

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（素案）
（令和7年度～令和10年度）

令和7年 月

大田区

目次

第1章 策定にあたって	2
1. ターゲット	2
2. 主なプロモーション内容：「大田区の暮らし」の提案	2
3. ブランディング.....	3
(1) ブランドコンセプト	3
(2) ブランドメッセージ・ロゴマーク	3
4. 計画期間	4
第2章 施策の全体像	5
1. 施策体系	5
2. 施策・取組によりアピールする「大田区の暮らし」	6
第3章 施策・取組	8
施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング	8
取組1 区民のライフスタイルの記事化.....	8
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.....	8
取組3 地域資源の価値向上	8
取組4 イベント情報の集約・情報発信.....	8
施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信	8
取組1 ブランドメッセージの浸透.....	8
取組2 シティプロモーションサイトの充実.....	9
取組3 公式 SNS による情報発信.....	9
取組4 区報・区ホームページの充実.....	9
取組5 タッチポイントの創出.....	9
取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信.....	9
施策3 庁内推進体制の強化	10
取組1 外部専門人材の登用	10
取組2 職員によるプロモーションの活性化.....	10
施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携	10
取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集.....	10
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.....	10
取組3 区民等による情報発信の促進.....	10
第4章 進捗管理	11

第1章 策定にあたって

大田区シティプロモーション戦略（以下「戦略」という。）戦略の目標を実現させるための短期的な目標や具体的な取組内容を示し、戦略を着実に推進するため、アクションプラン（以下「本プラン」という。）を策定します。

1. ターゲット

「持続可能な大田区」をめざすために最も重要な存在である「区民」に着目し、将来を支えるこども世代を包含する、子育て世帯を中心的なターゲットに据えます。

子育て世帯を中心とした区民

2. 主なプロモーション内容：「大田区の暮らし」の提案

区の魅力や資源から、ターゲットに対してアピール力のある「大田区の暮らし」を提案し、これに沿ったブランディング・プロモーションを行います。5つの「大田区の暮らし」に括った情報発信により、区の施策や地域資源について、アピールを行います。

提案する「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

羽田空港・都心(東京駅・品川駅等)や横浜等への交通利便性が良く、生活に便利なまちで充実した暮らしが実現できます

② 豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす

花や海辺、ユニークな遊具などがある様々な公園や遊び場が選べるまちで、自然を感じる暮らしが実現できます

③ 充実した子育て環境と安全なまちで暮らす

充実した子育て施策や教育環境、防災・防犯対策のもとで、行政サービスを活用しながら、質の高い暮らしが実現できます

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

商店街(グルメほか)や銭湯などの人情味あるまちで、多様な人と関わり合いながら、地域に溶け込んだ暮らしが実現できます

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

大田区ならではの文化・芸術や歴史に触れ、他では味わえない経験や、趣味を楽しむ暮らしが実現できます

3. ブランディング

シティプロモーションの考え方に基づき、ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に対する『「大田区の暮らし」の提案』に向け、ブランディングを行います。

(1) ブランドコンセプト

区のまちづくりの羅針盤となる基本構想で示している区の将来像『心やすらぎ 未来へはばたく 笑顔のまち大田区』を踏まえながら、ターゲットにアピールしていくため、以下をブランドコンセプトとします。

「わくわく」は、5つの『「大田区の暮らし」の提案』により、区民の暮らしをわくわくにすることを表しています。

「翼」は、大田区が擁する羽田空港から飛び立つ飛行機になぞらえて、区民とともに区の未来を創る姿勢を表しています。

大田区は、区民の笑顔をめざし
心躍り、楽しく、豊かな暮らしを創るため
5つのわくわくを掲げます

- 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

あたらしいまちに翼を与え
区民とともにとびたて
わくわくに翼を

(2) ブランドメッセージ・ロゴマーク

ブランドメッセージは、ブランドコンセプトと連動させて、「わくわくに翼を」とし、以下のように、鳥の翼をかたどり、ロゴマークを設定しました。

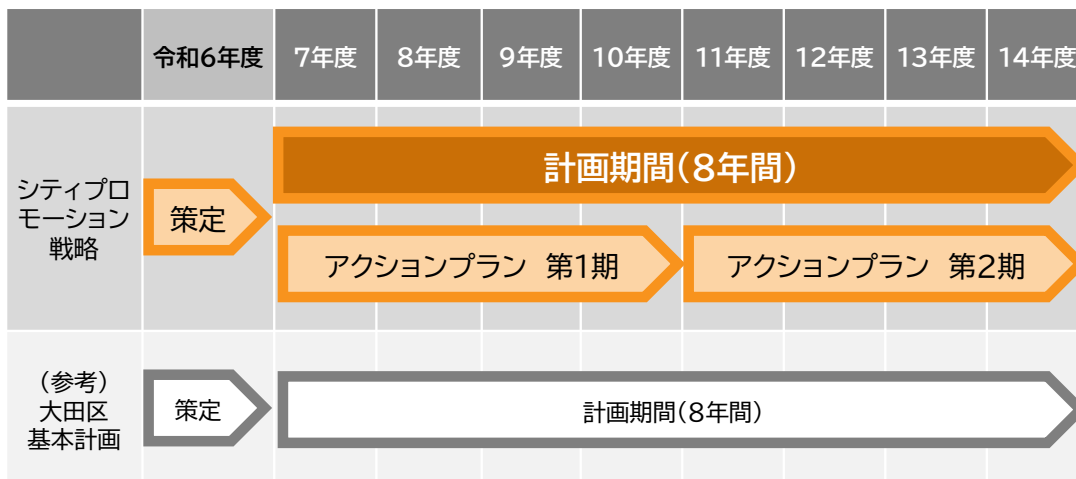


4. 計画期間

戦略の計画期間は、大田区基本計画・実施計画と足並みを揃え、令和7年度から令和14年度までの8年間とします。

プランの計画期間は、第1期を令和7年度から令和10年度までの4年間とし、その間、アクションプラン第2期に向けて随時見直しを行います。

計画期間



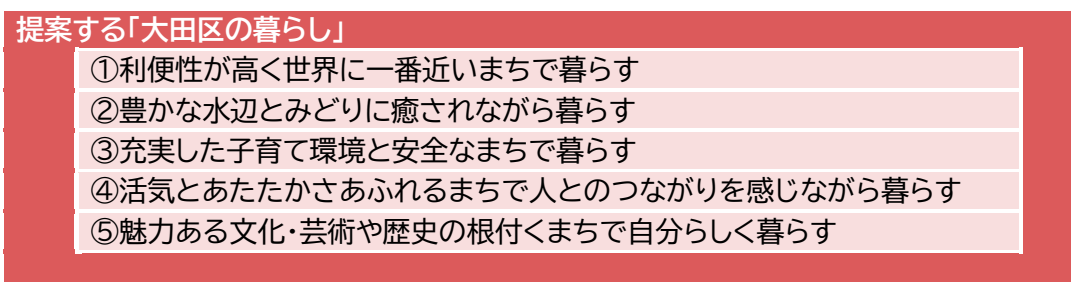
第2章 施策の全体像

1. 施策体系

ターゲットである、子育て世帯を中心とした区民に、戦略で掲げた「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を行い、「大田区の暮らし」の価値の発信に重点を置いて、取組を実施します。

あわせて、シティプロモーションを円滑に実施するための庁内推進体制の強化、区民や区内事業者・関係団体等との連携に取り組めます。

施策の全体像



各施策・取組によりターゲットに提案

施策	取組		
重点施策	施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング	取組1 区民のライフスタイルの記事化 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 取組3 地域資源の価値向上 取組4 イベント情報の集約・情報発信	
	施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信	取組1 ブランドメッセージの浸透 取組2 シティプロモーションサイトの充実 取組3 公式 SNS による情報発信 取組4 区報・区ホームページの充実 取組5 タッチポイントの創出 取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信	
		施策3 庁内推進体制の強化	取組1 外部専門人材の登用 取組2 職員によるプロモーションの活性化
			施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携

2. 施策・取組によりアピールする「大田区の暮らし」

施策・取組によりアピールする「大田区の暮らし」として、戦略において「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」を掲げています。

戦略策定にあたり実施したアンケート、ヒアリングや大田区基本計画の策定にあたり実施したワークショップ等で、区民や区内事業者・関係団体等から、多くの地域資源を挙げてもらいました。これらの地域資源を、「大田区の暮らし」のカテゴリと対応させると、下表の通りとなります。

区内には多岐にわたる地域資源が存在するため、区として部局横断的に取組を進めるとともに、区民や区内事業者・団体等と連携して、シティプロモーションを実施します。

5つの「大田区の暮らし」に関連する区の施策・区内の地域資源の例

①利便性が高く世界に一番近いまちで暮らす	
・ 羽田空港（航空便の利用、離発着の見学、商業施設の利用など）	・ 東京都心・横浜などへの交通アクセス（鉄道・バス網）
・ 機体工場見学	・ 子どもと一緒にくつろげるカフェ
・ 羽田イノベーションシティ	・ 商業施設・スーパー／等
②豊かな水辺とみどりに癒されながら暮らす	
・ 多摩川の河川敷	・ 田園調布せせらぎ公園・せせらぎ館
・ （仮称）羽田空港公園	・ 多摩川台公園
・ ソラムナード羽田緑地	・ 西六郷公園（タイヤ公園）
・ 城南島海浜公園	・ 本門寺公園
・ 東京港野鳥公園	・ 萩中公園
・ 大森ふるさとの浜辺公園	・ 佐伯山緑地
・ 平和の森公園	・ 桜坂
・ 洗足池公園・洗足流れ	・ 馬込桜並木通り
・ 田園調布イチョウ並木	・ 呑川緑道／等
③充実した子育て環境と安全なまちで暮らす	
（区が展開する行政サービス）	・ 家事援助・子育て支援サービス
・ ファミリー・サポートおおた	・ 幼児教育・保育の無償化
・ ファーストバースデーサポート事業（1歳）	・ こどもと家庭の相談窓口
・ セカンドバースデーサポート事業（2歳）	・ 学童保育
・ 大田区産後家事・育児援助事業（にこにこサポート）	・ 学校デビュー応援プログラム
・ 大田区産後家事・育児援助事業（ぴよぴよサポート）	・ 区立小中学校の学校給食費無償化
・ 乳幼児ショートステイ事業	・ 児童館
・ ショートステイ・トワイライトステイ・休日デイサービス	・ 放課後こども教室
・ 一時預かり事業	・ おおたっ子ひろば・中高生ひろば
・ ファミリー・アテンダント事業	・ 青色回転灯装備車や地域団体によるパトロール活動
	・ 区民安全・安心メールサービス／等

<p>(都が展開する行政サービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 018 サポート ・ 子育て応援とうきょうパスポート ・ ファミリー・サポート・センター ・ 乳幼児医療費助成制度(マル乳) ・ 義務教育就学児医療費の助成(マル子) ・ 高校生等医療費の助成(マル青) ・ 私立高等学校等授業料軽減助成金 ・ 私立中学校等授業料軽減助成金事業／等 	<p>(区内の団体が展開するサービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ こども食堂 ・ ほほえみごはん(子ども宅食事業) ・ ご近所さん事業(地域の赤ちゃん・ママの子育て応援)／等
<p>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</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 大田区独自教科「おおたの未来づくり」(ものづくりや地域の創生等における児童・生徒と企業・団体のコラボレーション) ・ 都内最大規模の商店街(蒲田、大森、雑色、梅屋敷、池上、大森町、御嶽山、久が原、下丸子、石川台／等) ・ 商店街におけるイベント・マルシェ ・ グルメ(羽根付き餃子など) ・ 区内の大学 ・ 次世代ものづくり人材育成事業 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 都内最多の銭湯・黒湯の温泉 ・ 大田区銭湯ジュニアマイスター養成講座 ・ こども入浴デー ・ OTA ふれあいフェスタ ・ 大田区子どもガーデンパーティー ・ おおたランニングフェスティバル ・ 大田区区民スポーツまつり蒲田を走る電車まつり ・ おおた国際交流センター Minto Ota ・ 国際都市おおた協会(GOCA)／等
<p>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</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ・ おおたオープンファクトリー ・ 池上本門寺・門前町(御会式や節分など) ・ 池上梅園 ・ 馬込文士村 ・ 多摩川浅間神社 ・ 新田神社 ・ 御嶽神社 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 酉の市 ・ 勝海舟記念館 ・ 大森 海苔のふるさと館 ・ 郷土博物館 ・ OTA アート・プロジェクト ・ 大田区総合体育館(B-LEAGUE や格闘技イベントなど) ・ 大田スタジアム(野球場) ・ 大森スポーツセンター ・ 映画のまち 蒲田／等

第3章 施策・取組

施策1 「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング

重点施策

取組1 区民のライフスタイルの記事化

- ターゲット層に属性が近く、笑顔でいきいきと暮らしている区民にスポットライトを当て、大田区で暮らすことの魅力を伝える記事を制作します。
- 取材対象者の選定やインタビュー実施などの取組において、区民と連携してリアルな日常を伝えることで、親しみの持てるシティプロモーションを展開します。

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

- ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」が必要とする、子育て支援等の行政サービスについて、情報集約を行い、シティプロモーションに活用します。

取組3 地域資源の価値向上

- 「大田区の暮らし」の各カテゴリに紐づく地域資源について、記事や動画の制作を進め、ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に紹介します。
- 新規に開業した店舗や施設のほか、既にある地域資源についても、子育て世帯の方の声から得られた新たな魅力に着目して記事や動画を制作することで、エリアとしての価値向上につなげます。

取組4 イベント情報の集約・情報発信

- イベントには、区民が区内事業者・団体等を認知するきっかけとなり、参加者同士の交流が生まれるなどの効果があるため、子育て世帯を中心とした区民を対象とするイベント情報を集約し、シティプロモーションサイトや公式 SNS 等での情報発信に活用します。
- ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」に向けて、「大田区の暮らし」の魅力を伝えるイベントが開催されるよう、主催者に協力します。

施策2 「大田区の暮らし」の価値の発信

重点施策

取組1 ブランドメッセージの浸透

- 新たに策定したブランドメッセージやブランドコンセプト等について、区有媒体等への掲出や記事の配信、広告出稿等を通じて、広く浸透させます。
- 取材や SNS へのコメントなど、シティプロモーションを通じて「子育て世帯を中心とした区民」から得られた声を、子育てを支援するためのサービスづくりに役立てるなど、シティプロモーションと子育て環境の充実の間に、好循環を創出し、区が子育て世帯を応援する姿勢を浸透させます。

- 新ブランドメッセージ「わくわくに翼を」はターゲット層である子育て世帯を中心とした区民へのプロモーションをおこなう際に効果的に活用し、旧戦略で設定した「ユニークおおた」については、幅広い層へ向けたシティプロモーションにおいて（シティプロモーションサイトでの発信等）活用します。

取組2 シティプロモーションサイトの充実

- ターゲットである「子育て世帯を中心とした区民」を意識してシティプロモーションサイトを再構築します。
- ターゲット層からの共感を得るために、ブランドメッセージやロゴマーク等をシティプロモーションサイトで活用します。

取組3 公式 SNS による情報発信

- SNS は、即時性が高いことからイベントとの相性が良く、拡散力を有することから、アピール力のある投稿を行い、区内事業者・関係団体等による投稿を拡散する等、積極的に活用します。
- 様々な種類の SNS について、文字情報、画像、動画の使い分けなど、それぞれの特徴に応じた投稿を行い、発信力を高めます。

取組4 区報・区ホームページの充実

- 区報・区ホームページについて、ターゲット層を意識した紙面・サイトの充実を図り、提案する「大田区の暮らし」やイベント情報の発信などを行います。

取組5 タッチポイントの創出

- 商店街・街路灯フラッグや、電車・バスの車内、駅やバス停等の交通広告など、ブランドメッセージやロゴマーク、イベント情報の掲出に活用できる媒体を開拓し、まちなかにおいて区民との接点（タッチポイント）を創出します。
- 公共施設のデジタルサイネージやポスター掲示板などを活用し、子育て世帯を中心とした区民をターゲットとするイベント等について、情報を発信します。

取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信

- 民間等の外部メディアとの関係性を構築してプレスリリースを配信するなど、新聞、テレビ、地域情報紙や Web ニュース等の外部媒体を活用して、ターゲット層にアピールしたいイベントや、取組に関する情報を発信します。
- 区内のメディア（区内事業者・関係団体等の Web サイトやケーブルテレビ等）と、相互に情報連携を行うことで、区としての情報発信に役立てます。

施策3 庁内推進体制の強化

取組1 外部専門人材の登用

- 広報・宣伝・デザイン等の業務に精通した外部専門人材について、広報専門官・広報アドバイザー等として活用することで、マーケティングの視点等を踏まえた、効果的なプロモーションを実施します。

取組2 職員によるプロモーションの活性化

- シティプロモーションの必要性や手法を盛り込んだ職員指針を作成し、職員一人ひとりのシティプロモーションマインドの醸成、スキルの向上を目指します。
- 区職員向け研修会の実施などを通じて、職員によるシティプロモーションサイトや公式 SNS 等を活用した情報発信を促進します。

施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携

取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集

- 広報媒体やイベントを活用し、ブランドメッセージやブランドコンセプト等を伝えることで、区民や区内事業者・団体におけるシティプロモーションへの理解を醸成し、「大田区の暮らし」に関する情報を発信したくなる機運を高めます。
- 区民、区内事業者・関係団体等から、ターゲット層を意識した取組やイベントの開催等、ブランド形成に役立つ情報を、シティプロモーション事務局に提供してもらうための仕組みを強化します。

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

- 区内事業者・関係団体等が実施する、ターゲット層を対象とするイベントや各種活動について、区の情報発信媒体（シティプロモーションサイトや SNS 等）での情報発信を強化します。
- 区内事業者・関係団体等が自ら情報を発信する際には、ロゴマークの利用を促進し、シティプロモーションとの連携を提案します。

取組3 区民等による情報発信の促進

- 区内の情報を積極的に発信している方々や、「大田区の暮らし」に関連したテーマで活動をしているインフルエンサー等を対象として、区内のイベント情報等を積極的に発信してもらい、区公式 SNS から発信された情報を拡散してもらうために、インフルエンサー等との連携の仕組みづくりを検討します。
- ハッシュタグ機能を活用したフォトコンテストや、設定したハッシュタグを付けた投稿への反応、プロモーション素材としての投稿作品の活用などを行い、区民が「大田区の暮らし」の魅力を発信したくなる機運を醸成します。

第4章 進捗管理

取組の効果を測定するアウトプット指標を設定し、戦略において設定したアウトカム指標とあわせて、戦略及び本プランにおける進捗を管理します。

アクションプランの進捗管理指標

施策	取組	アウトプット指標
施策1 「大田区の暮らし」 の価値を高める ブランディング	取組1 区民のライフスタイル の記事化	<ul style="list-style-type: none"> ・区民のライフスタイル取材した回数 ・シティプロモーションサイトによる情報発信を行ったターゲット層向けのイベント数
	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	
	取組3 地域資源の価値向上	
	取組4 イベント情報の集約・情報発信	
施策2 「大田区の暮らし」 の価値の発信	取組1 ブランドメッセージの浸透	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランドメッセージの掲載媒体数 ・ウェブサイトによる「大田区の暮らし」に紐づけた情報の発信回数 ・シティプロモーション SNS の投稿数 ・外部メディアにおけるシティプロモーションに関連した情報の掲載数
	取組2 シティプロモーションサイトの充実	
	取組3 公式 SNS による情報発信	
	取組4 区報・区ホームページの充実	
	取組5 タッチポイントの創出	
	取組6 民間等の外部メディアを活用した情報発信	
施策3 庁内推進体制の 強化	取組1 外部専門人材の登用	<ul style="list-style-type: none"> ・職員向け研修会の参加人数
	取組2 職員によるプロモーションの活性化	
施策4 区民、区内事業者・関係団体等との連携等	取組1 区民、区内事業者・関係団体等からの情報収集	<ul style="list-style-type: none"> ・シティプロモーションサイトにおける区内事業者・団体等から収集された情報の掲載数 ・フォトコンテスト等ハッシュタグを用いた取組で情報発信した区民等の数
	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	
	取組3 区民等による情報発信の促進	