

東京都事業 令和5年度 西新宿スマートシティプロジェクト
第3回 西新宿スマートシティ協議会 議事要旨

- 日時： ■ 2024年3月27日（水）15:00～16:00
- 出席者： 【協議会構成員】
(敬称略) ■ 一般社団法人新宿副都心エリア環境改善委員会
■ 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
■ 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
■ 楽天モバイル株式会社
■ 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： ■ 東京都庁 第一本庁舎 33階 特別会議室 N1
- 議題： 1. 開会の挨拶
2. 協議会参加者の紹介
3. 今年度の取組概要
4. 各部会の活動成果報告
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3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）

- 西新宿スマートシティの取組も少しずつ形になってきており、まちの状況が変化していると感じている。しかしながら、西新宿の認知度や生活者の実感としては足りない部分もあるため、「スマートシティは西新宿」と思われるような取組を進めていきたい。

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）

- 今年度の取組概要（P.4）
- 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

- 部会の活動成果報告（P.7）

4.1 スマートサービス実装部会（P.9-20）

- KGI・KPIの成果（P.9）
 - KGI については「スマートサービス体験者数」、KPI については「西新宿で取り組んでいるスマートサービス数」と「西新宿でスマートシティの取組に参画している企業・団体数」としており、それぞれ今年度設定した目標値を達成することができた。
 - KGI の「スマートサービスの体験者数」は、自動運転モビリティの試乗体験や、コンソーシアムの各種サービス実証、スマートシティフェスタでの体験機会の提供などを実施し、今年度の目標 63,000 人に対して、実績は 108,180 人となっている。
 - KPI の「取り組んでいるサービス数」については、目標 16 件に対し、実績 17 件であり、「参画している企業・団体数」についても、目標 94 者に対し、実績 112 者となっており、西新宿エリアで、新たにサービス実証に取り組んでいる事業者も増えている。
- 自動運転モビリティ試乗（P.10）
 - 毎年恒例の自動運転モビリティ走行を環境改善委員会主体・協賛企業様で実施した。今年度は7月から毎月走行し、計 1,000 人以上の方々に乗車いただいた。スマートサービス実装部会の KGI の実績値である 10 万人のうち 1,000 人であるため 1%ではあるが、現地で乗

車いただいた方々からは「自動運転が実際に走行している分かりやすいスマートシティの事例」とのことで大変好評をいただいているため、このような取組は継続していきたいと考えている。

- また自動運転の走行だけでなく、西新宿小学校の生徒にも「20年後、西新宿にあったらいいな」を題材に絵を描いていただき、それを自動運転モビリティにラッピングして走行した。小学生だけでなく、保護者の方、先生方からも非常に好評であったため、このような取り組みもぜひ継続したいと考えている。

■ 西新宿デジタルスタンプラリー（P.11）

- 西新宿デジタルスタンプラリーについては、こちらも環境改善委員会主体で2月の末から3月の中旬頃まで自動運転モビリティに試乗いただいた方の回遊性向上のために実施した。
- 西新宿のエリア内13か所にスポットを設け、スタンプを5つ集めた方々にスマートシティのグッズを贈呈する取り組みを実施した。
- 短期間でかつ広報も限定的であったものの、50人以上の方に体験いただき、今後もスポットを拡大したいと考えている。

■ 小田急電鉄（P.12）

- 今年度は新宿中央公園でのAR体験を2か月弱実施した。また、昨年度から西新宿のXR拠点となるNEUUの運営や大学生のXR教育プログラムなど、XRの裾野を広げる取り組みを西新宿で実施してきた。

■ 大成建設（P.13）

- 昨年に高精細な西新宿デジタルツインを構築し、今年度10月に実施したスマートシティフェスタでは1,000人以上の方にシン・デジタルツインを体験いただいた。
- 今年度はスペックと操作性の向上や、ビッグデータのインポートなど操作面や技術面でも進化した。
- また西新宿小学校で小学生にデジタルツインを体験いただく機会などを設けてきた。

■ モーションリブ（P.14）

- 今年度から新たに感触制御技術の活用として障害者雇用支援の取り組みについても拡大をしており、具体的には感触制御技術を活用し、障害者の方でも遠隔でコーヒードリップ等をできるようなシステムや機器開発に取り組んでいる。また昨年10月にスマートシティフェスタにて感触動物園というサービスを展開し約300名の方に体験いただいた。

■ 川崎重工業（P.15）

- 西新宿にある施設内や街中で自動配送サービスの取り組みを実施しており、具体的には、西新宿の病院内で約2週間、検体の配送を実施した。また街中では自動配送ロボットを活用

したフードデリバリーを実施し 30 人以上の方に体験いただいた。

■ Octa Robotics (P.16)

- 今年度はエレベーターとロボットを連携するシステムの開発を進め、D タワー西新宿において、警備清掃ロボットの運行実証を実施した。

■ 桜美林大学 (P.17)

- AI カメラを設置し、笑顔データ等の収集や分析をすることで居心地推定のモデルを構築している。今年度は新宿中央公園でイベントを開催し、笑顔データ等の収集を実施した。

■ 大日本印刷 (P.18)

- 会話などの音声情報を字幕表示できるスマートグラスを開発し、今年度は SOMPO 美術館や都民広場をフィールドとして、聴覚障害などの人々ともコミュニケーションを取れるといったイベントを開催した。

■ ジョルダン (P.19)

- ジョルダンの提供する西新宿モードでは、新宿エリアの飲食店やイベント情報、マイクロモビリティサービスの提供などを実施している。今年度はシェアサイクルやタクシー配車などの各種モビリティとの連携強化やユーザーが地域のコアな情報を投稿する機能などを強化した。

■ R5年度の気付きと今後の活動ポイント (P.20)

- KGI の「スマートサービスの体験者数」については、更なる体験者数増加に向けて、複数のスマートサービスの連携を図るなど、スマートサービスを効率的に体験いただける機会を創出していく。また、より多くの方に取組を認知していただくため、段階的に様々な形で情報発信するなど戦略的な広報施策の検討を実施していきたいと考えている。
- KPI については、現在参画している企業者数が 112 者となっている中で、実際にサービス実証に取り組んでいる件数は 17 件となっており、伸び代があると考えている。
- 現在サービス実証に取り組んでいない企業についても、積極的にチャレンジしていただけるよう、企業側のシーズを把握するとともに、各企業が実証を実施する上での課題等を調査し、より効果的なサポートを模索していきたいと考えている。

4.2 広報・コミュニティ部会 (P.22-24)

■ KGI・KPI の成果 (P.22)

- KGI については「コミュニティ活動参加人数」、KPI については「コミュニティメンバー数」としており、それぞれに目標値を達成することができた。
- KGI である「コミュニティ活動への参加している人数」は、オープンスペースの利活用企画として、

ワークショップ、アンケート・投票や自動運転ラッピング企画などを実施し、今年度の目標 600 人に対して、実績 604 人となった。

- 続いて KPI については、コミュニティメンバー数は本協議会の LINE 公式アカウント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。
- 今年度は 10 月に実施したスマートシティフェスタでの巻き込み活動や、12 月に行われた小田急電鉄様のキャンドルナイトでの広報活動等を実施し、目標 1,500 人に対し、実績 1,511 人となっている。

■ 令和5年度のKGI・KPIの実績（P.23）

- KGIの「コミュニティ活動の参加人数」については、2つの企画を実施した。
- 1つ目のコミュニティ活動は「オープンスペース活用企画」である。この企画では、シン・デジタルツインなどのデジタル技術を活用して、西新宿にあったらいいな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。
- まずはLINE公式アカウントで「あったらいいなと思う空間のテーマ」を募集し、ワークショップで生活者の方に空間を作成いただき、完成したイメージ図を投票するというプロセスを実施した。投票いただいた空間を、スマートシティフェスタで実現させ、生活者にも体験いただくことができた。今年度の経験を活かして、次年度も検討を進めていきたいと考えている。
- 2つ目のコミュニティ活動は「自動運転ラッピング企画」である。
- この企画では、環境改善委員会が主体となり、毎月走行している自動運転モビリティの車体に、「20年後の西新宿の街」を題材に西新宿小学校の生徒が描いた絵をラッピングするという取組を実施した。
- 引き続き、次年度も子供や学生などを含めた生活者にとって、西新宿に愛着が湧くような企画が実施できるよう、検討を進めていきたいと考えている。
- 次に KPI の「コミュニティメンバー増加」に向けて実施した取組を紹介する。
- 1つ目は、10月に実施したスマートシティフェスタで協議会のブースを出展し、認知度向上、コミュニティメンバーの増加に向けて巻き込み活動を実施した。
- 2つ目は 12月に行われたキャンドルナイト来場者向けに LINE 公式アカウント登録を促進した。
- 3つ目は、自動運転に試乗された方や、スマートシティのサービス実証を体験された方へ、本取組を紹介し、LINE 公式アカウントへの登録を促進した。
- 引き続き、次年度も各種イベントを広報の機会と捉え、LINE 公式アカウント登録促進に向けた取組を実施していきたいと考えている。

■ アンケート結果サマリ・考察（P.24）

- 「課題把握」の部分については、課題解決の進捗状況を把握するために R2 年度よりアンケートを実施してきた。その結果としては、満足度・充足度とも大きな変化はなく、ほぼ横ばいで推

移しているということがわかった。

- その理由を考察したところ、本アンケートの項目がスマートシティの取組以外のハード面での取組にも大きく影響される内容であることや、私たちの取組が直接評価される質問とはなっていないことが把握できた。
 - アンケートは R2 年のコロナ禍から実施しており、継続的に定点観測を続けてきましたが、コロナ禍が収束し社会環境が変化したことから、アンケート項目や頻度について見直す時期と考えている。
 - 次年度は、西新宿のスマートシティを評価するうえで、改めて定点で追うべき内容を検討し直すなど、アンケートの精度設計から見直しを実施していきたいと考えている。
 - 「認知度把握」については、協議会 LINE 公式アカウントの認知度が約 16%であることを確認した。
 - 今年度の部会の取組でも、広報活動の重要性を再認識したため、より良いサービスを提供することと併せて、更なる認知度向上に向けて、PR 活動を実施していくことが重要だと考えている。
 - 最後に「取組ニーズ把握」については、LINE コミュニティに参加いただいている方々に対し、スマートサービスの実証を体験する際には、「どのようなことがあれば体験してみたいと思いますか」というアンケートを実施したところ、「最新技術の体験」という点で需要が多いことがわかった。
 - 次年度においても LINE コミュニティ内では、スマートサービスの体験機会の広報を積極的に発信していきたいと考えている。
- R5年度の気付きと今後の活動ポイント (P.25)
- KGI の「コミュニティ活動参加人数」については、オープンスペース利活用企画などで生活者の意見収集・まちへの反映を実施してきた。その際の課題として、各関係機関との調整については、一定期間の時間を要することから早期の準備が必要だと感じた。
 - 次年度は計画的な企画立案だけでなく、時間に余裕を持って準備・調整を実施していきたい。
 - KPI の「コミュニティメンバー数」については、LINE 公式アカウント登録者数の増加が年度後半に偏っていることから、一年間を通して、まんべんなく登録者を増やす取組が必要だと考えている。
 - 次年度はスマートシティフェスタに加え、年度前半においても、コミュニティメンバー登録促進のための企画を実施できないか検討を進めていく。

4.3 データ利活用部会 (P.27)

- データ利活用部会の活動報告 (P.27)
- データ利活用部会についても他部会同様に目標値の検討を行ってきたが、データが活発に利活用されている参考となる他の事例がないことから、目標としている「エリア内の様々な都市情報を活用するデータ利活用の推進」の状況を現時点で数値化して表現することは難しいと考えている。

- 今年度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、その中で具体的なユースケースとして、2件の検討を進めてきた。
- 1点目は西新宿エリアに複数存在するオープンスペース利活用促進について、オープンスペースを利用したい事業者に対し、効果的なイベント計画の策定に活用していただけるようなデータの収集等について検討をしている。
- これについては西新宿エリアのイベント情報の取得に関する事業者ヒアリングや、都庁舎のパスポートセンターなどの混雑情報の調査を行った。
- 2点目はスマートエネルギーネットワーク推進の検討について、東京ガス様が主体となり、エリアの省エネルギー化を推進する取組を実施している。
- 熱の供給側であるプラントと、受給側である建物側、それぞれの熱使用量のデータを突合させて、需要と供給の情報連携を行うことにより、更なる省エネが推進される取組だ。
- 本取組では、まず各ビルで実証を実施し、実証データの収集をしたいと考えており、モデルビルの選定に向け、各ビルと交渉を行っている。また実証ビルの候補の一つとして、東京都庁も含まれており、こちらについても都庁舎を管理する財務局との調整も進めている。
- その他として、1点目のオープンスペース利活用促進と類似している取組の調査として、渋谷区へヒアリングを行い、ヒアリング結果を部会メンバーに共有した。
- 次年度は、2つのユースケース検討を進めるとともに、コンソーシアムのサービスへのデータ利活用の促進や新規ユースケースの検討、また、参考となる他事例調査も継続していく。

5. 質疑応答及び意見交換

■ 質疑応答及び意見交換 (P.28)

—以下意見交換内容—

(発言者A)

- データ利活用部会では、多くの地域で上手くデータを活用している事例が少ない中で、参考にする事例が少ない状態だ。東京データプラットフォーム事業や渋谷区の都市OS構築の動向を注視していく中で、現在検討しているユースケースを進めていく方針ではあるが、これについてご意見いただきたい。

(発言者B)

- 東京データプラットフォーム事業のメタ観光マップ事業では、地域でワークショップなどを進めながら、メタ観光の地図作成を実施しており、オープンデータの利活用を目的とされている。西新宿でもオープンデータを活用し、生活者のQOLを上げるためのツールを提供できると良いと考えている。例えば西新宿スマートシティ協議会がオープンデータを提供し、既存のサービスなどと連携し、一般の方にも活用いただける出口に繋がられると良いと思う。

(発言者C)

- データを使っただけに意味があると思う。机上の空論ではなく、生活者が少しでも便利だと思えるようなデータ活用を実施することが第一歩だと考えている。その取組を通じて西新宿スマートシティを知っていただくことも重要だと思う。
- 西新宿には広報媒体としての西新宿LOVEWalkerや自動運転モビリティに1,000人乗車した実績などの強みもあるため、現在の取り組みをより広げていけると良いと思う。
- LINE公式アカウントの登録者数がスマートシティフェスタの際に増加した後に減少している一方で、キャンドルナイトのイベント後には友だちを維持できているように見えるが、この点について理由が分かれば教えていただきたい。

(発言者D)

- LINE公式アカウントの登録者数推移について、年度前半は巻き込み企画を多く実施できなかったため、キャンドルナイト以降に広報活動を積極的に実施した。具体的には自動運転の試乗会やスマートサービスの実証に関する発信を行ったため、LINEの友だち数を維持できたと考えている。一方でLINEはブロックされることもあるため、継続してサービス実証を体験いただく際に巻き込みを実施する必要がある。

(発言者E)

- フードデリバリーなどの実証もあったが、目に見える実証をより増やせると良いと思う。フードデリバリーのロボットが愛らしく、生活者から受け入れられる雰囲気があると思うため、他のサービスでもスマートサービスが受け入れられるようなまちにしていきたい。実際にサービスを体験したり、目に入ったりすることでインパクトを与えられるため、スマートサービスが目に触れる機会を増やしていけると良いと思う。

(発言者F)

- 部会でも巻き込み企画については議論しているため、一般の方に西新宿のスマートサービスを段階的に宣伝したいと考えている。

(発言者G)

- コミュニティメンバーが増える際に、イベントを実施しないと増加しないという現状があったが、次年度のイベントテーマ等についてアドバイスをいただきたい。

(発言者H)

- コミュニティメンバーが1,500人を超えてくると、ユーザーの階層を分けて発信することやコミュニティの中で積極的に行動できそうなコアメンバーを抽出するとコミュニティの活性化にもつながると思う。一方で、公式LINEアカウントが情報発信ツールとしてのみ利用している場合はもったいないと感じるため、まちづくりに主体的に参加したい人を巻き込むことが次のステップとして有益だ

と考える。西新宿の情報を伝えやすくするためにカレンダーなどを活用して、一般の方が西新宿のイベント情報を収集できるような機能を実装しても良いと思う。

- またアンケートに関しては、デジタル庁にて実施しているウェルビーイング指標を使い、アンケートを実施してみても良いのではと考える。ウェルビーイング指標で使用している50項目を使うと、他地域との比較もでき、合わせてロジックモデルを作成すると現在の実施しているアクティビティがどういった生活の満足度に繋がるかがわかりやすくなる。その内容を以て参加メンバーと議論ができると、未来のまちの姿や住民の満足度が明確化してくると思うため、まずは指標から収集できるデータがあれば、アンケート項目の参考にしても良いと思う。そのあとにロジックモデルを作成すると、中長期的に社会がどのように変化していくかが見えてくるのではないだろうか。

(発言者I)

- アンケートの中で、働いている方がまちに対しての実感が湧かないという点やLINEの友だちが増えないなどはまちに対する帰属意識が低いこと、住民の意識が定着していないことが原因だと考えている。西新宿は2～8丁目があり、周囲には長く住む住民も多くいる一方で、副都心化された西新宿1丁目、2丁目では「我がまち」との意識が根付いていないのではないかと考えている。本年度の報告の中では西新宿小学校との関係があったとのことだが、西新宿小学校では少子化の時代と逆行し増床を予定している学校であり、この点は認識しておく必要がある。つまり西新宿エリアでは小学生が増えており、つまり再開発が進んでいるため住民が多く入ってきているエリアであるという証拠でもある。その方々がイベントやスマートシティに対して「我がまち」と考え、評価していただく必要があると思う。今年度のスマートシティフェスタでは中日に西新宿5丁目北地区のイベントと被っていたため、逃している層もいたと考えている。日頃から地域と連携してイベントなども実施できると良いと思う。
- データ分析について、多くの方がデータ分析について「データがたくさんあれば良い」と誤解されることが多いが、データだけが大量にあってもデータ分析は成功しない。データを使うと何ができるかを少しでも確認すること、例えば土地や空間が有効活用されているのかを知るために人流データを確認するなどができると思う。西新宿のスマートポールにおいても、現時点では完全に人流データを拾うことが出来ず、途切れてしまうため徹底的に拾えるようにすると望ましい。また自動運転も移動ニーズと交通スケジューリングを合体させて、人のホットスポットを把握できると良いと思う。人のホットスポットがわかると移動ニーズが潜在的に存在しているため、空間的にも時間的にもどのような交通ファシリティを回すことが有益かを検討できると思う。
- ジョルダンも実施しようとしているが、このまちに踏み込むと成立するサービスがある場合に、まちで利用した個人情報や位置情報などをオプトインすると見返りが貰えるような仕組みを作ること、西新宿らしさを生み出すことが出来るのではないかと考えている。そうすることで土地と結びついた価値観が醸成されるのではないかと。

(発言者J)

- 協議会の取組の中に市民のQOLの向上とあるが、市民のQOLを具体化しても良いと思う。スマートサービスを世に見せていくことも大事ではあるが、実際に使われるシーンを想定できると良いと思う。単に自動運転モビリティに試乗したり、自動配送を使ったりするだけでは面白みがないため、例えばスイーツ巡りをするために自動運転やロボットを活用すると良いと思う。QOLの向上はスマートシティ化ではなく、何かテーマを決めてスマートサービスを実感できるような取組を企画できると良いのではないか。

(発言者K)

- ウェルビーイングの活動は空間とサービスの組み合わせが大切だと思う。西新宿は今後空間再編され、まちが変わっていくため、どのようなサービスを加えると人々が幸せになることを考えていく必要があると思う。その際に、一般の方の生活を幸せにするサービスがデジタルではなく、アナログでも良いと考えている。都庁周辺が3年以内、駅周辺が6年以内が変わるため、何が一番良いかを考えながら、単にスマートサービスを体験するのではなく、スマートサービスが寄り添える施策を考える必要があると思う。

(発言者L)

- まちづくりは場所をどのように使っていくかが重要であるため、デジタルサービスのみを強化してもウェルビーイングは向上しないことは世界中でも言われている。デジタルを主語にしていけないことは非常に大事なことだと思う。

(発言者M)

- 人流と人の心を指標にする「エリアクオリア指標」を豊島区などでも活用している。西新宿で起きていることを後追いで分析するのではなく、エリアマネジメントを自分たちで行っていく覚悟を持つ必要がある。このエリアにはモチベーションが高い方も多く、2029年竣工の小田急百貨店跡のビルが完成すると言われているため、都市計画を踏まえて施策を考えていく必要があるのではないか。

6. 閉会の挨拶（事務局）

■ 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）

- 今年度の取組成果としては、公式 LINE アカウント登録者 1,500 人、自動運転モビリティの乗車数 1,000 人、LOVEWalker2 万人などの数値が出てきており、西新宿の就業人口である 20 万人に迫ってきていると感じている。
- 西新宿の取組が多方面で広がってきていると身をもって感じるが増えてきており、閾値に近づいてきていると思っている。より多くの方々に認知いただくためにも、志の高い方々を巻き込む必要がある。例えば西新宿で年 2 回早朝掃除を実施すると 1,500 人に集まっていたら

め、そのような志の高い方々を巻き込んでいくことが重要になると思う。

- 闘値に近付く際に、6年後にどう繋げていくかが大切になるため、西新宿での取組を上手く伝えていくことが重要になると考えている。点と点をつなぐように、取組のつながりを伝えることでまちを好きになっていただく必要があるため、今後とも協力いただきたいと考えている。
- 次年度は大阪万博も控えており、他のまちでもさまざまな動きがあるため、東京・新宿も負けなようにタッグを組んでいきたいと思う。
- 小学生や地元の方との関わりも大切にする必要があると思うため、西新宿の周りの方とのつながり形成も引き続き注力していきたいと考えている。

以 上