

「“ばーちやるまつもと”による 市民主体のシティプロモーション」








令和5年度 調査研究結果報告書

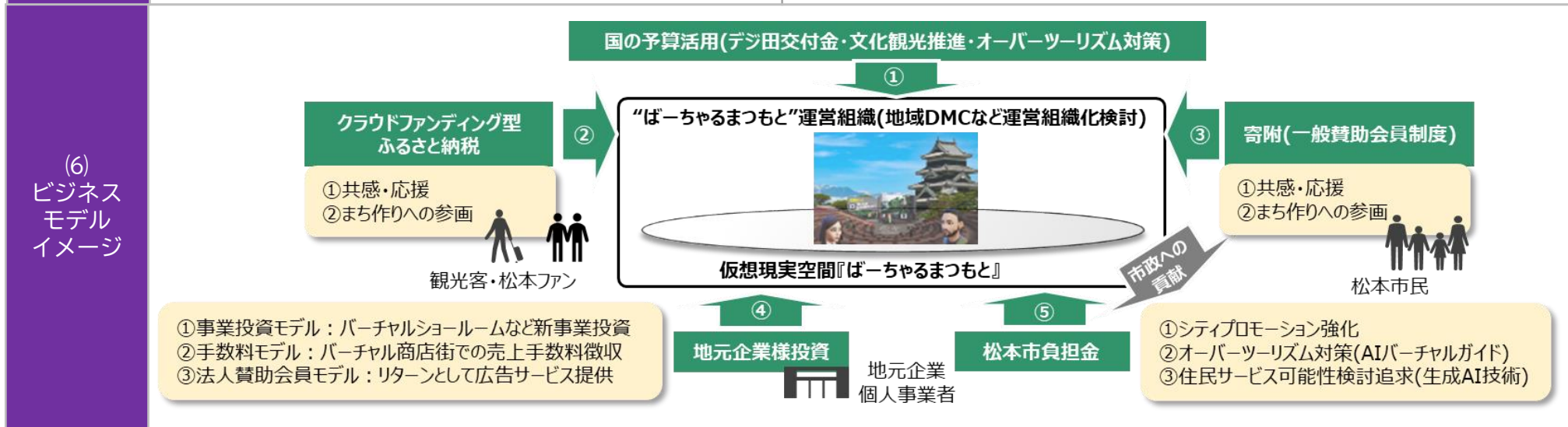
代表事業者	団体名	株式会社日立システムズ	代表者 (役職、氏名)	関東甲信越支社 支社長 高森 浩信
	住所	東京都台東区東上野2-16-1 上野イーストタワー	担当者 (所属、氏名)	関東甲信越支社 長野営業所 所長 矢部 理郁
	メール	—	電話	03-3837-4802
共同事業者①	団体名	セイコーエプソン株式会社	代表者 (役職、氏名)	執行役員 ビジュアルプロダクツ 事業部長 吉野 泰徳
	住所	長野県安曇野市豊科田沢6925 セイコーエプソン株式会社豊科事業所	担当者 (所属、氏名)	ビジュアルプロダクツ事業部 VP事 業戦略推進部長 黒岩 今日子
	メール	—	電話	0263-87-5820
共同事業者②	団体名	株式会社テレビ松本ケーブルビジョン	代表者 (役職、氏名)	代表取締役会長 佐藤 浩市
	住所	長野県松本市大字里山辺3044-1	担当者 (所属、氏名)	技術部 兼 新事業開発室 副部長 神戸 直樹
	メール	—	電話	0263-35-1298

18項目	ページ番号
1 プロジェクトの全体概要(提案時)	2
2 調査研究活動の実績 (1) 調査研究活動の概要	3
// (2) KPI	3
// (3) 調査研究活動一覧	4
// (4) 主な活動工程	5
// (5) 調査研究活動の内容および結果	6~12
3 結果、考察	13~16
4 プロジェクトの全体概要(調査研究を踏まえて再定義)	17
【補足資料①~⑤】	18~23

1 プロジェクトの全体概要(提案時)

(1) プロジェクト 名称	“ばーちやるまつもと”による市民主体の シティプロモーション	(2) 事業費	3年間の事業費 220,000千円 (R5年度：1,000千円 R6年度：100,000千円 R7年度：119,000千円)
(3) 目的、 将来像	【目的】1. 残すべき松本の歴史・自然・芸術・文化を伝承 2. 日本中および世界中の松本ファンをつなぐ 3. 新たなビジネス機会を生み出す 【将来像】産官学民連携で新たなエコシステムを形成する	(4) 現状、 課題	1. 松本の魅力が分かりやすく発信されていない 2. 松本の魅力が松本市民にも浸透されていない 3. 観光現場ではオーバーツーリズムが顕著である(上高地、松本城) 4. 地元企業のDX活用が積極的に進められていない

(5) サービス	<ol style="list-style-type: none"> メタバースプラットフォーム(株)ガイalink「FRAME」) <ol style="list-style-type: none"> ①ブラウザ対応プラットフォーム ②利用者はアバターとなりメタバース空間内を自由に探索、自由にコミュニケーションが可能(47か国多言語翻訳) AIバーチャルガイド(日立システムズ) <ol style="list-style-type: none"> ①AIチャットポット技術(PKSHA社) <ul style="list-style-type: none"> ・Q&Aを学習し想定したシナリオに基づき問い合わせ対応実施 ②生成AI技術(ChatGPTなど)の活用 デジタルマーケティングプラットフォーム(日立システムズ) <ol style="list-style-type: none"> ①“ばーちやるまつもと”利用者のメタバース空間内の行動履歴を管理する。 ②“ばーちやるまつもと”内で活用できるポイントシステムの導入検討を進め、リアル松本への誘客促進策など参入企業の価値につながる施策を検討する。 	<p>【サービスイメージ】</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center; background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px;">仮想現実空間“ばーちやるまつもと”</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 5px;"> <div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px; text-align: center;">松本市民の参画 (市民の意見を反映し成長)</div> <div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px; text-align: center;">地元企業の参画 (新たなビジネスアイデア)</div> </div> <p style="text-align: center; font-size: small;">残すべき松本の魅力アーカイブ(過去～現在)</p>  <p style="text-align: center; font-size: small;">仮想現実空間『ばーちやるまつもと』</p> </div> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; width: 45%;"> <p style="text-align: center; background-color: #4CAF50; color: white; padding: 2px;">リアル松本</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">学問</p>  </div> <div style="width: 30%;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">自然</p>  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 30%;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">芸術</p>  </div> <div style="width: 30%;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">歴史</p>  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 30%;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">地元グルメ</p>  </div> <div style="width: 30%;"> <p style="text-align: center; font-size: small;">観光</p>  </div> </div> </div> </div> <div style="margin-top: 10px; text-align: center;"> <p>若者世代の定着</p> <p>相乗効果</p> <p>移住者の定着</p> </div>
-------------	---	---



(1) 調査研究活動の概要

ア 目的	1. ワークショップ(以下「WS」と記載)を通じ地元企業や市民(松本ファン=関係市民)に提供できる価値を検証する。 2. 実現可能な事業計画を立案できるかを検証する。	
イ 期間	令和5年10月1日 から 令和6年2月29日まで	
ウ プロジェクト推進体制	【代表提案者】 : 株式会社日立システムズ(役割: 全体推進、とりまとめ) 【共同提案者①】 : セイコーエプソン株式会社(役割: 松本をフィールドとしたバーチャル×リアルイベント検討) 【共同提案者②】 : 株式会社テレビ松本ケーブルビジョン(役割: 市民生活に有用なコンテンツ連携)	
エ 活動内容	提案時点 1. ばーちやるまつもと推進コンソーシアム ・ 協定書策定(10月中)、ニュースリリース発出 2. ばーちやるまつもと推進協議会 ・ 役割分担・スケジュール策定、キックオフ実施 3. 地元企業・市民参加型WS開催 ・ 全体ストーリーの策定と優先順位決め ・ 提言書(提案書)とりまとめ 4. 観光庁ほか公募事業申請準備 ・ 令和6年各省庁予算を踏まえ計画策定 5. 事業計画策定 ・ 令和6年度実証計画策定 ・ 資金計画・優先順位に基づき策定 ・ マネタイズ設計・地元企業の意向を踏まえ策定 ・ ガイドライン策定・課題の洗い出し進め方協議	実績 1. コンソーシアム締結完了 ニュースリリースは松本市様発出・R5/10/20実施 2. 市民参加型WSキックオフ・R5/11/20実施 企業コラボ型WSキックオフ・R5/12/18実施 3. 市民参加型WSは5回延べ62名参加、R6年の方針合意 企業コラボ型WSは18回延べ58名と実施、R6年は「松本の食の魅力発信」をテーマに推進することで合意 4. 申請計画策定完了 R6年度以降の事業計画(資金計画)に反映 5. 事業計画策定は以下のとおり推進 ・ 令和6年度実証計画策定完了(計画どおり) ・ 資金計画策定完了(計画どおり) ・ マネタイズ設計策定完了(計画どおり) ・ ガイドライン課題の洗い出し完了(計画どおり)

(2) KPI

KPI	単位	提案時	実績	増減理由	実績に対する自己評価
地元企業・市民参加型WS開催 →参加回数と参加人数	実施回数 延べ実加人数	実施回数: 10回 延べ参加人数: 100人	実施回数: 23回 延べ参加人数: 120名	地元企業や市民ともに 想定以上に関心を持って いただいた	実施回数、延べ参加人数 ともに過達
収支バランス検証: 令和8年 ~令和10年の累積事業収支	事業収益率	10%	10%	想定どおり	R6年度の実証結果次第 ではあるが十分実現可能 な目標であると評価

(3) 調査研究活動一覧

項番	活動事項	活動概要	結果、分析概要
①	市民参加型WS開催	<ul style="list-style-type: none"> ・市民への出席依頼 ・ファシリテーション設計 ・WS実施(5回開催) 	<ul style="list-style-type: none"> ・WS5回実施、延べ62名参加(目標45名) ・想定以上のポジティブシディア獲得<49アイデア> ・R6年度の方向性合意(ふれあい空間、産官学民連携) ・不登校児童対策の可能性判明 ※新たな気づき
②	企業コラボ型WS開催	<ul style="list-style-type: none"> ・個別WS実施(18回開催) ・「ばーちやるまつもとセレクト」集中WS実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・WS18回実施、延べ58名参加(目標55名) ・ビジネスアイデア創出<6パターン> ・食の魅力発信「ばーちやるまつもとセレクト」集中WS
③	国立大学法人信州大学様 (以後、信州大学と称す) コラボレーション 【当初想定していない活動】	<ul style="list-style-type: none"> ・グローバル化推進センター様協創 ・全学共通プラットフォーム化提案 ・“信州大学×地域連携”活用施策検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・授業でのメタバース活用ニーズが高いことが判明 ※新たな気づき ・“信州大学×地域連携”に関する施策創出<3施策>
④	観光庁ほか公募事業調査	<ul style="list-style-type: none"> ・各省庁公募事業だけではなく、長野県の取り組みなど幅広く可能性を検討 ・移住推進課(ふるさと納税)や金融機関のヒアリング実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・AIバーチャルガイドでの申請を関係事業者と継続検討中(候補となりうる観光庁の実証事業公募開始) ・R7年以降について経産省補助金や長野県事業活用、ふるさと納税活用を検討
⑤	事業計画策定	<ul style="list-style-type: none"> ・R6年度実証計画策定 ・マネタイズ設計 ・収支計画(資金計画) ・ガイドライン検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民自らが空間を創造する仕組み作りを検討 ・マネタイズ設計 ・令和8年～令和10年の収支バランスを検証
⑥	学生・若手クリエイター発掘 【当初想定していない活動】	<ul style="list-style-type: none"> ・3Dモデリングなどスキル調査実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・スキルを持ち我々の取り組みに協力いただける学生・クリエイターを多く発掘 ※新たな気づき (地元高校、大学、専門学校、個人)
⑦	メタバース最新動向調査 【当初想定していない活動】	<ul style="list-style-type: none"> ・WS参加市民に理解を深めていただくことを目的に調査実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・全国の自治体におけるメタバース導入事例を調査 ・導入目的としてコミュニケーション目的のユースケースが増えていることが判明 ※新たな気づき

(4) 主な活動工程

全体		R5. 10	R5. 11		R5. 12		R6. 1		R6. 2	
		キックオフ (10/17)	定例会 (11/7)	定例会 (11/21)	定例会 (12/12)	定例会 (12/26)	定例会 (1/10)	定例会 (1/24)	定例会 (2/13)	定例会 (2/29)
活動工程		R5. 10	R5. 11		R5. 12		R6. 1		R6. 2	
①	市民参加型WS開催	出席依頼・ファシリテーションデザイン		第1回WS (11/20) 19名	第2回WS (12/4) 11名	第3回WS (12/13) 11名	第4回WS (1/10) 17名	個別WS (2/9) 4名 不登校児童対策		実証計画検討
②	企業コラボ型WS開催	地元企業団体への実施依頼、意見交換		A:コアmtg (11/27) 2名	A:全体キックオフ (12/18) 4名		A:全体定例 (1/29)		A:コアmtg (2/22)	
		A:ばーちやるまつもとセレクト		A:事業スキーム、実証計画検討						
③	信州大学様コラボレーション 【当初想定していない活動】		11/28▲ 初回ミーティング	WS(授業活用) (12/19) 4名		実証計画検討	WS(留学生ガイド) (2/2) 4名	B:WS(説明会) (2/20、22) 6名		
		「ばーちやるまつもと」連携価値調査								
④	観光庁ほか公募事業調査	地域活性化で活用できる資金構築に関する情報収集				観光庁R6年度公募活用検討				
		R7年以降の活用計画検討								
⑤	事業計画策定	他自治体の取り組み調査(事業運営スキーム)				事業計画策定(R6年度実証計画、資金計画、事業運営スキーム、マネタイズ設計、ガイドライン)				
⑥	学生・若手クリエイター発掘 【当初想定していない活動】	ヒアリングおよび役割分担協議(地元高校ほか)								
		空間造成方針検討(横ガイヤリンク)								
⑦	メタバース最新動向調査 【当初想定していない活動】	全国自治体メタバース事例調査		長野県自治体取り組み調査(阿智村、伊那市、安曇野市)						

(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画	<p>※WSの様子</p>
① 市民参加型WS開催	(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ◎ ア)SWEET WORK(役割:会場提供) イ)ガイアリンク (役割:講師「メタバース最新動向」)	あり ・延べ人数:62名 ・実人数:30名	
ア 活動内容	1. 市民参加型WS (1)出席依頼、事前説明(構想、WSの目的) (2)ファシリテーションデザイン (3)WS実施(計4回) (4)WSまとめ、R6年度実証計画検討 2. 個別WS(不登校児童対策可能性検討)※新たな気づき (1)事前説明(構想、相談内容) (2)WS実施(計1回) (3)R6年度実証計画検討	稼働日 1. 市民参加型WS (1)R5.10.2~R5.11.17 出席依頼、事前説明 (2)R5.11.10~R5.11.17 ファシリテーションデザイン (3)R5.11.20/R5.12.4/R5.12.13/R6.1.10 WS実施 (4)R5.11.21~R6.2.29 WSまとめ、R6年度実証計画検討 2. 個別WS(不登校児童対策可能性検討) (1)R6.1.17~R6.2.8 事前説明 (2)R6.2.9 WS実施 (3)R6.2.10~R6.2.29 R6年度実証計画検討	
イ 活動の結果、分析	1. 市民の参加者数 ・当初目標:延べ45名(実参加15名)→実績:延べ62名(実参加30名) ・想定以上の市民の方々に興味を持っていただいた 2. 議論の中身 ※市民参加型WS ・ポジティブなアイデアが49アイデア創出 ・R6年度の方向性は、「ふれあい空間」実証を行うことと、「産官学民」連携の形で取り組みを継続することで合意 ※信州大学様との取り組みにより信州リビング・ラボとの協創の可能性も浮上 ※新たな気づき ・テーマを絞った(子どもたちのため)ことにより、議論が発散することなく常時ポジティブな雰囲気で行 3. 議論の中身 ※個別WS(不登校児童対策可能性検討)※新たな気づき ・不登校対策に取り組んでいる方のアドバイス・コンセプト明確化、大人(社会)との関わり方が重要 ・R6年度の方向性は、不登校児童と高校生、大学生の混成チームで3D空間(ふれあい空間)の構築検証を行う方向で検討 4. 新たな気づき ・メタバースについては、コミュニケーション機能としての有用性を他自治体事例(→補足資料⑤)を踏まえた説明が有効 ・「ばーちゃるまつもと」には、リアル空間にはない新たなコミュニティを形成できる可能性があることを再認識 ※不登校児童や長期療養者などリアル空間になじめない方、距離や国籍を超えたボーダレスなコミュニティ	Aリアルではできない体験:22 B時代を超えた体験:13 Cふだんと異なる視点体験:9 Dバーチャルイベント:5 (→補足資料①)	

(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画					
② 企業コラボ型WS開催	(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ◎ ア)地元企業A(役割:ビジネスオーナー) ◎ イ)地元企業B(役割:ブランドマネジメント) ◎ ウ)地元企業C(役割:商品供給) ◎ エ)地元企業D(役割:商品供給) ◎ オ)地元企業E(役割:商品供給) ◎ カ)松本商工会議所(役割:商工会員への横展開ほか)	あり ・①の市民の皆さま(市民目線でのアイデア活用)					
ア 活動内容	1. 地元企業団体への実施依頼、意見交換 (1)20企業団体に実施依頼施、結果WS18回実施 2. 「ばーちやるまつもとセレクト」プロジェクト (1)現状分析 (2)ターゲティング、ブランド価値向上策検討 (3)事業スキーム検討 (4)R6年度実証計画	稼働日 1. 地元企業団体とのWS (1)R5.10.2~R5.11.30 出席依頼、事前説明 2. 「ばーちやるまつもとセレクト」集中WS (1)R5.11.27:企画mtg(連携先ア、イ) (2)R5.12.18:キックオフ(連携先ア、イ、ウ、エ) (3)R6.1.29:定例mtg(連携先ア、イ、ウ、エ、オ、カ) (4)R6.2.22:企画mtg(連携先ア、イ)					
イ 活動の結果、分析	1. 地元企業団体との意見交換実施結果 <ul style="list-style-type: none"> 合計で18回WSを実施(企業13、団体:3、大学:2) WSを通じ6パターンのビジネスアイデアが創出(「昭和の松本再現」「信州松本空港の離着陸体験」など) 地域産業への貢献度を考慮し、松本の食の魅力発信空間「ばーちやるまつもとセレクト」をR6年度の実証テーマに選定 2. 「ばーちやるまつもとセレクト」プロジェクト (1)プロジェクト体制構築 (2)課題感の共有(SWOT分析)→ 図1のとおり <ul style="list-style-type: none"> 松本の食のブランドイメージが弱いことなど認識 ※新たな気づき →議論の結果「松本の水」をテーマに検討する方向で合意 (3)「ばーちやるまつもと」を生かした施策検討 <ul style="list-style-type: none"> “ここだけの買い物体験” “仮想空間ならではの魅力発信” (4)R6年実証企画を「お酒チーム」「おみそチーム」に分かれて検討した。 <ul style="list-style-type: none"> お酒チーム・・・コラボ商品紹介、飲めるお店の紹介 おみそチーム・・・松本みそのアソートギフト、お薦めレシピ紹介 	図1. 松本の食に関するSWOT分析結果	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="1348 1076 1674 1236"> Strength(強み) ✓ 豊かな自然(湧き水、野菜、果物) ✓ 長寿日本一(食に秘密のイメージ) ✓ 認知度(そば) ✓ 多種多様なおしゃれなお店 </td> <td data-bbox="1680 1076 2005 1236"> Weakness(弱み) ✓ 認知度(そば以外知られていない) ✓ 信州ブランドは強いが松本ブランドのイメージが弱い </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1348 1240 1674 1362"> Opportunity(機会) ✓ 観光客増(特にインバウンド) ✓ 「日本の都市特性評価」全国8位(「生活・居住」は1位) </td> <td data-bbox="1680 1240 2005 1362"> Treat(脅威) ✓ 人口減少(食の担い手不足?) </td> </tr> </table>	Strength(強み) ✓ 豊かな自然(湧き水、野菜、果物) ✓ 長寿日本一(食に秘密のイメージ) ✓ 認知度(そば) ✓ 多種多様なおしゃれなお店	Weakness(弱み) ✓ 認知度(そば以外知られていない) ✓ 信州ブランドは強いが松本ブランドのイメージが弱い	Opportunity(機会) ✓ 観光客増(特にインバウンド) ✓ 「日本の都市特性評価」全国8位(「生活・居住」は1位)	Treat(脅威) ✓ 人口減少(食の担い手不足?)
Strength(強み) ✓ 豊かな自然(湧き水、野菜、果物) ✓ 長寿日本一(食に秘密のイメージ) ✓ 認知度(そば) ✓ 多種多様なおしゃれなお店	Weakness(弱み) ✓ 認知度(そば以外知られていない) ✓ 信州ブランドは強いが松本ブランドのイメージが弱い						
Opportunity(機会) ✓ 観光客増(特にインバウンド) ✓ 「日本の都市特性評価」全国8位(「生活・居住」は1位)	Treat(脅威) ✓ 人口減少(食の担い手不足?)						


(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画	
<p>③ 信州大学様 コラボレーション 【当初想定していない活動】</p>	<p>(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ◎ ア) プルグラデザイン(役割: 学生主体の活動推進) ◎ イ) 信州リビング・ラボ(役割: 産学官民連携) ◎ ウ) SWEET WORK(役割: 市民とのふれあい空間提供) ◎ エ) 松本商店街(役割: 信州大学ブランドを活用した街のにぎわい創出) オ) ガイアリンク (役割: メタバース「FRAME」デモンストレーション)</p>	<p>あり</p>	
<p>ア 活動内容</p>	<p>1. 授業グローバル化推進センター様とのコラボレーション (1) Zoomに替わるアバター授業の可能性確認 (2) 他大学での事例調査 2. 「ばーちゃんまつもと」との連携価値調査 (1) 地域教育としての価値 (2) 信州大学ブランドを活用した街のにぎわい創出 (3) 産官学民の取り組み</p>	<p>稼働日</p> <p>1. グローバル化推進センター様とのコラボレーション (1) R5. 11. 28: 初回訪問(ニーズヒアリング) (2) R5. 12. 19: 授業活用を踏まえたデモンストレーション(ガイアリンク同行) (3) R6. 2. 2: 留学生ガイダンス利用提案(ガイアリンク同行) (4) R6. 2. 20・22: 事務方向けほか説明会(ガイアリンク同行) 2. 「ばーちゃんまつもと」との連携価値調査 (1) R6. 1. 5~R6. 2. 29: 関係会社ヒアリング(ア、イ、ウ、エ)</p>	
<p>イ 活動の結果、分析</p>	<p>1. グローバル化推進センター様とのコラボレーション (1) ヒアリングを通じ2つのユースケースにおけるニーズを確認 ・国際交流授業・・[想定効果]アバター効果でコミュニケーション活性化、講師も学生リアクション容易に把握 ・留学生ガイダンス・・[想定効果]留学生間のコミュニケーション活性化 (2) 他大学事例として東北大学事例を調査→補足資料② (3) R6年度の方針としてアバター授業効果検証を行う予定 2. 「ばーちゃんまつもと」との連携価値検証 (1) 地域教育コンテンツとしての価値認識 ※新たな気づき ・留学生やインターン向けに松本の魅力を発信するコンテンツとして有効・・訪問前や訪問中の情報収集 ・R6年度の方針として「ばーちゃんまつもと」との連携効果検証を行う予定 (2) 信州大学ブランド(関東甲信越22校中5年連続TOP)を活用した街のにぎわい創出 ※新たな気づき ・信州大学ブランドを生かした施策検討(3パターン) →補足資料③ (3) 産官学民の取り組み(信州リビング・ラボ) ・活動状況を確認し、施策共同推進など「ばーちゃんまつもと」との連携の可能性を確認 ※新たな気づき</p>		

(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画	
④ 観光庁ほか公募事業調査	(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ア)松本市 移住推進課(役割:ふるさと納税推進) ◎ イ)金融機関A(役割:事業支援) ◎ ウ)金融機関B(役割:事業支援) ◎ エ)金融機関C(役割:事業支援)	なし	
ア 活動内容	1. 地域活性化資金に関する情報収集 <ul style="list-style-type: none"> ・国の事業 ・長野県の事業 ・ふるさと納税(移住推進課) ・松本エリアでの寄附事例 ・地域金融機関動向 2. R6年度観光庁公募活用検討 3. R7年以降の計画検討	稼働日	1. 地域活性化資金に関する情報収集 (1)R5. 11. 1~R5. 12. 29: 情報収集 (2)R5. 12. 1. 13: 金融機関訪問 (3)R5. 12. 14: 移住推進課訪問 2. R6. 1. 5~R6. 2. 29: R6年度観光庁公募活用検討 3. R6. 1. 5~R6. 2. 29: R7年以降の計画検討
イ 活動の結果、分析	1. 地域活性化資金に関する情報収集 (1)国の事業(R6年度予算情報) <ul style="list-style-type: none"> ・観光庁・・・DX、オーバーツーリズム、インバウンド関係で多くの予算(R5年比1.64倍) ・経産省・・・地元企業との事業には「事業再構築補助金」が活用できる可能性 (2)長野県の事業・・・「地域発 元気づくり支援金(上限500万円)」、「長野県みらいベース(寄附助成プログラム)」 (3)ふるさと納税・・・松本市として予算計上必須、納税者にとっての寄附意義の明確化必須〔移住推進課ヒアリング〕 (4)松本エリアでの寄附事例 <ul style="list-style-type: none"> ・「子どもたちの映画祭」・・・毎年協賛金で運営 ※松本は市民発イベントが多く協賛スキームを活用するケースが多い(助け合いの文化) ※新たな気づき ・「まつもと日和2」・・・「長野県みらいベース」活用 (5)地域金融機関動向・・・事業再構築補助金申請ほかに支援いただくことで各行と合意 2. R6年度観光庁公募活用・・・ <u>AIバーチャルガイドでの申請を検討したが来年度持越し</u> 3. R7年以降の計画 <ul style="list-style-type: none"> ・「ばーちゃんまつもとセレクト」のR7年事業については「事業再構築補助金」を検討 ・市民との協創の取り組みについては、ふるさと納税や寄附スキームを検討 		


(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画	 <p>※「新まつもと物語」HPより引用</p>																						
⑤ 事業計画策定	(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ◎ ア)地元企業A(役割:ビジネスオーナー) ◎ イ)地元企業B(役割:ブランドマネジメント)	なし																							
ア 活動内容	1. 他自治体の取り組み調査 ・民間主体での取り組み状況調査 2. 事業計画策定 (1)R6年度実証計画 (2)マネタイズ設計 (3)収支計画(資金計画) (4)ガイドライン検討(課題抽出まで)	稼働日 1. 他自治体の取り組み調査 ・R5.11.1~R5.12.29:民間主体での取り組み調査 2. 事業計画策定 ・R5.12.1~R6.2.29:令和6年度実証計画 マネタイズ設計 収支計画(資金計画) ガイドライン検討																							
イ 活動の結果、分析	1. 他自治体の取り組み調査・・DXの取り組みは行政頼りではなく民間主導の取り組みが主流 ※新たな気づき (1)YOSITAI(石川県白山市)・・地元ゆかりのある個人5名・企業6社が共同出資し地域マネジメント会社設立 (2)山古志DAO(山古志住民会議)・・「デジタルアート×電子住民票」としてのNFTでグローバルなデジタル関係人口創出 (3)MetaAkita(秋田県大館市)・・秋田犬をモチーフにNFT発行、地域企業パートナーシップ(協賛)で運営 ※方向性としては、松本市の地元企業団体様と相談しエリアマネジメント法人化を検討 2. 事業計画策定 (1)R6年度実証計画(コンセプト) ①市民が主体となった空間作り可能性検証 ※新たな気づき ②コミュニケーション空間としての有効性実証 (2)マネタイズ設計 受益者分析、持続可能なマネタイズモデル設計→P14、P15参照 (3)収支計画(資金計画)→表2 (4)ガイドライン検討・・以下3つの視点で課題分析→補足資料④ ・現実空間と仮想空間を交錯する知財利用 ・アバターの肖像等に関する取り扱い ・アバター間の行為をめぐるルール形成、規制措置等 ※R6年度にコンテンツやステークホルダーを踏まえ具体策検討	表2. 収支計画 <table border="1" data-bbox="1286 972 2013 1319"> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>令和6年~令和10年(5年間)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>空間規模</td> <td>5空間(実証)+2空間</td> </tr> <tr> <td>想定収入</td> <td>6,077万円</td> </tr> <tr> <td>①公募(経産省「事業再構築補助金」)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②寄附、協賛</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③協議会会費(売上手数料含む)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>想定コスト</td> <td>5,470万円</td> </tr> <tr> <td>①空間構築(日立システムズ)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>②プラットフォーム「FRAME」(日立システムズ)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>③運営(ばーちやるまつもと推進協議会)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>累計損益</td> <td>600万円 (損益率10%)</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">【消費税を含む】</p>	項目	令和6年~令和10年(5年間)	空間規模	5空間(実証)+2空間	想定収入	6,077万円	①公募(経産省「事業再構築補助金」)		②寄附、協賛		③協議会会費(売上手数料含む)		想定コスト	5,470万円	①空間構築(日立システムズ)		②プラットフォーム「FRAME」(日立システムズ)		③運営(ばーちやるまつもと推進協議会)		累計損益	600万円 (損益率10%)	
項目	令和6年~令和10年(5年間)																								
空間規模	5空間(実証)+2空間																								
想定収入	6,077万円																								
①公募(経産省「事業再構築補助金」)																									
②寄附、協賛																									
③協議会会費(売上手数料含む)																									
想定コスト	5,470万円																								
①空間構築(日立システムズ)																									
②プラットフォーム「FRAME」(日立システムズ)																									
③運営(ばーちやるまつもと推進協議会)																									
累計損益	600万円 (損益率10%)																								

(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画	
⑥ 学生・若手クリエイター発掘 【当初想定していない活動】	(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ◎ ア)地元高校A(役割：空間構築) ◎ イ)地元大学A(役割：空間構築) ◎ ウ)市民クリエイター(役割：空間構築) ◎ エ)地元専門学校A(役割：空間デザイン) ◎ オ)地元専門学校B(役割：空間デザイン)	あり 市民クリエイター(想定3名)	
ア 活動内容	1. 学生・若手クリエイターヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・スキル・実績 ・対応時期 ・費用感 2. 空間造成方針検討 <ul style="list-style-type: none"> ・ガイアリンクと検討 	稼働日 1. 地域活性化資金に関する情報収集 <ul style="list-style-type: none"> ・R5.12.12、R6.1.5、R6.2.26：地元高校A ・R6.1.24：地元大学A ・R6.2.9：市民クリエイター ・R5.12.14、R6.2.7：地元専門学校A ・R5.12.13、R6.2.9：地元専門学校B 2. R6.1.5～R6.2.29：(株)ガイアリンクとの協議	
イ 活動の結果、分析	1. 学生・若手クリエイターヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ア)地元高校A・・・3年生の卒業制作で対応(無償)、今後毎年取り組みたい意向、3Dモデリング実績多数あり イ)地元大学A・・・サークル活動で実施、実績確認中 ウ)市民クリエイター・・・不登校児童で能力のある中学生の活用検討(不登校対策としての評価も実施予定) エ)地元専門学校A・・・Webデザイナー、実証告知用の特設ページ依頼 オ)地元専門学校B・・・地元企業向けラベルデザイン実績、「ばーちゃんまつもとセレクト」イメージグラフィック作成依頼 2. 空間造成対応方針 <ul style="list-style-type: none"> (1)市民主体で空間造成する意義を重視・・・学生・若手クリエイターの挑戦意欲をかき立てる ※新たな気づき R6年度の実証では(株)ガイアリンクとのコラボ「(仮称)ばーちゃんまつもとCamp」で空間造成の取り組みの有効性を検証 (2)ビジネスオーナーとクリエイターをマッチングさせる仕組み作りを検討→P14参照 ※新たな気づき (3)「3Dコンテンツ」など若手クリエイターを発掘する新たな価値も生まれる(R7年度以降の取り組み) ※新たな気づき <p>※R6年度の実証空間のイメージは3(4)のとおり→P16</p>		

(5) 調査研究活動の内容および結果

活動事項	主要な連携先	市民の参画	 <p>※(株)ガイアリンクHPより引用</p>
⑦ メタバース最新動向調査 【当初想定していない活動】	(地元の企業(個人事業主)には◎を付す) ア) (株)ガイアリンク (役割：講師「メタバース最新動向」)	あり 市民WSで紹介(メタバースの理解を深めていただくために作成)	
ア 活動内容	1. 全国自治体メタバース事例調査 ・全国自治体のメタバース事例を調査、4タイプに分離 “マーケット” “コミュニケーション” “シティプロモーション” “アート” 2. 長野県事例ベンチマーク	稼働日 1. 全国自治体メタバース事例調査 ・R5.10.2～R5.11.17：事例調査、分類分け 2. 長野県事例についてベンチマーク実施 ・R5.11.21～R6.1.31・ベンチマーク調査	
イ 活動の結果、分析	1. 全国自治体メタバース事例調査→ 補足資料⑤ (1) 昨年から今年にかけて事例が急激に増加・・コロナ禍がキッカケになったと想定 (2) 最近の傾向として「 <u>不登校対策</u> 」や「 <u>婚活</u> 」など”コミュニケーションツール”としての活用事例が多い ・不登校対策・・愛媛県、埼玉県 ・心の保健室・・福井県越前市 ・メタバース婚活・・千葉県千葉県かずさ4市、山梨県北杜市 2. 長野県事例ベンチマーク (1) 長野県阿智村・・阿智村商店街がメタバース構築(商工会が主体となる取り組みに意義)、昭和の商店街の空気感を再現 (2) 長野県安曇野市・・観光メタバース、キャンパスラボとのコラボで女子大生が勧める旅をアピール (3) 長野県伊那市・・伊那市の魅力を発信し移住者引き込む狙い、メタバースとは言えないが映像作りは参考		

(1)「ばーちるまつもと」の価値に対する考察

提案時

調査実施後

残すべき松本の歴史・自然・芸術・文化を
次世代に伝承
＜仮想空間ならではの体験提供＞

市民の皆さまの関心が想像以上に高く、民度の高さを
改めて感じた。

日本中および世界中の松本ファンをつなぐ
＜距離や言語を超えたボーダレス
なコミュニケーション＞

生産者と消費者をつなぐ体験や不登校対策の可能性
など新たな気づきがあった。

新たなビジネス機会を生み出す
＜仮想空間ならではのコラボレーション＞

**地元商店街や市民、地域大学を巻き込んだ新たな工
コシステム形成**の可能性があったことが分かった。
→P16参照

松本には3Dモデリングできる若者が沢山いた。
学生や若手クリエイターの挑戦意欲を刺激し、
自己表現する場としての価値があった。→P11参照

【本調査研究事業での注力ポイント】
新たな価値や可能性の発見



R6年度の実証事項

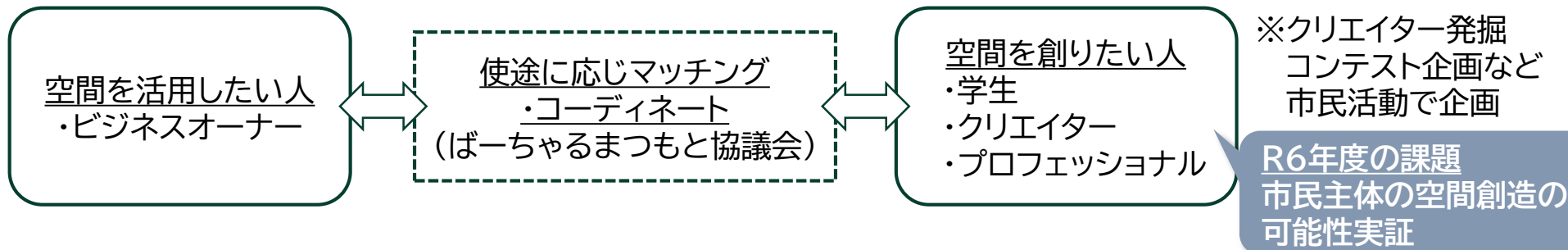
信州大学様とのコラボレーションの可能性を発見した。
①新たな授業の型の提案(アバター授業) →P8参照
②グローバル連携(留学生、提携大学)
③地域学習(商店街とのコラボなど)

共同提案者様との協業価値の深堀りができた。
①セイコーエプソン様：バーチャル×リアルイベント
体験の提供
②テレビ松本ケーブルビジョン様：道路や山小屋Live
カメラなど市民の日常生活で役に立つ情報の提供

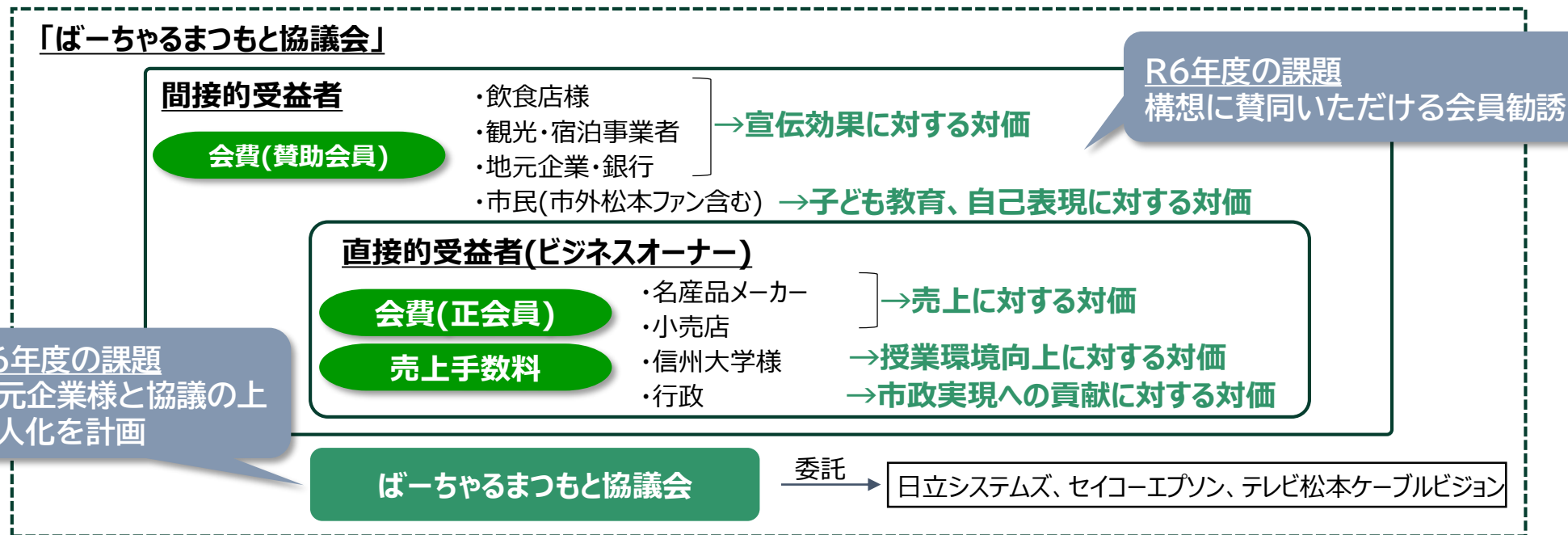
(2)自走化に対する考察

次の両輪で推進する(①市民自らが空間を創造(自走)、②産官学民連携のエコシステム)

①市民自らが空間を創造する仕組み →コストを抑えることにつながり、まさに自走できる!



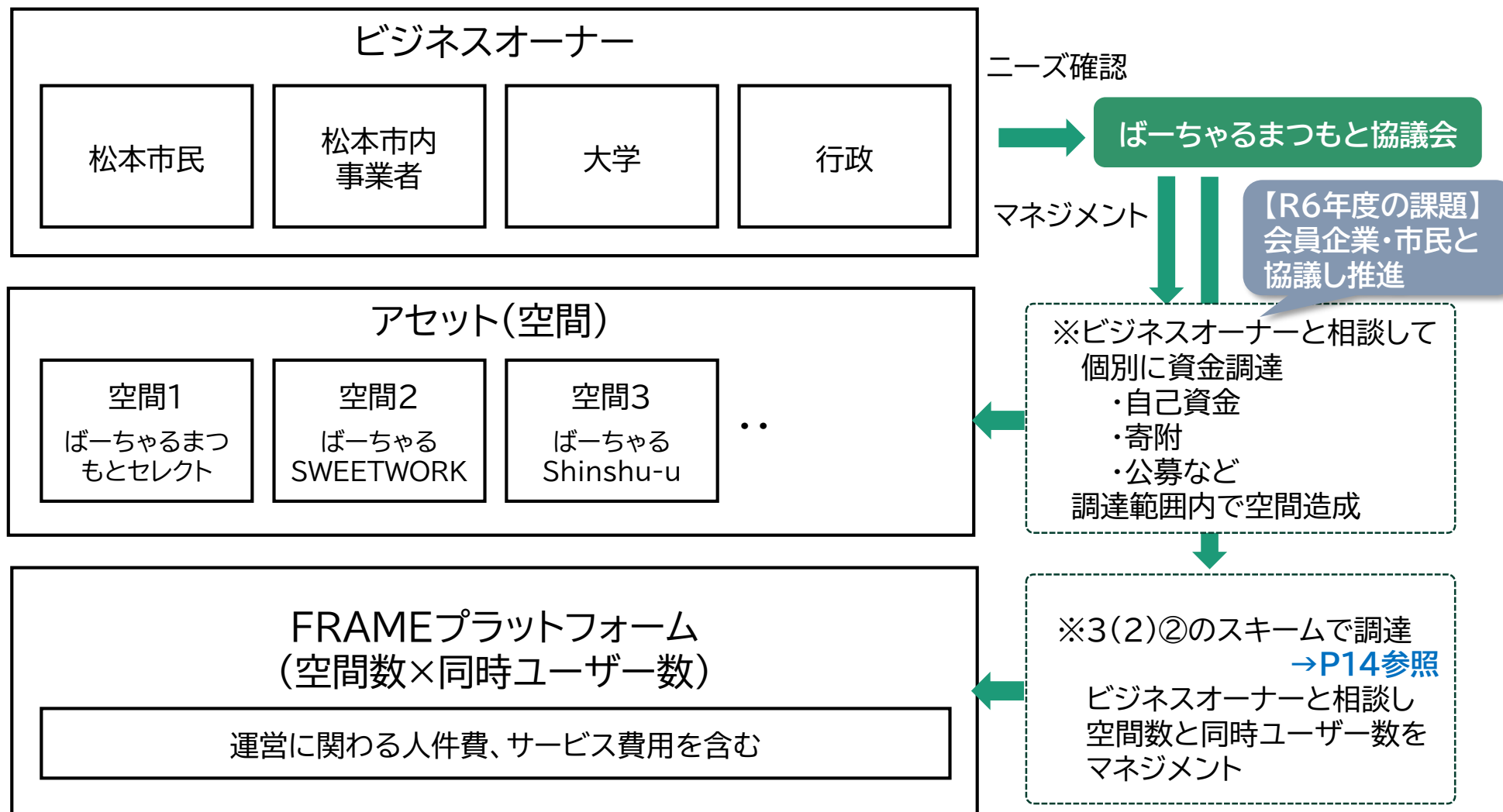
②産官学民連携の新たなエコシステム →松本の「助け合う文化」「民度の高さ」で実現できる!



(3) 運営資金繰りに対する考察

定常的な維持費用と、テンポラリーな空間造成費用の資金源を整理

「ばーちやるまつもと」のアーキテクチャー

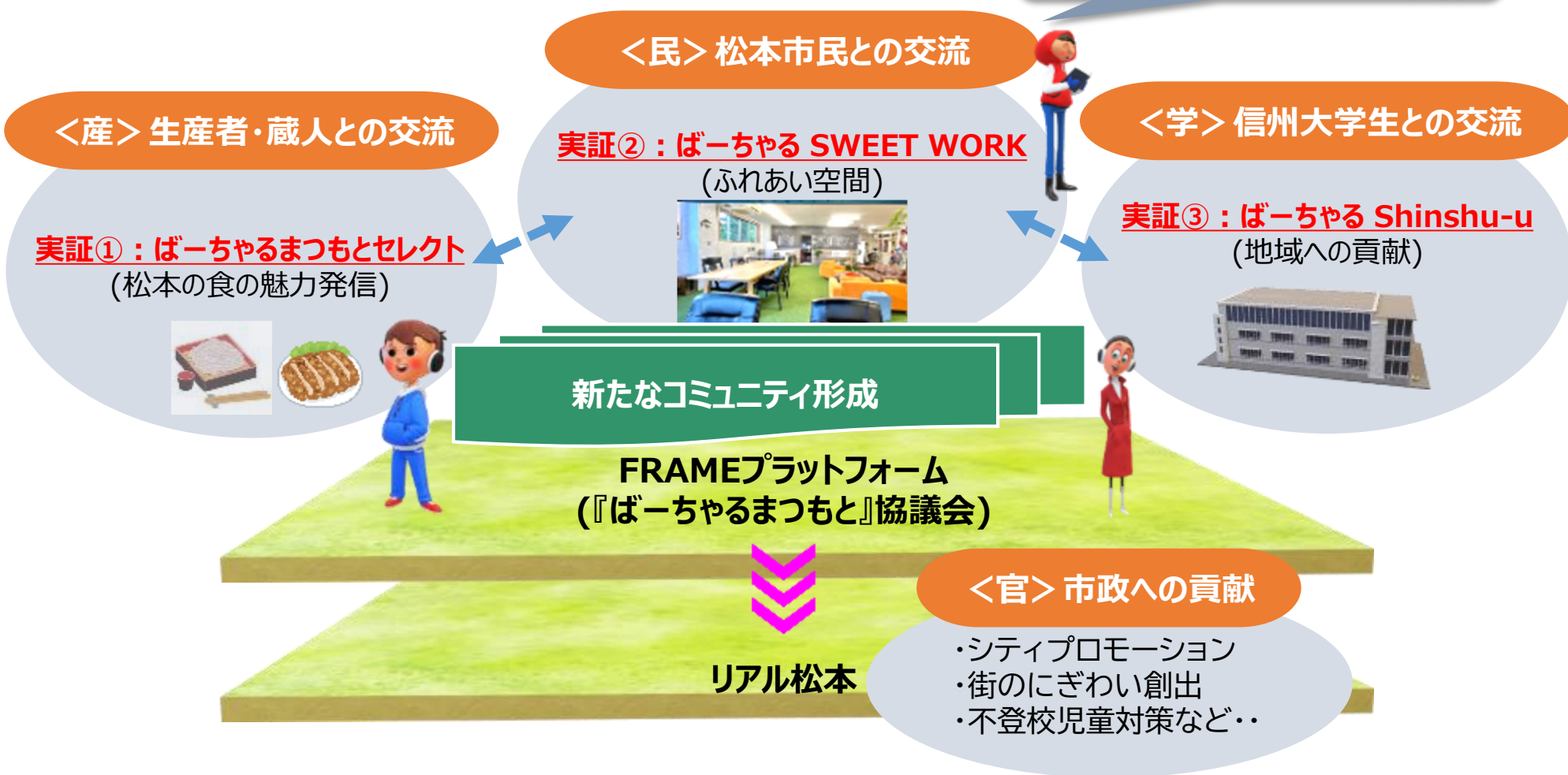


(4)産官学民連携の取り組みの可能性に対する考察

- 「ばーちやるまつもと」は産官学民連携を実現する新たなエコシステム形成を目指すことができる
→図2のとおり(実現イメージ)

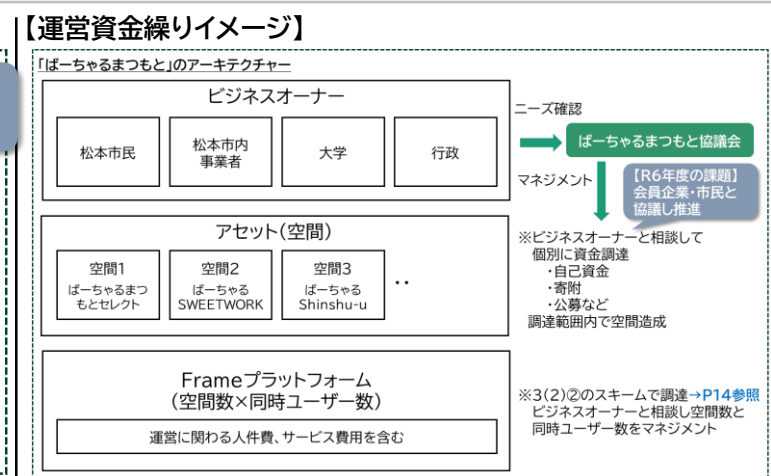
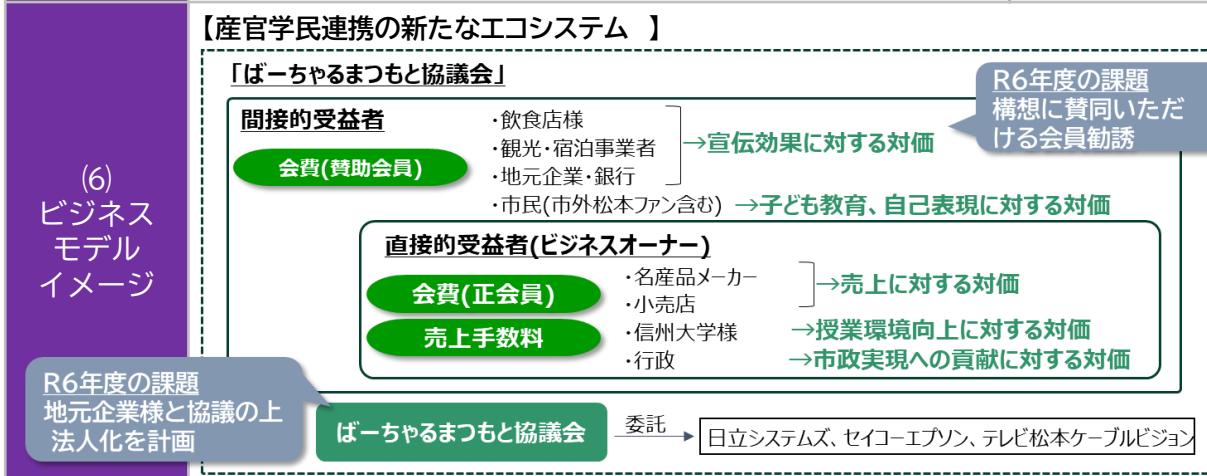
図2. R6年度実証事業の構成案

【R6年度の課題】
市民主体での推進枠組み構築
(市民主体でのリビングラボなど)



<p>(1) プロジェクト 名称</p>	<p>“ばーちやるまつもと” による市民主体のシティプロモーション</p>	<p>(2) 事業 費</p>	<p>3年間の事業費 26,000千円 (R5年度：1,000千円 R6年度：15,000千円 R7年度：10,000千円)</p>
<p>(3) 目的、 将来像</p>	<p>【目的】1. 残すべき松本の歴史・自然・芸術・文化を伝承 2. 日本中および世界中の松本ファンをつなぐ 3. 新たなビジネス機会を生み出す 【将来像】産官学民連携で新たなエコシステムを形成する</p>	<p>(4) 現状、 課題</p>	<p>1. 松本の魅力が分かりやすく発信されていない 2. 松本の魅力が松本市民にも浸透されていない 3. 観光現場ではオーバーツーリズムが顕著である(上高地、松本城) 4. 地元企業のDX活用が積極的に進められていない</p>

- (5)
サービス
- メタバースプラットフォーム(株式会社「FRAME」)
 - ①ブラウザ対応プラットフォーム
 - ②利用者はアバターとなりメタバース空間内を自由に探索、自由にコミュニケーションが可能(47か国多言語翻訳)
 - ③「Blender」「Ready Player Me」「3DLider」「GoogleStreetView」など汎用ツールとのAPI装備
 - AIバーチャルガイド(日立システムズ)
 - ①AIチャットボット技術活用
 - ・Q&Aを学習し想定したシナリオに基づき問い合わせ対応実施
 - ②生成AI技術(ChatGPTなど)活用
 - デジタルマーケティングプラットフォーム(日立システムズ)
 - ①“ばーちやるまつもと” 利用者のメタバース空間内の行動履歴を管理する。
 - ②“ばーちやるまつもと” 内で活用できるポイントシステムの導入検討を進め、リアル松本への誘客促進策など参入企業の価値につながる施策を検討する。→本番環境で実装検討



【テーマ①：こどもたちに残したい松本の魅力とは何か・・・】

人

- ✓ 楽しそうな大人が沢山いること
- ✓ イベント好きな気質
- ✓ 歴史を守る市民力の高さ
- ✓ 民度(文化レベル、教育レベル)の高さ

食

- ✓ 野菜がとにかく美味しい
- ✓ 水が美味しい
- ✓ 地元の食材を活用した料理が美味しい
- ✓ 各家庭に美味しさの秘密

立地

- ✓ 信州はテーマパーク、松本はHUB拠点
- ✓ 遊びの選択肢が豊富
- ✓ 都会でありながら、自然が身近、歴史も感じられる稀有な街

自然

- ✓ 自然が身近(北アルプス、山林)
- ✓ 過ごしやすさ(気候)
- ✓ アルプスを背景に稲穂が揺れる田園風景

歴史

- ✓ 城下町の歴史、松本ならではの町割り
- ✓ 伝統行事(ぼんぼん祭り、松本まつり、火祭り、奈川獅子)とその歴史
- ✓ 近代松本の歴史、製紙産業の歴史

文化・芸術

- ✓ 鈴木メソード、OMF
- ✓ 楽器メーカーが多く、街じゅうにピアノ
- ✓ 手仕事の職人が多い
- ✓ 全国中のクラフトの魅力が松本で見れる

【テーマ②：魅力をメタバースでどう伝えるか・・・】

リアルではできない体験

- ✓ できそうでできない体験
 - ・畑仕事、お菓子(おやき)作り、女鳥羽川下り
 - ・生産者や職人との触れ合い
- ✓ ありえない体験
 - ・城攻め(武士/ゴジラ)、築城(石を積む)
 - ・山小屋で買い物したものが配達
 - ・山とお城をつなぐジップライン
- ✓ 夢のある体験
 - ・「バーチャル小澤征爾」の指揮体験
 - ・子ども市長体験(公約発表)
- ✓ 現実的な対策体験
 - ・災害対策(サバイバル体験、シミュレーション)

誰でも気軽にイベントが開催

- ✓ 子供たち中心のバーチャルコンサート(世界中の子どもたちがジャンルを問わず参加)
- ✓ 松本城のお堀でコンサート
- ✓ アバターでいつでも祭り体験
- ✓ バーチャルタウンミーティング(市長発表)

時代を超えた体験ができる

- ✓ 縄文～近代までタイムスリップ(歴史教育)
- ✓ Googleストリートビューで現代と比較(家の周りはどうであったか散歩)
- ✓ 昔のお祭り復活(初市の宝船など)
- ✓ ちんちん電車復活(～浅間温泉)
- ✓ 昔の日々の生活、食生活体験
- ✓ 今なら怒られる体験(お堀でスケート、立ち入り禁止区域侵入など)
- ✓ 松本舞台の本や映画の主人公

普段と違う視点で街を体験できる

- ✓ 常念岳の頂上にワープ
- ✓ 鳥の目線で街を見る
- ✓ 湧き水の源流たどり
- ✓ 岩視点(ゲームあり)、高山植物視点
- ✓ 松本城をいろんな角度で見る(景観を妨げるビルを消してみる)

アバターによるハイブリット授業環境を提供、ブラウザで動作するのでPCやスマートデバイスなどマルチデバイス環境で授業に参加することが可能です。

【東北大学での事例】 ※(株)ガイリンク事例

<https://www.asahi.com/thinkcampus/article-100423/>



2021年前期より「国際共修授業」を対面×リモートの「協働型HyFlex授業」を実施



以下課題が顕著に

- ①オンラインの参加者が対面参加者に話しかけにくいという「心理的な壁」
- ②対面参加者はカメラオフの黒い画面(オンライン参加者)に話しかけることが苦痛



2021年後期よりソーシャルVRプラットフォーム(株)ガイリンクを活用

- ①対面参加者、オンライン参加者受講者とも、アバターでメタバース内「教室」に参加
- ②海外にいるオンライン参加者も対面参加者と同じ仮想空間上でディスカッション



評価

- 「同一空間にいるように感じられる」
- 「アバターのほうが話しかけやすい」
- 「グループ発表のリアクションも平等に見ることができる」

デジタル松本市民
(松本ならではのコミュニティ)

国内外の若者
(世界に開かれた大学)

松本の
自然

松本の
食

松本の
歴史

松本の
芸術

松本の
こどもたち

松本
キャンパス

長野
キャンパス
(工学、教育)

上田
キャンパス

伊那
キャンパス

松本市民

松本ファン
国内・国外

アバター
コミュニケーション

留学生

インターン

海外
提携校

『ばーちやるまつもと』

『Virtual Shinshu-u』

① 信州大学生のお薦めマップ
(デジタルマップ)

② バーチャル謎解きイベント
(松本市民・地域事業者連携)

③ 信州リビング・ラボ連携
「防災減災」「健康長寿」など

※プルグラデザイン様連携

FRAMEプラットフォーム
『ばーちやるまつもと』

リアル松本への誘客

リアル松本

参考：内閣府「メタバース上のコンテンツ等をめぐる新たな法的課題等に関する論点の整理」**(1)現実空間と仮想空間を交錯する知財利用について**

- ①現実空間にある著作物を利用するケース
商品や建物デザイン、商品ブランド、看板、音楽、映像、写真、キャラクターなど
- ②仮想空間で新たに生まれる作品の権利
3Dオブジェクト、3Dアバター、NFTなど

(2)アバターの肖像等に関する取り扱いについて

- ①実在の人物の肖像が移りこむケース
- ②実在の人物の容貌をリアルに再現したアバターが無断で作成・使用されるケース
- ③創作されたデザインのアバターの模倣、のっりのケース
- ④アバターの実演に対する「著作隣接権」の扱い

(3)アバター間の行為をめぐるルール形成、規制措置等について

- ①想定される事案
表現や言動にかかる事案(わいせつ表現、差別表現、ひぼう中傷、脅迫等)
身体的行動にかかる事案(痴漢、つきまとい、のぞき、暴力行為等)
新しいタイプの事案(アバターサイズを巨大化して他者の視界を遮る)
- ②プラットフォームの対応・利用規定の明確化、テクニカルな対応
- ③被害ユーザー自身の対抗措置(発信者情報開示制度運用の明確化など)

出典：内閣府ホームページ（https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/metaverse/pdf/ronten_seiri.pdf）
本項は上記出典をもとに株式会社日立システムズが作成したものです。

NO	自治体名	取り組み	区分
1	山口県萩市	「ふるさと納税キャンペーン」 ※ふるさと納税返礼品の展示会	マーケット
2	佐賀県嬉野市	「デジタルモール嬉野」 ※コイン収集、景品ガチャ、リアルクーポン	マーケット
3	島根県松江市	「しまね縁結び商店街」 ※バーチャル物産展【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	マーケット
4	長野県阿智村	「阿智村メタバース商店街」 ※昭和の阿智村商店街で買い物体験	マーケット
5	沖縄県	「バーチャル沖縄」 ※バーチャル空間内でのイベント開催など	マーケット
6	鹿児島県日置市	「ネオ日置計画」 ※激しい鹿児島弁を語る日置市民との交流	コミュニケーション
7	静岡県藤枝市	「メタバース体験商談会」 ※ビジネスマッチング【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	コミュニケーション
8	千葉県かずさ4市	「かずさメタ婚」 ※婚活イベント【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	コミュニケーション
9	山梨県北杜市	「メタバース婚活」 ※婚活イベント【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	コミュニケーション
10	奈良県宇陀市	「メタバース婚活」 ※婚活イベント【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	コミュニケーション
11	福井県越前市	「こころの保健室」 ※ひきこもりの問題を抱えている人や家族の相談	コミュニケーション
12	愛媛県	「不登校の子の学びをメタバースで支援」 ※教育委員会【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	コミュニケーション
13	埼玉県	子どもや若者が安心して過ごせるバーチャルな拠点をメタバース上に整備する	コミュニケーション
14	北海道帯広市	オンライン教育支援センター「ひろびろチョイス」、～Choice/Connect/Cheer～	コミュニケーション
15	秋田県	「あきた移住・交流メタバース万博」 ※移住支援情報収集や相談	コミュニケーション
16	長崎県佐世保市	「針尾送信所」 ※重要文化財のデジタルアーカイブ(VR)	シティプロモーション
17	兵庫県養父市	「バーチャルやぶ」 ※吉本コラボイベント、バーチャル観光ツアー	シティプロモーション
18	長野県安曇野市	「観光プロモーション」 ※若者向けプロモーション、首都圏女子大生活用	シティプロモーション
19	埼玉県さいたま市	「さいたまルーム」 ※メタバース空間における行政サービス運営【 ㈱ガイアリンクサービス利用 】	シティプロモーション
22	長野県伊那市	バーチャル空間を回遊しながら「暮らし」「しごと」「学び」「自然文化」体験	シティプロモーション
21	奈良県奈良市	「NFT写真美術館」 ※入江泰吉氏のデジタル化、NFT化	アート
22	新潟県長岡市	「仮想山古志プロジェクト」 ※NFT(電子住民票)、デジタル村民選挙	アート

本資料に記載の会社名、製品名はそれぞれの会社の商標または登録商標です。