

地域産業委員会 案件一覧

(令和6年5月14日開催分)

○所管事務報告 6件

部局	報告順	件名	資料番号	説明者(所管課長名等)
地域力推進部	1	大田区大森北四丁目複合施設の開館日及び愛称の決定について	25	飯野 入新井特別出張所長
スポーツ・文化・国際都市部	2	大田区平和都市宣言記念事業「平和のつどい」協賛金について	27	阿部 文化振興課長
	3	『おおたの文化 week in GRANDUO』の実施報告について	28	
産業経済部	4	大田区産業プラザ大規模改修工事に伴う施設内貸室の休館について	42	石川 産業振興課長
	5	大田区プレミアム付商品券事業の令和5年度実施結果及び令和6年度の実施について	43	元木 商業・観光振興担当課長
	6	令和5年度 商店街賑わいPR事業「大田区×ことりっぶ おでかけキャンペーン in 池上・西馬込」の実施報告について	44	

大田区大森北四丁目複合施設の開館日及び愛称の決定について

1 開館日

令和6年9月1日（日）

※当日開館記念式典、別途事前内覧会等を予定

2 愛称選考結果

(1) 決定愛称

スマイル大森（英語表記：SMILE OMORI）

(2) 選考経過

令和5年12月に、入新井第一小学校の4年生から6年生の児童から愛称候補を募り、愛称選考委員会の選考を経て、愛称を決定した。

児童提案数 244点

選考委員会 令和6年2月2日（金）から2月29日（木）までの期間で書面開催

(3) 選定理由

複合施設を利用する大森地域をはじめとした大田区の皆様がスマイルになれるようにとの児童の思いが込められており、本年3月に策定した新たな大田区基本構想の将来像に掲げる「笑顔のまち大田区」にも合致するため。

(4) 今後の広報

区ホームページ及び大田区報等において公表・周知予定

(5) その他

愛称提案者を開館記念式典に招待し表彰を行うほか、記念品を進呈する。



大田区平和都市宣言記念事業「平和のつどい」協賛金について

大田区は昭和59（1984）年8月15日に「大田区平和都市宣言」を行って以降、毎年8月15日に大田区平和都市宣言記念事業「花火の祭典」として式典を開催するとともに花火を打ち上げてきたが、令和元年以降は悪天候やオリンピックによる中止で開催できていない。令和6年度は事業名称を「平和のつどい」に変更し、式典を屋内、花火打ち上げを屋外で開催し、区民に平和の尊さや大切さを感じていただき、平和なまちを未来へ引き継ぐことを目的として開催する。

協賛金について

令和6年度については、中止となった令和元年、令和5年度に寄せられた協賛金の繰越金により花火を打ち上げできるため、募集を行わない。

（1）花火内容

花火打ち上げ 約4,000発

（2）広報

今年度の協賛金については以下の媒体を活用して広く周知する。

区ホームページ、文化振興協会 Art Menu

地域産業委員会 令和6年5月14日
スポーツ・文化・国際都市部 資料28番
所管 文化振興課

「おおたの文化 week in GRANDUO」の実施報告について

1 期 間

令和6年3月13日（水曜日）から26日（火曜日）まで

2 場 所

グランデュオ蒲田 3階東西連絡通路（西蒲田七丁目68番1号）

3 実 施

主催：ジェイアール東日本商業開発株式会社グランデュオ蒲田、大田区

協力：大田区伝統工芸発展の会

4 内 容

（1）伝統工芸品等の展示

大田区伝統工芸発展の会の協力のもと、様々な伝統工芸品の他、“蒲田切子”や“炭ギャラリー”の展示

（2）伝統工芸士による実演（期間中の正午から午後6時まで）

（3）伝統工芸品ワークショップ（3/16・17・20・23・24の5日間限定で実施）

（4）伝統工芸士によるライブパフォーマンス

5 来場者数 約15,000人

6 総 括

（1）ジェイアール東日本商業開発株式会社との連携

本事業の実施にあたり、会場提供やチラシ3,300部の作成、LINEでの配信、インスタグラムやX（旧ツイッター）、ホームページ等の広報、当日のワークショップ運営補助などの連携を行った。

（2）伝統工芸士による工芸品の制作実演・ライブパフォーマンス

開催14日間、延べ54名の伝統工芸士が実演し、「江戸時代の掛け軸の修復」など3種類のライブパフォーマンスを行った。

普段触れる機会の少ない技術を間近で披露することで、大田区の伝統工芸の素晴らしさをPRした。

（3）伝統工芸士によるワークショップ

計5日間、9種類のワークショップを実施し延べ313名が参加した。

職人の手仕事を実際に体験してもらうことで、参加者に伝統工芸を身近に感じてもらうとともに、その魅力を伝える機会となった。

（次頁あり）



伝統工芸品展示コーナー（蒲田切子）



伝統工芸品展示コーナー（炭ギャラリー）



実演 和の手仕事



伝統工芸ワークショップ



ライブパフォーマンス
【氷彫刻】



ライブパフォーマンス
【江戸時代の掛け軸の修復作業】

大田区産業プラザ大規模改修工事に伴う施設内貸室の休館について

1 概要

産業プラザにおいては「大田区公共施設等総合管理計画」に基づき、施設の長寿命化改修(機能回復・機能向上)を目的とした大規模改修工事を予定している。

現在計画している工事内容及び施設内貸室の休館スケジュールについて、以下のとおり報告する。

2 工事内容 (予定)

機能回復	機能向上
<ul style="list-style-type: none">・ 防水改修・ 外壁改修・ 電気設備機器交換・ 給排水設備機器交換・ 空調機器交換・ 内部改修	<ul style="list-style-type: none">・ 利便性向上を目的とした共用部改修(1階アトリウム等)・ 貸室の新設・ バリアフリー改修・ 防災・防犯改修・ 断熱化・省エネ化・高耐久改修

3 各室休館スケジュール (予定)

期間：令和7年7月～令和9年10月 (別紙のとおり)



(参考) 大規模改修工事後の1階アトリウム周辺イメージ

4 備考

利用可能であっても騒音や振動が発生しうることや、工事情形による利用休止や利用日変更をお願いする可能性もあるため、予約案内及び申請時には適切な案内に努める。



大田区産業プラザ大規模改修工事に伴う貸室の休館スケジュール（予定）

	令和7年度（2025年度）	令和8年度（2026年度）	令和9年度（2027年度） <small>※現時点では令和9年10月までの工期を予定している</small>
6階 C～E会議室	休館:R7年7月～R9年1月頃		
6階 F、G会議室	休館:R7年7月～R8年8月頃		
4階 コンベンションホール	土日休館 R7年7月～11月頃	休館 R7年11月～R8年4月頃	休館 R8年9月～R9年2月頃
4階 和室	土日休館 R7年7月～11月頃	休館 R7年11月～R8年4月頃	休館 R8年9月～R9年2月頃
3階 特別会議室	土日休館 R7年7月～11月頃		休館:R8年9月～R9年9月頃
2階 小展示ホール	土日休館 R7年7月～11月頃	休館 R7年11月～R8年4月頃	休館:R9年2月～9月頃
1階 大展示ホール	休館:R7年7月～R8年4月頃		
1階 A、B会議室	土日休館 R7年7月～11月頃	休館:R7年11月～R8年9月頃	

R7年7月

※本スケジュールは上下階での工事による騒音等の影響も想定し、現時点での最長期間を示している。なお、工事工程の進捗状況により変更する場合がある。

大田区プレミアム付商品券事業の令和5年度実施結果及び 令和6年度の実施について

標記事業について、受託事業者からの最終報告（利用者及び登録店舗のアンケートを含む。）に基づく利用実績の分析及び検証結果を報告する。

1 令和5年度の実施結果

(1) 大田区プレミアム付デジタル商品券

	第1期	第2期	合計
プレミアム率	20%		
発行部数	17万部	8万部	25万部
申込期間	6/1～6/30	7/18～8/4	
利用期間	7/10～1/9	8/10～1/9	
申込状況	42,808人	21,436人	64,244人
	208,313部	103,407部	311,720部
当選状況	34,936人	16,568人	51,504人
	170,004部	79,996部	25万部
購入(チャージ)状況	33,654人	15,792人	49,446人
	980,634,000円	456,384,000円	1,437,018,000円
利用総額	1,435,274,718円		
利用者数	49,428人		
登録店舗数	2,236店		

(2) プレミアム付地域商品券

商店会	6商店会（全140会のうち4.3%）
プレミアム率	10%
販売期間	おおむね3日間程度
販売方法	事前申込、申込はがき、WEB申込、整理券、店頭抽選
使用期間	2か月間～6か月間
総発行冊数	13,016冊
総販売冊数	12,537冊
総販売枚数	137,907枚
換金枚数	127,797枚（1,000円券×21,891枚、500円券×105,906枚）
利用総額	74,844,000円

(3) 効果検証

ア 利用状況

(ア) デジタル商品券の利用者数は49,428人、利用総額は約14億3,527万円に及び、一般財源支出約3億6,800万円に対し、3.9倍の経済効果があり、区民生活支援及び区内の経済循環創出に寄与した。

(イ) デジタル商品券は発行部数25万部に対して約31万部の申込があったほか、購入(チャージ)額の99.9%が利用されていることから、デジタル商品券事業の認知度の向上と地域におけるキャッシュレス決済が進んでいると考えられる。

(ウ) デジタル商品券の利用は依然として8割が大型店での利用に偏りがちであった。

イ アンケート結果等から

(ア) デジタル商品券の利用者 () 内は令和4年度数値

知ったきっかけ	大田区報等 28.8% (24.5%) ポスター 23.4% (25.6%) 口コミ 13.2% (12.2%)
購入理由	お得 54.7% (51.6%) 利用店舗 18.9% (18.5%) キャッシュレスが魅力 11.1% (14.6%)
アプリの操作	満足 84% (79%) どちらともいえない 9% (10%) 不満 7% (11%)
今後の利用	利用したい 98% (92%) どちらともいえない 2% (6%) 利用したくない 0% (2%)

(イ) デジタル商品券の登録店

申込理由	売上増を期待 25.8% (20.6%) 地域の消費喚起への貢献 20.7% (16.4%) 来客数増を期待 18.9% (18.2%) 手数料負担なし 13.2% (19.6%)
今後の参加	参加したい 93% (83%) どちらともいえない 6% (15%) 参加したくない 1% (2%)

ウ 運営全般

(ア) 常設型相談ブース(産業プラザPi0、東西株式会社オフィス)では、操作や申込・利用方法について一人ずつ説明を実施した。また、区内各所の説明会や高齢福祉課のスマホ講座と連携した説明会も実施した。

(イ) 専用アプリのお知らせやクーポンを配信できる機能を活用し、中小個店の販促をフォローした。

(ウ) 受託事業者のスタッフが店舗に巡回・訪問する等、店舗に寄り添った細やかな対応を行った。

2 令和6年度の実施内容

(1) 大田区プレミアム付デジタル商品券

ア 目的

プレミアム付き商品券の発行により、中小個店・区民生活の支援、キャッシュレス決済の一層の普及、消費喚起を図ることで区内経済の活性化につなげる。

イ 事業概要

プレミアム率	20%（購入 5,000 円→利用 6,000 円）
対 象	区内在住・在勤・在学者
発行部数	最大 20 万部（発行総額：最大 12 億円）
購入上限	1 期・2 期いずれか 1 回、1 人 4 部まで
利用方法	スマートフォンに専用アプリをダウンロードして申込、チャージ、利用する。昨年度と同様のアプリを利用。

ウ スケジュール

第 1 期	7/8（月）12：00～7/31（水）18：00	申 込
	8/8（木）12：00	当落通知
	8/8（木）12：00～2/7（金）23：59	利 用
第 2 期	8/19（月）12：00～9/6（金）18：00	申 込
	9/13（金）12：00	当落通知
	9/13（金）12：00～2/7（金）23：59	利 用

エ 広報

(ア) 区内在住クリエイターまりんさんが描く「#消しかす。」を令和4年度・令和5年度に引き続き PR キャラクターに採用。

(イ) 特設サイト及びコールセンターは 6/24（月）開設。区報は 7/1 号、8/1 号。

(ウ) その他、SNS 広告、各イベントや駅前でのチラシ配布等。



R5 チラシ・ポスター



R5 ポスター（横）



R5 登録店ステッカー

次頁あり

オ 利用者対応

(ア) 常設型相談ブースを産業プラザ Pi01 階に、6/24 (月) ~10/31 (木)、平日 9 ~18 時の間で設置 (予約不要)。

申込・購入・利用の手順やスマートフォンの操作等、利用者のスマートフォンと一緒に操作しながら一人ずつ対面で説明が可能。

(イ) 7月以降、区施設3か所(池上会館、消費者生活センター、田園調布せせらぎ館)で利用者説明会を実施するほか、地域力推進課及び高齢福祉課と連携し利用者説明の機会を設ける予定。

カ 参加店開拓

(ア) 令和6年度は中小個店支援の側面から「中小個店専用デジタル券」を発行する。利用者の利便性や中小個店におけるキャッシュレス決済導入推進のため、委託業者による参加店開拓スタッフを昨年度の4名から7名に増員し、地域の中小個店に対してより丁寧な説明を行い、事業参加を促していく。

(イ) 地域力推進部と連携し、地域から店舗情報を収集するなど、本券取り扱い店舗の拡大に努める。

令和5年度 商店街賑わいPR事業

「大田区×ことりっぷ おでかけキャンペーン in 池上・西馬込」の実施報告について

1 事業目的

民間事業者の力を活用し、来客および回遊性向上を促進するとともに商店街の活性化を図る。

2 PR事業

(1) 概要

令和5年度は、梅の開花時期に合わせ、池上エリアと西馬込エリアに焦点をあて、旅行ガイドブック「ことりっぷ」を活用し、商店街店舗並びに区内スポットの紹介や、冊子を用いたスタンプラリーを実施した。また、掲載店舗ではキャンペーン限定スイーツ等の提供やプチイベントを開催した。

(2) 開催期間

令和6年1月20日(土)～2月29日(木)

※スタンプラリーの終期を2月18日(日)から2月29日(木)まで延長。

(3) ことりっぷ小冊子作成

ア 作成部数 20,000部

イ 掲載内容 店舗16件(池上9件、西馬込7件)、観光スポット3件

ウ 冊子配架

東急電鉄沿線駅62駅、都営浅草線沿線駅16駅、掲載店舗16か所、
区施設6か所

(4) ことりっぷWEB

小冊子から抜粋した、店舗4件、区内スポット2件を掲載

ア 配信開始 令和6年1月19日(金)

イ PV数 18,254(令和6年2月29日時点)

(5) 限定スイーツ提供及びプチイベント開催

ア 限定スイーツ提供 4店舗

イ プチイベント開催 5店舗

プチイベントを開催した5店舗の内4店舗が、今回のキャンペーンをきっかけに自主でイベント継続を検討。

(6) スタンプラリー

ア スタンプ設置個所 掲載店舗16か所

イ 景品配付実績 クリアファイル384枚、スマホ用ストラップ313本

ウ 景品交換場所

(ア) セブンイレブン大田区池上駅南店(池上南口商店会)

(イ) だらっぐぱぱす西馬込店(西馬込商店会)

3 広報結果

(1) YouTube「東京カフェちゃんねる」の活用

人気ユーチューバーによる掲載店舗等の紹介動画を配信した。

ア 配信開始 令和6年1月9日(火)

イ 再生回数 55,684(令和6年2月29日時点)

(2) キャンペーン特設サイト

キャンペーン詳細や参加店舗などの情報を一元化した特設サイトを制作した。

また、プチイベントなど各コンテンツのWEBページを大田区商店街ナビ「おーたふる」内に制作し配信した。

ア 特設サイト セッション数：13,390

イ 各コンテンツページ セッション数：8,487

(令和6年3月1日時点)

(3) 大田区商店街連合会のSNSによるキャンペーン情報配信

ア X(旧Twitter) 投稿数：77、リーチ数：151,616

イ Instagram 投稿数：75、リーチ数：106,571

ウ LINE 投稿数：3、リーチ数：2,400

(令和6年3月1日時点)

(4) 掲載店舗のInstagramでの告知

各店舗が積極的に発信し、キャンペーン前後比で全店舗ともフォロワー数が増加。

ア フォロワー増加数 平均89

イ フォロワー増加率 平均5.87%

(5) その他

ア ポスター掲出

東急電鉄沿線駅、都営浅草線沿線駅、掲載店舗、商店街、区施設

イ 東京・大田観光協会公式サイト「大田ナビ」でのキャンペーン情報発信

PV数：711(令和6年3月31日時点)

ウ PRタイムスによるプレスリリース

転載サイト：44、PV数：772(令和6年2月8日時点)

4 アンケート回答

店舗	<ul style="list-style-type: none">・キャンペーンへ参加し、新規顧客が「増えた」が全体の87.5%・参加したことで店舗の「PRに繋がった」が全体の93.8%・参加したことで店舗の「売上増加に繋がった」が全体の81.3%
参加者	<ul style="list-style-type: none">・キャンペーンを知ったきっかけは、「小冊子」が全体の22.9%で最多・キャンペーン全体の満足度は「大変満足」が58.3%で最多・池上・西馬込の店舗や商店街を知るきっかけになったが全体の96.4%・再び池上・西馬込を訪れたいと思うが全体の96.4%。



ことりっふ小冊子



2024.01.19

[PR] 東京都 池上 西馬込

歴史ある池上本門寺に梅園、とっておきのカフェ&スイーツ。池上・西馬込をよみみちせんぼ

都心からも横浜からもアクセスしやすい、東京都大田区の池上・西馬込エリア。昔ながらの風情を残す一方で、街には個性豊かなカフェやショップが続々と誕生し、新たなにぎわいを見せています。歴史あるお寺、梅が咲き誇る梅園、ここでしか味わえないスイーツ。おさんぽするのが楽しい街を、あちこち立ち寄りながら1日のんびり歩いてみませんか？限定グッズがもらえるスタンプラリーも開催していますよ。

ことりっふWEB



キャンペーン特設サイトトップページ

プチイベントのガーデンパーティーの様子



限定スイーツの「苺のシュークリーム」



冊子配架（西馬込駅）



ポスター掲出（池上駅）