

令和6年5月24日

大田区議会議長

押見隆太様

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員長

大橋たけし

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会中間報告書

本委員会に付託された調査事件につき、現在までの調査状況を下記のとおり報告する。

記

1 調査事件

- (1) 区の広報戦略について
- (2) シティプロモーションに係る区民協働の推進について
- (3) 観光のまちづくりについて
- (4) スポーツ資源の活用による地域活性化について

2 中間報告

本委員会では、スポーツ・観光をとおしたまちづくりにより、区に魅力を感じ国内外から来訪する人々が増加し「選ばれるまち」となるよう、また、地域がにぎわいあふれて区民が愛着・誇りをもてるまちとなるよう、多様な視点から調査・研究を行ってきた。

これまでの調査・研究結果について報告する。

(1) 区の広報戦略について

区は、シティプロモーションの取組を推進することにより、大田区に魅力を感じ国内外から来訪する人々の増加や、区民と来訪者の交流による、区内経済の好循環、国際都市としての活性化を目指している。さらに、区民がこれまで気づかなかった身近にある「おおたの魅力」を

再認識し、大田区をもっと好きになること、大田区での暮らしに愛着や誇りをもてるまちとなることを目指している。

① 大田区シティプロモーション戦略推進会議条例について

区は、令和6年3月11日、「大田区シティプロモーション戦略推進会議条例」を公布した。令和5年度に策定した新たな大田区基本構想（以下「新基本構想」という。）において、区が目指す将来像を実現するための方針の一つとしてシティプロモーションの強化が位置付けられた。一方で、区は、少子化問題などの区政課題に対し、子育てや教育の充実を図り、便利でにぎわいのあるまちづくりを推進していく局面を迎えている。また、令和5年度に、区は「SDGs未来都市」及び「自治体SDGsモデル事業」に選定され、SDGs推進の取組にも注力している。

このような状況を踏まえ、令和6年度、大田区シティプロモーション戦略を新基本構想及び今後策定される大田区基本計画と整合性を持たせ、地域のブランディングを刷新し、国内外から「選ばれる自治体」となるための方針を示すものに改定するとともに、戦略の目標を達成するための具体的な取組を示すアクションプランを策定する必要がある。そのため、戦略及びアクションプランの策定を検討し、今後の事業進捗を把握・検証する機能を持つ「大田区シティプロモーション戦略推進会議」を、区長の附属機関として設置し、より一層事業を強力に推進するとのことである。

委員からは、区が選ばれる自治体となるために大事な戦略会議体であり、民間のノウハウや他の自治体の事例について、会議の場において様々議論が交わされることを期待するとの意見、また推進会議のメンバーについては、役職や立場にとらわれず、若者、プロモーターなど、本区のプロモーション推進の積極的な担い手の登用を求めるといった要望があった。

② 大田区シティプロモーション推進事業の進捗について

本事業は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会やラグビーワールドカップ2019の開催、羽田イノベーションシティのまち開きを好機と捉え、令和元年度に大田区シティプロモーション戦略を策定し、発足した事業である。区は、令和5年度に策定した大田区シティプロモーション戦略アクションプラン第2期において、情報発信のさらなる強化、庁内推進体制の拡充に取り組んでいる。また、「伝わる発信」に取り組み、区外・海外から来訪する方にも大田区の多様な魅力・地域資源について知っていただけるよう、大田区シティプロ

ーションサイト「ユニークおおた」や区報、ホームページ、X、YouTube チャンネル等を活用し、戦略的なシティプロモーションを行っている。

区からは、大田区シティプロモーション推進事業の実施報告（令和5年度）について、直近1年間のユニークおおたの人気の記事トップ20や特集記事などのアクセス数が報告された。

委員からは、アクションプランの策定にあたり、目標設定等を深掘りし、何をしたらシティプロモーションが成功するのかを考えた上で、具体性のある話、多角的な話が報告されるよう期待するとの意見、またユニークおおたのアクセス数が多く、SNSのフォロワー数が少ないため、ユニークおおたからSNSに誘導できるよう、動線をつなげることの検討を求める要望があった。また、シティプロモーション推進事業について、デジタル化は急務であり、若年層をターゲットに予算を活用することも重要であるが、高齢の方はインターネットやSNSを利用しない方も多いため、そうした方への配慮も求めるといった意見、また、SNSの発信に関して、大田区公式アカウント、ユニークおおたアカウント、はねびよん公式アカウント等、相互に交流することでフォロワーの目につくよう、相乗効果が得られるような区全体での取組の検討を求める要望があった。

さらに、本委員会では、令和5年12月19日、横浜市シティプロモーション推進室へのヒアリングを実施し、令和4年度に広報・プロモーション・報道の一体化をねらった組織を立ち上げた横浜市の、市民向け、市外向けの広報・プロモーションについての取組を視察した。

本委員会としては、シティプロモーションの推進により、区に魅力を感じる国内外来訪者の増加、地域経済の活性化、区民のシビックプライドの醸成、地域力の向上につながるよう、引き続き区の広報戦略について調査・研究していく。

(2) シティプロモーションに係る区民協働の推進について

区は、シティプロモーションをより効率的・効果的に実行していくためには、区が区民・事業者等と協働・連携することが重要であり、大田区全体が一丸となってそれぞれが当事者として大田区シティプロモーションに取り組み、積極的な情報発信をしていくことが、地域力の向上にもつながるとして、大田区シティプロモーション戦略において、区、区民、事業者等による推進体制を掲げている。まず、区は、大田区シティプロモーションの中心的担い手として、区民や団体、事業者等との連携・調整を主体的に実施し、大田区ならではの魅力や地域資源の発掘・情報発信を国内外に向けて積極的に実施する。次に、区民は、それぞれ

が持つ知識や技能、アイデアを生かし、おおたの魅力に関する情報発信や、来訪者との交流、おもてなしに努める気運を高め、自発的に活動することが望まれる。そして、事業者や団体等は、事業分野やそれぞれが持つ強みを生かし、新たな地域資源づくりへの挑戦や、体験の場の提供、ホスピタリティあふれる対応等により、訪問先としての魅力アップに努めるとともに、シティプロモーションに関する区の情報発信への協力・連携が望まれる、とのことである。

本委員会としては、大田区シティプロモーションをより効率的・効果的に実行していくための区民協働の推進について、引き続き調査・研究していく。

(3) 観光のまちづくりについて

大田区は、東京・首都圏の空の玄関口である羽田空港を擁するとともに、池上本門寺や馬込文士村などの歴史・文化的な環境、多摩川や臨海部の水環境、身近で特徴的な公園・レクリエーション資源などが豊かなまちである。観光の視点からの見せ方や伝え方の工夫、他の資源との連携により、観光資源としての新たな魅力が顕在化する可能性を秘めているとともに、観光による交流の振興を引き金に、地元商店街やものづくりを中心とした中小企業の活性化により、住んでいる人がいきいきとする、そうしたまちづくりが期待されている。

① 大田区公式PRキャラクター「はねぴょん」の取組

大田区公式PRキャラクター「はねぴょん」は、平成28年3月の大田区制70周年を機に、区の魅力を区内外に発信し、区への愛着・誇りを醸成することを目的として誕生した。

平成30年度の観光PR特使任命以降、積極的に区内外のイベントへ参加するほか、キャラクターイベントでの交流等を通じ、認知度向上を図ってきた。

区からは、令和5年度の取組として、各地で開催された様々なイベントに積極的に参加し、区の観光情報や特産品のPRに努めていることの報告があった。7月に羽田空港第2ターミナル国際線到着および国内線出発ロビーの接続部分に開設されているウェルカムセンターにおいて、はねぴょんのデザインによる区PRブースを設置したほか、8月19日・20日に羽田エアポートガーデン1階グランドホワイエで開催された大田区&熊本県ご当地産品PRイベントでは、はねぴょんとくまモンによるグリーティングイベントを実施した。

また、はねぴょんX(旧ツイッター)フォロワー数は令和5年度の1年間で2,217人増え、

3月末日時点で8,828人と着実に増加しており、今後のはねびょんを通じて区の認知度向上を積極的に促進していくとのことである。

委員からは、はねびょんは他自治体の人気PRキャラクターのように人気が出るキャラクターであり、大田区民や他自治体の方から見ても面白い取り組みをしていると感じられるよう、今後も活躍を期待するとの意見があった。

② 令和5年度羽田空港「空の日」記念行事

羽田空港空の日フェスティバルは、従来、航空会社が主体となり実施し、区としては平成26年度から連携事業として令和元年度まで「国際都市おおたフェスティバル in 『空の日』羽田」を開催してきた。その後、コロナ禍の中止を経て、令和4年同様に令和5年度も9月30日に、羽田空港「空の日」記念行事实行委員会の一員として、地域の賑わいの創出と羽田空港との共存共栄を目的に実施した。

場所は、羽田空港旅客ターミナルと羽田エアポートガーデン等で、来場者数は約24,000人、うち約500人が来場した大田区ブースは、大田観光協会によるはねびょん×エアラインの特別デザインの缶バッジ及び缶バッジキーホルダー制作のワークショップの実施、国際都市おおた大使とのフリートーキングスペースが設置された。

今年度の総括としては、家族連れや航空業界ファンを中心に多くの来場者があり、本イベントの人気の高さが改めて認識できたことなどが挙げられた。今後の方向性としては、自治会連合会や関係団体で構成する大田区「空の日」企画委員会が出された、①目的の明確化、②こどもたちへの訴求、③関係各社・機関との一層の連携による事業の充実等の意見を踏まえ、実施していくとのことである。

委員からは、飛行機に乗らない日でも楽しめる本イベントの開催は、空港が近いことにより大田区に居住する利点でもあるため、目的の明確化という課題の中で、大田区ならではの体験ができるいい機会であり、こうしたことも意識して進めてほしいとの意見があった。

③ 大田観光協会事業

大田区の持つ地域力を活かした観光まちづくりの推進を目的として設立された大田観光協会では、まちの魅力を演出する事業や観光資源の調査研究、情報の収集・提供及び振興に係る事業など、大田区の特長や魅力を活かした様々な事業を展開している。

令和5年度は、勝海舟生誕200年にあたる本年、勝海舟ゆかりの地である墨田区、台東区、港区、大田区に存在する史跡を4区連携により巡ることで、江戸を救い、首都東京を創った人物の生涯に触れ、勝海舟記念館を擁する大田区の魅力を区内外に広くPRすることを目的に、勝海舟生涯探訪モニターツアーを8月24日と9月28日の2回に分けて実施した。アンケート結果によるとツアー満足度は大変満足と満足が91.5%となり、特によかったスポットとしては池上本門寺、勝海舟記念館などが挙げられ、また、毎日新聞や東京新聞でも報道された。今後の方向性としては、大田観光協会として初の4区連携によるモニターツアーを企画・実施したが、各区からガイド等の協力が得られ、参加者の満足度も高い事業となったため、今後、各区・関係者と協議しながら、継続的な事業実施に向け検討するとのことである。

また、11月25日にはおおたオープンファクトリーを56社の参加により開催した。令和5年度の特徴は、学生チームが各工場を取材し、工場の魅力発信、展示物・ディスプレイの方法等を提案した工場磨き上げプロジェクト、グランデュオ蒲田への出張型により実施したまちこうばがやってくる、施設内の見学や入居企業によるワークショップを実施したinnoba大田などで、総来場者数は約3,200名であった。実施後のアンケートでは、参加工場の約9割から、地域との交流が達成されたとの回答があり、参加者からは大田区のまちが好きになった、再度訪れてみたいとなったとの回答があった。

委員からは、勝海舟生涯探訪モニターツアーについて、このイベントを機に、他区との連携をさらに深め、勝海舟関連の事業を積極的に進めてほしいといった意見、またおおたオープンファクトリーについて、大田区のユニークな取組で全ての企画・会場に参加したい思いがあるが、1日の開催で全てをまわるのは難しいため、参加企業の意見も聞きながら、開催日と会場を分けることも検討し、多くの方が参加しやすい形を検討してほしいとの要望があった。

本委員会としては、外国人旅行者をはじめとした国内外からの来訪者の受け入れ環境の整備をさらに進めていくとともに、区内での滞在や回遊、消費に結びつけていく観光施策について、今後も研究をより深めていく。

(4) スポーツ資源の活用による地域活性化について

区は、平成30年3月に策定した「スポーツ推進計画（改訂版）」において「スポーツで創

る健康で豊かなくらしとまちの活力」を基本理念に掲げ、区の地域力を活かし、世界に誇れるユニバーサルなスポーツ環境を構築し、「誰もが健康に暮らせるまち」を実現するとし、またその取組を通じて、区民の生活の質を向上させ、定住を促進するとともに交流人口の拡大、関連産業の振興を図るための施策を推進している。

① おおたランニングフェスティバル2024の実施について

区は、東京2020大会により高まったスポーツへの関心をより一層向上させるとともに、区民がランニング・ジョギングに気軽に取り組むきっかけを作り、区民のスポーツ実施率の向上及び健康増進を図ること、また、大田スタジアムや大井ホッケー競技場を会場とすることで、新スポーツ健康ゾーンの認知度を高めることを目的に、令和6年2月17日に、おおたランニングフェスティバル2024を開催した。

参加人数は延べ約5,400名で、ファミリーラン、ジュニアラン、5kmラン、リレーマラソンの4種目で実施したランニング大会には約1,200名、こどもが自由に遊べるキッズエリアのほか、スポーツ体験会やランニング教室を実施したサブイベント等には約4,200名の参加があった。参加者からは、楽しかった、今後も続けてほしい、こどもと初めてランニングイベントに参加でき思い出になった、色々なサブイベントがあり、こどもと参加しやすいとの感想が得られたとのことである。

委員からは、参加者の声を聞くと概ね好評であり、大成功と言える第1回大会であった一方、2月の寒い時期の開催であった点については、応援に来る家族や仲間も含め、様々な人がスポーツイベントとして楽しめる時期を検討することも求めるとの意見、また区民、議員、区長、職員が皆一緒に汗をかく素晴らしい機会となったランニング大会であり、来年も実施を期待するといった意見があった。

② 大田区立中学校部活動の地域連携・地域移行について

学校部活動については、少子化の中でも将来にわたり、生徒がスポーツ・文化芸術活動に継続して親しむことができる機会を確保することを目指し、学校部活動が生徒にとって望ましいスポーツ・文化芸術環境となるよう、適正な運営や効率的・効果的な活動の在り方について、国や都がガイドラインや推進計画を策定している。

区からは、こどもたちのスポーツ・文化芸術活動に親しむ機会の確保や教員の働き方改革等の観点から、国や東京都の学校部活動の地域連携・地域移行のガイドラインを踏まえ、区、

教育委員会、（公財）大田区スポーツ協会、（公財）大田区文化振興協会、総合型地域スポーツクラブ、学校関係者等を構成団体とした大田区立中学校部活動の地域連携・地域移行に関する検討会を設置したことの報告があった。

令和5年12月22日に開催された第1回検討会においては、出席者から、モデル事業に関する意見として、トライアンドエラーを繰り返しながら、次の問題解決に向けての環境づくりが非常に大事ではないかといった意見や、子どもたちの部活動を子どもたちの目線で考えてほしい、大田区はエリアが広いので、区全体の考え方のほかにも地域特性にも配慮しながら考える必要があるといった意見が得られたとのことである。

委員からは、当事者である子どもたちがどう感じているか、丁寧な聞き取りや様々な方法を通じて子どもたちの意見を捉え、いい部活動に発展していくよう期待するとの意見があった。

③ 大田スタジアムにおけるスポーツ以外の利用基準の制定について

大田スタジアムは、令和元年7月のリニューアルオープンに合わせて昇降式マウンドを設置し、グラウンドをフラットにして、スポーツ以外で利用することが可能となった。区からは、利用方法における具体的なルールがなかったため、興行等のスポーツ以外で利用する場合における原状回復や周辺施設（臨海斎場・大井競馬場）への配慮などに関して必要事項を定めたことの報告があった。

スポーツ以外の想定例としては、ライブ・コンサート等の興行、テレビ・CM等の撮影であり、主な利用基準としては、（1）利用方法の確認、（2）グラウンド内での禁止行為、（3）昇降式マウンド、（4）グラウンド内へ設置する工作物、（5）発生させる音について定めたとのことである。

委員からは、コロナが落ち着き様々な目的で大田スタジアムが利用されることが想定される中、多くの方に利用いただき、大田スタジアムの存在が広く知られるようになることを期待するとの意見があった。

本委員会としては、「する」「みる」「ささえる」の3つの視点に立ったスポーツの充実を図るとともに、恵まれたスポーツ資源が集積した新スポーツ健康ゾーンを最大限活用し、区民の健康増進とまちの活力をより高めていくため、引き続き調査・研究を行っていく。

(5) 行政視察について

本委員会では、令和5年10月26日から27日の2日間にわたり、北海道千歳市及び北海道北広島市の視察を行った。

千歳市では「千歳市観光振興プランについて」、北広島市では「ボールパーク構想について」の項目について、それぞれ視察を行った。

詳細な視察報告については、「シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 行政視察報告書」を作成したので、そちらをご参照いただきたい。

[\(シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 行政視察報告書\)](#)

(6) シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会の今後の展開

区は、未来に向け、夢や希望を持って、区民が笑顔で暮らすことができるまちをつくり上げていくための確かな羅針盤として、約15年ぶりに新基本構想を策定した。

新基本構想で描いた将来像を実現するためには、住む場所・働く場所・学ぶ場所・訪れる場所として選ばれ、まちの活力を維持・向上させていくことが重要である。そのため、多様な魅力や地域資源を踏まえた戦略的なプロモーションにより、区の認知度やブランドイメージを向上させ、また、大田区での暮らしに愛着や誇りを持てるよう、区民に対しても積極的に区の魅力を伝えていくとしており、新基本構想を着実に実現するために、区が方針の一つとして掲げたシティプロモーションの強化が欠かせない。

観光施策の取組としては、昨今のインバウンド需要の回復などに伴う人流の増加により、観光を取り巻く状況はコロナ禍前に戻りつつあるため、国内への意識だけでなく国際感覚を持ちながらイベントの実施や広報・周知に力を入れていく必要がある。

一方、スポーツ推進においては、東京2020大会開催によるスポーツへの関心の高まりを受け、スポーツを楽しむ機会を提供し、区民のスポーツ実施率の向上と健康増進を図ることが求められている。

地域がにぎわいあふれて区民が愛着・誇りをもてる「選ばれるまち」となるよう、今後もより一層、多様な視点・観点からの調査・研究を行っていく必要性を強調し、シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会の中間報告とする。