

令和6年度 Digital Innovation City 協議会

第7回DIC協議会総会 資料

2025/3/12

議事次第

1. 令和6年度DIC協議会の状況
2. 令和6年度PT・検討会の開催結果
3. 令和6年度実証事業の実施結果
4. 令和6年度広報活動の結果
5. 令和6年度スタートアップ社会実装支援窓口の活動結果

1

令和6年度 DIC協議会の状況

令和6年度 Digital Innovation City 協議会のスケジュール

➤ DIC協議会の取組におけるスケジュールは以下の通りです。

取組		令和6年（2024年）									令和7年（2025年）			
		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
協議会	総会 連絡会	第1回 (書面)	第2回 (対面)	第3回 (書面)	第4回 (書面)	第5回 (対面)			第6回 (対面)			第7回 (対面)		
PT・検討会	会議		第1回		第2回		第3回		第4回	第5回	第6回			
先端技術の 実装に向けた取組	インタメ	計画 策定	コンテンツ開発				実施①		コンテンツ開発				実施 ②③	報告
	モビリティ	モビリティパーク 出展者等調整		公 募	選 定	準備	実証事業の実施		報告					
		AIスーツケース開発・テスト走行						リハ	実施	報告				
		PMO ビジネスモデル検討	VRコンテンツ制作					リハ	実施	報告				
	防災	実施内容調整		構築	実施	報告書作成			報告					
	環境・サステナビリティ	計画策定							準備	実施	報告			
	データ利活用促進		公募	選定	事業の実施						成果報告/ 分析・考察	報告		
自動運転 (公道、公園内)	事業の実施		実装に向けた調査検討							成果報告/ 分析・考察	報告			
DIC社会実装支援窓口	スタートアップからの問い合わせ対応 ベンチャーキャピタル、アクセラレータ等からのスタートアップ紹介対応													
5G活用促進事業	デジタルを活用した実証の推進	実施調査							実施	成果報告/ 分析・考察	報告			
DX推進補助金		募集開始	協議会による制度周知・支援											
新たな交流・共創に向けた広報	カンファレンス等でのPR	スタートアップ向けカンファレンス等での出展・PR												
	HP/SNSでの周知	DIC協議会HPの刷新、SNSを活用した活動PRの推進（随時）												

2

令和6年度PT・検討会 の開催結果

第4回エンタメPT 開催結果（概要）

日時	令和7年1月15日（水） 1300-1410
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、（株）トムス、事務局
議事	主な意見等
今年度事業 について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業の実施状況について説明した。 <ol style="list-style-type: none"> 1：デジタルツイン・プロジェクションマッピングを使った「EVカート・チャレンジ」による賑わい創出に関する実証実験 2：デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験 3：デジタルツインを使った「東京臨海メタバス」によるインバウンド創出に関する実証実験 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> 【デジタルツイン・プロジェクションマッピングを使った「EVカート・チャレンジ」による賑わい創出に関する実証実験】 ・今年度の事業結果を踏まえた来年度の施策内容イメージを教えてください。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 来年度は、地域の学校との連携を実現したい。 【デジタルツインを使った「東京臨海メタバス」によるインバウンド創出に関する実証実験】 ・今年度事業の目的に掲げている「インバウンドを含めたリアル来訪者の増加を図る」の実現に向けた検証方法を教えてください。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ フォートナイト上で好タイムを出したプレイヤーに対して、シティサーキットでのリアル体験の割引クーポンを発行する等の形で誘引を図り、そのデジタルクーポンの利用実績で検証できると考えている。 ・空飛ぶ車やモーターボート、花火などお台場ならではのイベント風景なども追加できるとより魅力度が上がるのではないかと。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 乗り物については、フォートナイトが提供する既定のものを使う必要がある。既定の乗り物を装飾することはできるので、例えば、ヘリコプターに車のボディを載せて空飛ぶ車のように見せられるかもしれない。開発チームと相談し、できるだけ考慮したい。

第5回エンタメPT 開催結果（概要）

日時	令和7年2月6日（木） 1000-1045
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、有識者、（株）トムス、事務局
議事	主な意見等
今年度事業 について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業の実施状況について説明した。 <ul style="list-style-type: none"> 1：デジタルツイン・プロジェクションマッピングを使った「EVカート・チャレンジ」による賑わい創出に関する実証実験 2：デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験 3：デジタルツインを使った「東京臨海メタバス」によるインバウンド創出に関する実証実験 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> 【デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験】 ・ 2月末～3月初旬目途に、本事業を開始したいと考えている。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 3月31日に実施完了する必要があるため、十分留意頂きたい。 【デジタルツインを使った「東京臨海メタバス」によるインバウンド創出に関する実証実験】 ・ 本事業を通じて、臨海副都心エリアの認知を広げ、魅力を知ってもらい、現地への訪問に繋げる具体的なパスをどのように考えているのか。浅草のような空間であれば現行の画質でも面白いと思うが、お台場という近未来空間の体験価値を上げるには、改善の余地があると感じた。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 体験価値を向上させるための様々なアイデアがある。予算と時間との兼ね合いにより、今年度はベースを構築するに留まっており、次年度以降にAIなどを活用してエンタメ性をブラッシュアップする予定である。予算、時間、権利関係との兼ね合いで、今後すぐにアップデートできるというわけではない。様々なアイデアをどのように実装するのが課題と認識している。

第6回エンタメPT 開催結果（概要）

日時	令和7年3月5日（水） 1500-1700
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、有識者、（株）トムス、事務局
議事	主な意見等
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業の実施状況について説明した。 <ul style="list-style-type: none"> 1：デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験 2：デジタルツインを使った「東京臨海メタバース」によるインバウンド創出に関する実証実験 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> 【デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験】 ・広報手段について教えていただきたい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ シティサーキット東京ベイの公式ウェブサイトにて情報を掲載の上、SNSを通じて継続的に情報発信していく予定である。
来年度事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 来年度事業の実施計画案について説明した。 <ul style="list-style-type: none"> 1：デジタルツイン・プロジェクションマッピングを使った「EVカート・チャレンジ」による賑わい創出に関する実証実験 2：デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験 3：デジタルツインを使った「東京臨海メタバース」によるインバウンド創出に関する実証実験 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> 【デジタルツインを使った「東京臨海メタバース」によるインバウンド創出に関する実証実験】 ・メタバースからのシティサーキット東京ベイへの流入人数は何名程度を想定しているのか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 月間100名を目標としている。どのようなインセンティブをもって流入を促進できるのか試行錯誤したいと考えている。

第4回モビリティPT 開催結果（概要）

日時	令和6年12月11日（水） 1300-1500
場所	日本科学未来館
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、産業技術研究センター、産業技術総合研究所、日本科学未来館、有識者、事務局
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 今年度事業の実施結果を説明した。<ol style="list-style-type: none">1：「AIスーツケース」屋外走行実証プロジェクト2：PARTNER MOBILITY ONE with PiiMo走行プロジェクト3：モビリティパークの運営● 主な質疑応答<ul style="list-style-type: none">【「AIスーツケース」屋外走行実証プロジェクト】<ul style="list-style-type: none">・安全性に関するアンケート結果で、視覚障がい者・健常者両者とも11%が「危険・不安と感じた」とのことであるが、具体的にどこを危険と感じたのか。<ul style="list-style-type: none">➢ 道路脇の段差の認識、ナビの不安定な挙動、操作ボタンのUI等が挙げられる。【PARTNER MOBILITY ONE with PiiMo走行プロジェクト】<ul style="list-style-type: none">・真夏や真冬での稼働は厳しいと考えている。事業化にあたり、実施する季節も考慮するのか。<ul style="list-style-type: none">➢ 気候のよい時期にスポットで稼働することを想定している。【モビリティパークの運営】<ul style="list-style-type: none">・アンケート結果は大変詳細で参考になる。モビリティ出展事業者にも共有するのか。今後の開発やマーケットフィットの検討にも参考になる大変よい情報である。<ul style="list-style-type: none">➢ 整理の上、共有する。

第5回モビリティPT 開催結果（概要）

日時	令和7年2月5日（水）
形式	書面
回覧先	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、産業技術研究センター、産業技術総合研究所、日本科学未来館
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 小型自動運転モビリティPARTNER MOBILITY ONE with PiiMo走行プロジェクト（実証事業者：Le DESIGN株式会社）最終報告書（案）の回覧を行った。

第6回モビリティPT 開催結果（概要）

日時	令和7年2月18日（火） 1500-1700
場所	日本科学未来館
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、産業技術研究センター、産業技術総合研究所、日本科学未来館、事務局
議事	主な意見
事業の最終報告について	<ul style="list-style-type: none"> ● 以下の事業の最終報告書について説明した。 PARTNER MOBILITY ONE with PiiMo走行プロジェクト ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> ・東京で地方のVRコンテンツを提供することも良いのではないか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ VRコンテンツを通して、地方の魅力をお台場で伝えることにも意味があると考え。東京にいるインバウンド観光客を地方訪問に促す動線を作れると思う。 ➢ コンテンツのラインナップを増やすと、再利用できる機会が増えて、事業性の向上に資すると思う。 ・事業が黒字化するまで累損損失が積みあがるモデルであるが、資金調達の必要性等、キャッシュフローは考慮されているか。集客力のあるイベントと連携するなどして、利用者を増やしてキャッシュを確保することに優先度を置く必要があるのではないかと懸念する。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ コンテンツの中身をアップデートしリピート客を増やしたい。その費用も想定しつつ、再度シミュレーションする。 ・今年度の実証にて、プロモーションが後手に回った上、ウェブサイトのUIが複雑で予約者の獲得に苦慮した課題が見られたと認識している。今後どのように改善するのか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 改善策を検討する。

第4回防災PT 開催結果（概要）

日時	令和7年1月15日（水） 1300-1410
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、事務局
議事	主な意見
来年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 来年度事業の方向性について説明した。● 主な質疑応答<ul style="list-style-type: none">・最終的な目標に掲げている近隣施設への展開については、まち協や未来館と連携可能性について話し始めている。<ul style="list-style-type: none">➢ 地域の防災訓練と連携することは良い。基本的に防災訓練はつまらないので、様々な方が参加したいと思える楽しい防災訓練にできれば、若者が防災について考えるきっかけとなる。➢ 主な体験者は、臨海副都心エリア施設の従業員を想定しているのか。➢ その通りである。通常は、従業員のなかで、来客者の役と従業員役を分ける。

第5回防災PT 開催結果（概要）

日時	令和7年2月6日（木） 1000-1045
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、事務局
議事	主な意見
来年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 来年度事業の方向性について説明した。● 主な質疑応答<ul style="list-style-type: none">・前回PTにて説明した内容から進捗はない。スタートアップとの連携については、事務局より紹介のあった十数社から、3社に候補を絞って2月中に各社と協議したいと考えている。

第6回防災PT 開催結果（概要）

日時	令和7年3月5日（水） 1500-1700
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、有識者、事務局
議事	主な意見
来年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 来年度事業の実施計画案について説明した。 TIF2025デジタル防災イベント● 主な質疑応答<ul style="list-style-type: none">・施策で活用するデジタル技術について教えて頂きたい。<ul style="list-style-type: none">➢ 裸眼3Dビジョンなどを用いて、ステージ上で臨場感のある災害現場を演出することを検討している。➢ その様子をライブ配信アプリで、オンライン上にも発信するということか。➢ その通りである。会場にいたくとも、楽しめる演出にしたいと考えている。ステージ上では、アイドルが防災に関するクイズを出して、正解するとデジタル防災カードを獲得できる形式も検討している。➢ オンライン上の閲覧者もクイズに参加できるのか。➢ 参加できるように調整する予定である。

第4回環境・サステナビリティPT 開催結果（概要）

日時	令和6年12月24日（火） 1500-1700
場所	東京国際交流会館
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、産業技術総合研究所、日本科学未来館、（株）乃村工藝社、有識者、事務局
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 今年度事業実施計画の進捗について説明した。 音のAR体験『oto rea』による臨海エリア拡張基盤構築● 主な質疑応答<ul style="list-style-type: none">・BIツール分析は今年度行うのか。<ul style="list-style-type: none">➢ 今年度、ソフトウェアのバージョン1を開発し、来年度にエリア内事業者が利用できるように仕組み化したいと考えている。・最大5人で同時に体験できるとのことであるが、他体験者の得点状況などをリアルタイムで把握できるのか。<ul style="list-style-type: none">➢ リアルタイムでの把握は難しい。体験後の集計を経て、他参加者の得点を確認できるようになる。・ターゲット層について教えてほしい。<ul style="list-style-type: none">➢ 大学生など若者世代中心に募集する。・3か年計画の中で、各年度で具体的に何を検証するのか十分に理解できない。来年度は事業性を検証とのことであるが、具体的に何を検証し、測定を行う想定であるのかご説明願いたい。<ul style="list-style-type: none">➢ 昨年度は長尺の強制動線型コンテンツであったが、本年度は自由動線の散策型コンテンツの満足度を測る。昨年度アンケート結果では、音集めなどのゲーム性を付加すればより価値が上がるとの声が多数寄せられた。

第5回環境・サステナビリティPT 開催結果（概要）

日時	令和7年2月3日（月） 1600-1700
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、産業技術総合研究所、日本科学未来館、（株）乃村工藝社、有識者、事務局
議事	主な意見
今年度事業 について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業実施計画の進捗について説明した。 音のAR体験『oto rea』による臨海エリア拡張基盤構築 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> ・現時点で60名程度を確保している。目標の100名に向けて声がけを継続している。当日、空きがあれば受付を置いている青海フロンティアビル関係者や通行人にも声をかけたい。 ・体験フィールドと関連のある音が発せられるのか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 直接関連のある音ではない。クリエイターにオリジナルの音源を作ってもらっている。 ・体験フィールドにおいて、何を頼りに音を探すのか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ デバイスを身に着けると、ポイントを得られる地点から音が聞こえてくるので、それを頼りに探すことになる。場所によって音の出力量を調整している。ターゲットに近づくと音が大きくなる。 ・ユーザーが本サービスを体験するメリットは何か。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 屋外での音声MR体験はあまり例のない取組なので、その新規性を体験できることが一つのメリットになる。 ・ポスターとあるが掲出場所について教えてほしい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 確保していない。主にXやInstagram上で、発信をしていく。 ・アンドロイド対応デバイスでは体験が難しいのか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 体験はできるが、 아이폰よりも精度が劣り、体験価値が下がる。

第6回環境・サステナビリティPT 開催結果（概要）

日時	令和7年3月7日（金） 1300-1500
場所	東京国際交流会館
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（一社）東京臨海副都心まちづくり協議会、産業技術総合研究所、日本科学未来館、（株）乃村工藝社、有識者、事務局
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業実施計画の進捗について説明した。 音のAR体験『oto rea』による臨海エリア拡張基盤構築 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンを見ずに音を手掛かりにまち歩きできるコンテンツは、デジタルデトックスの効果もあると考える。 ・今回の体験者は若者層が多かったが、万歩計など健康管理機能を付加することで、年配にも訴求するコンテンツになると考える。ウォーキングイベントとも連携できると思われる。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 健康管理コンテンツとしての可能性も感じられた。 ・アンケート結果では、他のコンテンツやイベントとの連携に期待する意見が多かったと認識している。来年度は、この点を積極的に進めて頂きたい。獲得ポイントのランキングを記録し公開すれば、リピートのインセンティブになると考える。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 月間や年間区切りでランキングを出し、高順位のユーザーにプレミアムを与える等、リピーター創出の仕組みを検討したい。
来年度事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業実施計画の進捗について説明した。 音声MR技術を活用した街体験システム基盤による持続的まち価値創出サービスの開発 ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> ・他のコンテンツやイベントと連携した施策にできるように、早めに各事業者と調整した方がよい。 ・サウンドスケープのコンテンツと位置付ければ、環境・サステナビリティの事業として十分に説明できると考える。

第6回データ活用促進検討会 開催結果（概要）

日時	令和6年12月19日（木） 1500-1700
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、産業技術研究センター、産業技術総合研究所、（株）バカン、ティフォン（株）、（株）unerry、有識者、事務局
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業の進捗状況について報告を受けた。 <ul style="list-style-type: none"> ・回遊性向上施策：概ねスケジュール通り ・誘引施策：概ねスケジュール通り ・人流データ分析：概ねスケジュール通り ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> 【回遊性向上施策】 <ul style="list-style-type: none"> ・サイネージカメラが人であると検知する条件を再度教えてほしい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ サイネージに前向きで閲覧した人の顔を検知している。 【誘引施策】 <ul style="list-style-type: none"> ・明日より施策開始であるが、予約枠を埋めるためにX等で継続的に更新頂きたい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 週末は徐々に予約枠が埋まってきているが、平日はまだ空きがあるので、可能な限り埋められるように広報に注力する。 【人流データ分析】 <ul style="list-style-type: none"> ・配信開始がかなり遅れたと認識している。結果的に、先週末の配信機会を逃したが施策効果への影響について教えてほしい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 残りの期間で、当初から想定している広告再生回数は消化できる。週末のサンプルがより多い方が有意義であるが、効果検証への影響は軽微である。

第7回データ活用促進検討会 開催結果（概要）

日時	令和7年1月21日（火） 1500-1700
場所	オンライン（Microsoft Teams）
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、森ビル（株）、産業技術研究センター、産業技術総合研究所、（株）バカン、ティフォン（株）、（株）unerry、事務局
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 今年度事業の進捗状況について報告を受けた。 <ul style="list-style-type: none"> ・回遊性向上施策：概ねスケジュール通り ・誘引施策：概ねスケジュール通り ・人流データ分析：概ねスケジュール通り ● 主な質疑応答 <ul style="list-style-type: none"> 【回遊性向上施策】 <ul style="list-style-type: none"> ・昼食の時間帯はビッグサイト内の飲食店を検索する回数が多いと思われる。夜間は、台場地区飲食店の検索回数が比較的多くなるかもしれない。時間帯で区切って、分析できるか。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 可能である。次回の最終報告にて説明する。 【誘引施策】 <ul style="list-style-type: none"> ・参加者増に向けて、工夫できる点があれば教えてほしい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ エリア内における他イベントのついでに体験した人が一定数いた。他イベントとの相互広報などの連携や多言語対応により、体験者数増に繋がれると思う。 【人流データ分析】 <ul style="list-style-type: none"> ・Instagram広告のクリック数については、ドローンショーの方が、イルミネーションよりも高く、来訪単価も高くなっている。クリック率とイベントの開催日数との相関関係について教えてほしい。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ クリック率は、イベントの開催日数よりも、Instagramユーザーにとってのコンテンツの魅力度が関係している。ドローンショーはイルミネーションよりも、ユーザーの興味関心高かったため、クリック数が伸びたといえる。

第8回データ活用促進検討会 開催結果（概要）

日時	令和7年2月27日（木） 1500-1700
場所	東京国際交流会館
参加者	東京都港湾局臨海開発部、（株）東京臨海ホールディングス、（株）フジテレビジョン、産業技術研究センター、産業技術総合研究所、（株）バカン、ティフォン（株）、（株）unerry、有識者、事務局
議事	主な意見
今年度事業について	<ul style="list-style-type: none">● 今年度事業の結果について報告を受けた。● 主な質疑応答 【回遊性向上施策】<ul style="list-style-type: none">・モバイルサイトとサイネージのどちらが事業目的に対して効果があったのか。<ul style="list-style-type: none">➢ サイネージに比べて、モバイルサイトの閲覧数は少なかった。モバイルサイトに関する効果的な情報発信が一つの反省点と認識している。 【誘引施策】<ul style="list-style-type: none">・コンテンツ内容について高く評価する。課題としては、ヘッドセット装着後にレクチャーがあったが、スタッフの声が聞こえづらかった。また、ヘッドセットを装着すると視野が狭くなるので、他の体験者との距離感をつかめず、怖いと感じる部分があった。<ul style="list-style-type: none">➢ 今後の参考とする。 【人流データ分析】<ul style="list-style-type: none">・綿密な広告施策の設計により、大きな成果を生み出したことは高く評価できる。どのような形で広告を打ったのか。<ul style="list-style-type: none">➢ ターゲットが臨海副都心エリアを訪問した際に、各人のスマホにプッシュ通知を打つなどした。

3

令和6年度 実証事業の実施結果

各PT・検討会での事業内容一覧

▶ 前回総会報告からの更新点は赤字、完了済の事業は水色背景の通りです。

PT・検討会	実施内容	採択企業	採択年度	終了年度	R6実証時期
エンタメ	デジタルツイン・VR・EVカート等を活用したバーチャル&リアル融合型エンタメの実証実験	トムス	令和5年度	令和7年度	①令和6年9月～10月 (完了) ②令和7年3月～ ③令和7年3月～
モビリティ	ナビゲーションロボット「AIスーツケース」屋外走行実証プロジェクト	日本科学未来館	令和4年度	令和6年度 (最終年度)	令和6年11月 (完了)
	小型自動運転モビリティ PARTNER MOBILITY ONE with PiiMo走行プロジェクト 2024	Le Design	令和4年度	令和6年度 (最終年度)	令和6年11月 (完了)
	モビリティパークの運営	テー・オー・ダブリュー	令和6年度	令和6年度	令和6年9月～11月 (完了)
防災	TIF2024デジタル防災イベント	フジテレビ	令和5年度	令和7年度	令和6年8月 (完了)
環境・サステナビリティ	音のAR体験『oto rea』による臨海エリア拡張基盤構築	乃村工藝社	令和5年度	令和7年度	令和7年2月 (完了)
データ利活用促進	人流データの収集・分析	unerry	令和6年度	令和6年度	令和6年12月 (完了)
	臨海副都心エリアへの誘引施策	ティフォン	令和6年度	令和6年度	令和6年12月 (完了)
	臨海副都心エリアにおける回遊性向上施策	バカン	令和6年度	令和6年度	令和6年9月～2025年3月 (完了)
5G普及促進事業	臨海副都心エリア特有のフィールドにてデジタル技術を活用するコンテンツの実証 (ドローンショー)	IMAGICA EEX	令和6年度	令和6年度	令和6年12月 (完了)

3 令和6年度実証事業の実施結果

【エンタメPT事業②】

デジタルツインを使った「東京臨海メタバース」によるインバウンド創出に関する実証実験

期間	令和7年3月10日週～
場所	オンラインゲームプラットフォーム「Fortnite」
事業目的	全世界にユーザーを抱えるオンラインゲームプラットフォームにシティサーキット東京ベイを軸とした、臨海副都心エリアのメタバース空間を提供し、エリアの周知及びインバウンドを含めたリアル来訪者の増加を図る。
事業内容	【Fortnite上に臨海副都心エリアまたはシティ・サーキットTOKYO BAYのメタバースを構築。ユーザーのアバターがメタバース上で臨海エリアを自由に移動できたり、「フォーミュラE」のオンラインレースに参加できる仕組みを通じて、臨海副都心エリアの周知及びインバウンドを含めたリアル来訪者の増加を目指す。来訪者にはアンケートを実施し、体験価値の評価（発見）、改善を行い、早期実装化を目指す。
実証項目 検証手段 KPI	【実証項目】プレイ人数 【検証手段】プレイ人数のカウント 【KPI】1,000名
今後の展開	<ul style="list-style-type: none">● 3月末に限定公開開始予定。● 令和7年度は対象エリアを拡張予定。

3 令和6年度実証事業の実施結果

【エンタメPT事業②】

デジタルツインを使った「東京臨海メタバース」によるインバウンド創出に関する実証実験



3 令和6年度実証事業の実施結果

【エンタメPT事業③】

デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験

期間	令和7年3月8日（土）～
場所	シティサーキット東京ベイ
事業目的	<ul style="list-style-type: none">● 臨海部で実験・実証され、研鑽され、受け入れられ、熱狂される最先端の「バーチャル&リアル融合型エンタメ」として、臨海エリアの核となり、モデルケースとして更なるエンタメの集積を誘発する。● 臨海部のデジタルツインを構築し、オンライン上でモータースポーツ体験を提供することで、フォーミュラe開催地としての世界的な認知を加速するとともに、国内外から実際に臨海部へ人が訪れる入口となる。
事業内容	「ABB FIA Formula E 世界選手権2025 Tokyo E-Prix」の市街地コースを忠実に再現した、大会公式シミュレーターの無料体験サービスを提供。
実証項目 検証手段 KPI	【実証項目】稼働率、体験者満足度 【検証手段】アンケート 【KPI】 ・稼働率：平日15%、休日・祝日50% ・体験者満足度80%以上
今後の展開	フォーミュラE 東京大会（Tokyo E-Prix）が開催される5月まで継続予定。

3 令和6年度実証事業の実施結果

【エンタメPT事業③】

デジタルツインを使った「バーチャル・フォーミュラE体験」による賑わい創出に関する実証実験



3 令和6年度実証事業の実施結果

【環境・サステナビリティPT事業】

SOUND SEEK powered by oto rea

期間	令和7年2月7日（金）～2月16日（日）
場所	テレコムセンター駅前のウエストプロムナード
事業目的	環境・サステナブルな音声ARツール「oto rea」の特性を活かした公共空間（公園など）の新たな楽しみ方（遊び方）を開発・具現化する。
事業内容	エリアに配置された音を集めてチームで競い合うポイント制の音声MRゲーム。エリアを自由に散策しながら、音探しを楽しめる。
実証項目 検証手段 KPI	【実証項目】コンテンツ満足度、ユーザビリティ、対価妥当性 【検証手段】アンケート 【KPI】満足度80%以上、事業可能性60%以上
実証結果	<ul style="list-style-type: none">● 満足度：100点満点中85.6点（一般参加者）、83.8点（事業者）● 事業可能性：79.2%（事業者）
今後の展開	<ul style="list-style-type: none">● エリアの拡張：臨海副都心エリア全体やエリア内に存在する様々なテナントを巻き込んだ広域コンテンツを実施する。● コンテンツの拡張：謎解きコンテンツの可能性の模索。● 事業コラボへの拡張：エリア内事業者との連携事業やマンガやアニメ・映画等のIPコンテンツとのコラボ企画等、事業展開的拡張。● プラットフォームとしてのoto rea：ユーザビリティを向上するための利用者/関係事業者の動線の再整理。

3 令和6年度実証事業の実施結果

【環境・サステナビリティPT事業】

SOUND SEEK powered by oto rea



3 令和6年度実証事業の実施結果

【データ利活用促進事業：人流データの収集・分析】

人流データを用いた回遊ロジック分析と回遊促進施策による変化の測定

期間	令和6年12月に回遊施策を実施 ※人流データ取得：常時
場所	臨海副都心エリア全域
事業目的	臨海副都心エリアの現状分析と継続的な発展のために、人流データの取得と分析に基づくデータ利活用の試行
事業内容	<ul style="list-style-type: none">● 過去の人流データの分析● 人流予測ロジックの構築● 人流予測に基づく集客・回遊施策の実施
結果	<p>【過去の人流データの分析】 (平時・イベント時での回遊性比較分析)</p> <ul style="list-style-type: none">● 平時はお台場⇄青海エリア間での同日回遊率は2割前後。他エリア間は1割以下で回遊促進が課題になる中で、イルミネーションイベントでは有明⇒お台場エリア間の回遊性が大きく向上。 (回遊性と相関する変数分析)● 電車での来訪者は車での来訪者に比べて、お台場エリアでの回遊性が高い。性別/年代/来訪時交通手段/天気が回遊性にそれぞれ影響を与えている。 <p>【人流予測ロジックの構築】 (イベント来訪数(集客)予測)</p> <ul style="list-style-type: none">● 基本的にはイベントの規模に依存する。● セントラル広場等のイベントスペースにおいてはイベントカテゴリによっては一定精度で予測可能。 (回遊予測)● セントラル広場ではイベントカテゴリ別で一定精度での予測が可能。● ビックサイトではいずれのイベントカテゴリも低水準ではあるが、一定精度での予測が可能。 <p>【集客・回遊施策の実施】 (SNS広告/アプリプッシュ広告)</p> <ul style="list-style-type: none">● 若年層女性をターゲットに、イルミネーションスポット+VRイベントを回遊させる広告配信を実施したところ、広告閲覧者は非閲覧者と比較してエリアを跨ぐ回遊性が向上し、広告で紹介した各スポットとVR会場の来訪率・回遊率が向上。 (デジタルサイネージ)● 訴求先の施設への回遊性は非閲覧者と比較して閲覧者が向上。● 訴求先の各施設における滞在時間は、閲覧者の方で短縮。

3 令和6年度実証事業の実施結果

【データ利活用促進事業：臨海副都心エリアへの誘引施策】

屋外回遊型のイマーシブ体験イベント「Enchanted Ocean Odaiba」

期間	令和6年12月20日（金）～12月29日（日）
場所	出会い橋付近
事業目的	<ul style="list-style-type: none">● 来訪者の誘引● 再訪者の獲得● 臨海副都心エリア内の回遊性の向上
事業内容	<ul style="list-style-type: none">● MRウォークスルー体験 ※PR動画 最先端のMRデバイスを着用して、シンボルプロムナード公園の景色に重ねて映し出される幻想的な映像を見ながら、インタラクティブにストーリーを体感できる。● モバイルAR体験 体験者自身が持っているスマートフォンを用いて、臨海副都心エリアの様々な場所で、幻想的な海の世界のAR体験を楽しむ。
結果	<p>目的に対する施策効果の評価は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none">● 来訪者の誘引 SNS投稿、イベント開始後の口コミや紹介により後半にかけて予約数が増え、誘引に寄与した。アンケート結果では、東京都外/23区外からの来場者が全体の約40%を占め、遠方からの誘引を実現できた。● 再訪者の獲得 アンケート結果では、80%以上がリピート意思を示し、SNS上でもリピーターを確認でき、再訪する価値を見出した体験者が見られた。● 臨海副都心エリア内の回遊性の向上 ARアプリのDL数は約190に限られ、周知不足が露呈した。

3 令和6年度実証事業の実施結果

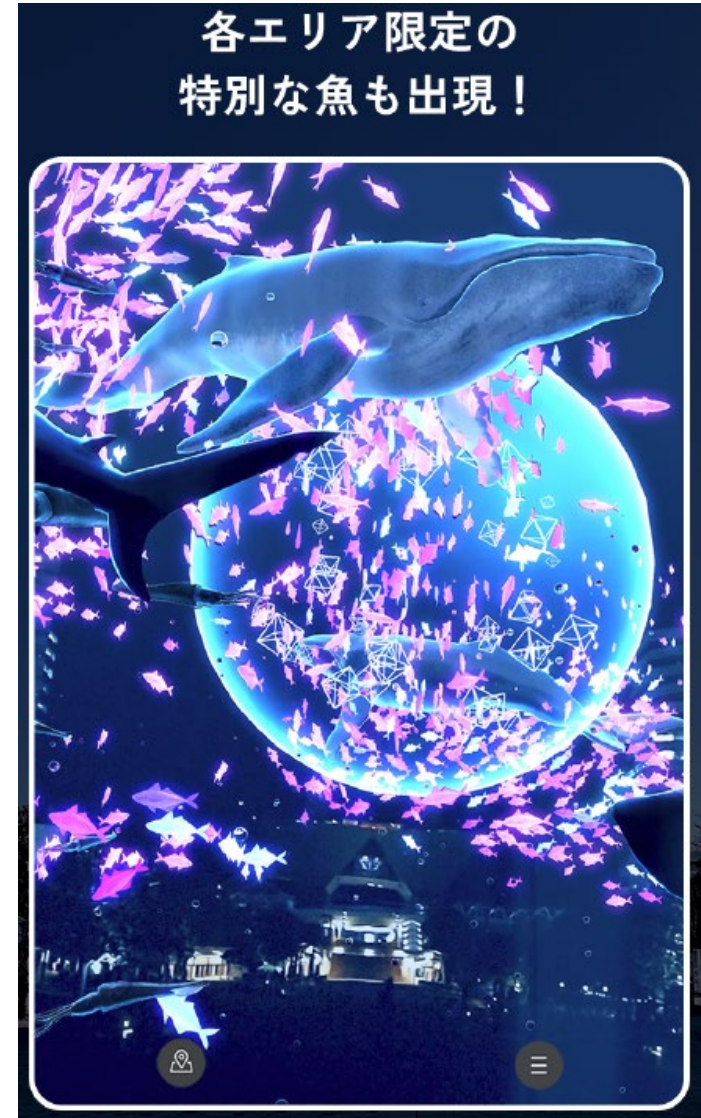
【データ利活用促進事業：臨海副都心エリアへの誘引施策】

屋外回遊型のイマーシブ体験イベント「Enchanted Ocean Odaiba」

MRウォークスルー体験



モバイルAR体験



3 令和6年度実証事業の実施結果

【データ利活用促進事業：臨海副都心エリアにおける回遊性向上施策】 デジタルサイネージを活用したリアルタイム混雑情報配信によるエリア回遊促進

期間	令和6年9月26日（木）～令和7年3月末
場所	サイネージ設置場所：東京ビッグサイト、りんかい線国際展示場駅
事業目的	有明地区から台場・青海地区への送客を促進するデジタル技術の試行
事業内容	東京ビッグサイト及びりんかい線国際展示場駅に台場地区における商業施設内の飲食店等の混雑状況を把握できるタッチパネル式のデジタルサイネージを設置し、サイネージから得られる情報を起点に台場地区・青海地区への回遊を促進する。
実証項目 検証手段	【実証項目】 ①混雑化による満足度向上、②経済効果、③エリア内の回遊 【検証手段】 ①店舗の混雑傾向データ、サイネージ閲覧数、アンケート ②モバイルサイトPV数、アンケート ③モバイルサイトPV数、アンケート
実証結果	<ul style="list-style-type: none">● サイネージは、総来場者数の5%以上の方に閲覧頂くイベントもあった。● モバイルサイト閲覧数は目標値には届かなかったものの、サイトの存在を認知した方がレポート頂いた可能性がある。PV数をより伸ばすために、オンラインでの周知を更に実施する必要があった。● アンケートにて、周辺店舗のリアルタイムな混雑状況をみて、台場地区を訪問するきっかけになると約7割の方に回答いただいております、本サービスが来訪者の行動変容を促進する可能性がある。● サイネージ閲覧者の回遊先における滞在時間は、非閲覧者に対して減少傾向がみられており、本サービスを利用することで効果的な回遊に繋がった可能性がある。実際に、人流データを見ると、閲覧者が台場地区に移動したことが確認できた点で、回遊促進に寄与した可能性がある。

3 令和6年度実証事業の実施結果

【データ利活用促進事業：臨海副都心エリアにおける回遊性向上施策】 デジタルサイネージを活用したリアルタイム混雑情報配信によるエリア回遊促進

送客促進の移動手段の一つとして、株式会社Luupと株式会社ドコモ・バイクシェアと連携し、ポート位置を表示。

タッチ式サイネージとなっており、マップや各店舗の営業情報の詳細を確認可能。

デジタルサイネージのデザイン



サイネージ@東京ビッグサイト

3 令和6年度実証事業の実施結果

【5G普及促進事業】

アニメを題材とするドローンショー「ODAIBA DRONE SHOW 2024」

期間	令和6年12月28日（土）～12月29日（日）
場所	お台場海浜公園（第三台場上空でドローン飛行）
事業目的	<ul style="list-style-type: none">● 有明地区で実施されるイベントと類似したコンテンツを実施することを通じた、有明地区からの台場地区への誘引や回遊性向上の検証
事業内容	<ul style="list-style-type: none">● 約25万人を動員するコミケ@東京ビッグサイト開催に合わせて、アニメを題材としたドローンショーをお台場海浜公園にて実施し、誘引や回遊促進を図る。
実証項目 検証手段 KPI	<p>【実証項目】 ①東京ビッグサイトからの回遊、②アニメコンテンツ、ドローンショー目的の来場、③次回開催への期待度</p> <p>【検証手段】 ①②スタッフでのカウント×アンケート、③アンケート</p> <p>【KPI】 ①回遊者数：1,000名、②誘引者数：2,000名、③次回の来場希望：80%</p>
実証結果	<p>以下のとおり、想定を上回る結果が得られ、魅力あるコンテンツの開発による誘引・回遊性向上・リピーターの確保という課題解決の可能性がみられた。</p> <p>①回遊者数：のべ 約2,600名 ②誘引者数：のべ 約19,800名 ③次回来場希望：93%</p>

3 令和6年度実証事業の実施結果

【5G普及促進事業】

アニメを題材とするドローンショー「ODAIBA DRONE SHOW 2024」



4

令和6年度 広報活動の結果

4 令和6年度広報活動の結果

公式Xアカウントでの情報発信

- 今年度は協議会の取組に関する認知を一層拡大するために、実証事業者との広報連携やエリア内イベントのリポストなどを継続的に行ってきました。
- 結果として、一ポストの最大インプレッション数は3.6万回を記録し、フォロワー数は令和6年3月末時点から約220%増の136に達しました。

インプレッション数増に向けた取組例

【実証事業者や関係者との連携】

- 実証事業に関する投稿を実証事業者や関係者にリポストして頂いたことで、インプレッション数、エンゲージメント率、プロフィールへのアクセス数、新規フォロワー数を大きく増加できました。

【訴求力のあるコンテンツのリポスト】

- アニメなど、人気コンテンツの投稿をリポストすることにより、アカウントのインプレッション数を伸ばせました。

例：「ODAIBA DRONE SHOW」に関する投稿は、インプレッション数**3.6万**を記録



【成果】フォロワー数の変化

(令和6年3月末時点)

62

(令和7年2月末時点)

136

5

令和6年度 スタートアップ^o 社会実装支援窓口の 活動結果

スタートアップ社会実装窓口の活動結果概要

- 今年度の主な活動内容と実績概要は以下のとおりです。
- 新規の取組として、まち協PTにおいてスタートアップの事業紹介を行いました。
※以降、スタートアップをSUと表記します。

	実績概要
問い合わせ 対応業務	対応件数：54件
施設等への繋ぎ 支援	支援対象社数：9社
実証実験 への支援	支援対象社数：1社
まち協PTとの 連携	事業紹介した企業数：7社
SU支援機関 との連携	連携機関数：3機関

SU支援機関との連携

- ▶ 東京都のSU支援機関との連携を深め、窓口の周知やSUの発掘に取り組みました。

機関名	連携内容	URL
Tokyo Innovation Base	<ul style="list-style-type: none">✓ 会員SUへの窓口紹介（SUによる相談時に紹介、チラシ（詳細次頁）配布）✓ SUとのミートアップイベントへの参加：1回 2社と面談	LINK
NEXs Tokyo	<ul style="list-style-type: none">✓ 会員SUへの窓口周知（メルマガ、HP掲載、チラシ配布）✓ SUとのミートアップイベントへの参加：年度内に5回予定 5社と面談	LINK
Tokyo Upgrade Square	<ul style="list-style-type: none">✓ 会員SUへの窓口周知（メルマガ、HP掲載、チラシ配布）✓ SUとのミートアップイベントへの参加：2回 2社と面談	LINK

参考：スタートアップ社会実装支援窓口の広報用チラシ

スタートアップ社会実装支援窓口のご案内



東京都が進める「スマート東京」の先行実施エリアの一つ、臨海副都心では東京都港湾局・エリアマネジメント・研究機関・地元企業による「Digital Innovation City(DIC)協議会」が設立されています。

「デジタルテクノロジーの実装」と「スタートアップの集積」に向け、先端技術やスタートアップが開発する新たな技術等を活用し、エリアへの来訪者数の増加、回遊性の向上などに取り組んでいます。

- 【DIC協議会Webサイト】 <https://tokyo-dic.jp/>
- 【DIC協議会公式Xアカウント】 DIC協議会 @DICprojectTokyo



Webサイト

DIC協議会の「**スタートアップ社会実装支援窓口**」では、スタートアップの皆様の臨海副都心エリア内での実証・実装に関するご相談を、随時受け付けております。

メールお問合せ
(実証や紹介希望等のご依頼)
※ 会社説明資料を添付ください

個別ヒアリング
(事務局との対面打合せ)

実証実験実施に伴う個別調整
(臨海副都心エリアの特性を生かした実証実験の実施に向けた調整等)

例えば
臨海副都心エリアの特性を生かした実証実験の実施に向けた調整等
臨海副都心エリアに拠点を有する研究機関との連携構築に向けた調整や、エリア内の未利用地など実証場所の調整等

お気軽にお問合せください！

【お問い合わせ先】 DIC協議会運営事務局 (KPMGコンサルティング株式会社) mail : dic@jp.kpmg.com

お問い合わせ先

DIC協議会事務局

担当者 : 佐々木・中村・稲葉
メールアドレス : dic@jp.kpmg.com