



都市ブランドアンケート実施結果

都市ブランドアンケート実施概要

目的

タグライン候補、都市ブランドコンセプト、都市ブランド創出に向けた取組過程等について、幅広く感想などをいただき、**タグラインを決定する際の参考とするもの**



実施期間

令和5年7月1日（土）
～令和5年7月23日（日）

回答方法

- ・ ながの電子申請サービス
- ・ 電子メールまたは郵送（指定の調査票による）

タグライン候補

タグライン…都市ブランドコンセプト（※p11参照）を短い言葉で伝える、長野市らしさを表すメッセージ

候補A

Feelin' NAGANO

—ありのままに生きる、わたし・まち・長野市—

地理的な特性、独自の歴史文化、都市機能、仕事や生活、暮らし方など、一人ひとりが自由に「Feelin'」（感じる）長野市の価値を「NAGANO」としました。

様々な「NAGANO」の価値を感じたその先に、それぞれが期待する、自分らしい生き方・暮らし方の未来が広がっていることを表現しています。

候補B

Feel Nagano, Be Natural

—この街で、わたらしく生きる。長野市—

地理的な特性、独自の歴史文化、都市機能、仕事や生活、暮らし方など、一人ひとりが自由に「Feel」（感じる）長野市の価値を「Nagano」としました。

「Be Natural」は、直訳すると「自分らしく」、「ありのままに」様々な「Nagano」の価値を自由に感じ取りながら、自分らしい生き方・暮らし方を選び、実現することができるまちの姿を表現しています。

候補C

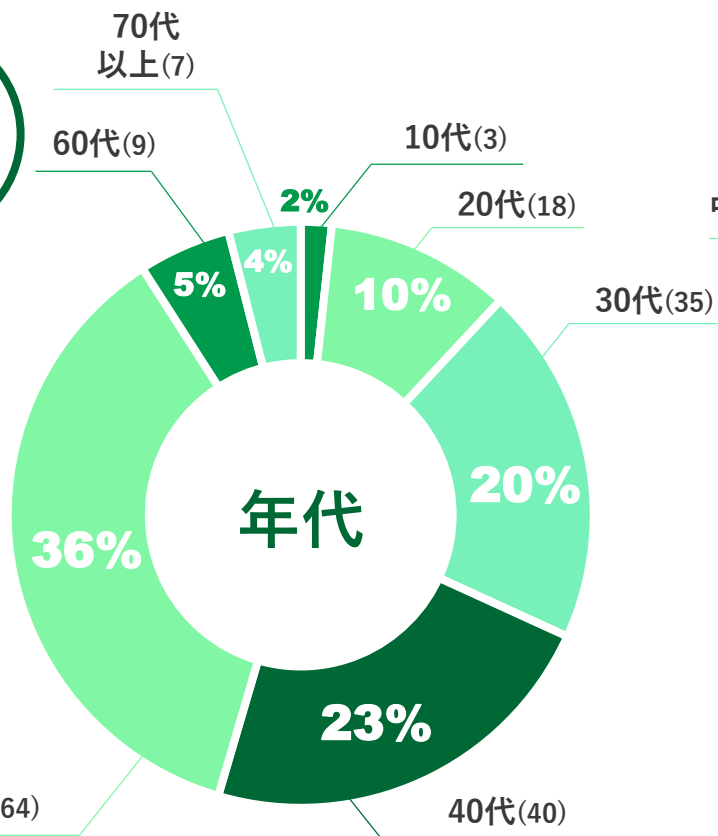
Do Blend , Be Natural

—わたらしさが醸し出される街・長野市—

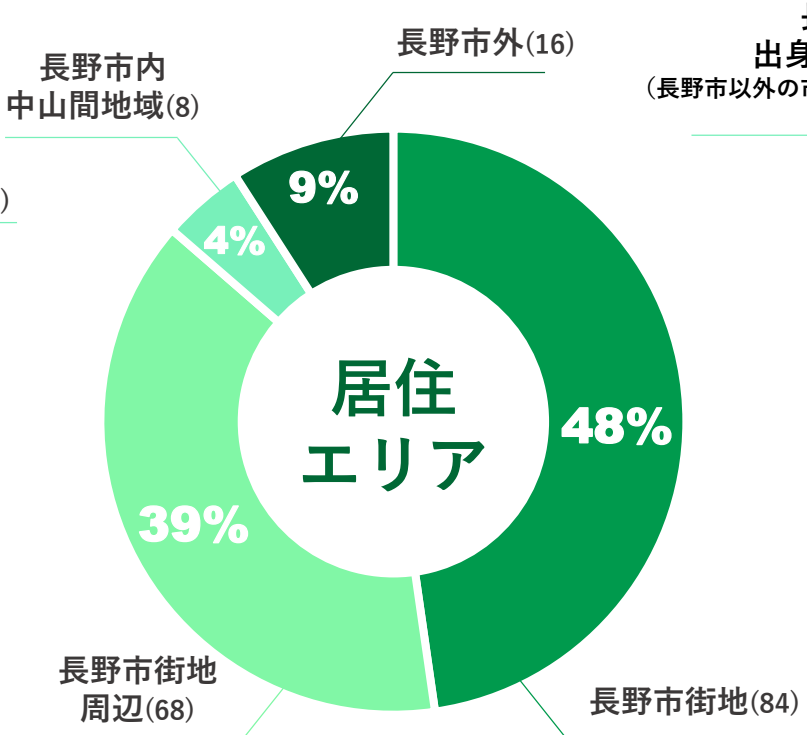
「Blend」は、自分の意思を持って、主体的に異なったものを混ぜ合わせて、新たなあり方を醸し出すこと。仕事や生活、暮らし方など数ある選択肢の中から、自由に組み合わせて、人それぞれの新たな価値を生み出すことができるまちの姿を表現しています。

回答数	176件	設問内容	属性情報	[Q1] 年代をお答えください。(10代未満/10代/20代/30代/40代/50代/60代/70代以上) [Q2] お住まいの地域をお答えください。(長野市街地/長野市街地周辺/長野市内中山間地域/長野市外) [Q3] 長野市出身ですか？(長野市出身(長野市で生まれ育った)/長野市出身ではない(長野市以外の市区町村で生まれ育った))
	タグラインについて		[Q4] 都市ブランドコンセプトから導きだされた「タグライン」の候補A～Cに対するご感想・ご意見をお寄せください。(言葉の伝わりやすさ、好み、長野市のイメージとの合致、使用のしやすさなど) [Q5] あなたが長野市をイメージ又は表現する一言があれば、教えてください。	

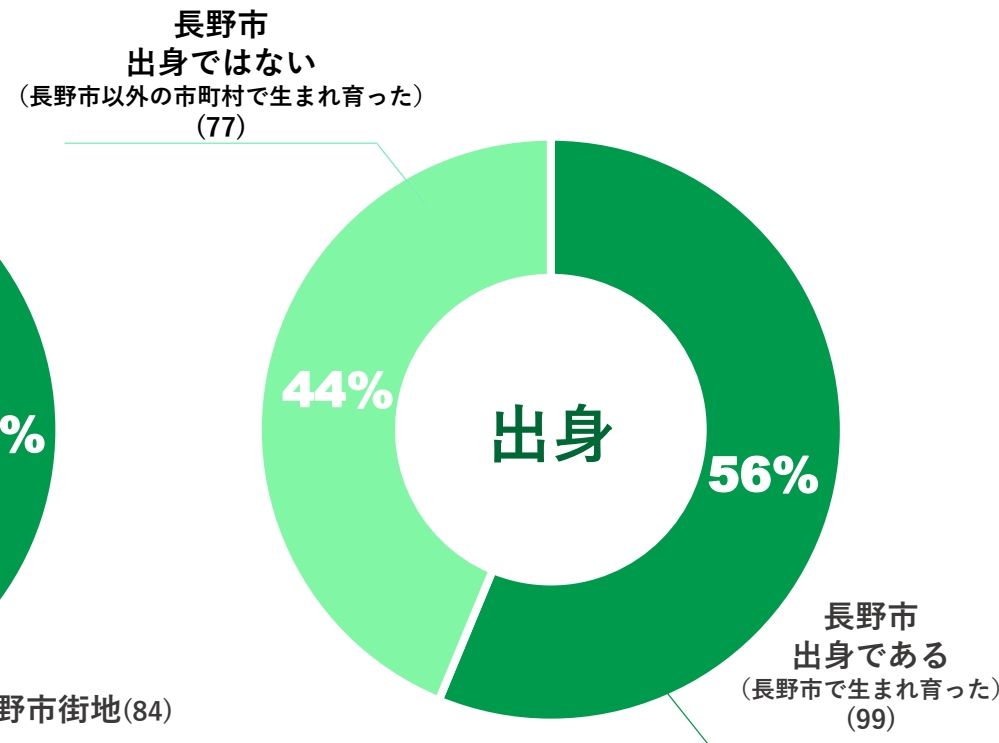
属性情報



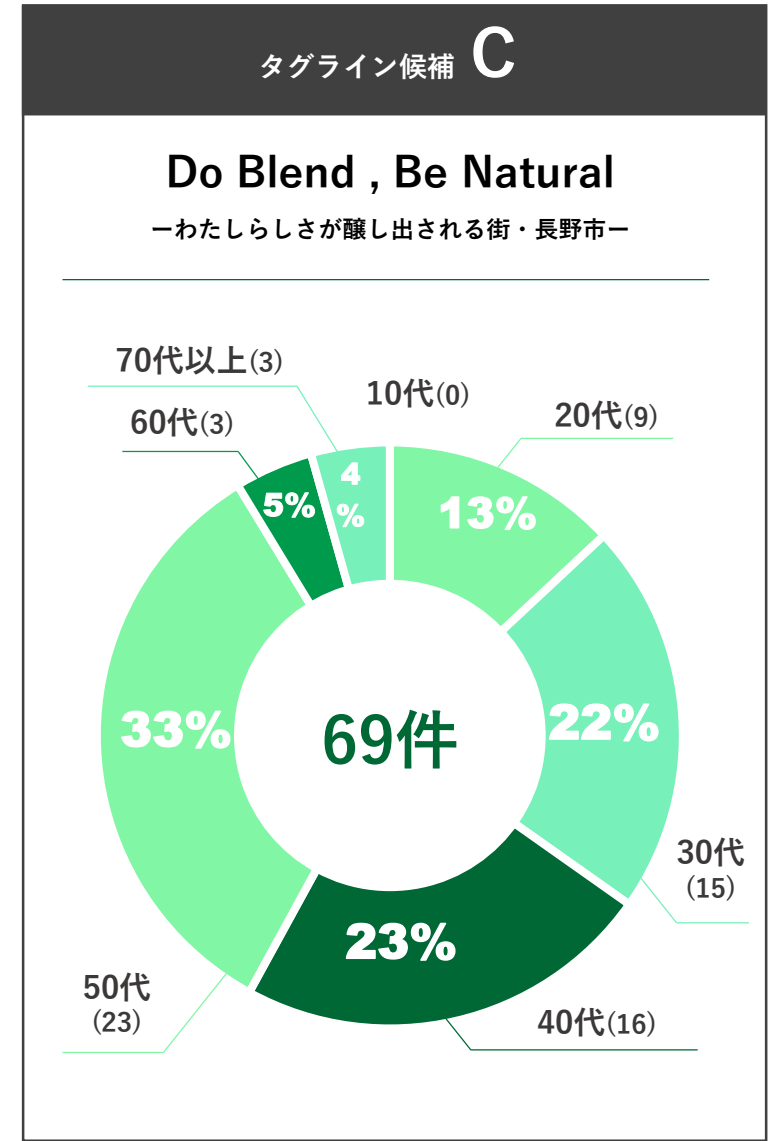
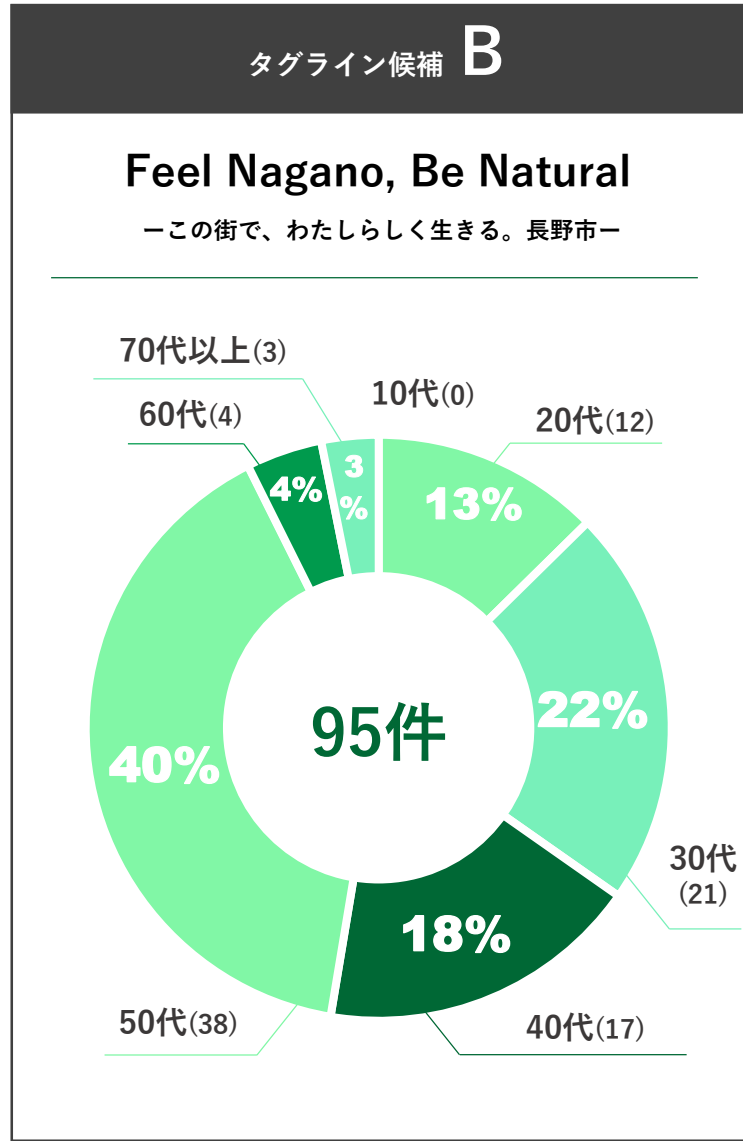
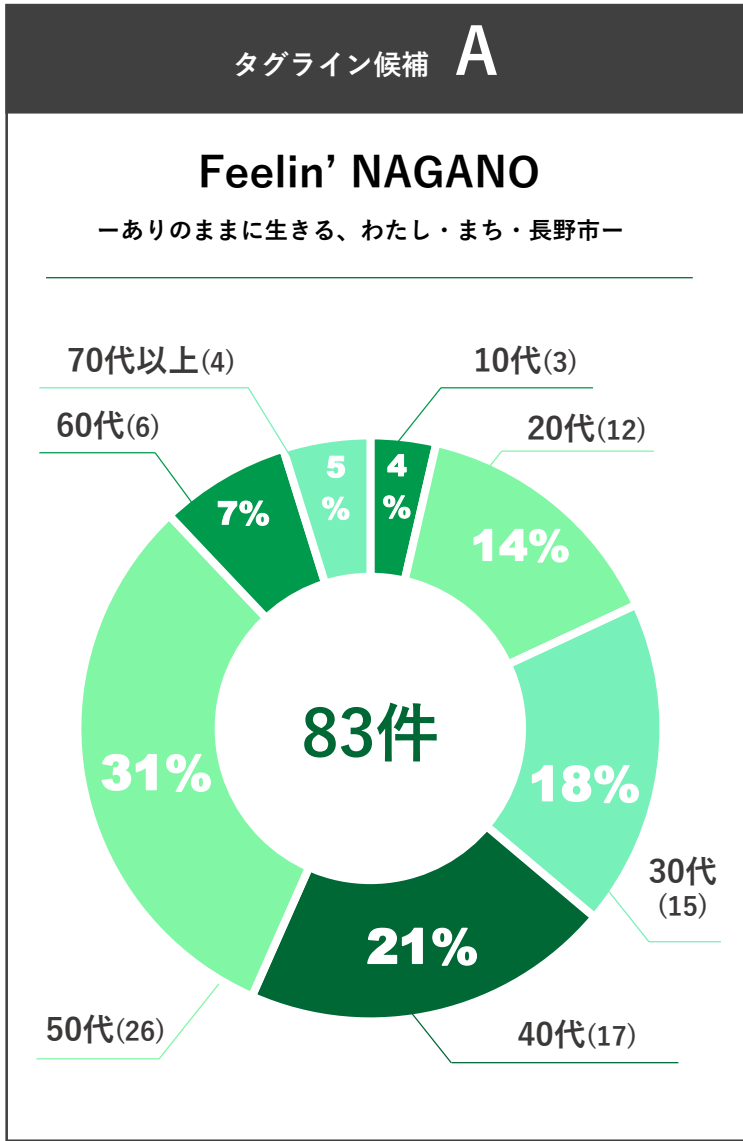
単位：(人)



単位：(人)



単位：(人)



▶ シンプル・分かりやすさ

20代
市内在住
出身
Aは他と比べて短いので、
未就学児や小学生にも覚えてもらえそう。

20代
市内在住
出身
ではない
1番魅力に感じたのはA。**端的で分かりやすい、「この街に住んでいて誇らしい」と感じそう。**

30代
市内在住
出身
ではない
シンプルで伝わりやすいとかんじました。
生き方、感じ方が一人ひとり違うことを自由に表現できる。
自然と共存していくことで豊かな気持ちになれるところ。
そんな長野市で在りたい。

50代
市内在住
出身
**単語のつながりがコンパクトで
わかりやすく、覚えやすい**と思いました。

50代
市内在住
出身
NAGANOそのものにブランド力があるのでそれを進行形で一緒に共有しようとする表現が好き。
**NAGANOのさわやかさがストレートに
シンプルに伝わる。**

▶ 響きの良さ

10代
市外在住
出身
長野市のイメージと合致すると思います。
また、**短くて口にしやすい**です。

30代
市外在住
出身
BやCより英語が自然で耳に心地よいです。
外国人観光客にも、いい印象だと思います。

40代
市内在住
出身
端的で音の響きがいいと思います。
オリンピックをきっかけにして、世界的に知名度のある「NAGANO」を使用している点もよく考えられて素晴らしいと思います。

40代
市内在住
出身
ではない
優しい響き。
feel感じるが長野の自然に結びつく。

50代
市内在住
出身
ではない
**流れるような響きがあり、
自然や緑を連想する**ことができ、とても良い。

▶ 感じること・ありのままに 生きることへの共感

10代
市外在住
出身
県外の大学に通っています。実家に帰省するたびに、
山、自然、温かい人たちに恵まれた長野市の良さを実感します。
Aが、**私の気持ちにとっても合致する言葉**
と感じました。

20代
市内在住
出身
ヨガをやっているのですが、あるがままを受け入れる
ということが大切だと学んだからです。
こう感じないといけないと決められないで
**自分で感じたままに生きられる
長野市すてき**だと思います。

30代
市内在住
出身
ありのままに生きる、に非常に共感
しました。

30代
市内在住
出身
未来志向で発展的な印象で好みです。
観光や移住のパンフレットにこのタグラインが載っていたら
心惹かれるかもと思いました。

40代
市内在住
出身
ではない
Aがいいと思います。
理由は、響きがよいこと、一言で言えるタグラインであること、
自分らしく生活することが設定されている
ことです。

Naturalと長野市の イメージの合致 (豊かな自然・自然体な自分)

20代
市内在住
出身

長野市のイメージと合致しているのではないかと
思う。NAGANOという文字とNATURALという文字が
使われていて、より長野らしさが一言で感じられるもの
のだと思った。

30代
市内在住
出身

Naturalの言葉が入っているため、
長野らしさが感じられます。
長野のイメージはやはり自然と通じるものがあると思
います。

30代
市内在住
出身
ではない

英語の伝わりやすさ、語感の良さからBがいいかなと
思いました。Feelからは**自然豊かで五感を刺激する**
長野のよさもイメージされました。

40代
市内在住
出身

短い中にも「長野」「ナチュラル」という2単語が入
っており、**長野では自然(環境的な自然)(自身の自然体)
でいられる**ということがイメージできる

50代
市内在住
出身
ではない

NaganoとNaturalで韻を踏んでいて声に出しやすい。
また、**Be Natural は、自分自身が自然体である**
ということに加えて**長野の自然豊かなイメージ**
が重なっている。

自分らしい生き方への共感

20代
市外在住
出身
ではない

「Be Natural+わたしらしく生きる」の意味
が分かりやすく、おおよその意図は分かりやすかった。
英語も馴染みのある単語の組み合わせで、言葉に出
して見てもリズムが良いので使用しやすいと感じる。

30代
市外在住
出身
ではない

山々を見渡す『自然』とともに
**自分自身もありのままの自分らしくいられる
のが長野市**という想いから、feelとnaturalという
キーワードに惹かれB案に1票です！

40代
市内在住
出身

「わたしらしく生きる。」は、
都会の若い人に刺さると思います。

50代
市内在住
出身

伝わりやすいと思う。一人一人の感じ取り方は自由
であり、**自分らしい生き方を大事にしてくれる
街づくり**を考えていてわかりやすい。

50代
市外在住
出身
ではない

Bのプランに賛同しました。
長野市の歴史、文化は全国に誇れるものであり、
市民全体の生活に根づいていると感じます。恐らく、
**これを元に自分らしさを創生していく方が、
現実的で皆様の心に浸透していく**
のではないかと考えました。

前向き・未来志向な印象

30代
市内在住
出身

候補Bは**能動的な印象を受ける表現**で、
個人的には1番好きです。

40代
市内在住
出身

ナガノを感じたあとの方向性、
長野市が狙っているものが分かりやすい。

50代
市内在住
出身

長野市の価値を認め、
自分の目指すことにチャレンジできる
イメージがあり、良いと感じた。

50代
市外在住
出身

**自分らしさを失わず、
自然体でチャレンジできる**
という事であれば、候補Bが良いと思います。

50代
市内在住
出身

今とこれからのあり方がわかりやすく
表現されている。

▶ 意志の強さへの共感

20代
市内在住
出身
ではない

ブレンドという言葉が、人の在り方だけでなく、長野市という歴史的な土地が、**新しいものも混ぜ合わせていこうという意向がある**ともよみ取れ、将来性も感じたのでそういうところも良いと思った。長野市のイメージとの合致については、醸すという言葉が古めかしく歴史ある雰囲気を出している点は合致する。

40代
市内在住
出身

世の中が大きく変化するなかで、長野市が持続し成長していくためには、長野市に関わる人たちの**主体的な参加が欠かせない**こと、また**いろんな価値観を混ぜ合わせながら進んでいく**ことの大切さがよく示されているタグラインだと感じました。「感じる」ことも大事ですが、**意志の重要性が明確に表されている**「Blend」という言葉に惹かれました。

40代
市内在住
出身
ではない

ダイバーシティ&インクルージョンが進むこの時代に、生きやすさや私らしさの醸成を産み出すには、**個々人による色んなものの受け入れという想いや行動が必要だと感じています**。その意味で、「Blend」という言葉が入っている選択肢が個人的には大切にしたいと感じ、こちらを選択しました。「感じて」とか「そのまま」だけでは弱く、**「Do」に意思が感じられる**点もCを推す理由です。公だけでなく、我々**市民が何らかる行動に移したいと思える**タグラインが良いな、と感じました。

40代
市内在住
出身
ではない

Cは現状の長野市に近いと思います。**きちんとした生き方考え方**は、外から入ってきた私にとってはとても勉強になり、新たな価値観を持つことができました。

▶ Blendの先にある 未来への期待

30代
市内在住
出身
ではない

ブランドコンセプトとてもわかりやすく、大変共感です。タグラインはC案がいいです。自分らしくいようというのはまさに、あとは自然や、カルチャー、都市部的な空気**すべてがまざりあっているのが良い**とおもっていて、**これからもまざりあって、新しい在り方を表現できる地域でいてほしい**と思います。

30代
市内在住
出身

みんながそれぞれ個性を出しながらもその**個性がまじりあい、一つになることで長野市というブランドができる**イメージを感じたのでCがいいのかなと感じた。

50代
市内在住
出身

長野市にある**古くからあるものと新しいものが混じり合って、いい反応、変化が生まれる**ことを表していると思います。

60代
市内在住
出身

これからの長野市のイメージに合っていると思う**古い街並み、歴史ある建造物の移築、利用をしながら新たなあり方、新たな価値を生み出した街づくり**をしてほしい。

▶ Blendという言葉のもつ 独自の魅力

20代
市外在住
出身
ではない

「Blend」「醸す」ということばに**惹かれました**。

30代
市内在住
出身

A、B案に比べ**「Blend」、「醸し出される」といった言葉に重厚さ**を感じます。

40代
市外在住
出身
ではない

Cがおもしろいです！**ほかとは違うタグラインにしないと意味がない**ので。

40代
市内在住
出身

「Blend」は、長野市と**他の都市との違いを出せるいい視点**だと思います。

50代
市内在住
出身

「醸し出す」の言葉から、長野市で盛んな**「味噌づくり」**が連想できること、「Blend」の言葉から、様々な自然環境や生活環境が一つに混じり合い、人それぞれが自分らしく生活できるまちになっていることを表現できていると思います。**語感もほかの候補と比べて新鮮**な感じがします。

候補
A

Feelin' NAGANO

—ありのままに生きる、わたし・まち・長野市—

「端的で覚えやすい」「言いやすい」
「伝わりやすい」「音の響きがいい」
「口に出したときの感じの良さ」
「コンパクト」
などの感想が多く、タグラインの
**文字の視覚的・聴覚的な
印象の良さ**があり、
五感に訴える強さがある
ことが分かった。

候補
B

Feel Nagano, Be Natural

—この街で、わたしらしく生きる。長野市—

「Natural」が、長野市の主たる特長である
豊かな自然のイメージ
を瞬時に与え
「長野市らしさ」を印象付けるとともに、
「自分らしい」
生き方・暮らし方への共感
を多く得ることができた。
また、「**これからのあり方**」などの
メッセージ性が、
よりよく表現されているとの感想を
得ることができた。

候補
C

Do Blend , Be Natural

—わたしらしさが醸し出される街・長野市—

都市ブランドコンセプトや
タグライン候補の説明文を踏まえながら、
「Blend」が意味する
**「生き方・暮らし方の選択肢の
中から組み合わせる」**
ことへの**納得感を得る**ことが分かった。
表現の面においては、「Blend」や、
発酵食品を連想する「醸し出される」
の言葉が、「他都市との違い」や
「おもしろさ」「最も個性がある」など、
独自の印象を与えることが分かった。

指摘事項

指摘事項に対する考え・対応

1

タグラインの表現が分かりにくい、共感を得られないのではないかな

タグラインは、都市全体のイメージを短いメッセージで表現したもので、観光のキャッチコピーとは異なるものです。

ワークショップや市民意識調査等の結果から、「自然との調和」、「人の営みへの敬意」、「良質なアクセス」、「自分らしく自然体で生きる」、「安心して挑戦できる」の5つの要素を導き出し、メッセージとしてタグラインに落とし込みました。

多くの方から都市ブランドに対する共感を得るために、タグラインをロゴマーク等のブランドデザインと合わせて、広く本市を印象付けるツールとして展開するとともに、継続的に市民の皆様と対話を重ねる取組を進めていきます。

2

なぜ英語なのか

本市の都市ブランドを国内にとどまらず、国外の多くの人々の共感を呼び込むため、国際共通語である英語でタグラインを表現し、世界に向けて発信していきたいと考えています。さらに、日本語のサブコピーを添えることで、タグラインのメッセージを分かりやすく伝えています。

3

長野市以外の都市でも成り立つタグラインではないかな

3つのタグライン候補はどれも、豊かな自然に囲まれながら、誰もが自然体で生きられる都市の姿を伝えています。

ワークショップや市民意識調査等を通じて、多くの方の意見・感想から方向性を導き出したものであり、本市の特長的なまちの有り様を表現していると考えています。

都市ブランドコンセプト

長野市らしさとは何なのか。

長野市では、市民意識調査、ワークショップなど、市民との対話を通じて、その答えを探してきました。

その結果、浮かび上がってきたのは、3つの不変的価値。

それは、「自然との調和」、「人の営みへの敬意」、「良質なアクセス」

北信五岳に抱かれた長野市は、古くから自然とともに歩んできました。
山、川、森がすぐ近くにあり、清らかな水と空気に育まれたこの地は、
豊かな自然の恵みが暮らしと見事に調和しています。

国宝・善光寺を有する長野市は、人の営みに深い敬意を払うまちでもあります。
古いものを大切にしながら、新たな感性を尊重するのは門前町ならではの風景です。
また、長野オリンピック・パラリンピックの開催は、
様々な人々との交流を生み、多様性を理解し、お互いを尊重する土壌を育みました。

そして、北国街道が通る長野市は、交通の要衝としての歴史をそのまま引き継いでいます。
現代においても、新幹線をはじめ、様々な場所に容易にアクセスできるハブとしての機能を備えています。

では、3つの不変的な価値を持つ長野市は、どんなまちなのか。
これらの価値を土台にすると、どんな生き方、暮らし方を実現できるのか。

長野市は、雄大な自然に囲まれながら、他者を尊重し合い、自由に行き先を選ぶことができる。
そこは、誰もが自分らしく自然体で生きられる、そして、安心して挑戦ができるまちです。

広く開かれた可能性の中から、自分らしい生き方を選択できるまちとも言えます。

長野市は、あらゆる可能性を受け入れます。
街と自然、古きと新しきなど、豊富な選択肢の中から、未来に向けて自分の
生き方を選び取り、実現することができる。
それが、長野市らしさであると信じています。

都市ブランドアンケート調査票

【回答期間】7月1日（土）～7月23日（日） ※郵送の場合、当日消印有効

◇ご自身についてお答えください。※当てはまる項目に□をしてください。

◆Q1：年代をお答えください。

- 10代未満 10代 20代 30代
 40代 50代 60代 70代以上

◆Q2：お住まいの地域をお答えください。

- 長野市街地※ 長野市街地周辺 長野市内中山間地域 長野市外

※長野市街地…第1地区から第5地区、芹田、古牧、三輪、吉田、安茂里

◆Q3：長野市出身ですか？

- 長野市出身である（長野市で生まれ育った） 長野市出身ではない（長野市以外の市区町村で生まれ育った）

◇Q4・Q5について、「ホームページ」や「資料」を参考にしながらお答えください。

◆Q4：都市ブランドコンセプトから導きだされた「タグライン」の候補A～Cに対するご感想・ご意見をお寄せください。

（言葉の伝わりやすさ、好み、長野市のイメージとの合致、使用のしやすさ など） （目安：200文字程度）

 文字数 文字

◆Q5：あなたが長野市をイメージ又は表現する一言があれば、教えてください。

ご協力ありがとうございました。
 皆さんのご感想・ご意見を参考に、タグラインを決定していきます。

【アンケート送付先】

- メールの場合：toshibrand@city.nagano.lg.jp
- 郵送の場合：長野市企画政策部企画課 都市ブランド推進室
〒380-8512 長野県長野市大字鶴賀緑町1613番地（専用の郵便番号のため、住所は省略できます。）