

西新宿スマートシティプロジェクト

～「つながる街」西新宿を目指して～

第2回協議会

2020年7月31日
(16:30～17:30)

①開会の挨拶

議事次第

目的

- 本年度の事業の進め方を確認すること
- 都市の課題・ニーズ調査結果及び西新宿の課題仮説(案)を確認すること

議事次第

- ① 開会の挨拶(宮坂副知事)《5分ー累計5分》
- ② 本年度事業の進め方の確認・本日の位置づけ《説明5分ー累計10分》
- ③ 仮説検証PT進捗共有(課題調査結果)《説明5分ー累計15分》
- ④ 課題解決PT・都市OS検討PTの進め方共有《説明5分＋討議30分ー累計50分》
- ⑤ 広報・巻き込みTFの進め方・進捗共有《説明5分ー累計55分》
- ⑥ 次回の予定の共有・閉会の挨拶《説明・挨拶5分ー累計60分》

投影(配布) 資料

- A) 本編資料

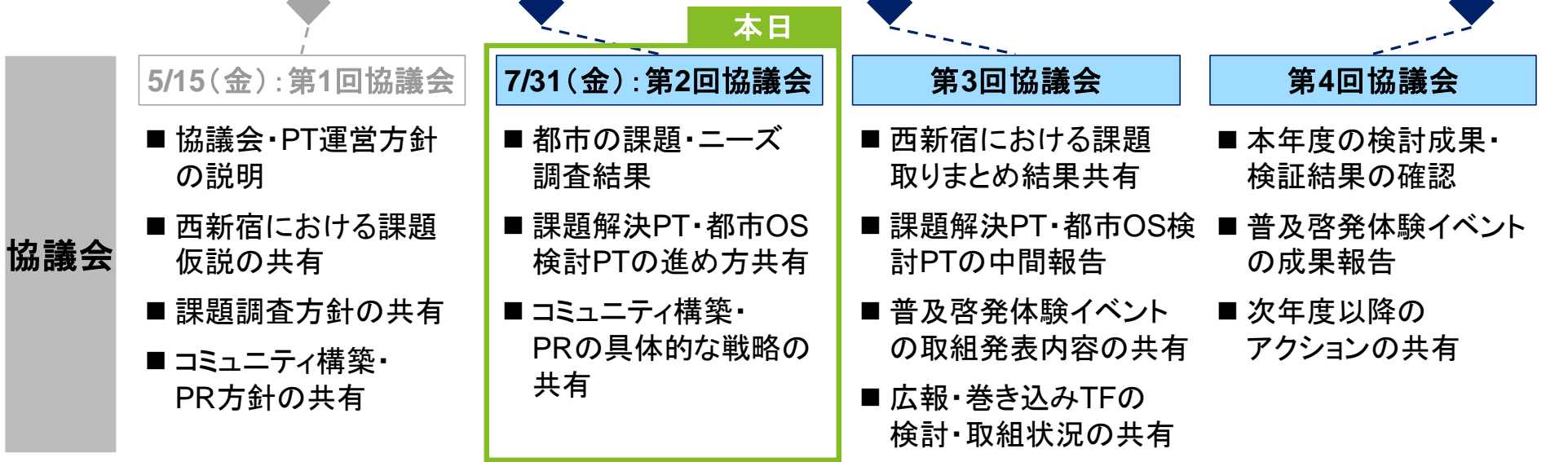
②本年度事業の進め方の確認・本日の位置づけ

協議会の運営方針(案)※アジェンダ・日程は変更となる可能性があります

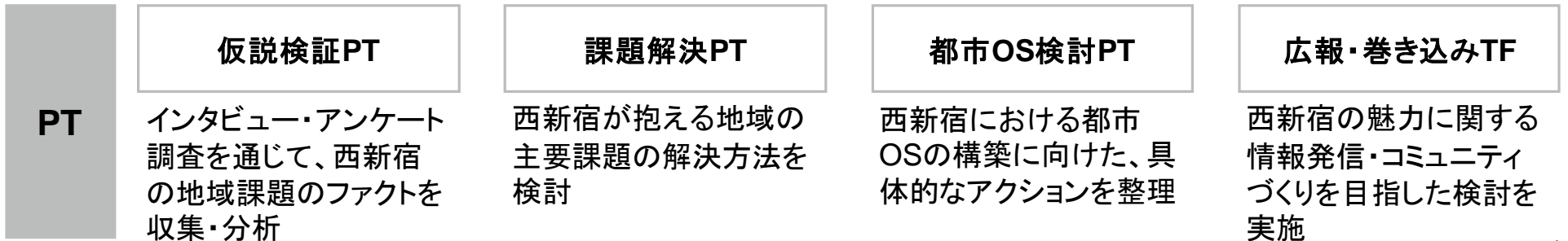
西新宿の課題や解決策をPT等で集中検討し、協議会の場で方向性を確認する

年間広報案作成

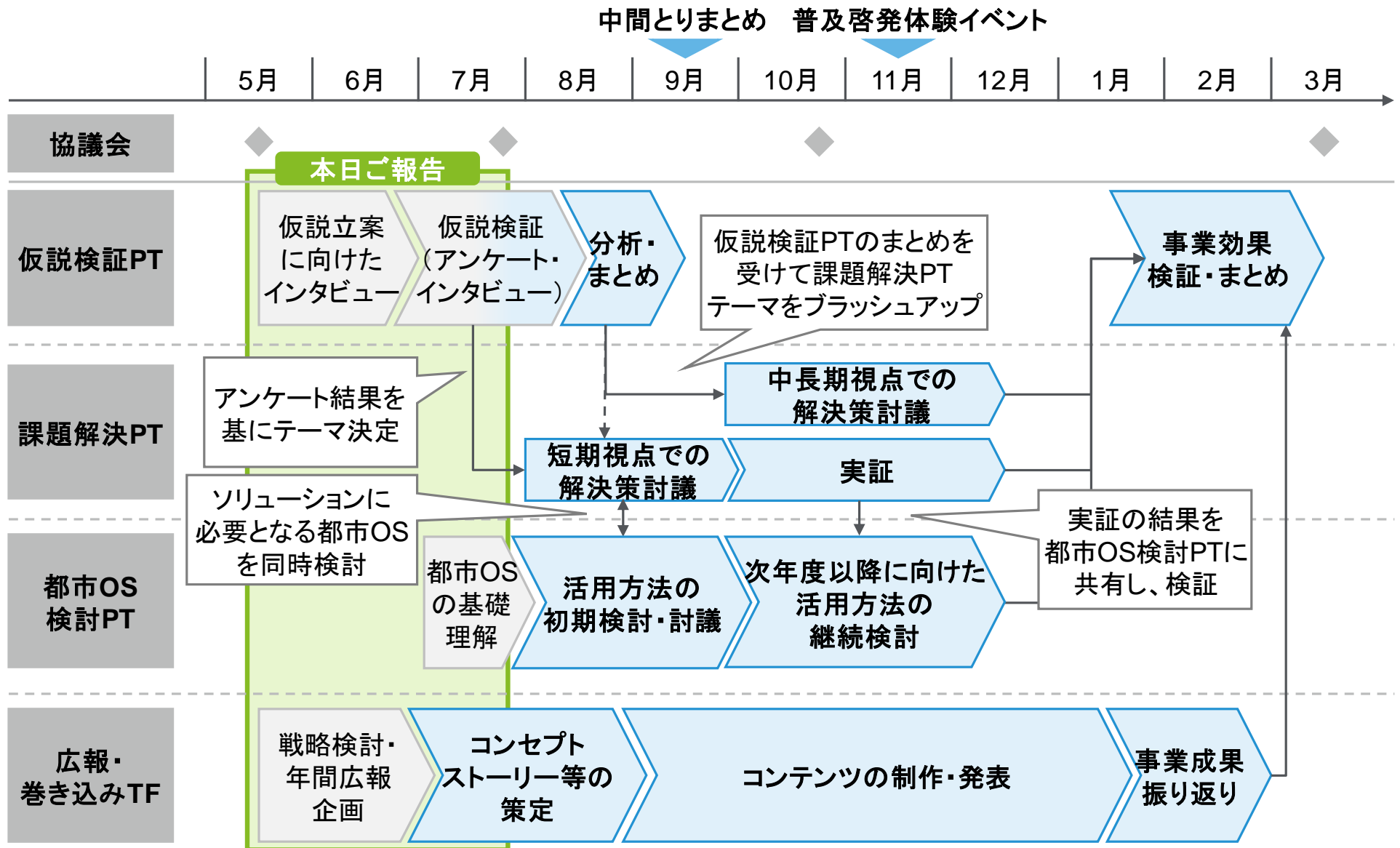
普及啓発体験イベント



個別テーマごとの検討結果を報告



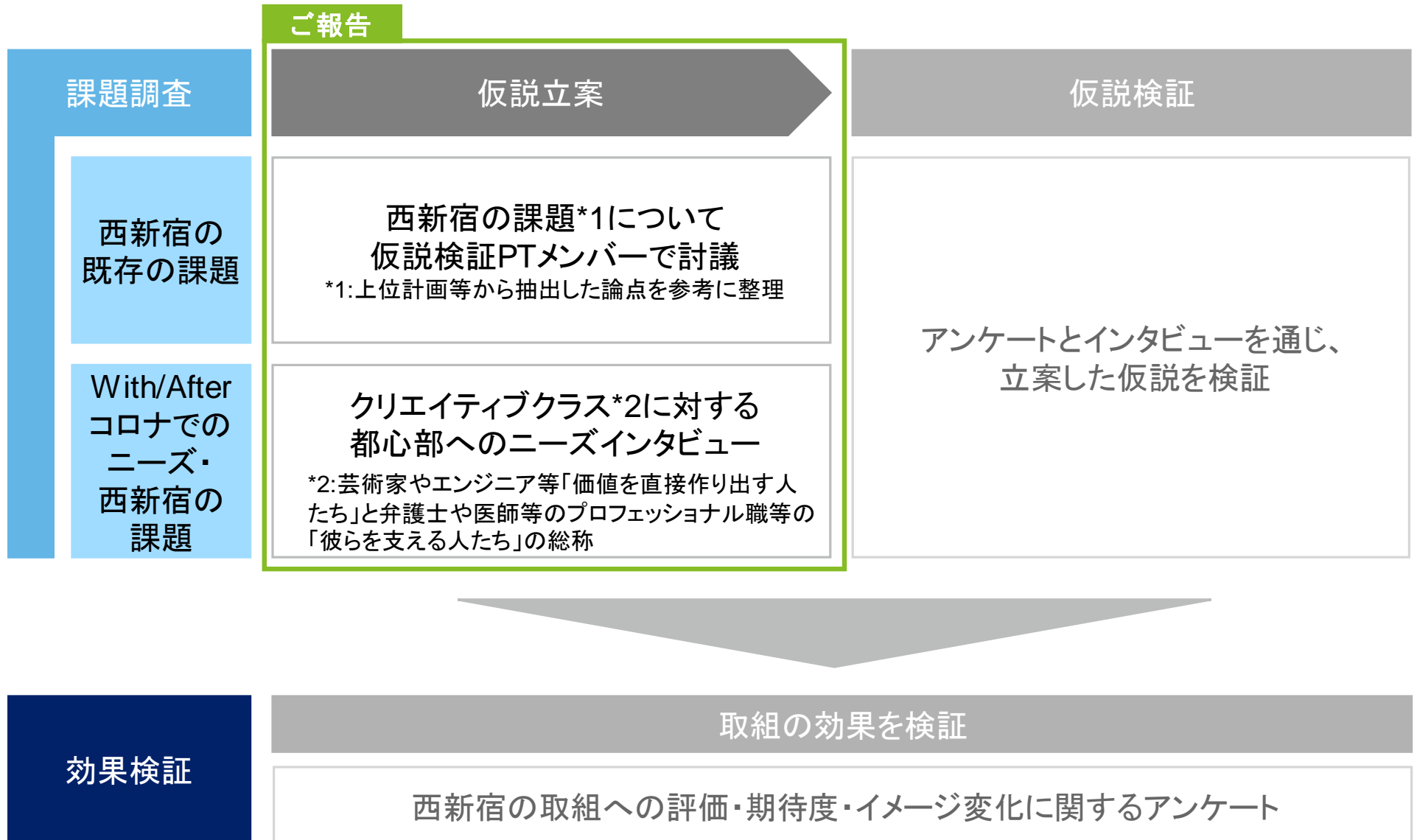
プロジェクト全体スケジュール概要(2020年7月31日時点)



③仮説検証PT進捗状況共有 (西新宿の課題調査結果)

課題調査の概要及び実施状況

公開情報やインタビューから仮説を立案し、アンケート・インタビューで検証を予定



仮説検証PTの進捗結果共有

仮説の立案に向けて、PTでの討議及びクリエイティブクラスへのインタビューを実施

仮説検証PTの開催

【実施内容】(PT実施回数:5回)

- ユーザー視点に立った西新宿の課題討議
- 都市運営視点に立った西新宿の課題討議
- クリエイティブクラスへのインタビュー結果を踏まえた課題解決の方向性討議
- 課題検証に向けたアンケート調査内容確認
- アンケート結果及びテーマ案の確認

【実施結果】

- 討議を通じてブラッシュアップされた西新宿における課題を整理
- 西新宿における課題解決の方向性仮説を立案
- アンケート調査方針・調査票を作成

インタビューの実施

【実施内容】

- クリエイティブクラス*1へのインタビューの実施(19名に対して実施)

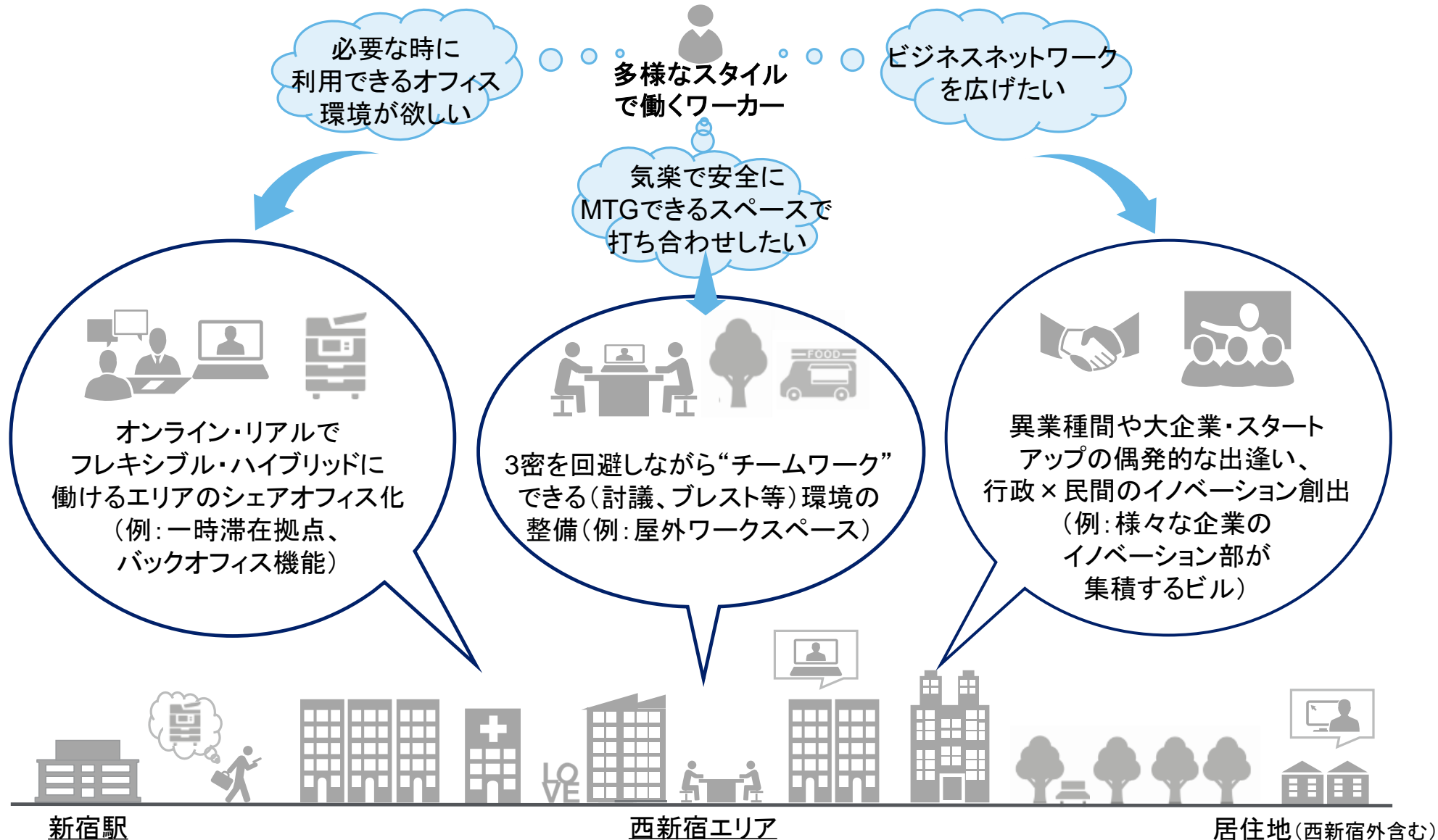
【実施結果】

- With/Afterコロナ時代にクリエイティブクラスが都心部に求めるニーズを把握

*1: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、アーティストを対象に設定

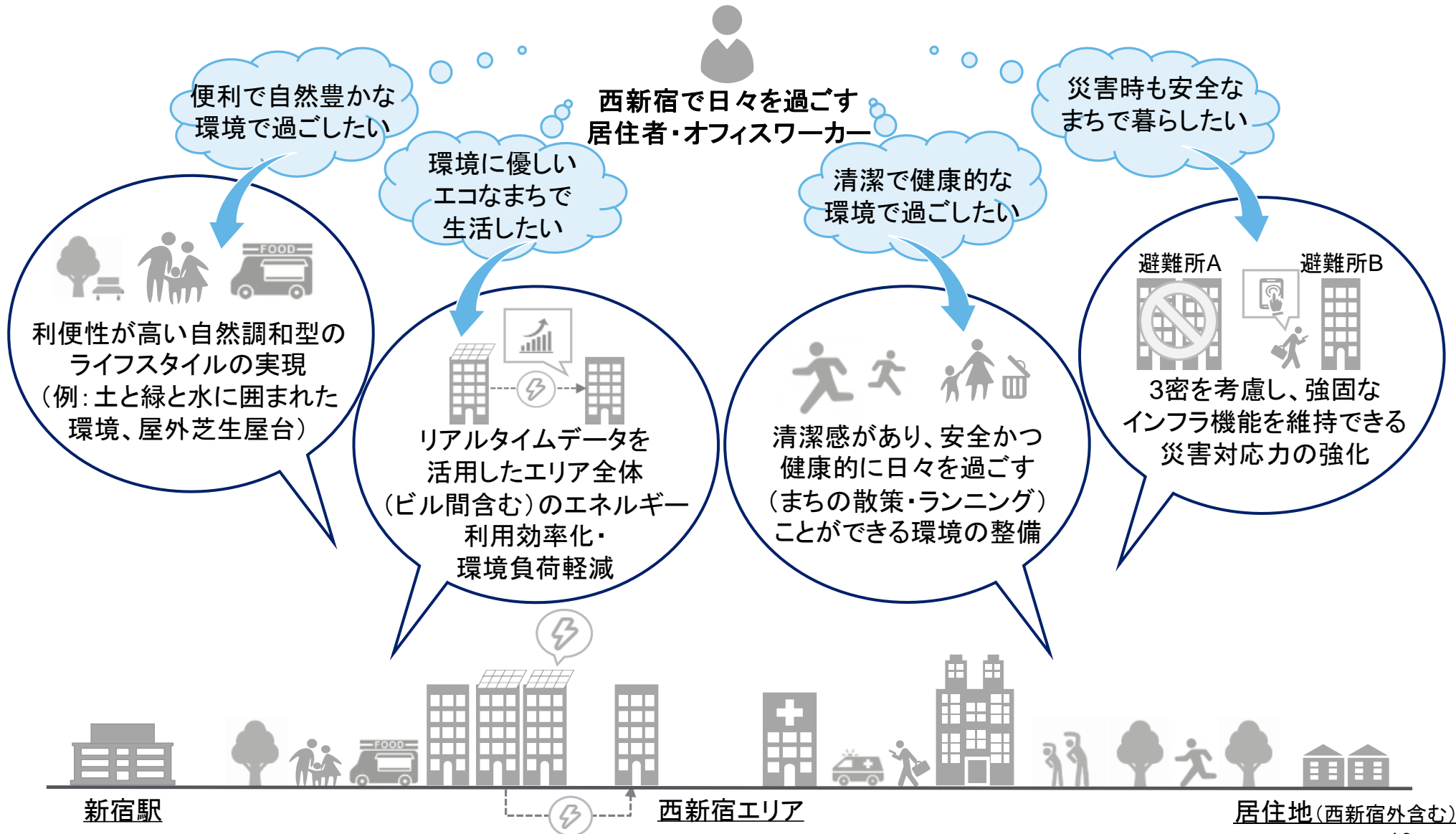
西新宿の課題に対する仮説立案結果:働く

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を提供



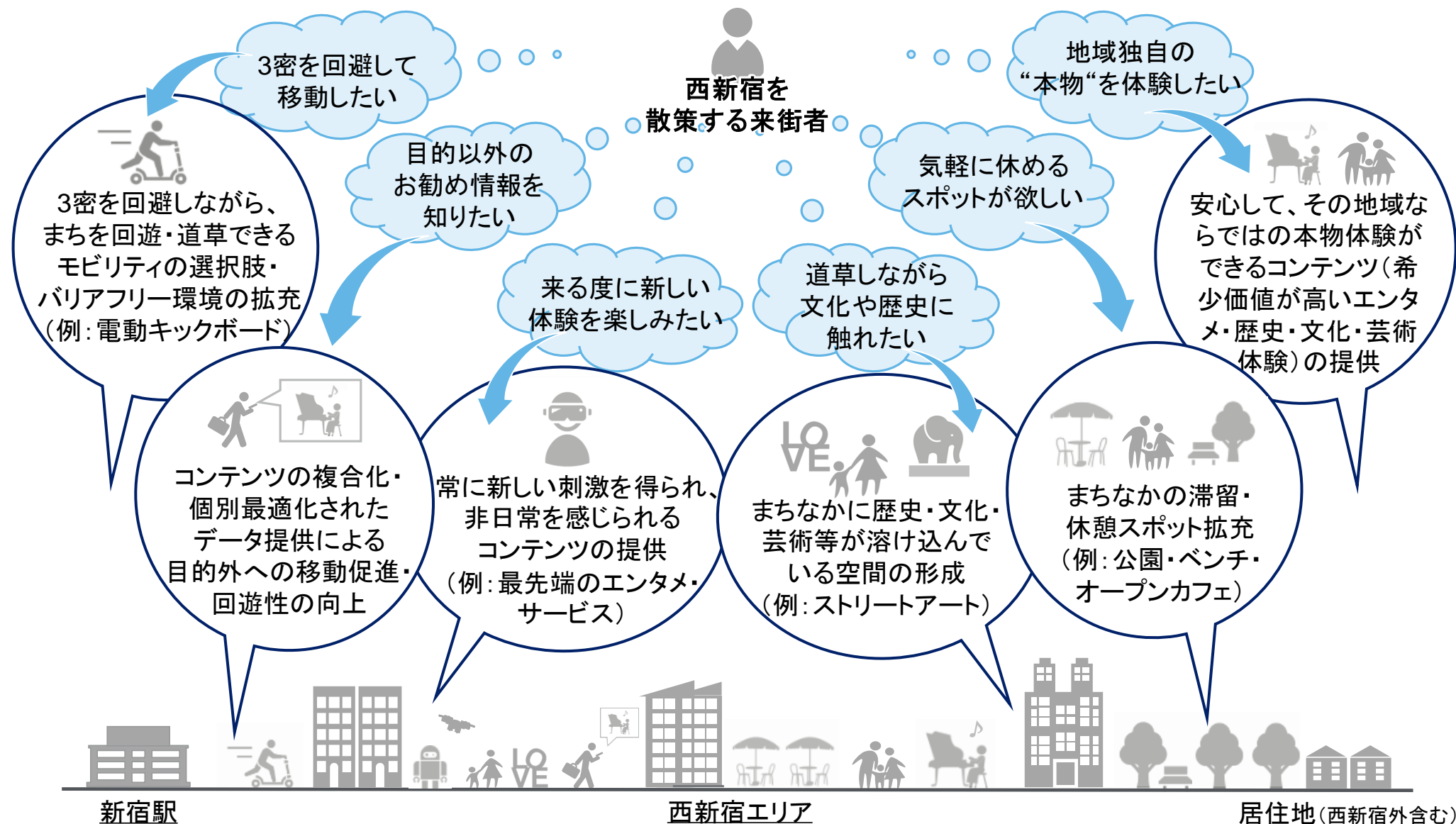
西新宿の課題に対する仮説立案結果:暮らす

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を提供



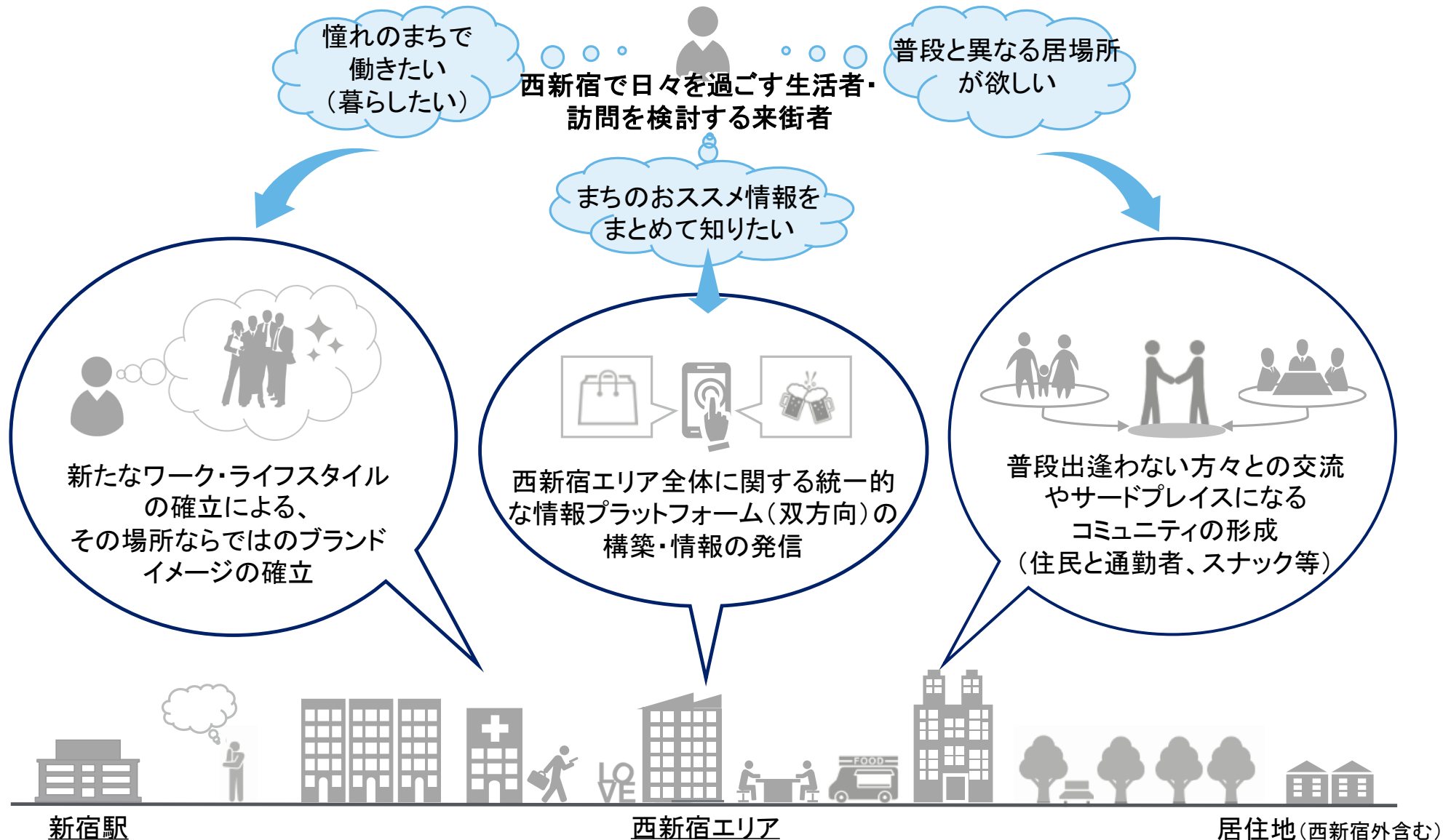
西新宿の課題に対する仮説立案結果:遊ぶ

“歴史・芸術・文化・自然”を始めとする非日常での本物体験を提供



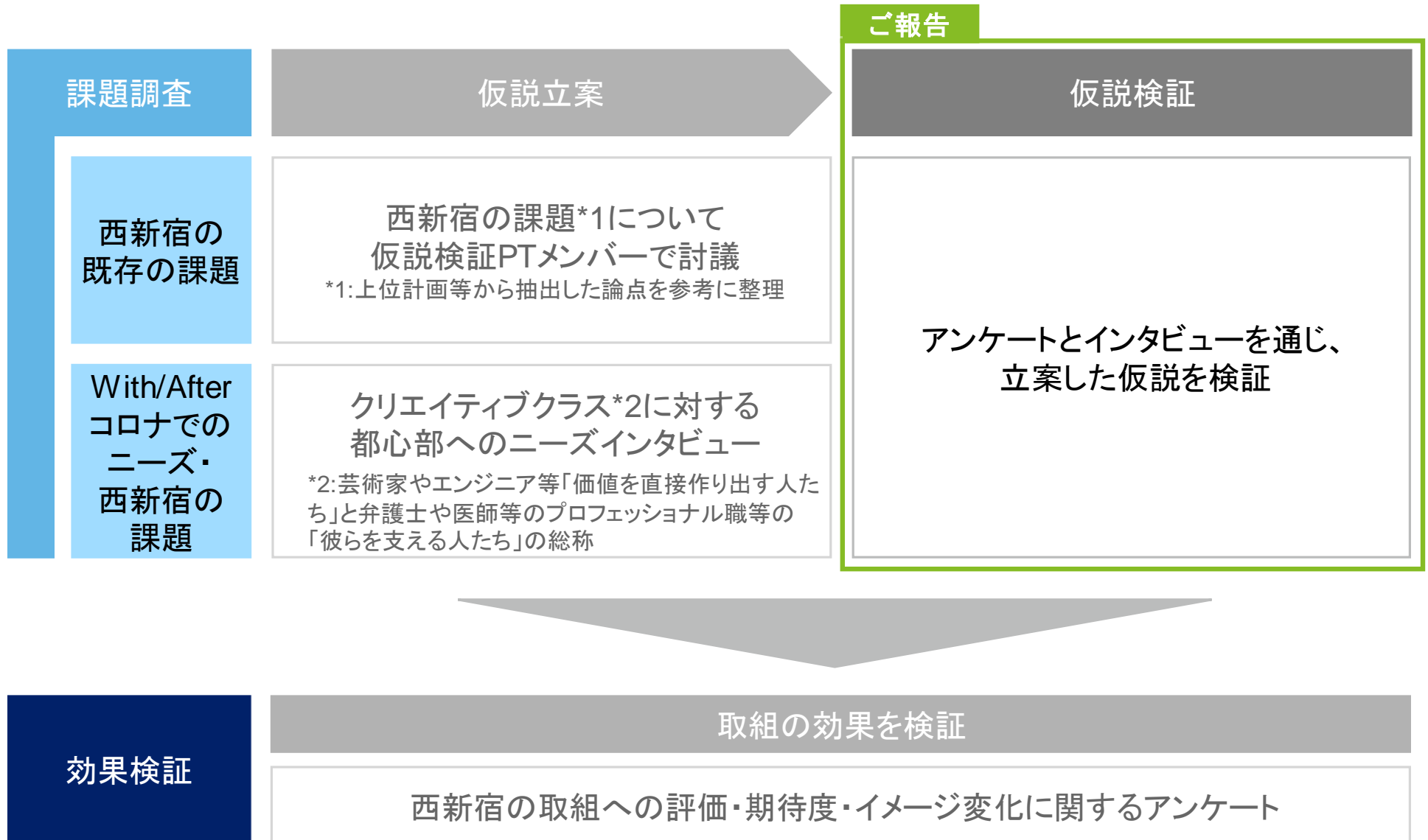
西新宿の課題に対する仮説立案結果：ブランディング

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



課題調査の概要及び実施状況

公開情報やインタビューから仮説を立案し、アンケート・インタビューで検証を予定



仮説検証PTの進捗結果共有

立案した仮説を検証するアンケートを実施

アンケートの実施

【実施内容】

- 西新宿の通勤者・来街者・居住者に対するアンケートの実施(約3,000名が回答)



【実施結果】

- 課題解決の方向性仮説に対する通勤者・来街者・居住者のニーズ及び西新宿における課題を把握し、課題解決の方向性をブラッシュアップ

仮説検証: アンケート回収数結果

西新宿の課題に対する仮説をアンケートで定量的に検証

回答者数総計

3,004

分類*1	協議会関係者	モニター調査	合計
居住者	17	81	98
通勤者	2,073	328	2,401
遊び目的の来街者	262	337	599
ビジネス目的の来街者	210	-	210
コミュニティ参加承諾者	451	85	536

*1: 各属性で重複あり

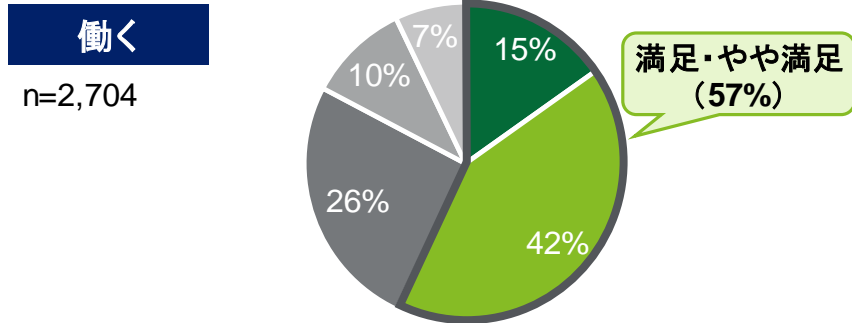
仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(1/7)

- 満足している
- どちらでもない
- 満足していない

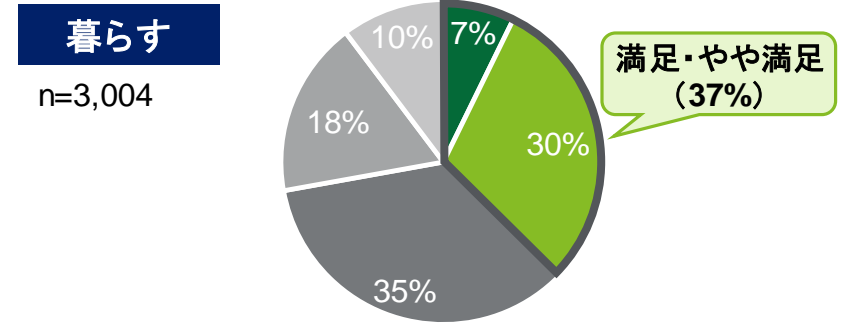
- やや満足している
- あまり満足していない

西新宿の働く、暮す、遊ぶ、交流環境の満足度を把握

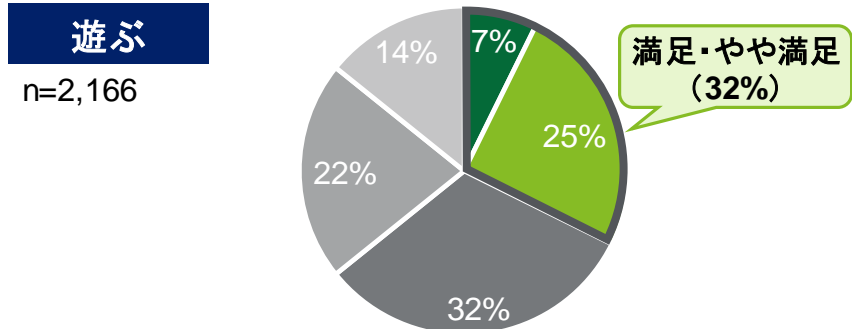
Q.16: 働く環境としての西新宿の満足度ご回答ください



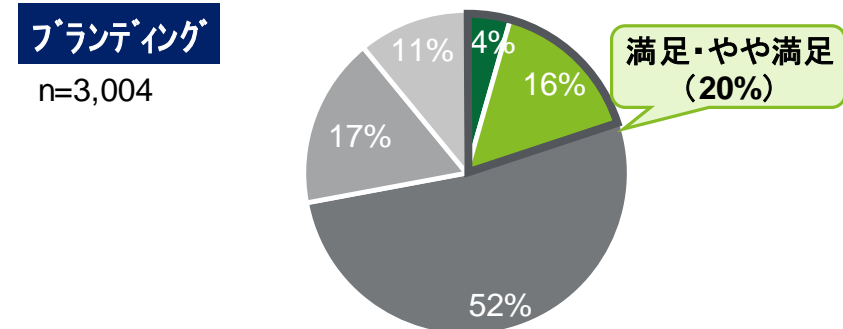
Q.15: まちなかで過ごす(遊ぶ、働く、住む)環境としての西新宿の満足度ご回答ください



Q.14: 遊ぶ環境としての西新宿の満足度をご回答ください

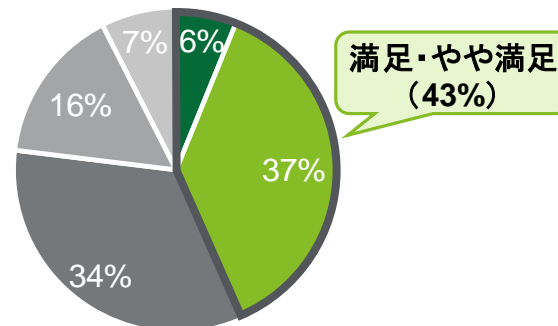


Q.17: 交流環境(人とのつながり)としての西新宿の満足度ご回答ください



Q.18: 西新宿の総合的な満足度ご回答ください

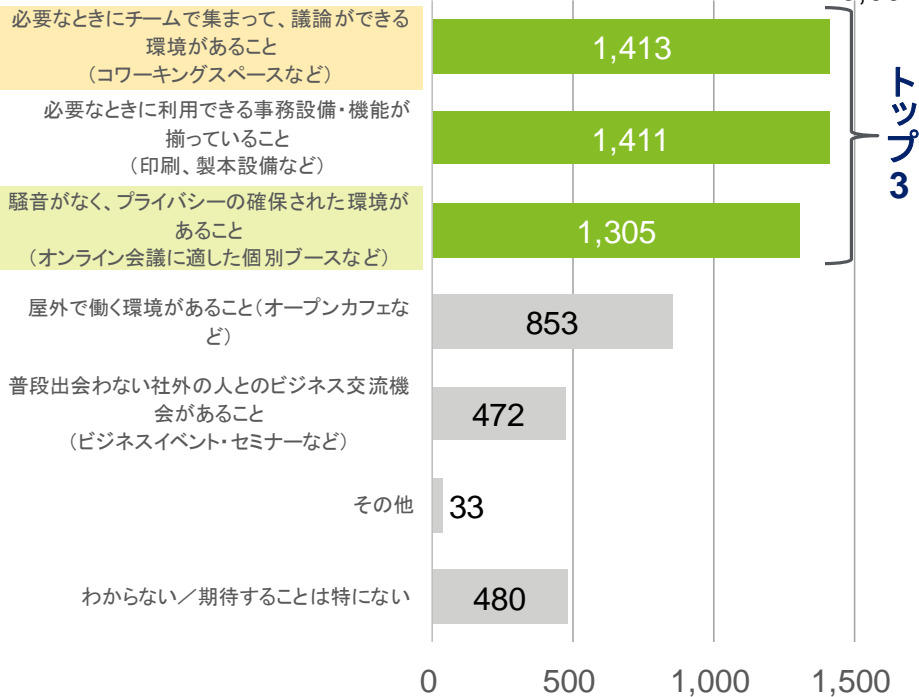
n=1,561
※東京都庁職員のみ追加で回答



仮説検証: アンケート結果(働く一部抜粋)

Q5:テレワークが普及し通勤頻度が低下した際に、働く環境として都心部に期待することを最大3つご回答ください

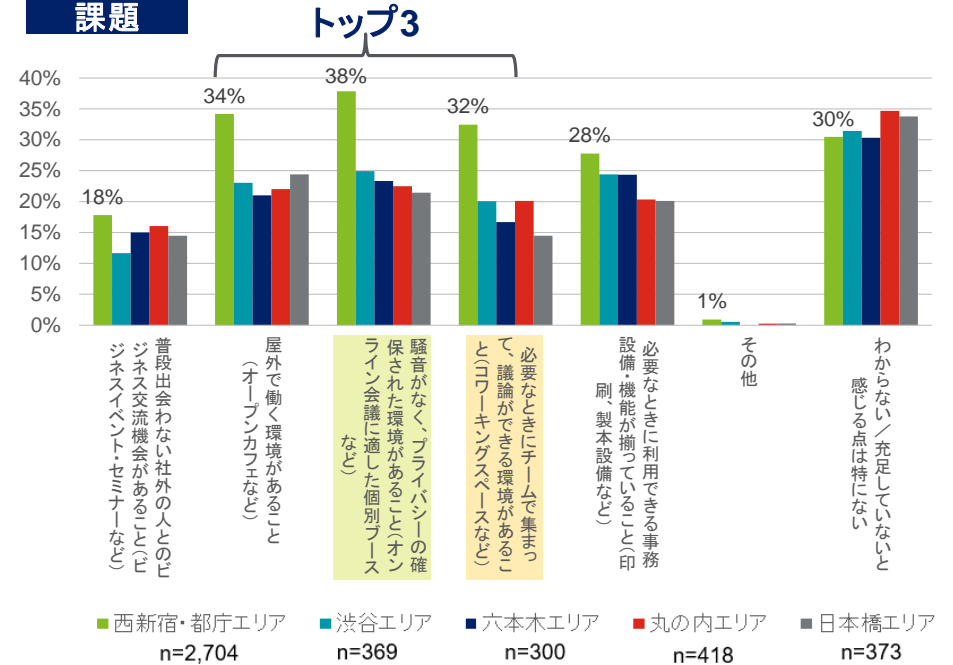
都心部のニーズ



チームワークができる環境、事務設備・機能、プライバシー環境が上位

Q6:前問でご回答いただいた、働く環境としての都心部への期待に対して、あなたがよく訪れる次のエリアで充足されていないと感じる点を複数ご回答ください

西新宿の課題



プライバシー環境、屋外で働く環境、チームワークができる環境が上位かつ他エリア比較においても上位

都心部へのニーズ、西新宿の課題が双方ともトップ3に入り、他エリア比較でも上位のものを抽出

W/コロナのニーズを踏まえた西新宿の課題

- 必要ときにチームで集まって、議論ができる環境(コワーキングスペースなど)の提供
- 騒音がなく、プライバシーの確保された環境(オンライン会議に適した個別ブースなど)の提供

仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(2/7)

都心部へのニーズ、西新宿の課題が双方ともトップ3に入り、他エリア比較でも上位のものを抽出

分類	設問	順位	都心部のニーズ		西新宿の課題	
働く	働く環境 (Q.5,6)	1	47.0%	必要なときにチームで集まって、議論ができる環境があること(コワーキングスペースなど)	37.8%	騒音がなく、プライバシーの確保された環境があること(オンライン会議に適した個別ブースなど)
		2	47.0%	必要なときに利用できる事務設備・機能が揃っていること(印刷、製本設備など)	34.2%	屋外で働く環境があること(オープンカフェなど)
		3	43.4%	騒音がなく、プライバシーの確保された環境があること(オンライン会議に適した個別ブースなど)	32.4%	必要なときにチームで集まって、議論ができる環境があること(コワーキングスペースなど)

都心部のニーズトップ3の中では、特にオンライン会議やチームワークできる環境に対して課題が強く、他エリア比較においても1位(※ビジネス交流に対するニーズは最も低かった)

暮らす	暮らす環境 (Q.7,8)	1	56.7%	清潔感が保たれていること(ゴミ、汚れ、異臭がないなど)	37.0%	清潔感が保たれていること(ゴミ、汚れ、異臭がないなど)
		2	41.2%	事故・犯罪が少ないこと	32.5%	静かで落ち着いていること(騒音が少ないなど)
		3	31.0%	災害に強いこと	29.5%	休憩スポット等においてソーシャルディスタンスを確保しやすいこと(過密の回避など)

清潔感に対して、都心部のニーズ、西新宿の課題は双方とも順位は1位(渋谷エリアと比較すると課題感は弱い、丸の内・日本橋・六本木エリアよりは高い状況)

仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(3/7)

都心部へのニーズ、西新宿の課題が双方ともトップ3に入り、他エリア比較でも上位のものを抽出

分類	設問	順位	都心部のニーズ		西新宿の課題	
遊ぶ環境 【休日】 (Q.1,2)		1	28.1%	多種多様な商品・サービスが揃っていること (雑貨店、ホームセンターなど)	30.4%	豊富な自然に触れられること (芝生、樹木、川、池など)
		2	20.7%	屋外で飲食できるスペースが多いこと (公園、オープンカフェなど)	27.2%	団らんでできる場所が多いこと (カフェ、まちなかのベンチなど)
		3	20.5%	生でレベルの高い芸術を鑑賞できること (世界的な美術作品・舞台演劇・舞台音楽など)	26.6%	屋外で飲食できるスペースが多いこと (公園、オープンカフェなど)

都心部のニーズトップ3の中では、特に屋外で飲食できるスペースに対して課題が強く、他エリア比較においても1位

遊ぶ

遊ぶ環境 【昼休み】 (Q.1,2)		1	36.0%	屋外で飲食できるスペースが多いこと (公園、オープンカフェなど)	30.1%	屋外で飲食できるスペースが多いこと (公園、オープンカフェなど)
		2	21.4%	団らんでできる場所が多いこと (カフェ、まちなかのベンチなど)	25.1%	団らんでできる場所が多いこと (カフェ、まちなかのベンチなど)
		3	17.8%	豊富な自然に触れられること (芝生、樹木、川、池など)	23.4%	豊富な自然に触れられること (芝生、樹木、川、池など)

都心部のニーズトップ3は西新宿エリアの中で比較しても同選択肢が上位3つを占め、他エリア比較においても1位

仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(4/7)

都心部へのニーズ、西新宿の課題が双方ともトップ3に入り、他エリア比較でも上位のものを抽出

分類	設問	順位	都心部のニーズ		西新宿の課題	
遊ぶ環境 【勤務後】 (Q.1,2)		1	27.9%	他地域には無い地域独自の飲食店があること(個人オーナーの飲食店など)	20.3%	屋外で飲食できるスペースが多いこと(公園、オープンカフェなど)
		2	23.2%	多種多様な商品・サービスが揃っていること(雑貨店、ホームセンターなど)	19.9%	他地域には無い地域独自の飲食店があること(個人オーナーの飲食店など)
		3	16.5%	屋外で飲食できるスペースが多いこと(公園、オープンカフェなど)	19.2%	生でレベルの高い芸術を鑑賞できること(世界的な美術作品・舞台演劇・舞台音楽など)

都心部のニーズトップ3の中では、特に地域独自の飲食店と、屋外飲食スペースに対する課題が強く、他エリア比較においても1位

遊ぶ

移動環境 (Q.9,10)		1	43.7%	悪天候でも快適に移動できること(地下空間の充実、屋根付きの歩行空間など)	38.7%	移動空間での3密を回避できること(乗り物やエレベーターなど)
		2	38.2%	まちなかの歩行空間にゆとりがあること(過密の回避など)	34.3%	まちなかの歩行空間にゆとりがあること(過密の回避など)
		3	35.7%	移動空間での3密を回避できること(乗り物やエレベーターなど)	29.5%	目的地までの経路が分かりやすいこと(シンプルな道路構造、分かりやすい看板など)

都心部のニーズトップ3の中では、特にまちなかの3密回避に対する課題が強く、他エリア比較においても1位

仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(5/7)

都心部へのニーズ、西新宿の課題が双方ともトップ3に入り、他エリア比較でも上位のものを抽出

分類	設問	順位	都心部のニーズ		西新宿の課題	
ブランディング	交流環境 (Q.3,4)	1	36.5%	友人や知人との交流機会があること (ファンラン、エンタメイメント、フェスなど)	23.3%	友人や知人との交流機会があること (ファンラン、エンタメイメント、フェスなど)
		2	32.7%	家庭や職場とは異なる憩いの場があること (スナック、クラブ、共通の趣味を持つ人々のコミュニティなど)	21.9%	地域社会・住民との交流機会があること (地域イベントなど)
		3	21.2%	新しい友人を作る機会があること (ミートアップ、オフ会など)	21.0%	世代を超えた交流機会があること



友人・知人との交流機会に対して、都心部のニーズ、西新宿の課題は双方とも順位は1位で、他エリア比較においても1位

仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(6/7)

ブランディング(情報発信やイメージ)に関する西新宿の実態を把握

分類	設問	順位	実態の順位	
ブランディング	情報収集手段(Q.12)	1	54.5%	インターネット上の検索
		2	20.6%	友人知人からの口コミ
		3	18.3%	SNSの投稿
		<p>西新宿においてはインターネット検索の比率が高く、統一的な情報発信PFが求められる(他エリア比較においてインターネット検索は1位、口コミは1位、SNSは3位)※他エリアに比して街頭広告で情報を集める人の割合も高く、まちなかのサインージ等の活用も有効と考えられる</p>		
ブランディング	情報取得内容(Q.13)	1	77.8%	飲食店の情報
		2	45.7%	ショッピングの情報(娯楽リラクゼーション施設、アミューズメント施設、観光スポット)
		3	27.6%	娯楽イベント情報
		<p>西新宿においては特に飲食店の情報を収集している割合が高い(他エリア比較において飲食店の情報は1位、ショッピングの情報は2位、娯楽イベント情報3位)</p>		

仮説検証: アンケート単純集計結果サマリ(7/7)

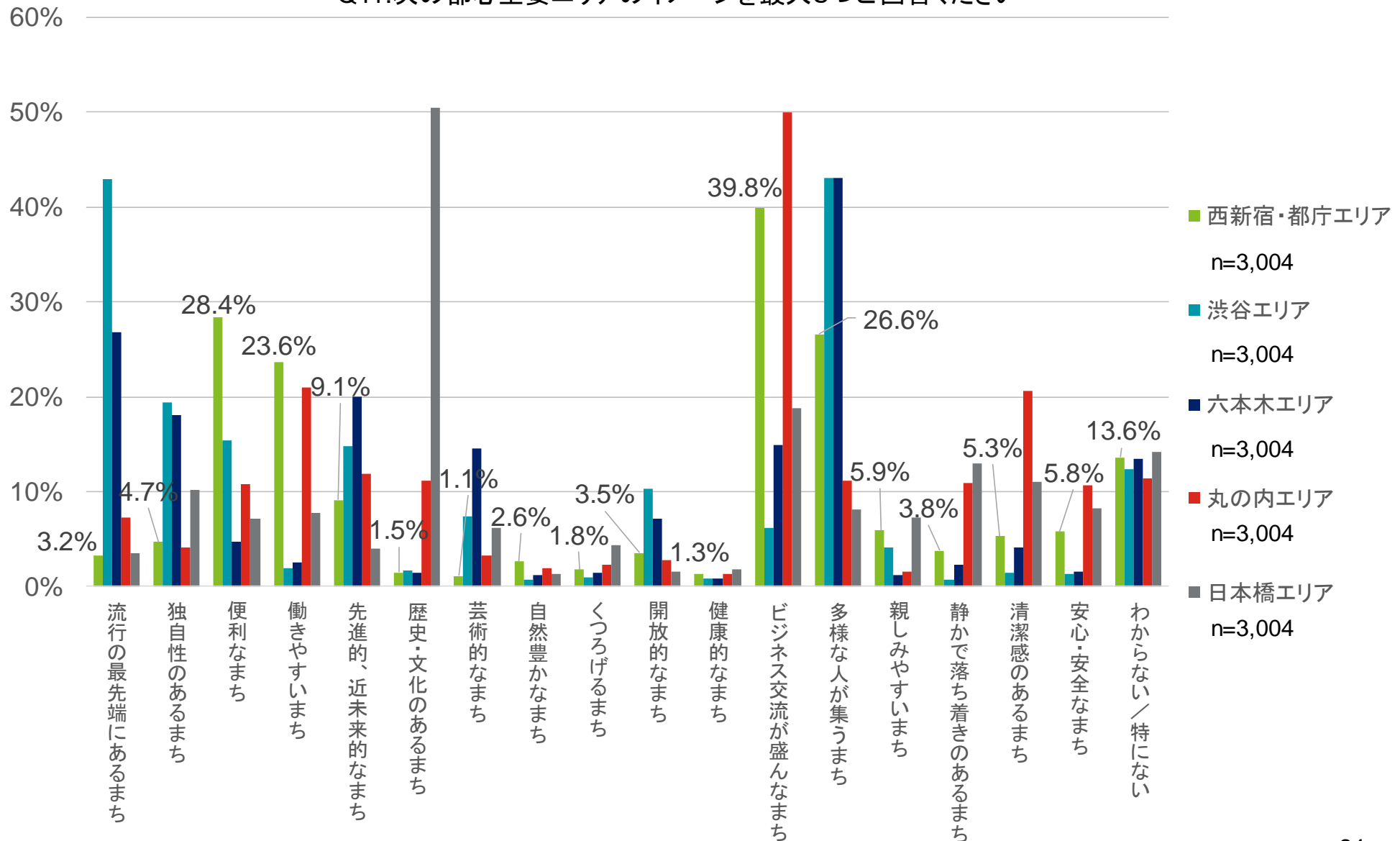
ブランディング(情報発信やイメージ)に関する西新宿の実態を把握

分類	設問	順位	実態の順位	
ブランディング	西新宿のイメージ(Q.11)	1	39.8%	ビジネス交流が盛んなまち
		2	28.4%	便利なまち
		3	26.6%	多様な人が集うまち

西新宿はビジネス交流のイメージが強いもの、丸の内よりはイメージが弱く2位に留まるため、イメージの確立に課題感がある(他エリア比較において便利なまちは1位、多様な人が集う街は3位)
 ※丸の内:ビジネス交流(50.0%)、日本橋:歴史・文化(50.4%)、渋谷:流行の最先端(43.0%)・多様な人(43.0%) 六本木:多様な人(43.0%)

仮説検証: アンケート結果(ブランディング一部抜粋)

Q11: 次の都心主要エリアのイメージを最大3つご回答ください



仮説検証：仮説検証PTにおける西新宿の課題検証結果

各種課題調査結果及びアンケート調査(単純集計結果)より西新宿の課題を整理

アンケートで検証済のW/Aコロナニーズを踏まえた西新宿の課題
(ニーズが高い×他エリアより課題感が強い×西新宿の中でも課題感が強い)

働く	必要なときにチームで集まって、議論ができる環境(コワーキングスペースなど)の提供
	騒音がなく、プライバシーの確保された環境(オンライン会議に適した個別ブースなど)の提供
暮らす	清潔感が保たれている環境(ゴミ、汚れ、異臭がないなど)の提供
遊ぶ	屋外で飲食できるスペース(公園、オープンカフェなど)の拡充
	豊富な自然に触れられる環境(芝生、樹木、川、池など)の拡充
	団らんでできる場所(カフェ、まちなかのベンチなど)の拡充
	他地域には無い地域独自の飲食店(個人オーナーの飲食店など)の拡充
	ゆとりのある、まちなかの歩行空間(過密の回避など)の提供
	3密を回避できる移動空間(乗り物やエレベーターなど)の提供
ブランディング	友人や知人との交流機会(ファンラン、エンタイベント、フェスなど)の提供
	西新宿エリア全体での統一的な情報(飲食店情報・娯楽施設・イベント情報等)の発信
	友人知人からの口コミを促すコミュニティの形成
	他エリアと比して特徴的なまちのブランドイメージ確立

④課題解決PT・都市OS検討PTの実施方針

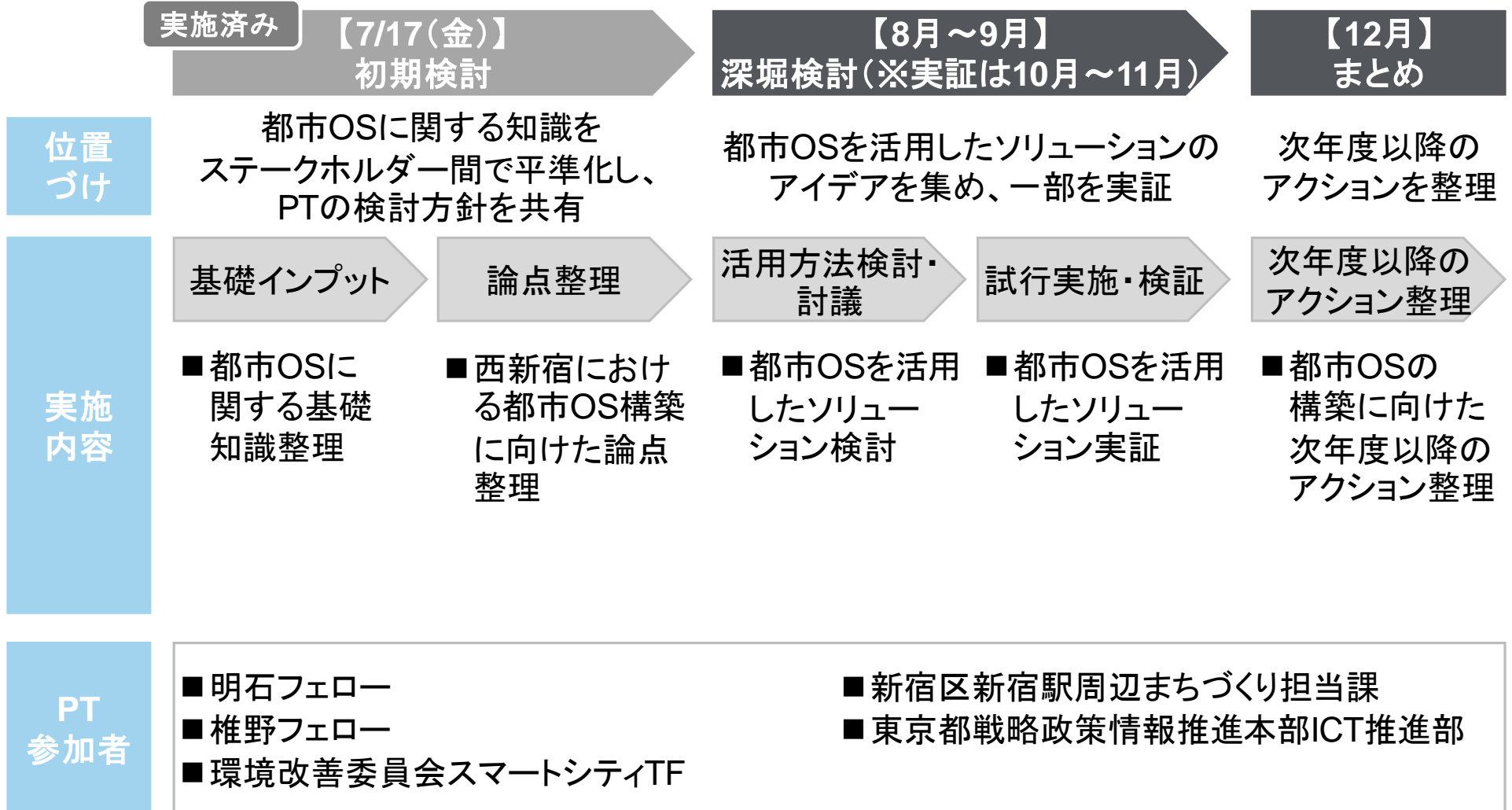
課題解決PTの実施方針

課題解決PTは短期的視点・中長期的視点に分けて、課題解決方法を検討

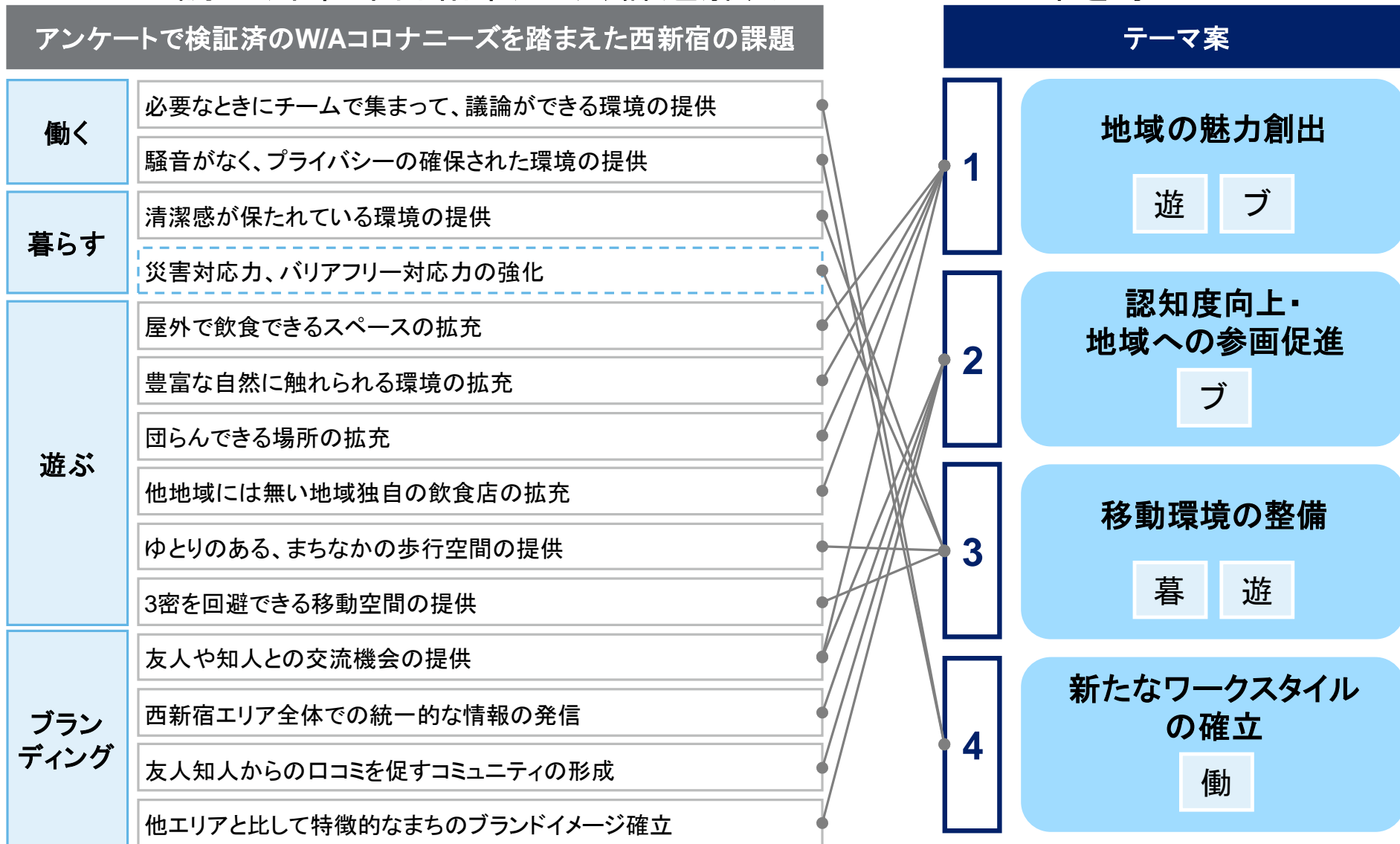
	【8月～9月】 短期的な課題解決策の検討(※実証は10月～11月)			【10月～12月】 中長期的な課題解決策の検討	
位置づけ	短期的な課題解決方法のアイデア募集や討議を行い、 実証を実施			中長期視点での 課題解決の方向性を討議	
実施内容	アイデア募集	検討・討議	実証	検討・討議	次年度以降の アクション整理
	<ul style="list-style-type: none"> ■パブリックへのアイデア募集 ■スタートアップピッチ ■通信事業者・環境改善委員会の提案募集 	<ul style="list-style-type: none"> ■短期的な課題解決策の討議 ■実証企画の確認 	<ul style="list-style-type: none"> ■実証実施 ■効果検証 	<ul style="list-style-type: none"> ■中長期的な課題解決策の討議 	<ul style="list-style-type: none"> ■次年度以降の方向性・アクション整理
PT参加者	—	<ul style="list-style-type: none"> ■環境改善委員会 ■通信事業者 ■新宿区 ■ICT推進部 ■都市整備局 ■産業労働局 	—	<ul style="list-style-type: none"> ■環境改善委員会 ■通信事業者 ■新宿区 ■ICT推進部 ■都市整備局 ■産業労働局 	
		<div style="border: 1px solid green; padding: 5px; display: inline-block;"> データを活用した都市サービスに関するアイデアがあればご提供いただけませんか </div>			

都市OS検討PTの実施方針

都市OSの基礎を理解し、課題解決PTと共同で都市OSの活用方法を検討

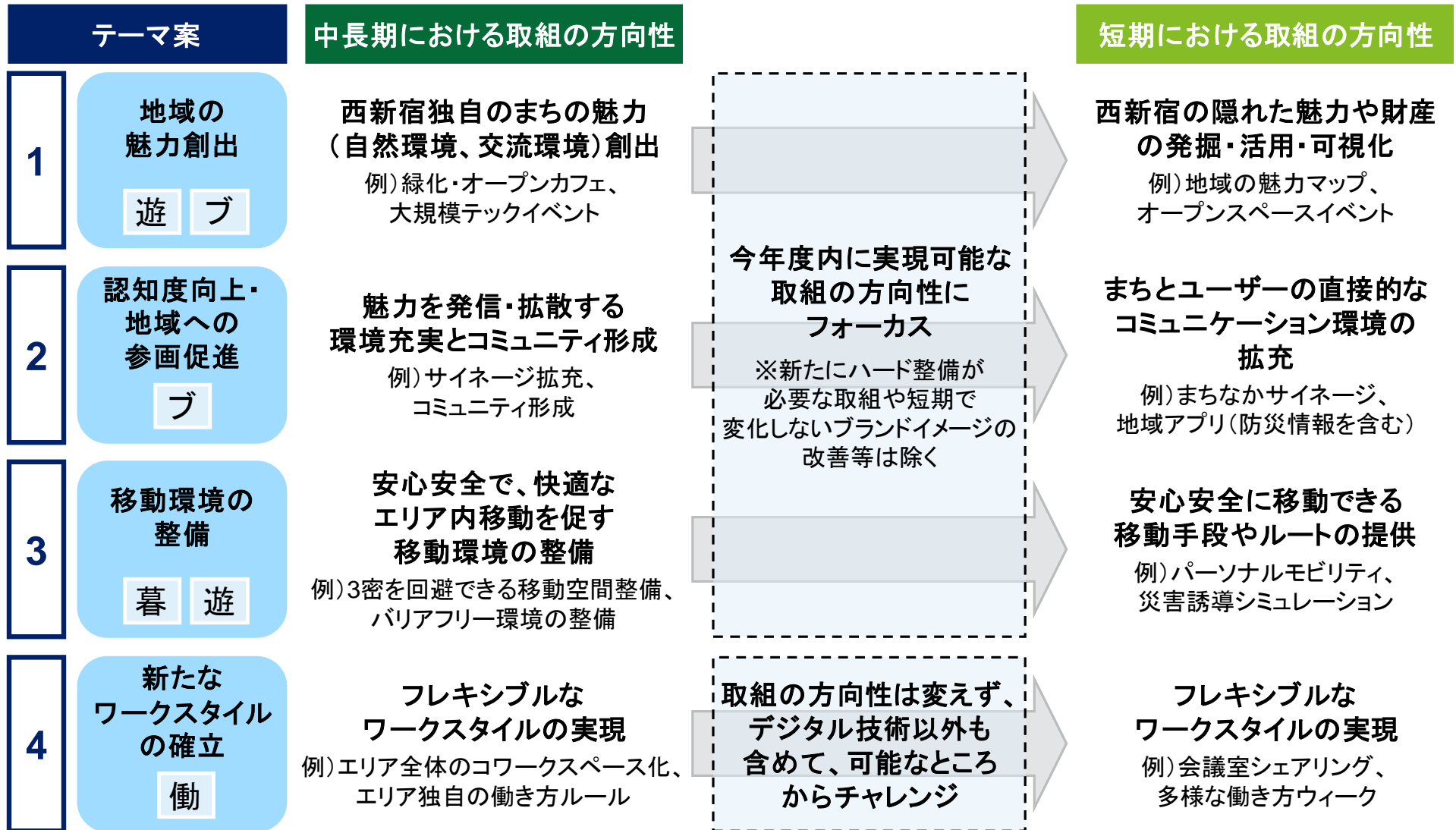


アンケート調査(単純集計結果)より、課題解決に向けたテーマ案を導出



課題解決PTの実施方針:テーマ案毎の取組の方向性(中長期・短期)

テーマ案から、中長期及び短期における取組の方向性を整理



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

皆様の忌憚ないご意見を伺わせてください

討議の
目的

課題解決PTで討議される西新宿の課題解決の方向性に関する確認

ルール

- ご所属や役職などを忘れ、西新宿に関わる一個人としてご意見ください
- 他の方の意見も踏まえ、量を重視した積極的なご発言をお願いいたします
- オンラインのため、ご発言の際には①ご所属、②お名前を冒頭に仰ってください
- 本討議に関する詳細(発言者事の発言内容等)は公開されません
※本協議会の議事録は、概要のみ公開を予定

⑤ 広報・巻き込みTF進捗状況共有

広報・巻き込みTFの進捗共有

広報コンテンツのコンセプト検討に向け、TF参加者と討議・ワークショップを実施

広報・巻き込みTFの開催

【実施内容】(TF実施回数:2回)

- 広報・巻き込みTFの方針討議
- 広報・巻き込みTFの方針確認
- 西新宿における地域資源等魅力に関する討議

【実施結果】

- 同TFにおける目的・論点及び進め方(年間広報企画案)を整理
- TFメンバーの感じる西新宿の魅力をブレスト(ワークショップでアウトプット)

ワークショップの実施(次頁詳細)

【実施内容】

- 西新宿の現状の資産やイメージのブレスト
- 将来の西新宿の未来像の討議(27名が参加)

【実施結果】

- 参加者が考える西新宿における未来像を可視化(グラレコ資料参照)
- 広報・巻き込みTF参加者間の繋がり強化

広報・巻き込みTFの進め方・進捗共有：ワークショップのまとめ（グラレコ）

未来の西新宿を議論した結果をグラフィック化

**未来
の
西新宿**

FUTURE OF NISHI-SHINJUKU
Graphic Recording by EVOKE, amana inc.
13 JUL 2020

VISITORS

観光客の増加に外国人も誘致
自転車
才能ある若者の支援
駅中緑化
育てられる
植物
アート
アート
アート
アート

LIFESTYLE

地下通関MAP
RetroLife
共同コワーキング
交通の質を
上げる

CULTURE

DIVERSITY
バリエーション
BUSINESS PPL
従来・自転車
観光客の誘致

TECHNOLOGY

TERRACE SEATS
大企業 × STARTUP
町
OnとOffの境がない
働き方の学び
MODE × BUSINESS
今いる人と新しく
来る人が繋がる
スポーツ大会
通勤との両立
田丁 BLOG
街のつながり
つながる
西新宿
COMMUNITY

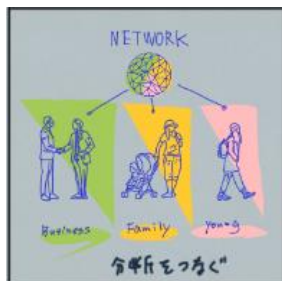
ENVIRONMENT

街そのものが公園
FLEXIBLE
SAFETY
DIVERSITY
Co-CREATION
環境
花や緑が多い
公園がらつながる
オアシスと地域
COMMUNICATION

PEOPLE

MOBILITY POC
TOURIST
STUDENTS
つながる

広報・巻き込みTFの進め方・進捗共有：ワークショップ時の頻出ワード



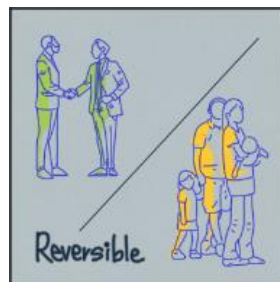
繋がれる・出会えるまち

自然と共生できるまち



チャレンジできるまち

新しいワークスタイルを実現できるまち



広報・巻き込みTFの目的・論点

西新宿に対する愛着や憧れを醸成するために何を・どうやって発信するか検討する

西新宿エリアをカタチづくる“西新宿人(西新宿に愛着・憧れを持つ人・企業)”をつくる・増やすことが目的

活動の目的

【対内的な目的】

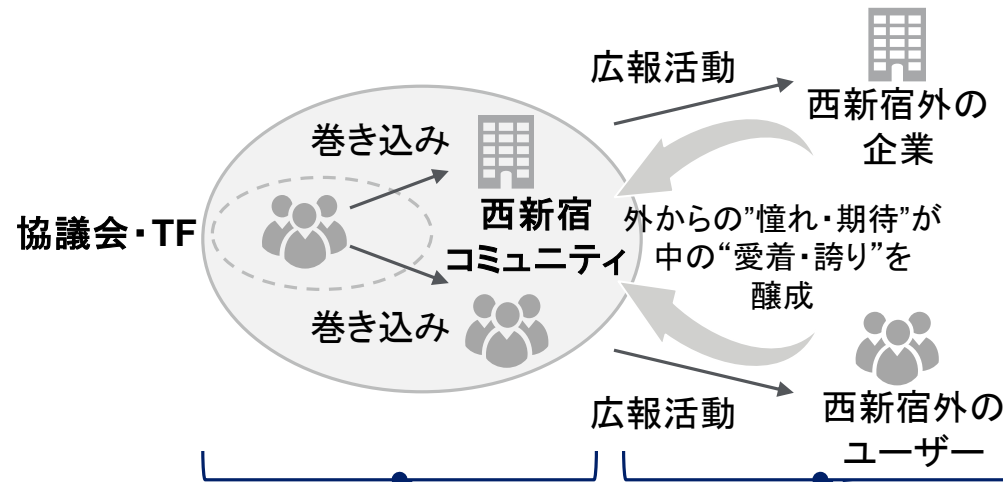
西新宿との関わりを通じて、まちに“愛着・誇り”を持っている状態をつくることが目的

【対外的な(ユーザー)目的】

働く・住む・遊ぶ観点から西新宿(人)に“憧れ”を持っている状態をつくることが目的

【対外的な(ビジネス)目的】

ビジネス環境やビジネス機会に“期待”を持っている状態をつくることが目的



目的達成に向けた論点

1

【論点①:WHAT】

“愛着・誇り”や“憧れ”、“期待”を醸成するためにどのようなメッセージを発信するか？

2

【論点②:HOW】

どのような対内的な巻き込み活動を行い、西新宿コミュニティを活性化するか？

3

【論点③:HOW】

どのような対外的な広報活動を行い、認知度向上や期待醸成を促すか？

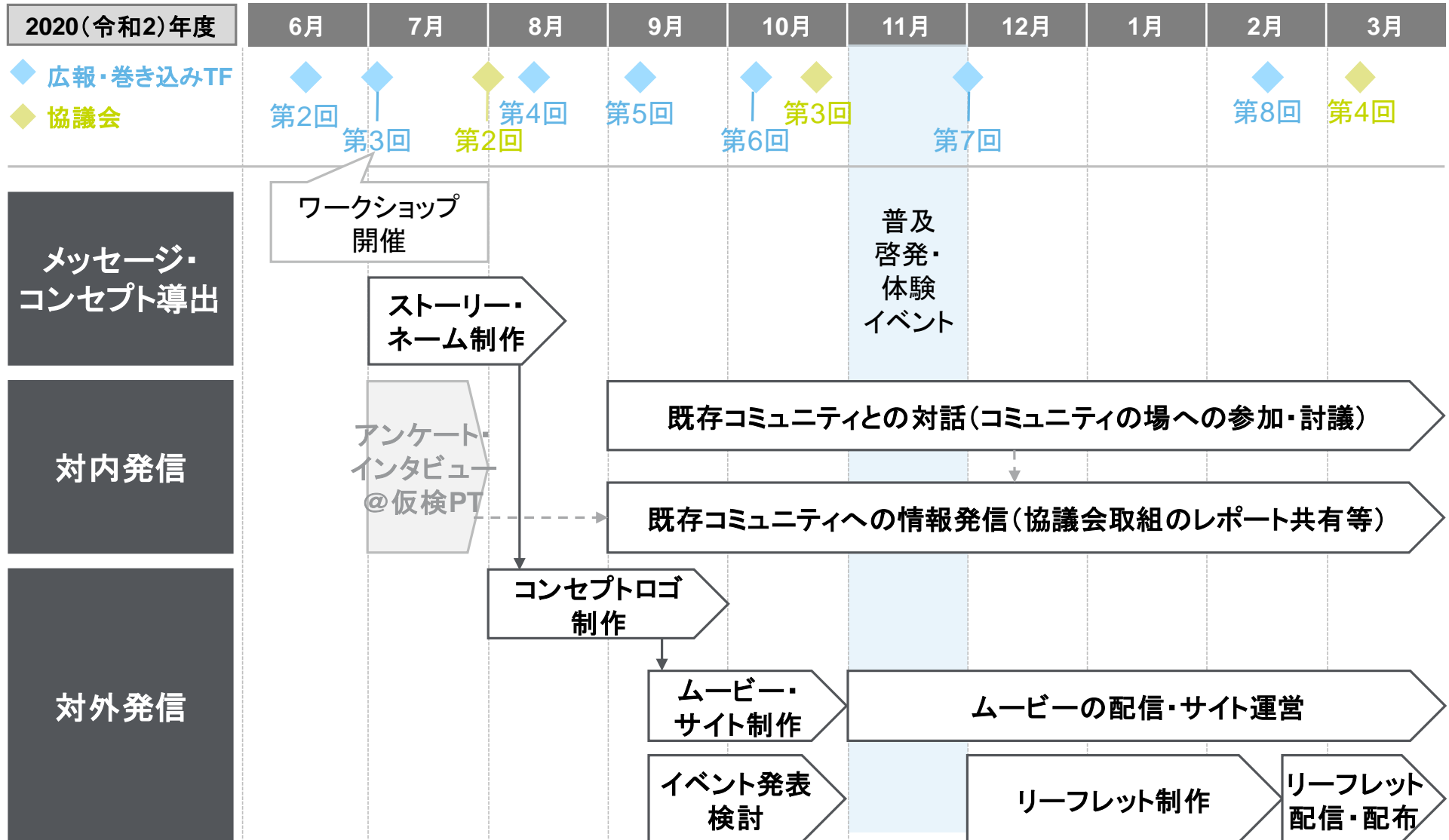
論点に対する取組方針(アクション)案

目的達成に向けた論点に対して、ユーザーの視点を中心に取り組む

目的達成に向けたTFにおける論点	広報・巻き込みTFの注力領域	ビジネスの視点
	ユーザーの視点	
<p>1 【論点①:WHAT】 “誇り”や“愛着”、“期待”を醸成するためにどのようなメッセージを発信するか？</p>	<p>メッセージ・ コンセプトストーリーの導出 ※“疎空間”を活かした心身にゆとりのあるまち等</p>	<p>西新宿の課題と解決の方向性の導出 ※域内回遊を促す新たなコンテンツ創出等</p>
<p>2 【論点②:HOW】 どのような対内的な巻き込み活動を行い、西新宿コミュニティを活性化するか？ (まず認知度向上が必要)</p>	<p>既存コミュニティへの情報発信及び既存コミュニティとの対話</p>	<p>協議会・PT/TFにおける情報共有・方向性確認</p>
<p>3 【論点③:HOW】 どのような対外的な広報活動を行い、愛着・期待醸成を促すか？ (まず認知度向上が必要)</p>	<p>クリエイティブコンテンツ制作・発信及び普及啓発体験イベントにおける取組発表</p>	<p>協議会資料・プレスリリース・リーフレットの公表</p>

2020年度の広報・巻き込みTF年間スケジュール

イベント開催をマイルストーンにクリエイティブコンテンツ制作に関する検討を実施



⑥次回の予定・閉会の挨拶

次回の予定・質疑応答

第3回協議会では課題解決PT・都市OS検討PT及び広報活動について報告致します

開催時期

- 10月19日週(予定)
※日程確定次第、改めてご連絡差し上げます

アジェンダ

- 西新宿における課題まとめ結果共有
- 課題解決PT・都市OS検討PTの中間報告
- 普及啓発体験イベントの取組発表内容の共有
- 広報・巻き込みTFの検討・取組状況の共有

次回までの 依頼事項

- 課題解決PTでの短期的課題解決に関するアイデア提供
- 各種取り組みに関する情報発信内容の確認やPT等への参画を通じた、西新宿のスマートシティ化へのご関与