

平成 28 年 12 月 22 日

平成 28 年 12 月 27 日

【東京ブランドのあり方検討会】に向けた所見まとめ

東京ブランドのありかた検討会委員 大洞達夫

表題の件につき、以下所見を取りまとめます。

記

1. 東京の何を表現し、強調すべきか

- ブランドコンセプトは平成 27 年 3 月の【東京のブランディング戦略会議】報告書にまとめられており、基本的にはこれを踏襲すべきと考える。
- ただし、ブランドコンセプトの構成要素として定義されている「東京独自の価値」や「&TOKYO」などの表現は、極めて抽象度が高く、具体的な戦略論に落とし込む際には、より具体的な指針が必要になる。
- それらの指針は、基本的なブランドコンセプトと一貫性を保ちながら、展開される戦略の分野ごとに強調される点が異なるものと思われる。イメージを例えると：
 - ボランティアの活動や制服：「親切」「おもてなし」
 - Web による動画の発信：「伝統」「革新的な日常」「かわいい」「すごい」などの組み合わせ など

2. デザインのイメージをどうするか

- 制服に関しては、四季に合わせ、老若男女が自由に組み合わせることができ、かつ統一感を感じるデザインと品揃えが望ましい。

3. 統一感の確保に関して

- やはりロゴや色調の統一感が必要と思われる。ロゴに関しては（1）ゼロから作り直す、に加えて（2）&TOKYO に手を加える、という選択肢があるのでは。

4. 海外での発信方法、&TOKYO の活用方法など

- 外国語版のソーシャルメディアに重点を置くべきでは。
- 「&TOKYO」は、各企業、団体の東京ブランドへの共感を高める道具であると同時に、東京ブランドのコンテンツを発信する際のハッシュタグ及びタイトルとして活用できないか（ただし、色は絞る必要があるかもしれない）。YouTube を使うコンテンツを想定すると、以下の様な「&TOKYO」は考えられないか（思い付きですからあくまでもイメージです）：

Fish & TOKYO :	・ 築地市場、江戸前寿司 ・ 金魚すくい、水族館
Taxi & TOKYO :	・ 運転手さんの丁寧な対応シーン ・ 多様な支払方法
Robot & TOKYO :	・ お店でお客と会話するペッパーくん ・ 秋葉原のロボット売り場
Courtesy & TOKYO :	・ JR 東日本 TESSEI の現場シーン ・ お年寄りの前で車高を下げるバス
Manner & TOKYO :	・ 次々と来る電車の正確な運行時間 ・ 配達時間が指定できる宅配便 ・ 紛失したサイフが戻ってくる

- 或いは、&TOKYO の前につく言葉を以下の分類に分けて整理する方法もあるかもしれない。

T Tanoshii
O Oishii
K Kawaii
Y Yasashii
O Omoshiroi

以上