

第4章 大田区観光の7つの基本戦略と施策・事業の体系

大田区観光振興を推進するための施策として、3つの基本的方向性に応じて以下の7つの基本戦略に基づく観光施策・事業に計画的かつ着実に取組みます。

【基本戦略①】 大田ならではの特徴ある資源を見出す

地域の成り立ち・履歴や地域・土地に刻み込まれた記憶、身近な暮らしに密着している環境・自然、歴史・文化、地域の特徴的な生業・技の中から、他の地域には類例を見ない大田区ならではの特性を再認識し、他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力を見出す。また、地域全体として取組むための機運・素地を創り出す。

【基本戦略②】 大田物語として編集し、観光大田をブランドへと導く

他の地域には類例を見ない大田区ならではの魅力、他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力を発見して、テーマ性・物語性を加えて磨きかけや組み合わせを行い、「大田物語」として編集する。また、羽田空港の再国際化を契機として、地域内外に誇れる地域へと導く。

【基本戦略③】 賑わい・都市観光の核をつくる

多彩な大田区のイメージや地区の特徴を大切にしつつ、各地区が自慢・他の人に知ってもらいたい、見てもらいたいと思う特徴を“新たな地区の核”として創出し、賑わいを生み出すきっかけとする。また地域全体として新たな魅力となる核を創出し、積極的に展開する。

【基本戦略④】 五感と移ろいを楽しむ仕掛けをつくる

大田観光の魅力をより一層向上させ、区内外の人たちにとっての来訪のきっかけづくり、地域めぐりと再訪の必然性を創り出す。

【基本戦略⑤】 来街者を迎え入れる情報を発信する

海外を含めた多くの人々にきめ細かい情報発信を行い、誰もが訪れやすい地域・多くの楽しみ方がある地域であることをアピールする。情報発信と同時に情報収集の仕組み(旬の情報や通の情報等)を充実する。

【基本戦略⑥】 快適回遊と交通ネットワークを整える

案内・誘導情報や公共交通機関との連携、沿道のサービスや景観づくり等により、来訪者が快適に回遊できる環境を創り出す。また、回遊の範囲を区内全域へと広げる。

【基本戦略⑦】 大田観光サポーターを育て・組織化する

大田観光の始動・展開・発展に向けて、大田区の観光を支える人材育成と組織を充実する。また地域全体として来訪者へのもてなし意識の向上を図る。

■大田区観光振興の構成

大田区として取り組む『観光』とは…

区外からの誘客だけを指すのではなく、区民が愛着と誇りをもてる産業振興やまちづくりと連動した「観光」である。

大田区における観光の意義

◎愛着と誇りのもてる舞台(ふるさと)づくり

▶地域住民自らが、地域への愛着と誇りをもっている地域こそが、訪れて楽しい 地域。愛着と誇りをもって自慢したくなる地域となること、それが住んでよし、訪れてよしの原点です。

◎人が行き交うこと(人の目)による地域の磨きかけ

▶人の目が加わることで、より美しく整えようという機運が地域に芽生え、さらに魅力ある地域への磨きがかかります。

◎集散往来による地域活力の向上

▶区内外からも多くの人を訪れることによって、地域での消費拡大を生み出され、地域活力の向上にもつながります。

大田区観光振興の将来目標(キーワード)

「知る人ぞ知る」を大切にする世界に開かれた生活観光都市
～貴方の知らない数多くの日常が、大田区にはあります～

【基本的方向性】

- ①こだわりをもった国際的な生活観光都市の展開
- ②近き者と遠き者も惹きつけられる豊かな楽しみと輝きの展開
- ③集散往来・快適回遊の展開

大田区観光の基本課題

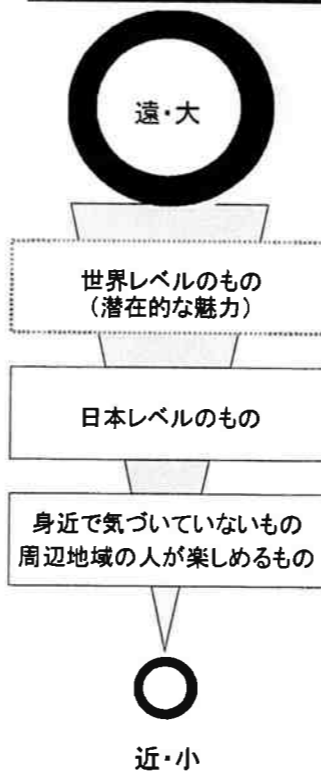
- ▶羽田空港を有しているものの観光大田のイメージが弱いこと
- ▶鉄道利用者や空港利用者等の交通機関の多くの利用者が通過素通りしていること
- ▶著名な観光施設が少なく、身近な資源も観光対象として認識されていないこと
- ▶生活や暮らしぶり、地域の記憶につながる潜在的な資源は豊かにあるものの、現在は埋もれたもの、単発のものとなっていること。
- ▶観光資源の回遊性に乏しいこと
- ▶情報発信や案内システムが十分でないこと
- ▶観光の担い手や組織が十分に育っていないこと

大田区観光の誘客マーケット・ターゲット

- ◎居住地域別セグメント
 - ▶区民および近隣地域(通勤・通学を含む)が最大のマーケット
 - ▶空の玄関口・羽田空港 日本全体～アジア・世界からの誘客
 - ※東京等への立ち寄りマーケットとして捉える
 - ▶大田観光の魅力と誘致権・アピール力との関連性を意識した情報発信と誘客活動

- ◎同行者タイプ別のセグメント
 - ▶性別・年齢による観光の嗜好性に即した大田観光の楽しみ方を提供する(夫婦、ファミリー、友人、ひとり、カップル/小・中学生、外国人)

誘致圏の大きさ



基本戦略① 大田ならではの特徴ある資源を見出す

- ◆大田の暮らしと技等に関わるお宝発見と情報の充実
- ◆多彩な魅力をつづるこだわりの感動づくり
- ◆大田観光ライフスタイルの発信
- ◆感動体験イベントの実施・カレンダーづくり
- ◆区民による区民観光の実践

基本戦略② 大田物語として編集し・観光大田をブランドへ導く

- ◆資源の再評価・編集による大田観光の新たな魅力商品の創出
- ◆テーマ性・物語性のある地域巡りルートの開発
- ◆大田の伝統を生かした地域商品づくり
- ◆大田テクノスクール(技の見学・旅育)の開催
- ◆羽田ブランドを生かしたゲートウェイ機能の充実

基本戦略③ 賑わい・都市観光の核をつくる

- ◆観光大田の核となる拠点・核となるテーマの創出
- ◆多彩な界隈性の演出
- ◆大田おしゃれスポットの発掘
- ◆食べ歩きを推進する仕掛けづくり

基本戦略④ 五感と移ろいを楽しむ仕掛けをつくる

- ◆五感を愉しめる観光体験メニューの編集と充実
- ◆移ろい(季節・時刻)を感じる観光体験メニューの編集と充実
- ◆限定の地域集客商品づくり
- ◆大田観光体験記による口コミ情報の収集・発信

基本戦略⑤ 来街者を迎え入れる情報を発信する

- ◆旬の魅力の情報発信
- ◆バリア情報の発信
- ◆世界に向けた情報発信
- ◆情報発信媒体の多様化・マスコミ媒体との連携
- ◆情報発信拠点(プラザ)の整備
- ◆口コミ情報の展開～区民によるシティセールス(地域自慢)の展開

基本戦略⑥ 快適回遊と交通ネットワークを整える

- ◆交通拠点からの回遊させる仕組みづくり
- ◆まち巡りルートに対応した案内の充実
- ◆巡って楽しめる魅力的な道づくり・景観づくり
- ◆ハード・ソフト面でのユニバーサルデザイン化
- ◆水辺からの景観を愉しむ仕組みとシステムづくり
- ◆公共交通と連携した地域めぐりの充実
- ◆公共施設の開放・利活用

基本戦略⑦ 大田観光サポーターを育て・組織化する

- ◆観光協会の法人化・観光コンシェルジュとしての機能充実
- ◆観光サポーターとなる担い手の育成と組織化
- ◆地域ガイドの育成と充実
- ◆国際交流を推進する仕掛けづくり
- ◆ビクター産業の推進体制づくり
- ◆地域ぐるみでのもてなしの展開
- ◆近隣区等との連携による広域観光ルートの開発と情報発信

基本戦略 1 大田ならではの特徴ある資源を見出す

(1)基本戦略の目的

<目 的>

地域の成り立ち・履歴や地域・土地に刻み込まれた記憶、身近な暮らしに密着している環境・自然、歴史・文化、地域の特徴的な生業・技の中から、他の地域には類例の見ない大田区ならではの特性を再認識し、**他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力**を見出す。また、地域全体として取組むための機運・素地を創り出すこと。

「観光」は、その語源からみても「地域の総合力を表現するもの」であり、単に集客による地域活性化を実現するためのツールとなるだけではありません。地域の成り立ち・履歴や地域・土地に刻み込まれた記憶、環境・自然、歴史・文化・暮らしぶりに加え、地域に住まう人々の愛着や誇り等の基礎となっている、身の回りに広がる全てのものが観光の対象となるのです。

大田区は、世界に誇る中小企業の技術を有する地域、日本人なら誰しもが知っている“羽田”“田園調布”“蒲田”等の地名資源、さらには潜在的な魅力としての“湧水”“坂道”“都市のオアシス”“漁師町の面影”等の様々な横顔を有している、謂わば『知る人ぞ知る地域』です。

地域の中に存在している資源は、見せ方や伝え方の工夫、他の資源との組み合わせ等によって、同じ資源であっても異なった意味や魅力を放ちます。そこで、この地域の特性を区民が再認識し、「観光」を通して磨きをかけることによって、大田観光を売り出すための機運づくり・素地づくりに取組みます。

(2)基本戦略の概要と施策・事業

<概 要>

区内にある身近な暮らしぶりや技、地域の伝統・風物詩などから“お宝”を発見することをきっかけに地域の観光に対する機運を高めます。また、大田観光を地域の新たな魅力として育むために、多彩な地域の魅力をつづる感動づくり、区民による区民観光の実践、大田観光ライフスタイルの発信等、素地づくりの取組みをはじめます。

◆大田の暮らしと技等に関わるお宝発見と情報の充実

- 地元住民（「内の目」）や来訪者（「外の目」）によって大田区内のお宝の調査を実施し、地域のお宝情報としてのデータベース化します。お宝情報は定期的に更新するとともに、継続的にお宝情報が集積されるような投稿情報が可能な仕組みづ

くりを行います。

- 発掘したお宝で展示可能なものは、公共施設や区内の店舗などに展示するとともに、実際に触れたりすることのできるものは「大田のお宝体験スポット」として紹介します。

- 区民サポーター、ブログなどを活用した、「お宝発見投稿」サイトの開設、
- 定期的な「お宝コンクール」「お宝ランキング」の実施
- お宝発見ウォーキングの実施

＜主に対象となる地区＞

○蒲田・大森周辺、池上本門寺周辺、西馬込、その他全域（田園調布、京浜地区は除く）

◆多彩な魅力をつづるこだわりの感動づくり

- 大田区には多くの歴史・文化・自然資源が存在し、また地区ごとにもその表情は異なります。この元来より大田区に備わる多彩な魅力を活かし、海外からの来訪者を含む、多くの人々が大田観光を堪能できるような感動づくりに取り組みます。

- 池上本門寺の歴史うんちく探索

例えば、



くず餅をはじめとした「食」



回遊式庭園の松清園



力道山の慈も本門寺にあり



本門寺プロデュース商品

- 西馬込文学・文士の暮らしぶり

- 蒲田キネマの当時は体験 等々

◆大田観光ライフスタイルの発信

- 大田観光は、個々の資源だけではなく面的な街の生活文化や生業を魅力とし、来街者が地域住民と同じ立場や目線で楽しむことができる都市型観光が特徴です。
- この都市型観光を推進するため街の生活文化や生業の魅力など、これまでは観光資源として見過ごされてきた魅力を大田観光ライフスタイルとして他の戦略と連携し広く発信します。

- 大田観光を積極的に広報・推進するため、新たなキャラクターを創出します。

- 蒲田の路地裏探索
- 水と緑をたどる散策ツアー
- モノをつくる生活ミニ体験



◆感動体験イベントの実施・カレンダーづくり

- 地元住民、来訪者を問わず区内の感動体験スポットや感動スポットに対するエピソード（「いつ、どんなところに感動したのか」）の募集を行い、「大田区のここが感動!! 発表会(仮)」など多くの人に発信し、共有できるイベントを実施します。
- 既存の祭礼やイベントなどで感動を体験できる時期を整理した「大田の感動体験カレンダー」を作成・広報します。

- 区民・団体投稿による「インターネット大田感動体験カレンダー」の立ち上げ
大田区HPにある公的歳時記に加え、民間主催の歳事、イベントも記録、発信出来るカレンダー

(財) 横浜観光コンベンションビューローのイベントカレンダー

<http://www.welcome.city.yokohama.jp/tourism/eventcalendar/>

大田区のイベントの現況

イベント名	実施月	開催地	来場者数	備考
馬込文士村大桜まつり	4月上旬	南馬込	約1万人	阿波踊りなど
禰宜の舞	4月21日	西嶺町	30～40人	御嶽神社の厄払い神事
春宵の響	5月中旬	洗足池	500人	笛の演奏
水神祭	5月11日	羽田	—	水上での神事（観覧客はいない）
大森夢フェア	5月	大森駅周辺	約3万人	母の日に開催され、大森ベルポートでは様々なショーが行われる
子ども獅子舞	6月上旬	六郷	1,500人	神楽殿での舞のほか巡行もある
水止舞	7月14日	大森町	約200人	厳正寺の雨止め神事（都の無形民俗文化財）
全国鶴の木まつり	7月下旬	鶴の木	4,000人	全国13箇所の「鶴の木」との交流イベント
洗足池灯ろう流し	7月16日	洗足池	約1,500人	約600灯ろうを洗足池に流す仏事
池上本門寺お会式	10月中旬	本門寺	約33万人	12日夜に万灯練供養（720年間続く行事）
酉の市	11月	大森北北嶺町	約12万人	鷹神社（大森北）、御嶽神社など
池上梅園菊花展示会	11月上旬	池上	約1,600人	池上梅園の年間入園者は約10万人
多摩川アートライン	11月上旬	多摩川線	約3万人	多摩川線の各駅でのモダンアートの展示
本門寺の初詣	1月	本門寺	約15万人	3が日だけの参詣者数
子ども流鏝馬	1月7日	六郷	約500人	六郷神社の神事（都の無形民俗文化財）
どんど焼き	1月第2日曜	矢口	120～130人	多摩川河川敷で開催
とんび風あげ大会	成人の日	六郷	—	とんび風は六郷の郷土玩具

※ 数字は主催者による。10月以前に開催のイベントは08年、11月以降は09年。

＜参考＞ 都内他地域のイベント来場者数

千代田さくら祭り	4月上旬	千鳥が淵周辺	約101万人	ライトアップなど
江戸天下祭り	9月末	日比谷公園	約24万人	山車、フェスティバルなど
東京みなと祭り	5月24日 (土)～ 25日(日)	晴海埠頭一帯	約14万人	体験乗船、ボートバザールなど
浅草寺初詣	正月三が日	浅草	221万人	

◆区民による区民観光の実践

- 区民自身が、日常的に地元地域や大田区内で楽しい時間が過ごしたくなるよう地域の魅力を伝えるとともに、区民が率先して来訪者を案内できるような仕組みを整えるため、区民が地域について学ぶ機会や区民が主体となって企画するイベントの開催などを通じて、区民が積極的に観光に参加できる仕組みを構築します。
- また、区民が大田観光の広報マン・広報レディとして、地域内外に大田観光の魅力を発信することで、草の根的な新たな誘客を進めます。
 - 「知る人ぞ知る大田の達人認定制度」
 - 区民向け「大田区お宝学び塾」「お宝発見隊ツアー」の開催



<http://hanshin-now.com/nishiosaka/index.html>

西大阪線広域で取り組む地域の再発見サイト

わがまちの輝き見つけ隊 vol.26



21世紀は「水の世紀」とも言われ、国内外で豊や河川を貴重な遺産として再認識し、水辺を活かした魅力づくりに取り組もうとする動きが活発になっています。
かつて都市部における港や河川は、物流拠点や工場立地を支える水源としての役割が重視されてきたため、水辺は市民生活とは距離された空間でありましたが、近年では身近な憩いの場として、また新たなくらしやビジネスを生み出す場として再認識される傾向があります。
そして阪神地域の発展を支えた水辺をつなぐ路線である「阪神なんば線」沿線にも、数々の水辺再生プロジェクトが動き出しています。
そこで今回は、以前にもご紹介した「尼崎21世紀の青づくり協議会」が取り組む運河を活用したイベント「うんばく」の体験記をご紹介します。

基本戦略 2 大田物語として編集し、観光大田をブランドへと導く

(1) 基本戦略の目的

<目的>

他の地域には類例を見ない大田区ならではの魅力、他の人に**他の人に知ってもらいたい、見てもらいたい魅力**を発見して、テーマ性・物語性を加えて磨きかけや組み合わせを行い、「大田物語」として編集すること。また、羽田空港の再国際化を契機として、**地域内外に誇れる地域へと導くこと。**

地域の中に存在している資源は、見せ方や伝え方の工夫、他の資源との組み合わせ等によって、同じ資源であっても異なった意味や魅力を放ちます。特に大田区のような都市部においては、地域内の資源を多彩な視点から横断的に束ねることによって個性的な彩りを映し出す地域となり、これこそが都市ならではの観光の新しい魅力となるものです。

そこで、身近すぎるが故に観光の対象となっていなかった資源を地域を訪れる人の目線で改めて見直し、テーマ性・物語性を加えて磨きかけや組み合わせを行い、「大田物語」として編集し、来訪者が楽しめる地域の新たな魅力を創出します。また、平成 22 年（2010 年）の羽田空港再国際化を契機に、大田観光を地域の新たな魅力となるよう積極的にアピールしていきます。

(2) 基本戦略の概要と施策・事業

<概要>

こだわりのある資源や区民に愛着と誇りを持たれている資源をもとに、「歴史史実・ゆかりの人物」「地域の記憶」「名所・風景」「都市のオアシス」「暮らし・賑わい・食」「産業資源・匠」等をテーマとして磨きかけと組み合わせによる大田観光の新たな地域商品を創り出します。また平成 22 年の羽田空港再国際化を契機として羽田ブランドを活かした世界に開かれた生活観光文化都市へと地域を導きます。

◆資源の再評価・編集による大田観光の新たな魅力商品の創出

- 区内の既往の観光資源や新たに掘り起こされた資源、こだわりのある資源や区民に愛着と誇りを持たれている資源の磨きかけに取組みます。
- 来訪者の視点から、「歴史史実・ゆかりの人物」「地域の記憶」「名所・風景」「都市のオアシス」「暮らし・賑わい・食」「産業資源・匠」等をテーマとして資源の組み合わせ・再編集を行い、大田観光の新たな魅力商品を創り出します。

- 区民の推薦による施設・資源を「大田の自慢」として認定・紹介
- 大田観光のテーマに沿う資源を組み合わせた商品づくり
- 区内在住外国人を対象とした外国人視点の大田区の魅力収集
- 魅力発掘・魅力づくりワークショップの開催と商品づくり



地域の誇れる資源を発掘・育成・PRし地域経済活性化につなげるため、官民一体となったシティープロモーション事業として地域ブランド事業に取り組む。通常の認定事業のような認定商品のマーケティング支援ではなく、誘客ツールとして浜松の魅力を知ってもらえるよう認定品には地産品だけでなく、商品・サービス・自然・景観まで幅広く含まれている。さらに認定された資源をバスで巡るツアーを企画し、実施している。

(静岡県浜松市)

<http://yaramaika-h.jp/>

■資源を評価し地域の魅力としてPR・商品化に類する他地域事例

◆テーマ性・物語性のある地域巡りルートの開発

- 既往の地域巡りルートについて大田観光をアピールする視点から磨きかけを行うとともに、観光資源のみならず商店街の活気など、地域の誇りや愛着、資源にまつわる物語等を重ねて、“大田観光の奥深さ”を伝えるルートとして活用します。
- 地域巡りルートを、大田観光の魅力を体験できるテーマ、来訪者の目的、ニーズや所要時間などで再編集し、多様な来訪スタイルに対応した周遊ルートとしてアピールします。
- 公共交通機関との連携、多様な移動手段の開発や情報提供等により、地域巡りを楽しめる環境づくりに努めます。
- 臨海部に立地する企業、大田市場との協力・連携を強め、新たな地域巡りコースを順次開発・開設します。

●所要時間別まち歩き周遊コースの設定

例) 1時間、2時間、半日、1日 など

●テーマ別まち歩き周遊コースの設定

例) B級グルメ堪能コース、路地裏探索コース、商店街お宝探しコース、文化の香りコース、花の名所巡りコース、水辺散策コース、都市のオアシス堪能コース など

●区内主要駅から各見所スポットまでの二次交通の案内板の設置

大田区観光協会では主要駅から雄大な自然、歴史的名所史跡を巡る大田観光協会推薦の計 11 コースを紹介し、テーマに沿った資源を紹介するだけでなく、コース周辺の地元ならではの逸品や食事処も紹介している。今後も継続的にテーマ別や時間別のコース設定し、大田区の魅力を発信するツールとして充実していくこととする。

<http://www.o-2.jp/>

■テーマ性・物語性のある地域巡りコースに類する大田区の事例

様々なテーマに応じたまち歩きマップを体裁やデザインを揃えてシリーズ化して発行することで、まちが持つ多様な魅力を浮き彫りにしている。地図の中にはトイレの貸し出しへの協力店の名前と位置が示されている。(千葉県香取市)

ようこそ 佐原のまち 佐原へ!

ようこそ 佐原のまち 佐原へ!

ようこそ 佐原のまち 佐原へ!

■まち歩きマップ作成とシリーズ化に類する事例

◆大田の伝統を生かした地域商品づくり

- アナゴ漁師や海苔つけの技術など、大田区の生活や産業に根づいた伝統技術を活用した新たな地域商品づくりを行います。

- アナゴ等の江戸前をテーマとした大田ならではの特色ある食を広める活動を展開します。

- 大田区の特色ある伝統技術・伝統商品のデータベース化・見直し
- 大田区の伝統技術を来訪者に見せることができるように磨きかけを行う。
- 羽田空港国際ターミナルで外国人向け海苔つけ実演イベント
- 伝統技術を見学・体験する企画ツアーの開催
例) 大田区の伝統産業を巡る(海苔すき体験、海苔問屋、アナゴ釣り) ツアー
屋形船で食べる江戸前料理の堪能ツアー
- 海苔すき技術者の養成講座の開催

＜主に対象となる地区＞

- 羽田・蒲田・大森(臨海部を含む) 周辺、池上本門寺周辺

韓国の空の玄関口である仁川国際空港では 2004 年に 24 番搭乗口付近に「伝統文化体験館」をオープンした(その後、人気が高いことから 40 番搭乗口付近にも開館)。ここでは韓国の伝統的な手工芸品の製作を体験でき、製作した作品は持ち帰ることもできる。料金は無料で、作り方はスタッフが丁寧に教えてくれる。開館当初は年間 3,315 人にすぎなかった利用者が、現在では年間 6 万人以上が利用している。利用者の国籍は欧州、アジアと多種多様で出発が集中する午前 8～9 時と午後 4～7 時の時間帯は足の踏み場もないほど外国人で賑わっている。



http://www.koreanair.com/index_jp_jpn.jsp

(韓国 仁川国際空港)

■大田の伝統を生かした商品づくりに類する他地域事例

◆大田テクノスクール(技の見学・旅育)の開催

- 大田区のものづくりの雰囲気(「まち工場のある雰囲気」)が伝わるよう、大田区内の見学可能な町工場や大田区が整備している「テクノ WING」「東京都城南職業能力開発センター大田校」などと協力・連携し、「世界に誇る大田区のものづくり」を体感できる見学ツアーや体験会を開催します。
- 自分の町の成り立ちや特徴が理解できるよう、小学生を対象とした見学会を開催し、地域を知るきっかけづくりを行います(「旅育」)
 - ものづくり見学ガイドの養成講座の開催・ガイド検定・ガイド認定の実施
 - 羽田空港国際ターミナルに大田区の技術を紹介するスペースを設置
 - ものづくりを見学・体験する企画ツアーの開催
例) まち工場の歴史探訪・雰囲気体感ツアー

外国人向け大田まち工場見学ツアー

親子向けまち工場を舞台とした自由研究お手伝いツアー など

- 小中学生向けにまち工場を解説する冊子の作成
- まち工場の技術者が伝えるものづくり精神伝道講座の開催
- 大田区のものづくり展示会の開催
- 外国企業向け大田区ものづくり PR 見学会の開催
- 企業向けものづくり技術見学・商談会の開催
- 一日弟子入り体験企画ツアーの実施
- 工業学校と連携した単位取得のための実施体験
- 生徒・学生対象のテクノスクールの開設

<主に対象となる地区>

- 蒲田・大森（臨海部を含む）周辺、新田周辺

2008年2月14～16日に大田区産業プラザで行われた『おおた工業フェア』のイベントとして大田区観光協会が主催する大田区内のまち工場（2カ所）を巡る「大田ブランド見学ツアー（2月14日）」とテクノWING・都立城南職業能力開発センター大田校を巡る「大田区産業支援施設ツアー&ものづくり体験（2月15日）」を開催した。今回のツアーは実験的な取り組みであるが両日ともに定員15名に対して21名が参加（男性が約80%、60歳以上が約50%、区内在住者が約70%）し、参加者からは好評を得ることができた。


<http://www.o-2.jp/>

おおた工業フェア・工場見学バスツアー開催！！

2月14～16日に大田区産業プラザで行われる『おおた工業フェア』。その中のイベントで「工場見学バスツアー」を開催することになりました。世界にわたる大田区のものづくり、ご当地の仕事を是非ご覧ください！！

◆2月14日(木)
「大田ブランド見学ツアー」


9時30分 大田区産業プラザ集合
10時 平和1 工場見学
11時30分 大田市場にて昼食
13時 都立城南製作所 工場見学
15時 大田区産業プラザ、おおた工業フェア見学



大田区産業プラザ、おおた工業フェア

◆2月15日(金)
「大田区産業支援施設ツアー &ものづくり体験」

9時30分 大田区産業プラザ集合
10時 テクノWING・施設内企業訪問
11時30分 羽田にて昼食
13時 都立城南職業能力開発センター大田校訪問
15時 大田区産業プラザ、おおた工業フェア見学



大田区産業プラザ、おおた工業フェア

■大田テクノスクール・まち工場見学ツアーに類する大田区の事例

◆羽田ブランドを活かしたゲートウェイ機能の充実

- 区内に立地する羽田空港は現在で年間約6640万人（平成18年度）が利用する東京・関東圏の空の玄関口であり、さらに平成22年度（2010年度）には「再国際化」により日本の空の玄関口となることが期待されています。この羽田空港の特性を活かし、世界からつながる大田観光の玄関口（「ゲートウェイ」）として大田の魅力情報を提供・発信できる機能を充実させていきます。

- 羽田空港にインフォメーションセンター・観光案内スペースの開設
- 外国語対応可能飲食・宿泊施設のデータベース化・紹介

●羽田空港周辺のお買い物マップの作成

●外国人が大田区を楽しむための企画ツアー（トランジット客を含む）

例) 羽田空港内の整備棟見学・お買い物ツアー、大田の良いところ取りツアー など
 台湾桃園国際空港内の観光局が運営する観光者用サービスカウンターでは、台湾の観光に関する案内パンフやマップ（多言語対応）が無料で配布されている。その他にもトランジットツアーの受付やホテル予約とハイヤー手配のカウンターがあり、観光客の要望に合わせたサービスを行っている。
 （台湾 桃園国際空港）



<http://www.taipeinavi.com/>

<http://www.tourism.metro.tokyo.jp/index.html>

■大田の魅力情報を提供・発信できる機能に類する他地域事例

平成 17 年度に成田空港、関西国際空港、中部国際空港の各空港において、これらの空港を利用する乗継旅客を対象とするトランジットツアーを試験的に実施した。成田空港では乗り継ぎのお客様を対象として、空港周辺で日本文化を体験するミニツアーや、空港周辺でショッピングを楽しむツアーを実施した。現在でも関西国際空港では空港を発着する公共交通機関を利用して参加者自身で目的地を訪問する個人参加型ツアーを2つのコース(①「SAKAI Japan Cool Culture Tours」②「Shopping mall tour」)を用意し、トランジット客向けのツアーとして実施している。



■ 外国人が大田区を楽しむための企画ツアーに類する他地域事例