

本学が広報活動に活用するキャラクターとキャッチコピーについて、学生が参画する大学づくり委員会から広報委員会に作成依頼があり、3月下旬から5月末日まで一般公募を行ったところ、全国から多数のご応募をいただき、ありがとうございました。

キャラクターについては、642人の方から、813点の応募があり、また、キャッチコピーについては、446人の方から、1,540点の応募がありました。

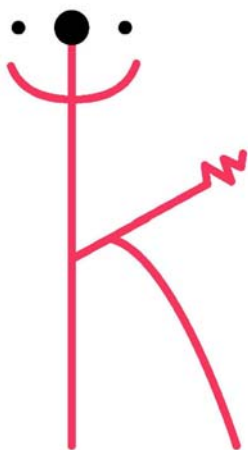
広報委員会の下に、広報担当理事、学生、教員、事務職員及び外部の有識者で構成する選考委員会を設け選考を行いました。

また、キャラクターについては、5作品について参考に学生、職員にリサーチを行いました。

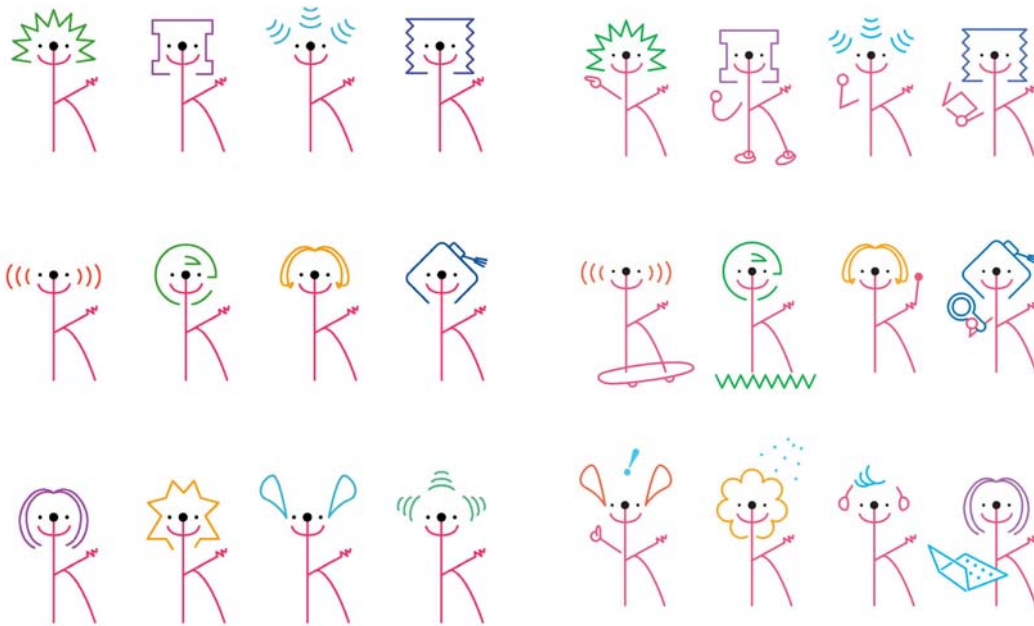
選考委員会の審査を経て選ばれた作品をご紹介します。

#### I キャラクターについて

##### ● 「作品」



バージョン



● 「受賞者」

最優秀賞

佐々木 浩志 様（47歳）東京都、グラフィックデザイン（自営）

● 「作品の制作意図」

初めは基となる細い体の線ですが、「夢・個性」の発見に向けて、人一倍の「嗅覚（アンテナ）」を磨ぎ生かし、知識、探求、思考、発想、実行を重ねながら、筋肉を身に付けて魅力的な成犬（人）となり社会へ出るキャラクターを考えました。

誰でも描ける単純な線は、手軽にまねて描くことができます。一人ひとり個性が違  
うように「新しい表現・発想が生まれ、バリエーションが増える」ことを想定しています。

各学部やシーンごとの設定もできます。「K」をモチーフに。

● 「愛称」

愛称は、特につけずに「香川大学イメージキャラクター」としました。

いわゆる愛称をつけることで見る側が特定の対象を連想してしまうことを避けて、この作品の持つ楽しさ、あたたかさを自由にイメージしてもらうこととしました。

● 「選考理由」

受賞作品は、選考委員会で特に洗練された線のタッチと色づかいに他に例をみない  
独自性とインテリジェンスを感じさせ、最終選考に残った他の優秀作品を抑えて高い評

価を得ました。公募の際にお願いした（明るく、愛着のある、親しみやすい、ほっとするあたたかさ）という点でもキャラクターとしての効果を十分に期待させる作品である。また、バリエーションが多く、様々な場面に活用できる作品であり、パソコン上で簡単に動画利用できる作品である。

学内での200人を超えるリサーチでも、最多数の得票を得ており、従来のキャラクターのイメージから脱却したキャラクターである旨の支持をいただいています。

大事に育てて活用の中を広げていきます。

## II キャッチコピーについて

選考過程において、選考委員全員の意見を集約するに至る作品がなかったため、最優秀賞は該当者なしとして、優秀賞を4点選考し、補作を行い広報委員会において決定しました。

### ●「作品」

- A 讃岐の地から、知のチカラ
- B 英知が薫る 瀬戸内の風
- C ひらいてる、香川大学
- D  $\sum$  可能性 =  $\infty$   
 $i \in \text{香川大学}$   $i$

### ●「受賞者」

#### 優秀賞

- 作品A 光延 具視 様（31歳）大阪府、コピーライター
- 作品B 鈴木 健之 様（49歳）東京都、プランナー
- 作品C 久岡 崇裕 様（25歳）大阪府、会社員
- 作品D 浅井 知子 様（37歳）北海道、会社員

### ●「選考理由」

作品Aについて、力強い印象を与え、読んでいてリズムのよい作品である。

作品Bについて、やさしい語感がある。香川の地域をイメージさせる作品である。

作品Cについて、短いひらがなをつかうことで、意味の広がりを生んでいる。

しゃれていて暖かな印象で、フレーズに新鮮味がある。

作品Dについて、アイデアがおもしろく、オリジナリティがある。若い学生をイメージさせる作品である。

制作者は、記号的に用いていただきたいとして、読み方は、「学生力無限大、香川大学」とか「可能性無限大、香川大学」、「未来、無

限大香川大学」として

これについて、補正を行い、読み方は、「香川大学、可能性、無限大」とし、香川大学に属する人や物の可能性を合わせれば $\infty$ という意味としました。