

(成果報告書)

## 瀬戸谷地域の地域ブランド戦略に関する研究

静岡産業大学 経営学部 小泉研究室

教 員：教授 小泉祐一郎

参加学生：宮奥大輝、森汐夢、節政聖倫、中川元希、  
永谷哲也、中安純平、保坂昇希、丸野峻平、  
三浦滉太、早川尚紀、萩下翔輝、西統生、  
奥山祐太、横山竜輝

### 1 要約

本研究は、道の駅の開設が予定されている瀬戸谷温泉ゆらく及びその周辺地域の地域資源、さらに瀬戸谷地域の観光施設を調査するとともに、中山間地域の振興における先進地である川根本町の先進事例を調査し検討を重ねた結果、道の駅を拠点とした試行体験を通じて、瀬戸谷地域の観光施設への誘客を図るという農業と観光が融合した「瀬戸谷まるかじり体験」による藤枝市瀬戸谷地域の地域ブランドの形成を提言するものである。

### 2 研究の目的

本研究は、藤枝市を流れる瀬戸川の上流の中山間地域である瀬戸谷地域の地域活性化を図るため、地域ブランド戦略を提言することを目的としている。

### 3 研究の内容

本研究では、学生が教員とともに道の駅の設置が検討されている「瀬戸谷温泉ゆらく」をはじめ、若者の視点から魅力的な地域資源を選定し地域資源の現状及び可能性を調査した。そして、中山間地域における地域活性化の先進地である川根本町の先進事例を調査し、地域資源を活用した地域ブランド戦略の検討を行った。

瀬戸谷地域の地域資源調査及び川根本町の先進事例調査の概要は、以下のとおりである。

#### (1) 瀬戸谷温泉ゆらく及びその周辺の地域資源

##### ① 瀬戸谷温泉ゆらくの調査

瀬戸谷温泉ゆらくに入館し、館長から説明をいただくとともに、物産や飲食メニュー、温泉施設の状況を調査した。藤枝の市街地の高齢者の方が常連客として来ていることが特徴的であった。温泉施設については、サウナが狭いこと、日光浴ができることはいいこと、露天風呂の存在は魅力的であることなど、学生から意見が出された。

##### ② 瀬戸川の活用実験

道の駅の建設が計画されている瀬戸谷温泉ゆらく周辺の瀬戸川の活用実験を行った。ゴムボートを利用した川遊びの可能性を探るため、瀬戸谷地区の親子の協力を得て、学生が子供や母親を乗せたボートを川の中で移動させて親子から感想を聴取した。親子の感想は、快適で良かったとのことであった。ゴムボートの利用が瀬戸川のどの範囲で可能かどうかを学生が実際に調査した結果、瀬戸谷温泉ゆらく周辺は、大雨の後でなければ安全に利用可能であることがわかった。

##### ③ 自然環境の調査

地域の方の御協力をいただき、自然観察や環境教育の可能性を探るため、地元の方にカブトムシ等の生息場所を教えていただいた。また、瀬戸川の護岸には小魚が生息していることがわかった。

#### ④瀬戸谷地域の農産物の調査

農産物販売施設「ちよっくら」で販売されている季節ごとの農産物の現物を調査するとともに、地元の方から説明をしていただいた。瀬戸谷地域では、バーベキューの食材として活用できる「玉ねぎ」、「ピーマン」などの野菜や原木栽培の「しいたけ」が栽培されており、学生からは瀬戸川を見ながらバーベキューができればいいといった意見が出された。

#### ⑤道の駅の計画のヒアリング

瀬戸谷温泉ゆらくの周辺で予定されている道の駅の計画について、瀬戸谷地域にある藤の瀬会館で藤枝市中山間地域の担当者の方から説明をしていただいた。

[瀬戸谷温泉ゆらく及び瀬戸川、瀬戸谷地域の農産物等の調査の写真]



「瀬戸温泉ゆらく」の館長の説明

農産物販売施設「ちよっくら」の調査

## (2)瀬戸谷地域の観光施設の調査

瀬戸谷地域のブランド戦略で活用する可能性の高い観光施設を体験的に調査し現状・課題と可能性を検討した。

### ①グラススキー場の現地調査

静岡産業大学の磐田キャンパスCBの桑原さんの指導の下、グラススキー、マウンテンボード、ポッカール、そりを体験して調査するとともに、グラススキー場の状況をヒアリングした。

### ②大久保キャンプ場の現地調査

静岡産業大学の磐田キャンパスCBの桑原さんの案内で、キャンプサイト、川遊び施設、バーベキューハウスなどの施設を見学し、手ぶらでバーベキューを体験調査しヒアリングを行った。

### ③陶芸センターの調査

藤枝市が設置し、瀬戸谷地域の地元住民が共同で経営する会社に運営を委託している陶芸センターにおいて陶芸体験を調査しヒアリングを行った。

### ④スポーツパル高根の郷の調査

静岡国体の開催に当たり静岡県が建設した射撃場が藤枝市に移管されており、射撃の練習や大会に県内外から来訪者がある「スポーツパル高根の郷」の射撃体験を調査し、管理者の職員の方からヒアリングを行うとともに、県外から練習に来ていたパラリンピックの日本代表監督と選手の練習を見学した。

[瀬戸谷地域の観光施設の調査の写真]



大久保グラススキー場の体験調査



高根の郷スポーツパルの体験調査

### (3) 川根本町の先進事例の調査

中山間地域の活性化の先進地域である川根本町の取組を調査した。

#### ① ウッドハウスおろくぼの現地調査

バーベキュー施設、宿泊施設、研修施設の状況を体験的に調査した。施設の管理人である城野忠信さんからお話を伺った。

#### ② 移住者のヒアリング調査

川根本町に移住して飲食業をしている佐々木直也さんのお話を伺った。佐々木さんは、川根本町議会の議員としても地域で活動している。

#### ③ 体験型農場「恋がね農園」の調査

体験型農場「恋がね農園」が行う農産物の収穫体験を行い、関係者からのヒアリングを行った。

#### ④ 道の駅「茶銘館」の調査

道の駅として長年営業している茶銘館の施設及び利用状況の調査を行うとともに、訪問した当日限定で開催していたお茶の試飲のイベントに参加して体験的に調査を行った。

[川根本町の先進事例の調査の写真]



恋がね農園の農業体験調査



茶銘館のお茶の試飲体験イベント

### (4) 大学での検討

静岡産業大学藤枝キャンパス及び藤枝駅南口のサテライトキャンパスにおいて、学生が検討を行

うとともに、瀬戸谷地域の農産物を活用した瀬戸谷バーベキューの試行を行った。瀬戸谷地域では、季節ごとに旬の農産物が生産されていることから、季節の旬のものを使ったバーベキューを体験的に調査した。

#### 4 研究の成果

##### (1) 当初の計画

本研究では、道の駅の開設が予定されている瀬戸谷温泉ゆらく及びその周辺地域の地域資源、さらに瀬戸谷地域の観光施設を調査するとともに、中山間地域の振興における先進地である川根本町の先進事例を調査し検討を重ねることで、藤枝市瀬戸谷地域の地域ブランドの形成の提言をすることを計画していた。

##### (2) 実際の内容（Aは予定どおり、Bは一部修正、Cは中止など）とその理由

A 本研究は、当初の計画どおりの調査研究を実施することができた。

##### (3) 実績・成果と課題

本研究では、瀬戸谷地域の地域資源の調査及び川根本町の先進事例調査の結果、瀬戸谷地域の地域ブランドとして、農業と観光が融合した取組みを「瀬戸谷まるかじり体験」としてとりまとめた。具体的には、新たに開設される道の駅を拠点とした試行体験を通じて、瀬戸谷地域の観光施設への誘客を図る新たな方法を考案した。

##### (4) 今後の改善点や対策

農業と観光の融合を図るためには、試行的な実施をする中でノウハウを蓄積する必要がある。そのための対策としては、瀬戸谷地域だけでなく藤枝市内外の人材も参画した体制を整備することが考えられる。

#### 5 地域への提言

農業と観光が融合した「瀬戸谷まるかじり体験」の取組みの具体例として、瀬戸谷温泉ゆらくの隣に流れている瀬戸川で、3(1)②のボートによる川遊びを試行体験してもらい大久保キャンプ場の川遊び施設を紹介する、瀬戸谷地域の農産物を「瀬戸谷バーベキュー」として有料で試食してもらい次回は大久保キャンプ場の「手ぶらでバーベキュー」の誘客につなげる、又は、農産物の販売所での購買につなげるといったことが考えられる。さらには、川根本町で行われている農業体験は、道の駅周辺の農地で十分可能な内容であることがわかった。

#### 6 地域からの評価

本研究を進める中で、瀬戸谷地域の方々からは、若者の視点で体験的な調査研究に取り組んでいることに強い好感を示していただいた。また、瀬戸川を使ったボートの川遊びなどに地域の方に参加いただき、また、観光施設の方からのヒアリングで意見交換をさせていただいたことで、本研究に対して関心を持っていただいた。

(成果報告書)

## 和菓子を核とした大井川川越遺跡の観光資源としての活用に関する研究

静岡産業大学 経営学部 中山研究室

教 員：客員教授 中山勝

参加学生：中村颯、稲葉侑大、櫻井亮太郎、廣瀬加緒理、  
安間瑞稀、石ヶ谷陸、太田翔葉、近藤奈々世、  
竹内清乃、佐藤大哉、岡本暢巧、小野優奈、杉  
山海哉、海野健太、山崎竜也、望月琢未、若井  
紀貴、遠藤千尋、中川香月、夏目久、吉田聖夜

### 1 要約

島田市及び先進事例を調査し、川越の番屋を拠点とした観光ボランティアガイドの創設、川越の番屋を活用した土産物店・茶店など景観にマッチした観光施設の運営、東海道島田宿と川越遺跡と和菓子店をめぐる周遊観光のアピールが有効であるとの結論に達した。和菓子バルイベントについては、イベントの事前段階から参画することで、ポスターの製作やSNSによる情報発信、学生が企画出演した動画の製作、イベントにおけるクイズラリーの実施により、イベントの新たな取組みの可能性を探り実施した。

### 2 研究の目的

本研究は、和菓子を核として川越遺跡を観光資源として活用していくための方策を提言することを目的として研究を行った。

### 3 研究の内容

#### (1)川越遺跡を観光資源として活用するための方策の検討

川越遺跡を観光資源として活用する方策について、川越遺跡及び島田市内の現地調査、ヒアリングを行うとともに、他の地域の事例を参考にしながら検討を行った。

##### ①島田市博物館の職員の方々のヒアリングと意見交換

7月28日から11月3日の和菓子バルイベントの開催までの期間、学生と教員が班に分かれて、島田市博物館を訪問し、職員の方々のヒアリングを行うとともに、意見交換を行った。

また、島田市博物館の職員の方々に静岡産業大学藤枝キャンパスに来ていただき、学生との意見交換を行った。

##### ②大井川川越遺跡の調査

7月28日から11月3日の和菓子バルイベントの開催までの期間、学生が班に分かれて、川越遺跡の調査を行った。川越遺跡に残る川会所、番屋などの建築物や展示の内容の調査を行った。また、建物を利用している織物体験の経営者や着物レンタルの職員の方のヒアリング調査を行った。

##### ③島田市内の和菓子店の訪問調査

和菓子バルイベントに参加する和菓子店のうち、市街地にある店舗を訪問し、和菓子の調査を行った。また、川越遺跡と関係する旧東海道島田宿の旧本陣跡などの状況を調査した。

さらに、中山客員教授が島田掛川信用金庫の島田本部の地域創生部を訪問し、島田市が主催する和菓子バルイベントの説明を行うとともに、島田市の和菓子産業について意見交換を行った。



[島田市川越遺跡及び旧東海道島田宿の和菓子店の調査]



川越遺跡の建物を利用した織物体験教室

旧東海道島田宿にある和菓子店の訪問調査

④愛知県名古屋市緑区有松地区の先進事例調査(12月3日)

東海道の宿場町の有松地区は、平成28年に重要伝統的建造物群保存地区に選定、令和元年に日本遺産に認定され、歴史的街並みの保存と活用の先進事例である。有松・鳴海校会館を見学した後、有松地域のまちづくり団体を母体とする「有松あない人の会」の2名のガイドの案内で、2グループに分かれ有松地区の伝統的な建造物の利用の変遷と現代の活用状況について説明いただいた。

旧東海道宿場町の豪商の建物を飲食店や販売店として活用することで保存を図っている点が特に参考になった。

⑤愛知県西尾市旧城下町地区の先進事例調査(12月4日)

西尾市の旧城下町地区は、平成7年に全国京都会議への加盟が認められ「三河の小京都・愛知西尾」を名乗り、歴史的な街並みをめぐる「小京都めぐり」を展開し、お茶や和菓子、スーツも活用したもてなしを行っており、歴史的町並みを核に市街地の周遊を図る先進事例である。

訪問当日は、西尾市の歴史公園内の資料館を見学した後、茶室の尚古荘、茶屋の建物、城下町の街並みを散策ルートに沿って調査した。また、抹茶を活用した商品を調査するため、抹茶大判焼のカテキン亭、抹茶商の松鶴園、あいや、道の駅の売店を訪問し、抹茶を使った商品を調査した。

[名古屋市有松地区及び西尾市旧城下町地区の先進事例の調査]



名古屋市有松地区の調査

西尾市旧城下町地区の調査

## (2) 和菓子バルイベントのPR手法の検討

和菓子バルイベントのPRを開催前の段階から実践的に検討するとともに、イベントに参画し、イベントの新たな取組みの可能性やPR手法の改善策を検討・実施した。

### ①和菓子バルイベントのPR用のポスターのデザインの制作

学生が和菓子店を訪問調査して集めた和菓子のサンプルを活用して、コンピュータグラフィックスの技術を利用して、和菓子バルイベントのPR用のポスターのデザインを制作した。

### ②SNSを活用した和菓子バルイベントのPR

和菓子バルイベントへの集客を図るため、学生が和菓子バルイベントのアカウントを使って、SNSを活用して情報発信を行った。

### ③和菓子バルイベントのPR用の動画の製作

和菓子バルイベントへの集客を図るため、学生が着物を着て川越遺跡を散策し、和菓子を食べるといったストーリーを考え、学生が出演して動画を撮影し、これを編集してPR用の動画の製作し、島田市に提供した。

### ④会場案内、和菓子の委託販売の支援

1月3日に島田市が主催して開催された「和菓子バル」イベントにおいて、学生が着物を着て、会場の設営、会場の受付案内所での会場の案内を行うとともに、島田市が行う和菓子の委託販売を支援した。

### ⑤クイズラリーの実施

1月3日に島田市が主催して開催された「和菓子バル」イベントにおいて、来客が島田市博物館や川越遺跡を回遊するようにするため、学生がクイズラリーを島田市に提案し実施した。学生が川越遺跡に関するクイズの問題と答えを作成し、会場の各地にクイズポイントを設置し、クイズに答えた人は、大学の備品のガチャガチャ機を使って抽選ができる仕組みにした。景品は和菓子店等が提供する割引券等を配布した。景品の抽選は、島田市が行うアンケート調査と連動して行った。

[和菓子バルイベントで着物を着て活動した学生]



和菓子バルでの和菓子の委託販売等の支援



学生が企画・運営したクイズラリー

## 4 研究の成果

### (1) 当初の計画

本研究は、川越遺跡及び島田市内の現地調査、ヒアリングを行うとともに先進事例を調査し、川越遺跡を観光資源として活用するための方策の検討すること、及び和菓子バルイベントのPRを開催前の段階から実践的に検討するとともに、イベントに参画し、イベントの新たな取組みの可能性やPR手法の改善策を検討・実施する計画であった。

### (2) 実際の内容（Aは予定どおり、Bは一部修正、Cは中止など）とその理由

A 計画した内容を予定どおり実施した。

### (3) 実績・成果と課題

川越遺跡を観光資源として活用するための方策については、愛知県名古屋市緑区有松地区の「有松あない人の会」等の先進事例調査を踏まえて検討した結果、川越の番屋を拠点とした観光ボランティアガイドを創設すること、川越の番屋を土産物店・茶店など歴史的な景観にマッチした観光施設として観光協会等の公的な団体が運営することが有効であるとの結論に達した。また、西尾市旧城下町地区の「小京都めぐり」等の先進事例調査を踏まえ、東海道島田宿と川越遺跡と和菓子店をめぐる周遊観光をアピールすることが有効であるとの結論に達した。今後は、観光ボランティアガイドの育成や観光施設、周遊観光のための地域の体制づくりが課題である。

和菓子バルイベントについては、イベントの事前段階から参画することで、ポスターやSNSによる情報発信、学生が企画出演した動画、イベントにおけるクイズラリーなど、イベントの新たな取組みの可能性を検討し実施した。

### (4) 今後の改善点や対策

イベントのPR期間が短いので、今年度作成したポスター、SNS、動画については、単年度のイベント限りのものとししないで、毎年継続的に活用を図ることで、イベント前の早い段階からのPRが可能となると考えられる。

## 5 地域への提言

文化財を保全し継承していくためには、文化財の存在を広くアピールし、その利用を図っていく必要がある。そのためにはまず、川越遺跡を拠点とした観光ボランティアガイド、川越遺跡の番屋を活用した土産店・茶店等を運営する体制づくりが必要である。

また、和菓子バルイベントは島田市主催で行われているが観光協会や和菓子店などが企画段階から主体的に参画できるように実行委員会方式としていくことが考えられる。

## 6 地域からの評価

本研究を進めるに当たり、島田市博物館の職員の方々、川越遺跡の周辺の方々、和菓子店の方々のヒアリングをする中で、本研究に対する関心を持っていただいた。また、学生が作成したポスター、動画、クイズラリーについては、島田市をはじめ関係の方々から高い評価をいただき、静岡新聞でも取り上げていただいた。



## 「藤枝セレクション」のブランド力・認知度の向上へ向けた取り組み

### 令和4年度 成果報告書

静岡産業大学 経営学部  
専任講師 植松 頌太

#### 1. 要約

本稿は、令和4年度しずおか中部連携中枢都市圏地域課題解決事業助成金により、藤枝市産業振興部 産業政策課（以下、藤枝市産業政策課）と、株式会社日本デザインセンター、ならびに筆者が所属する静岡産業大学の協働により開発を進めた、静岡県藤枝市の特産品ブランド「藤枝セレクション」のロゴマークとビジュアル・アイデンティティの整備を中心とした藤枝市のシティ・プロモーション施策へ係る成果報告書である。

前提として本研究は、令和3年度のしずおか中部連携中枢都市圏地域課題解決事業課題「『藤枝セレクション』を起点とした藤枝市のシティ・プロモーションへの取り組み」を継続・発展させたものである。令和3年度の取り組みについての仔細は、当該年度の成果報告書を参照されたい。

また、藤枝市と筆者は、令和元年度より藤枝市の市章をはじめとしたビジュアル・アイデンティティ（＝シティ・アイデンティティ）の整備へ取り組み、本年度は藤枝市と静岡産業大学が主催するリカレントプログラム「藤枝市民大学」のロゴマークとロゴタイプ等を提案するなど、連携を続けている。ここまでの前提を踏まえて、藤枝市が主催する特産品ブランド「藤枝セレクション」のリブランディングへ取り組むことを趣旨として本研究へ取り組んだ。本稿では、主にロゴマーク選定後の取り組みから、新たに制定されたビジュアル・アイデンティティマニュアル（以下、VI マニュアル）の内容について述べる。なお、本研究ならびに藤枝市及び株式会社日本デザインセンターとの一連の協働事業については著者（植松）の所属する学会論文誌へ投稿予定であることを付け加えておく。

#### 2. 研究目的および「藤枝セレクション」の経緯と現状

研究目的は、過年度の本助成事業と変わらない。以下に令和3年度成果報告書を引用する。

藤枝市が主催する特産品ブランド「藤枝セレクション」に限らず、ブランディングの要件として、対象とするブランドの固有の価値を構築し顧客に識別されることが求められる。すなわち、単に認知度を高めることはブランディングとは言えず、藤枝セレクションであれば、他の地域の特産品ブランドとの差違やオリジナリティを明示する必要がある。過年度までの「藤枝セレクション」においては、ブランドの趣旨やセレクション選定商品の選考基準、選定商品を示す意匠などにおいてオリジナリティがなく、他の近似した取り組みとの差別化が

なされていない状態であった。このため、本研究では特色ある特産品ブランドの構築を目指し、ブランドを再定義することを目的と定めた。

研究課題である「藤枝セレクション」の取り組みは、藤枝市を代表する特産品が認定される地域特産品ブランドであり、2014年にスタートして以来、毎年11商品が認定され、2019年までに55商品が選ばれている。しかしながら、ブランドそのものの知名度が低く、認定事業者においてもメリットが少ないことなどから、応募商品数の減少が続き、2019年度には応募商品数が24商品へ留まるなど、事実上の瓦解状態にあった（参考：藤枝市産業政策課提供資料）。

前記までの現状を踏まえ、2021年度に藤枝市産業政策課らによって、認定商品を3商品へ絞ること、認定商品に販路拡大へ向けたベネフィットを提供すること、これらを取りまとめるブランドを象徴するロゴマークを全国公募することが思案された。<sup>1</sup>

上記までのとおり、「藤枝セレクション」に対して、令和3年度より筆者らはブランドの再構築を模索してきた。過年度の取り組みは当該の成果報告書でも述べたように、「ロゴマークを定めただけ」であり、より具体的なブランドの再構築へは本年度より取り組んだこととなる。

本年度は、主にブランドのビジュアルを体系的にすることを目的として、VIマニュアルの整備へ取り組んだ。

### 3.「藤枝セレクション」のロゴマーク原案のブラッシュアップ

令和3年度に、藤枝セレクションのブランドを示すロゴマークの全国公募を行い、全国から539件もの応募があった（出典：藤枝市産業政策課提供資料）。この中から、静岡デザイン専門学校グラフィックデザイン科に所属する学生である、新島明優氏の作品（図1）が採択された。



（図1）「藤枝セレクション」ロゴマーク原案（作者：新島明優）

<sup>1</sup> 植松 頌太. 令和3年度 しずおか中部連携中枢都市圏地域課題解決事業課題「『藤枝セレクション』を起点とした藤枝市のシティ・プロモーションへの取り組み」成果報告書. 2022, p.1-2.

上図で示した藤枝セレクションロゴマークの原案を基盤とし、2021年から2022年にかけて筆者と原案者である新島氏との間で交信をはかり、筆者が令和元年度より藤枝市企画創生部企画政策課と協同で開発を進めている「藤枝市シティ・アイデンティティ」<sup>2</sup>（以下、CI）へ準じて、CIで定められた指定色である「藤枝パープル」をロゴマークの一部に取り入れるなど、藤枝市がすでに運用している各種のアセットとの親和性を持たせ、対応するロゴタイプについても色彩等を調整した。これにより藤枝セレクションロゴマークおよびロゴタイプの暫定的な組み合わせが完成した。

#### 4. 「藤枝セレクション」のロゴマークのビジュアル・アイデンティティ制定

新島氏と協同で制作したロゴマークおよびロゴタイプの組み合わせをもとに、本年度においては、株式会社日本デザインセンターに所属するグラフィックデザイナーである小磯裕司氏の全面的な協力を得て、「藤枝セレクション」をブランドとして対外的にしていくための基盤整備として、VIマニュアルの制作を行った。以下にVIマニュアルで定められた主たるアセットを示す。



(図 2, 3) 藤枝セレクション ブランド・アイコン アイソレーション例

<sup>2</sup> 植松 頌太. 「地方自治体でのクリエイティブの役割と展開 - 藤枝市シティ・アイデンティティ開発を中心として -」 静岡産業大学 情報学部 研究紀要 24 号. 2022, p.69-77.



## 藤枝セレクション FUJIEDA SELECTION 2023

(図4) 藤枝セレクション ブランド・アイコン アイソレーション例 (年度表記あり)

小磯氏により提案されたビジュアル・アイデンティティでは、ブランドを象徴するブランド・マークを新島氏による原案を尊重して採用したうえで、“藤枝セレクション”（和文）および“FUJIEDA SELECTION”（欧文）の表記において、独創性とブランド・マークとの親和性を兼ね備えたタイポグラフィを組み合わせることにより、ブランドへアイデンティティを与えている。

また、VI マニュアルの機能として、ブランド・アイコンの組み合わせ例を多数規定し、毎年選ばれる特産品への対応を想定して、汎用性と親和性のあるフォント（Frutiger Roman）により年度表記を規定したほか、推奨書体として多くの DTP 環境下で再現可能なフォントである、小塚ゴシック L, M, B（和文）および Frutiger Light, Roman, Bold（欧文）を指定するなど、ブランド・アイデンティティが長きにわたり運用されることが十分に思慮されており、極めて緻密に構成された VI マニュアルであると言える。

色彩においても、プロセスカラー（CMYK）指定に限らず、特色（PANTONE）指定、特色および白黒でのモノトーン指定、ロゴタイプの金色、銀色（それぞれメタリック/マット）の指定、白抜き指定など、ブランドを今後展開していく上で想定されうる展開に対し、適宜対応できる柔軟性を含む構成となっている。そのほかの規定等に関しては、藤枝セレクション VI マニュアル本紙を参照されたい。

### 5. ブランドを他人事にしなないための試み

本年度の研究成果をもって、藤枝市は全国へ名を馳せることのできる特産品ブランドをつくるためのデザイン的な資産を手に入れたと言えよう。しかしながら、本年度の「藤枝セレクション」への特産品のエントリー商品数が、過去最低の 20 品に留まるなど（出典：藤枝市産業政策課提供資料）、藤枝市が取り組んできた既存のスキームには限界が見える。

藤枝市マターで本年度実施された施策は、いずれも過去の事例を反省もなく踏襲したに過ぎず、ブランドの振興において極めて重要な特産品のエントリーや、その後の市民らによる商品投票におけるプロモーション等が適切に施行されたとは言えないことは、結果を見れば明らかであろう。



藤枝市には、極めて厳しい現状を丁寧に要素ごとに分解して再認識した上で、ブランド振興に対して大きな危機感と気概を持って「藤枝セレクション」事業へ取り組んでもらいたい。まずはブランドの目指す姿や存在意義を定義することから始め、理想へ辿り着くための各施策の見直しと都度の検証のほか、世の中へブランドを認知してもらうためのタッチポイントの設計、ブランド認定商品が人々に愛され、購買へ結びつけるためのアクションの実行等に対して、一本筋の通った施策が遂行されることを切に願う。

繰り返しとなるが、「藤枝市における特色ある特産品ブランドの構築」と言う本研究の原点へ立ち返ると、現状はブランドの「ロゴマークが変わっただけ」に過ぎず、かねてより危惧していた、筆者らの過年度における取り組みが、事実上意味を成さない結果となるのが現実のものとなってしまったことを藤枝市関係者は重く受け止め、本年度の本研究の成果物を以って同様の結果を招かぬよう、中長期的かつ俯瞰的な視座からブランドと対峙し、ブランドの確実なインプルーブへ繋げるための尽力を求めたい。

#### 謝辞

本研究にあたっては、過年度より、株式会社日本デザインセンターの皆様より、学術的にも商業的にもイレギュラーである要件のなか、専門的知見から研究協力者としての枠組みを超えて、広く協力を賜りましたこと、御礼申し上げます。

