

# アクションプラン第1期

〔令和元年度～令和3年度〕

大田区シティプロモーション戦略  
-Catching O+α (Ota) Promotion-

令和元年5月

# 目次

第I章 アクションプランの概要	01
1 策定	02
2 ターゲット	02
3 計画期間	02
4 基本的な取組み	03
(1) 情報発信の強化	03
(2) 魅力と活力あるまちづくり	03
(3) 区内外に「おおた推し」を増やす	03
5 取組みの方向性	04
(1) 情報発信の強化	04
(2) 魅力と活力あるまちづくり	05
(3) 区内外に「おおた推し」を増やす	07
第II章 主な分野	09
1 産業	10
2 観光	11
3 生活	12
第III章 評価方法・推進体制	13
1 成果指標	14
2 推進体制	15
(1) 事業者・団体等との連携	15
(2) 区民との連携・協働	15
(3) 庁内推進体制の強化	15
第IV章 参考	17
1 関連事業概要	18
2 参考とする指標	21



# 第 I 章 アクションプランの概要

## 1 策定

大田区シティプロモーション戦略の目標達成に向けて、短期的な目標や具体的な取組内容を示し、戦略を着実かつ効果的・効率的に推進するため、アクションプラン（以下「本プラン」という。）を策定します。

### 【大田区シティプロモーション戦略の目標】

日本の玄関である羽田空港を擁する地の利を最大限に活かし、国内外からの来訪者の区内回遊、区民との交流を促進し、繰り返し訪れたいまち、区民が日常生活を楽しみ、区への愛着や誇りを持ち、自信を持って自慢できるまちをつくります。

## 2 ターゲット

- 羽田空港を利用する国内外からの来訪者
- 大田区の持つ多様な魅力に気付いていない区民

## 3 計画期間

シティプロモーションの取組みを本格的にスタートするにあたり、2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会など、国際的なイベント開催を通じて高まる日本への注目度や、来訪者の増加をアクションの好機と捉え、訪日来訪者を主たるターゲットに位置付けた取組みを推進するため、2019年度から2021年度までの3年間を計画期間とします。

## 4 基本的な取組み

基本的な取組みとして以下の3点を設定し、本プランを推進します。

### (1) 情報発信の強化

【施策例】

多様なメディア活用による発信、交通事業者等との広告連携事業、ブランドメッセージ・ロゴマーク・ウェブサイト・SNSの活用など

### (2) 魅力と活力あるまちづくり

【施策例】

地域資源の発掘・磨き上げ・創出、イベント活用、回遊性向上の仕組みづくり、人材育成、インフラ整備（観光サイン等）、周辺自治体や空港所在都市などとの連携、企業・団体等との連携事業の実施など

### (3) 区内外に「おおた推し」\*を増やす

【施策例】

区事業の情報発信・参加促進、魅力向上等に積極的な区民との連携  
区民による情報発信・情報拡散、区民主体のプロモーション活動への支援など

【アクションプラン第1期 ターゲットと取組みイメージ】

	1年(2019)	2年(2020)	3年(2021)
イベント	G20 サミット 2019 ラグビーワールドカップ	2020 東京オリンピック・ パラリンピック	羽田空港 90 周年 ワールドゲームズ(関西)
ターゲット	・区内のことをよく知らない 区民 ・羽田空港利用者	・区内のことをよく知っている 区民 ・羽田空港利用者	・区の魅力発信に関与意欲 が高い区民 ・羽田空港利用者
基本的な 取組み	【情報発信力の強化】 情報発信・メディア活用		
	【魅力と活力のあるまちづくり】 イベント活用・地域資源の磨き上げ		
	【区内外に「おおた推し」を増やす】 人材育成・区民との連携・支援 区民による情報発信・情報拡散		
目的	区民：愛着度の向上 来訪者：魅力の向上		

\*おおた推し 大田区に愛着や共感を示し、おおたの魅力を自発的に発信する人や、区事業等に積極的に参加する人、おおたの魅力向上に積極的に取り組む人など、区ファンであり、応援してくれる人。

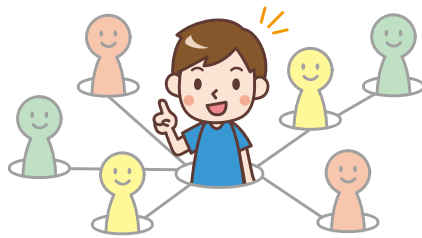
## 5 取組みの方向性

### (1) 情報発信の強化

- 大田区のイメージの明確化及び地域資源の認知度の向上を目指します。
- 区の実践や情報を発信する際に、常にブランドメッセージを関連づけて、大田区のイメージを区内外に定着させていきます。
- ロゴマークの活用を通じて、様々な立場の人が戦略の趣旨に共感し、大田区のシティプロモーションの担い手になってもらうことを目指します。
- ターゲットに合った情報発信やSEO<sup>※</sup>の実施など、効果的な情報発信をします。
- SNSでの情報の共有や拡散がされるよう、ハッシュタグ<sup>※</sup>の設定等を実施し、適宜検証・実行しながら露出を高める取組みを行います。

### 【展開例】

- インフルエンサーなどの人材活用や PESO<sup>※</sup>活用など



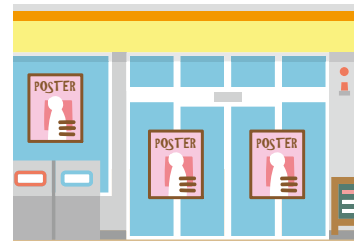
- 複数部局にまたがるチラシ・パンフレットを集約し、「ユニーク」を強調



- チャットアプリを活用した 海外向け情報発信



- 区内全体の店舗・事業者等での ポスター提示やチラシ配布等の協力



- 事業者等とのSNSによる情報拡散、ポスター掲示、ウェブサイト（日本語・英語）での情報発信、相互リンク等の協力



※ SEO

検索エンジン最適化を意味する Search Engine Optimization の略。検索結果でウェブサイトがより多く露出されるために行う一連の取組みのことを指す。

※ハッシュタグ（#）

ツイッター等の SNS で情報をグループ化して検索・表示することができるラベル。ハッシュマーク#が付いたキーワードのこと。同じハッシュタグが付けられた投稿は、ハッシュタグを検索することで、まとめて閲覧ができる。

※ PESO

ペイドメディア (Paid Media : コストをかけて掲載する広告)、アーンドメディア (Earned Media : 新聞、テレビ等のマスメディアやインフルエンサーなど影響力のある第三者による発言・発信)、シェアドメディア (Shared Media : SNS やブログなどのソーシャルメディア、口コミサイト)、オウンドメディア (Owned Media : 自社で運用管理するサイト、ブログや SNS アカウント) の4つのメディアを指し、それぞれの頭文字をとって名付けられたもの。

## (2) 魅力と活力あるまちづくり

- 各種地域資源を組合せた楽しみ方の提案やモデルコース等の普及など、地域資源のネットワーク化を推進し、魅力の向上、更なる回遊性の強化へつなげます。
- イベントは、様々な主体・関連イベント同士の連携・連動等を意識した内容で企画し、魅力的で発展性のあるイベントの継続的な実施を目指します。
- 真に人を惹きつける魅力の発掘という視点で、地域資源の掘り起しを行った上で、行きたくなる、来た人が満足できるような磨き上げを行い、区内外からの来訪者の満足度の向上を図ります。
- 大田区ならではの地域資源や魅力を発掘・整理・創出し、区のイメージの向上、シビックプライドの醸成<sup>※</sup>、来訪者の増加等へつなげます。

### 【展開例】

- イベント同士の横断的な取組み（スタンプラリー、特典付きクーポン・パスポート配布等、各団体・企業の持つコンテンツで拡充を図る。）



- 季節ごとの見どころやイベントと「食」を合わせたルートの設定・案内



- 各団体・企業等のスタッフのオススメ（「CAのオススメ」「タクシードライバーのオススメ」など）で区内の魅力をPR



○大田区のオススメ (OTA!いちおしグルメ、大田のお土産100選など) PRの強化



○OTA!いちおしグルメ

○外国人向け体験プラン等の企画・PR



○キャッシュレス基盤の支援



○通訳付商店街ツアー企画・PR



※シビックプライド 「区に対する愛着・誇り」。  
シビックプライドの高まりは「まちづくり参画への高まり」による地域の活性化や「区民による他者への推奨」へとつながります。

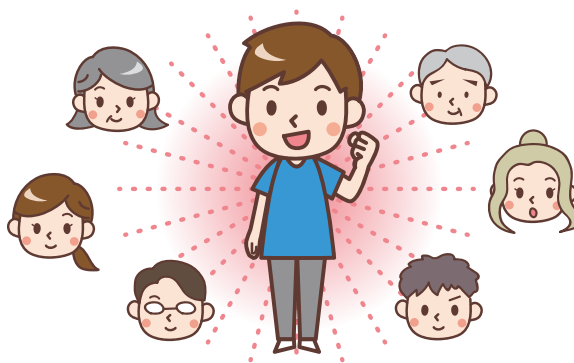


### (3) 区内外に「おおた推し」を増やす

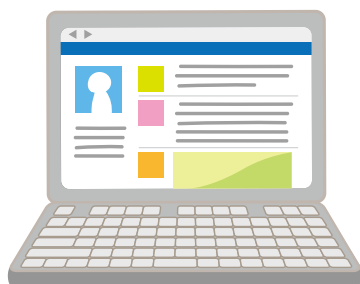
- 専用ホームページや区が持つ広報媒体などを活用し、定例的に魅力の再発見や知る機会の提供に取り組めます。
- おおたの魅力、ユニークな事業や地域資源など、区民に分かりやすく発信し、区内の地域資源等に対する認知度の向上を図ります。
- 区民による情報発信・情報拡散がされる取り組みを行い、おおたの魅力を区民と協働で発信し、愛着度や誇り度の向上を図ります。
- 戦略的・効果的な情報発信に取組み、シビックプライドを醸成し、おおた推しを増やすことを目指します。

#### 【展開例】

- おおたの魅力の発信に積極的な人材の発掘
- 区に愛着を持って活動する人達への継続的な支援



- シティプロモーションのウェブサイト上などの場を活用したFAN (FUN) クラブの結成 (一定の条件を満たす人をFANに認定し、情報発信の担い手になってもらう。見て楽しむ (FUN) 人は「いいね」などで参加) など







## 第Ⅱ章 主な分野

# 1 産業

- 企業活動や高度な科学技術等について、一般の方々にもわかりやすい「見せる」仕掛けづくりをします。
- メディアが関心を持つようなリーディングプロジェクトを効果的に発信します。
- 工業関連イベント等と「食」の連携など、異分野間の連携を促進し、新たな魅力創出、関心を高め、更なる交流の増進、魅力の創出の好循環を図ります。



## 【関連事業】

○大田のお土産100選



○OTA!いちおしグルメ



○おおたの逸品



○THE PARTY



## 2 観光

- 羽田空港をはじめ、航空会社の整備場、物流会社の最先端物流拠点、池上本門寺、大田市場など多様でユニークな観光資源を活用した観光PRを推進します。
- 日本の玄関口として、羽田空港跡地の活用など、観光客等の受入環境の整備を行います。
- 羽田空港利用者等の来訪者への区のPR強化を図ります。
- 産業観光をおおたの魅力として発信し、交流人口の拡充、認知度やイメージ向上、来訪者増加へつなげます。
- 回遊性向上の仕組みづくりや地域資源を最大限活用し、地域経済の活性化を推進します。



### 【関連事業】

- 大田区観光情報センター・コーナー運営
- おおたオープンファクトリー



- ウェルカムショップ制度の推進
- 大田の観光にぎわい創出補助事業
- 自治体間広域連携の推進 (品川区広域連携連携事業・川崎市連携事業)
- 大田区の観光をサポートする人たちと連携したにぎわい創出事業
- メディアなどを活用した情報発信
- 大田区公式観光サイト運営事業
- くりらぼ多摩川
- JAL工場見学 Sky Museum
- ANA機体工場見学
- おおたウェルカムボランティア事業
- ボランティアガイド育成・PR事業
- 羽田クロノゲート見学コース
- 大田市場見学



### 3 生活

- 多摩川河川敷でのイベントの実施や、多摩川の利活用に向けた環境整備の検討等を行い、区と事業者等が協力しながら磨き上げを図ります。
- スポーツ施策や文化施策などの魅力発信を積極的に行い、愛着のみでなく、認知度やイメージの向上につなげます。
- 地域に愛着や誇りを持つ人々の活動に対し、事業連携や協力・支援などの強化を図り、対外的イメージの向上、シビックプライドの醸成に繋がります。
- 訪日外国人を含めた区外の方々に対して、区の多様な魅力を日常生活の「コト」体験を通じて、暮らしやすさや親しみやすさなど区の魅力のPRに努めます。



#### 【関連事業】

- 東京2020大会機運醸成事業
- 文化・歴史・地域資源を活用した「まいせん」(馬込・池上・洗足)のPR



- 勝海舟記念館運営事業
- 大田クルーズプロジェクト(舟運事業)
- コミュニティサイクル事業
- 生活名所(池上線)
- 多摩川流域の自治体交流事業

## 第Ⅲ章 評価方法・推進体制

# 1 成果指標

各種施策の効果検証を適宜行いながら、以下の項目等を向上させていきます。

(例)

## 情報発信の強化

施策内容	活動量	効果
ウェブサイト活用	更新頻度	アクセス数 滞在時間 ユニークユーザー数
SNS 活用	発信件数 SNS 広告活用件数	フォロワー数 いいね数
プレスリリース	発信先件数 発信件数	採用件数 取材件数
インフルエンサー活用	発信件数	いいね数

## 魅力と活力あるまちづくり

施策内容	活動量	効果
地域資源の磨き上げ	取組件数	活用件数
既存イベント等の拡充	新たな取組みの実施数 参加事業者数	来場者数
回遊性向上の仕組みづくり	面を意識したルート設定件数 回遊ルートやアクティビティの整備件数 発信件数	

## 区内外に「おおた推し」を増やす

施策内容	活動量	効果
区民との連携・支援	件数(後援・共催等) 通訳・ガイド等人材育成数 ウェブやSNS等での区民参加企画 (魅力発信)実施数	企画参加者数 発信・投稿件数



## 2 推進体制

- 区民・事業者等のそれぞれの主体が、互いに協力・連携し、情報発信を行い、大田区シティプロモーション (Catching O+α (Ota) Promotion) の担い手となって参画していく仕組みを構築します。
- 区民・事業者等同士 (民と民)、区民・事業者等と区の担当部局 (民と公)、さらには他自治体等と区の担当部局 (公と公) をつなぐ役割を果たし、一体となったシティプロモーションを行います。

### (1) 事業者・団体等との連携

- 事業者・団体等のそれぞれが持つ強みを生かし、新たな地域資源づくりへの挑戦や、体験の場の提供等により、訪問先としての魅力アップへつなげます。
- シティプロモーションに関する区の情報発信への協力・連携を促進します。
- 独自に行っている情報発信をシティプロモーションの視点で行うことで、おおたの魅力の発信・浸透に寄与し、受け手に「大田区」であることを認識してもらい、情報発信をより効果的なものとします。
- 区と企業・団体が連携して統一感のある情報発信を実施していきます。

### (2) 区民との連携・協働

- 区民が持つ知識や技能、アイデアを生かし、おおたの魅力に関する情報発信や、来訪者との交流、おもてなしに努める気運を高め、自発的に活動することを促進します。
- おおたの魅力を再認識・発見し、区に愛着と誇りを持ち、大田区シティプロモーションの担い手として活動することを促進し、区民の自発的な行動を支援していきます。

### (3) 庁内推進体制の強化

- 全ての職員が、シティプロモーションへの意識を高く持ち、一丸となって推進していく仕組みをつくりまします。
- シティプロモーションに関わりイメージ向上につなげる意識を持ち、積極的におおたの魅力を区民に届けていくとともに、広報マインドの醸成を図っていきます。
- 異なる分野の区民・事業者等が協力して新たな価値を生み出す取組みの裾野を広げる等、多様な主体が連携・協働しておおたの魅力の発掘・創出や魅力情報の発信に取組める環境を整備します。





## 第IV章 参考

# 1 関連事業概要

産業分野	
事業名	実施主体
事業概要	
大田のお土産 100 選	大田区 産業振興協会
大田区ならではの魅力あるお土産品を 100 点程度選定し、観光情報コーナーや各種展示会などを通じて国内外に広く PR し、観光客の誘致・回遊を図る他、表彰事業者の企業成長や地域経済の活性化に繋がります。	
OTA! いちおしグルメ	大田区 産業振興協会
料理、店舗・雰囲気、サービスに特色や魅力ある飲食店の表彰や公共交通広告などを利用して幅広く PR し、区内への誘客・地域の活性化へつなげます。	
おおたの逸品	大田区 商店街連合会
商品やお店に優劣をつけるのではなく、地域の商店街にあるキラリと輝く商品を、冊子配布や公式 HP、SNS 等での PR を行い、お店はもとより、商店街と地域を応援し盛り上げていきます。	
THE PARTY	大田工業連合会
大田工業連合会の青年部が中心となり開催する音楽ライブイベントです。恒例イベントとして定着してきた昨今では、連携の円滑化等の地域工業の活性化を担うだけでなく、地域産業の発展を目指し、他の産業団体と連携した産業全体の振興イベントとして充実させていきます。	

観光分野	
ウェルカムショップ制度の推進	観光課
「来訪者が快適に滞在し、食事や買い物を楽しめるまち」を目指し、受入環境整備のための支援を実施し、外国人旅行者等の積極的な受入れを行う店舗・施設を増やします。	
大田区観光情報センター・コーナー運営	観光課
来訪者に対し、区内の様々な場所を案内することで、回遊性の向上を図るとともに、区内の様々な物品やお土産品の展示・販売を通じ区民にも大田区の魅力を再発見してもらいます。また、「おもてなし外国語講座」等を通じて、外国人旅行者等への受入機運の醸成を図っていきます。	
大田の観光にぎわい創出補助事業	観光課
地域が主体となって大田の観光資源を活かし、新たな地域のにぎわいを創出する事業を支援し、区への来訪者誘致の促進・地域の活性化を図ります。	
品川区広域連携事業	観光課
大田区、品川区が共有するテーマ・観光資源を活用した地域 PR 事業を実施して、地域のにぎわいを創出します。	
川崎市連携事業	観光課
大田区の観光情報を広範囲に発信し、新たな誘客につなげるため、両地域の共通の魅力を柱とした観光 PR 事業を実施し、回遊及び消費活動の促進を図ります。	

大田区の観光をサポートする人たちと連携したにぎわい創出事業	
大田区にゆかりのある映画・ドラマ作品又は区内の観光資源等を活用し、区の認知度向上、区への誘客及び回遊・消費向上につなげます。また、区民の地域に対する愛着・誇りを高め、他者への推奨を促進します。	観光課
メディアなどを活用した情報発信	
海外旅行博出展、海外メディア等招請を行い、訪日外国人旅行者に対し、大田区の認知度向上及び興味喚起を図り、来訪促進につなげます。	観光課
大田区公式観光サイト運営事業	
外国人視点で新規記事を制作し、多言語で掲載を行うことで、区内滞在者の回遊を図ります。また、観光スポット・飲食・宿泊施設・イベント情報等のほか、大田区ウェルカムショップ・まちかど観光案内所等の登録店舗を掲載することでPRを図ります。	観光課
おおたオープンファクトリー	
大田が誇る地域資源であるモノづくりにおいて、一般の方が工場に入って職人と直接話したり、モノづくり体験企画などを実施することにより、地域のモノづくりマインドの醸成を図るとともに、来訪者の誘致及び大田のモノづくりの魅力を広く発信します。	大田観光協会
くりらぼ多摩川	
魅力ある「モノづくりのまちづくり」を推進する拠点として、公・民・学が協同して、モノづくりの体験や地域イベントへの出展など、地域がモノづくりに興味を持つきっかけをつくり、地域のモノづくりマインドの醸成を図ります。	大田観光協会
JAL 工場見学 SkyMuseum	
航空教室・展示エリア・格納庫の3エリアを楽しみながら見学することができます。空の素晴らしさに触れることで、新たな発見やさらなる学びを得て、未来を考える機会を提供します。	日本航空株式会社
ANA 機体工場見学	
機体工場を広く一般の方々に見学いただき、安心して搭乗していただくためだけでなく、学校や団体に向けた学習の場としても活用していただき少しでも社会全体に貢献できるよう努めていきます。	全日本空輸株式会社
おおたウェルカムボランティア事業	
事業での活動を通じて、区民の大会へ参画意識を高めるとともに、大会後の様々な活動にも継続して、区民の自主的な参画につながるよう取り組んでいきます。	スポーツ推進課
ボランティアガイド育成・PR 事業	
大田区内で活動するガイドの会等と連携した地域周遊の仕掛けづくりや、大田の魅力を来訪者に伝える活動を促進する、ガイドの人材育成のための研修・助言等の支援を行います。	大田観光協会
羽田クロノゲート見学コース	
実際に荷物が流れていく様子やヤマトグループ各社のサービスを映像や展示を通してご覧いただき、宅急便をはじめとする物流のしくみや、ヤマトグループが目指す物流の未来を体感いただけます。	ヤマトホールディングス株式会社
大田市場見学	
都内には11の中央卸売市場があり、その中でも大田市場は、青果と花きで日本一、水産も活魚を中心とした特色ある総合市場です。見学コースが整備され、安全にどなたでもご自由に見学ができます。	大田市場

生活分野	
勝海舟記念館運営事業	文化振興課
勝海舟記念館の2019年夏の開館や勝海舟基金への寄附募集も踏まえ、区内外へ広くPRすると共に、地域の関係施設等への回遊を促進します。	
東京2020大会機運醸成事業	スポーツ推進課
東京2020大会の関連イベント等の実施により区民のこころにレガシーを創出します。	
大田クルーズプロジェクト(舟運事業)	都市計画課
水辺の魅力を体感することを通じて、新たな魅力の発見や気づきを促し、区民や旅行者に大田区の新たな楽しみ方を提案し、交通手段として定着させ、地域特性を活かした定期航路化に取り組めます。	
文化・歴史・地域資源を活用した「まいせん」(馬込・池上・洗足)のPR	文化振興課
文化・歴史・自然をテーマにした回遊が楽しめるまちとして、新たに開館する勝海舟記念館をはじめとする各記念館や、郷土博物館を拠点に、馬込・池上・洗足地域の魅力を発信していきます。	
コミュニティサイクル事業	都市基盤管理課
本格導入に向けて、区民及び来訪者の利用状況、ポートの適正配置、事業の効果(回遊性の向上や、公共交通の補完等)を検証していきます。	
生活名所(池上線)	東京急行電鉄株式会社
池上線沿線の街をブランディングし、心地よい暮らしが送れる「生活名所」と見立て、地域一帯を巻き込みながら、情報発信を行い、来訪者の増加、地元区民の街への誇りの醸成、地元経済の活性化を図り、住みたい街としイメージされていくことを目指します。	
多摩川流域の自治体交流事業	都市基盤管理課
国土交通省をはじめ、多摩川流域内自治体等と協力・連携を図りながら、多摩川の魅力を最大限に活かした賑わい創出などにより、区民をはじめ多くの人に、「多摩川」について広く関心や興味を持ってもらえるよう取組みを推進していきます。	

## 2 参考とする指標

各種施策の改善を行うにあたって、以下の指標も参考とします。

### 区内宿泊施設の宿泊者数

年度	延宿泊者数	そのうち外国人
29年度	1,584,782	332,236

### 年間乗車人員

JR東日本の駅別年間乗車人員 (単位：千人) 29年度			
駅名	乗車人員		
	総数	一般	定期
大森	35,106	12,401	22,705
蒲田	53,160	18,284	34,875

注1：蒲田駅は、他社線の乗換人員を含む。  
注2：四捨五入の関係で合計が合わない場合がある。

都営地下鉄の駅別年間乗降人員 (単位：千人) 29年度				
駅名	乗車人員			降車人員
	総数	一般	定期	
西馬込	8,770	2,153	6,616	8,552
馬込	5,174	1,723	3,452	4,943

注：四捨五入の関係で合計が合わない場合がある。

東京急行電鉄の駅別年間乗降人員 (単位：千人) 29年度				
駅名	乗車人員			降車人員
	総数	一般	定期	
田園調布	6,749	3,240	3,509	6,820
多摩川	4,286	2,533	1,754	4,056
沼部	2,038	889	1,149	2,032
鵜の木	3,675	1,551	2,125	3,647
下丸子	6,652	2,060	4,592	6,580
武蔵新田	4,823	1,952	2,872	4,761
矢口渡	4,731	1,937	2,794	4,592
蒲田	30,172	10,767	19,405	30,792
蓮沼	1,598	875	724	1,481
池上	6,729	3,025	3,704	6,656
千鳥町	2,973	1,140	1,833	2,915
久が原	3,017	1,429	1,588	3,011
御嶽山	4,889	1,429	3,460	4,916
雪が谷大塚	4,600	1,838	2,762	4,639
石川台	2,822	1,421	1,402	2,788
洗足池	3,446	1,380	2,066	3,459
長原	2,835	1,253	1,581	2,984
北千束	1,292	694	597	1,292
大岡山	9,366	4,351	5,015	9,370

注1：蒲田駅は、他社線の乗換人員を含み、東急線間の池上線、多摩川線同士の乗換人員を含まない。  
注2：田園調布駅、多摩川駅、大岡山駅は、東急線間の乗換人員を含まない。  
注3：四捨五入の関係で合計が合わない場合がある。

京浜急行電鉄の駅別年間乗降人員				(単位：千人) 29年度
駅名	乗車人員			降車人員
	総数	一般	定期	
大森海岸	2,669	1,396	1,273	2,640
平和島	8,685	3,310	5,375	8,639
大森町	3,879	1,462	2,418	3,870
梅屋敷	2,888	1,385	1,503	2,866
京急蒲田	11,289	5,822	5,467	11,097
雑色	5,651	2,231	3,419	5,608
六郷土手	2,899	1,260	1,639	2,830
糀谷	4,864	1,947	2,916	4,881
大鳥居	5,504	2,301	3,203	5,558
穴守稲荷	3,324	1,357	1,967	3,447
天空橋	3,530	1,186	2,345	3,644
羽田空港国際線ターミナル	4,666	3,721	945	4,810
羽田空港国内線ターミナル	16,301	13,746	2,555	16,667

注1：京急蒲田駅は、他社線の乗換人員を含み、京急線間の京急本線、空港線同士の乗換人員を含まない。  
注2：天空橋駅、羽田空港国際線ターミナル駅、羽田空港国内線ターミナル駅は、他社線の乗換人員を含む。  
注3：大森海岸駅の所在地は品川区（参考掲載）。  
注4：四捨五入の関係で合計が合わない場合がある。

東京モノレールの駅別年間乗降人員				(単位：千人) 29年度
駅名	乗車人員			降車人員
	総数	一般	定期	
流通センター	3,464	1,252	2,212	3,586
昭和島	1,129	263	866	1,147
整備場	424	158	266	478
天空橋	2,378	769	1,610	1,789
羽田空港国際線ビル	1,846	1,633	213	1,811
新整備場	682	381	301	963
羽田空港第1ビル	5,054	4,237	818	5,289
羽田空港第2ビル	5,510	4,321	1,189	5,536

注1：天空橋駅、羽田空港国際線ビル駅、羽田空港第1ビル駅、羽田空港第2ビル駅は、他社線の乗換人員を含む。  
注2：四捨五入の関係で合計が合わない場合がある。

郷土博物館の入館者						29年度
総数	大人		子ども		団体	
	男	女	男	女	一般	学校
21,006	10,870	7,667	1,262	1,207	1,580	1,216

大森 海苔のふるさと館の入館者						29年度
総数	大人		子ども		団体	
	男	女	男	女	一般	学校
90,962	27,829	28,040	17,545	17,548	3,584	4,475







**大田区シティプロモーション戦略アクションプラン第1期  
〔令和元年度～令和3年度〕**

令和元年5月発行

**大田区企画経営部広聴広報課**

〒144-8621 東京都大田区蒲田5-13-14

電話：03-5744-1132

FAX：03-5744-1503