

エリアブランディング 戦略

4

プロモーション 戦略

エリアの発信力を
アップグレード！

エリアの取組を
一体的に発信し
エリアの価値を磨き
広く訴求します

PJ.1 「定禅寺通エリアの今」を伝える

- HPやSNSを活用したエリア全体の情報プラットフォームをつくる
- 訪れた方が知り合い等に「伝えたい！教えたい！」と強く思うイベントやコンテンツをつくる

「出逢」が
広がる街

PJ.2 ビジュアルアイデンティティの確立

- エリア全体の統一的なブランディングを進めるために、ロゴやステートメントなどのビジュアルアイデンティティを定めて展開する

「文化」を
創造し
続ける街

PJ.3 コミュニケーションツールとしての情報発信

- 定禅寺通エリアの魅力的な人や店舗を発信する情報誌等を発行する

PJ.4 杜の都を象徴するケヤキ並木を活かしたブランディングの推進

- ケヤキ並木を活かしたブランディングにより、都市と緑が豊かに共存する「エコロジー」・「サステナブル」なエリアとしてのイメージを訴求する

PJ.5 エリアマネジメント広告の実施

- 歩道上や民間の屋外広告物などを活用して、エリアのまちづくりの方針に沿ったエリアマネジメント広告を販売し、まちづくりの資金とする

「価値」を
高め合う街

PJ.6 「定禅寺通エリアファン」の獲得

- 何よりも、この「定禅寺通エリアまちづくりビジョン2030」とその間断のないアップグレードへの取組を通じて、私たちの想いを一人でも多くの市民に伝え、定禅寺通エリアのファン（応援者）を増やす

ビジュアルアイデンティティ：ロゴや色、フォントなどの、視覚的に表現した一貫性のあるデザインによって、ブランドの価値やコンセプトを象徴するデザイン要素

エコロジー：環境保全や地球環境に負荷をかけないといった、自然との調和・共存を目指す考え方

サステナブル：「持続可能な」という意味。主に自然にある資源を長い時間維持し、環境に負荷をかけないようにしながら利用していくこと

エリアマネジメント：地域における良好な環境や地域の価値を維持・向上させるための、住民・事業主・地権者等による主体的な取組み