

「八王子ブランドメッセージ つくろう・えらぼうプロジェクト」への思い

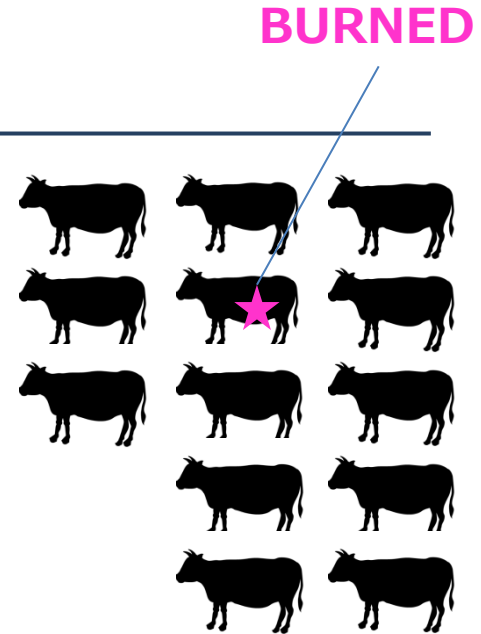
20180826

八王子市 都市戦略課

「ブランド」 とは

語源は牛の「焼き印」。
自分の牛を、他の牛と区別するもの。

→ 企業や商品、都市の「らしさ」を表す。



例えば、銀座や渋谷、湘南、巣鴨、秋葉原

- ▶ 他と違う「○○らしさ」が、広く・はっきり認識され、共感する人を惹きつけている
= 「都市ブランド」が確立している状態

「ブランドメッセージ」とは

現状、八王子市はさまざまな魅力があるので
「八王子らしさ」の共通イメージがなく、
魅力を「語る」ことがむずかしい。

残念ながら、「八王子って何がいいの?」「どんなまちを目指すの?」
という質問に自信を持って答えられる人は少ないのでは・・・。



八王子にしかない価値・めざすまちの姿を
凝縮した言葉「ブランドメッセージ」を
市民のみなさんとつくりたい！

「ブランドメッセージ」があると・・・

- ①八王子だけのよさを
みんなが同じ言葉で語れる。
- ②「理想の八王子」を約束し、共有し、
みんなでめざすことができる。



ブランド
メッセージは、
八王子のまちづ
くりの「幹」の
ようなもの

まちを
ひとつに
する
チカラ

「ブランドメッセージ」の先にあるもの

- ・ 定住人口（住む方）の減少緩和・
交流人口（訪れる方）の増加

八王子の「ブランド」に共感する人が増えることで、
「八王子が自分にとってしっくりくる！」と感じる方が増えて
住民の定着や外部からの転入が増える。

- ・ シビックプライドが育まれ、活動人口が増加

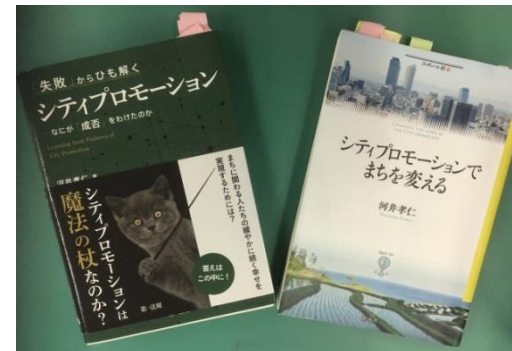
「自分らしく生きられるまちだ」と思えることで、
このまちのことを自分のことととらえ、
自分から「よくしよう・おもしろくしよう」と動き出す人が増える。

→ 持続可能なまちづくり

プロジェクトを引っ張るおふたり

シティプロモーション事業推進アドバイザー 河井 孝仁（かわい たかよし）先生

- 東海大学 文化社会学部 広報メディア学科教授
- 静岡県庁等での勤務を経て、現職。
総務省地域情報化アドバイザー、日本広報学会常任理事等を務める。静岡県富士市・栃木県那須塩原市・岩手県北上市・愛知県名古屋市等、多数の自治体のシティプロモーションに関わる第一人者。
- 今回のプロセスも、河井先生が発案し、実践してきた手法です。



プロジェクトを引っ張るおふたり

コピーライター

森田 哲生（もりた てつお）氏

- みなさんがつくったブランドメッセージ案を、本市出身で多摩美術大学卒のコピーライター、株式会社Rockaku社長の森田氏がブラッシュアップします。
- 八王子周辺では、不動産業者「エスエストラスト」のコピーライティングでおなじみです。



八王子で
「例の青い看板」
といえばコレ ←

「あの黄色い看板」
とのコラボも →



プロジェクトの流れ

つく
ろう

8月～10月 市民メンバーの各チームで、1案ずつブランドメッセージの素案をつくります



10月 コピーライターがブラッシュアップ

えら
ぼう

11月～12月 ブランドメッセージ候補を
市民参加で選びます



12月 市民の意見をふまえて、市長が決定！



つか
おう

3月3日予定 みんなのブランドメッセージ
をお披露目！



さまざまな場面で、みんなが
使って、発信していきます



八王子ブランド メッセージ フくら スラぽら プロジェクト

プロジェクトを囲む
「／＼」は、八王子の八。

未広がりの
プロジェクトに
なりますように・・・