

## 第 2 回 西新宿スマートシティ協議会 議事要旨

日 時： 令和 2 年 7 月 31 日(金)16:30～17:30

出席者： 東京都副知事 宮坂学

(敬称略) 住友不動産株式会社

損害保険ジャパン株式会社

大成建設株式会社

東京瓦斯株式会社

独立行政法人都市再生機構

株式会社 NTT ドコモ

KDDI 株式会社

株式会社 JTOWER

ソフトバンク株式会社

東日本電信電話株式会社

楽天モバイル株式会社

新宿区

東京都

開催方法： Web 会議

- 議 題：
1. 開会の挨拶《東京都宮坂副知事》
  2. 本年度事業の進め方の確認・本日の位置づけ
  3. 仮説検証 PT 進捗共有(課題調査結果)
  4. 課題解決 PT・都市 OS 検討 PT の進め方共有
  5. 広報・巻き込み TF の進め方・進捗共有
  6. 次回の予定の共有・閉会の挨拶  
《一般社団法人新宿副都心エリア環境改善委員会・東京都宮坂副知事》

## 1. 開会の挨拶(宮坂副知事)

### ■ 開会の挨拶(P.1)

- 5月の協議会設立以降、多くの方にワークショップやインタビュー等へご協力いただいた。地元の環境改善委員会や新宿区、通信事業者の皆様などを対象とした西新宿の課題に関するアンケートを実施し、3,000人以上の方から回答いただいた。これは居住者や通勤者などが、自身の関わる場所に自ら関わりたい・貢献したいという表れではないかと考えている。西新宿のスマートシティにおいては、何を創るかも大事だが、自分の関わる街を自分たちが創っていくという合意形成のプロセスを特徴にしていきたいと考えている。
- 多くの人の意見を収集することは、デジタルテクノロジーが得意とする分野である。郵送では3,000人の意見を集めることは難しい。また、本日のように多くの方がオンラインで参加することはデジタル技術があつてこそその結果であると考えている。スマートシティという誰かがつくったものを住民や通勤者に提供するという流れが多いが、重要なのは関係者で作り上げていくプロセスであり、西新宿においても合意形成に必要な意見を吸い上げていくような特徴のあるやり方を進められればと考えている。
- デジタルの力を使い、街に関わる人々のQOLを向上させ、街が好きな人々を増やし、With/Afterコロナにおける街のプロトタイプができればと考えている。街によって特徴が異なるため、そのまま転用することはできないと思うが、関係者を巻き込んで実行するまちづくりのプロセスそのものは「西新宿モデル」として応用されるものになればよいのではないかと本日多くの人からの意見を伺えられればと考えている。

## 2. 本年度事業の進め方の確認・本日の位置づけ(事務局)

### ■ 協議会の運営方針(案)(P.4)

- 本日の第2回協議会では7月までに仮説検証PTで行った西新宿の課題調査結果、8月以降開始する課題解決PT・都市OS検討PTの進め方、7月までの広報・巻き込みTFで討議した今後の広報活動の実施方針を共有する。

### ■ プロジェクト全体スケジュール概要(P.5)

- 仮説検証PTでは仮説立案に向けたインタビューやアンケート調査を実施した。広報・巻き込みTFでは戦略検討や年間広報企画のため、TF参加者で西新宿の魅力等の洗い出し、討議を実施した。都市OS検討PTは第1回を実施し、都市OSに関する基礎理解を深めた。

## 3. 仮説検証PTの進捗状況共有(事務局)

### ■ 課題調査の概要及び実施状況、仮説検証PTの進捗結果共有(P.7~P.8)

- 仮説検証PTでは西新宿の課題仮説立案と仮説検証を実施した。仮説立案については、上位計画等の調査結果も踏まえながら、PTメンバーと西新宿の既存課題について討議するとともに、クリエイティブクラスと呼ばれる経営者、プロフェッショナル、研究者、高度外国人材、スタートアップ、アーティストの方々へWith/Afterコロナ時代における都心部へのニーズに関

するインタビューを実施し、仮説を立案した。

■ 西新宿の課題に対する仮説立案結果(P.9~P.12)

- 課題仮説は「働く」、「暮らす」、「遊ぶ」、「ブランディング」の4つの分類で整理を行った。
- 働くという観点では、オンライン・リアルの利点を活用した多様な働き方を実現するビジネス環境が挙げられた。
  - 例) 必要な時に利用できるオフィス、フレキシブル・ハイブリッドに働ける環境など
- 暮らすという観点では、常時・緊急時の状況に関係なく、安心・安全・快適に過ごせる空間の提供が挙げられた。
  - 例) 利便性が高い自然調和型のライフスタイルの実現など
- 遊ぶという観点では、歴史・芸術・文化・自然を始めとする非日常での本物体験の提供が挙げられた。
  - 例) 密を回避しながら街を回遊・道草できるモビリティの選択肢・バリアフリー環境の拡充など
- ブランディングという観点では、西新宿ならではの居場所を創り、コミュニケーションツール・ブランドイメージを発信していくことが挙げられた。
  - 例) 新たなワークスタイルを通じてブランドイメージを確立していく方向など

■ 課題調査の概要及び実施状況、仮説検証PTの進捗結果共有、アンケート回収結果(P.13~P.15)

- 西新宿の課題に対する仮説を検証するため、西新宿に関わる人々(通勤者、来街者、居住者)に対してアンケートを実施し、合計で約3,000名の方に回答をいただいた。

■ アンケート単純集計結果サマリ(P.16~P.24)

- 西新宿に対する満足度を「働く」、「暮らす」、「遊ぶ」、「ブランディング」の観点で検証した。働く環境として満足している方は6割近くと比較的多い一方、遊ぶ環境や交流環境に対して満足している方は2~3割と少なく、遊ぶ環境は不満を感じている方の割合が一番多い結果となった。また、東京都庁職員の方々を対象に総合満足度を調査した結果、回答者のうち43%以上の方が満足しており、23%が不満を感じていることがわかった。
- アンケートでは都心部に対するニーズ及び都心部主要エリアに対する課題感を調査した。都心部に対するニーズが高かった上位3項目と、西新宿が抱えている課題の上位3項目を突合せ、双方に合致するものを優先度が高いものとして整理した。その結果に対して他エリア比較の観点も加え、西新宿の優先課題として抽出した。
- 「働く」という観点では、必要ときにチームで集まって働ける環境やプライバシーが確保されている環境に対しての課題感が強い結果となった。
- 「暮らす」という観点では、清潔感が保たれていることが課題としての優先度が高く、渋谷エリアと比べると課題に感じている人の割合が低いものの、丸の内、日本橋、六本木エリアに比べると高い結果となった。
- 「遊ぶ」という観点では、休日・昼休み・勤務後に共通して屋外で飲食できるスペースに対す

る課題感が浮き彫りになった。

- 昼休みにおいては団らんでできる場所や自然環境が上位
- 勤務後においては地域独自の飲食店の存在が上位
- 移動という観点では、街なかにおける乗り物やエレベーター等の移動空間における3密回避、街なかの歩行空間におけるゆとりに対する課題感が強い結果となった。
- 「ブランディング」の観点では、以下の4点が挙げられた。
  - 交流機会は特にフェスやエンタイベントなどの友人・知人との交流機会の課題感が強い
  - 情報収集手段としては、インターネット検索、口コミによって飲食店の情報を得ていることや、コミュニティ等を通じた情報伝播が重要。また、他エリアと比較すると西新宿は街頭広告を情報源としている方も多くいることが判明した。情報発信は、既に西新宿には統一的な情報発信プラットフォームが不在であることが仮説検証PTメンバーとの討議より判明している通りであった。
  - 街のイメージとしては、他エリアと比較してイメージの確立が不足。西新宿は「ビジネス交流が盛んな街」というイメージが最も強いものの、丸の内と比べるとその数値は低く、多様な人が集う街という観点においても、渋谷や六本木に比べると低い。他エリア比較において1番強いイメージとなったのは「便利な街」であったが、割合は28%という結果であった。
- 仮説検証PTにおける西新宿の課題検証結果 (P.25)
- 仮説検証PTでは、今後クロス集計とインタビューを実施し、仮説検証PT前期のとりまとめ結果は次回協議会時にも報告を行う。

#### 4. 課題解決PT・都市OS検討PTの進め方(事務局)

- 課題解決PTの実施方針 (P.27)
- 課題解決PTでは仮説検証PTで把握したニーズや課題の傾向を踏まえて討議テーマを定め、課題解決策の検討を2つのフェーズ(短期・中長期)に分けて、西新宿の課題解決策を検討する。
  - 短期的な視点にフォーカスした、デジタル技術を活用したアイデア募集や討議の実施
  - 短期的な課題解決策の検討と、時間軸に囚われず中長期の視点におけるまちづくりについての討議の実施
- アイデア募集は設定されたテーマに基づき、スタートアップや協議会構成員、一般の方々から短期的な課題解決策のアイデアを募集する予定である。募集したアイデアは課題解決PT内で共有するとともに、西新宿エリアで推進していくべき施策を検討するためのインプットとし、一部のアイデアは今年度の実証を目指す。
  - アイデア募集実施時期は後日案内予定
  - 実証を実施しないアイデアは次年度以降や中長期的な課題解決策の参考として活用

- 都市OS検討PTの実施方針(P.28)
  - 都市OS検討PTは、第1回のPTを開催し、データを活用する目的・解決策をセットで検討するというPTの実施方針を都市OS検討PTメンバーと確認した。今後の都市OS検討PTは課題解決PTと合同開催し、デジタル技術を活用したサービスのアイデアの討議とデータ活用方法・在り方を議論する。課題解決PTと合わせて議論を進め、今年度の実証を踏まえた都市OSの論点整理等を行い、年末に次年度以降のアクションを整理する予定である。
- 課題解決に向けたテーマ案(P.29)
  - アンケートの結果や仮説検証PTメンバーとの討議内容を踏まえ、課題解決に向けた以下4つのテーマを整理した。
    - 1つ目は「地域の魅力創出」
    - 2つ目は「認知度向上・地域への参画促進」
    - 3つ目は「移動環境の整備」
    - 4つ目は「新たなワークスタイル確立」
- テーマ案毎の取組の方向性(中長期・短期)(P.30)
  - 4つのテーマを基に、中長期と短期に分けて検討・討議を行う取組の方向性を整理した。
    - 1つ目は、中長期的にはオープンカフェ等の提供による「西新宿独自の街の魅力の創出」
    - 2つ目に、現在も設置を進めているサイネージ等を使った「魅力を発信・拡散する環境充実とコミュニティ形成」
    - 3つ目に、バリアフリー環境の整備等による「安心安全で、快適なエリア内移動を促す移動環境の整備」
    - 4つ目に、エリアのどこでも自由に働ける環境の整備やエリア独自のイベント等の実施等による「フレキシブルなワークスタイルの実現」
  - 中長期の取組の方向性を基に、今年度内に実現可能な短期の取組(ハード環境の整備等で時間を要するものを除く)にフォーカスして短期的な取組の方向性を整理した。直近の課題解決PTでは、短期における取組の方向性について議論する予定。
    - 1つ目は、「西新宿の隠れた魅力や財産の発掘・活用・可視化」
    - 2つ目は、「街とユーザーの直接的なコミュニケーション環境の拡充」
    - 3つ目は、「安心安全に移動できる移動手段やルートの提供」
    - 4つ目は、「フレキシブルなワークスタイルの実現」
- 西新宿の課題解決の方向性(課題解決PT テーマ)に関する討議(P.31)
  - 西新宿で実施していくべき施策やデジタル技術で実現できることなどの課題解決の方向性の観点から意見交換を行い、特に短期的な視点で取り組む方向性を確認したい。討議の中で出た意見は、課題解決PTでの検討のインプットとして活用予定

—以下討議内容—

(発言者A)

- 新宿中央公園にシュクノバという交流拠点施設ができた。今後はより民間企業と行政が連携し、まちづくりに取組んでいけることができればと考えている。

(発言者B)

- 以前、西新宿のまちづくりに関わるステークホルダーとお話した際に、現在のコロナの状況において、対面でのコミュニケーションやつながりの場の必要性を感じているという話を伺った。
- 今回の課題にも挙がっていたが、コロナの状況であるからこそ、西新宿でオープンスペース等の交流の場・機会の創出を進めることで他の街との差異化が図られるのではないかと考えている。

(発言者C)

- アンケートの結果を鑑みると、都市の変化が3~4倍速で進んでいると感じている。
- 西新宿で都市空間での取組を豊かにすることを目指して取り組んでいる。例えば新宿中央公園を活用した多様なアクティビティを提供し、人の活動の場を提供すると良いのではないか。
- 今までの取組において最も評価を得た取組はスタッフによる道案内であった。移動案内はデジタルを活用すれば容易に実現できるサービスであり、今後もニーズがある取組ではと考えている。
- 西新宿での取組状況を積極的に発信していき、グレーなイメージを払拭する体験の場・グラウンドを作っていく必要がある。そのためには、デジタルを活用したサービスや西新宿のライフスタイルの発信が重要であると感じている。

(発言者D)

- 自分も新宿中央公園へよく訪れている。都と通信事業者が連携して5Gの拡充を進めているが、電波さえあればエリア内のどこでも仕事ができるようなコワーキングスペース(コワーキングストリート等)を提供できればと考えている。
- コミュニティが創出され、「働く」以外の目的が西新宿に生まれることを望んでいる。より新宿の歴史を深く知り、先端技術等の専門的な分野に関するラーニングコミュニティのような場を創出できればと考えている。
- 多くの人がまちづくりに参画しやすい機会の提供が重要と考えている。今回のアンケート結果によると、西新宿コミュニティに参加意思がある方が500人くらいいるとのことだが、情報を受けるだけではなく積極的に意見を提示したいという人もいると思われる。コロナの状況を鑑み、アイデアソンやライトニングイベントなどのオンライン参加ができるイベントも実施できればと感じている。

(発言者E)

- 西新宿に住んでいる。西新宿の地域資源であるオープンスペースや自然環境を活用した新たな働く環境の創出に対する可能性を感じている。そのような地域資源がより活用されることで、西新宿の魅力が増すのではと考えている。

(発言者F)

- 西新宿で働いているにも関わらず、このエリアについて知らないことが多いと感じており、居住者等から魅力を聞く必要があると感じた。今回を機に、エリア内のいろんな場所に足を延ばそうと考えている。

(発言者G)

- デジタル化に関する議論は、町会なども含めた多様な人を巻き込んで検討を進めていく必要がある。

(発言者H)

- 特定のターゲットに対するサービスを先に検討するのではなく、広くデータを収集・分析した結果に基づいてサービスを検討することで、エリアのニーズにマッチすることができるのではないかと考えている。

(発言者I)

- 人のつながりに関する情報発信を通じて、多様な人々がまちづくりへ参画するきっかけをつくることができると考えている。
- KPI等の効果を図る指標を設定することで、まちづくりへの参加者数やシビックプライドの高さ等をトラッキングすることが可能になると考えている。
- まちづくりをしたい人々にどのような場を提供できるか、つながりを提供できるかが重要である。
- 例えばオープンスペースで西新宿の魅力をプレゼンする場等を設け、住民や町会なども含めた「人」に注目したコンテンツを引き出すイベントを企画すると面白いのではないか。

## 5. 広報・巻き込みTFの進捗状況共有(事務局)

- 広報・巻き込みTFの進捗共有(P.34～P.35)
- 広報・巻き込みTFで実施方針等の討議に加え、広報コンテンツの検討を行った。先日開催したワークショップでは、西新宿における未来像の可視化を行い、西新宿の地域の魅力や目指すべき未来像の整理を行った。
  - 当日の様子及びワークショップの内容をグラフィックレコーディングでまとめたアウトプット

トを整理している。対面での人とのつながりの場に関する意見が多く出た。

- 広報・巻き込みTFの目的・論点(P.36)
  - 広報・巻き込みTFにおいては、西新宿に愛着を持つ、憧れを持つ、誇りを持つ人を増やすことを大目的としている。対内的には西新宿に愛着と誇りをもってもらうこと、対外的にはユーザー・ビジネスから憧れや期待をもってもらうことを目的としている。
- 論点に対する取組方針(アクション)案(P.37)
  - 目的を達成していく上での論点として、発信するメッセージの構築、対内的な巻き込み活動、対外的な広報活動に論点を整理した。これらの論点に対する活動として、ユーザーとビジネスの視点において、本TFでは対ユーザー視点での取組を主眼におく。ターゲットに対し、メッセージやコンセプトストーリーをつくり、既存コミュニティへの発信・対話を行うとともに、コンセプトをクリエイティブコンテンツとして制作していく予定である。
- 2020年度の広報・巻き込み TF 年間スケジュール(P38)
  - 今後の進め方としては、11月の5G普及啓発体験イベントをマイルストーンにおいて活動していく。先日開催したワークショップの結果を踏まえて、コンセプトの方向性を検討している。

## 6. 次回の予定(事務局)(P.40)

- 次回は10月19日週の実施を予定している。
- 第3回は仮説検証PTの取りまとめ結果の共有に加え、課題解決PT・都市OS検討PTの中間報告、11月の普及啓発体験イベントに向けた取組発表内容や広報・巻き込みTFの進捗状況の共有を行う予定である。次回協議会までの間、課題解決PTへの参加を通じた短期課題解決に関するアイデア提供や継続的なPTやTF等へ参画にご協力いただきたい。

## 7. 閉会の挨拶(一般社団法人環境改善委員会・宮坂副知事)

(一般社団法人環境改善委員会)

- まちづくりに関与されたい方々に対し、街の方向性を積極的に発信していきたいと考えている。まずは様々な取組を実行しながら具体的なアクションを検討し、多様な人との仲間づくりを図りながら「チーム西新宿」のようなコミュニティを創っていきたくと考えている。そのコミュニティを通じて再び街の方向性を考えていき、具体的なアクションの実行につなげていきたい。そのために今後もまちづくり組織として具体的な活動の見える化を進めていきたいと考えている。

(宮坂副知事)

- 「チーム西新宿」のコンセプトにとっても共感する。本日の出席者に加えて、居住者や通勤者等のアンケート回答者のうちコミュニティ承諾者が約500人いることが分かった。数字に根拠はないが、コミュニティ参加者が5,000人とは50,000人と増えるとインパクトがあるように思われる。また、デジタルを活用すればコミュニティ参加者を増やすことは容易に実現できるはずであり、現在の約500人を核にして、11月のイベントまでにまちづくり参加者を5,000人くらいまで

増やすことができれば素晴らしいと考えている。コロナの状況下において実際に5,000人がイベントへ訪れることは難しいが、オンラインであれば実施可能である。

- この街を良くしたい・参加したいという人から意見を集めることが重要であり、「チーム西新宿」としてチームのTシャツを作っていけるような、コミュニティ参加者を巻き込む活動ができれば良いと考えている。

以 上