

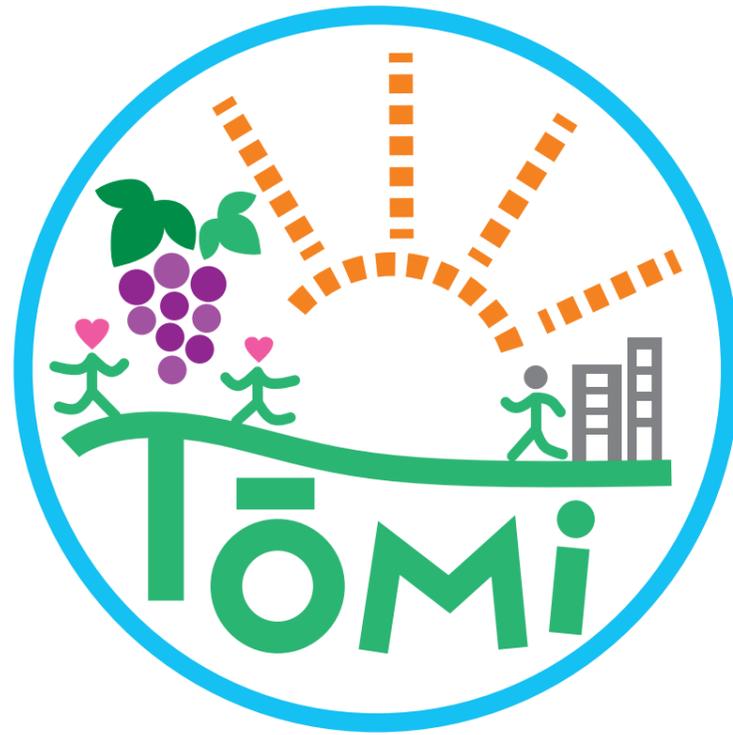
シティプロモーションロゴマーク
市民アンケート

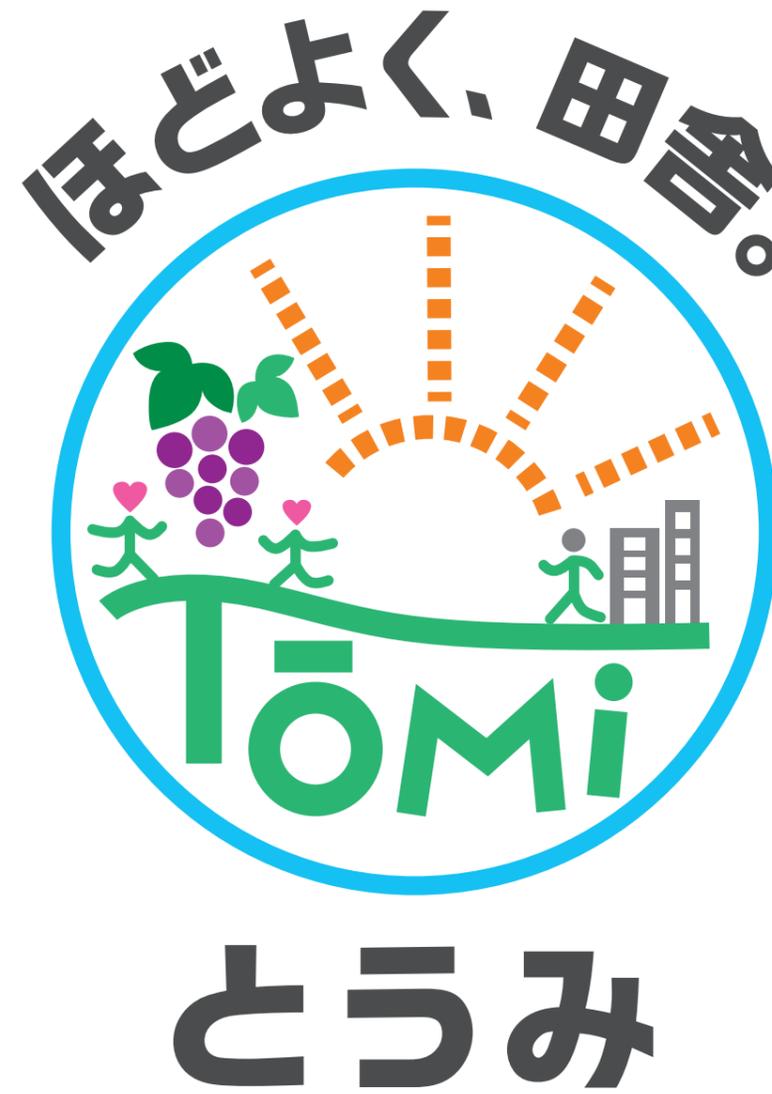
デザインコンセプト・活用事例案
【閲覧用】

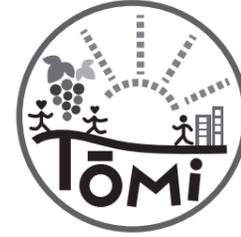
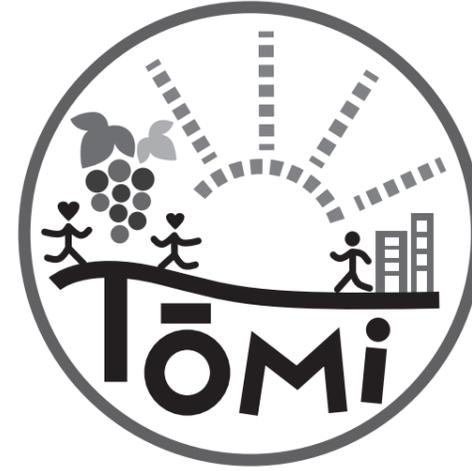
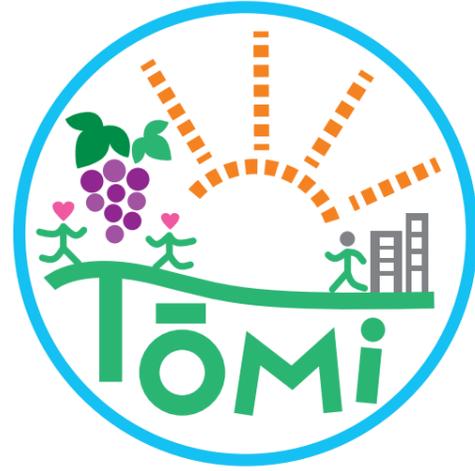
デザインコンセプト

東御市シティプロモーションとして TOMI の文字を基本に東御市の特徴を表現した。

キャッチコピーの「ほどよく 田舎 とうみ」を都市から自然溢れる東御市（代表的なぶどう）に来ることにより豊かな生活に会うというストーリーとして表現。
そのベースの自然を青空のサークル、陽射しと穏やかな高原の大地（TOMI のロゴ）で表した。









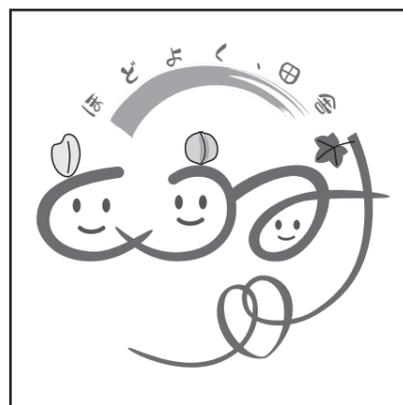
デザインコンセプト

人々が繋がり支え合う街「とうみ」

20～30代の子育て世代に発信したい「やさしくて、かわいい」をイメージしました。陽当たりのよい環境、立地からくる気温差など、恵まれた自然から得られる東御市の代表的な作物「お米」「くるみ」「ぶどう」をモチーフにしました。

それぞれのキャラクター達の顔はジェンダレス時代に合わせ、老若男女とわず、どれが誰なのかは観る人が感じて頂けたらと思います。

オレンジ：太陽 グリーン：大地 米・くるみ・ぶどう ハート 喜らす人々




池の平原

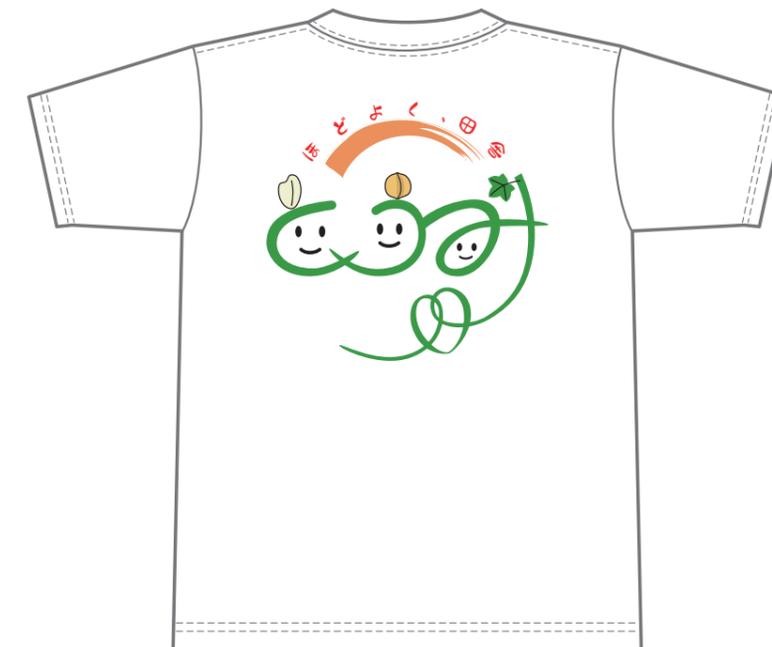


ほどよく、田舎、とうみ

東御市シティプロモーション
事業推進課

東 御 太 郎
Taro Tomi

〒389-0516 長野県東御市田中 279
一般社団法人 信州とうみ観光協会内
Tel:0268-62-7701 E-Mail:info@tomikan.jp





ほどよく、田舎、とうみ

東御市 シティプロモーション

〒389-0516 長野県東御市田中 279
一般社団法人 信州とうみ観光協会内
Tel:0268-62-7701 E-Mail:info@tomikan.jp



■レイアウト・カラーバリエーション



■コンセプト

生産が盛んなくるみやぶどう畑、そして人々の暮らしを照らす太陽を表現しました。マークの中心にはブランドメッセージを配置。これは「ほどよく、田舎。とうみ」というメッセージが求心力となって東御市の認知度、魅力が広がっていく様子を表しています。

■カラーコンセプト



■展開例

ビジュアルイメージ(ポスター・看板・新聞広告など)



ポスター例

スマホサイト



名刺



ワインボトルラベル



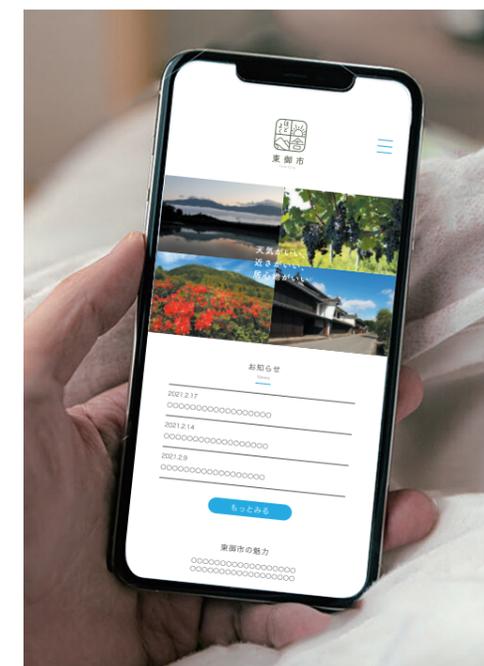
■展開例

ビジュアルイメージ(ポスター・看板・新聞広告など)



ポスター例

スマホサイト



■レイアウト・カラーバリエーション



東御市
Tomi City



東御市
Tomi City



東御市
Tomi City



東御市
Tomi City



東御市
Tomi City

■コンセプト

田という漢字をメインモチーフにし、ロゴ全体で“ほどよく田舎”を表現しました。また、4分割した窓枠からは東御市の4つのエリアを表現し、日当たりの良さ、自然の豊かさなどを伺えるようにしました。

■カラーコンセプト

● 田舎を意識した
ダークオリーブ

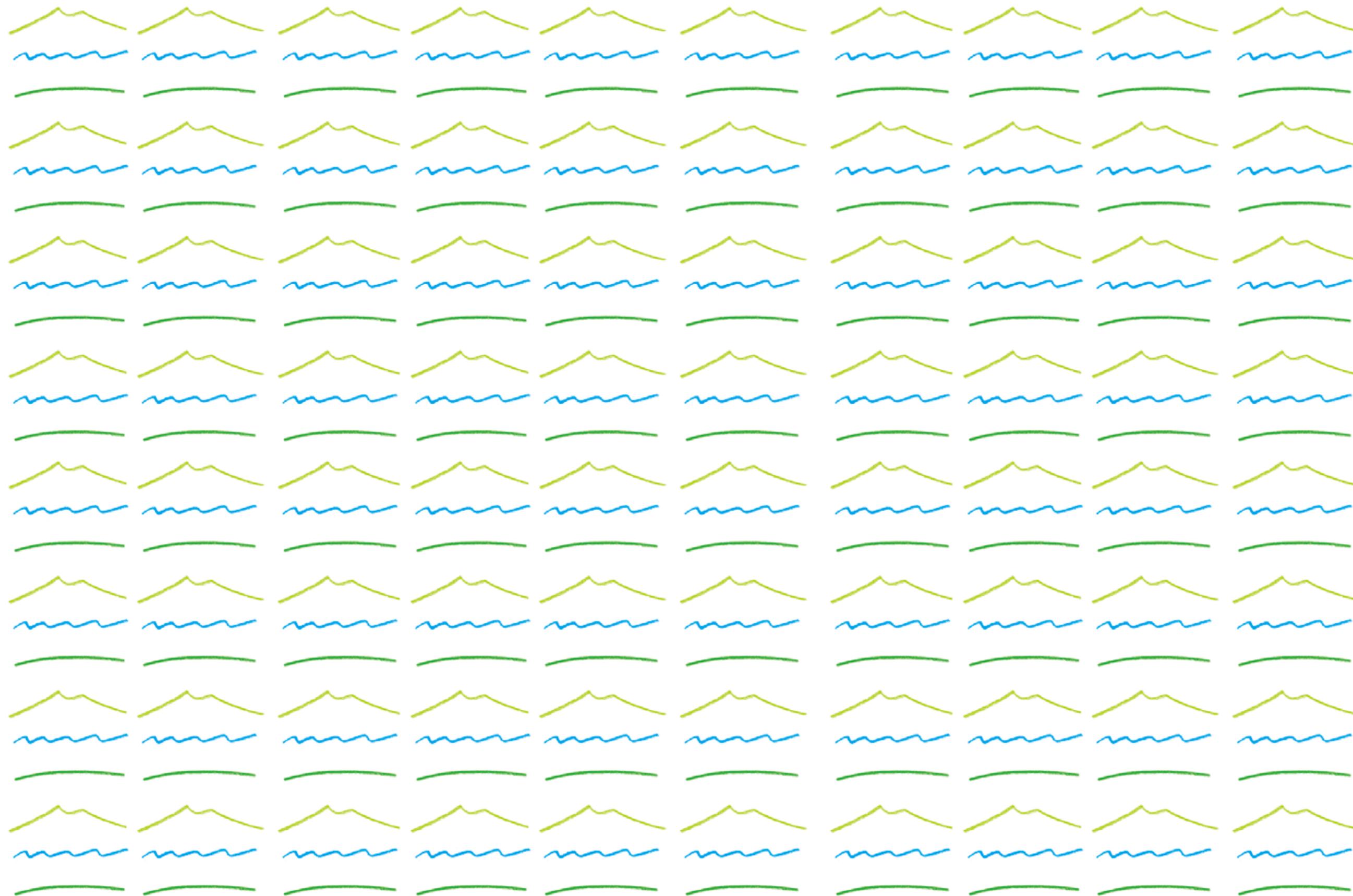
名刺



ワインボトルラベル



令和2年度東御市シティプロモーションロゴマークデザインのご提案





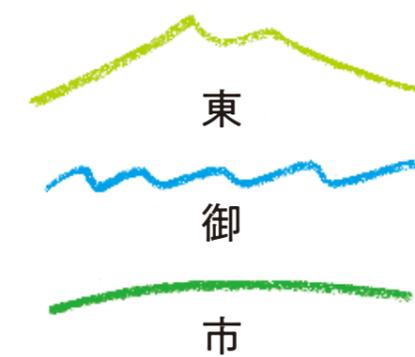
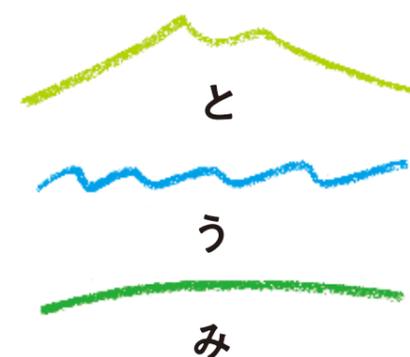
制作意図

●●●●
 ほどよさを PR していく東御市のロゴはきっと
 ●●●●
 ほどよいモノになるはずで、決してロゴが
 一人歩きするような主張の強いデザインでもなければ、
 葡萄… 胡桃… 海野宿… 雷電… 温泉… スキー場…
 特定のモチーフに片寄った押しつけデザインでも無い
 と思いました。

●●●● ●●●●
 どこでも当てはまる。どこにも言える。(使える)
 そんな一見、やさしすぎて頼りなくもあるけど
 逆に言えば、フレキシブルに使用でき、永く使え、
 「ほどよい」と感じるデザインが、
 ブランド戦略に必須だと感じ制作に至りました。

烏帽子・湯ノ丸の稜線
 千曲川
 旧北御牧村の台地

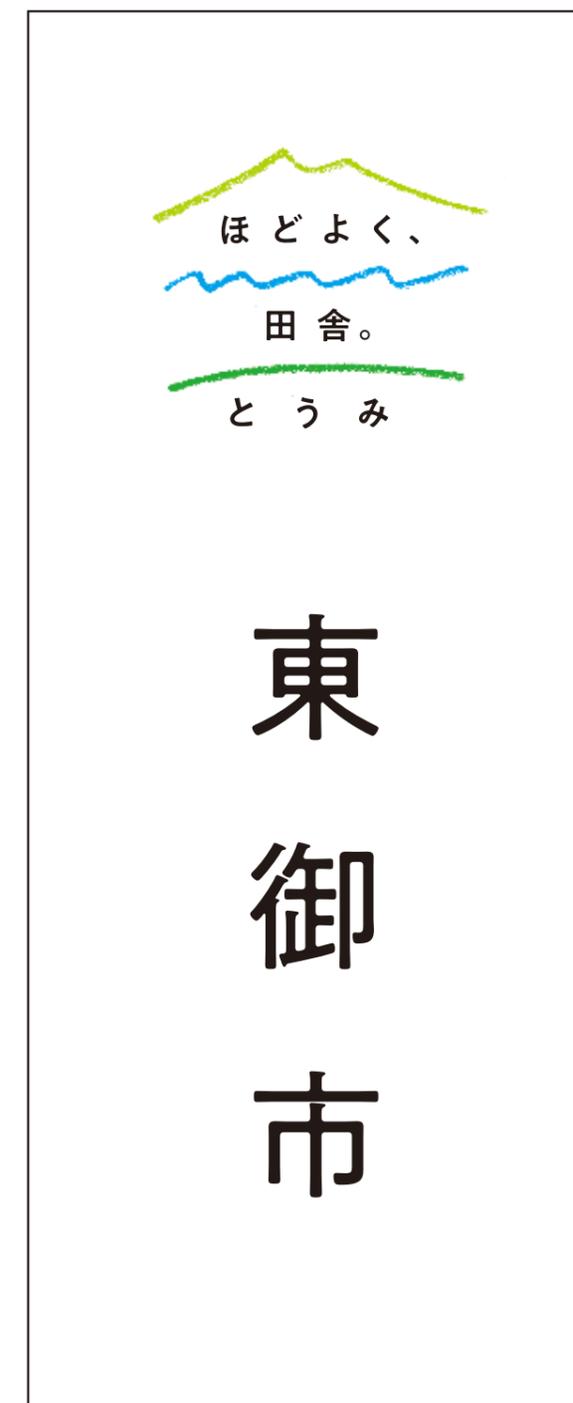
●●●●
 ●●●●
 どこにもありそうな、でも心地よい3本の自然の「線譜」は
 誰の心にもある「ほどよい田舎」の心象風景です。



巨峰や胡桃など、東御市の自然・食物にもマッチする優しい色合い



難読名ともいわれる東御市の読み仮名としても機能



景観を損ねない調和の取れた色合い

