

## 政令指定都市移行に伴うPRの実施について

### 1 趣 旨

政令指定都市移行を記念した全市的・全庁的な事業を展開することにより、市内外へ「政令指定都市・相模原誕生」をPRし、移行の気運を高めていくとともに、都市イメージ及び知名度の向上を図る。

### 2 期 間

政令指定都市移行決定後～平成22年10月(約1年間)

### 3 キャッチフレーズ・ロゴマーク

#### (1) キャッチフレーズ

**「見晴らしがいい都市。—サガミハラ  
平成22年4月 政令指定都市・相模原誕生」**

#### (2) ロゴマーク

デザインコンセプト、ポスターイメージは、別紙のとおり。

#### (3) 用途

市のポスターやチラシ、横断幕・懸垂幕などのPR物品や配布物、イベントで統一的に使用していくほか、市民や民間事業者にも活用していただく。

#### (4) 周知方法等

コンセプトや使用パターンを記載したマニュアルを市ホームページに掲載し、活用を促進する。



### 4 PR事業

移行決定後から次の内容により、順次、PRを開始する。

- 看板パネル(市役所本庁舎敷地内・決定日に除幕式実施)
- PRポスター(各公共施設、保育園、幼稚園、小学校、中学校、高校、大学、政令指定都市推進市民協議会加入団体、商業施設等約800か所)
- 横断幕・懸垂幕(市役所本庁舎など公共施設8か所)
- バナー(各公共施設、市立保育園・幼稚園・小学校・中学校など約280か所)
- のぼり旗(各種イベント用)
- 公用車用マグネットステッカー(公用車、清掃車両等約250台)
- 新聞広告

相模原市の政令指定都市移行PRのための  
キャッチフレーズ・ロゴマーク デザインコンセプト

<キャッチフレーズ>

# 見晴らしがよい都市。

サガミハラ

暮らしの見晴らしも。ビジネスの見晴らしも。  
もちろん市政の見晴らしも、遙か遠くまでクリアに見渡せる都市。  
それが、見晴らしがよい都市。相模原（サガミハラ）です。  
人・自然・産業をはじめ、高い潜在能力を秘めた相模原は、  
日本でいちばん見晴らしのよい政令指定都市を目指します。

<ロゴマークのメッセージ>

相模原の「相」の文字をモチーフに、美しい自然と、  
快適な都市環境が絶妙にバランスの取れた、  
これからの相模原市が理想とする姿を描いています。  
デザインの中には、樹木に寄りかかった男女や、  
住まいの中でくつろぐ人、犬や鳥など動物たちの姿を、  
見つけることができます。

# 見晴らしが いい都市。 サガミハラ



もっともっと、くらしの見晴らしをよくするために。

さらにさらに、ビジネスの見晴らしを良好にするために。

「見晴らしがいい都市」を合言葉に

平成22年4月、政令指定都市・相模原の誕生です。

この街の実力はまだまだこんなものじゃない！それが相模原市の素直な気持ち。

市民のみなさんといっしょにつくる、これからのサガミハラ。

新しい明日へ向かって、この街は動き始めています。

平成22年4月 政令指定都市・相模原誕生