

## 1 本事業におけるモニタリングの趣旨

- 区はモニタリングによる提案事項の実施状況の確認に留まらず、事業成果の評価・分析を通じた課題の抽出と対応策を検討
- 結果については、SPCに提示し、次年度以降の事業計画等に反映するよう協議
- 公民連携による持続可能な事業運営に資するとともに、本事業の政策目的の達成を目指す

## 2 モニタリングの考え方

- SPCからの事業報告について、実施目的別に整理し、同種の「アウトプット指標」及び「アウトカム指標」に集約
- 事業全体は「経済波及の創出」「人の流れの創出」「認知度・満足度」をもとに評価

## 3 令和4年度の事業成果

	アウトプット指標	アウトカム指標	課題	課題への対応策
先端産業	企業集積数:54社(41社)	企業交流数:3件(3件) うち区内企業数:0社(0社)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業集積が一時的なものとなっている。</li> <li>● 新たな協業を生み出す仕掛けが必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● これまでHICityに関わったことのないような新たな企業を集積する。</li> <li>● 先端産業創造委員会がフォーラム等を開催し、新規協業を生み出す場を提供する。</li> </ul>
	技術を披露できた企業数:69社(54社)		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内外のプレイヤーの参加を促す。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業の交流意識を高めるため、テーマを設定したイベントを開催する。</li> <li>● 多様なつながりを持つプレイヤーを巻き込む。</li> </ul>
	実証実験数:8件(6件)	実証実験参加企業数: 34社(32社)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 実証の様子や成果に関する継続的な発信が必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 実証実験の有用性や成果を積極的に情報発信し、HICityを活用したスマートシティの取組みに興味のある企業を引き込む。</li> </ul>
文化産業	人材育成取組数: 15事例(5事例)	文化活動への複数回参加者数: 0事例(0事例)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 継続的な支援に向け、ニーズに合わせた対応が必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文化産業創造委員会がニーズ調査を実施する。</li> <li>● 活動の場の提供のみならず、製作支援、広報支援にも取り組む。</li> <li>● 子どもたちの人材育成を意識した取組みを実施する。</li> </ul>
	先端×芸術文化に関する企業集積数:9社(7社)	先端×芸術文化に関する研究開発数:1件(1件)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たな産業を生み出す仕組みが必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● HICityで個々に取り組む企業をつなぐ仕組みを作る。</li> </ul>
	芸術文化に関する取組数:27件(8件)	文化イベント参加者数: 約4.1万名(約1.3万名)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 継続的な活動を呼び込む仕組みが必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 文化産業創造委員会が実施団体や有識者の意見を踏まえた企画検討を行う</li> <li>● HICityの芸術文化魅力発信により、HICityで取組む事業者を増やす。</li> </ul>
共通事業 (エリアマネジメント)	地域活動数:15件(5件)	地域活動参加者数:1,749名 (1,253名)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 継続的、かつ対象年齢に合わせたプログラムの提供が必要。</li> <li>● 連携する地域の活動団体が限定的にならないよう工夫することが必要。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 社会科見学や「おたの未来づくり」に協力するなど、魅力発信の機会を創出する。</li> <li>● 新たに高校や大学等の学生を含め、多種多様な主体が参画できる仕組みを構築する。</li> </ul>
	情報発信数:125件(81件)	HICity公式サイト等フォロワー数:5,353件(-)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● フォロワー数が少ない。</li> <li>● 広報手段を強化する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 既存の広報手段に加えて、各構成企業の広報媒体の活用や著名なインフルエンサーの登用等新たな手段を講じる。</li> <li>● 区の事業等と連携して積極的に情報発信する。</li> </ul>

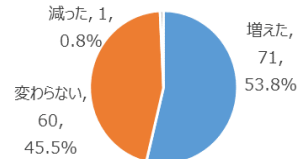
※ ( )内の数字は令和3年度実績である。

## 4 事業全体の成果

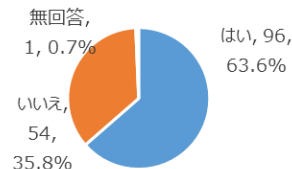
### (1) 経済波及の創出

- HICity内における需要のみを把握する独自の産業連関表に基づき、経済波及効果額を算出。直接効果が約90億円、一次波及効果が約24億円、二次波及効果が約10億円。合計約124億円。
- 波及効果の実態を把握するため、HICityにおける就業者及び宿泊者を対象にアンケートを実施。

【就業者】区内（HICity以外）を訪問する時間が増えたか（n=132）



【宿泊者】区内（HICity以外）を訪問するか（n=151）

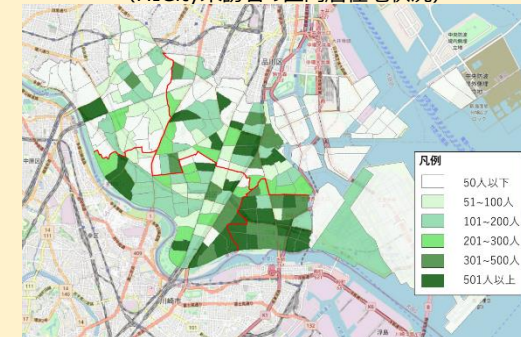


### (2) 人の流れの創出

(HICity来訪者数推移)



(HICity来訪者の区内居住地状況)



- 新型コロナウイルス感染症の影響は受けているものの、1年を通して来訪者数は右肩上がりに推移しており、前年度と比較すると各月で約1.5倍から最大で2.2倍。
- ライブホールのあるゾーンHの来訪が多く、次いでⅡ期エリアのゾーンA・B・C、羽田ピオのあるゾーンKが続く。
- HICityの来訪者による区内滞在については、近接する糀谷・羽田地域内の施設への訪問が多い。

### (3) 認知度・満足度

- 認知度は31.9%となり、前年度より2.7ポイント上昇(出典:令和3年度 区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査)。
- 「小学校入学前の子ども」がいる場合は46.4%(前年度39.5%)、「小学生」がいる場合は52.2%(前年度39.2%)、と全体平均31.9%を大きく上回る結果。
- 区立小中学校にてチラシを配付するなど、区内居住者の中でも子育て世代を対象に広報活動を積極的に実施したことが、比較的高い認知度に繋がった。
- 満足度については、グランドオープン後に調査・分析を実施予定。

## 5 総評・提言

### (1) 総評

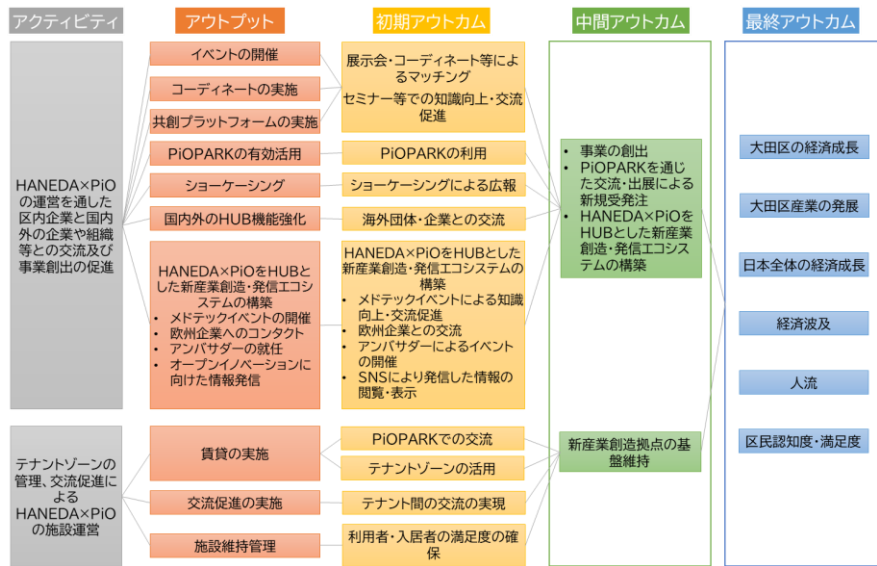
- 「先端と文化の融合によるヒト・コト・モノの分野を超えた交流」をテーマとした「EXPO」と夏・冬に文化体験とメインテーマとした「季節のキャンペーン」というHICityにおける年間行事の方向性が固まった。
- 各委員会にて区内への積極的な働きかけるなど、区内の事業者や団体との連携が深まった。
- グランドオープンをもとにHICity本来の機能を発揮するスタート地点として、より一層の戦略的な事業展開が求められる。
- 羽田空港の稼働回復など、HICityへの外国人来訪者の増加も見込まれる。ターゲットに合わせた事業展開や施設運営にも取り組む必要がある。
- 「新産業創造・発信拠点」の形成を実現し、SDGs未来都市として掲げる「新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市」の確立に寄与する。

### (2) 提言

- グランドオープンを契機とし、経済波及、人流、認知度・満足度の向上につながるよう、積極的な情報発信を行うこと。
- 来訪者による消費活動等の拡大を区内経済波及につなげるため、区内事業者との連携や区内消費の活性化を意識する企画を実施すること。
- HICityの人気コンテンツと連携した企画のほか、グランドオープンによる新たな事業内容を踏まえ、多様な目的での誘客を実現し、まちの魅力の理解促進に繋げること。
- HICityへの来訪者、宿泊者、就業者等に向けて、区内の事業者や施設と連動した取り組みや情報提供を行うなど、区内回遊に資する取り組みによって経済波及や人流の創出に繋げること。
- 地域課題解決への貢献が認められるものについては、区内施設などのHICity以外での先端技術の実装に向けた取り組みを実施していくこと。

## 6 区施策活用スペース「HANEDA×PiO」のセルフモニタリング

- HANEDA×PiO(ハネダピオ)は、①多様な主体による交流・連携機会、②持続可能な社会への課題解決策、③挑戦や学びの機会、を創出することにより、大田区のまちの特色である製造業(ものづくり)を中心とした区内産業を振興し、産業面から地域活性化に寄与する。



(成果指標のロジックモデル)

(中間アウトカム指標)

PiO PARKを通じた交流・出展による新規受発注	受発注件数:7件
HANEDA×PiOをHUBとした新産業創造・発信エコシステムの構築	自走で継続が期待されるイベント・事業:3件 区内企業との共同プロジェクト検討:1件 区内企業の新規受発注:2件 新製品・新技術の創出:1件 実証実験検討・実施:1件
新産業創造拠点の基盤維持	本施設の使用目的を踏まえた取組みをしているテナントの割合:100%

- 外部リソースを活かし、区外からも多様な来場者が見込まれるようなイベントを開催することも有効。
- PiO PARKの認知度向上により、新規月額利用者等獲得し、恒常的な賑わいを生み出す。
- イベントや展示会、視察等で集まる人々を区内企業やHANEDA×PiOテナント等の様々な主体とつなげる。
- 交流・連携の機会創出に加え、区内企業の国際化・スタートアップの支援など、プレイヤーを育成していく。
- 海外企業との交流がPiOPARKを拠点に生まれており、今後もPiO PARKを拠点とした海外展開支援を継続する。
- アンバサダーの発信機能強化や、イベントで呼び込んだ人々をPiO PARKに定着させるコミュニティ化も検討する。
- テナントゾーン入居者に向けて、入居価値を実感できる交流機会を創出していく。

### ◆ テーマ別分析

- 公民連携事業という社会的取組みを多角的に評価するため、テーマに基づく分析を実施。
- 国や都におけるスマートシティ推進、本区のSDGs未来都市へのW選定など、スマートシティに関連する区を取り巻く状況が変化していることから、今年度の分析テーマを「スマートシティ」に設定し、HiCityにおける取組みの動向等を分析。
- 支援・促進の取組みを今後加速するため、実際にHiCityと関係する取組みを展開している事業者インタビューを実施。

#### 【HiCityにおけるスマートシティの取組み】

- ✓ 空間情報データ連携基盤の構築
- ✓ 自動運転バスによる回遊性向上
- ✓ ロボットデリバリーサービス
- ✓ HiCity内でセンサーを用いた実証実験
- ✓ 羽田スマートシティEXPOにおける実証実験
- ✓ 東京都事業と連携した取り組み

#### 【HiCityの強み】

- 羽田空港及び品川と近く、アクセス面での強みがある
- 商業とオフィス等、様々な用途の施設が混在しており、空間的にも横・縦の広がりがあり、実証実験のフィールドとして魅力がある
- 巨大な私有地の特徴を有しており、実験までのプロセスが迅速

#### 【今後の課題】

- HiCityの共有部の活用可能な範囲の明確化
- 通常時における人流の増加及び来客層の多様化
- 入居企業同士や区内企業とのつながりや連携の促進

インタビュー結果



令和4年度  
羽田イノベーションシティ  
モニタリング報告書



令和5年8月

大田区

産業経済部



## 目 次

第1章	羽田イノベーションシティの概要	
1	事業目的	1
2	事業手法	1
3	事業者が目指す方向性	1
第2章	モニタリング	
1	目的	2
2	考え方	2
第3章	令和4年度の事業経過等について	
1	事業の経過	3
2	事業の概況データ	4
3	令和4年度の事業成果	7
第4章	令和4年度の事業評価	
1	経済波及の創出	17
2	人の流れの創出	21
3	HICityの認知度・満足度	29
4	経営状況	33
第5章	総評・提言	
1	総評	34
2	提言	35
第6章	区施策活用スペース「HANEDA×Pi0」のセルフ モニタリング	
1	HANEDA×Pi0の概要	37
2	セルフモニタリングの考え方	37
巻末資料1	成果指標の推移	45
巻末資料2	昨年度の提言に対するSPCの取組み状況	55
巻末資料3	テーマ別分析「スマートシティ」	57

# 第1章 羽田イノベーションシティの概要

## 1 事業目的

羽田イノベーションシティ（以下「HICity」という。）は、平成22年に国、東京都、地元自治体（大田区、品川区）にて策定した「羽田空港跡地まちづくり推進計画」、及び平成27年に区が策定した「羽田空港跡地第1ゾーン整備方針」を踏まえ、羽田空港跡地第1ゾーン整備事業（第一期事業）（以下「本事業」という。）により整備されたまちです。

このまちは世界と地域をつなぐゲートウェイとして国内外のヒト・モノ・情報を集積させ、ここに集う国内外のプレイヤーが互いに交流し、新たなビジネスやイノベーションを創造するとともに、国内外に日本のものづくり技術や日本各地域の魅力を発信する「新産業創造・発信拠点」の形成を目指しています。

## 2 事業手法

本事業は、羽田空港跡地第1ゾーン整備方針及び羽田空港跡地第1ゾーン（第一期事業）募集要項に基づき、民間事業者が施設整備・施設所有・維持管理運営から資金調達までを主体的に実施する、公民連携事業です。

本事業の開発・運営主体は、羽田みらい開発株式会社という特別目的会社（以下「SPC」という。）であり、本事業への出資企業9社からなります。区はSPCと事業契約を締結し、区が所有する土地に50年の定期借地権を設定しています。

### 【SPC出資企業9社】

鹿島建設株式会社、大和ハウス工業株式会社、京浜急行電鉄株式会社、日本空港ビルデング株式会社、空港施設株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、東京モノレール株式会社、野村不動産パートナーズ株式会社、富士フイルム株式会社

## 3 事業者が目指す方向性

- (1) 国際的な産業拠点に求められる企業の集積のみならず、羽田空港に近接した立地性を活かし世界のニーズとシーズの集積を図る。
- (2) ニーズ、シーズのマッチングだけでなく、異なる技術や思想・文化の出会いを促し、交流を育む。
- (3) 9社コンソーシアムにより50年に亘って盤石な運営体制・財務基盤を構築し、永続的な成長を果たす。

## 第2章 モニタリング

### 1 目的

本事業は公民連携事業として進めていることから、区は本モニタリングにより提案事項(先端産業・文化産業・共通事業)の実施状況の確認にとどまらず、事業成果の評価・分析を通じた課題の抽出と対応策を提示します。その結果はSPCと共有し、次年度以降の事業計画等に反映するよう協議を行います。公民連携による持続可能な事業運営に資するとともに、本事業の政策目的の達成を目指すものです。

### 2 考え方

本事業の成果については、事業契約第11条第1項の規定に基づき、SPCより毎年度区に報告されます(報告内容の「実施目的」及び「事業成果」については、事業者との協議により定めています)。

個別の提案項目について、「アウトプット指標」、「アウトカム指標」を記載した事業報告書がSPCから提出されます。

区は、報告された内容について、「実施目的」別に整理し、同種の「アウトプット指標」、「アウトカム指標」を集約した上で「評価」、「課題」の抽出・分析、「課題への対応策」をまとめ、SPCと共有します。

また、事業全体を総括する視点から、「事業全体の成果(最終アウトカム指標)」を、「経済波及の創出」、「人の流れの創出」、「HICityの認知度・満足度」の各指標を用いて達成度を測っています。

#### 【事業契約第11条】

(本事業に係る報告等)

第11条 乙は、甲に対して、本事業の実施状況及び業務内容について報告を行う。

この場合において、報告に係る具体的な報告内容及び報告時期並びに報告書の様式等の詳細については、甲及び乙間で誠実に協議の上、定める(かかる協議が調わない場合は、甲が定める。)

2 乙は、前項に定めるほか、甲が本事業の実施状況について乙に報告を求めた場合には、これに応じて報告を行う。

3 甲が募集要項等及び提案書等の内容が満たされていないと判断した場合、甲は、乙に対して是正を求めることができ、乙は、自らの費用及び責任で是正を行う。なお、乙は、本項に基づく甲からの是正要求につき疑義がある場合には、甲に対して異議を申し出ることができ、かかる異議の内容が客観的かつ合理的に妥当であると認められる場合には、甲は是正要求を撤回し、又は変更する。



## 第3章 令和4年度の事業経過等について

### 1 事業の経過

まち開きから3年目となる令和4年度は、昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の影響を受けつつも、社会経済活動の再開に伴い、これまでに蓄積したネットワークや経験を活かし、様々な取組みが行われました。

4月には「羽田スマートシティ EXPO 2022 春」を開催し、HICityの特徴である、先端産業と文化産業を発信する多数のコンテンツにより、区民をはじめ多くの方々に賑わいました。また、新たな賑わい創出として、「夏祭りキャンペーン」が実施され、盆踊りや野外シネマなどを通じて地域住民をはじめ多くの方々がHICityを訪れ日本の文化を体験しました。9月に行われた「羽田スマートシティ EXPO 2022 秋」では、3年ぶりの開催となった「羽田空港空の日フェスティバル 2022」と連携し開催したほか、羽田空港跡地第1ゾーン都市計画公園予定地では「Sunday-E-Park」も行われるなど、羽田空港跡地第1ゾーン全体で盛り上げました。2月には「春先フェア」と題し、アートや大田区の伝統工芸、防災といった様々な学びの機会が提供されました。水辺の環境学習においては、ソラムナード羽田緑地を活用するなど、街区外での活動も積極的に行われるようになりました。

企業支援においては、羽田スマートシティ EXPO など多様な企業がHICityに集まる際に「HANEDA INNOVATION CROSS MEET (通称：ハネダクロス)」と題した企業交流を目的としたビジネスイベントを開催し、HICityの入居企業とイベント参加企業とをつなぐ機会を創出しました。また、10月にコングレスクエア羽田でも開催された「第12回おおた研究・開発フェア」でも同様の機会を設けるなど、これまで以上に企業交流に注力しました。

次世代のものづくり・起業家育成については「HANEDA STEAM LAB (通称：ハネラボ)」を開催するなど、子どもを対象に先端技術を学べる機会を提供しました。

スマートシティの取組みについても重点的に取り組み、特に自動運転バスについては、羽田空港第3ターミナルへの定常運行が実施されるなど、本格的な社会実装に向けた取組みが着実に進められました。ロボットの分野においては、ロボットがエレベータを利用して他のフロアへ自動配送を行う、ロボットデリバリーの実証を行いました。

なお、HICity周辺の動向については、羽田空港の羽田空港跡地第2ゾーンで開発が進められていた「羽田エアポートガーデン」が12月より稼働しはじめ、海外からの渡航者増加にも期待が高まっています。

## 2 事業の概況データ

令和4年4月から令和5年3月末までの事業の概況を示すデータは次表のとおりです（いずれも年間延べ数）。

項目	令和4年度	参考：令和3年度
来街者数	2,984,078名	823,193名
入居企業数	46社	45社
製品の紹介等を行った自治体数	24自治体	12自治体
会議研修センター利用数	155件	93件
滞在施設利用状況	70,714名	32,342名
水素ステーション使用台数	1,259台	783台
体験型商業施設利用状況	5,455名	(休業のため)0名
インフォメーションセンター利用状況	8,241名	7,546名
足湯スカイデッキ利用状況	165,834名	52,925名
ライブホール公演数	278件	221件
飲食店舗等利用状況	639,650名	345,075名
天空橋駅 HICity 口乗降客数	2,700,108名	686,158名
駐車場、駐輪場利用台数	162,238台	137,035台
情報発信数 (HP・SNS・プレスリリース)	125件	81件
HICity 公式サイト閲覧数	829,642回	450,273回
HANEDA×PiO 入居企業数	9事業者	10事業者
PiO PARK 利用者数	13,149名	4,670名

## 【令和4年度の取組み】

### 先端産業



自動運転レベル4の実現に向け、HiCityから羽田空港第3ターミナルまで自動運転バスの延伸実証実験の取組みを進めた。



スマートシティ実証実験では、空飛ぶクルマの展示や4足歩行ロボットなど最先端の技術を身近に体感できる機会を創出した。また、親子で学べるドローンプログラミング教室などを開催し、先端産業への興味や関心を高めた。

## 文化産業



Instagram で実施したフォトコンテストの受賞作品の展示や大田区内で活動するアーティストの方々によるアート作品の展示を通じ、アート活動の支援と魅力の発信に取り組んだ。



全国各地のお土産やグルメが楽しめる地域周遊マルシェや日本の文化である盆踊りを開催するなど、日本の食と文化の発信に取り組んだ。

## 共通事業



羽田の魅力を伝えるまちあるきツアーや羽田の水辺に生息している野鳥の観察会など、エリアマネジメント活動を通じ、羽田地域への愛着の醸成と関心を深める機会を創出した。

### 3 令和4年度の事業成果

「先端産業」「文化産業」「共通事業（エリアマネジメント）」の事業目的別の評価、課題及び対応策は次表のとおりです。

#### (1) 先端産業

目的	アウトプット指標	アウトカム指標
自動運転技術の研究誘致による産業集積・研究促進・普及・発信	<u>モビリティ・自動運転に関する企業集積数：12社</u> （昨年度：12社） ・入居企業：1社 ・協力企業：11社 ※「協力企業」とは、SPCの取組みに参加した入居企業以外の企業を指す	<u>モビリティ・自動運転に関する企業交流数：1件</u> （昨年度：2社）
	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数：4件</u> （昨年度：3件） ・自動運転バス延伸実証実験 ・入居企業による実証実験 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」スマートシティ技術実証実験	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験参加企業数：10社</u> （昨年度：8社） ・自動運転バス延伸実証実験：4社 ・入居企業による実証実験：1社 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」スマートシティ技術実証実験：5社
医療推進・医工連携推進	<u>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：15社</u> （昨年度：5社） ・入居企業：5社 ・協力企業：10社	<u>先端医療に関する企業交流数：0件</u> （昨年度：0件）  <u>臨床試験数：0件</u>
マーケットイン型医工連携の推進 ※「マーケットイン型医工連携」とは、医療現場のニーズをくみ取って医療機器等の開発を行うこと	<u>医工連携に関するニーズ/シーズ収集数：0件</u> （昨年度：0件）	<u>医工連携に関する企業交流数：0件</u> （昨年度：0件）

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・一定数の企業集積が図られているものの、その多くはイベント開催時における実証実験など一時的なものとなっている。</li> <li>・企業の協業が限定的であり、新たな協業を生み出す仕掛けが求められる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまで HICity に関わったことのないような新たな企業を集積する。</li> <li>・先端産業創造委員会が、話題性のある自動運転レベル4 運行の取組みに合わせてモビリティをテーマにしたフォーラムを開催し、新規の協業を生み出す場を提供する。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動運転バスに関する実証に加え、空飛ぶクルマや電動キックボードなど、モビリティに関する様々な実証が促進できている。</li> <li>・自動運転バスに関しては、これまでの HICity 内での実証を踏まえ、社会受容性の向上を目指しこれまで以上に情報発信する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity を起点とした新たな自動運転バスルートの運行を検討する。</li> <li>・自動運転バスに関する説明や実証成果を積極的に HP などでの情報発信する。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・先端医療開発やヘルスケアに関する企業集積に向けた活動が成果を挙げつつある。</li> <li>・具体的な医工連携に向けた仕組み作りができていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・先端産業創造委員会が中心となり、先端医療研究センターのプレイヤーを巻き込み、HICity ならではの医工連携の仕組みを構築する。</li> <li>・ライフサイエンス分野の取組みを進めるキングスカイフロントとの拠点交流を進め、相乗効果を発揮できる仕組みを構築する。</li> </ul>

(1) 先端産業 (続き)

目的	アウトプット指標	アウトカム指標
ロボット研究促進	<u>ロボットに関する企業集積数：</u> 37社 (昨年度：37社) ・入居企業：3社 ・協力企業：34社	<u>ロボットに関する企業交流数：</u> 1件 (昨年度：1件)
	<u>ロボットに関する実証実験数：</u> 4件 (昨年度：3件) ・入居企業による実証実験 ・ロボットデリバリー高度化実証 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」 スマートシティ技術実証実験	<u>ロボットに関する実証実験参加企業数：</u> 25社 (昨年度：25社) ・入居企業による実証実験：1社 ・ロボットデリバリー高度化実証：5社 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」 スマートシティ技術実証実験：19社 ※一部重複企業あり
新産業の創造・発信に向けた支援	<u>自らの技術を披露できた企業数：</u> 69件 (昨年度：54件) ・ビジネスイベント登壇企業 ・EXPO 等での出展企業	<u>ビジネスイベント参加企業数：</u> 64社 (昨年度：15件) <u>うち区内企業数：</u> 17社  <u>企業交流数：</u> 1件 <u>うち区内企業数：</u> 0社

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・一定数の企業集積が図られているものの、その多くはイベント開催時における実証実験など一時的なものとなっている。</li> <li>・企業の協業が限定的であり、新たな協業を生み出す仕掛けが求められる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これまで HICity に関わったことのないような新たな企業を集積する。</li> <li>・先端産業創造委員会が、多くの企業が HICity に集まる機会に合わせてロボティクスをテーマにしたフォーラムを開催し、新規の協業を生み出す場を提供する。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ロボットに関する実証が恒常的に目に見える形で取り組まれるようになってきている。</li> <li>・実証の様子や成果に関して継続的な情報発信の取組みが求められる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity で実証実験を行うことの有用性や成果を積極的に情報発信することで、HICity を活用したスマートシティの取組みに興味のある企業を引き込む。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・交流イベントをきっかけにして入居企業同士による成約が生まれるなど、協業を生み出す取組みが促進できている。</li> <li>・イベントの参加企業の多くが入居企業であり、国内外の多くのプレイヤーの参加を促す必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業の交流意識を高めるため、具体的なテーマを設定したイベントを開催する。</li> <li>・先端産業創造委員会と Pi0 PARK アンバサダーが連携した合同イベントを開催するなど、多様な人材とつながりのあるプレイヤーを巻き込んだ魅力的なイベントを開催する。</li> </ul>



## (2) 文化産業

目的	アウトプット指標	アウトカム指標
文化発信拠点形成の推進	文化発信施設整備状況：6施設 (昨年度：6施設)	<u>にほん文化体験館利用者数</u> ：5,455名(昨年度：0名) <u>にほん魅力案内所(インフォメーションセンター)利用者数</u> ：8,241名(昨年度：7,546件) <u>足湯スカイデッキ利用者数</u> ：165,834名(昨年度：52,925件) <u>羽田昔ばなし横丁</u> ：21,512名(昨年度：0件) <u>ライブホール公演数</u> ：278件(昨年度：221件) <u>アート&amp;テクノロジーセンター利用者数</u> ：0名(昨年度：0名) <u>クリエイティブモール(レンタルスペース利用数)</u> ：27件(昨年度：7件)
創造活動を通じた人材育成	<u>人材育成に関する取組み数</u> ：15事例(昨年度：5事例) ・AIが描くDEEP ART展 ・Art Workshop ・アート展示 ・大田区伝統工芸ワークショップ ・TOKYO CREAMY SALON 2023/Sound & City 2023 ・HICityでの発表の場提供等 <u>うち、区内企業・団体・学校との連携取組み数</u> ：7事例	<u>文化活動への複数回参加者数</u> ：0事例(昨年度：0事例)

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 足湯スカイデッキの利用者数が順調に伸びている一方で、本来の目的である温浴文化の発信機能が十分に発揮出来ていない。</li> <li>・ 訪日外国人の増加に伴い、まち全体としての対応が必要である。</li> <li>・ にほん文化体験館が年度途中で閉館状態となっている。東京クリエイティブサロンなど、話題性のあるイベントの会場としてスポット活用している点は評価できるが、恒常的な活用を早急に検討する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 足湯での銭湯と連携した温浴文化の発信を行う。</li> <li>・ 各施設において、訪日外国人を意識した情報発信や取組みを充実させる。</li> <li>・ にほん文化体験館のあり方を早急に検討するとともに、検討期間においても積極的に HICity の特徴と整合する取組みにスポット的に活用を図る。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 区内団体を連携し取り組んでいるが、一過性なものとなっており、継続的な支援に向けてアーティストのニーズに合わせた対応が求められる。</li> <li>・ ワークショップを開催するなど、創作活動につながる企画に取り組み始めたことは評価できるが、単発にとどまっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 文化産業創造委員会が、HICity で活動するアーティストへニーズ調査を実施する。</li> <li>・ 活動の場の提供のみならず、製作支援、広報支援にも取り組む。</li> <li>・ 新たに開業するゾーンCにおいて、創作活動に関するワークショップを継続性を持って開催するなど、子どもたちの人材育成を意識した取組みを実施する。</li> </ul>

(2) 文化産業 (続き)

目的	アウトプット指標	アウトカム指標
<p>先端産業と芸術文化を融合させる活動の推進</p>	<p><u>先端×芸術文化に関する企業集積数</u>：9社（昨年度：7社）</p>	<p><u>先端×芸術文化に関する研究開発数</u>：1件（昨年度：1件）  <u>うち、区内企業・団体との連携数</u>：0件</p>
<p>芸術文化の創造・発信に向けた支援</p>	<p><u>芸術文化に関する取組み実施数</u>：27件（昨年度：8件）            ・夏のお祭りキャンペーンでの取組み            ・春先フェアでの取組み            ・羽田スマートシティ EXPO 2022での取組み            ・TOKYO CREATRIVE SALON 2023/Sound &amp; City 2023</p>	<p><u>芸術文化に関する取組み参加者数</u>：40,751名（昨年度：12,884名）</p>

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベントを通じて新たな企業誘致に取り組んでいる。</li> <li>・ 昨年同様、企業同士の連携による新たな産業を生み出す仕組みが必要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity で個々に取り組む企業をつなぐ仕組みを作る。例えば、EXPO 開催時に実施している企業交流イベント「ハネダクロス」に物販や飲食店舗などの文化発信施設の運営企業も巻き込む。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 夏祭りキャンペーンでの盆踊りや野外シネマなど、季節に合わせた文化発信に取り組んでいる。</li> <li>・ 実施団体による HICity での継続的な活動と呼び込むための仕組みが必要である。</li> <li>・ 区内で活動する団体と連携し、文化発信の場の提供に取り組んだ。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 文化産業創造委員会が実施団体など外部の意見を踏まえ次回の企画検討を行う。また、実施団体による HICity での継続的な活動につなげる仕組みを検討する。</li> <li>・ イベント等を通じて HICity の芸術文化に関する魅力を発信し、これまで訪れたことのないような新たな参加者を増やす。</li> <li>・ より一層、区内で活動するアーティストなどとの関係を深めるとともに文化発信の場の充実に取り組む。</li> </ul>

### (3) エリアマネジメント・共通事業

目的	アウトプット指標	アウトカム指標
<p>第1ゾーンならではの おもてなしエリア の創出</p>	<p><u>地域活動数：15件</u>（昨年度：5件）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・多摩川の野鳥観察会</li> <li>・まち歩きツアー</li> <li>・羽田寄席</li> <li>・体験・ワークショップ</li> </ul>	<p><u>地域活動参加数：1,749名</u> （昨年度：1,253名）</p>
<p>羽田ブランドの向上 による第1ゾーンの 愛着醸成</p>	<p><u>情報発信数：125件</u>（昨年度：81件）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式HP</li> <li>・公式SNS</li> <li>・SPC構成企業プレスリリース</li> </ul>	<p><u>HICity公式サイト等フォロワー 数：5,353件</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・公式WEB ツイッター登録者数： 934件</li> <li>・公式Facebook登録者数：729件</li> <li>・公式Instagram登録者数：3,690 件</li> </ul>
<p>「新産業創造・発信 拠点」の価値向上</p>	<p>（全施設開業後に実施予定）</p> <p>※入居企業、地元や広域企業、芸術大学、クリエイター等を対象とした会員制組織（仮称）「Haneda Creative Academy」の組織設立に向け検討中である</p>	

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の活動団体と積極的に連携を図り、まち歩きツアーや野鳥観察会など、新たな試みを展開し、活動の場を広げた。</li> <li>・小中学生をはじめファミリー層に訴求する企画を実施したため、参加者数が増え、HICityならではのおもてなしの創出・発信に寄与した。</li> <li>・イベント時における単発の提供に留まっているため、継続性があり、かつ対象年齢に合わせ、内容の質が伴ったプログラムの提供が求められる。</li> <li>・連携する地域の活動団体が限定的にならないよう工夫する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・区内小中学校と連携して、社会科見学や「おおたの未来づくり」に協力するなど、新たに魅力を発信する機会を創出する。</li> <li>・引き続き、地域の活動団体との連携を強化するとともに、新たに高校や大学等の学生が参画できるような働きかけを行う。</li> <li>・HICity ならではの付加価値を創出できるよう、多種多様な主体が参画できる仕組みを構築する。</li> <li>・各構成企業の広報媒体の活用や著名なインフルエンサーの登用等新たな手段を講じる。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・昨年度と同様、イベントの来街者は、小中学校に配布したチラシを見て来た方が最多となり、イベント参加者数の向上に寄与している。</li> <li>・イベント時の啓発やSNSなどで積極的な情報発信を行ったことにより、フォロワー数が増加したものの、依然として少ない。また区民認知度も微増傾向に留まっているため、広報手段を強化する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の広報手段に加えて、各構成企業の広報媒体の活用や著名なインフルエンサーの登用等新たな手段を講じる。</li> <li>・子育て世代以外の層の認知度を高めらるよう、区内産業団体や区主催・共催事業等と連携して積極的に情報発信する。</li> </ul>
-	-

## 第4章 令和4年度の事業評価

### 1 経済波及の創出

本事業が目指す「地域経済の活性化や、我が国の経済成長」に向け、どのような効果が表れているのか、「経済波及の創出」を第1の最終アウトカム指標として位置付けています。

#### (1) 経済波及効果（推計）の算出

令和4年度は、令和3年度に作成した独自の産業連関表に基づいて、令和4年度の事業に関する経済波及効果を推計しました。

ある産業に新たな需要が発生すると、その産業の生産が誘発され、（直接効果）、その産業に必要な原材料の取引が増加することにより原材料等を生産する他の産業でも生産が誘発されます（一次波及（間接）効果）。さらに、これらの生産活動の結果として、雇用者所得が生じ、消費支出として新たな需要が生み出されて他の産業にも次々生産が誘発されます（二次波及（間接）効果）。これらを経済波及効果といい、直接効果、一次波及効果及び二次波及効果の総計として表されます。

HICityに入居する企業の生産活動やHICityで行われた消費活動による令和4年度の経済波及効果は、HICity内でライブ参加者やホテル宿泊者等が増えたことなどにより、直接効果が約90億円、一次波及効果が約24億円、二次波及効果が約10億円で、合計約124億円と算出されました。

#### 主な用語の意味

最終需要	・生産された財・サービスを、家計、政府、輸出など取引の最終段階として消費すること（入居企業の生産額、ライブホールのライブ参加者の消費額等）。
直接効果	・ある産業の需要が新たに発生することによって、域内の各産業部門に直接に生産を誘発する効果（生産額及び最終需要の消費額に区内の自給率を乗じた額）。
一次波及（間接）効果	・直接効果によって生産が増加した産業で必要となる原材料等を満たすために、新たに発生する生産誘発効果。
二次波及（間接）効果	・直接効果と一次波及（間接）効果で増加した雇用者所得のうち消費に回された分により、各産業の商品等が消費されて新たに発生する生産誘発効果。

## (2) 就業者及び宿泊者による経済波及

産業連関表に基づく経済波及効果の金額だけでなく、HICity の波及効果の実態を把握するために、HICity における就業者及び HICity にある滞在施設の宿泊者を対象にアンケートを実施しました。アンケートでは、就業者が HICity で勤務するようになり大田区を訪問する機会が増えたか、宿泊者が大田区内を訪問するかなどについて質問しました。

### ア アンケートの概要

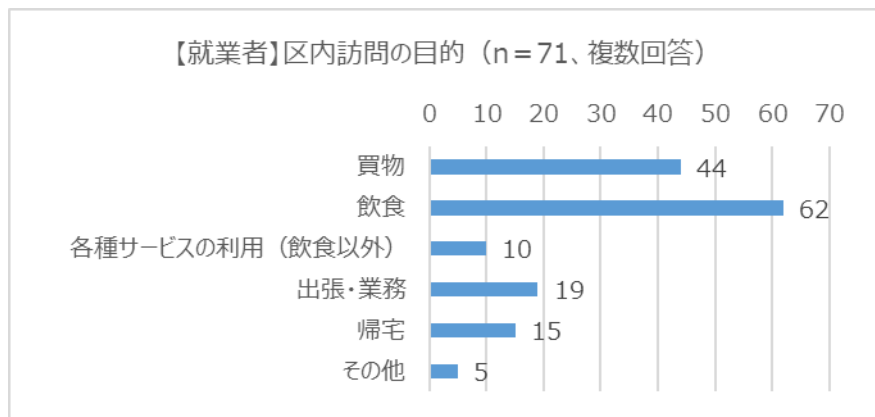
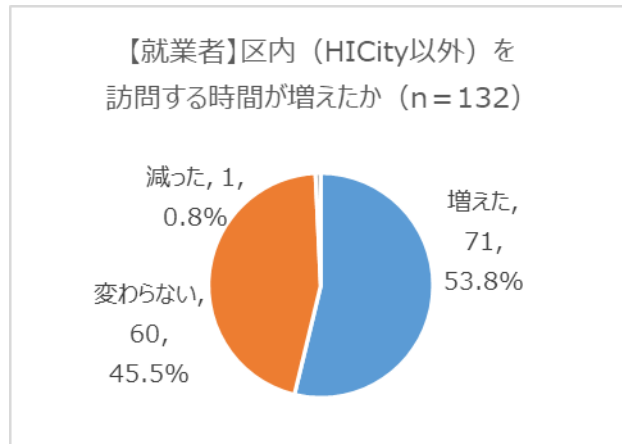
今回行ったアンケートの概要は以下のとおりです。

名称	就業者アンケート
調査方法	WEB アンケート (Microsoft Forms への入力)
調査期間	令和5年2月8日～3月10日
対象者	HICity に入居する企業の就業者
実施方法	HICity に入居する企業に対する事前のメール案内及び個別訪問による回答依頼
有効回答数	132 件

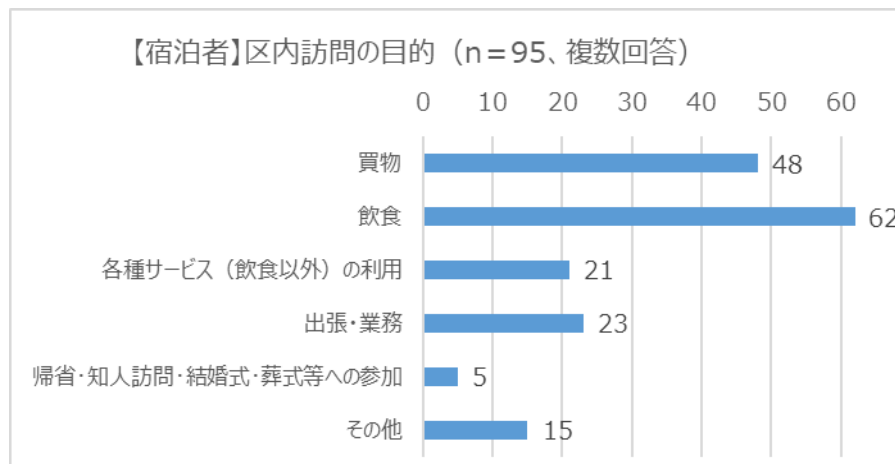
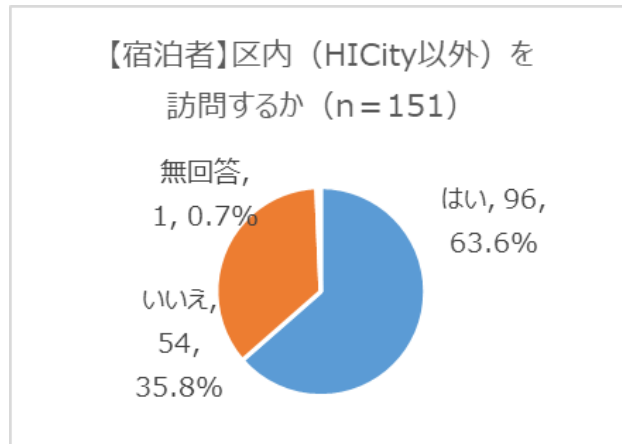
名称	宿泊者アンケート
調査方法	客室への調査票による備え置き
調査期間	令和5年2月7日～3月16日
対象者	京急 EX イン羽田イノベーションシティの宿泊者
実施方法	京急 EX イン羽田イノベーションシティの協力を得て調査票を客室に備え置き、回答者がフロントに持参することにより回収
有効回答数	151 件

就業者について、HICity で勤務するようになり大田区内 (HICity を除く。) を訪問する時間が増えたと回答した人の割合は 53.8% でした。また、訪問することが増えた地域では買物や飲食をすると回答した人が多く、就業者が HICity 以外での区内で消費を行っていることがうかがわれます。





宿泊者について、HICity 以外の大田区内を訪問すると回答した人の割合は 63.6%でした。また、訪問する地域では買物や飲食をすると回答した人が多く、宿泊者についても区内で消費が行われていることがうかがわれます。なお、宿泊者のうち訪問目的で「その他」を回答した 15 名のうち、11 名が、「飛行機の利用」、「旅行」など羽田空港に関する回答をしています。また、訪問する区内地域に関する質問について、「羽田空港」と回答した方は 9 割を超えており、羽田空港の利用を前提とした宿泊が多いことが分かりました（詳細については「2 人の流れの創出」にて後述）。羽田空港には区内在住の方が多く勤めており、羽田空港の利用が増えることで、区内への雇用創出といった波及効果も期待できます。



※「区内（HICity 以外）を訪問するか」という問いに「はい」と回答した 96 名のうち、1 名は本質問に対して回答していないため n=95 となっている。

## 2 人の流れの創出

羽田空港跡地第1ゾーン整備方針で示している「世界と地域をつなぐゲートウェイとしての羽田」として、HiCityを起点として人々が集い、集った人々が大田区内の各所へと回遊することを目指しています。そのため、本事業が人々の行動にどのような影響をもたらしているのか、「人の流れの創出」を2つ目の最終アウトカム指標と位置付けています。令和4年度は、令和3年度に引き続き通信事業者が持つデータ（※）を活用した分析を行いました。

※KDDIの持つGPS位置情報と契約情報に基づく性年代等の属性データを活用し分析が可能な「KDDI LOCATION ANALYZER」を利用。エリアや期間を任意で設定することができ、滞在した人口の性別・年代別・時間帯別の把握や、来訪者の居住地などを分析することができる。分析にあたり、来訪者の判定として各地点での滞在時間が60分以上の方を対象としている。

### (1) 来訪者数の推移

新型コロナウイルス感染者数の増加の影響を受け、第7波（令和4年7月6日から8月30日）、第8波（令和4年11月30日から令和5年1月24日）の前後の時期は、それぞれ来訪者数が伸び悩んでいますが、1年を通して来訪者数は右肩上がりに推移しています。なお、令和5年1月には隣接する羽田空港跡地第2ゾーンの複合施設「羽田エアポートガーデン」が全面開業しており、来訪者数にも影響を与えた可能性があると考えられます。



また、前年度の来訪者数との比較においても、各月で約 1.5 倍から最大で 2.2 倍もの動員がありました。



要因としては、4月及び9月に実施された『羽田スマートシティ EXPO』のほか、8月の『夏祭りキャンペーン』、2月の『春先フェア』等のイベントを通じて、HICityの認知度がさらに向上し、一般来訪者数の増加に繋がったと考えられます。そのほか、令和5年度のⅡ期エリア開業に向けて、年明け以降は、ゾーンA・B・Cにて工事が繁忙期を迎えており、工事関係者の増加も来訪者数に影響を与えているものと考えられます。

## (2) 来訪者の特徴

ゾーン別での来訪者割合の推移をみると、年間を通して、ライブホールのあるゾーンHの来訪者割合が高く、ライブホール参加者・関係者が多いことが推察される結果となりました。

ゾーン別来訪者数

	ゾーン A・B・C	ゾーンD	ゾーンE	ゾーンH	ゾーンI	ゾーンJ	ゾーンK
年平均	20.9	11.3	9.2	29.4	13.3	16.8	18.6
上段：%							
下段：人	185,243	100,556	81,374	261,085	118,260	149,007	164,722

※各ゾーンに60分以上滞在した方のデータを元に算出。

※%表記につき、HICity全体を100%とした時の、各ゾーンにおける来訪者割合。来訪者はゾーンを重複して行動していることもあるため、来訪者割合の各月の合計値は100%を超過している。

HICityのゾーニング



ゾーンA・B・Cにおいては、年度の途中から来訪者割合が増加し、2～3月においてはゾーン間において最も来訪者割合が高い結果となりました。(1)でも言及したように、当該ゾーンにおいては令和4年度時点ではまだ開業しておらず、工事関係者が多数来訪していることが考えられます。ゾーンKにおいては、複数のテナントが入居しており、就業者が多く滞在しているため、安定して高い割合となっております。

ゾーン別来訪者の推移

	ゾーン A・B・C	ゾーンD	ゾーンE	ゾーンH	ゾーンI	ゾーンJ	ゾーンK
4月	9.3%	16.0%	8.9%	27.4%	17.1%	24.4%	22.4%
5月	6.6%	14.9%	9.8%	37.5%	13.1%	16.9%	13.7%
6月	12.4%	16.5%	10.2%	31.0%	13.6%	16.7%	18.9%
7月	12.7%	15.4%	11.2%	32.8%	9.4%	11.3%	22.9%
8月	21.2%	14.3%	8.5%	27.5%	8.7%	12.8%	21.4%
9月	21.6%	13.6%	11.8%	27.1%	11.0%	14.3%	19.5%
10月	24.1%	8.8%	8.6%	27.7%	10.4%	15.8%	18.3%
11月	20.5%	8.8%	8.9%	30.2%	12.3%	16.0%	19.3%
12月	18.9%	5.9%	12.4%	32.0%	15.4%	15.6%	15.2%
1月	23.2%	7.6%	9.3%	27.1%	18.6%	21.6%	13.8%
2月	29.5%	7.2%	5.4%	23.2%	14.6%	18.6%	18.1%
3月	36.2%	12.3%	5.8%	30.2%	14.8%	18.2%	20.3%

月別の来訪者とライブホールの公演数について、令和3年度は概ね公演数が増えるに従って来訪者数も増え、公演数が減ると来訪者数も減るといったように、一定の相関性がみられました。

令和4年度はイベント需要に回復の兆しが見られ、公演数は20～28回（各月の平均公演数23回）、ライブホール来訪者割合は23.2～37.5%（各月の平均ライブホール来訪者割合29.5%）と、年間を通して安定した来訪者による人の流れが見られました。

ライブホールの公演日におけるHICityの平均来訪者数（2,656人）は、公演がない日における平均来訪者数（1,683人）の約1.58倍であり、令和3年度の約2.08倍は下回ったものの、依然としてライブホールはHICity来訪者数の増減と密接に関連する施設であると考えられます。

### HICityの来訪者とライブホールの来訪者・公演の推移

	HICity 来訪者数	ライブホール 来訪者数	ライブホール 公演数	ライブホール 来訪者割合
4月	55,646	15,251	23	27.4%
5月	59,061	22,146	22	37.5%
6月	56,774	17,617	20	31.0%
7月	63,549	20,824	25	32.8%
8月	66,976	18,449	23	27.5%
9月	80,756	21,907	23	27.1%
10月	74,856	20,745	22	27.7%
11月	84,806	25,608	28	30.2%
12月	94,417	30,223	26	32.0%
1月	75,839	20,526	22	27.1%
2月	72,813	16,866	21	23.2%
3月	102,479	30,923	26	30.2%
平均	73,998	21,757	23	29.5%

### (3) 来訪者の動き

HICity 来訪者による区内他施設への移動に関して、区内スポット及び区内全駅の周辺エリア（半径 200m内）を対象に来訪状況进行分析しました。

令和3年度の傾向と同様に、羽田空港周辺エリア、京急蒲田駅・JR 蒲田駅周辺エリア、HICity に近接する穴守稲荷駅・大鳥居駅周辺エリアといった交通施設への滞在が目立つほか、神社・寺院に関するスポットについても、HICity に近接する糺谷・羽田地域の施設への訪問が多くなっています。

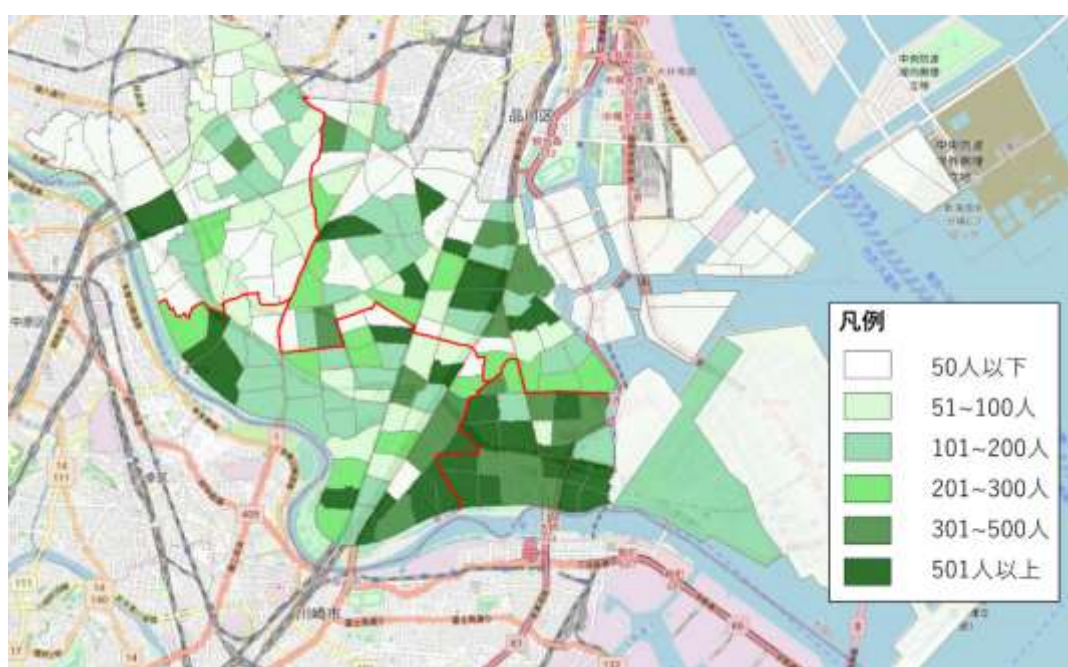
HICity 来訪者のうち、同日に滞在した区内スポット上位 10 地点  
(HICity 総来訪者数 (ゾーン A・B・C の来訪者除く) : N= 826,068)

	同日併用	滞在者数	割合
1	整備場駅周辺	18,722	2.27%
2	羽田空港第3ターミナル駅周辺	15,618	1.89%
3	羽田空港第1・第2ターミナル駅周辺	14,532	1.76%
4	京急蒲田駅周辺	10,801	1.31%
5	玉川弁財天周辺	9,600	1.16%
6	蒲田駅周辺	9,497	1.15%
7	穴守稲荷駅周辺	9,049	1.10%
8	穴守稲荷神社周辺	6,596	0.80%
9	白魚稲荷神社周辺	5,085	0.62%
10	大鳥居駅周辺	4,674	0.57%

※60分以上滞在した人のみ対象。スポットを単に通過した来訪者は含まれない。

また、HICity 来訪者のうち、区民の居住地(町丁目別)を確認したところ、糀谷・羽田地域からの来訪者が多く、蒲田地域・大森地域・調布地域と HICity からの距離が遠くなるにつれて来訪者が少なくなる傾向が、令和3年度と同様に見られました。これは、後述する「3 HICity の認知度・満足度」の地域別認知度においても、HICity に近い地域ほど認知度が高くなり、両者には共通の傾向が見られました。ただし、調布地域の一部など、HICity からの距離が遠い場所においても、令和3年度と比較して来訪者が徐々に増えていることがわかりました。

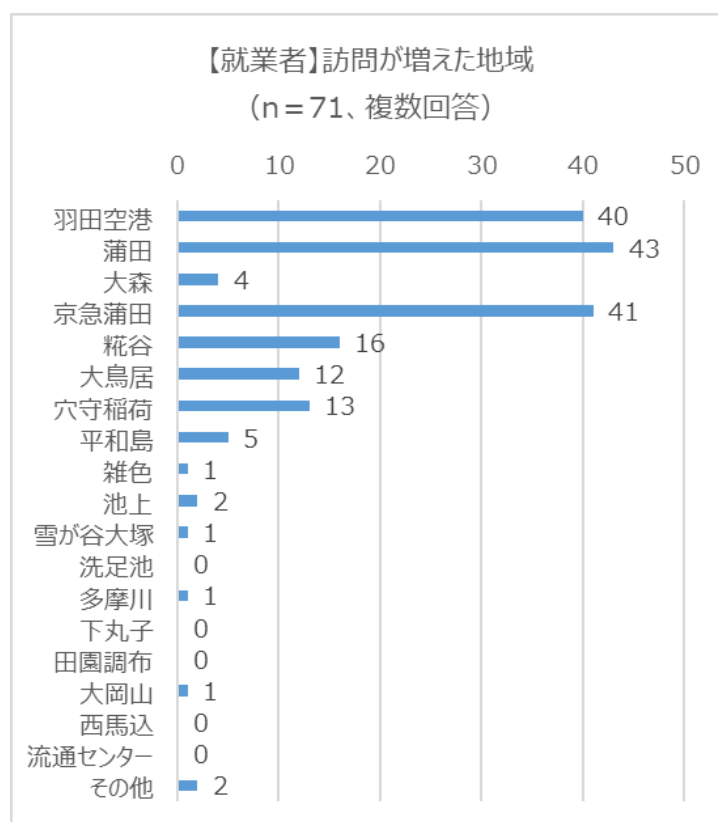
HICity 来訪者の大田区内居住地状況



#### (4) 就業者と宿泊者の特徴

就業者については、訪問することが増えた大田区内（HICity を除く。）の地域として、羽田空港、蒲田及び京急蒲田が多く挙げられており、天空橋駅から利便性の高い主要エリアに人流が生じていることがうかがわれます。また、これらに次いで、糀谷、大鳥居、穴守稻荷などを挙げた回答が多く、近隣エリアにも人流が生じていると考えられます。これらの傾向は、(3) の人流の分析結果とも整合的です。



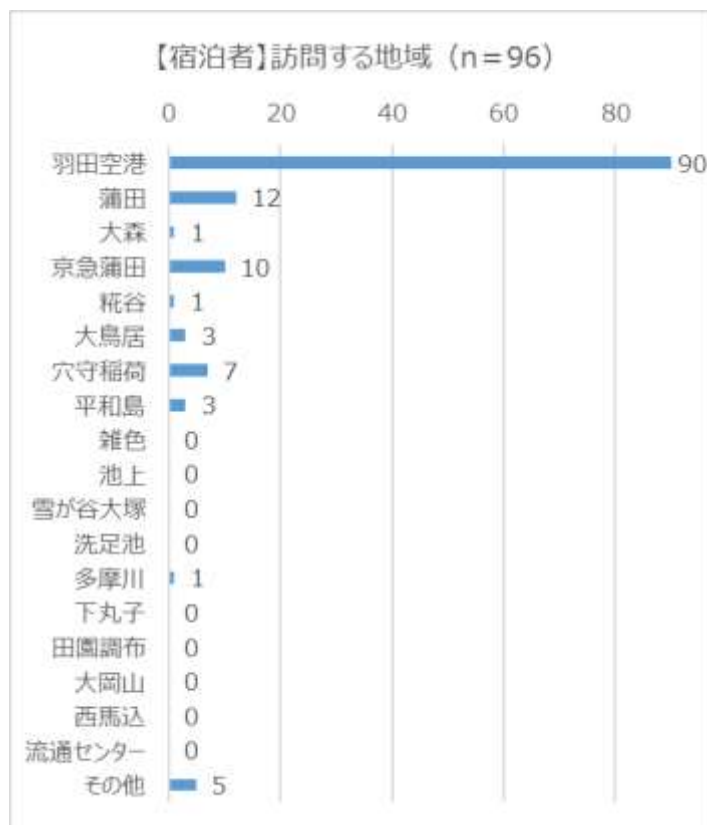


### 就業者による大田区内の訪問地域と目的

	回答者数	就業者の訪問目的 (複数回答)					
		買物	飲食	各種サービスの利用	出張・業務	帰宅	その他
羽田空港	40	26	37	7	14	10	0
蒲田	43	27	40	9	14	11	0
大森	4	3	4	2	1	1	0
京急蒲田	41	24	37	6	12	8	0
糀谷	16	11	13	3	8	5	0
大鳥居	12	10	10	3	4	4	0
穴守稲荷	13	10	11	3	3	3	0
平和島	5	4	4	2	2	2	0
雑色	1	1	1	1	0	0	0
池上	2	2	2	1	0	2	0
雪が谷大塚	1	0	1	0	1	0	0
多摩川	1	0	1	0	1	0	0
大岡山	1	1	0	0	1	1	0
流通センター	0	0	0	0	0	0	0
その他	2	1	1	1	0	0	0
合計 (回答者数)	71	44	62	10	19	15	0

※質問では複数の訪問先についての目的を包括的に質問しているため、たとえば「羽田空港」の行に含まれる目的には、回答者が「羽田空港」と同時に選択した別の場所への訪問目的が含まれることがあります。宿泊者についても同様です。

宿泊者については、区内を訪問すると回答した人の94%が羽田空港と挙げており、空港に近い立地が活かされていることがわかります。また、羽田空港以外では蒲田、京急蒲田、穴守稲荷が多く、(3)の人流の分析結果とも整合的です。



宿泊者による大田区内の訪問地域と目的

	回答者数	宿泊者の訪問目的 (複数回答)					
		買物	飲食	各種サービス	出張・業務	帰省等	その他
羽田空港	90	44	58	19	22	5	15
蒲田	12	7	9	2	3	1	0
大森	1	1	1	0	0	0	0
京急蒲田	10	8	6	1	3	1	0
糎谷	1	1	1	0	0	0	0
大鳥居	3	3	3	1	0	0	0
穴守稲荷	7	3	4	0	5	1	2
平和島	3	2	2	0	0	0	0
多摩川	1	1	1	0	0	0	0
(回答者数)	96	48	62	21	23	5	15

### 3 HICityの認知度・満足度

本事業は、地域経済の活性化や、我が国の経済成長に繋げるために取り組む公民連携事業です。HICity が持つポテンシャルを最大限に発揮するとともに、「新産業創造・発信拠点」としての機能を果たしていくためには、HICity が広く認知されることは大変重要です。

本事業が人々にどのように認知され、影響をもたらしているのか、「HICity の認知度・満足度」を3つ目の最終アウトカム指標と位置付けています。令和4年度においても区民意識調査結果を活用した分析を行いました。

#### (1) 認知度

HICity の認知度は、「令和4年度 区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査」において31.9%であり、令和3年度の29.2%より2.7ポイント上昇しました。また、地域別では、糀谷・羽田地域が60.8%、蒲田地区32.7%、大森地区27.7%、調布地区は26.1%であり、例年と同様にHICityに近い地域ほど認知度が高いことが確認できます。

【「令和4年度 区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査」におけるアンケート設問内容】

「羽田空港跡地第1ゾーン整備事業」に開業した羽田イノベーションシティについて知っていますか。

1. 知っている

2. 知らない

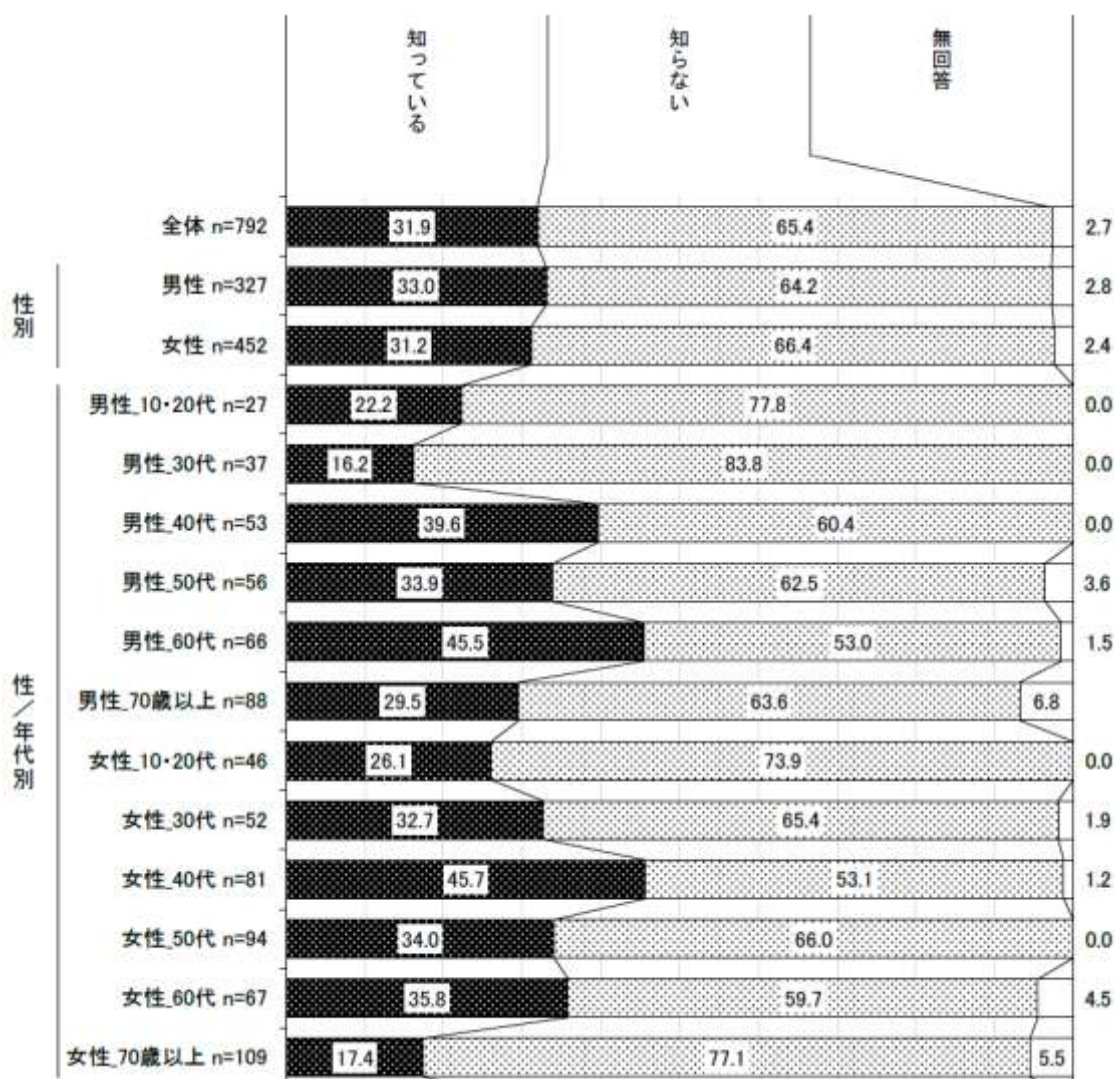
過去2カ年との比較において、糀谷・羽田地域のみ令和4年度が前年度より2.1ポイント微減であったものの、その他いずれの地域（及び全体）においても、認知度が高まっていることが確認できました。特に、調布地域においては6.4ポイント上昇しており、HICity から遠い地域にも着実に認知度が高まっていることが伺えます。

	全体	糀谷・羽田	蒲田	大森	調布
令和4年度	31.9%	60.8%	32.7%	27.7%	26.1%
令和3年度	29.2%	62.9%	31.0%	23.4%	19.7%
令和2年度	26.8%	54.5%	27.9%	24.2%	18.6%

なお、前述の通り、前項「2 人の流れの創出」にて活用したデータでは、来訪者のうちの区内居住者について、HICity に近い糀谷・羽田地域からの来訪者が多く、距離が遠くなることに比例して来訪者が減る傾向に加え、調布地域では令和3年度と比較して令和4年度は来訪者が増加していることが確認でき、区民意識調査結果と相関関係があることが分かりました。

性別及び年代別認知度については、「男性」の全体平均は 33.0%（前年度 34.3%、前年度比 1.3 ポイント減。）であるのに対し、「女性」の全体平均は 31.2%（前年度 25.2%、前年度比 6 ポイント増。）であり、性別による差はあまり見受けられない結果となりました。

性別・性／年代別



また、同居家族と認知度の関係については、「小学校入学前の子ども」がいる場合は 46.4%（前年度 39.5%）、「小学生」がいる場合は 52.2%（前年度 39.2%）、と全体平均の 31.9%を大きく上回る結果となっています。

性別及び年代別認知度の結果も踏まえると、令和 3 年度に引き続き令和 4 年度においても HICity でのイベント開催時に、区立小中学校にてチラシを配付するなど、区内居住者の中でも子育て世代を対象に広報活動を積極的に実施したことが、比較的高い認知度に繋がったものと推察されます。

## 区立小中学校へ配布したイベントのチラシ一覧



①	羽田スマートシティ EXPO 2022 春
②	夏のお祭りキャンペーン
③	羽田スマートシティ EXPO 2022 秋
④	羽田空港見学バスツアー/アンダージェットクルーズ
⑤	春先フェア

## (2) 満足度

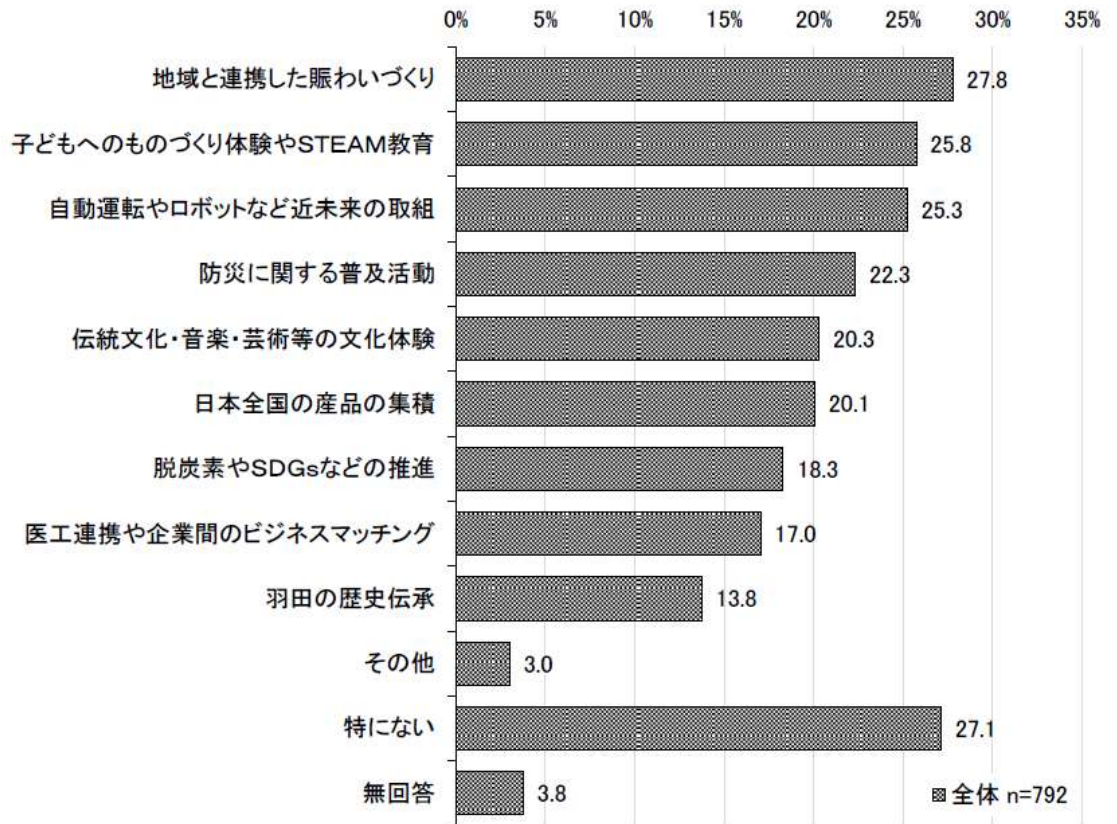
まちに対する満足度調査は、グランドオープン後（令和6年以降）を目途に実施・分析を行う予定です。

なお、令和4年度の区民意識調査では、HICity内において期待される取組について調査しており、「地域と連携した賑わいづくり」が27.8%で最も高く、次いで「子どもへのものづくり体験やSTEAM教育」（25.8%）、「自動運転やロボットなど近未来の取組」（25.3%）が続く結果となっています。

本事業におけるキーワードである「地域」や「自動運転」「ロボット」が根付き始めているとともに、区の特徴である「ものづくり」についても期待が寄せられていることが見受けられ、大田区の独自教科である「おおたの未来づくり」とも親和性のある教育コンテンツにも期待が高くなりました。

他方、「脱炭素やSDGsなどの推進」（18.3%）や「羽田の歴史伝承」（13.8%）についても、HICity内において整備されている水素ステーションやインフォメーションセンターを単なる施設として終わらせることなく、様々な機会を捉えて整備目的につながる取組みを行うなど、創意工夫をこらした対応が必要と考えます。

## HICity の取組へ期待すること



#### 4 経営状況

以下のとおり、今年度は収益性に一時的な落ち込みがみられましたが、安全性には特段の問題は見受けられず、引き続き本事業を適切に実施できる状況にあると判断します。

##### (1) 羽田みらい開発株式会社 (SPC)

###### ア 営業収益

813,683 千円 (前年比 4.10%減)

###### イ 経常損失

5,401 千円 (前年比 301.11%減)

###### ウ 当期純損失

3,745 千円 (前年比 281.48%減)

###### エ 固定長期適合率 (固定資産 ÷ (固定負債 + 自己資本))

90.21%

低い方 (100%以下であること) が望ましい。

###### オ 流動比率 (流動資産 ÷ 流動負債)

336.25%

高い方 (100%以上であること) が望ましい。

###### カ 財産の状況

総資産が 1,233,681 千円。純資産が 123,518 千円 (負債の割合が大きい  
が、大半は定期借地権設定契約の締結に伴う預り保証金であり、有利子負債  
はない。)

##### (2) 羽田みらい特定目的会社 (TMK)

###### ア 営業収益

2,185 百万円 (前年比 0.46%増)

###### イ 経常損失

641 百万円 (前年比 15.17%増)

###### ウ 当期純損失

446 百万円 (前年比 13.69%増)

###### エ 固定長期適合率

55.09%

###### オ 流動比率

1178.49%

###### カ 財産の状況

総資産が 63,987 百万円。純資産が 13,362 百万円 (TMK についても負債  
の割合が大きい、建設のための特定借入によるものが大半である。)

## 第5章 総評・提言

### 1 総評

令和4年度は、春・秋に「先端と文化の融合によるヒト・コト・モノの分野を超えた交流」をテーマとした“EXPO”、夏・冬に文化体験をメインテーマとした“季節のキャンペーン”というHICityにおける年間行事の方向性が固まった年となりました。これにより、これまで実施してきたワークショップなどの各コンテンツを定期的・計画的に企画及び広報しやすくなったものと考えられます。

また、企画の検討においては、各委員会事務局スタッフが区内の関係施設を訪れ、連携の可能性について意見交換を実施するなど、区内への積極的な働きかけが行われた結果、区内の事業者や団体との連携が加速しました。今後も区内団体等との繋がりを活かし、連携事例を積み上げていくことで、まちの認知度向上や愛着心の醸成につながるものと期待します。

令和5年度はグランドオープンを契機としたセレモニーイベントの開催をはじめ、HICityの事業を広く発信すべく検討が進められています。一過性の取組みではなく、グランドオープンをHICity本来の機能を発揮するスタート地点として、より一層の戦略的な事業展開が求められます。

また、新型コロナウイルス感染症に対する水際対策の緩和や5類感染症への移行などにより、羽田空港の稼働は大幅に回復しています。7月には羽田空港第2ターミナルの国際線発着施設も再開され、HICityにおいても外国人来訪者の増加が見込まれます。入居企業で働く方、会議や研修で訪れる方、ライブ鑑賞に訪れる方、空港利用のため宿泊する方などHICityにはすでに多様な来訪者を獲得しており、これらの来訪者を分析し、ターゲットに合わせた事業展開や施設運営にも取り組む必要があります。

区は、公民連携事業による波及効果を創出し、本事業の目的である「新産業創造・発信拠点」の形成を実現することにより、SDGs 未来都市として掲げる「新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市」の確立に寄与していくため、次のとおり提言します。



## 2 提言

分析結果の概要	
視点	内容
経済波及の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新型コロナウイルス感染症による影響が小さくなったことによりHICity内における経済活動が活発になっている。グランドオープンを契機とした、入居企業等の活動を通じ地域経済への更なる波及が期待される。</li> <li>・HICityの入居企業の就業者やHICityでの宿泊者の一定数が区内を回遊して消費活動が行われているものの、就業者や宿泊者の消費活動による地域経済へのさらなる波及に向けた取組みが必要である。</li> </ul>
人の流れの創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・HICityへの来訪者数は引き続き右肩上がりであり、月ベースで令和4年度は令和3年度に比べ1.5倍から最大2.2倍となった。</li> <li>・これまでと同様、イベントの開催やライブホールの公演が来訪者数増加に寄与している可能性が高く、またHICity来訪者の区内滞在地は駅周辺にとどまっている傾向となっている。</li> <li>・データ分析同様、就業者と宿泊者のアンケート調査からも、羽田空港、蒲田、京急蒲田などの主要駅が人流創出におけるポテンシャルであると考えられる。</li> </ul>
認知度・満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・依然としてHICityに近い地域ほど認知度が高いが、HICityから遠い地域でも着実に認知度が高まっている。</li> <li>・イベント時の区立小中学校へのチラシ配付を実施したことにより、ファミリー層の認知度は区民全体の平均を大きく上回り、継続的・戦略的な広報が功を奏したと言える。</li> <li>・これまでと同様、HICityに近い糀谷・羽田地域からの来訪者が多く、HICityからの距離が遠い地域からの来訪者は少ない。</li> <li>・HICity内において期待される取組として、「地域と連携した賑わいづくり」や「自動運転」「ロボット」「ものづくり」が挙げられる一方、「脱炭素やSDGsなどの推進」や「羽田の歴史伝承」も期待される。</li> </ul>
テーマ別分析（スマートシティ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SPCや入居企業において、モビリティやロボティクスなどスマートシティに関連する取組みが実施されている。</li> <li>・空港や他地域との交通アクセスのよさという本施設の立地条件や実証実験が行いやすいまちの特性などに強みがあるが、実証実験に活用できるスペース・共有部分活用範囲の明確化、人流の増加、入居企業同士・区内企業との連携などが課題として挙げられる。</li> </ul>

分析結果に基づく提言	
視点別	全体（経済波及・人流・認知度共通）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・区内事業者との連携等の取組みを継続・発展させること。</li> <li>・区内の地域・産業の魅力発信等の取組みを継続・発展させること。</li> </ul>	<p>【グランドオープンを契機とした情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HICityのグランドオープンを契機とし、経済波及、人流、認知度・満足度の向上につながるよう、区内外問わず積極的な情報発信を行うこと。</li> </ul> <p>【区内経済波及のさらなる創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・入居企業等による経済活動のほか、来訪者による消費活動等の拡大を区内経済波及につなげるため、区内事業者との連携や区内消費の活性化を意識した企画を実施すること。</li> </ul> <p>【HICityへの誘客・理解促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・飲食・物販や足湯、ライブホールなどの人気コンテンツと連携した企画のほか、グランドオープンによる新たな事業内容を踏まえ、多様な目的でのHICityへの誘客を実現し、まちの魅力の理解促進に繋げること。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き、日常的な賑わいづくりの実施及びその広報を行うこと。</li> <li>・ライブホール来訪者のみならず、就業者や宿泊者へ区内回遊を促す仕掛けを設けること。</li> </ul>	<p>【区内回遊】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HICityへの来訪者、宿泊者、就業者等に向けて、区内の事業者や施設と連動した取組みや情報提供を行うなど、区内回遊に資する取組みによって経済波及や人流を創出すること。</li> </ul> <p>【先端産業に係る実証実験のさらなる展開】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HICityでの実証実験を通じて、地域課題解決への貢献が認められるものについては、区内施設などのHICity以外での先端技術の実装に向けた取組みを実施していくこと（区の主催する先端産業に関連するイベント時の情報発信、実証的取組を行う事業者のネットワーク等を活かしたPR、区施設への先端技術の実装可能性の検討、文化産業に関する区内他施設との連携等）。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・「先端産業創造委員会」等において、引き続き実証実験のための場の調整や企業間のマッチングを推進すること。</li> <li>・国内外への発信強化により、時流を捉えた先端産業の取り込みを一層促すこと</li> </ul>	

## 第6章 区施策活用スペース「HANEDA×Pi0」のセルフモニタリング

### 1 HANEDA×Pi0（ゾーンK1・2階）の概要

#### （1）事業目的

HANEDA×Pi0（ハネダピオ）は、①多様な主体による交流・連携機会、②持続可能な社会への課題解決策、③挑戦や学びの機会、の3つを創出することにより、大田区のまちの特色である製造業（ものづくり）を中心とした区内産業を振興し、これによって産業面から地域活性化に寄与することを目的としています。

#### （2）事業手法

区施策活用スペースの運営として、交流空間 Pi0 PARK（ピオパーク）における交流促進やコーディネートに関する事業と、事業目的に合致する企業等に対するテナントゾーンの賃貸を実施します。

Pi0 PARK の運営事業は公益財団法人大田区産業振興協会が実施するほか、テナントゾーンの賃貸及び施設管理は、区から株式会社大田まちづくり公社へ委託により実施しています。

また、令和4年度は、HANEDA×Pi0 を HUB とした新産業創造・発信が自律的に行われる「エコシステム」の構築に向けて、モデル事業を時限的に実施しました。

### 2 セルフモニタリングの考え方

HANEDA×Pi0 は、区内産業を振興し、これによって産業面から地域活性化に寄与することを目的として運営されるため、目的の達成に資する事業を行い、その成果を出すことが求められます。

HANEDA×Pi0 の政策目的を達成していくため、各取組みを整理し、政策目的の達成状況を確認します。具体的には、「事業の創出」を Pi0 PARK の運営事業の、「新産業創造拠点の基盤維持」をテナントゾーンの賃貸・施設管理の「中間アウトカム」とし、その前提となる「初期アウトカム」と「アウトプット」の指標を整理します。

また、エコシステムの構築に向けたモデル事業を実施する間は、「新産業創造・発信エコシステムの構築」を「中間アウトカム」として事業の目的達成状況を確認します。

## セルフモニタリングのロジックモデル



## コラボ

## PiO PARKにおけるオープンイノベーション

PiO PARKでは、多様な主体が出会い、新たなイノベーションを起こしていく過程を広く周知する企業コラボレーションプロジェクト「NEW コラボレーション@PiO PARK」を実施しています。

アパレルセレクトショップ「FREAK'S STORE」を展開する株式会社テイナ・インターナショナルと精密板金加工や各種自動化装置でものづくりを得意とする株式会社大橋製作所(大田区大森南)が出会い、製品開発を開始しました。

試作開発を重ねてオリジナルのアウトドアギアである「焚き火台」と「ランブシェード」がついに完成し、令和5年6月にお披露目となりました。



YouTubeにて開発ストーリーを配信しています。詳しくはQRコードよりご確認ください。

事業	アウトプット指標	初期アウトカム指標	中間アウトカム指標
HANEDA×PiO の運営を通じた 区内企業と 国内外の企業 や組織等との 交流及び事業 創出の促進	【PiO PARKにおけるイベントの開催】 ・イベント件数：202件	【展示会・コーディネート等によるマッチング】 ・参加者数：509人 ・商談件数：500件 ・受注・発注見込み額：2,892万円 ・満足度：100%	【事業の創出】 ・PiO PARKを通じた交流・出展による新規受発注 受発注件数：7件 受発注見込金額：35,206,500円 ・HANEDA×PiOをHUBとした新産業創造・発信エコシステムの構築 自走で継続が期待されるイベント等：3件 区内企業との共同プロジェクト検討：1件 区内企業の新規受発注：2件 新製品・新技術の創出：1件 実証実験検討・実施：1件
	【PiO PARKにおけるコーディネート実施】 ・コーディネート実施件数：65件	【セミナー等での知識向上・交流促進】 ・参加者数：23人 ・満足度：83%	
	【PiO PARKにおける共創プラットフォームの実施】 ・勉強会件数：9件	【PiO PARKの利用】 月額契約者令和4年度利用実績 ・延べ回数：514回 ・延べ人数：981名	
	【PiO PARKの有効活用】 ・月額プラン契約件数（令和4年度末）：14件	【ショーケーシングによる広報】 ・来訪者数：5,905人	
	【PiO PARKにおけるショーケーシング】 ・参加企業数：91社	【海外団体・企業との交流】 ・区内企業と交流した海外企業数：259社	
	【PiO PARKにおける国内外のHUB機能強化】 ・海外からの受け入れ視察件数：12団体106名	【HANEDA×PiOをHUBとした新産業創造・発信エコシステムの構築】 ・メドテックイベントの開催 イベント件数：2件 ・欧州企業へのコンタクト コンタクト数：62件 ・アンバサダーの就任 就任したアンバサダー数：8人 ・オープンイノベーションに向けた情報発信 SNS種類：3件 SNS発信回数：189件	
	【HANEDA×PiOをHUBとした新産業創造・発信エコシステムの構築】 ・メドテックイベントの開催 イベント件数：2件 ・欧州企業へのコンタクト コンタクト数：62件 ・アンバサダーの就任 就任したアンバサダー数：8人 ・オープンイノベーションに向けた情報発信 SNS種類：3件 SNS発信回数：189件	【HANEDA×PiOをHUBとした新産業創造・発信エコシステムの構築】 ・メドテックイベントによる知識向上・交流促進 参加者数：278人 企業数：17社 ・欧州企業との交流 アポイント数：10件 ・アンバサダーによるイベントの開催 開催回数：12回 参加者数：636人 ・SNSにより発信した情報の閲覧・表示 再生・表示回数：689,979回	

## 現状に対する考え方

### 【PiO PARK におけるイベントの開催、コーディネートの実施、共創プラットフォームの実施】

- ・ イベントは月平均 16～17 回と高い稼働率で利用されている。
- ・ 区内企業ならではのニッチな技術に関する展示会を開催し、短時間に多くの商談や受発注を生み出すなど、効率的な取り組みとなっている。今後、外部リソースを活かし、区外からも多様な来場者が見込まれるようなイベントを開催することも有効であると考えます。
- ・ コーディネート実施件数は月平均 5 回～6 回で、今後コーディネーターの認知度を増やすなどにより、件数のさらなる拡大が期待される。
- ・ 区内企業主体の勉強会は定期的に実施されており、今後同様の取り組みが進むことで中間アウトカムである共同プロジェクトや新ビジネス創出件数が増えることが期待される。

### 【PiO PARK の有効活用、PiO PARK におけるショーケーシング】

- ・ PiO PARK の月額契約者の利用延べ件数は月換算で約 40 件と一定の活用がされている。ただし、1 月～3 月の月額登録者の利用率と利用頻度を試行的に分析したところ、利用率は約 73%と高い数字となっていたが、利用頻度にはバラつきがあり、利用者同士のコミュニティ化など、PiO PARK 利用によるインセンティブを今後検討していく必要がある。また、さらなる認知度向上により、新規契約者を獲得することで、恒常的な賑わいが生まれると考える。
- ・ ショーケーシングの来訪者数は月換算で約 500 名弱となっており、ショーケーシングから受発注につながったケースもある。来訪者をさらに増やす工夫を凝らすとともに、出展する側の意欲が高まるような仕掛けも求められる。
- ・ HICity のグランドオープンにより来街者のさらなる増加が見込まれる。PiO PARK においても、イベントや展示会等で訪れる人々を、区内企業や HANEDA×PiO テナント等の様々な主体とつなげ新たな価値を創造することで、PiO PARK に定着してもらう仕組みづくりが重要である。また、交流・連携の機会創出に加え、区内企業の国際化・スタートアップの支援など、プレイヤーを育成していくことも重要となる。運営主体である大田区産業振興協会の知見を活かし、区内産業への波及もより一層意識的に行っていくことが重要である。

### 【PiO PARK における国内外の HUB 機能強化、新産業創造・発信エコシステムの構築】

- ・ メドテックイベントの実施を通じて PiO PARK の医療系 MICE としての優位性が証明され、次年度以降に自走で複数のイベントの実施が予定されている。
- ・ 欧州企業をはじめとした海外企業との交流が PiO PARK を拠点に生まれており、今後も大田区産業振興協会を中心に、PiO PARK を拠点に海外展開支援を継続することが効果的である。
- ・ アンバサダーを中心に新たなイベントを呼び込み、PiO PARK の認知度向上に貢献したが、今後はアンバサダーの発信機能強化や、イベントで呼び込んだ人々を PiO PARK に定着させるコミュニティ化の要素も検討を要する。
- ・ オープンイノベーションに向けた情報発信を通じて PiO PARK のオープンイノベーション機能を象徴する区内企業と区外企業の新たなプロジェクトが生まれており、こうした事例を継続的に生み出していくことが重要である。
- ・ モデル事業について、今後の自走が可能な土壌づくりには成功したが、HANEDA×PiO の目的である「交流・連携の創出」「社会課題解決策の創出」「挑戦や学びの機会の創出」という観点を念頭に置きながら、区内産業の振興や地域活性化につながる実証実験機能の強化や新産業の創出など、様々な分野・観点から具体的な事業を検討していく必要がある。

事業	アウトプット指標	初期アウトカム指標	中間アウトカム指標
テナントゾーンの管理、交流促進によるHANEDA×Pi0の施設運営	<b>【賃貸の実施】</b> ・テナント数：10社 (17/17区画)	<b>【Pi0 PARKでの交流】</b> ・Pi0 PARKでの他社との 打合せ件数：47件	<b>【新産業創造拠点の            基盤維持】</b> ・本施設の使用目的 を踏まえた取組み をしているテナン トの割合：100%
		<b>【テナントゾーンの活用】</b> ・入居率：98%	
	<b>【交流促進の実施】</b> ・交流事業数：8件	<b>【テナント間の交流の実現】</b> ・参加者数：115人	
	<b>【施設維持管理】</b> ・法定点検実施率：100%	<b>【利用者・入居者の満足            度の確保】</b> ・入居者満足度：—	

#### 現状に対する考え方

##### 【賃貸の実施、交流促進の実施、施設維持管理（テナントゾーンの管理、交流促進によるHANEDA×Pi0の施設運営）

- ・テナントゾーンの入居率は98%と高い水準を維持しており、入居テナント事業報告書においても入居者から施設利用に関する一定の評価を得ていることが確認できた。また、必要な法定点検を確実に実施し、適切なテナントゾーンの賃貸・施設管理運営を行った。
- ・交流促進では、HANEDA×Pi0入居テナント間の交流を促す企画を年間8件実施したほか、SPCが設置している先端産業創造委員会に加入するなど街区全体を含むテナント間の交流実現に意欲的に取り組んだ。
- ・一方、主催した交流事業については、参加者数が平均10名強にとどまり、参加テナントにも偏りがみられる。
- ・今後は、参加者にとって参加価値を実感できる交流機会を創出していくことが重要となる。入居者のニーズを捉え、テナント間だけではなく他主体との交流機会の創出なども視野に入れて、テナントゾーンの付加価値創出により貢献することが求められる。



(空白ページ)

## 巻末資料

巻末資料1 成果指標の推移

巻末資料2 昨年度の提言に対する SPC の取組み状況

巻末資料3 テーマ別分析「スマートシティ」

## 巻末資料1：成果指標の推移

先端産業（1/2）		2022年度	
		アウトプット指標	アウトカム指標
自動運転技術の研究誘致による産業集積・研究促進・普及・発信	モビリティ・自動運転に関する企業集積数	<u>モビリティ・自動運転に関する企業集積数：12社</u> ・入居企業：1社 ・協力企業：11社 ※「協力企業」とは、SPCの取組みに参加した入居企業以外の企業を指す	<u>モビリティ・自動運転に関する企業交流数：1件</u>
	モビリティ・自動運転に関する実証実験数	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数：4件</u> ・自動運転バス延伸実証実験 ・入居企業による実証実験 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」スマートシティ技術実証実験	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験参加企業数：10社</u> ・自動運転バス延伸実証実験：4社 ・入居企業による実証実験：1社 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」スマートシティ技術実証実験：5社
医療推進・医工連携推進	ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数	<u>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：15社</u> ・入居企業：5社 ・協力企業：10社	<u>先端医療に関する企業交流数：0件</u>  <u>臨床試験数：0件</u>
マーケットイン型医工連携の推進	医工連携に関するニーズ/シーズ収集数	<u>医工連携に関するニーズ/シーズ収集数：0件</u>	<u>医工連携に関する企業交流数：0件</u>

2021 年度		2020 年度	
アウトプット指標	アウトカム指標	アウトプット指標	アウトカム指標
<u>モビリティ・自動運転に関する企業集積数：</u> 12 社 ・入居企業：1 社 ・協力企業：11 社 ※「協力企業」とは SPC の取組みに参加した入居企業以外の企業を指す	<u>モビリティ・自動運転に関する企業交流数：</u> 2 件	<u>自動運転に関する企業集積数：10 社</u> ・入居企業数：1 社 ・協力企業数：9 社 ※「協力企業」とは、SPC の取組みに参加した入居企業以外の企業を指す	<u>自動運転に関する企業交流数：0 件</u>
<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数：</u> 3 件 ・自動運転バス延伸実証実験 ・入居企業による実証実験 ・スマート技術実証実験	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験参加企業数：8 社</u> ・自動運転バス延伸実証実験：5 社 ・入居企業による実証実験：1 社 ・スマート技術実証実験：2 社	<u>自動運転に関する実証実験数：4 件</u> ・スマートシティ実証実験 ・入居企業による実証実験 ・内閣府 SiP 実証実験 ・その他実証実験	<u>自動運転に関する実証実験参加企業数：23 社</u> ・スマートシティ実証実験：7 社 ・入居企業に実証実験：2 社 ・内閣府 SiP 実証実験：15 社 ・その他実証実験：2 社 ※一部重複企業あり
<u>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：</u> 5 社 ・入居企業：4 社 ・協力企業：1 社	<u>先端医療に関する企業交流数：0 件</u>  <u>臨床試験数：0 件</u>	<u>先端医療に関する企業集積数：0 社</u>	<u>先端医療に関する企業交流数：0 件</u>  <u>臨床試験数：0 件</u>
<u>医工連携に関するニーズ/シーズ収集数：</u> 0 件	<u>医工連携に関する企業交流数：0 件</u>	<u>医工連携に関するニーズ/シーズ収集数：</u> 0 件	<u>医工連携に関する企業交流数：0 件</u>

先端産業 (2/2)		2022 年度	
		アウトプット指標	アウトカム指標
ロボット研究促進	ロボットに関する企業集積数	<u>ロボットに関する企業集積数：</u> 37 社 ・入居企業：3 社 ・協力企業：34 社	<u>ロボットに関する企業交流数：</u> 1 件
	ロボットに関する実証実験数	<u>ロボットに関する実証実験数：</u> 4 件 ・入居企業による実証実験 ・ロボットデリバリー高度化実証 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」スマートシティ技術実証実験	<u>ロボットに関する実証実験参加企業数：25 社</u> ・入居企業による実証実験：1 社 ・ロボットデリバリー高度化実証：5 社 ・「羽田スマートシティ EXPO 2022」スマートシティ技術実証実験：19 社 ※一部重複企業あり
新産業の創造・発信に向けた支援	自らの技術を披露できた企業数	<u>自らの技術を披露できた企業数：69 件</u> ・ビジネスイベント登壇企業 ・EXPO 等での出展企業	<u>ビジネスイベント参加企業数：64 社</u> <u>うち区内企業数：17 社</u> 企業交流数：1 件 <u>うち区内企業数：0 社</u>

2021 年度		2020 年度	
アウトプット指標	アウトカム指標	アウトプット指標	アウトカム指標
<u>ロボットに関する企業集積数：27 社</u> ・入居企業：1 社 ・協力企業：26 社	<u>ロボットに関する企業交流数：1 件</u>	<u>ロボットに関する企業集積数：24 社</u> ・入居企業数：0 社 ・協力企業数：24 社	<u>ロボットに関する企業交流数：0 件</u>
<u>ロボットに関する実証実験数：3 件</u> ・スマートシティ実証実験 ・「HICity スマートシティ EXPO 2021」実証デモ ・「羽田スマートシティ EXPO 2021」スマートシティ技術実証実験	<u>ロボットに関する実証実験参加企業数：25 社</u> ・スマートシティ実証実験：6 社 ・「HICity スマートシティ EXPO 2021」実証デモ：8 社 ・「羽田スマートシティ EXPO 2021」スマートシティ技術実証実験：21 社 ※一部重複企業あり	<u>ロボットに関する実証実験数：4 件</u> ・スマートシティ実証実験 ・「Tokyo Robot Collection」（東京都主催）における実証実験 ・「サービスロボットの展示、実演、実証」（東京都立産業技術研究センター協力）における実証実験 ・その他実証実験	<u>ロボットに関する実証実験参加企業数：22 社</u> ・スマートシティ実証実験：5 社 ・「Tokyo Robot Collection」における実証実験：8 社 ・「サービスロボットの展示、実演、実証」における実証実験：9 社 ・その他実証実験：4 社 ※一部重複企業あり
<u>自らの技術を披露できた企業数：54 件</u> ・オープンイノベーションピッチ登壇企業 ・イベント等での出展企業 ※「ピッチ」とは、短時間で新規ビジネスの売込み等を行う短いプレゼンテーションのこと	<u>ビジネスイベント参加企業数：15 社</u> <u>うち区内企業数：3 社</u> <u>企業交流数：0 件</u> <u>うち区内企業数：0 社</u>	<u>自らの技術を披露できた企業数：10 社</u> ・オープンイノベーションピッチ登壇企業 ・スマートシティアイデアソン参加企業 ※「ピッチ」とは、短時間で新規ビジネスの売込み等を行う短いプレゼンテーションのこと ※「アイデアソン」とは、同じテーマについて様々な人がアイデアを出し合うこと	<u>ビジネスイベント参加企業数：37 社</u> <u>うち区内企業数：18 社</u> <u>企業交流数：5 件</u> ・スマートシティアイデアソンにて 5 社採択 <u>うち区内企業数：0 社</u>

文化産業 (1/2)		2022 年度	
		アウトプット指標	アウトカム指標
文化発信拠点 形成の推進	文化発信施 設整備状況	文化発信施設整備状況：6 施 設	<u>にほん文化体験館利用者数：</u> 5,455 名 <u>にほん魅力案内所（インフォメ ーションセンター）利用者数：</u> 8,241, 名 <u>足湯スカイデッキ利用者数：</u> 165,834 名 <u>羽田昔ばなし横丁：21,512 名</u> <u>ライブホール公演数：278 件</u> <u>アート&amp;テクノロジーセンター</u> <u>利用者数：0 名</u> <u>クリエイティブモール（レンタ ルスペース利用数）：27 件</u>
創造活動を通 じた人材育成	人材育成に 関する取組 み数	<u>人材育成に関する取組み数：</u> 15 事例 ・ AI が描く DEEP ART 展 ・ Art Workshop ・ アート展示 ・ 大田区伝統工芸ワークショ ップ ・ TOKYO CREARIVE SALON 2023/Sound & City 2023 ・ HICity での発表の場提供等 <u>うち、区内企業・団体・学校 との連携取組み数：7 事例</u>	<u>文化活動への複数回参加者数：</u> 0 事例

2021 年度		2020 年度	
アウトプット指標	アウトカム指標	アウトプット指標	アウトカム指標
文化発信施設整備状況：6施設	<u>にほん文化体験館利用者数：0名</u> <u>にほん魅力案内所（インフォメーションセンター）利用者数：7,546名</u> <u>足湯スカイデッキ利用者数：52,925名</u> <u>羽田昔ばなし横丁：0名</u> <u>ライブホール公演数：221件</u> <u>クリエイティブモール（レンタルスペース利用数）：7件</u>	文化発信施設整備状況：6施設	<u>にほん文化体験館利用者数：4,000名</u> <u>にほん魅力案内所（インフォメーションセンター）利用者数：8,807名</u> <u>足湯スカイデッキ利用者数：118,150名</u> <u>羽田昔ばなし横丁：0名</u> <u>ライブホール公演数：64件</u> <u>クリエイティブモール（レンタルスペース利用数）：2件</u>
<u>人材育成に関する取り組み数：5事例</u> ・ライブペイント ・HICity フォトコンテスト ・トリッキングパフォーマンス ・HANEDA ART EVENT ・HICityでの発表の場提供等 <u>うち、区内企業・団体・学校との連携取り組み数：2事例</u>	<u>文化活動への複数回参加者数：0事例</u>	<u>人材育成に関する取り組み数：11事例</u> ・巨大浮世絵「羽田凱風快晴」 ・江戸おもてなし大道芸 ・国芳・写楽巨大提灯制作 ・江戸灯籠街道 ・肉筆ライブアート ・テント×アート ・立体造形アートワークショップ ・デジタルペイントアートワークショップ ・Let's Dance!! ・学生よさこい演舞ステージ ・学生ショートフィルム試写会 <u>うち、区内企業・団体・学校との連携取り組み数：4事例</u>	<u>文化活動への複数回参加者数：0事例</u>



文化産業 (2/2)		2022 年度	
		アウトプット指標	アウトカム指標
先端産業と芸術文化を融合させる活動の推進	先端×芸術文化に関する企業集積数	<u>先端×芸術文化に関する企業集積数：9社</u>	<u>先端×芸術文化に関する研究開発数：1件</u> <u>うち、区内企業・団体との連携数：0件</u>
芸術文化の創造・発信に向けた支援	芸術文化に関する取組み実施数	<u>芸術文化に関する取組み実施数：27件</u> ・夏のお祭りキャンペーンでの取組み ・春先フェアでの取組み ・羽田スマートシティ EXPO 2022 での取組み ・TOKYO CREATRIVE SALON 2023/Sound & City 2023	<u>芸術文化に関する取組み参加者数：40,751名</u>

2021 年度		2020 年度	
アウトプット指標	アウトカム指標	アウトプット指標	アウトカム指標
<u>先端×芸術文化に関する企業集積数：7社</u>	<u>先端×芸術文化に関する研究開発数：1件</u> <u>うち、区内企業・団体との連携数：1件</u>	<u>先端×芸術文化に関する企業集積数：3社</u>	<u>先端×芸術文化に関する研究開発数：3件</u> ・日本文化体験館（羽田出島）におけるMR体験 ・多言語 AI ロボットによる区内の観光情報発信 ・空中ディスプレイによる羽田歴史配信コンテンツ <u>うち、区内企業・団体との連携数：2件</u>
<u>芸術文化に関する取り組み実施数：8件</u> ・シクラメンライブ連携事業 ・羽田スマートシティ EXPO 2021 での取り組み ・HANEDA ART EVENT ・中学生による演奏上映	<u>芸術文化に関する取り組み参加者数：12,884名</u>	<u>芸術文化に関する取り組み実施数：6件</u> ・まち開きイベント ・浮世絵 The World ・HANEDA Petit CINEMA ・アートフェスティバル ・ウィンターフェスティバル ・修学旅行代替事業	<u>芸術文化に関する取り組み参加者数：38,515名</u>

エリアマネジメント		2022 年度	
		アウトプット指標	アウトカム指標
第1ゾーンならではのおもてなしエリアの創出	地域活動数	<u>地域活動数：15件</u> ・多摩川の野鳥観察会 ・まち歩きツアー ・羽田寄席 ・体験・ワークショップ	<u>地域活動参加数：1,749名</u>
羽田ブランドの向上による第1ゾーンの愛着醸成	情報発信数	<u>情報発信数：125件</u> ・公式HP ・公式SNS ・SPC構成企業プレスリリース	<u>HICity 公式サイト等フォロワー数：5,353件</u> ・公式WEB ツイッター登録者数：934件 ・公式Facebook 登録者数：729件 ・公式Instagram 登録者数：3,690件
「新産業創造・発信拠点」の価値向上	(全施設開業後に実施予定)	(全施設開業後に実施予定) ※入居企業、地元や広域企業、芸術大学、クリエイター等を対象とした会員制組織(仮称)「Haneda Creative Academy」の組織設立に向け検討中である	

2021 年度		2020 年度	
アウトプット指標	アウトカム指標	アウトプット指標	アウトカム指標
<u>地域活動数：5 件</u> ・羽田航空博物館展 ・羽田寄席 ・アンダージェットクルーズ ・「(仮称) 未来ものづくり科」連携事業 ・中学生による演奏上映 ・羽田空港見学バスツアー/ アンダージェットクルーズ	<u>地域活動参加数：1,253 名</u>	<u>地域活動数：4 件</u> ・浮世絵 The World (巨大浮世絵「羽田凱風快晴」、江戸灯籠街道) ・羽田びと配信 ・園児歌声収録 ・修学旅行代替事業	<u>地域活動参加数：1,792 名</u>
<u>情報発信数：81 件</u> ・公式 HP ・公式 SNS ・SPC 構成企業プレスリリース	<u>施設認知度：29.2%</u> ※「令和3年度区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査」より	<u>情報発信数：147 件</u> ・公式 HP ・公式 SNS ・SPC 構成企業プレスリリース	<u>施設認知度：26.8%</u> ※「令和2年度区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査」より
(全施設開業後に実施予定) ※入居企業、地元や広域企業、芸術大学、クリエイター等を対象とした会員制組織(仮称)「Haneda Creative Academy」の組織設立に向け検討中である		(全施設開業後に実施予定) ※入居企業、地元や広域企業、芸術大学、クリエイター等を対象とした会員制組織(仮称)「Haneda Creative Academy」の組織設立に向け検討中である	

## 巻末指標2：昨年度の提言に対する SPC の取組み状況

(令和5年7月末現在)

提言（視点別）	現在の取組み状況
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 区内事業者とのビジネスマッチング等の取組みを行うこと。</li> <li>・ 区内事業者との連携のための体制を構築すること（窓口の明確化）。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity の入居企業と区内産業拠点入居企業（テクノ FRONT、テクノ WING、テクノ CORE、六郷 BASE）の交流会を開催するなど、区内事業者との連携のきっかけづくりに取り組んでいます。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日常的な賑わいづくりの実施及びその広報を行うこと。</li> <li>・ ライブホール来訪者へ HICity 内の他施設利用や区内回遊を促す仕掛けを設けること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 区内回遊促進のため、区内観光スポットを巡る周遊サービスをグランドオープン時に開始すべく準備が進められています。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベントの開催等を通じて区内を意識した広報活動を継続すること。</li> <li>・ 飲食や物販、足湯等を活かした企画を検討すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベント開催時には、区立小中学校へチラシを配布することに加え、区設掲示板を活用するなど、区内での情報発信を強化しています。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity の先進性や強みについて情報発信を強化すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ グランドオープンを契機とし、HICity のコンセプトや特徴を広く発信する企画が検討されています。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity における CO2 排出状況等を把握・公表するなど、空港と連携した取組みを検討すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自動運転バス運行の羽田空港への延伸や羽田空港見学バスツアーなど、羽田空港と連携し、周辺地域の理解促進、賑わいづくりに取り組んでいます。</li> </ul>

(令和5年7月末現在)

提言（全体）	現在の取組み状況
<p>【国内外との繋がりを意識した事業運営】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICityの持つ国内外への発信拠点や地方創生のハブとしての役割を意識し、本事業の充実や運営を図ること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「日本一周マルシェ」を継続して開催されており、地方産品の集積・発信に取り組んでいます。また、恒例の事業として開催されている盆踊りにおいても、自治体と連携した企画も検討されており、国内の魅力発信に注力しています。</li> </ul>
<p>【区内経済波及のさらなる創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICityで開催されるイベントやライブホール等の集客コンテンツと区内事業者の連携を視野に、区内消費の活性化を意識する企画を検討すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ コングレスクエア羽田やPi0 PARKなどHICity内の会議・イベントスペースと連携し、MICEの検討が進められています。</li> </ul>
<p>【HICityへの誘客・理解促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ スマートシティとしての強みを活かし、先端技術による街区内の人流分析などを検討し、より効果的に賑わいの創出に取り組むこと。</li> <li>・ 飲食・物販や足湯、ライブホールなどの人気コンテンツと連携した企画を行うなど、HICity内での消費活動の広がりとともに、多様な体験を通じたまちの魅力の理解増進に繋げること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ スマートシティの取組みにおける、データプラットフォームの活用について、検討が進められています。</li> <li>・ 季節のキャンペーンとして、イベントと連動した割引サービスの実施など、入居テナントと連携した企画が行われています。</li> </ul>
<p>【区内回遊】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICityの文化発信施設等と区内の事業者や施設が連動した取組みを検討するなど、区内回遊に関する取組みによって経済波及や人流を創出すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 勝海舟記念館による企画展がHICityの店舗内で実施されるなど、区内文化施設との連携した取組みが実現しています。</li> <li>・ また、区内観光スポットを巡る周遊サービスをグランドオープン時に開始すべく準備が進められています。</li> </ul>
<p>【来訪者の満足度向上と情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 入居者や来訪者にとって満足度の高いまちとなるよう、ユーザー目線での街区点検を行うこと。</li> <li>・ ライブホール来訪者の高い情報発信力を活かし、HICity内の他施設・他機能に関する情報発信を誘発する仕掛けを試みる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駐車場混雑時の対応について、対応方法を検討するなど、入居者の意見を取り入れた施設運営の改善に取り組んでいます。</li> <li>・ 公演者に合わせ、店舗内を装飾するなど、ライブホールの公演に合わせた取組みにより、HICity内の回遊向上が図られています。</li> </ul>

## 巻末資料3：テーマ分析「スマートシティ」

SPC が実施する本事業について、公民連携事業という社会的取組みを多角的に評価するために、テーマを設定した分析を実施しています。

### 1 テーマ分析の概要

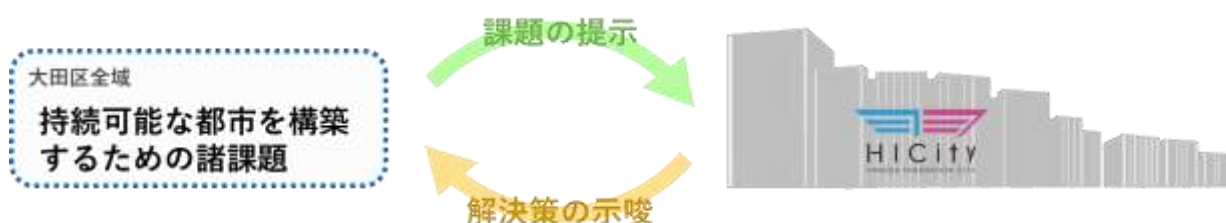
本事業を契機として、区と SPC は地域課題の解決等のためにスマートシティの取組みを開始し、モビリティやロボティクスに関する取組みを本施設で行っています。また、入居企業においても、スマートシティに関連する各種研究が進められています。

また、道路交通法の改正や東京都によるスマートシティ推進に向けた動向が加速しているほか、大田区が SDGs 未来都市へ選定されるなど、近年のスマートシティに関連する区を取り巻く状況も変化しています。このようなことから、今年度のテーマ分析のテーマを「スマートシティ」に設定しました。

### 2 本事業とスマートシティ事業との関係

#### (1) SPC の取組み

HICity におけるスマートシティの取組みは、公民連携の下、区が抱える多様な地域課題を解決し、持続可能な都市とするためのテストベッド（先端技術を活用した実証的取組を行う場）として国土交通省が定める「スマートシティ先行モデルプロジェクト」に選定されています。



HICity では大田区の課題解決に向け、「空間情報データ連携基盤の構築」、「自動運転バスによる回遊性向上」、「ロボットデリバリーサービス」等の取り組みを展開しています。

#### 【空間情報データ連携基盤の構築】

施設内に設置されたビーコンやセンサー等により、人流データや各種モビリティ・ロボット等の位置情報等を取得し、リアルタイム情報を可視化することで、施設管理業務の効率化、サービス高度化を図っています。






<p><b>【自動運転バスによる回遊性向上】</b>  HICity と羽田空港第3ターミナル間において、最長3か月の期間を含む複数期間に渡り定常運行を実施する等、HICity 内外において、自動運転バスの実装に向けた取り組みを進めています。</p>	
<p><b>【ロボットデリバリーサービス】</b>  エレベータと連携し、ロボットが自ら別のフロアへ移動配送を行う研究を実施しています。また、異業種のロボットも同時に管制する実証も併せて行っています。</p>	

## (2) 入居企業等による取り組み

HICity 内では入居企業や協力企業による実証実験も多数実施されています。

<p><b>【先端モビリティセンターにおける実証】</b>  先端モビリティセンターに併設されたテスト路を活用し、自動運転車両の走行実証と改良を円滑に行える環境を整備しています。</p>	
<p><b>【体験型実証実験】</b>  一般来訪者も参加・体験できるレストラン形式の実証フィールドを設け、参加者のレビューをもとに実証と改良を重ねています。</p>	
<p><b>【HICity 内でセンサーを用いた実証実験】</b>  電池レスデバイスを用いて、HICity 内の交流スペース等の施設利用状況をデータ化し、混雑状況の可視化を実施しています。</p>	



<p>【PoC (※) の拠点としての活用】</p> <p>HICity を自社の PoC 拠点と位置づけ、HICity の共有部エリアでの自動搬送車の走行テストなど、様々なロボットの実証の場として活用されています。</p> <p>※「PoC」とは proof of concept の略で、新しい技術や手法、アイデアなどが実現可能なものかを確認するための検証行程をいう。</p>	
<p>【羽田スマートシティ EXPO における実証実験】</p> <p>羽田スマートシティ EXPO において、電動キックボードや、自律走行ロボット、警備ロボット、遠隔操作ロボットなど多様なモビリティ・ロボットが集結し、一般来街者にも参加・体験いただける実証実験を実施し、様々なフィードバックを得ています。</p>	
<p>【東京都事業と連携した取り組み】</p> <p>東京都では、先端技術等を活用した便利で快適な都市「スマート東京」の実現を目指しており、スタートアップによる実証支援を行っています。HICity においても本取り組みに参加するスタートアップによる二酸化炭素の可視化による空調最適化に関する実証が行われています。</p>	

### 3 取り組みの方向性と課題（事業者インタビューによる分析）

本事業における「支援・促進」の取り組みを今後向上させていくため、「スマートシティ」の観点から HICity と関係する取り組みを展開している事業者インタビューを行い、今後の展開と課題を分析しました。インタビューの概要は次の通りです。

インタビュー数	12 社
実施時期	2023 年 6 月中旬から 7 月上旬にかけて
インタビュー事項	・ HICity との関係（入居の有無、入居している場合の HICity での事業内容及び他事業所での関連する事業内

	容) ・ HICityで行っている取組みの詳細 ・ 当該取組又は関連する技術開発に関する今後の見通し ・ 研究、開発、その支援を HICityで行う（と連携する）メリット ・ 区内への波及
--	--

**(1) HICityにおいて「スマートシティ」に関する具体的な取組みを促進させるためのポイント**

<p><b>【強み】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 羽田空港及び品川と近く、アクセス面での強みがある。</li> <li>・ 商業とオフィス等、様々な用途の施設が混在しており、空間的にも横・縦の広がりがあり、実証実験のフィールドとして魅力がある。</li> <li>・ 実験までのプロセスが迅速である。</li> </ul> <p><b>【課題】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICityの共有部における活用可能な範囲の明確化</li> <li>・ 通常時における人流の増加及び来客層の多様化</li> <li>・ 入居企業同士や区内企業とのつながりや連携の促進</li> </ul>
---

**(2) HICityにおける今後の「スマートシティ」に関する具体的な取組み**

<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「モビリティ」「ロボティクス」の分野においては、今後も引き続き、実証実験のフィールドとして HICity が活用されることが見込まれる。</li> <li>・ 「ロボティクス」分野については、社会実装フェーズの展開も想定される。</li> <li>・ 「ヘルスケア」「ツーリズム」の分野において、HICityのゾーンA・B・Cのオープンに伴い、実証実験から社会実装まで HICity を舞台とした幅広い取組みへの期待が高まっている。</li> <li>・ スマートシティを支える「センサー」の導入に関しては、実証実験から社会実装まで幅広い取組みが展開される可能性がある。</li> </ul>
---

**4 総括**

今後の本事業における「スマートシティ」に対する取組みの方向性としては次のことが言えます。

まず、課題として挙げられている、実証実験用スペースや共有部の活用範囲の明確化といったハード面における支援と企業間のマッチングの推進については、引き続き「先端産業創造委員会」等において議論がなされることが望ましいと考えられます。

通常時における人流の増加及び来客者層の多様化については、ゾーンA・B・

Cのオープンにより、変化がみられる可能性があるため、引き続き人流の変化を見つつ、状況に応じて通常時の人流増加や来客層多様化のための取り組みが必要と考えられます。具体的には、アクセス面での強みと「ロボティクス」分野や「ヘルスケア」分野における実装フェーズの取り組みを踏まえ、国内外への発信強化により、「ビジネス」や「ツーリズム」に関連する人の流れの取り込みを一層促すことが考えられます。

また、HICity に構築するスマートシティが、区の課題解決に取り組むためのテストベッドの役割を担っている点を踏まえれば、より一層、HICity を舞台とした先端技術を活用した実証的取組が展開されるとともに、HICity での取り組みが区内に波及していくことが期待されます。こうした展開を加速させるためには、区及び事業者が連携してHICityの優位性を活かした実証的取組誘致への取り組みを強化しつつ、区内の施設やまちなかにおいて、先端技術の実装に向けた取り組みを支援していくことが望まれます。

具体的には、実証的取組誘致策として、HICity の有するアクセス性、様々な用途の施設が混在した空間の多様性、実証的取組に関する手続き等の迅速性といった強みを、区の主催する先端産業に関連するイベント時に発信したり、実際に実証的取組を行っている事業者のネットワーク等を活かしてPRする等の取り組みが効果的と考えられます。

加えて、先端技術の実装に向けた取り組みとして、まずは区が保有する施設を対象に、先端技術の実装可能性を検討するとともに、可能性の高い技術について、必要に応じて期間や場所を限定する等により、モデル的に先端技術の導入に取り組むことが有効であると考えられます。

## (参考資料) スマートシティに関するインタビュー調査における主な回答

### 研究、開発、その支援を HICity で行う (と連携する) メリットについて

- ・実証のフィールドとしては魅力的な要素がそろっている。
- ・人が多くいる場所で実証を行える点は魅力である。
- ・エレベータで実証できる場所も魅力である。
- ・横方向に広がりを持っており、自律走行も含めロボットの実証実験のフィールドとして魅力的である。
- ・HICity のようにまちなかに似た雰囲気を実証実験できるフィールドはあまりない。
- ・屋外空間であるものの巨大な私有地であるため、実証実験フィールドとして魅力があると感じる。
- ・空港が近いことはメリットであろう。
- ・実証実験を開始するまでの動きがとても早かった。このスピード感は他の施設等にはない。
- ・一般的な商業施設やオフィス街とも違い、様々な機能を持つ施設が混在しているため他のエリアではできない実証ができる場にある。
- ・今後はインバウンドも狙っていけるのではと思う。この点は HICity ならではの特性かと思う。
- ・羽田空港線の沿線で空港も近く品川も近い。地方から来たエンジニアが HICity に滞在するケースもあると聞いており、アクセス性の観点から相当に魅力があると感じている。
- ・ライブがあると人が集まるため、携帯のキャリアがパンクする。回線が細い中でどうモビリティを動かすのかに取り組んでいる。面白い環境である。

### HICity での実証に関する課題について

- ・Zepp のイベント時には人がたくさん来るが、普段はそれほど多くない。
- ・外に出るのに多少時間がかかるゾーンがある。外に出るための時間のようないちよっとの差の積み重ねが、開発スピードに大きく影響してくる。
- ・通常期に人流が少ないため、そこは課題であろう。
- ・入居者同士の交流は以前から課題はあったが、大田区主導でコミュニティ創出の動きをとっていただいているので改善してきていると感じている。
- ・共用部をどこまで使って良いのかを把握できていない。コリドー部分等、もう少し共用部も活用したいと考えている。
- ・入居企業や区内企業と協業しやすくなるとよい。

- ・空港に近いというメリットを活かし、ふらっと立ち寄るような形で、人を呼び込めるような場所になればよいと思う。
- ・実証した際に色々とデータを取りたいので、一定程度まちに人が多い方がありがたい。
- ・人が思ったより少ない。
- ・横の連携を作る仕掛けを作ってほしい。
- ・エコシステムを構築するように、企業間で連携したり、データ・リソースを共有したりすることができれば、HICityのイノベーションは加速していくと考える。
- ・羽田空港と近いので、海外企業を招いた際の受けは良い。
- ・テナント同士の横のつながりももう少しあればよいが、実際に繋がろうとすると敷居が高い。

HICityで行っている取組又は関連する技術開発に関する今後の見通しについて

- ・ロボットにインプットされたマップと現実の建物のズレをロボット側で解消することの実証。
- ・地域の人々の循環器系の病気の予防のための検診の実施と組み合わせることで、蓄積されたデータを踏まえ、ゾーンA入居企業と連携することは考えられる。
- ・羽田エリア全体を見れば、観光マップのデジタル化等、周遊を促すサービスを展開する事業者等は親和性があると思われる。
- ・物体検知と人物検査の組み合わせ実証の実施。
- ・新型ロボットの開発。
- ・自動運転に関しては、実証実験だけでなく、次のステップとして、事業としての実装や安全性との両立、経済合理性の検証が必要。国の動きと調和を取りながら、今後の動きを考えていきたい。
- ・「センサー」についての実証は色々なところで実施したので、ビジネスをしたい。



---

令和5年8月

発行 大田区産業経済部

〒144-0035

東京都大田区南蒲田一丁目20番20号大田区産業プラザPi0

電話：03-5744-1641（直通）

FAX：03-6424-9922

---