

竜王町シティプロモーションガイドラインの概要

シティプロモーションとは？

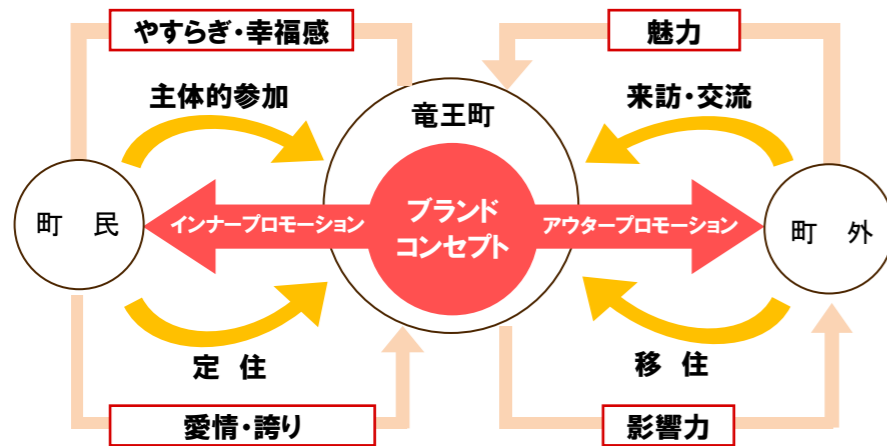
- 居住者・事業者等から「選ばれる自治体」となるため、町の魅力を発掘・再認識して、定住人口の獲得、企業誘致、来訪者の増加等をめざす取組。
- まちづくりによって生み出された魅力をブランディングし、“効果的に”発信するための考え方や手法。

シティプロモーションの必要性

- 竜王町の人口減少に歯止めをかけるため“若者”にとっての竜王町の魅力を的確に発信することが大切。
- 2030年を目途に進めている竜王町コンパクトシティ化構想(竜王小学校跡地等への住宅誘導)を見据えた戦略的プロモーションが必要。

シティプロモーションの目的

- 人口減少に歯止めをかけるため町外への転出抑制、町外からの転入促進を図ることがシティプロモーションの最大の目的。
- 町外に住む竜王町ゆかりの人への魅力発信（アウトプロモーション）と、町民や町内企業にブランドコンセプトを浸透させ、まちへの愛着や誇りを醸成することで、町内からプロモーションの担い手が生まれる持続可能なしくみづくりを進める。（インナープロモーション）



ALL 竜王体制での魅力発信

- 町民や企業・団体、町外に住む竜王町ゆかりの人が、主体的に発信する「ALL 竜王体制」による取組が大切。
- 行政（町役場・町職員）による魅力発信からスタートし、町民や企業・団体、町外の人に対し、ブランドコンセプトやまちの魅力・まちづくりの方向性への共感・共有を生み、ALL 竜王体制での取組へと発展させていくことをめざす。

ターゲット

メイン
ターゲット

竜王町に縁がある 20～30 歳代の男女

竜王町出身者

町内就業者

サブ
ターゲット

メインターゲットと
つながりのある町民や企業

出身者の親・家族

町内企業

ブランドコンセプト

revo-Ryu-tion! 竜王

- 農工商観光すべてが揃った産業、独自で手厚い子育て支援、安心・安全な環境、豊かな自然・歴史・文化など、竜王町にはこれまで築きあげてきたたくさんの魅力がある。
- 若い世代の流出、出生率低下による少子化等により人口減少は加速化しており、何かを変えていく必要がある。
- アフターコロナ、Society5.0 で実現するスマート社会、SDGs の実現をめざした取組など世界的・全国的な動きと合わせ、竜王町コンパクトシティ化構想・竜王町グランドデザイン構想を見据え、新時代に向けた変革を意味する「revolution」に、「Ryu」を組み込んだ「revo-Ryu-tion! 竜王」を竜王町のブランドコンセプトとする。
- 町民、竜王町出身者や町内就業者、訪れる人など、竜王町と関わりのある一人ひとりに小さな変革が生まれ、企業、地域、行政などがともに参画することで全国に発信するような大きな変革を巻き起こし、誰もが輝くことの出来る「輝(き)竜(りゅう)の郷(さと)」を創造する。

ブランドロゴの設定

■ 基本マーク



■ サブマーク

revo **Ryu**tion! 竜王
revo **Ryu**tion! 竜王

■ 単色での使用の場合



■ 竜王町の町名表記

竜王町

「竜王」の英語表記について

町勢要覧や広報りゅうおうなどでも「RYUOH」と表記しており、すでに町民や団体、企業にも定着。また、末尾に「H」をつけることで外国人にも読みやすく、発音しやすくなることから竜王の英語表記は、「RYUOH」の5文字を使用する。