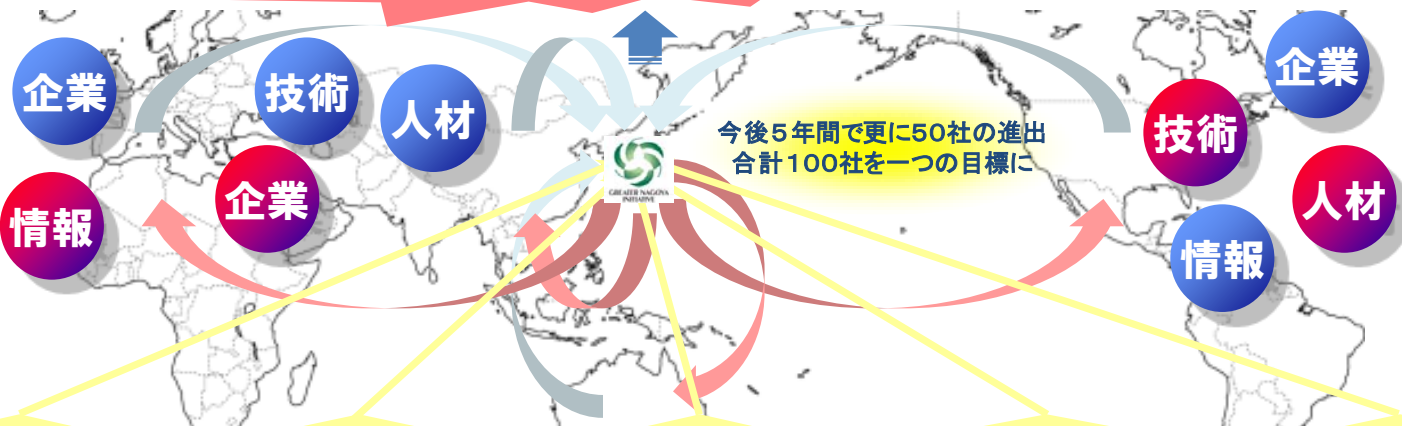


グレーター・ナゴヤ・イニシアティブの今後の展開

第2期活動戦略の基本的考え方

世界に開かれた東アジアNo.1を目指して



GNIブランドの再構築・発信

情報発信の一層の強化

マスメディア、インターネット、パンフレット等広報ツールを活用したPR内容の統一化

在グレーター・ナゴヤの外国人(留学生ほか)に対する認知度向上

国内外での的を絞ったセールス活動の強化(ミッション、展示会等)

GNI活動の一体感の醸成

効果的な普及啓発活動の推進

GNI活動の理解によるグレーター・ナゴヤの魅力(モノづくり、観光、サステイナブルな地域づくり等)や活動内容の再認識

国内外へのPR

パートナーズ・クラブの拡充

明確なターゲット設定

戦略的な対日(グレーター・ナゴヤ)投資の促進

グレーター・ナゴヤの各地域の特性に沿った国・産業分野への戦略性を持ったアプローチ(国内外展示会への出展)、企業発掘、招へい、ビジネスマッチング、立ち上げ支援、二次進出企業の発掘

農商工連携等を含めた異業種交流の促進

オープンでイノベティブなグレーター・ナゴヤの実現

国際経済交流の深化

国際産学連携による技術・人材の交流

産業クラスターを初めとした国際連携(環境・低炭素・省資源、農商工連携、航空・宇宙、組込みソフト、医療・健康等の関連分野)

国際経済交流を通じた海外からの集客

多文化共生に向けた取組み(留学生等とのネットワーク構築等)

グレーター・ナゴヤの魅力の拡大

長期的視野に基づく取り組み方針の検討

広域連携の推進

受入体制整備による他地域との差別化の推進等、様々な取組の定期的な見直し

1. GNIの意義・役割の再認識 ブランド力の強化

GNIのCI(Corporate Identity)の分析とブランディングの再構築(GNIカラー、ロゴ、パンフレット等広報ツールのイメージの統一とキャッチフレーズを作る)



2. 推進体制・組織の機能強化 集中と役割分担・連携

GNIC(GNICオフィス)の能力・機能のハワアップ、GNI構成メンバーとの役割分担、他機関との効果的な活動に向けた連携



3. GNIパートナーズ・クラブの充実 サポーターズ・ミットの強化

ビジネスマッチング等及び会員間の交流機会の提供、GNI活動への参加機会の提供