

# 都市ブランドデザイン ガイドライン





**FEEL NAGANO, BE NATURAL**

この街で、わたしらしく生きる。長野市

やりたいこと。ありたい姿。  
長野市だったらきっと叶えられる。

自然も都市も、仕事も暮らしも、学びも遊びも、伝統もトレンドも。  
いろいろな要素が混ざり合っている長野市というまち。

多様性を受け入れる懐の深さが、このまちにはある。  
何かを諦めて何かを選ぶ。  
そんな生き方はしなくても大丈夫。

開かれているたくさんの可能性の中から、  
自分なりの心地よい生き方を醸し出していこう。

# CONTENTS

## Introduction

- 01.都市ブランディングの取組について P.2
- 02.都市ブランドについて P.3
- 03.都市ブランドデザイン「ロゴ」について P.4-6

## Design manual

- 04.メッセージ（タグライン） | バリエーション P.8
- 05.ビジュアル（背景） | カラーバリエーション P.9
- 06.ビジュアル（背景） | カラーパレット P.10
- 07.ビジュアル（背景） | トリミングシステム P.11
- 08.保護エリア P.12
- 09.禁止使用例 P.13
- 10.参考レイアウト P.14



**Introduction**

# 01 都市ブランディングの取組について

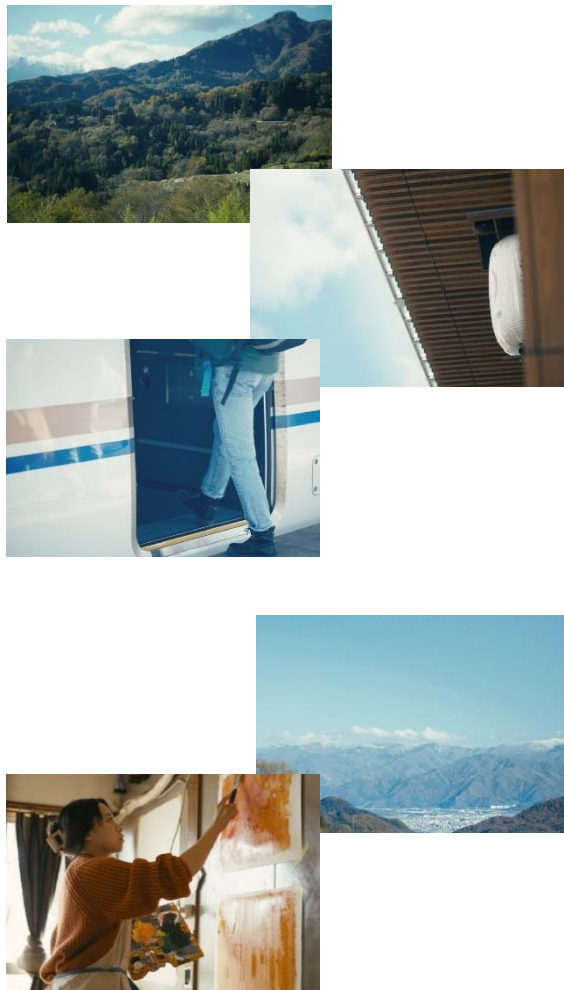
長野市では、将来にわたって魅力的な都市、選ばれる都市となり、都市機能を維持発展させていくために、市民の皆さんとの対話を重ねながら、人々に信頼、好感、期待感、誇り、愛着を伴い認知、識別される「長野市ならではの価値－都市ブランド」を創出する取組を進めてきました。

都市ブランドデザインは、この「都市ブランド」を視覚的に表現したもので、都市固有の価値を携えたまちの姿を表すとともに、未来に向けた生き方・暮らし方のメッセージが込められています。

都市ブランドデザインをコミュニケーションの最前線で活用しながら、デザインに触れた人々の共感を得られるよう、市内外に広く長野市の魅力や価値を発信していきます。



## 02 都市ブランドについて



長野市の価値とは何なのか。

ワークショップやアンケートなど、市民の皆さんとの対話を通してその答えを探してきました。

そこで浮かび上がったのが、5つの価値。

豊かな自然の恵みが暮らしとともにある「自然との調和」  
古いものを大切にしながら、新たな感性を尊重する「人の営みへの敬意」  
様々な場所への「良質なアクセス」

そんな価値を持つ長野市は、  
誰もが「自分らしく自然体で生きられる」、「安心して挑戦ができる」まちです。

長野市だからこそ実現できる自分らしい多様な生き方。  
そうしてつくられていく「これからの長野市」をデザインで伝えていきます。

## 03 都市ブランドデザイン「ロゴ」について

都市ブランドデザインのロゴは、メッセージ（タグライン）とビジュアル（背景）から成り立っています。



ビジュアル（背景）を用いることが困難な場合は、メッセージ（タグライン）のみでの展開も可能です。



メッセージ（タグライン）

# FEEL NAGANO, BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

長野市の空気に触れる。そこでどう感じるかは人それぞれ。

雄大な自然の豊かさに、安らぎを得るかもしれない。  
風情を感じる街並みに、自分の「好き」を見つけるかもしれない。  
人々が紡ぎ出す営みに、刺激を受けて動きだそうとするかもしれない。

どんな感じ方でもいい。  
それぞれが長野市を自由に味わい、それぞれの生き方が肯定されていく。  
その中で、自分らしく自然体に生きる人を増やしたい。

そんな思いが込められています。

# 03 都市ブランドデザイン「ロゴ」について ～ビジュアル（背景）コンセプト～

## ビジュアル（背景）

### 「未来に向けた新しい長野市の価値」を表現したデザイン

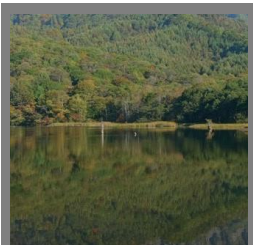
長野市の魅力・価値を集約した「5つの要素」を長野市の風景をイメージさせる「色」で表現しています。  
柔らかな曲線は、自分らしい生き方・暮らし方の可能性の広がりも表しています。



長野市の価値・色  
(5つの要素)

風景

自然との調和



緑豊かな自然  
雄大な山々

人の営みへの  
敬意



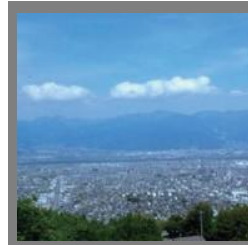
歴史文化への誇り  
オリンピックなど

良質なアクセス



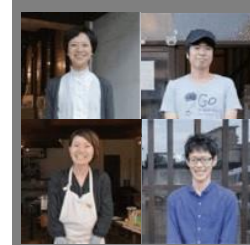
清らかな川、通船の歴史  
新幹線

自分らしく  
自然体で生きる



風通しのよさ  
広大な空

安心して  
挑戦できる



人の温かさ  
熱意



**Design manual**

## 04 メッセージ（タグライン） | バリエーション

視認性を考慮し、最小使用サイズ以下での使用は禁止します。  
SNSアイコンなど、メッセージ（タグライン）の視認性が担保  
できない場合には、ビジュアル（背景）のみを使用してください。

### 日本語併記ver

【A】

**FEEL NAGANO, BE NATURAL**

この街で、わたしらしく生きる。長野市

<最小サイズ>

印刷：6mm  
Web：32px

**FEEL NAGANO, BE NATURAL**  
この街で、わたしらしく生きる。長野市

【B】

**FEEL NAGANO,  
BE NATURAL**

この街で、わたしらしく生きる。長野市

<最小サイズ>

印刷：12mm  
Web：64px

**FEEL NAGANO,  
BE NATURAL**  
この街で、わたしらしく生きる。長野市

### 日本語なしver

日本語併記のタグラインの使用を推奨します。スペースの問題や、コミュニケーションの内容により日本語併記が適さない場合には、日本語なしのタグラインを使用することができます。

【A】

**FEEL NAGANO, BE NATURAL**

<最小サイズ>

印刷：2.5mm  
Web：12px

**FEEL NAGANO, BE NATURAL**

【B】

**FEEL NAGANO,  
BE NATURAL**

<最小サイズ>

印刷：8mm  
Web：28px

**FEEL NAGANO,  
BE NATURAL**

# 05 ビジュアル（背景） | カラーバリエーション

基本はカラーの使用を推奨しますが、単色印刷など使用色数に制限のある場合は、グレースケールを使用してください。グレースケールを使用する場合は、まずは都市ブランド推進室までご相談ください。

カラー



グレースケール



# 06 ビジュアル（背景） | カラーパレット

ビジュアル（背景）を使用する際は、下記に既定の数値を厳守してください。  
また、ビジュアル（背景）と組み合わせるメッセージ（タグライン）の表示色についても下記を厳守してください。

## カラー

メッセージ（タグライン） 表示色	白
---------------------	---



グリーン	印刷	CYMK	C100 M55 Y80 K0
	特色		選定中
	映像	RGB	R0 G100 B80
	ウェブ	HTML	#006450
	その他	DIC	選定中
	日塗工		選定中
	塩ビシート		選定中

ゴールド	印刷	CYMK	C30 M30 Y70 K0
	特色		選定中
	映像	RGB	R190 G170 B90
	ウェブ	HTML	#BEAA5A
	その他	DIC	選定中
	日塗工		選定中
	塩ビシート		選定中

ブルー	印刷	CYMK	C100 M35 Y0 K0
	特色		選定中
	映像	RGB	R0 G120 B200
	ウェブ	HTML	#0078C8
	その他	DIC	選定中
	日塗工		選定中
	塩ビシート		選定中

ライトブルー	印刷	CYMK	C90 M0 Y0 K0
	特色		選定中
	映像	RGB	R0 G160 B255
	ウェブ	HTML	#00A0FF
	その他	DIC	選定中
	日塗工		選定中
	塩ビシート		選定中

オレンジ	印刷	CYMK	C0 M75 Y90 K0
	特色		選定中
	映像	RGB	R230 G90 B0
	ウェブ	HTML	#E65A00
	その他	DIC	選定中
	日塗工		選定中
	塩ビシート		選定中

## グレースケール

【A】	メッセージ（タグライン） 表示色	白
-----	---------------------	---



K100
K50
K90
K80
K65

【B】	メッセージ（タグライン） 表示色	黒
-----	---------------------	---



K60
K15
K50
K40
K30

【C】	メッセージ（タグライン） 表示色	黒
-----	---------------------	---



K50
-----

# 07 ビジュアル（背景） | トリミングシステム

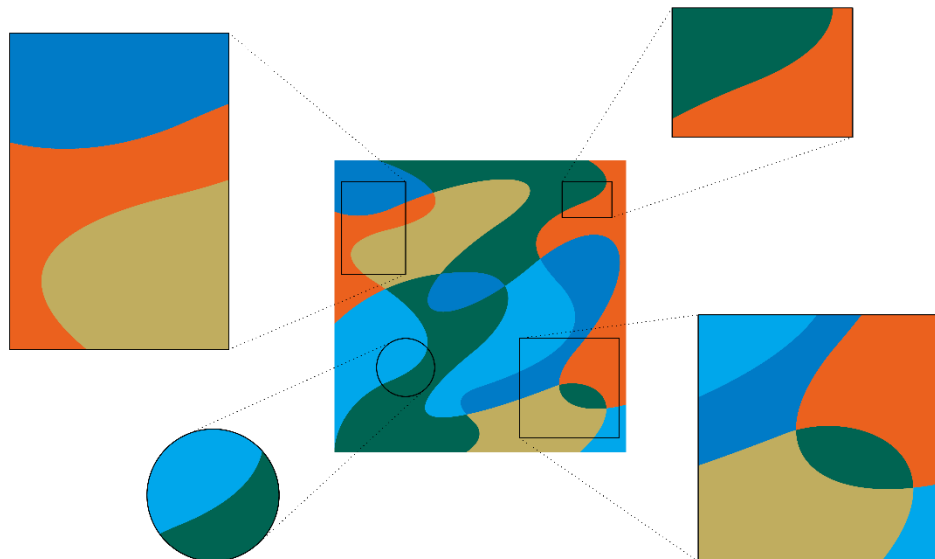
ビジュアル（背景）は、用途に合わせて、任意の寸法・比率でトリミングして使用することができます。

## 形状

四角や丸など、コミュニケーションの内容に応じてトリミングが可能です。

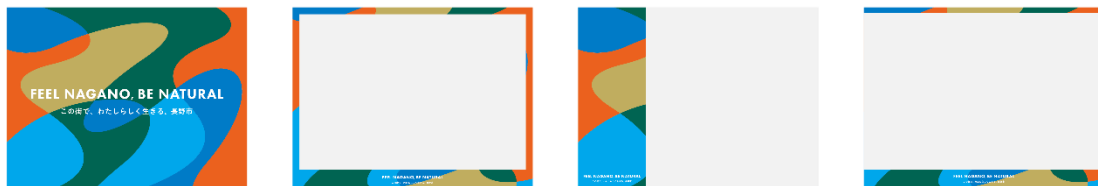
## カラー数

5色が入るようにトリミングすることを推奨します。最低でも、2色以上入るようにトリミングすることを厳守してください。



## 活用例

[パワーポイント等]



[缶バッチ等]

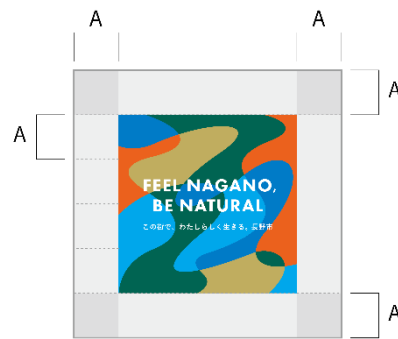
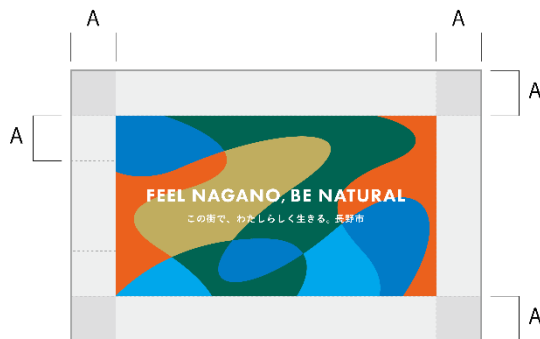


## 08 保護エリア

保護エリアは、都市ブランドデザインの象徴性、識別性を確保するための規定です。保護エリア内に他の文字や図形・写真を表示しないでください。

### ロゴ 保護エリア

ロゴを配置する際は、短辺の4分の1のエリアを周囲に確保することを推奨します。確保できない場合は、他の要素との隣接を避けて配置してください。全面で配置する場合は、保護エリアを確保する必要はありません。



### メッセージ（タグライン） 保護エリア

メッセージ（タグライン）をビジュアル（背景）上に配置する際は、NAGANOの「N」1つ分のエリアをメッセージ（タグライン）の周囲に確保してください。





# 09 禁止使用例

統一されたブランドの印象・クオリティを保つため、都市ブランドデザインの象徴性・識別性を損なう改変は禁止します。例外の改変を検討の場合は、都市ブランド推進室までご相談ください。



変形しない



回転しない



フォントを変えない



規定外の組みに変えない



色を変えない



要素を追加しない



線を入れない



バラさない



透過しない



カラーとグレースケールを  
組み合わせない



文字にフチをつけない



5色の視認性が損なわれる  
色の上に配置しない



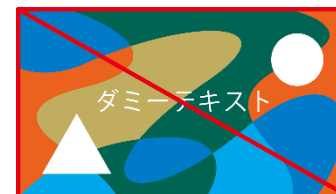
規定外の文字サイズ  
(英語・日本語のバランス)、  
文字間隔、行間隔に変えない



カラーデータを  
直接グレースケールに変換しない



背景を1色でトリミングしない



ダミーテキスト  
メッセージ (タグライン) を  
外した状態で、他の情報や要素を  
ビジュアル (背景) に配置しない

# 10 参考レイアウト

ビジュアル（背景）の比率や、メッセージ（タグライン）の位置・サイズについて、下記のレイアウトを参考にしてください。

	2:1	16:9	3:2	4:3	1:1
タグライン A (日本語併記)					
タグライン B (日本語併記)					

# FEEL NAGANO, BE NATURAL

この街で、わたしらしく生きる。長野市

---

都市ブランドデザインガイドライン  
Version1.0 (2024年1月発行)

<本ガイドラインに関するお問い合わせ先>  
長野市企画政策部 企画課 都市ブランド推進室  
〒380-8512 長野県長野市大字鶴賀緑町1613番地  
TEL 026-224-9716 FAX 224-5103