

人々を巻き込む、話題をつくる、仕組みをつくる

一般募集企画・産学連携企画

ご要望を
カタチに

みんなを巻き込んでムーブメントを起こしたい、
限られた予算で効果的なキャンペーンを展開したい。ニュースになる企画をして事業を盛り上げたい。
そんな課題には募集企画をおすすめします。

一般募集：合い言葉、募集（短期企画）

交通安全や安全行動を見直してもらうきっかけ作りとして、
一般の皆様を対象に、安全運転の合い言葉募集キャンペーンを実施。
このキャンペーンは、団体や関係機関のホームページや街頭啓発、
サービスエリアでのチラシ配布などを行いました。
約1ヶ月半で351点の作品が集まりました。



一般募集期間	審査期間	発表・表彰	ポイント
7月～8月	9月	9月28日	1) 老若男女、だれもが参加しやすいこと 2) 問合せ窓口の一本化 3) 予備審査時に類似表現に注意

産学連携：ポスターデザインコンペ（恒例企画）

一般の皆さんに社会的な呼びかけのポスターをつくりたい。
ところがプロにお願いすると大きな費用が。
そこで、地元のデザイン専門学校さんなどと調整し、ポスターデザインコンペを
数校の協力で実施。
臨時の協力からの始まりでしたが、毎年のご依頼となると、
学校によっては授業として取り組んでいただくようになりました。



学校への依頼	作品完成	選考・審査	表彰	印刷・広報	ポイント
4月～5月	9月～10月	11～12月	翌年2月	翌年4月～	1) 参加校のメリットをアピール 2) 明確な審査方法の表明 3) 類似作品や著作権に注意



産学連携：キャラクターデザイン（戦略企画）

運輸業界のイメージアップをはかり、リクルート環境をよくするためにマスコットを
つくりたい、というミッションに、産学連携事業でキャラクターの制作を提案。
デザイン専門学校との間で、覚書をかわし、およそ200点の作品から、
マスコットキャラクターを決定しました。この創作作業は、およそ200人の
学生さんが授業のなかで取り組んでくれた力作ばかりでした。



産学連携調印式	趣旨説明会	学校授業	審査期間	発表・表彰式	以後 各種展開	プロジェクト進行中
2月	4月	4月～9月	9月～翌年2月	翌年2月		



調印式



趣旨説明会



一般公開審査(投票)

ポイント
1) 両者合意の為の下打ち合わせ 2) 公表のための調印式の挙行 3) 事業のスケジュール化

こうした募集企画で、決定した愛称やネーミング、あるいはマスコットキャラクターは、
自社や団体のものとして守り、保護したいとお考えなら、商標・サービスマークとして、
特許庁に申請されることをおすすめします。

なお、商標の分類には45区分ありますから、必要な分野を考えた申請が必要です