

名古屋市シティプロモーション ブランドパートナーのご案内



NAGOYA

やさし、あたらし、大名古屋

Open hearts,
endless possibilities

1. 名古屋市のブランドコンセプト
2. ブランドパートナー
3. ブランドパートナー登録メリット
4. ブランドパートナー登録の流れ

01

名古屋市のブランドコンセプト

ブランドとは、受け手の頭の中で想起されるイメージのこと。



しかし、名古屋市にはさまざまな魅力があり、「感じてほしいイメージ」がいまひとつ絞りきれませんでした。

日本の都市特性評価2024（森記念財団）では合計スコアランキング全国2位、市民の95.7%が「住みやすい」と回答するなど、名古屋市は日本の中でも非常に優れている都市であるにもかかわらず、イメージ調査では「イメージがない」という結果が出ています。



「名古屋市の本質的な価値」と「抱かれているイメージ」の乖離
「名古屋市が発揮している価値」と「市民の誇り」の乖離



名古屋の独自の価値、名古屋独自の「アイデンティティ」を言語化。



名古屋市のブランドコンセプト・スローガン・ブランドロゴを開発し、
名古屋の本質的な価値を伝えていくことで、
名古屋を日本中・世界中にもっと憧れられる都市にしていく。

①名古屋市民・事業者に対するヒアリング/名古屋に対するイメージ調査

- ・名古屋市中で活躍中のキーパーソンや事業者を中心とした、31名へのヒアリング
- ・名古屋市民/名古屋市外の方に対する名古屋のイメージ調査（n=2,068）



②市民・事業者・名古屋市職員を巻き込んだブランドコンセプト策定ワークショップ

- ・計40名（のべ82名）と一緒に名古屋のSEEDS（らしさ・価値観）、世の中のNEEDS（社会の課題や時代の要請）を抽出。
イメージ調査の結果も踏まえ、ブランドコンセプトを検討。

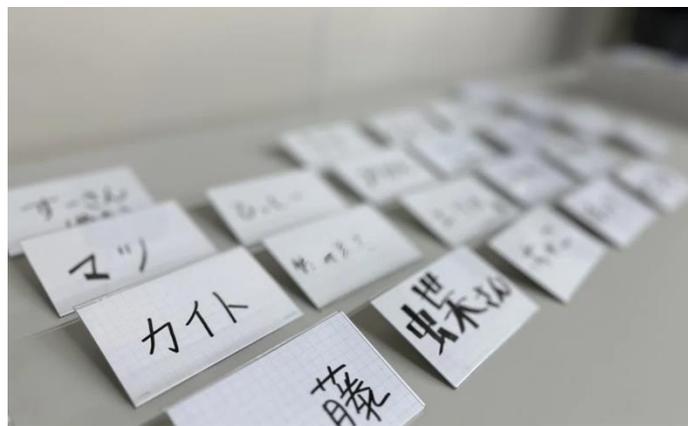


③有識者ディスカッション、有識者ヒアリングにて意見交換・ブランドコンセプトの精査

- ・名古屋ブランドの構築における方向性について、有識者から意見をいただく。
ディスカッション形式とヒアリング形式を合わせて計8名と意見交換し、ブランドコンセプトを精査。

🌀 ブランドコンセプト策定プロセス

市民・事業者・市職員を巻き込んだブランドコンセプト策定ワークショップを行いました！



総票数15,911票。WEBやイベントでの市民投票の結果、ブランドロゴが決定いたしました！



ロゴ案



区分	A案：「名」×「大きな ところ（器）」	B案：「な」×「ハート」	C案：「NA」×「ホーム タウン」
総数（15,911票）	5,557票（34.9%）	7,363票（46.3%）	2,991票（18.8%）
Googleフォーム（6,115票）	2,145票	3,210票	760票
なごや子どもアンケート（144票）	44票	74票	26票
1/24大都市制度講演会（74票）	23票	37票	14票
1/25交通安全フェスティバル @イオン則武（913票）	303票	453票	157票
スクリーニング調査（8,665票）	3,042票	3,589票	2,034票

やさしい大都市

ずっと住んでいる人も、一度、名古屋を離れた人も。
賑わいが好きな人も、落ち着いた雰囲気好きな人も。
夢を追いかける人も、自分の時間を大切にする人も。
日本の真ん中で、いろんな人や文化を受け入れてきた名古屋は、
一人ひとりを大切にし、応援するやさしさがあります。

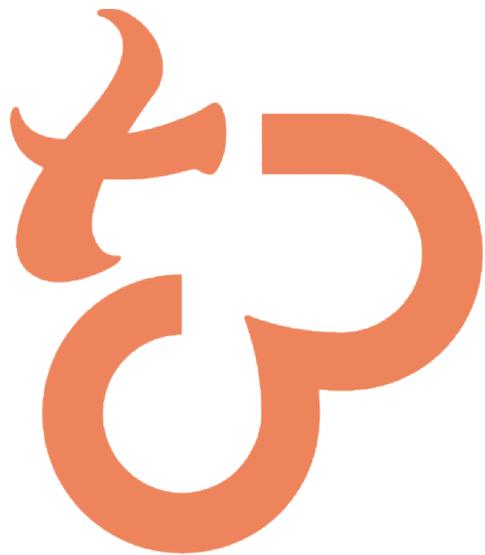
居心地がいいのは、居場所があるから。
住み続けたいくなるのは、温もりがあるから。
人の役に立つモノづくりをするのは、「日常」を支えたいから。
サービス旺盛なのは、目の前の人をよろこばせたいから。

いろんなものを足し算し、たくさんの「名古屋発祥」が
生まれてきたのは、大きなところがあったから。

ときどき「なんでもあり」とか「オリジナリティがない」とか
言われることもあるけれど、
ぜんぶ大切にしたいと思うから、どうしようもない。
でも、それがひとつの名古屋の誇りなんだと気づきました。

このたび、名古屋は名古屋を自慢します。
機能性や効率ばかりが追い求められがちな大都市において、
名古屋の素晴らしさは、そのところにある。
さりげなく、かっこつけることなく、ゆとりがあって豊か。
名古屋で送るそんな毎日を、もっと日本中、世界中に伝えよう。

そして、住みたいくなる、働きたいくなる、訪れたいくなる、応援したいくなる、
誰もが憧れるまちへ。やさしさを、力にして。



NAGOYA

やさし、あたらし、名古屋

Open hearts,
endless possibilities

なごやの「な」と「やさしさ」を象徴する「ハート」を掛け合わせたデザイン。マークを回転させることで、よりハートに見える遊び心あるデザインです。包み込むようなあたたかさ、こころの大きさ、そして、その「やさしさ」を力にして、また新た強い価値を生み出して行こうという革新性や力強さを、赤みのあるオレンジ色（柿色）で伝えています。まさに「やさしい大都市」をイメージさせるデザインです。

🌀 キービジュアルの展開



🌀 その他、プロモーション展開

シティプロモーションサイト「やさなご」は公開約2ヶ月で約13万PV。
 ポスター、WEB、動画などを展開し「住みたい」「働きたい」「訪れたい」「投資したい」都市として、
 人や企業から選ばれることを目指し、今後もプロモーションを進めていきます。



シティプロモーションサイト「やさなご」



金山駅前OOH (サイネージ)



プロモーションムービー



広報なごや 5月号

02

ブランドパートナー

令和7年度プロモーションの位置付け

令和7年度は、ブランドツールやシティプロモーションサイト「やさなご」の認知拡大、若年層・子育て世代への魅力発信へを通じてブランド確立を図る初年度であり、企業との連携によるブランドパートナー制度の運営やメディアでの情報発信を中心に取り組んでいきます。

令和6年度
ブランド策定

【ブランディングの企画運営】

名古屋市民の参加を得ることで当事者意識を醸成

【プロモーション展開に向けた基盤構築】

名古屋市シティプロモーション基本方針・推進方針の策定／サイトの設計・構築／プロモーション展開

令和7年度
プロモーション展開開始

【ブランドパートナー事業の開始】

ブランドパートナーの枠組みの構築・運営／地域と企業の連携を推進・サポート

【メディアを活用したプロモーション】

名古屋市民のブランドイメージ確立を目的に市内を中心にデジタルとリアルでプロモーション展開

令和8年度
拡張と持続化フェーズ

【ブランドパートナー事業の開始】

パートナー協働事業の拡大／協働事業が主体的に生まれる仕組み・環境の構築とサポート

【メディアを活用したプロモーション】

アジア・アジアパラ競技大会を機に名古屋市内における市外の人に向けた着地型プロモーションも展開

令和9年度以降は、首都圏に向けたプロモーションへ

ブランドパートナーの取り組みの流れについて

ブランドパートナー事務局

ブランドの周知、ブランドパートナーの獲得・登録、連携による取り組みのフォローなどの役割を担う

ブランドの周知活動

名古屋に愛着を持って
発信してくれる個人

SNSでの
ポジティブな発信、
家族や友達など、
周りへの口コミなど

ブランドの周知
ブランドパートナー獲得活動

ブランドコンセプトを理解・共感し、
名古屋の魅力や価値を創出・発信
して下さる企業や団体
=ブランドパートナー

企業の従業員や取引先、
または商品・サービス・事業を通じて、
発信やポスターの掲示、
HPの相互リンクなど

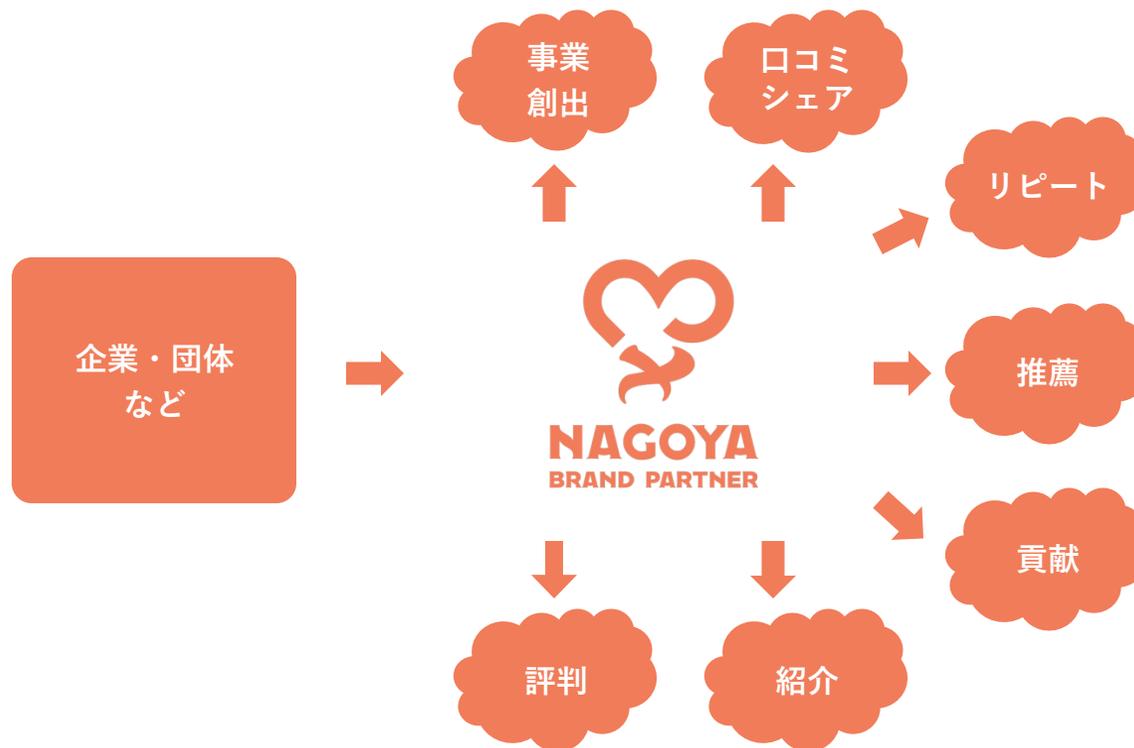
申請

名古屋の本質的な魅力を発信 + 創出

新たな名古屋ブランドの確立/さらなる名古屋の発展・進化/やさしくて、あたらしい大名古屋へ

ブランドパートナーとは

ブランドコンセプトを理解・共感し、名古屋の魅力や価値を創出・発信して下さる企業や団体を「ブランドパートナー」として登録させていただきます。



名古屋市の魅力向上は行政だけでは成しえませんが、具体的な商品やサービス、事業を生み出す企業・団体の皆さまのご協力が不可欠です。
企業・団体の皆さまと一緒に「住みたい」「働きたい」「訪れたい」「投資したい」名古屋をつくりたい。

ブランドパートナーについて

ブランドパートナーの活動

1. ブランドパートナーの企業活動・商品・サービス・ウェブサイト・SNSなどを通じた、名古屋の魅力創出や本市のブランドロゴ、シティプロモーションサイトや名古屋の魅力などの発信
2. 名古屋市が提供するプロモーションツール（ノベルティ、ポスターなど）の掲出などを通じたプロモーション活動への参加・協力
3. 名古屋市と連携して実施する共同事業を通じたプロモーション活動
4. 各種イベントなどへ名古屋市と共同出展することによるプロモーション活動 など

連携案や連携実績については26頁以降に掲載しております。個別に調整させていただきますので、お気軽にご相談ください。

ブランドパートナーについて

ブランドパートナー登録料

無料（入会金や年会費は一切かかりません）

※ブランドパートナーとしての活動に必要な経費は、原則ブランドパートナー企業様に負担していただきます。

ブランドパートナー登録の有効期限

登録した年度の年度末まで有効です。

ただし、有効期間満了日の1か月前までにブランドパートナーから退会の意思表示がないときは自動更新となります。

途中退会や登録情報に変更が生じた場合は、ブランドパートナー事務局にご連絡ください。

03

ブランドパートナー登録メリット



主なブランドパートナー登録メリット

- 🍵 名古屋市との新たな価値共創、まちの盛り上げ
- 🍵 名古屋市の知名度やブランドツールの活用
- 🍵 企業のブランド力向上、採用力向上
- 🍵 名古屋市主体の広報展開による、取り組みの認知拡大



相互のメリットによる目指す姿

ブランドパートナーの定義と活動

ブランドコンセプトを理解・共感し、
名古屋の魅力や価値を創出・発信して
くださる企業や団体

- ・商品・サービス・SNSなどでの
名古屋の魅力創出や発信
- ・ポスターの掲出
- ・名刺へのブランドロゴ掲載
- ・名古屋市との共同事業の実施
- ・イベントへの出展 など

名古屋の 魅力創出と発信

ブランドパートナー登録メリット

- ・名古屋市との新たな価値共創、まちの盛り上げ
- ・シティプロモーションサイトによるPR
- ・ブランドツールの活用
- ・名古屋市主体の広報展開による取り組みの認知拡大
- ・地域貢献企業の証
- ・企業ブランド力、採用ブランド力向上
など

名古屋市の広報展開の例

シティプロモーションサイト



公開から2ヶ月で約13万PV

市公式ウェブサイト



約28万PV/月

プレス・市長定例記者会見



原則毎週月曜日開催

名古屋市公式LINE



友だち登録者約15万人

名古屋市SNS



延べフォロワー約1万人

広報紙「広報なごや」



市内全戸配布
約110万部発行/月

※ブランドパートナーの活動内容によって利用する可能性がある媒体の例です。掲載をお約束するものではありませんのであらかじめご了承ください。

04

ブランドパートナー登録の流れ

ブランドパートナー登録対象

名古屋市と共にシティプロモーションを推進する意欲のある民間企業、大学、NPO、その他各種法人・団体

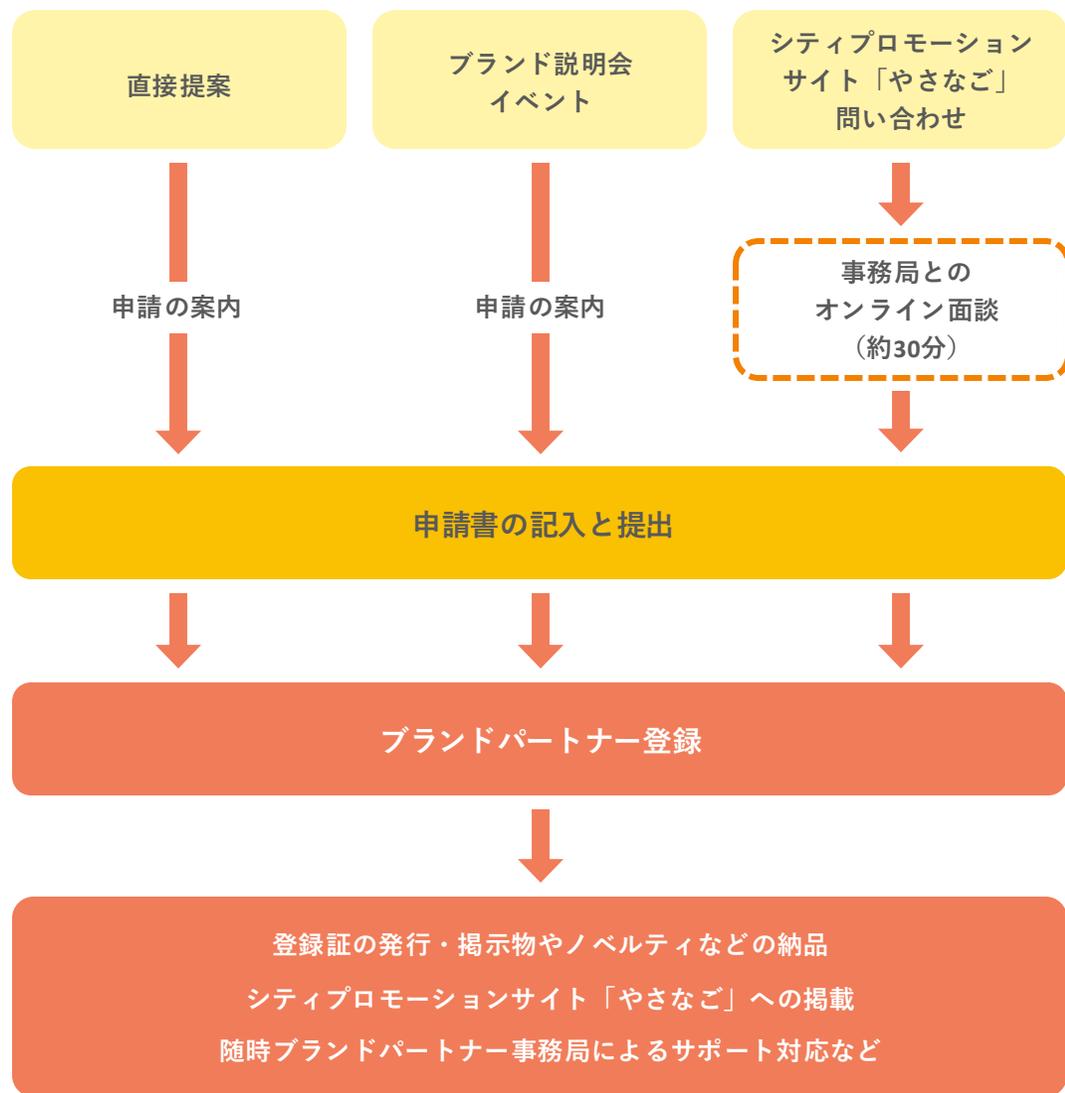
ブランドパートナー登録基準

※以下内容一部抜粋、詳しくは「ブランドパートナー登録制度実施要項」をご確認ください。

- (1) シティプロモーションの推進に向けた取り組みおよび活動内容について名古屋市に示していること
- (2) 法令や公序良俗に違反してないこと
- (3) 納付すべき税を滞納していないこと

ブランドパートナーの皆さまには、シティプロモーションに係る活動の状況について、毎年1回報告していただく予定です。
また、事務局から随時、活動の確認の参考となる資料の提出をお願いすることがありますので、あらかじめご了承ください。

登録までの流れについて



- 「やさなご」からのお問い合わせの場合のみ
面談が必要なためフォーム入力後、
事務局より面談日時についてご連絡します
※フォーム入力＝登録完了ではありませんのでご注意ください
※営業日の関係上、ご連絡まで数日間いただく可能性があります
- 事務局との面談後、申請書をお送りします
- 申請書へ必要事項を記入し、事務局あてにお送りください
- 事務局での審査後、ブランドパートナー登録
- 順次登録証やノベルティなどをお送りします
「やさなご」への情報掲載や協働事業などを進めます

名古屋市ブランドパートナー登録の
ご検討をよろしくお願い申し上げます。



お問い合わせ先 ブランドパートナー事務局

<お問い合わせ>

〒460-8508 名古屋市中区丸の内三丁目1-1
名古屋市 総務局 企画部 企画課（シティプロモーション推進担当）
ブランドパートナー事務局

問い合わせ専用メールアドレス（受信専用）

758brandpartner@somu.city.nagoya.lg.jp

※メール確認後、追ってブランドパートナー事務局よりご連絡を差し上げます。

※メールの受信設定をご確認いただき、@prdx.co.jpのドメインからのメールを受信可能な状態に設定していただけますと幸いです。

※営業日の都合上、ご連絡に数日かかる場合があります。