## 目指す成果

- (1) 市外における盛岡の魅力度の向上
- (2) 盛岡というまちに愛着を持つ市民の増加
- (3) 来訪者 (観光客, 修学旅行生等) の増加

	成果指標	現状値
「地域ブラ	ンド調査」の「魅力度」における 盛岡市の順位	58位/1,000自治体 (26年度)
盛	岡を好きな市民の割合	78.0% (25年度)
	年間観光客入込数	4,717千人回 (25年度)

目標値 (31年度)
50位
80.0%
5,000千人回

盛岡の価値や魅力を 盛岡ブランドに位置づけ

推進戦略に基づく 市内外への積極的な発信 「 盛岡を愛する人」 を増やす



担当:盛岡市市長公室企画調整課 都市戦略室 〒020-8530 盛岡市内丸12番2号 盛岡市役所別館8階

電話: 019-613-8370 (直通) FAX: 019-622-6211 E-mail: kikaku@city. morioka. iwate. jp 第二次盛岡ブランド推進計画

# みんなで伝えよう 盛岡の魅力!



盛岡市は、平成18年に盛岡ブランド推進計画を策定し、暮らしの中から生まれた盛岡の価値や魅力を「盛岡ブランド」として市の内外へ発信してきました。平成27年3月には第二次盛岡ブランド推進計画(期間:平成27年度~31年度)を策定し、さらなる魅力の発信に努めています。

## 計画策定の目的

都市間競争が激化する中でまちの活力を維持していくためには,本市の魅力を磨き上げ,効果的 に市内外に発信することで、「選ばれるまち」となっていく必要があります。

そのために、本計画は盛岡の価値や魅力に共感する「盛岡を愛する人」を市内外に増やすことを目的としています。

## 盛岡の価値や魅力

暮

5

0

中

から生まれ

た盛

岡

0

価

値

や魅

力

0

物

語

盛岡には、脈々と続いている人々の暮らしといういわば「物語」の中から生まれた様々な価値や魅力があります。こうした価値や魅力と、そこから生まれる安心や信頼といったイメージを「盛岡ブランド」と位置付けています。

自然と 暮らしの 物語







豊かな自然に恵まれ、街なかに歴史的建造物が残る盛岡のまち並み。その景観は、都市と自然、利便と伝統など様々な要素の調和を象徴するものとなっています。

暮らしと 伝統の 物語







伝統と高い技術に裏付けられた工芸品、暮らしの中で親しまれている地酒や南部せんべいなどの食品、素材として優れた農産物など、数々の特産品があります。

先人と 文化の 物語







日本・世界の歴史に名を刻まれる先人達が暮らし、演劇、音楽、美術など文化活動 を人生の糧にする市民が多い文化の薫り高いまちです。

人と 人を紡ぐ 物語







開運橋の別名「二度泣き橋」のエピソードによく表されているように、分かち合い の気持ちや思いやり、もてなしの心が厚く、他者との絆を大切にするまちです。

#### **#** キャッチコピー

## もりおか暮らし物語

盛岡にある様々な価値や魅力が脈々と続く 暮らしの中から生み出されていることに着目 し,盛岡ブランドのイメージを「暮らし」と「物 語」という二つの言葉に込めて表現したもの です。

#### **■** ロゴマーク





盛岡の象徴, 岩手山, 盛岡城跡と, 市内を流れる多くの川を図案化したもので, 自然と文化に育まれた水と緑のまち, 文化都市として人と人の交流を表しています。同時に, 白抜きの表現は岩手山の雪の白さ, 清流の輝きにも見えます。

このロゴマークは、ともに盛岡市出身のグラフィックデザイナーである中村誠氏監修の下、杉本吉武氏によってデザインされたものです。

## ■ 盛岡ブランド宣言

盛岡に住む私たちが盛岡の価値や魅力を掘り起こし、育み、磨き上げる取組を市内外に広く示すことを目的に平成18年1月に策定されました。宣言文は、4つの物語と、それが暮らしの中から紡ぎだされているという盛岡ブランドのイメージを具体的に表現しています。

## 【宣言文】

望郷の岩手山 麗しの姫神山 鮭が遡る川 歩きたいまちなみ 鮮やかな四季が彩る城跡 盛岡には 自然と暮らしの物語があります

伝統が生きる技と工夫のものづくり 南部杜氏の地酒 南部鉄器は用の美 清らかな水と大地の恵み 盛岡には 暮らしと伝統が培った物語があります

時代を先駆けた原敬・新渡戸稲造 時空を超えた啄木と賢治 数多くの先人の夢 暮らしをあやなす芸術と文化 盛岡には 先人と文化の物語があります

やわらかな盛岡言葉と人のぬくもり 盛岡には 人と人を紡ぐ物語があります

いにしえから現代 未来へ 脈々と続く盛岡の暮らしの中から生まれる ひとつ ひとつの大切な物語

> ようこそ もりおか暮らし物語へ

## 推進戦略

#### 戦略1 市民・事業者の意識共有

- ◆ より多くの市民や事業者に盛岡ブランドをよく理解してもらうための取組を充実させます。
- ◆ その取組に市民や事業者が積極的に参画する ことを促し、意識共有を図ります。



#### どんなことをするの?

- 1 多くの市民が参加し盛岡ブランドへの理解 を深めることができるイベント等により、 市民への普及啓発を強化します。
- 2 小・中学校との連携により、児童・生徒へ の普及啓発を強化します。
- 3 盛岡ブランド特産品認証制度の充実に向けた見直し等により、事業者への普及啓発を強化します。

#### 戦略2 情報発信の強化

- ◆ シティプロモーションを見据え、県都として の役割を意識しながら、首都圏等に盛岡ブラ ンドを積極的に発信します。
- ◆ 盛岡市広報戦略指針に基づき、ソーシャルメ ディア等の新たな広報・情報媒体を積極的に 活用します。
- ◆ 盛岡に関わりがある人を通じた盛岡の魅力の 発信に取り組みます。



#### どんなことをするの?

- 市公式フェイスブックやツイッター等, ソーシャルメディアの活用による情報発信 を強化します。
- 2 転出者や首都圏在住の盛岡出身者とのつながりを深めることにより、盛岡に関わりがある人を通じた情報発信を強化します。
- 3 市事業へのロゴマーク等の掲出や全庁での 情報共有等により、庁内の意識啓発と連携 による情報発信を強化します。

講演などを通じて 盛岡の魅力を共有 する「盛岡ブラン ドフォーラム」を 開催しています。

> 盛岡の好きなところを PRする撮影会など、市 民の皆さんが楽しみなが ら参加できるイベントを 開催しています。

盛岡ブランド認証商品は、手づくり村やもりおか歴史文化館などで販売しています。



首都圏在住の盛岡出 身者の集まりである 「東京盛岡ふるさと 会」が、都内で年1 回総会・懇親会を開 催しています。

- 2 -