

# 名古屋市シティプロモーション推進本部会議 次第

日時 令和6年5月14日(火)  
10時15分～10時45分  
場所 本庁舎2階 特別会議室

## 【議題】

### 1 シティプロモーションの推進について

(1) 今年度の取り組み

資料1

(2) シティプロモーションの推進に係る計画の構成

資料2

(3) 庁内のプロモーション展開イメージ

資料3

本格的な人口減少社会が到来する中、本市が「住みやすい」「働きやすい」「訪れたいくなる」「投資したくなる」都市として選ばれ、持続的な発展・成長を実現する

目的

各分野の施策の充実に加え、都市の総合的なプロモーション力強化を図ることにより、市内外における本市の施策や魅力の浸透、ひいては市民の愛着醸成や名古屋ブランド（都市の総合的な魅力・価値）を確立する

### ●令和6年度実施事業

本市の戦略的・効果的なプロモーション展開に向けて、総務局が全庁的な司令塔機能かつ実行部隊となり進めていく

#### シティプロモーション基本方針の策定

プロモーションの必要性、プロモーション力強化に向けた基本的な考え方や視点、庁内の推進体制、職員の心構えなどを盛り込んだプロモーション基本方針を策定

#### シティプロモーション実施計画の策定（中長期）

オール名古屋による戦略的かつ効果的なプロモーション展開に向けた目標、具体的なターゲット、取り組みを示す実施計画を策定

#### 令和7年度シティプロモーション推進方針の策定

基本方針・実施計画、次年度予算を踏まえ、毎年度の推進方針を策定

#### プロモーション事業の推進

- ・全庁会議（局長級、課長級）の設置、運営
- ・全庁会議や職員研修等を通じた庁内への機運醸成
- ・各局で実施するプロモーション事業との連携

- ・ブランドメッセージやロゴマーク、キービジュアルなどの作成
- ・都市ブランド検討過程の積極的発信
- ・都市ブランド等に関して幅広い意見聴取、人的ネットワークを構築
- ・名古屋の強みや魅力を包括的に発信する専用ポータルサイトを構築

### ●令和6年度スケジュール（想定）

4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
委託業者選定						● 基本方針策定			● 実施計画策定			● R7推進方針策定
→ 庁内外へのプロモーション概略説明		→ プロモーション事業推進				→ (12月頃) ブランドメッセージ、ロゴマーク等公表 (3月頃) 専用ポータルサイトのリリース			→			
全庁会議開催（▲局長級は年度内3回程度、課長級は適宜）												
▲（キックオフ）						▲			▲			

## シティプロモーションの推進に係る計画の構成

**① 基本方針** ※庁内で策定

庁内向けに大枠の方針を明示するもので、計画期間を設けずに策定

<項目案>

- 1 背景（現状や課題の分析）
- 2 基本方針策定の考え方（シティプロモーションに取り組むねらい）
- 3 基本的な視点（シティプロモーションに取り組む際の考え方）
- 4 推進体制（オール名古屋及び庁内の推進本部の体制、役割分担の考え方）
- 5 職員の心構え（日常的に職員が意識すべき心構え）

**② 実施計画** ※委託を活用し外部の参加・知見も入れて策定

次期総合計画の計画期間をシティプロモーションの重点実施期間と位置づけ、期間中におけるシティプロモーションの実施計画を策定

<項目案>

- 1 実施計画の構成（総合計画との関係性）
- 2 目標設定（具体的かつ測定可能な目標を設定）
- 3 名古屋の魅力（シティプロモーションの素材となる名古屋の魅力を整理）
- 4 シティプロモーション戦略  
（ロゴやブランドメッセージの設定、分野別・属性別にターゲットを整理）
- 5 シティプロモーション実施事業  
（戦略を踏まえた庁内の具体的な取り組み、その他民間等の取り組みについて整理）

**③ 毎年度の予算編成**

実施計画をベースに時勢を捉えた予算要求



**②+③⇒毎年度の推進方針**

### 総務局が司令塔機能を果たし、シティプロモーションをトータルコーディネート

- 特定分野で既に主体的に実施されている取組（観光や企業誘致など）は引き続き各局が実施しつつ、プロモーション推進担当としても必要な連携を実施
- 区役所の魅力発信に関する取り組みは、居住する区民向けのプロモーションとして引き続き実施
- これまで発信の弱かった、主に「住みやすい」の観点を中心に総務局がプロモーション力を補完し、全体をパッケージ化（名古屋ブランド）して発信

