

三笠ジオパークのロゴマーク作成とその手順

~ジオパークブランドの創出を目指して~

The process for making the logo of the Mikasa Geopark: Toward for the creation of geopark brand products

栗原 憲一^{1,2}・新居 忠浩^{1,3}

1 三笠ジオパーク推進協議会事務局, 〒068-2192 北海道三笠市幸町2番地 企画振興課内

2 三笠市立博物館, 〒068-2111 北海道三笠市幾春別錦町1-212-1

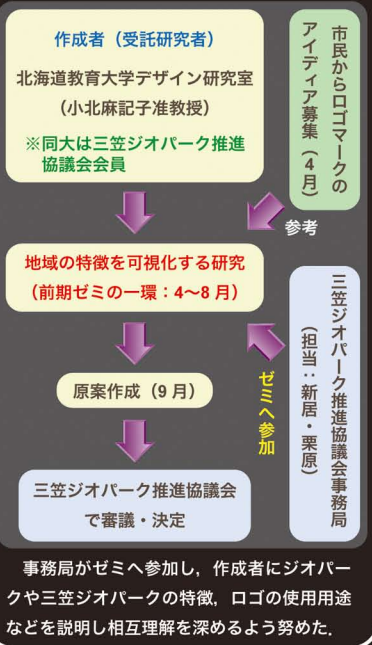
3 三笠市企画経済部企画振興課政策推進係

1. はじめに

ロゴマークは、そのジオパークの“顔”となるものであり、今後の様々なジオパークブランドを創出する上で必要不可欠な要素である。使用用途は、解説板、ガイドブック、関連グッズや特産品など、多岐に渡って使用される。

一方、デザインの作成方法については、主に業者（デザイナー）に委託する場合と、一般公募によってデザイン案を募集する場合とが考えられる。しかし今回、三笠ジオパークでは、上記2つの手法を採用せずに、大学のデザイン研究室へ「地域の特徴を可視化する研究」として依頼し、大学教員による指導の下、研究室の学生らがロゴマークの作成を行った。

2. 手法・手順



3. 作成過程（前半）

事務局は、ジオパークの仕組みや三笠ジオパークの特徴、他地域のロゴマークデザインの紹介、三笠ジオパーク内での具体的な使用用途などを説明した。学生達はまずは自身の持つイメージから浮かんだロゴマークのラフスケッチを描いた。

様々なケースに対応できるように文字とマークが分離できること、タブレットアプリ等にも使用できるようにマークの使用面積は正方形に収まるよう設計する事となった。



4. 作成過程（後半）

研究室の学生達を、三笠ジオパークの現地へ案内し、博物館学芸員がジオサイトの案内や博物館のガイドを行った。

ジオサイトを見る「知る」ことで、これまで作成者（学生達）が持っていたイメージが大きく転換し、デザインも大きく変わる！

後日、現地見学を通じて得た感想として、学生から三笠ジオパークの特徴は、『現在、5000万年前、1億年前の様子をひとまぎで体感できること』が挙げられ、このコンセプトを基に作業を行う事となった。



決定されたコンセプトを基に表現したロゴマークが数パターン提案された。また、これまで余計な情報を排除するためモノトーン調の案のみであったが、ここで初めてカラーのデザイン案が示された。

研究室と事務局担当で議論し、デザインのコンセプトがうまく表現されているか、アンモナイトなどの形は専門家が見ても不具合は生じていないか、などの検証を行った上で、最終的なデザイン案を3パターン用意し、そこからロゴマークを決定した。



5. ロゴマークのコンセプト

三笠ジオパークのロゴマークは、大地が動いた結果、垂直になるまで押し曲げられた当地の地質学的な背景が意識され、左から1億年前のアンモナイトを含む地層、5000万年前の石炭を含む地層、そして私たちが生きる現在を植生の緑で表現し、そこに石炭のもととなった植物の1つとして知られるメタセコイヤが描かれている。メタセコイヤは現在も生息する植物であり、過去と現在をつなげる役割をもつ。

このように、ロゴマークには一億年の時間をひとまぎで体感できる三笠ジオパークの特徴が集約されている。



6. 今後のジオパークブランドの創出に向けて

