

シティプロモーションって なんですか？ 墨田区長さんに 直接きいてみた。

墨田区シティプロモーション戦略プラン
コンセプトBOOK



ひと、つながる。
墨田区

墨田区シティプロモーション戦略プラン策定
およびコンセプトBOOK制作にあたり

インタビュー等の御協力

ありがとうございました(敬称略)

〔墨田中学校〕小林楓、齋藤空、杉本心宙、

今井壮輔、鳥羽玲生、和田優月

〔すみだ子どもPR大使のみなさん〕

〔墨田区老人クラブ連合会〕会長 沼田典之

〔墨田区老人クラブ連合会のみなさん〕

〔IU(情報経営イノベーション専門職大学)学生のみなさん〕

〔株式会社下町通信社〕刈谷仁路志

〔文花中地区青少年育成委員会〕委員長 田口武司

〔曳舟小学校PTA〕会長 二宮浩久

〔墨田中地区青少年育成委員会〕委員長 西村紀子

〔区民懇談会〕木寺元(明治大学政治経済学部教授)

西村孝幸(墨田区私立保育園協会会長)

有園悦克(株式会社サンコー取締役社長)

久保田健一(立川三丁目町会)

赤坂葉子(東都よみうり新聞社記者)

中村雄介(すみだ水族館館長)

写真協力：すみだカメラ部10選のみなさん



ひと、つながる。
墨田区

まちをより良くしていくためには、シティプロモーションが必要らしい。

ところで、 シティプロモーションって なに!?

すみだではシティプロモーションという考え方を取り入れて、
より良いまちづくりを進めているらしい。でも、それってどういうこと?

シティは「まち」、プロモーションは「振興」や「推進」。
ここからなんとなくは想像できるけど、でも、やっぱりなんだかわからない。
まちづくりも誰かにまかせっぱなしじゃいけないように、
シティプロモーションも、みんなが力を発揮できると良いらしい。
みんなといっても「大人の世界の話でしょ」と思っていたら、どうやらそうでもないらしい。

区役所で働く人たちはもちろんのこと、すみだに関わりのある大人も子どもも、
おじいちゃんおばあちゃんも、みんながみんな関係してくるらしい。
とはいえ、わからないことには話が始まらない。知ってそうな人は誰だろう?
そうだ! 区長さんだ! …というわけで、山本区長に直接たずねてみました。





外に向かえばありがたい顔している人よりも、ちゃんと身近な人にも誠実である人
多くの人に共感してもらえたり、関心をもってもらえたりすることにつながっていくはずですよ。



の方が信頼できる気がします。
人に例えるとわかりやすいですね。最近
は、自分の暮らすまちに愛着や誇りがあ
って、地域のことを自分事として考
えて行動しようとする姿勢のことを「シ
ビックプライド」と呼んだりします。シ
ビックは「市民の」という意味があ
って、プライドはまさに「誇り」です
ね。墨田区が考えるシビックプライ
ドをみんなが持っている状態になっ
たらいいなと考えています。
シビックプライドを持った方々が、地
域で活動をしてくださったり、地域
の良さを発信してくださったりして
いく。そのようなことを積み重ねてい
く。すみだのファンが増えていくよ
うな気がしませんか？いろいろな人
にすみだを好きになってもらいた
いからこそ、まずはすみだの人々
のシビックプライドが豊かになるよ
う、取り組んでいきたいと思いま
す。

墨田のことをいろんな人に
好きになってもらおう、
ということですか？



いろいろな地域で近頃、シティプロモーションという考え方が取り入れられていま
す。「地域の人口が減ってしまわないよ
うに」「観光客にたくさん来てもらえ
るよう」「その地域の商品などが多く
の人に届くよう」など。そこには、さ
まざまな目的があります。
いずれにせよ、共通しているのは、多
くの人に選んでもらえるようにするに
は、どうすればいいの？ということ
を考えて工夫していくことですよ。ど
れもすべて大切なことですよ。



人間関係でもそうですね。自己肯定感
ともいうのでしょうか、自分たちのこ
とをきちんと肯定できるような状態に
しておくことが重要です。すみだを選
んでもらうためには、まずは自分たち
こそが選びたいと思えるまちであ
り続けることを目指したいと思っ
ています。それが結果的に、



シティプロモーションって、なんとなくわ
かりそうでもわかりません。でも、な
んだか気になります。どういうこと
を指しているものなのでしょう？



はい。なんでも聞いてくださいな。



今日は、よろしくお願ひします。これ
からのまちづくりに、シティプロモ
ーションが大切、ということな
のですが、今日は、それを解
き明かすためにきました。



もっとすみだを
好きになってもらいたい



山本区長



中学生



それって、墨田のことをいろんな人に好
きになってもらおう、ということですか？



そのとおりです。そのために、まちの良
いところなどをきちんと情報発信して
いくという動きになっていきます。た
だ、墨田区が考えるシティプロモ
ーションはそれだけでないんです。

まず、自分たちこそが
好きであり続けられる
まちであること



※感染対策を行ったうえで、撮影のためにマスクを外しています。

そもそも、
良いまちって
なんだろう？



これ「も」 シティプロモーション



「井戸端会議や世間話で
大盛り上がり」の
まちってどう？

ところで、良いまちってなんだと思いますか？どんなまちだったら暮らし続けたいと思います？

うーんと、やっぱり安全安心なまちですかね。あとはやっぱり、のんびりできたりワクワクしたりできるまちがいいです。

そうですね。どれも大切ですよ。例えば、「おはよう」や「ありがとう」といった挨拶から「あのお店美味しかったよ」とか「おすすめの情報、近年の話題だ」と墨田区のコロナ対策は今こうなっているよ」といったものまで。まちを舞台とした人と人の会話が豊かで活発なまちってどうですか？

たしかに、いろんな人が楽しそうに会話しているまちってとても素敵です。何気ない話のなかで、地域の情報を知ることができたり、新しくやってみたいことが生まれ、暮らしの不安を和らげてくれたりすることもありそうです。SNSでのやり取りも、一種の会話ですもんね。

情報のやりとりという意味では、地域の掲示板も回覧板も何気ない雑談も、いろんなことがコミュニケーションですよ。情報を受け取る側の立場に立って、発信する内容や伝え方を工夫するということですか？

そのとおりです。例えば、新型コロナウイルス感染症対策では、いち早く積極的な対応に乗り出しました。保健所や病院、そして区役所。いろんな立場を超えた関係者が連携しながら、感染者、ワクチン、検査などの対応にあたっていきました。地域の暮らしを支える仕事を大切にしながら、緊急時の情報発信のあり方も工夫をしています。

たしかに、緊急時は特に不安になります。そのとき実際に何が起きていて、それに対してどんな解決策があった、これからどんなことになっていくのか。困っていることがあったらどうすればいいのか。いろんなことが気になっていきそうです。

そうですね。これはもちろん、緊急時に限ったことではありませんね。「伝える」というよりも「伝わる」ためには、受け取り手の気持ちに立った内容や言い回しやタイミングで情報を発信していかないといけないですね。

その結果、墨田区の新型コロナウイルス感染症への取り組みは全国からも注目されて、評価されていましたよね。離れて暮らす親戚から羨ましがられ、わたしもなんだか誇らしかったです。

んな人と人のコミュニケーションを活発にしていきたい。墨田区のシティプロモーションにはそのような願いがあるんです。

まずは、区役所から

なんとなくイメージはできてきたんですが、そのために、これから何をしていくのでしょうか？

シティプロモーションといっても、墨田区がテレビのCMをつくったり新聞に広告を出したりといった、いきなり特別なことをするわけではありません。最初にお話したとおり、すみだに関わるみなさんが好きでい続けられるまちであるために、まずは区役所の職員から、区民の声に耳を傾けながらしっかりといつもの仕事をしていくこと。そして、それらの過程も含めた成果を区民のみなさんの目線で発信していくことが大事です。そのための職員向けの広報講座などを続けていきます。

大人になっても勉強は続くんですね。

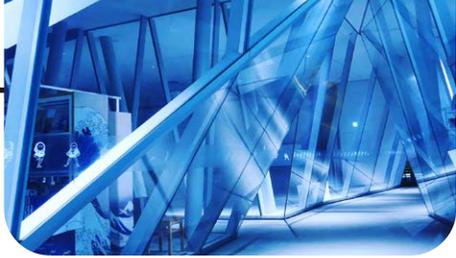
気づいたら「あ、これも
シティプロモーション？」
と、結果的に becoming
こと、けっこうある。

区民の目線で発信をするというのは、情報があるとうごいいます。そんな風に言ってもらえて嬉しいです。区役所の職員にも伝えようと思います。

新型コロナウイルス対策を行った結果、地元の方からは、「墨田区に住んでいて良かった」という声を多くいただきました。テレビや新聞などにも取り上げられたり、SNS上でも話題になったりして、全国的にすみだへの注目が集まりました。結果的に、多くの人にすみだを好きになってもらうというシティプロモーションとしての成果も上げることができたと言えます。もちろん、関係者は最初からテレビや新聞の取材に來てもらうために働いてきたわけではありません。「目の前の緊急事態をどのように解決するか」という試行錯誤を繰り返しながら形にできたのです。

すみだを好きになってもらうために、宣伝をがんばっていくことも大切だけど、まず自分たちがそれぞれの地域で、役割でやるべきことをしっかりとやっていくこと、協力し合っていくことが大事なんです。いろんなことがシティプロモーションにつながっていく可能性がありそうですね。

そうですね。もちろんこれは、区役所の職員みんなががんばっていくものですが、区民のみなさんの「いつもの会話や声かけ」「伝え合い」「ひとつのシティプロモーションになる」と思っているので、これもすみだに関わる皆さんと共有したいと思っています。



じゃあ、わたしたちが できることって何ですか？



何気ない会話も ひとつの シティプロモーションに

以前、スカイツリーの近くで道に迷っていた。そんな観光客の方に声をかけて案内をしたことがあります。困っているように見えたので、何か力になればと思ってのことだったのですが、もしそれを通じて、「すみだっていいまちだな」と思ってもらえたとしたらとても嬉しいです。それもシティプロモーションにつながるということですよ。

もちろんそうです。もし自分が全く知らない外国の街を歩いていて、道に迷ってしまった時、現地の方に親切に案内してもらえたら、そのまちのことがより好きになりますよね。それと同じことではないでしょうか。これはなにも観光客の方だけに向けた話ではなく、例えば、近所の高齢者の方々の様子を気にかけて挨拶をすることも、とても大切なコミュニケーションだと思います。

先程もお話をしましたが、きっと「良いまちでは、良いコミュニケーションがたくさん生まれている」と思います。逆に、「良いコミュニケーションが良いまちを育む」ことにもつながっていくと思います。「お互いを気にかけてい会話」が広がるまちって、何か生まれそうですよね。

海外観光客の方に、勉強したての英語で道案内をしたときは、とても感謝されました。その際にすみだのおすすすめのお店の話にもなり、「もっと英語をしゃべれるようになりたい、勉強を頑張ろう」と思いました。

人と人との会話を通じて、いろんなやる気がでたり、張り合いが出たりしていきますよね。

地元は、何かを やってみたくなる場所 だし、やれる場所

すみだのシティプロモーションを、だんだん身近に感じるようになってきました。自分たちも無関係ではないという気分になってきました。

うれしい言葉をありがとうございます。まずは、ぜひ地域に興味関心に向けて欲しいです。素敵な取り組み、人、お店、風景など。自分のお気に入りが必要つかるはず。みなさんの目のつけどころと、伝えたいと思う気持ちがある。すみだの財産なんです。それに、お客さんとしてだけでなく、次は自分で何かやってみようと思うこともあるかもしれません。そのときに、ぜひその「やってみたくなる場所」にしてすみだのまちを活用してもらいたいです。



なんだかワクワクしてきました！



まちという舞台に、ワクワクやドキドキがあるって、素敵なことではないでしょうか。「地域のためにがんばろう」というスローガンも大切ですが、その前にみなさんそれぞれの夢や願いが叶うまちでありたいと思います。それが結果的に地域のためになるはず。

すみだのシティプロモーションでは「区民のみなさんに、地域に愛着や誇りを持ってほしいと願っている」というお話を先ほどもしましたね。でも「愛着や誇りを持ってください」とそのまま伝えても、そんな訳ではありません。

たしかに理想としてはわかるもの、そんなことを言われても…と困ってしまう感覚があります。



こちらこそ、今日はありがとうございました。またお会いできることを楽しみにしています。



いろいろなことに挑戦してみようという気持ちになりました。今日はありがとうございました。



すみだのシティプロモーションを、だんだん身近に感じるようになってきました。自分たちも無関係ではないという気分になってきました。



うれしい言葉をありがとうございます。まずは、ぜひ地域に興味関心に向けて欲しいです。素敵な取り組み、人、お店、風景など。自分のお気に入りが必要つかるはず。みなさんの目のつけどころと、伝えたいと思う気持ちがある。すみだの財産なんです。それに、お客さんとしてだけでなく、次は自分で何かやってみようと思うこともあるかもしれません。そのときに、ぜひその「やってみたくなる場所」にしてすみだのまちを活用してもらいたいです。



そうですね。みなさんそれぞれの興味関心がこのまちで広がって、何かが実現していくこと。あるいは、いろんな人が力を合わせて、それぞれの困りごとが解決されていくこと。そのために区の取り組みを利活用いただくこと。

その積み重ねがあれば、地域への愛着や誇りはついてくるものだと思います。そして、それが結果として、多くの人にすみだの魅力を伝えていくものになっていくはずなんです。



いろいろなことに挑戦してみようという気持ちになりました。今日はありがとうございました。



こちらこそ、今日はありがとうございました。またお会いできることを楽しみにしています。



戦略プランってどうつくるの？

舞台裏をのぞき見

「シティプロモーション戦略プラン」は、墨田区の広報広聴担当だけで策定できるものではありません。すみだの魅力発信にはあらゆる「人・コト・モノ」が関わってくるから、すみだ全体で進めていくものだと考えています。だから、区民のみなさんや専門家の声をしっかりと聴き、そこで得た気づきや学びを戦略プランに落とし込みました。プラン策定の舞台裏を紹介します。

「すみだタウンミーティング」でヒアリング

「知る力」と「知らせる力」について区民のみなさんはどう考えているのか。区報やSNSをはじめとした広報活動に対する意見をもらいました。



「すみだ地域福祉・ボランティアフォーラム」でヒアリング

コロナ禍で区民のみなさんの「伝え合い」はうまく行われているのか。区内でボランティアに携わるみなさんが普段工夫している事など、たくさんアイデアが集まりました。



「墨田区シティプロモーション戦略プラン策定 区民懇談会」を開催

町会、大学、企業、教育、メディア、施設と多岐にわたる分野の代表者を招き、各専門家の視点から、戦略プランの方向性や評価の方法などについて意見をもらいました。戦略プラン策定の進捗に合わせて、複数回実施。たくさんの議論と発見にあふれる、有意義な機会になりました。



「いっしょに!シティプロモーション」で策定プロセスを共有

多くの区民にとって「シティプロモーション」は馴染みが薄いかもしれません。その考え方を伝え、策定までのプロセスを共有するメディアを作成・配布しました。



「これも!シティプロモーション」を庁内で実施

墨田区の各主管課で展開中の事業の中にも、「結果としてシティプロモーションにつながっている」という事例があります。それらを認識してもらうための活動。すべての職員がシティプロモーションとつながりがあることを意識づけました。



そもそも…

シビックプライドってなあに？

まちへの「愛着」「誇り」「推奨」をもって、「まちのために自ら関わっていこうという気持ち」を「シビックプライド」といいます。

シビックプライドが高まると、住民同士の会話や伝え合い、自治会活動などが活発になって、すみだのまちが今まで以上にイキイキと活性化されます。さらに、すみだで「暮らし続けたい」「働き続けたい」「訪れたい」という気持ちが一層強まります。私たちは、この「シビックプライドの向上」に重きをおいたシティプロモーションを実施していきます。



シビックプライドの3要素



すみだのシビックプライドは、どれくらい？

区民にアンケートを実施した結果を紹介します

墨田区シティプロモーション戦略プラン P.36 [4 評価 1) 成果指標 現状値 (令和3年度)]より

Q.1 墨田区に愛着をもっていますか? **91.4%**

Q.2 墨田区に誇りをもっていますか? **80.8%**

Q.3 墨田区を人に勧めたいと思いますか? **80.8%**

これがすみだの地域力! この気持ちを次の世代につなげていきたい!

すみだにおけるシティプロモーションの主目的

すみだが好き! すみだが誇らしい! そんな「シビックプライド」を育むことで、すみだの魅力をたくさんの人に伝えたいこと。

目的を叶えるために果たす約束

- 職員一人ひとりが、区民の目線に立った情報発信と共有に努めます。
- まちを舞台とした伝え合いの好循環をつくります。

みんなで豊かにしたい伝え合いのサイクル



地域の魅力的な情報を発掘して磨きあげよう

それぞれの「目のつけどころ」そのものが地域の財産です。新たな視点が加わることで、すみだの多様な魅力にスポットライトが当たります。



共感の輪を広げ伝えたい気持ちを育てよう

ひとりの強い想いや願いは、だれかの共感を呼びます。仲間が増えることで、「伝えたい」という気持ちもだんだん育っていきます。



プロモーション媒体を有効活用して多くの人へ届けよう

地域サークルのニュース、町会報などさまざまな媒体があります。たくさんの人へ届けるために、みんなで活用していきましょう。

教えて! あなたのすみだ自慢

みんなの目のつけどころと、伝えたいと思う気持ちが、まちの財産です。

両国国技館で迫力満点の相撲を観てから、大相撲の大ファンです。



向島4丁目北町会の役員さん。会うたびに優しく話しかけてくれる。すみだに生まれてよかったなあ。



毎朝、登校中の踏切で高校生がおはよう!と挨拶してくれるのが嬉しい。



新しいものに移り変わる時代のなかで昔からあるものを現代にも大切に引き継いでいるところ。



水族館が近所にあるって、すごい。チンアナゴに癒されています。



「ペンギンの飼育員になりたい!」「恐竜の化石を発掘したい!」
といった子どもたちの夢が、すみだの大人によって叶えられた!

学校(PTA)と地域(自治会)が協力して支えているらしい。

墨田区に引っ越してきたばかりの人が、「こんな事業があるすみだってすごい!」と感動しているそう。



子どもたちだけでなく、関わる大人
たちも元気になっている。夢を叶え
ることを、地域のつながりを育み
ながら叶えられていることがミソ。(曳
舟小学校PTA会長/二宮さん)



とにかく区内の知り合いに、「だれ
かいない!?!」って声をかけまくって、
いろんな人同士をつなげています。
(墨中地区青少年育成委員会/西
村さん)



コロナでふれあい祭りが中止にな
り、PTAと初めて協力することに。一
緒にやるのは大変だけど、楽しい。ピ
ンチがチャンスになった!(文花中地
区青少年育成委員会/田口さん)



伝え合いの
好事例

(2)

ぼくの夢、わたしの夢が
すみだの〇〇さんの
おかげで叶っちゃった!!

／ニガシティブロモーション!／
紐解いたら、こんな
取り組みがありました

すみだっ子たちの「夢」
支援プロジェクト

夢を叶えたい小学生と、夢を叶える機会やス
キルを持ったすみだの大人を引き合わせる、
マッチングプログラムです。「バティシエ」「うどん
屋さん」「総理大臣」といった将来の夢のお手伝
いははじめ、「犬を散歩させたい」「化石を発見
したい」「鉄道のダイヤグラムをつくりたい」と
いった今叶えたい夢にも応えています。

この企画は、小・中学校のPTAや自治会・町
会等によって構成される青少年育成委員会
と、文花中学校生徒会との意見交換によってア
イデアが形になりました。「子どもの夢」をき
っかけに、子どもたちと大人が出会い、地域のつ
ながりが育ま
れているとこ
ろがポイント。
文花中地域で
始まったこの
企画、墨田区
全域に規模を
拡大して実施
されています。



プロバスケット選手の試合を間近で観戦!(墨田区総合体
育館を拠点の一つとするサンロッカーズ渋谷が支援)

伝え合いの
好事例

(1)

おじいちゃん・おばあちゃんと
大学生が、楽しく交流。
手元にはスマホが!!

／ニガシティブロモーション!／
紐解いたら、こんな
取り組みがありました

高齢者ICT交流会

区内・老人クラブのリーダーたちがまず参加。
大学生がスマホの使い方を伝授して、楽しく交流。

高齢者のみなさんがLINEを使えるようになって
家族との連絡がスムーズになった。

次世代の多世代交流の取り組みとして東京都が目。



前よりスマホに慣れてきたよ。「楽し
い!」「参加してよかった!」といった
声も増えている。老人クラブの仲間
にもはやく伝えたいね。(墨老連/
沼田会長)

大学に入って、地域のいろんな人
と関わりたかったんです。おじい
ちゃんおばあちゃん世代の皆さんと
仲良くなれて嬉しい!(IU学生)

スマホは目的ではなく手段。あくま
でも高齢者と若者の交流を増やし
たかった。だから「講習会」ではなく
「交流会」なんです。(高齢者福祉
課/井上)

墨田区の高齢者福祉課とIU情報経営イノ
ベーション専門職大学が、協同で実施している
「高齢者ICT交流会」では、大学生が高齢者
に対して、スマホの使い方を伝授することで、高
齢者のデジタル活用を強化しています。講師
は、IUの学生。参加者は、区内の老人クラブ
のリーダーたち。LINEの使い方、キャッシュレ
ス決済の使い方、街歩きアプリの活用などを
教わります。
今後、老人クラブのリーダーが率先して、クラ
ブのメンバーたちに、スマホの使い方を教えるな
ど、オンラインコミュニティの創設を目指してい
ます。また、スマホの操作でわからないことが
あったときに、いつでも学生に聞ける場を設け
ることも検討しています。
このプロジェクトが何よりも大切しているのは、
大学生と老人クラブとのコミュニティを形成す
ること。つながりができることの喜びはもちろ
ん、日常の情報収集でも役立つことが期待さ
れています。墨田区で発案されたこのモデルは、
都を通じて、紹介されています。

ひと、つながる。 墨田区

墨田区の「人」ロゴマーク。すでに馴染みのある方も多いかと思いますが、このロゴマークには、すみだに暮らす・働く・訪れる、すべての人に「つながり」の温かさを魅力に感じてもらい、それを地域の力へと変えていきたいという想いと、本区が「これからも『人と人とのつながり』を大切にしながら、未来への道を歩んでいく」という決意を表しています。ポスターや看板、パンフレット、グッズなど、区民のみなさんの活動の場面で、このロゴマークを使うことができます。ロゴマークの詳しい使用方法や申請書類については、区公式ウェブサイトでご確認ください。



詳しくはこちら!!

ポスター、看板、グッズ、チラシ等で
シティプロモーション
ロゴマークを
ご活用ください。

なるほど! こう使うのも良いね!

墨田区シティプロモーション ロゴマークの活用事例

1



ライオン株式会社
歯ブラシを
リサイクルして
つくった定規

区内の学校や公共施設にリサイクル箱を設置して使用済み歯ブラシを収集。出来上がった定規は小学校などに寄付されました。

2



墨田浴場組合
オリジナル
タオル

墨田浴場組合が企画した「すみだ湯めぐり銭湯スタンプラリー」の景品。「人」ロゴマークが波のように散りばめられています。

3



Ipresse Lounge
北斎モヒート

葛飾北斎の逸話からユズを使って開発したというモヒートを、ロゴマークの入った専用グラスでいただきます。

4



墨田区
オリジナル
婚姻届

「人」ロゴマークといっしょに墨田区の象徴である東京スカイツリー®や隅田川の花火と桜が描かれています。

POINT

すみだには「宝箱」のような魅力があると区外出身者が立ち上がった。

ジャーナルでなくエンタメ。気軽にすみだを楽しめるタウン誌。

洋食店特集、カフェ特集、銭湯特集。
誌面片手にまちを歩く人が増えている!



喫茶千輪にて取材

伝え合いの

好事例

(3)

宝箱のようなまち。
それがすみだ。魅力を
ザクザク掘り起こしたい。



タウン誌は文化。これだけ文化に溢れているすみだは、発信したい人・モノ・コトに事欠かない。半分仕事、半分趣味みたいに楽しくやっています。(すみだノート 編集長/刈谷さん)

年々4回(回)6000部発行)される「すみだノート」。小岩出身の刈谷さんが代表を務めるデザイン事務所が、取材・ライティング・デザインの手を担っています。区外出身者だからこそ、第三者の目線ですみだの魅力を再発見できると話します。読んだ人が、「へ〜」と感心して、「すみだのことがもっと好きになる」そんなタウン誌を目指しています。区内のお店や商業施設、300箇所を設置され、区内の人にはちよと知られた存在です。初めての取材先でも、「すみだノート、知っているよ!」と声を掛けられる。取材を受けた人が、次の取材先を紹介するなど、数珠つなぎのように人と人とのつながりが生まれています。すみだの文化や伝統工芸、職人、イベント、フード特集など取り上げる内容はさまざま。でも、主役はあくまで人です。「人があってこそこのまち。人が見えないまちはおもしろくないんですよ」と刈谷さん。究極は、隣の家に暮らすおばあちゃんを紹介したいんだそう。建物をつくったり、公園をつくったりすることだけがまちづくりではなく、タウン誌を通じた情報発信も立派なまちづくりなんです。

すみだノート

「人がシティプロモーション」
紐解いたら、こんな
取り組みがありました



墨田区が運営する プロモーション媒体を ご紹介します

区政情報や新型コロナウイルスの関連情報などを的確に届けられるように、それぞれの媒体特性を活かしながら、複数のプロモーション媒体を活用・運用しています。

「豊かな伝え合いのサイクル」をつくれるよう、区内の魅力を発掘し、対象者に取材し、みなさんの共感を得られるような形で発信していくも行っています。今後は、すみだのみなさん自らが発信でき、双方向の伝え合いが実現できるように、さらなる活用を進めていきます。



区公式ホームページ

区の情報の基幹プラットフォームです。①だれもが使いやすい②情報が探しやすい③伝えるホームページを目指しています。「コロナ」、「戸籍」といった目的や「妊娠・出産」といったライフイベント別に検索できます。



区のお知らせ「すみだ」(区報)

区政情報などをお伝えします。新聞折込や、区内各駅・信用金庫・公衆浴場・病院と主な区内施設などに置いてあります。(詳しい設置場所はQRコードからご確認ください)。毎月1日・11日・21日の3回発行。



区公式ツイッター

最新の区政情報の提供を目的としています。観光・イベント情報などについても発信。区役所窓口の混雑状況といった、まさに今起きているライブ情報もご確認いただけます。



危機管理ツイッター

令和2年より新たに開設した「危機管理」に特化したアカウント。防災・防犯情報、健康被害に関する情報、その他危機事象に関する情報を発信。新型コロナウイルス対策に関する情報もリアルタイムでお伝えします。



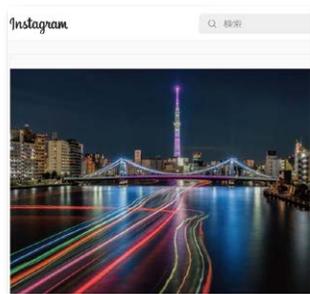
すみだ安全・安心メール

区民に対し、メールで情報を発信しています。配信する情報は防災情報、防犯情報、その他事故情報の3種類。コロナ関連の情報もお伝えしています。ご登録はQRコードのページから。



区公式フェイスブック

区報やホームページ、その他のプロモーション媒体を補完する情報を発信。観光やイベント情報、防災・防犯情報など、さまざまな行政情報をお伝えし、区民の安心や信頼につながる情報を広く提供しています。



区公式Instagram

主にすみだの文化・風景・食といった魅力や、イベントなどを写真で紹介しています。「行ってみたい」「見てみたい」という気持ちを喚起させ、すみだのファンを増やしていきます。



ケーブルテレビの区政情報番組「ウィークリーすみだ」

区の事業やまちの情報をお伝えする「ウィークリーすみだ」は、J:COMすみだの11ch(すみだ・台東局)で毎日午前9時・正午・午後4時・午後8時からの4回放送。放送後はYouTubeでも楽しめます。



区公式YouTubeチャンネル

映像で「誰にとっても情報が伝わりやすく」とのねらいで開設。街ネタを紹介するYouTube番組「すみだまちかど放送局」のほか、ペットの飼い方など職員の手作り動画も。暮らしにまつわる幅広い情報を日々発信。



すみだ暮らしのガイド

区内へ新しく転入された方へ配布しています。区の施設や問い合わせ先、身近な手続きの方法などを掲載しているほか、区の魅力やエリア情報も掲載中です。



すみだのみなさんが 運営する 伝え合いツールを 一部ご紹介します



すみだっ子たちの「夢」支援プロジェクト

地域の人々のつながりを通じて、墨田区の小中学生の夢を実現させようとするプロジェクト。子どもたちの夢や願いを叶えてくれる人を、Webサイトや町会掲示板を通じて広く募りました。



すみだノート

「私たちの街をもっと好きになる」をテーマに、区内のデザイン事務所が作成するタウン誌。区内300箇所に設置され、Webサイトでも展開。

