

HIGASHIOSAKA BRANDING WEBSITE

<https://www.techplaza.city.higashiosaka.osaka.jp/section/citybranding/>



MONOZUKURI CITY HIGASHIOSAKA

1

WHERE THE ANSWER IS

A A A A A A A A A A B B B B B B B B B C
C C C C C C C C C D D D D D D D D D E
E E E E E E E E E F F F F F F F F F G G G
G G G G G G G H H H H H H H H H I I
I I I I I J J J J J J J J K K K K K K K K
K K L L L L L L L M M M M M M M M
M N N N N N N N N O O O O O O O O
O P P P P P P P Q Q Q Q Q Q Q Q
Q R R R R R R R S S S S S S S S T
T T T T T T U U U U U U U U V V
V V V V V V W W W W W W W W X X
X X X X X Y Y Y Y Y Y Y Z Z Z Z
Z Z Z Z Z A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 * : ,
. ? " ' ; - () - \$ ¥ + - = % HIGASHIOSAKA

HIGASHIOSAKA BRANDING WEBSITE

<https://www.techplaza.city.higashiosaka.osaka.jp/section/citybranding/>



CREATORS

CASE 1:

HIGASHIOSAKA FONT

Kontrapunkt (Denmark), Tetsuya Goto (Kindai University)

CASE 2:

BRAND TAGLINE

MONOZKURI companies in Higashiosaka, The faculties of Kindai University, The officers of Higashiosaka City

CASE 3:

'SPIN THE GLOBE" animation

anata ga hoshii <Takuma Uematsu, Yuki Hayashi, Tadashi Kobayashi, Tetsuya Goto & Akihisa Iwaki>, Yuri Miyauchi, The students of Kindai University, Tetsuya Goto, Akihisa Iwaki (Kindai University)

CASE 4:

BRANDING WEBSITE

Kontrapunkt (Denmark), Ryuta Sakai, The students of Kindai University, Tetsuya Goto (Kindai University)

WHAT IS MONOZKURI?

First of all, 'mono' means things and 'zkuri' means producing; the equivalent of Monozkuri would be 'manufacturing,' yet in Japan it holds a unique concept. People engaged in Monozkuri pursue quality in products, such as productivity and precision. An additional, very important point is their thorough consideration towards users; the scene the product is used in and the role it plays are carefully weighed during the creation process. A common way of thinking in traditional Japanese culture is that a good soul resides in all carefully made products, and this also underlies our Monozkuri philosophy.

「モノづくり」とは、生産、製造に対する日本固有の概念で、製品の製造に当たって生産性や精度など物理的品質の追求にとどまらず、生産に係わる者がそれぞれの工程において、製品が使用されるシーン、役割を意識し、使用者への心配りをしながら作る製品の製造を指すものです。日本の文化にはモノには魂が宿るといった伝統的な考え方があり、これが生産理念の根底にあるものだと考えています。東大阪市ではモノづくりの英語表記「MONOZKURI」とし、世界へ認知を広げたいと考えています。

MONOZKURI CITY HIGASHIOSAKA WHERE THE ANSWER IS

1

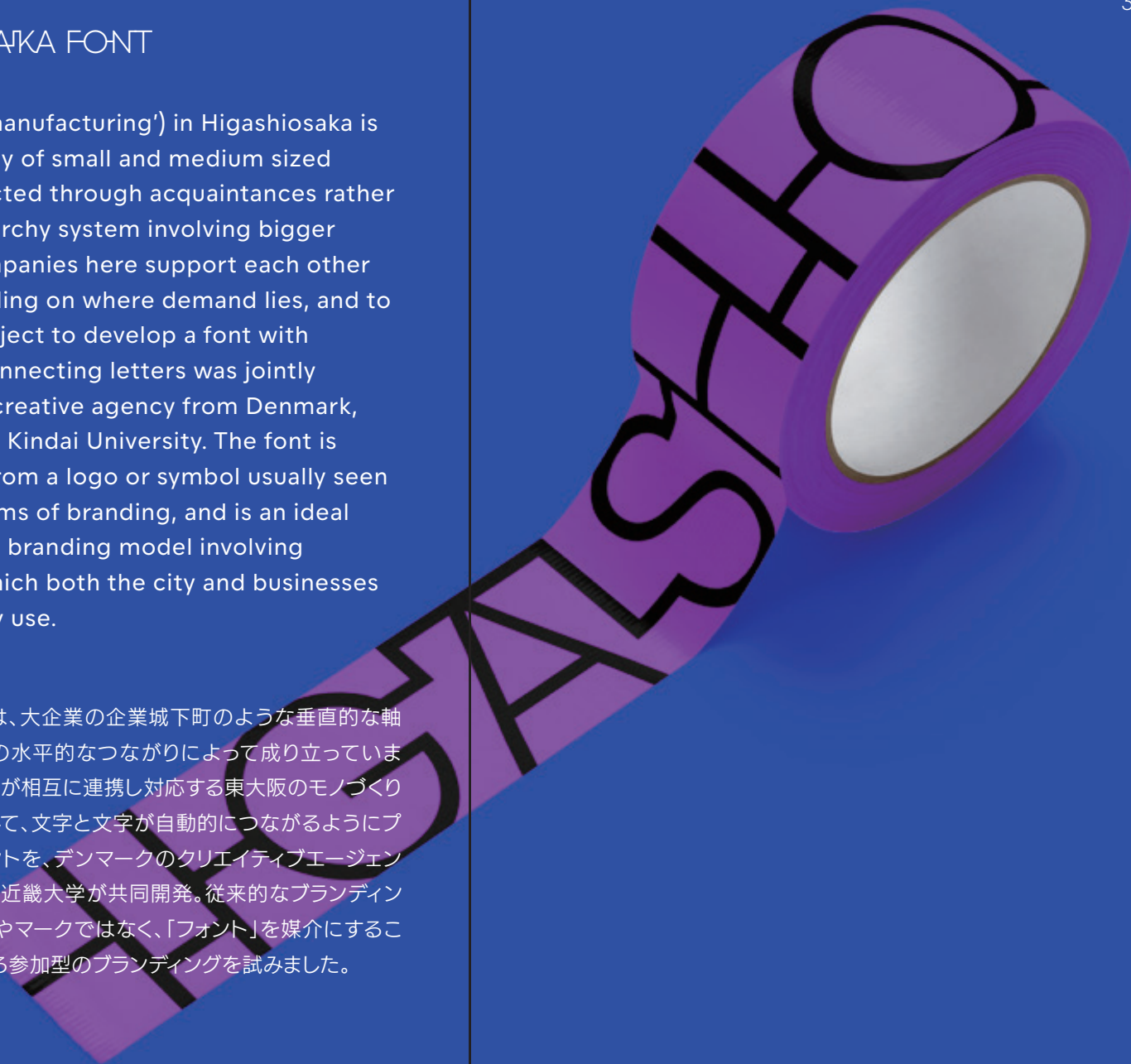
To those who are wondering what "Higashiosaka, Where The Answer Is" is all about, this pamphlet should answer your questions. Higashiosaka is known to most Japanese as a manufacturing city, but do you know what makes it different? The city of Higashiosaka started a city branding project in 2017 to promote Monozkuri City Higashiosaka internationally, involving Kindai University in its various schemes. This pamphlet should serve as a guidebook by walking you through each example.

「HIGASHIOSAKA, WHERE THE ANSWER IS (東大阪 それは「答え」がある場所)」……と聞いて「!?」と思ったアナタ、この冊子はその疑問に答える冊子です。東大阪がモノづくりのまちだということは、日本人にはよく知られた事実かもしれませんが、でも、どこが他のまちと違っているか、ご存知でしょうか？ 東大阪市では、「モノづくりのまち 東大阪」を世界に発信するため、2017年度から「都市ブランディングプロジェクト」に取組み、近畿大学と様々なコンテンツを制作してきました。本冊子は、その事例を紹介しながら、「モノづくりのまち 東大阪」をより知ってもらうためのガイドブックです。

CASE 1: HIGASHIOSAKA FONT

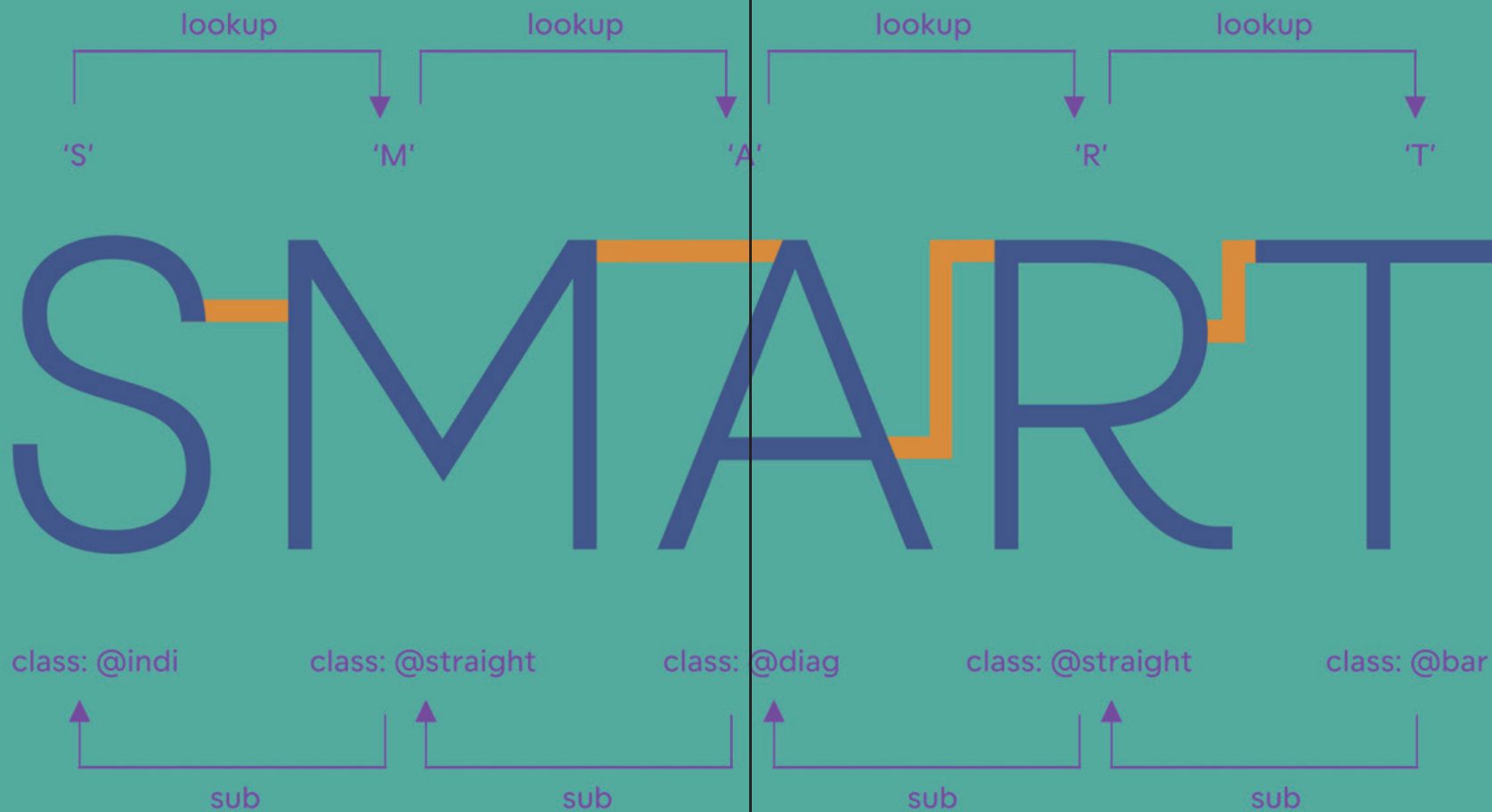
Monozkuri (or 'manufacturing') in Higashiosaka is comprised mainly of small and medium sized factories connected through acquaintances rather than an old hierarchy system involving bigger companies. Companies here support each other mutually depending on where demand lies, and to reflect this a project to develop a font with automatically connecting letters was jointly developed by a creative agency from Denmark, Kontrapunkt and Kindai University. The font is quite different from a logo or symbol usually seen in traditional forms of branding, and is an ideal experiment for a branding model involving participation, which both the city and businesses here can actually use.

東大阪のモノづくりは、大企業の企業城下町のような垂直的な軸を持たず、中小工場の水平的なつながりによって成り立っています。需要に応じて企業が相互に連携し対応する東大阪のモノづくりを表現するツールとして、文字と文字が自動的につながるようにプログラムされたフォントを、デンマークのクリエイティブエージェンシーKontrapunktと近畿大学が共同開発。従来のブランディングの代表であるロゴやマークではなく、「フォント」を媒介することで市や企業が使える参加型のブランディングを試みました。



p.4

CASE 1: HIGASHIOSAKA FONT



A movie showcasing the font's features was created. It has been made publically available on the branding website.

フォントの特徴を伝えるムービーも作成。ブランディングウェブサイトで公開しています。

<https://www.techplaza.city.higashiosaka.osaka.jp/section/citybranding/voice/>



p.5

CASE 2: BRAND TAGLINE

"Where The Answer Is" is Higashiosaka City's branding tagline (a type of brand catchphrase), and took shape in a variety of workshops held with Monozkuri businesses active within the city itself, faculty from Kindai University and personnel from the Higashiosaka City office. Higashiosaka has a Monozkuri image of having a positive attitude towards unheard of business orders and craftsmen with so much experience they can make things without diagrams. In an attempt to capture this, a line from the workshop was jotted down, "Higashiosaka has a Monozkuri solution for even the most difficult challenges," and the tagline "Where The Answer Is" was born.

「WHERE THE ANSWER IS」は、東大阪市内で活動するモノづくり企業と近畿大学教員、そして東大阪市の職員により複数回にわたって開催されたワークショップから生まれた東大阪の都市ブランディングのタグライン(ブランドのキャッチフレーズ)です。「これまでにない依頼にも積極的にトライする姿勢がある」、「図面がなくてもつくれる職人の経験がある」などの東大阪のモノづくりのイメージを、「どんなに難しい課題でも東大阪のモノづくりに答えがある」＝「答えがある場所」というタグラインに落とし込みました。



p.8



A workshop exploring city representation of Higashiosaka with the photographer, Gottingham. A record and analysis was made of places with Monozkuri roots, such as Ishikiri Shrine.

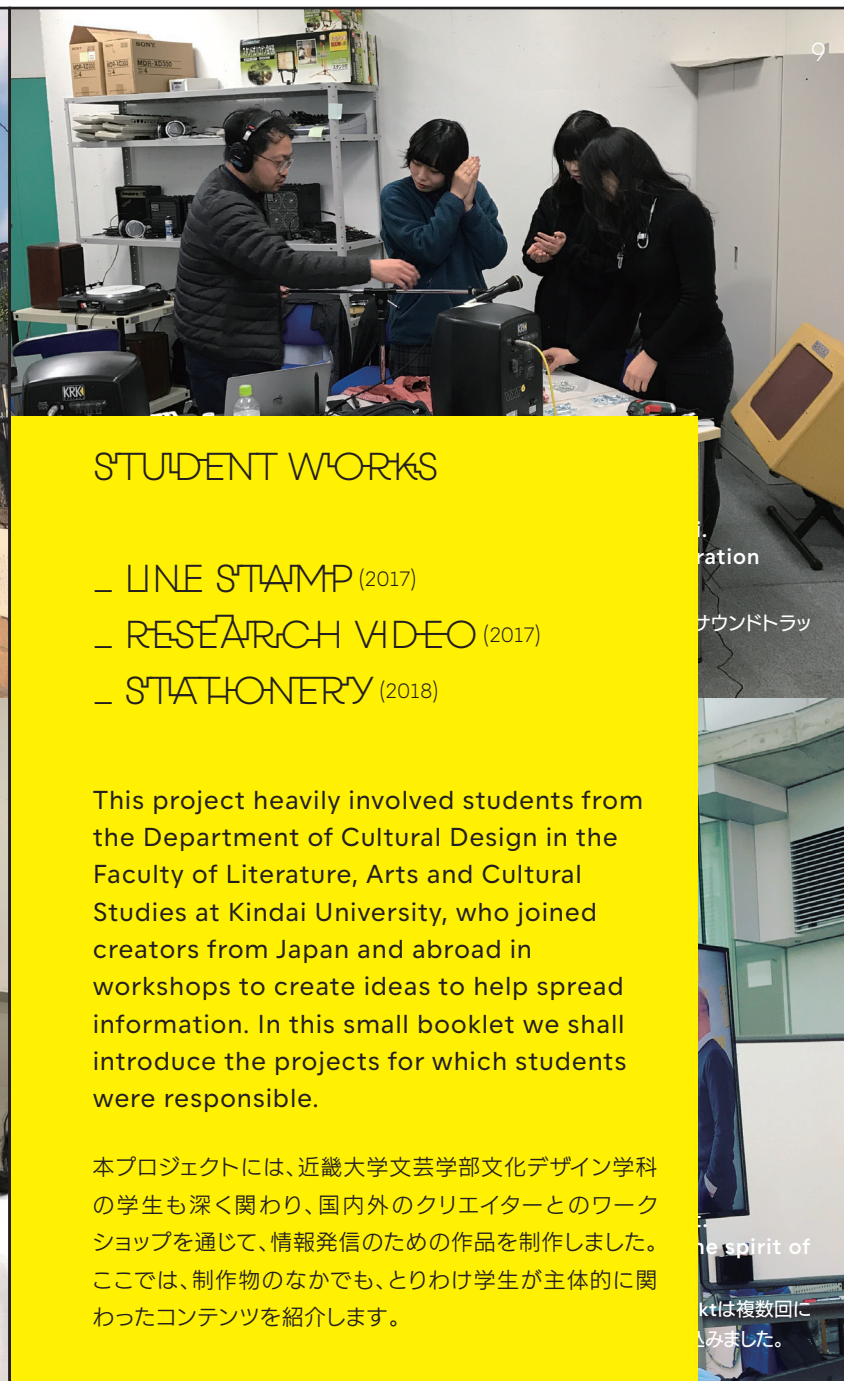
写真家Gottingham氏による東大阪の都市表象を探るためのワークショップ。水車や石切神社など、モノづくりのルーツとなる場所を記録して分析しました。



A film making workshop with the art unit Anata Ga Hoshii. Students acted out the scenes and created a rotoscope style animation (where images from actual footage are traced and animated).

アートユニット「あなたがほしい」による映像制作ワークショップ。実写を撮影し、それをなぞるロトスコピーという技法を用いてアニメーションを制作しました。

p.9



STUDENT WORKS

- _ LINE STAMP (2017)
- _ RESEARCH VIDEO (2017)
- _ STATIONERY (2018)

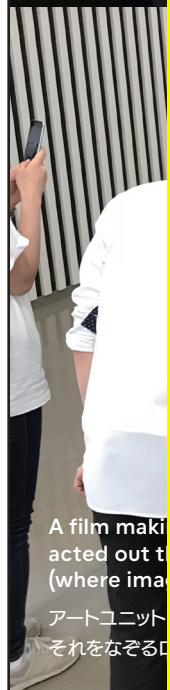
This project heavily involved students from the Department of Cultural Design in the Faculty of Literature, Arts and Cultural Studies at Kindai University, who joined creators from Japan and abroad in workshops to create ideas to help spread information. In this small booklet we shall introduce the projects for which students were responsible.

本プロジェクトには、近畿大学文芸学部文化デザイン学科の学生も深く関わり、国内外のクリエイターとのワークショップを通じて、情報発信のための作品を制作しました。ここでは、制作物のなかでも、とりわけ学生が主体的に関わったコンテンツを紹介します。

p.8



A workshop
the photog
of places w
写真家Gotth
石切神社など



A film maki
acted out t
(where ima
アートユニット
それをなぞるD

LINE STAMP

部品が世界をつないでる。



Unsung industrial parts are Higashiosaka's principal products; they were given characters and now feature as a LINE stamp set to help build familiarity (search for the Higashiosaka Buhin Gumi). Design: Kureha Terada

縁の下の力持ち的存在の東大阪の主要な製品「工業部品」をキャラクター化し、より親しみをもってもらうためのLINEスタンプ「ひがしおおさかぶひんぐみ」をデザインしました。デザイン: 寺田くれは

RESEARCH VIDEO



Before content initiatives began for the city branding, a photography tour of Higashiosaka was held and research was conducted into city representations. The photographs were converted to a slideshow and animated. Guest lecturer: Gottingham.

都市ブランディングのコンテンツ制作に取り掛かる前に、東大阪市内を撮影して巡り、都市表象(≒都市のイメージ)をリサーチ。撮影した写真をスライドショー形式で映像化しました。ゲスト講師はGottingham。



p.9



ation

サウンドトラッ

the spirit of

ktは複数回に

みました。

p.8

WORKSHOP

A workshop
the photog
of places w
写真家Gotth
石切神社など

STATIONERY

東大阪 太郎
HIGASHIOSAKA
Higashiosaka City, Higashiosaka Department of Higashiosaka City
東大阪市長官舎ビル3F301号室
TEL: 047-4521 (東大阪市長官舎ビル3F301号室) TEL: 047-4521-0000 (東大阪市長官舎ビル3F301号室)
TEL: 047-4521-0000 (東大阪市長官舎ビル3F301号室)

Higashiosaka city's stationery, including business cards, envelopes and clear files, were designed using the Higashiosaka font. The reverse side of the business cards uses an initial from the person's name; words start to take shape when various cards come together. Design: Mami Nishiaki

東大阪フォントを用いた東大阪市のステーショナリー(名刺、封筒、クリアファイル)をデザインしました。名刺の裏面に各人の頭文字を大きく配置することで、他の人とつないで単語をつくることができます。デザイン: 西明真弥

A film making
acted out t
(where ima
アートユニット
それをなぞるD

p.9

Composition workshop with the musician, Yuri Miyauchi.
The soundtrack for Spin The Globe was made in collaboration between students and Yuri Miyauchi.
音楽家の宮内優里氏による作曲ワークショップ。「SPIN THE GLOBE」のサウンドトラックは学生と宮内氏とのコラボレーションにより生まれました。

A design workshop for a branding site with Kontrapunkt.
They visited Higashiosaka for a few times and applied the spirit of Monozukuri in Higashiosaka to the branding.
Kontrapunktによるブランディングサイト制作ワークショップ。Kontrapunktは複数回にわたり東大阪を訪れ、東大阪のモノづくりの精神をブランディングに落とし込みました。

CASE 3: ANIMATION 'SPIN THE GLOBE'

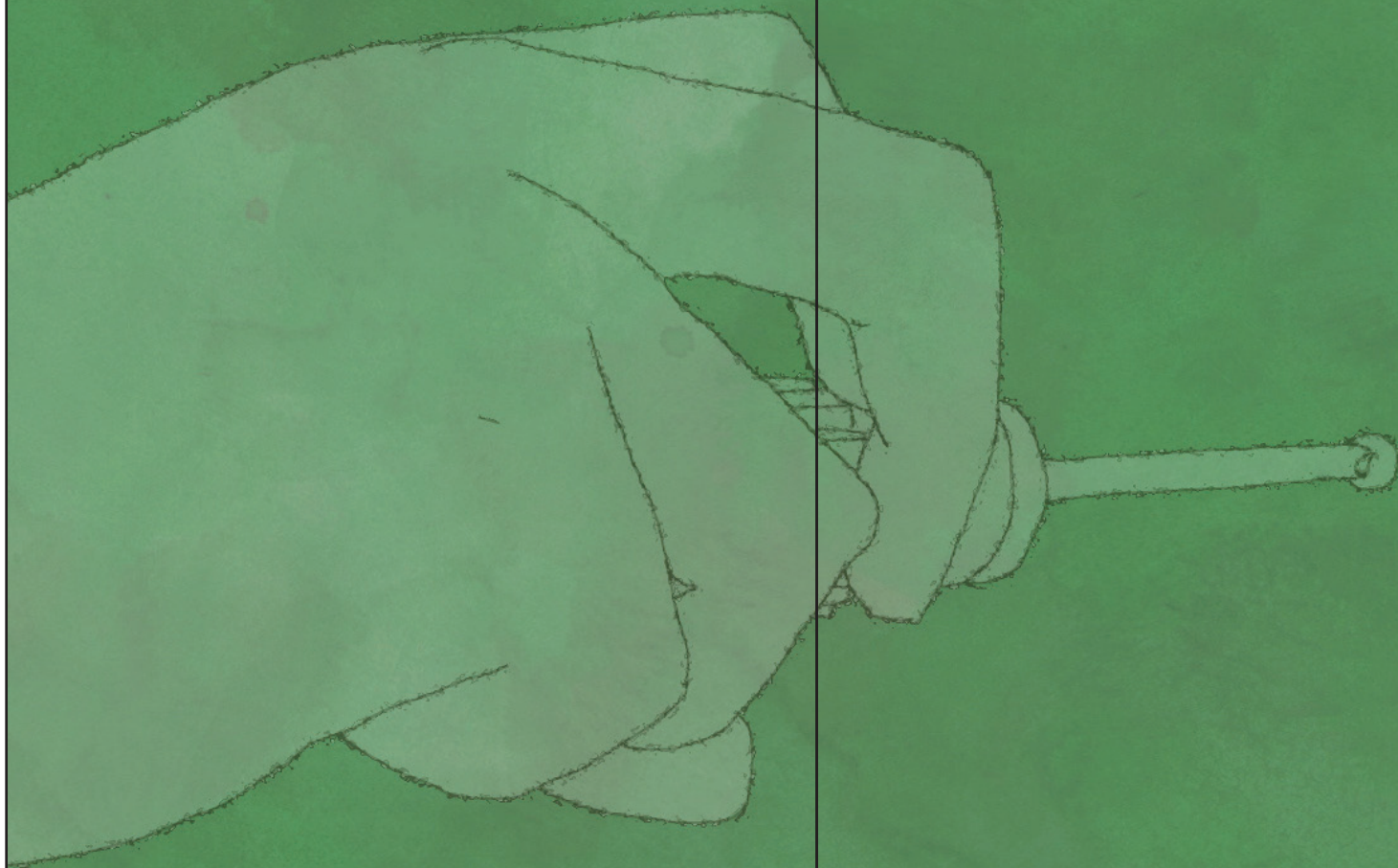
An animation was created featuring a screw—a figurative motif representing industrial parts found in cars, trains, airplanes and satellites—many of which are produced in Higashiosaka and are an integral part of our daily lives. We rarely see these parts performing their thankless duties (even though they help to move the world; this is how Monozukuri in Higashiosaka connects everyone) and so the screw is shown as turning. A stop-motion film was created using sketches of the screw turning. Students from Kindai University drew thousands of frames in order to create this animation. A well-known invention is shown at the end: the conveyor-belt sushi (though not many know it was invented in Higashiosaka).

わたしたちの生活に欠かせないモノ——車から列車、航空機、そして人工衛星まで——に使われる東大阪の工業製品を代表する比喩的なモチーフとして、ネジを主役に据えたアニメーション作品を制作しました。普段は目にすることが少ない縁の下の力持ちである部品たちが、世界を動かしている(≡東大阪のモノづくりが世界をつないでいる)ことを、ネジとその回転運動を用いて表現しています。制作には、実写をなぞって描くロトスコープという手法を採用。近畿大学の学生たちが、実際に演技をし、それを何千枚も描画することでアニメーションに仕上げました。ラストには、東大阪発祥のあの(回転する)食べ物が登場します。



p.12

CASE 3: ANIMATION 'SPIN THE GLOBE'



Spin The Globe is available to watch on YouTube. In addition, it is shown at an international short film festival.

「SPIN THE GLOBE」はYouTubeで公開されています。また、国外での短編映画祭にも出品しています。

<https://www.youtube.com/watch?v=xw1MG66lnKQ>



p.13

13

CASE 4: BRANDING WEBSITE

To bring Monozkuri City Higashiosaka to the world, a branding website bringing together the different ideas for this project was created. An appropriate website plan showcasing a city branding project was created through a workshop with the font's co-producers Kontrapunkt (from Denmark) and students from Kindai University. The website was created using the visual motif of 'roads' as connecting Higashiosaka Monozkuri with the world online; an image was used of the spectacle seen from a drone hovering over Higashiosaka Junction. The site acts as a way to creatively convey the idea of Monozkuri City Higashiosaka and also as a mechanism to create a Higashiosaka Monozkuri network.

「モノづくりのまち東大阪」を世界に発信するため、本プロジェクトで制作したコンテンツをまとめたブランディングウェブサイトを作りました。フォントを共同制作したデンマークのKontrapunktと近畿大学の学生がワークショップを通じて、都市ブランドプロジェクトにふさわしいウェブサイト进行を企画。東大阪ジャンクションをドローンで上空から見たような風景をイメージし、東大阪のモノづくりがインターネットを通じて世界とつながっていくことを「道」をモチーフに表現したウェブサイトを制作しました。「モノづくりのまち東大阪」をクリエイティブに発信しながら、東大阪のモノづくりネットワークに接続するための仕組みを兼ね備えています。

MONOZKURI CITY HIGASHIOSAKA WHERE THE ANSWER IS

The Heart of Monozkuri ,
the Spirit of Japanese Manufacturing

Monozkuri is a unique word used to describe Japanese craftsmanship. Along with manufacturing, it means the spirit of developing methods of making better products. In other words, monozkuri is an approach and an attitude. The city of Higashiosaka, which borders Osaka to the east, has been a preeminent center for monozkuri for over three centuries.



<https://www.techplaza.city.higashiosaka.osaka.jp/section/citybranding/>

