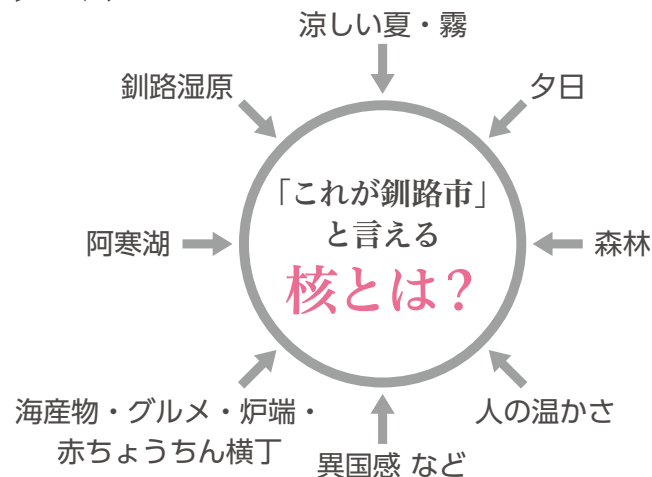


釧路市のブランドと ロゴ・キャッチコピーが決定！



釧路市のブランドやロゴ・キャッチコピーを決める前に、今年2月から4回、市民ワークショップを開催しました。58人の市民の皆さんに参加いただき、首都圏から移住した方の視点も取り入れながら、釧路市の魅力や、どのような人の心に響くかを多角的に考えました。さらに、多彩な魅力や地域資源に共通する要素を見つけ出し、「これが釧路市」と言える核となるイメージ、すなわち「ブランド」を整理しました。

その結果、釧路市のブランドを次のとおり決めました。



釧路市のブランド（核となるイメージ）

住む人も訪れる人も、思い思いに自分らしい「時間」を過ごすことができるまち

この核となる釧路市のイメージは下記3つの価値が連続し、つながること成り立っていると考えました。

身も心もととのう 回復のリズム

背景

世界に誇る釧路湿原や阿寒湖が身近にあり、涼やかな風、おいしい食べ物や空気に恵まれています。

こうした魅力が、住む人にも訪れる人にも、心と身体の元気をもたらします。

人とまちになじめる 心地よさ

背景

多くの移住者を受け入れ、互いに支え合いながら産業や暮らしを築いてきた歴史と文化があります。

こうした背景が、人と人との程よい距離感を育み、ここでの生活や滞在を居心地のよいものにしています。

自分らしい生き方・ 新たな挑戦

背景

酷暑では、かなえにくい自分らしい暮らしや働き方を求め、多くの人が釧路市を訪れています。

こうした現状が示す通り、程よい都市機能と自然が共存するため、自分らしい生き方や新たな挑戦を支えています。

投票ありがとうございました！

ロゴとキャッチコピーの決定に当たり、釧路市のブランドをもとにしたデザインを3案作成し、8月5日から16日まで決定投票を行いました。最終的に、2万2,598票が集まり、このうち1万3,301票（58.9%）を集めたB案に決定しました。



A案
3,222票
(14.2%)



くしろはまるごと、満ちている
北海道釧路市

B案
1万3,301票
(58.9%)



わたしに還る、くしろスタイル
北海道釧路市

C案
6,075票
(26.6%)



ほどける、つながる、くしろ時間。
北海道釧路市

ロゴのデザインは、どうして抽象的な（分りにくい）ものにしたの？

釧路市は多彩な魅力を持つまちです。魅力が豊富だからこそ、「釧路市らしさ」を一つのイメージとして伝えることはとても難しいことです。また、ロゴは、決めて終わりではありません。使う人や見る人とともに育ち、それぞれが釧路市らしさを感じ、自分なりに受け止められるよう、具体的に示しながらも、想像を広げられる表現としました。

ロゴやキャッチコピーは使えますか？

これから作るガイドラインに基づき、市民の皆さんの商品・サービス、名刺などさまざまな場面で活用できるようにします。公開は2027（令和9）年3月頃の予定です。