

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6月26日開催分)

○所管事務報告 4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5月）等について	1	阿部 広聴広報課長
地域未来創造部	2	スポーツ健康都市宣言記念事業「第18回OTAウォーキング」の実施結果について	1	大竹 スポーツ推進課長
産業経済部	3	大田観光協会事業「東京・大田7つの島をめぐる旅」の実施について	1	元木 商業・観光振興担当課長
	4	大田観光協会の取組について（実施結果）	2	

大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和7年5月）等について

1 大田区シティプロモーション戦略アクションプランに基づく取組

施策	取組実績
施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング	<区内イベントの集約・発信> ・シティプロモーションサイトによる情報発信 6件 (OTA ウォーキング、文化芸術イベントなど)
施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信	<暮らしの価値の発信・ブランドメッセージ・ロゴマークの浸透> ・シティプロモーションサイトによる発信 ・各種シティプロモーション SNS による情報発信 X: 25件 インスタグラム: 18件 フェイスブック: 18件 (ブランドメッセージ・ロゴマーク・5つの暮らし・春宵の響・平和祈念花火・初夏フェス・スカシユリなど)
施策3 庁内推進体制の強化	<外部専門人材の登用> ・外部専門人材の活用及び職員指針の策定に向けた検討
施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携等	<区内事業者との連携による発信> ・シティプロモーションサイトによる情報発信 5件 ・東急車内ビジョン広告

2 参考情報

(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	26,258	31,331	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(2) SNSのフォロワー数（月末時点）

月 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)	2,999	3,025 (26)	3,050 (25)	-	-	-	-	-	-	-	-
Instagram	1,577	1,615 (38)	1,628 (13)	-	-	-	-	-	-	-	-
Facebook	836	842 (6)	847 (5)	-	-	-	-	-	-	-	-

主な取組

区内イベントの集約・発信

施策 1

幅広い世代の方が区内の魅力ある地域資源を感じることができるイベントや0歳からでも楽しめるイベントを発信することで、親子で区の魅力に触れられる機会を創出する。



暮らしの価値の発信・

施策 2

ブランドメッセージ・ロゴマークの浸透

シティプロモーションサイトで発信するとともにスマートニュースと連携して記事を掲載することで、効果的な情報発信が期待できる。また、SNS で区の持つ地域資源を暮らしのイメージに紐づけて発信することにより、区のイメージ向上を図る。



庁内シティプロモーションマインドの醸成

施策 3

外部専門人材の効果的な活用方法や職員指針の策定に向けた検討を実施した。

区内事業者との連携による発信

施策 2

施策 4

区内事業者等と連携して区の魅力を発信することにより、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）への効果的なプロモーションにつなげる。

【東急電鉄 車内広告】



スポーツ健康都市宣言記念事業 「第18回OTAウォーキング」の実施結果について

1 事業概要

(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に取り組むきっかけづくりをするとともに、スポーツの定着化を図り、区民の健康の維持・増進につなげる。

(2) 日時

令和7年5月18日（日）午前9時から正午まで（天候 曇り）

(3) コース

田園調布せせらぎ公園～宝来公園～鶉の木松山公園（約7Km）

(4) 参加者数

567人

2 当日の様子

受付後、少人数のグループに分け、準備運動後に順次スタートした。実施にあたり、スポーツ推進委員がスタート・ゴール地点の運営のほか、コース上で道路横断時等の誘導や体調確認の呼びかけを行うなど、参加者の安全確保に努めた。

ゴール地点の鶉の木松山公園では、参加者に完歩証、区内銭湯の体験入浴招待券とはねぴょんをプリントした巾着袋を配布した。



スタート地点の様子



ウォーキング中の風景

（次頁あり）

3 参加者へのアンケート

※回収数 530 枚（回収率約 93.5%）

（１）ＯＴＡウォーキングに参加したことで、これまで以上にスポーツに興味を持ちましたか。

→「すでに日常的にスポーツしている」が約 47.7%、「スポーツはしていなかったが、このイベントを通じ今後も継続してスポーツに取り組みたい」が約 41.1%となり、スポーツに継続的に取り組む意欲のある人の割合は約 90%となった。

（２）ＯＴＡウォーキングに参加した効果はどうでしたか。（複数回答可）

→「健康増進につながった」（約 18.5%）、「運動不足の解消につながった」（約 16.9%）「楽しくて気分が爽快になった」（約 15.6%）など、心身の健康につながる効果についての回答が多数を占めた。

また、「区内の知らない場所を知ることができた」（約 11%）、「家族や友人とのふれあいの場になった」（約 12.3%）などの回答もあった。

4 まとめ

（１）参加者数は過去最多人数だった昨年度から 80 人増え、過去最高を更新した。そのうち、初参加者の割合は約 47.4%となった。

（２）今回のＯＴＡウォーキングへの参加で、健康増進など様々な効果につながる実感とスポーツの継続的な取り組みへの意識を持ってもらうことができた。引き続き、区民が様々なイベントを通じてスポーツに親しみ、身体を動かす楽しさを体験できる機会の創出を図っていく。

大田観光協会事業 「東京・大田7つの島をめぐる旅」の実施について

1 事業目的

大田区臨海部を観光資源として生かすため、引き続き「島めぐりツアー」を大田観光協会の自主事業として、持続的に臨海部の魅力発掘・発信を行う事業としていく。また、同時に大田区の「ふるさと納税返礼品」として取り扱うことで、区外にも大田区臨海部の魅力を発信していく。

2 事業概要

(1) 実施日時

令和7年9月19日(金)

午前9時45分から午後5時30分まで

(2) 参加対象・参加人数

25名（一般公募枠20名、ふるさと納税枠5名）

(3) 応募方法

ツアー抽選受付フォーム又は往復はがき

(4) 応募期間

令和7年7月1日(火)から18日(金)まで

(5) 当選・落選通知 令和7年7月下旬

(6) 参加料 12,000円（税込）

(7) 行程

大森駅集合＝【東海】「大田市場」周回＝【城南島】「アートファクトリー城南島」
見学＝【令和島】周回・下車見学＝【平和島】「大森 海苔のふるさと館」施設見学・
昼食＝【京浜島】「大田清掃工場」見学＝【昭和島】「東京モノレール車両基地」見学
＝【羽田空港】天空橋駅「HANEDA Pi0」見学・天空橋駅にて解散



3 主な情報発信

(1) 区報・プレスリリース

(2) 大田観光協会HP・SNS等活用

(3) 区施設等におけるチラシの配架・ポスター掲示・区設掲示板への掲示

(4) ふるさと納税サイト（ふるさとチョイス など）

大田観光協会の取り組みについて（実施結果）

1 洗足池 春宵の響における観光 PR ブース出展

（1）実施目的

年に一度開催される「洗足池 春宵の響」の開始時間前より、駅前に地域の店舗と一緒にマルシェ形式でブースを出展し（ほとり市場）、賑わいを創出した。駅を利用される方にはイベントの周知を、イベントに来られる方には大田区の観光パンフレットをお渡しすることで、今後の区内回遊を促した。

（2）事業概要

ア 実施日時

令和7年5月15日（木） 午後4時30分頃から午後7時まで

イ 内容

- （ア） 洗足池 春宵の響のイベント周知（英語の案内パンフレットも制作）
- （イ） 勝海舟記念館など、洗足池周辺の観光案内
- （ウ） 洗足池・長原など地域店舗との連携による賑わいの創出
- （エ） はねぴょんグッズの販売（春宵の響限定デザインのキーホルダーの制作販売）

ウ 来場者数

約300名

エ 主催

ほとり市場

（3）主な情報発信

大田観光協会 SNS、はねぴょん SNS など



駅前スペースでマルシェ



限定キーホルダーは完売

（次項あり）

2 成田詣における「はねぴょんグッズ」販売ブース出展

(1) 実施目的

ご当地キャラクターが全国から集まるイベントに参加し、大田区公式PRキャラクター「はねぴょん」を通じて、大田区のPRを区外でも実施し、認知度の向上を図る。

(2) 事業概要

ア 実施日時

令和7年5月25日(日) 午前10時から午後3時30分まで

イ 内容

(ア) PRブースにて大田区の観光紹介

(イ) はねぴょんグッズの販売(ご当地キャラとコラボした缶バッジの制作販売等)

ウ 出演キャラクター数

計33キャラクター(25日は、18キャラクター)

エ 主催

成田伝統芸能まつり実行委員会

(3) 主な情報発信

大田観光協会 SNS、はねぴょん SNS など



PRブースではねぴょんグッズ販売



コラボ缶バッジは1時間半で完売



新はねぴょんパッケージ「イケだれ」をPR



キャラクターパレードの様子