

地域オープンスペース活用促進プラットフォームPJの概要(豊洲スマートシティ連絡会)

■事業のセールスポイント

オープンスペースの利活用を通じた地域活性化に向けて、スペースマッチング・集客・来場支援・効果分析といった一連のプロセスをデジタルサービスとして完結させ、運営の効率化と参加者の満足度向上の好循環サイクルを実現する。

■対象区域の概要

- 名称: 豊洲エリア
- 面積: 約246ha
- 人口: 居住約4万人
: 就業約4万人

位置図 対象区域



■都市の課題

○都市への愛着と地域のつながり

- ・グローバル・シビックプライド調査で東京は10都市中10位。
- ・タワーマンションやオフィス等の増加に伴い、新旧住民・就業者間の交流の場の創出、地域コミュニティの醸成が求められている。

○都心に多くの未利用地が点在し、ポテンシャルが活かされていない

- ・都心では長期に渡り低利用のまま放置されている未利用地が多数存在する。
- ・豊洲エリアはオープンスペースの割合が高く、公開空地も利用実態が乏しい状態にあるものが多い。

■解決方法

豊洲エリアの公開空地・広場を地域資源と捉え、デジタルプラットフォームにより一元的に管理・運用し、イベント等の利活用を促進することで、空間の有効活用と地域の新たな交流機会の創出を図る。住民に対しては、LINEや共創プラットフォームを通じてフィードバックを募り、地域への愛着を醸成する。来街者へはデジタルサイネージやSNSでイベント情報を効果的に発信し、誰もが気軽に参加できる環境を整備する。さらに、イベントの集客・運営から効果測定までの一連のプロセスをデジタルサービスで完結させることで、運営の効率化と、参加者の満足度などを定量的に分析し、次の魅力的な企画へと繋げる好循環を生み出す。

■運営体制

豊洲スマートシティ連絡会

(一社) 豊洲スマートシティ推進協議会

- ・事業計画の立案
- ・事業全般の管理・統括
- ・ステークホルダーとの折衝・調整
- ・データの収集・管理

清水建設

- ・ワークショップ企画・運営
- ・プラットフォーム構築
- ・イベントマップ運用

NTT Data

- ・SNS配信・分析
- ・データの収集・管理



協議・連携・サービス提供
データの収集・管理

イベント開催者

イベント参加者

■KPI(目標)

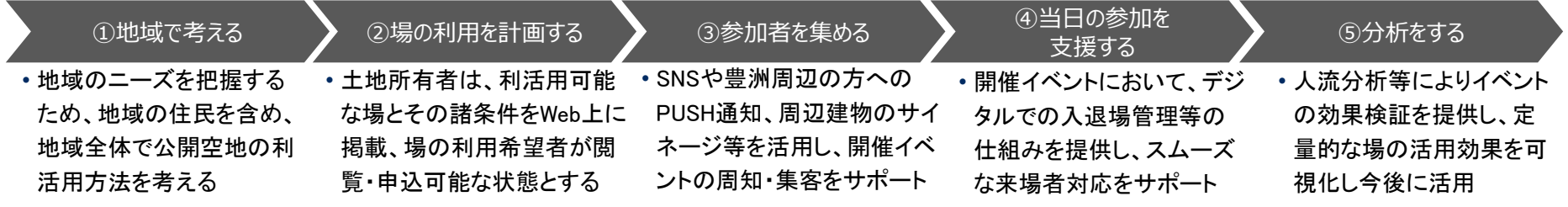
検証項目 (KPI)	検証方法	目標
オープンスペースの利用アイデア創出件数	通常カウント	30件*2026年度 40件*2027年度以降
オープンスペースの掲載数の拡大	通常カウント	15箇所*2026年度 20箇所*2027年度以降
連携イベント開催数の拡大	通常カウント	40件*2026年度 50件*2027年度以降
サービス提供イベント数の拡大	通常カウント	8件*2026年度 10件*2027年度 20件*2028年度
イベントに関する地域の満足度	アンケート	80%*2027年度
イベント開催数	通常カウント	100件/年*2026年度以降

地域オープンスペース活用促進プラットフォームPJ実行計画

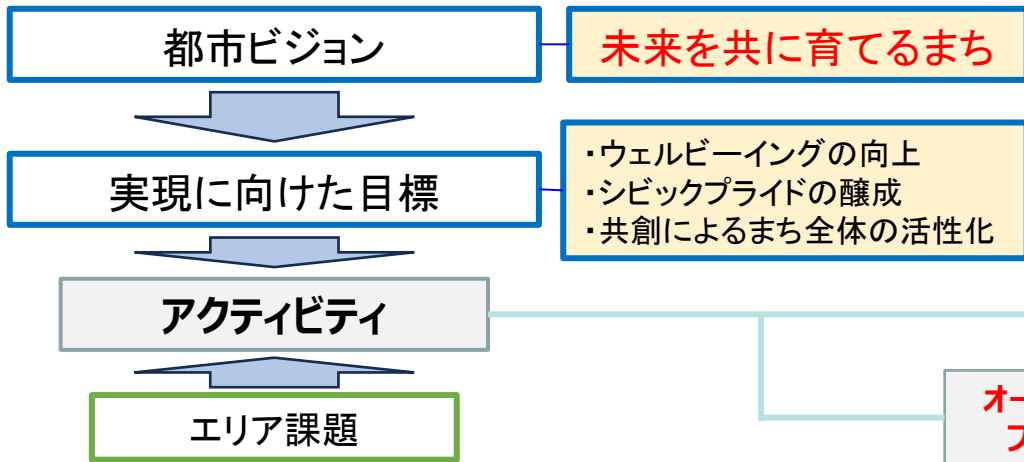
■本実行計画の概要

オープンスペース活用促進プラットフォームの各フェーズにおいて、以下の問いを設定し仮説検証を行う。

- 【①地域で考える】豊洲エリアで必要とされているものは何か？
- 【②場の利用を計画する】オープンスペースの利活用が促進されるには？
- 【③参加者を集める】イベント参加を広げ、エリアににぎわいをもたらすことができるか？
- 【④当日の参加を支援する】来場者体験を高め、来場者満足度を向上させることができるか？
- 【⑤分析する】継続的な改善に向けて、イベントの成果を正確に把握するには？



・豊洲スマートシティ実行計画の全体像と主要なエリア課題



- ・特定施設へ来訪集中、他施設への回遊が少ない
- ・地域への愛着が少ない、コミュニティ形成途上
- ・エリア内・周辺エリア間の移動に難、局所混雑
- ・地域資源（モノ・ヒト）が十分活用されていない
- ・エリア特性を踏まえた防災施策
- ・エリア特性を踏まえた子育て支援施策
- ・豊洲市場のあるまちとしての連携・ブランディング

・本PJを含む当面のアクティビティ



地域とのワークショップや実際のイベントでの実証実験、オープンスペース利活用申し込みのPF構築を行い、フェーズ①～⑤を一気通貫で実施できる環境を構築した。ワークショップを通じて新たな活用アイデアが多数出されたほか、イベント告知関連の情報発信に一定の集客効果が見られた。

■ 実証実験の内容

・各フェーズごとに開発・実証を計画、中間結果は次の取り組みに反映、改善しながら実施。

【①地域で考える】

地域全体で公開空地の利活用方法を考えるワークショップを開催。カードを用いた意見の活性化、XRを使った現地イメージの共有、生成AIによる意見の集約と可視化などの工夫を行った。共創プラットフォームを用いて、参加者以外も内容の共有とコメントができるようにした。

【②場の利用を計画する】

利用希望者が場所と条件を検索、利用申し込みまで一気通貫で実施できる公開空地プラットフォームを作成。

【③-1 参加者を集める】

エリア全体の活性化と再来訪の促進を目指して、地域ステークホルダーとの連携のもと、イベントマップにイベント情報を多数掲載。

【③-2 参加者を集める】

LINEアカウントのPUSH通知、サイネージへの掲出やSNSでの告知・配信を実施。実装に向けた効果分析と課題抽出を実施。

【④当日の参加を支援する】

デジタルでの事前予約申し込み、デジタルアンケート配信等を実施。

【⑤分析をする】

広告配信効果分析、人流分析等により上記施策の効果検証を実施。

■ 実証実験で得られた成果・知見

- ・年度実証実験のKPIは概ね達成。
- ・イベント情報発信の効果分析については今後の取り組みの比較材料となりうるデータが得られた。
- ・ビーコン活手法など実装に向けての課題がいくつか明確になった。
- ・ワークショップやイベントでのアンケートから、本PJの取り組みで地域の愛着度が増すと約9割が回答、イベント等によるオープンスペース活用促進が都市の課題解決へ寄与することが確認できた。

検証項目 (KPI)	目標	結果
オープンスペースの利用アイデア創出件数	20件	30件
オープンスペースの掲載数	10箇所	13箇所 (予定)
連携イベント開催数	20件	63件
イベント配信クリック数	3000人	15,317人
定期イベント増加人数	1.2倍	1.6倍
運営サポートデジタルサービス導入数	5件	5件
人流分析サポートサービス導入数	8件	3件

□ワークショップのフロー



□ワークショップまとめの例

タイトル
水上ににぎわいを生み出すスポーツイベント

場所 水辺	背景 陸上の活用は進んでいるが、水上を使えたら可能性が広がるため	期待効果 豊洲オリジナルの賑わい活性化
----------	-------------------------------------	------------------------

イメージ

- ・水上スポーツイベント+陸上でのイベント
- ・(ビアフェス、音楽ライブ、フードフェス)
- ・モルックやポッチャなど気軽に参加できるスポーツも

今後の取組：地域オープンスペース活用促進プラットフォームPJ

令和7年度に構築したオープンスペース活用促進プラットフォームはまだ実運用を行っていないため、令和8年度は実証運用を通じて改善を行っていく。合わせて認知拡大に向けたプロモーション施策も必要。

地域参画等の取り組みは引き続き継続実施していくことで、オープンスペース活用促進の機運を地域全体で盛り上げていく。

■ 実証実験で得られた課題

・各フェーズにおける実証実験で得られた課題及び示唆は以下の通り。

【①地域で考える】

スマート技術を活用しアイデアを可視化するワークショップは参加者の満足度と議論の質を高める上で高い効果が得られた。オープンスペース活用促進の機運を高めるために今後もこうしたワークショップを通じて地域住民の主体的なまちづくり参画を促していく。

【②場の利用を計画する】

構築するにあたって場所ごとに管理手法が異なることが明らかになったため、引続き場の所有者とは円滑なコミュニケーションが必要。

プラットフォームについては運用フェーズにおける利便性の向上と、認知拡大施策が課題である。

(PFTトップページ)→



【③参加者を集める】

LINEのPUSH通知、SNS配信による情報へのリーチや行動変容には大きな効果が見られ有効性が確認できた。今後は費用対効果での戦略策定が必要。

また、イベントマップの利用者はまだ一定数定着しているとは言いきれず、引き続き日常利用を促すとともにUIも含め機能や情報内容をブラッシュアップしていく必要がある。

【④当日の参加を支援する】

今年度の実証では機会が限られていたが、ノウハウ蓄積が強みになると考えられる。継続して支援機会を有効に活用していく。

【⑤分析をする】

人流分析や広告配信分析により施策の効果を可視化。一方でターゲットが限定的だった点については、幅広いデータの蓄積が必要。実際にイベント主催者側が必要なデータを提供し、一定の価値を生むことができるか詳細な検証が必要。

■ 今後の取組：スケジュール

・大枠では今年度構築したオープンスペース活用促進プラットフォームの認知拡大、利用促進施策を実施していく。また、活用開始後に得られた意見をもとに随時改修・更新を行っていく。

・付加価値サービスの適正な価値を見出すために引き続き実フィールドでの実証運用とイベント主催者をはじめとするステークホルダーとの意見交換も行っていく。

・プラットフォームについてはWeb上でのSEO対策やAI検索(ChatGPT等)への最適化を行い、検索流入を強化する。あわせて、独自の場所リストを持つイベント事業者への直接的な営業活動を展開し、認知度および利用率の向上を図る。管理機能として大規模イベントを念頭に計画書等をデータプラットフォーム内で一元的に管理できる機能を検討していく。

・集客支援効果については、実際に集客できた数の測定・可視化を可能とする仕組みを構築し、サービスの付加価値を高めていく。

・参加支援機能としては、単なる場所貸しに留まらず、イベント内のメインコンテンツや物販エリアへの送客をデジタル面からサポートし、イベントの成功を支援する機能を検討する。

・本PJは情報発信や地域参画、データ活用などイベントに限定しない取り組みとの連動施策であるため、長期的にはスマートシティのサービスメニューの一つとして、エリア拡大、横展開を目指していく。

R8年度	R9年度	R10年度	R11年度以降
	サービスの改善検討		
		他サービスとの施策連携	
	実証実施	本格実装	
		効果検証	