

# 伊予市シティブランド確立業務 第9回市民ワークショップ報告書

テーマ: 「ロゴマークで伊予市を盛り上げよう! ~全体の振り返り~」

- 開催日時:平成 27 年 1 月 22 日(木) 19 時~21 時
- 開催場所:伊予市中央公民館
- テーマ:ロゴマークで伊予市を盛り上げよう! ~全体の振り返り~
- 参加者:一般市民17人、協力職員5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、コピーライター1人
- プログラム
  1. 「ふるさと応援TV えひめのミカタ」視聴
  2. 作成ノベルティの発表
  3. 全体の振り返り
  4. 感想発表
  5. 閉会挨拶



## ■作成ノベルティの発表

ファシリテーターの山内氏より、ノベルティの発表がありました。名刺などすでに印刷が始まっているノベルティのほか、前回出された意見の中で、デザインを起こしたノベルティも含まれます。

**伊予市シティブランド | 制作ノベルティ 18.1.22**

**1**

**シール**

29  
40  
15×85  
25×80

**ボールペン**

**クリアファイル** サイズ：A5

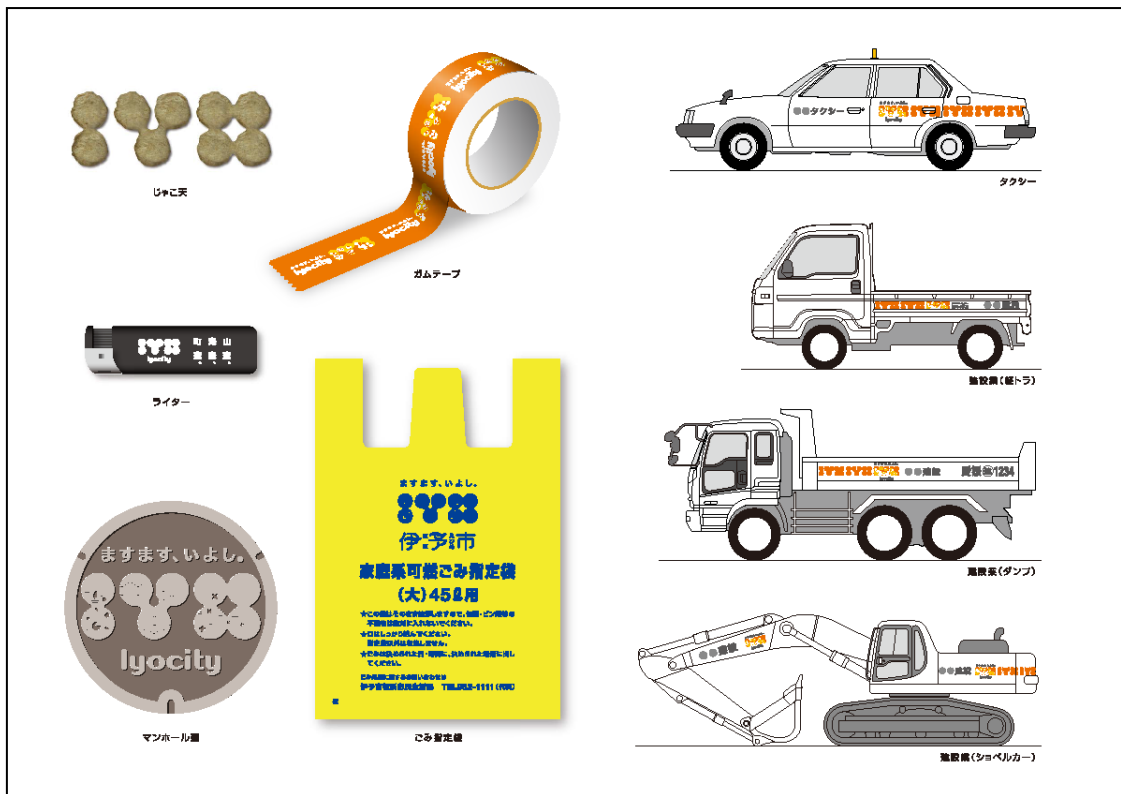
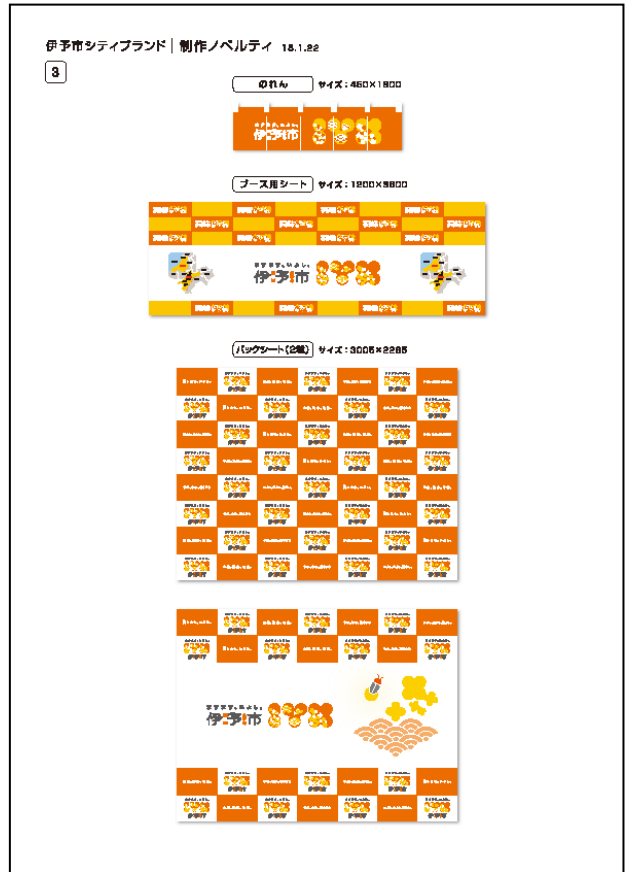
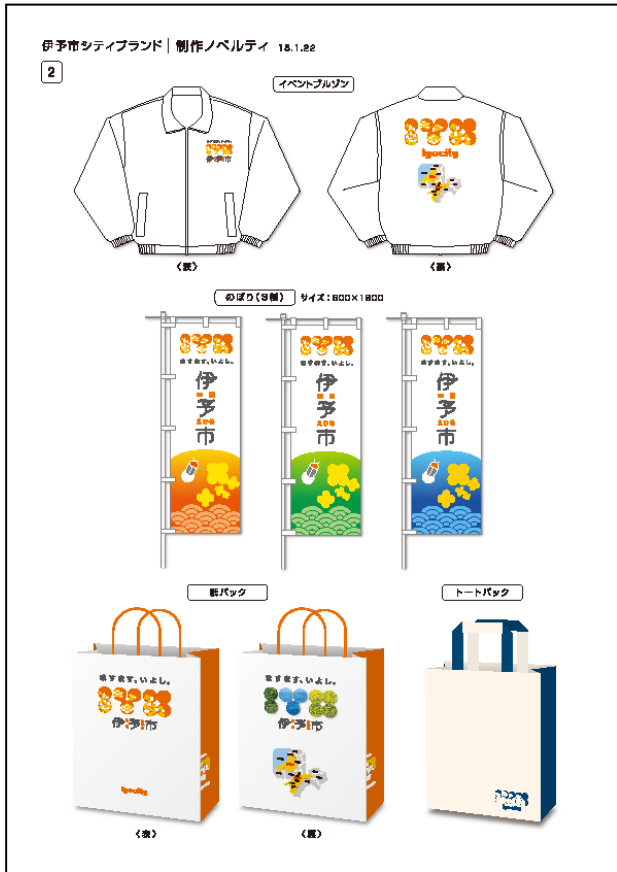
**<表>**      **<裏>**      **<角2>**

**ビニールバック** サイズ：280×400

**<表>**      **<裏>**

**封筒**

**<表3>**



## ■全体の振り返り(要約)

### ファシリテーター 山内敏功氏



山内氏／今回は「デザインをどのように活用するのか」を皆さんと一緒に考えさせていただきました。伊予市には“売り”になるものがたくさんありますが、売るために情報を編集して届けるという「情報デザイン」がかなり遅れているように感じました。これは伊予市だけでなく、ほとんどの自治体に言えることです。例えばパッケージで大切なことは、パッケージを見たときに、①中身を使うシーンが想像できる ②競合商品に比べてどこにお得感(ベネフィット)があるのかが分かる ③ターゲットが絞れている。この3つが重要になってきますが、伊予市をパッケージに例えた場合、ターゲットは若い人からお年寄りまでになるので絞れません。ベネフィットは伊予市周辺の市町と比べてみたときに、どこにお得感

があるのかです。また伊予市の顔が見えればシーンが想像できますが、今回、その顔作りができました。これをこれからどう活用していくのかが、大事になります。

市内を回らせていただいたとき、良いものが一杯ありました。一杯あるということは、本当は絞り込めていないんです。12月に湯田温泉(山口県)にまちづくりの話に行ってきました。道後温泉は認知度が全国1位で、湯田温泉は37位ですが、ここには湯量がたっぷりあります。雪舟や中原中也のゆかりの地であり、ザビエルが作った教会もあります。ですが街にいくつもある源泉が1ヶ所に集められ、地下に引いたパイプを使い、無駄なくホテルや旅館、足湯などに送る仕組みを整備したことで、温泉の風情が一切ありません。観光資源がたくさんあるものだから、一つに絞り込めなくて顔を失っています。地下のパイプを通してお湯を循環させるのではなく、街中にお湯の道を作り、いろんなところから湯気が出ているような温泉の雰囲気を出した方が、観光客は来ると思いますし、かつてはそうだったらしいのです。熱海や別府もそうですが、着いた瞬間にその顔が見える、楽しみ方が見えるやり方のほうが大事だと思います。ですから行政が何かやるときに、無駄がないやり方というのは良くて、ある程度無駄がある方が観光客も来やすいのではないかと思います。その無駄をどのように演出していくのが、これから大事になると考えます。

### コピーライター 大野千佳氏



大野氏／7回目のワークショップでの発表に向けて、ロゴマークを考え、キャッチフレーズを考え、そこでピークを迎えてから1ヶ月以上が経過しましたが、このマークが自分のものという感じになってますでしょうか。またキャッチフレーズを使ってもらってますでしょうか。ロゴマークなどを考えて終わりではなく、その後、いかに自分たちが使って行けるのが大事だと思います。発表の際は打ち上げ花火のような華

やぎがありますが、その後はずっと使い続けることで「ポディブローのように効いてくる」ではないですが、市民の皆さんに浸透していけばいいと思います。

私はこのワークショップに3回目から参加したのですが、初回のプログラムの冒頭が「前回のテーマ/あなたの住むまちの問題点は?について」だったこともあり、いろんな問題点が浮き彫りになりました。「これで大丈夫かな?1つのロゴマークやキャッチフレーズを作っていけるのかな?」と不安に思ったのですが、一度問題点をあぶりだすことによって、そこからは参加者の皆さんも前向きに考えられるようになったのだと思います。3つの市町が1つになり、よく言えば魅力がたくさんある、悪く言えばバラバラな印象を受けるため、それを1つで表現することはとても難しい市だと思っていました。しかし結果として、それをみんなで話し合っていくうちに、それぞれの街の良さを打ち出していくことが、伊予市の特徴になるという結論に達したこそ、ロゴマークとキャッチフレーズだと思います。無理に1つになろうと思わずに、自分たちの良さをもっと磨いていこうという想いで、このマークを使っていただければいいと思います。

## ■感想発表(要約)

最後に参加者一人ひとりから、今回のワークショップ全体についての感想をいただきました。

○伊予市に仕事で通うようになって約20年、住み始めて約3年になりますが、これまでは伊予市に対する愛着は全然ありませんでした。ところが今回のワークショップに参加したことで、みなさんと意見をぶつけ合い、アイデアを絞り出していくうちに、伊予市への愛着が湧いてきました。このような機会がなければ、伊予市のことを真剣に考えることはなかったと思います。ロゴマークが完成し安心していますが、これからどのように育っていくのが期待も、不安もあります。今後は伊予市のいろんなイベントに積極的に参加して、伊予市を盛り上げていくことに協力したいと思います。

○9回全部に参加させていただきました。県内外のイベントに参加することが多いので、ロゴマークやキャッチコピーを一つでも多く使いたいと思います。3月9日から東京の旬彩館でイベントがあるので、幟(のぼり)と暖簾(のれん)を至急作りたと思います。

○途中からの参加でしたが、山内先生はじめみなさんの意見を聞かせていただき、山中地区以外の考え方や思いを知り、「自分が思っている以外のことがたくさんあるのだな」と新鮮に感じました。山内先生から「クラフトの里の看板は良くない」とご意見をいただいていますので、今度、お話を聞かせていただければと思います。

○ほかの会合や仕事に追われてほとんど参加できなかったのですが、完成したノベルティ案を拝見し、個人的にはライターがいいと思いました。10周年をきっかけに伊予市全体のことを考えるというのは、すごくいい時間だと思います。今回の事業とは別に10周年記念事業を考えていますが、とてもいい機会になりました。

○先ほど先生がおっしゃったように、ロゴマークが完成して終わりではなく、これからだと思います。来年は合併10周年ですが、小学校3、4年生以下の子どもたちは合併後に生まれました。そんな子どもたちがロゴマークを描けるように、露出を増やすことが必要だと思います。いろんな場面でこのロゴマークに触れることで、子どもたちに“新しい伊予市の一員”であるということを感じて欲しいですね。そのためにはランドセルや名札、文房具などに使うのがいいと思いました。

○伊予市の良いところや悪いところを上げていたころは、ちゃんとロゴマークができるのか不安もありましたが、形になったものを見ると自分たちの意見や思いが伝わってきて、すごく嬉しいです。今後使っていくことによって、ロゴマークを作った意味が出てくると思うので、早速2月の大阪の物産展でアピールしたいと思います。

○私は松山市から参加したのですが、最初は「伊予市」と聞いても地名ぐらいしか思い付きませんでした。ですがワークショップに参加して、伊予市の良いところも悪いところも知ることができ、今ではロゴマークも含めて、伊予市のことが大好きになりました。このロゴマークを全国に発信していくことで、これからますます伊予市が発展していく姿を見守っていききたいと思います。

○できあがったシールを見ていたのですが、茶色っぽい色ですよね。いつも「ワインレッドの色」と宣伝していたのですが、よく見ればこの色でもお客さんに違和感なく説明できるように、先生が考慮してくれたのかと喜んでます。これからますます利用したいと思います。特にこの紙パックですが、これもワインレッドの1つだと考え、どんどん売っていききたいと思います。

○伊予市に越して来て1年半ほどになりますが、この会に参加し始めたころは、伊予市のことが全く分かりませんでした。出席を重ねるうちに住民の方の思いや伊予市の良いところ、悪いところが分かり、好きになりました。私たちの思いが一つになったロゴマークは、自由に色を変えられるなど無限の可能性を秘めていると思います。これで終わりではなく、これからがスタートだと思います。

○毎回参加しましたが、伊予市の良いところ、悪いところを知ることができ、とても良かったと思っています。ウェルピア伊予でも「早速名刺にロゴマークを入れよう」という意見が出ていますので、たくさんの人に知っていただけるように使っていきたいと思います。

○参加する前は「デザインの知識がない私に何ができるのか」「ロゴマークを作るそうだが、伊予市は一体何を考えているんだ」という思いがありましたが、実際に参加してみるとの感想は第一に楽しかったです。みなさんと問題を一つ一つクリアしていくたびに、「一緒にロゴマークを作っているんだ」という一体感が生まれ、今は達成感で一杯です。これからは大事だと思います。私には4人の子どもがいますが、このロゴマークは5人目の子どもだと思って、大事に育てていきたいと思っています。

○ワークショップには途中から参加しましたが、報告書などを読ませていただき、伊予市の良さや悪さについて、あらためて考えさせられました。新しいロゴマークを使い、県外で伊予市をアピールできたらいいと思います。商工会議所では2月に大阪で物産フェアを開催しますので、ここでもロゴマークをたくさんアピールしたいと思います。

○すでにこのロゴマークを使った名刺などを作り、市民や企業の方に配っている職員も多々います。個人でできるのは名刺などに入れて配布することぐらいですが、伊予市としては発行する書類や封筒に入れることで、少しでもアピールしていければいいと思います。

○私はロゴマークが決定したあたりから参加したのですが、このロゴマークやキャッチコピーを0から生み出すという難しさと楽しさを学べた気がします。もっと簡単にロゴマークを作る方法もあったと思いますが、今回のように市民を巻き込んだことで、市民の意見が反映されたロゴマークになっていると思います。これが1だと思うので、これを100、1000につなげていくために、関わった我々が広めていく努力もしないといけないと思いました。

○当初は前半だけ参加すれば役目を果たすはずだったのですが、参加しているうちに楽しくなり、最後まで来させていただきました。最近いろいろなところでロゴマークを見るようになり、うれしく思っています。みなさんが言われる通り、大切なのはこれからだと感じています。当社は建設業者ですが、少しでも貢献できるよう新しい重機を購入したときにロゴマークを入れたいと思います。

○一番初めに参加したときに「伊予市の良さがいま一つ分からない。ぼんやりしたところだ」と発言したのを覚えています。しかしつい最近も松前町や砥部町の方から「とてもかわいいロゴマークができたね」と言ってもらいました。これから「この商品も伊予市なんだ」というのが目に見えてくるのが何よりも楽しみです。また商品をPRするだけでなく「あなたも伊予市なんですね」というような共同意識を醸成することで、「伊予市が好きだ」ということを表現するシンボルのようなになれば面白いと思います。

○今日、初めて参加します。「P@CKTTO(ぱくっと)」という情報誌を作っているのですが、早速ロゴマークを使わせていただきました。山内先生から「情報の発信が大事」というお話をいただきましたが、一目で伊予市がイメージできて、「行ってみたい」「良さそうだな」と思ってもらえるような情報を発信していきたいと思いました。

○12月のワークショップに取材で参加させていただきましたが、皆さんの情熱でロゴマークができたということを感じました。皆さんがおっしゃられる通り、今後の使用方法や育て方が重要だと思いますので、広報誌を通じて市民の方に知ってもらえるよう、頑張りたいと思います。

○28年間、伊予市で生まれ育ってきたのですが、最初は「知っているようで、知らなかった」という感覚がありました。ですが集まって話しているうちに、良いところも悪いところも全て知ることができ、ますます伊予市が好きになりました。このロゴマークを職場の書類や名刺ですぐに使うように考えています。また合併して10年ということですが、地元の上三谷にロゴマークを持ち帰り、新しく基礎から地域が一丸となり、伊予市全体が活発になることを期待しています。

○私は論議で攻めて行くタイプですので、今回のワークショップは参加するかどうか迷いました。今回決まったロゴマークを最初に見たときに「これだけはダメだ」と思ったのが正直な感想です。ただし、自分はセンスがないし、じっと見ていると「やっぱりいいのかな」と思ってきました。やはりこれからどのように使っていくのかが、一番の課題だと思いますし、見れば見るほど、使えば使うほど「いいロゴマークだ」と言ってもらえるようにするのが、我々の責任だと思います。この新しい伊予市をこのロゴマークとともに、どのように編集し直していくのか、我々一人ひとりがどのように伊予市をアピールできるようになるのか。それが課題だと思います。

○今回のワークショップに参加させていただき、皆さんから貴重なご意見をいただくとともに、「その意見をどのように売り出していくのか」ということを会の度に思っています。いまだにいい方法は見つかっていませんが、今回、このような貴重な会議に参加させていただいたことを糧にして、これからの伊予市の売り出し方を行政だけでなく、皆さんと協議し合って考えていきたいと思っています。

○しまなみ海道でサイクリング大会があった次の日だったと思いますが、双海シーサイド公園でサイクリング中のフランス人のご夫婦に出会いました。福岡から東京まで1ヶ月かけてサイクリングをされていたのですが、もともとしまなみ街道のサイクリングに刺激されて日本に来たそうで、それで愛媛にも寄られたそうです。最初、自転車で愛媛を売り出すことができるのか疑問に思っていたのですが、PR効果を実感しました。双海町には青春18切符のシンボルになっている下灘駅がありますので、JR四国さんとタイアップすれば、いいPRができるのではないのかと思いました。

## ■閉会挨拶(要約) 未来づくり戦略室 室長 坪内圭也

昨年の7月24日を皮切りに、9回にわたり積極的に参加をいただき、そして話し合いの中でさまざまなご意見、活発な議論をしていただき、大変お疲れさまでした。おかげをお持ちまして、大変親しみやすいロゴマーク、キャッチコピーができあがりました。これもひとえに、ワークショップにご参加の皆様のご尽力の賜物であると思います。本当にありがとうございました。また今回のシティブランド確立業務にご支援くださいました、デザイナーの山内先生をはじめとするアドバイザーの皆様のお力添えで、参加者の皆様の願いや夢をしっかりと込めたロゴマーク、キャッチコピーができあがりました。感謝申し上げます。ありがとうございました。今後ともこのロゴマーク、キャッチコピーを末永くご愛顧いただきますようお願い申し上げます。甚だ簡単ではございますが、閉会の挨拶に代えさせていただきます。本当にありがとうございました。

