

茅ヶ崎市



Choice! CHIGASAKI

BRAND BOOK

〈チョイス! 茅ヶ崎〉ブランドブック



chigasaki-brand.jp

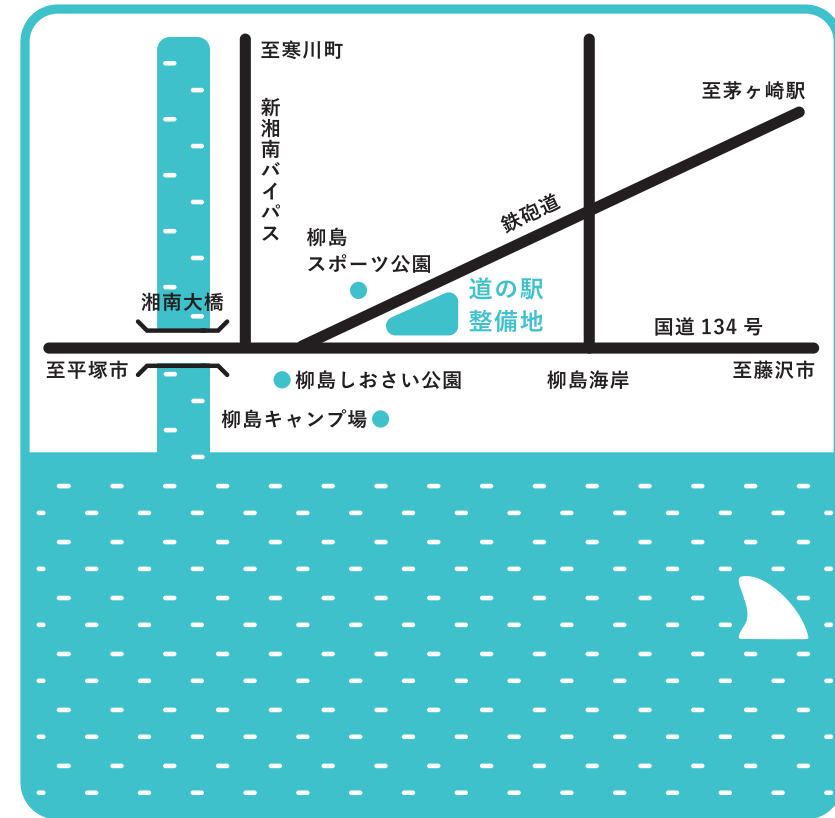
2020.02

茅ヶ崎の魅力を伝えるブランド、 それが「Choice! CHIGASAKI」。



いま、日本各地でそれぞれの魅力を発信するための地域ブランディングが注目され、成功を収める地域も増えつつあります。

そこで、茅ヶ崎の魅力をより広く深く知ってもらいたい、
という思いから茅ヶ崎市が始めたのが「Choice! CHIGASAKI」。
茅ヶ崎が誇るモノやコトをブランド化して、今後オープン予定の道の駅を中心に発信していくというプロジェクトです。
市外からより多くの方に訪れていただくことのほか、
市内の経済など、さまざまな面での活性化が期待されています。
「Choice! CHIGASAKI」をつくるにあたり、
茅ヶ崎市は市民のみなさまと共に準備を進めてきました。



茅ヶ崎のみんなでつくる。
だから、みんなの声を聴きました。



「Choice! CHIGASAKI」は、茅ヶ崎市に暮らすみんなのもの。
どういうブランドにするのがいいか、そのヒントを得るため、
茅ヶ崎の魅力について語るワークショップを開催しました。
さまざまな意見が飛び交いましたが、象徴的だったのは、
「何かひとつ優れているというよりはライフスタイルそのものに価値がある」、
「今のままの茅ヶ崎でも十分かもしれない」という意見でした。

〈市内の人のイメージ〉

のんびり 祭り好き 子育てしやすい
富士山 サイクリング ゆるい 静か
食が豊か 地元愛が強い 健康長寿
朝が早い 夏 ハワイ 温暖
個性的 海 サーフィン 音楽・映画

- ◎ライフスタイルそのものに価値がある
- ◎このままの茅ヶ崎でも十分かもしれない

茅ヶ崎は、どう見られているのだろう？

市外の人々の声も聴きました。



市内の人々の声を聴く一方で、茅ヶ崎が市外の人からどう見られているのか、ということにも「Choice! CHIGASAKI」のヒントがあるのではないかと考え、調査をしました。アンケートの結果、夏や海の印象がとても強く、残念ながらそれ以外のイメージはあまり持たれていないということがわかりました。「茅ヶ崎」という知名度は高いものの、わたしたちが思う以上に、茅ヶ崎の全体の良さは知られていないようです。

〈市外の人々のイメージ〉

夏 海

ビーチ リゾート しらす サーフィン

えぼし岩 ミュージシャン

◎茅ヶ崎のことを知っているつもりになってしまう

「Choice! CHIGASAKI」の コンセプトをつくりました。



市民ワークショップ（P3~4）と市外の人への調査（P5~6）をもとに、
「Choice! CHIGASAKI」のブランドコンセプトをつくりました。
それが「再発見、茅ヶ崎。」茅ヶ崎に暮らす人には当たり前になっていて
気づかないけれど、ライフスタイルそのものに良いものがあるということ、
そして、市外の人には「知っているつもり」にならず、
茅ヶ崎を見つめ直して欲しい、そんな思いが込められています。

市内：今あるものを見つめ直す + 市外：フラットな目で見ると
→ 再発見、茅ヶ崎。

何か新しいものを
足したりつくったりしなくていい。
だって、茅ヶ崎にはもともと
いいものがあるから。

海にも里にも、
春にも夏にも秋にも冬にも、
茅ヶ崎のライフスタイルは
たからものだらけ。

茅ヶ崎のたからものを
もう一度見つけよう。

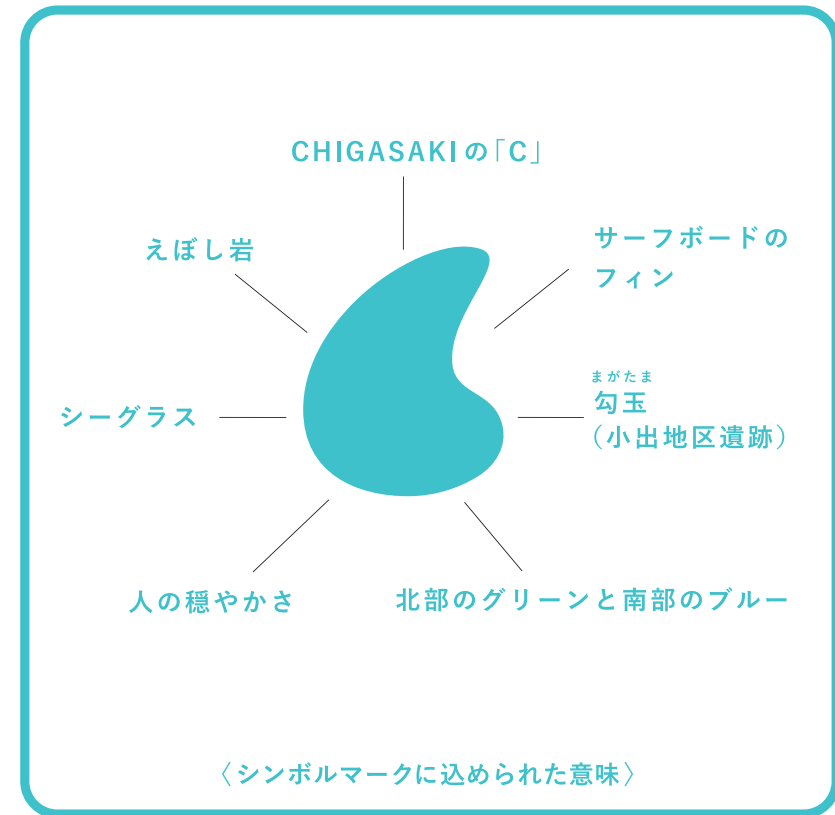
再発見、茅ヶ崎。

「Choice! CHIGASAKI」の
シンボルマークをつくりました。



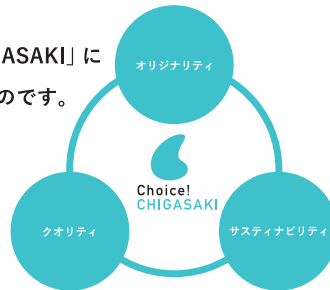
Choice! CHIGASAKI

「再発見、茅ヶ崎。」のコンセプトをもとに、「Choice! CHIGASAKI」のシンボルマークをつくりました。いわゆる、ブランドのロゴマーク。選ばれた「Choice! CHIGASAKI」に、その認定の印としてつけられます。歳月を経てブランドが成熟するほどに、このマークがついている = 茅ヶ崎の優れたモノ・コトという認知が深まり、マークの価値が高まっていきます。



ひとこと言えば、 たからの中のたから探し。

たからものばかりの茅ヶ崎。とはいえ「Choice! CHIGASAKI」に
選ばれるものはちょっとスペシャルであって欲しいものです。
そんな思いを込めて、ブランド認定基準として、
「3つのティ」を設けました。
その3つの基準を満たした認定候補の中から、
最終的に「Choice! CHIGASAKI」が選ばれます。
まさに、たからの中のたからを見つけ出すプロジェクトなのです。



オリジナリティ

茅ヶ崎市の資源（自然・文化・伝統）が活用されている /
商品・サービスが茅ヶ崎市を想起させる / 他地域との違いがある /
地域外に対し、茅ヶ崎市のポジティブなアピールになる

クオリティ

「これが茅ヶ崎だ」と胸を張って言えるレベル以上の品質・価値がある /
語れるストーリーがある / 携わっている人の顔が見える / 発信力がある

サステナビリティ

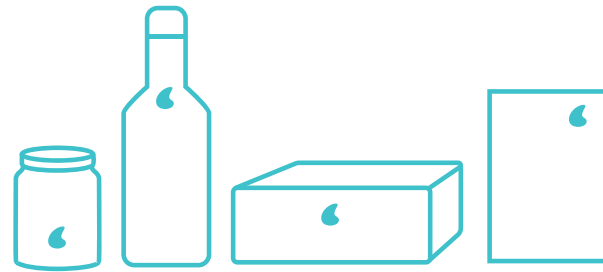
長期的に継続して提供できる / 持続的な地域経済活性につながる /
茅ヶ崎市全体の活性化につながる / 環境保全への配慮がなされている

「Choice! CHIGASAKI」への道

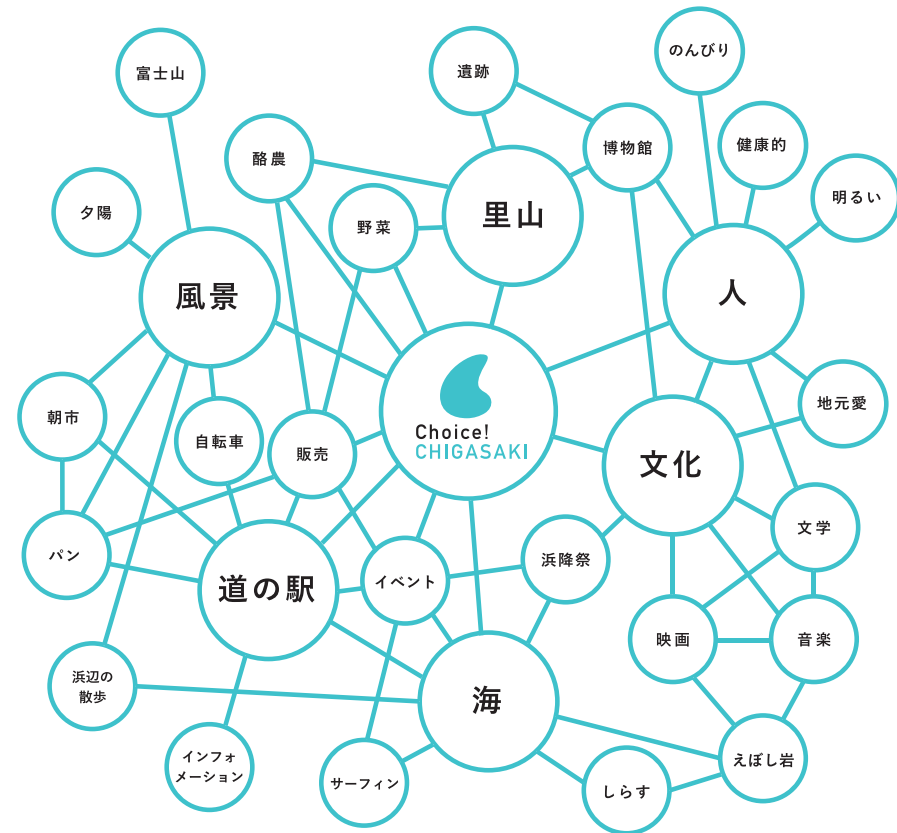


1. 「3つのティ」を満たした事業者のエントリー
2. エントリーした候補の中から選考
3. 「Choice! CHIGASAKI」に認定

「Choice! CHIGASAKI」は、
茅ヶ崎をもっと輝かせたい。



「Choice! CHIGASAKI」に認定されると、道の駅で専用コーナーを設けたり、市の広報紙やWEBでのPRができるなどのメリットがあります。それだけではなく、生産者同士のつながり、イベントでの交流、事業者のモチベーションアップ、市内外への発信力の強化などなど、その可能性は多岐に渡ります。モノ・コトが単体であるのではなく、それぞれがつながりを持って、磨き合うことが、茅ヶ崎全体の輝きとなっていきます。



つながりあって広がっていく「茅ヶ崎らしさ」