



シンボルマーク & ロゴマーク 入賞の秘訣

採用作品から
探る!

構成/山本竜也 デザイン/サトウサエ

「なぜ、公募を開催するか？」
その意味を考えて応募しよう

シンボルマーク公募が最も盛んに行われたのは、2000年代中期。当時は、市町村の合併が各地で行なわれ、それに伴う新しい市章、町章の一般公募が盛んに行われた。2010年を過ぎると、市町村の合併、整備は一段落したものの、地方自治体の開催によるシンボルマーク&ロゴマークの公募は、安定した数をキープしながら全国で行われている。変わってきたのはその内容だ。

市章や町章といった、「それ以降、長年使われていくもの」の公募開催数は現在、やや落ち着きを見せている。代わりに、自治体やその周辺団体が社会的な運動を推進するにあたり、シンボルとなるマークやロゴを一般公募するケースが増えている。これらは、その計画が長くても数年だったり、同時期にさまざまな運動が平行して進んでいたりするので、これからもある程度の数は期待できるだろう。

シンボルマーク&ロゴマークの公募がなぜ、地方自治体のみならず一般の団体や企業、教育機関などからも開催を好まれるのか。それは、2000年代中盤の新しい市町村の市章、町章公募において、応募のリアクションの良さに端を発しているのかもしれない。応募作品の数が、予想より多かったのはもちろんだが、応募作品のさまざまなイメージを見て、「われわれの団体や活動は、こんなイメージで捉えられているのか」と開催者側が認識できる、ある意味マーケティング的なスタンスも開催理由に含まれているからかもしれない。実際、主催者を取材すると、そうした「意義」を大切にしているという声は少なくない。

ここに
ヒントが
ある!?

2011
シンボルマーク&ロゴマーク公募
受賞作品





**大切なのは視点と主張
プロ相手でもあきらめないこと**

シンボルマーク&ロゴマーク公募の現状に話を移そう。前述したように現在、開催数は年による上下はそれほどなく、常にある程度の数がキープされている。賞金レベルは、最も盛んだった頃に比べるとやや下降気味。3万〜10万円が最も多いゾーン。最も高いレベルで30万円といったところだろう。

ただし、チャンスは最盛期よりも確実に増えている。そう言われるのは、近年はこのジャンルの個々の公募の応募数が絶対的に減少しているから。最盛期には、人気の公募なら2000超は当たり前、5000を超えるものも少なくなかったが、現在は、応募数が1000を超えるものは数える程度。賞金のレベルにもよるが、400〜700の間が最も多い。

ライバルは多くない。そして作品を、より「見てもらえる」ことは間違いない。だからこそ、主催者が求めている「開催の意味」をしつかりと理解することが大切なカギと言える。主催者はどんな団体なのか？ その活動でどんなことを訴えたいのか？ まずはそれを知ることから始めたい。その上で、

「あなた方の活動を、私はこんなイメージで捉えています」という主張。それをわかりやすく伝えられ、それが主催者の求めるものと合致すれば、入賞の確率は飛躍的に高くなるに違いない。

「シンボルマーク」と「ロゴマーク」の違いは、「ロゴマーク」には必ず文字が入っている、という程度。どちらにしても本音を言えば、多少値は張っても、著名なデザイナーやイラストレーターに発注した方が主催者はラクだ。それでも公募を開催するのは、一般からのさまざまな「視点」と「主張」が見たいから。

もちろん、応募者にはプロのデザイナーやイラストレーターも多いジャンルだが、「どうせプロには勝てない」とあきらめてしまうのは絶対に早計だ。



ポ

イ

ン

ト

とは？

テーマに沿った作品作りで、見事に賞をゲット！するために必要なのはどんなこと？
募る側、受賞した側それぞれに、そのポイントを聞いてみました。

グローバルな感覚と イベントの目的への理解度

「北海道ガーデンショー」は、北海道内各地で豊かな「北海道の庭園文化」が育まれていくことを目指して、6月2日から清水町「十勝千年の森」で開催される。そのロゴマーク募集は昨年夏行われた。

主催の北海道ガーデンショー実行委員会事務局長、佐藤真康さんに聞いた。

「当初は、地元デザイナーにロゴ制作の依頼をしたんです。さんざんブラッシュアップもして、いい作品にはなつたんですが、そうなることさらにいいものが見えてみなくなつて。それで思い切つて公募に踏み切りました。こちらとしては賞金もちよと頑張つて(笑)。

賞金のレベルもあつて、全国のプロのデザイナーさんからたくさん応募をいただきました。みなさん、さすがに作品自体のレベルは高いのですが、イベントの趣旨をご理解いただいていないように見えるものも少なくなくなつたですね。約9000点の応募を、1次で100まで絞り、2次で30まで、3次で5作品に絞り、最終審査。最終に残つたのはみなさん30代の方でしたが、小学生から80代の方まで幅広くご応募いただきました。

選ばれた富田さんの作品は、イベントへの理解が深かつたことと、全体のバランスの良さ。そして何よりグローバルなセンスに、すごく才能を感じました。北海道の方だったのは本当に偶然。ロゴマークは名刺、ポスター、パンフなどに使用していますが、とても好評です。海外からの応募も多かったこの公募。入賞のキーワードは、「グローバル性」と豊かな北海道の自然への「理解度」だったようだ。



制作意図

「北」という文字をデザインに取り込んだ。「北」は、広大で豊かな自然を有する北海道の頭文字であると同時に、北方の風土を意味する。また、漢字を取り入れることは国際的な認知もふまえた特色となると考えた。花や小鳥、根、蔦、枝、小径のような、様々な自然の要素をとり入れた親しみやすい手描き風のロゴをデザインした。

北海道ガーデンショー ロゴマーク(シンボルマーク)

公募データ

●募集内容●

本年6月から4ヶ月間にわたり開催される「北海道ガーデンショー」のロゴマーク(シンボルマーク)を募集。

●応募総数●

886点

●賞●

入賞1点=賞金30万円

受賞者の声

人と人との、境のない自由な
繋がりを表現したかった

富田哲司さん 北海道
ヴィジュアル・アーティスト

私にとって「庭」は、人の手でデザインされてはいるが、自然と地続きであるもの。それは様々な要素が複雑に絡み合いながら繋がっています。ガーデンショーの開催によつて人と人の繋がりを生み、境界を持たない自由がある場となつてほしいという思いを込めました。

普段は映像製作、舞台美術などを中心に札幌で活動しています。こうした公募への応募はあまりしたことがありません。自分にとっては、意義のあるイベントに参加できた、新しく楽しい挑戦でしたね。

入賞の

事例から探ってみる!

使いやすさと親しみやすさは ロゴ・シンボルの重要課題

国内で初めて世界農業遺産に認定された「能登の里山里海（石川県羽咋市以北の能登半島の里山里海）」。その浸透と、次世代へ引き継ぐ機運を推進することを目的として、世界農業遺産活用実行委員会が昨年11月を締め切りにロゴマークを募集した。委員会の石川県環境部里山創成室専門員、土田ちえ子さんに話を聞く。

「100点ぐらいを予想していたので、応募数の多さには驚きました。選考にあたり、特に重視したのは、『能登の里山里海の意味が込められているもの』、『印象に残るもの』、『世界農業遺産にふさわしい格調があること』の3点。審査員5名が1次で23作品、2次で6作品まで絞り、最後は、能登の8市町が、6作品の中で良いと思う作品に投票し、最優秀作品1点を選定しました。

『里山と里海』がテーマということで、山と海の風景をデザインした作品が多かった中、山と海を人で表現した受賞作品は斬新であり、元気な里山里海のイメージにぴったりだったと思います。また、モノクロでの使用や、縮小し名刺に、拡大して看板に使うなどの用途も考えられ、いろいろな場面で使いやすいデザインだったことも大きかった。大変親しみやすいと好評をいただいている、ロゴの中の2人に名前をつけてはどうかとの意見もあり、今後の検討課題になっています」
「親和性」と「ユーティリティ」。これもロゴ公募の大きなキーワードであることは間違いない。

世界農業遺産 「能登の里山里海」ロゴマーク

公募データ

- 募集内容●
世界農業遺産「能登の里山里海」を象徴するロゴマークを募集。
- 応募総数●
445点
- 賞●
最優秀賞1点＝賞金10万円
10万円相当の「能登の里山里海の恵み」



受賞者の声

今回、採用の連絡を頂いた時には、びっくりで嬉しくてたまりませんでした。約20年前から公募ガイドは年間購読していますので、公募には数えきれないほど挑戦しています。応募するかしないかや、デザインが自由に自由に行けるところが公募の魅力なので、いつも、ダメでももとの気持ちで挑戦しています。これからも、続けていきたいですね。

海と山の美しさに感動して、
応募したくなった
草野敬一さん 長崎県
デザイナー

制作意図

ホームページで確認したとき、美しすぎるほどの里山里海の景観と伝統技術や文化の素晴らしさを知り、是非、応募したくなった。世界農業遺産「能登の里山里海」ということで、能登・里山・里海を、どう一体化させるかに一番気をつけた。最も描きたかったのは、能登の里山里海を支える人々の活気ある姿。そんな人々が手を取り合い、美しい能登を守り続ける未来を表現した。

注目公募

株式会社ビジネスコンサルタント 新ロゴマーク募集 伸びやかさと温かさを若い感性で表現してほしい

中小企業に生命保険・損害保険の
コンサルティングを行う会社である
株式会社ビジネスコンサルタント。時
代に求められている保険の新しい使
い方を、いち早くお客様へ提案し続
けてきたこの会社が、創業22周年を
迎える今年、新しいカンパニーロゴを
広く募る。

代表取締役社長・根本雅之さんの
お話。

「これまで使用していたロゴは、何と
も堅いイメージ。右上がりに成長を
続けている会社のイメージに合わせ
て、もう少し伸びやかな、柔らかいイ
メージのロゴが欲しくなりました。

私どもの仕事は、常にお客様と社
員に支えられて、人と人とが結びつ
いて成り立っている仕事ですから、そん
な結びつきを感じさせる、温かなデ
ザインをお待ちしています。

特に若い方に、いま持っている感性
をぶつけてもらいたい。若い方と我が
社の将来性をイコールとまでは言
いませんが、これからの人生を照らし
合わせ、お客様の立場になって、「こん
な感じのロゴの会社、なんだかい
な」と思えるようなデザインをして

もらえたら、ぜひ、見てみたいと思
います」

求められているのは、50年先、
100年先にふさわしい新たなロゴ
マーク。同社の事業である「保険」が
人々にもたらす有用性と、「伸び盛
りの会社」が期待する若々しさをど
のように表現するかが、一番のポイント
と言えそうだ。

公募データ

- 主 催 格 ビジネスコンサルタント
- 資 格 不問
- 賞 格 原案採用1点＝賞金10万円
佳作3点＝賞金2万円
- 締 切 5月31日（必着）
- 発 表 6月末日までに入賞者に通知およびウェブサイト上
- URL <http://www.b-con.co.jp>

詳細は93ページ参照

現在募集中！の魅力的な注目公募

北海道大学 サステナビリティー・ウィーク ロゴタイプ募集 「いのちを未来へ」を世界につなげる作品を

「サステナビリティー・ウィーク」とは、
「持続可能な社会」を考える北海道
大学の取り組み。2007年に始ま
り、毎年約2週間に渡ってシンポジ
ウムや講演会、ワークショップなど
様々な催しが開催される。6年目を
迎える今年、サステナビリティー・
ウィークのさらなる普及を図るため、
ロゴタイプを募集する運びとなった。

主催の北海道大学国際本部、シニ
アコーディネーター・武村理雪さんの
お話。

「今年が6年目。ようやく大学行事
として定着してきた感もあり、統一的
なイメージのコアになるものが欲し
くなった、というのが、今回の公募開
催の理由。デザイナーに頼むことも
考えましたが、サステナビリティー・
ウィークが広く一般に、どのようなイ
メージで捉えられているかを、応募し
てくださるみなさんの作品から知り
たかった。

この行事は外国の大学からの参加
も多く、今年からは海外でもサテラ
イ的にイベントを行っていきますの
で、日本や北海道のイメージに固執
することなく、グローバルな視点の作

品を期待したいですね。

・いのちを未来へつなげる

・自然環境との調和した形で、健や

かに人間らしく生きる社会

・世界中から人が集まる、世界に開

かれた交流プラットフォーム

という、この行事の理念を理解し

てくださる方の「応募をお待ちして

います」

公募データ

- 主 催 格 北海道大学 国際本部
- 資 格 不問
- 賞 格 最優秀賞1点＝北海道大学で10月に開催予定の
授賞式へ招待（旅費・宿泊費主催者負担）。授
賞式では、賞状を授与。
- 締 切 4月25日（必着）
- 発 表 5月上旬頃入賞者に通知およびウェブサイト上
- URL <http://www.sustain.hokudai.ac.jp/sw/jp/logo>

詳細は94ページ参照

注目公募