

## 6. 観光マーケティング分析

### 6.1. 大田区観光の現状

#### 6.1.1. 観光入込客数

・大田区の平成 26 年観光入込客数は推定年間約 689 万人（羽田空港への来訪者除く）。

- ・羽田空港を除く大田区内の主な観光地点やイベント参加者数をもとに、観光庁の「観光入込客統計に関する共通基準」による推計手法で算出した大田区の観光入込客数は年間約 689 万人である。
- ・羽田空港来訪者の多くは別の目的地に行くために大田区を通過しているものと見られるものの、そのうち空港で買い物や食事をしている人は大田区に来て消費活動をしており、これを大田区への観光客とみなすと、その数は年間約 1,371 万人と見込まれる。これを含めると大田区への観光入込客数は年間約 2,060 万人と推定される。

・大田区外から大田区への来訪者数は年間 3,768 万人。

- ・平成 26 年 10 月の 1 か月分の観光ビッグデータを解析し、大田区居住者及び通勤・通学者を除いて大田区に 2 時間以上滞在している人を来訪者として見ると、平日の来訪者数は 1 日約 10 万人、休日は約 10 万 5 千人と推定される。（ただし、これは 2 時間以上滞在した人であり、ここには観光目的ではない人も含まれる。）
- ・これを同 10 月の平日 22 日、休日 9 日で 1 ヶ月換算すると、来訪者数は月約 314 万人となり、さらに単純に 12 倍し年換算すると年間約 3,768 万人と推定される。（季節変動は考慮されていない。）

### 6.1.2. 来訪者アンケートからみた現状

来訪者アンケート結果から、次のような現状が把握できた。

・羽田空港以外の調査地点について、池上本門寺と JR 蒲田駅周辺は近隣県からの来訪がみられるが、その他の施設（郷土博物館等）については、大田区内からの来訪者が多い。

- ・他の観光地点に比べ来訪者が多い池上本門寺では、神奈川県、千葉県、埼玉県といった東京都近隣からの来訪も見られ、認知度の高さがうかがえる。
- ・洗足池公園、郷土博物館、大森海苔のふるさと館では、都内とりわけ大田区内からの来訪者が多く、近隣の県からの集客に至っていない。
- ・交通拠点である JR 蒲田駅周辺では、神奈川県、千葉県、埼玉県といった東京都近隣からの来訪も見られる。
- ・JR 大森駅周辺でも大田区外や都外近隣からの来訪が見られるが、ビジネス目的が多い。
- ・羽田空港国内線の出発ロビーの来訪者は、当然のことながら全国各地に広く分布しているが、国際線では東京都、神奈川県、埼玉県といった近隣からの来訪が多い。
- ・池上本門寺は高齢者が多いことから、歴史や文化という観光資源が高齢者の集客につながっていることがうかがえる。
- ・郷土博物館や大森海苔のふるさと館は子育て世代が多いため、見学や体験が目当てではないかと考えられる。
- ・洗足池公園では子育て世代以上の各年齢層がウォーキングやバードウォッチングなどを目的としていると考えられる。
- ・大森海苔のふるさと館では、他に比べて初めての来館者が多い。

・JR 蒲田駅周辺と羽田空港での食事や買い物などの消費活動が多い。

- ・大田区への来訪者は、日本人、外国人とも「目的地へ行くための乗継」目的が半数以上であり（外国人は4分の3）、大田区が目的地である人は少ない。
- ・乗り継ぎ以外の目的では、日本人、外国人とも飲食、買い物が上位であるが、歴史・文化を楽しむといった観光目的は極少数にとどまる。
- ・大田区への来訪者のうち大田区に宿泊する日本人は 3.2%、外国人は 5.2%である。一方で調査した 47 宿泊施設の平均稼働率は 83%となっている。
- ・本調査の調査地点においては、買い物や食事をしているのは、JR 蒲田駅や羽田空港周辺が多く、それ以外の地点では少ない。
- ・JR 蒲田駅周辺では、そこを中心とした各方面への放射状の人の流れがある。

・来訪者から見ると JR 蒲田駅周辺は観光・レジャー、JR 大森駅周辺はビジネス。

- ・ビッグデータ解析から推測すると、JR 蒲田駅から大田区に入る人は、蒲田駅周辺はもとより池上地域や多摩川沿いをはじめ大田区内の各方面に蒲田地域から放射状に周遊する動きが見られ、JR 大森駅から大田区に入る人は、ほとんどが大森駅周辺でとどまり、一部が臨海公園地域に流れているといった状況にある。
- ・JR 蒲田駅周辺への来訪者にはビジネス目的よりも観光レジャー目的の方が多く、目的地に行く際の乗り継ぎで買い物や食事をしているものと見られる。対象が異なる来訪者アンケート調査（商店街調査）の結果であり単純な比較はできないが、JR 大森駅周辺では観光目的よりビジネス目的の方が多いと推測される。

・鉄道路線から離れた観光地点では、自家用車や自転車、徒歩での来訪が多く、あまり周遊をしていない。

- ・JR 蒲田駅周辺に来ている人は3箇所以上周遊する人も多いが、池上本門寺や洗足池公園、郷土博物館、大森海苔のふるさと館に来ている人は、あまり周遊していない。
- ・大森海苔のふるさと館や池上本門寺では自家用車、洗足池公園では自転車と徒歩、郷土博物館では徒歩が多い。

・来訪を促すためにはインターネットを活用した観光情報の発信とSEO対策、来訪者に対しては、まちなかでの外国人にも配慮した案内の充実が求められる。

- ・来訪者が利用した情報媒体は、大田区や大田観光協会のホームページよりも、インターネットの検索サイトの方が多い。
- ・羽田空港以外の来訪者では、観光情報紙・パンフレットの拡充、まちかど観光案内所などの拡充の声が多かった。特に、羽田空港利用の外国人では、Wi-Fi 環境の整備、案内サインの多言語化の要望が多かった。
- ・宿泊施設の選択は、いわゆるインターネットの宿泊施設検索サイトでリサーチしている。大田区に宿泊した人が宿泊施設を選んだ理由として、日本人では、宿泊料金の安さや目的地の近さを挙げている。一方、外国人については、目的地までの近さや交通アクセスの充実、宿泊料金の安さといった声が多かった。羽田空港からの立地や交通の便のよさ、料金の安さ等について、羽田空港利用者によりアピールすることで、宿泊者の増加につながる可能性がある。
- ・大田区の観光スポットの認知度は、羽田空港が約4割の認知度があるものの、池上本門寺も約15%、それ以外のスポットは10%に満たず、観光スポットの認知度は低い。

- ・大田区に宿泊した外国人の1日あたり観光消費額は、日本人に比べて2倍の約50,000円となっている。

・「ものづくりのまち」、「交通が便利なまち」、「にぎやかな商店街」、「歴史的名所」、「下町風の活気」が現状の大田区に対する印象である。

- ・本調査で対象とした来訪者では、大田区は「ものづくりのまち」や「交通が便利なまち」といった印象が強い。その他に、「にぎやかな商店街」、「歴史的名所」、「下町風の活気」といった意見も多かった。この傾向は日本人、外国人とも同様の傾向であるが、「ものづくりのまち」への印象は、日本人の方が強い。
- ・各調査地点における来訪者の意見では、行ってみたい観光スポットは分散しているが、桜坂や黒湯温泉については、どの調査地点の来訪者からも上位に挙げられており、今後の観光資源として期待できる。
- ・対象者の異なる来街者アンケート（商店街調査）ではあるが、JR大森駅周辺では、「池上本門寺などの神社・仏閣・旧跡めぐり」を体験した人が4割、それを知っている人を加えると6割以上になることから、池上本門寺の知名度の高さがうかがえる。また、東京湾クルーズ・屋形船、大田市場の認知度も高かった。

### 6.1.3. ビッグデータ解析からみた現状と課題

ビッグデータ解析結果から、次のような現状と課題が浮かび上がった。

・羽田空港や JR 蒲田駅といった交通拠点があるものの、その利用者の多くは大田区を通過している。

- ・羽田空港国内線・国際線の旅客数は、年間 7,742 万人（平成 26 年）であり、単純換算で 1 日あたり 21.2 万人となる。
- ・本調査では、ビッグデータを利用して大田区に在住・在勤・通学をしていない人で、大田区内に 2 時間以上滞在した人を対象に解析した。対象者のうち、最初に 30 分以上滞在（一次訪問）した場所が羽田空港地域だった人は、1 日あたり 30,852 人である。そのうち、別の場所に 30 分以上滞在（二次訪問）した人は 1,835 人(5.9%)であった。一方、94%にあたる 29,017 人は羽田空港地域以外の場所には立寄らなかった。
- ・上記と同様の対象者について、JR を利用して JR 蒲田駅から大田区内に流入する人は、1 日あたり 7,353 人いる。そのうち一次訪問先が蒲田駅周辺だった人は、5,947 人であり、蒲田駅周辺以外に立寄らなかった人は、4,627 人であった。

・羽田空港や JR 蒲田駅を起点にそれぞれの近いエリアへの放射状の人の流れはあるものの、いわゆる“大田区内を周遊”する流れは少ない。

- ・鉄道利用者は、主に JR 蒲田駅から大田区内への流入しており、その多くは JR 蒲田駅と隣接するエリアとの放射状の往復の流れとなっている。
- ・JR 蒲田駅周辺以外のエリア同士を周遊する流れは少ない。
- ・羽田空港利用者は、蒲田、空港に近い糀谷・羽田地域および臨海公園地域との周遊が中心であり、大田区の西側地域には流動がほとんどみられない。
- ・大田区の西側では、台地部地域が核となり、池上地域・大森地域・多摩川沿い地域等との放射状の流れも見られる。

・来訪者の多くは昼間帯に限られ、夕方以降の滞在がみられるエリアは限定される。

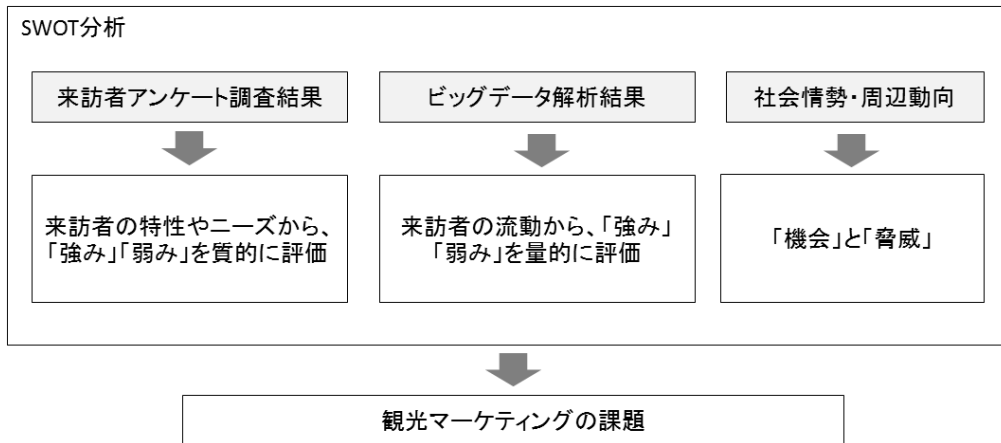
- ・来訪者が多いのは羽田空港、JR 蒲田駅や JR 大森駅、京急大鳥居駅である。
- ・池上本門寺、洗足池公園があるエリアでは夕方以降の滞在は少ない。
- ・夜間滞在（宿泊相当と考慮）は、羽田空港地域に多い。
- ・南関東や北関東からの来訪者は、大田区内の広いエリアにて滞在がみられるが、主に昼間であり、夕方以降の滞在は少ない。

## 6.2. SWOT 分析

### 6.2.1. 分析の流れ

SWOT 分析とは、対象を取り巻く内部環境の強み (Strengths)、弱み (Weaknesses) と、社会情勢や周辺動向等の外部環境による機会や追い風 (Opportunities) や脅威や逆風 (Threats) を洗い出し、機会を活かして強みを伸ばす、脅威を避けて強みを伸ばすなどの戦略を検討するための定性的なマーケティング手法の一つである。

ここでは、本調査で実施した来訪者アンケート調査結果による来訪者の特性やニーズや、ビッグデータ解析結果による来訪者の流動状況から、「強み」と「弱み」を洗い出すとともに、取り巻く社会環境や周辺動向から「機会」と「脅威」を設定し、SWOT 分析によって大田区における観光マーケティングを考察することとした。



図表 6-1 分析の流れ

## 6.2.2. SWOT 分析

来訪者アンケート調査結果による来訪者の特性やニーズや、ビッグデータ解析結果による来訪者の流動状況からみた「強み」と「弱み」、取り巻く社会環境や周辺動向から「機会」と「脅威」を整理した。

### (1) 来訪者アンケートやビッグデータ解析からみた「強み」「弱み」

#### ① 強み

- ・羽田空港を含めると観光入込客数は年間 2,060 万人と推定される。
- ・羽田空港の認知度は高い。
- ・池上本門寺と JR 蒲田駅周辺、JR 大森駅周辺は近隣県からの来訪がみられる。
- ・「ものづくりのまち」、「交通が便利なまち」、「にぎやかな商店街」、「歴史的名所」、「下町風の活気」が大田区に対する印象である。
- ・JR 蒲田駅周辺や池上本門寺のほかに、桜坂、黒湯温泉なども観光資源になりえる。
- ・JR 蒲田駅周辺と羽田空港では、食事や買い物を目的としている人が多い。
- ・JR 蒲田駅周辺来訪者には「交通の利便性がよいまち」との印象が強い。
- ・JR 蒲田駅周辺では手頃な価格帯の飲食店が多いと思われる。
- ・JR 大森駅周辺ではビジネス客も多く、買い物、食事目的の利用も見られる。
- ・羽田空港や JR 蒲田駅を起点にそれぞれの近いエリアへ放射状に人の流れがある。

#### ② 弱み

- ・来訪者のうち大田区内に宿泊する人は、5%以下である。
- ・2 時間以上滞在している人の割合も低い。
- ・洗足池公園、郷土博物館、大森海苔のふるさと館などの調査結果から大田区内の観光関連スポットの観光客のほとんどが、大田区内からの来訪者である。
- ・通過する人が大半で、いわゆる“大田区内を周遊”する流れは少ない。
- ・来訪者の多くは昼間帯に限られ、夕方以降の滞在がみられるエリアは限定される。
- ・観光施設の中には、二次交通の整備が必要と考えられる場所もある。
- ・羽田空港や JR 蒲田駅といった交通拠点があるものの、その利用者の多くは大田区を通過している。

## (2) 取り巻く社会環境や周辺動向からみた「機会」と「脅威」

### ① 機会

- ・羽田空港の発着便の増加に伴い大田区を流出入する人が増加。
- ・2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催により、国内外からの来訪者が増加。
- ・国の訪日外国人3,000万人プログラムによる受け入れ環境の整備事業や、ビザ発給要件緩和や免税品目の拡大などの施策により訪日外国人が増加。

### ② 脅威

- ・東京都内には魅力的で集客力の高いエリア（銀座、浅草等々）が多く、各自治体も観光客誘致に様々な施策を展開しており、競争が激しくなっている。
- ・町工場や商店街では、高齢化や後継者不足により活力が低下している。
- ・東京－羽田間の鉄道アクセス向上の動きが活発化（大田区を通過してしまう可能性が高くなる懸念）
- ・首都直下型地震や、南海トラフ地震などの大規模災害の懸念



### (3) 分析結果

来訪者アンケートやビッグデータ解析からみた「強み」「弱み」、取り巻く社会環境や周辺動向からみた「機会」と「脅威」を以下の通り整理した。

図表 6-2 内部要因と外部要因の整理

	プラス要因	マイナス要因
内部要因	<p><b>【強み Strengths】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・羽田空港を含めると観光入込客数は年間2,060万人と推定される。</li> <li>・羽田空港の認知度は高い。</li> <li>・池上本門寺と JR 蒲田駅周辺、JR 大森駅周辺は近隣県からの来訪がみられる。</li> <li>・「ものづくりのまち」、「交通が便利なまち」、「にぎやかな商店街」、「歴史的名所」、「下町風の活気」が大田区に対する印象である。</li> <li>・JR 蒲田駅周辺や池上本門寺のほかに、桜坂、黒湯温泉なども観光資源になりえる。</li> <li>・JR 蒲田駅周辺と羽田空港では、食事や買い物を目としている人が多い。</li> <li>・JR 蒲田駅周辺来訪者には「交通の利便性がよいまち」との印象が強い。</li> <li>・JR 蒲田駅周辺では手頃な価格帯の飲食店が多いと思われる。</li> <li>・JR 大森駅周辺ではビジネス客も多く、買い物、食事目的の利用も見られる。</li> <li>・羽田空港や JR 蒲田駅を起点にそれぞれの近いエリアへ放射状に人の流れがある。</li> </ul>	<p><b>【弱み Weaknesses】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者のうち大田区内で宿泊する人は、5%以下である。</li> <li>・2時間以上滞在している人の割合も低い。</li> <li>・洗足池公園、郷土博物館、大森海苔のふるさと館などの調査結果から区内の観光関連スポットの観光客のほとんどが、大田区内からの来訪者である。</li> <li>・通過する人が大半で、いわゆる“大田区内を周遊”する流れは少ない。</li> <li>・来訪者の多くは昼間帯に限られ、夕方以降の滞在がみられるエリアは限定される。</li> <li>・観光施設の中には、二次交通の整備が必要と考えられる場所もある。</li> <li>・羽田空港や JR 蒲田駅といった交通拠点があるものの、その利用者の多くは大田区を通過している。</li> </ul>
外部要因	<p><b>【機会 Opportunities】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・羽田空港の発着便の増加に伴い大田区を流出入する人が増加。</li> <li>・2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催により、国内外からの来訪者が増加。</li> <li>・国の訪日外国人3,000万人プログラムによる受け入れ環境の整備事業や、ビザ発給要件緩和や免税品目の拡大などの施策により訪日外国人が増加。</li> </ul>	<p><b>【脅威 Threats】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都内には魅力的で集客力の高いエリア（銀座、浅草等々）が多く、各自治体も観光客誘致に様々な施策を展開しており、競争が激しくなっている。</li> <li>・町工場や商店街では、高齢化や後継者不足により活力が低下している。</li> <li>・東京ー羽田間の鉄道アクセス向上の動きが活発化（大田区を通過してしまう可能性が高くなる懸念）</li> <li>・首都直下型地震や、南海トラフ地震などの大規模災害の懸念</li> </ul>

#### (4) 観光マーケティングの課題

SWOT分析で整理した具体的な項目同士を結び付け、今後の観光マーケティングで取り組むべき課題を以下の通り導き出した。

##### ① 「機会」を活かして「強み」を伸ばすための課題

図表 6-3 「機会」を活かして「強み」を伸ばすための課題

取り上げたSWOT分析の項目	
機会	・羽田空港の利用客が増加
強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JR 蒲田駅周辺来訪者には、「交通の利便性がよいまち」との印象が強い。</li> <li>・JR 蒲田駅周辺では、手頃な価格帯の飲食店が多いと思われる。</li> <li>・羽田空港や JR 蒲田駅を起点にそれぞれに近いエリアへ放射状に人の流れがある。</li> </ul>

平成 26 年 1 年間の大田区の観光入込客数は、羽田空港を含めると約 2,060 万人と推計される。そのうち約 1,371 万人が羽田空港国内線、国際線の利用者である。

今後、空の玄関口である羽田空港の利用客が増加することが予想される中、大田区の立地の優位性を活かして、羽田空港の利用客を大田区内での滞在や回遊、消費に結びつけていくことは大きな課題といえる。

羽田空港の利用客を大田区に呼び込むためには、観光庁に外客受入拠点としても指定された蒲田周辺が重要なエリアであるといえる。ビッグデータ分析では、蒲田駅周辺を起点とした放射状の人の流れが大きいことがわかった。また、夕方以降の滞在者も多いことから、蒲田が交通の要所として、また買い物や飲食の中心地となっていることが伺える。

JR 蒲田駅周辺は、羽田空港からのアクセスもよく、手頃な価格帯の飲食店が多いという印象をもたれていることから、現状のイメージをうまく活かし、商店街や宿泊施設と連携した魅力の創出などが考えられる。特に人数の多い羽田空港の利用客に訴求していくと集客効果が高いと考えられる。

##### ② 「機会」を活かして「弱み」を改善するための課題

図表 6-4 「機会」を活かして「弱み」を改善するための課題

取り上げたSWOT分析の項目	
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・羽田空港の利用客が増加。</li> <li>・訪日外国人の増加。</li> </ul>
弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・来訪者のうち大田区に宿泊する人の割合は、5%以下である。</li> <li>・来訪者の多くは昼間帯に限られ、夕方以降の滞在がみられるエリアは限定される。</li> </ul>

来訪者のうち大田区に宿泊する人の割合は5%以下であるが、調査対象とした宿泊施設（47施設）の稼働率では、すでに83%に上っている。今後、訪日外国人客が増えることを考えると、十分なキャパシティがあるとは言い難い。

宿泊者は、周辺での飲食・買い物を含めて観光消費額が高い傾向にあるため、宿泊客をいかに確保し、消費につなげていくかは課題である。

本調査において、日本人及び外国人宿泊者がその宿泊施設を選んだ理由としては、目的地までの近さ、宿泊料金の安さ、交通アクセスの充実を挙げる人が多かった。宿泊地・宿泊施設として選ばれるためには、この印象をうまく活かして効果的に訴求していく必要がある。

増加する外国人旅行者を大田区内滞在、消費や宿泊していただくための、さらなる受け入れ環境の整備、全区をあげての「おもてなし」の推進が必要である。一方、外国人旅行者の受け入れ増加が、大田区に与える波及効果について整理する必要もある。

### ③ 「機会」を活かして「弱み」を改善するための課題

図表 6-5 「機会」を活かして「弱み」を改善するための課題

取り上げたSWOT分析の項目	
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・羽田空港の利用客が増加。</li> <li>・訪日外国人の増加。</li> </ul>
弱み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いわゆる“大田区内を周遊”する流れは少ない。</li> <li>・洗足池公園、郷土博物館、大森海苔のふるさと館などの観光客のほとんどが、大田区内からの来訪者である。</li> </ul>

本調査の調査対象となった観光施設（郷土博物館や大森海苔のふるさと館等）では、自動車や自転車、徒歩といった二次交通を利用する人が多く、近隣からの来訪者が多かった。

また、近くに飲食や買い物ができる場所も少ないため、観光消費額も低い傾向にある。

遠方からの顧客に対して、これらの観光施設を効率よく周遊してもらい、消費に結びつけていくためには、二次交通の整備やツアー造成などの方策が考えられる。

\*二次交通とは、空港や鉄道の駅から観光目的地までの交通のこと。

④ 「機会」を活かして「強み」を伸ばすための課題

図表 6-6 「機会」を活かして「強み」を伸ばすための課題

取り上げたSWOT分析の項目	
機会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・羽田空港では特に外国人の利用者が増える。</li> <li>・国の訪日外国人 3,000 万人プログラムによる受け入れ環境の整備事業や、ビザ発給要件緩和や免税品目の拡大などの施策により訪日外国人が増加。</li> </ul>
強み	<ul style="list-style-type: none"> <li>・羽田空港の認知度は高い。</li> <li>・「ものづくりのまち」「交通が便利なまち」「にぎやかな商店街」「下町風の活気」が大田区に対する印象である。</li> </ul>

国の訪日外国人 3,000 万人プログラムやオリンピック・パラリンピックの開催等により、羽田空港を利用して訪日外国人が増加することが予想されている。昨今では「インバウンド」やいわゆる「爆買い」といった言葉がメディアを騒がせることも多くなった。

日本人に比べて連泊の割合が高く、観光消費額も大きい外国人の「囲い込み」は、地方を含めて競争が激しくなっている。事業者や各自治体も工夫を凝らした取り組みをはじめており、その中で大田区の存在感を示し、差別化できるコンテンツを創っていくことは、今後ますます必要と考えられる。外国人にとって大田区内で知っている観光スポットとしては、羽田空港が一番多いため、これをうまく活かしていくことが方策のひとつといえる。大田区ならではの特徴を活かした「ものづくりのまち」「交通が便利なまち」「にぎやかな商店街」「下町風の活気」といったイメージも活用できる。

日本人・外国人ともに観光情報の入手方法は、インターネットの検索サイトの利用が多い。大田区や大田観光協会など、関係機関のホームページのコンテンツを拡充させるとともに、SEO対策なども考えられる。

特に外国人については、日本人に比べてSNS利用が多く、Wi-Fi 環境整備への要望も多いため、外国人に合った情報発信の手段やインフラ整備などの検討が必要である。