

～ 目指すのは、今治に関わるすべての人が発案者である「共創型今治モデル」～
今治市ブランドイメージを発信するキャッチコピーとロゴマークが完成
今治に夢中になる「アイアイ今治キャンペーン」第一弾
「今治タオル×さいさいきて屋」コラボメニュー限定発売

今後は総合監修の佐藤可土和氏主導により、サイクリストの聖地、村上海賊、バリイさん、B級グルメ、FC今治など、今治に揃う多彩で面白いコンテンツを広く発信開始



※キャンペーンロゴ展開例

愛媛県今治市は、2018年10月1日に設置された「今治ブランド戦略会議」において、今治市の認知度や求心力を高める新たなブランドイメージを構築・発信するべく、クリエイティブディレクター佐藤可土和氏監修のもと完成した、キャッチコピー「i.i.imabari!」とロゴマークを発表致します。また、「今治ブランド戦略会議」に所属するボードメンバーが新たな今治ブランドを共に創り、今治を盛り上げていく取り組み「アイアイ今治キャンペーン」を実施していきます。今回は第一弾として、今治タオル工業組合が3月9日に新たにオープンする「imabari towel CAFÉ」にて、JAおちいまばりが運営する「さいさいきて屋」とコラボレーションした特別メニューを限定で4日間販売致します。

キャッチコピーとキャンペーンロゴマークについて、下記佐藤可土和氏のコメントをご参照ください。

報道関係者各位

PRESS RELEASE

■キャッチコピー「i.i.imabari!(I'm into Imabari !)」とキャンペーンロゴマークのコンセプトについて（佐藤可士和氏コメント）

I'm into Imabari !

今、今治が面白くてたまらない。

サイクリストの聖地として名を馳せるしまなみ海道、日本遺産の村上海賊、名物・今治焼鳥や瀬戸内海のお土産物、農産物に美味しいスイーツ、目の離せないFC今治、「日本一美しい島・大三島で暮らすプロジェクト」の展開、大人気のバリィさんに、JAPANブランドとして進化を続ける今治タオル、、、今治には面白いモノ、コトがあり、それをつくっている面白い人がたくさんいて、なんとも魅力的なパワーを発しています。

「I'm into Imabari !」は、「私は、今治に夢中です」「私は、今治にハマっています」という意味。知れば知るほど、触れば触れるほど今治にハマる、、、僕自身も感じているそんな思いを、この言葉に託しました。

今治には、今治を愛する人、ここから面白いことを発信する人、そんな今治に惹かれて訪れる人など、多くの「I'm into Imabari !」な人が集まっています。この今治のパワーを全国に発信しよう！と、ロゴは、元気で明るく勢いを感じるポップなデザイン。センターは、今治の人、今治に夢中になっている人をイメージしつつ、今治を面白くしている個々のコンテンツの弾むような楽しさや、共創から生まれる新しいアイデアのひらめき、そして今治市民のまつりである「おんまく」で空高く上がる花火を表現しています。今治に関わるすべての人が発案者であり、発信者であり、担い手である「共創型今治モデル」のシンボルとして、「I'm into Imabari !」が輪のようにめぐって大きなムーブメントとなるようにという願いも込めています。

佐藤可士和 / クリエイティブディレクター

1965年東京生まれ。多摩美術大学グラフィックデザイン科卒業。クリエイティブスタジオ「SAMURAI」代表。慶應義塾大学特別招聘教授。企業、商品、空間、地域再生など多岐にわたる領域でトータルプロデューサーとして活躍。文化庁文化交流として日本の優れた文化、技術、コンテンツを広く海外に発信することにも注力している。2018年10月1日より、今治タオルブランド化の実績を活かし、「今治ブランド戦略会議」の総合監修に就任。著書に『佐藤可士和の超整理術』（日経ビジネス人文庫）、『佐藤可士和の打ち合わせ』（ダイヤモンド社）など。



■菅良二 今治市長のコメント

今治市は、世界に誇れる素晴らしいコンテンツを多数有していますが、各々が独自のプロモーションを展開していることから、市全体をイメージできる魅力発信には至っていません。

本市を代表する魅力的な取組みを一つのストーリーでつなぎ、誰にでも分かり易いブランドイメージ（自治体のマスターブランド）として、全国へ効果的に発信できれば、それぞれのコンテンツの底上げにもつながり、もっと今治の魅力や価値を全国の皆さんに知ってもらえると思いました。

そこで昨年10月から、各コンテンツに関わる市民の皆さんに参画いただき今治ブランド戦略会議を立ち上げ、今治タオルのブランディングに携わった佐藤可士和氏の総合監修のもと、プロモーションを始めるためのキャンペーンロゴやキャッチコピーを制作いたしました。これは今後、市民の皆さんと共に創っていく今治のブランドイメージに、皆さん自身が愛着や親近感を持ち、誇りを持ってもらえるよう制作したものです。今、世界的な建築家の伊東豊雄氏が、新しいライフスタイルを大三島から考える取組みや、サッカー元日本代表監督の岡田武史氏がスポーツを通してまちを元気にする取組みが、着実に地域に根付こうとしています。これら著名な方々が今治に関わり巻き起こしたムーブメントを好機とし、まちの価値を高める様々な取組みをキャンペーン事業と位置付け、それを丁寧に全国に発信することで今治の新たなブランドイメージを創ります。

■今後のキャンペーンロゴマーク及びキャッチコピーの展開

本ロゴマーク及びキャッチコピーは、「今治ブランド戦略会議」主導のイベントでの使用はもちろん、今治市内の主要観光地や施設、また戦略会議に参画する企業・団体の各イベント、店舗、施設などにて3月1日より順次掲出を開始いたします。また、3月9日（土）テクスポート今治にて、本ロゴマーク及びキャッチコピーのお披露目会を実施する予定です。ロゴマークは、今治市、および今治市内の産品などを広くPRする目的に使用することができます。

報道関係者各位

PRESS RELEASE

■アイアイ今治公式ホームページ 3月8日（金）14時オープン

公式ホームページでは、アイアイ今治キャンペーンの説明、活動の最新ニュースや今治を盛り上げる方々のご紹介をはじめ、キャンペーンロゴマークのダウンロードや使用説明をご覧ください。

アイアイ今治公式ホームページURL：<https://iimabari.jp/>

■「imabari towel CAFÉ × さいさいきて屋」限定コラボレーションメニューについて

「アイアイ今治キャンペーン」のコンセプトである「共創」をもとに、キャンペーン第一弾として、吸水性の高さで世界的に認知度を誇る「今治タオル」と「今治の台所」として今治市民や観光客から愛される「さいさいきて屋」がコラボレーション致しました。

今治タオル工業組合が2019年3月9日（土）に「今治タオル 本店」内に新たにオープンする「imabari towel CAFÉ」（今治タオルカフェ）にて、JAおちいまばりが運営する「さいさいきて屋」とコラボレーションした特別メニューを限定で4日間先着順にて販売致します。

限定コラボレーションメニューの展開については下記をご参照ください。

<限定コラボレーションメニュー展開について>

商品名：しまなみロール

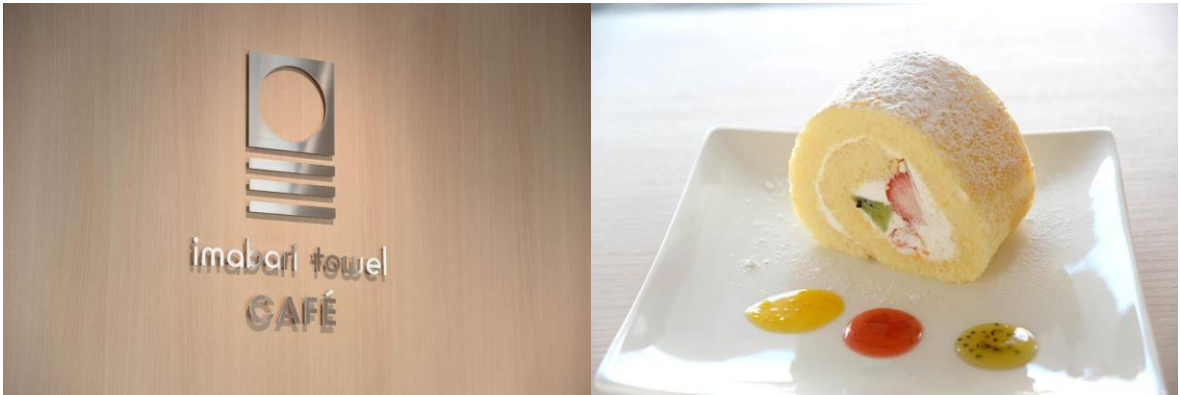
価格：600円（税込）

販売日：限定4日間（3/9（土）、3/10（日）、3/17（日）、3/24（日））

販売個数：3/9（土）50個先着様限定、他日20個先着様限定

商品の特徴：フルーツは全て今治産を使用。

キウイ、はれひめ（みかん）、いちごの3味のソースとともに、ケーキの中で使用しているフルーツの食感を楽しんで頂ける今治でしか味わえないロールケーキです。



※「今治タオル×さいさいきて屋」限定コラボメニュー

■今治タオル工業組合 井上理事長コメント

今治タオルとしても初の取組である「食×タオル」のコラボレーションでしたが、素晴らしい共創になったと感じています。今治野菜サンドウィッチや地元珈琲館とのコラボレーションも展開するほか、今後は“サイクリング”や“村上水軍”など今治地域の食・文化・スポーツなど素晴らしいコンテンツとの共創により、地域全体で今治を盛り上げていくことに貢献したい考えです。

■さいさいきて屋 コメント

今治タオルと今治の農産物がコラボした、「imabari towel CAFÉ」が誕生するにあたり、世界に発信されているブランド「今治タオル」との連携は、新たな今治農業の「発見」と「発展」を期待しております。継承されてきた今治の技術や食が、共に手を取りあり一つとなり、「チーム今治」として、国内外にいつそう羽ばたくことを願っています。

■今治タオル工業組合



代表者 : 理事長 井上 裕基
住所 : 〒794-0033愛媛県今治市東門町5丁目14番3号
TEL : 0898-32-7000
URL : <http://www.itia.or.jp>
設立年月日 : 昭和27年11月1日
組合員 : 105社
出資金 : 120,466千円
事業内容 : タオル製造業に関する指導及び教育
タオル製造業に関する情報又は資料の収集及び提供
タオル製造業に関する調査研究
組合員のために行う組合ブランド推進事業、
共同購買事業、共同金融事業他

■農産物直売所 さいさいきて屋



住所 : 〒794-0840 愛媛県今治市中寺279-1
TEL : 0898-33-3131
URL : <https://www.ja-ochiima.or.jp/saisai/index.php>
設立年月日 : 平成12年11月
出荷会員数 : 1,300名
事業内容 : 今治産農畜産物販売事業、
今治市産農産物を使ったスイーツや料理の提供、新規農業者育成、
食育活動、農商連携事業、6次化産業事業、新商品開発

■『今治ブランド戦略会議』とは

今治市は、今治タオルのブランド化による認知度向上やしまなみ海道の活用によるサイクリストなどの観光客数が増加により、注目を集めています。しかし一方で、各々が独自にプロモーションを行っているため、市全体の魅力やイメージの形成につながらず、若年世代の市外への流出が進むなど、若者を引き付ける魅力が十分に伝えられていないことが課題となっています。そこで2018年10月に、今治市長を会長とし、総合監修にクリエイティブディレクター佐藤可士和氏を迎えた「今治ブランド戦略会議」を設置致しました。

「今治ブランド戦略会議」とは、今治市が国際都市に向けて新たな一歩を踏み出すために、人や企業、組織、衣食住などのライフスタイル、スポーツや文化・デザインなど市内にある様々なコンテンツを一つの魅力ある“ストーリー”として取りまとめ、今治市の認知度や求心力を高める新たなブランドイメージを構築・発信することを目的としています。また、主要なコンテンツに関わる皆様にご参加いただき、戦略会議の場にてアイデアを出し合い、共創型今治モデルを形成することを目指しています。

この共創型を通じて、今治市への人の流れを作り、持続的な地域活性化を図ることができるような、味わい深く魅力的なマスターブランド（都市ブランド）を構築する今治ブランド推進事業を実施して参ります。