

An aerial night view of a futuristic mobility world. The scene is dominated by a large, brightly lit arena in the center, surrounded by various structures and facilities. In the foreground, there are several blue and white umbrellas and tables, suggesting an outdoor seating area. To the left, a blue building with a white roof is visible. In the background, a large parking lot is filled with cars, and a road with a checkered pattern leads towards the arena. The sky is dark, with a massive display of colorful fireworks (red, blue, purple, and white) exploding in the upper half of the frame. Drones with glowing lights are flying in the air, leaving trails of light. The overall atmosphere is vibrant and high-tech.

ひろしまモビリティワールド 事業実施計画について

2023/09/29

ひろしまモビリティワールド準備室

目次

1.事業コンセプト	P3～P6
2.施設計画書	P7～P17
3.テナント導入計画	P18
4.事業実施体制	P19～P21
5.施設管理運営計画	P22
6.事業スケジュール	P23
7.資金計画	P24
8.来場者の集客戦略	P25

1. 事業コンセプト

-事業コンセプト 1/4-

ターゲット顧客 ～ 年間200万人超の集客 ～

- A : 海外インバウンド (アジア圏+欧米) 約35万人
- B : 国内観光 約120万人
- C : 県内ファミリー層 約45万人

概算事業費

8,430百万円



コンセプト ～ アジア圏随一の“モビリティ・エンターテインメントの聖地” ～

- a : 各顧客層に向けた“ここでしかできない体験”を用意し、**エンタメの聖地を作る**
- b : 立地を活かし観光名所化し、国内外から観光客を呼び込み、**地元経済に寄与する**
- c : 観光客、地元住民、同好の士が集い、**新たなコミュニティ創出の場とする**
- d : モビリティ、地域社会のあるべき姿を模索する、**未来の実験場とする**

《 ここでしかできない体験 》

豊富な体験型コンテンツ：見る、乗る、選ぶ、買う、食べるなど、実体験を凝縮
好立地を活かしたエンタメ：広場を活用し、市街地では難しい野外イベントの実施

EVカート、VR、フォーミュラ体験、野外イベントなど



エンタメの聖地

《 観光名所化し、国内外から人流を呼び込み 》

新たな観光名所化：瀬戸内海を一望できるBIG TERRACEを設置し普遍的な魅力を提供
VRで県内各所と連携：巨大球体スクリーンを使ったバーチャル観光と観光地への誘導
観光名所とのハブ化：原爆ドームや厳島神社と陸海空の交通インフラと連携することで観光客の回遊性強化

BIG TERRACE、VRによるバーチャル観光&誘導など



地元経済に貢献

《 地域住民や同好の士が集う、新たな拠り所 》

地域住民の集いの場：家族、友人、恋人が集い、豊富なコンテンツ、アトラクションを満喫
新たなコミュニティ形成の場：同好の士が日常的に集い、仲間と豊かな時間をシェア

飲食、キッズパーク、イベント、バイカーズコミュニティ、シーサイドウォークなど



コミュニティ創出

《 最先端の技術開発、実証実験 》 → 開業後に随時機能追加

モビリティの最先端：産官学によるEV、自動運転、空飛ぶ車、MaaSなどの最先端研究
MaaSの実証・実装：交通公共機関との連動、統合型サービスの実証の場
* デジタルツインを使ったアクティビティやドローン物流などは開業時に実装予定

ドローン物流、モビリティに関する最先端研究や実証実験など



未来の実験場

1. 事業コンセプト

-事業コンセプト 2/4-

旧) 提案時レイアウト



1. 事業コンセプト

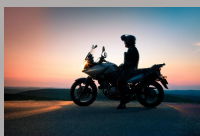
-事業コンセプト 3/4-

新) 全体レイアウト

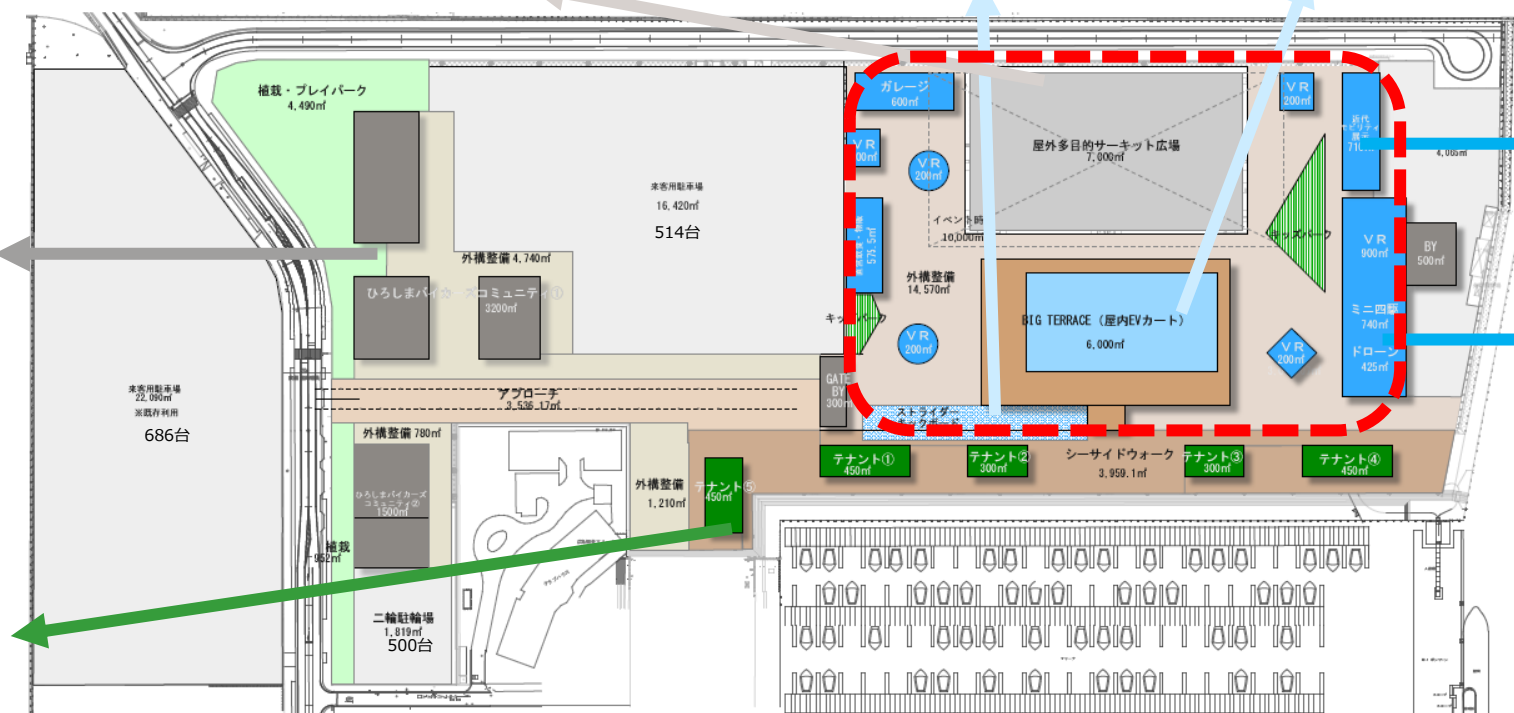
有料エリア



ひろしまバイカーズ
コミュニティ



テナント
(飲食・物販)



近未来モビリティ
展示



VR、ミニ四駆、
ドローン



- 広域観光集客想定の有料エリアと足元商圈集客想定の有料エリアの組み合わせにより、持続的かつ安定的な集客を図り、時間消費型滞在施設を目指す。
- 有料エリアはBIG TERRACE含む、体験コンテンツを中心としたテーマパークとしての滞在型施設
- 無料エリアは飲食、物販、コミュニティ形成の場を中心とした時間消費型施設

1. 事業コンセプト

—事業コンセプト 4/4—

提案時からの変更点

1. 投資前提について

変更目的：直近の急激な資材費・建築費高騰対策として、以下の初期投資削減策を実施

- EVカート場の屋根に新たにテラス（通称：BIG TERRACE）を採用することで、全天候型カート場を維持しつつ、建築コストの削減を実現
- 施設配置の一部変更（遊歩道・緑地エリアの変更や多目的サーキット広場の面積縮小等）により、駐車場面積を増やし、立体駐車場から平置き駐車場に変更することで建築コストの削減を実現
- 経年による来場者の減少対策として、主力のVRコンテンツの定期的な入替を想定。入替時、建物内外観も含め世界観を変更するため、簡易的な建物に内装や外装を施す手法にて建設・入替コストの削減を実現
- エンターテイメント・コンテンツ用の機材（VR機器、EVカート等）にリース資産を活用することで、初期投資金額を抑制

2. コンテンツについて

変更目的：来場者の満足度向上と持続可能な経営観点で、事業コンセプトに沿って一部の提供コンテンツを変更

- 自然の普遍的な魅力を最大限に活かすBIG TERRACEの追加
- 来場者の満足度向上を目的にVRコンテンツを大幅に増加（当初計画2台→10台）。これにより、コンテンツ体験率（全来場者の3%→83%）、体験回数ともに増加するだけでなく、集団でのコンテンツ体験増加による、運営効率ならび収益性向上を同時に実現
- 屋外多目的サーキット広場は面積を縮小するものの、提案していたフォーミュラ体験や野外イベントの開催は実現可能
- カーディーラーは、近隣に多数存在しているため、常設での設置はせず、試乗会や展示会、ユーザー会、などのカーイベントとしての開催に変更
- コミュニティ形成の場として、バイクーズ・コミュニティを誘致。これにより新たなモビリティファン同士の交流を創出
- 遊歩道・緑地エリアに代わり、シーサイドウォーク・カフェ・プレイパーク等を配置することで、地域住民が普段から集いやすい施設とする
- 新たなEVモビリティの開発やドローンを用いた食事配達実験などを行い、実証実験の場とする想定
- 利用可能者数が限定的なグランピング、バーベキューサイトは設置せず、近隣宿泊施設との連携を図り滞在を促すことを計画

3. 配置計画について

変更目的：上記「1.」「2.」の変更に伴い配置計画の最適化を実施

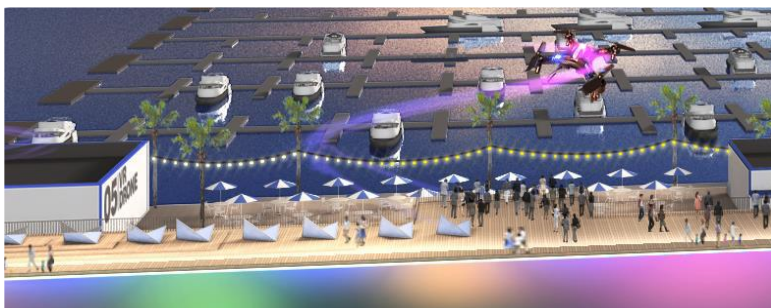
- BIG TERRACEをマリーナと多島美景観を最大限生かした位置に設置し、テラス下にEVカート場を配置
- 遊歩道・緑地エリアをシーサイドウォークに変更
- 施設西側エリアに加え、施設中央部に大規模駐車場を確保
- 屋外多目的サーキット広場はBIG TERRACEとの親和性を持たせるためにテラス北側に配置

2. 施設計画書 ー施設情報ー

ー施設計画書 2/11ー

BIG TERRACE 2階 想定アクティビティ

マリーナの景観をソファでゆったりと楽しむ
眼下にはマリーナとシーサイドウォーク



スモールライブやカフェを楽しむ



低速EVカートで景観を楽しみながらテラス外周を走行



2. 施設計画書 ー施設情報ー

ー施設計画書 3/11ー

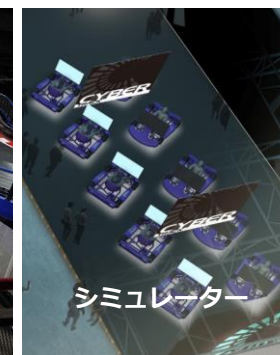
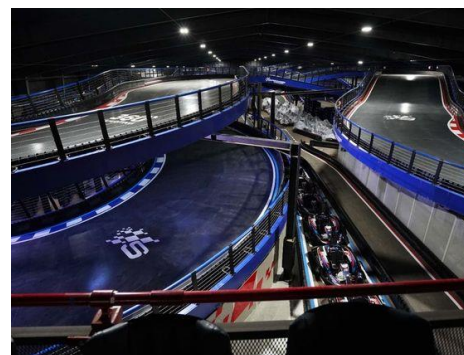
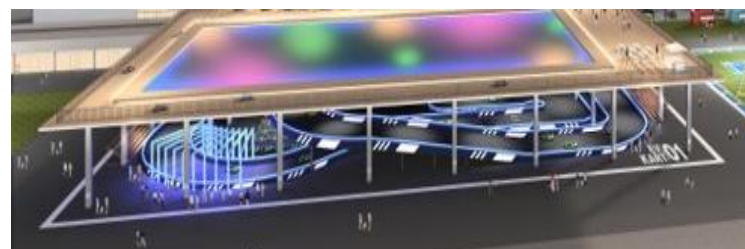
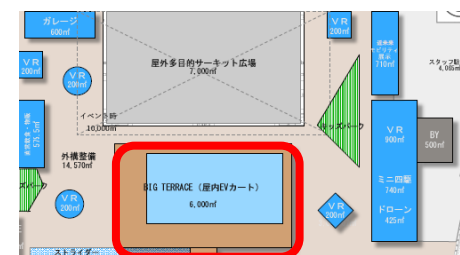
BIG TERRACE 1階 屋内EVカート イメージ



キッズカートエリアにおいては、プロジェクションマッピングによる「光の演出」を実施。「走る楽しみ」に加えて、「見る楽しみ」を提供。

全長約500mの日本最大規模の全天候型カート場。キッズカートからタンデムカート、大人用カートまで全てEVを動力とすることで静音と電子制御による安全対策を実現。

併設のシミュレーターには実際のコースの3Dデータを設定することで、走行前練習やシミュレーターによるタイムアタックが楽しめる。



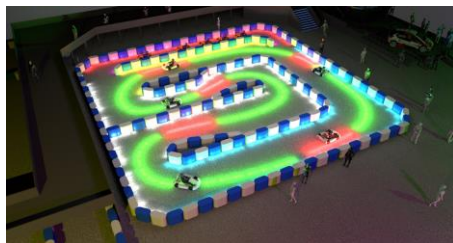
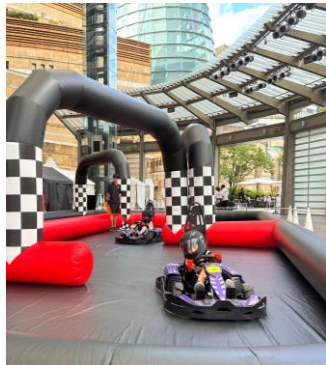
シミュレーター

2. 施設計画書 ー施設情報ー

ー施設計画書 4/11ー

BIG TERRACE 1階 屋内EVカート ～コンテンツイメージ～

子どもから大人まで誰もが楽しめる

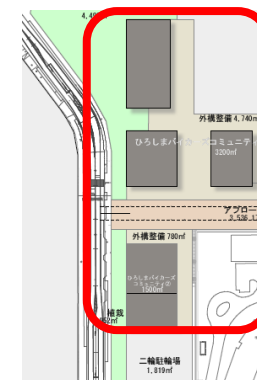


2. 施設計画書 ー施設情報ー

ー施設計画書 6/11ー

ひろしまバイカーズコミュニティ ～コンテンツイメージ～

バイカーが集い、話をし、情報を得る、そんなコミュニティの場を提供



2. 施設計画書 ー施設情報ー

ー施設計画書 8/11ー

ドローン、ミニ四駆、ストライダー、近未来モビリティ ～コンテンツイメージ～

ドローン

ゲーム感覚で楽しめる操縦体験 飛行経路や速度のプログラム体験



ミニ四駆

走行体験やレース

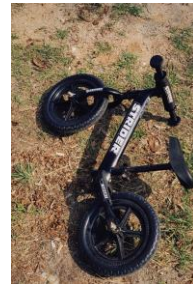


組立体験



キックボード、ストライダー

子供から大人まで楽しめるアクティビティ



近未来モビリティ

次世代に向けた自動車などの展示



2. 施設計画書 —施設情報—

キッズパーク、プレイパーク イメージ

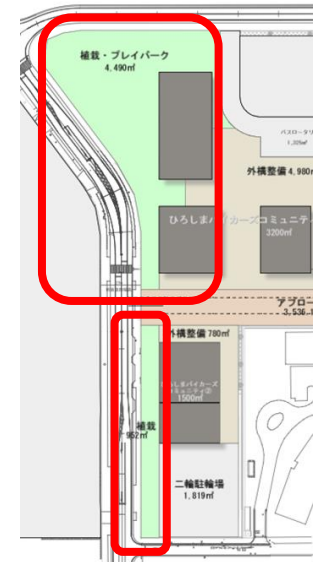
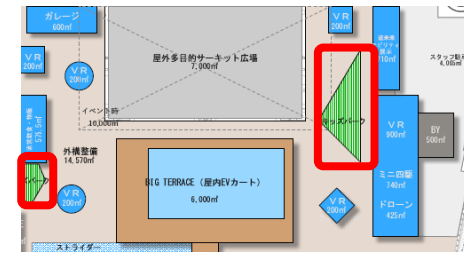
キッズパーク内には小さな子供が遊べるスペースをデッキ型休憩スペースが取り囲み、親は休憩スペースにて子供を見ながらくつろげる空間を提供。



環境配慮した緑化や憩いの場となるプレイパークも設置。



—施設計画書 9/11—



2. 施設計画書 ー施設情報ー

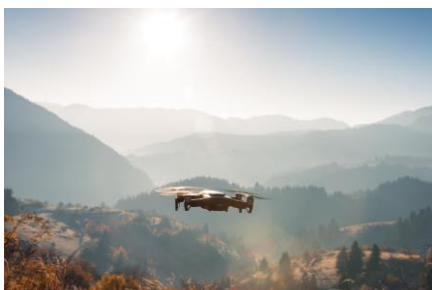
ー施設計画書 10/11ー

最先端の技術開発、実証実験

モビリティに関する最先端の技術開発と実証実験を積極的に実施
開業後も共創パートナーを始めとする各社と協力し、実証実験を行えるフェーズになったものから順次導入予定

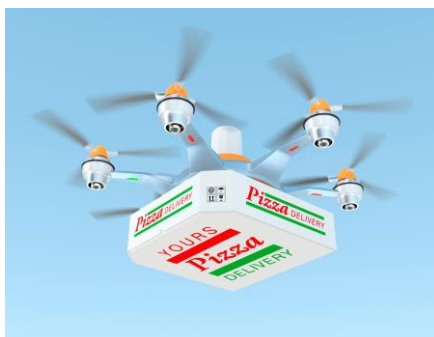
開業時に導入予定

デジタルツインを用いたアクティビティ



操作するドローン搭載カメラの映像をVRにてリアルタイムで体感

ドローン物流



専用アプリを使って飲食を注文すると、ドローンがお客様の元に直接配達

フォーミュラカーの電動化



電気を動力とするフォーミュラカーの開発/実験を行い、屋外多目的サーキット広場にて試乗できるサービスを将来的に提供予定

自動運転



自動運転の実証実験を行い、実装段階になったものから施設内移動手段として導入予定

2. 施設計画書 —交通アクセス—

—施設計画書 11/11—

施設内想定駐車台数について

- ・自動車用駐車場 1 2 0 0 台
- ・バイク用駐輪場 5 0 0 台

交通手段の確保

1. 交通インフラとの連携（バスロータリー、バス停、バス車庫、観光バス停留所）について

- ・年間の来場者数200万人達成のためにも公共交通インフラとの連携は必須であり、事業用地内に必要機能（バスロータリー等）を配置予定。特に市内からの移動については、定期運行バスが主要移動手段の一つとなるため、広島電鉄株式会社と協議中
- ・詳細位置においては、現在検討が進められている道路ネットワーク方針が固まり次第決定
- ・イベント開催時などの臨時バス運行や下記臨時駐車場からの輸送等についても、広島電鉄株式会社と協議中

2. 臨時駐車場について

- ・イベント開催時など敷地内の駐車場不足が想定される場合は、近隣施設の駐車場を臨時借用する事で、駐車場スペースを確保。臨時駐車場から施設まではシャトルバスによる輸送を計画
 - * 詳細の場所や規模については今後交渉

3. 西側駐車場から東側への移動について

- ・上記道路ネットワーク方針と「機能面」、「景観」、「コスト」を踏まえた上で、移動方法を検討
 - *横断歩道、歩道橋、ペDESTリアンデッキを中心に検討

3. テナント導入計画

-テナント導入計画 1/1-

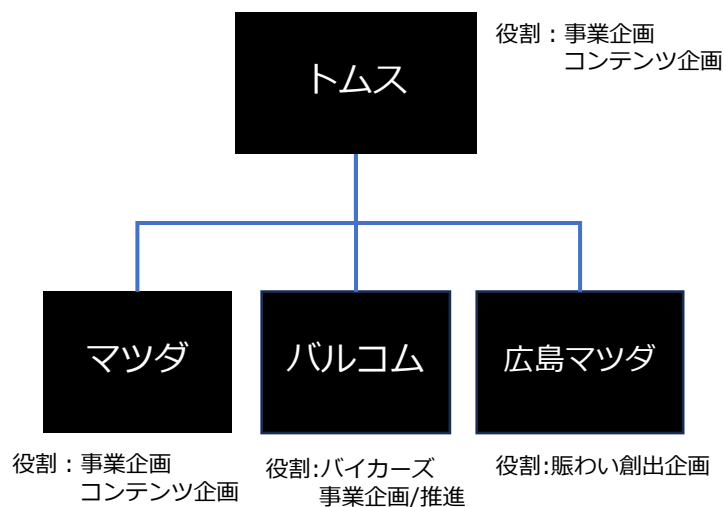
事業名（施設名）	導入するテナント候補	誘致方針	見通し
VR事業	<ul style="list-style-type: none"> モビリティ関連事業者（現自動車メーカー他） レースプロモーター 飲料メーカー 保険会社 広告代理店 有名IP（知的財産）保有者 	<p>VR事業においては、幅広いテーマに沿った体験を提供予定。</p> <p>モビリティに関しては普段味わうことが出来ないラリー走行体験やドローン遊泳などの非日常体験を提供。それ以外にも広島県や日本の観光名所を遊覧する体験や、映画やアニメの世界を体験できるなどの幅広いラインナップを取りそろえることを想定。</p> <p>テーマに関しても短期で入替を行い、常にコンテンツの新陳代謝を図る。</p> <p>そこで魅力あるコンテンツが提供できるよう、直営だけではなく、テナント方式やマーケティングパートナー方式など多岐にわたるプランを提示することで、テナント誘致を促進する予定。</p>	<p>トムスが取り組んでいるEVカート事業やVR事業に関して興味を持っている企業が既に多数存在するが、トムスが東京都江東区に2023年10月末開業予定の「シティサーキットTokyoBay」にて、ひろしまモビリティワールドの世界観の一部を実現することで魅力をより多くの企業に訴求していく。すでに実績として多くの企業とのコラボコンテンツが実現できており、これらを拡大していくことで多くのコンテンツ制作とマーケティングパートナーを募っていく。</p>
テナント事業【飲食・物販】	<p>[飲食エリア]</p> <ul style="list-style-type: none"> メジャーチェーン店（カフェ・ファーストフード・ファミリーレストラン） <p>[物販エリア]</p> <ul style="list-style-type: none"> モビリティ関連グッズ店 お土産店 	<p>[エリア共通]</p> <p>各エリアの目玉となるような有名店や話題の店を優先的に誘致。</p> <p>同時並行にて現マリーナホップ入居テナントならび一般公募を実施することで、核となる店舗を中心とした魅力ある飲食環境を構築。</p>	<p>[飲食エリア]</p> <p>核となる店舗を先に固め、誘致しやすい環境を構築してから、既存テナントならび新規テナントの誘致活動を展開する予定。</p> <p>[物販エリア]</p> <p>モデルカー、ミニ四駆、ラジコンなど、モビリティ関連に特化したグッズの取り扱いを計画。モデルカーについては、先行して、トムスによる「シティサーキットTokyoBay」にて実施予定。また、お土産店舗については、広島の名産を中心に地元企業ネットワークを活用した誘致を展開する予定。</p>
テナント事業【バイクーズ】	<ul style="list-style-type: none"> バイク施設運営事業者 	<p>バイクファンの方々が仲間と集い、出会える空間の提供を行える事業者を誘致。</p> <p>飲食やグッズの提供だけではなく、コミュニティ形成やファンづくりにつながるイベント企画や運営ができ、レンタルバイクなど利用者にとっても魅力あるサービス提供が出来る事業者を誘致し、ライト層からコア層までバイクに興味のある層の集客力を強化する。</p> <p>また、屋外多目的サーキット広場との連携により、実際にバイク走行ができる「場」の提供も施設全体として定期的に連携していく。</p>	<p>バイク乗りたちの情報交換やコミュニティ形成の場を提供し、イベント企画や飲食物販店の出店までトータルプロデュースを行っている事業者と出店いただくことを前提に協議中。</p> <p>今後詳細の出店要件について協議予定。</p>
イベント事業（屋外多目的サーキット広場）	<ul style="list-style-type: none"> イベント企画/運営会社 エンタメ事業会社 	<p>既存の音楽フェス、ライブエンターテインメント、ドローンイルミネーションなど人気のあるイベント開催に実績のある事業者を中心に本プロジェクトの魅力を伝え、多目的サーキット広場をメインに活用したイベントを定期的実施してもらうスキームを構築する。</p>	<p>複数のイベント企画/運営会社、エンタメ事業会社とは以前より「クルマ×エンターテインメント」というテーマで新しいイベント企画の話し合いを行っており、本プロジェクト内施設を使用する前提でのイベント企画を討議していく予定。</p>

4. 事業実施体制

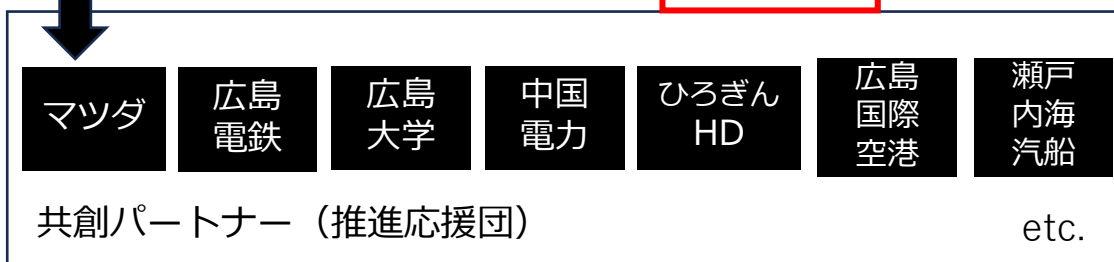
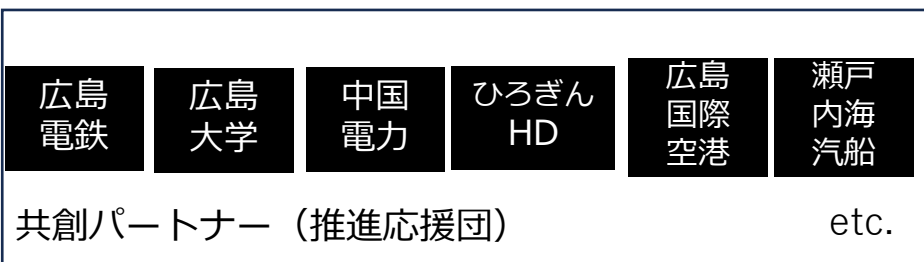
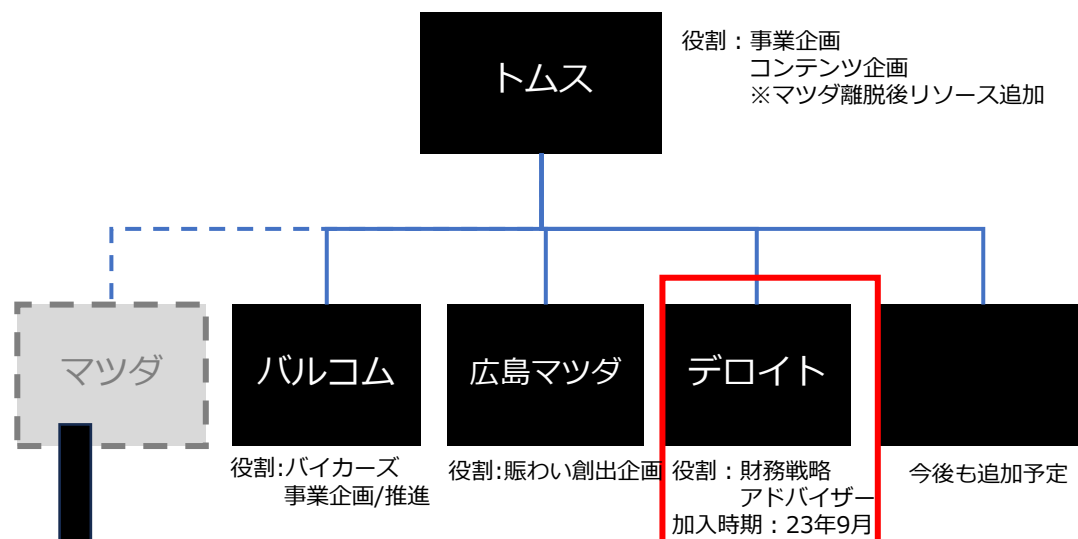
—事業実施体制 1/2—

構成員図

変更前
2022年8月基本協定締結時点



変更後



4. 事業実施体制

－事業実施体制 2/3－

構成員変更

1. マツダ株式会社の辞退・今後の関与について

本事業参画後、北米市場をはじめとした各国の規制強化やカーボンニュートラルへの対応等の外部環境変化が当初の想定を上回るスピードで進行しており、先行きが不透明な環境下において、経営資源をこれらの対応に集中して投入する必要があり、ひろしまモビリティワールドへの主要構成企業としての参画を辞退するという意向を示されました。但し、引き続き応援企業の1社として、モビリティを核とした、集客につながるようなコンテンツ等の提案、モビリティワールドのファシリティを活用したイベント招致等を通じて、ひろしまモビリティワールドを応援していきたいとの意向を示されています。

なおマツダがトムスと一緒に担う役割であった事業企画、コンテンツ企画についてはトムスの人的リソースの増強を図り補完していきます。

2. デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社の参画について

本事業に係る公募結果が公表されて以降、提案内容を実現するためのよりよい方策を協議・検討してまいりました。そしてこの度、デロイト トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社に新たに構成員として参画いただける事となりました。財務戦略の役割を担っていただき、資金調達において多面的な支援及びアドバイザーとして関与して頂く想定をしております。

マツダの構成員辞退に伴い、出資金を含む資金調達が難化するリスクはありましたが、デロイトの参画により資金調達先、手法の選択肢が増えるので当初計画以上の推進ができると考えております。

4. 事業実施体制

－事業実施体制 3/3－

共創パートナー（推進応援団）

共創パートナー（推進応援団）とは、ひろしまモビリティワールドの推進にあたっては、企業、各種団体等と連携し、知恵を出し合いながら、事業ビジョンの実現を目指したいと考えており、共に取り組む企業等を募集。参画頂く企業等については事業ビジョンの実現に向けた事業検討や事業推進に係る実証実験、共同研究などの企画協議を構成員とともに行います。

現時点での共創パートナー（推進応援団）の一例

1. 広島電鉄株式会社 ……交通インフラ全般
2. 広島国際空港株式会社 ……交通インフラ全般
3. 瀬戸内海汽船株式会社 ……交通インフラ全般
4. 広島大学 ……モビリティ関連技術の研究開発
5. 中国電力株式会社 ……電設関連支援
6. 株式会社ひろぎんHD ……金融面の支援
7. マツダ株式会社 ……イベント企画／集客支援

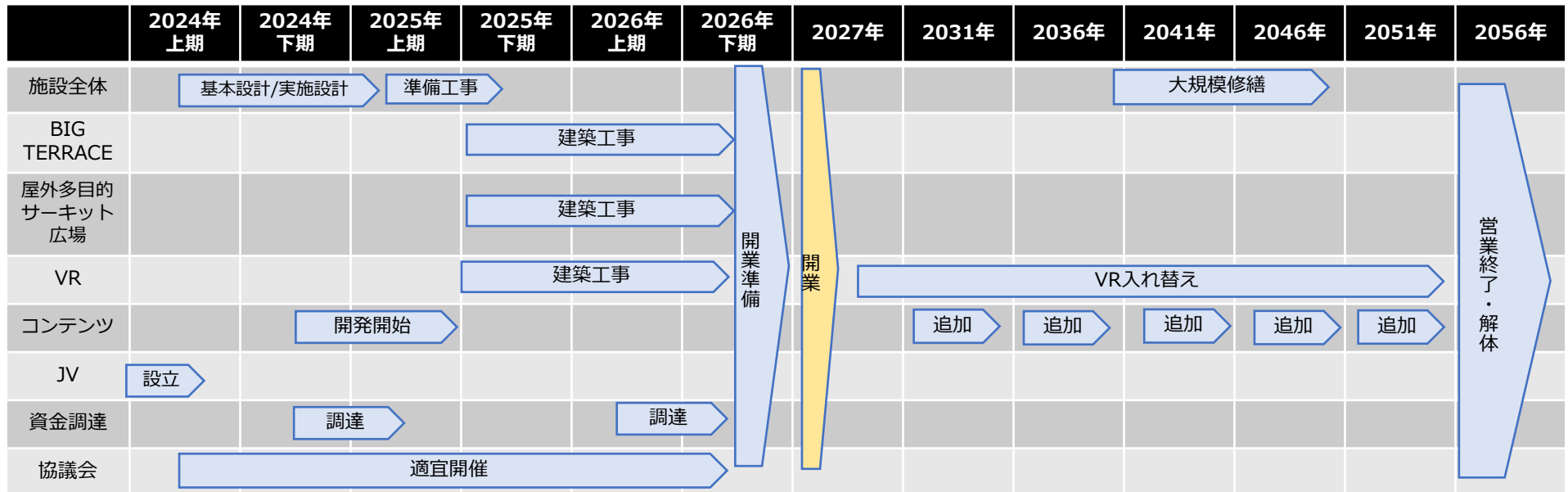
5. 施設管理運営計画

－施設管理運営計画 1/1－

事業種類	運営方針	提供サービス	運営方法
ひろしまバイカーズコミュニティ	・バイカー達のための施設とし、コミュニティを形成する場を提供します。	カフェ 用品販売 レンタルバイク	テナント管理
飲食・物販	・広島県の名物をはじめとした日本の美味しいものを提供します。	飲食	直営 テナント管理
	・当施設オリジナルグッズだけでなく、来場者のニーズにあった商品の販売します。	物販	直営 テナント管理
VR	・大型球体スクリーンを活かした最先端の体験型エンターテインメントを提供します。	大型球体スクリーンによる 体験/アトラクション	直営
近未来モビリティ展示	・国内外さまざまな車を展示することで、来場者が世界中の車に触れることができる施設を目指します。 ・自動運転、空飛ぶ車、MaaSなどの最先端技術のモビリティ領域における「聖地」にしたいと考えております、これらの技術を活かしたモビリティも積極的に展示をするよう計画をしていきます。	展示	直営
ミニ四駆、ドローン	・ミニ四駆、ドローン、ラジコンの組み立て体験や操縦/走行体験ができる場所と致します。	製作体験 操縦/走行体験	テナント管理
屋外多目的サーキット広場	・西日本で初となる、フォーミュラカーに乗ることができる場所として、国内・海外問わず観光客の方が訪れる、当施設の目玉コンテンツとなることを目指します。走行体験時間外にはガレージにて車両を展示いたします。	ドライビングレッスン	直営
	・お客様本人の車をサーキット内で運転することもでき、非日常的なドライビング体験ができる場所といたします。	運転体験	直営
	・定期的に音楽フェスや旧車愛好家のユーザー会などのイベントを開催し、様々な価値を提供していきます。	イベント開催	委託
BIG TERRACE、 屋内EVカート	・EVカートを用いて、体験型エンターテインメントを提供します。	EVカート体験	直営
	・全日本選手権も開催し観戦型エンターテインメントも提供します。		直営
	・BIG TERRACEでは、マリナーや宮島の景観を楽しんでいただくとともに、不定期にイベント開催を実施します。	展望デッキ イベント開催	直営

6. 事業スケジュール

－事業スケジュール 1/1－



- 施設全体
 - 15年目から20年目にそれぞれ大規模修繕を見込む
 - 最終年度には営業終了の上、解体工事を実施し、広島県へ返却する。
- VR
 - 本施設のVRはパビリオン形式を導入しているため、数年ごとにコンテンツの入れ替えを計画
- コンテンツ
 - 開業時に盛り込むことが出来なかったコンテンツについては、開業後に追加することを計画（5年毎）

7. 資金計画

1. 初期投資

投資総額：**約84億円**（建物/外構：約70億円、備品/ソフトウェア：約9.5億円、差入保証金：約4.5億円）

⇒施設内駐車台数を増やすため、建築面積を減らす工夫により、外構費を拡充

⇒テーマパーク特有の来場者の経年減少を想定し、コンテンツをアップデートしやすいように

頑丈な建物建築ではなく、ガレージ様式のような簡易構造建物に内装や外構を工夫する事で世界観を実現（建築費削減）

⇒リース資産を活用することで、初期投資金額を削減

2. 資金調達

自己資本：構成員3社（トムス、広島マツダ、バルコム）が出資を行うと共にデロイトが新たに出資者を募っていく

借入：シンジケートローンによる金融機関からの長期借入金調達を予定

金融機関との交渉に向けて、自己資本比率を高めていく

8. 来場者の集客戦略

—来場者の集客戦略1/1—

1. 来場者数想定：**200万人**

- 有料エリア : 100万人の集客ポテンシャル（国内：80万人、インバウンド20万人）
- 無料エリア : 40万人の集客ポテンシャル
- イベント : 60万人の集客ポテンシャル（音楽フェス、花火フェス、その他イベントを開催）

2. 年間来場者200万人達成に向けての施策

- 広島県観光連盟（HIT）との連携により、広島県の観光施策に沿った国内外への観光プロモーションを実施
- 大小さまざまなイベント機会創出により、リピート率を上げることでテーマパーク特有の来場者の経年減少をリカバリー
- 共創パートナー候補である旅行代理店との連携を図り積極的な国内外旅行客の取込施策を実施
- 大型スポットイベントの魅力を上げることで、新規来場者数の増加を図る
- 5年毎に新たな事業投資を行い、その時々々の時流に合ったコンテンツを追加し集客促進