

# かみのやま シティプロモーション活動指針

上山市観光・ブランド推進課

## 目次

### 第1章 シティプロモーションの目的

- 1 選ばれる「かみのやま」を目指して
- 2 まちのブランドづくりの方向性
- 3 「かみのやま」ってどんなまちだろう ～掘り起し&可視化～

### 第2章 プロモーションの幹を考える

- 4 ブランドコンセプト&メッセージ

### 第3章 かみのやまブランドの定着

- 5 統一的に「かみのやま」の価値を高める
- 6 これまでのプロモーションとの共存
- 7 地域ブランドの定着をめざして ～わたしたちができるコト～

～ 結びに ～

# 第1章 シティプロモーションの目的

## 1 選ばれる「かみのやま」を目指して

山形県南東部、雄大な蔵王連峰の麓に位置するかみのやま——。城下町・宿場町の歴史、美肌の湯として親しまれる温泉や豊かな自然環境で育まれる農産品など、誇り高い“宝”を数多く持ちあわせています。

“宝”は、各分野において個々に広告宣伝や体験の提供などを通じ、各方面で高い評価を獲得していますが、これらを生み出す「かみのやま」そのものを認知してもらったり、価値を高めたりするアピールもとても重要です。

かみのやまでの暮らしに裏打ちされた、「わたしたちのまちはこんなにステキなところ！」という想いを一人ひとりが認識し、誇りをもって全国に発信することで受け取ったみなさんが「かみのやまって良いところだね」「行ってみたいよね」と、まち自体に興味・関心を持ってもらえれば、特産品の購入や観光に訪れてもらうなど、地域経済の回生がさらに期待できます。また、市外に転出した人や通勤・通学、ふるさと納税の寄附者などによって本市と縁を持つ人が「やっぱり、すごくいいまちだなあ」と再認識し、自信と誇りを持って魅力を拡散し続けられたら、かみのやまの素晴らしさを知ってもらう機会もさらに増え、まちの発展につながります。

わたしたちの個々の宝を整理し、かみのやまのイメージを結晶化させて繰り返し発信し続ける。それによって、かみのやまの魅力や信頼性を向上させ、まちの「ブランド」を確立させることができれば、本市が市外に住む人々にとって選ばれ、市民にとってかけがえのないまちになるでしょう。

## 2 まちのブランドづくりの方向性

「ブランド」と挙げましたが、「ブランド」には、他よりも優れた素材・商品であることを伝える製品のブランド化、企業活動のブランド化の2種類があります。日常で知らず知らずのうちに、わたしたちにどのような満足を与えてくれるかの価値を判断させてくれる「ブランド」は、この双方もしくはいずれかに触れて得た体験の蓄積で形成された、言わば、商品や企業に抱くイメージそのものです。この仕組みは企業に限ったことではなく、地域間競争が求められている今日において自治体にも置き換えることができるでしょう。

本活動指針では、「地域ブランド」を確立させるため、＜プロダクトブランド＝個々の資源や商品＞ではなく、「かみのやまってこういうまちだよね」と認識・共有できる“かみのやまらしい” 特長を表した＜コーポレートブランド＝上山市＞のイメージ向上を目指して取り組むものとします。また、この考え方に基づいて戦略的な取組を展開することを、本市の「シティプロモーション」と定義します。

#### ◆地域ブランドを確立することで期待する効果

- (1) 市の魅力や価値を再認識するとともに、誇りや愛着といった「郷土愛」が醸成されます。
- (2) 市の認知度やイメージ向上によって地場産業への信頼感や商品、サービス等の付加価値が高まり、集客力や収益向上がもたらされます。
- (3) 本市の価値を端的に捉えたバラつきのないイメージ・コンセプトを共有することにより、地域間競争において優位性を発信できます。また、本市のヒト・モノ・情報に対する求心力を高めます。

### 3 「かみのやま」ってどんなまちだろう ～掘り起し&可視化～

「かみのやま」を認識する、共有する。それには、かみのやまがどのようなまちなのか、かみのやまならではの魅力や価値を表現し、分かりやすく伝えやすくすることが必要です。その幹となるのが、「ブランドコンセプト」です。さらには、ブランドコンセプトから抽出できるキーワードを用いた「ブランドメッセージ」や、まちのイメージを想起しやすい「シンボル」を盛り込みながら、多くの主体が統一的に発信できるよう共有していきます。シンボルとは、「かみのやまは〇〇なまち」とイメージできるようにデザインし、可視化したものです。これらを活用し、「かみのやまを知ってほしい」「かみのやまをみんなに勧めたい」というような意欲を持ちながら、内外への発信と浸透を図ります。

ブランドコンセプトの設定のため、はじめの一步として「かみのやまらしさ」を探ります。しっかりと「らしさ」を見定めブランディングしていくことで、地域が持つイメージを多くの方々に訴求できるようになります。

そこで市は、令和元年度に行政や民間の垣根を越えたメンバーで構成するシテ  
イプロモーション策定検討会を設置。東北芸術工科大教授の下、令和2年度より  
ワークショップを複数回開催し、かみのやま「らしさ」を洗い出しながら、シテ  
イプロモーションに必要と考える材料をとりまとめてきました。

#### (1) メンバー ※順不同

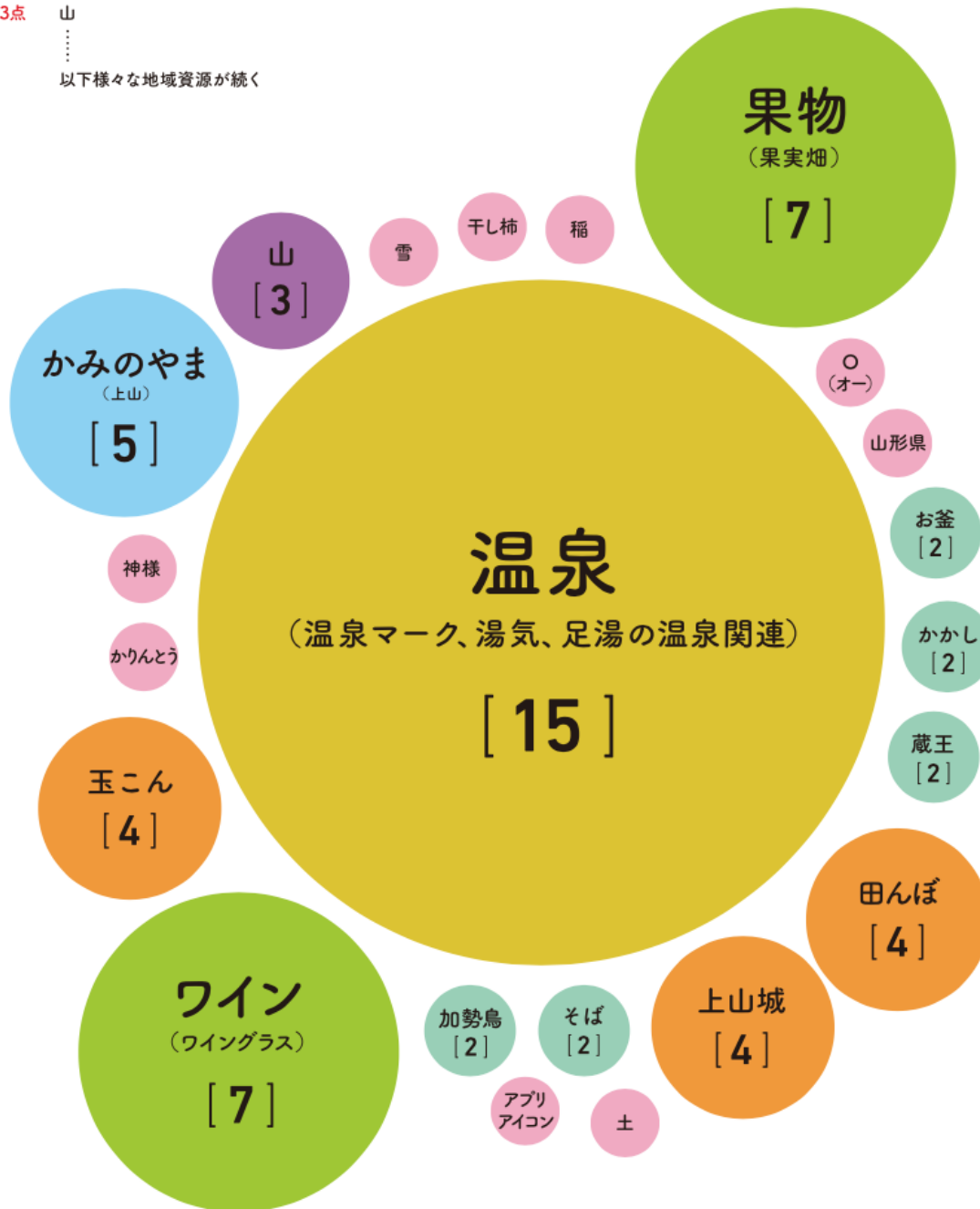
- ・市民生活課 ・子ども子育て課 ・商工課 ・観光・ブランド推進課
- ・健康推進課 ・市政戦略課 ・スポーツ振興課 ・生涯学習課
- ・建設課 ・農林夢づくり課
- ・一般社団法人上山市観光物産協会 ・上山市商工会
- ・公益社団法人上山青年会議所 ・J Aやまがた南部営農センター
- ・公益財団法人上山城郷土資料館 ・公益財団法人斎藤茂吉記念館

#### (2) ワークショップ・検討会実績

- ・令和2年度…第1回「上山市分析」、第2回「上山の好きなところ抽出」  
第3回「PRシンボルを考える」、第4回「妄想日記」の制作
- ・令和3年度…ホームワーク「地域資源と市民生活との関係性について分析」  
第1回「ホームワークの振り返り・地域資源の比喩的表現」  
第2回「活動指針（案）について意見交換」  
第3回「活動指針（案）について意見交換」  
第4回「活動指針（案）修正案について」

ワークショップでは、「かみのやま」をPRしようと考えた場合、これからの  
スローガンとなるコピーと、それに付随した簡易なマークも提案されました。そ  
こで出された共通ワードは以下のとおりです。

- 15点 温泉（温泉マーク、湯気、足湯の温泉関連）
- 7点 果物（果実畑、ラフンランスやさくらんぼ、ぶどうなど複数）／ワイン（ワイングラスのワイン関連）
- 5点 かみのやま（漢字表記も含むが、“かみのやま”と読んでもらいたい）
- 4点 田んぼ／玉こん／上山城
- 3点 山  
…  
以下様々な地域資源が続く



<ワークショップの様子>



自然食人が  
つなくストーリー

四季輝く蔵王と果物  
やさしくあたたかい  
鶴腔の湯



乾いた人  
どんとこい  
胃袋も肌も心も  
うるあず



## 第2章 プロモーションの幹を考える

### 4 ブランドコンセプト&メッセージ

ワークショップの取組では、かみのやまといえば「温泉」というイメージが牽引しつつ、「蔵王」「果物」をはじめ、「山」「四季」そして「人」など、多岐にわたる要素が挙げられました。

これは、四季が巡り、自然と人の営みが織りなす、かみのやまの日常にあるものたちに価値があるということが確認できます。つまり、かみのやま「らしさ」は、特定のモノ・コトを指すのではなく、どれ一つとして欠けてはならない宝であり、それらがまちそのものを象っていると捉えました。

それらの宝を磨き、ときには結びつき、掛け合わせて価値を高めながら、個人や団体等がともに発信したり活動したりしていくことが、選ばれ続けるまちになる――。その期待と願い、そして意思を込めて、シティプロモーションの幹となるブランドコンセプトを次のように設定しました。



## ◆ブランドコンセプト

小さくともきらりと輝く魅力にあふれ、  
ときに結びつき、ときに混ざり合い、  
日本一や世界一よりも眩い光を放つ。  
わたしたちのまちの本質であり誇りです。

この輝きは、住む人や訪れる全ての人々に  
「うるおい」、「癒し」、「笑顔」という  
ステキな效能をもたらしています。

豊かな自然の息吹に包まれる蔵王、  
湧き出る歴史深き温泉、  
四季折々に心を虜にする食文化、  
努力と知恵できらめく産業、  
そして、  
息づく温かき上山人の心

想いうかべてみてください。

ここに、カラダもココロも芯まで浸かれば、  
このうえない喜びで満たされる――。

それが、“かみのやま”

### <解説>

かみのやまに暮らす市民一人ひとりのシビックプライドが主役であり、コンセプトはそこに根ざしています。皆でよい暮らしを創り出すという強い意志。暮らす人々の満足度が高まると、それが近隣地域や県外へと波及する。皆が主体的に地域に関わり、暮らしの中にある小さな喜びを丁寧に積み上げていく、そして日々の満足を生み出すことができるのです。

### <内容に関して>

日常にある目の前のすべてのものが、まちを象っている土台であり、そのことに気づき、誇りを持ち、互いに磨きあいながら光り輝くよう前進させていくことのエールとなるよう願いを込めています。

### ◆ブランドメッセージ

**ひたり あふれり かみのやま**

ワークショップを通じて抽出した、かみのやまを表すワードを比喩的に表現することで、どのワードからもかみのやまを共通的にイメージさせることができるような組み合わせを考えました。

### ◆キービジュアル

※別紙資料

## 第3章 かみのやまブランドの定着

### 5 統一的に「かみのやま」の価値を高める

シティプロモーションは、行政だけでなく市民、企業、団体などの様々な主体においても連携した取組が行われれば、より強く推進していくことができます。そこで、設定したブランドコンセプトやメッセージに沿うプロモーションの取組ができるよう、その手段の一つとしてシンボルマークを、個人や企業をはじめ、地区会や飲食店、商店街など、多くの方々に気軽に使っていただき、各分野の様々なシーンで発信してほしいと考えます。そのためのシンボルは、できるだけ運用の利便性の高い、簡単なルール設定のもとに展開されます。各分野が一体となり、「かみのやま」の価値を高めていきましょう。使用の詳しい流れやガイドラインは市公式ホームページで紹介します。

ツールの使用と同時に、シティプロモーションの基となるブランドコンセプトやメッセージと矛盾する印象、かみのやまのイメージを低下するような印象を与えないために、情報発信の質のコントロール（ブランドマネジメント）が求められます。

そこで観光・ブランド推進課では、シンボルの活用や広報媒体のデザイン、発信内容の監修など、本市におけるプロモーション全般について相談に対応できる体制を整えます。さらには、かみのやまブランドを意識した各所管が考えるターゲット先への訴求策など、本市プロモーションの心臓部として、その役割を担っていきます。

### 6 これまでのプロモーションとの共存

各分野や事業等のプロモーションで推進しているシンボル及びキャラクター等は、本市を象り、イメージを訴求するための要素の一つであるため、市におけるプロモーションの一部と考え、今後も各分野や事業等のプロモーションで使用を妨げません。ただし、「かみのやま」を表す場合には、本指針で示したキービジュアルとブランドメッセージの積極的な活用をお願いします。

## 7 地域ブランドの定着をめざして ～わたしたちができること～

ブランドの形成は、一朝一夕にできるものではありません。

先にも挙げたように、まずは自分たちがかみのやまに対して誇りと愛着を持つこと。それを土台にして「継続的にまちに関する統一的なメッセージや情報を発信したり、実際にそのまちを訪れたりした際に感じられる、あらゆる印象や体験などの提供」を積み重ねることで、まちの良好なイメージを形成し、観光や販路拡大、移住先として選んでもらうなど、他地域と比較して選択される優先度を上げていくのです。

広告宣伝などによる一方通行の情報発信や、その時々の方考え方で独自のプロモーションを展開するのではなく、かみのやまのブランドコンセプトとメッセージを伝え、かみのやまの良好なイメージが想起できるよう、普段から次の行動を意識した取組をお願いします。

### (1) 基本行動

- ◆日常から、かみのやまの良さを感じる
- ◆感じたかみのやまの良さを、家族や仲間、本市を訪れる人たちと共有する

### (2) 「かみのやま」を広く知ってもらうために

- ◆広報物等の作成やイベント出展等のPR活動にはキービジュアルを活用する
- ◆個人・団体などあらゆる立場から積極的に情報発信する

### (3) 実施期間

シティプロモーション活動は、世の中の動向を見据え、時流等に即した活動や効果測定を実施しながら検討することが必要であると考え、上山市振興計画との整合を図りながら必要に応じて見直しを行うものとします。

見直しについては、これまでワークショップ等を通じて検討を進めてきた「シティプロモーション活動指針策定検討会」を継続し、同会を中心に実施していきます。

#### (4) 効果測定

##### ◆市民の意識調査

市民アンケート調査等を活用し、情報発信の満足度や本市のイメージなど、プロモーションに対する意識を把握し、改善を図ります。また、本市を持続的に応援したいと思う全国の方々に構成する「かみのやまファンクラブ ENGINE～縁人～」の会員にも同様の調査を行い、取組の参考とします。

##### ◆SNS等の利用者数の把握

市公式のSNSの利用者数やコメント等を分析し、取組への評価を把握するとともに、特設サイトへの訪問者の数やユーザー層を把握し、取組の検証と改善を図ります。

##### ◆インターネット調査の活用

民間企業等のインターネットを活用した本市の認知度、ブランドイメージ調査等を実施し、実態を把握・分析することで今後の取組に反映します。

#### 結びに

一つや二つではなく、多くの資源（宝）にあふれているかみのやま。

これからは、一つひとつの“宝”をこれまで以上に磨き、結び、ときにはかけあわせていく努力を市民一丸となって進めていく。この営みを続けることで、われわれのまちがより輝きを増し、誇れる場所にしていきましょう。

その眩ゆさに誘われ、かみのやまにひたり、またそれを求めて訪れる人、住む人であふれるまちを目指して――。