

第二次盛岡ブランド推進計画

～ ようこそ もりおか暮らし物語へ ～

盛岡市は、これまでの盛岡ブランドの推進における成果と課題を踏まえ、盛岡ブランドの市内外への一層の浸透を図るため、平成27年3月に第二次盛岡ブランド推進計画を策定しました。この計画に基づき、盛岡の価値や魅力を「盛岡ブランド」として磨き育むための取組を進めていきます。



盛岡ブランド推進の経緯

人口減少，少子高齢化の進行，地方分権の進展などにより地域間競争が激化する中，市が，訪れたい，暮らしてみたいなど市内外の人々から「選ばれるまち」になるため，平成18年1月に盛岡ブランド推進計画を策定し，盛岡の価値や魅力を「盛岡ブランド」として開発，展開してきました。

■ 取組内容

【4つの主要プロジェクト】

まちなみ保存活用

特産品認証

水の恵み活用

先人と文化振興

【2つの重点取組事項】

意識共有と
市民協働

広報宣伝

■ 成果

- 有形・無形の価値や魅力を「盛岡ブランド」として整理・体系化
- 盛岡ブランド宣言，キャッチコピー，ロゴマークの作成による統一感のあるPRを実施
- 三大麺や南部鉄器など個々のブランドの全国的な知名度が向上

■ 課題

- 市民への浸透が不十分
- ブランド推進のための仕組みの一部が形骸化
- シティプロモーションの視点に基づく市外への情報発信が不足

盛岡ブランド推進計画
(平成17年度～平成26年度)

第二次盛岡ブランド推進計画
(平成27年度～平成31年度)

盛岡ブランドとは？

盛岡には様々な価値や魅力があります。これらは脈々と続いている「暮らし」の中から生まれ、今を生きる私たちも誇りや愛着を感じるものです。また、これらは、都市と自然、利便と伝統、機能と情緒など、一見すると相反する要素のバランスのよい調和を生み

例えば…



中津川の景観



盛岡町家などが残る
歴史的なまちなみ



啄木歌碑と岩手山

盛岡は豊かな自然に恵まれ、四季の移ろいを身近に感じられるまちです。まちの中心部を流れる北上川、中津川は、秋には鮭が遡上し冬には白鳥が飛来します。まちなかには多くの清水、湧水があり、また、市内の各所から岩手山や姫神山などの雄大な山並みを眺めることができます。

まちの中心部には赤レンガが印象的な旧盛岡銀行本店などの歴史的建造物が点在しており、かつての街道沿いに盛岡町家と呼ばれる建物が数多く残る歴史的なまちなみもあります。こうした自然と歴史的なまちなみが相まって作り出される景観は、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。

自然と
暮らしの
物語

暮らしの中から生まれた盛岡の価値や魅力

4つの

盛岡の特産品には、南部鉄器、紫根染め、古代型染め、漆器のように伝統と高い技術に裏づけられた本物のよさが醸し出されているものや、盛岡わんこそばや南部煎餅など古くから暮らしの中で親しまれ、郷土食として大切にされてきたものがあります。また、盛岡冷麺や盛岡じゃじゃ麺のように異文化のよさを取り入れ新しい価値を生み出しているものもあります。

さらに、清冽な水と南部杜氏の技から生み出される味わい深い地酒や、盛岡りんご、もりおか短角牛、津志田芋をはじめ、素材としてとても優れた農産物があります。

暮らしと
伝統の
物語

例えば…



南部鉄器



盛岡冷麺



盛岡りんご

出しており、盛岡で暮らすことに対する安心感や快適さを抱かせています。

そうした盛岡の価値や魅力と、そこから生まれる安心や信頼といったイメージをも含めて、「盛岡ブランド」と位置付けています。

例えば…



全国高校生短歌大会
(短歌甲子園)



盛岡さんさ踊り



盛岡文士劇

盛岡はいにしえから続く暮らしと厳しい自然風土の下で、ゆるぎない信念を持つ芯の強い人間を育ててきました。原敬・新渡戸稲造・石川啄木・宮沢賢治ら日本・世界の歴史に刻まれる先人らは、こうした盛岡の暮らしとの関わりの中で、時代に必要とされる新しい価値観を紡ぎだし、歴史に確かな足跡を残しています。

また、優れた文学者たちが暮らし、作品を生み出しているまちであり、盛岡文士劇を始めとした演劇、音楽、美術活動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。

先人と
文化の
物語

「物語」

盛岡ブランド宣言

人と
人を紡ぐ
物語

盛岡の人は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といわれます。例えば市の玄関口である開運橋には、転勤で盛岡に赴任して最初に橋を渡るときに「遠くに来てしまった」と泣き、数年後に盛岡を離れるときに橋を渡りながら「離れ難い」と泣くという「二度泣き橋」のエピソードがありますが、これは盛岡の人が持つ分かち合いの気持ちや思いやりなど人情に触れた人の気持ちをよく表すものであるといえます。

例えば…



「盛岡ふるさとガイド」の
観光案内



市 (いち) の開催



食のおもてなし
「わんこそば」

盛岡ブランド宣言, キャッチコピー, ロゴマーク

■ 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

■ 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。

文字は人情あふれる盛岡をイメージした切り抜き文字で、活字にはない、手づくり感が温かみを出しています。

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。



盛岡ブランドが交わす約束

盛岡ブランドを磨き上げ、大切に守り続けることによって、盛岡ブランドに対して抱く期待や信頼を裏切らないことを約束します。

盛岡の価値や魅力

身近にある豊かな自然

古いまち並み

風情ある景観

特産品の数々

先人芸術文化

人情もてなしの心

信頼 安心
あこがれ
期待

盛岡ブランドに位置づけ



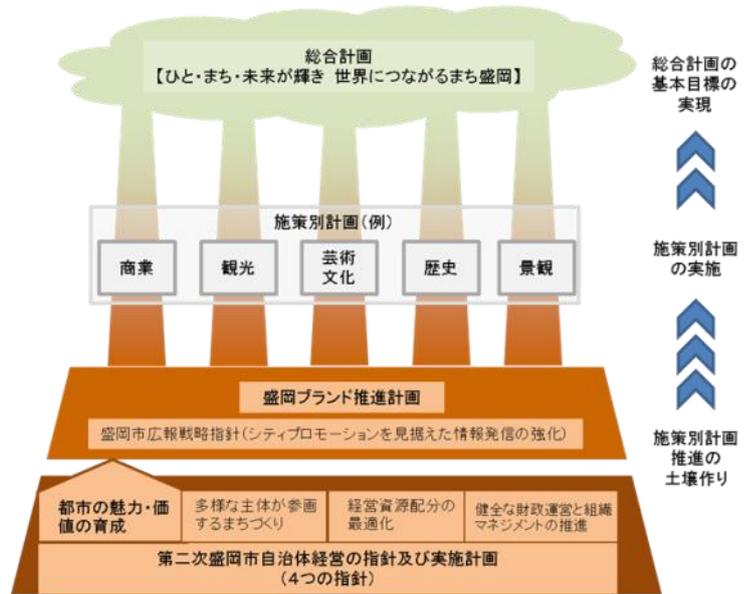
これからも大切に守り続けることを約束します！

計画の基本的な考え方

1 計画の位置づけ

本計画は、盛岡の価値や魅力を育むとともに、盛岡市広報戦略指針(平成26年3月策定)と一体となった市内外への戦略的な情報発信を行うに当たり、その方向性と取組を示すものです。

本計画に基づく取組を通じて、商業、観光、芸術文化、歴史、景観など盛岡ブランドの推進に関わりの深い施策の成果をより高めるとともに、それらの施策における事業の実施に当たって盛岡ブランドの市内外への浸透を意識した取組を併せて行うことで、本計画の取組の成果もより高めていくという相乗効果を生み出すことを意図しています。



本計画と各施策別計画との関わりのイメージ

2 策定の目的

市民一人ひとりが自分たちのまちに対する誇りや愛着を抱く「シビックプライド」の醸成と、盛岡の価値や魅力を積極的に市内外に発信する「シティプロモーション」の推進により、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。

3 計画推進に当たっての基本方針

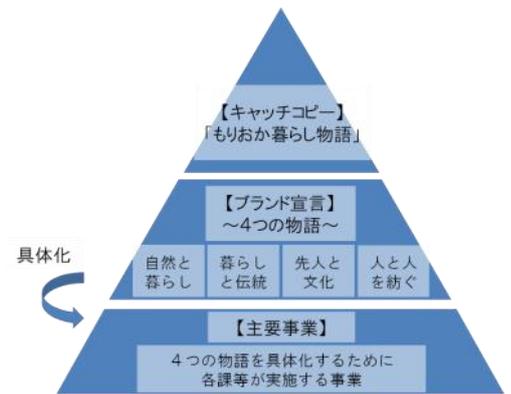
盛岡ブランドのイメージを表すキャッチコピー、ロゴマーク、盛岡ブランド宣言は、前計画において策定されたものを本計画においても引き続き使用します。また、4つの物語として盛岡の価値や魅力のそれぞれを育み磨く事業として、商工、観光、芸術文化など各分野の担当課等が実施している事業を主要事業として位置付けます。

4 計画期間

平成27年度から平成31年度まで(5年間)

5 目指す成果と成果指標

- (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



計画推進のイメージ

成果指標	現状値	目標値(31年度)
「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)	50位
盛岡を好きな市民の割合	78.0%(25年度)	80.0%
年間観光客入込数	4,717千人回(25年度)	5,000千人回

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・強化します。
- ◆ 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。

(1) 市民への普及啓発の強化

- 盛岡ブランドフォーラムの開催
- 盛岡もの識り検定の実施
- もりおか暮らし物語読本の刊行 など



(2) 児童・生徒への普及啓発の強化

- 総合的学習の時間への協力
- 児童・生徒用のリーフレットの共同作成



上:毎年1月下旬頃に開催されている盛岡ブランドフォーラムの様子

(3) 事業者への普及啓発の強化

- 特産品認証制度の改善

左:市民の方と協働で盛岡の魅力を発信する広告宣伝の様子

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。
- ◆ 転出者や首都圏等に在住する盛岡出身者等、盛岡に関わりがある人をキーパーソンとする、人と人との繋がりによる盛岡の魅力の発信に取り組みます。



(1) ソーシャルメディア等の活用

- 「もりおか暮らし物語写真館」に市民から公募した写真を掲載
- もりおか暮らし物語通信（盛岡ブランドに関連したコラムやイベント情報等）のフェイスブックによる発信 など

(2) 盛岡と関わりがある人等をキーパーソンとした情報発信

- 転出者へのポストカードの配布
- 東京盛岡ふるさと会との連携
- 首都圏等での盛岡デーの開催 など

(3) 庁内の意識啓発と連携の強化

- 関連事業へのロゴマーク等の表記
- 市ブランド推進本部の開催による情報共有
- ロゴマークや市政情報を掲載した職員統一名刺の作成 など

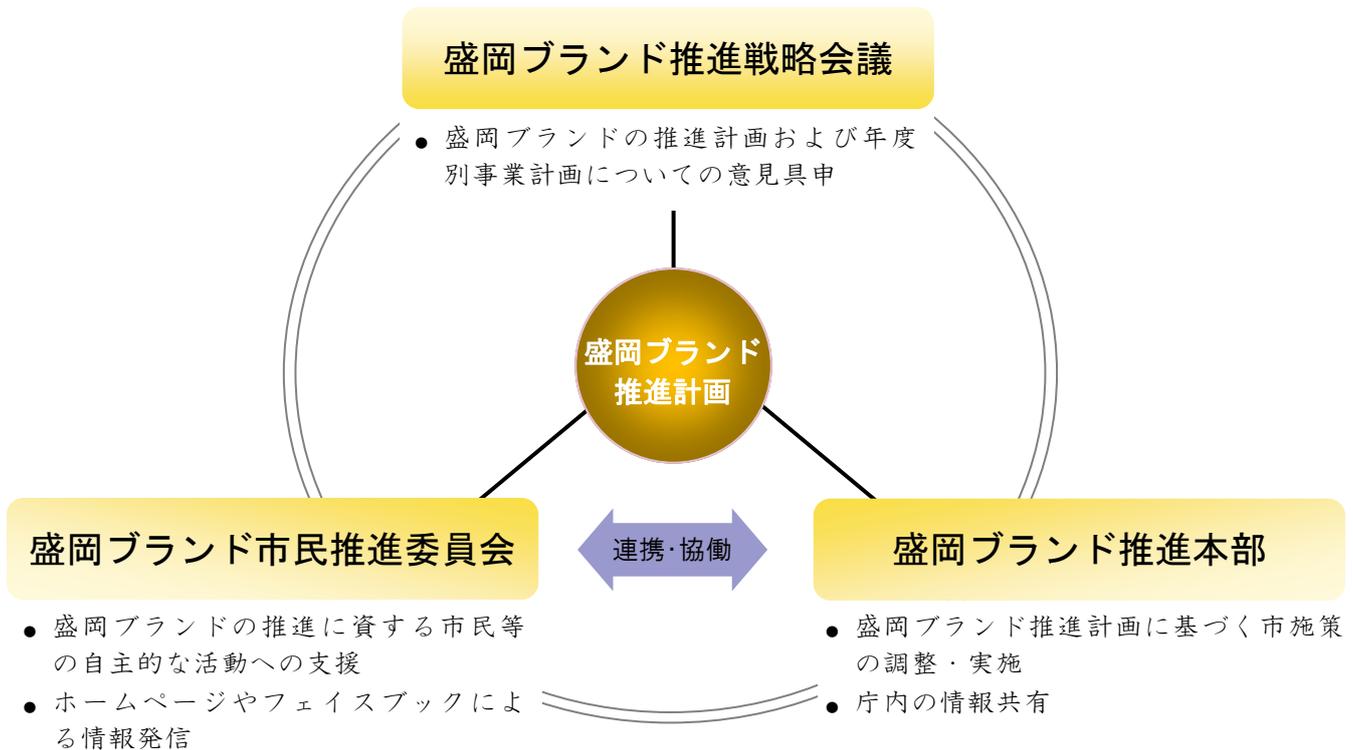


上:「もりおか暮らし物語写真館」に応募された写真の例

下:盛岡デーの様子

推進体制

盛岡ブランドは、次の3つの組織を中心に、関係団体や市民の皆さんとの幅広い協力、連携の下に推進していきます。



盛岡ブランドの最新情報は、こちらから！

盛岡市公式ホームページ

盛岡の市政情報全般を豊富な写真や資料とともに掲載しています。

<http://www.city.morioka.iwate.jp>



盛岡市公式ツイッター

市政情報のほか、盛岡の日常の様子なども写真とともにつぶやいています。

アカウント: @moriokashi



盛岡市公式フェイスブック

市政情報のほか、盛岡の魅力を紹介する「もりおか暮らし物語」、市民の方が撮影した盛岡らしい写真を掲載する「もりおか暮らし物語写真館」など、盛岡の魅力を厳選してお届けしています。

<https://www.facebook.com/moriokashi>

盛岡ブランドホームページ

イベント情報や盛岡ブランド宣言の盛岡ことば版、プロモーションビデオ映像などを掲載しています。

<http://www.moriokabrand.com>



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