

藤枝市シティ・アイデンティティの構築と展開－令和2年度 成果報告書

静岡産業大学 情報学部 情報デザイン学科 植松ゼミ

教員：専任講師 植松 頌太

研究協力者：小山 奈緒子

参加学生：

静岡産業大学 情報学部 小倉 弘暉 / サイド ムストファ ヘルラン / 坂口 虎之介

静岡産業大学 経営学部 和泉澤 玲奈

静岡文化芸術大学 デザイン学部 デザイン学科 有ヶ谷 滯 / 提坂 理子

1. 要約

本稿は、令和2年度藤枝市地域政策研究・助成事業による採択により、藤枝市企画創生部企画政策課（以下、藤枝市企画政策課）と、静岡産業大学藤枝キャンパス（情報学部・経営学部）および、静岡文化芸術大学デザイン学部の有志メンバーらと開発を進めた、藤枝市市章のリデザインおよびこれに関連するデザインシステム開発についての成果報告書である。

日本国内においては、人口の減少と少子高齢化のほか、様々な社会構造の変化に伴ってあらゆる格差が拡大を続けており、藤枝市も地元産業や企業の後継者問題などを看過できない状況にある。こうした背景から、藤枝市がサステナビリティを維持するためのアクションのひとつとして、本研究へ取り組んだ。本稿では、主にデザイン成果物として制作・提案を行った実例に加えて、期待される効果について述べる。

2. 研究目的

組織が目指す、ミッション（存在意義）・ビジョン（目指す姿）・バリュー（行動指針）を社会に対して視覚情報として示す際に「ビジュアル・アイデンティティ：Visual Identity」（以下、VI）を、デザイナーが主体となって提案することは、国内外問わずビジュアル・デザインのクライアントワークのひとつとして定着している。VIは、「コーポレート・アイデンティティ：Corporate Identity」の要素のうちのひとつであり、ほかに、MI = Mind Identity：マインド・アイデンティティ（ミッション・ビジョン）、BI = Behavior Identity：ビヘイビア・アイデンティティ（行動指針）が内包される。昨今においては、さらに対象を広域とした「デザイン思考」や「デザイン経営」、また「UX/CX デザイン」（体験デザイン）など、デザイン学のメソッドをベースとして、様々な問題解決アプローチが提案されている。

本研究は、藤枝市が、ミッション・ビジョン・バリューを体現し、サステナビリティを維持するために必要なアクションのひとつと位置付けており、今後も継続して取り組みを続けることによって、一定の効果が見込まれる。今年度は、主にビジュアル・デザインの強度をあげることに注力し、幅広いニーズに対応できるデザインシステムの提案を目指した。

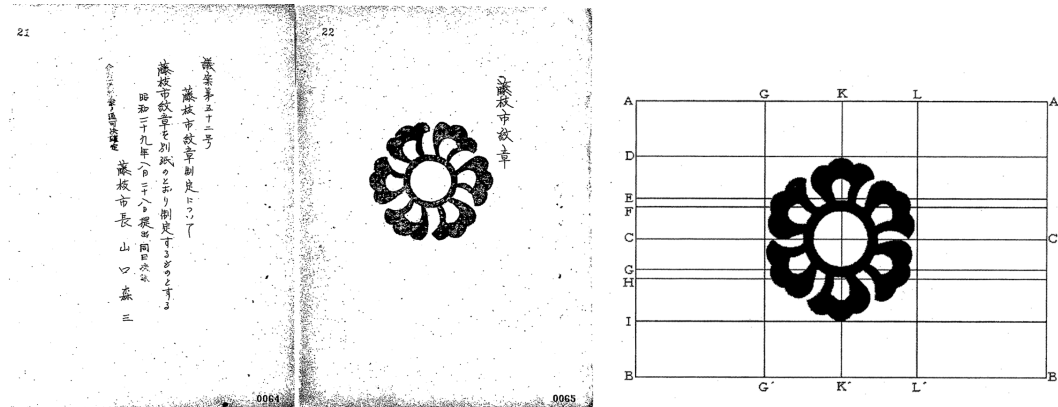
3. 研究内容および研究成果

3-1. 市章のルーツと現状

昭和29年（1954年）3月31日に市制をスタートした藤枝市は、同年9月11日の市議会において市章（紋章）を定めている（図1）。市章の考案の主旨として、1. 外側に有る六枚の藤の花弁は合併された町村を表す。2. 中の円輪は藤の花房軸によって丸く結ばれることを表す。

「輪」は即ち「和」で有り市全体が如何なる事でも和によって結ばれ発展すべきを意味する。と当時の議会資料に記述がある。しかし、昭和52年（1977年）3月31日の市議会において制定

された、「藤枝市市旗」における市章は、当初の意匠と比べると花瓣の向きや造形が異なっていた（図2）。



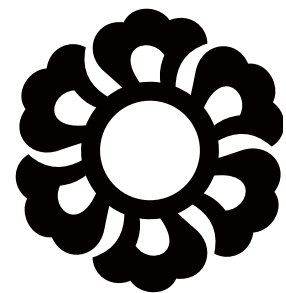
（図1）藤枝市 紋章制定についての市議会資料，（図2）藤枝市 市旗についての例規集より，ともに藤枝市企画政策課提供

上記までのとおり，市章が2種定められていたことから，本研究開始時においては，担当課や媒体ごとに意匠が統一されずに使用されていたほか，加えて双方ともにDTP（デスクトップ・パブリッシング）の普及以前に制定された意匠であったことから，各々の印刷事業者やデザイナーらがデータ化を実行せざるをえない状況が続き，結果として，造形や色に差異がある「藤枝市を象徴する市章」がいくつも生成され，事実上コントロールがなされていなかった。

市政発足時に「紋章」と定義されていたように，極めてシンボリックな「市章」の意匠については，VIを整備する上でも統一されていることが望ましい。このため，本研究では，市章を再定義することから取り組みをはじめた。

3-2. 市章の再定義と再構築

「市章」をVIにおける「シンボルマーク」と定義するため，昭和29年の紋章（図1）のコンセプトを継承しつつ，昭和52年に制定された市旗の意匠を概ね踏襲することで，すでに広く認知されている「市章」のイメージとの相違を最小限にとどめることとした。市章は上図のデータを元に，プリミティブな図形をコンピュータ上で再現して構成した。ただし，同一の要素とも見える「六枚の藤の花弁」については，ヒトの錯視を考慮し，視覚補正¹を施している（図3）。



（図3）シンボルマーク

3-3. ロゴタイプおよび組み合わせの制定

シンボルマーク（市章）と併せて，ロゴタイプの提案を行った。和文の「藤枝市」，英文の「Fujieda City」の表記共に，シンボルマークと調和させるために，既存書体で試案のパターンを複数案提案したのちに，藤枝市役所から複数回のフィードバックを受け，都度，対応するデザインエレメントを組み合わせることにより，シンボルマークと調和の取れるロゴタイプを開発した（図4）。加えて，シンボルマークとロゴタイプの組み合わせの制定を行った。当初は縦組みと横組みの提案のみで



（図4）ロゴタイプ

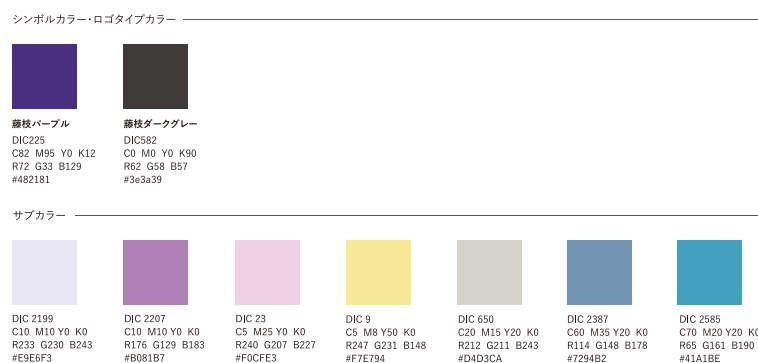
¹ 視覚補正については，米Google社のロゴマークが「視覚補正がなされているロゴマーク」であることがTwitterを中心に話題となって拡散された例（2017年）が記憶に新しい。視覚補正されたGoogleのロゴマークに対し「Is this a joke, Google?」（これは冗談ですか）と投稿されたTweetを引用し，デザイナーらが「視覚補正」が適用されていることを指摘した。

あったが、実際の使用例として、想定されるアプリケーションを藤枝市より提供いただき、結果的に7つの組み合わせと、対応するアイソレーション、白抜き、白フチなど、多数のバリエーションの制定を行うことができた。総数の多さから本稿においての紹介を省くが、本年度の成果物のひとつとして作成した「藤枝市シティ・アイデンティティ・ガイドライン」と照らし合わせながら、実際の使用例を参照されたい。

3-4. 汎用性を考慮した指定書体とカラーパレット

本研究において、とりわけ重視した点は、デザイン成果物を多くの関係者にとって、負荷なく利用してもらうための配慮にある。日本国内においては、1980年代末ごろをピークとした「CIブーム」（森山，2003）により、多くの企業で「コーポレート・アイデンティティ」を定め、本研究のように「CIマニュアル」が作成されたものの、実際には活用されぬまま、ロゴマークだけが使われていると言った例も目立った。理由として、納品データがグラフィックデザイン向けの専用ソフトウェアがなくては開けないケースや、ファイルの互換性が保持されていないがために、のちに開けなくなってしまったケースなどが多い。本研究では、VIが恒久的に表現できるよう、現時点で考えられうる限りの汎用性を持たせた各種の展開を行った。以下にいくつかのポイントを挙げる。

1. Windows と macOS の双方で使用可能である「游ゴシック」²を指定書体とした
2. ほぼ全ての展開例について個別のテンプレートファイル（Adobe Illustrator 形式，Adobe PDF 形式，PNG ファイル）を作成した
3. 情報の差し替えが頻繁に発生するドキュメント（名刺 / 名札）は Microsoft Office で実行可能なテンプレートを作成した（Word ドキュメント，Access アプリケーション）
4. CMYK/RGB/16-Bit カラーコード/DIC カラーにおいて、それぞれ近似色を指定した
5. 様々な用途・媒体においてもシティ・アイデンティティを表現できるよう、2色のシンボルカラーとして「藤枝パープル」および「藤枝ダークグレー」を指定し、これらと共存可能な7色のサブカラーを追加した（図5）



（図5）シンボルカラー・サブカラー一覧

4. 実績・成果と課題

今年度はじめに、藤枝市役所内において、名刺や名札のリプレースがなされ、実際に使用されている。ロゴマーク（市章）とロゴタイプも、様々な媒体で目にするシーンが増えてきたほか、各種の証明書用紙（偽造防止処理を施した特殊用紙）、封筒、OGP イメージ（ウェブページの URL を SNS などへ貼り付けた際に表示されるサムネイル画像）などのアプリケーション提案を行い、うちいくつかは今後リアライズされることが決定している。このように、いくつかの具体的な成果を残すことができた一方で、今年度は COVID-19 の世界的なパンデミックの

² Windows8.1 以降の Windows、OS X Mavericks 以降の macOS にプリインストールされている。ただしリテール版とは一部仕様異なる。macOS Sierra 以降の macOS では Font Book アプリケーションからの追加ダウンロードが必要である。

影響により、とりわけ学生メンバーとのインナーコミュニケーションが行き届かなかったことは最大の課題と反省点である。昨今、オンスクリーンメディアに限らず、紙媒体向けのデザイン作業も含めて、その大半が（少なくとも本研究が現時点で扱う内容においては）コンピュータ上で完結させることができるため、フルオンラインでも滞りなく「作業はできる」はずであったが、各メンバーの精神状況や温度差を汲み取ることが大変に困難であった。

5. 今後の改善点や対策

前項のように、リモートワークは、相手がオフラインになった瞬間に成立しなくなる性質を持つため、各成果物の納品日が近づくと、特定のメンバーに負荷がかかる例が頻発した。タスクを細分化して、各メンバーへ「仕事を願います」ことは可能であるが、その先の状況を把握しづらいため、言葉を投げかける際にも、ひとつひとつ表現を熟考し、一層の注意を払うことが必要となる。また、実務面では「シティ・アイデンティティ」を構成する各種の納品データが使用される機会が増えるにつれて、当初想定していなかったニーズやデータ変更が発生し、VIのアップデートが本稿執筆時点においても続いている。次年度以降は、常に最新の素材を提供できるよう、専用のウェブサイト³を展開したいと構想している。

6. 地域への提言と評価

藤枝市および本務校に対しては、継続的かつ自由自治のあるフォローをお願いしたい。本年度の取り組みによって「市章」が芽を出した状況ではあるが、この「意匠」を、藤枝市の「価値」とするためには、10年、20年と継続してその時々課題へ対応していく必要があると考える。今後、すでに知名度を持つ主要な産業や文化を持ち合わせない地方自治体が埋没していく可能性を否定しきれないなかでは、VI開発を含めた「シティ・プロモーション」は藤枝市において、一層重要な施策のひとつとなりうるはずである。私たち自身も、取り組むべき「課題」は、藤枝で生きる市民の方々が一番よく知っていることを節々で感じているからこそ、継続して藤枝に根を張りながら活動を続けたい。

参考文献

- ・ 平野 陽三 (1991) 『パブリックデザイン事典』株式会社産業調査会。
- ・ 太田 徹也 (1997) 『CI マーク・ロゴの変遷』六耀社
- ・ 森山 明子 (2003) 『カラー版 日本デザイン史』美術出版社
- ・ 水野 学 (2019) 「ブランドを客観的に観察し、時代に合わせてアップデートする」『デザインノート』No.88, pp.028-031.
- ・ 京谷実穂・難波謙太・西澤明洋・丸山新 (2019) 「拡張する『アイデンティティ』のデザイン」『AXIS Web Magazine』株式会社アクシス、
<https://www.axismag.jp/posts/2019/12/159314.html> (2021年1月10日アクセス)

謝辞

本稿の執筆にあたって、藤枝市企画創生部企画政策課の皆様をはじめ、静岡産業大学の教職員の皆様、在学生、静岡文化芸術大学 デザイン学部の先生方と在学生らに、多大な協力を賜りました。厚く感謝を申し上げます。デザイナーである小山奈緒子氏には研究協力者としての枠組みを超えて、懇切にご指導をいただきました。グラフィックデザイナーである伊藤宏氏からも、多くの示唆をいただきました。ここに御礼申し上げます。

³ 構想に近いウェブページとして『Apple Developer マーケティングリソースとアイデンティティに関するガイドライン』を参照されたい。汎用性を持たせた製品画像のダウンロードのほか、各種データの使用にかかる注意書きなどをページ内で閲覧することができる。<https://developer.apple.com/jp/app-store/marketing/guidelines/> (2021年1月14日アクセス)