

会 議 報 告

島田市市長戦略部広報課

第1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 5 月 15 日 15 時～17 時
場 所	島田駅北イベント広場
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 市役所ワークショップメンバー12名 事務局 2名
内 容	<p>島田市の「シティプロモーション」の一環で「島田ブランド」発信に向けたメッセージとロゴ作成のための 1 回目のワークショップが、以下の検討が行われた。</p> <p>ワークショップは全 8 回を予定し、前半で市職員がベースを作り、後半から市民も加わってデザインを制作する。</p> <p>初回のテーマ 「10 年後の島田市がどうあってほしいか」</p> <p>A 委員:全国の人に住んでいることをうらやましがられる街、都市と自然のバランスのとれた街、子ども達が安心して暮らせる街、駅周りに活気のある街</p> <p>B 委員:住んで自慢できる街、大学進学で転出しても必ず戻って来たいと思える街、隣人がおすそわけをしてくれる街、子供たちがいつも笑っているまち、大人に心のゆとりのある街</p> <p>C 委員:訪れてみたい街、共存できる街、わかる人にはわかる街、</p> <p>D 委員:自分が暮らしたいと思う街、こどもの声が聞こえる街、水とともにある街、グローバルで考え地域で行動できる人がいる街、島田市が好きな人が住む街</p> <p>E 委員:1000 人(1%)の市民が、島田のここが世界一といえる街、1 万人の市民が島田市を愛していると言える街、1 万人の市民が島田市に住んで幸せと言える。島田市貢献していると言える人が 3 倍になる。</p> <p>F 委員:古里と想える街、明るく楽しい街、街中に音楽があふれる街、楽しみが発見できる街、四季を楽しめる街</p> <p>G 委員:高齢者が生きがいを持ってくれる街、日本一お茶の売れる街、交通事故が少ない街、食料自給率を上げ消費を賄える街</p> <p>H 委員:ハートフルな田舎街、来るたびに新しい魅力を見つけられる街、</p>

やさしさに包まれる街、子供からお年寄りまで全員参加のイベント開催

I 委員：島田市に来たときに「これ面白い」と思うものがあるまち、ふだんはしずかだけどお祭りの時に「なんだ！？このパワーは」とびっくりする街、「あ～癒されたい」と思ったときに、「あそこへ行こう！」と思いつく場所がたくさんある街、逢う人が気さくで、あったかい気持ちになると感じる街、「ここ便利」と思われるまち

J 委員：子ども達がまちのいろんなところで見かけられるまち（若い世代が増える）、全国のだれもが言える、島田市の祭りや名所を一つつくる、ばらのまちしまだ・ばらのあふれるまち

K 委員：祭りやイベントに参加する市民が多い、緑茶を毎日5杯以上市民が飲む、健康長寿 元気な年寄りが多い、中山間地に若者が定住している、英語等外国語が通じる 外国人へのおもてなしができるまち

L 委員：水と緑があふれ緑色が目にしみるまち、駅前に人が寄るまち、S Lの汽笛が鳴り響くまち、飛行機の騒音があるまち、井戸端会議がそこらで行われているまち

M 委員：自然と調和している公園がたくさんあるまち、人口に関係なく住みやすく良い人が住むまち、子供への教育が充実しているまち、自然を楽しめる施設が充実しているまち

N 委員：個人情報フリーなまち、子供と笑えて子供をしかれるまち、

「企業、他自治体の先行事例」

「海外の事例」

国内のものは批判を恐れるためいろいろな解釈ができるものを作成している。

どの市町でも使用できるもので特徴が入っていない。

日本国内では、特徴を言い切っているところが少ない。

いい意味で使用しているのか「ねらい」が不明な部分がある。

皆さんがかかえる仕事上の問題を解決できるものを作成したい。

内向きの視点では成功だが、外向き視点では市外の人は何を言っているのかわからないものもあるため島田市制作のものはどちら向きで制作するのか。

参加者の現段階での意思確認

	<p>今回のロゴとメッセージは、島田市としてどこへ向けて発信するのか？ 内向き4人 外向き9人 両方1人</p>
--	---

参考にしたロゴ

		
		
<p>ますます、いよし。</p> 		
		
	<p>Nashville Music city</p>	<p>HERSHEY'S Sweetest Place On Earth</p>