

大田区観光振興プラン 概要版

「知る人ぞ知る魅力」を大切にする

イキイキ

世界とつながる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”を大切にでき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

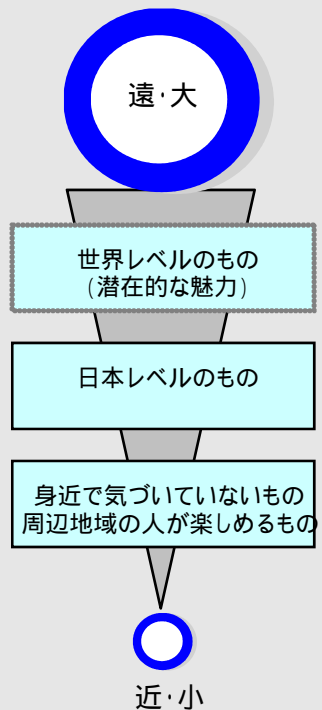
居住地域別セグメント

- ▶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

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 -----	4
	~ 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 -----	4
	2 将来目標実現に向けた3つの基本的方向性 -----	5
第4章	誘客マーケットと資源テーマ -----	7
	1 大田区の観光の誘客マーケットの考え方 -----	7
	2 テーマ性による大田区の観光資源の編集 -----	8
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 -----	10
	基本戦略 1 大田区ならではの特色ある資源を見出す -----	11
	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 -----	12
	基本戦略 3 にぎわい・都市観光の核をつくる -----	14
	基本戦略 4 五感と移ろいで楽しめる仕掛けをつくる -----	16
	基本戦略 5 来訪者を迎え入れる情報を発信する -----	17
	基本戦略 6 快適回遊と交通ネットワークを整える -----	19
	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 -----	20
第6章	大田区の観光の推進に向けて -----	23
	1 基本戦略展開の考え方 -----	23
	2 重点計画による推進 -----	23
	3 大田区観光推進協議会(仮称)設置による継続的検討 -----	23

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 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きます。

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、都などの動向を踏まえて、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ます。

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ぶり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)づくりを行います。

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をまちづくりと一体となり取り組みます。

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、少しでも長く区内で時間を過ごしていただくことで、地域での消費が拡大され、また、新たな消費も生み出され、地元商店街やものづくりを中心とする中小企業の活性化が進み、結果として、住んでいる人が、いきいきとしたまちになります。

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ります。

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、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。

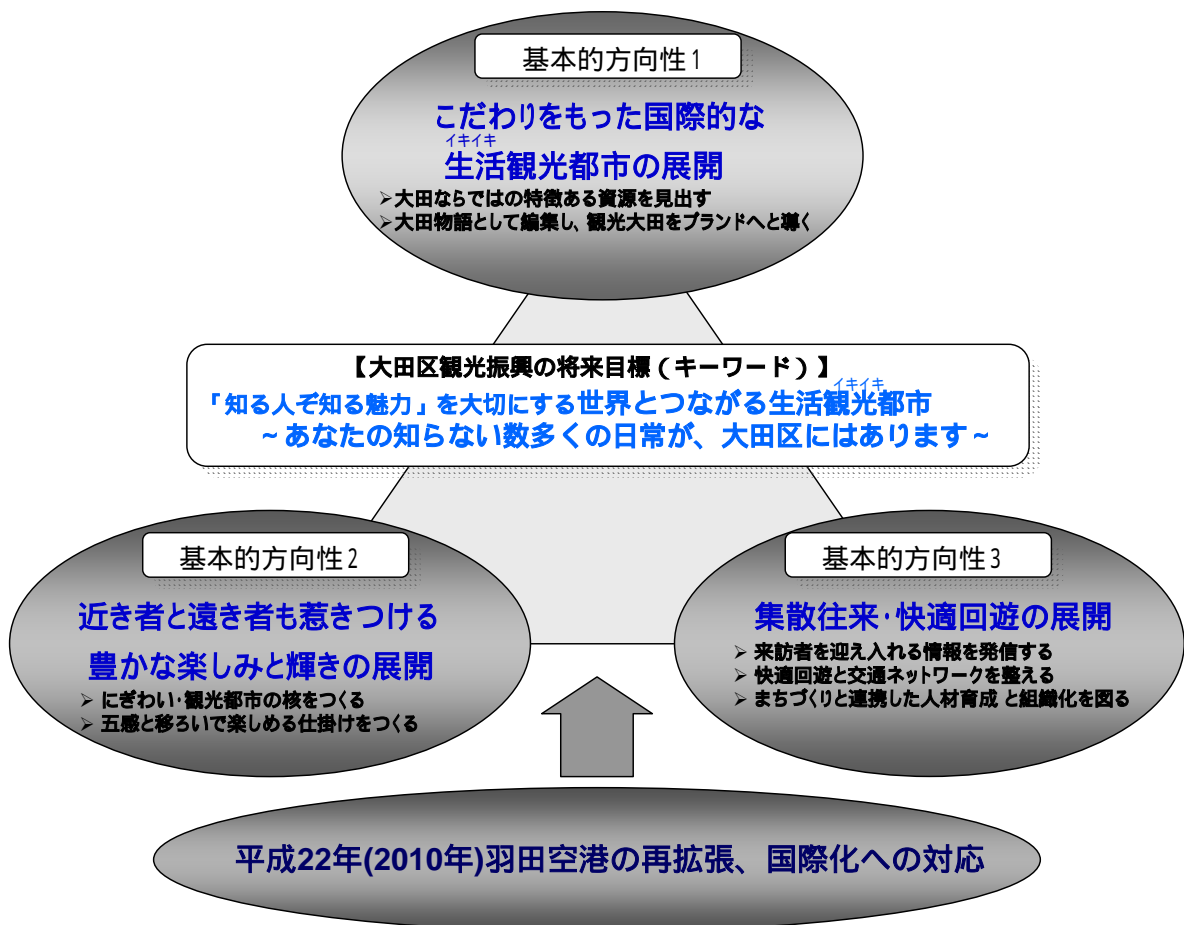


2 将来目標実現に向けた3つの基本的方向性

大田区の観光振興が目標とする『「知る人ぞ知る魅力」を大切にする、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、区民が繰り返して行ってみた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・行ってみ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への嗜好の特性を踏まえるとともに、同行者のタイプによっても異なるので、一律に観光客として捉えるのではなく、それぞれ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える魅力ある資源を十分に知ってもらおう」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。

(2) 同行者タイプ別の観光客と特性

観光においては「だれと一緒に行動するか」ということを考えて、来訪地での行動が決まります。夫婦で歴史散歩をしたり、家族で公園へ行ったり、友人たちとグループでキャンプをするというように、ひとりの人の行動が、同行者が変わることで別の行動になり、異なる意味を持つてくるのです。

2 テーマ性による大田区の観光資源の編集

《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

テーマ1：歴史史実・ゆかりの人物

《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ます。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の基本的部分となり、地域に住む人にとっては、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であり、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。

テーマ2：地域の記憶

《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。

テーマ3：名所・風景

《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。関連する他の資源と組み合わせることで、地域の魅力を引き立てます。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ます。

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。特徴のある飲食店や老舗の名店などは、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。

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、「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。

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。また、「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。

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、7つの基本戦略とその目的に基づく観光施策・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

「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

<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、素地作りの取り組みをはじめます。

<施策と事業>

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。
- 発掘したお宝は、展示可能なものは公共施設や区内の店舗などに展示し、実際に触れ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。

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、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。

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。
- 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。

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。

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。

【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

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

<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 年度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。

<施策・事業>

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、6つのテーマに沿っ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。

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。

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。さらに、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。

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」)。

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。

【基本戦略3】 にぎわい・都市観光の核をつくる

(1) 基本戦略の目的

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特徴や他の人に知ってもらいたい、見てもらいたいと思う魅力を“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、地区に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

<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、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。

< 施策・事業 >

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みます。
- 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。

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。

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体験できるツアーとして積極的に売り出します。

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。

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限性、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

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

<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、“限定版”“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。

<施策・事業>

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。

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。

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。

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。

【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

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、実際に現地で必要となった情報について、入手できる場所、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、きめ細やかに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

<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作りに取り組みます。

<施策・事業>

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。

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。

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。

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・パンフレットに頼るだけでなく、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。

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。

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。

【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

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。このような仕組みを充実させ、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

<概要>

来訪者が快適に回遊できるように案内サイン・誘導サインを充実させ、まちなかや既往の観光施設周辺を回遊しやすくする仕組みづくりやサービスを充実させます。また、既存の公共交通機関と連携し、快適回遊のネットワークを地域全体に広げるように取り組みます。

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、景観作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の欠くことのないように努めます。

<施策・事業>

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など、区内を快適に回遊できる仕組みを構築します。

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

* 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。

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。

巡って楽しめる魅力的な沿道づくり・景観づくり

- 沿道の植栽や地域の個性にあった通りの演出、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。

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。

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む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。

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。また、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。

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。

【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

(1)基本戦略の目的

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

<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。

<施策・事業>

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。

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。

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。

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。

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。

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。

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。

* 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。

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。

大田区観光振興プラン
(概要版)

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

