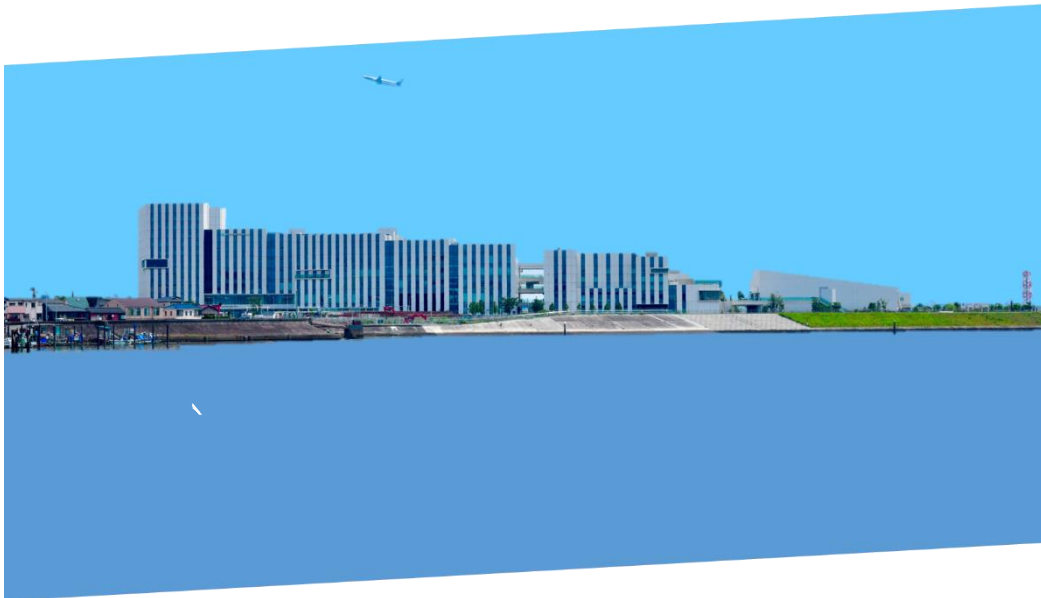


令和5年度  
羽田イノベーションシティ  
モニタリング報告書



令和6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5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5年度の事業成果	7
第4章 令和5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 経営状況	35
第5章 総評・提言	
1 総評	36
2 提言	37
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	39
2 セルフモニタリングの考え方	39
3 セルフモニタリング	41
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

# 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5年度の事業経過等について

### 1 事業の経過

令和5年度は新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが変更され、緩やかに経済回復が続いている中、ゾーンA・B・Cが竣工し、11月にグランドオープンを迎え、様々な取組みが行われました。

5月に「初夏キャンペーン」を開催し、日本各地の産品を集めた日本一周マルシェや羽田の干潟体験会、星空観望会など、週末に様々なイベントが企画され、多くの親子連れでにぎわいを見せました。また、8月の「夏祭りキャンペーン」では、昨年大好評だった「HICity 盆踊り」において、横須賀市とタッグを組み、横須賀のカルチャーやアメリカの要素を融合した新たな盆踊りが開催されるなど、昨年とは違った雰囲気の中、子どもから大人まで多くのお客様が盆踊りに参加しました。11月にはHICityのグランドオープンを記念した、オープニングイベント「Grand Opening Event 0」を開催しました。最先端の技術や大田区の魅力を体感できるアクティビティなど、テクノロジーからアートまで多様なコンテンツが揃い、グランドオープンを盛り上げました。

企業支援については、昨年に引き続き、コングレスクエアで開催された「おおた研究・開発フェア」やHICityのグランドオープニングイベントを契機に、イベント参加者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、川崎市と連携し、ヘルスケアをテーマに先端医療研究センターや入居企業の取組みを発信することに加え、川崎市の病院・企業との連携促進の機会を提供しました。

交流人口の創出において、HICityから羽田エアポートガーデンを経由した、羽田空港各ターミナル間を循環する運行バスを開始し、空港利用者の往来を促進したほか、区内文化資源を回遊するバスの実施にも取り組みました。

スマートシティの取組みでは、2車種目の自動運転バスがHICityで通年運行を開始し、新たな移動サービスを提供しました。ロボット分野では、ロボットを活用したフードデリバリーシステムの実証実験が行われ、社会実装に向けた取組みが着実に進められました。

なお、HICityを取り巻く環境として、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5年4月から令和6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5年度	参考：令和4年度
来街者数	3,505,296名	2,984,078名
入居企業数	51社	46社
製品の紹介等を行った自治体数	19自治体	24自治体
会議研修センター利用数	189件	155件
滞在施設利用状況	134,536名	70,714名
水素ステーション使用台数	2,222台	1,259台
体験型商業施設利用状況	3,200名	5,455名
インフォメーションセンター利用状況	※データなし	8,241名
足湯スカイデッキ利用状況	144,430名	165,834名
ライブホール公演数	310件	278件
飲食店舗等利用状況	801,112名	639,650名
天空橋駅 HICity 口乗降客数	3,199,204名	2,700,108名
駐車場、駐輪場利用台数	171,015台	162,238台
情報発信数（HP・SNS・プレスリリース）	243件	125件
HICity 公式サイト閲覧数	782,990回	829,642回
HANEDA×PiO 入居企業数	9事業者	9事業者
PiO PARK 利用者数	14,089名	13,149名

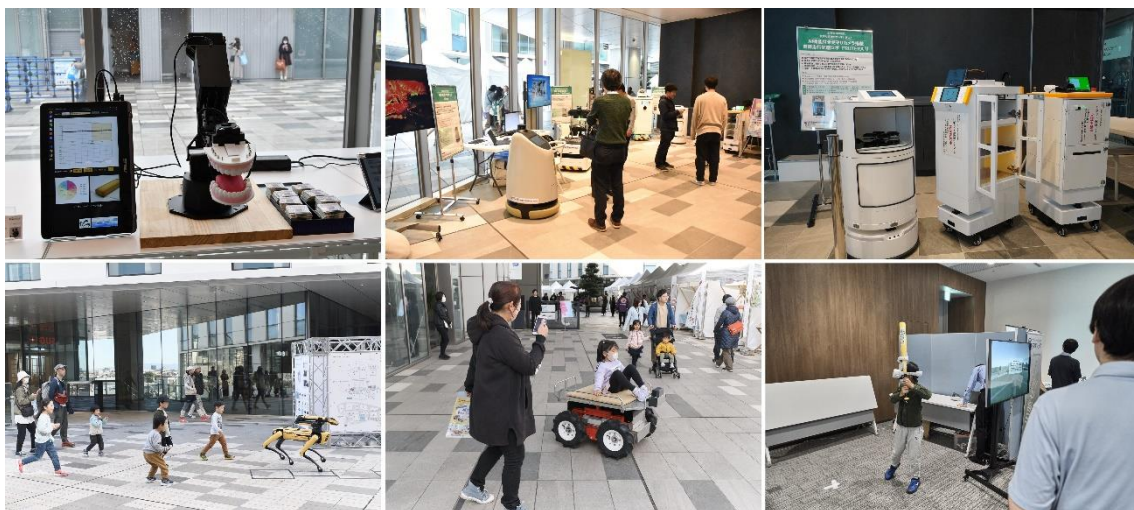
※機器の整備中のため、集計データはありません。

## 【令和5年度の取組み】

### 先端産業



自動運転の実装に向け、HICity内で2車種目の自動運転バスの運行と羽田空港第3ターミナルまでの公道で自動運転バスの実証実験を実施しました。



スマートシティ実証実験では、グランドオープニングイベント、季節キャンペーンにて、ロボットの操作体験や小型EVモビリティの試乗・展示などを通じ、最先端の技術を身近に感じられる機会を提供しました。



また、生成AIやロボティクス、XRなど先進技術の展示や一般の方に向けた体験会、カンファレンスを開催するなど、先端技術の発信や事業者同士の交流の促進を図りました。



## 文化産業



グランドオープニングイベントにて、最先端のテクノロジーとアートを融合した作品の展示から屋外壁面のプロジェクションマッピングなど、街区全体を通じて芸術を感じられる機会を提供しました。



また、大田区の特徴であるものづくりのまちに着目したアートや、大田区・羽田の町の風景を映し出した写真展、勝海舟生誕200年記念パネル展を実施するなど区内の魅力発信に取り組みました。

## 共通事業



羽田公園予定地を活用した飛行機づくりのワークショップや、区内の小中学生を対象とした航空教室や空港のお仕事体験、羽田まちあるきツアーを開催しました。また、参加者向けに、羽田の歴史伝承として、空港跡地における過去の48時間の強制退去について説明を行い、羽田地域周辺の理解促進と愛着の醸成を図りました。

### 3 令和5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	<p>モビリティ・自動運転に関する企業集積数：12社（昨年度：12社）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・入居企業：1社</li> <li>・協力企業：11社</li> </ul> <p>※「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</p>	<p>モビリティ・自動運転に関する企業交流数：2件（昨年度：1件）</p>
		<p>モビリティ・自動運転に関する実証実験数4件（参加企業数：9社）（昨年度：4件（参加企業数：10社）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自動運転バス延伸実証実験：4社</li> <li>・自動運転実証：2社</li> <li>・入居企業による実証実験：1社</li> <li>・「Grand Opening Event」による実証実験：2社</li> </ul>
医療推進・医工連携推進	<p>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：14社（昨年度：15社）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・入居企業：12社</li> <li>・協力企業：2社</li> </ul>	<p>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（昨年度：0件）</p>
		<p>医工連携に関する臨床試験数：0件（昨年度：0件）</p>

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業集積について、定常的な自動運転バス運行に関する実施企業以外は、イベント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や事後フォローへの仕組みづくりがない。</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>・自動運転レベル4 運行の認可を契機として、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。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動運転バスについては、レベル4 の運行許可取得に至るなど成果は評価できる一方で、その他の新たなモビリティに関する実証実験については、取組みが進んでいない。</li> <li>・自動運転バスに関して、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、これまで以上に発信する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・更なる自動運転の技術の向上により、国内でのリーディングケースとしての地位を確立するとともに、新たな先端モビリティに関するテーマ検討を行う。</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 などで情報発信する。</li> <li>・HiCity の実証に加えて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。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・大規模イベントの開催数減により、一時的な協力企業は大幅に減ったものの、藤田医科大学東京先端医療研究センターを中心に、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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・先端産業創造委員会が、先端医療研究センターのプレイヤーを中心とした企業との窓口となり、協業ニーズを収集、把握し、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。</li> <li>・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	<p><u>ロボットに関する企業集積数：</u> 29社（昨年度：37社）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・入居企業：4社</li> <li>・協力企業：25社</li> </ul>	<p><u>ロボットに関する企業交流数：</u> 3件（昨年度：1件）</p> <hr/> <p><u>ロボットに関する実証実験数5件</u> (参加企業数：20社)（昨年度： 実証実験：4件（参加企業数：25社））</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・入居企業による実証実験：1社</li> <li>・ロボットデリバリー高度化実証：5社</li> <li>・フードデリバリーロボットとEVの連携実験：1社</li> <li>・「Grand Opening Event 〇」による実証実験：13社</li> </ul>
新産業の創造・発信に向けた支援	<p><u>自らの技術を披露できた企業数：</u> 41社（昨年度：69社）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・HANEDA INNOVATION CROSS MEET 登壇企業</li> <li>・イベント等での登壇・出展企業</li> </ul>	<p><u>ビジネスイベント参加企業数：</u> 83社（昨年度：64社）</p> <p><u>うち区内企業数：19社</u></p> <p>企業交流数：0件(昨年度：1件) <u>うち区内企業数：0社</u></p>

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>・ロボットデリバリーの実証実験が進められているものの、その他の新たな取組みが生まれていない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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と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> <li>・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。</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の実証に加えて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。</li> <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> <li>・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。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・区内産業支援施設等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を増加した。一方、それらが、具体的な企業交流につなげられていない</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業にとって協業やプロジェクト組成の具体的なイメージの醸成につながるよう、テーマ性を持ったイベントを開催する。</li> <li>・先端産業創造委員会を中心に、単に交流会で終わることなく、少人数での、より精緻な交流やリバーズピッチ等、企業交流に直結するイベントを検討・開催する。</li> <li>・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。</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：7施設 (昨年度：6施設)	<u>体験型商業施設利用者数</u> ：3,200名 (昨年度：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> ：－ (昨年度：8,241件) <u>足湯スカイデッキ利用者数</u> ：144,430名 (昨年度：165,834名) <u>食文化発信施設利用者数</u> ：62,797名 (昨年度：21,512名) <u>ライブホール公演数</u> ：310公演 (昨年度：278公演) <u>アートボックス利用者数</u> ：500 (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> ：28件 (昨年度：27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> ：24事例 (昨年度：15事例) <ul style="list-style-type: none"> <li>・大田区工芸ワークショップ</li> <li>・こども未来ピッチ</li> <li>・川瀬巴水展示</li> <li>・Signature Event “INNOVATION IDOBATA”</li> <li>・表現する素材展 More than Materials by we+</li> <li>・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>：9事例 (昨年度：7事例)</li> </ul>	<u>文化活動への複数回参加者数</u> ：42名 (昨年度：0名)

評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験型商業施設は昨年度途中で閉館となつて以降、恒常的な活用がされていない。</li> <li>・にほん魅力案内所（インフォメーションセンター）の利用者数の集計方法を早急に検討する必要がある。</li> <li>・HICity の来訪数は昨年度より増加しているが、足湯スカイデッキの利用者数は減少している。</li> <li>・ライブホール公演数に比例して、食文化発信施設の利用者は大幅に増加している。</li> <li>・ZONE C のアートボックスにおいて作品展示による文化発信ができています。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・体験型商業施設の令和6年度中の定常稼働に向け、速やかに検討を進める。</li> <li>・各文化発信施設の機能や案内の方法を検証し、利用者数向上に取り組む。特に、ライブ参加者や宿泊者、イベント参加者、訪日外国人を意識した機能更改等を検討する。</li> <li>・アートボックスでの芸術発信を継続するとともに、アートがもたらす効果の検証など、HICity ならではの取組みを検討する。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・取組み数は大幅に増加し、順調に伸びており、各イベントにおいて、区内団体等と連携して、継続的に実施する事業も増加している。</li> <li>・人材育成を目的に、様々な「学び」を、より多くの来訪者へ提供する工夫が必要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・文化産業創造委員会が、人材育成を目的とした取組みについて調査・研究し、HICity らしい企画を検討する。</li> <li>・羽田の歴史（歴史資料コーナー）や足湯スカイデッキ（温浴文化）、花灯籠（花札）など、HICity にある文化施設等を活用し、定常的な学びを提供する仕組みを構築する。</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>：21社（昨年度：9社）</p>	<p><u>先端×芸術文化に関する研究開発数</u>：4件（昨年度：1件）  <u>うち、区内企業・団体との連携数</u>：4件（昨年度：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>：38件（昨年度：27件）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・初夏キャンペーンでの取組み</li> <li>・夏のお祭りキャンペーンでの取組み</li> <li>・Grand Opening Event での取組み</li> <li>・WI-COCOON</li> </ul>	<p><u>芸術文化に関する取組み参加者数</u>：33,387名（昨年度：40,751名）</p>



評価/課題	課題への対応策
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ イベント開催時を中心に、HICity らしい取組みの誘致が大幅に進んでいる。また、新たに開業した、terminal.0 HANEDA を拠点に、先端×芸術文化に関する企業の集積が進んでおり、今後の研究開発の増加が期待される。</li> <li>・ 先端技術と芸術文化の融合に関する研究開発を促進する仕組みづくりが必要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 文化発信施設を活用した研究を誘致するなど、既存のリソースを基に実証等の呼び込みを強化する。</li> <li>・ 「ハネダX」等の参加企業や、HICityにおける実証において、「先端×芸術文化」の分野も加えるなど、他の委員会の取組みとも連携を図る。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大規模イベントの開催数の減少に伴い、参加者数は減少している一方、取組み実施数は増加しており、多様な団体との連携が進んでいる。</li> <li>・ 季節のキャンペーンでは、鯉のぼりや盆踊りなど日本の伝統文化と DJ などの音楽ライブが融合する HICity らしい取組みが実施されている。</li> <li>・ イベント開催時の取組みが多く、アートボックスを活用した日常的な芸術・文化発信が求められる。</li> <li>・ イベントが定期化する中、より多くの来訪者を獲得するための工夫が必要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ HICity の共有部や店舗内にて、パネルやサインージュを用いた文化発信を行うなど、日常的な文化発信を検討する。</li> <li>・ 区内文化施設と連携した発信を維持・強化する。</li> <li>・ 幅広い来訪者を獲得するため、文化産業創造委員会がトレンドに合わせた企画を検討するとともに、効果的な宣伝等による新規顧客の獲得を行う。</li> <li>・ 期間を設け地域や区内団体等に HICity での活動の場を提供するなど、地域と連携した大田区ならではの文化発信を行う。</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
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：20件</u> （昨年度：15件） ・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> （昨年度：1,749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：243件</u> （昨年度：125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：6,282件</u> （昨年度：5,353件） ・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
「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
<ul style="list-style-type: none"> <li>・航空会社や区内企業と新たに連携し、活動の場を広げるなど、新たな企画に取り組んでいる。</li> <li>・コンテンツが単発の提供に終わるため、継続的なプログラムとしての取組みが求められる。</li> <li>・天空橋駅周辺の避難場所の指定に伴い、HICityにおける避難エリアと避難者対応の取り決めが整理された。今後、地域に向けた周知が求められる。</li> <li>・羽田の愛着醸成を目的にまち歩きが行われているが、歴史伝承も引き続き行うことが重要である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・引き続き地域団体や企業との連携の機会を増やしながら、継続的なプログラムの実施について検討する。特に、未来を担う子どもたちに対して、社会科見学や「おおたの未来づくり」への協力を通して、魅力発信や歴史伝承に取り組むこと。</li> <li>・避難者対応の整理を継続するとともに、地域住民との信頼関係を築きながら、避難場所について周知を行う。</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・グランドオープンでのプレスリリース配信や、メディア掲載により、来街者の増加に大きく寄与した。</li> <li>・構成企業のプレスリリースやイベントの発信を通じ、区民の認知度は大きく増加しているが、依然として、HICity から距離が遠い地域は顕著に低い。戦略性のある広報展開を検討する必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存の広報手段を活用しながら、SPC 構成企業が持つ広報媒体の活用を検討する。また、施設への来街を促すため、訴求効果の高いコンテンツを打ち出す。</li> <li>・区内全体の認知度を高めるよう、区内産業団体や区主催、共催事業等との連携により、積極的な情報発信を行う。</li> <li>・入居企業の取組や区内イベントについて、HICity のデジタルサイネージを活用するなど情報発信の場を提供する。</li> </ul>
-	-

## 第4章 令和5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5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5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5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194.7億円、一次波及効果が約56.2億円、二次波及効果が約25.7億円で、合計約276.6億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。

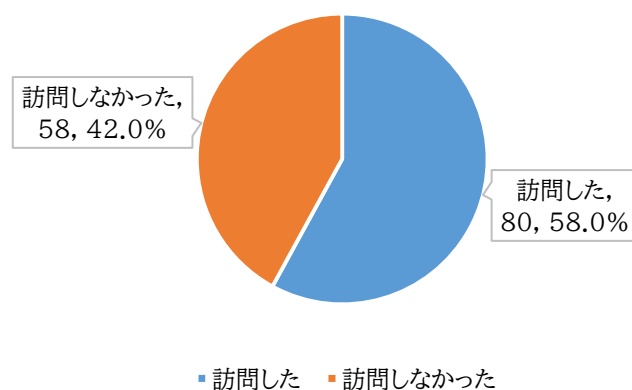
### ア アンケートの概要

今回行ったアンケートの概要は以下のとおりです。

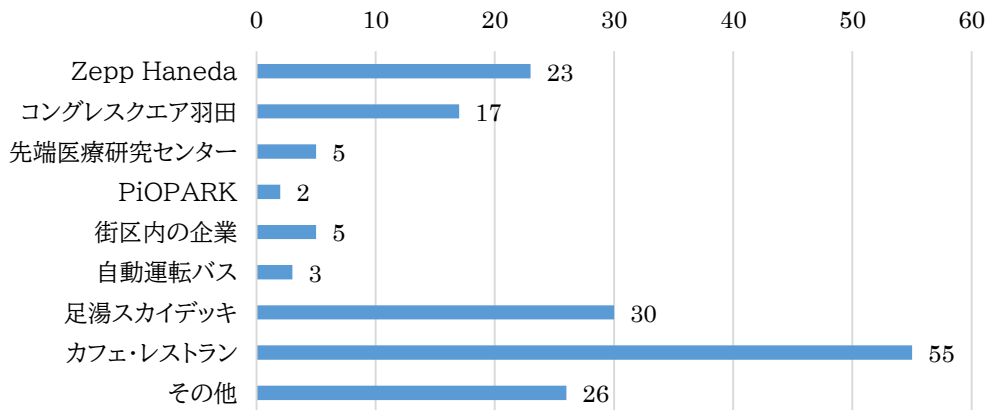
名称	宿泊者アンケート
調査方法	①客室への調査票による備え置き ②二次元バーコードを経由したオンライン回答
調査期間	令和6年2月7日～3月15日
対象ホテル	①京急 EX イン羽田イノベーションシティ ②ホテルメトロポリタン羽田
実施方法	①調査票を客室に備え置き、回答者がフロントに持参することにより回収 ②自動チェックイン・チェックアウト機に設置した二次元コードを読み取り、アンケートを回答
有効回答数	138 件

### イ 回答内容

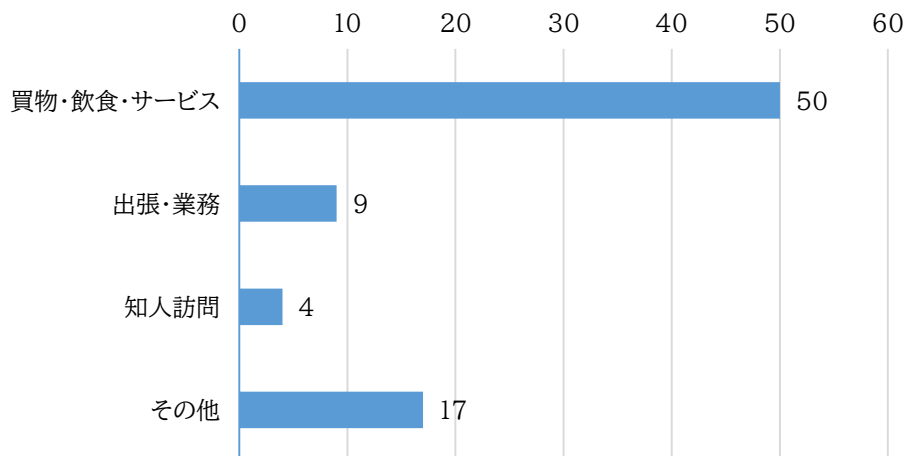
羽田イノベーションシティ内の施設訪問について  
(n=138)



### 羽田イノベーションシティ内の 施設訪問先について(n=85、複数回答)



### 大田区内を訪問する目的について (n=80、複数回答)



宿泊者については、海外からの来訪者の回答が全体の10%以上おり、外国人観光客の滞在が一定数見られた。滞在中の過ごし方について、HICity内の施設に訪問すると回答した人の割合は58.0%でした。訪問先ではカフェ・レストランと回答した人が多く、HICityで飲食を伴う消費を行っ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・サービスをあげています。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一部繋がっていることから、HICityの来訪者の増加や区内への回遊に繋げることで、区内への雇用や生産の波及効果につながると期待できます。

## 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5年度では、令和4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。

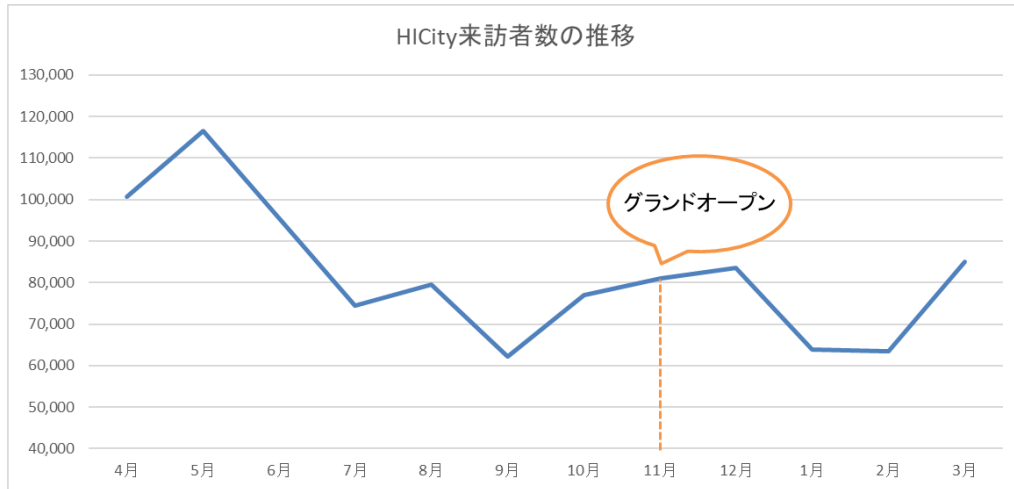
-----  
データ提供：KDDI・技研商事インターナショナル「KDDI Location Analyzer」  
調査に用いたデータは au(KDDI)スマートフォンの位置情報ビッグデータ  
(au スマートフォンユーザのうち、個別同意を得たユーザが対象、かつ個人を特定できない処理を行って集計された情報)。なお、データには 20 歳未満、およびインバウンド観光利用者のデータは含まれない。  
-----

### (1) 来訪者数の推移

年度当初の来訪者数については、5月に11.6万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、令和5年11月のグランドオープンに向けて、令和4年度末以降、ゾーンA・B・Cの二期工事がピークを迎えており、工事関係者の増加が影響を与えているものと考えられます。

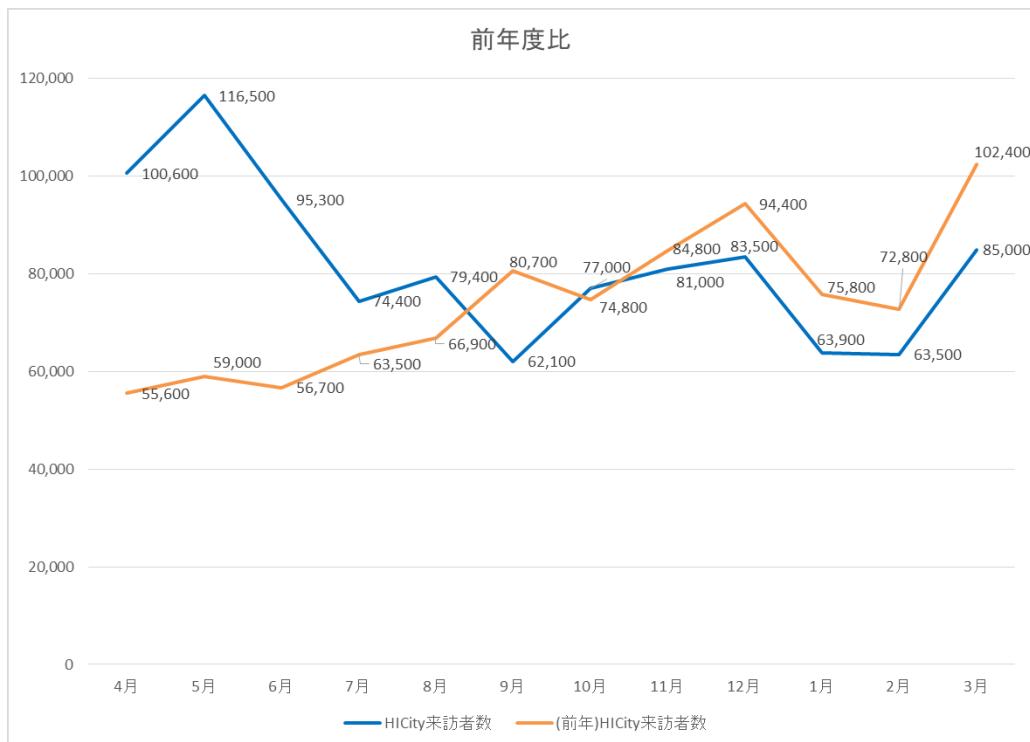
その後は停滞を続け、8月には一時盛り返すものの、9月において最も来訪者数が減少しました。これは、東京で7/6～9/7の64日間最高気温30℃以上の真夏日が続き、過去最長を記録したことに加え、令和4年度9月に実施した『羽田スマートシティ EXPO』が、令和5年度は開催しなかったことが影響したものと考えられます。

他方、Ⅱ期エリア（ゾーンA・B・C）においては、10月に先端医療研究センターおよび滞在施設がオープンし、11月にはグランドオープンを迎えたため、10～12月にかけてはやや増加傾向がみられました。また、ゾーンCは1月末に開業しているため、今後の動向にも引き続き注視する必要があります。



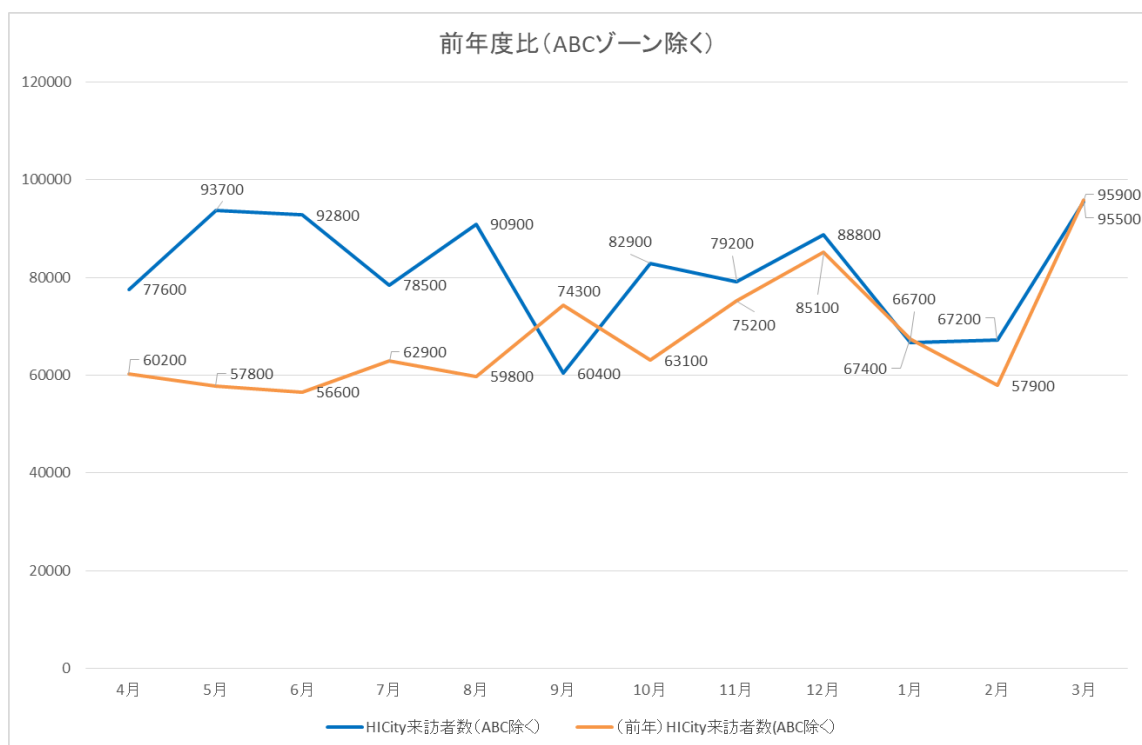
また、前年度の来訪者数との比較においては、5月に約2倍の増加があったものの、年度後半となる11月以降は前年度を下回る結果となりました。

これは、令和4年度後半から令和5年度前半にかけて、工事関係者の増加の影響があったものと考えられます。





工事関係者の増加の影響を考慮し、ゾーンA～Cを除いた、ゾーンD・ゾーンE・ゾーンH・ゾーンI・ゾーンJ・ゾーンKの来訪者数の合算値について、前年度と比較を行いました。その結果、9月（前年度比81.3%）・1月（同99.0%）・3月（同99.6%）は前年度を下回ったものの、その他の月では前年度を上回る結果となりました。そのため、工事関係者を除いた来訪者数としては、概ね昨年より増加傾向が見られました。



※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、各エリアの来訪者合計数はエリア全体来訪者数を超過することもある。

## (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4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

	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
上段： 年間平均 (%)	9.9 (20.9)	12.7 (11.3)	10.8 (9.2)	31.1 (29.4)	7.8 (13.3)	18.6 (16.8)	19.6 (18.6)
下段： 年間来訪 者数(人)	101,300 (185,200)	121,100 (100,500)	103,100 (81,300)	299,700 (261,000)	77,600 (118,200)	183,200 (149,000)	189,900 (164,700)

※括弧内は昨年度データを記載。%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4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おります。そのため、令和6年度も更なる来訪者が期待されると考えられます。

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	13.9%	6.5%	7.2%	21.7%	8.1%	19.0%	14.7%
5月	17.1%	7.3%	7.2%	22.2%	8.4%	18.1%	17.2%
6月	12.9%	9.8%	10.5%	32.3%	6.7%	15.3%	22.7%
7月	5.8%	11.1%	11.4%	35.8%	7.5%	19.2%	20.4%
8月	6.5%	10.5%	15.4%	40.1%	7.7%	19.9%	20.8%
9月	11.8%	9.2%	11.2%	34.5%	5.2%	19.0%	18.2%
10月	6.7%	13.6%	8.8%	33.8%	9.8%	19.9%	21.8%
11月	10.3%	16.6%	10.6%	32.9%	6.7%	15.5%	15.6%
12月	7.3%	20.6%	10.7%	24.9%	12.0%	25.3%	12.9%
1月	10.0%	17.4%	11.1%	29.0%	5.6%	15.4%	26.1%
2月	8.1%	14.9%	13.4%	29.6%	7.4%	18.6%	22.0%
3月	8.4%	14.8%	11.8%	35.7%	8.4%	18.7%	23.0%

月別の来訪者とライブホールの公演数について、令和4年度は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、イベント需要に回復の兆しが見られました。

令和5年度は令和4年度と同様、イベント需要が見られ、公演数は22～29回（各月の平均公演数26回）、Zepp来訪者割合は21.7～40.1%（各月の平均Zepp来訪者割合31.0%）と、年間を通して特定の月における突出した差異は見受けられず、安定した来訪者による人の流れが見られました。

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	100,600	21,800	23	21.7%
5月	116,500	25,800	24	22.1%
6月	95,300	30,800	22	32.3%
7月	74,400	26,600	27	35.8%
8月	79,400	31,800	27	40.1%
9月	62,100	21,400	26	34.5%
10月	77,000	26,000	29	33.8%
11月	81,000	26,600	25	32.8%
12月	83,500	20,800	27	24.9%
1月	63,900	18,500	25	29.0%
2月	63,500	18,800	28	29.6%
3月	85,000	30,300	27	35.6%
平均	81,850	24,933	26	31.0%

ライブホールの公演日におけるHICityの平均来訪者数（2,811人）は、公演がない日における平均来訪者数（1,986人）の約1.41倍であり、令和3年度の約2.08倍、令和4年度の1.58倍を下回ったものの、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。

### (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 4 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ちました。また、神社・寺院に関するスポットでは、玉川弁財天周辺、穴守稲荷神社周辺や白魚稲荷神社周辺といった、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 4 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上位 10 地点  
(HICity 総来訪者数：N= 982, 800)

	同日併用	滞在者数(人)	割合(%)
1	整備場駅周辺	38,700(29,600)	3.94(3.32)
2	羽田空港第3ターミナル駅周辺	21,600(15,700)	2.20(1.76)
3	羽田空港第1・第2ターミナル駅周辺	17,800(16,200)	1.81(1.82)
4	穴守稲荷駅周辺	14,000( 9,300)	1.42(1.05)
5	京急蒲田駅周辺	12,700(10,900)	1.29(1.22)
6	穴守稲荷神社周辺	12,000( 6,800)	1.22(0.77)
7	蒲田駅周辺	10,900( 9,600)	1.11(1.08)
8	大鳥居駅周辺	10,200( 5,000)	1.04(0.56)
9	白魚稲荷神社周辺	8,600( 5,900)	0.88(0.67)
10	玉川弁財天周辺	5,600( 9,800)	0.57(1.10)

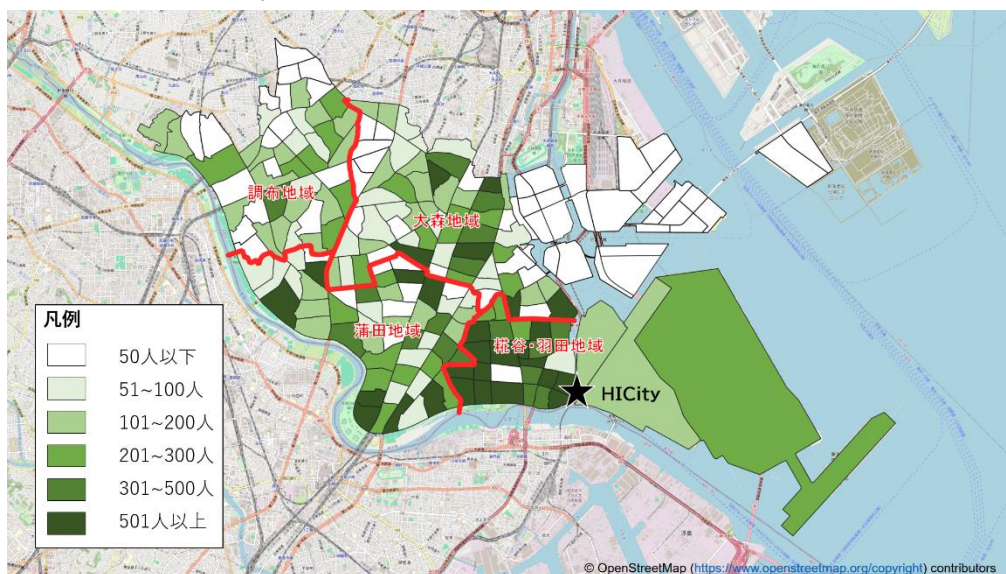
※括弧内は昨年度データを記載。60 分以上滞在した人のみ対象としており、スポットを単に通過した来訪者は含まれない。

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 4 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。

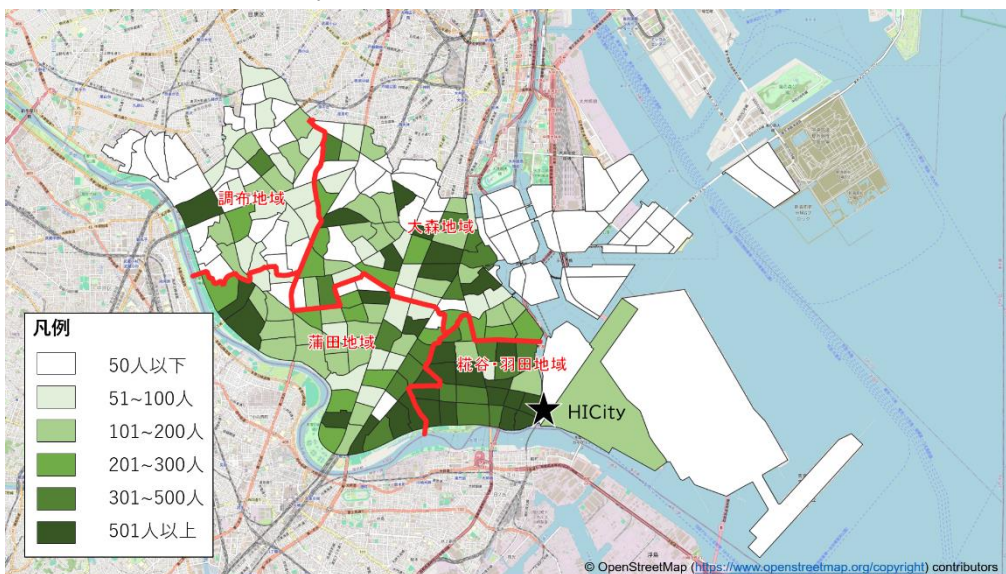
また、調布地域の一部など、HICity からの距離が遠い場所においても、令和4年度と比較して来訪者が徐々に増えていることがわかる一方で、HICity からの距離が近い地域であっても、令和4年度と比較して来訪者が少ない地域も見られました。

上記の傾向から、新規の来訪者向けに対して HICity の魅力の訴求が継続的に行われつつあると評価できる一方、2回目以降の来訪者、いわゆるリピーターを醸成するための施策が必要と考えられます。

HICity 来訪者の大田区内居住地状況（令和5年度）



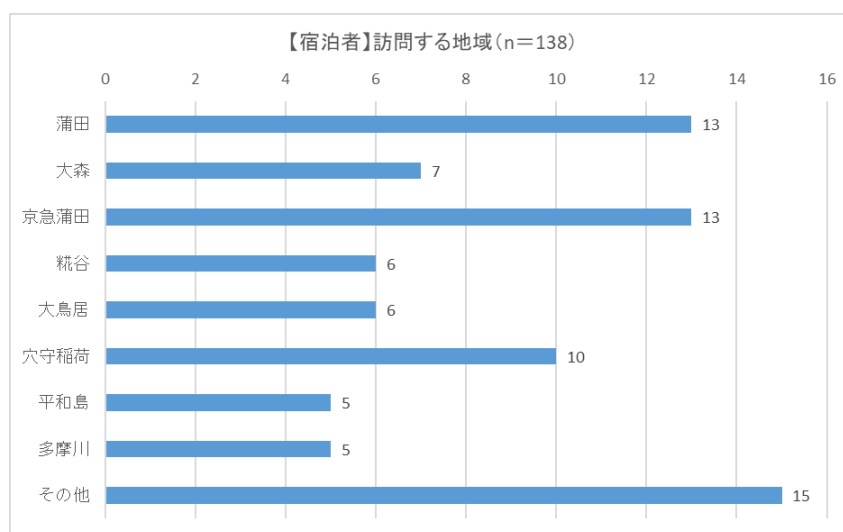
※参考：HICity 来訪者の大田区内居住地状況（令和4年度）



#### (4) 宿泊者の特徴

宿泊者については、羽田空港を利用すると回答した人は80.4%であり、令和4年度調査結果である94%から約10ポイント減とはなったものの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	0	0	2
大森	7	5	0	1	1
京急蒲田	13	10	2	0	1
糶谷	6	4	1	0	1
大鳥居	6	2	0	1	3
穴守稲荷	10	6	2	0	2
平和島	5	3	0	0	2
多摩川	5	4	0	0	1
その他	15	5	4	2	4
(回答数)	80	50	9	4	17

### 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5年度においては区民意識調査結果の活用に加え、HICity 入居テナント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5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 52.1%であり、令和4年度の 31.9%より 20.2ポイント上昇しました。また、地域別では、糀谷・羽田地域が 70.1%、蒲田地区 52.6%、大森地区 35.0%、調布地区は 36.4%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5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

過去3カ年との比較において、令和4年度の糀谷・羽田地域、令和3年度の大森地域のみ微減があったものの、その他いずれの地域（及び全体）においても、時間の経過と共に認知度が高まっていることが確認できました。特に、令和5年度は各地域において 9.3~19.9ポイントと大きく上昇しており、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%

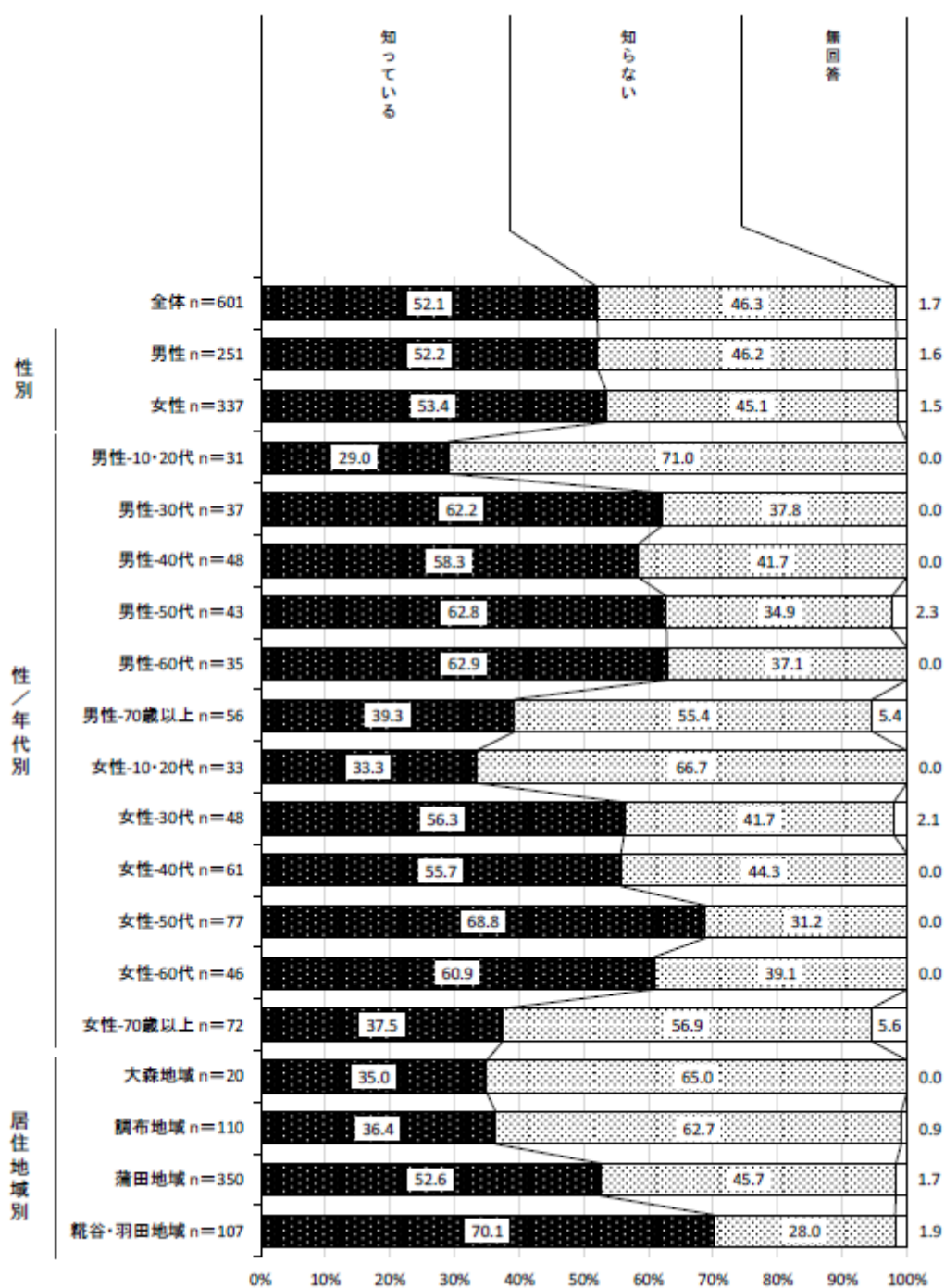


なお、前述の通り、前項「2 人の流れの創出」にて活用した通信事業者データによれば、来訪者のうちの区内居住者については、HICity に近い糀谷・羽田地域からの来訪者が多く、HICity からの距離が遠くなることに比例して来訪者が減る傾向が確認できました。また、同一地域の単年度比較において、例えば調布地域では令和4年度と比較して令和5年度は来訪者が増加していることが確認でき、区民意識調査の結果と相関関係があることが分かりました。

性別及び年代別認知度については、「男性」の全体平均は52.2%（前年度33.0%、前年度比19.2ポイント増。）であるのに対し、「女性」の全体平均は53.4%（前年度31.2%、前年度比22.2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。

また、全体の中では「女性50代」の割合（68.8%）が最も多い結果となりました。

性別・性／年代別・居住地域別



また、現在のライフステージと認知度については、「一番上のこどもが学校卒業（本人は64歳以下）」が75.0%、「一番上のこどもが小・中学生」が71.2%、と全体平均52.1%を大きく上回る結果となっています。

令和3年度及び令和4年度においては、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配布したことで、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が、令和5年度においては子育てが終了した世代の認知度が最も高い結果となりました。このことは、HICity開業後、時間の経過とともにこれまでの取組みも相まって、徐々に様々な世代へ広く知れ渡ってきているものと推察されます。

## (2) 満足度

区民への「HICityに対する満足度調査」は、令和6年度に実施・分析を行う予定です。

入居テナントへの満足度調査については、令和5年度末に初めて実施しました。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：30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    |

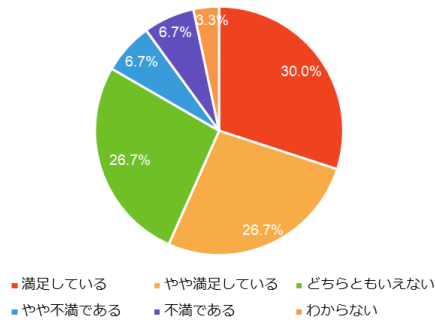
ここでは、『1. 満足している』、『2. やや満足している』の上位2段階までの回答を選択した場合に、満足度が高いとの回答が得られたものと整理します。

回答結果について、「HICityの施設や共有設備の使い勝手」は56.7%、「HICityのまちなみ・景観」は76.7%、「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50.0%、「HICityの立地条件」は66.7%、「総合的な満足度」は76.7%、といずれも過半数を超える結果となりました。

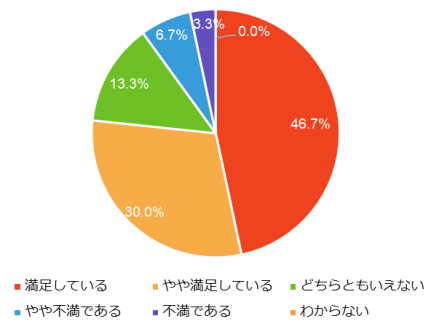
とりわけ「総合的な満足度」の値が高水準となった点については、「HICityに事業所を構えたことによる、顧客創出、新規開拓等事業への影響」、「HICityに事業所を構えたことについての、顧客等から好意的な言及」について、『大いにあった』、『多少あった』とする回答の合計比率がそれぞれ73.3%、70.0%であったことが確認でき、このことが要因の一つと考えられます。

なお、満足度が低いと思われる事業者からは、HICityと調和した駅の整備や案内の強化、ステーション内の安全確保、娯楽施設や飲食施設の充実、といった意見が挙げられました。

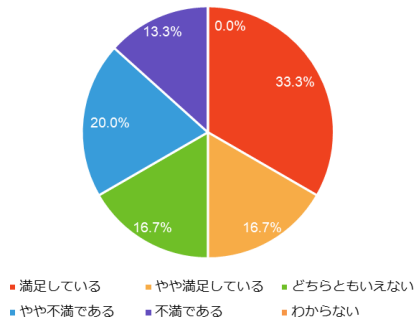
事業・研究・実証実験を行うにあたり、HiCityの施設や共有設備の使い勝手に関する満足度をお教えてください。



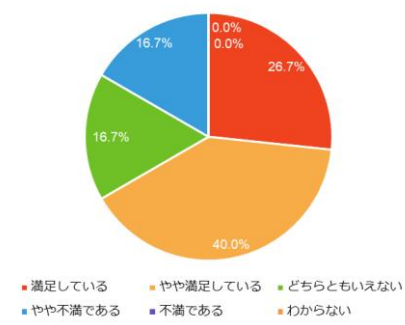
HiCityのまちなみ・景観に関する満足度をお教えてください。



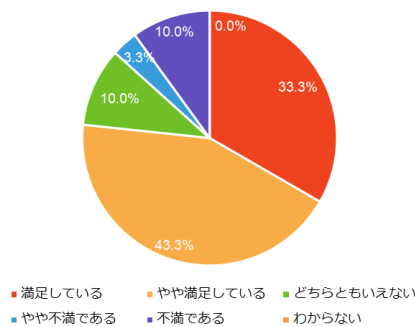
HiCityを歩行・回遊するにあたっての快適性・利便性(駅からの動線)、トイレ・エレベーター・案内板・施設内マップなどの設備へのアクセスに関する満足度をお教えてください。



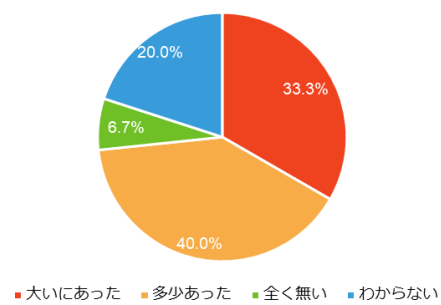
HiCityの立地条件(羽田空港近接、品川まで15分圏内)や交通アクセス(2路線乗り入れ、周回バス)に関する満足度をお教えてください。



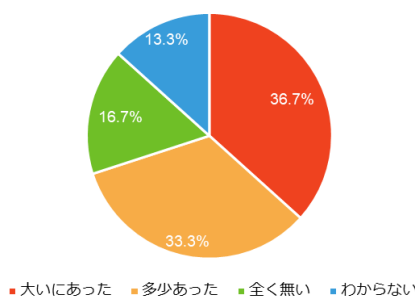
HiCityに事業所を構えたことに関する、総合的な満足度をお教えてください。



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。



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。



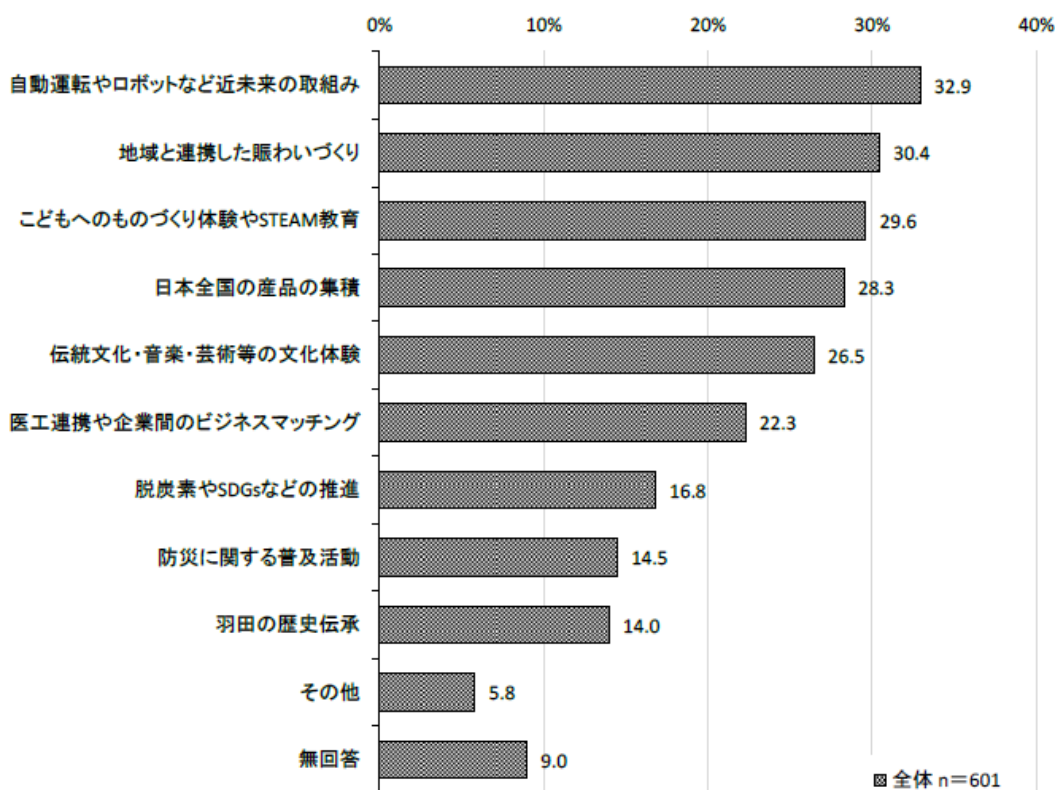
### (3) その他期待すること

令和5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、「自動運転やロボットなど近未来の取組み」が32.9%で最も高く、次いで「地域と連携した賑わいづくり」(30.4%)、「こどもへのものづくり体験やSTEAM教育」(29.6%)が続く結果となっています。

HICityにおけるキーワードである「自動運転」「ロボット」や「地域」が令和4年度よりもさらに期待度が高い結果になるとともに、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い結果となりました。

他方、令和4年度に引き続き、「脱炭素やSDGsなどの推進」(16.8%)や「羽田の歴史伝承」(14.0%)が低い結果となっており、HICity内においては水素ステーションやインフォメーションセンターの整備を実施しているものの、それらに続く取組が少ないことが、当該結果の要因であると考えられます。そのため、これらの項目に関連する取組にも注力するなど、区民の期待に応えられるような創意工夫が求められます。

HICityの取組へ期待すること



## 4 経営状況

以下のとおり、収益性に留意することが望ましいものの、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。

### (1) 羽田みらい開発株式会社 (SPC)

ア 営業収益

835,357 千円 (前年比 2.66%増)

イ 経常利益

1,207 千円 (前年経常損失 5,401 千円)

ウ 当期純利益

1,084 千円 (前年当期純損失 3,744 千円)

エ 固定長期適合率

89.96% (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

140.17% (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 1,481,940 千円。純資産が 124,603 千円 (負債の割合が大きい)、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

3,254 百万円 (前年比 48.92%増)

イ 経常損失

682 百万円 (前年比 6.3%増)

ウ 当期純損失

479 百万円 (前年比 7.39%増)

エ 固定長期適合率

97.12%

オ 流動比率

161.78%

カ 財産の状況

総資産が 71,005 百万円。純資産が 12,883 百万円 (TMK 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5年度は、5月に新型コロナウイルス感染症の法的な位置づけが変更され様々な制限から解放されるとともに、日本全体でインバウンドが増加するなど、社会・経済環境に大きな変化のある年でした。そのような中HICityでは、令和2年7月のまち開きから3年強を経過した令和5年11月、無事グランドオープンを迎えて施設全体の本格稼働を開始することができました。

全体として、先端産業について多様な業種の連携が期待される施設（藤田医科大学東京先端医療研究センター、terminal.0 HANEDA等）が開業したほか、文化産業についてライブホールでは公演数が増加するとともに体験型商業施設との連携が行われ、更に来街者数が過去最高になるなど、HICityにおける各事業の特徴がよく表れた年度になりました。

先端産業においては、前年度以前から継続的に行われている取組として、自動運転レベル4の導入に向けた自動運転バス運行実験や、フードデリバリーロボットなど多様なロボットに関する実証実験が引き続き行われました。また、施設のグランドオープンにより新たな入居企業等を迎え、先端医療の研究やヘルスケアに関する企業集積が進みました。そして、HICityと区内の産業拠点入居企業等との交流会等により、HICityにおける先端産業と区内事業者との協業・連携を生み出す機会が創出されました。

文化産業においては、昨年度の2倍に近い文化活動に関する取組みやアートボックスにおける作品展示による文化発信が行われ、また、ライブ公演数・食文化発信施設利用者数が増加するなど、着実に実績を積み重ねました。また、区内企業・団体・学校とも多数の連携が行われました。

更に、イベント時のコンテンツやterminal.0 HANEDAにおいて、先端産業と芸術文化を融合させる研究開発が行われるなど、先端産業と文化産業をテーマとして「新産業創造・発信拠点」を掲げるHICityらしい取組が行われました。

エリアマネジメントにおいても、新たな事業者との連携や活動の場を広げる様々な事業が行われています。

これらの取組みの成果やグランドオープンに伴う入居企業や就業者数の増加を受けて、事業の経済波及効果は昨年度より大幅に増加し、人流も全体では増加しています。また、これまでの広報活動が実を結び、区民の認知度も向上しました。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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・HICity の入居企業と区内産業支援施設等との交流会が開催され、先端産業と区内事業者との協業・連携の機会が創出されている。今後も同様の、かつ単発のイベントにとどまらない、事業者の関与の段階・ステップ等に応じた多様な取組みが期待される。</li> <li>・HICity への来訪者（宿泊者）により区内で消費活動が行われているが、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向向いていただき、区への経済波及を後押しすることが期待される。</li> </ul>
人の流れ の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>・HICity への来訪者数は、総数で令和4年度より17%増加した。</li> <li>・これまでと同様、イベント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HICity の近隣の駅周辺にとどまっている。</li> <li>・動画を発信する SNS を新たに活用し、情報発信の多角化を図っている。</li> <li>・宿泊者のアンケート調査からも、引き続き、羽田空港、蒲田、京急蒲田などで多くの人の流れが確認できることから、区内の交通要所が人流についての結節点であると考えられる。</li> </ul>
認知度・ 満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・認知度は、令和4年度は全体で31.9%だったものが、令和5年度は52.1%となり、大幅に認知度が向上した。</li> <li>・HICity に近い地域ほど認知度が高いものの、いずれの地域でも約10～20ポイント向上した。</li> <li>・これまでと同様、概ね、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。また、引き続きイベント時の区立小中学校へのチラシ配布を実施したことに加え、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・戦略的な広報が認知度の向上に貢献したと考えられる。</li> <li>・「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を行うなど、周辺地域の理解や愛着の醸成に係る取組が行われた。</li> <li>・入居テナントによる満足度は、総合的な満足度は「満足している」と「やや満足している」の回答が76.7%に達した一方で、駅やHICity 施設の事業環境・就業環境がより良くなることを希望するなどのコメントもあった。</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、多様な観点で継続・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> <li>・技術革新を踏まえた検討・取組みを行うこと。</li> </ul>	<p><b>【高い入居率を維持するための工夫】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul> <p><b>【区内経済波及のさらなる創出】</b></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する多様な企画を検討すること。</li> </ul> <p><b>【HICityへの誘客・理解促進】</b></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。</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><b>【区内回遊】</b></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。</li> </ul> <p><b>【先端産業・文化産業の区内他施設への展開】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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）。</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>・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。</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の委託により実施しています。

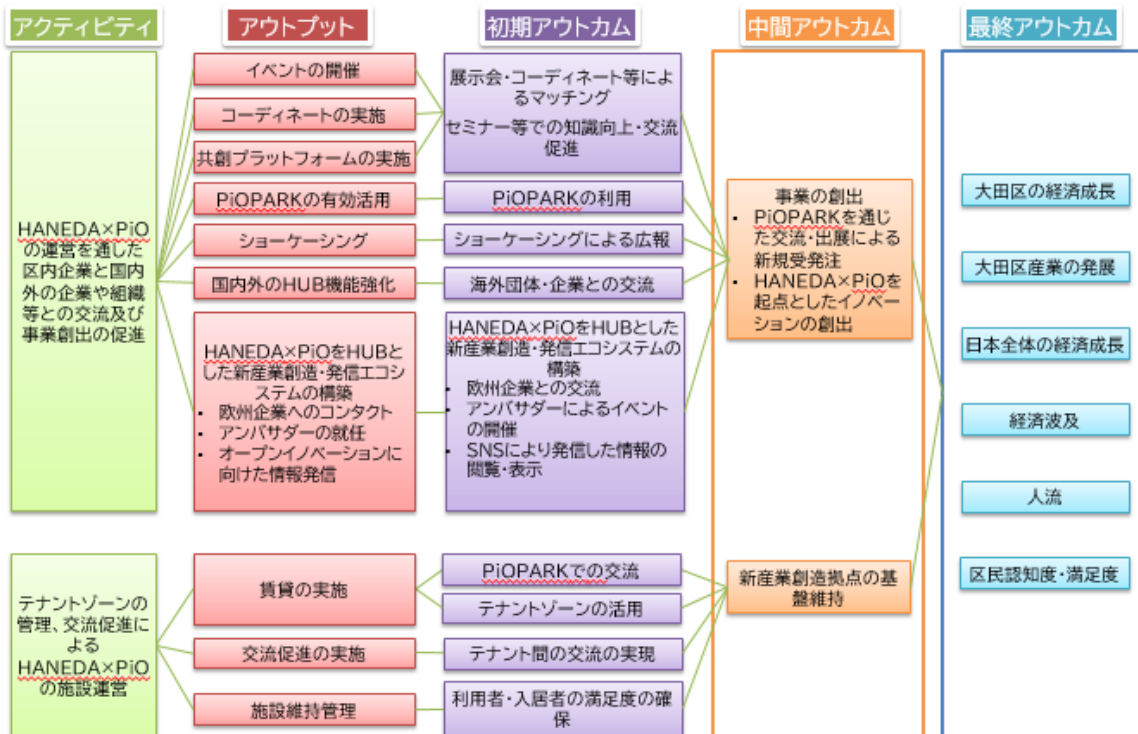
また、令和4年度に引き続き、令和5年度も、HANEDA×Pi0 を HUB とした新産業創造・発信が自律的に行われる「エコシステム」の構築に向けて、モデル事業を時限的に実施しました。

### 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。

## セルフモニタリングのロジックモデル



## コラム

### PiO PARK の取組み ① オープンイノベーション

PiO PARK では、多様な主体の出会いをきっかけにイノベーションを創出することを目指し、多種多様な企画・イベントを開催し、区内企業の匠の技を活かした新製品が生み出されています。

世界初のスチーム機能を備えたサウナストーフ「IRORI」は PiO PARK で開催された交流イベントをきっかけに、家庭用テントサウナの製造販売を行う株式会社 Vanwaves と、有限会社安久工機をはじめとする区内の町工場が連携し、共同開発が行われました。

完成した「IRORI」は、羽田イノベーションシティ足湯スカイテッキで開催されたサウナイベントの実証実験で展示され、令和 6 年 7 月に販売が開始されました。



今後も、PiO PARK で生まれたオープンイノベーションについてはホームページで公開してまいります。詳しく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：205件 (昨年度 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：1,113人 (昨年度：509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：10件 (昨年度：7件) 受発注見込金額： 64,750,000円 (昨年度： 35,206,500円) <sup>1</sup>
	【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：373件 (昨年度：65件)	・商談件数：1,101件 (昨年度：500件) ・受注・発注見込み額： 5,675万円 (昨年度：2,892万円)	・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：2件 (昨年度：1件) 海外企業等との 新規受発注：3件 (昨年度：7件) 実証実験検討・ 実施：2件 (昨年度：1件)
	【PiO PARKにおける共創プラットフォームの実施】 ・勉強会件数：15件 (昨年度：9件)	・満足度：100% (昨年度：100%) 【セミナー等での知識 向上・交流促進】 ・参加者数：208人 (昨年度：23人) ・満足度：88.26% (昨年度：83%)	
	【PiO PARKの有効活用】 ・月額プラン契約件数 (令和5年度末)：24件 (昨年度末：14件)	【PiO PARKの利用】 月額契約者令和5年度 利用実績 ・延べ回数：793回 (昨年度：514回) ・延べ人数：2,420名 (昨年度：981名)	
	【PiO PARKにおけるショーケーシング】 ・参加企業数：81社 (昨年度：91社)	【ショーケーシングに よる広報】 ・来訪者数：5,008人 (昨年度：5,905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：21団体 218名 (昨年度：12団体 106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：302 社 (昨年度：259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：82件 (昨年度：62件) ・アンバサダーの就任 就任したアンバサダー数：7人 (昨年度：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 (昨年度：3件) SNS 発信回数：215件 (昨年度：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】 ・欧州企業との交流 アポイント数：20件 (昨年度：10件) ・アンバサダーによる イベントの開催 開催回数：15回 (昨年度：12回) 参加者数：653人 (昨年度：636人) ・SNSにより発信した 情報の閲覧・表示 再生・表示回数： 118,200回(昨年度： 689,979回)	

#### 現状に対する考え方

##### 【Pi0 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】

- ・イベントは昨年度に引き続き、月平均約 17 回と高い稼働率で利用されている。
- ・令和 4 年度から始まった超専門技術ミニ展示会は令和 5 年度も引き続きシリーズ化され、昨年度比で約 2 倍の参加者数/商談件数/受注・発注見込み額を達成するなど、効果的かつ効率的な取り組みとなっている。
- ・セミナーについても昨年度に比して大幅に開催件数が増加しており、主に区内企業を対象にした知識向上・交流促進の機会創出につながっている。
- ・コーディネート実施件数について、令和 5 年度より海外ビジネス相談員が Pi0 PARK に常駐することにより、区内企業の海外展開支援に向けた支援・コーディネートが定常的に実施されている。
- ・区内企業主体の勉強会は定期的実施されており、今後 Pi0 PARK を拠点に区内企業と HiCity 入居企業、イベント来訪者を繋ぐ機能や仕組みを強化することにより、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。

##### 【Pi0 PARK の有効活用、Pi0 PARK におけるショーケーシング】

- ・Pi0 PARK の月額契約者の件数は令和 4 年度と比較し 10 件の増加と、コンスタントに利用者が増加しており、それに伴い利用実績も大幅に増加している。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 入居企業等との繋ぎによるオープンイノベーションの創出等、Pi0 PARK 利用によるインセンティブ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令和 4 年度と比較して減少しているが、月換算で約 400 名強とコンスタントな来訪者があり、ショーケーシングからの発注も獲得している。体験型のコンテンツを増やす、展示にテーマ性を付与するなど、今後來訪者をさらに増やし、発注等の成果につなげる工夫が求められる。
- ・HiCity のグランドオープンをきっかけに、国内外からの視察を中心とした来訪者は増加の一途をたどっている。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。

##### 【Pi0 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 4 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 Pi0 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、Pi0 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、Pi0 PARK の活性化に貢献した。引き続きアンバサダー等の有する広範なネットワークを活用し、幅広いジャンルや産業分野のイベントを Pi0 PARK に呼び込むとともに、イベントで呼び込んだ人々を Pi0 PARK に定着させ、月額登録者や HiCity 入居企業、区内企業等と繋ぐコミュニティ化の機能を検討し、Pi0 PARK の価値向上を目指す。
- ・エコシステム構築事業を通じて、区内企業とスタートアップ企業のオープンイノベーション事例が生まれている。今後も同様のオープンイノベーションの案件等の創出を通じて、HANEDA×Pi0 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×PiOの施設運営	<b>【賃貸の実施】</b> ・テナント数：9社 (16/17区画) (昨年度：10社 (17/17区画))	<b>【PiO PARKでの交流】</b> ・PiO PARKでの他社との 打合せ件数：262件 (昨年度：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% (昨年度：100%)
		<b>【テナントゾーンの活用】</b> ・入居率：94.1% (昨年度：98%)	
	<b>【交流促進の実施】</b> ・交流事業数：6件 (昨年度：8件)	<b>【テナント間の交流の実現】</b> ・参加者数：179人 (昨年度：115人)	
	<b>【施設維持管理】</b> ・法定点検実施率：100% (昨年度：100%)	<b>【利用者・入居者の満足            度の確保】</b> ・入居者満足度：—	

コラム

## PiO PARKの取組み ②超専門技術ミニ展示会

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ていますが、中でも、「見えない」「減らす」「曲げる」等、高度な技術を持つ区内企業を中心に、テーマを絞った展示会が今年度も行われました。

規模の小さい展示会ですが、テーマを絞ることにより、具体的な商談に進みやすく、数千万円を超える受注につながるケースもでており、毎回、出展企業・来場者ともに満足度の高い内容となっております。

令和6年度以降も引き続きテーマを変えながら開催する予定で受発注の機会や展示会を通じた交流、イノベーションの機会創出につながる事が期待されます。



YouTubeにて各展示会の開催レポートを配信しています。詳しくは二次元コードよりご確認ください。

## 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 94.1%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 6 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 4 年度と比較して交流事業数は減少しているが、各会の参加者人数の平均が約 30 人と増加しており、SPC 構成企業と連携して HANEDA×PiO 区画と HICity 内他区画との交流機会を創出するなど、より入居者にとって価値のある交流機会を創出できたといえる。
- ・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引き続き求められる。

## コラム

### PiO PARK の取組み ③ HANEDA 共創プラットフォーム

PiO PARK では、大田区の産業発展を目指す3つの勉強会を開催しています。「グローバルビジネス勉強会」、「ベンチャーフレンドリー塾」、「自社商品のつくりかた勉強会」という3本柱で、それぞれ国際化、スタートアップ連携、自社製品開発というテーマに取り組んでいます。

各勉強会では経験豊富な講師や先行企業を招き実践的な知識やノウハウを学ぶことができ、2022年の立ち上げ以降、定期的で開催しており、多くの企業の方が参加しております。

この取組みは大田区の製造業が直面する課題に 대응えるもので、グローバル競争の激化や、下請け型ビジネスモデルの脱却を踏まえ、成長戦略を模索する場になっております。参加企業からは高い満足度を得ており、今後も継続的な開催を通じて、大田区産業の更なる発展を支援していく予定です。



勉強会の詳細や一部講義の内容について youtube で公開しております。詳しくは二次元コードよりご確認ください。

## 巻末資料1：成果指標の推移

先端産業（1/2）		令和5（2023）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：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：2件</u>
			<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数4件（参加企業数：9社）</u> ・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」による実証実験：2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：14社</u> ・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：0件</u>
			<u>医工連携に関する臨床試験数：0件</u>



令和4（2022）年度		令和3（2021）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：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>	<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：2件</u>
	<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数：4件（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		<u>モビリティ・自動運転に関する実証実験数：3件（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>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>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>ヘルスケア・先端医療に関する企業集積数：5社</u> ・入居企業：4社 ・協力企業：1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>		<u>医工連携に関する臨床試験数：0件</u>

先端産業 (2/2)		令和5 (2023) 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：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 〆」による実証実験：13社
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：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>

令和4（2022）年度		令和3（2021）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：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：</u> 1件	<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>ロボットに関する実証実験数3件（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>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：</u> 64社 <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>	<u>自らの技術を披露できた企業数：54社</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>

文化産業 (1/2)		令和 5 (2023) 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> 3,200 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> － <u>足湯スカイデッキ利用者数：</u> 144,430 名 <u>食文化発信施設利用者数：</u> 62,797 名 ライブホール公演数：310 公演 アートボックス利用者数：500 名 <u>クリエイティブモール（レンタ ルスペース利用数）：</u> 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	<u>人材育成に関する取組み数：</u> 24 事例 ・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 との連携取組み数：</u> 9 事例	<u>文化活動への複数回参加者 数：</u> 42 名

令和4（2022）年度		令和3（2021）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：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&amp;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>	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公演</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>
<u>人材育成に関する取り組み数：15事例</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>・AIが描くDEEP ART展</li> <li>・Art Workshop</li> <li>・アート展示</li> <li>・大田区伝統工芸ワークショップ</li> <li>・TOKYO CREARIVE SALON 2023/Sound &amp; City 2023</li> <li>・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></li> </ul>	<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：5事例</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ライブペイント</li> <li>・HICity フォトコンテスト</li> <li>・トリッキングパフォーマンス</li> <li>・HANEDA ART EVENT</li> <li>・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></li> </ul>	<u>文化活動への複数回参加者数：0事例</u>

文化産業 (2/2)		令和5 (2023) 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：21社</u>	<u>先端×芸術文化に関する研究開発数：4件</u> <u>うち、区内企業・団体との連携数：4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：38件</u> ・初夏キャンペーンでの取組み ・夏のお祭りキャンペーンでの取組み ・Grand Opening Event での取組み ・WI-COCOON	<u>芸術文化に関する取組み参加者数：33,387名</u>

令和4（2022）年度		令和3（2021）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：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>	<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>芸術文化に関する取り組み実施数：27件</u> ・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	<u>芸術文化に関する取り組み参加者数：40,751名</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>

エリアマネジメント		令和5（2023）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：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>
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：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
「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4（2022）年度		令和3（2021）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：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：</u> <u>1,749名</u>	<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 ・「おおたの未来づくり」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：</u> <u>1,253名</u>
<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</u> <u>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	<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
（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6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>	<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>・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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・区内の観光スポットを巡る周遊サービスを秋のイベントに向けて準備しています。また、SNS の層をメインとした広報を試験的に行うなど情報発信の強化に取り組んでいます。</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強化すること。</li> <li>・脱炭素や羽田の歴史伝承などの取組を活性化させること。</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など、区内へ向けた情報発信にも積極的に取り組んでいます。</li> <li>・区立小中学生が参加するイベントに合わせ、羽田の歴史を伝承するチラシを配布しています。</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組みを一層促すこと。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実証実験実施に関する各種調整を行っています。</li> <li>・自動運転バスを中心に、HICity で行われる実証実験の取組みの幅広い広報を行っています。</li> </ul>

提言（全体）	現在の取組み状況
<p>【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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ランドオープンの式典で、メディア関係者を招待し、メディアを通じた情報発信に取り組みました。また、区主催事業との連携を軸に積極的な情報発信を検討しています。</li> </ul>
<p>【区内経済波及のさらなる創出】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・区内産業支援施設等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入居企業との協業を生み出す機会創出に取り組んでいます。</li> <li>・区内団体と連携して盆踊りイベントを企画するなど、定例化しているイベントにおける区内団体との連携にも取り組んでいます。</li> <li>・11月に開催される大型イベントでは、OTAふれあいフェスタとの同時開催を予定しており、両会場の周遊事業など、HICity内にとどまらない企画を検討しています。</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、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>・体験型商業施設にて、Zepp でライブを行うアーティストの期間限定ショップを誘致するなど、集客力ある文化関連施設との連携に取り組んでいます。</li> <li>・2023年に開業したエリアに入居する企業と連携し、イベントを開催するなど、まち全体での賑わい創出に取り組んでいます。</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>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・区内回遊の促進のため、秋のイベントに向けて、区内の観光スポットを巡る周遊バスの準備が進められております。</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り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>・入居テナントだけに限定することなく、外部からも積極的に実証実験やイベントを受け入れ、出展者に同様の実験やイベントを（HICity 以外の）区内で展開するよう促しています。</li> </ul>

---

令和6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

---