

愛称・シンボルマークの選定について

1. 愛称、シンボルマークの作成に係る2018年度の検討

本協議会の名称が長く分かりづらい等の意見が、第2回地域づくり部会(2016年12月開催)において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を実施

●愛称、シンボルマークの候補案の検討について

協議会の愛称及びシンボルマーク(ロゴマーク)の候補案の検討を行い、第6回協議会(2019年2月4日)に諮った。

※第6回協議会 資料7から抜粋

◆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り組みを広く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
- イメージしやすい
- 子どもにもわかりやすい
- 全国的に通用する
- 硬過ぎない
- 印象に残りやすい言葉
- 歯切れよく伝わる語感
- 耳ごこちの良いリズム

【地域】

・神々の国
・神話の国
・くにびき
・斐伊川
・宍道湖・中海
・山陰
・島根・鳥取

【主なテーマ】

・みずどり(水鳥)環境
・みずどりの国
・大型水鳥エコネット
・水鳥圏

【話し合う場】

・会議
・協議会

候補案

・神話の国みずどり環境会議
・山陰水鳥圏会議

・斐伊川大型水鳥エコネット協議会
・島根・鳥取みずどりの国協議会

◆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



神話の国
みずどり
環境会議



神話の国
みずどり
環境会議

●第6回協議会に各委員からの意見

- 流域の取り組みであることが、うまく形にできると、取り組みを共有する上でのベースとして役に立つ。
- 圏域図を見ると、宍道湖と中海が眼で、両側に角がついた鬼の顔や龍の顔のようにも見える。
- 単に水鳥をマスコットにするのではなく、圏域を象徴させるということが大事。斐伊川の水系によって鳥取県も島根県も一体となって圏域を形成しているという点に価値がある。
- 産業界やマスコミの協力をいただきながら全体で公募をかけるという方法も、地域の盛り上がりにつながるのではないかな。

2. 2019年度における検討

●作成方針の再検討

- ・第6回協議会での意見を踏まえ、愛称・シンボルマークの作成の方針について再検討を行うこととした。
- ・昨年度、愛称・シンボルマークに関する議論を実施した第1回地域振興ワーキングの出席者及び協議会長と意見交換を実施。
- ・意見交換の結果を踏まえ、
「専門のデザイナーに候補を作成してもらい、多くの人が参加する投票等の手法により選定を行う」という方針で検討を行うこととした。

◆意見交換での主な意見

地域振興ワーキング出席者：

- ・ 公募も良いが、経験上、あまり良いものが得られない恐れあり。特に、生態系ネットワークのような難しいテーマのものを、一般公募しても質・量ともに十分なものは得られにくい。
- ・ 公募に費やす労力を考えると、予算の範囲はあると思うが、専門のデザイナーに頼んだ方が結果として良いものができるのではないかな。
- ・ 良いシンボルマークができれば、SDGsのピンバッジのように強力な広報ツールとなる。

協議会会長：

- ・ 専門のデザイナーに依頼する方式で良いと思う。
- ・ 選定を通して、一般の方々に認知してもらうために、投票方式と組み合わせてはどうか。プロに案を複数作ってもらうという段階と、その中から投票等の形で多くの方に関わってもらうという、二つのプロセスがあると望ましい。

●第2回地域振興ワーキングでの議論

地域振興ワーキングにおいて、新たな選定手法の方針について議論を行い、ワーキングの方針案を作成した。

■ 地域振興ワーキング 選定方針案

◆ 愛称、シンボルマークの選定手法の方針案

- ① 圏域に所在するデザイン会社から候補を数社選出する。
- ② ①で選出したデザイン会社中から1社を選定し、複数のデザイン案を制作する。
- ③ ②で製作した複数のデザイン案の中から、投票等で、デザイン1点を決定する。

選定フロー案

(1) デザイン会社候補の選定

ホームページや地域振興ワーキングメンバーへのヒアリングを通じて情報収集を行い、圏域内を対象に、愛称およびシンボルマークの作成依頼先候補を抽出。交渉を行うデザイン会社については地域振興ワーキングで協議・検討の上決定する。

(2) デザイン会社の決定

(1)の結果に従って作成を依頼する会社を決定する。

(3) 愛称・シンボルマーク候補の確認

愛称・シンボルマークは複数案を作成する。地域振興ワーキングで方向性に問題がないか確認する。

(4) 愛称・シンボルマーク候補の一般投票と集計

愛称・シンボルマーク候補について、一般投票を行い、投票結果を集計する。

(5) 投票結果を踏まえた議論と、愛称・シンボルマークの決定

集計結果を元に、地域振興ワーキングにおいて議論を行い、愛称・シンボルマーク候補を選定する。
同ワーキングにおける議論の結果を協議会会長に報告し、愛称・シンボルマークを決定する。