



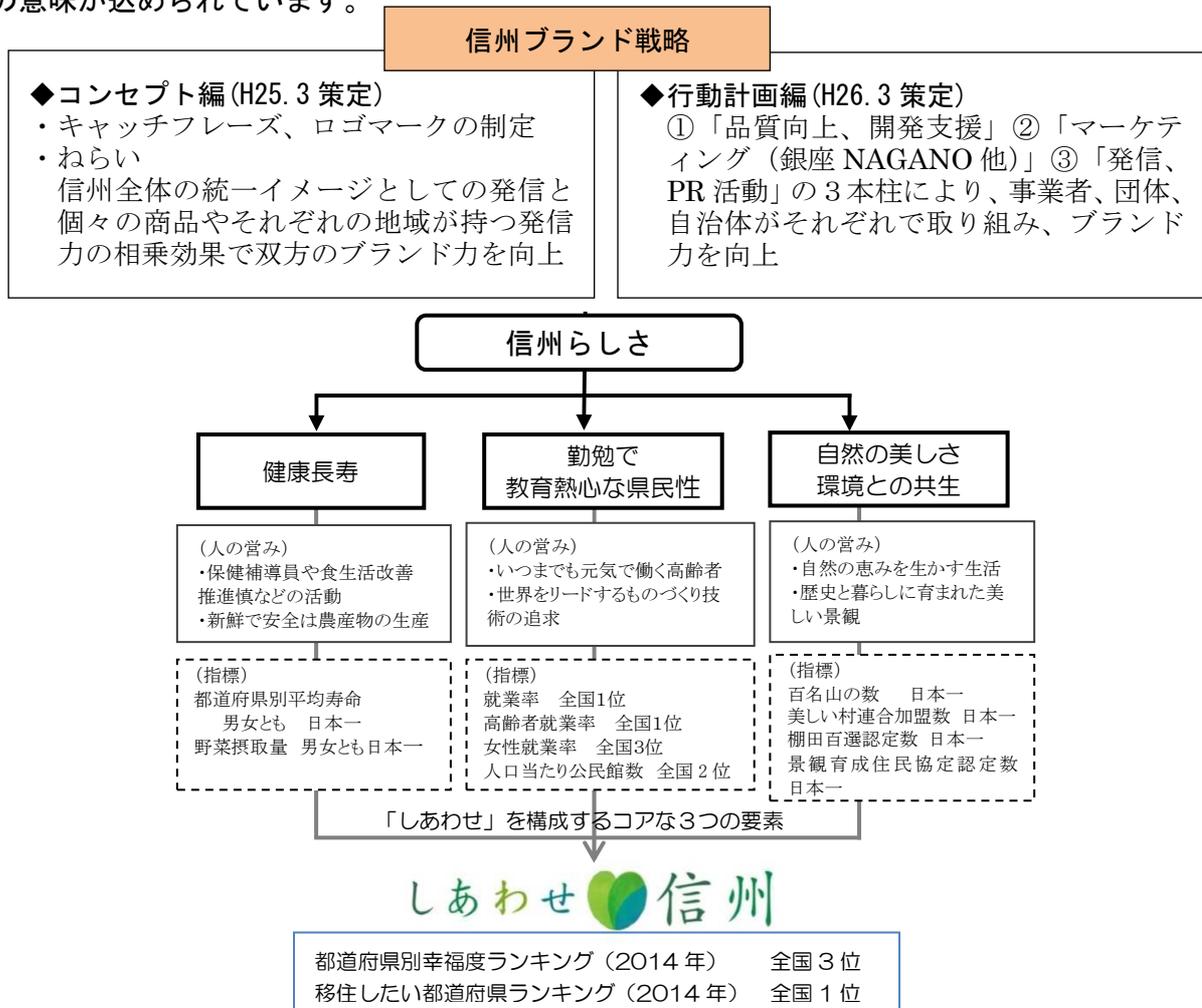
しあわせ信州

信州・長野県ブランド構築について

長野県観光部信州ブランド推進室

1 「しあわせ信州」をコンセプトにした信州ブランド戦略を進めています

信州ブランド戦略キャッチフレーズ「しあわせ信州」、ロゴマーク「信州ハート」は、信州らしさを代表する「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」の意味が込められています。



2 今後「しあわせ信州」を具体化したキーコンセプトで展開

長野県は人生を楽しみ豊かにしていくことができる県。信州に住みたい、又は訪れたいと思われる「しあわせ」とは何かを、伝わりやすい具体的素材を用いた発信によって、信州に対するイメージを強く印象づけることが必要。

信州にしかない、信州ならではの、信州といえば、など「しあわせ信州」を育んできた要素をキーコンセプトにして発信することで訴求力を高めていきます。

- キーコンセプト案**
- 「健康長寿日本一を育む食文化」
 - 「世界に肩を並べる山岳高原」
 - 「豊かな自然を背景にするアウトドアライフ」

【参考】

1 信州ブランド戦略策定経過

(1) 目的

地域の価値を捉え直す動きや地域間の発信競争が加速している中、長野県の対外的訴求力を高め、経済活動の活性化を図る。

(2) 検討組織

信州ブランド研究会（産学官メディア 28 団体により構成）
（H24.7～H26.3 9 回開催）

2 これまでの取組内容

(1) 平成 24 年度～25 年度

○「しあわせ信州」「信州ハート」を広める

- ・ポスター、チラシの作成
- ・県組織全体の統一広報テーマとして推進（職員名刺、県政広報物への使用等）
- ・県庁広告塔、県庁ロビーでのバナー掲示

○「しあわせ信州に込めた意味の普及

- ・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
写真、動画、俳句、絵手紙、4コマ漫画の作品投稿
投稿作品を使ったポスター、プロモーションビデオの作成
告知用テレビ CM、ラジオ CM、新聞広告の実施
- ・プロモーションビデオ、ホームページの制作

○市町村、民間企業等との理念共有

- ・パンフレットや商品パッケージ等へのロゴマーク活用 238 件 (H27.9.10 現在)

(2) 平成 26 年度～

○若者をターゲットにした新しい取組

- ・Facebook の活用
信州のしあわせをイメージさせる写真を掲載し拡散 ファン数約 52,000
- ・若者の感性によるプロモーションビデオの制作 13 本
- ・若者に人気の旅行サービス trippiece を使った PR 12 回
- ・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」
「山」をテーマにしたキャンペーンの実施 写真投稿数 438 件