



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



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 心実
- 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

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。

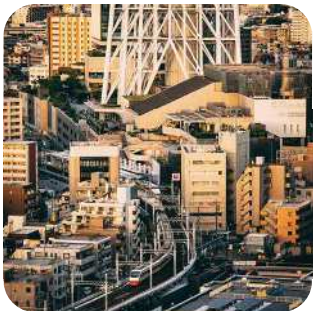
区役所で働く人たちはもちろんのこと、すみだに関わりのある大人も子どもも、

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。知ってい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。





外に向かつてはかりい顔している人よりも、ちゃんと身近な人にも誠実でいる人
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き
はです。



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
え行動しようとする姿勢のことを「シ
ビックプライド」と呼びます。シビック
は「市民の」という意味があって、プ
ライドは「誇り」ですね。墨田区が考
えるシビックプライドでは、この「シ
ビック」をみんなが持っている状態にな
らなければいけません。
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
良いところ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
な気がします。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、シビック
プライド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
来てもらえるように」、「その地域
の商品などが多くの人に届くよう
に」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、どうすればいいのか？とい
うことを考えて工夫していくこと
です。どれも大切です。



人間関係でもそうですね。自己肯定
感ともいえるでしょうか、自分たち
のことも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
自分たちが選ぶ、好きでいてもら
いたいと思ってしまう、は、な
んだけれど違う気がします。



たしかに。自分のことが好きじゃな
かったり、自分自身を大切にしてい
ないのに、他人に好きでいてもら
いたいと思ってしまう、は、な
んだけれど違う気がします。



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



今日は、よろしく願います。これか
らのまちづくりに、シビックプライ
ドが大切なことなのですが、今日は
それを解き明かすためにきました。
はい、なんでも聞いてください。



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
っています。ただ、墨田区が考
えるシビックプライドはそれ
だけではないです。



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。どれも大切ですね。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「おすめの病院はどこ？」といった地域のおすめ情報、近年の話題だと「墨田区のコナ対策は今こうなっているよ」といったもので、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、新しくやってみようというものが生まれ、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。そ

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るか、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「伝える」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ません。

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、情報がありがとうございます。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感染症対策を行った結果、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、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来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ね。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。

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」が「伝え合い」も「ひとつのシティプロモーションになる」と思っているの、こ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よう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ね。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ながら挨拶をすることも、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く」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。「お互いを気にかけ合い会話が広がるまち」って、何か生まれそうですよね。

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っています。それが結果的に地域のためになるはずですよ。

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は先ほどもしましたね。でも、「愛着や誇りを持つてくさい」とそのまま伝えても、そうなる訳ではありません。

たしかに理想としてはわかるものの、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。

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。自分のお気に入りの場所が必ず見つかるはずですよ。みなさんの目のつけどころと、伝えたいと思う気持ちと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「やってみよう」をやる「舞台」と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ですよ。

いろん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、たくさんの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」という気持ちがより一層強まります。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

すみだの

データで見る



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。

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。新たな視点加わることで、すみだの多様な魅力にスポットライトがあたります。



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。



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。



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。



「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)



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)



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

(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!!

すみだっ子たちの「夢」 支援プロジェクト

／ここが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

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!!

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注目。



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)

高齢者ICT交流会

／ここが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

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方法など
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。

● INFORMATION ●



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!!

ご活用ください。

ロゴマークを

シティプロモーション

／ポスター、看板、グッズ、チラシ等で／

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。

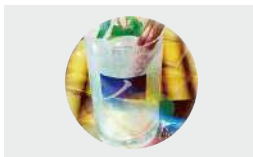
2



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



Ipocress 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



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)

年に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・デザインのすべてを担っています。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、「へえ」と感心して「すみだのことか」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箇所に設置され、区内の人にはちょっ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。建物をくわたり、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。

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。

すみだノート

／ここ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

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。

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「ウィークリーすみだ」

区の事業やまちの情報を伝える
「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。



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
だれでも使いやすい②情報が探しや
すい③伝わ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
ついては、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
えています。ご登録は
QRコードのページか
ら。



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
していくことも行っています。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。

