

大田区観光振興プラン

「知る人ぞ知る魅力」を大切にする

世界とつながる^{イキイキ}生活観光都市をめざして



大田区

平成21年3月

表紙・裏表紙の写真は、「第21回 いきいき大田写真コンクール」応募作品です。

<撮影場所>

表紙

- | | |
|----------|-------------|
| ・区の木くすのき | 萩中公園 |
| ・左上 | 多摩川河口 |
| ・左下 | 池上本門寺五重塔 |
| ・中央 | 大森ふるさとの浜辺公園 |
| ・右上 | 多摩川河川敷 |
| ・右下 | 洗足池 |
| 裏表紙 | 池上本門寺五重塔 |

『大田区観光振興プラン』の策定にあたって

大田区は、地域の魅力を発掘し、その魅力を積極的に発信することで、にぎわいを創出し、より多くの来訪者の増加を図りたいと考えております。また、羽田空港の国際化により、空港の利用者がさらに増加することが予想され、地域の活性化のためには、観光にも積極的に取り組んでいく必要があります。そのため、区は、観光行政の方針として、「“知る人ぞ知る魅力”を大切にする世界とつながる生活観光都市」をめざした「大田区観光振興プラン」を策定いたしました。

観光振興プランは、「大田区観光産業振興プラン検討委員会」を設置し、検討委員会から区長へ観光振興プラン策定の基礎となる考え方について、報告をいただくとともに、パブリックコメントで区民の皆様からいただいたご意見を参考にして、観光振興分野の具体的な取り組みの方向をまとめたものです。

大田区は、区が主体となる5年間の具体的な事業目標を明示した重点計画を定め、今後、区民の皆様や観光団体、事業者、NPOなどの方々とともに、本プランを確実に実施してまいります。

平成21年 3月

大田区長 松原 忠義

大田区観光振興プランの構成

大田区として取り組む「観光」とは…

区外からの誘客だけをめざすのではなく、区民が愛着と誇りをもてる産業振興やまちづくりと連動した「観光」である。

大田区における観光の意義

愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくり

▶地域住民自らが、地域への愛着と誇りをもっている地域こそが、訪れて楽しい地域。愛着と誇りをもって自慢したくなる地域となること、それが“住んでよし、訪れてよし”の原点です。

人が行き交うこと(人の目)による地域の磨きかけ

▶人の目加わること、より美しく整えようという機運が地域に芽生え、さらに魅力ある地域へと磨きがかかります。

集散往来による地域活力の向上

▶区内外からも多くの人訪れることによって、地域での消費拡大が生まれ、地域活力の向上にもつながります。

大田区観光振興の将来目標(キーワード)

「知る人ぞ知る魅力」を大切に^{イキイキ}する世界とつながる生活観光都市
～あなたの知らない数多くの日常が、大田区にはあります～

【基本的方向性】

- 1 こだわりをもった国際的な生活観光都市の展開
- 2 近き者と遠き者も惹きつける豊かな楽しみと輝きの展開
- 3 集散往来・快適回遊の展開

大田区の観光の基本課題

- ▶羽田空港を有しているものの、観光のイメージが弱いこと
- ▶鉄道利用者や空港利用者等の交通機関の多くの利用者が通過(素通り)していること
- ▶著名な観光施設が少なく、身近な資源も観光対象として認識されていないこと
- ▶生活や暮らしが、地域の記憶につながる潜在的な資源は豊かにあるものの、現在は埋もれたもの、単発のものとなっていること
- ▶観光資源の回遊性に乏しいこと
- ▶情報発信や案内システムが十分でないこと
- ▶観光の担い手や組織が十分に育っていないこと

ここに示した基本課題は、「大田区の観光に関する基本調査(平成20年8月)」の分析結果から導き出されたものである

大田区の観光の誘客マーケット・ターゲット

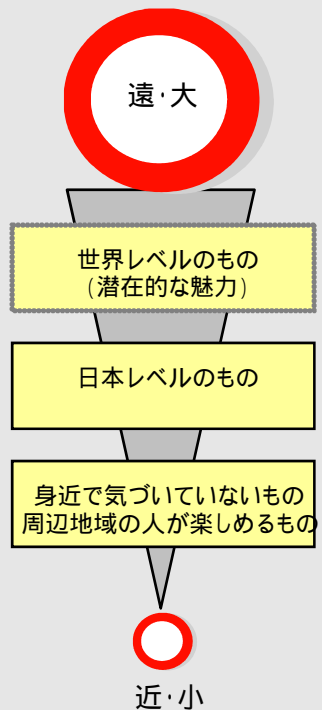
居住地域別セグメント

- ▶区民および近隣地域(通勤・通学を含む)が最大のマーケット
- ▶空の玄関口・羽田空港 日本全体～アジア・世界からの誘客
 - 東京などへの立ち寄りマーケットとして捉える
- ▶大田区の観光の魅力と誘致圏・アピール力との関連性を意識した情報発信と誘客活動

同行者タイプ別のセグメント

- ▶性別・年齢による観光の嗜好性に即した大田区の観光の楽しみ方を提供する(夫婦、ファミリー、友人、ひとり、カップル/小・中学生、外国人、ビジネス)

誘致圏の大きさ



基本戦略1 大田区ならではの特徴ある資源を見出す

- 大田の暮らしと技などに関わるお宝発見と情報の充実
- 多彩な魅力をつづるこだわりの感動づくり
- 大田区らしい観光ライフスタイルの発信
- 感動体験イベントの実施・カレンダーづくり
- 区民による区民観光の実践

基本戦略2 大田物語として編集し、観光大田をブランドへと導く

- 資源の再評価・編集による新たな魅力商品の創出
- テーマ性・物語性のある地域巡りルートの開発
- 大田の伝統を活かした地域商品づくり
- 大田テクノスクール(技の見学・旅育)の開催
- 羽田ブランドを活かしたゲートウェイ機能の充実

基本戦略3 にぎわい・都市観光の核をつくる

- 観光大田の核となる拠点・核となるテーマの創出
- 多彩な界限性の演出
- おしゃれスポットの発掘
- 食べ歩きを推進する仕掛けづくり
- コンベンション推進体制の検討

基本戦略4 五感と移ろいで楽しめる仕掛けをつくる

- 五感で楽しめる観光体験メニューの編集と充実
- 移ろい(季節・時刻)を感じる観光体験メニューの編集と充実
- 限定の地域集客商品づくり
- 大田観光体験記による口コミ情報の収集・発信

基本戦略5 来訪者を迎え入れる情報を発信する

- 旬の魅力の情報発信
- バリアフリー情報の発信
- 世界に向けた情報発信
- 情報発信媒体の多様化・マスコミ媒体との連携
- 情報発信拠点の整備
- 口コミ情報の展開～区民によるシティセールス(地域自慢)の展開

基本戦略6 快適回遊と交通ネットワークを整える

- 交通拠点からの回遊させる仕組みづくり
- まち巡りルートに対応した案内の充実
- 巡って楽しめる魅力的な沿道づくり・景観づくり
- ハード・ソフト面でのユニバーサルデザイン化
- 水辺からの景観を楽しむ仕組みづくり
- 公共交通と連携した地域巡りの充実
- 公共施設の開放・利活用

基本戦略7 まちづくりと連携した観光の人材育成と組織化を図る

- 観光協会の機能充実支援
- 観光サポーターとなる担い手の育成と組織化
- 地域ガイドの育成と充実
- 国際交流を推進する仕掛けづくり
- ビクター産業の推進体制づくり
- 地域ぐるみでのおもてなしの展開
- 近隣区などとの連携による広域観光ルートの開発と情報発信

羽田空港の再拡張、国際化への対応

大田区観光振興プラン目次

第1章	大田区観光振興プランについて -----	1
	1 大田区観光振興プランの背景と目的 -----	1
	2 大田区観光振興プランの位置づけと計画期間 -----	1
	3 大田区観光振興プランの性格 -----	1
第2章	大田区として取り組む観光と意義 -----	2
	1 大田区として取り組む観光 -----	2
	2 大田区における観光の3つの意義 -----	3
第3章	大田区観光振興のコンセプト -----	5
	～ 将来目標像と3つの基本方向性～	
	1 大田区観光振興のコンセプト～ 将来目標像 -----	5
	2 将来目標実現に向けた3つの基本的方向性 -----	7
第4章	誘客マーケットと資源テーマ -----	9
	1 大田区の観光の誘客マーケットの考え方 -----	9
	2 テーマ性による大田区観光資源の編集 -----	13
第5章	大田区の観光の7つの基本戦略と施策・事業の体系 -----	21
	基本戦略 1 大田区ならではの特色ある資源を見出す -----	22
	基本戦略 2 大田物語として編集し、観光大田をブランドへと導く -----	26
	基本戦略 3 にぎわい・都市観光の核をつくる -----	32
	基本戦略 4 五感と移ろいで楽しめる仕掛けをつくる -----	37
	基本戦略 5 来訪者を迎え入れる情報を発信する -----	41
	基本戦略 6 快適回遊と交通ネットワークを整える -----	45
	基本戦略 7 まちづくりと連携した観光の人材育成と組織化を図る -----	50
第6章	大田区の観光の推進に向けて -----	55
	1 基本戦略展開の考え方 -----	55
	2 重点計画による推進 -----	56
	3 大田区観光推進協議会(仮称)設置による継続的検討 -----	56
参考資料	-----	57
	1 策定体制	
	2 大田区観光産業振興プラン検討委員会設置要綱	
	3 大田区観光産業振興プラン検討委員会委員名簿	
	4 大田区観光産業振興プラン検討委員会専門部会委員名簿	
	5 策定経過	

第1章 大田区観光振興プランについて

1 大田区観光振興プランの背景と目的

国は、平成 20 年 10 月に観光庁が発足し、平成 22 年までに訪日外国人旅行者を 1000 万人にするなどの目標のもと、観光立国の実現に向け、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」に取り組んでいます。また、東京都でも多くの区市町村において観光振興プランが策定され、具体的な取り組みをはじめています。

平成 22 年の羽田空港の再拡張と国際化による来訪者の増加は、地域活性化の起爆剤となります。大田区では、この機会をとらえ、地域の魅力を発掘し、来訪者にアピールすることで、にぎわいを創出する必要があると考えています。また、大田区の持つブランドイメージを高めるためのシティセールスとしての観光に積極的に取り組んでいかなければなりません。

このような状況の中で、本プランは、大田区の観光がめざすべき姿とそれを実現するための取り組みの方向性および基本戦略についてまとめたものです。

2 大田区観光振興プランの位置づけと計画期間

本プランは、大田区基本構想が掲げる将来像と目標の実現に向けて、観光振興分野の具体的な取り組みの方向を示すとともに、10 か年の大田区基本計画と連携・整合を図りながら取り組む個別計画として位置づけます。

また、平成 20 年 12 月に「大田区観光産業振興プラン検討委員会」より大田区長に報告された内容を踏まえて、区として大田区の観光振興の基本的方向を明らかにし、観光振興施策の総合的かつ先導的な展開を図る指針としています。

このプランの検討に着手した平成 20 年度を大田区の“観光元年”と位置づけ、平成 21 年度から平成 30 年度までの 10 か年計画として、平成 22 年 10 月の羽田空港国際化に積極的な対応を図りつつ、着実に事業を展開していきます。なお、計画の進捗状況、国、東京都の動向等を踏まえて、必要に応じて計画の見直しを行うものとします。

3 大田区観光振興プランの性格

本プランは、官民をあげて取り組むべき今後の大田区の観光についてとりまとめたもので、具体的な事業手法や事業内容などとともに、事業推進にかかわる役割分担などを明らかにしています。

第2章 大田区として取り組む観光と意義

1 大田区として取り組む観光

(1)大田区の観光の現状とイメージ

大田区は、東京・首都圏の空の玄関口である羽田空港を擁するとともに、池上本門寺や馬込文士村などの歴史・文化的な環境、多摩川や臨海部の水環境、身近で特徴的な公園・レクリエーション資源などが豊かな地域です。平成 20 年 7 月に実施した区のイメージ調査によると「交通の利便性がよいまち」「ものづくりのまち」「東京湾や多摩川に囲まれた水のまち」というイメージが、区民のみならず地域外から見たイメージとして強いものの、観光のイメージは希薄な地域であるものと思われます。(4 ページ参照)

しかし、大田区を訪れた人々は、羽田空港の乗降客数だけでも年間約 6,700 万人(平成 19 年度) また「交通の利便性がよいまち」というイメージがあるように、観光を主な目的とする来訪者だけでなく、買物や食事、身近な散策等を楽しむことを目的とする来訪者を惹き寄せている地域でもあります。

(2)大田区がめざす観光

大田区の資源は、必ずしもこれまでの観光の視点からは誘客力のある資源ばかりではありませんが、見せ方や伝え方の工夫、他の資源との連携により、観光資源としての新たな魅力が顕在化する可能性を秘めているとともに、観光による交流の振興を引き金に、地元商店街やものづくりを中心とした中小企業の活性化により、住んでいる人が、いきいきとしたまちづくりが期待されます。

このように、大田区がめざす観光は、個別の資源だけではなく、にぎわいや生活感などが醸し出している日常的な暮らしそのものが人を惹きつける集客商品となるものであり、その意味から来訪者と地域住民との交流が大きな地域の魅力となるのです。さらに、平成 22 年(2010 年)に羽田空港の国際化が予定されており、地域への集客の可能性*が高まることから、この好機を活かし、大田区内全体への“往来”へと展開するためにも産業振興やまちづくりと連動し、観光行政を推進することが、大田区の観光の実現につながります。

* 東京都が平成 20 年 2 月に羽田空港内で実施したアンケート調査(回答者数 511 人)によると 11.5%の回答者が大田区内に立寄ったと回答している。羽田空港の年間利用者数は約 6,700 万人なので、この立寄率を参考にすると年間約 760 万人が区内の施設に立寄っていることになる。

2 大田区における観光の3つの意義

大田区観光振興の全体像を描くにあたっての大田区における観光の意義は、次の3つになります。

大田区の観光の意義1 愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくり

地域住民自らが、地域への愛着と誇りをもっていることこそが、訪れても楽しい地域です。愛着と誇りをもって自慢したくなる地域となること、それが“住んでよし、訪れてよし”の原点になります。

そこで、羽田空港の再拡張、国際化を絶好の機会として捉え、区民、事業者、区が一体となった観光振興への取り組みの機運を高め、愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくりが求められます。

大田区の観光の意義2 人が行き交うこと(人の目)による地域の磨きかけ

人の目が加わることで、より美しく整えようという機運が地域に芽生え、さらに魅力ある地域へと磨きがかかります。そこで、区民相互の交流や区外から訪れる人々とのふれあいを通じて、区民や訪れる人が快適に巡り、過ごすことができるよう、生活環境と地域文化の面での地域の磨きかけには、まちづくりと一体となった取り組みが求められます。

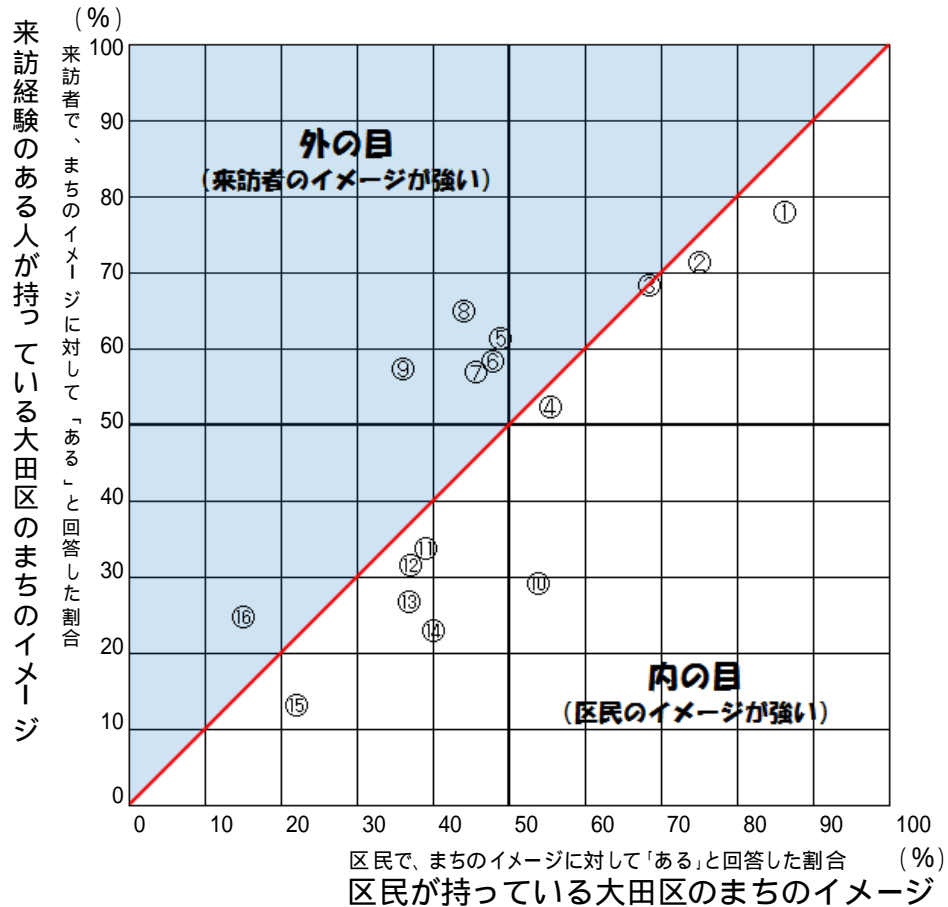
大田区の観光の意義3 集散往来による地域活力の向上

区の内外から多くの人々が訪れること、少しでも長く区内で時間を過ごしていただくことで、地域での消費拡大が生み出され、地元商店街の活性化、ものづくりを中心とする中小企業の活性化、高齢者の生きがいなどへの波及効果から、結果として地域活力の向上にもつながります。

そのため、地域の人々が愛着と誇りをもって大切にしている“お宝”に磨きをかけるとともに新たな資源を掘り起こし、区内外に大田区の魅力をアピールして観光客を迎え入れ、地域内を快適に往来する仕組みを創り出すことで、地域経済の活性化を図ることが求められます。

【参考】大田区のイメージ調査

大田区の観光に関する基本調査(平成20年7月)による



まちのイメージ	
交通の利便性がよいまち ものづくりのまち 東京湾や多摩川に囲まれた水のまち 閑静な住宅街があるまち 個性豊かなまち 他にはない夜景を見ることができるまち 手ごろな価格の飲食店が多いまち 下町風の活気が感じられる店が多いまち	にぎやかな商店街の多いまち 花を楽しめるスポットが多いまち 緑豊かなまち 外国人が多いまち 歴史的な名所や史跡が多くあるまち 文化のまち 安全なまち 老舗や隠れた名店が多いまち

【表の見方】

たとえば、まちのイメージ「花を楽しめるスポットが多いまち」については、区民の53%がそのイメージを持っていますが、区外からの来訪者は28%しか持っていないので、内の目が強いまちのイメージとなります。

逆に、「にぎやかな商店街の多いまち」は、区民の36%しかそのイメージを持っていないのに対し、区外からの来訪者の57%がそのイメージを持っているので、外の目が強いまちのイメージです。

また、斜めの線に近い「東京湾や多摩川に囲まれた水のまち」や、「閑静な住宅街があるまち」は区民、区外からの来訪者ともに同様のイメージを持っていることとなります。

調査概要

- (1) 大田区民 18～79歳 大田区民 有効回収数1,097票
- (2) 来訪者 18歳以上 品川区・目黒区・世田谷区・川崎市・横浜市の居住者及び大田区を除く 東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県からの通勤・通学者 有効回収数1,257票

第3章 大田区観光振興のコンセプト

～ 将来目標像と3つの基本的方向性～

1 大田区観光振興のコンセプト～ 将来目標像

【大田区観光振興の将来目標・あるべき姿】

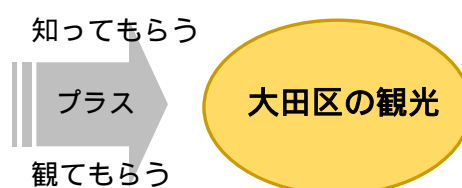
「知る人ぞ知る魅力」を大切に^{イキイキ}する世界とつながる生活観光都市
～ あなたの知らない数多くの日常が、大田区にはあります～

大田区には多摩川をはじめとする河川や東京湾の運河、池上本門寺、馬込文士村、ものづくり産業の集積など、人々を惹きつける魅力的な資源が存在するとともに、区民が地域への誇りと愛着を持つ礎となる多彩な生活文化に根ざした資源が豊富にあります。これらの資源を大切に、磨き上げることが大田区の観光振興に向けた取り組みの出発点になります。

しかし、区内の様々な資源は、区民でさえ「いわれ」や「価値」に気づいていない場合が多く見られます。そのため、将来目標として掲げた「知る人ぞ知る魅力」を大切にして、まずは区民が大田区の資源を知り、来訪者にもそれらの魅力に興味を抱いてもらえるような取り組みから着手します。そして、区民が自分の住むまちの貴重な資源や魅力について再発見・再確認することで、自らの地域に誇りを持つ機会となる観光まちづくりを展開します。

大田区を知ってもらうために、身近すぎるために観光の対象となっていなかった資源を改めて見直し、魅力の編集・発信を推進します。また、海外からの来訪者を含めた多くの人々に認知してもらうことが“知る人ぞ(だけが)知る魅力”からの脱却につながります。しかしながら、一方で何でも全てを見せるのではなく、また“量”だけを追求するような観光ではなく、区民の生活や産業を尊重しながら、何度も来訪してもらうことで、大田区の多彩な魅力を伝える“知る人ぞ知る観光”を大切にすること、これが大田区の観光のめざすべき姿であると考えています。

観光・集客・交流を軸に、世界とつながる生活文化をベースとした観光都市であることを目標に、さらに地域に磨きをかけるとともに、区内外の人々が知らない日常が大田区内には数多く見られることをアピールポイントとして広報するなど、大田区の観光振興に取り組みます。



<参考事例：量から質へ入り込み目標を設定した観光基本計画（神奈川県鎌倉市）>

鎌倉市が策定した観光基本計画（平成 17 年）では、市の観光入り込み客の目標を明確な増加数値として設定しなかった点で画期的です。それは鎌倉市がもつ資源価値の高さと多様性により、長年多数の年間を通じた入り込み客が訪れており、それが逆に市全体の交通問題や環境問題につながっている現状を踏まえたからと言えます。

それと並行して「滞在化や滞留時間の延長」や「利用の分散・平準化」などの利用の質的変換に向け取り組んでいくことを明言しています。

	指標の名称	現状値（17年）	目標値（22年度）
4	観光客数	1,840 万人	現状値以上

（資料）神奈川県入込観光客数調査

観光客数については、「何千万人を目標」として数を増やすことを目標とせず、現在、休日に集中している観光客を平日に分散したり、新たな魅力を紹介して滞在時間を延ばしたり、宿泊してゆっくり2日間楽しんでもらうなど、観光客の満足の質を高める観光客数のマネジメント（観光需要の的確な把握と効果的な振興策への展開）に取り組んでいくことが重要であると認識しています。

したがって、その数を伸ばす具体的な数値目標は設定しませんが、アクションプランを実施することによって、観光客の満足度が高まれば、必然的にリピーターが増えるなどの効果も期待できるので、「現状値以上」を目標とします。

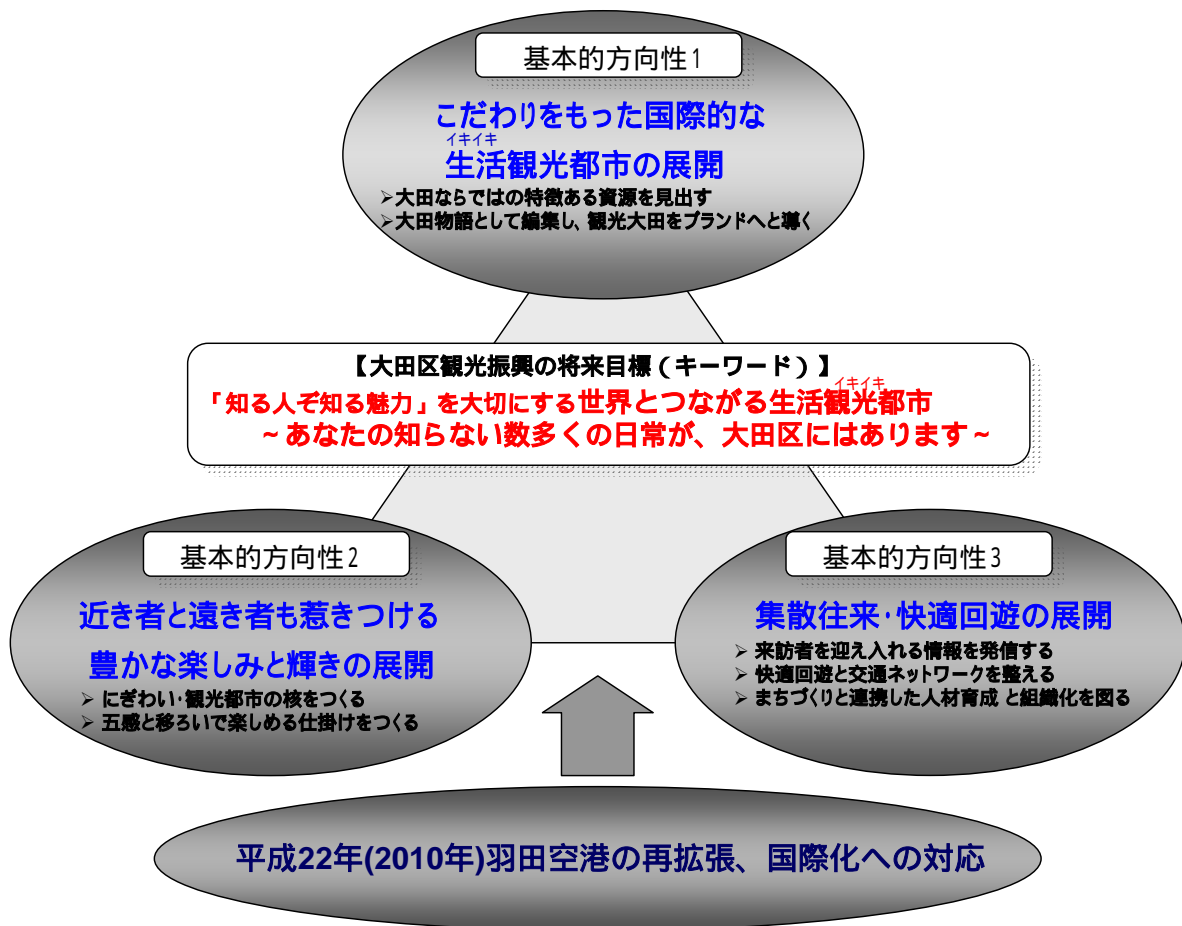
「鎌倉市観光基本計画」より抜粋

2 将来目標実現に向けた3つの基本的方向性

大田区の観光振興が目標とする『「知る人ぞ知る魅力」を大切に、世界とつながる生活観光都市』の実現に向けて、区民、事業者、大田区などの多様な主体が連携を強めつつ、様々な取り組みを効果的に実施する必要があります。そのため、取り組むべき施策・事業を体系化し、具体的に実施すべき取り組み、事業の目的と役割を明確にする必要があります。

大田区観光振興プランでは、3つの基本的方向性と7つの基本戦略のもとに具体的な施策・事業を位置づけ、着実にプランの実施に努めます。また、本プランと密接な関連をもつ「大田区産業振興基本戦略（平成20年度策定予定）」、「羽田空港跡地利用OTA基本プラン」などで示される諸事業とも連携を図り、大田区の観光振興に向けて効率的・効果的な事業展開を推進します。

>>>>>大田区の観光振興の全体像(イメージ)<<<<<



基本的方向性 1 こだわりをもった国際的な^{イキイキ}生活観光都市の展開

これからの時代にはグローバルとローカルの両方の視点を大切にした観光振興が望まれます。

まず、地域の中の身近な生活感や暮らし・産業の技を地域の魅力を現す資源として改めて認識し、磨き直してみます。自分たちの住む地域の良さを見直すことは、地域住民が地域への誇りや愛着を醸成するとともに、地域での持続的な活動の源にもなります。

次に、羽田空港の国際化を契機にして、海外からの観光客の受入れを視野に入れた取り組みへと展開します。外国人観光客をも惹きつける“大田区にしかない”、“大田区らしい”多様な観光資源を掘り起こし、大田区を堪能できる体験メニューや来訪して楽しめる舞台を充実させることは、大田区の観光を新たな地域ブランドへと導くことにもなります。

基本的方向性 2 近き者も遠き者も惹きつける豊かな楽しみと輝きの展開

区民が最も身近な来訪者であり、区民が繰り返し行ってみたいくなるような地域を創り出すことが、区外の人にも訪れてみたいくなるような地域となるのです。そのためには、来訪に値する・行って見たいと思えるように、地域資源を最も良い形で提供できる工夫や気配りに加えて、五感に訴える体験機会や時間・季節の変化・移ろいを活かした地域固有で限定感のある魅力づくりを心がけます。

さらに、にぎわいや自然環境、歴史・文化環境の大田区の集客の核を創り出し、人々の交流が実現できる舞台として育みます。大田区を訪れる多くの人々に豊かな楽しみと輝きを感じさせるまちづくりと連携して、大田区の観光の充実を図ります。

基本的方向性 3 集散往来・快適回遊の展開

大田区の観光ならではの魅力やサービスの提供と効果的・効率的な情報発信によって内外からの来訪を実現します。同時に、交通利便性の高いまちとしての特性を活かし、高齢者や子ども、障がい者、外国人などすべての来訪者が快適に回遊できる仕組みを、公共交通機関などとの連携によって整えます。

また、来訪された人々に対して、「おもてなしの心」を持つことは交流の基本ともなることから、きちんとしたおもてなしができる体制と仕組みを整え、また訪れたいと思える地域へと高めていきます。

《平成 22 年（2010 年）羽田空港の再拡張、国際化への対応》

平成 22 年(2010 年)に予定されている羽田空港国際化は、大田区の観光の推進にあたって、世界とつながる観光への飛翔という観点から、エポック的な事業です。このようなことから、観光振興の諸施策・事業の実施にあたっては、平成 22 年をひとつの節目と捉え、積極的に展開します。

第4章 誘客マーケットと資源テーマ

1 大田区の観光の誘客マーケットの考え方

大田区は遠方の広域圏からの来訪者のみならず、区民や大田区を日常圏として通勤・通学をする人たち、週末に来訪しやすい近隣の他区民や市民も視野に入れた身近な顧客をもターゲットとします。

また、来訪者の性別・年齢などによる観光に対する嗜好性の特性を踏まえて、一律に観光客として捉えるのではなく、そのニーズに即した観光の楽しみ方を提供することが大切です。

(1) 居住地域別の観光客層

居住地域別に観光客を分けると「日帰り圏【近距離圏】」「1泊圏【中距離圏】」「遠距離圏」と分ける方法が一般的ですが、大田区のように大都市部にある都市観光地では、『区民および近隣地域(通勤・通学者を含む)』が最大のマーケットとなります。

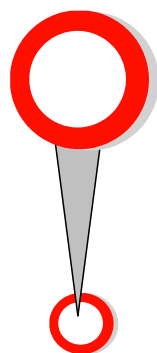
また、大田区は、東京・首都圏の空の玄関口である羽田空港を擁していることから、日本全国がターゲットとなる可能性があるとともに、平成22年の羽田空港の国際化によって東アジアをはじめ世界からの誘客も可能となります。

情報発信や誘客活動にあたっては、観光の魅力と誘致力・アピール力との関連性を意識しつつ展開していきます。特に、区民をマーケットと考える際には、「居住地の誇りとも言うべき魅力ある資源を十分に知ってもらう」という意味合いも含めた取り組みを、羽田空港利用者をマーケットと考える際には、東京などへの来訪の立寄りマーケットとして考えた取り組みを展開します。

誘致圏の大きさ

誘致・アピール力の区分

大田区の魅力資源



世界レベルのもの (潜在的な魅力)	中小企業の技(技術)
日本レベルのもの (唯一無二なもの、知名度)	羽田 池上本門寺 蒲田 大森貝塚 東海道 多摩川 等
身近で気づいていないもの 周辺地域の人を楽しめるもの	湧水・文士・坂道・漁師町・商店街 都市のオアシス・温泉・銭湯 等



(2) 同行者タイプ別の観光客と特性

観光客を同行者タイプによって分類すると、一般的な志向や行動の特徴は次のようにまとめられます。

《 同行者タイプ 》 《 主なターゲットの特性。【 】は期待できる行動例 》

夫婦

シニア夫婦

- シニアは経験などによる違いが大きいですが、健康志向と知的好奇心志向がある。
- 健康志向の強い近隣地域在住のシニア。【ウォーキングイベントへの参加、ジョギング、サイクリングなど】
- 日帰り圏から来訪する知的好奇心の旺盛なシニア。【ものづくり見学、大田市場見学、馬込文士村散策など】

若年層夫婦

- 20～30代の若い夫婦。行動様式はカップルに近い。【羽田空港でのディナーと夜景、多摩川アートラインや春宵の響などのイベントへの参加など】

ファミリー

子連れファミリー

- いわゆる家族連れ。ファミリーでくつろげる公園や子どもに体験させることを目的とした体験プログラムへの参加。【大森ふるさとの浜辺公園や多摩川台公園などの利用、体験プログラムやフェスタ系イベントへの参加】

母と成人の娘

- 親子で趣味が合うためか、趣味的な観光行動をとることが多い。【馬込文士村・龍子記念館・池上本門寺などの訪問、著名ではないがオシャレなレストランの食べ歩き、手芸用品・ガーデニング用品などの専門店でのショッピング、花・紅葉などの四季の風景めぐりなど】

友人との
グループ
(女性)

中高年女性のグループ

- 女性が仕事や習い事、市民活動などで外に出る機会が増え、それらの仲間との女性グループでのレジャー活動が増えている。【母娘マーケットの行動に類似】

20～30代女性のグループ

- 情報収集力、行動力があり、話題性のある事柄に対して活動的である。【B級グルメ、羽田空港の夜景とディナーなど】

友人との
グループ
(男性)

中高年男性のグループ

- リタイア後の男性は時間消費型のレジャー行動が多く、グループでの活動も増える。
【テーマ(地域の歴史探訪、ものづくり体験、創作活動など)を決めた時間消費型活動】

友人との
グループ
(男女混合)

コミュニティや職場の仲間、学校時代の同級生仲間

- 懇親が目的であり、長時間の活動よりも短時間(3~4時間)の活動が多い。【集まりやすい繁華街での飲食など】

大学生

- ゼミ・クラブなどの仲間が集まる。飲食を伴う懇親会が多い。【割安感があるB級グルメの飲食店など】

ひとり

マニア

- 特定の趣味に強い嗜好を持ち、関心領域にあるイベントなどには遠方からでも参加する。【鉄道マニア、天文マニア、コミックマーケット、コスプレイベントなど】

独身キャリア女性(「おひとりさま」)

- 30~40代の独身女性で、行動力があるマーケット。単独での行動を躊躇しない。【活気があり、変わった雰囲気を持つ商店街の散策、歴史散歩など】

カップル

カップル

- ロマンチックな雰囲気の場所を選ぶ。【羽田空港の夜景とディナーなど】

《その他の特定マーケット》

小・中学生

近隣の小学生

- 社会科学習として地域の経済・歴史・文化を学ぶ。【ものづくり見学、各種資料館など】

中・高校生の修学旅行

- 居住地では経験できない他地域の経済・歴史・文化を学ぶ。【ものづくり見学、海苔づくり体験、大田市場見学、スーパーエコタウンのリサイクル工場群見学】

外国人

訪日外国人

- 訪日外国人は、個人観光旅行者、ビジネス旅行者、団体観光旅行者に分け、さらに、東京来訪客とトランジット（乗継）客に分ける必要がある。
- 東京を訪問する個人観光旅行者は、限られた日数の中で、東京を基点として優れた観光箇所を選定するので、東京の他の場所では経験できないことを提供する。【海苔づくり体験、江戸切子ガラスづくり体験など】
- ビジネス旅行者は自由時間が少ないこと、ビジネスの相手が日本居住者であることが多いことから、仕事上の関係での見学が多くなる。【ものづくり見学】
- トランジット（乗継）客には、羽田空港を基点とした、短時間で日本の珍しいことを経験できるオプションを提供する。【大田市場見学、海苔づくり体験、江戸切子ガラスづくり体験など】
- 団体観光客の観光訪問先は、ツアーを企画する旅行会社が選定するので、旅行会社が好む仕掛け（団体での行動がしやすい、ツアー費に影響しない料金体系など）が提供できる上、参加者が喜ぶ箇所を選ぶ。【大田市場見学など】

長期滞在外国人

- 赴任や留学などで日本滞在が長い外国人は、観光での来訪客が体験できないような観光対象を求めている。特に、日本の文化や風習に慣れていないと楽しめないようなこと、季節的な行事・催事などが好まれる。【大森 海苔のふるさと館、大田市場、とんび凧揚げ、七草子ども流鏝馬など】

コンベンション・ビジネス兼観光

コンベンション

「ものづくり」その他のビジネスサミットを、羽田空港国際化を契機とした利便性を活かして開催する。

アフターコンベンション・アフタービジネス観光

ターミナル性と利便性に加えて、大田区の観光、産業観光をコンベンションやビジネスの後に組み込む

2 テーマ性による大田区観光資源の編集

《テーマ性をもとに観光資源を編集する意味》

資源側からの発想による一般的な区分（歴史資源、人文資源、自然資源など）では来訪しようとする人にとって馴染みにくいことから、来訪者の気を惹くためにも「来訪者の目線（視点）」で資源の編集を行う必要があります。既存の大田区の観光資源をもとに大田区の特徴を示すテーマを設定し、テーマに沿って各資源を見直すことにより、地域の中にある様々な魅力を束ねてアピールすることが可能となります。資源が該当するテーマは「1対1の関係」ではなく、複数のテーマに該当する資源もあり、複数のテーマに該当する資源は、他の資源との組み合わせ方により様々な魅力を放つものとなります。

《大田区の観光資源の魅力を再編集するためのテーマ》

- テーマ1：歴史史実・ゆかりの人物
- テーマ2：地域の記憶
- テーマ3：名所・風景
- テーマ4：都会のオアシス
- テーマ5：暮らし・にぎわい・食
- テーマ6：産業資源・匠

注) テーマ性をもった資源の再編集については「大田区の観光に関する基本調査報告書」P12～14 参照

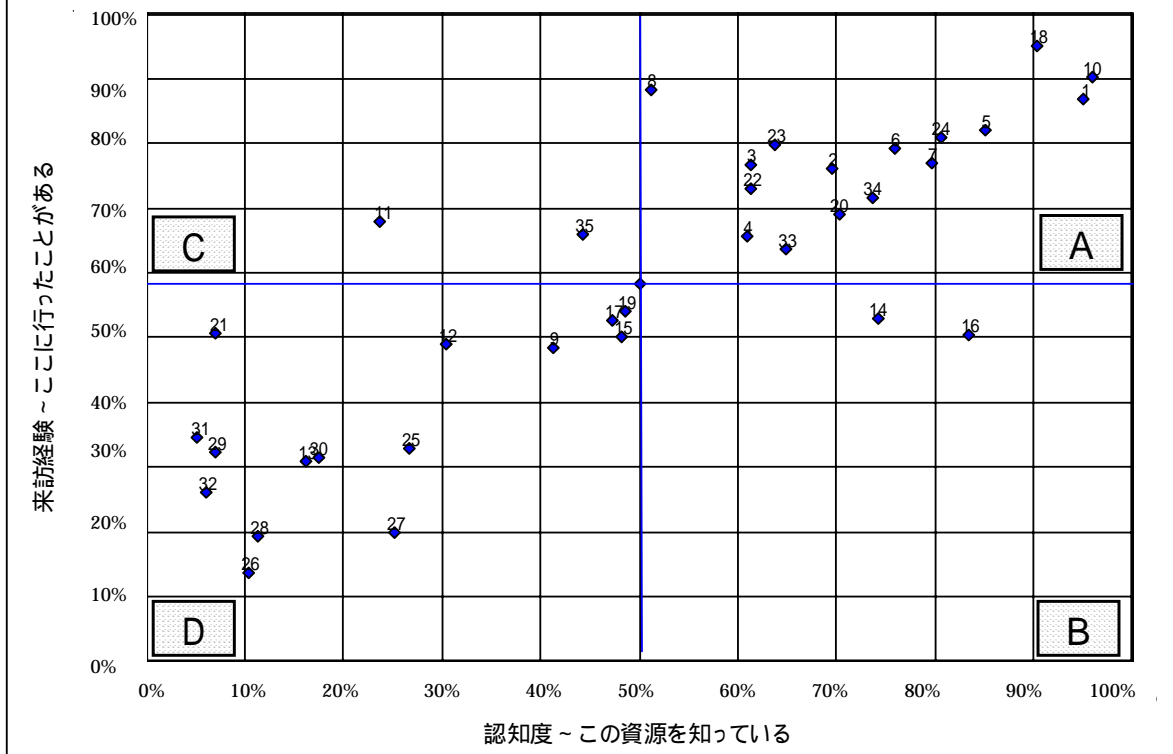
各資源の現状の特性分類

区民を対象に実施したアンケート調査の「認知度」と「来訪経験」項目の結果をもとにして、各資源の「現状での特性」を分類した。

《「現状の認知度・来訪経験」による特性に基づく分類》

- 「A：誘致力が高い観光資源」
…多くの人を知っており、多くの人実際に訪れる。
- 「B：知名度の割に訪れる人が少ない観光資源」
…多くの人知っているが、何らかの課題を抱えているためか、訪れる人は少ない。
- 「C：知る人ぞ知る観光資源」
…知っている人は少ない。しかし、知っている人の大半が実際に訪れる。
- 「D：現在では観光の対象になっていない資源」
…知る人も少なく、知っている人も実際には訪れない。観光資源といえる状況ではない。

大田区観光資源の認知度と来訪経験



NO	大田区の資源	NO	大田区の資源
1	池上本門寺	19	黒湯温泉
2	池上梅園	20	銭湯
3	城南島海浜公園/京浜島つばさ公園	21	多摩川アートラインプロジェクト
4	東京港野鳥公園	22	さくら坂
5	洗足池公園	23	田園調布のまちなみ
6	タイヤやSLのある公園	24	羽田空港展望デッキ
7	平和島公園	25	羽田沖での潮干狩り
8	多摩川台公園	26	江戸切子ガラス作り
9	渡し跡(丸子、矢口、六郷、羽田)	27	海苔つけ体験
10	多摩川	28	ものづくり見学
11	新田神社	29	七草子ども流鏝馬
12	大森ふるさとの浜辺公園/大森 海苔のふるさと館	30	とんび凧あげ
13	昭和のくらし博物館	31	春宵の響
14	大森貝塚	32	水止舞
15	馬込文士村	33	花火の祭典
16	大田市場	34	池上本門寺お会式
17	松竹蒲田キネマ跡	35	OTAふれあいフェスタ
18	蒲田駅周辺繁華街		

注)「大田の食」に関する資源については区民を対象としたアンケート調査には提示していないが、『大田区の観光に関する基本調査』における観光資源抽出の際に資源として重要であると考え、資源の抽出を行ったことからテーマ性による資源の再編集においても同様に扱うこととする。したがって、各資源の現状のアピール力・誘致力の評価は行っていない。

《テーマの持つ意味合い》

地域の歴史は、そのまま、地域の個性になり得るもので、来訪者にとっては、その地域の歴史に触れることは地域の魅力を知る上では基本的部分となるものです。また、地域に住む人にとっては、地域の歴史を改めて知ることにより、自らの地域により深い愛着や誇りを醸成することにつながります。

地域にゆかりのある人物とそれに関係するスポットは、その人物を知る人にとっては素材そのものが興味ある資源となります。その素材にゆかりのある人物の逸話や物語などを付加することで、魅力ある資源として来訪者を楽しませることも可能になります。

《資源抽出の視点》

大田区の歴史を示すもの・スポット

大田区にゆかりのある人物とそれに関係するスポット

【区民を対象としたアンケート調査に提示した観光資源】

資源名	概要	認知度・来訪率からみた資源特性
池上本門寺	弘安5年(1282年)日蓮聖人が病氣療養のため身延山から常陸に向かう途中、病が重くなり足を留め、池上宗仲公寄進の山上のお堂を「長栄山本門寺」と命名し開堂。御入滅された10月13日の命日に毎年お会式が行われる。また、春には境内の桜が見ごろになる。	A
新田神社	新田義興(義貞の次子)が、畠山清等の奸計により、矢口の渡に於いて憤死したあと、夜な夜な「光り物」が現れ、往来の人を悩ませたので、村老等が墳墓を築き、新田大明神として奉斎したのが始まり。本殿は、明治神宮旧本殿をそのまま移築復元したものである。新田神君之碑は昭和49年に区の文化財に指定されている。	C
馬込文士村	大正末期から昭和初期、東京の馬込から山王にかけての一角に多くの文士、芸術家が住んでおり、この辺りを「馬込文士村」と呼ぶようになった。文士たちの住んでいた場所にはモニュメントが置かれ、彼らの足跡を訪ねることができる。	D
大森貝塚碑	明治10年(1877年)、アメリカの動物学者E・S・モースによって発見。発掘された日本考古学上最初の遺跡で、縄文時代後期(約3000年前)の遺物が出土し、昭和30年に国の史跡に指定されている。その発掘記念碑が、大田、品川の両区にそれぞれ建てられている。	B
洗足池公園	池のある公園としては都内でも屈指の広さ。春には桜を、秋には紅葉を満喫することができる。	A
桜坂	坂名は坂道の両側に大正時代に植えられた桜にちなむもの。この坂は旧中原街道の切通しで、昔は「沼部の大坂」といい、勾配がきつく荷車などの通行は大変であったようである。また、かつてこのあたりの村落(沼部の村落)は荷車、旅商人の往来でにぎわい、腰掛け茶屋などが坂道の両側にあったともいわれている。坂下には、かつて六郷用水が流れていたが、下水道の普及につれてこの用水も埋められた。しかし、少しでも昔の姿を残そうとその一部を自然の湧水を使って「六郷用水の跡」として保存している。	A
多摩川台公園	多摩川に沿って伸びる丘陵地にある全長約750mの公園。面積は66,661㎡と広大なうえ、自然林の道、古墳、展望台、水生植物園、四季の野草園、あじさい園、山野草のみち、ふたつの広場など見所は豊富。	A



池上本門寺



丸子の渡し跡

【テーマの持つ意味合い】

地域の歴史を背景にして、人々の暮らしの中で大切に育まれ、継承されてきた文化は、その地域ならではの生活スタイルや産業を示すものです。これらは地域の個性として他地域との差別化を図ることができる大きな魅力であり、人々の心を惹きつけるものです。地域に残る伝統的なお祭りやイベントなどの風物誌は、その地域の履歴を物語るものであり、地域の生活の風景を感じることでできるものです。また、他地域から訪れる人にとっては地域の人々と触れ合う機会となります。

【資源抽出の視点】

地域のいにしへの暮らし・産業を連想させるもの・スポット

【区民を対象としたアンケート調査に提示した観光資源】

資源名	概要	認知度・来訪率からみた資源特性
昭和のくらし博物館	戦後の庶民の暮らしを語り伝えている生活資料を残すために、昭和の庶民資料としていつの間にか入手困難となった日用品を保存しながら展示している。平成11年2月28日に開館し、平成14年に国の登録有形文化財(建造物)となった。	D
大森 海苔のふるさと館	大田区での海苔養殖の歴史や国の重要文化財に指定されている海苔の生産用具などを展示している。	D
松竹キネマ蒲田撮影所跡	大正9年(1920年)から、大船に移転する昭和11年まで、蒲田の地で夢を作り続けた松竹キネマ蒲田撮影所の跡。当時の蒲田周辺には俳優も多く住み、「流行は蒲田から」と言われるほどの華やかさと活気にあふれていた。現在は跡地に区民ホール「アブリコ」が建っている。	D
池上本門寺・お会式	日蓮宗を聞いた日蓮聖人の命日法要をお会式とよび、全国の日蓮宗の寺院で10月～11月にかけて行われる。池上本門寺は聖人入滅の地であるため遠方からも参詣者が集まる。	A
とんび凧あげ大会	古くから六郷に伝わる郷土玩具「とんび凧」。この凧あげ大会をすく近くの多摩川河川敷で毎年1月に開催する。	D
子ども流鏝馬	六郷神社で毎年1月7日午後1時より開始される全国でも珍しい子どもの流鏝馬。小笠原流射手装束の少年が弓矢を射る。的も「八方白眼」という六郷神社独特のものを使用する。昭和38年に東京都民俗無形文化財に指定された。	D
春宵の響	平成7年、洗足池公園に池月橋が完成したのを記念して開始された。人間国宝の眞山左衛門氏をはじめとする和楽器の奏者が、洗足池に幽玄の情景を創りあげる。	D
水止舞	毎年7月14日に厳正寺で行われる。毎年古くから水害に悩まされたことから伝わる。雨を止める祈りの行事。ほら貝を吹く龍神をこらしめ、獅子舞で止める。昭和38年、都の無形民俗文化財に指定された。	D
羽田の渡し跡	羽田の渡しは、「六左衛門の渡し」とも呼ばれ、昭和14年に大師橋が開通するまで利用されていた。	D
矢口の渡し跡	「矢口の渡し」の位置は、多摩川の流れの変化に従って変わっている。昭和24年に多摩川大橋が完成するまで、この付近が区内最後の渡船場として、利用されていた。昭和50年に区の文化財に指定された。	D
六郷の渡し跡	東海道における江戸の玄関口として、重要な渡し場であった。中世末から近世初頭にかけて何度も橋が架けられたが、貞享5年(1688年)の多摩川の洪水で流出して以来、明治になるまで渡し船が利用されてきた。渡し跡の標識板は、渡し跡から少し離れた北野神社にある。昭和50年に区の文化財に指定された。	D
丸子の渡し跡	昭和9年に中原街道が改修され、上流に丸子橋ができるまで、長い間利用されていた。江戸時代初期には参勤交代の道路として利用され、また、秦野産のタバコや大山の新炭などの搬入路として賑わっていた。	D
馬込文士村	大正末期から昭和初期、東京の馬込から山王にかけての一角に多くの文士、芸術家が住んでおり、この辺りを「馬込文士村」と呼ぶようになった。文士たちの住んでいた場所にはモニュメントが置かれ、彼らの足跡を訪ねることができる。	D
桜坂	坂名は坂道の両側に大正時代に植えられた桜にちなむもの。この坂は旧中原街道の切通しで、昔は「沼部の大坂」といひ、勾配がきつく荷車などの通行は大変であったようである。また、かつてこのあたりの村落(沼部の村落)は荷車、旅商人の往来でにぎわひ、腰掛け茶屋などが坂道の両側にあったともいわれている。坂下には、かつて六郷用水が流れていたが、下水道の普及につれてこの用水も埋められたが、少しでも昔の姿を残そうとその一部を自然の湧水を使って「六郷用水の跡」として保存している。	A
多摩川	田園調布から羽田までの約11km、大田区に沿って流れている。河川敷には野球場やテニスコートがあり、さらに丸子橋から下流の弁天橋まで、全長約11kmに及びサイクリングコースも整備されている。また川沿いには多摩川台公園をはじめとする緑地や4ヶ所の渡し跡もある。	A
羽田沖の潮干狩り	羽田空港の第1ターミナル沖のちょうど飛行機が着陸するラインの真下という羽田ならではの潮干狩り。大森ふるさと公園を出発し、羽田沖まで釣り船で行き、小さなボートに乗り換えて、干潮時にできた干潟で天然のアサリが取れる。ボートを使わないと行けないというのも、魅力の一つ。	D
海苔つけ体験	大田区立郷土博物館、大森海苔のふるさと館で実際に海苔づくりに携わっていた地元の人が講師として指導する。大田区立郷土博物館では昭和54年から開催されている。	D
江戸切子ガラス作り	「江戸切子」はガラスの表面に「グラインダー」と呼ばれる円盤状の機材で模様を刻む技法の呼称。西欧から江戸後期に伝わり、現在は国の伝統工芸に指定されている。「蒲田モダン」と呼ばれる独特なデザインが特徴で、全国的にも知名度が高い。平成17年から製作体験を2カ月に1回開いており、毎回約100人が参加する。	D
羽田のアナゴ(魚介類)	東京湾の羽田沖は、かつて江戸前のアナゴ漁で賑わったところで、現在でも数は少なくなったがアナゴ漁師が健在である。また、羽田産のアナゴ寿司や大ぶらを味わえる店もある。	
海苔	大森は海苔の養殖の発祥の地とも言われ、江戸時代には御膳海苔として上納され、その優れた海苔養殖技術は全国に広められ、日本の海苔の生産と流通の中心的な役割を果たしてきた。昭和37年に東京湾の埋め立てにより海苔漁業権を放棄したが、海苔問屋は今でも健在である。	

注) 資源特性欄の「」は区民アンケートに含まれていない資源

《テーマの持つ意味合い》

既に資源として名称や特徴が紹介され、周知されている資源は、集客に向けての地域の有力なアピール素材で、まち歩きなどにおいても目玉スポットとして活用できます。また、関連する他の資源と組み合わせることで、より一層、地域の魅力を引き立てられます。普段は何気なく見過ごされている場所でも、特定の時期や時間に大きな魅力を発揮することがあります。特定の時期や時間という「限定感」を持つことで、それ自体が人々を惹き込む魅力となり、地域の有力なアピール素材となります。

《資源抽出の視点》

大田区を連想させるエピソードや風景のあるスポット
 季節の花や夜景など特定の時期や時間に魅力を持つスポット

【区民を対象としたアンケート調査に提示した観光資源】

資源名	概要	認知度・来訪率からみた資源特性
池上梅園	丘陵斜面等を利用した閑静な庭園。都内屈指の梅の名所。	A
京浜島つばさ公園	羽田空港に面した公園で目の前に空港が広がる。空港の夜景を楽しむことができる。(東京都立公園)	A
城南島海浜公園	区内東端に位置し、三方を海に囲まれており、東京湾を行き交う船や羽田空港を離着陸する飛行機が見られる。展望広場からはレインボーブリッジやお台場が望め、東京タワーまで見渡せる夜景が楽しめる。(東京都立公園)	A
羽田空港第2旅客ターミナル展望デッキ	ターミナルの5階に位置する展望デッキから、都心の夜景をバックに、美しくライトアップされた機体を見ることができる。	A
田園調布のまちなみ	田園調布の住宅街は渋沢栄一の計画により大正7年(1918年)から建設された日本で最初の住宅専用市街地。駅東側は主に商業地域として、西側は住宅地として分譲された。特に西側は駅を中心に放射状道路と同心円状道路が設定され、街灯、街路樹、上下水道などが配置された。また敷地と家屋の面積の割合、道路や隣家との間は生け垣を用いるなど、まちなみに自然との調和や、景観を保つための配慮がなされた。	A
洗足池公園	池のある公園としては都内でも屈指の広さ。春には桜を、秋には紅葉を満喫することができる。	A
新田神社	新田義興(義貞の次子)が、畠山国清等の奸計により、矢口の渡に於いて憤死したあと、夜な夜な「光り物」が現れ、往来の人を悩ませたので、村老等が墳墓を築き、新田大明神として奉斎したのが始まり。本殿は、明治神宮日本殿をそのまま移築復元したものである。新田神君之碑は区指定文化財(昭和49年指定)。	C
羽田沖の潮干狩り	羽田空港の第1ターミナル沖のちょうど飛行機が着陸するラインの真下という羽田ならではの潮干狩り。大森ふるさとの浜辺公園を出発し、羽田沖まで釣り船で行き、小さなボートに乗り換えて、干潮時にできた干潟で天然のアサリが取れる。ボートを使わないと行けないというのも、魅力の一つ。	D
六郷の渡し跡	東海道における江戸の玄関口として、重要な渡し場であった。中世末から近世初頭にかけて何度も橋が架けられたが、貞享5年(1688年)の多摩川の洪水で流出して以来、明治になるまで渡し船が利用されてきた。渡し跡の標識板は、渡し跡から少し離れた北野神社にある。区指定文化財(昭和50年指定)。	D
丸子の渡し跡	昭和9年(1934年)に中原街道が改修され、上流に丸子橋ができるまで、長い間利用されていた。江戸時代初期には参勤交代の道路として利用され、また栗野産のタバコや大山の新炭などの搬入路として賑わっていた。	D
池上本門寺	弘安5年(1282年)日蓮聖人が病氣療養のため身延山から常陸に向かう途中、病が重くなり足を留め、池上宗仲公寄進の山上のお堂を「長栄山本門寺」と命名し開堂。御入滅された10月13日の命日に毎年お会式が行われる。また春には境内の桜が見ごろになる。	A
東京港野鳥公園	昭和40年頃に埋め立てた場所を昭和53年に公園として整備。一年を通じてバードウォッチングが楽しみ、自然に親しみ、自然に学ぶ行事も行われている。(東京都立公園)	A
多摩川台公園	多摩川に沿って伸びる丘陵地にある約750メートルの公園。面積は66,661平方メートルと広大なうえ、自然林の道、古墳、展望台、水生植物園、四季の野草園、あじさい園、山野草のみち、ふたつの広場など見所は豊富。	A
平和島公園	季節にあわせ美しいメロディーを奏でる西洋の鐘「カリヨン」やキャンプ場、ナイターもできる野球場、プールなどがある公園。	A
大森ふるさとの浜辺公園	入江や干潟を持つ都内では初めての区立海浜公園。建設にあたっては数多くの区民参加によるワークショップや報告会などを積み重ねた。かつての大森海岸を再現した浜辺で磯遊びを楽しんだり、桜やツツジに彩られた園内を散策することができる。	D
春宵の響	平成7年、洗足池公園に池月橋が完成したのを記念して開始された。人間国宝の眞山左衛門氏をはじめとする和楽器の奏者が、洗足池に幽玄の情景を創りあげる。	D
桜坂	坂名は坂道の両側に大正時代に植えられた桜にちなむもの。この坂は旧中原街道の切通で、昔は沼部の大坂、といひ、勾配がきつく荷車などの通行は大変であったようである。また、かつてこのあたりの村落(沼部の村落)は荷車、旅商人の往来でにぎわい、腰掛け茶屋などが坂道の両側にあったともいわれている。坂下には、かつて六郷用水が流れていたが、下水道の普及につれてこの用水も埋められたが、少しでも昔の姿を残そうとその一部を自然の湧水を使って「六郷用水の跡」として保存している。	A
水止舞	毎年7月14日に厳正寺で行われる。毎年古くから水害に悩まされたことから伝わる。雨を止める祈りの行事。ほら貝を吹く龍神をこらしめ、獅子舞でしずめる。都の無形民俗文化財に指定(昭和38年)。	D
多摩川	田園調布から羽田までの約11km、大田区に沿って流れている。河川敷には野球場やテニスコートがあり、さらに丸子橋から下流の弁天橋まで、全長約11kmに及びサイクリングコースも整備されている。また川沿いには多摩川台公園をはじめとする緑地や4ヶ所の渡し跡もある。	A
多摩川アートライン	多摩川アートラインプロジェクトは、東急多摩川線エリアの鉄道(アートライン)・駅(アートステーション)・街(アートタウン)を舞台に、市民と企業で取り組む。現代アートによる街づくりの活動。多摩川線でのキャッチフレーズを「古代から未来へ10分?駅多摩川線」として平成19年11月3日からイベントが開始され、多摩川線全駅に有名アーティストによる芸術が施された。多摩川駅と蒲田駅にはインフォメーションコーナーが設置される。アートプロジェクト終了後も一部を除き、各駅のアートは残される。	D

テーマ4 都会のオアシス

《テーマの持つ意味合い》

水辺や緑豊かな場所は、その風光を眺めることやその空間に身を置くことで人間の五感に訴える魅力があります。特に、都市部では、人工物とは対照的な自然の魅力として地域の住民だけでなく、近隣地域の住民などに対しても憩いの空間・やすらぎの空間となります。近年では、スイーツについての TV や雑誌の特集が目立ち、時間を掛けても特定の店舗や商品を求める人もいます。また、まち歩きの途中での休憩スポットとしても、気軽に立ち寄れる魅力を持っています。

《資源抽出の視点》

憩いの空間・安らぎの空間として魅力を持つスポット
大田区を連想させる・限定で生産されているスイーツ（土産）

【区民を対象としたアンケート調査に提示した観光資源】

資源名	概要	認知度・来訪率からみた資源特性
東京港野鳥公園	昭和40年頃に埋め立てた場所を昭和53年に公園として整備。一年を通じてバードウォッチングが楽しめ、自然に親しみ、自然に学ぶ行事も行われている。(東京都立公園)	A
多摩川台公園	多摩川に沿って伸びる丘陵地にある約750メートルの公園。面積は66,661平方メートルと広大なうえ、自然林の道、古墳、展望台、水生植物園、四季の野草園、あじさい園、山野草のみち、ふたつの広場など見所は豊富。	A
平和島公園	季節にあわせ美しいメロディーを奏する西洋の鐘「カリヨン」やキャンプ場、ナイターもできる野球場、プールなどがある公園。	A
大森ふるさとの浜辺公園	入江や干潟を持つ都内では初めての区立海浜公園。建設にあたっては数多くの区民参加によるワークショップや報告会などを積み重ねた。かつての大森海岸を再現した浜辺で磯遊びを楽しんだり、桜やツツジに彩られた園内を散策することができる。	D
京浜島つばさ公園	羽田空港に面した公園で目の前に空港が広がる。空港の夜景を楽しむことができる。(東京都立公園)	A
城南島海浜公園	区内東端に位置し、三方を海に囲まれており、東京湾を行き交う船や羽田空港を離着陸する飛行機が見られる。展望広場からはレインボーブリッジやお台場が望め、東京タワーまで見渡せる夜景が楽しめる。(東京都立公園)	A
多摩川	田園調布から羽田までの約11km、大田区に沿って流れている。河川敷には野球場やテニスコートがあり、さらに丸子橋から下流の弁天橋まで、全長約11kmに及ぶサイクリングコースも整備されている。また川沿いには多摩川台公園をはじめとする緑地や4ヶ所の渡し跡もある。	A
黒湯温泉	源泉地により若干の差異はあるが、黒湯と呼ばれる透明度の低い黒褐色の湯で泉温は18 程度の常温の冷鉱泉であるが、融解成分により温泉法上の温泉に該当する。商店街や住宅地の中に温泉施設が散在し、多くは温泉を利用した銭湯で外観・設備・料金なども一般の銭湯と変わらないものがほとんどである。	D
池上本門寺	弘安5年(1282年)日蓮聖人が病氣療養のため身延山から常陸に向かう途中、病が重くなり足を留め、池上宗仲公寄進の山上のお堂を「長栄山本門寺」と命名し開堂、御入滅された10月13日の命日に毎年お会式が行われる。また春には境内の桜が見ごろになる。	A
羽田空港第2旅客ターミナル展望デッキ	ターミナルの5階に位置する展望デッキから、都心の夜景をバックに、美しくライトアップされた機体を見ることができる。	A
西六郷公園(タイヤ公園)	西六郷公園の特色は愛称のタイヤ公園の名前が示すとおりタイヤが主役、大小さまざまな大きさの3,000本の古タイヤが、ゴジラやロボットなどに姿を変えている。	A
荻中公園	荻中公園内の、現役を引退した船や車を置いてあるコーナー、トラック、ジープ、消防車、ブルドーザーやイギリス製の4輪連結タンダー蒸気機関車(形式略号B-3)と炭水車がおいである。	A
入新井西児童交通公園	蒸気機関車の展示があり、動輪は1日に2回汽笛を鳴らしながら動く。他に、新旧2台の消防車が展示されている。旧のほうはボンネットトラック型の古いもので、だいぶ傷んでいる。	A
春宵の響	平成7年、洗足池公園に池月橋が完成したのを記念して開始された。人間国宝の寶山左衛門氏をはじめとする和楽器の奏者が、洗足池に幽玄の情景を作りあげる。	D
洗足池公園	池のある公園としては都内でも屈指の広さ。春には桜を、秋には紅葉を満喫することができる。	A
池上梅園	丘陵斜面等を利用した閑静な庭園。都内屈指の梅の名所。	A



多摩川の眺め



黒湯温泉

テーマ5 暮らし・にぎわい・食

《テーマの持つ意味合い》

地域の暮らしに密着した場所は、来訪者にとっても、その地域の生活の風景を身近に感じることができる場所です。地元の人が日常の生活の中で訪れるスポットは“活気”や“にぎわい”があり、地域の魅力を構成する要素です。

「食」は観光の楽しみの一つであり、近年「食」を目的とした食べ歩きも注目を浴びています。地域の食材を使用した料理・特産品、地域ならではの料理・特産品も魅力的な資源となり得ます。

《資源抽出の視点》

大田区の暮らしに根ざした地域固有のもの・スポット

【区民を対象としたアンケート調査に提示した観光資源】

資源名	概要	認知度・来訪率からみた資源特性
西六郷公園(タイヤ公園)	西六郷公園の特色は愛称のタイヤ公園の名前が示すとおりタイヤが主役、大きささまの大きさの3,000本の古タイヤが、ゴジラやロボットなどに姿を変えている。	A
がらくた公園	秋中公園内の、現役を引退した船や車を置いてあるコーナー。トラック、ジープ、消防車、ブルドーザーやイギリス製の四輪連結テント蒸気機関車(形式略号B-3)と炭水車が置いてある。	A
入新井西児童交通公園	蒸気機関車の展示があり、動輪は1日に2回汽笛を鳴らしながら動く。他に、消防車が、新旧2台が展示されている。旧のほうはボンネットトラック型の古いもので、だいたい傷んでいる。	A
昭和のくらし博物館	戦後の庶民の暮らしを語り伝えている生活資料を残すために、昭和の庶民資料としていつの間にか入手困難となった日用品を保存しながら展示している。平成11年2月28日に開館し、平成14年に国の登録有形文化財(建造物)となった。	D
大田市場	東京都が建設した最も新しくかつ近代的な市場であり、水産物・青果物・花きを取り扱う総合市場である。特に青果物については、水産物における築地市場と同様、施設規模・取扱量ともに我が国最大の市場である。	B
多摩川アートライン	多摩川アートラインプロジェクトは、東急多摩川線エリアの鉄道(アートライン)・駅(アートステーション)・街(アートタウン)を舞台に、市民と企業で取り組む、現代アートによる街づくりの活動。多摩川線でのキャッチフレーズを「古代から未来へ 10分7駅多摩川線」として平成19年11月3日からイベントが開始され、多摩川線全駅に有名アーティストによる芸術が施された。多摩川駅と蒲田駅にはインフォメーションコーナーが設置される。アートプロジェクト終了後も一部を除き、各駅のアートは残される。	D
銭湯	大田区内には、温泉を利用しない銭湯も含めて約70軒ほどの銭湯が点在しており、黒湯の温泉を使用している銭湯もある。	A
蒲田駅周辺繁華街	蒲田駅周辺は太平洋戦争復興の土地区画整理事業により現在の街並みが形成された。JR蒲田駅の西口から西方向、京急蒲田駅間を結ぶように商店街が東西に形成されており、東京城南地区で有数の繁華街、商業地区である。	A
花火の祭典	区では昭和59年8月15日に世界の恒久平和を願い「平和都市宣言」を行い、これを記念して「花火の祭典」を開催している。区民の協賛金により、約6000発の花火を打ち上げる。	A
OTAふれあいフェスタ	人と人の触れ合い交流を目的とした秋の一大イベント。平和の森公園、平和島公園、平和島競艇場を会場としてコンサート等が行われる。	C
田園調布のまちなみ	田園調布の住宅街は渋沢栄一の計画により大正7年(1918年)から建設された日本で最初の住宅専用市街地。駅東側は主に商業地域として、西側は住宅地として分譲された。特に西側は駅を中心に放射状道路と同心円状道路が設定され、街灯、街路樹、上下水道などが配置された。また敷地と家屋の面積の割合、道路や隣家との間は生け垣を用いるなど、まちなみに自然との調和や、景観を保つための配慮がなされた。	A
羽田のアナゴ(魚介類)	東京湾の羽田沖は、かつて江戸前のアナゴ漁で賑わったところで、現在でも数は少なくなったがアナゴ漁師が健在である。また、羽田産のアナゴ寿司や天ぷらを味わえる店もある。	
海苔	大森は海苔の養殖の発祥の地とも言われ、江戸時代には御膳海苔として上納され、その優れた海苔養殖技術は全国に広められ、日本の海苔の生産と流通の中心的な役割を果たしてきた。昭和37年に東京湾の埋め立てにより海苔漁業権を放棄したが、海苔問屋は今でも健在である。	
羽根つき餃子	蒲田は東京都内でも有数の餃子のメッカ。蒲田餃子はおこげが羽根のようにについている羽根つき餃子が代表格となっている。まだ知名度は低い穴場的なグルメである。	

注) 資源特性欄の「 」は区民アンケートに含まれていない資源



蒲田西口商店街(サンライズ)



西六郷公園(タイヤ公園)

テーマ6 産業資源・匠

《テーマの持つ意味合い》

近年、地域の歴史や文化の中から生まれた産業も、地域の観光資源として訪問する気運が見られるようになってきました。生産工程の見学や体験の機会を設けることで、これまで地域の集客要素と見てこなかった素材でも、来訪者を惹きつけることが可能になっています。

「匠」の技はそれ自体で見るものを楽しませる素材です。普段は目にすることのない技や技術を見学できることは貴重な機会となり、さらに生産工程についての解説を加えることによって理解が深まり、資源としての魅力が引き立つこととなります。

《資源抽出の視点》

大田区の歴史・文化の中から生まれた技を見学・体験できるスポット

【区民を対象としたアンケート調査に提示した観光資源】

資源名	概要	認知度・来訪率からみた資源特性
羽田沖の潮干狩り	羽田空港の第1ターミナル沖のちょうど飛行機が着陸するラインの真下という羽田ならではの潮干狩り、大森ふるさとの浜辺公園を出発し、羽田沖まで釣り船で行き、小さなボートに乗り換えて、干潮時にできた干潟で天然のアサリが取れる。ボートを使わないと行けないというのも、魅力の一つ。	D
海苔つけ体験	大田区立郷土博物館、大森海苔のふるさと館で実際に海苔づくりに携わっていた地元の人が講師として指導する。大田区立郷土博物館では昭和54年から開催されている。	D
江戸切子ガラス作り	「江戸切子」はガラスの表面に「グラインダー」と呼ばれる円盤状の機材で模様を刻む技法の呼称。西欧から江戸後期に伝わり、現在は国の伝統工芸に指定されている。「蒲田モダン」と呼ばれる独特なデザインが特徴で、全国的にも知名度が高い。平成17年から製作体験を2カ月に1回開いており、毎回約100人が参加する。	D
ものづくり見学	区内には約5000の工場があり「モノづくりのまち」として知られている。主に金属を素材とした「削る」「磨く」「形成する」「メッキする」といったひとつの加工を専門に請け負っている工場が多く、すでに120社が一般の人の見学を受け付けている。	D
大森 海苔のふるさと館	大田区での海苔養殖の歴史や平成5年に国の重要有形民俗文化財に指定された海苔の生産用具などを展示している。	D



羽田沖の潮干狩り



江戸切子
ガラス作り



ものづくり見学



第5章大田区の観光の7つの基本戦略と施策・事業の体系

大田区の観光振興を推進するための施策として、3つの基本的方向性に応じて以下の7つの基本戦略に基づく観光施策・事業を計画的に、そして着実に取り組みます。

【基本戦略1】 大田区ならではの特徴ある資源を見出す

地域の成り立ちや地域・土地に刻み込まれた記憶、身近な暮らしに密着している環境・自然、歴史・文化、地域の特徴的な生業・技の中から、他の地域には類例を見ない大田区ならではの特性を再認識し、他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力を見出します。また、NPOなどの区民活動グループを中心とした区民の協力を得て、地域全体として取り組むための機運・素地を創り出します。

【基本戦略2】 大田物語として編集し、観光大田をブランドへと導く

他の地域には類例を見ない大田区ならではの魅力、他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力を発見して、テーマ性・物語性を加えて磨きかけや組み合わせを行い、「大田物語」として編集します。また、羽田空港の国際化を契機として、内外に誇れる地域へと導きます。

【基本戦略3】 にぎわい・都市観光の核をつくる

多彩な大田区のイメージや地区の特徴を大切にしつつ、各地区が自慢したい魅力・他の人に知ってもらいたい、見てもらいたいと思う特徴を“新たな地区の核”として創出し、にぎわいを生み出すきっかけとします。また、地域全体としても新たな魅力となる核を創出し、積極的に展開します。

【基本戦略4】 五感と移ろいで楽しめる仕掛けをつくる

大田区の観光の魅力をより一層向上させ、区内外の人たちにとっての来訪のきっかけづくり、地域巡りと再訪の必然性を創り出します。

【基本戦略5】 来訪者を迎え入れる情報を発信する

海外を含めた多くの人々にきめ細かく情報を発信し、誰もが訪れやすい地域・多くの楽しみ方がある地域であることをアピールしていきます。情報発信と同時に情報収集の仕組み(旬の情報や通の情報など)を充実させます。

【基本戦略6】 快適回遊と交通ネットワークを整える

案内・誘導情報や公共交通機関との連携、沿道のサービスや景観づくりなどにより、来訪者が快適に回遊できる環境を創り出します。また、回遊の範囲を区内全域へと広げます。

【基本戦略7】 まちづくりと連携した観光の人材育成と組織化を図る

観光の始動・展開・発展に向けて、まちづくりと連携した人材育成と組織を充実させます。また、地域全体として来訪者へのおもてなし意識の向上を図ります。

基本戦略 1 大田区ならではの特徴ある資源を見出す

(1) 基本戦略の目的

< 目的 >

地域の成り立ちや地域・土地に刻み込まれた記憶、身近な暮らしに密着している環境・自然、歴史・文化、地域の特徴的な生業・技の中から、他の地域には類例を見ない大田区ならではの特性を再認識し、他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力を見出します。また、NPOなど区民活動グループを中心とした区民の協力を得て、地域全体として取り組むための機運・素地を創り出します。

「観光」は、その語源からみても「地域の総合力を表現するもの」であり、単に集客による地域活性化を実現するためのツールとなるだけではありません。地域の成り立ちや地域・土地に刻み込まれた記憶、環境・自然、歴史・文化・暮らしぶりに加え、地域に住まう人々の愛着や誇りなどの基礎となっている、身の回りに広がる全てのもものが観光の対象となるのです。

大田区は、世界に誇る中小企業の技術、多くの人に知られている“羽田”“田園調布”“大森”“蒲田”などの地名資源、さらには潜在的な魅力としての“湧水”“坂道”“都会のオアシス”“漁師町の面影”などの様々な横顔を有している、いわば『知る人ぞ知る地域』です。

地域の中に存在している資源は、見せ方や伝え方の工夫、他の資源との組み合わせ方などによって、同じ資源であっても異なった意味や魅力を発揮します。そこで、この地域の特性を区民が再認識し、「観光」を通して磨きをかけることによって、観光を売り出すための機運づくり・素地づくりに取り組みます。

(2) 基本戦略の概要と施策・事業例

< 概要 >

区内にある身近な暮らしぶりや技、地域の伝統・風物詩などから“お宝”を発見することをきっかけに地域の観光に対する機運を高めます。また、大田区の観光を地域の新たな魅力として育むために、多彩な地域の魅力をつづる感動づくり、区民による区民観光の実践、大田区らしい観光ライフスタイルの発信など、素地づくりの取り組みをはじめます。

大田の暮らしと技などに関わるお宝発見と情報の充実

- 地元住民（「内の目」）や来訪者（「外の目」）によって大田区内のお宝の調査を実施し、地域のお宝情報としてデータベース化します。お宝情報は定期的に更新するとともに、継続的にお宝情報が集積されるような投稿情報が可能な仕組みづく

りを行います。

- 発掘したお宝で展示可能なものは、公共施設や区内の店舗などに展示するとともに、実際に触れたりすることのできるものは「お宝体験スポット」として紹介します。

《事業例》

区民サポーター、ブログなどを活用した、「お宝発見投稿サイト」の開設
定期的な「お宝コンクール」「お宝ランキング」の実施
お宝発見ウォーキングの実施

<主に対象となる地区>

大森・蒲田周辺、池上本門寺周辺、西馬込

多彩な魅力をつづるこだわりの感動づくり

- 大田区には多くの歴史・文化・自然資源が存在し、また地区ごとにもその表情は異なります。この元来より大田区に備わる多彩な魅力を活かし、海外からの来訪者を含む、多くの人々が大田区の観光を堪能できるような感動づくりに取り組みます。

《事業例》

池上本門寺の歴史うんちく探索

(例えば、くず餅をはじめとした「食」、回遊式庭園の松濤園、力道山の墓、本門寺がプロデュースする商品 など)

馬込文学・文士の暮らしぶり

蒲田キネマの当時を体験

大田区らしい観光ライフスタイルの発信

- 大田区の観光は、個々の資源だけではなく面的な街の生活文化や生業などを魅力とし、来訪者が地域住民と同じ立場や目線で楽しむことができるのが特徴です。
- この大田区の観光を推進するため、街の生活文化や生業の魅力など、これまでは観光資源としては見過ごされてきた魅力を大田区らしい観光ライフスタイルとして他の戦略と連携し、広く発信します。 <事例紹介：モノづくりの観光活用>
- 大田区の観光を積極的に広報・推進するため、新たなキャラクターを創出します。

《事業例》

蒲田の路地裏探索

水と緑をたどる散策ツアー

「もの」をつくる生活ミニ体験

観光キャッチコピーの募集

観光情報誌の発行



【画像出所】オオタコレクションネットワーク
<http://www.otacolle.net/>

感動体験イベントの実施・カレンダーづくり

- 地元住民、来訪者を問わず区内の感動体験スポットや感動スポットに対するエピソード（「いつ、どんなところに感動したのか」）の募集を行い、「大田区のここが感動!! 発表会(仮)」など多くの人に発信し、共有できるイベントを実施します。
- 既存の祭礼やイベントなどで感動を体験できる時期を整理した「大田の感動体験カレンダー」を作成・広報します。

《事業例》

区民・団体投稿による「インターネット大田感動体験カレンダー」の立ち上げ
大田区HPにある公的歳時記に加え、民間主催の催事、イベントも記録、発信できるカレンダー

<参考事例：(財)横浜観光コンベンションビューローのイベントカレンダー>



【画像出所】(財)横浜観光コンベンションビューロー

<http://www.welcome.city.yokohama.jp/tourism/eventcalenda>

大田区のイベントの現況

イベント名	実施月	開催地	来場者数	備考
馬込文士村大桜まつり	4月上旬	南馬込	約1万人	阿波踊りなど
禰宜の舞	4月21日	西嶺町	30～40人	御嶽神社の厄払い神事
春宵の響	5月中旬	洗足池	500人	笛の演奏
水神祭	5月11日	羽田	—	水上での神事（観覧客はいない）
大森夢フェア	5月	大森駅周辺	約3万人	母の日に開催され、大森ベルポートでは様々なショーが行われる
子ども獅子舞	6月上旬	六郷	1,500人	神楽殿での舞のほか巡行もある
水止舞	7月14日	大森町	約200人	厳正寺の雨止め神事（都の無形民俗文化財）
全国鶺鴒の木まつり	7月下旬	鶺鴒の木	4,000人	全国13箇所「鶺鴒の木」との交流イベント
洗足池灯ろう流し	7月16日	洗足池	約1,500人	約600灯ろうを洗足池に流す仏事
池上本門寺お会式	10月中旬	本門寺	約33万人	12日夜に万灯練供養（720年間続く行事）
酉の市	11月	大森北北嶺町	約12万人	鷲神社（大森北）、御嶽神社など
池上梅園菊花展示会	11月上旬	池上	約1,600人	池上梅園の年間入園者は約10万人
多摩川アートライン	11月上旬	多摩川線	約3万人	多摩川線の各駅でのモダンアートの展示
本門寺の初詣	1月	本門寺	約15万人	3日だけの参詣者数
子ども流鏝馬	1月7日	六郷	約500人	六郷神社の神事（都の無形民俗文化財）
どんと焼き	1月第2日曜	矢口	120～130人	多摩川河川敷で開催
とんび凧あげ大会	成人の日	六郷	—	とんび凧は六郷の郷土玩具

数字は主催者による。10月以前に開催のイベントは08年、11月以降は07年。

<参考> 都内他地域のイベント来場者数

千代田さくら祭り	4月上旬	千鳥が淵周辺	約101万人	ライトアップなど
江戸天下祭り	9月末	日比谷公園	約24万人	山車、フェスティバルなど
東京みなと祭り	5月24日（土）～25日（日）	晴海埠頭一帯	約14万人	体験乗船、ポートバザールなど
浅草寺初詣	正月三が日	浅草	221万人	

区民による区民観光の実践

- 区民自身が、日常的に地元地域や大田区内で楽しい時間を過ごしたくなるよう、地域の魅力を伝えるとともに、区民が率先して来訪者を案内できるような仕組みを整えます。そのために、区民が地域について学ぶ機会や区民が主体となって企画するイベントの開催などを通じて、区民が積極的に観光に参加できる仕組みを構築します。
- 区民が大田区の観光の広報スタッフとして、内外に大田区の観光の魅力を発信することで、草の根的な新たな誘客を進めます。

《事業例》

「知る人ぞ知る大田の達人認定制度」

区民向け「大田区お宝学び塾」「お宝発見隊ツアー」の開催

いきいき大田写真コンクールの実施

区民によるお勧めスポットの発信支援

<参考事例：西大阪線広域で取り組む地域の再発見サイト>



わがまちの輝き見つけ隊 vol.26

21世紀は「水の世紀」とも言われ、国内外で渾や河川を貴重な遺産として再認識し、水辺を活かした魅力づくりに取り組むものとする動きが活発になっていきます。
かつて都市部におおむね渾や河川は、物流拠点や工場立地を支える水源としての役割が重視されてきたため、水辺は市民生活とは隔離された空間で取り残されてきましたが、近年では身近な憩いの場として、また新たなくらしやビジネスを生み出す場として再認識される傾向にあります。
そして阪神地域の発展を支えた水辺をつなぐ路線である「阪神なんば線」沿線にも、数々の水辺再生プロジェクトが動き出しています。
そこで今回は、以前にもご紹介した「尾崎21世紀の森づくり協議会」が取り組む運河を活用したイベント「うんばく」の体験記をご紹介します。



【画像出所】西大阪線あこがれぷらっとホーム楽会ホームページ <http://hanshin-now.com/nishiosaka/index.html>

基本戦略 2 大田物語として編集し、観光大田をブランドへと導く

(1) 基本戦略の目的

< 目的 >

他の地域には類例を見ない大田区ならではの魅力、他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力を発見して、テーマ性・物語性を加えて磨きかけや組み合わせを行い、「大田物語」として編集します。また、羽田空港の国際化を契機として、内外に誇れる地域へと導きます。

地域の中に存在している資源は、見せ方や伝え方の工夫、他の資源との組み合わせ方などによって、同じ資源であっても異なった意味や魅力を発揮します。特に、大田区のような都市部においては、地域内の資源を多彩な視点から横断的に束ねることによって個性的な彩りを映し出す地域となり、これこそが都市ならではの観光の新しい魅力となるものです。

そこで、身近すぎるが故に観光の対象となっていなかった資源を、地域を訪れる人の目線で改めて見直し、テーマ性・物語性を加えて磨きかけや組み合わせを行い、「大田物語」として編集し、来訪者が楽しめる地域の新たな魅力を創出します。また、平成 22 年（2010 年）の羽田空港国際化を契機に、地域の新たな魅力となるよう積極的にアピールしていきます。

(2) 基本戦略の概要と施策・事業例

< 概要 >

こだわりのある資源や区民に愛着と誇りを持たれている資源をもとに、「歴史史実・ゆかりの人物」「地域の記憶」「名所・風景」「都会のオアシス」「暮らし・にぎわい・食」「産業資源・匠」などをテーマとして磨きかけと組み合わせによる新たな地域商品を創り出します。また、平成 22 年の羽田空港国際化を契機として羽田ブランドを活かした世界につながる生活観光都市へと地域を導きます。

資源の再評価・編集による新たな魅力商品の創出

- 区内の既往の観光資源や新たに掘り起こされた資源、こだわりのある資源や区民に愛着と誇りを持たれている資源の磨きかけに取り組みます。
- 来訪者の視点から、「歴史史実・ゆかりの人物」「地域の記憶」「名所・風景」「都会のオアシス」「暮らし・にぎわい・食」「産業資源・匠」などをテーマとして資源の組み合わせ・再編集を行い、新たな魅力商品を創り出します。

《事業例》

区民の推薦による施設・資源を「おおたの自慢」として認定・紹介
大田区の観光のテーマに沿った資源を組み合わせた商品づくり
区内在住外国人を対象とした外国人視点の大田区の魅力収集
魅力発掘・魅力づくりワークショップの開催と商品づくり
おおた商い観光展の実施

<参考事例：資源を評価し地域の魅力としてPR・商品化する（静岡県浜松市）>



地域の誇れる資源を発掘・育成・PRし、地域経済活性化につなげるため、官民一体となったシティプロモーション事業として地域ブランド事業に取り組む。通常の認定事業のような認定商品のマーケティング支援ではなく、誘客ツールとして浜松の魅力を知ってもらえるよう認定品には地産品だけでなく、商品・サービス・自然・景観まで幅広く含まれている。さらに認定された資源をバスで巡るツアーを企画し、実施している。

【画像出所】浜松商工会議所ホームページ
<http://yaramaika-h.jp/>

テーマ性・物語性のある地域巡りルートの開発

- 大田区の観光をアピールする視点から、既往の地域巡りルートの磨きかけを行うとともに、観光資源のみならず商店街の活気など、地域の誇りや愛着、資源にまつわる物語などを重ねて、“大田区の奥深さ”を伝えるルートとして活用します。
- 地域巡りルートを、大田区の観光の魅力を体験できるテーマ、来訪者の目的、ニーズや所要時間などで再編集し、多様な来訪スタイルに対応した周遊ルートとしてアピールします。
- 公共交通機関との連携、多様な移動手段の開発や情報提供などにより、地域巡りを楽しめる環境づくりに努めます。
- 臨海部に立地する企業や大田市場との協力・連携を強め、新たな地域巡りコースを順次開発・開設します。

《事業例》

所要時間別まち歩き周遊コースの設定（例えば、1時間コースや半日コース、1日コース など）

テーマ別まち歩き周遊コースの設定（例えば、B級グルメ堪能コース、路地裏探索コース、商店街お宝探しコース、文化の香りコース、花の名所巡りコース、水辺散策コース、都会のオアシス堪能コース など）

区内主要駅から各見所スポットまでの二次交通*の案内板の設置
ものづくり見学受入工場への環境整備助成

* 地域の交通拠点（鉄道、空港、海港など）から地域内を移動するための交通手段。通常は、地下鉄、バス、自転車が利用される。

< 事例紹介：テーマ・物語性のある地域巡りコースづくり >



大田観光協会では主要駅から自然、歴史的名所史跡を巡る 11 コースを紹介。コース周辺の地元ならではの逸品や食事処も紹介している。今後も継続的にテーマ別や時間別でのコース設定し、大田区の魅力を発信するツールとして充実していくこととする。

<http://www.o-2.jp/>

< 参考事例：まち歩きマップ作成とシリーズ化（千葉県香取市） >

様々なテーマに応じたまち歩きマップを体裁やデザインを揃えてシリーズ化して発行することで、まちが持つ多様な魅力を浮き彫りにしている。地図の中にはトイレの貸し出しへの協力店の名前と位置が示されている。



【画像出所】千葉県香取市

大田の伝統を活かした地域商品づくり

- アナゴ漁師や海苔つけの技術など、大田区の生活や産業に根づいた伝統技術を活用した新たな地域商品づくりを行います。
- アナゴなどの江戸前をテーマとした大田区ならではの特徴ある食を広める活動を展開します。

《事業例》

大田区の特色ある伝統技術・伝統商品のデータベース化・見直し
大田区の伝統技術を来訪者に見せることができるような磨きかけ
羽田空港国際ターミナルで外国人向け海苔つけ実演イベント
伝統技術を見学・体験する企画ツアーの開催（例えば、大田区の伝統産業を巡る
＜海苔つけ体験、海苔問屋、アナゴ釣り＞ツアー、屋形船で食べる江戸前料理
の堪能ツアー など）

＜主に対象となる地区＞

羽田・蒲田・大森（臨海部を含む）周辺、池上本門寺周辺

＜参考事例：伝統を生かした商品づくり（韓国 仁川国際空港）＞

韓国の空の玄関口である仁川国際空港では平成16年(2004年)に「伝統文化体験館」をオープンした（その後、人気が高いことからもう1館も開館）。ここでは韓国の伝統的な手工芸品の製作を体験でき、製作した作品は持ち帰ることもできる。料金は無料で、作り方はスタッフが丁寧に教えてくれる。開館当初は年間3,315人にすぎなかった利用者が、現在では年間6万人以上が利用している。利用者の国籍は欧州、アジアと多種多様で出発便が集中する午前8～9時と午後4～7時の時間帯は足の踏み場もないほど外国人で賑わっている。

大田テクノスクール(技の見学・旅育)の開催

- 大田区のものづくりの雰囲気（「まち工場のある雰囲気」）が伝わるよう、区内の見学可能な町工場や大田区が設置している工場アパート、「東京都城南職業能力開発センター大田校」等と協力・連携し、「世界に誇る大田区のモノづくり」を体験できる見学ツアーや体験会を開催します。
- 自分の町の成り立ちや特徴が理解できるよう、小学生を対象とした見学会を開催し、地域を知るきっかけづくりを行います（「旅育」）。

《事業例》

ものづくり見学のインストラクター養成講座の開催

羽田空港国際線ターミナルに大田区の技術を紹介するスペースを設置

ものづくりを見学・体験する企画ツアーの開催（例えば、まち工場の歴史探訪・雰囲気体感ツアー、外国人向け大田まち工場見学ツアー、親子向けまち工場を舞台とした自由研究お手伝いツアー など）

ものづくりミュージアムの開設検討

小中学生向けにまち工場を解説する冊子の作成

まち工場の技術者が伝えるものづくり講座の開催

大田区ものづくり企業展の開催

外国企業向け大田区ものづくりPR見学会の開催

企業向けものづくり技術見学・商談会の開催
ものづくりツアーの実施
生徒・学生対象のテクノスクールの開設

< 主に対象となる地区 >

大森（臨海部を含む）・蒲田周辺、糀谷・新田周辺

< 事例紹介：大田テクノスクール・まち工場見学ツアー >

平成 20 年(2008 年) 2 月 14～16 日に大田区産業プラザで行われた『おおた工業フェア』のイベントとして大田観光協会が主催する大田区内のまち工場（2カ所）を巡る「大田ブランド見学ツアー（2月14日）」とテクノWING・都立城南職業能力開発センター大田校を巡る「大田区産業支援施設ツアー&ものづくり体験（2月15日）」を開催した。今回のツアーは実験的な取り組みであるが両日ともに定員 15 名に対して 21 名が参加（男性が約 80%、60 歳以上が約 50%、区内在住者が約 70%）し、参加者からは好評を得ることができた。

<http://www.o-2.jp/>

おおた工業フェア・工場見学バスツアー開催！！

2月14～16日に大田区産業プラザで行われる『おおた工業フェア』。その中のイベントとして「工場見学バスツアー」を開催することになりました。世界に冠する大田区のものづくり。これからの仕事を是非ご覧下さい！！

●2月14日(水)
「大田ブランド見学ツアー」
09時30分 大田区産業プラザ集合
10時 早稲工業城西工場見学
11時30分 大田市埠にて昼食
12時 株式会社越前西原工業見学
13時 大田区産業プラザ、おおた工業フェア見学



大田区産業プラザ（おおた工業フェア会場）

●2月15日(木)
「大田区産業支援施設ツアー&ものづくり体験」
09時30分 大田区産業プラザ集合
10時 テクノWING・海田内企業訪問
11時30分 現場にて昼食
12時 都立城南職業能力開発センター大田校訪問
13時 大田区産業プラザ、おおた工業フェア見学



大田区産業プラザ（おおた工業フェア会場）

羽田ブランドを活かしたゲートウェイ機能の充実

- 区内に立地する羽田空港は、現在でも年間約6,700万人（平成19年度）が利用する東京・首都圏の空の玄関口であり、さらに平成22年（2010年）には国際化により日本の空の玄関口となることが期待されています。この羽田空港の特性を活かし、世界とつながる大田区の玄関口（「ゲートウェイ」）として観光魅力情報を提供・発信できる機能の充実や日本の特産品などを購入できる場を開発していきます。

《事業例》

羽田空港にインフォメーションセンター・観光案内スペースの確保

外国語対応可能飲食・宿泊施設のデータベース化・紹介

羽田空港周辺のお買い物マップの作成

外国人が大田区を楽しむための企画ツアー（トランジット(乗継)客を含む）

日本や大田区の特産品などが購入できる場の開発

<参考事例：魅力情報を発信する機能>

台湾桃園国際空港内の観光局が運営する観光者用サービスカウンターでは、台湾の観光に関する案内パンフやマップ（多言語対応）が無料で配布されている。その他にもトランジットツアーの受付やホテル予約とハイヤー手配のカウンターがあり、観光客の要望に合わせたサービスを行っている。

東京都では、都内3箇所に「東京観光情報センター」を設置し、国内外から東京を訪れる旅行者の方々へ観光情報を提供している。（設置箇所：東京都庁、羽田空港第1旅客ターミナル、京成上野駅）



【画像出所】台北ナビ

<http://www.taipeinavi.com/>

【画像出所】東京都

<http://www.tourism.metro.tokyo.jp/index.html>

<参考事例：トランジット（乗継）客のための企画ツアー>

平成17年度に成田空港、関西国際空港、中部国際空港の各空港において、これらの空港を利用する乗継旅客を対象とするトランジットツアーを試験的に実施した。成田空港では乗り継ぎのお客様を対象として、空港周辺で日本文化を体験するミニツアーや、空港周辺でショッピングを楽しむツアーを実施した。現在でも関西国際空港では空港を発着する公共交通機関を利用して参加者自身で目的地を訪問する個人参加型ツアーをトランジット客向けのツアーとして用意し、2つのコース、堺を訪問し、日本の伝統文化に触れ、歴史を探訪するコース（「SAKAI Japan Cool Culture Tours」）りんくう地区での気軽なショッピングを楽しむコース（「Shopping mall tour」）を実施している。



【画像出所】成田空港周辺外客受入体制整備事業報告書

(1)基本戦略の目的

<目的>

多彩な大田区のイメージや地区の特徴を大切にしつつ、各地区が自慢したい魅力・他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力と思う特徴を“新たな地区の核”として創出し、にぎわいを生み出すきっかけとします。また、大田区全体としても新たな魅力となる核を創出し、積極的に展開します。

大田区には、大森、蒲田、田園調布、羽田、池上周辺など、地区の成り立ちやイメージが異なるエリアが存在します。また、それぞれの地区にはその歴史に根ざした資源が数多く残されていますが、これまでは一部の地区を除き「観光」に対して積極的に取り組もうとする意識が希薄であったのが現状です。

そこで、大田区の観光を内外にアピールしていくため、区内の各地区が自慢したい魅力や他の人に知ってもらいたい、見てもらいたいと思う特徴を“新たな地区の核”として創出し、既存の魅力を損なわずに「観光」の視点による新たな取り組みを進めることによって、地区のにぎわいを創り出すきっかけとします。また、地域全体への展開が可能な食・イメージなどの新たなテーマについては、大田区の観光の新たな核としての取り組み・仕掛けを展開します。

このような新たな核づくりを進めることは、区民のみならず区外に向けて、大田区の新たな取り組みとしてアピールすることになり、区民や関係者への観光に対する意識の高揚にもつながるものとなります。

また、間近に迫った羽田空港国際化は、大田区の観光にとっても大きな契機であり、特に、そのターミナル性や交通利便性の飛躍的向上から、国内外を含めたコンベンション機能を検討する好機でもあります。

(2)基本戦略の概要と施策・事業例

<概要>

多彩な大田区のイメージや地区の特徴を大切にしつつ、先導する拠点と地域をアピールする新たな核となるテーマを創出します。また、観光のイメージを有する地区においても、おしゃれ感覚や界隈性など、特に奥行き感を感じさせる演出を加えるとともに、食や地域巡りの仕掛け、他エリアとの連携などによって、地域全体のにぎわいの創出につながる取り組みを展開します。

観光大田の核となる拠点・核となるテーマの創出

- 羽田空港や交通ターミナルなどの交通結節点、既往の観光エリアだけでなく、これまで観光の視点からは注目されてこなかったエリアも含め、歴史資源などを含めた観光の拠点エリアを選定し、その地区の個性を活かしたにぎわいの創出に取り組めます。
- 区内全域への波及が期待される大田区ならではのテーマ(水辺環境、食、技など)を導き、大田区のイメージの創出へとつなげるような取り組みを展開します。

《事業例》

大森・蒲田周辺での観光の情報発信

多摩川や東京湾沿いの水辺を活かした楽しみや水上での遊び、水上からの景観を楽しむ仕掛けづくり

商店街との協働による一店逸品運動の展開

大森・蒲田キャンペーン・イベントの実施

名所・旧跡などを含めた観光拠点の開発

<事例紹介：水上や水辺を生かした楽しみ方>



のりのり Beach Festa



呑川くだり



シーカヤックスクール

多彩な界限性の演出

- 田園調布、大森、蒲田、池上、羽田など、地区によりその地域の成り立ちやイメージが異なることから、その地区の既存の魅力を損なわずに地区の特性を演出する取り組みを進め、大田区全体で気分や目的によっていろいろ楽しめる多彩な界限性を演出します。
- 外国人観光客が、訪日の際に訪問を希望する施設・場所としてあげている日本独自の集客施設(百円ショップ、漫画喫茶、カプセルホテル、カラオケなど)を、訪日外国人に向けた地域商品としてパッケージし、誘客に努めます。

《事業例》

池上本門寺の門前町・旧東海道沿い(美原通り)馬込文士村周辺での歴史や暮らしぶりの演出

外国人向けに大森・蒲田周辺の飲食施設の紹介

多摩川や東京湾沿いの水辺を活用した親水性のある空間の演出(例えば、オープンカフェ、ビューポイントの整備 など)

田園調布や洗足池周辺のちょっとおしゃれな空間の演出(例えば、オープンテラスカフェ、ペットと楽しめる散歩コースの設定 など)

海外からの来訪者が大田区を堪能するための企画ツアー(例えば、日本独自の集客施設体験ツアー、日本の文化に触れるツアー など)

主に対象となる地区

大森・蒲田周辺、田園調布・洗足池周辺、池上・馬込周辺、羽田空港周辺

<事例紹介：大田区内に存在する個性豊かな界隈性のあるまち並み>



旧東海道の面影を残す美原通り



山王小路飲食店街



池上本門寺門前町

<参考事例：地区の特性を演出する取り組み（広島県広島市）>

広島市内を流れる京橋川右岸の河岸緑地において、水辺における都市の楽しみ方の創出や水辺と市街地の一体化を目的として、京橋川「水辺のオープンカフェ」を社会実験として実施した。



【画像出所】広島市ホームページ
<http://www.city.hiroshima.jp/www/contents/0000000000000/1111583774214/index.html>

おしゃれスポットの発掘

- 既往の集客拠点や観光資源を中心に、おしゃれスポットとしての磨きかけを行います。また、地元住民や区内勤務者がそれぞれのライフスタイルで楽しんでいる場所(街並みや飲食店、通りなど)を、おしゃれスポットとして公募します。
- 集められた情報は大田区のおしゃれスポットとして紹介するとともに、特定の趣味・趣向に沿ったおしゃれな雰囲気が体験できるツアーとして積極的に売り出します。

《事業例》

地元住民や区内勤務者が自分の“ライフスタイル”として楽しんでいる場所をおしゃれスポットとして公募、紹介

おしゃれスポットをつなぎ合わせた企画ツアー

大田区内において期間限定で開催される特定の趣味・趣向を持っている人を対象としたイベント情報の発信

主に対象となる地区

大森・蒲田周辺、田園調布・洗足池周辺、羽田空港周辺

<事例紹介：大田区内で楽しめる場所やおしゃれスポット>



大森ふるさとの浜辺公園



羽田空港



田園調布

食べ歩きを推進する仕掛けづくり

- 区内の様々な食の魅力をテーマ性で束ねた「食べ歩きマップ」を作成するとともに、店頭での実演販売など、歩いている人が思わず立ち寄って食べたいくなるような雰囲気づくりに取り組みます。
- 区内の飲食店などと連携して、区内の様々な飲食店に来訪する仕掛けづくりを検討します。

《事業例》

「食」情報のデータベース化と食べ歩きマップの充実

区内の飲食店舗と協力した“食めぐり”イベントの開催

主に対象となる地区

大森・蒲田周辺

<参考事例：食べ歩きマップの充実（千葉県香取市）>

地元有志と有識者を交えた『地域の食を考える懇談会』を組織し、まちぐるみで『食』のおもてなしをするため、「食」に関するワークショップの開催、「江戸優り佐原の食めぐりマップ」の作成や飲食店自慢の逸品を掲げた「江戸優り佐原の食めぐり」キャンペーンなどを実施している。食品製造事業者、農畜産物生産者、小売店、まちづくり団体などと協力・連携しながら、将来に向けた「食のまち」づくりのための取り組みを進めている。



【画像出所】千葉県香取市

コンベンション推進体制の検討

- 羽田空港の国際化、交通体系の整備などを活かして、国内外からのコンベンション開催へ向けた受け入れ体制づくりをめざします。
- アフターコンベンションとして大田区のものづくりやまちの界隈性、歴史文化性などを体験できるツアーなどとの連携を図ります。

基本戦略 4 五感と移ろいで楽しめる仕掛けをつくる

(1) 基本戦略の目的

< 目的 >

大田区の魅力をより一層向上させ、区内外の人たちにとっての来訪のきっかけづくり、地域巡りと再訪の必然性を創り出します。

区内には「春宵の響（洗足池）」、「水止舞（厳正寺）」などの催事・地域の伝統行事、「OTA ふれあいフェスタ」といったイベントなどの日時が限定される行事・催事に加えて、桜・梅の名所、東京湾や羽田空港の夜景など、季節や時刻によって表情を変える様々な魅力が多数存在しています。また、「東京港野鳥公園」や「多摩川台公園」など豊かな自然を持つ公園や多様な目的に対応できる設備の充実した公園も身近にあります。

そこで、区内のイベントや祭事など年間行事として定着しているもの、花などの季節を感じられる魅力、朝日や夜景など、当日の天候や時刻が限定される魅力を、地域を訪れるきっかけとしてPRするとともに、楽しみ方の紹介や“限定感”“オリジナル感”といった冠を付すことによって、地域への新たな集客商品として創出していきます。これらの新しい地域集客商品は、季節・時刻・天候などが多様であり、一度に全てを見ることができないことから、再訪（リピート）の必然性を生み出すことにもつながります。

また、物見遊山や名物を食する観光だけでなく、五感で楽しめる仕掛けを随所に設けることによって、心の豊かさを満喫できる観光の環境づくりに努めます。

(2) 基本戦略の概要と施策・事業例

< 概要 >

区内の既往の自然・環境・歴史・文化などの資源をもとに、季節や時刻、天候などの地域・資源を最高に楽しむことのできる方法を伝授するとともに、“限定感”“オリジナル感”などの冠を付すことによって、地域商品としての魅力を強めます。

また、五感で楽しめる仕掛けを随所に設けることによって、心の豊かさを満喫できる観光の環境づくりに努めます。

五感で楽しめる観光体験メニューの編集と充実

- 区内の資源の楽しみ方（「どんな楽しみ方ができるのか」「どんな楽しみがあったのか」）について、体験者から情報を収集する仕組みを構築し、データベースとし

て充実します。

- 資源の存在と解説だけを情報として発信するのではなく、その資源を実際に楽しむことができる活動内容、楽しみ方についても紹介し、資源を見るだけでなく、五感を使って楽しむことができる体験メニューを検討します。

《事業例》

写真や画像による体験メニューの紹介

<事例紹介：海苔つけ体験学習の様子>



【画像出所】岩波海苔店 <http://homepage1.nifty.com/noriyaiwanami/norisuki.htm>

「おおた体験プログラムパンフレット」(区内の体験プログラムメニューの一覧表の作成

区内体験施設での「おおた体験プログラムパンフレット」の配布

大田区観光体験メニューはしごツアーの設定(例えば、「海苔つけ体験」+「羽田空港見学」のツアー、「蒲田モダン切子体験」+「大田市場見学」のツアー など)

移ろい(季節・時刻)を感じる観光体験メニューの編集と充実

- 区内には花の見所や夜景の見所など季節や時間によって魅力が高まる資源が豊富に存在することから、季節や時を感じる体験メニューを創出し、大田区だから提供できるメニューとして充実します。

《事業例》

季節の見所満載、「大田市場の春夏秋冬」

メニューの紹介

いつでも見学可、「大田市場版『24』

情報」の提供

早起きに自信のない人におススメ!

「区内一泊+早朝大田市場せり見学」

コースの設定

季節や時間を考慮した水と緑の景観

資源の発掘

<事例紹介：市場の24時(花き)>



【画像出所】東京都中央卸売市場ホームページ

<http://www.shijou.metro.tokyo.jp/about/04/04.html>

限定の地域集客商品づくり

- 季節や時刻の限定だけでなく、通常では見学できない施設や体験できないことを中心に限定商品として創出します。また、親子限定やカップル限定、訪日外国人観光客限定など、特定の対象に合わせた資源や体験などを取り入れた商品メニューを開発します。

《事業例》

期間限定体験・見学ツアー（「開港！新羽田空港見学ツアー」、「桜めぐりツアー」）

数量限定体験・見学ツアー（「江戸切子づくり体験」、「海苔つけ体験」）

対象者限定ツアー（「外国人限定、早分かり！リアル・ジャパン・カルチャーツアー

《漫画喫茶、カプセルホテル、百円ショップ、B級グルメなど》」）

< 事例紹介：親子での羽田空港再拡張工事見学会の様子 >



【画像出所】土木学会関東支部

関連 HP http://www.jsce.or.jp/branch/kanto/01_07_koho/oyako/oyako5.html

大田観光体験記による口コミ情報の収集・発信

- 来訪者が体験し、感じた大田区の魅力を生の声として収集し、パンフレットや情報誌では伝えきれない魅力を、ホームページなどを通じて「大田観光体験ふれ込み情報館」として発信します。

《事業例》

「ぶらっと大田(地元情報発信 WEB サイト)」の口コミ情報や体験談の充実

<参考事例：地域情報の口コミ情報の受発信を行うポータルサイト

(三重県伊勢志摩地域) >

伊勢志摩 17 市町村(平成 13 年当時)を対象として一般公募した伊勢志摩地域の『きらり』(風景や観光スポット、食べ物など、地域の様々なたからもの)を紹介するとともに、『きらり』に対する『おすすめ』も書き込むことができる参加型サイト。民間ボランティアと県職員によって発意され、継続的に運営されている。



【画像出所】伊勢志摩きらり千選ホームページ

<http://www.kirari1000.com/>



基本戦略 5 来訪者を迎え入れる情報を発信する

(1) 基本戦略の目的

< 目的 >

海外を含めた多くの人々にきめ細かく情報を発信し、誰もが訪れやすい地域・多くの楽しみ方がある地域であることをアピールしていきます。情報発信と同時に情報収集の仕組み(旬の情報や通の情報など)を充実させます。

地域の評価は、観光の対象となる資源そのものの魅力評価だけではなく、アクセスや個々の資源に関する情報が来訪以前に伝わっているかということも評価の対象となります。また、実際に現地が必要となった情報が、どのようにして入手できるかなどの入手できる情報の内容、情報発信の仕組みのあり方でも地域に対する評価は大きく左右されます。

このようなことから、“旬の情報・タイムリーな情報”と“通好みの情報”などを発信することにより、地域への集客と再訪のきっかけを創り出すとともに、海外からの来訪者も視野に入れ、きめ細やかな地域情報を発信することに努めます。また、実際に訪れた人に対しては地域の情報が提供できる仕組みを構築し、誰もが大田区の魅力や楽しみを享受できるような情報発信に取り組みます。

(2) 基本戦略の概要と施策・事業例

< 概要 >

内外の多くの人に認知され、来訪のきっかけとなる魅力情報を様々な情報媒体と連携を強めつつ、発信しつづけるとともに、来訪時に快適に回遊してもらうための情報発信拠点づくりに取り組みます。

旬の魅力の情報発信

- 季節を変えて何度も来訪してもらうために、花の開花や社寺の祭事、地元につながる歳時記など四季折々の魅力をタイムリーに発信します。また、インターネットを通じてリアルタイムに情報発信するなど、効果的な媒体を活用した情報発信を行います。

《事業例》

- 区内行政施設での観光情報誌やイベントカレンダーの設置・配布
- 地元コミュニティ誌の活用
- キーワード検索を考慮したホームページの作成

区民がお薦めする旬の大森・蒲田の情報発信ボードを大森駅・蒲田駅に設置

バリアフリー情報の発信

- 高齢者や障がい者、外国人などが快適に区内を来訪、回遊できるよう資源や施設の整備状況、設備の充実度など、現状で対応している、対応できる状況などについて、来訪を検討している人が事前に把握できるように情報を発信します。

《事業例》

妊婦や子ども連れ、高齢者や障がい者、怪我や病気の方など歩行者の身体特性に合わせたバリアフリー情報の収集

区内主要観光スポットや区内公共交通・乗り換えに関するバリアフリー情報の集約と提供

外国人を対象とした、区内主要観光スポットと主要公共交通の多言語情報提供

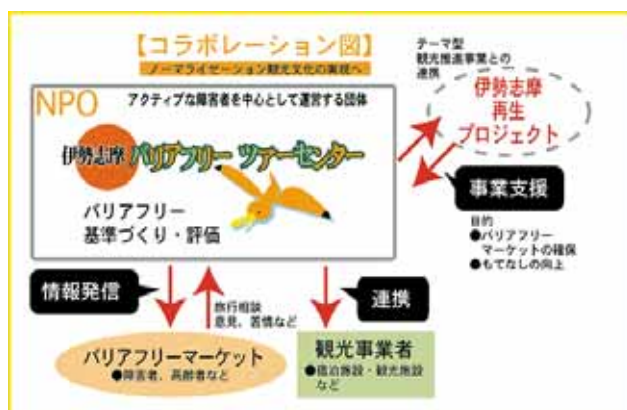
大森・蒲田周辺の外国人対応可能宿泊施設のPR

まち工場紹介の多言語化パンフレットの発刊

エスニック飲食店のデータベース化

<参考事例：バリアフリー情報（三重県鳥羽市）>

伊勢志摩バリアフリーツアーセンターは、伊勢・鳥羽・志摩地域におけるバリアフリーに関する情報を障害者スタッフのグループによる調査で収集し、体の不自由な旅行者が安心して当該地域における観光を楽しめるよう情報提供するとともに、地域のソフト面、ハード面のバリアフリー対応を向上させることを目的に設立されたNPO団体である。



【画像出所】NPO 法人 伊勢志摩

バリアフリーツアーセンター

<http://www.barifuri.com/>

世界に向けた情報発信

- 羽田空港の国際化にあわせて、誘客のためのプロモーション映像の製作、ホームページの多言語対応、区内の周遊マップ・施設情報の多言語化など、世界に大田区を発信できるツールを揃え、積極的な誘客を図ります。
- 既に日本を訪れている外国人に対しても、大田区の魅力を発信していくため、都内の案内所や区内の既存の外国人立寄り施設などと連携していきます。
- 外国メディアに対して、大田区の観光の魅力を紹介してもらうための働きかけを

進めます。また、区内在住の外国人に対して、母国への誘客プロモーションの橋渡しの役目を担ってもらえるような活動を展開します。

《事業例》

ツーリスト・インフォメーションセンターや都庁など都内主要情報拠点での、大田区の最新観光情報の提供

区内宿泊施設での、最新情報とウォーキングマップの提供

多言語でのキーワード検索を考慮した、ホームページでの最新情報の発信

海外メディアを招聘した大田区PRツアーの実施

観光紹介用広報物（DVD・パンフレットなど）の作成

ふるさと大使*の活用

<参考事例：多言語での観光紹介ツールに関して
(千葉県香取市、茨城県潮来市、鹿嶋市)>

水郷三都紹介 DVD、佐原紹介DVDは日本語、韓国語、英語の3カ国語対応となっていたが、その後中国語（簡体語/繁体語）を加えた5ヶ国語対応となっている。

【画像出所】
千葉県香取市、茨城県潮来市、鹿嶋市

情報発信媒体の多様化・マスコミ媒体との連携

- ホームページやポスター・パンフレットによる紹介だけでなく、関係機関との協力のもとに DVD や動画など映像による大田区の紹介ツールづくりに取り組みます。
- ブログ、コミュニティサイトなどを活用した情報提供など、近年の情報発信手法を活かし、人々の情報収集活動に対応した大田区の観光情報を発信しつづけます。また、特定の情報を求めるターゲットに“こだわりの情報”が届くように、登録者に向けたメールマガジンなどの観光情報発信の仕組みを構築します。
- マスメディアの影響力は依然として大きいことから、マスメディアへのニュースリリースなど継続的に接触する機会を積極的に設けてメディアへの情報発信を進めます。

《事業例》

マスメディアへのニュースリリースの継続的な発信

ブログやコミュニティサイトなど多様化した情報発信媒体の活用

* 区在住の外国人に大田区の魅力を出身国に対して発信する他、区のイベントなどに参加し、大田区の観光を推進する業務を委嘱する

鉄道やバスなど公共交通との連携による観光情報の提供
地元コミュニティ誌との連携

情報発信拠点の整備

- 来訪者が目的地へスムーズに移動できるようにするため、区内の観光案内機能を充実させます。特に、区の玄関口となる駅周辺をはじめ、観光拠点や区の公共施設における周辺観光資源に関する観光情報提供・案内機能を充実します。
- 羽田空港と連携し、羽田地区をはじめとする区内の観光・宿泊施設・飲食施設の情報、空港周辺でのミニツアー情報などの案内機能の充実を図ります。

《事業例》

羽田空港における羽田空港周辺情報の発信

羽田空港国際線ターミナルに大田区の技術や大田区を紹介するスペースの設置

区内の行政施設および羽田空港、区内主要駅(JR大森・蒲田、東急蒲田・多摩川、都営地下鉄西馬込、京急蒲田・平和島)など、拠点駅での歳時記やウォーキングマップなどの提供

区内商店街でのまちなか情報や商店街情報を紹介する「まちかど案内所」設置

区内宿泊施設での水辺や緑に関するウォーキングマップの提供(日・英語版)

<参考事例：情報発信拠点に関して>



写真左：駅に併設されている情報発信拠点
(静岡県熱海市:JR 熱海駅)

写真右：公共施設内に併設されている情報発信拠点
(千葉県南房総市:道の駅「枇杷倶楽部」)

口コミ情報の展開～区民によるシティセールス(地域自慢)の展開

- 通常のパンフレットや情報誌には掲載されていない地元住民や大田ファンが知る地元情報や口コミ情報などを活用して“通好み”な情報の受発信を積極的に展開します。

《事業例》

区民に向けた地元最新ニュースやお得な地元商店街情報の提供

区内在住外国人に対応した、多言語による地元情報の発信

「ぶらっと大田(地元情報発信 WEB サイト)」の活用と展開

区内特定特派員による“通な”観光情報の構築と提供

区内の紙媒体情報とホームページ情報の一元化

蒲田周辺“夜の楽しみ方”(温泉・飲食施設)情報の発信

ウォーターフロントでの楽しみ方の提案と情報の発信

基本戦略 6 快適回遊と交通ネットワークを整える

(1) 基本戦略の目的

< 目的 >

案内・誘導情報や公共交通機関との連携、沿道のサービスや景観づくりなどにより、来訪者が快適に回遊できる環境を創り出します。また、回遊の範囲を区内全域へと広げます。

大田区内には、池上本門寺や馬込文士村などの歴史・文化資源や蒲田周辺の商業施設、東京湾・多摩川沿いの水辺の空間など、区内全体に魅力的な資源が存在しています。来訪者に、これらの資源を巡ってもらうためには、快適に、スムーズに移動できる仕組みを整えることが大切です。

そのため、観光情報や案内サイン・誘導サインの充実、まちなかや既往の観光施設周辺でのサービスの充実、回遊している沿道の景観づくりなども地域全体の魅力を高めるものとして大切な取り組みです。

また、観光において使いやすい二次交通*が存在することは重要であり、「交通利便性のよい町」というイメージをさらに高めるためにも、既往の公共交通機関との連携を強め、二次交通の情報提供と利便性サービスを充実し、快適な回遊性を確保します。このような仕組みが充実することにより、快適回遊が大田区全域に広がるように努めます。

(2) 基本戦略の概要と施策・事業例

< 概要 >

来訪者が快適に回遊できるよう、案内サイン・誘導サインの充実、まちなかや既往の観光施設周辺を中心に回遊を支える仕組みづくりやサービスを充実します。また、既存の公共交通機関との連携によって快適回遊の交通ネットワークを充実し、回遊を地域全体へと広げるよう取り組みます。

来訪者の回遊を通じて地域住民との軒先交流を進めるとともに、区民の理解・協力を得つつ、沿道の景観づくりにも取り組みます。住民との軒先交流、沿道の景観づくりへの取り組みの中では、来訪者によるゴミのポイ捨て、生活空間への侵入など生活環境を侵す恐れや、景観づくりにこだわるあまりの自然環境への負荷のかけすぎに対する配慮を欠くことのないように努めます。

交通拠点からの回遊させる仕組みづくり

- 来訪者の玄関口となる交通拠点（駅、バス停など）での情報発信や案内板の設置

* 地域の交通拠点（鉄道、空港、海港など）から地域内を移動するための交通手段。通常は、地下鉄、バス、自転車が利用される。

など、区内を快適に回遊できる仕組みを構築します。

《事業例》

ＪＲ大森駅、ＪＲ蒲田駅の両拠点駅へのチラシ配布用ラックの設置
バス路線の起点駅でのバス路線案内板の充実（設置場所への配慮を含む）
バス停付近の商店を中心とした「まち歩きコンシェルジュ」制度づくり

< 主に対象となる地区 >

ラックの設置：大森駅（中央口・山王口） 蒲田駅（中央コンコース・東急改札口付近） 京急蒲田駅（西口）

< 参考事例：交通拠点における案内板に関して（ＪＲ東日本千葉支社） >



「駅からマップ」は、ＪＲ東日本千葉支社発行のチラシタイプのウォーキングマップ。ＪＲ各社と地元自治体が一体となって開催する大型観光キャンペーンで、平成19年に実施された「千葉デスティネーションキャンペーン」開催にあわせて千葉支管内の主な駅（全80箇所）で無料配布され、設置された駅からのウォーキングモデルコースが紹介されている。

まち巡りルートに対応した案内の充実

- 来訪者の行動動線に合わせた周辺情報の案内サイン・誘導サイン、資源案内などの統廃合を行い、快適にまち歩きができるよう環境づくりに取り組みます。

《事業例》

歩行者用観光案内標識の整備

観光協会がホームページに掲載している「ぶらっと大田」の11コース、「大田の魅力再発見」の《馬池洗（まいせん）》など各コースの誘導サインの充実

これらのまち巡りルート上の立寄り施設の相互連携の強化、他施設の情報を提供できるような仕組みづくりの推進

< 事例紹介：観光協会がホームページに掲載している「ぶらっと大田」の11コース >



巡って楽しめる魅力的な沿道づくり・景観づくり

- 観光拠点の魅力づくりだけでなく、沿道の植栽や地域の個性にあった通りの演出や歩いているときも楽しめる魅力的な沿道づくり、景観づくりなど、観光の視点を取り入れたまちづくりを、沿道の区民の理解と協力を得つつ段階的に取り組みます。

《事業例》

地域のまちづくり活動団体との協働の推進

「みち（通り）に名前」をつける運動の広範な展開

呑川緑道を活用した散策ルートの設定

桜のプロムナードを活用した散策ルートの設定

水と緑のふれあいゾーンを活かした散策ルートの設定

魅力のある公園リニューアルと連携した利用促進のための情報発信

<事例紹介：沼部付近、東光寺近くの六郷用水の跡（女堀の道）>



江戸時代に大田の農民の重要な施設であった六郷用水の面影を残す。遊歩道沿いには湧水を注ぎ人工小川として残っている。

ハード・ソフト面でのユニバーサルデザイン化

- 高齢者や子ども、障がい者、外国人など、あらゆる人が安全で、安心して楽しい時間を過ごせるように、段差の解消などハード面の整備に連携して、多言語対応による案内、おもてなしの充実などのソフト面での整備にも取り組みます。

《事業例》

駅周辺を中心としたユニバーサルデザインの

視点での見直し

外国人対応を可能にするハンドブックの検討

<参考事例：ハード面のユニバーサルデザイン化（岐阜県高山市）>



【画像出所】岐阜県高山市ホームページ

[http:// http://www.hida.jp/data/photo/cgi-bin/photo/photo_view.cgi?bunrui=1](http://www.hida.jp/data/photo/cgi-bin/photo/photo_view.cgi?bunrui=1)

<参考事例：おもてなし 365 日（岐阜県高山市）>

岐阜県高山市では、モニター旅行や専門機関での調査などを通じ、高山市に宿泊した方の意見収集を進め、主に宿泊施設におけるご高齢のお客様や障害のあるお客様への対応方法を取りまとめたサービスマニュアル「おもてなし 365 日」を作成し、関係者に配布している。

【画像出所】岐阜県高山市



水辺からの景観を楽しむ仕組みづくり

- 陸上から水辺の景観を楽しむだけでなく、身近な水辺環境を有する特徴を活かして、多摩川や東京湾(運河)などから大田区の景観を楽しめるような仕掛けづくりを促進します。
- 多摩川の水面を利用した様々な活動プログラムを展開するとともに、上流域や対岸の川崎市との連携事業に取り組みます。

《事業例》

大森 ふるさとの浜辺公園など水辺を活かした活動の支援

丸子橋（またはガス橋） 河口までのカヤックなどによる多摩川川下りの開発

川崎市との連携による産業観光への取り組みの検討

上流域との連携によるウォーキングやマラソンへの取り組みの推進

多様な船（屋形船・カヌーなど）による楽しみの創出

ウォーキング・ジョギング・サイクリングマップの作成

区民、来訪者の投稿による『大田区水辺 100 景』『緑 100 景』などの公募

<主に対象となる地区>

多摩川、海老取川、東京湾運河

臨海部の公園地域

公共交通と連携した地域巡りの充実

- 鉄道会社やバス会社などの公共交通機関との連携によって、利便性の向上を図るとともに乗り換え案内などの情報提供により、観光拠点間・資源間のスムーズな移動を実現します。
- 地域を巡る楽しさを伝えるため、鉄道会社やバス会社との協力体制のもとで、テーマ性のある地域巡り企画商品づくりに取り組みます。

《事業例》

多様で利便性の高い二次交通*の充実へ向けた利用システム、サービスの検討
多摩川アートラインプロジェクトとの連携強化（商店街を巻き込む活動の展開）
多摩川上流域との交流連携事業の支援
臨海部の魅力資源を訪ねるバス会社との連携ツアーの開発（試験的には実施）

< 主に対象となる地区 >

東急沿線、京急沿線
臨海部

公共施設の開放・利活用

- 大田区の公共施設を区民や来訪者の回遊のサービス支援機能(地域情報の発信窓口、休憩・トイレなど)として利活用することを検討します。
- 地区の情報館、地区固有のイベント会場など、地元のにぎわいを創出する舞台としての利活用についても検討します。

《事業例》

大田区の公共施設の立地・施設の性格などの整理、利活用の可能性の検討

* 地域の交通拠点（鉄道、空港、海港など）から地域内を移動するための交通手段。通常は、地下鉄、バス、自転車が利用される。

(1)基本戦略の目的

<目的>

大田区の観光の始動・展開・発展に向けて、まちづくりと連携した人材育成と組織を充実させます。地域全体として来訪者へのおもてなし意識の向上を図ります。

観光地としてのイメージが希薄である大田区の観光を推進するためには、始動期・展開期・発展期へと段階的な取り組みが不可欠です。また、観光は「地域づくりの総仕上げ」としての意味合いもあり、まちづくりと表裏一体で取り組むべき課題でもあります。すなわち、大田区や観光事業者だけが観光の主体ではなく、むしろ区民・事業者・NPO などの方々が、日常的な観光の担い手となるのです。

そのため、まちづくりの分野も含めて広い意味で観光と関わりのあるすべての組織・人材の知恵と努力を結集することで、まち全体の魅力が高まり、さらなるにぎわいや活力が生まれてくるものです。また、区の魅力やイベントの情報を、来訪者に対して“おもてなしの心”をもって気軽に提供する区民がたくさん育つことが、おおたファンを増やし、結果としてリピーターの増加につながります。

このようなことから、観光を推進するサポート部隊を育成し、海外を含めた多くの来訪者に対応できる体制を構築し、大田区を訪れる来訪者に対するおもてなしを向上させるよう積極的に、また、段階的に取り組みます。

(2)基本戦略の概要と施策・事業例

<概要>

大田区の観光を持続的に発展させるため、まちづくりと観光に関わる官民横断的な体制づくりに取り組むとともに、サポートの仕組みづくり、人材育成を段階的に充実します。

また、地域全体でのおもてなし環境の充実が地域の魅力をさらに高めることから、地域ぐるみでのおもてなしの展開を図るとともに、広域との連携を通じて、大田区の魅力の強調と補完を推進します。

観光協会の機能充実支援

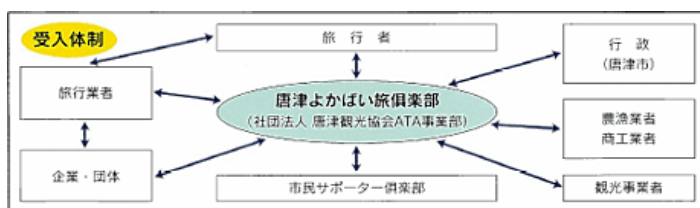
- 大田区において、観光の中核的推進役を担うことが期待される観光協会の機能強化を支援します。また、区の観光窓口として情報を集約するとともに区内各施設との連携強化を支援し、観光客への情報発信窓口として観光コンシェルジュ機能の充実を図ります。

《事業例》

観光振興施策の推進にあたっての連携
観光協会活動に対する支援

< 参考事例：行政と観光協会が連携した観光振興施策の推進（佐賀県唐津市） >

唐津市の観光事業者を横断的に束ねる受け入れ組織の必要性が高まり平成 19 年 4 月 1 日に社団法人唐津観光協会内に唐津市からの 100%の補助金により ATA（エリア・ツーリズム・エージェンシー）事業部を設立し、唐津市および隣接する自治体を営業エリアとした着地型旅行事業を展開している。



観光サポーターとなる担い手の育成と組織化

- 区の資源やできごとについて区民が楽しく学ぶ機会の充実を図るとともに、区民のアイデアが観光の推進に反映される仕組みづくりを展開します。
- 区民自身が発案し、自ら観光事業の担い手になることができるように活動支援、企業支援の仕組みを充実します。

《事業例》

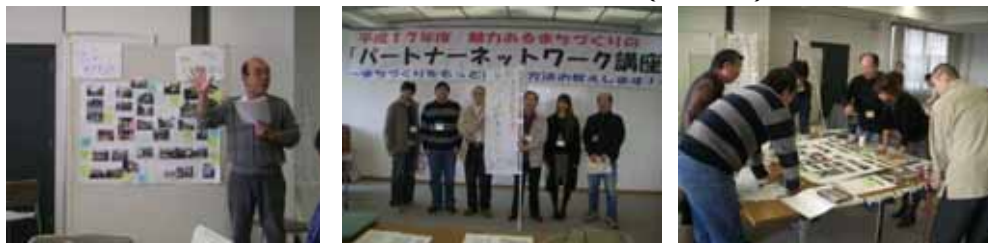
区民活動グループとの連携の強化、窓口づくりの検討

区民活動グループとの情報交流の場づくりの推進

観光振興に寄与できる企業（地域情報誌、ケーブル TV など）との連携

前項のグループ・企業との協働事業の提案募集

< 参考事例：情報交流の場づくりの推進に関して（群馬県） >



群馬県が行っている「パートナーネットワーク講座」。県内各地の行政職員と、民の立場でまちづくりに携わっている人々が集まり、外部講師を招聘してまちづくりの手法を楽しみながら学んでいる。官と官、官と民の密接な連携づくりに大きく寄与している。

地域ガイドの育成と充実

- 来訪者が楽しく回遊し、大田区に対する興味を強め、大田の魅力を認識できるよう、区の歴史や文化、産業などに精通し、人を惹きつける話術を備えた地域ガイドの育成を進めます。また、ものづくりなど特定のテーマに精通するガイドの充実を図ります。

《事業例》

育成講座の開講支援（例えば、ものづくり見学インストラクターや外国人向け観光案内ガイド など）

区民活動グループとの協働事業の支援

国際交流を推進する仕掛けづくり

- 羽田空港の国際化を契機として、外国人観光客を案内する地域限定の通訳案内士や周辺区で通訳ガイドとして活動している団体や人々とネットワークを構築し、交流する機会を設けて情報交換や勉強会を開催します。
- 外国人の長期滞在向けの宿泊施設の充実など外国人の来訪者が滞在しやすい環境づくりを積極的に進めます。

《事業例》

宿泊事業者に向けた外国人の受入れについての先進事例視察を含むセミナーの実施

外国人おもてなし対応マニュアルづくり

外国人おもてなし店舗用ステッカーの配布

ビジター産業の推進体制づくり

- 大田区が観光振興を実践し、羽田空港が国際化されて、来訪者が増加することによってもたらされる経済効果が区内に波及するように、ビジター産業^{*}を創出・育成するための推進体制の構築と充実を推進します。
- 羽田空港の国際化に備えて、区内への国際会議・見本市の誘致活動などを展開します。

《事業例》

ビジター産業^{*}の組織化の推進

外国人客の受入れに関するセミナーの開催

* 来訪者による消費を収益源のひとつとする産業。宿泊業、レジャーパーク、土産品などの観光産業のほか、交通業（鉄道、バス、タクシーなど）飲食業、ショッピングモールや一般の小売業も含まれる。

地域ぐるみでのおもてなしの展開

- 区内の観光に関わる人、一般区民を対象として地域のおもてなし意識を向上させるため、来訪者の受け入れ（外国人も含む）や“おもてなし”に関する事項を盛り込んだ講座などを開催するとともに、理解・協力を得るための広報活動に努めます。
- “おもてなし”は人だけでなく街の雰囲気や景観などからも感じるものであることから、地区の清掃活動や沿道の植栽整備など、来訪者に不快感を与えないような環境づくりについても、区民の理解と協力を得つつ推進します。

《事業例》

コミュニティ活動との協働事業、支援事業の展開

国際化記念キャンペーン・イベントの実施

< 参考事例：協働事業や情報共有（群馬県渋川市伊香保温泉） >



伊香保温泉の基本情報などとともに、「伊香保温泉品質向上大作戦」と称するまちづくりの目標像や基本方針などをハンドブックに掲載し、地域全体で共有している。

製作：伊香保温泉品質向上委員会、主催：伊香保温泉観光協会、伊香保温泉旅館協同組合

近隣区などとの連携による広域観光ルートの開発と情報発信

- 近隣自治体や観光関係団体、多摩川沿いの自治体・組織などとの連携を強め、共通テーマによる広域観光ルート開発や情報の発信に心がけます。

《事業例》

多摩川や運河、鉄道や道路を媒介とした連携事業の展開

区境を越えたイベントの開催

川崎市との産業観光ルートづくり

多摩川を軸とした川崎市、あるいは上流圏自治体との連携イベントや交流（マラソン、ウォーキング、カヤック・カヌーなど）

多摩川に関連する取り組みを行っている団体との連携

- 参 考 -

《 大田区内の活動団体 》 「大田区区民活動団体データベース」より

大田区区民活動団体データベースに登録している活動団体

《平成 20 年の登録数は 489 団体で、NPO 法人のほか、町内会・自治会、生活協同組合、任意団体なども登録している》

登録団体の活動分野別内訳	団体数
○ 保健、医療または福祉の増進を図る活動	【 2 0 2 】
○ 社会教育の推進を図る活動	【 1 4 3 】
○ まちづくりの推進を図る活動	【 2 1 2 】
○ 学術、文化、芸術またはスポーツの振興を図る活動	【 1 5 2 】
○ 環境の保全を図る活動	【 1 9 8 】
○ 災害救助活動	【 1 8 4 】
○ 地域安全活動	【 1 6 0 】
○ 人権の擁護または平和の推進を図る活動	【 4 7 】
○ 国際協力活動	【 6 7 】
○ 男女共同参画社会の形成の促進を図る活動	【 4 8 】
○ 子どもの健全育成を図る活動	【 2 5 6 】
○ 情報化社会の発展を図る活動	【 1 5 3 】
○ 科学技術の振興を図る活動	【 3 】
○ 経済活動の活性化を図る活動	【 2 0 】
○ 職業能力の開発または雇用機会の拡充を支援する活動	【 1 6 】
○ 消費者保護を図る活動	【 1 7 】
○ 上記の活動を行なう団体の運営・活動に関する連絡、助言 援助の活動	【 6 5 】

複数の活動分野を持つ団体があるため分野別の合計は総数と異なる。

大田区を拠点として活動している N P O 法人

東京都に登録している団体

- 東京都に登録している N P O 法人は活動区域が都内に限定される【 1 5 6 団体】

平成 20 年 3 月 31 日現在

内閣府に登録している団体

- 内閣府に登録している N P O 法人は全国を対象に活動できる【 2 9 団体】

平成 19 年 4 月 2 日現在

第6章 大田区の観光の推進に向けて

1 基本戦略展開の考え方

大田区の観光を効果的に、また、着実に展開していくためには、関連施策・事業を段階的・計画的に推進していくことが求められます。そのためには、各施策・事業の主体と優先順位を意識した戦略展開の考え方を持ち、それを指針・羅針盤とした継続的な取り組みが必要不可欠です。

行政、観光協会や関連組織、観光事業者を含む各種事業者、まちづくり団体・組織、一般区民など、様々な主体が相互に関わり合いながら、互いの活動実態を認め合いつつ、実際に動きやすい環境づくり・仕組みづくりのもとに、協働し、行動へと移すことが基本となります。

各施策・事業の取り組みの優先順位を考えるにあたっては、「容易性・実効性」「必要性・波及度」「共楽性・効果の実感と共有」の3つの観点に基づいて定めることとします。

【優先的な取り組みを考える観点】

容易性・実効性<=すぐにできること>

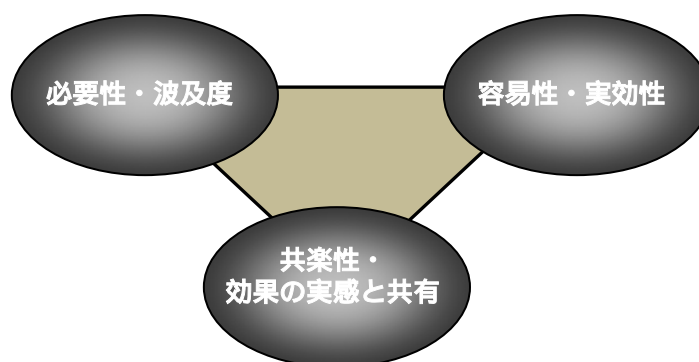
・「すぐにできること」を実施することにより、始動期の取り組みが速やかに動き出す。

必要性・波及度<=すぐに(先に)やるべきこと>

・「すぐにできること」を実施した後、「すぐにやるべきこと」を展開することにより始動期の取り組みの加速度が増す。

共楽性・効果の実感と共有<=みんなでやるのが楽しいこと>

・みんなで取り組むことにより効果を発揮し、効果が見える喜びをみんなで共有することにより、楽しみながら持続的に発展することができる。



2 重点計画による推進

重点計画は、観光振興プランを推進するため区が主体となり 5 か年で取り組む事業を表したものです。事業選定に当たっては、「基本戦略展開の考え方」を踏まえ、この基本戦略を横断的に包括でき、重要度が高く、先導的なものとししました。

3 大田区観光推進協議会(仮称)設置による継続的検討

本プランを継続的かつ官民横断的な体制で推進するために、行政内はもとより関係する団体ならびに区民代表までも含めた「大田区観光推進協議会(仮称)」を設置し、継続した計画の推進を図ります。

参 考 資 料

- 1 策定の体制
- 2 大田区観光産業振興プラン検討委員会設置要綱
- 3 大田区観光産業振興プラン検討委員会委員名簿
- 4 大田区観光産業振興プラン検討委員会専門部会委員名簿
- 5 策定経過

1 策定の体制

区は、平成 20 年 7 月に「大田区観光産業振興プラン検討委員会」を設置し、10 年後の区がめざすべき観光の方向性を検討してきました。

また、区では、区役所内にも副区長を会長とする「庁内検討会」を設置し、観光振興プランの策定に向け、検討委員会と連携しながら観光振興プランの策定の検討を進めてきました。

平成 20 年 12 月には、検討委員会から区長へ報告をいただき、検討委員会の報告内容を踏えながら、さらに庁内検討会で検討を進め、パブリックコメントを経て、ここに観光振興プランを策定しました。

2 大田区観光産業振興プラン検討委員会設置要綱

平成 20 年 5 月 19 日

20 産産発第 10244 号区長決定

(設置)

第 1 条 大田区の観光行政が目指すべき方向性・ビジョンを円滑に審議するため、大田区観光産業振興プラン検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第 2 条 委員会は、観光行政が目指すべき方向性・ビジョンについて、次の事項を審議し、その結果を区長に報告する。

- (1) 大田区における観光行政の方向性・将来像
- (2) 前号を実現するためのプラン策定のあり方
- (3) 具体的な事業手法や事業内容などの課題と施策の方向性や事業推進にかかわる役割分担
- (4) その他観光行政のあり方を審議するに当たり必要な事項

(構成)

第 3 条 委員会は、次に掲げる者のうちから、区長が委嘱し、又は任命する 16 人以内の委員をもって構成する。

- (1) 区民
- (2) 観光・産業関係者

(3) 有識者

(4) 区議会議員

(5) 区職員

(委員の任期)

第4条 委員の任期は、委員会が第2条の規定により報告をした日までとする。

(委員長)

第5条 委員会に委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 委員長に事故あるときは、委員長の指定する委員がその職務を代行する。

(会議)

第6条 委員会は、委員長が招集する。

2 委員会は、委員の半数以上の出席がなければ、会議を開くことができない。

3 委員会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

4 委員長は、必要に応じて委員以外の者の出席を求め、意見若しくは説明を聞き、又は資料の提出を求めることができる。

(専門部会)

第7条 委員会は、その所掌事務を分掌させるため、専門部会(以下「部会」という。)を置くことができる。

2 部会は、委員長が指名する委員(以下「部員」という。)をもって組織する。なお、委員長は、必要に応じて区長が委嘱した委員以外のものから部会委員を指名することができる。

3 部会に部会長を置き、部員の中から委員長が指名する。

4 部会長は、部会の会務を総理し、部会における審議の経過及び結果を委員長に報告する。

5 部会長に事故あるときは、委員長の指定する部員がその職務を代行する。

6 部会は、部会長が招集する。

7 部会は、部員の半数以上の出席がなければ、会議を開くことができない。

8 部会の議事は、出席部員の過半数で決し、可否同数のときは、部会長の決するところによる。

9 部会長は、必要に応じて部員以外の者の出席を求め、意見若しくは説明を

聞き、又は資料の提出を求めることができる。

10 前各項に定めるもののほか、部会の運営に関して必要な事項は、部会長が委員長の同

11 意を得て定める。

(会議の公開)

第 8 条 委員会の会議は、公開とする。ただし、委員会の議決があったときは、非公開とすることができる。

(会議の傍聴)

第 9 条 前条の規定により委員会の会議を傍聴しようとする者は、会議の当日に会場の受付に申し出るものとする。

2 委員長は、委員会の運営に支障があると認めるときは、傍聴人の数を制限することができる。

3 傍聴に際しては、会場の秩序を乱し、又は議事の妨害となるような行為をしてはならない。

(準用)

第 10 条 前 2 条の規定は、部会について準用する。この場合において、これらの規定中「委員会」とあるのは「部会」と、「委員長」とあるのは「部会長」と読み替えるものとする。

(庶務)

第 11 条 委員会及び部会の庶務は、産業経済部産業振興課において処理する。

(委任)

第 12 条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関して必要な事項は、委員長が定める。

付 則

1 この要綱は、平成 20 年 5 月 19 日から施行する。

2 この要綱は、第 2 条の規定による報告の日限り、その効力を失う。

3 大田区観光産業振興プラン検討委員会委員名簿

(敬称略)


氏名	ふりがな	構成	現職
熱海 勇	あつみ いさむ	区民	
野口 健幸	のぐち たけゆき	区民	
高田 あや	たかだ あや	区民	
モウ イクエイ	もう いくえい	区民	
遠藤 孝一	えんどう こういち	観光・産業関係者	大田区商店街連合会会長
舟久保 利明	ふなくぼ としあき	観光・産業関係者	(社)大田工業連合会会長
田中 常雅	たなか つねまさ	観光・産業関係者	大田観光協会会長
東浦 亮典	とううら りょうすけ	観光・産業関係者	東京急行電鉄(株)開発事業本部 沿線開発担当課長
伊東 治泰	いとう はるやす	観光・産業関係者	京浜急行電鉄(株)総務部 広報宣伝担当課長
石川 祐成	いしかわ ゆうせい	観光・産業関係者	(株)はとバス定期観光部次長
十代田 朗	そしろだ あきら	有識者	東京工業大学准教授
政所 利子	まんどころ としこ	有識者	株式会社 玄 代表取締役
福田 和生	ふくだ かずみ	有識者	(財)日本女性航空協会理事
松原 茂登樹	まつばら もとき	区議会議員	開発・観光対策特別委員会委員長
木村 勝	きむら まさる	区議会議員	開発・観光対策特別委員会副委員長
野田 隆	のだ たかし	区職員	大田区副区長

4 大田区観光産業振興プラン検討委員会専門部会委員名簿

(敬称略)

氏名	ふりがな	構成	現職
熱海 勇	あつみ いさむ	区民公募	
野口 健幸	のぐち たけゆき	区民公募	
高田 あや	たかだ あや	区民公募	
モウ イクエイ	もう いくえい	区民公募	
栗原 洋三	くりはら ようぞう	観光関係者	大田観光協会事務局長
東浦 亮典	とううら りょうすけ	観光関係者	東京急行電鉄(株)開発事業本部 沿線開発担当課長
伊東 治泰	いとう はるやす	観光関係者	京浜急行電鉄(株)総務部 広報宣伝担当課長
石川 祐成	いしかわ ゆうせい	観光関係者	(株)はとバス定期観光部次長
福田 和生	ふくだ かずみ	学識経験者	(財)日本女性航空協会理事
川野 正博	かわの まさひろ	区職員	まちづくり推進部参事
玉川 一二	たまがわ かずじ	区職員	経営管理部空港臨海担当課長
江本 里子	えもと さとこ	区職員	経営管理部施設管理課

5 策定経過

	観光振興プラン策定	検討委員会	区民参加
平成 20 年 7 月		検討委員会設置 検討委員会・専門部会 検討開始	区民アンケート調査 (7/1 ~ 7/14)
8 月			
12 月		検討委員会報告	
平成 21 年 1 月			
2 月	観光振興プラン(素案)の公表		観光振興プラン(素案) パブリックコメント (2/2 ~ 2/20)
3 月	観光振興プラン策定		

大田区観光振興プラン

平成 21 年 3 月発行

大田区産業経済部産業振興課

〒144-0035 東京都大田区南蒲田一丁目 20 番 20 号

TEL:3733-6190 FAX:3733-6103

