

若者社会参画型学習推進事業 青葉区「若者によるまちづくり実践塾」

西公園ブランディングプロジェクト

2026.5.14

青葉区中央市民センター



若者社会参画型学習推進事業

若者の地域づくり活動への参加や、様々な人々との学び合いを通して、身近な地域をよりよくすることへの意識を高め、自発的・主体的に行動しようとする人づくりを推進する目的。

若者社会参画型学習推進事業 青葉区「若者によるまちづくり実践塾」

西公園ブランディングプロジェクト

2026.5.14

青葉区中央市民センター



西公園 ブランディング プロジェクト

ブランド：独自性（違い・らしさ）
→「違い」を「かたち」にする・差異化

1. 西公園BPJ概要

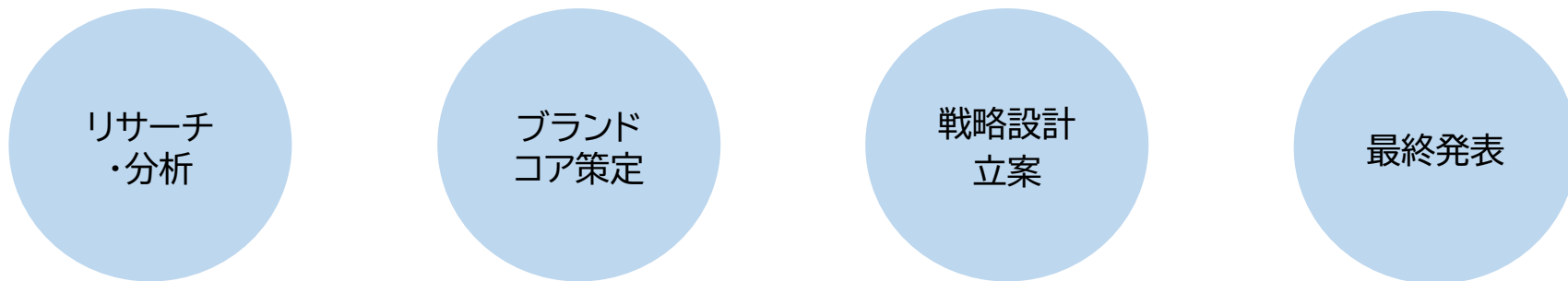
2. R7の活動

3. R7の成果

4. 今後の可能性



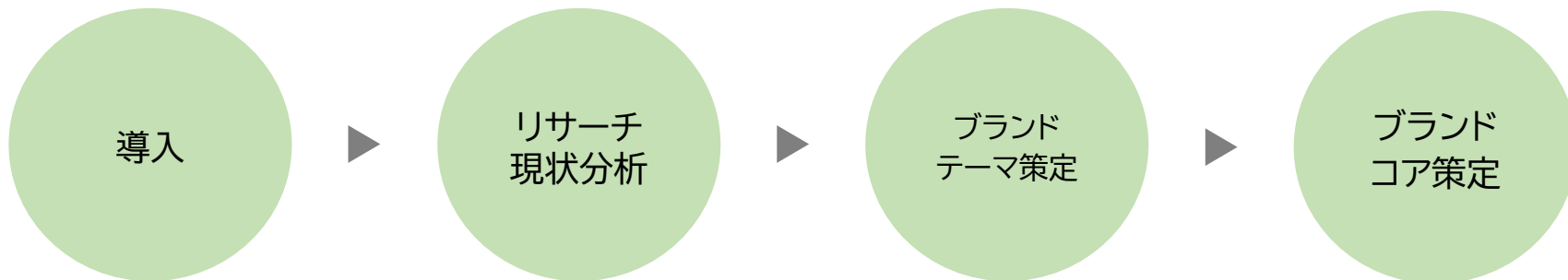
西公園BPJスキーム



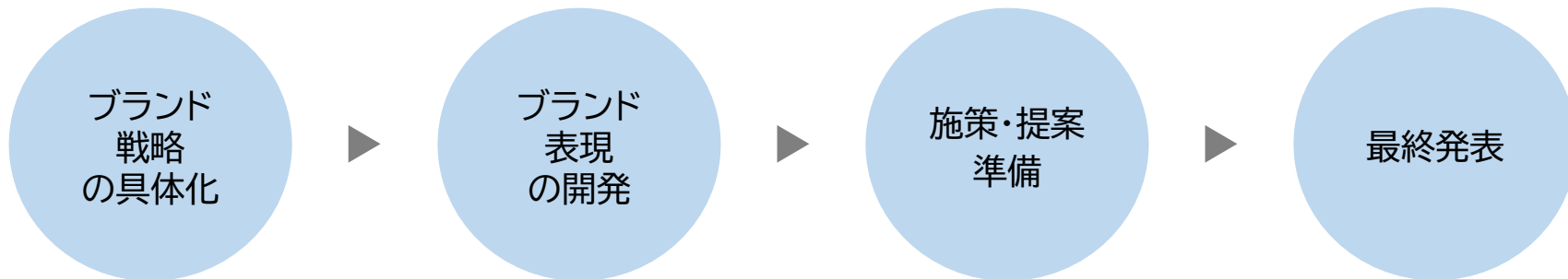
ブランディングに興味を持つ大学生を中心とした若者を対象に、西公園を題材としたブランド戦略の立案プロセスを実践的に学ぶことを目的とし、本プロジェクトを通し、若者の学びと成長を支援します。

リサーチ・分析、ブランドコア策定、戦略立案、最終的なプレゼンテーションまでの一連の流れを体験し、その成果を発表します。

R7



R8





○これまでの若者事業は…

- ・固定化した少人数のメンバー
- ・年度ごとの成果物やイベント

◎単年勝負 ⇔ △積み重ね、深掘り

若者社会参画型学習推進事業 西公園ブランディングプロジェクト

仙台市内7大学の学生参加

【大学・学生】

- ・他大学の学生との交流
- ・実践的な活動の実行
- ・学生の学び=学チカ



参加大学内訳 2026年4月時点

参加企画員59名	
・東北福祉大学	16名
・東北大学	31名
・東北文化学園大学	5名
・東北学院大学	3名
・宮城教育大学	1名
・宮城学院女子大学	1名
・仙台白百合女子大学	2名

2年間プロジェクト

若者が来る西公園をブランディングする

若者が五感で楽しめる秘密基地

ねらい 人材育成 地域づくりへの参画

R7 青葉区中央市民センター作成資料

オウンドメディア

- ・学生によるインタビュー記事掲載
- ・西公園らしさ創出、魅力発信
- ・発信力の学び



行政



【事務局】 青葉区中央市民センター

プロジェクト運営・各連携機関との連絡調整

【連携部署】 百年の杜推進部 公園管理課
プロジェクトのサポート



ブランディングのプロから学ぶ

【メンター・アドバイザー】

株式会社BLUESODA

ブランディングに関する専門的な知識や技能、
手法の提供と指導
オウンドメディア運営



大学

産学官連携
協働
プロジェクト

企業



目指す2年後の姿



現状分析

ブランド
コア設定

戦略設計
コミュニケーション
デザイン

仙台市
への提言

人材育成
Future
Leaders

地域参画
Involvement



将来の自分の仕事に役立つ

学生がまちづくりに関わる文化

「戦略立案手法」「ノウハウや経験」

を醸成し、まちづくりや地域活性化

「コミュニケーション」のスキル向上

に貢献

・フィールドワーク

・西公園の課題抽出

・提供価値の方向性

・若者が来る西公園の実現に
向けた具体的施策への協働

・3C分析、SWOT分析等

・核となるコンセプト設定

・デザイン設計

*イラストは、chatGPTにて生成したものを引用しています。



R7	日時	内容
01	4/19(土)10:00~12:00	顔合せ、ブランディングセミナー 講師:株式会社BLUESODA
02	5/24(土)10:00~12:00	オリエンテーションと公園への没入
03	6/21(土)10:00~12:00	3C分析 Part1(顧客・競合)とインタビュー準備
04	7/26(土)10:00~12:00	フィールドワーク(公園ユーザーへのインタビュー)
05	8/23(土)10:00~12:00	インタビュー結果の共有と3C分析 Part2
	8/23(土)14:00~16:00	若者事業交流会
06	9/20(土)10:00~12:00	SWOT分析とクロスSWOT分析
07	10/18(土)10:00~12:00	分析結果の統合と課題定義
08	11/22(土)10:00~12:00	ブランディングの「テーマ」検討・決定
09	12/20(土)10:00~12:00	ブランドパーパス(存在意義)の設定
10	1/17(土)10:00~12:00	ブランドビジョン(未来像)の設定
	1/18(日)10:00~12:00	成果報告会
11	2/21(土)10:00~12:00	ブランドコンセプトと提供価値の策定
12	3/14(土)10:00~12:00	ブランドコアのまとめ



○ブランド＝独自性

○デザイン＝本質の視覚言語化

○想いが人を動かす

※ブランドはユーザーの頭の中に存在する。



○情報提供:公園管理課

- ・福與参事
- ・佐藤係長

○W.S.

- ・西公園のメリット
- ・西公園のデメリット



マーケティングの基本フレームワーク『3C分析』

市場(Customer)

自社(Company)

競合(Competitor) → 今回

今回のワークショップは、『直接競合』と『間接競合』の2部構成

西公園の強みと弱みという多角的な分析こそが、新たな価値を見出すための重要な第一歩となる。



マーケティングの基本フレームワーク『3C分析』

市場(Customer) → 今回
自社(Company)
競合(Competitor)

⇒利用者の少なさ
若者の不在



マーケティングの基本フレームワーク『3C分析』

市場(**C**ustomer)

自社(**C**ompany) → 今回

競合(**C**ompetitor)

- ・事実の洗い出し
- ・強み
- ・弱み

・ハード(物理的資産)
・ソフト(無形資産)
・ヒト(運営・活動)



・「SWOT分析」

→今までのワークを振り返り、西公園の強みと弱み、外部要因の機会と脅威の意見出し

・「クロスSWOT分析」

→SWOT分析をもとにして強みと機会、強みと脅威、弱みと機会、弱みと脅威を掛け合わせてのアイデア出し



- ・「ペイン・ゲイン・インサイト分析」
→ペイン(不満)、ゲイン(喜び)、
インサイト(本音)
- ・デザイン思考
「How Might We ?」
→どうすれば～できるのだろうか
- ・課題の決定

どうしたらイメージアップ集客できるのか!!!
どうすれば西公園で魅力ある体験ができるだろうか
どうすれば「ただの広い公園」がアクティビティのある若者がワクワクする公園になるか?
どうすれば若者が気軽に日常的に行くようになるだろうか
どうすれば若者が遊びに行きたいと思える目的を作れるか
どうすれば既存のものを活用して訪れた人がSNS等で発信したくなる公園にしていけるか? 具体的には寄り道したくなるようになるか
どうすれば、今までの西公園のイメージを変え、人に勧めたくなるような話題性をもったシンボル・魅力をつくりだせるだろうか



アイデア案

- ・地元のような安心感のあるアットホームな公園
- ・楽しいが見つかる公園
- ・五感と自然が交わる公園
園界限
- ・愛深まる西公園
- ・頑張らない日のふわふわな居場所
- ・点で遊んで、線で繋がる公園



「ブランドテーマ」
若者が
五感で
楽しめる
秘密基地



- ・「五感で楽しめる」定義
- ・「秘密基地」定義
- ・テーマ定義文の作成



- ・パーパス(存在意義)
- ・ビジョン(未来像)

策定



コンセプト (提供できる価値)

- ・機能的価値
- ・情緒的価値
- ・自己表現価値

○ブランドテーマ

「若者が五感で楽しめる秘密基地」

「若者が五感で楽しめる秘密基地」とは、忙しい日常から少しだけ抜け出して、四季の景色・音・香りを全身で感じながら、自分たちの「好き」を自由に創れる場所のこと。それが、西公園という変幻自在な理想の秘密基地。

○ブランドコア

パーパス:存在意義

若者が素の自分を取り戻し、
動き出すために、西公園は
存在する。

○ブランドコア

ビジョン:未来像

「好き」と「挑戦」が、西公園を
仙台の若者文化の中心に変え
ていく。



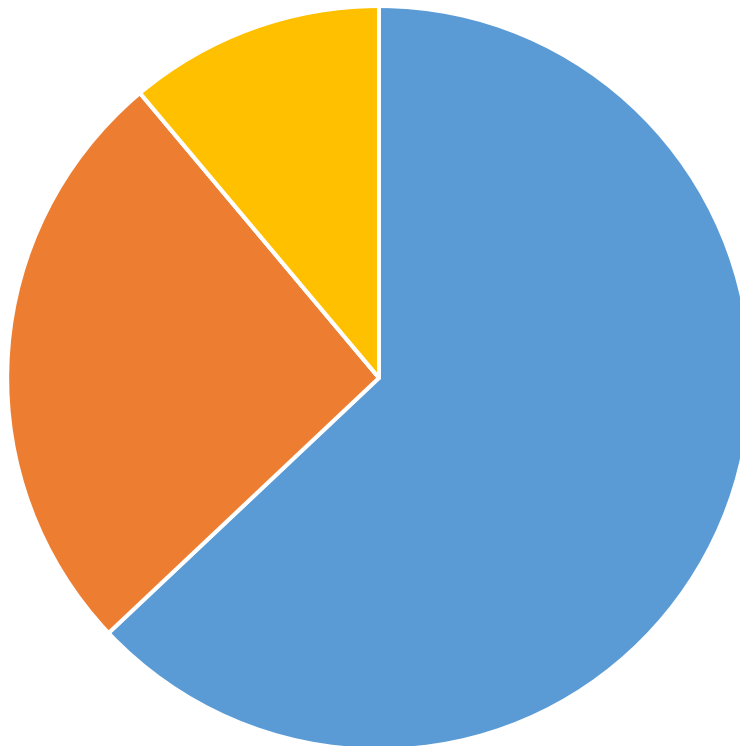
○ブランドコア

コンセプト：提供できる価値

若者が五感と自然の中で、
新しい自分と「動き出す
力」を創り出す。



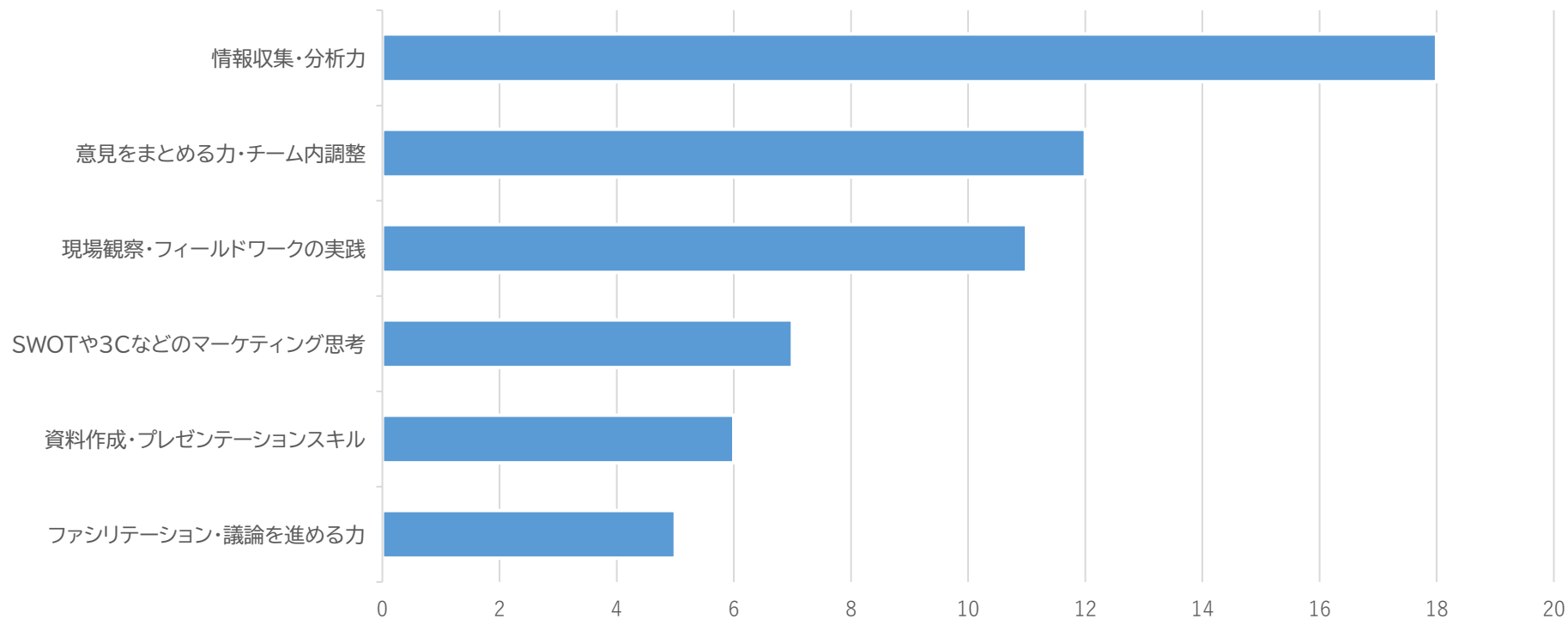
スキル経験について



■ はい17人 ■ どちらかといえば7人 ■ いいえ0人 ■ 無記名3人



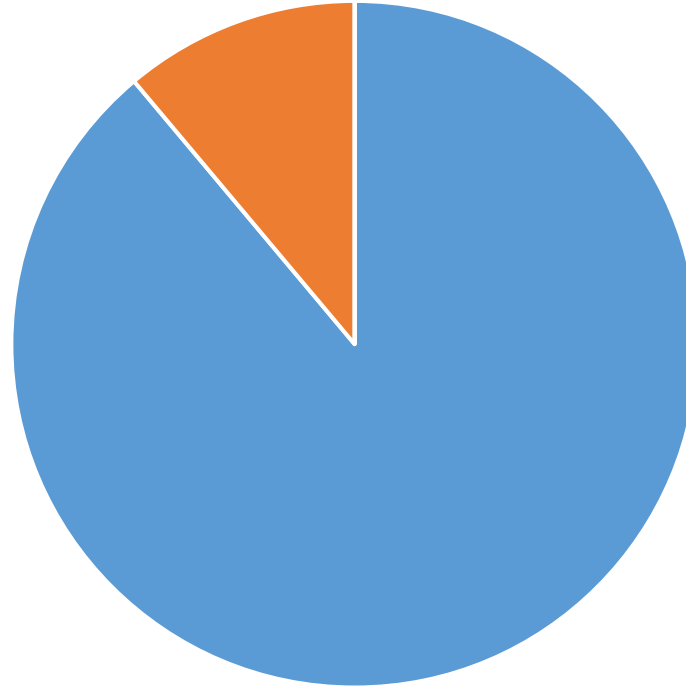
身についたと感じるスキル



- ファシリテーション・議論を進める力
- 資料作成・プレゼンテーションスキル
- SWOTや3Cなどのマーケティング思考
- 現場観察・フィールドワークの実践
- 意見をまとめる力・チーム内調整
- 情報収集・分析力



見方・考え方の広がりについて



■ はい24人 ■ どちらかといえば3人 ■ いいえ0人 ■ 無記名0人



R8	日時	内容
13	4/18(土)10:00~12:00	戦略設計
14	5/23(土)10:00~12:00	戦略、コアメッセージ、トーンオブボイス
15	6/20(土)10:00~12:00	メディア戦略とクリエイティブ開発
16	8/1(土)10:00~12:00	実行計画と効果測定(KPI)
17	8/22(土)10:00~12:00	ビジュアルアイデンティティ Part1(ロゴ、カラー)
	8/22(土)14:00~16:00	若者交流会
18	9/12(土)10:00~12:00	ビジュアルアイデンティティ Part2(タイポグラフィ、写真/イラスト)
19	10/17(土)10:00~12:00	コミュニケーションツール制作 Part1(公園マップ、案内サイン)
20	11/21(土)10:00~12:00	コミュニケーションツール制作 Part2(ウェブサイト、SNSコンテンツ)
21	12/19(土)10:00~12:00	ブランドガイドライン作成と最終提案の骨子
22	1/16(土)10:00~12:00	最終プレゼンテーション資料作成とブラッシュアップ
	1/17(日)10:00~12:00	成果報告会
23	2/20(土)10:00~12:00	プレゼンテーションリハーサルと相互フィードバック
24	3/20(土)10:00~12:00	最終発表会と講評

第13回 4/18(土)

「ナラティブ・ムードボード」

参加者：学生26名





ブランドテーマに即した
写真を切り貼りし、
イメージ図を作成







第13回 4/18(土)「ナラティブ・ムードボード」参加者:学生26名



第13回 4/18(土)「ナラティブ・ムードボード」参加者:学生26名





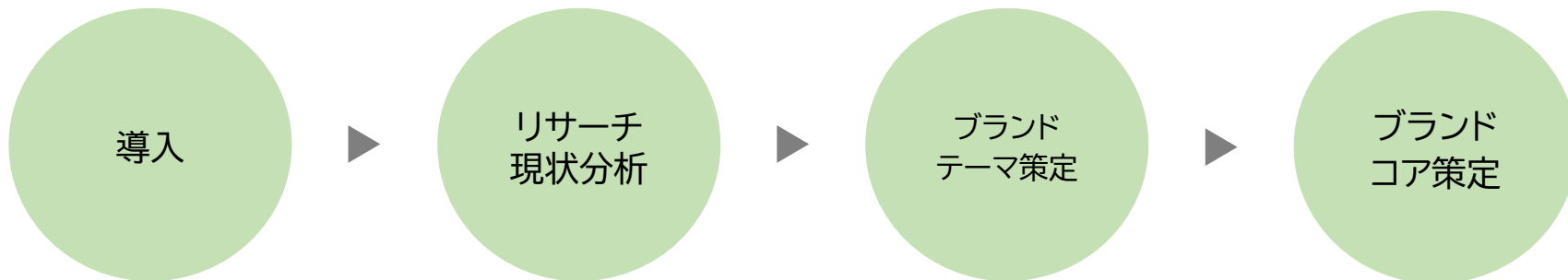
変化

- ・協働による思考深化を実感
- ・今後の定例会への意欲向上
- ・発表構成を工夫したい意識が生まれた
- ・他大学、行政との交流価値を実感

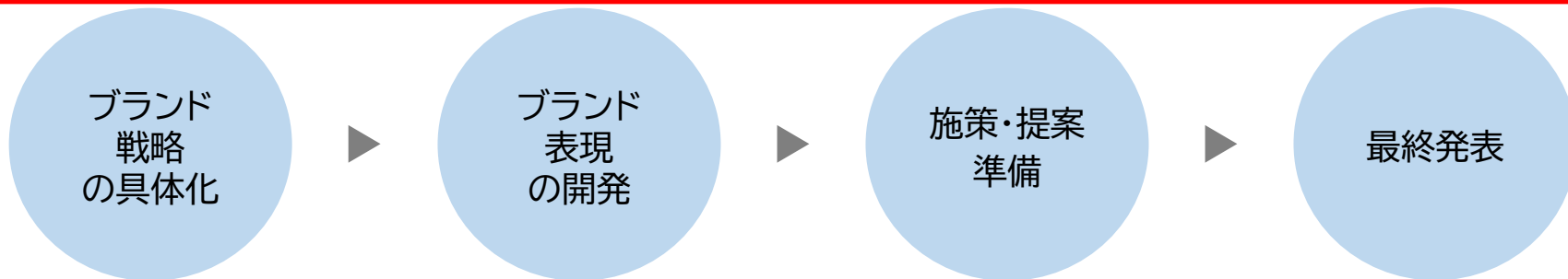
感想

- ・新しいメンバーが増えてよかった
- ・対話がもっと深まると良い
- ・多様な立場の人と話せて有意義

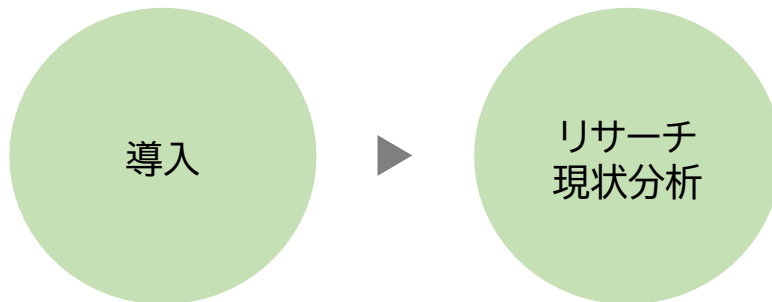
R7



R8

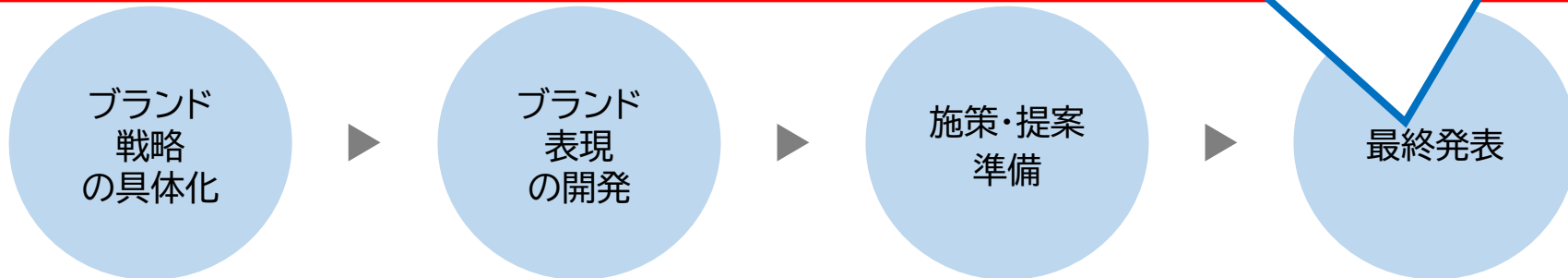


R7



仙台市、市長との交流

R8



R7

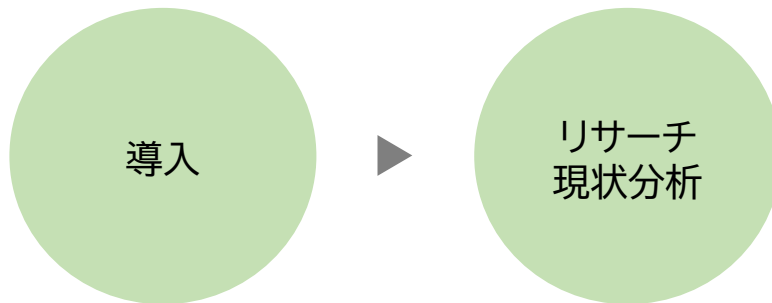


仙台市、市長との交流
関係者への発表

R8

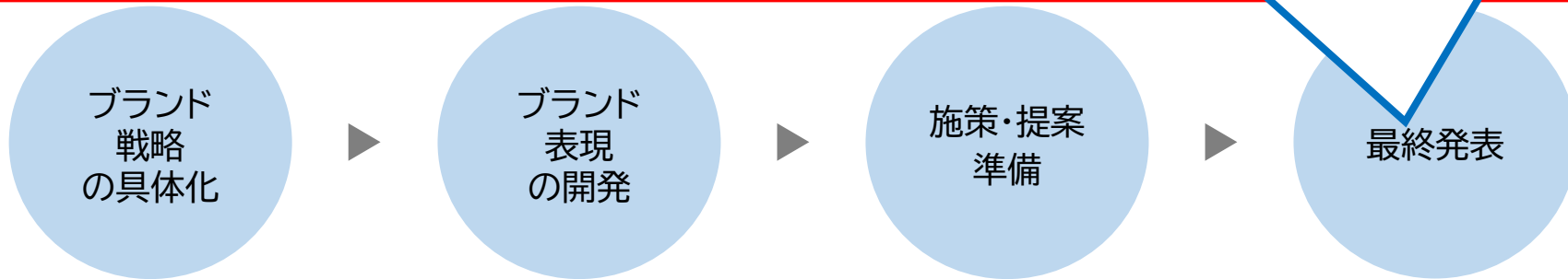


R7

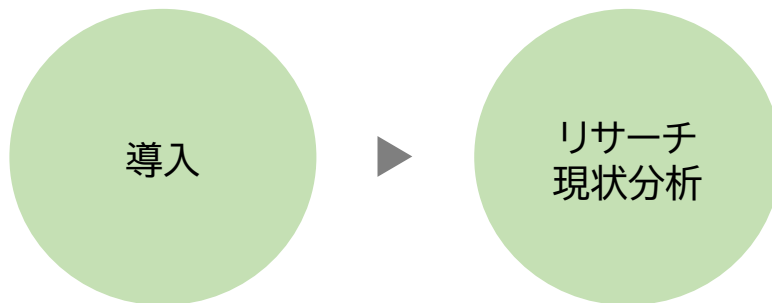


仙台市、市長との交流
発表だけで良いの？

R8



R7



仙台市、市長との交流

発表だけで良いの？

発表 + 西公園の周遊・・・。

R8

