

**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2回検討会  
2016年12月20日**

**場所：大手町ファーストスクエアカンファレンス Room B**

# 目次

---

1. 背景・目的・課題
2. ターゲット
3. コンセプト
4. サイトギャラリー
5. コンテンツ

# 1. 背景・目的・課題

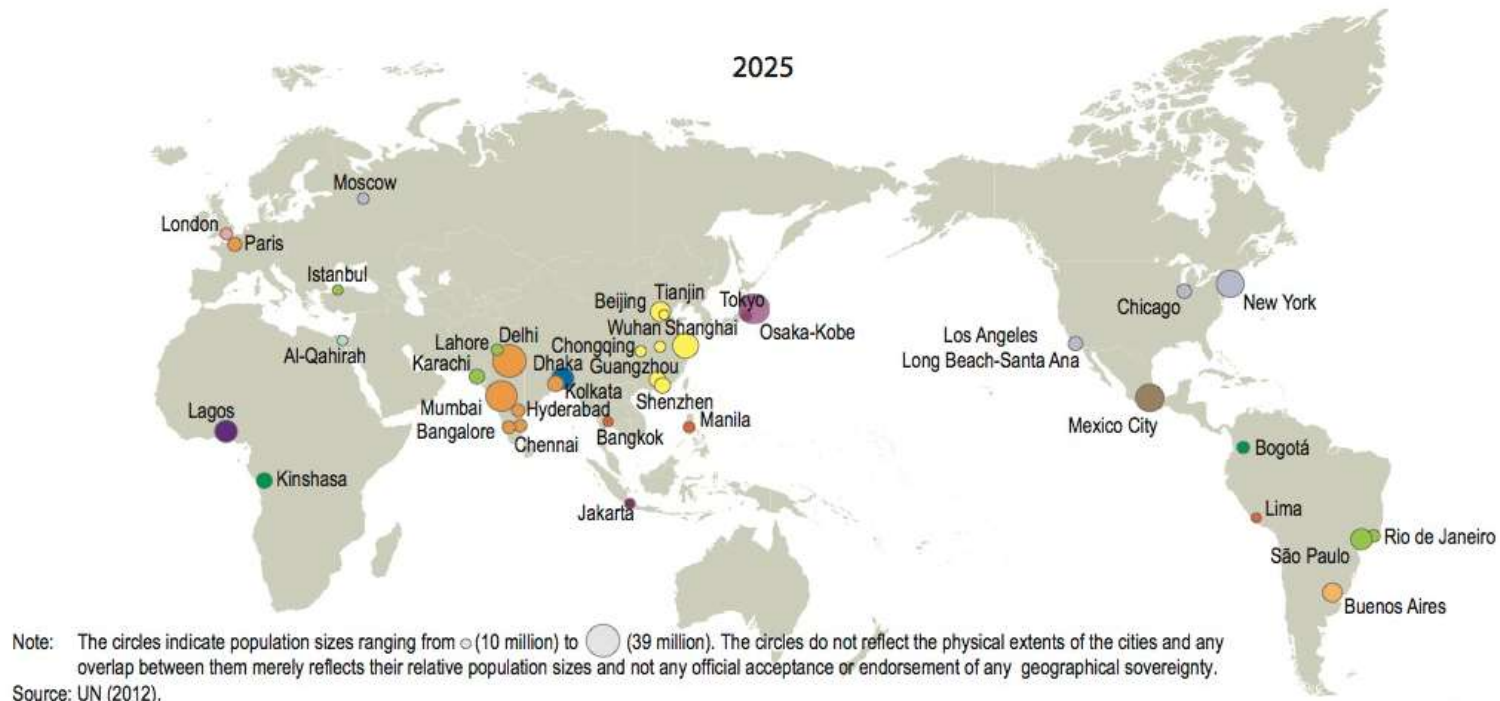
---

# シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）構想検討の背景

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）



# 背景：東京都の政策（インバウンド：対日投資誘致戦略）

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

世界の巨大都市圏人口 **第1位**

Fortune Global 500  
企業の本社数 **第2位**

旅行者による世界の都市調査  
(トリップアドバイザー) **第1位**

Global Cities of the Future  
メガシティ総合評価  
(フィナンシャルタイムズ) **第3位**

都内総生産 **世界第14位** に相当

グローバル都市指標  
(A.T.カーニー) **第4位**

世界の都市総合ランキング  
(森記念財団) **第3位**

資本金10億円以上の大企業数 **2,748社**  
日本全体の約**46%**

世界の都市競争ランキング  
(エコノミストインテリジェンスユニット) **第6位**

外資系企業数 **2,376社**  
日本全体の約**76%**

# 背景：東京都の政策（地方創生：東京都総合戦略）

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

# 背景：国の政策「インフラシステム輸出戦略」のポイント

「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。

## 地域別取り組み方針

### 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

# 背景：国土交通省によるインフラシステム海外展開の推進

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



# 背景：日本再興戦略「改革2020」の推進

日本再興戦略において、改革のモメンタム～「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

改革のモメンタム～「改革2020」～

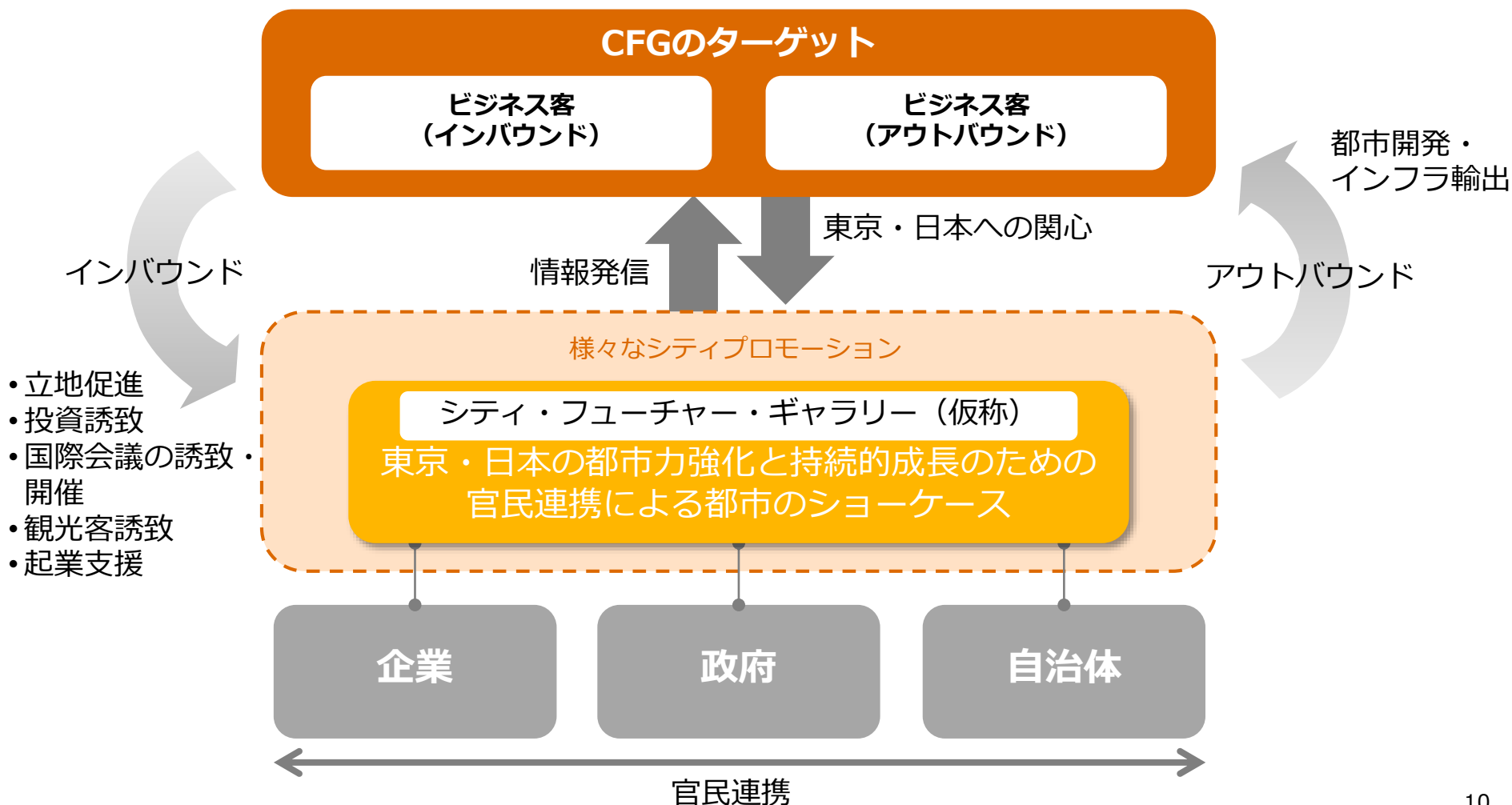
## （対日直接投資の拡大とビジネス環境の改善・向上）

### 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**。

# シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）の目的

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。



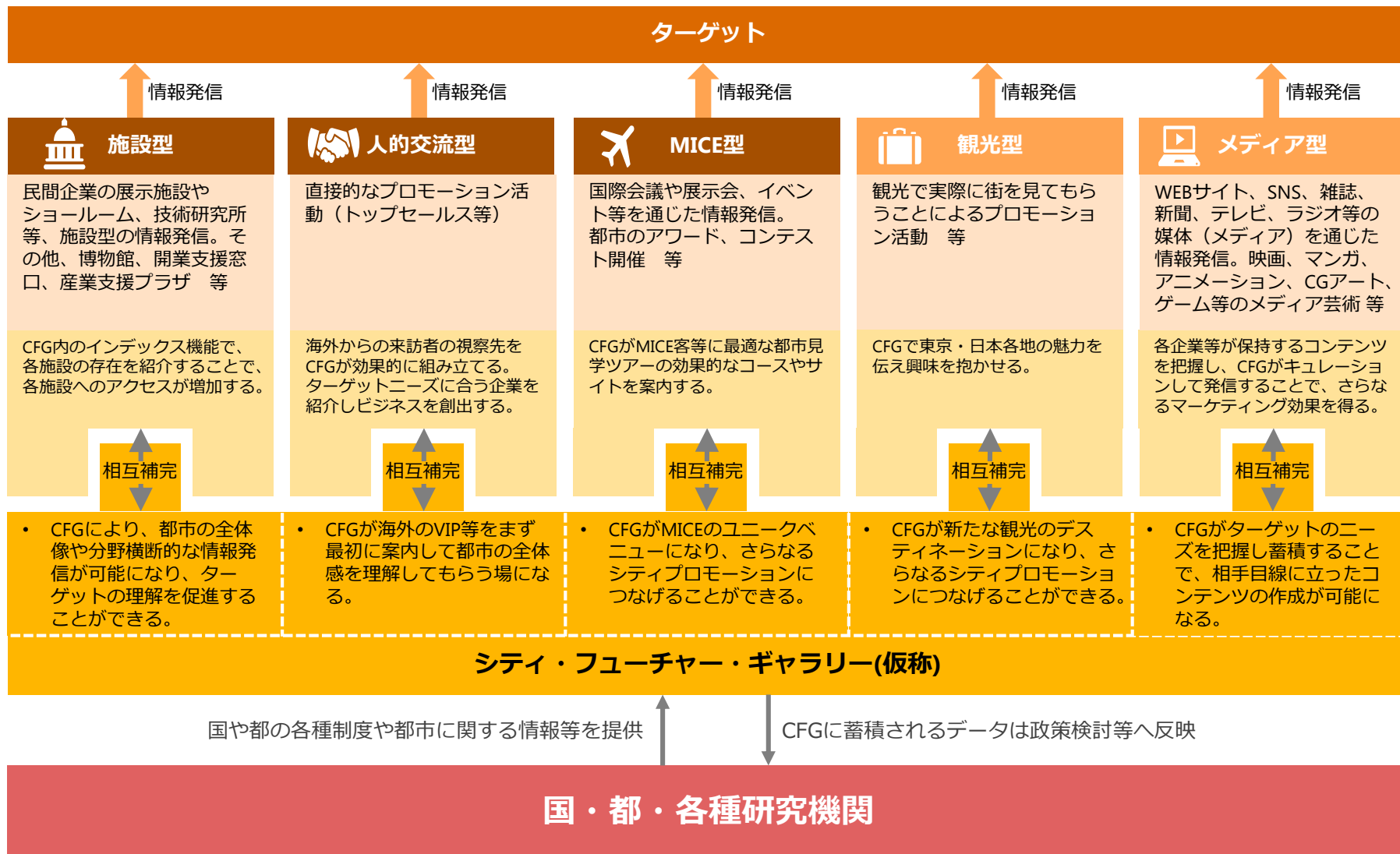
# シティプロモーションの現状及び課題

都市に関する情報発信活動の現状と課題を下記に示す。様々な都市のブランディング・マーケティング活動が実施されているが、それぞれの連携がなく、全体感を持った効果的なシティプロモーションにつながっていないことが課題である。



# シティプロモーションの全体像におけるCFGの位置づけ

前述の都市に関する現状の情報発信活動に加え、シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)が設置されることで、下図のように様々な課題が補完され、都市全体として効果的な情報発信が可能になると考えられる。

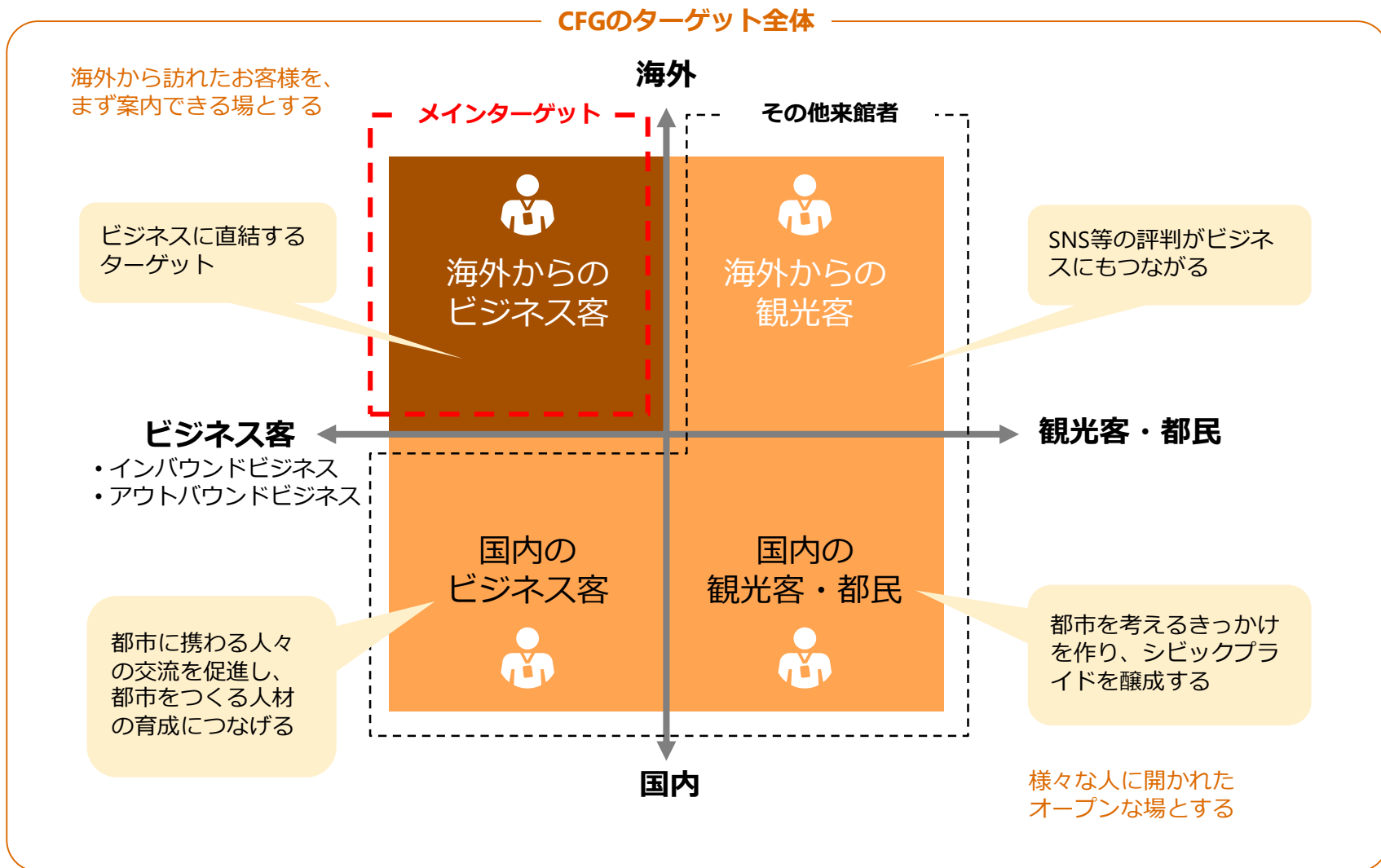


## 2. ターゲット

---

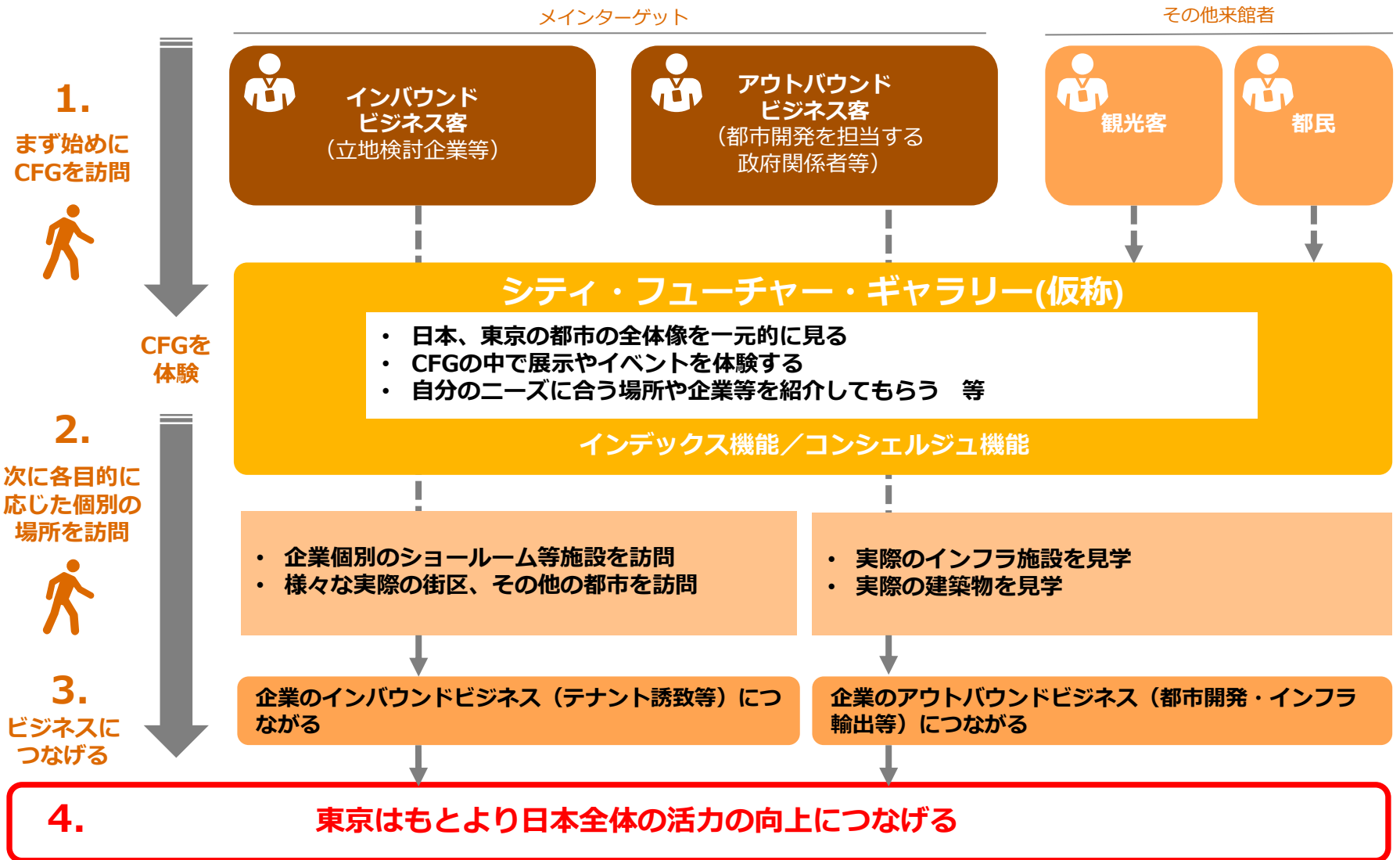
# メインターゲットの整理

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)は、海外からのビジネス客をメインターゲットとする。但し、観光客による都市の評判が、シティセールスにもつながることが考えられるため、CFGを、国内外の様々な人（海外からの観光客や都民等）にも開かれたオープンな場とし、多くの来場者を呼び込む。



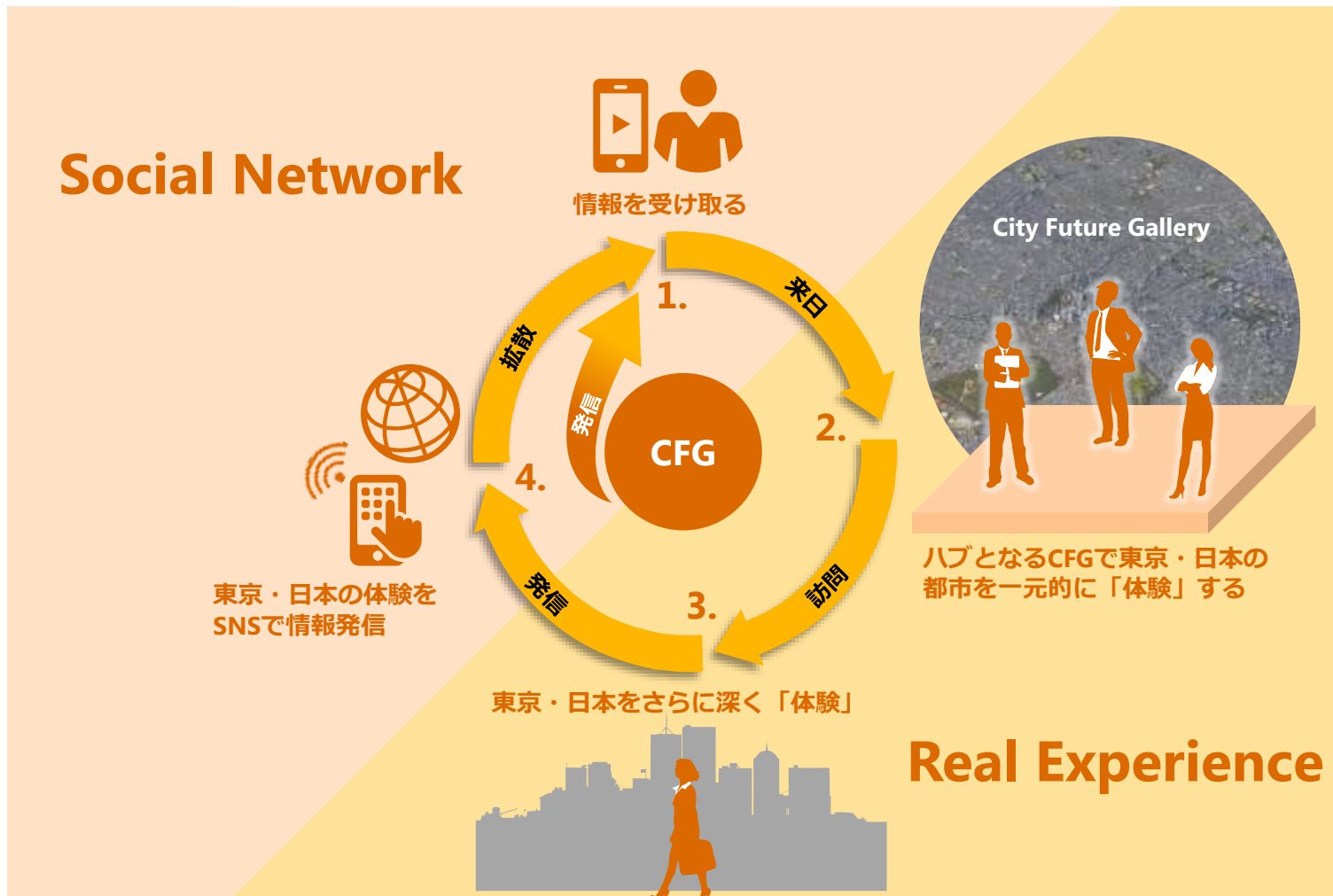
# ターゲット客と企業をつなぐハブ

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)は、ターゲットに、まず始めに訪問してもらう場となる。CFGで都市の全体像を一元的に見せ、次に各ターゲットの目的に応じた個別の場所を訪問してもらう。



# 体験を提供するハブ（ICT活用による情報発信活動と連動）

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)は、ICTを活用した各種情報発信活動と連動し、効果的なシティプロモーションを実現する。海外から来日した来訪者に、リアルな場で「体験」を提供し、その「体験」をSNS等で発信してもらい、さらなる来訪者を招く好循環を構築する。





## 3. コンセプト

---

# CFGに求められる機能

下記にシティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)に求められる機能を整理する。CFGの核となる機能にフォーカスすることで、CFGの空間をコンパクトにすることが可能になる。

## CFGの目的

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ことを目的とする。

### CFGに求められる機能※

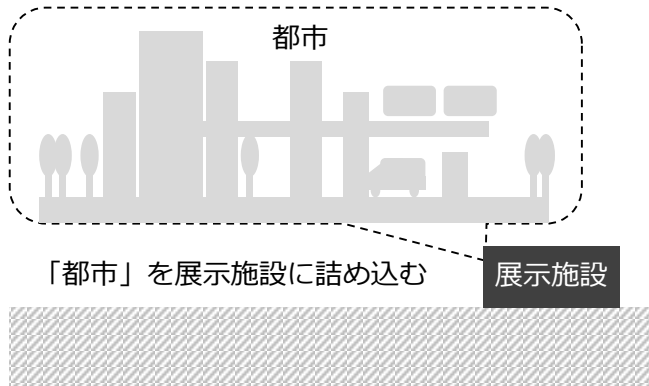
(※下記機能に対応して、それぞれ独立した空間が必要なわけではない。)

ビジネス マーケティング 機能	01	ギャラリー機能	シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）の展示施設の企画（キュレーション）・運営・管理	核となる機能
	02	インデックス機能	全国のサイトギャラリーを一覧で紹介	
	03	コンシェルジュ機能	サイトギャラリー等の所管団体や都市関連事業者等と連携し、来場者のニーズに合うサイトギャラリーや企業をマッチング	
	04	情報発信機能	WEBサイト等の様々な媒体を通じた日本の都市の魅力やソリューション等に関する情報発信機能	
MICE 機能	05	イベント運営機能	日本の都市の魅力やソリューションを発信するためのセミナーや会議等のイベント運営機能	運営上必要となる機能
	06	ユニークベニュー機能	CFG内の貸スペース事業	
コミュニティ 機能	07	パブリックスペース機能	カフェ及びショップを設置し、来場者向けのパブリックスペースを提供	追加的な機能
	08	コミュニティ支援機能	ギャラリー施設の活用を通じた地域コミュニティの活性化事業	
シンクタンク コンサルティング 機能	09	調査・研究機能	ギャラリー事業に必要な世界の都市のトレンド等に関する調査機能	追加的な機能
	10	データベース作成機能	ギャラリー運営を通じて蓄積される様々な都市に関する情報や、組織・人材のデータベース作成機能	
	11	インキュベーション機能	都市関連のソリューションを持つスタートアップ企業との連携、実証実験等の把握機能	

# 街全体をショーケース化するCFGのコンセプト

より効果的に「都市」を見せるために、CFGをコアとして街全体をショーケース化する。

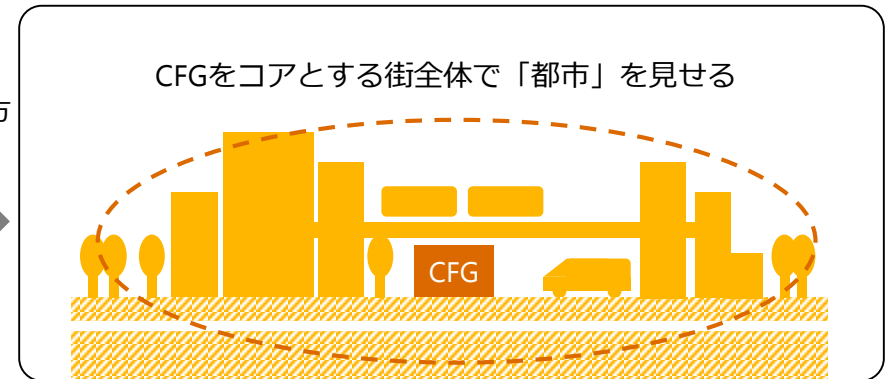
## 従来の展示施設型のシティギャラリーのコンセプト



より効果的な  
「都市」の見せ方  
を検討した結果



## 街全体をショーケース化するCFGのコンセプト



### オープン

- コアとなるCFGが**街全体とオープンにつながり**、街全体が「都市」の魅力を見せる実物大のショーケースとなる。
- 様々な人々にオープンに開かれ、交流が促進され、誰もが気軽に楽しめて賑わいが生まれる場とする。

### コンパクト

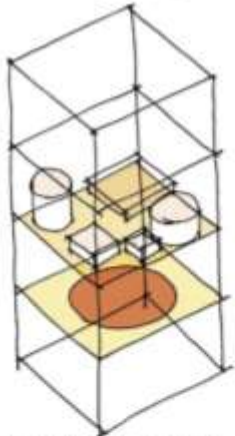
- CFG内で紹介すべき展示内容を必要不可欠な要素のみに最小化することで**空間をコンパクトにする**。
- CFG内で紹介しきれない内容は、都市に存在する実物等を体験してもらい、より効果的に都市を訴求する。

### インクルーシブ

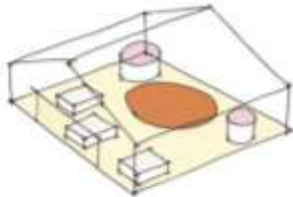
- CFGの空間は、特定の用途にしか使えない空間を極力減らし、様々な目的を多様に果たせるような柔軟な場づくりをする。
- CFGは、始めに**包括的に全体を見せる役割を果たし**、多様な組織・施設とつながるハブとして来場者がCFG訪問後にスムーズに他の場所を見学できるようにする。

# 空間イメージ参考例

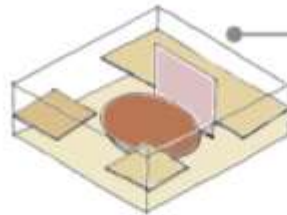
## コンパクトなCFGの整備バリエーション例



**既存ビル等の活用**  
既存ビル内での複数フロア展開も可能



**既存倉庫等の活用**  
1フロア展開も可能



**新設**  
独立型の建物の設置も可能



外観イメージ参考例



内観イメージ参考例

## 4. サイトギャラリー

---

# サイトギャラリーとの連携（ハブ・ネットワーク機能）

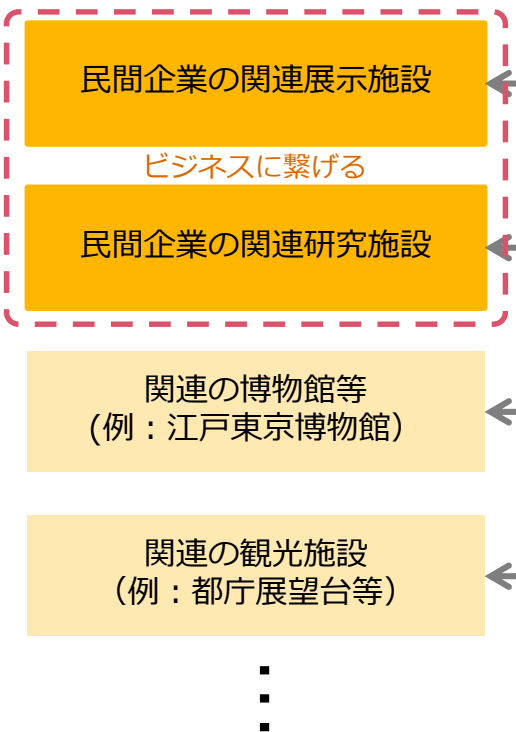
東京に設置するシティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）では、全国各地の先進的なまちづくりのショーケースの概要展示（インデックス）を実施し、東京を含む全国の街区に存在するサイトギャラリーをネットワークする。

また、ビジネスにつなげる観点から、本施設で東京の概要や全体像を示した後、各企業の所有する関連施設で、より詳細な自社の取組を説明するなど、ハブ的な機能を持たせることで、各企業の関連施設との差別化を図りながら連携の相乗効果を狙う。

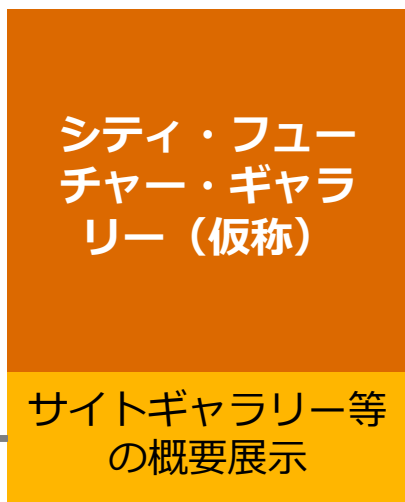
## 各地のサイトギャラリーとのネットワーク

### 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



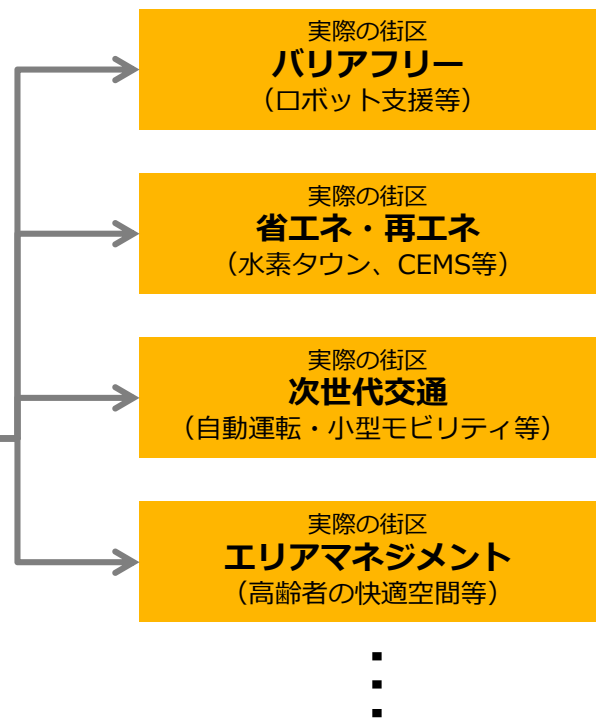
### 東京 (ハブ機能)



- 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

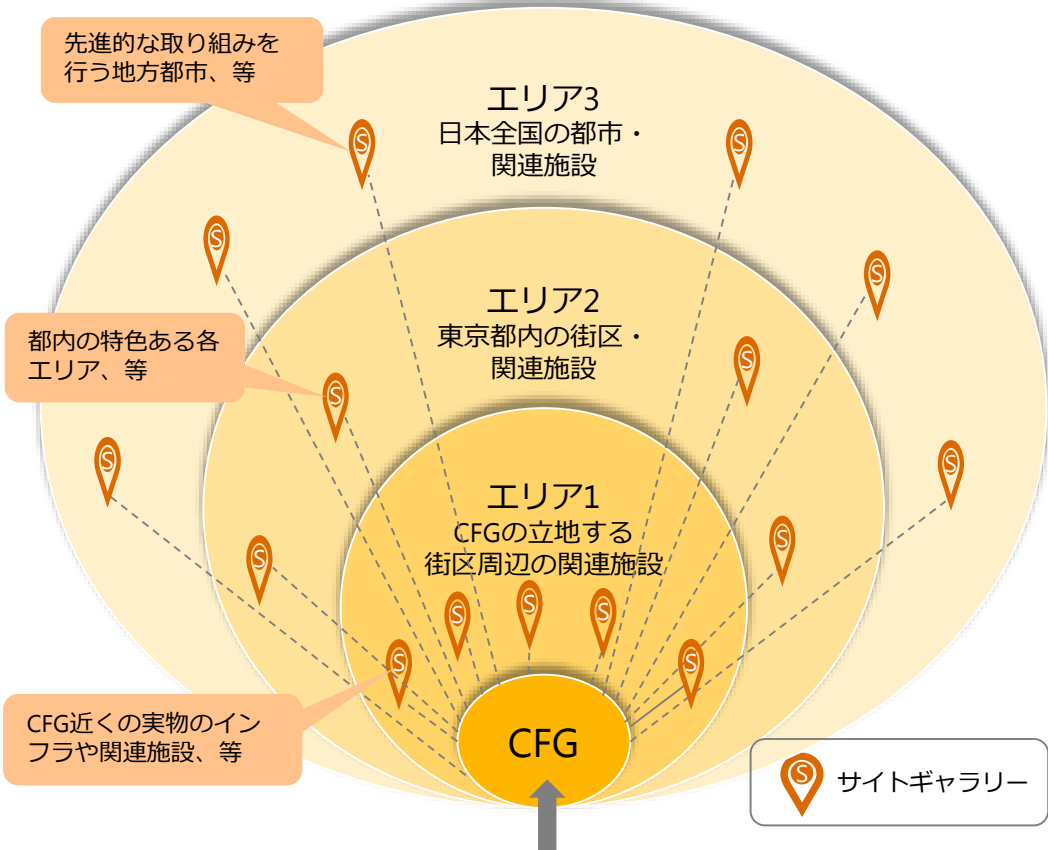
リアルな「まち」において先進的なシステムや技術を活用し、未来型のまちづくりを行っている場の創造（徒歩で体感）



# サイトギャラリーのネットワーク

サイトギャラリーは、下記の三段階に分かれたエリアに存在する。CFGがハブとなり、インデックス機能とコンシェルジュ機能で、各サイトギャラリーへ送客する役割を担う。

サイトギャラリーのネットワーク概念図



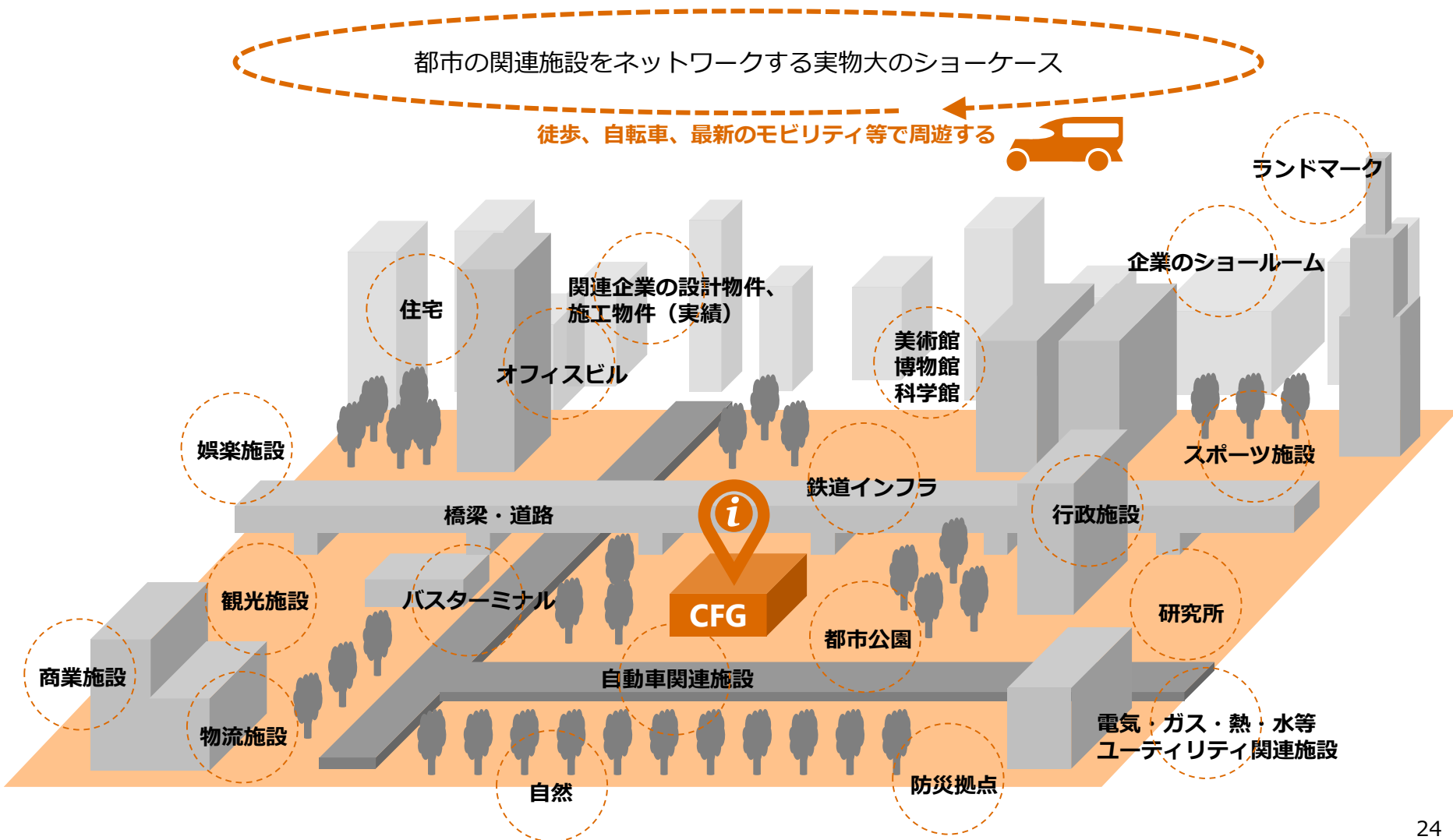
- ・ **インデックス機能** ...全国のサイトギャラリーを一覧で紹介
- ・ **コンシェルジュ機能** ...来場者のニーズに合うサイトギャラリーをマッチング (例、関連するインフラや施設を巡るツアーを提供する。興味のある企業にコンタクトができる 等)

左記のエリア1・2に存在する関連施設 (例)

東京の歴史 (江戸)	江戸東京博物館 (東京都墨田区) 江戸東京たてもの園 (東京都小金井)
東京の歴史 (震災・戦災)	平和祈念展示資料館 (東京都新宿区)
都市化 (交通インフラ)	東京駅 (東京都千代田区) バスタ新宿 (東京都渋谷区) TOYOTA MIRAI ショールーム (東京都港区) MEGAWEB (東京都江東区)
都市化 (水・廃棄物)	東京都水道歴史館 (東京都文京区) 虹の下水道館 (東京都江東区) 水の科学館 (東京都江東区) 夢の島公園 (東京都江東区)
都市化 (エネルギー)	新豊洲変電所 (東京都江東区) がすてなーに ガスの科学館 (東京都江東区) 新宿地域冷暖房センター (東京都新宿区) 東京臨海熱供給株式会社 (東京都江東区) 東京スカイツリー地区熱供給 (東京都墨田区) 箱崎地区熱供給センター (東京都中央区)
都市化 (防災)	東京消防庁本所防災館 (東京都墨田区) 東京臨海広域防災公園、 そなエリア東京 (東京都江東区) 清水建設技術研究所 (東京都江東区)
都市化 (住居)	UR都市機構集合住宅歴史館 (東京都八王子市)
東京全景 (展望台)	東京都庁展望台 (東京都新宿区) 東京スカイツリー展望台 (東京都墨田区) 六本木ヒルズ展望台 (東京都港区)
ライフスタイル	東京の特徴ある各エリア
未来の東京	京橋スマートコミュニティ (東京都中央区) 東京ロボット産業支援プラザ (東京都江東区) FINOLAB (東京都千代田区) 科学未来館 (東京都江東区)
その他	東京開業ワンストップセンター (東京都港区)

# 他の関連施設との連携（実物大のショーケース）

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)が、周辺の様々な関連施設をネットワーク化し、街全体を実物大の都市のショーケースにする。CFGは、どこでどのような施設があるのかを把握し案内する。連携する施設をどこにするかというキュレーションも必要となる。



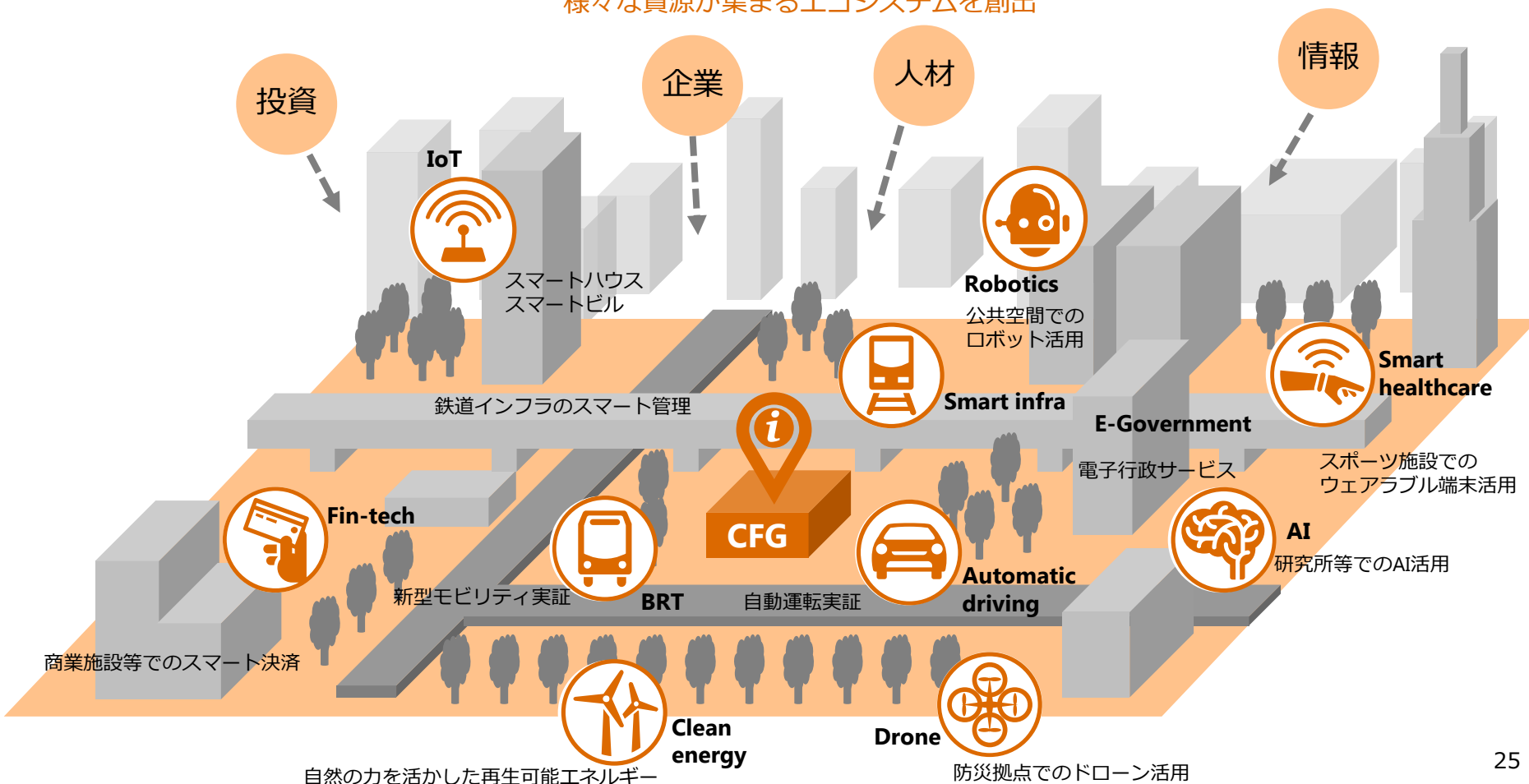


# 街全体を実証の場とする（イノベーションの創出）

東京はイノベーションが創出される街であるという印象を与えるために、各地で実施されている様々な実証実験等をCFGが把握し、CFGの見学と共に、各来訪者の興味に応じた実証サイトを案内し、先端的な取り組みを体験してもらうことが考えられる。世界から日本で実証をしたい企業、人材等が集まるようにする。

CFGが各地の先端的な実証実験サイトをつなぐ

様々な資源が集まるエコシステムを創出

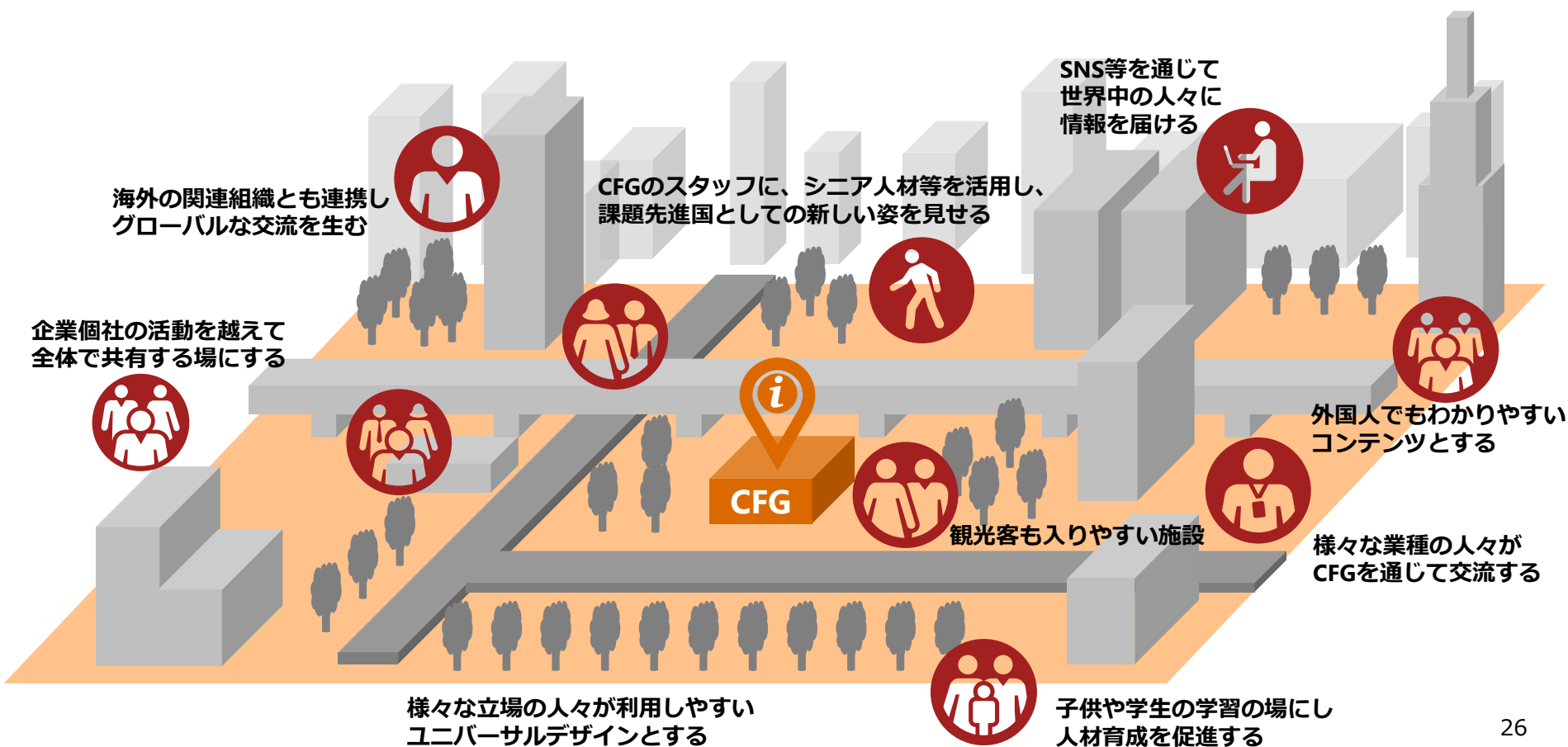


# 様々な人々との交流を促す

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)は、様々な立場の人々が交流することで、都市の文化が育まれる場とする。オープンに開かれた施設とし、誰もが入りやすい施設を目指す。街の共有スペースの中に都市に関する展示があるというイメージの施設とする。

様々な人々が交流するオープンな場

CFGを通じて日本、東京のファンを生む



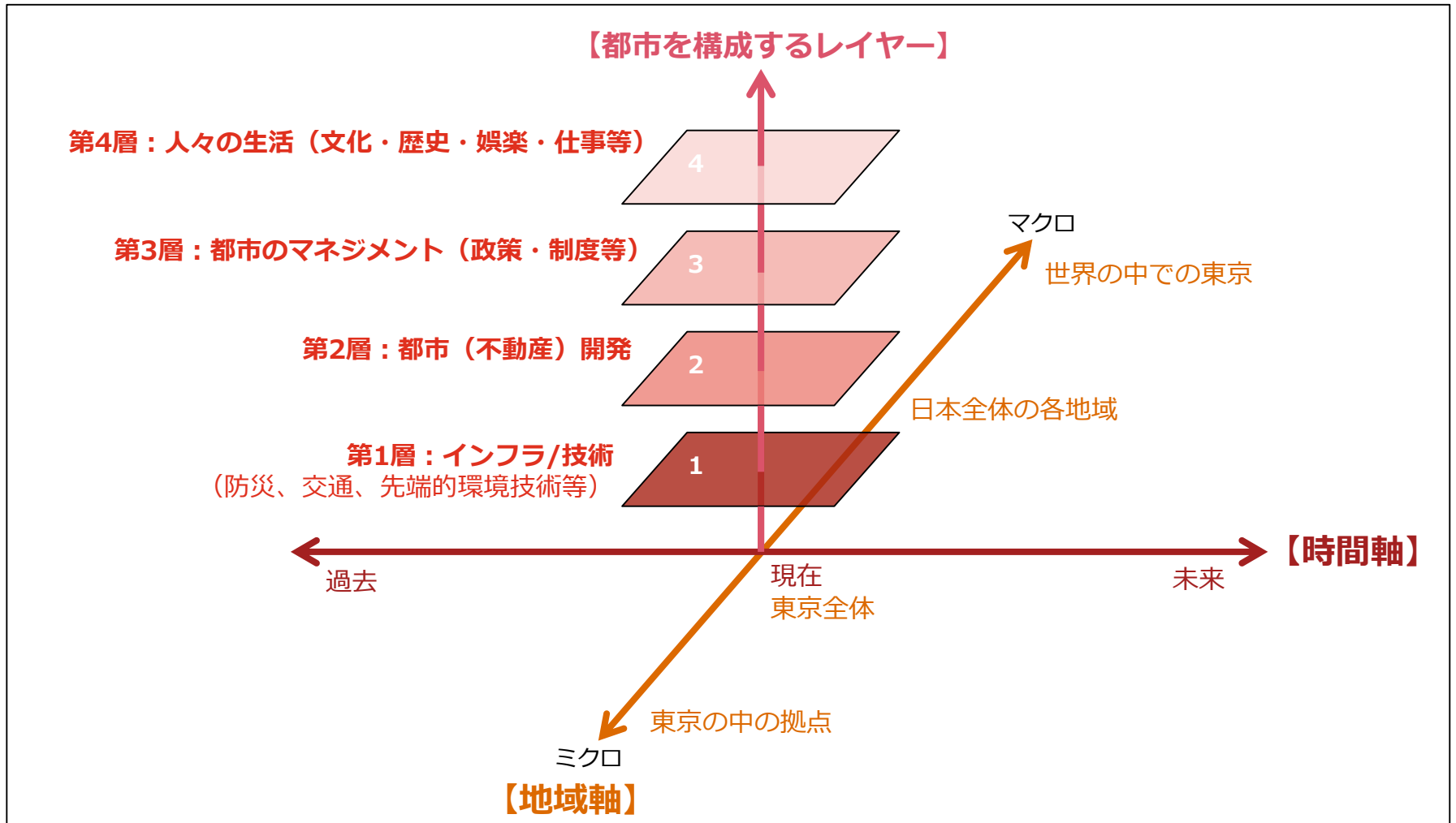
## 5. コンテンツ

---

# コンテンツの整理軸

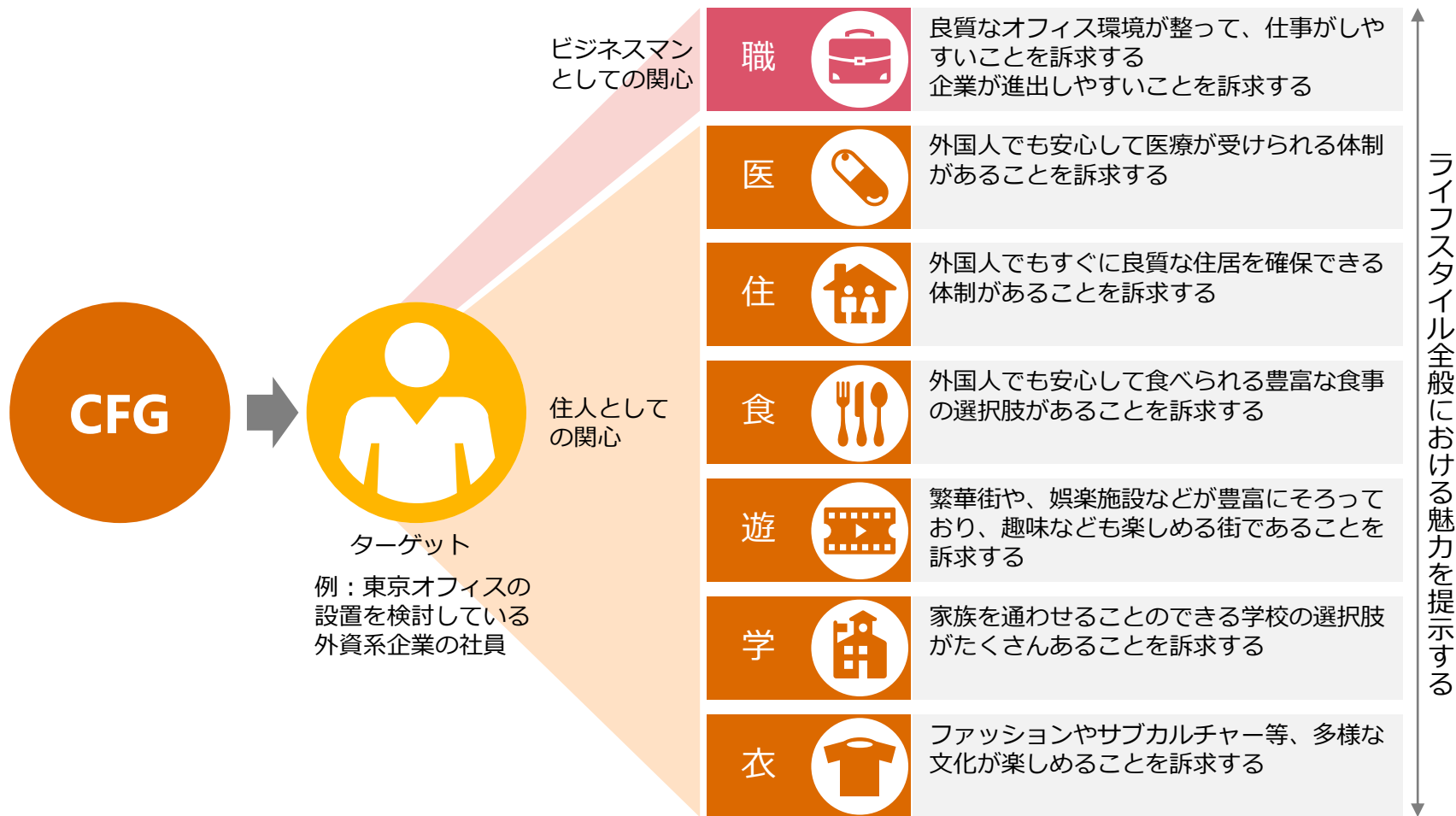
本施設では以下の3つの軸により、コンテンツの全体像を構成し、都市を様々な角度から包括的に示すものとする。

## コンテンツの全体像イメージ



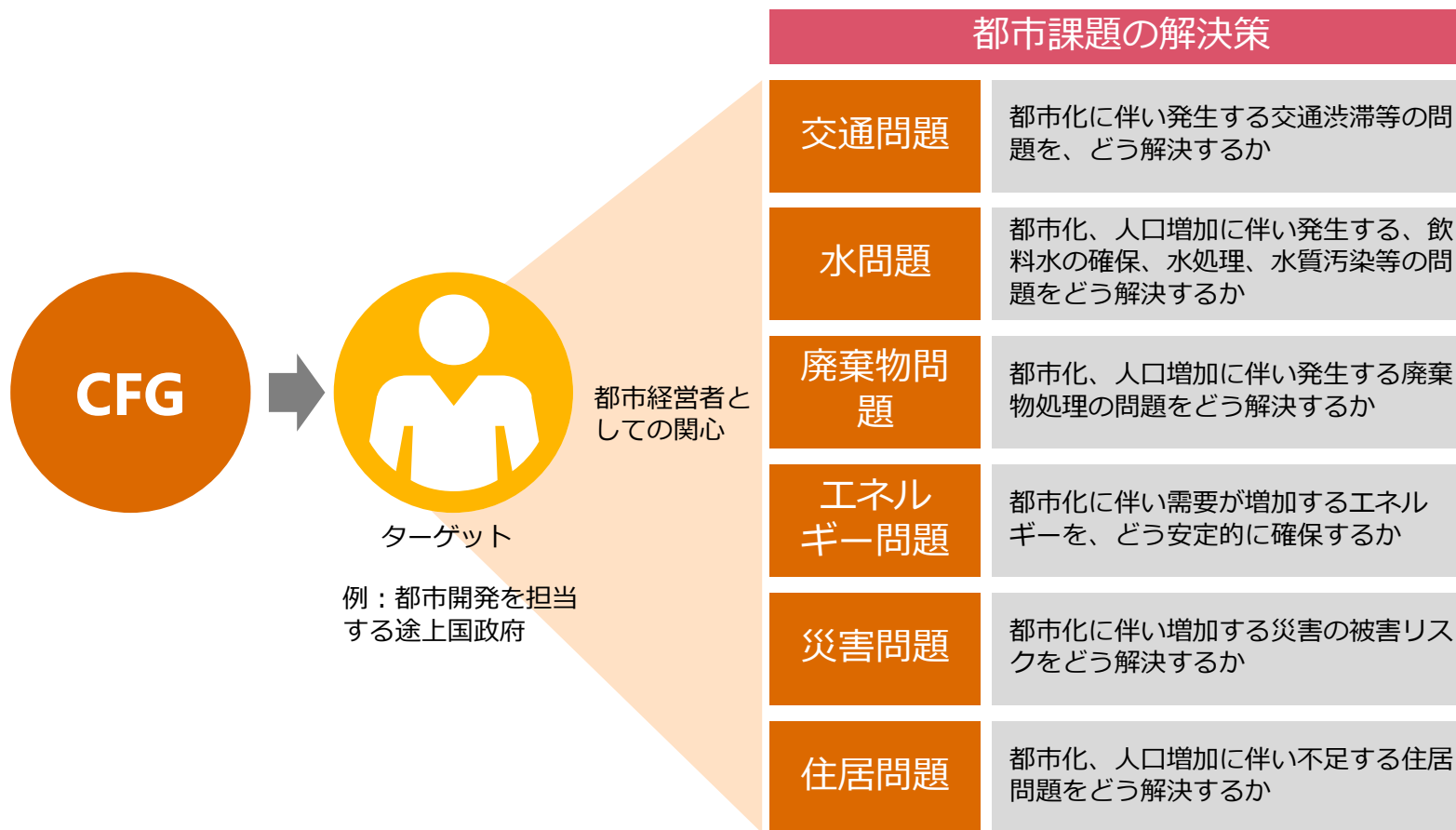
# ライフスタイルを見せるコンテンツ (インバウンドビジネス向け)

東京への企業立地を検討するCFGのターゲットは一人のビジネスマンであると同時に、一人の東京の住民となる。東京が暮らしやすい都市であるかを判断するための、医療、住居、食文化、遊び・娯楽、学校、ファッション等の文化面における魅力を十分に訴求する必要がある。



# ソリューションを見せるコンテンツ (アウトバウンドビジネス向け)

例えば途上国の開発を担当するCFGのターゲットは、自国の都市化が進展する状況において、様々な課題を抱えている。このようなターゲットは、日本が都市化の過程で課題を解決してきたノウハウを知りたいため、都市のソリューションに関するコンテンツを十分に訴求する必要がある。






# 展示情報：現代に至る都市化の過程

コンテンツ（展示情報の内容）について下記に整理する

大分類	中分類	小分類	詳細
都市化（総合） 	各インフラの発展により支えられて進化した都市開発の変遷	東京はどのように費用を捻出し、環境にやさしく、便利で、安全な都市インフラを整備してきたのか	総合的な整備計画（5次に渡る全国総合開発計画）、分野別の計画（道路整備五箇年計画、港湾整備七箇年計画、下水道整備七箇年計画、空港整備七箇年計画、都市公園整備七箇年計画、治水事業七箇年計画）、費用調達、東京オリンピックの影響など
交通インフラ  	鉄道交通	なぜ日本の鉄道会社は黒字経営できるのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宅地開発と一体となった沿線開発：郊外住宅エリアと同エリアから都心に通勤するための公共交通システムを一体的に開発した事例（沿線価値向上による持続的な鉄道事業経営）</li> <li>・駅まち一体開発（地下街・駅ビル等）：駅構内の商業施設化、開発権移転の仕組み導入による効率的な空間利用事例（JR東京駅）など</li> <li>・買い物もできるIC乗車券：交通の周辺ニーズ取込みによる採算性向上、共通ICカードでの相互乗入による運行効率化</li> </ul>
		なぜ東京都民は鉄道を利用するのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安全と定時制を守る高度な車両技術と運営：高度な点検・保守手法による安全性確保、車両性能向上等による定時性向上</li> <li>・徒歩と鉄道でどこでも行ける環状鉄道と環状線内をカバーする地下鉄網：1,510駅、総延長2,705kmの世界的に稠密な鉄道網</li> </ul>
	自動車交通	どうやって東京は交通渋滞を減らし、青空を保っているのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高速道路網の整備、三環状道路の整備</li> <li>・クリーンな自動車技術</li> </ul>
水・廃棄物  	水	なぜ日本では誰もがきれいな水を飲めるのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優れた上水技術：51項目の水質基準値および26項目の水質管理目標値設定に対応した高度な浄水処理技術</li> <li>・料金徴収の仕組み：人材育成、配水管理能力向上、浄水場の適正運転・維持管理能力向上による無収水率低減</li> </ul>
		なぜ日本の川は汚れていないのか	汚染を防ぐクリーンな下水処理：管路施設、浄化センター、ポンプ場、合併浄化槽等の下水処理技術
		街の安全を守る治水技術	浸水の防止技術、水害が発生した場合の減災活動
	廃棄物	なぜ焼却場を住宅街に近接して設置できるのか	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリーンな廃棄物処理技術：公害防止設備の設置によりNOx、SOx、ばいじん、ダイオキシン類等、厳しい排ガス規制をクリア</li> <li>・分別・リサイクルの取組：環境基本法やリサイクル法による個々の物品に対する規制に対応したリサイクル技術の開発</li> </ul>








# 展示情報：現代に至る都市化の過程

コンテンツ（展示情報の内容）について下記に整理する




大分類	中分類	小分類	詳細
エネルギー 	電気・ガス・熱等	なぜ東京都では24時間安定して電気やガスを使用できるのか	電力需給バランスの調整技術、強靱な都市ガス供給網など
		なぜ地震が起きても停電や火事を最小限に防ぐことができるのか	建物の耐震化・不燃化、木造住宅密集市街地の解消に向けた取組など
		どのように地域単位で効率的な冷暖房を運営することができるのか	地域冷暖房における多用途の組み合わせ、コージェネレーションシステムの排熱利用量の拡大効果など
防災 	ハード技術	なぜ東京は東日本大震災でも大きな被害を出さずに済んだのか	地震対策等の建築技術（耐震・免震・制振技術）、震災被害軽減の道路整備 など
	ソフト施策	なぜ東京では災害時にも、これだけ多くの人々が混乱なく対処できるのか	防災・減災の取組、自助・公助・共助の取組、BCP対策 など
住居 	住宅政策	どのように東京はこれだけ多くの人口を収容することができたのか	ニュータウン開発、区画整理事業など
	戸建/集合住宅	どうして東京の住宅はコンパクトなのに住みやすいのか	世帯構造やライフスタイル合わせた様々な間取りの住宅の供給 など
		どうして東京の不動産価値は高いのか	海外投資家にとっての魅力：他国の主要都市に比べ割安かつ高利回り、安定した価格・賃料など



# 展示情報：日本の都市のライフスタイル

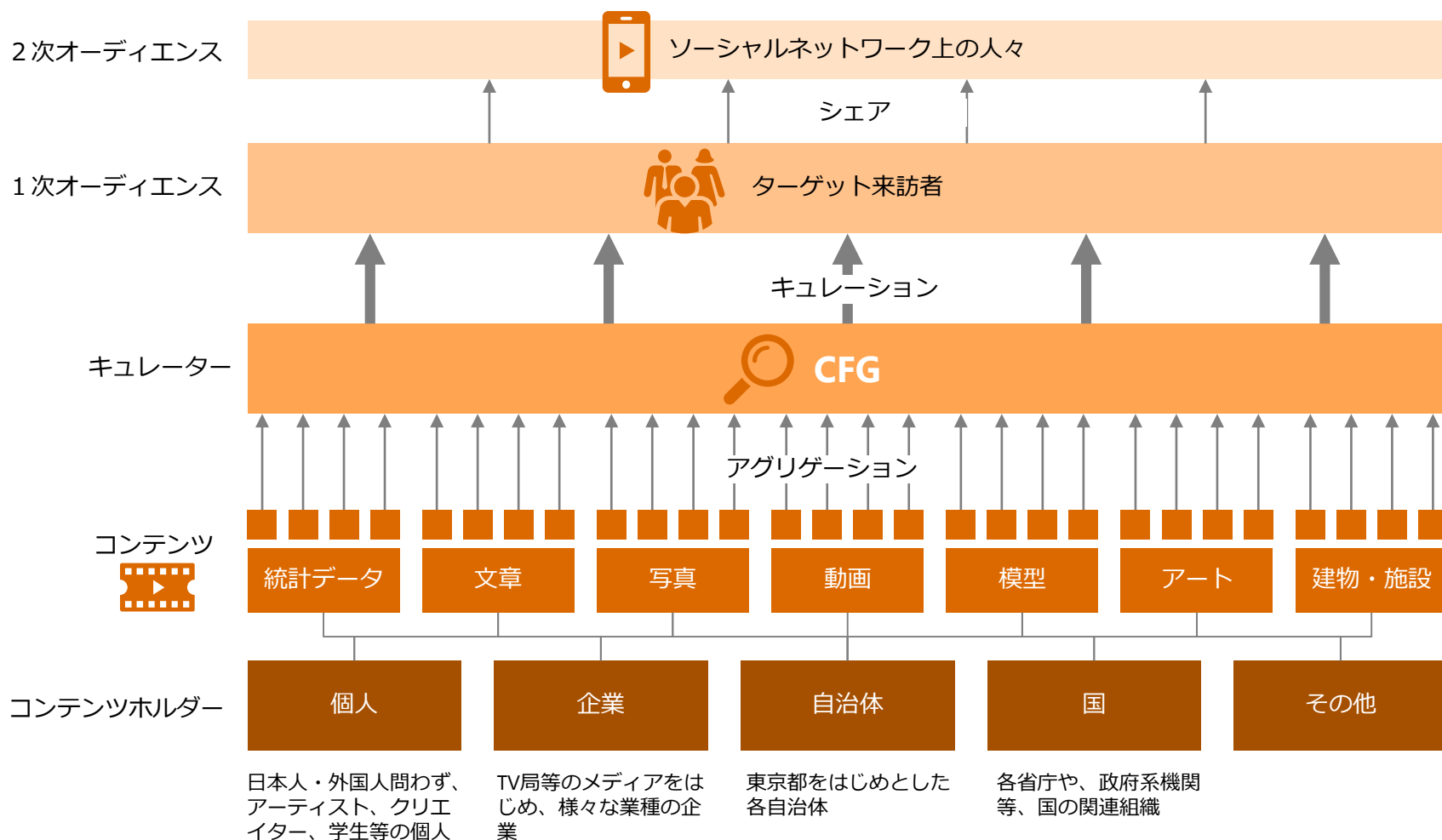
大分類	中分類	小分類	詳細
ビジネス 	東京のビジネススタイル	良質なオフィス環境が整って、仕事がしやすいことを訴求する 企業が進出しやすいことを訴求する	通勤風景、オフィス街の様子、オフィス空間の様子 起業のしやすさ、東京開業ワンストップセンターの紹介 市場の大きさについて 研究開発のしやすさ、イノベーション創出について MICEについて
医療 	東京の医療体制	外国人でも安心して医療が受けられる体制があることを訴求する	医療システム、医療機関の体制について 日本のヘルスケアについて
住生活 	東京のリビングスタイル	外国人でもすぐに良質な住居を確保できる体制があることを訴求する	東京での様々な住まい方について（マンション、戸建て） 住居の確保について 日本独特な住生活様式について
食文化 	東京のグルメ	外国人でも安心して食べられる豊富な食事の選択肢があることを訴求する	日本の食文化について 東京の市場について（流通等） 職人について
遊び・娯楽 	東京の遊び方	繁華街や、娯楽施設などが豊富にそろっており、趣味なども楽しめる街であることを訴求する	日本の繁華街の風景について（居酒屋、カラオケ等） テーマパーク、遊園地等 スポーツ文化について 公園等にパブリックスペースについて
学び 	東京の学校	家族を通わせることのできる学校の選択肢がたくさんあることを訴求する	日本の学校システムについて 日本の大学について インターナショナルスクールについて
ファッション 	東京のファッション	ファッションやサブカルチャー等、多様な文化が楽しめることを訴求する	ファッション アニメ・漫画・ゲーム等のサブカルチャー

# 展示情報：未来の東京

大分類	中分類	小分類	詳細
新交通・水素社会 	新交通システム	東京が目指す新しい交通システムとは	新型自動車、自動運転、BRT など
	水素社会	東京が目指す水素社会とは	水素自動車、水素タウン、CO2フリー水素 など
	その他	自転車交通網	歩車分離の進展、自転車利用スタイルの多様化（スポーツタイプ、電動など） など
		水上交通	東京ウォータータクシー など
スマートシティ・ロボット 	スマートシティ	日本のスマートシティの特徴は何か	<ul style="list-style-type: none"> <li>電力融通、マイクログリッド、デマンドレスポンス</li> <li>IoTが導入された街</li> <li>エコキュートによる電力需要調整 など</li> </ul>
	ロボット	ロボットと共生する街とはどんな暮らしか	ロボット、ドローン、人口知能を活用した街 など
高齢化社会 	ユニバーサルデザイン	日本の都市の高齢化対策とは	バリアフリー化 など
	コンパクトシティ	コンパクトシティの良さとは	職住遊近接の都市構造 など
	ヘルスケア	高齢化対策のテクノロジーとは	ロボットスーツ、医療、ヘルスケアのICT活用 など

# コンテンツのキュレーション（コンテンツの集め方）

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)は、コンテンツのキュレーションを行うことに主眼をおき、ターゲットに最適なコンテンツを提供する目利きの役割を担う。現代の情報化社会においては、すでに良質なコンテンツが多数存在しており、それらのコンテンツホルダーの許可を得たうえで有効活用することで効率的な情報発信が可能になる。  
(但し、CFGがオリジナルのコンテンツを作成することもある。)



# 展示手法の整理

展示手法は下記のように分類でき、各手法にはそれぞれ特徴がある。シティ・フューチャー・ギャラリー（仮称）では、ターゲットや展示する情報に合わせて最適な手法を用いる。

## 展示の手法（媒体）

体験型（双方向）・楽しむコンテンツ向け

- ・ 体験して楽しい手法
- ・ 情報の正確な理解よりも、感動や印象を強く持たせるのに有効な手法

ワーク  
ショップ

都市模型

実物展示  
(乗り物等)

- ・ 体験して楽しい手法
- ・ 情報の正確な理解よりも、感動や印象を強く持たせるのに有効な手法
- ・ 集客の目玉になり得る手法

プロジェクション  
マッピング

プロジェクション  
マッピング付き  
都市模型

VR (AR)  
端末

タッチパネル  
モニター

ロボットガイド

スマホ連動  
インスタレーション

アナログ  
(固定的情報)

デジタル  
(可変的信息)

印刷パネル

実物展示  
(古地図等)

プロジェクター  
投影

デジタル  
サイネージ

- ・ じっくりと見て理解するのに適する手法
- ・ 更新が頻繁には無い情報の展示に有効な手法

- ・ 静止画にも、動画にも対応できる手法
- ・ 情報の更新が容易。時間で変化させる等、少ない面積で多くの情報を示せる手法

閲覧型（一方向）・学ぶコンテンツ向け

## 都市を説明するための要素

文章

数字

図

写真

動画

立体物

# コンテンツの展示手法の例（1/3）

下記にキュレーションの対象とするコンテンツの展示手法の例を記載する。



来場者参加型のプロジェクションマッピング

アートサイエンスミュージアム  
シンガポール  
FUTURE WORLD展

来場者が描いた絵を、その場でスキャンすると壁に映し出されている街に取り込まれて動き出す。



砂の上にプロジェクションマッピング

21\_21 DESIGN SIGHT  
東京  
土木展

設置された砂場の砂を来場者が自由に触ることができ、砂で山や谷の地形を作ると、上から投影されたプロジェクションマッピングで等高線がリアルタイムに描かれる。



ヘッドマウントディスプレイ（VR）

ワールドシティーズサミット  
シンガポール  
海外企業展示ブース

回転する卵型の椅子に座りながら、ヘッドマウントディスプレイをかぶり360度のVRの映像を体験する。

# コンテンツの展示手法の例 (2/3)

下記にキュレーションの対象とするコンテンツの展示手法の例を記載する。



ヘッドマウントディスプレイ(VR)

MIPIM  
大阪  
森ビル展示ブース

ヘッドマウントディスプレイをかぶり360度のVRの映像で、これから開発される街の様子を紹介する。



アナログな都市のドローイング

21\_21 DESIGN SIGHT  
東京  
土木展

建築家がペンで描いた大型の緻密な都市の3次元的なドローイングを壁面に展示している。  
(作者：田中智之)



アナログな都市模型

Singapore City Gallery  
シンガポール  
企画展

企画展として、シンガポールの建築系の学生の卒業制作展を実施。アナログな手法で製作した都市や建築の模型をプレゼンテーションパネルと共に多数展示している。

# コンテンツの展示手法の例 (3/3)

下記にキュレーションの対象とするコンテンツの展示手法の例を記載する。



インタラクティブデジタルインスタレーション

ミラノ万博  
ミラノ  
日本館

360度どこからでも鑑賞できる巨大な滝に、食に関連する大量のコンテンツの画像が流れ、来場者は、流れてきた画像にタッチすると、画像と詳細の情報が、自分のスマートフォンへと取り込まれ、持ち帰ることができる。



半球状スクリーンのVR体験ドーム

パナソニックリビングショールーム  
東京  
サイバードーム

大規模な都市空間から住空間設計の開発を支援する目的のVR体験ドーム。専用のゴーグルを着用し、人間の等身大スケールで、映像で疑似体験できるシステム。映像を18台のプロジェクターが写し出している。



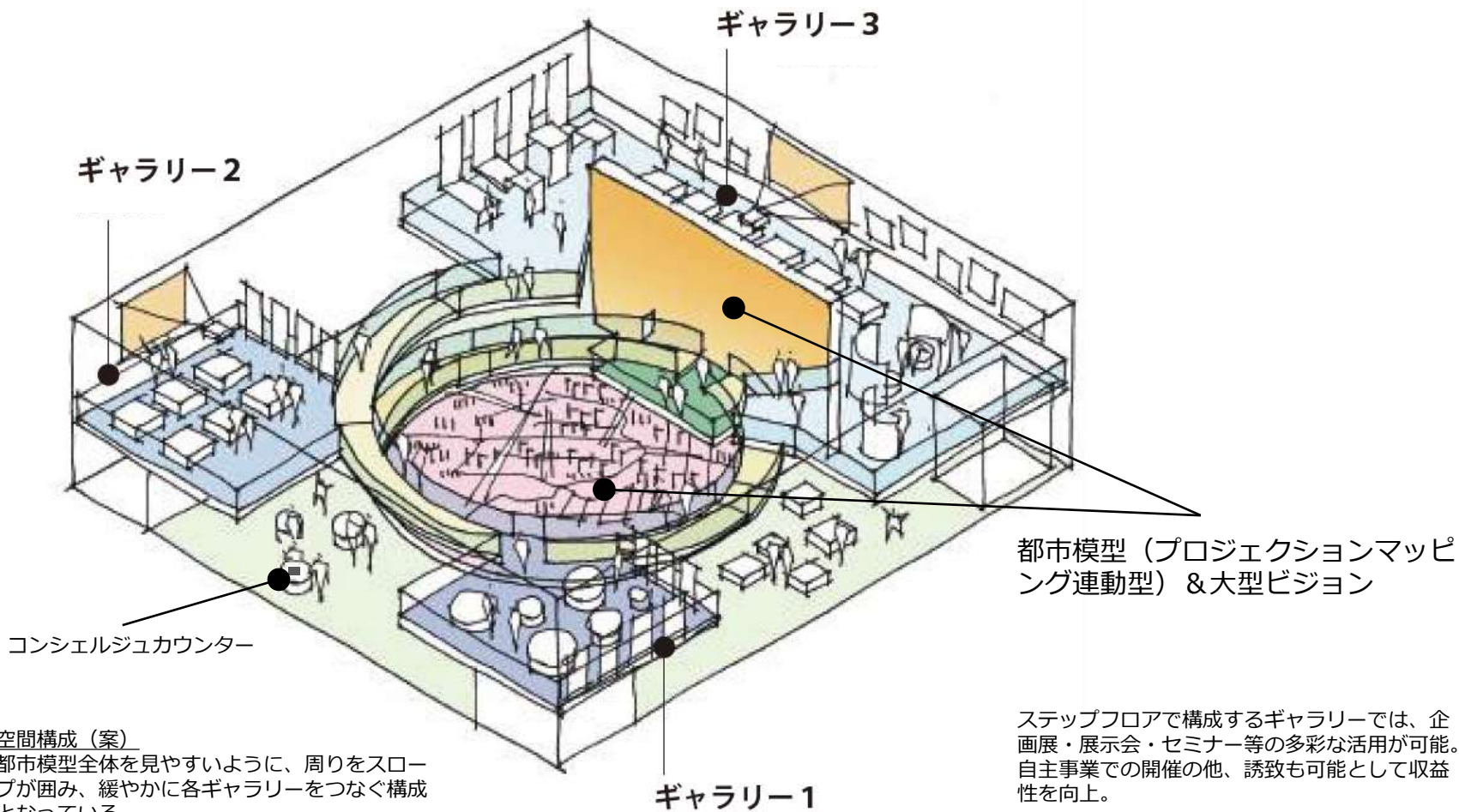
球体スクリーン

日本科学未来館  
東京  
ジオ・コスモス

施設内の空中に設置された巨大な地球を模した球体のスクリーン。地球の様々な側面を示す映像が流れている。

# コンテンツの展示空間（案）

シティ・フューチャー・ギャラリー(仮称)では、下図のギャラリー1～3の各フロアを利用した情報展示や『都市模型（プロジェクトマッピング連動型）&大型ビジョン』等の活用が案として考えられる。



## 空間構成（案）

都市模型全体を見やすいように、周りをスロープが囲み、緩やかに各ギャラリーをつなぐ構成となっている。

吹き抜けを通じて各ギャラリーの賑わいが、施設空間全体に伝わる効果を生む。

ステップフロアで構成するギャラリーでは、企画展・展示会・セミナー等の多彩な活用が可能。自主事業での開催の他、誘致も可能として収益性を向上。



# 都市模型と大型ビジョン/イベントステージ (案)



吹抜空間でのイベント・ユニークベニューの開催等、多彩な活用が可能。自主事業での開催の他、誘致も可能として収益性を向上。

# ライフスタイルを見せるコンテンツの展示手法（例）

前述のライフスタイルを見せるコンテンツの展示手法例を下記に示す。都市模型とスクリーンを活用し、スクリーンには人を中心とした生活シーンを動画等で見せ、動画の内容に合わせた情報（場所の位置等）を、都市模型にプロジェクションマッピングで重ね合わせて見せることができる。

都市模型上にプロジェクションマッピングで、スクリーン上の映像と関連する場所等のデータをプロットする

## ライフスタイルに関連するデータ例

- ・ 職：主要なビジネス街の場所
- ・ 医：病院の分布図
- ・ 住：不動産価格分布のヒートマップ
- ・ 食：主要な飲食街の分布
- ・ 遊：主要な娯楽施設の場所
- ・ 学：インターナショナルスクールの場所
- ・ 衣：ファッションタウンの分布 等



日本のライフスタイルを示す『職・医・住・食・遊・学・衣』等のカテゴリで人々の様子を中心とした映像を流す



プロジェクションマッピングや映像の内容は、タイムテーブルで管理されている。適宜、来場者に合わせてプログラムを変更することも可能。

例：模型上に東京の主要な繁華街の場所をマッピング

# ソリューションを見せるコンテンツの展示手法（例）

前述のソリューションを見せるコンテンツの展示手法例を下記に示す。都市模型とスクリーンを活用し、たとえば交通の発展の歴史を時系列で見せる。模型上には、鉄道網、道路網の発展の経過を映し出し、スクリーンには、時代ごとの交通利用者の生活シーンを映し出す。

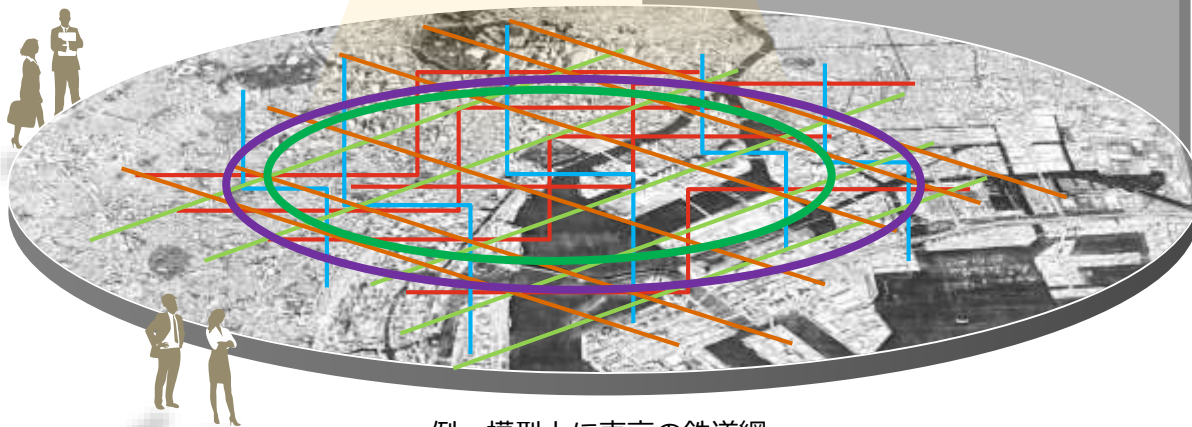
都市模型上にプロジェクションマッピングで、スクリーン上の映像と関連する場所等のデータをプロットする

都市インフラ等に関連するデータ例

- ・交通網の発展の経過
- ・上下水道ネットワーク
- ・ユーティリティー網（電気・ガス・熱）
- ・ごみ処理施設分布
- ・緊急輸送道路網／治水対策網
- ・公営住宅分布 等



例：日本の時代ごとの交通利用者の生活シーンを移す。（通勤の様子、電子マネー利用等）



例：模型上に東京の鉄道網を投影する。

プロジェクションマッピングや映像の内容は、タイムテーブルで管理されている。適宜、来場者に合わせてプログラムを変更することも可能。

# コンテンツの展示案

ギャラリー1～3には、時間軸の順番に、「現代に至る都市化の過程」から、現代の「日本の都市のライフスタイル」、  
「未来の東京・日本」を各フロアでコンパクトに見せる。

## ギャラリー2の情報

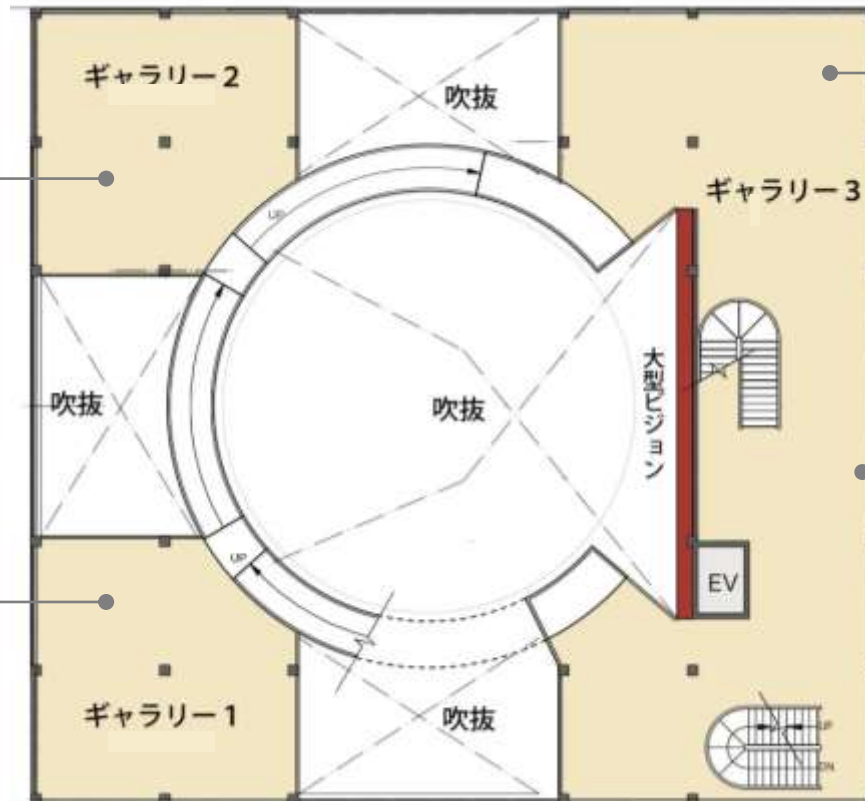
テーマ：  
日本の都市のライフスタイル

- ビジネス
- 医療
- 住生活
- 食文化
- 遊び・娯楽
- 学び
- ファッション 等

## ギャラリー1の情報

テーマ：  
現代に至る都市化の過程

- 都市化（総合）
- 交通インフラ
- 水・廃棄物
- エネルギー
- 防災
- 住居 等



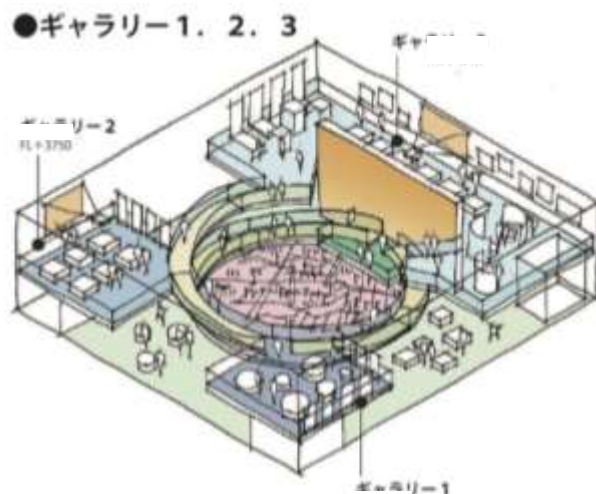
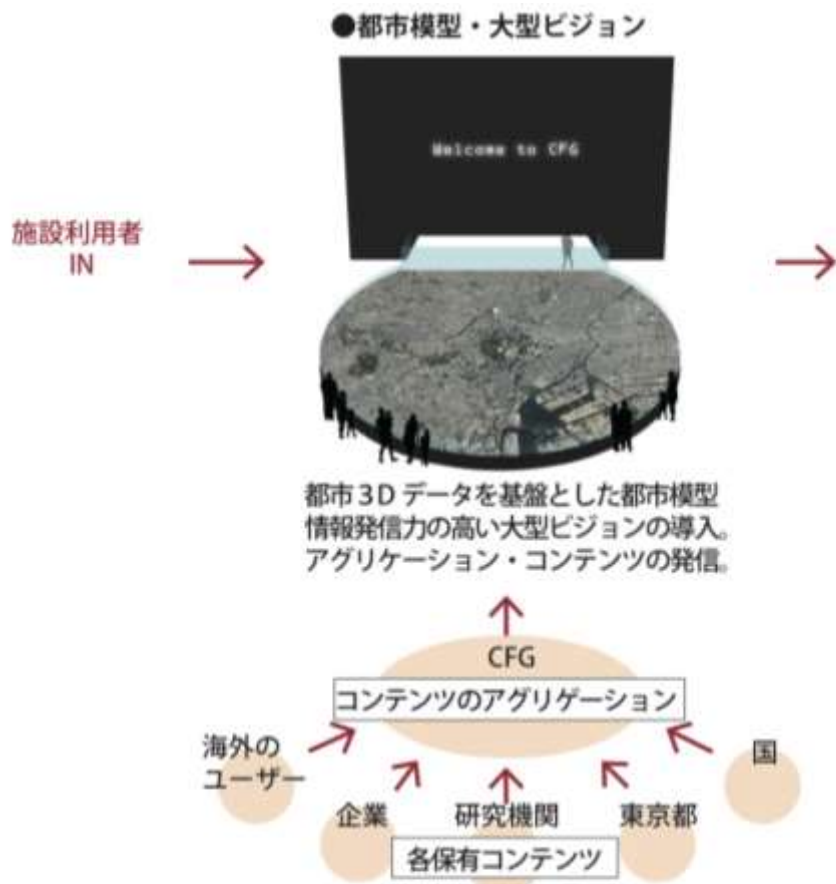
## ギャラリー3の情報

テーマ：  
未来の東京・日本

- 新交通システム
- 水素社会
- スマートシティ
- ロボット
- 高齢化社会
- ユニバーサルデザイン
- コンパクトシティ
- ヘルスケア 等

- サイトギャラリーのインデックス紹介を展示

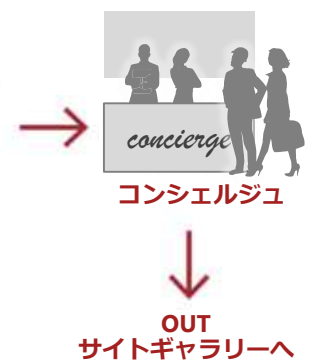
# コンテンツ体験のイメージ



各ギャラリーは基本的にシンプルな空間構成として、多目的活用を可能とする。

[ギャラリー・テーマ展開例]

- 現代に至る都市化の過程  
VR技術活用でかつての東京の都市空間を体感。
- 日本の都市のライフスタイル  
多彩なコンテンツホルダーとの連携で、多様で厚みのあるライフスタイルをインタラクティブに体感。
- 未来の東京  
最新技術のデモンストレーション・実証実験等によって未来を体感



施設利用者への  
端末貸出

AR機能を搭載した端末のカメラで都市模型を撮影すると模型上に都市情報が表示される。興味関心に応じて都市模型の活用が可能。

ギャラリー・コンテンツに興味関心に応じて端末にコレクションすることが可能。退館時に特定アドレスにデータ送信を実施。利用履歴活用へ。



# 都市模型・大型ビジョン イメージ①

## ●全体の活用イメージ①

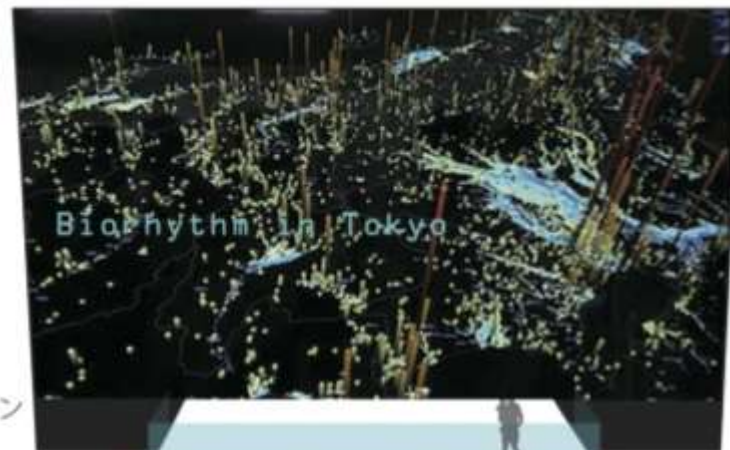
テーマ(仮設定)

## Biorhythm in Tokyo

世界最大規模の都市を形成し、世界水準の先進的な都市機能を集積する東京。海外に対してインバウンド・アウトバウンドの需要を喚起していくために、こうした東京の都市力を示す。

ひと・もの・情報が刻々と行き交い、集積と拡散を繰り返す東京のダイナミズムを、企業・研究機関・行政等が保有する膨大な都市データを統合活用することで可視化し、その全体像を描き出す。“Biorhythm in Tokyo” をテーマに、東京の一日で生じるひと・もの・情報の活発な動きと膨大な量を都市模型・大型ビジョンで表現。IoT 技術の導入でリアルタイムデータを活用して東京を表現することも可能。

## ●コンテンツ例とアグリゲーションのイメージ



大型ビジョン



都市模型

都市模型では、ひと・もの・情報の動きを可視化、大型ビジョンでは、都市模型での動きに呼応して、集積・拡散する量を可視化する。東京のダイナミズムを空間表現する。

「都市模型（プロジェクションマッピング連動型）&大型ビジョン」のメディアを活用し、都市の魅力を伝えるアイデアを広く募集し、オープンイノベーションにより良質なコンテンツを持続的に生み出していく。

# 都市模型・大型ビジョン イメージ②

## ●全体イメージ②

テーマ（仮設定）

## Future City Tours

現代の東京の姿だけではなく、未来の東京の姿を示す。成熟都市で顕在化する都市課題の解決、サステナブルな都市の実現など、企業や研究機関の構想・未来技術、行政の政策等を含めて一体的に表現。海外からの将来にわたるイノベティブな東京への期待感を醸成する。

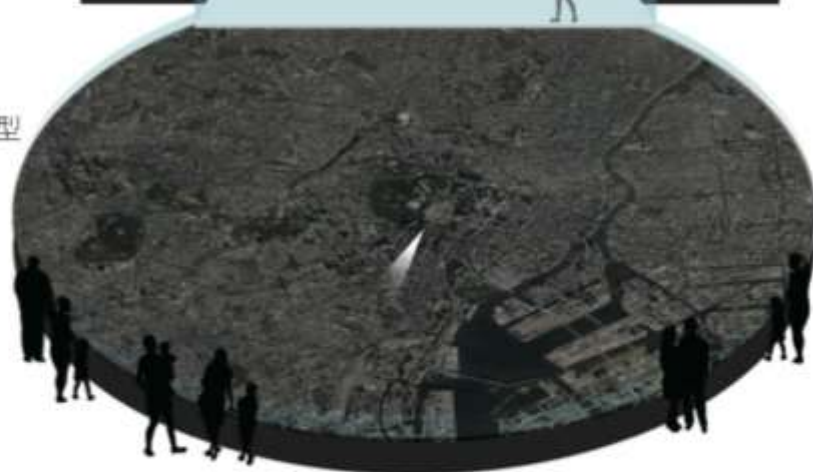
## ●コンテンツ例とアグリゲーションのイメージ



大型ビジョン



都市模型



都市模型上には、ビューポイントが示される。このポイントの未来の都市の姿が大型ビジョン上にあらわれる。ツアーは自動での公開もコントロール型での公開も可能。

# 都市模型・大型ビジョン イメージ③

## ●全体イメージ③

テーマ (仮設定)

## Messages from City users

東京をビジネスで、教育や医療で利用する外国人、東京のエンターテインメントや文化を楽しむ外国人、在京外国人など、海外の都市ユーザーの東京での体験を通じて、海外に東京の魅力を発信する。

東京には個性的なエリアが形成されていることからエリア別で、また、ビジネスから生活まで多岐にわたるテーマ別で、都市ユーザーの体験を編集していくことも可能。

SNS 技術の活用で、リアルタイムの情報の公開も可能。

## ●コンテンツ例とアグリゲーションのイメージ



大型ビジョン



都市模型



大型ビジョンには、海外の都市ユーザーがあらわれ、都市模型上ではメッセージ・コンテンツが拡散する。利用者は貸出端末にメッセージ・コメントの収集が可能。



# 現代に至る都市化の過程 イメージ

## ●全体イメージ

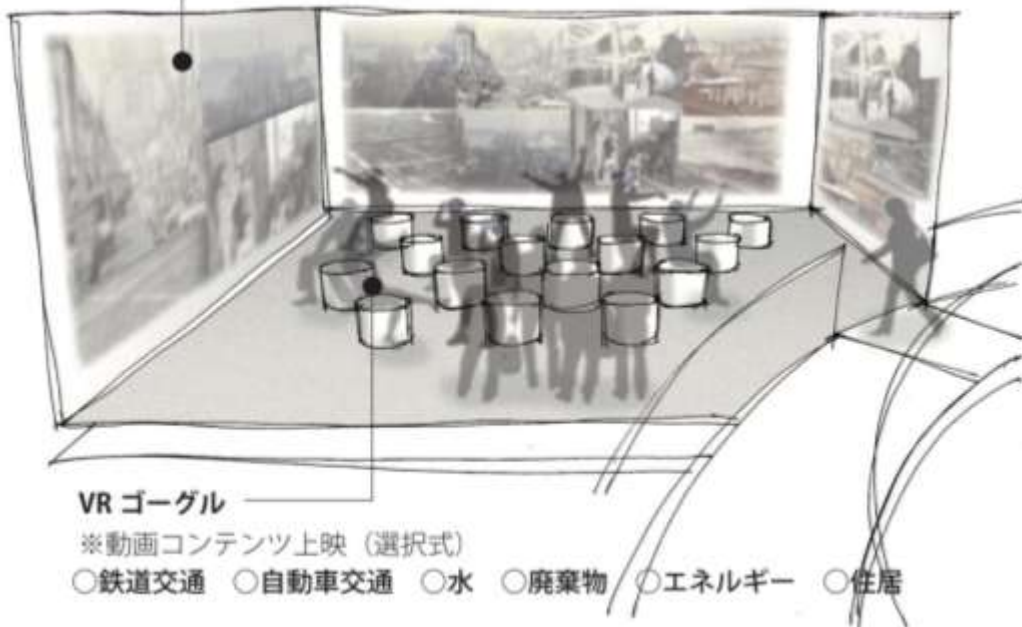
テーマ (仮設定)

## Virtual Tokyo stories

現代に至る都市化の過程では、都市発展の姿、発展が引き起こす都市課題と解決のプロセスを示す。東京の都市課題解決の経験は、海外の発展途上の都市に有効。VR技術を活用して、かつての東京の都市空間を再現。VRではシミュレーション型のストーリーを導入して、適切に課題解決がはかれなかった“もうひとつの東京”の姿をも体験できるものとし施設利用者の興味関心を喚起する。

### 壁面動画コンテンツ上映

○都市化総合



### VRゴーグル

※動画コンテンツ上映 (選択式)

○鉄道交通 ○自動車交通 ○水 ○廃棄物 ○エネルギー ○住居

## ●空間イメージ

シンプルな空間を形成。多目的活用に柔軟に対応。

## ●壁面動画コンテンツ・イメージ

東京の都市化の過程をシンボリックな映像で表現。

## ●VRゴーグル・コンテンツ・イメージ

都市化の過程をテーマ別のVR映像で表現。かつての都市空間の中に入り込み都市ソリューションを体感。

※パーソナル対応型。

※番組は自由選択式。

## ●施設利用者への貸出端末の活用

コンテンツに興味関心に応じて端末にコレクションすることが可能。退館時に特定アドレスにデータ送信を実施。利用履歴活用へ。

動画コンテンツの上映スケジュールを開示し、順番に上映することで、限られた空間の制約の中で、多様なコンテンツを提供することが可能になる。企業等が自社のお客様を案内した際は、事前に予約をする等して、タイムテーブルにとらわれず、自社に関連する上映コンテンツに適宜変更することも可能にする。

# 日本の都市のライフスタイル イメージ

## ●全体イメージ

テーマ (仮設定)

## Diversity in Tokyo, Japan

クールジャパンに代表されるように東京には世界の人びとを魅了するコンテンツに溢れている。海外の都市ユーザーの興味関心の対象は、日本人にとっても新鮮な都市の魅力再発見につながる。多様で厚みのある都市の魅力を施設利用者の興味関心に応じで引き出せるインタラクティブな表現を実現。

壁面インタラクティブ動画コンテンツ展開

○日本の都市のライフスタイル



床面に映しされる都市マップ上のエリアをタップすると壁面にはライフスタイルを示すシンボリックなアイコンが映像表示される。アイコンに触れると統計データやユーザーのコメント等が表示されていく。各エリアの特性をデータやユーザーを通じてあわせていく。対象エリアは東京から日本へと広げていくことも可能。

## ●空間イメージ

空間はシンプルに構成。多目的活用に柔軟に対応。

## ●壁面インタラクティブ動画コンテンツ・イメージ

各エリアのライフスタイルを示すアイコン表示。アイコンに触れると統計データやユーザーのコメント等が重ねて映し出される。

## ●施設利用者への貸出端末の活用

コンテンツに興味関心に応じて端末にコレクションすることが可能。退館時に特定アドレスにデータ送信を実施。利用履歴活用へ。

# 未来の東京 イメージ

## ●全体イメージ

テーマ (仮設定)

## Experience the future of Tokyo

「未来の東京」を企業や研究機関等の保有する先進技術・コンテンツによってあらわしていく。デモンストレーションや実証実験、マーケティングの機会とすることで出展メリットを創出する。技術体感型の展示を企画することで、興味関心の喚起、未来へのリアリティ・期待感を醸成する。



## ●サイト・ギャラリーへの誘導

未来を体験することのできるサイトギャラリーへの誘導を目的にインデックス情報を発信する。

## ●空間イメージ

### 展示会開催のイメージ

空間はシンプルに構成。多目的活用に柔軟に対応。

## ●各種サービス導入例

都市・製品等の3Dモデル提供、都市情報・製品技術情報等の提供。販売も可能。

## ●施設利用者への貸出端末の活用

コンテンツを興味関心に応じて端末にコレクションすることが可能。退館時に特定アドレスにデータ送信を実施。利用履歴活用へ。