

令和5年度文京共創フィールドプロジェクト（^{ビータス}B+）の実施結果について

1 事業概要

地域課題や社会的課題の解決に向けて、スタートアップ企業等が行う先進的・画期的な技術等による実証事業を募集し、採択した事業に対し、企業等と区の関係部署とのマッチング、区有施設での実証事業の場の提供、区の広報物を活用した事業の周知及びふるさと納税を活用した資金調達等の支援を行う。

2 資金調達サポート

(1) 事業募集

令和5年4月20日から6月30日まで

(2) 応募事業数

9事業

(3) 採択事業

3事業

事業名	リアルアバターを用いた公共施設の総合案内における無人案内サービス	坂の多いまち文京区の特徴を生かした自走型シティプロモーションモデル立証のための実証事業	【幸福度検診を用いたがんリスク管理】 一手軽な唾液検査で定期的な健康管理をー
実施企業等	(株)シルバコンパス (東京都港区)	ジオ・マーク(株) (東京都文京区)	東京医科歯科大学 (東京都文京区)
事業概要	シビックセンター1階に窓口用案内モニターを設置し、ICTを活用することで、窓口の混雑解消及び利用者の満足度向上に繋げることができるか検証する。	文京区の「坂」の魅力を引き出し、デジタルコンテンツに変換・活用することで、持続可能な自走型のプロモーションの実現が可能か検証する。	唾液を使った幸福度検診により、幸福度に関連する唾液中の代謝産物を特定し、がんリスク及び口腔内細菌と、幸福度との関連の有無について明らかにし、自身の心とがんリスクの管理を促す。
事業実績	別紙のとおり		
ふるさと納税 目標金額 寄附金額 (達成率)	[目標金額] 2,000,000円 [寄附金額] 2,000,000円 (100%)	[目標金額] 1,500,000円 [寄附金額] 167,300円 (11.2%)	[目標金額] 4,000,000円 [寄附金額] 4,360,000円 (109%)
寄附金 募集期間	令和5年10月2日から12月8日まで		令和5年11月13日から 12月21日まで

3 行政連携サポート

(1) 事業募集

令和4年10月から受付開始（通年実施）

(2) 事前相談数（令和5年度実績）

10 事業

(3) 採択事業

1 事業

事業名	文京区内落書き防止プロジェクト
実施企業等	ハドラスホールディングス（株） （東京都中央区）
事業概要	落書きがしづらくなり、かつ落書きを除去するのが容易なコーティング剤を公共施設にコーティング後、落書きを発見次第、環境負荷低減専用リムーバーで除去を行い、実コストの検証及び落書きの再発防止について検証を行う。
事業期間	実証事業実施中

4 その他

(1) 終了した実証事業について、事業者による事業報告会を実施予定

(2) 令和6年度 資金調達サポートのスケジュール

6月21日まで 申請受付

7月～8月 審査・事業採択

10月～12月 ふるさと納税による寄附募集

令和7年1月 助成金交付

3月 実績報告

1 実証事業概要

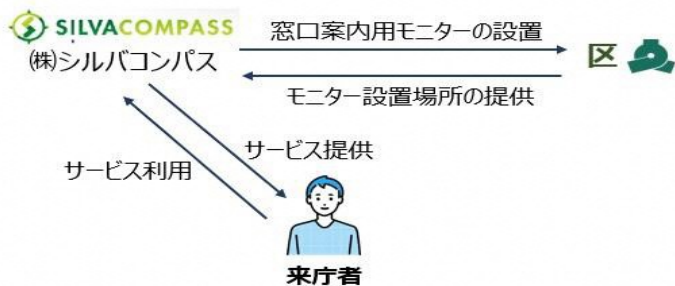
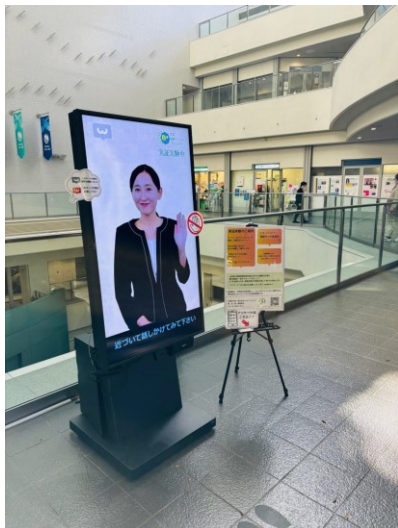
○ シビックセンター1階に、窓口用案内モニター（Talk With）を設置し、ICTを活用することで、窓口の混雑解消及び利用者の満足度向上に繋げることができるかの検証

○ 設置期間
令和6年2月1日（木）～3月22日（金）

※システム調整 2月1日(木)～15日(木)
実質稼働日 2月16日(金)～3月22日(金) 25稼働日

○ 設置場所
文京シビックセンター1階

○ 目的と意義
リアルアバターを用いた無人での窓口案内の実証実験をとおして、ICTを活用した対人業務支援の可能性を示すこと。



2 実施結果

利用者数：403人

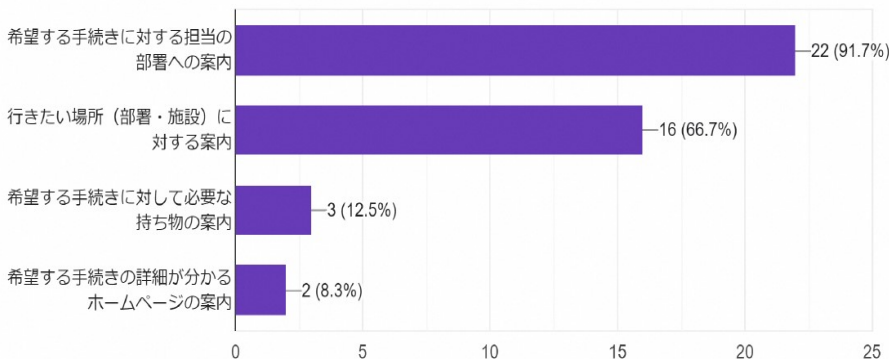
利用者満足度：76%

再生回数の多い利用案内

- ① 手続き・くらし
- ② お話したい
- ③ 子育て・教育

【アンケート(一部抜粋)】

区役所での窓口案内においては、どのような種類の案内を受けたいと思いますか？（複数回答可）
24件の回答



【アンケートコメント(一部抜粋)】

- アバターがリアルな人じゃなくても良いと思った。（イラストや文京区の戦隊キャラクターなど）
- 音声の応答が鈍かったため、何回か大きな声を出す必要があった。また周囲にも聞かれる心配もあった。
- リアルアバターの手話版も作って選べるようにすると良いと思った。
- 面白い試みだと感じた。

3 今後の展開

- Talk Withが案内窓口の補助的な役割を担う可能性を確認できた。
- FAQのような回答例がある窓口案内であれば、本庁舎以外の図書館等の施設での設置の可能性もあるため、サービスの質を上げていき、今後の有効的な活用方法を模索していく。

1 実証事業概要

- 自走型観光プロモーションの検証
文京区の『坂』の魅力を引き出し、デジタルコンテンツに変換・活用することで自走型のプロモーションの実現が可能か検証
- 坂をデジタルマッピングし発信
区内の名前のある坂115か所を調査し、新規オリジナルマップを造成
- 移動しやすい環境を整備
Bーぐる号3路線のデジタルマップを作成
- 坂めぐりの動機づけをする
文京区出身の人気声優「石川界人」氏と、人気Youtuberの「なつめさんち」を起用したオリジナルデジタルコンテンツを造成、坂めぐりの動機づけとなるデジタルマップと連動したイベントを実施



エリアの魅力をデジタルコンテンツ化
アーティスト、声優などを起用しエリアを価値化

GPSで認証しエリア限定で販売
エリア情報の販売収益化

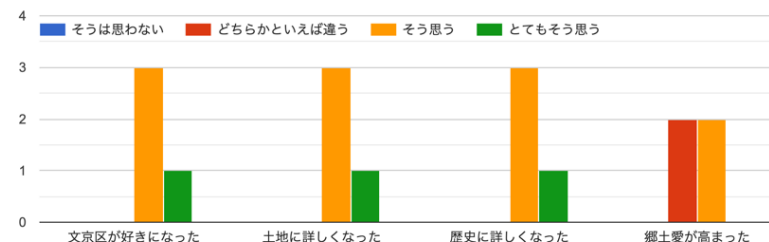
2 実施結果

- NFTスポットチェックイン数:873回
販売点数:144点 売上:139,460円(税込)
- 期間中のバスメニューのアクセス数:514回

※NFT：(Non-Fungible-Token)
データをブロックチェーン上で記録・発行し、固有のアドレスとIDが割り当てられた代替可能性のないデジタルトークン

[アンケート結果から]

- イベント認知経路は文京区観光協会と声優のSNSであった。
- 身体を動かしながら知らないことを知れることに価値を見出している。
- イベント参加後に「文京区が好きになった」という意見や「新たなイベント」を望む声もあった。
- 声優やデザイナー等、作り手のファン層であれば、今回の価格設定(1,000円)に妥当性はある。



※アンケート回答者数：4名 (NFT購入者を対象にしたwebアンケート)

3 今後の展開

- 『坂』の魅力をシティプロモーションに活かせる可能性は確認できた。
- 来訪者のアクセス回数や経路など、行動履歴データを生かしたイベント設計を検討し、区内や他市町村での事業化されるようブラッシュアップする。

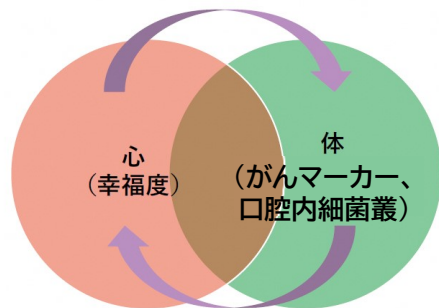
1 実証事業概要

○ がん検診率アップに向け、簡便かつ興味を引く新たな検査方法を模索する。

- ・ 唾液検査と幸福度検診の組み合わせで、がん検診受診率向上の可能性を探る

- ・ 唾液を使った幸福度検診により、幸福度に関連する唾液中の代謝産物を特定し、がんリスク及び口の細菌と、幸福度との関連の有無について明らかにする

- ・ 唾液中の幸福度マーカー（客観的指標）を探索する




 東京医科歯科大学

・ 唾液・口すすぎ液回収
 ・ アンケート実施



研究協力者

・ 唾液・口すすぎ液提供
 ・ アンケート提出

・ 唾液中のがんリスク解析
 ・ 口の細菌解析

2 実施結果

○ 研究対象者の属性
 性別：男40名、女70名 計110名
 平均年齢：男60.1歳、女53歳 全体55.6歳

○ 幸福度と口の細菌
 ・ 主観的な幸福尺度の組み合わせにより、様々な口の細菌の種類が変化する可能性が示唆された。
 ・ 幸福度の高低により細菌の多様性に違いが認められた。

○ 幸福度と唾液中のがん関連代謝産物の濃度（がんリスク）との関連
 ・ 幸福尺度の組み合わせ方を変えて幸福度の高低を分けると、がん関連代謝産物の濃度に大きな違いが認められた。

○ 唾液中の幸福度マーカー（客観的指標）
 ・ 幸福度関連代謝産物の一つと思われる物質について調べたところ、今回用いた幸福尺度のどの組み合わせ方でも、幸福度の高低により明らかな違いが認められなかった。

3 今後の展開

○ 幸福尺度の組み合わせ方で、大きく結果がかわったことから、口の細菌とがんリスクとの関連解析や唾液中の主観的幸福度も考慮し進める。

○ 実証実験で得られたデータを用いて、唾液中の幸福度マーカー（客観的指標）の検討をさらに進め、事業化を目指していく。