資料2

西新宿地区の再整備の方向性（案）

～ 目 次 ～

１．西新宿地区の成り立ち・まちづくりの思想
２．新宿の将来像とまちづくりの視点
３．現況・課題・社会ニーズ
４．西新宿地区のまちづくりの考え方
５．西新宿地区の将来像と再整備のイメージ
６．将来像の実現に向けた方針（案）

1 西新宿地区の成り立ち・まちづくりの思想

（新宿副都心計画、新宿副都心建設公社）：行政主体

○　都心の業務機能の分散化を図るため新宿副都心計画として「**総合的業務街の形成**」を目指し、新宿副都心建設公社が、**街路・広場・駐車場・公園・宅地造成等**を**一体的に整備**。

（新宿新都心開発協議会（SKK））：民間主体

○　新宿副都心計画における街区の建築計画を踏襲しながら、超高層ビル街区を形成し、「**生き生きとしたヒューマンスペースの創造**」を理念に掲げた。

○　具体的には、街区内に**多様な人々が集まる広場とするオープンスペースの創出**を果たすため、「**人と車の完全分離**」「**公共駐車場の設置**」「**地域冷暖房の採用**」を計画の柱とした。

新宿副都心建設公社（S35年～43年（1960年～1968年））：総合的業務街の形成

それまで一般的に単独の事業として実施された都市施設の整備について、街路・広場・駐車場・公園・宅地造成等の総合的な事業として整備された。

西口駅前広場

西口駅前広場・地下駐車場

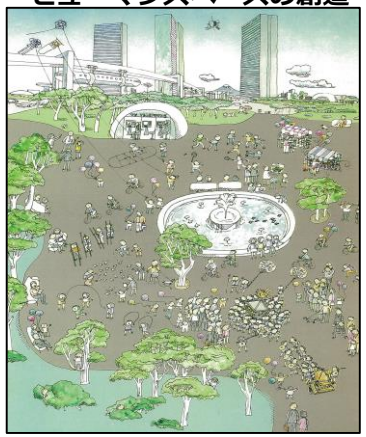
４号街路、10号街路の立体交差

新宿中央公園

（出典：財団法人新宿副都心建設公社,「財団法人新宿副都心建設公社事業史」, S43年（1968年））

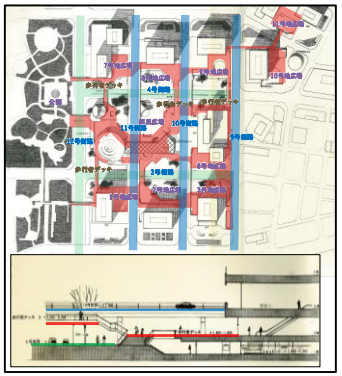
新宿新都心開発協議会（S43年（1968年））：生き生きとしたヒューマンスペースの創造

生き生きとしたヒューマンスペースの創造



実現方策

人と車の完全分離



街区内外に歩行者デッキを計画し、人中心の都市空間を計画。

公共駐車場の設置

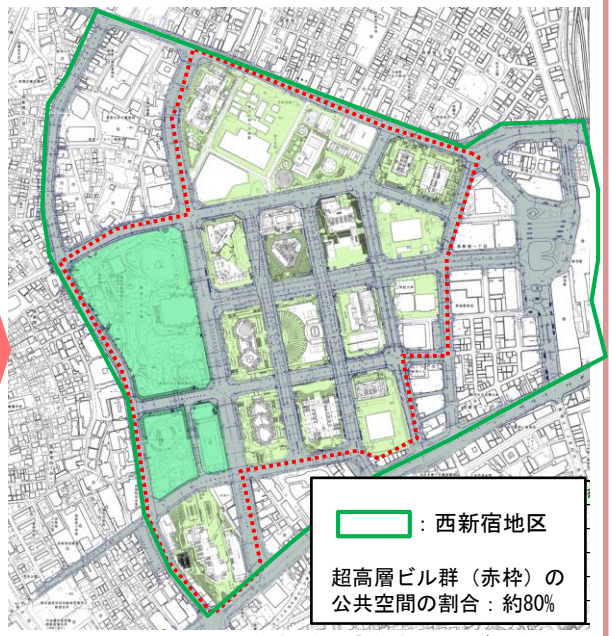
当時のモータリーゼーションの進展にともない街区内の駐車場とは別で高架下に公共駐車場を整備。

地域冷暖房の採用

大阪万博を契機に日本で初めて地域冷暖房が採用された大阪千里ニュータウン中央地区と同時期に首都圏では初めて導入。

（出典：SKK専門部会,「新宿新都心開発計画」, S44年（1969年）／　新宿新都心開発協議会,「新宿ーこの新しいヒューマンスペース　創造への出発」, S48年（1973年））

現在の西新宿



（出典：西新宿懇談会,「西新宿地区まちづくり指針」）

○　公開空地、道路、公園などが占める割合が大きく、充実した都市基盤・オープンスペースによって支えられた都市が形成。

○　行政と民間事業者の取組により、現在の西新宿地区のベースを形成。

【先人が描いたまちの理念】

○　都心の業務機能の分散化を図った「**総合的業務街の形成**」。

○　**生き生きとしたヒューマンスペースの創造**。
※「人と車の完全分離」は実現していない。

⇒ **行政と民間事業者**により西新宿を形成。

【西新宿地区の再整備方針検討の方向性】

先人が描いたまちの理念について、官民が協働して築いてきたまちの成り立ちを踏まえ、**更に発展させるもの**、**時代に応じて変えていくもの**を検証しつつ、**新宿全体の新たなまちづくりとも整合**を図りながら、次の時代の**西新宿地区の将来像**と**その実現に向けた整備の考え方**を整理する。

2 新宿の将来像とまちづくりの視点

（新宿の将来像）　新宿の新たなまちづくり～２０４０年代の新宿の拠点づくり～（東京都、新宿区　H29年（2017年）6月）

○　「**国内外の人・モノ・情報が集まり、交わり、刺激し合い、さらなる魅力や新たな価値を持続的に創出し続ける『国際交流都市・新宿』**」を掲げ、以下の視点で整理。

（新宿駅周辺地域の現状）

○　新宿駅は７路線８駅が結節し、**１日に約340万人の乗降客数**を誇る世界一のターミナル駅。
○　商業や娯楽、業務、宿泊や居住等**多様な都市機能**が、**地区に分かれて集積**。

（新宿らしさ）

【人の集積を源泉としたまち】

○　甲州街道の内藤新宿から始まり、**鉄道網の発展**や**大規模公有地の活用**等により、発展したまち。

【多様な都市機能が集積】

○　日本最大の床面積と売上を有する**一大商業地**。
○　多くの就業人口を抱える**日本有数の業務地**。
○　都心居住を支える**住宅地**。　など

【官民の分担でできたまち】

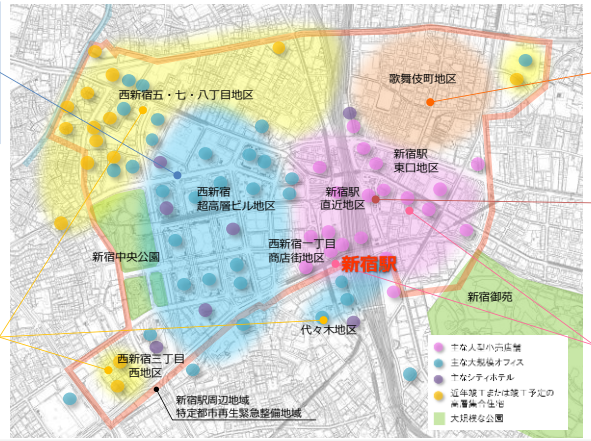
○　民間の計画・発意で発展。（**歌舞伎町地区**）
○　鉄道事業者により整備。（**新宿駅直近地区**）
○　淀橋浄水場跡地を活用し、立体的な都市基盤やエネルギーインフラ等を計画的に整備。（**西新宿超高層ビル地区**）
○　地区特性を活かした**エリアマネジメント**。（モア4番街、**西新宿超高層ビル地区**、シネシティ広場等）

西新宿超高層ビル地区

・超高層オフィス、ホテル等が集積
・新宿副都心計画と大街区による、ゆとりのある市街地を形成

西新宿五･七･八丁目地区・西新宿三丁目西地区・代々木地区

・再開発等による環境整備が進む居住系複合市街地



歌舞伎町地区

・飲食店や娯楽施設が集積する特徴的な娯楽街
・シネシティ広場周辺にエンターテイメント施設やホテルが集積

新宿駅直近地区

・鉄道網の発展とともに、商業施設が集積

新宿駅東口地区・西新宿一丁目商店街地区

・多様な商業・文化機能の集積による一大商業集積地区

（新宿駅周辺地域の問題点）

○　都市機能の主な課題

【都市機能の国際競争力の低下】

・　駅を中心に**老朽化した建築物**が点在し、**ビジネスエリア**としての競争力の低下。　など

【交流機能・交流空間の不足】

・　新たな出会い・賑わい・ビジネスを生み出す**交流機能・交流空間の不足**。
・　駅直近地区を中心に、イベント開催等に**利活用できるオープンスペースが少ない**。

【賑わいが地域全体に展開されていない】

・　特色ある地区が存在するが、**地域としての一体性に欠けており**、相乗効果が十分発揮できていない。
・　賑わいが駅周辺や商業エリアにとどまり、**地域全体への広がりが希薄**。

○　都市基盤の主な課題

【歩行者空間の少ない駅前広場周辺】

・　新宿駅周辺は、自動車社会を想定した基盤を整備していたため、**歩行者空間が少ない**。
・　待ち合わせや憩いの場となる**滞留空間が不足**。

【鉄道や道路によるまちや歩行者動線の分断】

・　鉄道や道路により、**駅とまち、まちとまちとが分断**され、歩行者回遊性の確保や地区間の連携が図りにくい。

【災害時対応への懸念】

・　帰宅困難者のための**一時滞在場所等が不十分**。

（まちづくりの視点）

多様な都市機能を活かして、相互に連携・融合を広げていく

○　多様な機能や人の集積を活かし、駅を中心として都市機能を相互に連携・融合した拠点に更新。等

歩行者中心で交流や賑わいを生む空間へと変えていく

○　交流や賑わいを生む質の高い歩行者空間の形成。
○　地域交通や多層的な歩行者ネットワークを充実・強化。等

官民連携によりまちの魅力を育て、伝えていく

○　既存の地元活動を活かしたプラットホームを構築。
○　継承する担い手を育成し、次世代へ継承。

（西新宿地区の再整備方針検討の方向性）

○　新宿全体のまちづくりの視点を踏まえ、「都市機能」「都市基盤」「官民連携」などの観点から**現況と課題**、**社会ニーズ**を分析し、**西新宿地区のまちづくりの考え方を整理**。

3 現況・課題【都市機能】

【ビジネス】

（消費者）

○ 駅や東口には商業施設があるなど**新宿は都内最大の商業集積地**であり、駅を中心に**消費意欲が旺盛な買い物客**が集まっている。

（企業）

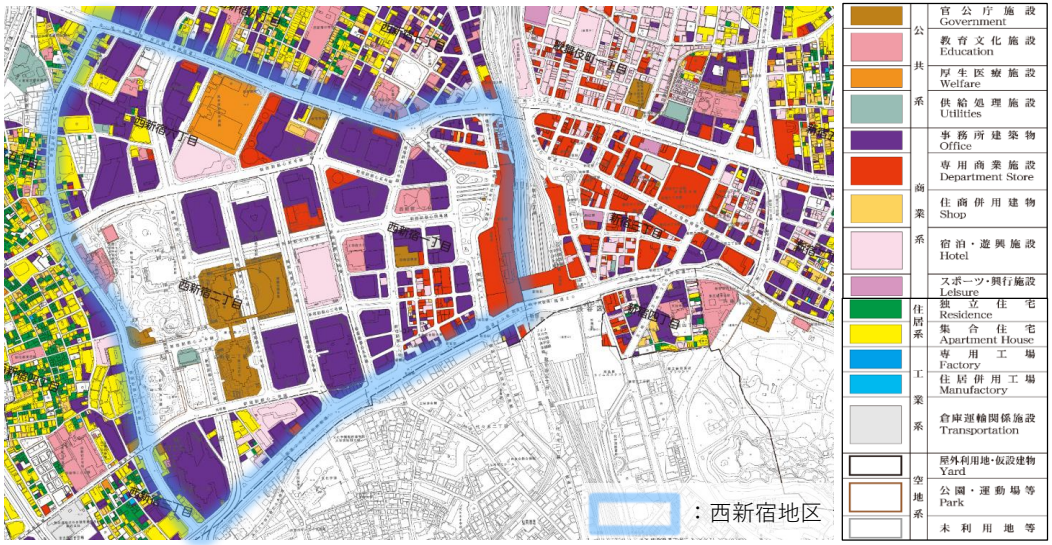
○ 西新宿には**上場企業**や**スタートアップ企業**が集積しており、**事業規模に応じたオフィスが選択**できるとともに、**通勤**、**業務移動に伴う駅のアクセス性の高さ**が評価されているものと推察される。また業種としては、**企業を顧客ターゲット**としたサービス業や情報・通信業が多い傾向である。

○ **ショールーム**を有するなど**来街者を求める企業**が集積しており、**居住地域からのアクセス性の高さ**が評価されているものと推察される。

（交流機会・空間）

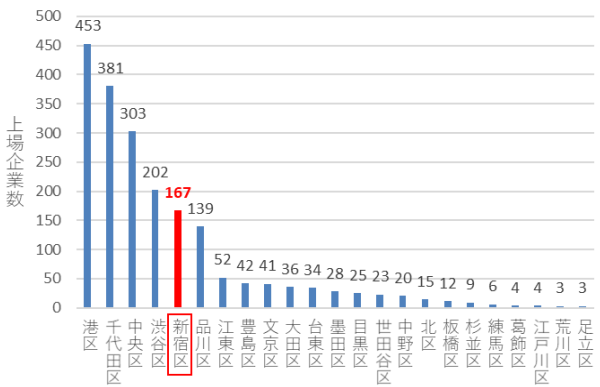
○ ショールームといった単一目的としての交流空間は存在するが、まちなかに**消費者と企業**、**企業と企業**などを結ぶ**交流機会**や**交流空間が少ない**。

■土地利用状況（新宿区土地利用現況図（用途別）（H29（2017）年3月）より）



■都内の区別上場企業数

（出典：Web情報（上場企業サーチ）を基に作成）



■西新宿地区(※)における上場企業の業種

（出典：Web情報（上場企業サーチ）を基に作成）

業種	数
サービス業	27
情報・通信業	23
不動産	9
卸売業	5
建設業	4
小売業	4
金属製品	2
その他金融業	2
精密機器	2
保険業	2
食料品	1
機械	1
電気機器	1
輸送用機器	1
その他製品	1
証券、商品先物取引業	1
空運業	1
化学	1
計	88

※西新宿１～４・６～８丁目の範囲

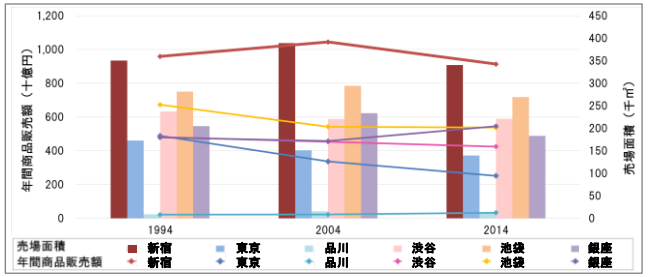
■都内のスタートアップ企業の集積状況

（出典　第4回 都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会 事務局説明資料より抜粋、一部加筆）

	クラスター	企業数	集積率（企業数/㎢）	面積（㎢）
1	渋谷	491	235	2.09
2	青山・表参道	268	84	3.19
3	恵比寿	192	72	2.66
4	新宿	190	66	2.87
5	六本木	174	92	1.9
6	秋葉原・神田	155	106	1.46
7	赤坂	112	84	1.34
8	五反田	105	54	1.94
9	銀座	103	55	1.88
10	虎ノ門・新橋	102	56	1.81
11	代々木	87	38	2.32
12	芝・三田	87	30	2.87
13	本郷	72	26	2.78
14	平河町・麹町	71	70	1.02
15	大手町・丸の内	62	47	1.31
16	中目黒	60	26	2.28
17	東品川	49	20	2.49
18	浜松町	48	48	0.99
19	日本橋室町	43	64	0.67
20	九段・飯田橋	38	49	0.78

■エリア別年間商品販売額と売場面積の推移

（出典：「商業統計」（経済産業省））



■駅周辺におけるショールームの集積

（出典：各施設情報を基に作成）

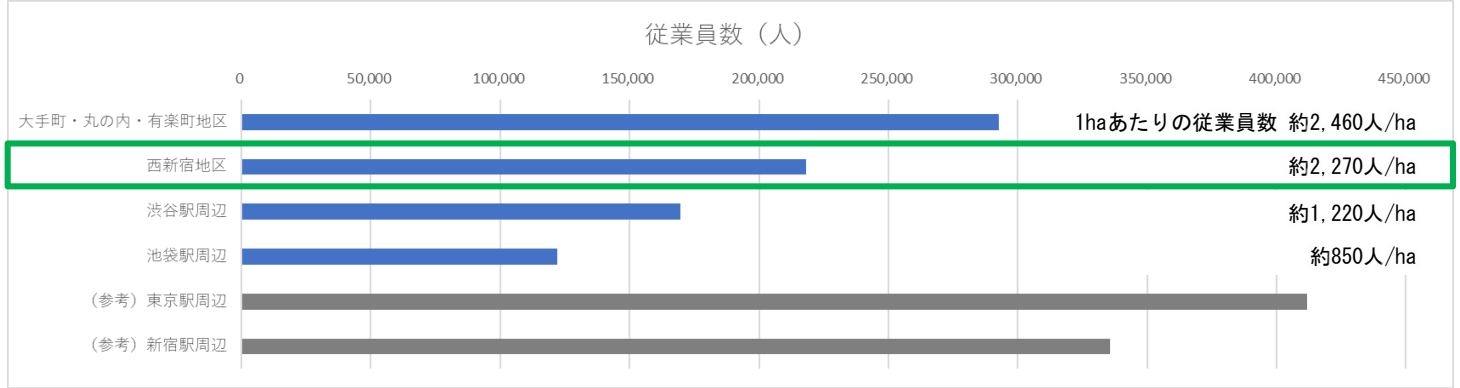
3 （参考）都内主要エリアとの従業員数の比較

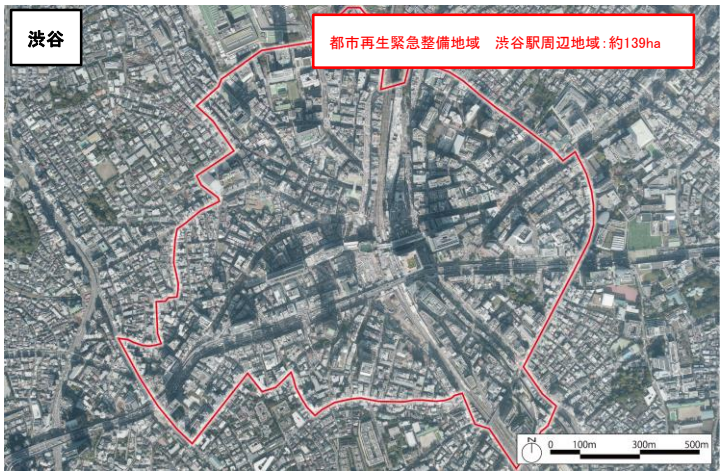
【ビジネス】
（従業員数）

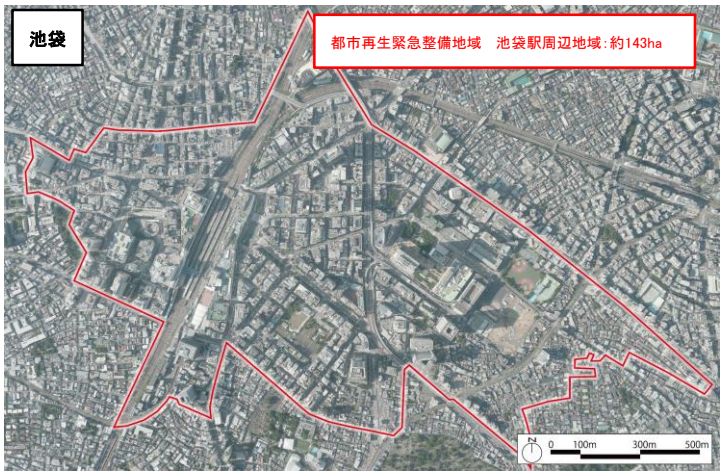
○ 西新宿地区の**従業員数は約22万人**であり、新宿駅周辺の従業員数の2/3程度を占めており、渋谷駅周辺や池袋駅周辺の従業員数を上回っている。

○ **1haあたりの従業員数としては約2,270人/ha**であり、同様に、渋谷駅周辺や池袋駅周辺を大きく上回り、大手町・丸の内・有楽町地区に近い数値となっている。

■都内主要エリアの従業員数 （出典：H28年(2016年)経済センサス）







出典：国土地理院　地図・空中写真閲覧サービス（R1年（2019年）撮影）

＊各主要地域の範囲を下記町丁目と定義し計上している。また、区域には鉄道施設や公園等も含まれた数値にて算出している。
大手町・丸の内・有楽町地区：丸の内1,2,3丁目、大手町1,2丁目、有楽町1,2丁目。
西新宿地区：西新宿1,2,3,6丁目。
渋谷駅周辺：宇田川町、円山町、桜丘町、渋谷1,2,3丁目、神南1丁目、道玄坂1,2丁目、南平台町。
池袋駅周辺：西池袋1丁目、東池袋1,3,4,5,丁目、南池袋1,2丁目。
東京駅周辺：丸の内1,2,3丁目、大手町1,2丁目、有楽町1,2丁目、八重洲1,2丁目、京橋1,2,3丁目、日本橋1,2丁目。
新宿駅周辺：歌舞伎町1,2丁目、新宿3,4丁目、西新宿1,2,3,6,7,8丁目。

3 社会ニーズ【都市機能】

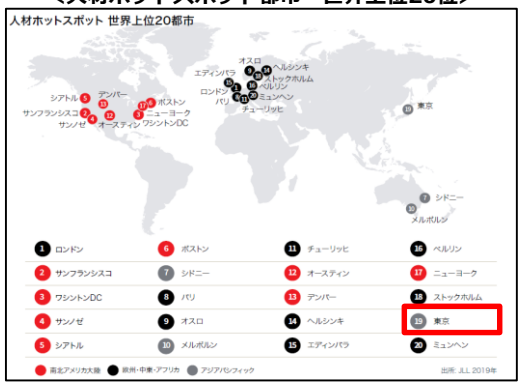
【ビジネス・イノベーションに関する社会潮流】

- ○ **世界ではスタートアップが時代の最先端ニーズ**を機敏に捉え、新たな製品やサービスを生み出しており、**こうしたイノベーションの創出が都市の競争力を高めていく**。
- ○ イノベーション都市として、「**東京**」は一定以上の評価を受けているものの、「**人材の集積**」「**スタートアップ環境**」については必ずしも高い評価を受けていない。
- ○ イノベーション創出の要因として「**企業や人の集積**（経済資産）」「**人と人の交流**（ネットワーク資産）」「**職場環境や周辺環境の整備**（空間資産）」が重要視されている。
- ○ 職場環境については、従来の効率性に加え、**健康・快適性**といった「**ウェルネス**」な環境が求められている。

■世界のイノベーション都市

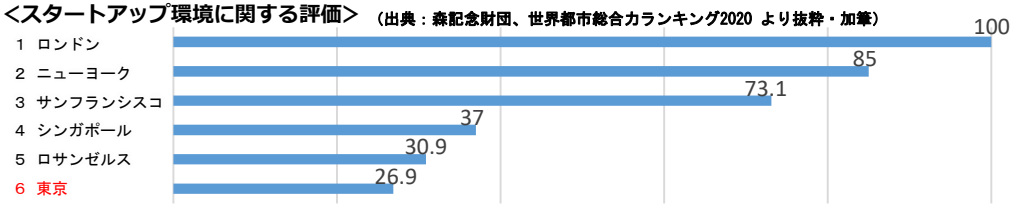
<イノベーション都市　世界上位20位>

<人材ホットスポット都市　世界上位20位>



（出典：JLL, 世界のイノベーション都市2019 より抜粋・加筆）

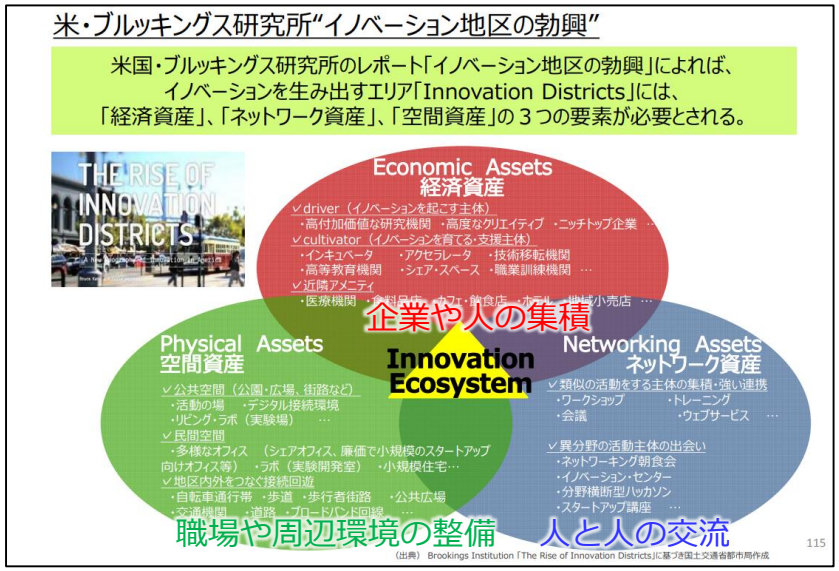
<スタートアップ環境に関する評価>　（出典：森記念財団、世界都市総合カランキング2020 より抜粋・加筆）



<シリコンバレー（サンフランシスコ）に立地する企業のビジネス環境>

■都市の多様性とイノベーションの創出に関する懇談会 提言

（R1年（2019年）6月、国土交通省）※一部加筆



■職場環境における「健康・快適性」の重要性の高まり

○ 企業・ワーカーに選ばれる競争力のあるオフィスを整備するにあたって、近年では、海外のワークプレイスで数多く取り入れられている「健康」や「快適性」を重視した認証制度が新たに生まれており、国内でも取得件数が増えつつある。

グリーンビルディング関連の主な評価指標

	グローバル指標		ローカル指標		
	米国	英国	EU	アジアオセアニア	日本
グリーンビルディング総合評価	LEED	BREEAM		GreenMark（シンガポール） GreenStar（オーストラリア）	CASBEE 建築環境総合性能評価システム
健康・ウェルネス視点での建物評価	WELL Building Standard				CASBEE ウェルネスオフィス（2019年 春～）
建物エネルギー性能評価	Building EQ Energy Star		EU Energy Rating Label		BELS 建築物省エネルギー性能表示制度
不動産ファンド・アセットの評価	GRESB				

（出典：GREEN BUILDONG JAPAN HP）

【西新宿地区の状況と再整備に向けたポイント】

- ○ 新宿駅周辺地域には**様々なニーズを持った消費者**が存在し、また、西新宿地区には**多くの企業**やそこで働く**ワーカー**が存在している。
- ○ ビジネス機能を高める上で、こうした**人と企業の集積を生かし、交流機会や交流空間を設けることで、新たなビジネス**や**イノベーションの創出**を誘導していく必要がある。

3 現況・課題【都市基盤】

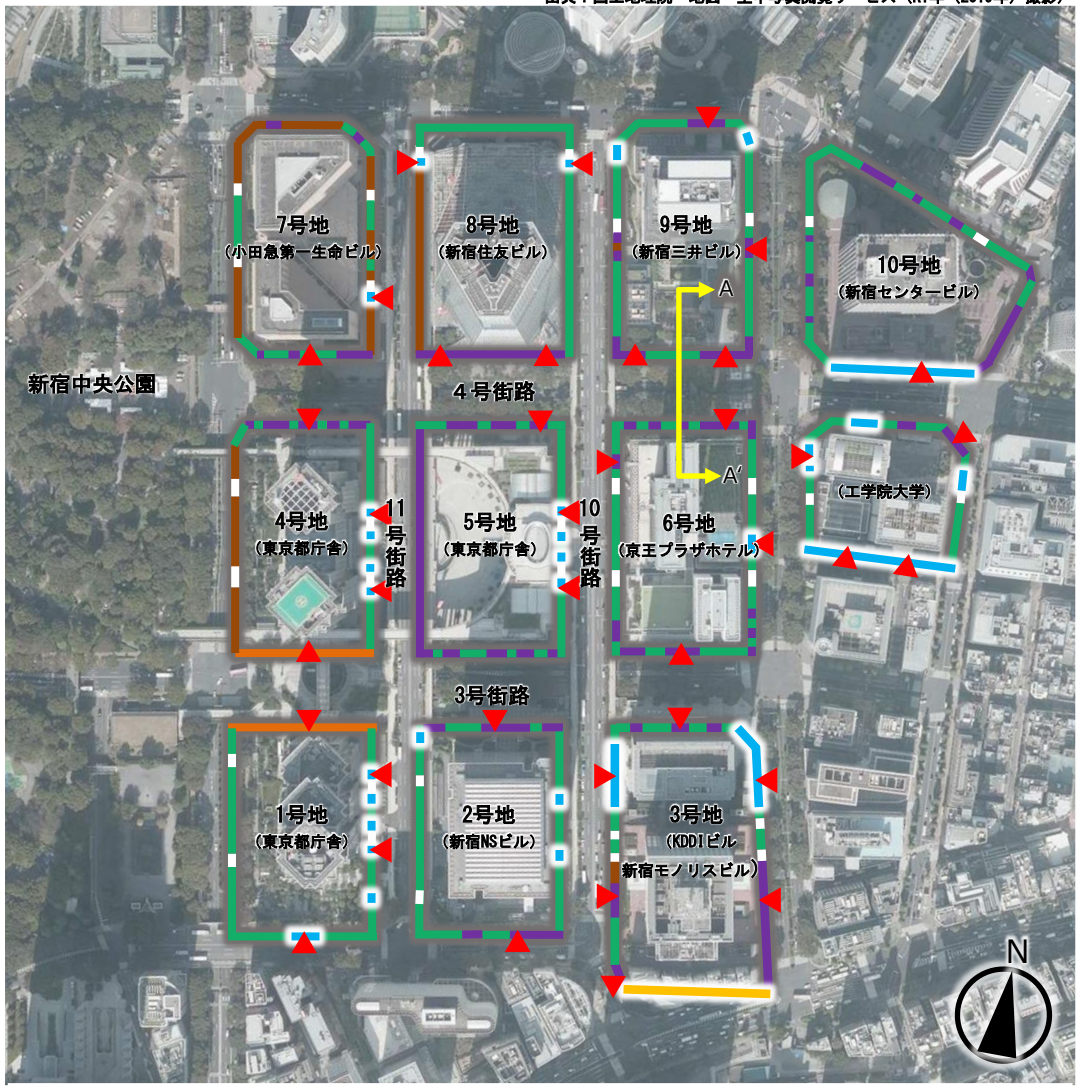
【街区、道路】

○ **街区**については、街区周辺から立ち入ることができない**緑や壁面で囲んでいる**割合が高い。

○ **道路**については、**歩車共存の道路構造**で整備されている。**道路と街区間**、**街区と街区間**には、**物理的な境界**があり、**人の移動**の観点から**一体的に利用しにくい**状況である。

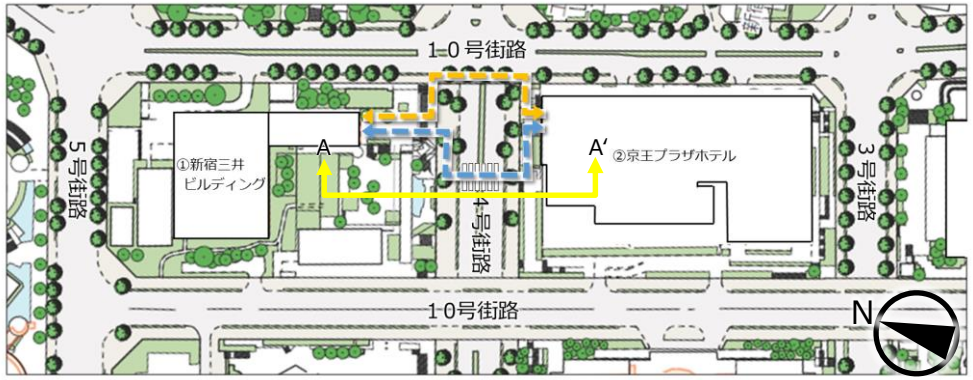
■超高層ビル街の公開空地

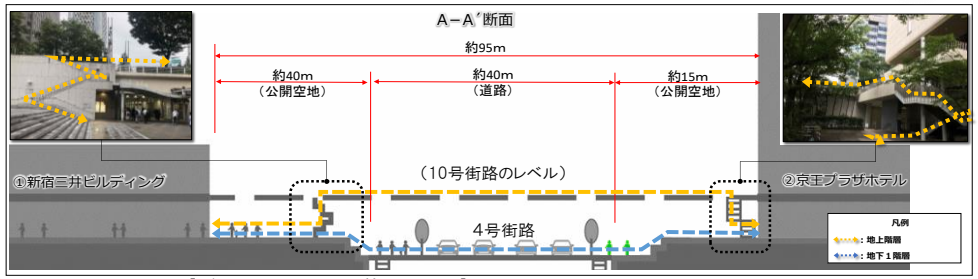
出典：国土地理院　地図・空中写真閲覧サービス（R1年（2019年）撮影）



凡例
- バリアフリー
  - ：空地（青空）
  - ：空地（歩道状）
- ：空地（緑化※立入不可）
- ：車路
- ：空地（青空+段差）
- ：空地（歩道状+段差）
- ：壁面
- ▲：沿道からの主要なアプローチ

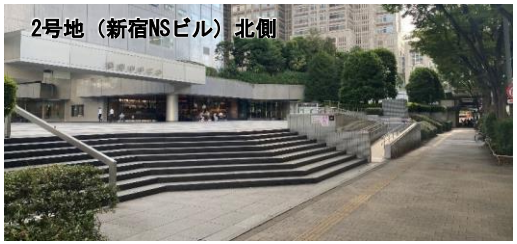
■現在の歩行者空間





■官民境界の状況（公開空地の沿道の設え）

＜3号・4号街路レベル＞



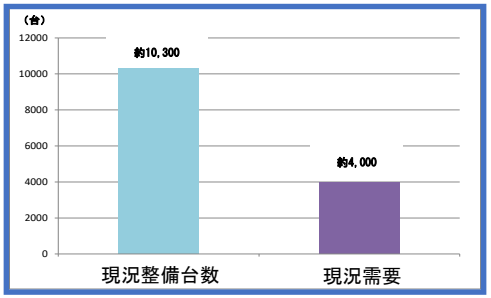
＜10号・11号街路レベル＞

3 現況・課題【都市基盤】

【駐車場、地域冷暖房】

- ○ **駐車場**については、**現況需要は整備台数に対して半数以下**であり、**需要に対して供給過多となっている**。
- ○ 一方で、新宿区の**自転車シェアリング利用状況は増加**しており、パーソナルな移動環境の充実について検討する必要がある。
- ○ **地域冷暖房施設**については、**超高層ビル群を中心**に**エネルギー供給**がされているが、**更なる環境負荷低減**のため、設備の入れ替えやプラントの増設等の**機能更新を図る**必要がある。

■駐車需給バランス（新宿駅西口駐車場地域ルール適用地区内）



※新宿駅西口駐車場地域ルール策定協議会　資料を参考に作成
※附置義務概要書及びH25附置義務実態調査結果、都条例基準等を用いた場合における推定台数

■新宿駅西口駐車場地域ルールの概要

東京都駐車場条例に基づく附置が義務付けられた駐車施設

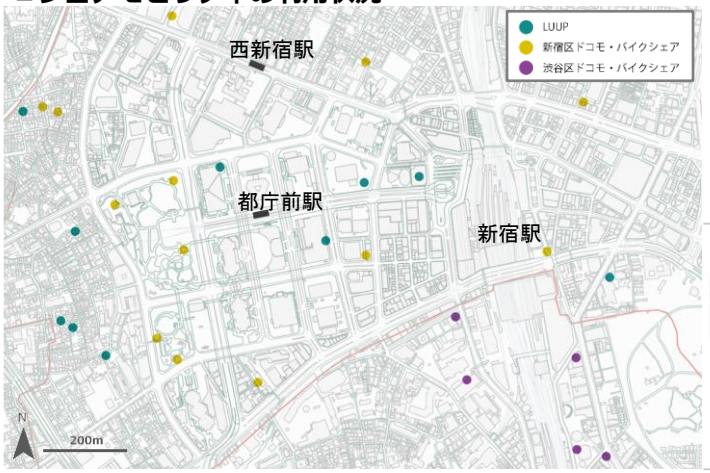
（1）駐車施設の適正化
附置すべき駐車施設の台数は、将来の将来の需要及び供給のバランス等を踏まえ、建築物ごとに算出する。

（2）駐車場の隔地・集約化
特定空間のうち、新宿駅西口駅前地区の外周道路に面しない敷地においては、隔地・集約化による確保を積極的に推奨する。

（3）駐車施設の効率的な活用
駐車需要に対して十分な供給量を有する既存建築物の駐車施設を効率的に活用する。

（4）地域貢献策の実施
地域の駐車課題等の解決を含むまちづくりの実現に向け、地域まちづくり貢献策を促進する。

■シェアモビリティの利用状況（出典：各事業者HPより作成）

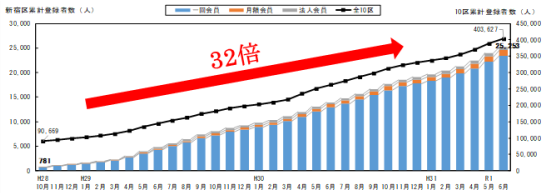


概要
自転車シェアリングとは、乗りたい時に借りて、行きたい場所で返すことができる自転車のシェアサービス。WEBから会員登録し、サイクルポートにある自転車にICカードをタッチすることで誰でも借りることができる。

概要
「LUUP」は、街中のポートに置いてある電動マイクロモビリティのシェアリングサービス。好きなポートで借りて、好きなポートで返すことができる。電動アシスト自転車と電動キックボードを用いたシェアリングサービスを展開中。（電動キックボードのライドには、①免許証の登録・承認 ②確認テストの受講が必要）

■利用登録者数の推移

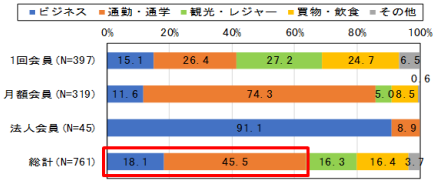
○　令和元年6月の利用登録者数は25,253人と約32倍に増加【平成28年10月（781人）比較】



新宿区自転車シェアリングの月別利用登録者数の推移

■シェアサイクルの利用目的・利用希望目的

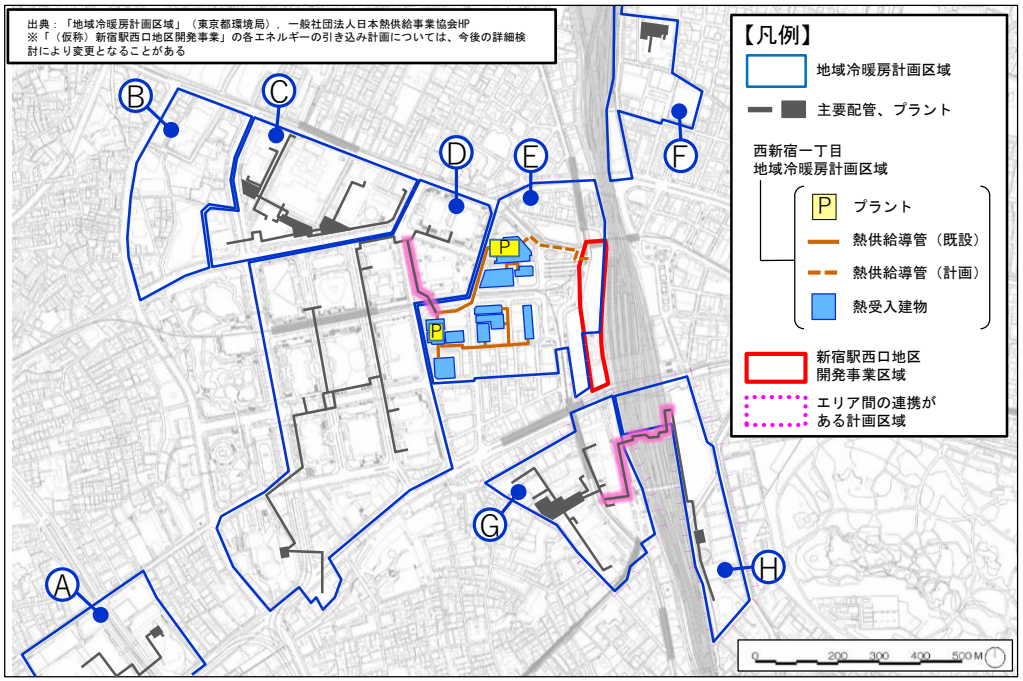
○　会員の利用目的は、ビジネス・通勤通学の利用が全体の約6割を占め、非利用者の利用希望目的は観光・レジャーが4割で最も多い。



新宿区自転車シェアリング会員種別の利用目的

（出典：新宿区自転車シェアリング事業効果検証業務報告書概要版　R1年（2019年）12月）

■新宿駅周辺の地域冷暖房計画区域・主要配管等の配置【既設・計画】



（出典：「地域冷暖房計画区域」（東京都環境局），一般社団法人日本熱供給事業境界HPを基に作成）

■新宿駅周辺の地域冷暖房計画区域の概要

位置	名称	面積[ha]	使用燃料等	熱供給媒体の種類			熱供給事業者等
				冷熱	温熱		
				冷水	蒸気	温水	
A	初台淀橋	10.5	都市ガス、電気	○	○	○	東京オペラシティ熱供給㈱
B	西新宿六丁目西部	11.7	電気	○		○	東京都市サービス㈱
C	西新宿六丁目	11.8	都市ガス、電気	○	○		新都市熱供給㈱
D	西新宿	33.6	都市ガス、電気	○	○		東京ガスエンジニアリングソリューションズ㈱
E	西新宿一丁目	14.4	都市ガス、電気	○	○		東京ガスエンジニアリングソリューションズ㈱
F	歌舞伎町	5.3	都市ガス、電気、購入排熱	○	○		新宿熱供給㈱
G	新宿南口西	9.4	都市ガス、電気、購入排熱	○	○	○	新宿南エネルギーサービス㈱
H	新宿南口東	6.1	都市ガス、電気、購入排熱	○	○		新宿南エネルギーサービス㈱

3 社会ニーズ【都市基盤】

【都市空間に関する潮流】

○ 街路空間を車中心から**“人間中心”の空間（ウォーカブル）**へと再構築し、沿道と道路を一体的に使い、**人々が集い憩い多様な活動を繰り広げられる場**づくりが進められている。これにより**イノベーションの創出**や**人間中心の豊かな生活の実現**が期待されている。

○ 新型コロナ危機を契機に**オープンスペースを中心とした快適なオフィス・住環境**が求められている。

【都市インフラに関する潮流】

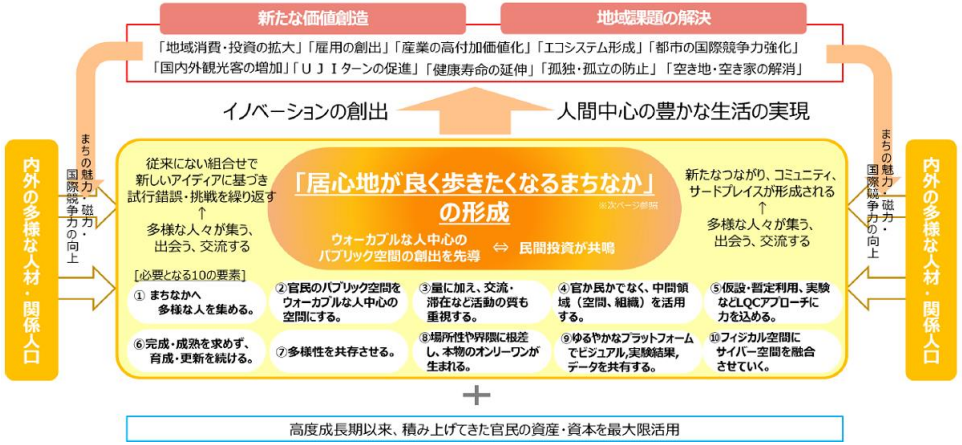
○ **脱炭素社会の実現**にむけ、2030年・2050年を目標に国・都としても目標・アクションプランを定めている。

○ 「グリーンインフラ」「インフラサービスの省エネ化」など**都市インフラ**に対する**公的役割**が高まっている。

■「居心地が良く歩きたくなるまちなか」からはじまる都市の再生

○ ウォーカブルな人中心の空間へ転換・先導し、民間投資と共鳴しながら「居心地が良く歩きたくなるまちなか」を形成。

○ これにより、多様な人々の出会い・交流を通じたイノベーションの創出や人間中心の豊かな生活を実現し、まちの魅力・磁力・国際競争力の向上が内外の多様な人材、関係人口を更に惹きつける好循環が確立された都市を構築。



出典：国土交通省

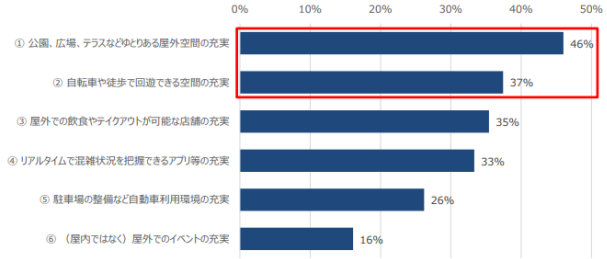
■ゼロエミッション東京戦略2020Update&Report

（R3年（2021年）3月）

○ 脱炭素社会・気候変動への対応に向けた取組が進められている。

■都市空間に対する意識調査（充実してほしい空間）に関するアンケート

○ 豊かな屋外空間・自転車や徒歩で回遊できる空間の充実に対するニーズが高まっている。



出典：全国の都市における生活・行動の変化―新型コロナ生活行動調査概要―（別紙）
（R2年（2020年）10月 国交省都市局都市計画課）

■新型コロナ危機を契機としたまちづくりの方向性

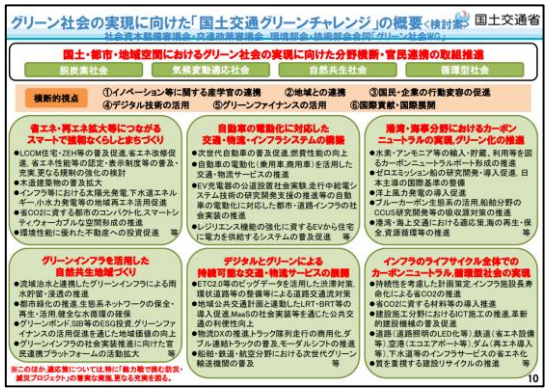
○ リアルの場に求められるものは、偶然の交流や議論、実体験を伴うもの、文化やエンターテイメントといった、オンラインでは代替しがたい経験を提供する機能が中心に。

出典：国土交通省

■グリーン社会の実現に向けた国土交通省の取組概要

（R3年（2021年）5月）

○ 分野横断・官民連携してグリーン社会の実現に取り組む必要がある。



【西新宿地区の状況と再整備に向けたポイント】

○ **ビジネス機能**や**都市空間の質を高める**上で、十分に活用されていない**街区内の公開空地**や**道路空間**を**ウォーカブルな人中心の空間に再編**することは重要である。

○ **都市インフラ**は**自然災害**や**脱炭素化**などの様々なリスクや社会ニーズを踏まえて**機能更新・強化、利活用**していく必要がある。

3 現況・課題【官民連携】

【エリアマネジメント】
○ **一般社団法人新宿副都心エリア環境改善委員会**が中心となり、公開空地や歩道等を活用した**賑わい空間の創出**や**環境改善**等に資する様々な社会実験が取り組まれている。

【新宿副都心エリア公共空間利活用 Shinjuku Share Lounge2015/2016 】主催：一般社団法人新宿副都心エリア環境改善委員会 等 後援：新宿区

■イベント概要

○ 歩道空間を活かした賑わいの創出と空間活用拡大の社会実験を実施。国家戦略道路占用事業の区域として認定された新宿副都心中央通りにおいて、“「すわる新宿計画」はじまる”のコンセプトのもと、歩道空間に腰を下ろし、いつもの場所でいつもとは違う経験を提供。

■実施期間と実施場所

Shinjuku Share Lounge2015
期間：10/22～10/30
場所：新宿副都心 中央通り(西新宿2丁目 周辺 都道新宿副都心4号線)

Shinjuku Share Lounge2016
期間：8/31～10/2
（一部イベントについては9/23~9/30）
場所：新宿副都心 中央通り(西新宿2丁目周辺 都道新宿副都心4号線)・5号街路・ビル広場（公開空地等）

■社会実験の目的

○ 「官民オープンスペース」(公開空地、歩道空間、公園)を一体的に活用した賑わい空間の創出。
○ イベントに合わせたエリアマネジメント組織による質の高い道路空間の維持管理の試行。
○ まちづくり活動の収益源の充実のための屋外広告物事業の試行。
以上を通じ、新宿エリアの国際ビジネス拠点、国際観光の拠点としての魅力向上と情報発信。

■結果

【新宿エリアの道路空間におけるポテンシャルの把握】

○ 歩道空間の一部を利用した今回の社会実験では、比較的交通量の多い朝晩の通勤時間帯においても、許容量を超える交通負荷は見受けられず、十分な歩行空間・動線を確保することで、交通機能と賑わい機能が両立できた。

【イベント実施によるエリア内の環境改善 】

○ 行政と連携し、期間中に周辺エリアの清掃・違法駐輪の撤去指導・路上生活者への声掛けを実施。違法駐輪台数はイベント前と比較して、期間中・期間後、共に減少する等、街環境を改善し、整備された空間を維持する効果が見受けられる。

【外部環境の評価】

○ 利用者アンケートからは、利用の決め手や良かった点に対し、環境面(開放感、日当たりなど)を示す回答が多く、普段と異なる外部空間を楽しまれた利用者が多かった。
○ キッチンカ―を目的とした利用が多い場所とその他目的での利用が多い場所があり、シーンに合わせた利用場所の選択肢が多い特徴があった。(視界の開けた賑やかな場所、少し奥まった静かな場所、緑の多い場所、日向の時間が長い場所、観光バスと関係の深い場所など)

■道路におけるラウンジ空間の創造

新宿副都心中央通りにおいて、移動式店（キッチンカー）を配置し、立寄りや滞留による新たな人の流れと賑わいを創出。

テーブル、椅子、バナーフラッグを設置し、公共空間活用の拡大を図ると共に、オフィスワーカー、観光客、来街者の多様な利用を促進。

■ショールーム展開への発展

屋外ファニチャーのメーカーである㈱コトブキによる、企画品の利用社会実験を実施。多摩産の木材を利用した、木製ファニチャーを展開することで、屋外公共空間の質を改善しワーカーに好まれる落ち着いた空間を創出。

屋外空間を利用した多様なイベントや展示を実施することで、幅広い世代間の交流を促進し、国内外の利用者を呼び込む賑わいを創出した。

■道路空間での屋外広告掲出 (ﾊﾞﾅｰﾌﾗｯｸﾞ等)

○ 屋外広告物禁止区域である本地区において、特例許可を得て道路上にバナーフラッグを掲出。
○ スポンサーからの広告料を街づくりの活動の充実に還元。

■各ビルとの連携イベントの開催

○ 新宿副都心中央通りを中心に、周辺ビルや公園管理者主催の連携イベントを実施。空間の多様性、来街者の多様性を活かした新宿らしい賑わいと魅力を創出。

3 社会ニーズ【官民連携】

【エリアマネジメント・シビックプライドに関する社会潮流】

○ 世界各地ではエリアマネジメント団体と行政で運営スキームを構築し、**民間事業者の創意工夫**により**地域を運営**し、**持続的にまちの価値を高める**取組が推進されている。

○ 「**シビックプライドを持つ住民**は、**まちづくりの大きな資源**になる」の考えに基づき、市民参画のまちなかでの活動を通じて、そのまち独自の魅力を形成。

■官民連携によるエリアの活性化に向けた取組の実施（NYブライアントパーク）

○ ニューヨークのブライアント・パークでは、緑地を良好な状態に維持管理するため、BID（Business Improvement District）賦課金や、イベントの使用料収入、公園内キヨスクによるテナント収入、企業のスポンサーシップ等の収入など、様々な資金調達が行われ、活用されている。

■ビジネス街における新たな体験・交流の創造（MARUNOUCHI STREET PARK）

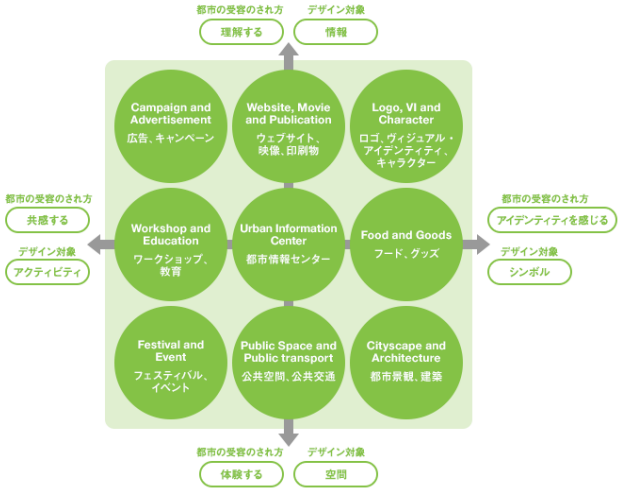
○ 丸の内の仲通りでは、期間限定の社会実験を通じて、道路空間をまちなかでの新しいワークスタイルやライフスタイルを体験できる空間として再構築しており、「働く・遊ぶ・リラックスする・体を動かす・アートに触れる・食事をする・寝転ぶ」など、豊かな都市活動に繋がる様々な場を提供している。

■シビックプライドの醸成による、まちづくりの担い手の創出

○ 近年まちづくり・地域づくりにあたり、「**シビックプライドを持つ住民は、まちづくりの大きな資源になる**」という考え方のもと、シビックプライド醸成のための取り組みを進める自治体も増加。

○ シビックプライド自体は住民・自治体が自発的に持つものであるが、**シビックプライドを盛り立てることにつながるまちと住民の接点（コミュニケーションポイント）はデザイン可能**である。

（出典：シビックプライドが地域の価値を再定義する）



○ 地元豊島区のさまざまなヒトやコトを紹介し、参加者同士の交流を促す、サロン型イベント「としま会議」を通じて、参加者同士のネットワークが構築され、その後、自らが住みたいまちをつくり出そうという思いが、グリーン大通りの空間活用に繋がっている。

https://ja-jp.facebook.com/toshimakaigi?form=MY01SV&OCID=MY01SV

https://re-re-re-renovation.jp/projects/2280

【西新宿地区の状況と再整備に向けたポイント】

○ 将来にわたって良好な都市空間の維持管理やにぎわいの創出を図っていくためには、まちづくりの担い手づくりと**活躍できる環境の整備**が必要不可欠である。

○ 現在活動の中心である法人企業主体の組織に留まらず、**様々な市民・担い手が参画し、西新宿地区や新宿駅周辺地域としての価値を高める**取組に繋げていく必要がある。

3 現況・課題【西新宿ユーザーからの意見】

【西新宿ユーザーからの意見（オフィス立地ブランド調査2018、西新宿スマートシティプロジェクト2020年アンケートより）】

○ 西新宿地区は、便利でビジネス交流が盛んな街としての認知度が高い一方で、**働く場としての魅力度が他のエリアと比べて相対的に低下**してきている。

○ 居住者に比べ、**ワーカーが全般的に評価が低く**、コロナ禍を受け、屋内外での**新しい働き方に対応した環境づくり**が期待されている。

○ 各属性の共通の傾向として「**自然とふれあえる居心地の良い空間**」「**屋外で飲食できる空間**」「**目的地まで分かりやすくスムーズな移動**」などが求められている。

■働く魅力度ランキング

○ 都内エリアにおいて、西新宿の順位は**2018年時点で19位**となっており、2015年以降で順位を落としてきている。

出典：プレイスマネジメント研究所
オフィス立地ブランド調査2018の結果より

トップ10

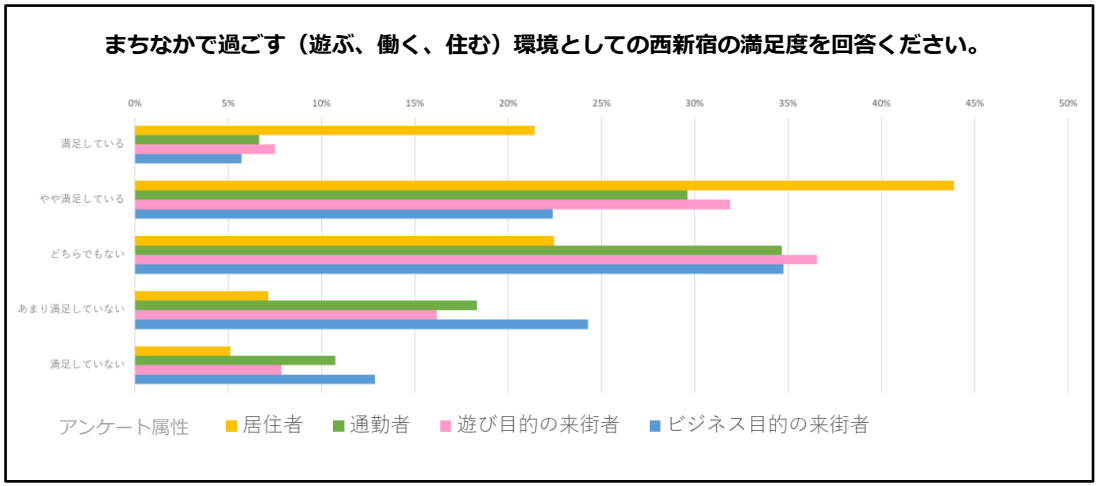
順位	前回順位（2015年）	エリア	%
1	1	丸の内	40.0%
2	4	大手町	36.1%
3	3	日比谷・有楽町	35.3%
4	2	銀座	34.9%
5	5	日本橋	33.9%
6	7	恵比寿	31.0%
7	6	八重洲	30.7%
8	8	表参道	27.9%
9	9	外苑前・青山一丁目	25.7%
10	10	品川	25.6%

11～50位

順位	前回順位（2015年）	エリア	%	順位	前回順位（2015年）	エリア	%
11	11	飯田橋・神楽坂	25.1%	31	31	代々木	19.3%
12	18	京橋	24.6%	32	17	原宿・神宮前	19.2%
13	13	渋谷	24.2%	33	33	秋葉原	18.8%
13	12	御茶ノ水・神保町	24.2%	34	34	上野	18.4%
13	15	赤坂・溜池山王	24.2%	34	36	六本木一丁目	18.4%
16	14	新橋・内幸町	23.8%	36	39	浜松町・大門	17.3%
17	22	虎ノ門	23.2%	37	35	池袋東口	17.0%
18	20	東銀座・築地	22.7%	38	40	人形町・小伝馬町	16.8%
19	19	新宿三丁目・新宿御苑	22.5%	39	37	麹町・半蔵門	16.7%
19	16	西新宿	22.5%	40	38	池袋西口	16.4%
21	23	汐留	22.0%	41	42	茅場町・八丁堀	15.8%
22	21	目黒	21.9%	42	45	大崎	15.0%
23	25	永田町・赤坂見附	21.8%	43	41	芝公園	14.7%
24	28	六本木	21.3%	43	43	田町	14.7%
25	30	霞ヶ関	20.9%	45	46	五反田	13.7%
26	26	神田	20.7%	46	44	神谷町	13.4%
27	29	四ツ谷・市ヶ谷	20.0%	47	47	錦糸町	12.9%
28	27	九段下	19.9%	48	48	豊洲	12.2%
29	24	水道橋・後楽園	19.8%	49	49	台場	11.2%
30	32	広尾・西麻布	19.4%	50	50	天王洲	10.5%

■西新宿ユーザーのアンケート結果

出典：西新宿スマートシティプロジェクト2020年アンケート



■西新宿ユーザーの声

出典：西新宿スマートシティプロジェクト2020年アンケート

質問主旨	調査結果の概要
西新宿のイメージ （全属性）	● **便利でビジネス交流が盛んな街**として認識されている。
働く環境 （ワーカー）	● 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）に加え、屋外での働く環境（オープンカフェなど）やコワーキングスペースなど、**オフィスの中だけでは充足しきれない、新しい働き方への対応**が求められている。
まちなかで過ごす際の満足度と環境 （全属性）	● 各属性別（「居住者・通勤者・遊び目的の来街者・ビジネス目的の来街者」）で見ると、**「居住者」の満足度が高い**一方で、「通勤者・ビジネス目的の来街者」といった**西新宿ワーカーの満足度が相対的に低い**結果となっている。 ● 各属性共通で「清潔感が保たれていること・静かで落ち着いていること・緑や水等の自然が溢れていること・ソーシャルディスタンスの確保・休憩できるスポット」などの満足度が低く、**自然（緑や水等）と触れ合えるゆとりのある居心地の良い滞留・滞在の場**が求められている。
昼休みなどやアフターファイブの環境 （全属性）	● 昼休み等で利用する、オフィスでの勤務を一度離れての**自然とのふれあい等を通じた気分転換**や、**飲食・団らん等で利用するためのまちなかの充実**が求められている。 ● アフターファイブなどでも、特に西新宿ワーカーが利用できる地域独自の**飲食店や豊富な自然**に触れられること、**屋外で飲食できるスペースの充実**が求められている。
移動環境・移動空間 （全属性）	● コロナ禍を踏まえた**３密を回避する移動空間**に加え、各属性共通で「まちなかの**歩行空間にゆとり**があること・**目的地までの経路が分かりやすい**こと・**目的地まで最短距離で移動**できること」への**満足度が低い**結果となっている。

【西新宿地区の状況と再整備に向けたポイント】

○ 西新宿地区の価値を高めるためには、**現在のユーザーの声も踏まえ、都市空間、都市サービス等を充実**させる必要がある。

○ その実現方策の一つとして、**最先端のデジタル技術**を効果的に活用し、魅力的な都市サービスの提供が進められている。

3 社会ニーズ【都市サービス】

【都市サービスに関する社会潮流】

○ **デジタル技術の進展**により、従来にない**まちに新しい価値やサービスを生み出し、市民のＱＯＬを向上**させる取組が推進されている。

○ 実証実験を通じて**市民の理解**を得つつ、**段階的に都市空間に実装していく動き**が加速している。

■スマート東京実施戦略 ～ 令和３年度の取組 ～（R3年（2021年）3月　東京都）

○ 西新宿エリアでは先行実施エリアとして、スマートポールの整備を誘導し、５Ｇを活用したサービス等の実現に向けて取り組んでいる。

西新宿スマートシティプロジェクト

✓ 都庁があり、高層ビルが立ち並ぶ、東京･日本におけるビジネスと商業と観光の中心エリアである西新宿において、スマート東京の取組を他エリアに先行して実施

（スマートポールの先行・試行設置）
西新宿エリアに9基設置されたスマートポール等も活用することで、**5G利用可能エリアが徐々に進展**

先行・試行設置の取組
- 5Gアンテナの設置、電波発射
- 人流解析カメラで通行人数、マスク装着率の把握等
- デジタルサイネージを活用した行政広報や民間広告の掲出

4 通信事業者の５Ｇアンテナを設置

人流解析カメラで通行人数等を把握

デジタルサイネージを活用し、
行政広報や民間広告を掲出

■西新宿スマートシティ協議会

（R2年（2020年）5月～　東京都、新宿副都心エリア環境改善委員会、通信事業者、新宿区）

○ デジタル技術を活用することで人と人、人と都市をつなげ、西新宿に関わる人のQOL向上に貢献を目指し、現在、西新宿の課題毎に５つのプロジェクトを推進。

テーマ	西新宿の課題	プロジェクト名	プロジェクトリーダー	施策概要案
①地域の魅力創出	・屋外で飲食できるスペースの拡充 ・他地域には無い地域独自の飲食店の拡充 ・豊富な自然に触れられる環境の拡充 ・友人や知人との交流機会の提供 ・団らんできる場所の拡充	①-1. 新宿WoW プロジェクト	odakyu ELECTRIC RAILWAY	地域資源を活用した魅力的なコンテンツの創出・コンテンツ間の連携促進
		①-2　TBD	TBD	TBD
②認知度向上･地域への参画促進	・友人や知人との交流機会の提供 ・友人知人からの口コミを促すコミュニティ形成 ・西新宿エリア全体での統一的な情報発信 ・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	②-1. コミュニティ形成・交流人口増加 プロジェクト	NTT東日本	地域内外での交流活性化を図る部活動コミュニティ活動等の実施
		②-2.　TBD	TBD	TBD
③移動環境の整備	・ゆとりのある、まちなかの歩行空間の提供 ・3密を回避できる移動空間の提供 ・清潔感が保たれている環境の提供 ・災害対応力、バリアフリー対応力の強化	③-1. 次世代モビリティ プロジェクト	SOMPO 損保ジャパン	西新宿の魅力スポット、ワークスペースをつなぐ次世代モビリティの提供
		③-2.　TBD	TBD	TBD
④新たなワークスタイルの確立	・必要なときにチームで集まって、議論ができる環境の提供 ・騒音がなく、プライバシーの確保された環境の提供	④-1. 西新宿CAMP プロジェクト	KDDI 大成建設	先端技術を備えた屋外ワークスペースやジョブマッチングプラットフォームの構築
		④-2.　TBD	TBD	TBD
⑤エリア共通基盤の整備	・エリアに関連する官民データの円滑な共有及び利活用の促進 ・エリア内のオープンスペースの利用促進	⑤-1. 西新宿TSUNAGU プロジェクト	新宿副都心エリア環境改善委員会 東京都	各プロジェクトの拡大に係るエリア共通基盤の整備
		⑤-2.　TBD	TBD	TBD

■ポスト・コロナにおける東京の構造改革　有識者会議（R2年（2020年）10月　東京都）

○ 都市のＤＸにより、新しい価値を生み出すことが重要。東京が持つあらゆるデータ、センサーやＡＩを都市の制御に活用し、より豊かな暮らしを実現。また、デジタル技術を積極的に活用し、市民参加型の行政を実現していくべき。

■バルセロナの取組

【デシディム】

○ 多様な市民の声を拾い上げて実際の政策に反映させるデジタルプラットフォーム。

○ 世界30を超える自治体が利用しており、バルセロナ市では既に市民の70%が登録。

○ 実際にこの4年間で1,500の施策に意見が反映。

（出典：a+u, 612 アーバンサイエンスと新しいデザインツール）

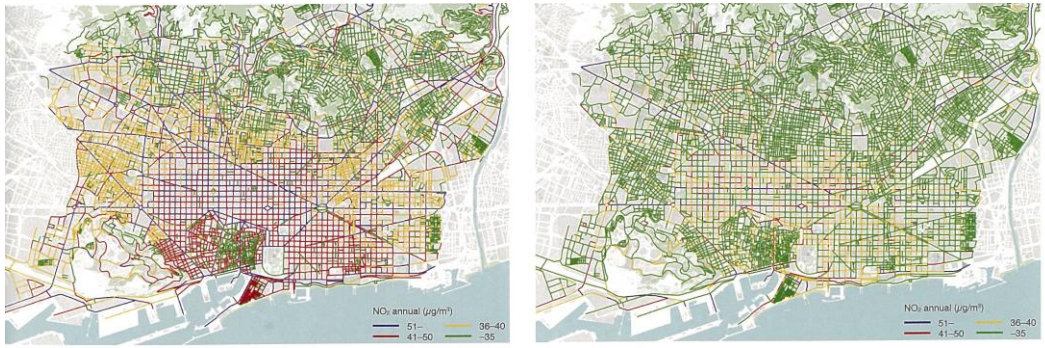
【スーパーブロック】

○ 複数の街区を1つの大きな塊（スーパーブロック）として捉え、その内部への自動車の乗り入れを制限し、その分を市民の生活空間を広げる取組を実験的、段階的に導入。

○ 都市空間に占める「歩行者空間：車道」の割合を、現在の「45：55」から「69：31」に再編。

○ 消費されるエネルギーや自然資源の量は街角に設置されているセンサーで計測・効果を可視化し、まちの合意形成を促進。

一酸化炭素排出量の比較（左：施行前、右：施行後）



（出典：a+u, 612 アーバンサイエンスと新しいデザインツール）

【西新宿地区の状況と再整備に向けたポイント】

○ **西新宿地区の新たな強み**として、実証実験を通じた**デジタル技術の都市実装**が進み、誰もが快適で質の高い生活が送れる**スマートシティの実現**を目指していく必要がある。

4 西新宿地区のまちづくりの考え方

先人が描いたまちの理念	**総合的業務街の形成** （行政主体：新宿副都心計画・新宿副都心建設公社）	**生き生きとしたヒューマンスペースの創造** （民間主体：新宿新都心開発協議会（SKK）） **①人と車の完全分離、②公共駐車場の設置、③地域冷暖房の採用**	**行政と民間事業により西新宿を形成**
新宿全体のまちづくりの視点	**多様な都市機能を活かして 相互に連携・融合を広げていく**	**歩行者中心で交流や賑わいを 生む空間へと変えていく**	**官民連携により まちの魅力を育て、伝えていく**

西新宿地区の既存ストック

都市機能

（強み）

○ 駅周辺には**購買意欲の高い消費者**、地区周辺には**住宅地**が存在。

○ **消費者の来訪**を求める企業や**企業を顧客ターゲット**とする企業等が集積。

（弱み）

○ 他地域と比べて**働く場の魅力度が相対的に低下**。

○ まちなかに**交流機会・交流空間が少ない**。

（社会ニーズ）

○ 様々な分野の人の出会い等により創出される**イノベーション**は、新たな事業やサービスを生み出す上で重要。

○ **ウェルネス**な職場環境。

⇓

**消費者や企業等との交流により
新たなビジネス創出を誘導**

都市基盤

＜都市空間＞

（強み）

○ 道路や公開空地、公園など**広大なオープンスペース**が存在。

（弱み）

○ 道路と街区間、街区と街区間に段差や高低差等があり、**人が移動しにくい**。

（社会ニーズ）

○ 車中心から人間中心の**ウォーカブルな空間**への再編。

⇓

オープンスペースを歩行者中心の空間に再編

＜都市インフラ＞

（強み）

○ 地域冷暖房による**大規模エネルギー供給**。　○ **駐車場空間**の**確保**。

（弱み）

○ **新規ニーズに対応**するためには現在の地域冷暖房機能では**不十分**

○ 需要減に伴い駐車場の**稼働率は低い**。

（社会ニーズ）

○ 脱炭素化など、**気候変動への対応**。　○ **自然災害への対応**。

⇓

社会ニーズ等を踏まえて機能更新・強化、利活用

官民連携

（強み）

○ エリアマネジメント団体等により、**賑わい空間**の創出やエリアの**環境改善**などの**社会実験**が取り組まれている。

（弱み）

○ **まちの価値**を高める取組を**持続的、効率的、効果的かつ街区横断的に実施する体制**が**不足**。

（社会ニーズ）

○ 官民で**運営スキーム**を構築。

○ **市民参画のまちづくり**を支援し、地域特有の魅力を創出。

⇓

**まちづくりの担い手を支援し、
その活動を広げる**

＋

新たなストック

都市サービス（デジタル）

（社会ニーズ）

○ **デジタル技術の進展**により、**従来にないまちの価値**を生み出し、**市民のＱＯＬを向上**。

まちづくりの考え方

先人の理念に基づき作り上げたまちなかのストックに加え、新たなデジタル技術を最大限に活用し、官民連携のまちづくりを推進。

5 西新宿地区の将来像と再整備のイメージ

西新宿地区の将来像

東京の発展を先導し、人間性と先進性が融合するビジネス交流拠点

～世界で最も人が集まるまち「新宿」に世界で最も居心地が良くアクティビティが溢れるまちを作り上げる～

実現に向けた視点

人と人の交流、挑戦から新たなビジネスを創出

人・モノ・情報の集積を生かし、人々の交流・連携・挑戦を促進し**新たなビジネス**や**付加価値の高いサービス**が生まれる環境を整備。

×

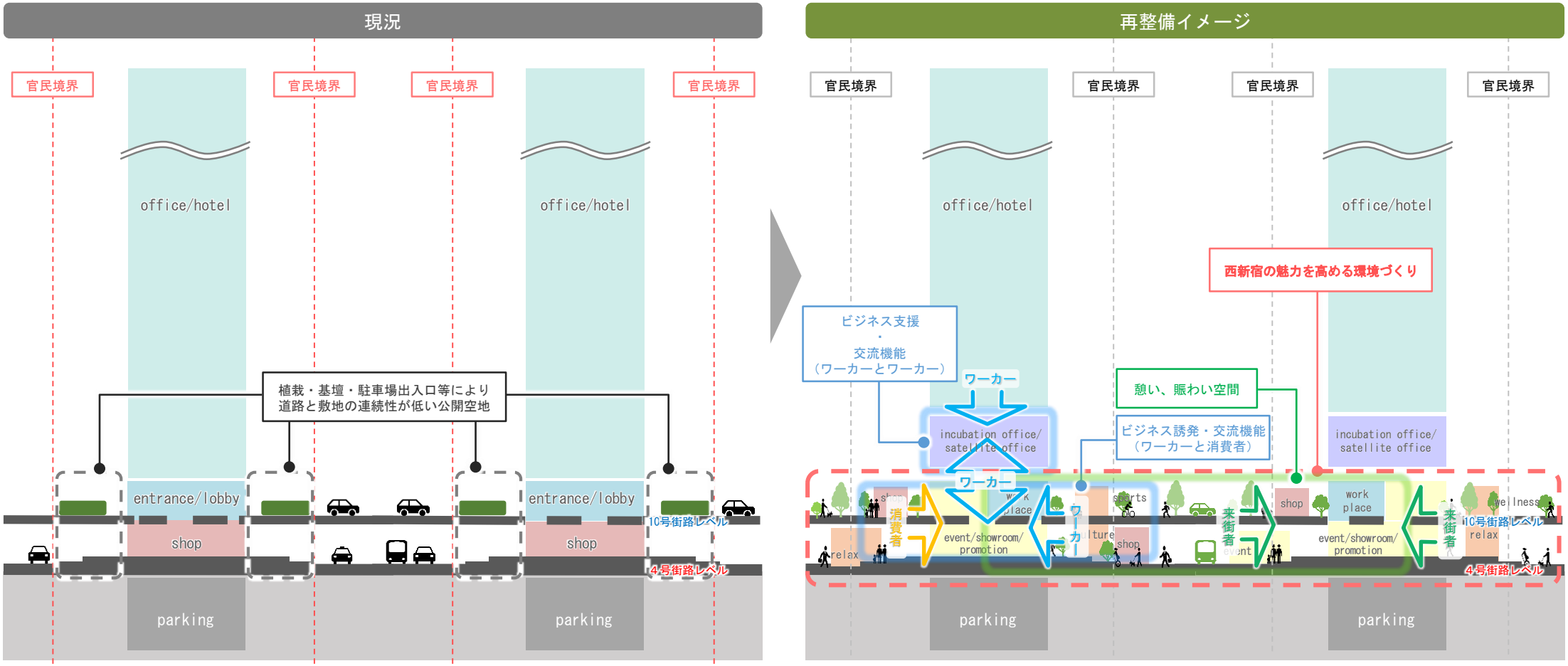
まちなかのストックを活用し交流や賑わいを生み出す

まちなかのあらゆるストックの使い方が見直され、**人間中心の空間に再編**することで、**ウォーカブル**な環境を創出。

×

官民が連携しまちの魅力を育て・高め・広げる

官民が相互に連携し、まちに新たな価値を創出するとともに、**シビックプライド**の高まりや**他地域との連携**により、**まち全体の魅力**を向上。



6 将来像の実現に向けた方針（案）

人と人の交流、挑戦から新たなビジネスを創出

まちなかのストックを活用し交流や賑わいを生み出す

官民が連携し、まちの魅力を育て・高め・広げる

ビジネス

方針①

多様なワーカーが交流・挑戦し、新たなビジネスやイノベーションを創出

○ **人と企業の集積**を生かし、多様な顧客ニーズをキャッチアップし、**新たな消費やサービスが生まれる交流機能**を誘導。
○ **ここに来れば何かに出会える・出来る・生み出される、まちなかオープン・イノベーション**を創出。

<取組イメージ>
- 商品テストやマーケティングなど新たな事業創出や商品開発ができる交流空間
- 実証実験やエキスポ、事業プロモーションのフィールドに変化するオープンスペース
- スタートアップや投資家、都庁職員などが交流できるコワーキングスペース　など

オープンスペース

方針②

質の高い緑が感じられ、人が集い、憩えるオープンスペースを形成

○ **多様なニーズ**（賑わい・安らぎ、アクテビティ・カルチャーなど）に**フレキシブルに対応**できる**オープンスペース**へ再編。
○ **おもてなしの緑空間**や**開放的な滞留施設**を整備し、人がサードプレイスとして**憩える空間**を形成。
○ 街区内に**建物内通路**や**縦動線**を配置し、まちの回遊性を高める**歩行者ネットワーク**を形成。

<取組イメージ>
- 低層フロアは人が集え歩ける緑空間、建物の屋上・壁面など立体的な緑空間

都市インフラ

方針③

自然災害や脱炭素化などの様々なリスクや社会ニーズに対応できる都市インフラの強化

○ **災害時、被災時**においても都市機能が維持される**強靭な都市空間**を形成。
○ **省エネルギー化・リダンダンシー機能**を確保し、**エリア・エネルギー・マネジメント**を実現。

<取組イメージ>
- プラントの施設、エネルギーネットワークの拡充、エリアエネルギーの最適化
- 雨水の貯留・浸透、遮熱、水質浄化等の機能を高めるグリーンインフラ
- 災害時は一時避難空間となる官民オープンスペース　など

都市サービス

方針④

デジタルの力でまちのポテンシャルを引き出し、誰もが快適で質の高い生活が送れるスマートシティを実現

○ **駅まち間を繋ぎ**、快適に移動ができる**次世代モビリティ**を導入。
○ TOKYO Date Highwayを官民連携で構築し、**５Ｇと先端技術を活用した都市実装**の実現。

<取組イメージ>
- 環境や人と共存できるグリーンスローモビリティやパーソナルモビリティ
- 様々なデジタル情報が手軽に身近に取得できるスマートポールの設置　など

エリアマネジメント

方針⑤

まちに新たな魅力を生み出し、持続的な発展を支えるエリアマネジメントの実現

○ 先人が果たしてきた役割を継承し、**エリア全体の価値を高める担い手**として**活躍できる環境・体制**を整備。

<取組イメージ>
- 日常管理費は事業収益で賄うなど持続的なマネジメント体制
- 新宿の魅力を日本・世界に発信するプロモーション　など