



Title	《東京2016ロゴ》について
Author(s)	輿石, まおり
Citation	デザイン理論. 2008, 53, p. 17-30
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/53410">https://doi.org/10.18910/53410</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# 《東京2016ロゴ》について

輿 石 まおり

## キーワード

東京2016ロゴ, オリンピック競技大会招致候補都市,  
オリンピック・ムーブメント  
Logo of the Tokyo 2016 Bid.,  
Applicant city for the Olympic Games,  
Olympic Movement

## はじめに

1. 東京2016の構想
2. 東京2016ロゴ以前
  - A. 1964年東京大会エンブレム
  - B. 21世紀に開催が決定された大会
    - (1) 2008年北京大会エンブレム
    - (2) 2012年ロンドン大会エンブレム
3. 東京2016ロゴ
  - A. 提示者側の見解
  - B. 観者側の見解

おわりに

## はじめに

ロゴとは広告対象である特定の企業、団体の活動規模、内容、質の象徴である<sup>1</sup>。

企業、団体は盤石の構えであることを示すためにロゴの改変をなるべく避け、一旦、公表されたロゴが簡単に撤回されることはない。企業、団体、広告会社、デザイナー等のロゴの提示者側（以下では、提示者、とする）は、ロゴの無断使用、不正使用等により提示者が損害を受けることを第一に警戒する<sup>2</sup>。そのため知的財産権（商標権、著作権等）等の法が整備され<sup>3</sup>、世界各地で違反が摘発され、訴訟が起こされている。

地球規模の人的、物的移動と情報の共時的共有が日常となった20世紀末以降、母語、文化圏、年齢層等は人々の観点を定める枠組みとしての機能を弱める<sup>4</sup>。そのため提示者間でのロゴに対する解釈、提示者が観者のロゴに対する見解を予測することはより困難なものとなる。提示者間においては、従来は問題とはされなかったような類似も摘発の対象とされ<sup>5</sup>、更に提示者の中には法を拡大解釈した行為、例えば非商業目的である学術研究がロゴを取り上げることに対して禁止勧告を行い、批評を抑制するところも確認される<sup>6</sup>。

提示者間の場合、商法に準じて取り締まることは妥当である。しかし公表されて初めてロゴを目にする、提示者と利害関係ない観者とのロゴに対する見解の相違についてはどうであろうか。

少数であれば個人的な見解として無視することが可能であった従来とは異なり、多種多様な解釈が併存する今日では、niche 市場、micro trends がマーケティング戦略として取り上げられる。そのため少数であれロゴの提示後、提示者の意図とは異なる、提示者が不利益を被る可能性がある情報を観者がロゴに読み取るということが示された場合、提示者がそれを問題視するのは当然であろう。しかし提示者が観者との見解の相違を、提示者間のものと同様に扱うことは最善の策だろうか。

提示者は観者の見解に合うようロゴを適時改変すべきだ、複数のロゴを使用すべきだと本稿は提案するのではない。ロゴを介してのみの提示者と観者との見解の一一致は理想でしかない。

今日において、ロゴを保護し広告活動を効率的、効果的に展開する最善策は、異見を黙殺し削除することではない。それとは逆に、観者がロゴに読み取る内容を把握し、提示者の意図と合致する点はさらに進展させ、齟齬する点はプラスに転じさせる広告活動を柔軟に臨機応変に企画展開することではないだろうか。

しかしながらロゴに関する先行研究を見るならば、提示者の見解である(1)デザイン・コンセプト及びデザイン・モチーフの紹介<sup>7</sup>、(2)企業が社史の一部として制作する自社ロゴの編年史<sup>8</sup>のいずれかである。観者の見解を取り上げた研究<sup>9</sup>はこれまでほとんど行われてこなかった。

そこで本稿では、ロゴに対する観者の見解は広告活動に必要不可欠なフィードバックであるか否かを榮久庵憲司（1929-）、株式会社 GK graphics、株式会社電通（以下では、GK graphics、電通、とする）による<sup>10</sup>《東京2016ロゴ》（2007年7月10日に策定<sup>11</sup>。同呼称は本稿でのみ用いる仮称である）図1を事例に検討、考察したい。



図1

《東京2016ロゴ》は、特定非営利活動法人東京オリンピック・パラリンピック招致委員会（TOKYO 2016 Bid Committee. 以下では、東京2016、とする）<sup>12</sup>が第31回オリンピック競技大会（2016年開催。以下では、2016年大会、とする）の招致活動のために策定したものである。《東京2016ロゴ》は東京都が申請都市（Applicant City for the Olympic Games）である期間中（2008年6月初旬まで）、日本国内においてのみ使用される<sup>13</sup>。

《東京2016ロゴ》を事例に選択した理由は、①近代オリンピック競技大会（1896-、以下では、大会、とする）開催は International Olympic Committee（1894年6月23日設立。以下

では、IOC、とする)が管理する広告活動、オリンピック・ムーブメントの一環であること、しかしながら②《東京2016ロゴ》はオリンピック・シンボル(1914年に公表。互いに交わる五つの輪)を欠くことから、観者の読み取りをロゴに対するものと特定できること、③IOCの規定によりオリンピック・ムーブメントにおけるグラフィックデザインに関する用語とその用法が統一されていること<sup>14</sup>。本稿での用語とその用法はIOCの規定に準じるものとする<sup>15</sup>、④2016年大会の東京都開催が未定(青写真)であるため、観者は具体的な事実から逆算する読み取りはできないこと、の4点にある。

第1章では東京2016の構想について確認し、第2章では《東京2016ロゴ》以前の大会エンブレムについて確認し、第三章では《東京2016ロゴ》を検証、考察する。

## 1. 東京2016の構想

4年毎に開催される大会はIOCが管理するオリンピック・ムーブメント、オリンピズムの普及を目的とする広告活動の一端であり、大会開催毎にエンブレムが制作される。

エンブレムはロゴとオリンピック・シンボルから構成される。オリンピック・ムーブメントの象徴であるオリンピック・シンボルはデザインの改変無く継承される一方、開催都市、開催年度等の大会毎に変化する伝達情報を担うロゴは、大会毎に異なるものが制作される。

伝統を維持してゆくために改革は必要不可欠である。オリンピック・ムーブメントにおいては4年毎の開催地を換えての大会開催が改革の機会であり、大会毎の課題はロゴに反映される。

大会開催都市は開催年の7年前に決定される。申請都市の大会開催の構想を取り纏めたものが『申請ファイル』<sup>16</sup>であり、その象徴がロゴである。

『申請ファイル』(*Response to the Questionnaire*)の副題が『—2016年オリンピック競技大会申請都市に対する質問状への回答 (for Cities applying to become Candidate Cities to host the Games of the XXXI Olympiad in 2016)—』であることからも明らかのように、開催都市が決定されるまでの一連の過程は、IOC側が求めるオリンピック像<sup>17</sup>を実現可能なレベルまで精査するためのものだ。例えば東京2016による『申請ファイル』は「世界一コンパクトなオリンピック<sup>18</sup>」であることを提示するが、これは総ての申請都市が課せられる、2016年大会開催における必須の課題、IOCの要求「…開催立候補都市にはスリムでコンパクトは開催計画案を作成すること…<sup>19</sup>」に対応したものである。同様に、『申請ファイル』に確認されるスポーツ社会の創造、持続可能性、環境問題、福祉、ボランティア等も各申請都市が留意すべき項目である。

では東京2016の構想の独自性とは何であろうか。

東京2016は、2008年1月10日、25項目から成る『申請ファイル』をIOC本部(Lausanne)

へ提出する。東京2016の『申請ファイル』の筆頭項目を見ると、1－動機、コンセプト及びレガシー（I -Motivation, concept and legacy）とある。レガシー（オリンピックのよい遺産、Olympic Legacy）とは21世紀に入って『オリンピック憲章（OLYMPIC CHARTER）』に新たに加えられた概念である<sup>20</sup>。1-02動機とレガシー（1-02 Motivation and Legacy）の項目には

「…私たちは今、歴史的転換点に立っている。日本は、現在、戦後経験した経済復興、社会復興に匹敵する大きな課題に直面し、その解決に取り組んでいる。だからこそ、2016年の大会を開催することに、1964年を超える意義がある。（中略）2016年の開催都市として日本が世界に届ける贈り物は、未来に向けて、他のアジアや世界の国々に、新しい理想のモデルを提供することである。…<sup>21</sup>」

とある。第18回オリンピック競技大会（1964年開催。以下では、1964年東京大会、とする）が開催された日本、東京に、2度目のオリンピック競技大会招致を目指す東京2016は、1964年東京大会のレガシーを引き継ぎつつも新たな21世紀型のオリンピック競技大会像を発信することを掲げる<sup>22</sup>。東京2016の構想の独自性とは、①過去、現在、未来を結ぶレガシーの継承、②21世紀像の獲得、の二点にある。

継承と新しさは、過去との比較によって明らかとなるものだ。そこで、以上の2点を踏まえて、次に《東京2016ロゴ》以前のオリンピック競技大会のオリンピック・エンブレム（以下では、大会ロゴ、とする）の表現を見ておこう。

## 2. 《東京2016ロゴ》以前

### A. 1964年東京大会の大会エンブレム

1961年、東京オリンピック組織委員会は亀倉雄策（1915-1997）による大会エンブレム図2を発表する。大会エンブレムは日本の紋章（例：黒餅紋）の表現を基本とした、赤い円に太陽と日本国旗の日の丸の両方の意味を重ね、更に金色のオリンピック・シンボルと年号1964を組み合わせることで、新時代の日本を象徴したものである<sup>23</sup>。

幾何学形体と単色（赤、金、白）の組み合せは1959年、勝見勝（1909-83）を議長とするデザイン懇談会にて決められた「東京大会のデザインは、すべて日本的なものを加味した国際性のあるもの、そして余計な装飾は排除して、必要にして十分なデザインをするという原則<sup>24</sup>」に準じた、同時代を表すモダンデザインに地域色を付加するというものだ。

大会エンブレムに見て取れるように1964年東京大会は、当時の日本の2つの希求、①経済

及び社会復興を遂げ欧米の、戦勝国の水準に並ぶこと、②国際社会で存在感を獲得すること、に焦点を当てた大会であった<sup>25</sup>。同大会開催のために、関連施設の設計と建設、インフラの整備、最新技術の導入等がなされ、文化プログラムは「開催国独自の伝統的民族芸術<sup>26</sup>」で構成された。国体に重点を置き、欧米主導のグローバリズムを支持した1964年東京大会の有り様は以降の規範となる。

東京2016はこうした1964年東京大会を超える意義<sup>27</sup>を唱えるのだが、ここで注目したいことは、2016年東京大会が日本開催の大会の原点に立ち戻る機会ともなることだ。

1964年東京大会の開催決定は、日中戦争を理由に返上された第12回1940年東京オリンピック競技大会（以下では、1940年東京大会、とする）の存在を基盤としたものだ。1940年東京大会は日本人初のIOC委員（1909年就任）である嘉納治五郎（1860-1938）が招致に尽力した<sup>28</sup>。

嘉納治五郎の1940年東京大会を契機に「西洋のスポーツ文化に、「精力善用・自他共栄」という武道精神を加味する<sup>29</sup>」構想は、オリンピックを世界的な文化とすることに焦点を当てたものであった。大会は単なる国際的なスポーツ競技大会ではない。その開催の目的はオリンピズムを文化として世界に普及、定着することにある<sup>30</sup>。もしメダル獲得以外に、メダル獲得以上の価値が大会に見いだされないならば例えばドーピング、賄賂、各種妨害行為が横行し、勝つために手段を選ばないことが常識化する。こうした大会の開催はオリンピズムを形骸化させる。嘉納治五郎の提唱した武道精神は、スポーツ競技が囚われがちな勝敗結果にではなく礼節に重きを置くものであり、オリンピズムを文化として発展する方向に導くものだ。加えて嘉納治五郎は、2016年大会の課題である「コンパクトな大会<sup>31</sup>」を挙げていた。

しかし1964年東京大会はスローガンこそ「世界は一つ・東京オリンピック<sup>32</sup>」であったが、嘉納治五郎の構想とは解釈が異なる、例えば様々な文化及び国家が一堂に会する臨時の中立地帯として大会を位置づけ、大会規模の拡大を方向付けるものとなった。

本稿は、再び東京での大会開催を希望する東京2016が『申請ファイル』とそれに先立つ『第31回オリンピック大会開催概要計画書』<sup>33</sup>にて嘉納治五郎の提案、特に礼儀を取り上げたことに注目する。東京2016はオリンピック・ムーブメントの発展に貢献する、日本独自のオリンピズム解釈として、礼儀、を提示したと本稿は指摘する。

ここでの礼儀とは嘉納治五郎が1882年に講道館において創始した、礼に始まり礼に終わるとされる柔道（柔能く剛を制し、剛能く柔を断つ）の在り方を想定したものだ。

東京2016の構想とはこうした日本独特の、礼儀を基盤とする嘉納治五郎の構想にまで立ち

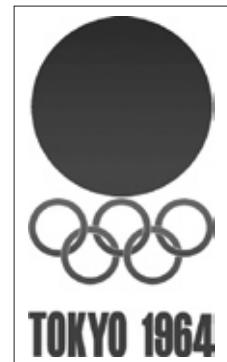


図2

返り、それを時代に合致するかたちで実現させることで、1964年東京大会に換わる新たな雛形を日本、東京から発信することだと本稿は指摘する。

以上を踏まえ、東京2016の構想とその象徴である《東京2016ロゴ》について更に考察を進めるために、次に21世紀に開催が決定された大会の大会エンブレムについて見ておこう。

## B. 21世紀に開催が決定された大会

1990年代後半以降、太田徹也が指摘したように直截的である文字表記（含数字）に情報伝達を託すロゴが増加する<sup>34</sup>。同型は観者に対する名称を記憶させる効果に優れるが、対象の属性を喚起させる力は弱い。

同型は大会エンブレムにも2例、確認される。2008年北京大会のもの（2003年8月3日公示）は漢字の京を図3、2012年ロンドン大会のもの（2007年6月4日公示）はアラビア数字2012を図4基本とする。

2012年ロンドン大会、2008年北京大会は共に21世紀に開催が決定された大会である。東京2016はそれら2つの大会を20世紀型オリンピックと位置づけ、新たな21世紀型オリンピックの実現を掲げる<sup>35</sup>。



図3



図4

### (1) 2008年北京大会の大会エンブレム

2008年北京大会は「同一个世界 同一个梦想（邦訳：ひとつの世界、ひとつの夢。英訳：One World, One Dream.）<sup>36</sup>」をスローガンとする。

「中国印、躍動する北京（Chinese Seal-Dancing Beijing）<sup>37</sup>」と名付けられた大会エンブレムは、開催都市北京を示す漢字の京を中国伝統の篆刻様に、更に人が踊る様な形体に近づけることで現代性を加味し、中国を想起させる赤色で印章風に表したものだ<sup>38</sup>。同大会エンブレムは中国語（普通話）を使用する人々に強くアピールし結束させる効果に優れる。しかしその一方、中国語（普通話）を使用しない観者には、同大会エンブレムと英語または各母語表記によるテーマの組み合わせは、中国語（普通話）を使用する人々に向けた限定的な呼びかけ、排他性を感じさせるという問題がある。

中国語（普通話以外を含む）を使用する人口は約13億であり世界最多を占める。漢字を使用する人口ならば、その数は更に増える。しかしながら中国語（普通話以外を含む）および漢字の使用者人口は世界人口、約67億の過半数にはとても満たない。加えて、現在、中国語（普通話）は世界では公用語として最も使用されている言語ではない。

ここで重要なことは、観者の大多数が漢字を使用しない人々であり、彼等には漢字は文字として機能しない<sup>39</sup> ということだ。漢字を使用しない観者には、京の形体は、文字であると認識した後も換字暗号<sup>40</sup> に対するような距離感が残る。

文字表記で完結するロゴの情報伝達は、使用される言語と観者との関係性が要点となる。そのため2008年北京大会の大会エンブレムには、提示者及び中国語（普通話）の使用者はここで指摘した問題は認識し難いという二重の問題がある。

## (2) 2012年ロンドン大会の大会エンブレム

大会最多の3回目開催となる2012年ロンドン大会は大会エンブレム発表時、同大会が「すべての人の大会（Everyone's Games）<sup>41</sup>」であることを強調した。このことは①大会史上初めてパラリンピックと同じ大会エンブレムを用いること、②同大会エンブレムが年号の2012を地に、オリンピック・シンボルと小文字表記の開催都市名を記することで、総ての人々が無条件に共有する、時間、を強調したことに示されている。同大会の特徴は総ての人々へ参加を呼びかけた上で、更にターゲットを絞り込んでいる点だ。

2012年ロンドン大会のテーマは具体的である。テーマ「オリンピックを契機とした青少年へのスポーツの奨励（…to inspire the young people around the world through sport and the Olympic values.）<sup>42</sup>」は、若者層に影響を与えオリンピズムを普及、浸透させることを目的とする。主なターゲットとして若者層が設定されていることは、大会エンブレムに見て取れる。

同大会エンブレムは、方形の面積一杯にギザギザとした不定形にて2012を表し、高明度、高彩度であるピンク、青、緑、オレンジの四種類のバリエーションがある。主に20代までの若者が行うとされる、スプレー缶を使用し文字を記す落書きの表現は世界共通であるが、同大会エンブレムはそれと類似している。更に、同大会エンブレムは従来の紙やTV画面等の媒体上よりも新しいメディア・ネットワークであるPC及び携帯電話の、電子系でもコンパクトな画面上で映える。これらメディア・ネットワークは現在、従来のスポーツ活動に換わって、若者層の多くが日常生活の一部としているものである。

同大会エンブレムはアイキャッチ力、特にテーマとする若者層の注意を喚起する効果に優れている。問題は、今までのところ、同大会エンブレムに対して大勢の人が感覚的に強い抵抗感を覚えている<sup>43</sup> ことだ。この件に関しては慣れが解決するものと期待される。

2008年北京大会、2012年ロンドン大会の大会エンブレムのように、文字表記で完結するロゴは、文字による情報伝達の即時的且つ直截的であるという特徴を利点とする。そのため両大

会エンブレムは、呼びかける対象を中国語（普通話）の使用者、若者と狭めるものともなった。更に言えば、両大会エンブレムは観者に大会の北京市、2012年という属性を伝達する効果に優れる反面、大会参加がオリンピズムへの賛同と支持を前提とするオリンピック・ムーブメントへの参加であるという実体を示すことに弱い。両大会エンブレムが表す、オリンピック・ムーブメントが二義的となる大会の有り様は、当時の戦後復興という状況から国体に重点を置いた1964年東京大会に端を発する。

既に見たように、東京2016の構想は1964年東京大会以来の大会の方向を軌道修正しようというものである。東京2016の構想を象徴する《東京2016ロゴ》は、1964年東京大会エンブレムと同様に文字表記で完結するものではないことによって、複合的且つ統一された伝達情報、大会参加がオリンピック・ムーブメントへの参加と同義であることを総ての人々を対象に発信するものである、と本稿は指摘する。

以上を踏まえ、次に《東京2016ロゴ》に対する提示者と観者の見解を見ていこう。

### 3. 《東京2016ロゴ》

オリンピック・シンボルと同じ色彩である5本の並行線が一つ輪を結んだ形状を見せる《東京2016ロゴ》は横長の方形を基本とする。

上下二列に分けられた文字は総て大文字、黒で表記され、それぞれ水平線上に配置されている。横長の水平方向を強調する TOKYO 2016の書体は GK graphics のオリジナル、APPLICANT CITY は Linotype Univers である<sup>44</sup>。1990年代後半に全面改刻され電子活字として登場した Linotype Univers はもちろんだが、どちらも21世紀という時代を表すものである。

日本国旗の日の丸を想起させる赤い円は開催都市、東京都のある日本を示す。

#### A. 提示者の見解

《東京2016ロゴ》は2016年大会の東京都開催、東京2016の構想への支持を足下である日本国内と IOC 委員会に訴えることを主眼に置く。

《東京2016ロゴ》のデザイン・コンセプトは MUSUBI（結び）、デザイン・モチーフは MIZUHIKI（水引）<sup>45</sup> である。これらの日本語の音に英文アルファベットを当てはめた表記 MUSUBI、MIZUHIKI は SUSHI、JUDO のように東京2016の構想が日本独自の、しかし世界中で受け入れられ定着してゆく性質のものであることを示唆する。

結びは榮久庵憲司、GK graphics、電通が「『第31回オリンピック競技会開催概要計画書』が謳う「つなぐオリンピック」のイメージから着想<sup>46</sup>」した、2016年大会の東京都での開催が

スポーツと文化、都市と環境、子どもたちと未来、テクノロジーと心、日本と世界、地球と平和等、様々な関係における懸案を解決に向かわせる喜ばしい機会となることを示すものだ。

水引は、既に見た東京2016の構想のキイワード、礼儀を示唆するものだ。水引については、日本国内では日常生活に特に冠婚葬祭に用いられる熨斗袋を通して溶けこんでおり、IOC委員会側には1998年長野オリンピック及びパラリンピック大会において水引が使用される等、その意味用途について既に紹介されている<sup>47</sup>。結びと水引との関連付けは2016年大会の東京都開催が慶事となることを強調する、と本稿は指摘する。

日本の伝統工芸である水引をモチーフに結びというコンセプトを表す、しかしそれの伝統的な形状及び色彩に拠らない《東京2016ロゴ》は、東京都が礼儀を重んじる、保守と革新の共存する創造的な場であることを示すものだ。

ここで重要なことは、《東京2016ロゴ》の提示者は結びを第一義に、水引というモチーフを第二義と位置づけ、結び以上に水引に焦点が当たるならば観者に提示者の意図とは異なる情報が伝達されると見ている<sup>48</sup>点だ。そのためであるかは明らかにされていないが、結び目にあたる箇所が周りの階調表現<sup>49</sup>により強調される一方、ロゴのモチーフが水引であることを直接看取することは難しい。

以上、提示者の見解①《東京2016ロゴ》のデザイン・コンセプトとデザイン・モチーフ、②東京2016の構想のテーマが結びであり、その性格を水引が表すこと、③結びが第一義の伝達情報とされていること、を確認した。

次に、《東京2016ロゴ》に対する観者の見解を見ておこう。

## B. 観者の見解

観者は《東京2016ロゴ》に読み取る内容を基調に東京2016の構想を認識してゆく。

観者の読み取りにおいて注目したいものは、デザイン・モチーフが水引であることを知らされていない場合、ロゴを5本の水引ではなく、5色の1本のリボン、帯、綱または5色の紐と認識する例だ。この読み取りの要因は①リボン等の方が水引よりも身近であること、②ロゴの形状および色彩が一般的な熨斗袋の水引とは関連性がないこと、の2点にある。

観者がロゴのデザイン・モチーフが水引であることを認識できていない場合、東京2016の構想の要点の一つである礼儀が伝達されないことに加えて、観者が提示者とは異なる、東京2016の構想とは相容れない解釈を行う可能性が高まることを本稿は指摘する。

ロゴの一つ輪である形状は、向きが異なり結び目も付くものの、既存の、リボンを用いたシンボル Awareness Ribbon<sup>50</sup> 図5を想起させる。



図5

Awareness Ribbon の装着は社会問題に対する支持を表明する方法である。ロゴと Awareness Ribbon、更には社会問題との関連づけは《東京2016ロゴ》の一つ輪の形状と結び目の組み合わせから絞首、ひいては日本の法定刑（死刑）を連想させる。

オリンピック・ムーブメントが人種、宗教、政治、性別等々に関する差別とは相容れない<sup>51</sup>ことは周知されているため、大会は社会問題を訴える場として利用される傾向がある。社会問題の解決を目指す諸運動の趣旨はオリンピズムの原則「…人間の尊厳保持に重きを置く、平和な社会を推進する…<sup>52</sup>」と合致し、地球規模で人々を団結させる点でも類似する。しかし社会問題の解決はオリンピック・ムーブメント所属の前提条件であって、大会が社会問題の解決の場となることはない。

確かに《東京2016ロゴ》と Awareness Ribbon との関連性は、オリンピズムへの賛同と支持の下、社会問題が解決された理想の世界を示唆する。しかし2者の関連性には、①東京都で開催される2016年大会ひいては2016年以降の大会は既存の社会問題を議論する場になると観者に伝達し、更に②社会問題を解決する運動（例えば大会開催期間中に抗議デモを行うこと）とオリンピック・ムーブメントを混同させる、という問題がある。

提示者は《東京2016ロゴ》の結びを重視するが、その意味内容を担うものが水引である。水引は東京2016が提案する日本独自の人々を結ぶ方法、オリンピック・ムーブメントの進展に貢献する礼儀を示唆する要素だ。しかしながら、観者は《東京2016ロゴ》から水引を直接看取もしくは想起することなく、社会問題の下に人々を結ぶ Awareness Ribbon を認識する。

東京2016の構想が礼儀の下に調和と統制が約束された、オリンピズムへの賛同と支持に結ばれた世界を示すためのものならば、提示者は①《東京2016ロゴ》のデザイン・モチーフ、水引が日本独自の礼儀を示唆するということ、②日本独自の礼儀の意味内容を十分に伝達していくこと、③オリンピック・ムーブメントとは似て非なる社会問題を解決するための運動との区別をつけること、について広告活動を企画展開する必要がある、と本稿は指摘する。

### おわりに

本稿では《東京2016ロゴ》を事例に、観者がロゴに読み取る内容がロゴの保護のみならず広告活動に必要不可欠なフィードバックであるか否かを検証、考察した。本稿で述べたことを以下のようにまとめておこう。

日本、東京に2度目の大会招致を目指す東京2016は、1964年東京大会のレガシーを引き継ぎつつも新たな21世紀型のオリンピック競技大会像を発信するという構想を掲げた。

1964年東京大会は参戦により返上された1940年東京大会の構想を引き継ぐはずであったが、

当時の日本の戦後復興という状況から国体に重点をおく仕様となった。1964年東京大会は参加地域の拡大、大会規模の拡張等、以降の大会を活気づかせる一方、大会参加がオリンピック・ムーブメントへの参加であるという本分を形骸化させる契機ともなった。

1940年東京大会を構想した嘉納治五郎はオリンピックを世界的な文化とすることを掲げ、その方法として日本独自のオリンピズム解釈である、礼儀、を提案した。東京2016の構想とは嘉納治五郎の構想を引き継ぐ、オリンピック・ムーブメントの発展に貢献する新たな提案をし、1964年東京大会以降の大会の有り様を軌道修正するものである。

東京2016の構想は礼儀の下に調和と統制が約束された、オリンピズムへの賛同と支持に結ばれた世界を示すことにある。その象徴である《東京2016ロゴ》のデザイン・コンセプトは結び、デザイン・モチーフは水引である。

水引は東京2016が提案する日本独自の人々を結ぶ方法、オリンピック・ムーブメントの進展に貢献する礼儀を示唆する要素だ。しかしながら、観者は《東京2016ロゴ》から水引を直接看取もしくは想起することなく、社会問題の下に人々を結ぶ Awareness Ribbon を認識する。

社会問題の解決はオリンピック・ムーブメント参加の前提条件であって、大会で議論されるべきものではない。しかし観者が Awareness Ribbon を認識する《東京2016ロゴ》は、オリンピック・ムーブメントと社会問題を解決する運動とを観者に混同させるものだ。

《東京2016ロゴ》が東京2016の構想の象徴であるためには、提示者は次の3点について広告活動を企画展開する必要がある。3点とは①《東京2016ロゴ》のデザイン・モチーフ、水引が日本独自の礼儀を示唆するということ、②日本独自の礼儀の意味内容を十分に伝達していくこと、③オリンピック・ムーブメントとは似て非なる社会問題を解決するための運動との区別をつけること、である。

以上、本稿では、ロゴに対する提示者と観者の見解の相違点に、提示者が広告活動を軌道修正する、ロゴの保護を兼ねた能率的な広告活動を企画展開するための要点が現れることを示した。本稿は、ロゴを軸とする新たな広告活動の方法とその有効性を示唆した点で、広告活動の発展に貢献できるものと期待される。

2008年6月4日 Athens での IOC 理事会の決定を経て、東京都が立候補都市に選定され、2008年6月12日にエンブレムが発表される<sup>53</sup>。

東京2016が引き続き活動を展開することになったことから、①《東京2016エンブレム》(本稿での仮称) を事例に加え、更に②本稿では紙幅の関係上取り上げなかった、東京2016は示唆していない1964年東京大会以降に日本で開催された二つの冬季大会について検証、考察す

ることで東京2016の構想について精査を進め、本稿での議論を発展させることが今後の課題である。

謝辞 《東京2016ロゴ》についてご教示頂きました横田保生様に心から感謝いたします。

本文中の敬称は省略した。

別途に表記していない場合。H P 上の情報を最終確認した期日は2008年5月3日である。

## 註

- 1 亀倉雄策 (1965) 「トレードマークに関する考察 *some notes on trademark design*」『世界のトレードマークとシンボル *TRADEMARKS AND SYMBOLS OF THE WORLD*』造型社 p. 242 pp. 248-249, 252-257  
Rand, Paul (1985) "The Trade Mark" *A Designer's Art*. Yale University Press p. 24
- 2 論者の2007年度博士申請論文（京都工芸繊維大学大学院、機能科学専攻）「Paul Rand 作品について」『視覚的コミュニケーションについて — Paul Rand, 田中一光, Oliviero Toscaniによる作品を事例に—』
- 3 経済産業省 特許庁 H P <http://www.jpo.go.jp/indexj.htm>  
JAGDA HP [http://www.jagda.org/cf\\_copy\\_link.html](http://www.jagda.org/cf_copy_link.html) 他
- 4 論者の2007年度博士申請論文（京都工芸繊維大学大学院、機能科学専攻）「Oliviero Toscani 作品について」『視覚的コミュニケーションについて — Paul Rand, 田中一光, Oliviero Toscaniによる作品を事例に—』
- 5 例：スターバックスが韓国コーヒーチェーン企業に対し類似商標を訴訟するが敗訴する。  
中央日報 H P (2008/09/25) <http://japanese.joins.com/article/article.php?aid=83593&servcode=400&sectcode=400>
- 6 IBM, UNICEF 等
- 7 デザイナーによるロゴ論、及びロゴ作品集を含む。
- 8 例：IBM
- 9 論者の2007年度博士申請論文（京都工芸繊維大学大学院、機能科学専攻）『視覚的コミュニケーションについて — Paul Rand, 田中一光, Oliviero Toscaniによる作品を事例に—』
- 10 GK graphics 横田保生様よりご教示頂いた。三者は五十音順に掲載した。
- 11 東京2016 H P (2007年7月10付) <http://www.tokyo2016.or.jp/jp/press/2007/07/post.html>
- 12 東京2016 H P <http://www.tokyo2016.or.jp/jp/index.html>
- 13 Text adapted by the IOC Executive Board, Lausanne (7 February 2007) *Rules of Conduct Applicable to all Cities wishing to Organise the Olympic Games*. p. 1 pp. 5-7 他
- 14 グラフィックデザインに関する用語とその用法は日本のみならず英語圏においても、現在までのところ

る、厳密には統一されておらず、語感で区別し用いられている。加えてデザイナーが独自の造語を使用する例もある。

- 15 IOC (JOC 編, 2005年8月1日発行)『オリンピック憲章 OLYMPIC CHARTER (2004年9月1日より有効)』JOC p.18 pp.21-25  
*Rules of Conduct Applicable to all Cities Wishing to Organise the Olympic Games.* (2007年2月7日付)
- 16 東京2016 (2008年1月10日)『申請ファイル Response to the Questionnaire』東京2016
- 17 JOC (2006年11月20日)『OLYMPIAN』秋号 JOC p.37  
IOC (JOC 編, 2005年8月1日発行)『オリンピック憲章 OLYMPIC CHARTER (2004年9月1日より有効)』JOC p.9
- 18 JOC (2008年3月24日)『OLYMPIAN』Vol.4 JOC pp.41-43 他
- 19 同上 (2006年11月20日) 秋号 JOC p.37 他
- 20 IOC (JOC 編, 2005年8月1日発行)『オリンピック憲章 OLYMPIC CHARTER (2004年9月1日より有効)』JOC p.12 他
- 21 併記の英文は略した。  
東京2016 (2008年1月10日)『申請ファイル Response to the Questionnaire』東京2016 p.3
- 22 同上 pp.3-6  
JOC (2008年3月24日)『OLYMPIAN』Vol.4 JOC pp.6-7, 41-45  
JOC (2006年11月20日)『OLYMPIAN』秋号 JOC pp.12-13, 18-19
- 23 論者の2000年度修士申請論文（大阪大学大学院、文学研究科、文化表現論専攻）『亀倉雄策の東京オリンピックポスター——そのコミュニケーション観を中心に——』他
- 24 財団法人口リンピック東京大会組織委員会監 (1964)『TOKYO OLYMPICS official souvenir』電通 p.141
- 25 論者の2000年度修士申請論文（大阪大学大学院、文学研究科、文化表現論専攻）『亀倉雄策の東京オリンピックポスター——そのコミュニケーション観を中心に——』他
- 26 財団法人口リンピック東京大会組織委員会監 (1964)『TOKYO OLYMPICS official souvenir』電通 p.9
- 27 東京2016 (2008年1月10日)『申請ファイル Response to the Questionnaire』東京2016 pp.3-4
- 28 JOC HP [http://www.joc.or.jp/2016/20071220\\_1940jigoro.html](http://www.joc.or.jp/2016/20071220_1940jigoro.html) 他
- 29 JOC (2007年11月30日)『OLYMPIAN』Vol.3 JOC p.62
- 30 IOC (JOC 編, 2005年8月1日発行)『オリンピック憲章 OLYMPIC CHARTER (2004年9月1日より有効)』JOC p.9
- 31 JOC (2007年11月30日)『OLYMPIAN』Vol.3 JOC p.61 他
- 32 財団法人口リンピック東京大会組織委員会監 (1964)『TOKYO OLYMPICS official souvenir』電通 p.9
- 33 東京2016 (2007年6月30日)『第31回オリンピック競技大会開催概要計画書』東京2016

- 34 太田徹也（1997）『CI マーク・ロゴの変遷 —— 進行形で見る企業イメージのかたち（新装改訂版）』六耀社
- 35 JOC（2006年11月20日）『OLYMPIAN』秋号 JOC p.18
- 36 北京2008HP <http://en.beijing2008.cn/spirit/beijing2008/graphic/n214068253.shtml>  
IOC HP [http://www.olympic.org/uk/games/beijing/full\\_story\\_uk.asp?id=2244](http://www.olympic.org/uk/games/beijing/full_story_uk.asp?id=2244) 他
- 37 北京2008HP <http://en.beijing2008.cn/sprit/beijing2008/graphic/n214070081.shtml>  
IOC HP [http://www.olympic.org/uk/games/beijing/open\\_embleme\\_uk.asp](http://www.olympic.org/uk/games/beijing/open_embleme_uk.asp)  
人民日报 日文版HP [http://j.people.com.cn/2003/08/04/jp20030804\\_31249.html](http://j.people.com.cn/2003/08/04/jp20030804_31249.html) 他
- 38 同上。
- 39 論者の2007年度博士申請論文（京都工芸繊維大学大学院、工芸科学研究科、機能科学専攻）『視覚的コミュニケーションについて —— Paul Rand, 田中一光, Oliviero Toscaniによる作品を事例に —』pp. 58–65
- 40 例：Arthur Conan Doyle (1903) *The Adventure of the Dancing Men.*
- 41 London 2012 HP <http://www.london2012.com/newa/aechive/2007-06/new-brand-launches.php>  
駐在英国大使館HP [http://www.uknow.or.jp/be/s\\_topics/topics/0706/02.htm](http://www.uknow.or.jp/be/s_topics/topics/0706/02.htm)  
IOC HP [http://www.olympic.org/uk/games/london/full\\_story\\_uk.asp?id=2180](http://www.olympic.org/uk/games/london/full_story_uk.asp?id=2180) 他
- 42 London 2012 HP <http://www.london2012.com/news/archive/2007-06/new-brand-launches.php>  
東京都議会HP [http://www.gikai.metro.tokyo.jp/international/oversea/1802\\_2.htm](http://www.gikai.metro.tokyo.jp/international/oversea/1802_2.htm) 他
- 43 例：2007年6月5日、2012年ロンドン大会HP上から大会エンブレムを使ったアニメーションが削除された。
- 44 GK graphics 横田保生様よりご教示頂いた。
- 45 東京2016HP（2007年7月10付）<http://www.tokyo2016.or.jp/jp/press/2007/07/post.html>  
JOC（2007年8月31日）『OLYMPIAN』Vol. 3 JOC pp. 66–67 他
- 46 同上。
- 47 《東京2016ロゴ》は片輪結びではない。一般的ではないが五色を用いる例はある。  
飯田水引協同組合HP <http://idamizuhiki.jp/rekishi/olympic.html> 他
- 48 GK graphics 横田保生様よりご教示頂いた。
- 49 階調表現は立体感と光媒体のメディア上での効果を想定したものであるが、必須のものではない。:  
GK graphics 横田保生様よりご教示頂いた。
- 50 例：Red Ribbon (HIV/AIDS), Pink Ribbon (Brest Cancer)
- 51 IOC（JOC編、2005年8月1日発行）『オリンピック憲章 OLYMPIC CHARTER（2004年9月1日より有効）』JOC p.9
- 52 同上。
- 53 東京2016HP（2008年6月12日付）<http://www.tokyo2016.or.jp/jp/news/2008/06/>  
JOC HP（2008年7月15日付）<http://www.joc.or.jp/2016/> 他