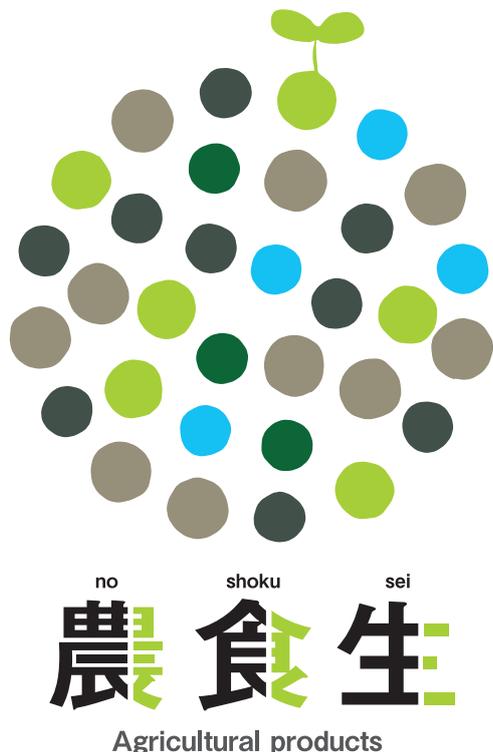


村づくり公社

ブランディングデザイン

■村づくり公社ブランディングデザイン（ロゴデザイン A）



農食生 のうしょくせい

農業を営み(農産物)を食べて生きるという鮫川村が昔からあたりまえに重ねてきた言葉を紡いだ造語です。人間の原点とも言うべき農・食・生きるを題字にしました。

グラフィックイメージ(共通)

大豆、エゴマ、水、土などが集まって芽を出すイメージ。また、人が集まって作物を育てるイメージで制作しました。また村キャラクターゆうきくんシルエットを近づけています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をサンプルにイメージできるようにしました。



健食農活 けんしょくのうかつ

健康は食事から。普段口にする食品の安全性や効能にスポットを当て、元気に末長く農業活動をする…意味を込めた造語です。

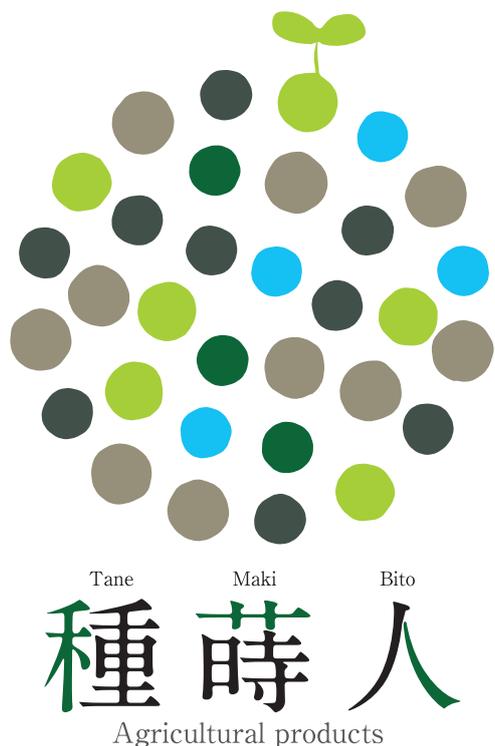
グラフィックイメージ(共通)

大豆、エゴマ、水、土などが集まって芽を出すイメージ。また、人が集まって作物を育てるイメージで制作しました。また村キャラクターゆうきくんシルエットを近づけています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をサンプルにイメージできるようにしました。

■村づくり公社ブランディングデザイン（ロゴデザイン A）



種蒔人 たねまきびと

豆で達者な人々が毎年作物を作る基本的な行為が種蒔です。人生も種を蒔き芽が出て収穫を迎えるごとく延々と繰り返されてきた基本的な農業行為に着目しました。

グラフィックイメージ(共通)

大豆、エゴマ、水、土などが集まって芽を出すイメージ。また、人が集まって作物を育てるイメージで制作しました。また村キャラクターゆうきくんシルエットを近づけています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をサンプルにイメージできるようにしました。



快活農生 かいかつのうせい

キツイイメージのある農業ですが、昨今のテクノロジーや機械化が進んだおかげで快適に活動、生産できる明るいイメージを含んでおります。

グラフィックイメージ(共通)

大豆、エゴマ、水、土などが集まって芽を出すイメージ。また、人が集まって作物を育てるイメージで制作しました。また村キャラクターゆうきくんシルエットを近づけています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をサンプルにイメージできるようにしました。

■村づくり公社ブランディングデザイン（ロゴデザイン B）



no shoku sei
農 食 生
Agricultural products

農食生 のうしょくせい

農業を営み(農産物)を食べて生きるという鮫川村が昔からあたりまえに重ねてきた言葉を紡いだ造語です。人間の原点とも言うべき農・食・生きるを題字にしました。

グラフィックイメージ(共通)

柔らかい落書きのイメージで「さめがわのいいもの」という文字が隠されている。魅力ある農産物が密集して輪を作るイメージになっています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をシンプルにイメージできるようにしました。



けん しょく かつ
健 食 農 活
けん のろ
Agricultural products

健食農活 けんしょくのうかつ

健康は食事から。普段口にする食品の安全性や効能にスポットを当て、元気に末長く農業活動をする…意味を込めた造語です。

グラフィックイメージ(共通)

柔らかい落書きのイメージで「さめがわのいいもの」という文字が隠されている。魅力ある農産物が密集して輪を作るイメージになっています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をシンプルにイメージできるようにしました。

■村づくり公社ブランディングデザイン（ロゴデザイン B）



種蒔人 たねまきびと

豆で達者な人々が毎年作物を作る基本的な行為が種蒔です。人生も種を蒔き芽が出て収穫を迎えるごとく延々と繰り返されてきた基本的な農業行為に着目しました。

グラフィックイメージ(共通)

柔らかい落書きのイメージで「さめがわのいいもの」という文字が隠されている。魅力ある農産物が密集して輪を作るイメージになっています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をサンプルにイメージできるようにしました。



快活農生 いかかつのうせい

キツイイメージのある農業ですが、昨今のテクノロジーや機械化が進んだおかげで快適に活動、生産できる明るいイメージを含んでおります。

グラフィックイメージ(共通)

柔らかい落書きのイメージで「さめがわのいいもの」という文字が隠されている。魅力ある農産物が密集して輪を作るイメージになっています。

カラーイメージ(共通)

柔らかいアースカラーをイメージし、土、緑、水をサンプルにイメージできるようにしました。

■村づくり公社ブランディングデザイン（キャッチコピー案）

種から育てた贈り物。

※種をまき、育てて鮫川からご家庭へみたいなイメージです。

農村からキッチンへ。

※農村で作ってる新鮮さを台所に…みたいなイメージです。

大地のラブレター。

※少し恥ずかしいくらいのポップなイメージで…

育てる人、作る人、食べる人。

※農家・加工者・消費者のリレーみたいな。

農村で作られた個性。

※泥付き、虫食い、変形も個性と捉えて…

地産一生。

※地産地消は使い古されているけど、農家の意地みたいなイメージです。

今晚、なに作る？。

※大豆、エゴマに限らず、直売所で食材を見て今晚の料理を考えているイメージです。

鮫川生まれ、さめがわ育ち。

※ストレートに鮫川産を訴えたコピーです。

つくっているのは健食という安心。

※地のものを食す、時期のものを食すことが健康に繋がると捉え、安全という品質も付けば最強かと思います。