

## 2. 都市基盤技術等の情報発信の実施方策の検討

### (1) 情報発信の必要性と考え方

#### 1) 都市基盤技術の情報発信の必要性

日本の経済再生と財政健全化の両立を目指す成長戦略を掲げる「日本再興戦略」改訂2015においては、アジアをはじめとする成長市場への挑戦としてインフラ輸出の必要性を謳うとともに、我が国の強みを社会実装・ショーケース化し海外へのアピールすることを重点政策の一つとして展開している。

日本の都市インフラの分野においては、従来から、モノレール・新交通システム等の交通システムや、スマートシティ等の都市基盤技術の海外展開のための対象国への個別アプローチ（セミナー等）による売り込みが行われ、それらの一部は実現まで至ったものもある。また、「不動産プロフェッショナル国際マーケット会議」（以下、MIPIMと呼ぶ）でのシティセールスに関連する情報発信として、東京、横浜等のビル群（計画中のもの含む）を掲載したWebサイトによる情報発信や各社毎の展示ブースでの技術等の紹介が実施されている。

これらのように、現状では都市基盤技術に関する情報発信としては、国毎、プロジェクト毎、企業毎の個別に実施されているのが実態である。

一方、日本の技術はその機能や精度の高さばかりではなく、それを実現する社会制度やコーディネートする技術、さらに、建設するばかりではなく、機能を維持し効果を持続させる技術に優れていることに特徴がある。

このような日本の都市基盤にかかる技術は、特に、成長を続けるアジア諸国におけるの活用が期待されるものと考えられる。

日本に期待される都市基盤技術を国内外に効果的に発信するためには、従来個別対応に終わっていた情報発信を、民間企業の持つ優れた技術を集約し総体としてアピールすることの意義は大きいと考えられ、そのための総合的な都市基盤技術に関する情報発信に関する今後の実施方策の検討が重要である。

#### 2) 官民連携で取り組むことの必要性

前項で述べた都市基盤技術の海外展開やシティセールスの取り組みは国と民間企業による官民連携により推進されている。総合的な都市基盤技術に関する情報発信の実施においても、国内外の関連機関や対象国等との会議、セミナー等の場を活用し様々な情報発信等の取組みを実施している国と、関連の技術や製品等を有する民間企業による官民連携で取り組んでいくことが効果的であると考えられる。

このような官民連携の取組みにおける国の役割としては、以下のものが考えられる。

- ① 都市基盤技術に関する国内外の課題、ニーズの把握
- ② 都市基盤技術展開で課題となる法制度的課題への取組み
- ③ 国側の都市基盤技術関連の施策や関連プロジェクトの動き等に関する民側への情報提供
- ④ 本情報発信に関する国側（他局、他省庁等）への情報提供

また、民間企業について見ると、前項で述べた都市基盤の海外展開やシティセールスの主な担い手は民間企業であり、都市開発や都市基盤（鉄道、エネルギー等）に利用される都市基盤技術は、下記の例示のように民間企業で持つものが多く、また多様な業種にまたがっている。

例：都市開発： 開発主体 → デベロッパー（開発会社）  
設計 → 設計会社  
施工 → 建設会社  
ビル内各種設備 → 関連メーカー  
エリア内スマートエネルギー → ガス等エネルギー会社

鉄道： 事業主体 → 鉄道会社  
車両 → 車両メーカー  
信号設備・運行管理システム → 関連メーカー

このように都市基盤技術の多くは民間企業で有しており、都市基盤技術の情報発信を推進していくためには、国及び多様な業種の民間企業群による官民連携で取り組んでいくことが必要である。

<多様な業種の民間企業群>

開発会社、鉄道会社、建設会社、メーカー、設計・コンサル会社、エネルギー会社等

### 3) 2020年を目指して実行する有効性

2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを契機に、その後のレガシーとしての最先端の都市基盤が整備される。東京都ではこのレガシーを効果的に組み込んだ長期的な都市づくりの取組みとして、「都市づくりのグランドデザイン(仮称)」を検討している。このようなことから、海外の都市関係者が日本の都市に目を向ける可能性が高くなると思われる。

他方、2020年を契機に、日本の民間企業自身も海外に目を向け、各社の情報発信を充実させていく可能性が高いと考えられる。

このようなことから、2016年度に情報発信のベースを立上げ、2020年を目指して都市基盤技術に関する情報発信内容を充実させていくことは有効であると思われる。

## (2) 官民連携のプラットフォームによる情報発信のあり方

### 1) 官民連携のプラットフォームによる取組みの必要性

(1) 項で述べたように都市基盤技術の情報発信は国及び多様な業種の民間企業での官民連携による取組みが必要である。

その際には、取組みのベースとなる組織（プラットフォーム）が必要となるが、民間企業に会費や設立総会参加等での新たな負担を求めることになる新たな組織を立ち上げるのではなく、既存の官民連携組織を活用することが有効かつ効率的であると考えられる。

### 2) 情報発信のあり方

情報発信の手段としては、セミナー、講演会、見本市、展示会、Web サイト等の様々なものが考えられるが、本調査では情報発信のためのコスト及び情報発信の継続性、速達性等のメリットの面で、他の手段と比べ優位性のある Web サイトを検討対象とすることとする。

本調査で検討する Web サイトとしては、民間企業の Web サイトは各社の事業戦略に基づき、また PR 効果なども充分考慮して作成されているので、各社の持つノウハウを最大限に活かす意味で、各民間企業の Web サイトに掲載しているコンテンツに直接リンクさせることにより情報発信を行うポータルサイトを作成し、民間企業に積極的に情報発信する場を提供することが有効であると考えられる。

このようなポータルサイトへ多くの民間企業が参画できることにより、都市関係の専門家向けの我が国の都市基盤技術の総合カタログ的な情報発信が可能となる。

また、このような都市基盤技術の情報発信とともに、一般の方向けに具体的な都市を歩きながら、ショーケースとして都市基盤技術を活用した都市基盤や都市開発に関する情報をポータルサイト上で閲覧できるように情報発信することも効果的と考えられる。

### 3) 2020 年に向けたポータルサイトの運用、充実の必要性

2020 年を目指したポータルサイトの充実に向けて、ポータルサイトの運用とともに、技術革新等に伴う今後の各民間企業の Web サイト更新にあわせた適時のポータルサイトの内容充実（各社コンテンツの追加、更新）が必要である。

また、都市基盤技術等の海外展開やシティセールスのタイミングと合わせたポータルサイトの PR 等も必要である。

このように 2020 年に向けてポータルサイトの運用、内容充実や PR 等を実施できるような官民連携の活動が可能な体制を整えることが重要である。

### (3) 情報発信に係るニーズ・課題把握のための企業ヒアリング

具体的な Web サイトのあり方の検討に先立って、様々な業種にまたがる民間企業の情報発信に係るニーズや課題を把握するためにヒアリングを実施した。

#### 1) ヒアリングの概要

平成27年9月～11月に実施したヒアリングでは、海外展開に興味があり、官民連携の活動に熱心と思われる民間各社（表2-1に示す、計37社）を訪問し、各社の国内外に対する取組み、オリパラ関連の取組み、自社サイトや関連サイトでの取組み、Web サイトに対する意見等を聴取、意見交換を実施した。

（各社のヒアリング記録は別冊資料に掲載）

表2-1 ヒアリング先企業一覧

業種分類	企業数
デベロッパー	7社
鉄道事業者	11社
ゼネコン	5社
メーカー	9社
設計・コンサル	2社
エネルギー他	3社

## 2) ヒアリング結果のまとめ

各社のヒアリング記録（別冊資料に掲載）をもとに、企業ごとの国内外に対する取組み、オリパラ関連の取組み、Web サイトに対する意見などを一覧で把握するため、下記の項目ごとに当てはめて整理する。まとめた結果を表 2-2 企業ごとのヒアリング内容の整理（6 ページ～16 ページ）に示す。

<表 2-2 の項目>

業種分類、企業名、ヒアリング実施日、国内に対する取組み等、国外に対する取組み等、オリパラ関連について、関連企業、自社・関連サイトに関する事項、Web サイトに対する意見、その他（提案・意見等）

## 3) Web サイト等へ反映すべき点

表 2-2 の Web サイトに対する意見の中で、本調査で作成する Web サイト等に反映すべきものとして留意する必要があると思われる意見を赤い文字で記入した。

主な意見は以下の通りであった。

- ① Web サイトへのアクセス誘導はどうしていくのか？  
→ (6) Web サイトへのアクセス誘導方策の整理で検討
- ② Web サイト公開後の費用負担が気になる。  
→ 今後、官民連携組織での検討に期待
- ③ Web サイトの他、SNS を駆使する必要がある。(アクセス誘導とも関連)
- ④ 今後の Web サイト企画に関する意見、要望
  - ・トップページの作成検討が必要  
ヒアリング時に、サイト案として「地図から入る PJ 紹介」と「技術分類から入る技術紹介」のイメージを提示したが、頭出しの設計が重要・前ふりのところが重要との指摘があり、トップページにおいてサイトの目的や概要の説明を記載することが重要と考えられる。
  - ・都市基盤技術分野の整理が必要  
技術紹介についてはメーカーの乱立ではわかりづらいとの指摘があった。  
→ (4) 都市基盤技術分野の整理で検討
  - ・都市基盤技術や関連 PJ 紹介の仕方について  
技術的説明に加え、写真やイラストを掲載した方がよいとの指摘があった。
  - ・Web サイトに盛り込むべき機能  
以下の指摘があった。  
アクセス解析機能（本サイトや各社リンクへのアクセス数を知りたい）  
キーワード検索機能

また、各社との質疑応答を踏まえると、Facebook・Twitter などの SNS シェア機能、スマホ対応も Web サイトに盛り込む必要があると考えられる。

表2-2 企業ごとのヒアリング内容の整理

業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他 (提案・意見等)
デベロッパー	D1社	9/11			・海外企業向けリーシングも意識して、開発エリアのライフスタイルを紹介するサイトを制作	○	・インバウンドツーリズム等も含めたワンストップサイトやサイネージでの情報発信があると良い		・ライフスタイル紹介サイトでは動きをつけて掲載	<ul style="list-style-type: none"> <li>web サイトの他 SNS の駆使は重要</li> <li>誰に届けるか、どう届けるか</li> <li>最終運営者は誰になるのか、官民連携組織が中心的な役割になるのか</li> <li>ビュー数もあるが、長く滞在して見てもらうかが課題</li> <li>成果を何に置くか</li> <li>興味を引くような出し方にはお金がかかるが、それをしないとビューは下がる</li> </ul>	・実体験できるショーケースについて、見える化に向けた検討は必要
デベロッパー	D2社	9/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内外問わず、マーケットのあるところを狙っている</li> <li>スマートシティは、エネルギー等のハードだけでなく幅広い課題解決を意識</li> <li>持続可能な街づくりとしてエリマネを開発エリアで行っている</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外向け情報発信サイトの狙いとして、テナント誘致、投資誘致、ブランド力発信等のすべてに力点</li> <li>海外での営業利益の比率を増やす予定</li> <li>海外投資家の国内PJへの投資</li> <li>海外投資家からブランド力を評価してもらい海外PJをJVで実施</li> <li>スマートシティは将来的には海外でも活かしたい</li> <li>某開発エリアが竣工して年が経っても陳腐化しないのはなぜと言った、問い合わせも多い</li> </ul>	◎		エネルギー	・マーケティングでアピールしたい点等を絞り込み、これらを活かせるようなサイトにしたい	<ul style="list-style-type: none"> <li>アーバンテクノロジーの定義する範囲は</li> <li>当社の立場での技術取組みは想像つかない</li> <li>ターゲットがはっきりしないため、カテゴリー毎に各社サイトに飛んでいくイメージでサイトを作成するのか</li> <li>プレスリリースとのリンクは可能か。大きな目的の中には収まっていると思う</li> <li>ターゲットがはっきりしない中では、前ふりのところが重要</li> <li>グランドデザインとかの御旗の立ち方がサイトのイメージを左右</li> <li>将来の東京のイメージ(ビジュアル)があるとよい</li> <li>地図からリンクするのは唐突感がある</li> <li>個別PJベースで語る事が多く、リンクを張って意味があるのかよく分からない</li> <li>アピールはサステナブル、注釈を入れてPJ毎に発信しているので、材料は提供できそう</li> <li>このPJは当社がやっていることを理解してもらえると嬉しい</li> </ul>	・日本はインフラ、税制等の問題はあがるが、カントリーリスクは少ない都市投資先。3環状、リニア等の投資・資金計画があり、評価されている。前ふりが必要と言った理由
デベロッパー	D3社	9/25	<ul style="list-style-type: none"> <li>当社ビルで看板をデジタルサイネージ化する工事を始めたところ</li> <li>ICT活用ビルの最先端を行っていきたい</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>ロンドン、北米、オーストラリアで行っている。</li> <li>一部の国では古いビルのリノベーション事業</li> <li>ポートフォリオの分散を狙っている</li> </ul>	◎		行政エネルギー	・テナントリーシングの為、日・英サイトを持っている開発PJもある。また、東京都との共同PJなので国際的に発信するため。	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際展開のための技術展開や情報発信は意味があると思う</li> <li>Web サイトを見る人の関心だとかを定着させることが課題</li> <li>ニーズとシーズが読めない中でやっていくのは非常に難しいと思う</li> <li>情報はそのままでは陳腐化</li> <li>発信する側もフレキシブルに情報発信できる体制や情報を持ち続けることが必要</li> </ul>	・ICTの進歩とビル運営のかい離がある
デベロッパー	D4社	11/13	・技術は設計会社等が持っており、デベとしてとりまとめ役。	△					<ul style="list-style-type: none"> <li>某開発エリアのHPサイトの大幅見直しの方向で、2020年には変わっていると思う。諸々のコンテンツを追加してきたため、技術等に辿り付きにくい面がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本的には協力する方向で問題ないと思う。このサイトをどう見てもらうかが課題。国に置かれると思っていた。・・・①</li> <li>官民連携組織は、J-CODE(事務局:UR)と似ている組織か</li> <li>Webの運営を行うのみの組織か。観光案内所の一角を借りて、都市模型を展示してシティーセールスするやり方も対応する組織とする案もあると思う。Webだけだと、電話帳のようなもので会員数がじり貧になる可能性もある</li> <li>会費はどれくらいか。安すぎると社内的に通じづらい可能性・・・②</li> <li>当社の開発エリアの何をPRすればよいか</li> </ul>	・観光の訪日客増えているが、国の情報発信の成果か。自治体もやっているが

業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに 関する事項	Web サイトに対する意見	その他 (提案・意見等)
デベロッパー	D5社	10/16	・東京の某ビルは海外から見に来る人が多く、よく案内している	○	・企業への投資という所が大きく、海外の組織が株を持っているので、IR活動は毎年社長が行っている ・オフィスであればリーシング、レジデンスも中国人や海外が買ったりしている	○		設計 行政	・地域のポータルサイトを作ろうとしているが、結構なお金をかけないと面白いものではない ・住宅のサイトは英語化されていない ・日英サイトを持つ開発PJもある ・直接HP見て問合せがくるよりも、国交省、東京都、環境省から紹介を受けることが多い	・今まで出ているものとは、しつらえなどがどのように違うのか、今後変わっていくだろうが、教えてもらって検討したい ・国交省や都市みらいがやっていることなので、前向きにとらえて何か活用したい ・どう使い勝手良くするか、 <b>どうやって引き付けるか・・・①</b> ・自分の関心のあるエリアや分野にたどり着く検索性や、検索した時に関連して興味あるおすすめ機能 ・需要を巻き込む機能があれば、今までとは違う魅力的なものになる <b>・負担も気になる・・・②</b> ・国のというのを全面に出し、「国がおすすめるグリーンビル10選」 ・建設やまちづくりを海外にアピールしたいと思っているので、こういうものに参加する動機になる ・日本で先端的にやられているものが、国の補助も出ていて、ちゃんと表彰されているとなると、分かりやすさとしてはあるかもしれない ・プロジェクト単位でみれば、必ず環境や防災、都市基盤など必ず複数の売りをもっているのが逆引きが出来るという	・個人で調べ上げて、表形式でリンクをプロジェクトごとにつけているのをweb上で見かける ・シティーセールスや都市観光にいかにか寄与できるか。そういうキーワードは非常に面白い。TODを売りにするなど、ぐっととがったセールスの仕方があるんだと参考になった
デベロッパー	D6社	10/20			・海外事業はアメリカ、オーストラリア、中国で対応。アメリカは数百億投資、東南アジアにも対応 ・某国でスマートシティをやりたいとの話があるが、停電しなければよいとのこと ・APEC時に健康管理用トイレ、HEMS等を見せたが、興味は持たれなかった ・海外のニーズは日本と異なる。HEMSを東南アジアの国のマンションに納入したが、使われていない	○	・APEC横浜時にスマートハウス等のサイトツアーを実施。オリパラ時に同様の取組みは有効	デベロッパー	・弊社のサイトは日本語中心だが、将来英語サイトも充実の方向	・今回のサイトにリンクだけなら負担少ないので、問題ない。各社の情報を集めて、うまく見せられればよい ・会社としては今回の話はウェルカムだが、サイトが保守的になることが気になる ・物件開始のニュースリリースもあれば、物件ごとの賃料とかが出てくると思う。幅をもってリンクさせて頂きたい ・最初に見せる項目は統一する必要がある ・MIPIM用サイトは、今回は大阪のPJがメインになるので、連携していく方向がよい(ただし、民間デベロッパー作成のものなので、難しいかも知れない) ・当社としては参加する方針	・MIPIM 東京では不動産の他にも、機器も展示し、好評 ・MIPIM 大阪も参加を決定
デベロッパー	D7社	10/14	・海外投資家から会社に投資してもらいイメージ(株を買ってもらうなど) ・外資系のテナントを誘致	○	・エリア限定で海外の都市開発 ・国内でやっている技術やフィロソフィーをそのまま海外に持って行く(アメリカ、オーストラリア、中国、シンガポール) ・日本に来てもらって、『住宅を数百万戸作っている』とか『こういった都市開発を行っている』とかを見てもらっている	○			・外国用のPRサイトや資料は作っている	・民間企業からサイトに登録させてほしいというのを募るのか ・イメージは東京都内なのか。エリアはどうなるのか。 <b>・入口になるサイトはどのようなイメージで、どの入口から閲覧者が入っていくのか・・・①</b> <b>・今後、費用面などはどうなるのか・・・②</b> ・タイムリーに更新してもらえるのか ・ある時だけやるというのは情報の発信方法としてはまずい ・どれだけやってくれるかは非常に重要	・各デベロッパー同じだが、古いが見てもらいたい建物(名建築、計画性も良い)を貼ったとしても、各社のサイトに載っていないことが多々ある
鉄道事業者	R1社	9/17	・某駅ではメガネをかけるとARのようなものが見られるようにしたいと思っている	◎						・今年度末をめどにサイト作成を行うのか ・立ち上がってから次年度以降はオリンピックまで続けていくのか ・オリパラを迎えれば達成ということになるのか ・オリパラの組織委員会とのコラボはないのか ・国際展開については新幹線の技術とかICSuicaを入れるとかになると、どこまで入れられるかはよく分からない <b>・webを作ってアクセスさせるための誘導はどうするのか・・・①</b>	・webに限定するとMIPIMでもシティーセールスをやったので共同してやれる



業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに 関する事項	Web サイトに対する意見	その他 (提案・意見等)
鉄道事業者	R2社	9/24	・鉄道に事業が特化しており、都市開発は全くできない	◎	・特許、契約がしっかりしている国のみターゲットで、他の海外投資は考えていない	△		行政	・駅の周辺のまちづくりが進み、人が多く来ることは嬉しいので、駅の PR 等は協力していきたい	・「駅ができて、このように便利になる」「まちがこのようによくなる」などは紹介は可能 ・案内できる状態になったら更新するとか。まだそこまでではない ・東京を想定して話を進め、ヒアリング如何で大阪を載せることになれば視野が広がり、他の地域はどうしましょうかという話になるのか ・次のスケジュール感	
鉄道事業者	R3社	11/5	・デジタルサイネージが駅内や自由通路に出てきている。相互に乗り入れている場合は遅延情報をお互い流したりしている。当初はハードルが高かったが最近インターフェイスを持ってやっている	○	・ハードのみならず立ち上げから管理まで、また鉄道だけではなく商業等関連業務のノウハウをセットで海外に引き継ぐことが必要と思っているが、国によってはハードルもある	○		鉄道事業者	・関連業務は web や facebook 等あらゆる媒体での発信を進めている。	・外国の人が日本に来る時に、日本のプロジェクトや技術を知ってもらうために、サイトに入っていき、そのプロジェクトや技術が分かるというのが目的か ・鉄道技術の話でなく、都市基盤の話をしているということではないのか。どうとらえたらいいか分かりづらい。どういうジャンルを載せて、どういふ人が見て、その人はどういうことを期待しているのか。難しすぎたら逆に誰も見られないということもある。入口が正直分かりづらい ・当社として、こういうものが載っていたらいいという事例はないか？ ・鉄道なのか関連業務なのか何を求めているか分からない ・来年度以降のメンテナンスは都市みらいが行うのか ・ポータルサイトが検索されなければ意味が無い。何をアピールしていくのが大事 ・発信できるプラットフォームを作ってもらっているという点で良い話。あとはどう分かりやすくするかが大事	・計画から建設からメンテナンスまでを込みの鉄道システムそのものを、あちこち売り込んでいく。それは柱として出来上がっている
鉄道事業者	R4社	10/22	・外国人向け配布物では英語、中国語(2つ)、韓国語、タイ語を用意	◎	・日本語以外の言語で種々の案内を Web、紙媒体で行っている ・インバウンドでの外国人向けご案内(乗り継ぎ案内等)及びキップ販売 ・海外の鉄道整備は、Web というより政府高官者向け発信	○		行政 デベロッパ	・某線の新駅はまちづくりが主体であり、当方サイトでは PR していない	・サイトでの枠、コンセプトがあるだろうから、コードのようなものを設定頂くとありがたい ・まちづくり、都市と鉄道の連携は一部のプロの方が興味を持つと考える。Web でどう展開するか気になる ・広報部門の公式見解ではトップページにリンクを張ってほしいとの希望(各コンテンツの URL が変わる可能性があるため) ・相互直通運転のコンテンツはトップページでは意味がないと思う ・個別コンテンツにリンクを張っている例はあるが、推奨していない ・英語サイトは日本語サイトより簡単。相直は出ていないと思う。日本語サイトでも相直は出ていないかもしれない ・Web サイト企画の提示において、サイトのコンセプト、出すべき情報を整理して頂きたい。まったくリンクするものがなければ、お断りするかも知れない	・JICA 資金で PJ の運営会社の設立支援を行った。Web サイトには掲載していない ・日本の鉄道は、アピールが下手だと思う。海外は平均遅延時間をアピールしている



業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに 関する事項	Web サイトに対する意見	その他 (提案・意見等)
鉄道事業者	R5社	9/25	・観光を含めたインバウンドに力を入れている ・某駅周辺の独特な文化の面影をもちながらやっている事に、内外から関心を持たれている	◎	・海外展開はあまり考えていない ・飲食とか軽いものについては海外展開を考え始めた ・インフラの輸出は、今のところない ・海外の人に売り込むとしても観光以外の町のプロモーション等がメイン ・某駅周辺の話で言うと、ガイドの希望など海外からのオファーは多い ・環境に照らしあわせて日本と同じようにできるか出来ないかという考え方が広がってきているようだ	○		行政 コンサル JICA	・海外に情報を発信するサイトはない ・某駅周辺の地下化工事では定期的に情報誌を発行、必ずホームページに掲載し、バックナンバーもある。工事のビデオもある ・観光者向けには英中韓のサイト、IRは英語サイトがある ・MIPIMに紹介した話はHPにアップしていない。構想時点の話だったが動き出している。開発部門ではホームページにアップする予定	・「この技術において当社はこのように行なっている」というのであれば、興味を持たれるものがあるのかもしれない ・我々の世界では民間に直接問い合わせることは珍しかった為、こういうサイトを出していくことの想像がなかった ・状況が変わってきているので何らかの切り口で入っていくと、現場を見てみたいとなるかもしれない ・ただし、鉄道に対する増収策でもないため、メリット、デメリットを感じるかは各社ある ・リンクという面では何も負荷はない ・当社のプロジェクトの関心を持ち、直接当社に聞いてみようとなるのか、サイト管理者問い合わせるのか分からないが、考えてみる余地はある ・立場によって企業に聞きたい事は違う ・面の話や点の話もあるので、エリアやゾーンを決めて展開してもらえると、特に海外の人は興味を引く ・施設見学にはコンサルが入り通訳も入るので、まずは日本語のリンクができるだけでも違う ・スケジュールはどうなるのか ・ある意味都市基盤に携わっているの、サイトは宣伝としてもありがたい	・海外の人がインフラの何に興味を持たれている等は分からないので、分かればありがたい ・ヨーロッパからすると既存の町の中で、営業線の下や町の中にトンネルを掘ることはありえないらしい ・沿線の人口が増えれば鉄道会社としてもメリットかもしれない ・東京都を中心に、駅名表記についても統一した英語を使わないといけないという動きもある ・お客さんに来てもらう施設は、見せ方が大切
鉄道事業者	R6社	10/27	・現状の案内が日本人にとって分かりやすいかは疑問。表記を多言語にすればよい訳ではない ・訪日客は、鉄道会社は1社と思われているが、日本は鉄道各社がそれぞれ運営。緊急時の案内(車内も含め)が大きな課題 ・インバウンドの方々沿線売り込むことが課題	○			・オリパラ等では、お客様への案内が課題 ・複数社が乗り入れている駅のサイン関係が課題 ・運行状況の情報提供(振替え輸送も含め)が重要な課題。当社だけではなく、東京の鉄道サイトのようなものが必要	鉄道事業者 イベント		・自治体等との連携は ・関東運輸局で、広域連携の件でインバウンド向けサイトを検討しているが、競合していないか	・JR、民鉄の双方のルートが情報提供されていけば、同じ観光地でもニッチなところに行けてメリットあり
鉄道事業者	R7社	10/30	・大規模な都市開発は対応しておらず、鉄道主体の会社 ・某駅周辺で、当社も開発用地を持っており、再開発に興味を持っている	○			オリンピックに向けてはインバウンド対応がメインの課題	鉄道事業者 研究機関		・資料ベースで2020年がターゲットと思っていたが、リンクできるものはありそう ・今後のスケジュールは ・都心エリア以外のは、別途相談させて頂きたい	
鉄道事業者	R8社	10/21	・連立・地下化事業でいうと、ある技術を使って事業を実施して、売り込みたいものでない	△	・東南アジアで相直、運行管理に関心は高い ・駅周辺とセットで開発して、そのポテンシャルを上げ、経済発展に結びつけることに興味あり ・人も日本に見学に来る。日本の魅力を発信する意味で、重要なアイテム	△			・日本語サイトでは、連立事業や旧本社ビル立替を紹介	・サイトは国の外に置くことだが、サイト運営の団体ができるのか ・個別の事業者の連立事業は関東圏で多数実施しているが、ショーケースとして見る人はどのようにどのように選ぶのか ・相直等の運行管理関連の売込み可能性はあるが、興味を持つ人が少ないと思う ・既存のサイトでリンクか ・過去の新幹線、新交通等の交通分野、まちづくり分野、高速道路網等の骨の部分で戦後からの歴史があり、そこから鉄道、道路等のページに飛ぶ方が見る人も見やすいと思う ・首都圏の混雑率の推移を示す方法もあり ・切り口を整理してもらえると、リンクするサイトを検討しやすい	

業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
鉄道事業者	R9社	10/15	・ターミナル某駅の整備はスパンが長く、人が離れてしまうのが懸念 ・工事中いかに魅力を維持するかが重要な課題。将来これだけよくなるという情報発信がすごく大事 ・某駅は外国人のお客さんが増えている。案内サインをどうするか。日本語、英語のみならず、中国語、韓国語など多言語表示をどうしたらよいか議論を始めている	◎	・まちづくりのノウハウをそのまま輸出。東南アジアの国でまちづくりを始めるなどを行っている	○		エリアマネジメント協議会	・エリマネ協議会のホームページは立ち上げて日がたっていない。これも小さく生んで大きく育てようということできりあえず立ち上げた ・沿線まちづくりは積極的にPRしたい	・ターミナル某駅周辺の魅力を発信していき、このサイトを介して海外からの投資というものを目的の一つになればいい ・海外の人が行先を調べるにあたって、作ろうとしているサイトにうまくつながればいい ・ <b>どうやって見てもらうのか…①</b> ・うまくいけば無限の可能性を秘めた話だと思う ・これが出来れば乗っかりたい。どのみち、情報発信はやらなくてはいけない	
鉄道事業者	R10社	10/22	・東京と大阪でサインがまちまちでは、海外からの来訪者に分かりづらい。最終的には、国でのとりまとめ対応が必要か	△			・鉄道事業者は公営も含め、オリパラに向けたサインの統一に向けて関心を持って動いている			・官民連携組織の中ではなく別立てか ・タイトルがオリパラだとゴールに見えるが、オリパラ時に総括的なことは対応するが、その後も評価が良ければ継続する考えか ・今後のスケジュールは ・Web、 <b>将来の費用負担</b> 等の社内決裁を取る必要がある。そのタイミングは…②	・官民連携組織の良さは、都市基盤というくりだが諸々の業界が入っているの、ごった煮的な面白さがある。締め方もルーズなところがよいのかも知れない
鉄道事業者	R11社	11/5	・デジタルサイネージで多言語のマップを用いて経路案内 ・健康・医療・エネルギー分野を中核としつつ、国際交流や人材育成といった3つの中核機能がまちづくりの方針がうたわれている。ICTもいれなくてはならないなどの議論も出ている	◎	・MIPIM 東京の不動産部門の主査企業を依頼され参加 ・観覧車等目立つ施設のある場所は外国人が多い	◎		エリアマネジメント協議会 鉄道事業者地下街会社 ゼネコン デベロッパ	・パンフレット(日・英)をエリマネ関係の会社で作ったが、都市全体のものがあるかという無い。 ・某地区の PROJECTS MAPPING はスマホでも見られる。写真や概要も見られる。 ・エリマネ関係の HP は日本語、英語、韓国語、中国語(繁体・簡体)を作成	・もっともっと情報発信をしていかなければならない。国の施策の一つとして、サイトに載せてもらうのはありがたい ・海外の人にってもらうには、入口の作り方が大事 ・エリアの特徴なども入れてもらえたら ・国の関係のサイトで、一番アクセスの多いサイトをベースにされたらいい ・地区の PROJECTS MAPPING とポータルサイトと連動した相互リンクを貼ればいい	・国際競争力に関しては国の施策であることから、積極的に某地区エリアマネジメント組織として参加していきたいというのが会社の方針
ゼネコン	G1社	10/2	・不動産部門では、国内では自社事業は少なく、デベロッパーとの協同物件が多い	○	・技術セールス等では単独で進出、東南アジアでは開発をBOTで進めている	○	・特区関連で街づくりPJを実施、PRではデベロッパーの顔が前面に出る	デベロッパ 鉄道事業者 道路管理者	・鉄道関係の場合、一番気にしているのはセキュリティ上の問題で、ホームページ、社内報に現場の写真を掲載する場合、了解を取る ・マネジメントをサイト上でどうアピールするか悩ましい ・知識がない方が見て、当社のエンジニアリングが見えるようなサイトの工夫に興味あり	・要素技術を情報発信する場合、事業者の事前了解が必要がある ・不動産部門では、メジャーで対応しているデベロッパーのサイトへのリンクが主体 ・国内の地図からリンクという訳にはいかない ・事業者の気を使う感じ。JR等の駅開発でゼネコンとしてPRしづらく、考え方や枠組みを整理してほしい ・エンジニアリングをPRしたい ・「ぶらり」のところどうんちくが詰まっており、そこが肝のような気がする ・エネルギーの面的利用は当社としてPRするのは僭越な感じ。道路管理者・デベ・設計会社等のクレジットであり、一枚はがすとんちくがあり、当社の技術が見えるとありがたい ・スマートシティはICTがちがちのものではなく、歴史を繋いでいくこともスマートととらえ、駅舎の歴史を語るの鉄道会社のクレジットで難しい ・地下空間の有効利用等、交通、物流、防災・減災のための地下河川とか鉄道、インフラ整備等の国交省としてのPJ紹介がこのサイトにあり、各社に行けるとよい	・プロ向け要素技術の部分では、ショーケースのところでは難しい ・シティセールスの観点から考えると70年前の焼野原から都市インフラが整備されてきたことは海外から注目される

業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
ゼネコン	G2社	11/12					・2020年のために自社のレガシーを考える。当社の場合、技術研究所の開放などが話題になるかも知れない			<ul style="list-style-type: none"> <li>・2020年オリパラを目指した有期のものか</li> <li>・都市開発PJでのビルはオープンしたもの、計画中のものか</li> <li>・日本の技術・インフラの海外展開に関連して、2020年に多くの人にサイトで見てもらえるようにすることであり、オリパラ用の技術等が掲載されるわけではないのか</li> <li>・エリアのところは、サイト上でのショーケースか</li> <li>・ビルでは設計会社等は出せないか</li> <li>・折角作ったからには、利用してもらいたいのが望ましい。都市開発の新しいものも含め、いろんなものが見れるとよい。網羅的な掲載と、情報更新が課題。各企業の賛同も必要</li> <li>・イメージは理解できた。業界横並びの方向か</li> <li>・国のサイトを見て来る人が「ぶらり」というと違うと思う。都市開発で検索して、まちを歩くか、我々の顧客になるかは疑問</li> </ul>	
ゼネコン	G3社	9/18					・期待に沿えるような全面的改定ができるか未知数			<ul style="list-style-type: none"> <li>・地図上に当社が手掛けた案件があり、当社サイトへのリンクを張るイメージか</li> <li>・オリパラが基本か</li> <li>・国際展開を意識して、海外の方に見てもらいたいのが基本か</li> <li>・<b>国の外に置くサイトをどうアクセスしてもらいたかが課題・・・①</b></li> <li>・かなりシンプルなカタログの寄せ集めになる可能性がある</li> <li>・要素技術のところ、技術の背景のコラム的のものがあるとよいと感じた。学生も勉強になる。</li> </ul>	・シティーツアーで大使館関係者を案内した際の要望として、どういう考え方が背景にあるのか等を詳しく説明してほしいとのことであった
ゼネコン	G4社	9/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市計画からかわるまちづくり</li> <li>・売り上げはほぼ横ばい</li> <li>・2014年は五輪、震災を背景に受注が伸びている</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外展開を重視しており、ヨーロッパや東南アジア等を中心に展開</li> <li>・ローカルスタッフも2000人</li> </ul>	◎	・オリパラでは施設整備に積極的に関わりたいと考えており、あわせて人材教育と技術伝承を目指す	デベロッパー	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一般向けに分かりやすい自社サイトを作っていきたい</li> <li>・英語ページのコンテンツは少ない</li> <li>・社報を英語ページでやり始めた</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・復興については、東京での活動について記載すればいい</li> <li>・気候や異常気象等の地震だけではなく防災面の機能強化やロボットの話</li> <li>・サイトをまとめるには権利関係の調整が難しい</li> <li>・ナビゲートとの連携</li> <li>・特徴やPRポイント、頭出しの設計が重要</li> <li>・検索システム、インデックス、キーワード機能</li> </ul>	・バックヤードツアー(地下ごみ施設、地下河川等)
ゼネコン	G5社	11/12	・建設会社としては、支える技術としての施工技術も売りだと思ふ	△				行政	<ul style="list-style-type: none"> <li>・かつて開発紹介のサイト作ったが、情報更新されておらず陳腐化している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対象は国内外のあらゆる方なのか</li> <li>・エリアは投資家向けか</li> <li>・技術関連では、財団法人がタイで9月に日本の技術を紹介したが、そんな感じか</li> <li>・海外向けもあるので、リンクするだけであれば問題ない。こちらのサイトを修正する必要があると、どういうメリットがあるのか？が社内で問われそう</li> <li>・エリアについては、不動産投資もしているので、プロジェクトを紹介してもらえるのはありがたい。それに伴ってテナント募集もよいのか</li> <li>・エリアのターゲットは、海外から来られた旅行者の方に来てもらうとか不特定多数なので、投資誘導はなじまないか</li> <li>・エリアのイメージ向上の面もある。大丸有だと、エリマネでワンクッション入れて、各PJに飛ぶこともできそう。</li> <li>・参加させて頂く方向。リンク方法は広報の判断もあるが、国監修のサイトであれば、大丈夫だろう</li> </ul>	



業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
メーカー	M1社	10/20	<ul style="list-style-type: none"> <li>・目の前の事業として取り組んでいる</li> <li>・BtoB のビジネスで、ユーザ(デベ、鉄道会社等)がいる</li> <li>・デベロッパー、ゼネコン等の枠組みの中への技術提供が基本</li> <li>・駅～都市開発の流れの中での技術紹介(映像で誘導、列車の中での情報発信等)は可能</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外に売り込みたい製品はあると思う。海外での事業は現地の販売会社で対応</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・競技施設、ホテル、国際戦略特区への技術の提案を行っている・ぶち上げたPJは特にない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デベロッパー</li> <li>鉄道事業者</li> <li>エリアマネジメント協議会</li> <li>ゼネコン</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・目の届かないところでの技術は知りたいし、当社としても、英語版は難しいかも知れないが、電機設備等をリンクしてPRする意味はありそう</li> <li>・リンクの張り方を検討する必要がある</li> <li>・個別技術の紹介は社内関連部門にあたる必要がある</li> <li>・街の中を歩いてこのインフラ技術が分かると思わないとこのサイトに入って行かない。</li> <li>・スマホへのプッシュ型サービスをやってはどうか</li> <li>・外国人向けであれば、翻訳サイト、日本の魅力等を国のオフィシャルで発信するアプリを作ってそこにリンクを張るにはどうか</li> <li>・リンク集を作ったところで、誰が見るのか等が課題であり、企業としてメリットを感じづらい</li> <li>・地区をモデルとしてバーチャルなショーケースツアーをWeb上で楽しめるようにすることはどうか</li> <li>・この手のショーケースの話は他の協議会でも出ている</li> <li>・東京都等と連携して対応してはどうか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまでの国の取組みにおいて、再開発PJや利用技術等が分かるとありがたい</li> </ul>
メーカー	M2社	11/11			<ul style="list-style-type: none"> <li>・国の説明にあったインフラ海外展開は各国の基準対応が課題。技術の発信がよいのか、シーン(取組み)の発信がよいのか検討が必要かと感じた</li> </ul>	△	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オリパラに向け、多岐にわたる当社の関連製品あり</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>・国の説明にあったインフラ海外展開は各国の基準対応が課題。技術の発信がよいのか、シーン(取組み)の発信がよいのか検討が必要かと感じた</li> <li>・まちの中のBtoCを意識したもの、技術のBtoBを意識したもの(要素部品のなも等)2~3パターンについて、意見を出しながら進めて行くとういかも知れない。</li> </ul>	
メーカー	M3社	9/17	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スマートシティ等都市と調和した形での個別製品を売りに行くことも必要と考えている</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スマートシティ等都市と調和した形での個別製品を売りに行くことも必要と考えている</li> <li>・現在は売り込みのため個別製品を中心に発信</li> </ul>	◎		<ul style="list-style-type: none"> <li>鉄道事業者</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一つのサイトからいろいろなコンポーネントメーカー等があり、どのように整理するかが課題</li> <li>・当社の都市トータルサイト(日・英・中)から個別製品にリンク</li> <li>・エネルギー関連では経産省補助PJも紹介、分野毎の質問窓口もある</li> <li>・予算を取って、基本的に半年ごとに更新している。プレゼン資料、ニュースリリース等を載せている</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・メーカーの乱立では分かりづらい</li> <li>・協会組織が一次的リンク先で、二次的リンク先として各社がぶら下がるような整理も必要かも知れない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・50年間も動くことを東京のランドデザインも含め強調することはどうか</li> <li>・都市のソフト面はこれからの都市の売り込みのあり方</li> <li>・海外の人をみなとみらい等を見せたりする</li> <li>・土木等の技術や、オペレーションは発注元の会社が行っている</li> <li>・自主的に民同志で発注元の会社等との話はすることになる</li> </ul>

業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
メーカー	M4社	9/30	・国内の自治体はこれから人口減少に向かうので、新しく始めるのは難しい ・人口減少なので、主体は車両更新	○	・勢いは海外に ・技術の海外展開が主体で国交省の力も借りていろいろ行っている。当社の技術は決定的な強みを持っている。 ・大型の機器は直接作っておらず、EPCとしてやっている ・都心から郊外まで様々なタイプをカバー	◎	・ショーケースとしてよい機会、どんな方が来るのか分からないので、体験してもらって、自国に戻って提案してもらえれば ・関心のある国の人には技術を目当てに日本に来る ・瞬間風速なので、余分な施設を持つのは良くない。現在の施設でどれだけシェアを上げられるか、というのが大きな課題	自治体 鉄道事業者		・実際は誰が使って誰が運営していくか、そこは大きなポイントになる ・ポータルは運用は外部に委託するのか ・業界、業態によってものすごい温度差があると思う。レベリングをどうするか ・日本の鉄道を網羅したようなHPは見たことがなく、鉄道ファンだから見てみたいというサイトが無い。こういう立場でやる事であれば、作りやすいのでは	・国内で一部鉄道会社もあるがお客さんは自治体。国内外とも共通。海外ではPPPもあるが交通は成り立ちづらい ・AGTは世界的に認知度が低い ・1日11万人、イベント開催時には1日25万人までカバーできるいいシステムがあるということ、海外にももっと知ってもらいたい(ゆりかもめ)
メーカー	M5社	11/10	・売りたいものがあれば、売りたい相手も決まっています、直接営業活動している ・社内でも議論があるが、当社はテレビコマーシャルもあまりしていない ・最終プロダクトに近いところで、自治体向けに広く知ってもらいたい	◎			・オリパラに向けて技術を売り込みたいが、Webサイトがどのようにセールスに役立つか(我々のメリット)が課題 ・レガシーは日本の先端的技術のプレゼンであるが、いろいろな話がまだ整理されていない	鉄道事業者 デベロッパー 商社	・わが社の技術分野は日進月歩なので、プレスリリース中心の掲載 ・Web経由の問合せは一般の人なので、ビジネスにはならないが、問合せには対応しない訳にはいかないなので、すごく大変。	・当社のページにリンクを張るイメージか ・当社は種々の製品があり、トップページにリンク頂いた方がいろいろな製品を紹介しやすい。デベ等に製品を提供したいため。プロジェクト単位ではリンクしづらい ・数社で受注競争している場合、扱いは困難だと思う。我々としては仕切りせず、各社に任せたいが、企業同士でクレーム問題が出ないようにする必要がある ・写真一つとっても発注者の了解や発注者クレジットを載せる必要がある。技術のショーケースをやる場合、現実のものでは、発注者との関係でやりづらい。エリアと技術の相互リンクを国交省あるいは都市みらいで対応頂けるとありがたい ・このサイトにどう誘導するかが課題・・・① ・対象が一般ではなく、国内外の自治体がターゲットだとありがたい。一般は観光で来た人、オリパラ時に来た人だけのイメージか ・地図上のビルに当社をリンクする際には、素材の技術もある。トップページにリンクすると見る人がいやになると思う。	
メーカー	M6社	10/15	・車輛関係を幅広く実施	◎	・海外展開しているが、即受注につながるものではない。空港、個別部品等の案件はある。	◎		メーカー 鉄道事業者	・パンフレットにあるものを日・英で発信している。問合せフォームがあり、海外から月に1~2件の問い合わせがあるが、仕事に結びつくことは皆無。	・このサイトでリンクを張って頂くメリットは出てくると思うが、問合せのノイズが増えるだけという懸念もある。 ・当社サイトに掲載の情報は、事業者の許可を取っている。今回のサイトにリンクを張ることの許可を取る必要があるかもしれない	

業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
メーカー	M7社	11/4	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本国内は工場の機械がほとんど同じで発注者のオーダーに基づき製品を作っているが、最近ではメーカーの見解や技術で提案して下さいというのが増えてきている</li> <li>・新製品の開発はスケールが必要だが、切り替えと同時に前の製品を捨てなきゃいけないので難しい</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・海外の案件では商社と組んで、もしくは日本グループとして参加するなどだが、相手は政府レベル。経産省や国交省、外務省が絡んでこないという仕方がない。</li> <li>・スペックだけであとは思う様もあるが納期通りにしっかりとしたものが納められる、クオリティが相当高いものを求められた時にしっかりと応えられる、お客様が言ったことは100%近づける、以上3点が海外では普通ではない</li> <li>・日本のものをそのまま持って行って成功することは有得ない</li> <li>・欧米はメンテをビジネスとしており、その対策も必要</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オリパラに対する特別な取組は考えていないしやっていない。意識が全くない</li> </ul>	メーカー 鉄道事業者 商社	<ul style="list-style-type: none"> <li>・製品に特化したHP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・このサイトに入り込んで見ていったら、当社のホームページにつながるということで、専用のものを作れということではないのか</li> <li>・社団法人や組合などのリンクがある。そこ経由であれば、それらに加入する企業はみんな入るので簡単なのでは</li> <li>・オリンピックに向けたアーバンテクノロジーが頭の題目にきているので、我々がどう位置づけになるのかがあまりない</li> <li>・復興事業のページが当社にあれば繋がるのかもしれない</li> <li>・ユニバーサルデザインみたいところは出せるところ</li> <li>・東京とかでは発注者の言うとおりに作るので、我々の技術だとは言いがたい</li> <li>・<a href="#">サイトのメンテのコスト負担について、イメージとして年間いくらくらい・・・②</a></li> <li>・官民連携組織に入れということか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・日本の交通インフラは遅延率等から見ても世界最高レベルであるが、世界が何を望んでいるのか。高密度の輸送の車両を望むところは、世界の中で少ない</li> </ul>
メーカー	M8社	10/16	<ul style="list-style-type: none"> <li>・成熟社会における新しいインフラ事業のあり方を勉強し、箱ものから、新しいインフラ事業にシフトしていきたい</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフラ輸出においては、建設機械は供給できる</li> <li>・売上の50%強が海外で、大半がエネルギー部門</li> <li>・建設機械の比率は高くない。都市関係は、主に中進国以下が対象</li> <li>・現地生産の製品の取組みも始めているところ</li> <li>・機械の海外での需要はあると思うが、メンテナンス・ネットワークごと海外に持っていかないと事業として成立しない</li> <li>・メンテナンスは儲けるビジネスモデルではあるが、各社同じ悩みを持っている</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オリンピックを機会と捉え、高度センシング技術を中心とした都市分野のチャレンジを考えている</li> </ul>	エネルギー 建設		<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ぶらり」で技術が見られればよいが、不動産会社のビルの奥にある技術は見にくい。</li> <li>・エリアとしては東京のみか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中国・韓国との違いは、初期のものを作るだけでなく、維持管理を含めた価値のアピールが必要</li> </ul>
メーカー	M9社	10/23	<ul style="list-style-type: none"> <li>・積極的に対応したい</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現地でのメンテナンス・事故対応の体制をどうするのが大きな問題</li> <li>・各国から問合せがあるが、対応できない状況・過去数か所現地保守会社と合同で納入した例はあるが、使い方によっては命に係わる問題が発生する</li> <li>・海外向けに技術提携、OEMで技術を売り、メンテナンスは現地企業に対応してもらう方向もありかも知れない</li> </ul>	◎		メーカー 空港	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Webは随時更新、スマホ専用のサイトも検討中</li> <li>・日本語サイトを英訳したもので、メンテナンスについては触れていない</li> <li>・我々の部門に関する製品HPは事業部で制作している。その他のコンテンツは、本社と相談する必要がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・どのような人に見てもらいたいかのターゲットを決めておかないと、コンテンツ検討は難しい</li> <li>・旅行サイトとのリンク・各社のサイトから、今回のサイトにリンクすることは考えているのか</li> <li>・運営会社等の技術を紹介し、このサイトにリンクする手もある。海外の人が見るかどうかは疑問</li> <li>・ご協力できる範囲で対応したい。本社との調整は時間がかかる可能性あり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・欧米の企業は技術提携し、現地企業に技術を提供</li> <li>・スーパーバイザーを送り込むやり方では、価格的に競争できない。技術提携の方向性を考える必要はある</li> </ul>



業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
設計・コンサル	A1社	9/15	・再来年創業記念年なので、いろいろと考えている ・当社独自と、デベと付き合い合っていくものとする	○			・他分野に渡ったシティセールスの色合いがあってほしい ・企業間や、国や都や区とのバリアがオリンピックに向けて取れていって、ある所で連携が生まれれば、各企業のモチベーションも上がるのでは	デベロッパ	・MIPIM ( <a href="http://urban-projects.jp/">http://urban-projects.jp/</a> )はアクセス数を知らない ・企業としては、社会的に表に出すことと負担額がどう見合うかを考える	・五輪後のサイト運営はやるのか ・いろんなメンバーが平等にいるのか ・地図のイメージは来訪者がショーケースで体験できるものか ・来訪者のイメージに幅が有り、情報だけ集まってバラバラになる可能性が有る ・紹介する技術の範囲は ・設計段階の環境的な技術の紹介はサイトに入るのか ・新しい取組みを載せたいとなれば可能か ・民間の要素技術的なものも載せていいのか ・技術的な内容は企業側に任せられるのか ・キーワード検索 ・サイバー攻撃への備え、閲覧数の提供 ・作るだけでなく、発信のイメージはあるのか ・相当なノウハウとパワーが必要なのでは ・おすすめる方が訪れる人は使いやすい ・紹介できる技術が集まっている所はプライオリティが高くなる ・SNS を駆使して参加型に。写真が PR には必要	・サイト作成はビッグチャンスになりうる ・シティセールスなのか企業セールスも含まれるのか ・国と都が動いて、区のレベルまでは動かないのか ・ショーケースとして、重点的に見てもらいたいエリアはあるか
設計・コンサル	A2社	9/15	・コンパクトシティ、ネットワーク、立地適正化計画等 ・まちづくり計画を地元の参画自体から動いている ・開発の中でコンサルの立場として地元と事業者との橋渡し ・民間事業者のコーディネーター ・IT 技術を使って、インフラの省略、効率化、マネジメントを提案 ・海外への売り込み方が分からない企業の仲介	◎	・組織的に海外事業に力を入れているところ ・MICE 関係の誘致 ・中小企業と海外市場のマッチング ・国内でのコーディネートノウハウを生かす ・国のマスタープラン作成業務 ・海外を攻め始めた段階、情報を発信できる場が沢山あるといい	◎	・一つの契機	道路事業者 行政 鉄道事業者 下水道管理者 河川管理者 IT 新聞 物流 JICA	・話を寄せ集めたポータルサイトは迫力がある ・初期投資の額は低く、維持管理のほとんどない ・ホームページそのものを作るのは数百万円 ・ポイントはイベント ・公平性や平等性の担保がいつもネックになる	・橋梁に IT の仕掛けがある等の売り込みもある ・情報端末を使って沿道の商店街と町の情報をプッシュ型で使う活性化のツールを紹介してショーケースで体験してもらえれば、我々としてメリットあり ・リンク集を2つにして各社別、テーマ別などアクセスしやすいように ・いろいろなパラメーターで検索 ・キーワードの入れ方、テーマの絞り方など、検索の見易さひきやすさがアクセス数に影響 ・場所とか目的が重要で、キーワードをどんな人が検索するかを想像しながらだと思う ・入口をビジネスマンが見る用、一般人が見る用の2つに ・仕掛けは面白く、発展形として中小企業の支援に役立つかもしれない	・持っている技術を海外に売り込みたいというものもあれば、国内で培ったノウハウを海外で試せないか、というものもある ・各社所有する技術はたくさんある ・試行的にやった技術は、各社国内のみならず海外にも売り込みたいはず
エネルギー他	E1社	9/29	・ネットワーク、エネルギー供給がメインで、国内に PR したい ・デベロッパとの共同出資の事業もある	◎	・資源の獲得及び日本企業進出に伴う工場団地内の企業へのエネルギー供給を中心に対応 ・電機メーカー筆頭のチームでの対応案件あり	◎	・機会としてとらえる必要がある ・オリンピックを見に来た人は、地方にも行くと思う	デベロッパ メーカー	・広報部門が Web を一元的に担当。家庭用サイト、業務用、工場用、防災用のサイトがある	・官民連携組織の過去 10 年位の論文サイトで PJ 紹介をしている。著者に断ってリンクを張るのはよい ・都心のエリアか ・他の関連財団等の表彰制度もリンクしては	・デザインの優れた建物等の専門家向けの視察もあるとよい ・イギリスは新しい建物が建つと、エネルギーの表記(PR)が出る場合もある ・湿地ベースでの技術は海外の方に参考になる



業種分類	企業	ヒア実施日	国内に対する取組等	in	国外に対する取組等	out	オリパラ関連について	関連企業	自社・関連サイトに関する事項	Web サイトに対する意見	その他(提案・意見等)
エネルギー他	E2社	11/5	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エネルギーの面的利用に加えて、複数のエリアで、地産地消型のエネルギーの面的利用が進んできている</li> <li>・開発エリアで、健康的なまちづくりのソフトウェアとして協力</li> <li>・自動車メーカーとともに水素と電気自動車の利活用を共同で実験</li> </ul>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>・某施設に関しては海外向けには人気</li> </ul>	○		商社 メーカー 自動車 デベロッパ ー まちづくり協 議会 ゼネコン		<ul style="list-style-type: none"> <li>・再開発を含めた新しい建物と、古くからの歴史的な建造物の集積をPRできると良い</li> <li>・病院、ホテル等、新しい取組みが徐々に始めているので、アーバンテクノロジーを伝えることは可能</li> <li>・外人向けに考えれば、歴史コンテンツは入れた方がよい</li> <li>・観光を入れてほしい。外国人はやはり観光に目が行く</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内では面的利用を活発に推進</li> <li>・中国人が開発エリア周辺の不動産を探し始めていて、テナントオーナー含め、これに対応するための意識が出始めている</li> </ul>
エネルギー他	E3社	9/10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・施設整備や空間整備をやっている</li> <li>・儲かってはいないが住民の足としてやらなくてはいけないと思っている</li> </ul>	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>・官からの受託で国際にはそぐわない</li> <li>・アジアで事業は増えていくだろうから、機器(技術)の紹介は可能かもしれない</li> </ul>	×	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これから動くところだが、やらないと開催時にインフラがパンクする</li> </ul>	メーカー 通信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協会には英語版のサイトがある</li> <li>・マッピング全体のことをやっている人はいない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地図上の位置、それに伴った技術の紹介は可能だと思う</li> <li>・情報発信という面では、業界としてあまり考えていないのでは</li> <li>・マッピング情報なら地図屋にリンクするのがよいだろう</li> </ul>	

## (4) 都市基盤技術分野の整理

前項で述べた Web サイト等へ反映すべき点のうち、専門家向けを想定している都市基盤技術の分野、技術例について、今回7分野に設定し、分類した考え方と各分野の概要（技術例含む）について整理する。

### 1) 既存の分類例のレビュー

都市基盤技術分野の分類については必ずしも定型化されたものは無く、利用の目的に応じて適宜設定されているのが実情といえる。

今回の分類を設定するにあたり、参考として既存の主な分類例についてレビューしておくものである。

#### ① 経済産業省で設定された分類例

「インフラ・システム輸出の現状」（平成24年4月 経済産業省）は、「産業構造ビジョン」（平成22年6月）を踏まえ、パッケージ型インフラの海外展開のために、公的金融支援の強化や計画策定段階からの協力を念頭に次の11分野を設定しているが、このうち主として都市技術分野に関するものはV、VIII、IX、XおよびXIの5分野（下線表示）である。

- I 水
- II 石炭火力発電・石炭ガス化プラント
- III 送配電
- IV 原子力
- V 鉄道
- VI リサイクル
- VII 宇宙産業
- VIII スマートグリッド・スマートコミュニティ
- IX 再生可能エネルギー
- X 情報通信
- XI 都市開発・工業団地

#### ② 国土交通省で設定された分類例

「国土交通分野のインフラ海外展開：新たなステージへの展開 戦略と具体策」（平成24年6月 国土交通省）は、インフラ海外展開を推進するにあたっての現状の問題意識の共有及び必要な方策についての検討結果をとりまとめたもので、次の11分野を設定している。

- I 鉄道
- II 道路
- III 水資源
- IV 下水道
- V 港湾
- VI 建設業
- VII 不動産業

- VIII 自動車
- IX 海事
- X 航空
- XI 防災

③ 国土交通省都市局で検討された分類例（参照 2（3）1）の参考資料）

「東京オリンピック・パラリンピックに向けたアーバンテクノロジーに関する国土交通省の取り組み」（平成27年7月 国土交通省 都市局）は、本業務と関連して広く民間企業との意見交換を考慮して都市局において検討されたもので、大きく次の4分野を設定している。

- I ユニバーサルデザイン分野
- II エネルギー分野
- III ICT分野
- IV 交通分野

## 2) 本分類設定の考え方

本分類を設定するにあたっては、Webサイトの入口として我が国の都市基盤技術を包括しつつ、閲覧者の関心と価値認識に具体的に対応する分野を構築する必要がある。

このため既存の分類例も参考にしつつ、次のような基本方針のもとに設定を行うものとする。

- ・海外を含む不特定多数の閲覧者が、都市というフィールドで関心を持ち、アクセスする際の着眼点としてイメージし易いものとする
- ・このような関心等と我が国の強みやビジネスを同期させるべく、ハードからソフト、要素から複合、製品からノウハウまでの幅広い内容と取組みを包括する
- ・包括するためには大きな概念、分野、ビジョン、価値等で括る一方、抽象的な表現は避ける
- ・Webサイトの設計に対して層別構成はシンプルにし、この分野の下には具体の技術等がなるべく写真や絵で展開できるものとする

## 3) 7分野の設定

前述の考え方のもとに、当該技術が達成する価値や意義を基軸とした次の7分野を設定するものとする。

### I コーディネート・マネジメントによる価値の創造・向上（計画・管理）

プロジェクトの企画立案、関係者との合意形成、進捗管理、資産価値維持向上など、ソフトを主体とする一連のノウハウの体系

例：計画コーディネーション、エリアマネジメント

### II 安全でサステナブルな都市環境の整備（防災性向上）

建築物や土木構造物の耐震強度を高める要素技術から設計手法までを包括する一方、被災時でも水、エネルギー、物資等の供給を担保するハード、ソフトの技術

例：耐震免震技術、供給処理施設、超強度コンクリート/素材、鉄/アルミ等部材

### III 高効率で低負荷のエネルギー社会の実現（環境負荷低減）

低炭素技術や自然エネルギー活用等により都市全体の環境負荷低減、高効率化を推進し、ライフスタイルも含めたスマートシティを実現するハード、ソフトの技術

例：スマートシティ、スマートエネルギーネットワーク、ZEB、透水性舗装

### IV 快適便利な交通システムの整備（円滑移動）

自動車への過度な依存を抑制し、多様な交通需要に応えつつ都市活動を円滑かつ効率的に支える公共交通や交通システムを提供、実現するハード、ソフトの技術

例：鉄道、相互直通運転、新交通システム、モノレール、LRT、立体駐車場/駐輪場

### V 自由に暮らせるユニバーサルデザインの確立（ユニバーサルデザイン）

身体的機能の低下への対応のみならず、インバウンドの誘致喚起を目指し、ICT技術も活用して都市空間のユニバーサル化を推進するハード、ソフトの技術

例：多言語表示、ICカード、測位表示システム

### VI 高度かつ正確な建設技術による高度な都市空間の実現（高度都市空間）

安全性と利便性を確保しつつ魅力的で効率的な都市空間を構築するために、複合化や重層化を実現する建設技術等ハードを主体とする技術

例：ビルの解体技術、シールド技術、地下街、インフラ一体建築

### VII 運営・保守による機能の維持・保全（維持管理）

施設やシステムの機能維持と長寿命化を推進し、社会的コストを抑制しつつ安全性や快適性を担保するハード、ソフトの技術

例：保守技術、保守装置、修繕修復技術

## (5) マスター・サイトの作成

### 1) マスター・サイトの作成方針

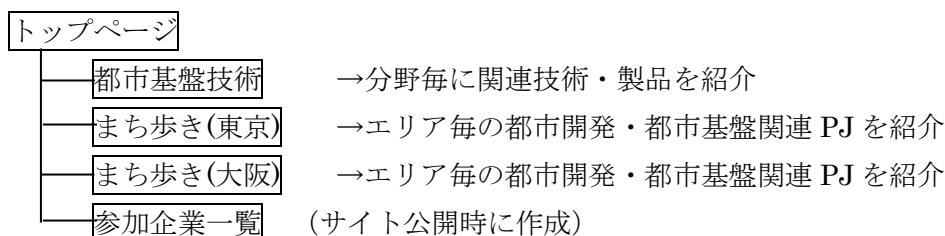
前項までで述べた考え方や方針を具体化する情報発信のベースとなるマスター・サイトを作成するにあたっての基本方針及び具体方針は以下の通りとする。

#### <基本方針>

- ① 使用言語は日本語、英語  
国内向け日本語サイト、海外向け英語サイトを作成
- ② 専門家向け都市基盤技術ページ  
前項で整理した都市基盤技術分野7項目及び小項目の技術毎に各社サイトにリンクさせる
- ③ 一般向けまち歩きページ  
地図上で東京、大阪の主要エリア毎に都市基盤技術を活用した都市開発や都市基盤に関連するプロジェクト毎に各社サイトにリンクさせる

#### <具体方針>

- ① サイトの全体構成  
サイト階層をあまり深くせず、閲覧者にとって必要な情報に辿り着きやすいサイト構成とする。



- ② トップページ  
サイトの趣旨（都市基盤、都市開発関連の都市基盤技術紹介、官民連携ポータルサイト）及び都市基盤技術・まち歩きの概要を述べる。
- ③ 都市基盤技術ページ  
前項で整理した都市基盤技術分野を表記する。  
また、日本語サイトでは分類ごとの小項目としての技術例を表記し、今後の民間各社への参加検討依頼時に参考にして頂けるように配慮する。  
また、日本語サイトでは各社の技術紹介ページへのリンク例として、関連各社の協力を得て、スマートエネルギーネットワークについて例示した。
- ④ まち歩き（東京）ページ  
東京の主要エリアとして、大手町・丸の内、日本橋等を地図上に表記する。  
また、日本語サイトでは日本橋エリアでの各社のPJ紹介ページへのリンク例として、

関連各社の協力を得て、日本橋三井タワー及び日本橋室町二丁目地下歩道整備について例示した。

⑤ まち歩き（大阪）ページ

大阪の主要エリアとして、梅田・大阪、御堂筋等を地図上に表記する。

これらの具体方針に従って作成した日本語サイト、英語サイトの各ページ画面を次ページ以降に示す。

今後、官民連携組織がこのマスター・サイトをベースとして、官民連携の下で民間企業各社が掲載を希望する各社サイトのコンテンツにリンクを張り、公開用の Web サイトを立ち上げることを期待する。

## 2) マスター・サイト（日本語・英語）の各ページ画面

①マスター・サイト（日本語）URL: <http://toshimirai.jp/uit-portal/jp/index.html>

・トップページ

てくTechまちさんぽ  
日本における都市基盤・都市開発関連の技術紹介  
Urban infrastructure technologies & development projects in Japan

ホーム HOME | 日本における都市基盤技術 TECHNOLOGY | まち歩き(東京) TOWN WALK TOKYO | まち歩き(大阪) TOWN WALK OSAKA | 参加企業 JOINING

都市基盤や都市開発プロジェクトを支える都市基盤技術を中心に紹介します。

国土交通省都市局と都市の基盤整備や開発に関連する団体、企業の協働による都市基盤技術に関するポータルサイト

国土交通省都市局では、いわゆる「歩いて暮らせるまち」としてコンパクトシティ+ネットワークの概念に基づくまちづくりを目指して、立地適正化計画やそれに基づく都市基盤整備や都市開発を推進しています。その際、都市は安全、利便、快適に活動や生活を送るために、様々な都市基盤技術が活用されています。

本サイトは、広く皆様にまちづくりやそれを支える技術を知って頂くことを期待するとともに、まちづくりに携わっておられる方にポータル的にこうした技術にアクセスできるようにするために、官民協働の下に作成したものです。少しでも多くの皆様に本サイトを活用頂けると幸いです。

国土交通省から

てくてくぶらりまち歩き  
~テクノロジーなまち歩き案内<東京版、大阪版>

「駅で乗り物を降りて、まちを歩く、ビルに入る・・・」都市での生活の何気ない見慣れた光景ですが、実はいろいろな技術に支えられています。このサイトを見ながらまちを歩くと、「見慣れたまちが楽しいスポットに見えたり、科学館に見えたり、近未来都市に見えたりするかも・・・」

まち歩き(東京)

まち歩き(大阪)

参加企業

都市の基盤整備や開発に関連する団体、企業の紹介です。

都市基盤技術

都市基盤整備や都市開発に関する技術を安全（防災性向上）、低炭素（環境負荷低減）、利便（円滑移動）などの分類に分けて紹介します。

関連サイト

国土交通省

アーバンインフラ・テクノロジー推進会議  
The Urban Infrastructure & Technology Promotion Council

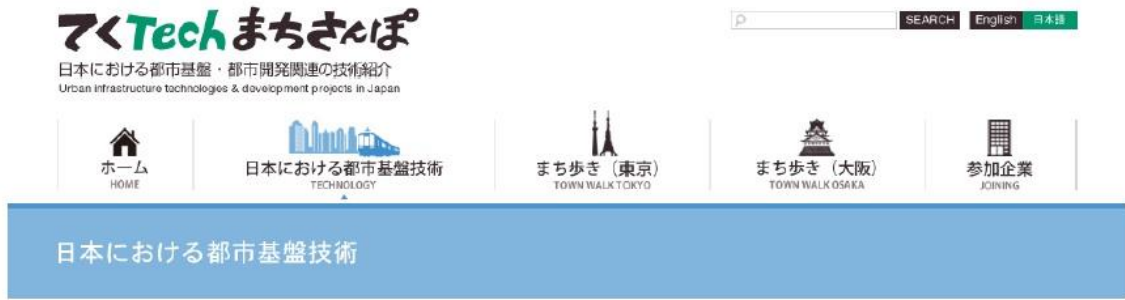
最新情報

2016. x. xx | このサイトを公開しました。ご活用ください。

一覧を見る

ホーム | 日本における都市基盤技術 | まち歩き(東京) | まち歩き(大阪) | 参加企業





ホーム → 日本における都市基盤技術

安全快適で魅力的な日本の都市を実現している技術と製品について、価値とテーマの視点から紹介します。

I コーディネート・マネジメントによる価値の創造・向上（計画・管理）

- 例：・計画コーディネーション  
・エリアマネジメント

II 安全でサステイナブルな都市環境の整備（防災性向上）

- 例：・耐震免震技術  
・供給処理技術  
・超強度コンクリート／素材  
・鉄、アルミ等部材

III 高効率で低負荷のエネルギー社会の実現（環境負荷低減）

- 例：・スマートシティ  
・スマートエネルギーネットワーク  
・ZEB  
・透水性舗装

IV 快適便利な交通システムの整備（円滑移動）

- 例：・鉄道  
・相互直通運転  
・新交通システム  
・モノレール  
・LRT  
・立体駐車場／駐輪場

V 自由に暮らせるユニバーサルデザインの確立（ユニバーサルデザイン）

- 例：・多言語表示  
・ICカード  
・測位表示システム

VI 高度かつ正確な建設技術による高度な都市空間の実現（高度都市空間）

- 例：・ビルの解体技術  
・シールド技術  
・地下街  
・インフラ一体建築

VII 運営・保守による機能の維持・保全（維持管理）

- 例：・保守技術  
・保守装置  
・修繕修復技術

- ・スマートエネルギーネットワーク（リンク例含む）

# アークTechまちさんぽ

日本における都市基盤・都市開発関連の技術紹介  
Urban infrastructure technologies & development projects in Japan

SEARCH English 日本語

  
 ホーム  
HOME

  
 日本における都市基盤技術  
TECHNOLOGY

  
 まち歩き（東京）  
TOWN WALK TOKYO

  
 まち歩き（大阪）  
TOWN WALK OSAKA

  
 参加企業  
JOINING

## 日本における都市基盤技術

▼ ホーム → 日本における都市基盤技術 → 高効率で低負荷のエネルギー社会の実現（環境負荷低減）

### II 高効率で低負荷のエネルギー社会の実現（環境負荷低減）

スマートシティ

スマートエネルギーネットワーク

ZEB

技術的特徴の説明文  
(各社から提供)



関連サイト（東京ガス）

技術的特徴の説明文  
(各社から提供)



関連サイト（大阪ガス）

[ホーム](#) | [日本における都市基盤技術](#) | [まち歩き\(東京\)](#) | [まち歩き\(大阪\)](#) | [参加企業](#)

[ツイート](#) [おすすめ](#) 142

Copyright © \*\*\*\*\* All Rights Reserved.

# アックTechまちさんぽ

日本における都市基盤・都市開発関連の技術紹介  
Urban infrastructure technologies & development projects in Japan

SEARCH English 日本語

-   
 ホーム  
HOME
-   
 日本における都市基盤技術  
TECHNOLOGY
-   
 まち歩き（東京）  
TOWN WALK TOKYO
-   
 まち歩き（大阪）  
TOWN WALK OSAKA
-   
 参加企業  
JOINING

## まち歩き（東京）

ホーム → まち歩き（東京）

東京及びその周辺における都市開発プロジェクトや交通・エネルギー等の都市基盤についてエリア毎に紹介します。



- ・まち歩き（東京）日本橋エリア（日本橋三井タワーへのリンク）

# てくTechまちさんぽ

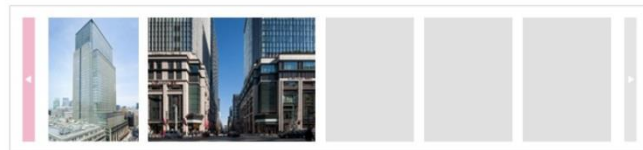
日本における都市基盤・都市開発関連の技術紹介  
Urban infrastructure technologies & development projects in Japan

SEARCH English 日本語

- ホーム HOME
- 日本における都市基盤技術 TECHNOLOGY
- まち歩き（東京） TOWN WALK TOKYO
- まち歩き（大阪） TOWN WALK OSAKA
- 参加企業 JOINING

## まち歩き（東京）日本橋

ホーム → まち歩き（東京） → 日本橋



### 日本橋の天気

今日	明日	あさって
晴れのち雨	曇り	晴れ時々曇

**日本橋三井タワー**  
技術的特徴の説明文（各社から提供）  
東京都中央区日本橋室町二丁目1番1号  
開発運営：三井不動産  
設計：日本設計  
施工：鹿島建設

**C 日本橋**

抽出条件  
耐震技術

日本橋三井タワー  
東京都中央区日本橋室町二丁目1番1号  
開発運営：三井不動産  
設計：日本設計  
施工：鹿島建設



- ・まち歩き（東京）日本橋エリア（日本橋室町地下歩道整備へのリンク）

# アークTechまちさんぽ

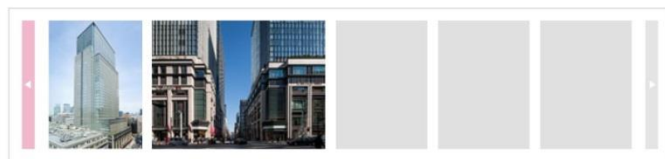
日本における都市基盤・都市開発関連の技術紹介  
Urban infrastructure technologies & development projects in Japan

SEARCH English 日本語

- ホーム HOME
- 日本における都市基盤技術 TECHNOLOGY
- まち歩き（東京） TOWN WALK TOKYO
- まち歩き（大阪） TOWN WALK OSAKA
- 参加企業 JOINING

## まち歩き（東京）日本橋

ホーム → まち歩き（東京） → 日本橋



**日本橋の天気**

今日	明日	あさって
晴れのち雨	曇り	晴れ時々曇

**C 日本橋**

抽出条件

耐震技術

日本橋三井タワー  
東京都中央区日本橋室町二丁目1番1号  
開発運営：三井不動産  
設計：日本設計  
施工：鹿島建設

ホーム | 日本における都市基盤技術 | まち歩き(東京) | まち歩き(大阪) | 参加企業

ツイート おすすめ 142

Copyright © \*\*\*\*\* All Rights Reserved.

・まち歩き（大阪）

# アックTechまちさんぽ

日本における都市基盤・都市開発関連の技術紹介  
Urban infrastructure technologies & development projects in Japan

SEARCH English 日本語

  
[ホーム](#)  
HOME

  
[日本における都市基盤技術](#)  
TECHNOLOGY

  
[まち歩き（東京）](#)  
TOWN WALK TOKYO

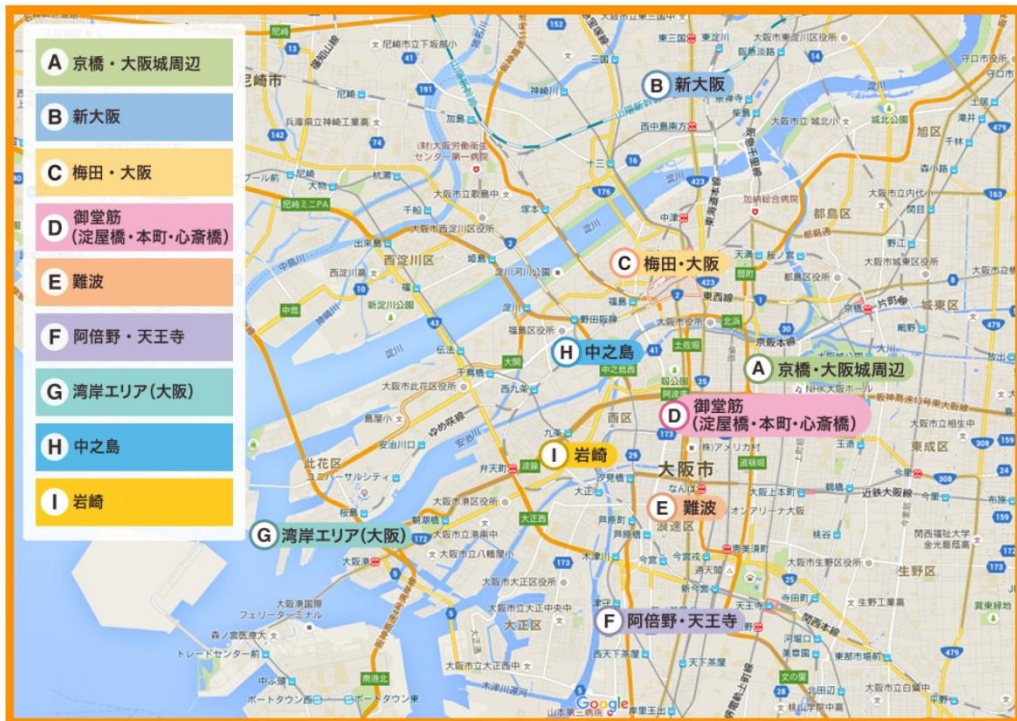
  
[まち歩き（大阪）](#)  
TOWN WALK OSAKA

  
[参加企業](#)  
JOINING

 まち歩き（大阪）

🏠ホーム→まち歩き（大阪）

大阪及びその周辺における都市開発プロジェクトや交通・エネルギー等の都市基盤についてエリア毎に紹介します。



②マスター・サイト（英語）URL: <http://toshimirai.jp/uit-portal/en/>

・トップページ

**アックTechまちさんぽ**  
Technologies for urban infrastructure and urban development in Japan  
「アックTechまちさんぽ」means "Town Walk with guided information technologies"

SEARCH English Japanese

Home Urban infrastructure technologies in Japan Town Walk (Tokyo) Town Walk (Osaka) Participating companies

Urban infrastructure technologies that form the foundation of Japan's urban infrastructure and urban development projects.

This is a portal site for urban infrastructure technologies developed through cooperation between the City Bureau of the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT) and organizations and companies involved in urban infrastructure improvement and development.

The City Bureau of the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT) is pursuing the Location Optimization Plan as well as related urban infrastructure improvement and development projects with the objective of creating an urban environment based on the concept of compact cities and networks, in a way that people enjoy town life in walkable distances. To this end, the city will be provided with various infrastructure technologies, so that the people would be able to engage in various activities and lead a safe, convenient and comfortable life.

This website was created through cooperation between the government and the private sector with the objective of providing the broad general public with the information about urban development and the technologies that support it. It is also designed to function as a portal website that will enable various parties involved in urban development to access such technologies. We hope that you will find it useful.

From MLIT

**Techno town walk**  
Technology-based guide for Town Walk <Tokyo and Osaka>  
- Getting off a train or a bus at the station, walking through town, and entering a building... This familiar pattern inherent to our urban lifestyle is in fact made possible by various indispensable technologies. When you use this website as you walk through town, you will discover new and exciting spots along familiar routes, or perhaps see the town as a science museum or a city of the future.

**Urban infrastructure technologies**  
Technologies for urban infrastructure improvement and development can be classified into the following categories: safety (improvement of disaster prevention), low-carbon urban development (reduction of the burden on the environment), convenience (smooth movement), etc.

**Participating companies**  
Organizations and companies involved in urban infrastructure improvement and development.

**Links**  
MLIT Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism  
アーバンインフラ・テクノロジー推進会議 The Urban Infrastructure & Technology Promotion Council

**What's new**  
2016.x.xx | This website is now available to the public. We hope you find it useful.

More

Home | Urban infrastructure technologies in Japan | Town Walk (Tokyo) | Town Walk (Osaka) | Participating companies

Tweet Like Share

Copyright © \*\*\*\*\* All Rights Reserved.



The screenshot shows the website 'Techまちさんぽ' (Tech Machisanpo) with the following elements:

- Header:** Logo 'Techまちさんぽ' and tagline 'Technologies for urban infrastructure and urban development in Japan'. A search bar and language selector (English, Japanese) are on the right.
- Navigation Menu:** Home, Urban infrastructure technologies in Japan, Town Walk (Tokyo), Town Walk (Osaka), and Participating companies.
- Section Header:** 'Urban infrastructure technologies in Japan' in a blue bar.
- Breadcrumbs:** Home → Urban infrastructure technologies in Japan.
- Main Text:** 'This website will introduce technologies and products that establish the basis of safe, comfortable and attractive Japanese cities from the value perspective and with focus on the following efforts.'
- List of Efforts:**
  - I Creation and improvement of appeal through coordination and management (planning and administration)
  - II Establishment of safe and sustainable urban environment (improvement of disaster prevention)
  - III Achievement of a society with highly efficient energy utilization and a small environmental burden (reduction of the burden on the environment)
  - IV Establishment of comfortable and convenient transportation systems (smooth movement)
  - V Creation of universal design for a free and unrestricted lifestyle (universal design)
  - VI Formation of sophisticated urban space based on advanced and accurate construction technologies (sophisticated urban space)
  - VII Maintenance of functions through adequate maintenance and management (maintenance and management)
- Footer:** Home | Urban infrastructure technologies in Japan | Town Walk (Tokyo) | Town Walk (Osaka) | Participating companies. Social media icons for Tweet, Like, and Share.
- Copyright:** Copyright © \*\*\*\*\* All Rights Reserved.

・まち歩き（東京）

# くTechまちさんぽ

Technologies for urban infrastructure and urban development in Japan  
 「くTechまちさんぽ」 means "Town Walk with guided information technologies"

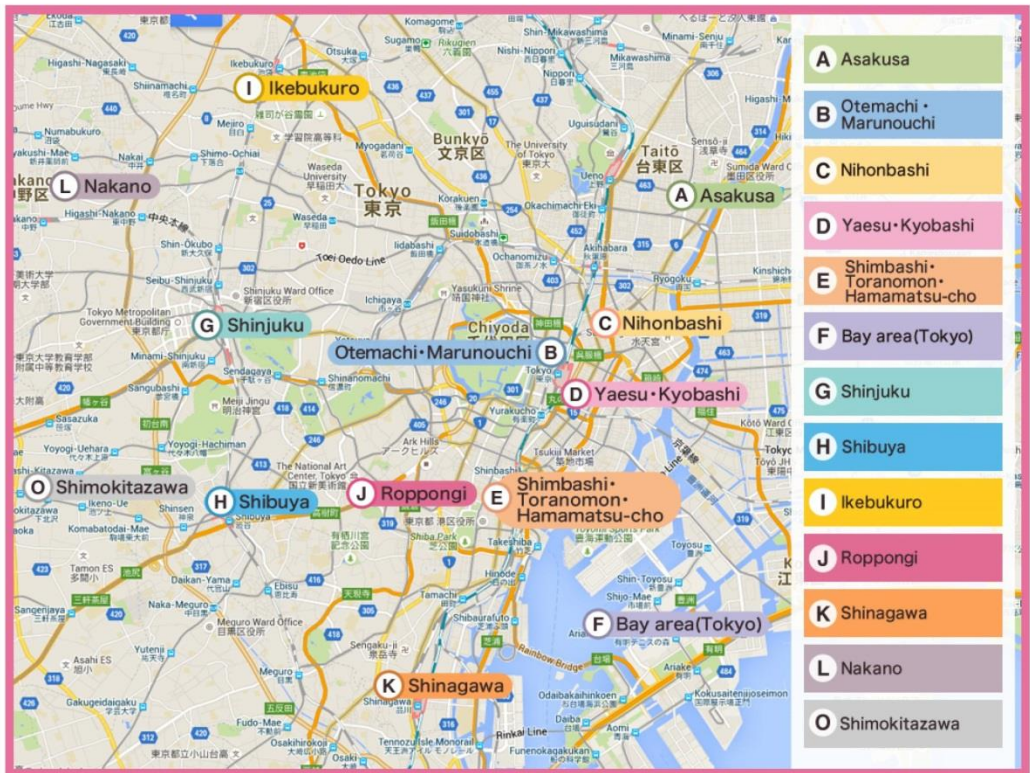
SEARCH English Japanese

-   
[Home](#)
-   
[Urban infrastructure technologies in Japan](#)
-   
[Town Walk \(Tokyo\)](#)
-   
[Town Walk \(Osaka\)](#)
-   
[Participating companies](#)

## くTown Walk (Tokyo)

Home → Town Walk (Tokyo)

Introduction by area of urban development projects and urban infrastructure for transportation, energy, etc., in Tokyo and the surrounding areas



Home | Urban infrastructure technologies in Japan | Town Walk (Tokyo) | Town Walk (Osaka) | Participating companies

Tweet Like Share

Copyright © \*\*\*\*\* All Rights Reserved.

・まち歩き (大阪)

**アックTechまちさんぽ**  
 Technologies for urban infrastructure and urban development in Japan  
 「アックTechまちさんぽ」 means "Town Walk with guided information technologies"

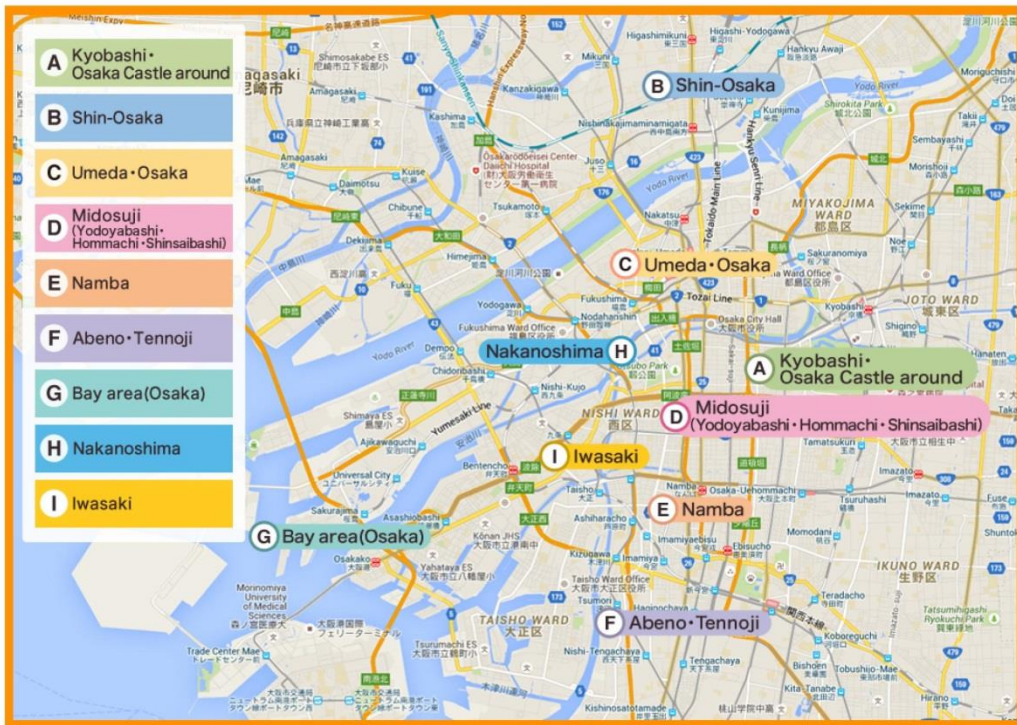
SEARCH English Japanese

Home Urban infrastructure technologies in Japan Town Walk (Tokyo) Town Walk (Osaka) Participating companies

**Town Walk (Osaka)**

Home → Town Walk (Osaka)

Introduction by area of urban development projects and urban infrastructure for transportation, energy, etc., in Osaka and the surrounding areas



Home | Urban infrastructure technologies in Japan | Town Walk (Tokyo) | Town Walk (Osaka) | Participating companies

Tweet Like Share

Copyright © \*\*\*\*\* All Rights Reserved.

## (6) Webサイトへのアクセス誘導方策の整理

各社ヒアリングにおいて多くの企業から意見があったポータルサイトへのアクセス誘導方策について整理する。

一般的に、Web サイト浸透の目的で Web サイトへのアクセスを誘導する手法は大きく分けると以下の5つになるとされている。GoogleAnalytics(Googleが提供するWebサイトのアクセス解析ツール)においては、アクセスを6種類に分類している。ここでは、有料検索とディスプレイネットワークは類似しているため同じ項目として扱う。また、本サイトにおいて可能と思われるものをアンダーライン文字で示す。

※Alphabet 表記のものはGoogleAnalytics 上で表記されているもの。

### ① Organic Search=自然検索

自然検索というのは一般的に言われている SEO (=Search Engine Optimization) の事で、Google などの検索エンジンで特定の狙ったキーワードで上位に表示されるように対策する一連の施策のことを言う。

- ・ コンテンツ最適化⇒良質コンテンツと高頻度アップデート
- ・ 内部リンク最適化⇒WEB サイト内の相互リンク ex. ウィキペディア
- ・ 外部リンクの獲得⇒他の WEB サイトとの相互リンク。良いサイトから多くの外部リンクをもらおう。ex. Facebook によるシェア

### ② Direct=直接入力

直接入力とは URL を直接入力して訪問すること。メールマガジン等で Web サイトを知って訪れたか、リピーターのどちらかになるので既に Web サイトが知られていることが前提となる。

### ③ Social=ソーシャルメディア集客

- ・ Facebook、twitter、Google+

### ④ Referral=外部サイト

- ・ プレスリリース配信 (無料～有料)
- ・ アフィリエイト広告 (有料)
- ・ 外部サイトへの寄稿 (無料)
- ・ 記事広告 (無料～有料)

### ⑤ Paid Search=有料検索、Display=ディスプレイネットワーク

(※Google の場合の名称)

有料検索というのは Google や Yahoo! での PPC 広告(クリック課金型の広告)のことで、検索エンジンで検索した結果を表示した際に最も上に表示される広告のこと。また、ディスプレイネットワークというのは Google が束ねる大量の Web サイト群の広告枠に対して広告をいつでも好きなタイミングで掲載出来る機能のこと。



## (7) 今後の課題、留意事項

### 1) Webサイトの公開に向けての留意事項

今後、官民連携組織において民間企業各社が掲載を希望する各社コンテンツにリンクを張った状態で公開される Web サイトにおいては、各社ヒアリングで要望のあった下記の機能の実装が望まれる。

- ① アクセス解析機能 (Web サイトや各社リンクへのアクセス数を把握)
- ② キーワード検索機能
  - ・ Web サイト全体における検索
  - ・ まち歩きページ・エリア内での企業名、通り名、技術名等での検索
- ③ SNS シェア機能 (FB や Twitter 等へのシェア)
- ④ スマホ対応 (まち歩きでスマホやタブレットでの利用に対応)

### 2) Webサイトへのアクセス誘導のための官民連携での活動の必要性

前項で整理した一般的な Web サイトへのアクセス誘導方策を踏まえ、今後の Web サイトへのアクセス誘導のための方策として、表 2-3 に示すものが有効と考えられる。

この表にあるように実施者は国や関連団体、官民連携組織、民間各社等があり、官民連携での活動が必要不可欠であると考えられる。

また、ここで整理したように Web サイトへのアクセス誘導のための方法は多種多様であり、1 つのことは行えば足るというものではない。したがって、Web サイトの公開以降、適時適宜な方策を継続して実行することが重要であると考えられる。

表 2-3 Web サイトのアクセス誘導方策

分類	集客手法	実施者	備考
①自然検索 Googleなどの検索エンジンで上位に表示されるように対策すること	コンテンツ最適化	事務局、各社	良質コンテンツと高頻度アップデート
	外部リンクの獲得	国交省、UIT、事務局、各社	国土交通省、参加各社他HPでのリンク 将来的に ・在外公館 ・交通、観光セクション
②直接入力	国内外各種セミナーでのサイト紹介	国交省、OECD、学識、各社	セミナー資料でのサイト紹介
	国内外専門家との面談時にサイト紹介	国交省、学識、各社	サイト紹介名刺 (URL、QRコード付) を配布
	海外での売込み時にサイト紹介	JICA、JETRO、関連団体	
	既存メールマガジンでの紹介	事務局	
③ソーシャルメディア集客	FBページでの新着情報等の紹介	事務局	関係者にいいねボタンを押してもらい友達に周知
	個人FBでPRを依頼 (個人レベルの対応)	学識 (学会等)	
④外部サイト	外部サイトへの寄稿	事務局	YouTubeなど投稿サイト

### 3) 他の海外展開やシティセールスの動きとの連携

情報発信の相乗効果を高める意味で、(1)項で述べた都市基盤技術の海外展開のためのセミナー等の個別アプローチやシティセールスに関連する MIPIM 等の動きと連携し、Web サイトも含めて各々の長所を活かしながら情報発信していくことが重要であると考えられ、このためには、国や官民連携組織における今後の一層の推進が望まれる。

また、このような官民連携での推進のなかで、Web サイトへのアクセス誘導策として考えられるのが、表 2-3 に示した「セミナー資料でのサイト紹介」や「サイト紹介名刺 (URL、QR コード付) の配布」であり、その実施が Web サイトの PR 手段として必要不可欠であると考えられる。

大都市における国際競争力強化に向けた官民連携の現況  
及び情報発信方策に係る検討調査報告書

平成28年3月

国土交通省 都市局 まちづくり推進課

〒100-8918 東京都千代田区霞が関2-1-3

TEL : 03-5253-8111 (代表)      FAX : 03-5253-1589