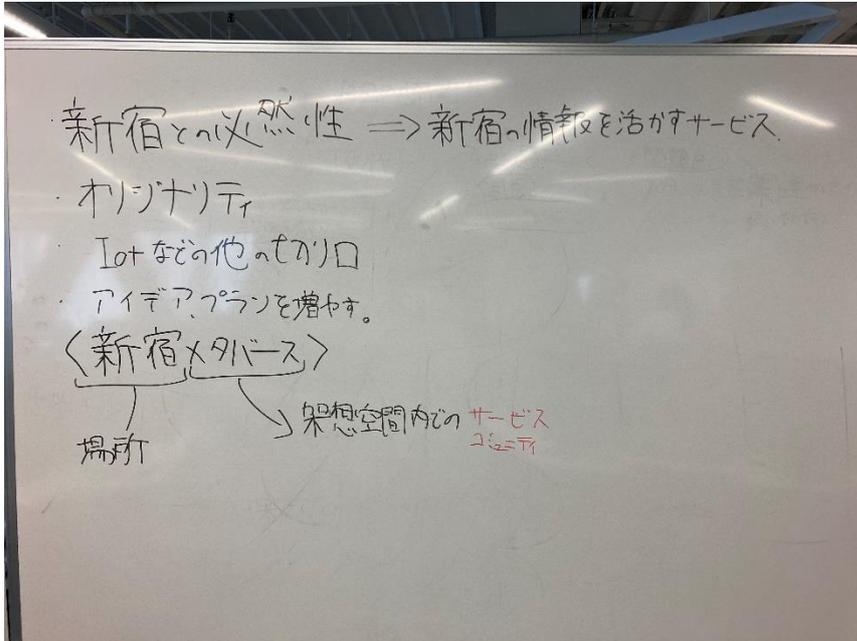


地域共創

～宙テクノロジー～

5月18日（水）

11:00～話し合い



新宿らしいコンテンツを考えるという方針で、話し合った結果

- ・ 新宿との必然性
- ・ オリジナリティ
- ・ IOT等の切り口
- ・ アイデア、プランを増やす

これらの点が必要になると考えた。そこで、「新宿」「メタバース」の2つに分けて考え、新宿という場所、メタバースの活用事例について再び考え新宿と関連の深い事・物を調べた。

—新宿と関連が深いもの—

- ・ 飲食店
- ・ 家電量販店
- ・ 百貨店
- ・ オフィス街（社会人）
- ・ 歌舞伎町（ホスト・キャバクラ）
- ・ 駅ビル（女性向けが多い）
- ・ 学校（学生）
- ・ 漫画・アニメの聖地

地域共創

～宙テクノロジー～

5月18日（水）

—新宿と関りが深い人はどういった人物か—

ビジネスマン、学生、夜職の人、OL

学生やビジネスマンがよく利用する飲食店も結びつきが強いのではという意見も出た。

疑問点

- ・20～40代の人たちは、VRゴーグルなどを用いたメタバースをやる時間、気力はあるか
- ・そもそもメタバースの認知度はどのようなものなのか
- ・VRチャット等のユーザーはどのような分布なのだろうか

参考にした資料

電通 XRX の調査

<https://www.moguravr.com/xr-kaigi-2021-20/>

VR 利用者の調査

<https://creatorzine.jp/news/detail/2202>

調べた結果、

- ・メタバースはまだ世間にそこまで浸透していない

VRChat のユーザーは圧倒的に男性が多い

これらの情報が役立てそうだと考えた

3:00～

【ここまでの経過を大久保社長に聞いていただいた】

大久保社長の経験に基づく話

—新宿特有の文化—

- ・コロナ禍以前は三井住友ビルでののど自慢大会が開かれ、他のビルとの交流が行われていた→VRならば遠く離れた人も見ることができる。
- ・コロナ禍の影響もあり在宅増→リモートワークをやっている層へもメタバースを提供できるのではないか。
- ・新宿以外にも存在するがビアガーデン等も都市部特有のもの
- ・新宿には2km圏内にビジネス街と歓楽街が共存する（新橋などのビジネス街ではこれがない）

地域共創

～宙テクノロジー～

5月18日（水）

- ・今の若者世代よりもデジタルデバイスに触れていない 40 代以上の方が VR コンテンツに触れて感動できる場所もあるのではないかな。
- ・若者だけを対象とするのではなく、より高い年齢層を対象にした「大人のメタバース」等はどうだろうか。

【新宿の強みは何か再び話し合う】

—新宿が誇れる強みとは—

- ・聖地「君の名は。」「シン・ゴジラ」等
- ・乗降者数が世界 1 位

—渋谷や銀座・港区などのビジネス街との違い—

- ・飲食店の数が圧倒的に多い
- ・サラリーマンの数
- ・（専門学校を中心に）大学専門が多い
- ・デパートが多い→伊勢丹は売上 1 位
- ・歌舞伎町は日本でも有数の歓楽街

【ここまでの話し合いを終えてのまとめ】

- ・コロナ禍で 50%を占める 30～50 代の人々がリモートワークをしている。→人との交流ができにくい。お金はたまる一方。外を出られず家にいる。
- ・これらの情報（数字）からメタバースに関心がある 20 代と働き盛りの 30～50 代が多く割合を占める。
- ・日本で 1 番、専門、大学が集まっているにも関わらず、他大学の交流が無い。
- ・数字だけでは分からないニーズがある。
- ・現状としては VR 内で何かをするというコンテンツが良いのではないかという意見が多かった。

【次回】

これらの意見を基に、課題設定を決定する。