

令和5年度 第2回 西新宿スマートシティ協議会 議事要旨

- 日時： 2023年11月28日(火) 16:00～17:00
- 出席者： 一般社団法人新宿副都心エリア環境改善委員会
(敬称略) 小田急電鉄株式会社
学校法人工学院大学
KDDI株式会社
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
東京ガス株式会社
東京ガスエンジニアリングソリューションズ株式会社
独立行政法人都市再生機構
NTTコミュニケーションズ株式会社
株式会社JTOWER
東京電力パワーグリッド株式会社
ソフトバンク株式会社
東日本電信電話株式会社
株式会社角川アスキー研究所
株式会社ジョルテ
新宿区
東京都 デジタルサービス局
東京都 都市整備局
東京都 産業労働局
- 開催方法： ■ オフライン・Web 併用
- 場所： ■ 大成建設株式会社 新宿センタービル 52階 大ホール
- 議題： 1. 開会の挨拶
2. 協議会参加者の紹介
3. 協議会の取組の方向性と年間スケジュールの確認
4. 部会活動報告
4-1.スマートサービス実装部会
4-2.広報・コミュニティ部会
4-3.データ利活用部会
5. 質疑応答及び意見交換
6. 閉会の挨拶
- 資料： 1. 第2回協議会資料

1. 開会の挨拶（事務局）

- 議事次第（P.1）
- 開会の挨拶

（東京都デジタルサービス局）

- 西新宿では 10 月にスマートシティフェスタも開催し、良い結果が積み重なってきていると実感している。協議会やコンソーシアムの参加企業者数が増えてきており、さまざまな具体的な取り組みが前に進んできていると感じている。
- 環境改善委員会にも参加いただき、東京都の都庁周辺の空間再編の在り方やさまざまな議論が巻き起こり、西新宿のまちづくりが変化してきている。
- ハードがどのように変化していくかと同時に、西新宿で協議会のような集まりが、魅力的なまちにしていく大きな役割を担っていると考えている。西新宿の取組に参加する企業を増やししながら、スマートシティに関する取組が浸透し、さらに活発化していくよう活動を進めていきたい。

2. 協議会参加者紹介（事務局）

- 協議会参加者の紹介

3. 協議会の取組の方向性と年間スケジュールの確認（事務局）

- 協議会の取組の方向性（P.5）
- 年間スケジュールの確認（P.6）

4. 部会の活動報告（事務局）

- 部会の活動報告（P.9-22）

4.1 スマートサービス実装部会（P.9-14）

- KGI・KPIの検討（P.9）
- 本部会の目標である「まちの課題解決や魅力向上に繋がるスマートサービスの実装」を数値化した KGI を「スマートサービスの体験者数」と設定した。
- 今年度の目標値については、63,000 人としており、今月時点で約 5 万人の方々にスマートサービスを体験していただいた。
- KPI の設定については、「西新宿でスマートシティ推進に参画している企業・団体数」が増えることで、「西新宿で取り組んでいるサービス数」が増え、KGI である「スマートサービスの体験者数」が増加すると考えたことから、こちらの 2 項目を設定している。
- 目標達成に向け、コンソーシアムで新規 3 分科会を追加するなどの取組を行っている。
- 令和5年度コンソーシアム新規分科会（P.10）
- 新規の 3 分科会は、1 つ目にデジタル技術を使って、文字を可視し、障害や国籍問わず、情報を

享受できる「ユニバーサルコミュニケーション分科会」、2つ目にビルの清掃警備等をロボット等の連携で安価かつ容易に導入できるようにする「新たなワークスタイル検討分科会」、3つ目に AI を活用して居心地の良さを測定する「居心地測定分科会」が新たに設立した。

- 「FUN MORE TIME SHINJUKU –スマートシティフェスタ-」での体験機会の創出 (P.11)
 - スマートシティフェスタでは、シン・デジタルツインや感触動物園などのブース出展や自動運転モビリティなどの試乗体験など、本イベントで約 5,000 人の皆様にスマートサービスを体験いただいた。

- スマートサービス取組事例① (P.12)
(大成建設株式会社)
 - コンソーシアムでのシン・デジタルツイン分科会にて、課外授業としてシン・デジタルツインの取組を西新宿小学校の生徒に体験していただいた。先端技術をより多くの都民に体験頂くために、まずはシン・デジタルツインに実装されている西新宿が学区内である小学生に、西新宿の未来像を考えていただく課外授業を実施した。先生方からも非常に好評で、別の授業でも実施したいとの声もあった。サービス体験人数の数値は少ないものの、家族や近隣の方にも紹介頂けるよう草の根活動を実施したく、このあとも年度内に 2 回ほど実施する予定。

- スマートサービス取組事例② (P.13)
(小田急電鉄株式会社)
 - 新宿中央公園でAR体験「リアルパーク」を提供した。開発型のハッカソンを実施し、全国のエンジニアに参加いただき「未来の新しい公園の遊び方をARで拡張する」をテーマに、コンテンツを作成した。

- 目標達成に向けた課題・年度後半の取組案 (P.14)
 - KGI の達成状況については、スマートサービス体験者数の目標 63,000 人に対し、現在 50,716 人と目標差は残り 12,284 人となっているが、コンソーシアムで今後、サービス実装に向けた取組が複数控えているため、目標については概ね達成する見込みとなっている。年度後半の取組としては、コンソーシアムのサービス実証が控えており、広報コミュニティ部会と連携して生活者に向け広報を実施するなど、KGI である体験者数の増加に向けて取り組んでいく。
 - KPI 達成に向けては、サービス実証に前向きな企業に対して、密にコンタクトを取っていくなど、取組を推進していく。

4.2 広報・コミュニティ部会 (P.16-20)

- KGI・KPIの検討 (P.16)
 - 本部会の目標である「多様な人々が参加する地元主導のまちづくりコミュニティの充実」を数値化した KGI は、「コミュニティ活動参加人数」と設定した。
 - 今年度の目標値は、600 人と設定し、オープンスペースの利活用企画や自動運転ラッピング企画

などにより、今月時点で約 540 人の方にコミュニティ活動に参加いただいた。

- コミュニティ活動に参加していただくためには、まずはコミュニティメンバー数を増やすことが重要と考え、KPI は「コミュニティメンバー数」と設定している。メンバー数は本協議会の公式 LINE に登録いただいている友だち数でカウントを行っている。
- 今年度の目標値は、1,500 人と設定し、10 月のスマートシティフェスタで協議会ブースを出展し、認知度向上に努めたこともあり、現時点で 1,319 人となっている。

■ 「FUN MORE TIME SHINJUKU -スマートシティフェスタ-」での巻き込み活動 (P.17)

- 10 月に実施した FUN MORE TIME SHINJUKU 及びスマートシティフェスタでは、イベント全体で約 5 万人の来場者を記録し、複数のメディアにも取り上げられるなど、大盛況となり、多くの方々に西新宿の魅力の認知やサービスの体験をしていただいた。
- このイベントでは、本協議会のブースも出展し、認知度向上、コミュニティメンバーの増加に向けた取組を実施した。協議会 LINE の既存のお友達やイベント期間中に新規で登録いただいた方を対象に、抽選券を発行し、環境改善委員会のキャラクターであるスマシーのグッズなどをプレゼントした。本取組は、お子様はもちろん親御様にも大変好評で、イベント 3 日間の取組で新規コミュニティメンバーが計 283 名増加するなど、大きな成果をあげることができた。

■ コミュニティ活性化① | オープンスペース利活用企画 (P.18)

- 「オープンスペース利活用企画」では、シン・デジタルツインなどのデジタル技術を活用し、西新宿にあったらいいと思う空間に関して生活者から意見を集め、実際に施策として反映した。
- LINE でのアンケートを通じて「実現してほしい空間テーマ」を募集し、アンケート結果をもとにしたワークショップでシン・デジタルツインを使って空間レイアウトを作成。その後、LINE での投票を通じて「実現してほしい空間案」を選んでいただくというプロセスを実施した。
- 投票結果は、10 月のスマートシティフェスタで実現させ、イベント参加者に体験いただくことができた。こちらの企画は、生活者から収集した意見が実際にまちに反映されるという点で西新宿の特徴的な取組であると認識しており、プロセス全体を通じて約 490 名の方にこの取組にご参加いただけたことは非常に良い結果となったと感じている。

■ コミュニティ活性化② | 自動運転ラッピング企画 (P.19)

- 2 つ目のコミュニティ活動の「自動運転ラッピング企画」では、環境改善委員会が主体となり今年度毎月走行している自動運転モビリティのラッピングデザインに西新宿生活者の意見を反映させた取組であり、西新宿小学校の生徒 50 名に参加いただいた。
- 小学校で実施したワークショップでは、「20 年後の西新宿にあったらいいもの」をテーマに絵を描画いただき、完成した絵を自動運転車の側面にラッピングした。完成した自動運転モビリティのラッピングを小学生にお披露目した際には、「自分で描いた絵が自動運転車に貼られていてうれしい」などの声をいただくとともに、学校の先生からも「生徒の取組が実際の街に反映されるということは貴重な

経験であり、自分たちが暮らす西新宿という街に愛着を持つきっかけになる」とのコメントもいただいた。

- 目標達成に向けた課題・年度後半の取組案（P.20）
- KGI「コミュニティ活動参加人数」については、目標達成が視野に入っているが、引き続き、ワークショップ等のコミュニティ活動を実施していくとともに、LINE 等のコミュニケーションツールについても、より有効な活用方法がないか等を検討していく。
- KPI「コミュニティメンバー数」についても順調に進捗しているものの、目標達成に向けては、コミュニティメンバーとして巻き込みたいターゲット層を特定し、巻き込み活動を行うとともに、LINE での配信コンテンツ自体も魅力あるものへと進化させていきたいと考えている。

4.3 データ利活用部会（P.22-23）

- データ利活用部会の活動報告（P.22）
- データ利活用部会においても、他部会同様に目標値の検討を行っているが、「データ利活用が進んでいる状態」を現時点では数値化して表現することは難しいと考えている。
- そのため、まずは、データ利活用のユースケースの検討とデータ収集に向けた取組を進めている。具体的には、ユースケースとして、オープンスペース利活用促進や、スマートエネルギーに関する検討を進めている。また、並行して他エリアにおけるデータ利活用促進事例も調査しており、西新宿同様に都市空間の活用に取り組んでいる渋谷区の動向も継続して確認していく。
- 取組の方向性（P.23）

5. 質疑応答及び意見交換（事務局）

- 質疑応答及び意見交換（P.24）

—以下意見交換内容—

（発言者A）

- 今後は西新宿のブランディング強化をしたいと考えており、「スマートシティといえば西新宿」というイメージをつけていきたい。今年度より協議会では組織再編があり、広報・コミュニティ部会メンバーを中心に、広報施策に関するさまざまなアドバイスを頂いている。来年度のイベントでは、スマートサービスに特化して外部の方々にも発信できればと考えており、「西新宿がすごい」と言われるようにしたい。地域を盛り上げていけるよう、協議会のみなさまにも引き続きご協力いただきたい。

（発言者B）

- 各部会での報告にあったような活動を積み重ねていくことが重要と考えている一方で、内向きの報告だけではなく、西新宿スマートシティの知名度を上げるためのブランディング施策として、まちの魅力を外部向けに発信していきたいと考えている。
- 西新宿スマートシティの実現に向けてコンソーシアムなどがサービス実証・実装に向けて動き出している中で、ようやく組織体制も整ってきたと考えている。特に今回のスマートシティフェスタでは都市整

備局にて道路空間の開放や憩いの空間の設置をしたところ、大変好評だったため、イベントに限らず、取組を継続できるとよいのではという意見もあった。

- スマートシティフェスタを通して、まちのポテンシャルを感じることができた。また都庁周辺や西口の再開発に伴い具体的な動きが加速しているため、現在の姿と未来の姿を西新宿スマートシティとしてブランディングすることが出来ると考えている。
- 現状、協議会は外部への発信が十分ではないと考えている。西新宿はオフィス街の印象だが、さまざまな方に訪れていただくことでビジネスとしてもまちの賑わいとしても盛り上がり、西新宿が良いまちになってきたと実感してもらえるタイミングだと考えている。
- 先日、バルセロナのスマートシティイベントで放映した日本のスマートシティに関するPR動画を拝見し、西新宿でも参考にできるのではないかと考えた。西新宿のPR動画を作ることが出来れば、イベントや西新宿にオフィスを構える会社で流していただくこともできるため、有効なブランディング施策になると感じている。
- 現在の西新宿は、「多くの企業が集まっているまち」とどまっている印象があるため、今後の盛り上がりを期待し、手を打っていきたい。

(発言者C)

- イメージ動画を作ることは非常に良いと思う。重要なポイントは、西新宿のまちの魅力をどのように見せるかだと思っている。新宿の東側エリアでは歌舞伎町、西側エリアでは高層ビル群や新宿中央公園などのビジュアル的なアピールポイントがあるため、その点を映像として伝えていければ良いのではないかな。
- 先週麻布台ヒルズとShibuya Sakura Stageの内覧会に行ったが、どちらもアップダウンの激しい谷や丘がある地形の中ではあるものの、まちや周辺環境とのつながりが見え、ビルを含めてひとつのまちとして完成していた点が魅力的であった。
- それを踏まえ、西新宿の菱形の地形、周囲のまちとの関係なども見せることができると良いと思う。また、スマートシティフェスタなども盛り上がりを見せていたため、次の段階としては西新宿の公開空地や車道を含めた行政レベルでの実証実験をさらに一歩進められると良いと思う。
- 歩行者空間やスケートリンク、大阪のなんば高島屋前にできた「なんば広場」や御堂筋のように、西新宿も同じ規模で開催できるポテンシャルがあると思う。
- 映像を活用した西新宿のPRについては、行政も絡めた未来像を描いていけると良いと思うため、今後メッセージやイメージが具体化できれば良いと思う。

(発言者D)

- 西新宿をスマートシティとしてブランディングを実施していくことは意味のあることだと思う。
- その場合、これまで部会で多く話をしてきたが、ターゲティングが重要だと思う。「西新宿 = スマートシティ」というイメージを醸成する上で、スマートサービス実装部会のKGIである「スマートサービスの体験者数」と広報・コミュニティ部会のKGI「コミュニティ活動の参加者」にも繋がる話だと考えている。

- 協議会の参加者それぞれのブランディングへの考えが違う可能性もあるが、話に上がっているスマートシティのブランディングは体験者数を増やすというよりも、企業側の参加を促すようなフェーズになってきていると考えている。
- そのため、コミュニティ活動の体験者数を増やすことと、スマートサービスの体験者数を増やすことは別で考えても良いと思う。

(発言者E)

- まちづくり、建築・建設の立場であれば、そのまちに成功モデルを据え付けることができるが、プラットフォームのサービスを提供している立場からすると、西新宿のみで成功するビジネスモデルに対してそれをn倍化して日本・世界に広げていくビジネスモデルには抵抗感があると思う。
- 西新宿のみで成功するビジネスモデルやサービスをイベントとして実施することは良いと思うが、ビジネスとして本格的に進めていくことはマネタイズを確立することが出来ないため、各企業にとって悩ましいポイントではないかと考えている。
- そのため、西新宿らしさとビジネスのベストプラクティス（成功モデル）の両立をしていく必要があると思う。西新宿らしさについては、いままさにこの場で複数の企業や大学、団体が一同に介するような場があること自体にポテンシャルがあると感じており、さらにそこからプロジェクトとして引き上げた事例の紹介、ベストプラクティス（成功モデル）を出すことで説得力があると思う。
- ただし、すぐにベストプラクティスを提示することは難しいと思うため、未来の西新宿の理想像を可視化して、ブランディングを成功させることも一案と思う。
- 例えば大成建設のシン・デジタルツインを使って自分たちの理想の西新宿を作ることよいか。またブランディングした映像を届けていくターゲット層については、西新宿以外の方々になるのではないかと考える。
- 一方で内部向けのベストプラクティスを共有していくことを同時に進めていく必要があると思う。イメージブランディングを先行し、その後ビジネスの多様性を見せながら、ベストプラクティスを追いかけていくことが必要だと思う。
- 西新宿では上位レイヤーであるサービスとビジネスの多様性における成功を見せていくと西新宿らしさが出るのではないかと考えている。

(発言者F)

- さまざまな思いがある中で、どこを目指していくか、考え方についてみなさまの意識を合わせていくことが大切だと思う。
- 先ほどの意見からも、西新宿のみに限定して実証・実装するものは成功しないと思うため、最初のビジネスの成功地点が西新宿であり、そこから広がりを見せる中で、まちの価値が上がってくると考えている。
- スマートシティを描く像が人によって異なると思うが、スマートシティの中でも、すべてがデジタルで繋がりサービス提供されていることは重要ではないと考える。デジタル技術やスマートサービスはあくまでも

ツールであり、実現する方法はアナログでもよいのではないか。

(発言者G)

- 本日の議論を通して、ブランディングは大事であると改めて感じた。西新宿はすでにスマートシティだと考えている。なぜなら毎月自動運転が走っているまちは他にはなく、スマートポールが存在するまちも珍しいため、自信を持って良いと思う。
- さらに協議会の中で多種多様な企業が集まって本音で議論している姿も、この場に住民はいないものの、この会を今後は開かれた空間にしたいと考えていることも事実であるため、それもスマートシティであると考えている。
- 現在参加している方々がn=1であると認識していただきたく、西新宿スマートシティ協議会に参加したことを、社内で伝えることもブランディングになると思う。
- ブランディングやベストプラクティスの話があったが、スマートシティはデジタルでまちを変えていくプロセスそのものだと考えており、西新宿スマートシティ協議会で多種多様な人たちが集まって話し合うことはポテンシャルであると考えている。
- 海外と比べても引けを取っていないと思っており、日本はデジタルを使わなくてもできることをデジタルでやろうとしているだけと考える。西新宿モデルが何かを考えることも大切だが、今ある魅力に自信を持つこと、それに対してひとりひとりが発信していくことに意味があると思う。

(発言者H)

- 多種多様な方々が集まって議論する場が大切だと思うが、より多くの方と議論できればと考えている。

(発言者I)

- 自動運転などの魅力的なスマートサービスを提供できていることに自信を持つこと、今まで実施してきたことの積み重ねを外に対して発信していくことが大切だと思う。

6. 閉会の挨拶（事務局）《説明3分－累計60分》

■ 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)

- 空間再編が行われている中にデジタルの力を加えていくことが非常に大切であると考えている。先ほどの大阪の事例にもあったが、大阪市役所や札幌市役所と話をした際も、デジタルの力を使い切れていないことが課題とお話をいただいた。なんば広場や御堂筋が変化しても、変化の過程の中にデジタルの力を使い切れていないという現状があると聞いている。
- 西新宿のように空間再編のタイミングでデジタルを駆使していくことは、日本の都市の中でも注目されていると実感している。ブランディングのタイミングも非常に大切だと思うため、西新宿の場合はデジタルを活用してまちが変わっていくプロセスがブランディングに繋がると考えている。
- その中でデジタルサービスをどう展開するかという点もだが、意見をどのように反映していくかという観点

でデジタルが重要であると考えている。

- 西新宿は良いまちであるとおっしゃる方も多いが、一方で、昼ご飯の選択肢が少ない・仕事帰りに寄りたいところがないなどのネガティブな課題があるため、西新宿のネガティブな部分を記録しておき、それに対して意見をいただき反映した際の変わり方を表現できると良いと思う。そこからまちに対するプライドを持ち、愛着が生まれるきっかけになれば良いと思っている。
- 次の 6 年に向けたロードマップを提示することができれば、デジタルを面的に使ったまちづくりを実施できると考えている。環境改善委員会も次の 6 年に向けて真剣に話しているため、引き続き相談させていただきたい。

以 上