

平成 30 年度 学内研究助成金 研究報告書

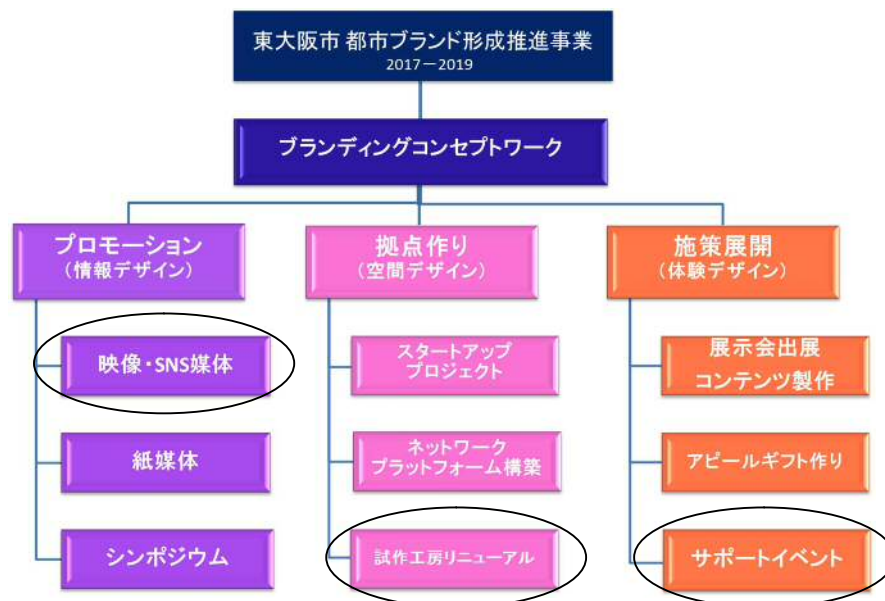
研究種目	<input type="checkbox"/> 奨励研究助成金	<input type="checkbox"/> 研究成果刊行助成金
	<input checked="" type="checkbox"/> 21 世紀研究開発奨励金 (共同研究助成金)	<input type="checkbox"/> 21 世紀教育開発奨励金 (教育推進研究助成金)
研究課題名	東大阪の都市ブランド形成—デザインのアプローチによる	
研究者所属・氏名	研究代表者：文芸学部:岡本清文 共同研究者：文芸学部:西野昌克、柳橋 肇、梅原宏司、後藤哲也、岩城覚久 理工学部:西藪和明 経営学部:芦塚 格	

1. 研究目的・内容

都市ブランディングに取り組んだ事例は数多くあるが、その多くは観光を目的としたものである。産業のための都市ブランディングの事例はまだ研究の余地を残している。
大学や学生が本研究に関わることにより、「町工場」のイメージを「クリエイティブなものづくり集団」に転換できれば、若い世代の働き方にも変化を与える。
東大阪市は、2019 年のラグビーW 杯地元開催に際し、観戦を中心とした国内外からの集客効果を、経済面と共に広報面として、「モノづくりのまち」の魅力を世界に発信する絶好の機会と捉えている。
この機を生かして、小型製造業の技術とその持続可能性を軸にした都市ブランディング形成の研究開発を行う。

2. 研究経過及び成果

初年度に行った市内企業へのアンケート調査及びヒアリング等のリサーチを元に、市内製造業の将来像アウトラインを導き出した。そのブランドコンセプトを基軸として、2018年度は下記タスク表の中の、映像媒体、試作工房リニューアル、サポートイベントを中心として研究開発を実施した。

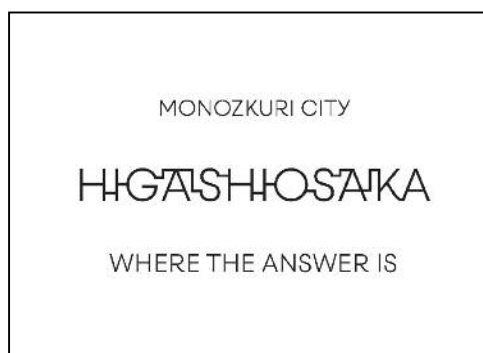


(1) プロモーション (情報デザイン) としてタグライン制作

初年度に開発した都市フォントを、情報として言葉に落とし込むことで、東大阪市のブランディング戦略のプロモーションツールを構築する。具体的には都市が世界に向けて発するメッセージ (タグライン) を創る作業である。大学とブランディングコンサルタントのコントラプンクトがコーディネーターになり、市内企業の代表者と市経済部によるワークショップ方式で言葉を紡ぎ出した。



ワークショップ



決定タグライン

(1) 拠点作り (空間デザイン) として試作工房リニューアルプロジェクト

利用度の少なかった東大阪市産業技術支援センターものづくり試作工房を、新しい都市ブランドコンセプトに則ってリニューアルした。各種加工機械を付帯した物理的な試作施設を廃し、デザイナーや学生など様々な人が集い、中小企業との交流によってデザインやアイデアが生まれるようなコミュニケーション空間に改修した。学生チームによるセルフビルド方式で企画・設計から施工まで行った。3月21日内覧会開催。4月15日オープニングイベント (野田市長来席、岡本、柳橋による基調講演)



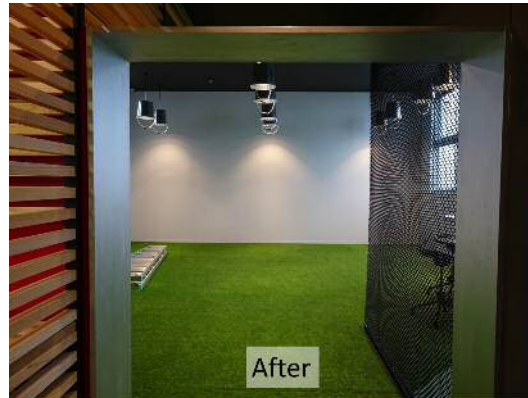
Before



After



Before



After

(2) 施策展開 (体感デザイン) サポートイベントとして、オープンファクトリーの企画実施
工場地域を擁する自治体が抱える課題として、住工共生問題がある。騒音や振動、匂いなど、工場から発する諸要素が近隣住民の苦情に繋がり、行政の環境対策などにも限界がある。都市ブランディングの視点から、工場と近隣住民とのコミュニケーションを図る事によって住工間に何らかの関係性を構築する仕組みを考えた。そのプロトタイプ事業として、オープンファクトリーをプロデュースした。オープンファクトリーは燕三条など各地で行われているが、東大阪市においては今まで皆無であった。今年度はまず企業を一社(株式会社盛光 SCM) 選定し、理解と全面協力を得て10月28日(日曜)10:00~15:30に開催した。

内容は、マルシェ、子供ラグビー教室、工場内ギャラリー、ワークショップ、ライブステージ、など盛りだくさんなメニューで、普段は見る事が出来ない工場内を一般に公開した。中でも意義深かったのが、社員が工場内の各種工程や加工技術などを案内して廻る場内ツアーである。子供から主婦まで多くの近隣住民が参加され、普段は見る事のない技法や工作機械を熱心に見学された。こういうイベントを通じて、今までは苦情の対象であった音や振動の発生源を知る事で、モノづくりを理解する一端に通じる。



モノづくりワークショップ



工場内ツアー

3. 本研究と関連した今後の研究計画

2019年は、ラグビーワールドカップ開催年として、世界から来場する人々をターゲットに、今まで積み上げてきた研究成果を実践応用する。

- 情報デザインとして作ったタグラインやプロモーション映像を効果的に発信し、東大阪の新しいイメージを世界に向け拡散する。また市職員の名刺や印刷物等紙媒体への都市フォント展開も試みる。
- 東大阪市のモノづくり技術を効果的に伝えるための展覧会企画を行う。従来的な技術展示ではなく、一般の方や諸外国の方にもインパクトを持って訴えかける方法をプロデュースする。
- 試作工房（SEED）は市議会による条例変更を経て、2019年4月より運用開始されるが、この施設内でプロトタイププロジェクトやワークショップ、シンポジウムなどを開催することで、プラットフォーム化を進める。学生のゼミを試作工房で行うなどいくつかの具体的計画がある。

4. 成果の発表等

発表機関名	種類（著書・雑誌・口頭）	発表年月日（予定を含む）