

令和 8 年 7 月 2 8 日
 経 済 産 業 部
 経 済 課
 工業・建設業・雇用促進課

産業活性化拠点「HOME/WORK VILLAGE」における令和 7 年度実績報告について

1 主旨

令和 7 年 4 月に開設した産業活性化拠点「HOME/WORK VILLAGE」の令和 7 年度の実績報告について、令和 8 年 6 月 2 4 日に開催した令和 8 年度第 1 回産業活性化拠点事業評価委員会の評価と合わせて報告する。

2 令和 7 年度事業実績について

別紙 1 ～ 3 参照

3 令和 7 年度実績に対する産業活性化拠点事業評価委員会の評価

令和 8 年 6 月 2 4 日（水）に開催した令和 8 年度第 1 回産業活性化拠点事業評価委員会での評価

※評価については、全く評価できない（0～3 未満）、少し評価できる（3～5 未満）、評価できる（5～7 未満）、十分評価できる（7～9 未満）、非常に評価できる（9～10）、の 5 区分で評価

※「①既存産業の活性化支援」「②起業・創業支援」は特に産業活性化拠点として、重視すべき点であることから、傾斜「1.5」をかけている。

	全く評価できない	少し評価できる	評価できる	十分評価できる	非常に評価できる
①既存産業の活性化支援	0～4.5 未満	4.5～7.5 未満	7.5～10.5 未満	10.5～ 13.5 未満	13.5～15
②起業・創業支援					
③産業と連携した学びの支援	0～3 未満	3～5 未満	5～7 未満	7～9 未満	9～10
④区民・事業者にかれた場					

評価委員会の評価	評価委員会での主な意見
成果指標【KPI】 ① 既存産業の活性化支援	
【評価できる】 委員平均: 10.1 （満点：15 点）	・池尻ものづくり学校事業当時から本項目は課題であったため、今後さらに強化していくことが必要。 ・ハンズオン支援採択事業者と HOME/WORK VILLAGE 入居者との連携等の質の高い取組を評価。

成果指標【KPI】 ② 起業創業支援	
【評価できる】 委員平均：9.2 (満点：15点)	・アクセラレータープログラム支援の成果が伸び悩んでいるが、創業支援分野は市場が飽和しているため、従来の手法では限界がある。事業の進め方や支援の枠組みを再検討し、新たな支援手法を検討してはどうか。 ・創業件数は、施設が開設されたからといって短期間で増加するものではない。 ・数字ではなく、質重視の支援を展開することで、より効果的な成果につながるのではないか。
成果指標【KPI】 ③ 産業と連携した学びの場	
【十分評価できる】 委員平均：8.3 (満点：10点)	・当初の想定以上の成果を実現できている。 ・質の高いプログラムの実施により、多くの来場者数やプログラム数に達している点を評価したい。今後のさらなる展開も期待。
成果指標【KPI】 ④ 区民・事業者に関われた場	
【十分評価できる】 委員平均：8.0 (満点：10点)	・多くの来場者を集めて、賑わいを創出できたことを評価。 ・近隣の小学校との連携等、創出した賑わいを通じて、人々の交流や新たなビジネスや技術連携のきっかけが生まれている。 ・若い世代中心に来場し、活気がある一方で、シニア世代の利用が少ない印象、多様な世代が参加しやすい企画や紙媒体による情報発信等を行うべき。 ・より広い地域に向けて施設の魅力や活動内容を伝え、全区的な認知拡大を進めてほしい。
総評	
・施設開設初年度にもかかわらず、多くの取組みや多様な活動が実施されており、関係者の関係性や役割が変化しながら、多様な人々が継続的にしかかわるコミュニティが形成されている。 ・世田谷の地域特性を活用した事業の推進や、企業のロールモデルを発掘し、区民や事業者が発信していくことが重要。東京都や他自治体との差別化を意識しながら、多様な分野での事例づくりに挑戦していくことが望ましい。 ・施設開設初年度という実情から、まず区民・事業者に施設を認知してもらう必要があったが、取組みは飲食・物販にやや偏っている印象。	

4 今後のスケジュール（予定）

令和9年1月	運営委員会開催（令和9年度事業計画案 決定）
2月	区民生活常任委員会報告（令和9年度事業計画案 報告）
3月	評価委員会開催（令和9年度事業計画案 評価） 運営委員会開催（令和9年度事業計画 決定）
4月以降	区民生活常任委員会報告（令和9年度事業計画 報告）

～参考～ 評価委員会の内容

〈設置目的〉

産業活性化拠点「HOME/WORK VILLAGE」が行う事業の内容について、評価・検証する。

〈所掌事項〉

産業活性化拠点「HOME/WORK VILLAGE」が行う事業について、「世田谷区産業活性化拠点運営事業（旧池尻中学校跡地施設活用事業）の実施に関する基本協定」で定める事業目的、事業内容、事業計画及び事業報告を踏まえて、公平・公正に評価・検証を行う。

〈評価委員会委員（令和8年4月1日時点）〉

氏名	肩書
長山 宗広	駒澤大学経済学部教授
飯石 藍	公共R不動産 メディア事業部マネージャー
加勢 雅善	NPO法人ETIC. ソーシャルイノベーション事業部 兼 事業本部 シニア・コーディネーター
平岩 国泰	特定非営利活動法人 放課後NPOアフタースクール 代表理事
島田 成年	東京商工会議所 世田谷支部 副会長
上田 暁	池尻東親会 会長
田中 耕太	世田谷区 政策経営部長

世田谷区産業活性化拠点（HOME/WORK VILLAGE）

令和7年度事業実績報告【概要】

成果指標「KPI」

01 既存産業の活性化支援

Revitalization of Existing Industries

- ハンズオン支援/ハンズオン支援社数

02 起業・創業支援

Entrepreneurship and Startup Support

- アクセラレータープログラム支援/支援社数
- 区内起業・創業者数/件数
- ビジネスマッチング/件数
- 地域や社会課題への影響に関する目標達成割合/%

03 産業と連携した学びの支援

Industry-Linked Learning Support

- 常設の学びの場の運営/年間開放日数
- アントレプレナーシップ教育のプログラム数/本数
- SDGs やソーシャルアクションにつながるプログラム数/本数
- 子どもの年間受入人数/延べ人数

04 区民・事業者に開かれた場

Open to Residents and Businesses

- 来場者数/延べ人数
- 地域・事業者のイベント開催数/本数

既存産業の活性化支援

ハンズオン支援



▲成果報告会



▲開発したプロトタイプ 支援先⑦



▲イベントの様子 支援先③



▲企業との実証実験の様子 支援先⑬

ハンズオン支援先

- ①三軒茶屋歯科 / ②株式会社amu / ③ベビートーイ / ④一般社団法人hibiki
 ⑤株式会社イコールコンディション / ⑥中村 万葉 / ⑦株式会社 nonu / ⑧アソビノ
 ⑨MaeVino合同会社 / ⑩ドローイングアンドマニュアル株式会社 / ⑪株式会社千詩図
 ⑫株式会社HOBOTORE / ⑬株式会社cocoroe / ⑭omochiii株式会社

KPI 達成状況

KPI項目	実績	目標
1-1 ハンズオン支援社数	14件	15件

【KPI 1-1】 ハンズオン支援実績

- 38件の応募から **15事業者** を採択
※1社自己都合により辞退
- 専門家による定期メンタリングを実施
- 区内で **4件の新規登記** を実現
- 事業者同士の横のつながりを形成

【KPI 1-1】 ハンズオン支援から創出された連携事例

【②株式会社amu】
 新たな業界に挑戦する採択事業者が、専門家のもとで実務経験を積む一方で、これまでの編集者としてのキャリアを活かして専門家の事業の広報活動を支援する好循環を創出

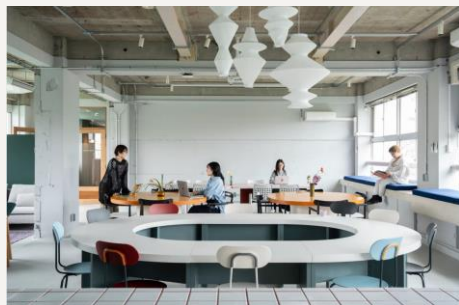
【③ベビートーイ】
 採択事業者がHOME/WORK VILLAGEにおいて地域向けイベントを開催し、他の採択事業者や専門家から協賛・協力を得ることで、施設関係者間の新たなつながりや交流を創出

目標達成による期待する成果

- 伴走型支援の定着により、様々な既存産業の再活性化が図られ、
区内産業の安定した経営や雇用が実現できる

起業・創業の支援

3つのプログラムで27社が参加、9件の区内起業・創業を実現



▲創業支援スペース「MIDORI.so」



▲HOME/WORK VILLAGE
アクセラレータープログラム



▲Sprout 実践型創業プログラム



▲社会課題解決に向けた取組の実施

■ KPI 達成状況

KPI項目	実績	目標
2-1 アクセラレータープログラム	27社	60社
2-2 区内起業・創業数	9件	3件
2-3 ビジネスマッチング	8件	5件
2-4 地域や社会課題への影響に関する目標達成割合	80%	60%

【KPI 2-1】 Sprout 実践型・創業プログラム

参加者
8名

成果：受講者全員が事業化に向けた具体的な行動を開始

- 問題発見
- 事業仮説の構築
- ピッチ体験

【KPI 2-1】 HOME/WORK VILLAGE アクセラレータープログラム

参加者
8名

成果：ビジネススキルの習得

- 経営基礎
- ブランディング
- PR戦略

【KPI 2-4】 HAVE A FISH DAY! (ライスプレス株式会社)

参加者
2日間で約1,400名

成果：海洋資源課題への離隔促進・エシカル消費の普及啓発

- 食を軸とした新たな価値観の形成
- 地域コミュニティの活性化

■ 事業成長を支援する専門人材の配置

- インキュベーションマネージャーが経験と人脈で入居者を伴走
- 各種支援策とのマッチング/入居者同士の交流を促進
- 外部とのネットワーク構築による事業者コミュニティ形成

産業と連携した学びの支援

CREATIVE SCHOOL

アントレプレナーシップ（起業家精神）を醸成する学びの場を提供



▲クリエイティブラーニングスクール「レンズ」



▲子ども向け体験型ワークショップ



▲「レンズ」の4つのテーマのプログラム



▲ハンズオン支援事業者によるイベント



▲地域企業と連携した職業体験イベント

運営体制

- 入居テナントのクリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」及び「PLAY! SETAGAYA」の2拠点が運営
- 安定した開放体制が確立し、子どもたちが年間通じて、学び・遊び・探求できる環境を整備

KPI 達成状況

KPI項目	実績	目標
3-1 常設の学びの場の運営	242日	230日
3-2 アントレプレナー教育のプログラム数	28本	12本
3-3 SDGsやソーシャルアクションにつながるプログラム数	28本	12本
3-4 子どもの年間受入人数	13,109人	2,500人

【KPI 3-1～3】 子どもたちの学びの支援

- クリエイティブラーニングスクール「レンズ」において4テーマ（むし・まち・しょく・ふく）で探究
- 各分野の実践者（ラーニングパートナー）が講師として参画し、スモールオフィス入居者である「HIROBA」等がプログラムに協力
- 子どもたちの好きや興味・関心を起点に、子どもとラーニングパートナーが相互に関わる双方向型の探究学習を実現
- 様々な職業・生き方・考え方に触れる実践的なプログラムを通じてアントレプレナーシップを醸成

【KPI3-4】 子ども向けワークショップやイベントの開催

- 「レンズ」による、スクール生以外も参加できるサマープログラムの実施
- 1Fテナント「PLAY! SETAGAYA」による週末ワークショップの開催
- ハンズオン支援採択事業者（株式会社HOBOTORE、ベイビートーイ）による子供向けイベントの実施
- 民間企業と連携した職業体験イベントの実施

区民・事業者が開かれた場

年間435,072人が来場、地域・事業者の交流や連携を創出



▲イベントを開催し、テストマーケティング機会の提供



▲ブックラウンジとつとつと



▲体育館（スタジオ）でのスポーツスクール



▲池尻小学校との連携①



▲池尻小学校との連携②



▲シェアキッチン

KPI 達成状況

KPI項目	実績	目標
4-1 来場者数	435,072人	300,000人
4-2 地域・事業者のイベント開催数	1,104回	40回

【KPI4-1～2】 地域・事業者の交流の場

- 週末を中心にマルシェやワークショップ等、大小様々なイベントの開催
- 広場や体育館棟を活用したイベント開催による事業者のテストマーケティング機会の提供
※シェアキッチンでの販売含む
- メインエントランスにはブックラウンジを設置し、来館や滞在を促す仕掛け
- スポーツスクールを通じた、コミュニティの形成

【KPI4-1～2】 地域・事業者との連携事業

- 地域・事業者との連携
 - ・世田谷バン祭り
 - ・三宿四二〇商店会、池尻まちづくりセンター、昭和女子大学、池尻小学校 等
 - ・世田谷デジタルものづくりフェス
 - ・駒沢大学、株式会社セック、株式会社Azhai Communications 等
- 池尻小学校との連携
 - ・屋上菜園・飲食店舗「Marked池尻」との職業体験プログラム
 - ・3F入居者「UPDATER」と連携して、屋上に設置した太陽光パネルの命名イベント 等

来場者の推移

4月16日のプレオープンから7月24日のグランドオープンを経て、来場者数は着実に増加した。特に大規模なイベントの開催時は千人規模の来場者数が訪れ、地域の賑わいを創出している。

コンセプト実現のための取組み詳細（概要版）

目標値達成状況

24 / 31 項目
77.4%

4つのセクション別 達成状況と主要取組み・目標未達項目の要因分析

① 既存産業の活性化支援

目標達成項目
5 / 7 項目

達成率
71.4%

主要取組み

- インキュベーションマネージャー配置
- コワークでの交流促進
- 外部講師イベント
- セミナールーム活用
- 教室活用

② 起業・創業支援

目標達成項目
4 / 7 項目

達成率
57.1%

主要取組み

- 事業者PR支援
- シェアキッチン活用
- チャレンジショップ活用
- ビジネスマッチング

③ 産業と連携した学びの支援

目標達成項目
4 / 5 項目

達成率
80.0%

主要取組み

- 学びの場の提供
- アントレプレナー教育の実施
- SDGsやソーシャルアクションに関するプログラムの実施
- 子どもの受入

④ 区民・事業者に関われた場

目標達成項目
11 / 12 項目

達成率
91.7%

主要取組み

- 来館者
- ブックラウンジ
- ワークショップ
- スポーツプログラム
- スタジオ活用

目標未達項目と要因分析

※全27項目中 7項目 が目標未達

区分	項目名	目標値	実績	達成率	未達理由
①	ハンズオン支援数	15件	14件	93.3%	38件応募から15件を採択。自己都合により1者辞退。
①	第二創業支援（スクール開催数）	30回	2回	6.7%	施設立ち上げと企画・設計の並行体制構築に時間を要した 第二創業ニーズの再検討に時間を要した
②	創業の基礎支援（セミナー開催数）	3回	2回	66.7%	施設立ち上げと企画・設計の並行体制構築に時間を要した
②	アクセラレータープログラム支援社数	60社	27社	45.0%	施設立ち上げと企画・設計の並行体制構築に時間を要した
②	区内定着支援（紹介可能物件数）	1件	0件	0.0%	施設からの退去事業者が未発生 ※施設関係者へ区内物件紹介支援を1件実施
③	リスクリング支援（スクール開催数）	30回	16回	53.3%	施設立ち上げと企画・設計の並行体制構築に時間を要した
④	飲食・物販テナント数	14件	13件	92.9%	多様な店舗群を形成（1区画空き）、次年度の誘致を継続

その他の取組み

① 視察実績：48件 延べ397人

- 国内外の自治体および行政機関 17件
- 民間企業（開発・不動産・金融当） 16件
- 地方議会・政治スクール 5件
- その他、NPOや商工団体、大学 等 10件

② 取材・掲載実績：205件

- WEBメディア 174件
- 「TBS NEWS DIG」、「東洋経済オンライン」等
- テレビ番組 10件
- NHK、フジテレビ「めざましテレビ」 等
- その他、新聞や雑誌 等 21件

令和7年度 収支報告

開業初年度の収支報告総括と令和8年度の収益力向上方針

単位：千円

事業別 費 目	本体事業	コワーキング スペース	常設の学び の場 (レンズ)	合計
入居者賃料（共益費・光熱水費含む）	93,170			93,170
営業売上高（イベント・物販・施設使用料）	52,139	30,202	4,440	86,781
区 地域連携型ハンズオン支援事業委託費	38,786			38,786
区 体育館管理委託費	28,185			28,185
収入 小計	212,280	30,202	4,440	246,922
事務局運営費・人件費	28,889	6,962	6,204	42,055
広報・宣伝費	3,800	27	1,478	5,305
施設管理費（清掃・植栽管理・保守点検等）	57,713	2,724		60,437
備品・消耗品費	10,950	3,079	3,241	17,270
光熱水・通信等	14,280	1,465	550	16,295
賃借料（共益費含む、小田急負担）	13,200	15,489	3,962	32,651
保険・諸税	3,988	0	40	4,028
修繕費・追加投資	83	219	72	374
地域連携型ハンズオン支援事業	38,786			38,786
体育館管理費	28,185			28,185
原状回復積立費	2,000			2,000
保険・諸税（小田急負担）	250			250
修繕・追加投資（小田急負担）	4,400			4,400
システム・リース費用等	937	896	283	2,116
その他経費（雑費含む）	854	2,035	80	2,969
減価償却費	2,831	5,447	441	8,719
減価償却費（小田急負担）	15,000			15,000
支出 小計	226,147	38,343	16,351	280,841
年度収支	▲ 13,866	▲ 8,141	▲ 11,911	▲ 33,918

※コワーキングスペースとスクールの運営は本体事業と会計が異なるため、別表記となっている。

※合計の金額については、別会計の合算値のため、参考値である。

今年度の総括

開業初年度の施設立ち上げ期であり、
施設運営の初年度として 想定内の状況

- プレオープン（4月）からグランドオープン（7月）に至る半年近くを施設立ち上げ期として、運営体制の構築に費やす
- 運営が本格稼働したのは実質的に 10月以降
- 設備投資・システム導入・人員体制の整備といった 開業コストが先行して発生

令和8年度の収益力向上方針

01 設備投資の減少

施設立ち上げ期の一時的な
コストが減少

効果
固定コストの適正化

02 外注人件費の抑制

一時的に増えていた
外注費を削減

効果
運営効率の向上

03 利用者・稼働率の向上

利用者・稼働率を高める
ことで収益力を向上

効果
売上基盤の拡大

世田谷区産業活性化拠点 (HOME/WORK VILLAGE)

令和7年度事業実績報告書

目 次

1 令和7年度事業の総評	 P3
2 成果指標【KPI】の取組実績	 P5
3 コンセプト実現のための取組実績	 P9
4 その他の取組	 P24
5 収支報告	 P25

1 令和7年度事業の総評

令和7年度は、世田谷区産業活性化拠点「HOME/WORK VILLAGE」の運営初年度として、令和7年4月のプレオープンから7月24日のグランドオープンに至る施設の立ち上げと、産業活性化・創業支援・学びの場・地域交流の各事業を同時並行で構築・展開した一年となった。

成果指標(KPI)については、4つの大項目のうち2項目において目標を上回る実績を達成したのもある一方で、2項目については達成できなかった項目もあった。

既存産業の活性化支援については、ハンズオン支援(HOME/WORK BOOSTER)を通して、38件の申請から15事業者を採択し、1社の辞退を経て14社の伴走支援を完了した。各事業者が、事業を単に完了しただけに留まらず、交流会などを通じ、事業者や専門家が他の事業者のプロジェクトをサポートするなどの動きが見られた。HOME/WORK VILLAGEという場があることにより、一過性の関係性に限らず、伴走終了後でも継続的な事業の場の利用も見られた。

起業・創業支援においては、アクセラレータープログラム支援社数は27社(目標60社)と目標を下回ったものの、区内起業・創業者数が9件(目標3件)、ビジネスマッチング件数が8件(目標5件)、地域や社会課題への影響に関する目標達成割合80%(目標60%)となり、施設立ち上げ初年度において、複数の外部専門機関との共催体制を確立した。また、ビジネスマッチングや地域や社会課題への影響に関する目標などにおいて、HOME/WORK VILLAGEという場で、日常的に話せる機会を創出していることで、課題解決につながっている。

産業と連携した学びの場においても、子どもの年間受入人数が13,109名(目標2,500名)、アントレプレナー教育プログラムが28本(目標12本)、SDGsにつながるプログラムが28本(目標12本)と、いずれも目標を大幅に超えた。常設の学びの場の年間開放日数は242日(目標230日)となり、学びの場としてのテナントであるレンズ・PLAY!の2拠点体制による年間を通じた安定した運営が実現した。テナントである場所だけの学びに留まらず、関係する地域団体やテナントとのコラボレーションなどこの場所ならではの広がりつながりが見られた。

区民に開かれた場の来場者数は年間435,072名(目標300,000名)、地域・事業者のイベント開催数は1,005本(目標40本)に達し、施設が開業初年度から地域の拠点として広く受け入れられたことを示す結果となった。学校を背景とした体育館、広場、校舎棟と使用できるスペースが広がったことで、外部企業による利用も多くあり、また同時にデジタルものづくり、子どもの職業体験など施設コンセプトに合う形での開催が多数あった。

コンセプト実現のための個別取組においても、多くの指標で目標を大きく超える実績を達成した一方、目標未達の取組も発生した。第二創業支援スクールは、ニーズが想定したほど多くなく、開催数を調整したことにより未達となり、創業の基礎支援セミナー、リスクリング支援のスクール開催については、受講者が求める要件の整理、調査で実施に至るまで時間を要したことで、目標を下回った。これらは令和8年度では、年度当初からの計画確定と事業フェーズに応じた体系的なプログラム設計により改善を図る。

一方、既存産業の活性化支援として、コワーキングスペースでの交流促進、セミナールーム利用、教室利用などや、起業創業支援では、ポッドキャストスタジオ、シェアキッチン、チャレンジショップの利用件数など各スペースで目標値を上回ることができた。区民に開かれた場として、体育館棟では各種スポーツプログラムへの参加者数、スタジオ活用、クラブハウス利用、広場では社会実践による企業、NPO、大学等との連携や地域連携のイベントなどで目標値を達成し、スポーツ・コミュニティ、企業・大学・地域との連携の拠点として急速に定着した。

全体として、令和 7 年度は施設としての認知拡大と来場者の獲得、入居事業者・地域・行政・大学等との多様な連携基盤の構築という点で、開業初年度として着実な成果を上げた一年であった。「暮らす(HOME)」と「働く(WORK)」そして「宿題(HOMEWORK)」を掲げるコンセプトのもと、池尻の地に開かれた場が着実に育ちつつある。令和 8 年度に向けては、創業・産業支援のプログラムをより体系化・高度化するとともに、地域コミュニティとの連携をさらに深め、世田谷区の産業活性化拠点として持続的な事業展開を推進していく。

2 成果指標【KPI】の実績

世田谷区産業活性化拠点運営事業の実施に関する基本協定に基づき設定した、開設から 4 年目までの成果指標に対する 1 年目の実績を報告する。

①既存産業の活性化支援

伴走型支援の定着により、様々な既存産業の再活性化が図られ、区内産業の安定した経営や雇用が実現できる。

※達成目標の括弧内の数値は令和 7 年度計画策定時の数値

項 目		上段:達成目標 下段:実績			
		1年目	2年目	3年目	4年目
1-1	ハンズオン支援 ／支援社数	15	18	20	25
		14	-	-	-
	実績	地域連携型ハンズオン支援(HOME/WORK BOOSTER)を通して、38 件の申請から 15 事業者を採択し、1 社の辞退を経て 14 社の伴走支援を完了した。 採択事業者に対しては、事業計画の策定から実行までを対象に、専門家による伴走支援および補助金支援を組み合わせた多角的なサポートを実施した。その結果、創業や事業化の進展、法人化の実現、外部連携の拡大など、各採択事業者において具体的な成果が創出され、支援を通じて事業の方向性の明確化や提供価値の整理が進むなど、持続的な事業成長に向けた基盤形成に寄与した。			

②起業創業支援

年間を通じて多様かつきめ細やかなアクセラレータープログラムを豊富にラインナップすることで、業態を問わず様々なチャレンジを模索する起業希望者が集客される。

また、施設を利用する多様な事業者等が、インキュベーションマネージャーの仲介によりビジネスマッチングされることで、さらなる区内起業創出の可能性を拡大させる。

項 目		上段:達成目標 下段:実績			
		1年目	2年目	3年目	4年目
2-1	アクセラレータープログラム支援／支援社数	60	70	70	80
		27	-	-	-
	実績	外部専門事業者との連携により、創業初期段階の事業者を対象としたセミナーを実施し、法人化に関する基礎知識の提供および意思決定の支援を行った。初年度は施設立ち上げ期と重なり、計画未達となったものの、専門性の高いパートナーとの共催により、内容の信頼性確保と一定の参加者確保を実現した。 今後は、事業フェーズに応じた体系的なプログラム設計と実施体制の強化を図るとともに、個別支援との連動を通じて、より実効性の高い創業支援を推進する。			

2-2	区内起業・創業者数 ／件数	3	7	10	15
		9	-	-	-
2-2	実績	ハンズオン支援による創業は 4 件、コワーキング入居者による創業は 3 件、HOME/WORK VILLAGE のテナントとしての開業が 2 件であった。また、当施設の開業に伴う創業もあり、計画を上回る実績を達成できた。			
2-3	ビジネスマッチング ／件数	5	(5) 10	(8) 10	10
		8	-	-	-
2-3	実績	コワーキングスペースにおいてインキュベーションマネージャーが常駐し、利用者の事業内容や課題を把握したうえで、メンバー間の業務連携や協業を促進するマッチング支援を実施した結果、複数の協業が成立し、デザイン・映像制作・コンサルティングなど多様な分野において具体的な取引や共同プロジェクトが創出された。 また、個別のマッチングにとどまらず、入居者および外部事業者とのネットワーク形成が進展し、コミュニティを超えたつながりが生まれた。			
2-4	地域や社会課題への影響に関する目標達成割合／％	60	60	60	70
		80	-	-	-
2-4	実績	対象となる 15 社のうち 12 社が目標を達成。一方で、テナント側の個別事情もあり、3 社が目標未達となったが、既に令和 8 年度の目標の設定や計画を進め、全事業者の目標達成に向けてサポートを行っている。			

③産業と連携した学びの場

年間を通してハード・ソフト共に充実したコンテンツを有する常設の学びの場を提供し、多くの子どもたちが気軽に利用でき、様々な体験をすることで、学ぶことや働くことへの興味や選択肢を広げるとともに、未来の人材の育成にもつなげる。また、魅力ある講師によるスクールプログラムやイベントを安定的に実施することで、子どもの起業家精神を醸成し、将来的な区内起業に繋げる。

項 目		上段:達成目標 下段:実績			
		1年目	2年目	3年目	4年目
3-1	常設の学びの場の運営 ／年間開放日数	230	250	(250) 275	(250) 300
		242	-	-	-
3-1	実績	入居テナントのクリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」および「PLAY!SETAGAYA」の 2 拠点が連携して、常設の学びの場を提供。安定した開放体制が確立され、子どもたちが年間を通じて学び・遊び・探究できる環境が整った。			

	アントレプレナー教育の プログラム数／本数	12	(12) 30	(18) 30	(18) 30
		28	-	-	-
3-2	実績	クリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」を主軸に、アントレプレナー教育プログラムを年間で展開した。子どもたちはリサーチ・観察・表現・発表のプロセスを主体的に反復する中で、課題発見力や思考力、表現力を伸長し、創造性と起業家精神を段階的に育むことができた。			
	SDGsやソーシャルアクションにつながるプログラム数／本数	12	(12) 30	(18) 30	(18) 30
		28	-	-	-
3-3	実績	クリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」を主軸に、SDGs の観点を取り入れたプログラムを年間を通じて展開した。各テーマにおいて、ラーニングパートナー(専門家)協働のもと、子どもたちは社会や世界との関係性を踏まえた多面的な観察・表現に取り組み、社会課題への理解と主体的な関与意識を深め、学びの実践化と行動変容を促進した。			
	子どもの年間受入人数 ／延べ人数	2,500	(5,000) 9,000	(5,000) 9,000	(5,000) 9,000
		13,109	-	-	-
3-4	実績	「レンズ by まちの研究所」、「PLAY!SETAGAYA」および「HOME/WORK VILLAGE」が主催するイベントの3拠点・形態を通じて子どもの受け入れを行い、多様な年齢の子どもたちが共に学び、成長できる環境を提供できた。			

④区民・事業者に関わった場

多数の魅力的なテナントを展開することで、飲食やショッピングなど、産業に関する目的に限らず誰もが気軽に利用できる施設にするとともに、年間を通じてパン祭りやスポーツイベントなどを複合的に開催することにより、多数の来場者を安定的に獲得する。より多くの方に利用してもらうことで、入居事業者の取組みや多様な働き方を知ってもらうとともに、新たな気づきや学び直しのきっかけづくり、交流を通じた新たなつながりの創出等により、豊かな区民生活の実現を図っていく。

項 目		上段:達成目標 下段:実績			
		1年目	2年目	3年目	4年目
	来場者数 ／延べ人数	300,000	500,000	550,000	550,000
		435,072	-	-	-
4-1	実績	ワークショップやマルシェ等のイベントを実施し、来館機会の創出を行った。 また、ブックラウンジおよびルーフバルコニーを活用し、読書・休憩・飲食・交流といった多様な滞在が可能な環境を整備することで、特定の目的に限定されず、再訪者の増加につながった。			

4-2	地域・事業者の イベント開催数 ／本数	40	(60) 1,100	(80) 1,100	(80) 1,100
		1,104	-	-	-
	実績	参加型ワークショップやクリエイターや実践者によるトークイベント、展示・マーケットイベント等を地域・事業者と連携のうえ定期的を実施し、ファミリー層・若年層・クリエイティブ層といった異なる属性の接点を創出。施設の認知拡大およびコミュニティの多層化に寄与した。			

3 コンセプト実現のための取組実績

①既存産業の活性化支援

事業者等の活動の場の提供や更なる事業展開に対する支援など、事業者等の安定的な活動と成長を促すとともに、他の事業者等との交流や連携を図る取組みを実施する。

◆2階 コワーキングスペース、セミナールーム

※達成目標の括弧内の数値は令和7年度計画策定時の数値

事業名	世田谷区地域連携型ハンズオン支援事業【KPI 1-1】				
事業内容	世田谷区地域連携型ハンズオン支援事業を通じて事業者の成長を支援する。				
行動指標		R7	R8	R9	R10
上段:目標値	ハンズオン支援数(件)	15	18	20	25
下段:実績値		14	-	-	-
令和7年度 実施事業	世田谷に拠点を置く事業者の挑戦を、補助金(最大180万円)+専門家+ネットワークでサポートし、事業の成長を支援するプログラム。				
事業実績	38件の申請の中から15事業者を採択し、事業計画の策定から実行まで、各採択者の事業内容に応じた専門家による伴走支援を実施した。なお、1社の辞退があったため、最終的に14社への支援を完了した。また、ハンズオン支援を契機として、3社が新たに世田谷区内に登録した。				

事業名	第二創業支援				
事業内容	入居者や施設利用者に対する日常的な支援、セミナー開催、区とのハンズオン支援を通じて、変化を促し、サポートをする。				
行動指標		R7	R8	R9	R10
上段:目標値	(スクール開催数(回)) サポート件数(件)	30	(40) 15	(50) 18	50 20
下段:実績値		2	-	-	-
令和7年度 実施事業	既存事業とは異なる新事業・新分野への進出を検討する事業者に対して、日常的な支援やスクールの開催、ハンズオン支援をすることで、経営の刷新を図るサポートを行う。また、区の事業承継プラットフォームと連携を検討する。				
事業実績	HOME/WORK BOOSTER の第二創業を目指す採択事業者 2社に専門家が伴走し、サポートを行った。 第二創業支援に関する個別プログラムの実績は目標値に達することができなかったものの、施設立ち上げ期における体制整備および支援設計の検討を進めた。令和8年度は、日常的な相談対応や既存支援プログラムとの連動を通じて、第二創業を志向する事業者への基礎的な支援を実施していく。				

事業名	インキュベーションマネージャーの配置				
事業内容	コワーキングスペースに配置するインキュベーションマネージャーによる支援。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	対応件数(件)	R7	R8	R9	R10
		50	60	70	80
		66	-	-	-
令和7年度 実施事業	コワーキングスペースに1～2名程度のインキュベーションマネージャーを配置し、日常的な支援を行うとともに、他事業者とのビジネスマッチング等を促す。				
事業実績	MIDORI.so IKEJIRI のコワーキングスペースに常駐するインキュベーションマネージャー(3名体制)が仲介役となり、フリーランスから法人まで多様な利用者に対し、創業支援プログラムの案内や日常的なサポートを行うことで、有機的な協業が生まれる場が醸成された。				

事業名	コワーキングスペースでの交流促進				
事業内容	コワーキングスペースの共用部でイベントを実施することで、施設利用者同士の交流を促進する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	イベント参加者数(人)	R7	R8	R9	R10
		10	(20) 900	(30) 900	(40) 900
		827	-	-	-
令和7年度 実施事業	コワーキングスペースの共用部で昼食会等のイベントを実施することで、経営の悩み事による事業者の孤立を防ぎ、施設利用者同士の交流を促進する。				
事業実績	毎週、スモールオフィス入居者やコワーキングスペースの利用者等の交流の場を提供し、参加者同士の情報交換やビジネスマッチングを生み出すきっかけとなった。				

事業名	外部とのネットワーク作り				
事業内容	資金提供者や専門家によるイベントを開催し、区内事業者のビジネス機会を創出する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	外部講師によるイベント 開催数(回)	R7	R8	R9	R10
		5	10	10	10
		7	-	-	-
令和7年度 実施事業	運営事業者が提携するベンチャーキャピタル等の資金提供者や専門家によるイベントを開催し、区内事業者のビジネス機会を創出する。				
事業実績	各分野の専門家を招いたトークイベントをはじめとする多様なプログラムを実施し、外部とのネットワーク構築および知見共有の機会創出に取り組んだ。これらの取組を通じて、施設利用者や区内事業者が専門性の高い知識や多様な視点に触れる機会を提供するとともに、分野横断的な対話や交流を促進した。 また、交流会やセッションの開催により、特定分野における広域的なネットワーク形成を支援し、施設内コミュニティと外部の人材・情報を接続する場となった。				

事業名	セミナールームの活用				
事業内容	入居者や区内事業者にスペースをレンタルすることで、利用者の事業活動を支援する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用件数(件)	R7	R8	R9	R10
		8	(12) 72	(15) 72	(18) 72
		82	-	-	-
令和7年度 実施事業	約130㎡のスペースを入居者や外部の区内事業者にセミナーや交流会等の会場としてレンタルすることで、利用者の事業活動を支援する。				
事業実績	展示会・交流会・研修・シンポジウム・社内会議・親子イベントと多岐にわたった。利用者については、HOME/WORK VILLAGE の入居テナントによる自主企画から大手企業の社内利用、地域コミュニティの活動、全国規模のネットワーク団体まで幅広く、事業発表や交流、展示の場として支援した。				

事業名	教室の活用				
事業内容	入居者や区内事業者にスペースをレンタルすることで、利用者の事業活動を支援する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用件数(件)	R7	R8	R9	R10
		10	(20) 150	(30) 150	(30) 150
		154	-	-	-
令和7年度 実施事業	約63㎡のスペースは学校当時の雰囲気を残したデザインとなっているため、打合せや交流のスペースのみならず、ロケ地として活用し、施設のPRに活用する。				
事業実績	教室は、空間特性を活かし、ロケ地・撮影利用を中心に、ワークショップや会議、福祉活動など多様な用途で活用された。 また、利用団体による企画を通じて、環境・福祉・文化など多様なテーマに触れる機会が創出され、交流と学びの場としての役割を果たすとともに、企業や行政の利用も進んだ。				

②起業・創業支援

ワークスペースを提供し、インキュベーションマネージャーのサポートによる他の事業者等との交流・連携の促進など、創業予定者やスタートアップ等の安定的な事業展開や成長に向けた支援を行う。

◆1階 チャレンジショップ

事業名	事業者 PR の支援				
事業内容	施設内にポッドキャストの収録機材を設置するとともに編集のサポートを実施し、事業者の PR を支援する。また、事業者の交流の場を生み出し、各事業者の取組み等を PR する時間を設ける。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用者数(人)	R7	R8	R9	R10
		10	50	100	100
		64	-	-	-
令和7年度 実施事業	外部の広報やポッドキャスト運営事業者と連携し、PR 施策や編集のノウハウにより事業者を支援していく。また、交流会やイベントの場などを活用し、参加者の事業内容を PR する場を設けることで、事業者の事業展開につなげる支援を行う。				
事業実績	配信スタジオを活用したポッドキャスト収録支援と、イベントを通じた事業者 PR の 2 軸で支援を展開した。配信スタジオにおいては、HOME/WORK VILLAGE の入居テナントが定期的に収録、プラットフォームを通して配信し、スタジオを起点とした事業者の情報発信が動き始めた。イベントとしては、スクーリング・パッドのレストランビジネス学部の講師・卒業生の交流会の中で 15 名が登壇し、事業発表の PR を行った。交流を通じて、事業に発展した事例もあった。				

事業名	シェアキッチンの活用【KPI 2-2】				
事業内容	創業までに至らない出店希望者にシェアキッチンの利用を提供し、創業を支援する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用件数(件)	R7	R8	R9	R10
		10	(30) 60	(50) 70	80
		51	-	-	-
令和7年度 実施事業	創業までに至らない出店希望者にシェアキッチンを利用を1日単位から提供し、実践の場を提供する。また、地域の飲食店と連携し、幅広い人が参加でき、相互に協力できるコミュニティ型のシェアキッチン運営する。				
事業実績	創業前の出店希望者や地域の飲食関連事業者に開放し、個人による菓子・飲食製造から法人の商品開発・製造、地域イベントとの連携利用に至るまで、多様な用途で活用された。また、入居テナントであるクリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」のプログラムにも活用されるなど、幅広い利用実績を有している。				

事業名	チャレンジショップの活用【KPI 2-2】				
事業内容	創業までに至らない出店希望者に出店スペース(チャレンジショップ)の利用を提供し、創業を支援する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用件数(件)	R7	R8	R9	R10
		10	(30) 165	(50) 180	(80) 180
		57	-	-	-
令和7年度 実施事業	創業までに至らない出店希望者に出店スペースを1日単位から提供し、実践の場を提供する。また、広場(校庭)で実施するマルシェへの参加を促し、地域との交流を促していく。				
事業実績	創業前の出店希望者に広く機会を提供し、施設で実施するマルシェやイベントへの出店を通じて、実践的な創業支援を行うことで、独立や起業・創業に向けた経験を積む機会を提供した。				

◆2階 コワーキングスペース、セミナールーム

事業名	コワーキングスペースでのビジネスマッチング支援【KPI2-3】				
事業内容	コワーキングスペースにインキュベーションマネージャーを配置し、利用者のメンタリングを実施するとともに、他事業者とのビジネスマッチング等を促す。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	マッチング件数(件)	R7	R8	R9	R10
		5	(5) 10	(8) 10	10
		8	-	-	-
令和7年度 実施事業	インキュベーションマネージャーが利用者に対するメンタリングの実施や、コワーキングスペースを会場とした交流会や商談会を実施することで、事業者のビジネスマッチングを促していく。				
事業実績	コワーキングスペースにおいてインキュベーションマネージャーが常駐し、メンバー間の業務連携や協業を促進するマッチング支援を実施し、複数の協業が成立した。また、個別のマッチングにとどまらず、入居者および外部事業者とのネットワーク形成が進展し、コミュニティを超えたつながりが生まれた。				

事業名	創業の基礎支援【KPI 2-2】				
事業内容	起業や創業に関する基礎知識を提供するセミナーを実施することで、参加者の起業や創業を促す。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	セミナー開催数(回)	R7	R8	R9	R10
		3	5	5	5
		2	-	-	-
令和7年度 実施事業	事業計画と資金繰りやマーケティングと販売・営業戦略など、起業や創業に関する基礎知識を提供するセミナーを実施することで、参加者の起業や創業を促す。				
事業実績	フリーランスや個人事業主として活動しているコワーキングスペース利用者を主な対象とし、法人化の判断基準・設立手続き・税務・資金繰りの基礎といった創業に直結する実務知識を専門家が解説する				

	セミナー形式で行った。 実績が 2 回にとどまった要因としては、HOME/WORK VILLAGE グランドオープン後の施設立ち上げ期と重なり、プログラムの設計・集客・運営を並行して進める体制構築に時間を要したことが挙げられる。 一方で、外部の専門事業者との共催という形式は、受講者の信頼性確保と集客の両面で有効に機能しており、今後の継続・拡充に向けた基盤を整えることができた。
--	--

事業名	アクセラレータープログラムの実施【KPI 2-1】				
事業内容	専門家によるアクセラレータープログラムを実施することで、事業者の起業や事業活動の加速(促進)を支援する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	プログラム支援社数(社)	R7 60 27	R8 70 -	R9 70 -	R10 80 -
令和7年度 実施事業	新規開業するに際して必要とするスキルを身に着ける講座や、既に経営を担う方を対象として理想的なお店を運営するための具体的なノウハウを学ぶことができる、専門家によるアクセラレータープログラムを実施することで、事業者の起業を支援する。				
事業実績	外部専門事業者との連携により、創業初期段階の事業者を対象としたプログラムを実施し、法人化に関する基礎知識の提供および意思決定の支援を行った。 施設立ち上げ期と重なり、計画未達となったものの、専門性の高いパートナーとの共催により、内容の信頼性確保と一定の参加者確保を実現した。 令和 8 年度は、創業フェーズに応じた体系的なプログラム設計と実施体制の強化を図るとともに、個別支援との連動を通じて、より実効性の高い創業支援を推進する。				

事業名	区民・事業者の区内定着支援				
事業内容	施設入居者に区内オフィス・店舗を紹介し、施設退去後の事業運営を支援する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	紹介可能物件数(件)	R7 1 0	R8 3 -	R9 5 -	R10 5 -
令和7年度 実施事業	3 階スモールオフィス入居者であるリノベーション事業者や区内不動産事業者と連携して、施設入居者に区内オフィス・店舗を紹介し、施設退去後の事業運営を支援する。				
事業実績	区内での新規出店を検討する事業者からの相談に対し、物件取得および地域との関係構築を目的として、不動産事業者に関する情報提供および紹介を行った。				

③産業と連携した学びの支援

若い世代の学びの場として、常設の学びの場及びスクール事業を実施する。また、事業者等のスキルアップや学び直しにつながる取組みを実施する。

◆2階 コワーキングスペース、スクール、セミナールーム

事業名	常設の学びの場の提供【KPI 3-1】				
事業内容	子どもの創造性を育むツールを設置し、子どもが自由に利用できる常設の学びの場を提供する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	年間開放日数/日	R7	R8	R9	R10
		230	250	(250) 275	(250) 300
		242	-	-	-
令和7年度 実施事業	未就学児～小学生を中心に、子どもが自由に利用できるオープンエンドイを設置した常設の学びの場を提供し、親子連れや子どもが気軽に訪れることができる空間を提供する。 ※登録制				
事業実績	入居テナントのクリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」および「PLAY!SETAGAYA」の 2 拠点が連携して、常設の学びの場を提供。安定した開放体制が確立され、子どもたちが年間を通じて学び・遊び・探究できる環境が整った。				

事業名	アントレプレナー教育のプログラム(探究型スクール事業) 【KPI 3-2】				
事業内容	子どもを対象とした創造性・探究心を育むスクール事業を展開し、多様な出会いを通して子どもの起業家精神を養う。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	プログラム数/本数	R7	R8	R9	R10
		12	(12) 30	(18) 30	(18) 30
		28	-	-	-
令和7年度 実施事業	幼児から小学校低学年を中心にした子どもたち向けの、テーマ探究型のスクール事業として、自然や食など、4 テーマを軸に構成。				
事業実績	クリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」を主軸に、アントレプレナー教育プログラムを年間を通じて展開した。子どもたちが自らリサーチ・観察・表現・発表を繰り返す中で、創造性と起業家精神が段階的に育まれるプログラムを実施した。				

事業名	SDGs やソーシャルアクションにつながるプログラム (探究型スクール事業)【KPI 3-3】				
事業内容	子どもを対象とした探究型のスクールを運営。カリキュラムにSDGsの観点を盛り込む。フィールドワークや他テナントとも連携し、子どもたちとソーシャルアクションを考えていく。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	プログラム数/本数	R7	R8	R9	R10
		12	(12) 30	(18) 30	(18) 30
		28	-	-	-
令和7年度 実施事業	講師(ラーニングパートナー)とともにSDGsの概念を学んだり、テーマに即した現地を実際に訪れ、実際に見たり、触れたりすることで、子どもが新たな発見や気づきを得ることができる機会を創出する。				
事業実績	クリエイティブラーニングスクール「レンズ by まちの研究所」を主軸に、SDGsの観点を組み込んだプログラムを計28本実施。各テーマにおいてラーニングパートナーと連携し、社会や世界との関係性を意識しながら多面的に観察・表現をする内容で、各クラスの活動がSDGsやソーシャルアクションへと接続する探究型の設計プログラムを実行した。				

事業名	子どもの年間受入【KPI 3-4】				
事業内容	常設の学びの場及び、スクールの運営を通して、子どもたちの学びの場づくり、居場所づくりに取り組んでいく				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	子どもの年間受入人数 /延べ人数	R7	R8	R9	R10
		2,500	(5,000) 9,000	(5,000) 9,000	(5,000) 9,000
		13,109	-	-	-
令和7年度 実施事業	上記の KPI3-1、3-2、3-3の活動を通じて、子どもたちの受け入れの土壌を固める。利用者(子どもや保護者)の様子やニーズを反映し、常に改善を続ける。夏には通年のスクール事業とは別にサマープログラムを開講予定。				
事業実績	「レンズ by まちの研究所」、「PLAY!SETAGAYA」および「HOME/WORK VILLAGE」が主催するイベントの3拠点・形態を通じて、通年の子どもたちの受け入れを行った。また、夏にはサマープログラムを開講し、地域の子どもたちに関わった場を提供した。				

事業名	区民や事業者のリスキリング支援				
事業内容	テーマごとに連続形式のスクールを開催し、個人や事業者のリスキリングを支援する。				
行動指標	スクール開催数(回)	R7	R8	R9	R10
上段:目標値		30	40	50	50
下段:実績値		16	-	-	-
令和7年度 実施事業	座学に加え、ワークショップやプレゼンテーションを交えた連続講座により、新しい環境に適応するために必要なスキルを習得することを目的としたリスキリングスクールを開催する。				
事業実績	施設立ち上げ期と重なり実施回数は計画未達となった。リスキリングを目的とした連続講座やセミナーを実施し、創作・編集・クリエイティブ分野からデジタル・AI 活用に至るまで、多様なテーマにおける学習機会を提供することで、連続形式のプログラムを中心に、段階的なスキル習得を支援するとともに、外部専門家との連携により実践的な知見に触れる機会を創出した。 令和 8 年度は、テーマ・講師・スケジュールを計画的に確定し早期告知による参加者確保を図る。あわせてシェアキッチン・Gaiax・国立音楽院をはじめとする産業活性化に資する複数団体との連携によりテーマの多様化と開催回数の積み上げを図る。				

④区民・事業者にかかれた場

近隣地域と入居者の交流・協業など地域コミュニティの場としての機能に加え、入居者や事業者が開発した新たなテクノロジーなどの社会実証フィールドを提供する。

◆1階 飲食・物販区画

事業名	飲食・物販テナントの展開				
事業内容	施設内に世田谷のライフスタイルを象徴する飲食・物販テナントを誘致することで多くの来館者を呼び込み、地域にかかれた施設運営を展開する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	テナント数(件)	R7	R8	R9	R10
		14	14	14	14
		13	-	-	-
令和7年度 実施事業	施設ホームページでの入居テナントの情報発信や施設内での交流を促す取り組みを実施し、入居テナントの経営を支援することで、安定的な来客者を呼び込む施策に主眼を置く。				
事業実績	校舎棟 1 階に飲食・物販テナントの誘致を進め、多様な店舗の集積を実現。グランドオープンと同時に複数テナントが開業し、以降も段階的な出店を通じて、施設全体として来館者を受け入れる基盤を整備した。 また、情報発信やイベントとの連動、テナント間の回遊促進により、個店の集客にとどまらない施設全体での賑わい創出と経営支援を実現した。 今後は、空き区画の誘致と既存テナントの安定運営支援を通じて、施設全体のブランド価値向上を図る。				

事業名	メインエントランス機能の充実、ブックラウンジの整備 【KPI 4-1】				
事業内容	施設内にメインエントランスと併設したブックラウンジを開設し、様々な来館者の誘引を促す。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用者数(人)	R7	R8	R9	R10
		3,000	(4,000) 7,000	(5,000) 7,000	(6,000) 7,000
		7,080	-	-	-
令和7年度 実施事業	施設のメインエントランスとなるブックラウンジには、良質なインプットとなるようなラインナップの書籍を取り揃えるとともにコーヒーラウンジを設置して、誰もが訪れたくなるような過ごしやすく、開かれた空間を整備する。				
事業実績	メインエントランスと一体となったブックラウンジを通年で運営し、多くの来館者に利用される場として定着した。 プレオープン期から段階的に利用者数が増加し、グランドオープン以降は安定した利用水準を維持するなど、施設認知の向上とともに日常利用の場としての基盤が形成された。 また、書店機能やカフェ機能を組み合わせた滞在型空間として、幅広い利用者を受け入れるとともに、イベントや各種プログラムと連動することで、交流・学びの拠点として機能した。				

事業名	ワークショップの開催【KPI 4-2】				
事業内容	施設内のメインエントランスと併設したブックラウンジを活用し、誰もが気軽に参加できるワークショップを開催する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	ワークショップ開催数 (回)	R7	R8	R9	R10
		3	(5) 70	(10) 75	(15) 80
		100	-	-	-
令和7年度 実施事業	メインエントランスで誰もが参加しやすいテーマのワークショップを実施することで施設の賑わいを演出することで、多様な来館者の誘致を促すとともに、参加者に新たな気付きや発見を提供する。				
事業実績	ブックラウンジや広場等を活用し、多様なワークショップを継続的に実施することで、利用者の参加機会を創出した。プレオープン期から段階的に開催を重ね、グランドオープン以降は実施頻度を高めることで、施設の認知向上とともに賑わい創出に寄与した。 また、子どもから大人まで幅広い層が参加できる多様なテーマ設定により、交流や学びの場として機能するとともに、施設内テナントへの回遊促進や来館者数の増加につながった。				

事業名	食堂(カフェスペース)の活用【KPI 4-2】				
事業内容	施設内の約 250 m ² の大型カフェを活用し、入居者同士の交流や地域の交流を促進するイベントやパーティー等の実施により、施設の賑わいを創出する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	団体利用・イベント開催 回数(件)	R7	R8	R9	R10
		3	(5) 120	(8) 120	(12) 120
		118	-	-	-
令和7年度 実施事業	可変性のある家具や什器を用いることで、様々なイベントやパーティー等での活用を可能とし、施設の魅力向上と賑わいの創出を図っていく。				
事業実績	入居者交流や団体利用、各種イベントを実施することで、施設内外の交流促進および賑わい創出に取り組んだ。運営体制の整備を経て本格稼働後は利用が大きく拡大し、継続的な活用が定着した。 また、飲食・文化・地域連携など多様なテーマの企画を通じて、入居者間の関係構築や外部との接点創出に寄与するとともに、交流・体験・学びが重なる複合的な場として機能した。				

◆体育館棟

事業名	クラブハウスの活用【KPI 4-1】				
事業内容	体育館棟内でシャワーを併設したクラブハウスを運営し、体育館や隣接する公園利用者等の活用を促す。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	利用者数(人)	R7	R8	R9	R10
		1,000	(1,200) 5,000	(1,500) 5,000	(1,800) 5,000
		4,280	-	-	-
令和7年度 実施事業	体育館棟内でシャワーを併設したクラブハウスを運営し、体育館や隣接する公園利用者等の活用を促す。				
事業実績	Trail Butter Japan 株式会社の運営のもと、体育館棟内のクラブハウス(シャワー設備併設)を通年で稼働させた。 プレオープン期から見学・体験機会の提供を通じて利用者の受け入れを開始し、グランドオープン以降はイベント連動等により利用者数が増加した。以降も安定した利用水準を維持し、施設の認知定着とともに継続的な利用基盤を形成した。また、スポーツ・ウェルネスプログラムや各種イベントと連動した多様な利用を通じて、来館者同士の交流を促進し、コミュニティの形成に寄与した。 なお、本項目は「各種スポーツプログラムの実施」との人数の分けが難しいことから、令和8年度より統合する。				

事業名	スポーツフェスの実施【KPI 4-2】				
事業内容	体育館にて各種スポーツフェスを開催し、施設の賑わいを創出する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	開催回数(回)	R7	R8	R9	R10
		1	2	3	3
		2	-	-	-
令和7年度 実施事業	体育館において、メジャースポーツからマイナースポーツまで、様々なスポーツを体験できるブースを設け、誰でも気軽に参加できるスポーツフェスを開催し、施設の賑わい創出とともに、新たなスポーツコミュニティの創出を図る。				
事業実績	体育館を活用したスポーツ体験イベントを実施し、施設認知の向上とともに地域住民の参加機会を創出した。 イベント内での多様なプログラムを通じて、スポーツに不慣れな層も含めた幅広い来館者が気軽に参加できる環境を整備し、新たなスポーツ体験の入口として機能した。また、施設内イベントとの連動により来場者の自然な参加を促進し、スポーツを起点とした交流およびコミュニティ形成へとつながった。				

事業名	各種スポーツプログラムの実施【KPI 4-1】				
事業内容	体育館にて各種スポーツプログラム、ランニングクラブ等を開催し、施設利用者が交流する機会を創出する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	参加者数(人)	R7	R8	R9	R10
		300	500	650	800
		5,257	-	-	-
令和7年度 実施事業	体育館において、フットサルやダンス等の多様なスポーツプログラムやランニングクラブ等を開催し、スポーツを起点とした新たなコミュニティを創出する。				
事業実績	多様なスポーツ・ウェルネスプログラムを展開し、年間を通じて多数の参加者を受け入れた。中核となるプログラムを軸に、複数の企画を並行して実施することで参加者層の拡大と定着を促し、継続的な利用の増加につなげた。 また、外部イベントとの連動や多様なテーマ設定により、新規参加者の流入と既存参加者の継続利用が相互に循環する構造が形成され、スポーツを起点としたコミュニティの拡大に寄与した。				

事業名	スタジオの活用【KPI 4-2】				
事業内容	体育館棟内スタジオにてヨガや演劇等の教室を開催し、スポーツ以外の活動とも積極的に接点を作る。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	開催回数(回)	R7	R8	R9	R10
		5	(10)	(15)	(20)
		877	850	850	850
令和7年度 実施事業	体育館棟内スタジオにてヨガ、演劇、音楽など、様々なジャンルの教室を開催し、新たなコミュニティを創出する。				
事業実績	スタジオにおいて各種プログラムを継続的に実施し、グランドオープン後は高頻度で安定した稼働体制を確立した。 利用の拡大に伴い、スタジオは日常的な活動拠点として定着し、複数プログラムの並行実施による運用基盤が構築された。 また、特定プログラムを中核としながらも、ダンスやウェルネス、アウトドア関連など多様なジャンルへ展開することで、参加者層の拡大と新規参加の促進を実現した。				

◆広場(校庭)

事業名	社会実践による企業、NPO、大学等との連携				
事業内容	企業、NPO、大学等と連携し、施設内広場(校庭)にて社会実験の場を提供し、新たなビジネスの創出を促す。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	連携社数(社)	R7	R8	R9	R10
		1	(2) 7	(3) 7	(3) 7
		9	-	-	-
令和7年度 実施事業	廃材を再利用した遊具の開発や地域のエリアマネジメント関連業者と連携したモビリティの活用など、ジャンルを問わず様々な可能性を模索する社会実験を行う。				
事業実績	地域エリアマネジメント事業者や大学、企業等との連携により、多様なテーマに基づくイベントおよび社会実験を実施した。環境・循環、教育、デジタル、地域コミュニティなど幅広い分野において協働機会を創出し、来場者が参加可能な実践的な取組みを展開した。 これらの活動を通じて、施設は単なる利用空間にとどまらず、社会実験の受け皿として機能した。				

事業名	地域連携イベントの開催【KPI 4-2】				
事業内容	施設内広場(校庭)等で世田谷パン祭りのような地域と連携したイベントを開催し、地域との一体感を醸成する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	イベント開催回数(回)	R7	R8	R9	R10
		2	(4) 10	(6) 13	(8) 15
		9	-	-	-
令和7年度 実施事業	施設内広場(校庭)等にて、地域と連携して作り上げる、まちの賑わいを創出するイベントを定期的に開催する。				
事業実績	地域の教育機関や商店会、支援団体との連携を通じて、継続的な協働機会を創出した。特に近隣小学校との連携においては、授業・体験・発表の場として施設を活用することで、実践的な学びの機会を提供した。 また、地域団体との共同企画や環境活動を通じて、施設と地域が一体となった取組みを推進し、日常的な関係構築を図った。				

事業名	誰もが気軽に訪れることのできる空間の創出【KPI 4-1】				
事業内容	屋外広場(校庭)から繋がるブックラウンジやルーフバルコニーを整備・運営することにより、施設への多くの来館を促す。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	来館者数(人)	R7	R8	R9	R10
		300,000	500,000	550,000	550,000
		435,072	-	-	-
令和7年度 実施事業	植栽等を配置した、明るく開けたブックラウンジやルーフバルコニーを整備し、ワークショップ等のイベントも開催することで、誰もが気軽に訪れることができる空間を創出する。				
事業実績	ワークショップやマルシェ等のイベント実施により来館機会を創出するとともに、館内外の空間を活用した多様な滞在環境を整備した結果、施設の認知拡大と利用定着が進んだ。 また、来館目的の多様化と回遊性の向上を図ることで、特定の用途に限定されない利用が広がり、滞在時間の延伸および再訪の促進につながった。				

事業名	マルシェの開催【KPI 4-2】				
事業内容	広場(校庭)でマルシェを開催することにより、テント出店やキッチンカー出店などで事業者に出店機会を提供するとともに、施設の賑わいを創出する。				
行動指標 上段:目標値 下段:実績値	開催数(回)	R7	R8	R9	R10
		10	20	25	25
		15	-	-	-
令和7年度 実施事業	週末を中心に、月に1回程度、飲食や物販等のマルシェを開催する。なお、開催回数は順次拡大していく。				
事業実績	広場を活用したマルシェを定期的を開催し、来館機会の創出と継続的なにぎわい形成を推進した。出店環境の整備と施設内テナントとの連携により、館内外の回遊性および滞在性を高めるとともに、対面販売の機会創出を通じて出店者の事業成長を支援し、施設全体の集客およびテナント売上の向上に寄与した。				

4 その他の取組み

視察

実績:48 件

施設では、令和 7 年度に計 48 件、延べ 397 人にのぼる視察を受け入れた。

視察団の内訳は多岐にわたり、国内外の自治体および行政機関が 17 件と最も多く、市長や副市長といった首長級の訪問も数多く含まれている。次いで、民間企業(開発・不動産・金融等)による視察が 16 件を数え、官民双方から高い関心を寄せられている。

その他、地方議会や政治スクールによる政策調査(5 件)、地域活性化を担う NPO や商工団体(6 件)、大学・研究機関(4 件)など、多様なステークホルダーによる訪問が進んでいる。この実績は、本取り組みが「官民連携」や「地域活性化」の先進事例として、行政運営からビジネスモデル構築、学術研究に至るまで、幅広い分野で参照されていることがうかがえる。

取材・掲載実績

実績:205 件

施設はオープン以来、多方面から注目を集め、累計 205 件のメディア掲載・取材実績を受けている。最も多いのは、現代のライフスタイルに直結する WEB メディアでの展開(174 件)であり、「TBS NEWS DIG」や「東洋経済オンライン」、「ITmedia」といったビジネス・社会派メディアから、「TIME OUT 東京」「FIGARO.JP」など都市文化・ライフスタイル系メディアまで、幅広い層へ情報が拡散されている。

また、マスメディアでの紹介も多く、NHK やフジテレビ「めざましテレビ」、BS テレ東「NIKKEI NEWS NEXT」などのテレビ番組(10 件)、日本経済新聞・朝日新聞・東京新聞などの新聞掲載(4 件)された。さらに、雑誌「Pen」や「散歩の達人」、「MYOJO」などでの特集・ロケ利用、地域に根差した「エフエムせたがや」への出演など、新しい情報を求めている層から地域住民まで、多層的なアプローチを実現している。

これらの実績は、施設の取り組みが社会的関心事として、多角的な視点から評価されていることを示している。

5 収支報告

単位：千円

事業別	本体事業	コワーキング スペース	常設の学びの場 (レンズ)	合計
費 目				
入居者賃料（共益費・光熱水費含む）	93,170			93,170
営業売上高（イベント・物販・施設使用料）	52,139	30,202	4,440	86,781
区 地域連携型ハンズオン支援事業委託費	38,786			38,786
区 体育館管理委託費	28,185			28,185
収入 小計	212,280	30,202	4,440	246,922
事務局運営費・人件費	28,889	6,962	6,204	42,055
広報・宣伝費	3,800	27	1,478	5,305
施設管理費（清掃・植栽管理・保守点検等）	57,713	2,724		60,437
備品・消耗品費	10,950	3,079	3,241	17,270
光熱水・通信等	14,280	1,465	550	16,295
賃借料（共益費含む、小田急負担）	13,200	15,489	3,962	32,651
保険・諸税	3,988	0	40	4,028
修繕費・追加投資	83	219	72	374
地域連携型ハンズオン支援事業	38,786			38,786
体育館管理費	28,185			28,185
原状回復積立費	2,000			2,000
保険・諸税（小田急負担）	250			250
修繕・追加投資（小田急負担）	4,400			4,400
システム・リース費用等	937	896	283	2,116
その他経費（雑費含む）	854	2,035	80	2,969
減価償却費	2,831	5,447	441	8,719
減価償却費（小田急負担）	15,000			15,000
支出 小計	226,147	38,343	16,351	280,841
年度収支	▲ 13,866	▲ 8,141	▲ 11,911	▲ 33,918

※コワーキングスペースとスクールの運営は本体事業と会計が異なるため、別表記となっている。

※合計の金額については、別会計の合算値のため、参考値である。

今年度の総括

令和7年度の年度収支は全体で▲33,918 千円となり、事業別では本体事業▲13,866 千円、コワーキングスペース▲8,141 千円、スクール▲11,911 千円と、いずれの事業においても赤字での着地となった。

ただし、本年度は施設の開業初年度であり、プレオープン(4月)からグランドオープン(7月)に至る半年近くを立ち上げ期として費やしており、運営が本格稼働したのは実質的に下期以降である。設備投資・システム導入・人員体制の整備といった開業コストが先行して発生する中で、施設運営の初年度として想定内の状況。令和8年度は設備投資や一時的に増えていた外注人件費が減り、利用者、稼働率が高まることで、収益力向上を目指す。

別紙3

世田谷区産業活性化拠点 (HOME/WORK VILLAGE)

令和7年度実績報告書

別紙

「成果指標【KPI】・コンセプト実現のための取組詳細」

目 次

1 成果指標【KPI】の取組み詳細	・ ・ ・ ・ ・ P3
2 コンセプト実現のための取組み詳細	・ ・ ・ ・ ・ P37
3 その他の取組み	・ ・ ・ ・ ・ P76
4 施設レイアウト	・ ・ ・ ・ ・ P77

1 成果指標【KPI】の取組み詳細

①既存産業の活性化支援

【KPI 1-1】ハンズオン支援/ハンズオン支援数(目標値:15件)

実績:14 件

No	事業者名	プロジェクト名
1	三軒茶屋歯科	「にこにこ歯プロジェクト」 ～地域の歯科医院と幼稚園・保育園をつなぐ 口腔教育プラットフォーム構築事業～
2	バイビートーイ	クリエイティブがつなぐ共創体験！ アートとデザインのお祭り「コドモデパート(仮)」
3	一般社団法人 hibiki	既存イベントを活用したアマチュア演奏環境 の創出
4	株式会社イコールコンディション	記録から再現へ。熟練技術と味のアーカイブ 化支援ツール開発・ブランド・レシピの伝承事 業／焼き菓子・パン等の製造
5	株式会社 amu	ワクワク老いるプロジェクト (高齢者の住まい支援とコミュニティづくり事業)
6	アソビノ	テスト以外の教育も！ 地域から育む“生きる力”プロジェクト
7	MaeVino 合同会社	SETAGAYA CRAFT WINE PROJECT (世田谷近郊でのクラフトワインコミュニティ ビジネスの構築)
8	ドローイングアンドマニュアル 株式会社	RAW School(ロウスクール) (映像業界全体の底上げを目的としたスкуль ル事業の開設)
9	株式会社千詩図	無農薬栽培の花の専門店。 大地循環とゼロウェイストを目指す花屋
10	株式会社 HOBOTORE	こどもの運動ずかん制作・地域イベントによる 健康教育の実証
11	株式会社 cocoroe	「自分らしく」から、豊かに。スローショッピング (認知症の方や高齢者が安心して買い物に時間 をかけられるスローショッピングを日本市場へ 普及)
12	omochiii 株式会社	OMOTENASHI box & OMOTENASHI match:インバウンド観光客向け、「信頼」と「個 人の 嗜好」をマッチングする、パーソナライズ・ キュレーション・プラットフォーム事業
13	中村 万葉(個人事業主)	「おかずや中村」～家をひらき、惣菜でつながる 共食コミュニティ拠点の実証プロジェクト～
14	株式会社 nonu	漢方思想を軸にした香りのプロダクト開発と ブランド創り

②起業創業支援

【KPI 2-1】アクセラレータープログラム支援/支援社数(目標値:60件)

実績:27社

プログラム名	Sprout 実践型・創業プログラム
開催日時	令和7年9月2日(火)～令和7年10月4日(土)(計6回)
会場	MIDORI.so Ikejiri キャンパス(産業活性化拠点 2F)および ソウ・エクスペリエンス株式会社
講師	西村琢(ソウ・エクスペリエンス株式会社 創業者)
概要	「まだ仕事になっていない想い」を事業として組み立て、社会に届けていくための創業プログラム。 座学と中間発表、個別相談を経て、事業プランの発表を行う。
講座内容	第1回:座学で起業・創業の基礎を学ぶ。 第2回:ブランド立ち上げ、プロダクト開発に精通したゲスト講師を招き、グループディスカッションとフィードバックを実施。 第3回:「社会課題解決型の起業事例」をテーマにゲスト講師を招き、グループディスカッションとフィードバックを実施。 第4回:3回の講義を通じた時点での事業アイディア等の中間発表を実施し、教授や受講者からフィードバックを実施。 第5回:講師と事業アイディアのブラッシュアップや課題解決に向けた個別相談を実施。 第6回:5回の講義を通じてブラッシュアップした、事業プランを発表。
定員	12名(実績:8名)
効果	感情から問いを掘り起こし、事業の仮説を立て、検証・ピッチまでを一貫して体験する伴走型カリキュラムにより、受講者が自らの事業アイディアを具体的なプランとして言語化・発表するまでのプロセスを全員が完走した。 起業に向けた思考の精度が高まり、受講後に事業化・法人設立に向けた具体的な行動をそれぞれの受講者が開始している。 MIDORI.so Ikejiri のコワーキングスペースを会場としたことで、受講者と施設入居事業者との交流が生まれ、プログラム終了後も施設を起点とした事業者ネットワークの形成につながった。

プログラム名	サウナ創造学【実践編】
開催日時	令和7年9月20日(土)～令和7年12月13日(土)(計 9 回)
会 場	〈通常講義〉自由大学 MIDORI.so Ikejiri キャンパス (HOME/WORK VILLAGE 2F 201 教室) 〈第 2 回〉 堀田湯(東京都足立区関原) 〈第 5～7 回〉八丈テラス(東京都八丈島)
講 師	教授:島田大輔(サウナ建築家・サウナイデア[SAUNAaiDEA]代表) キュレーター:鈴木コーイチ、内田奈々 ゲスト:大塚輝(堀田湯店主/沸かす株式会社代表)、鈴木翔(サウナコレクション代表)、ラウラ・コピロウ(フィンランド専門家)、永井大貴(サウナビルダー・デザイナー)、川田直樹(一級建築士・SAUNaiDEA 共同創業者・フィンランドサウナアンバサダー)、こばやしあやな(サウナ文化研究家)
概 要	サウナ愛好家から「サウナをつくる側」になることを目指す実践型プログラム。サウナの歴史・種類・設置手続き・法律・施工・運営・ブランディングまでを多角的に学び、八丈島での合宿を通じて実際のサウナ施工を体験する。 「消費者から創造者へ」をテーマに、知識とフィールドワーク・ディスカッションを組み合わせた伴走型設計。
講座内容	第1回:サウナの歴史・種類・デザイン思考についての座学 第2回:銭湯「堀田湯」でのフィールドワーク・施設視察体験 第3回:サウナ設置手続き・法律・施設運営の設備についての座学 第4回:フィンランドのサウナ文化(フィンランド専門家・ラウラ・コピロウ氏) 第5～7回:八丈島合宿。実際のサウナ施工体験・試運転・完成入浴 第8回:サウナ×コミュニティ(SAUNAaiDEA・川田直樹氏) 第9回:世界の温浴文化・編集思考(こばやしあやな氏)／卒業発表・講評・卒業式
定 員	12 名(実績:11 名)
効 果	「いつか自分のサウナを造ってみたい」という漠然とした思いを持って参加した受講者が、9 回・約 3 ヶ月の実践型プログラムを経て、事業として「つくる側」に立つための具体的な知識・技術・人脈を獲得することができた。 サウナの歴史・設計・法規・施工・運営・ブランディング・資金調達まで多角的な視点で学びを積み上げたことで、受講者は事業化に必要な要素を体系的に把握した。 堀田湯での現地フィールドワークでは、店主から「集客や収入源という存続のための工夫だけでなく、地域との繋がり・融合という点での想い」を直接聞き、事業継続の視点やコミュニティとの関係構築という経営課題にも触れることができた。八丈島合宿では実際のサウナ施工・試運転・入浴体験まで一貫して携わり、「知識」を「実装」へとつなぐ体験を得た。

	また、プログラムを通じて形成された受講生間のコミュニティが、創業後のネットワークとして機能する可能性が高い。HOME/WORK VILLAGE が提供する「場」と「コミュニティ」を活用することで、受講者が単なる学習で終わらず、創業への意欲と実行力を携えて次のステージへ踏み出す機会を生み出した。
--	---

プログラム名	HOME/WORK VILLAGE アクセラプログラム —共創で事業の“軸”をつくる 2 か月—
開催日時	令和 8 年 1 月 19 日(月)～3 月 16 日(月)(全 8 週間) ※キックオフ:1 月 30 日(木)／Demo Day:3 月 16 日(日)
会 場	HOME/WORK VILLAGE + オンライン
講 師	株式会社ガイアックス
概 要	地域事業者・個人事業主・スタートアップ等を対象に、経営基礎・共創ブランディング・PR の基礎を学ぶ 2 か月間の実践型アクセラレータープログラム。 審査なし・経験不問で参加でき、オンライン講座と個別セッション・Slack を組み合わせた伴走型で実施。事業の価値を「言語化できる・伝えられる」状態へ導くことをゴールとする。
講座内容	<u>Week 1-2(2/1～2/14)</u> 経営基礎(PL)セッション/価値仮説シート・PL 管理シートを用いた事業構造の可視化 <u>Week 3(2/15～2/21)</u> 共創ブランディング講座/「共感・挑戦・記憶」の 3 ルールに基づき Why・Value・Target を言語化 <u>Week 4-5(2/22～3/2)</u> PR・広報講座/メディアが注目するニュース要素の作り方・プレスリリース戦略・取材の二次活用 <u>Week 6-7(3/3～3/10)</u> ピッチ準備・メンタリング(1 回)/ Before/After 整理・発表資料作成 <u>3 月 16 日(Demo Day)</u> 5 分ピッチ・振り返り・交流
定 員	10 名(参加者:8 名)
効 果	参加 8 名中 6 名が Demo Day に登壇し 5 分ピッチを完遂。政策・フォトグラフィー・こども服・幼児教育・縁起物ブランド・整理収納など多様な業種の事業者が、事業価値の言語化・ブランドコア整理・PR 戦略の習得を達成。参加者間のコミュニティ形成にも寄与した。

【KPI 2-2】区内起業・創業者数/件数(目標値:3 件)

実績:9 件

No	区内起業・創業事例概要
1	1F 区画にテナントとして入居することに伴い、合同会社を立ち上げ
2	ハンズオン支援事業に採択され、新規ビジネスを開始することに伴い、法人を立ち上げ(同事例 他 2 件、計 3 件)
3	既に個人事業主として活動していたが、ハンズオン支援事業に採択され、事業規模を拡大することに伴い、株式会社を立ち上げ
4	屋上にアーバンファームとして入居することに伴い、合同会社を立ち上げ
5	2F コワーキングスペースのメンバーが事業規模の拡大に伴い、株式会社を立ち上げ(同事例 他 2 件、計 3 件)

【KPI 2-3】ビジネスマッチング/件数(目標値:5 件)

実績:8 件

No	マッチング事例概要
1	コワーキング利用者同士が、アプリのモーショングラフィック制作業務で成立
2	スモールオフィス入居者とコワーキング利用者が、イベント時の映像撮影及び編集業務で成立
3	コワーキング利用者がスモールオフィス入居者のリノベーション事例をまとめたパンフレット制作業務を受注
4	コワーキング利用者に適切なコンサルティング業者を紹介して成立
5	コワーキング利用者同士が名刺制作で成立
6	コワーキング利用者が運営しているアプリの起動時のモーショングラフィック作成を別の利用者が受注
7	コワーキング利用者にアプリアイコンデザイン制作者を紹介して成立
8	コワーキング利用者に事業立ち上げコンサルの会社を紹介して成立

【KPI 2-4】地域や社会課題への影響に関する目標達成割合/%(目標値:60%)

実績:80%(15社中3社 目標未達成)

※【】は、「A社会課題」に対する対応番号を記載。

事業者名	ライスプレス株式会社(301号室)
業種・事業内容	フードカルチャー誌「RiCE」の刊行をはじめとした出版物制作とウェブサイトやイベント等の企画運営を行うクリエイティブ・プロダクション。
A社会課題	現代社会では、食に関して以下のような社会課題を抱えている。食の情報を発信する企業として、そうした課題と向き合い、解決することが「情報の循環による食の未来の再定義」と「持続可能な社会基盤の構築」につながると考え、目標を設定した。 1 環境負荷の増大 食の側面からも地球温暖化をはじめとする環境問題が生じている。 2 食の持続可能性(サステナビリティ)の危機 漁獲量の減少や生産現場の担い手不足により、伝統的な食文化やサプライチェーンが揺らいでいる。 3 コミュニティの希薄化 都市部における人とのつながりやウェルビーイング(心身の健康と幸福)の向上に向け、「食」を介したアプローチも有効な手段になり得る。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・エシカルフードの普及【A1】 環境にやさしく、健康に良く、しかもおいしい食のあり方を定義し、その文化を社会に広げていく。 ・循環型ローカル経済の構築【A1,2,3】 生産者・料理人・消費者を結び、地域コミュニティを形成する。 ・世田谷からの発信【A2,3】 食を文化としてとらえ、世田谷から世界の動きにつながる新しい価値観や意識の変化を広げていく。
C目標	2025 年度【A1,2,3】 イベントの開催を通じ、地域社会への還元と事業の認知拡大を加速させる。
D行動計画	イベントの実施【A1,2,3】 【概要】 2025 年 10 月に「HAVE A FISH DAY!」を実施し、海洋資源の枯渇や漁業の担い手不足といった課題に対し、来場者が美味しく楽しい体験を通じて理解を深め、自分ごととして捉える機会を創出する。 併せて、エシカル消費の促進や地域コミュニティの活性化を図り、持続可能な食文化の継承とウェルビーイングの向上に寄与する。
E実績	2025 年 10 月に HOME/WORK VILLAGE で体験型イベント「HAVE A FISH DAY!」を開催し、2 日間(11~12 日(土・日))で約 1,400 人が来場。【A1,2,3】 未利用魚を活用した飲食提供やトーク、ワークショップ、施設内店舗との協業等を通じて、海洋資源の課題への理解促進とエシカル消費の普及啓発を図ることができた。

	感度の高い若年層を中心に集客し、食を軸とした新たな価値観の形成と地域コミュニティの活性化に寄与した。 なお、イベントを通して今後の解決策案を見出せた。 ①エシカルな食の選択や企業の実践への理解を通じて、環境負荷の低い消費行動の定着を促し、市場全体の低炭素化と環境保全に寄与する。 ②未利用魚や適正価格の魚の消費を促進することで、生産者への適正な利益還元につながる新たな経済循環を創出し、食文化の継承や漁業の担い手不足の解消に寄与する。 ③食を通じた体験機会の創出により地域内の交流を促進し、コミュニティのつながりの再構築と地域店舗の利用促進に寄与する。 今後、解決策を実践していくとともに、自社のメディアを通して、実践例や取り組みを、地域、世界へ発信していく。
--	--

事業者名	株式会社 HIROBA(302号室)
業種・事業内容	【映像制作業】 映像を軸に、様々なクリエイティブを共に作り上げる「場」を目指す映像制作会社。「10 年後も誰かの大切な映像になるように」という思想のもと、広告・アート・地域プロモーション等の映像(ファッション、MV、ドキュメンタリー、CM、TV 番組、ドラマ、映画など)の企画・制作、ブランディング業務を行う。東京・山形・鳥取に拠点を有する。
A社会課題	世田谷区内には、価値ある活動を行いながら十分に発信できていない小規模事業者が多く存在している。 現状では、大手メディアやコストを掛けた広告(SNS 含む)による発信がより広範囲かつ即時に届く構造であるため、地域の資産が埋もれてしまっている。 こうした価値の滞留を解消し、適切な情報発信と接続を促進することで、地域企業の活動や魅力を的確に伝えて人材の確保と地域経済の活性化につなげ、地域経済と文化の持続性を高めることができると考えている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	次世代を担う若手を中心に、地域で働く新たな人材の創出や増加を図るため、映像の力を通して、地域企業の魅力を知ってもらい、職住近接、シビックプライドの向上により、地域経済循環を図る。【A】
C目標	・採用ギャップの解消【A】 映像を通じて「人柄」が伝わるリクルーティングを実現し、小規模事業者の持続可能な経営をサポートする。 ・地域の愛着の可視化【A】 世田谷区内の「知られざる魅力」を映像化し、区民が地域に誇りを持てる環境を作る。次世代へ向けて、クリエイティブな視点を養う機会を提供するとともに、地域の魅力を感じてもらう地域社会への還元活動の実施や世田谷区内における映像制作業の協業やクリエイティブ人材の創出する。
D行動計画	・大学との連携による映像人材育成事業の実施。【A】 ・地域を対象とした体験型プログラムの実施。【A】 ・区立小学生に対する授業では学ぶことができない総合学習の機会の提供。【A】
E実績	・駒澤大学経済学部での映像教育指導(学生 14 名)【A】 映像制作の全工程(企画・撮影・インタビュー・編集)を自ら担当するワークショップを実施。地域を題材とした学生が主体となるプログラムにより、将来の地域における情報の作り手となり得る担い手の育成を行った。 ・体験型プログラムの実施 【A】 令和 7 年 11 月 8 日～9 日に HOME/WORK VILLAGE にて、鳥取県の砂を活用した砂像ワークショップを実施。参加者が正解のない課題に対して自ら考え、形にし、発信する一連のプロセスを体験する機会を提供し、主体性や挑戦心の醸成を図るとともに、アントレプレナーシップの育成に寄与した。

	・池尻小学校の総合学習への参画【A】 地域で活動する自社の取材機会を提供することで、児童が地域資源への理解を深めるとともに、地域の価値の再認識と愛着・誇りの醸成を図った。
--	---

事業者名	ローカルフードサイクリング株式会社(303号室)
業種・事業内容	【生活関連サービス業】 家庭の生ごみを都市のベランダでも堆肥化できるバッグ型コンポストを販売・普及し、「半径 2km での栄養循環」を全国に広げる会社。 都市型コンポストキット販売・ガーデニング用品提供・オンライン講座・コンポストアンバサダー等の人材育成・循環型コミュニティガーデンの普及などを展開する。
A社会課題	1 「理念」から「実践」への移行における課題 環境問題の解決には住民の行動変容が不可欠だが、理念の提示だけでは浸透しにくい。実際に循環のプロセスを「体感」できる拠点が不足していることが、社会実装を阻む要因となっている。 2 地域内資源循環の必要性 ごみ焼却による CO2 排出削減に加え、都市部における「地域関係資本(住民同士のつながり)」の希薄化を解消する必要があり、循環を軸とした新たなネットワーク構築が求められている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	「たのしい循環生活」の普及による持続可能な地域社会の実現【A1、2】 家庭用コンポストの普及を通じ、生ごみの減量と資源化を推進するとともに、半径 2km 圏内での「食と資源の循環」の狭い地域内で循環させ、持続可能な都市機能を実現する都市型循環をモデル化し、環境負荷低減と地域コミュニティ活性化を同時に達成することを目指す。
C目標	実際に訪れることができるオフィス及び実際に堆肥として活用されている屋上や広場の循環拠点としての認知獲得と、体験を通じた「場への信頼」の構築。【A2】
D行動計画	・一般利用者のオフィス来訪・視察の受け入れ。【A2】 ・自主イベントの開催・メディアの受け入れ。【A2】 ・企業及び団体の受け入れ。【A2】
E実績	・拠点への来訪・視察実績【A2】 2025 年 4 月の拠点開設以来、延べ約 300 名(月平均 31.1 名)が来訪。民間企業や自治体の視察受け入れを通じて、循環の「象徴」と「実態」を兼ね備えた拠点として認知を拡大した。 ・地域内ネットワークの形成【A2】 区民啓発:リサイクル千歳台にて、区民 30 名を対象としたコンポスト講座を実施した。農・地域連携:会員制貸し菜園や、住民・事業者・行政が協働して新たな公園のあり方を模索するプロジェクトと連携を開始し、複数の講座・訪問を通じて関係性を構築した。 ・資源循環の実証【A2】 拠点内で生ごみ堆肥を活用し、約 20 種類の野菜・ハーブを年間栽培。収穫物をオフィス内で活用することで、都市型循環モデルの有効性を実証した。

事業者名	BOOKPACKERS(305号室)
業種・事業内容	【出版業】 本を軸に、人と人がつながる第三の場所を生み出す企業。 出版活動に加え、本を起点としたトークイベント・展示・ワークショップを企画し、人が集まることで育つ「場」を作り出すことを目指す。
A社会課題	1 情報格差による地域の魅力の埋没 デジタル化や大量消費社会の進展に伴い、地域に根付いた小規模な商店や、歴史的な背景を持つ丁寧なものづくりを営む事業者が、情報流通の波に埋もれがちである。 2 社会的包摂の必要性 LGBTQ+等、マイノリティの方々の声が日常に届きにくい現状があり、地域住民との接点を創出することで、偏見の解消や心理的な安全性を確保する「場」が求められている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	確かな技術を持ち、地域で長く活動していながらも、発信の機会が少ない商店など、社会の中で自分たちの「声」を届けにくい方々に光を当てていく。 また、WEB・書籍・イベントといったメディアの力を活用しながら、社会的包摂(ソーシャル・インクルージョン)の実現のため、多様な個性を大切にし、互いの価値を認め合える地域社会を目指します。【A1, 2】
C目標	「物語のあるものづくり」への理解促進と、体験を通じたファンコミュニティの形成。【A1, 2】
D行動計画	実装・体験型プログラムの実施 【A1, 2】 衣服の素材や歴史に焦点を当てた、ものづくり体験ワークショップの開催。
E実績	・体験型イベントの実施 【A1, 2】 HOME/WORK VILAGE にて、「丁寧なものづくり」をテーマにイベントを開催(参加者70/定員70)。生産者の想いや背景を伝えるワークショップを実施。 ① 計 70 名(35 名×2 回)を動員し、全回満員を達成。地域住民の「物語のある消費・体験」への高い関心を実証。 ② 服づくりに込められた時間や技術を知ること、衣服を「消耗品」ではなく「長く大切に使う資産」として捉え直す視点を提供。 ③ 「誰が・どこで・どのように作ったか」という物語に触れることで、商品選択が社会や環境に与える影響を考える、エシカルな消費意識の醸成につながった。

事業者名	VALUE BOOKS(306号室)
業種・事業内容	【小売業】 長野県上田市を拠点に、オンラインの古本買取販売を軸として、「よりよい本を循環」を目指しさまざまな事業を展開する。本を通じた寄付活動ブックギフトや移動式書店ブックバスの運営なども行う。最近では読書の間口を広げる活動として、ビールの開発なども行っている。
A社会課題	1 世田谷区を含む地域社会で、かつて地域の文化的な結節点であった書店の減少が深刻化しており、住民が日常的に本や多様な知に触れる機会が損なわれつつある。 2 出版流通の構造上、価値ある書籍であっても市場原理によって廃棄・死蔵される課題があり、書店という物理的拠点の消失は、単なる商業機能の喪失にとどまらず、地域文化の衰退やコミュニティ醸成のための対話の機会の減少につながっている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	「地域に開かれた文化拠点」ロールモデルの定着（構築） 書店を単なる「物品販売の場」ではなく、新刊・古本・「捨てたくない本」が混ざり合い、本が次の読み手へと自然に受け継がれる「地域内循環モデル」として再構築することで、誰もが気軽に新たな知見や表現に出会える文化的インフラを維持し、トークイベントや対話を通じて人と知が交差する「地域に開かれた文化拠点」の定着を目指す。【A1, 2】
C目標	HOME/WORK VILAGE1階エントランスで営業する「とつとつと」の店舗を活用した、地域における文化的インフラ機能の確立を目指す。【A1, 2】
D行動計画	・店舗運営基盤の確立と地域ネットワークの構築【A1,2】 店舗運営の基礎となるオペレーションを安定化させるとともに、地域住民や近隣店舗とのコミュニケーションを重視し、信頼関係の構築を進める。 ・循環型販売モデルの強化【A1, 2】 循環モデルの構築には、取組みに対して多くの方に興味をもってもらい、参画してもらうことが必要である。そのために、新刊書籍だけでなく、流通市場で価格がつけられる古本や回収される書籍のうち価格がつけられず廃棄されているおよそ半数の本のうち価値を見いだせる「捨てたくない本」の選書を磨き、市場原理だけに委ねず、本の価値を保ちながら次の読み手へつなぐ、地域に根ざした持続可能な書籍流通を実現する。
E実績	・循環型書籍流通の実装と成果【A1, 2】 販売実績 ▼捨てたくない本:2,187 冊 ▼新刊書籍 :1,390 冊 ▼古本 :153 冊 2,000 冊以上の書籍を古紙回収に回すことなく再流通させ、「本の寿命を延ばす」という循環型の消費行動を地域に根付かせた。 新刊と「捨てたくない本」を組み合わせで陳列することで、地域住民や HOME/WORK VILAGE 来訪者の知的好奇心を醸成する基盤となることができた。

	・地域ネットワークの構築(イベント)【A1, 2】 店舗を単なる販売の場だけでなく、地域住民との関係性を深める「対話の場」として構築した。 ●地域交流促進を図る取組み ▼自主イベント:4 本 ワークショップ:「知っている／知らない本を分類する ワークショップ」など計 4 回 日常の運営や、ワークショップを通じて、年間 7000 人、1日約 20 人程来店の実績から、本店舗は地域住民にとってのサードプレイス(家庭や職場以外の居場所)としての一面があることが確認できた。
--	---

事業者名	株式会社 Moon Studios(307号室)
業種・事業内容	【映像制作業】 東京に拠点を置く広告制作を中心としたクリエイティブスタジオ。映像およびデジタル領域において、プロデューサーとプロフェッショナルの連携により「難しいことを、かたちにする(Moonshot)」ことに挑み続ける。
A社会課題	日本のものづくりを支える町工場が直面している深刻な課題解決へのアプローチ。 1 情報発信と人材不足 高い技術力を有しながらも、人手不足や情報発信のノウハウ不足により、存続が危ぶまれている工場が多い。 2 単独 PR の限界 個々の工場が単独で発信するだけでは認知拡大に限界があり、十分な社会的関心を喚起しにくい。音楽や映像などのエンターテインメントと融合させることで、より広い層への訴求と社会的インパクトの創出が可能。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	クリエイティブ産業の知見を活かした製造業の活性化 ・ものづくりの関係人口の創出【A1】 映像制作を通じて町工場の魅力を発信し、次世代の担い手や支援者の増加につなげる。 ・地域経済・文化の活性化 【A2】 ローカルコンテンツの制作により、区内の商店や文化イベントの認知を高め、地域の活性化に寄与する。
C目標	・ワークショップや職業体験を通じて、クリエイティブ産業 への理解を深める。【A1】 ・地域経済や観光の活性化に直接的に寄与する【A2】
D行動計画	【未設定】 ・オープンスタジオの開催【A1】 地域住民や学生向けに映像制作の裏側を公開。 ・ローカルコンテンツの制作【A2】 区内の商店や文化イベントを紹介するショートフィルムを制作・配信。
E実績	【目標未達成】 【A1, 2】 本事業の実施にあたり、連携事業者との調整に時間を要し、実施のタイミングが合わなかったため。 【次年度について】 同じ HOME/WORK VILLAGE 入居事業者の世田谷工業振興協会や、工場音楽レーベル「INDUSTRIALJP」等と連携し、イベントやワークショップの実施に向けて調整中。

事業者名	公益社団法人世田谷工業振興協会(308号室)
業種・事業内容	【公益財団法人】 昭和63年、世田谷区内の企業の「健全育成」と「地域産業」の振興をはかり、地域社会の「発展に寄与」する事を目的として設立。 ・モノを作り活動の場を作る ・後継者育成・事業承継等の経営支援事業 ・準工業地域の保全・拡充 などの活動を行う。
A社会課題	製造業および地域コミュニティが直面する構造的課題 1 深刻な人手・後継者不足 製造業全体において人材不足が深刻化しているほか、関連団体の運営においても担い手不足が顕在化しており、事業の持続可能性が大きな課題となっている。 2 キャリア教育機会の不足 子どもたちが自身の資質や可能性に気づく機会が限られており、早期からものづくりに触れることで職業観を育成するキャリア教育の充実が求められている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	ものづくりの体験を通じて子どもたちの成長を支援するとともに、地域の産業基盤の維持・強化を目指す。 ・未来の技術者の育成【A1】 子どもたちがものづくりの楽しさを体感し、将来の職業選択の一つとして関心を持つきっかけを創出する。 ・地域産業の認知向上【A1】 区内の準工業地域や事業所への理解を深め、地域社会と産業の共生の推進を図る。 ・社会を生き抜く力の醸成【A2】 ものづくりの体験活動を通じて、自らの適性への気づきを促すとともに、社会性・協調性・コミュニケーション能力の向上を図る。
C目標	・多様なものづくりの場の提供【A1, 2】 工業団体にとどまらず、他業種団体とも連携し、多角的な視点から学べる体験型プログラムを提供することで、子どもたちの関心と理解を深化させる。 ・保護者への意識啓発【A1, 2】 子どもだけでなく保護者に対しても、ものづくり産業の社会意義やキャリアとしての可能性について理解を促し、将来への視野を広げる機会を創出する。 ・人間力の育成【A2】 ワークショップや実社会での体験(イベント運営等)を通じて、他者の視点を理解しながら、集団の中で自律的に役割を見出し行動できる力(社会性・協調性・主体性)を育成する。
D行動計画	世田谷区内の小・中学生を対象に、単なるイベントにとどまらず、教育的価値の高いものづくりの体験機会を提供する。【A1, 2】

E実績	・せたがやモノづくりビレッジ 2026【A1, 2】 日時:令和7年3月20日(金祝)、21日(土) 概要:HOME/FLEA/WORK と同時開催 地域一体となった大規模なものづくり体験イベントを実施し、延べ200名の小学生が来場した。プロの指導のもとでのものづくり体験を通じて成功体験を得ることで、主体性が育まれた。また、地域の技術力への理解が深まり、地域への誇りや愛着の醸成にもつながった。 ・ハローキャリアワークへの参画【A1, 2】 日時:令和7年3月26日(木) 概要:教育委員会主催「子どもお仕事体験プログラム」 区内小学生6名(定員6名)を対象に、映像制作やものづくりの実務を体験するワークショップを実施した。「働く」を価値創造として捉える視点を提供したことで、仕事への認識が変化し、将来に向けた前向きな意識の醸成につながった。 総括・意義 本事業を通じて、実社会に根ざした学びの機会を提供するとともに、行政との連携を強化し、地域全体で子どもを育てる基盤づくりの第一歩となった。
-----	---

事業者名	株式会社イコールコンディション(309号室)
事業・事業内容	【製造・販売業】 25 年以上前に高級食パンの専門店、その後オンライン販売のみとパン業界に風穴を開け、現在自社でパンやアップルパイを製造する。 ・パンの製造、販売 ・コンサルタント 入居を機に第二創業として以下の事業に取り組む。 ・パンのプロデュース食業界で、廃業などで失われていくブランドやレシピなどの無形資産をデータで再流通・再利用させるしくみに取り組む。
A社会課題	1 伝統継承の危機 高齢化や後継者不足により、長年培われた老舗店舗や企業のブランド、熟練の技、独自の技術、秘伝のレシピ、ノウハウが引き継がれず、廃業とともに永遠に失われつつある。 2 ソフト資産の埋没 歴史や付加価値があるにもかかわらず、それらを現代のビジネスモデル(収益化の仕組み)に適応させる手段が不足し、優れた資産が経済的な価値を生まずに眠っている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・熟練技術のデジタル保存化の構築【A1】 消失の危機にあるブランドや技術をデジタル化(アーカイブ)し、誰もが活用できる形(サブスクリプション等)にすることで、新しい事業承継の仕組みを構築する。 ・熟練技術のソフト資産化による地域経済の活性化【A2】 デジタル化によってソフト資産となった熟練技術を用いて収益化可能なビジネスモデルを構築することで、熟練技術を持つ事業者の利益につなげるとともに、新たな事業承継の形を確立し、地域の特色ある店舗を存続させ、持続可能な地域経済の発展を実現する。
C目標	・デジタル化による技能伝承の仕組みの構築【A1】 ・社内非熟練者による効果検証【A2】
D行動計画	・マニュアルツールのプロトタイプを開発し、社内新人研修 での実証実験を実施する。【A1】 ・その後の展開として、外部ユーザーへのテスト展開を通じ て実効性の証明を目指す。【A2】
E実績	・AIを活用した自動マニュアル化アプリ「Manupi(マニュピ)」(熟練の技術やノウハウなどの暗黙知を可視化する動画マニュアルツール)のプロトタイプを開発し、社内新人スタッフおよびインターン生(合計 3 名)に対して、開発したアプリを用い実証実験を踏まえた社内教育を実施した。その結果、マニュアル化の仕組みと、習熟スピードの変化を定量化することができ、ビジネスモデル構築に向けて前進した。【A1】 ・今後は、モデルの精緻化と区内事業者でのテスト導入機会の拡充を図っていく。【A2】

事業者名	株式会社メンテル(311号室)
事業・事業内容	【情報通信業】 ”全ての建物を省エネで快適に”を目指し、建設・不動産の IT 活用を支援する会社。都市や建物の電力/エネルギーを効率よく運用するための IT サービス支援、また建設業界出身メンバーが多いため、建物設計などに関する相談などにも対応している。 ・アプリケーションの開発・販売 ・コンピュータシステムの開発・販売 ・データ分析・シミュレーション ・各種コンサルティング
A社会課題	1 都市型排出源への対策 国全体の CO2 排出の約 3～4 割を占める「建築物(家庭・業務部門)」の対策は、住宅や商業施設が密集する世田谷区において最優先課題である。 2 専門知見の不足 建築設備の複雑さから、効率的な省エネ改修や運用が進みにくい現状がある。 3 民間連携の必要性 自治体単独ではなく、メンテルのような設備専門家、メーカー、IT 企業の知見を融合した「世田谷モデル」の構築が求められている。 4 実装上の課題 現場の維持管理ノウハウを政策に迅速に反映できず、計画倒れのリスクがある。 5 最大の障壁 最新技術の実装スピードと既存インフラの硬直性との乖離がある。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・地域密着型エネルギーマネジメントの確立【A1,2,3】 区内のスモールオフィスや公共施設を拠点として、エネルギーデータの見える化および最適化を推進する。 ・区民・事業者の意識変革【A1】 ワークショップや教育機関との連携を通じて、節電を「我慢」ではなく「スマートな行動」として捉える意識の定着を図る。 ・カーボンニュートラルの波及【A1,2,3,4】 拠点での成功事例を区内全域の企業・施設へ横展開し、地域循環型の脱炭素社会の実現を目指す。
C目標	自社事務所内における電力・環境データの測定および検証の完了。【A1,2,3】
D行動計画	自社事務所内における電力と環境の測定検証【A1,2,3】 外部の店舗等における実証実験や自治体向けの再エネ&蓄電池の導入支援
E実績	自社事務所内分電盤にクランプ電力計と、マルチセンサーを設置して、計測データをクラウドに蓄積してアプリケーションで可視化する仕組みを構築。【A1,2,3】

	また、蓄積したマルチセンサーの照度や加速度のデータを活用した、在不在状況の判定ロジックを開発。開発ロジックやシステムは、現在開発中の非住宅向けのビル用マルチエアコンの空調制御システムの機能の一部として活用を想定。また、住宅向けにもゼネラル(旧 富士通ゼネラル)との家庭用エアコンの節電ナッジ実証においても区画内での事前検証を実施。大手チェーン店の特定店舗で電力と温湿度のセンサーを設置し、計測データを用いて店舗環境の可視化と省エネ運用を実施。また地方自治体の複数公共施設を対象に、PV・蓄電池の導入効果をデータに基づき定量化及び電力需要と日射条件から導入可能容量を推定し、経済性・環境性・レジリエンスを総合的にシミュレーションの実施をした。
--	---

事業者名	株式会社ルーヴィス(312号室)
事業・事業内容	【建設、不動産】 2005 年創業。「既存の良い部分は活かしながら、懐かしい新しさに変化させる」リノベーションを得意とする。近年は建物リノベーションにとどまらず、建物再生を軸としたコミュニティ再生・既存事業の再生まで領域横断的に展開。 住宅店舗事務所の設計・施工、家具製作、空き家サブリース、不動産賃貸業を行う。
A社会課題	世田谷区は、全国最多の空き家数(約 5.8 万戸)を抱えている。 ・主な原因 所有者の高齢化、相続に伴う権利関係の不明確化、高額な地価による売却・流通の停滞。 ・リスク 放置による防災・防犯機能の低下、景観の悪化が地域コミュニティの課題となっている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・空き家再生事業および有効活用への直接的な貢献【A】 空き家を単なる住宅としてだけでなく、「店舗兼住居」として再生し、地域の賑わいと居住機能を両立させる。
C目標	空き家相談を年間 7 件実施することを目標にする。【A】
D行動計画	・パートナー・ネットワークの開拓【A】 区内の不動産事業者や建築家、物件オーナーを中心にアプローチ。
E実績	・空き家相談:7 件【A】 上記アプローチを行うことによって、所有者が「使い道なし」と考えていた物件に対し、リノベーションやサブリース(カリアゲ:空き家・空室をルーヴィスが借り受け、ルーヴィス負担で改修して最短 7~8 年間転貸運用するサービス)などの具体策を提示。負担から資産活用への意識転換を実現。 ・成約見込み:1 件 権利関係や修繕コストの不安を解消し、「何から始めるか分からない」状態を打破。カリアゲによる改修・転貸の具体的な検討へ進展させた。

事業者名	株式会社ケルン(313号室)
業種・事業内容	【デザイン・広告業】 「kern(ケルン)」は、ドイツ語で「核」を意味する言葉。企業やブランドの核に寄り添い、これまでとこれからをつなぐ新しい「形」をデザインする。
A社会課題	都市部ではデザインが大資本に偏り、地域の小規模事業者が、予算の問題から気軽に価値を表現する手段を失い、地域の多様性が低下している。 区民は「消費の対象」に留まり、デザインを利用した生活環境を主体的に形づくる対話ツールとして機能していない。結果として、地域への愛着や相互理解が薄れ、孤独と無関心が広がっている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・デザインを特定層のものから「誰もが使える社会の共通資本」へ転換する。【A】 プロと区民が共創する場をつくり、子どもたちが主体的に環境をデザインする力を育成する。
C目標	・デザインを専門家だけのものにせず、地域のお店や個人でも気軽に使えるようにする。【A】
D行動計画	大学のオフィスアワーのようにデザインについて話す場を設けるなど、取り組みを行う。【A】 他の入居者の方や、周辺地域の方々が気軽にデザインについて相談したり、理解を深めていただけるような、物理的にも心理的にも近い距離にデザイナーがいる状況を、生み出す。 また、ワークショップのような、誰もが作る楽しみを気軽に体験できる機会の創出、及び入居者の事業に対するデザイン支援など行う。
E実績	【目標未達成】 会社事情による本事業自体が年度内で稼働できず。令和8年度は本事業の体制構築と同時進行で、社会課題の取り組みを計画的に実施していく。

事業者名	THE SHE(314号室)
業種・事業内容	【小売・製造・編集】 世界中のかわいいモノ・コト・ヒトを紹介し、女性の日常を少しでも幸せにすることを目的としたファッションプラットフォーム「THE SHE」(WEB)を運営。
A社会課題	渋谷や原宿、銀座など一部のエリアにファッション情報や体験が集中し、それ以外の地域との間に大きな差が生まれている。この差が、地方の仕事や生活の質にも影響を与えている。そのため、流行を発信するだけでなく HOME/WORK VILLAGE のように、様々な人が共に働き暮らす場所から、地域に根ざした活動や発信を行う必要がある。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	ファッションをきっかけに人がつながる場をつくり、仕事と暮らしが調和した新しいライフスタイルの提示を目指す。 ・情報・体験格差の是正【A】 特定地域に集中しているファッション関連の情報について、池尻を拠点として、日本全国及び海外へ広く発信する体制の構築を図る。 ・次世代のロールモデル構築【A】 個人の嗜好や関心に基づく活動を職業として成立させるとともに、社会環境の変化に柔軟に対応しながら持続可能な働き方のモデルの構築及び実践を図る。
C目標	・コミュニティ形成【A】 ファッションの中心地から少し距離のある池尻の立地を活かし、健康的で楽しく、ユニークな活動拠点を創出する。 ・区内事業者との連携【A】 周辺の飲食店やフラワーショップ等と連携し、撮影・取材・ポップアップイベントを実施。地域の魅力を再発見し、発信する。また、強みを活かしたコラボ商品の開発や、自社で運用し発信するメディア「THE SHE magazine」による積極的な紹介を行う。
D行動計画	・自社拠点を一般に開放する「オープンデイ」を月 3～4 回程度の頻度で定期開催する。【A】 ・オンライン中心の情報社会において希薄化している「リアルな接点」を地域に創出する。特定の目的がなくても 住民や事業者がふらりと立ち寄れる「場」を提供し、コミュニティの醸成を図る。【A】
E実績	・リアルな接点創出【A】 月4回程度の「オープンデイ」を開催し、顧客との直接的な交流を深めた。 ・地域共創の実績【A】 フラワーショップを招き、顧客との交流や新規層の開拓を目的とした、POPUP イベントを開催した。また、HOME/FLEA/WORK での出店を通じた施設のイベントへの参画を実現した。

事業者名	株式会社インクワイア(315号室)
業種・事業内容	【小売・製造・編集】 社会を探索し、異なるものを結びつけて共創と価値創出を行う「編集デザイン」を強みとする会社。 デザインコンサルティング、インターフェース設計、ユーザビリティ・アクセシビリティ診断、デザインリサーチ、メディアコンサルティング、コンテンツデザイン、ブランドジャーナリズムを提供する。
A社会課題	1 情報があふれる中で本質を読み取る力が追いつかず、誤解や分断が生まれている。 2 小規模事業者や地域団体は発信力(編集力)の不足により価値が伝わらず、持続性が損なわれている。 3 断片的な情報発信により背景やストーリーが伝わらず、他者理解や共感が育ちににくい状況にある。 こうした課題に対し、情報を正しく伝える力を育む学びの機会を創出することが求められている。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・知の共有とコミュニティ形成【A1, 2, 3】 誰もが「書く」ことや「表現する」ことを学び、発信できる環境を地域に構築する。 ・情報格差の解消【A1, 2, 3】 新しいテクノロジーへのアクセスを容易にし、個人の持つポテンシャルを最大化させる。
C目標	ライティングスキルやデジタル技術の習得、およびプロジェクト企画の伴走支援を包括的に提供することで、地域課題を自ら発見し、解決に向けて発信・行動できる「区民リーダー」を育成する。【A1、2、3】
D行動計画	・ラーニング講座【A1】 「大学のように学ぶ機会」をコンセプトとした講座テーマを設計し、現代社会における価値創造の在り方の学びの場を提供する。 ・スキルの習得【A2】 区民ライター講座やデジタル講習会を開催し、情報を整理して正しく発信するための基礎体力を養う。 ・実践の場の提供【A2、3】 学んだスキルを活かし、地域の魅力や課題を実際に取材・記事化する機会を創出する。 ・プロジェクトの創出【A1, 2, 3】 個々の「やりたい」を形にする伴走支援プログラムを通じ、発信だけで終わらない、地域に根ざした具体的な活動の立ち上げを支援する。
E実績	【未達成】 年度内に具体的な実施スケジュール、内容まで落とし込めず、未達成に終わった。一方、実施を予定していた行動計画は実現できなかったが、定期的に、自営業者、クリエイター、学生など、様々な職業や年代、属性が交流するセミナーやトークイベントを実施した。

事業者名	Coalition 株式会社(316号室)
業種・事業内容	【コンサルティング業】 企業の2大経営課題として挙げられる、人材、販売力の2軸でのコンサルティング支援を行う。その他、映像制作等のクリエイティブを含む実行支援まで含めた様々なソリューションを、官公庁・大手上場企業・地方中小企業など幅広いクライアントに提供している。 ・映像制作事業 ・HRコンサルティング事業 ・マーケティング支援事業
A社会課題	地域との断絶 若手人材の流動性は高いものの、地域コミュニティや経済循環に結びつかず、都市内での孤立と地域経済の弱体化が進んでいる。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・職住近接による経済循環【A】 居住と職能をパッケージ化することで、都市部における若手人材の生活基盤を安定させ、地域経済の持続的な担い手として定着させる。 ・社会的インフラとしての人的資源の確保【A】 単なる企業支援を超え、雇用機会の最大化と若年層の活躍を通じて、社会全体の持続可能性を高める。
C目標	・地域内経済循環の活性化【A】 世田谷区(池尻大橋～三軒茶屋～駒沢大学エリア)を拠点とし、若手人材の居住と就業が密接に結びついた「職住近接モデル」を確立する。コミュニティへの定着を示す地域周辺在住メンバーの増加を最重要指標とする。 ・企業の持続的成長の実現【A】 採用・マーケティング支援を通じて、クライアント企業の根幹となる人材課題を解決する。単なる労働力の供給ではない、持続可能な雇用創出を達成し、社会全体の持続可能性向上への貢献を目指す。
D行動計画	・若手人材の移住・定着支援【A】 拠点の近くに住む人を増やすために、家賃補助や引越サポートを用意し、若手が地域に住みやすい環境を整える。社員だけでなく、業務委託人材も対象にする。 ・採用・組織づくり支援【A】 企業の考え方や魅力をしっかりと伝える採用を支援し、ミスマッチを防ぐ。さらに、採用だけでなく、会社のブランドづくりやマーケティングも継続的に支援する。
E実績	・地域・企業への効果【A】 会社が従業員に家賃補助などにより、対象エリアへの若手人材の移住が3名増加。また、業務委託を含む3名の移住支援を実施。さらに、IT×HR 領域でサービスを提供している会社との連携により、大手企業から地方企業まで幅広く採用支援を行い、企業の成長にも貢献している。

事業者名	株式会社 UPDATER(317号室)
業種・事業内容	【エネルギー業・電力小売】 脱炭素、ウェルビーイング、エシカル調達など、世界のみんなと一緒に「カンタン・楽しい・骨太な」SX(サステナビリティ・トランスフォーメーション)を実現し、社会をアップデートする企業。 ・「みんな電力」(脱炭素領域・再生可能エネルギー事業) ・「みんなワークス」(ウェルビーイング領域・環境改善事業) ・「TADORi」(顔の見えるライフスタイル事業)他
A社会課題	1 エネルギー構造の課題 日本のエネルギー自給率は約 12%と低く、化石燃料(石油・石炭・LNG)や原子力への依存度が高い。中東情勢の影響を受けやすい脆弱な構造。 2 環境・インフラの課題 火力発電依存(約 7-8 割)による温室効果ガス排出に加え、再エネの出力変動、送電網の制約、インフラの老朽化が深刻。 3 地域特性 世田谷区の部門別 CO2 排出量は、家庭部門が 50%超を占めており、家庭のエネルギーシフトが急務である。
B社会課題 解決に向けた ビジョン	・世田谷区の脱炭素化加速【A1, 3】 2050 年までの区の温室効果ガス排出量ゼロ達成に向け、家庭から再生可能エネルギーへの切り替えを促進する。 ・エネルギーの地産地消【A1, 2, 3】 都市部での再エネ導入と資源循環を両立させた、持続可能な地域社会を構築する。
C目標	HOME/FLEA/WORK の体育館棟ピーパにおいて、全 53 区画中 27 区画の契約を獲得する。【A2, 3】
D行動計画	・区民へ向けたキャンペーン【A1, 2, 3】 区民限定で再エネプランへの切替キャンペーン不定期実施 ・導入・普及促進【A1, 2, 3】 区の補助金制度やサポートを活用し、太陽光発電および家庭用蓄電池の普及を強力に推進する。 ・住民意識の変革【A3】 家庭からのエネルギー切り替えが目標達成の鍵であることを周知し、再エネへのシフトチェンジを加速させる。
E実績	・施設契約【A1, 2, 3】 体育館棟ピーパにて 30 区画の契約を獲得(目標の 27 区画を上回る達成)。 ・都市型発電所の整備【A2, 3】 廃校(屋上プール跡地)を活用し、リユースパネルによる「じりじりリユース発電所」**を整備。資源循環と地産地消を体現。 ・地域連携【A3】 世田谷区立池尻小学校の児童による名称考案や、保坂区長による発表を通じ、地域の未来を担う象徴的な拠点として発信。

③産業と連携した学びの場

【KPI 3-1】常設の学びの場の運営/年間開放日数(目標値:230 日)

実績: 242 日

【KPI 3-2】アントレプレナー教育のプログラム数/本数(目標値:12 本)

実績:28 本 ※一部抜粋

概 要	レンズでは、令和 7 年 4 月の開講当初から 7 クラスを立ち上げ、4 つのテーマ(むし、まち、しょく、ふく)をもとに各クラスが独自のプロジェクト活動を継続して展開するプログラムを運営した。 プログラムの特徴は、専門家による一方向の講演ではなく、各分野の実践者(ラーニングパートナー)が毎回クラスに参画し、子どもたちの好きや興味・関心を起点に相互に関わりながら探究を深める双方向型の学びを提供した。これにより、様々な職業・生き方・考え方に触れる実践的なアントレプレナー教育が実現した。
-----	---

プログラム名	「まち」の探究プログラム:理想の遊び場を形にする
開催日時	令和 7 年 4 月 16 日(水)~令和 7 年 6 月 25 日(水)(計 10 回)
会 場	HOME/WORK VILLAGE 内「レンズ」アトリエ(世田谷区池尻)
講 師	まちの研究所 専門スタッフ、外部ゲストクリエイター
概 要	自分たちが通うスクール周辺の「まち」を観察し、既存の環境に足りないものや「もっとこうなったらいいな」というアイデアを形にする、課題発見・解決型プログラムを実施した。
講座内容	まちの探検と「おもしろい」の発見 課題の抽出(もっと遊びやすくするには?) プロトタイプ(模型)の作成 仲間や大人へのプレゼンテーション など
定 員	15 名(実績:12 名)
特記事項	池尻中学校跡地の歴史や地域性を活かし、施設内の他事業者との交流も実施。  (3F 入居者 映像制作会社 HIROBA とのコラボレーション)

プログラム名	「むし」の探究プログラム：むしの機能を活かしたプロダクト開発
開催日時	令和 7 年 7 月 2 日(水)～令和 7 年 9 月 10 日(水)(計 10 回)
会 場	HOME/WORK VILLAGE 内「レンズ」アトリエ、世田谷公園
講 師	プロダクトデザイナー、レンズ 専門スタッフ
概 要	バイオミミクリー(生物模倣)の視点を取り入れたプログラム。 虫の持つ驚異的な体の仕組みを観察し、それを人間の暮らしに 役立てるアイデアを考えて試作品を制作した。
講座内容	むしの「すごいところ」探し(野外観察) 顕微鏡によるミクロの世界の観察 デザイン思考:この仕組みを何に使えるか? ダンボールや 3D ペン等を用いた「発明品」の制作 など 
定 員	15 名(実績:14 名)
特記事項	単に図鑑で調べるだけでなく、「観察から価値を生み出す」という起業家精神の基礎を養う。

【KPI 3-3】SDGsやソーシャルアクションにつながるプログラム数/本数
(目標値:12 本)

実績:28 本 ※一部抜粋

概 要	前述の【KPI3-2】のプログラムの中で、いずれも SDGs やソーシャルアクションといった社会課題に関する内容も含んでおり、多様なプログラムを提供することで、子どもたちがそれらの課題を自分ごととして捉えるきっかけとなっている。
-----	--

プログラム名	「しよく」の探究プログラム:野菜の「もったいない」をデザインする
開催日時	令和 7 年 5 月 10 日(土)~令和 7 年 6 月 28 日(土)(計 8 回)
会 場	HOME/WORK VILLAGE 内「レンズ」アトリエ、および近隣農園
講 師	まちの研究所 食育担当、地域農家
概 要	「食」をテーマに、生産現場での気づきから食品ロスなどの社会課題に触れ、子どもたちなりの解決策を表現するクリエイティブワークショップを開催した。
講座内容	農家見学と「不揃い野菜」の観察 野菜の色の抽出(草木染め体験) 捨てられる部分を活用したアート制作 食の循環(コンポスト)の学び など
定 員	10 名(実績:10 名)
特記事項	SDGs 目標 12「つくる責任 つかう責任」を意識したカリキュラム。 

プログラム名	「ふく」の探究プログラム:古着から新しい物語をつくる
開催日時	令和7年6月1日(日)~令和7年7月20日(日)(計6回)
会場	HOME/WORK VILLAGE 内「レンズ」アトリエ
講師	テキスタイルデザイナー、レンズ スタッフ
概要	身近な「服」を通じて、素材の成り立ちや資源の大切さを学ぶ。古着を解体・再構築することで、循環型社会の考え方を創造的に体験する。
講座内容	服の素材を知る(綿、毛、化繊の観察) 古着の解体ワークショップ パッチワークや装飾による再構築 ファッションショー形式の発表会 など
定員	12名(実績:9名)
特記事項	保護者から提供された古着をリサイクル資材として活用。 

【KPI 3-4】子どもの年間受入人数/延べ人数(目標値:2,500 人)

実績:13,109 人

項目	受入人数
常設の学びの場受入数	2,456 人
その他イベント受入数	10,653 人
合計	13,109 人
概要	常設の学びの場(KPI3-1～3-3)の他、子ども向けワークショップやイベントにより想定を上回る受け入れを達成した。 月別の推移をみると、7 月以降グランドオープンとともに受け入れが本格化し、11 月、3 月には子どもを対象にしたイクフェス 2025 や世田谷おしごとフェスといった大きいイベントを行い4,000 名超の来場者を記録した。特に 11 月の急増は HOME/WORK VILLAGE で開催された上記大型イベントとの連動により子ども向けプログラムへの参加者が集中したことによるものであり、施設全体の集客力がスクール事業の受け入れ拡大に直結する構造を確立することができた。 8 月のサマープログラムでは、通年クラスとは別に 1DAY ワークショップ(「食と世界」「服と植物」「じぶん本をつくる」「まちと建築」「おみせをつくる」)や HALF-DAY の体験型プログラム(「香りの植物図鑑」「ミツバチからひろがる、世界」「土といのち」)を開講し、普段スクールに通っていない小学生を含む幅広い子どもたちに探究型学習の場を提供した。サマープログラムはグランドオープン直後の認知拡大期と重なり、新規利用者の獲得と施設の子ども向けコンテンツの周知に大きく貢献した。

④区民・事業者に開かれた場

【KPI 4-1】来場者数/延べ人数(目標値:300,000 人)

実績:435,072 人

利用月	利用者数(人)
2025 年 4 月	12,372
5 月	16,848
6 月	15,096
7 月	17,406
8 月	32,364
9 月	22,998
10 月	50,077
11 月	54,919
12 月	40,682
2026 年 1 月	41,374
2 月	53,581
3 月	77,355

概要	週末を中心にマルシェやワークショップを開催し、来館目的の多様化を進め、広場と館内を横断する回遊を促進した。また、メインエントランスに本屋機能の設置することによって立ち寄りや滞在を促し、来館ハードルを低減を実現した。 広場の日常利用も増加し、目的に限定されない利用が定着することで、滞在時間の延伸や再訪の増加につながった。
----	--

【KPI 4-2】地域・事業者のイベント開催数 ※一部抜粋

実績:1,104 回、地域事業者との協業 9 回

概要	創作・食・環境・身体表現などをテーマとした参加型ワークショップ、クリエイターや実践者によるトークイベント、アーティスト展示、物販・飲食を伴うマーケットイベント等を定期的実施し、ファミリー層・若年層・クリエイティブ層といった異なる属性の接点を創出。 中でも、マーケットと体験型コンテンツを掛け合わせた企画（フリーマーケット＋ワークショップ＋トークイベント）では、来場者と出店者・登壇者の双方向的な関係性が生まれ、単なる消費行動にとどまらない交流の場を形成した。また、施設全体を活用した世田谷パン祭りや世田谷デジタルものづくりフェスといった大型イベントにおいては、企業・教育機関等との連携により、子ども向け職業体験や学生向けコミュニティ形成企画などを実施し、地域内外から幅広い層の来場を実現した。
----	--

No	イベント名	概要
1	あそびばがやってくる	一般社団法人 SSK が運営する移動式遊び場「からふる号」がやってきて、アスレチック遊具、昔あそび、素材あそびなどのいろいろなあそび道具を広げて、広場全体が一日だけのあそびばに変身。 関係団体： エリアマネジメント協議会 COMOGOMO、一般社団法人 SSK、株式会社ゆかい、三宿四二〇商店会
2	世田谷パン祭り 2025	15 回目を迎えた世田谷パン祭りは世田谷公園だけでなく、HOME/WORK VILLAGE を会場に行い 2 日間で全体で 6 万人の来場があった。 関係団体： 三宿四二〇商店会、池尻まちづくりセンター、池尻児童館、昭和女子大学、池尻小学校、池尻あんしんすこやかセンター、世田谷福祉作業所、池尻・三宿地区町会連絡会 その中でも入居テナントと外部企業と社会課題に対する取り組みを行った。会場に『サーキュラーステーション』を設置し、ごみの分別を今まで以上に徹底して、生ゴミや紙コップなど資源化できるものを増やし、ごみそのものを減らす取り組み実施。

		関係団体:株式会社ローカルフードサイクリング、日本紙通商株式会社
3	あおぞら図書館 2025	あおぞらの下で「本を通じて人と人のつながりをつくり、地域の“お知り合い”をつくる」ことを目的とした地域の交流を育むイベント。世田谷公園の緑に囲まれながら、親子で絵本を読んだり、本を話題に新しいお友達をつくったり、三宿のあおぞらの下で思い思いに本を楽しむ。 関係団体:三宿四二〇商店会、国土館大学都市デザイン研究室、昭和女子大学鶴田研究室、世田谷区立下馬図書館、世田谷区立平和資料館、一般社団法人パウリブプラス、エリアマネジメント協議会 COMOGOMO
4	駒澤大学経済学部での映像教育指導	駒澤大学経済学部の学生に、企画・撮影・インタビュー・編集を自ら担当する映像制作指導を実施。学生たちは、被写体との間に悩み、映像音楽を自作するなど、制作者として自身の感性と向き合いながら、一つの作品を作り上げた。 関係団体:駒澤大学、株式会社 HIROBA
5	世田谷こどもおしごとフェス!!	子どもたちが自ら働き、報酬を得て、使う体験を通じて「働くっておもしろい」を実感できる体験型教育イベント。 関係団体:株式会社ケシオン、特定非営利活動法人教育の輪、世田谷区、世田谷区教育委員会
6	HOME/FLEA/WORK	古着・クラフト・雑貨・植物などの出店を中心としたマーケットイベント。広場および館内を活用し、物販に加えてワークショップやトーク企画も実施。来場者の滞在・回遊を促す複合型イベントとして開催。
7	世田谷デジタルものづくりフェス	駒澤大学及び企業等と連携し、デジタル技術やものづくりをテーマとした体験型コンテンツを展開した。 プログラミングや電子工作、デジタルツールを活用したワークショップ等を実施し、来場者が実際に手を動かしながら学べる機会を提供。

		関係団体:駒澤大学、株式会社セック、株式会社 Azhai Communications
8	せたがやモノづくりビレッジ	世田谷工業振興協会に加盟しているモノづくりを行う複数企業による製品展示、および体験型コンテンツを展開し、子どもから大人までの来場者が地域産業や技術に触れる機会を創出。 関係団体:公益社団法人世田谷工業振興協会、世田谷区

2 コンセプト実現のための取組み詳細

①既存産業の活性化支援

世田谷区地域連携型ハンズオン支援/ハンズオン支援数(目標値:15 件)

※再掲【KPI 1-1】のとおり

概 要	令和 7 年 4 月 23 日(水)～令和 7 年 6 月 9 日(月)に募集を行い、38 件の申請があり、14 事業者の伴走支援を完了。事業計画の策定から実行まで、各採択者の事業に適した専門家が伴走し、定期的なミーティングやオンライン上でメンタリングを行うとともに、補助金や事務局や専門家の持つ、ネットワークの提供により、サポートを行った。ハンズオン支援を契機として、新たに4件の事業者が世田谷区に登録した。 プログラム期間中は、キックオフイベント・中間報告会・最終報告会の 3 段階で交流の場を設け、採択事業者それぞれの進捗と成果を発表した。最終報告会では、事業者一人ひとりが令和 7 年度を通じて得た学びと今後の展望を発表し、HOME/WORK VILLAGE の施設・コミュニティとの連携による具体的な事業展開のきっかけも複数確認された。また、採択者インタビューの公開(note)を通じて、会社員として働きながら創業に挑む事業者像など、多様なチャレンジャーの姿等を発信した。 初年度として、プログラム設計と採択事業者に対する支援品質の確立を最優先に取り組んだ。採択事業者からは、専門家との定期的なセッションや事業者同士の横のつながりが事業推進の大きな後押しとなったという声が寄せられており、伴走型支援の有効性が実証されたと考えている。
-----	--

第二創業支援/サポート件数(スクール開催数)(目標値 30 回)

実績: 2 回

概 要	目標未達成となった要因として、HOME/WORK VILLAGE グランドオープン後の施設運営立ち上げと並行してプログラム設計を進める必要があった初年度であることに加え、第二創業支援に対するニーズの再検討に時間を要したことが挙げられる。 ※再検討の結果、行動指標を「スクール開催数」から「サポート件数」に変更し、令和 8 年度以降の目標値を修正した。 一方で、インキュベーションマネージャーが仲介役となり、事業転換や新分野進出を検討する事業者に対して情報提供や専門家紹介を日常的に実施した。また、ハンズオン支援プログラムとの連動により、第二創業を志向する事業者に対する複合的な支援体制の構築を進めた。 令和 8 年度に向けては、支援対象およびプログラム内容の明確化を図るとともに、具体的な支援メニューの整備を進め、第二創業支援の実績創出につなげていく。
-----	--

事業者	株式会社イコールコンディション
伴走期間	令和 7 年 9 月 29 日(月)～令和 8 年 3 月 12 日(木)(面談回数:5 回)
専門家	株式会社リノベリング 河野 慎平 PM・プロジェクト管理
概 要	パン屋・焼き菓子店舗の運営をしている会社が、新規の事業として、記録から再現する熟練技術と味のアーカイブ化する支援ツール開発を伴走支援した。

事業者	株式会社 amu
伴走期間	令和 7 年 9 月 26 日(金)～令和 8 年 3 月 6 日(金)(面談回数:10 回)
専門家	株式会社ルーヴィス 小井沼 修司
概 要	編集やイベント制作を行っていた事業者が、新しくワクワク老いるプロジェクトとして、高齢者でも住まいの賃貸ができる仕組みを用いた不動産業の創業支援の伴走支援した。

インキュベーションマネージャーの配置/対応件数(目標値:50 回)

実績:66 回 ※一部抜粋

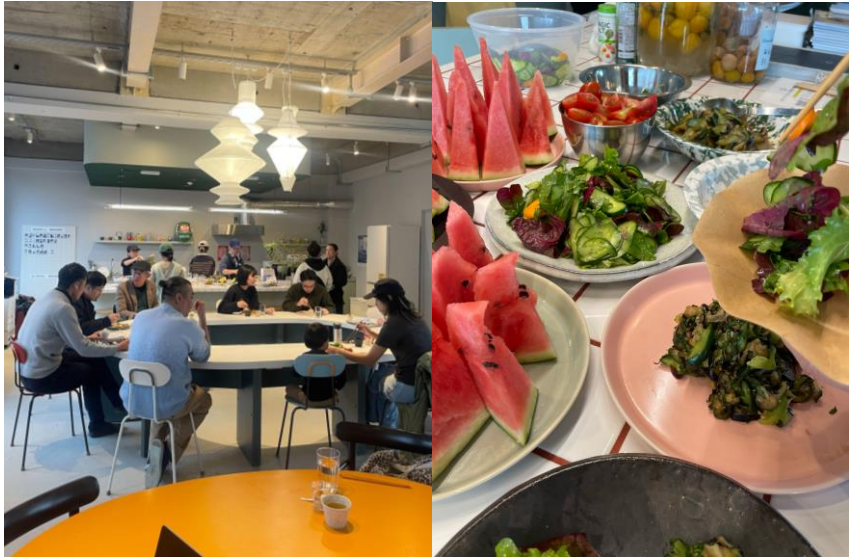
概 要	インキュベーションマネージャーが日常的にコワーキング利用者とコミュニケーションを取り、事業課題や業種(得意領域)を把握することで、利用者同士のビジネスマッチングをはじめとする協業を促進した。また、利用者に対して、事業者支援プログラムを案内し、事業者の成長を促した。 インキュベーションマネージャーが常駐することにより、他のコワーキングスペースとは異なり、利用者同士、あるいは施設入居者との協業・交流が生まれる場として機能した。
-----	---

No	対応概要
1	施設入居者のイベント映像をコワーキングスペース利用者が記録、制作
2	スモールオフィス入居者のリノベーション事例をまとめたパンフレットをコワーキング利用者が制作
3	スモールオフィス入居者のアプリ開発をコワーキング入居者のエンジニアに仲介
4	コワーキング利用者の名刺を別のコワーキング利用者が作成
5	コワーキング利用者が運営しているアプリ起動時のモーショングラフィック作成を別の利用者に依頼、実施
6	創業支援プログラムへの応募案内

コワーキングスペースでの交流促進/イベント参加者数(目標値:10 人)

実績:907 人 ※一部抜粋

概 要	毎週水曜日の定例ランチに加え、MIDORI.so メンバー主体の交流会やビジネスピッチイベント、館内テナントとのコラボレーションランチなど、多様な形態のイベントを実施。延べ 827 名が参加した。 開催回数:36 回 平均参加者数:23 名  
-----	--

イベント名	COMMUNITY LUNCH
開催日時	令和 7 年 5 月 21 日(水)～延べ 33 回
会 場	MIDORI.so201 号室
概 要	MIDORI.so メンバーや HOME/WORK VILLAGE 入居者、その友人や MIDORI.so に興味がある方などが集い、交流(情報交換)しながらランチを囲むオープンランチ会を実施した。 
参加人数	平均 23 名/回

イベント名	Wine&Pitch
開催日時	令和 7 年 9 月 4 日(木)
会 場	MIDORI.so 201 号室
概 要	MIDORI.so メンバーの KAPSEL と、1F テナントの APERO VILLAGE がコラボレーションし、ビジネスピッチをおこないつつワインとともにカジュアルに交流するビジネスマッチングイベントを実施した。 
参加人数	20 名

イベント名	COMMUNITY LUNCH 流しそうめんランチ
開催日時	令和 7 年7月 16 日(水)
会 場	MIDORI.so 201 号室
概 要	入居者同士の交流促進を目的に ART FARM IKEJIRI とコラボレーションし、食事を通じた、入居者間の関係構築のきっかけを創出するイベントを実施した。
参加人数	40 名

外部とのネットワーク作り/外部講師によるイベント開催数(目標値:5回)

実績:7回

概要	各界の第一線で活躍する専門家を招いたトークイベントシリーズ「RAW TALK」を中心に、外部とのネットワーク構築を目的とするイベントを計7回実施。参加者が専門家と直接対話し、事業の方向性映像による表現手法に関する実践的な知見を得る機会を提供することで、外部の専門知識・人脈とHOME/WORK VILLAGE内の事業者コミュニティを接続する場として機能した。
----	---

イベント名	RAW TALK
開催日時	令和7年7月17日
会場	MIDORI.so 201号室
外部講師	第1回:映像ディレクター 石井 壮太郎(テーマ:ブランディング) 第2回:プロデューサー 林 響太郎(テーマ:編集) 第3回:映像ディレクター 小原 穰(テーマ:採用) 第4回:映像プロデューサー 田中 洋平(テーマ:ドキュメンタリー) 第5回:プランナー 中谷 公祐(テーマ:企画プランニング)
概要	コワーキングスペースの入居者であるドローイングマニュアル株式会社に所属するクリエイターが、これまで手がけたプロジェクトの裏側を生(ナマ)で語る、クリエイティブトークイベントを開催。映像ディレクター・プロデューサー・プランナーなど各分野の専門家が登壇した。  The poster for 'RAW Talk #1' features a red background with white text. It announces the event on 2025.7.17.thu from 18:30-20:30 at HOME/WORK VILLAGE. The location is specified as 東京都世田谷区池尻2丁目4-5 201 MIDORI.so ラウンジ. It notes that the event is free and has a 30-person limit. The main topic is '「サンフレッチェ広島レジーナ」の1万人プロジェクトを実現した選手の心に火をつけるブランディングアクション'. Three speakers are listed: 石井壮太郎 (映像ディレクター), 中谷公祐 (プランナー), and 石井泰大 (サンフレッチェ広島).
参加人数	25名/回
効果	完成されたアウトプットだけでなく、試行錯誤の過程や意思決定の背景に触れることで、クリエイティブに対する理解が深まり、自身の業務に引き寄せて考える契機となった。

イベント名	本屋とつとつと開業記念トークイベント
開催日時	令和 7 年 7 月 30 日(水)
会 場	教室(304 号室)
外部講師	渡邊 康太郎
概 要	産業活性化拠点「HOME/WORK VILLAGE」のブックラウンジ「とつとつと」のプロデュースにも携わり、組織のミッション・ビジョン策定からコアサービス立案、アートプロジェクトまで幅広く活躍する講師による、「はかないものを愛でる ～失われそうな言葉・記憶」をテーマにトークセッションを実施した。
参加人数	20 名
効果	独自の店舗ブランドを確立するとともに、ターゲット層への認知拡大と選書がどういう過程を経て進められるかの理解拡充を行い、来店動機の創出や継続的な来店、リピーターに繋がった。

イベント名	スクーリングパッドレストランビジネス学部交流会
開催日時	令和 7 年 11 月 8 日(土)
会 場	ホール(209 号室)
概 要	IID 世田谷ものづくり学校で展開されていたスクーリングパッドのレストランビジネス学部の交流会を実施した。
参加人数	69 名
効果	参加者同士が対話を通じて実践的な知見や人脈を得ることができた。特にこれから創業を検討している事業者にとって、具体的な起業プロセスやリアルな経営課題を知る貴重な機会となり、区内での飲食業起業・創業を後押しするネットワーク形成に貢献した。

セミナールームの活用/利用件数(目標値:8 件)

実績:82 件 ※一部抜粋

概 要	展示会や交流会、研修、シンポジウム、社内会議、親子向けイベントなど多様な用途で活用された。単なるレンタルスペースにとどまらず、入居事業者の発表や展示、交流を支える拠点として機能している
-----	--

No	利用概要
1	区内事業者が BtoB 向けのクリスマスディスプレイ見本展示会の会場として利用 
2	建築系の研究会がシンポジウムの会場として利用
3	商社が社内研修会場として利用
4	2F 入居者(Konny 株式会社)が新作展示会の会場として利用 
5	私立小学校の親子ワークショップの会場として利用
6	全館イベント「HOME/FLEA/WORK」の会場として利用
7	IID 世田谷ものづくり学校で展開されていたスクーリングパッドの交流会会場として利用 

8	NPO 法人の全体会議の会場として利用
9	世田谷区の事業者・大学生による、世田谷デジタルものづくりフェスの会場として利用 
10	HOME/WORK BOOSTER 採択事業者(バイビートーイ)のイベント「コドモデパート」の会場として利用 

教室の活用/利用件数(目標値:8 件)

実績:154 件 ※一部抜粋

概 要	主に旧池尻中学校の面影を残した教室ならではの空間性を活かしたロケ地・撮影に活用された。映像制作会社のテレビドラマ撮影や、出版社による雑誌のスチール撮影、音楽・音声コンテンツ制作会社がポッドキャストの公開収録に活用するなど、学校という場の記憶を呼び覚ます空間がメディア・エンターテインメント分野から高い注目を集めた。 また、ライフスタイル雑貨ブランドが新パッケージ披露の記者発表の会場として使用するなど、企業の PR イベント用途でも広く活用された。撮影・収録用途に加え、ワークショップ・講座・会議・福祉活動など多様な用途での利用も広がった。福祉×アートの企業によるアートの創作体験ワークショップ、入居者である株式会社ローカルフードサイクリングによるコンポスト講座、施設の植栽管理を行う団体ノマディエによるびわエクス作りワークショップ、施設の総合受付兼本屋とつとつとによるトークイベントなど、社会的テーマを掲げた事業者の活動拠点としても機能した。大手不動産デベロッパーのワーケーション利用や世田谷区の「SETAGAYA PORT」面談会場としての活用実績もあり、大手企業から行政まで幅広い主体に選ばれる場となっている。旧校舎の意匠を保ちながら現代的な用途に開く本スペースのコンセプトは利用者に強く響いており、ロケ地としての活用実績が施設のメディア露出・認知拡大にも貢献した。 令和 8 年度に向けては、引き続きロケ地・撮影利用の促進と多様なイベント用途の開拓を並行して進め、その利用価値を広く伝えつつ、入居事業者の事業支援と施設 PR の両軸で本スペースの価値を高めていく。
-----	---

No	利用概要
1	出版社が雑誌の撮影場所として利用
2	芸能事務所がドラマの撮影場所として利用
3	Podcast 配信者の公開収録会場として利用
4	広告代理店の新商品披露記者会見の会場として利用
5	HOME/WORK VILLAGE 植栽管理者によるワークショップの会場として利用
6	総合不動産デベロッパーがワーケーションとして利用
7	株式会社ヘラルボニーによる、アートの創作体験ワークショップの会場として利用
8	3F 入居者(ローカルフードサイクリング株式会社)のコンポスト講座の会場として利用
9	1F ブックラウンジ(とつとつと)主催のトークイベント会場として利用
10	せたがや産業創造プラットフォーム「SETAGAYA PORT」の面談会場として利用

②起業・創業支援

事業者 PR の支援/利用者数(目標値:10 名)

実績: 64 名

概 要	配信スタジオの活用では、施設開設初年度として、配信スタジオの認知と活用定着に注力し、MIDORI.so のコワーキングメンバーがポッドキャストの収録・配信を開始したほか、1F 入居テナントが配信スタジオがあることをきっかけに、初配信を行うなど、スタジオを起点とした事業者の情報発信が促進された。 令和 8 年 1 月には 12 名、2 月には 13 名がスタジオを利用しており、稼働が着実に高まっている。 イベントとしては、スクーリング・パッドのレストランビジネス学部の講師・卒業生の交流会の中で 15 人が登壇し事業の発表 PR を行った。 令和 8 年度に向けては、外部の広報・ポッドキャスト運営事業者との連携をさらに具体化し、編集サポートの体制を整えるとともに、スタジオ利用者の継続的な拡大と配信コンテンツの質的向上を図っていく。同時にさまざまなイベントの機会を設け、事業者 PR の場を強化していく。
-----	--

【ポッドキャスト設備を活用したPR支援】※一部抜粋

No	利用目的・概要
1	MIDORI.so コワーキングメンバー(株式会社 5AM)のポッドキャスト収録に利用した 
2	1F テナント入居者(After School Brewery)のポッドキャスト収録定期利用、ポッドキャスト設備があることをきっかけに配信を開始した。  放課後放送部ラジオ By After School Brewery放送部 (三宿ビール合同会社) 三宿ビール presents 『放課後放送部ラジオ』 「お疲れ様！今日もビール、冷えてる？」 三宿のクラフトビール醸造所『After School Brewery』からお届けする、放課後おしゃべりプログラム。 パーソナリティは、ビールをこよなく愛する放送部部長・soi (そい) です！ 放課後の部室でゆるくて熱いリラックスモードのトークをお届け🍷 仕事終わりの一杯を飲みながら、soi部長と一緒に「大人の放課後」を楽しみませんか？ 🍷 こんな内容をお届けします * 三宿ビール醸造日誌：ビールを造り上げるまでの、笑いあり涙あり！？のリアルな裏話 * 私的ビアスタイル会議：ビールの楽しみ方や、季節に合わせたペアリングを勝手に提案 * 三宿・池尻エリア information：素敵なお店やイベント情報 * 今週のビール占い：1週間の運勢を勝手に鑑定！ 🍷 職員室の進路相談室 (お悩み募集) 仕事、恋愛、人間関係.....一人で悩まずにsoi部長に打ち明けてみませんか？

3	1F テナント入居者 SUNDAY ISSUE 主催「THE Cat's ISSUE FES 2026」の展示スペースとして利用した 
4	3F オフィス入居者(株式会社インクワイア)のポッドキャスト収録利用
5	人気ポッドキャスト番組の収録利用

【イベント・交流会によるPR支援】

イベント名	入居者交流会
開催日時	令和 7 年 11 月 6 日(木)
支援内容	入居者を対象に、各事業者の事業 PR を含む交流会を実施し、今後の連携や協業といった可能性を広げるための交流促進を行った。 
参加者数	48 名
効果	成立はしなかったものの、実際に入居者同士のビジネスマッチングにつながる機会を創出。

シェアキッチンの活用/利用件数(目標値:10 件)

実績: 51 件※一部抜粋

概 要	個人による菓子・飲食製造から法人の商品開発・製造など、創業初期における事業者の実践の場や地域イベント、教育プログラムまで幅広く活用された。 令和 7 年 11 月に世田谷パン祭りと連動した企画として、著名シェフによるスペシャルメニュー提供イベントを 2 日間にわたり開催し、食文化と施設をつなぐコミュニティ型の活用を実現した。12 月には入居テナントによる営業利用や、施設内スクールの授業の一環としての活用が行われ、施設内コンテンツとの連動による新たな利用形態が生まれた。なお、入居企業によるプロモーション目的での利用が実施されるなど、広報・PR 用途での活用も確認された。 また、初めての飲食店営業に向けて月 1~2 回の定期利用を開始する利用者也現れ、継続的に実践を積む場としての定着が進んでおり、2 月には専門家による販売イベントも開催され、集客力のある企画の活用にもつながっている。
-----	--

No	利用概要
1	世田谷パン祭り(11/1、11/2)に合わせて、シェフによるパン製造・販売のためレンタルスペースとして貸し出し  BEAVER BREAD 割田シェフの考える「パンとサーカス」とは？ 世田谷パン祭り× BEAVER BREAD「踊る! 割田大サーカス御膳」 
2	法人による商品の製造のためレンタルスペースとして貸し出し 

3	法人による菓子の製造・販売を含むイベント会場として貸し出し
4	飲食営業のトライアル出店の場として貸し出し 
5	2F 入居者(レンズ)のラーニングスクールでの利用
6	3F 入居者(株式会社 UPDATER)のプロモーション撮影利用
7	1F 入居者(KINNOE)に飲食営業として貸し出し 

チャレンジショップの活用/利用件数(目標値:10 件)

実績:57 件 ※一部抜粋

概 要	創業前の出店希望者に広く開放し、館内外で実施するマルシェ・イベントへの出店機会を提供した。 校庭広場を会場に開催した「FAN FAN MARKET」に創業を目指す複数の個人が出店し、地域住民と直接交わる販売の場を経験した。10 月には施設を丸ごと活用したマーケットイベント「HOME/FLEA/WORK」でも同様に、ハンドメイド・セレクト雑貨などの分野で創業前の事業者が本格的な販売実践を積んだ。これらの事例は、チャレンジショップが単なるスペース提供にとどまらず、実際の販売・接客・運営を通じて創業の手応えを掴む実践の場として機能していることを示しており、施設開設初年度において、地域交流と創業支援を組み合わせた運用が定着した。
-----	--

No	概要
1	令和 7 年 5 月 5 日(火)開催「OPEN DAY」での出店

2	令和 7 年 6 月 7 日(土)開催「OPEN DAY Vol.2」での出店 
3	令和 7 年 7 月 26 日(土)開催「Opening Market」での出店 
4	令和 7 年 9 月 28 日(日)開催「FAN FAN MARKET」での出店 
5	令和 7 年 10 月 4 日(土)開催「HOME/FLEA/WORK」での出店 

コワーキングスペースでのビジネスマッチング支援/マッチング件数(目標値:5 件)

実績:8 件

【KPI 2-3】ビジネスマッチング参照

創業の基礎支援/セミナー開催数(目標値:3 回)

実績:2回

概 要	クラウド会計ソフト freee を提供する freee 株式会社との共催により、「MIDORI.so × Freee あなたの事業、会社にしたらどうなる?会社設立入門講座」を計2回実施し、延べ18名が受講した。本講座は、フリーランスや個人事業主として活動しているコワーキングスペース利用者を主な対象として、法人化の判断基準・設立手続き・税務・資金繰りの基礎といった創業に直結する実務知識を専門家が解説するセミナー形式で行った。 目標の3回に対し実績が2回にとどまった要因としては、令和7年7月のHOME/WORK VILLAGE グランドオープン後の施設立ち上げ期と重なり、プログラムの設計・集客・運営を並行して進める体制構築に時間を要したことが挙げられる。 一方で、外部の専門事業者との共催という形式は、受講者の信頼性確保と集客の両面で有効に機能しており、今後の継続・拡充に向けた基盤を整えることができた。 令和8年度に向けては、事業計画策定・マーケティング・販売営業戦略など、創業の各フェーズに対応したセミナーを年間プログラムとして体系的に設計したうえで、早期から開催スケジュールを確定し目標回数の達成を図る。あわせて、共催パートナーの多様化やインキュベーションマネージャーによる個別フォローとの連動を強化し、受講者の創業・起業につながる実効性の高い支援を推進していく。
-----	---

セミナー名	MIDORI.so × freee あなたの事業、会社にしたらどうなる?会社設立入門講座(1回目)
開催日時	令和7年8月7日(木)
会 場	Midori-so201 号室
講 師	freee 株式会社 会社設立・会計支援領域
概 要	これから事業を始めたい個人事業主やフリーランス、すでに活動しているが法人化を検討している事業者を対象に、「会社設立」の基礎を学ぶ入門講座を開催。法人化のメリット・デメリット、個人事業との違い、設立までの具体的なステップや必要手続き、費用感などを分かりやすく解説した。 あわせて、freee のサービスを活用したスムーズな会社設立・バックオフィス運用の方法についても紹介し、実務に直結する知識の習得を目指した。
定 員	実績:8 名

効果	本講座を通じて、参加者は会社設立に関する基本的な知識を体系的に理解し、「なんとなく難しそう」という心理的ハードルの低減につながった。特に、法人化の判断基準やタイミングについて具体的な視点が提示されたことで、自身の事業フェーズに照らし合わせた検討が進んだ。
----	---

セミナー名	MIDORI.so × freee あなたの事業、会社にしたらどうなる？会社設立入門講座(2 回目)
開催日時	令和 7 年 8 月 28 日(木)
会 場	Midori-so201 号室
講 師	freee 株式会社 会社設立・会計支援領域
概 要	法人化を検討している個人事業主・フリーランス・小規模事業者を対象に、会社設立の基礎から実務までを解説する入門講座を開催。 第 2 回では、より具体的な設立手続きや設立後の運用(会計・税務・バックオフィス業務)にフォーカスし、freee のサービスを活用した効率的な管理方法や、事業成長に応じた体制づくりについて理解を深めた。参加者の状況に応じたケーススタディや質疑応答を通じて、実践的な知識の習得を図った。
定 員	実績:10 名
効果	会社設立に関する基礎理解に加え、「設立後を見据えた運用」の視点が提供されたことで、参加者の意思決定の精度向上につながった。特に、会計・税務・労務といったバックオフィス業務をどのように効率化するかについて具体的なイメージが形成され、法人化後の不安軽減に寄与した。

アクセラレータープログラムの実施/プログラム支援社数(目標値:60 社)

実績: 27 社

【KPI2-1】参照

区民・事業者の区内定着支援/紹介可能物件数(目標値:1 件)

実績: 0 件

概要	区内での新規出店を検討する事業者からの相談に対し、物件取得および地域との関係構築を目的として、不動産事業者や商工関連団体の情報提供・紹介を実施した。 本年度において施設からの退去事業者は発生していないが、区内定着支援の取組として、施設入居事業者からの相談を受け、区内での物件紹介支援を 1 件実施。HOME/WORK VILLAGE 入居テナントの GOOD TEMPO より、翌年を目途に三宿・池尻付近で楽器販売と飲食を組み合わせた複合店舗の開業を計画しているとの相談が寄せられた。これに対し、施設運営者が近隣の不動産事業者 3 店舗を紹介するとともに、三宿四二〇商店会を通じて必要に応じて空き店舗情報を共有する。本事例は、コワーキングスペースやスモールオフィスで事業を育てた入居者が、次のステップとして地域に根ざした実店舗へと歩みを進める際に、施設運営者・地域不動産事業者・商店会というネットワークを活用した事例である。 令和 8 年度に向けては、区内不動産事業者や商店会との連携をさらに深め、紹介できる物件情報の幅を広げるとともに、退去後の事業運営を継続的にフォローする仕組みを整えていく。HOME/WORK VILLAGE を起点に創業・成長した事業者が世田谷区内に定着し、地域経済の担い手として根付いていく流れを生み出していくことを目指す。
----	--

③産業と連携した学びの支援

【KPI3-1～3-4】参照

区民や事業者のリスキリング支援/スクール開催数(目標値:30 回)

実績:16 回 ※一部抜粋

概要	連続形式のリスキリングスクールとして「歌集編集ワークショップ」(全 8 回)を令和 7 年 9 月から令和 8 年 2 月にかけて実施し、計 8 回の開催実績を達成した。創作・編集スキルの習得を目的とした同ワークショップは、座学とワーク・発表を組み合わせた形式で継続的に開催され、参加者が段階的にスキルを積み上げていく連続講座の形を実現した。 また、令和 7 年 7 月より外部の専門家を招いたトークイベントシリーズ「RAW TALK」(1-D 外部とのネットワーク作りに計上)との連動企画として、映像・ブランディング・編集・採用・企画プランニングなどをテーマとするクリエイティブスクール(全 10 回のうち 5 回実施。残り 5 回は次年度開催)を展開し、実践的なスキル習得の機会を提供した。さらに令和 8 年 3 月には、AI を活用したビジネス支援を目的とするオンラインセミナー「AI に仕事を任せる技術 ― 個人の AI 活用を、会社の強みに変える 3 ステップ」(全 3 回)を実施し、AI を活用したビジネス支援を求める幅広い年齢層から 21 名が参加した。 目標の 30 回に対し実績が 16 回にとどまった要因としては、施設グランドオープン初年度のため、として運営体制の構築と並行してプログラムの企画・集客を進める必要があった。 令和 8 年度に向けては、年度当初からスクールの年間計画を確定し、外部講師・共催パートナーとの調整を早期に完了させたうえで開催頻度を高める。クリエイティブ・デジタル・AI 活用・伝統技術など多様なテーマを組み合わせた体系的なリスキリングプログラムを整備し、区内の個人・事業者が継続的にスキルアップできる場として HOME/WORK VILLAGE を位置づけていく。
-----------	--

プログラム名	AI に仕事を任せる技術—個人の AI 活用を、会社の強みに変える 3 ステップ
開催日時	令和 8 年 3 月 16 日(月),23 日(月)、30 日(月)(計 3 回・オンライン開催)
会 場	オンライン(Zoom)
講 師	MIRAI-INSTITUTE 株式会社 担当講師
概 要	個人の AI 活用を組織・会社の強みに変える 3 ステップを解説するオンラインセミナー。ChatGPT をはじめとする生成 AI を業務に取り入れ、チームや会社全体の競争力へと昇華させる実践的な方法を習得する。HOME/WORK VILLAGE のコワーキングスペース入居者・区内事業者を対象に開催した。  The image is a promotional poster for a 3-part online seminar. At the top, it says 'HOME / WORK VILLAGE MIDORI.so'. The main title is 'AIに仕事を任せる技術' (Technology for entrusting work to AI) with the subtitle '個人のAI活用を、会社の強みに変える3ステップ' (3 steps to change individual AI utilization into company strength). Below the title, there are three circular icons representing the sessions: '第1回 3/16 19:00~20:00', '第2回 3/23 19:00~20:00', and '第3回 3/30 19:00~20:00'. To the right of these icons are buttons for '全3回' (All 3 sessions), 'ONLINE', and 'アーカイブ配信' (Archive distribution). At the bottom right, there is a photo of the instructor, YUTAL株式会社 岡崎雄太 (YUTAL Co., Ltd. Yutaka Okazaki), with the title '講師' (Instructor).
講座内容	ChatGPT や Gemini を「触ったことはある」けれど、仕事で本当に使いこなせている実感がない。チームや組織で活用しようとする、途端にハードルが上がる。 この講座では、3 回の連続講座を通じて「自分の業務に使える AI ツール」を実際に作りながら、AI を個人の武器ではなく組織の仕組みにしていける方法を学ぶ。
定 員	21 名(実績:21 名)
効 果	本プログラムを通じて、参加者は生成 AI を「試しに使う段階」から「業務に組み込み、継続的に活用する段階」へと移行した。各回で自らの業務に即した AI ツールを設計・実装したことで、日常業務における活用イメージが具体化し、導入への心理的ハードルが大きく低減した。

④区民・事業者が開かれた場

飲食・物販テナントの展開/テナント数(目標値:14 件)

実績:13 件

概要	HOME/WORK VILLAGE 校舎棟 1 階を中心に飲食・物販テナントの誘致を進め、年間を通じて計 13 件のテナントを展開した。目標の 14 件には届かなかったものの、グランドオープンとともに複数テナントが同時開業し、花、アパレル、雑貨、コーヒー、ビール、レストランなど世田谷のライフスタイルを体現する多様な店舗群を形成した。 グランドオープン時には、フットウェアブランド「NAOT SETAGAYA」、革製品製造・販売の「UNROOF」、ワインショップ「APÉRO VILLAGE」、花店「浪漫花店」、洋食レストラン「洋食 api」、子ども向け体験型スペース「PLAY! SETAGAYA」の計 6 店舗が一斉に開業し、1 階エリアの賑わい創出に寄与した。その後、11 月に和食・発酵をテーマとした「KINNOE」、令和 8 年 1 月に「れれれん」、12 月に「I AM」が順次開業したほか、「namida」「SUNDAY ISSUE ROOM」「After School Brewery」「A day in the coffee」などが加わり、飲食・物販・文化・体験と多様なカテゴリーのテナントが集積した。 情報発信においては、公式ホームページおよび各種 SNS を通じて継続的にテナント情報を発信するとともに、「HOME/FLEA/WORK」等のマルシェ・イベントと連動させることで来客促進を図った。さらに、テナント間の相互送客や施設内回遊を促す動線設計を行いにより、施設全体として来館者を受け入れる体制を初年度のうちに整備した。 令和 8 年度に向けては、空き区画である 101 区画の誘致を完了させ目標の 14 件達成を目指すとともに、情報発信等で既存テナントの安定経営を支援しながら、世田谷のライフスタイルを象徴する店舗群として施設全体のブランド価値向上を図る。
----	--

部屋番号	店名	業種
101	—	—
102	NAOT SETAGAYA	シューズショップ
103	UNROOF	レザークラフトショップ
104	APERRO VILLAGE	ワインショップ
105	浪漫花店	フラワーショップ
106	IAM	アパレルショップ
107	発酵性食物繊維のおみせ KINNOE	食品販売
108	namida	レストラン
109	SUNDAY ISSUE ROOM	ギャラリー/サロン
110	After School Brewery	ビール醸造所/販売
111	れれれん	飲食店

112	洋食 api	レストラン
114	A day in the coffee	コーヒー焙煎所/販売
116	PLAY! SETAGAYA	室内遊び場

メインエントランス機能の充実、ブック라운ジの整備/利用者数(目標値:
3,000名)

実績: 7,080 名

概要	HOME/WORK VILLAGE のメインエントランスと一体となったブック라운ジを通年運営し、年間 7,080 名が利用。グランドオープン後は月 500 名以上へと大幅に増加し、後半期には全体の約 56%を占めるなど、認知拡大とともに日常利用の場として定着した。 書店とコーヒーラウンジを組み合わせた空間として、来館者や地域住民が気軽に滞在できる場を提供し、また、イベントとの連動により交流・学びの拠点としての役割も果たしている。 
----	--

利用月	利用者数	備考
2025 年 4 月	15	
5 月	112	
6 月	242	
7 月	585	
8 月	1,061	
9 月	777	
10 月	955	
11 月	888	
12 月	483	休館日 12/28~12/31
2026 年 1 月	548	休館日 1/1~1/3
2 月	658	
3 月	756	

ワークショップの開催/ワークショップ開催数(目標値:3 回)

実績: 100 回 ※一部抜粋

概要	ブックラウンジや広場などを会場にワークショップを計 100 回開催。内容も子どもから大人まで参加できるイラスト・塗り絵体験や地域のエリアマネジメント事業者と連携した子どもの遊び場の提供など多様なテーマで実施。世田谷パン祭りといった地域連携イベントとも組み合わせながら多世代の参加を促進し、賑わい創出や回遊促進を図り、施設全体の来館者増加に貢献した。
----	--

No	ワークショップ名	概要
1	熱燗部 特別講義	3F 入居者の株式会社ライスプレスによるイベント「HAVE A FISH DAY!」にて、酒を熱燗で楽しむ文化を再発見するワークショップを行った。湯川玲奈氏が講師として登壇した。
2	握り寿司講座	3F 入居者の株式会社ライスプレスによるイベント「HAVE A FISH DAY!」にて、出張出前寿司を握る“スシーランス”・前田直也氏による「握り寿司講座」を開催した。 
3	砂像づくりワークショップ～鳥取砂丘の砂がやってくる～	鳥取砂のルネッサンス実行委員会主催による、鳥取の砂丘を使って砂像を作るワークショップを開催した。 

4	自分のための祝福オブジェをつくろう	1F ブックラウンジ とつとつと × 1F 入居者 浪漫花店のコラボワークショップ。浪漫花店がセレクトする個性的な草花等を使用してオリジナルオブジェを製作。 
5	世田谷パン大学	「世田谷パン祭り」のコンテンツ。パンを知りもっと楽しむための学びの場として、イベント期間中に24個のワークショップを実施。 

学食(カフェスペース)の活用/利用件数(目標値:3 件)

実績: 118 件 ※一部抜粋

概要	グランドオープン後にカフェスペースとして整備を進め、9 月以降に本格稼働。利用回数は秋冬期に大きく増加し、12 月に最多を記録するなど高水準で推移した。交流会やケータリングを通じた入居者同士の連携促進に加え、オーガニック食や地域連携イベント、文化企画など多様な用途で活用が拡大。 池尻小学校との連携企画や教育・体験型ワークショップも実施され、施設の中心的な交流拠点として認知され、多様からの活用につながっている。
----	--

No	利用概要
1	入居者の交流促進のため、交流会を実施。施設内の連携や共創事業の創出のための仕掛けとなる取組みを行った。フードドリンクのケータリングは各飲食テナントに依頼をし、これまで交流のなかった入居者同士の横の繋がりも生まれた。(のべ 2 回)
2	隣接する池尻小学校の総合学習の時間を通じて、児童が施設の屋上菜園や小学校で育てた野菜を用いたメニュー開発、広報、接客、配膳といった職業体験の場を提供し、児童のアントレプレナーシップの醸成に資する取組みを行った。(のべ2回)
3	音楽を通じたコミュニティの形成を目的とした音楽ライブ(109 回)

クラブハウスの活用/利用者数(目標:1, 000 名)

実績:4,280 名

概要	プレオープン時から、施設お披露目イベントやオープンデイを通じて見学者・体験参加者を受け入れ、立ち上げ期の利用を積み重ねた。7 月のグランドオープン以降は月 200 名前後へと増加し、10 月には、体育館で開催された大型フリーマーケットとの連動開放をはじめ、交流会や地域連携イベント、キッズ向け企画など多様なイベントとの連携により、利用者数が大きく伸長した。 利用形態は多岐にわたり、柔術クラス受講者を中心とした親子交流(毎月定例)に加え、「読書とラン」「ヨガと歩く瞑想」などのスポーツ・ウェルネス系プログラムのアフター利用、ダンスや運動プログラムの配信拠点としての活用などが見られた。また、単発イベントとの連動による交流機会の創出も行われた。特に、シャワー設備を備えたクラブハウス機能が、体育館利用後のクールダウンや交流の場として有効に機能し、スポーツを軸としたコミュニティ形成の拠点として定着したことが、利用者数の継続的な増加につながった。
----	---

利用月	営業日数	利用者数	備考
2025年 4月	11	89	neighbors 施設お披露目 50 名、 nighbors オープンデイ(施設見学)20 名、nighbors オープンデイ(施設見学)19 名
5月	31	101	柔術親子交流(毎クラス前後)36 名、 OPENDAY 交流開放 50 人読書とラン 15 名
6月	30	133	柔術親子交流 52 名、OPENDAY 交流解 放 65 人、ヨガと歩く瞑想 16 名
7月	31	187	柔術親子交流 112 名、読書とラン 15 名、 レセプション開放 60 名
8月	31	209	柔術親子交流 130 名、読書とラン 16 名、 ヨガ 33 名、Konny イベントに合わせ無料 開放 30 名
9月	30	238	柔術親子交流 140 名、柔術交流会 41 名、 読書とラン 14 名、ヨガ 32 名、グループラ ン&ランニングシューズ試し履き 11 名
10月	31	517	柔術親子交流 172 名、柔術交流会 54 名、 読書とラン 5 名、ヨガ 30 名、秋田移住フ ェス連動柔術企画 31 名、ダブルダッチクラ ス映像 4 名、WWE 中邑真輔交流会 60 名、池尻児童館ハロウィン連動企画 12 名、 キッズ来場者用ハロウィン企画 105 名、音 あそびアフター交流 44 名
11月	30	383	柔術親子交流 170 名、柔術交流会 45 名、 育フェス参加者アフター利用 120 人、ダブ ルダッチクラス映像配信 8 名、音あそびア フター交流 40 名
12月	27	290	柔術親子交流 175 名、ダンス交流 60 名、 ダブルダッチ 6 名、読書とラン 15 名、音遊 びイベント 34 名
2026年 1月	27	514	柔術交流 198 名、ダンス交流 200 名、ク ラス映像配信 50 名、Trails in Motion 映画上映アフター交流 30 名、音あそびア フター交流 36 名
2月	28	551	柔術交流 205 名、ダンス交流 210 名、ク ラス映像配信 56 名、ランナーズイベント交 流 45 名、音あそびアフター交流 35 名
3月	31	1068	柔術交流 210 人、ダンス交流 220 人、ク ラス映像配信 58 人、格闘系グッズのフリ マ 550 人、音あそびアフター交流 30 名

スポーツフェスの実施/開催数(目標値:1回)

実績:2回

イベント名	OPENDAY
開催日時	令和7年5月5日(火)、6月7日(日)(計2回)
会場	体育館
概要	プレオープン時のGWやその翌月6月に開催したオープンデーでは体育館を開放し、ピククルボールの体験、またスタジオでブラジリアン柔術の体験、館内全体を使ったネイバーズ体験隊というイベントを行った。誰でも気軽に参加できるスポーツ体験、レクリエーション参加を通じて、運動の裾野を広げる機会を提供した。 <OPEN DAY(体育館開放日)> 
参加人数	2日間計136名

各種スポーツプログラムの実施/参加者数(目標値:300 名)

実績: 5,257 名

概 要	プログラムの中核を担ったのは柔術クラスであり、通常クラス、体験クラス、交流会、OVER45 歳 UNDER70kg 企画など多様なバリエーションのプログラムを展開し、柔術コミュニティが HOME/WORK VILLAGE を拠点として着実に形成・拡大している。 また、WWE 中邑真輔トークショー(10 月・60 名)やフリーマーケットと連動した柔術企画など、外部イベントと連動した取組を実施し、新規プログラム参加者の獲得にもつなげた。 ダンスおよびダブルダッチプログラムでは 12 月の無料体験を契機として、短期間で参加者が増加しており、今後の主力プログラムとしての成長が見込まれる。その他、スポーツに不慣れた高齢者、親子連れなどの幅広い層が参加できるプログラムを実施した。 〈柔術クラス〉  〈ダブルダッチ〉 
------------	---

<ダンス>



<寝たままストレッチ>



利用月	営業日数	利用者数	備考
2025年 4月	11	11	柔術 11 名
5月	31	209	柔術 117 名、ランニング 15 名、 OPENDAY77 名
6月	30	318	柔術 243 名、OPENDAY59 名、ヨガ 16 名

7月	31	300	柔術 278 名、読書とラン 15 名、ダブルダッチ体験 7 名
8月	31	375	柔術 292 名、読書とラン 16 名、ヨガ 33 名、ダブルダッチ体験 6 名、Konny イベントに合わせ開放 28 名
9月	30	401	柔術 293 名、読書とラン 14 名、OVER45 歳 UNDER70kg 柔術企画 41 名、ヨガ 32 名、ダブルダッチ体験 10 名グループラン&ランニングシューズ試し履き 11 名
10月	31	564	柔術 282 名、読書とラン 5 名 OVER45 歳 UNDER70kg 柔術企画 15 名、秋田フェス連動柔術親子体験 31 名、ヨガ 24 名、ダブルダッチ 12 名、フリマ連動柔術 25 名、WWE 中邑真輔トークショー60 名、秋田フェス連動親子ヨガ 6 名、寝たままストレッチ 60 名、音遊び 44 名
11月	30	487	柔術 290 名、イクフェス柔術体験 12 名、OVER45 歳 UNDER70kg 柔術企画 10 名、イクフェスダブルダッチ体験 12 名、イクフェスダンス体験 30 名、ダブルダッチ 10 名、フリマ連動柔術 25 名、柔術親子体験 8 名、寝たままストレッチ 50 名、音遊び 40 名
12月	27	483	柔術 312 名、ダブルダッチ 10 名、ダンス無料体験 70 名、寝たままストレッチ 50 名、読書とランニングの時間 1 名、音遊び 40 名
2026 年 1月	27	679	柔術 320 名、ダブルダッチ 10 名、ダンス 233 名、寝たままストレッチ 50 名、Trails in Motion30 名、音遊び 36 名
2月	28	718	柔術 332 名、ダブルダッチ 8 名、ダンス 243 名、ランイベント 3 つ 45 名、寝たままストレッチ 45 名、ヨガ 10 名、音遊び 35 名
3月	31	712	柔術 351 名、ダブルダッチ 6 名、ダンス 250 名、柔術ワークショップ 40 名、親子で学ぶボール投げ 35 名、音遊び 30 名

スタジオの活用/開催数(目標値:5 回)

実績: 877 回 ※一部抜粋

概 要	グランドオープン後の 9 月以降はスタジオが日常的な活動拠点として認知され、複数プログラムを並行して実施する運営体制が確立されたため、安定的な高稼働を実現した。 プログラムの主軸は柔術クラスであり、スタジオが柔術コミュニティの活動拠点として定着した。ダンスおよびダブルダッチは急速に拡大し、主要プログラムの一つとして確立した。その他、スポーツに不慣れな高齢者、親子連れなどの幅広い層が参加できるプログラムを実施し、スポーツにとどまらない多様なジャンルの受け皿として機能した。
-----	---

スクール名	ブラジリアン柔術(体験)
開催日時	令和 7 年 6 月~(計 62 回)
会 場	STUDIO A
講 師	neighbors sports club インストラクター
概 要	初心者から経験者まで参加可能なブラジリアン柔術クラス。打撃の無い寝技中心の格闘技で、怪我のリスクが日較的低く、運動経験が少ない方でも安心して始められる。 体力向上や運動習慣の形成に加え、参加者同士のコミュニケーションやコミュニティ形成の場としても機能している。 また、老若男女問わず自分のペースで取り組めるクラス設計となっており、継続的な参加を通じて心身の健康増進を図る。
実績	312 名

スクール名	しまぐれポルカ 親子でわくわく音あそび教室
開催日時	令和 8 年 3 月 22 日(日)
会 場	STUDIO A
講 師	しまぐれポルカ
概 要	親子で一緒に音やリズムに触れながら、身体を動かし、自由な表現を楽しむ音あそびプログラム。年齢に応じた関わり方を大切にしながら、家族で参加できる体験型の場を提供。 
定 員	10 組/回(実績:16 組)

社会実践による企業、NPO、大学等との連携/連携社数(目標値:1社)

実績:9 社 ※一部抜粋

概 要	地域や教育機関、企業と連携し、公共空間を活用した多様な取り組みを展開した。令和 7 年 6 月には、エリアマネジメント団体および地域事業者との連携により、子どもたちが自由に遊べる空間を広場に創出するイベントを実施し、地域と協働した公共空間活用の取り組みを行った。 7 月には大学と連携した映像制作プロジェクトを実施し、教育活動と施設利用を接続する機会を創出した。11 月には地域イベントと連動し、廃棄物の循環をテーマとした社会実験を実施した。紙資源の再活用や生ごみの堆肥化といった取り組みを来場者参加型で展開し、環境配慮型の行動を促す実践の場となった。また同月には、大学研究室、図書館、商店会、エリアマネジメント団体等が参画する屋外図書館企画を実施し、広場空間を活用した新たな公共的利用の形を提示した。さらに、大学の起業教育講座と連携し、施設運営を題材とした講義を実施するなど、教育分野との接続も図った。12 月からは、民間事業者との連携により、コンポストを活用した発電によるイルミネーションを展開する社会実験を開始し、環境と空間演出を組み合わせた新たな試みを実施した。あわせて、大学および企業と連携したデジタルものづくりイベントを開催し、デジタル技術と創作体験を融合したプログラムを提供した。 これらの連携事例は、環境・循環、デジタル、教育、地域コミュニティといった多様な領域を横断しており、施設が社会的価値創出のための実証・実践の場として機能し始めていることを示している。
-----	---

タイトル	世田谷デジタルものづくりフェス
連 携 先	駒 澤 大 学 、 株 式 会 社 セ ッ ク 、 株 式 会 社 Azhai Communications
開催日時	令和 7 年 12 月 25 日(木)～令和 7 年 12 月 26 日(金)(計 2 回)
目的	デジタル技術やものづくりに触れる機会を創出し、子どもから大人まで幅広い来場者に対して、創造的な学びや体験の場を提供することで、ものづくりの楽しさや可能性の理解促進を図る。
取組内容	駒澤大学および企業等と連携し、デジタル技術やものづくりをテーマとした体験型コンテンツを展開した。 プログラミングや電子工作、デジタルツールを活用したワークショップ等を実施し、来場者が実際に手を動かしながら学べる機会を提供した。

	
効果または今後の展開	来場者がデジタル技術やものづくりに対する関心を高めるとともに、主体的に学ぶきっかけを創出することができた。 今後は、継続的な開催や他イベントとの連携を通じて、地域における学びと創造の機会の拡充につなげていく。

タイトル	世田谷パン祭りにおける資源循環の実証(紙コップ・生ごみの再資源化)
連 携 先	ローカルフードサイクリング株式会社、日本紙通商株式会社
開催日時	令和 7 年 11 月 1 日(土)～2 日(日)(世田谷パン祭り開催期間)
目的	イベントにおける廃棄物の削減および資源循環の実証を通じて、地域内での循環型社会の実現に向けた仕組みづくりを推進する。
取組内容	世田谷パン祭りにおいて、会場内で発生する使用済み紙コップおよび生ごみを回収し、資源として再活用する取り組みを実施。回収した紙コップは紙糸への再資源化、生ごみは堆肥化を行い、廃棄物を資源として循環させるプロセスの可視化を図った。 
効果または今後の展開	イベントを通じて来場者および出店者に対し、資源循環の具体的な手法を体験的に提示することができた。 今後は、同様の取り組みを他イベントや日常運用へ展開し、地域内での循環モデルの定着を図る。

タイトル	世田谷こどもおしごとフェス!!
連 携 先	株式会社ケンオン、特定非営利活動法人教育の環、世田谷こどもおしごとフェス実行委員会、(後援:世田谷区、世田谷区教育委員会)
開催日時	令和8年3月29日(日)
目的	地域企業と連携し、小・中学生に対する職業体験の機会を提供するとともに、地域コミュニティの活性化および次世代育成を図る。
取組内容	地域企業等と連携し、小中学生を対象とした職業体験イベントを実施。会場内に複数の体験ブースを設け、子どもたちが実際の仕事に触れる機会を創出した。 
効果または今後の展開	来場者数約 5,000 名、約 2,000 名の子どもが職業体験に参加するなど大きな集客を実現した。アンケートでは次回参加意向 77%超と高い評価を得ており、地域企業との連携によるキャリア教育の有効性が確認された。今後は継続開催を通じて、地域に根ざした学びの場としての定着を図る。

地域連携イベントの開催/イベント開催数(目標値:2回)

実績:13回

【イベント】※一部抜粋

概要	最も継続的な連携先となったのは施設に隣接する池尻小学校であり、年間を通じて多様な協働を実施した。 太陽光発電をテーマとした授業の場を提供し、施設を教育の実践フィールドとして活用することや民間事業者との三者連携により、屋上発電設備に関するセレモニーを実施するなど、エネルギー教育と地域産業を結びつける機会を創出した。 地域イベントの連携においては、運営に児童が参加する形での連携を行い、地域社会との接点を実体験として提供した。また、小学校の総合学習の一環として3年生が、施設内の屋上菜園で育てた野菜を飲食テナントで提供する企画に関するプレゼンテーションを実施し、食農教育と施設機能を横断した実践的な学びの場を創出し、児童による学習成果の発表会の場として施設が活用された。さらには、地域商店会および支援団体との連携も継続的に展開し、複数団体との協働により、子どもたちの遊び場を創出するイベントを実施したほか、地域団体と連携した清掃活動を実施し、環境維持に向けた取り組みを継続的に行った。 旧学校施設を活用した拠点という特性を踏まえ、地域の小学校、商店会、支援機関との関係構築が進んでいる。
----	--

イベント名	世田谷パン祭り 2025
開催日時	令和7年11月1日(土)～令和7年11月2日(日)
会場	世田谷公園、HOME/WORK VILLAGE
概要	2025年は、パンを味わい、とことん楽しむための現代における「パンとサーカス」をテーマに、ベーカリー94店舗、パンのおとも35店舗、フードやドリンク30店舗が参加、2日間でのべ253店舗が出店・出品。いつもの世田谷公園に加え、HOME/WORK VILLAGEも会場に新しい形で実施した。 
参加人数	のべ約60,000名

イベント名	池尻小学校 70 周年記念式典・祝賀会
開催日時	令和 7 年 11 月 22 日(土)
会 場	池尻小学校、HOME/WORK VILLAGE 体育館
概 要	池尻小学校の創立 70 周年を祝う記念式典と祝賀会を開催。式典では、全校児童による合唱、祝賀会では、HOME/WORK VILLAGE にて子どもたちの演奏や演舞を披露した。
参加人数	約 100 名

イベント名	三宿四二〇商店会清掃活動
開催日時	令和 7 年 11 月 13 日(木)、令和 8 年 1 月 8 日(木)
会 場	三宿通り
概 要	三宿通りの清掃活動を年に 2 回実施。三宿四二〇商店会・世田谷若者サポートステーション・ぷらっとホーム世田谷と連携した。 
参加人数	約 10~20 名 /回

イベント名	池尻小学校×屋上発電(じりじりリユース発電所 命名セレモニー)
開催日時	令和 7 年 10 月 8 日(水)
会 場	HOME/WORK VILLAGE 屋上・館内
概 要	施設入居者である株式会社 UPDATER と連携し、廃校となった旧池尻中学校の屋上プール跡地を活用した都市型太陽光発電所を整備。リユース太陽光パネルを使用し、資源循環と CO ₂ 削減を図るとともに、池尻小学校児童が名称を考案し命名セレモニーを実施した。 
参加人数	約 70 名(池尻小学校の児童 募集人数)

イベント名	池尻小学校×屋上菜園
開催日時	令和 7 年 5 月~令和 8 年 2 月
会 場	HOME/WORK VILLAGE 屋上菜園・館内(Marked 池尻、ギャラリー等)
概 要	池尻小学校と連携し、屋上菜園を活用した体験型学習プログラムを実施。野菜栽培を起点に、メニュー開発、広報、接客等の職業体験を児童主体で行い、成果発表も実施。実社会と接続した学びを通じ、主体性・協働性の育成につなげた。
参加人数	約 5 名

誰もが気軽に訪れることのできる空間の創出/来館者数(目標:300,000 名)

実績: 435,072 名

概 要	ワークショップやマルシェ等のイベントを実施し、来館機会の創出を図るとともに、ブックラウンジおよびルーフバルコニーを活用し、読書・休憩・飲食・交流といった多様な滞在が可能な環境を整備した。具体的には、週末を中心としたマルシェやワークショップの開催により、来館目的の多様化を図るとともに、広場と館内を横断する動線設計により回遊性を高めた。また、施設のメインエントランスに書店機能を配置することで、目的来訪に加えて通りがかりの立ち寄りや滞在を促進し、来館の心理的ハードルを低減した。さらに、広場の利用においても日常的な滞在が増加し、イベント時に限定されない利用が定着した。これにより、来館者の滞在時間の延伸および再訪の増加が確認され、施設全体として継続的な利用につながっている。
-----	--

利用月	利用者数	備考
2025 年 4 月	12,372	
5 月	16,848	
6 月	15,096	
7 月	17,406	
8 月	32,364	
9 月	22,998	
10 月	50,077	主なイベント: HOME/FLEA/WORK、HAVE A FISH DAY!
11 月	54,919	主なイベント: 世田谷パン祭り、イクフェス、放課後フェス
12 月	40,682	
2026 年 1 月	41,374	
2 月	53,581	主なイベント:THE Cat's ISSUE FES 2026
3 月	77,355	主なイベント:HOME/FLEA/WORK

マルシェの開催/開催数(目標:10回)

実績: 15 回 ※一部抜粋

概 要	広場(校庭)を活用し、飲食・物販を中心としたマルシェを週末を中心に開催した。テント出店およびキッチンカー出店の受け入れ体制を整備するとともに、施設内テナントと連携し、来場者動線や滞在性を意識した運営を行った。 具体的には、施設一体型イベント「HOME/FLEA/WORK」において、1日あたり50店舗を超える出店者が参加し、外部事業者に加えて施設内テナントも広場へ出店する形で実施することで、来場者の動線が館内外へと広がり、回遊性が向上した。また、出店者にとっては対面販売を通じた顧客ニーズの把握や商品改善の機会となり、実践的な事業検証の場として機能した。加えて、施設全体としての来館者増加とにぎわい創出により、飲食・物販テナントの売上向上にも寄与し、出店者および施設双方において効果が確認された。
-----	---

No	イベント名	概要
1	OPEN DAY(5/5)	広場でのフード出店をはじめ、親子で楽しめるワークショップや似顔絵、施設内の庭巡り案内、入居テナントによる体験型コンテンツなどを開催。
2	OPEN DAY Vol.2(6/7)	プレオープン中の体験イベント。美味しいが詰まったキッチンカーのジュースや人気の焼き菓子店などの飲食店や雑貨の店舗が出店。
3	HOME/FLEA/WORK	懐かしさと新しさが交わる蚤の市。暮らし(HOME)と仕事(WORK)、遊びと学びが交差するマーケットイベント。
4	あきた移住交流フェア	まるっと秋田！味わう、出会う、楽しむマーケット。広場では、フードトラックや秋田犬のもふもふ処、なまはげの衣装体験、稲刈り体験を実施。
5	THE Cat's ISSUE FES 2026	ネコをきっかけに“楽しい”が広がるクリエイティブな3日間。広場では、イベント限定のフードメニューを提供。

3 その他の取り組み

視察

実績:48 件

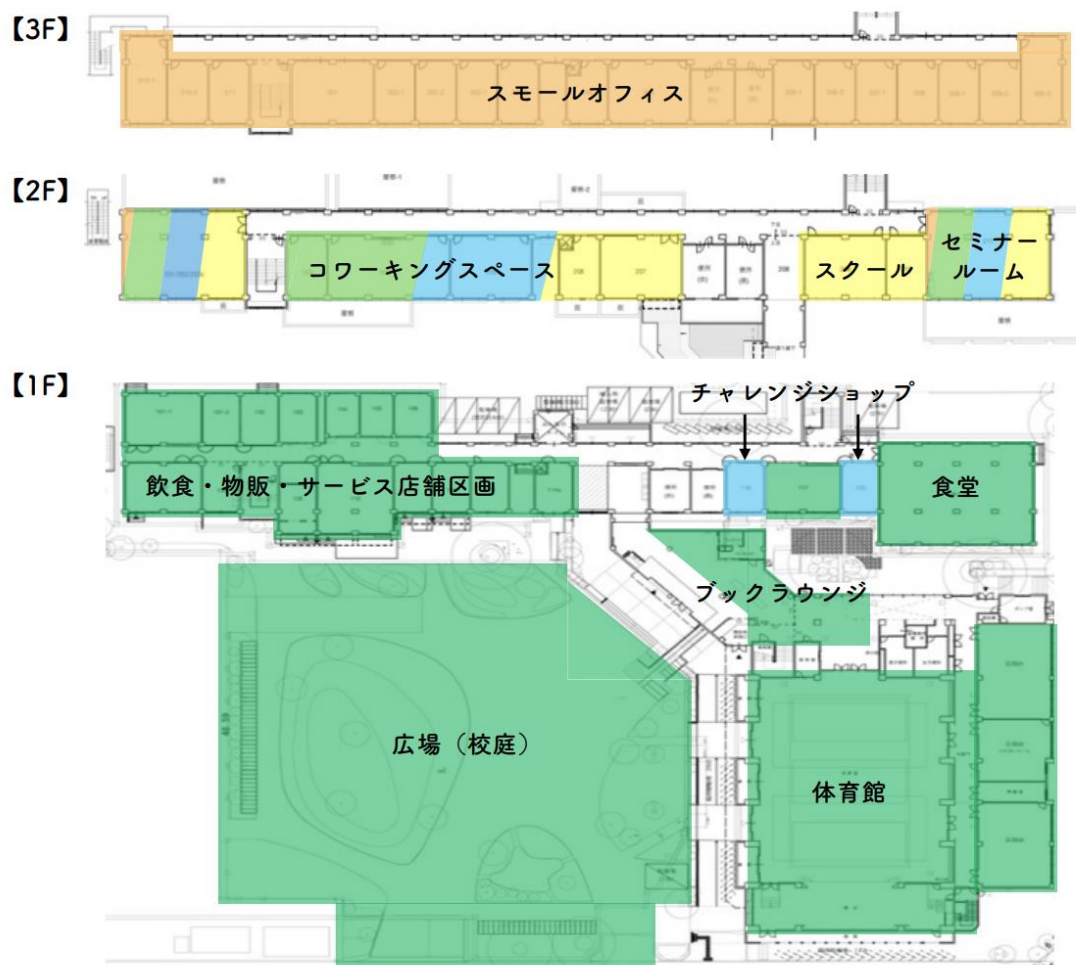
カテゴリー	件数	特徴
自治体・行政機関	17	首長や副市長、専門部局による公式視察が中心
民間企業(開発・不動産)	16	デベロッパーや金融、ゼネコンなど事業主体による視察
議会・政治関連	5	政策立案や先進事例調査を目的とした議員・政治組織
団体・NPO・地域組織	6	商工団体や地域活性化を担う中間支援組織
教育・研究・専門機関	4	学術的知見や PPP(官民連携)の専門調査

取材・掲載実績

実績:205 件

区分	件数	主な媒体
WEB	174	TBS NEWS DIG、ITmedia、東洋経済オンライン、TIME OUT 東京、FIGARO.JP、NewsPicks
TV	10	NHK、フジテレビ「めざましテレビ」、イッツ COM、BS テレ東「NIKKEI NEWS NEXT」
新聞	4	日本経済新聞、朝日新聞、東京新聞
雑誌	8	Pen、MYOJO、散歩の達人、週刊不動産経営
ラジオ	5	せたがや FM
その他	4	ロケ利用他

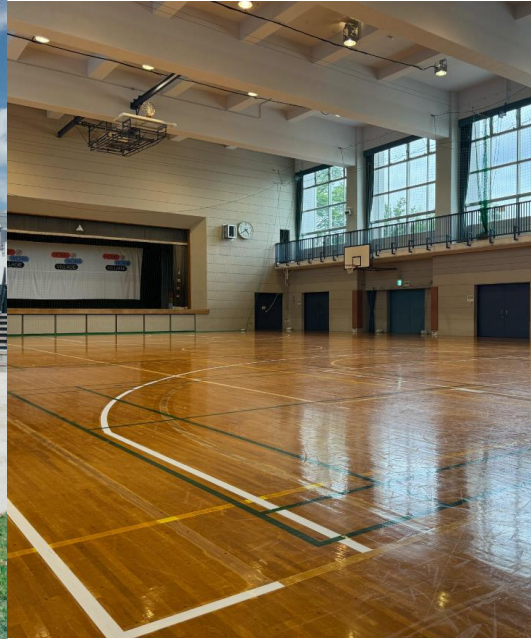
4 施設レイアウト



1F



(広場)



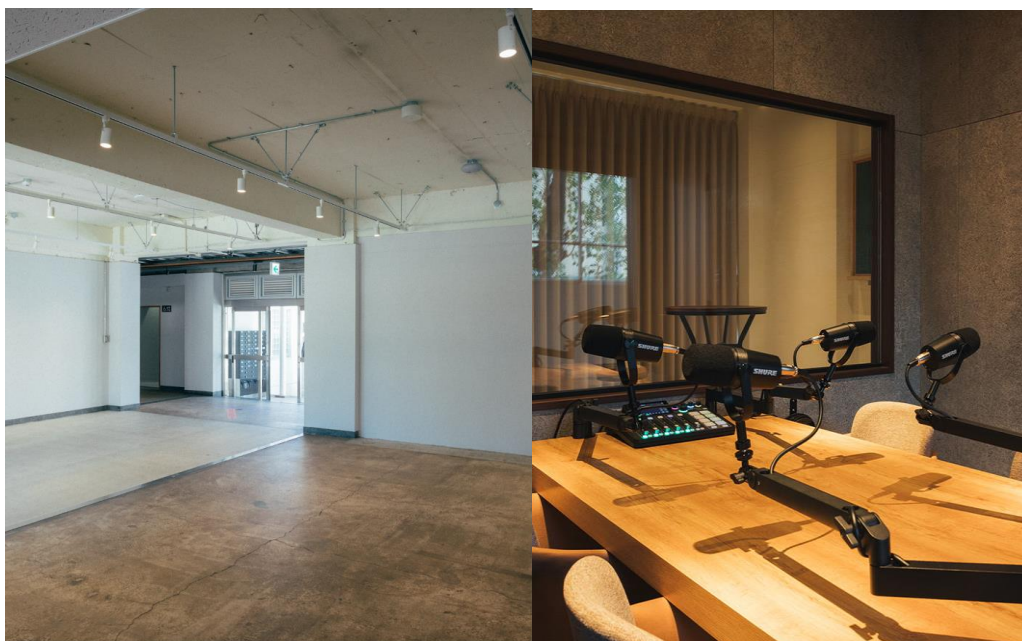
(体育館)



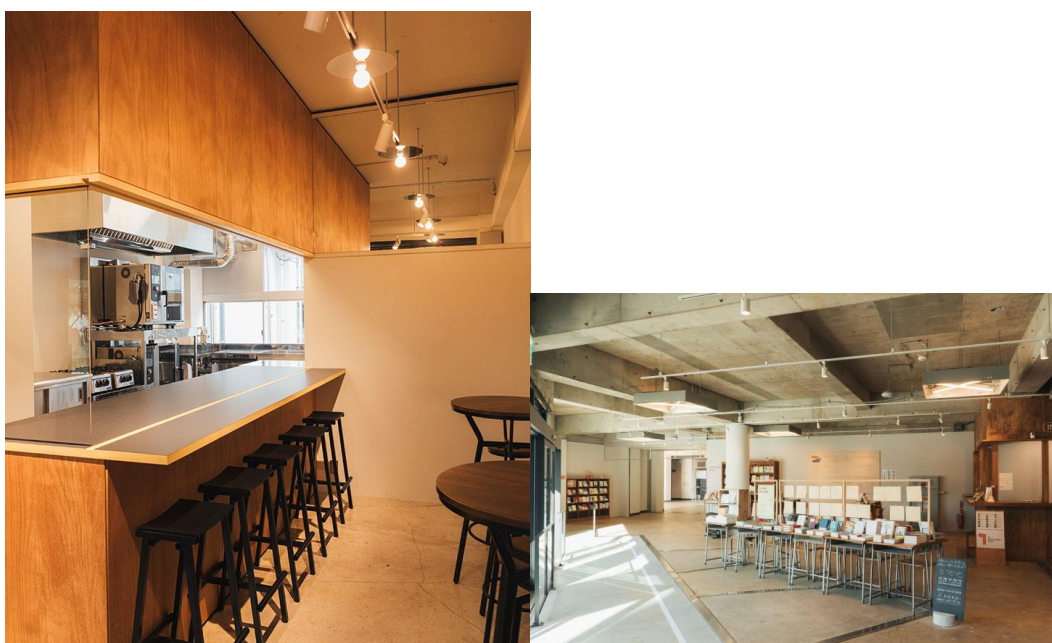
(体育館スタジオ)



(体育館シャワールーム)



(チャレンジショップ／ギャラリー) (チャレンジショップ／スタジオ)



(チャレンジショップ／シェアキッチン) (ブックラウンジ)

102

シューズショップ

NAOT SETAGAYA

Naot
SETAGAYA

やさしい履き心地でたくさん歩ける革靴を販売。ぴったりな靴選びのお手伝いや、長く履き続けられるサポートも充実。

営業時間 11:00-17:00

定休日 月・火



103

レザークラフトショップ

UNROOF

UNROOF
JAPAN

「障害の有無にかかわらず自分の可能性を信じられる社会」を目指す革工房。唯一の直営ショップ。

営業時間 11:00-17:00

定休日 火・水・祝日



104

ワインショップ

APÉRO VILLAGE

APÉRO
VILLAGE

「ワインを学び、味わう」空間をコンセプトに、オーガニック・自然派を中心とした300種以上のワインを販売。

営業時間 情報量多すぎるのですがどうでしょうか。

定休日 火



105

フラワーショップ

浪漫花店

浪漫
花店

「プレイフルでロマンティックな花を」というコンセプトのもと、選りすぐった花々やインポート花器を販売。

営業時間 不定 (Instagramをご確認ください)

定休日 不定 (Instagramをご確認ください)



106

ヴィンテージブティック

IAM



教室のひとつで洋服を展開し、パラレルワールドへ誘うようなワクワクを提案するヴィンテージメインのアパレルショップ。

営業時間 11:00-17:00

定休日 火



107

フードショップ

発酵性食物繊維の
おみせ KINNOE

「学べる・買える・食べられる」発酵性食物繊維の体験型マーケット。日替わりで弁当やパンを販売。

営業時間 11:00-17:00

定休日 火



108

レストラン

namida



伝統的な技法と発酵の知恵を活かし、日本酒やワインとのペアリングを通して唯一無二の食体験を楽しめる日本料理レストラン。

営業時間 18:00-23:00

定休日 不定 (Instagramをご確認ください)



109

ギャラリー／サロン

SUNDAY ISSUE
ROOMSUNDAY
ISSUE ROOM

アートに関わるディレクションや企画を行う「SUNDAY ISSUE」がキュレーションするサロン。サロンスペースのレンタルも可。

営業時間 企画予定などにより変動

定休日 企画予定などにより変動



110

クラフトビール醸造所
After School
Brewery



大人の放課後活動をコンセプトにしたクラフトビール醸造所。タップルームで出来立てビールを楽しめる。

営業時間 平日 13:00-22:00 / 土・祝 11:00-22:00 / 日 11:00-21:00
定休日 不定



111

レストラン
食堂 れれれん



毎日訪れても飽きない30種ほどのメニューを取り揃える、親しみやすい味を届ける地域のための食堂。

営業時間 11:30-22:30 / 水曜のみ11:30-16:00
定休日 不定



112

レストラン
洋食api



昼は「町の洋食屋」夜は「スパニッシュ&イタリアンのレストラン酒場」。人気酒場『マルコ』の系列店。

営業時間 LUNCH 11:30-14:30 / DINNER 17:30-22:30
定休日 不定



114

コーヒー焙煎所
A day
in the coffee



毎日の暮らしに寄り添うコーヒーを届ける焙煎所。焼きたてのコーヒー豆とテイクアウトドリンクを販売。

営業時間 10:00-18:00
定休日 火



116

屋内遊び場

PLAY! SETAGAYA



美術館と子どものための屋内広場を複合した施設「PLAY!」(立川)のサテライト。「作る」と「遊ぶ」をテーマにワークショップや遊びを提供する。

営業時間 不定 (Instagramをご確認ください)

定休日 不定 (Instagramをご確認ください)



118

カフェ／レストラン

Marked池尻 /



「街のCANTEEN=食堂」をテーマに、定食や自家製のパンを使ったサンドイッチ、アイスクリーム、スイーツなどを楽しめるカフェ・レストラン。

営業時間 9:00-18:00

定休日 火



118

カフェ／レストラン

GOOD TEMPO
-MUSIC, BAR & PLANTS-

お酒と音楽、南国植物を楽しめるミュージックバー&イベントスペース。ライブイベント等開催、プランツも販売。

営業時間 18:00-23:00

定休日 不定



2F



(セミナールーム／ホール)



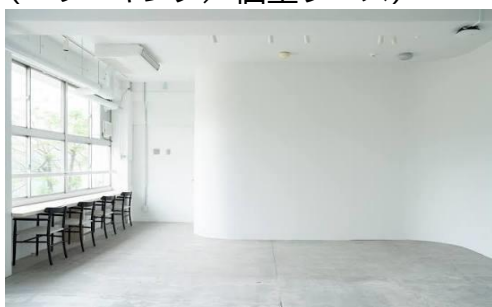
(コワーキング／ラウンジ)



(コワーキング／個室ブース)

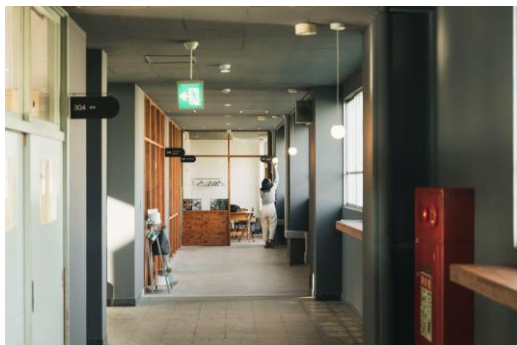


(コワーキング／固定デスク)



(コワーキング／ギャラリー)

3F



207 - 208

クリエイティブラーニングスクール
レンズ
by まちの研究所



幼児～小学生のためのクリエイティブラーニングスクール。こどもの興味や関心を起点に世界を広げていく学び合いの場。

営業時間 10:00-18:00
定休日 月・火



(スモールオフィス)



(会議室)



(教室)

RF(屋上)

屋上菜園
ART FARM
IKEJIRI

ART
FARM
IKEJIRI

みんなで創る会員制のルーフトップファーム。
人・地域・都市・環境を再生する粋な文化を育
てる農園であり、commons・実験場。

営業時間 不定(季節によって異なる)
定休日 不定