

基本目標 2 まちの魅力と産業が世界に向けて輝く都市

個別目標 3 ものづくりから未来へ、独自の産業と都市文化を創造します

施策 1 ものづくり産業を育み、世界に発信します

施策：5年後のめざす姿（最終アウトカム）

○高付加価値を産み出すものづくり産業の集積地として、活力ある中小企業が産業を牽引し、国内外と活発にビジネス交流しています。

施策の指標（★…モノサシ指標 ☆…モノサシ指標【再掲】 ◎…中間アウトカム指標 ●…アウトプット指標）

	項目	H25	H26	H27	H28	H29	H30	目標値	達成度
★	製造品出荷額等(億円)	4,796 (H24)	4,110	-	4,019	-	-	5,000	80.4%
	◎ ★ 新製品・新技術開発助成(実用化・製品化助成)を受けた企業のうち展示会出展または取引につながった企業の割合	66.6% (H23)	-	82.1%	75.0%	80.77%	95.65%	100%	95.7%
☆	大田区内の従業者数(人)【再掲】	334,046 (H23)	359,410	-	349,551	-	-	361,000	96.8%
☆	新設事業所数(累計)【再掲】	1,764 (H23)	3,949	4,694	4,930	-	-	6,180	79.8%
◎	受発注商談会をきっかけとした成立金額(千円)と件数	成立金額 (千円) 70,610 件数 165	50,669 209	43,613 142	22,234 97	45,064 144	32,073 86	67,000 220	47.9% 39.1%
	● 海外市場開拓支援を行った企業の海外企業との商談成立件数	8	22	23	25	52	31	35	88.6%
●	受発注相談の相談件数	-	1,038	1,041	1,065	920	882	1,100	80.2%

本施策の主な事業（未来プラン事業）及び実施計画事業（◎…主な事業 ○…実施計画事業） 単位：千円

	事業名	H26 決算額	H27 決算額	H28 決算額	H29 決算額	H30 決算額	進捗状況
◎ ○	工場の立地・操業環境の整備	635,686	801,556	545,869	559,138	599,934	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ ○	新製品・新技術開発の支援	77,265	81,984	88,336	76,833	68,185	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ ○	取引拡大の支援	76,226	63,830	68,027	69,047	72,705	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ ○	海外市場開拓支援	26,617	22,809	15,525	20,242	21,230	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	新市場開拓支援(航空・宇宙、医療・福祉、新エネルギー、環境関連分野など)	20,352	19,458	16,264	29,549	29,867	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	ものづくり人材の育成	19,220	20,167	19,734	20,356	21,374	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	世界と交流しにぎわう産業支援・文化交流施設の整備(再掲2-2-1)						
◎	空港臨海部土地利用(活用)の誘導(再掲2-2-2)						
◎	創業支援(再掲2-3-3)						
○	IoTなどを活用した取引環境の整備	-	-	-	115,093	129,414	

指標の達成状況の分析

【工業集積の維持・発展に向けた支援】

●工場集積の維持・発展に向け、工場の立地・操業環境の整備を進めているが、産業構造の変化や従業者の高齢化等の要因で区内の製造業は事業所数、従業者数ともに減少傾向が続いており、モノサシ指標の製造品等出荷額も減少が続いている。

【技術革新・経営革新の支援】

●新製品・新技術開発助成（実用化・製品化助成）を受けた企業のうち展示会展または取引につながった企業の割合は、80%前後で推移しているが、3年間の追跡調査では市場投入率（製品として販売できる状態になった割合）95.65%に達しており、4～5年では100%に近い市場投入率になると分析している。

【取引拡大・海外市場展開】

●平成30年度は、ニーズプル型マッチング会の回数増に伴い受発注商談会の回数を2回から1回に減らしたため、前年度に比べて成立金額と件数は減少したが、開催1回あたりの成約金額は前年度に比べて大きく上回った。発注企業の誘致活動が奏功した結果と分析している。
●平成30年度の海外市場開拓支援を行った企業の海外企業との商談成立件数は前年度比40%減の31件となったが、平成28年度までの実績より目標値に近づいている。（29年度は1社の成約件数が31件と突出していたため52件となっている。）

めざす姿に対する成果と課題

【成果】

【工業集積の維持・発展に向けた支援】

●産業支援施設の管理・運営を行うとともに、ものづくり工場立地助成がより活用しやすい制度となるよう、工場アパート立地助成の新設や補助要件の緩和を行ったことで、平成26年度は7件であった新規認定件数が平成30年度には23件になるなど、助成件数は着実に増加した。
●大田区ものづくり産業等実態調査の結果に基づき、区内企業への波及効果が期待される研究開発型企業の立地を促すための助成制度を新設し、平成27～30年度の4年間で2件の実績があった。

【技術革新・経営革新の支援】

●新製品・新技術開発助成を受けた企業の市場投入率を高めるため、区内金融機関等と連携した周知活動に加え、市場投入の実現性を視野に入れた審査を行うなどの改善を重ね、採択後もきめ細かいフォローに努めたことで投入率は確実に上昇した。

【取引拡大・海外市場展開】

●受発注商談会に発注案件を持つ企業の参加を促すため、産業振興協会のホームページやメールマガジン、他のイベントにおけるチラシ配布及び発注開拓と合わせたPR活動に努め、中小企業の取引拡大に向けた支援を行った結果、商談会1回あたりの成立金額と件数は増加した。
●海外市場開拓支援として、区内企業の海外見本市への出展について、「共同出展」、「企業の単独出展への助成」及び「現地企業との商談会」により支援を行い、受注獲得につながった。また、海外からの引き合いに対しては、区内企業とのマッチングを行い、平成29年においては2億円の大型成約につなげることができた。

【課題】

【工業集積の維持・発展に向けた支援】

●工場の誘致や移転には時間がかかるため、長期的な視点から継続支援していくことが求められる。また、区の制度について周知を強化し、活用を促進する必要がある。

【技術革新・経営革新の支援】

●新製品・新技術開発助成では、市場投入につながる案件を厳選し、採択できる体制を整備する一方で、医療機器開発など、市場投入までに時間を要する案件を継続的に支援する体制の整備が必要である。また、先端産業分野への対応力を醸成するためには、これまでの個別企業への補助から、産業クラスターの形成による地域総体としての取組み強化へとシフトしていく必要がある。

【取引拡大・海外市場展開】

●受発注商談会の取引内容は、単に価格競争の案件から、大手企業のニーズに応える高い技術を要するものまで幅広い。区内企業が取引の多様化に対応していくことが求められている。また、取引拡大のためには十分な情報発信力が必要であることから、高い技術力を有する企業経営者の意識改革を促す必要がある。
●企業によって海外市場開拓先や産業分野が異なるため、産業振興協会の職員やコーディネーターによるサポートだけでは不十分なケースがある。JETROなどのセクターや現地機関との連携など、多様な支援体制整備を図る必要がある。

新基本計画への反映（今後の方向性）

【工業集積の維持・発展に向けた支援】

●区内企業が抱える課題や区外企業のニーズを的確に把握し、工業集積の維持・発展に資する支援制度を構築して活用を促進するとともに、操業環境の整備に努め、区内企業の留置及び区外からの誘致を一層進めていく。

【技術革新・経営革新の支援】

●先端産業分野への対応力を醸成する目的で、産業クラスター形成を図っていくため、平成30年度から戦略的産業クラスター形成パイロット事業を開始した。これまでの個別企業への補助から、産業クラスターの形成による地域総体としての次世代産業への対応力醸成に注力していく。

【取引拡大・海外市場展開】

●受発注商談会は、受注獲得のため、区内企業個々の強みをより一層プロモーションしていくとともに、区内企業が取引の多様化に的確に対応できるようサポートを行う。
●海外市場開拓支援では、海外企業からの受注拡大を目的として、産業振興協会と海外の公的支援機関や発注企業等とのネットワークを広げ、海外市場開拓に関する区内企業からの依頼や質問に応えられる体制強化策を検討する。

「めざす姿」の達成度評価

区分	達成度合い	判定
A	施策のめざす姿をおおむね達成	B
B	施策のめざす姿に相当程度進展あり	
C	施策のめざす姿に大きな進展がない	

基本目標 2 まちの魅力と産業が世界に向けて輝く都市

個別目標 3 ものづくりから未来へ、独自の産業と都市文化を創造します

施策 2 暮らしを支えるあきないを熱く盛り上げます

施策：5年後のめざす姿（最終アウトカム）

○商店街がにぎわいの場、人々のつながりの場として区民の暮らしを支えています。

施策の指標（★…モノサシ指標 ☆…モノサシ指標【再掲】 ◎…中間アウトカム指標 ●…アウトプット指標）

	項目	H25	H26	H27	H28	H29	H30	目標値	達成度
↑ アウトカム (成果)	★ 区内小売業の年間商品販売額(億円)	5,003 (H23)	5,831	-	6,826	-	-	5,230	130.5%
	◎ コーディネーター派遣商店街数	-	4	4	5	11	10	5	200.0%
	◎ おおた商い・観光展への出展企業件数	128	123	141	148	128	130	145	89.7%
	● 他の団体と連携している商店街の割合	-	-	81.1%	83.9%	88.9%	89.0%	87.50%	101.7%
	● お休み処の利用者数(人/年)	43,491	42,499	43,072	42,776	30,084	-	50,000	60.2%
↑ アウトプット (実績)									

本施策の主な事業（未来プラン事業）及び実施計画事業（◎…主な事業 ○…実施計画事業） 単位：千円

	事業名	H26 決算額	H27 決算額	H28 決算額	H29 決算額	H30 決算額	進捗状況
◎ ○	商店街景観整備事業	312	300	9,719	3,451	2,392	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	ふれあい商店街事業	5,410	4,926	4,565	4,380	1,825	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	商店街イベント・機能向上の支援	191,672	264,399	207,332	169,381	286,467	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	おおた商い観光展の開催	15,673	16,830	15,184	16,208	16,585	Ⅱ 予定どおり進捗
◎	空き店舗を活用した活性化支援	200	226	231	215	228	Ⅱ 予定どおり進捗

指標の達成状況の分析

【にぎわい・つながりの創出】

- 電子商取引の拡大やコンビニ・大型スーパーの台頭など、商店街にとって厳しい状況が続いているが、モノサシ指標の区内小売業の年間商品販売額は平成28年度時点で目標を大きく上回った。区内小売業の事業所数及び従業者数が回復傾向にあることが背景にあるものと考えられる。
- 地域のにぎわいやつながりを創出する支援体制を整備したことにより、他の団体と連携している商店街の割合は増加している。
- おおた商い・観光展は、大田区全体のイベントとしてにぎわい・つながりの創出を強化するため、平成29年度よりテーマ展示ゾーンを設けて実施することとした結果、出展企業数は縮小しているが、来場者数は増加している。
- お休み処については、商店街での自主運営に向けて、運営者の負担も軽減できる仕組みへと改善する過程で、平成30年度からは利用者人数をカウントしないこととした。

めざす姿に対する成果と課題

【成果】

【あきないのまち基盤整備】

- ミナラ地区に加えて、池上地区、田園調布地区で景観整備を進めるとともに、他の候補地の調査・選定を行い2商店街で事業計画の策定に向けた検討を進めた。景観を整備した商店街からは、街並みの雰囲気にあった装飾灯になったなど満足の声をいただいた。
- 商店街のお休み処については、自立化を促すために見直しを行い、情報コーナーや交流ノートの設置など、より交流が生まれる仕組みへと改善しながら整備を進めた。

【にぎわい・つながりの創出】

- 東京都新・元気を出せ！商店街事業に加え、区独自で女性や若手のアイデアを形にする事業や他団体との連携を促す事業に対して助成を行った。その結果、次代の商店街を担う若手同士のつながりができるなど商店街の活性化につながった。
- おおた商い・観光展は、にぎわい・つながりの創出を目的に同日に行われる周辺イベントと連携して、相乗効果を高めるよう取組んできた。この取り組みにより、2日間で1万人を超える来場者があるイベントとして定着した。

【課題】

【あきないのまち基盤整備】

- 商店街の景観整備を進めるには、電柱の地中化や道路整備等の要望も多いため、関係部局と連携し、まちづくりの一環として整備をすることが求められる事例がある。
- お休み処の運営は費用負担が課題となっており、今後は店舗内の空きスペースを有効活用した簡易な休憩所の設置の検討などにより負担の軽減を図りながら、引き続き地域コミュニティの核として商店街が存在感を示していくための支援が必要である。

【にぎわい・つながりの創出】

- イベント単体の成功で終わるのではなく、継続して商店街の活性化につながる取り組みを充実していく必要がある。また、商店街の次代を担う若手人材の発掘・育成も合わせて行っていく必要がある。
- おおた商い・観光展は、会場が大田区産業プラザ（PiO）であり、蒲田周辺のイベントとの連携に努めてきたが、今後は大田区の全地域のにぎわいやつながりを創出するイベントとして成熟させていく必要がある。

新基本計画への反映（今後の方向性）

【あきないのまち基盤整備】

- 商店街景観整備の候補地については、計画策定に向けた検討を進めると同時に、まちづくり推進部へ地域の要望や意見の提出等を行い、まちづくりと連携した商機能のあり方を考えていく。
- お休み処については、個店の空きスペースを活用した休憩所の設置検討など、ソフト面を重視した支援を行い、コミュニティ機能の向上につなげていく。

【にぎわい・つながりの創出】

- 商店街イベント・機能向上の支援を継続しつつ、あきないの次世代を担う若手人材の発掘・育成を一層進めていく。
- おおた商い・観光展は、引き続きこれまで重点を置いてきた周辺のイベントとの連携強化に加え、大田区全体の魅力をアピールできるイベントとなるよう取組んでいく。また、会期後も地域のにぎわいやつながりの創出につながる手法等を検討する。

「めざす姿」の達成度評価

区分	達成度合い	判定
A	施策のめざす姿をおおむね達成	A
B	施策のめざす姿に相当程度進展あり	
C	施策のめざす姿に大きな進展がない	

基本目標 2 まちの魅力と産業が世界に向けて輝く都市

個別目標 3 ものづくりから未来へ、独自の産業と都市文化を創造します

施策 3 ビジネスがしやすいまち大田区をつくります

施策：5年後のめざす姿（最終アウトカム）

○製造業、小売業、飲食サービス業、建設業、運輸業、情報サービスなど様々な業種の産業者が各々の強みを活かし、成長しています。

○区による様々な産業支援などにより、新たなビジネスの創出、相互交流が活発に行われるなど、いきいきとした産業のまちを形成しています。

施策の指標（★…モノサシ指標 ☆…モノサシ指標【再掲】 ◎…中間アウトカム指標 ●…アウトプット指標）

項目	H25	H26	H27	H28	H29	H30	目標値	達成度
★ 大田区内の従業者数(人)	334,046 (H23)	359,410	-	349,551	-	-	361,000	96.8%
★ 新設事業所数(累計)	1,764 (H23)	3,949	4,694	4,930	-	-	6,180	79.8%
◎ 区の事業を通じて創業した事業者数	-	28	40	39	39	61	34	179.4%
◎ 大田区中小企業融資あっせん制度(開業資金)を通じた金融機関の融資件数	108	82	104	70	103	95	100	95.0%
● ネットワーク形成支援事業の支援グループ数	8	10	9	10	10	16	12	133.3%

本施策の主な事業（未来プラン事業）及び実施計画事業（◎…主な事業 ○…実施計画事業） 単位：千円

事業名	H26 決算額	H27 決算額	H28 決算額	H29 決算額	H30 決算額	進捗状況
◎ ○ 創業支援	16,677	14,115	16,767	13,135	12,402	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ ○ ネットワーク形成支援	1,988	2,962	3,534	2,714	3,926	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ シティセールス・MICEの推進(再掲2-3-4)						

指標の達成状況の分析

【ベンチャー企業・創業者への支援】

- 大田区内の従業者数は35万人前後で推移しており、目標値には達していない。また、新設事業所数は着実に増加を続けているが、平成28年時点では目標値には達していない。（いずれの指標とも国の統計調査が数年ごとの実施であるため、平成29年以降の数値は把握できていない。）
- 区の事業を通じて創業した事業者数は、創業相談をベースとした創業支援策により、平成27年度以降は目標値の34件を上回るなど安定した状態を維持している。また、創業相談件数・特定創業支援証明書の発行件数は着実に増加した。

【産業情報の提供、ネットワーク形成の支援】

- 新事業連携・新産業クラスター形成助成事業による支援グループ数は、平成25年度の8グループから年々増加し、平成30年度には目標値の12件に達している。これまで案内していた製造業に加えて、商業事業者等にも周知し、応募を促した結果であると思われる。

めざす姿に対する成果と課題

【成果】

【ベンチャー企業・創業者への支援】

- 創業者支援相談窓口を設置し、様々な創業支援に対応して創業しやすい環境を整備してきた。創業者が創業相談から継続してビジネスプランコンテストなど様々な区の創業支援施策を活用しながら成長し、展示会出展、製品化へと事業展開しやすい環境の整備を進めた。

【産業情報の提供、ネットワーク形成の支援】

- 新事業連携・新産業クラスター形成助成事業の採択グループの中には、製造業と介護施設、製造業と海苔販売店との連携により、それぞれ大田区のものづくりの力を活かした製品開発に取り組むグループもあり、本事業を通じて新たなネットワークの形成に寄与した。
- ネットワーク形成支援としては、新事業連携・新産業クラスター形成助成に加え、障がい者用スポーツ用具の開発、戦略的産業クラスター形成パイロット事業を実施し、中小企業の企業グループと大手企業や大学等の連携による新事業展開の促進を図った。

【課題】

【ベンチャー企業・創業者への支援】

- 創業支援の相談者の分野には偏りが見られ、85%が商業・コミュニティビジネスとなっている。大田区産業の特性を活かすためには、ハードウェア系の創業も推進し、地域特性を活かした創業を実現していく必要がある。また分野も多様化している傾向があり、分野を問わない総合的なビジネスでの創業を希望する例も散見されるため、多様な創業プランに対応できる支援体制を整備する必要がある。

【産業情報の提供、ネットワーク形成の支援】

- 羽田空港跡地第一ゾーンの開発により今後展開される「先端産業分野」の動きを、多くの区内企業に波及させ、区内産業全体の活性化につなげる事が重要である。

新基本計画への反映（今後の方向性）

【創業支援ベンチャー企業・創業者への支援】

- 創業支援事業では、事業分野のバランスを視野に入れ創業件数の増と、商業・コミュニティビジネス、ものづくり分野を二本柱に多様化するビジネスプランを的確に支援できる体制を整備していく。

【産業情報の提供、ネットワーク形成の支援】

- 次世代産業分野の産業クラスター形成を積極的に進め、ネットワークの形成を図る。
- 新事業連携・新産業クラスター形成助成事業については、平成31年度から、区内企業を中心とした事業プロジェクトが先端産業分野での新たなネットワーク構築を推進する目的で開始した戦略的産業クラスター形成パイロット事業と統合する。それにより区内企業のネットワークの形成に資することで「地域産業競争力」の強化を図るとともに、羽田空港跡地施設を拠点に、国内外からの受注獲得、イノベーションの創出、人材育成・確保を目的とした事業展開を図る。

「めざす姿」の達成度評価

区分	達成度合い	判定
A	施策のめざす姿をおおむね達成	B
B	施策のめざす姿に相当程度進展あり	
C	施策のめざす姿に大きな進展がない	

基本目標 2

まちの魅力と産業が世界に向けて輝く都市

個別目標 3

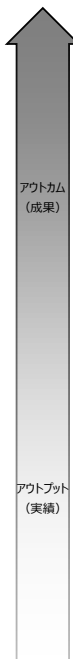
ものづくりから未来へ、独自の産業と都市文化を創造します

施策 4

大田区の観光を世界に発信します

施策：5年後のめざす姿（最終アウトカム）
 ○オリンピック・パラリンピックを見据え、新たな来訪者の誘致と大田区ならではの「おもてなし」の展開を図ることで、海外や区外からより多くの来訪者が訪れ、さらに区内を回遊することで、大田区の「知る人ぞ知る魅力」を楽しんでいます。

施策の指標 （★…モノサシ指標 ☆…モノサシ指標【再掲】 ◎…中間アウトカム指標 ●…アウトプット指標）



項目	H25	H26	H27	H28	H29	H30	目標値	達成度
◎★ 区内宿泊施設の宿泊者数(万人) 延宿泊数 そのうち外国人	115.9	136	145.8	145.7	158.4	143.0	130	110.0%
	7.5 (H24)	17	30.6	33.5	33.2	34.9	15	232.7%
◎ 他企業との連携による賑わい創出に取り組んでいる団体数	-	-	-	3	8	11	10	110.0%
★ 大田区観光協会ホームページの年間アクセス数(万件) (ページビュー数)	変更前 74 (H24)	129	164				885	-
	変更後			145	143	127	180	70.6%
※「未来プラン(後期)」策定時には、アクセス数として「リクエスト数」を計測していましたが、平成28年度からはサイトへの訪問者数をより正確に把握できる「ページビュー数」を計測しています。 【リクエスト数】あるWebページにアクセスした場合に、ページ上に含まれるすべてのファイルも1件ずつ閲覧したものとしてカウントしたものの。 【ページビュー数】あるWebページにアクセスした場合に、ページ上に含まれるファイルの数によらずWebページ単体での閲覧数を1件とカウントしたものの。								
◎ 大田のお土産100選表彰事業への応募企業数(件)	-	-	-	44	41	38	45	84.4%
● SNSを活用した外国語での情報発信件数	-	-	24	55	53	48	48	100.0%
● 大田区観光情報センターにおける企画展及びイベント件数	-	-	0	39	38	45	24	187.5%

本施策の主な事業（未来プラン事業）及び実施計画事業（◎…主な事業 ○…実施計画事業） 単位：千円

事業名	H26 決算額	H27 決算額	H28 決算額	H29 決算額	H30 決算額	進捗状況
◎○ 訪日外国人等受入環境整備	17,837	116,396	70,351	56,527	55,834	Ⅱ 予定どおり進捗
◎○ 大田区の産業を活かした観光事業の推進	9,511	11,902	16,782	33,325	36,656	Ⅱ 予定どおり進捗
◎○ 地域・事業者と連携したにぎわい創出	7,494	36,883	37,198	38,699	25,070	Ⅱ 予定どおり進捗
◎○ シティセールス・MICEの推進	1,077	240	4,592	30,656	22,004	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ インバウンド誘致の推進	3,641	3,488	1,884	1,361	1,687	Ⅱ 予定どおり進捗
◎ おおた商い観光展の開催(再掲2-3-2)						
◎ 誰にもわかりやすい掲示物など情報のユニバーサルデザイン化(再掲1-2-2)						
◎ 世界と交流しにぎわう産業支援・文化交流施設の整備(再掲2-2-1)						
○ 大田区の特選品・グルメのPR	-	-	-	7,505	9,165	

指標の達成状況の分析

【来訪者受入れ態勢の充実】

●羽田空港国際線の発着枠の拡大やビザ発給要件の緩和、LCC（格安航空会社）の就航などにより、国際線乗降客数は大幅に増加した。また、区内宿泊施設の開業も続き、区内宿泊施設への宿泊者数は目標値を上回った。特に外国人宿泊者数は平成24年度に約7.5万人が平成30年度には約34.9万人と約4.7倍の増加となった。

●平成27年12月に開設した大田区観光情報センターでは、「こどもの日」「七夕」「クリスマス」など、季節の催事をテーマとしたワークショップや企画展、イベント等の実施が目標値を上回った。

【おたの魅力を創出・再発見】

●大田の観光にぎわい創出補助事業等の着実な実施により、「他企業との連携による賑わいの創出に取り組んでいる団体数」は、平成28年度3団体、平成29年度8団体、平成30年度11団体と推移し、目標を達成した。

●大田のお土産100選表彰事業の応募事業者数は、目標値に達していないが、3年平均で41件の応募があった。なお、懸案であるものづくり部門の応募件数は年々増加しており、当初の計画通り平成31年度には100選に到達する見込みである。

【おたの魅力情報の収集・発信】

●「SNSを活用した外国語での情報発信件数」は目標値を上回っているが、「大田観光協会ホームページの年間アクセス（PV数）」は平成27年から減少し、目標値と乖離が見られる。現在の情報収集の主なツールがSNSに移行しつつあることが、減少理由と推測される。

めざす姿に対する成果と課題

【成果】

【来訪者受入れ態勢の充実】

●大田区ウェルカムショップの支援メニューとして、外国語対応のための24時間多言語コールセンター・簡易翻訳サービスの設置や外国人受入のための対応セミナーの実施、外国人旅行者等おもてなしハンドブックを作成、配布し支援の充実を図るとともに、登録店舗の拡充に取り組んだ結果、平成25年度138店舗が平成29年度では236店舗と4年間で1.7倍となった。

●平成27年12月、京急蒲田駅直結の商業施設内に大田区観光情報センターを設置し、観光案内はもちろん、区内の様々な物品やお土産等の展示・販売のほか、日本文化に触れていただく取り組みとして、着付け、折り紙、菜作り等の体験の実施により、外国人の来館者が平成28年度は1,716人であったところ平成30年度は4,591人と着実に増加し、多くの外国人に大田区の魅力を提供した。

【おたの魅力を創出・再発見】

●大田観光協会が実施するオープンファクトリーは、参加エリアの拡充の取り組みにより、期間中の工場オープン数は、平成27年度45社、平成28年度53社、平成29年度64社と増加し、おたのモノづくりの魅力を広くPRしてきた。また、川崎市との連携事業では、旧東海道、食、銭湯、多摩川、映画ロケ地など両地域の共通の魅力を柱とした事業を実施し、大田区の観光を広域的にPRした。

●大田のお土産100選表彰事業を開始した当初は、知名度も低く民間企業との連携も少なかったが、特設Webサイトや国外からの観光客を意識した英語・中国語版のWebサイトの開設、公共交通機関の広告掲出や東急電鉄の「きになる電車（車内ジャック）」広告採用等、大田区を代表するお土産として区内外へ広くプロモーションを行った。平成30年度の表彰事業者の満足度は89%となっており、実感できた効果（複数回答可）としては、「来店者の増加」が56%、「問合せの増加」が48%、「売上の増加」が44%など、多くの事業者が実益につながる効果を実感している。駅ビルや商業施設における外部出展も8回行い、表彰事業者からは満足の声をいただいた。来場された区民の方からも「遠方の銘品が便利な駅ビルで買えるとうれしい」等の声をきくことができ、イベント開催施設における来場者数向上につながるなど、賑わいの創出に寄与した。

【おたの魅力情報の収集・発信】

●大田区公式観光サイトやFacebookページ（Visit Ota-Tokyo）を活用し大田区の情報や魅力を継続的に発信することで、大田区の認知度向上、興味・関心、来訪につながる取り組みを行った。また、海外の著名なインフルエンサーを招へいし、大田区での体験や魅力をSNS上で情報発信し、海外からの誘客促進を図った。

【課題】

【来訪者受入れ態勢の充実】

●宿泊等で区内に滞在する来訪者は増加しているが、区内が回遊先（目的地）として認識されておらず、来訪者による回遊促進、消費活動向上に結びつく情報発信、情報提供はまだ不十分である。また、大田区観光情報センターは大田区の観光拠点として、さらなる認知度向上、利用促進を図る必要がある。

【おたの魅力を創出・再発見】

●大田区観光の推進役を担う大田観光協会は、大田区版プラットフォームの中心組織である反面、役割の具体的な整理は未了である。今後、求められる役割に応じた、持続的かつ自律的な運営を果たすための経営戦略等を検討した上で、実施する事業の効率的、効果的な運営や、自主財源確保の取り組み等を行っていく必要がある。

●お土産100選は平成31年度が選定の最終年度であり、より質の高い製品・商品を選定するために事業の周知を強化して、さらに魅力のある製品・商品を発掘し、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に合わせてプロモーションを強化する必要がある。

【おたの魅力情報の収集・発信】

●開催地への経済波及効果が大きいMICE誘致事業を具現化するために、取り組み内容を明確にする必要がある。

新基本計画への反映（今後の方向性）

【来訪者受入れ態勢の充実】

●区内回遊及び消費を促すため、来訪者のニーズ等に応じた的確な情報の提供を行うとともに、地域の観光資源の推奨度を向上させるため、観光に対する区民等の関心を喚起する情報発信を充実する。また、大田区観光情報センターについては効果検証を行った上で、引き続き認知度及び利用率向上に向けた事業展開を図る。

【おおたの魅力の創出・再発見】

●区とともに大田区観光を推進する団体（土台）の中心の一つである大田区観光協会について、担うべき役割を整理し、自主財源の確保、経営改革等について、区からの派遣職員と連携し、継続して進めていく。

●4年間で選定した「大田のお土産100選」を、大田区の魅力を発信するツールとして活用し、大田区商店街連合会などの関係団体と連携して内外への発信を強化していく。

【おおたの魅力情報の収集・発信】

●令和元年度に、大田区MICE推進会議において、MICE誘致に向けての重点分野や誘致メニューなどを「（仮称）大田区におけるMICE誘致の戦略とあり方」として取りまとめ、その報告に基づきMICE事業を推進する。

「めざす姿」の達成度評価

区分	達成度合い	判定
A	施策のめざす姿をおおむね達成	B
B	施策のめざす姿に相当程度進展あり	
C	施策のめざす姿に大きな進展がない	