

“龍”を活用した地域ブランディング事業 自分流に暮らせるまちを可視化 キャッチコピーは「じぶん龍の、」 & ロゴマーク決定！

龍ヶ崎市では、現在進めている“龍”を活用した地域ブランディング事業の象徴となるロゴマーク(右画像)及びキャッチコピーが完成しましたので、お知らせします。

今回公表したロゴマークは、令和8年1月に実施した市民投票により選ばれたデザイン案をもとにブラッシュアップしたもの。市民の声やアンケート結果を踏まえ、本市が目指すブランドイメージを象徴する“共通の旗印”として制作しました。



じぶん龍 ACTION

完成したキャッチコピーは「じぶん龍の、」。リードコピーは、「どこでもない、ここ龍ヶ崎だからできる、誰でもない『じぶん龍の、生きかた』を創造しよう。」です。

本事業は、令和4年12月に策定した最上位計画「龍ヶ崎みらい創造ビジョン for2030」に基づき、市の認知度向上や市民のシビックプライド醸成(推奨意欲や参画意欲の向上)を目的としたシテプロモーション事業を推進する一環として取り組んでいます。

今回の事業実施にあたって行った市民アンケートやヒアリングでは、「龍ヶ崎はなんでもある」「生活に不便はない」「多様性がある」「様々な選択肢が多い」といった意見を多く寄せていただきました。

これらを踏まえ、本市は“自分流にアレンジできる可能性が無限にあるまち”であると捉え、全国で唯一、市名に「龍」を冠する市として“龍”を活かしながら、「自分らしく暮らせる＝豊かに暮らせるまち」というイメージを明確にしていきます。

今後、ロゴ及びキャッチコピーを活用し、本市が行っている各種施策をはじめ、市民活動など、魅力的な人・モノ・取り組みの“見える化”を“じぶん龍 ACTION”として進めていきます。

【龍ヶ崎市長 萩原 勇コメント】

人口減少社会のなかで、市民の皆さんが「龍ヶ崎を暮らしやすい」「龍ヶ崎で暮らすことができて幸せだ」と感じる機会を多く創出する必要があります。本市が行うソフト・ハードの様々な施策に加え、民間事業者の出店などによる生活利便性の向上などは、市民の暮らしを支えており、「本市で不自由のない暮らしができる」という居住満足度に繋がっています。

それらの優位性が見える化し、自分らしく暮らせるまちであり、自分流の暮らしができるまちとしてブランディングを行うことで、本市の認知度や情報接触度、来訪意欲の向上はもとより、龍ヶ崎の魅力を勧める意欲やまちに関わる意欲の向上につながってまいります。

■資料 じぶん龍ACTION 事業概要

担当課

龍ヶ崎市 総合政策部 秘書広聴課
担当者：関口・青木(せきぐち・あおき) 連絡先：0297-60-1511(直通)