

「板橋区ブランド戦略」（骨子案）について

企画総務委員会資料
令和7年11月5日
政策経営部ブランド戦略担当課

第1章 はじめに

1. 本戦略がめざすもの

- ・基本構想に掲げられた将来像の実現
- ・創造都市（Creative City）の推進

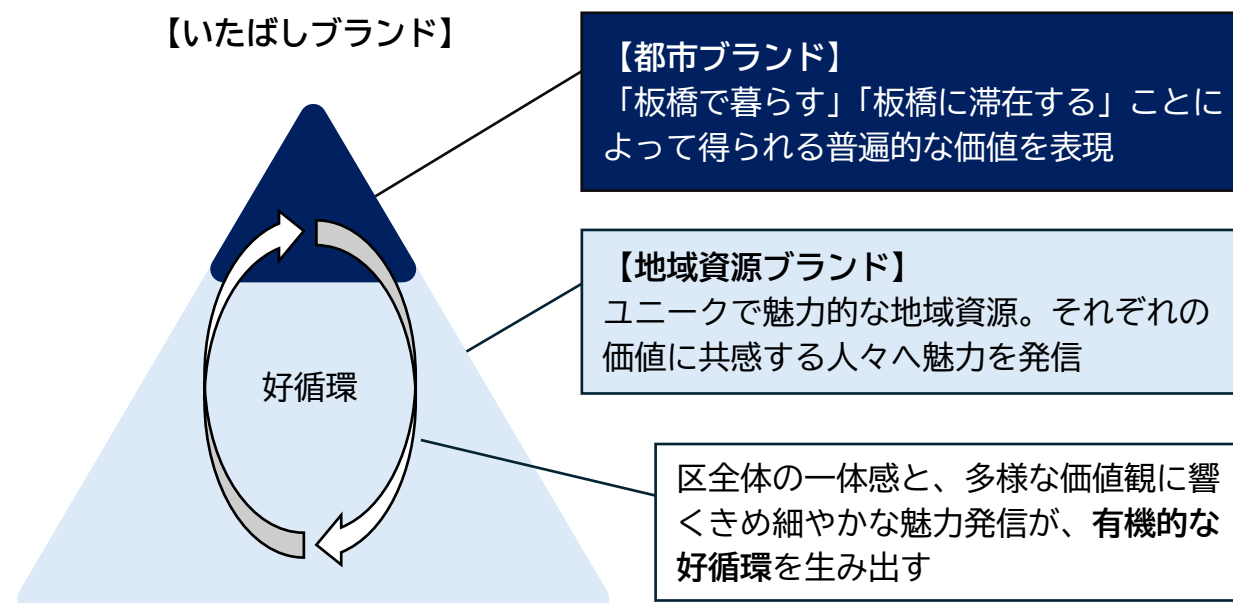
2. 戦略を推進する3つの方向性

・価値観の多様化により、従来の「属性」で区切るブランディングが機能しづらい	⇒	方向性① 「価値観」を起点とした、きめ細やかなブランディングへ
・区への高い「愛着」を、主体的・行動的な意欲へ繋がられていない	⇒	方向性② 区への「共感」を育み、地域への「参画意欲」へ繋げる
・取組に全庁的な広がりがなく、発信が断片的に見えてしまう	⇒	方向性③ 「特定部署の業務」から「全職員の自分ごと」へと転換

第2章 「いたばしブランド」の再整理

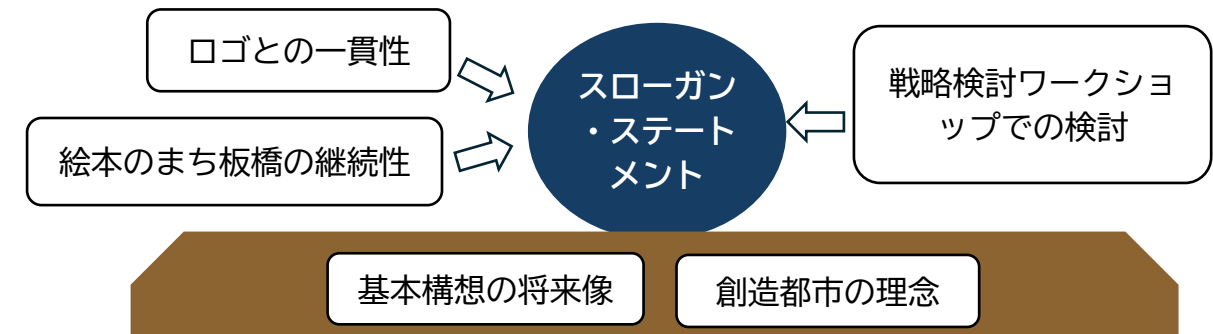
1. 「いたばしブランド」の構造

- ・区としての一体感を担う「都市ブランド」と、多様な魅力を発信する「地域資源ブランド」の二層で構成



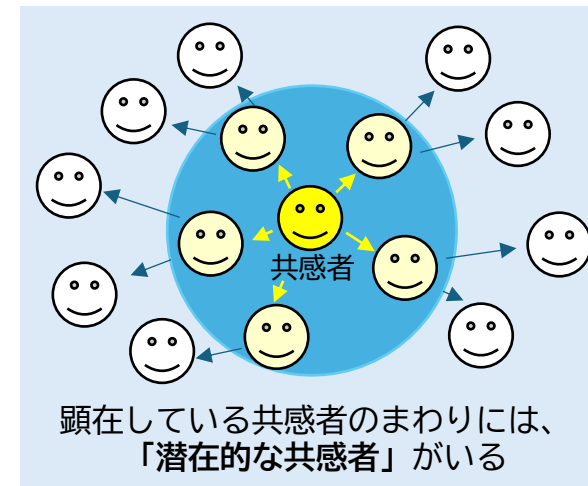
2. ブランドスローガン・ステートメントの策定

- ・都市ブランドが示す価値観をブランドスローガン・ステートメントにより言葉で表現
- ・この価値観をロゴにより表現するデザイン面と一体的に運用



第3章 施策展開

1. 戦略ターゲットの考え方



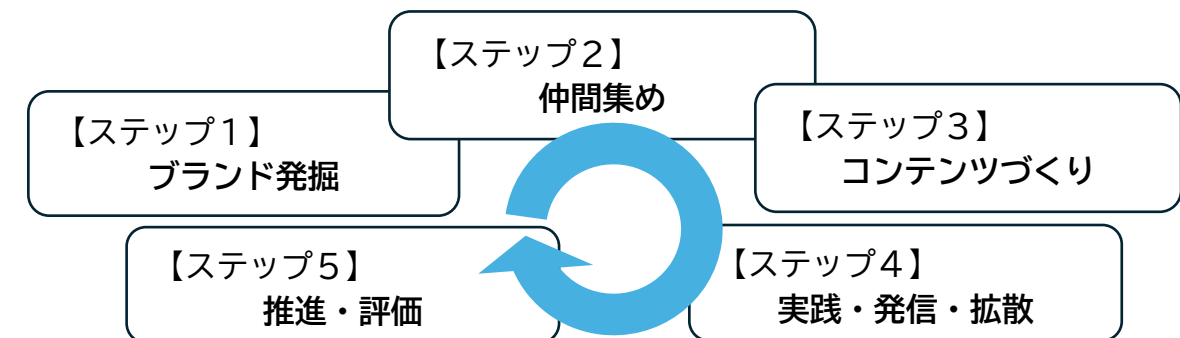
2. 区民との共創プロセス

- ・都市ブランドの方向性の検討のため、全3回の「戦略検討ワークショップ」を開催。33名の区民が参加



3. いたばしブランド共創メソッド

- ・各課が取り組むための指針を、円環型のメソッドとして策定



○今後のスケジュール

- ・本戦略策定予定 3月・庁議報告／4月・企画総務委員会報告