



特集 Hello! NEW 新しいを、明日へ

地方創生推進課 ☎ 65-1238 FAX 65-1216

平成 29 年、新居浜の魅力を広めるために作られたシティブランド戦略。スローガンの「Hello! NEW」には、新居浜に集まるたくさんの「新しさ」を受け止め、次の「新しい」を生み出したいという思いが込められています。

ロゴマークは、吹き出しと風船をモチーフにしたデザイン。
吹き出しは「市民一人ひとりの声や想い」を、
風船は「それらがふくらんで、大きなチカラになっていく様」を表現しています。

昨年、シティブランド戦略は第 2 ステージへ新たなスタートを切りました。
新居浜の魅力をもっとたくさんの人に伝えていきます。



1



3



4



2

① Hello! NEW 宣言イベント (H29)。市役所ロビーで開催しました。
 ②～④にはいまみらい会議 (H29)。さまざまな年代の人を集め、新居浜の未来について語り合いました。

たくさんの思いを集めて。 新しくつくる、新居浜。

平成27年、市には一つの課題がありました。少子高齢化、転出の増加などさまざまな理由で起こる「人口減少」です。市の人口減少幅は周辺都市よりも緩やかではあったものの、早い段階で対処する必要があります。

■人口減少に歯止めをかけるために

目標の一つは、2060年に人口9万人を維持すること。そして、人口減少を抑制しながら、市を盛り上げていくことです。この目標を実現するために平成27年、「人口ビジョン・総合戦略」が作られました。

■伝えたい市の魅力、そして定住へ

人口ビジョン・総合戦略を底上げするために、平成29年に「新居浜市シティブランド戦略」を策定。市の魅力度を高め、新居浜に住み続けてもらうことを目指しています。

当時、新居浜の魅力度は県内8位(※)。全国はもとより、県内でも十分な存在感を示すことができていませんでした。市外に出た人に戻ってきてもらうためにも、良い印象を持つてもらおうと、良いところを増やし磨き続ける必要があります。

そこで、市の魅力を発信するために、「Hello! New」をスロー

ガンに掲げ、視覚的にも分かりやすいようにロゴマークを作成。平成29年の宣言イベントを皮切りに、前へと進んでいきました。

■たくさんの人の思いを形にしたい

行政主導でなく、市民とともに町づくりを進めていこうと、平成29年に「新居浜みらい会議」をスタート。

会議には市内で生まれ育った人や移住してきた人など、大人だけでなく10代の学生も多く参加。新居浜を盛り上げるためのイベントや企画を考え、市内各所でのフィールドワークを経て、たくさんの市民の前でプレゼンテーションに臨みました。後に実施された「星と音楽のガーデンパーティー」や「クリーン大作戦」「Hello! New 新居浜ユースチュー部」は、このみらい会議で発案されたものです。

さまざまな立場の4人に、「私の新居浜」を語ってもらいました。



Hello!
NEW

あいさか ゆうすけ
相坂 祐介 さん

シティブランド戦略 当時の担当

自分を育ててくれた古里、新居浜。ここに暮らす人が「住みやすくていい町」と胸を張れる町にしたい。その気持ちを原動力に4年間、シティブランド戦略の立ち上げに奔走した。今でこそ当たり前にあるシティプロモーションだが、当初、取り組んでいた自治体はさほど多くなかった。それゆえ最も苦労したのは、周囲の理解を得ること。商品でもないのに必要なのか、自治体をプロモーションするとは。説明しても分かってもらえず、「あってもなくてももええ課じゃね、とよく言われた」。もどかしい気持ちを抱えながらも、日々、地道に説明を繰り返した。

平成29年の宣言イベントで、プロジェクトが始動。「結果はどうあれ、やっとスタートできるとホッとした」。市内の店舗に協力してもらい、

ポスターを掲示。新居浜みらい会議やニイハマ写真部など、数々の活動を展開していった。次第に活動に賛同し、SNSで発信してくれるファンが増えた。グッズを身に付けてくれる人もいた。「広がりを実感して、すごくうれしかった」

最近になって、Hello! Newロゴマークのデザイナーが話していた「ロゴはみんなが育てていくもの」という言葉の意味を実感している。「最初は賛否あつたけど、だんだんと自然に馴染んできた気がするんです」

「種まき」を終え、現在は町づくりの計画を考える部署へ。担当は変わったも、『新しいを力に』という理念はどの分野の仕事にも当てはまる。アプローチは違えど、その視点は持ち続けたい。

——「新しいを力に」という視点 持ち続けたい

新居浜みらい会議参加当時、中学3年生。きっかけは立ち上げ式当日に偶然、市役所を訪れていたことだった。「Hello! New 新居浜のロゴマークを見つけ、近くの職員さんに尋ねたところ、ちょうど中学生を探していると言われて」中学生になって、新居浜のこれからについて思いを巡らせるようになっていたが、それを吐き出す場所がなかった。みらい会議はその歯痒さを埋めてくれる場所としてうってつけだった。「いろんな世代の人の前で、自分の考えを話せた。他の人の思いを聞く中で、一緒に何かを作っていきたいと思った」

思いを共有し、仲間と一緒に町の活性化策を企画できる。そんな喜びの一方、中学生だったからこそ抱い

た悩みも。「発表準備が大変で。市の計画に沿って考えていくことも難しかった」。試行錯誤を繰り返しながら考案したイベントは採用され、日の目を見ることとなった。

みらい会議はその名の通り「新居浜の未来を描く会議」だが、参加することで「自分の未来像」を描くこともできた。「わくわくしたし、楽しかった。これからも多くの人が新しいことにチャレンジできる機会をつくってほしい」

市の好きなどころは「産業遺産が残っているところ」。産業遺産は、新しいものを受け入れてきた証でもある。「Hello! New 新居浜の言葉のように、新しいことを始めようとする人にも『こんにちは』と言えるまちです」



Hello!
NEW

あきやま ひびき
秋山 響 さん

「新居浜みらい会議」に参加



柳川 あこ さん

2016年に新居浜へ移住

Hello!
NEW

——受け入れてくれる、「ちょうどいい」まち

移住のきっかけは結婚だった。当時、大阪のゲーム会社で働きつめの生活。子どもが欲しいという気持ちもあり「少し落ち着いていた場所のでゆつくり暮らそう」と決意。会社を辞めて夫の地元、新居浜へ移り住んだ。結婚が決まるまで、新居浜どころか愛媛自体にも来たことがなかったという。初めて新居浜を訪れたのは結婚あいさつのとき。「思っていたよりも田舎じゃない」と良い意味で裏切られた。「よく『ちょうどいい』と言われているけど、その通り。ほどよい田舎暮らしができると思った」

しかし、移住後すぐに方言の壁にぶち当たった。新婚生活で揃えた家具。設置に来てくれた人の説明が分からない。町の人が話し掛けてくれるたび、「どうしようー！」とドキドキ。車の運転にも苦戦。免許はあったが、都会では運転の必要がなかった。教習所で講習を受け、危険箇所やよく使う道も教えてもらった。5年目となった新居浜での生活。ようやく方言や運転にも慣れ、町をよく見渡せるようになった。改めて思うのは「新居浜の人がすごく好き」ということ。「考え方が違っても、そういう考え方もあるよね、と受け入れてくれる。べったりではない、ほどよい距離感。これが『ちょうどいい』のかな」



新居 萌美 さん

京都と新居浜の二拠点生活

Hello!
NEW

——ここにはすごく大事なものがあ

荷内町にあるこだわりの詰まった本屋、「読×舎」。古民家を改装し、2月にオープンした。波の音が響く店内では、おいしいコーヒーを味わいながら読書ができる。家族の介護を機に、5年前から新居浜と京都を往復する二拠点生活を送っている。「最近ではコロナの影響で、なかなか往復できていないけれど、」

県外の大学を卒業後、地元新居浜に戻った。介護の合間を縫い、興味のあるあつた着付けを本格的に学ぶため、本場京都へ。京都で着付けの仕事をしなが、行き来する日々が続いた。「本がずっと好きで」。20代後半からイベントに本屋を出店。松山市で毎年行われる本の祭典「ブックマルシエ」にはスタッフとして参加していた。しかし、「そのときは絶対に店を持つぞ、という気持ちはなかった。いろいろな人と本の話をしたり、本の良さを伝えたりするだけでも十分満足していたから」。



1



2



3



4

シティブランド戦略関連事業

- ①星と音楽のガーデンパーティー
- ②転入者ウェルカムバスツアー
- ③新居浜ユーチューブ部
- ④冊子「#ニイハマ」

新しく、もう一度、ずっと。 住んで知る、新居浜。

シティブランド戦略第2ステージの取り組み（一部抜粋）

	企画	内容	対象
つながり	Hello! NEW チャレンジ支援	みらい会議で発案されたアイデアを実施	市内
	ニイハマ写真部の 開催	まち歩き撮影会で撮影、レクチャーを実施	市内
	転入者ウェルカム ツアーの開催	転入者対象のツアーを開催	市内
情報発信	グッズ作成・販売	ミニタオル、ボールペンなどPRグッズの販売	市内・市外
	シティプロモーション マガジンの作成・配布	市の魅力を伝えるフリーペーパーの作成・配布	市内・市外
	移住・定住ポータル サイト運営	SNSなどの積極的活用を推進	市外

令和元年、3年にわたるシティブランド戦略の第1ステージが終了。市の魅力度は県内8位から6位(※)へアップしたものの、まだまだ新居浜の魅力を伝えきれいていません。さらなる魅力度アップを目標に、令和2年、戦略は第2ステージへ進みました。

■市への「憧れ」、市への「誇り」

市外の人には新居浜への憧れを、市内の人には誇りと愛着を持ってもらいたい。第2ステージでは「つながりの構築」と「情報発信」を掲げた戦略を進めていきます。

■市内のつながりを築いていく

つながりの構築は主に市内の皆さんをターゲットにしています。

市民の皆さんにイベントを通じてつながってもらおう。転入者にはウェルカム事業で新居浜とのつながりを感じてもらおう。新居浜への誇りと愛着を持ってもらうことを目標に、これからもさまざまなイベントを実施していきます。

■築いたつながりを発信する

魅力を外に向かって伝えていくために欠かせないのが情報発信です。オリジナルグッズの作成、フリーペーパーの作成・配布、ポータルサイトの運営。さまざまな媒体を駆使して、新居浜の魅力を市内外に広めていきます。市外の人にはもちろん、市内の人にも新居浜の魅力を再発見してもらえればと思っています。

※地域ブランド調査 2019 / (株)ブランド総合研究所調べ

よそ者、若者目線。 「外」の人だから気付くこと。

新居浜市×ソフトバンク(株)×31人の学生

TURE-TECH

8月下旬、ソフトバンク(株)との共同事業「TURE・TECH(H(ツレテク))」が新居浜で開催されました。地方創生に関心のある31人の学生が、市の抱える課題に対して、ICTを活用した解決策を提案。評価された案は、事業化に向けて動き始めます。

市が提示した課題は、自治会の加入促進策など下の五つ。学生たちはチームに分かれ、1週間かけて解決策を探っていききました。

新型コロナウイルスの影響により、新居浜でのフィールドワークは実施せず、完全オンラインで開催。現地の状況を肌で感じられないなど、オンラインならではの悩みに直面しながらも、モバイル端末を駆使し、市民の人や関係者へのインタビュー、ライブ中継による現地の視察を行いました。それぞれ難しいテーマでしたが、仮説を立て、検証するというサイクルを何度も繰り返して、提案を完成させていきました。

締めくくりは、市へのプレゼンテーション。説得力のあるものから、学生ならではのみずみずしい感性によるアイデアまで、熱意のこもった提案ばかりでした。事業化に向けて、引き続き連携していくチームも。効果や費用について深掘りが必要なこともありますが、学生と行政、それぞれができることを生かし、アイデアを形にしていきます。

市外の人だから気付くことがあり、よそ者、若者目線が地方創生に欠かせません。「新しい」を受け入れ、チカラにしてきた新居浜。TURE・TECHは、まさに「Hello! New」な試みとなりました。

学生が取り組んだ 五つの課題

どれもさまざまな要因が絡む複雑な課題です。広聴機能強化策に取り

組んだBチームは、広聴へのハードルを下げる一問一答形式のアンケート、デザイン性に富んだ親しみやすいポストを設置するというアイデアを提案。今回は、そんなBチームに活動を振り返ってもらいました。

移住定住促進と、
空き家バンクの利用向上

チームD

自治会の加入促進策

チームA

マイントピア別子などへの
観光客増加策

チームE

広聴機能強化策

Q.あなたは、
新居浜市の公共スポーツ施設に
ついて何を望みますか

年齢 性別

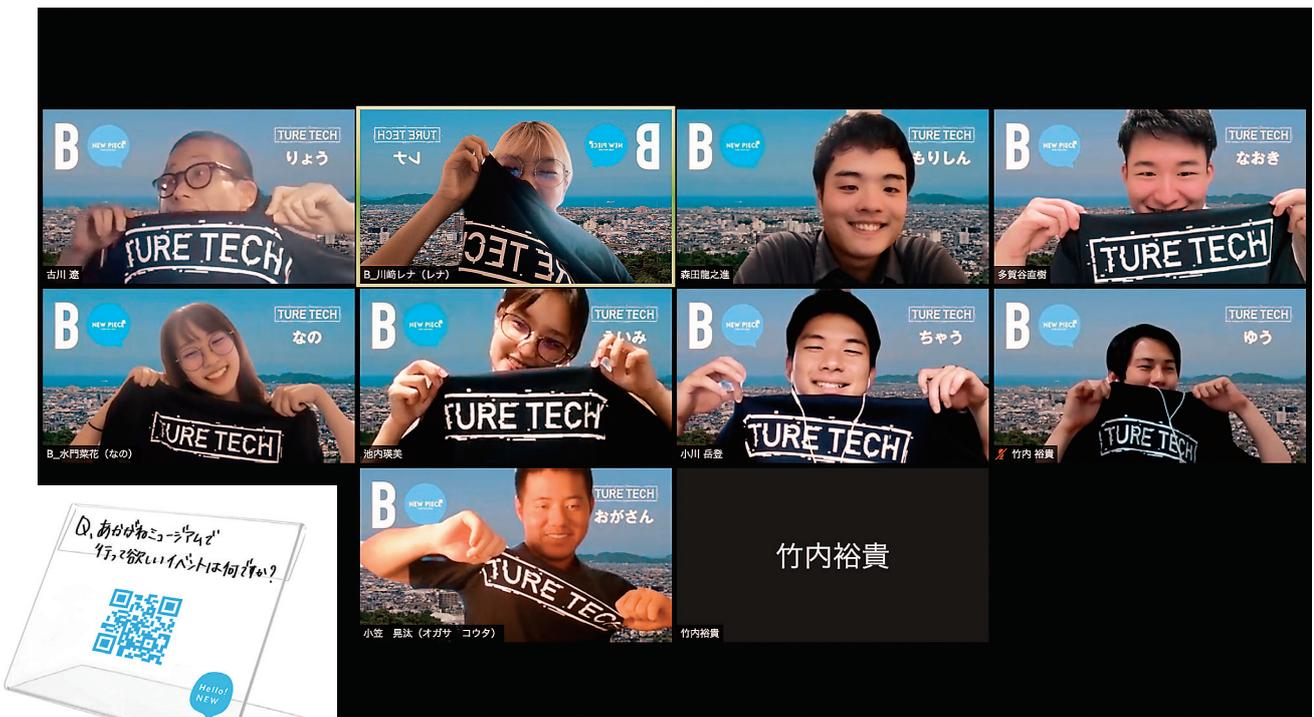
チームB



七福芋を活用した大島の離島振興

チームC

学生たちの提案に熱くなる会場



①提案された一問一答形式アンケートのデザイン案

B チーム (NEW PIECE)
 広聴機能強化策に取り組む

メンバーは四国をはじめ、関西や関東で生活する学生7人と、ソフトバンク㈱の社員2人。えいみ、ちやう、なの、レナの4人が TURE-TECH を振り返ります。

●参加したのはなぜ？

えいみ もともと地方創生に興味があつて、勉強することはあつたけど、アウトプットをしてこなかった。この事業を知って、「これだ！」って思った。

ちやう 僕も関心があつたから。それと、同世代で地方創生に本気で取り組んでいる人と出会つてみたかつたんだよね。

レナ 私は若い人たちの考えが行政に反映されるなら、本当に面白い取り組みだと思つて！

なの 参加した友だちに勧められて…。提案して終わりじゃなくて、行政と一緒に施策にしたいなど思つて参加した。

●何が難しかった？

ちやう 正直、オンライン開催つて聞いて、1回も行ったことがない場所の課題をどうやって解決するんだつて不安になった(笑)。課題をどう理解して、解決していくか分からなくて。インタビュを繰り返すことで、徐々に見えてきた感じ。

なの オンラインだと、課題や認識の共有に時間がかかつたよね。でも離れていても、メンバーや市民の人に熱意が伝わるんだつて思った！オンラインの可能性も感じる事ができたかな。

●提案内容の実施が決まつて

レナ 遠い町で私たちの意見が採用されるのがうれしい！本当に私たちのアイデアを受け入れてくれるんだつて思ったし、意見が行政に届くのを実感できた。

なの 採択してもらつてもりでも取り組んではいんだけど、事業化されると聞いて本当によかつた！持続可能なものにするために、これからが大変だし、大事だと思つて思う。

えいみ ここからがスタートだね。事業として動かすことつて難しいんだらうなつて思うから、一生懸命みんなで行組みたい。

●新居浜市ってどんな印象？

ちやう いろんな意見を大切にしていて、柔軟性のある市なんだなつて感じた。

なの 海も山も近くて、景色がすてき。今度行ったとき、地元の美味しいものを食べてみたい！

えいみ 自分の市より新居浜に詳しくなつた(笑)。知れば知るほど、ここで子育てしたいな。

レナ 新居浜に行つたら「ただいま」つて言えるぐらいには距離が縮まつたかな(笑)。インタビュの中で、市民の人が新居浜を好きで、良くしたいつて本当に思つてるんだなつて感じた！

全6話。

移住お試しツアーを舞台に、移住の決断までを描く。



移住ドラマ制作中！

みらい会議やTURE・TECHから得た「新しさ」。第2ステージでは皆さんとつながるために、いろいろな企画やイベントを行っていきます。

現在、新居浜を舞台にした移住ドラマを制作中です。市政施行80周年記念映画「ふたつの昨日と僕の未来」に続き、大森研一さんがメガホンを握ります。主演は愛媛県出身のタレント、友近さんです。

移住体験ツアーの参加者を迎える市職員の主人公、聡子。しかし、その参加者の中に元夫の姿が！そして、ツアー中に事件が勃発。果たして、どんな結末が待ち受けているのでしょうか。12月25日(土)から市公式YouTubeなどで配信予定。お見逃しなく！

新居浜市役所



市長 石川勝行
(本人役で出演)



高橋恵
須藤茉麻



村上聡子 (49)
友近 元夫

同僚



斉藤友之 (39)
久保田悠来

高校生ガイド



小林清 (18)
秋山響



スナックのママ (?)
パッパロー吾郎 A



木村直貴 (29)
佐藤永典

恋人
(東京在住)



花山由希絵 (29)
藤木由貴

移住
ツアー



山本勝 (35)
山本清文

夫婦
(新居浜在住)



山本光子 (27)
ウッズ弥生



山田哲夫 (37)
稲吉剛

夫婦
(東京在住)



山田千里 (37)
渡邊由佳

新居浜の“好き”を、 もっと増やしたいから。

ウェルカムバスツアー



転入者に新居浜の魅力を伝え、この町をより一層好きになってもらうための企画です。新居浜南高生の分かりやすく、パワフルなガイドで旧広瀬邸や旧端出場水力発電所など、新居浜の歴史に触れるスポットを巡ります。

ニイハマ写真部フォトコンテスト

市の魅力発信はもちろん、カメラを構える皆さんが新居浜で過ごす日々をもっともっと好きになってくれたら嬉しいです。気軽に応募してください！

テーマ「美しい新居浜市の風景」
「新居浜市の食にまつわる写真」
応募期間 令和4年2月28日(月)迄
応募方法 ①②③のいずれか
①市公式インスタグラムアカウント (@hellonew_niihama) をフォローしたうえで、「#ニイハマ写真部フォトコン」をつけて自身のインスタグラムへ投稿

- ② フォトコン事務局へメール (niihama@rivo.jp)
- ③ フォトコン事務局へ郵送 (当日消印有効) 〒790-8529 松山市竹原町1-5-25 (株)あいテレビ営業局 営業推進部ニイハマ写真部係
- 賞品 最優秀賞1人 新居浜市特産品(リーガ宿泊券など) 3万円相当、優秀賞5人 新居浜市特産品1万円相当
- ※詳細は特設サイトをご確認ください。



日時 12月25日(土) 9時〜12時30分
集合場所 あかがねミュージアム第2駐車場
対象 おおむね3年以内の転入者
定員 20人(先着順、応募者が7人未満の場合中止)
料金 無料
申込期限 12月15日(水)
申し込み・問い合わせ 地方創生推進課
☎ 65-1238
FAX 65-1216
✉ sousei@city.niihama.lg.jp



一人一人が、
このまちを作っている。



平成29年に始まったシティブランド戦略。

新居浜の魅力を届けるため、さまざまな活動を行っていますが、一つだけ欠かせないものがあります。

それは、皆さんの思いと力です。

みらい会議で皆さんからもらったアイデア。

ニイハマ写真部や、SNSなどを使った市内外への情報発信。

その一つ一つに、皆さんの思いと力が宿っています。

皆さんは、新居浜のどこが好きですか？

生まれ育ったまちだから。

あの場所、あのお店があるから。

海や山、自然がたくさんあるから。

一人一人の「好き」はそれぞれ違っていると思います。

だから次は、その「好き」を誰かと分かち合ってみませんか。

おうちで家族と話をしてみたり、少し離れた友人に伝えてみたり。

それだけで、ふるさと新居浜の魅力が伝わります。

誰かの好きを知ることができます。

また新しい視点で、新居浜を見つめることができるかもしれません。



別子銅山の発見によって「新しい仕事」が生まれ、
働き手である多くの「新しい人々」を受け入れてきた町。
今もなお、毎年多くの「新しい人々」を迎え入れています。

「新しい」は未来をつくる力です。

一人一人の思いと力が、新居浜の明日をつくっています。

Hello! NEW

