

# 公民連携まちづくりプラットフォーム ブランドストラクチャー

## 公民連携でのブランディング

当プラットフォームでは、公民が連携し、地域ブランディングを進めていくことを考えており、「宇陀らしさ」というブランドを作っていきたいと考えています。

## ブランドストラクチャーの考え方・背景

ブランドは、他と差別化され、かつ一定の方向性を持ったイメージにより、宇陀市にプラスの影響をもたらすものと考えています。また、ブランドストラクチャーとは、いわゆる骨組みのことであり、宇陀市のブランドを考えていく上での土台となる考えです。

このブランドストラクチャーについてのポイントとして宇陀市は「Organic Way」を掲げています。宇陀市はオーガニックビレッジ宣言を全国に先駆けて行った市であり、有機農業を促進していますが、今回のブランドストラクチャーを検討するにあたり、農の分野に限定するのではなく、すべての分野においてオーガニックという価値（Organic Way）として規定したいと考えています。

## 「Organic Way」とは何か

「Organic Way」とは、次の表の5つの指標から構成されます。

Organic is…	農と食の活性化	ウェルネスシティの推進（観光）	新たな学びの機会の創出	地場産業の活性化 地域ブランディング	その他の既存事業など
Natural 素材をいかす					
Connected 有機的につながる					
Wellnessed 健やかにつづく					
Original 原点をいかす					
Essential 本質に向き合う					

※”Wellnessed”は”Wellness”を形容詞化した造語。

「宇陀らしさ」という要素をブランドに取り込んでいくにあたり、「宇陀らしさ」とは何かというのは人によって多種多様なものになります。「宇陀らしさ」とは何かを考えるときに、上の表のように1～5のどれに当てはまるかを目安とすることで、共通の認識を持つことができます。