

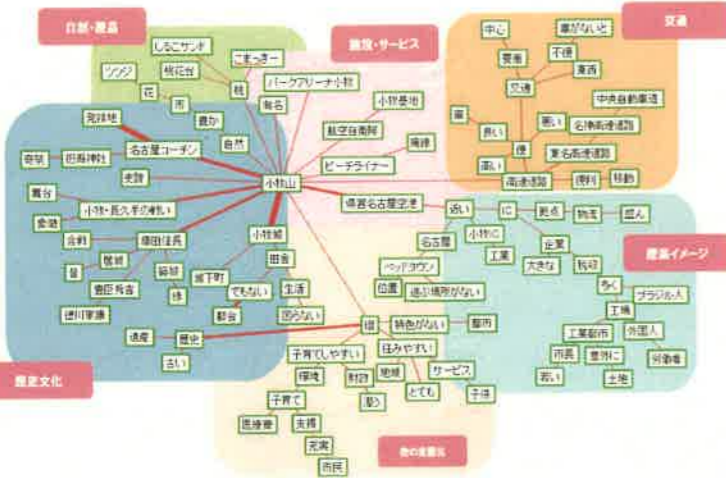
# 小牧市地域ブランドロゴマーク・キャッチフレーズ

## 基本指標

- 来訪経験・意向、居住経験・意向に関しては、遠方であるほど低くなるという状況。
- 問題として考えられるのは、継続居住意向が5都市の中で低いこと。小牧市民の市に対する愛着・誇りが低く、これが継続居住意向が低い一因として考えられる。ただし、愛着・誇りがある理由として、住みやすいや子育てなどの要素は挙げられている。

## ブランド連想

- 小牧市民の連想の中心は「小牧山」。また他にもさまざまな連想がひろがっており、中でも「子育て」や「住みやすさ」などは、愛着・誇りの理由にもなっていたように、連想にもあがっている。
- また、財政が豊かというイメージも存在する。



## ブランド資産・価値

- ブランド資産評価は、「自然資産」に対する評価が高く、生活資産は、「子育てしやすい環境」が高く、こちらでも子育ての価値が定量的に表れている。また、経済インフラ価値は高い傾向があるが、交通利便性の部分がスコアが低く課題と言える。
- ブランド価値は、「自己実現価値」と「感情情緒価値」が他市と比較すると低い。関係性価値とゆとり価値は、他の都市とあまり差がない。

ブランド価値である自己実現価値と感情情緒価値の2点が5都市で比較した場合の愛着・誇りを高めるためのボトルネックとなっている可能性が高い。

- ボトルネックを解消する方法として、以下の2つの方向性がある。
- ① 生活資産・経済インフラ資産を活かして、自己実現価値を高める。
  - ② 自然資産を活かして、感情情緒価値を高める。

## 目標

**継続居住意向を高めること。**  
またその一因になっている、  
**小牧市民の「愛着・誇り」を高めること。**

## 課題

**課題①**  
インフラなどの生活基盤は充実しているが、愛着・誇りを高めることを目標としたときに、「自己実現価値※1」の低さがボトルネックに。  
⇒小牧を訪れたり、住むことによって、生活基盤の充足だけではなく、自己が成長できる、あるいは夢や目標に近づけると感じられるようなまちにすることを検討する。

**課題②**  
小牧山は市民の連想の中心となっているが、精神的なシンボルや、観光資源などとして活かされていないなど「感情情緒価値※2」につながらない。  
⇒まちの中心にある小牧山を、市民から愛されるまちの精神的なシンボルへ、また市外の人にも訪れる場所として価値を高めていくなど、資産としての価値を高めることを検討する。  
※1 自己実現価値：自己の成長を促したり、夢や目標の達成を感じられること  
※2 感情情緒価値：非日常的な感覚を感じられること

## 活用できる資産

生活資産・経済インフラ資産、連想イメージなどより資産として活用できるものを検討

環境 子育て	「子ども」「夢や目標の達成」を目指す象徴であり、「子育て環境の充実」というファクトを活用して、「子どもの夢や目標」を中心に、子どもや両親のみならず、全ての世代が関わり応援することで、小牧市に対する「愛着や誇り」の醸成に繋がるのではないかと考える。	
小牧山	「小牧市民のシンボル」として連想の中心にある「小牧山」を活用することは、小牧市民へのコミュニケーションとして効果的であり、また、連想の中心にある小牧山を軸にすることで、様々な施策との連携を図ることが可能であると考える。	
信長 織田	織田信長公が天下統一を目指した足掛かりの地である小牧市は、まさに「織田信長公が天下統一という夢」に挑戦した始まりの地であり、「織田信長公の夢への挑戦」を「自己実現」の文脈に落とし込むことで、有効に活用できるのではないかと考える。	

## ブランドキーワードとブランドの柱



## 小牧市ブランドコンセプト・ロゴマーク・キャッチフレーズ

小牧のブランド資産調査および分析から、課題を解決するため、以下の地域ブランドコンセプト※を定めます。

### ブランドの柱①

**現状**  
**史跡小牧山**  
市民の連想の中心にある小牧市のシンボル。

**位置づけ**  
**近世城郭のルーツ**  
**信長の小牧山城**

- 織田信長公が天下統一への足掛かりとし、はじめての石の城をつくった歴史ある場所であり、夢・チャレンジ始まりの場所として、小牧市の精神的シンボルとして活かしていく。
- また、観光資産としての価値も同時に高めていく。

### ブランドの柱②

**現状**  
**子育てしやすいまち**  
小牧市は、子育て環境が充実しており、他市からも評価されている。

**位置づけ**  
**子ども夢・チャレンジ**  
**No.1都市**

- 子どもの夢を育み、夢へのチャレンジをみんなで応援するまち。
- 子どもを中心に全ての世代がつながっている。そうした、温かいまちを目指すことが、全ての世代が暮らしやすい、支え合いのまちづくりにつながっていく。

## ブランドコンセプト：『夢・チャレンジ 始まりの地 小牧』

小牧山は、織田信長公が天下統一の夢を描き、そのチャレンジの第一歩として初めて城を築いた地。

わたしたちの掲げる「夢・チャレンジ」の象徴として相応しい地です。  
小牧市は、その小牧山をみつめ、  
これからの未来を担う子どもたちが、  
夢を描き、挑戦していける地となれるよう全力を注ぎます。

子どもの夢への挑戦をまち全体で、みんなで応援する。  
そのことが、世代を超えた市民のつながりを生み、  
全ての市民が支え合っているまちづくりになると確信します。

※そのまちの目指すべきイメージを言語化したもの

## キャッチフレーズ 『キミと一緒に、育っていきいたい』



キミと一緒に、育っていきいたい。  
**Komaki**

キャッチフレーズは、子どもたちの夢への挑戦を、市民みんなで応援していくことで、全ての世代がつながっていく。もともと「住みやすいまち」になっていく。そして、子どもの成長とともに小牧市も育っていくという思いを言葉にしたものです。

ロゴマークは、小牧山や名古屋コーチンなど小牧市の魅力に囲まれて、子どもたちが夢を描き、のびのびと成長していく。子どもたちの夢への挑戦を、市民みんなで応援していくことで、世代を超えた市民のつながりを生み、全ての市民が支え合うあたたかいまちになっていくイメージを形にしたものです。