

第2回ワーキング会議 開催結果報告

日時 令和2年10月13日（火）14時～16時30分

会場 蒲郡市役所 本館3階 303会議室

参加者 計21名（民間参加者12名、蒲郡市若手職員9名）

《1. 当日のタイムスケジュール及び実施内容》

14:00～

1. 開会・あいさつ 5分

14:05～

2. アイスブレイク、前回振り返り 15分

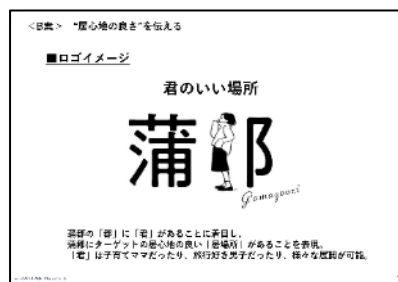
- ・前回と異なるメンバーで4つのグループを再構成したので、はじめに改めて参加者同士で「最高の休日の過ごし方」をテーマに自己紹介しました。
- ・その後、第1回ワーキング会議で出されたご意見を振り返りました。



14:20～

3. 「コンセプト案」の説明 10分

- ・第1回のご意見をもとに事務局で作成した2つのコンセプト案について、ロゴのイメージやポスターの展開例などを含めてご説明しました。



14:30～

4. グループワーク

「コンセプト案をブラッシュアップしよう！」 85分

- ・2つの案について、まずは第一印象からうける「プラスの印象」と「マイナスの印象」を共有するところから議論をスタートしました。
- ・ロゴイメージの見た目だけでなく、コンセプトの具体的な活用や展開の「可能性」や「使いやすさ」を念頭に、よりよくするための意見交換を行ない、数多くのご意見が出されました。
- 【A案】盛り込む要素・価値（≒ロゴに表現する要素・価値）
- 【B案】訪れてほしい“いい場所（居心地のいい居場所）”って どこ・なに？（「誰」に「どこを」訪れてほしいか？「何を」体験してほしいか？）
- ・新たな「コンセプト案」については、とくに提案はありませんでした。

15:55～

5. シェアタイム（成果発表・全体共有） 20分

- ・各グループの成果をみんなで見ながら、共感・賛同したアイデアに投票を行ないました。

16:15～

6. 事務連絡 10分

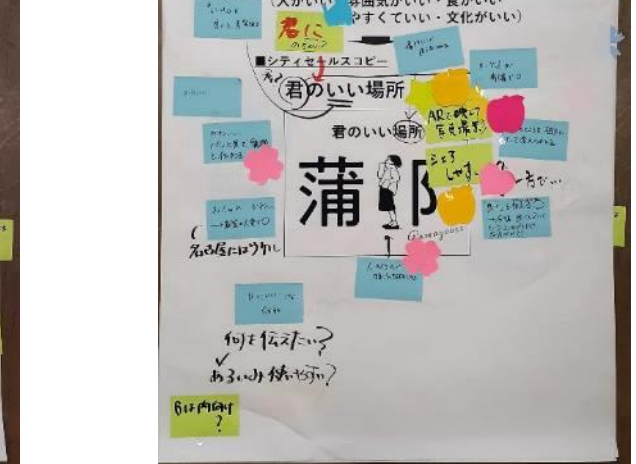
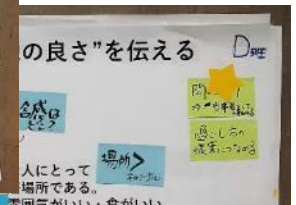
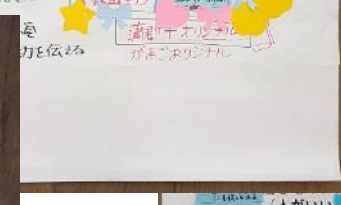
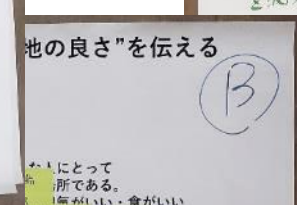
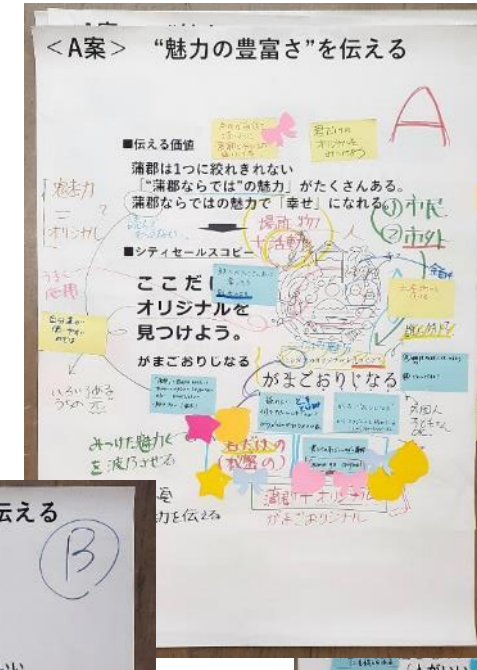
- ・今後のイベントなどについて紹介する「PR タイム」を行い、5名の参加者から、情報提供がありました。
- ・最後に事務局から次回の第3回の開催案内を行いました。



16:25～

7. その他、閉会 5分

《2. 各グループの成果物の写真（抜粋）》



《3. 結果まとめ》コンセプト案へのご意見・ご提案

	＜A 案＞ “魅力の豊富さ”を伝える	＜B 案＞ “居心地の良さ”を伝える
キャッチコピー ロゴイメージ	ここだけの オリジナルを 見つけよう。 がまごおりじなる ここだけのオリジナルを見つけよう がまごおりじなる 	君のいい場所 蒲郡 君のいい場所 蒲郡 
プラスの 印象	【キャッチコピーが覚えやすくて面白い】 ・「がまごおりじる」というフレーズが面白い ・がまごおりという市の名称が目飛び込んでくる ・蒲郡とオリジナルの掛け合わせがいい ・シャレが効いていてクスッと笑える ・語呂合わせで覚えやすい 【魅力いっぱいあることがわかる】 ・魅力がたくさんあって楽しそう ・多種多様な魅力が視覚的に伝えられる ・人や活動を含めた数多くの魅力があることが伝わる 【外向けによい】 ・外向けのコンセプトとしてもよい 【インパクト】 ・ロゴマークとしてインパクトがある 【ひらがなでやさしい】 ・ひらがなでやさしい印象	【いい場所という価値観・響き】 ・「居心地がいい」という価値観がいい ・一人ひとりが自分の思い通りの過ごし方、価値 ・いい場所という言葉の響きがいい、じわじわと伝わる 【良さがわかりやすい】 ・一目見てわかりシンプル、パッと見て蒲郡とわかる ・スッキリしていて、良さがわかりやすく伝わる ・ぼんやりしていて使いやすい、展開や応用が可能 【オリジナリティ、個性的】 ・蒲郡だからこそ作れるロゴで、個性的 【おしゃれでかわいくて、若い世代に受ける】 ・おしゃれなイメージでインスタ映える、シェアしやすい ・かわいい、都会の人、若い人に受ける 【いやし・やさしさ、暮らし・日常】 ・ふんわりした感じ、温かさ、ほのぼの、癒される ・日常風景や日々の暮らしがイメージできる
マイナスの 印象	【「蒲郡」と「オリジナル」が結びつかない、ゴロが悪い】 ・ゴロが悪くて、少し読みにくい ・蒲郡が読めなかったり知らないと、意味が通じない ・「ここだけ」「オリジナル」「がまごおりじなる」がくどい 【おススメがわかりにくい】 ・何が推しなのかわかりづらい ・オリジナルがぼやけて中途半端な感じ ・ごちゃっとしている、リード文の文字も多い 【オリジナルながわからない、思いつかない】 ・何がオリジナルなのか、市民もわかりにくい ・当たり前すぎてオリジナルが思いつかない 【観光イメージ】 ・「遊びに行こう」という観光 PR のイメージが強い ・観光だけ、という印象を与えないか 【おしゃれすぎる、かわいくない】 ・おしゃれすぎて蒲郡のイメージと合わない ・ロゴがかわいくない、ちょっと重い印象がある	【「いい場所」と「居場所」が結びつかない】 ・いい場所を居場所に結びつけるのが難しい、わからない 【知らない人にはわからない・伝わりにくい】 ・蒲郡を知らない人には読めない、わかりにくい ・意味が伝わりにくい、何がいいのかかわかりにくい ・漢字だとゆったりとしたイメージが感じられない 【「いい場所」にマイナスイメージも】 ・「どこでもよい」という否定的な捉えられ方もある 【今後の展開イメージが弱い】 ・今後良くしていく、というコンセプトになりにくい 【トレンドっぽい】 ・今風だけれども、すぐにすたれてしまいそう。中途半端 ・おしゃれだけど、田舎のよさがあまり感じられない 【インパクトが弱い】 ・ロゴのインパクトが控えめ、印象が薄い

課題改善提案	コピー	・「君だけのオリジナル探し蒲郡」「GAMA GO ORIGINAL」 ・「ここだけの魅力を見つけよう」「見つけよう蒲郡の魅力」 ・「五感で感じる、味わう蒲郡」 ・「…しよう」は弱い。「あなたのオリジナルはなんですか？」 ・いろんなことに使えて汎用性はあるけれど、ごちゃごちゃしそうなので目的を明確にしたほうがいい	・略して「キミ場所」「キミマチ」など ・「君にいい場所」のほうがしっくりくる ・場所だけでなく、「君のいい〇〇」と使えるのではないか ・プラスアルファのキーワードが必要
	ロゴイメージ	【要素をわかりやすく】 ・ロゴのイラストが何を表しているかわかりにくいので、ロゴだけで、パッと魅力が伝わるようにする ・内海なので、あまり波は高くしない方がいい ・橋や鳥居なども加えると竹島とわかりやすい 【地区の魅力をバランスよく表現】 ・各地区の魅力をアイコンでわかりやすく盛り込む 【「ひと」「活動」にフォーカスする】 ・「場所」「もの」だけでなく、「人」や「活動」をとりあげる ・人に蒲郡のゆるキャラを当てはめてコミカルに。七福神？ 【かわいらしさ、遊び心】 ・B案のように、ロゴにかわいらしさを表現してほしい ・個性的なフレーズに合わせて遊びのあるデザインに 【ロゴの形にこだわる】 ・三重県のように、ロゴの形に意味を持たせる ・「市章」の形を活かしたらどうか 【バリエーションふやしオリジナルをつくる】 ・分野・テーマによってアレンジ・バリエーション ・活動、団体ごとにオリジナルを創る	【「君」のバリエーションを豊富にする】 ・市民にも市外の人にも、様々な年齢や職業に転用可能 ・親子や子どもが遊ぶイメージもあり ・一人ぼっちの寂しいイメージではなく躍動感を出したい 【ポップなイメージでインパクトを】 ・書体や色をポップなイメージにする ・インパクトが大事
コンセプトの展開イメージ活用の可能性		【幅広く、長く使えそう】 ・いろんな使い方ができそう ・飽きがこなくて長い期間使うことができそう 【伝えたい・盛り込みたい価値】 ・蒲郡を愛する住民、若者の地元愛 ・海と山、温泉が揃っていること ・山に抱かれるように囲まれている雰囲気 ・田舎のリゾート地、落ち着いて静か、ゆったり、いやし ・ゆるい感じ、なまけたイメージ（家事や育児からの解放） ・ヨット ・太平洋沿岸で最大の三尺花火、深海魚、アノマロカリス	【市民向け（定住）にいい】 ・市民向けに日常の良さを切り取り再認識してもらいやすい ・「いい場所ってどこだろう」と見直す機会になる ・外部からの移住を求めるのにも使いやすい 【展開しやすい・使いやすい】 ・宇都宮のように、様々な活動に展開できそう ・「君のいい〇〇コンテスト」など ・パンフのロゴ、Tシャツ、ステッカーなどに活用できる 【「ひと」にフォーカスする】 ・様々な暮らしのシーンを盛り込んだポスターの制作（サンセットヨガ、海辺散策、サップ、みかん農家、親子、 ・アフターコロナでの新しい暮らし・価値観を提案する 【写真とロゴをセットで展開】 ・写真とロゴをセットで子育てしやすさなど表現する ・風景にバーチャルを重ねたAR（拡張現実）で写真撮影 【A案とのセットで活用】 ・A案とのセットで、もっと生きるのではないか