

大田区シティプロモーション戦略 アクションプラン第1期（令和7年度～10年度）概要版

第1章 策定にあたって

第2章 施策の全体像

戦略に掲げたとおり、「持続可能な大田区」を目指すためにターゲットを設定し、ターゲットに対してアピール力のある「大田区の暮らし」と、これと対応する5つの「わくわく」や、ブランドメッセージ・ロゴマークを活用しつつ、シティプロモーションの取組を実施していきます。

ターゲット

子育て世帯を中心とした区民

区内地域資源の一例

5つのわくわく

1 世界の近さ

2 豊かな自然

3 充実した子育て環境

4 あたたかい人とのつながり

5 魅力ある文化・芸術

大田区の暮らし

① 利便性が高く
世界に一番近いまちで暮らす

② 豊かな水辺とみどりに
癒されながら暮らす

③ 充実した子育て環境と
安全なまちで暮らす

④ 活気とあたたかさあふれるまちで
人とのつながりを感じながら暮らす

⑤ 魅力ある文化・芸術や
歴史の根付くまちで自分らしく暮らす

羽田空港／機体工場
見学／鉄道・バス網
／等

多摩川の河川敷／大
森ふるさとの浜辺公
園／桜坂／等

大田区産後家事・育
児援助事業／
児童館／等

独自教科「おおたの
未来づくり」／大田区
銭湯ジュニアマイス
ター養成講座／
グルメ／等

おおたオープンファ
クトリー／池上本門
寺／馬込文士村／等

ブランド
メッセージ・
ロゴマーク



区内の地域資源を右のように「大田区の暮らし」と対応させて、「大田区の暮らし」をアピールしていきます。

区内の地域資源は多岐にわたるため、庁内横断的に取組を進めるとともに、区民や区内事業者・関係団体等と連携して、シティプロモーションを実施します。

第3章 施策・取組

ターゲットである、子育て世帯を中心とした区民に、「大田区の暮らし」を提案するため、「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディングや価値の発信に重点を置き、以下のような取組を実施します。

施策	取組
重点施策	<p>施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング</p> <p>取組1 区民のライフスタイルの記事化</p> <p>取組2 ターゲット層が必要とする行政サービスの情報集約</p> <p>取組3 地域資源の価値向上</p> <p>取組4 イベント情報の集約・情報発信</p>
	<p>施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信</p> <p>取組1 ブランドメッセージの浸透</p> <p>取組2 シティプロモーションサイトの充実</p> <p>取組3 公式SNSによる情報発信</p> <p>取組4 区報・区ホームページの充実</p> <p>取組5 タッチポイントの創出</p> <p>取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信</p>
	<p>施策3 庁内推進体制の強化</p> <p>取組1 外部専門人材の登用</p> <p>取組2 職員によるプロモーションの活性化</p>
	<p>施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携</p> <p>取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集</p> <p>取組2 区内事業者・関係団体等が実施するイベント・活動との連携</p> <p>取組3 区民等による情報発信の促進</p>