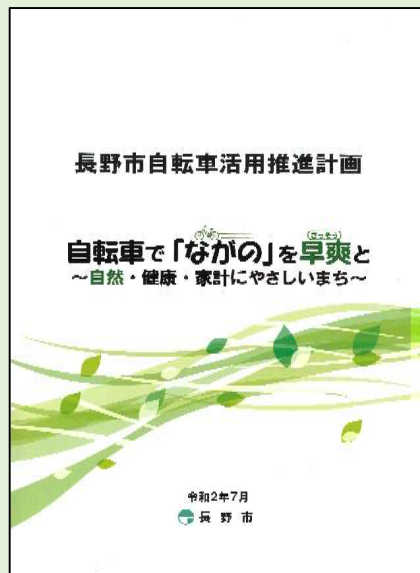


キャッチフレーズと目標像

新たな計画にふさわしい、計画の「顔」となるようなキャッチフレーズ、目標像を策定します。

【現行計画】

◆表紙



◆キャッチフレーズ

自転車（さっそう）で「ながの」を早（さっ）そうと
～自然・健康・家計にやさしいまち～

◆目標像

- 通勤・通学や買い物などで自転車が日常的に利用されている。
- 移動距離が5km以内の場合は、自転車が最有力候補となっている。
- 自転車が安全に安心して利用できるまちとなっている。

【方針】

「キャッチフレーズ」と「目標像」をひとつにし、目標とする姿を大きくPR

- ・「キャッチフレーズ」に「目標像」を加えて、よりわかりやすく
- ・計画内に隠れてしまう「目標像」を、キャッチフレーズとセットにすることで前面に

策定のポイント①（現行計画からの変化）

★「家計にやさしい」がなじまなくなっている。
自転車価格の高騰など

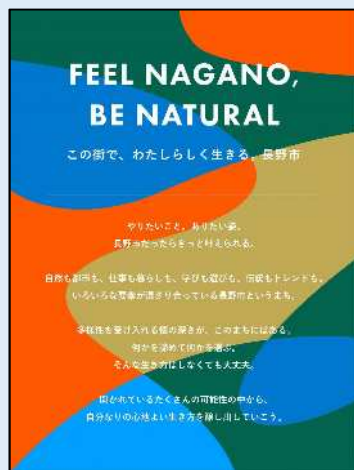
★自転車を使う用途が様々になっている。
短距離の移動、通勤通学の利用などは減少傾向
様々なタイプの自転車の増

策定のポイント②（第2次計画のイメージ）

★長野市の都市ブランドコンセプトの取り込み

★自転車を「活かす」に着目し、自転車の「楽しさ」をPR

【長野市都市ブランドコンセプト】



FEEL NAGANO, BE NATURAL
この街で、わたしらしく生きる。長野市

長野市の空気に触れる。そこでどう感じるかは人それぞれ。
雄大な自然の豊かさに、安らぎを得るかもしれない。
風情を感じる街並みに、自分の「好き」を見つけるかもしれない。
人々が紡ぎ出す営みに、刺激を受けて動きだそうとするかもしれない。
どんな感じ方でもいい。
それぞれが長野市を自由に味わい、それぞれの生き方が肯定されていく。
その中で、自分らしく自然体に生きる人を増やしたい。
そんな想いがメッセージに込められています。