

茨木市ブランドメッセージ作成に向けて 立命館大学「茨木市地域ブランド振興プロジェクト」

●作成の経過(学生)●

1. プロジェクトの進め方

- ・フィールドワーク(市内視察)
- ・市職員ヒアリング
- ・ブレインストーミングによる意見出し

2. 発表

- ・中間発表(6/24)
- ・最終発表(7/15)

発表日 | 平成28年7月15日(金)

12:50~14:30

場 所 | 立命館大学大阪いばらきキャンパス

参加者 | 18人



当日の様子

●茨木地域ブランド振興プロジェクト

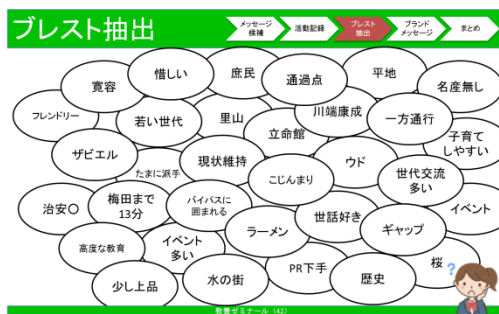
立命館大学佐伯准教授の学部横断教養ゼミナールにおけるプロジェクト。茨木市のブランディングを進めることを目標とする。

●学生目線でブランドメッセージ(ロゴ)を考案！

立命館大学の佐伯准教授の授業「茨木市地域ブランド振興プロジェクト」において、学生が茨木市のブランドイメージ向上のため、それぞれが思うブランドメッセージ(ロゴ)を考えました。

作成にあたり、茨木市内の魅力を知るために、茨木の基本情報を調べるとともに実際にまちに出て、訪れたことがない魅力スポット(歴史豊富な茨木市立キリシタン遺物史料館、特産品豊かな見山の郷、新しいまちなみ彩都地域など)を視察しました。

その後、市職員と意見交換のほか、ブレインストーミングを重ね、自然、教育、交通利便性など様々な茨木の魅力を整理するなど、意見を出しあうことでブランドメッセージ(ロゴ)作成に向けてのイメージを膨らませていきました。

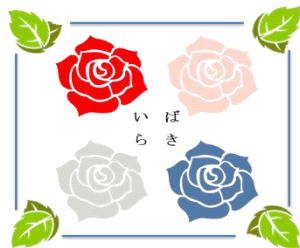


●ブランドメッセージ(ロゴ)を3案作成！

6月24日に中間報告を行い、ブランディングディレクター※からアドバイスを受けるなどして、7月15日に3案のブランドメッセージ(ロゴ)の発表会を行いました。

※ブランディングディレクター・・・コピーライターとデザイナーを兼ね備えた職人

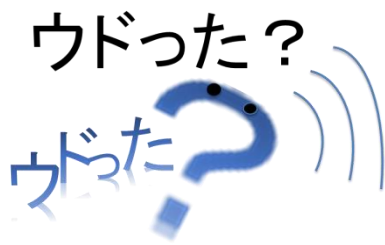
きみがつくるまち



これ！と決めつけられるものが何もない茨木市。
マイナスに見られそうだが、プラスに考えれば、
とても自由な場所であるということ。
何もないから何でもできる。
新しいものをつくっても受け入れられる。
作る、造る、創る、思い思いの茨木市を自分の手で！

いばらないいばらき

- ・いばらない⇨優しい、気張っていない（住民の性格）
- ・「いばら」が「ない」から、茨の道が待っていないという意味に
- ・「いばら」という接頭語をかけ、覚えやすく、大阪らしいダジャレに



- ・「ウド、食べた？」や「ウド知った？」の略です。
- ・茨木市の特産物なのですから、食べて頂きたく、このようなメッセージにしました。
- ・短い言葉で覚えやすいです。また、印象に残る言葉でもあります。

<市や傍聴者等の感想>

- ・取り組みすべてにおいて、茨木に関心・興味を持ち、実践してくれたことがありがたい。茨木市に関わる人が茨木をもっと良いまちにしたいと思い、それがひとりでも多く行動にまで移すようになれば、本当に良いまちになる。
- ・ブランドを形成するには、長い時間が必要になるが、その種を地域ブランド向上をテーマにするこの授業でまくことができたと思う。

●今後

今回、学生から3案のブランドメッセージ（ロゴ）の提案を受けました。これらの提案が、そのまま本市が考案するブランドメッセージとなる訳ではありませんが、その作成過程において生じた「茨木に対する想いや魅力など」の要素（エッセンス）を抽出することで、皆が「茨木らしい！」と納得するようなブランドメッセージ（ロゴ）の作成に取り組んでいきます。



茨木市役所 企画財政部 まち魅力発信課

TEL : 072-620-1602 メール : machimiryoku@city.ibaraki.lg.jp