

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4月16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2・3月）等について	14	阿部 広聴広報課長
地域未来創造部	2	令和7年度部活動管理運営等業務委託事業者の選定結果について	15	大竹 スポーツ推進課長
	3	スポーツ健康都市宣言記念事業「第18回OTAウォーキング」の実施について	16	
	4	おおたランニングフェスティバル 2025 の実施結果について	17	
産業経済部	5	大田区観光情報センター等の取組について	16	元木 商業・観光振興担当課長
	6	大田観光協会事業「インバウンド受入実証事業」について（実施結果）	17	

大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和7年2・3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、子育て世帯を中心とした区民から選ばれるまちの実現に向けた施策の検討・実施及び「大田区の暮らし」の発信を強化していく。

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	48,061	63,880

・特集記事について

3月に「出会いやふれあいが温かい 大田区のマルシェ」、「大田区で文化・芸術さんぽ Vol.1 気軽に訪れたいギャラリー3選」、「合言葉はわくわくに翼を！」はねぴよと一緒に「大田区の暮らし」の魅力を発見！」を公開。



(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	2月	3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)	2,984 (20)	2,999 (15)
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)	1,527 (22)	1,577 (50)
Facebook	796	808 (12)	812 (4)	815 (3)	819 (4)	819 (0)	819 (0)	823 (4)	824 (1)	824 (0)	827 (3)	831 (4)	836 (5)

・Xの人気記事（3月末時点）

フォトキャンペーン展示会

投稿日:3月4日
インプレッション数:7,539
いいね数:9



池上梅園 ライトアップ

投稿日:2月19日
インプレッション数:4,280
いいね数:36



戦略及びアクションプラン パブコメ

投稿日:2月12日
インプレッション数:3,010
いいね数:9



・Instagram の人気記事（3 月末時点）

<u>さくらデフリンピック</u> 投稿日:3月29日 インプレッション数:2,025 いいね数:74 	<u>たこべったん動画</u> 投稿日:2月21日 インプレッション数:1,051 いいね数:32 	<u>洗足池公園</u> 投稿日:3月26日 インプレッション数:897 いいね数:58 
---	---	--

3 「#uniqueota フォトキャンペーン展示会」の実施結果について

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）に投稿してもらったフォトキャンペーンの際に募集した写真を 5 つの「大田区の暮らし」に分けて展示した。

また、区民参加型の取組として、特設「わくわくコーナー」の設置や魅力を感じる「大田区の暮らし」のアンケート調査を実施した。

（1）実施期間

令和 7 年 3 月 3 日（月）～ 3 月 7 日（金）

（2）展示数

116 点

（3）場所

本庁舎 1 階北ロビー及び 3 階中央展示コーナー

（4）アンケート結果

- ・利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす【10 票】
- ・豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす【17 票】
- ・充実した子育て環境と安全なまちで暮らす【8 票】
- ・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【12 票】
- ・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【26 票】



4 大田区報のリニューアルについて

（1）内容

「大田区報」の紙面やデザイン等をリニューアルした。

（2）目的

これまで以上に区民が興味をもち、読みやすく、正確な情報を取得できるようにするため

（3）主なリニューアル内容

- ・ 4 月 11 日号から紙面の体裁を変更
- ・「おおた区報」のロゴを刷新
- ・ 1 面特集記事の充実
- ・ 区ホームページや区公式 SNS の二次元バーコードを 1 面に追加



令和7年度部活動管理運営等業務委託事業者の選定結果について

区立中学校における部活動管理運営等業務委託事業者を以下のとおり選定した。

1 受託者

- (1) 部活動管理運営等業務委託（Aグループ：馬込中、大森第四中、大森第三中、大森第十中、大森第六中、羽田中、志茂田中）

名 称：特定非営利活動法人地域総合スポーツ倶楽部・ピボットフット

所在地：東京都大田区西馬込 2-31-3-103

- (2) 部活動管理運営等業務委託（Bグループ：大森第一中、馬込東中、大森第七中、糀谷中、出雲中、南六郷中、安方中）

名 称：株式会社アーシャルデザイン

所在地：東京都渋谷区神宮前 2-4-11 Daiwa 神宮前ビル 3階

2 業務委託期間 令和7年4月1日から令和8年3月31日まで**3 選定理由（概要）**

- (1) 効果的な技術指導が実施できる人材及びノウハウを有し、学校部活動における生活指導について適切な考えを持っている。
- (2) 指導者の採用基準が明確で、研修方針、育成方針が定められており、本業務の目的に合っている。
- (3) 教育委員会及び学校関係者との連携方法が具体的かつ適切な体制である。
- (4) トラブルや事故が発生した場合の対応手順が適切かつ明確である。
- (5) Aグループの業務には、複数の学校の生徒が集まって行う合同部活動の取り組みを含むが、その効果的な実施が期待できる。

4 応募事業者数 5事業者**5 選定経過**

	時 期	項 目
1	1月16日（木）	募集要領等の公表（ホームページ）
2	1月23日（木）	募集内容に関する質問の受付期限
3	1月28日（火）	質問に対する回答（ホームページ）
4	1月16日（木）から2月7日（金）	提案書類の受付期間
5	2月10日（月）から2月14日（金）	一次審査（書類審査）
6	2月17日（月）	結果通知発送
7	2月28日（金）	二次審査（面接審査）
8	3月5日（水）	選定結果通知発送
9	4月1日（火）	部活動管理運営等業務委託開始

スポーツ健康都市宣言記念事業 「第18回OTAウォーキング」の実施について

1 目的

ウォーキングは年代や性別を問わずに誰でも取り組みやすい最も身近な運動である。本事業を通じて区民がスポーツを始めるきっかけづくりとするとともに、継続したスポーツ推進を図り、区民の健康の維持、増進につなげる。

2 概要

(1) 日時

令和7年5月18日（日）午前9時から正午まで

(2) コース

田園調布せせらぎ公園～宝来公園～多摩川台公園～多摩川河川敷～
鵜の木松山公園（約7km）

(3) 広報

区報4月21日号、チラシ、ホームページ等

(4) 実施

主催：大田区

主管：公益財団法人大田区スポーツ協会

運営：大田区スポーツ推進委員協議会

(5) その他

小雨決行、荒天時中止

3 前回の様子（令和6年5月12日（日））



スタート地点の様子



ウォーキング中の風景

おおたランニングフェスティバル 2025 の実施結果について

1 目的

スポーツの推進を通じた健康で豊かなくらしの実現に向け、区民がランニング・ジョギングに気軽に取り組むきっかけをつくり、区民のスポーツ実施率の向上及び健康増進を図る。

2 実施状況

(1) 日時

令和7年2月23日（日）午前9時30分～午後3時15分（天候：晴天）

(2) 会場

大田スタジアム及び大井ホッケー競技場サブピッチ

(3) 参加人数

延べ約8,300名（ランニング大会：約1,500名、サブイベント等：約6,800名）

3 内容

(1) ランニング大会

ファミリーラン、5kmラン、10kmラン、ジュニアラン、リレーマラソンの5種目で実施した。

(2) サブイベント

こどもが自由に遊べるキッズエリアのほか、ストラックアウト、ホッケー、フライングディスク、ボッチャ、相撲、親子サッカー及びバスケットボールのシュート体験等のスポーツ体験会やランニング教室を実施した。

応援ステージとして、バトン演舞や各種ダンスを披露していただいた。

(3) 運営ボランティア

東京2020大会時に活動したおおたウェルカムボランティアなど計20名に従事いただいた。

(4) 協賛

区と包括連携協定を締結している企業や健康経営事業所など、区内事業者を中心に計37社にご協賛いただいた。



リレーマラソンの様子

4 参加者の感想など

「初めての大会としてランフェスに参加し、すごく楽しかった。ランニングがもっと好きになった。」「こども向けのスポーツ体験コーナーが随所にあり、とてもあたたかな雰囲気だった。」などの感想があった。

大田区観光情報センター等の取組について

1 大田区観光情報センター

(1) 令和6年度の状況

項目	令和5年度	令和6年度
来館者数	47,226人	39,916人
内、外国籍来館者数	4,112人	7,295人
物販等売上	17,488,341円	15,624,400円
文化体験利用者（外国籍）	887人	2,769人
WEBサイト閲覧数	133,644	270,018
インスタグラムフォロワー数	1,580	3,249

(2) 運用方針について

令和6年度、羽田空港利用のインバウンドを誘客するため、センターで実施している文化体験をフックとした来館促進を重点的に行った。空港内大田区観光情報コーナーやSNSでのPRを強化したところ、文化体験を目的としたインバウンドの来訪を増加させることができた。引き続き、羽田空港からの誘客強化や区内回遊促進を行うとともに、より効果的な運営手法について検討を進める。



文化体験のPRチラシ



文化体験で一番人気の
着付体験を楽しむ来館者の様子

(次頁あり)

2 羽田空港第3ターミナル大田区観光情報コーナー

(1) 令和6年度の状況

羽田空港第3ターミナル2Fの到着ロビーに位置する立地特性を生かし、大田区の観光PR展示を行うとともに、大田区観光情報センターの文化体験の周知を強化した。本コーナーで文化体験を知り、旅行行程に大田区への立ち寄りを組み込んだという声を多数聞くことが出来た。



到着ロビーに位置する
大田区観光情報コーナー



文化体験の周知を
強化した展示の状況

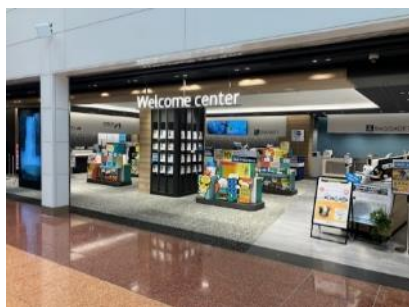
(2) 運用方針について

多くのインバウンドが立ち寄っている状況が見られ、京急蒲田への導線も着実に生まれている。このことから、引き続き本施設での大田区の観光PR及び大田区観光情報センターへの誘客促進に取り組む。

3 羽田空港第2ターミナル国際線ウェルカムセンター

(1) 令和6年度の状況

本施設では、インバウンド需要回復に伴う人流増加を期待し、令和5年7月より、大田区公式PRキャラクターはねびょんを活用したPRを試行してきた。



第2ターミナル国際線
ウェルカムセンター



はねびょんを活用した展示

(2) 今後の運用について

第3ターミナル観光情報コーナーと比較し、本施設付近の人流増加は少なかった。費用対効果を鑑み、本施設で実施してきたPRは令和7年3月末をもって一旦終了することとした。

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 令和7年4月16日
産業経済部 資料17番
所 管 産業振興課

大田観光協会事業「インバウンド受入実証事業」について（実施結果）

1 実施目的

地域資源を生かしたインバウンド受け入れ態勢を強化すべく、英語でのガイドツアー実証事業を行う。反響を踏まえて、地域の魅力体験 in 大田のコンテンツ造成につなげていく。

2 事業概要

（1）実施日

3月5日(水)正午から午後6時まで

（2）内容

テンプル大学ジャパンキャンパスの留学生向けに、大田区の文化を体験するツアーを実施。

ア 改正湯

施設・温泉の特徴、利用方法やマナーの説明を担当者が水着で入浴しながら紹介

イ 道中

蒲田の商店街の歴史、モノづくりの特徴について写真を用いて説明

ウ 旭屋

施設の歴史や利用方法の説明、日本酒の選び方の説明、日本酒の試飲

エ お好み焼き TATSUMI-辰-

海苔と大田区について説明、庶民的な海苔と高級海苔の食べ比べ、お好み焼き製作実演と各自製作、お好み焼きを高級海苔で包んで食べる海苔巻き天などの飲食

（3）参加者数

学生10名(男性8名、女性2名)、大学引率職員2名

アンケートの結果、学生のうち6名がアメリカ国籍、1名がスウェーデン国籍、残り3名は回答がなかったため不明

（4）参加費

5,000円(大学が3,000円を補助し、参加学生の負担は2,000円)

3 主な情報発信

テンプル大学ジャパンキャンパスのアクティビティの一環として実施したため、同校の周知メールにて情報発信。発信後、3時間程度で10名の枠が埋まった。

4 アンケート結果

（1）総合的な満足度は約9割となり、特に銭湯・温泉体験の満足度が高かった。

（2）参加者の主な声

- ・全体を通して日本のディープな文化体験ができ、素晴らしかった。
- ・アメリカには体験した銭湯のような浴場はなく、忘れられない思い出になった。