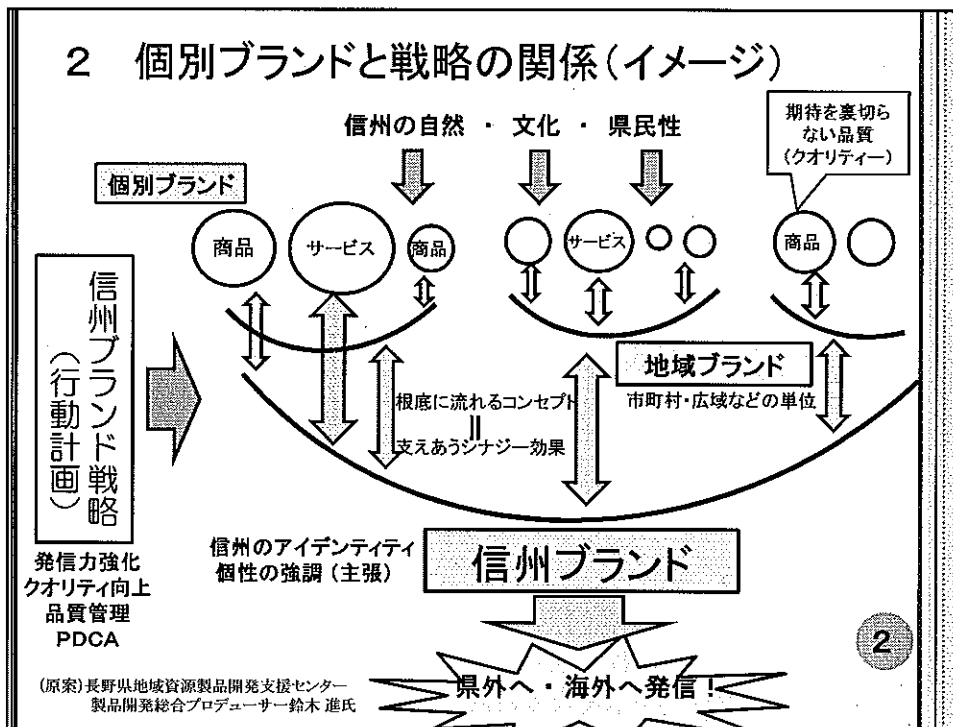
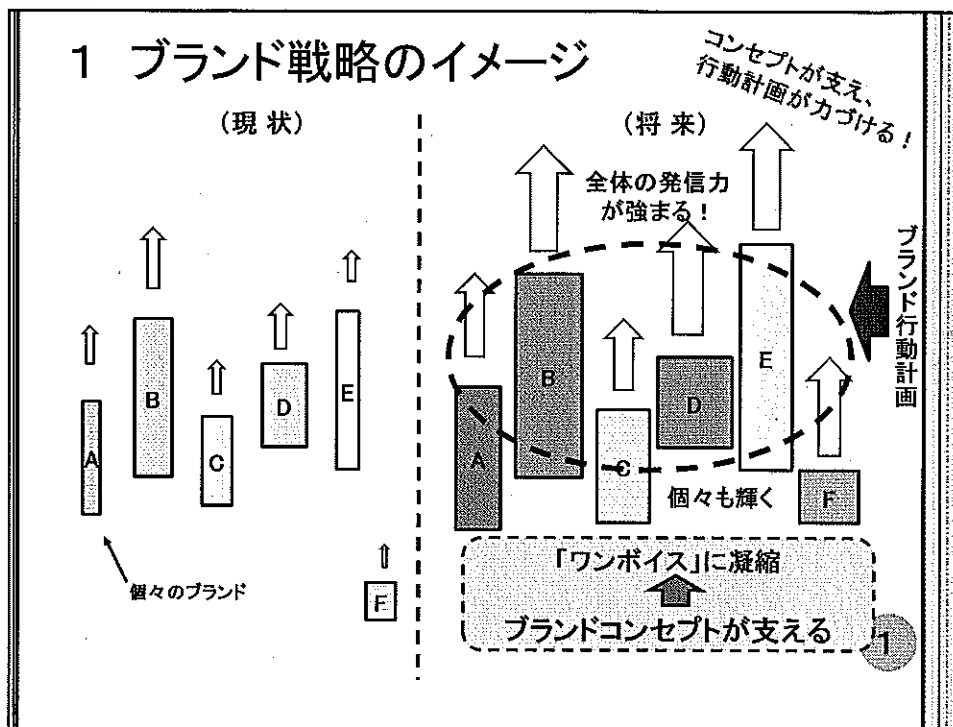


信州ブランド戦略の考え方について

観光部信州ブランド推進室



3 信州ブランド戦略の構造（例示）

（検討の入口と当面の着地点）

「ブランドコンセプト」

（注）現時点での例示です。

信州ブランドメッセージ

1. ふるさと長野に対する「愛着」と「誇り」
2. 未来に対する「意志」
（今日の困難を乗り越えながら、未来に向けて県民が共に歩むという意志）
3. 世界へ発信する県民の「願い」
（長野県の良さ「価値観」を県外・国外の人々と分かち合いたいという願い）

地域の活性化に寄与

最終形として

凝縮されたメッセージ
「ワンボイス」

双方に
フィードバック
しながら検討

【行動計画についての重要な視点】

- ・民間、行政の各団体の役割分担と連携のあり方
- ・それぞれの具体的な達成目標

「行動計画」（例示）

1. 信州ブランドを支える県内環境の整備

- ・信州ブランド戦略推進県民会議を中心としたムーブメントを展開

2. 信州ブランドの効果的な発信

- ・信州ブランドショップ（東京）の開設可能性の検討
- ・発信力の強い人材の活用
- ・ウェブの活用、デザイン・ロゴの統一など戦略的に展開

3. 個々の産品・サービスにおけるブランド価値の開発

- ・ブランドストーリーに沿った企画から販売までの一体的な展開
- ・ブランド力開発支援機構（仮称）の設立

4. リピートオーダーの仕組みづくり

- ・原産地呼称管理の拡大（民間団体版）
- ・品質管理、企業への信頼性、購買や来訪につながるストーリー性

5. 県民誰もが「おもてなしの心」を持った県づくり

6. 人材の養成・確保

- ・県内大学で信州ブランドを実践的に学べるコースの設置
- ・社会人に対するブランド力向上研修

7. 大都市圏における信州ブランドの総合的発信拠点

（物産・食・観光・移住・交流）の設置検討

【第1期行動計画の策定期間】

- ・平成25～29年度までの5年間（県の新たな総合5カ年と連動）
- ・毎年度末に成果を検証 → 3年経過時に計画見直しを実施。

4 行動計画より得られる成果(イメージ)

ステップ 2

ブランド力開発支援機構
原産地呼称管理の拡大
(民間団体版)
新郷土料理「長野懐石」

信州ブランドショップ
信州ブランド大使
ロゴ・デザイン戦略
ウェブ戦略

信州おもてなし運動
観光地クリーン作戦
楽園信州ファンクラブ
信州ブランドの日制定

県内大学にブランド学科
ブランド学習の時間(小中)
第6次産業体験(中高)
移住者アカデミー

開発

発信

行動

人材

ステップ 1

県民が
足もとの価値を見つめる
価値を知りあう
信州に暮らす幸せを分かち合う

信州ブランド宣言(H25)
ブランディングマニュアル
キャンペーン番組・CM
ブランド再発見イベント

4

5 推進体制

