

長岡シティプロモーション戦略（平成30年度～令和4年度）の取り組み

長岡シティプロモーション戦略

平成23年度～平成29年度

平成30年度～令和4年度

令和5年度～

長岡の認知度、イメージアップを通じ、都市としてのブランド力向上

長岡の「暮らしやすさ」「地域資源」をベースに、各分野でプロジェクトを展開
官・民・産・学が連携し、オール長岡でプロモーションを強化

主要施策各分野において、「選ばれるまち」になるためのプロモーションを継続

- ホノルル姉妹都市交流
ハワイ州・ホノルル市と姉妹都市締結し、世界の恒久平和を発信。



- 長岡開府400年
初代長岡藩主・牧野忠成が城主となつてから400年を記念し「次の百年へ新しい米百俵」をテーマに200以上の事業を実施。
▶平成30年5月 長岡開府400年記念式典開催（来場者数20,000人）



- 東京オリンピック・パラリンピック
聖火リレー、豪競泳チームとの交流を実現
▶平成30年7月(令和元年7月) 豪競泳チーム等事前キャンプ
▶同年10月 長岡市スポーツ推進条例施行
▶令和3年6月 聖火リレーが長岡を出発、同年8月 パラリンピック
聖火フェスティバル採火式

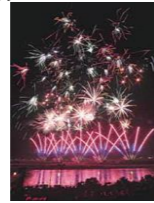


ミライエ長岡オープン

ミライエ長岡を拠点にした、長岡らしいあらたな人材育成、DX、産業振興を推進



- 長岡花火プロモーション強化始動
「復興祈願花火フェニックス」等大型花火を軸に、長岡花火を全国、世界に向けて発信



- 観光戦略プラン策定
豊かな歴史文化、産業・食・農の文化など長岡の地域資源を観光資源に育て、長岡花火だけではなく長岡の魅力を発信。
▶令和2年9月 道の駅ながおか花火館オープン
▶令和4年6月 映画「峠 最後のサムライ」公開



- 錦鯉・長岡食材のブランド化
錦鯉ブランド戦略室設置により、錦鯉発祥の地であるブランド力向上。ブランド食材のプロモーション強化。
▶令和2年9月 枝豆「越一寸」出荷開始
▶令和3年6月 大口れんこん「国のブランド保護制度（GI制度）」登録



ふるさと納税強化

長岡の地域資源を最大限に引き出し、全国に発信
長岡ファンを拡大



- アオーレ長岡と市民協働の推進
新潟アルビレックスBBのホームアリーナがアオーレ長岡に。バスケットによるまちづくりを推進。



- バイオ・発酵の推進
持続的で、再生可能性のある循環型の経済社会を目指し、企業や研究機関と連携した取り組みを展開。
▶平成31年1月長岡の発酵ミーティング設立
▶令和3年6月 内閣府の地域がイコミュティに認定
▶同年7月 長岡バイオエコノミーコンソーシアム設立



- ふるさと納税の強化
米の定期便や日本酒など長岡の産品を通じて全国に長岡の魅力を発信、寄附額24億円を達成。
▶令和元年11月 ガバメントクラウドファンディングスタート



移住定住人口増

長岡の子育て・仕事・生活等総合的な暮らしやすさ発信による、移住定住推進



- 越後長岡応援団を活用したPR
エンジン01を契機に、長岡ゆかりの著名人や情報発信力の強いキーマンとの関係構築により、効果的なプロモーションを実践。



- 企業誘致と新しい働き方の推進
長岡北スマート流通産業団地に優良企業21社を分譲したほか、「長岡ワークモデル」により地方分散を促進。
▶平成30年11月 同産業団地分譲開始
▶令和3年10月 NAGAOKA WORKER協議会設立



- 移住・定住の促進
令和3年度、移住定住相談センター開設。相談件数は100件を超えた。仕事、住まい、子育てなどの諸問題をワンストップで相談可能に。
▶令和4年9月 お試し移住体験スタート



●長岡市の主要な計画

長岡市総合計画（平成18～27年度）

長岡市総合計画（平成28～令和7年度）

長岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略（平成27～31年度）

第2期長岡市まち・ひと・しごと創生総合戦略（令和2～6年度）