

地域ブランド基本戦略 2ndステップ

目次

1. 小牧市 地域ブランド戦略の目標と課題	2
2. 小牧市 地域ブランド戦略 ブランドコンセプト	3
3. 小牧市ブランド戦略の認知状況	4
4. 小牧市に対するイメージの変化	5
5. 小牧市に対するイメージの変化	6
6. コミュニケーションプログラム + アクションプログラム の認知状況	7
7. コミュニケーションプログラム + アクションプログラム の魅力度	8
8. 戦略・施策の効果検証	9
9. 小牧市地域ブランド戦略の現状分析と仮説	11
10. 今後の小牧市地域ブランド戦略（2ndステップ）	12

■ 地域ブランド戦略の目標

継続居住意向を高めること。
またその一因となっている、小牧市民の「小牧市への愛着や誇り」を高めること。

■ 目標を達成する上での課題

課題 1

インフラなどの生活基盤は充実しているが、愛着・誇りを高めることを目標としたときに「自己実現価値※ 1」の低さがボトルネックに。

課題 2

小牧山は市民の連想の中心となっているが、精神的なシンボルや、観光資源などとして活かされていないなど「感覚情緒価値※ 2」につながっていない。

※1 自己実現価値：自己の成長を促したり、夢や目標の達成を感じられること

※2 感覚情緒価値：非日常的な感覚を感じられること

■ 課題解決に向けての考察

小牧市に訪れたり、住むことによって、生活基盤の充足だけでなく自己が成長できる、あるいは夢や目標に近づけると感じられるようなまちにすることを検討する。地域資産を活用し「市民の夢や目標の達成を応援する」ことで、まちのイメージづくりを検討する。

まちの中心にある小牧山を、市民から愛されるまちの精神的なシンボルへ、また市街の人も訪れる場所として価値を高めていくなど、資産としての価値を高めることを検討する。

「小牧市が目指すまちのイメージ」を言語化したブランドコンセプトを策定していくために、「子育てしやすいまち」「史跡小牧山」というブランドの柱となる資産に、以下のように意味づけを行い活用していきます。

ブランドコンセプト

夢・チャレンジ 始まりの地 小牧

小牧山は、織田信長公が天下統一の夢を描き、そのチャレンジの第一歩として初めて城を築いた地。

私たちの掲げる「夢・チャレンジ」の象徴として相応しい地です。小牧市は、その小牧山をみつめ、これからの未来を担う子どもたちが、夢を描き、挑戦していける地となれるよう全力を注ぎます。

こどもの夢への挑戦をまち全体で、みんなで応援する。そのことが、世代を越えた市民のつながりを生み、全ての市民が支えあっていけるまちづくりになると確信します。

ブランドの柱①

子育てしやすいまち

現状

現状の小牧市には、子育て環境が充実しており他市からも評価されている。

こども夢・チャレンジ No.1 都市

現状

- こどもの夢を育み、夢へのチャレンジをみんなで応援するまち。
- こどもを中心にすべての世代がつながっている。そうした、温かいまちを目指すことが、全ての世代が暮らしやすい、支えあいのまちづくりにつながっている、

ブランドの柱②

史跡小牧山

現状

市民の連想の中心にある小牧市のシンボル

近世城郭のルーツ 信長の小牧山城

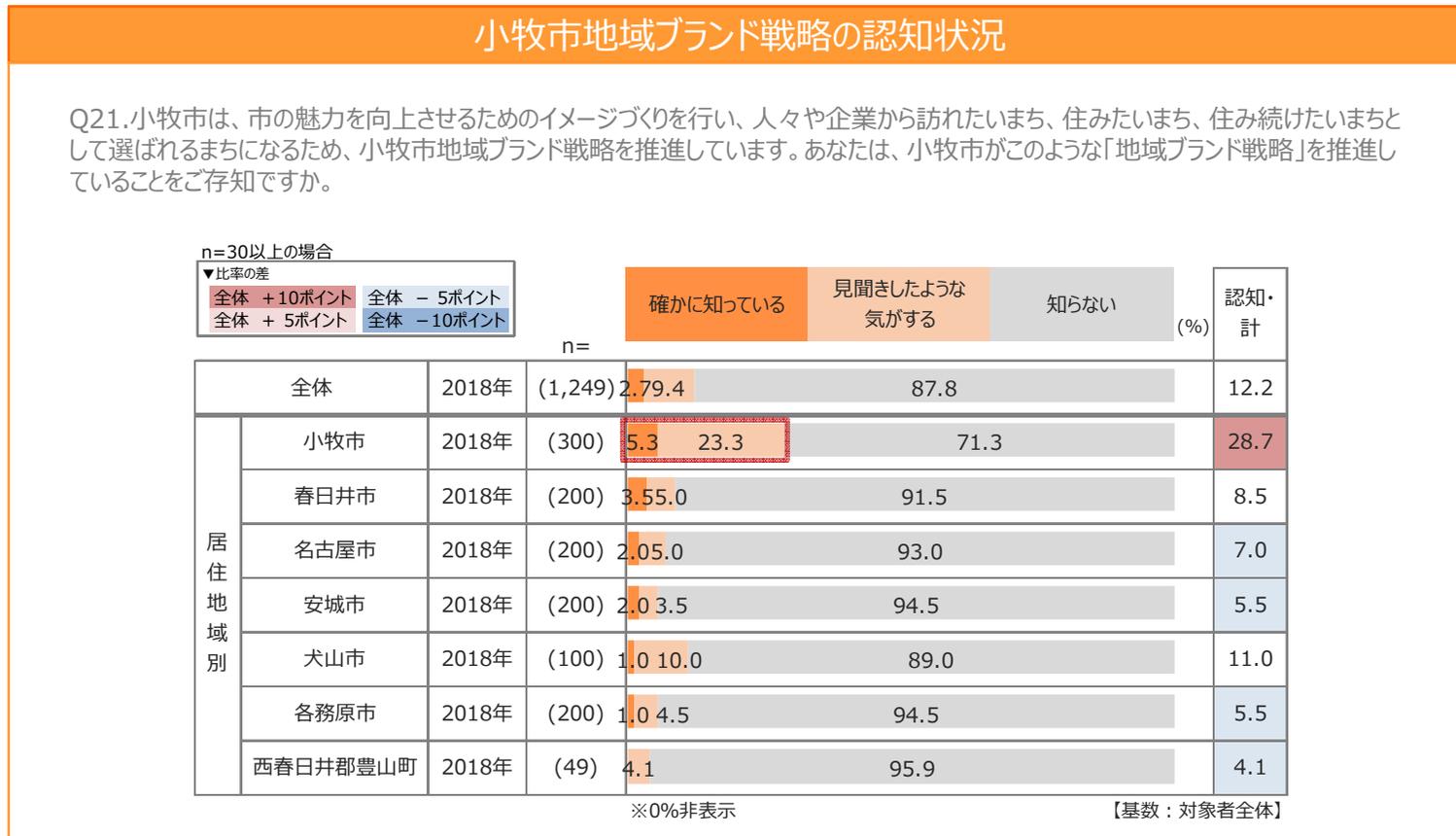
現状

- 近世城郭のルーツとなる織田信長公が築いた石垣が発見された歴史のある場所。
- 織田信長公が天下統一の足掛かりとし、初めて自ら築いた城であり「夢・チャレンジ 始まりの場所」として小牧市の精神的なシンボルとして生かしていく。
- また、観光としての価値も同時に高めていく。

これらの小牧市独自の資産を活用し、小牧山にまつわる織田信長公の「夢・チャレンジ」の歴史を礎に、「これからの未来を担う子どもたちが夢を描き、調整していけるまち」を目指していきます。

■ 小牧市地域ブランド戦略の認知状況について

- ・小牧市地域ブランド戦略を、小牧市在住者の約29%が認知している。
- ・他市居住者の認知率は10%以下である。



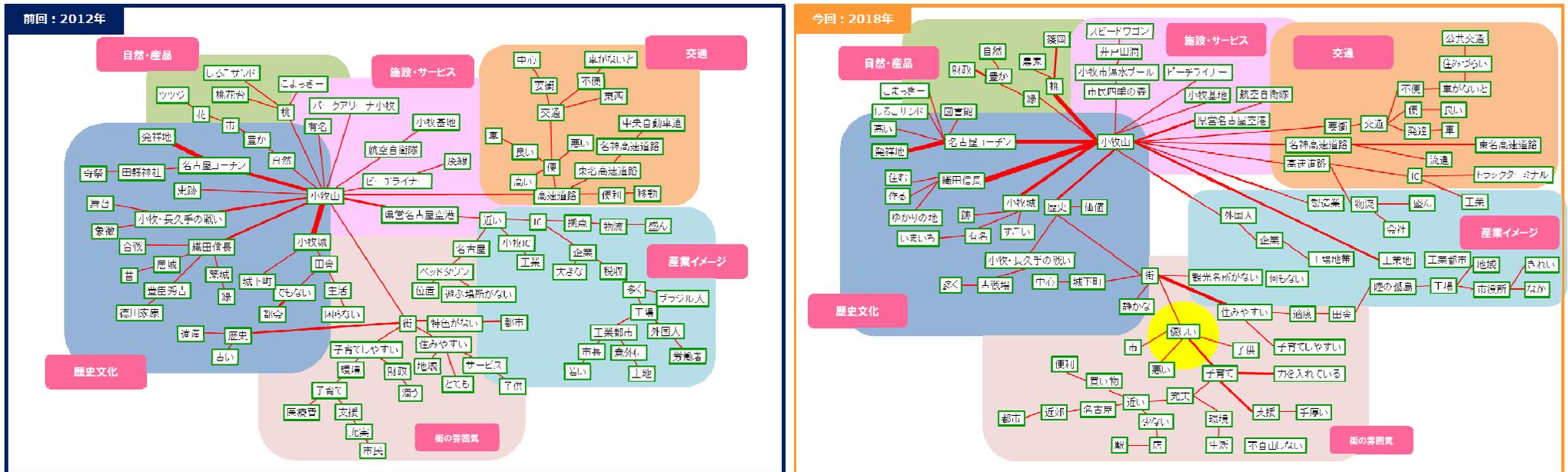
4. 小牧市に対するイメージの変化

コミュニケーションプログラム・アクションプログラムが稼働して約3年。現状の小牧市地域ブランディングの進捗状況を振り返るために、小牧市内外の人に、アンケート調査に協力いただきました。

■ 小牧市のイメージについて（ブランド連想）

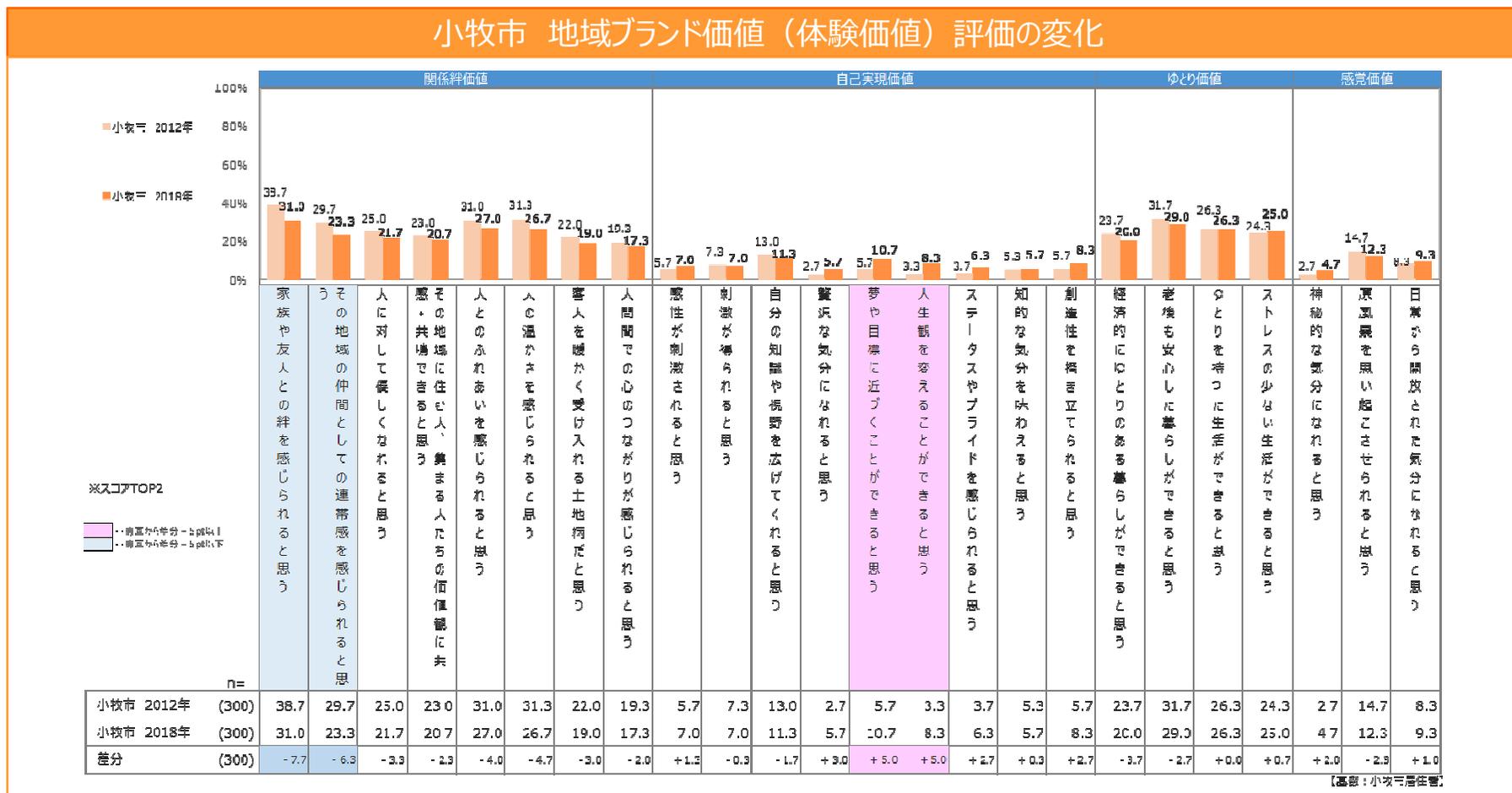
- ・前回同様、住みやすく子育て環境が充実した街のイメージが引き続き持たれている。
- ・今回さらに「こども・子育てに優しい街」という情緒的なイメージが連想され、1つのハブとなっている。
- ・小牧山と歴史文化ワード（織田信長）や自然・食品（名古屋コーチン）の関係性が強くなっている。
- ・調査対象の他市にも「子育てに優しい」イメージが発生している。

小牧市民への「小牧市と聞いて何を思い浮かべますか？」という質問の回答を言葉で分析したもの。図の中央に位置する単語ほど多くの方が答えたもので、線の太さは関係の強さを示します。



■ 小牧市 地域ブランド価値評価

- ・自己実現価値に関するスコアが大きく伸びている。
- ・一方、関係絆価値（地域の仲間としての連帯感）が減少。コミュニティの一体感が希薄な印象。



■ 小牧市地域ブランド戦略の内容や活動の認知状況

- ・小牧市在住者は、ブランドシンボルであるロゴマーク認知が87%と多くの人に認知されている。
- ・一方、アクションプランの認知は全体的に低い。



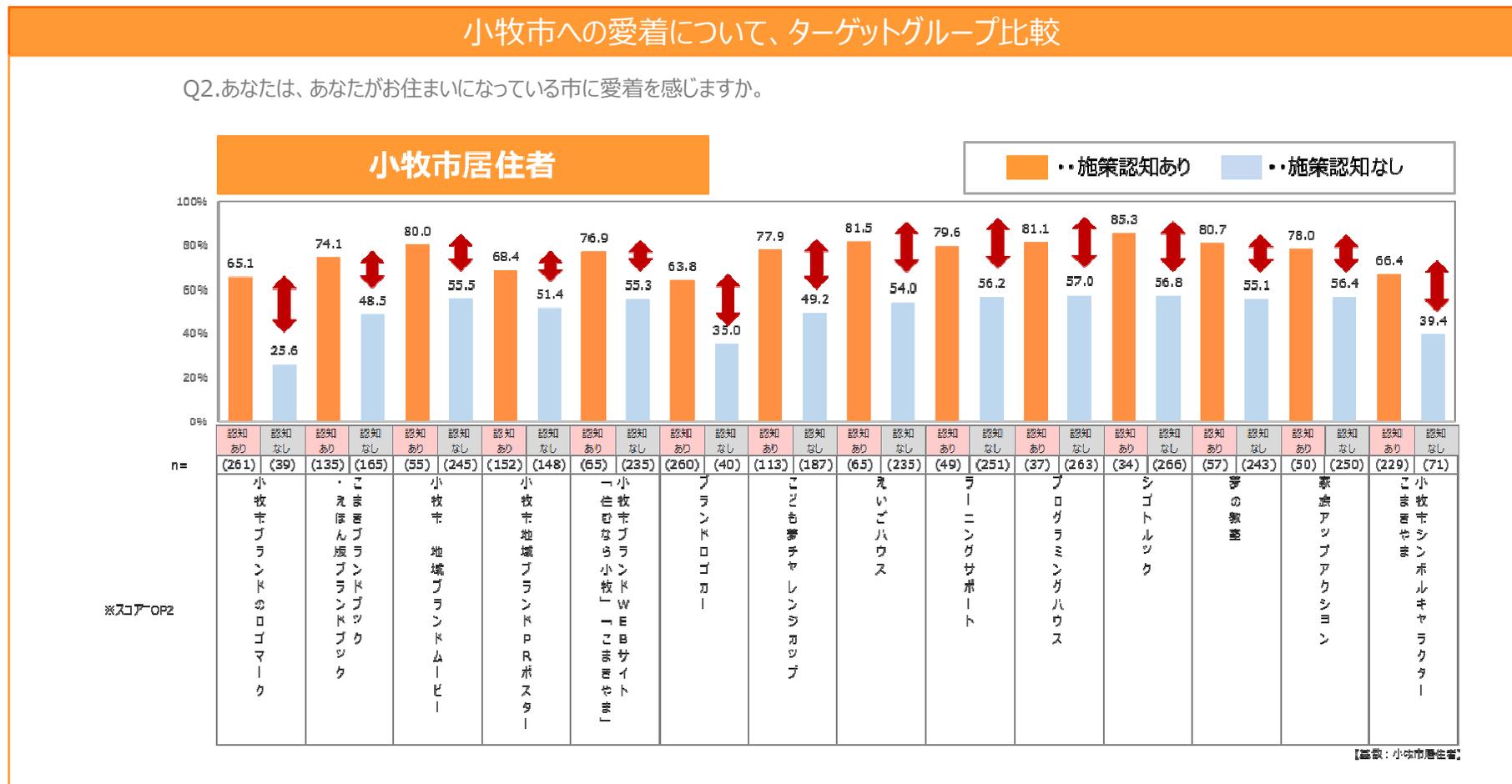
■ 小牧市地域ブランド戦略の内容や活動に対する魅力度

- ・ブランドシンボルであるブランドロゴへの評価が高い。
- ・また、アクションプランは認知度は全体的に低かったが、活動に対しての魅力度評価が高い。認知拡大が課題の1つと考えられる（アウターからの評価も高い）。



■ 認知者と非認知者で、小牧市への愛着を比較

- ・小牧市居住者の小牧市に対する愛着を、施策の「認知者」⇔「非認知者」でスコアを比較するとすべての施策で「認知者」の方が、小牧市に対する愛着が高い。



小牧市は、「夢・チャレンジ始まりの地 小牧」をブランドコンセプトとし、市民のみならず「愛着や誇りを感じるまち」「住み続けたいと思うまち」をめざします。

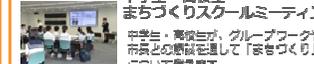
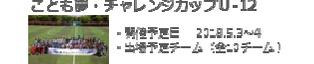
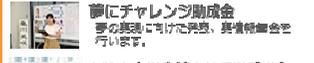
コミュニケーションプログラム ブランドコンセプトを伝えるためのプログラム

<p>ピクトグラム</p> <p>小牧市の建設に置かれているピクトグラムのデザインにブランドロゴのキャラクターを使用</p> 	<p>ブランドWEBサイト</p> <p>小牧市の魅力を伝え、観光を促進するためのサイト</p> 	<p>ブランドムービー</p> <p>小牧市の「子育て環境が素晴らしい」ファクトやブランドコンセプトを知っていただき、ご紹介いただくためのムービー</p> <p>記念放送番組</p> <p>シネマ市ホームページ</p>	<p>ブランドポスター</p> <p>ブランドコンセプト実現のための取組みを伝えたいポスター</p> 	<p>ブランドブック</p> <p>小牧市がめざしていくまちを伝えたいための本と絵本</p> 	<p>カーラッピング</p> <p>ブランドロゴのキャラクターでバスや公用車ラッピング</p> <p>各種広告</p> <p>様々な手法を用いてブランドコンセプトを市民に発信</p>
---	---	---	---	---	---

アクションプログラム ブランドコンセプトを実現していくためのプログラム

こまきつながりプロジェクト こども夢・チャレンジNo.1都市を目指す

コマキッズドリームプロジェクト こどもの夢を応援する施策

<p>夢の教室</p> <p>さまざまな異分野のトップアスリートや、そのOB・OGなどが「夢先生」として「夢の教室」を小学校で開催</p> <p>JFAこころのプロジェクト「夢の教室」</p> <p>・小牧市立の小学校で、授業30分を内用して実施します。</p> 	<p>シゴトルック</p> <p>小牧市の仕事を教える機会づくり</p> <p>市内産業見学会</p> <p>・市内の特色ある企業や工場について学びます。</p> <p>こどもレポーター</p> <p>・夏休みに企業や工場、施設などに訪問し、その取組をインタビューして発信します。</p> <p>職業体験会</p> <p>・職種や年齢など幅広い機会を用意します。</p> 	<p>まちづくりチャレンジ</p> <p>こどもが主体的にまちをよくなるためにできる活動を考え、提案することを応援</p> <p>中学生・高校生まちづくりスクールミーティング</p> <p>中学生・高校生が、グループワークや市民との対話を通じて「まちづくり」について考えます。</p> 			
<p>こども夢・チャレンジカップ</p> <p>在日海外クラブのジュニアサッカーチームなどを招き、交流大会を開催</p> <p>こども夢・チャレンジカップU-12</p> <p>・開催予定日 2022.5.7~9 ・出場予定チーム (全4チーム)</p> 	<p>えいごハウス</p> <p>世界をもっと、こどもの身近に児童館で英語に親しむ</p> <p>・英語学習や英語の楽しさを発信します。</p> <p>学校で英語に親しむ</p> <p>・ネイティブであるALTによる英語授業を実施します。</p> 	<p>プログラミングハウス</p> <p>デジタルのモノづくりを楽しく学ぶ機会づくり</p> <p>プログラミング講座</p> <p>ロボットの仕組みやプログラムの作り方を学ぶ機会を提供します。</p> 			
<p>スペースワークショップ</p> <p>「宇宙」をこどもの想像力を高め、夢を大きく広げにJAXAと連携した職員研修会</p> <p>センターと連携して教育関係者を対象とした宇宙教育セミナーを開催します。</p>	<p>駒来塾</p> <p>・市の公民館等で無料の学習塾を提供します。</p> <p>ひとり親家庭 高等学校卒業認定試験合格支援基金</p> <p>・高校を卒業していないひとり親世帯の次子より高校卒業まで、卒業まで必要経費を必要経費の半額まで支援します。</p>	<p>ラーニングサポート</p> <p>小牧市育英資金</p> <p>・経済的に恵まれない生徒が高校進学に必要な経費の一部を支援します。</p> <p>ひとり親家庭 高等学校入学支援基金</p> <p>・経済的に恵まれないひとり親世帯などのこどもの、大学、短大等の進学に必要な経費の一部を支援します。</p>			
<p>こども夢サポーター</p> <p>こどもの夢をまち全体で応援する</p> <p>こども夢サポーター制度</p> <p>子育て支援に精通した企業家や行政関係者や市民を「夢サポーター」として発掘し、活用します。</p>	<p>ユメブレ</p> <p>こどもが語る夢を、カタチにする仕組みづくり</p> <p>夢にチャレンジ助成金</p> <p>・夢の実現に向けた発案、実施機会を提供します。</p> <p>小牧市大学生海外留学奨学金</p> <p>・海外留学の奨学金として奨学金で支援します。</p> 	<p>(仮称) こども未来館の整備</p> <p>充実した子育て環境という強みをさらに推進するため、(仮称) こども未来館をラジオに整備します。</p> <p>(仮称) こども未来館施設コンセプト</p> <ul style="list-style-type: none"> こどもの夢への拠点を創出する施設 こどもを中心に世代を超えて市民がつながる施設 こども・子育ての中心となる施設 			
<p>こどもインフォメーション</p> <p>こどもも広報</p> <p>こどもたちの「こまきへの愛着」を育むことを目的とした、こども向けの広報を発行します。</p>	<p>パパ・ママサポートプロジェクト 子育て環境をより一層充実させていく施策</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>待機児童ゼロ・アクション</p> <ul style="list-style-type: none"> 小規模保育事業の推進 私立幼稚園での一時預かり事業（幼稚園区）の推進 私立幼稚園の認定こども園への移行支援 </td> <td> <p>家族力アップ・アクション</p> <p>三世代同席、近隣住宅支援事業</p> </td> <td> <p>育児メッセージ・アクション</p> <p>(仮称) 子育てアプリ</p> <p>育児支援のスケジュール管理や乳幼児健診、子育てイベント等のお知らせを提供するためのアプリを開発します。</p> </td> </tr> </table>		<p>待機児童ゼロ・アクション</p> <ul style="list-style-type: none"> 小規模保育事業の推進 私立幼稚園での一時預かり事業（幼稚園区）の推進 私立幼稚園の認定こども園への移行支援 	<p>家族力アップ・アクション</p> <p>三世代同席、近隣住宅支援事業</p>	<p>育児メッセージ・アクション</p> <p>(仮称) 子育てアプリ</p> <p>育児支援のスケジュール管理や乳幼児健診、子育てイベント等のお知らせを提供するためのアプリを開発します。</p>
<p>待機児童ゼロ・アクション</p> <ul style="list-style-type: none"> 小規模保育事業の推進 私立幼稚園での一時預かり事業（幼稚園区）の推進 私立幼稚園の認定こども園への移行支援 	<p>家族力アップ・アクション</p> <p>三世代同席、近隣住宅支援事業</p>	<p>育児メッセージ・アクション</p> <p>(仮称) 子育てアプリ</p> <p>育児支援のスケジュール管理や乳幼児健診、子育てイベント等のお知らせを提供するためのアプリを開発します。</p>			

その他充実の子育て支援施策(別紙参照)

小牧山 近世城郭のルーツ 信長の小牧山城を目指す

小牧山観光スポットプロジェクト 小牧山を観光スポットとして推進していく施策

小牧山魅力プロモーション事業

小牧山の魅力を様々な手法でプロモーションしていきます。

<p>小牧山春のキャンペーン</p> <p>桜で彩られる小牧山を周辺のイベントと一緒にPRすることで、小牧山一帯を観光スポットとして春の賑わいをお届けします。</p>	<p>パンフレット配布</p> <p>小牧山とその周辺地域の魅力を詰め込んだパンフレットを配布します。</p> <p>小牧山でおもてなし</p> <p>小牧山史跡公園へ案内看板、小牧市歴史館へWiFiを設置することで来場者の利便性が向上し、他の市内スポットへの誘導へつなげます。</p>
--	--

小牧山シンボルスポットプロジェクト 小牧山を市民のみならず市民の精神的なシンボルとしていく施策

<p>歴史・文化スポット</p> <p>出土遺物の展示、映像や体験、学習機能等を備えた(仮称)史跡センターの整備を行います。</p> <p>また、主要地区の発掘調査を進め、石垣の復元等の整備を行い、小牧山城の価値や歴史の発信を強化します。</p>	
<p>市民の憩いスポット</p> <p>小牧山いんどり屋敷事業</p> <p>山頂からの眺望や、春の桜、秋のみもじなど景観に配慮した草木管理を行い、市民の憩いの場となるよう整備を進めます。</p>	

小牧山シンボルキャラクター

小牧市キャラクター「こまき山」を通じて、小牧山にまつわる「夢・チャレンジのストーリー」を発信。小牧山の認知度を向上させるとともに、小牧山を市民のみならず市民の精神的なシンボルとしていくための施策です。

<p>こまき山キャラクター展開</p> <p>小牧市キャラクター「こまき山」を各種商品、グッズ、イベントなどに展開し、ブランドコンセプトを発信。</p>	<p>こまき山グッズ展開</p> <p>「こまき山」を各種商品、グッズなどに展開し、ブランドコンセプトを発信。</p>
---	--

今回の調査結果から、小牧市地域ブランディングの現状を次のように分析・整理することができます。

2018年調査から得られたファクト

夢や目標に近づくことができると思う
人生観を変えることができると思う

自己実現価値スコア
200% 増加

プログラム認知者は
小牧市への愛着が高い

現状分析 と 仮説

コミュニケーションプログラム・アクションプログラムを体験してもらうことで
ブランド戦略に基づくメッセージ浸透を実現できている。
今後、コミュニティと連携することで、愛着や誇りの醸成が期待できる。

体験価値を高めることで、街への愛着が高まる。
特に、アクションプログラムの認知者は愛着が高くなる傾向が強い。
各プログラムの認知拡大→体験者の増加が課題である。

コミュニケーションプログラム
アクションプログラム

の **認知・体験のさらなる広がり**が、**小牧市への愛着を強く**します。

地域ブランド戦略の認知の高まりが、街に対する愛着に繋がることから引き続き、小牧市地域ブランディング（コミュニケーションプログラム・アクションプログラム）の情報到達を強化する。
 また、外に向けた情報発信にも取り組み、小牧市の話題作りを進め評価を高めることで小牧市民の誇りや愛着を強化を狙っていく。

