

# 長崎〇〇LOVERSの広がり(H29.10~)

市民が日常の中で感じている長崎の魅力を再認識し、長崎に対する誇りや愛着、いわゆる「シビックプライド」を持つことを推進する。

また、新しい長崎ファンをつくって長崎市への新たな来訪者を増やし、ひいては、滞在期間の延長などによる消費拡大につなげることが目的。10月からスタートし、市民・企業・団体等とも協働しながら取組みを進めている。

## 地域貢献

関連グッズを活用して店舗を装飾。  
地域の魅力や自分のスキをハッシン！



(株)十八銀行(市内30店舗)

(株)みずほ銀行長崎支店

長崎東部会郵便局  
(市内12局)

## 店舗などの企画

自分のスキを記入した長崎〇〇LOVERSのバッジなどを活用し、お客様とコミュニケーション！



文明堂(20店舗)

出島ワーフ会(13店舗)

ゲストハウス  
Casa Noda(カサノダ)

東急ハンズ長崎店

## 教育現場

長崎のよさを10万人に伝えようと、  
授業に活用！



長崎大学附属小学校(2/21公開授業)

## 市民参加

長崎の魅力をSNSや宣言ボードを活用した新しい形で  
市民が情報発信！



## 商品化 販促活動

長崎〇〇LOVERSのロゴを活用した商品を開発！  
自社商品の販促企画でも長崎〇〇LOVERSを活用！



(株)ひろたか

(有)ナカノコーポレーション

(株)杉永蒲鉾

このほか、旅行会社やアパレル会社がコラボレーションを検討中

## LOVE LETTER

熱いスキという思いから、各LOVERSの一番好きなSPOT情報を掲載。

現在、スイーツ、着物、出島ばらいろなど19種類を作成しており、総合観光案内所など主要観光施設に設置。

