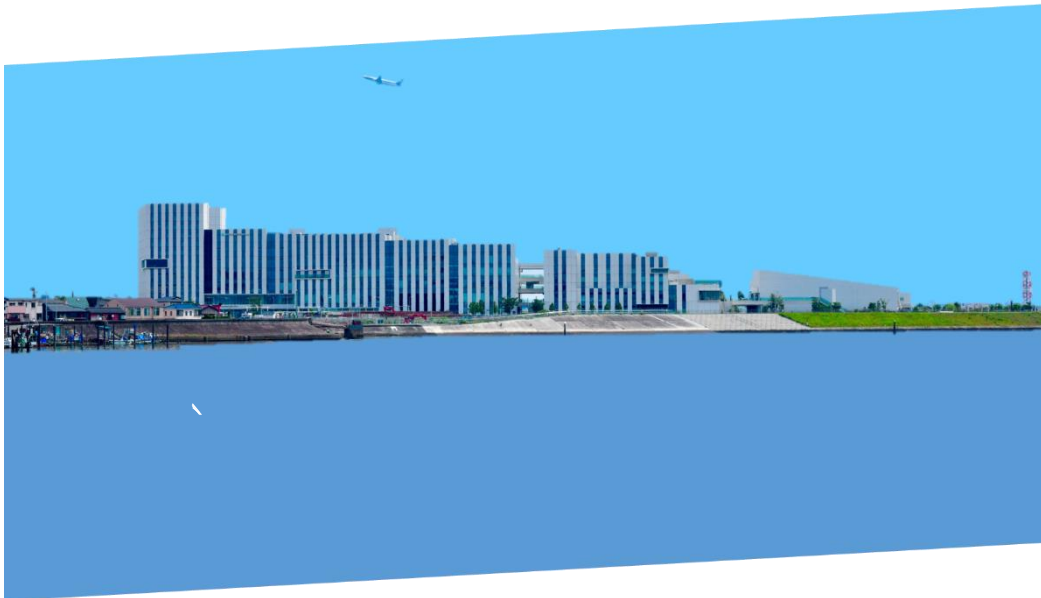


令和6年度
羽田イノベーションシティ
モニタリング報告書



令和7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6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6年度の事業成果・・・・・・・・・・・・・・7

第4章 令和6年度の事業評価

- 1 経済波及の創出・・・・・・・・・・・・・・・・・・17
- 2 人の流れの創出・・・・・・・・・・・・・・・・・・20
- 3 HICityの認知度・満足度・・・・・・・・・・・・29
- 4 HICityの入居企業満足度・・・・・・・・・・・・36
- 5 経営状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・39

第5章 総評・提言

- 1 総評・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・40
- 2 提言・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・41

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・・・・・・・・・・・・・・・・43
- 2 セルフモニタリングの考え方・・・・・・・・・・43
- 3 セルフモニタリング・・・・・・・・・・・・・・45

巻末資料1 成果指標の推移・・・・・・・・・・・・49

巻末資料2 昨年度の提言に対するSPCの取組み状況・59

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6年度の事業経過等について

1 事業の経過

令和6年度はグランドオープンから1周年を迎え、令和5年度中に竣工したゾーンA・B・C含め、様々な取組みが行われました。

5月に「初夏ふえす」を開催し、日本各地の産品を集めた地域周遊マルシェや羽田の干潟体験会、親子で挑戦する宇宙からの帰還プロテクター作りなど、週末を中心に様々なコンテンツが企画され、多くの親子連れでにぎわいを見せました。また、8月の「夏祭」では、レトロゲームづくりを体験できるプログラミング教室や、空港にちなんだ子ども向けワークショップ等に加え、「台湾好包（ハオパオ）フェス 2024」が開催され、台湾文化に触れながら日本の盆踊りを楽しむお客様で街が賑わいました。さらに、11月にはHICityのグランドオープン1周年記念イベント「あわい」が開催されました。AR等の先端技術を活用した年賀状づくり体験のほか、人気漫画「宇宙兄弟」の特別企画展や大田区町工場等の素材を粉末化したアート展示など、テクノロジーからアートまで多様なコンテンツが実施されました。また、同日開催された「OTAふれあいフェスタ」（以下、「フェスタ」という。）とHICityをつなぐ連携イベントを実施し、来場者の区内回遊を促進しました。

企業支援については、昨年に引き続き、イベント開催に合わせて参加事業者と入居企業をつなぐHANEDA INNOVATION CROSS MEET（ハネダX）を開催しました。また、川崎市のキングスカイフロントで開催された「キングスカイフロントサイエンスフォーラム2024」においては、HICity入居企業に出展の場を提供し、HICityでの取組みの発表や川崎市の企業・研究所等との連携促進の機会を創出しました。

交流人口の創出においては、フェスタと連携し、同イベント会場である平和島や区内の名所である池上本門寺とHICityを結ぶ周遊バスを運行し区内回遊を促進しました。

スマートシティの取組みでは、HICityで定常運行している自動運転バスの1車種が民間企業としては初のレベル4認可を取得しました。また、LiDARセンサを活用した滞留判定・通行の妨げになるような滞留の散会を目的としたアナウンスの実証実験をフェスタ会場にて行い、来場者の滞留散会によるイベント時の安全確保の検証を行いました。

なお、HICityを取り巻く環境としては、大田区が内閣府から「SDGs 未来都市」ならびに「自治体 SDGs モデル事業」に選定されています。新産業と匠の技が融合するイノベーションモデル都市を目指して取り組む上で、HICityは中核を担う施設として、期待されています。

2 事業の概況データ

令和6年4月から令和7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6年度	参考：令和5年度
来街者数	3,675,349 名	3,505,296 名
入居企業数	55 社	51 社
製品の紹介等を行った自治体数	12 自治体	19 自治体
会議研修センター利用数	394 件	189 件
滞在施設利用状況	192,516 名	134,536 名
水素ステーション使用台数	2,232 台	2,222 台
体験型商業施設利用状況	1,320 名	3,200 名
インフォメーションセンター利用状況	※10,149 名	※9,680 名
足湯スカイデッキ利用状況	※151,436 名	144,430 名
ライブホール公演数	291 件	310 件
飲食店舗等利用状況	1,034,248 名	801,112 名
天空橋駅 HICity 口乗降客数	3,325,750 名	3,199,204 名
駐車場、駐輪場利用台数	190,462 台	171,015 台
情報発信数（HP・SNS・プレスリリース）	560 件	243 件
HICity 公式サイト閲覧数	622,724 回	782,990 回
HANEDA×Pi0 入居企業数	8 事業者	9 事業者
Pi0 PARK 利用者数	29,613 名	24,943 名

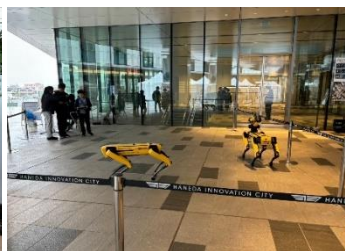
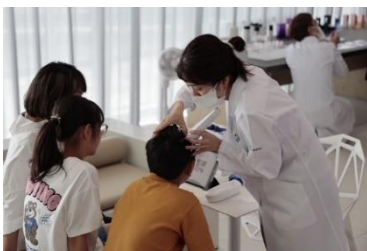
※機器の整備中のため、過去のデータを基に推計値を算出しています。

【令和6年度の取組み】

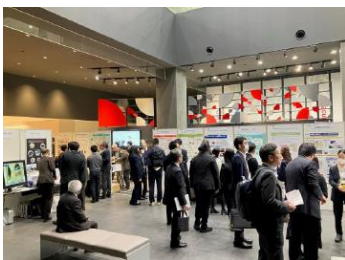
1 先端産業



HICityで実証を重ねていた自動運転バスの1車種が、特定条件下における自動運転レベル4の認可を受けました。また、HICityでの実証実験の知見を活かし、大田区市街地においても自動運転バスの実証実験が実施されました。



また、季節のキャンペーンでは、入居企業等と連携して、ロボット操作やプログラミングの体験、髪や頭皮について学ぶヘルスケア関連イベント等を実施し、様々な先端産業に触れられる機会を提供しました。

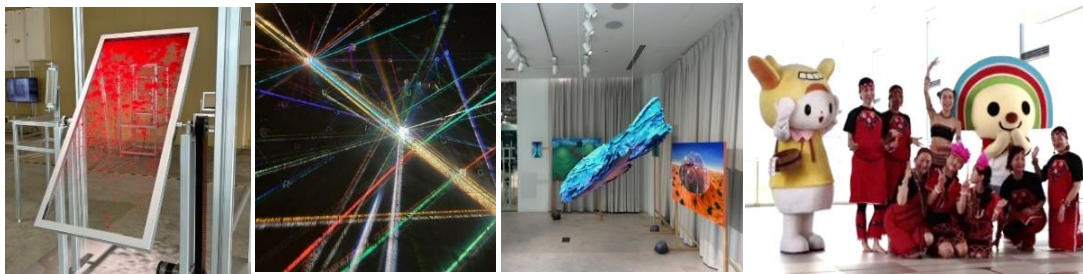


その他、小中学生が社会課題について考えるカンファレンスや、外部企業も巻き込んだピッチイベントの開催、キングスカイフロントで開催されたイベントへのHICity入居企業の出展等を通じて、先端技術の発信や、事業者間や拠点間の交流促進に取り組みました。

2 文化産業



季節のキャンペーンでは、創作歌舞伎や盆踊り、畳コースターづくり等、日本の伝統文化を感じられるイベントから、人気漫画とのコラボ企画等、様々なコンテンツが実施されました。



また、大田区の町工場や市場から収集した素材を粉末化したものを活用したアートや、羽田を中心に世界中の空港を結ぶ航路をイメージした光のアートなど、大田区の特徴を活かした作品が展示されました。季節のキャンペーンの期間以外にも、大田区で活躍するアーティストの作品展示などが行われました。

3 共通事業



建物や町の歴史の解説を聞くことのできるクルージングや、区内の小中学生を対象とした機体工場見学や先端技術体験等のツアーなど、羽田空港や周辺地域への理解促進と愛着の醸成を図るイベントが開催されました。参加者には、羽田空港周辺地域の歴史について記載したチラシも配布しました。

また、ソラムナード羽田緑地周辺の清掃活動と水辺環境に関する意見交換会が開催され、HiCity 周辺で働く人々の横の連携を強化するとともに、羽田の水辺環境の利活用について考える機会となりました。

3 令和6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
自動運転技術等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：17 社</u> （昨年度：12 社） ・入居企業：2 社 ・協力企業：15 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：6 件</u> （昨年度：2 件）
		<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数 8 件</u> （参加企業数：12 社）（昨年度：4 件（参加企業数：9 社） ・自動運転バス延伸実証実験：4 社 ・自動運転実証：4 社 ・入居企業による実証実験：4 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：16 社</u> （昨年度：14 社） ・入居企業：13 社 ・協力企業：3 社	<u>ヘルスケア・先端医療に関する医工連携等の企業交流数：0 件</u> （昨年度：0 件）
		<u>医工連携に関する臨床試験数：0 件</u> （昨年度：0 件）

評価/課題	課題への対応策
・自動運転に関する企業集積に加え、terminal.0 入居企業をはじめとした新たな企業集積が生まれはじめている。 ・企業同士の協業が限定的であり、新たな協業を生み出す仕掛けがない。	・引き続き、これまで HICity と関わりのなかった企業の集積に取り組むとともに、新たに集積した企業等を中心に、交流の機会を創出する。 ・自動運転レベル4 認可を踏まえ、先端産業創造委員会を中心に、HICity の取組みを広く広報するとともに、新規の協業を生み出す場を提供する。
・自動運転バスに関しては、レベル4 の運行許可取得に至るなど成果は評価できる。今後は、HICity 内での実証を踏まえ、社会受容性向上を目指し、これまで以上に発信する必要がある。 ・その他のモビリティに関する実証実験については、terminal.0 を中心に生まれはじめている状況である。 ・JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY が開設され、実証実験成果の広報がはじまっている。	・実証成果等を積極的に HP など情報発信するほか、製品改良時における区内製造業との繋ぎなど、実証を企業の交流の契機とする。 ・引き続き、terminal.0 における実証実験を促進するとともに、新たな先端モビリティに関するテーマ検討を行う。 ・JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY の実証実験データベースを拡充し、これまでの実証実験の成果を幅広く発信することで、新たな実証案件の呼び込みにつなげる。
・藤田医科大学東京先端医療研究センターを中心として、先端医療開発やヘルスケアに関する企業集積が進んでいる一方で、具体的な医工連携に向けた仕組みづくりができていない。 ・先端産業創造委員会が中心となり、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間交流が定期的に行われている。	・先端産業創造委員会が入居企業の窓口となり、協業ニーズを収集・把握し、区や大田区産業振興協会と連携して区内企業と繋げるなど、HICity ならではの医工連携の仕組みを早急に構築する。 ・キングスカイフロントとの拠点間交流を継続的に実施し、協業のきっかけを生み出すための場を提供する。

(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> 21 社（昨年度：29 社） ・入居企業：4 社 ・協力企業：17 社	<u>ロボットに関する企業交流数：</u> 5 件（昨年度：3 件） <u>ロボットに関する実証実験数11件</u> (参加企業数：17 社) (昨年度：実証実験：5 件（参加企業数：20 社）) ・デリバリーロボット実証：5 社 ・LiDAR を活用したロボット走行の安定性・安全性向上実証：3 社 ・分野横断型ロボット統合管制システム等実証：1 社 ・火星探査ロボット実証：1 社等
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> 45 社（昨年度：41 社） ・HANEDA INNOVATION CROSS MEET 登壇企業 ・イベント等での登壇・出展企業	<u>ビジネスイベント参加企業数：</u> 102 社（昨年度：83 社） <u>うち区内企業数：23 社</u> <u>企業交流数：1 件</u>(昨年度：0 件) <u>うち区内企業数：2 社</u>

評価/課題	課題への対応策
・ terminal.0 を中心として、ロボットに関する新たな企業集積が生まれ、ロボットデリバリーの他にも新たな実証実験が生まれている。 ・ 一方、前年度までイベントのコンテンツの一つとして実施していた実証実験数が減少し、それに伴い協力企業数は減少している。	・ 先端産業創造委員会を中心に、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としたフォーラムを開催し、新規の協業を生み出す場を継続的に提供するとともに、場の提供の後、新規の協業やプロジェクト組成を促すような、事後フォローに取り組む。
・ 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。 ・ JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY が開設され、実証実験成果の広報がはじまっている。	・ 実証を行った技術の区内への波及等、HICity での実証だけで終わることなく、対外的に波及効果をもたらす実装へとつなげる。 ・ JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY の実証実験データベースを拡充し、これまでの実証実験の成果を幅広く発信することで、新たな実証案件の呼び込みにつなげる。
・ 区内産業支援施設との交流会やヘルスケアに関する交流イベントの開催など、協業を生み出す機会を創出し、ビジネスイベントの参加企業数が増加している。また、イベントを契機に区内企業との企業交流も徐々に生まれている。 ・ 当該取組みを広く発信することにより、国内外のより多くのプレイヤーの参加を促す必要がある。	・ 引き続き、区内産業支援施設との交流会など、区内企業が HICity 企業と協業を生み出す機会を継続的に創出し、それを広く発信・周知することで、これまで HICity に関わりのなかった新たなプレイヤーの参加につなげる。

(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：7施設 (昨年度：7施設)	体験型商業施設利用者数：1,320名 (昨年度：3,200名) 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： 10,149名※（昨年度：9,680件※） 足湯スカイデッキ利用者数： 151,436名※（昨年度：144,430名）※は過去の実績を基に推計値を算出 食文化発信施設利用者数：54,190名 (昨年度：62,797名) ライブホール公演数：291公演 (昨年度：310公演) アートボックス利用者数：2,700名 (昨年度：500名) クリエイティブモール（レンタルスペース利用数）：20件 (昨年度：28件)
創造活動を通じた人材育成	人材育成に関する取組み数：32事例 (昨年度：24事例) ・ 豊コースターを作ろう！ ・ ファッションショーREFRAIN ・ 満員御礼羽田寄席 ・ we+ OTA CURIO-CITY ・ WONDER POWDER in OTA ・ COLORFUL SKY ・ 区内団体・アーティストによる発表・展示機会の提供等 うち、区内企業・団体・学校との連携取組み数：8事例 (昨年度：9事例)	文化活動への複数回参加者数： 18名（昨年度：42名）

評価/課題	課題への対応策
・体験型商業施設は、閉館以降、一時的な活用にとどまっており、稼働していない。 ・にほん魅力案内所（インフォメーションセンター）及び足湯スカイデッキの利用者が把握されていない。 ・HICity の来訪数は昨年度より増加しているが、食文化発信施設の利用者は減少している。 ・アートボックスにおいて、芸術発信の取り組みが進められており、利用者が増加している。	・体験型商業施設の令和7年度中の定常稼働に向けて、早急に検討を進める。 ・にほん魅力案内所（インフォメーションセンター）及び足湯スカイデッキの利用者数を把握できる仕組みを早急に構築する。 ・季節のキャンペーンと連携した食文化発信施設の有効活用の方法について検討する。 ・アートボックスでの芸術発信に引き続き取り組むとともに、区内に訴求する取組みを拡充する。
・台湾好包フェスやアートボックスを活用した新しい取り組みが行われており、取組み数は増加している。 ・人材育成を目的とした学びの提供の機会は増加している一方で、複数回参加者は減少している。	・創作活動を通じた取組みを継続するとともに、施設外へのより効果的な発信方法を文化産業創造委員会で検討する。 ・参加者のスキルアップを図る継続的なプログラムの導入や発表の場づくりを検討する。

(2) 文化産業 (続き)

目的	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	<u>先端×芸術文化に関する企業集積数</u> ：28 社（昨年度：21 社）	<u>先端×芸術文化に関する研究開発数</u> ：10 件（昨年度：4 件） <u>うち、区内企業・団体との連携数</u> ：5 件（昨年度：5 件）
芸術文化の創造・発信に向けた支援	<u>芸術文化に関する取組み実施数</u> ： 37 件（昨年度：38 件） ・初夏ふえすでの取組み ・夏祭での取組み ・あわい-awai 2024-での取組み ・Tokyo Creative Salon 2025 での取組み ・区内団体・アーティストによる発表・展示機会の提供等	<u>芸術文化に関する取組み参加者数</u> ：52,974 名（昨年度：33,387 名）

評価/課題	課題への対応策
・ terminal.0 への企業集積や、イベントでの区内企業・団体と連携した取組みが増加しつつあるが、一過性の取組みに留まっている。 ・ 研究開発数は増加している一方で、入居企業が主体として実施している件数が少ない。	・ イベントを通じた単発の取組みが多いので、継続的な活動を通じた取組みを検討する。 ・ 各委員会の主導により、先端技術と芸術文化の融合に関する研究開発のきっかけづくりから支援まで総合的な取組みを検討する。
・ 新しい企画、他団体との連携した取組みは増えている。また、OTA ふれあいフェスタや Tokyo Creative Salon 2025 など、他団体主催の企画との連携にも取り組んでいる。 ・ 人気漫画コンテンツの展示や、近年人気を集めているパルクール体験などの連携を図り、HICity に今まで来たことのない来場者層を呼び込んでいる。 ・ 季節のキャンペーンの期間以外の日常的な芸術・文化発信が求められる。 ・ 認知度の低い地区からイベントに来てもらえる工夫が必要である。	・ 引き続き、芸術文化に関する魅力的な企画を検討するとともに、外部イベントとの連携や、大田区の文化資産を活用した取組みにより、HICity の魅力発信と来場促進を図る。 ・ アートボックスなど HICity の施設を活用した、日常的な文化発信活動と情報発信の強化を行う。 ・ 認知度の低い地域との交流機会を積極的に設け、施設の認知度向上を図る。

(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
第1ゾーンならではの おもてなしエリア の創出	<u>地域活動数：24 件</u> （昨年度：20 件） ・羽田の干潟体験 ・日本橋～羽田 スペシャルクルージング ・平和島・羽田周辺のまち歩き ・羽田イノベーションシティ夏スクール 2024 ・「創作歌舞伎×ゆきがや太鼓」 ・清掃活動（多摩川） ・水辺環境フォーラム	<u>地域活動参加数：5,555 名</u> （昨年度：6,243 名）
羽田ブランドの向上 による第1ゾーンの 愛着醸成	<u>情報発信数：560 件</u> （昨年度：243 件） ・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：6,758 件</u> （昨年度：6,282 件） ・X（旧ツイッター）登録者数：1,239 件 ・Facebook 登録者数：885 件 ・Instagram 登録者数：4,504 件 ・Tiktok 登録者数：130 件
「新産業創造・発信 拠点」の価値向上	※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	

評価/課題	課題への対応策
・関連する企業・団体との継続的な取組みや地域に対する防災情報等の周知など、地域活動に取り組んでいる。 ・イベント参加者に対して羽田の歴史を紹介するチラシを配布し、歴史の継承に寄与している。 ・HICity の勤務者や来訪者に対する日常的な「おもてなし」の充実が求められる。	・新たな地域団体と連携した多様な活動を検討することで、地域活動への参加者の裾野を広げる。 ・歴史伝承について、引き続き、多くの来訪者が見込まれるイベント等を通じた発信を検討する。 ・HICity 勤務者へ対するおもてなし、会議やライブなど目的をもった来訪者をターゲットとした、日常的な取り組みを検討する。
・区内最大級のイベント広報紙に広告を掲載する等、区民の認知度向上に向けて取り組んでいる。 ・公式 SNS による情報発信数が大きく増えているものの、新たなフォロワーの更なる獲得には繋がっていないように見受けられる。 ・愛着醸成に向け、HICity 勤務者やイベント外で来訪される方に対する取組みが求められる。	・OTA ふれあいフェスタ等との連携イベントをきっかけに認知した層を HICity 公式 SNS 等、広報チャンネルへ誘導し、広く取組みの発信を行う。 ・イベントの情報発信のみならず、日常的に来訪される方（Zepp 客、ビジネス来訪者など）をターゲットとした情報発信を検討する。 ・アンケート等を通じて HICity 勤務者や一般来訪者の施設に対する意見や想いを的確に把握し、その結果を踏まえた効果的な企画を検討する。
—	—

第4章 令和6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6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6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）、その産業で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6年度の経済波及効果は、グランドオープン後初めて施設全体が通年で本格稼働したことや、令和5年度に引き続き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243.7億円、一次波及効果が約69.6億円、二次波及効果が約31.6億円で、合計約344.9億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) 宿泊者による経済波及

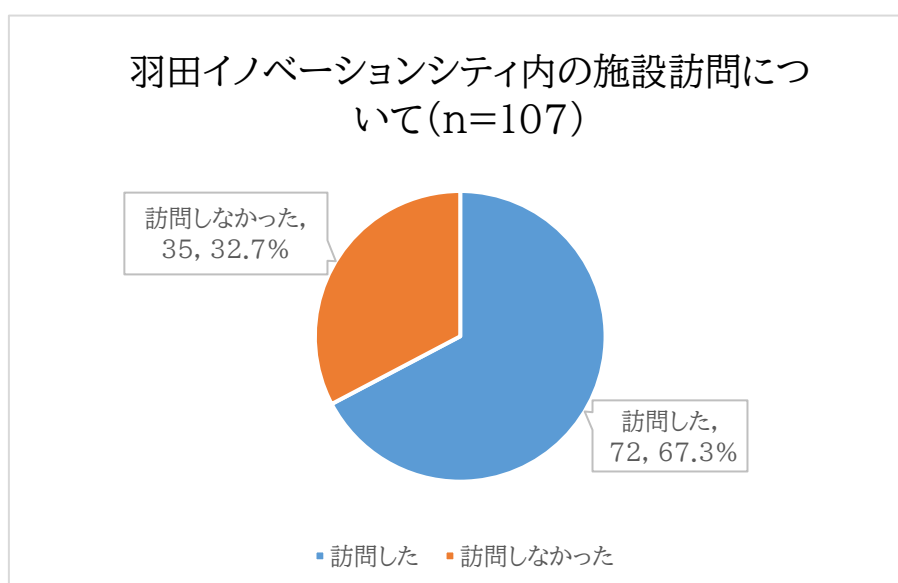
産業連関表に基づく経済波及効果の金額だけでなく、HICity の波及効果の実態を把握するために、HICity にある滞在施設の宿泊者を対象にアンケートを実施しました。アンケートでは、宿泊者が HICity の施設や大田区内を訪問するかなどについて質問しました。

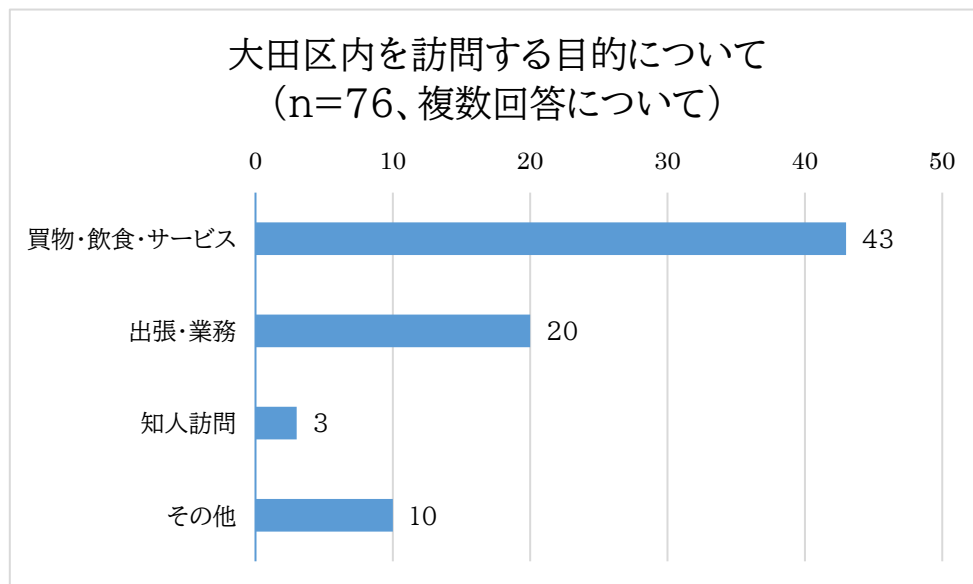
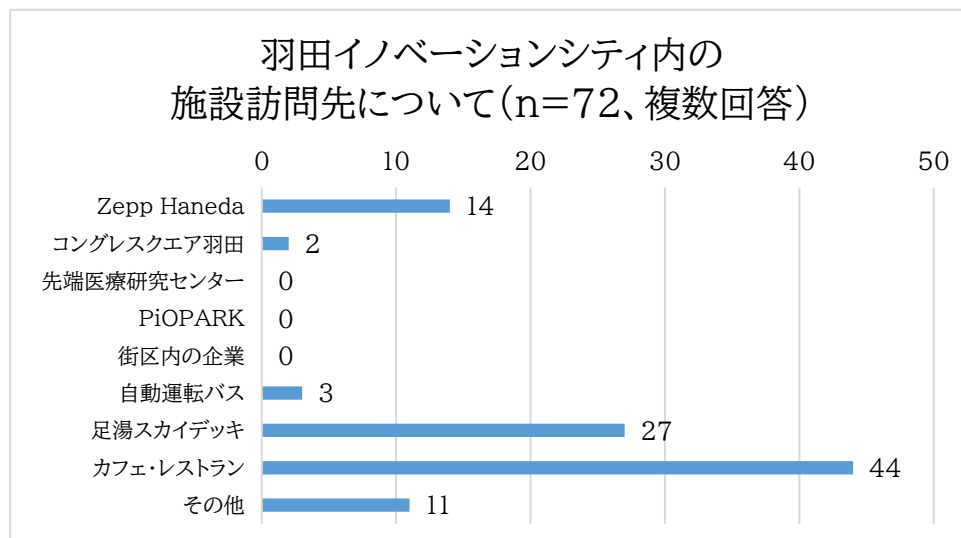
ア アンケートの概要

今回行ったアンケートの概要は以下のとおりです。

名称	宿泊者アンケート
調査方法	①客室への調査票による備え置き ②二次元バーコードを経由したオンライン回答
調査期間	令和7年2月3日～3月16日
対象ホテル	①京急 EX イン羽田イノベーションシティ ②ホテルメトロポリタン羽田
実施方法	①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 ②自動チェックイン・チェックアウト機に設置した二次元コードを読み取り、アンケートを回答
有効回答数	107 件

イ 回答内容





宿泊者の滞在中の過ごし方について、HICity 内の施設を訪問したと回答した人の割合は 67.3%でした。そのうち、宿泊者の訪問先はカフェ・レストラン、足湯スカイデッキ、Zepp Haneda と回答した人が多く、飲食、観光、レクリエーション目的で訪問していることが伺えます。

また、宿泊者が HICity 以外で大田区内の訪問目的を回答した人の多くは買物・飲食・サービスを挙げています。ホテルへの宿泊のみではなく、HICity 内の飲食店利用や区内への回遊にもつながっていることから、区内への経済波及効果が期待できます。

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6年度では、令和5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。

データ提供：KDDI・技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer」

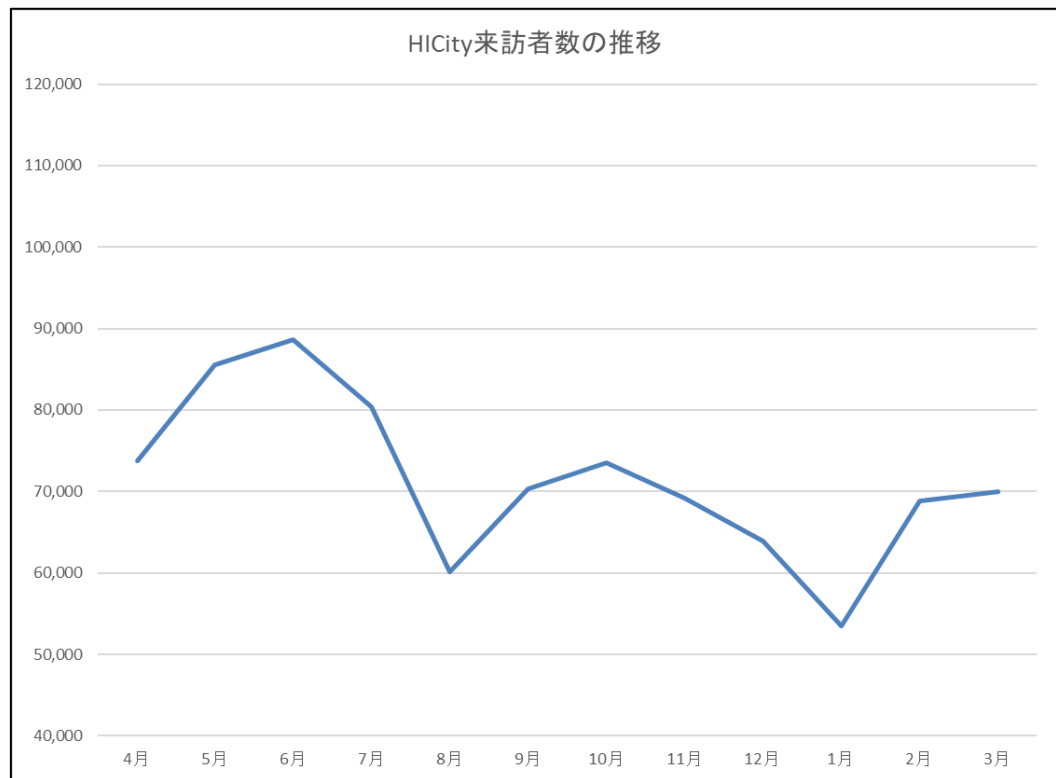
調査に用いたデータは au(KDDI)スマートフォンの位置情報ビッグデータ

(au スマートフォンユーザのうち、個別同意を得たユーザが対象、かつ個人を特定できない処理を行って集計された推計値)。なお、データには 20 歳未満、およびインバウンド観光利用者のデータは含まれない。

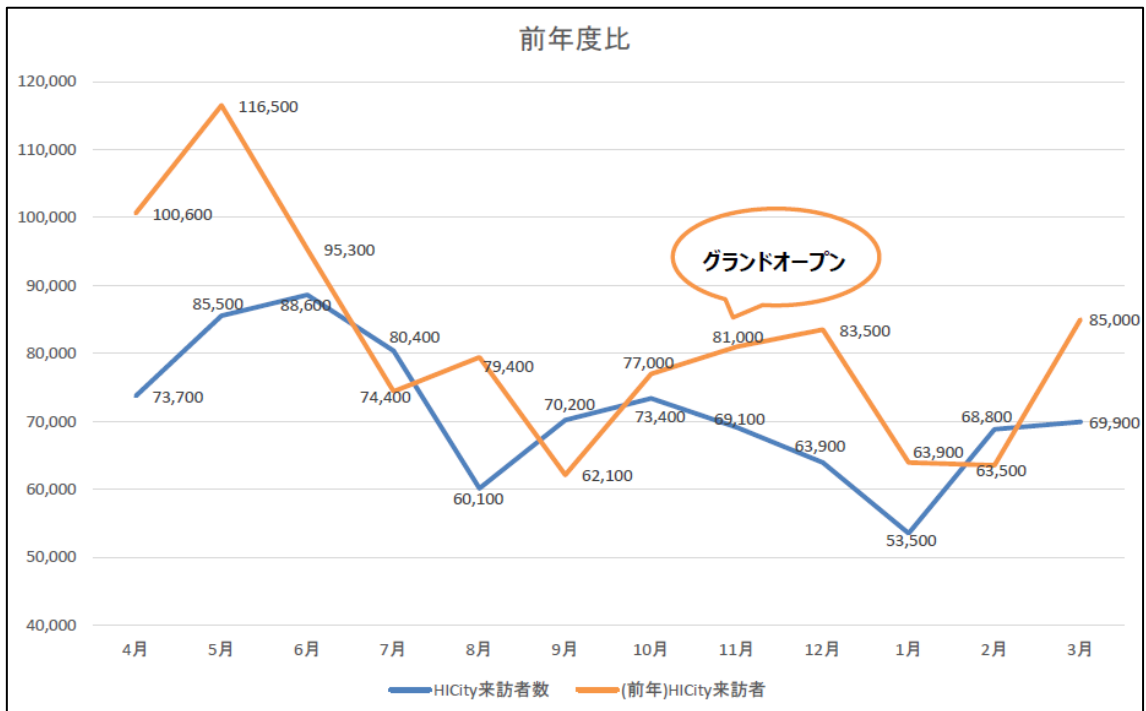
(1) 来訪者数の推移

前年度にグランドオープンを迎え、すべての施設が開かれたHiCityですが、年度当初の来訪者数については、6月に8.8万人を超える来訪者を記録するなど多数の人が訪れていたことが伺えました。要因としては、後述のとおり、Zeppの来訪者が最も多い月であったことが影響を与えているものと考えられます。

その後は年間を通してオープン特需後の落ち着きが見られ、8月に一度来訪者の減少がみられたほか、1月において最も来訪者数が減少しました。



また、前年度の来訪者数との比較においては、5～6月の来訪者数は、前年度のグランドオープン時期（11月）の来訪者数を上回ったものの、今年度における来訪者数の合計は85.7万人であり、前年度合計の98.2万人を下回る結果となりました。月別でみると、7月、9月、2月の3か月においてのみ前年度を上回る結果となり、全体として来訪者数は減少傾向となりました。これは、令和5年度前半にかけて、ゾーンA、B、Cの工事関係者の増加の影響があった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、令和5年度に引き続き、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

	R 6 年間 来訪者数	R 5 年間 来訪者数	R 6 年間 来訪者割合 (%)	R 5 年間 来訪者割合 (%)
ゾーンA	65,600	84,700	7.4%	8.3%
ゾーンB	37,500	60,500	4.6%	5.2%
ゾーンC	6,300	32,600	0.8%	2.7%
ゾーンD	117,600	121,100	13.5%	12.7%
ゾーンE	106,400	103,100	12.2%	10.8%
ゾーンH	250,300	299,700	29.0%	31.1%
ゾーンI	60,300	77,600	7.0%	7.8%
ゾーンJ	132,600	183,200	15.5%	18.6%
ゾーンK	189,900	189,900	22.2%	19.6%

※%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



また、ゾーンKでは、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、令和5年度同様に安定して高い割合となっております。加えて、ゾーンJにおいては、会議研修センター及び滞在施設の利用により来訪者が多いエリアとなっています。ゾーンCのterminal.0は単一テナントのため、年度を通して概ね一定の割合となっております。ゾーンBは入居テナント数の増加に伴い、徐々に割合が上昇しています。

ゾーン別来訪者の推移

	A	B	C	D	E	H	I	J	K
4月	5.0%	2.2%	0.3%	21.0%	14.8%	30.1%	10.2%	16.3%	19.7%
5月	4.7%	2.1%	0.4%	14.4%	14.9%	31.8%	10.9%	16.0%	25.4%
6月	11.7%	2.4%	0.4%	15.1%	15.1%	31.3%	6.5%	16.5%	19.5%
7月	19.1%	2.9%	0.1%	17.7%	7.4%	23.8%	4.9%	13.0%	22.1%
8月	7.0%	3.2%	0.7%	14.2%	10.3%	26.6%	7.0%	16.9%	21.0%
9月	5.0%	5.7%	1.0%	14.8%	12.5%	30.9%	7.0%	14.2%	22.7%
10月	5.8%	4.3%	1.1%	13.1%	11.2%	28.8%	6.9%	15.5%	21.1%
11月	5.9%	4.2%	1.5%	11.2%	14.0%	26.3%	8.1%	14.6%	22.2%
12月	4.5%	6.7%	1.5%	11.7%	11.1%	26.7%	6.5%	16.7%	25.2%
1月	6.8%	8.4%	0.9%	10.6%	8.9%	21.9%	6.5%	16.9%	26.0%
2月	7.3%	6.4%	0.3%	8.8%	12.0%	34.2%	4.2%	14.5%	20.7%
3月	6.7%	6.4%	0.8%	9.5%	14.9%	35.2%	5.0%	14.9%	21.1%

月別の来訪者とライブホールの公演数について、令和4年度以降はアフターコロナとして、国及び東京都による緊急事態宣言、まん延防止等重点措置などの発出もなく、イベント需要が回復しました。

令和6年度は令和5年度と同様、イベント需要が継続しており、公演数は21～30回（各月の平均公演数24回）、Zepp来訪者割合は21.9～34.9%（各月の平均Zepp来訪者割合29.0%）と、例年よりもやや月によるばらつきは見られたものの、安定した来訪者の獲得につながりました。

HICity の来訪者と Zepp の来訪者・公演の推移

	HICity 来訪者 (人)	Zepp 来訪者 (人)	Zepp 公演数 (回)	Zepp 来訪者 の割合
4 月	73,700	22,200	22	30.1%
5 月	85,500	27,200	23	31.8%
6 月	88,600	27,700	21	31.2%
7 月	80,400	19,100	22	23.7%
8 月	60,100	15,900	25	26.4%
9 月	70,200	21,700	25	30.9%
10 月	73,400	21,100	22	28.7%
11 月	69,100	18,100	27	26.1%
12 月	63,900	17,000	26	26.6%
1 月	53,500	11,700	22	21.8%
2 月	68,800	23,700	26	34.4%
3 月	69,900	24,400	30	34.9%
平均	71,400	20,800	24	29.1%

ライブホールの公演日における HICity の平均来訪者数（2,581 人）は、公演がない日における平均来訪者数（1,456 人）の約 1.77 倍であり、令和 4 年度の約 1.58 倍、令和 5 年度の約 1.41 倍を上回っており、依然としてライブホールは HICity 来訪者数の増加に寄与する施設であると考えられます。

（3）来訪者の動き

HICity 来訪者による区内他施設への移動を把握すべく、HICity にて情報発信を行っている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、来訪状況について分析しました。

結果として、令和 5 年度と同様、羽田空港の各ターミナル駅や整備場駅などの羽田空港周辺エリア、京急蒲田駅周辺エリアや J R 蒲田駅周辺エリア、HICity に近接する大鳥居駅・穴守稲荷駅周辺エリアといった交通施設への滞在が目立ちました。また、神社・寺院に関するスポットでは、穴守稲荷神社周辺や白魚稲荷神社周辺、玉川弁財天周辺といった、HICity に近接する糀谷・羽田地域内の施設への訪問が多いことについても確認できました。

結果として、交通施設への滞在や糀谷・羽田地域内の神社・寺院への訪問が多いという傾向は概ね令和 5 年度と同様のものとなりました。

HICity 来訪者のうち、同日に滞在した区内スポット等の上位 10 地点
(HICity 総来訪者数：N= 857,700)

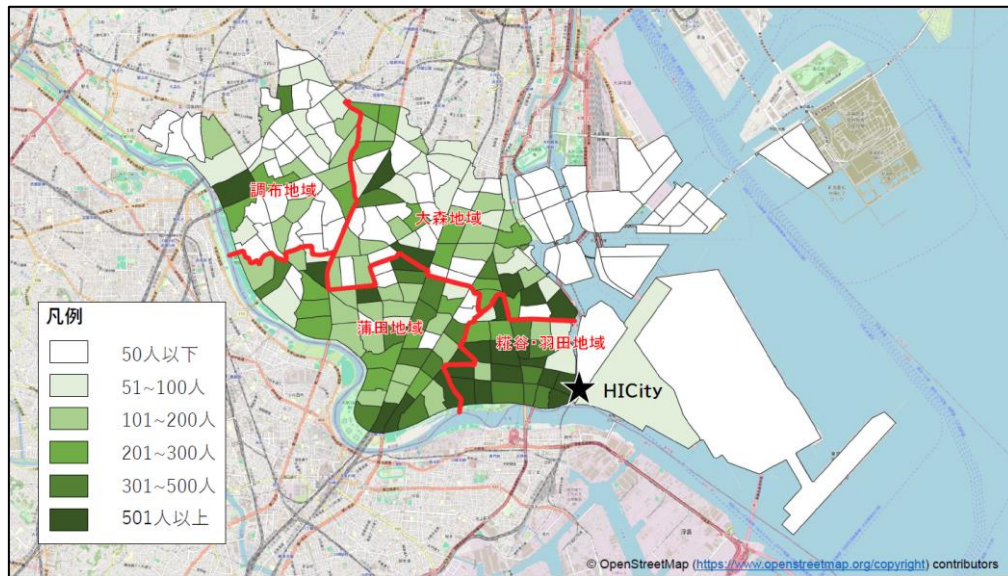
	同日併用	滞在者数(人)	割合(%)
1	羽田空港第3ターミナル駅周辺	19,000(21,600)	2.22(2.20)
2	羽田空港第1・第2ターミナル駅周辺	17,200(17,800)	2.01(1.81)
3	京急蒲田駅周辺	13,800(12,700)	1.61(1.29)
4	蒲田駅周辺	11,700(10,900)	1.37(1.11)
5	穴守稲荷神社周辺	10,900(12,000)	1.28(1.23)
6	白魚稲荷神社周辺	8,600(8,600)	1.01(0.88)
7	大鳥居駅周辺	6,900(10,200)	0.81(1.08)
8	穴守稲荷駅周辺	6,700(14,000)	0.78(1.43)
9	整備場駅周辺	5,200(38,700)	0.61(3.94)
10	玉川弁財天周辺	4,700(5,600)	0.55(0.58)

※括弧内は昨年度データを記載。60 分以上滞在した人のみ対象としており、スポットを単に通過した来訪者は含まれない。

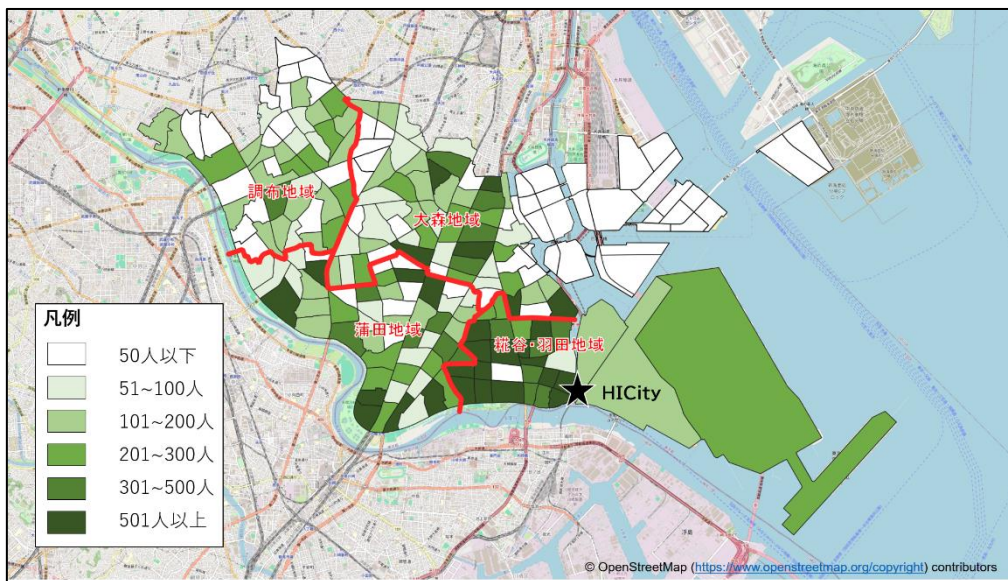
次に、HICity 来訪者のうち、区民の居住地(町丁目別)を確認したところ、HICity に近い糀谷・羽田地域からの来訪者が多く、蒲田地域・大森地域・調布地域と HICity からの距離が遠くなるにつれて概ね来訪者が少なくなる傾向が、令和 5 年度と比較してさらに顕著に見られました。これは、後述する「3 HICity の認知度・満足度」の地域別認知度においても、HICity に近い地域ほど概ね認知度が高くなり、両者には共通の傾向が見られました。

引き続き、糀谷・羽田地域以外の地域の認知度や来訪者数の向上に向けた施策が求められます。

HICity 来訪者の大田区内居住地状況（令和 6 年度）



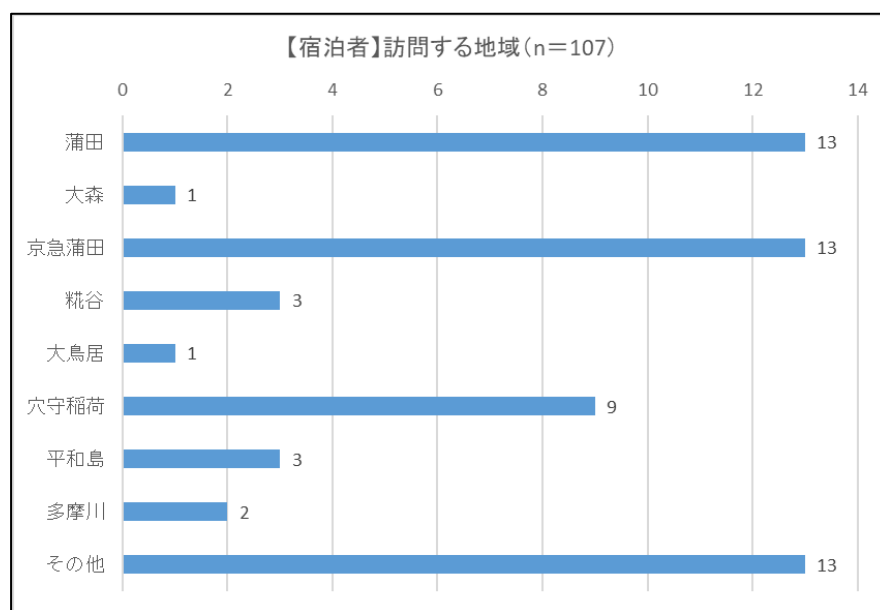
※参考：HICity 来訪者の大田区内居住地状況（令和 5 年度）



（４）宿泊者の特徴

令和 6 年度調査結果によると、宿泊者に占める羽田空港利用者は 81.3% であり、令和 5 年度の 80.4% から約 0.9 ポイント増となりました。依然として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、区内を訪問すると回答した人では蒲田、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。



	回答数	宿泊者の訪問目的(複数回答)			
		買物・飲食・サービス	出張・業務	知人訪問	その他
蒲田	13	11	2	0	0
大森	1	1	0	0	0
京急蒲田	13	11	1	1	0
糀谷	3	2	0	1	0
大鳥居	1	1	0	0	0
穴守稲荷	9	6	3	0	0
平和島	3	2	1	0	0
多摩川	2	1	1	0	0
その他	13	5	4	0	4
(回答数)	58	40	12	2	4

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6年度においては区民意識調査結果の活用に加え、HICity 来場者へのアンケート調査を行い、当該結果を活用した分析を行いました。

(1) 認知度

区民による HICity の認知度は、「令和6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 43.9%であり、令和5年度の 52.1%より 8.2ポイント下落しました。また、地域別では、糀谷・羽田地域が 79.4%、蒲田地区 48.9%、大森地区 38.0%、調布地区は 36.5%であり、例年と同様に概ね 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6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

昨年度からの比較では、居住地域別認知度については蒲田地区を除き、認知度が高まっていることが確認できたものの、全体の認知度については下落している結果となりました。特に、糀谷・羽田地区における認知度は 9.3ポイントと大きく上昇しましたが、HICity から遠い地域についても微増ではあるものの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6年度	43.9%	79.4%	48.9%	38.0%	36.5%
令和5年度	52.1%	70.1%	52.6%	35.0%	36.4%
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%

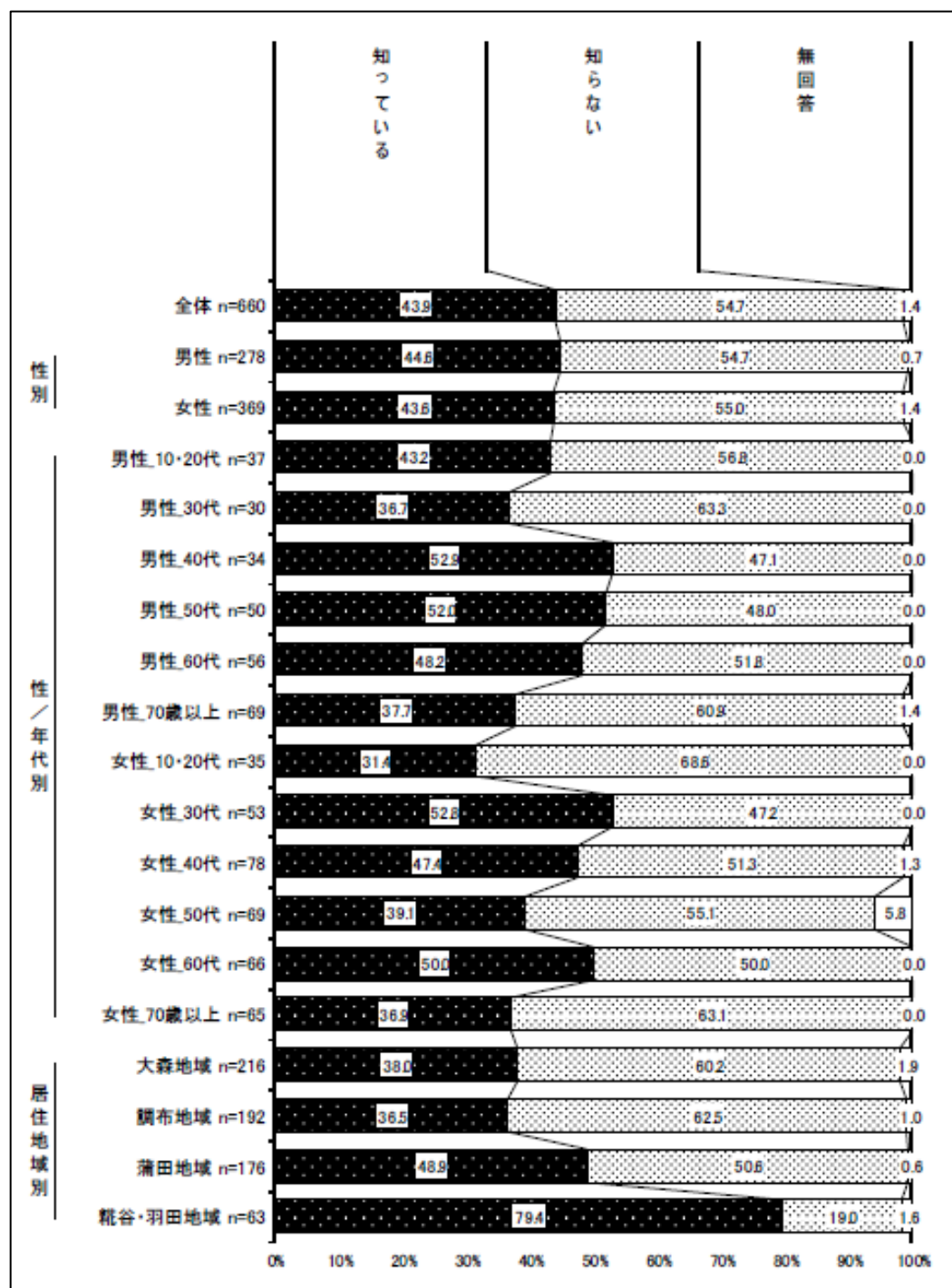
なお、各居住地域別の認知度が増加傾向にあるものの、全体の認知度が下がったことの要因の一つとして、例年認知度が低い傾向にある、大森地域、調布地域の回答者数が令和５年度調査と比較して大きく増加していることも考えられます。

性別ごとの認知度については、「男性」の全体平均は 44.6%（前年度 52.2%、前年度比 7.6 ポイント減。）であるのに対し、「女性」の全体平均は 43.6%（前年度 53.4%、前年度比 9.8 ポイント減。）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。

また、年代別の認知度については、男性は「40 代」の割合（52.9%）が最も多く、女性は「30 代」の割合（52.8%）が最も多い結果となりました。

令和３年度以降、HICity におけるイベント開催時に区立小中学校にてチラシを継続的に配布しているため、区内居住者の中でも子育て世代の認知度が高い結果となりました。一方、小中学生未満の子を持つ世代（主に 20 代～30 代）については、小中学生以上の子を持つ世代と比較して認知度が低い結果となりました。「大田区基本計画（令和７年３月策定）」によると、20～30 代については転出入による流動性が高いため、HP や各種 SNS 等による継続的かつ積極的な周知が必要と考えられます。

性別・性／年代別・居住地域別



(2) 満足度

大田区施策活用スペース「HANEDA×Pi0」の「Pi0 PARK」に会場した一般来場者向けに「HICity 満足度調査」を HICity イベント期間中（5月、8月、11月）実施しました。本調査は令和6年度に初めて実施しました。

回答にあたっては、以下の通り6段階で確認するとともに、「わからない」の回答も可能とする選択式としています。

1. 満足している	2. やや満足している
3. どちらともいえない	4. やや不満である
5. 不満である	6. わからない

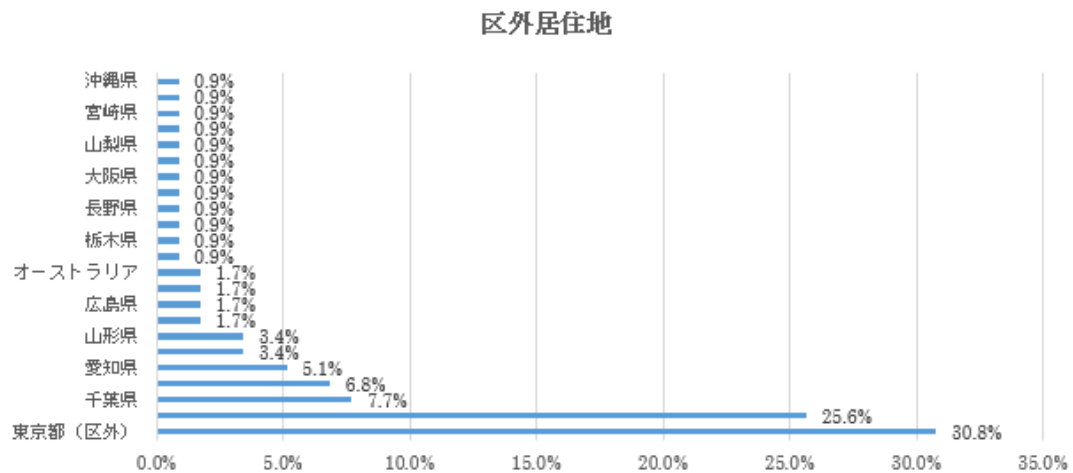
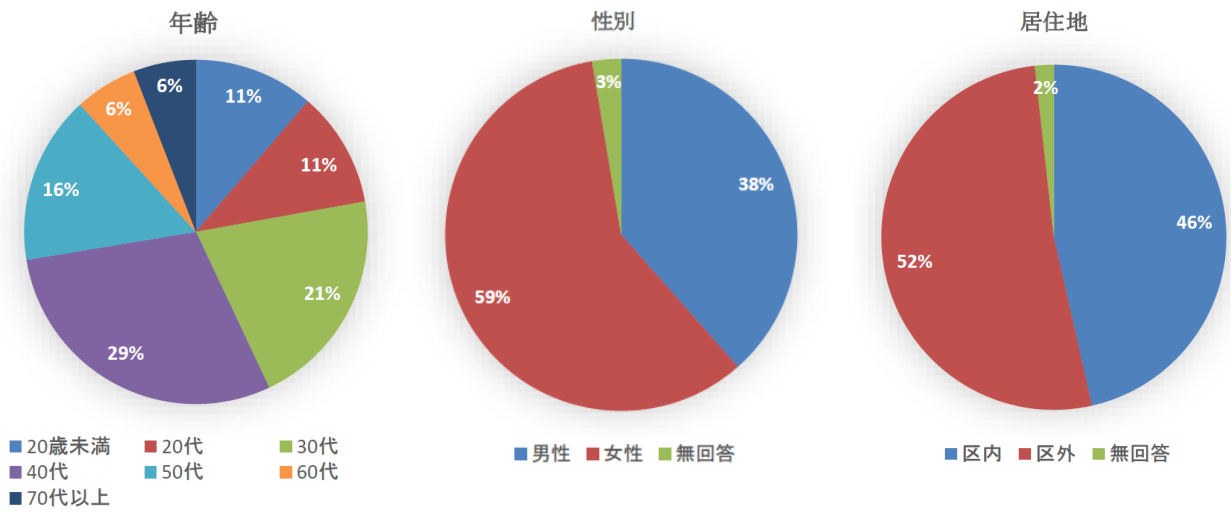
ここでは、『1. 満足している』、『2. やや満足している』の上位2段階までの回答を選択した場合に、満足度が高いとの回答が得られたものと整理します。

来場者の特徴として、年齢層は比較的30～40代が多く、区外からの来場者が区内からの来場者より多いことが分かりました。回答者の50%は初めて来訪しており、2回が12%、3回以上は19%でした。初めて来訪した方の訪問目的の比率としては、観光32%、イベント13%、LIVE11%、仕事2%でした。また2回以上訪問している方の訪問目的としては、観光21%、イベント14%、LIVE7%、仕事10%という結果となりました。このことから初めて来訪した方は観光目的が多く、2回以上訪問している方はビジネス利用で来訪している方が多いことが伺えます。

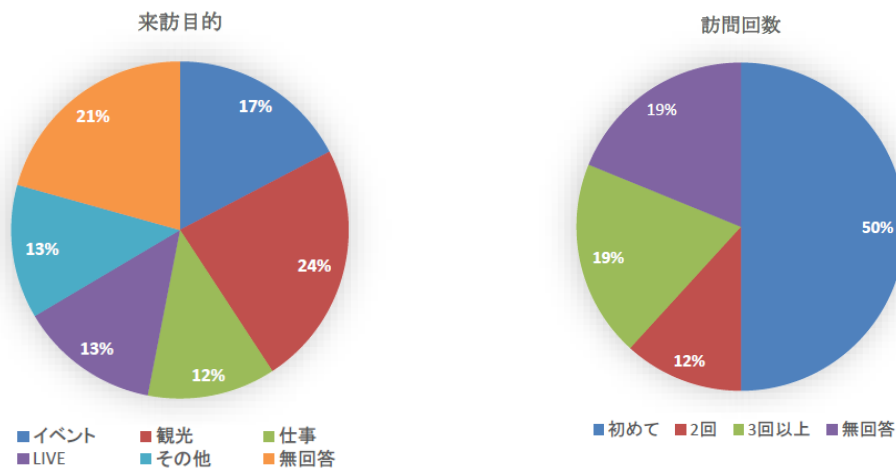
回答結果について、「Pi0 PARKのショーケーシングの展示内容満足度」は94%、「HICityのまちなみ・景観に関する満足度」は84%、「HICity内を歩行・回遊するにあたっての快適性・利便性に関する満足度」は78%、「HICityへのアクセスに関する満足度」は68%、「HICity内にある店舗・施設での飲食・買い物・体験に関する満足度」は75%と非常に満足度の高い結果となりました。Pi0 PARKのショーケーシングを見た来場者の感想として、「沢山の工業製品が蒲田・大田区で作られていて興味深かった」等、好意的な声が多数ありました。また、一般来場者がHICityに期待する取組としては、「こどもへのものづくり体験やSTEAM教育」が最も多く、次いで「自動運転やロボットなど近未来の取組」、「地域と連携した賑わいづくり」などが挙がりました。

アクセスについて満足度の低かった来場者の特徴としては、区内の調布、大森地域に居住している方で、京浜急行線、東京モノレール沿線ではない地域でした。一方で、区外からの来場者（首都圏居住）については満足度が高く、区外からのアクセスについては良好であることが伺えます。

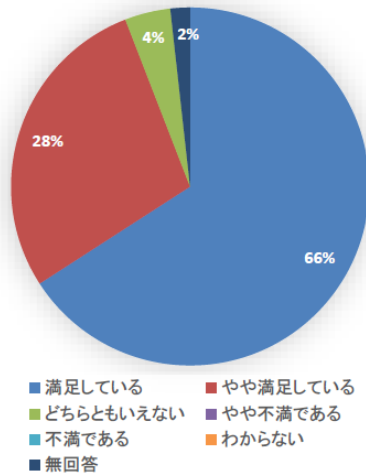
あなたの年齢と性別、居住地を教えてください。



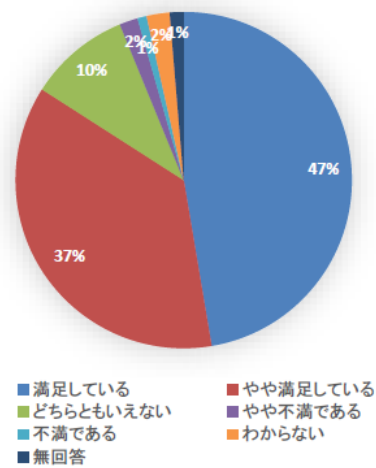
羽田イノベーションシティの来訪目的と
これまでの訪問回数を教えてください。



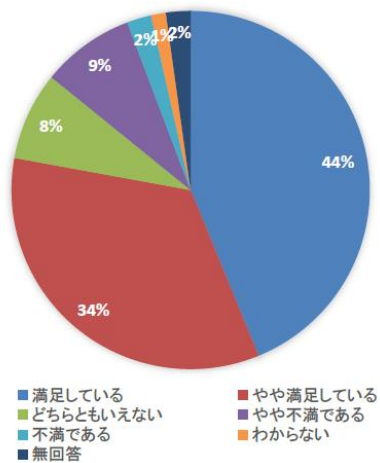
PiO PARKのショーケーシングについて、満足度を教えてください。



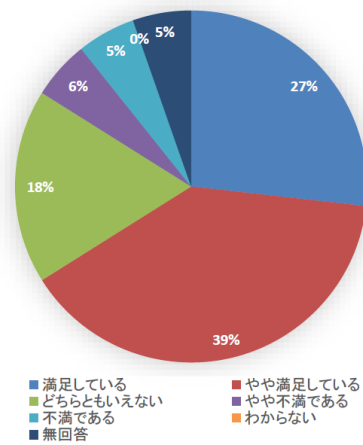
HICityのまちなみ・景観に関する満足度を教えてください。



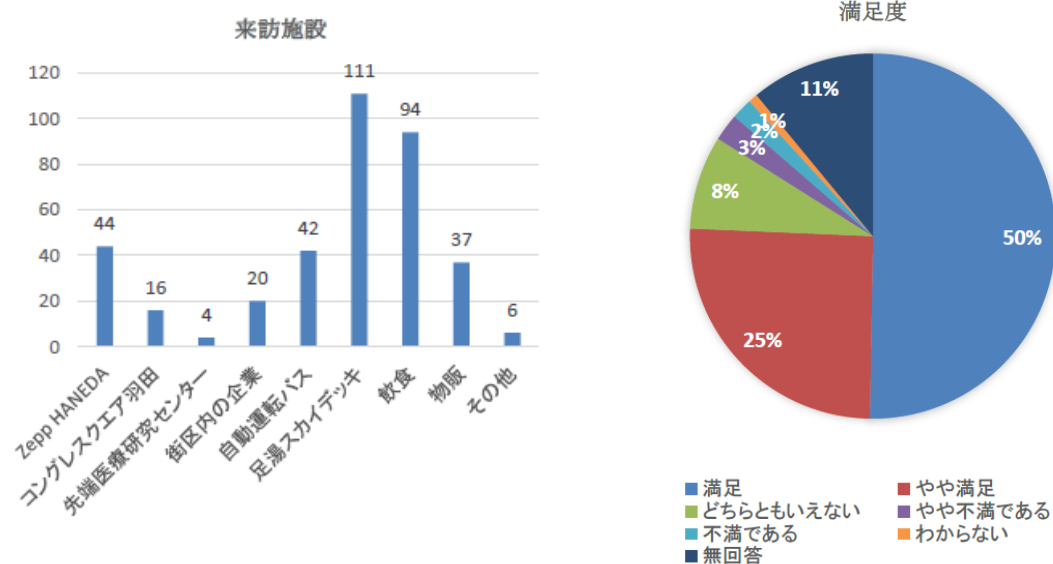
HICityを歩行・回遊するにあたっての快適性・利便性（駅からの動線、トイレ・エレベーター・案内板・施設内マップ等の設備へのアクセス）に関する満足度を教えてください。



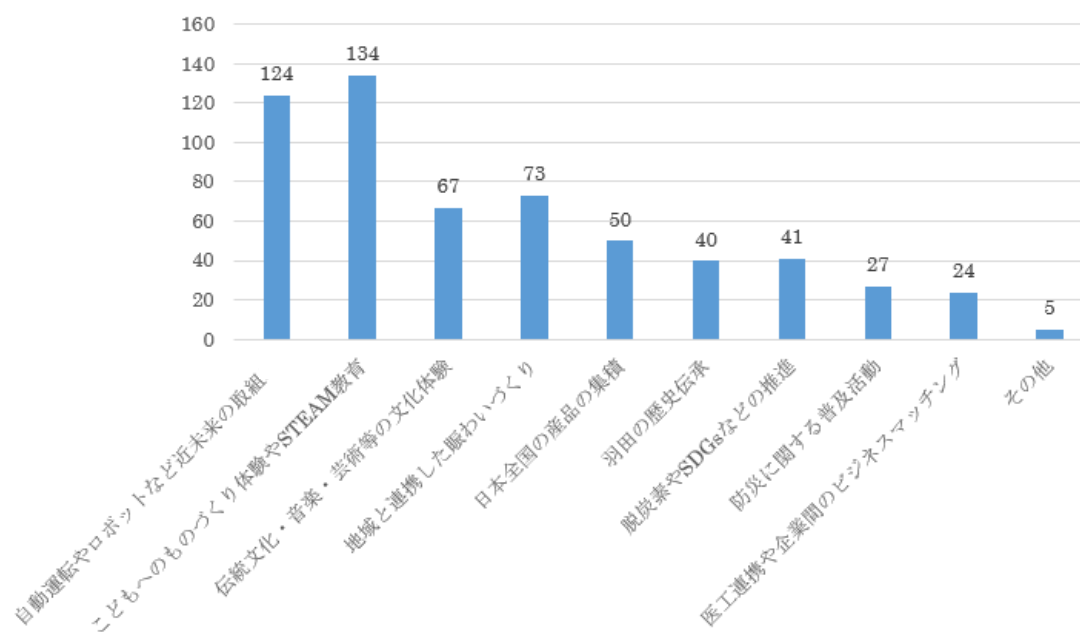
HICityへのアクセスに関する満足度を教えてください。



HICity 内にある店舗（飲食、物販）・施設のうち、実際に行ったことのある場所を選択してください。
また、店舗での飲食・買い物・体験に関する満足度を教えてください。



羽田イノベーションシティの取組みのうち、期待するものはありますか。



4 HICityの入居企業満足度

入居テナントへの満足度調査についてを令和6年度末に実施しました。回答にあたっては、以下の通り5段階で確認するとともに、「わからない」の回答も可能とする選択式としています。

※有効回答数：32件

1. 満足している	2. やや満足している
3. どちらともいえない	4. やや不満である
5. 不満である	6. わからない

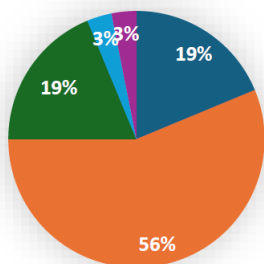
ここでは、『1. 満足している』、『2. やや満足している』の上位2段階までの回答を選択した場合に、満足度が高いとの回答が得られたものと整理します。

回答結果について、「HICityの施設や共有設備の使い勝手」は53%、「HICityのまちなみ・景観」は85%、「HICityを歩行・回遊するにあたっての快適性・利便性、設備へのアクセス」は63%、「HICityの立地条件」は72%、「総合的な満足度」は75%、といずれも過半数を超え、昨年度と比較して、各項目について大幅に満足度が向上する結果となりました。

満足度が全体的に向上した要因の一つとして、令和5年10月まで建設中だったHICityの一部施設（ゾーンA、B、C）が竣工したことで、施設本来の機能を発揮し始めたことが考えられます。「HICityに事業所を構えたことについての顧客等からの好意的な言及」について、『大いにあった』、『多少あった』とする回答の比率が72%であったことが確認でき、「都内の他エリアと比較すると開けた空間で景色が良い」や「羽田空港が近く、遠方（国内外）からのアクセスが良い」等、景観や立地に対する言及が過半数を占めていました。

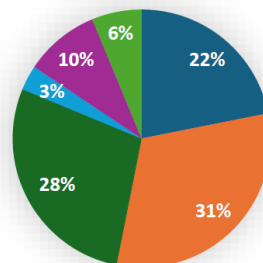
一方、満足度が低いと思われる点としては、「HICityを歩行・回遊するにあたっての快適性・利便性、設備へのアクセス」に対しての不満が見られました。具体的な声としては、お客様をオフィス等にご案内をする際、施設の構造が複雑なため戸惑われる方がいるといった意見がありました。

HICityに事業者を構えたことに関する、総合的な満足度を教えてください。



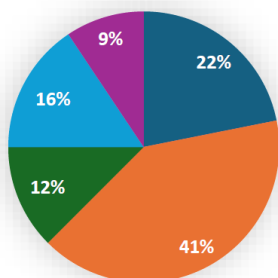
■ 満足している ■ やや満足している ■ どちらともいえない
■ やや不満足である ■ 不満である ■ わからない

事業・研究・実証実験を行うにあたり、HICityの施設や共有設備の使い勝手に関する満足度を教えてください。



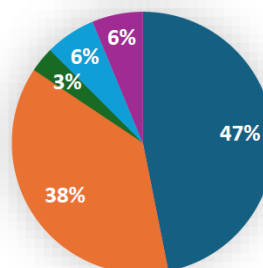
■ 満足している ■ やや満足している ■ どちらともいえない
■ やや不満足である ■ 不満である ■ わからない

HICityを歩行・回遊するにあたっての快適性・利便性（駅からの動線）、トイレ・エレベーター・案内板・施設内マップなどの設備へのアクセスに関する満足度をお教えてください。



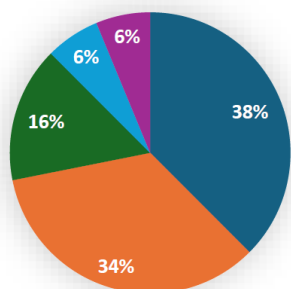
■ 満足している ■ やや満足している ■ どちらともいえない
■ やや不満足である ■ 不満である ■ わからない

HICityのまちなみ・景観に関する満足度をお教えてください。



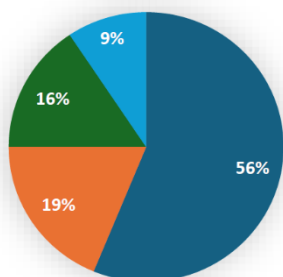
■ 満足している ■ やや満足している ■ どちらともいえない
■ やや不満足である ■ 不満である ■ わからない

HICityの立地条件（羽田空港近接、品川まで15分圏内）や交通アクセス（2路線乗り入れ、周回バス）に関する満足度をお教えてください。



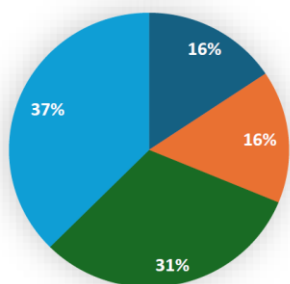
■ 満足している ■ やや満足している ■ どちらともいえない
■ やや不満足である ■ 不満である ■ わからない

HICity内の他社との事業連携（業務の受発注、事業の共同検討・共同実施等）した企業数をお教えてください。



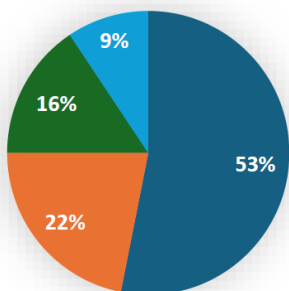
■ 0社 ■ 1社 ■ 2～5社 ■ 6社以上

HICity内の他社との交流（事業以外でのコミュニケーション等）した企業数をお教えてください。



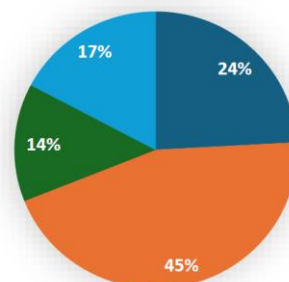
■ 0社 ■ 1社 ■ 2～5社 ■ 6社以上

（HICity内の他社を除く）大田区内の企業との事業連携（業務の受発注、事業の共同検討・共同実施等）した企業数をお教えてください。



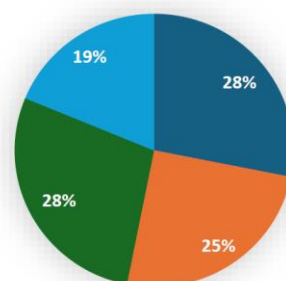
■ 0社 ■ 1社 ■ 2～5社 ■ 6社以上

連携している場合、連携の頻度をお教えてください。



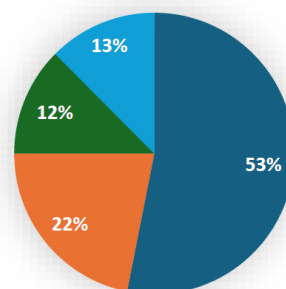
■ 年に0社 ■ 年に1社 ■ 年に2～5社 ■ 年に6社以上

交流している場合、交流の頻度をお教えてください。



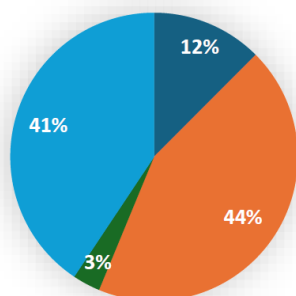
■ 年に0社 ■ 年に1社 ■ 年に2～5社 ■ 年に6社以上

連携している場合、連携の頻度をお教えてください。



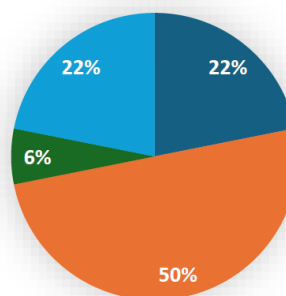
■ 年に0社 ■ 年に1社 ■ 年に2～5社 ■ 年に6社以上

HICityに事業所を構えたことで、顧客創出、新規開拓等事業への影響はありましたか。



■ 大いにあった ■ 多少あった ■ 全くない ■ 分からない

HICityに事業所を構えたことについて、顧客等から好意的な言及がありましたか。



■ 大いにあった ■ 多少あった ■ 全くない ■ 分からない

5 経営状況

以下のとおり、安全性に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が、収益性に留意することが望ましいと考えます。

(1) 羽田みらい開発株式会社 (SPC)

ア 営業収益

793,017 千円（前年比 5.07%減）

イ 経常利益

1,913 千円（前年比 0.54%増）

ウ 当期純利益

1,097 千円（前年比 1.28%増）

エ 固定長期適合率

89.71%（固定資産÷（固定負債＋自己資本）。低い方（100%以下であること）が望ましい。）

オ 流動比率

134.88%（流動資産÷流動負債。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 1,536,768 千円。純資産が 125,700 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

3,976 百万円（前年比 22.20%増）

イ 経常損失

1,155 百万円（前年比 69.50%増）

ウ 当期純損失

805 百万円（前年比 68.08%増）

エ 固定長期適合率

97.99%

オ 流動比率

135.78%

カ 財産の状況

総資産が 69,437 百万円。純資産が 12,077 百万円（TMK も負債の割合が大きいが、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6年度は国内の人流の回復が進み、訪日外客数及びその消費額はいずれも過去最高を記録しました。このように社会状況が変動する中で、羽田空港に隣接し、前年度にグランドオープンを迎えて様々なヒト・モノ・情報が交わる舞台が整ったHICityも、様々な表情を見せることとなりました。

入居企業については、自動運転やロボティクス等の技術開発を行う企業や、診療・医薬品開発など異なる立場で先端医療に関わる企業等の集積が進んでいます。また、交流やオープンイノベーションのための場が複数の入居企業等によって提供されており、HICityを訪れば、飛行機が飛び立つ青空を背景に実証実験に取り組む事業者らと遭遇することも珍しくありません。「新産業創造・発信拠点」として本格的なスタートを切ったHICityでは、そのような光景が生み出されています。

多くの来訪者の姿もありました。飲食店舗利用者数、ホテル宿泊者数、ライブホール利用者数、鉄道利用者数、駐車場利用台数等が増え、賑わいが添えられました。区内外からの多くの来訪者を背景に、AR等の技術を活用したイベント、アート展示、近隣施設との連携やエリア内での回遊など、入居企業等や地域の特徴も生かした取組みが行われました。実証を重ねていた自動運転バスが自動運転のレベル4の認可を受け一方で、一般向けや子供向けのイベントでも新たな技術や過去にない海外の文化を取り上げて紹介するなど、様々な分野で積極的に新しいコンテンツを生み出す工夫が行われています。

新たな情報発信も始まりました。「JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY」という特設サイトが開設され、HICityで行われた実証実験やイベント、インタビュー等がアーカイブされ、実証実験の内容や日常を垣間見ることができ、またそれらに関わる人の声を聴く（読む）こともできます。

これらの取組みの成果として、事業の経済波及効果は昨年度より大幅に増加し、人流も宿泊者数等では増加しています。また、区民の認知度は一定の地区以外では高まり、来訪者や入居者の満足度も高いです。

今後も、新たな取組みや改善を重ねて本事業の事業目的に即した事業を継続することを期待し、分析と提言を行います。

2 提言

分析結果の概要	
視点	内容
経済波及 の創出	・先端産業分野においては、質・量ともに企業の集積や交流等が充実してきており、引き続き区内事業者との連携・協業を状況に応じて具体的に後押しするとともに、新たな技術やそのインパクトを区内及び対外的に広げていくことが期待される。 ・インバウンドを含む人流の増加により、HICityへの人流の増加やHICityから区内回遊につなげる機会が従前より増えている。より多くの来訪者・就業者の方々に、区内の様々なエリアに出向いていただき、区への経済波及を後押しすることが期待される。
人の流れ の創出	・イベント時に実施した一般来訪者向けのアンケートにより、区外からの来訪者も多いことやHICity全般に対しての満足度が高いことが明らかになっている。区民の満足度はもちろん重要であるが、区外からの来訪者にも満足していただき、多くの人々を区内に惹き付けることは、区内への人の流れを生み出し、ひいては区内での消費という形での経済波及や、将来的には、大田区における事業に関心を持った区外からの来訪者と区内事業者との協業への発展にもつながりうる。引き続き、区外、ひいては訪日外国人からも関心を持ち、区内に来訪いただけるよう、情報発信への工夫を行うことが期待される。
認知度・ 満足度	・認知度は、全体で見ると前年度より低下したものの、認知度の底上げに向けた取組の余地はあると考えられる。引き続き、イベント時の区立小中学校へのチラシ配布、区設掲示板の活用、各特別出張所窓口でのチラシ配布など複数の方法を組み合わせるといった継続的・戦略的な広報が期待される。その際には、先端産業・文化産業・共通事業という多面性を持つ本事業の特徴を生かし、様々な事業の成果を示すことで多くの方に関心を持っていただける取組みを継続することが期待される。 ・「羽田の歴史伝承」について、区立小中学生が参加するイベントに合わせて羽田の歴史伝承のチラシを配布するなど、周辺地域の理解や愛着の醸成に係る取組みが行われた。 ・一般来訪者・入居テナントのいずれも満足度が高く、事業者の施設づくり、見せ方、各種の取組み等における工夫の成果であると考えられる。その一方で、施設がわかりにくいと感じている人もいるため、必要に応じて情報発信を工夫することが考えられる。

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）
・区内事業者との連携等の取組みを継続するとともに、連携を広く又は深くする取組みを行うこと。 ・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。 ・技術革新を踏まえた検討・取組みを行うこと。	【情報発信の工夫】 ・ホームページや SNS での情報発信の内容について、HICity がどのような施設であるか、どのような企業が入居しているか、どのような取組みが行われているか、この土地がどのような歴史・経緯を持つかなどの情報が、一覧で整理されるなど、情報の受け手にとって分かりやすいものとする。 ・ホームページや SNS での情報発信の方法について、情報の受け手や受け取り方法を想定し、発信した情報が受け手に届くような工夫を行うこと。
・社会状況の変化による人流の増加を背景として、多くの方に HICity に来訪いただけるよう、情報発信に関する工夫を継続・発展させること。 ・ライブホール来訪者のみならず、就業者や来訪者へ区内回遊を促す仕掛けを設けること。	【高い入居率を維持するための工夫】 ・入居者や来訪者の満足度が高い施設のポテンシャルを最大限活用できるよう、施設の高い入居率を維持するための工夫を行うこと。 【区内経済波及のさらなる創出】 ・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する多様な企画を検討すること。
・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。 ・脱炭素のほか、区民が HICity に期待する取組みを継続・活性化させること。 ・羽田の歴史伝承に関する情報発信方法を工夫すること。	【区内回遊】 ・HICity への来訪者、宿泊者、就業者等に向けて、区内施設等と連動した取組みに関する情報提供や情報発信の工夫を行うなど、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。 【先端産業・文化産業の区内他施設への展開】 ・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）。

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の委託により実施しています。

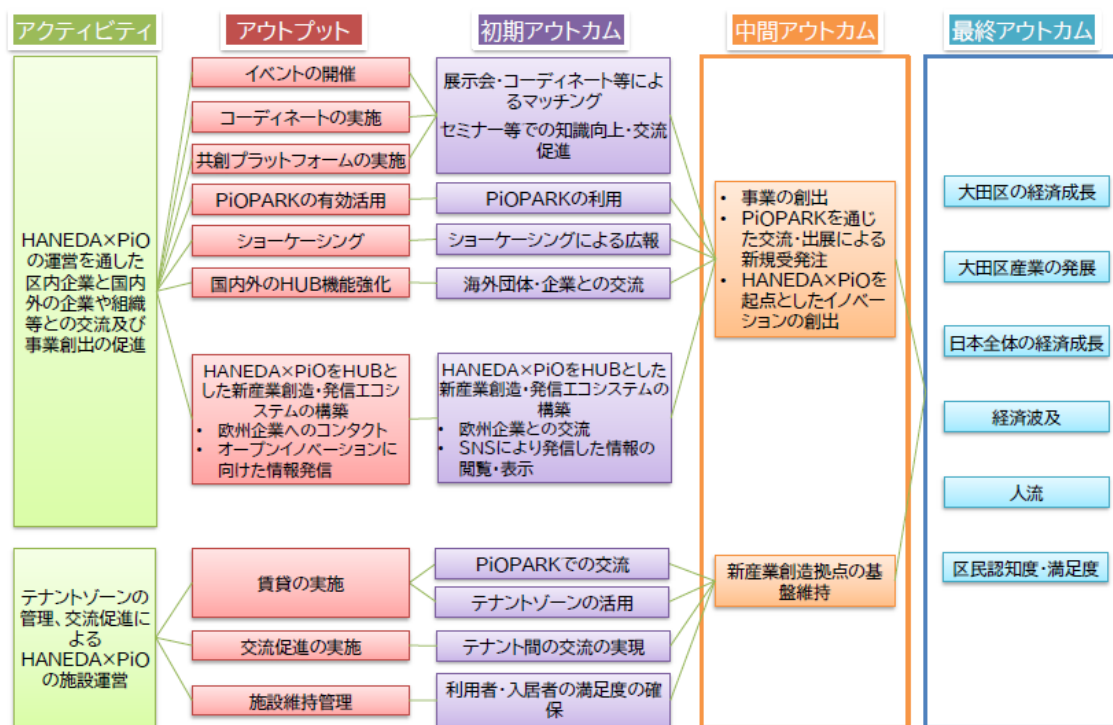
また、令和5年度に引き続き、令和6年度も、HANEDA×Pi0 を HUB とした新産業創造・発信が自律的に行われる「エコシステム」の構築に向けて、モデル事業を実施しました。

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。

セルフモニタリングのロジックモデル



コラレ

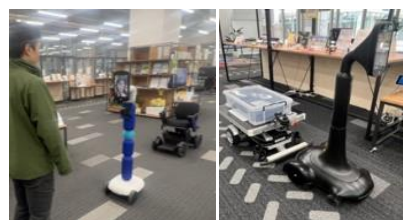
PiO PARK の取組み ①実証実験の区内波及

PiO PARK は、多様な主体の出会いをきっかけとしたイノベーション創出や実証実験の拠点としての機能を持っています。

令和6年度、PiO PARK、HICity で実証実験を行っており、大田区と基本協定も締結している avatarin 株式会社のアバターロボット「newme」を活用した実証実験が、大田区役所本庁舎で実施されました。

区民の窓口サービス向上と業務DX化を目的として、本庁舎1階と4階に配置されたロボットが総合受付や来庁者に対する窓口案内等の支援等を行いました。

引き続き、PiO PARK での実証実験等による成果が、区政課題の解決に活かされることが期待されます。



PiO PARK での実証の様子



大田区役所本庁舎での実証の様子



その他、HICity での実証を経て、区内実証に繋がった事例を大田区 HP で公開しています。詳細は二次元コードよりご確認ください。

3 セルフモニタリング

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 の運営を通し 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：227 件 (昨年度:205 件)	【展示会・コーディネート等によるマッチング】 ・参加者数：702 人 (昨年度：1,113 人)	【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：18 件 (昨年度：10 件) 受発注見込金額： 191,915,076 円 (昨年度： 64,750,000 円)
	【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：436 件 (昨年度:373 件)	・商談件数：1,007 件 (昨年度：1,101 件) ・受注・発注見込み額： 17,302 万円 (昨年度：5,675 万円)	受発注見込金額： 191,915,076 円 (昨年度： 64,750,000 円)
	【PiO PARKにおける共創プラットフォームの実施】 ・勉強会件数：24 件 (昨年度:15 件)	・満足度：94.74% (昨年度：100%) 【セミナー等での知識 向上・交流促進】 ・参加者数：310 人 (昨年度：208 人) ・満足度：84.73% (昨年度：88.26%)	・HANEDA×PiO を起 点としたイノベー ションの創出 オープンイノベ ーションの創 出：1 件 (昨年度：2 件)
	【PiO PARKの有効活用】 ・月額プラン契約件数 (令和6年度末)：30 件 (昨年度末:24 件)	【PiO PARKの利用】 月額契約者令和6年度 利用実績 ・延べ回数：1,121 回 (昨年度：793 回) ・延べ人数：2,931 名 (昨年度：2,420 名)	海外企業等との 新規受発注：12 件 (昨年度：3 件) 実証実験検討・ 実施：2 件 (昨年度：2 件)
	【PiO PARKにおけるショーケーシング】 ・参加企業数：56 社 (昨年度:81 社)	【ショーケーシングに よる広報】 ・来訪者数：7,584 人 (昨年度：5,008 人)	
	【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：36 団体615 名 (昨年度:21 団体218 名)	【海外団体・企業との 交流】 ・区内企業による海外 取引相談件数：292 社 (昨年度：302 社)	
	【HANEDA×PiOをHUBと した新産業創造・発信エ コシステムの構築】 ・欧州企業へのコンタクト コンタクト数：141 件 (昨年度：82 件) ・オープンイノベーション に向けた情報発信 SNS 種類：3 件 (昨年度：3 件) SNS 発信回数：153 件 (昨年度：215 件)	【HANEDA×PiOをHUBと した新産業創造・発信エ コシステムの構築】 ・欧州企業との交流 アポイント数：23 件 (昨年度：20 件) ・SNSにより発信した 情報の閲覧・表示 再生・表示回数： 122,000 回(昨年度： 118,200 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】 ・イベント数は227件（22件増加）であり、月平均約19回と高い稼働率で利用されている。 ・令和4年から始まった超専門技術ミニ展示会は、今年も引き続き行われ、PiO PARKでは「代替合体展」（来場者322名）「熱展」（来場者380名）が開催、約95%の高い満足度を獲得した。PiO PARKで行われた展示会件数が3件から2件に減ったにも関わらず受注見込額は11,627万円増額となっており、質の高い展示、商談が行われたことがわかる。 ・コーディネート実施件数についても、昨年比約60件増加しており、受注見込み額が飛躍的に伸びている要因の一つである。海外ビジネス相談員のPiO PARK常駐による海外企業とのマッチングも行われていることから、受発注の引上に引き続き期待が高まる。 ・セミナー等の企画については、参加人数が約100人もの増加となり、国内企業を対象とした知識向上・交流促進の機会創出につながっている。 ・区内企業主体の勉強会は定期開催されており、今後PiO PARKを拠点に区内企業とHICity入居企業、イベント来訪者の3者を繋ぐ機能や仕組みを強化することで、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。また今年度から新たにビジネス英会話サロンがスタートし、区内のより多様な業種がPiO PARKに集まり、交流を生む素地が生まれている。
【PiO PARKの有効活用、PiO PARKにおけるショーケーシング】 ・PiO PARKの月額契約者の件数は、令和5年と比較し6件増加しており、利用実績も約330回、510人増えるなど、コンスタントに利用者が伸びている。イベント件数も増加していることから、PiO PARKの利用者が着実に増加していることが見て取れる。今後もさらなる認知度向上により、新規契約者を獲得することに加えて、利用者同士のコミュニティ化、区内企業やHICity入居企業等とのイノベーション創出、PiO PARKの機能向上等、PiO PARK利用によるメリットを引き続き検討していく必要がある。 ・ショーケーシングの来訪者数は約2,500人以上の増加となっており、視察等を通じてより多くの注目を呼び込むことが出来ている。ショーケーシングからの受注獲得の事例もあるため、今後よりHICity来訪者にショーケーシングに訪れてもらう工夫等を通じて、ショーケーシングエリアのさらなる価値向上が求められる。 ・国内外からの視察団体や人数は着々と増加しており、HICityの認知度や関心が高まっていることがうかがえる。特に海外からの視察件数は昨年から15団体、397名と大きく増加しており、認知度向上に大きく寄与している。今後、単に視察に終わることなく、区内企業との交流・連携の機会創出を行うなど、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】 ・令和5年度に引き続き、欧州企業をはじめとした海外企業との交流がHANEDA×PiOを拠点に生まれている。欧州企業とのコンタクト・アポイント件数はともに増加しており、またHANEDA×PiOを起点とした海外企業等との新規受発注件数は3件から12件と大きく増加をしていることから、大田区産業振興協会を中心とした区内企業の海外展開支援の成果が着実に出てきている。今後も対外的なPRや視察の機会等を通じて、海外の連携先構築を進めていきたい。 ・オープンイノベーション創出や実証実験の検討・実施件数は去年から減少ないし横ばいであるため、今後さらなる注力が必要である。オープンイノベーションについてはHANEDA×PiOが有するイノベーション拠点としての機能を対外的なPRを進め、より多くの案件が発生する環境づくりが重要となる。実証実験については、HICityやHANEDA×PiOのPRを通じて、より多くの実証実験案件を誘致することが求められる。

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×PiOの施設運営	【賃貸の実施】 ・テナント数：8社 (14/17区画) (昨年度：9社 (16/17区画))	【PiO PARKでの交流】 ・PiO PARKでの他社との 打合せ件数：430件 (昨年度：262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% (昨年度：100%)
		【テナントゾーンの活用】 ・入居率：92.6% (昨年度：94.1%)	
	【交流促進の実施】 ・交流事業数：4件 (昨年度：6件)	【テナント間の交流の実現】 ・参加者数：145人 (昨年度：179人)	
	【施設維持管理】 ・法定点検実施率：100% (昨年度：100%)	【利用者・入居者の満足 度の確保】 ・入居者満足度：—	

コラレ

PiO PARKの取組み ②ビジネス英会話サロン

PiO PARKでは、セミナーや交流会、展示会など様々なイベントが開催されます。

令和6年度、海外ビジネスに挑戦意欲のある、英語初心者向けの「ビジネス英会話サロン」が区内に拠点を有する中小企業の在勤、在住者を対象に全6回コースで開催されました。

英語での自己紹介から始まり、自社PR、海外見本市出展の疑似体験と、初歩から実践までを学ぶ機会が提供されました。

欧州をはじめ、海外企業がPiO PARKを訪れる機会が増えていることから、区内企業の海外市場への展開力を強化し、新たなビジネス機会の創出につながることを期待されます。



英語で自己紹介や自社PRをする様子



海外見本市出展の疑似体験

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×PiO の施設運営）】

- ・テナントゾーンの入居率は 92.6%と引き続き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×PiO 入居テナント間の交流を促す企画を年間 4 件実施したほか、SPC が設置している先端産業創造委員会との連携など、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。
- ・令和 5 年度と比較して交流事業数は減少しているが、KAWARUBA 等他主体との連携や、PiO PARK を活用し 11 月に 2 日間行われた PiO PARK X の実施等、テナントと連携し HANEDA×PiO の価値創造に係るイベントを実施し、多くの来訪者を呼び込むなど、毎年新しい企画を検討・実施している。
- ・今後も、入居者の具体的なニーズを捉え、他主体との交流機会の創出や、実証実験の相談等、入居者から寄せられた声に対応する主体との繋ぎなど、テナントゾーンの付加価値創出への貢献が求められる。

コラム

PiO PARK の取組み ③海外企業との交流会

PiO PARK は羽田空港に隣接している土地の特性上、海外関連のイベントが多く開催されています。

今年度、ドイツ企業の視察団が PiO PARK を来訪し、大田区内企業との商談会等のイベントが開催されました。ドイツとは、テュッセルドルフで行われる医療機器関連の展示会である「コンパメッド」に毎年「大田区」として出展している等、深いつながりがあったこともあり、今回の訪問につながりました。

参加企業からも「直接ビジネスに繋がりがいそうな話ができた」等、大変多くの好評をいただくことができました。



HICity や PiO PARK の取組について説明



大田区企業とドイツ企業の交流の様子

巻末資料 1：成果指標の推移

先端産業（1/2）		令和 6（2024）年度	
		アウトプット指標	アウトカム指標
自動運転技術等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：17 社</u> ・入居企業：2 社 ・協力企業：15 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：6 件</u>
			<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数 8 件（参加企業数：12 社）</u> ・自動運転バス延伸実証実験：4 社 ・自動運転実証：4 社 ・入居企業による実証実験：4 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：16 社</u> ・入居企業：13 社 ・協力企業：3 社	<u>ヘルスケア先端医療に関する医工連携等の企業交流数：0 件</u>
			<u>医工連携に関する臨床試験数：0 件</u>

令和5（2023）年度		令和4（2022）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>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> 1 件
	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数</u> 4 件（参加企業数：9 社） ・自動運転バス延伸実証実験：4 社 ・自動運転実証：2 社 ・入居企業による実証実験：1 社 ・「Grand Opening Event 〆」による実証実験：2 社		<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数：</u> 4 件（参加企業数：10 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
<u>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：</u> 14 社 ・入居企業：12 社 ・協力企業：2 社	<u>ヘルスケア先端医療に関する医工連携等の企業交流数：</u> 0 件	<u>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：</u> 15 社 ・入居企業：5 社 ・協力企業：10 社	<u>ヘルスケア先端医療に関する医工連携等の企業交流数：</u> 0 件
	<u>医工連携に関する臨床試験数：</u> 0 件		<u>医工連携に関する臨床試験数：</u> 0 件

先端産業（2/2）		令和6（2024）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：21社</u> ・入居企業：4社 ・協力企業：17社	<u>ロボットに関する企業交流数：5件</u>
			<u>ロボットに関する実証実験数 11件（参加企業数：17社）</u> ・デリバリーロボット実証：5社 ・LiDARを活用したロボット走行の安定性・安全性向上実証：3社 ・分野横断型ロボット統合管制システム等実証：1社 ・火星探査ロボット実証：1社等
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：45社</u> ・HANEDA INNOVATION CROSS MEET 登壇企業 ・イベント等での登壇・出展企業	<u>ビジネスイベント参加企業数：102社</u> <u>うち区内企業数：23社</u> <u>企業交流数：1件</u> <u>うち区内企業数：2社</u>

令和5（2023）年度		令和4（2022）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：29 社</u> ・入居企業：4 社 ・協力企業：25 社	<u>ロボットに関する企業交流数：3 件</u>	<u>ロボットに関する企業集積数：37 社</u> ・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：1 件</u>
	<u>ロボットに関する実証実験数5 件（参加企業数：20 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 ・フードデリバリーロボットと EV の連携実験：1 社 ・「Grand Opening Event Ⅱ」による実証実験：13 社		<u>ロボットに関する実証実験数4 件（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
<u>自らの技術を披露できた企業数：41 社</u> ・HANEDA INNOVATION CROSS MEET 登壇企業 ・イベント等での登壇・出展企業	<u>ビジネスイベント参加企業数：83 社</u> <u>うち区内企業数：19 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：69 社</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> <u>企業交流数：1 件</u> <u>うち区内企業数：0 社</u>

文化産業（1/2）		令和 6（2024）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：7 施 設	<u>体験型商業施設利用者数：</u> 1,320 名 <u>魅力案内所（インフォメーシ ョンセンター）利用者数：</u> 10,149 名※ <u>足湯スカイデッキ利用者数：</u> 151,436 名※ <u>食文化発信施設利用者数：</u> 54,190 名 <u>ライブホール公演数：291 公演</u> <u>アートボックス利用者数：</u> 2,700 名 <u>クリエイティブモール（レンタ ルスペース利用数）：20 件</u> ※は過去の実績を基に推計値を算出
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> 32 事例 ・ 豊コースターを作ろう！ ・ ファッションショー REFRAIN ・ 満員御礼羽田寄席 ・ we+ OTA CURIO-CITY WONDER POWDER in OTA ・ COLORFUL SKY ・ 区内団体・アーティストに による発表・展示機会の提供 等 <u>うち、区内企業・団体・学校 との連携取組み数：8 事例</u>	<u>文化活動への複数回参加者 数：18 名</u>

令和5（2023）年度		令和4（2022）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：7施設	<u>体験型商業施設利用者数：3,200名</u> <u>魅力案内所（インフォメーションセンター）利用者数：－</u> <u>足湯スカイデッキ利用者数：144,430名</u> <u>食文化発信施設利用者数：62,797名</u> <u>ライブホール公演数：310公演</u> <u>アートボックス利用者数：500名</u> <u>クリエイティブモール（レンタルスペース利用数）：28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：5,455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：8,241名</u> <u>足湯スカイデッキ利用者数：165,834名</u> <u>羽田昔ばなし横丁：21,512名</u> <u>ライブホール公演数：278公演</u> <u>アート&テクノロジーセンター利用者数：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>
<u>人材育成に関する取り組み数：24事例</u> ・大田区工芸ワークショップ ・こども未来ピッチ ・川瀬巴水展示 ・Signature Event “INNOVATION IDOBATA” ・表現する素材展 More than Materials by we+ ・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：9事例</u>	文化活動への複数回 <u>参加者数：42名</u>	<u>人材育成に関する取り組み数：15事例</u> ・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 CEARIVE SALON 2023/Sound & City 2023 ・HICityでの発表の場提供等 <u>うち、区内企業・団体・学校との連携取り組み数：7事例</u>	文化活動への複数回 <u>参加者数：0事例</u>

文化産業（2/2）		令和 6（2024）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：28 社</u>	<u>先端×芸術文化に関する研究開発数：10 件</u> <u>うち、区内企業・団体との連携数：5 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：37 件</u> ・初夏ふえすでの取組み ・夏祭での取組み ・あわい-awai 2024-での取組み ・Tokyo Creative Salon 2025 での取組み ・区内団体・アーティストによる発表・展示機会の提供等	<u>芸術文化に関する取組み参加者数：52,974 名</u>

令和5（2023）年度		令和4（2022）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
先端×芸術文化に関する企業集積数:21社	先端×芸術文化に関する研究開発数：4件 うち、区内企業・団体との連携数：4件	先端×芸術文化に関する企業集積数：9社	先端×芸術文化に関する研究開発数：1件 うち、区内企業・団体との連携数：0件
芸術文化に関する取り組み実施数：38件 ・初夏キャンペーンでの取り組み ・夏のお祭りキャンペーンでの取り組み ・Grand Opening Eventでの取り組み ・WI-COCOON	芸術文化に関する取り組み参加者数：33,387名	芸術文化に関する取り組み実施数：27件 ・夏のお祭りキャンペーンでの取り組み ・春先フェアでの取り組み ・羽田スマートシティ EXPO 2022での取り組み ・TOKYO CREARIVE SALON 2023/Sound & City 2023	芸術文化に関する取り組み参加者数：40,751名

エリアマネジメント		令和6（2024）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：24 件</u> ・羽田の干潟体験 ・日本橋～羽田 スペシャルクルージング ・平和島・羽田周辺のまち歩き ・羽田イノベーション シティ 夏スクール 2024 ・「創作歌舞伎×ゆきがや太鼓」 ・清掃活動 ・水辺環境フォーラム	<u>地域活動参加数：5,555 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：560 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：6,758 件</u> ・X(旧ツイッター)登録者数：1,239 件 ・Facebook 登録者数：885 件 ・Instagram 登録者数：4,504 件 ・Tiktok 登録者数：130 件
「新産業創造・発信拠点」の価値向上	（検討中）	※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	

令和5（2023）年度		令和4（2022）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：20 件</u> ・羽田の干潟体験 ・羽田まち歩きツアー ・羽田寄席 ・羽田イノベーションシティ春スクール 2024	<u>地域活動参加数：6,243 名</u>	<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>
<u>情報発信数：243 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：6,282 件</u> ・X(旧ツイッター)登録者数：1,116 件 ・Facebook 登録者数：824 件 ・Instagram 登録者数：4,202 件 ・Tiktok 登録者数：140 件	<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> ・X(旧ツイッター)登録者数登録者数：934 件 ・Facebook 登録者数：729 件 ・Instagram 登録者数：3,690 件
（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7年7月末現在)

提言（視点別）	現在の取組み状況
・区内事業者との連携等の取組みを、多様な観点で継続・発展させること。 ・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。 ・技術革新を踏まえた検討・取組みを行うこと。	・HICity 入居企業と、HICity 外に拠点を設ける区内企業との交流イベント等を開催し、協業機会創出に努めています。 ・また、区内のダンスチームやアーティスト等と連携したイベントや展示等、文化発信にも努めています。
・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。 ・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。	・イベント外においても、区内のアーティストや空港関連団体の展示等を施設内で実施しています。 ・HICity 内に設置されている観光情報ラックに大田区観光案内等を設置し、来場者に対して区内回遊を促しています。
・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。 ・脱炭素や羽田の歴史伝承のほか、区民がHICity に期待する取組みを継続・活性化させること。	・イベント開催時に区立小中学校へチラシ配布、区設掲示板の活用、各特別出張所窓口でチラシを配架する等の情報発信は継続的に実施しています。 ・8月～10月に開催される小中学生向けイベントにて羽田の古写真等を用いて歴史を伝承するコンテンツを企画しています。

提言（全体）	現在の取組み状況
【高い入居率を維持するための工夫】 ・HICity のグランドオープンを受け、施設のポテンシャルを最大限活用できるよう、施設の高い入居率を維持するための工夫を行うこと。 ・入居企業や就業者の満足度を向上させるための工夫を行うこと。	・HICity の入居企業同士の交流や、殿町エリアとの交流等、HICity の立地を活かした機会の提供による、入居者の満足度向上に向けた取組を実施しています。 ・各種 SNS や令和 6 年度新設した特設サイト「JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY」を活用した実証実験やイベント等の取組発信により、施設のプレゼンスを高め、満足度向上につなげています。
【区内回遊】 ・HICity への来訪者、宿泊者、就業者等に向けて、区内施設等と連動した取組みに関する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。	・昨年度に引き続き、HICity グランドオープン 2 周年記念イベントを 11 月に開催される OTA ふれあいフェスタと同日開催とし、両会場を結ぶ周遊事業やスタンプラリーなど、経済波及や人流を創出する仕掛けを企画・検討しています。
【区内経済波及のさらなる創出】 ・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する多様な企画を検討すること。	・区内商店街飲食店等のイベント出店誘致や地域団体との連携によるイベント開催等を検討し、区内消費の活性化を意識した企画を検討しています。
【先端産業・文化産業の区内他施設への展開】 ・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）。	・先端産業に関しては、自動運転バス区内実装を目指し、区内での実証実験を検討しています。また、HICity での実証実験を経て、大田区内や羽田空港にも実証の幅を広げた事例もあります。 ・文化産業に関しては、大田区郷土博物館と連携して、博物館所蔵の資料を活用した文化・歴史発信を検討しています。
【HICity への誘客・理解促進】 ・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や羽田エアポートガーデンとの連携を踏まえ、多様な目的での HICity への誘客を実現し、まちの魅力の理解増進に繋げること。	・HICity 入居企業等と連携した先端・文化関連イベントを実施するとともに、2023 年開業エリアの企業と連携した取組みを実施しています。 ・JOURNAL by HANEDA INNOVATION CITY を開設し、HICity で実施された実証実験や各種イベント活動をアーカイブ化して発信することで、まちのコンセプトや魅力の理解増進に取り組んでいます。

令和7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
