

## 5 協議事項

### (1) 国見版C I（コーポレート・アイデンティティ）の策定について

#### ① 背景

国見町の人口は 1950 年の 15,629 人をピークに、若年層を中心とした町外への人口流出が続いており、町人口ビジョンによると 2040 年には 6,252 人にまで減少することが見込まれています。

このことから、国見町の維持発展を今後も継続していくとともに、若年層や働き世代の人口減少に歯止めをかけ、首都圏を中心とした地域外からの移住者の呼び込みや関係人口の創出を図る必要があります。

その中で、令和 3 年 4 月に策定した「第 6 次国見町総合計画」において、国見町が目指す 6 つのまちづくりの 1 つとして「町として生きるまちづくり（協働・交流連携）」が掲げられ、施策としても「移住定住と関係人口創出」と「プロモーションの推進」が示されています。

#### ② 目的

C I（コーポレート・アイデンティティ）（以下、「C I」という。）を策定する目的は、以下の 4 点になります。

- (1) 国見町の認知度を上げ、国見町の価値を高めること
- (2) 他市町村との違いを明確にし、差別化を図ること
- (3) 国見町は住み良い町、住みたい町といった信用と信頼を得ること
- (4) 行政と民間の協働による積極的な情報発信を進めること

これらの目的を達成することで、人口の流出に歯止めをかけ、新たな移住者の呼び込みや関係人口の創出を図ります。

### ③ C Iとは

#### 【一般的なC I】

- ・企業の思想や使命、志といった根本の考え方、あり方の特徴を言語化した企業理念を作成します



- ・その企業理念や企業らしさをデザイン等で目に見える形で伝えます  
(ホームページやパンフレット、名刺、封筒などを活用)



- ・企業の進むべき方向を再確認し、これに向けて企業体質や社員の意識・行動、社外への情報発信などを革新・統一していくことで、企業のブランドイメージ向上につなげます。

#### 【国見版C I】

本事業では、C Iを策定することで町のブランドイメージの確立とその活用方針を明確にし、行政だけでなく民間でも積極的に活用していくことで、国見町が「選ばれる町」になるためのブランディングを進めていきます。

### ④ C I策定・活用プロセス

国見版C I策定検討委員会を設置し、C Iの内容について以下の項目を中心に策定を進めます。

#### 1) 「国見町に関する意見交換」

統一的ブランドイメージの構築のため、PRポイントの掘起しを行います。

本検討委員会での議論のほか、町民への取材をとおして国見版C Iの策定につながるヒントを探ります。

#### 【参考資料】

⇒ 資料1 「町内の地域ブランド参考例」

⇒ 資料2 「総合計画と令和4年度当初予算」

#### 2) 「スローガンの作成」

町のブランディングとしてわかりやすく、相手に伝わりやすい言葉を検討します。

(例) 「都心から一番近い森のまち」「母になるなら流山市。」

「市民の知恵と力が活きるまち」(千葉県流山市)

### 3) 「目標（年間目標・数年後の目標）の設定」

C I を活用することの町としての数値目標を設定します

- ・ 移住者定住者数・世帯数
- ・ 農産物、特産品、6次化商品の販売額（道の駅の売上額）
- ・ ふるさと納税寄付件数、寄付金額
- ・ C I を活用した商品の開発、販売数

### 4) 「ロゴ・デザインの作成」

町のブランドイメージやスローガンをもとに、ブランディングにつながるロゴやデザインを作成します。

### 5) 「C I の展開方法の検討」

策定したC I や「ロゴ・デザイン」をもとにプロモーションを実施します。

- ・ 特産品などのパッケージ化
- ・ 観光プロモーションへの活用
- ・ イベント時のチラシ・ポスターへの活用
- ・ ホームページ、SNS でのプロモーション（ターゲットを絞り込む）
- ・ そのほか様々な媒体を活用した情報発信

## ⑤ 事業スケジュール

⇒ 資料3を参照

## (2) 意見交換

国見町の現状について、資料1「町内の地域ブランド参考例」や資料2「総合計画と令和4年度当初予算」に記載の町の事業を参考に、皆さんからご意見をいただきます。

- ・国見町のここがいい、この点が素晴らしい
- ・〇〇は他の市町村にはない魅力的な部分だ
- ・△△のおかげで（△△があるから）住みやすい町だ

このほか、

- ・国見町のこういった部分を改善してほしい
- ・□□について知らない人が多いので、もっと情報発信してほしい

など、国見町に関することについて皆さんの率直な意見をお願いします。