

会 議 報 告

島田市市長戦略部広報課

第6回 島田市ブランドデザインワークショップ

以下のとおり報告します。

日 時	平成 27 年 8 月 7 日 午後 6 時 30 分～午後 9 時
場 所	島田市役所会議棟D会議室
参加者	ファシリテーター トコナツ歩兵团 団長 渡部祐介氏 参加者 民間事業者等 17 名 染谷絹代市長 市役所ワークショップメンバー6名 事務局 2 名
内 容	<p>市長挨拶</p> <p>振り返り</p> <p>つくば市のコンセプトブックをグループワークで、評価したときの意見の方向性について分析し、外からの視点の意見について確認した。</p> <p>制作するメッセージが誰をターゲットとしているかということが大切ということを確認した。</p> <p>ワークショップ</p> <p>再度ロゴとメッセージの考え方についての説明を行った。ロゴとメッセージの本来あるべき形は、事業や商品があつて、それらを象徴するロゴやメッセージであるということ。また、象徴すべきものの背景にあるものの大切さについて参加者に対して説明した後に宿題の発表に入った。</p> <p>好きなロゴ&メッセージの発表</p> <p>上位票が入ったロゴ</p> <p>4 票以上 うどん県、今治タオル、宇都宮、ニトリ</p> <p>2 票 ロッテ、ナッシュビル、ハーシーズ、トコナツ、旭川、 こころハネル青森、食の黄金文化奥州</p> <p>参加者たちが、どういったロゴやメッセージが効果的なのかという分析することができた。必ずしも製作者が込めた思いが受けて側に、つたわらないことがわかった。また、いくつかの手法もあるということもわかってきた。</p> <p>わかりやすくイメージしやすいこと。事業とつながり象徴していること。世界でも通用するものであること。</p>

○島田市に振り返って、どこへ向けたメッセージを制作すべきなのか

参加者 市外 > 市内

島田市の何を伝えたいのか

SL,バラ、蓬莱橋、茶園、歴史、江戸文化、大井川、茶（1番茶しか飲まない）、人、島田髷、津波がこない、島田大祭、帯、ラムネ、異次元、トーマス、越すに越されぬ大井川、清流、空港、ロケ地、南アルプス

テーマを 1つに絞りきる>複数か

1つの場合

大井川 15人 お茶 3人 SL 5人 歴史 4人 バラ 2人

意見 大井川は内向きには通用するが・・・視覚化が難しい

SLはすでに全国的には認識されている。

複数の場合

お茶+大井川+帯+SL 大切なものがたくさんある

蓬莱橋+大井川 切っても切れない

意見 内外でもりあがるのが大切なのではないか。

まとめ

職員と同じプロセスを踏む中で、市民を含む民間事業者たちが選択した素材については、大井川・茶・バラ・歴史といったものであった。内外どちらへの発信という問いに対しては、9割の参加者が外向きへという意見であった。選択すべき素材については、どれにも共通する「大井川」について、意見が分かれた。外へ発信するにはあいまいで、現在水量が少なく涸れているイメージが強いことから、今こそ脱却して次のステージへという意見があった、一方で南アルプスのきれいな水やこの地域の産物（バラ・お茶・メロン）の恵のもととなっているというような意見もでました。

次回についても今回同様議論を深めていただき島田市への思いを委託事業者に注ぎ込んでいただきます。