



今治市内の素晴らしい景色や歴史・文化、おすすめスポットを紹介 アイアイ今治HPで「ステイ・イマバリ」公開開始

今治ブランド戦略会議は、今治市の魅力を発信する「i.i.imabari!（アイアイ今治）キャンペーン」の公式HP内に、今治市内の素晴らしい景色や歴史・文化、おすすめスポットを紹介するムービー「ステイ・イマバリ 10分間の旅！」を公開しました。



「ステイ・イマバリ」

■「ステイ・イマバリ 10分間の旅！」とは

新型コロナウイルスの影響が残る中、今治市は、市民の皆さまに遠方の観光名所に出掛けるのではなく、身近な市内の自然や文化を楽しんでもらうことを目的に「ステイ・イマバリ」を作成しました。菅市長と瀬戸海しまなみ大使がナビゲーターとなり、計3弾に分けて今治の魅力を10分間の動画で紹介しています。

<第1弾 しまなみの絶景を巡る！>

瀬戸海の島々やしまなみ海道の橋梁などを展望できる「亀老山（きろうさん）」や「鷲ヶ頭山（わしがとうさん）」、そして、市民にもあまり知られていない癒しのスポット「入日（いりひ）の滝」を紹介。

<第2弾 日本遺産『村上海賊』の足跡をたどる 前編・後編>

村上海賊ミュージアムや能島（のしま）村上氏の本拠地である能島城跡を訪れ、瀬戸内を制した戦国最強の海賊「村上海賊」の足跡を前後編の2部作にて紹介。大島の“石文化”についても紹介。

<第3弾 今治市陸地部の景勝地を堪能する>

波方の「塔の峰展望台」からスタートし、「海山城（うみやまじょう）」、「鳶鴉山（とびがらすやま）展望台・鴨池（かもいけ）海岸」、「歌仙（かせん）の滝」などを巡って、市内陸地部の見どころを紹介。

■ URL

アイアイ今治HP内「ステイ・イマバリ」：<https://iimabari.jp/news/2020/news-34.html>

■ アイアイ今治キャンペーンとは



「i.i.imabari!（アイアイ今治）キャンペーン」は、みんなで今治市を盛り上げ、つい夢中になってしまうような今治の魅力を、広く世界に発信するための活動です。“自転車のまち”今治市の新たなご当地スイーツ今治プレスト（バリプレスト）を市内13店舗（2020年3月現在）で提供するなど、今治を盛り上げていく取り組みを実施しています。

アイアイ今治公式HP：<https://iimabari.jp/>

■ 今治ブランド戦略会議とは

愛媛県今治市は、今治タオルのブランド化による認知度向上やしまなみ海道の活用によるサイクリストなどの観光客数増加により注目を集めています。一方で、各々が独自にプロモーションを行っているため、市全体の魅力やイメージの形成につながらず、若年世代の市外への流出が進むなど、若者を引き付ける魅力が十分に伝えられていないことが課題となっています。そこで2018年10月に、今治市長を会長とし、総合監修にクリエイティブディレクター佐藤可土和氏を迎えた「今治ブランド戦略会議」を設置致しました。

「今治ブランド戦略会議」とは、今治市が国際都市に向けて新たな一歩を踏み出すために、人や企業、組織、衣食住などのライフスタイル、スポーツや文化・デザインなど市内にある様々なコンテンツを一つの魅力ある“ストーリー”として取りまとめ、今治市の認知度や求心力を高める新たなブランドイメージを構築・発信することを目的としています。また、主要なコンテンツに関わる皆様にご参加いただき、戦略会議の場にてアイデアを出し合い、共創型今治モデルを形成することを目指しています。

この共創型を通じて、今治市への人の流れを作り、持続的な地域活性化を図ることができるような、味わい深く魅力的なマスターブランド（都市ブランド）を構築する今治ブランド推進事業を実施して参ります。