

# 「開成町らしさ」を追求



左から伊シザキミチヒロさん、府川町長、平山英一郎さん

開成町では、町の魅力や町の認知度を高め、町への愛着や誇りを醸成するため、開成町そのもののブランド化(ブランディング)に取り組んでいます。

開成町のブランディングに携わっているデザイナーの伊シザキミチヒロさんとコピーライターの平山英一郎さんに、専門家の目から見た「開成町らしさ」や新しい開成町のロゴマークに込めた思いなどについてお聞きました。

企画政策課 ☎84-0312

## 開成町をもっともっと元氣な町にしていくために

町長 町制施行60周年を「新たなスタートの年」と位置付け、開成町の魅力を見つめ直し、町内外に発信していきたいと思い、ブランディングに取り組むことにしました。

伊シザキ 開成町は、人口が増え、新しい小学校を開校したと聞いています。成功している町に「なぜブランディングが必要なのか」と思いました。

町長 開成町をもっともっと元氣にしていくためには、町民の方に「住み続けたい」、町外の方に「住みたい」、「訪れたい」と思っていたく必要があります。そのためには「町の魅力」と「町の認知度」を高め、さらには「町への愛着や誇り」を醸成する必要があります。

伊シザキ これまで「元氣」や「元氣開成」という言葉に絞り込んできたこともブランディングの一環であったと思います。

ています。

## ブランディングは「あじさいちゃん」

町長 ブランディングを効果的に

行うためには、外部の専門家のノウハウが必要だと考えました。伊シザキ 自治体そのもののブランディングという貴重な体験をさせていただいています。ブランディングは、「らしさづくり」と言い換えることができます。まずは、「開成町らしさ」を探すことから始めました。

町長 第五次開成町総合計画の策定時に行った町民意識調査や町民ワークショップでは、「開成町は特徴がない」といった声も聞かれました。開成町に住んでいると当たり前になっっていることが、実は「開成町らしさ」ということもあります。「開成町らしさ」を見つけて、うまく表現していくことが重要ですね。伊シザキ 開成町を取材で訪れると、子どもたちが元氣にあいさつをしてくれます。こうした光景も、開成町では当たり前のことかもしれませんが、すごく魅力的なことだと感じます。

町長 自治会活動が活発であるという点も、「開成町らしさ」です。

伊シザキ ブランディングは、ロゴマークやイメージカラーを変えることだけではなく、地域に根付いている「開成町らしさ」を探して、それを磨き上げて、町内外に発信していくことが重要です。

はありませぬ。都心からの距離感や風景から感じる程よい田舎の雰囲気を楽しんでいる皆さんのライフスタイルを「モダン」と捉え、「田舎モダン」と表現しました。町長 都心からの絶妙な距離感ということも、都会でもない田舎でもない良い雰囲気を作っている要素だと思います。

## 「田舎モダン」 開成町の空気感を表現

町長 コンセプトに「田舎モダン」を採用しました。私は、開成町には都会にも田舎にもない、たくさんの良さがあると思っています。「田舎モダン」というコンセプトからは、懐かしさと暮らしやすいさを兼ね備えたイメージが伝わると思います。

平山 開成町を知らない方にも、開成町の良さをシンプルに伝えることを前提にコンセプトを考えました。開成町を訪れたときに感じる「何かいいんだよね」という空気感を表現したいという思いがありました。

伊シザキ 「田舎」と「モダン」が両立している町という意味で



あじさいちゃん



新しいロゴマーク

## 開成町の空気感を

### あじさいに込めたロゴマーク

町長 開成町の認知度を高めていくために、ロゴマークも一新することにしました。やさしさが伝わるデザインになりました。

伊シザキ 「あじさい」が開成町の代名詞になっていることから、あじさいの花をモチーフにしたデザインにしました。花びらの重なり方や「開成町」の字のバランスに揺らぎを持たせることで、「水」や「空気」の流れ、「空」の広さといった開成町の気持ちの良い空気感を表現しました。

平山 4枚の花びらの色で、「げんき」・「うるおい」・「きもちよさ」・「いやし」といった開成町らしい「田舎モダン」な魅力を表現しています。

## 「あじさいちゃん」が

### 開成町をPR

町長 開成町の公式マスコットキャラクター「あじさいちゃん」を、今まで以上に開成町のPRで積極的に活用していくことも、ブランディングを進めるうえで



伊シザキミチヒロさん (アートディレクター)

(株)doppo主宰。広告を中心にパッケージデザイン、店頭コミュニケーション、webサイトデザインまで幅広く活動中



平山英一郎さん (コピーライター)

得意ジャンルを作らず、一生活者としての視点と感覚を大切に、ブランディングから広告、販売促進ツール、WEBまで幅広く活動中