

【地域ブランド推進事業（事例2：宮城県山元町）】

東日本大震災の被災地として、復興計画を早期に進めるために地域ブランド化により、交流人口拡大を目指すためのシティプロモーションを実施することになった。地域ブランド化は、創生総合戦略計画と整合性を取りながら進める。

宮城県山元町（平成27年度 受託・実施）

事前調査の実施

- 資源調査（市内地域資源の整理）
- 首都圏住民調査、宮城県住民調査

山元ブランド推進計画書の作成
山元ブランドネーム・ブランドロゴ・
キャラクターの募集・決定
（推進計画委員会運営）

- 実施背景・目的・ブランドの考え方
- ブランドコンセプト・基本方針
- ブランド推進実施計画

- 山元ブランドの「キャッチフレーズ」「ロゴ」を公募して、ブランドコンセプトに合うものを選定

● 28年度から認証事業とプロモーション事業を展開

山元ブランド認証事業
（ブランド認証委員会運営）

山元ブランドプロモーション活動
（ブランド広報委員会運営）

重要プロジェクトの概要

地域発商品・サービスのブランド化

山元町の認知向上
（地域知名度）

地域イメージのブランド化



山元町産業振興計画のビジョン

「交流人口を拡大する産業振興により、
地域経済の好循環をつくる」
～キラリやまもと！まるごといいね～

