

平成 28 年度「シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）」構想検討会

第 1 回検討会では出された主な意見

シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）の目的について

- ・ CFG のターゲットは観光客ではなく、都市づくりやビジネスインバウンド等、専門家であると認識している。CFG は観光客向け施設なのか、それともビジネス向け施設なのか整理が必要である。
- ・ CFG を自社がビジネスに活用するのであれば、丸一日滞在ではなく、最大でも一時間半～二時間の滞在。その時間で東京の現在の力と、国や都の政策との連動性がある今後の東京の方向性を紹介できる施設であれば、お客様を連れてきたいと考える。
- ・ 日本全体では人口減少が進み、力が衰えていくなか、海外の人の目を日本に向けさせ、ビジネスを惹きつけることが CFG の目的だと理解している。観光的要素が織り込まれていても良いが、そこは全体を描いたうえで、今後絞っていけば良いと考える。
- ・ 観光という意味では、東京や国内のどこに行くべきか知りたい場合は、通常観光案内所に行くが、CFG に観光案内所を入れてもよいと思われる。また観光客を呼び込むという視点では、本来であれば、ここにしかないコンテンツが必要で、VR 等の体験的要素も人気が出るだろう。一方で、そういった観光要素が強すぎると、ビジネス色が弱くなる。ビジネスでは、閉館後の夜間は国際会議等のアフターコンベンションで活用可能になるのであれば、東京のことを学びながらレセプションができる良い施設になると思う。
- ・ ビジネスでは、明確な目的があればそちらに行く。CFG に来る意味は、幕の内弁当的に様々なコンテンツを提供することで潜在的な商談を引き出す、若しくは気づかなかったものを生み出すという効果を狙うものだと理解している。アフターコンベンションの活用なども検討すべき。また、ビジネスコンシェルジュの配置は必要だと思う。コンテンツ提供者間の情報交換も重要になるだろう。

コンテンツの内容について

- ・ コンテンツのエリア紹介のゾーンが都心部ばかりになっているが、江戸の情緒がまだ息づいているという意味で、谷根千下町情緒を紹介し、伝統芸能の匠の技が、今の先端技術に繋がっているという説明があっても良いのではないか。
- ・ AI（人工知能）を搭載した観光案内ロボットも出てくると思われる。そういう技術を検証する場として、シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）にて AI によるツアーの企画をして観光客の意見をディープラーニングで分析するのも面白いのではないか。
- ・ 訴求すべき内容は、都市インフラについては、ただ現状を紹介するのではなく、「将来こういうインフラ整備をしていく」という将来像を紹介しなければ魅力的ではない。インバウンドを惹きつけるには、東京でどういうビジネス展開ができるか、ビジネスサポートはどうなっているか、という観点も必要。また、インバウンド検討企業が自社の従業員を安心して送り出すには、住居・医療・学校・レクリエーションの面で快適に生活ができることを示す必要もある。現状のコンテンツは、ハードに偏っており、これらのソフト面が弱い印象がある。
- ・ 日本の中の東京という意味では、各地域とのインフラ・交通面でのつながりを見せられれば良い。プロログの部分で、日本の中の関東、関東の中の東京、という全体の中での位置づけに触れると

良いのではないか。交通網やインフラの集約、関東内での連携、インデックス機能、といった全体感を導入部分でもう少し出したうえで各論に入ったほうが良いと感じる。また、**VR**を使ったインフラ内部での疑似体験というアイデアがあるが、地下の貯水池等の映像を使った疑似体験のコンテンツというのも面白いと思う。コンテンツを入れ替えることが出来るという意味でも良い。

- ・ コンテンツとして最後にでてくる水素社会やスマートシティの話は、都の未来のビジョンとの繋がりが不可欠。アウトバウンドもインバウンドも、両方狙うとなると、コンテンツ検討は難しい。**CFG**で見せられる内容には限界があり、どこまでを**CFG**でカバーすれば、企業のビジネスに繋がるのかという視点での議論が必要だと感じた。
- ・ 街を紹介するという意味では、「そうだったのか」という感動を残すプレゼンが出来ればよいと思う。未来のことを紹介する時もストーリーをもって納得感のある感動を提供したい。
- ・ コンセプトだけでなく、運営していくに当たり、何人来てもらう必要があるのか、具体的にどういう人が何の目的でどのように来るのか、どうすれば事業が成り立つのかを考えなければならない。

シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）の機能・役割について

- ・ プレゼンの資料 13 ページの訴求すべき情報の整理を見ていると、東京はいろんなことが精密に出来上がっている。これが東南アジアの国になると、ここまで精密ではなく法律にも隙間が存在する状態。「行政と民間」という話があったが、実際に海外でビジネスを立ち上げる際は、様々な行政機関を回る必要があり、ハードルを感じる。外国企業にとって日本はもっと大変だろうと推察する。こういった、会社立上げの意欲がある外国企業に対し、各行政機関とどの様に関われば良いか、法規制はどうなっているか、弁護士事務所はどういったところがあるのか、等を案内できる人を置くことで、**CFG**が案内窓口になれるのではないか。**CFG**の施設内でインバウンド誘致しているが、一歩外に出ると各所を訪ね歩かないといけないのは大変である。
- ・ **CFG**を2時間見て終わりではなく**CFG**がビジネスを生み出すプラットフォームになることが大切だと感じる。外国企業の方は、手続きなどどこに行っても良いかわからず、たらい回しになることもあるだろう。**B2G**、**G2G**のつなぎの場になれば良いと思う。
- ・ 展示物や**VR**を否定はしないが、ビジネスとして考えると結局は人だと思う。法律・都市計画・業界などの的確なアドバイスができるビジネスコンシェルジュ的な人が**CFG**に居れば良い施設になる。行政や商社**OB**なども、まだまだ活用できる人は沢山いると思う。