

京都大学におけるビジュアル・アイデンティティの整備と課題 —情報メディアでの利用を通じて

元木 環¹⁾, 永田 奈緒美¹⁾, 小野 英理¹⁾, 岩倉 正司¹⁾, 辰巳 明久²⁾, 喜多 一¹⁾

1) 京都大学 情報環境機構

2) 京都市立芸術大学 美術学部

motoki.tamaki.3c@kyoto-u.ac.jp

Development and Challenges of Visual Identity in Kyoto University —Based on Use in Information Media

Tamaki Motoki¹⁾, Naomi Nagata¹⁾, Eiri Ono¹⁾, Masaji Iwakura¹⁾,
Akihisa Tatsumi²⁾, Hajime Kita¹⁾

1) Institute for Information Management and Communication, Kyoto University

2) Faculty of Fine Arts, Kyoto City University of Arts

概要

京都大学では大学 Web サイトのリニューアルに向けて、大学 UI に基づいたビジュアル・アイデンティティを整備、展開している。本発表では、その整備とデータの提供、VI の情報メディアへの適用に際して見えた課題について報告する。

1 はじめに

近年、大学など高等教育機関では、その組織や活動体のシンボルマークやロゴタイプ、イメージカラー（スクールカラー）等を表す、なんらかのビジュアルデザインを制作するようになっているように思われ、実際、いくつかの大学では、大学自体のマークやロゴなどの使用方法について公開されている。京都大学でも大学ホームページを始め、部局のホームページや受験生向け案内、社会連携や大学が連合して実施するようなイベント案内など、多数の Web サイトが立ち上げられている。Web サイトを外部の制作会社に発注する際には、ヘッダやフッタ、あるいはトップページのアイキャッチ的なコンテンツや、ファビコンなどにおいて、「何を表示させましょうか？マークやロゴはお持ちですか？」などと当然のように尋ねられ、何かしらの色も（たとえモノクロであっても）設定することが必要になる。

また、日常業務で使っているビジネス用ソフトウェアでも、ビジュアル要素を取り扱い、なんらかのメディアを自作することも容易になっている。こういった機会が、大学において何かビジュアル要素を制作し、使っていくという意識も定着する方向に向かわせているとも考えられる。

京都大学では、大学ホームページ（大学 Web サイト）の全面リニューアルを予定しており、現在

学内横断的に人員が関わる「Web 戦略室」を設置して、その業務に取り組んでいる[1]。Web 戦略室の検討事項の中でも、Web リニューアルを目指す際には、機能やコンテンツ、業務ワークフローに加えて、大学のアイデンティティ（ユニバーシティ・アイデンティティ、UI）を表現するビジュアル・アイデンティティ（VI）を整備し、それにそったビジュアルデザインを考えるべきであると言われている。そこで、大学 Web サイトのビジュアルデザインを検討する前提として、ウェブ戦略室内に UI 検討チームを設け、本学のエンブレム等をユニバーシティ・アイデンティティ活動として改めて整備することにした。

本稿では、Web 戦略室で UI 検討チームを中心に行なっている京都大学の VI 整備とデータの頒布、いくつかの現行情報メディアへの適用を通じて得られた課題を報告する。

2 京都大学における VI の整備

2.1 整備開始前の状況

ビジュアルに関して、今回整備開始以前にはこれまで学内外で認知されてきたクスノキをモチーフとした「エンブレム」、濃青色の「スクールカラー」があった。また、エンブレムと「ロゴタイプ（和文・英文）」を組み合わせたものが、「京大マーク」とよばれ、これが大学ホームページの

「シンボル」というページに掲載され、公式のものとして規程を定め学内構成員の利用に供してきた。

なお、「エンブレム」はその原型は、1950年頃に、大学の庶務課に所属していた職員の方が、おそらく事務局の業務の業務のために考案されたもので、レターヘッドや広報印刷物に使用されていたというものである。これが自然発生的に学内で利用が広まり、1990年と2009年に、学内外のデザイン専門家のサポートを得て、着色されたり、見直し検討が加えられて使われていた。

例えば、2009年の見直しの際には、正式なベクター形式の電子ファイルが不在であったため、それを作成するとともに、形状の修正や印刷時の特色を設定した。この際、「大学の名義等使用に関する規程」の作成が行われ、大学ホームページにも掲載されることになった。

しかし、現状であっても必ずしも、大学全体で統一して、そのファイルを使用されているわけでもなく、1990年の設定のエンブレムが使われている例も散見される。

また、大学ホームページ上に掲載されていても、データがどこにあるかわかりにくいなどという声もあった。

2.2 Web サイトリニューアルと VI の整備

現在、大学の各部署の Web サイトには、必ずと言って良いほど、京都大学のエンブレム、またはロゴなどが使用されていたり、スクールカラーである濃青（深い紺色）の近似色が使用されていることが多い。一方で、シンボルマーク等の利用に関する明確なガイドラインがなく、現場レベルではマークの使用について混乱が生じていた。

このため、前述した、Web 戦略室による大学 Web サイトリニューアル時での適用だけでなく、学内構成員が Web 等現代的な情報メディアでの利用に配慮した再デザインも必要であった。

また、歴史的に醸成されてきた京都大学の UI や価値観を継承しつつ、分散的・分権的に活動する研究大学の特性、海外でのプレゼンス向上などのニーズの優先度を勘案して活動を進める必要もあった。

この活動を通じてエンブレム、ロゴタイプ及びスクールカラーといったビジュアル要素については、1) 最近のメディア環境に合わせたデータの改修、新規作成、2) 規程改正とそれに合わせた運用ガイドラインの整備、を行い、3) 改修、新規作成したビジュアル要素のデータ提供環境の作成（大学 Web サイトからのダウンロード）と新規ビジュアル要素の利用ガイドライン、利用例を示した「京都大学ビジュアル・アイデンティティガイドブック」（冊子、PDF）の発行、を2018年10月1日に行った（図1）[2]。

同ガイドブックは本学が展開している海外拠点での利用などに配慮して和英併記としている。さらに VI を実利用に供するため、全学的に使用頻度の高い名刺/封筒/レターヘッド/PowerPoint 用テンプレートをデザインし、実利用も展開している（図2）[3]。これらのツールに一貫して Web 戦略室の UI 検討チームが関わることで、どのツールにも共通して「京都大学らしさ」を感じることのできる統一感のあるこれまでより使いやすいデザインが実現できた。

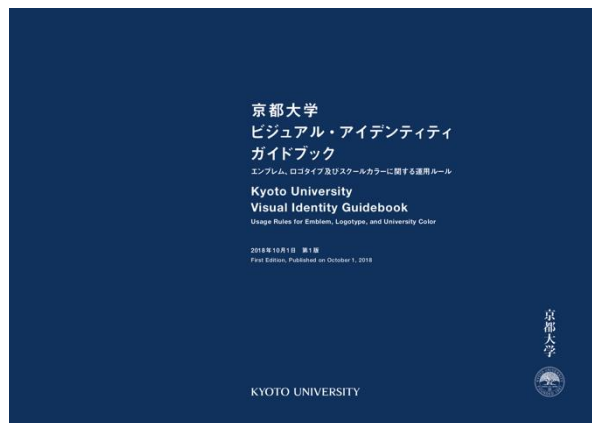


図1 京都大学ビジュアル・アイデンティティガイドブック（表紙）



図2 VI に対応した名刺デザイン例

1 例えば「京都」という地名は、首都である「東京」に比べ、高等教育分野での海外における知名度はかなり低いことなども活動の中で指摘された。

3 情報環境への展開時の課題

今回整備された VI に基づき、現在、ビジュアル要素のデータ頒布と、いくつかの現行情報メディアへの適用を行なっている。次に、これまでに Web 戦略室に寄せられた質問や、我々の実制作を通じて得られた課題をあげる。

3.1 色の表記と取り扱い

現在、スクールカラーである「濃青」は印刷特色インク指定をもとに、CMYK、RGB、HEX のそれぞれの近似数値を参考値として示している。

しかし、もともと色彩は、数値を合わせることでだけでは、統一できず、表示するメディアによって様々に変化してしまう。印刷の場合は、印刷会社の専門家に依頼したり、制作者側の目視で、出来るだけ統一されるようコントロールすることになるが、映像、PC や情報機器のモニターなどの画面表示する場合、制作者の意図通りに利用者の手元で表示することは不可能ともいえ、「どうしておけば良いか」という相談に、端的に回答することが困難である。印刷であっても、目視でできるだけイメージに近いようにする、ということはそれぞれの状況や考え、身体的なことにも左右されてしまう。今回、規程に掲載する場合にも表現が困難であった。今後はわかりやすく迷わないような方策を、時には気にしすぎないといったようなニュアンスを伝えたいが、難しく感じている。

3.2 アイソレーションと最小サイズ

まず、現在大学であってもさまざまな外部の SNS サービスを公式に広報ツールとして使用している。今回、ある SNS サービスのアイコン画像に、新しいエンブレムデータを適用しようとする、その SNS サービスの方の規定で、自動的に丸く切り抜かれてしまい、こちらで定めている

「アイソレーション（余白）規定」とは沿わないものがあつた。無理にアイソレーション規定に沿わせて、合わせようすると、むしろエンブレムのイメージを損ねる、あるいは視認性が著しく劣ることはわかり、こういった場合、ガイドラインを作成した我々であればガイドラインの数値は守っていないが、ガイドラインを定めている意図

（ガイドブックにはテキストが記載されている）に沿った適用が可能である。しかし、あるいは数値に厳密であるべきと考える構成員や、別の意図でデザインをしようとする制作者に発注していた場合などは、統一が図れなくなっていく。

また大学 Web サイトのファビコンは、現在でもこちらで定めている「最小使用可能サイズ」を下回っている。そもそも最小使用可能サイズは印刷時の利用を想定したものであるため、ディスプレイ表示の場合には、解像度の問題とも絡み、下回ったからといって一概に視認性に欠けるとも言い難い。ウェアラブル端末などが一般化している昨今ではどのようにガイドすべきか悩ましい。

いずれも、VI に沿って制作したいという思いで質問がある構成員への対応は、事務相談窓口のみでは対応が難しく、ワークフローや専門性を持ったスタッフの配置など組織体制も必要である。

また、Web サイトでのデータ配布についても、事例を多く挙げると煩雑になり、少ないと不便であるという声もあり、バランスや配布方法自体も引き続き見直していく必要がある。

4 おわりに

今回取り上げた課題は一例である。今後は大学 Web サイトの全面リニューアルへの適用や、大学オリジナルグッズの企画・開発など多方面への展開を予定しており、さらに多様な課題に直面すると予想される。代表的な質問、相談について取りまとめ、「よくある質問」のようにまとめて公表する、あるいは学内構成員や、京都大学から請け負い各種メディアを制作する外部デザイナーなどに向けて、セミナーを開催するなど、スタッフ・ディベロップメント活動も行なっていきたい。

なお、今回著者には含めていないが、本学総務部広報課の皆様、本学企画・情報部川内亨氏、本学情報環境機構石橋恵子氏（昨年度まで所属）には Web 戦略室のメンバーとして VI 活動に取り組んでいただいた。ここに感謝申し上げる。

参考文献

- [1] 元木環, 岩倉正司, 河地裕介, 小野英理, 喜多一, 大学 Web サイトリニューアルに向けた課題整理と体制構築, 大学 ICT 推進協議会 2018 年度年次大会, 2018.
- [2] 京都大学 Web 戦略室ユニバーシティ・アイデンティティ検討チーム, 京都大学ビジュアル・アイデンティティガイドブック, 2018
- [3] 京都大学 Web 戦略室ユニバーシティ・アイデンティティ検討チーム, アプリケーションデザインカタログ, 2018