2020.1.24
北海道経済部

「北海道の食」ブランドを包括する新たなキャッチフレーズ

1　趣旨

「北海道の食」ブランドを象徴的に表現する新たなキャッチフレーズを作成し、イベント等の機会における活用等を通じ、道産食品のブランド力向上を図る。（新たな認定制度を設けるものではありません。）

2　キャッチフレーズ

「食絶景北海道」

- 様々な「風景」が見える世界観を表現。
  - ・自然豊かな生産地、信頼できる生産現場、絶景の中で食を楽しむ人々が見えてくる。
  - ・「安全安心」「美味しい」「クリーン」「健康」など多様な価値が北海道の食の景色として表現される。
  - ・食を取り巻く歴史、食文化などのストーリー。　　など
- 「食と観光」が織りなす、一つ上の「魅力」をイメージ。

＜メインロゴ＞

食絶景北海道
FOODIE ISLAND HOKKAIDO

＜サブロゴ＞

食絶景北海道
FOODIE ISLAND HOKKAIDO

3　活用方法

〇道が主催・共催・後援するイベント等における看板、のぼり等への使用
〇民間企業・団体が行う「北海道の食」のプロモーション等での使用、商材貸与
〇名刺、封筒、広報媒体への使用

4　活用イメージ

①お披露目
令和2年(2020年)1月27日　「北海道産ワイン・日本酒と食のタベ」
場所：セルリアンタワー東急／東京

②イベント等
・東京2020オリ・パラの好機を活かしたＰＲイベント等
令和2年(2020年)7月10～12日　「北海道ＰＲイベント」
場所：高輪ゲートウェイ駅前広場／東京

③道内外・海外の「どさんこプラザ」での活用
④食クラスター関係機関への周知・活用

（食関連産業室食クラスターグループ　主幹　平田 孝之　内線26-132）

2020.1.24
北海道経済部

各エレメントの説明

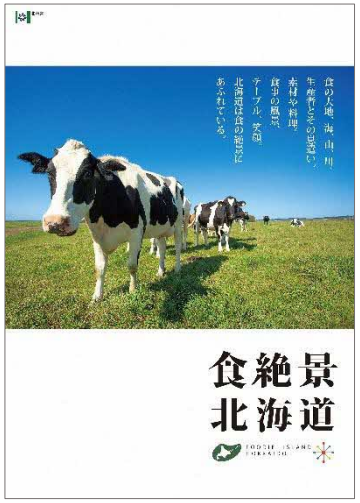
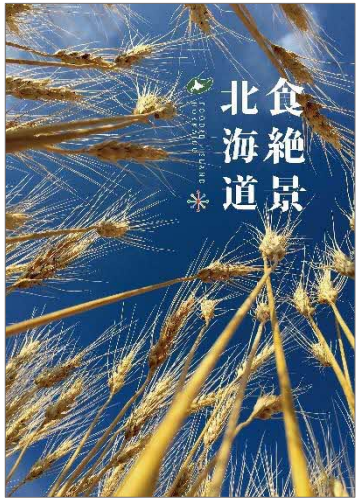
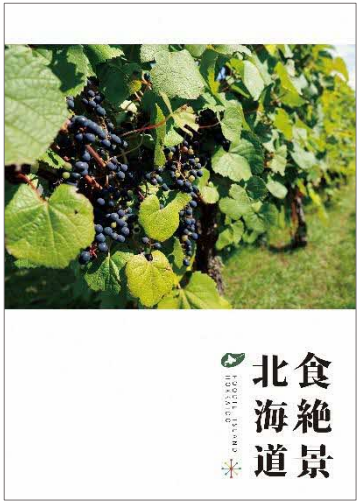
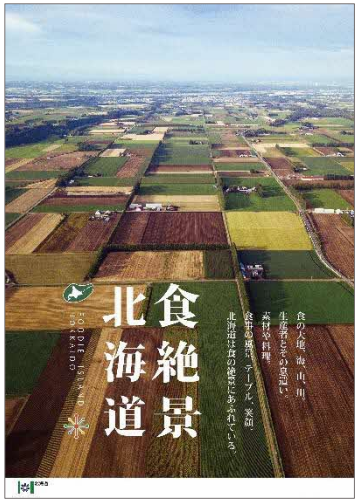
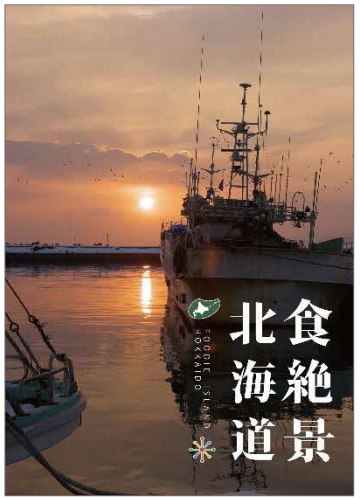
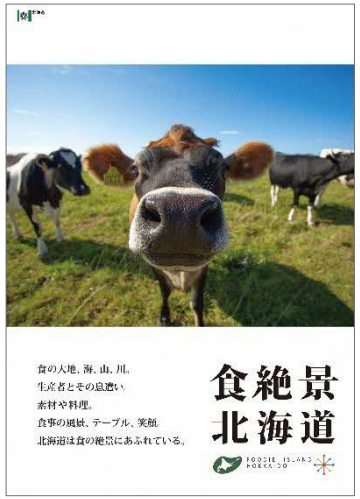
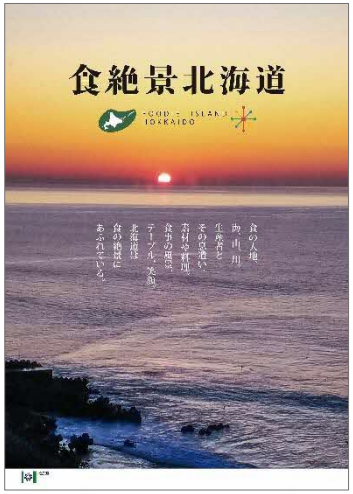
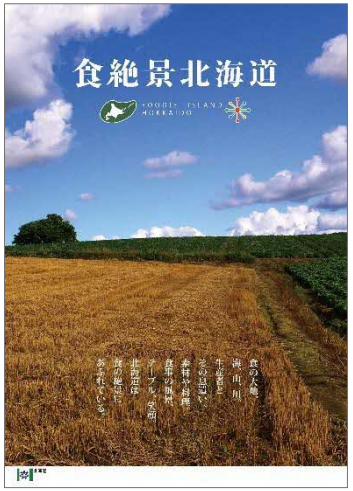
都府県と接することのない北海道。
その存在感と独特な土地形状。
海に囲まれる北海道の世界観を緑の
ゾーン設定で表現。

FOODIE ISLAND
HOKKAIDO

美食の土地であり、
美食家が集う土地、独立した『美食の島』
北海道というサブコピーをロゴに
組み合わせた。

明るい４色で構成されるシンボル。
雪の結晶のようでもあり、輝く光を記号化。
通常認識できる３原色（赤、緑、青）に
さらにもう一色、黄色を追加した４原色は、
３原色の１００倍もの表現力となり、
北海道のポテンシャルを表す。
北国をイメージできる『雪』と
無尽にひろがる可能性を表現する光の結晶。

食絶景北海道のロゴと組合せや、単独で使用。
人をよくすると書いて『食』であるように、
食の中心に北海道があるグラフィック。
北海道が食を創り出し、食が北海道を創り上げる
ことをイメージしてデザイン。

2020.1.24
北海道経済部

イメージ