

## MICE誘致に係る大田区のイメージ、産業、地域資源について

今年度の第1回推進会議で示した先行事例によれば、各地のMICE戦略における地域の特色の活かし方は、地域の「資源」「産業」「イメージやエリア特性」といった視点が挙げられている。

今後、区として獲得していく見込みの高いMICEや、獲得することで区のイメージアップや産業の発展につながるMICEをターゲットとして位置づけるための検討材料として、区のイメージや産業、そして特徴的な地域資源について整理を行う。

### 1. 区のイメージ

既存の大田区のイメージを活用し関連のMICEを誘致することで、効率的なMICE獲得が見込めるうえに、イメージのさらなる向上も期待される。ここでは、大田区シティプロモーション戦略の検討資料に基づき、全国における区のイメージと、区民や来訪者からみた区の魅力をそれぞれ確認する。

#### ①多様なイメージを持つ区の構成地域

大田区には、「ディープな下町情緒あふれる商店や飲食店、完成で上質な都市景観など、様々な個性を持った地域が存在し」ている（「大田区観光振興プラン2019-2023～日常にかくれた 非日常に出逢える 観光都市おおた～」）。そのため、区全体での統一イメージが薄く、大森、蒲田、羽田、田園調布、馬込、池上といった各地域のイメージが強いことが指摘できる。

このような中、同プランにおいては、「各地域の特色を尊重し、各地域の持つ潜在力を最大限に活用していけるよう」、「地域特性に目を向けた観光振興に取り組む」としている。

#### ②全国からみた区のイメージや地域資源の評価

##### 1)区ならではのものづくりのイメージ

株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査<sup>1</sup>」で、区に対する全国的な地域イメージおよび区内地域資源に対する評価を確認した。

地域イメージに関しては、「地場産業が盛んなまち」が都内50自治体中1位、全国1,000自治体中25位と、他自治体と比較してかなり優位性がみられた。

地域資源に対する評価では、「優れた伝統的技術がある」や「地域を代表する産業や企業がある」の順位が都内、全国ともに高い。ものづくり、地場産業、伝統的技術、町工場といったイメージは全国的に優位性がある。

<sup>1</sup> 調査方法：インターネット調査（Web アンケート）／回答者：全国の20歳代～70歳代（約3万人）／調査時期：平成28年6月24日～7月30日／調査対象：1,047地域（1,000市区町村及び47都道府県）※1,000市区町村は790市（調査時点での全市）、東京都特別区23区、187町村。都内対象自治体は50自治体。

## 2)東京都ならではのIT・先端技術のイメージ

ものづくりの他にも、地域イメージのうち、「IT・先端技術のまち」、「生活に便利・快適なまち」、「教育・子育てのまち」に関しては、全国順位は全国1,000自治体中50位以内と、好位置につけている。これらについては、都内順位が高くないことから、東京都に対する優れたイメージによって、全国順位も高くなっているものと考えられる。

地域資源に対する評価では、「道路や交通の便がよい」については上記と同様、東京都に対する高い評価を受けて、全国順位も高くなっている。ただし、都内順位は15位にとどまり、区と羽田空港のイメージは結び付いてないと考えられる。

また、地域イメージのうち、「観光・レジャーのまち」は都内、全国ともに下位に位置しており、日常生活を営む地域としてのイメージが強いことがわかる。

図表1 大田区の地域イメージ(左)、大田区の地域資源に対する評価(右)(各MA)

項目	割合 (%)	都内順位	全国順位	項目	割合 (%)	都内順位	全国順位
地場産業が盛んなまち	8.5	1位	25位	優れた伝統的技術がある	2.6	3位	100位
環境にやさしいまち	3.1	9位	323位	地域を代表する産業や企業がある	8.1	5位	22位
IT・先端技術のまち	3.1	14位	29位	道路や交通の便がよい	17.0	15位	19位
健康増進・医療福祉のまち	1.1	14位	143位	歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある	2.1	21位	249位
生活に便利・快適なまち	21.2	16位	20位	魅力的な美術館・博物館がある	1.9	21位	121位
教育・子育てのまち	2.7	18位	36位	地元産の食材が豊富	1.1	25位	918位
歴史・文化のまち	3.7	21位	522位	食事がおいしい	1.4	26位	642位
国際交流のまち	1.9	30位	140位	スポーツの参加・観戦が楽しめる	1.3	26位	218位
スポーツのまち	0.9	32位	424位	買いたい土産や地域産品がある	1.1	28位	698位
学術・芸術のまち	1.3	32位	211位	泊まりたい宿泊施設がある	0.4	31位	668位
デザインやセンスの良いまち	1.2	38位	319位	魅力的な商店街や店舗がある	2.0	32位	94位
観光・レジャーのまち	2.1	39位	903位	魅力的な温泉やレジャー施設・公園などがある	1.4	32位	627位
住民参加のまち	1.2	48位	740位	魅力的な街並みや歴史建造物がある	1.1	38位	682位
農林水産業が盛んなまち	0.1	49位	998位	海・山・川・湖などの自然が豊か	1.2	43位	993位
				人のよさや優しさ、おもてなしがよい	1.2	44位	957位
				魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある	0.3	45位	961位
				無回答(ひとつもない)	66.7	-	-

注釈) 都内順位が5位以内かつ全国順位が100位以内のものをオレンジ色、全国順位が50位以内のものを黄緑色で着色している。なお、本文中で言及する箇所を太字としている。

### 3)東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会を控えてのスポーツのイメージ

大田区総合体育館では、平成 30 年の 1 年間で、ボクシングの世界大会が 3 回行われているほか、スポーツではないものとして、ロボコンの大会も 2 回行われている。観戦・競技人口の多い競技からマイナー競技まで、全国レベル以上の大会が概ね月 1 回以上のペースで実施されている。

図表 2 大田区総合体育館における全国レベル以上の大会（平成 30 年度）

月	大会名	種目	大会レベル
4月	スズキワールドカップ 2018 第 29 回エアロビック世界大会	エアロビック	世界
5月	ワタナベボクシング ダブル世界戦	ボクシング	世界
	FUJI BOXING 井上尚哉 3 階級制覇挑戦 & 拳四郎 V 3 戦	ボクシング	世界
6月	NHK 学生ロボコン 2018～ABU アジア・太平洋ロボコン代表選考会	ロボットコンテスト	世界
7月	こどもチャレンジカップ第 11 回全国大会	フィットネス	日本
8月	全日本ブラジリアン柔術オープントーナメント	ブラジリアン柔術	日本
9月	FIBA バスケット W-CUP2019 アジア二次予選	バスケットボール	世界
	第 14 回全日本学生室内飛行ロボットコンテスト	ロボットコンテスト	日本
12月	第 70 回全日本バスケットボール選手権記念大会	バスケットボール	日本
	平成 30 年度天皇杯・皇后杯 全日本バレーボール選手権大会	バレーボール	日本
	FUJI ボクシング 2018 トリプル世界戦	ボクシング	世界

なお、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会を控え、区ではブラジルオリンピック選手団の事前キャンプ（男子バレーボール、ハンドボール、ビーチバレーボール、アーチェリーの 4 競技）の受入が決定している。事前キャンプ実施時には区民交流を予定している。

## 区民や来訪者からみた区の魅力

区が平成 30 年度に実施した調査<sup>2</sup>では、区で魅力に感じるものとして区民、来訪者ともに最も割合が高いのは「交通の利便性が高い」である。次に、区民は「水辺や緑・花などの自然が楽しめる」の割合が高いが、来訪者からの評価は低く、区の自然は来訪者に訴求するものとしては作用していない。また、来訪者は「羽田空港を利用する人々にぎわっている」が 2 番目に高いが、この調査における来訪者は全員が羽田空港利用者であるにも関わらず、空港の賑わいを魅力として挙げた人は 5 割強にとどまっている。

「ものづくりが盛ん」については、区民、来訪者ともに約 5 割の人が魅力に感じており、来訪者にとって、前項で記載したような大田区のイメージは区民や来訪者にとって魅力にもなっている。

また、約 5 割の区民が「商店街や飲食店に活気がある」、約 4 割が「下町の雰囲気がある」、「地元のグルメが楽しめる ※羽根つき餃子など」を選択しており、来訪者の評価は 3～4 割であるが、ある程度イメージとして存在していることがわかる。

図表 3 大田区で魅力に感じるもの (MA)

項目	区民 (%) (n=486)	来訪者 (羽田空港利用者) (%) (n=301)
交通の利便性が高い	71.0	56.5
水辺や緑・花などの自然が楽しめる	51.2	27.2
ものづくりが盛ん	48.8	49.5
良質な住宅街がある ※田園調布など	47.9	37.9
羽田空港を利用する人々にぎわっている	46.3	54.8
商店街や飲食店に活気がある	46.1	36.2
下町の雰囲気がある	42.4	41.5
地元のグルメが楽しめる ※羽根つき餃子など	38.1	27.2
歴史的な名所や史跡が多い	31.9	17.9
人と人のつながりが強い	18.5	15.9
文化活動が盛ん	17.1	11.3
スポーツ環境に恵まれ、スポーツが盛ん	17.1	9.3
アニメやコスプレなどのイベントが盛ん	6.2	5.6
あてはまるものはない	4.9	7.3
その他	1.0	0.7

注釈 1) 回答者は「大田区は羽田空港の所在地であることを知っている」、「大田区内の羽田空港以外のいくつかのスポットや地域を知っている」、「大田区内の案内ができるくらい知っている」のいずれかに該当する人である。

注釈 2) 「割合が 50%以上」のセルに着色している。なお、本文中で言及する箇所を太字としている。

<sup>2</sup> 調査方法：インターネット調査 (Web アンケート) / 回答者：大田区在住者 500 人、大田区外在住者で過去 1 年以内に羽田空港国内線もしくは国際線を利用した人 500 人の計 1,000 人

## 2. 区の産業

大田区は、ものづくり、技術などに関係するイメージが強く、地域産業と関連させたMICEであれば、見学対象となる企業や施設の存在や、まちのメッセージ力からも誘致がしやすいと考えられる。ここでは、産業別の事業所数や区内上場企業を確認することで、地域産業と絡めたMICE実施の可能性を検討する。

### ①隣接区と比較した産業集積の状況

産業別の民営事業所数を、都内の隣接区と比較すると、製造業のほか、運輸業、郵便業の事業所数が多い。実際に、羽田空港や大田市場等の交通・物流にかかるわが国屈指の施設が立地していることから、区内には物流関係の施設や、航空会社の研修所、整備工場などが多数立地している。

図表 4 区の産業別民営事業所数

	大田区	品川区	目黒区	世田谷区
全産業	29,497	20,123	11,389	27,034
農林漁業	14	6	6	47
鉱業、採石業、砂利採取業	-	-	1	1
建設業	2,164	1,129	472	1,832
<b>製造業</b>	<b>4,229</b>	1,544	518	734
電気・ガス・熱供給・水道業	14	21	3	9
情報通信業	376	831	362	610
<b>運輸業、郵便業</b>	<b>1,404</b>	560	99	466
卸売業、小売業	6,733	4,692	2,920	6,744
金融業、保険業	338	338	136	329
不動産業、物品賃貸業	2,989	2,266	1,261	2,569
学術研究、専門・技術サービス業	964	1,102	710	1,447
宿泊業、飲食サービス業	3,801	3,073	1,820	3,843
生活関連サービス業、娯楽業	2,087	1,390	1,128	2,682
教育、学習支援業	634	455	402	1,211
医療、福祉	2,269	1,437	1,026	3,151
複合サービス事業	83	46	24	88
サービス業（他に分類されないもの）	1,398	1,233	501	1,271

注釈) 大田区の事業所数が最も多く、2番目の区と比較して2倍以上であるセルに着色している。なお、本文中で言及する箇所を太字としている。

資料) 総務省統計局「平成28年経済センサス-活動調査」

## ②区内の大手企業

区内の上場企業を確認すると、製造業関連を中心に、大手専門商社や居酒屋チェーンなど様々な企業が立地している。

図表 5 区の上場企業

No.	企業名	業界分類	期末従業員数(人)
1	キヤノン	プリンタ・複合機	195,056
2	三菱食品	酒類・食品卸	-
3	リコー	プリンタ・複合機	92,662
4	アルプスアルパイン	スイッチ・コネクタ	-
5	荏原製作所	ポンプ	16,556
6	日本空港ビルデング	空港施設・航空関連サービス	-
7	高砂香料工業	香料	-
8	ディスコ	半導体・液晶製造装置(後工程)	-
9	フルサト工業	建材・住設卸	-
10	ワタミ	居酒屋・バー	-
11	大庄	居酒屋・バー	2,803
12	JBCC ホールディングス	システムインテグレーター	-
13	長野計器	計量・計測機器	-
14	白洋舎	クリーニング	2,229
15	東京計器	油圧・空圧機器	-
16	ユシロ化学工業	潤滑油	-
17	稲葉製作所	オフィス家具	1,039
18	ウェッズ	輸送機器用品製造・卸	-
19	テンポスホールディングス	リサイクルショップ	-
20	日東工器	パイプ・バルブ	-
21	山一電機	スイッチ・コネクタ	-
22	大田花き	花き卸	-
23	池上通信機	カメラ	-
24	空港施設	空港施設・航空関連サービス	-
25	東京都競馬	競輪・競馬	165
26	ソレキア	電子部品・半導体商社	-
27	富士ダイス	切削工具	-
28	電業社機械製作所	ポンプ	-
29	ヤマトインターナショナル	メンズアパレル	201
30	エージーピー	空港施設・航空関連サービス	-
31	サンユー建設	ビル・住宅建築	-
32	デファクトスタンダード	リサイクルショップ	66
33	ヤマダコーポレーション	ポンプ	-
34	ケアサービス	介護サービス	-
35	桂川電機	プリンタ・複合機	-
36	日本プリメックス	産業用機械・機器卸	-
37	宇野澤組鐵工所	ポンプ	-
38	妙徳	油圧・空圧機器	142
39	ジャストプランニング	ソフトウェア(業務支援)	67
40	宮越ホールディングス	不動産投資	-
41	メディネット	バイオテクノロジー	92

注釈) 期末従業員数のデータが取得できない箇所は「-」としている。

資料) S P E E D A

### 3. 区内の特徴的な資源

区民や通勤・通学者が「区外の友人・知人におすすめできる点を最も表している観光地点や観光資源、アクティビティ等」を確認すると、まず多くの人が羽田空港や空港・区外へのアクセスにかかる資源を挙げていた（「平成 29 年度大田区観光統計・マーケティング調査」）。

羽田空港や空港関連の資源、商店街、ご当地グルメを提供する飲食店や居酒屋、公園や多摩川、池上本門寺や民間物流施設などが、区民や通勤・通学者から区外の方に対しておすすめされていた。

図表 6 区外の友人・知人におすすめできる資源

分類	資源
空港	空港内ショップ・レストラン
	羽田空港
	飛行機観察
鉄道駅	蒲田駅・京急蒲田駅
地域	蒲田
	平和島
	湾岸地域
飲食	アジアンテイストの店
	蒲田の飲み屋街
	羽根つき餃子やとんかつなどのグルメ
	パン屋
	豊富な飲食店及び飲み屋
商店街	蒲田周辺の商店街
	糺谷商店街
公園	大森ふるさとの浜辺公園
	海岸に面している公園
	洗足池公園
	西六郷公園（タイヤ公園）
自然	多摩川
イベント	地域のお祭り
その他	池上本門寺
	区民ホールアプリコ
	銭湯
	天然温泉や黒湯の銭湯
	羽田クロノゲート
	豊富なホテル
	馬込文士村

注釈) 同じものを指している回答は統合し、具体的な回答について一覧化を行っている。

資料) 大田区「平成 29 年度大田区観光統計・マーケティング調査」

## 4. M I C E 誘致における大田区の優位性と可能性

### (1) 大田区の持つメッセージ性の活用

前頁までの確認を踏まえ、区としてのメッセージ性を持ち、活用可能性のあるイメージ等を以下にまとめる。

#### ①ものづくり

ものづくり、地場産業、伝統的技術、町工場などは、区を代表するイメージとして、全国的にも共有されている。大田区における関連のM I C Eは発信力の高いM I C Eとなり、開催者としてもメリットがあることから、積極的に活用していくと良いと考えられる。

#### ② I T ・先端技術

I T ・先端技術に関しては、東京都の23区内という立地特性に加え、ものづくりの技術力のイメージから先端技術が連想されることで、盛んなイメージが持たれている。これは都としてメッセージ性が高く、さらに区のイメージもメッセージ性の強化につながっている分野であり、効果的、効率的なイメージ構築が行いやすいと考えられる。

#### ③交通・物流関連の施設

区内には運輸業、郵便業の事業所数が多く、関連して特色ある交通・物流関連の施設が立地している。これらはM I C E資源として活用可能性があると考えられる。

### (2) M I C E を推進するための地域インフラの強化

区民の評価が高い「水辺空間などの自然」、「商店街、ご当地グルメを提供する飲食店や居酒屋」は、現在のままではM I C E誘致に寄与するほどのメッセージ性を持たないが、今後、区外からの評価を上昇させる取組を進めることで、M I C Eを彩るオプションとして十分に活用可能性があると考えられる。

「水辺空間などの自然」については、様々な公園や多摩川、海岸などが活用できると考えられる。また「商店街、ご当地グルメを提供する飲食店や居酒屋」については、M I C Eと地域の飲食産業との関わり方について検討が必要なだけでなく、前回会議で紹介した久留米市の戦略の中にも描かれていたように、商店街をユニークベニューとした地域密着型のM I C Eの開催なども検討の余地がある。



### **(3) スポーツにかかるイメージの掘り起こしと充実**

スポーツに関しては、大田区に対するイメージは確立していないものの、ボクシングやバスケットボール等で、世界レベルの大会の開催実績を持っており、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会におけるブラジルオリンピック選手団（男子バレーボール、ハンドボール、ビーチバレーボール、アーチェリー）の事前キャンプ受入もあり、これらの種目を中心に、今後は対外的アピールを展開していくことが可能と考えられる。

また、東京 2020 オリンピック競技大会では、野球・ソフトボールの公式練習会場として大田スタジアムが使用されるため、イメージとしての活用可能性があると考えられる。