

# プロジェクト進捗管理シート

発信 「信州」の価値向上と発信

## 9 信州ブランド確立プロジェクト

～県民総参加による「信州」の誇りある発信と新たな「価値」の創造～

総括マネージャー

観光部長

### 目 標

都道府県レベルでは日本初の県民の総力を結集した総合的ブランド戦略に基づき、「信州」の価値に磨きをかけるとともに統一感のある発信を行い、信州ブランドが幅広く認知されることをめざします。

### 総 合 分 析

「県民総参加による『信州』の誇りある発信と新たな『価値』の創造」をめざし、2つのアクションによりプロジェクトを推進しました。

達成目標2項目のうち、「信州ブランドの県民認知度」は順調に推移しています。

これは、銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～の整備を始めとする信州ブランド戦略の推進、「おいしい信州ふード(風土)」プロジェクトや信州ワインバレー構想、県民総参加のおもてなしプロジェクトの実施のほか、メディアを活用したプロモーション等により県民に対する信州ブランドの認知が進んだ結果と考えられます。

なお、「都道府県別地域ブランドランキング」は隔年調査のため「実績値なし」ですが、24年度の調査結果(H22:17位→H24:13位)において順位が上昇していることから、順調に推移しているものと考えられます。

### ～プロジェクト推進に向けての課題と今後の方向性～

信州ブランドの魅力や信頼性が広く認知され、国内外で「信州」が選ばれるようにするため、信州の魅力をまるごと共有(シェア)する銀座NAGANOでは、拠点での評価をフィードバックするなど信州のブランド力向上に取り組みます。

また、県民が誇りを持って信州の魅力を発信するため、キャッチフレーズ「しあわせ信州」に込めた想いを、マスメディアによる普及から、個人個人に拡散が可能なSNSを中心とした発信に移行し、一層の普及・浸透を推進します。

信州ブランドを磨き上げるため、地域資源のブランド化を支援する県内の様々な機関(地域資源製品開発支援センター等の県支援機関、経済団体、JA、長野県デザイン振興協会等)の連携を深めます。

### 達成目標の進捗状況

※進捗区分 ○順調:目安値以上 ○概ね順調:80%以上100%未満の進捗  
○努力を要する:80%未満の進捗 ○実績値なし:今年度実績値が把握できない  
・進捗割合=(実績値-基準値)/(目安値-基準値)

指標名	年度	単位	基準値	H25	H26	H27	H28	目標(H29)
信州ブランドの県民認知度	目安値	%		50	60	70	75	80
	実績値		—	71.4				
	進捗区分			順調				
	進捗状況の分析	25年度は信州ブランド戦略の初年度だったことから、メディアを活用したプロモーションや県民参加型の企画により県民の認知度向上を図りました。この結果、事業者の方が信州ブランド戦略のロゴマーク(信州ハート)を商品パッケージやポスターなどに105件使用するなど、認知度向上に加え、企業PRの上でも有効な手段となっています。						
【目標設定理由】 大多数の県民に認知されていることを目標として設定	今後の取組	ロゴマーク「信州ハート」に込められた想いを多くの方に共感していただくため、引き続き信州の「価値」を発信するとともに、「おいしい信州ふード(風土)」の物語づくりを通じて、信州農畜産物の魅力を県民の皆さんと共有し、県内外に発信していきます。						
【関連アクション】 アクション1, 2		また、県内企業の皆さんと協力して信州のイメージ向上に取り組みます。						

指標名	年度	単位	基準値 (H22)	H25	H26	H27	H28	目標 (H29)
都道府県別地域ブランドランキング	目安値	位		—	13	—	10	10
	実績値		17	—				
	進捗区分			実績値なし				
	進捗状況の分析	調査が隔年であるため「実績値なし」ですが、24年度が13位と基準年の17位から順位が上昇していることから、信州のブランド力は県内外で評価が高まっていると考えられます。						
【目標設定理由】 過去最高位(10位)を目標として設定 【関連アクション】 アクション1, 2	今後の取組	東京・銀座に「銀座NAGANO」をオープンさせ、信州のヒト、コト、モノをトータルに発信し、長野県との強固なつながりを構築していきます。						

### アクション 1

#### (信州ブランドの普及・拡大)

信州ブランドコンセプトやキャッチフレーズの県内外への統一感のある発信を行い、信州ブランドを普及・拡大します。

#### 【アクションの進捗状況】

信州ブランド戦略～コンセプト編～に沿って、各事業主体が連携して信州ブランドの向上に取り組むことを目的に、県、関係団体、市町村、企業の取組を総合的にまとめた行動計画編を策定し、信州ブランドを磨き上げる具体的な取組の方向性を示しました。

また、銀座NAGANOの実施計画を決定し、26年度の開設に向けて本格的な準備を始めるとともに、信州ブランド戦略ロゴマークに込められた意味の浸透を図るため、県民参加型のプロモーションやプロモーションビデオの作成などを行いました。

さらに、「おいしい信州ふード(風土)」を普及するため、メディアやキャラバン隊を活用した情報発信や取扱店舗の登録などに努めました。

#### 主な成果

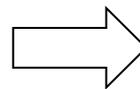
##### ●「信州ブランド戦略」の策定・普及

国内外で選ばれる「信州」を目指し、オール信州で「信州」を磨いて発信

信州が生み出してきた貴重な価値

健康長寿
勤勉で教育熱心な県民性
自然の美しさ 環境との共生

ロゴマークの愛称: 信州ハート



県民参加型プロモーション「しあわせ信州を見つけようプロジェクト」の実施

投稿件数(動画・写真・絵手紙・4コマ漫画・俳句) 1117件(H26.3.31現在)

##### ●銀座NAGANOの整備

コアな信州ファンを増やすためのオール信州活動拠点

「銀座 NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」が  
東京銀座に平成26年10月オープン



**アクション  
2**

**(商品や物産、サービスの新たな価値の創造・発信)**

信州ブランドに相応しい商品や物産、サービスを提供する仕組みを構築するとともに、継続的に信州のブランド力を高め、人々の期待を上回る新たな価値を創造・発信します。

**【アクションの進捗状況】**

地域資源製品開発支援センターにおいて、地域資源を活用した商品化を構想・企画からデザイン、販売促進、情報発信に至るまで、企業等のニーズに基づき、きめ細かく支援しました。

また、信州ワインバレー構想推進協議会を設立し、「ワイン産地の形成」「プロモーション」「価値の向上」に向け、関係部局が連携して取り組みました。

さらには、「観光おもてなし宣言」の登録や研修会の実施、県民を対象とした「おもてなしキャンペーン」を展開し、県民総参加によるおもてなし向上に取り組みました。

**主な成果**

●「信州ワインバレー構想」の推進

NAGANO WINEのブランド化に向けた栽培、醸造、販売、消費にわたる振興

- ・信州ワインバレー構想推進協議会の設立 (25年6月)
- ・NAGANO WINEホームページの開設 (25年4月)  
訪問数：約 500件/日
- ・ワイン生産アカデミーの開講 (25年6月～)  
2コース各5日間 受講者数 43名
- ・NAGANO WINE FES in 東京の開催 (25年11月)  
場所 東京都渋谷区表参道 BATSU ART GALLERY  
参加者数：一般673名、メディア 100名、商談会 75名



【NAGANO WINE FES in 東京】  
(オープニングセレモニー)



●「ずく出し！知恵出し！おもてなしプロジェクト」(25年11月～)

相手の気持ちになって行う「おもてなし」を、観光関係者だけではなく、地域や職場、家庭など県民総参加で行い、観光旅行者の満足度向上と地域の活性化を図るプロジェクト！

ずく出し！知恵出し！おもてなし宣言の募集

登録件数：1,292件 (36,531人) (H26.3.31現在)



©長野県アルクマ