



国見町 CI の

かいせつ書

corporate identity of Kunimi town



はじめに



国見町では、令和4年度から「国見町CI（コーポレート・アイデンティティ）」の策定について検討してきました。

現状では、「第6次国見町総合計画」で示している“基本理念”はあるものの、町の課題を網羅的に捉えたことと、かつ将来像を見据えた長期的なビジョンであるため、町民の具体的な行動に繋がりづらいという課題がありました。

そこで、「国見町CI」を策定することで、これから10年先の国見町を創っていくための、町民への具体的な行動指針を示します。また、併せて、現在町内で使用されている様々なロゴやキャッチコピー等の統一を図り、「町民が同じ目標に向かって行動していく」環境を作ります。

これまで、町民からの意見収集と、全7回の「国見町CI策定検討委員会」の中で議論を重ね、国見町CIについて策定しましたので、本書でその内容について解説します。

コーポレート・アイデンティティとは？



「国見町 CI (コーポレート・アイデンティティ)」とは、MI・BI・VI の 3つの視点から成る、国見町のアイデンティティを定めたものです。これを定めることで、町の価値を再認識し、町民の“具体的な行動”に繋げていくための指針になります。

$$CI = MI + BI + VI$$

POINT

MI (マインド・アイデンティティ)：理念や考え方、方針

BI (ビヘイビア・アイデンティティ)：行動指針

VI (ヴィジュアル・アイデンティティ)：視覚的に表現されたもの



MI

マインド・アイデンティティ



01 福島盆地と阿武隈川水系の恵みをずっと大切に。

02 先人たちが育んできた土壌を次世代へ。

03 この土地に集まる多様な価値観を受け止めよう。



国見町の特産品や地域特性を改めて見てみると、福島盆地や阿武隈川水系などの、肥沃な大地の恵みを活かしたものであることが分かります。

また、主要交通が多く通る場所であることや、歴史上重要な合戦の場になったことも、掘り下げてみれば、福島盆地の最北端にある、その立地が大きく影響しています。そして、そんな土地に、いま多様な価値観を持つ若い世代の流入も見られ、新たな取り組みも生まれています。

国見町が元々持っている地域特性に、新たな価値観が加わることで、衰退の一途を辿るだけではない町を実現できるのではないのでしょうか。

そして、そのような国見町の良さを次世代に受け継いでいくことも持続的なまちを創る上で、とても大切な考え方です。

BI

ビヘイビア・アイデンティティ



01 ここにある自然の恵みを産業で表現しよう。

02 次世代を担う人々が学ぶ環境を守ろう。

03 自分らしくいられる居場所を自分たちの手で創ろう。



POINT

MI に紐づく形で BI を作成しています。BI は行動指針ですが、今国見町に暮らしている人たちが、何か特別に変わる必要はありません。これから先、何か町の中で新たな取り組みをする時や、新たな政策決定が必要な場面、あるいは就職・転職・結婚・出産など、この町に暮らす人たちの人生の転換期に、立ち返られる指針であれば良いのです。

すでに、農家は農業をすることで、自然の恵みを表現していますし、飲食店の方は地域食材を使った料理を提供することで、同様に表現しています。

これから新しく国見町に暮らす人も、これまで長く暮らしていた人も、子供も大人も高齢者も、同じ目標を目指すみんなの行動が、この町を良い方向に導いてくれます。

VI

ヴィジュアル・アイデンティティ

