

みなかみ版DMO

ブランド委員会取り組み報告

委員長 深津卓也

会議開催

※第1~3回は28年度に実施。実施内容の検討・決定を行い、各事業ごとの議論を深め実施事項の具体化に向けて進めている。

- 17年6月13日 DMO合同会議
- 17年10月12日 第5回会議
- 17年10月25日 第6回会議
- 17年11月22日 第7回会議
- 17年12月26日 第8回会議
- 18年3月9日 第9回会議

メンバー

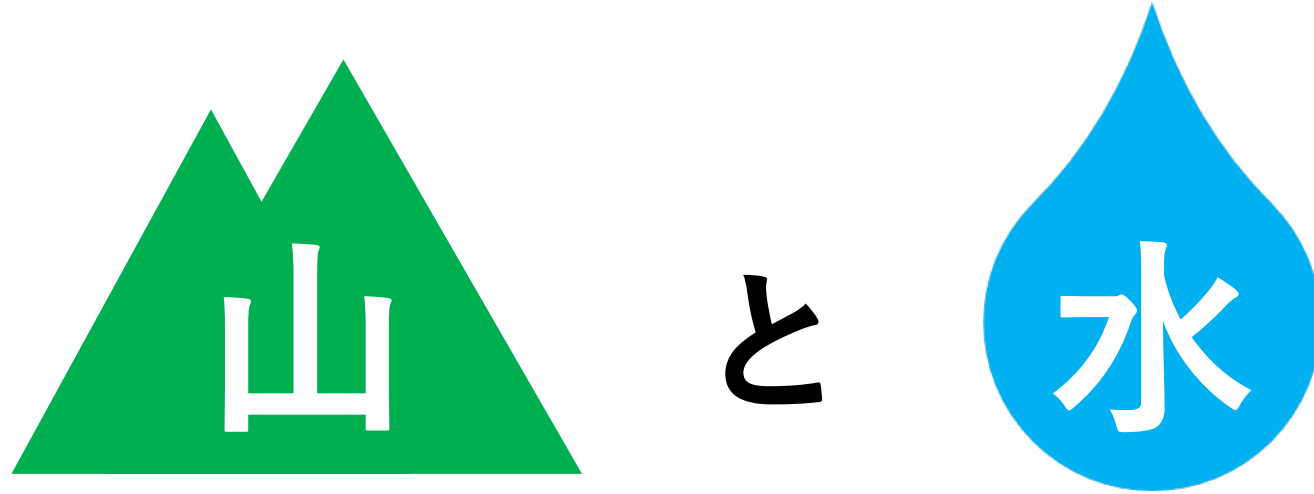
委員長 深津代表理事

持谷副代表理事 マイク理事 阿部理事 戸澤理事

渡辺氏（角弥） 須田氏（育風堂） 中島GL（役場観光商工課）

事務局 小野事務局長 高野課長 林雄一郎係長 鈴木雄一 永井真弓

ブランドコンセプト



**大いなる自然環境がもたらす癒しと交流。
生命と暮らしの原点みなかみで
最高のリフレッシュを。**

ロゴマーク



登山家に愛され、険しく美しい谷川岳。
人々の暮らしを支え、豊富で清らかな水をたたえる利根川。
みなかみが世界に誇る、山と水の楽園・水源郷を表現。

昨年度総会でも提案させていただき、ご意見いただきました内容を再度検討し理事会にて決定。
キャッチコピーとのセットを原則として、展開していきます。

キャッチコピー

Find your oasis.

日本トップクラスの山と水の自然資源を持つみなかみで、
あなたの心身をいやすオアシスとを見つけよう！

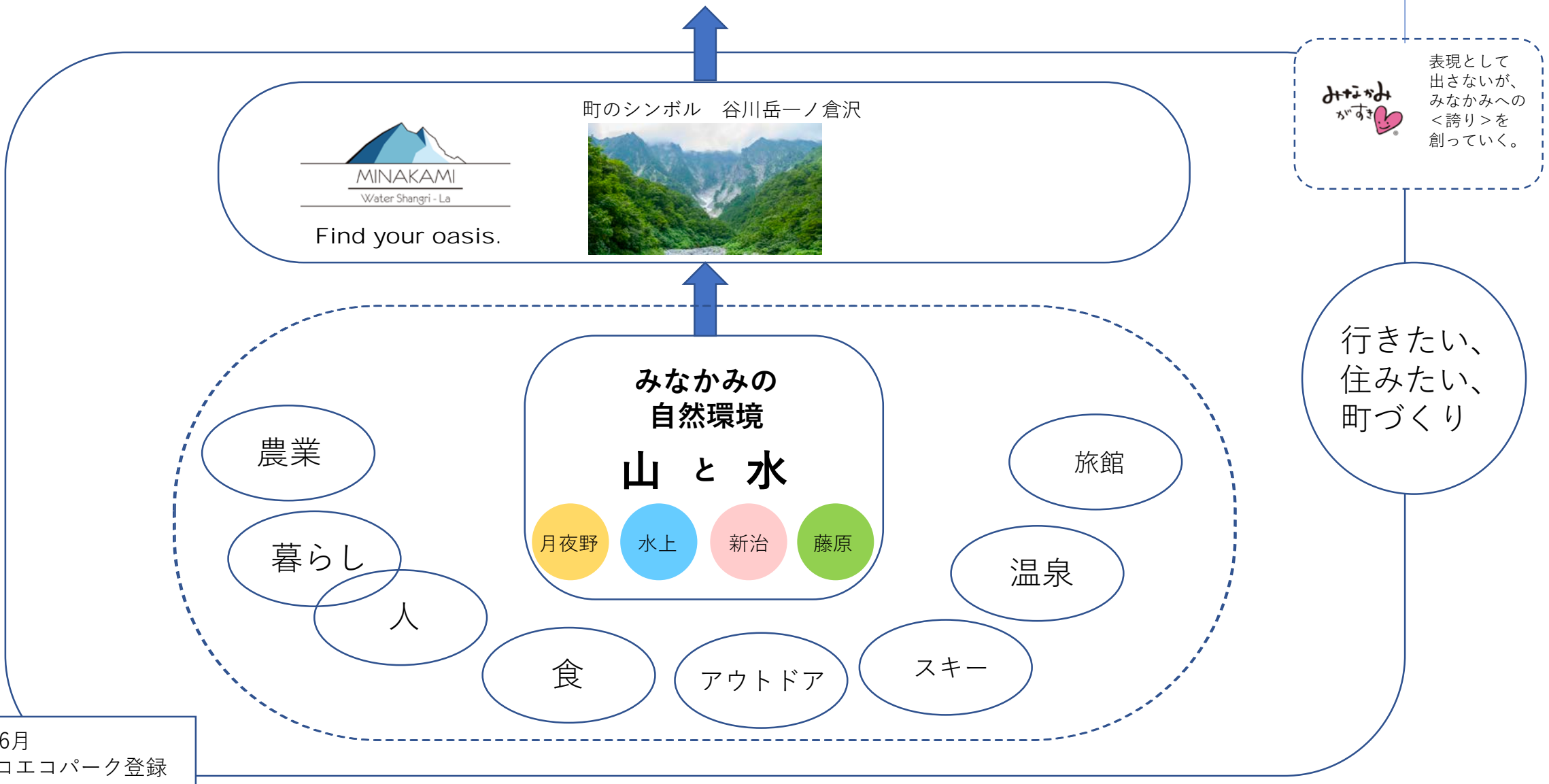
ブランドシンボル

谷川岳 一ノ倉沢

世界トップクラスの山岳「谷川岳」。その谷川岳を象徴し、訪れる人々に圧倒的な感動と、癒しを与える「一ノ倉沢」をシンボルとしてブランド展開します。

好アクセスにもかかわらず、急峻な山、季節によって表情を変える森、夏も残る雪、雪解けのせせらぎ。世界にも認められ、みなかみの素晴らしい環境を象徴しているスポットです。

目標： みなかみのコアなファンを創る。	目標： 町の誇りを醸成する。
ターゲット： 首都圏20-30代アクティブな女性	ターゲット： 町民全員

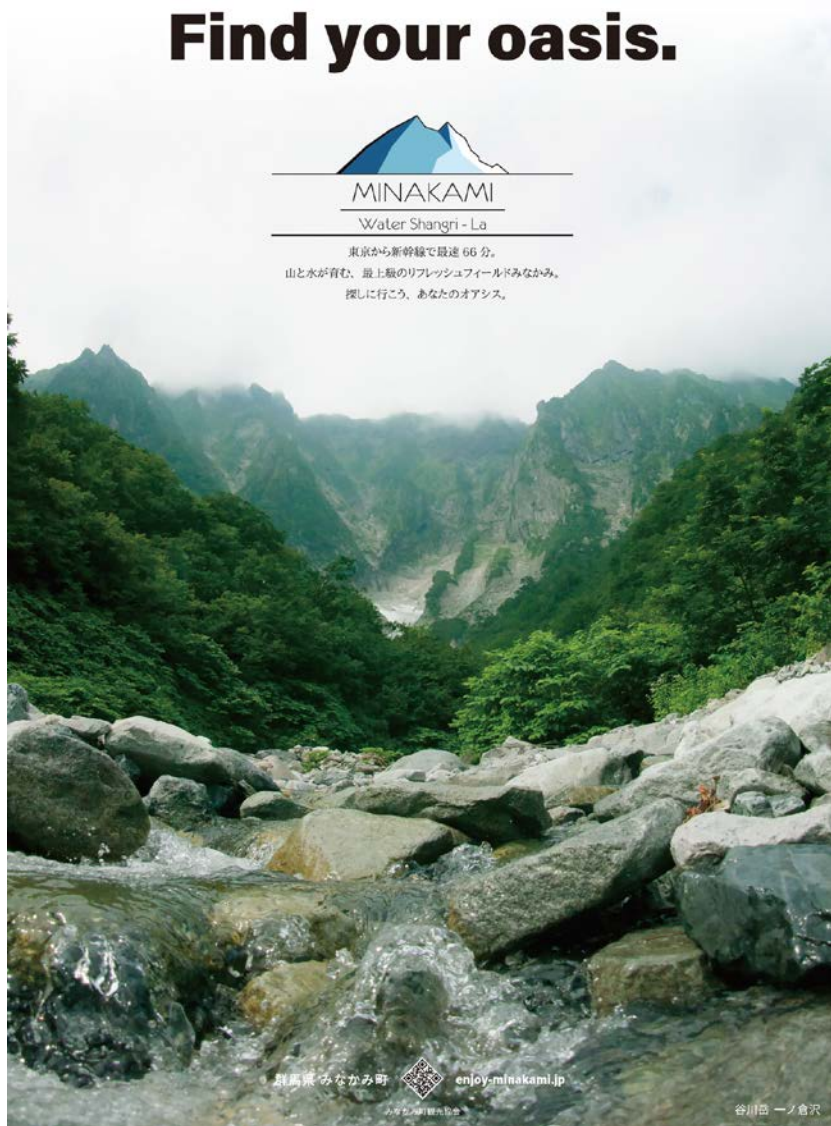


2017年6月
ユネスコエコパーク登録

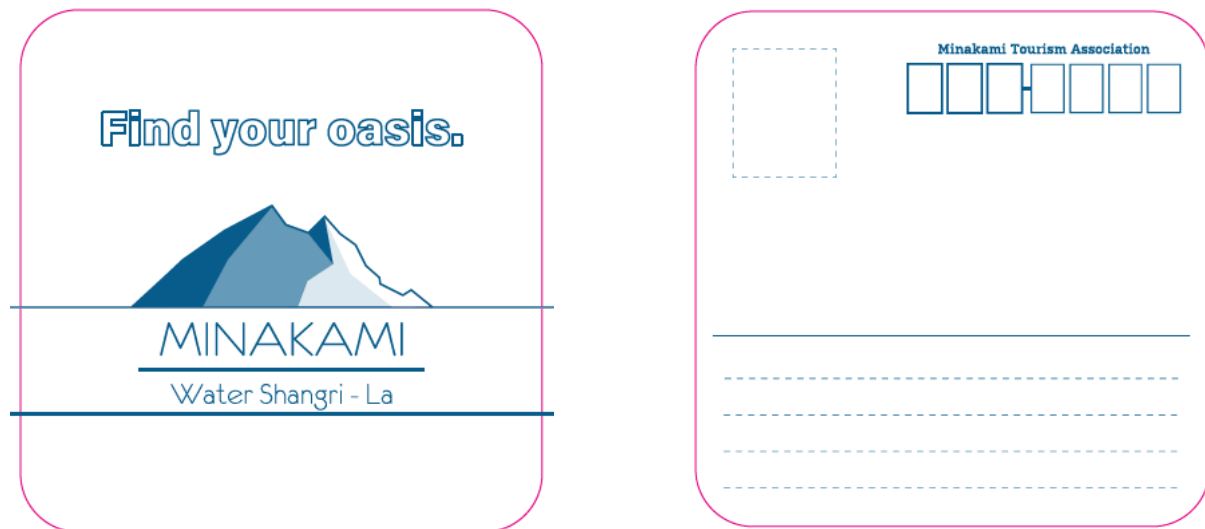
町民も町に誇りを持ち、協調できる観光→町民が一番の観光大使／ガイドに

平成29年度ブランドに紐づく新規制作物

プレポスター



コースター作成



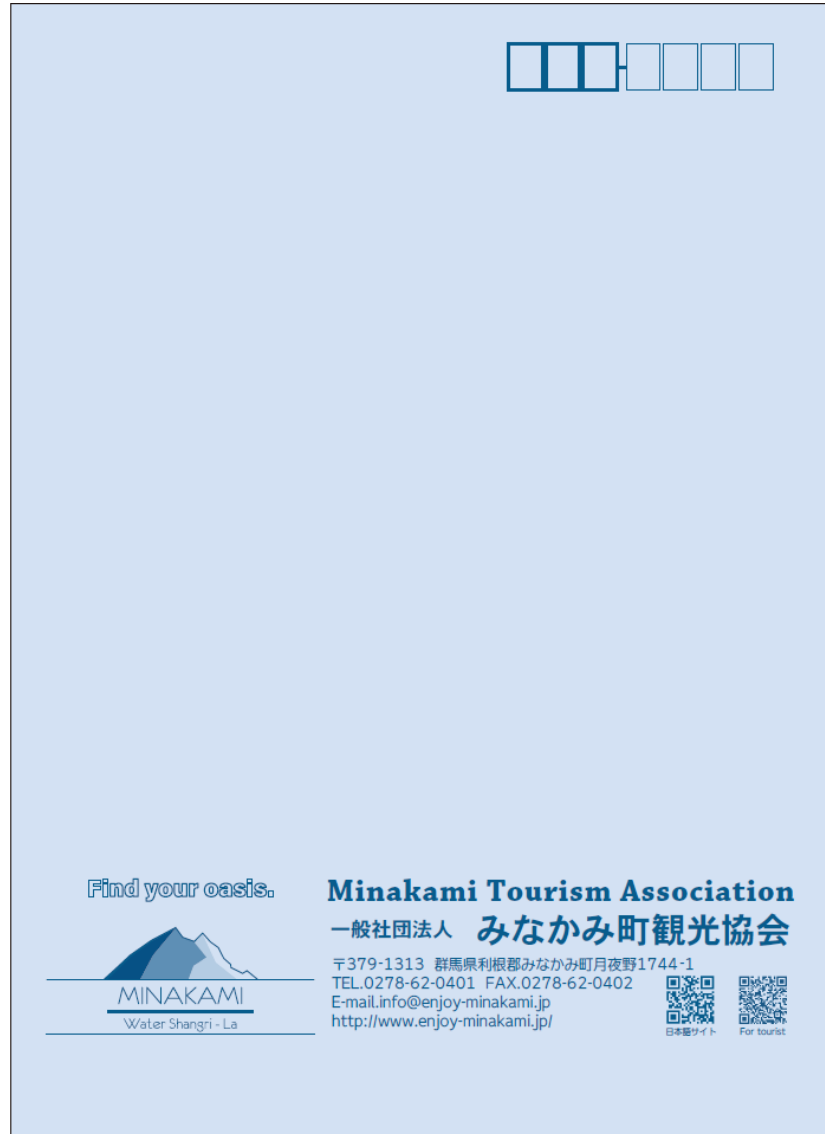
飲食店用としてテスト作成。



みなかみのシンボルをキーとしたブランドPR

バラマキ用としてコストを1/3に削減

角2封筒



長3封筒



プレミアムタオル

みなかみのファンに向けたプレミアムグッズとして制作。



Find your oasis.

商談ご成約のノベルティ
海外エージェントへの配布
取手町観光大使のツアーにて配布

協会ウェア／ワッペン の作成



ワッペンは、協会スタッフのほか、町外で活躍されるジュニアアスリートの方に配布しました。メディア関係の方にも配布しました。今後は実際に着用し、みなかみの魅力を伝えていただけるアンバサダーとなる方を重点的に配布していきます。

協会ウェアは、事務所スタッフが統一したブランドイメージを作る最前線として、着用し活動します。

協会デザインのガイドライン作り

制作物等表記統一

日本語・みなかみ町観光協会

英語・Minakami Tourism Association

観光による地域づくりの取り組み検討

- ・観光に関連する呼称の検討
- ・観光協会会員、観光事業者のみにとどまらない、町全体での観光推進に向けた取り組みの検討。

平成30年度取り組み

ブランディングのためのデザイナーコンペの実施

ブランドづくりを共に進めるデザイナーを選任し、協会の印刷物等お客様にとのコミュニケーションに使うツールのデザインをより効果的にする。

観光協会の目指す方針を示す、ブランドガイドブックの作成

観光に携わる方をはじめ町内の方や関係各社にも、観光協会が目指すみなかみの方向性を提示する冊子を制作。言語化することで、より具体的に同じイメージを伝え、一致団結して取り組むためのバイブルとする。

観光 & DMO 説明会を地区会での実施 & 地区会の活性化

平成30年度内開業目標。お客様が集い町内回遊につながる拠点の立ち上げ。

新しい発信拠点として活用を目指す、駅ナカ飲食テナント

平成30年度内開業目標。お客様が集い町内回遊につながる拠点の立ち上げ。