

第 79 回国民体育大会・第 24 回全国障害者スポーツ大会

滋賀県開催準備委員会

第 5 回広報・県民運動専門委員会

会議資料



日 時：平成 28 年 9 月 8 日(木)10:00~12:00

場 所：滋賀県庁北新館 3 階中会議室

第 79 回国民体育大会・第 24 回全国障害者スポーツ大会 マスコットキャラクター選定方針（案）

1 選定方針

本県での国体および全国障害者スポーツ大会のマスコットキャラクター（以下「大会マスコットキャラクター」という。）については、県イメージキャラクターとして活用実績のある「キャプフィー」を大会マスコットキャラクターとして活用するとともに、「キャプフィー」と一緒に活躍する関連キャラクターを新たに公募し、追加する。

2 選定方針の考え方

- (1) 「キャプフィー」は、県イメージキャラクターとして、県広報をはじめ県政の様々なPRの場で活用されており、その実績や、着ぐるみや既存のイラスト等の基盤を活用できる。
- (2) 「キャプフィー」は、2008年10月に滋賀県で開催された「第21回全国スポーツ・レクリエーション祭」のマスコットキャラクターとして誕生した、スポーツと親和性のあるキャラクターであり、その設定を活かすことができる。
- (3) 「関連キャラクター」を新たに一般から公募・選定することで、「キャプフィー」のキャラクターを活かしつつ、新鮮さや新たなイメージを付加することができる。
- (4) 「関連キャラクター」の募集を通じ、選定過程での県民参画や、大会開催の周知および機運醸成につなげることができる。
- (5) 選定過程における「キャプフィー」の活用を通じ、大会の周知を早期より行うことができ、かつ「キャプフィー」自体の認知度向上を図ることができる。

3 関連キャラクター選定方法

関連キャラクターについては、そのデザイン等のアイデアを県内外から広く募集することとし、子どもから大人まで気軽に参加できる一般公募方式とする。

また、「キャプフィー」についても、デザイン考案者に依頼し、大会仕様にコスチューム変更を行う。

4 審査・決定

関連キャラの選定については、広報・県民運動専門委員会に設置する部会の審査を経て、同専門委員会において決定する。なお、審査に係る要領等は、部会において決定する。

5 公表

採用者については、県ホームページ等で公表するとともに、開催準備委員会総会の場において表彰する。

6 大会マスコットキャラクターの活用方法

両大会の広報活動や県民運動、各種イベント等、大会の周知・啓発を行うものに幅広く活用する。

- (1) ポスターやパンフレットなどの各種印刷物への活用
- (2) インターネットやテレビなどの多様なメディアへの活用
- (3) 広告塔、横断幕、のぼり旗など、屋外広告物への活用
- (4) 着ぐるみやぬいぐるみ等、立体化させた活用
- (5) 企業や団体等による使用の協力 等

滋賀県イメージキャラクター 「キャッフィー」



誕生の経緯

- 2008年10月に滋賀県で行われた「第21回全国スポーツレクリエーション祭『スポレク滋賀2008』」のマスコットとして誕生。
- 琵琶湖固有種であるビワコオオナマズをモチーフにしたもので、ナマズの英名『キャットフィッシュ』から命名。

※デザイン・愛称ともに全国から公募

プロフィール

- 出身地は琵琶湖の竹生島付近。
- 性別は不明だが、自分のことを「ぼく」と呼ぶ。
- 仕事は「滋賀県」と「滋賀のスポーツ振興」のPR。
- 性格は、どんくさいわりにチャレンジ精神がおう盛で何事にも一生懸命。
- 子ども好きで人を楽しませることが大好き。
- タンクトップの『S』は「滋賀県」「スポーツ」の頭文字。

最近の主な活躍の場

- 国勢調査2015の啓発イベント（大阪）での着ぐるみ出演
- 消防本部が実施する啓発事業の配付グッズ等でのイラスト掲載
- 県庁ブログ「キャッフィーのびわブロ」に登場
- 開催準備委員会の事業（ジュニア・ユースチーム）で活用

マスコット選定に向けた今後のスケジュール(案)

9月8日	第5回広報・県民運動専門委員会 →マスコット選定方針決定（+選定部会設置要綱の決定および部会委員の選出、募集要項の決定） ※「キャプフィー」を大会PRキャラ(仮)として、広報等で活用開始
------	---



時期	選定作業	備考
9月中旬 ～下旬	募集チラシ・ポスター 作成(1ヶ月半)	
10月	↓ 第1回マスコット選定部会 →審査要領の決定	
11月	↓ 配付(11月～)	
12月	↓ アイデア募集 (10月中旬～12月末頃)	
平成29年 1月	応募アイデアの事前確認 (部会委員)	部会開催までに、各部会委員が応募 アイデアから数点を選定 →候補作品集として、その中から部会 で候補作品(5点程度)を選定する。
	第2回マスコット選定部会 →応募作品の審査、候補作品の選定	
	商標登録調査	
2月	第6回広報・県民運動専門委員会 →候補作品の確認	部会で選定した候補作品を確認いた だき、アイデアの組合せ等を審議。
3月	「キャプフィー」考案者に大 会仕様の「キャプフィー」の コスチューム考案を依頼	候補作品のデザイン画を、ストーリーや 愛称のニュアンスを考慮しつつ、 「キャプフィー」の雰囲気と合致するよう リライトを行う。
	※リライトが必要な場合、 「キャプフィー」考案者による作業 (1ヶ月程度?)	
4月	第7回広報・県民運動専門委員会 →(採用作品+)大会マスコット決定	リライト後のデザイン画をふまえ、候補 作品を再度確認。→採用作品を選定
5月		
6月	開催準備委員会第5回総会 →マスコット決定報告	

決定報告を行う(第5回総会)までの間は、「キャプフィー」単体を大会広報等で活用

「キャッフィー」の着ぐるみでできること(一例)



しゃがめる



足元の不安定な場所に立てる



物(テニスラケット)が持てる



ボールが投げられる



ジャングルジムに掴まれる



相撲が取れる

【参考】「キャッフィー」の着ぐるみ稼働実績

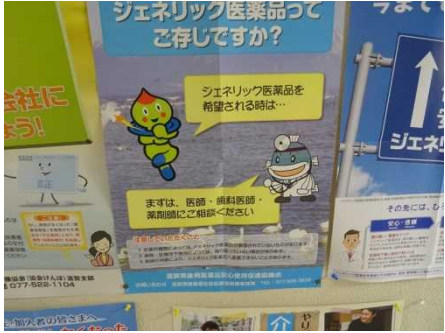
年 度	貸出し件数	合 計
平成24年度	113件	550件
平成25年度	117件	
平成26年度	156件	
平成27年度	164件	

(広報課およびスポーツ課の貸出実績より)

庁内での「キャッピー」の活用例



万引き防止ポスター



ジェネリック薬品広報ポスター



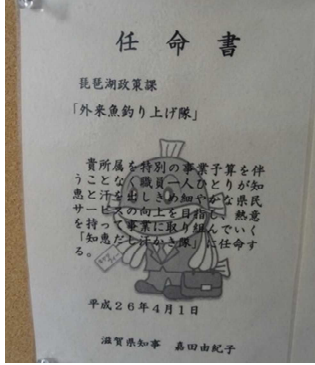
エコカー通勤啓発ポスター



レジ袋削減啓発ポスター



庁内広告募集ポスター



任命書



広報のぼり旗



庁内掲示板



ぬいぐるみ



古紙回収BOX



広報うちわ(犯罪撲滅)



案内板

第 4 回広報・県民運動専門委員会 (H28. 8. 10 開催) での主な意見

- キャップフィーをそのまま使うだけでは盛り上がりには欠けるので、スポーツに関連の深いキャップフィーを使いつつ、関連キャラの展開により新たな付加価値を加えていくのもいい。
- キャップフィーを使う場合でも、改めて新しい付加価値をつけて、盛り上げをつくる仕掛けが必要。
- キャップフィーをそのまま使う場合でも、コスチュームを一般公募することで県民参画を得ることができるのではないか。
- 関連キャラクターをつくる過程で、ストーリーをしっかりと作り、育てていくことが重要。
- 県外にも知名度の高い「ひこにゃん」など、県内各地域の既存キャラクターとのコラボで広報を展開することが、県内全体での機運醸成にとっても重要。
- インターネット等のメディアで、動く映像を使った周知が効果的であり、アイデア募集やその後の広報展開において活用すべき。

広報・県民運動専門委員会 広報ポスターデザイン選考について

1. 経緯

- ◆第79回国民体育大会・第24回全国障害者スポーツ大会の開催に向け、広く県民に両大会の開催を周知するための広報ポスターを作成することとした。
- ◆作成にあたっては、昨年度に引き続き、高度な専門性、斬新で完成度の高いデザインが期待できることから、県内唯一の芸術系大学である成安造形大学に依頼。

2. 依頼内容

- ◆2024年に滋賀県で開催される国体と全国障害者スポーツ大会を周知するためのポスターデザインの制作。(A1判、デザイン説明文含む)
- ◆「寄附金の募集」をテーマに、それを呼びかけるデザインとキャッチコピーを掲載。
- ◆上記に加えて、以下のワードと寄附募集の目的や問合せ先に関する情報を記載。

2024年 滋賀 第79回国民体育大会 第24回全国障害者スポーツ大会

3. スケジュール

H28. 6. 7	デザイン依頼、説明会
H28. 7. 12, 19	候補作品の確認、修正指示
H28. 8. 8	候補作品をパネル化のうえ事務局へ提出
H28. 9. 8	広報・県民運動専門委員会（最優秀作品1点を選考）
H28. 9～10月	採用作品の微調整 → デザインのデータ納品
H29. 2～3月	ポスター印刷発注 → ポスター納品 → 配付
H29. 4月	掲出（H29年度中）

4. その他

- ◆最優秀作品（1点） …謝礼5万円
- ◆最優秀作品には大学名・氏名をポスターに表示し、県内の各種学校、施設（スポーツ、文化、レジャー等）に掲出。（印刷枚数：700枚）
- ◆候補作品（最優秀作品を含む）は県HP（国体・全国障害者スポーツ大会準備室）にて公開するとともに、県庁等でパネル展示する。

広報ポスターデザイン選考会の流れ

最終候補作品の品評（10分）

- ・ 作品やコンセプト文を参考に品評してください。
- ・ 各作品に寸評を記入してください。



投票

- ・ ポスターデザインとしてふさわしいもの2作品を選定してください。
(得点は最上位のものを2ポイント、次点のものを1ポイントとします。)



開票

- ・ 開票し、最優秀作1点を決定します。
- ・ 同点の場合は決選投票を行います。



講評

- ・ 候補作品の全体的な評価や、今回の選考会の進め方等について
ご意見をください。

広報ポスターデザイン候補作品

資料2 (参考)

作品番号【1】

キャッチコピー：「その一投が、未来を繋ぐ。」

<コンセプト文>

一円玉を野球ボールのように見立て、それを投じているようなシーンをビジュアルに落としこむことで、寄附金募集と国体・全スポの関連性を表現した。

「その一投が、未来を繋ぐ」というキャッチコピーには、寄附という行為が2024年の国体・全スポ開催へ繋がる重要な投資になるということを表していて、同時に球技スポーツの動作である「投げる」という意味と勝負やチャンスを「繋ぐ」といったスポーツの中で見られる動的要素も含んでいる。

また、太陽と野球場をイメージした橙色と深緑で色構成を行うことで、画面の臨場感を引き立て、実際に寄附という行為をすることで自身も大会に参加しているように感じさせる効果をねらった。

右肩上がりになっている大会名は、2024年の開催に向けて、あえて斜めに配置した。

【製作者】

芸術学部芸術学科メディアデザイン領域
グラフィックデザインコース 4年 児玉冬馬

広報ポスターデザイン候補作品

資料2 (参考)

作品番号【2】

キャッチコピー:「その一円が国体をつくります。」

<コンセプト文>

ポスターを見る人に安心感と親しみやすさを与え、業務的にならないデザインを心がけました。全体的なイメージを柔らかくするため、ラフなタッチのブタのイラストやピンクの色味、ひらがなを敢えて活用するなど見る人に安心感を与えます。「寄附金」というイメージでは固いイメージに捕らわれがちになってしまうため、「貯金」というイメージに自然と転換することで、未来にメリットがあることの説明をスムーズに伝達します。そして寄附していただいた一円が集合し「こくたい」という文字を形作ります。寄附金の共同者の力が結集され大きな力となり国体・全スポが開催されることをビジュアライズしました。

【製作者】

芸術学部芸術学科メディアデザイン領域
グラフィックデザインコース 4年 寺田駿志

広報ポスターデザイン候補作品

資料2 (参考)

作品番号【3】

キャッチコピー：「みんなでつなぐ、つくる。」

<コンセプト文>

中央に配置しているメインビジュアルの円は、国体・全スポというイベントを抽象的に表現しています。その円をつくっている一つ一つの線が、人々の想い、寄附金を表現しており、みんなの手によって国体・全スポはつくられるということを表しています。

手のデザインは、キーワードである「みんな」の手ということを表していると同時に、スポーツという身体を動かすものを表現。特定のスポーツをする時の手のカタチにはしないことで、様々な種類のスポーツの大会であることを表しました。

「みんなの想いが集まることで国体・全スポはつくられる」ので、その「想い」という暖かいものを表現する為に、全体的に大きくオレンジ色を使用しました。また、スポーツの明るく楽しい様子も表現しています。

【製作者】

芸術学部芸術学科メディアデザイン領域グラフィック
デザインコース 4年 語田 ひろか

広報ポスターデザイン候補作品

作品番号【4】

キャッチコピー：「まずは一歩、寄附から始める」

<コンセプト文>

スポーツをする時に使う靴は運動しやすいように種目によって靴底が異なります。同じように目的に合わせた靴もそれぞれ異なる靴底をしています。スポーツをする人、企業で働いている人、応援する人など異なることをしている人が集まり協力することで滋賀国体が作られていくことを表すために靴底のシルエットを重ね、同じ一歩にいることを表現しました。

シルエットは裸足、スポーツシューズ、革靴、フラットなスニーカーの靴底をデフォルメした形にすることでそれぞれの立場の人を抽象的に表現しています。

滋賀県で行われるということで滋賀らしさを表現するために琵琶湖の美しい青のイメージをグラデーションを使い背景にしました。

【製作者】

芸術学部芸術学科メディアデザイン領域グラフィック
デザインコース 4年 前田実胡

広報ポスターデザイン候補作品

作品番号【5】

キャッチコピー：「気持ち投入口

あなたの気持ちを集めています。一緒に滋賀県を元気にしましょう。」

<コンセプト文>

『硬貨投入口』をメインビジュアルに使い、小銭から寄附できるという気軽さを表現した。

全面を白で構成することで中心の投入口に視線を誘導でき、またキャッチコピーを読んでもらえる。また、白には、清潔な印象を与える・実際よりものを軽く感じさせる・始まりを感じさせる・汚してはいけないと思わせる。といった心理的なイメージがあるため寄付金について透明化できる。

背景の波紋で滋賀で開催ということを表現。

【製作者】

芸術学部芸術学科メディアデザイン領域グラフィック
デザインコース 4年 武田麻生

広報ポスターデザイン候補作品

資料2 (参考)

作品番号【6】

キャッチコピー：「このよろこびは、ひとりじゃ生み出せないから」

<コンセプト文>

今回、ポスターを作成するにあたり、留意した点は以下の通りです。

まず、ひとめで、国民体育大会・全国障害者スポーツ大会と認識できるようにスポーツのピクトグラムを全面に配置しています。

次に、大会の運営には、みなさまの協力が必要だというメッセージを伝えるために、「このよろこびは、ひとりじゃ生み出せないから」というキャッチコピーを記載しています。

また、「喜」という漢字を、パーツを組み合わせて表現することで、よろこびをみんなでつくるというメッセージを強調しています。

最後に、本大会が滋賀で開催されることを、水色の背景で表しています。

水色の補色であるオレンジの矩形を置くこと、そして、ピクトグラムや文字をランダムに置くことで、大会のにぎわいを表しています。

【製作者】

芸術学部芸術学科メディアデザイン領域グラフィック
デザインコース 4年 大隅愛子

広報ポスターデザイン 評価・投票用紙

- ① すべての作品に対する印象や感想を「寸評」欄にご記入ください。
- ② 広報ポスターデザインとして**最もふさわしいと思う作品に「◎」**を、**2番目にふさわしいと思う作品に「○」**を「評価」欄にご記入ください。
- ③ 評価終了後、この用紙をご提出ください。

作品番号	寸 評	評価
1		
2		
3		
4		
5		
6		

<選考方法>

- ・「◎」を2ポイント、「○」を1ポイントとし、最も得点が高いものを採用作品とします。
- ・最も得点が高いものが複数出た場合は決選投票を行い、採用作品を決定します。