

## 新しいシティプロモーションの合言葉は

# 『地域(まち)に真剣(マジ)になる人を増やす』

## -まちに想いがあり積極的に関わろうとする人を増やす仕組み-

村では、令和4年度からシティプロモーションの再構築に着手し、これまで、方向性の検討や住民ワークショップ、職員研修等を行ってきました。そして今年3月、シティプロモーションを「ひとづくり」の仕組みと捉え、「地域(まち)に真剣(マジ)になる人を増やす」ことを掲げた『東海村シティプロモーション指針 ver.0』を策定しました。

【問い合わせ】地域戦略課広報・シティプロモーション担当(☎282-1711 内線1339)

### 【ロゴマーク】

空から見た東海村の形を少しずつ丸くすることで柔らかい有機的な形状へとシンボルマーク化しました。東海村の「ムラ」と個性が混じり合う色むらの「ムラ」をかけていて、1つではなく、さまざまな価値観、人々、個性が混ざり合う東海村をイメージしてデザインしています。

そんな東海村の良さや住民の想いをシンプルに表現したメッセージ「いいムラをつくろう とうかいむら」。

### 【ブランドメッセージ】

#### いいムラをつくろう

完璧なまちなんでない。だからこそ、暮らしやすいまちをみんなで作るんだ。

東海村が好きだ。そう言う住民が多いのは、半径4キロメートルのコンパクトなまちで、海も里山も自然があって、最先端の科学技術があって、公園・病院・福祉施設が充実してて、都心へのアクセスもよくて…なんて村！

でも一番はいろんな好きが集まって、いろんな個性が混じり合い、いい感じのムラができていること。

もっといい村をつくろう。あなたの色が、誰かの色と交わって東海村は見たことない色になっていく。その色で、思いで、いいムラをつくろう。



# 2024.5.11 ラフェット・デラブル@グルービー<sup>もみ</sup>縦の木公園にて ロゴマーク・ブランドメッセージをお披露目



## I. シティプロモーション指針はどのように出来上がったのか？

- ◇シティプロモーションは、まちへの愛着・誇りを高め、「ひとづくり」の仕組み、地域に関わろうとする人を増やす仕組みとします。合言葉は『地域(まち)に真剣(マジ)になる人を増やす』。
- ◇令和4年度にシティプロモーションに関するアンケート調査を実施し、3つの意欲を11段階の数値で把握しました。今後は、住民の方々の「推奨」・「参加」・「感謝」意欲を高めていきます。
- ◇令和5年度に多くの住民・職員参加の下「村の魅力発見・発掘・発散ワークショップ」を開催しました。全5回開催/10代~80代の延べ130人を超える参加者と対話を通して想いを共有。
- ◇発見・発掘・発散された地域(まち)への想いが凝縮されたブランドメッセージの素を作成。
- ◇ワークショップで出された想いをプロのディレクター・デザイナーが磨き上げ、出来上がったのが今回の「ロゴマーク・ブランドメッセージ」。

## II. シティプロモーション指針を基にこれからどのように取り組むのか？

- ◇住民と行政の共創・協働を中心に掲げ、まちづくりに関わる・想いを共有する「場づくり」と、共感が生まれ・想いを伝える「情報発信」を展開し、さまざまな活動を通してその想いをアップデートさせていきます。
- ◇ロゴマーク・ブランドメッセージは飾るだけではなく、徹底的に使い倒して「まちにマジになる人を増やす」プロモーションを展開します。



▲シティプロモーション指針の詳細はこちら

## III. ロゴマークとブランドメッセージは使ってこそ意味があります。一緒に取り組みませんか？

- ◇地元根付いた企業のメッセージとして、特産品やお土産に添えるメッセージとして、東海村の魅力発信として、個人の想いを伝える手段として、ワークショップの素材として、ぜひこのロゴマークとブランドメッセージをご活用ください。
- ◇使い方やコラボレーションのご相談は、地域戦略課広報・シティプロモーション担当(☎282-1711 内線1339) [✉t-pro@vill.tokai.ibaraki.jp](mailto:t-pro@vill.tokai.ibaraki.jp)へお問い合わせください。