

“しが CO₂ ネットゼロムーブメント” ロゴマーク
制作プロジェクトの報告
—芸術による社会への貢献を目指した共創の実践

A Report on a Project to Create a New Logo Mark
for the Shiga CO₂ Net Zero Movement
—Practice of Co-Creation to Contribute to Society through Art

田口真太郎
Shintaro TAGUCHI

大草 真弓
Mayumi OKUSA

石川 亮
Ryo ISHIKAWA

“しがCO₂ ネットゼロムーブメント” ロゴマーク制作プロジェクトの報告 —芸術による社会への貢献を目指した共創の実践—

A Report on a Project to Create a New Logo Mark for the Shiga CO₂ Net Zero Movement
—Practice of Co-Creation to Contribute to Society through Art

田口真太郎
Shintaro TAGUCHI

助教（未来社会デザイン共創機構）

大草 真弓
Mayumi OKUSA

教授（情報デザイン領域）

石川 亮
Ryo ISHIKAWA

准教授（地域実践領域）

Seian University of Art and Design Co-Creation Laboratory for the Design of a Futuristic Society was established in April 2021 and has been working on several co-creation projects with the aim of realizing a better future society by deepening and expanding artistic research through co-creation with society. This report describes a project to create a new logo mark for the “Shiga CO₂ Net Zero” movement as an example of co-creation aimed at “contributing to society through art,” which is the educational philosophy of the university. In addition, we hope to deepen and expand our artistic research through co-creation with society, explore new values, and record the results and discussions of the project so that they can be utilized in future co-creation projects.

1. はじめに

近年、人口の減少に伴い生産年齢人口が急減しており、またグローバル化や超スマート社会、SDGs など、社会システム自体がこれまでの工業化社会から知識基盤社会へと変わりつつある。このような変化が激しい予測不可能な社会においては、主体的・能動的に生涯学び続けられる人材が必要とされており、高等教育に対して、そのような人材育成への期待が高まっている。成安造形大学では、2010 年から「地域連携推進センター」を設置し、特に滋賀県内における地域連携事業に力を入れてきた〔註1〕。2019 年度に策定した10 ヶ年の大学中長期経営計画のもと、これまでの地域連携の実績を活かし、社会との共創により芸術研究を深化・拡張させ、より良い未来社会の実現を目指すため「未来社会デザイン共創機構」が2021 年4 月にスタートした。

未来社会デザイン共創機構は、文化及び芸術における諸分野の学術研究を深めるとともに社会と大学が共に新たな価値を創造し、教育・研究活動の活性化と総合化をはかり、研究成果を広く社会に公開し、学術・文化を推進することを目的とする研究機関である。ま

た、学園建学の精神「成安」、校訓「誠と熱」、および大学基本理念（教育理念）「芸術による社会への貢献」を、今日的条件下でより力強く実践することにより、学生と教員の研究活動の活性化や社会との共創関係構築を目指している〔註2〕。

2. “しがCO₂ ネットゼロムーブメント” ロゴマーク制作について

2.1 “しがCO₂ ネットゼロムーブメント” ロゴマーク制作プロジェクトの概要

滋賀県は2020年1月に、2050年までに県内の温室効果ガス排出量を実質ゼロにすることを目指して、“しがCO₂ ネットゼロムーブメント” キックオフ宣言を行い、県民や事業者等多様な主体と連携した取り組みを進めている〔註3〕。2021年3月31日時点での“しがCO₂ ネットゼロ” ムーブメントへの賛同者数は、事業所が100件、個人が4,838人で、総合計で約32,000人である。2021年4月に滋賀県から本学に対し、CO₂ ネットゼロの取り組みを事業所や県民へ周知し賛同者を増やしていくために、その考え方を特に若い世代へわかりやすく伝える象徴となるロゴマークの制作を学生に依頼できないかと相談があったことから、本プロジェクトが始まった。

ロゴマーク制作にあたり、“しがCO₂ ネットゼロムーブメント”の事業に取り組む滋賀県CO₂ ネットゼロ推進課（以下、「推進課」という）、公益財団法人淡海環境保全財団が運営する滋賀県地球温暖化防止活動推進センター（以下、「センター」という）、成安造形大学の三者でプロジェクトチームを組成した〔図1〕。また、本件は2021年5月から10月までのロゴマーク制作期間は、新型コロナウイルス感染症対策として、三者間の相談やデザイン案のプレゼンテーションなどの会議は完全にオンラインで実施した。

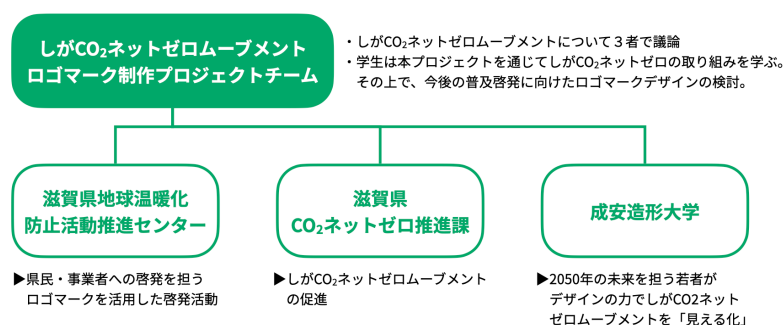


図1 ロゴマーク制作プロジェクトチームの関係図

2.2 ロゴマークの位置付け

学生を招集し本格的にロゴマークのデザインに取り組む前段階で、プロジェクトメンバーでまずロゴマークの位置付けの確認から

取り組んだ。環境省が取り組む「COOL CHOICE」や「カーボン・ニュートラル」、滋賀県が取り組む「マザーレイクゴールズ (MLGs)」、他市町のゼロカーボン等のロゴマークなどすでに多くの類似政策のロゴマークが存在しており、なぜ新たにロゴマークを作る必要があるかの条件整理が必要であった。プロジェクトメンバーで類似マークの画像や趣旨を集め協議を行った結果、①長い期間使用されるマークであること、②対象を滋賀県に絞ったマークであること、③しがCO₂ ネットゼロムーブメントを表すマークであること、以上の3点を差別化のポイントとした。

3. ロゴマークのデザインプロセス

本プロジェクトは、2021年5月にスタートし、10月に予定されていた滋賀県知事の定例記者会見での発表へ向けて、参加する学生の募集からロゴマーク決定まで5つのステップを踏んで取り組んだ〔図2〕。

STEP 1	学生間での課題意識の共有	5月～6月上旬
STEP 2	資料収集・アイデア展開	6月中
STEP 3	中間プレゼンとフィードバック	6月末～7月中旬
STEP 4	ブラッシュアップ	7月下旬～8月
STEP 5	最終プレゼンテーション	8月末

図2 ロゴマーク制作プロジェクトのスケジュール

3.1 STEP1：学生間での課題意識共有

本プロジェクトでは、ロゴマークデザインの経験や基礎的なスキルのある学生へ教員が直接呼びかけた結果、5名の学生が参加を表明した。

5月28日に実施したプロジェクト説明会では、推進課からCO₂ ネットゼロに関する世界と国の取り組み、滋賀県のこれまでの取り組みと今後の具体的な政策展開案、ロゴマークに対する期待や要望について説明があった。しかし、まだまだ県民にも普及していないネットゼロという概念や今後の展開に関して、専門的知識を持たない学生たちが理解するところからのスタートが課題となった。

そこで、説明会を聞いた学生たちの素朴な意見や疑問、挑戦したいアイデアなどをアンケートを通じて丁寧に意見収集した。そして、アンケートの記述内容からKPT法を用いて要素をポストイットに書き出し、類似する要素のグルーピングや要素同士の繋がりを図示し、視覚的に要素の構造化を行うことで、チーム全員がどんな視点でロゴマーク制作に取り組んでいくのかを共有した〔図3〕。KPT法とは、KEEP（よかった点）、PROBLEM（疑問点や課題点）、TRY（挑戦したいこと）の頭文字を取った造語で、3つの視点で意見を整理し振り返る手法である。

考察の結果、KEEPでは「新しいロゴデザインに対する魅力」と「本プロジェクトに対する魅力」の2つの視点が学生にとって重要なポイントであることが明らかになった。PROBLEMでは、「（本プロジェクトの）進め方に対する不安」や「ネットゼロに関する理解度（が低い）」などの懸念点から、ロゴが使用される商品パッケージなどの印刷技術がどこまでできるのかといった「技術的な可能性」に関す

る具体的な課題まで、複数の視点での疑問が明らかになった。TRYでは、「リサーチに関する挑戦」と「デザインに関する挑戦」の大きく2種類の意見があげられ、今回関わる学生たちが何に挑戦したいのかがより明確に捉えることができた〔図4〕。

KPT法による考察結果をもとに、推進課とセンターから疑問点に対する回答をいただいた。「ロゴマークをどこで使用するのか」や「リサーチの際に参考になる資料はなにか」といったすぐに回答

図3 アンケートフォームと抽出した意見のまとめ

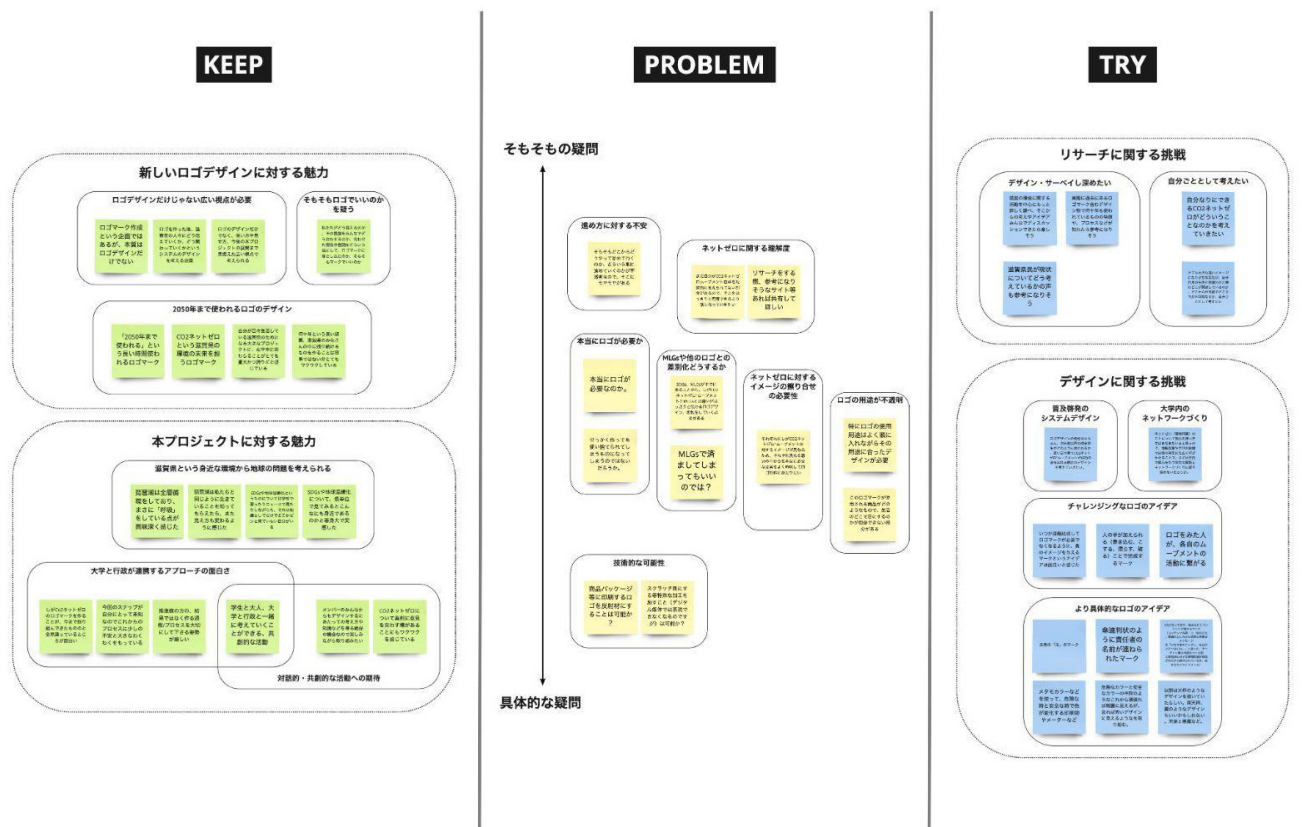


図4 学生間の課題の整理と考察のまとめ



図6 学生と教員全員でリサーチ内容をまとめたオンラインホワイトボード「miro」

素同士の繋がりを整理した〔図7〕。結果、「CO₂」「滋賀県」の2つの要素を中心に今回のロゴマークの要件として抑えるべき軸となる要素（図7の青色の付箋）と、そこから派生するロゴマークの多様な表現に繋がるアイデア（図7の黄色の付箋）が整理され、学生それぞれがどの要素に着目しデザインを進めるかの役割分担に繋がった。

3.3 STEP3：中間プレゼンテーションとフィードバック

6月29日に中間プレゼンテーションとして、推進課とセンターに対して5人の学生から12種類のロゴマークのデザイン案を提案した。学生たちは一人ずつ丁寧にデザイン案のコンセプトと制作背景について解説した〔図8〕。

中間プレゼンテーションの後、推進課とセンターには一度提案を持ち帰っていただき、1週間をかけて全てのデザイン案に対するフィードバックをいただいた。こちらもKPT法で分類し、さらに中間プレゼンテーション全体に対する感想を加えた4つの視点で分類し、プロジェクトチーム全体で共有した〔図9〕。結果、この段階でCO₂ ネットゼロという抽象的なイメージに対して、12種類のデザインによって新たに得られたロゴマークの可能性や期待と、逆に誤解が生まれそうな表現に対する危険性を整理することができ、より具体的なデザイン案の改善ポイントを確認することができた。

具体的には、よかった点については、琵琶湖の固有種をデザインに取り入れている点や、里山や里湖といった滋賀らしい循環を取り入れている点、極限までシンプルに洗練された表現による新鮮さを感じる点、キャラクター化することで子どもでも親しめる可能性を

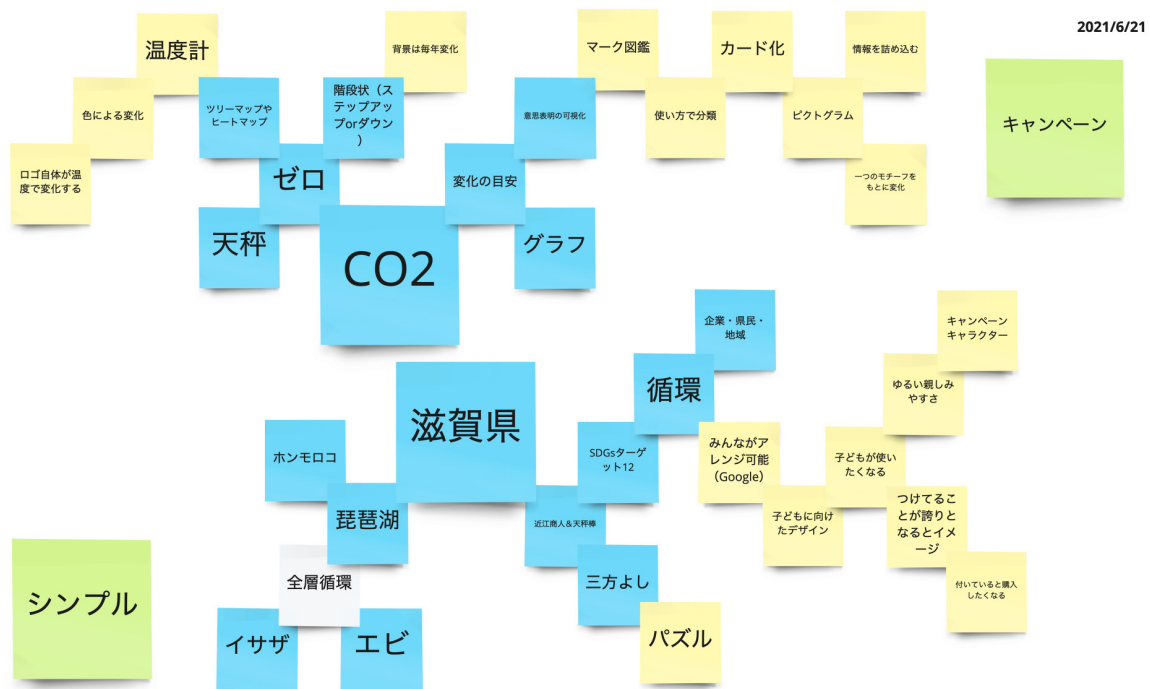


図7 リサーチをもとにロゴマークのアイデアのブレインストーミング

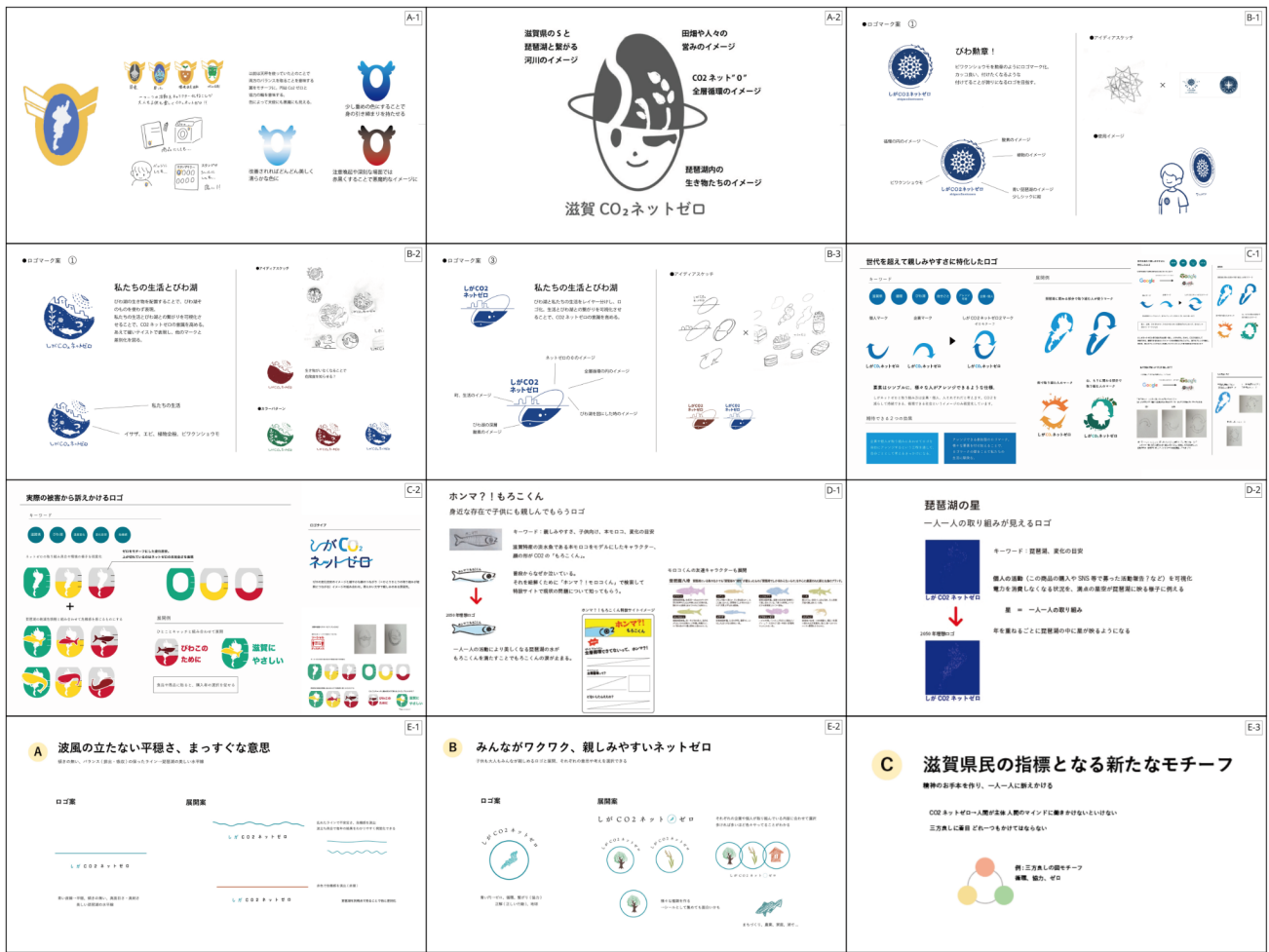


図8 中間プレゼンで提案した12種類のロゴマークのアイデア

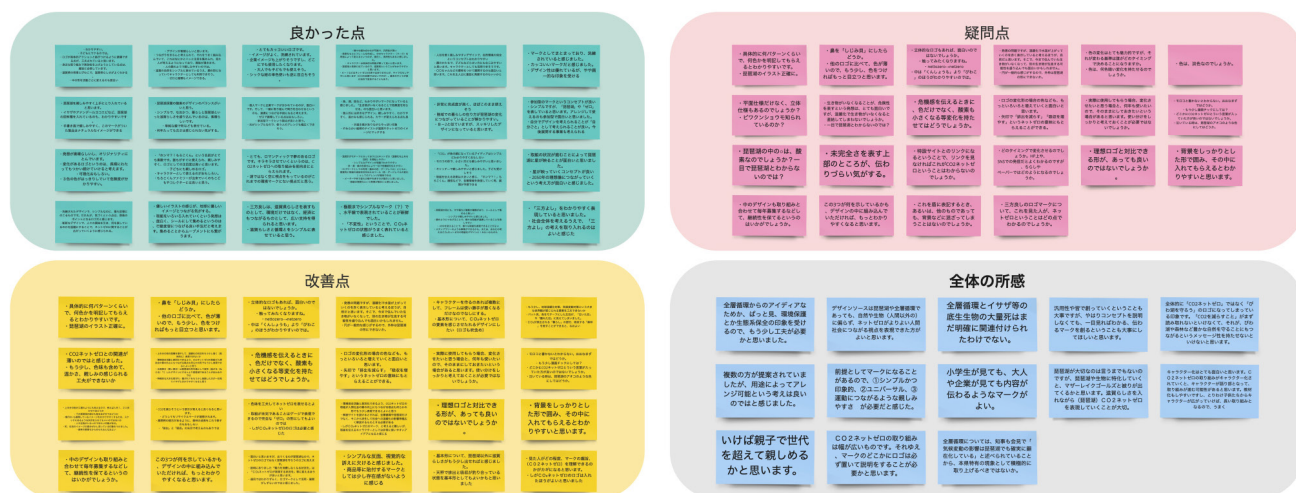


図9 12種類のアイデアに対する推進課とセンターからのフィードバック

感じることができた点などがあげられた。疑問点や改善が必要な点については、琵琶湖の全層循環をロゴのモチーフにしても良いかどうか議論の焦点となった。学生からは全層循環に着目するアイデアが多く上がっていたが、全層循環とイサザ等の底生生物の大量死は現段階ではまだ科学的に明確に関連付けられたわけではなかったことから、今回は取り扱わないことに決まった。

このように、学生から提案があったデザイン案を通じて、具体的な表現や文言に関する検証が進められ、しがCO₂ネットゼロムーブメントのロゴマークとして取り扱えるものの制約条件が少しずつ設けられることになった。

3.4 STEP4: ブラッシュアップ

中間発表で提案したアイデアへのフィードバック内容を踏まえ、学生一人ひとりがどのアイデアをベースに仕上げていくのか、各自一案に絞り込みブラッシュアップを進めた。さらに、各自のロゴマークのデザイン案が仕上がっていく段階で、それぞれのデザイン案の特性に応じてより具体的に活用場面や展開をイメージするようにアドバイスし、最終提案の作成を進めた [図10]。

3.5 STEP5: 最終プレゼンテーション

8月26日の最終プレゼンテーションでは、4名の学生が4種類のロゴマークを提案した。中間プレゼンテーションのフィードバックを元にブラッシュアップを進めた結果、学生それぞれの個性をいかしたロゴマークへと発展させることができ、全く方向性の異なる4種類の最終提案が完成した [図11]。

最終提案の審査会は、推進課とセンターと大学から各3名、計9名の審査員で実施した。審査方法は、事前に推進課が作成した審査表で各審査員が採点し、その集計結果をもとに審査員全員での意見交換を経た後、最終選考を実施した [図12]。

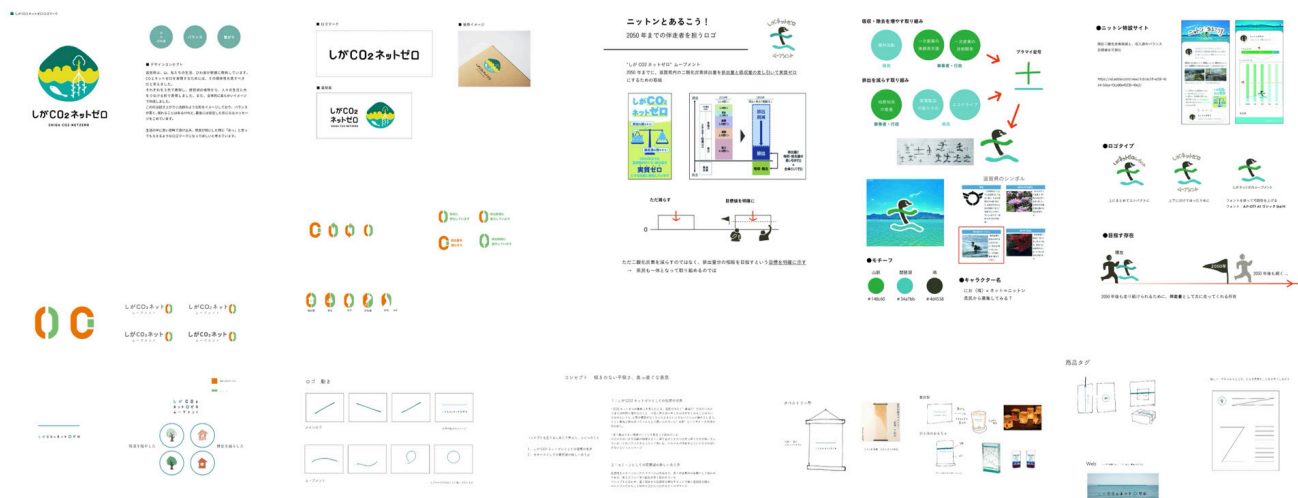


図 10 最終提案に向けた 4 提案（ブラッシュアップ途中）



図 11 最終提案を行った 4 種類のロゴマークデザイン

「しがCO₂ネットゼロ」ムーブメント」ロゴマークデザイン 審査票様式

評価項目・主な着眼点		配点	評価 ＜重みづけ＞	採点者			
項目 番号				①	②	③	④
デザイン							
1	・「しがCO ₂ ネットゼロ」を構成する要素、分野、取組の表現ができるか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
	・長期間（しがCO ₂ ネットゼロ）を達成するまで）にわたって使用できる 耐久性があるか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
	・商品等へ利用しやすいデザインか（色、大きさ、形の観点）	5	5・4・3・2・1 ＜×1＞				
	・マークとして差別化ができていますか	5	5・4・3・2・1 ＜×1＞				
コンセプト							
2	・「しがCO ₂ ネットゼロ」を構成する要素が盛り込まれているか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
	・考え方のわかりやすさ、伝えやすさがあるか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
ムーブメント							
3	・県民、事業者等への親しみやすさがあるか	5	5・4・3・2・1 ＜×1＞				
	・「しがCO ₂ ネットゼロ」が実現する将来へ向けた広がり （CO ₂ ネットゼロの達成、進捗度合い、取組の拡大）を表せるか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
	・県民、事業者の「じぶんごと」化を働きかける訴求力があるか	15	5・4・3・2・1 ＜×3＞				
ロゴマークを使った展開							
4	・具体的な商品等の活用が踏まえられているか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
	・「しがCO ₂ ネットゼロ」に向けた事業の具体的な展開ができるか	10	5・4・3・2・1 ＜×2＞				
合計		100		0	0	0	0

図 12 最終審査で使われた審査票様式とフィードバックシート

4. 完成したロゴマークのデザインについて

4.1 審査結果と完成したロゴマークの発表について

9月15日に審査結果の報告会を実施し、採用候補案〔図 11-C 案〕と次点案〔図 11-B 案〕を発表した。その後、推進課側で商標登録手続きを進めた結果、採用候補案が無事本採択されることに決まった。

本採択後、ロゴマーク完成に向けた最終調整を進めた後、10月26日の知事定例記者会見〔註4〕にて、滋賀県知事より決定したロゴマークが発表され、がされ、その後デザインを担当した土佐悠夏がロゴマークのコンセプトとその意味を表現するために制作した動画（ムービングロゴ）のプレゼンテーションを行った〔図 13〕。

また、12月11日の「令和3年度しがCO₂ ネットゼロシンポジウム」〔註5〕においても、イベント冒頭に土佐悠夏がロゴマーク制作プロジェクトに関するプレゼンテーションを行った〔図 14〕。

4.2 完成したロゴマークの概要について

完成したロゴマークの基本形は、CO₂ 排出量を表すイエローとCO₂ 吸収量を表すグリーンが均等になったとき、実質ゼロになるということを表現するため、ゼロを円グラフモチーフで視覚化している〔図 15〕。

完成したロゴマークのコンセプトについて、作成者の土佐は次のように述べている。

① “地球思い” が当たり前の日常へ

“しがCO₂ ネットゼロムーブメント” のロゴマークは、「CO₂ 排出量を表すイエローとCO₂ 吸収量を表すグリーンが均等に



図 13 10月26日の知事定例記者会見の様子（筆者撮影）



図 14 12月11日のシンポジウムでの発表の様子（滋賀県撮影）



図 15 完成したロゴマーク（作成：土佐悠夏）

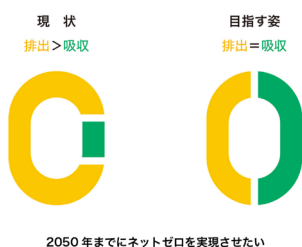


図 16 ムービングロゴの解説（作成：土佐悠夏）

見える化

常に見える化された現状が、ムーブメントへの意識に訴えかける



図 17 「見える化」に関する提案（作成：土佐悠夏）

選択

日常の中に排出と吸収の判断軸を



図 18 「選択」に関する提案（作成：土佐悠夏）

なったとき、実質的にゼロになる」ことを表現するために、目指す姿の「ゼロ」を円グラフモチーフで視覚化しています。

ベースになった形は〔図 16〕の「現状」と「目指す姿」の 2 つの形、現状は二酸化炭素排出量が圧倒的に多い状況を炭素の「C」で示し、目指す姿は排出量と吸収量が均等になったゴールを「0（ゼロ）」で示しています。

地球のことを思いながら生活することが当たり前の日常になることを願って制作しました。

② 滋賀の環境と人

また、このロゴはネットゼロの「ゼロ」であると同時に「滋賀県」であり、中央の組み合わせられた楕円はびわ湖を表現しています。びわ湖を取り囲む滋賀県民ひとりひとりの取り組みがやがて全員へとつながり、みんなで協力して二酸化炭素排出量実質ゼロを達成するムーブメントに育ってほしいという思いを込めています。

4.3 展開アイデアの提案

作成者の土佐は、今後のロゴマークの展開について、「見える化」、「選択」、「ジブンゴト化」の 3 つの観点から具体的なイメージを提案している。ここで提案する「ジブンゴト化」とは、CO₂ ネットゼロの問題を自分のこととして捉えて欲しいという意味を込めて作られた言葉である。

3 つの観点について、作成者の土佐は次のように述べている。

① 「見える化」

現状と目指す姿の二つを利用して WEB サイトなどで達成率をロゴマークを用いて表示することで、瞬時に今の状態がわかると同時に、何十年とかかるムーブメントを訴え続ける〔図 17〕。

② 「選択」

“しが CO₂ ネットゼロムーブメント”を進めていくためには、どんなことが排出でどんなことが吸収につながっているのかを県民がしっかりと理解する必要がある。そのための、一つのアイデアとして排出と吸収の区別ができる家庭用ステッカーを提案した〔図 18〕。

③ 「ジブンゴト化」

このロゴマークは、“しが CO₂ ネットゼロムーブメント”の活動認知と意識化につなげるために、子どもたちが自らロゴマークにイラストを描くことで自分だけのマークへとアレンジできるワークショップの展開が可能である〔図 19〕。図のように自分の活動を自分自身でマークに重ねて描き、常に持ち歩けるようなバッジなどにすることで、自分も“しが CO₂ ネットゼロムーブメント”の参加者の一人であると誇りを持ち、日常的に考え



図 19 「ジブンごと化」に関する提案 (作成：土佐悠夏)

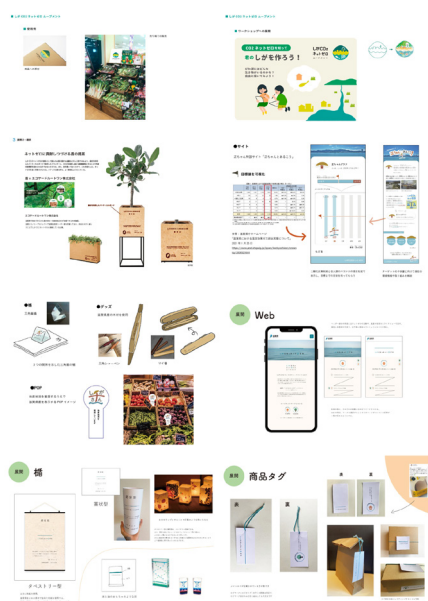


図 20 学生からの多様な利用シーン提案の一部

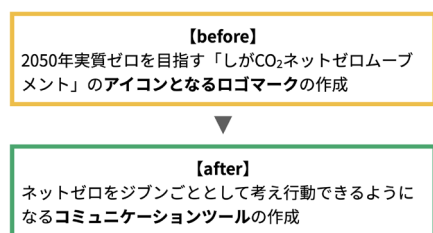


図 21 ロゴマーク制作の目的の変化

てほしいという狙いを込めている。

5. 考察

ロゴマーク制作プロジェクトは、10月26日の滋賀県知事定例記者会見で発表したのちも、ロゴマーク運用に関して具体的な利用シーンを想定した使用規程をまとめたガイドライン作成に取り組んでいる。プロジェクト開始時には想定していなかったロゴマークの利用使途が、学生からの提案によって新たに生まれたこともあり、様々な利用シーンに対応できる柔軟なガイドラインにしていくことで、積極的に県民にも活用いただけるよう三者で協議を継続している。

本プロジェクトのこれまでに得られた知見を以下にまとめる。

(1) 推進課、センター、大学の共創によるデザインプロセスが、取り扱う社会問題 (CO₂ ネットゼロ) に対する学生の理解を深め、教育上の効果を上げられた。CO₂ ネットゼロという概念はまだまだ社会に広まっておらず、特に学生にとっては初めて触れる考え方で、具体的に滋賀県がどんなことに取り組もうとしているのか抽象度が高い上に情報量も多く、初めのうちは理解することが困難に思われた。そこで、学内での週に一度の会議や、関係者全員での毎月の会議を通じて、手探りでも毎回学生からロゴマークデザインの提案を促し、フィードバックを重ねていった [図 20]。その結果、関係者全員の認識のすり合わせと取り扱う社会問題に対する理解を深めることができ、最終的なロゴマークの完成度を高めることにつながった。

(2) 推進課、センター、大学の共創によるデザインが、ロゴマークの価値を拡張させることができた。「なぜ新たなロゴマークが必要なのか」という本プロジェクトが解決すべき課題の本質について、発注元の推進課だけが課題を定義するのではなく、プロジェクトに携わる関係者全員で協議を重ねていったことが、学生から新しいロゴマークの提案を引き出すことにつながった。その結果、数秒の映像でロゴマークのコンセプトを伝える「ムービングロゴ」や、事業内容や政策展開に応じて柔軟にロゴマークの一部を変化させながら運用する「ムーブメントロゴ」、そしてこれらの機能を活かした県民と自分だけのロゴマークを作成するワークショップといった様々な提案を通じて、アイコンとしてのロゴマークからコミュニケーションツールとしてのロゴマークへと、その意味や価値を拡張することができた。[図 21]。

このように、産官学の共創によって新しい価値創造を発揮することができたが、それは発注者と受注者、デザイナーと非デザイナー、学生と教員との丁寧なコミュニケーションなしには実現しないものである。ロゴマークが今後どのように運用され、そのデザインコン

セプトを活かして県内で効果的に活用されるのか、引き続き観察が必要である。

6. まとめ

未来社会デザイン共創機構による共創の試みはまだ始まったばかりである。第一弾の“しがCO₂ ネットゼロムーブメント”の取り組みは、2050年を目標とする長期的な活動であることから、今後デザインしたロゴマークの活用を通じた啓発活動にも継続して関わり続けていくことが大切である。そこから、これまでになかった社会との共創による新しい価値が生まれるかもしれない。

また、今後も様々な組織や主体と連携し、新しい課題で共創プロジェクトに取り組むことによって、さらに多様な観点から価値の創出が期待できる。また、既存プロジェクトの継続的観測を続けることで、地域に根付いた芸術大学としての共創価値の見える化を目指し、実践を通じた知見を積み上げていきたいと考えている。

- [註 1] 本学における 1994 年の開学から 2010 年までの地域に根付いた造形教育の実践及び学生の活動は今井祝雄がまとめている（参考文献 [1]）。また、地域連携推進センターが設置されてからの 2010 年から 2020 年までの地域連携の取り組みは、通称「ちれん冊子」にまとめられている（参考文献 [2] [3]）。
- [註 2] 成安造形大学. “未来社会デザイン共創機構について”. 成安造形大学ウェブサイト. 2021-4-1. <https://www.seian.ac.jp/attached/mirai/>, (参照 2022-1-14)
- [註 3] 滋賀県. “「しがCO₂ ネットゼロムーブメント」キックオフ宣言について”. 滋賀県ウェブサイト. 2020-12-4. <https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kankyoshizen/ondanka/309038.html>, (参照 2022-1-14)
- [註 4] 滋賀県. “知事定例記者会見”. 滋賀県ウェブサイト. 2021-10-26. <https://www.pref.shiga.lg.jp/kensei/chizi/kaiken/321954.html>, (参照 2022-1-14)
- [註 5] 滋賀県. “令和 3 年度しがCO₂ ネットゼロシンポジウム”. 2021-12-10. <https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/kankyoshizen/ondanka/322020.html>, (参照 2022-1-14)

参考文献

- [1] 今井祝雄. 滋賀でアートする：キャンパスから地域へ／1994～2010. 成安造形大学紀要. 2011, No. 2, p. 3-9.
- [2] 京都成安学園成安造形大学地域連携推進センター 編. Seian projects: 地域連携. 2011-2012, vol. 1-2.
- [3] 京都成安学園成安造形大学地域連携推進センター 編. ちれん：Seian projects. 2013-2020, vol. 3-10.

