

さいたま市地域交通共創人材・コーディネーター育成事業

第4回ワークショップについて データを活用した地域課題解決の在り方

令和6年1月22日（月）

場所：浦和コミュニティセンター15集会室

さいたま市スマートシティ推進コンソーシアム

4回目ワークショップの予定

1 本事業および第4回WSについて

13:00~13:05

2 講師のご紹介

3 前回の振り返り、役割分担の確認、 本日の具体化・詳細化ポイントを明確化

13:05~13:20

4 ビジネスモデルのブラッシュアップ

13:20~15:20

5 各グループ結果発表

15:20~16:20

6 総評、閉会

16:20~16:40

※休憩は各自で適宜取得してください

講師のご紹介

データ利活用による地域課題解決に活躍される講師 (※敬称略)

講師

株式会社国際経済研究所
非常勤フェロー・JCoMaaS 理事

宮代 陽之

みやだい はるゆき



プロフィール

- モビリティと都市・社会の関係とその変化に注目し、内外動向調査・分析に従事
- 現在はMaaSやスマートシティの日本での実装・実践に関する課題や機会について取り組む

講師

東京都立大学
教授

相原 健郎

あいはら けんろう



プロフィール

- 情報学的観点からの行動把握、行動変容に関する認知モデル、方法論、および、システムに関する研究に取り組む
- また、文化・芸術における知の共有などに関する研究にも従事

4回目のサマリ

前回構築した対策案の仮説を、データ分析等を通じて改善・ブラッシュアップを行い、全員での成果共有を目的とした発表という流れで進行する予定



• 分析による達成目標・目的を明確化

• 解決課題を特定

• 課題要因を推測、仮説を立案

• 仮説実証のための適切なデータを収集

• 収集データを分析、可視化

• 「①目的」~「⑤分析」までの流れを検証

これまでの議論と 今日のポイント

1Gのワーク結果：データ分析を通じて得た仮説

埼玉スタジアム試合開催日をテーマにイベント輸送のビジネスモデルを検討

解決したい課題・問題

レッズスタジアムでの試合開催時における、美園駅周辺の混雑緩和のための公共交通利用促進

対策案を設定するための仮説

新規路線として浦和線に需要があるのではないか

データ分析結果

<潜在需要はどれくらいありそうか？>

- ガンバ戦（2023.5.14）のスタジアム来訪者のサンプル数は1480人
- スタジアム訪問者のうち、浦和線が利用しやすい浦和区・中央区・桜区居住者の割合は約10%（=151人／1480人）
- 浦和区・中央区・桜区のスタジアム訪問者のうち、電車（武蔵野線）で来ている人は約37%（=56人／151人）
→公共交通に転換できる可能性のある潜在需要（自家用車利用者）は約63%（=95人／151人）
→**スタジアム来訪者のうち約7%（=95人／1480人）が特に着目するターゲット**

<どの時間帯に代替サービスを提供すればよいか？>

- 試合開始時間16:00に対し15時台到着が多くを占め、**さいたま市内での移動は14時頃から開始**していると想定される

<連携可能性のある事業者はいないか？>

- 試合終了後には浦和美園駅のイオンの来訪者も多く増え**、試合終了後には商業施設のニーズが高いと考えられる

分析を通じて得た 対策案としての仮説

- 463号線手前まで自家用車、そこからピストン輸送により渋滞解消可能。イオンとの連携で効果UP
→**イオンとはどのような連携が考えられるか？**
- 鷺山公園の駐車場をパークアンドライドの拠点として活用可能では？
→**さらに収益を上げるようなサービスに展開できないか？（BBQ？グッズ販売？）**

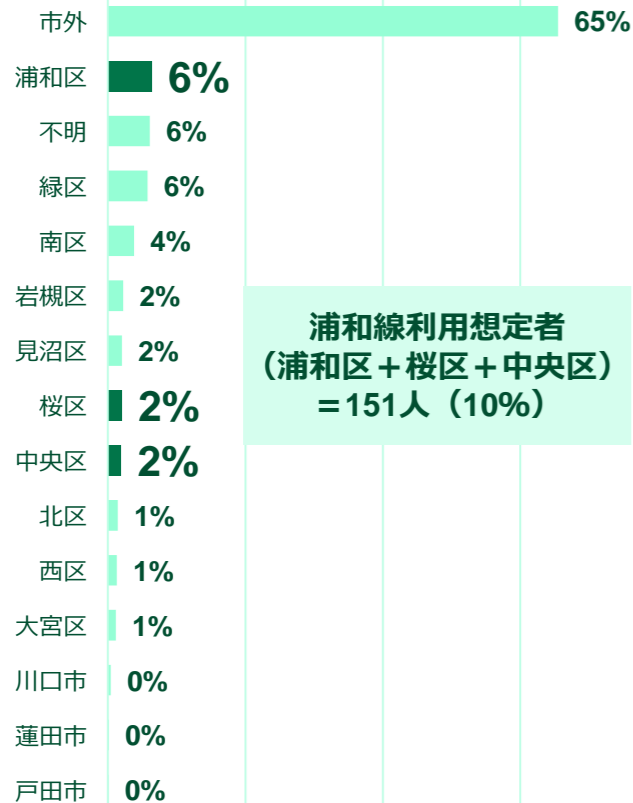
1Gのワーク結果

埼玉スタジアム試合開催日をテーマにイベント輸送のビジネスモデルを検討

来場者の居住地の割合を可視化

埼玉スタジアム訪問者の居住地構成
(ガンバ戦：2023.5.14)

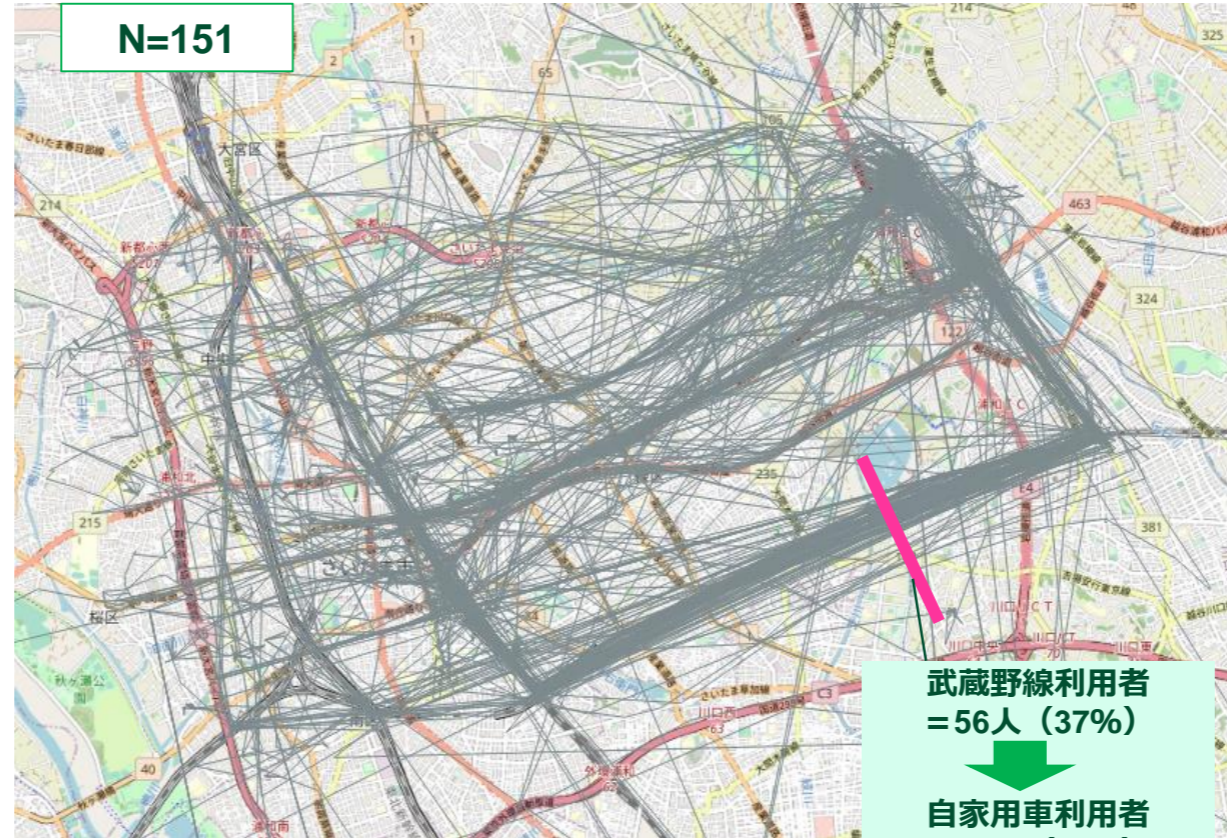
N=1480



移動を可視化し移動手段構成を把握

浦和線利用想定者の利用経路

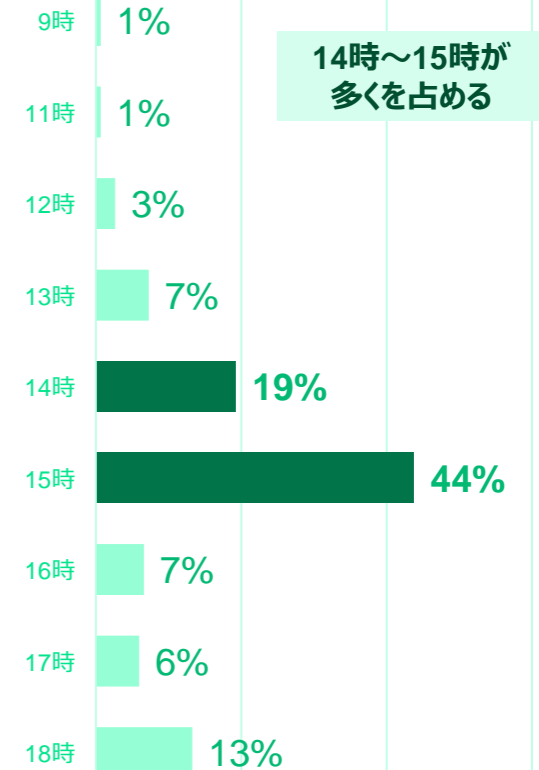
N=151



到着時間を確認

浦和線利用想定者の到着時間

N=151



2Gのワーク結果：データ分析を通じて得た仮説

NACK5スタジアムとウォーカブルをテーマにビジネスモデルを検討

解決したい課題・問題

NACK5スタジアムでの試合日において、周辺の渋滞緩和と寄り道先を充実させることによる消費活性化

対策案を設定するための仮説

スタジアムでの試合終了後、大宮駅利用者は滞在時間が長く消費が多いのではないか

データ分析結果

<スタジアム来場者はどこから来ているのか？>

- ・ スタジアムでイベントがあった日に着目し、POI_HOMEを集計・可視化。**3分の1以上が市外から来ていることがわかった。**

<スタジアム来場者はどんな交通手段で来ているのか？>

- ・ 動線が線路や道路に重なっていることから移動手段を推測、渋滞状況に着目（スタジアムは大宮駅から徒歩20分）
- ・ 動線がアウェイチームの本拠地とスタジアム間で多いことから、**市外から観戦に来る人＝アウェイチームであると推測。**
 - ・ 仙台戦（5/21）は自動車と新幹線の両方で来ている
 - ・ 水戸戦（6/3）は自動車と在来線の利用が多そう

<イベント当日の観客動員数も合わせて確認>

- ・ 5/21 8000人、6/3 5000人

分析を通じて得た
対策案としての仮説

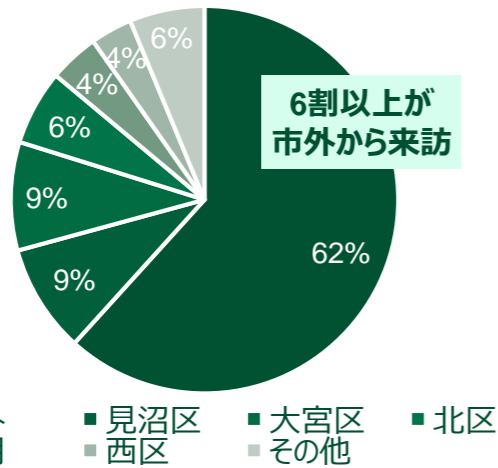
- ・ **ウォーカブル環境**を活かした歩行者向けの施策はないか
- ・ 歩行者をさらに増やすため、マイカーから歩行への**モーダルシフト**を実現する施策はないか
- ・ 回遊性を高めるため、**パークアンドライド**等のアクセスポイントの整備が必要
- ・ **グリーンスロー**との共存も考えられないか

2Gのワーク結果

NACK5スタジアムとウォーカーブルをテーマにビジネスモデルを検討

来場者の居住地の割合を可視化

スタジアム来場者の居住地の割合（5月21日）



5月21日

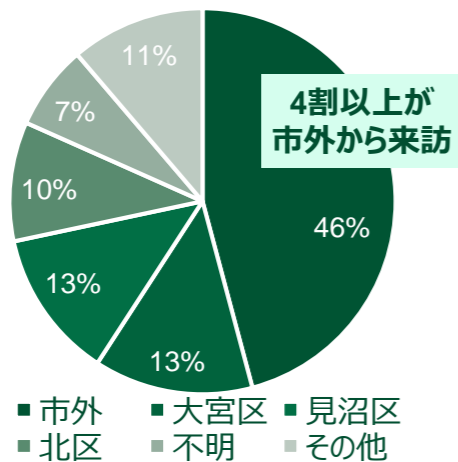
マクロの移動線を確認



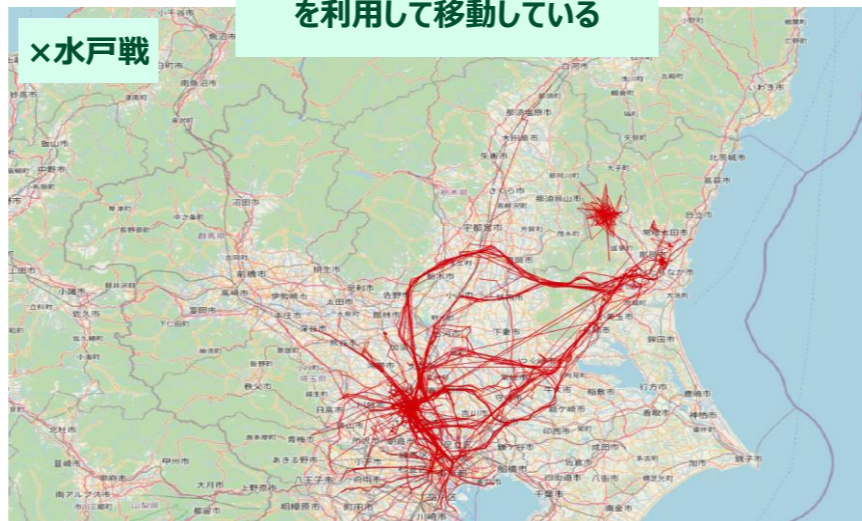
NACK5周辺の移動と滞留を確認



スタジアム来場者の居住地の割合（6月3日）



6月3日



3Gのワーク結果：データ分析を通じて得た仮説

さいたまスーパーアリーナをテーマにイベント時の回遊性向上のためのビジネスモデルを検討

解決したい課題・問題

新都心さいたまスーパーアリーナでのイベント日における、周辺エリアの消費活性化

対策案を
設定するための仮説

イベント来場者はイベント終了後、周辺エリアに滞留せず移動してしまうのではないか

データ分析結果

<イベント終了後、来場者はどのような動きをしているのか？>

- 5/13（土）のイベント終了後、市民を除く人の18-20時の2時間の滞留箇所を可視化・特定
→ **周辺滞留は25%**（内コクーン20%、大宮駅東口5%）、周辺以外75%
- 滞留者を年代別にみると、**最も多いのは50代（37.7%）**、次に30・40代（20.8%）
→ 滞留していない20代はお金がなく、60代は疲れて帰宅してしまうと推測

<年代別に行動パターンが見られるのではないかと？>

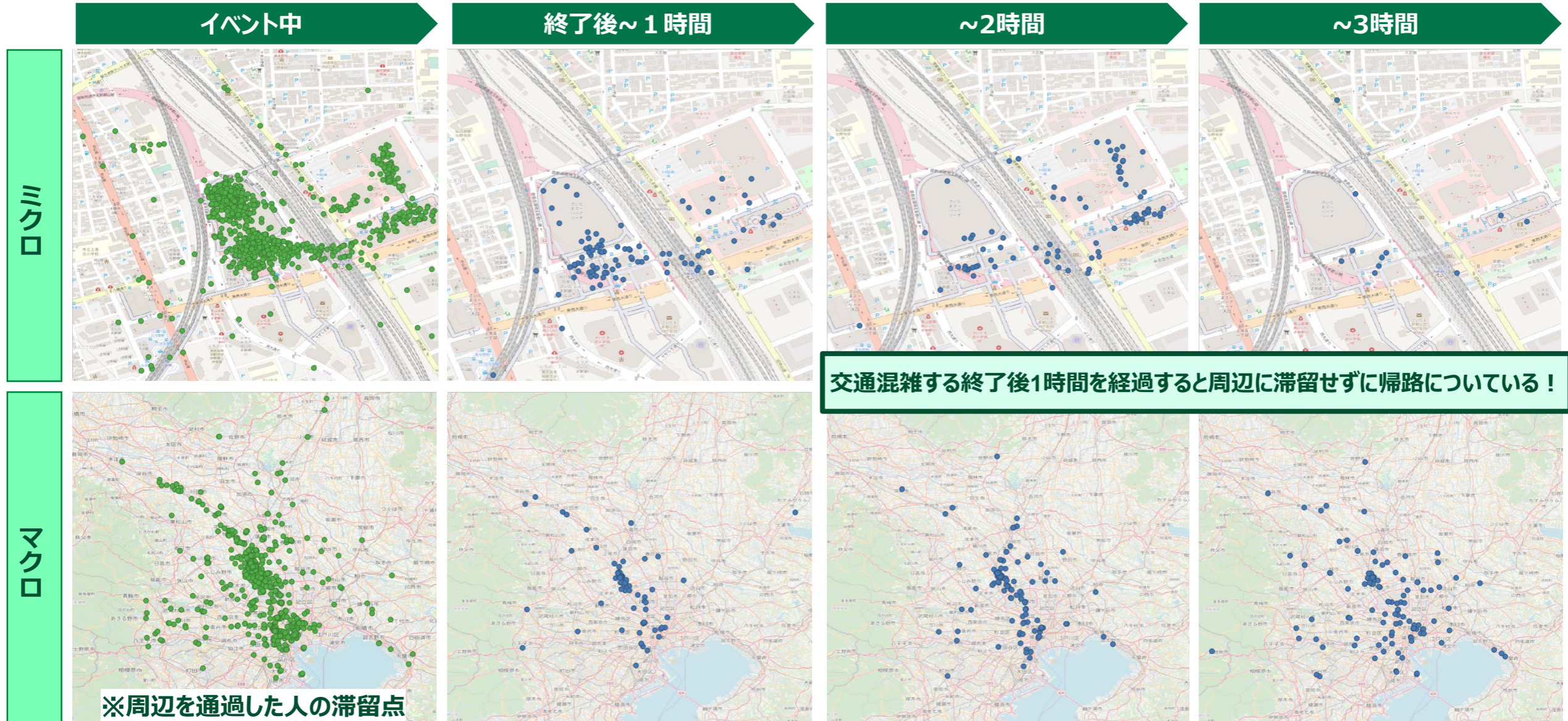
- 20代は帰宅又は東京へ流出
- 30代・40代は幅広く行動
- 50代・60代は周辺に留まる傾向

分析を通じて得た
対策案としての仮説

- 20代を滞留させるような施策はないか。50代にもっと快適に滞留してもらい消費を活性化させる施策はないか
→ キッチンカーの配置、周辺エリアでイベントに関連したコンテンツを用意する
- 周辺ではなく少し分散させる施策はないか
→ **シェアモビリティ**等の利用促進、**宿泊者対策**を検討

3Gのワーク結果

さいたまスーパーアリーナをテーマにイベント時の回遊性向上のためのビジネスモデルを検討



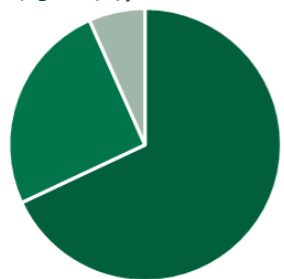
3Gのワーク結果

イベント来訪者の属性と行動エリアを確認しながら仮説を検討

5月13日のイベント終了後（18時～20時）の滞留点を年代別に可視化

アリーナ立ち寄り総数内 市外居住者の滞留場所（5月13日）

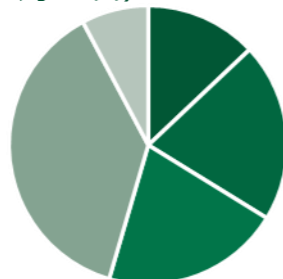
周辺滞留は25%
（内コクーン
20%、
大宮駅東口5%）



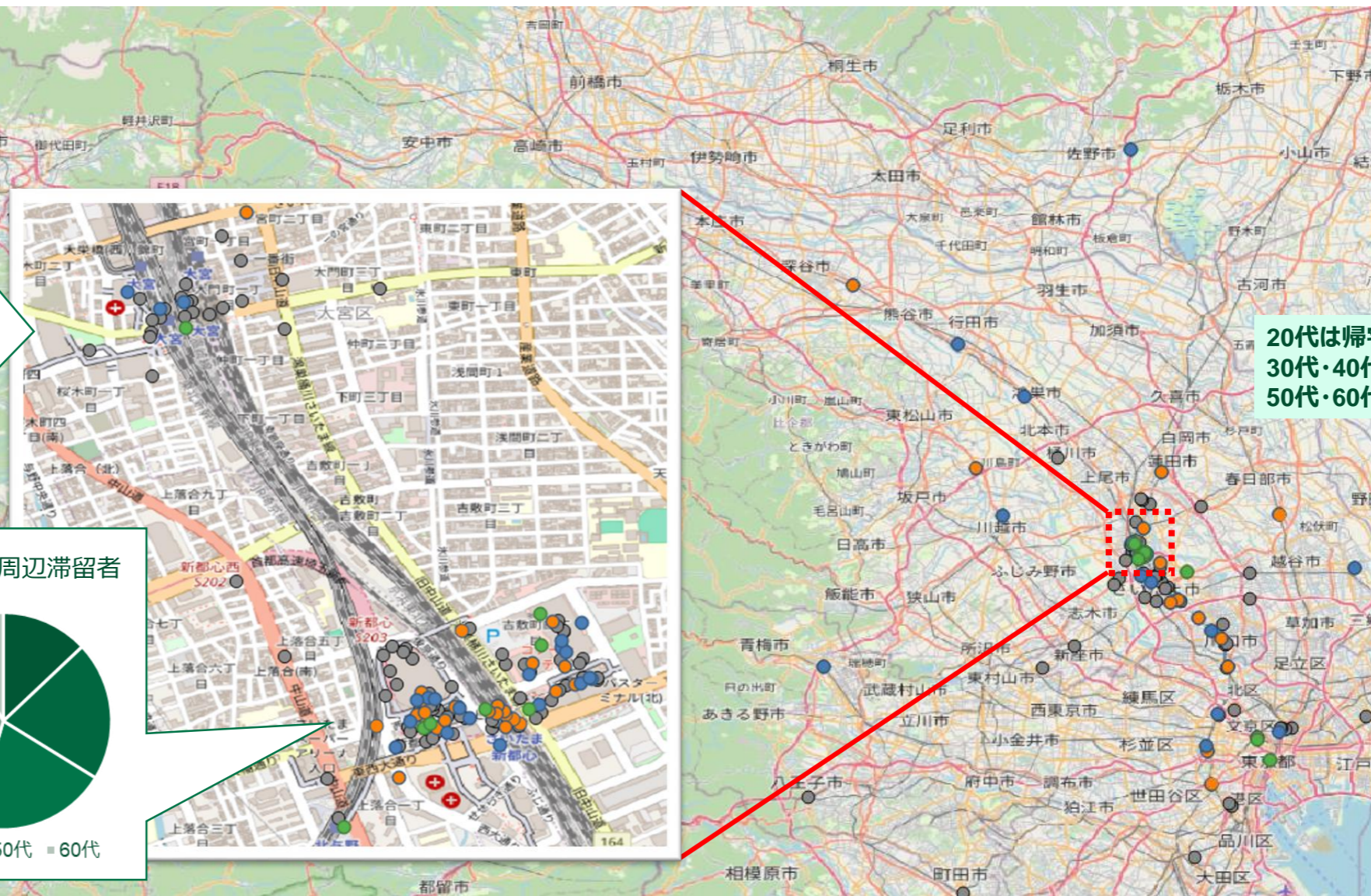
■ その他 ■ コクーン ■ 大宮駅東口

年代別イベント後アリーナ周辺滞留者
（5月13日）

50%以上が
40代以上



■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代



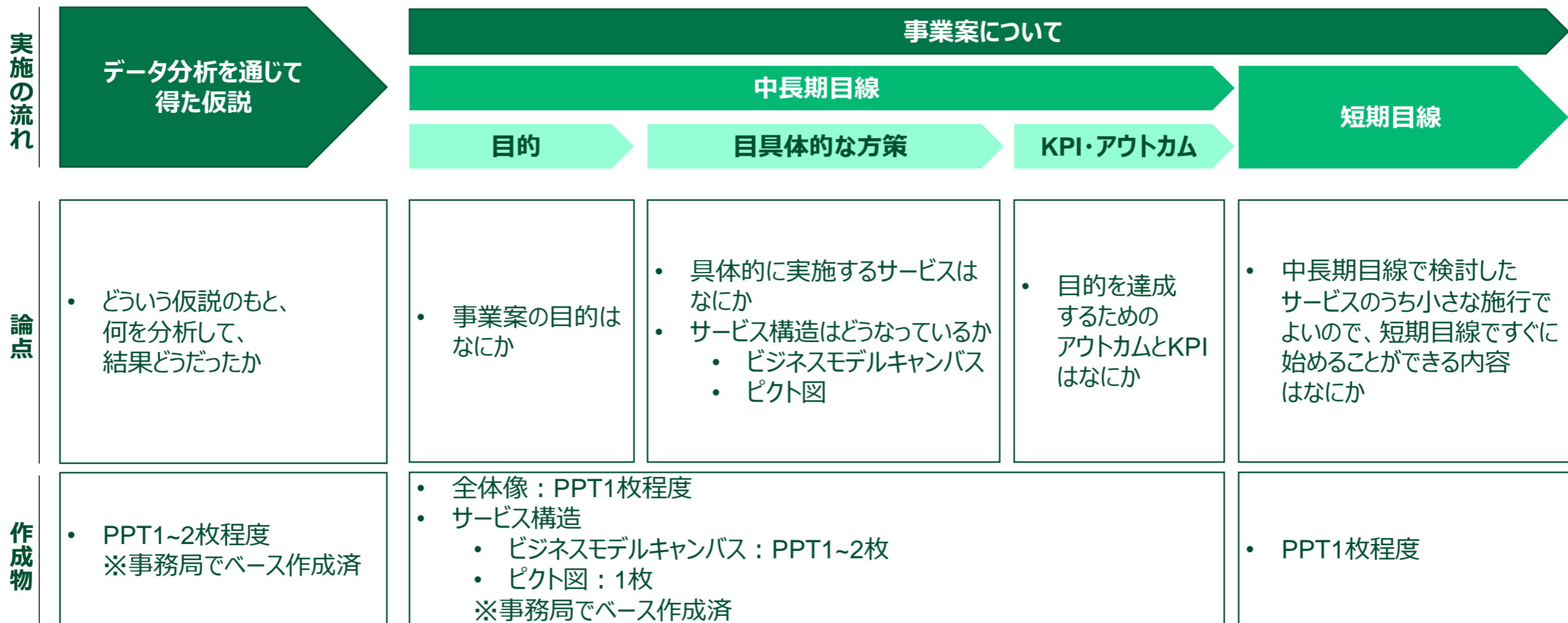
20代は帰宅又は東京へ流出
30代・40代は幅広く行動
50代・60代は周辺に留まる傾向

凡例

- 20代
- 30代・40代
- 50代・60代
- 全滞留点

本日のポイント

中長期目線での課題解決を念頭に 短期で手軽に実施可能なモデルをまとめてください



本日のポイント

第3回の講師コメントを意識しながらワークを進めてください

グループ1

- **見えている受益者（イオンやレッズ）をどう巻き込むか、他に巻き込める事業者はいないか**を考えることでおカネがついてくる
- 公園に集めた人は他の収益源に出来るかもしれないし、他のモビリティを考えてもよい

グループ2

- アルディージャ、地域通貨、ナポリタンをポテンシャルの高いツールを使って、**どうやって地域の消費拡大だけでなく混雑緩和につなげるか**
- 鉄道だけでなく車で来た人をどこに停まってもらおうとよいか、歩いてもらうための仕掛けづくりはないかなどを考えてもよい

グループ3

- サービスが来るという観点や、押しグループができた後に活動範囲を広げるといった**モビリティの要素でさらなる周辺活性化につなげるとなるとよい**
- どういう移動の仕掛けがあればさらに利用者が楽しくなるか

ビジネスモデルキャンバス

ビジネスモデルキャンバスでの考察のポイント

他のグループと相互に共通する点と相違する点を考えてみる。

主なパートナー

主な活動

価値提案

顧客との関係

顧客セグメント

どのようなパートナーと協業できるか

どのような活動とリソースと変換

どんな価値と用いるか

どのように顧客と関係を築くか

誰に価値を届けるのか

誰と何を何のためにどう組むか？
どんなシナジーが生まれそうか？

「サービスの受益者」は他にいないか？
顧客に届けるために他の手段はないか？

必要なリソースはどれくらいか

共創としてどういう掛け算が生まれたか？

どのような経路で届けるか

モビリティ×○○＝効果は何？ 評価指標は？

コスト構造

収益の流れ

どのようなコストが発生するか

来年度以降の施策・事業として、ヌケモレ、効果が見込めるものか？
なぜか？ +αを狙うためには何を取り組めばよいか？

どのような仕組みで収益を生むか

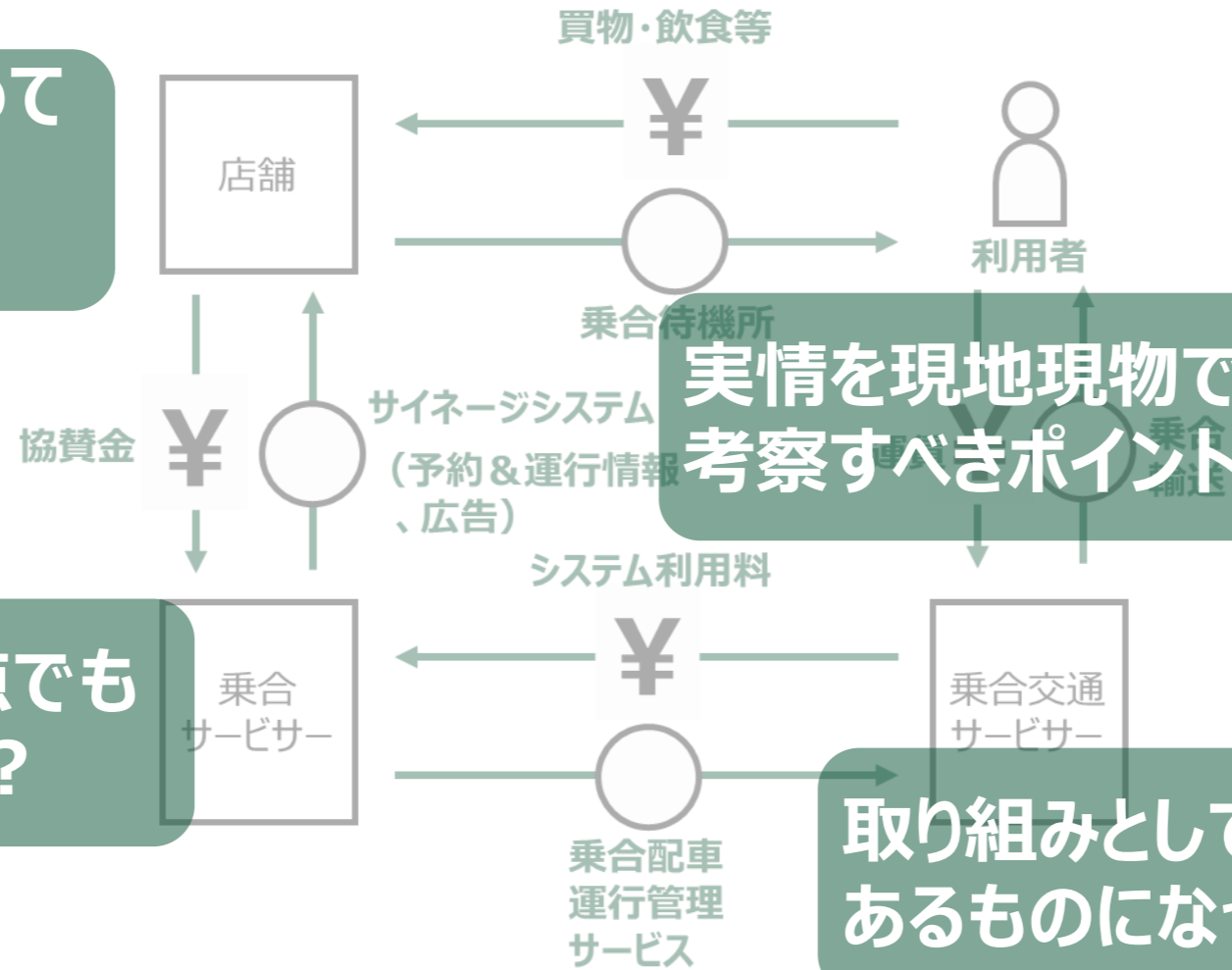
ピクト図を活用したブラッシュアップ

ピクト図を使った考察のポイント

例) 乗合交通のビジネスモデル

妄想から始めて
具体化してい
く。

三方良しの視点でも
成立しているか？

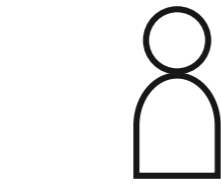


実情を現地現物で確認して
考察すべきポイントはどこ？

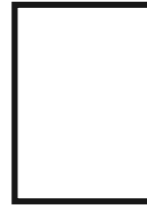
取り組みとして実行性・実効性が
あるものになっているか？

前回の作業結果と 本日の作業フォーマット

サービス構造（ピクト図）を考える際に使用するパーツ



利用者・関係者など



重要な主体



〇〇会社・関連会社など



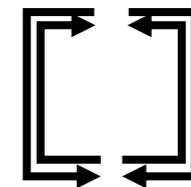
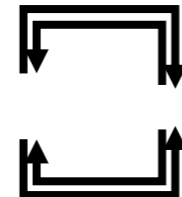
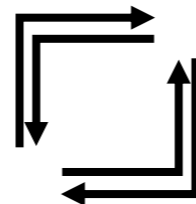
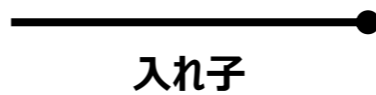
情報

¥
カネ



モノ

「どのように」などの
事業案のポイント



(関係性の各種パーツ)

グループ 1

1Gのワーク結果：事業案の全体像

事業案としてP&R＋地域活性化の事業者連携について検討

解決したい課題

レッズスタジアムでの試合開催時における、美園駅周辺の混雑緩和のための公共交通利用促進

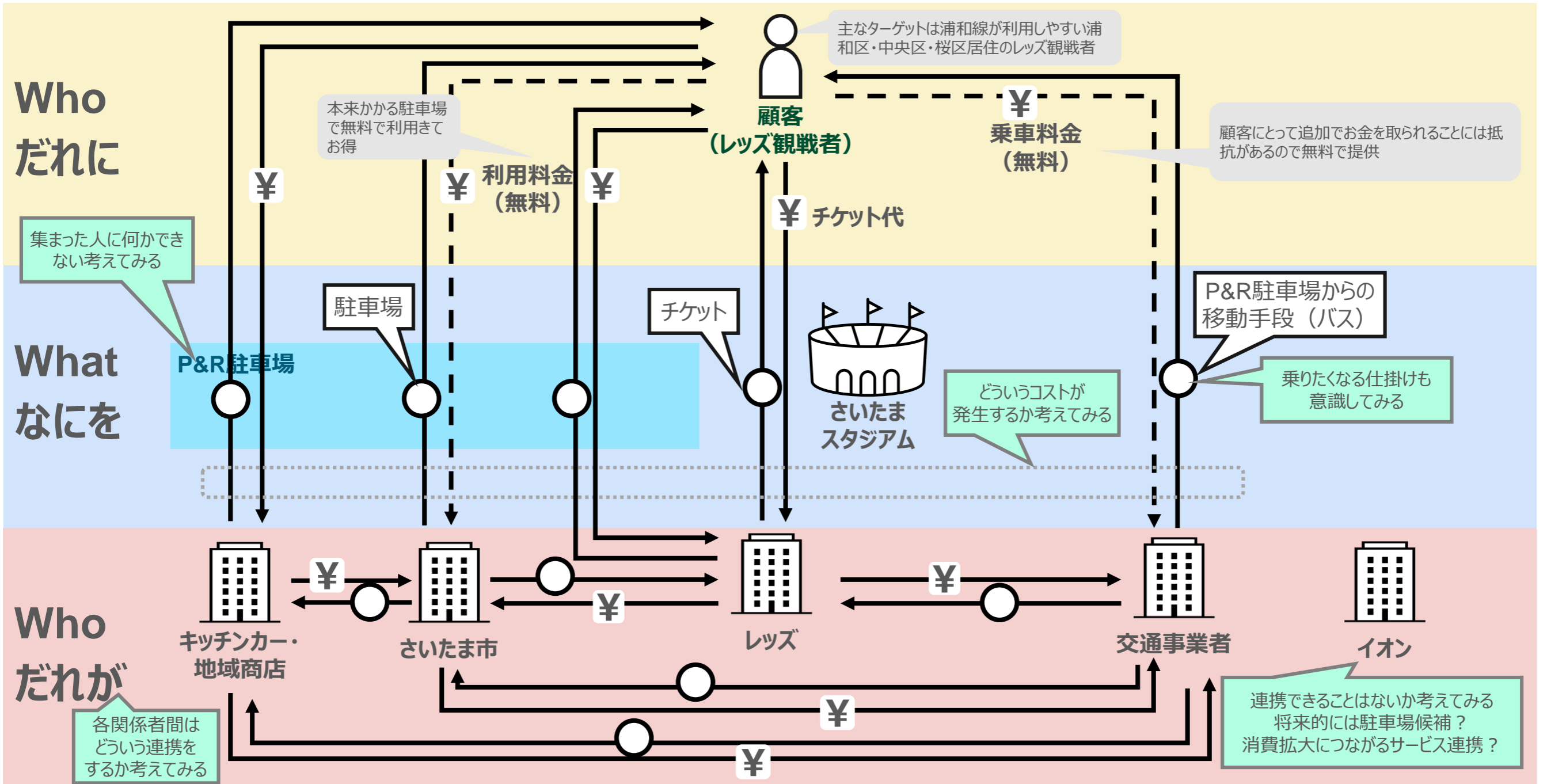
具体的な方策

- **パーク&ライド施策の整備**
 - ・ 駐車場整備：鷲山公園
 - ・ 駐車場からさいたまスタジアムまでの移動手段：臨時バスの運行
 - ・ 誘導施策
 - ・ 限定グッズ（〇〇〇〇）
 - ・ 割引（〇〇〇〇）
- **P&R利用促進および地域活性化のための事業者連携**
 - ・ イオン：〇〇〇〇
 - ・ レッズ：〇〇〇〇
 - ・ 地域商店：〇〇〇〇
 - ・ その他（〇〇）：〇〇〇〇

アウトカム：KPI

- **公共交通利便性向上：**
 - ・ レッズ戦時の交通分担率の向上（自家用車分担率の減少）
- **まちの渋滞緩和：**
 - ・ レッズ戦時の美園地域の平均旅行速度向上
- **地域内への訪問・消費活動に対する渋滞による機会損失の緩和・解消：**
 - ・ レッズ戦時の美園地域への来訪者数増加
 - ・ レッズ戦時の美園地域での消費額増加

1Gのワーク結果：事業案のサービス構造（ピクト図）



1Gのワーク結果：事業案のサービス構造（ビジネスモデルキャンバス）

<p>主なパートナー</p> <p><交通関係></p> <ul style="list-style-type: none"> 国際興業 駐車場事業者 <ul style="list-style-type: none"> 鷲山公園 <p><サッカー観戦関係></p> <ul style="list-style-type: none"> 埼玉スタジアム2020 浦和レッズ <p><付属事業関係></p> <ul style="list-style-type: none"> イオン キッチンカー事業者 美園地域の商店等 グッズ販売者 (その他には. . .) BBQ事業者 <p><行政関係者></p> <ul style="list-style-type: none"> さいたま市 	<p>主な活動</p> <p>例えば...</p> <ul style="list-style-type: none"> バスのダイヤ・ルート設定 公園使用にかかる許認可 予約サイト構築 限定特典の検討・調達 地域商店への出店募集 広報作成・配布 	<p>価値の提案</p> <p><利用者としての価値は？></p> <ul style="list-style-type: none"> 移動時のストレス解消 (渋滞に巻き込まれない快適な移動手段の事前確保) <ul style="list-style-type: none"> 駐車場 駐車場からスタジアムのバス サービス利用時のみの特典によるお得感 <ul style="list-style-type: none"> 割引 限定品 	<p>顧客との関係</p> <p>例えば...</p> <ul style="list-style-type: none"> 予約サイトの登録情報を通じた継続関連サービスの情報提供 	<p>顧客セグメント</p> <ul style="list-style-type: none"> レッズ戦観戦者 <ul style="list-style-type: none"> 車利用者 浦和区・桜区・中央区在住
<p>コスト構造</p> <p>次ページ参照</p>	<p>主なリソース</p> <p>例えば...</p> <ul style="list-style-type: none"> 移動手段（バス） 駐車場土地 レッズ観戦者へのチャネル 移動データ 	<p>まちとしてのアウトカムは？></p> <ul style="list-style-type: none"> まちの渋滞緩和 <ul style="list-style-type: none"> 住みやすさ 暮らしやすさ 安全性 地域内への訪問・消費活動に対する渋滞による機会損失の緩和・解消 	<p>チャネル</p> <p>例えば...</p> <ul style="list-style-type: none"> WEBサイト 浦和レッズ 	
		<p>収益の流れ</p> <p>例えば...</p> <ul style="list-style-type: none"> 利用者→浦和レッズ：観戦チケット代 利用者→公園管理者（駐車場運営者）：駐車場代 利用者→バス事業者：バス利用料金（無料） 浦和レッズ・駐車場運営者→バス事業者：バス運行費 利用者→キッチンカー事業者：○○○ キッチンカー事業者→公園管理者：○○○ 利用者→グッズ事業者：○○○ グッズ事業者→公園管理者：○○○ 		

1Gのワーク結果：事業案のサービス構造（コスト項目）

分類	費用	コスト項目	だれが	備考（概要など）
イニシャルコスト	人件費	広告作成	さいたま市	
		広告配布	レッズ	
		ダイヤ・ルート検討	国際興業	
		参加者募集	さいたま市	
	その他経費	飲食販売設備 （キッチンカー、テント、テーブル、椅子）	地域商店	
		グッズ販売設備（テント等）	レッズ	さいたま市の事業としてさいたま市が準備も検討の余地あり
		許認可取得・保険	出店業者	
		広告・宣伝（Webサイト構築・チラシ印刷）		
ランニングコスト	人件費	バス運転手	国際興業	—
		駐車場監視員	さいたま市	
		事務局管理・運営	さいたま市	
		キッチンカー販売員	地域商店	
	その他経費	バス運行費	国際興業	
		グッズ調達	レッズ	
		公園・駐車場使用料	さいたま市	

グループ 2

2Gのワーク結果：事業案の全体像

事業案として大宮駅とNACK5スタジアム間のウォークブル空間活用について検討

解決したい課題

NACK5スタジアムでの試合日において、周辺の渋滞緩和と寄り道先を充実させることによる消費活性化

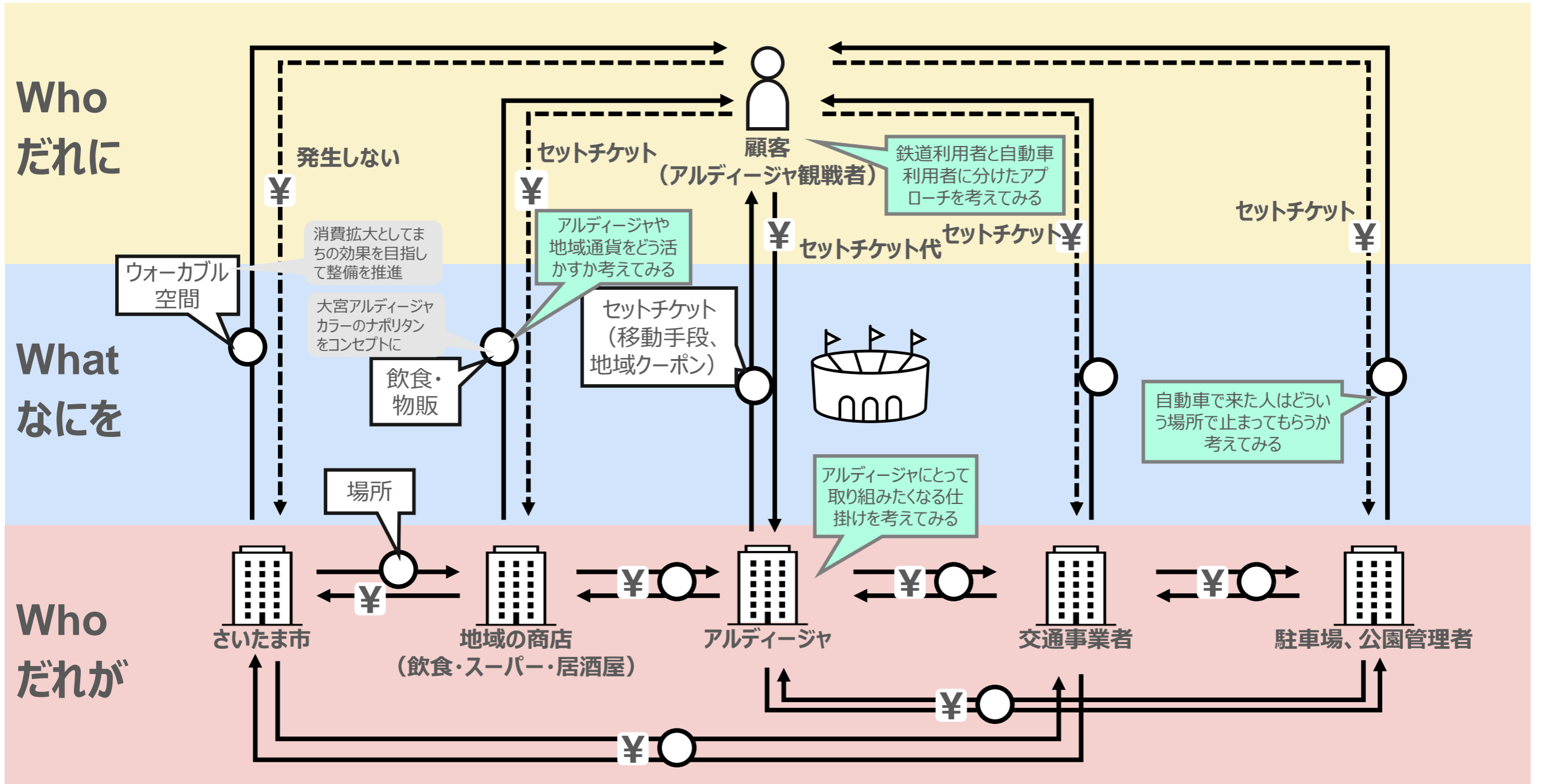
具体的な方策

- **大宮駅～スタジアム間でのウォークブル空間整備**
 - ・ 大宮地域の資源（ナポリタン）を活かしたコンテンツ提供
 - ・ 地域通貨を〇〇〇〇
 - ・ 周辺混雑緩和による〇〇〇
- **既存の自動車利用者のウォークブル空間への誘導**
 - ・ 〇〇〇のモビリティを〇〇〇のルート上に提供（グリーンスローモビリティ?）
 - ・ 自動車を止めてもらうためのアクセスポイントとして〇〇〇

アウトカム：KPI

- **大宮地域での消費拡大**
 - ・ 大宮地域の消費額増加
- **まちの渋滞緩和**
 - ・ 大宮地域の旅行速度向上
- **地域内での移動利便性向上**
 - ・ 大宮地域での回遊者数・滞在時間が増加

2Gのワーク結果：事業案のサービス構造（ピクト図）



2Gのワーク結果：事業案のサービス構造（ビジネスモデルキャンバス）

<p>主なパートナー</p> <p><サッカー観戦></p> <ul style="list-style-type: none"> 大宮アルディージャ <p><地域の商店></p> <ul style="list-style-type: none"> 飲食 スーパー 居酒屋 キッチンカー <p><ウォークابل空間></p> <ul style="list-style-type: none"> さいたま市 氷川参道管理者 <p><交通事業者></p> <ul style="list-style-type: none"> 東武バス 〇〇 	<p>主な活動</p> <p><ウォークابل></p> <ul style="list-style-type: none"> 道路環境整備 地権者交渉 〇〇 <p><消費コンテンツ（ナポリタン）></p> <ul style="list-style-type: none"> 参加者集め 広報 <p><モビリティ></p> <ul style="list-style-type: none"> 〇〇 <p><アクセスポイント></p> <ul style="list-style-type: none"> 〇〇 	<p>価値の提案</p> <p><利用者としての価値は？></p> <ul style="list-style-type: none"> 試合前にまちの回遊を通して試合以外のコンテンツをお得に楽しむことができる 試合以外で大宮アルディージャコンテンツを楽しむことができる 	<p>顧客との関係</p> <ul style="list-style-type: none"> チケット 	<p>顧客セグメント</p> <p><アルディージャ観戦者></p> <ul style="list-style-type: none"> 鉄道を利用して大宮駅を經由してスタジアムに来る人 <ul style="list-style-type: none"> 〇〇〇 自動車を利用してスタジアムに来る人 <ul style="list-style-type: none"> 〇〇〇
<p>コスト構造</p> <p>次ページ参照</p>	<p>収益の流れ</p> <ul style="list-style-type: none"> 利用者→大宮アルディージャ：セットチケット代 大宮アルディージャ→地域商店：〇〇〇 大宮アルディージャ→交通事業者：〇〇〇 大宮アルディージャ→駐車場・公園：〇〇〇 			
<p>主なリソース</p> <ul style="list-style-type: none"> 飲食物（B級グルメ：ナポリタン） お酒 大宮駅から徒歩20分のスタジアム 大宮駅（東日本の玄関口） アルディージャ通り 氷川参道 	<p><まちとしてのアウトカムは？></p> <ul style="list-style-type: none"> 大宮地域での消費拡大 まちの渋滞緩和 地域内での移動利便性向上 	<p>チャネル</p> <p><アルディージャ></p> <ul style="list-style-type: none"> メルマガ、ホームページ ラジオ、電車（JRE）、新幹線？ Jリーグ アウェイチームの発信 <p><さいたま市></p> <ul style="list-style-type: none"> 東日本連携、福井 		

2Gのワーク結果：事業案のサービス構造（コスト項目）

分類	費用	コスト項目	だれが	備考（概要など）
イニシャルコスト	人件費	ナポリタンコンテンツの内容検討	さいたま市	まちおこしのためなのでさいたま市負担を想定
		参加者募集	さいたま市	まちおこしのためなのでさいたま市負担を想定
		モビリティ提供方法検討		
	その他経費	ウォークابل空間整備	さいたま市（国・県）	
		地域通貨システム開発		
		ナポリタンコンテンツ作成	地域商店	
ランニングコスト	人件費	モビリティ運転手	東武バス	
		駐車場監視員	駐車場事業者	既存の駐車場を活用できれば費用は追加で発生しない
		飲食・物販販売員	地域商店	事業による追加の費用は発生しない
	その他経費	地域通貨システム利用		
		モビリティ運行費	東武バス	

グループ3

3Gのワーク結果：事業案の全体像

事業案としてイベント後のモビリティ＋飲食事業者連携について検討

解決したい課題

新都心さいたまスーパーアリーナでのイベント日における、周辺エリアの消費活性化

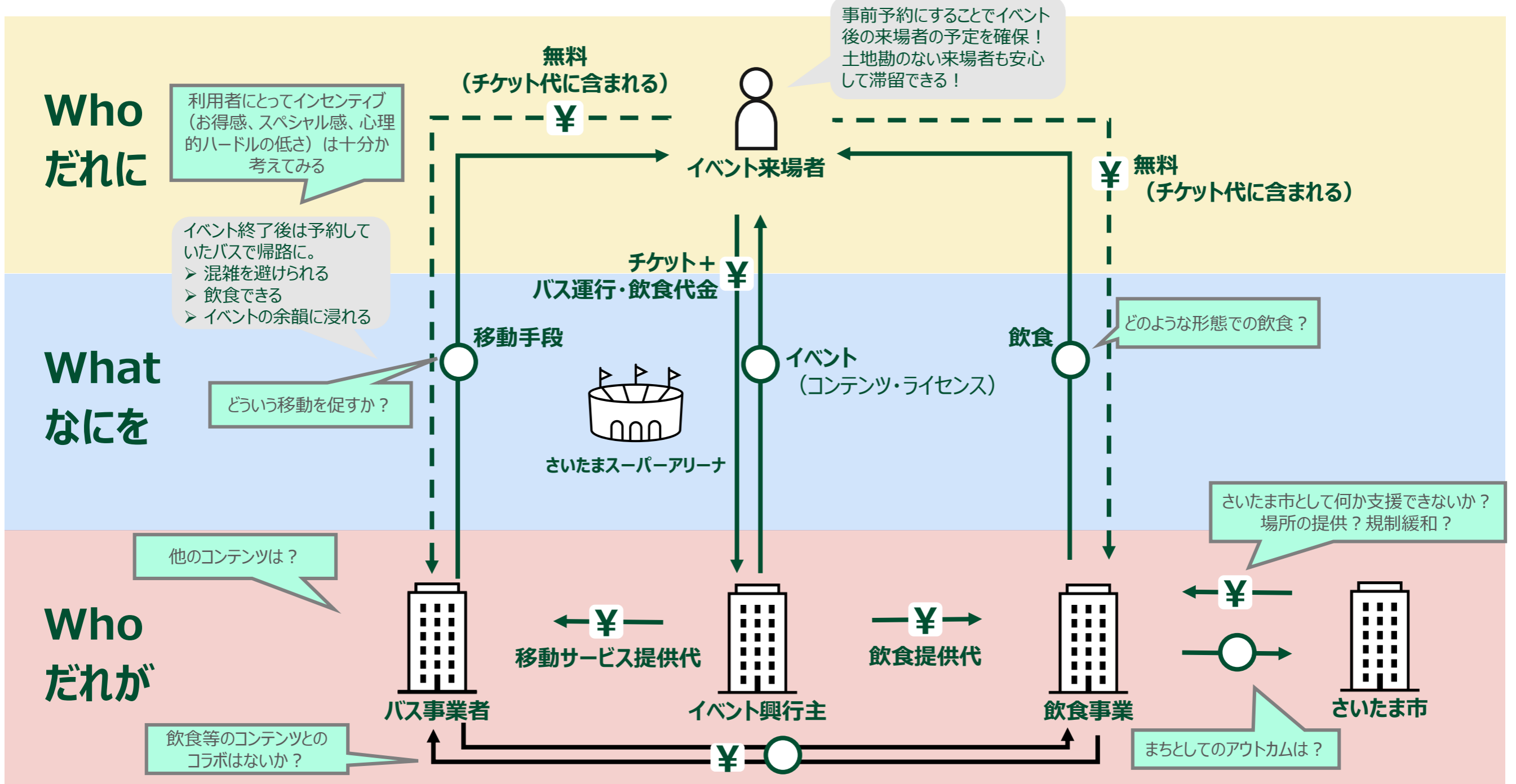
具体的な方策

- イベント後の帰宅と夕飯の需要を満たすモビリティを提供
 - ・ イベント日限定の臨時バス運行（JR大宮駅の混雑回避・緩和）
 - ・ インセンティブ（スペシャル感）：〇〇
 - ・ イベントのチケット購入時にバスのチケットも購入することでイベント後の予定を確保
 - ・ 車内での飲食物はさいたま市内の飲食店が提供
 - ・ イベント日以外にも来店してくれるような仕組み：〇〇
- 地域経済の更なる活性化に向けた事業者連携
 - ・ さいたま市：〇〇を提供
 - ・ 関係飲食業者の増加（どんな飲食業者？）
 - ・ イベント興行主：バスでのコンテンツ（〇〇）を用意しチケットに価値追加
 - ・ バス事業者と飲食業者の共創：〇〇

アウトカム：KPI

- 新都心エリアの経済活性化
 - ・ イベント時のアリーナ周辺地域（市内？）の消費額増加
- まちがより楽しく豊かに
 - ・ イベント後の周辺地域（市内）滞留増加
- リピーターの獲得
 - ・ 非イベント時の飲食店来店者数増加

3Gのワーク結果：事業案のサービス構造（ピクト図）



3Gのワーク結果：事業案のサービス構造（ビジネスモデルキャンバス）

主なパートナー <暮らし先> <ul style="list-style-type: none"> 店舗・施設管理者 （カフェ、居酒屋、ファミレス） <イベント会社・暮らし先への移手段> <ul style="list-style-type: none"> シェアモビリティ事業者 鉄道事業者 バス事業者（バスタ?） タクシー事業者 	主な活動 <暮らし先への誘導> <まちがイベントを盛り上げる> <ul style="list-style-type: none"> メニュー、スタンプ、カード配布 <Wi-Fi整備>	価値の提案 <利用者としての価値は?> <ファンコミュニティ> <ul style="list-style-type: none"> 仲間づくり、出会いの機会 <スペシャル感> <ul style="list-style-type: none"> 来場者限定の経験・得点 <お得感> <ul style="list-style-type: none"> 移動費用に対するインセンティブ チケット提示での特典 	顧客との関係 <イベント来場者>	顧客セグメント <1人来場→他者と合流> <ul style="list-style-type: none"> 20代 性別問わず 県外済み 学生（さいたま市内のホテルに宿泊） →お金がない、ライブの待ち時間にホテルに戻れるためお金を落とすにくい。 20代 女性 スーパーアリーナまで電車で1時間以内の県外客 20~30代 女性 追っかけ、1人 同じ趣味を持った仲間（グループ） 列に並んだ時のコミュニケーションを求めている 県外在住 女性 宿泊は友人の家、友人と参加 <1人来場、1人行動> <ul style="list-style-type: none"> 30代 男性 都内在住（終電23:30頃）or関東県外（一泊）1人ガチ、SNSで情報ウオッチ 40代 性別問わず 県外済み 社会人（ホテルはさいたま市内で予約） →ある程度金銭的に余裕がある
	主なリソース <けやき広場> <周辺商業施設> <ライブ待ち時間で販売> <ul style="list-style-type: none"> 夏はうちわ 冬は毛布 椅子のある場所を提供し、コラボドリンクを売る 	<まちとしてのアウトカムは?> <活性化> <ul style="list-style-type: none"> 都心エリアの経済活性化 まちがより楽しく豊かに 	チャネル <ファンクラブとの繋がり> <SNS> <チケット販売プラットフォーム会社>	
コスト構造 次ページ参照		収益の流れ 例えば... <ul style="list-style-type: none"> 利用者→イベント興行主 チケット代としてバス・飲食代金も支払い イベント興行主→バス事業者 運賃として売上の一部（マージン） イベント興行主→飲食事業者 飲食代金として売上の一部（マージン） 		

3Gのワーク結果：事業案のサービス構造（コスト項目）

分類	費用	コスト項目	だれが	備考（概要など）
イニシャルコスト	人件費	ダイヤ・ルート検討	バス事業者・さいたま市	さいたま市が規制緩和等の支援？
	その他経費	飲食販売設備	バス事業者・飲食事業者	どのような形態？
ランニングコスト	人件費	バス運転手	バス事業者	
		バス停での案内人		
	その他経費	バス運行費	バス事業者	
		バスの中でのコンテンツ費用	利用者	チケット代に含まれる
		飲食物の材料費等	飲食事業者	

＜参考＞

事業案を

さらに具体化

する事例

例：横浜DeNAベイスターズのサービス構造（ピクト図）

事業の具体化に向けては、個別のサービスをさらに深堀する必要がある

