



区民が誇りに思い、  
誰からも選ばれる  
としま区へ。

としまブランド刷新チーム

---



区民が誇りに思い、  
誰からも選ばれ  
としま区へ。

としまブランド刷新チーム  
2014/12/11

## 豊島区改め

今日から  
「**さくら区**」です

# 老若男女、 日本人も外国人にも好まれる花・桜 日本の桜の8割を占めるといわれる ソメイヨシノ

## 実は MADE IN TOSHIMA※

※諸説あるが最有力

という事実を知っている人は  
少ない

### はじめに

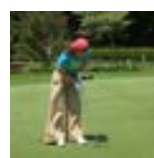
#### ◆メンバー紹介（50音順）



木下富美子  
Fumiko.Kinoshita



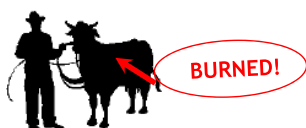
見世 梨沙  
Risa.Mise



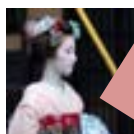
吉原 美智子  
Michiko.Yoshihara

#### ◆ブランドとは、ブランドづくりとはどういうことか？

- ・ブランドとは**現代の焼印**
- ・ブランドは**受け手が決める**
- ・ブランドとは**約束**



- ・ブランドとは「○○と言えど？」の  
こと、**プラスのイメージの総量**



## 豊島区と言えば？



## スピーディーに「魅力的なとしまブランド」をつくるには？

課題がどちら側なのか？を考えてみよう。

**マイナスを0にするだけでは、積極的なプラスの価値は生まれない。**

プラスの価値をつくる

例えば・乙女ロードなどのアニメ文化に注目し  
全国区・世界から、人を集める。

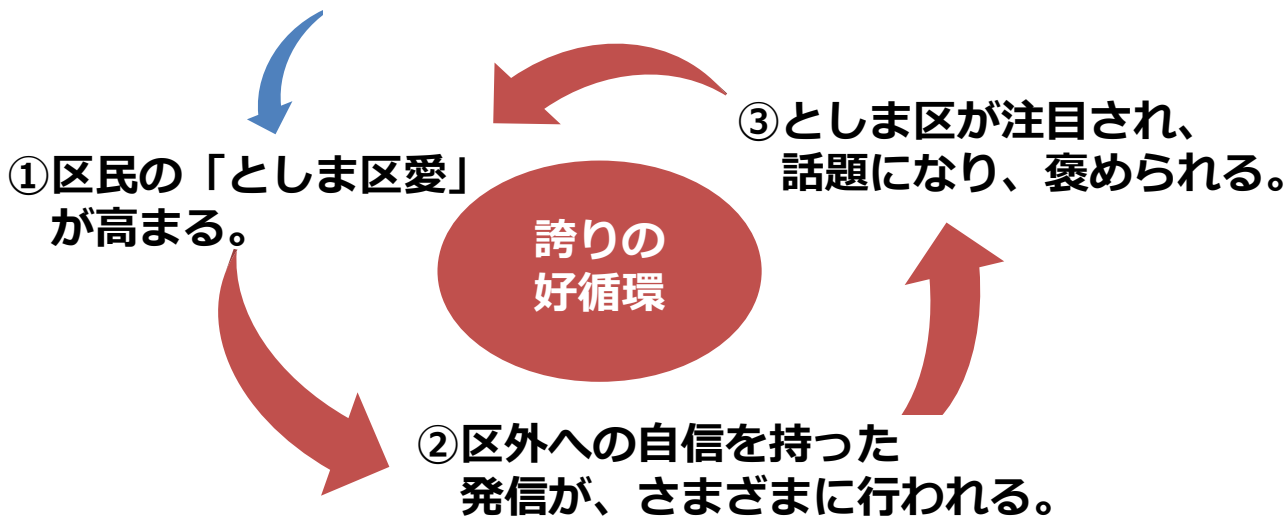
0

例えば・安心して子どもを預ける場所が少ない  
ので、保育施設を増やす。

マイナスを0にする

「**自分事**」になれば、人は動く。  
すべてに言える真理ではないか？

区民が喜んで、積極的に関わり、納得して動き出す  
「参加型」の仕掛けを施策に反映する。



「桜」をメインにブランディングを考えてみた。

## なぜ「桜」なのか？

- ・ソメイヨシノは**駒込が発祥の地**という強力な事実（ファクト）がある。
- ・人種・世代・性別を超えて、多くの人を魅了する力がある。
- ・注目される「**季節**」がある。

「桜」をメインにブランディングを考えてみた。

## 題して “SAKURAブランド大作戦！”

豊島区のもつあらゆる資産に「桜」のエッセンスを+して、  
としまと言えば「桜」のイメージを増幅。

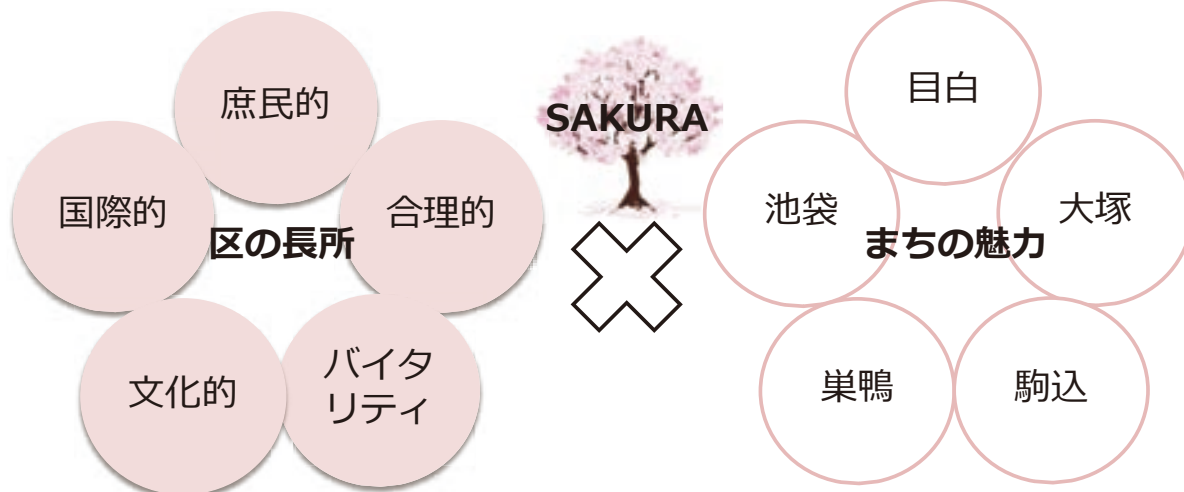
- 
- ・桜の木を増やす
  - ・乙女ロード、アニメ
  - ・外国人、国際的な街
  - ・空家活用
  - ・公園、街路樹の整備
  - ・安心・安全なまち
  - ・桜の絵を増やす
  - ・さくらポスト拡大  
……etc

しかし 豊島区 桜の知名度も低い、緑地面積も少ない… じゃあ どうする？

区全体で「ソメイヨシノ = MADE IN TOSHIMA」イメージの  
定着・共有・拡散

既存の“ソメイヨシノ・プロジェクト”を強化・拡大

メディアを活用した認知度向上  
憧れのキーワードや世界観の発信  
ポジティブイメージの定着





## 「イメージ」を豊島区全体で増殖する。

□SAKURAブランドロゴ作成と展開

□区民参加型イベント

□春夏秋冬、桜を楽しめる仕掛け

□区民を「サクラヌ」(仮)と表現し、  
30代女性を中心に憧れの暮らしを発信。

目白サクラヌおすすめのお店

駒込サクラヌの日曜日ETC



## 「さくら区」宣言！

記事イメージ

東京都豊島区、人口減少対策で改名。  
さくら区を宣言した。

東京23区で唯一、「消滅可能性都市」というありがたくないお墨付きを頂いた東京都豊島区。  
区長が緊急招集した「としまF1会議」メンバー女性たちの強い要望で、2020年まで、「豊島区」を封印することになった。

区の資産を活かして、私たち女性が「誇りをもって住み続けたい区へ。そのキーワードとして「さくら」が大切にアピールしていきたいと思います。

区長・区民  
著名人がそろって、「さくら区」を宣言！

さあ、みなさんで

誇れるまち

「さくら区」をつくりませんか？

としまブランド刷新チームの考察とアイデア



## としまの「課題」と「強み・機会」

### 課題

- ・メインタウン池袋の負のイメージがとしまのイメージを形成
- ・犯罪が多い
- ・アジア系外国人が多く、怖く感じる
  - ※国籍別居住民ランキング  
1位中国/台湾2位韓国/朝鮮/3位ミャンマー/4位ネパール
- ・公園が少ない。緑地面積が少ない。
  - ※23位/東京23区  
※一人当たり公園面積全国で最も少ない
- ・街がごちゃごちゃしている。
- ・住民の高齢化が進んでいる。
- ・放置された空家が多い。
- ・安心して子どもを預ける場所が少ない。
- ・区民は、一時在住の学生も多く愛着心が低い。

### 強み・機会

- ・乙女ロードなどアニメ文化の聖地。
- ・染井吉野桜の発祥の地。
- ・国際的で活気がある。
- ・都心で、どこに行くにも便利。
- ・立教大学、学習院大学など高イメージの教育機関がある。
- ・都電のある風景が。
- ・活用できる空家がある。
- ・大手百貨店をはじめ、何でも買える様々な店がそろっている。
- ・使えるお店、飲食店が多い
- ・東京芸術劇場/トキワ荘/モンパルナス/小劇団・・・芸術文化的資産がある。

## 桜を愛でられる豊島区へ～区全体での「桜」イメージの共有・定着・拡散

### ①1地区1シンボルツリーで、点を線に

桜の実物を増やしていこう！

- 新庁舎での「桜植樹」、屋上庭園での「桜」の展開
- 各地区（小学校区単位）で、1地区1シンボルツリーの植樹（既にある地区では、その保護活動を実施）
- 家庭での「桜」植樹に、区が補助
- ソメイヨシノが難しい場合は、まめ種の桜や芝桜など（※参考画像）での展開も視野に入れる



▲おかめ桜  
▼プリンセス雅子

目指すは日本を代表するフォトジェニックな桜の場所。とはいえ雄大な自然が育んだ日本の三大桜などと張り合うのは難しい。しかし豊島区ならば、渋谷スクランブル交差点のようなカオスな場所、“都市景観×桜”が生みだせるかも？



## ソメイヨシノ=としま区 の知名度アップの仕掛け

### 大人の女性「○○サクラヌ（仮）」が似合う街に

「イケ女（池袋+女子）」を卒業したマダム・大人の女性向けのキーワードがない。「シロガネーゼ」に勝る呼び名を！！  
新しい住宅、マンションが増えているので、憧れのキーワードや世界観を発信することで、女性を豊島区に取り込む。



例えば、「サクラヌ」（仮）と呼んでみる。

池袋サクラヌのコーディネート

目白サクラヌのカフェ

駒込サクラヌの日曜日

櫻花娘娘(ying hua niangniang)のおすすめ中華 etc

### 各方面でPR

雑誌・ムック等メディアを利用し「さくら区」「豊島サクラヌ」をアピール！

地域の魅力を紹介する雑誌、ファッション誌で積極的に情報発信！  
池袋を中心に、店舗と住民が一体になってその世界観を創造する。

【Tokyo Walkerシリーズ】 角川書店

【エリアスタイル誌】 エイ出版

【旅ガイド】 JTBパブリッシング

【ファッション誌】

シロガネーゼ（白金のマダムの総称）はVERY（光文社）の発信で定着した。

## 桜を愛でられる豊島区へ～区全体で「桜」イメージの共有・定着・拡散

### ② 桜の「イメージ」を豊島区全体で増殖する。

#### □ SAKURAブランドロゴ作成と展開

- ・例えばヴィトンのモノグラムのように、SAKURAロゴをちりばめたアイコンを作る。
  - ・町単位で催される桜のイベントには、そのロゴをとり入れたグッズなどを採用
- ⇒それぞれの街が持つ魅力に、「ソメイヨシノ」という良いイメージをかけあわせ、「豊島区」の統一感を高める



- ・豊島区PRにつながる商品のパッケージやグッズなどには無償使用を許諾し、イメージの定着・拡散を図る

- ・地元企業や商店街、大学と連携した商品開発

- ・桜グッズ・桜フェアの募集や開催。

例) 桜のお菓子コンテスト、区民桜の写生コンテスト  
…… (桜吹雪の)遠山の金さんコンテスト  
ミスター花咲爺さん

## 桜を愛でられる豊島区へ～区全体で「桜」イメージの共有・定着・拡散

#### □ SAKURAポスト拡大作戦！

- 駒込の「桜ポスト」を豊島区全体へ

- ・ポスト作成にあたってはデザインを区民から公募
- ・区ゆかりのあるアーティストの参加
- ・区の小中学生によるペインティングなど……



- イメージ定着+シンボル作り

- ・特製の消印や切手、ポストカードへ拡大（このポストから投函すると、特別な消印が付く……など）

※（参考画像）富山県高岡市のドラえもんポスト

#### □ 区民で作るさくらマップ

- ・区HPの情報は古いものも。デザインも少々味気なく、区管轄の桜しか入っていないので情報量が少ない。この際在住民だからこそその生の情報を盛り込んで、多国語対応で、“行きたくなる地図”を区民のクチコミで作ってみる。

※（参考画像）京都さくらマップ

## 課題解決策×桜～まちのイメージ向上～

としま100人会議、F1会議でも挙げられた“治安の悪さ”や“汚さ”。

**安心・安全・清潔な街になってほしい。**

### □ サクラポリスマン

駅前警察官にもっと「出て」きてもらい、犯罪や事故の起こりにくい雰囲気をつくる。桜色のアイテムを身に付けて、駅前周辺の安全をリード。

※警視庁子供女性安全対策班として、さくらポリスマンが存在します。

### □ サクラクリーン運動

“ごみゼロデー”や“路上喫煙・ポイ捨て防止キャンペーン”に+桜のイメージを。



## 課題解決策×桜 ～多様な空き家活用～

・豊島区の空き家率は全国平均程度の水準。とはいえ、空き家の再生を軸にした街づくりは取り組むべき課題。

・豊島区では現在「**居住**」（リノベーション住宅、居住困難者への受け皿となるシェア住宅など）を中心とした空き家対策を展開。これらに加え、「産業振興」「コミュニティ形成」の視点からの空き家活用もぜひ視野に入れてほしい

例えば

### □ SAKULAB. (サクラボ)

**空き家×ファブラボ**



キャリアが途切れがちな女性の就業支援を目的としたファブラボ（3Dプリンタ等の工作機械を備えた、自由に利用できるワークショップ）※コミュニティ5提案

### □ サクラ・アーティスト・イン・レジデンス

**空き家×アーティスト**



アーティストを招聘、空き家を活用したアトリエやギャラリーを制作・滞在・交流の拠点とする。「さくらポスト」のペインティングに参加してもらったり、アーティストに何か「桜」にまつわる作品を提供してもらい、新区庁舎に收藏する等。

### □ (参考) こまじいのうち

**空き家×地域コミュニティ**

駒込地区町会連合会が立ち上げた「地域の居場所」。お年寄りから子育てママ、学生ボランティアなど様々な年代が集まる交流の場となっている。

## BIG APPLEならぬBIG OWL? ~アジア大都市“TOSHIMA”

池袋駅周辺では、耳に入る言葉の半数が外国語。もはや、ここは外国！

23区でも特に外国人居住者（特にアジア系）が多い豊島区。

シンガポールや香港、NY、のように多様性のある街に進化できる。



### □ 留学生ホームビジットをパワーアップ

認知度の向上、受入人数の拡大。

区は積極的に国際交流をリード。

H26年度HV対面式の様子 →



### □ 区内留学 ステッカー&卒業証書 大作戦

豊島区に住んでいれば語学カアップ。留学の必要はない！（かも）

【対象】子供～大人。子供に外国語を学ばせたい親。学生。学習意欲の高い社会人。

【目的】池袋エリアを生外国語学習の場としてアピール。

**若い世代に選択してもらえる街**に進化する。

【内容】

・区内外国料理店にステッカーを張り、外国語学習中の日本人に「外国語でどんどんしゃべってね。」と知らせるサインを出す。

・街中留学を頑張った人には、区が「**区内留学証書**」を発行。履歴書にも書ける！

【実施主体】区→区内の外国飲食店、幼稚園～大学

## BIG APPLEならぬBIG OWL? ~アジアの大都市“TOSHIMA”

### □ ママ&子供交流会 サクラヌ(仮)world version

世界のママ&子供たち集まれ！をコンセプトに、区庁舎などで開催。

【目的】

・ママ→子育ての仕方、食事、遊び、躰など世界の幅広い価値観にふれられる。

・子供→多様な人々と付き合う、遊ぶ、楽しむ。国際性を身に着ける。

・外国人親→**日本人社会のマナー**を知ってもらう。

【考察】

・外国人居住者が多く、今後も増々このような場所が求められていくと思われる。

・外国人ママと話していて、子育て方法の違い、習慣など、面白く役に立つ情報を得られたため。

### □ 民族衣装でSAKURAフェスティバル

【対象】子供から大人。民族衣装に興味のある人。

【目的】

・世界各地の民族衣装の祭典を催すことで、**豊島区の国際性、文化性**をアピール。

・**子供**→日本をはじめ世界の**伝統文化への理解**を深める。

【内容】

・民族衣装で大集合、飲食マーケットの開催、音楽の祭典など。

【考察】

・コスプレなどサブカルチャーだけでなく、子供が伝統的な事を学べる場所になる。

・乙女ロード周辺に民族衣装店があり、興味をもつ人も多いかもしれない。



チーム名	としまブランド刷新チーム
メンバー	木下富美子／見世梨沙／吉原美智子
検討テーマ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 豊島区の課題と強みの洗い出し</li> <li>・ 魅力的な「としまブランド」の創出 — プラス価値の創造に向けた、「桜」をメインとしたブランディングの提案</li> <li>・ マイナスイメージの払しょくに向けた、安全・安心、国際的な街づくりの提案</li> </ul>
活動状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 8月 9日 としまブランド刷新チーム結成!</li> <li>・ 同日 Facebookグループ開設。適宜連絡を取り合えるように</li> <li>・ 8月14日 豊島区3課合同ヒアリング(見世&amp;吉原)</li> <li>・ 8月15日 豊島区公園緑地課ヒアリング(木下)</li> <li>・ 8月21日 全員ミーティング@池袋</li> <li>・ 8月30日 第2回としまF1会議</li> <li>・ 9月20日 第3回としまF1会議</li> <li>・ 10月16日 Community5との合同ミーティング(見世&amp;吉原)</li> <li>・ 10月19日 第4回としまF1会議</li> <li>・ 11月 8日 第5回としまF1会議</li> <li>・ 11月18日 全員ミーティング@池袋</li> <li>・ 12月 2日 萩原先生ワンポイントアドバイス(見世&amp;吉原)</li> <li>・ 12月11日 第6回としまF1会議</li> </ul>
感想	<p><b>〈木下〉</b></p> <p>私は全国各地で住民参加のまちづくりのプロデュースを行ってきました。行政を開き、住民参加型の取り組みを行うことで新たな住民同士のつながりが生まれ、高い満足度とともにモチベーションある新たな取り組みが生まれるのを各地で見ってきました。比較論で恐縮ですが、豊島区の関係者今回のF1に参加したひとりひとりの意識とポテンシャルはその中でもピカ1だと思います。こんな素敵な女性たち、真摯に区政に取り組む職員に出会えたことに感謝。この取り組み結果をぜひとも、消滅可能性都市ノミネートの「豊島区の逆襲」としてたくさん形に残して欲しいと心から思います。</p> <p><b>〈見世〉</b></p> <p>日本創成会議による「消滅可能性都市」の指摘を受けてから、「100人女子会」開催そして「としまF1会議」発足までのお役所仕事とは思えないスピーディーさに感心するとともに、これまでなかなか意見を表明する場に乏しかった、女性の声をすくい上げる機会が設けられたことに感謝したい。</p> <p>残念だった点は、本会議が果たしてプレストレベルなのか、本格的な研究会なのか、どういった位置付けになるのが不透明なまま始まったこと(区民目線の自由で柔軟なアイデアをという一方で、非常に限られた時間で予算立てなど現実的なプランを求められることもあるなど)。それは多くの出席者が「こんなに大変だとは思わなかった」と、よく漏らしていたことから、仕事や家事育児、学業の傍らでの本会議は、非常に負担が重かった印象は否めない。とはいえ、出席者は真剣に本会議に臨</p>

んでおり、調査・研究のレベルも驚くほど高かったように思える。優秀な女性のパワーを感じ、これを眠らせるのはもったいないと強く思った。

良かった点は、事務局が担当課との仲介・調整役を果たし、会議場や託児の提供なども含めソフト・ハードのサポートがしっかりしていたこと。担当課のヒアリングに際して、話が伝わっていない、ぞんざいな対応をされる、たらいまわしにされる、ということがなく、恐らく区役所全体で、“としまF1会議”の情報共有を行い、サポート態勢を整えていたことに感謝したい。こうした区の真剣な姿勢、委員の意識の高さが、本会議を単なる住民の陳情集会にさせない、住民と行政が協力して“よりよいまちにしよう”という、建設的な場の雰囲気醸成していた。望むことは、この会議の開催が単なる打ち上げ花火に留まらないように、今後もこの会議で何が変わり、また何を变える必要があるかといったフィードバックの機会を設けることである。

今回の参加によって、よいまちにするために、積極的に自分事として区に関わっていきたいという思いも生まれたし、まったく地縁のなかった豊島区にも愛着が湧いた。また、それぞれ立場は違うが、豊島区に関わる多くの輝く女性に出会えたことが幸運だった。

### 〈吉原〉

F1のテーマに女性の行政参加を促すとありました。そのためには10代20代学生のうちから機会を作る必要があると思います。また、ハードルはあると思いますが、外国人の意見も参考にするようなチャレンジをしてみてください。発展都市として、内向きにならずに!