

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 案件一覧

(令和8年3月2日開催分)

○所管事務報告 4件

| 部局 | 報告順 | 件名 | 資料番号 | 説明者（所管課長名等） |
|-------------|-----|-----------------------------------|------|----------------|
| 企画経営部 | 1 | 大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和8年1月）等について | 8 | 阿部 広聴広報課長 |
| 創造部 地域未来 | 2 | 大田区総合体育館のネーミングライツ契約締結について | 10 | 大竹 スポーツ推進課長 |
| 産業経済部 | 3 | 大田観光協会事業「おおたの桜を楽しもう 2026」の実施について | 13 | 元木 商業・観光振興担当課長 |
| | 4 | 大田観光協会の取組について（実施結果） | 14 | |

大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和8年1月）等について

1 大田区シティプロモーション戦略アクションプランに基づく取組

| 施策 | 取組実績 |
|--------------------------------|--|
| 施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング | <区内イベントの集約・発信> ・シティプロモーションサイトによる情報発信 11件 （たこぺったんそば、羽田レタスエール、子育てポータルサイト、ものづくり、羽田イベント、大田市場イベントなど） |
| 施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信 | <暮らしの価値の発信> ・各種シティプロモーション SNS による情報発信 X：38件 インスタグラム：16件 フェイスブック：14件 （新春、文化イベント、羽田空港、グルメ、成人の日、たこぺったんそば、広報番組など） |
| 施策3 庁内推進体制の強化 | <庁内シティプロモーションマインドの醸成> ・動画作成研修 ・広報専門人材の活用・促進 |
| 施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携等 | <区内事業者との連携による発信> ・シティプロモーションサイトによる情報発信 4件 ・東急車内ビジョン広告 |

2 参考情報

(1) サイトビュー数（月末時点）

「ユニークおおた」の閲覧状況

| | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 総ビュー数 | 26,258 | 31,331 | 31,940 | 33,199 | 42,019 | 22,241 | 43,884 | 46,327 | 80,409 | 55,367 |

(2) SNSのフォロワー数（月末時点）※（ ）内の数字は前月からの増減数

| 月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-----------------|-------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|----|----|
| SNSアカウント名 | | | | | | | | | | | | | |
| X （旧Twitter） | 2,999 | 3,025 (26) | 3,050 (25) | 3,070 (20) | 3,094 (24) | 3,140 (46) | 3,155 (15) | 3,207 (52) | 3,530 (323) | 3,600 (70) | 3,616 (16) | - | - |
| Instagram | 1,577 | 1,615 (38) | 1,628 (13) | 1,656 (28) | 1,666 (10) | 1,677 (11) | 1,679 (2) | 1,696 (17) | 1,839 (143) | 1,849 (10) | 1,863 (14) | - | - |
| Facebook | 836 | 842 (6) | 847 (5) | 852 (5) | 855 (3) | 872 (17) | 872 (0) | 888 (16) | 903 (15) | 911 (8) | 914 (3) | - | - |

主な取組

区内イベントの集約・発信

施策1

区が有する地域資源を活かしたグルメ情報やイベント情報について、親子でも楽しめる企画を中心に、シティプロモーションサイトおよび SNS 等を通じて発信した。

また、LINE 配信を継続的に活用し、ユニークおたサイトへの誘導を図ることで、効果的な情報発信を行った。



暮らしの価値の発信・

施策2

ブランドメッセージ・ロゴマークの浸透

区報新年号では、区内出身の著名人と連携し、区長との対談企画を制作することで、区での暮らしの魅力を発信した。あわせて、本企画に関連する新春動画を2本制作し、大田区公式 YouTube チャンネルで配信するなど、多様な媒体を活用した情報発信を展開した。

また、区のソウルフードを活かした期間限定グルメ「たこぺったんそば」について取材を行い、商品誕生の背景やグルメとしての魅力、地域資源としての価値を紹介する記事および動画を制作・発信した。これにより、サイト内の回遊性向上と区への興味・関心の促進を図った。

さらに、子育てに役立つ情報をまとめた「おおた子育てナビ HuG (はぐ) くみ」に関する記事を発信し、スマートニュースでの配信等を通じて広く周知を図った。

そのほか、「伝わる発信」を意識した取組みとして、アプリコで開催されたスタインウェイピアノ体験イベントの動画を2本制作するとともに、大田市場の「フラワーアレンジメント教室」に関する記事を制作するなど、多様な地域資源の魅力発信に取り組んだ。



【新春動画】

(視聴回数 2本計 6,104)



【たこぺったんそば】

(視聴回数 508)



【スタインウェイピアノ】

(視聴回数 2本計 6,104)

庁内シテプロモーションマインドの醸成

施策 3

ユニークおおた X については、主要指標である表示回数が1月に38,758となり、平均エンゲージメント率は5.53%を記録した。昨年度平均の3.44%と比較して大きく上昇しており、投稿内容の改善や発信手法の工夫が効果として表れている。

また、全庁職員を対象に動画作成研修を実施し、絵コンテ制作を通じて動画制作の基礎的な知識と企画構成力の向上を図った。

さらに、庁内掲示板を活用し、外部専門人材の登用による成果等を周知することで、各所属における活用の促進を図った。



区民、区内事業者・関係団体等との連携による発信

施策 2

施策 4

区内のクラフトビール「羽田レタスエール」を取材し、その魅力や地域資源としての価値を紹介した。

また、大田区学校給食週間にあわせて、学校給食を支える区内事業者の思いや、給食の魅力、地域とのつながりに迫る特集記事を制作した。



羽田レタスエール

【公開日】令和8年1月20日 【閲覧数】3,354

特集記事

○大人気メニューも生み出した！ 大田区の学校給食

【公開日】令和8年1月23日 【閲覧数】1,649



3 「#uniqueota フォトキャンペーン 写真展示会」の開催について

「#uniqueota フォトキャンペーン 2025」の応募写真を活用した写真展示会を開催する。

・実施期間

本庁舎3階中央展示コーナー

令和8年3月23日(月)～3月30日(月) 正午(土日除く)

グランデュオ蒲田3階東西連絡通路

令和8年3月24日(火) 午後1時～3月29日(日)



大田区総合体育館のネーミングライツ契約の締結について

区は、新たな財源の確保により施設や地域の魅力を高め、地域貢献の促進及び財政の健全化に寄与することを目的に、大田区総合体育館のネーミングライツパートナーを、昨年公募しました。

応募事業者について選定委員会にて、愛称・契約料・財務状況・地域貢献の観点で審査した結果、「株式会社 荏原製作所」が選定され、令和8年2月10日に契約調印式を行い、大田区の施設としては初めてとなるネーミングライツ契約を締結しました。契約概要は以下のとおりです。

- 1 ネーミングライツパートナー
株式会社荏原製作所（大田区羽田旭町1-1-1）
代表者名：取締役代表執行役社長 CEO 兼 COO 細田 修吾
- 2 愛称
「EBARA WAVE アリーナおおた」（エバラ ウェーブ アリーナおおた）
- 3 契約期間
令和8年4月1日から令和12年3月31日までの4年間
- 4 契約金額
年額2,420万円（税込）



2月10日の調印式の模様



大田区総合体育館

大田観光協会事業 「おおたの桜を楽しもう 2026」の実施について

1 事業目的

桜の開花時期に合わせ区内回遊を目的に、桜ツアーや桜フォトギャラリー、昨年に引き続き桜スポットを巡るデジタルスタンプラリーを実施することで、より多面的な回遊性の向上を図る。

2 事業概要

(1) 桜デジタルスタンプラリー

ア 期間 令和8年3月16日(月)から4月13日(月)まで

イ 内容

スタンプを集めた数に応じて、各種賞品が当たる抽選を実施。

(2) 桜ツアー

ア 桜マラニックツアー（大森～馬池洗エリア）

実施日 3月29日(日)、定員 先着20名

イ まちあるき×イベント（「馬込文士村大桜まつり」と同時開催）

実施日 4月5日(日)、定員 先着30名

(3) 桜地図×『あそびつくせ！大田区』の発行（3月中旬）

桜のスポットに加え、午年にちなんで馬に関する内容を盛り込む。

(4) 桜フォトギャラリー

ア 投稿期間 3月16日(月)から4月13日(月)まで

イ 内容 写真を投稿いただく参加型イベント。

大田観光協会ホームページ「大田ナビ」に公開し、閲覧いただく。

(5) ブース出展

ア 二十一世紀桜まつり（区民プラザ）3月29日（日）

イ 池上本門寺春まつり 4月4日(土)、5日(日)

3 主な情報発信

(1) 区報、プレスリリース、区施設等におけるチラシ配架

(2) 大田ナビ、SNS

(3) デジタルサイネージ（観光情報センター、池上駅観光情報コーナー）



昨年度の桜マラニックツアー



昨年度のまちあるき

大田観光協会の取組について（実施結果）

1 新春 はしご乗り（池上本門寺）

(1) 日時

令和8年1月11日(日)午後2時から午後3時30分まで

(2) 内容

ア 大森鳶組合による木遣、纏振り込み、はしご乗り、菓子撒き

イ はしご乗り体験（15名限定。小学生・未就学児：13名、外国籍の方：2名）

ウ 大田区観光案内（大田区観光パンフレット・チラシの配布）

エ はしご乗りパンフレットの配布（日本語・英語）

オ 大田区外国語ボランティアグループによる境内案内（40名） など

(3) 参加者数

約2,000名



強風の中の三人技



纏振り込みを見る観衆

2 地元ガイドとめぐる『池上七福神』ツアー

(1) 日時

令和8年1月11日(日)午前9時15分から午後1時45分まで

(2) 内容

池上七福神めぐり（約5.5km）、特製七福神弁当の昼食

(3) 参加者数

19名



池上駅東口からスタート



各寺院にて七福神のご朱印を押印



七福がつまった特製七福神弁当

3 おおたランニングフェスティバル 2026 出展

(1) 日時

令和8年1月25日(日)午前10時から午後4時まで

(2) 内容

ア 大田区の観光パンフレットの配布

イ 会場内でのキーワード集め(6ヶ所に設置)

ウ はねびよんグッズの販売・地元の老舗メーカーとのコラボ新商品の販売

エ 缶バッジワークショップ

(3) 参加者数

ア ブース立ち寄り人数 410名

イ キーワード集め 先着200名にノベルティ配布

ウ 缶バッジワークショップ のべ61名



大田観光協会ブース



限定デザイン5種類の缶バッジ



はねびよん新商品