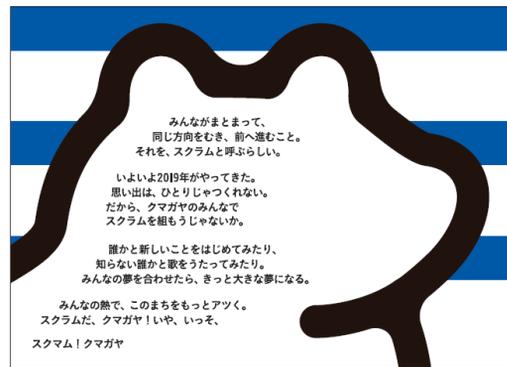


2019年6月2日(日)第27回埼玉ラグビーフェスティバルにて
 パラドックスの吉谷が考案したラグビータウン埼玉県熊谷市の新コンセプト
 「スクラム！クマガヤ」が発表されました！

“人を軸にした”ブランディングを手掛ける株式会社パラドックス(本社：東京都港区、代表取締役：鈴木 猛之、以下パラドックス)の吉谷吾郎(クリエイティブディレクター／コピーライター)が、ラグビータウン埼玉県熊谷市の新コンセプト「スクラム！クマガヤ」を考案しました。この新コンセプトが、2019年6月2日(日)第27回埼玉ラグビーフェスティバルにて、熊谷市民の意思統一の合言葉として発表されました。熊谷市は、今年日本で初開催となるラグビーワールドカップ2019の開催12都市の一つです。熊谷市は、市民の心を一つにし、行動をうながす指針、意思統一を目的とした新コンセプトを掲げることで、ラグビータウンとしての新たな出発、そしてラグビーワールドカップ2019が開催される期間だけでなく、その後も持続的にラグビータウンとして世界中からやってくるラグビーファンたちをおもてなしし、ラグビーを盛り上げる街づくりを目指しています。



■ 新スローガンに込められた想い～「スクラム」+「クマガヤ」＝「スクラム！」～

新コンセプトの「スクラム！クマガヤ」にある「スクラム」とは、“スクラム”というラグビー用語と“クマガヤ(熊谷)”が合体した、ラグビーらしさと熊谷らしさを表現した言葉です。スクラムとは、みんながまとまって同じ方向を向き、前へ進むことを言い、熊谷市のみんなでスクラムを組んで思い出を作ろう、熱くなろう、という意味が含まれています。“自分たちはひとつになっている！”という気持ちの合言葉として「スクラム！クマガヤ」が街中に広がるように、熊谷市民のみなさんにこれから育てていただきたいと思っています。

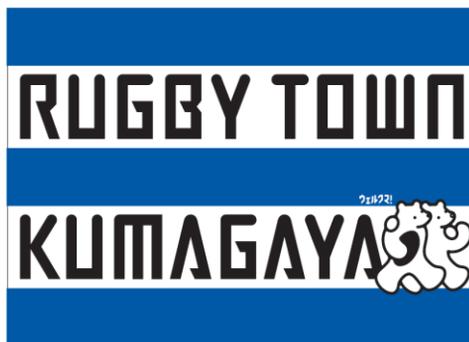
■ 街全体をスクラムさせるデザイン

街全体に統一感を醸成するための象徴となるデザインは、窪田新氏(アートディレクター)が行いました。スタイリッシュなキャラクターを設けることで、ラグビーに興味のない方々もついでにスクラムしたくなるような、間口の広いコミュニケーションを狙いとしています。キャッチーなアイコンとしてシロクマ2匹を置き、さらに背景のブルーのボーダー柄はラグビーのジャージでよく使われるモチーフにしています。



■ なぜ埼玉県熊谷市はラグビータウンなのか

熊谷市は1967年の国民体育大会のラグビー会場となったことや、1991年に熊谷工業高等学校のラグビー部が全国高校ラグビー大会での優勝、ラグビー専門運動場があるなどの理由から1992年より“ラグビータウン熊谷”としてラグビーが盛んな街として謳ってきました。この度、日本で開催が決まったラグビーワールドカップ2019をきっかけに、“ラグビータウン熊谷”としての街の活性化プロジェクトが始動しています。



■ パラドックスの吉谷が熊谷市の新コンセプトに関わることになったきっかけ

今回パラドックスの吉谷が、熊谷市の新コンセプトの考案とクリエイティブのディレクションを担当しています。吉谷は、ラグビーワールドカップ2019の大会公式キャッチコピーの考案を行った実績があり、自身も元早稲田大学高等学院ラグビー部のヘッドコーチ、日本ラグビー選手会広報、Scrum Unisonのメンバーといった、ラグビーに関する活動を数多く行っています。そういった活動が繋がり、この度ラグビーへの熱量の高い熊谷市民のみなさんと吉谷、窪田氏がタッグを組み、ラグビータウンとしての街の活性化がスタートしました。そして、スクラムを組むようにチームみんなが一丸となって進めてきた「スクラム！クマガヤ」が発表されました。これからも引き続き、吉谷はラグビーで街を盛り上げるという“志”を持ち、熊谷市民のみなさんと共に活動をしていきます。

《吉谷 吾郎(Yoshitani Goro)プロフィール》

株式会社パラドックス クリエイティブディレクター/コピーライター

【代表作】

- ・ラグビーワールドカップ2019大会公式スローガン「4年に一度じゃない。一生に一度だ。」
- ・釜石鶴住居復興スタジアムのこけら落としイベント「キックオフ！釜石 8.19」
- ・Jリーグ・湘南ベルマーレの企業理念「たのしめてるか。」

【ラグビーに関する活動】

元早稲田大学高等学院ラグビー部のヘッドコーチ/日本ラグビー選手会広報/Scrum Unisonのメンバー

■ 株式会社パラドックスについて

すべての人や企業には、自分にしかできない世の中への役立ち方が、必ずあると信じています。それをパラドックスでは“志”と呼んでいます。パラドックスの仕事を通じて、志の輪を広げ、日本をもっと元気にしたい。それがパラドックスの目指す未来です。

組織の中にはどういった人がいて、その人達はどういった働きをしているのかという視点で物事を捉える、“人を軸にした”ブランディングを手がけています。そして、ブランディングやクリエイティブといった観点から人や組織の「目的」「手段」「結果」といった価値観を整理し、明確にし、差別化を図っていくことを通して、志の実現に貢献します。

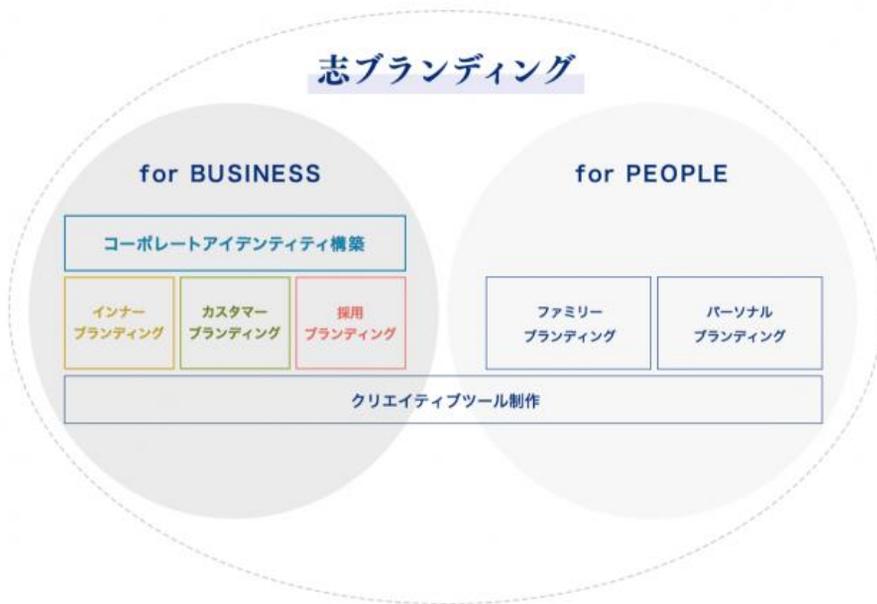
<志ブランディング>

for PEOPLE

- ファミリーブランディング
- パーソナルブランディング

for BUSINESS

- コーポレートアイデンティティ
- インナーブランディング
- カスタマーブランディング
- 採用ブランディング



【企業詳細】

会社名 : 株式会社パラドックス <http://www.prdx.co.jp>

住所 : 東京都港区北青山3-5-15 ミヤヒロビル10F

代表取締役 : 鈴木 猛之

事業内容 : 企業が大事にする価値観やあり方を深く理解した上で、ビジネスを通じて世の中に提供している価値や意味を言語・視覚化。その企業にしか語ることができない“独自のストーリー”を軸にした本質的なブランディングを行います。