

あべたみお
の

ロゴ・ シンボルマーク の作り方講座

プロはどのようにしてロゴやシンボルマークを作っているの？
そんな疑問に答えてくださったのが、キャラクターやロゴ制作を得意とする、
デザイナーのあべたみおさん。今回、この企画のためだけに「公募」のロゴを
作っていただきました！ あべさんの制作法をご紹介します。

HOW TO MAKE LOGO & SYMBOL MARK

1

PROFILE & WORKS

あべたみお

アートディレクター、グラフィックデザイナー、イラストレーター。多摩美術大学グラフィックデザイン専攻卒業後、大貫卓也氏に師事し大貫デザイン入社。その後、(株)ユニバーサルエンターテインメントを経て、2003年に独立。キャラクター制作を中心に広告、パッケージ、グラフィック全般で活躍。



あべたみお
の

STEP

1 キーワードを探る

「公募」の意味や類義語、イメージなどからキーワードを見つける。たとえば、

- 類義語…「アワード」「コンテスト」「コンペ」「グランプリ」「選手権」「～大賞」「募集」「懸賞」など。
- イメージ…「楽しい」「アツイ」「ライバル」「登竜門」「勝ち取る」「チャレンジ」「賞金」など。

STEP

2 ログマークのアイデア出しをする

STEP1のキーワードからイメージを膨らませたり、形からアイデアを探り、たくさんラフスケッチします。そして課題に最もふさわしいアイデアを選びます。



ロゴ・シンボルマークの作り方講座

「公募」というお題をもとに、
ログマークを作っていました。
さて、どんな作品に仕上がるのか？

お題

「公募」を広くPRし、
「公募」の楽しさを感じてもらえる
ようなログマークを作ってください。

あべさんのロゴ制作法

ロゴ・シンボルマーク作りにおいて最も大事なことは、求められているものをちゃんと理解することです。そして、アイデアを探し出すことです。

まずは、このロゴをどんな目的で使いたいか？ どう展開したいか？ ターゲット層はどこか？ ということを押さえることから始まります。そこをあいまいにしていると、出来上がった作品も漠然としたものになるか、まったく別の方向を向いてしまうことになります。

次にアイデアを探し出します。実はここが一番難しい。アイデアとは、求められているものがちゃんと入っていて、素直にイメージできて、他人とかぶらない、オリジナリティがあるもの。

アイデアを考えると、テーマとなる言葉を別の言葉で言い換えたり、英語にしてみたりします。

また、資料もたくさん集めます。たとえば、野球チームのログマークを作るときは、ほかのチームのロゴや別のスポーツのロゴを集め、傾向を知ったうえで、オリジナルなものを探し出します。

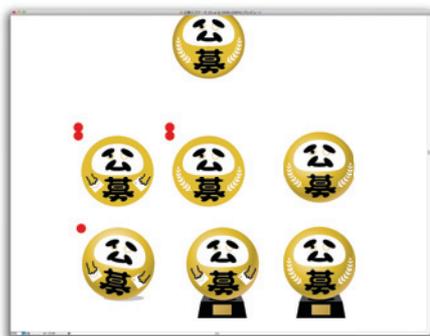
これぞというアイデアが見つければ、あとはそのアイデアを広げて絞る、さらに広げて絞る、と繰り返して作り上げていきます。

STEP
3 アイデアを“広げて絞る”を繰り返す



【3】色のバリエーションを増やし検証する。同時に細かいパーツの大きさや形を調整する。

POINT イメージはそのままに視認性が良い配色・形を考えます。



【4】文字の大きさ、色の調整、デザインのバランスを整える。

POINT 各パーツの主従関係をはっきりさせ、よりロゴとして強いものに上げていきます。



【5】Photoshopで立体感をつけ完成。

POINT よりイメージに合った魅力が増すように、立体感や質感を付けます。

制作意図

公募の「公」の文字をダルマの顔にしました。必勝祈願の意味合いと、ダルマは“七転び八起き”というように、応募する方々が何度もチャレンジしたいと思えるような、楽しい公募のロゴマークにしました。ゴールド色と月桂樹でコンペティションのイメージを出しています。色はゴールド&黒の2色、形は縦横レイアウトも容易に可能な丸形で汎用性も高いです。キャラクター性もあり利用法も広がります。



【1】Illustratorでラフの画像を下絵にしてトレースする。

POINT トレースしやすいようにカラー線のみで形を作ります。同じ形のはコピーして対応します。



【2】色を付ける。

POINT ロゴマークのイメージに合うような色を基本として、アイデアを活かす配色を考えます。

FINISH



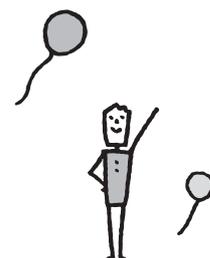


入選確率が
上がる！

ロゴ・シンボルマーク の作り方 ② HOW TO MAKE LOGO & SYMBOL MARK

ロゴ・シンボルマーク系公募の場合、
入選者のほとんどがプロだと思われがちですが、
賞金額や募集内容によっては、
ライバルはアマチュアであり、競争率も高くありません。
ぜひ、コツをつかんでチャレンジしてみましよう！

イラスト：サタケシュンスケ



最近の高額賞金公募BEST3

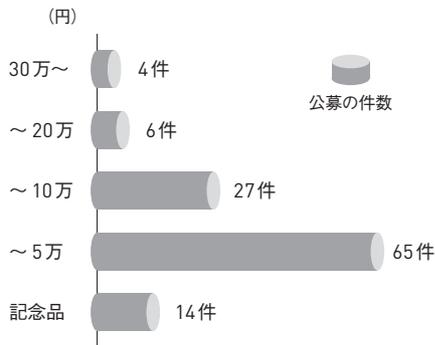
賞金	タイトル・概要
91万 6000円	文化放送の新ロゴ募集 (主催：文化放送) 「AM1134」と「FM91.6」の文字を入れた、文化放送の新しいロゴを募集。
30万円	TUBEデビュー 30周年記念 アニバーサリーロゴマークデザイン募集 (主催：ソニー・ミュージックアソシエイテッドレコーズ) 「TUBE」のアニバーサリーロゴマークを募集。
30万円	PIXTA新公式ロゴ募集 (主催：ピクスタ) マイクロストックフォトサイト「PIXTA」のロゴを募集。

ロゴ・シンボルマーク 公募の分析！

1

公募の特徴 を知ろう

過去1年間に実施されたロゴ・シンボルマーク 公募の賞金額



初心者にとっても
狙い目のジャンル

ロゴ・シンボルマーク系公募は毎月10件前後、本誌で掲載されている。2014年7月から2015年6月までに116件の公募があり、その内訳は、ロゴマークが59%、シンボルマークが20%、ナンバープレートデザインなどが21%という割合だった。

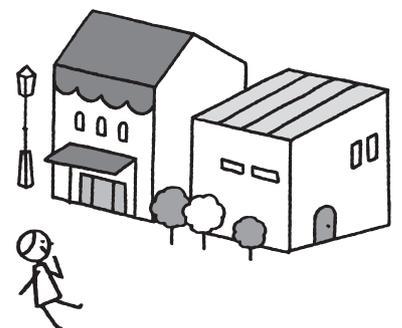
公募の目的としては、地方自治体が社会的な運動を推進するためにロゴやシンボルマークを募ることが多い。また、企業や団体が、創立の節目に新しいロゴを募集することも多い。

賞金額については、ここ1年ぐらいたと文化放送の91万6000円が最高額で、20万円、30万円がちらほら。3～5万円が最も多い。数年前に比べると賞金額は減っているが、だからこそ、以前に比べてプロの応募が減り、アマチュアが参加しやすい状況となった。応募数の平均も300点前後だから、自分の得意ジャンルにしてしまえば入選にも手が届くだろう。

少しでもイラストなりデザインなりの心得がある人なら、ぜひ挑戦してほしい。

キャラクター要素で 親しみやすさを

ロゴマークとシンボルマークの違いは、大雑把にいうとロゴマークには文字が入っているということ。たとえば、現在実施中の「土佐清水ジオパーク構想 ロゴマーク募集」では、「土佐清水ジオパーク」の文字を描くという規定がある。ただ、こうした規定があるのはまれで、採用作品によってほとんどシンボルマークのようなものもある。両者の違いはなくなりつつあるといつてよい。



最近の傾向としては、キャラクターの要素が入っているものが多い。ゆるキャラが浸透した現在、より多くの人に親しまれるようなマークにするには、キャラクターという要素は強い引きになるだろう。

もちろん、公募の目的、マークの使用方法によって、求められるものは違う。たとえば、企業のロゴと自治体のシンボルマークを比べると、前者は、時代性が感じられるデザインとオリジナリティーが求められる。一方後者は、その地域の自然や風土、歴史、文化などを盛り込みつつ、自治体シンボルマークらしさを損なわないようにしなければならない。いろいろなパターンの受賞作を見て、募集内容に沿った作品を作ることが大切だろう。次のページでは、選考のポイントを見てみたい。



最優秀賞 工藤大貴さん

[制作意図]

- ・「運転&文化放送」「勉強&文化放送」「料理&文化放送」などと、人の生活に寄り添うラジオ局
- ・コーポレートメッセージ「人と心の絆を大切にする、マイラジオ文化放送」
- ・これまでの「AM1134kHz」に新たに「FM91.6MHz」が加わり、より身近なラジオ局になる
- …これらを「&」で表現しています。



ロゴ・シンボルマーク
公募の分析!

2

選考のポイント を知ろう



主催者は、どんなポイントで作品を選んでいるのだろうか？今年3月にロゴ募集を行った文化放送にお話を伺った。

ロゴをどう使うかまで
考えられるかどうか



これまでAM1134kHzで聴いていた文化放送が、この秋から冬にFMラジオでも聴けるようになる。周波数はFM91.6MHz。文化放送では、このFM局の開局にあたって「AM1134」と「FM91.6」を入れた新しい同社のロゴを募集した。

賞金は新周波数を記念して、91.6万円。文化放送のロゴということもあって、5352点もの作品が寄せられた。その中から、当時武蔵野美術大学の学生だった工藤大貴さんの作品が選ばれた(上の作品を参照)。

選考は4次選考までであったが、2次選考の段階で20点に絞られたという。今回募集したのは、キャンペーンのロゴではなく企業のロゴでした。そのことをわかって作ってあるロゴが最終的に残りました(株

式会社文化放送 放送事業部広報
相田千冬さん)

たとえば、フォントはオリジナルでない企業ロゴとしては使えない。さまざまなものに使用するので、特徴がありすぎると使いづらい。文字よりもイラストがメインとなっているものもロゴとしては使えない。

実際の使用を考えると結果的にさまざまな制約が出てくる。ロゴをどう展開するかまで考えられたかどうか、大きな分かれ目となったようだ。

そのうえで、デザインとしては「新しさ」を重視した。「これまでのロゴは、文化放送の『化』の部分だけがオレンジ色になっていた。これに似せて、『化』だけを別の色にしている作品がたくさんありました。新しいロゴとして募集しているのだから、同じようなものは選びたくない。変わりたいという気持ちが強く働きました。

一方で、オレンジ色については、新しく変えたいという気持ちと、でも、文化放送のカラーといえばオレンジ色だね、という気持ちがある。いろいろな作品を見ていくうちに湧いてきました。結果的に、オレンジ色だけ今までは



違う、新しさのある作品が選ばれました」

最優秀作品は、特徴的な「&」の部分にピンクがかかったオレンジ色が使われていて、パッと目に飛び込んでくる。

この「&」、実は3つの意味が込められている。「運転&文化放送」「勉強&文化放送」というように、人の生活に寄り添うラジオ局ということ、コーポレートメッセージ「人と心の絆を大切にする、マイラジオ文化放送」ということ、これまでの「AM1134」に「FM91.6」が加わったこと。

「作品の説明がしっかり書かれてあることも大きな評価のポイントでした。理由づけが納得できました。皆さんに発表するときも説明がしやすいですよ。制作意図をしっかりと書くことは重要だと思いますね」

ぜひ、創作の参考にしてほしい。

DATA

●募集内容

2015年のFM局の開局にあたり「AM1134」と「FM91.6」を入れた新しいロゴを募集。

●賞

最優秀賞1点=91万6000円

●主催 文化放送

●応募総数 5352点



ロゴ・シンボルマーク一覧

過去1年間に採用されたロゴ・シンボルマークをご紹介します。
傾向をしっかりとつかみましょう。

PICK UP!

国大協ロゴマーク募集

主催：国立大学協会



国立大学協会
The Japan Association of National Universities

京都府立植物園 開園90周年
記念 ロゴマーク募集

主催：京都府立植物園



Kyoto Botanical Gardens
京都府立植物園

大阪シティバス
ロゴマーク募集

主催：大阪シティバス



日本国土調査測量協会の
ロゴマーク募集

主催：日本国土調査測量協会



一般社団法人
日本国土調査測量協会

宮崎港振興協会
シンボルマーク募集

主催：宮崎港振興協会



第21回「日向ひよっこマラソン
IN日向岬」ロゴマーク募集

主催：日向市 / 日向市教育委員会



日進市シンボルマーク募集

主催：日進市



狭山池築造1400年記念事業
シンボルマーク募集

主催：大阪狭山市



文化放送の新ロゴ募集

主催：文化放送



「シュガーロード」
ロゴマーク募集

主催：シュガーロード連絡協議会(長崎市・
諫早市・大村市・嬉野市・小城市・佐賀市・
飯塚市・北九州市)



シュガーロード

長野市芸術館ロゴマーク募集

主催：長野市教育委員会



長野市芸術館
NAGANO CITY ARTS CENTER

「奈良県植栽計画」
シンボルマーク募集

主催：奈良県



なら
四季彩の庭



Q 制作意図は
審査に影響が
ありますか？

A 審査されるポイントではあります。とくにシンボルマークは一見何を表現しているのかわからない場合があります。制作意図を読むことで納得できる。主催者が採用作品を発表するときも、なぜこれを選んだかということが、制作意図を見てもらえればすぐにわかる。作品と制作意図はセットだと思って、丁寧に書きましょう。

Q シンボルマークには、
いくつ意味を込めれば
いいですか？

A 2つ～3つぐらいが平均です。その地域が誇る特産品なり自然なりを盛り込みましょう。詰め込み過ぎはよくないですが、少なくとも2つは意味を込めましょう。

Q いろんなパターンを
応募したほうが
いいですか？

A プロのデザイナーや上級者は、まったく違うタイプの作品を3パターンぐらい応募するようです。主催者側としても、思いついたアイデアをたくさん応募してほしいそうです。

Q 手描きは
不利になりますか？

A パソコンで作成したものが多くですが、手描きにはパソコンでは表現しきれない“強さ”があります。手描きならではの作品であれば、むしろ強みになるのではないのでしょうか。

Q ロゴと
シンボルマークの
違いは何ですか？

A 一般的に、「シンボルマーク」とは、ある運動や団体などを象徴するマークのこと。「ロゴマーク」とは、企業やブランドのイメージを印象づけるようにロゴとマークを組み合わせたもので、比較的文字がメインとなります。ただ、公募の場合は、それほど違いはないようです。いわゆる企業ロゴでない限り、採用作品を見ただけではロゴなのかシンボルマークなのか、ほとんど区別が付きません。制作するときも、そこまで意識しなくてもよいかもしれません。

あなたの疑問にお答えします！

ロゴ・ シンボルマークの

Q & **A**

Q 配色などで
気をつけることは
ありますか？

A 採用作品はさまざまな宣伝物に使用されるので、背景が白でなくても映えるか？ サイズを極端に大きくしてもイメージを損なわないか？ 小さくしたときに文字は読めるか？ モノクロにしてもマークとしての強さが残るか？ といったことを考慮して作りましょう。

入賞の秘訣!

数々の公募で受賞している
“ロゴ・シンボルマークの達人”に、作品づくりの
テクニック、入賞の秘訣を伺いました。

達人 No.001



いぐち やすひさ

井口 やすひさ さん (70歳 群馬県)

グラフィックデザイナー。1945年、静岡県浜松市生まれ。公募歴は55年。趣味感覚5%、仕事感覚95%という、生活が懸かった公募のプロ。

【主な受賞歴】

- 京都新京極商店街シンボルマーク
- 鳥取日本海テレビシンボルマーク
- ロボフェスタ神奈川2001 イメージキャラクター
- 八日市市制50周年記念シンボルマーク

ほか

募集の意図をつかみ、 タイプの違う3パターンを応募!



公 募歴55年の井口やすひささんは、公募を始めた頃はまったく受賞できなかったという。そのときに気づいたのが、受賞するには“心理学”が必要だということ。

「いかに主催者の意図をつかむか、何を求めているかを読むかが大事です」

公募ガイド等の作品発表を見て、どのスタイルが一番流行っているかアンテナを張り巡らせて、主催者の求めているものを徹底的に調べて推理する。

そのうえで、まずアイデアを

数点考え、鉛筆やサインペンでラフを描く。それをスマホに納め、パソコンに転送、トレースしてカラー仕上げをする。

しかし、募集の意図はつかめども、実際に主催者側が何を選ぶかはわからないところがあるので、「新しい現代風のデザイン」「古いデザイン」「その中間」の3パターンをセットにして応募する。

また、井口さんは、プロのデザイナーが審査をする高額賞金の公募と、審査員を立てていない比較的賞金が高い公募を区別

している。前者の場合は考えに考えて最後に出てきたような今流のテクニカルデザインで応募。後者の場合は今流のデザインを出しても理解してもらえないことがあるので、最初に思いついたような作品で応募する。結果的には、そのほうが入選確率が高いそうだ。

「作品に添える説明文も重要で、いかに相手を納得させられるか。出力プリントも高解像度の用紙を使用し、相手を100%納得させられるかどうか、勝負の分かれ目になります」

【井口やすひささんの最近の代表作】



公立能登総合病院
Noto General Hospital

公立能登総合病院
シンボルマーク



安全衛生優良企業
2016年～2019年認定

安全衛生優良企業
シンボルマーク



びわこ文化公園都市

びわこ文化公園都市
シンボルマーク



鶴ヶ城天守閣再建50周年

鶴ヶ城天守閣再建50周年
ロゴマーク





達人 No.002



あらい はるな

荒井 晴菜さん (31歳 東京都)

グラフィックデザイナー。1984年、長野県佐久市生まれ。日本美術専門学校デザイン科卒、デザイン制作会社に勤務後、現在はフリーランス。

【主な受賞歴】

- ニューフィルハーモニーオーケストラ千葉ロゴマーク
- 佐久市オリジナルナンバープレートデザイン



アマチュアの強みを生かして
公募を楽しむのも手！

荒 井晴菜さんは応募歴3回のニューフェース。

今年受賞したニューフィルハーモニーオーケストラ千葉ロゴマークは、「千葉」を音符に見立て、上半分が千の字、下半分はニューフィルハーモニーオーケストラ千葉の頭文字Nをかたどった葉っぱになっており、この音符は種から芽が出ているようにも見えるデザイン。

また、マークの横の文字（ロゴタイプ）は、あえてシンプルなデザインにしてある。「クラシック業界って、デコラ

ティブなスク립ト文字が多いのですが、応募要項では新しいイメージを求めていたので、今の時代はシンプルな感じなのかなと思って。他の応募者はクラシカルな感じが多いと思ったので、その逆にしました」

発想の段階では、まずいろいろ連想していく。たとえば、自分のマークを作るとするなら、自分を象徴するものをたくさん挙げていく。そして、「明るい」を選んだなら、明るいものってなんだろう、光かな、星かなと考え、「明るい」を具体的な形に

していく。

入賞するには、ロゴマーク事典などを見て、たくさんの事例を知ること。最初は誰でもマネから始まるとアドバイスしてくれた。そして、アマチュアの方へのメッセージをお願いすると、「強みを生かして」

と答えてくれた。

「プロは常に80点以上を取らないといけませんが、素人は鉄則を知らないがゆえに、常識破りの発想で120点を取ることがあります。そうした素人の強みを生かせるといいと思います」

【荒井晴菜さんの最近の代表作】

受賞作について
募集内容にあった「千葉県に根ざしたオーケストラ」というキーワードを「千葉県から音楽が育っていく」に転化させ、「芽」にデザイン化したアイデアが良かったのだと思います（荒井晴菜さん）。



左が「ニューフィルハーモニーオーケストラ千葉ロゴマーク」の受賞作。右二つが不採用になった作品。

現在募集中の オススメ公募!

いざ実践です。
最初は100%を目指さず、楽しく
作ることから始めましょう!



1936年に建設された大牟田市庁舎。「近世式鉄筋コンクリート四階建」と呼ばれる様式を用いた、優美でモダンな建造物で、現在となっては非常に珍しい。
(写真提供: 大牟田市秘書広報課)



RECOMMEND

大牟田市制

100周年記念事業

シンボルマーク募集

主催: 大牟田市制100周年記念事業実行委員会

100年の歴史と
大牟田の魅力が
ギュッと詰まった作品を

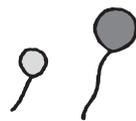
平成29年3月に市制100周年を迎える福岡県大牟田市では、ふるさと大牟田への愛着を深め、また大牟田の魅力を発信することを目的に、「市制100周年記念事業」のシンボルマークを募集している。「公募」という形式をとったのは、公募自体が、大牟田市が100周年を迎えることを知っていたくよい機会になること、また、より多くの方に100周年に「参加」していただくことができることを考えたからです(大牟田市企画総務部総務課 古家真弓さん) 求めている作品は、100周年をPRするものであることはもちろんのこと、大牟田市らしさを盛り込んでいることがポイントだ。

「大牟田市は炭坑節でおなじみの三池炭鉱とともに栄えたまちです。現在では石炭産業に端を発した化学工業が盛んなまちで、環境リサイクル産業などの振興にも取り組んでいます。おだやかな有明海とんだらかな三池山に抱かれ、遠く雲仙を望み、たけのこやかんといった農作物、有明のりに代表される海の幸にも恵まれています」 近年では九州新幹線も開通。三池港や有明海沿岸道路等の整備も進み、九州のほぼ中心に位置し、九州内どこでも日帰り圏内というアクセスの良さも魅力だ。 また、今話題の世界文化遺産登録候補(6月現在)である「明治日本の産業革命遺産 九州・山口と関連地域」の構成資産のうち、「三池炭」三池炭鉱宮原坑」「三池炭鉱専用鉄道敷跡」の3つは大牟田市にある。 さらに、出身者には読売巨人軍の原辰徳監督、日本銀行の黒田東彦総裁、絵本作家の内田麟太郎氏

や漫画家の萩尾望都氏、作家の西村健氏のほか、「妖怪ウォッチ」の生みの親であるレベルファイブ日野晃博社長などがいる。 「自然、産業、人、文化……: まだまだ魅力は尽きません。100年の歴史の積み重ねと、さまざまな大牟田の魅力がギュッと詰まった素敵なマークをお待ちしています」 シンボルマークに「100」という数字を入れるかどうかは自由だという。記念事業PRのため、さまざまな宣伝物に活用されるため、ベースが白地以外のときも対応できるデザインがよい。 「読者の皆さんは、『大牟田ってどこ?』と思われる方が大多数だと思えます。これを機会に大牟田のことを少しでも知っていただき、少しでも親しみを感じていただけたら、作品のヒントが見えてくるのではないのでしょうか。私たちも気づかない100歳の大牟田を見せてください。たくさんのご応募をお待ちしています」

DATA

- 募集内容 大牟田市制100周年記念事業のシンボルマークを募集。
- 賞 最優秀作品=5万円/大牟田市特産品3万円程度
- 締切 9月4日(必着)
- ※詳細はP.078を参照。



RECOMMEND

2

宮崎市 男女共同参画センター シンボルマーク募集

主催・宮崎市

自身の思いを含めて
制作意図をしつかり
書くこと

宮崎市では、今年12月に誕生する「宮崎市男女共同参画センター」の開設を広く知ってもらい、男女共同参画社会づくりへの関心を高めてもらうために、同センターの愛称及びシンボルマークのデザインを募集している。

制作のポイントは、「男女共同参画社会の推進にあたり、ふさわしいものであり、宮崎市らしさを表現しているもの」。

男女共同参画社会を簡単に説明していただく、

「性別にかかわらずなお互いに尊重し合い、その個性と能力を十分に発揮できる社会をいいます」(宮崎地域振興部地域コミュニケーション課 中村偉人さん)

「作品には男女共同参画社会の実

現に向けた願いを込め、宮崎市の気候や風土、特産品などの特徴を交えて表現してもらいたいです」

審査方法は、最終候補作品として3作品を選出し、その中から採用作品を決定する。

「作品の審査において、そのシンボルマークがどのような視点・意図で考えられたのか、というのは重要な部分になりますので、ご自身の思いなど含めて制作意図をしつかり書いてください」

採用者は、宮崎市男女共同参画センターの開館セレモニーで表彰される。シンボルマークと合わせて、愛称にも挑戦してほしい。

DATA

- 募集内容
2015年12月に開館する「宮崎市男女共同参画センター」のシンボルマークを募集。
- 賞
採用=3万円相当の賞品
- 締切 8月31日(必着)
- ※詳細はP.078を参照。



RECOMMEND

3

名古屋市立大学人文社会学部 創立20周年記念同窓会 シンボルマークデザイン募集

主催・名古屋市立大学人文社会学部同窓会瑞桜会

同窓会として、
「繋がり」を表現した
シンボルマークを募集

名古屋市立大学人文社会学部は1996年に創設され、今年20年目の節目を迎える。さまざまな記念行事や企画を予定しているなか、人文社会学部同窓会「ずいおうかい瑞桜会」では、同会のシンボルマークを募集することとなった。

「瑞桜会」という名前は、昨年、同窓生から募って決定しました。キャンパスの所在地が名古屋市瑞穂区であること、最寄りの地下鉄駅が桜山であること、さらにはキャンパス内が自然豊かで桜の木がたくさんあることからイメージされました。この「瑞桜会」、あるいは学部のある滝子キャンパス(旧山の畑キャンパス)などを印象付けるようなデザインを描いてもらいたいです」(名古屋市立大学人

文社会学部同窓会 安井佑さん)

制作の際のポイントは、汎用性。今後、瑞桜会が行うさまざまなイベントや宣伝素材、出版物に使用されるので、単色で使用したり、いろいろなサイズにしてもイメージや安定感が損なわれないマークにすることが重要だ。

「文字や数字は入っていない、いなくても構いません。同窓会として、卒業生と現役生、大学と地域など、さまざまな「繋がり」が表現されたものをお待ちしています」

賞金は20周年を記念して、20万円! ぜひたくさんの方にチャレンジしてほしい。

DATA

- 募集内容
名古屋市立大学人文社会学部同窓会「瑞桜会」では、学部創設20周年を記念して、同会のシンボルマークを募集。
- 賞
最優秀賞=20万円
- 締切 7月31日
- ※詳細はP.077を参照。

