

東山動植物園ブランド戦略パートナー事業 説明会



1 ブランド・コンセプト

「結ぶ= & 」 「つなぐ」、「つむぐ」

東山動植物園ブランドは、その基本理念やCOP10のスローガンを根としてしっかりと大地に張り様々なモノやコトを結びつけながらどんどん大きく成長します。



東山動植物園 基本理念

生命(いのち)をつなぐ

「見るもの」と「見られるもの」の垣根の除去

希少動物の「保護」と「増殖」への貢献

「東山の森」と「植物園」の一体的活用

「動物園」と「植物園」の融合

「娯楽」と「学習」の両立

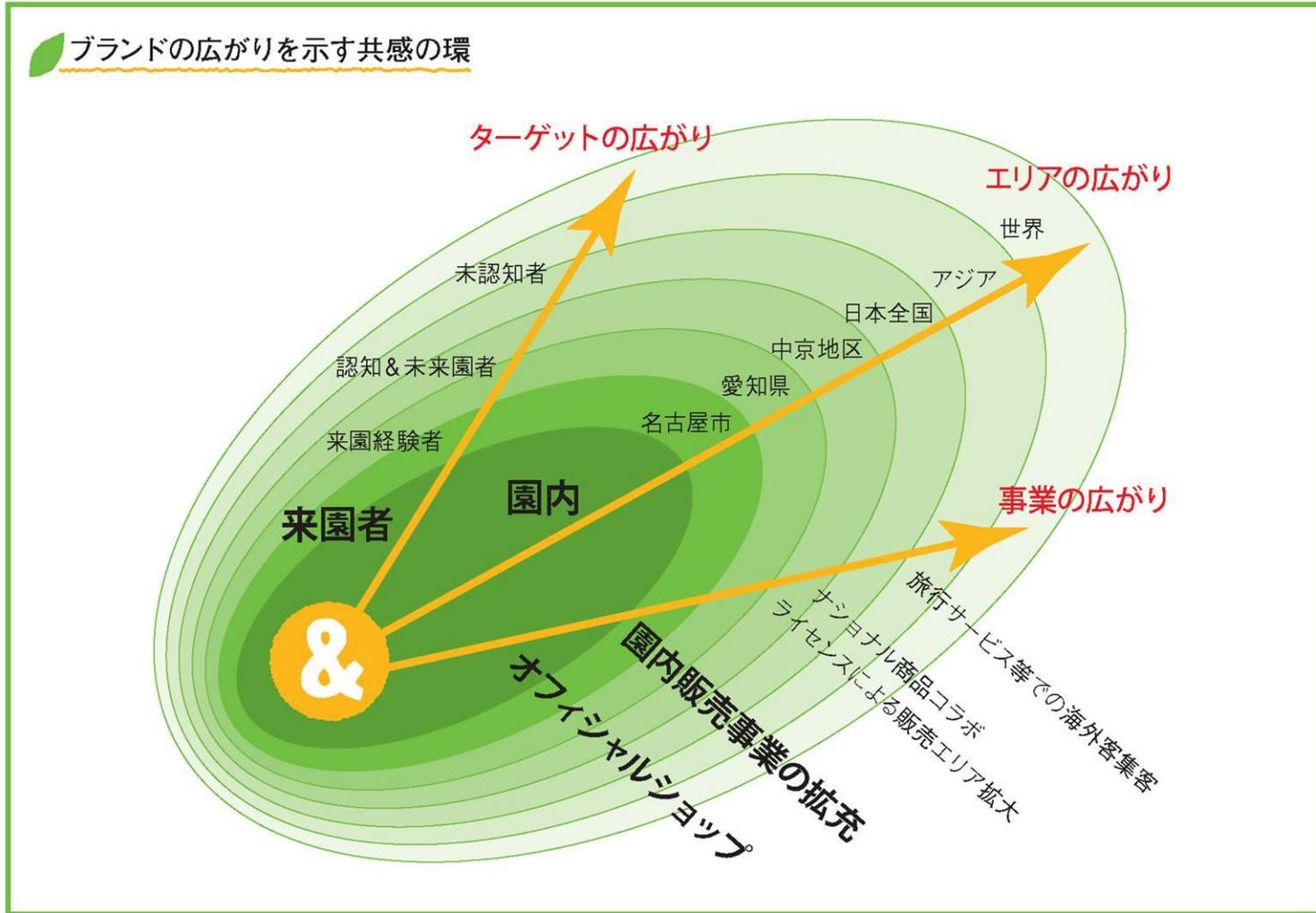
「市民」と「行政」の協働

COP10 スローガン

生命(いのち)の共生を未来へ

1 ブランド戦略

「共感の環」を「世界」へ「未来」へ



1 全体コンセプト

- 動物と植物が仲良く暮らしている東山動植物園ならではの生物多様性のあり方を、子供からお年寄りまでデザインので、楽しくわかりやすく伝えます。
- ロゴ、シンボル、キャラクターが一貫した世界観で、商品や広告、園内サインなどに幅広く展開していくことを意識し、カラーやタッチなどのトーン&マナーを統一。使いやすさと応用性の高さを両立したデザインです。
- いわゆる「ゆるキャラ」のように、数年で飽きがくるような突飛なデザインではなく、何十年も地元の人に愛され続け、かつグローバルにも通用するようなシンプルで親しみやすく、チャーミングなデザインです。
- これまで博覧会や大規模イベント、テーマパーク等でキャラクタービジネスを展開してきた経験を活かした、話題になるデザイン、人気が出るデザイン、持ち帰りたくなるデザインです。

デザイナー紹介



佐野研二郎 (さのけんじろう) / アートディレクター

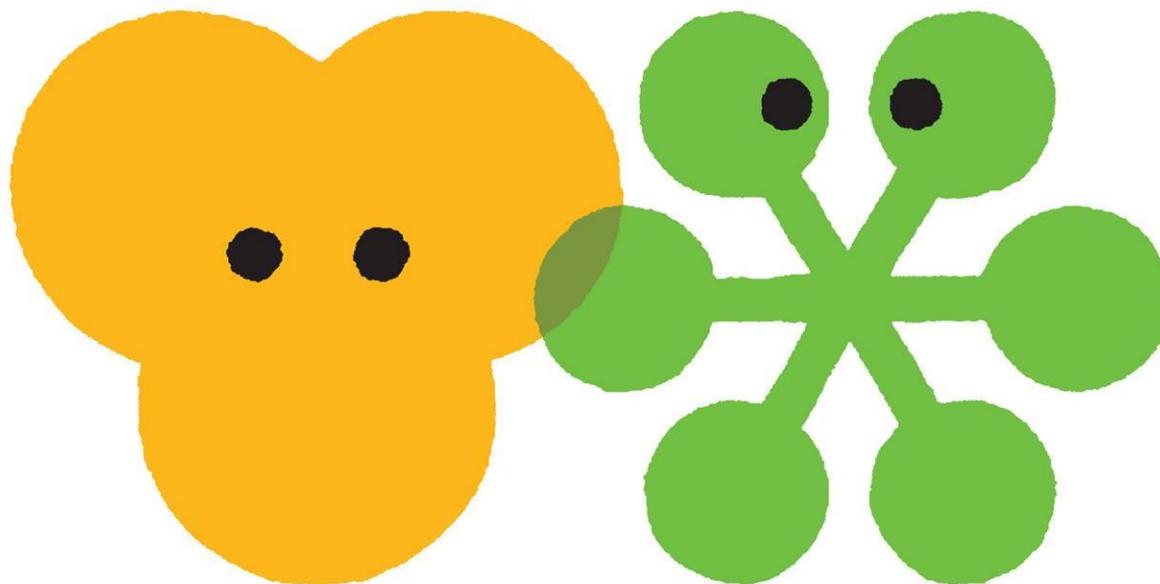
1972年東京生まれ。多摩美術大学グラフィックデザイン科卒業。
博報堂、HAKUHODO DESIGNを経てMR_DESIGN設立。広告
デザイン、キャラクターデザイン、プロダクトデザインなど国内外で
幅広いアートディレクションがある。

nicoプロダクトはMoMA/ニューヨーク近代美術館、ラ・リナシェン
テ (ミラノ・ローマ)、コレット (パリ)、デザインミュージアム (ロンド
ン)、スタンダードホテル (NY、LA)、金沢21世紀美術館、原美術館、
森美術館で展開中。

主な受賞に東京ADC会員賞、東京ADC賞、日本パッケージデザイ
ン大賞金賞、NY.ADC賞、ONE SHOW DESIGN(NY)銀賞、
D&AD銀賞、東京TDC賞、ACC金賞・タレント賞 (グリーンダカラち
ゃん)、TCC賞、JAGDA賞、日本文具大賞、エリートデザインアワー
ド (ミラノサローネグランプリ)、みうらじゅん賞 (ニャンまげ) など。
NY.ADC、ONE SHOW DESIGN、NY.FESTIVALSの審査員に招聘。

www.mr-design.jp

1 シンボルマーク



東山動植物園を象徴するシンボルマークは、動物を想起させる、やわらかい黄色（東山イエロー）の3つのマルでできた顔と、植物を想起させる、みずみずしい緑色（東山グリーン）の6つのツボミでできた顔。幾何学的なフォルムに2つの目を入れることで、生命（いのち）が宿っていることや愛すべき存在であると感じさせます。

2人は東山動植物園がここにできる、ずっと前から東山の森に住む、動物の妖精と植物の妖精の代表。2人はいつもつながっています。



東山グリーン
CMYK:60/0/100/0
PANTONE:376C



東山イエロー
CMYK:0/30/100/0
PANTONE:136C



ブラック
K100

1 公式ロゴマーク

公式ロゴ

東山動植物園 Higashiyama ZOO & BOTANICAL GARDENS

東山動植物園の新しいロゴマークは、
動物のぬくもりや、触ったときの少しざらりとした感触、やさしさや愛嬌
植物の息吹や、1つとして同じがない多種多様な個性、木や葉そのものの存在感
そして、それらが生まれる、どっしりとした母なる大地を表現しています。

 東山グリーン
CMYK:60/0/100/0
PANTONE:376C

 東山イエロー
CMYK:0/30/100/0
PANTONE:136C

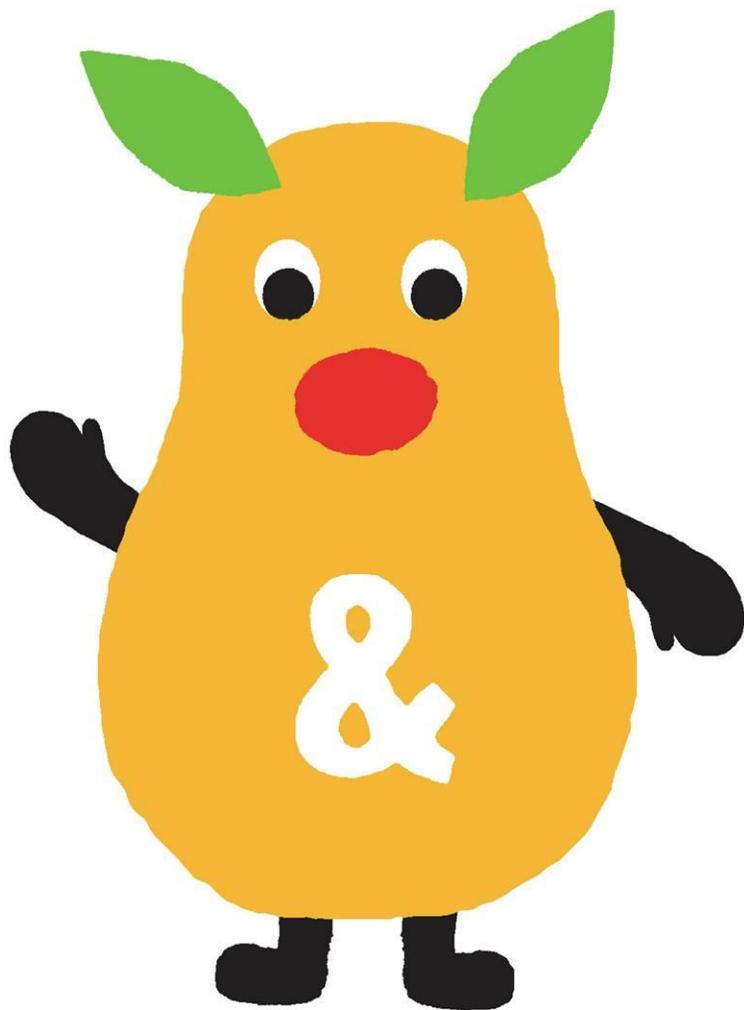
 東山グレー
CMYK:0/0/0/40
PANTONE:Cool Gray 8C

イ シンボル・ロゴの組合せ例

公式ロゴとシンボルマークとの組合せ



1 キャラクター



キャラクター

動物と植物の両方でもある妖精。おなかの「&」にあるように、いろんなものをツナグのが得意なキャラクター。動物と植物だけでなく、恋人同士やファミリー、時間（過去と未来）、地域（日本と世界）の絆もつないでしまいます。体がとても柔らかく、色々なカタチにも変身できます。

東山グリーン
CMYK:60/0/100/0
PANTONE:376C

東山イエロー
CMYK:0/30/100/0
PANTONE:136C

東山レッド
CMYK:0/100/100/0
PANTONE:185C

ブラック
K100

1 キャラクター



東山の森に住む仲間たち

東山動植物園ができるずっと昔から、東山の森に住んでいた「動物の精」と「植物の精」。恥ずかしがり屋な性格から、これまでひっそり隠れて暮らしていましたが、大好きな元気で陽気なキャラクターと一緒にあって、これからはいろんなものを「ツナグ」お手伝いをしていきたいと思っています。

1 キャラクターの応用デザイン

キャラクターの季節展開例



SPRING



SUMMER



AUTUMN



WINTER



1 商品の販売計画の基本的な考え方

- 多種多様な商品アイテムに対応した多面的な販路設計
- 広域エリアへの展開が可能な販路選定
- 商品展開のタイミングに合わせられる臨機応変な販路活用

販路



オリジナル商品の園内販売のウェイトが高く、最重要ポイントとなる。
従い、①②と連動して、③④⑤⑥⑦へ拡大していく。

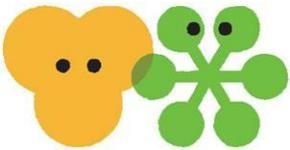
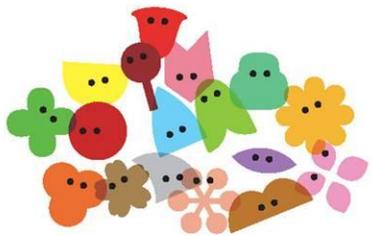
1 制作計画



順次、商品展開していき、2014年秋には全商品を展開。

2 デザインエレメント及び著作権表示

● 使用できるデザインエレメント

名称	デザインエレメント	位置づけ
東山動植物園 シンボルマーク		<ul style="list-style-type: none"> ・東山動植物園の事業主体を表すもの ・事業主体が認めるテーマイベントや各種広告・広報活動制作物等
東山動植物園 ロゴタイプ		<ul style="list-style-type: none"> ・東山動植物園の事業主体を表すもの ・事業主体が認めるテーマイベントや各種広告・広報活動制作物等 ・東山動植物園の基本理念やテーマブランドイメージに沿った商品や広告景品等の事業全般
東山動植物園 マスコットキャラクター		<ul style="list-style-type: none"> ・東山動植物園の事業主体を表すもの ・事業主体が認めるテーマイベントや各種広告・広報活動制作物等 ・東山動植物園の基本理念やテーマブランドイメージに沿った商品や広告景品等の事業全般
東山動植物園 仲間キャラクター ＜東山の森に住む仲間たち＞		

● 著作権の表示

マスコットキャラクターを使用する場合は必ず "©Nagoya City" と表記します。これは著作権を表示するものです。できるだけマスコットキャラクターに近い場所に表示するものとします。

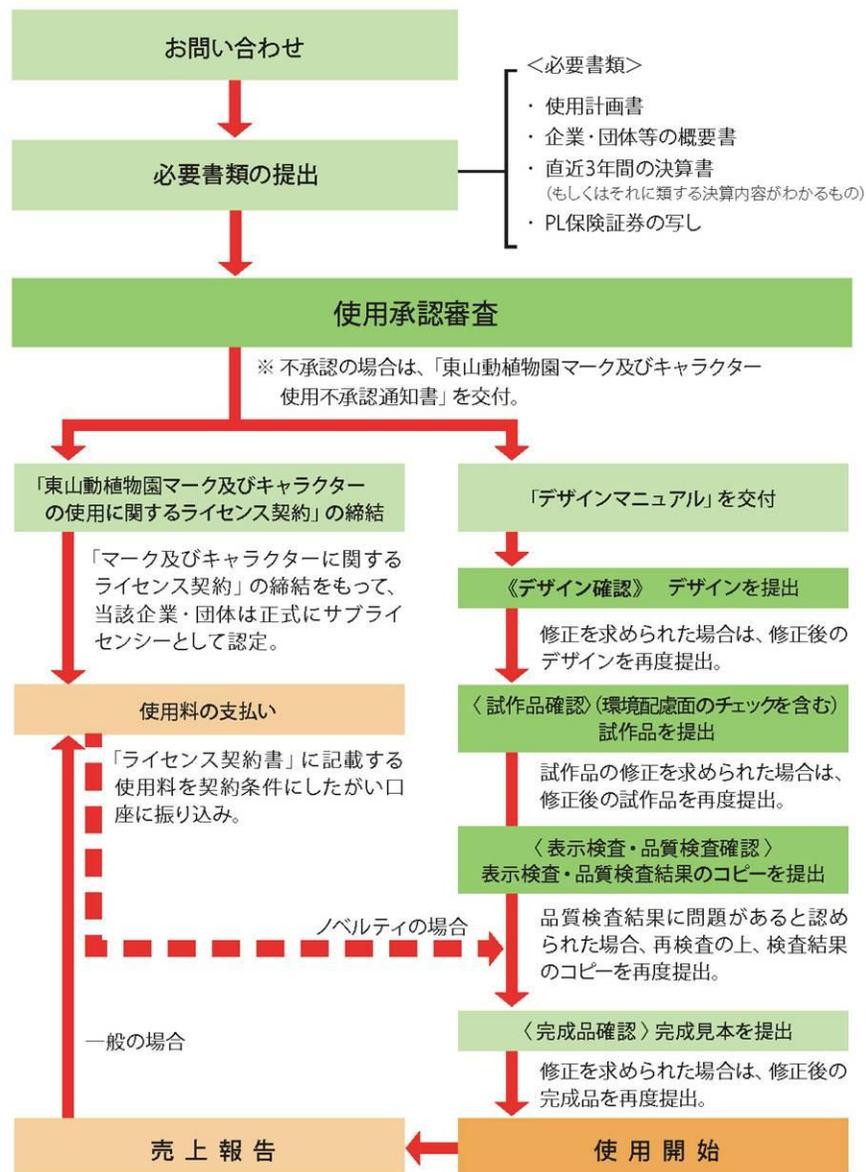
● 推奨書体

新丸ゴ Pro

2 商品企画区分



2 プロパティの使用手続き



2 プロパティの使用手続き

<必要書類>

- 使用計画書
- 企業・団体等の概要書
- 直近3年間の決算書
(もしくはそれに類する決算内容がわかるもの)
- PL保険証券の写し

2 必要申請書類

<使用計画書>

- 御社名・ご連絡先・担当者名
- 商品アイテム
- 販路
- 年間予定販売計画

東山動植物園プロパティ使用計画書		
提出日:		
1.サブライセンスー候補	受付日	
	会社名	
	本社住所	
	代表者氏名	
	業種	
	所在年数	
	本社TEL	
	事業規模	
	住所	
	担当者部署・役職	
担当氏名		
TEL/FAX		
mail		
2.サブライセンス対象商品	申請内容	
	製造予定地	
3.契約期間	~	
4.サブライセンス 使用料条件 <small>(広告・書品の場合は制作費総額)</small>	年間予定売上総額	
	使用料総額	
	使用料率(%)	備考
5.商品詳細		
アイテム名	上代(税別)/販売予定額	
6.主な販路		
8.特記事項		
ライセンス事務局	承認 不承認	承認日付: 印
新東通信株式会社	承認 不承認	承認日付: 印
JPMプロパティマネジメント株式会社	承認 不承認	承認日付: 印
名古屋市緑政土木局	承認 不承認	承認日付: 印

3 ブランド戦略パートナー事務局

問合せ先

ブランド戦略パートナー事務局

（伊藤忠ファッションシステム株式会社）

大阪オフィス：06-4799-6117