

連載⁽⁴⁶⁾

本当に必要？新しいロゴマーク

民主みらい川崎市議会議員団 こぼりか子

資料①のマークをご存知でしょうか？これは22年前

に市制70周年を記念し、市民公募約6千点の中から、約4万3千人の市民が参加したアンケートで選ばれた市のシンボルマークです。目鼻口にみえる部分で「自然と安らぎ」「情熱と芸術」「水とうるおい」「温かいハート」が表現されています。

一方、資料②は、市が新たにロゴマークとして先月発表したものです。目的は「お口の恋人○○」のようにその言葉を聞けば連想される『ブランドメッセージ』を対外的な市のPR用として、また、市民に対しては「市への愛着」と誇りを醸成

(資料①)



KAWASAKI CITY

川崎市のシンボルマーク

(資料②)



Colors, Future!

いろいろって、未来。

川崎市

川崎市の新ロゴマーク・ブランドメッセージ

「お口の恋人○○」のようにその言葉を聞けば連想される『ブランドメッセージ』4千万円を計上しています。周知と差し替え等費用として約2100万円、合計約2500万円を計上しています。

今、川崎市は少子高齢化が進む時代になりながら、若い世代の移住により、子どもたちもたくさん増え、人口増加が進む一方で、高齢化も確実に進捗しています。そして、特徴として平均寿命は全国平均でも高い

ごく一部で進められたロゴマーク作成

「90」をデザイン化したマークを作成し、広報物などに積極的に活用しました。90周年を表現する短い言葉も制作されましたが、ほとんどの市民、議員にさえ浸透しないまま、その役割を終えた過去の例もあります。

また、2年前、本市が市制90周年を迎えた際にも「90」をデザイン化したマークを作成し、広報物などに積極的に活用しました。90周年を表現する短い言葉も制作されましたが、ほとんどの市民、議員にさえ浸透しないまま、その役割を終えた過去の例もあります。

もの、健康寿命は短く、約10年間介護や看護を必要とする人が多いことが新たな課題として挙げられています。北部地域で進まない

期直前に報告するなど、ごく一部の職員だけで進められてきたことに強い疑問を感じます。



こぼりか子

貧困、教育格差など、世代や地域によって異なる課題が山積しながら、ほとんどが財源の問題から進展していません。そうした中、市民不参加で、制作時期のタリミングも含め、その必要性を議論する場さえ与えられず、ロゴ作成に『市への愛着と誇りを醸成させる目的』で多額の費用をかけることに疑問を感じます。