

case 01

ViNA GARDENS PERCH【商業施設】※案内ロボット、広告周遊用ロボット活用の事例

施設の課題	施設奥側へのお客様の誘引による施設利用者増加及び出店店舗の売り上げ増加
課題解決を通じて 目指す施設の姿	- ロボットが、施設利用者の問合せや施設内の案内・誘導を担うことで施設来訪者・来店客の適切な誘導を図る - ロボットのディスプレイに広告コンテンツを掲載しながら館内・屋外を周遊し、イベント情報や店舗情報を発信することで、広報業務の効率化を図る
ロボット導入により 期待する効果	- ロボット等の活用による案内業務及び広報業務の機能拡充 - 施設内の各店舗の来店客・売上高の増加 - 施設イベント・キャンペーンと連動した広報によるPR対象者（LINE登録者）の増加
選定した ロボット等	- 実施企業：Senxeed Robotics株式会社 1. 案内用ロボット「Cruzzr」(クルーザー) *参考価格270万円～(リース:月額7万円～) 2. 広告周遊用ロボット「CADEBOT」(ケイドボット) *参考価格140万円～(リース:月額5万円～)



【案内ロボット「Cruzzr」】

サイズ：
1393mm×650mm×537mm
重さ：46kg
ディスプレイ：11.6 インチ
機能：会話/ダンス/案内/ガイドツアー
/商品紹介/遠隔通話/動画再生等



【広告ロボット「CADEBOT」】

小田急電鉄の子育て応援キャラクター
「もころん」をラッピングしたデザイン
サイズ：1250mm×496mm×558mm
ディスプレイ：21.5 インチ
各トレイ負荷：10kg
機能：二次元コードPR/動画再生等

(出典) Senxeed Roboticsプレスリリース資料 (2024年12月3日)「Senxeed Robotics、小田急電鉄と「ViNA GARDENS PERCH」にてAIコミュニケーションロボット「Cruzzr」と周遊型広告ロボット「CADEBOT」の実証実施」 <https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000025.000068429.html> 他

< 運用方法の決定、導入効果を高めるために実施したロボット等の改良 >

運用範囲	施設 3 階入口（4m）、館内一部（46m）、セントラルプロムナード（90m）
運用方法	- 案内ロボット「Cruzzr」は、事前に用意した機能やロボットのダンス機能を活かすことにより、ロボットの前で足を止めてもらうことを狙いとして、施設 3 階入り口（小田急線海老名駅からつながる自由通路に面する箇所）に配置。 - 広告ロボット「CADEBOT」は、広報コンテンツ（施設が実施するキャンペーン案内画像、動画）をディスプレイに投影しながらセントラルプロムナード（半屋外）エリアを往復させることで、歩行者の興味・関心を獲得し、施設来館やLINE友達の増加へ繋げる。

< 効果検証の評価指標の設定 >

項目	設定した内容
定量的評価	- ロボットによる施設のイベント・キャンペーン案内を通じたLINE登録者数やイベント参加者数：イベント集客の向上 - ロボットによる施設内の店舗のキャンペーン案内を通じた来店客数（の増加）：来店客・売上高の向上 - ロボットの画面検索数：来店客の必要としている情報の確認・案内機能の拡充
定性的評価	ロボットへの質問・対話内容：施設・店舗に係る案内情報や来店客の動線の見直し

＜ 安全性を担保するために事前・期中に実施したリスクアセスメント ＞

対策	具体的な内容
ロボットの操作・安全説明	- 施設スタッフに対し、ロボットの操作方法や安全運用のための方法を説明 - ロボットの操作マニュアルを作成し、施設の管理スタッフに共有
運用方法の工夫	- ロボットの走行速度を最低速に設定 - 館内の混雑エリアをロボットの走行ルートから除外 - 子ども達がロボットに手をつながないように、シーズンを意識した手袋でカバー - 屋外走行に配慮し、店舗とのタイアップキャンペーンでは、クリアボックスに商品を入れて搭載

＜ 実証の実施 ＞

施設におけるロボット等の運用内容	【案内ロボット「Cruzr」】 - 設置場所：ViNA GARDENS PERCH 3階入口（待機場所・運用時間中の充電場所） - 運用方法：朝10時頃、施設側スタッフが手動で起動しバックヤードより上記へ移動し、以降閉店時刻まで案内・エンタメロボットとして、施設内を中心に活動。（充電時間：12～15時頃）。稼働終了後はバックヤードへ戻し充電。 【広告ロボット「CADEBOT」】 - 設置場所：ViNA GARDENS PERCH 3階 - 運用方法：起動・稼働終了後の運用は上記の案内ロボットと同様。日中は広告ロボットとして主にセントラルプロムナードを周遊。雨天や風が強い日、イベント等での屋外混雑が予想される場合、適宜、施設3階（屋内）に変更し稼働。稼働終了後はバックヤードへ戻し充電。
------------------	--



「Cruzr」「CADEBOT」走行の様子
(出典) Senxeed Robotics株式会社提供資料

＜ 効果検証 ＞

ロボット等の導入効果 (定量的評価)	【案内ロボット「Cruzr」】 - これまで実施できていなかった案内業務の一部代替を実現（実績：ダンス回数：110件、会話数：312件、サイト閲覧数：115件） ✓ 実証期間中約400時間稼働。 ✓ 約3か月の導入実証期間のうち、ロボットの機能であるダンスや、会話、ウェブサイト情報の提供等により、家族連れなど施設のメインターゲット層に係るコミュニケーションや適切な情報提供を実現。 【広告ロボット「CADEBOT」】 - ロボットを活用したLINE友だち登録キャンペーンを通じて、約550名の新規登録を獲得 ✓ 導入実証の期間中約600時間稼働。約3か月の実証期間のうち、2024年12月は施設が実施するクリスマスキャンペーンとタイアップ。10日間ほど、LINE友だち募集兼クリスマス抽選券を案内する専用二次元コードをロボットに掲示したところ、ロボットに掲示した二次元コードを通じて、LINEの新規友だち登録件数が453名を記録した。 ✓ 2025年1月には一部店舗とタイアップを実施。約10日間の期間の間、ロボットを見た上で店舗に来訪された方向けに、小田急電鉄のキャラクターシールを配布するキャンペーンを実施したところ、74名にロボットを見た上で来店いただいた。 ✓ 2024年2月の施設イベント「PERCH DAY」においても、10日間ほど、専用の二次元コードをロボットに掲示したキャンペーンを実施したところ、103名の新規のLINE友だちを獲得した。
ロボット等に対する施設関係者の反応・コメント (定性的評価)	- 施設側企業関係者のコメント ✓ 小田急電鉄のキャラクターをうまく活用することで、興味・関心の喚起や来店客数の増加につなげることができた。 ✓ 案内ロボットが取得したデータを、館内の案内表示やウェブサイトの案内などの改善に資する情報として活用できた。