

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 案件一覧

(令和8年5月15日開催分)

○所管事務報告 4件

部局	報告順	件名	資料番号	説明者（所管課長名等）
企画経営部	1	大田区シティプロモーション推進事業の実施報告（令和7年度）について	10	阿部 広聴広報課長
	2	大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和8年4月）等について	11	
産業経済部	3	大田区公式 PR キャラクター「はねぴよん」の活動報告について	17	原田 産業経済部副参事（産業プロモーション担当）
	4	大田観光協会事業「おおたの桜を楽しもう 2026」について（実施結果）	18	

大田区シティプロモーション推進事業の実施報告 (令和7年度)について

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 令和8年5月15日
企画経営部 資料10番
所 管 広聴広報課

1 大田区シティプロモーションサイト「ユニークおおた」について

- ◆ 区の多様な魅力の情報一元化により戦略的に区内外へ発信するため、平成31年3月25日開設
- ◆ 特集記事、イベント、区内の最新ニュースなど、区の魅力に関わる情報を発信中
- ◆ 令和7年度も引き続き、公園やイベントなど子育て世帯向けの発信や区が目指すまちの魅力の発信を強化



◆令和7年度 「ユニークおおた」人気の記事トップ20

※R7.4.1～R8.3.31のアクセス数



順位	タイトル	アクセス数	公開期間
1	【特集】飛行機だけじゃない親子で楽しめるスポットが満載羽田空港で一日遊ぼう！	36,862	令和7年9月5日～
2	お花見スポット	18,451	令和8年3月19日～
3	【特集】誰でも楽しめる「大田市場」～都内の中央卸売市場唯一の「青果」「水産」「花(か)き」総合市場～	16,050	令和4年12月9日～
4	【特集】好評につき「大田市場」第2弾！一般の人が楽しめる買い物&グルメを紹介！	13,995	令和6年12月13日～
5	【特集】都内屈指の「温泉郷」大田区のユニークな銭湯巡り	11,807	令和7年12月19日～
6	リーズナブル！！大田区保養施設「伊豆高原学園」に宿泊してみました【前編】	10,929	令和7年12月16日～
7	大田区のものづくり	8,314	平成31年3月25日～
8	【特集】都内最多！大田区は“温泉郷”！	7,507	令和3年12月27日～
9	【特集】日帰りバーベキューを楽しもう！大田区でデイキャンプ	7,379	令和7年11月21日～
10	夏だ！プールだ！笑顔はじけるわくわく時間！	7,299	令和7年6月29日～
11	【期間限定！】新名物「たこぺったんそば」誕生！	7,189	令和8年1月23日～
12	【特集】気軽に海外旅行気分！？大田区で楽しむ「世界のグルメ」	6,964	令和8年3月13日～
13	【特集】駅直結で遊びも充実！親子で楽しむ「東急プラザ蒲田」	6,938	令和7年6月27日～
14	【特集】「都内でキャンプ」のレア体験～大田区の宿泊キャンプ施設に行ってみよう～	6,927	令和5年8月25日～
15	【8月1日～17日限定】大田区内の公園で手持ち花火を楽しもう！	6,381	令和7年7月31日～8月17日
16	【教えて！”わくわく”大田区】「#uniqueotaフォトキャンペーン写真展示会」を開催します！	6,271	令和8年3月17日～3月30日
17	【特集】大田区の銭湯でととのう！サウナのある銭湯の魅力	6,191	令和5年12月8日～
18	【遊具がたくさん！おおたのユニークな公園】萩中公園	5,913	令和5年7月31日～
19	【8/28夏の夜空に願いを込めて】平和のつどい「平和祈念花火」開催のお知らせ	5,837	令和8年4月23日～
20	【大田区最大級のお祭り！】OTAふれあいフェスタ2025	5,773	令和5年12月8日～

◆令和7年度に公開を開始した「特集記事」

※R7.4.1～R8.3.31のアクセス数

	公開日	タイトル	アクセス数
1	6月27日	駅直結で遊びも充実！親子で楽しむ「東急プラザ蒲田」	6,938
2	7月18日	昔の道具にわくわく！こどもの好奇心を刺激する「昭和の暮らし博物館」	2,288
3	8月1日	大田区で見つけた、からだ想いのごほうびおやつ グルテンフリースイーツ	3,340
4	9月5日	飛行機だけじゃない親子で楽しめるスポットが満載羽田空港で一日遊ぼう！	36,862
5	10月3日	行ってみよう！赤ちゃん連れで楽しむ大田区の児童館	2,441
6	10月24日	小中学生のための楽しい居場所！ 大田区の児童館	2,017
7	11月21日	日帰りバーベキューを楽しもう！ 大田区でデイキャンプ	7,379
8	12月19日	都内屈指の「温泉郷」大田区のユニークな銭湯巡り	11,807
9	1月23日	大人気メニューも生み出した！ 大田区の学校給食	3,684
10	2月20日	住民がコミュニティを活性化！「平和島まちづくりプロジェクト」	1,485
11	3月13日	気軽に海外旅行気分！？ 大田区で楽しむ「世界のグルメ」	6,964
12	3月27日	家庭を支える技術「白洋舎」で学ぶクリーニングの裏側	404



【特集】飛行機だけじゃない親子で楽しめるスポットが満載羽田空港で一日遊ぼう！



【特集】駅直結で遊びも充実！親子で楽しむ「東急プラザ蒲田」



【特集】都内屈指の「温泉郷」大田区のユニークな銭湯巡り



【特集】日帰りバーベキューを楽しもう！大田区でデイキャンプ



【特集】住民がコミュニティを活性化！「平和島まちづくりプロジェクト」



【特集】大人気メニューも生み出した！大田区の学校給食



2 令和7年度の取組について

(1) 情報発信のさらなる強化

【子育て世帯や若者に訴求する情報発信】【区外在住者への情報発信】

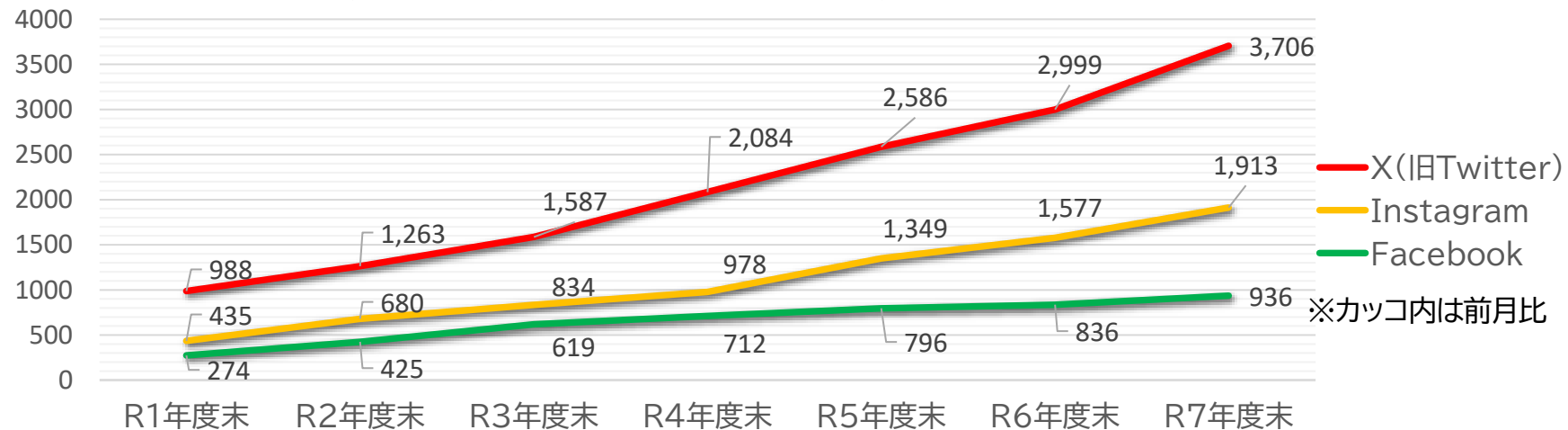
誰でも参加できるイベントや公園に関する情報を「伝わる発信」の取組として動画等を制作し、さまざまな広報媒体で発信した。

ア SNSやショート動画の発信を継続

◆令和7年度 ユニークおおたのSNSのフォロワー数（月末時点）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
X (旧Twitter)	3,025	3,050 (25)	3,070 (20)	3,094 (24)	3,140 (46)	3,155 (15)	3,207 (52)	3,530 (323)	3,600 (70)	3,616 (16)	3,671 (55)	3,706 (35)
Instagram	1,615	1,628 (13)	1,656 (28)	1,666 (10)	1,677 (11)	1,679 (2)	1,696 (17)	1,839 (143)	1,849 (10)	1,863 (14)	1,893 (30)	1,913 (20)
Facebook	842	847 (5)	852 (5)	855 (3)	872 (17)	872 (0)	888 (16)	903 (15)	911 (8)	914 (3)	928 (14)	936 (8)

(参考)過去7年間 フォロワー数の推移（年度末時点）



◆大田区公式YouTubeチャンネル 主な動画・ショート動画（広聴広報課内製）

投稿日	タイトル
6月21日	おおたまちさんぽ#10(多摩川台公園の紫陽花)
7月17日	昭和のくらし博物館
8月21日	大田区銭湯ジュニアマイスター養成所講座1
8月21日	大田区銭湯ジュニアマイスター養成所講座2
8月27日	勝海舟記念館たんけんツアー
8月27日	平和祈念花火
9月3日	防災週間フェア
24日	ユニークおおた公式Xフォロワー3,000人突破企画・前編
25日	ユニークおおた公式Xフォロワー3,000人突破企画・後編
10月2日	東京2025デフリンピック
11月10日	東京2025デフリンピック サインエール 東京2025デフリンピック サインエール2 他5件 全日本学生飛行ロボットコンテスト
12月16日	伊豆高原学園
12月23日	区長と俳優 片桐はいり 対談
1月1日	新春動画 区長と俳優 片桐はいり 対談
1月20日	羽田レタスエール
21日	スタンウェイピアノ イベント（2本）
1月28日	たこぺったんそば
2月6日	銭湯の日
3月16日	世界のグルメ(3本)
27日	広報番組の裏側
30日	白洋舎動画 5000円で遊び尽くす！朝から夜まで大田区の“わくわく”1日プラン

◆大田区公式YouTubeチャンネル 動画（委託制作）

投稿日	タイトル
毎月	シティニュースおおた(スケアード・ストレイト、洗足池公園60周年、OTAふれあいフェスタ、古墳ツアー など)
毎月	ユニークおおた(ソラムナード羽田緑地、ふる浜ビーチヨガ、OTAウォーキング、区民スポーツまつり など)



イ SEO対策やその他の情報発信強化策

(ア) 令和2年1月16日からニュースアプリ  SmartNews へ「ユニークおおた」の記事の連携を開始し、現在も継続中

(イ)  SmartNews で広告（3テーマ実施）

- ・【特集】飛行機だけじゃない親子で楽しめるスポットが満載羽田空港で一日遊ぼう！
- ・大田区内おすすめ梅スポット まとめ記事
- ・【教えて！“わくわく”大田区】「#uniqueotaフォトキャンペーン写真展示会」を開催します！

(ウ) 令和6年1月から  YAHOO! JAPAN 大田区タブでの発信を開始し、現在も継続中

(エ) 人気記事の傾向に沿った投稿の強化

- ・季節性のあるもの、期間限定のもの（梅、梅園のライトアップ、桜、スカシユリなど）
- ・区民の共感を呼ぶもの（たこぺったん、SDGs学生応援企画）
- ・レトロなど流行りのテーマ、テレビ・メディアで取り上げられたテーマ・地域資源など
- ・SNSにおいては動画や#ハッシュタグとともに投稿。インフルエンサー（はねぴょんなど）の活用

(オ) 多様な広報媒体を活用し、相互に関連記事の掲載・誘導を行うことによる効果的な情報発信



ウ CP戦略アウトプット指標に沿った取組みについて

【施策1】「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング

こどもから大人まで幅広い層が楽しめるイベントを中心に発信することで、子育て世帯の区内来訪及び回遊性の向上を図った



大田区の公園に
キッチンカー
がやってくる！



季節イベント



銭湯イベント

◆区民のライフスタイルを取材した回数 **47**回

◆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 **176**件

【施策2】「大田区の暮らし」の価値の発信

区報に「こどもページ」を掲載(オノマトペ・塗り絵コーナー等)、
区報5/1号で戦略を紹介、6/21号で公園特集、7/1号でこ
どもの居場所特集、シティプロモーションサイト「ユニークおお
た」での区地域資源等の発信等を行った



【施策2】「大田区の暮らし」の価値の発信

◆シティプロモーションSNSに投稿数

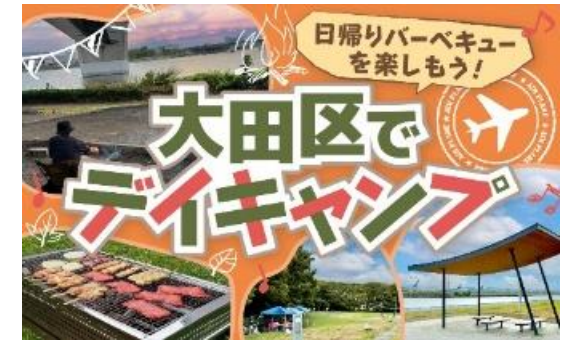
X:262件 | インスタグラム:200件 | フェイスブック171件

633件



◆シティプロモーションサイト「ユニークおおた」による「暮らし」の魅力の発信回数

128件



◆関係団体等との連携による発信回数

30件



◆ブランドメッセージ・ロゴマーク掲載媒体数

9媒体



【施策2】「大田区の暮らし」の価値の発信

◆イベント出展を通じたブランド浸透

OTAふれあいフェスタ2025において、ユニークおおた各SNSのフォロワー登録した方を対象に、オリジナルデザインの缶バッジをカプセルトイで配布し、子育て世帯の方々を中心にブランドメッセージに触れてもらう機会を創出することで、ブランドメッセージの浸透及びシティプロモーションSNSの充実を図った。



【施策3】 庁内推進体制の強化

◆研修等の実施

シティプロモーション研修・職層研修(新規採用等)・広報スキル研修等を実施し、庁内広報マインドの向上や情報発信力の向上を図った

398人

職員向け研修会等の参加人数



ア シティプロモーション研修



イ 広報スキル研修

ア シティプロモーション研修

【日程】令和7年10月29日(水)

【内容】広報マインドの醸成やSNSの効果的な発信方法、
チラシの作成などの実務研修を実施



イ 広報スキル研修

【日程】動画基礎研修:令和8年1月19日(月)

動画編集研修:令和8年2月27日(金)

【内容】絵コンテ制作を通じた動画制作の基礎的な知識・企画構成品
の向上と実践的な操作研修を実施



ウ 職層研修

【研修名】新規採用職員研修

主任昇任研修

新任係長研修

【施策3】 庁内推進体制の強化

◆庁内連携による情報発信

児童館紹介・区立公園での手持ち花火・7年7月7日の婚姻届提出等、様々なイベント等につき関係課で連携して情報発信を行った。



一例：区立公園での手持ち花火
公園課で区HP、広聴広報課、産業振興課で区シティプロモーションサイト、Instagram、区公式YouTubeチャンネル等で多角的に発信。Xはリポストを含め発信。

新聞・テレビ等マスコミでも搭載、放映
ユニークおおたXでは約30,000の表示回数
はねぴよんXでは9000強のインプレッション

◆外部専門人材の活用

令和7年9月から登用。
Xのエンゲージメント率上昇、フォロワー数増加などの効果がみられた。また、ユニークおおたサイトにおいてもサイトビュー数が向上した。そのほか、外部専門人材が講師を務める研修を開催し、庁内広報マインドの向上につなげた。

ユニークおおた サイトビュー数(月別比較)

4月 26,258 → 3月 97,627

ユニークおおた Xフォロワー数

4月当初 2,999 → 3月 3,706 (707増 内9月以降566増)

アドバイス内容

- ・SNS分析とノウハウの伝授
- ・各広報コンテンツへのアドバイス (区報・シティニュースなど)
- ・動画分析
- ・ショート動画制作補助
- ・缶バッジデザインや研修資料のブラッシュアップ
- ・広報研修講師



川崎講師による研修

【施策4】 区民、区内事業者・関係団体等との連携

(1) シティプロモーションサイトにおける区内事業者・関係団体等から収集された情報の掲載数 72件

区内事業者等と連携して区の魅力を発信することにより、区内外の方にも効果的に区のアピールを行い、関係人口の創出等に努めた

JAL(日本航空)

機内誌SKYWARD 5月号に多摩川エリアの魅力を掲載。国内外の旅行者へ発信



東急電鉄

毎月東急線の車内広告を掲載。沿線住民や通勤・通学者などへ区の魅力を発信



株式会社リクルート

大手住宅情報ポータルサイト「SUUMO」で南六郷エリアを中心とした魅力をターゲット層に対して効果的に発信



【施策4】 区民、区内事業者・関係団体等との連携

(2) 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 応募作品341点

◆ #uniqueota フォトキャンペーン2025

- 【内 容】 大田区で撮影した大田区ならではの魅力、お気に入りスポット等の写真をX(旧Twitter)に投稿してもらうイベント
- 【テーマ】 教えて!“わくわく”大田区
- 【開催期間】 令和7年10月31日(金)～12月5日(金)
- 【応募点数】 341点
- 【広報媒体】 区報、統合ポスター、シティプロモーションサイト、シティプロモーションSNS、区内小中学校でのチラシ配布、東急デジタルサイネージ など



◆ #uniqueota フォトキャンペーン展示会

- 【開催期間】 令和8年3月23日(月)～3月30日(月)
- 【展示枚数】 113点
- 【場 所】 本庁舎3階中央展示コーナー及びグランデュオ蒲田3階東西連絡通路
- 【内 容】 「#uniqueota フォトキャンペーン2025」にて募集した写真の展示や特設「わくわくコーナー」の設置を行った。



【施策4】 区民、区内事業者・関係団体等との連携

(3) 学生等との交流について

◆ インターンシップ

キャリア教育実習を7名受け入れ、シティプロモーション業務を伝えるとともに、区の魅力発信の促進を行った

◆ 学生との懇談

1名の大学生と2名の高校生へ区のシティプロモーションについて意見を交換した

◆ 地域イベントとの連携

大岡山北口商店街振興組合と連携して地域イベントに出向き、参加者へ区内の魅力や夏の思い出に関することなど現地取材を実施

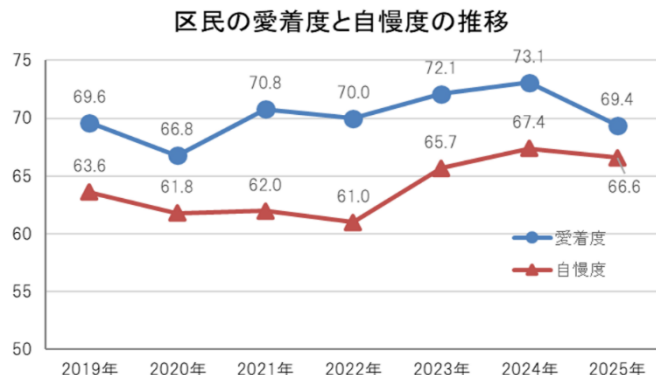


3 各指標について

※「令和7年度大田区シティプロモーション活動に対する満足度調査」より

ア 区民の大田区への愛着度・自慢度

※区民の大田区への愛着度は**69.4点**、自慢度は**66.6点**となり、2022年より上昇傾向だったが下降に転じた

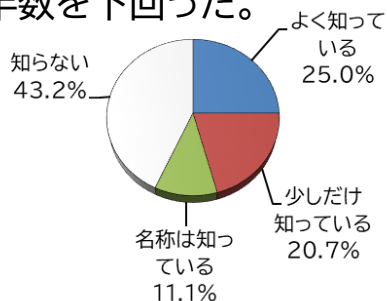


※愛着度スコア
 ※スコア=(とても愛着がある×100+やや愛着がある×75+どちらでもない×50+あまり愛着がない×25+全く愛着がない×0)/100

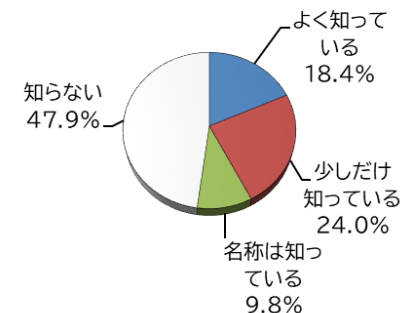
※自慢度スコア
 ※スコア=(とても誇れる×100+やや誇れる×75+どちらでもない×50+あまり誇れない×25+全く誇れない×0)/100

イ 区民のシティプロモーションの認知

(ア)「あなたは大田区のシティプロモーションサイトの取り組み(ユニークおおた)をご存じですか」との質問に、よく知っているが25.0%、**少しだけ知っているが20.7%**となった。また、知らないと答えた方が半数を下回った。



NEW (イ)「大田区の新たなシティプロモーション戦略のブランドメッセージである(わくわくに翼を)をご存知ですか」との質問に、よく知っているが18.4%、**少しだけ知っているが24.0%**となった。



(ウ) CP認知度のスコアについて2024年に続いて2025年も、**38.1点**と上昇した。

CP認知度スコア	2023年	2024年	2025年
スコア	26.7	32.9	38.1

NEW (エ) CP認知度のスコアは**32.8点**となり、「ユニークおおた」の(38.1点)より低い。

※スコア(よく知っている×100点+少しだけ知っている×50点+名称は知っているが、その内容はほとんど知らない×25点+知らない×0点)/100

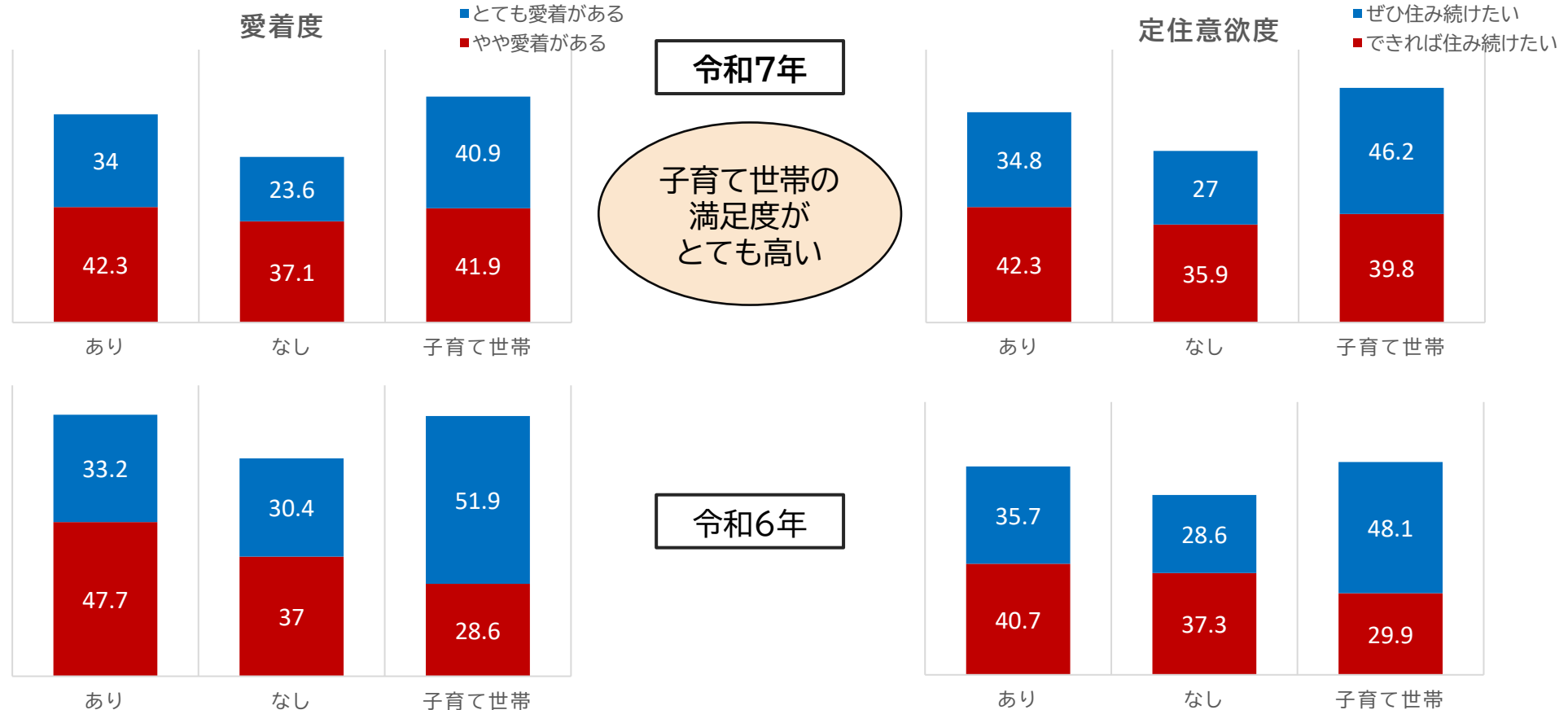
CP認知度スコア	2025年
スコア	32.8

ウ 子育て世帯(小学校入学前のこどもがいる)の区民による区の愛着度・定住意欲度・CP認知度

あり:こどもがいる世帯 なし:こどもがいない世帯 子育て世帯:学校入学前のこどもがいる世帯

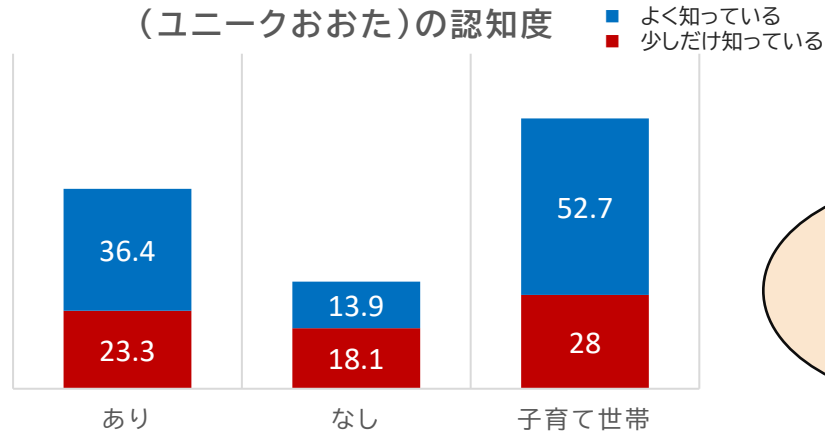
(ア) 子育て世帯の愛着度について
「あなたは大田区に対して愛着はありますか」との質問に、
とても愛着があるが40.9%、
やや愛着があるが41.9%と、高い。

(イ) 子育て世帯の定住意欲度について
「あなたは大田区に住み続けたいと思いますか」との質問に、
ぜひ住み続けたいが46.2%、
できれば住み続けたいが39.8%と高い。



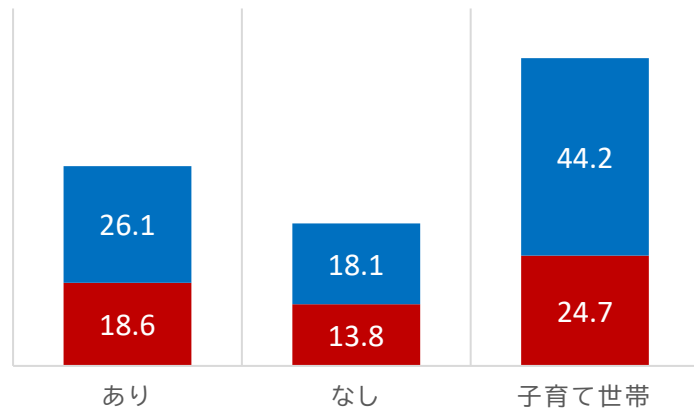
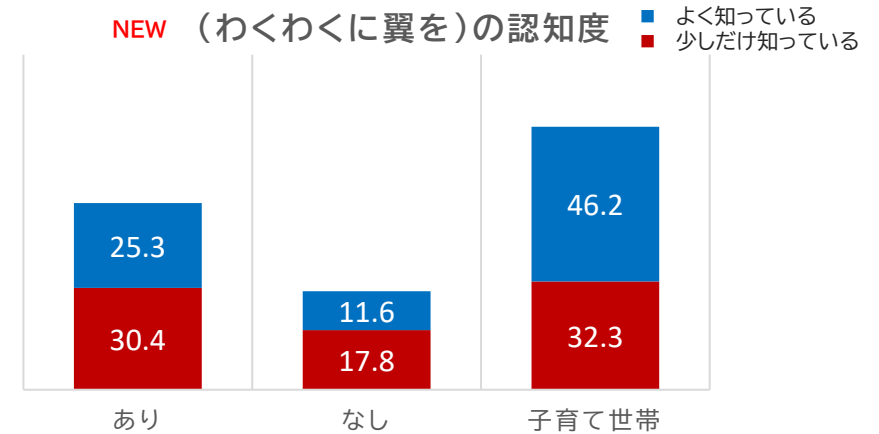
(ウ) 子育て世帯のCP認知度について
 「あなたは大田区のシティプロモーションサイトの取り組み
 (ユニークおおた)をご存じですか」との質問に、
 よく知っているが52.7%、
 少しだけ知っているが28%と極めて高い

NEW (エ) 子育て世帯のCP認知度について
 「大田区の新たなシティプロモーション戦略のブランドメッセ
 ージである(わくわくに翼を)をご存じですか」との質問に、
 よく知っているが46.2%、
 少しだけ知っているが32.3%と極めて高い



令和7年

子育て世帯の
認知度が
とても高い



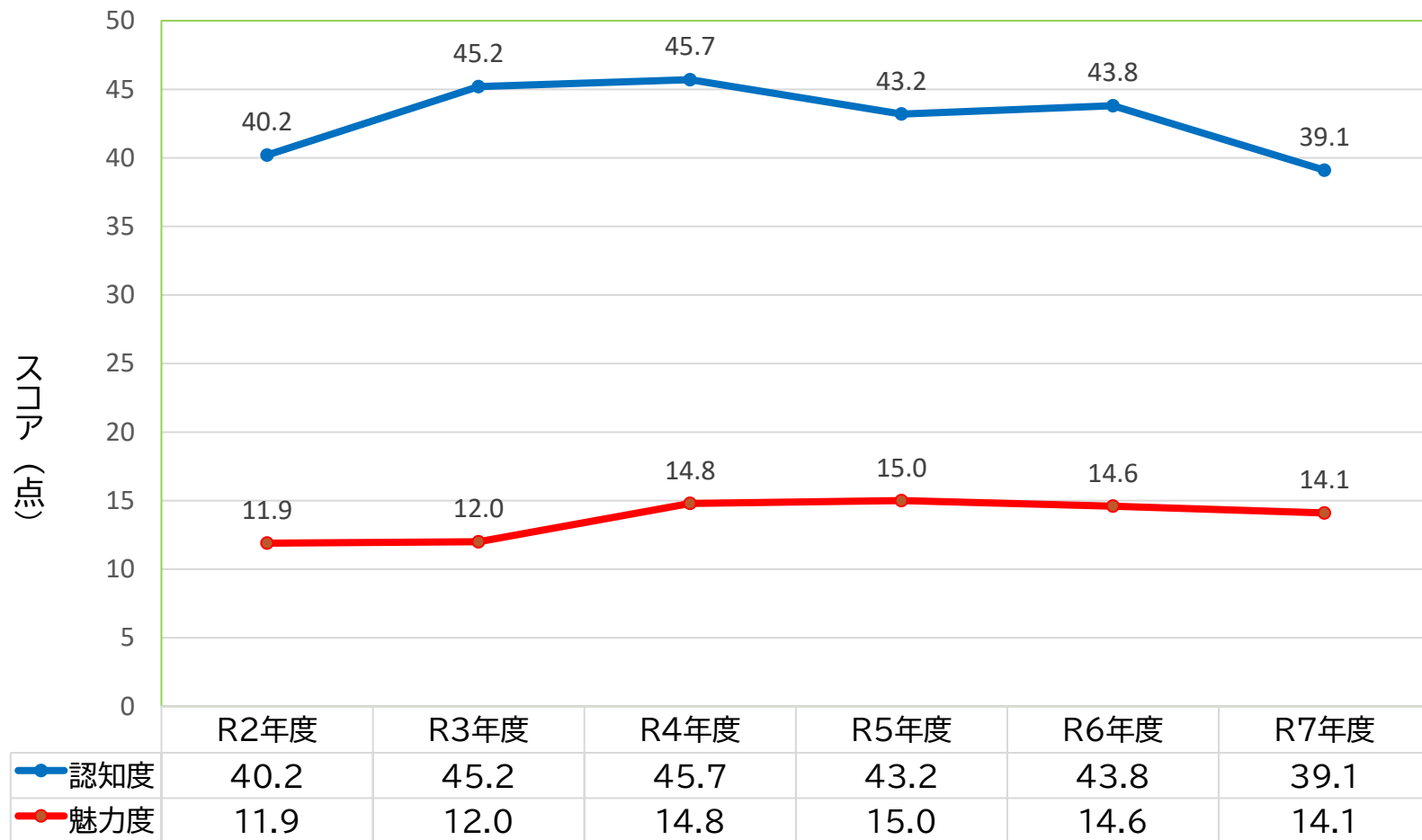
令和6年



エ 区外在住者による区の認知度・魅力度

※出典:「地域ブランド調査2025」(株式会社ブランド総合研究所)

大田区の認知度・魅力度の推移



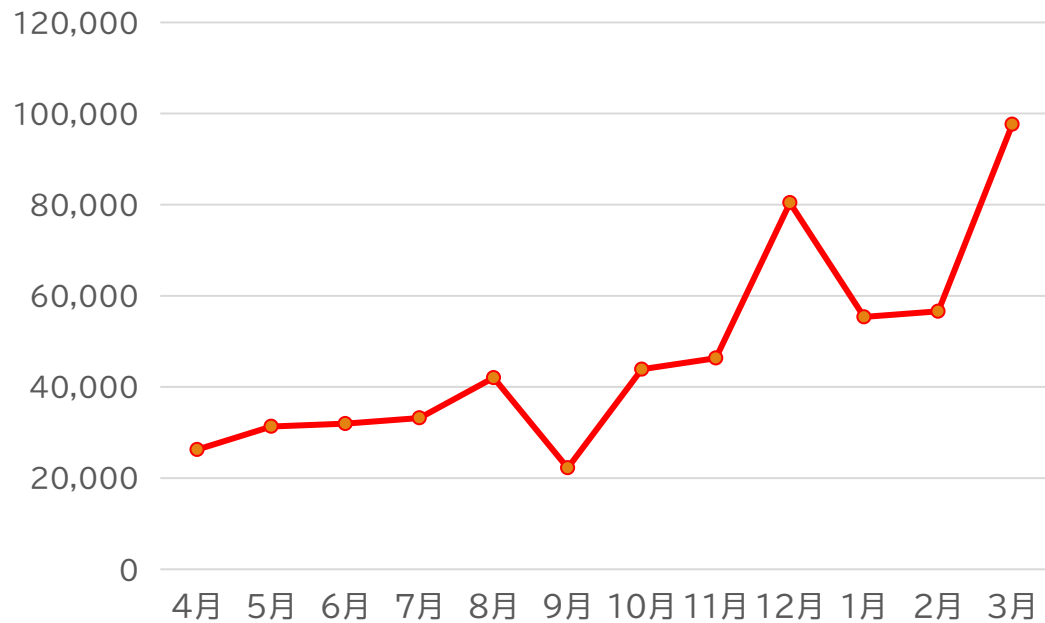
※スコア=(よく知っている×100
+知っている×75+少しだけ知っている
×50+名前だけは知っている×25
+名前も知らない×0)/100

※スコア=(とても魅力的×100
+やや魅力的×50)/100

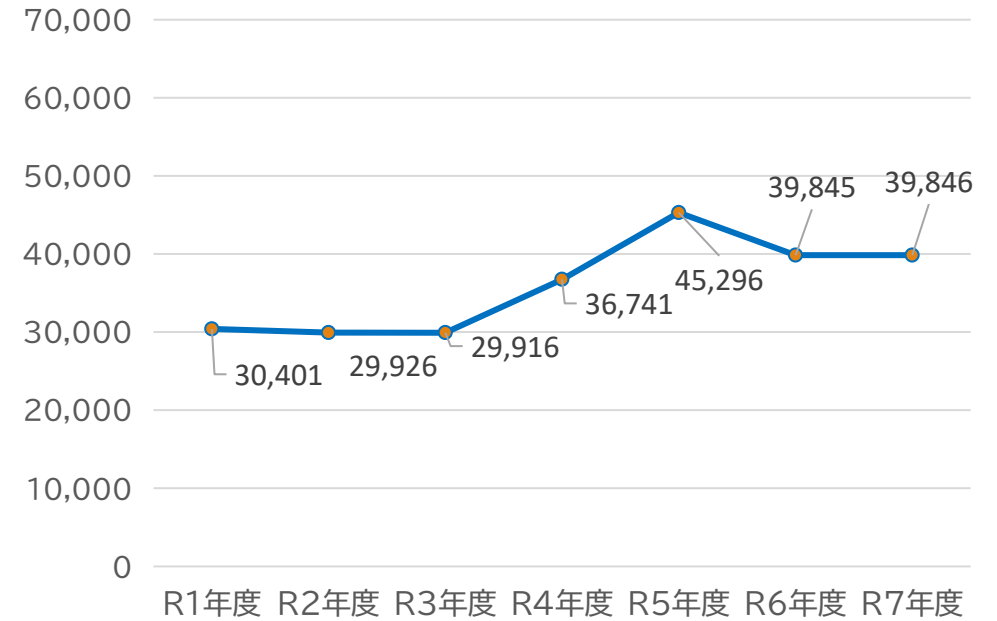
オ「ユニークおおた」の閲覧状況の推移

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
総ビュー数	26,258	31,331	31,940	33,199	42,019	22,241	43,884	46,327	80,409	55,367	56,584	97,627

令和7年度 各月の総ビュー数



(参考)過去7年間 月平均ビュー数



大田区公式PRキャラクター「はねびよん」の活動報告について

1 事業概要

大田区公式PRキャラクター「はねびよん」の区内外のイベントへの参加、SNSでの情報発信をはじめとした積極的なPRを展開し、区の認知度向上・魅力発信に取り組む。

2 活動実績値（令和7年度）

- (1) イベント参加件数 138件（庁内：85件／外部：53件）
 (2) デザイン使用件数 780件（庁内：606件／外部：174件）
 (3) 公式Xフォロワー数（令和8年3月31日時点） 12,315フォロワー（前年度末比1,995増）



ご当地キャラ成田詣 うなじャーにー2025



世界キャラクターサミット in 羽生 2025

3 主な取組事例

- (1) ノベルティ（ステッカー、名刺、紙袋）の制作・配布

各種イベントでのPR活動を促進するため、ノベルティの制作・配布を継続している。紙袋については、令和7年度、新規に制作した。



ステッカー3種

紙袋

- (2) 企業との連携

はねびよん人気の高まりに伴い、区内外の企業から、はねびよんデザインを使用した商用利用の申請を受け付けている。一例として、コンビニエンスストア事業者においては、大田区発祥の揚げパンを商品化しており、令和7年度は新たに商品の包装にはねびよんデザインを印字し、東京都・神奈川県のお店において、販売を行った。

大田観光協会事業「おおたの桜を楽しもう2026」について（実施結果）

1 事業目的

桜の開花時期に合わせ、桜ツアー、桜フォトギャラリー及び桜スポットを巡るデジタルスタンプラリーを実施し、より多面的な回遊性の向上を図る。

2 事業概要

(1) 桜デジタルスタンプラリー

ア 内容

区内の桜や店舗を買い物しながら巡り、デジタルスタンプを集める。スタンプの取得数により、参加賞や抽選に応募できる。

イ 実施期間 3月16日（月）から4月13日（月）まで

ウ 参加者数等

(ア) スタンプラリー参加者数 914人（昨年度 461人）

(イ) マップ利用ユーザー数 2,130人（昨年度 1,267人）

エ 特典への応募状況

(ア) 応募総数 565件（昨年度 192件）

(イ) 特典別応募数

参加賞（スタンプ5個）、262件、全員にプレゼント

山口体験美術館チケット（スタンプ10個）、134件（当選30）

大田区の美味しいもの（スタンプ20個）、117件（当選6）

区内特別体験チケット（スタンプ33個）、52件（当選4）

(2) 桜ツアー

ア 桜マラニックツアー（大森～馬池洗エリア）

(ア) 内容 マラソンとピクニックを掛け合わせた桜めぐりツアー

(イ) 実施日時 3月29日（日）

(ウ) 参加者数 14名

(エ) 参加費 2,000円

(オ) 協力 山王ランニングクラブ、銭湯桜館、café634、池上池田屋

イ 大森・馬込さんぽツアー（「馬込文士村大桜まつり」と同時開催）

(ア) 内容

宇野千代が過ごした馬込を辿り、馬込アートギャラリーへご案内

(イ) 実施日時 4月5日（日）

(ウ) 参加者数 28名

(エ) 参加費 1,000円

(オ) 協力 馬込文士村ガイドの会



桜デジタルスタンプラリー



桜マラニックツアー（写真）



大森・馬込さんぽツアー（写真）

(3) 桜地図×『あそびつくせ！大田区』の発行（3月中旬）

ア 内容

大田区桜地図、大田区さくらウォーク～馬・池・洗～、馬スポット、一緒に巡りたい♪さくらスポット

イ 発行部数 15,000部

ウ 配布先

区施設、大田区観光情報センター他観光関連施設、池上本門寺、洗足池ボートハウス、大田観光協会会員東急線各駅、ホテル他



桜地図×『あそびつくせ！大田区』

(4) おおたの桜フォトギャラリー2026

ア 内容

ホームページ上で写真を投稿いただくイベント。抽選で5名の投稿者には「OTA お楽しみBOX」、投稿した方全員に「はねびょん黒湯入浴剤」をプレゼント。

イ 投稿期間

3月16日（月）から4月13日（月）まで

ウ 掲載作品数（応募者数）

311点（214人）



OTA お楽しみBOX



田園調布駅



桜坂



池上本門寺

シティプロモーション・スポーツ調査特別委員会 令和8年5月15日
企画経営部 資料11番
所管 広聴広報課

大田区シティプロモーション推進事業の進捗（令和8年4月）等について

1 大田区シティプロモーション戦略アクションプランに基づく取組

施策		取組実績
施策1	「大田区の暮らし」の価値を高めるブランディング	<区内イベントの集約・発信> ・シティプロモーションサイトによる情報発信 7件 （ART FACTORY 城南島、珈琲御朱印マップ、大森 150 周年プログラムなど）
施策2	「大田区の暮らし」の価値の発信	<暮らしの価値の発信・ブランドメッセージ・ロゴマークの浸透> ・各種シティプロモーション SNS による情報発信 X : 36 件 インスタグラム : 10 件 フェイスブック : 10 件 （桜開花状況、小学校入学式、森ヶ崎緑華園、80 周年懸垂幕、子どもガーデンパーティーなど） ・ブランドロゴマークを使用した動画作成および配信
施策3	庁内推進体制の強化	<庁内シティプロモーションマインドの醸成> ・庁内掲示板によるシティプロモーション職員指針の発信
施策4	区民、区内事業者・関係団体等との連携等	<区内事業者との連携による発信> ・シティプロモーションサイトによる情報発信 7件 （東御市との友好都市締結 30 周年、スポーツ観戦招待チケットなど） ・区内ケーブルテレビ広告 ・東急車内ビジョン広告

2 参考情報

(1) サイトビュー数（月末時点）「ユニークおおた」の閲覧状況

	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
総ビュー数	22,241	43,884	46,327	80,409	55,367	56,584	97,627	42,500	—	—	—	—

(2) SNSのフォロワー数（月末時点）※（ ）内の数字は前月からの増減数

月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月
SNSアカウント名												
X （旧Twitter）	3,155 (15)	3,207 (52)	3,530 (323)	3,600 (70)	3,616 (16)	3,671 (55)	3,706 (35)	3,737 (31)	—	—	—	—
Instagram	1,679 (2)	1,696 (17)	1,839 (143)	1,849 (10)	1,863 (14)	1,893 (30)	1,913 (20)	1,935 (22)	—	—	—	—
Facebook	872 (0)	888 (16)	903 (15)	911 (8)	914 (3)	928 (14)	936 (8)	950 (14)	—	—	—	—
公式LINE	39,803 (1,223)	40,540 (737)	43,109 (2,569)	45,757 (2,648)	48,255 (2,498)	50,842 (2,587)	96,221 (45,379)	105,384 (9,163)	—	—	—	—

主な取組

区内イベントの集約・発信 **施策 1**

魅力ある地域資源をより多くの人に届けるため、シティプロモーションサイトや SNS を活用し、計画的かつ効率的に情報を発信。催しの参加のきっかけづくりや、地域への愛着を深めるとともに回遊性向上を図る取組みの情報発信を行った。



暮らしの価値の発信・ **施策 2**

ブランドメッセージ・ロゴマークの浸透

広報番組4月号では、文化を通じて区の魅力を伝えるため、馬込アートギャラリーを紹介し、あわせてブランドメッセージおよびロゴマークの周知を図った。

また、桜やツツジなど季節の魅力が伝わる動画や、区制80周年を広く周知する動画を発信することで、区での暮らしの充実や認知度向上に努めた。さらに、ものづくり事業者を支援するインキュベーション施設を紹介し、産業分野の魅力発信にも取り組んだ。なお、制作した動画にはロゴマークを掲載し、継続的な浸透を図る取組みを行った。



【シティニュースおおた】
視聴回数 369回



【東京科学大学の桜】



【80周年懸垂幕】
視聴回数 2,809回



【東糀谷防災公園】
視聴回数 553回



【六郷BASE】
視聴回数 836回

庁内シティプロモーションマインドの醸成 **施策 3**

ユニークおおた X については、主要指標である表示回数が4月は48,240となり、安定した情報発信を継続している。また、平均エンゲージメント率が高水準だった3月の6.61%から4月は10.73%とさらに上がった。

職員の広報マインドの向上を目的として、シティプロモーションに関する指針を庁内掲示板で発信し周知を図った。



【東御市梅野記念絵画館】



【珈琲御朱印マップ】

区民、区内事業者・関係団体等との **施策 2** **施策 4** 連携による発信

友好都市のイベント情報を積極的に紹介し、区民が参加できる機会を創出。また、「珈琲御朱印マップ」を広報活用し、区内の回遊を促進。

また、子どもガーデンパーティーの参加者に、区のわくわくするところをボードに書いてもらう取組みを行い、区制80周年に向けて区の魅力の可視化や魅力を共有する良い機会となり、参加者からも多くの好評を得た。



【大田区のわくわくするところをボードに記入/子どもガーデンパーティー会場】