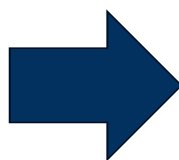


国民体育大会
(現行)



国民スポーツ大会
(J.G.マーク)



<目的>

○「JAPAN GAMESの新たな視点」の実現に向けた大会イメージの刷新

「みる」ことも、「ささえる」ことも

人づくりも、地域を育むことも

地域に根差して、スポーツ文化の土台を担うことを

幅広い世代でスポーツが身近にある生涯を

スポーツの可能性をもっと広く

©2024 Japan Sport Association All Rights Reserved.

1

J.G.マークの意味



【ロゴに込めた思い】

JとGのアルファベットモチーフで構成したシンボルは、地球を示す球体をあしらっており、一人ひとりの意志が旋を描いて混じり合い、地域住民と「JAPAN GAMES」が共にスポーツ文化を築いていくという思いが込められています。

また、スポーツに触れることにより生まれる楽しさ、喜び、情熱、悔しさなどの様々な感情を、彩り豊かな配色とすることにより、実現する価値の一つである「多様性と調和」を表現しています。

さらに、立体表現とすることにより、「する」「みる」「ささえる」の多面的で、かつ幅広い年代のステークホルダーの多層的な取組であることを表しています。

人がこれからの新しい時代をスポーツと共に生きるためにスポーツを文化とし、日本に活力を与える、という志を持った「JAPAN GAMES」を表現しています。



©2024 Japan Sport Association All Rights Reserved.

2

大会マークの変更に向けた経過

① 意見聴取（結果概要については後述及び別添資料参照）

対象	対象数	回答数(%)
都道府県体育・スポーツ協会	47	38(80.9)
JSPPO加盟競技団体	61	38(62.3)
国民スポーツ大会開催・準備担当部局	13	13(100)
	121	89(73.6)

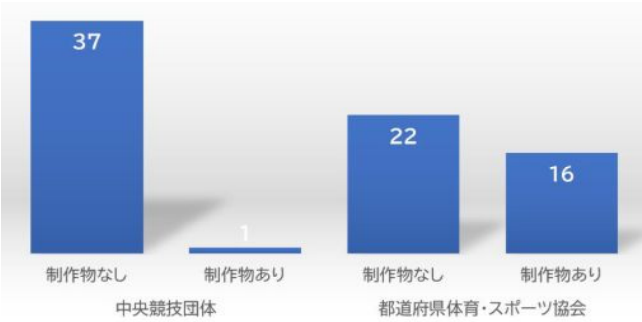
➤「現行マークの使用状況」「マーク変更にあたって配慮してほしい事項」「大会マーク変更に伴って期待する効果」「大会全体の価値向上に関するアイデア」について意見聴取を実施(R5.10/4～11/30)

② 都道府県体育・スポーツへの説明

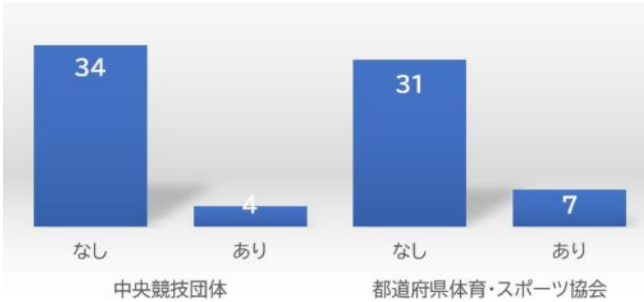
- 都道府県スポ協連合会事務局長研修会（3会場 R5.10月～11月）
- 都道府県スポ協連合会事務局職員研修会（1会場 R5.12月開催）

③ ブランド戦略委員会にてデザインガイドラインの策定

意見聴取の結果_設問回答概要



問1:大会マーク(現行マーク)を使用した物品の作成有無



問2:大会マーク変更にあたり、配慮が必要と考える事項の有無



問3:国民スポーツ大会全体の価値向上のためのアイデアの有無

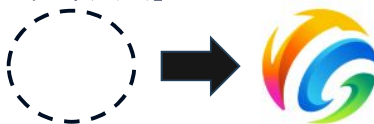
マーク変更にあたって配慮してほしい事項とその対応

〈都道府県、中央競技団体〉

配慮してほしい事項	対応
旧マークも一定期間変更期間を設けるなどの配慮が欲しい	一定の移行期間を設け、順次マークを変更していくこととします。
都道府県選手団の物品は、年次を決めることなく許可して欲しい	都道府県選手団に対しては変更の目安を示しますが、各都道府県の裁量によって、使用するマークを決定してください。
開催大会によって、大会マークが変わることは避けて欲しい (例えば、78回本大会:J.G.マーク 79回冬季大会:現行マーク 79回本大会:J.G.マーク)	大会開催地の準備状況によって使用されるマークは決定します。
J.G.マーク採用時には、旗を作成するためJ.G.マークのデータを提供して欲しい	標章利用ガイドラインに沿って対応いたします。
新しいマークの旗など作製するに際し、費用面での助成	恐れ入りますが助成の予定はございません。
色彩についての説明もつけて、広く国民の皆様に分かるようにして欲しい	デザインガイドラインの周知を図るほか、周知に際してはご協力をお願いします。
大会マーク仕様書に単色仕様があれば使用しやすい	デザインガイドラインを参照いただき単色利用についてもご検討ください。

マーク変更にあたっての疑問とその回答

〈都道府県、中央競技団体〉

疑問	回答
「National Sports Festival」は今後も使って良いのか、「JAPAN GAMES」に統一した方が良いのか	大会英語名称については「国民スポーツ大会」に名称変更をすることに伴い「JAPAN GAMES」に変更となっていることから大会マークの変更とは連動せず、第78回大会から「JAPAN GAMES」とします。
国体だけ大会マークを変更させるのか?「全国スポーツ少年大会」と「日本スポーツマスターズ」の大会マークの変更はないのか	【全国スポーツ少年大会】  J.G.マークを大会マークとして位置づけることを検討 ※全国スポーツ少年大会の大会マークは存在しない 【日本スポーツマスターズ】  JGマークに変更を検討

今後のスケジュール

【開催地(ブロック含む)】

- 第80回大会冬季大会以降の大会マークは「J.G.マーク」とする。
- 第78回大会本大会から第79回本大会までは開催地が使用する大会マークを場面、物によって選択する。
 - ※ 開催地の準備状況に応じて使用するマークが異なる場合がある。
- すでに大会マークを使用して作成された物(ポスター、シンボルマークなど)については継続して使用可能とする。

【選手団】

- 都道府県選手団に対しては、順次、J.G.マークの使用を依頼

	令和6（2024）年 第78回大会	令和7（2025）年 第79回大会	令和8（2026）年 第80回大会	令和9（2027）年 第81回大会	令和10（2028）年 第82回大会 以降
冬季大会 ※ブロック大会含む		 選択 			
本大会 ※ブロック大会含む	 選択 				
都道府県選手団 関係	冬季 	 選択 			
	本大会 選択  				



JAPAN GAMES Brand Asset Guidelines

JAPAN GAMES ブランドアセットガイドライン

INTRODUCTION

はじめに

ブランドとは、“そのブランドならではの” 体験を提供するという揺るぎない約束であり、
確固たる品質を保証するもので、常に一貫したイメージを与えることが、強いブランドとして必要とされます。

本ブランドアセットガイドラインは、JAPAN GAMESのブランド表現の指針となるものです。

JAPAN GAMESのブランド表現に携わる方々が、このブランドアセットガイドラインを十分に理解・運用することで、
一貫したブランドイメージの展開が可能になります。

JAPAN GAMESのブランド価値を一層高めていくために、このブランドアセットガイドラインに
定められた使用方法をよく理解し、遵守の上活用してください。

ブランドロゴ等、各デザイン要素の使用にあたっては、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

お問い合わせ 日本スポーツ協会ブランド戦略部マーケティング戦略課
campaign@japan-sports.or.jp

CONTENTS

目次

1.0

Brand Concept
ブランドコンセプト

- 1.1 JAPAN GAMES の Vision Mission とゴール
- 1.2 ブランドの世界観
- 1.3 スローガン

2.0

Basic Design Element
基本デザイン要素

- 2.1.1 基本デザイン要素一覧
- 2.1.2 ブランドロゴ
- 2.1.3 ブランドロゴ：種類
- 2.1.4 ブランドロゴ：表示色
- 2.1.5 ブランドロゴ：背景色との関係
- 2.1.6 ブランドロゴ：クリアスペース／最小使用サイズ
- 2.1.7 ブランドロゴ：不適切な使用例
- 2.2.1 ロゴタイプ
- 2.2.2 スローガンロゴ
- 2.3.1 コミュニケーションカラー：ソリッド
- 2.3.2 コミュニケーションカラー：グラデーション
- 2.4.1 グラフィックエレメント
- 2.5.1 指定書体
- 2.5.2 代替書体

3.0

Design Style
デザインスタイル

- 3.1.1 デザインスタイル：レイヤーの解説
- 3.1.2 デザインスタイル：トリミングの解説
- 3.1.3 デザインスタイル：トリミングの解説／誤った使用例
- 3.2.1 デザインスタイル一覧：使用例
- 3.2.2 デザインスタイル1：マルチカラー優先タイプ
- 3.2.3 デザインスタイル2-1：単色カラーでの複数展開タイプ
- 3.2.4 デザインスタイル2-2：単色カラーでの複数展開タイプ
- 3.2.5 デザインスタイル3：グラフィックエレメントを使用しないタイプ

Brand Concept

1.0

ブランドコンセプト

JAPAN GAMESの Vision Missionとゴール

ブランドとは、“そのブランドならではの”体験を提供するという揺るぎない約束であり、確固たる品質を保証するもので、どの地域においても、誰の目からみても、常に一貫したイメージを与えることが、強いブランドとして必要とされます。

右記は、JAPAN GAMESブランドの考え方を、ブランドを取り巻く全ての方へ伝えるための指針です。

右記をよく理解し、JAPAN GAMESについての理解を深めてください。

■ Vision (どのような世界を実現したいのか)

スポーツが誰にとってもオモシロくなり、幅広い世代でスポーツが身近にある生涯を送ることができる社会を実現。

■ Mission (目指す世界を実現するために何をするのか)

→ 「みる」ことも、「ささえる」ことも
→ 人づくりも、地域を育むことも

→ スポーツの可能性をもっと広く
→ 地域に根差して、スポーツ文化の土台を担うことを

■ JAPAN GAMESのゴール (大会イメージ)

5つの新たな視点

説明

「みる」ことも、「ささえる」ことも

「JAPAN GAMES」で、スポーツの新たなオモシロさを見つけられる幅広い体験を提供。

人づくりも、地域を育むことも

「JAPAN GAMES」で、あなたの地元やふるさとの新たな魅力を発見。

地域に根差して、スポーツ文化の土台を担うことを

「JAPAN GAMES」で、あなたの地元やふるさとに新たなスポーツ文化の種を蒔くことが可能。

幅広い世代でスポーツが身近にある生涯を

「JAPAN GAMES」は、誰もが楽しめる大会。様々な楽しみ方を通じて、あなたのライフスタイルをもっと豊かに創造。

スポーツの可能性をもっと広く

「JAPAN GAMES」で、スポーツDXによる新たなエンターテインメントと郷土愛のあるスポーツホスピタリティを実現。



スローガン

スローガンはこれからの時代に向けたJAPAN GAMESの想いや決意を社内外に表明するメッセージです。

スポーツをより多くの人々が身近な存在として感じ、心から楽しみ、喜びを分かち合える。

日本をそんなスポーツ文化が根付く国にしていきたいと願っています。

スポーツは、もっとオモシロイ。

Basic Design Element

2.0

基本デザイン要素

基本デザイン要素一覧

JAPAN GAMESブランドのコミュニケーションにおける基本デザイン要素の一覧です。

様々なタッチポイントで一貫性のあるコミュニケーションを図ることにより、JAPAN GAMESブランドを強く印象付けます。

ブランドロゴ



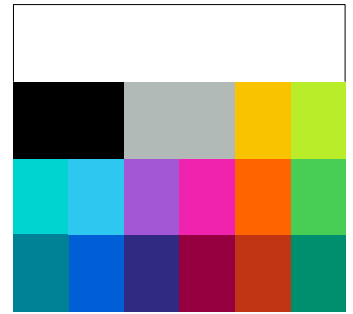
ロゴタイプ

**JAPAN
GAMES**

スローガン

スポーツは、もっとオモシロイ。

カラー



グラフィックエレメント



書体

ABab
あア亜

写真



ブランドロゴ

ブランドロゴは、JAPAN GAMESブランドを象徴する最も重要な役割を担います。

ブランドロゴは、シンボルとロゴタイプで構成されています。以降の頁に示す規定を遵守し、ブランドロゴを正しく表示してください。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

ブランドロゴ



シンボル

ロゴタイプ

ブランドロゴ：種類

JAPAN GAMESのブランドロゴは、ヨコ組＋スローガン、タテ組、ヨコ組、ヨコ組1行タイプがあります。

ブランドロゴが常に明確に表示されるよう、視認性を確保し、用途に合わせて使用してください。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

ヨコ組＋スローガン **優先** ※CMのエンドロールや会見時のエンドロール、ロゴのみ単体で表示される際に使用します。



ヨコ組



タテ組



ヨコ組 1行



ブランドロゴ：表示色

ブランドロゴは、フルカラーでの表示を基本とし、白背景のフルカラーのブランドロゴを優先使用します。

ブランドロゴは、常に明確に表示されるよう、ブランドロゴと背景色とのコントラストを保ち、視認性を確保してください。

単色の印刷物等は、グレースケールやモノクロで表示します。また、型押しや箔押し等の特殊加工には、モノクロで表示してください。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

右記はタテ組で表示していますが、ヨコ組みも同様です。

優先 フルカラー



グレースケール



ブラック



フルカラー



グレースケール



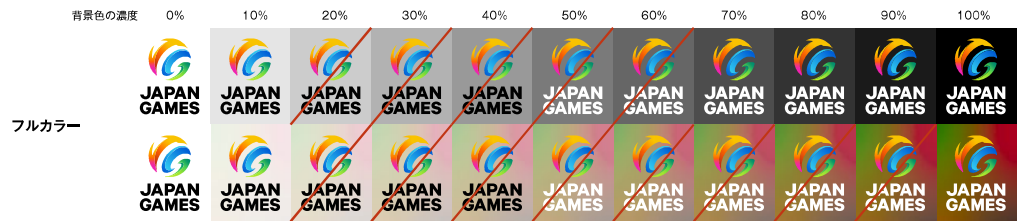
ホワイト



2.1.5

ブランドロゴ：背景色との関係

右記は、背景色の濃度に応じたブランドロゴの見え方を示したものです。
ブランドロゴが常に明瞭に表示されるよう、右記を参考に、ブランドロゴと背景色に、一定のコントラストを保って表示してください。



2.1.6

ブランドロゴ：
クリアスペース／最小使用サイズ

クリアスペース

ブランドロゴが常に象徴性を持って表現されるために、ブランドロゴと他の要素との間に一定の余白を設定しています。クリアスペース内に他の要素を表示することはできません(グラフィックエレメントと組み合わせて使用する際はこの限りではありません)。

※マスターデータの周囲にはあらかじめクリアスペースが透明のラインで配置されています。

最小使用サイズ

ブランドロゴは、常に読みやすく明瞭に表示されなければなりません。ブランドロゴのサイズは、右記の最小使用サイズを下回らないようにしてください。

また、印刷方法等によって最小使用サイズを確保していても明瞭に表示できない場合は、最小使用サイズに関わらず、最適なサイズで表示してください。

クリアスペース

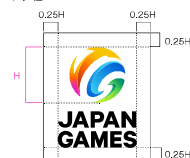
ヨコ組＋スローガン



ヨコ組



タテ組



ヨコ組 1行



最小使用サイズ

印刷用

ヨコ組＋スローガン



ヨコ組



タテ組



ヨコ組 1行



デジタル媒体用

ヨコ組＋スローガン



ヨコ組



タテ組



ヨコ組 1行



ブランドロゴ：不適切な使用例

ブランドロゴの不適切な表示例です。ブランドロゴを誤った形で表示することで、意図するブランドの印象が正しく伝わらない恐れがあります。

右記のような表示はしないでください。

また、右記の例は、主にタテ組を使用していますが、他の種類の場合も同様です。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。



変形しない



回転しない



組み方を変更しない



要素のバランスを変更しない



規定以外の色で表示しない



書体を変更しない



任意の形で囲みをつけない



影などの効果をつけない



他の要素と組み合わせない



クリアスペース内に他の要素を表示しない



複雑な背景の上に表示しない



フチをつけない

ロゴタイプ

ロゴタイプはブランドロゴと同様にJAPAN GAMESを象徴する重要なデザイン要素のひとつです。

コミュニケーションアイテムでJAPAN GAMESであることを強く打ち出すときにロゴタイプを使用することができます。

ロゴタイプを使用する際は、必ず同一面にブランドロゴも掲載してください。

※ロゴタイプは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

2行タイプ

**JAPAN
GAMES**

1行タイプ

JAPAN GAMES

2行タイプ

**JAPAN
GAMES**

1行タイプ

JAPAN GAMES

2.2.2

スローガンロゴ

スローガンは、JAPAN GAMESの想いや決意を社内外に伝えるためのコミュニケーション用のフレーズです。

JAPAN GAMESのスローガンロゴは、ベージックと手書きがあります。

※スローガンロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

ベージック

スポーツは、もっとオモシロイ。

手書き

スポーツは、
もっと
オモシロイ。

ベージック

スポーツは、もっとオモシロイ。

手書き

スポーツは、
もっと
オモシロイ。

2.3.1

コミュニケーションカラー： ソリッド

コミュニケーションカラーは、JAPAN GAMESブランドを表現する上で重要な要素です。

ホワイト

C0 M00 Y00 K00
R255 G255 B255
#FFFFFF

ブラック

C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
#000000

エメラルド Pantone 3255C C65 M0 Y30 K0 R0 G12 B209 #00D4D1	80%	ライトブルー Pantone 311C C70 M0 Y0 K0 R46 G199 B240 #2EC7F0	80%	パープル Pantone 265C C55 M70 Y0 K0 R164 G87 B213 #A457D5	80%	ピンク Pantone 232C C0 M85 Y0 K0 R240 G35 B175 #F023AF	80%	オレンジ Pantone 1655C C0 M75 Y100 K0 R255 G100 B0 #FF6400	80%	グリーン Pantone 2270C C60 M0 Y80 K0 R72 G205 B85 #48CD55	80%
	60%		60%		60%		60%		60%		60%
	40%		40%		40%		40%		40%		40%
	20%		20%		20%		20%		20%		20%
モス Pantone 7712C C100 M35 Y40 K0 R0 G130 B150 #008296	80%	ブルー Pantone 285C C95 M50 Y0 K0 R0 G95 B215 #005FD7	80%	ネイビー Pantone 2746C C95 M95 Y0 K20 R48 G42 B131 #302AB3	80%	ボルドー Pantone 221C C50 M100 Y60 K10 R150 G0 B64 #960040	80%	ダークオレンジ Pantone 7597C C10 M90 Y100 K0 R193 G53 B20 #C13514	80%	ダークグリーン Pantone 2242C C90 M10 Y80 K0 R0 G143 B110 #008F6E	80%
	60%		60%		60%		60%		60%		60%
	40%		40%		40%		40%		40%		40%
	20%		20%		20%		20%		20%		20%

2.3.2

コミュニケーションカラー：
グラデーション

コミュニケーションカラーは、JAPAN GAMES
ブランドを表現する上で重要な要素です。



2.4.1

グラフィックエレメント

グラフィックエレメントはJAPAN GAMESの
世界観を表現する上で、JAPAN GAMES プラ
ントのコミュニケーションに活力を与え、表現の
幅を広げます。

グラフィックエレメントの表示方法および規定に
ついては、3.0 デザインスタイルの項を参照して
ください。

※グラフィックエレメントは、必ずマスターデー
タを使用し、正しく再現してください。

マルチカラー



グレースケール



単色(カラー)



モノクロ



指定書体

指定書体は、JAPAN GAMES ブランドに合わせて、一般書体から選定されています。

指定書体を使用することで、コミュニケーションの一貫性が保たれます。

英文

Calibre

ABab

Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Semibold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Black	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#

和文

A-OTF ゴシックMB101 Pro

あア亜

L	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
R	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
M	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
DB	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
B	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
H	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
U	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&

代替書体

代替書体は、制作環境上指定フォントが使用できない場合や、Microsoft Office 環境で作成する社内資料などに使用するフォントです。

英文

Noto Sans CJK JP

ABab

Light	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
DemiLight	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Regular	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Medium	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Bold	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#
Black	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn 012345678&%%\$#

和文

Noto Sans CJK JP

あア亜

Light	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
DemiLight	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
Regular	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
Medium	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
Bold	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&
Black	あいうえおアイウエオ亜意右江尾 1234567890!#\$%&

Design Style

3.0

デザインスタイル

Design Style

3.1.1

デザインスタイル： レイヤーの解説

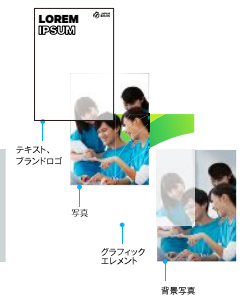
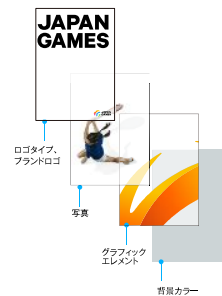
紙面はグラフィック要素と背景とをレイヤーで分解したものを組み合わせ、構成してください。背景は規定のグラデーションやベタ面背景、写真など、組み合わせは自由です。

次項以降のサンプルデザイン等も参考に躍動感のある JAPAN GAMES の世界観を構築してください。

写真を使用しない場合



写真を使用する場合



Design Style 3.1.2

デザインスタイル： トリミングの解説

グラフィックエレメントは、様々なメディアに応じて柔軟に対応できるように、最適な箇所をトリミングして使用することができます。

紙面いっぱいにダイナミックにトリミングしたり、背景の余白を生かすなどして、スポーツの楽しさやオモシロさが、生き生きと伝わるように、テキストや写真を組み合わせて躍動感のある表現を目指してください。

トリミング例



ベーシックなトリミング



背景の余白を生かしたトリミング



背景の余白を生かしたトリミング



ダイナミックなトリミング



ダイナミックなトリミング



グラフィックエレメントの回転



複数紙面で分割して使用



グラフィックエレメントの一部を抜き出した使用
(写真イメージを組み合わせた場合のみ、一部を取り出すことが可能)

Design Style 3.1.3

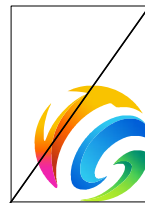
デザインスタイル： トリミングの解説／誤った使用例

右記に示すのは、グラフィックエレメントをトリミングする際の誤った使用例です。

誤った使用例



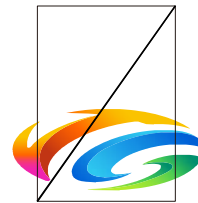
極端に少ない面積での使用



外形が紙面の端のギリギリでの使用



中途半端にグラフィックエレメントが残るトリミング



変形して使用



反転して使用



影をつけて使用



形状を変更



規定以外の色を使用



写真と組み合わせず一部を抜き出して使用



写真の中心となる部分が隠れるような使用

Design Style 3.2.1

デザインスタイル一覧： 使用例

JAPAN GAMESの世界観を表現するデザインスタイルの一覧です。表現内容によって3つのスタイルを設定しています。

スタイル1：マルチカラー優先タイプ

- ・JAPAN GAMESを強く訴求
 - ・1枚でJAPAN GAMESが訴求できる
 - ・JAPAN GAMES全体を表現する際に使用
- ※使用例：協会が発信する告知に使用。
大会の予告広告などに展開（ex,2年～3年）

スタイル2：単色カラーでの複数展開タイプ

- ・複数展開でJAPAN GAMESを訴求
 - ・個別の競技や、識別が必要な際に使用
- ※使用例：各県の大会告知に使用。
大会が近づいたタイミングで展開（ex,1年内）

スタイル3：グラフィックエレメントを 使用しないタイプ

- ・JAPAN GAMESをブランドロゴのみで訴求。
- スポンサーや開催県のカラーを全面的に打ち出す際等に使用します。

Ver 1.0 June 2023
JAPAN GAMES Brand Asset Guidelines

強	写真なし		写真あり	
			切り抜き写真	背景写真
デザイン スタイル 1	優先    サブ展開(グッズ展開で使用)   	する    みる    ささえる    シリーズ展開         	する    みる    ささえる   	
	2-1       2-1 する    みる    ささえる    シリーズ展開         	2-2 する    みる    ささえる   		
デザイン スタイル 3			2-2 する    みる    ささえる 	

JAPAN GAMES

弱

Design Style 3.2.2

デザインスタイル1： マルチカラー優先タイプ

スタイル1は、JAPAN GAMESを強く訴求する際に使用します。1枚でマルチカラーを表現し、JAPAN GAMES全体を表現するスタイルです。

スタイル1で使用するグラフィックエレメントは、フルカラーを基本とし、モノクロはオリジナルグッズ等のサブ展開のみ使用可能です。背景色は、白、グレー、黒を使用します。

スタイル1はJAPAN GAMES全体を表現するものであることから、切り抜き写真などを使用する場合は、特定の競技のみの印象を与えないようにバリエーション展開するなど、右記を参考に構成してください。

背景に写真を使用する場合は、写真の一部をグラフィックエレメント上にのせることもできます。グラフィックエレメントは、適切なタイミングやレイアウトで使用してください。



カラー展開



サブ展開 (グッズ展開で使用)



ポスター



のぼり



横断幕



Web パナー



Ver 1.0 June 2023
JAPAN GAMES Brand Asset Guidelines

デザインスタイル2-1: 単色カラーでの複数展開タイプ

スタイル2-1は個別の競技等、様々な展開において識別が必要な際やカラーのバリエーション展開によってスローガンの「スポーツは、もっとオモシロイ。」に込められた想いを、エモーショナルに表現するスタイルです。

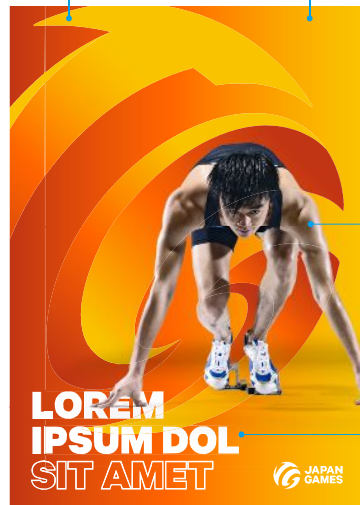
スタイル2で使用するグラフィック要素は、単色（カラー）です。単色カラーは、6色存在します。背景色は、同一紙面で使用しているグラフィック要素と同系色のソリッド、またはグラデーションを使用します。

写真は切り抜きで使い、被写体をクローズアップして展開します。

スタイル2は、様々なカラーを使用した表現ですが、ひとつのカラーに偏らず全体でマルチカラーとなるように展開してください。

グラフィック要素：単色カラー

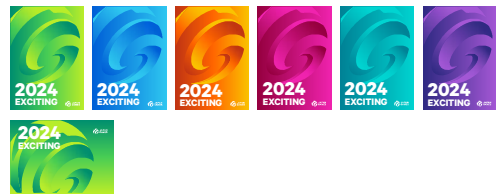
背景：グラフィック要素と同系色のグラデーション

切り抜き写真：
(グラフィック
要素上に配置)テキスト/ロゴタイプ：
書体 Calibre Bold

カラー展開



ポスター



の(ポ)



Web バナー



デザインスタイル2-2: 単色カラーでの複数展開タイプ

スタイル2-2は、JAPAN GAMESとプレイヤー、観客、スポーツに関係する全ての人々との繋がりを写真を使用して表現するスタイルです。

スタイル2-2で使用するグラフィック要素は、単色（カラー）です。単色カラーは、6色存在します。背景は、人物の活動するシーンなどの写真イメージを使用します。

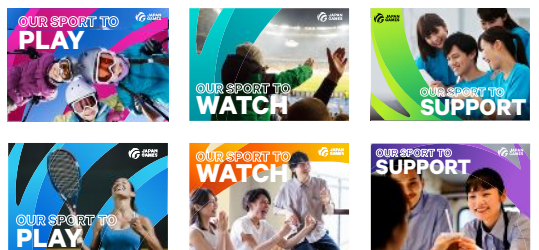
写真イメージは、角版で背景として使用しますが、写真の一部をグラフィック要素上にのせることもできます。グラフィック要素は、適切なトリミングやレイアウトで使用してください。

グラフィック要素：単色カラー

背景：全面背景写真
(一部グラフィック
要素上に配置)

テキスト/ロゴタイプ：書体 Calibre Bold

ポスター



**デザインスタイル3:
グラフィックエレメントを使用しないタイプ**

JAPAN GAMES をブランドロゴのみで訴求。
スポンサーや開催県のカラーを全面的に打ち出す際等に使用します。

(スタイル1やスタイル2の複数パターンをシリーズ展開する際、全体構成の中でグラフィックエレメントの連続使用が重くなりすぎるときに、スタイル3を組み合わせて使用することも可能です。その場合、原則としてスタイル3単体での使用はできません。)

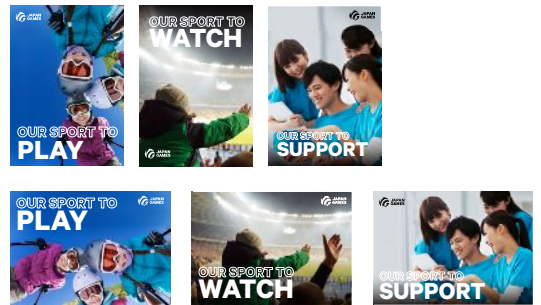
グラフィックエレメント:使用しない



背景: 全面背景写真

テキスト/ロゴタイプ: 書体 Calibre Bold

ポスター



1. 本調査の目的

日本スポーツ協会では、令和3年度の第4回理事会(令和3年11月11日)及び第6回理事会(令和4年3月4日)にて、当協会が実施する全国規模の大会について、「JAPAN GAMES」として再構築し、ブランディングを行うことを決定したことに伴い、国民スポーツ大会マークの変更を検討している。このため、大会マーク利用状況などを把握し、変更にあたっての留意事項などを把握するために調査を実施した。

2. 調査対象

下記121団体に対し調査を行った

- ・都道府県体育・スポーツ協会 47団体
- ・日本スポーツ協会加盟競技団体 61団体
- ・国民スポーツ大会開催・準備担当部局 13団体

3. 調査概要

団体に応じて質問項目を設定した。

- ・都道府県体育・スポーツ協会、日本スポーツ協会加盟競技団体
 - 大会マークを使用した物品の内容、それぞれの物品の新調時期(見込み)
 - 大会マーク変更にあたり、配慮が必要と考える(JSPOに配慮してほしい)事項
 - 国民スポーツ大会の価値向上のためのアイデア
- ・国民スポーツ大会開催・準備担当部局
 - 大会マークを使用する見通しや準備状況
 - 大会マーク変更に伴って期待する効果
 - 国民スポーツ大会の価値向上のためのアイデア

4. 回答方法

インターネットフォーム「forms」を用いて回答

5. 実施期間

2023年10月4日(水)～11月30日(木)

6. 結果

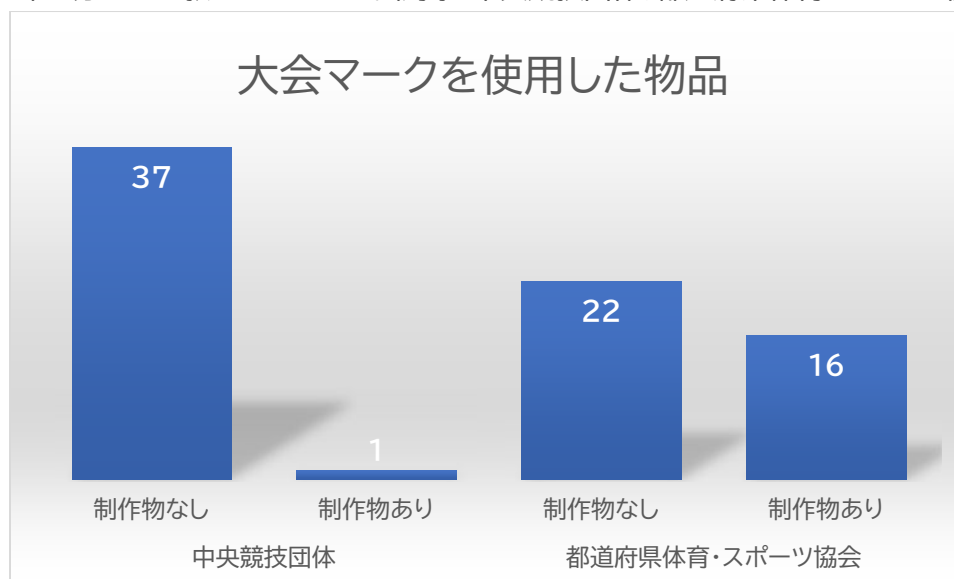
対象となる121団体のうち89団体(73.6%)の回答を得た。各項目の結果は以下の通り。

※一部回答については記載を修正して掲載

(回答数)

対象	対象数	回答数(%)
都道府県体育・スポーツ協会	47	38(80.9)
JSPO 加盟競技団体	61	38(62.3)
国民スポーツ大会開催・準備担当部局	13	13(100)
合計	121	89(73.6)

問1-1:現在、貴団体において大会マーク(現行マーク)を使用した物品を作成していますか。それぞれの物品の新調時期(見込み)が分かれば教えてください。(対象:中央競技団体、都道府県体育・スポーツ協会)



<中央競技団体>

- ・プログラム、大会看板(大会ごと)

<都道府県体育・スポーツ協会>

- ・作成物:国体マーク旗

新調時期:今後協議するが、貴協会「大会マークの取扱い(案)」を参考に決定する。

- ・作成物:本県選手団の結団式(例年9月上旬)で掲揚する看板。

新調時期:今後新調しなければならないものとは考えているが、時期は未定。

- ・作成物:国体旗

新調時期:未定

- ・作成物:競技視察用ポロシャツ

新調時期:2年に1度作成しており、次回は令和6年度に作成予定。

- ・作成物:優勝者に渡す記念メダル

新調時期:新調予定なし

- ・作成物(1):県選手団要項

作成時期:年に1回、毎年、国体開催前に選手団の名簿を冊子として作成(ロゴマークを表紙に掲載)

作成物(2):県選手団成績一覧

作成時期:年に1回、毎年、国体終了後に選手団の成績を冊子として作成(ロゴマークを表紙に掲載)

作成物(3):国体旗

使用時期:年に1回、毎年、国体開催前に選手団結団式にて使用(旗の掲揚)

年に1回、毎年、国体終業後に選手団解団式にて使用(旗の掲揚)

- ・本年、ブロック国体の幹事県であったため、現行の大会マークの旗を作製し、会場へ掲揚するため競技団体へ配布した。また、結団壮行式で使用する会場吊り下げのプラスチック製も現行マークの看板を使用している。

- ・選手団名簿

年に2回(冬季大会、本大会)作成

- ・作成物(1):国体旗

新調時期:新調予定なし

- ・作成物(2):演台用エンブレム
新調時期:新調予定なし
- ・作成物(1):選手団名簿
作成時期:毎年
- ・作成物(2):国体結団式の掲示物
変更があれば新調
- ・作成物:結団壮行式用の旗
新調時期:予定無し
- ・作成物:ブロック大会賞状
作成時期:4年に1度の担当県の年度初めに作成。来年度、自県が担当県。
- ・ホームページ、新調予定なし
- ・作成物(1):パネル(結団式)・壮行会等に使用
新調時期:新調予定なし
- ・作成物(2):旗
新調時期:令和7年度予定
- ・作成物:国体監督証・選手証
新調予定なし

問1-2: 大会マークを使用する見通しや大会マークを使用した物品の準備状況を教えてください。

(対象:国民スポーツ大会開催・準備担当部局)

【第 78 回冬季_山形県】

- ・シンボルマークのほか、委任状、式典看板、大会旗、公式ポスター、賞状等に使用

【第 78 回_本_佐賀県】

- ・大会マークを使用した広報用ポスター・リーフレット等を制作済み

【第 79 回冬季_岡山県】

- ・シンボルマークに使用している
- ・大会マークを使用した広報用ポスター、チラシ、広報グッズを 2023 年度中から順次、作成予定

【第 79 回冬季_群馬県】

- ・炬火マークを使用する想定で広報用ポスターの制作を進めている。(24 年1月頃にポスターデザイン完成予定)

【第 79 回冬季_秋田県】

- ・大会マークを使用した広報用ポスターを2024年度に作成予定

【第 79 回_本_滋賀県】

- ・大会マークを使用する見通しについて、本県は新マークを使用する見込み
- ・大会旗(実行委員会総会、常任委員会で使用(2 枚)) →作り直し必要
- ・式典ステージ付属のマーク、共同購入物品
→引継物品については、前年開催県が新マークを使用される場合、更新作業は前年開催県が行うが、費用負担については後催県を含めて調整する予定。
- ・旧マークで作成済みの各種配布物(多数) →引き続き旧マークの利用も可能と聞いている【JSPO 確認済み】
 - ・大会広報ポスター、リーフレット それぞれ数万枚作成済み
 - ・公式ポスター 作成中(今年度末の国スポ委員会で決定)
 - ・ボランティア募集用ポスター 数千枚作成済み
 - ・ボランティア募集用リーフレット 数万枚作成済み

・標章等デザインガイド(旧マークの基準を記載)→新マークへの変更必要(ガイドラインが定まっていない)

・国スポ企業協賛制度

→県獲得の JG パートナーについては、国スポへの協賛という形で理解されているので、他の2大会に協賛金を活用されるようなことがないようにされたい。JSPO 獲得の JG パートナーについて、これまで通り国スポ開催県への 500 万円の分配をお願いしたい。

【第 80 回_冬季・本_青森県】

＜予定があるもの＞

・公式ポスター、文化プログラム参加事業パンフレット、カウントダウンボード等。

＜可能性があるもの＞

・広報誌、観戦ガイドブック、ホームページ、テレビ・紙媒体当広報。

・庁舎横断幕、選手入場横断幕。ロイヤルボックス。

【第 81 回_本_宮崎県】

・県準備委員会常任委員会、総会で使用する旗

・マスコットキャラクターの任命書(木製)に使用(R1.7.1)

・市町村準備(実行)委員会設置準備のため、全26市町村へ大会マーク(トーチ)の旗を配付済。(R1.7.1)

・大会マーク(トーチ)を使用した公式ポスターを制作予定(令和6年度中)

【第 82 回_冬季・本_長野県】

・【2023 年度まで】準備委員会会議資料、広報物品(ポスター、チラシ、クリアファイル、バックパネル)、県準備委員会ホームページ、大会基本構想リーフレット

・【2024 年度以降】準備／実行委員会資料、広報物品(公式ポスター、チラシ、懸垂幕、横断幕、広報誌、大会PR動画等)、大会公式ホームページ

【第 84 回_本_島根県】

・県内 19 市町村に対し、国体旗として配布し、使用している

・内定となった際には、ポスター等を作成することを想定している

【第 85 回_本_奈良県】

・大会マークを使用した広報用ポスター、チラシなどを2026年に作成予定

【第 86 回_本_鳥取県】

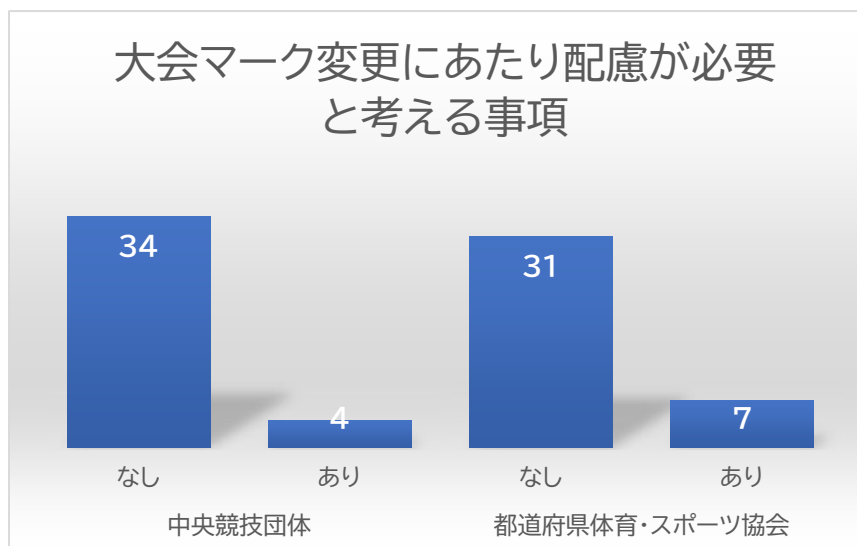
・鳥取県では令和 15(2033)年に国民スポーツ大会・全国障害者スポーツ大会を開催する予定であり、本年 6 月に準備委員会を設立したところ。

・令和 6(2024)年以降は、大会の愛称、スローガン等の作成、広報等にも取り掛かる予定であり、更に大会マークを使用したノベルティ等の作成も徐々に進めていく予定。

【第 87 回_本_山梨県】

・大会マークを使用したシンボルマーク、広報用ポスター、チラシ等を作成予定(作成時期未定)

問 2:大会マーク変更にあたり、配慮が必要と考える事項(JSPO に配慮してほしい事項)はありますか。配慮事項がなければ「特に無し」と記載してください。(対象:中央競技団体、都道府県体育・スポーツ協会)



<中央競技団体>

- ・JとSのデザイン化は分かりましたが、色彩についての説明もつけて、広く国民の皆様に分かるようにしていただきたいです。今まで長期に亘り親しんで来たロゴマークは解り易かったが新しいJGロゴマークが浸透されるまでに時間がかかりそうですね。
- ・大会マーク仕様書に単色仕様があれば使用しやすいかも
- ・開催地持ち回り品となっている大会時に使用する演台等、従来より使用し、マークが表示されているものに関しては、旧マークも一定期間変更期間を設けるなどの配慮が欲しい。
- ・国スポの意味がわかる大会マークが良いと思います。

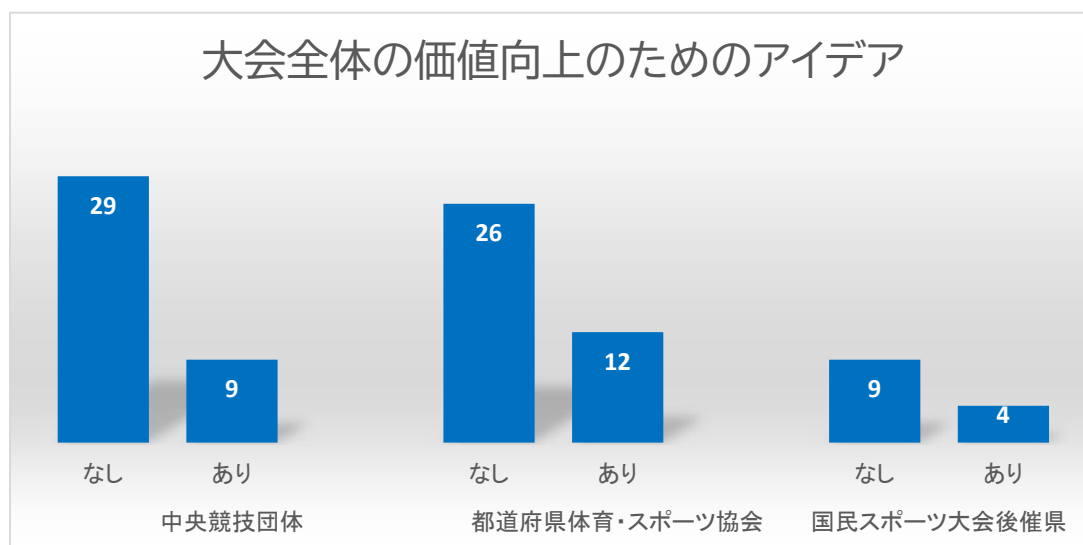
<都道府県体育・スポーツ協会>

- ・現行の国体マークの使用について、当選手団内で定着しているため、都道府県選手団作成の物品制作の際などは、年次を決めることなく使用すること許可してほしい。
- ・本県はユニフォームに英語表記で「National Sports Festival」という言葉を入れているが、これは今後も使ってよいのか、もしくは「JAPAN GAMES」に統一した方がよいのか方針があれば伺いたい。
- ・過去マークとのつながりや配色それぞれの意味などロゴから伝えたい思いが伝わるとよい。
- ・「国体」「全国スポーツ少年大会」「日本スポーツマスターズ」の連携・協同を目的として、『JAPAN GAMES』することは、別に構わないが、国体だけ大会マークを変更させるのか？「全国スポーツ少年大会」と「日本スポーツマスターズ」の大会マークの変更はないのか？国体だけ、JAPAN GAMESのマークにする事は、違和感を感じる。
- ・新しいマークへの旗など作製するに際し、費用面での助成があると助かります。(助成金の増)
- ・メディアでの取り上げや発信
- ・特にありませんが、変更後のマークが国民の皆様浸透する取組をお願いしたい。
- ・開催大会によって、大会マークが変わることは避けて欲しい。例えば、78回本大会:GSマーク 79回冬季大会:現行マーク 79回本大会:GSマーク。GSマーク採用時には、旗を作成するためGSマークのデータをご提供いただきたい。

問 2-2:大会マーク変更に伴って期待する効果を挙げてください。(対象:国民スポーツ大会開催・準備担当部局)

- ・当県が 2024 年に開催する SAGA2024 は、「国体」から「国スポ」に変わる、初めての大会であり、大会マークの変更については、イメージの一新に寄与し、「新しい大会」の象徴の一つになるものと考えている。
- ・当県では、「スポーツ」大会だからできることをコンセプトに、様々な新しいことにチャレンジしており、それらの取組と、「大会マークの変更」の相乗効果により、新しい大会のPRにつなげていきたいと考えている。
- ・国民体育大会から国民スポーツ大会への名称変更のイメージを視覚的に伝える効果を期待する。
- ・アイキャッチ力があり注目が集まり、国スポの周知につながる。
- ・販促物に活用することにより、デザインイメージの統一感につながる。
- ・国体から国スポへの変更を印象づけ周知につながる。
- ・昔ながらの「国体」のイメージから、新たな「国スポ」のイメージを構築する効果を期待する。そのために、これまで国スポに関心が薄かった人や、スポーツ離れしつつある若年層に対し、SNS等を通じて積極的に広報・周知活動を行っていくことも重要であると考えます。
- ・変更に伴い全国的な広報(情報発信・イベント)が行われることで、国民スポーツ大会自体の認知度が向上することを期待する。
- ・今回の大会マーク変更は、「国民体育大会」が「国民スポーツ大会」へと来年から名称が変更されることもあり、選手を始め、指導者、関係者等に新たなスタートを強く印象付ける可能性が高く、より多くの方が参加する良い契機となる効果を期待したい。
- ・また、大会マークが刷新されることで、大会関係者のみならず、地域住民と共にスポーツ文化を再構築していく良い契機となる効果を期待。

問 3:国民スポーツ大会全体の価値向上のためのアイデアがあれば教えてください。(対象:全団体)



<中央競技団体>

- ・鹿児島特別国体では長渕剛さんなどが開会式で歌を披露すると聞き羨ましく思いました。
- ・是非、スポーツ大会を盛り上げる為にご当地の方々に応援して頂ける催しが出来ると良いと思います。
- ・開催決定後に、実施競技の開催地での普及・振興を行い、トップアスリートの参加促進につなげられれば良いと思う。
- ・「JAPAN GAMES」の名称と大会マークの変更に伴い、国民に対して大会の周知を広く図っていただくことを希望いたします
- ・国民スポーツ大会に期待されているもののひとつにスポーツを通じての地域活性化が挙げられていますが、具体的な地域活性化とスポーツとの関係がまだ十分に理解されていないように思われます。そこで、各地域にとって

のモデルケースとなるような事例を国民スポーツ大会として発信するとともに、それぞれの地域に適した活性化の実現に向けてサポートすることができれば、国民スポーツ大会全体の価値の向上にも繋がるものと思います。

- ・女性の参加増
- ・開催地企業等が協力できる体制の強化(会場地物産展・販売などの優遇)
- ・大会ごとにNFが自由に使えるフレームや広告媒体などの提供やSNSでの共同投稿などPRできる場や素材を増やしていただけることを希望します。
- ・競争する「力」と「多様性」が表現されるものが良いかと思います。
- ・SNSおよびマスメディアへの露出拡大

<都道府県体育・スポーツ協会>

- ・国体の名称変更に伴い、国民スポーツ大会を「JAPAN GAMES」と位置付けられ、マークも「J・G マーク」と改称されることについて、国スポの存在が薄く捉えられるため、国スポの認知度、重要性、各競技会運営の将来像を示していただくよう依頼する。
- ・国体はこれまで「国内最高峰の大会」として位置付けられてきたが、実際には多くの選手が、国体よりも五輪や世界選手権の選考会、日本選手権といった競技レベルの高い大会の出場を優先し、その大会の方が認知度も高い。国スポが選手にとって魅力的な大会となるためには、国スポに出場した際にインセンティブを付与するなど、選手のモチベーションの向上を図る必要がある。(例:五輪や世界選手権のポイントの付与など)
- ・トップアスリートがもっと多く出場できれば大会として盛り上がり考える。現在は国際大会などの関係で出場できていない選手も多く、開催時期や開催場所も第3期に向けて課題なのではと考える。
- ・国体と同時期に他の大会等が行われており、選手が出場しづらい現状がある。
- ・国体への出場が国際大会へのポイントになるなど各競技のトップ選手が出場できる環境を整える。
- ・国体と大会とのコラボ企画(交流試合やレセプション)などがあるとスポーツで繋がる多様性をもっと多くの人々へ伝えられると思う。
- ・難しいことは理解していますが、国民スポーツ大会が行われている時期には他の競技会(国際大会)等を開催しないでほしい。今回は本県は日韓交流事業と早期国体が重なっていました。
- ・単に名称変更だけでなく、「総合開・閉会式のあり方」、「競技日程」、「ブロック大会のあり方」、「競技得点の算出方法」、「冬季大会と本会期を切り離して実施」など、抜本的な変革を求めたい。

※総合開・閉会式のあり方

華やかな演出は本当に必要か？選手の長時間の拘束、参集競技の考え方、冬季大会の様に屋内での実施など、手法は考えられるはず。

※競技日程

競技日程がタイトすぎて、パフォーマンスに影響が出ている。休息を挟むことも必要。

※ブロック大会のあり方

ブロック間の競技力の差が激しく、通過数が不平等。(東海4県と四国4県のブロック大会通過数が同じ？)、また、地域によっては、参加できない競技もある。ブロック大会の廃止もしくは1競技1種別だけはブロック大会なしで本大会参加できるようにするなどしてもらいたい。(まったく本大会に出れない競技のモチベーション向上にも繋がる)

※競技得点の算出方法

参加人数に応じて現在の算出方法が採用されているかと思うが、団体種目の社会人チームを持つ都道府県やもともと競技力の高いチームがある都道府県が有利になっている。前述のブロック大会のあり方にも言えるが、ブロック大会を突破すれば、本大会で上位に進出できる競技も多々ある。現在の競技得点方式がいいのか、オリンピックの様に入賞数で順位を決める方式がいいのかわからないが、平等な考え方を望みたい。

※冬季大会と本会期を切り離して実施

地域性で、冬季大会に参加できない都道府県もある。この時点で平等ではない。また、冬季大会の開催に関しても、実施できる都道府県が限られている。そういう面からすると、冬季大会と本大会は切り離して開催することが望ましいと考える。

- ・国スポに関心の低い人でも足を運ぶきっかけになりそうなイベント(現在でも各地で実施されているが、競技会場近くで高い集客率の見込めるもの等)を開催したり、当該イベントの参加と競技観戦をパッケージにしたツアーを組む等、少なくとも開催都道府県民の動員数が上がる仕組みを構築する。
- ・競技によって国民スポーツ大会の位置づけが異なっており、トップアスリートの参加の有無等にばらつきがあるため、「国民スポーツ大会」単体としてのブランディングができていない(国の競技力向上に資するような競技志向なのかそうでないのか)。各競技の事情、NFの都合に任せるのではなく、JSPOが示す大方針に賛同できる競技のみが国民スポーツ大会に参加できるくらいの強気な姿勢に期待する。
- ・上記ブランディングに関連して、全選手がふるさと制度の利用を参加条件としてはどうか。国民は、開催都道府県と東京都が優勝を二分する国体に対する関心が低だけでなく、インテグリティの観点から否定的な意見も多い。それは参加する選手たちのモチベーション、ひいては大会の価値に影響している。競技志向なのかそうでないのかの方針決定が難しくとも、郷土への誇りや愛着を醸成することに大会の価値を見出すのであれば、ふるさと制度の利用によって導かれる成績は、真の意味での都道府県対抗大会の姿に近づくのではないかと。
- ・競技のテレビ放映を増やすことで、多世代に渡り注目度が高い大会になるのではないのでしょうか。
- ・メディアでの取り上げ
- ・オリンピック選手等、日本代表選手の出場
- ・トップアスリートが参加出来る環境作りとその選手とふれ合いが出来る場の提供
- ・アイディアではありませんが、国民スポーツ大会と名称が変更され、マークが変わるこのタイミングで、今まで以上にマスコミへのアプローチ、広報活動をお願いしたい。
- ・成年種別の参加申込条件を原則「ふるさと」のみとする。(東京都一強や開催県スカウトの是正)
- ・オリンピック同様、冬季大会は別大会として扱う。(総合成績から除外し、地域格差の是正)
- ・本部役員へのドクター帯同義務等、形骸化したルールを整理して派遣業務を効率化する。
(実状に即していないルールの是正)

<国民スポーツ大会開催・準備担当部局>

- ・JSPOが当県と連携して策定した「JAPAN GAMES in 基本計画(案)」に記載した取組を着実に実施していくことが重要と考えている。
- ・「スポーツと健康」をキーワードに取り組むことにより、食生活・食文化の発展に寄与できる。
- ・出場選手への優待を行うことにより、出場を目指す人が増える。
- ・もっと積極的な広報・啓発を行うことにより、スポーツへの関心を高めることができる。
- ・国スポの認知度向上のため、国体から国スポへの名称変更、大会マークの変更について、JSPOが中心となって大々的、積極的にPRしていただきたい。
- ・大会をテレビで全国放映し、毎年開催する国民的な行事であることを周知していく。現在、競技一部の放映がなされているが、長期的な計画に基づいて全ての開催競技が網羅できるように放送する。
- ・他の全国規模のスポーツ大会との違い(国体の良さ・・・選手間の交流、選手と地元住民との交流、県民のおもてなしの取組から広がる交流等)を国民に知っていただくために、テレビ放映(特番)として、国スポ開催までの取組や、当日の交流の様子等、大会を支える側、応援する側に視点をのいたドキュメンタリーで番組を制作し、全国放映する。

- ・イメージソングを制定(有名アーティストに依頼)し、大会前を中心にメディアを活用して大会を周知する。毎年、大会期間中はもちろん、大会が近づいたときに流れるようにする。
- ・国民スポーツ大会全体の価値向上のためには、選手や大会関係者以外の観客等の動員をいかに増やせるか、一般の方々をどれだけ多く巻き込めるかが重要と考える。そのためには、例えば大会観戦ツアーの実施や修学旅行とのタイアップ、開催県の小中学生等の交換留学体験(民泊等)、開催県の観光・文化とのタイアップ等が考えられる。
- ・他のスポーツ大会(全国大会やインターハイ等)との差別化を図りながら、「国民スポーツ大会」の位置づけや開催意義をより明確にする。
- ・全国障害者スポーツ大会との一体的な開催を進めるための取組を行う。
- ・国民スポーツ大会に参加することで得られる特典を設ける。

【例】

- 国スポで優勝すると、その競技のプロスポーツ選手(チーム)やアマチュアトップ選手(チーム)と交流する機会が得られる。
 - 国スポ開催地でプロスポーツ選手(チーム)やアマチュアトップ選手(チーム)が参加するエキシビジョンマッチが開催できる。
 - 会期中にプロ選手等の講演会・講習会が開催され、無料で聴講できる。
- ・国民スポーツ大会開催がもたらした効果について検証し、周知する。

【例】

- 大会終了後の開催県スポーツ実施率の変化を調査する。
 - 各種目開催地域における大会後の開催種目の普及率等を調査する。
- ・大会関係者以外の「ささえる人」の数を増やし、積極的かつ継続的に活動できる取り組みを行う。

【例】

- 開催予定地の都道府県／市町村民が本大会を視察したり、ボランティア等に参加したりできる機会を設ける。大会終了後は参加者と意見交換を行い、自県開催の大会に反映できるようにする。
- ・省力化・省人化によるコストカットを意識し、環境に配慮した大会運営を行う。

【例】

- 国体開催基準要項で規定する大会の式典のうち、炬火点火及び炬火納火の方法について、実際の火を使う現行方式に加えて、開催県が希望する場合には、デジタル技術を活用した方式の導入を認める。

(背景)

- ◆ 大会期間中に選手の活躍を見守るシンボル「炬火」を模した国スポ大会マークを J.G.マークに変更する JSPO の動きは、炬火のあり方を前向きに見直す契機となる。
- ◆ 本県では総合開・閉会式の会場となる陸上競技場の建替えを実施中で、新陸上競技場には炬火台は設けない方針。そのため、実際の火を使う現行方式を採用する場合、多額の費用を投じて炬火台の仮設整備が必要となる。
- ◆ 本県の開催基本構想では大会運営のDXの推進を、式典基本方針では簡素な運営とゼロカーボン社会への貢献をそれぞれ標榜。

(期待される効果)

- ◆ デジタル技術を活用した方式の導入は、炬火イベントの省力化・省人化や、式典の脱炭素化に大きく寄与することが期待される。また、炬火をデジタルコンテンツ化することで、メディアや SNS、関係 Web サイトなどを通じて大会の気運醸成活動を機動的に展開可能。