

コンセプトおよびロゴについて

■第1回ワークショップからわかった蒲郡の魅力

- ・ **人**：人にやさしい気質・近所付き合い・親しみやすい距離感
- ・ **暮らしやすさ**：蒲郡時間・交通が便利・程よく田舎
- ・ **自然**：海・山・竹島
- ・ **食**：海鮮・うどん・みかん
- ・ **子育てのしやすさ**：子供たちが蒲郡大好き・制度充実・保育園に入れやすい
- ・ **伝統文化**：三谷祭り・文学記念館・神社・古墳・三河木綿
- ・ **イマドキスポット**：おしゃれなカフェやパン屋さん・インスタ映えスポット（ガマフォルニア・壁画アート・ヤシの木ブランコ）
- ・ **どこか懐かしい雰囲気**：レトロ・カオス
- ・ **娯楽スポットの充実**：温泉・ラグーナ・ボートレース・水族館



「蒲郡は暮らしやすい！」 「蒲郡はたくさんの魅力にあふれている！」

■ターゲット

①市内（市民）＝主役

市民全体／とくに**今後の蒲郡のまちづくりを担う若者・子育て世代（20～40歳代）**

- ・蒲郡への『誇り・愛着』**乏しい**、地域との『関わり・交流』『わがまち意識』**希薄**
- ・結婚や出産、住宅購入などを節目に**市外へ転居する子育て世代も少なくない**
- ・SNSなどを活用した情報発信が盛んで、周囲への**波及力・情報拡散力が高い**



②市外＝ファン・サポーター

蒲郡市から約50～100kmの近隣エリア／とくに**若者・子育て世代（20～40歳代）**

- ・電車や車で1時間程度で移動できるため、関係を構築後、**定期的な来訪**を訴求しやすい
- ・新型コロナウイルス感染拡大の影響により、長距離移動が難しくなっており**近隣地域への移動・交流が盛ん**
- ・将来的な結婚や出産、住宅購入時における移住・定住を見据えて、**早い段階から関係を深めたい**
- ・SNSなどを活用した情報発信が盛んで、周囲への**波及力・情報拡散力が高い**



①コンセプト

■伝える価値

人、暮らしやすさ、食、文化、観光…

蒲郡は1つに絞れない「蒲郡ならではの魅力」がたくさんある。

普段当たり前だと思っている一つ一つが、実は魅力的で蒲郡唯一の価値である。

■シティセールスに込める思い

官民連携でシティセールスを実施していくにあたり、

- ・今自分が取り組んでいるものが蒲郡の魅力を作っていることを再認識したり、
- ・気づかなかった魅力を再発見したり、
- ・新たに蒲郡の魅力を作り出していくなど、

市民（プレイヤー）一人一人が自分事化し、“自分たちの活動を通して”シティセールスに取り組んでほしい。



ここにしかない、魅力がある。

がまごおりじなる

本州のほぼど真ん中にある蒲郡。

海と山に囲まれた風光明媚な土地でありながら、
近年は暮らしやすい街としても注目を集めています。

そんな蒲郡には、他の場所ではなかなか味わえない

「ここにしかない魅力」がいっぱい。

まだまだ知られていない蒲郡の魅力を、

私たちと一緒に見つけませんか？

ここにしかない、魅力がある。

がまごおりになる

読点があることで、一息つき、前後の言葉にインパクトが出る。

体言止めで終わってしまうと動きがなくなってしまう。韻を踏むことでリズムが出て、広がりを感じる。

韻を踏んでリズム感を出す。

本州のほぼど真ん中にある蒲郡。

海と山に囲まれた風光明媚な土地でありながら、

近年は暮らしやすい街としても注目を集めています。

そんな蒲郡には、他の場所ではなかなか味わえない

「ここにしかない魅力」がいっぱい。

まだまだ知られていない蒲郡の魅力を、
私たちと一緒に見つけませんか？

メインコピーは内外向けにしつつ、施策ごとに使い分ける。
(作りませんか？発信しませんか？)

※シティセールスの軸となるため、内外の人両方に届けるコピーにしました。

ここにしかない、魅力がある。

がまごおりじなる

←コンセプトを軸に施策を展開していく。

『どんな魅力？』



①“がまごおりじなる”を見つけよう！

■目的：魅力の再発見

■ターゲットと目指す姿：

- ・市民には「こんな魅力あったんだ！」と蒲郡の魅力の再発見・再認識をしてもらう。
- ・シティセールス関係者には「私がやっているこの事業は“がまごおりのいい”を作る1部になっている」と再認識・自分事化してもらう。
- ・蒲郡来訪者には、「蒲郡っていいところだなまた来たいな」と感じてもらう。

■施策：

- 【A】がまごおりじなる認定事業
- 【B】がまごおりじなる紹介冊子
- 【C】がまごおりじなるツアー



『もっと魅力を増やしたい！』



②“がまごおりじなる”を作ろう！

■目的：魅力を生み出す

■ターゲットと目指す姿：

- ・市民には「自分がやりがいをもってやっていることで、蒲郡がよくなるからさらに活動していきたい」と感じて行動してもらう。

■施策：

- 【A】市内で「蒲郡」の魅力を作り出している人取材し、広く発信



『魅力を知ってほしい！』



③がまごおりじなるを広げよう！

■目的：魅力の情報発信

■ターゲットと目指す姿：

- ・市民・市外の人関わらず、蒲郡の魅力を積極的に発信してもらえる仕組みを作る。

■施策：

- 【A】がまごおりじなる写真投稿キャンペーン
- 【B】がまごおりじなる市民ライター募集

【参考】#藤沢キュン♡あつめ、写真で見る岡崎



ここにしかない、魅力がある。

がまごおりじなる

『がまごおりじなる』というコンセプトコピーの元で市内外、多くの人に蒲郡の魅力を

『再発見・再認識』したり、『新たに生み出し』たり、『広く発信』したり、

様々な形でシティセールスをおこなっていきたいと考えています。