

『ながのシティプロモーション 推進プラン』の概要について

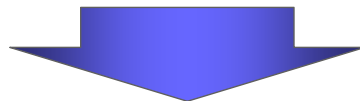
長野市

1 趣旨

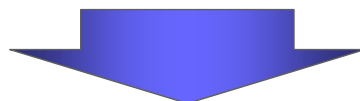
2

現在、本市が抱える課題

- ①人口減少が始まり、特に中山間地域では過疎化が進行
- ②社会基盤を支える生産年齢人口の減少による地域社会の維持・存続の危機
- ③都市間競争の激化と平成27(2015)年新幹線金沢延伸による通過都市化の懸念
- ④日本有数の観光地があるにもかかわらず、観光交流人口が伸び悩み



本市が他都市と比べて優位性を保ち、都市の活力を維持・発展させ、「選ばれる都市」となり、観光交流人口・定住人口等の増加を図るために、
本市の魅力 را掘り起こし、磨き上げ、市民をはじめ広く全国の人に本市のことを知っていただく必要がある。



シティプロモーションに取り組んでいく

シティプロモーション とは・・・

- ☞ 地域の魅力を国内外に発信し、都市のブランド力を高め、元気で活力のある都市を創る取組。
- ☞ 市民がまちに誇りを持ち、地域への愛着を高めることが図られ、自分たちのまちを良くしようとする意識の向上が期待できる。

「人」「ものづくり」「食」「歴史・伝統」など、多くの資源を磨き上げ、活用し、市内に留まることなく広く全国に本市の魅力を鮮明に発信し続ける体制を構築します。

観光交流人口や定住人口の増加、更には企業誘致の増加、地元製品の販路拡大など産業振興を図り、将来にわたり活力ある社会の実現を目指します。

期待される効果

- ①市民 →
 - ・長野市の魅力を認識・再認識し、愛着を醸成
 - ・長野市民としてのプライド・自信を高める
- ②市外の皆さん → 観光交流人口増加、企業誘致増加、定住人口増加

事業ターゲット

【事業推進イメージ】 4

ターゲットを具体的に設定し、効果的に事業を推進することとします。

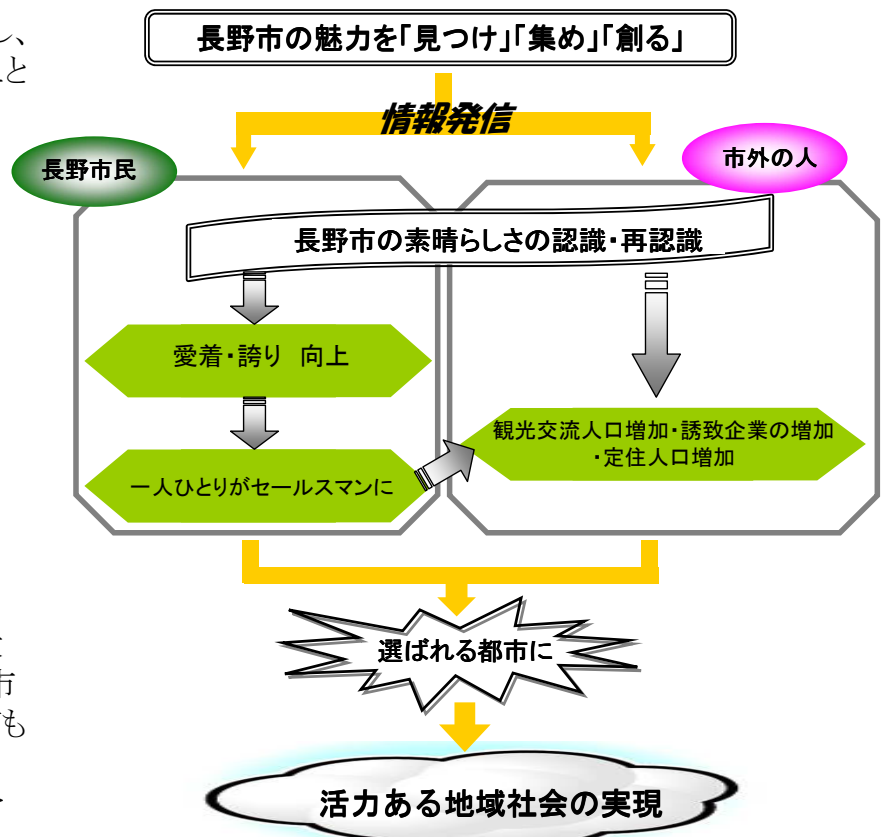
市内（市民）

本市の魅力の認識・再認識をしてもらい、地域への誇り・愛着の醸成を図ります。

市民一人ひとりがセールスマンとなり、市民パワーによるシティプロモーションを展開します。

市外（市外の人）

当面は、首都圏、北陸圏、大阪圏を重点エリアとして、本市の魅力の認識・再認識をしてもらい、「観光交流人口」「定住人口」の増加、「企業誘致」を図ります。

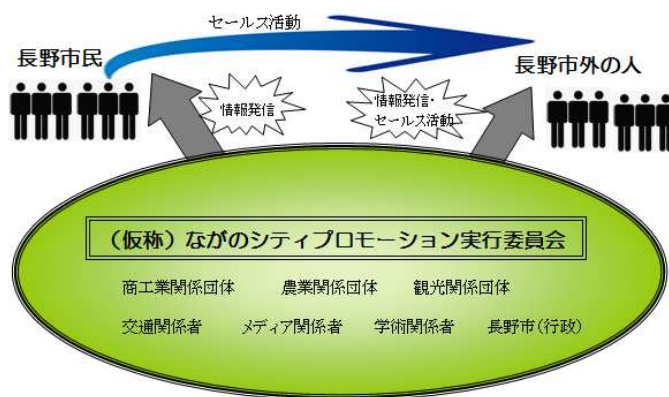


オール長野での取組み

長野に関わるあらゆる人が、長野の良さを認識して愛着や誇りを持っていただくために市と市民や団体、企業などが官民一体となって「実行委員会」を組織し、事業を進める「オール長野」体制を構築して取り組むこととします。

「(仮称)ながのシティプロモーション実行委員会」の役割

- 「シティプロモーション推進プラン」に基づく個別事業(案)等を協議・決定。
- 決定した個別事業等の実施主体。専用ホームページの管理・運営。
 - 協賛企業活動における活用、従業員へ本市の魅力を再発見する機会・情報の提供



4 個別事業

重点事業を定め、個別に事業展開を行います。

重点期間

新幹線が延伸され、善光寺御開帳が開催される平成27年度まで

※本市の「顔」となる、長野駅前広場整備事業、中央通り歩行者優先道路化事業等が竣工すること等により平成27年に長野市が大きく変わることをアピールする。

個別事業(現段階で想定しているもの)

①専用ホームページの開設・運用



本市の魅力を再認識していただくと同時に、本市の認知度を高め、市外の人々の来訪意欲を高めるため、効果的な情報発信を行う。

→ 本市の魅力は、市内外の方が参加する形で、見つけたり創っていくこととする。市内外の皆さんから情報をいただき、集めたものをお知らせしていく手段として、シティプロモーション専用のホームページを開設し、情報発信を行う。

※専用ホームページには、市民、関係団体等との連携を図るため、協力団体とのリンク先を多くし、Blog、Facebook、Twitter、You Tube等の活用を図ることも検討。

②キャッチフレーズ及びロゴマークの制作

→ 名刺、イベントポスター、クラブチームのユニフォームへ印刷するなどして宣伝。ピンバッジの作成。一体感の醸成、長野市のアピールを期待することができる。

【長野県の活用例:企業のイベントポスター・パンフレットへの印刷、ホームページへの掲載】

キャッチフレーズ選定方法: 公募等により検討した候補から、「実行委員会」が選定。

【他都市の例】



③イメージキャラクター(大使)の任命

→ 親しみやすく、長野の魅力を広くアピールできる方をシティプロモーションイメージキャラクター(大使)に任命し、事業に参画いただく。

④プロモーション小冊子の制作 《本市の魅力を外に伝える》



主に自然、歴史、文化、スポーツ、観光及び市勢の観点から、本市の魅力を紹介する冊子を作成し、市民をはじめ本市に関心のある方々に、本市のことをより深く知っていただく。

※ 専用ホームページ及びプロモーションビデオのコンテンツと関連して制作。

※観光ボランティアの標準テキストとして活用したり、いわゆる「ご当地検定」のテキストとして活用することも想定できる。

⑤プロモーションビデオの制作 《本市の魅力を外に伝える》



①総合的な案内、②自然、歴史、③産業、④教育、⑤医療福祉、⑥食文化、⑦スポーツ、⑧暮らし(生活)、⑨芸術・文化、イベント

※ 上記のコンテンツごとに30秒程度の短編映像を作成。これらを再編集して3~5分程度の映像を作成。イメージキャラクター(大使)に出演いただく予定。

→ 専用ホームページでの公開、公共分野・民間分野で活用(視聴)することとする。

※ 市内ではイベント、公民館、住民自治協議会等で放映し、市民に本市の魅力をもっと再認識していただき、地域への誇り・愛着の醸成を図り、長野市のセールスマンとなるきっかけづくりをする。

市外の者(来訪者等)に対しては、観光バス、観光情報センター等で放映し、本市の魅力をもっと再認識していただき、来訪意欲を高める。

⑥本市の近未来(平成27年度等)を紹介するコンピューター・グラフィクス(CG)制作

→ 平成27年に大きく変わる長野駅前・善光寺表参道・新市民会館の他、景観計画推進地区である松代町景観計画推進地区の整備イメージのCGを制作。専用ホームページ等での公開。(※公共施設(南長野運動公園総合球技場)、産業拠点(農産物直売所)等を追加紹介する。)



⑦「^{めいすい}長野の命水」(ナチュラルミネラルウォーター)の製造



→ 本市をPRする手段として、各種イベント等において、長野市の水を使ったナチュラルミネラルウォーターを販売。

5 事業スケジュール

事項	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
				駅前・中央通り竣工 庁舎・市民会館竣工 新幹線金沢延伸
実行委員会	<p>総会における事業承認、事業実施</p>			
個別事業				
専用ホームページ	<p>制作</p>	<p>公開・運用</p>		
主なプロモーションツール	<p>CG制作</p>	<p>キャッチフレーズ・ロゴ作成</p>		<p>CG、キャッチフレーズ・ロゴ活用</p>
		<p>キャラクター選定</p>	<p>ビデオ作成</p>	<p>ビデオ活用</p>
		<p>小冊子作成</p>	<p>小冊子活用</p>	
市役所庁内体制	<p>推進本部・幹事会における事業等検討、事業推進</p>			