

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」、「都道府県別地域ブランドランキング」は「実績値なし」となっています。

銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～におけるイベント展開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。

～プロジェクト推進に向けての課題と今後の方向性～

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」に込めた想いを再発見していただくため、県内外におけるワークショップ等を実施し、一層の普及・浸透を推進します。

また、信州ブランドの魅力や信頼性が広く認知され、多くの人々から「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)する信州首都圏総合活動拠点「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」では、県内の地域課題を首都圏在住者とともに解決していく「課題解決型イベント」の展開やマルシェ等を展開し、信州のブランド力向上に取り組みます。

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(しあわせ信州食品開発センター、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	65.3	72.7		
	進捗区分			順調	順調	順調		
進捗状況の分析	SNS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 ・「信州の山」「健康」「美しさ」に着目した信州の魅力を発信します ・「おいしい信州ふード(風土)」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 ・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						
【関連アクション】 アクション1, 2								

(様式第1号)

指 標 名	年度	単位	基準値 (H22年)	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	実績値なし	実績値なし		
	進捗状況の 分析	調査が実施されないため実績値はありませんが、H24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	今後の取組	首都圏総合発信基地である「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」を活用し、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引き続き構築していきます。						
【関連アクション】 アクション1, 2								

**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】

銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～の活動を通じ、信州の「美しさ」と「健康」をもたらす食文化やライフスタイルを多くの方々と共有（シェア）するため、信州自慢の商品を取り揃えるとともに、旬な農産物のマルシェや市町村、県内事業者主催のイベント等を通じて、信州ファンの獲得を図りました。

また、「おいしい信州ふード（風土）」を普及するため、新たに3名の方を「おいしい信州ふード（風土）」大使として委嘱し、発信力を強化するとともに、銀座NAGANO等において、昨年度各地域で作成した「おいしい信州ふード（風土）」物語を活用したPRを行いました。

主な成果

●信州首都圏総合活動拠点

「銀座NAGANO～しあわせ信州シェアスペース～」を活用した情報発信

【H28年3月31日現在】

- ・来場者数 740,101人 [参考：成果目標 (H28年度 年間35万人)]
- ・県産品販売と観光情報の提供(1・2F)

取扱商品 900種類

(原産地呼称ワイン・日本酒、七味唐辛子、銀座オリジナル銀缶、市田柿、おやき他)

- ・移住相談件数(4F) 2,468人 (前年度比 1.4倍)
- ・イベントの実施 463団体(2F)

しあわせ信州朝クラス、しあわせ信州マルシェ、県内事業者商品モニタリングイベント など

- ・サポーターズ倶楽部設立(会員 56人)

倶楽部ミーティング6回、商品モニタリング2回など



●「おいしい信州ふード(風土)」プロジェクトを展開

○地域ぐるみで「おいしい信州ふード(風土)」物語づくり

- ・地域の多様な人々と共においしい信州ふード（風土）」の取組を進める地域協議会を県内10地域に設置
- ・H26年度は、各地域協議会で「物語」づくりを行い、足元の価値を共有
- ・H27年度からは、作成した「物語」を使用して、銀座NAGANO等で発信活動を強化

○新たな「おいしい信州ふード(風土)」大使の委嘱

- ・食や農業の専門分野で強力な発信力を有する3名を新たに加え、6名の大使により「おいしい信州ふード(風土)」の情報発信を強化。



委嘱式

<新たな大使：鹿取みゆき氏(ワイン)、ジョン・ゴントナー氏(日本酒)、岸本直人氏(フレンチ)>

**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】

工業技術総合センター内の「しあわせ信州食品開発センター」を拠点として、長野県の強みを生かした高付加価値食品の開発支援を行い、新食品試食評価会を銀座NAGANOで開催しました。

また、信州ワインバレー構想に沿って、「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、「ずく出し！知恵出し！おもてなし」宣言の登録や地域のおもてなしをリードする人材を育成する「信州おもてなし未来塾」の実施、県内で取り組まれているおもてなしの活動を「信州おもてなし大賞」として表彰するなど、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

●しあわせ信州食品開発センターによる食品開発を実施

○しあわせ信州食品開発センターを拠点に長野県の強みを生かした高付加価値食品を創出（目標50件、実績54件）

○新食品試食評価会を銀座NAGANOで開催（H28年2月10日）



●信州ワインバレー構想を推進

○ワイン生産アカデミーの開講(H25年度から開催)

・H25修了者 43名

うちワイナリー設立3名、新規就農里親研修などの研修開始7名

・H26修了者 41名

うちワイナリー設立希望8名、ぶどう栽培希望14名、醸造等の研修希望8名

・H27修了者 40名

うちワイナリー設立希望2名、ぶどう栽培希望17名、醸造等の研修希望4名

○里親ワイナリーによる醸造技術修得研修の実施(受講者 4名)

○NAGANO WINE FES in TOKYOの開催(H27年1月)

・場所 東京都千代田区 帝国ホテル東京

・参加者数：一般 589名、参加ワイナリー 23社

○Wine garden in NAGANO 2014(H26年8月)

・参加ワイナリー 25社 来場者数 延べ3,000人



●ずく出し！知恵出し！おもてなしプロジェクトを推進

相手の気持ちになって行う「おもてなし」を、県民総参加で行い、観光旅行者の満足度向上と再来訪の促進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

・登録状況 H28年3月31日現在

・登録件数：3,123件（人数：56,363人）

