

CMO補佐官就任記者会見

令和8年4月2日(木)

1. 伊丹市都市ブランド戦略事業
2. CMO補佐官前田 高志氏の紹介
3. 事業の実施方針

伊丹市都市ブランド戦略事業

クリエイティブディレクターの役割と価値

経営視点を併せ持つ
専門人材を登用します



1 事業概要

“住み続けたい”をデザインする

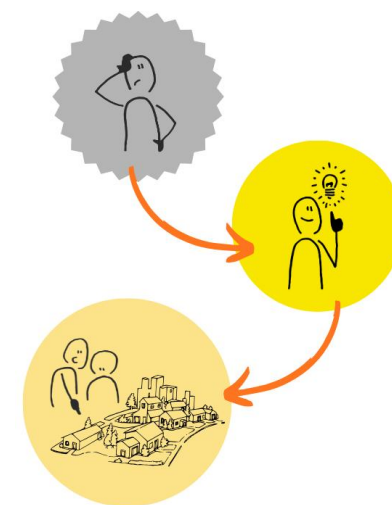
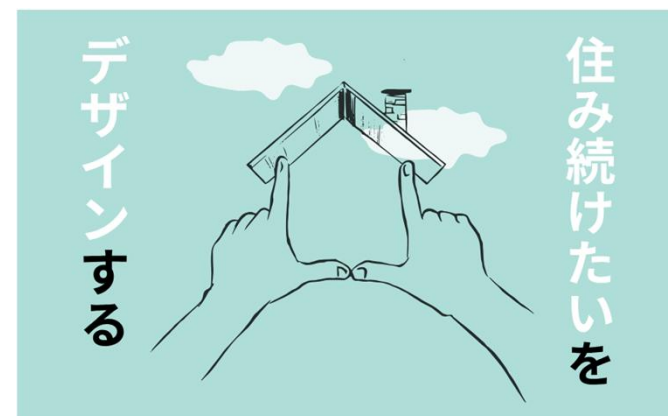
将来にわたり住み続けたいまちをデザインし、市民の愛着を高めるとともに、関係人口の増加につなげ、定住を促進し、本市の人口減少抑制を図るため、経営視点を併せ持つ専門人材（CMO補佐官）を登用する。

2 背景と課題

- ① 人口減少下で「選ばれるまち」となるためには、本市の魅力や住みやすさを定義し、ブランド化することが必要。
- ② 近隣自治体とも差別化した一貫した広報デザインによって、市民や市外在住者に共感や拡散されることが必要。
- ③ ブランディングから広報、シティプロモーションなどの広範多岐に亘る取組全体を客観的に統括する視点が必要。
- ④ 市職員の広報マインドと市民や地域全体から発信する広報力において、一貫したデザイン力向上が必要。

3 事業化の契機

本市の有する魅力のブランド化に向けて、パーパスの策定をはじめ、ブランド戦略及び広報戦略の策定に取り組んでいます。それらの効果を最大限に高めるためには、それらを統括し、まちの未来と魅力を戦略的にデザインできる専門人材が必要である。



CMO補佐官 前田 高志氏の紹介

伊丹市出身、在住！
伊丹愛に溢れた方です！

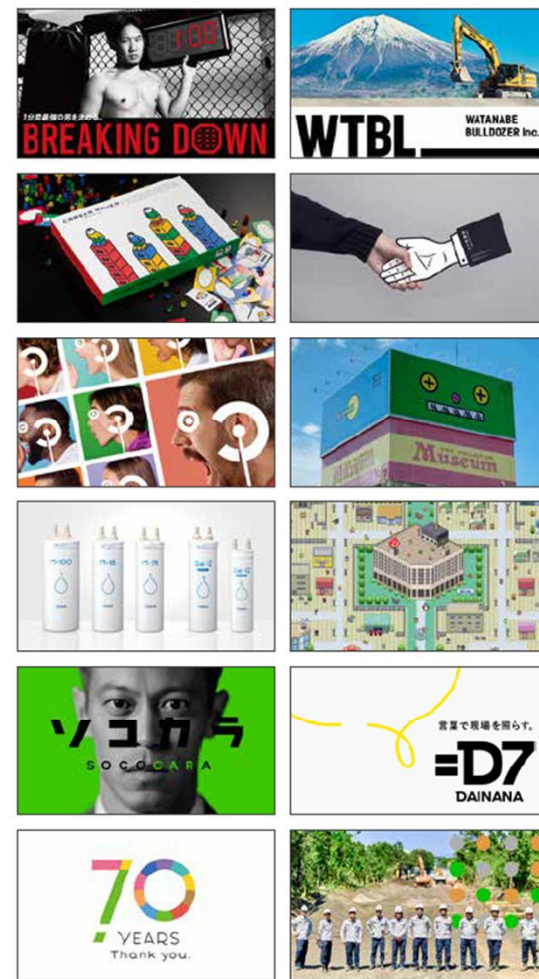


前田 高志

Takashi Maeda

株式会社NASU 代表取締役／クリエイティブディレクター
アートディレクター／グラフィックデザイナー／マエデ 室長
広島工業大学客員 教授

1977年伊丹市生まれ。現在も伊丹市在住。大阪芸術大学デザイン学科卒業後、任天堂株式会社へ入社。企画部に配属。約15年グラフィックデザイナーとして、宣伝・広告のグラフィックデザインに携わったのち、父の病気をきっかけに独立を決意。2016年2月からNASU(ナス)という屋号でフリーランスとしてスタート。NASUとは、デザインで成(為)すの意。同年4月から専門学校HALにて非常勤講師に。2017年から大阪芸術大学非常勤講師に(現在はいずれも退任)。2024年から広島工業大学に客員教授に就任。2018年、自身のコミュニティ「前田デザイン室」を設立。同年6月NASUを法人化。主な仕事に「BreakingDown」、Panasonic「CHEERPHONE」、東京建物「8go」、松谷科学工業「ビル広告」など。



著書



事業の実施方針

CMO補佐官の主な役割(クリエイティブディレクター)

- 1 ブランド戦略策定に関する助言・支援
- 2 シティプロモーション活動に関する助言
- 3 広報戦略策定に関する助言及び実行支援
- 4 都市ブランドにおける一貫性あるメッセージ設計
- 5 庁内浸透及び体制整備に関する助言
- 6 議会、経営層、職員等の意識醸成（研修講師等）

