

# 新居浜市におけるシティプロモーション概念図

新居浜市シティブランド戦略 第2ステージ（令和2年度～4年度）

## つながりの構築

話し合いの文化の根付いたまち  
(Hello!NEW新居浜みらい会議)

対話

安心できるつながりのあるまち  
(転入者ウェルカム事業)

安心

貢献でき、尊重されるまち  
(Hello!NEW生涯活躍のまち)

貢献 尊重

楽しく、成長できるまち  
(ファシリテーター養成講座)

成長 楽しむ

庁内連携  
(広報プロモーション/  
Hello!NEW推進庁内プロジェクト会議)

連携

インナー  
ブランディング



新居浜

アウトター  
ブランディング  
市への憧れを育む

インナー  
ブランディング  
市への誇りと  
愛着を育む

アウトター  
ブランディング

市外へ向けた情報発信  
(移住・定住ポータルサイト「新居浜  
Life」 / Hello!NEW webサイト / #ニイハマ  
 / HP・SNS / 情報定期便 / 全国にいハマ倶  
楽部)

情報の発信

新しいをチカラに、  
つながりを豊かさに

第2ステージでは、  
様々な「つながり」の中から、

一人ひとりの「安心」「貢献」  
「成長」を高めるインナーブラン  
ディングを、  
「対話」と「連携」を軸に整え、

「尊重」され、「豊か」で、  
「楽しい」暮らしを実現し、

新居浜市の魅力として、  
「発信」します。

# シティブランド戦略実施計画（第2ステージ令和2～4年度）



新しいをチカラに、  
つながりを豊かさに

市内の目標指標

	2019 平成31年	2022 令和4年目標
新居浜市への好意度 (%)	78.5	82.0
新居浜市への誇り度 (%)	56.0	60.0

※令和2年1月実施分の新居浜市市民アンケート起点として3年後、令和4年の目標

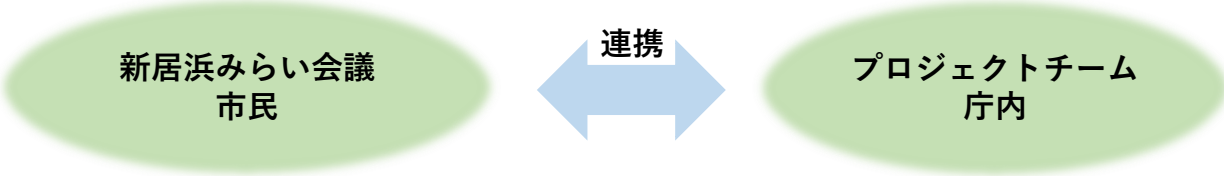
市外の目標指標（魅力度）

	2019 平成31年	2022 令和4年目標
全国順位	483位/1000位 (6.1点)	200位/1000位 (9.0点)
県内順位	6位/15位	3位/15位

※令和元年6-7月実施分の地域ブランド調査を起点として3年後、令和4年の目標

手段  
対話・連携・メディア露出

市内向け	インナーブランディング
基本的な方向	市への誇りと愛着を育む
実施事業項目	新居浜みらい会議（企画立案・振り返り） Hello! NEW新居浜チャレンジ推進事業 転入者ウェルカム事業 まちづくり人材ファシリテーター養成講座 ぐるっとにいほま周遊事業業 庁内プロジェクトチームの設置・運用 庁内職員のスキルアップ（広報戦略アドバイザーとの連携）



市外向け	アウトナーブランディング
基本的な方向	市への憧れを育む
実施事業項目	愛媛新聞広告掲載 Hello! NEWWebsite運用 PRグッズ作成販売 シティプロモーションマガジンの作成・配布 移住・定住専用ポータルサイトの運用・Instagram、facebookの運用 移住ガイドブック ニイハマ写真部の開催 全国「にいほま倶楽部」推進事業

