

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7月21日開催分)

○所管事務報告 9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6月）等について	3	阿部 広聴広報課長
	2	「大田区制 80 周年記念おおたタウントレック」の開催について	4	
地域未来創造部	3	大田区立中学校の部活動改革及び地域展開推進会議の設置について	2	大竹 スポーツ推進課長
	4	大田区制 80 周年記念事業「おおたランニングフェスティバル 2027」の実施について	3	
	5	大田区制 80 周年記念事業「第 19 回 O T A ウォーキング」の実施結果について	4	
産業経済部	6	地域と協働した観光魅力発信事業について	4	原田 産業経済部副参事 （産業プロモーション担当）
	7	令和8年度羽田空港「空の日」記念行事への出展について	5	
	8	松竹蒲田撮影所の魅力を再発見する様々な取組について	6	
	9	大田観光協会事業「東京・大田の“新名物”プロジェクト」について	7	

大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和8年6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 3件 （親子おでかけスポット、地域イベントなど）
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・ブランドメッセージ・ロゴマークの浸透> ・各種シティプロモーション SNS による情報発信 X：24件 インスタグラム：8件 フェイスブック：8件 （親子おでかけスポット、地域イベント、スカシユリ、多摩川台公園、大森駅、あじさい、美郷町のラベンダーなど） ・LINE 配信による情報発信 4件 ・ブランドロゴマークを使用した動画制作及び配信
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> ・広報専門人材のノウハウの活用
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 1件 （区民が主体の地域イベントなど） ・区内ケーブルテレビ広告 ・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

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
総ビュー数	22,241	43,884	46,327	80,409	55,367	56,584	97,627	42,500	51,984	38,195	—	—

（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

SNSアカウント名	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
X （旧Twitter）	3,155	3,207 (52)	3,530 (323)	3,600 (70)	3,616 (16)	3,671 (55)	3,706 (35)	3,737 (31)	3,754 (17)	3,767 (13)	—	—
Instagram	1,679	1,696 (17)	1,839 (143)	1,849 (10)	1,863 (14)	1,893 (30)	1,913 (20)	1,935 (22)	1,966 (31)	1,992 (26)	—	—
Facebook	872	888 (16)	903 (15)	911 (8)	914 (3)	928 (14)	936 (8)	950 (14)	961 (11)	964 (3)	—	—
公式LINE	39,803	40,540 (737)	43,109 (2,569)	45,757 (2,648)	48,255 (2,498)	50,842 (2,587)	96,221 (45,379)	105,384 (9,163)	115,113 (9,729)	126,528 (11,415)	—	—

主な取組

区内イベントの集約・発信

施策 1

区内の魅力ある地域資源を広く発信するため、シティプロモーションサイトや SNS、LINE 等で親子向けイベントを中心に情報発信を行った。地域への参加促進や暮らしの魅力発信、区への愛着醸成につなげた。



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

区ならではの歴史・文化やグルメ、四季折々の自然など、暮らしの魅力を発信する取組を実施した。大森駅開業 150 周年に合わせた統合ポスターでは、大森駅周辺の歴史や地域の魅力を紹介したほか、半夏生やあじさいなど季節の花を取り上げるなど、区での暮らしの豊かさや魅力を伝える情報発信を行った。広報番組 6 月号では、交流イベントや専門家支援、試作室を通じ、起業家の新たな挑戦を多角的に支えている創業支援拠点「六郷 BASE」を紹介。そのほか「伝わる発信」として動画を 2 本制作することで効果的に暮らしの価値の発信を行った。



庁内シティプロモーションマインドの醸成

施策 3

ユニークおた X については、主要指標である表示回数が 6 月は 27,462 となり、安定した情報発信を継続している。また、平均エンゲージメント率が 5.79% となり、高水準が続いている。

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

○共立信用組合との連携

区内 7 店舗でプロモーション動画を放映

○NTT ドコモとの連携

スマホ決済サービス(「d 払いアプリ」、「d ポイントアプリ」)の券面デザインを区のオリジナルコラボデザインとして 2 種類制作予定

① はねぴょんを使用したデザイン

② 区の景色を描いた歌川広重、一昇斎の浮世絵を使用したデザイン

○東京工科大学との連携

学生と区の魅力の再発見や効果的なプロモーションにつなげていくカリキュラムを実施

○区制 80 周年の取り組み

おた・子育てわいわいフェスタの参加者 42 組に、区のわくわくをボードに書いてもらう取組を実施



【共立信用組合 平和島支店】



【東京工科大学授業の様子】

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 令和 8 年 7 月 21 日
企画経営部 資料 4 番
所 管 広聴広報課

「大田区制 80 周年記念おおたタウントレック」の開催について

1 目的

大田区制 80 周年を契機に、まち歩きを通じて区の魅力を発信し、シビックプライドの醸成を図る。令和 8、9 年に放送予定のテレビ番組を機会として活用し、参加者が文化・観光・グルメ分野の 39 箇所のチェックポイントを巡る。これにより、区の魅力再発見と文化芸術に触れる機会を創出するとともに、回遊促進による経済効果とまちの賑わいの相乗効果を目指す。

2 事業概要

区内の文化施設を中心に文化、観光、グルメ等を楽しむ体験型のまち歩きイベント。参加者は発着会場で配布される地図を基に、専用アプリも使いながら、制限時間内に区内の 39 箇所のチェックポイントを鉄道、バスを利用して回遊する。

- (1) 開催日時 令和 8 年 11 月 29 日（日）午前 9 時から午後 5 時まで
- (2) 発着会場 大田区役所本庁舎（作戦会場は 201・202 会議室）
- (3) 開催エリア 区内全域
- (4) 主催 大田区、東京新聞、タウントレック協会
- (5) 後援 (一社) 大田観光協会、(公財) 大田区産業振興協会、(公財) 大田区文化振興協会、大田区商店街連合会（順不同）
- (6) 定員 先着 800 名

(7) 募集概要

ア 募集方法：エントリーサイト「e-moshicom」

イ 募集期間：7 月 21 日から 11 月 22 日まで

ウ 種 目：①ソロ ②一般グループ（2～10 人）③ファミリー（小学生以下を含む 2～10 人）

エ 参加対象：①18 歳以上の方 ②2～10 人のグループ（必ず 18 歳以上の代表者を含む）

③小学生以下を含む 2～10 人のグループ（必ず 18 歳以上の代表者を含む）

（①②③合わせて定員 800 人）

オ 参 加 料：【大田区在住・在勤・在学】一般 500 円、小学生以下無料

【大田区外】一般 2,000 円、小学生 500 円、未就学児無料

(8) 当日の流れ

混雑緩和のため、スタートは時間をずらし 5 グループに分け実施。

受付を済ませたチームから 20 分程度作戦会議を行い順次スタート。

本庁舎 1 階入り口に時計を設置し、その写真を撮影し 5 時間で区内スポットを巡り、再度本庁舎へ戻る。到着受付をして終了となる。

（次頁あり）

(9) 景品について

全チーム終了後に得点を集計し、順位を確定させるため、参加賞を除き順位商品については、後日発送とする。なお、順位については、専用アプリから適宜確認できる。

3 広報等

- (1) 区報 8 月 1 日号記事掲載
- (2) 区立小学校全児童にチラシ配布予定
- (3) 東京新聞の広報

4 昨年の内容

事業名：「おおた新春タウントレック」

開催日時：令和 7 年 1 月 19 日（日） 午前 9 時から午後 5 時まで

参加人数：827 人（308 チーム）

スポット数:39 か所

(昨年の様子)



大田区立中学校の部活動改革及び地域展開推進会議の設置について

大田区立中学校の部活動改革及び地域展開推進会議について、下記のとおり設置したので報告する。

記

1 推進会議概要

(1) 目的

「大田区立中学校部活動の地域連携・地域移行に関する検討会（令和5～7年度）」の報告書や、国が昨年度策定した「部活動改革及び地域クラブ活動の推進等に関する総合的なガイドライン」等を踏まえ、大田区立中学校の部活動改革及び地域展開における課題の解決に総合的に取組み、さらなる推進を図るため推進会議を設置する。

(2) 委員構成

学識経験者、（公財）大田区スポーツ協会、（公財）大田区文化振興協会、大田区総合型地域スポーツクラブ、学校関係者等

(3) 委員任期

令和8年7月29日から令和11年3月31日まで

(4) 協議内容

- ア 大田区立中学校部活動の取組みに関すること
- イ 部活動の地域展開等を担う団体等に関すること
- ウ 部活動の地域展開等に係る仕組みづくりに関すること
- エ その他、部活動の地域展開等に関すること

2 令和8年度スケジュール（予定）

(1) 第1回

日程：令和8年7月29日（水）

(2) 第2回

日程：令和9年1月予定

(3) その他、個別の検討事項については、分科会で検討予定

大田区制 80 周年記念事業

「おおたランニングフェスティバル 2027」の実施について

1 目的

スポーツの推進を通じた健康で豊かなくらしの実現に向け、区民がランニング・ジョギングに気軽に取り組むきっかけをつくり、区民のスポーツ実施率の向上及び健康増進を図る。

2 概要（予定）

（1）日時

令和9年1月31日（日）午前9時30分から午後3時45分まで

（2）会場

大田スタジアム（メイン会場）、大井ホッケー競技場サブピッチ及び大井ふ頭中央海浜公園

（3）実施種目

ファミリーラン、ジュニアラン、5kmラン、ハーフマラソン、リレーマラソン

（4）募集人数

5種目合計 2,200 名

（5）主催

おおたランニングフェスティバル実行委員会、大田区

（6）大会申込開始時期

大田区民先行エントリー 令和8年9月中旬から
一般エントリー 令和8年10月初旬から

（7）その他

ア 区制 80 周年に係る気運醸成のため、「80 周年記念はねぴょん」を参加賞Tシャツにプリント、80 周年記念ブース及び80 周年記念はねぴょんフォトパネルの設置並びに 80 に関連するサブイベント等を実施する。

イ （3）の実施種目以外にもメイン会場などで、各種スポーツ体験等サブイベントを実施する。

前回の様子（令和8年1月25日）



ラグビー体験（サブイベント）



ふわふわ遊具（サブイベント）



リレーマラソン

大田区制 80 周年記念事業 「第 19 回 O T A ウォーキング」の実施結果について

1 事業概要

(1) 目的

ウォーキングは年代や性別を問わずに誰でも取り組みやすい最も身近な運動である。本事業を通じて区民がスポーツに取り組むきっかけづくりをするとともに、スポーツの定着化を図り、区民の健康の維持・増進につなげる。

(2) 日時

令和8年5月24日（日）午前9時から正午まで（天候 曇り）

(3) コース

大森グリーンベルト～大田区立郷土博物館～大森グリーンベルト
（約7 Km）

(4) 参加者数

455 人

2 当日の様子

受付後、少人数のグループに分け、準備運動後に順次スタートした。実施にあたり、スポーツ推進委員がスタート・ゴール地点の運営のほか、コース上で道路横断時等の誘導や体調確認の呼びかけを行うなど、参加者の安全確保に努めた。

ゴール地点では、参加者に完歩証と参加賞を配布した。合わせて今年度は、区制 80 周年記念事業、OMAISEN PROJECT（オマイセンプロジェクト）の気運醸成の取組として抽選で、80 周年記念はねびんシール、はねびんレトロシールを配布した。



スタート地点の様子



ウォーキング中の風景

3 参加者へのアンケート

※回収数 445 枚（回収率約 97.8%）

（１）O T A ウォーキングに参加したことで、これまで以上にスポーツに興味を持ちましたか。

→「すでに日常的にスポーツしている」が約 49.4%、「スポーツはしていなかったが、このイベントを通じ今後も継続してスポーツに取り組みたい」が約 36%となり、スポーツに継続的に取り組む意欲のある人の割合は約 85.4%となった。

（２）O T A ウォーキングに参加した効果はどうでしたか。（複数回答可）

→「健康増進につながった」（約 18.7%）、「運動不足の解消につながった」（約 15.2%）「楽しくて気分が爽快になった」（約 14.9%）など、心身の健康につながる効果についての回答が多数を占めた。

また、「区内の知らない場所を知ることができた」（約 14.9%）、「家族や友人とのふれあいの場になった」（約 8%）などの回答もあった。

4 まとめ

（１）参加者数は過去最多人数だった昨年度からは減少したものの、過去の参加者数から高い水準であり、今年度も高齢者から小さなお子さんまで幅広い年齢層から多くの方にご参加いただいた。

（２）参加者割合でみると、４回以上の参加が約 38.4%と最も多い一方で、初参加も 29.9%と高く、広報活動や参加者による情報発信や口コミなどを通じて、新たな参加者の獲得にもつながっている。

（３）コース中の郷土博物館や尾崎士郎記念館など、参加者が地域の魅力を再認識する機会にもなり、区制 80 周年等の気運醸成に資することができたと考ええる。

（４）本事業を実施したことにより、多くの参加者に心身の健康への寄与やウォーキングの楽しさなどを実感していただき、継続したスポーツの取組意識を持ってもらうことにつながった。

引き続き、区民が様々なイベントを通じてスポーツに親しみ、身体を動かす楽しさを体験できる機会の創出を図っていく。

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 令和8年7月21日
産業経済部 資料4番
所 管 産業経済課

地域と協働した観光魅力発信事業について

1 事業概要

(1) 目的

地域が主体となり、インバウンド向けに、地域が観光で稼ぐ機運を醸成するとともに、大田区における観光の魅力向上と観光消費の促進に繋げることを目的とする。

(2) 実施内容（令和7年度）

ア 観光コンテンツ販売支援

体験型商品の造成を進めている段階にある4店舗をモデル店舗と位置付け、持続的な販売に向けて支援を実施した。具体的には、OTA（オンライントラベルエージェンシー）への登録支援及び自店舗 SNS の運用支援を行い、それぞれの分野に知見を持つ副業人材による伴走支援を実施した。

イ マニュアルの作成・周知

上記（ア）の販売支援を通じ、OTA 登録及び SNS 運用強化における課題解決に資する汎用的なマニュアルを作成した。今後は区内店舗等に対し、本マニュアルを周知し、活用を促していく。

ウ その他、インバウンド誘致に関心のある店舗等に対する支援

インバウンド誘致に興味関心を持つが、体験型商品造成の準備段階にある店舗に対しては、理解促進を図るためのマニュアル活用支援を実施した。さらに、体験型商品の販売を開始している店舗に対しては、より一層の販路拡大を目的に、支援を行うなど、多角的なサポートを提供した。

2 令和8年度の実施

マニュアルの活用促進等によって、インバウンド集客に取り組む店舗の増加が見込まれる。また、モデル店舗の取組を他店舗に実例として紹介していくことにより、さらなる波及効果も期待できる。

そのため、令和8年度は、区内店舗へのヒアリングを通して、インバウンド集客に意欲のある区内店舗の情報を集約し、インバウンド誘致に資するマニュアル等の周知を通じて支援を行う。さらに、区内宿泊施設とも連携し、インバウンド観光客に向けた効果的なPRを実施することで、区内観光消費を促進する。

令和8年度羽田空港「空の日」記念行事への出展について

区が参加する羽田空港「空の日」記念行事実行委員会が実施する標記事業において、以下のとおり区のPRブースを出展する。

1 概要

(1) 日時

令和8年9月26日(土) 午前10時から午後4時まで

(2) 会場

羽田空港第1、第2、第3ターミナル、羽田エアポートガーデンなど

※区は第2ターミナル国際線エリアに出展予定

(3) 参加企業

東京空港事務所、大田区、日本航空(株)、全日本空輸(株)、日本空港ビルデング(株)、京浜急行電鉄(株) など

2 内容(予定)

(1) 区の出展内容

ア 観光関連パンフレット、ノベルティ等の配布による区のPR

イ 大田区公式PRキャラクター「はねぴょん」を活かした

区の認知度向上及び魅力の発信

(ア) 各航空事業者とコラボした缶バッジ作りワークショップ

(イ) はねぴょんグリーティング

(ウ) はねぴょんグッズ販売

(2) 参加企業の出展内容

ア 格納庫見学等の空港を身近に感じる催し

イ エアライン各社による体験教室やワークショップ

ウ 会場内周遊ラリーの開催 など

令和7年度の様子



缶バッジ作りワークショップ



PRブース

3 主な情報発信

(1) 区報(9月15日号)

(2) 大田区公式HP、区公式SNS、はねぴょん公式X等の活用

(3) 区施設でのイベントチラシ配布

松竹蒲田撮影所の魅力を再発見する様々な取組について

1 事業目的

松竹蒲田撮影所は、大正から昭和初期に蒲田で映画と文化が花開く「キネマの天地」であった。今回は、松竹蒲田撮影所で活躍した女性脚本家の先駆け・水島あやめと、同時期に輝いた女優たちに焦点を当て、対談と日本独自の無声映画を通じて振り返り、大田区の観光資源の創出・発信を行う。

2 大田観光協会事業

①「再発掘・松竹蒲田撮影所の魅力『キネマの天地』で輝いた女性たち ～カツベンで楽しもう無声映画～」の実施について

- (1) 実施日 令和8年6月5日(金)、午後6時開演
- (2) 実施場所 大田区民ホール・アプリコ 小ホール
- (3) 来場者数 160名
- (4) 入場料 一般1,000円、学生500円
- (5) 実施内容

ア 第一部

対談「蒲田撮影所で輝いた水島あやめと女優たち」岡茂光、因幡純雄

イ 第二部

(ア) カツベン教室 無声映画「大学は出たけれど」

(イ) 活弁付き無声映画上映「明け行く空」

弁士 佐々木亜希子、楽士 永田雅代

- (6) アンケート結果、参加者の感想

非常に満足 92%、やや満足 8%

- ・蒲田に住み40年、誇りを持ちたいと思いました。
- ・初めて無声映画を見たが予想以上に良かった。上映会を増やしてほしい。



対談の様子



活弁付き無声映画上映の様子



楽士(左)と弁士

3 大田観光協会事業

②『『キネマの天地』で輝いた女性たちを感じながら梅屋敷から蒲田を歩く』

(1) 開催日時 令和8年6月8日(月) 午後1時から午後4時まで

(2) 参加人数 18名

(3) 協力 大田・品川まちめぐりガイドの会、高砂コレクションギャラリー、
タキグチガーデン

(4) アンケート結果、参加者の感想

- ・水島あやめや高砂香料工業(株)、蒲田菖蒲園のことがわかり、楽しく歩くことができました。
- ・高砂香料工業(株)のギャラリーがとても良かった。



4 その他、水島あやめに関する取組

(1) ハナショウブの寄贈

令和8年6月5日、水島あやめの出身地である新潟県南魚沼市から、同市の菖蒲園で栽培された、あやめ科ハナショウブ100株が大田区に寄贈された。寄贈されたハナショウブは、かつて蒲田菖蒲園があった蒲田小学校で「おおたの未来づくり」授業の一環として、児童が育てる予定である。

なお、南魚沼市は、水島あやめの活躍をシティプロモーションの一環と捉え、NHK連続テレビ小説に取り上げられるための活動を実施している。

(2) 大田区、大田観光協会の取組

区と観光協会は、南魚沼市からのハナショウブの寄贈を契機に、松竹蒲田撮影所をゆかりとした人物とのつながりを観光資源と捉え、区の価値向上につながるようPRを行っていく。



ハナショウブの寄贈



水島あやめ

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 令和8年7月21日
産業経済部 資料7番
所 管 産業経済課

大田観光協会事業「東京・大田の“新名物”プロジェクト」について

1 事業目的

本事業は観光まちづくりの視点から、地域の事業者や団体と連携して地域資源の魅力や地元愛を形にし、大田区の新たな名物づくりと魅力発信を共に進めていくことで、地域経済の活性化、観光コンテンツの充実、地域との共創を目指す。

2 事業概要

(1) 募集内容

大田区の魅力を発信する商品・飲食メニュー等の企画提案を募集する。

初年度は以下のいずれかを題材とした企画提案を優先する。

- ア 大森・馬込・池上・洗足池（おまいせん）
- イ お風呂（銭湯・黒湯）

(2) 支援内容

- ア 商品、メニュー等のPR協力（プロカメラマンによる撮影等）
- イ 大田観光協会ホームページ、SNS等での情報発信
- ウ 観光イベント等での出品機会の提供

(3) 対象事業者

- ア 製造・加工・販売・提供拠点等のいずれかが大田区内にあること
- イ 販売場所・提供場所・販売方法等を有していること
- ウ 大田区愛（地元愛）を持っていること

(4) スケジュール（予定）

- ア 応募締切 令和8年8月2日（日）
- イ 支援先決定 8月末頃
- ウ 打合せ・ブラッシュアップ 9月から
- エ 商品化・提供開始 （第1期）10月から（第2期）12月から



募集チラシ

3 主な情報発信

- (1) 大田観光協会ホームページ、SNS
- (2) 協会会員向けメール他
- (3) 大田区商店街連合会や大田区産業振興協会を通じた発信