

# シティブランド確立に向けた市民ワークショップ 第1回報告書

- 開催日時:平成 26 年 7 月 24 日(木) 19 時~21 時
- 開催場所:伊予市立図書館1階
- 内 容:デザイン勉強会「問題を解決するデザインとは」
- 参 加 者:一般市民 28 人、協力職員 4 人、主催者スタッフ 7 人(未来づくり戦略室 4 人、セキ株式会社 3 人)、ファシリテーター1人
- プログラム
  1. 司会あいさつ
  2. 主催者代表あいさつ
  3. ワークショップについての説明
  4. 主催者側関係者自己紹介
  5. ファシリテーター紹介・講演
  6. 質疑応答、感想記入



## ■主催者代表あいさつ(要約) 未来づくり戦略室 室長 坪内圭也

伊予市・中山町・双海町が合併して 10 周年を迎えようとしていますが、伊予市では本市が持つ良好なイメージを「シティブランド」として構築し、多様な資源や魅力を戦略的に発掘・発信していこうと考えています。

「シティブランド」を構築・確立することにより、市民の皆様をはじめ伊予市に関わる多くの方々が、地域に対する誇りや愛着を持ってまちづくりに取り組んでいただけることを期待し、今年度は「ブランディングに取り組むための統一コンセプトの設定」及び「伊予市をイメージできるキャッチコピーとロゴの開発」を予定しています。

「〇〇」と言えば「伊予市」、「伊予市」と言えば「〇〇」と言うように「伊予市のまち」全体をブランドとして捉え、皆さんと一緒に「ブランドイメージ」を構築していきたいと考えています。



## ■ワークショップについての説明(要約) 未来づくり戦略室 次長 小笠原幸男

### ①伊予市シティブランド確立事業の目標とは

皆さんに取り組んでいただきたい目標は、大きく分けて3つあります。1つ目は「伊予市の持つ良いイメージを市外の方に伝えるための方向性(いわゆるシティブランド)の決定」。2つ目は「その方向性を象徴するロゴマークやキャッチコピーの作成」。3つ目は「シティブランドやロゴマーク・キャッチコピーなどを市民に広く浸透させ、活用していく方法の検討」です。こうした目標の達成に向けて、ワークショップという手法・手段を使い、皆さんからの率直なご意見をいただきたいと思っております。

### ②ワークショップとは

言葉で表現すると「様々な立場の人々が集まり自由に意見を出し合い、互いの考えを尊重しながら意見や提案をまとめ上げていく手法」です。特に初対面の人や異なる地域・団体の人が行うことで、それぞれの地域や団体について理解を深め、同じ方向性を見出すためのきっかけづくりに用いられます。



### ③事業を通して得られるメリットについて

当事業の「メリット」また期待される効果ですが、食品加工などの企業様については、事業で生まれたロゴマークを商品に使用することが、伊予市のPRにも繋がるという視点から、今後、伊予市が特産品をPRする際には優先的にご紹介させていただきます。

農林水産品の生産者・生産団体の皆様については、直接的な販売ルート開拓や加工原料としての取引先の検討などが期待できるほか、生産者自らが販売者として取引先を開拓するきっかけにも繋がると思っております。

## ■ファシリテーター講演(要約) ビンデザインオフィス(有) 山内敏功氏

### 1. デザインとは

ブランドのロゴマークができて、誰も使ってくれなければ意味がありません。大切なことは目に見えるロゴマークよりも、目に見えないシステム(独自性・展開方法など)です。システムを作るためには住民の意見を聞くことが大切で、皆さんの意見を聞きながら編集するのが私たちの役割です。

デザインの“良し悪し”が分からない人たちがロゴマークの審査をすると、ブランドの主旨や目的に合ったロゴマークが選ばれないことがあります。特に審査に若い人が入ると「かわいさ」や「面白さ」が優先され、実際に使用する際の利便性などが無視される傾向があります。今回はワークショップの最後に、皆さんにロゴマークやキャラクターなどを選んでいただきますが、デザインの基本が分からなければ、本当に良いロゴマークを選べません。そこでデザインの知識を学んでいただくために、今回「問題を解決するデザインとは」という内容で、デザイン勉強会を設けさせていただきました。



私は「デザインとは問題がどこにあるのかを正しく発見し、その問題を解決するソフト」だと考えています。デザインと言うと図案や写真やコピーなどが入っているポスターなどをイメージされると思いますが、それらは結果に過ぎません。何らかの問題を解決する力が無ければ、それはデザインではないと思います。

## 2. 事例発表

### (1) 松山市役所のワンストップサービス

松山市のワンストップサービスを“見える化”したのが1階ロビーのデザイン。改修後、半年で28市町村の見学がありました。



### (2) ことばのちから(松山市)

市民参加の委員会を作り意見交換したところ、松山市は俳句が盛んで正岡子規や夏目漱石らと縁があることから、言葉の力でまちづくりをすることになり、30文字以内の言葉を全国から募集したところ、12,001点の言葉が集まりました。入賞作品の言葉が入ったカルタやバッグを作ったほか、大街道を俳句甲子園の舞台とし、見せ方をデザインしました。また日本ペンクラブを松山に招いたところ、「この街で」という曲が誕生しました。

この事業は現在も続いており、松山市に申請すれば入賞作品の言葉を自由に使えるため、市内の介護施設や幼稚園などが利用しています。2013年には「グッドデザイン賞」を受賞しています。

まちづくりは“行政任せ”ではなく、市民がアイデアや労力を出し合いながら、5年、10年かけて作っていくことが大切です。短時間でまちが活性化することはありません。



### (3) 松前町

松前町は物産展などで県外に出たときに、「まさき町」と読んでもらえないという課題を抱えていました。また約60年前に3町村が合併してできましたが、今でも一体感に欠ける点も問題となり、来年迎える60周年を前に旧3町村が力を合わせてまちづくりを進めるべく、ブランドロゴを作ることになりました。時間が無かったのでワークショップは行わず、役場の方に町内を案内してもらい、行く先々で町民の方々の話を聞き、最終的に平仮名をメインにしたブランドロゴ「恵み、めぐるまち、まさき。」を作りました。

から「使いたい」という要望が多かったため、昨年は「売りたいけど、売れていない商品」の問題点を探り、解決できるデザインを考えるワークショップを実施しました。

松前町のように歴史も文化も経済も違う市町村が合併した場合、一体感がおざなりにされたまま、まちづくりが進められるケースが多く、「平成の大合併」以降、今でも課題を抱えている市町村がたくさんあります。伊予市についても平成17年に合併した旧双海町、旧中山町の皆さんからワークショップで特に意見をお聞きしたいと思っています。

ブランドロゴが一昨年できたのですが、地元企業の方々



#### (4) 雲南市(島根県)

雲南市の課題は、中国の雲南省と間違われることでした。しいたけやお茶などの産品は中国にもありそうなので、産地としてのイメージがあまり良くありません。そこで日本のどの辺りにあるかを強調するために「出雲のみなもと 雲南」というブランドロゴを作りました。ブランドロゴ完成後、JAや商工会議所に参加している地元企業とワークショップを進めながら、各社の商品パッケージなどのデザイン開発を行いました。ラベルを貼る位置をパッケージ上部に変えるだけでも売上は上がります。



#### (5) 松山市北条地区

北条のイラストマップの作成依頼を受けたのですが、マップを作っても地域に魅力が無ければ誰も来ません。そこで北条の魅力を探るために市民参加のワークショップを行いました。そこで分かったのですが、鹿島の裏に注連縄(しめなわ)を張っている岩があり、その注連縄の中には「願い文」が縋(な)い込まれています。これは昔から続いている行事であり、昨今のパワースポットブームもあり、これをメインにまちの活性化に取り組むことになりました。そこで「河野水軍の歴史を秘めた風早の郷 鹿島のあるまち北条」というブランドロゴを作りました。



#### (6) 宇和島市遊子(ゆず)地区

宇和島市の遊子地区は鯛や真珠の養殖が盛んな地域です。2年前に高速道路が宇和島まで延伸することになったのですが、「認知度が低く、集客できない」という問題がありました。また遊子漁協組合女性部はメンバーの減少で存続が危ぶまれており、問題を解決するためには、まずは女性部を元気にする必要があると考え「遊子の台所プロジェクト」を展開しました。鯛をキーワードに商品開発を始め、たい焼きの形をした鯛めしの焼きおにぎり「たべ鯛」が生まれました。女性部の子どもたちのシルエットを使ったブランドロゴも開発。キッチンカーや名刺には遊子の地図を入れました。

平成 24 年には農林水産大臣賞、内閣総理大臣賞、愛顔(えがお)のえひめ賞、平成 25 年には環境大臣表彰を受賞しました。

デザイナーはデザインを作る人で、デザインを使い問題を解決する人のことを「デザイナー」と言いますが、デザイナーが良くなければデザインは生きて来ません。遊子の事例は、デザイナーとデザイナーの関係が上手くいったから成功しました。また女性の力が街を活性化すること、デザインを伝える力を人が持っていることにあらためて気が付きました。



### (7) 内子フレッシュパークからり

「からり」については町が土地を購入するときから関わり、「からり」の名称も提案しました。「内子産品しか売らない」「敷地内に木を植え、森を作り看板とする」という方針を掲げました。オープン当初はほとんど木がありませんでしたが、今では森のように木が育っています。

道の駅などの交流施設は滞在時間が長くなるほど物が売れます。現在「からり」は愛媛県内の観光地では松山城（年間85万人）、道後温泉（80万人）に次ぐ3番目の集客（年間70万人）を誇ります。

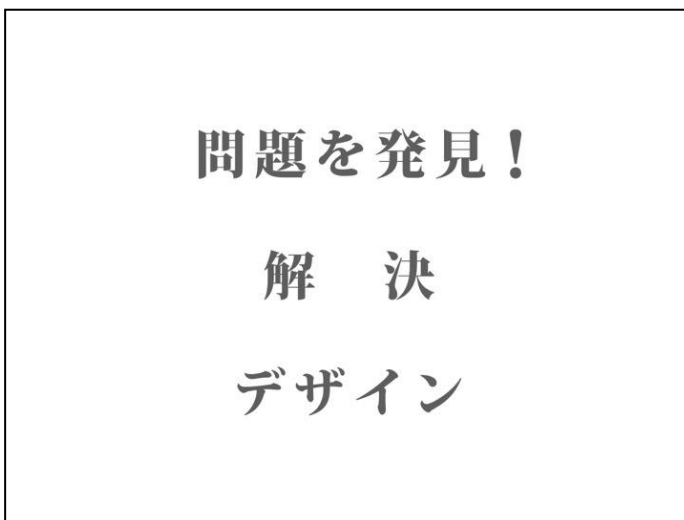


### (8) 農業生産法人(株)ニュース

JAを退職した方が伊方で立ち上げた農業生産法人で、法人名も私が提案しました。みかんを入れる段ボールの内側が緑なのは、みかんが最も美味しく見える色だからです。摘花したみかんで化粧水や石鹸も作っていますが、今まで捨てていたもので商売ができます。設立当初は年商4000万円ほどでしたが、去年は柑橘類だけで4億5000万~5億円を売っており、今年、シンガポールに営業所を開設しました。



## 3.まとめ



情報を間違えて捉えてしまうと売れるものも売れなくなってしまう。問題を正確に捉えることが問題解決の第一歩で、その後の問題解決を図案やマーク、パッケージなどのビジュアルでやっていくのが今回のワークショップの目的になります。

## 4. 質疑応答

質問／時代によってデザインが変わるということですが、デザインが変わるタイミングというのはあるのですか？

回答／車を買ったときにはオシャレだと思っても5年後、10年後に新しい車が出てくるとそれまでのデザインが古く感じると思います。それを「イメージの劣化」と言います。先月の週刊ポストの記事にロゴマークの特集が組まれていま

したが、企業のロゴマークは20年に1回程度は変わります。パッケージは2年に1回程度マイナーチェンジが入ります。人間が年を取るようにデザインも年を取ります。

質問／ワークショップをやらずにブランドロゴを決めたという事例もありましたが、今回のワークショップをやる意味を聞かせてください。

回答／図案は皆さんの意見を基に、私と皆さんと一緒に考えます。皆さんには伊予市の情報、問題点をたくさん出していただきたい。私がデザインを考えるときに最初に出すのは言葉です。言葉の中にデザインのアイデアがあります。ワークショップの中で皆さんが発した言葉やアイデアを拾い

集め、最終的なデザイン案は私が考え、それを皆さんで検討していただきます。検討する上で大切なことは、ロゴマークを作る「意味」と「責任」を自覚し、ロゴマークに必要な条件(下記)を理解することです。皆さんの責任も重大ですが、楽しく進めて行きましょう。

### ●ロゴマークが持つ条件

- ・マーケティングツール、コミュニケーションの核として機能する
- ・経営者の哲学や思想が内包されている

### ●造形上の条件

- ・大小の変化、背景の変化にも印象が変わらない
- ・一色でも多色でも質を保って使える
- ・平面・立体・動態への対応力をもつ



## 5. 感想カード(一部要約)

○参加するまでは「行政で道筋を付けているだろう」と思っていたが、山内さんの説明を聞き「違ったものになるかもしれない」と期待が持てる気になった。参加するのが楽しみになるかもしれない。

○大変勉強になりました。パッケージやロゴで印象が変わることは理解していましたが、深く考えてはいませんでした。弊社はPB商品を持っておらず、ロゴの使用は名刺に限られています。今後の展開に繋がればと思います。自分が生まれ育った伊予市のために取り組んで行きたいと思います。

○山内先生のお話は講演会などで数回聞きました。私たちの事業ももうすぐ 20 周年を迎えますが、ロゴマークやシールなどをリニューアルしたいと思っていますので、助言をお願いします。

○「デザインは、問題を発見してそれを解決する」ということを聞いて、そんな発想は無かったので驚きました。伊予市にも問題はたくさんあると思うので、それを解決できるような良いロゴマークがデザインできればいいと思いました。

○デザインやロゴマーク一つで商品のイメージが随分違ってくると思った。これからも先生のお話を聞いて、いろいろ勉強していきたいと思います。

○正直、なかなか難しいと思います。今日のお話は「なるほど」と感じたところもありますが…。

○「伊予市の未来を見据えたロゴマークなどの作成」ということで参加しましたが、意味のある内容でした。自分自身、伊予市の良いところを考えてもなかなか思い付きません。今後、いろいろな分野の人から話を聞けば、伊予市の良いところがたくさん見えてくるのではと感じました。今後も積極的に参加したいと思います。

○問題点を言葉として挙げる。その言葉からデザインなどができあがるのが印象的だった。良いところ、魅力的なところからデザインなどが生まれるのではないかと考えた。

○山内先生の体験に基づいたお話で、興味深く聞くことができました。お話が上手で聴くことに集中してしまい、内容をメモすることができませんでした。何か資料がもらえると嬉しいです。

○様々なデザインの例を示しながらご説明いただけただけなので面白かったです。伊予市の課題をどのように捉えているのか、参加者の皆さんの意見を聞いてみたいと思います。今後の展開に期待しています。

○デザイン(ロゴ)を使うことの責任が大きいと思う。ロゴやキャッチフレーズができて、伊予市としてうまく使えるのが疑問に思う。市のロゴと民間のロゴは違うと思うので、まとまるよう手助けできればと考えています。

○デザインを作っていくことに面白味を感じました。ロゴマークは見栄えだけが重要と考えていたが、それだけではなくたくさんの方の考えや様々な角度から作成していることが発見できた。

○旧伊予市、旧中山町、旧双海町それぞれに合併についての問題点があれば、行政として把握することで、次回から何かの役に立つものになるのでは。

○山内先生の楽しいお話を聞かせていただきありがとうございました。デザインは好みやヒラメキから生まれてくるものだと思っていましたが、奥が深いと思いました。伊予市がますます元気になれば良いと思います。

○最初は少しピンと来なかったけど、少し話を聞いたり、画像を見ているうちに「マークでこんなに変わるのだ」と思った。

○学ぶ楽しさを久しぶりに感じました。ありがとうございます。「伊予市」の良さをこの会に参加することが決まってからいろいろ考え、思い出す良い機会になりました。36 才友人たちと「伊予市何とかならんかなあ…」とぼんやりしたモヤモヤがあったので、外の人よりも伊予市に住んでいる人たちに良い刺激になるとワクワクしています。個人的には栗が好きです。あと五人娘。次回からも楽しみです。ありがとうございました。途中、10 分ほど休憩があるとありがたいです。

○講師の山内敏功さんのお話がプロジェクターの画面を見ながらだったので、解りやすく眼福でした。様々な前例も感慨深く、「ああ、そうだったのか」と納得させられることしきり…。デザインの奥深さと意義もよく理解できました。平素の生活でも興味を持って観察している事項で、その中の物語を知ることによって収穫がありました。「デザインは言葉から生まれる」これが一番良かったです。次回もぜひ参加しようと思いました。

○伊予市のイメージはいくら必要なのか？山、海、物、人などを中心にしたデザインのイメージが湧かずにいます。次回は伊予市中心のイメージなのか、個人の住む地域のイメージでいいのか。また時期は今なのか、10年後なのか。目指す時間も含めてアドバイスをして欲しいと思います。会長からでも行政からでも結構です。雰囲気だけでも想像させてください。

○伊予市シティブランド確立事業ということで堅いものと考えていたが、気楽な気持ちで色々な情報を提供していきたい。自分の町を自慢できるようなデザインができれば良いと思います。

○正直、初めは「伊予市は何をしたいのか、自分に何が求められているのか」が全く分かりませんでした。今日、山内先生のお話を伺い、私たちに求められていることをはっきり捉えることができました。山内先生のお話は素人の私にもとても分かりやすく、興味深いものでした。伊予市についてですが、私は“双海町大好き人間”で、市外で「どこから来たのか？」と聞かれたときは必ず「双海町」と答えます。「伊予市でひとくりにされたくない」という気持ちがあります。中山の方もきっとそうではないかと思っています。合併してから「双海町が元気が無くなった」ということで、双海人学校なども開かれています。3町村が合併しましたが、旧中山町、旧双海町、旧伊予市のそれぞれが輝けるようなロゴマークが作れる道は開けるのでしょうか…。今度、色々、それぞれの考えを聞けたらいいと思っています。

○ロゴ、デザインが地域住民の心を動かし、経済に大きく関わっていくことが分かり、大変楽しい時間を過ごせた。実際の映像を見て「確かに買いたくなる」「一目で分かり、記憶に残る」デザインだと感じた。

○今回のワークショップに参加して、とても勉強になりました。今年から仕事面でも異動があり、デザインに関わることになったのですが、とても興味深く聴くことができました。あの「からり」に関わったデザイナーさんと一緒にこの会を進めることができるので、これからが楽しみです。今住んでいる伊予市がもっとワクワクできて、たくさんの人たちがやって来る素的な町になれるよう、私も微力ながら頑張っていきたいと思っています。

○デザインは同じものを継続していくものだと考えていましたが、年々変化していくことは知らなかったのが驚きました。地域活性化でまちおこしをしていることは聞いていましたが、愛媛県内でもたくさんの地域がデザイン、ロゴを中心に活動をしているので参考になりました。デザインについて知識が無かったので、大丈夫なのか不安でしたが、今後の活動にも積極的に参加し、良いものを作っていけたらと思います。ありがとうございました。

○先生のお話を聞いておると、先生に携わっていただけて明るい未来が待っているような気がします。良いことばかりではないのかもしれませんが…。良いデザインが生まれるよう、少しでも無い知恵を絞ろうと思います。

○最終的に伊予市として何をどうしたいのか？よく解らないです。山内氏のお話は2度目なので特に感想はありません。

○今回の講演ではデザインをするための前提として、問題情報をどのように洗い出していくのか。その問題を解決するために、伊予市の良い側面、悪い側面の両面から見て行くことが必要だと感じたが、これはこのワークショップだけでなく、バランス感覚が必要だと思っている行政職員としても、必要なものだと感じた。このことは職員間はもちろん、職員だけでなく様々な人と会話をして行くことで見つかるものだと思うので、このワークショップを自身の経験にしていきたい。

○楽しくてあっという間に時間が経っていました。山内先生のお話文化協会からの参加の私も何かお手伝いができるのではと。

○内容が具体的で、それぞれの行政や地域のデザインがよく分かりました。問題を正しく捉えなければ良いデザインは生まれにくいことが理解できましたが、視点の向けようで同じ問題点でも違った面を見えてしまうのでしょうか。山内氏は各人の発する異なった見方を目的に合った観点で捉えてくださるのだと思いました。

○①ワークショップの意味が良く分かった。②デザインは問題発見をすることからできるものだと理解できました。③シールを貼る位置が参考になりました。④デザイン・ロゴができた後、使う官庁、民間企業の責任が大きいと思った。

○今回、あまり触れたことのない内容をお聞きし、伊予市の活性化が自分の仕事(パッケージ、ロゴデザインなど)にも繋がってくる内容だったので、しっかりと勉強して、地域を盛り上げられるように意見を出し合い、有意義な取り組みになればいいと思います。

○デザインで色々なことが変わることが印象に残った。

○デザインが 地域を変える 明日を見て 心弾ける 今宵なるかな

次回までに伊予市を感じられる言葉を拾い集めてみたい。  
問題点その1 危機感の不足