

# シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 案件一覧

(令和7年3月3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)
企画経営部	1	大田区シティプロモーション推進事業の進捗(令和7年1月)等について	12	伊藤 広聴広報課長
	2	大田区シティプロモーション戦略等の策定について(3月)	13	
国際都市部 スポーツ・文化・	3	(仮称)大田区スポーツ推進計画(令和7~令和11年度版)(案)に係る区民意見公募手続(パブリックコメント)実施結果及び計画案について	14	千葉 スポーツ推進課長
産業経済部	4	大田観光協会事業「おおたオープンファクトリー2024」について(実施結果)	13	元木 商業・観光振興担当課長
	5	大田観光協会事業「おおたの桜を楽しもう2025」の実施について	14	
	6	大田観光協会の取組について(実施結果)	15	

## 大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和7年1月）等について

### 1 シティプロモーション推進事業について

新たな大田区シティプロモーション戦略の方向性を踏まえ、区民や事業者・関係団体等と連携協力し、区の施策や地域資源の広報PR等に取り組んでいる。また、郷土博物館などと連携して親子で楽しめるイベント情報等に関する動画を制作し、主に子育て世帯に向けた区の魅力の発信を行った。

### 2 大田区シティプロモーションサイト「ユニークおおた」及びSNSの実績

#### (1) サイトビュー数（月末時点）

##### ・「ユニークおおた」の閲覧状況

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
総ビュー数	39,744	41,158	30,170	31,789	30,367	31,331	47,561	37,475	40,705	35,907	-	-

##### ・特集記事について

「クリエイティブなまち蒲田は学生が地域で活躍中！東京工科大学 & 日本工学院専門学校」と「平和島でわくわく体験 家族で楽しめる遊び場をご紹介します」を公開しました。



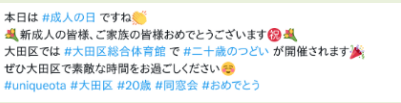


#### (2) SNSのフォロワー数（月末時点）

※カッコ内は前月比

SNSアカウント名	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
X (旧Twitter)	2,586	2,665 (79)	2,693 (28)	2,718 (25)	2,743 (25)	2,757 (14)	2,784 (27)	2,824 (40)	2,884 (60)	2,952 (68)	2,964 (12)
Instagram	1,349	1,363 (14)	1,384 (21)	1,393 (9)	1,407 (14)	1,425 (18)	1,436 (11)	1,455 (19)	1,468 (13)	1,488 (20)	1,505 (17)
Facebook	796	808 (12)	812 (4)	815 (3)	819 (4)	819 (0)	819 (0)	823 (4)	824 (1)	824 (0)	827 (3)

##### ・Xの人気記事（1月末時点）

自動運転バス	たこぺったん動画	成人の日
投稿日:1月30日 インプレッション数:11,856 いいね数:57	投稿日:1月25日 インプレッション数:3,416 いいね数:39	投稿日:1月13日 インプレッション数:2,941 いいね数:16
		

・ Instagram の人気記事（1月末時点）

たこべったん動画	蒲田陸橋	博物館のまなびの広場展
投稿日:1月16日 インプレッション数:1,314 いいね数:41	投稿日:1月23日 インプレッション数:580 いいね数:56	投稿日:1月24日 インプレッション数:577 いいね数:35
		

3 「#uniqueota フォトキャンペーン 2024」の実施結果及び展示会の開催について

大田区で撮影した大田区ならではの魅力、お気に入りスポット等の写真をX（旧 Twitter）に投稿してもらいフォトキャンペーンを実施した。また、応募写真を活用した写真展示会を開催する。

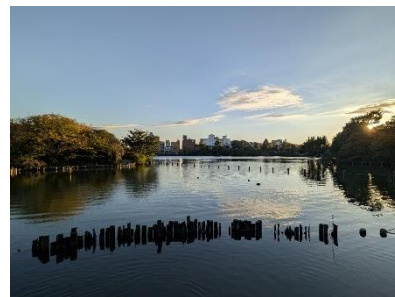
(1) 「#uniqueota フォトキャンペーン 2024」実施結果

- ・実施期間  
令和6年11月8日（金）～12月13日（金）
- ・応募状況  
321点（令和5年度 297点、令和4年度 235点）
- ・景品  
抽選で10名へショッピングサイトで利用可能なギフト券を発送



(2) 「#uniqueota フォトキャンペーン展示会」の開催

- ・実施期間  
令和7年3月3日（月）～3月7日（金）
- ・場所  
本庁舎1階北ロビー及び3階中央展示コーナー



## 大田区シティプロモーション戦略等の策定について（3月）

### 1 大田区シティプロモーション戦略及びアクションプランのパブリックコメント （区民意見公募手続）の実施結果について

- (1) 実施期間  
令和7年1月27日（月）～2月17日（月）
- (2) 提出者数  
35人（ファクシミリ23人、郵送9人、持参2人、電子申請1人）
- (3) 意見数、内訳  
48件

分 類	件数
戦略・アクションプラン全般	17件
シティプロモーションの考え方	1件
シティプロモーションの方向性	3件
ターゲット	3件
「大田区の暮らし」の提案	2件
ブランドメッセージ・ロゴマーク	11件
推進体制	3件
指標	2件
バックデータ	1件
施策・取組	5件

- (4) 意見及び対応状況について  
別紙1のとおり

### 2 大田区シティプロモーション戦略（案）及びアクションプラン第1期（案）について パブリックコメントを経て最終案をまとめた。

- (1) 戦略（案） 別紙2のとおり
- (2) アクションプラン第1期（案） 別紙3のとおり

### 3 今後の予定

戦略及びアクションプランを年度内に策定し、新戦略及びアクションプランの普及啓発や趣旨に沿った広報・シティプロモーションをおこなっていく。

大田区シティプロモーション戦略及びアクションプラン(素案)に対する意見及び意見への考え方

通し番号	分類	意見(原文)	意見に対する区の考え方(案)	計画案への反映 ○:反映する -:反映しない
1	戦略・アクションプラン全般	・全体的に考え方がしっかりしており、よくできている。 ・大田区基本構想の理念に共感しているので、それをうまく具体化してほしい。	ありがとうございます。 大田区基本構想の将来像を実現するための具体的な方策としてシティプロモーションの推進にしっかりと取り組んでまいります。	—
2	戦略・アクションプラン全般	・ブランディングによる価値づくりは、すごく重要なことなので、ここで打ち出したことは意義がある。今後、重要性をさらにアピールしていただきたい。	ブランディングによる価値づくりの重要性について意義を感じいただき、ありがとうございます。戦略の趣旨に沿って、ブランディングによる価値づくりをアピールしてまいります。	—
3	戦略・アクションプラン全般	・生活をしている中で、これまで大田区を意識することはあまりなかったが、こういう戦略を出していただくと、区民としての自覚が生まれる。 ・住んでいる地域の価値を向上させるという視点は、目からうろこであった。ぜひ推進してほしい。	本戦略が区民の皆さまに改めて大田区のまちを意識する契機となりましたら幸いです。 地域の価値を向上させ、区が区民の皆さまにしっかりと「伝わる」内容となるよう効果的な発信に取り組んでまいります。	—
4	戦略・アクションプラン全般	・外国人との共存も大事な視点なので、忘れないでほしい。	国際空港である羽田空港を擁する自治体として多文化共生の観点から、戦略5ページの(注3)は「区民は、日本人住民と外国人住民をいいます」と、より適切な表現となるよう修正します。 また、アクションプラン6・7ページに記載の、「5つの「大田区の暮らし」に関連する区の施策・区内の地域資源の例」として、「④活気とあたたかさあふれるまちで人とのつながりを感じながら暮らす」に「おおた国際交流センターMinto Ota」の取組について掲げていますが、「国際教育の推進」についても「③充実した子育て環境と安全なまちで暮らす」に追加します。	○
5	戦略・アクションプラン全般	・データが豊富で、大変興味深い。理解が深まった。 ・図やイラストがふんだんに使われ、とても見やすくわかりやすい。	今回の戦略策定にあたっては、人口動態等の各種データ、アンケート調査結果、区民の皆さまのお声などの客観的な情報や旧戦略の振り返りと考察、区を取り巻く環境の変化などを踏まえた戦略となることをめざしました。 図表やイラストを活用し、区民の皆さまにしっかりと伝えることをめざしました。	—

6	戦略・アクションプラン全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>分量多いので読むのに骨が折れましたが、内容が充実していてとてもよかった。</li> <li>図表がふんだんに盛り込まれており、わかりやすい。</li> </ul>	<p>ありがとうございます。 図表やイラストを活用し、区民の皆さまにしっかりと伝えることをめざしました。</p>	—
7	戦略・アクションプラン全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>大田区には様々な地域性があるので、その個性をうまく生かす戦略にすべきだと思う。</li> </ul>	<p>今回の戦略では、大田区の暮らしの魅力として5つ提案しております。一方で、戦略35ページにお示した、区民や区外在住者に対して実施した、地域資源等への評価に関するアンケート調査において、居住地域別のイメージは、全体的に地域によってイメージの上位項目は分散しており、異なる魅力が認識されていることがわかります。引き続き、シティプロモーション全体としては、区の広報媒体でそれぞれの地域の特長について発信してまいります。</p>	—
8	戦略・アクションプラン全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>普段は「大田区」というより、「蒲田」という街を意識して生活しているが、この戦略を読んで、大田区に興味、関心が出て、愛着がわいた。</li> <li>自分たちも子育て世帯なので、そこへ発信していただけるのは、うれしいことである。どういものが来るのか期待したい。</li> </ul>	<p>子育て世帯の方のニーズに沿って、子育てや教育に関する情報やおでかけ情報など、生活に必要な情報の発信強化及び情報へのアクセスの向上に取り組んでまいります。</p>	—
9	戦略・アクションプラン全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>羽田地区在住者として、大田区・羽田を世界に発信できる戦略だと思う。</li> </ul>	<p>貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。</p>	—
10	戦略・アクションプラン全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>戦略という言い方がよいのか、計画という方がいいのか、グループ内でも意見が分かれたが、意味合いを説明した方がよいのではないか。</li> </ul>	<p>戦略においては、区のシティプロモーション推進事業について、より大局的な視点から区の出組の方向性を示すものとし、アクションプラン(計画)においては具体的な施策や取組について決めることとしています。ご意見をふまえ、巻末に参考資料として用語解説を掲載し、本戦略の「戦略」の意味についてご理解いただけるよう対応します。</p>	—
11	戦略・アクションプラン全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>区民の愛着度、自慢度の向上が大事とあるが、ということが愛着、自慢につながるのか、そこが戦略だと思うので、頑張してほしい。</li> </ul>	<p>承知いたしました。ご意見をふまえ、シティプロモーション推進事業に取り組んでまいります。</p>	—

12	戦略・アクションプラン全般	・大田区の暮らしの考え方はよいが、災害に強いまちの要素も住みたいまちの条件になるのではないか。	ご意見の通り、災害に強く安全なまちは、まちの大きな魅力の一つと捉えています。提案する5つの「大田区の暮らし」のうち「③充実した子育て環境と安全なまちで暮らす」において、大田区の充実した防災対策の下で、行政サービスを活用しながら、質の高い暮らしが実現できることをアピールしてまいります。	—
13	シティプロモーションの考え方	・シティプロモーションという言葉は、これまであまり馴染みがなかったが、都市を売り出すことだ、という意味だとよく理解できた。	ありがとうございます。本戦略では、多くの皆さまにシティプロモーションの考え方について区と共通認識を持っていただけるよう、大田区のシティプロモーションの考え方を戦略4・5ページに記載しました。	—
14	シティプロモーションの方向性	・区民優先の基本方針が見えて歓迎である。それが結果的に区外在住者や外国人にもアピールすることにつながるのではないかと思う。	ターゲットを広げてやみくもに広報発信するのではなく、区民にターゲットを絞り、ブランディング(暮らしの価値づくり)をしっかりとこない、効果的なプロモーションに取り組む戦略となっています。戦略9ページに記載のとおり区民の皆さまに魅力が伝わり区民自らが発信することやSNS等ウェブ上で情報が拡散されることで、区外在住者や海外の方へのアピールにつながるものと考えます。	—
15	シティプロモーションの方向性	・大田区の繁華街は治安が悪いイメージがあるが、それがよく分析できている。こういうことを解消するのがシティプロモーションである。	安心・安全なまちとなることが大きな価値づくりにつながると考え、戦略25ページに記載のとおり、転出者向けアンケートにおいて、子育て世帯の大田区に対する治安が悪いイメージの要因を分析しました。根本原因の解決のための施策とシティプロモーションによるイメージアップの施策を両輪で推進して、悪いイメージを払拭してまいります。	—
16	シティプロモーションの方向性	・P9に「好循環のあり方としては、まず、子育て世帯に届く施策の整備と地域資源に関する情報の整理・発信によって、資源やサービスを利用してもらい、気に入った施策や地域資源を自ら情報発信してもらうことをめざします。そして、施策の使いづらい部分などについて、区がフィードバックを受けられる仕組みを用意することで、施策の改善等にもつなげます。」とあります。しっかりと区民が施策の使いづらい部分を区に伝えて、それが改善されるような仕組みを作って頂きたい。それが、区民が区政に参加したという実感を感じることが出来て、大田区への愛着度が高まると思います。	区は、「大田区政に関する世論調査」の結果や、様々な広聴の取組を通じて区政へのご意見・ご要望をお聞きし、区民の皆さまへより良い行政サービスを提供できるよう取り組んでいます。また、本戦略においても、14ページに記載のとおり、区民へのアンケート調査の実施等によって、区の施策やイメージに対するフィードバックを受け、ブランドイメージを構成する区の施策の改善にもつなげていきます。	—

17	ターゲット	・ターゲットを子育て世帯を中心とした区民としているのは、若い人たちに焦点を当てるので賛成である。	大田区の未来を担うこどもを第一と考えており、子育て世帯を中心とした区民をターゲットとしています。また、戦略素案6・7ページに記載のとおり、区の現状や課題、社会背景などからもターゲットを導き出しています。 区では若い方への情報発信の強化にも取り組んでいます。	—
18	ターゲット	・多額納税者への配慮もお願いしたい。	区全体のシティプロモーションについては、引き続き、子育て世帯に限らず、すべての区民の皆さまにとっての暮らしの価値づくり及び区の魅力の発信に取り組んでまいります。	—
19	ターゲット	・観光客より、暮らしている人の重視は姿勢として正しい。	貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。	—
20	「大田区の暮らし」の提案	・大田区を活気あるまちにしたい意図はわかるが、閑静な住宅街の良さも守ってもらいたい。	戦略35ページに記載のとおり、区民や区外在住者に対して実施した、地域資源等への評価に関するアンケート調査において、居住地域別のイメージは「住みやすい」が概ねすべての地域でトップとなっています。ご意見のとおり、このなかに田園調布イチョウ並木や閑静な住宅街の良さも含まれ、大田区の暮らしの価値であると考えております。	—
21	「大田区の暮らし」の提案	・便利だけど、自然豊かな環境が大田区の売りだと思うので、もっとPRした方がよい。	ご意見のとおり、5つの「大田区の暮らし」の提案のうち、①「利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす」と②「豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす」は各種調査で上位の内容から導き出しており、まさに大田区の特長です。利便性もあり自然豊かな環境を大田区の大きな魅力と捉えアピールしてまいります。	—
22	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・「子育てするなら流山」というフレーズに負けず、「わくわくに翼を」で、子育て世帯を引き付けるまちにしたい。 ・23区の中でも個性が際立つ区になるよう期待します。	ご期待いただきありがとうございます。「わくわくに翼を」を活用して大田区らしい魅力の発信に取り組み、子育て世帯をはじめとする多くの皆さまに住む場所、働く場所、学ぶ場所、訪れる場所として選ばれるよう取り組んでまいります。	—
23	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・わくわくに翼をという言葉は、羽田空港がイメージでき、楽し気な生活を送れるようなキャッチコピーで、気持ちが明るくなると感じた。	戦略11ページに記載のとおり、心躍り、楽しく、豊かな暮らしを創るために5つのわくわくを掲げており、翼は、羽田空港から飛び立つ飛行機になぞらえて、区民の皆さまとともに区の未来を創る姿勢を表しています。	—



24	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・「わくわくに翼を」をキャッチコピーとしたイベントなどをやってほしい。	区民の皆さま、区内事業者・関係団体等の皆さまと連携して、本戦略のブランドメッセージ「わくわくに翼を」を浸透させ、シブプロモーションとともに進めていけるよう普及啓発をおこない、イベント等についても検討してまいります。	—
25	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・ブランドメッセージ・ロゴマークである「わくわくに翼を」は、非常に感銘を受けた。翼のイラストが柔らかくて温かみがあり、大田区を発信するのにふさわしいと感じた。 ・地域で団体活動をする上で、「わくわくに翼を」を使用したい場合、許可などの権利関係がどうなっているのか、どこかで明示してほしい。	ブランドメッセージ・ロゴマークにご賛同いただき、ありがとうございます。 区内事業者・関係団体等が自ら情報を発信する際に、ロゴマークの利用を促進し、シティプロモーションとの連携を図る計画としております。区の広報媒体において使用条件や権利関係についてお示しします。	—
26	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・「わくわくに翼を」というキャッチフレーズがとてもインパクトがあり、訴えかけてくれる。デザインもとても綺麗で、いろいろなどころで使ってほしい。		—
27	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・コンセプトとよくマッチしている印象です。特に「世界の近さ」、「豊かな自然」のコンセプトに対して、空港立地であること、自然を感じさせる翼の羽ばたきを強く感じます。今後このデザインを区内外に浸透させていくことを強く希望します。	ブランドメッセージ・ロゴマークにご賛同いただき、ありがとうございます。 大田区らしさや大田区の未来を感じると同時に親しみや温かみを感じていただけるようなブランドメッセージ・ロゴマークとなるよう検討してまいりました。「わくわくに翼を」及びロゴマークを活用して、大田区の暮らしの価値を高めるよう、引き続き、プロモーションに取り組んでまいります。	—
28	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・”わくわくに翼を”というキャッチが好印象です。またその標語をいかすデザインが気に入りました。あたたかさを連想させるもので、とても良いと思います。引き続き区の価値を高めるプロモーション期待致しております。	また、ブランドメッセージ・ロゴマークは、アクションプラン8・9ページに記載のとおり、区内事業者・関係団体等と連携し、掲出に活用できる媒体を開拓し、普及啓発し、広く浸透させてまいります。	—
29	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・ブランドイメージとして、わくわくに翼をは、大田区としての発信力があり、感銘を受けた。空港所在都市として、ピッタリである。デザインもやさしくて包み込まれる感じがする。		—

30	ブランドメッセージ・ロゴマーク	・ブランドメッセージのロゴマークについて、複数案を提示して、区民に選んでもらう必要があったと考えます。今からや、計画が定まってからも見直す機会があっても良いと思います。区民や事業者、関係団体等と連携して情報発信していくことが重要ですので、4年後の見直しも含めてご検討をお願いいたします。	貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。ロゴマークの選定方法については、今後の参考にさせていただきます。 本ロゴマークは、令和7年度～令和14年度の戦略期間中、区民の皆さま、地域の皆さまに親しみをもって活用していただき、地域に浸透・定着していくよう取り組んでまいりたいと考えています。 選定にあたっては、大田区シティプロモーション戦略推進会議において、デザインに知見のある専門家からの意見を伺い、また、作成過程においては、戦略第6章に記載の区民の皆さまの持つ区のイメージを十分に考慮して検討しました。ご理解いただけましたら幸いです。	—
31	推進体制	・区役所だけがやるのではなく、議員や団体もやらないといけないと思う。	戦略14・15ページに記載のとおり、区とさまざまな方が連携してシティプロモーションを推進する戦略となっています。 区議会議員の皆さまには、区政情報や区の魅力の発信などご協力いただき、今後も連携してまいります。引き続き、区内事業者・関係団体をはじめとした皆さまとの連携も強化してまいります。	—
32	推進体制	・シティプロモーションは、区だけで頑張るものではなく、民間の力をうまく取り入れてほしい。	戦略14・15ページに記載のとおり、区と区内事業者・関係団体や外部メディア等と連携してシティプロモーションを推進する戦略となっています。 これまでも、区は公民連携でシティプロモーションを進めてまいりました。今後はさらに、民間部門との連携を強化し、外部専門人材の活用をはじめ新たな取組も検討してまいります。	—
33	推進体制	・これからのシティプロモーションは役所だけでなく、民間の力で行うことが重要なので、その点はよく踏まえられている。		—
34	指標	・大田区シティプロモーション戦略における指標ですが、この指標が適切か、4年後に再度検討して頂きたいです。必要な指標の追加、見直しをして頂きたいです。	戦略16ページに記載の指標によって、シティプロモーション推進事業の効果を測定してまいります。必要に応じて取組の見直しを行いながら進めてまいります。	—
35	指標	・P11のアクションプランの進捗管理指標ですが、この指標が良いのかは、4年後に再度検討して頂きたいです。必要な指標の追加、見直しをして頂きたいです。	アクションプラン11ページの進捗管理指標は、アクションプラン第1期(令和7年度～10年度)の指標として設定しており、アクションプラン第2期策定時に見直します。第1期の期間中であっても、状況の変化などあれば必要に応じて見直しをしてまいります。	—

36	バックデータ	・資料が豊富で、非常に読みやすく、わかりやすい。こういう貴重なデータは今後も有効活用してほしい。	ありがとうございます。今後も区の現状の把握や区民の皆さまのニーズの把握をデータを活用することで効果的な戦略・アクションプランとなるよう努めてまいります。	—
37	施策・取組	・区役所に掲示しているSDGsの看板のように、もっと大田区をアピールしてほしい。	SDGs未来都市のステッカーのように区役所など区施設での掲示に加え、区内事業者・関係団体等と連携し、ブランドメッセージやロゴマーク、イベント情報の掲出に活用できる媒体を開拓し、まちなかにおいて区民との接点(タッチポイント)を創出するアクションプランとしています。	—
38	施策・取組	・ホームページでの手続き案内がわかりやすくなるなど、ネット社会を先取りした大田区役所の動きは大歓迎である。	ホームページについては、令和7年1月に手続きガイドを掲載し、手続き案内をわかりやすくしました。2月には、トップページのリニューアルをおこない、区民の皆さまの検索性の向上と区のイメージの向上をめざします。引き続き、社会動向を考慮し、利便性の向上に取り組んでまいります。	—
39	施策・取組	・地域資源の中には、まちそのものの魅力も入ると思う。	貴重なご意見をいただき、ありがとうございます。まちそのものの魅力についても重要な地域資源と認識しています。	—
40	施策・取組	・P6の5つの「大田区の暮らし」に関連する区の施策・区内の地域資源の例、の中の、 ①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす 東京都心・横浜などへの交通アクセス(鉄道・バス網)とありますが、『品川も近く新幹線で日本全国へのアクセスもよい。』というのもアピールポイントだと思います。	戦略10ページの5つの「提案する『大田区の暮らし』」の「①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす」には、都心(東京駅・品川駅等)への交通利便性の良さを含んでいます。アクションプラン6ページの5つの「大田区の暮らし」に関連する区の施策・区内の地域資源の例、の「①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす」に「東京都心・横浜などへの交通アクセス(鉄道・バス網)」とありますが、ご意見をふまえ、「東京都心(東京駅・品川駅等)・横浜などへの交通アクセス(鉄道・バス網)」と修正します。	○
41	施策・取組	・P6の5つの「大田区の暮らし」に関連する区の施策・区内の地域資源の例、の中の、 ②豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす 本門寺公園の中に、「池上梅園」は入っているのでしょうか？素晴らしい景観なので、ぜひ追加してほしいです。	池上梅園は、梅やつつじなどのみどりの地域資源とも捉えられますが、大田区で古の時代から栽培されていた梅の景勝地であり、日本画家伊東深水ともゆかりがあり池上本門寺などと一体で歴史ある地域資源の側面もあり、アクションプラン7ページに記載のとおり、「⑤魅力ある文化・芸術や歴史の根付くまちで自分らしく暮らす」に分類させていただきます。	—

大田区シティプロモーション戦略  
(案)  
(令和7年度～令和14年度)

令和7年 月

大田区



大田区長



## 目次

第1章 大田区シティプロモーション戦略の基本的な考え方	2
1. 大田区シティプロモーション戦略及びアクションプランの位置づけ	2
2. シティプロモーションの考え方	4
第2章 シティプロモーションの方向性	6
1. 区の現状や課題に基づくシティプロモーションの方向性	6
2. 本戦略の主な範囲と目的	8
3. 本戦略に基づくシティプロモーションでめざす好循環	9
第3章 シティプロモーション戦略	10
1. ターゲット	10
2. 主なプロモーション内容：「大田区の暮らし」の提案	10
3. ブランディング	11
4. プロモーションの基本的な取組	12
5. シティプロモーション戦略の体系	13
第4章 推進体制	14
1. 推進体制	14
2. 進捗管理	16
第5章 区の現状と課題	17
1. これまでの取組	17
2. データからみた区の現状と課題	22
3. 区を取り巻く環境の変化	33
第6章 区民・区外在住者による区の地域資源等への評価	34
1. 区のイメージ	34
2. 子育て環境の評価	36
3. 地域資源の利用状況	37
4. 区への転入や住み続ける理由	39



# 第1章 大田区シティプロモーション戦略の基本的な考え方

## 1. 大田区シティプロモーション戦略及びアクションプランの位置づけ

### (1) 策定趣旨及びこれまでの経緯

区では、令和元（2019）年度からシティプロモーションの取組を開始しました。当時策定した「大田区シティプロモーション戦略」では、策定趣旨を「大田区に魅力を感じ国内外から来訪する人々の増加」、「区民と来訪者との交流による、区内経済の好循環、国際都市としての活性化」、「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」とし、幅広い層に向けて区の魅力を発信するものとして取り組んできました。

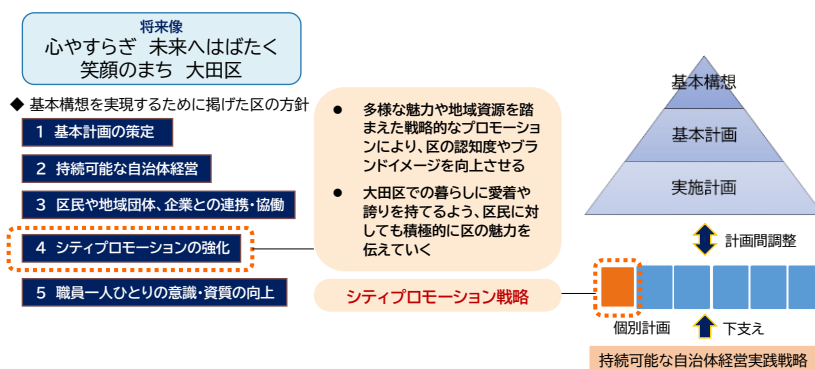
この度、令和5年度に策定した大田区基本構想では、基本構想を実現するための方針として、「シティプロモーションの強化」を位置付けました（注1）。これを受け、大田区基本構想及び令和6年度に策定した大田区基本計画・実施計画と整合性を持たせ、区のブランディング及び取組方針を示すために、旧戦略期間（令和元年度～10年度）を前倒し、新たな大田区シティプロモーション戦略と、具体的なブランディング強化やプロモーションの取組を示すアクションプランを策定することとしました。

昨今の区を取り巻く環境を踏まえ、今回の戦略及びプランは「持続可能な大田区」をめざすためのものと位置づけます（注2）。めざす姿を実現するために、ターゲットの絞り込みと、ターゲットにアピールするための区のブランディングを一新し、区の新たなプロモーションの取組をさらに推進します。

（注1）「シティプロモーションの強化」として、「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す。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す。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きます。」と定めています。

（注2）大田区シティプロモーション戦略及びアクションプランにおける「持続可能な大田区」とは、「区で暮らす人、働く人、学ぶ人、訪れる人がいきいきと活動することで、常に区内に資源（ヒト・モノ・カネ・情報）が流入し、区の良い環境や、活発な社会・経済活動が維持されている状態」と定義します。

### 大田区基本構想、大田区基本計画等との関係

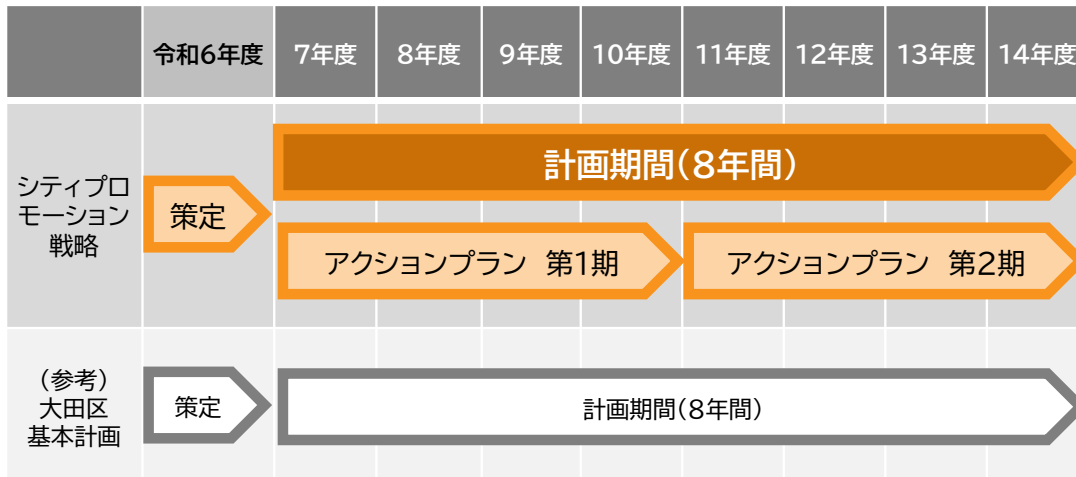


## (2) 計画期間

本戦略の計画期間は、大田区基本計画・実施計画と足並みを揃え、令和7年度から令和14年度までの8年間とします。

アクションプランの計画期間は、第1期を令和7年度から令和10年度までの4年間とし、その間、アクションプラン第2期に向けて随時見直しを行います。

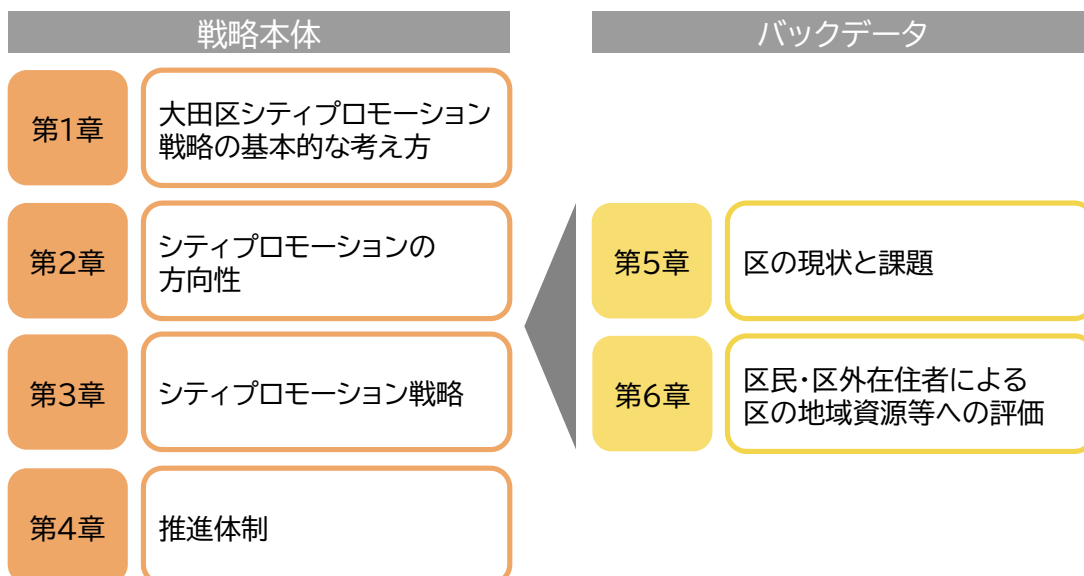
### 計画期間



## (3) 本戦略の構成

本戦略は、第1章～第4章において基本的な考え方や方向性、戦略、推進体制を示し、第5章、第6章でバックデータとなる統計情報やアンケート調査結果等を示す構成となっています。

### 本戦略の構成

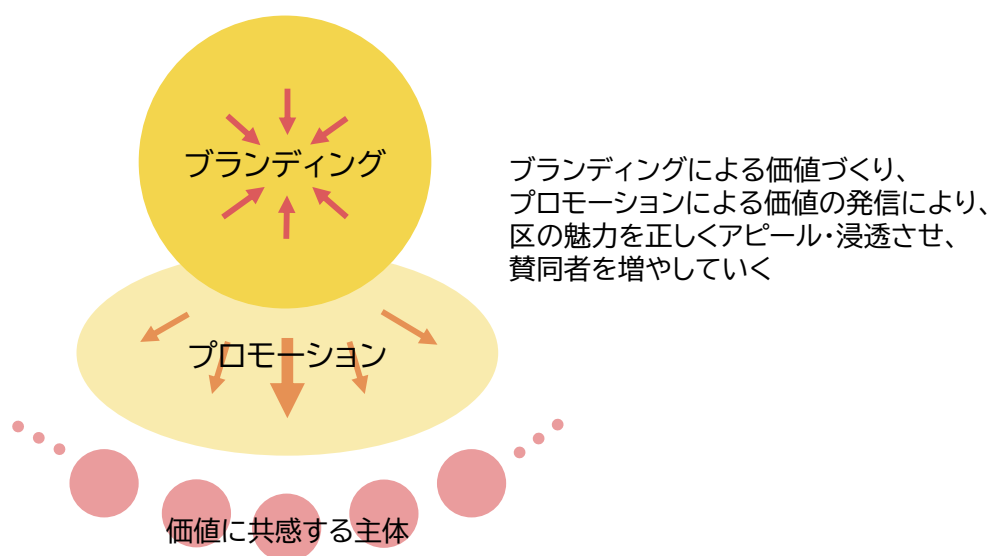


## 2. シティプロモーションの考え方

### (1) ブランディング及びプロモーションの考え方

区がシティプロモーションの取組によって「持続可能な大田区」をめざすにあたり、まず目的達成のためにアピールできる大田区の価値は何か考え、既存の資源を活かしながら、価値をつくっていくこと（ブランディング）が必要となります。そして、その価値を発信し、内外に浸透させ、賛同者を増やしていくこと（プロモーション）が必要です。

#### ブランディング及びプロモーションの考え方



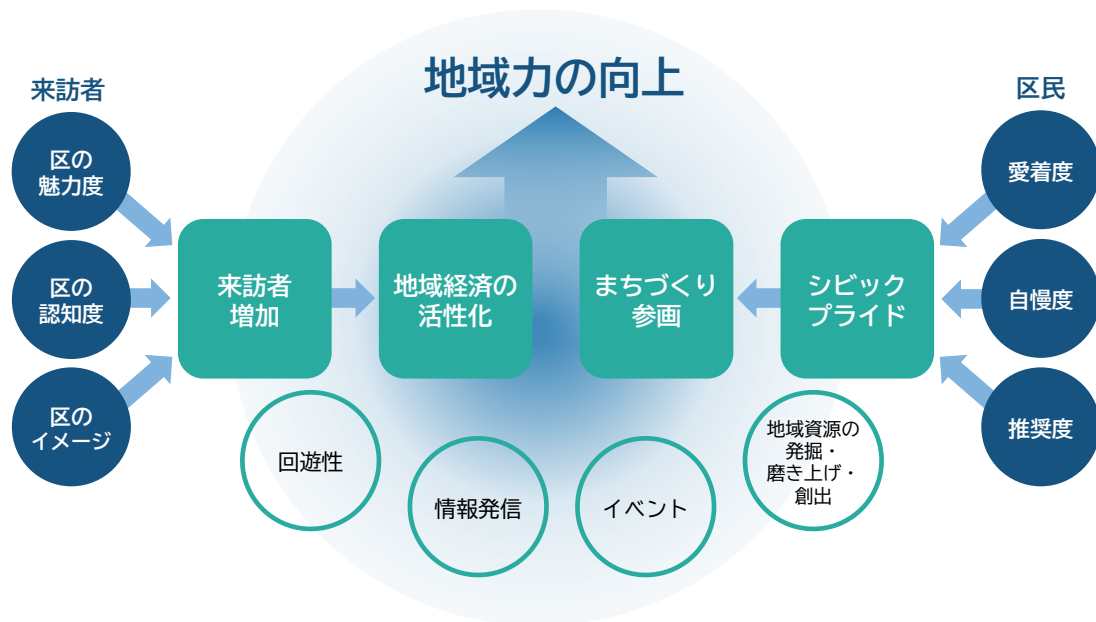
### (2) 大田区のシティプロモーションの考え方

「シティプロモーション」という言葉には、様々な概念が含まれており、一様な定義があるわけではありませんが、区として全庁一丸となり、区民や事業者・関係団体等と連携協力して推進していくためには共通認識を持つことが重要であることから、次のような考え方で取り組んでいきます。

大田区のシティプロモーションとは、「区の直面している現状や課題を踏まえて地域ブランドを捉え直し、内外にまちの魅力を発信することで、区のイメージや価値を高め、ヒトやモノなどを呼び込み、地域経済の活性化や住民協働の醸成などにつなげる活動や、広報・PR活動を行うことなど」と位置付けます。新戦略の推進にあたっては、特にブランド形成に向けた情報発信を重視して取り組んでいきます。

なお、旧戦略の考え方を引き継ぎ、区民や区を訪問する区外在住者、羽田空港を利用する海外の方への幅広いシティプロモーションに全庁的に取り組むとともに、本戦略ではターゲットを絞り、ターゲットを意識したブランディングを行い、区の暮らしについて情報発信することで、選ばれる自治体の実現をめざしていきます。

## 大田区のシティプロモーション



### (3) 大田区のシティプロモーションの目的

大田区のシティプロモーションでは、旧戦略の考え方を引き継ぎ、区民（注3）には住んでいるまちへの愛着度や自慢度を高めてもらい、働く人、学ぶ人、訪れる人には他では得られない価値を感じてもらうことで、これらを通じて定住性の向上、転入の促進及び関係人口の創出、地域経済の活性化や住民協働の促進などにつなげ、持続可能なまちづくりを行っていきます。

また、住む人、働く人、学ぶ人、訪れる人が、笑顔あふれる生活を送れること（＝ウェルビーイングの向上）をめざします。

（注3）本戦略において区民とは、日本人住民及び外国人住民をいいます。

## 第2章 シティプロモーションの方向性

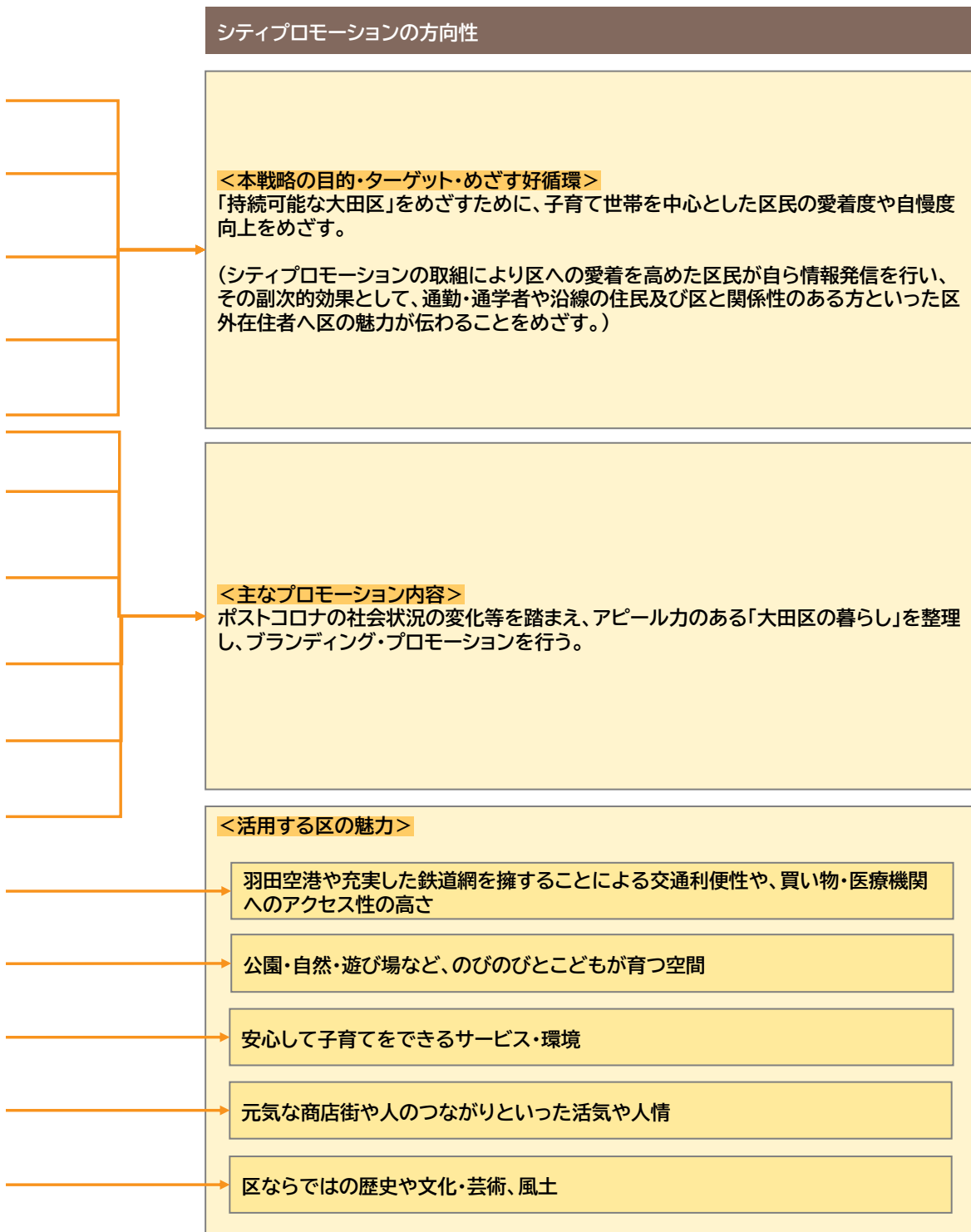
### 1. 区の現状や課題に基づくシティプロモーションの方向性

第5章や第6章に整理する、区や、区を取り巻く状況に関するデータや旧戦略の振り返り等を踏まえ、本戦略及びアクションプランは以下のような方向性で推進します。

#### 区の現状や課題に基づく

区の現状や課題、考慮すべき社会背景	
23区最大規模の人口は維持される見通しだが、0～4歳のこどものいる子育て世代が流出し、少子高齢化が進む。	第5章2. (1)
幼少期から区に住み続けている人や、地縁・血縁きっかけでの転入者が一定数存在する。	第6章4.
(社会動向)国全体で少子高齢化・人口減少が加速している中、区民の愛着度や幸福度(ウェルビーイング)を高め、地域のために行動したいと思う人を増やす必要がある。	第5章3.
(社会動向)誰でも情報発信できる時代となり、区民や区内事業者・関係団体等との連携が一層重要になる。	第5章3.
(旧戦略の課題)ターゲットが幅広く、ブランディングによる共感しやすい価値や、ターゲット別の戦略的なアプローチが十分に検討されていない。	第5章1.
(旧戦略の課題)アクションがプロモーションそのものに寄っており、ブランディングに基づくコンテンツの検討が十分にされていない。	第5章1.
地価・家賃は品川区、世田谷区、港区より低く、横浜市や川崎市よりは高い。沿線で見ると横浜市、川崎市等へ転出超過となっており、多様な側面からみた魅力をうまく表現する必要がある。	第5章2. (1)(3)
23区最大の面積を誇り、区内の地域資源や各地域の魅力やイメージが多様であるため、これらをうまく発信するための工夫が必要になる。	第6章1. (2)3.
一部では治安の悪いイメージが指摘されており、地域での根本原因の解決と、シティプロモーションでの解決に両輪で取り組む必要がある。	第5章2. (1)
(社会動向)近年の働き方の変化により、居住地付近で過ごす時間や、身近にある暮らしの環境・機能が重視されるようになってきている。	第5章3.
羽田空港に近く、都心や横浜等へのアクセスが良い。交通や買い物、医療機関の便の良さが、生活環境への満足につながっている。	第5章2. (3)第6章1. 2.
多様な公園や水辺環境、児童館など、子育て空間として魅力的な特色を有する。	第5章2. (2)(3)第6章2.
子育て支援施策や、保育や教育関連の行政サービスが評価を得ている。	第6章2.
商店街数・銭湯数が都内最大規模であるなど、活気ある魅力的なイメージを形成している。	第5章2. (3)
池上本門寺や馬込文士村などの歴史・文化資源や芸術資源が点在し、ものづくりの風土が根付いている。	第6章3. (1)

## シティプロモーションの方向性



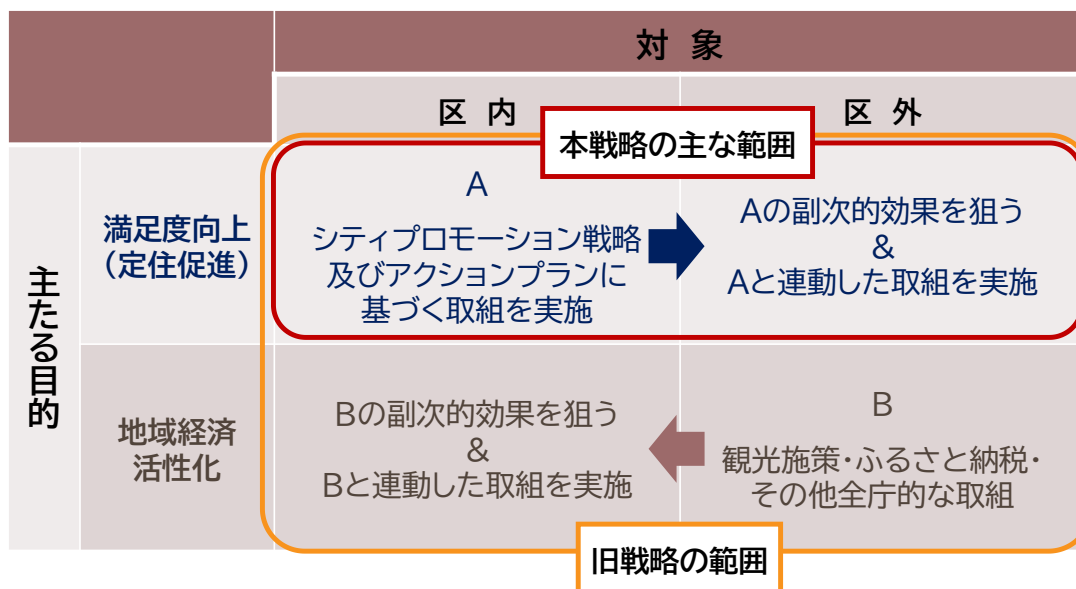
## 2. 本戦略の主な範囲と目的

「持続可能な大田区」をめざすためのシティプロモーションの取組としては、大きく分けると、主に区内に向けた満足度向上（定住促進）を目的とした取組と、主に区外に向けた地域経済活性化を目的とした取組に分けられますが、本戦略においては、「持続可能な大田区」を形作るために最も重要な「区民」に着目します。

区民の暮らしや活動が持続可能であるためには、区民の愛着を高め、住み続けてもらうこと、また、区外に転出しても、働く場所、遊び・楽しむ場所などとして区に関わり続けてもらえることや、再び住む場所として選んでもらえることをめざす必要があります。そのため、大田区シティプロモーション戦略及びアクションプランにおいては、「住み続けたいまち」となるよう、主に区民向けのブランディング・プロモーションを強化し、実施していくこととします。

なお、区外在住者については、これまで取り組んできた旧戦略の基本的な考え方を引き継ぎ、主に地域経済の活性化を目的として、全庁的な取組を継続していきます。

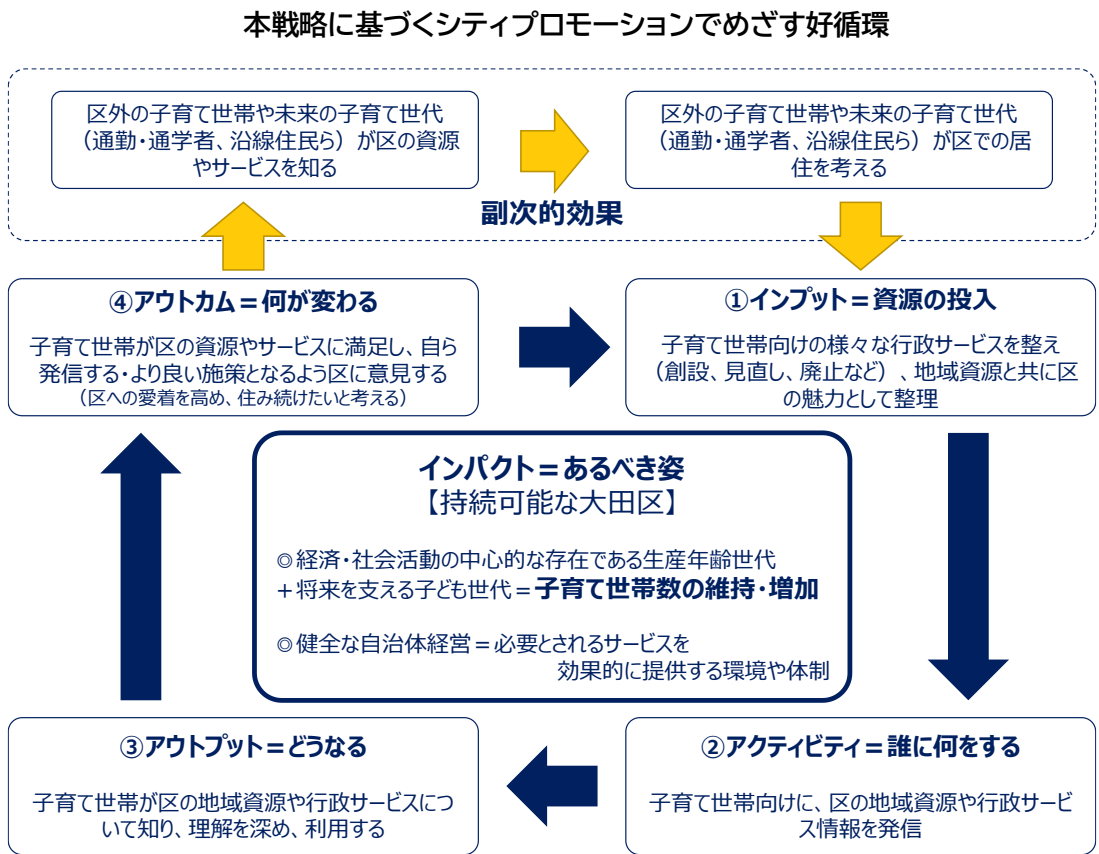
### 本戦略の範囲と目的



### 3. 本戦略に基づくシティプロモーションでめざす好循環

本戦略に基づくシティプロモーションにおいては、「持続可能な大田区」をめざすために、区の経済・社会活動の中心的存在である生産年齢世代と、将来を支える子ども世代を包含する、子育て世帯数の維持を掲げます。さらに、必要とされる行政サービスを効果的に提供する環境や体制の構築・維持を掲げ、シティプロモーションの取組を実施することで、将来にわたる定住促進につながる好循環を作り、子育て世帯数の維持・増加をめざします。

好循環のあり方としては、まず、子育て世帯に届く施策の整備と地域資源に関する情報の整理・発信によって、資源やサービスを利用してもらい、気に入った施策や地域資源を自ら情報発信してもらうことをめざします。そして、施策の使いづらい部分などについて、区がフィードバックを受けられる仕組みを用意することで、施策の改善等にもつなげます。また、区民の発信によって、副次的効果として区外の子育て世帯や未来の子育て世代（通勤・通学者、沿線住民ら）にも情報が届き、区外からも選ばれるまちとなることをめざします。





## 第3章 シティプロモーション戦略

### 1. ターゲット

「持続可能な大田区」をめざすために最も重要な存在である「区民」に着目し、将来を支えるこども世代を包含する、子育て世帯を中心的なターゲットに据えます。

#### 子育て世帯を中心とした区民

### 2. 主なプロモーション内容：「大田区の暮らし」の提案

区の魅力や資源から、ターゲットに対してアピール力のある「大田区の暮らし」を提案し、これに沿ったブランディング・プロモーションを行います。5つの「大田区の暮らし」に括った情報発信により、区の施策や地域資源について、アピールを行います。

#### 提案する「大田区の暮らし」

##### ① 利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす

羽田空港・都心(東京駅・品川駅等)や横浜等への交通利便性が良く、生活に便利なまちで充実した暮らしが実現できます

##### ② 豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす

花や海辺、ユニークな遊具などがある様々な公園や遊び場が選べるまちで、自然を感じる暮らしが実現できます

##### ③ 充実した子育て環境と安全なまちで暮らす

充実した子育て施策や教育環境、防災・防犯対策のもとで、行政サービスを活用しながら、質の高い暮らしが実現できます

##### ④ 活気とあたたかさあふれるまちで人とのつながりを感じながら暮らす

商店街(グルメほか)や銭湯などの人情味あるまちで、多様な人と関わり合いながら、地域に溶け込んだ暮らしが実現できます

##### ⑤ 魅力ある文化・芸術や歴史の根付くまちで自分らしく暮らす

大田区ならではの文化・芸術や歴史に触れ、他では味わえない経験や、趣味を楽しむ暮らしが実現できます

### 3. ブランディング

シティプロモーションの考え方に基づき、ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に対する『「大田区の暮らし」の提案』に向け、ブランディングを行います。

#### (1) ブランドコンセプト

区のまちづくりの羅針盤となる基本構想で示している区の将来像『心やすらぎ 未来へはばたく 笑顔のまち 大田区』を踏まえながら、ターゲットにアピールしていくため、以下をブランドコンセプトとします。

「わくわく」は、5つの『「大田区の暮らし」の提案』により、区民の暮らしをわくわくにすることを表しています。

「翼」は、大田区が擁する羽田空港から飛び立つ飛行機になぞらえて、区民とともに区の未来を創る姿勢を表しています。

大田区は、区民の笑顔をめざし  
心躍り、楽しく、豊かな暮らしを創るため  
5つのわくわくを掲げます

- 1 世界の近さ
- 2 豊かな自然
- 3 充実した子育て環境
- 4 あたたかい人とのつながり
- 5 魅力ある文化・芸術

あたらしいまちに翼を与え  
区民とともにとびたて  
わくわくに翼を

#### (2) ブランドメッセージ・ロゴマーク

ブランドメッセージは、ブランドコンセプトと連動させて、「わくわくに翼を」とし、以下のように、鳥の翼をかたどり、ロゴマークを設定しました。



## 4. プロモーションの基本的な取組

本戦略を推進するため、プロモーションの核となる大田区での暮らし・ブランドイメージをアピールするための取組と、大田区での暮らしの提案に関連する取組や資源の集約・磨き上げを実施します。さらには、これまでも取り組んできたプロモーションツールについて見直しを行います。

以上の方針を踏まえて、以下のようなプロモーションの取組を行います。

### (1) 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング

5つの暮らしのイメージに沿った区内の既存の取組や資源を集約・磨き上げを実施するほか、提案する暮らしをイメージさせるコンテンツを新たに制作したり、関連するイベントの開催を促進したりすることで、エリアの価値向上を図っていきます。

### (2) 「大田区の暮らし」の価値の発信

提案する暮らしをイメージさせるコンテンツを、ブランドメッセージ・ロゴマークとともに発信することなどにより、良好なイメージの形成とブランドの浸透を図ります。

### (3) 庁内推進体制の強化

職員指針の作成や全庁的な研修会の開催などにより庁内のプロモーション推進体制を強化し、個々の職員のシティプロモーションに関するスキル・マインドを高めます。また、外部専門人材の登用により、効果的なプロモーションを実施していきます。

### (4) 区民、区内事業者・関係団体等との連携

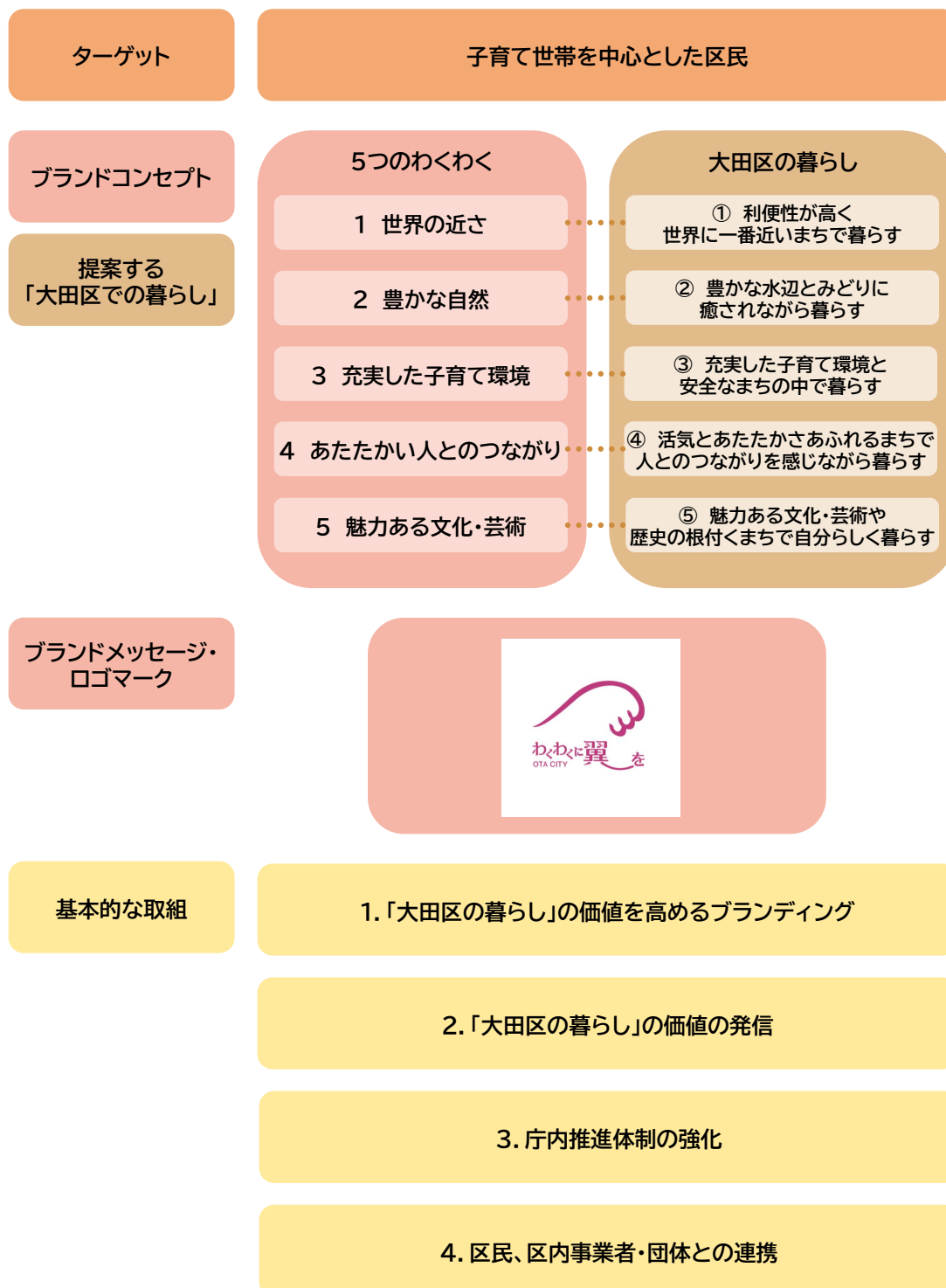
区内に集積する区内事業者・関係団体等の情報発信力を活用し、公民連携によるプロモーションをより一層充実していくほか、実際に「大田区の暮らし」のイメージに沿った暮らしをしている区民を巻き込みながら、情報発信を行っていくことで、区民だけでなく、通勤・通学者や沿線の住民及び区と関係性のある方（注4）などの区外在住者にも「大田区の暮らし」を浸透させていき、情報発信の好循環の形成をめざします。

（注4）以前大田区に住んでいた方、区内に親族がいる方、区内で地域活動を行う方など

## 5. シティプロモーション戦略の体系

今回策定するシティプロモーション戦略の体系を以下のとおり整理します。

### シティプロモーション戦略の体系



## 第4章 推進体制

### 1. 推進体制

区は、区民、区内事業者・関係団体等、メディアなどといった庁外との連携を図りながら、シティプロモーションを推進します。ここでは、区を中心とした各主体の役割分担や連携のあり方について記載します。

#### (1) 庁内の推進体制

区は、広報・シティプロモーション部門を中心として、区の持つ地域資源（施設やサービス等）を暮らしのイメージに紐づけて情報発信を行うことで、大田区そのものや、区での暮らしのイメージアップを図っていきます。そのために、各部局は所管する施策や関係する民間事業者等の取組の情報を広報・シティプロモーション部門に集約し、暮らしのイメージの向上につながる取組を推進していきます。

#### ● 外部専門人材との連携

広報・シティプロモーション部門は、上記の実行にあたって外部専門人材を活用し、デザインやブランディング・プロモーションの手法について具体的な助言を得つつ取り組んでいくほか、定期的な研修会の実施などにより、職員のシティプロモーションマインド及びスキルを向上させ、全庁的に取り組んでいきます。

#### (2) 区内事業者・関係団体等との連携

「大田区の暮らし」に沿った形での、商店街や商工事業者・団体、観光事業者・団体等によるにぎわいづくりや、文化・スポーツ事業者・団体による区の資源を活かした学びや体験、交通事業者による沿線・地域まちづくりなど、区のシティプロモーションに寄与する民間等の取組については、情報提供を依頼し、区内での取組として、区の情報発信媒体で発信を行います。さらに、「大田区の暮らし」に関連するイベント・プログラム等の企画・実施にあたり連携・協力することなどにより、区内事業者・関係団体等によるシティプロモーションにつながる取組を推進します。

#### (3) 区民との連携

本戦略では、区民をシティプロモーションのターゲットとして位置付けていますが、同時に、区のブランドを構成する要素そのものでもあるため、一人でも多くの区民が「大田区の暮らし」を体現するプロモーター（魅力を他の人に伝える人）となることを期待します。そのために、区は「大田区の暮らし」に沿った活動・イベント等を後押しし、参加者数を増やして共感を拡大するほか、そうした活動に取り組む区民や、区内の情報を発信する影響力のある方々（インフルエンサー等）と連携し、個人による情報発信を後押しします。

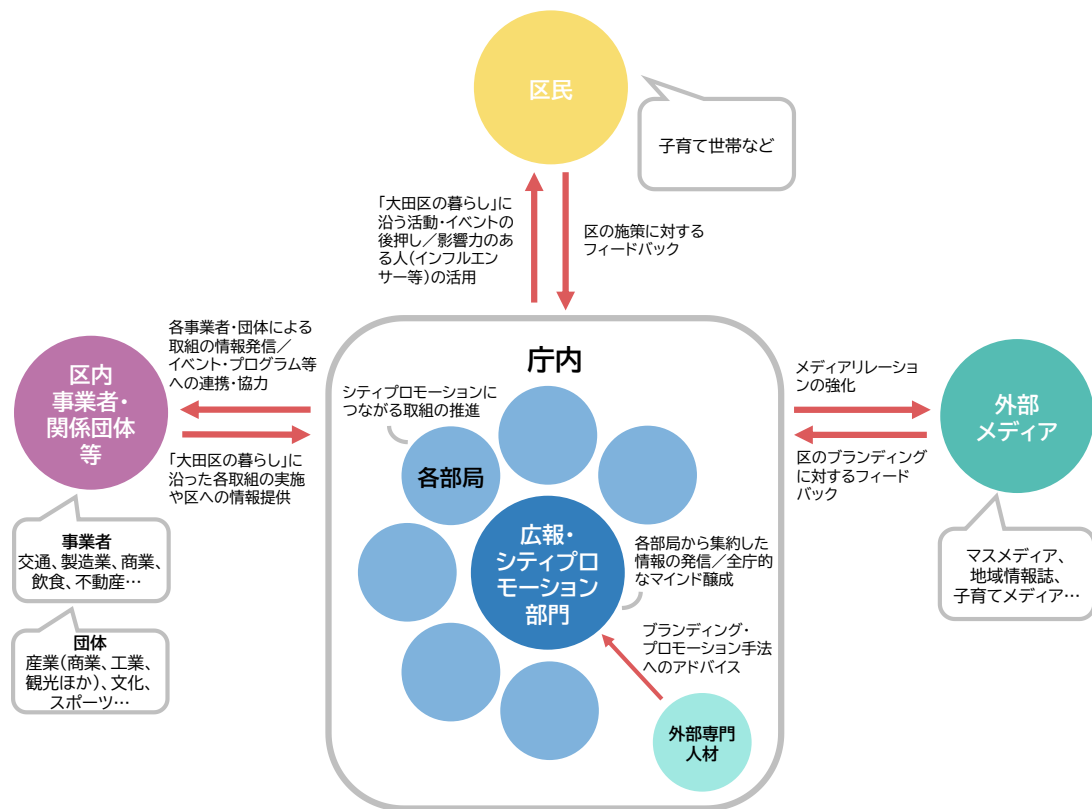
さらに、区民へのアンケート調査の実施等によって、区の施策やイメージに対するフィードバックを受け、ブランドイメージを構成する区の施策の改善にもつなげていきます。

#### (4) 外部メディアとの連携

ターゲットである子育て世帯を中心とした区民に効率的にアピールできるように、新聞、テレビ、地域情報誌や、総合ニュースメディア、さらには子育てに関するメディア等とのメディアリレーション（関係構築）を強化します。

外部メディアからは、提案する「大田区の暮らし」に紐づける施策や地域資源といった、区のブランドイメージに対する意見をフィードバックしてもらうことで、区のブランディングの改善にもつなげていきます。

推進体制のイメージ図



## 2. 進捗管理

シティプロモーション戦略及びアクションプランにおいては、指標を設定し、計画期中における取組の進捗状況や成果を測定しつつ、必要に応じて取組の見直しを行いながら進めていきます。

戦略においては、以下のとおり計画の中間、最終年次におけるアウトカム指標（事業の効果を測る指標）を設定します。特に、メイン指標に「区民の愛着度」及び「子育て世帯の定住意向」を据えることで、今回めざすシティプロモーションによる好循環を生み出すために重要な部分を押さえます。

アクションプランにおいては、アウトプット指標（事業の実績値）を別途定めます。

### 大田区シティプロモーション戦略における指標

指標名※	統計・調査名	現状値 (令和6年度)	中間目標値 (令和10年度)	最終目標値 (令和14年度)
区民の愛着度(★)	大田区「大田区シティプロモーション活動に対する満足度調査」	72.1点 (令和5年度)	76点 (令和9年度)	80点 (令和13年度)
区民の自慢度	大田区「大田区政に関する世論調査」	65.7	67	69
通勤・通学者の愛着度		60.4	62	64
通勤・通学者の自慢度		60.6	62	64
子育て世帯(注5)の定住意向(★)	大田区「大田区政に関する世論調査」	85.2% (令和5年度)	86% (令和9年度)	89% (令和13年度)
30～40代の幸福度	デジタル庁「地域幸福度	6.2	6.5	6.8
30～40代の生活満足度	(Well-Being)指標」	6.4	6.7	7.0
30～40代の社会増減	総務省統計局「国勢調査」	-911人 (令和2年度)	↗ (令和7年度)	↗ (令和12年度)

(※) ★はメイン指標

(注5) 小学校入学前の児童がいる世帯

## 第5章 区の現状と課題

### 1. これまでの取組

#### (1) 大田区シティプロモーション戦略（令和元年度から）の取組

##### ①戦略の趣旨

- 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等を最大の好機と捉え、区の多様な魅力の情報一元化及び情報発信力の強化等を効果的に推進することで、区の認知度向上、イメージの明確化、区内回遊性の向上を図り、地域経済の活性化へつなげるために、令和元年度、新たに大田区シティプロモーション戦略（以下、「旧戦略」という）を策定しました。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からの来訪者増加、地域経済の活性化、区民のシビックプライドの醸成、地域力の向上をめざして取り組んできました。
- ターゲットは、①羽田空港を利用する国内外からの来訪者、②大田区の持つ多様な魅力に気付いていない区民、③区のシティプロモーションと連携できる事業者・団体等とし、大田区の特徴や強み・魅力を Culture（文化）、Airport（空港）、Tourism（観光）、Community（暮らし）、Health&Sports（健康）、Industry（産業）、Nature（自然）、Gourmet（食）の8つの要素で捉えて取組を進めてきました。

##### ②ブランドメッセージ「UniqueOta/ユニークおおた」の策定/大田区シティプロモーションサイト及び SNS の開設

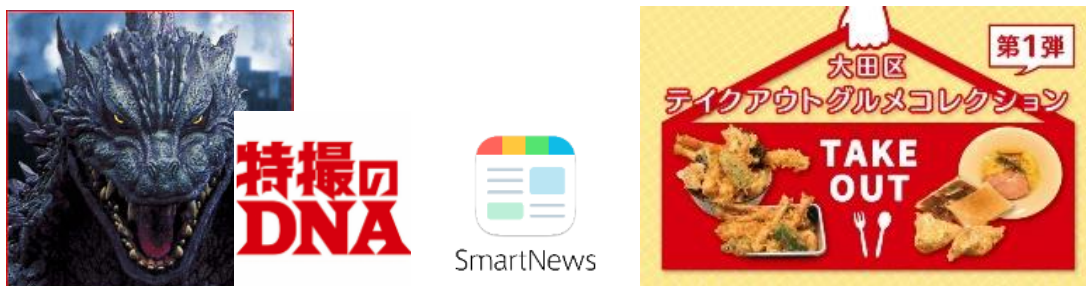
- UniqueOta（ユニークおおた）には、「他にはない、大田区ならではのユニークな場所と出会えるまち」という意味合いを込めました。
- ロゴマークは日本工学院専門学校の学生に制作していただき、候補作品の中から、区民投票により得票数が最多であった作品を採用しました。
- 区の多様な魅力・情報の一元化を実現する取組として、平成 31 年 3 月、シティプロモーションサイト「ユニークおおた」を開設しました。
- 「ユニークおおた」として、X（旧 Twitter）、Instagram、Facebook の各種 SNS を開始し、情報発信の強化に取り組んできました。
- 





### ③具体的な取組

- アクションプラン第1期（令和元年度～3年度）では、基本的な取組として、①情報発信の強化、②魅力と活力あるまちづくり、③区内外に「おおた推し」を増やすことをめざし、前述のシティプロモーションサイト「ユニークおおた」の開始、特撮のDNA—『ゴジラ』から『シン・ゴジラ』まで—の実施、区内イベントのPR活動、SNSを活用した#uniqueota（ユニークおおた）フォトキャンペーンを実施してきました。区以外の主体も「ユニークおおた」から情報発信ができるよう、企業や団体等にもサイトの編集権限を付与しました。
- また、「ユニークおおた」サイトは、ニュースアプリ「SmartNews」と連携を開始したことで、サイトへのアクセス数が格段に増加しました。新型コロナウイルス感染症の影響を受け、イベントやスポット情報に替えて、サイト内に仮想（バーチャル）美術館を設置し、大田区商店街連合会と連携してテイクアウトグルメを紹介する記事や、羽田空港で働く人へのインタビュー記事を掲載するなどしました。



- アクションプラン第2期（令和5年度）では、基本的な取組として、①情報発信のさらなる強化、②区内推進体制の拡充に取り組むこととし、若者（20代以下の区民）にアピールする情報発信を強化するとともに、新空港線の整備など、鉄道沿線まちづくりの機運の高まりや、SDGs未来都市に選定されたことを受けて、区がめざす未来のまちの魅力を発信することに取り組みました。具体的には、SNS・動画（ショート動画）を活用した発信の強化、区内イベントにおけるSNSフォローキャンペーンの実施、区職員研修での職員のシティプロモーションマインドの醸成、プレスリリース配信サービスの試行やメディアリレーションの強化を行いました。



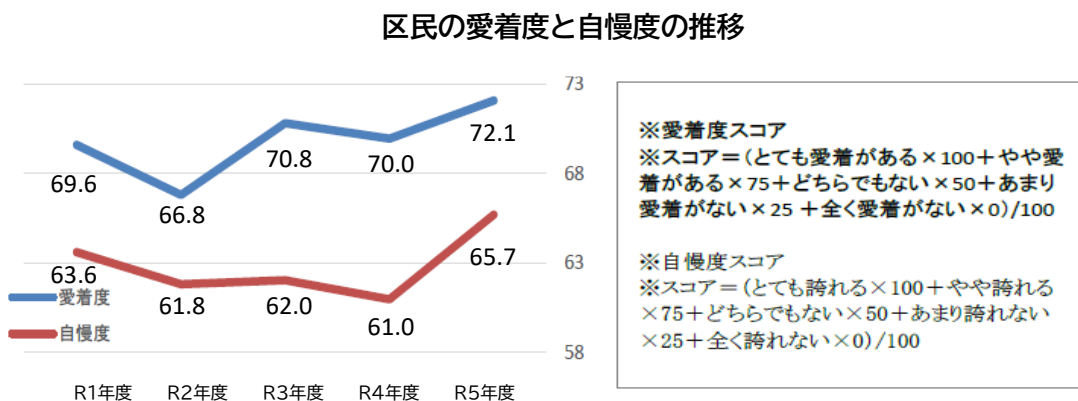
- 令和6年度は、戦略の見直しに伴い、つなぎのアクションプランとして、アクションプラン第2期の方針を踏襲しながら、戦略策定の方向性をとらえてシティプロモーション推進事業を行うこととしました。
- 主に子育て世帯をターゲットとすることをより意識して、公園情報などについて動画を活用し発信するなどに取り組みました。また、#uniqueota（ユニークおおた）フォトキャンペーンで募集した写真を活用して展示会を開催し、新戦略の考えを広く区民へ周知するとともに、区民や区内事業者・関係団体等と連携したシティプロモーションのプラットフォーム形成へ向けた取組を行いました。



## (2) 成果

- 旧戦略・アクションプランにおいて成果指標とした指標についての推移は次のとおりです。

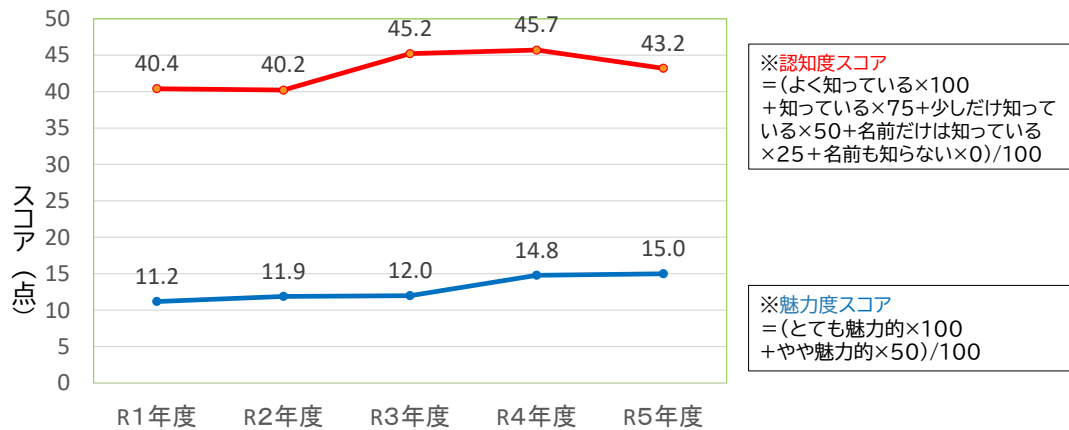
### ①区民のシビックプライドの醸成に関する指標



資料) 令和5年度大田区シティプロモーション活動に対する満足度調査

## ②区外在住者の認知度等に関する指標

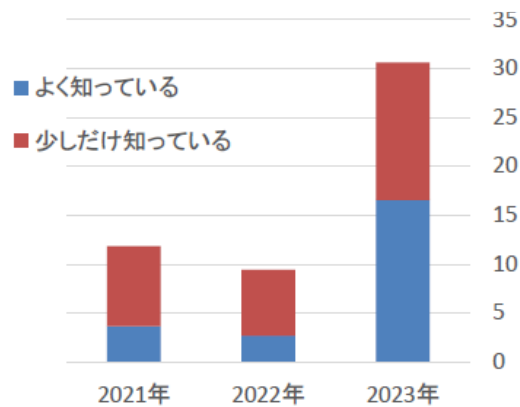
### 区外在住者による大田区の認知度・魅力度の推移



資料) 株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2023」

## ③区民の大田区 CP (シティプロモーション) 認知度

### 大田区 CP(シティプロモーション)認知度



※「よく知っている」、「少しだけ知っている」の回答の割合

資料) 令和5年度大田区シティプロモーション活動に対する満足度調査

### (3) 旧戦略の振り返りと考察

#### ①振り返り

- 区民の愛着度及び自慢度に関する「区民のシビックプライドの醸成に関する指標」は、令和元年度に比べて大きく上昇し、ユニークおたサイトの認知度やビュー数、SNSのフォロワー数の増加とともに順調に上昇し、区の多様な魅力を伝える幅広いプロモーションは一定の成果が上がったと考えられます。
- 区民に対して一定の成果があった一方、第一のターゲットとして「羽田空港を利用する国内外からの来訪者」を位置づけていましたが、区外在住者による認知度は伸び悩みました。
- 令和5年度大田区シティプロモーション活動に対する満足度調査からは、区民の満足度については、年代別にみると30代が最も高く、「子育て環境」を魅力とする30代が多かったことから、0～4歳の子どもを持つ世帯の流出は課題であるものの、子育て世帯の評価が高くなっています。

#### ②考察

- 旧戦略期間に築いた礎の上に、より一層、戦略的にターゲットを絞り、前述のとおり、新たなブランディングによって、選ばれるまちをめざしていくことが必要であると考えられます。
- 通勤・通学者や区と関係性のある方など、区とつながりのある層をターゲットとして、転入の促進などにつなげることが効果的であると考えられます。
- 子育て世帯をメインターゲットとして取り組むことで、定住性の向上などの成果が見込めるのではないかと考えられます。

### (4) 旧戦略の課題

- 旧戦略策定時は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を控え、国内外から人が集まる羽田空港を擁する大田区として、国内外からの来訪者を主たるターゲットに位置付け、区の持つ多様な魅力に気付いていない区民についてもターゲットに据えて、シティプロモーションに取り組んできました。実際には、策定時には予期できなかった新型コロナウイルス感染症の拡大や、世界情勢の不安定化や物価高など、かつてない局面を迎えました。また、令和5年度に策定した区の最上位の指針である大田区基本構想においては、子育て世帯の流出等を課題と捉え、「子ども」を中心に捉えた基本目標を定めており、持続可能な自治体をめざす大きな転換となりました。このように、新たな課題に直面し、新たな大田区の将来像を定める中で、シティプロモーションのターゲットの見直しが課題となっています。
- また、ターゲットが幅広いことで戦略性が十分発揮できておらず、8つの要素で幅広く魅力を捉えていることなど、ターゲットに対してのアプローチが十分に検討されていないことが課題となっています。
- 旧戦略・アクションプランにおいては、情報発信などのプロモーションについての取組強化を重点に置いて取り組んできました。今後は、ターゲットにアピールする価値ある区の施策や情報等のコンテンツについて、さらに検討していく余地があると考えられます。

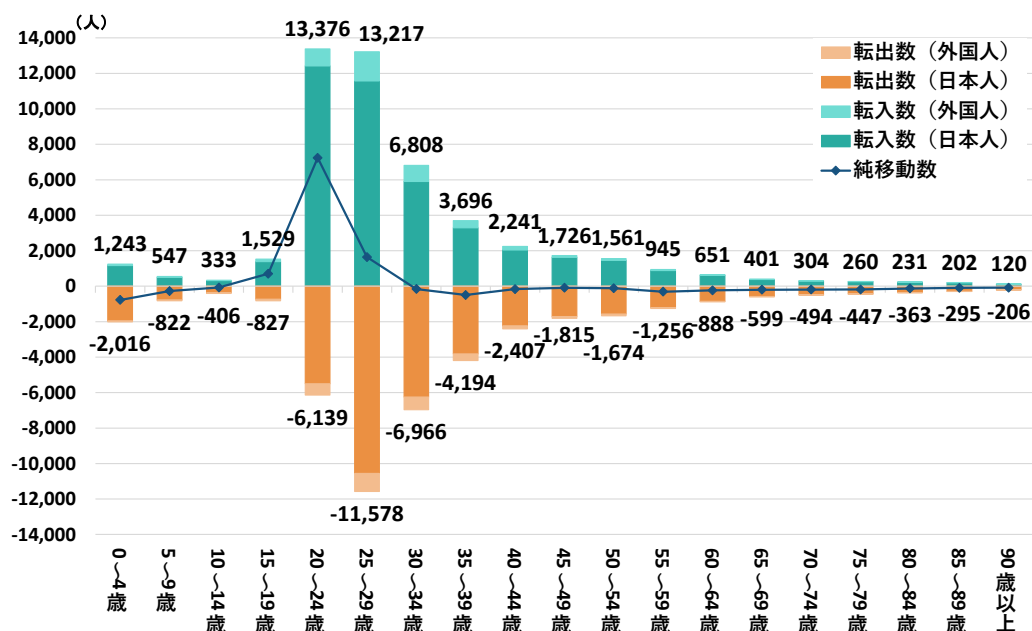
## 2. データからみた区の現状と課題

### (1) 人口動態

#### ①総人口

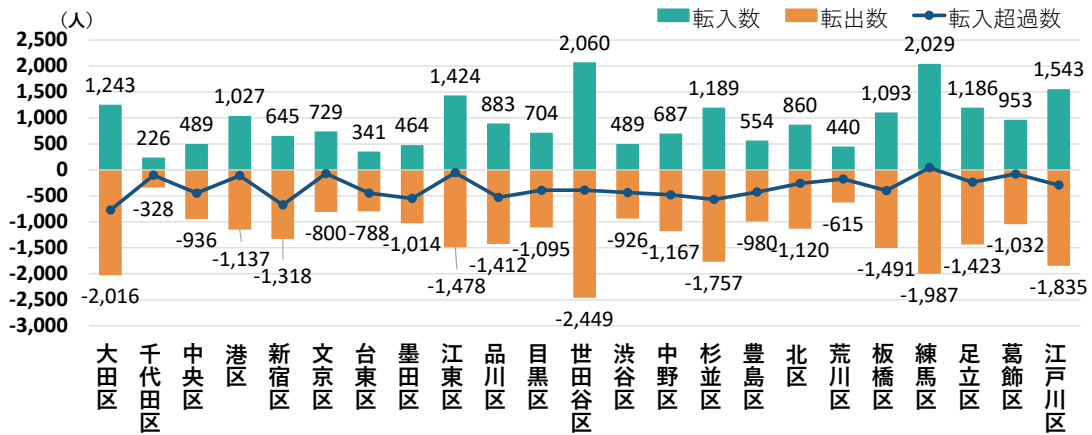
- 総人口は特別区第3位で、733,634人（令和6（2024）年1月1日時点、住民基本台帳人口）です。
- 人口規模は維持が見込まれますが、年少人口（0～14歳）が徐々に減少（令和5（2023）年には74,722人）し、少子高齢化が進んでいます。
- 20～29歳の転入者数が突出して多く転入超過となっており、進学や就職で大田区へ転入する若者が多いとみられます。
- 特に0～4歳（就学前人口）及び35～39歳で転出超過となっており、結婚や子育てに伴う世帯が転出しているとみられます。

年齢(5歳階級)別転入転出者数(2023年)



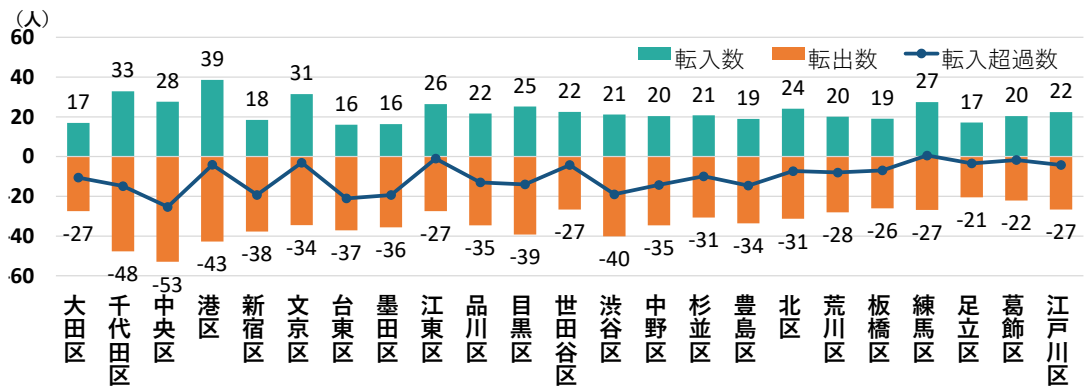
資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」を基に作成

### 0～4歳の特別区の転入転出者数(2023年)



資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」を基に作成

### 人口1万人当たり0～4歳の特別区の転入転出者数(2023年)



注釈) 人口は2024年1月1日時点。

資料) 総務省「住民基本台帳人口移動報告」、各区住民基本台帳人口(令和6(2024)年1月1日時点)を基に作成

## ②転出入の状況

- 大田区以外への転出先としては、東京都を含む首都圏の都道府県への転出が大多数であり、市区町村別にみると横浜市、川崎市、品川区、世田谷区の順となっています。
- 中でもこどもが1人以上かつ20代～40代の世帯の転出先は、「横浜市（20.3%）」が最も多いです。特別区では、「品川区」「世田谷区」「港区」の順で、近隣の自治体へ多く転出しています（転出者アンケート調査（令和4年4月18日～令和5年6月30日）より）。
- データを比較すると、横浜市や川崎市、世田谷区へは転出超過となっています。

### 5歳以上の住民の転出先自治体(2020年)

	都道府県		市区町村	
		転出者数（5歳以上）		転出者数（5歳以上）
1	東京都	30,670	横浜市	9,480
2	神奈川県	21,059	川崎市	7,758
3	千葉県	6,527	品川区	5,669
4	埼玉県	5,588	世田谷区	3,569
5	大阪府	2,795	目黒区	1,696
6	愛知県	2,053	さいたま市	1,346
7	福岡県	1,848	江東区	1,236
8	北海道	1,663	名古屋市	1,172
9	静岡県	1,496	練馬区	1,160
10	兵庫県	1,395	福岡市	1,127
	(参考)		特別区合計 (大田区を除く)	25,773

注釈) 5年前の常住地が大田区、現住地が大田区以外の人を「転出者」としている。  
5年前の常住地から算出しているため、集計時点で5歳以上の人が対象である。  
「東京都」は、大田区内の転出者数を除いた値である。

資料) 総務省統計局「国勢調査」を基に作成

### 5歳以上の住民の転入元自治体(2020年)

	都道府県		市区町村	
		転入者数（5歳以上）		転入者数（5歳以上）
1	東京都	31,390	横浜市	8,083
2	神奈川県	16,797	品川区	6,815
3	千葉県	5,451	川崎市	4,959
4	大阪府	4,821	世田谷区	3,551
5	埼玉県	4,781	目黒区	2,407
6	愛知県	3,294	名古屋市	1,762
7	福岡県	2,787	大阪市	1,712
8	兵庫県	2,682	福岡市	1,592
9	北海道	2,325	港区	1,466
10	静岡県	1,733	札幌市	1,324
	(参考)		特別区合計 (大田区を除く)	26,574

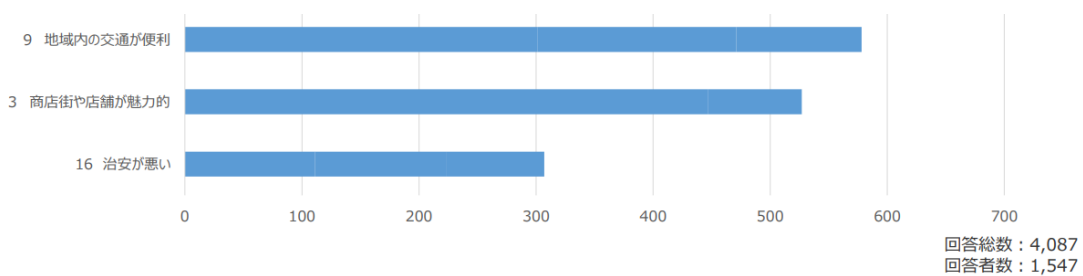
注釈) 5年前の常住地が大田区以外、現住地が大田区の人を「転入者」としている。  
5年前の常住地から算出しているため、集計時点で5歳以上の人が対象である。  
「東京都」は、大田区内の転入者数を除いた値である。

資料) 総務省統計局「国勢調査」を基に作成

### ③子育て世帯の区への評価

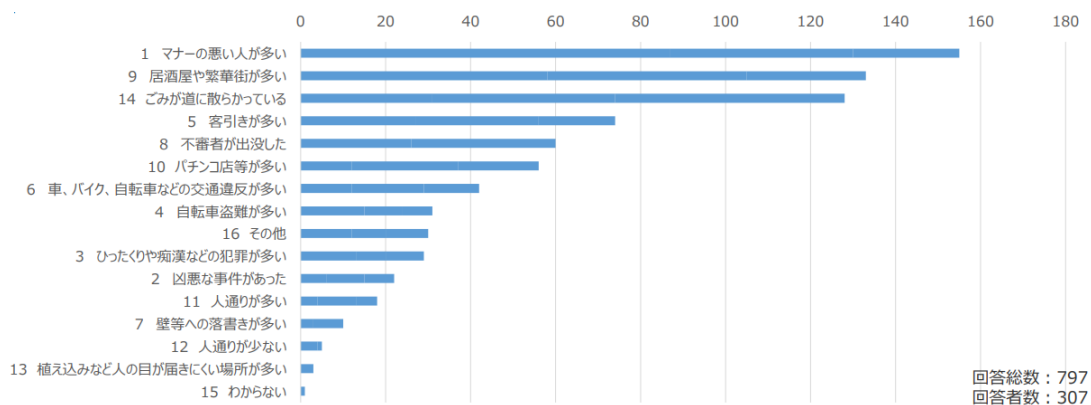
- 転出者向けに実施したアンケート調査において、こどもが1人以上かつ20代～40代の世帯では、区のイメージとして「治安が悪い」が約2割で、「地域内の交通が便利」「商店街や店舗が魅力的」といったプラスのイメージに次いで第3位となっています。
- 「治安が悪い」と感じた要因は、「マナーの悪い人が多い」が約半数でした。「治安が悪い」と感じた要因として第1位に選択した項目を選んだ理由は、自分が被害にあったり、見聞きしたりしたという割合が高いだけでなく、テレビやインターネットでの評判も影響しており、地域におけるイメージアップの施策（根本原因の解決）と、シティプロモーションによるイメージアップの施策（プロモーションによる解決）を両輪で推進していく必要があります。
- また、「転出前の居住地付近の治安は悪くなかった」が約3割と最も多く、区全体については治安が悪いイメージを持っているものの、個別の地域ではそのように感じていない人も多い可能性があります。

#### 大田区の詳細イメージ(1位～3位)



資料) 転出者アンケート調査 (令和4年4月18日～令和5年6月30日)

#### 大田区全体のイメージとして「治安が悪い」と感じた要因(最大3つまで)

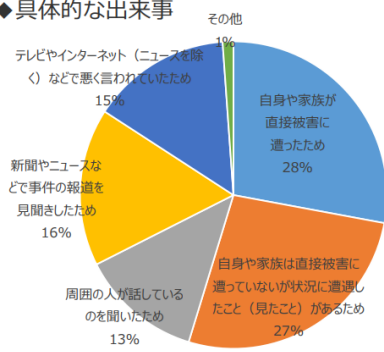


資料) 転出者アンケート調査 (令和4年4月18日～令和5年6月30日)



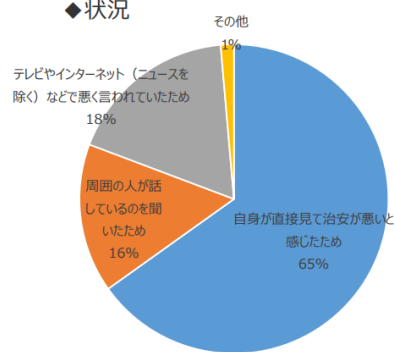
## 「治安が悪い」と感じた要因で1位に選択した項目を選んだ理由

### ◆具体的な出来事



回答総数：265

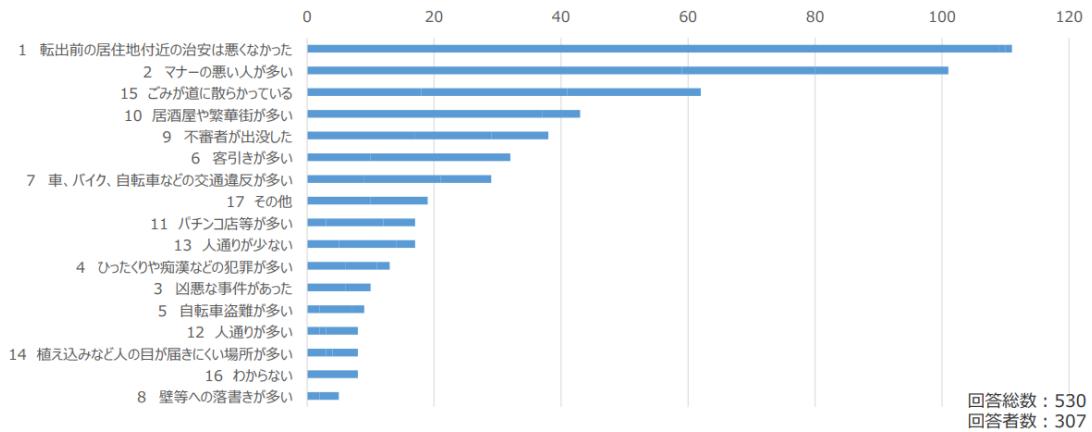
### ◆状況



回答総数：218

資料) 転出者アンケート調査 (令和4年4月18日～令和5年6月30日)

## 転出前の居住地付近の治安(最大3つまで)



回答総数：530  
回答者数：307

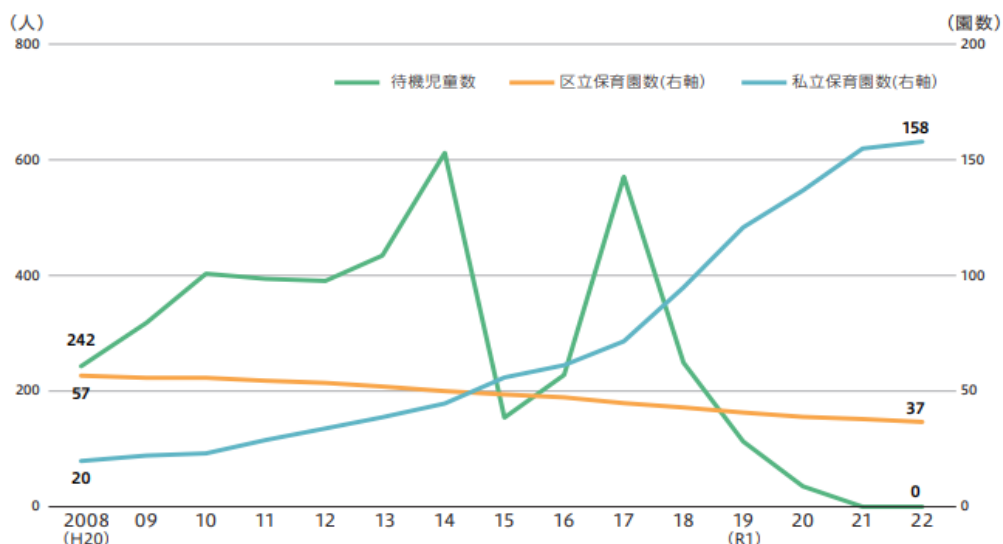
資料) 転出者アンケート調査 (令和4年4月18日～令和5年6月30日)

## (2) 子育て環境

### ①保育園

- 保育施設の新規整備や区立保育園の民営化が進んだことで、私立保育園数が増加し、保育園の待機児童数は令和3（2021）年にゼロになっています。

保育園待機児童数と認可保育園数の推移



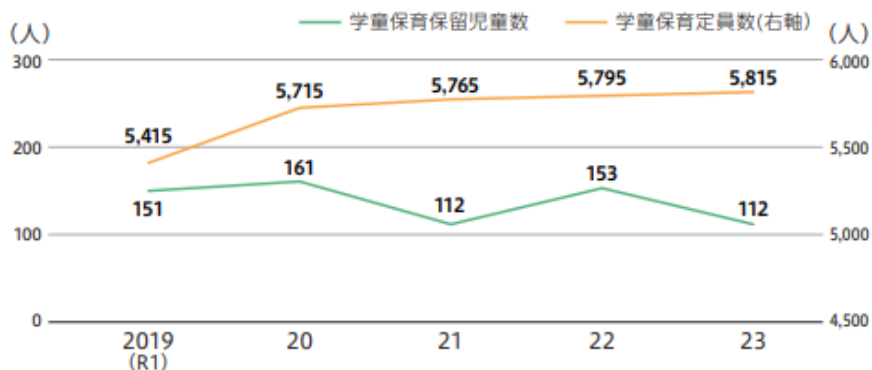
注釈) 「大田区政ファイル」を基に作成

資料) 大田区データブック

### ②こどもの居場所

- 区には、放課後ひろばや児童館等にある学童保育施設で、放課後に保育が必要な小学生を預かる学童保育を実施しています。学童保育の定員数は、令和元（2019）年から令和6（2024）年までの間で635人増と拡充しましたが、令和6年5月1日時点の保留児童は158人生じており、学童保育ニーズに対応する取組が必要です。
- 児童館には、図書室、工作室、遊戯室などがあり、乳幼児親子、小学生、中学生の遊び場として利用されているほか、保育士資格や教員資格をもった常勤職員がおり、子育ての相談の場としても利用されています。区の児童館数（区営・民営合わせた総数）は45か所あり、利用者数は、令和5（2023）年3月末時点で、23区で2番目に多い915,420人となっており、総人口が23区で3番目に多いことを考慮しても、児童館が積極的に利用されていることが分かります。

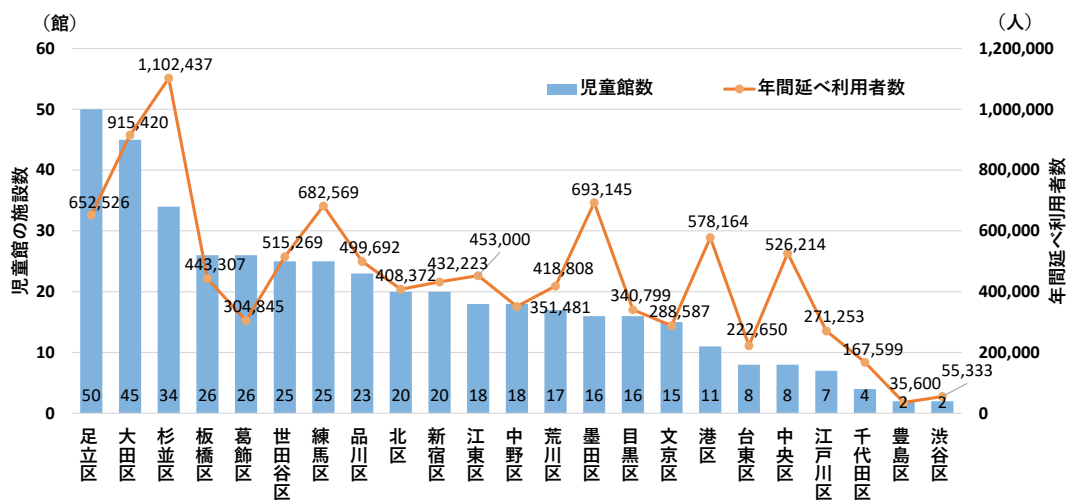
### 学童保育保留児童数の推移



注釈) こども文教委員会資料を基に作成

資料) 大田区データブック

### 児童館の施設数と年間延べ利用者数(2023年3月末時点)



資料) 東京都福祉局「令和4年度東京の児童館実施状況」を基に作成

### (3) 住環境

#### ①地価・家賃相場

- 区内の地価は直近 10 年で上昇傾向にあります。住宅地の平均価格は 579,100 円/㎡であり、子育て世帯の転出先として特別区(23区)としては上位であった品川区、世田谷区、港区と比較しても安くなっています。一方、横浜市や川崎市に対しては、住宅地の平均価格はいずれの区と比較しても高くなっています。
- また、民間借家の1畳あたりの家賃は、大田区が6,104円/畳であるのに対し、子育て世帯の転出先として特別区としては上位であった品川区、世田谷区、港区と比較すると安くなっています。一方、横浜市や川崎市に対しては、民間借家の家賃はいずれの区と比較しても高くなっています。

#### 住宅地の地価公示額

(円/㎡)	大田区	品川区	世田谷区	港区	横浜市 (中区)	川崎市 (中原区)
令和6年地価公示額(住宅地)	579,100	971,000	682,700	2,297,300	433,200	377,700

注釈) 横浜市では中区、川崎市では中原区が市内最高値。

資料) 東京都「令和6年地価公示 区市町村別用途別平均価格表」、神奈川県「令和6年地価公示(神奈川県分) 市区町村別 平均価格地図(住宅地)」

#### 民間借家1畳あたりの家賃

(円/畳)	大田区	品川区	世田谷区	港区	横浜市 (西区)	川崎市 (中原区)
民間借家・1畳あたりの家賃(家賃0円を含む)	6,104	6,801	6,183	10,332	6,069	5,633

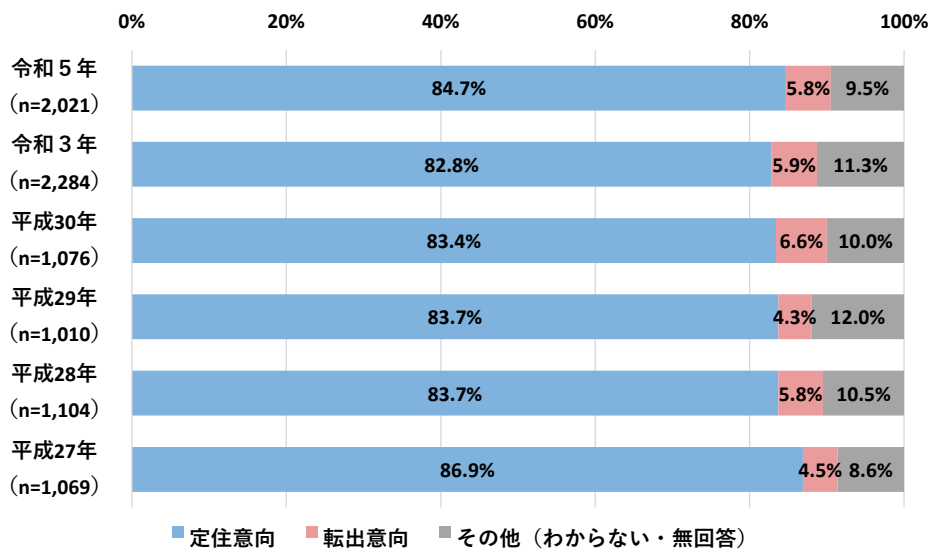
注釈) 横浜市では西区、川崎市では中原区が市内最高値。

資料) 総務省統計局「平成30年住宅・土地統計調査」

## ②区民の住環境に対する意識

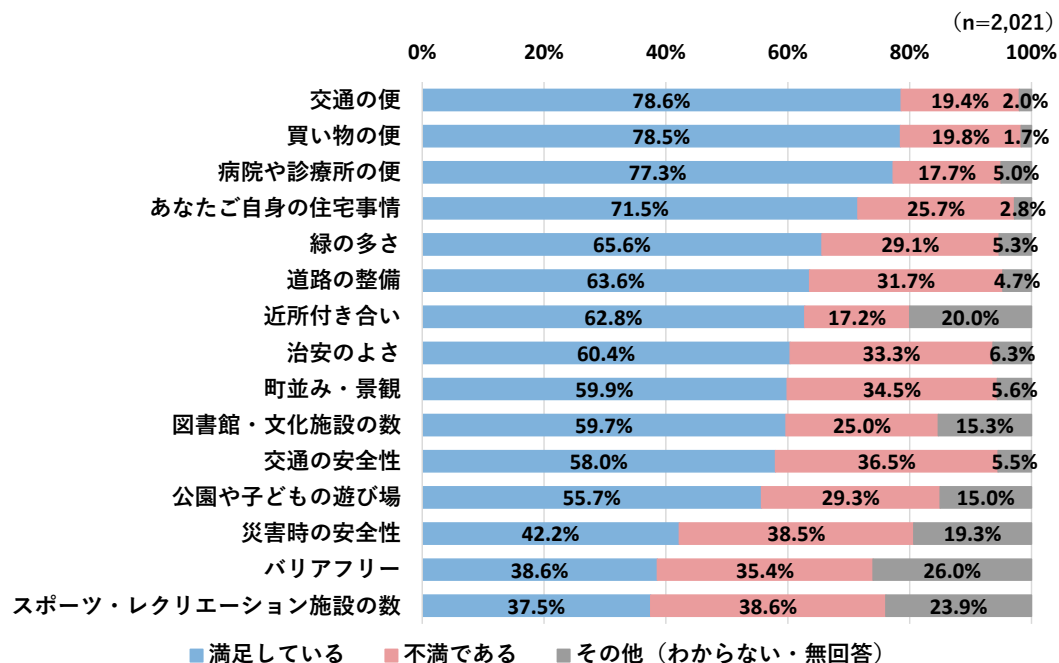
- 区への定住意向（ずっと住み続けたい、当分は住み続けたい）がある区民は、5年以上80%台で推移していたものの減少傾向でしたが、令和5（2023）年には84.7%に回復しています。
- 区民の生活環境への満足度は、満足している（満足している、ほぼ満足している）層が「交通の便」「買い物の便」「病院や診療所の便」で高くなっており、生活インフラの利便性への満足度の高さがうかがえます。そのほかでは、「あなたご自身の住宅事情」「緑の多さ」「道路の整備」の項目で満足度が高くなっています。

### 区民の定住意向



資料)「大田区政に関する世論調査」(令和5年6月実施)を基に作成

### 項目別生活環境への満足度

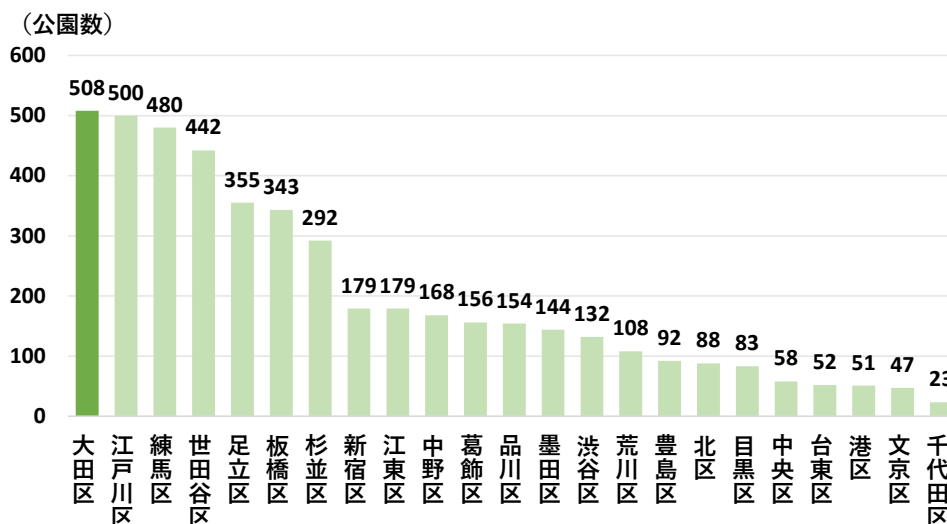


資料)「大田区政に関する世論調査」(令和5年6月実施)を基に作成

### ③公園の数

- 区には区立公園が508か所あり、特別区(23区)の中でも都市公園(都立公園、区市町村立公園、国営公園の合計)の数が最も多いです。面積あたり、1人あたりの公園数は、特別区の中で平均ほどですが、選択肢が豊富にあることがうかがえます。

都市公園数の特別区(23区)との比較(2024年)

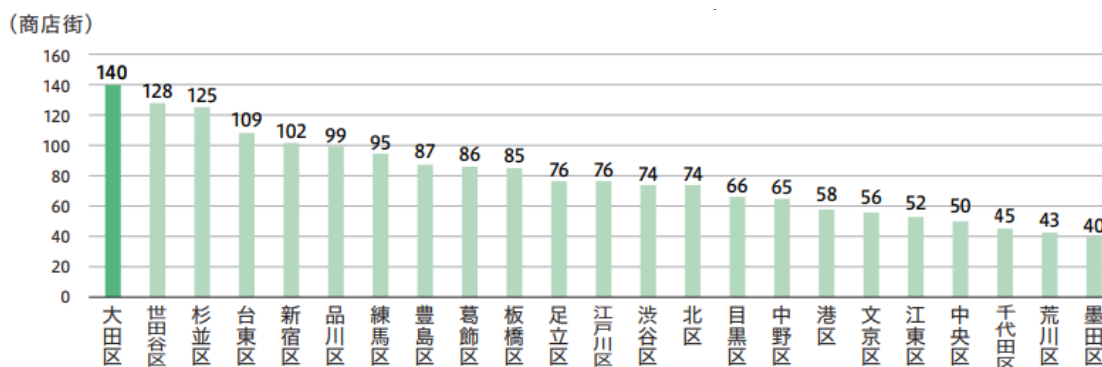


資料) 東京都建設局「東京都都市公園等区市町村別面積・人口割比率表(令和6年4月1日現在)」を基に作成

### ④商店街の数

- 区内の商店街の数は年々減少しているものの、都内の市区町村で最大規模であり、区の特徴となっています。

商店街の数の特別区(23区)との比較(2022年)



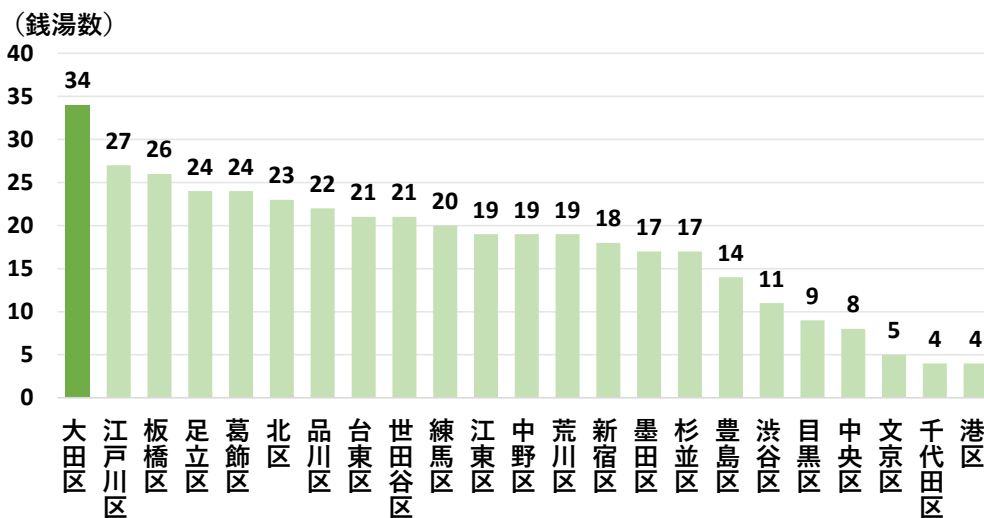
注釈) 東京都産業労働局「令和4年度東京都商店街実態調査報告書」を基に作成

資料) 大田区データブック

### ⑤銭湯の数

- 区内の公衆浴場（銭湯）の数は年々減少しているものの、都内の市区町村の中で最大規模となっています。特に、臨海部周辺には、淡褐色や黒褐色の黒湯と呼ばれる温泉が広く分布し、古くから銭湯として利用されています。

銭湯の数の特別区(23区)との比較(2023年)



資料) 大田区「都内公衆浴場数の推移及び入浴料金統制額の改定状況」を基に作成

### 3. 区を取り巻く環境の変化

#### (1) 今後求められる地域活性化の視点

- 国全体で少子高齢化・人口減少や東京圏への一極集中が続いている中で地域に愛着を持ち、地域のために行動する人材が一人でも増えるようなシティプロモーションの取組が必要です。
- 今後区では、シティプロモーションによって、区民の地域への愛着や暮らしの幸福度（ウェルビーイング）を高めることで、地域のために行動したいと思う人を増やしていったり、事情により区外へ転出した場合も、働く場所、遊び・楽しむ場所などとして区に関わり続けたい、いずれ区内に戻って来たいと思ってもらえる人を増やすことが重要となります。

#### (2) 情報発信主体の多様化

- 近年は SNS の普及によって、誰でも情報発信できる時代となり、情報発信における区民一人ひとりの役割がこれまで以上に重要となっています。
- 区が取り組むシティプロモーションにおいては、区のことを良く知る区民や区内事業者・関係団体等による取組の把握・支援や、これらの主体との連携を念頭に実施していく必要があります。

#### (3) 居住地域の魅力の重要性の高まり

- 近年では、テレワークの普及や促進など、働き方改革が進展しており、幸福度の高い暮らしを実現するためには、従来と比較して、居住地近辺で過ごす時間や、身近にある暮らしの環境・機能が重視されるようになってきています。
- シティプロモーションにおいては、区民にとっての居住地を舞台にした暮らしの魅力に着目し、これを基盤としたプロモーションを行っていくことが必要です。



## 第6章 区民・区外在住者による区の地域資源等への評価

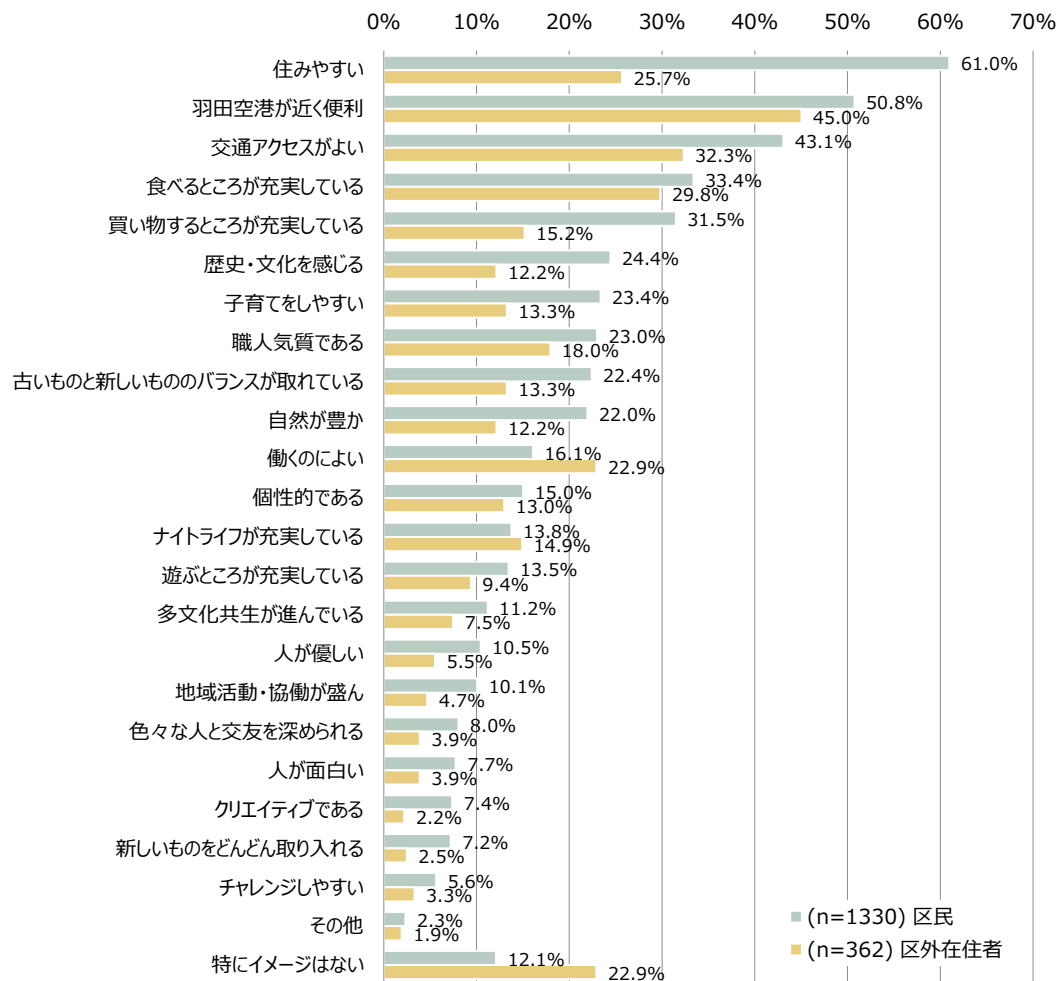
区民や区外在住者による、大田区全体や各個別の地域資源、子育て環境等に対する評価を確認するため、令和6（2024）年6月25日（火）～6月29日（土）の期間でアンケート調査を実施し、区民1,330サンプル、区外在住者として東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県在住の大田区への通勤・通学者362サンプルの回答を得ました。

### 1. 区のイメージ

#### (1) 区全体のイメージ

- 区民にとっての区のイメージは、まず「住みやすい」や、交通アクセス関連の項目の割合が高いです。
- 他には、「食べるところが充実している」「買い物するところが充実している」が3割強、「歴史・文化を感じる」「子育てをしやすい」「職人氣質である」「古いものと新しいもののバランスがとれている」「自然が豊か」が2割強で、イメージが分散しています。
- 区外在住者にとっては、特に交通アクセス関連の項目の評価が高くなっています。

大田区のイメージ



## (2) 地域別のイメージ

- 居住地域別のイメージを確認すると、「住みやすい」は概ね全ての地域でトップの項目となっていますが、全体的に地域によってイメージの上位項目は分散しており、異なる魅力が認識されていることが分かります。

### 居住地域のイメージ

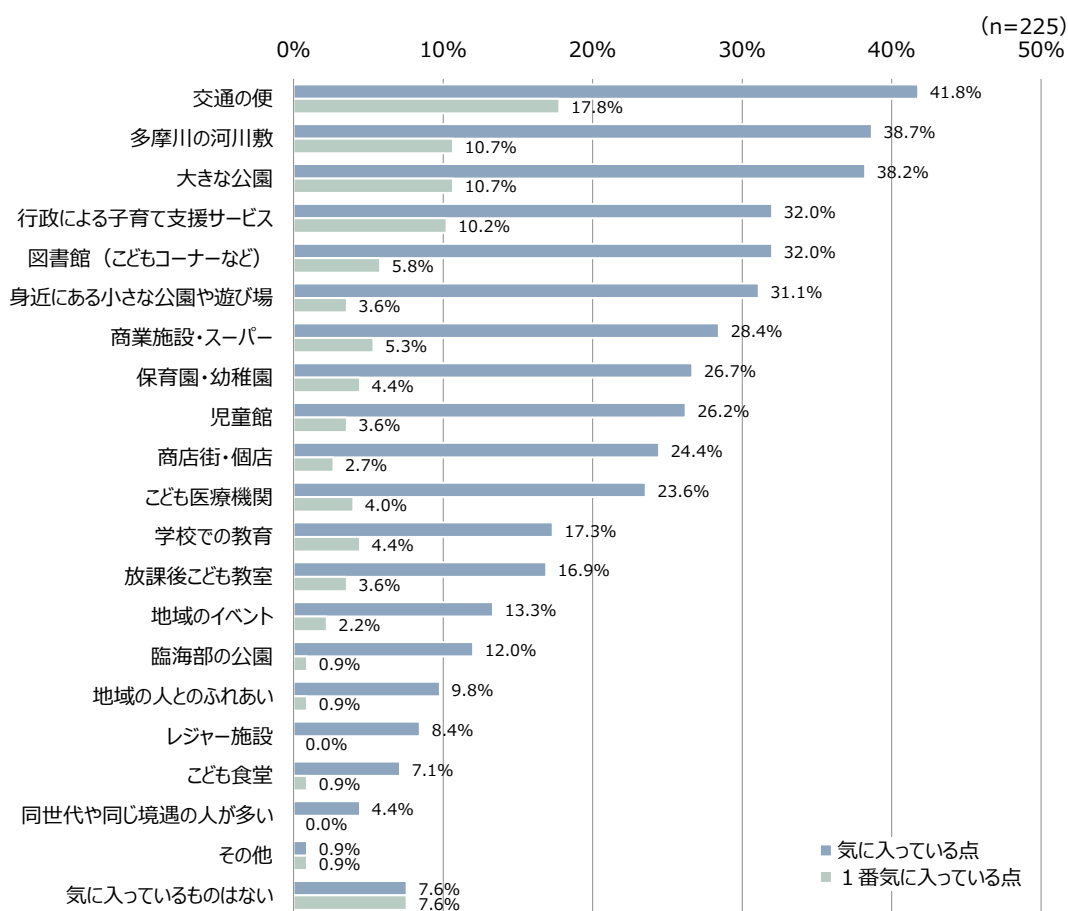
	1位	2位	3位	4位	5位	(その他特徴的な1位項目)
台地部(田園調布・洗足池)地域	<u>住みやすい</u> (69.7%)	自然が豊か (39.4%)	交通アクセスが良い(35.3%)	子育てをしやすい(32.4%)	歴史・文化を感じる(22.0%)	
馬込・池上	<u>住みやすい</u> (70.7%)	歴史・文化を感じる(41.8%)	交通アクセスが良い(35.3%)	子育てをしやすい(31.0%)	羽田空港が近く便利(21.2%)	人が優しい (17.2%)
大森	住みやすい (64.2%)	交通アクセスが良い(42.2%)	羽田空港が近く便利(40.2%)	買い物するところが充実している(34.3%)	食べるところが充実している(26.5%)	
蒲田	住みやすい (46.6%)	羽田空港が近く便利(44.7%)	交通アクセスが良い(44.3%)	食べるところが充実している(41.9%)	買い物するところが充実している(30.4%)	ナイトライフが充実している(21.3%) 個性的である(17.8%) 働くのによい(16.6%)
多摩川沿い(六郷・矢口)	住みやすい (65.4%)	羽田空港が近く便利(46.4%)	交通アクセスが良い(43.6%)	自然が豊か(37.9%)	子育てをしやすい(25.6%)	
糞谷・羽田・空港臨海部	羽田空港が近く便利 (54.0%)	住みやすい (43.4%)	交通アクセスが良い(35.3%)	職人気質である(22.8%)	子育てをしやすい(20.6%) ※「特にイメージはない」も同率	

注釈) 60%以上の項目を濃い網掛け、40%以上の項目を薄い網掛けとし、同一項目を各地域で比較した際に1位の項目は下線を引いている。

## 2. 子育て環境の評価

- 区民のうち高校生以下の子どもと同居している方における、区で子育てをする上で気に入っている点は、「交通の便」「多摩川の河川敷」「大きな公園」「行政による子育て支援サービス」「図書館（こどもコーナーなど）」「身近にある小さな公園や遊び場」「商業施設・スーパー」「保育園・幼稚園」「児童館」の順となりました。
- 1番気に入っている点としては、「交通の便」「多摩川の河川敷」「大きな公園」「行政による子育て支援サービス」で10%を超える結果となりました。

区で子育てをする上で気に入っている点

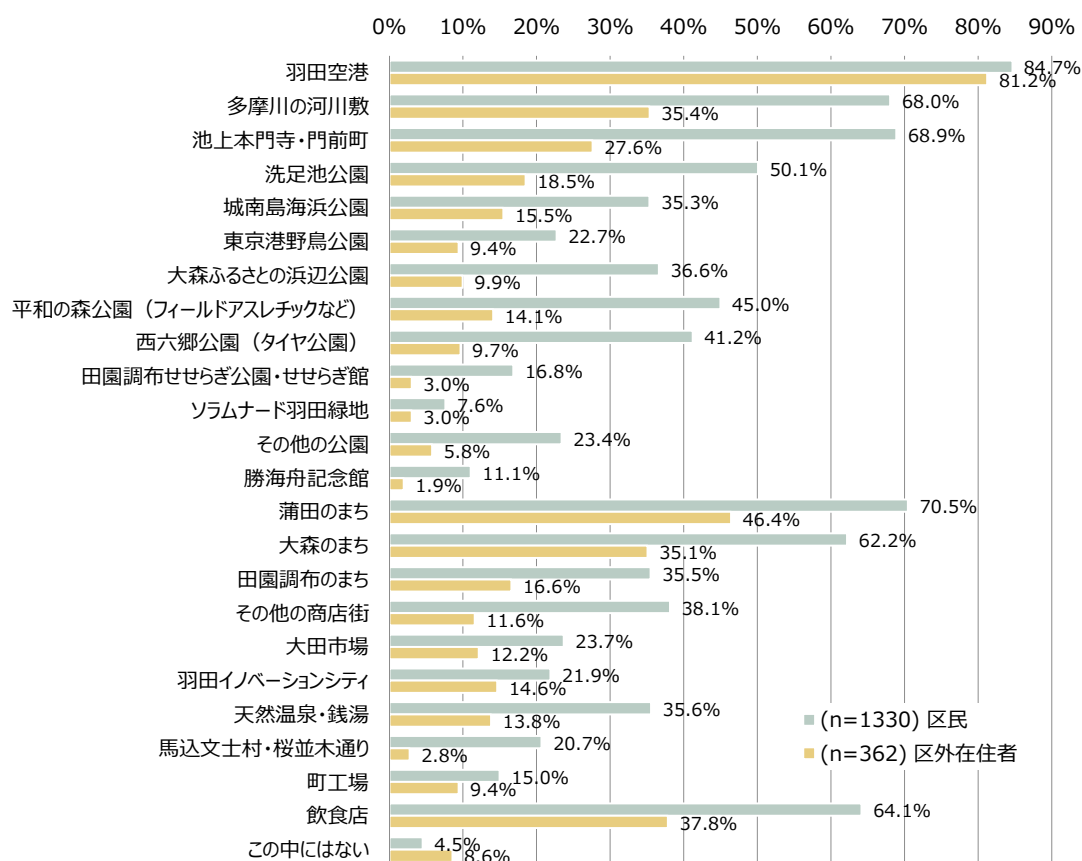


### 3. 地域資源の利用状況

#### (1) 区内のスポット・施設等の訪問率

- 交通インフラと位置付けられる羽田空港を除くと、区民と区外在住者の訪問率の差は顕著であり、一般的に地元民向けの資源が充実していることがわかります。

区内のスポット・施設等の訪問率



## (2) 区内のスポット・施設等への親しみ・愛着度

- 区内のスポット・施設等の訪問者における、各スポット・施設等への親しみ・愛着度をNPS®により得点化すると、区民においては、「天然温泉・銭湯」のスコアが最も高く、次いで「多摩川の河川敷」「羽田空港」「田園調布せせらぎ公園・せせらぎ館」「ソラムナード羽田緑地」「池上本門寺・門前町」「羽田イノベーションシティ」「馬込文士村・桜並木通り」「町工場」「その他の商店街」「洗足池公園」の順となりました。
- 区外在住者において、回答者における訪問者数が30名以上のスポット・施設等をみると、「天然温泉・銭湯」「その他の商店街」「羽田空港」「大森ふるさとの浜辺公園」「洗足池公園」「町工場」「大田市場」の順でスコアが高くなっています。

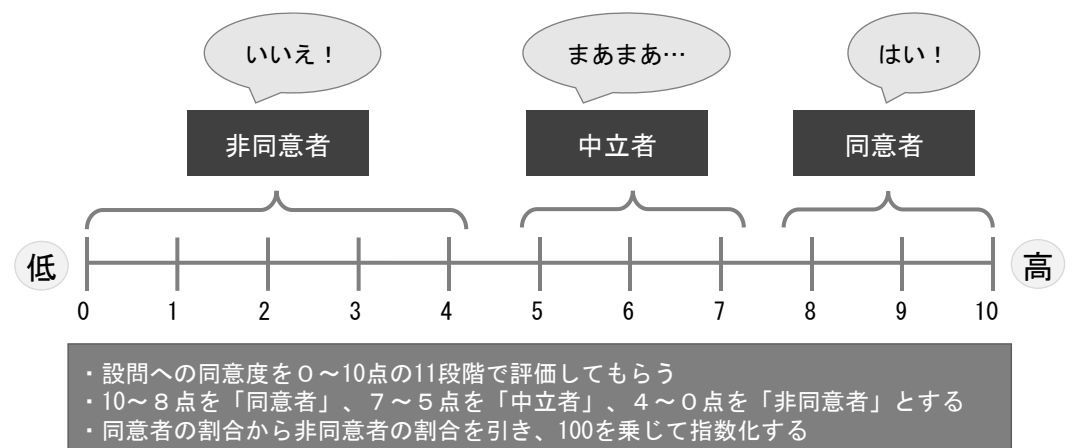
### (各スポット・施設等への訪問者のみ)区内のスポット・施設等への親しみ・愛着度

		羽田空港	多摩川の河川敷	池上本門寺・門前町	洗足池公園	城南島海浜公園	東京港野鳥公園	大森ふるさとの浜辺公園	平和の森公園(フィールドアスレチックなど)
スコア	区民	35.3	37.8	32.3	26.0	24.0	23.5	24.6	20.9
	区外在住者	21.1	12.5	8.0	17.9	12.5	11.8	19.4	11.8
サンプル数	区民	(n=1126)	(n=905)	(n=916)	(n=666)	(n=470)	(n=302)	(n=487)	(n=598)
	区外在住者	(n=294)	(n=128)	(n=100)	(n=67)	(n=56)	(n=34)	(n=36)	(n=51)
		西六郷公園(タイヤ公園)	田園調布せせらぎ公園・せせらぎ館	ソラムナード羽田緑地	その他の公園	勝海舟記念館	蒲田のまち	大森のまち	田園調布のまち
スコア	区民	20.1	34.8	34.7	22.8	24.5	21.5	18.4	12.5
	区外在住者	2.9	18.2	36.4	19.0	42.9	9.5	4.7	5.0
サンプル数	区民	(n=548)	(n=224)	(n=101)	(n=311)	(n=147)	(n=937)	(n=827)	(n=472)
	区外在住者	(n=35)	(n=11)	(n=11)	(n=21)	(n=7)	(n=168)	(n=127)	(n=60)
		その他の商店街	大田市場	羽田イノベーションシティ	天然温泉・銭湯	馬込文士村・桜並木通り	町工場	飲食店	
スコア	区民	26.4	24.1	27.8	42.7	27.6	26.6	24.2	
	区外在住者	31.0	15.9	0.0	34.0	10.0	17.6	11.7	
サンプル数	区民	(n=507)	(n=315)	(n=291)	(n=473)	(n=275)	(n=199)	(n=853)	
	区外在住者	(n=42)	(n=44)	(n=53)	(n=50)	(n=10)	(n=34)	(n=137)	

注釈) 色分けについて、緑はスコアが高いことを、赤はスコアが低いことを示す。

#### ■NPS®による得点化について

親しみ・愛着度は、「とても感じる」を10点、「まったく感じない」を0点としたときの点数を選択してもらい、10～8点を同意者、7～5点を中立者、4～0点を非同意者とし、同意者の割合から非同意者の割合の差を算出して指数化しています。本来NPS®では10～9点を同意者、8～7点を中立者、6～0点を非同意者としますが、本調査ではスコア算出基準を変えています。

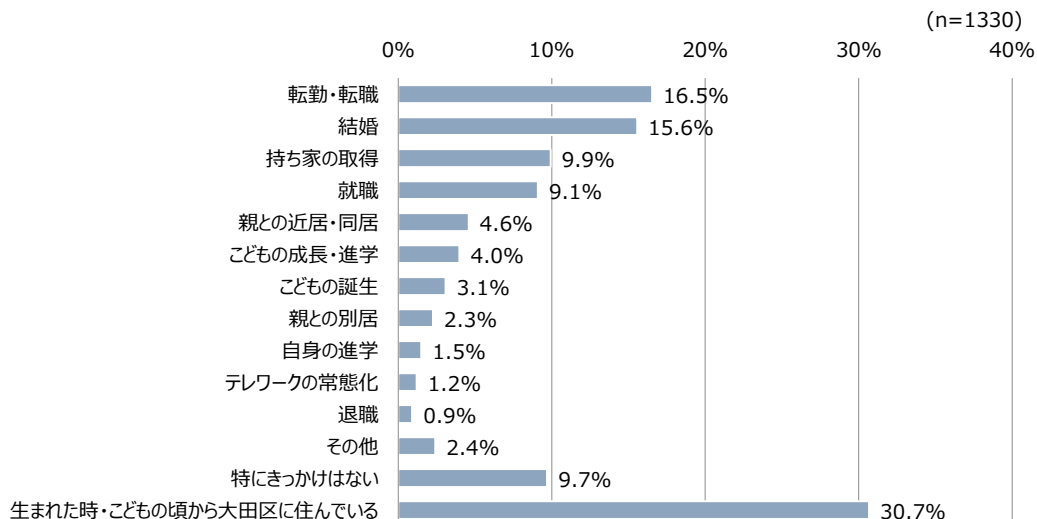


## 4. 区への転入や住み続ける理由

### (1) 区へ転入したきっかけ

- 区への転入きっかけとして、そもそも「生まれた時・こどもの頃から大田区に住んでいる」が3割と高い割合を占めています。
- それ以外の割合としては、「転勤・転職」「結婚」などが比較的高いです。

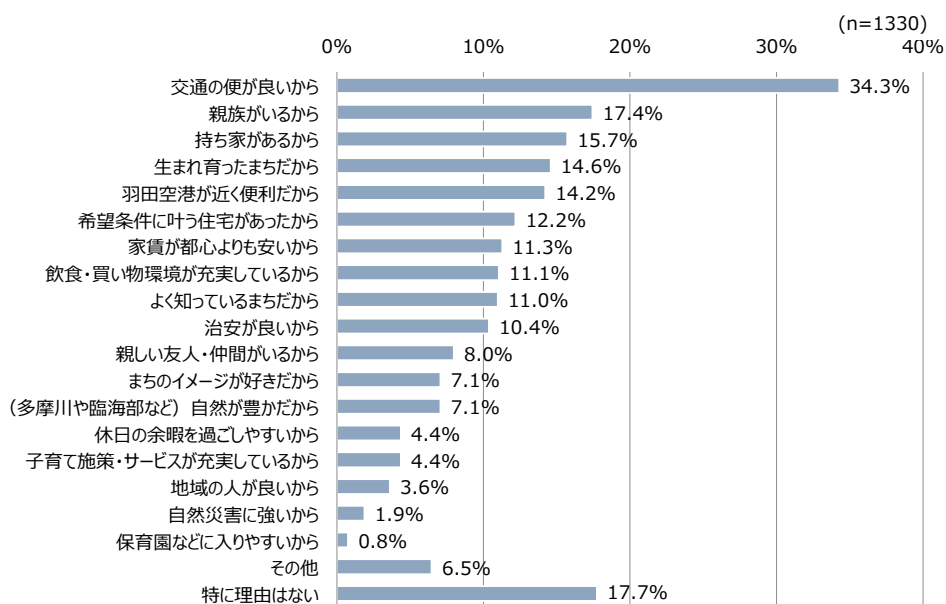
(区民のみ)大田区に転入したきっかけ



### (2) 区を転入先として選んだ理由・住み続けている理由

- 「交通の便が良いから」を除くと全体的に回答割合が分散しており、区への転入・住み続けている要因は多様です。なお、「親族がいる」といった血縁的理由や、「生まれ育ったまち」といった地縁的理由の順位が比較的高いです。

(区民のみ)区を転入先として選んだ理由・住み続けている理由



大田区シティプロモーション戦略  
アクションプラン第1期（案）  
（令和7年度～令和10年度）

令和7年 月

大田区







# 目次

<b>第1章 策定にあたって</b> .....	2
1. ターゲット .....	2
2. 主なプロモーション内容：「大田区の暮らし」の提案 .....	2
3. ブランディング.....	3
(1) ブランドコンセプト .....	3
(2) ブランドメッセージ・ロゴマーク .....	3
4. 計画期間 .....	4
<b>第2章 施策の全体像</b> .....	5
1. 施策体系 .....	5
2. 施策・取組によりアピールする「大田区の暮らし」 .....	6
<b>第3章 施策・取組</b> .....	8
<b>施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング</b> .....	8
取組1 区民のライフスタイルの記事化.....	8
取組2 ターゲット層が必要とする行政サービスの情報集約.....	8
取組3 地域資源の価値向上 .....	8
取組4 イベント情報の集約・情報発信.....	8
<b>施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信</b> .....	8
取組1 ブランドメッセージの浸透.....	8
取組2 シティプロモーションサイトの充実.....	9
取組3 公式 SNS による情報発信.....	9
取組4 区報・区ホームページの充実.....	9
取組5 タッチポイントの創出.....	9
取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信.....	9
<b>施策3 庁内推進体制の強化</b> .....	10
取組1 外部専門人材の登用 .....	10
取組2 職員によるプロモーションの活性化.....	10
<b>施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携</b> .....	10
取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集.....	10
取組2 区内事業者・関係団体等が実施するイベント・活動との連携.....	10
取組3 区民等による情報発信の促進.....	10
<b>第4章 進捗管理</b> .....	11

## 第1章 策定にあたって

大田区シティプロモーション戦略（以下「戦略」という。）戦略の目標を実現させるための短期的な目標や具体的な取組内容を示し、戦略を着実に推進するため、アクションプラン（以下「本プラン」という。）を策定します。

### 1. ターゲット

「持続可能な大田区」をめざすために最も重要な存在である「区民」に着目し、将来を支えるこども世代を包含する、子育て世帯を中心的なターゲットに据えます。

### 子育て世帯を中心とした区民

### 2. 主なプロモーション内容：「大田区の暮らし」の提案

区の魅力や資源から、ターゲットに対してアピール力のある「大田区の暮らし」を提案し、これに沿ったブランディング・プロモーションを行います。5つの「大田区の暮らし」に括った情報発信により、区の施策や地域資源について、アピールを行います。

#### 提案する「大田区の暮らし」

##### ① 利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす

羽田空港・都心(東京駅・品川駅等)や横浜等への交通利便性が良く、生活に便利なまちで充実した暮らしが実現できます

##### ② 豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす

花や海辺、ユニークな遊具などがある様々な公園や遊び場が選べるまちで、自然を感じる暮らしが実現できます

##### ③ 充実した子育て環境と安全なまちで暮らす

充実した子育て施策や教育環境、防災・防犯対策のもとで、行政サービスを活用しながら、質の高い暮らしが実現できます

##### ④ 活気とあたたかさあふれるまちで人とのつながりを感じながら暮らす

商店街(グルメほか)や銭湯などの人情味あるまちで、多様な人と関わり合いながら、地域に溶け込んだ暮らしが実現できます

##### ⑤ 魅力ある文化・芸術や歴史の根付くまちで自分らしく暮らす

大田区ならではの文化・芸術や歴史に触れ、他では味わえない経験や、趣味を楽しむ暮らしが実現できます

### 3. ブランディング

シティプロモーションの考え方に基づき、ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に対する『「大田区の暮らし」の提案』に向け、ブランディングを行います。

#### (1) ブランドコンセプト

区のまちづくりの羅針盤となる基本構想で示している区の将来像『心やすらぎ 未来へはばたく 笑顔のまち大田区』を踏まえながら、ターゲットにアピールしていくため、以下をブランドコンセプトとします。

「わくわく」は、5つの『「大田区の暮らし」の提案』により、区民の暮らしをわくわくにすることを表しています。

「翼」は、大田区が擁する羽田空港から飛び立つ飛行機になぞらえて、区民とともに区の未来を創る姿勢を表しています。

大田区は、区民の笑顔をめざし  
心躍り、楽しく、豊かな暮らしを創るため  
5つのわくわくを掲げます

- 1 世界の近さ
- 2 豊かな自然
- 3 充実した子育て環境
- 4 あたたかい人とのつながり
- 5 魅力ある文化・芸術

あたらしいまちに翼を与え  
区民とともにとびたて  
わくわくに翼を

#### (2) ブランドメッセージ・ロゴマーク

ブランドメッセージは、ブランドコンセプトと連動させて、「わくわくに翼を」とし、以下のように、鳥の翼をかたどり、ロゴマークを設定しました。

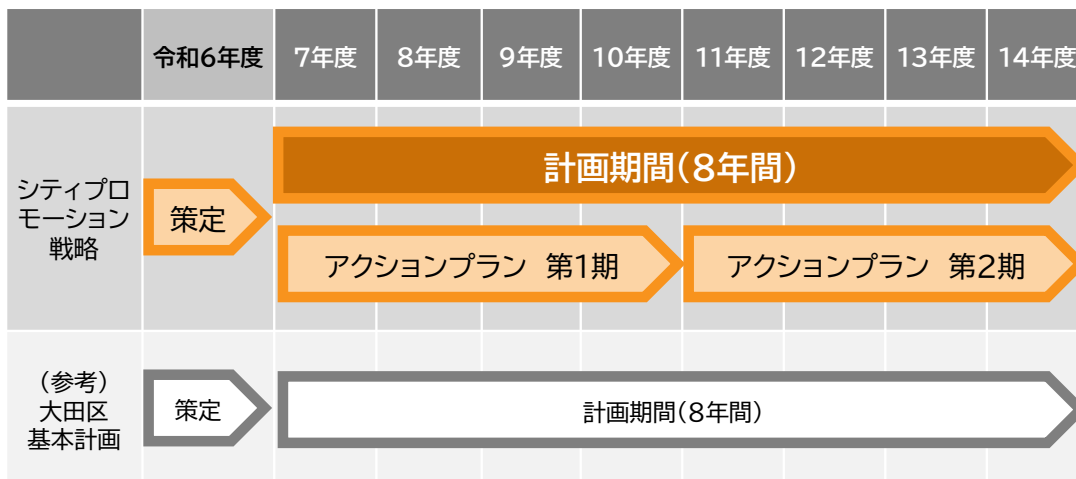


#### 4. 計画期間

戦略の計画期間は、大田区基本計画・実施計画と足並みを揃え、令和7年度から令和14年度までの8年間とします。

プランの計画期間は、第1期を令和7年度から令和10年度までの4年間とし、その間、アクションプラン第2期に向けて随時見直しを行います。

計画期間



## 第2章 施策の全体像

### 1. 施策体系

ターゲットである、子育て世帯を中心とした区民に、戦略で掲げた「大田区の暮らし」を提案するため、「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディングを行い、「大田区の暮らし」の価値の発信に重点を置いて、取組を実施します。

あわせて、シティプロモーションを円滑に実施するための庁内推進体制の強化、区民や区内事業者・関係団体等との連携に取り組めます。

#### 施策の全体像

##### 提案する「大田区の暮らし」

- ①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす
- ②豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす
- ③充実した子育て環境と安全なまちで暮らす
- ④活気とあたたかさあふれるまちで人とのつながりを感じながら暮らす
- ⑤魅力ある文化・芸術や歴史の根付くまちで自分らしく暮らす

各施策・取組によりターゲットに提案

施策	取組		
重点施策	施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング	取組1 区民のライフスタイルの記事化 取組2 ターゲット層が必要とする行政サービスの情報集約 取組3 地域資源の価値向上 取組4 イベント情報の集約・情報発信	
	施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信	取組1 ブランドメッセージの浸透 取組2 シティプロモーションサイトの充実 取組3 公式 SNS による情報発信 取組4 区報・区ホームページの充実 取組5 タッチポイントの創出 取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信	
		施策3 庁内推進体制の強化	取組1 外部専門人材の登用 取組2 職員によるプロモーションの活性化
			施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携

## 2. 施策・取組によりアピールする「大田区の暮らし」

施策・取組によりアピールする「大田区の暮らし」として、戦略において「①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす」「②豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす」「③充実した子育て環境と安全なまちで暮らす」「④活気とあたたかさあふれるまちで人とのつながりを感じながら暮らす」「⑤魅力ある文化・芸術や歴史の根付くまちで自分らしく暮らす」を掲げています。

戦略策定にあたり実施したアンケート、ヒアリングや大田区基本計画の策定にあたり実施したワークショップ等で、区民や区内事業者・関係団体等から、多くの地域資源を挙げてもらいました。これらの地域資源を、「大田区の暮らし」のカテゴリと対応させると、下表の通りとなります。

区内には多岐にわたる地域資源が存在するため、区として部局横断的に取組を進めるとともに、区民や区内事業者・団体等と連携して、シティプロモーションを実施します。

### 5つの「大田区の暮らし」に関連する区の施策・区内の地域資源の例

<b>①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>羽田空港（航空便の利用、離発着の見学、商業施設の利用など）</li> <li>機体工場見学</li> <li>羽田イノベーションシティ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>東京都心（東京駅・品川駅等）・横浜などへの交通アクセス（鉄道・バス網）</li> <li>子どもと一緒にくつろげるカフェ</li> <li>商業施設・スーパー／等</li> </ul>
<b>②豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>多摩川の河川敷</li> <li>（仮称）羽田空港公園</li> <li>ソラムナード羽田緑地</li> <li>城南島海浜公園</li> <li>東京港野鳥公園</li> <li>大森ふるさとの浜辺公園</li> <li>平和の森公園</li> <li>洗足池公園・洗足流れ</li> <li>田園調布イチョウ並木</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>田園調布せせらぎ公園・せせらぎ館</li> <li>多摩川台公園</li> <li>西六郷公園（タイヤ公園）</li> <li>本門寺公園</li> <li>萩中公園</li> <li>佐伯山緑地</li> <li>桜坂</li> <li>馬込桜並木通り</li> <li>呑川緑道／等</li> </ul>
<b>③充実した子育て環境と安全なまちで暮らす</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>（区が展開する行政サービス）</li> <li>ファミリー・サポートおおた</li> <li>ファーストバースデーサポート事業（1歳）</li> <li>セカンドバースデーサポート事業（2歳）</li> <li>大田区産後家事・育児援助事業（にこにこサポート）</li> <li>大田区産後家事・育児援助事業（ぴよぴよサポート）</li> <li>乳幼児ショートステイ事業</li> <li>ショートステイ・トワイライトステイ・休日デイサービス</li> <li>一時預かり事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>家事援助・子育て支援サービス</li> <li>幼児教育・保育の無償化</li> <li>こどもと家庭の相談窓口</li> <li>学童保育</li> <li>学校デビュー応援プログラム</li> <li>区立小中学校の学校給食費無償化</li> <li>児童館</li> <li>放課後こども教室</li> <li>おおたっ子ひろば・中高生ひろば</li> <li>国際教育の推進</li> <li>青色回転灯装備車や地域団体によるパトロール活動</li> <li>区民安全・安心メールサービス／等</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>ファミリー・アテンダント事業</li> </ul>	
<p>(都が展開する行政サービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>018 サポート</li> <li>子育て応援とうきょうパスポート</li> <li>ファミリー・サポート・センター</li> <li>乳幼児医療費助成制度(マル乳)</li> <li>義務教育就学児医療費の助成(マル子)</li> <li>高校生等医療費の助成(マル青)</li> <li>私立高等学校等授業料軽減助成金</li> <li>私立中学校等授業料軽減助成金事業／等</li> </ul>	<p>(区内の団体が展開するサービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>こども食堂</li> <li>ほほえみごはん(子ども宅食事業)</li> <li>ご近所さん事業(地域の赤ちゃん・ママの子育て応援)／等</li> </ul>
<p><b>④活気とあたたかさあふれるまちで人とのつながりを感じながら暮らす</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>大田区独自教科「おおたの未来づくり」(ものづくりや地域の創生等における児童・生徒と企業・団体のコラボレーション)</li> <li>都内最大規模の商店街(蒲田、大森、雑色、梅屋敷、池上、大森町、御嶽山、久が原、下丸子、石川台／等)</li> <li>商店街におけるイベント・マルシェ</li> <li>グルメ(羽根付き餃子など)</li> <li>区内の大学</li> <li>次世代ものづくり人材育成事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>都内最多の銭湯・黒湯の温泉</li> <li>大田区銭湯ジュニアマイスター養成講座</li> <li>こども入浴デー</li> <li>OTA ふれあいフェスタ</li> <li>大田区子どもガーデンパーティー</li> <li>おおたランニングフェスティバル</li> <li>大田区区民スポーツまつり蒲田を走る電車まつり</li> <li>おおた国際交流センター Minto Ota／等</li> </ul>
<p><b>⑤魅力ある文化・芸術や歴史の根付くまちで自分らしく暮らす</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>おおたオープンファクトリー</li> <li>池上本門寺・門前町(御会式や節分など)</li> <li>池上梅園</li> <li>馬込文士村</li> <li>多摩川浅間神社</li> <li>新田神社</li> <li>御嶽神社</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>西の市</li> <li>勝海舟記念館</li> <li>大森 海苔のふるさと館</li> <li>郷土博物館</li> <li>OTA アート・プロジェクト</li> <li>大田区総合体育館(B-LEAGUE や格闘技イベントなど)</li> <li>大田スタジアム(野球場)</li> <li>大森スポーツセンター</li> <li>映画のまち 蒲田／等</li> </ul>



## 第3章 施策・取組

### 施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング

重点施策

#### 取組1 区民のライフスタイルの記事化

- ターゲット層に属性が近く、笑顔でいきいきと暮らしている区民にスポットライトを当て、大田区で暮らすことの魅力を伝える記事を制作します。
- 取材対象者の選定やインタビュー実施などの取組において、区民と連携してリアルな日常を伝えることで、親しみの持てるシティプロモーションを展開します。

#### 取組2 ターゲット層が必要とする行政サービスの情報集約

- ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」が必要とする、子育て支援等の行政サービスについて、情報集約を行い、シティプロモーションに活用します。

#### 取組3 地域資源の価値向上

- 「大田区の暮らし」の各カテゴリに紐づく地域資源について、記事や動画の制作を進め、ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に紹介します。
- 新規に開業した店舗や施設のほか、既にある地域資源についても、子育て世帯の方の声から得られた新たな魅力に着目して記事や動画を制作することで、エリアとしての価値向上につなげます。

#### 取組4 イベント情報の集約・情報発信

- イベントには、区民が区内事業者・団体等を認知するきっかけとなり、参加者同士の交流が生まれるなどの効果があるため、子育て世帯を中心とした区民を対象とするイベント情報を集約し、シティプロモーションサイトや公式 SNS 等での情報発信に活用します。
- ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に向けて、「大田区の暮らし」の魅力を伝えるイベントが開催されるよう、主催者に協力します。

### 施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信

重点施策

#### 取組1 ブランドメッセージの浸透

- 新たに策定したブランドメッセージやブランドコンセプト等について、区有媒体等への掲出や記事の配信、広告出稿等を通じて、広く浸透させます。
- 取材や SNS へのコメントなど、シティプロモーションを通じて「子育て世帯を中心とした区民」から得られた声を、子育てを支援するためのサービスづくりに役立てるなど、シティプロモーションと子育て環境の充実の間に、好循環を創出し、区が子育て世帯を応援する姿勢を浸透させます。

- 新ブランドメッセージ「わくわくに翼を」はターゲット層である子育て世帯を中心とした区民へのプロモーションをおこなう際に効果的に活用し、旧戦略で設定した「ユニークおおた」については、幅広い層へ向けたシティプロモーションにおいて（シティプロモーションサイトでの発信等）活用します。

## 取組2 シティプロモーションサイトの充実

- ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」を意識してシティプロモーションサイトを再構築します。
- ターゲット層からの共感を得るために、ブランドメッセージやロゴマーク等をシティプロモーションサイトで活用します。

## 取組3 公式 SNS による情報発信

- SNS は、即時性が高いことからイベントとの相性が良く、拡散力を有することから、アピール力のある投稿を行い、区内事業者・関係団体等による投稿を拡散する等、積極的に活用します。
- 様々な種類の SNS について、文字情報、画像、動画の使い分けなど、それぞれの特徴に応じた投稿を行い、発信力を高めます。

## 取組4 区報・区ホームページの充実

- 区報・区ホームページについて、ターゲット層を意識した紙面・サイトの充実を図り、提案する「大田区の暮らし」やイベント情報の発信などを行います。

## 取組5 タッチポイントの創出

- 商店街・街路灯フラッグや、電車・バスの車内、駅やバス停等の交通広告など、ブランドメッセージやロゴマーク、イベント情報の掲出に活用できる媒体を開拓し、まちなかにおいて区民との接点（タッチポイント）を創出します。
- 公共施設のデジタルサイネージやポスター掲示板などを活用し、子育て世帯を中心とした区民をターゲットとするイベント等について、情報を発信します。

## 取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信

- 民間等の外部メディアとの関係性を構築してプレスリリースを配信するなど、新聞、テレビ、地域情報紙や Web ニュース等の外部媒体を活用して、ターゲット層にアピールしたいイベントや、取組に関する情報を発信します。
- 区内のメディア（区内事業者・関係団体等の Web サイトやケーブルテレビ等）と、相互に情報連携を行うことで、区としての情報発信に役立てます。

## 施策3 庁内推進体制の強化

### 取組1 外部専門人材の登用

- 広報・宣伝・デザイン等の業務に精通した外部専門人材について、広報専門官・広報アドバイザー等として活用することで、マーケティングの視点等を踏まえた、効果的なプロモーションを実施します。

### 取組2 職員によるプロモーションの活性化

- シティプロモーションの必要性や手法を盛り込んだ職員指針を作成し、職員一人ひとりのシティプロモーションマインドの醸成、スキルの向上を目指します。
- 区職員向け研修会の実施などを通じて、職員によるシティプロモーションサイトや公式 SNS 等を活用した情報発信を促進します。

## 施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携

### 取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集

- 広報媒体やイベントを活用し、ブランドメッセージやブランドコンセプト等を伝えることで、区民や区内事業者・団体におけるシティプロモーションへの理解を醸成し、「大田区の暮らし」に関する情報を発信したくなる機運を高めます。
- 区民、区内事業者・関係団体等から、ターゲット層を意識した取組やイベントの開催等、ブランド形成に役立つ情報を、シティプロモーション事務局に提供してもらうための仕組みを強化します。

### 取組2 区内事業者・関係団体等が実施するイベント・活動との連携

- 区内事業者・関係団体等が実施する、ターゲット層を対象とするイベントや各種活動について、区の情報発信媒体（シティプロモーションサイトや SNS 等）での情報発信を強化します。
- 区内事業者・関係団体等が自ら情報を発信する際には、ロゴマークの利用を促進し、シティプロモーションとの連携を提案します。

### 取組3 区民等による情報発信の促進

- 区内の情報を積極的に発信している方々や、「大田区の暮らし」に関連したテーマで活動をしているインフルエンサー等を対象として、区内のイベント情報等を積極的に発信してもらい、区公式 SNS から発信された情報を拡散してもらうために、インフルエンサー等との連携の仕組みづくりを検討します。
- ハッシュタグ機能を活用したフォトコンテストや、設定したハッシュタグを付けた投稿への反応、プロモーション素材としての投稿作品の活用などを行い、区民が「大田区の暮らし」の魅力を発信したくなる機運を醸成します。

## 第4章 進捗管理

取組の効果を測定するアウトプット指標を設定し、戦略において設定したアウトカム指標とあわせて、戦略及び本プランにおける進捗を管理します。

### アクションプランの進捗管理指標

施策	取組	アウトプット指標
施策1 「大田区の暮らし」 の価値を高める ブランディング	取組1 区民のライフスタイル の記事化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・区民のライフスタイル取材した回数</li> <li>・シティプロモーションサイトによる情報発信を行ったターゲット層向けのイベント数</li> </ul>
	取組2 ターゲット層が必要とする行政サービスの情報集約	
	取組3 地域資源の価値向上	
	取組4 イベント情報の集約・情報発信	
施策2 「大田区の暮らし」 の価値の発信	取組1 ブランドメッセージの浸透	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドメッセージの掲載媒体数</li> <li>・ウェブサイトによる「大田区の暮らし」に紐づけた情報の発信回数</li> <li>・シティプロモーション SNS の投稿数</li> <li>・外部メディアにおけるシティプロモーションに関連した情報の掲載数</li> </ul>
	取組2 シティプロモーションサイトの充実	
	取組3 公式 SNS による情報発信	
	取組4 区報・区ホームページの充実	
	取組5 タッチポイントの創出	
	取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信	
施策3 庁内推進体制の 強化	取組1 外部専門人材の登用	・職員向け研修会の参加人数
	取組2 職員によるプロモーションの活性化	
施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携等	取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シティプロモーションサイトにおける区内事業者・団体等から収集された情報の掲載数</li> <li>・フォトコンテスト等ハッシュタグを用いた取組で情報発信した区民等の数</li> </ul>
	取組2 区内事業者・関係団体等が実施するイベント・活動との連携	
	取組3 区民等による情報発信の促進	

## (仮称)大田区スポーツ推進計画(令和7~令和11年度版)(案)に係る 区民意見公募手続(パブリックコメント)実施結果及び計画(案)について

大田区スポーツ推進計画の改定にあたり、広く区民から意見を募り、計画の内容に反映させるため、区民意見公募手続(パブリックコメント)を実施した。意見に対する区の考え方については、区ホームページにて周知する。区民意見により修正した計画(案)は、以下のとおり。

### 1 区民意見公募手続(パブリックコメント)について

#### (1) 閲覧・意見募集期間

令和6年11月25日(月)から12月9日(月)まで

#### (2) 意見の提出者数(件数)、意見の内訳

ア 提出者数 5名(電子申請2名、FAX2名、持参1名)

イ 意見数 11件

ウ 意見の内訳

(ア) スポーツ施設について 3件

(イ) スポーツイベントについて 3件

(ウ) スポーツ推進委員について 3件

(エ) 計画全般について 2件

#### (3) 提出された意見要旨(抜粋)と区の考え方

別紙1のとおり

#### (4) パブリックコメントによる計画案修正箇所

別紙2のとおり

### 2 (仮称)大田区スポーツ推進計画(令和7~令和11年度版)(案)について

#### (1) 計画概要

別紙3のとおり

#### (2) 計画(案)

別紙4のとおり

(仮称) 大田区スポーツ推進計画(令和7~令和11年度版)(案)に係る  
 区民意見公募手続(パブリックコメント)に提出された意見要旨及び区の考え方

No	分類	意見の要旨	区の考え方
1	スポーツ施設	テニスは年齢が高くなっても続けることができ、また人とのコミュニケーションを図ることで互いに尊重し合えるスポーツである。区内には臨海部や河川敷にテニスコートが設置されているが、雨天でも比較的早く乾く特徴のあるオムニコートは臨海部に集中している。河川敷にも天候の影響を受けにくいオムニコートの設置を検討してほしい。	本計画において、スポーツ環境の整備などについては、以下の箇所に方向性を記載しています。 <b>【計画該当箇所】</b> P50基本目標2の1 (1) スポーツ施設の適切な管理運営 (2) スポーツ施設の計画的な整備
2	スポーツ施設	大田区総合体育館を優先的に利用している団体が多く、一般利用が難しい。「みるスポーツ」の観点も大事ではあるが、優先的に利用している団体と一般利用の適切なバランスをとることが必要である。	今後、優先利用と一般利用とのバランスを検討します。また、大森スポーツセンターも大規模なアリーナを有しているため、大田区総合体育館と合わせて利用バランスを検討します。 <b>【計画該当箇所】</b> P17(2)①大田区総合体育館 ②大森スポーツセンター
3	スポーツ施設	スポーツ施設マップを見ると環八通りより内側、JRの北西側には東調布公園しかないことが一目瞭然である。スポーツができる施設や場所を大田区全体に偏りなく作ってほしい。	本計画において、以下の箇所に方向性を記載しています。また、令和6年11月17日に田園調布せせらぎ公園内に体育施設を新たにオープンしました。 <b>【計画該当箇所】</b> P51基本目標2の1 (2) スポーツ施設の計画的な整備 取組例「将来的な需要を見据えたスポーツ施設の検討」
4	スポーツイベント	ラージボールは子どもから高齢者まで幅広い年齢層で卓球を楽しめるようにという目的で生まれた卓球の種目である。近年では全国大会が行われるようになり、参加者も増えてきている。大田区の卓球人口は多いが、年齢が上がると辞めてしまう人も多い。ラージボールは高齢者も取り組みやすい種目であり、大田区の施設には卓球台を備えている施設も多い。初心者向けラージボール教室の開催や、定期的に大会を開催するなど、ラージボールを普及してほしい。	本計画において、ユニバーサルスポーツについては、以下の箇所に方向性を記載しています。 <b>【計画該当箇所】</b> P47基本目標1の4 (2) ユニバーサルスポーツの啓発・普及
5	スポーツイベント	せっかたくたくさんのスポーツイベントを実施しているので、年間を通して行事のスタンプラリーを行うなど、イベント同士の横のつながりを意識し、継続的なスポーツ実施につなげてほしい。	以下の取組例により、各イベントをつなげます。 <b>【計画該当箇所】</b> P42基本目標1の2 (1) 働き盛り世代のスポーツ習慣化促進 P45基本目標1の3 (2) スポーツ実施を習慣化させるための事業 取組例「健康ポイントアプリの活用」
6	スポーツイベント	子育て世代・ファミリー世代を主なターゲットとし、子供主体のイベントを実施してほしい。	本計画において、以下の箇所に方向性を記載しています。 ランニング大会では「ファミリーラン」を実施するなど、親子でスポーツを楽しめる場を提供します。 <b>【計画該当箇所】</b> P43基本目標1の2 (2) 子育て世代のスポーツ参加機会の充実

**(仮称) 大田区スポーツ推進計画（令和7～令和11年度版）（案）に係る  
区民意見公募手続（パブリックコメント）に提出された意見要旨及び区の考え方**

No	分類	意見の要旨	区の考え方
7	スポーツ推進委員	第2章に記載されているスポーツ推進委員について、「連絡調整」と一言で書かれているが、近年ではコーディネーターの役割が重要視されているため、大田区ホームページに記載されているとおり「地域と行政及び区民相互の調整役（コーディネーター）」という文言を入れてほしい。	本計画の以下の箇所に、その旨記載します。  【計画該当箇所】 P21②大田区スポーツ推進委員
8	スポーツ推進委員	スポーツ推進委員の負担が大きすぎる。若い世代の加入が激減して、人材・人手不足が一番の問題 「やれるときにやれる人がやる」というような形態にできないか。 定員以外のサポート委員を募りたい 各事業実施時に募集するサポート委員制度を創設し、業務の分散化と専門化を図りたい。	大規模事業実施などの際、臨時のサポートメンバーとして、ボランティアスタッフを随時募集することなどを、今後の検討課題といたします。  【計画該当箇所】 P21②大田区スポーツ推進委員
9	スポーツ推進委員	スポーツ推進委員の組織・制度見直しを早急に考えていかないと、継続できない状況になる。	重要な課題として認識し、今後検討していきます。  【計画該当箇所】 P21②大田区スポーツ推進委員
10	計画全般	アンケート結果に基づき、課題を抽出し、その課題に応じた目標と施策方針になっていると思う。ただ、第3期スポーツ基本計画には3つの新たな視点が示されたとの記載があるものの、素案の後半には「する」「みる」「ささえる」という従来の視点のみしか記載がないため、新たな視点も大事であるというPRは必要だと思う。	本計画の以下の箇所に、本計画でも新たな3つの視点を活かして、施策・実施する旨記載します。  【計画該当箇所】 P34第3章1基本理念
11	計画全般	①品川区の計画には「ICT活用」が明記されているが、大田区の素案にはICTという言葉が入っていない。ICTの活用を入れてみていいのではないかと。 ②大田区の素案では、「地元企業や地域団体等」「地元プロスポーツチーム」という記載があるが、品川区の計画では、「商店街や地元メディア」の記載もあり、こうした単語もあった方がいいのではないかと。	①本計画の以下の箇所に、「ICT活用」について、記載を加えます。  【計画該当箇所】 P62基本目標3の4 スポーツに関する広報・情報発信の充実  ②本計画の以下の取組例の中に、商店街や地元メディアも含まれます。  【計画該当箇所】 P61基本目標3の3 (2)地域に密着したスポーツ活動の推進 取組例「民間企業との連携」

## 区民意見公募手続（パブリックコメント）による（仮称）大田区スポーツ推進計画（令和7～令和11年度版）（案）修正箇所一覧

No	計画該当箇所	修正前	修正後
1	P21②大田区スポーツ推進委員	<p>スポーツ基本法に基づき、本区のスポーツ推進のため、<u>スポーツ推進事業の実施に係る連絡調整並びに区民に対するスポーツの実技指導、その他スポーツに関する指導及び助言を行う非常勤職員</u>です。特別出張所ごとに選出され、定数は65人以内です。区民へのスポーツ推進を図り、本区のスポーツの中核的役割を担うことが期待されています。各地域での委員活動のほか、O T Aウォーキング、区民スポーツまつり等本区が実施する事業に協力するなど、幅広く活動しています。</p>	<p>特別出張所ごとに選出され、本区が委嘱する非常勤職員（定数65人以内）です。本区のスポーツ推進のため、<u>地域と行政及び区民相互の調整役（コーディネーター）として地域で幅広く活動しています。</u>主な活動内容は、地域スポーツ推進に関する情報提供、要望、助言、指導及び調整（コーディネート）です。その他O T Aウォーキングなど、本区の事業にも協力しており、本区のスポーツの中核的役割を担うことが期待されています。</p>
2	P34 第3章 1 基本理念	<p>また、<u>誰もが身近な場所で、ウォーキングやランニングなどのスポーツに気軽に取り組める環境が整備され、スポーツが区民の生活に根差すことをめざし、各取組を推進します。</u></p>	<p>また、<u>国の第3期スポーツ基本計画で示された新たな3つの視点「つくる/はぐくむ」「あつまり、ともに、つながる」「誰もがアクセスできる」を踏まえ、各取組を推進します。</u></p>
3	P62基本目標3の4 スポーツに関する広報・情報発信の充実	<p>区民が主体的にスポーツ活動に取り組み、活動の輪を広げるためには、スポーツに関する情報を容易に入手できる環境を整備することが重要です。区民がスポーツに興味・関心が持てるよう、効果的な広報活動を行い、スポーツに関する情報発信の充実を図ります。</p>	<p>区民が主体的にスポーツ活動に取り組み、活動の輪を広げるためには、スポーツに関する情報を容易に入手できる環境を整備することが重要です。区民がスポーツに興味・関心が持てるよう、<u>I C Tの活用や効果的な広報活動を行い、スポーツに関する情報発信の充実を図ります。</u></p>



スポーツ推進課

1 計画策定の趣旨

スポーツの多面的な価値の再認識、誰もがスポーツを楽しみ、いきいき暮らせるまちへ

スポーツには、健康増進や体力向上、ストレスの解消など心身の健康に大きな効果をもたらす力がある。また、スポーツは人々の交流・コミュニケーションを図るきっかけとなり、人と人がつながり、地域の一体感を創出する重要な役割を担っている。

本計画を策定することで、区民にこれらのスポーツが持つ多面的な価値を改めて認識してもらい、誰もが気軽にスポーツを楽しみ、健康でいきいき暮らすことができるまちの実現をめざす。

2 計画理念

「スポーツで創る 誰もが健康でいきいき暮らせる豊かなまち」

3 基本目標

基本目標	方向性
1 誰もがスポーツを楽しめる機会づくり	各世代・ライフステージに応じた取組を行い、継続的なスポーツの実施を推進する。
2 ニーズに即したスポーツ環境の整備	誰もが気軽に身近な場所で、スポーツに取り組めるような環境を整備する。
3 スポーツを通じた活力あるまちづくり	スポーツを通じた交流を促進するとともに、スポーツ関係団体、アスリートなどと連携し、地域の活性化を図る。

4 施策の方向性

1 誰もがスポーツを楽しめる機会づくり

こどもには体を動かす楽しさにふれるきっかけづくり、働き盛り世代・子育て世代には、気軽にスポーツに親しめるきっかけづくり等、ライフステージに応じた取組を行い、継続的なスポーツの実施を推進する。

(施策方針)

- ⇒①こどものスポーツの推進      ②働き盛り世代・子育て世代のスポーツの推進
- ③高齢者のスポーツの推進      ④障がい者のスポーツの推進
- ⑤すべての区民に対するスポーツの推進

2 ニーズに即したスポーツ環境の整備

多様化している区民のスポーツに関するニーズを把握し、適切に対応するとともに、誰もが気軽に身近な場所でスポーツに取り組めるような環境を整備する。スポーツ施設の多目的利用を推進し、施設の有効活用を図る。

(施策方針)

- ⇒①スポーツ施設の適切な管理及び整備      ②スポーツ施設の多目的な活用
- ③身近な環境でのスポーツ促進

3 スポーツを通じた活力あるまちづくり

スポーツを通じた交流を促進するとともに、スポーツ関係団体、アスリートやスポーツをささえる人材との連携を推進し、地域の活性化を図る。

(施策方針)

- ⇒①スポーツを通じた交流促進
- ②羽田空港からの利便性を活かしたスポーツによる国際交流の推進
- ③地域のスポーツ活動の促進      ④スポーツに関する広報・情報発信の充実

5 計画の推進

本計画は、成果指標を掲げ、施策・取組の進捗状況を把握する。目標値については、毎年度達成度合いを確認し、必要に応じて目標値または新たな指標の設定など見直しを図る。

●本計画全体における指標

区民スポーツ実施率(週に1回以上スポーツを実施している18歳以上の区民の割合)

現状値 (令和6年度) **66.5%**      目標値 (令和11年度) **70.0%**

各目標における指標及び目標値

目標	指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
基本目標1	直近1年間でスポーツを行わなかった区民の割合	10.4%	7%
基本目標2	区のスポーツ環境に対する満足度	22.5%	26%
基本目標3	スポーツが地域の活性化に役立っていると思う区民の割合	—	30%

(仮称) 大田区スポーツ推進計画  
(令和 7 ～令和 11 年度版) (案)



# 目次

第1章 計画の策定にあたって	1
1 計画策定の趣旨	1
2 スポーツに関する国や東京都の動向	2
3 本区のスポーツ推進に係るこれまでの取組	4
4 計画の位置付け	9
5 計画の期間	10
6 本計画における「スポーツ」の考え方	10
7 本計画とSDGs	11
第2章 区のスポーツを取り巻く現状と課題	12
1 本区の人口動向	12
2 本区のスポーツ実施率	13
3 スポーツ施設マップ	14
4 スポーツ関係団体等	20
5 区民のスポーツ活動の状況	22
6 区のスポーツ施策に関する課題・方向性	31
第3章 計画の理念・目標	34
1 基本理念	34
2 基本目標	35
3 施策体系	36
第4章 施策の展開方針	38
基本目標1 誰もがスポーツを楽しめる機会づくり	38
1 こどものスポーツの推進	38
2 働き盛り世代・子育て世代のスポーツの推進	42
3 高齢者のスポーツの推進	44
4 障がい者のスポーツの推進	46
5 すべての区民に対するスポーツの推進	48
基本目標2 ニーズに促したスポーツ環境の整備	50
1 スポーツ施設の適正な管理及び整備	50
2 スポーツ施設の多目的な活用	53
3 身近な環境でのスポーツ促進	55
基本目標3 スポーツを通じた活力あるまちづくり	57
1 スポーツを通じた交流促進	57
2 羽田空港からの利便性を活かしたスポーツによる交流促進の推進	59
3 地域のスポーツ活動の促進	60
4 スポーツに関する広報・情報発信の充実	62

第5章 計画の推進 .....	63
1 推進体制.....	63
2 進行管理.....	64

#### 関連資料

1 大田区スポーツ推進審議会委員名簿.....	65
2 (仮称)大田区スポーツ推進計画(第三次)策定庁内検討会.....	66
3 大田区スポーツ推進計画(第三次)策定の経過.....	67
4 「大田区 運動・スポーツに関するアンケート」実施結果.....	68

# 第1章 計画の策定にあたって



## 1 計画策定の趣旨

大田区(以下「本区」といいます。)は、スポーツ施策推進のため、平成24(2012)年に「大田区スポーツ推進計画」を策定し、同年6月には、スポーツを通じて区民が豊かで健康的な生活を営み、まちが賑わいと活力を増していくことを願い、「スポーツ健康都市宣言」を行いました。

その後、平成30(2018)年に「大田区スポーツ推進計画」を改定し、スポーツを通じた地域の活力づくりやスポーツによる国際交流の推進など、さまざまなスポーツ施策を推進してきました。

令和2(2020)年、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会(以下「東京2020大会」といいます。)の開催に向け、関連イベント実施や展示等による気運醸成に取り組んでいる中、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、東京2020大会は延期となり、本区のスポーツイベント・事業も中止・延期を余儀なくされました。

スポーツ活動の中止、スポーツ施設の利用制限、外出そのものをしなくなったことによって、体を動かす機会が少なくなり、こどもの体力低下なども社会的な問題となりました。

令和5(2023)年に新型コロナウイルスが5類感染症へ移行したことにより、スポーツイベント・事業は、コロナ禍前と同様に実施されていますが、スポーツ習慣を失ってしまったまま、スポーツから遠ざかってしまったままの人も少なくありません。

スポーツを実施することは、健康増進や体力向上、ストレスの解消など心身の健康に大きな効果をもたらすだけでなく、自らの可能性に挑戦することで、達成感、自信につながり、生活の質を高め、充実感のある生活を送ることに繋がります。

また、スポーツを通して、人々が交流しコミュニケーションを深めることは、人と人とのつながりを生み、地域の一体感を創出するなど、社会的にも大きな効果があります。

本計画を通して、人々が改めてスポーツの持つ多面的な価値を認識し、気軽にスポーツを楽しみ、「誰もが健康でいきいき暮らせる豊かなまち」を実現するため、本計画を策定します。

## 2 スポーツに関する国や東京都の動向

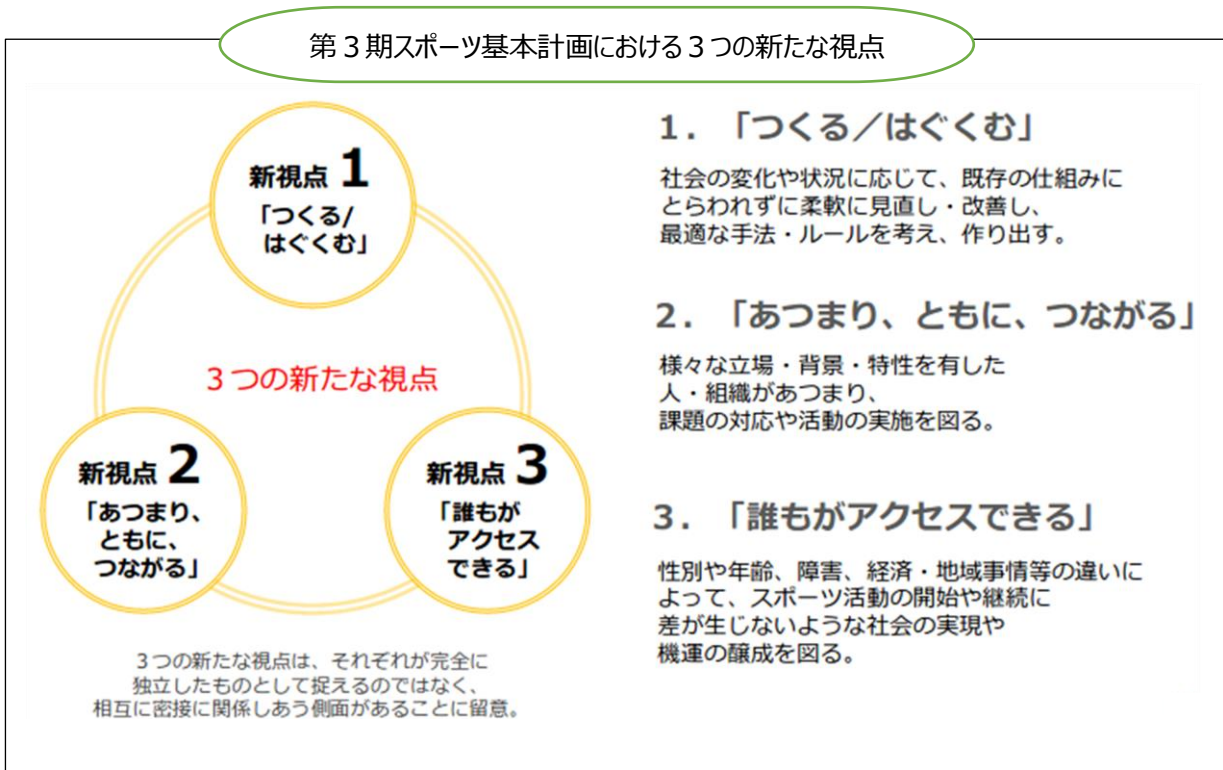
### (1) 国の動向

平成23(2011)年に施行されたスポーツ基本法において「スポーツ立国の実現をめざし、国家戦略として、スポーツに関する施策を総合的かつ計画的に推進する」という方針が示され、以降、国のスポーツ政策は、この方針に沿って推進されてきました。

平成24(2012)年には、国のスポーツ施策の具体的な方向性を示す「スポーツ基本計画」(第1期)が策定され、第1期計画は、地方公共団体が「地方スポーツ推進計画」を定めるための指針としても位置づけられました。

平成29(2017)年、「第2期スポーツ基本計画」が策定され、その中で「スポーツで『人生』が変わる!」として、スポーツを「する」「みる」「ささえる」スポーツ参画人口の拡大とそのための人材育成・場の充実が施策として掲げられ、「成人の週1回以上のスポーツ実施率」が65%程度となることをめざす、とされました。

令和4(2022)年には、令和8(2026)年度までの5年間を計画期間とする「第3期スポーツ基本計画」が策定され、東京2020大会のスポーツレガシーの継承・発展に資する重点施策が示されるとともに、次の新たな3つの視点が示されました。



本計画においても、この新たな3つの視点を踏まえ、計画を策定します。

また、今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む施策として「多様な主体におけるスポーツの機会創出」「スポーツによる健康増進」等が掲げられました。

具体的な目標としては、成人の週1回以上のスポーツ実施率を70%（障がい者は40%）とし、1年に一度以上スポーツを実施する成人の割合を100%に近づける（障がい者は70%をめざす）こととしています。

令和4（2022）年12月には、少子化が進む中、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ため、「学校部活動及び新たな地域クラブ活動の在り方等に関する総合的なガイドライン」を策定し、学校部活動の適正な運営や効率的・効果的な活動の在り方などについての考え方が提示されました。

## （2）東京都の動向

---

東京都は、「東京都スポーツ推進計画」（平成25（2013）年）と「東京都障害者スポーツ振興計画」（平成24（2012）年）を策定し、都のスポーツ施策を推進しました。

両計画の策定後、東京2020大会の開催決定、都民の障がい者スポーツへの関心の高まりなど、都のスポーツを取り巻く環境が大きく変化したことにより、新たな施策を効果的に展開するとともに、スポーツ振興全般について、障がいのある人に配慮した視点を持って施策を普遍的に展開するため、平成30（2018）年に2つの計画を統合し「東京都スポーツ推進総合計画」を策定しました。

同計画は、「スポーツの力で東京の未来を創る」を基本理念とし、「スポーツを通じた健康長寿の達成」「スポーツを通じた共生社会の実現」「スポーツを通じた地域・経済の活性化」の3つの政策目標を掲げています。

具体的な数値目標としては、令和2（2020）年までに「都民（18歳以上）の週1回以上のスポーツ実施率」を70%とし、令和2（2020）年以降はこれを維持する、としています。

また、東京都も令和5（2023）年3月に「学校部活動及び地域クラブ活動に関する総合的なガイドライン」を策定しました。



### 3 本区のスポーツ推進に係るこれまでの取組

#### (1) 大田区スポーツ推進計画（第一次計画）

本区は平成24(2012)年に、前年に施行されたスポーツ基本法の趣旨を踏まえ、区のスポーツ施策の方向性を示す「大田区スポーツ推進計画 スポーツいきいきプランおおた」を策定しました。

本計画は「誰もがずっと元気にいきいき地域の力で未来を築くスポーツ健康都市おおた」を基本理念とし、「ライフステージに応じたスポーツの提供」、「スポーツを通じた地域力の向上」、「スポーツ環境の整備」の3つの基本目標を掲げ、区のスポーツ施策を体系化し、その方向性を明らかにしました。

#### (2) スポーツ健康都市宣言

第一次計画策定後、平成24(2012)年6月に、スポーツを通じて区民が健康で豊かな生活を営み、まちが賑わいと活力を増していくことを願い、大田区総合体育館の開館に合わせ「スポーツ健康都市宣言」を行いました。

#### スポーツ健康都市宣言

スポーツしよう  
みんな 心も からだも 元気にしよう  
スポーツ楽しもう  
みんな 世界の人と 手をつなごう  
スポーツで健康になろう  
いきいき 輝く笑顔いっぱいの まちにしよう

区民がスポーツを通じて健康で豊かに暮らし、  
まちが賑わいと活力を増していくことを願い、  
大田区をスポーツ健康都市とすることを宣言する。

平成24年6月30日  
大田区

### (3) 大田区スポーツ推進計画（改定版）（第二次計画）

---

第一次計画策定後、平成 25（2013）年に東京 2020 大会の開催が決定、平成 29（2017）年に、大森ふるさとの浜辺公園ビーチバレー場が完成しました。

東京 2020 大会の開催を控えた平成 30（2018）年、本区は、「大田区スポーツ推進計画（改定版）～スポーツ健康都市おおたの実現に向けて～」(第二次計画)を策定しました。第二次計画は「スポーツで創る健康で豊かなくらしとまちの活力」を基本理念とし、4つの基本目標を掲げ、東京 2020 大会を区のスポーツ施策の契機とする内容も記載されています。

東京 2020 大会の開催に向け、関連イベント実施や展示等による気運醸成に取り組んでいる中、令和 2（2020）年、新型コロナウイルス感染症の急速な拡大により、同年 3 月に東京 2020 大会の 1 年延期が決定、本区のスポーツイベント・事業も中止・延期を余儀なくされました。

スポーツ活動の中止、スポーツ施設の利用制限、外出そのものをしなくなったことによって、区民のスポーツに親しむ機会が失われていきました。

そのような状況を改善するため、本区は、国の感染症ガイドラインの活用、従来当日に参加受付をしていたイベントを事前申込制に変更し参加者数を制限、デジタル技術を活用し、オンラインで自宅などでもスポーツイベントに参加できるようにするなど工夫し、コロナ禍においても区民がスポーツに親しむ機会を提供するため、取組を続けました。

令和 3（2021）年の東京 2020 大会は、原則無観客での開催となりましたが、ブラジルオリンピックチームの大会直前事前キャンプとして、男子バレーボール、ビーチバレー、ハンドボール、ボクシング、レスリング、テコンドーの 6 競技を 4 施設で受け入れました。また、ホッケー競技が大井ホッケー競技場サウスピッチで実施されました。

第二次計画の基本目標と進捗状況は、次のとおりです。

## ●基本目標1 「誰もがいきいき暮らせる地域づくり」

大田区をスポーツの盛んなまちにし、区民の暮らしの質を向上させることをねらいとした基本目標です。

目標値

成人の週1回以上のスポーツ実施率 65%程度

### 【目標に係る施策の進捗状況】

こどもから高齢者までライフステージに応じたスポーツに親しめる機会の充実、パラスポーツの推進、一般介護予防事業やO T Aウォーキングなどのスポーツによる健康づくりなどを推進した結果、令和6年度の本区の区民意識調査で、18歳以上の週1回以上のスポーツ実施率は66.5%となりました。

「スポーツ実施率」については、本計画においても引き続き指標とし、区民がスポーツに親しむきっかけをつくり、スポーツを継続して実施できる取組を推進します。

## ●基本目標2 「スポーツを通じた地域の活力づくり」

スポーツの力で本区の様々な地域課題を解決するとともに、スポーツ関連産業の振興により地域経済の活性化を図ることをねらいとした基本目標です。

目標値

区民の「新スポーツ健康ゾーン」認知率 100%

### 【目標に係る施策の進捗状況】

大田区総合体育館や大森ふるさとの浜辺公園などスポーツ施設、公園が集積するエリアを「新スポーツ健康ゾーン」と位置づけ、「スポーツ健康都市」を象徴するエリアとして活性化を図る取組を進めました。

大森ふるさとの浜辺公園内の都内唯一の常設ビーチバレー場を活用したイベントの実施や、ビーチバレー場の無料開放、ビーチヨガ教室などを実施しました。

また、本区の各種スポーツイベントにおいても、当該ゾーンの認知率向上のため、PRを行いました。

しかし、令和5年度に実施した「大田区 運動・スポーツに関するアンケート（以下「アンケート調査」といいます。）において、新スポーツ健康ゾーンの認知

率は約19%となり、目標値から大きく乖離する結果となりました。

この結果を踏まえ、本計画では各スポーツ施設、スポーツ施設における取組を強く発信していきます。

その他、スポーツによる地域活性化事業のため、区内を拠点とする女子バスケットボールクラブ、東京羽田ヴィッキーズと令和6（2024）年に「地域活性化や地域づくりに関すること。」「シティプロモーションに関すること。」などを盛り込んだ連携協定を締結しました。今後、地域活性化に関することなどについて、新たな連携事業を構築していきます。

### ●基本目標3 「スポーツによる国際交流の推進」

東京2020大会開催を契機に「世界に開かれた大田区」を実現し、本区のアイデンティティ・個性を形成することをねらいとした基本目標です。

目標値

東京2020大会本区独自ボランティアの登録100人

#### 【目標に係る施策の進捗状況】

東京2020大会に向けて、平成30（2018）年「おおたウエルカムボランティア」事業を立ち上げ、約450名を採用しました。（高校生ボランティアは約150名）

令和3（2021）年の東京2020大会は、新型コロナウイルスの影響で無観客での開催となったため、観光分野の活動は行いませんでしたが、ブラジルオリンピックチームの大会直前事前キャンプにおいて、大田区総合体育館や大森スポーツセンター、青少年交流センターなどの区施設で、ブラジルチームの活動をサポートしました。

事前キャンプ受入によるブラジルオリンピックチームとの縁は、本区における東京2020大会のレガシーとして残り、令和4・5（2022・2023）年に、大田区総合体育館において、「ブラジル大使館杯バレーボール大会」を開催しています。

本計画においても、羽田空港からのアクセスを活かし、スポーツを通じた国際交流を推進し、スポーツイベント等を目的として訪れる人によるにぎわいの創出、地域の活性化を促進します。

また、令和7年度に東京で開催されるデフリンピックにおいて、大森ふるさとの浜辺公園ビーチバレー場でビーチバレーボールが、大田区総合体育館でバスケットボールが行われます。

## ●基本目標4 「スポーツ健康都市を支える基盤の整備」

スポーツを効果的に推進できる人、場、情報の環境・基盤を整備することをねらいとした基本目標です。

目標値

大森ふるさとの浜辺公園ビーチバレー場利用率  
土日祝 90% 平日30%

### 【目標に係る施策の進捗状況】

本区のスポーツ活動を推進する人材として、スポーツ推進委員に対して、指導技術向上などを目的とし、各種研修を実施しました。

また、コロナ禍においても、体を動かす機会の提供、スポーツに親しむ機会の創出を図るため、自宅で気軽にできるストレッチなどスポーツに関する情報を紹介する情報紙「SPOOTA!」の発行、動画の配信などを行いました。

都内で唯一の常設ビーチバレー場である、大森ふるさとの浜辺公園ビーチバレー場の令和5（2023）年度の利用率は、土日 77.1%、平日 38.5%となっています。

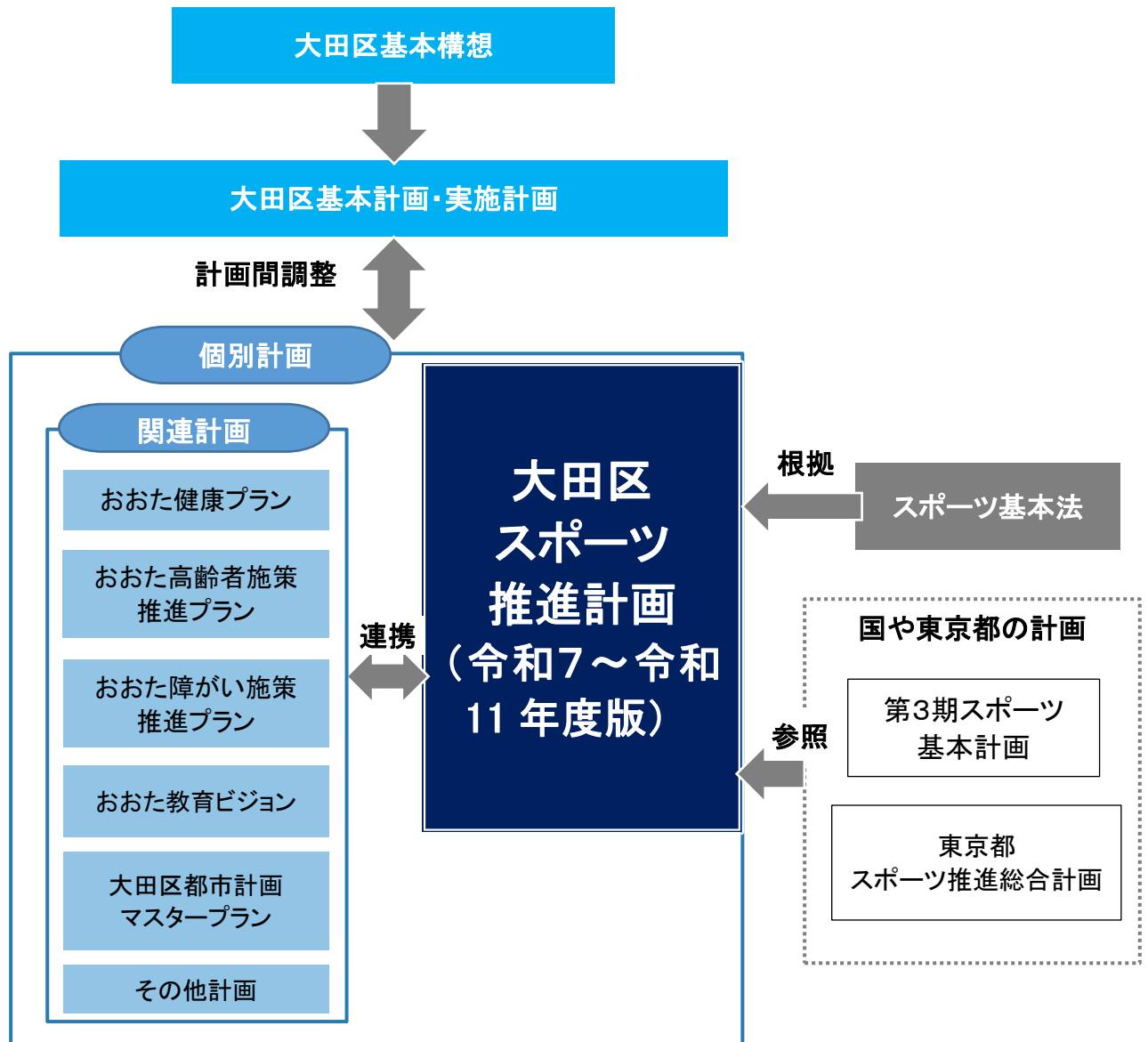
今後も同ビーチバレー場の無料開放、ビーチヨガ教室などを実施し、認知度向上に努め、利用率の向上、スポーツ実施の促進に努めます。

## 4 計画の位置付け

本計画は、スポーツ基本法第10条に基づく「地方スポーツ推進計画」と位置付け、国の「第3期スポーツ基本計画」及び東京都の「東京都スポーツ推進総合計画」を踏まえて、策定します。

本区の最上位指針である大田区基本構想では、令和22年ごろ（2040年ごろ）の将来像「心やすらぎ 未来へはばたく 笑顔のまち 大田区」を実現するためのまちの姿の一つとして、基本目標「文化を伝え育み誰もが笑顔でいきいき暮らすまち」を定めています。本計画は、このうち、『気軽にスポーツを楽しみ、健康づくりに取り組むことで、生涯にわたっていきいきとした生活を送っています。』を実現するための施策や取組などを体系的に示す個別計画です。

また、「おおた健康プラン」「おおた高齢者施策プラン」「おおた障がい施策推進プラン」「おおた教育ビジョン」「大田区都市計画マスタープラン」などの本区の各種関連計画と連携した計画とします。



## 5 計画の期間

本計画の計画期間は、令和7（2025）年度から令和11（2029）年度までの5年間とします。

また、社会情勢や本区の基本計画の改定などに合わせ、適宜見直しを行います。

## 6 本計画における「スポーツ」の考え方

スポーツ（sport）は、ラテン語の「deportare（デポルターレ）」に由来する単語とされています。「deportare」は、「ある物がある場所から他の場所に移す」という意味から派生し、「心の重い、嫌な、塞いだ状態をそうでない状態に移す」、すなわち「気晴らしをする」、「楽しむ」、「遊ぶ」などを意味していました。この言葉が、古フランス語の「desport」を経て、現在の「sport」に至ったとされています。

本計画では「スポーツ」について、スポーツの語源を踏まえ、ルールに基づいて勝敗や記録を競うものだけでなく、余暇時間や仕事時間等を問わず健康を目的に行われる身体活動、遊びや楽しみを目的とした運動・レクリエーション活動まで広く捉えます。

そのため、ウォーキングや軽いランニングはもとより、室内で行う体操・ストレッチや筋力トレーニング、また、ペットの散歩や意識的な階段利用なども「スポーツ」に含め、これまでスポーツから遠ざかっていた方にも気軽に親しんでいただくことをめざしていきます。

## 7 本計画とSDGs

本区は、令和4（2022）年に「大田区におけるSDGs推進のための基本方針」を定め、SDGsの目標年次である令和12（2030）年に向けて、17の目標（ゴール）達成のための取組を意識的に推進し、誰一人取り残さない持続可能なまちづくりを進める方針を掲げています。

また、本区は、SDGsの達成に向けて優れた取組を提案する都市として、内閣府から令和5（2023）年度の「SDGs未来都市」に選定されるとともに、その中でも特に優れた先導的な取組を行う「自治体SDGsモデル事業」にも選定されました。

本計画においては、SDGsの全17の目標（ゴール）のうち、「すべての人に健康と福祉を」「質の高い教育をみんなに」を関わりの深い目標として、重点的に施策を推進し、目標（ゴール）の達成に繋げていきます。

本計画において関わりの深い目標



### ③すべての人に健康と福祉を

あらゆる年齢の全ての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する



### ④質の高い教育をみんなに

すべての人々への包摂的かつ公正な質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





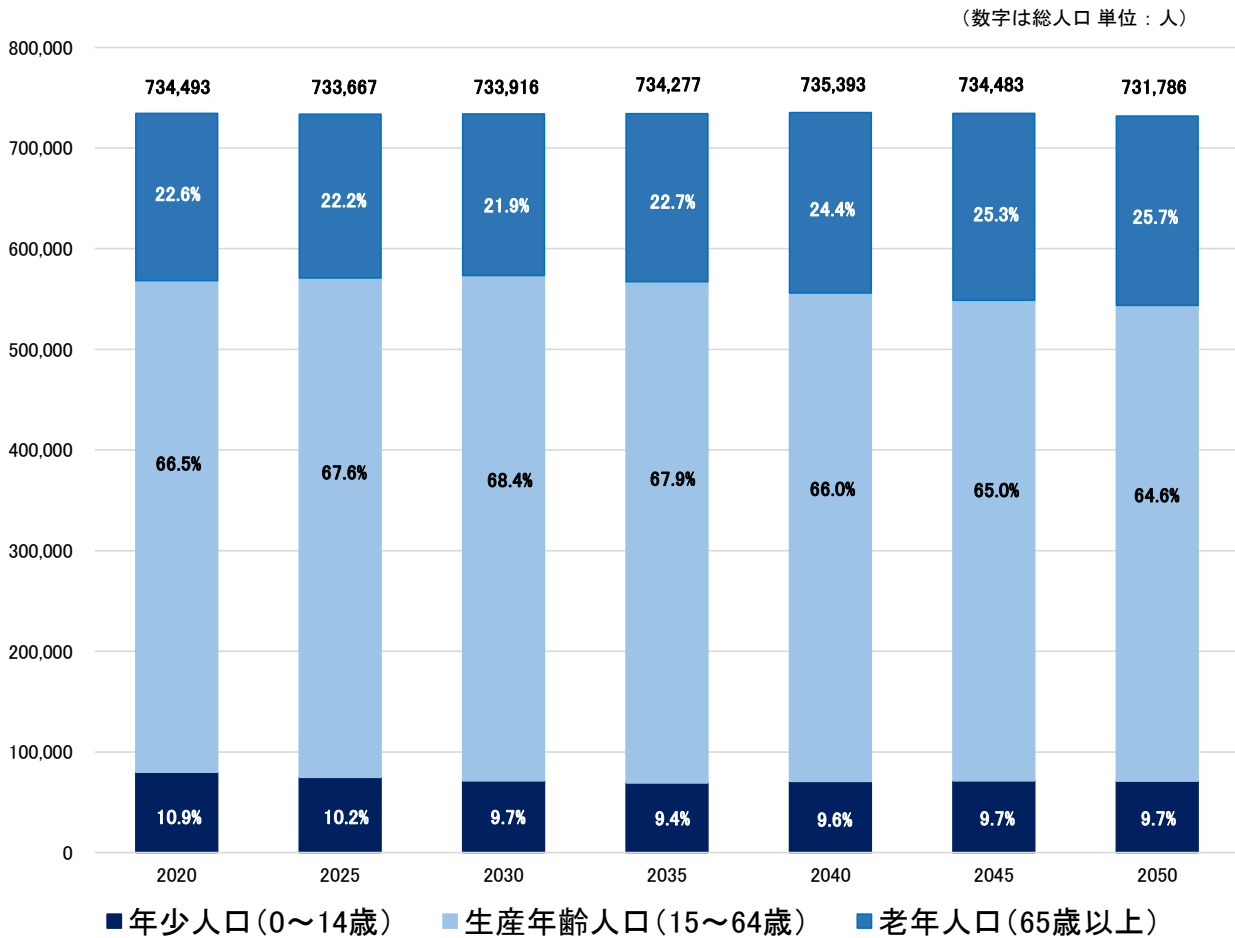
# 第2章 区のスポーツを取り巻く現状と課題

## 1 本区の人口動向

本区の人口は、「大田区人口推計（令和6年4月）」によると、令和22（2040）年頃に約73.5万人でピークを迎え、以後は緩やかに減少しますが、長期的には70万人を維持するとされています。

年齢3区分別人口の推移を見ると、年少人口（0～14歳）比率は9～10%台の横ばいで推移し、生産年齢人口（15～64歳）比率は、緩やかに下降し、令和32（2050）年には64.6%となると予想されています。一方、老年人口（65歳以上）比率は年々上昇し、令和32（2050）年には25.7%となり、おおよそ区民の4人に1人が高齢者となると予想されています。

### ■年齢3区分別人口の推移・予測



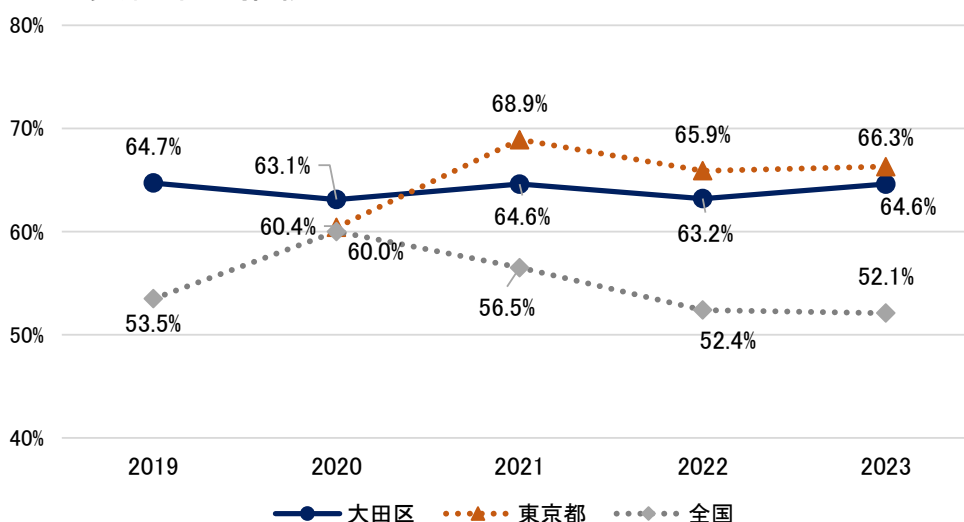
出典：大田区人口推計（令和6年4月）

## 2 本区のスポーツ実施率

本区の令和6(2024)年度の18歳以上の週1日以上スポーツ実施率は、66.5%となり、大田区スポーツ推進計画(改定版)の目標値を達成しました。

過去5年間の、国、東京都との比較は以下のとおりです。

### ■スポーツ実施率の推移



(出典)

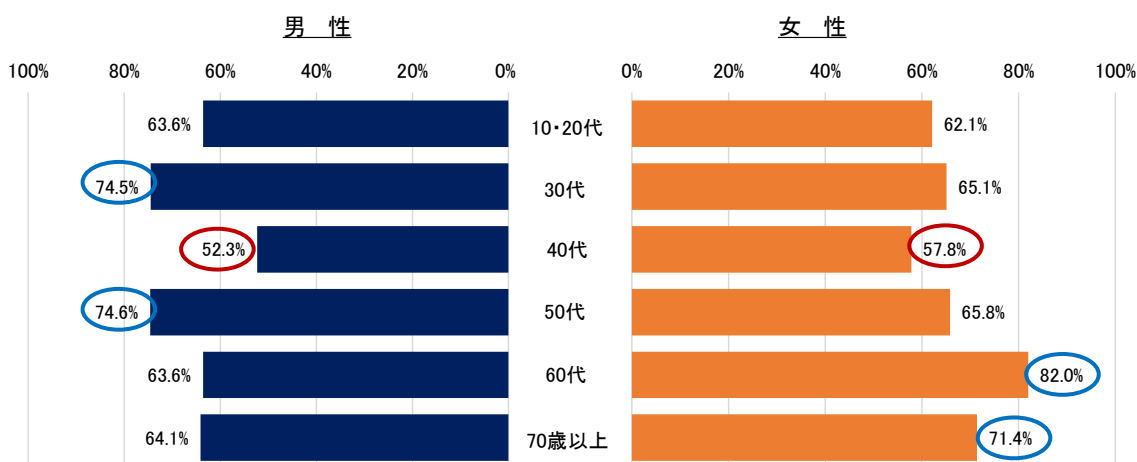
大田区：区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査

東京都：都民のスポーツ活動に関する実態調査

全 国：スポーツの実施状況等に関する世論調査(スポーツ庁)

年代別にみると、男性は30代と50代、女性は60代以上が70%以上と高い一方で、男女とも40代が最も低くなっています。

### ■年代別スポーツ実施率



出典：区の施策検証等に向けた大田区区民意識調査(令和6(2024)年度)

### 3 スポーツ施設マップ

#### (1) スポーツ施設の現況

本区の主な区立スポーツ施設、スポーツ施設のある区立公園などは、次のとおりです。

#### 主な区立スポーツ施設などの配置図



No.	施設名	主な施設内容	所在地
1	大田スタジアム	野球グラウンド（センター122m、両翼97.6m） 収容人数 3,223 人（メインスタンド 751 人、内野スタンド 2,472 人）	東海 1-2-10
2	大田区青少年交流センター「ゆいっつ」	体育室（596㎡）、宿泊室（和室7室、洋室24室、バリアフリー室1室）、研修室2室、調理室	平和島 4-2-15
3	平和島公園	野球場1面（少年野球場4面）、水泳場（屋内25mプール・幼児用プール、屋外50mプール・こども用プール）、キャンプ場	平和島 4-2-2
4	平和の森公園	フィールドアスレチックコース、テニスコート4面、相撲場、弓道場、アーチェリー場	平和の森公園 2-1

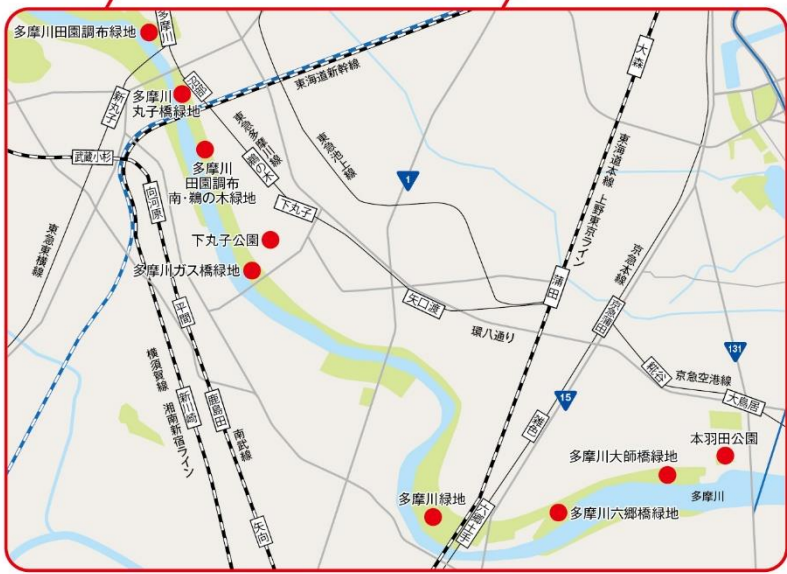
No.	施設名	主な施設内容	所在地
5	大森スポーツセンター	アリーナ(1,620㎡、観客席376席)、健康体育室2室、トレーニングルーム	大森本町2-2-5
6	大森ふるさとの浜辺公園	ビーチバレー場4面、フットサル場1面、多目的スポーツ場1面(少年サッカー場1面、フットサル場2面)	平和の森公園2-2ふるさとの浜辺公園1-1
7	昭和島二丁目公園	テニス場2面、フットサル場3面(少年サッカー場1面)	昭和島2-3-1
8	昭和島運動場	野球場2面、少年野球場1面	昭和島1-7-1
9	森ヶ崎公園	サッカー場1面、フットサル場3面(少年サッカー場1面)、テニス場3面	大森南5-2-111
10	大田区総合体育館	メインアリーナ(1,824㎡、観客席4,012)、サブアリーナ(646㎡、観客席200)、体育室1・2、弓道場	東蒲田1-11-1
11	あさひ海老取川公園	3×3バスケットコート(Nako Motohashi 2020 記念3×3バスケットボールコート)	羽田旭町11-1
12	萩中公園	野球場1面、少年野球場1面、屋外プール、屋内プール	萩中3-25-26、萩中3-26-46
13	本羽田公園	テニス場5面	本羽田3-23-10、本羽田3-29-4
14	多摩川大師橋緑地	野球場2面	本羽田1～2先
15	多摩川六郷橋緑地	野球場5面、少年野球場1面、球技場6面	東六郷3先～南六郷3先
16	多摩川緑地	野球場16面、少年野球場3面、サッカー場2面	西六郷4先
17	矢口区民センター温水プール	温水プール25m×7コース	矢口2-21-14
18	多摩川ガス橋緑地	野球場8面、少年野球場1面、テニス場5面、球技場2面、小球技場1面	下丸子2～4先
19	下丸子公園	テニス場2面	下丸子4-21-2
20	多摩川田園調布南・鶉の木緑地	球技場1面、多目的小球技場1面	田園調布南6、鶉の木3-32・33先
21	多摩川丸子橋緑地	少年野球場1面	田園調布本町31先
22	東調布公園	野球場1面、屋外プール、屋内(25mプール、こどもプール、流水プール等)	南雪谷5-12-1 南雪谷5-13-1
23	田園調布せせらぎ館体育施設	体育室(約400㎡×2室)、トレーニングルーム、多目的室2室、集会室4室	田園調布1-53-12
24	多摩川田園調布緑地	テニスコート8面、硬式野球場2面、軟式野球場2面、サッカー場1面	田園調布4・5先

# 施設が集積しているエリア

本区の区立スポーツ施設は、臨海部と多摩川河川敷エリアに多く立地しています。

## ■臨海エリア

様々なスポーツ施設が集積しているエリアであり、各スポーツが盛んに行われています。



## ■河川敷エリア

野球場、サッカー場、テニスコートなどが多く点在している、多摩川に沿ったエリアです。

## (2) 主な区立スポーツ施設

### ①大田区総合体育館



区民に良質な「する」「みる」「ささげる」スポーツの機会を提供するとともに、区民の生涯スポーツの活動の拠点となることを目的として、平成 24（2012）年に開館しました。

メインアリーナは4,000席の観客席を有し、各競技のトップレベルのプレーを観戦することができます。

そのほか、サブアリーナ、体育室、弓道場等の施設があり、区民が各種スポーツを楽しむことができます。

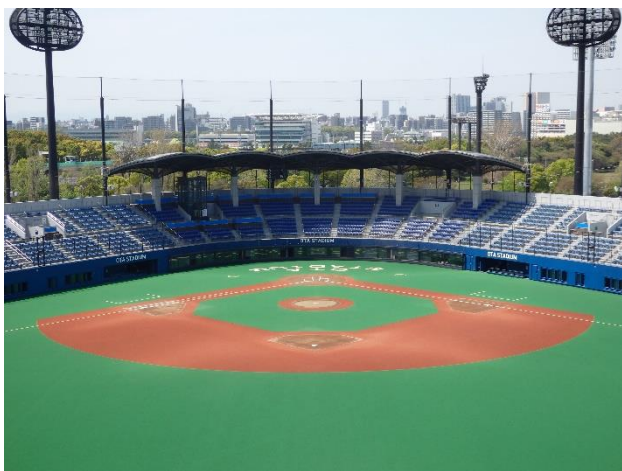
### ②大森スポーツセンター



区民の体育・スポーツ及びレクリエーションの普及振興を図り、心身の健全な発達に寄与することを目的に、平成9（1997）年に開設しました。館内には、アリーナ、健康体育室、トレーニングルーム、小ホール等の施設があります。

トレーニングルームでは、トレーニングマシンの利用以外に、各種スポーツ教室も開催しています。また、令和2（2020）年には、施設周辺でランニング等を行う際に便利な「ランニングステーション」を開設しています。

### ③大田スタジアム



余暇活動の充実や健康増進に寄与することを目的として、平成7（1995）年に開館した全面人工芝の野球場です。設備の機能更新やバリアフリー・ユニバーサルデザイン化の推進、さらに多目的利用の拡大を目的に改修が行われ、令和元（2019）年にリニューアルオープンしました。

### ④大森ふるさとの浜辺公園



かつて賑わいを見せた大森海岸を再現した、都内初の浜辺のある区立公園です。

公設では都内唯一の常設ビーチバレー場を有しており、ビーチバレー場の無料開放やビーチヨガ教室を実施しています。

令和6（2024）年4月に多目的スポーツ広場が人工芝化され、新たに多目的スポーツ場としてリニューアルしました。また、ビーチバレー場、フットサル場のナイター利用を開始しました。

### ⑤ 平和の森公園



昭和 57 (1982) 年に開設、こどもたちに人気のフィールドアスレチックコースを有し、豊かな自然を感じられる、こどもからお年寄りまで楽しめる区内最大級の公園です。公園内には、テニスコート、相撲場、弓道場、アーチェリー場などがあります。

### ⑥ 平和島公園



昭和 45 (1970) 年に開設、キャンプ場や野球場、水泳場を有する公園です。

水泳場の屋外プール（夏季のみ）には、50mプールが設置されています。





## 4 スポーツ関係団体等

本計画の施策推進のため、本区を拠点とするトップスポーツチーム、区内スポーツ事業者などのスポーツ関係団体等と連携を図ります。

主なスポーツ関係団体等は次のとおりです。

### ①大田区スポーツ協会

(公財)大田区スポーツ協会(以下「スポーツ協会」といいます。)は、昭和23(1948)年に大田区体育会として発足しました。その後、昭和59(1984)年に財団法人大田区体育協会を設立、平成25(2013)年から(公財)大田区体育協会へ移行し、令和元(2019)年に名称を「大田区スポーツ協会」に変更しました。

区内におけるスポーツの振興を図り、区民の心身の健全な発達と明るく豊かな地域社会の形成に寄与することを目的として活動しています。現在は51のスポーツ団体が加盟しています。

スポーツ協会の主な事業は以下のとおりです。

区分	内容
区の受託事業	区民スポーツ大会、区民スポーツまつり等の事業を区から受託しています。
指定管理業務	大森スポーツセンター、大田スタジアムの指定管理者グループの代表団体として施設の管理運営を行っています。
自主事業	年少者スポーツ育成事業、健康教室事業、指導者・団体育成事業等区民にレクリエーションを含めた生涯スポーツの推進・普及を図るため、スポーツ協会が主体的に取り組んでいます。



ビーチヨガ教室

## ②大田区スポーツ推進委員

特別出張所ごとに選出され、本区が委嘱する非常勤職員（定数 65 人以内）です。本区のスポーツ推進のため、地域と行政及び区民相互の調整役（コーディネーター）として地域で幅広く活動しています。

主な活動内容は、地域スポーツ推進に関する情報提供、要望、助言、指導及び調整（コーディネート）です。その他OTAウォーキングなど、本区の事業にも協力しており、本区のスポーツの中核的役割を担うことが期待されています。



## ③総合型地域スポーツクラブ

幅広い世代の人々に、各自の興味関心・競技レベルに合わせて、様々なスポーツに触れる機会を提供する地域密着型のスポーツクラブです。

本区では、令和6（2024）年10月現在、以下の11のクラブが活動しています。

NPO 法人地域総合スポーツ倶楽部・ピボットフット	一般社団法人 田園調布グリーンコミュニティ
NPO 法人大田ウェルネスクラブ	NPO 法人スマイルかまた
NPO 法人ベアーズ	NPO 法人大森コラボレーション
一般社団法人大森フットボールクラブ	総合型地域スポーツクラブ ソシオ大森
一般社団法人 Sports Design Lab	レスポ大森クラブ
一般社団法人松仙 FC	NPO 法人ド素人スポーツ

## ④一般社団法人 おおたスポーツコミッション

区内にあるスポーツ資源を連携させるプラットフォームとしての組織です。スポーツの有する社会的効果と経済的効果を追求し、スポーツを軸とした街づくりと地域の活性化に寄与するため、関連団体や施設を繋ぐ事業を推進します。

## 5 区民のスポーツ活動の状況

本計画の策定にあたり、区民のスポーツ活動の状況・意識を把握するため、令和5年度に「大田区 運動・スポーツに関するアンケート」を実施しました。

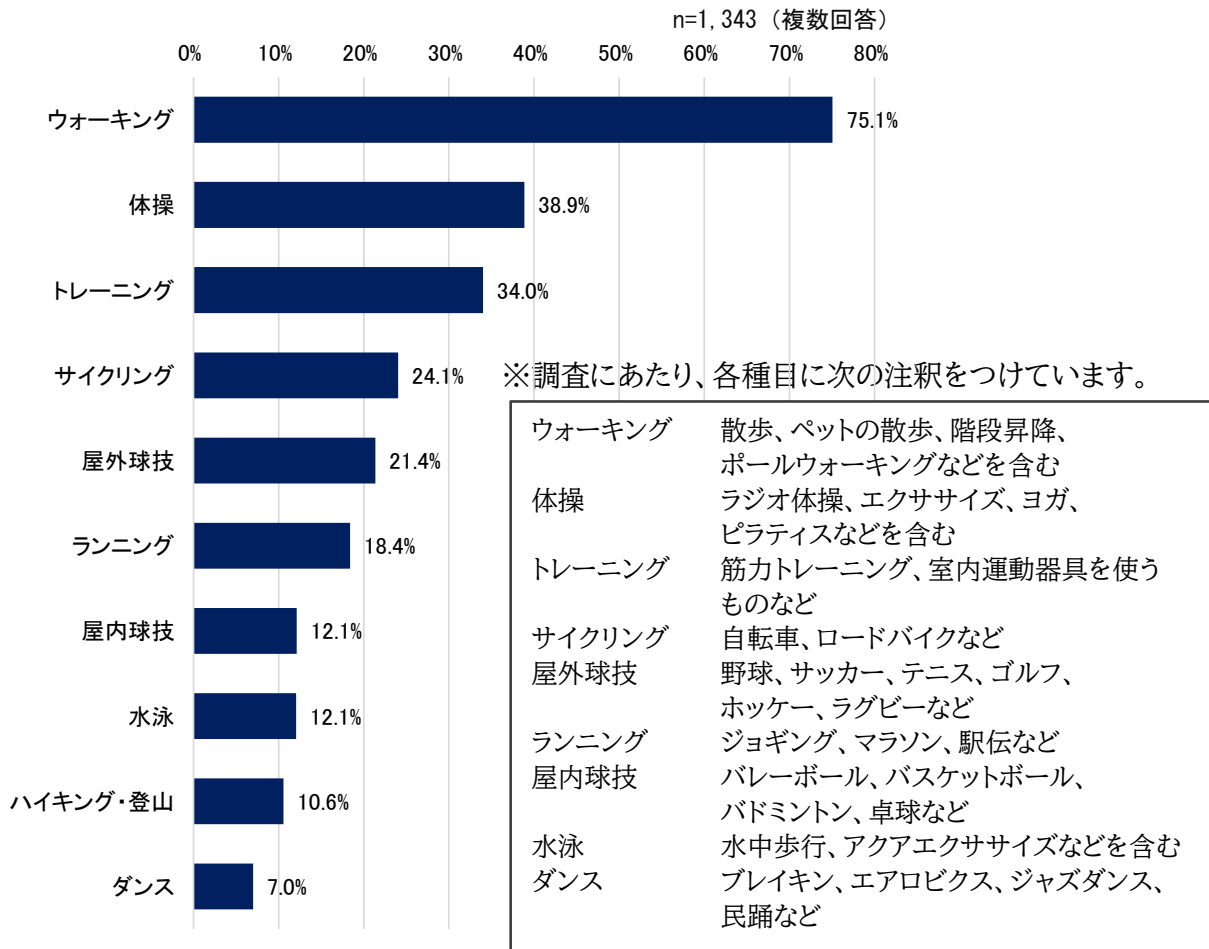
### 「大田区 運動・スポーツに関するアンケート」実施概要

項目	実施概要
調査対象者	区内在住の16歳以上の方
調査期間	令和6（2024）年1月22日～2月13日
調査方法	郵送での配布・回収による直接記入方式
配布数	5,000件
回答数	1,343件（回答率 26.9%）

### （1）1年間のスポーツ実施状況

#### 比較的気軽に行えるスポーツが上位

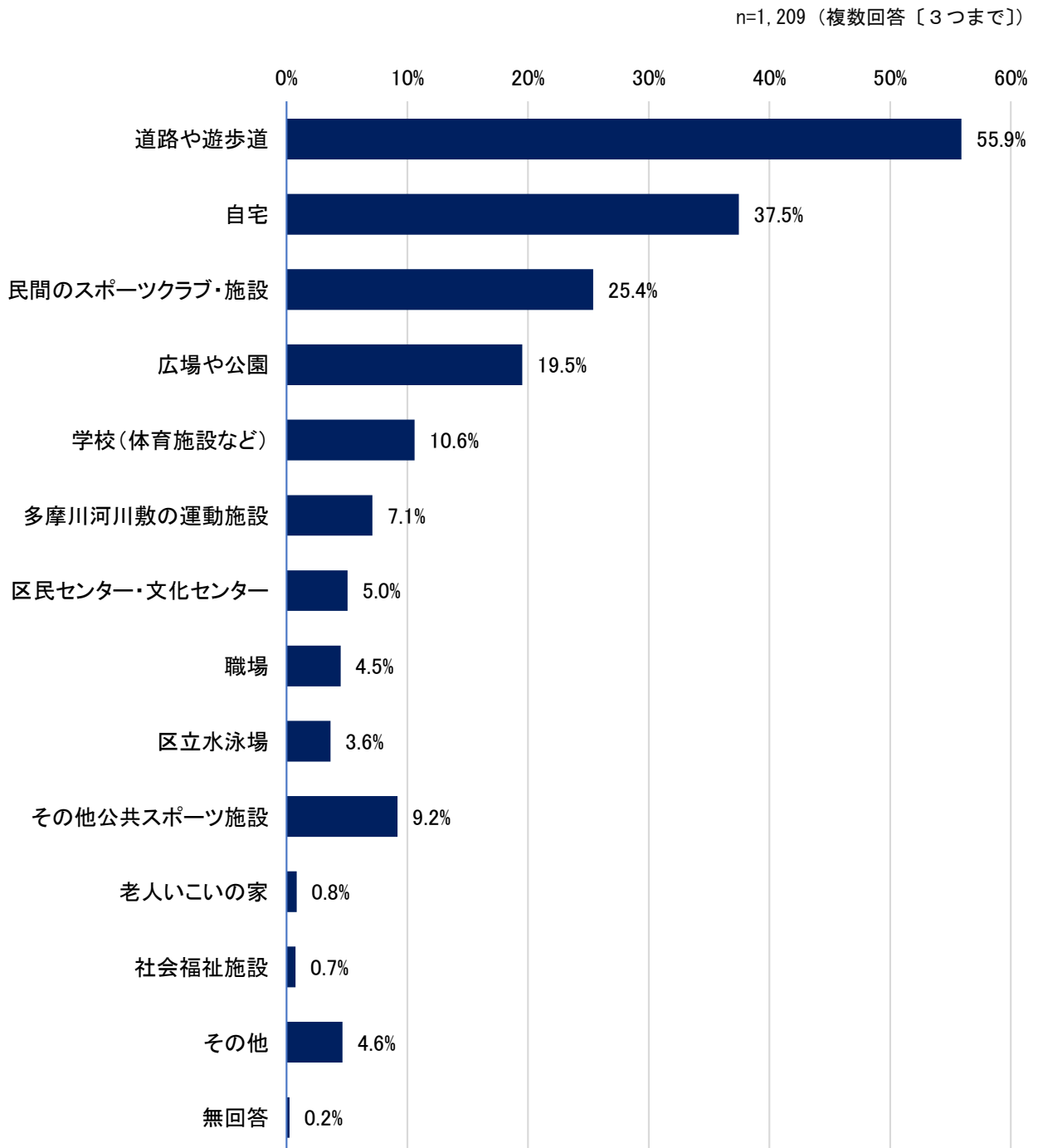
直近の1年間で実施したスポーツの上位10項目は下のグラフのとおりです。最も多いのが「ウォーキング」（75.1%）で、以下、「体操」、「トレーニング」など、気軽に行えるスポーツが多くなっています。



## (2) 主にスポーツを実施した場所

## 道路や遊歩道、自宅が主な実施場所

この1年間で主にスポーツを実施した場所は、「道路や遊歩道」(55.9%)が最も多く、次いで「自宅」(37.5%)、「民間のスポーツクラブ・施設」(25.4%)となっています。

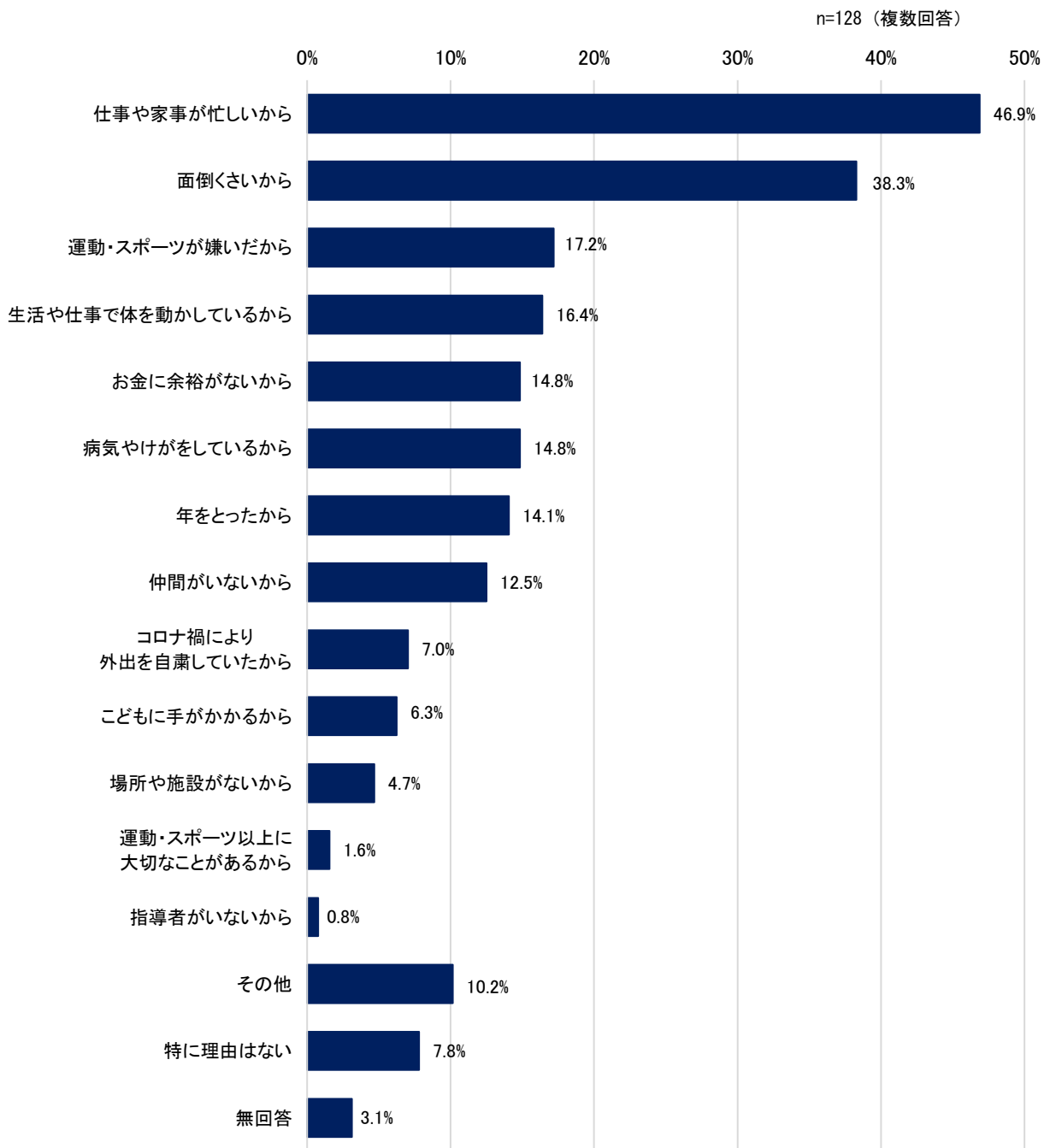


### (3) スポーツを実施しなかった理由

#### スポーツを実施しなかった一番の理由は「仕事や家事が忙しいから」

スポーツを実施しなかった人の理由としては、「仕事や家事が忙しいから」(46.9%)が最も多く、次いで「面倒くさいから」(38.3%)、「運動・スポーツが嫌いだから」(17.2%)の順となっています。

世代別スポーツ実施率が最も低くなった40代でも、「仕事や家事が忙しいから」が男女ともに最も多くなっており、特に男性は100%となっています。



## ■スポーツを実施しなかった理由（性・年代別）

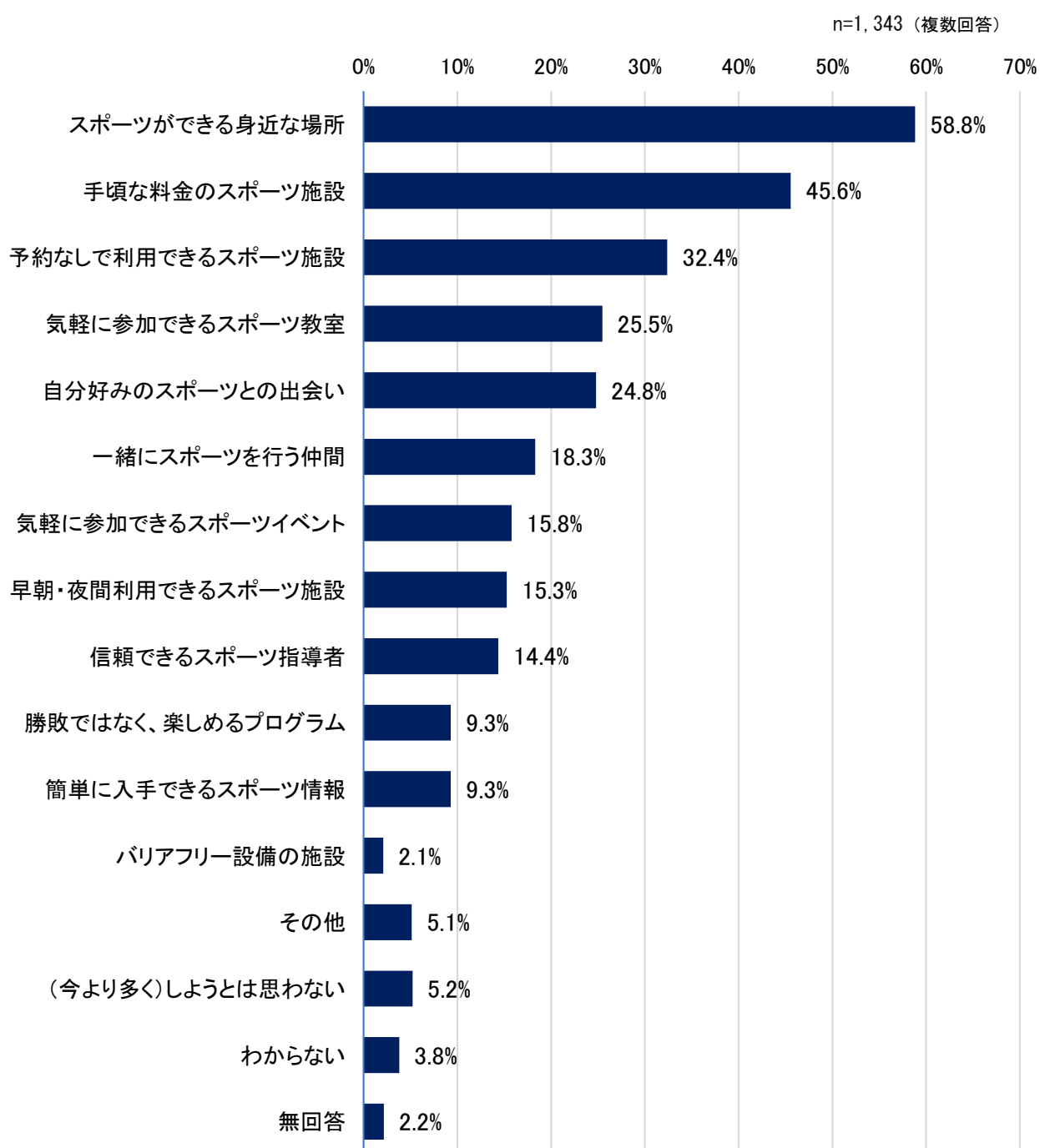
n=128（複数回答）

項目	全体	男性					女性				
		16～29	30代	40代	50代	60代以上	16～29	30代	40代	50代	60代以上
仕事や家事が忙しいから	46.9%	50.0%	80.0%	100.0%	60.0%	40.0%	20.0%	28.6%	46.7%	66.7%	25.7%
面倒くさいから	38.3%	50.0%	80.0%	50.0%	53.3%	26.7%	60.0%	71.4%	13.3%	46.7%	22.9%
運動・スポーツが嫌いだから	17.2%	-	60.0%	-	13.3%	13.3%	40.0%	71.4%	-	20.0%	11.4%
生活や仕事で体を動かしているから	16.4%	-	-	-	6.7%	33.3%	-	14.3%	26.7%	13.3%	22.9%
お金に余裕がないから	14.8%	-	60.0%	10.0%	33.3%	13.3%	20.0%	28.6%	13.3%	13.3%	2.9%
病気やけがをしているから	14.8%	-	40.0%	-	-	6.7%	-	-	13.3%	6.7%	37.1%
年をとったから	14.1%	-	-	-	20.0%	33.3%	-	-	6.7%	6.7%	22.9%
仲間がいないから	12.5%	-	40.0%	10.0%	26.7%	20.0%	20.0%	-	13.3%	6.7%	5.7%
コロナ禍により外出を自粛していたから	7.0%	-	20.0%	10.0%	6.7%	-	-	-	13.3%	6.7%	8.6%
こどもに手がかかるから	6.3%	-	-	10.0%	-	-	-	14.3%	26.7%	6.7%	2.9%
場所や施設がないから	4.7%	-	-	10.0%	6.7%	6.7%	-	-	13.3%	-	-
運動・スポーツ以上に大切なことがあるから	1.6%	-	20.0%	-	-	-	20.0%	-	-	-	-
指導者がいないから	0.8%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.9%
その他	10.2%	-	-	-	6.7%	13.3%	20.0%	14.3%	13.3%	6.7%	8.6%
特に理由はない	7.8%	-	-	-	6.7%	13.3%	40.0%	-	6.7%	13.3%	5.7%
無回答	3.1%	-	-	-	-	6.7%	-	-	6.7%	-	5.7%

(4) 今後、スポーツを行うために必要なこと

**身近な場所で、気軽に実施できること**

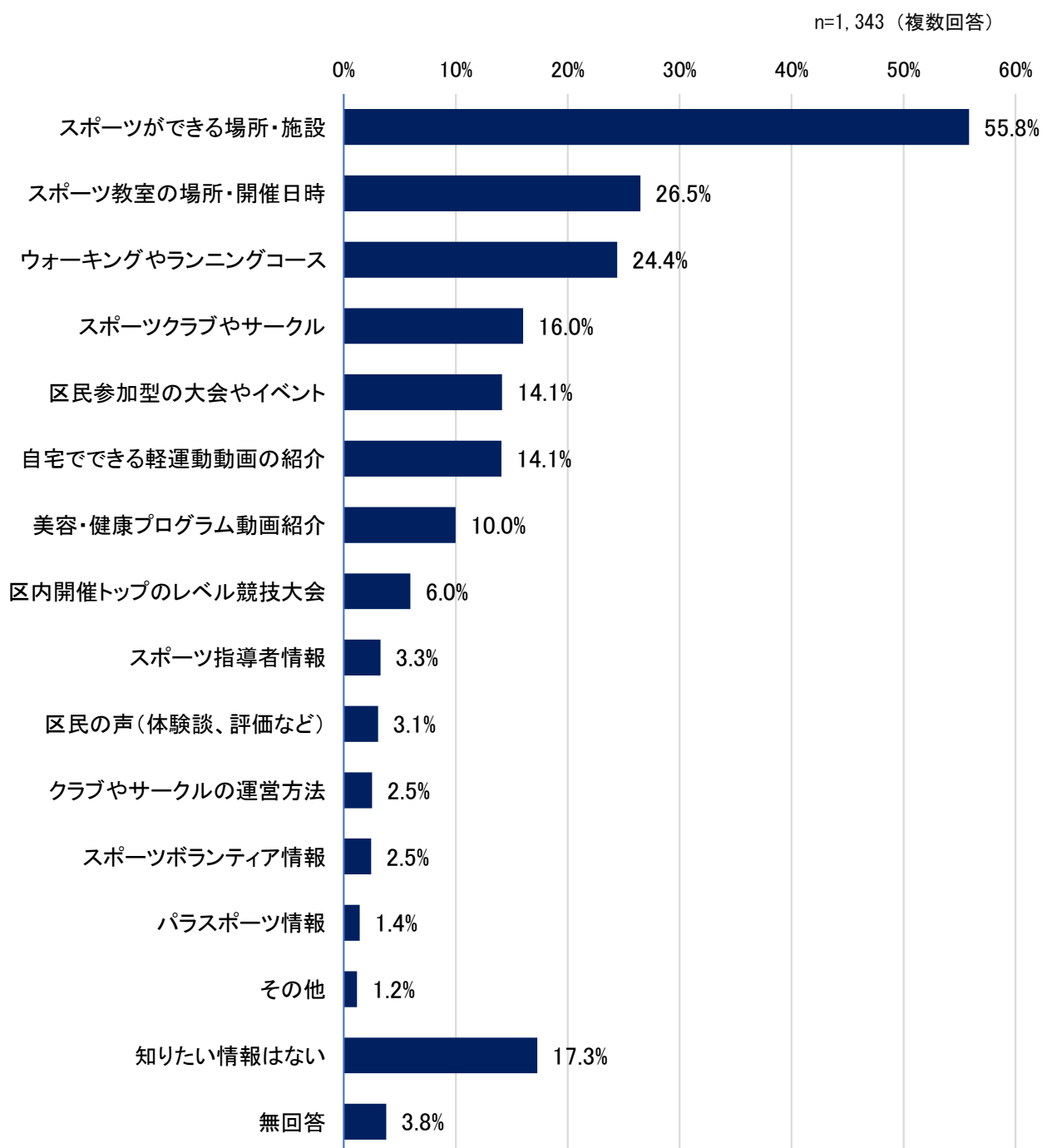
今後、スポーツを行う（または、今以上に行う）ために必要なことは、「スポーツができる身近な場所」（58.8%）が最も多く、「手頃な料金で利用できる施設」（45.6%）、「予約なしで利用できる施設」（32.4%）、「気軽に参加できるスポーツ教室」（25.5%）の順となり、身近な場所で気軽に実施できることがスポーツを行う上で必要と考えている方が多くなっています。



## (5) スポーツに関する知りたい情報

## 最も知りたい情報は「スポーツができる場所・施設」

スポーツに関して知りたい情報は「スポーツができる場所・施設」(55.8%)が最も多く、次いで「スポーツ教室の場所・開催日時」(26.5%)、「ウォーキングやランニングコース」(24.4%)となっています。

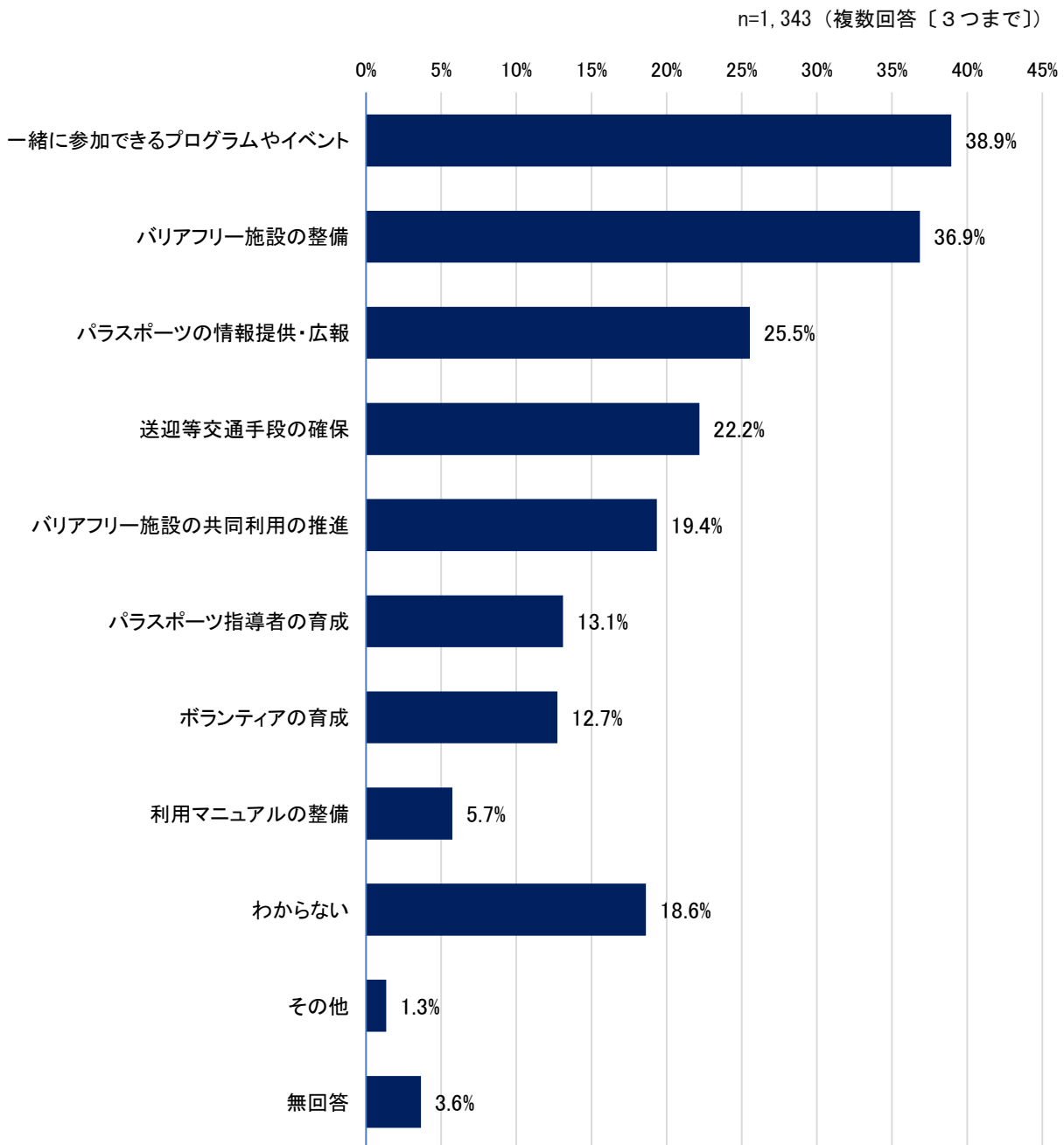




(6) 障がいの有無にかかわらず一緒にスポーツに親しむための取組

一緒にできるプログラムやイベントと、施設のバリアフリー化

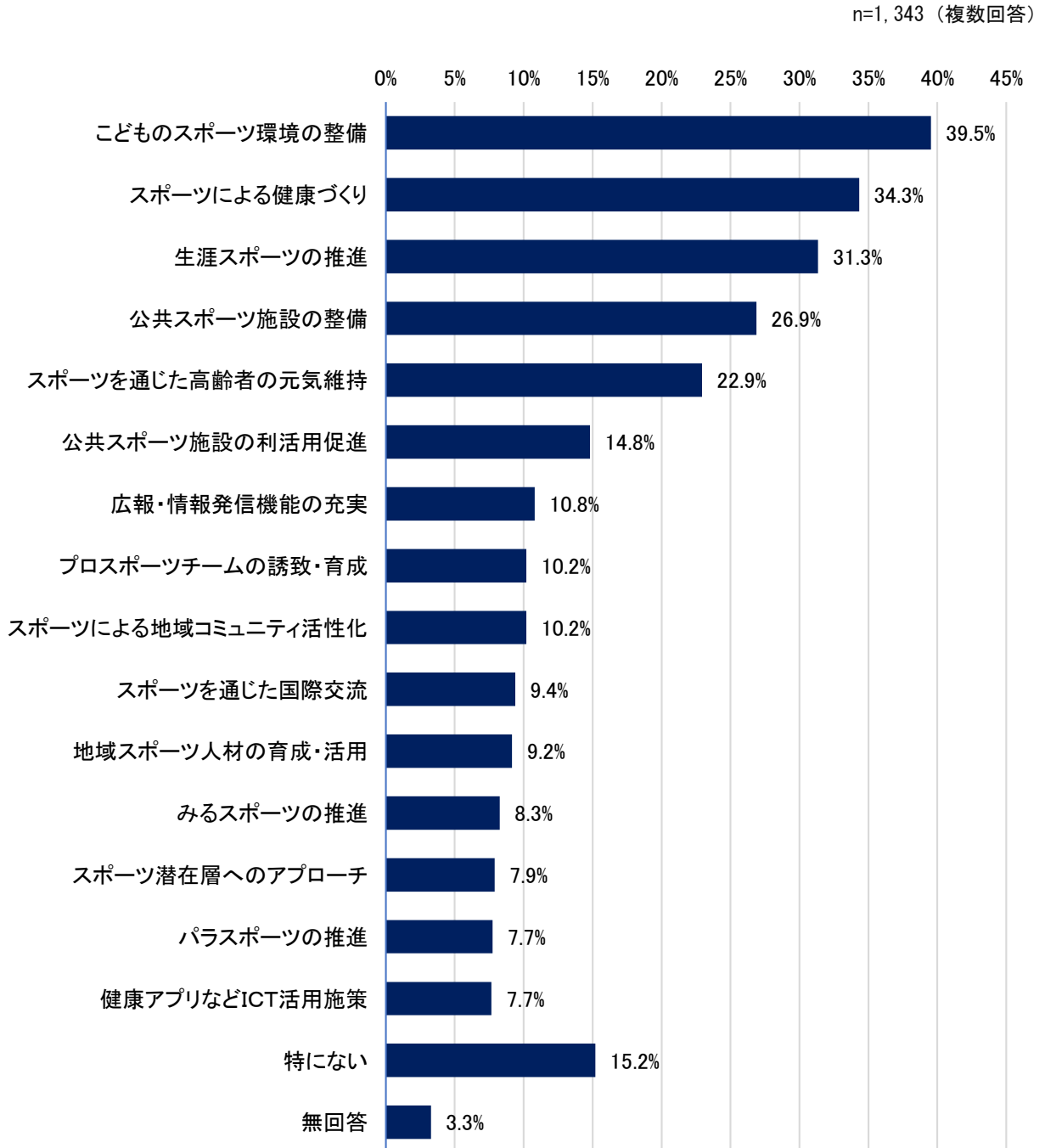
「障がいの有無にかかわらず、一緒に楽しくスポーツに親しむために、これから本区が取り組むべき大切なこと」についての回答は、「一緒に参加できるプログラムやイベントの開催」(38.9%)が最も多く、次いで「バリアフリー施設の整備」(36.9%)、「パラスポーツの情報提供・広報活動の充実」(25.5%)となっています。



(7) 本区のこれからのスポーツ施策で期待するもの

**こどものスポーツ環境整備とスポーツによる健康づくりが上位**

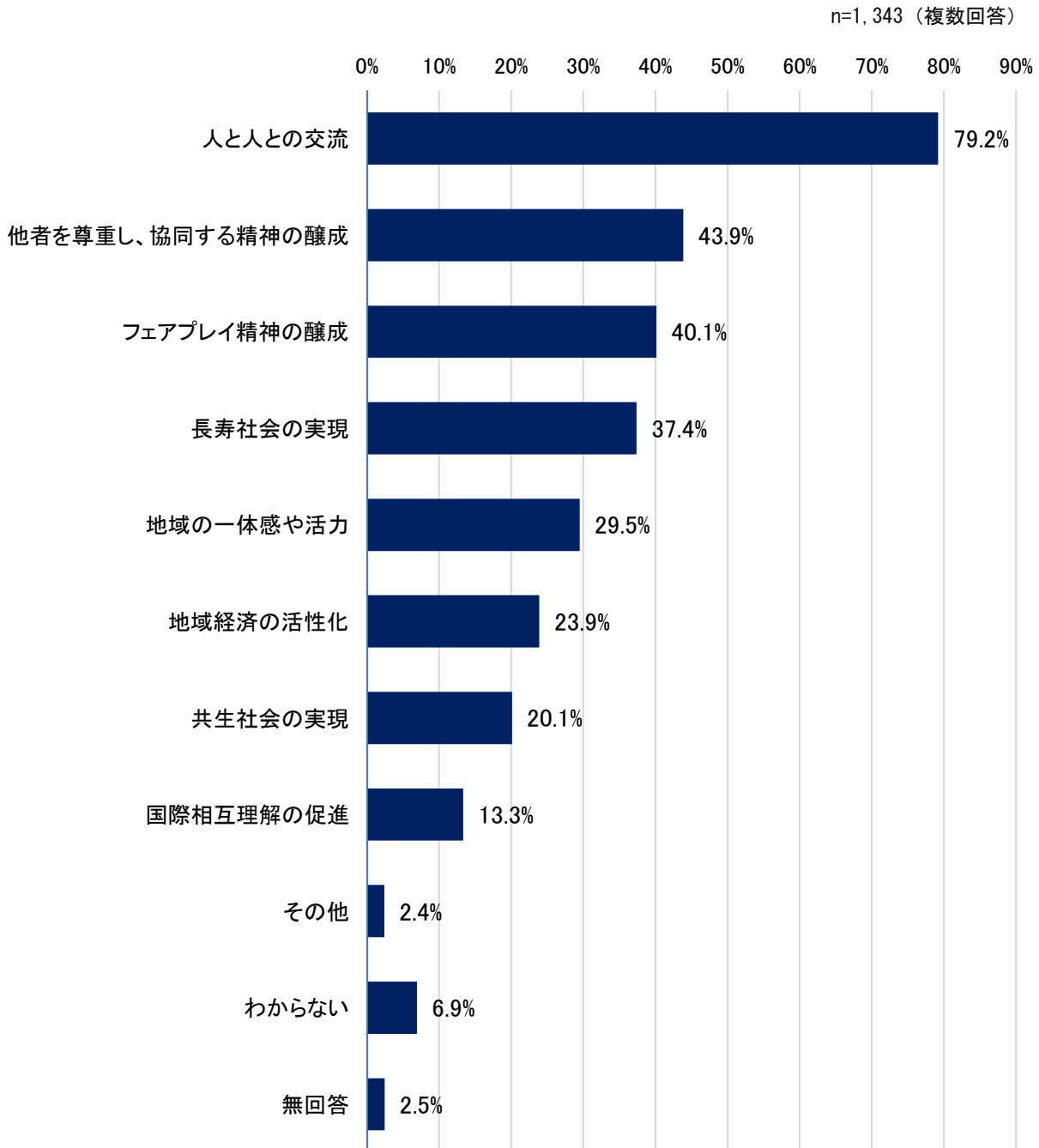
「こどものスポーツ環境の整備」(39.5%)が最も多く、次いで「スポーツによる健康づくり」(34.3%)、「生涯スポーツの推進」(31.3%)となっています。



## (8) スポーツが社会にもたらす効果

### 人と人との交流が約8割

区民が、スポーツが社会にもたらすと考える効果は、「人と人との交流」(79.2%)が最も多く、次いで、「他者を尊重し、協同する精神の醸成」(43.9%)、「フェアプレイ精神(公正さを尊ぶ態度)の醸成」(40.1%)となっています。



## 6 区のスポーツ施策に関する課題・方向性

### (1) 誰もがスポーツを楽しめる機会づくりに向けて

- 本区の「これからのスポーツ施策で期待するもの」として「こどものスポーツ環境の整備」が最も多く挙げられました。こどもの頃から運動習慣を身につけることは、基礎的な体力向上だけでなく、人間関係やコミュニケーション能力が育まれるなど、こどもの心身の発達のために重要です。こどもがスポーツを通して、体を動かす楽しさを実感することができる取組が求められます。
- 働き盛り世代・子育て世代（20代～50代）のうち、男女ともに40代のスポーツ実施率が、他の世代に比べて低くなりました。仕事の生産性向上や健康的なライフスタイル維持のため、気軽にスポーツに取り組むことができる機会や親子で一緒に体を動かすことのできる機会の提供が求められます。
- 60代以上の世代は、スポーツを週3回以上実施している割合が他の年代よりも高いのに対し、全くスポーツを実施していない割合も他の年代より高くなっており、二極化の傾向にあります。高齢者にとってスポーツは、健康増進やフレイル・介護予防、仲間との交流や生きがいにつながります。スポーツ実施のきっかけとなる取組とともに、スポーツの習慣化を促す取組が求められます。
- 障がいの有無にかかわらず、一緒にスポーツに親しむために区が取り組むべきこととして「一緒に参加できるプログラムやイベントの開催」が最も多く挙げられました。障がいがある人もない人も、ともに楽しめる機会を創出することは、障がいのある方の自立や社会参画につながります。誰もが楽しめるユニバーサルスポーツの普及に係る取組が求められます。
- スポーツには、「する」だけでなく、「みる」「ささえる」など多様な関わり方があります。体を動かすことが苦手な人も、スポーツを観戦し、選手・チームを応援することを楽しむ、スポーツを支える活動を楽しむなど、それぞれの楽しみ方を見つけられる機会を提供します。

本計画において、

### 基本目標1 『誰もがスポーツを楽しめる機会づくり』

を掲げ、対応する施策を推進します。

## (2) スポーツ施設の有効活用・身近な実施場所の環境整備に向けて

- 「今後スポーツを（または、今以上に）行うために必要なこと」として、「運動・スポーツができる身近な場所」が最も多く挙げられました。スポーツが区民の生活に根差し、健康的な生活を送ることができるよう、誰もが身近な場所で、気軽にスポーツに取り組めるような環境を整備します。
- 「この1年間でスポーツを行った場所」として、「道路や遊歩道」が最も多く挙げられました。多くの方がランニングやウォーキングを遊歩道等において実施している結果だと考えられます。区民がランニング・ウォーキングに気軽に取り組める環境の充実を図り、継続した実施に繋がります。
- 「この1年間でスポーツを行った場所」として、「広場や公園」も多く挙げられ、他のスポーツ施設より高い結果となりました。区民に身近な広場や公園において、より気軽にスポーツができるような取組が求められます。
- 「スポーツに関する情報で知りたいもの」として、「スポーツができる場所・施設」が最も多く挙げられました。スポーツ施設をスポーツ実施の場としてだけでなく、スポーツを行わない人も訪れやすい地域コミュニティの場として活用し、スポーツ施設の認知率を向上させ、利用率の向上をめざす取組が求められます。

本計画において、

### 基本目標2 『ニーズに即したスポーツ環境の整備』

を掲げ、対応する施策を推進します。

### (3) スポーツを通じた交流促進、地域の一体感の創出に向けて

- 「スポーツが社会にもたらす効果」としては、「人と人との交流」が最も多く挙げられました。スポーツが人と人とのつながりを創出し、地域の一体感や活力の醸成につながるよう、地域資源を活用したイベントによるにぎわい創出等の取組を推進します。また、スポーツに関心が薄い層もスポーツに取り組むきっかけとなるよう、他分野と連携した取組も推進します。
- 世界の主要都市とつながる羽田空港からのアクセスを活かし、スポーツを通じた国際交流を推進し、訪れる人によるにぎわいを創出、地域の活性化を図る取組を推進します。
- 本区をホームタウンとするスポーツチームや、本区ゆかりのアスリート、企業のスポーツチームなどが活躍しています。観戦や交流の機会を創出し、地域スポーツの推進を図り、地域の一体感の創出、活力の醸成を図る取組を推進します。
- 区民が主体的にスポーツ活動に取り組み、活動の輪、地域交流の輪を広げるためには、スポーツに関する情報が容易に入手できる環境が整えられていることが重要です。SNS等を活用し、スポーツに関する情報の更なる充実を図るとともに、情報を容易に入手できる環境を整備する取組を推進します。

本計画において、

### 基本目標3 『スポーツを通じた活力あるまちづくり』

を掲げ、対応する施策を推進します。

## 第3章 計画の理念・目標



### 1 基本理念

令和22年ごろ（2040年ごろ）を目標年次とする大田区基本構想で定めた基本目標のまちの姿

『気軽にスポーツを楽しみ、健康づくりに取り組むことで、生涯にわたっていきいきとした生活を送っています。』

を実現するため、本計画は、

#### スポーツで創る 誰もが健康でいきいき暮らせる豊かなまち

を基本理念とします。

スポーツに親しむことは、健康増進や体力向上だけでなく、こころの健康にも大きな効果をもたらし、充実感のある生活を送ることにつながります。また、スポーツを通じて地域の人々が交流を深めていくことは、人と人とのつながりを創出し、地域の一体感や活力の醸成につながります。

本計画は、基本理念に基づき、スポーツのイベントや施設を利用し、性別や年齢、障がいの有無にかかわらず誰もがスポーツを楽しみ、豊かな生活を送ることができることをめざし、各取組を推進します。

また、誰もが身近な場所で、ウォーキングやランニングなどのスポーツに気軽に取り組める環境が整備され、スポーツが区民の生活に根差すことをめざし、各取組を推進します。

## 2 基本目標

基本理念である「スポーツで創る 誰もが健康でいきいき暮らせる豊かなまち」を実現するため、施策を展開する方向として、3つの基本目標を定め、スポーツの推進を図ります。

### 基本目標 1

#### 誰もがスポーツを楽しめる機会づくり

誰もが健康でいきいき暮らせるよう、スポーツに親しみ、楽しめる機会を創出します。こどもには体を動かす楽しさにふれるきっかけづくり、働き盛り世代・子育て世代には、気軽にスポーツに親しめるきっかけづくり等、ライフステージに応じた取組を行い、継続的なスポーツの実施を推進します。

### 基本目標 2

#### ニーズに即したスポーツ環境の整備

多様化している区民のスポーツに関するニーズを把握し、適切に対応するとともに、誰もが気軽に身近な場所で、スポーツに取り組めるような環境を整備します。地域間のバランス・需要を踏まえた施設整備や、将来的な状況変化にも柔軟に対応できるよう施設の多目的利用を推進することで、スポーツ施設の有効活用を図ります。

### 基本目標 3

#### スポーツを通じた活力あるまちづくり

スポーツを通して、人々が交流しコミュニケーションを深めることは、人と人とのつながりを生み、地域の一体感の創出や活力の醸成につながります。

スポーツを通じた交流を促進するとともに、スポーツ関係団体、アスリート、スポーツを支える人材等との連携を推進し、地域の活性化を図ります。



### 3 施策体系

基本理念	基本目標	施策方針
<p>スポーツで創る 誰もが健康でいきいき暮らせる豊かなまち</p>	<p>基本目標 1 誰もがスポーツを楽しめる機会づくり</p>	<p>こどものスポーツの推進</p> <p>働き盛り世代・子育て世代のスポーツの推進</p> <p>高齢者のスポーツの推進</p> <p>障がい者のスポーツの推進</p> <p>すべての区民に対するスポーツの推進</p>
	<p>基本目標 2 ニーズに即したスポーツ環境の整備</p>	<p>スポーツ施設の適切な管理及び整備</p> <p>スポーツ施設の多目的な活用</p> <p>身近な環境でのスポーツ促進</p>
	<p>基本目標 3 スポーツを通じた活力あるまちづくり</p>	<p>スポーツを通じた交流促進</p> <p>羽田空港からの利便性を活かしたスポーツによる国際交流の推進</p> <p>地域のスポーツ活動の促進</p> <p>スポーツに関する広報・情報発信の充実</p>

## 取組

- (1) 体を動かす楽しさを体感するきっかけづくりの推進
- (2) 体力向上を図る取組の推進 (3) 多様なスポーツを体験できる機会の充実

- (1) 働き盛り世代のスポーツ習慣化促進
- (2) 子育て世代のスポーツ参加機会の充実

- (1) スポーツをする気にさせる施策の推進
- (2) スポーツ実施を習慣化させるための事業

- (1) スポーツへの参加促進、継続的に活動できる場の充実
- (2) ユニバーサルスポーツの啓発・普及

- (1) スポーツに親しむきっかけづくり
- (2) スポーツの多様な楽しみ方を見つけられる機会づくり

- (1) スポーツ施設の適切な管理運営 (2) スポーツ施設の計画的な整備
- (3) スポーツ施設以外の公共施設の有効活用

- (1) スポーツ施設を活用した歳入確保
- (2) 地域コミュニティの場としての活用

- (1) 広場や公園などにおいて気軽にスポーツが実施できる環境づくり
- (2) ランニング・ウォーキングに取り組むきっかけづくり

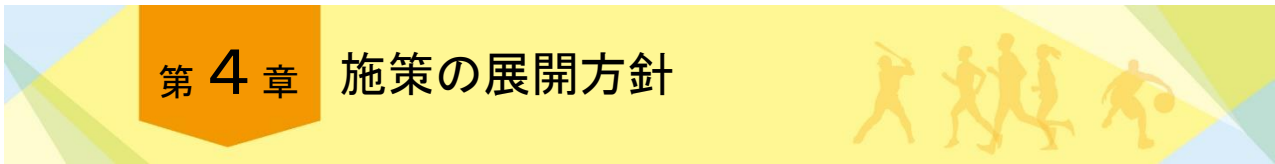
- (1) スポーツを通じた賑わいの創出

- (1) スポーツによる国際交流の推進

- (1) 地域のスポーツ関係団体等との連携
- (2) 地域に密着したスポーツ活動の推進

- (1) 効果的なスポーツ情報の発信

# 第4章 施策の展開方針



## 基本目標 1 誰もがスポーツを楽しめる機会づくり

誰もが健康でいきいき暮らせるよう、スポーツに親しみ、楽しめる機会を創出します。子どもには体を動かす楽しさにふれるきっかけづくり、働き盛り世代・子育て世代には、気軽にスポーツに親しめるきっかけづくり等、ライフステージに応じた取組を行い、継続的なスポーツの実施を推進します。

### 1 こどものスポーツの推進

子どもにとってスポーツを楽しむことは、生涯にわたってたくましく生きるための健康や体力の基礎を培うだけでなく、精神的な成長にもつながります。

特に仲間や指導者との交流を通じて、コミュニケーション能力を育成し、他人に対する思いやりの心をはぐくむなど、人格形成にも大きく寄与します。

こどもの時から、体を動かす楽しさやスポーツの意義・価値を実感し、継続してスポーツに取り組む意欲をもつことができるきっかけづくりを推進します。

#### (1) 体を動かす楽しさを体感するきっかけづくりの推進

子どもが体を動かす楽しさ・スポーツの楽しさを体感し、将来的なスポーツの実施の習慣化へとつながる取組を推進します。

取組例	内容	所管課
保育推進連携事業(公開保育研修運動あそび)	就学前の子どもが楽しく体を動かす体験を通して、脳や全身の機能の発達を促進し、生涯にわたって健康的な生活を送るための基礎を培う取組を推進します。	保育サービス課
幼児期運動指導(運動遊び指導)リーダー保育者養成研修会	就学前から、子どもたちが運動遊びを通じて楽しく体を動かす習慣を身に付けられるよう、幼児期運動指導(運動遊び指導)リーダー保育者養成研修会を実施し、効果的な指導方法の普及と実践を進めます。	幼児教育センター

取組例	内容	所管課
保幼小連携運動遊び指導者研修	就学前から小学校まで一貫したプログラムにより運動遊び指導が実践されるよう、保育者と小学校教諭の合同研修会を実施します。	幼児教育センター
ボランティアによる乳幼児親子対象運動プログラムの実施	乳幼児親子にとって身近な児童館などの施設で、親子で気軽に参加できる親子ダンスやリトミック等の運動プログラムを実施し、こどもが体を動かす楽しさを体感できる場を提供します。	子育て支援課
地域スポーツクラブ指導者出張事業	子育て世代が集まる児童館に総合型地域スポーツクラブの指導者を派遣し、親子で参加できるスポーツプログラムを実施します。	スポーツ推進課
放課後こども教室におけるスポーツプログラムの実施	小学校の校庭や体育館等を利用し、放課後こども教室において、スポーツプログラムを実施します。	教育総務課

コラム  
1

## 「ゲーム？スポーツ？」

「e スポーツ(e-Sports)」をご存じでしょうか。

e スポーツとは「electronic sports(エレクトロニック・スポーツ)」の略で、コンピューターゲーム上で行われる「人と人の対戦」を、「スポーツ競技」としてとらえる際の名称です。

世界各国で、様々な e スポーツの大会が開催されていて、その競技人口は1億人以上といわれています。大会はさまざまな企業の出資を受けており、プロのゲーマーたちがしのぎを削っています。

令和5年度に実施した本区のアンケート調査によると、eスポーツを「聞いたことがない」「興味関心はない」と答えた割合は約40%、「名前だけ知っている」と答えた割合は約45%でした。

区内での認知度はあまり高くありませんが、eスポーツには、体力や障がいの有無にかかわらず、誰もが楽しめるという特徴があります。

また、自身で考えコントローラーを操る必要のあるeスポーツは、脳への刺激が高いため、認知症予防に取り入れている自治体もあります。

令和4(2022)年のアジア競技大会において、メダル種目として e スポーツが採用されるなど、今後、様々な分野において、発展する可能性があります。



## (2) 体力向上を図る取組の推進

こどもたちが体育の授業などを通して、スポーツや運動に対する苦手意識を持たず、生涯にわたってスポーツに親しむ態度をはぐくめるような取組を推進します。

取組例	内容	所管課
体力調査結果の分析による体育授業の改善	体力調査結果を分析し、児童・生徒の体力・運動能力の向上への意欲を高めるために体育授業の改善に取り組みます。 また、体力調査結果データの統計的分析を行い、体力・運動能力の向上に係る施策等の成果と課題を検証し、改善に取り組みます。	指導課
楽しい運動習慣の確立	小学校体育の授業において、運動への苦手意識をなくすため、体育指導補助員を配置し、運動習慣の定着を図ります。 また、模範的な動きや自分の動きをタブレット端末により確かめ、運動やスポーツを楽しむ態度を育てます。	指導課
中学校陸上競技大会	区立中学校の代表生徒による陸上競技大会を実施し、日々の運動の成果の発表の場とするとともに、運動を通じた生徒の健康づくり・体力づくりを推進します。	指導課
体育・健康教育授業地区公開講座	小学校の体育・健康教育の授業公開や運動・健康に関する講演会や懇談会を実施することで、児童の体力向上について考える機会とするとともに、保護者や地域住民への啓発を行います。	指導課
夏休みこども体育塾	運動が苦手な小学生を対象に夏休み期間中に「体育塾」を開講、運動のポイントやコツを集中的に学ぶことで、身体を動かすことの楽しさや達成感を味わう喜びを体感してもらいます。	スポーツ協会

### (3) 多様なスポーツを体験できる機会の充実

こどもたちの多様な体験機会確保のため、競技スポーツの枠組みだけではなく、個々の運動能力、体力、嗜好に合わせ、様々なスポーツに触れることのできる機会の提供等の取組を推進します。

取組例	内容	所管課
社会教育関係団体の紹介	学習・文化・スポーツなど、社会教育に関する活動を目的とした団体の情報を集約し、紹介します。	地域力推進課
放課後こども教室におけるスポーツプログラムの実施(再掲)	小学校の校庭や体育館等を利用し、放課後こども教室において、スポーツプログラムを実施します。	教育総務課
スポーツ推進事業	スポーツ推進委員を指導者とし、区民に身近な地域単位で、ポッチャ、モルックをはじめ様々なスポーツのイベントを開催し、気軽にスポーツに親しむ機会を提供します。	スポーツ推進課
総合型地域スポーツクラブの紹介	学校や地域へのチラシ配布、ホームページ等を活用し、総合型地域スポーツクラブの活動を紹介します。	スポーツ推進課
部活動の地域連携・地域移行に向けた取組	関係者による検討会及びモデル事業を実施し、受益者負担、指導者の確保など課題を整理し、取組方針を定めます。 学校部活動に地域の人材を活用することにより、各校の実態に応じた部活動の地域連携を推進します。	指導課 スポーツ推進課
スポーツバイキング	小学生から高齢者まで、世代を超えて交流しながら数種類のスポーツ競技を順に親しんでもらい、スポーツに取り組むきっかけ作りの機会とするものです。普段、あまり触れることがないスポーツ種目を盛り込み、指導者からルールや競技方法を伝え併せてスポーツの普及を図ります。	スポーツ協会
スポーツきっかけ教室	スポーツ未経験者や初心者がスポーツの基礎を学び、楽しいスポーツと出会い、スポーツ習慣を身につけることで生涯にわたってスポーツに親しめる環境づくりを推進します。	スポーツ協会

## 2 働き盛り世代・子育て世代のスポーツの推進

働き盛り世代・子育て世代のうち、男女ともに40代においては、仕事、家事、育児などに時間を取られるため、他の世代に比べてスポーツ実施率が相対的に低くなっています。

スポーツには身体面だけでなく、ストレス軽減等の精神的な効能も認められます。仕事の生産性向上や健康的なライフスタイル維持のため、気軽に実施できるスポーツ機会の提供などの取組を推進します。

### (1) 働き盛り世代のスポーツ習慣化促進

働き盛り世代が健康的でいきいきと日常生活を過ごすことができるよう、気軽にスポーツを実施できるきっかけづくりを推進します。また、継続的なスポーツ実施のため、日常生活の中で楽しみながらスポーツを実施する機会を提供します。

取組例	内容	所管課
地域スポーツクラブ指導者出張事業(再掲)	スポーツ実施率が低いビジネスパーソンが在籍する企業に総合型地域スポーツクラブの指導者を派遣し、様々なスポーツプログラムを実施することで、体を動かす機会を提供します。	スポーツ推進課
スポーツ施設の個人開放	大森ふるさとの浜辺公園ビーチバレー場などを個人開放し、1人でも気軽にスポーツ施設を利用できる機会を提供します。	スポーツ推進課
健康ポイントアプリの活用	18歳以上の区内在住・在勤の方を対象に、スマートフォンアプリでウォーキング歩数や健康関連イベントへの参加など健康づくりの取組をポイント化し、インセンティブを提供することで個人の健康づくり活動を喚起して、区民の健康増進及び健康寿命の延伸に繋がります。	健康づくり課



## (2) 子育て世代のスポーツ参加機会の充実

親子が一緒に参加して、コミュニケーションを取りながら、スポーツを楽しむ機会の充実を図ります。また、子育て中の親が安心して子どもを預けられ、一人でもスポーツを楽しめ、リフレッシュできるような機会を創出し、継続的なスポーツ実施に繋がります。

取組例	内容	所管課
ランニング大会の開催	親子で参加できる種目「ファミリーラン」を実施し、子育て世代も気軽にランニングを楽しむ機会を提供します。また、会場内にスポーツの体験会をサブイベントとして実施し、親子でスポーツを楽しむ場を提供します。	スポーツ推進課
区民スポーツまつり	親子で体験できるテニス教室などのプログラムを実施し、子どもと一緒に参加できるスポーツの機会を提供します。 子育て世代をターゲットとしたプログラムに参加する際、子どもを預けられ一人でも参加できるよう、託児場所などの設置を検討します。	スポーツ推進課
スポーツ情報紙『SPOOTA!』の発行	スポーツ実施率の低い働き盛り・子育て世代をメインターゲットとし、自宅等で気軽にできるストレッチ等の紹介や本区内のスポーツに関する情報を掲載した情報紙「SPOOTA!」を発行します。 また、YouTubeやInstagramなどでも動画を配信します。	スポーツ推進課
親子で参加できる運動プログラムの実施	大田区総合体育館や大森スポーツセンターにおいて、親子で参加できる運動プログラムを実施します。	スポーツ推進課





### 3 高齢者のスポーツの推進

高齢者にとってスポーツは、身体機能の維持・増進の他、精神的にもストレス解消や認知機能低下を予防する効果があります。また、仲間とふれあいながらスポーツを楽しむことで、充実感、生きがいを感じられるようになります。

スポーツを実施している高齢者に対しては更なる習慣化のため継続して実施できるスポーツ施策、スポーツを実施していない高齢者に対しては、スポーツ実施のきっかけづくりとなる施策を推進します。

#### (1) スポーツをする気にさせる施策の推進

高齢者でも無理なく実施できるスポーツプログラムの活用・普及を図り、健康増進やフレイル・介護予防に繋がります。

取組例	内容	所管課
おおたフレイル予防事業	フレイル予防講座を実施し、予防に重要な三要素「運動、栄養、社会参加」の普及啓発を図ります。地域でのグループ活動などにも取り入れられるよう、実践しやすい体操を体験し、学ぶことで運動の機会の確保、社会参加を支援します。	高齢福祉課
区民スポーツまつり(再掲)	体力測定や健康相談、体力に自信がない方でも参加しやすいスポーツプログラムなどを実施し、世代を越えたふれあいと、健康・体力づくりのきっかけとなる機会を提供します。	スポーツ推進課

コラム  
2

## 「健康であり続けたい」

スポーツ・運動を行うきっかけは、人それぞれですが、年齢を重ねるほど多くなる理由としては、健康であり続けたい、というものではないでしょうか。

「健康づくりのための身体活動・運動ガイド2023(厚生労働省)」によると、身体活動・運動の量が多い者は、少ない者と比較してがん、心疾患、循環器病、認知症などの発症・罹患リスクが低いことが報告されています。

また、スポーツ・運動を行うことが、ストレス解消につながり、メンタルヘルスの予防としても有効、健康的な体型を維持することで、「自分ならできる」という自己効力感が高まるとされ、身体的だけでなく、精神面、心理面などにもいい影響が出るとされています。

ただ、健康のためと思うとなかなか長続きしないものです。

健康をきっかけとして、スポーツそのものを楽しみを見つけ、無理せず行うことが継続したスポーツ習慣につながります。スポーツを行い、結果的に健康を維持できている、という状況が理想ではないでしょうか。

## (2) スポーツ実施を習慣化させるための事業

高齢者の身近なコミュニティにおいて、気軽にできるスポーツの実施を促すとともに、スポーツの効果を感じながら、生涯スポーツを楽しめる施策を推進します。

取組例	内容	所管課
一般介護予防事業	身近な場所で自身の体力に合わせた定期的な運動ができるよう、区施設等で運動強度の異なる様々な体操教室を実施し、高齢者の継続的な運動の機会を確保します。	高齢福祉課
シニアステーション事業の推進	高齢者の元気維持から介護が必要になった時までの切れ目のない支援を提供し、ヨガ・介護予防体操等のスペシャリストによる様々な講座を開催します。	高齢福祉課
健康ポイントアプリの活用(再掲)	18歳以上の区内在住・在勤の方を対象に、スマートフォンアプリでウォーキング歩数や健康関連イベントへの参加など健康づくりの取組をポイント化し、インセンティブを提供することで個人の健康づくり活動を喚起して、区民の健康増進及び健康寿命の延伸に繋がります。	健康づくり課



一般介護予防事業



シニアステーション事業

## 4 障がい者のスポーツの推進

スポーツ活動は、健康の維持・増進だけではなく、感性を刺激し、精神的な充足をもたらします。障がいを持つ人にとっては、自立や社会参画につながる可能性もあります。障がいのある方もない方もともに楽しめるスポーツのあり方を普及させ、誰もがスポーツを楽しめ、地域とつながることができる環境づくりを進めます。

### (1) スポーツへの参加促進、継続的に活動できる場の充実

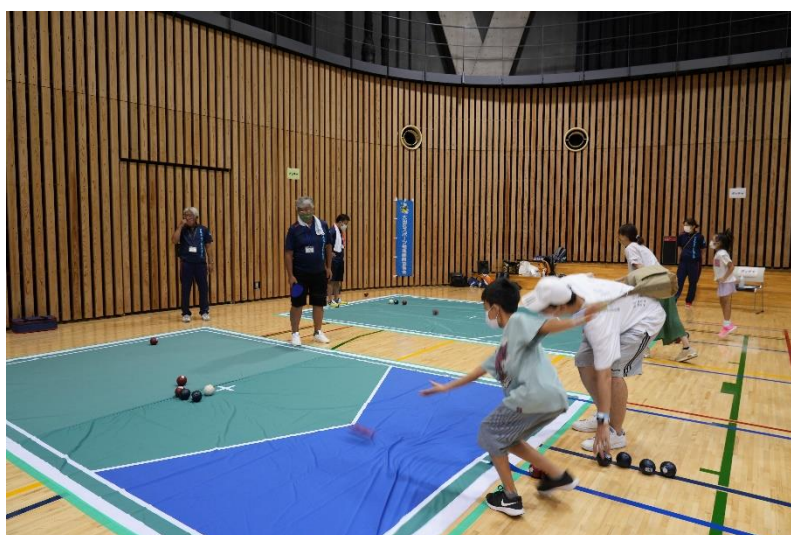
障がいのある方にとって、日常的・継続的にスポーツを楽しめる機会があることは、多様な社会参画の機会の確保につながります。活動機会の創出や情報提供等を通して、障がいのある方がスポーツを楽しめる機会の充実を図ります。

取組例	内容	所管課
障がい者スポーツ教室	障がいのある方を対象に、ユニバーサルスポーツを中心としたスポーツ教室を実施し、スポーツに親しむ機会を提供します。	スポーツ推進課
障がい者スポーツ指導者養成講習会	障がいのある方が安全に楽しくスポーツに取り組むことができるよう、障がい者スポーツ教室の意義と指導方法について学ぶための講習会を実施します。	スポーツ推進課
区立小学校特別支援学級連合運動会	特別支援学級に在籍するこどもたちが一体となって行う連合運動会の実施を通じて、スポーツを楽しむ機会の充実を図るとともに、準備体操やアナウンスなど運動会の運営に関与することにより、こどもたちの自立に繋がります。	指導課
区立中学校特別支援学級連合スポーツ大会	障がいの種類・特性などに応じたチーム編成やルール設定などを行い、生徒一人ひとりが活躍できる場面を設け、スポーツを楽しむことができる、区立中学校特別支援学級の連合スポーツ大会を実施します。	指導課

## (2) ユニバーサルスポーツの啓発・普及

障がいがある人もない人もともに楽しめるユニバーサルスポーツの普及に取り組めます。誰もが参加できるユニバーサルスポーツイベントを通して、障がい者理解を深めることに繋がります。

取組例	内容	所管課
ボッチャ交流大会等の実施	区内各地区において、ボッチャ交流大会・体験会を実施し、ユニバーサルスポーツへの興味・関心を高める機会を提供します。	スポーツ推進課
民間商業施設と連携した普及	区内のショッピング施設等でボッチャ等の体験会を実施し、スポーツに興味のない人でも、気軽にユニバーサルスポーツに親しむ機会を提供します。	スポーツ推進課
スポーツ推進事業(再掲)	スポーツ推進委員を指導者とし、区民に身近な地域単位で、ボッチャ、モルックをはじめ様々なスポーツのイベントを開催し、気軽にスポーツに親しむ機会を提供します。	スポーツ推進課
ボッチャ体験等・各種講座	障がいがある人もない人もともに楽しめるボッチャ体験等を通し、交流のきっかけを作り、地域における障がいへの理解と啓発に繋がります。	障がい者総合サポートセンター



スポーツ推進事業

## 5 すべての区民に対するスポーツの推進

生涯にわたって健やかで豊かな生活を送ることができるよう、全ての区民に対して、気軽にスポーツに親しみ、楽しむことのできる施策を推進します。

スポーツを実施するだけでなく、スポーツを「みる」「きさえる」楽しさを感じ、日常生活の中で自然にスポーツに親しみることができるような施策を推進します。

### (1) スポーツに親しむきっかけづくり

スポーツには、日常の中で楽しんで実施する身体活動も含まれます。歩くこと、散歩も目的をもって楽しく体を動かせばウォーキングとしてスポーツとなります。スポーツはアスリートのものだけでなく、身近なものであると認識できるよう、スポーツに親しむきっかけづくりとしての施策を推進します。

取組例	内容	所管課
区民スポーツまつり(再掲)	体力測定や卓球教室などの様々なプログラムを開催することで、世代を越えたふれあいと、健康・体力づくりのきっかけとなる機会を提供します。	スポーツ推進課
OTAウォーキング	日常生活に直結した、もっとも身近な運動である「歩くこと」を奨励するため、ウォーキングイベントを開催し、区民のスポーツへの興味・関心を高める機会を提供します。	スポーツ推進課
区民スポーツ大会	(公財)大田区スポーツ協会及び当該加盟団体と連携して各種スポーツ大会を実施し、区民が日頃の練習の成果を発表するとともに、選手同士が交流する場を提供します。	スポーツ推進課
ランニング大会の開催(再掲)	ファンランや競技性の高い種目など、こどもから大人まで幅広い世代が気軽に参加し、ランニングを始めのきっかけや継続する動機づけとなるよう、ランニング大会を開催します。また、家族や友人等、応援に来た人もスポーツを楽しめるよう、各種スポーツの体験会をサブイベントとして実施します。	スポーツ推進課

## (2) スポーツの多様な楽しみ方を見つけられる機会づくり

スポーツには、「する」だけでなく、「みる」「ささえる」など多様な関わり方があります。体を動かすことが苦手な人も、スポーツを観戦し、選手・チームを応援することを楽しむ、スポーツを支える活動を楽しむなど、それぞれの楽しみ方を見つけられる機会を提供します。

取組例	内容	所管課
プロスポーツ観戦機会の提供	スポーツを「みる」ことで、応援する楽しさを実感するだけでなく、スポーツを「する」「ささえる」行動につながるよう、区内を拠点に活動するプロスポーツチームや民間企業等と連携し、プロスポーツの観戦機会を提供します。	スポーツ推進課
トップレベルのスポーツ大会の誘致	大田区総合体育館や大田スタジアムなど身近な場所でトップレベルのスポーツを観戦する機会を提供できるようスポーツ大会の誘致を図ります。	スポーツ推進課
スポーツボランティアの活動の場の充実	「ささえる」スポーツの楽しみを感じられるよう、スポーツボランティア活動の場の充実を図ります。区主催のランニング大会において、スポーツボランティアに対し協力スタッフを募り、区民がスポーツを支える活動に携われる機会を創出します。また、継続して活動できるよう、各種大会のボランティア募集について情報提供を行います。	スポーツ推進課



©東京羽田ヴィッキーズ

## 基本目標2 ニーズに即したスポーツ環境の整備

多様化している区民のスポーツに関するニーズを把握し、適切に対応するとともに、誰もが気軽に身近な場所で、スポーツに取り組めるような環境を整備します。地域間のバランス・需要を踏まえた施設整備や、将来的な状況変化にも柔軟に対応できるよう施設の多目的利用を推進することで、スポーツ施設の有効活用を図ります。

### 1 スポーツ施設の適切な管理及び整備

誰もが安心してスポーツを実施するためには、区内スポーツ施設の適切な管理運営が欠かせません。屋内・屋外スポーツ施設の計画的な維持・管理・運営を行い、施設の充実に努めます。

#### (1) スポーツ施設の適切な管理運営

区民のスポーツ活動の拠点となる大田区総合体育館、大田スタジアム、大森スポーツセンターをはじめ、公園内の野球場やテニスコート、文化センター体育室などのスポーツ施設の適切な維持管理運営を行い、より多くの区民の利用を促します。

取組例	内容	所管課
スポーツ施設の管理運営	区民に良質な「する」「みる」「ささえる」スポーツの機会を提供できるよう、スポーツ施設の管理運営を行います。また、適切な維持管理運営を行うことで、区民が安心して活動できる環境を整えます。	スポーツ推進課
公園スポーツ施設の管理運営	公園・緑地内のスポーツ施設である野球場、サッカー場、テニスコート、弓道・アーチェリー場、多目的スポーツ場などの施設を区民が安心して利用できるよう、適切な維持管理運営を行います。	公園課
文化センター体育施設の管理運営	文化センターの体育室を区民が安心して利用できるよう、適切な維持管理運営を行います。	地域力推進課

## (2) スポーツ施設の計画的な整備

障がいがある方も含め、より多くの区民が利用しやすいよう、計画的にスポーツ施設の整備を行います。また、区民ニーズを踏まえつつ、必要性の高いスポーツ施設の整備を検討します。

取組例	内容	所管課
スポーツ施設のユニバーサルデザイン化の検討	年齢や性別等に関係なく、誰もが利用しやすく、スポーツに親しめるよう、スポーツ施設のユニバーサルデザイン化を検討します。	スポーツ推進課
将来的な需要を見据えたスポーツ施設の検討	スポーツ施設が他地区に比べて少ない調布地区への施設整備に向けて検討します。また、現在公設の施設がない武道場などについて、将来的な需要を見据えつつ、整備を検討します。	スポーツ推進課
(仮称)羽田空港跡地第1ゾーン都市計画公園整備・運営事業	羽田空港跡地第1ゾーン都市計画公園については、「気軽にスポーツができる環境づくり」や、「スポーツ広場として、多様な利用者が楽しめる機能を設けること」を実現するため、整備・運営事業者からの提案をもとに整備を進めます。	空港まちづくり課

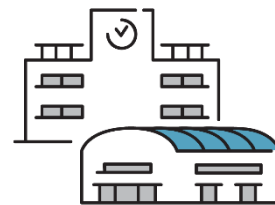




### (3) スポーツ施設以外の公共施設の有効活用

区内には、大田区総合体育館などのスポーツ関連施設のほかに、区立学校施設の校庭・体育館などスポーツを実施できる公共施設があります。これらを有効活用し、区民がスポーツ活動を行える場所の充実に努めます。

取組例	内容	所管課
学校体育施設開放	区民のスポーツ活動の場として、学校教育に支障のない範囲で、区立小中学校の校庭や体育館などを開放します。	教育総務課



コラム  
3

## 「礼に始まり礼に終わる」

柔道、空手、剣道、弓道、合気道などの日本武道、今や愛好家は日本のみならず世界に広がっています。

柔道でいうと、令和6年現在フランスの柔道人口は約53万人(日本は約12万人)おり、オリンピックで個人3個の金メダルを獲得したテディ・リネール選手は、フランス国内で大変な人気を誇ります。

フランスでは、勝敗以上に「集中力を付けたい」「礼儀正しくなりたい」という理由で始める人が多いようです。

「礼に始まり礼に終わる」と言われる通り、武道は礼節がとても重要となります。武道を学んでいくことで礼儀正しさが身につくだけでなく、相手への思いやりや、黙々と修練を継続する忍耐強さなども身に付けることができます。

他のスポーツでも、試合前の握手や試合後に健闘を称え合う行為は、相手を尊重する心の現れであり、スポーツマンシップの基本です。

スポーツにおける礼節は、勝敗を競うだけでなく、人間としての成長を促し、豊かな社会を築くための重要な要素であり、現代社会において注目すべき価値を持っています。

## 2 スポーツ施設の多目的な活用

スポーツ施設をスポーツ実施の場としてだけでなく、施設を活用した歳入確保やスポーツを行わない人も訪れやすい地域コミュニティの場として活用します。

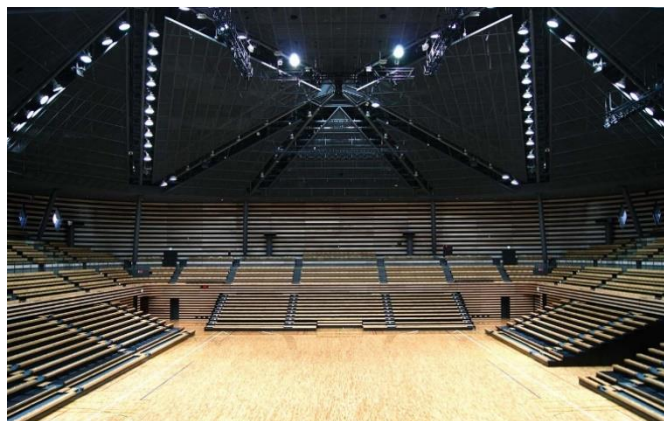
### (1) スポーツ施設を活用した歳入確保

施設を活用した広告掲出やネーミングライツを実施することで、財源の確保を図ります。

取組例	内容	所管課
ネーミングライツの実施	ネーミングライツ(命名権)の導入を検討し、安定的な歳入確保や本区及び本区施設のイメージアップを図り、施設整備の充実や施設サービスの向上をめざします。	スポーツ推進課
広告掲載事業	「するスポーツ、みるスポーツ」の双方で楽しめるスポーツ施設を有効活用し、広告掲載事業を実施し、安定的な歳入確保に繋がります。	スポーツ推進課



大田スタジアム



大田区総合体育館

## (2) 地域コミュニティの場としての活用

スポーツ施設に対する多様なニーズを把握し、スポーツに限らず、様々な用途での施設活用を推進し、地域コミュニティの場としての活用を図ります。

取組例	内容	所管課
施設の多目的利用	多様なニーズに配慮した施設運営をめざし、スポーツ施設を多目的に利用できるよう、運営ルールの見直しや、施設の機能充実を図ります。	スポーツ推進課
交流の場としての活用	スポーツを行わない人にも気軽に施設を訪れてもらえるよう、涼み所として開放するなど、地域コミュニティの場としてスポーツ施設の活用を図ります。	スポーツ推進課

コラム  
4

### 「新しい時代のスポーツ観」

大がかりな施設を必要とせず、公園などで気軽に行えるアーバンスポーツ(urban sports)は、従来から若者の間で人気がありましたが、東京 2020 オリンピック大会において、日本人選手がスケートボード競技で金メダルを獲得したことにより、一気に注目度があがりました。

アーバンスポーツは、順位を争うことよりも自らが楽しみ、仲間や見ている人たちと一体となって楽しむことが優先されます。

オリンピック中継においても、純粋に競技を楽しみ、選手がお互いをたたえ合い、称賛する姿は、これまでにないスポーツ観を広めました。

アーバンスポーツの主な種目としては、スケートボード、BMX、ボルダリング、パルクール、ブレイクダンスなどがあり、東京 2020 オリンピック大会以降、パルクールなど一般的に馴染みの薄かった競技もメディアなどで取り上げられることが増え、こどもの運動習慣づくりのためパルクールを活用しようとする自治体もあります。

アーバンスポーツの認知度向上により、新たな種目が誕生する可能性もあります。

今後は、若者だけでなく、年齢、性別に関係なく楽しめるアーバンスポーツを通じて、世代間の交流を促進するなど、地域活性化という点においても期待されるスポーツです。



### 3 身近な環境でのスポーツ促進

本区のアンケート調査「今後、スポーツを行う（または、今以上に行う）ために必要なこと」という設問に対し、「スポーツができる身近な場所」が最も多い回答となりました。誰もが身近な場所で、気軽にスポーツに取り組めるような環境を整備します。

#### （1）広場や公園などにおいて気軽にスポーツが実施できる環境づくり

アンケート調査において、「この1年間でスポーツを行った場所」として「広場や公園」が約20%を占め、他のスポーツ施設より高い結果となりました。広場や公園、また区施設や民間商業施設のオープンスペースを活用し、気軽にスポーツができるよう、身近にスポーツができる環境づくりを図ります。

取組例	内容	所管課
いきいき健康公園づくり	身近な公園に健康遊具を設置し、気軽にエクササイズできる場を創出し、健康増進を図ります。	公園課
ビーチスポーツ体験	大森ふるさとの浜辺公園のビーチバレー場や浜辺エリアを活用し、ビーチスポーツ体験会等を実施します。	スポーツ推進課
羽田地区六間堀緑地整備	ボール遊びができる広場の整備により、子どもたちが身近にスポーツに親しめる空間を創出します。	公園課
オープンスペースの活用	体操など気軽にできるスポーツを身近な場所で行えるよう、オープンスペースの活用を図ります。	スポーツ推進課

## (2) ランニング・ウォーキングに取り組むきっかけづくり

アンケート調査において、直近の1年間で実施したスポーツで最も多いのがウォーキングとなりました。ランニングやウォーキングは日常生活において気軽に取り組むことができるスポーツです。区民がランニング・ウォーキングに取り組むきっかけをつくり、継続した実施に繋がります。

取組例	内容	所管課
ランニングステーション・コースの整備	朝活や仕事帰りなど、ライフスタイルに合わせ、気軽にランニングを楽しむことができるよう設置した大森スポーツセンター内のランニングステーションの活用や、公園を活用したランニングコースをホームページ等で紹介し、日常的なランニングへの取組を推進します。	スポーツ推進課
ランニング大会の開催(再掲)	ファンランや競技性の高い種目など、こどもから大人まで幅広い世代が気軽に参加し、ランニングを始めるきっかけや継続する動機づけとなるよう、ランニング大会を開催します。また、家族や友人等、応援に来た人もスポーツを楽しめるよう、各種スポーツの体験会をサブイベントとして実施します。	スポーツ推進課
OTAウォーキング(再掲)	日常生活に直結した、もっとも身近な運動である「歩くこと」を奨励するため、ウォーキングイベントを開催し、区民のスポーツへの興味・関心を高める機会を提供します。	スポーツ推進課



おおたランニングフェスティバル

## 基本目標3 スポーツを通じた活力あるまちづくり

スポーツを通して、人々が交流しコミュニケーションを深めることは、人と人とのつながりを生み、地域の一体感の創出や活力の醸成につながります。

スポーツを通じた交流を促進するとともに、スポーツ関係団体、アスリート、スポーツを支える人材等との連携を推進し、地域の活性化を図ります。

### 1 スポーツを通じた交流促進

スポーツは、年齢や性別、国籍を問わず多様な人々の交流促進に重要な役割を担っています。スポーツイベントの開催を通じて人々がふれあい、交流を深めることのできる環境づくりを進めます。

#### (1) スポーツを通じた賑わいの創出

地元企業や地域団体等と連携し、スポーツイベントを盛り上げるとともに、子どもから大人まで幅広い世代の人々が交流できる機会を創出します。

取組例	内容	所管課
ランニング大会の開催 (再掲)	ランニング大会を盛り上げるため、応援ステージにおいて、地域の関係団体等の協力を得て、演奏や演技等を行うほか、サブイベントとしてスポーツの体験会を実施します。また、区内事業者を中心としてキッチンカーを出店し、人々が交流できる機会を提供します。	スポーツ推進課
民間事業者等と連携した イベント実施	本区内の民間企業やスポーツ関係団体等と連携し、本区の魅力をPRするとともに、スポーツを通じた交流促進を図り、地域のにぎわいの創出に繋がります。また、多くの人が集まる商業施設等の身近な場所でイベントを行い、スポーツへの関心を高めます。	スポーツ推進課
ふるさと納税を活用した 観戦機会の提供	地元スポーツチームの観戦及び選手とのふれあいなどを本区のふるさと納税の返礼品とすることで、本区外からスポーツ観戦に訪れる人を増やし、周辺地域の活性化を図ります。	スポーツ推進課

取組例	内容	所管課
ラジオ体操を通じた交流の促進	全国ラジオ体操連盟公認指導員として地域で活動するための技能や心構えを習得するラジオ体操指導者養成講習会を実施し、指導者を養成することで、ラジオ体操を通じた、地域住民の相互交流の機会を創出します。	スポーツ推進課

コラム  
5

## 「スポーツって楽しい！」

「誰もがスポーツを楽しむ」ため、近年、高齢者や子ども、体力に自信がない人も一緒に楽しめる「アダプテッド・スポーツ」が注目されています。

パラスポーツとの違いは、パラスポーツは、障がいのある人々ができるだけ公平な条件のもと競技できるよう、障がいの特性に合わせてルールや設備・用具が調整される一方、アダプテッド・スポーツは、障がいの有無を問わず、さまざまな能力を持つ人々が参加できるよう、個々のニーズに応じてルールや使用する器具を柔軟に調整します。

アダプテッド・スポーツの例としては、「風船バレーボール」「ファミリーバドミントン」「ショートテニス」などがあります。

アダプテッド・スポーツではすべての人が参加しやすい環境を提供することが重視されるので、その場でルール変更を行うなど、柔軟な対応が可能です。

アダプテッド・スポーツを通じて成功体験を重ねることで、スポーツを楽しむ気持ちが生まれれば、継続的なスポーツ実施に繋がるのが期待できます。

誰もがスポーツに親しむための重要な考え方として、注目されています。



## 2 羽田空港からの利便性を活かしたスポーツによる国際交流の推進

世界中の人々を歓迎する「国際都市おおた」として、羽田空港からのアクセスを活かし、スポーツを通じた国際交流を推進します。国内外からスポーツイベント等を目的とし訪れる人によるにぎわいの創出、地域の活性化を促進します。

### (1) スポーツによる国際交流の推進

世界の主要都市とつながる羽田空港を擁する国際性豊かな本区の特徴を活かし、国際スポーツ大会を盛り上げ、区民が国内外の人と交流する機会を創出し、スポーツを通じた地域の活性化を推進します。

取組例	内容	所管課
国際スポーツ大会の機運醸成	東京 2025 デフリンピックをはじめとした、本区内で開催される国際スポーツ大会の競技観戦や選手応援につながる情報を積極的に発信することで、大会への関心を高めます。	スポーツ推進課
国際的なスポーツ大会の開催支援	本区のスポーツ資源を活用し、国際的なスポーツ大会の開催を支援します。国際スポーツ大会を契機に、周辺観光や飲食宿泊、交流人口の拡大など地域の経済活性化に繋げるとともに、国際交流の機会を創出し、スポーツの振興、共生社会の理解促進を図ります。	スポーツ推進課
国際都市おおた大使による交流の推進	区内在住・在勤等、本区にゆかりのある外国籍の方を「国際都市おおた大使」として委嘱し、スポーツ大会やイベントに参加して交流するほか、その魅力をSNS等により、本区内外へ情報発信します。	地域力推進課





### 3 地域のスポーツ活動の促進

地域のスポーツ関係団体や地元プロスポーツチーム、民間企業などと連携し、地域スポーツ活動を推進することで、世代間の交流を促進し、地域コミュニティの活性化を図ります。

#### (1) 地域のスポーツ関係団体等との連携

地域のスポーツ関係団体には、行政と連携・協働し、地域スポーツ活動の活性化などの役割が期待されています。スポーツ関係団体とより一層の連携を図り、地域のつながりをはぐくみます。

取組例	内容	所管課
大田区スポーツ協会との連携	本区が実施する区民大会や区民スポーツまつり等の事業をスポーツ協会と連携して、実施します。 また、スポーツ協会の専門性を活かして行う各種スポーツ教室などの実施を支援します。 大森スポーツセンター・大田スタジアムの管理運営を連携して行います。	スポーツ推進課
スポーツ推進委員との連携	本区が実施する OTA ウォーキング、区民スポーツまつり等の事業を、スポーツ推進委員と連携・協力し、実施します。 また、幅広い地域での活動について支援し、地域における区民のスポーツに対する理解を深め、地域のスポーツ推進を図ります。	スポーツ推進課
総合型地域スポーツクラブとの連携・活動支援	総合型地域スポーツクラブに対し、啓発や活動場所の提供等を通じて支援します。 活動に係る実技又は講義のための講師派遣や、指導力及び運営能力の向上を目的とした指導者養成講習会の実施など、運営の担い手となる人材の育成に向けた支援を行います。	スポーツ推進課

## (2) 地域に密着したスポーツ活動の推進

本区独自の取組を実施するとともに、地元プロスポーツチーム、アスリート等を身近に感じることで、地域への誇りと愛着を創出し、地域の一体感や活力の醸成を図ります。

取組例	内容	所管課
スポーツボランティアの活動の場の充実(再掲)	「ささえる」スポーツの楽しみを感じられるよう、スポーツボランティア活動の場の充実を図ります。本区主催のランニング大会において、スポーツボランティアに対し協力スタッフを募り、区民がスポーツを支える活動に携われる機会を創出します。また、継続して活動できるよう、各種大会のボランティア募集について情報提供を行います。	スポーツ推進課
大田っ子体操の普及	こどもが楽しく、年配の方が気持ちよく、単調にならず覚えやすい動きを取り入れた「大田っ子体操」の普及を図ります。本区独自の準備体操として、各スポーツイベントにおいて実施することで、区・地域の一体感を創出します。	スポーツ推進課
地元プロスポーツチームとの連携	連携協定を締結している女子バスケットボールチームの東京羽田ヴィッキーズと、協定に基づく連携を進めます。また、本区内の施設で活動する他のプロスポーツチームとも連携を図り、区民のスポーツ活動の活性化を図ります。	スポーツ推進課
アスリートとの連携	本区にゆかりがあるアスリート等を区立小中学校、スポーツイベント等に招き、競技の体験会などを行い、競技への関心を高めるとともに、スポーツの楽しさを伝えます。	スポーツ推進課
民間企業との連携	包括連携協定等に基づき、民間企業が有する資源や人材を活用し、地域スポーツの普及・振興と地域社会の発展に取り組みます。	スポーツ推進課

## 4 スポーツに関する広報・情報発信の充実

区民が主体的にスポーツ活動に取り組み、活動の輪を広げるためには、スポーツに関する情報を容易に入手できる環境を整備することが重要です。区民がスポーツに興味・関心が持てるよう、ICTの活用や効果的な広報活動を行い、スポーツに関する情報発信の充実を図ります。

### (1) 効果的なスポーツ情報の発信

関係部局と連携し、区報や本区ホームページなどのデジタルメディアを活用し、スポーツに関する情報を幅広く発信することで、自宅にいても気軽にスポーツに取り組めるような環境づくりを行います。

取組例	内容	所管課
スポーツ情報紙『SPOOTA!』の発行(再掲)	スポーツ実施率の低い働き盛り・子育て世代をメインターゲットとし、自宅等で気軽にできるストレッチ等の紹介や本区内のスポーツに関する情報を掲載した情報紙「SPOOTA!」を発行します。また、YouTubeやInstagramなどでも動画を配信します。	スポーツ推進課
本区シティプロモーションサイトにおけるスポーツ情報の発信	おすすめのウォーキングコース、スポーツを楽しめるスポット、スポーツイベントの紹介など、区民には地域への愛着と誇りを、区外在住者には区の魅力を感じてもらえるよう、情報を発信します。	広聴広報課
スポーツ施設マップ等の配布	目的にあったスポーツ施設を見つけられるよう、本区内のスポーツ施設や健康遊具がある公園、健康ウォーキングコース等を紹介するスポーツ施設マップを配布します。	スポーツ推進課



## 第5章 計画の推進



### 1 推進体制

本計画の基本理念の実現に向け、大田区スポーツ協会などの各主体と本区が連携を図り、各施策・取組を着実に推進します。

各主体に期待される役割は次のとおりです。

#### (1) 大田区

本計画の推進主体として、スポーツに関する施策及び計画を立案し、関係各部署及び民間事業者を含む区内の多様な主体と連携を図り、本計画に定める施策・取組を着実に推進します。

#### (2) 大田区スポーツ協会

高い専門性と柔軟性・機動性を活かし、区からの受託事業を含む積極的な事業の実施が期待されます。

また、専門性の向上のため、専門人材の採用・育成に努めていくことも期待されます。引き続き、区や様々な主体と連携し、本区のスポーツ振興をリードしていく役割が期待されます。

#### (3) 区内スポーツ関係団体等

##### ① 大田区スポーツ推進委員

地域におけるスポーツ推進の担い手として、区、小中学校、民間企業などと連携を図り、多くの区民がスポーツに親しむ機会の充実に貢献することが期待されます。

##### ② 総合型地域スポーツクラブ

区民のスポーツ実施のきっかけづくりとともに、幅広い世代の区民が身近な場所で気軽にスポーツを楽しめる継続的なスポーツ活動の場を提供することで、区民の交流拠点としての役割が期待されます。

##### ③ おおたスポーツコミッション

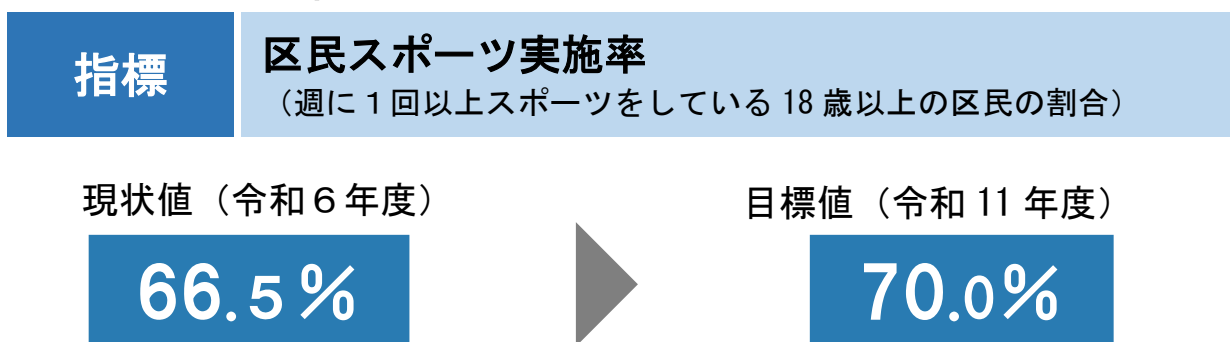
スポーツを軸とした街づくりと地域の活性化に寄与するため、区内にあるスポーツ資源や関連団体を繋ぎ、事業を推進する役割が期待されます。

## 2 進行管理

本計画は、以下のとおり成果指標を掲げ、施策・取組の進捗状況を把握します。進捗状況を確認の上、各部署が連携できる体制を構築し、本計画の実現に向け、着実な進行管理を図ります。

各目標値については、達成度合いを毎年度確認し、社会情勢やスポーツを取り巻く環境の変化を考慮の上、必要に応じて、目標値または新たな指標の設定など見直しを図ります。

### 本計画における指標



### 各目標における指標

基本目標	指標	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和11年度)
1	直近1年間でスポーツを行わなかった区民の割合	10.4%	7%
2	区のスポーツ環境に対する満足度	22.5%	26%
3	スポーツが地域の活性化に役立っていると思う区民の割合	—	30%

## 関連資料



### 1 大田区スポーツ推進審議会委員名簿

※五十音順、敬称略

	氏名	所属等
会長	野川 春夫	公益財団法人日本スポーツクラブ協会理事長 順天堂大学名誉教授
副会長	桑田 健秀	NPO 法人地域総合スポーツ倶楽部 ピボットフット理事長
委員	相佐 光慶	大田区立大森第十中学校長
委員	池亀 富士雄	大田区スポーツ協会理事・大田区スポーツ少年団 本部長
委員	伊藤 晋一郎※1	大田区スポーツ推進委員協議会会長
委員	窪寺 雄一郎	大田区立山王小学校長
委員	上代 圭子※1	大田区スポーツ協会代表理事 東京国際大学人間社会学部准教授
委員	白鳥 勝浩※3	株式会社カブトスポーツ事業部事業部長 元ビーチバレー日本代表
委員	清野 諭※2	元東京都健康長寿医療センター研究所主任研究員
委員	永久保 美代子※2	元大田区スポーツ推進委員協議会会長
委員	熨斗谷 さくら※1	公益財団法人日本体操協会新体操ナショナルコー チ、元新体操日本代表
委員	森 相子	NPO 法人大田区障がい者スポーツ指導者研究会 理事長
委員	山田 稔	東京女子体育大学体育学部教職アドバイザー
委員	横井 郁子	東邦大学 看護学部 高齢者看護学研究室

※1 令和6年6月1日から

※2 令和6年3月31日まで

※3 令和6年6月1日から10月31日まで

## 2 (仮称) 大田区スポーツ推進計画 (第三次) 策定庁内検討会

	所 属
会長	スポーツ・文化・国際都市部長
副会長	スポーツ・文化・国際都市部スポーツ推進課長
委員	企画経営部企画調整担当課長
委員	企画経営部SDGs未来都市推進担当課長
委員	地域力推進部青少年健全育成担当課長
委員	産業経済部商業・観光振興担当課長
委員	スポーツ・文化・国際都市部国際都市・多文化共生推進課長
委員	福祉部高齢福祉課長
委員	福祉部障害福祉課長
委員	健康政策部健康づくり課長
委員	都市基盤整備部都市基盤管理課長
委員	教育総務部教育総務課長
委員	教育総務部指導企画担当課長

### 3 大田区スポーツ推進計画（第三次）策定の経過

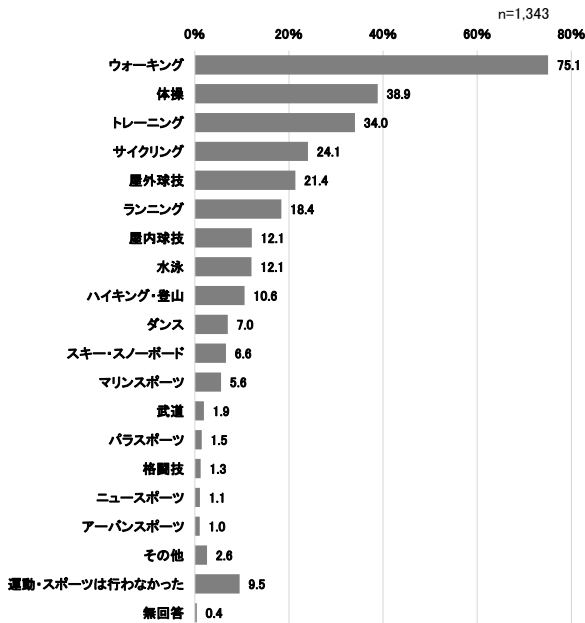
令和5年度	8月28日（月）	第19期第3回大田区スポーツ推進審議会 （スポーツ推進計画の策定について等）
	10月5日（木）	第19期第4回大田区スポーツ推進審議会 （スポーツに関するアンケート調査の実施について等）
	11月1日（水）	大田区スポーツ推進計画（第三次）策定に向けた ワーキンググループ（アンケート調査項目について等）
	令和6年1月22日 ～2月13日	「大田区 運動・スポーツに関するアンケート」実施
	3月15日（金）	第19期第5回大田区スポーツ推進審議会 （アンケート調査結果について等）
令和6年度	7月29日（月）	第1回（仮称）大田区スポーツ推進計画（第三次） 策定庁内検討会 （スポーツ推進計画の概要、施策の展開方針について等）
	8月26日（月）	第19期第6回大田区スポーツ推進審議会（スポーツ推進 計画の基本理念・目標、施策方針について等）
	10月22日（火）	第20期第1回大田区スポーツ推進審議会 （スポーツ推進計画素案について等）
	10月31日（木）	第2回（仮称）大田区スポーツ推進計画（第三次）策定庁 内検討会（スポーツ推進計画素案について等）
	11月25日～ 12月9日	パブリックコメント実施
	1月27日（月）	第3回（仮称）大田区スポーツ推進計画（第三次）策定庁 内検討会（パブリックコメント実施結果、スポーツ推進計 画案について等）
	1月30日（木）	第20期第2回大田区スポーツ推進審議会 （パブリックコメント実施結果、スポーツ推進計画案につ いて等）
		大田区スポーツ推進計画（第三次）策定



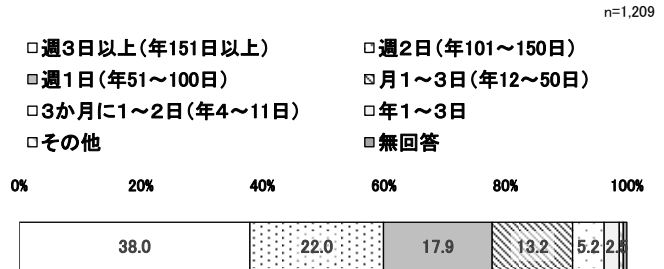
## 4 「大田区 運動・スポーツに関するアンケート」実施結果

※調査の概要は、P22 参照

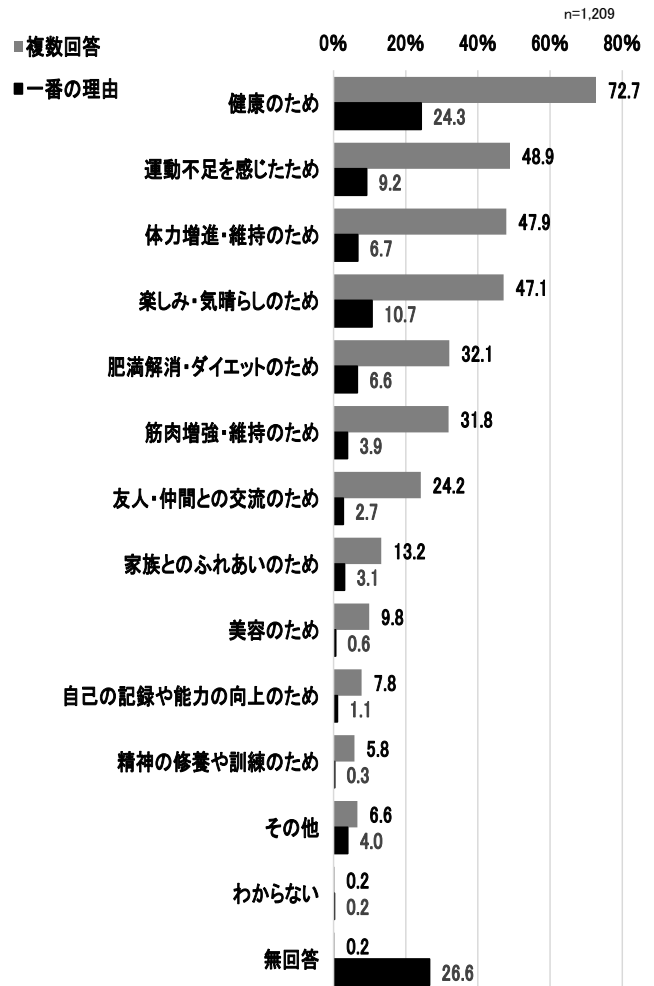
### Q1 この1年間に実施した運動・スポーツ



### Q2 Q1で回答した運動・スポーツの頻度

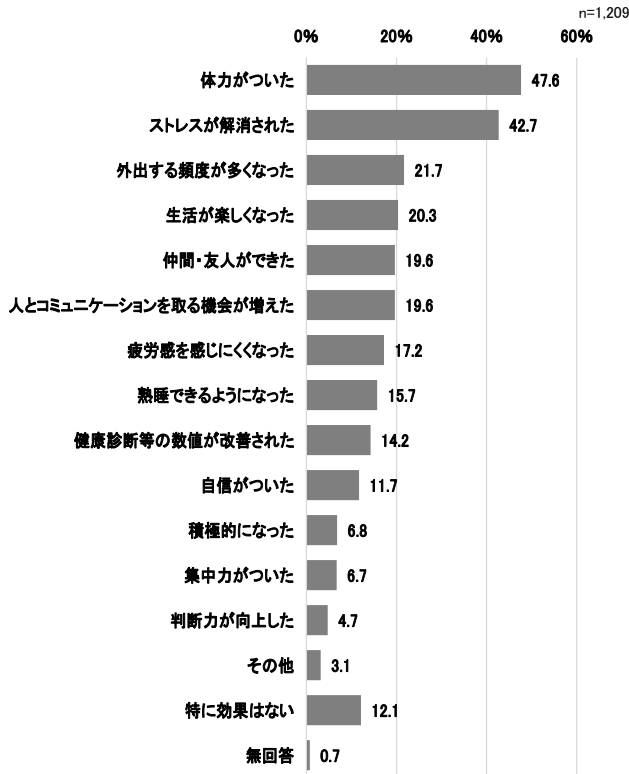


### Q3 Q1の運動・スポーツを実施した理由

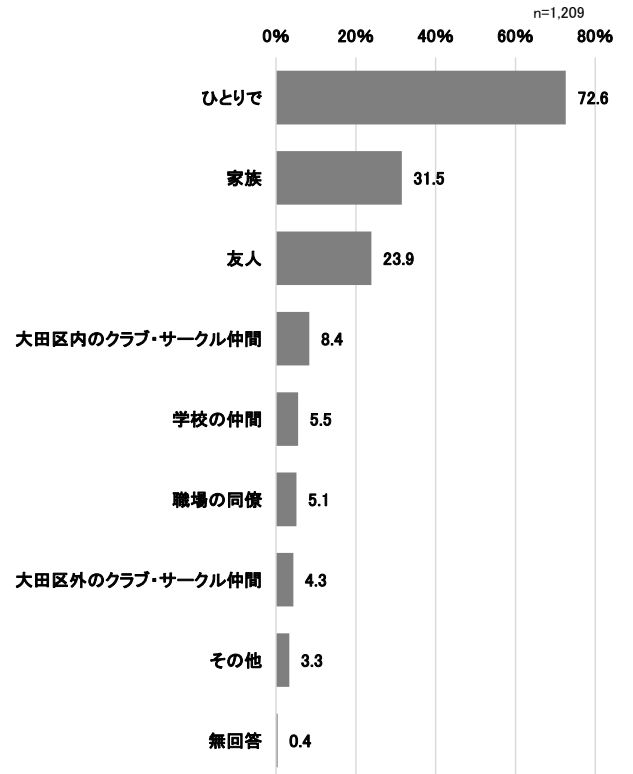


ウォーキング	散歩、ペットの散歩、階段昇降、ポールウォーキングなどを含む
体操	ラジオ体操、エクササイズ、ヨガ、ピラティスなどを含む
トレーニング	筋力トレーニング、室内運動器具を使うものなど
サイクリング	自転車、ロードバイクなど
屋外球技	野球、サッカー、テニス、ゴルフ、ホッケー、ラグビーなど
ランニング	ジョギング、マラソン、駅伝など
屋内球技	バレーボール、バスケットボール、バドミントン、卓球など
水泳	水中歩行、アクアエクササイズなどを含む
ダンス	ブレイキン、エアロビクス、ジャズダンス、民謡など
マリンスポーツ	SUP、シュノーケリング、カヌー、サーフィン、釣りなど
武道	柔道、剣道、空手、弓道、合気道など
パラスポーツ	ボッチャ、ゴールボールなど
格闘技	ボクシング、レスリング、テコンドーなど
ニュースポーツ	モルック、グラウンドゴルフ、キンボールなど
アーバンスポーツ	ボルダリング、BMX、パルクール、スケボー、3×3など

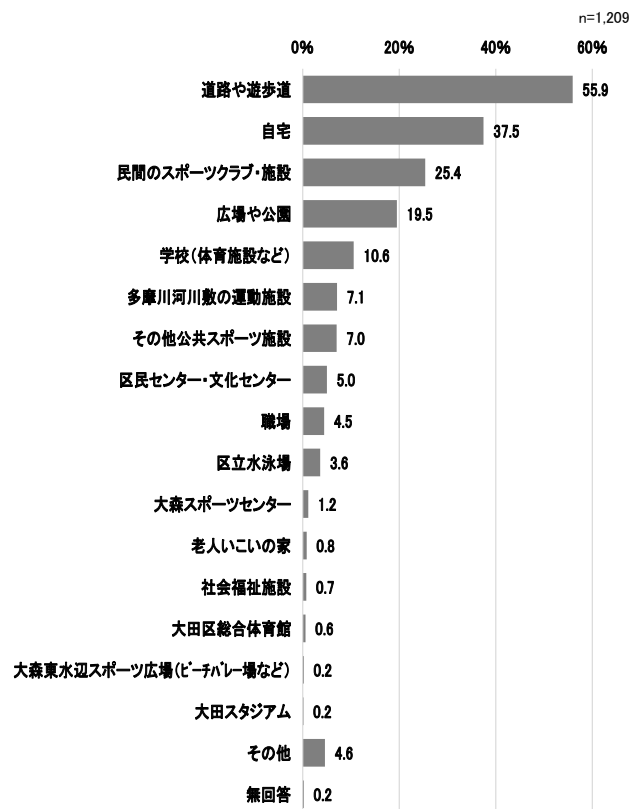
Q4 Q1の運動・スポーツ実施により感じた効果



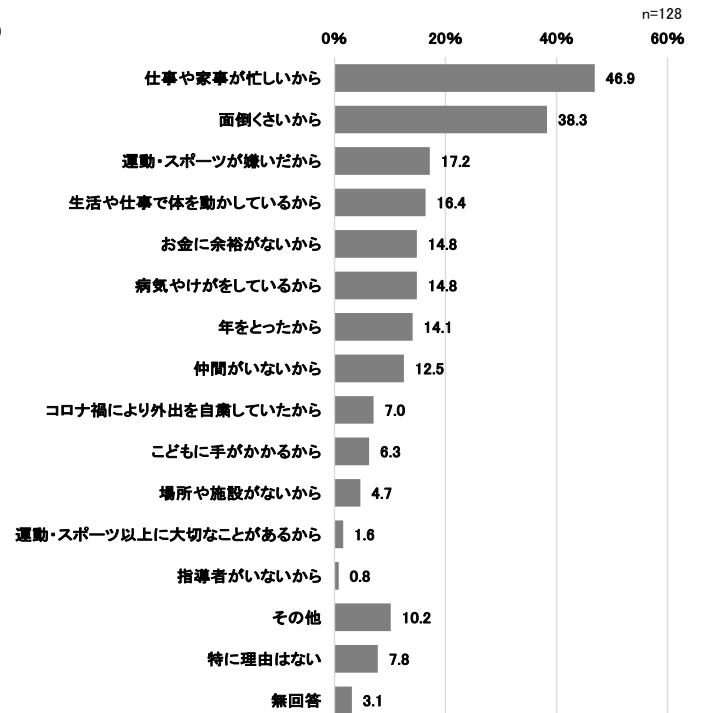
Q5 主に誰と運動・スポーツを行うか



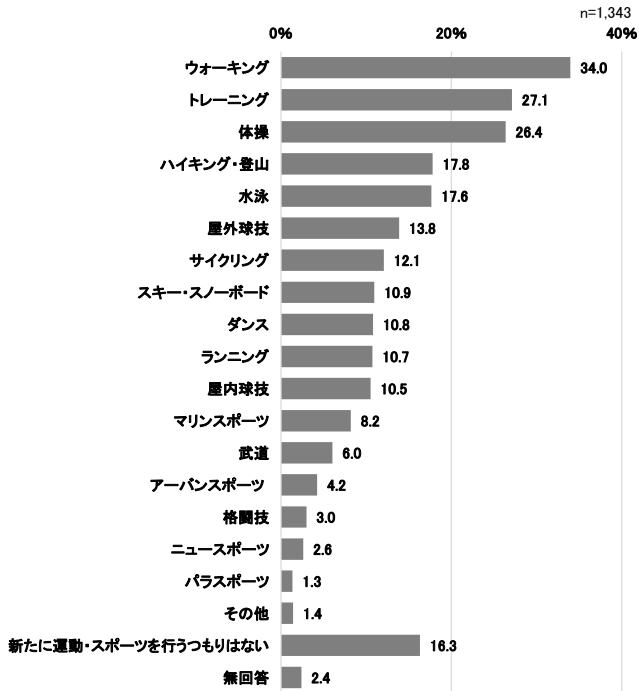
Q6 主に運動・スポーツをする場所



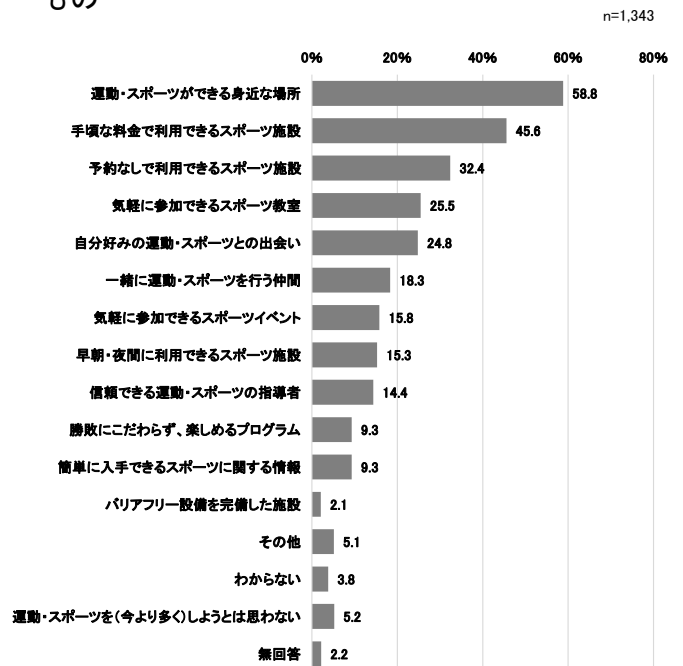
Q7 運動・スポーツを実施しなかった理由



Q8 今後5年間に新たにやりたい運動・スポーツ



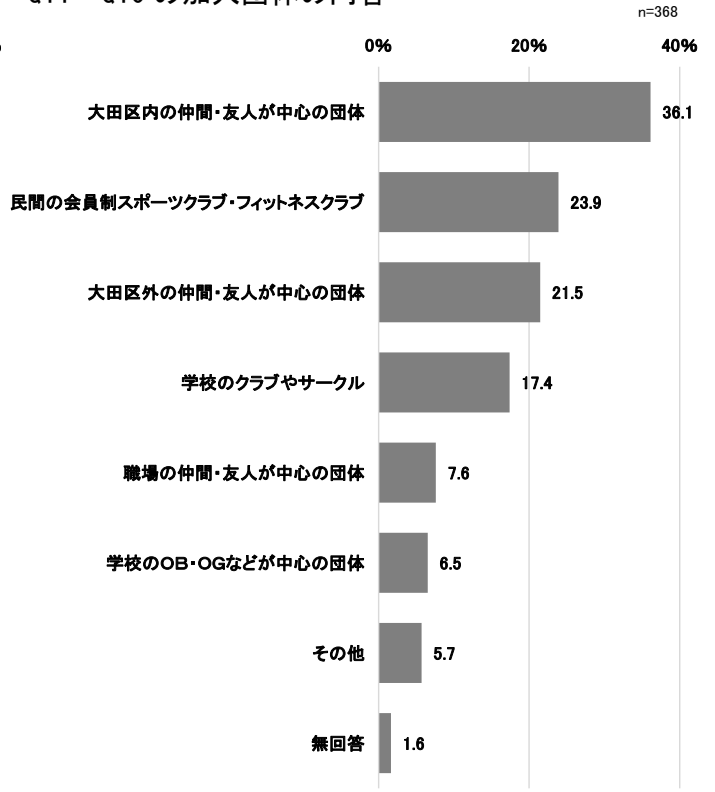
Q9 今後運動・スポーツを行うため必要なもの



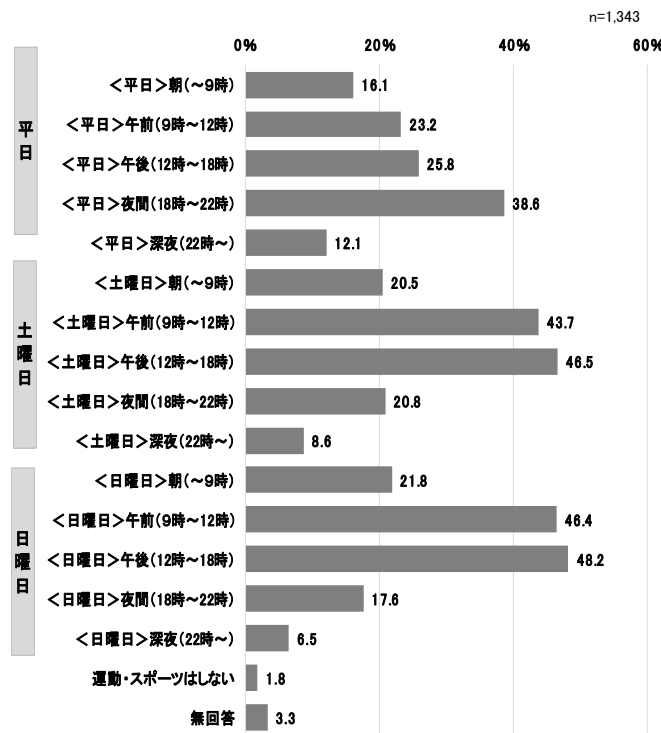
Q10 運動・スポーツ団体への加入状況



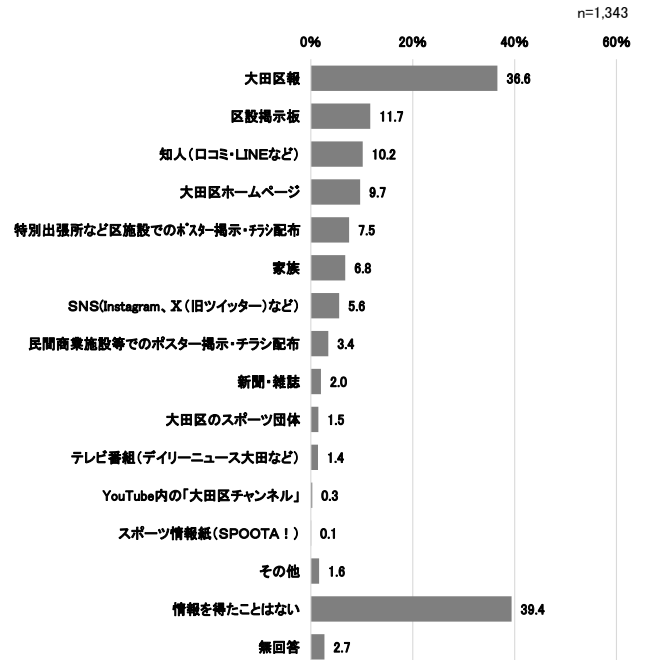
Q11 Q10の加入団体の内容



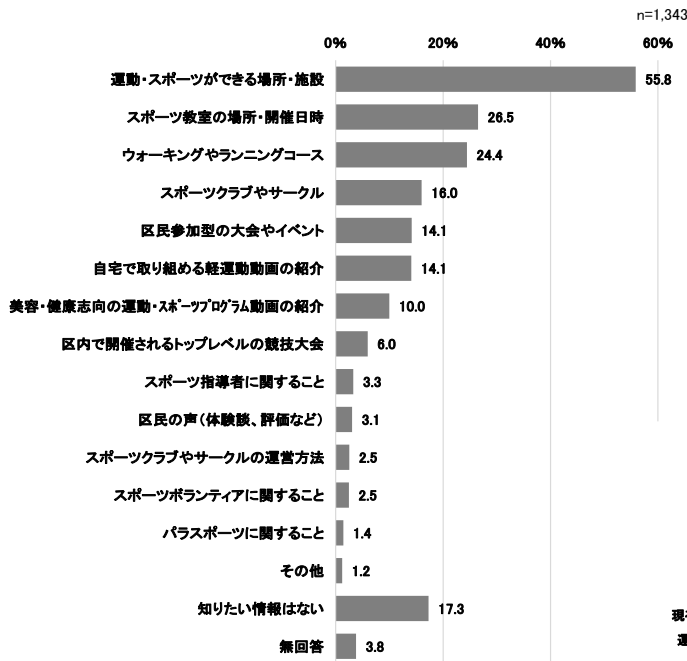
Q12 運動・スポーツを行いやすい曜日・時間帯



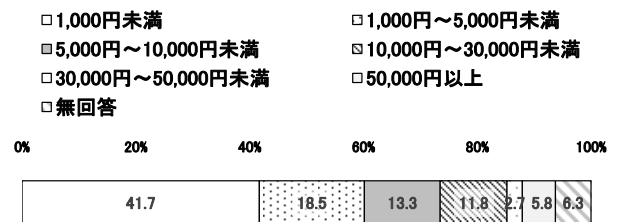
Q13 区の運動・スポーツ情報入手先



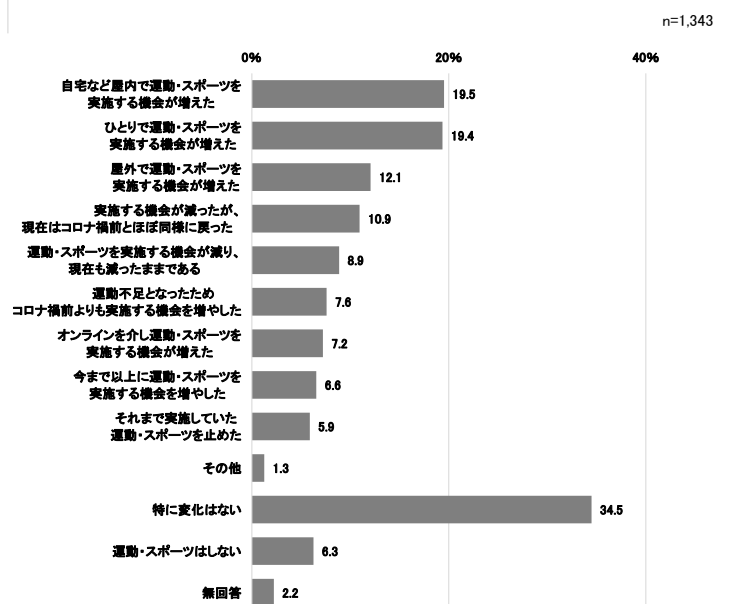
Q14 区の運動・スポーツに関して得たい情報



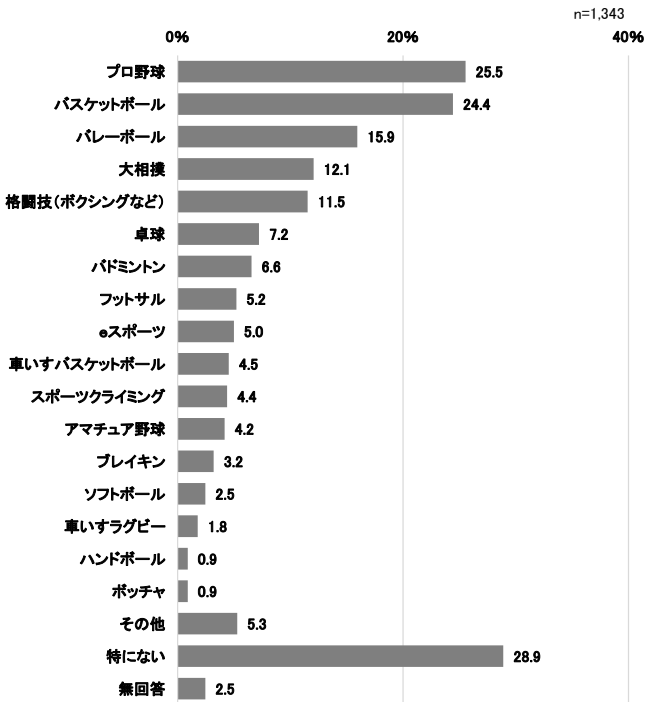
Q15 この1年間の運動・スポーツ活動に関する月額



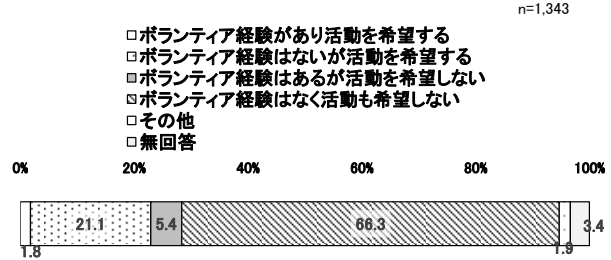
Q16 コロナ禍による運動・スポーツ習慣の変化



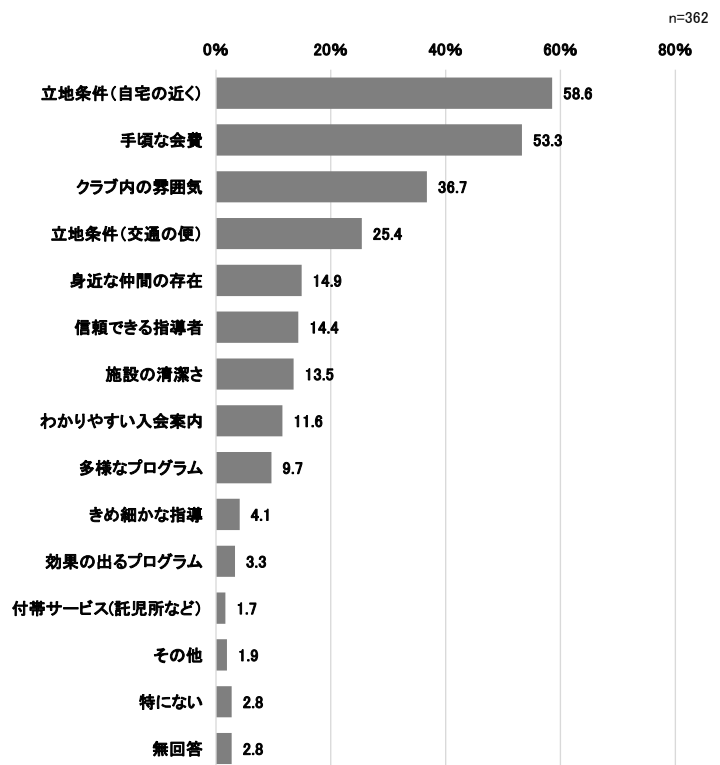
Q17 区内の施設で観戦したいスポーツ



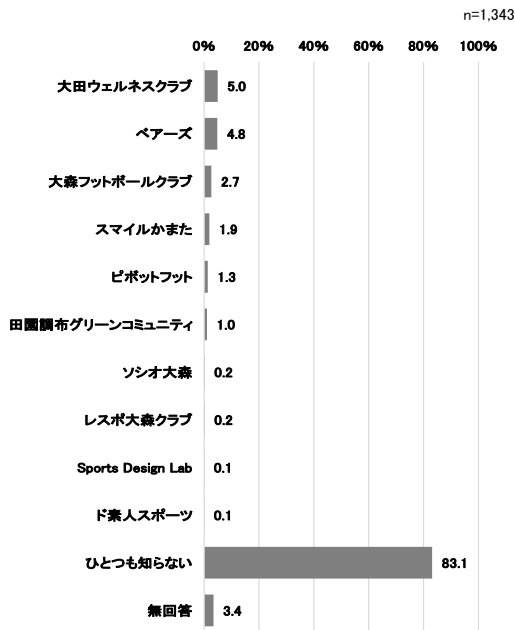
Q18 スポーツボランティア活動への参加経験や意向



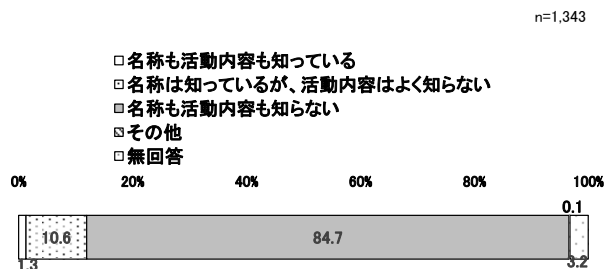
Q21 総合型地域スポーツクラブへ加入したくなる条件



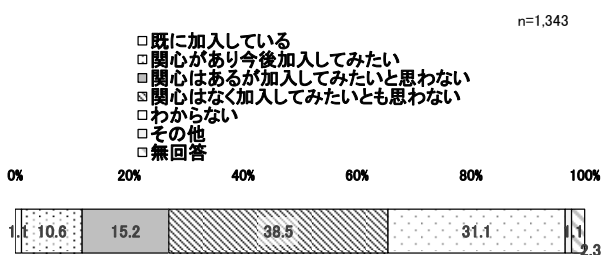
Q19 総合型地域スポーツクラブの認知率



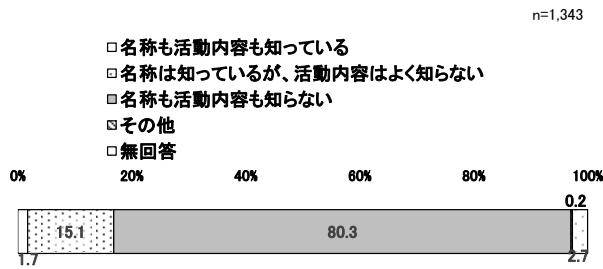
Q22 スポーツ推進委員の認知率



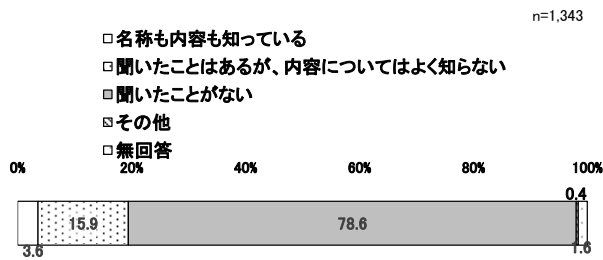
Q20 総合型地域スポーツクラブへの関心や意向



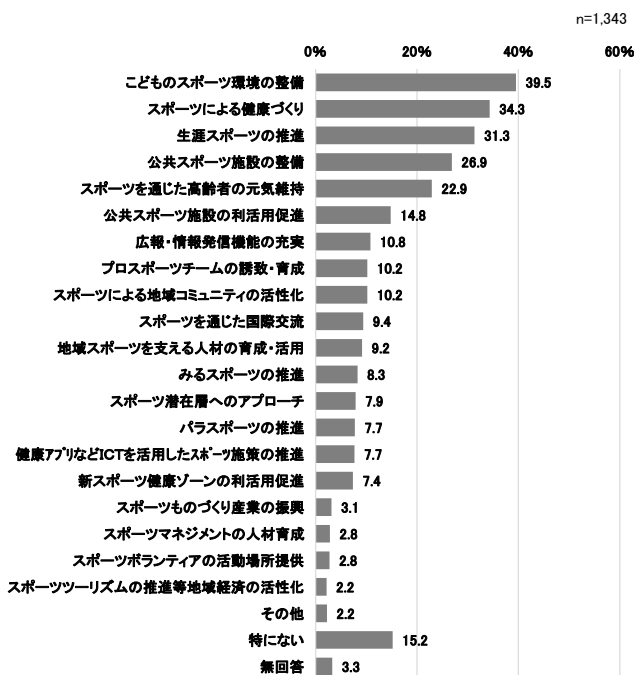
Q23 大田区スポーツ協会の認知率



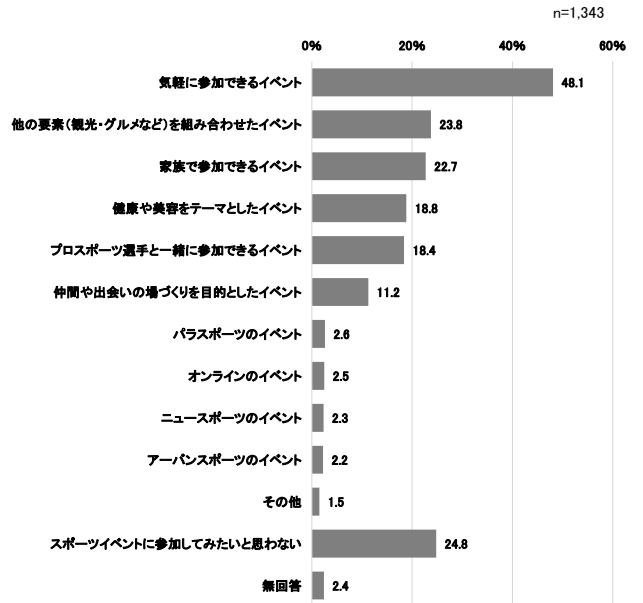
Q25 新スポーツ健康ゾーンの認知率



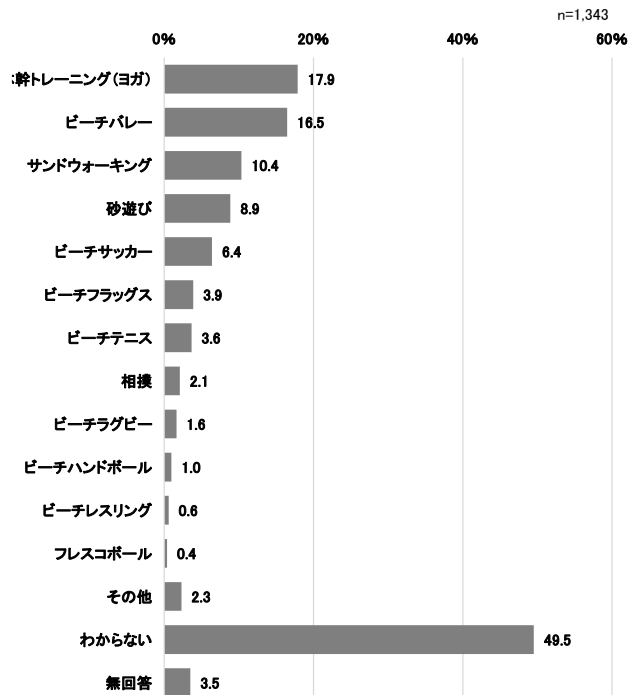
Q27 今後、区のスポーツ施策で期待すること



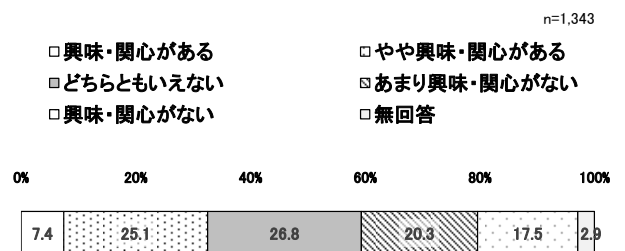
Q24 参加してみたいスポーツイベント



Q26 ビーチバレー場でしてみたいこと

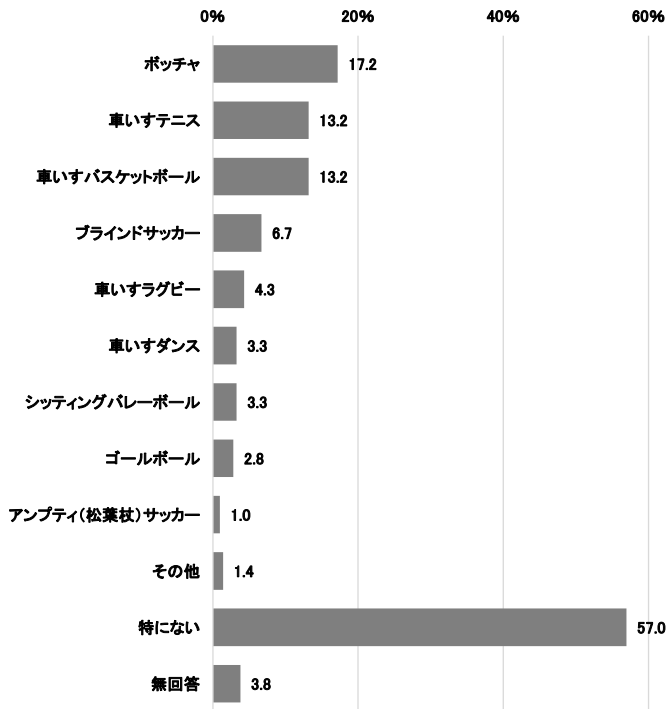


Q28 パラスポーツに対する興味・関心



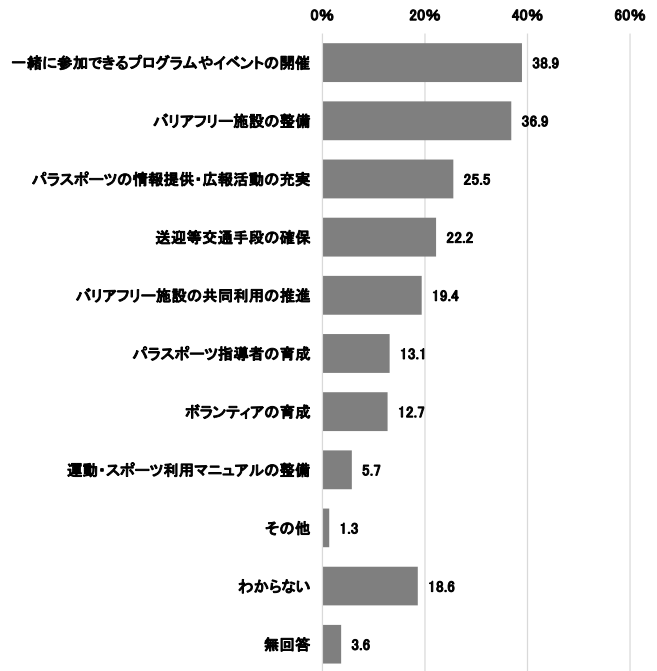
Q29 体験・お手伝いしたいパラスポーツ

n=1,343



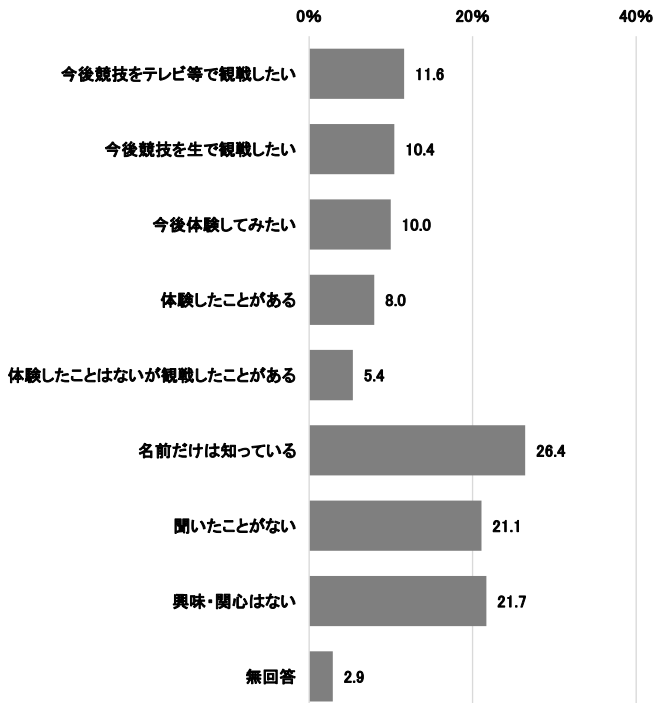
Q30 障がいの有無にかかわらず、ともに運動・スポーツを親しむために必要なこと

n=1,343



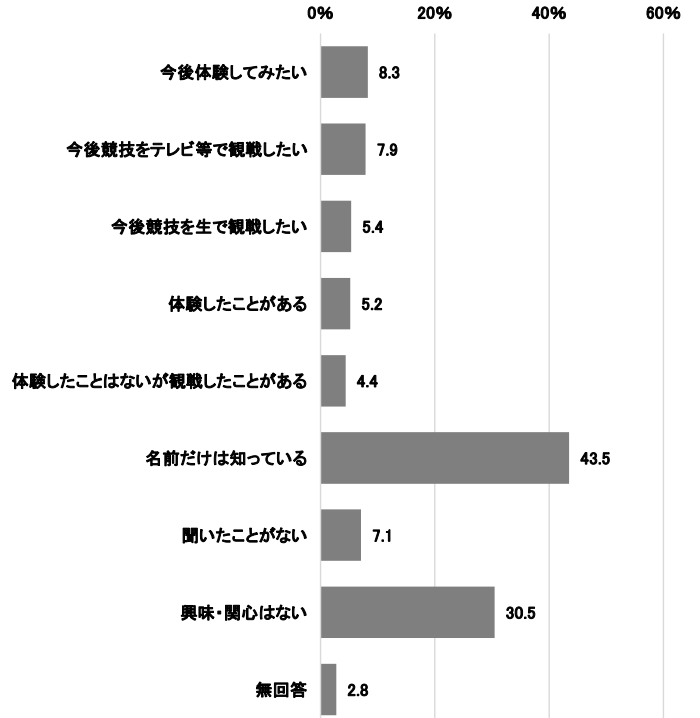
Q31 アーバンスポーツへの興味・関心

n=1,343

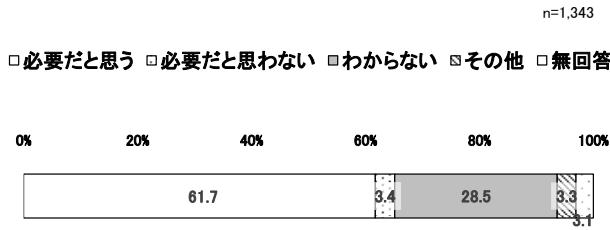


Q32 eスポーツへの興味・関心

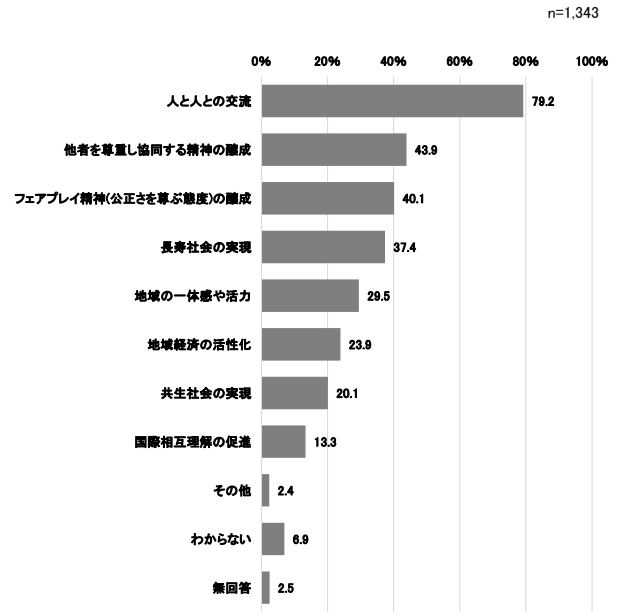
n=1,343



Q33 中学校の部活動の地域移行の必要性

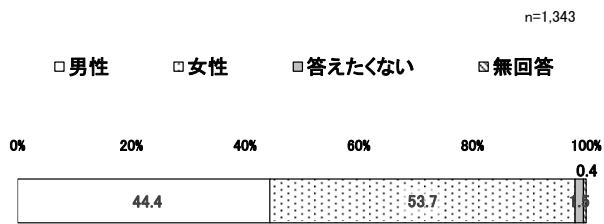


Q34 運動・スポーツが社会にもたらす効果

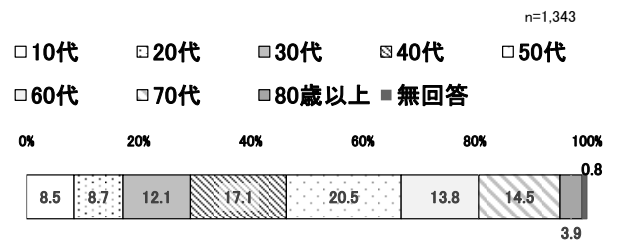


●回答者属性

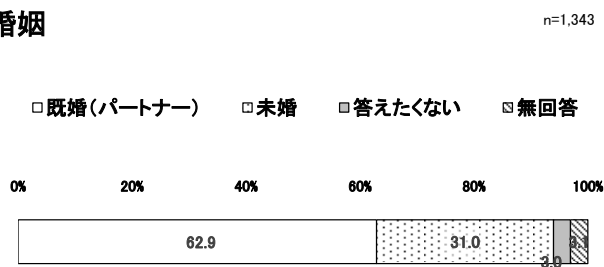
性別



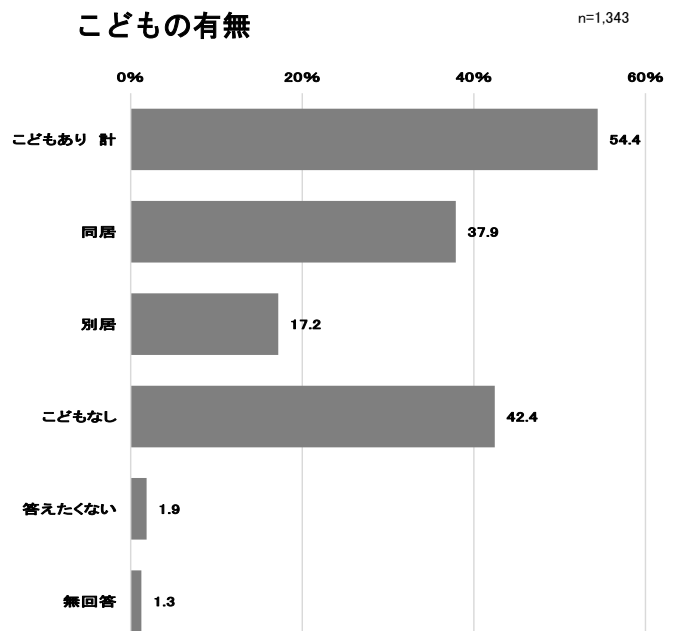
年齢



婚姻

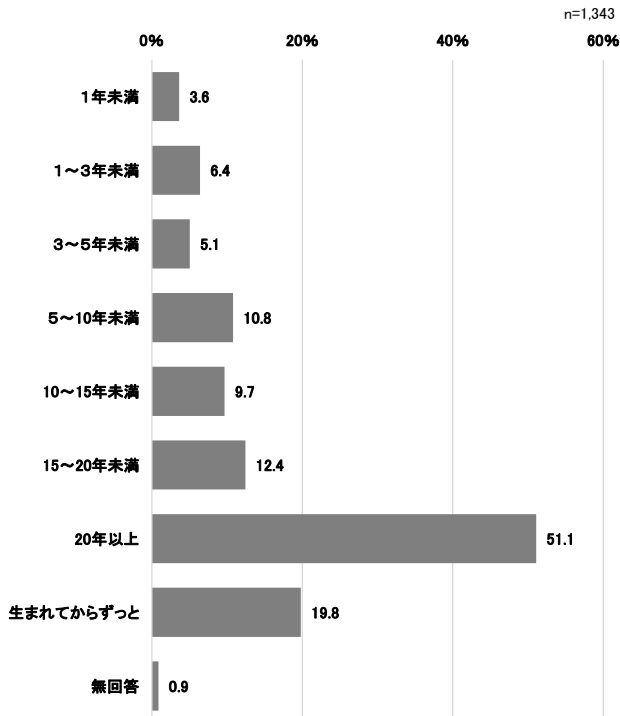


こどもの有無

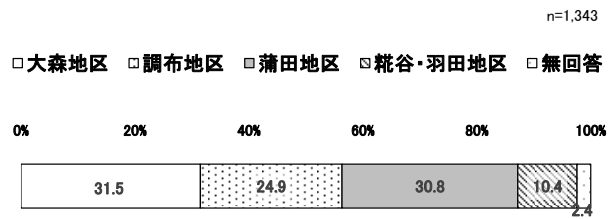




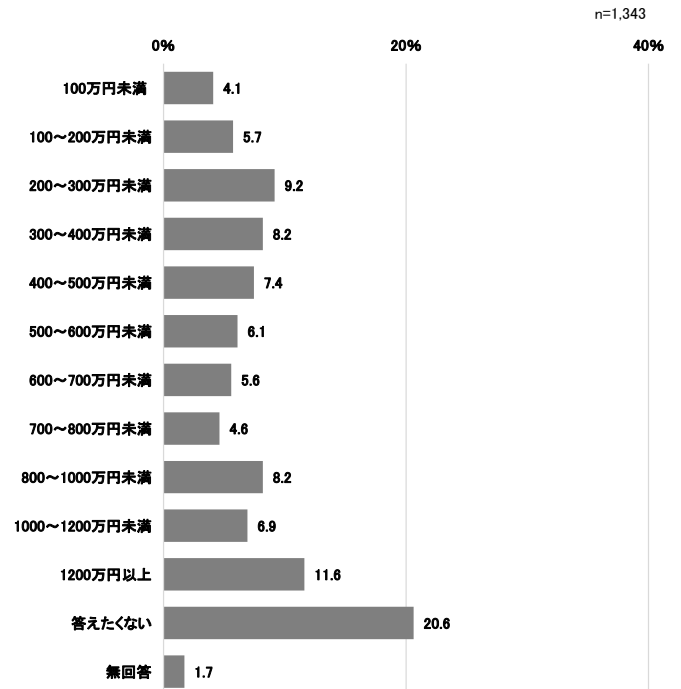
### 居住年数



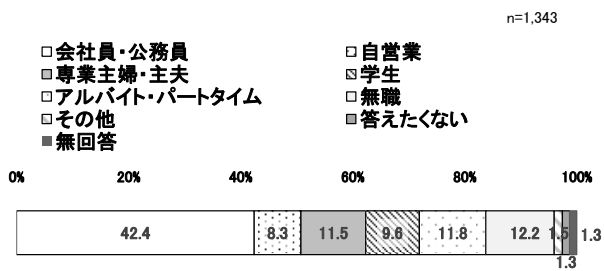
### 居住地区



### 世帯年収



### 職業



## 大田観光協会事業「おおたオープンファクトリー2024」について（実施結果）

### 1 実施概要

- (1) 実施日  
令和6年11月30日（土）
- (2) 主催  
おおたオープンファクトリー実行委員会
- (3) 参加団体  
72団体（うちオープン工場28社）
- (4) 総来場者数  
約3,800名

### 2 実施企画

- (1) オープン工場  
工場公開、加工制作体験等をおおた丸、京急本線、空港線の各エリア28社が実施した。
- (2) スペシャルイベント  
廃材を使ったワークショップや各種展示・ギャラリートーク等、嗜好を凝らしたイベントを44団体が実施した。

### 3 参加者等からの声（アンケートより）

- (1) 参加してみて大田のまちが好きになった、訪れてみたくなった。（参加者）
- (2) 職人から技術や加工の話が聞けてとても勉強になった。（参加者）
- (3) イベントをきっかけに地域との交流ができた。（参加工場）



新田丸エリア オープン工場



まちこうばがやってくる



テクノ WING



工和会館



京急空港線エリア スペシャルイベント

## 大田観光協会事業 「おおたの桜を楽しもう 2025」の実施について

### 1 事業目的

桜の開花時期に合わせて区内回遊を目的に、例年実施の桜ツアー・桜フォトギャラリーに加え、桜スポットを巡るデジタルスタンプラリーを導入することで、より多面的な回遊性の向上を図る。

### 2 事業概要

#### (1) 桜デジタルスタンプラリー

令和7年3月14日(金)から4月10日(木)までの期間で初開催する。

区内の桜を巡りスタンプを集めることで、参加者全員にノベルティをプレゼント。

スタンプを集めた数に応じて、各種賞品が当たる抽選も実施する。

#### (2) 桜ツアー

ア 桜マラニックツアー (馬池洗エリア)

(ア) 実施日 3月30日(日) (予定)

(イ) 定員 20名 (抽選)

イ まちあるき×イベント (「馬込文士村大桜まつり」と同時開催)

(ア) 実施日 4月6日(日) (予定)

(イ) 定員 30名 (先着)

#### (3) 桜地図×『あそびつくせ!大田区』の発行 (3月中旬)

#### (4) 桜フォトギャラリー

写真を投稿いただき、HP上で投票を行う参加型イベント。

ア 投稿期間 3月14日(金)から4月10日(木)まで

イ 投票期間 3月21日(金)から4月17日(木)まで

#### (5) ブース出展

ア 二十一世紀桜まつり (区民プラザ) 3月23日(日) 午前10時から午後4時まで

イ 池上本門寺春まつり 4月5(土)、6(日)



昨年度の桜地図  
今年はお観光情報誌「あそびつくせ!  
大田区」と合体して発行する。

### 3 主な情報発信

(1) 区報 (3月11日号)、プレスリリース、区施設等におけるチラシ配架

(2) 大田観光協会ホームページ、SNS

(3) デジタルサイネージ (観光情報センター、池上駅観光情報コーナー)

## 大田観光協会の取組について（実施結果）

### 1 新春 はしご乗り

#### (1) 事業目的

江戸時代から伝わる日本の伝統文化「はしご乗り」を、地域で活躍する鳶職人の方々と池上本門寺で開催し、地域の伝統文化を多くの区民や外国籍の方に楽しんでいただく。

#### (2) 実施概要

##### ア 実施日時

令和7年1月12日(日) 午後2時から午後3時30分まで

##### イ 内容

(ア) 木遣・纏振り込み～はしご乗り（演技と同時に技を解説）～菓子撒き～手締め

(イ) はしご乗り体験（15名限定）

小学生・未就学児：11名、中学生：1名、外国籍の方：3名

(ウ) 大田区観光案内（大田区観光パンフレット・チラシの配布、ご案内）

(エ) はしご乗りパンフレットの配布（日本語・英語）

(オ) 大田区外国語ボランティアグループによる境内案内 など

##### ウ 参加者数

約1000名（内、外国人境内案内 35名）

##### エ 実施団体

主催：大森鳶組合 共催：大田観光協会

協力：池上本門寺、大田区外国語ボランティアグループ



はしご乗りの様子



はしご乗り体験



外国人の境内案内



観光案内テント

## 2 撮影所があった時代の蒲田を歩く（蒲田まちあるき）

### (1) 事業目的

大田区文化振興協会主催（大田観光協会協力）の松竹キネイベント（近代映画への夜明け）の開催を契機に、蒲田のまちあるきを通して、観光資源として可能性を探る。また、参加者からのアンケート、関係者からの聞き取り等を通じて、今後の蒲田のまちあるきツアーの可能性を広げていく。

### (2) 実施概要

#### ア 実施日時

令和7年2月2日(日) 午前10時から午後1時15分まで

#### イ 内容

アプリコ1階ロビー集合⇒地下1階展示を蒲田映画祭プロデューサーの案内にて観賞  
⇒大田・品川まちめぐりガイドの会ボランティアガイドの案内で蒲田まちあるき  
⇒蒲田西口商店街「テアトル蒲田」にて16mmフィルム『チャップリンの伯爵』の鑑賞、館内見学⇒現地解散

#### ウ 参加者数

24名（応募者66名から抽選）



蒲田映画祭プロデューサー岡氏による展示解説



蒲田モダンを感じるまちあるき



テアトル蒲田で16mmフィルム上映



テアトル蒲田館内見学(映写室)