

**平成27年度
「シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）」
構想検討準備会**

**第2回検討準備会
2016年3月24日**

大手町ファーストスクエアカンファレンス Room A

はじめに

本資料は、平成27年度「シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）」構想検討準備会の中で、検討メンバーの意見を踏まえ、下記の内容について整理したものである。

現時点でシティ・フューチャー・ギャラリーに求められることを、初期案として幅広く取り入れた内容としており、これらは来年度の検討のなかで優先順位をつけながら整理していくものとする。

検討項目

1. 背景・目的

2. コンセプト

2-1. ターゲット

2-2. コンテンツ・手法

2-3. 実地の体験ショーケースの基本事項

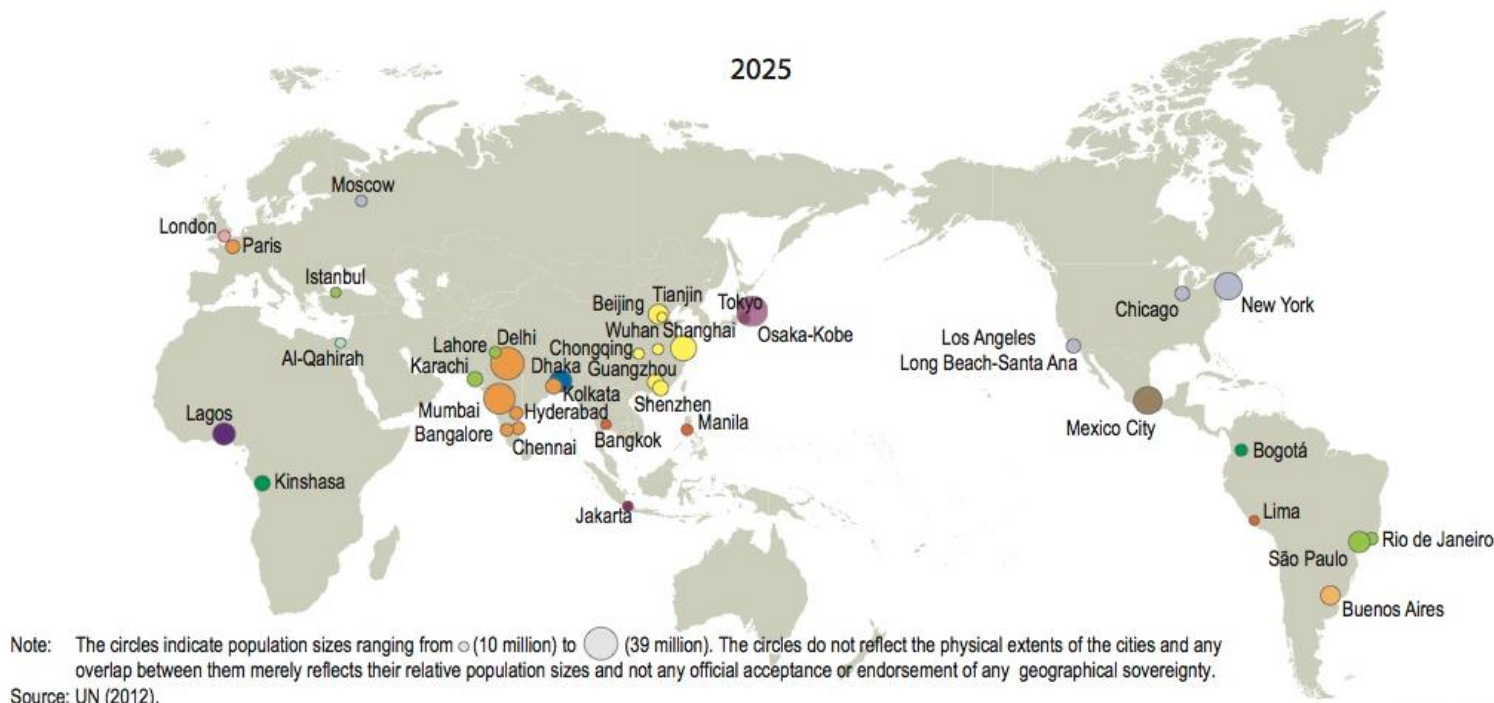
3. 備える機能（例）

1. 背景・目的

アジア新興国は、急速な成長をとげ、今後も急速な経済発展が見込まれ、日本を含む諸外国がアジアへの進出を本格化させている。

こうした中、日本の都市の魅力を発信し、インバウンド需要の取り込み、都市開発の海外展開につなげるため、国土交通省及び東京都が連携して、東京をモデルに日本の都市の成り立ちや都市開発の変遷、また未来図を示すとともに、都市にまつわる様々な先端技術などを一元的に体感できる情報発信の拠点を設けるべく検討を進めることとしている。

アジアに集中する人口1000万人以上のメガシティ（2025）



東京都の政策（インバウンド：対日投資誘致戦略）

再掲 (2/4)
第1回構想検討準備会資料より

東京では、2020年にオリンピック・パラリンピックが開催される。これを契機として、世界中から資金・人材・企業を東京に集め、更に世界に開かれたビジネス都市へと東京を大改造していこうとしている。政府と力を合わせて規制緩和に取り組み、外国企業にとってビジネスがしやすく、快適に安心して暮らせる環境づくりを進め、国際金融拠点、医療・創薬イノベーションの拠点に東京を育てていこうとしている。

世界をリードする巨大経済圏、東京



昨年11月に策定した東京都総合戦略では「地方創生」に対する考え方として、「東京と地方が共に栄える、真の地方創生」の実現を掲げている。東京と他の地域が、それぞれの持つ力を合わせて、共に栄え、成長し、日本全体の持続的発展を目指す。

「東京と地方が共に栄える、真の地方創生」の実現に向けた取組

東京と地方の共存共栄

- 全国各地と連携した産業振興
- 「東京と地方」の双方の魅力を生かした観光振興
- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会を契機とした各地域の活性化
- 「東京と地方」が連携した芸術文化振興の展開
- 官民連携再エネファンドを通じた投融資
- 都内区市町村と全国各地が連携した取組

など

国の政策「インフラシステム輸出戦略」のポイント

再掲 (2/4)
第1回構想検討準備会資料より

「インフラシステム輸出戦略」は政府の基本的政策をまとめたものである。地域別取り組み方針によって、ASEANから世界に展開し、また「5本の柱」などあらゆる施策を動員して30兆円（2020年）の市場を獲得する。

ASEAN

「絶対に失えない、負けられない市場」。

「FULL進出」がキーワード。

- ▶あらゆる分野におけるインフラ輸出の拡大
- ▶サプライチェーンの強化による本邦進出企業の支援

南西アジア、中東、ロシア・CIS、中南米

大きな成長市場。地理的・文化的要因もあって貿易・投資・インフラ海外展開で遅れている。

- ▶インフラ分野では競合国に先んじて重要な案件の受注を勝ち取るべく、集中的に取り組む。

アフリカ

企業の事業展開フィールドとして位置付けられていない。

- ▶ODAとも連携して「一つでも多くの成功事例」を生み出す。

その他（先進国等）

- ▶自然災害の脆弱性への対応や資源権益確保につながるインフラ輸出の促進
- ▶電力・交通等の我が国が強みを発揮できる分野でのインフラ輸出の促進

5本の柱

1. 企業のグローバル競争力強化に向けた官民連携の推進

- 多彩で強力なトップセールス
- 経済協力の戦略的展開（政策支援ツールの有効活用）
 - ⇒ F/S；実証事業；技術協力；無償資金協力；円借款；公的金融
- 官民連携体制の強化
- 面的・広域的な取り組み
- 川上から川下まで
- 法制度等ビジネス環境整備

2. 中小・中堅企業及び地方自治体への支援、人材育成

- 中小・中堅企業及び地方自治体のインフラ海外展開
- グローバル人材の育成及び人的ネットワーク構築

3. 先進的な技術・知見等を活かした国際標準の獲得

- 国際標準の獲得、認証基盤の強化
- 低炭素技術の海外展開支援
- 防災主流化の主導

4. 新たなフロンティアとなるインフラ分野

- 医療分野・農業分野・宇宙分野・防災・海洋インフラ・超電導リニア等

5. 安定的かつ安価な資源の確保の推進

- 天然ガス・石油・鉱物資源・石炭

国土交通省によるインフラシステム海外展開の推進

再掲 (2/4)
第1回構想検討準備会資料より

日本再興戦略に位置づけられたインフラシステム輸出を強かに推進（2020年までに30兆円（2010年：約10兆円）の受注を目指す）。具体的には、川上（構想段階）からの参画、トップセールスの展開、川下（管理・運営）への参入まで官民一体となって推進する。我が国規格の国際標準化などソフトインフラも積極的に展開する。

「川上」からの参画・情報発信

官民一体となったトップセールスの展開や案件形成等の推進、**情報発信の強化**

- ▶ トップセールス等相手国政府とのハイレベル協議、セミナーの開催、相手国要人・政府行政官の招聘等を実施
- ▶ 構想段階から、官民連携による案件形成、コンソーシアム形成の支援、海外PPP協議会の開催等を実施
- ▶ 日本のインフラの優れた点を様々な国際会議の機会等を活用して**情報発信**



平成26年9月
インド・モディ首相との会談



平成26年11月 各国駐日大使向け「シティ・ツアー」の開催

インフラ輸出に取り組む企業支援

我が国企業のインフラ輸出・海外進出を多角的に支援

- ▶ 川下（管理・運営）に進出する企業の事業リスク軽減のための支援：
（株）海外交通・都市開発事業支援機構の設立等
- ▶ 民間企業からのトラブル相談窓口として「海外建設ホットライン」の設置や、事業監理セミナー等を実施
- ▶ 二国間対話等を通じたビジネストラブルの解決支援



平成24年2月 日・カンボジア安全・品質管理セミナー



平成23年10月 合同現場見学会(ベトナム)

ソフトインフラの展開

我が国の技術・システムの国際標準化や相手国でのスタンダード獲得等、ソフトインフラの海外展開

- ▶ 国際機関・標準化団体へ参画、我が国提案への賛同国増加に向けた働きかけ強化
- ▶ セミナー・研修開催、専門家派遣等を通じた日本規格のデファクトスタンダード化の普及・促進



平成23年11月 IEC（国際電気標準会議）/TC9（鉄道用電気設備・システムに関する技術委員会）総会



平成24年7月 ISO（国際標準化機構）水のワークショップin神戸

日本再興戦略において、改革の Momentum～「改革2020」～の推進を掲げている。3つの重点政策分野における6つのプロジェクトの1つとして、「対日直接投資拡大に向けた誘致方策」が示されている。

日本再興戦略2015

改革の Momentum～「改革2020」～

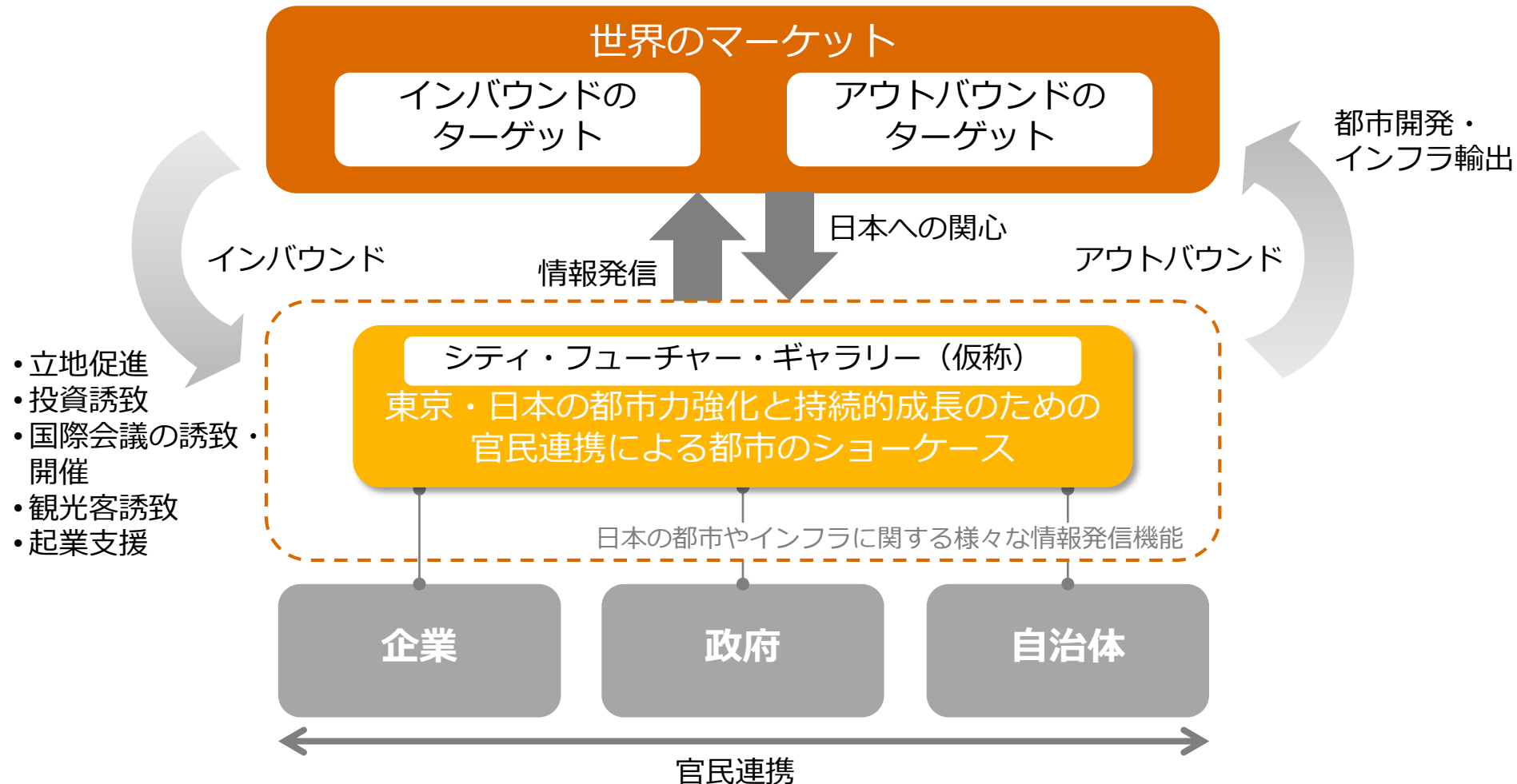
(対日直接投資の拡大とビジネス環境の改善・向上)

⑥ 対日直接投資拡大に向けた誘致方策

- 2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会等の開催により、我が国に対する国際的な注目度が高まる2020年に向けて、**対内直接投資の拡大に重点的に取り組む**ことが、その実現に効果的である。その際、外国企業のニーズを踏まえるのは言うまでもなく、国内企業にとっても魅力あるビジネス環境等の整備を図ることが重要である。**成長戦略に盛り込まれた施策の推進を通じたビジネス環境等改善の成果を積極的に発信し、地方自治体等との連携の下、投資案件の発掘・誘致活動等に戦略的に取り組んでいくことが必要**である。また、こうした発掘・誘致活動の展開を梃子にして、国内における規制・制度改革を加速させることにもつなげていく。
- 対日直接投資の拡大に向け、**2020年をターゲットイヤー**として、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会などの国際的なイベントも最大限活用しながら、**ビジネスカンファレンスの開催など、我が国を挙げた取組について対外発信を行う**。

1. シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）の目的 (1/2)

政府・自治体・企業の連携による都市のショーケースを通じて、東京をはじめとする日本の都市の魅力を発信し、企業立地や人材を呼び込むと同時に、企業の都市・インフラ輸出を促進し、日本の都市力強化と持続的成長を実現する。



1. シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）の目的 (2/2)

下記にインバウンド及びアウトバウンドにおける取組の方向性、コンセプトを整理する。

| | | |
|---------|----------------|---|
| インバウンド | 本社立地の促進 | 現状においてアジアの他都市に劣後している海外企業（金融、IT など）の本社機能の立地を促進する。 |
| | 海外投資の促進 | 海外からの投資を働きかけ、REIT などの不動産投資を呼び込む。 |
| | 国際会議誘致・開催 | 世界的な規模の国際会議・イベントの開催に向けて、東京の都市の魅力の世界に発信する絶好の機会とする。 |
| | 観光誘致 | 外国人訪都旅行者を増やすことによる経済波及効果により、国内経済の活力の維持・発展に寄与する。 |
| | 起業支援 | 新たなビジネスモデルの創出やベンチャー企業の育成に向けた場となる機会を促進する。 |
| アウトバウンド | 「川上」の構想段階からの関与 | 海外のスマートシティ等、都市開発プロジェクトの「川上」における、都市計画マスタープラン策定等の機会獲得を促進する。 |
| | 都市開発の海外展開 | 日本企業の海外不動産開発展開の促進や、都市開発ノウハウの展開を促進する。 |
| | インフラシステムの輸出促進 | 交通、水、エネルギー、廃棄物等、その他、様々な日本の質の高い都市関連インフラの輸出、さらにはパッケージでの展開を推進する。 |

2. コンセプト

2-1. ターゲット

2-2. コンテンツ・手法

2-3. 実地の体験ショーケースの基本事項

2-1. ターゲットの整理

シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）は、インバウンドとアウトバウンドの取組を促進するため、ターゲットのニーズを見極め、ターゲットが望むコンテンツの内容を見せる工夫をする



2-1. ターゲット（インバウンド）の例

インバウンドでは、海外ビジネスパーソン（投資家等）、MICEビジター、外国人観光客、子供・学生等を主なターゲットとする。

| | | | |
|------------------------|---|---|--|
| ターゲット (インバウンド) 例 | 1 | 海外ビジネスパーソン (投資家等) | <ul style="list-style-type: none">• 本社立地先を検討している外国企業の幹部人材や、対日投資、REIT等の海外投資家をターゲットとする。• 海外ビジネスパーソンの家族• 誘致する対象の企業は、日本が、市場規模や技術的な側面で強みを持つ医療、IT、環境分野等を含め、金融など多様な企業がターゲットになり得る。• 海外企業からは、日本のビジネス環境として、交通の利便性を中心として整備されたビジネス環境が評価されている。 |
| | 2 | MICEビジター | <ul style="list-style-type: none">• MICEで日本に立ち寄るような「クオリティ・ビジター」※に立ち寄ってもらえる施設とすることで、より高い発信力が期待できる。※ MICEで訪日する訪日客は、一般観光客よりも消費額が高く、社会的な地位や所得、ビジネス上の地位などが高く、自国での影響力が強い「クオリティ・ビジター」である傾向が強い、と言われている |
| | 3 | 外国人観光客 子供・学生等 (社会学習・研修等) | <ul style="list-style-type: none">• 本施設を訪日外国人向けの観光スポットとしても位置付ける。• 児童の社会科見学や、社会人の研修等の学習プログラムの受け入れを実施し、誰もが生涯に渡り、都市に関する学習ができる場とする。 |

2-1. ターゲット（アウトバウンド）の例

アウトバウンドでは、海外政府関係者、海外ビジネスパーソン（顧客・協業先）、国内の留学生等を主なターゲットとする。

| | | | |
|-------------------------|---|--------------------------------|--|
| ターゲット (アウトバウンド) 例 | 1 | 海外政府関係者 | <p>都市開発、インフラ輸出のカウンターパートである、海外政府関係者をターゲットとする。（以下は相手政府関係者の例）</p> <ul style="list-style-type: none">• 交通問題を抱える新興国や自動車社会からの転換を図る先進国の都市• 水・廃棄物等の環境課題に直面する新興国の都市• 新たな都市開発や様々な都市課題の解決を必要とする都市など |
| | 2 | 海外ビジネスパーソン (顧客・協業先) | <p>直接的な顧客企業のみならず、パートナーとなる協業先企業も含めて、海外ビジネスパーソンをターゲットとする。（以下は相手企業の例）</p> <ul style="list-style-type: none">• 日本のソリューションを導入したい顧客候補企業• 日本と協業したいと考えているパートナー候補企業など |
| | 3 | 国内の留学生 | <ul style="list-style-type: none">• 日本に勉強に来ている留学生にも興味を持ってもらえるように• 日本に興味を持って勉強に来ていただいた方は旅行などで来られる方よりも、母国に帰られてからわが国にとって、とても大きな広告塔になる |

2-2. コンテンツ・手法

本施設では以下の3つの軸により、コンテンツの全体像を構成し、都市を様々な角度から包括的に示すものとする。

時間軸

都市の変遷（過去・現在・未来）、都市化のプロセスを見せる

- 都市の変遷として、過去～現在～未来に沿った時間軸で都市を紹介する。
- 東京を中心とした、日本の都市の成り立ちを、過去から振り返って紹介する。（江戸東京博物館等の施設との連携により相乗効果を図る）
- 都市化の歴史の中で様々な課題を解決したソリューションを見せる。
- 水素社会の取り組みなど、東京の未来像を紹介する。
- 2020年以降の都市の姿を見せる

地域軸

東京を中心とした地域とのつながり

ミクロからマクロへの面的拡がりを持った見せ方をする

- 東京を中心として、様々な特徴を持った現在進行形で開発が進むエリアを紹介する。（大丸有、日本橋、六本木、渋谷、新宿、品川、他）
- 大都市圏の中の東京を見せる
- 東京のみならず、日本全国の先進的な取組をしている地区を紹介する。ここでの紹介から、各地のサイトギャラリーへ送客する。
- アジアの中の成熟都市としての優位性を見せる
- 世界の中の東京を見せる

都市の構成レイヤー軸

都市の様々な側面を重層的に示す

- 東京の多様性を活かし、様々な角度から都市を眺められるようなコンテンツが必要
- 多様な業種の人を案内する場とするため、説明する相手や説明したい内容によってコンテンツを柔軟に選択し可能にする

都市を構成するレイヤーの案として以下が考えられる。

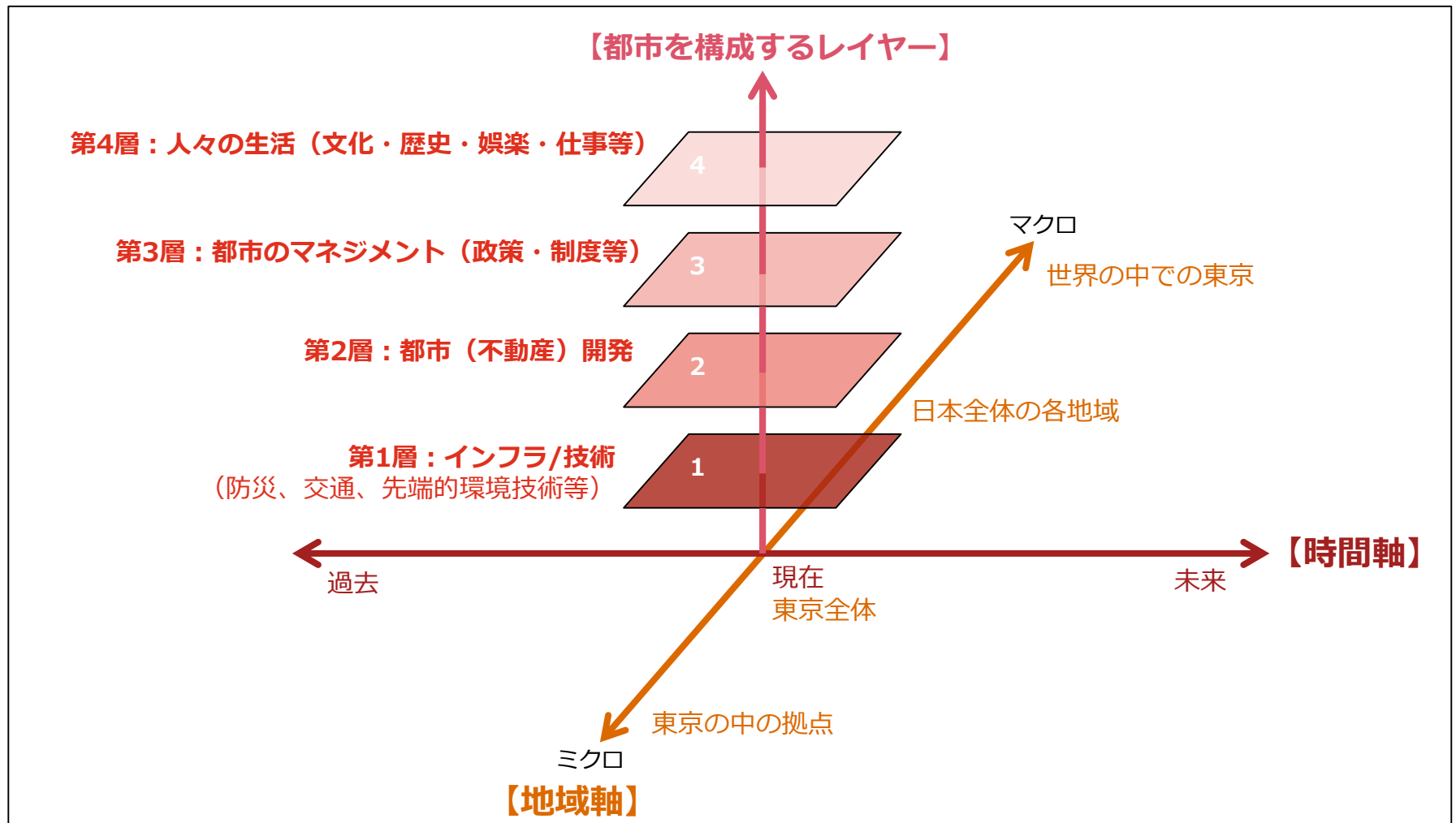
- 第4層：人々の生活（文化・歴史・娯楽・仕事等）
- 第3層：都市のマネジメント（政策・制度等）
- 第2層：都市（不動産）開発
- 第1層：インフラ/技術（防災、交通、先端的環境技術等）

3つの軸を組み合わせ、都市を様々な角度から包括的に示す

2-2. コンテンツ・手法

本施設では以下の3つの軸により、コンテンツの全体像を構成し、都市を様々な角度から包括的に示すものとする。

コンテンツの全体像イメージ



2-2. コンテンツ・手法（例）

展示手法については、陳腐化しない工夫が重要である。そのために、体験型、ICTの活用、目玉の存在、模型とデジタルの融合、データの可視化等の手法を用いるものとする。また、様々な海外からの来訪者への対応の前提として多言語対応も必要である。

展示手法の例

展示手法（陳腐化しない工夫の例）

体験型



- 観光客も楽しめる、体験型のテーマパーク的手法が必要
- 観る→触れる・体験する・感じる→学ぶ→発表→共有のサイクル
- 実物展示や五感に訴えるインタラクティブな仕掛け
- 体験コーナー、ワークショップ等の開催

ICTの活用



- バーチャルリアリティ・3Dモデル、AR（拡張現実）などを活用
- プロジェクションマッピングなど映像技術を駆使
- ヘッドマウントディスプレイ等没入型端末を活用
- ICTによりコンテンツのアップデートに柔軟に対応

目玉の存在



- 「訪れる価値のある施設」と思われるための目玉の存在
- 未来を感じさせるもの
- 口コミ、SNS等での評判の拡散を得られるもの

模型とデジタルの融合



- 都市のスケールや骨格を理解する為には、模型が効果的
- 模型のうえに、プロジェクションマッピングで都市の様々な情報を重ねて見せる
- 模型を見せた後に実際の現場に行く

データの可視化



- 都市空間、インフラのデータベースの公開（オープンデータ）
- 相手の都市が日本の何年代にあたるのかを理解できる比較データ
- その瞬間の都市の状態を表すリアルタイムデータを可視化

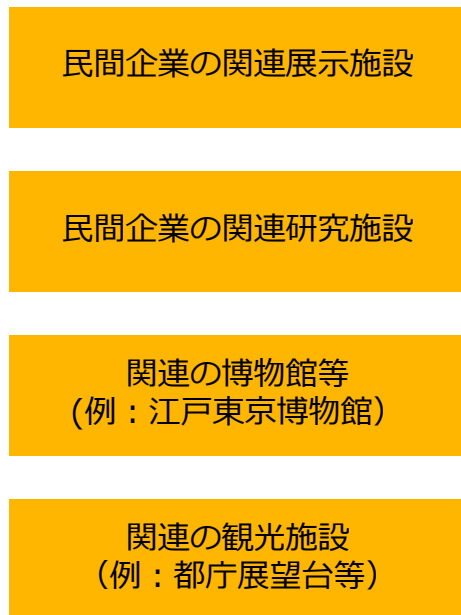
2-3. サイトギャラリーの位置づけの例

東京に設置するシティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）では、全国各地の先進的なまちづくりのショーケースの概要展示（インデックス）を実施し、東京を含む全国の街区に存在するサイトギャラリーをネットワークする。

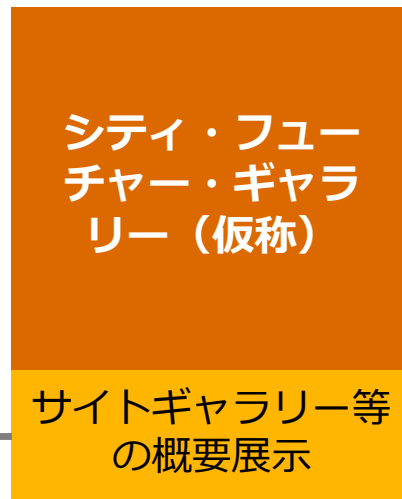
各地のサイトギャラリーとのネットワーク

他の関連施設

民間企業が持つ展示施設、研究施設、実際のインフラ等の設置場所、博物館や観光施設等と連携し、一体的な展示を実現



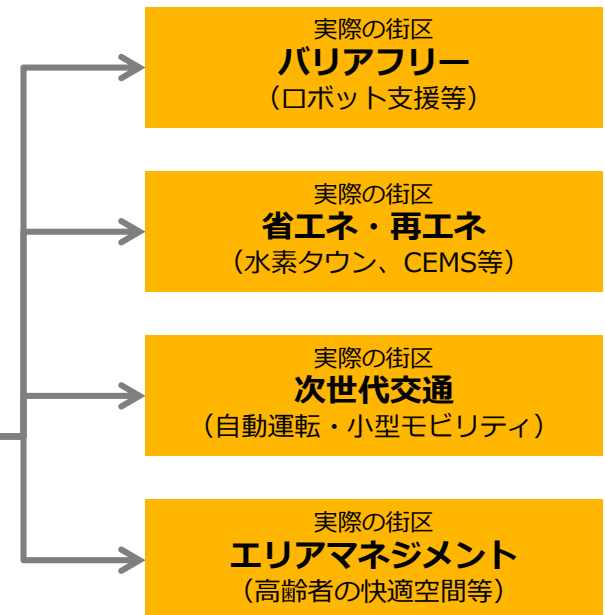
東京 (ハブ機能)



- 全国のサイトギャラリーや、他の展示施設を結ぶハブ機能も備える
- シティ・フューチャー・ギャラリーの中で、仮想的に各サイトギャラリーを体感できる等の工夫をして、各サイトへの興味を喚起する。

東京を含む全国の実際の街区

リアルな「まち」において先進的なシステムや技術を活用し、未来型のまちづくりを行っている場の創造（徒歩で体感）



2-3. (参考) サイトギャラリーの例

下記にサイトギャラリーの例（実際の街区）を示す。

再生可能エネルギーを導入した地区



街区全体に太陽光発電等の再生可能エネルギーを導入したスマートタウン地区
(例：Fujisawa SST 等)

LRTを導入したコンパクトシティ



LRTを導入し、街の中心部へ人を誘導する高齢者にも優しいコンパクトシティ
(例：富山市 等)

CEMSを導入したスマートシティ



街区全体のエネルギー管理を実施する、災害にも強く環境にもやさしいスマートシティ (例：柏の葉スマートシティ 等)

新型交通を導入した地区



超小型モビリティ等の新型交通システムを導入した（実証含む）地区
(例：豊田市、横浜市 等)

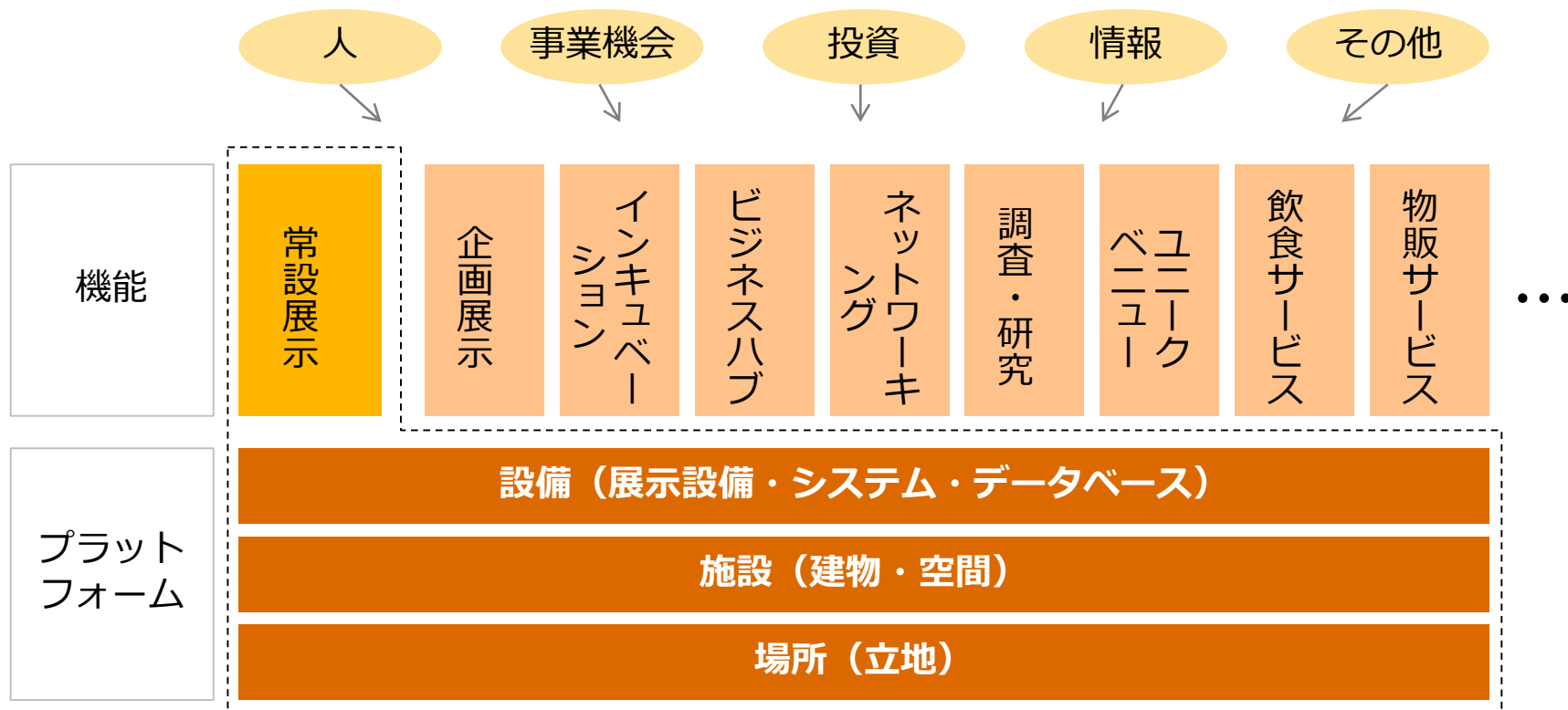
3. 備える機能（例）

3. 備える機能（例） ～エコシステムの構築

本施設は展示機能以外に、様々なサービス（機能）を提供することを検討する。ギャラリーの常設展示機能は、その中の一つのサービスと位置付ける。ビジネス支援や、MICE支援等の機能を、企業等との共創により実現し、様々な人・物・金・情報のリソースが集まってくるエコシステムを構築する。

エコシステムの構築

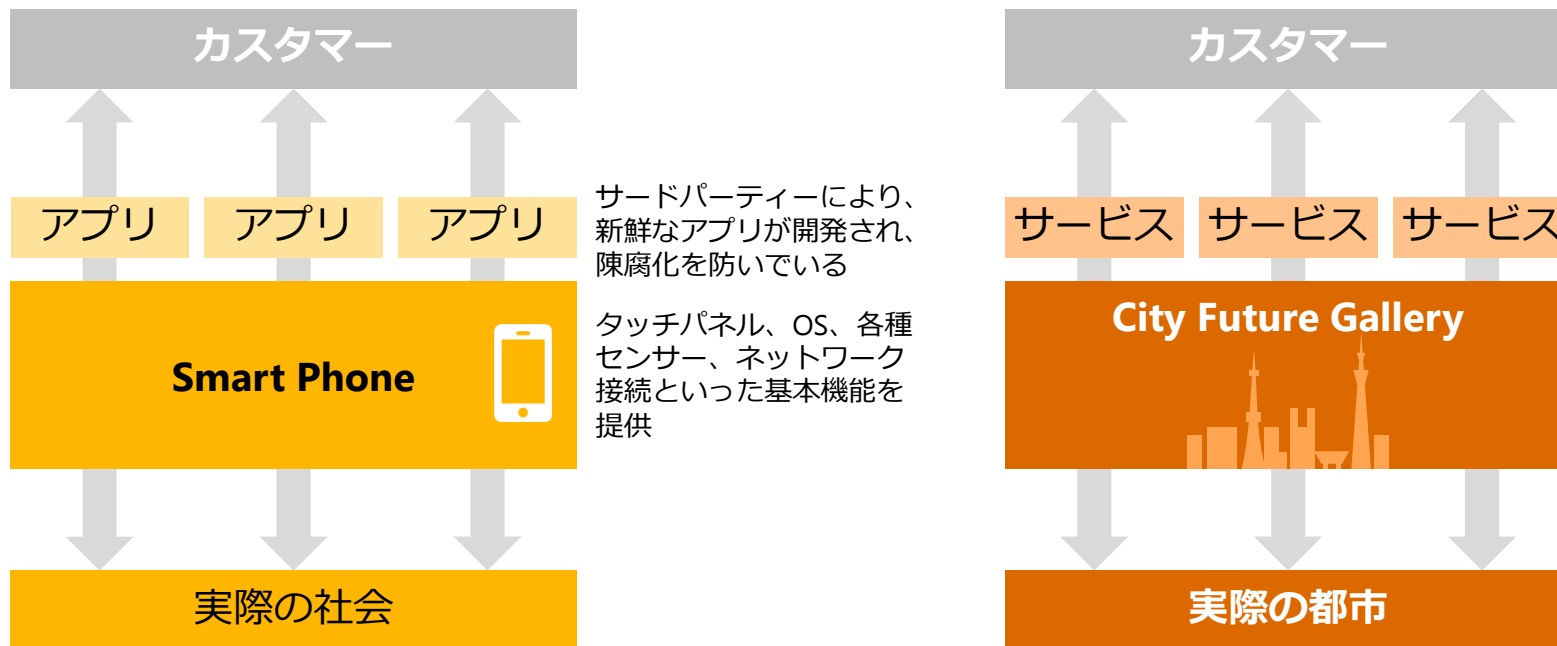
常に活性化した状態をつくる



3. 備える機能（例） ～プラットフォームモデル

スマートフォンのモデルは、サードパーティーにより、常に新しいアプリケーションが開発され、陳腐化を防いでいる。本施設も、一つの機能で固定化せず、新規性を担保するため、様々な組織との共創により、都市に関するサービス（機能）を拡張可能な仕組みで提供できるプラットフォームとなることが望ましい。

スマートフォンのモデルとCFGとの比較



3. 備える機能（例） ～機能一覧

本施設が果たす機能として考えられるものの例を下記に記載する。

機能
（例）

常設展示



シティ・フューチャー・ギャラリーの展示サービス。基本的にコンテンツの中身を変更しない常設展示とする。

企画展示



シティ・フューチャー・ギャラリーの展示サービス。一定期間ごとに、企画内容を変更し、その時々で話題の展示内容を提供し、展示の鮮度を維持する。

インキュベーション



新たなビジネスモデルの創出やベンチャー企業の育成に向けた場となる機会を促進する。

ビジネスハブ



本施設で、自社の顧客や取引先を案内しながら、会議やプレゼンテーションができるようなビジネス向け機能を提供する。

ネットワーキング



本施設が民間企業のショールームや、研究施設等とのネットワークのハブとなり、送客する機能を提供する。

調査・研究



常に都市にまつわる最新のトレンドを捉えておくためのシンクタンクとしての機能を持つ。展示やイベントの企画を検討する。

ユニークベニュー



MICEに伴うアフターコンベンション等に活用可能なユニークベニューとなるべく、各種イベント・パーティーを開催する。

飲食サービス



来訪者が、飲食をしながら休憩できるカフェ等の機能を提供する。各種イベント・パーティー等にも対応できるようにする。

物販サービス



都市に関する関連グッズ（お土産物、都市に関する書籍等）を販売し、日本の都市のブランディングを促進する。