

## 平成 28 年度事業報告

### 1 会議の開催経過

#### (1) 実行委員会の開催状況

開催日等	内 容
<p>平成 28 年 5 月 24 日 (火) 【平成 28 年度第 1 回】</p>	<p>○ 加藤会長から、人口減少に歯止めをかける取組において、長野市の魅力を市内外に発信する「ながのシティプロモーション」が重要なツールであり、官民一体となって息の長い取組をしていくため、協力をお願いしたいとの挨拶。</p> <p>○ 平成 27 年度事業報告・収支決算を承認。</p> <p>○ 案のとおり平成 28 年度事業計画・収支予算を承認。</p> <p>○ 今後の方向性について、事務局から、「これまでの事業の成果（共通のツール管理等）をベースにして、市民・民間事業者による自発的な活動を促す仕組を構築し推進」していく案を説明。各委員から、各団体における取組や見直しに向けての意見等が出された後、承認された。</p> <p><b>【主な意見】</b></p> <p>&lt;組織について&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ワーキングチームと実行委員会との関係について検討してほしい。</li> <li>・観光や定住に関する組織と立ち位置や役割が重ならないようにしてほしい。</li> <li>・所属する団体の取組を、シティプロモーションや行政との関わりの中で展開していきたい。</li> <li>・実行委員がもう少し議論しやすい場づくりが必要。</li> </ul> <p>&lt;事業について&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業を一点に集中して行った方が分かりやすい。</li> <li>・来年度のディスティネーションキャンペーンに関して事業を行うのであれば、集客されたお客様を長野市でどうおもてなしするか、重点的に考えた方が効果が上がるのではないか。</li> <li>・目の前にある地域資源を掘り起こす必要がある。</li> <li>・インバウンドも考えて、英語だけでなく少なくとも数ヶ国語でグローバルに発信していくべきである。</li> <li>・シティプロモーションは、シティセールスではなく、市民の協力により魅力を磨き上げて発信し、ブランド化することにより、長野市を理解していただき、</li> </ul>

	<p>ファンを作っていくことである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ロゴマークを広げていくには、それを使うメリットが必要である。</li> <li>・中学生ぐらいの世代に、長野の良さについて情報を発信する必要がある。</li> </ul>
--	--

(2) ワーキングチームについて

① ワーキングチームの開催状況（平成 28 年度 2 回開催）

開催日等	主 な 内 容
平成 28 年 11 月 29 日（火） 【第 16 回】（通算）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 28 年度事業について検討</li> <li>・プロモーションの今後の方向性について検討</li> </ul>
平成 29 年 3 月 23 日（木） 【第 17 回】（通算）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成 28 年度事業の報告</li> <li>・平成 29 年度の事業（イメージ）について検討</li> <li>・プロモーションの今後の方向性について検討</li> </ul>
<p>【今後の方向性に関する主な意見】</p> <p>&lt;シティプロモーションの必要性&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域定着の促進のため、市民意識の醸成に息長く取り組むことが重要。</li> <li>・若者に対するプロモーションが必要。</li> <li>・シティプロモーション＝イベントではない。</li> </ul> <p>&lt;行政と民間との役割&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政としてきちんとしたビジョンを持つべき。</li> <li>・民間企業は、利潤を追求し、税金を納めることが社会貢献。行政に対して提案をしたり、メリットがあれば協賛等は可能。</li> <li>・民間企業に対し、一律に費用負担を求めることは難しい。</li> <li>・シティプロモーション推進のための共通ツールや相談のチャンネルは必要。</li> </ul> <p>&lt;事業内容&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・絵葉書の作成等、個々の事業はやめ、ロゴ管理等、行政・民間の発信のトーンの統一を図ることが必要。</li> </ul> <p>&lt;実行委員会組織&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政の都合での組織ととられないような、議論しやすい組織とするべき。</li> <li>・行政と民間との橋渡しの役割を担う組織が望ましい。</li> <li>・各団体のシティプロモーションにつながる取組のとりまとめ役となるのが良いのではないか。</li> <li>・各団体の代表が集まる実行委員会での意思決定は、お墨付きにはなる。</li> <li>・行政では難しい個人や事業者などの紹介が、実行委員会では可能。</li> </ul>	

※ 会議開催のほか、ワーキングチーム各メンバー個別ヒアリング、メール等での情報共有や意見交換を行い、検討に反映。

②メンバー

所 属 機 関	氏名・役職
長野商工会議所	山谷 由美子 (商工観光課係長)
(公社) 長野青年会議所	安田 英俊 (副理事長)
(公社) 南長野青年会議所	久保 廣範 (専務理事)
NPO法人 長野都市経営研究所	竜野 泰一 (理事(株)エーシーエ設計代表取締役)
(一社) 長野市農業公社	戸谷 忠仁 (農業支援部課長)
善光寺事務局	若麻績 秋嘉 (庶務部長)
(公財) ながの観光コンベンションビューロー	中澤 拓也 (観光部係長)
清泉女学院大学	山貝 征典 (人間学部専任講師)
事務局	

【実行委員会名簿区分順、敬称略】

2 プロモーション事業実施内容

**【魅力の掘り起こし・発信（市内を中心に展開）】**

(1) 長野市の魅力を紹介する絵葉書の製作・配布

長野市にある数多くの地域固有の景観（風景）を再発見し、愛着と誇りを持って守り育てていくため、長野市風景画展や写真コンテストの作品を素材に、絵葉書を製作し、本市の魅力を発信（市内宿泊施設、観光案内施設、公共施設等で配布）。

市民に対しては、地域の魅力の再認識と、地域に対する愛着と誇りを持つことを期待。併せて、市外の人への宣伝を期待。

市外の人には、長野市への来訪に対する歓迎の意を伝え、コミュニケーションツールとして活用いただくとともに、「訪れてみたい」「住みたい」と思っていたくきっかけとなることを期待。

○絵葉書4種類 各10,000枚印刷

- ・事業者：(株)イシワタグラフィックス
- ・作成費用：324,000円

【絵葉書内容】

No.	内 容	備 考
1	芦ノ尻の道祖神 (大岡地区)	絵画 (長野市風景画展 木村健様)
2	祝いの参道 (善光寺界限)	絵画 (長野市風景画展 杉原豊孝様)
3	侘びの世界 (松代地区・山寺常山邸)	写真 (ナガノおさんぽカメラ 中川満様)
4	平和 (善光寺表参道)	写真 (ナガノおさんぽカメラ 高野周輝様)



芦ノ尻の道祖神(大岡地区) 木村 健 平成28年度長野市風景画展作品



祝いの参道(善光寺界限) 杉原豊孝 平成28年度長野市風景画展作品



侘びの世界(松代地区・山寺常山邸) 中川 満 平成28年度ナガノおさんぽカメラ賞作品



平和(善光寺表参道) 高野周輝 平成28年度ナガノおさんぽカメラ賞作品

(2) 小学生向け地域の魅力リーフレットの製作・配布

子どもの時期から本市の魅力を認識してもらうため、『NAGANO 検定公式テキストブック』のコンテンツ等を基に、観光面に限定せず歴史、生活文化や産業、自然等の魅力に関する情報を掲載したリーフレット(『なるほど!ワクワクながの』)を信州社会科教育研究会長野・上水内支部及び信州理科教育研究会長野上水内支部の協力を得ながら作成し、市内の小学4年生に配布。

教育等の場での活用により、本市の魅力の再発見、都市イメージの向上を期待。

- ・事業者：西沢印刷㈱
- ・印刷費用：440,640円

【リーフレット内容】



No. 1 (平成 28 年 10 月発行) (4, 500 部)

- ◇まずは、自分で調べてみよう！（長野市の大きさ・シンボルについて）  
（Q どうして「長野」という地名がついたのか。）
- ◇グラフを見てみよう。どのようなことに気づくかな？（善光寺を訪れた人の数）  
（Q 昨年の御開帳期間中にどのくらいの人が善光寺を訪れたか。）
- ◇信州みそって、全国でも、とても有名なんだね！  
（Q 「信州みそ」はどれか。）
- ◇長野市に生息する「シナイモツゴ」って知ってる？  
（Q 魚の写真と名前を線でつなげてみよう。）



No. 2 (平成 28 年 11 月発行) (4, 500 部)

- ◇長野にゆかりのある歴史上の人物が注目されているね！知っているかな？  
（Q 江戸時代のはじめに松代藩の大名となったのは「何氏」か。）
- ◇ご当地キャラって何だ？  
（Q 篠ノ井のキャラクターの「しの丸」は何の動物をもとにデザインされているか。）
- ◇長野県と言えば「りんご」！長野市と言えば「りんご」「そば」「もも」が有名！
- ◇「りんご」と「そば」、「もも」の花はどれかな？  
（Q 長野県で作られた、りんごの品種は。）
- ◇長野市の「鳥」を決めるとしたら、どの鳥がいいかな！



No. 3 (平成 28 年 12 月発行) (4, 500 部)

- ◇「NAGANO検定」「NAGANO検定ジュニア」を知っていますか。  
（Q NAGANO検定のキャラクターの名前は。）
- ◇今年の「NAGANO検定ジュニア」の問題にチャレンジしてみましよう！  
（Q 「NAGANO検定ジュニア」からの問題4問）



No. 4 (平成 29 年 2 月発行) (4,500 部)

◇長野市の木「シナノキ」は、どのようなものに使われているのかな？

(Q 「シナノキ」の漢字表記は。)

◇長野市は他の都市より寒い？

◇長野市の夜空を見上げて、星空観察を楽しんでみよう！

(Q オリオン座は夕方どの方向に見えるか。)

(Q 長野市で実際に見ることができる動物の名前がついた星座は。)



No. 5 (平成 29 年 2 月発行) (4,500 部)

◇長野市で、冬のスポーツの大会がたくさん開かれているのはなぜ？

(Q 長野オリンピックにはどのくらいの国と地域が参加したか。)

(Q 長野オリンピックのフィギュアスケート会場として利用された施設は。)

◇みなさんの学校は、どの国と交流をしたのかな？「一校一国運動」

(Q ボスニア・ヘルツェゴビナ、ルーマニア、フランスは世界のどの地域にあるか。)

◇ここにもあった全国 1 位 ～水力発電所～

(Q 長野市には水力発電所はいくつあるか。)



No. 6 (平成 29 年 3 月発行) (4,500 部)

◇どれだけ覚えているかな？これであなたも「ながの」博士だ！

(20 問のクイズ “ワクワクながの検定”)

(3) 「長野の命水」(ナチュラルミネラルウォーター)の製造

長野市の豊かな自然と生活環境(水のおいしさ)をPRする手段として、本市の地下水をペットボトル詰め飲料(ナチュラルミネラルウォーター)として製造。イベント等での提供や観光客への販売を行っていく。

製造・販売は、(一社)長野市開発公社に依頼(実行委員会からの補助・負担はなし)。

○平成29年3月末時点：64,739本出荷  
(平成25年6月製造時からの累計)



【ブランド力を高めるための情報発信】

(4) ながのシティプロモーションホームページの管理運営

長野市の魅力及び情報の総合窓口となるために開設したホームページを運用し、市民の皆さんが本市の魅力を自慢に思うと同時に、訪れる方々の訪問意欲がわくような情報の収集・発信を実施。

Facebook、twitterによる情報発信も併せて実施。

○平成25年6月開設

○ホームページへのアクセス件数：408,963件(平成28年4月～平成29年3月末)  
793,679件(平成27年4月～平成28年3月末)  
529,337件(平成26年4月～平成27年3月末)  
35,045件(平成25年6月～平成26年3月末)

- ・委託事業者：(株)ながのアド・ビューロ
- ・運営管理費用：3,240,000円

URL：<http://www.nagano-citypromotion.com/>

【ホームページトップ画面】



【長野市在住の外国人によるブログ「長野の魅力発見隊。」トップ画面】



【地域おこし協力隊員によるブログ トップ画面】



(5) 広報宣伝の実施

平成 28 年度に実施した、長野県外の 20 歳代前後をターゲットの中心に据え、ソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) を用いた本市の認知度向上を図るためのキャンペーンに係る、プレゼントの調達・提供及び効果検証を実施。



【28 年度キャンペーンの内容】  
首都圏の 20 歳代を中心とする方々が、長野市及びシティプロモーションの取組を知ることにつながるキャンペーンを実施。

Facebook、Instagram、Twitter 及び google 広告を活用。

【プレゼントの調達・提供】

- ・プレゼント当選者 (5 人) の決定
- ・プレゼント品とする、りんごの木オーナーに係る調達、提供

【効果検証】

- ・年代別、各ソーシャルメディア別、利用端末別等の検証

- ・事業者：㈱ながのアド・ビューロ
- ・事業費：324,000 円 (プレゼントの調達・提供)  
324,000 円 (効果検証)



## (6) 若者との協働によるブランド力向上に向けた取組

長野市の認知度を高めるとともに、若者のUIJターンを増やすことにつながるため、大都市圏在住の若者（大学生を中心）等と一緒に、若者の視点からの本市の魅力や課題等を整理し、様々な事業展開のきっかけづくり等、今後のシティプロモーションの方向性を導き出すことにつながる。

併せて、調査分析の過程で、大都市圏等に通う大学生等とコミュニケーションの場を持つことにより、本市の魅力の認識を図り、本市もしくは周辺地域への就職促進につながる。

### ■実施内容

対象：大都市圏等在住で長野地域出身の学生、長野地域在住で長野地域外出身の学生

内容：Web アンケート調査（属性情報を含め 30 項目程度）

グループインタビュー（東京都内、長野市内で各 2 回。ワーキングチームメンバーもオブザーバーとして参加）

上記の分析及び報告書作成

- ・事業者：(株)共立プランニング
- ・事業費：1,868,400 円

## (7) キャッチフレーズ・ロゴマークの活用・管理

長野市のイメージを具体化し、市民の皆さんや市内の各種団体、企業などが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キャッチフレーズ・ロゴマークの積極的な活用促進を図る。

併せて、キャッチフレーズ・ロゴマークの、使用内容の確認・承諾を実施。



【商標登録済（平成 26 年 5 月出願・10 月登録）】

商 標 **ながのご縁を** **縁** 信都・長野市  
区 分 第 16 類、第 41 類  
登録番号 第 5709705 号

### ○キャッチフレーズ・ロゴマーク使用実績

- ・使用承諾：140 件（うち実行委員会以外の団体 29 件）（平成 28 年度）  
164 件（うち実行委員会以外の団体 54 件）（平成 27 年度）  
125 件（うち実行委員会以外の団体 41 件）（平成 26 年度）

- ・活用例：チラシ等印刷物に表示、商品パッケージ・ラベルにデザイン、商品にシール貼付、商品ポスターに表示、名刺に表示

## (8) プロモーションビデオの活用・管理

市民の皆さんにとっては、長野市の魅力の再認識に、市外の方々向けには本市への来訪意欲向上につながることを目的に制作し公開（平成 26 年 10 月 Web で公開開始）している、長野市に暮らす人々の営みを通じて本市の魅力を伝えるプロモーションビデオの積極的な活用促進を図る。

併せて、プロモーションビデオの楽曲「あなたに」（モンゴル 800）の使用料を支払い、継続的な活用を図る。

- ・楽曲使用料：933,120 円

※制作事業者の㈱ながのアド・ビューロを通じて支払

### 【プロモーションビデオ】

- 唄うメッセージ「あなたに」篇、語るメッセージ「私の好きな長野市」篇（日本人版、外国人版）の3編で構成
- 私たちが暮らし、学び、働き、夢を育むこの長野で、あなたと逢いたいーそんな想いを込めて、長野市に暮らす、長野市が大好きな人たち 300 名以上の方々が、『あなたに』（作詞：上江洌清作 作曲：MONGOL800）を歌いつなぐ内容。



### ○活用等実績

- ・YouTube・Facebook 再生回数：21,429 回（平成 26 年 10 月公開以降の通算）
- ・成人式、南長野運動公園総合球技場、長野駅観光情報センター・マルチビジョン等で放映。
- 2015 ショートショートフィルムフェスティバル&アジア 観光映像大賞に応募。

## (9) その他事業

### ①「信州松代真田大博覧会 2016 実行委員会」実施事業への協力

「信州松代真田大博覧会 2016 実行委員会」が、NHK大河ドラマ「真田丸」放映にあわせて平成 28 年 1 月 17 日（日）から 12 月 12 日（月）にかけて開催した、「信州松代真田大博覧会 2016」の情報発信への協力を実施。



### ②移住・定住に関する事業への協力

長野市が移住・定住促進を図るために行っている情報発信への協力を実施。

