

平成30年11月14日時点版

**(仮称)新大田区観光振興プラン(素案)**

平成30年11月  
大田区

## 内容

<b>第1章 計画改訂の背景</b> .....	<b>1</b>
1. 大田区観光の10年の取組.....	1
2. 大田区観光のこれからに向けて～オリパラ2020前後の観光動向の見定め.....	3
<b>第2章 大田区観光の意義と観光振興プランの位置づけ</b> .....	<b>6</b>
1. 大田区観光の3つの意義.....	6
2. 大田区観光振興プランの位置づけ・計画期間・プランの性格.....	7
<b>第3章 目標とする大田区観光の姿～原則と目標</b> .....	<b>9</b>
1. 観光に取り組む基本原則.....	9
2. 大田区観光の目標.....	10
3. 目標達成に向けた指標の設定.....	11
<b>第4章 大田区観光の基本戦略</b> .....	<b>12</b>
1. 観光エリアマネジメントにもとづく都市観光の促進.....	13
2. 安心・安全・快適な来訪者に寄り添う受入環境づくり.....	15
3. シティプロモーションと連携した来訪者に訴求する情報発信.....	18
4. 大田の魅力を隅々まで楽しみ、特徴を魅せる仕組みづくり.....	21
5. 「大田区らしいMICE」の確立に向けた展開.....	24
6. 「大田区観光」を推進する人材・体制・環境づくり.....	26
<b>第5章 事業推進への取組み</b> .....	<b>28</b>
1. 6つのチカラを結集した大田区観光の推進.....	28
2. 重点計画策定に基づく“選択・集中”による着実な取組の展開.....	30
3. 大田区観光力の推進のための分担・役割と中枢機能の充実.....	31

## 第1章 計画改訂の背景

改訂後の「新大田区観光振興プラン」の計画期間には、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が予定されるなど、大きな変化が予想されているところです。そのため、平成 21（2009）年 3 月に策定した「大田区観光振興プラン」に基づいて進めてきた過去 10 年間の観光政策の取組とその成果を振り返り、あわせて「新大田区観光振興プラン」の計画期間に予想される変化を見定めます。

### 1. 大田区観光の 10 年の取組

大田区では平成 21（2009）年 3 月に策定した「大田区観光振興プラン」に基づき、これまでの 10 年間、『知る人ぞ知る魅力』を大切に作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～』を将来目標として掲げ、区外からの誘客を目指すだけでなく、区民にとっても魅力的な地域を形成すべく、幅広い視点での観光振興に取り組んできました。また、平成 22（2010）年の羽田空港の国際化を契機に、区は国際都市として、海外からの来訪者の受入にも力を入れてきました。

#### （1）関係者の連携体制の構築

大田区の観光事業は、区内にひしめく宿泊、飲食、鉄道、航空、その他多くの観光関連事業者および団体などが、それぞれの特色を活かしたサービスの提供や、受入環境の整備などに取り組むことで支えられています。区は、これらの事業者や団体などとの情報共有を密接に行い、互いに協力して持続的かつ効果的な観光振興を推進するために、平成 27（2015）年より大田区観光推進連絡協議会を設置し、連携に基づく連携事業推進や情報発信などを実施してきました。

また、大田区は区内だけでなく、他自治体との広域の連携体制も構築しています。品川区や川崎市といった近隣自治体を中心に連携体制を組むことで、地域共通の魅力が一層活用されてきました。

それぞれの事業者および団体などの前向きかつ協力的な姿勢と地域力とに支えられて、観光関連事業者の連携体制は着実に強化されており、区の観光振興が推進されています。

#### （2）来訪者受入環境の着実な整備

多くの来訪者を受け入れるようになったこの 10 年間、大田区は各種ハード面の受入環境整備に取り組んできました。平成 23（2011）年、平成 24（2012）年には蒲田が観光庁により外客受入戦略拠点の一つとして認定され、全国的な注目も集めるなか、区は観光案内サインの整備のほか、大田区ウェルカムショップ制度の実施、大田区まちかど観光案内所の認定、大田区観光情報センターの設置などに取り組んできました。

こうした実績によって、区はより多く、より多様な人々を受け入れられるようになり、区

内外の住民同士の交流や、まちの賑わいの創出が図られています。

### **(3) ドラマや映画の舞台としての露出とその活用**

これまで大田区は、数多くのドラマや映画の舞台として活用されてきました。特にこの10年間では、テレビドラマ「下町ロケット」(WOWOW版平成23(2011)年放映、TBS版ドラマ平成27(2015)年放映)やNHKの連続テレビ小説「梅ちゃん先生」(平成24(2012)年放映)などの国民的作品の中で舞台となり、物語の描く時代や世界観と相まって、区内地域の魅力が発信されてきました。また、映画「シンゴジラ」(平成28(2016)年公開)といった多くのファンを有する作品においても、区内の様々な地域や施設が登場しています。

このようなメディアへの露出は、ドラマや映画ファンの聖地巡礼による観光客の獲得にも寄与しています。

### **(4) まち歩きプログラムの充実と産業特性を活かした観光魅力の創出**

大田区内には、日本の玄関口のひとつである羽田空港をはじめ、昭和レトロな商店街やバラエティーに富む銭湯、日蓮宗の大本山である池上本門寺、都心では珍しい臨海部の広大な公園などと多様な地域資源があり、これらの資源やまちの魅力の紹介と新たな魅力の発掘の場として、様々なまち歩きプログラムが創られてきました。同時に、これらのプログラムを支えるガイドの育成も着実に進んでおり、区民参加の観光まちづくりが行われています。

また、区では古くから続くものづくり産業の集積地ならではの工場見学やものづくり体験が実施されているほか、航空会社の整備場や物流会社の大規模な物流拠点、我が国最大の青果市場である大田市場など、他地域ではみられない特徴的な見学型資源を有しており、観光の一翼を担っています。

地域資源にポテンシャルを見出し、それらを活かす取組は着実に推進されており、観光まちづくりの原動力となるとともに、潜在的な観光的魅力の活用にも期待がかかります。

### **(5) 全国に先駆けて開始した特区民泊の展開**

大田区では、平成28(2016)年1月から全国に先駆けて「大田区における国家戦略特別区域外国人滞在施設経営事業(以下、「特区民泊」という。)」を開始して以降、認定物件数は着実に伸びており、国内外から多くの宿泊客が訪れています。徹底した本人確認や適切なおみ処理の義務付けなどのルールの整備によって、区民にとっても宿泊客にとっても安心・安全な民泊が実現されているほか、地域に溶け込む民泊施設の特性を活かして、商店街や銭湯への誘客のための取組やテロ防止のための取組などを官民一体で実施しており、地域社会にとって重要なインフラとしての機能を拡充しています。

平成30(2018)年6月には住宅宿泊事業法(民泊新法)が施行され、全国的に民泊への注目がますます高まる中で、大田区では地域と共存するための民泊事業を展開しています。

## **(6) 来訪する観光客の推移と観光行動の変化および区民・来訪者の意識の変化**

この10年間では、羽田空港の国際化などに伴い、国内外の人々が大田区を通過する、もしくは区内に立ち寄る機会が増えています。羽田空港への入込客数を含めた区の観光入込客数は、平成26(2014)年から平成29(2017)年にかけて、実人数で2,060万人から3,340万人<sup>1)</sup>にまで拡大しました。加えて、区内宿泊者数も年々増加しており、多くの宿泊施設が高稼働な状態となっています。また、近年は、国内外問わず旅行形態の多様化が進んでおり、旧来の名所旧跡めぐりから、これまで着目されていなかったようなものを含め、様々な地域資源を活用した体験・交流型観光へと人気の観光スタイルが変化しています。加えて、SNSの普及から、影響力を持つ情報の伝播が思わぬ形で行われるようになってきています。実際に、西六郷公園(タイヤ公園)などのように、観光客による魅力の発見と発信が多くの人々を惹きつけ、区の重要な観光スポットと化した資源もあります。

このように、観光にかかる環境や時代の変化に対応し、新たな価値を生み出してきた一方で、平成29(2017)年度観光統計・マーケティング調査によると、大田区の観光にかかる区民の「推奨度」が低いことから、区民が区外住民などに対して区を観光地として紹介しようという意識は依然として低いままとなっていることがわかります。区民が観光魅力を認識し発信したいと思えるような観光まちづくりを推進することによって、区の観光はより一層拡大する可能性があります。

## **2. 大田区観光のこれからに向けて～オリパラ2020前後の観光動向の見定め**

「新大田区観光振興プラン」の計画期間には、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が控えており、これは区を取り巻く観光の一つの大きな転機と考えられます。大会開催の機運に乗じて、ソフト面・ハード面の整備が進んでいますが、開催後の見通しは国レベルでも十分に立てられているとは言えません。大会前後の区に流入する観光客の動向や、その他社会、環境の変化を適切に予測し、持続的な観光振興に取り組んでいく必要があります。

### **(1) 訪日外国人観光客急増への対応**

近年、わが国では訪日外国人旅行者数が著しく増加しており、平成29(2017)年には2,869万人を記録し、5年連続で最高値となっています。また、政府は平成28(2016)年3月に掲げた『明日の日本を支える観光ビジョン』の中で、訪日外国人旅行者数を平成32(2020)年に4,000万人、平成42(2030)年に6,000万人とする目標を掲げている中で、直近ではラグビーワールドカップ2019TMや東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催が控えているなど、今後さらなる訪日外国人旅行者数の増加が期待されています。

このような状況の中で、生活習慣や文化の異なる外国人旅行者が快適に過ごせるような通

<sup>1)</sup>平成26(2014)年および平成29(2017)年の観光統計・マーケティング調査によると、同期間において羽田空港を除いた年間の実観光入込客数は、689万人から1,237万人に拡大している。

信環境の確保、案内表示の整備などはこれまでと同様重要になります。今後さらに区に訪れる外国人の数の拡大が見込まれる中で、国際都市として、働き手や住まい手、学生、その他日本人旅行者と共に共存していけるような仕組みを検討し、早急に対応していく必要があります。

## **(2) シティプロモーションと連携した観光振興**

東京・日本の玄関口である大田区に対する区民の愛着をさらに高め、対外的なブランド力の底上げを図るために、現在『(仮称)ブランディング・シティプロモーション戦略』の策定が進められています。区内外の人々に大田区のイメージ向上のためのプロモーションを行い、区民のアイデンティティやシビックプライドの醸成を目指すシティプロモーションの枠組みの中では、地域や地域内の資源の魅力を育成し、人々に提供していく観光振興の取組も重要な役割を担うこととなります。

シティプロモーションによる大田区全体のブランド形成の取組と、個々の地域特性を活かした観光振興の取組とで相互に補完し合い、相乗的な効果が生み出されるよう、両者で適切な役割分担を行い、密な連携を図りつつ取り組んでいくことが求められています。

## **(3) 大田区の地域特性を活かした観光の推進力の結集**

観光客のニーズが近年一層多様化している中で、大田区内にはディープな下町の情緒あふれる商店や飲食店、閑静でハイソな都市景観など、様々な個性を持った地域が存在し、各地域の個性は異なる層の観光客を惹きつけています。観光振興の枠組みの中では、「大田区」と一括りにしてそれら地域の輪郭をぼかしてしまうのではなく、個別に異なる手法をとることで、区の観光ポテンシャルを相乗的に高めることができると考えられます。

これからは、各地域の特色を尊重し、地域力を最大限に活用していけるよう、それぞれの地域性や文化の育成や発信を行い、観光振興につなげていく必要があります。

## **(4) 大田区ファンの獲得と大田観光サポーターの活用**

LCC路線の拡充による格安旅行の実現やスマートフォンの普及による情報入手の簡易化などに伴い、国内外の旅行者がこれまで観光地と認識されていなかった地域にも魅力を見出し、足を運ぶようになってきています。全国各地で様々な魅力ある観光地が生まれている中、羽田空港の存在や新幹線駅との近接性もあり、多大な集客可能性のある大田区が、そのポテンシャルを存分に生かし、一過性の観光地とならないように、リピーターの確保、さらに大田区観光ファンの獲得が鍵となります。

ファン獲得のためには、地域住民や区に関心のある区外の方々が自ら地域の魅力を認識し、インフルエンサーとして情報発信を担っていく必要があります。自らの大田区での活動や体験、それに伴う驚きや感動を発信してくれる方々として、これまでに活動を続けてきた大田観光サポーターなどを活用し、これまで以上に地域や区民らが観光振興にコミットできるよ

うな仕組みを構築していくことが求められています。

### **(5) 様々な枠組みでの連携の展開**

来訪者の観光行動の中では、彼ら自身が純粋に魅力を感じる景色や体験などが求められており、その過程で自治体間の境界線が意識されることはほとんどありません。そのため、自治体の枠組みを超えた取り組みが可能となるよう、大田区はこれまでも区と隣接し、旧東海道で結ばれている品川区や川崎市とともに連携事業を進めてきました。今後は多摩川や京浜運河、鉄道沿線のほか、各都立施設、そして同じテーマ性を持つ資源などのさらなる活用のために、観光客の目線に立ち、産業間や世代間の枠組みを超えた、新しい連携体制の構築が必要です。

区は今後、既存の枠組みにおける連携メニューのさらなる充実を図るほか、観光客の多様化するニーズに的確に対応するため、幅広い視点で広域連携の取り組みを推進していく必要があります。

### **(6) 観光危機管理（災害時対応）体制の整備**

わが国は世界的にみても有数の自然災害大国と言われており、地震や台風をはじめ、火山の噴火、大雨、洪水など、様々な脅威にさらされています。特に近年は、地球温暖化の急速な進行などの影響により、大規模災害発生リスクは年々高まっていると言われてしています。区への宿泊客が増加基調にある中で、災害発生時に区内にいる人々全員の安全を確保するために、観光危機管理の概念が非常に重要となっています。

観光客は、多くの場合大田区やその周辺地域に対する土地勘がなく、避難場所や災害時の問い合わせ窓口などを把握していません。特に、言語の障壁や災害への知識の欠如などから混乱が生じやすいと考えられる外国人観光客については、正確な情報発信や受入体制など、重点的に体制の整備を行い、万事に備える必要があります。

### **(7) 周辺交通網や都市機能の変化への対応**

今後、新空港線（蒲蒲線）や羽田空港アクセス線の整備など、羽田空港へ接続する路線の拡充が予定されています。これらの路線が開業すれば、空港起点のアクセスが大幅に強化され、東京都心のみならず埼玉や千葉方面との時間距離が短縮されることで、新たな人の流れの創出が見込まれます。

これらは、来訪者の増加という大きな観光のチャンスをもたらす一方で、従来は乗換などに合わせて立ち寄る機会のあった大田区を素通りするようになり、多大な機会損失をもたらすといった可能性もあります。そのほかにも、区の周辺地域では品川新駅（仮称）の開業、複数の大規模な再開発事業の展開などが進んでいることもあり、これらの区を取り巻く機会や脅威を整理し、活かせるものは存分に活かして区の観光振興に結び付けていく必要があります。

## 第2章 大田区観光の意義と観光振興プランの位置づけ

「大田区観光振興プラン」にも記載されているように、旧来からの観光の視点からは大田区は誘客力のある資源ばかりではありません。そのため、大田区では、これまで観光資源としてはあまり注目されてこなかった産業資源、生活資源などを、その地域力によって見せ方や伝え方の工夫を行い、観光資源化することで、旧来の観光都市とは異なる新しい観光振興に取り組んでいます。

### 1. 大田区観光の3つの意義

大田区は、年間旅客数 8,541 万人（平成 29 年）の羽田空港に加え、町工場、多摩川や臨海部の水辺空間、ふるさとの浜辺公園や自転車走行空間など、特色ある地域資源を数多く擁しています。訪日外国人旅行者の急増や人々の観光スタイルの多様化など、大田区観光を取り巻く環境が大きく変化するなか、区内の特色ある地域資源を観光資源として捉え直し、新しいスタイルの観光まちづくりを推進していくことが期待されます。

区民、事業者、区が一体となって地域を見つめ直し、磨き上げることで大田区観光の新たな魅力を生み出したうえ、その魅力を来訪者に伝えることで、住む人にも、訪れる人にも魅力的なまちの実現につながります。

「大田区観光振興プラン」に示されている3つの意義は引き続き重要であるため、本プランにおいては、これらの意義を継承しつつ新しい観光振興に取り組みます。

#### （1）愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくり

現在、日本の玄関口である羽田空港の存在は、地域からも強く意識されており、区の誇りにつながっています。今後、“住んでよし、訪れてよし”という原点に立ち戻り、観光振興への取り組みを通じて、区民が自慢したくなるポイントを増やし、愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくりを実現していくことが求められます。

#### （2）人が行き交うこと(人の目)による地域の磨きかけ

住む人と訪れる人は地域を見る視点が異なります。両方の視点を取り入れた観光振興策は地域の個性と魅力をさらに磨き上げることにつながります。その際、国際都市おおたの実現に向けた取り組みと一体となって、区民および来訪者が区内で快適に過ごしたり、巡ったりできる環境を整備していくことが求められます。

#### （3）集散往来による地域活力の向上

より多くの人に大田区を訪れてもらい、より長く滞在してもらうことで、区内の消費が活性化し、観光地でない地域にも波及効果が及ぶ可能性があります。そのため、区内の特色ある地域資源に磨きをかけ、人が往来する羽田空港以外の結節点を作り出すとともに、人々が

訪れたい、そして長く滞在したくなる「目的地」を形成していくことで、地域全体の活力を向上させることが求められます。

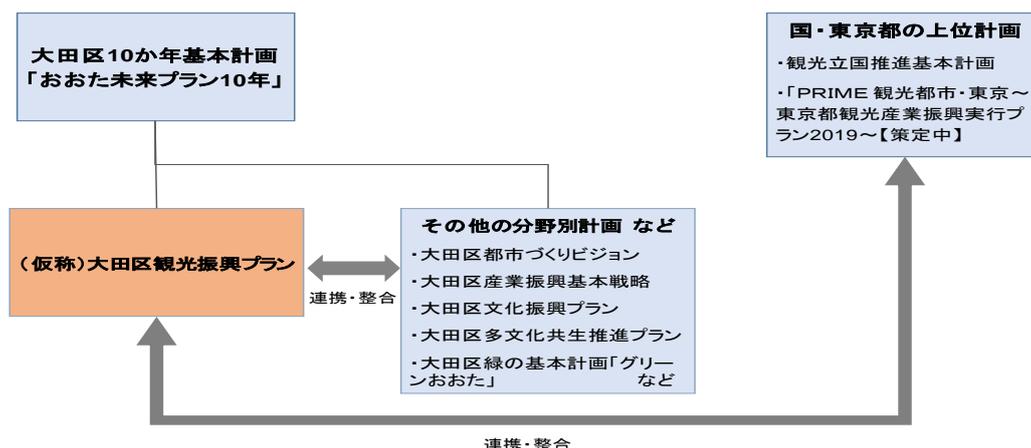
## 2. 大田区観光振興プランの位置づけ・計画期間・プランの性格

### (1) 位置づけ

本プランは、大田区 10 年基本計画「おおた未来プラン 10 年」を上位計画とし、大田区基本構想が掲げる将来像と目標の実現に向けて、関連計画と連携・整合を図りながら、観光振興分野の具体的な取り組みの方向を示す個別計画として位置づけます。

また、区として大田区の観光振興に関する基本的な考え方を示し、これまで行ってきた観光振興施策との一貫性を担保しながら、時代の変革に対応した施策展開を図る指針としています。現行のプランと同様に、主要な観光振興事業から構成する重点計画を策定し、一貫性のある大田区観光の着実な推進を図ります。

### プランの位置づけ



### (2) 計画期間

大田区観光を取り巻く環境が大きく変化すると予想されているため、本プランの計画期間は 2019 年度から 2023 年度までの 5 年とします。東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催前後における観光需要と観光環境の変化を意識しながら、プランの進捗状況、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します。

### プランの計画期間



### (3) プランの性格

本プランは、地域の魅力的な観光資源、来訪者の観光行動特性を踏まえたターゲットの選定、地域での受入の意識喚起を意識して取り組むものとし、大田区観光振興を推進します。

#### 【参考】平成 29 年度 観光統計・マーケティング調査の結果概要

##### 来訪者アンケート

- 日本人来訪者は大田区民、近隣区の住民が多く、日帰りが主流となっています。
- 約 4 割の来訪者は調査地点が大田区に立地することを知りませんでした。
- 海外または区外からの来訪者は「目的地へ行くための乗継」を行う人が最も多い状況です。
- 「羽田空港に近いから」が決め手となって大田区を訪問した人が大半です。

##### 日常生活圏観光調査

- 愛着度、誇り度に比べ、区民の他者への推奨度が、相対的に低くなっています。

##### ビッグデータ分析

- 宿泊施設、飲食店、近隣公園や産業施設などに対する来訪者の評価が高い状況です。
- 蒲田周辺に長期間宿泊し、都心等広域に周遊する動きが見られます。

##### 宿泊者・宿泊施設アンケート

- 宿泊者は観光関連の目的で滞在する人が少数です。
- 宿泊者が大田区の宿泊施設を選んだ理由は、周辺の観光スポットではなく、立地特性や交通の便利さです。
- 大田区の印象について、日本人も外国人も観光地としての印象が高くありません。
- 国内宿泊者のうち、北海道、九州・沖縄からの方が多くなっています。
- 外国人宿泊者の伸び率の高いマーケットとして、東アジアと東南アジアが挙げられます。

## 第3章 目標とする大田区観光の姿～原則と目標

大田区基本構想では、「地域力が区民の暮らしを支え、未来へ躍動する国際都市 おおた」を区の将来像として掲げるなか、大田区は「地域力」と「国際都市」を区政の推進力としています。大田区では、観光を振興することによって、区の将来像の実現に寄与していきます。

### 1. 観光に取り組む基本原則

大田区における観光振興は、以下の4つの基本原則に基づいて推進します。

- 基本原則1 愛着・誇り・自信のもてる区民のふるさと意識(帰属意識)の向上
- 基本原則2 来訪者(ターゲット)の観光行動を意識したプロモーション・観光商品づくり
- 基本原則3 観光エリアマネジメントによる観光振興の継続的展開
- 基本原則4 観光危機管理

#### (1) 愛着・誇り・自信のもてる区民のふるさと意識(帰属意識)の向上

従来型の情報発信手法に加え、口コミ重要性はかつてないほど高まっています。来訪者による評価はもちろんのこと、区民が自信を持って大田区への観光を推薦できることも非常に重要です。

そこで地域に対する区民一人ひとりの愛着と誇りを向上させ、区民が地域の良さを周辺に伝えたいような環境を整備します。そして、大田区観光に対する区民の理解と協力を得て、国内外からの来訪者をも惹きつける“大田区にしかない”観光資源を発掘・磨き上げることで、大田区観光のブランドの確立につながります。

#### (2) 来訪者(ターゲット)の観光行動を意識したプロモーション・観光商品づくり

人々の観光ニーズの多様化と観光スタイルの変化に伴い、すべての潜在的来訪者に対して同じ方法でアプローチしたり、画一的な観光商品を提供したりするという従来型のマス・マーケティング手法では効果を上げることが難しくなっています。また、羽田空港の利用客に大田区内他地域を訪問していただくためには、大田区の強みを理解し、その魅力を伝えることが求められています。

そのため、来訪者(ターゲット)の観光行動を分析し、その特性を踏まえた観光商品を創出し、プロモーションを行うことを図ります。

#### (3) 観光エリアマネジメントによる観光振興の継続的展開

大田区内の各地域はそれぞれ異なる特色をもっているなか、大田区観光の推進に当たっては区全体で取り組むべき事項もあれば、地域単位に細分化して取り組むべき事項もあります。

観光エリアマネジメント手法を導入し、区民をはじめとする地域関係者が主体となって観光振興を展開しながら、地域づくりとの調和を図ります。こうすることによって区は各地域の取り組みを支援しながら、地域を越えて取り組むべき事項に注力することが可能となります。

観光エリアマネジメントは区が関係主体を支援しながら、地域単位で観光資源を管理・活用し、適切な観光振興策を考案・実施していくものを意味します。観光エリアマネジメントを通じて、より地域に根ざした観光振興策を講じることが可能となります。また、地域の過去と現在、強みと弱みを熟知する観光振興の担い手に寄与し、地域力の向上につながります。

#### **(4) 観光危機管理**

大規模自然災害が発生した際、地域住民が大きな被害を受けるだけでなく、これらの地域を訪れた観光客も多大な影響を受けることになります。特に外国人観光客は言葉等の問題で適切な行動を取ることがより難しいと予想されます。また、観光客で賑わう観光地はテロリストの攻撃対象になるリスクもあります。

大規模自然災害やテロ事件が起きた場合、観光客が一時的に減少するだけでなく、風評被害により長期にわたって対象地域の観光産業に深刻な打撃を与える可能性もあります。持続可能な観光まちづくりを実現するためには、観光危機管理の体制を構築し、これらのリスクを想定した対策を検討していくことが求められます。

## **2. 大田区観光の目標**

「あふれる地域力を出迎える 世界にはばたく生活(いきいき)観光都市～ 日常にかくれた、どこにもない非日常に出逢える ワンダーシティ大田区～」を大田区観光の目標とします。

大田区は現時点、国内外において高い知名度を有する観光都市ではありません。しかし、区民や近隣自治体の住民等に親しまれる商店街、銭湯、公園や水辺空間などの「知る人ぞ知る魅力」はたくさん存在しています。今後、これらの魅力を引き続き大切にしつつ、大田区ならではの価値の創出に向けて、区民、事業者、大田区などの多様な主体が連携を強化しながら、4つの基本原則に基づいた様々な取り組みを効果的に実施することが求められます。羽田空港を介してこれらの価値を世界に提供することで、大田区らしい観光の実現につながります。

### 3. 目標達成に向けた指標の設定

大田区観光の目標の達成に向けて、観光振興の意義を踏まえて以下の指標を設定します。

#### 指標設定

意義	指標		
	指標名	現状値（平成 29 年）	目標値（平成 35 年）
愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくり	区民の愛着度	36	
	区民の誇り度	19	
	区民の推奨度	-9	
人が行き交うこと(人の目)による地域の磨きかけ	年間観光入込客数（実人数）	3,340 万人	
	うち、羽田空港利用者数	2,103 万人	
	年間宿泊者数	129 万人	
	公式サイトページビュー（PV）		
集散往来による地域活力の向上	年間観光消費額	132,595 百万円	
	ウェルカムショップ登録数	246 箇所	
	まちかど観光案内所登録数	269 箇所	

注釈)「大田区ウェルカムショップ」「大田区まちかど観光案内所」は平成 30 年 10 月 5 日時点の数値。

愛着度、誇り度、推奨度については、平成 29 年度観光統計・マーケティング調査による。

## 第4章 大田区観光の基本戦略

大田区観光の目標を実現するために、4つの基本原則を踏まえて以下の6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。

### 基本戦略に基づく施策の体系図

#### 1. 観光エリアマネジメントにもとづく都市観光の促進

- 1-1. 区民や関係者の観光意識醸成
- 1-2. 観光交流拠点の機能強化
- 1-3. 観光エリアマネジメントの実施

#### 2. 安心・安全・快適な来訪者に寄り添う受入環境づくり

- 2-1. 多様なニーズの受け皿となる宿泊施設の展開
- 2-2. 誰もが快適な観光を楽しむためのインフラ整備
- 2-3. 安心・安全を実現する観光危機管理体制の整備

#### 3. シティプロモーションと連携した来訪者に訴求する情報発信

- 3-1. 対外的なブランド発信に寄与する観光のあり方の検討
- 3-2. 個々の地域や各テーマにおける魅力創出
- 3-3. フェーズごとの観光プロモーションの展開
- 3-4. 官民のリソースを活用した情報発信の実施

#### 4. 大田の魅力を隅々まで楽しみ、特徴を魅せる仕組みづくり

- 4-1. 特色ある資源の整理と魅力の拡大
- 4-2. 魅力溢れるプログラムの充実
- 4-3. 快適な回遊環境の整備
- 4-4. 観光周遊を促進する交通網の整備

#### 5. 「大田区らしいMICE」の確立に向けた展開

- 5-1. 地域一体となった推進体制の整備
- 5-2. 区内資源の有効活用
- 5-3. MICE対応力の強化
- 5-4. 重点分野を設定した誘致活動の展開

#### 6. 「大田区観光」を推進する人材・体制・環境づくり

- 6-1. 人材育成の体制整備
- 6-2. 観光を支える事業者や団体の活動環境の整備

## 1. 観光エリアマネジメントにもとづく都市観光の促進

- 観光エリアマネジメント手法を取り入れ、地域の思いを大切にしつつ人々の観光ニーズの変化を的確に把握し、地域の魅力の磨き上げや創出に取り組みます。
- 蒲田、大森、調布、池上、羽田など各地区の魅力を有機的に結びつけながら区内外に積極的に発信し、地域力を活かした都市観光の促進を行います。

羽田空港の国際化および空港処理能力の拡張に伴い、より多くの国内外からの空港利用者に大田区内に立ち寄って観光していただける機会が増えています。一方、多くの自治体が羽田空港からの誘客を目指しているなか、大田区は、強力な観光資源を有している自治体との競争を勝ち抜くために、地域力を活かした区内観光の魅力向上に取り組むとともに来訪者の観光ニーズに合致した情報発信を行います。

### 1-1. 観光地としての区民や関係者の意識醸成

住まい手や働き手、学生が日常生活圏に溢れる資源を観光資源と認識し、魅力発信の担い手となるように、意識の醸成を図ります。また、資源の把握・整理、区内外の住民向けのイベントの実施や情報発信を積極的に行っていくことで、大田区の都市観光の魅力に対する人々の認知度を高めます。

#### 施策① 観光資源の発掘と磨き上げ

住民らを対象としたフォトコンテストの開催やイベント参加の促進などにより、生活圏の資源に魅力を見出す機会や、それらの資源が区外の住民を惹きつけるよう磨き上げる機会を引き続き提供します。

#### 施策② 新たな楽しみ方の創出支援

区を代表する水辺や緑、ものづくりや温泉などの資源や、これまで着目されて来なかった全く新しい資源について、「知る人ぞ知る魅力」を大事にしながら、新たな楽しみ方を来訪者に提案します。

##### 取組例

- フォトコンテストの実施

### 1-2. 観光交流拠点の機能強化

大田区観光情報センターやまちかど観光案内所、さらに集客力が高く賑わいをもたらす施設や交流の拠点としてまちを彩る店舗などについて、観光交流拠点としてのより一層の活用を推進し、地域に活力をもたらします。

### 施策① 観光交流拠点の交流機能の強化

各施設について、施設自体の魅力化の取組や交流イベントの実施により、施設利用を促進します。

### 施策② おもてなし人材の育成

区の観光情報をより正確に、より効果的に提供していくために、多言語対応やおもてなしのスキル向上などにかかる人材の育成を推進します。

#### 取組例

- 大田区観光情報センターの運営

## 1-3. 観光エリアマネジメントの実施

観光ニーズの多様化と観光スタイルの変化を踏まえ、蒲田、大森、調布、池上、羽田等の個別の地区単位で、観光にかかる地域経営（観光エリアマネジメント）の取組を実施します。多くの人々を迎え入れる上で、地域の住民や事業者らが自主的に、持続的なまちのあり方について考え、地域に根ざした都市観光を促進できるように働きかけを行います。観光エリアマネジメントの展開にあたっては、統計データやマーケティング手法を活用しながら地域の特性に応じて訴求対象を定め、効果的なコンテンツの育成と発信を行います。

### 施策① 観光エリアマネジメント体制の構築と人材育成

地域住民、事業者や関連団体等と連携し、区内各地域の地域力を高める取組体制を構築し、区内各地域の特性やこれまでの取り組み状況等を踏まえて対象地域の明確化を図ります。また、地域に関わる様々な人材がそれぞれの能力を発揮し、各地域が主体的に観光まちづくりを推進できるよう、既存の地域力を活用しながら、地域における観光の担い手の育成を支援します。

### 施策② マーケティング手法を活用したコンテンツ育成と情報発信

マーケティング手法を活用し、地域ごとの訴求対象（ターゲット）を選定し、必要な来訪促進策を講じます。地域に点在する観光資源にストーリー性を持たせ、複数の資源を結びつけることによって、ターゲットの来訪を促進するための地域の新たな魅力を創出します。

#### 取組例

- 観光エリアマネジメント体制の構築
- 観光統計・マーケティング調査

## 2. 安心・安全・快適な来訪者に寄り添う受入環境づくり

- 国籍や年齢の違い、障害の有無などに関わらず、誰もがいつでも安心・安全かつ快適に過ごせるように、平常時から大規模災害発生時まで様々なケースを想定し、回遊促進に資するハード面・ソフト面のインフラを充実させます。
- 民泊の推進やトランジット客への区内観光のサポートなど、区の特徴やポテンシャルを活かして、より良い受入環境を作り上げます。

区内の多彩な地域資源は、住宅街の一角から臨海部まで、区内の隅々に広がっています。大田区は多くの人々が往来する国際都市として、アクセスやサービスといった様々な点で先進的に観光客の受入環境を整備していくことで、多彩な資源を十分に活かした観光振興を推進します。

### 2-1. 多様なニーズの受け皿となる宿泊施設の展開

現在、区内では高稼働率の宿泊施設が多い中、2020（平成 30）年に羽田空港に隣接して 1,000 室以上の客室の開業が予定されており、区外の近隣地域でもホテル建設が進んでいる中で、引き続き区が宿泊先として選ばれ続けるよう、大田区の宿泊魅力の底上げに取り組めます。

#### 施策① 先駆的な民泊の推進

民泊の先進自治体としての大田区のブランド力をさらに向上させるため、関係部署と連携し、違法民泊の取り締まりを強化します。特区民泊に関しては、可能な限り手続きの簡素化や要件の見直しへの働きかけを続けていくことで、宿泊客の満足度向上ともに民泊事業者とのつながりを深めます。

#### 施策② 地域と連携した宿泊施設の育成

宿泊施設と、銭湯や飲食店、交通事業者などとの協力関係の構築を推進し、宿泊施設が地域の観光へ貢献する仕組みづくりを行います。取り組みに意欲的で観光エリアマネジメントの核となり得る宿泊施設に対しては、人材育成にかかる支援の実施などを検討します。

##### 取組例

- 特区民泊の推進
- 違法民泊の取り締まり強化
- 地域に根差した宿泊施設の育成

## 実施例：大田区の特区民泊



資料) 大田区資料

### 2-2. 誰もが快適な観光を楽しむためのインフラ整備

土地勘の有無、言葉や文化などの違いにかかわらず、区に訪れた誰もがストレスフリーに観光を楽しめるよう、東京および日本の玄関口としてふさわしい観光まちづくりに取り組みます。

#### 施策① 円滑な観光誘導の充実

大田区来訪者のニーズや想定される導線を踏まえたインフラの整備や情報提供を促進します。ユニバーサルデザインを意識した設計や、Web・紙媒体の使い分けなど、区民にとっても来訪者にとっても快適な環境づくりを実現します。

#### 施策② 訪日外国人向けの受入体制整備

街中の案内表示や情報発信ツール、サービス案内などにおいて、明瞭かつ正確な多言語表記や訪日外国人の特性を考慮した案内を行います。訪日外国人対応にかかる情報の整理や媒体の作成と配布、ガイド人材の育成などを実施します。

**取組例**

- 大田区観光案内サイン事業
- 大田区ウェルカムショップ事業

**実施例：観光案内サイン**



資料) 大田区「大田区案内誘導サイン整備指針」(平成 29 年)

**実施例：大田区ウェルカムショップ**



ウェルカムショップとは  
外国人旅行者等の受け入れに積極的または今後受け入れる意思がある店舗・施設で、区から提供させていただく支援メニューを活用して、外国人旅行者等に接客、サービス提供等を実施する店舗・施設です。

資料) 大田区ホームページ

**2-3. 安心・安全を実現する観光危機管理体制の整備**

自然災害が多発する近年において、観光客の安全確保の重要性が高まっています。災害時に、土地に不案内な観光客に対し適切な情報提供が行われ、速やかに避難できるように、既存の枠組みとは異なる観光危機管理体制の整備や、観光関連事業者の危機管理意識の醸成を行います。

**施策① 観光客への災害時対応の意識醸成**

災害時の観光客対応窓口の一元化にかかる検討や災害情報の提供手段の整備、避難経路の作成と、それらの関連機関への周知などを行います。また、有事の際にスムーズに動けるよう、観光客への対応を含めた防災訓練を実施します。

## 施策② 訪日外国人向けの危機管理体制整備

事前に災害時の行動の心得や避難場所の案内などを多言語化して関連施設に配布を行うほか、各観光関連事業者に災害時の外国人対応を見越した適切な準備を行うよう、取組を促します。また、日頃より外国人対応を行う区職員や関連機関などの人材に対し、危機管理能力向上のための育成の取組について、関連部署と連携し検討します。

### 取組例

- 災害時の観光客対応窓口の一元化
- 観光客への対応を含めた防災訓練の実施
- 危機管理人材の育成

## 3. シティプロモーションと連携した来訪者に訴求する情報発信

- 現在策定が進んでいるシティプロモーション施策と併せて、明瞭な役割分担のもと、効果的な観光情報の発信の在り方について検討を行います。
- 情報の受け手側のニーズをきちんと整理し、庁内外の媒体を活用して情報発信を行います。

観光客が行ってみたいと思える地域をつくるうえでは、地域イメージの向上が肝となります。大田区内には、個性豊かな個別地域の魅力がひしめき合っており、それらの魅力の戦略的な発信と、地域の力が結集した国際都市おおたとしての全体的なイメージの発信を併せて行うことで、重層的な観光魅力の向上に努めていく必要があります。

### 3-1. 対外的なブランド発信に寄与する観光のあり方の検討

庁内で並行して行われているシティプロモーションの取組における区全体のブランド力向上の取組と、観光振興の取組が互いに合致し、相互に良い影響を及ぼし合いながら発展していけるよう、庁内外の関係主体の役割を明確化する必要があります。観光振興に寄与する区のブランドを打ち立てていくほか、シティプロモーションの目指す区のイメージ向上や、区民のアイデンティティおよびシビックプライドの増進に寄与するよう、観光振興に取り組んでいく必要があります。

## 施策① シティプロモーションにかかる観光施策の実施

観光施策のうち、個別の地域よりも区全体のブランド力向上にかかる影響が強いものについては適宜切り分けを行い、関係部署や団体などと緊密な連携を図りながら、シティプロモーションに紐付けた取組を行います。

## 施策② 密な連携に基づく観光・シティプロモーション推進体制の整備

シティプロモーションと観光振興の関係者同士で適切な役割分担を行ったうえで、定期的に進捗状況を共有し合うほか、区全体にかかる観光振興施策はシティプロモーションの組上で情報発信を行うなど、相互に協力して取組を推進します。

### 取組例

- シティプロモーションと連携した観光振興

## 3-2. 個々の地域や各テーマにおける魅力創出

大田区内の蒲田、大森、調布、池上、羽田等の個性豊かな地域性や、空港やレトロな商店街のほか、ものづくり産業、ウォーターフロントなどの特色豊かなテーマ性を持った観光資源は、それぞれ異なる層の観光客を惹きつける力があります。各地域やテーマの特色を尊重し、それぞれにおいてコンテンツの洗い出しやマーケティング手法の検討を行い、観光振興に取り組みます。

### 施策① 個々の地域や各テーマにおける効果的な魅力創出

区内観光にかかる地域の区分やテーマを洗い出すとともに、地域資源とその主要なターゲットについて整理を行い、資源の磨き上げや情報発信に要する期間や効果の大小の見込みを踏まえた優先順位に基づく取組によって、持続的な集客につなげます。

### 施策② 個々の地域や各テーマを支える人材の強化

各地域で観光の担い手となる人材の育成を進めます。区民や通勤・通学者を巻き込み、まちづくりの一手段として観光振興の取組を活用することで、観光エリアマネジメントを推進します。

### 取組例

- 観光資源の地域別・テーマ別情報整理
- マーケティング手法による地域魅力発信

## 3-3. フェーズごとの観光プロモーションの展開

観光客が求めている観光地の情報は、行先候補として認知させるための情報、行先とするか検討するための情報、現地訪問時に閲覧するための情報、再訪を促すための情報と、各段階で異なります。これらのフェーズに分けて観光プロモーションを行っていくことで、これまで取りこぼしていた観光客を惹きつけ、多様な観光行動を誘発します。

### 施策① 広域における認知度の向上

シティプロモーションとも連携し、SNSなどを活用した地域全体の情報発信によって国

内外の観光客を惹きつけます。視覚的なインパクトなどを活用し、区で体験できる驚きや感動を発信することで、大田区訪問への足掛かりを作ります。

### **施策② 地域やテーマ別の魅力を打ち出した情報展開**

SNSや大田区公式観光サイトなどのWeb媒体を活用し、各地域やテーマといった切り口による情報を発信します。また、羽田空港や東京都心への近接性などといった分かりやすいメリットの提示など、区への訪問意欲を高める工夫をします。

### **施策③ 区内や近隣地域で入手可能な観光情報の提示**

各地域拠点におけるポスターやパンフレットなどを活用して情報発信を行います。少ない時間でも区に立ち寄ってもらえるよう、交通アクセスや所要時間などをわかりやすく示すことで、訪問を促します。

### **施策④ 継続的なプロモーションによる大田区ファンの獲得**

来訪時にキャンペーンへの参加やSNSのフォローを促すなどとすることで、継続的に観光情報をプッシュします。簡素でかつ魅力ある情報の発信により、大田区ファンの獲得へとつなげます。

#### 取組例

- SNSを活用した情報発信
- 大田区観光紹介用パンフレット

## **3-4. 官民のリソースを活用した情報発信の実施**

区内には様々な観光コンテンツがあり、それぞれターゲットが異なる中で、情報発信にかかる媒体の使い分けが非常に重要となります。区の持つ媒体を活用した場合、区民や既存の観光客などへの情報発信は効果的に行うことができますが、それ以上の広がりについては限界があることから、広域の枠組みを持つ民間事業者とも連携し、効果的な情報発信を行います。

### **施策① 民間事業者と連携した情報展開の実施**

民間事業者と連携し、観光情報の発信を行います。例えば鉄道広告であれば沿線住民、飛行機の機内誌広告であれば就航先の空港利用者などに情報を伝播することができ、観光と関係の深い広告媒体の活用によって、様々な広がりが期待できます。

### **施策② 区の情報発信媒体の活用**

区民のほか、既存の観光客や区を通過する人々に対して、区の施設等での情報発信を行います。観光客が手に取りやすい情報を適切な場所に置くことで、観光促進につなげます。

#### 取組例

- 区内事業者と連携した情報発信

#### 4. 大田の魅力を隅々まで楽しみ、特徴を魅せる仕組みづくり

- 大田区の水辺と緑、ものづくり、温泉、文化芸術やスポーツ等の地域資源の魅力を高めるための仕組みを作ります。
- 多様な主体と連携し、観光コンテンツを充実させるとともに、快適で楽しい回遊環境の創出に取り組みます。

大田区には日本文化が体感できる寺社仏閣、温泉や伝統行事もあれば、国際色が感じられる空港、まつりや食などの観光資源もあります。また、多摩川や桜のプロムナードなど心が癒される環境もあれば、高い技術力を誇る産業もあります。区民の身近にあるこれらの観光資源は現時点で必ずしも国内外において高い知名度を持つわけではないが、見せ方や伝え方の工夫によっては外国人観光客を含む多くの方に高い訴求力を持つ可能性があります。

##### 4-1. 特色ある資源の整理と魅力の拡大

東京都心部に近接していながらも、人々に癒しを与え、好奇心をくすぐる、「大田区ならではの」特徴的な資源を整理し、個々の魅力の拡大を図ります。また、未だに観光資源として認識されていないものの人々を惹きつける可能性のある資源を発掘し、魅力を磨き上げ、訴求するターゲットへの発信を行うことで、観光資源としての育成を行います。

##### 施策① 活用可能な資源に関するデータベースの更新

都市観光に活用可能な地域資源を引き続き発掘し、観光資源に係る区のデータベースを定期的に更新します。そして、これらの資源を活用したキャンペーン、イベント、ツアーや商品開発等に取り組むことにより、大田区の魅力の見える化を図ります。

##### 施策② 資源の魅力の育成と発信

多様な主体がとらえた大田区の都市観光の魅力を整理した上で、育成に資する取組を実施し、様々な媒体を通じて幅広く発信します。

###### 取組例

- 大田区公式観光サイト運用保守
- 大田の魅力を活用した地域にぎわい事業

## 4-2. 魅力溢れるプログラムの充実

「知る人ぞ知る」地域の魅力を最大限に活用し、区内観光の促進を図るため、多様な資源を組み合わせる観光プログラムを充実させます。区内での滞在時間をより長く、区への来訪回数をより多くしていただくためのプログラムを観光客目線で検討し、充実を図ります。

### 施策① 多様な主体との連携

資源の新たな活用可能性を検討する上では、多様な主体と連携し、先進的な仕組みや技術を積極的に取り入れ、ターゲットや発信方法を定期的に見直し改善していくことで、よりダイープで時代に即した魅力の創出を行います。

### 施策② モデルプランの充実

観光統計データ等の分析に基づいてモデルプランを充実させ、空港利用者、宿泊者や近隣自治体の住民等の来訪者の特性やニーズに応えます。

#### <事例紹介：おおたオープンファクトリー>



資料) 大田観光協会ホームページ (<https://www.o-2.jp>)

#### 取組例

- モデルプラン選定事業

## 4-3. 快適な回遊環境の整備

大田区の観光資源には、鉄道駅から遠く、生活路線バスやレンタサイクル、車などを駆使しなければ訪問困難なものが一定数存在します。また、羽田空港では特に深夜、国内線に相当数の滞留者が発生しているといった問題もあり、彼らが街中に繰り出す仕組みづくりも必要です。国内外からの来訪者が大田区の観光を気軽にかつ快適に楽しめる回遊環境を整備します。

### 施策① 魅力的な景観づくり

観光の視点を取り入れた遊歩道や自転車走行空間の整備等を引き続き推進するとともに、

沿道の景観づくりを、区民の理解と協力を得ながら段階的に取り組みます。これによって大田区観光の楽しさを点から線へ、そして面へ広げることで、区全体の魅力向上を図ります。

### 施策② 回遊ルートの充実

道路、公園や港湾等を所管する関係機関との連携し、呑川緑道・桜のプロムナード、多摩川や東京湾等の水辺空間、公園、文化芸術施設やスポーツ施設等の地域資源を有機的に結びつく回遊ルートを充実させ、来訪者が歩行や自転車等で沿道の景色を楽しみながら大田区内を周遊する環境を向上させます。

### 施策③ 移動手段の充実

歩行、自転車や公共交通等を問わず、回遊にあたっての移動手段を引き続き充実させます。

### 施策④ 広域連携による観光振興

近隣自治体との広域連携のもと、観光振興事業を共同で展開することを推進し、区域を越えた回遊環境の向上を図ります。

#### 取組例

- 観光回遊ルートの整備
- サイクルツーリズムの取組の実施

## 4-4. 観光周遊を促進する交通網の整備

区内の周遊性を向上させ、観光客の選択肢を増やして満足度を高めると同時に、地域経済への効果を最大限引き出すために、区内の交通事業者とも連携して取組を進めます。

### 施策① 区内交通事業者との連携促進

数多くの交通事業者がひしめく大田区内で、既存の交通手段を最大限に活用するための情報整理を行い、観光客へ開示します。また、既存の交通手段で対応できないものについては、空港や主要駅などを起点とした地域資源へのアクセス性の向上策を検討するとともに、「乗り物に乗る」ことが一つの観光目的となるよう、区内交通そのものの魅力化を図ります。

### 施策② 観光周遊を促進する仕組みの検討

大田区内における周遊促進策として、区民、近隣地域住民、沿線住民らに対し大田区内の地域資源に気軽に立ち寄ってもらう仕組みや、空港滞留者に対し空いている時間を活用して街中に繰り出してもらう仕組みを検討します。短時間で訪問可能な魅力ある資源を、積極的にPRします。

#### 取組例

- 区内交通を活用した地域資源へのアクセス整理
- トランジット客向け回遊策の検討

## 5. 「大田区らしいMICE」の確立に向けた展開

- 主に一般観光を中心に展開する区の観光振興施策のなかでも、MICE誘致を重要事項の一つに改めて位置付け、MICEに関連するビジネス市場等に対するアプローチを中心に今後強化します。

MICEは、観光立国実現に向けた主要な柱として位置付けられており、東京都においても、東京都MICE誘致戦略に基づく取組み等、誘致施策の着実な実施が行われています。重層的な消費・経済活動を伴うMICEの開催は、開催地への経済波及効果が大きく、地域経済の活性化、ひいては開催地である区のブランド力・認知度向上につながることから、地域経済の活性化、シティセールス、観光・国際交流・文化・スポーツ・産業振興等への寄与が期待できます。

### 5-1. 地域一体となった推進体制の整備

MICEの関係者は民間企業、経済団体、大学、宿泊施設等、広範囲にわたります。主催者のニーズを汲み取りスムーズに対応していくために、誘致や開催にあたっては、地域一体となって取り組む体制の整備が非常に重要となります。関係者それぞれが大田区の取り組むMICEに関して共通の意識を持ち、緊密な連携を図れるように、推進体制の整備や人材育成などを行います。

#### 施策① 民間企業、経済団体、大学、宿泊施設等との連携促進

庁内外（産学公民）問わず、MICE誘致において重要となる関係者同士が深く連携する体制を整えるとともに、MICE施策に対する共通認識、理解、認知を向上させる取組（勉強会開催等）を進めながら、区内における一体的なMICE推進の基盤を構築します。

#### 施策② 地域におけるMICE開催への機運醸成

MICE開催の意義・効果を地域に発信等（シンポジウム開催等）することで、地域におけるMICE開催の理解を得ながら、共に推進を図っていく機運を醸成します。

#### 施策③ MICE誘致にかかる実務人材の育成・登用

MICE誘致の実務に求められる専門性をもった人材を育成・登用する他、他の推進団体（CB、DMO等）と交流を図る等、ネットワーク・チャンネルを広げ、推進基盤の底上げを図ります。

#### 施策④ 今後の発展を見据えた推進体制にかかる検討

MICE受入拠点の指定を視野に入れ、区主体から民間等主体の発展的な推進体制（エリアマネジメント組織）の実現を将来に見据え、区に依存しない自主自立的運営を担保する仕組みを検討します。

## 5-2. 区内資源の有効活用

大田区では、大田区産業プラザ（P i O）や大田区総合体育館等のM I C E開催場所となり得る施設を有するほか、日本および東京の玄関口である羽田空港とその周辺施設をはじめ、大田市場や民間の物流センター等、収容力と希少性を兼ね備えた見学型資源がひしめき合っています。これらの資源を最大限に活用することに加え、インフラ（道路・公園等）や体験型アクティビティ等、M I C Eに資する資源の活用方策を検討し、整備を行うことで、大田区らしいM I C Eを演出します。

### 施策① 区内施設・インフラの活用

区立施設・インフラ（道路・公園等）、その他の区内施設等について、M I C E利用が促進される方策の検討を行う。そのうえで、特にM I C E推進に向き合うべき区立施設・インフラ（道路・公園等）については、予約・利用基準等の緩和含め、積極的な活用を進めます。

### 施策② ユニークベニューの開発

M I C E主催者等に訴求する、大田区ならではの特別感・地域特性を演出する、会議等に使用できる施設・インフラの開発を図ります。

### 施策③ アフターコンベンション・エクスカージョン等の充実

M I C E主催者等に訴求する、会議後・会議中等に導入される、大田区ならではの魅力的なアトラクション等メニューの充実を図ります。

### 施策④ 資源のパッケージ化

M I C E主催者等に利便性・魅力がより訴求するよう、資源単体ではなく資源を連携・連結させ、一体的に活用するパッケージ展開を図る等で、大田区ならではの価値を提供します。

## 5-3. M I C E対応力の強化

M I C E誘致に関する国際競争が激しい中、国はM I C E国際競争力強化委員会やM I C E推進関係府省連絡会議を設置するなど、我が国のM I C E誘致競争力の抜本的な強化に取り組んでいます。このような背景の中、世界と日本を繋ぐ「選ばれる」M I C E開催都市を目指す大田区では、他都市との激しい競争の中で独自のポジションを獲得するために、M I C E対応力を段階的に強化します。

### 施策① 支援体制の充実・円滑化

大田区が開催地としてM I C E主催者等に選ばれ、そして選ばれ続けることを目標に、関係者が自らの役割に応じ、M I C E主催者等のニーズに迅速かつ柔軟に対応する仕組みを構築・強化します。

### 施策② グローバル対応の充実

国内外から選ばれるM I C E開催都市となるべく、関係者間の協力のもと、M I C Eの誘致・開催に係るグローバル対応を充実します。

#### 5-4. 重点分野を設定して誘致活動の展開

大田区はMICE先進都市（大規模施設を有する／機能集積型）とは異なるアプローチで、他の都市では担えない、世界と日本を繋ぐ「選ばれる」MICE開催都市を目指しています。大田区らしいMICEを具現化するために、重点的に取り組む分野を設定したうえで、資源を集中的に投入し、誘致活動の効果を高めます。

##### 施策① 重点分野の設定

MICE誘致に関する区内の資源を把握・再整理し、関連情報のデータベース化を行います。

SWOT分析やSTP分析などのマーケティング手法を活用し、ターゲットとする重点分野を設定し、MICE誘致の推進に係る区の現状や課題を関係者間で共有します。

##### 施策② プロモーション体制の整備

大田区らしいMICEの誘致を拡大させるためのプロモーション体制を整備します。整備した体制のもと、MICE施設事業者、旅行業者や大学等のステークホルダーとの連携を強化するとともに、区が進める関連施策等との相乗効果を図ります。

##### 施策③ 誘致活動の展開

重点分野におけるマーケットの動向を把握・分析し、区での開催が見込めるMICE案件等に関する情報収集を進めます。

区の強みを活かすとともに弱みを補うための取り組みを展開し、重点分野における誘致成功を目指します。

## 6. 「大田区観光」を推進する人材・体制・環境づくり

- 来訪者の様々なニーズに的確に対応するために必要な人材像を整理するとともに、大田区観光推進連絡協議会をはじめとする体制整備を通じて多様な人材が育ちやすい環境を創出します。
- 区民、事業者や関連団体の知恵と力を結集し、地域力を最大限生かすことで新たな観光資源の創出を含めて大田区観光の魅力を高めます。
- 国内外の来訪者に対応できる体制を構築し、来訪者がまた大田区を訪れたくなるようなおもてなしを提供します。

平成21年に大田区観光振興プランが策定されてから今日に至るまで、10年間にわたって大田観光協会や観光事業者をはじめ、多くの方が大田区観光を支えてきました。今後も、大田区観光を推進し、国際都市おおたを実現するためには、多様な人材の確保と育成は欠かせません。

## 6-1. 人材育成の体制整備

大田区観光の推進は行政のみで成し遂げることが困難であることから、インフラ整備、商品開発や情報発信等の様々な取り組みを担う人材の確保と育成が必要となります。そして、これらの人材が能力を発揮しやすい体制づくりを行うことが求められます。

### 施策① 観光サポーターの育成と組織化

大田区観光をサポートしたい区民や通勤・通学者を組織化し、研修の実施や活動機会の提供等を通じて人材育成を図ります。

### 施策② 観光ガイドのさらなる育成

観光協会等の協力を得て、大田区の歴史、文化や地域特性等を熟知し、人の心をつかむ解説ができる観光ガイドを育成し、区内外からの来訪促進を図ります。

### 施策③ 多言語対応人材の育成支援

羽田空港の国際化、特区民泊の実施やMICEの推進等により、多くの外国人観光客が大田区を訪れると期待されているなか、事業者や関連団体による多言語対応人材の育成を支援し、外国人観光客の受け入れ環境を整備します。

#### 取組例

- 大田区観光PR特使事業
- 観光ガイドの育成
- 多言語対応人材の育成

## 6-2. 観光を支える事業者や団体の活動環境の整備

大田区観光を支える区民、事業者や関連団体が活動しやすい環境を整備します。

### 施策① 活動機会の継続的な提供

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催前後の観光環境を意識しながら、観光サポーターや観光ガイド等の人材が継続的に活動できる機会の提供を図ります。

### 施策② 観光関連の創業支援にかかる仕組みの検討

観光関連の事業を起こす事業者が活動しやすい環境を提供することで、地域の活性化とともに大田区の新たな観光資源の創出を促進する仕組みを検討します。

#### 取組例

- 観光関連の創業支援制度の検討

## 第5章 事業推進への取組み

このプランで掲げた観光振興の施策を、効果的かつ効率的に展開していくためには、大田区にあるさまざまな力を結集するとともに強化し、選択と集中の考え方のもと、その力を適切な箇所に配分していくマネジメントが求められます。区内には、観光振興に関係するさまざまな主体があることから、それらが相互に協力しながら行動していくことで一層、効果的効率的な観光振興を図ります。

### 1. 6つのチカラを結集した大田区観光の推進

大田区では、「企画力・構想力」「地域魅力編集力」「発信力」「事業推進力」「人材育成力」「危機管理能力」の6つの力を活用し、さらにはそれを結集させることで一層大きな力としていくことにより観光振興を図ります。

#### 6つの力を結集した大田区観光の推進



#### (1) 企画力・構想力

大田区内には、それぞれに特性や魅力の異なる地域があり、来訪者特性も異なっていることから、マーケティングを考える単位は、区よりも小規模な地域・地区単位となっており、区内各地域・地区が観光客誘致において切磋琢磨する状況を生み出しています。そのため、大田観光協会や各地の観光事業者においても、馬池洗（馬込・池上・洗足）の周遊にかかる仕掛けや、多摩川流域での連携、羽田空港との連携による七福神めぐりなど、地域ごとに特性や魅力を活かした企画・構想を展開しはじめています。今後は、一層の企画・構想力の強化を図り、大田区観光を盛り上げていきます。

## (2) 地域魅力編集力

区内に群を抜いた観光地、観光名所がないことは、逆に地域で活動する関係者に工夫の余地を生んでおり、産業施設を活用したオープンファクトリーや、身近な観光資源を楽しみ、発掘するまち歩きネットワーク等、他地域からも評価、注目されている取組が区内各地で行われています。このように、観光関係者が地域の魅力を編集し、一層魅力を向上していく力は、大田区の有する貴重な資源であり、今後は、この地域の魅力をさらに拡大展開していく力を活用し、大田区の観光を魅力あふれるものにしていきます。

## (3) 発信力

「大田区」として対外的にイメージを打ち出していく上では、これという決め手がなく、焦点が定まらない印象を与えてしまう弱みとなっていました。この課題を克服すべく、『(仮称)ブランディング・シティプロモーション戦略』による対外的な統一イメージづくりに取り組みはじめました。今後は、観光振興のためのプロモーションに加え、シティプロモーションによる情報発信が上乘せされることで、情報発信力を一層向上していきます。

## (4) 事業推進力

大田観光協会は、大田区の地域力を活かした観光まちづくりの推進を主眼とした事業活動を繰り広げてきています。また、区内の観光関連民間事業者や観光関係機関、学識経験者など幅広く関係者と連携して観光を推進するための情報共有等を図る枠組みとして、大田区観光連絡推進協議会を設置しています。これらの培われた事業推進力を一層強化、活用することで、大田区観光振興を強力に推進していきます。

## (5) 人材育成力

これまで「区民観光」の概念のもと、自分たちの地域を知り、それを誇りに思い、その気づいた価値を発信していくことを、観光政策の基礎として活動しており、まち歩きにかかる取組などは、観光まちづくり教育の一環としても優れたものとして、区内における草の根レベルの人材の底上げが図られています。この人材育成力を活用し、今後、子どもたちにも展開していくことで、持続可能な観光まちづくりを展開していきます。

## (6) 危機管理力

羽田空港を有する地域特性から、区内には空港利用のための宿泊客が多く滞在しており、大田区では、このようなリスク管理に対する必要性が、特に高いものとなっており、防災危機管理課と調整の上、対応を検討します。

観光分野の市場拡大が続く現在、より一層の良質な観光サービスの提供が求められています。そのため、観光事業者と協力して、継続的な改善を促すことで、観光業界全体のサービスレベル向上に寄与し、ひいては大田区全体のイメージアップにつなげていきます。

## 2. 重点計画策定に基づく“選択・集中”による着実な取組の展開

本プランにおいて示した方向性や施策に基づいて、今後、区が主体となって実施する事業については、別途、重点計画を定めて示すこととします。重点計画は前期と後期の2期制とし、前期は初年度から2020年までとした上で、その状況をみて、2021年から計画目標年度までの後期重点計画を定めることとします。

なお、地域ごとに多様な特性を有する大田区において観光振興を効果的に進めていくためには、地域別のマーケティングが必要になります。そのため、選択と集中を意識して取り組んでいく上で、事業の重点化やリーディングプランの設定等についても検討していきます。

また、近年の状況を鑑みて、重点計画に定めた事業の進捗や効果を確認するための仕組やフォローアップ体制の構築を行います。

### (1) 選択と集中を意識した着実な取組の展開

大田区の観光においては、地域ごとに異なる特徴を有することが、強みでもある一方で、区として対外的に打ち出していく上では、これという決め手がなく、焦点が定まらないという印象を与えてしまう弱みともなっていました。今後は、区全体で認知度向上やイメージアップのためのプロモーションは、シティプロモーションの文脈において取り組まれることから、その向上に期待しつつ、観光分野では、特定の資源やテーマ、エリアやゾーン、そして活性化手法の3つの切り口に着目して、リソースを集中していくことが可能となります。

今後は、このような選択と集中を意識したマーケティングに基づいた活動や事業を牽引役として、その効果が他の活動や事業に波及することで、全体としての活性化を図っていくような重点化について検討し、必要に応じてリーディングプランの設定等を行います。

### (2) 事業進捗に関するフォローアップ体制づくり

本プランで定めた施策の方向性が実現に向かっているか、本プランの施策の達成状況や、重点計画に定めた事業進捗や効果を確認するための体制として、区及び有識者のほか、観光事業の当事者である観光施設や宿泊、土産品、飲食店、旅行業、交通事業者など民間事業者の参画を得て、有識者、観光関係事業者、区民などの視点からフォローアップする体制づくりを行います。なお、急激な社会情勢の変化等により、プラン掲載施策や、重点計画に計上した事業を見直す必要が発生した場合など、このフォローアップ体制によって、速やかにプランの見直しや事業の改廃を行うことで、機動的に対応できるように取り組みます。

### 3. 大田区観光力の推進のための分担・役割と中枢機能の充実

本プランを推進していくためには、区民をはじめ、NPO等団体、観光事業者・交通事業者、大田観光協会、区など行政の各主体が、その役割分担を適切に行いつつ、相互の連携を図りながら一体となって取り組む必要があります。

#### (1) プラットフォームによる情報共有と協働

区で設置している大田区観光連絡推進協議会は、区内観光関係者の多くに参画いただき、区内関係者間の横の情報共有や連携のプラットフォームとして機能しています。また、大田区観光連絡推進協議会の参加者同士で具体的な協働につながっている例もみられ、協働を促進するための場としての役割も実現しつつあるところです。そのため、今後もプラットフォームによる情報共有と協働について、積極的に促進します。

#### (2) 庁内部署間の連携強化

大田区における観光振興にかかる事業の多くが、ほぼ観光課に一極集中している状況ですが、産業振興、まちづくり、空港（跡地開発）所管部署などとの連携を強化するとともに、今後はシティプロモーションや防災所管部署との緊密な連携も必要となってくることから、その役割分担について継続的に確認しつつ、効果が最大になるようにつとめます。

#### (3) 広域連携の展開

大田区では、品川・大田地域観光まちづくり推進協議会など品川区との連携や、大田区・川崎市観光まちづくり連携事業などの川崎市との連携、多摩川流域協議会など多摩川流域の自治体との連携など、広域連携に積極的に取り組んできています。

今後も引き続き、これらの近隣自治体との連携を通じた観光振興に取り組むとともに、特にMICE誘致にかかる取組では東京都との連携も重視されるところです。そのほかにも、遠隔地であってもテーマ性の類似度が高い地域などとは連携していくことを検討し、連携による観光振興の展開を積極的に図ります。

#### (4) 観光振興の推進にかかる中枢機能の充実

近年、観光地経営の視点にたつて、地域への誇りと愛着を醸成する観光まちづくりの舵取り役を行う中枢的な機能の必要性が多く指摘されていることをふまえ、大田区観光振興における中枢機能のあり方等については、引き続き議論していきます。

特に、MICE誘致については、大田区MICE推進会議において、諸外国の判断速度に対応するために、誘致のための最終意思決定が可能なHQ（ヘッドクォーター、司令部）の必要性が議題に上がっており、継続的にその必要性を検討します。

### 大田区観光振興の推進イメージ

