

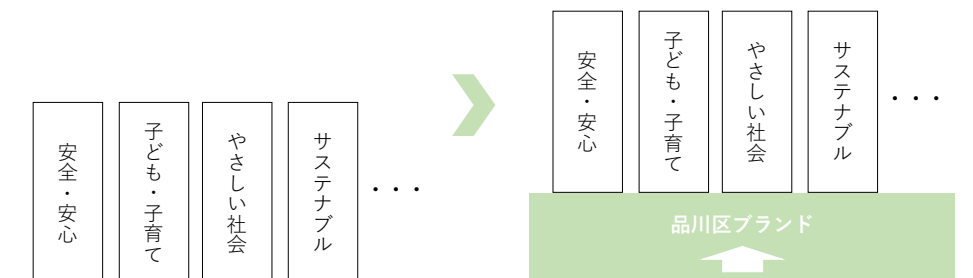
シティプロモーションから都市ブランディングへの転換

- 多くの自治体がプロモーション施策を展開する中で、品川区が今後も選ばれる地域であり続けるために、品川の魅力を未来に向けて再構築し、「品川区だから良い」という価値観を醸成する都市ブランディングを戦略的に実施します。
- 利便性など客観的な機能性を伝える営業活動的な側面が強いシティプロモーションとは異なり、都市ブランディングは、都市のイメージを高めるための活動です。

シティプロモーション		都市ブランディング	
営業活動	活動	活動	イメージを高める活動
利便性などの客観的な機能	伝える情報		主観的な情緒
(過去から) 現在	時間軸		(現在を踏まえた) 未来
区	担い手		オールしながわ
現在の“魅力”の訴求	目的		未来に実現したい“価値”の訴求

品川区が考える都市ブランディング戦略

- 区が持つ価値を打ち出し、それに共感した品川区に関わる人々を巻き込むことで、品川区ブランドが浸透し、区全体のイメージを戦略的に向上させます。
- ブランドイメージを意識した上で、政策的な取り組みや施策を各部署で実施し、プロモーションやメッセージの発信とブランディング活動を行うことで、区のブランドイメージを築いていきます。



- 個別の領域の価値を個別に高めるのではなく、すべてに共通する基盤の価値(=「品川区ブランド」の価値)を底上げします。

都市ブランディング推進

- 様々な分野で活躍する区民や、広く区民全体に実現したい未来の品川を調査
 - ▶ 地域キーパーソンヒアリング 20名
 - ▶ WEBアンケート(区民、職員) 3,506名



赤ちゃんから高齢者まで、幸せとを感じる優しい街



障害を持っている人が活躍できるような街



様々なバックグラウンドを持つ人が豊かに暮らせる寛容な街



多様性を認められ、自由に生きることができる街

区民の想い

区民が描く
未来の品川

あらゆる人が自分らしく生きがいを感じ、
それぞれの個性が尊重される寛容で多様な街

区民が描く未来の品川を実現するため、ブランディングの最前線で活用するブランドメッセージ、ロゴを制作します。ブランドロゴなどは、未来の品川のイメージと共鳴する理念を掲げる事業者と共に制作しています。

構成	説明
ブランドメッセージ	品川らしさを短い言葉で端的に表現
ブランドロゴ	理想的な品川の未来をデザインロゴで表現

品川の価値が広く伝わることで、共感した人たちとの多様な交流が生まれ、ブランド価値が高まっていく好循環が生まれることが期待できます。

未来の品川が
目指す姿

品川と関わる人たちに意欲と共感を生み出し、
未来に向けた活動を活発化させる

今後の予定

ブランドメッセージなどを起点として、都市ブランドへの理解を促進していきます。

- 3月下旬：都市ブランドデザイン発表
- 広報しながわ：都市ブランディング特集
- ホームページやSNSでの情報発信
- 区の事業・施策等へのブランドロゴデータの活用
- ノベルティグッズの作成