

平成30年度ながのシティプロモーション の重点取組について

企画政策部市長公室

1 これまでの取組状況

■主な取組

(1) 長野市関係

○魅力の掘り起こし・発信事業(通称:ナガラボ)

○長野市の歴史を紹介する動画の制作

(2) ながのシティプロモーション実行委員会関係

○専用ホームページを開設・運営

○キャッチフレーズ及びロゴマークを制作・管理

○プロモーションビデオの制作・活用

○「長野の命水(めいすい)」(ナチュラルミネラルウォーター)の製造

○小学生向けリーフレットの作成・活用

【ながのシティプロモーション実行委員会の解散について】

平成30年度以降は市が主体となって部局横断的に取り組むとの方向性を決定し、平成30年3月末をもって発展的に解散した。

2 課題

【課題1】

これまで、市民をはじめ、市役所各部局のプロモーション活動が、個別、分散的に行われており、効果的な情報発信となっていない。

【課題2】

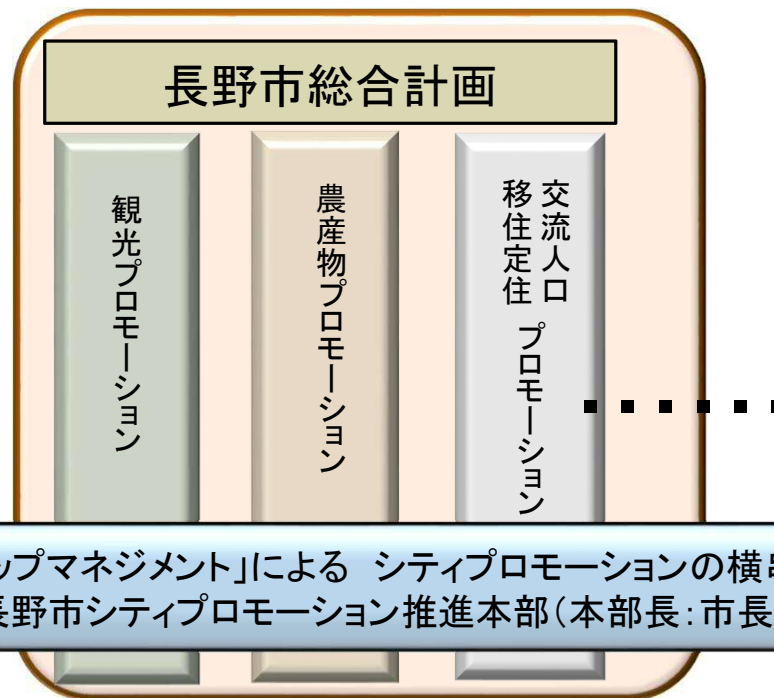
市民アンケートや「みどりのはがき」などの結果では、各部局が取り組む「行政施策」に対する認知度が低いことがうかがえる。

3 平成30年度の重点取組（案）

[重点取組1]（新規）市長のトップマネジメントによるプロモーション

【組織体制】

◎市長のトップマネジメントを活かした、庁内一体となった効果的なプロモーションを展開し、強化していく。



【方法】

- ・各部局で実施している各種プロモーション活動の調査及び精査
- ・イルミネーションイベント等を軸とした効果的なプロモーションの実施（他部局の取組を組み合わせたキャンペーンの実施）
- ・次年度（31年度）に向けたプロモーション計画の作成

[重点取組2](新規) シティプロモーションとしての市の施策の情報発信

◎各部局の施策のうち、全国トップクラスのもの、先進的なものなど、「強み」を発信することで、本市のイメージを創り出す。

[例えば、子育て施策の場合]

- 担当部局では、子育て世代に向けて、関連事業を掲載した「子育てガイドブック」を作成している(広報活動)。
- シティプロモーションのためには、他自治体と比較して本市が優れている事業をピックアップして、発信していくことが必要
- ポイントを絞った情報発信を行うことで、本市が「子育てしやすいまち」というイメージの定着につなげる。

【方法】

- ・各部局で実施している施策のうち、優れたものを調査
- ・記者会見、SNS、庁用車のラッピングなどを活用して情報発信する。

[重点取組3] (継続)

①長野市魅力発見・発信事業(通称:ナガラボ)

- ・本市の魅力(人、ものづくり、食、歴史・伝統等)の掘り起こしと紹介
- ・取材した方々と読者などとの連携により、新たな魅力発信の取組が生まれるきっかけづくり
- ・市民ライターの養成と養成したライターからの情報発信

②小学生向けリーフレットの作成・活用

- ・『NAGANO検定公式テキストブック』を基に歴史、生活文化、産業、自然等の情報を掲載したリーフレットを作成し、子供の時期から本市の良さを認識してもらい、郷土愛の醸成を図る。

③キャッチフレーズ・ロゴマークの活用・専用ホームページの運営

- ・長野市のイメージを具体化し、一体感を持って効果的にシティプロモーションを実施するために制作した既存のツールを積極的に活用

[重点取組4](その他) 来年度に向けたシティプロモーション活動の見直し

①長野市魅力発見・発信事業(ナガラボ)の検証

- これまで、市の委託事業により、市内で活躍する人材などの発掘と情報発信を実施
- SNSの活用などにより、市民が主体的に情報発信していく方向へシフトさせていく。
- 予算の見直しも検討

②職員からのアイデア提案により、斬新で新たなプロモーション手法を探る。

- 職員提案の取組自体が、プロモーション活動となる。