

協議会の愛称について

1. 協議会の愛称、ロゴマーク、キャッチフレーズ等について

過年度までに、本協議会の名称が長く分かりづらいなどの意見が委員より挙げられていたことから、本協議会及びその取り組みをより広く普及啓発するために、愛称、シンボルマーク、キャッチフレーズ等の作成を検討する。

●愛称

親しみを込めて呼ぶ名称のこと。長い、漢字が多いなど、分かりにくい名称を、端的に短くすることが多い。

例)

正式名称	愛称
南畑地域活性化協議会	南畑ぼうぶら会議
NHK教育テレビジョン	Eテレ
青少年のための宮城県民会議	とらいゆ〜す MIYAGI (公募)
持続可能な開発のための教育 (ESD)	今日よりいいアースへの学び (公募)

●ロゴマーク

一般的に、シンボルマークやロゴタイプなどを単体もしくは一体化させたものをロゴマークと呼ぶ。

例)

正式名称: 生物多様性条約第10回締約国会議・カルタヘナ議定書第5回締約国会議

ロゴマーク



シンボルマーク

いのちの共生を、未来へ
COP10/MOP5 愛知-名古屋 2010

キャッチコピーのロゴタイプ
愛称のロゴタイプ

●ロゴタイプ

名称の名前をロゴ化したもので、文字を使って簡潔に象徴的に表現した文字のこと。

例)



農林水産省



●シンボルマーク

団体等を象徴的に表現したマークのこと。名刺、封筒、パンフレット、ホームページなど視覚ツールに用いる。

例)



瀬戸内ブランド推進協議会



南畑地域活性化協議会



長野県小諸市
地産地消推進
協議会

●キャッチフレーズ

宣伝・広告などで、人の心をとらえるように工夫された印象の強い文句。うたい文句。

→それぞれのプロジェクトごとに制作し、ロゴマークとともに活用。

キャッチフレーズ	事業者主体
地球のいのち、つないでいこう	環境省自然環境局
元気ハツラツ！オロナミンC	大塚化学薬品
ミルキーはママの味	不二家

2. 愛称、ロゴマークの検討

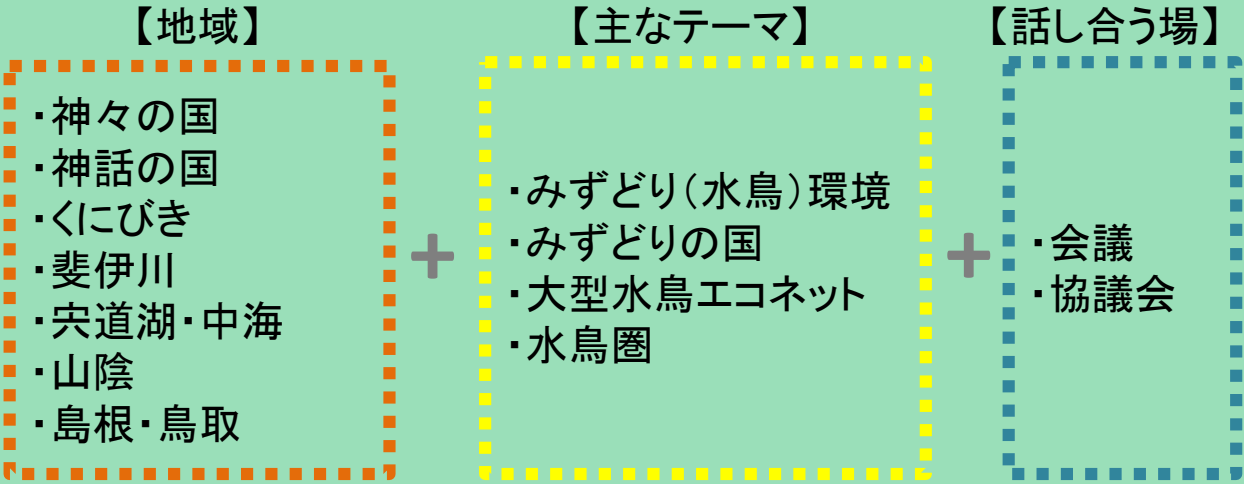
協議会の愛称及び、ロゴマークについて、以下の観点より案を数点作成し、委員にヒアリングを行った。

◆活用方法 ロゴマーク(シンボルマーク+愛称)を活用することで協議会の活動意義や各主体の取組みを広くPRする。

- 各主体のイベント等の広報資料に掲載する
- 委員の方の名刺に掲載する
- ステッカーを作成し、イベントで参加者や子どもたちに配布する
- スタンプを作成し、スタンプラリーやポイントカード等に活用する
- 開発した商品やグッズに掲載する
- 農作物の認証マークに使用する
- 連携団体の紹介パンフレットやウェブサイトに掲載する
- ウェブサイト、アプリ制作時のアイコンとして活用する
- ピン、ステッカーなどロゴマーク自体をグッズにする

◆愛称案

- 【地域】+【主なテーマ】+【話し合う場】で表現
- 印象に残りやすい言葉
- イメージしやすい
- こどもにもわかりやすい
- 全国的に通用する
- 硬過ぎない
- 歯切れよく伝わる語感
- 耳ごこちの良いリズム



- 候補案
- | | |
|---------------|------------------|
| ・神話の国みずどり環境会議 | ・斐伊川大型水鳥エコネット協議会 |
| ・山陰水鳥圏会議 | ・島根・鳥取みずどりの国協議会 |

◆委員のコメント

- 全て漢字なのは読みづらい。
- 神話というと、出雲というイメージが強い。
- 全国的な知名度は「出雲」、「神話」が高いのではないか。
- 「神話・くにびき」は、米子でも同じ文化圏なので違和感はない。
- 斐伊川やくにびきは、認知度が低いのではないか。
- 島根・鳥取、山陰だと、範囲が広くなりすぎる。
- 正式名称を今後も使用するなら、同じ文言を使った略称の方がよい。

◆ロゴマーク(愛称はイメージ)



山陰水鳥圏会議



神話の国
みずどり環境会議

