

令和4年度 第4回 池上地区まちづくり作戦会議

0. 開会・あいさつ

1. 前回までのブランディング検討のおさらい
2. ブランディング検討WS②
3. 閉会・あいさつ



令和5年2月6日(月)

1. 前回までのブランディング検討のおさらい



1. 前回までブランディング検討のおさらい



(1) 講演会のおさらい



○講師：関橋英作氏について

- ・1949年 青森県生まれ
- ・外資系広告代理店JWTでコピーライターから副社長までを歴任
- ・ハーゲンダッツ、キットカット、などたくさんのブランドを担当し数多くの賞を獲得。
- ・著書に「ブランド再生工場」「チーム・キットカットのきっと勝つマーケティング」など



1. 前回までブランディング検討のおさらい



(1) 講演会のおさらい

■ 協議会におけるブランディングの課題

地域の皆さんで考えることが重要！

■ 来街者や住民に「池上」についてどのように感じてもらいたいのかという「本質的なコンセプト」を共有する。

■ まちのブランディングには「新たな価値」を見出すことが重要。池上における「新たな価値」について協議会で議論を重ねる。

■ コンセプトを実現するための取組とその取組主体を含めて、一連のストーリーを持ってまちの将来像を描く

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(2) ブランディング検討の流れ

①池上の価値を再整理



②新しい価値を見出す

本日のメイン
はここ！

■「池上」についてどのように感じてもらいたいのかを共有する。

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(3) 前回のおさらい

池上ブランドのキーワードを確認し、3つの価値を整理しました。



お坊さん



緑・花や樹

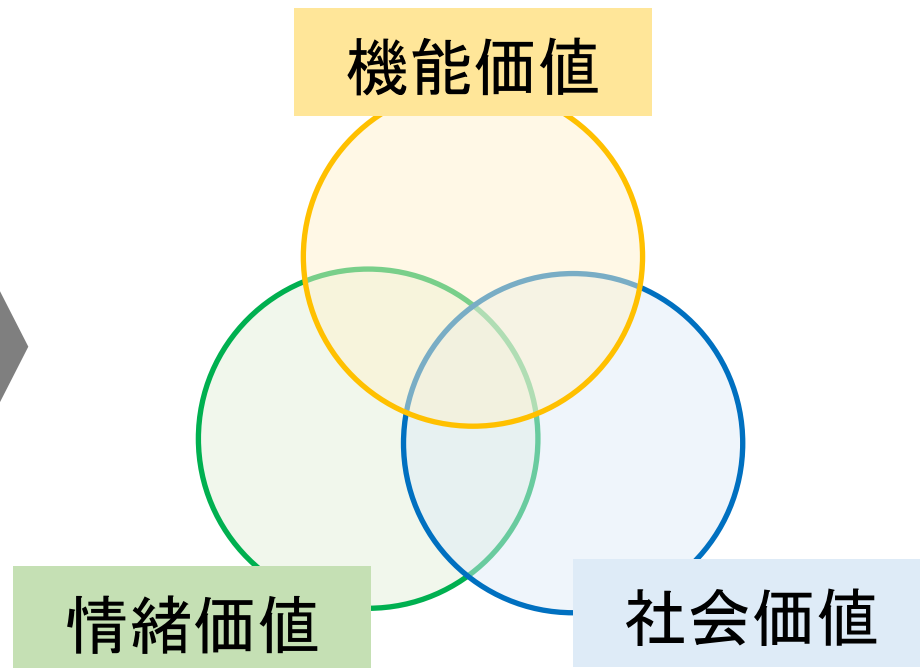


お山



商店街とお寺

+皆さんが考えたキーワード



1. 前回までブランディング検討のおさらい



(3) 前回のおさらい

キーワードを大きく分類すると次の3つ

	機能価値 自然にとってどんな良い点があるのか	情緒価値 それがあることでどんな気分になるか	社会価値 それがあることで多くの人がどう幸せになるか	課題
平地	・介護に良い。(お年寄りが生活しやすい) ・ジョギング散歩がしやすい。 ・土壌の価値が上がる。	・安心 ・お山が際立つ。ランドマークになっている。		
緑・花や樹	・お花見が出来る。 ・子供の遊び場になる。 ・四季が見える。	・四季を感じる。 ・癒しになる。	・緑があることで人を集めることができる。 ・静かさを与えてくれる。	・お花見のゴミ問題 ・紅葉が足りない
呑川	・生き物の住処(カメ、コイ、トリ) ・ジョギングコースになる。	・自然を感じる。 ・日当たりが良い。 ・季節が見える。	・まちの景目(お山と住宅街)	・白鷺の糞害
本門寺	・広さ ・お坊さん 500 人 ・高台 ・パワースポット	・春祭り ・梅まつり ・朝市 ・お寺、商店街 ・まつり春秋 ・ラジオ体操 ・防災拠点 ・スポーツ祭り	・癒し ・安心・安全 ・つどい、つなぐ場	
お山 (本門寺 周辺のお 寺を含む)	・展望(富士山が見える) ・川の流れ ・池上線の歌 ・三軒の池上線が走るまち	・四季の変化 ・ウキウキおはやし ・歩いて気持ちがいい ・旧道	・お会式＝四喜会	・歌を出て「日蓮」という文字が見当たらない
商店街	・シャッター無し ・区外からくる(ギャラリー) ・交通の便が良い ・おもちゃ、カメラ、八百屋が残っている ・茶葉さん	・“呑川”と付いた店や商品 ・呑川スイーツ、呑川スタジオ 好感度持てる。		
お寺	・お参りができる ・お祭りなど催しもの場になる ・御朱印(御首代)を書いてもらえる	・気持ちがおちつく ・背筋がのびる思いがする		
お坊さん	・説法が聞ける ・お寺の管理	・背筋がのびる思いがする	・説法を聞いて考え方を前向きにできる	

大きく分類すると

自然環境

緑・花や樹、呑川

お寺

本門寺、お山(本門寺周辺のお寺を含む)

商店街

その他

平地、静かさ、見晴し、
東京と横浜の中間

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(3) 前回のおさらい

自然環境

緑・花や樹、呑川

	機能価値 自分にとってどんな良い点があるのか	情緒価値 それがあることによってどんな気分になるか	社会価値 それがあことで多くの人がどう幸せになるか	課題
緑・花や樹	・お花見が出来る。 ・子供の遊び場になる。 ・四季が見える。	・四季を感じる。 ・癒しになる。	・緑があることで人を集めることができる。 ・静かさを与えてくれる。	・お花見のゴミ問題 ・紅葉が足りない
呑川	・生き物の住処（カメ、コイ、トリ） ・ジョギングコースになる。	・自然を感じる。 ・日当たりが良い。 ・季節が見える。	・まちの境目（お山と住宅街）	・白鷺の糞害

機能価値

自然と触れ合える、様々なアクティビティの場になる

情緒価値

癒される

社会価値

上記2つの価値に人が集まる

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(3) 前回のおさらい

お寺

本門寺、お山(本門寺周辺のお寺を含む)

	機能価値 自分にとってどんな良い点があるのか	情緒価値 それがあることどんな気分になるか	社会価値 それがあことで多くの人がどう幸せになるか	課題
本門寺	・広さ ・お坊さん 500 人 ・高台 ・パワースポット	・春祭り ・梅まつり ・朝市 ・お寺、商店街 ・まつり春秋 ・ラジオ体操 ・防災拠点 ・スポーツ祭り	・癒し ・安心・安全 ・つどい、つなぐ場	
お山 (本門寺 周辺のお 寺を含 む)	・眺望(富士山が見える) ・川の流れ ・池上線の歌 ・3両の池上線が走るまち	・四季の変化 ・ウキウキおはやし ・歩いて気持ちがいい ・旧道	・お会式=同窓会	・駅を出て「日蓮」という文字が見当たらない

機能価値

高台・眺望といった地理的な価値、お坊さん、イベント可能な広さ

情緒価値

何か楽しいことがあるという期待感、防災拠点という安心感

社会価値

癒し、安心・安全、集い・繋ぐ場

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(3) 前回のおさらい

商店街

	機能価値 自分にとってどんな良い点があるのか	情緒価値 それがあることどんな気分になるか	社会価値 それがあことで多くの人がどう幸せになるか	課題
商店街	・シャッター無し ・区外からくる（ギャラリー） ・交通の便が良い ・おもちゃ、カメラ、八百屋が残っている ・茶葉さん	・“呑川”と付いた店や商品 ・呑川スイーツ、呑川スタジオ 好感が持てる。		

機能価値

シャッターが無く昔からのお店が残っている。交通の便が良くて利用しやすい ⇒ 利用しやすい慣れ親しんだ商業空間

情緒価値

呑川スイーツといった新しく地域に寄り添う店舗。⇒ 池上への愛着感

社会価値

前回では空白。今後「新たな価値」を入れる余白がある。

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(4) 事例紹介

まず、前提として.....

ブランドづくり

≠

スローガンづくり

=

新たな価値を
つくる・共有する

1. 前回までブランディング検討のおさらい

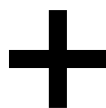


(4) 事例紹介

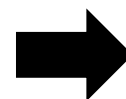
HAGISO、HANARE(台東区谷中)

元々の価値

木造賃貸アパート、
まちの路地裏の魅力



カフェ、企画展
宿泊施設



新たな価値

最小文化複合施設
まち全体のホテル化



解体予定だった木造アパートにおいて、住んでいた学生が行ったアートイベントをきっかけに最小文化複合施設に生まれ変わった



別棟のHANAREは宿泊施設となっており、まちのコンテンツを利用してまち全体をホテルと見立て、住人もまちの価値を見直すきっかけになっている。

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(4) 事例紹介

BLUE SEED BAG(熊本市)

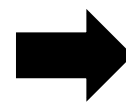
元々の価値

新たな価値

被災地域の
廃棄ブルーシート

+

バッグやお守りといった
プロダクト商品



ブルーシード(復興の種)
災害を忘れず、被災地に還元



2016年熊本地震の際、被災者の暮らしを守ったブルーシートは大量の災害ゴミとなってしまう。

これらのブルーシートを「復興のたね」と捉え、使用済みのブルーシートをバッグやお守りといったアイテムに変え、売り上げの一部を被災地域等へ寄付している。

1. 前回までブランディング検討のおさらい



(5) 池上のまちづくりのコンセプト

平成30年に皆さんと策定した「池上地区まちづくりガイドライン」ではまちづくりのコンセプトを

ヒトとトキ

を彩るまち

としています。

これも念頭におきながら今日のワークショップに取りくんでみましょう。

池上地区まちづくりガイドライン

H30.11 池上地区まちづくり協議会

い・け・が・み スタイル

ヒトとトキを彩るまち

目次

0. 池上地区まちづくりガイドラインの目的と全体構成	1
1. ガイドライン作成における前提条件	2
2. まちの特性	5
3. まちづくりのコンセプトと目標・方針	6
4. 目指すまちの構造	7
5. 軸と拠点のガイドライン	9
6. 軸別の具体的方策や取り組みイメージ	12
7. 実現に向けた取り組み	15
資料編	16



2. ブランディング検討WS



2. ブランディング検討WS



(1) ワークショップの流れ

Step1

前回の内容を確認・補足しましょう

10分



Step2

「池上」の価値を考えましょう

15分



Step3

新たな価値を検討しましょう

20分

2. ブランディング検討WS



(2)ワークショップの内容

Step1

前回の内容を確認・補足しましょう

10分

	機能価値 自分にとってどんな良い点があるのか	情緒価値 それがあることでどんな気分になるか	社会価値 それがあることで多くの人がどう幸せになるか	課題
平地	・介護に良い。(お年寄りが生活しやすい) ・ジョギング散歩がしやすい。 ・土地の価値が上がる。	・安心 ・お山が際立つ。ランドマークになっている。		
緑・花や樹	・お花見が出来る。 ・子供の遊び場になる。 ・四季が見える。	・四季を感じる。 ・癒しになる。	・緑があることで人を集めることができる。 ・静かさを与えてくれる。	・お花見のゴミ問題 ・紅葉が足りない
香川	・生き物の住処(カメ、コイ、トリ) ・ジョギングコースになる。	・自然を感じる。 ・日当たりが良い。 ・季節が見える。	・まちの景目(お山と住宅街)	・白鷺の糞害
本門寺	・広さ ・お坊さん 500 人 ・高台 ・パワースポット	・春祭り ・楊まつり ・朝市 ・お寺、商店街 ・まつり春秋 ・ラジオ体操 ・防災拠点 ・スポーツ祭り	・癒し ・安心・安全 ・つどい、つなぐ場	
お山 (本門寺 周辺のお 寺を含む)	・眺望(富士山が見える) ・川の流れ ・池上緑の歌 ・3 両の池上線が走るまち	・四季の変化 ・ウキウキおはやし ・歩いて気持ちがいい ・旧道	・お会式=同窓会	・駅を出て「白蓮」という文字が見当たらない
商店街	・シャッター無し ・区外からくる(ギャラリー) ・交通の便が良い ・おもちゃ、カメラ、八百屋が残っている ・茶葉さん	・“香川”と付いた店や商品 ・香川スイーツ、香川スタジオ 好感が持てる。		
お寺	・お参りができる ・お祭りなど催しものの場になる ・御朱印(御首代)を書いてもらえる	・気持ちがおちつく ・背筋がのびる思いがする		
お坊さん	・説法が聞ける ・お墓の管理	・背筋がのびる思いがする	・説法を聞いて考え方を人を前向きにできる	

- とりまとめた前回のキーワードの価値について確認・補足しましょう。
- 関橋先生が提示された「お寺」「お坊さん」の3つの価値について、たたき台をつくってみました。この内容について確認・補足をしてみましょう。

2. ブランディング検討WS



(2)ワークショップの内容

Step2

池上の価値を考えましょう

15分

	機能価値 自分にとってどんな良い点があるのか	情緒価値 それがあることでどんな気分になるか	社会価値 それがあることで多くの人がどう幸せになるか
平地	・介護に良い。(お年寄りが生活しやすい) ・ジョギング散歩がしやすい。 ・土地の価値が上がる。	・安心 ・お山が際立つ。ランドマークになっている。	
緑・花や樹	・お花見が出来る。 ・子供の遊び場になる。 ・四季が見える。	・四季を感じる。 ・癒しになる。	・緑があることで人を集めることができる。 ・静かさを与えてくれる。
呑川	・生き物の住処(カメ、コイ、トリ) ・ジョギングコースになる。	・自然を感じる。 ・日当たりが良い。 ・季節が見える。	・まちの境目(お山と住宅街)
本門寺	・広さ ・お坊さん、500人	・春祭り ・梅まつり	・癒し ・安心・安全

● 本門寺や呑川といったキーワードは池上を構成する要素です。これらの価値は池上の価値の一部かもしれません。

● それぞれの価値から、池上の価値だと思うものを抽出し、池上の機能価値・情緒価値・社会価値を考えましょう。

● 空欄となってしまう部分は「新たな価値」を追加する箇所。

池上			
機能価値	情緒価値	社会価値	

2. ブランディング検討WS



(2)ワークショップの内容

Step3

新たな価値を検討しましょう

20分

池上			
新しい価値 将来池上がどのようなになったらいいか（どのように過ごせるまちになったらいいか、どんなものが出来たらいいか、など）			

- 皆さんの考えた池上の価値に基づいて
 - ・ 将来どのようなになったら良いか
 - ・ どのように池上を感じてもらいたいのかという視点で新たな価値を検討しましょう。
- 3つの価値の中で足りない部分があれば、そこに新たな価値を追加してみましょう。