



Brand Logo Guideline

Ver 1.1 / 2025.3.24

Copyright © City of Nagoya. All Rights Reserved.

はじめに	03
ブランドコンセプト	04
ブランドの世界観	05
ブランドロゴ	06
ロゴマーク	07
ブランドロゴ パターン	08
ブランドロゴ(モノクロ表現)	10
ブランドロゴ(ネガティブ表現)	11
企業ロゴなどと合わせた使用例	12
最小サイズ	13
余白規定	16
サブグラフィック	17
禁止事項	18
使用条件	19

本ブランドロゴガイドラインは、個人、企業、団体などが、
名古屋の魅力や特色などを発信する目的で、
ブランドロゴを使用する場合の使い方を定めるものです。
ぜひ広くご活用いただき、名古屋のPRにご協力ください。

※ブランドロゴの使用に起因する問題が生じた場合には、使用者が速やかに対処する責任を負い、
名古屋市は一切の責任を負いません。

※ブランドロゴの使用に関する一切の権利は、名古屋市に属します。

ブランドコンセプト

ブランドロゴは、このブランドコンセプトを表現しています。

やさしい大都市

ずっと住んでいる人も、一度、名古屋を離れた人も。
賑わいが好きな人も、落ち着いた雰囲気が好きな人も。
夢を追いかける人も、自分の時間を大切にしている人も。
日本の真ん中で、いろんな人や文化を受け入れてきた名古屋は、
一人ひとりを大切に、応援するやさしさがあります。

居心地がいいのは、居場所があるから。
住み続けたいのは、温もりがあるから。
人の役に立つモノづくりをするのは、「日常」を支えたいから。
サービス旺盛なのは、目の前の人をよるこぼせたいから。

いろんなものを足し算し、たくさんの「名古屋発祥」が生まれてきたのは、
大きなところがあったから。

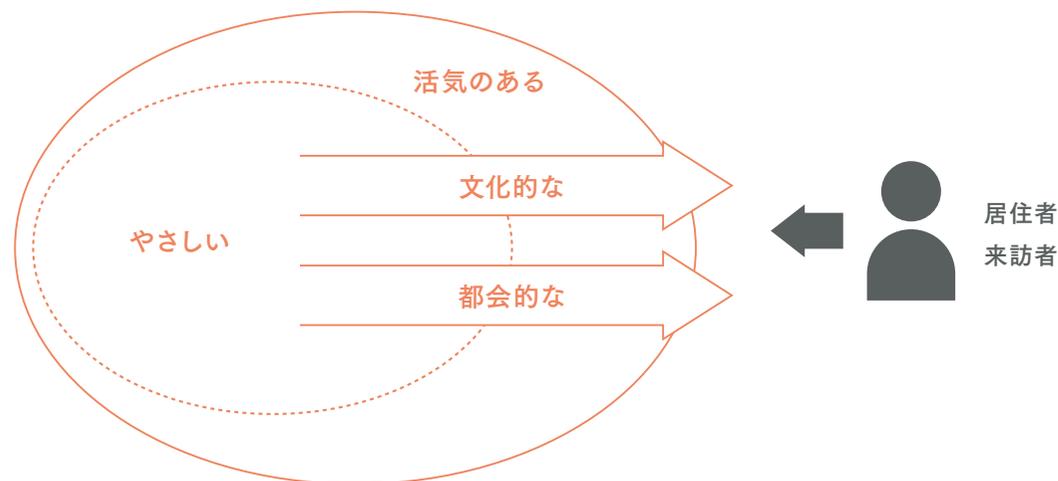
ときどき「なんでもあり」とか「オリジナリティがない」とか言われることもあるけれど、
ぜんぶ大切にしたいと思うから、どうしようもない。
でも、それがひとつの名古屋の誇りなんだと気づきました。

このたび、名古屋は名古屋を自慢します。
機能性や効率ばかりが追い求められがちな大都市において、
名古屋の素晴らしさは、そのところにある。
さりげなく、かっこつけることなく、ゆとりがあって豊か。
名古屋で送るそんな毎日を、もっと日本中、世界中に伝えよう。

そして、住みたいくなる、働きたいくなる、訪れたいくなる、応援したいくなる、
誰もが憧れるまちへ。やさしさを、力にして。

🌀 ブランドの世界観

名古屋のブランドの世界観は「やさしい」「文化的な」「都会的な」「活気のある」という4つの要素で構成されています。ブランドのコミュニケーションは、これらの4つの要素が感じられるようにしてください。



やさしい

居心地が良い／親しみやすい／なごやか／平和な 含める

これからもっとも付加したい未来に向けたメインパーソナリティ。名古屋がこれまで培ってきた歴史や文化に裏うちされている、居心地が良く、親しみやすい、器の大きさを感じさせるもの。誰も選んでいないからこそ、発見があり、共感される。

都会的な

モダンで洗練された側面も持っている大都市として発展している、名古屋市の「文化的な」と対をなすパーソナリティ。メインではなくあくまでサブ的な扱いだが、これがあることで独自のらしさが生まれる。

文化的な

伝統的／豊かな 含める

日本の中心としての歴史的な文化も当然ありながら、現在まで発展してきた文化が混ざり合い、文明的な豊かさを生み出している。独自のごちゃ混ぜ文化も含めた、名古屋のらしさが際立ったパーソナリティ。

活気のある

大都市としての活気はもちろん、やさしさがそこらじゅうに溢れて、住む人みんなが生き生きとしている状態を示す、全体感として感じさせるパーソナリティ。

🌀 ブランドロゴ

ブランドロゴを表現する時には、指定のカラーをお使いください。カラーはDICに基づいた数値になっていますが、うまく再現できない場合、DICカラーチップを参考に適時ご調整ください。



ロゴマーク

ロゴタイプ

スローガン

ロゴマークは、なごやの「な」と「やさしさ」を象徴する「ハート」を掛け合わせたデザイン。マークを回転させることで、よりハートに見える遊び心あるデザインです。左上には、名古屋市民になじみ深い「まるはち」をあしらい、あえて「とめ」や「はらい」をあべこべにすることで、そういったユニークさを許容し、楽しんでくださる名古屋市民のこころの大きさを表現しています。

また、カラーは、包み込むようなあたたかさや、これからも名古屋が変わっていくという革新性や力強さを、赤みのあるオレンジ色(柿色)で表しています。

DIC-N732

C: 0 M: 60 Y: 60 K: 0

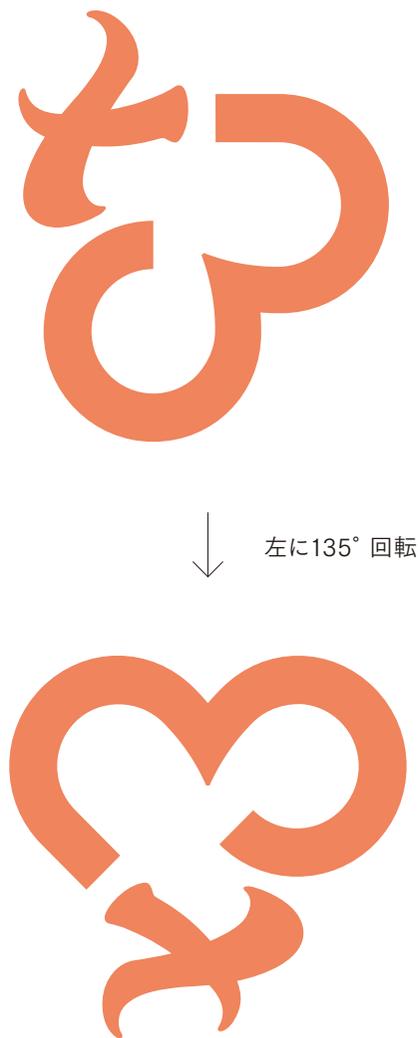
R: 241 G: 124 B: 90

HTML: F17C5A

ロゴマーク

ロゴマークは、単体で使用することが可能です。また、左に135°回転させると、ハートマークに変化し、名古屋が持つ「やさしさ」を表現することができます。ぜひ、積極的にご活用ください。

※ロゴマーク単体での使用であっても、原則、色を変更する、変形する、影をつけるなど、禁止事項に記載の使い方をしないでください。



🌀 ブランドロゴ パターン

各組み合わせパターンです。ブランドロゴを掲載する場面やサイズなどに応じて、適切に使用してください。

A ログマーク + ログタイプ + スローガン 基本形



B ログマーク + ログタイプ + スローガン(英語) 掲載するサイズに余裕がある場合に使用してください



🌀 ブランドロゴ パターン

各組み合わせパターンです。ブランドロゴを掲載する場面やサイズなどに応じて、適切に使用してください。

C **ロゴマーク + ログタイプ** 主に、ブランドスローガンが読めないくらい小さくする必要がある場合に使用してください

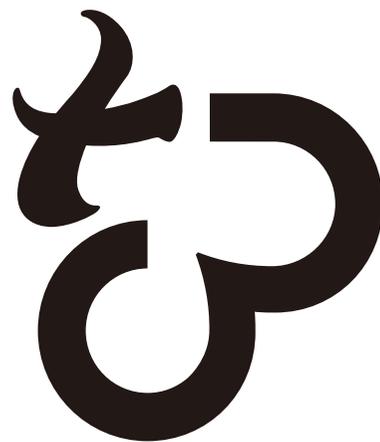


D **ロゴマーク + ログタイプ + スローガン + 都市名** 主に、企業などで「名古屋市」を強調する必要がある場合に使用してください



ブランドロゴ(モノクロ表現)

モノクロに制限された媒体などで使用する
場合、ブランドロゴをこちらの数値
に変更し、お使いください。



NAGOYA

やさし、あたらし、名古屋

K 100

🌀 ブランドロゴ(ネガティブ表現)

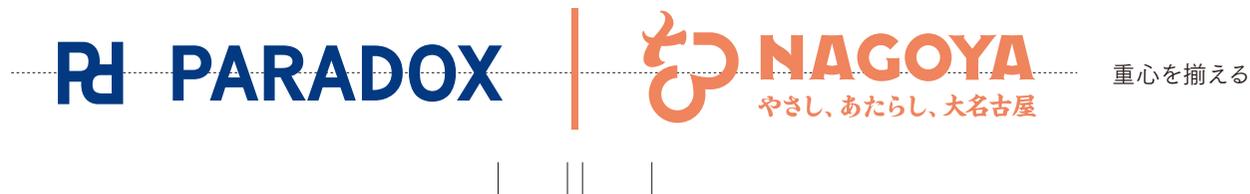
ネガティブ表現が有効な場合、色を反転してお使いいただけます。反転表示の際は、全て白抜きにしてください。



🌀 企業ロゴなど合わせた使用例

企業や団体のロゴと一緒に表示する際は、右記のサンプルを参考にしながら、組み合わせてください。見た目でロゴの存在感が同じになるようにご調整ください。

原則、中心線を入れる



中心線からのマージンを、見た目で揃える



🍵 最小サイズ(パターンA.C)

これ以上小さく表示することはなるべく避けてください。

※ウェブ、モバイル、タブレット、その他のスマートデバイスなど小さな画面で使用する場合、それぞれの設計を優先しながら、ご判断ください。



Paper: 22.5mm



Web: 128pt



Paper: 32mm



Web: 180pt



Paper: 12mm



Web: 60pt



Paper: 18mm



Web: 86pt

🌀 最小サイズ(パターンB)

これ以上小さく表示することはなるべく避けてください。

※ウェブ、モバイル、タブレット、その他のスマートデバイスなど小さな画面で使用する場合、それぞれの設計を優先しながら、ご判断ください。



Paper: 26mm



Web: 166pt



Paper: 44mm

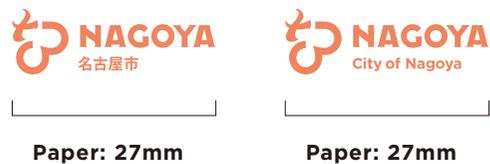


Web: 280pt

🌀 最小サイズ(パターンD)

これ以上小さく表示することはなるべく避けてください。

※ウェブ、モバイル、タブレット、その他のスマートデバイスなど小さな画面で使用する場合、それぞれの設計を優先しながら、ご判断ください。



余白規定

全てのパターンに共通して、ブランドロゴの独立性や視認性を保持するために、クリアランスを設けてください。

※こちらが最小の余白となりますが、力強さ・存在感を保つために、ブランドロゴの周りにはなるべく余白をとることを意識してください。

パターンA・C・D 縦



パターンB 縦



パターンA・D 横



パターンC 横



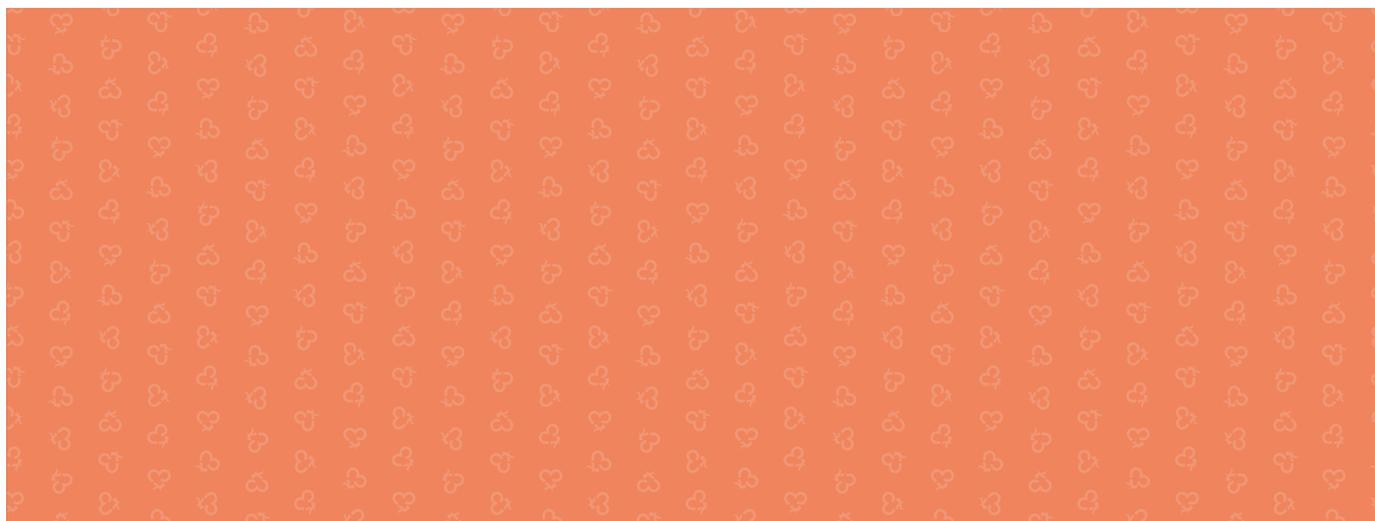
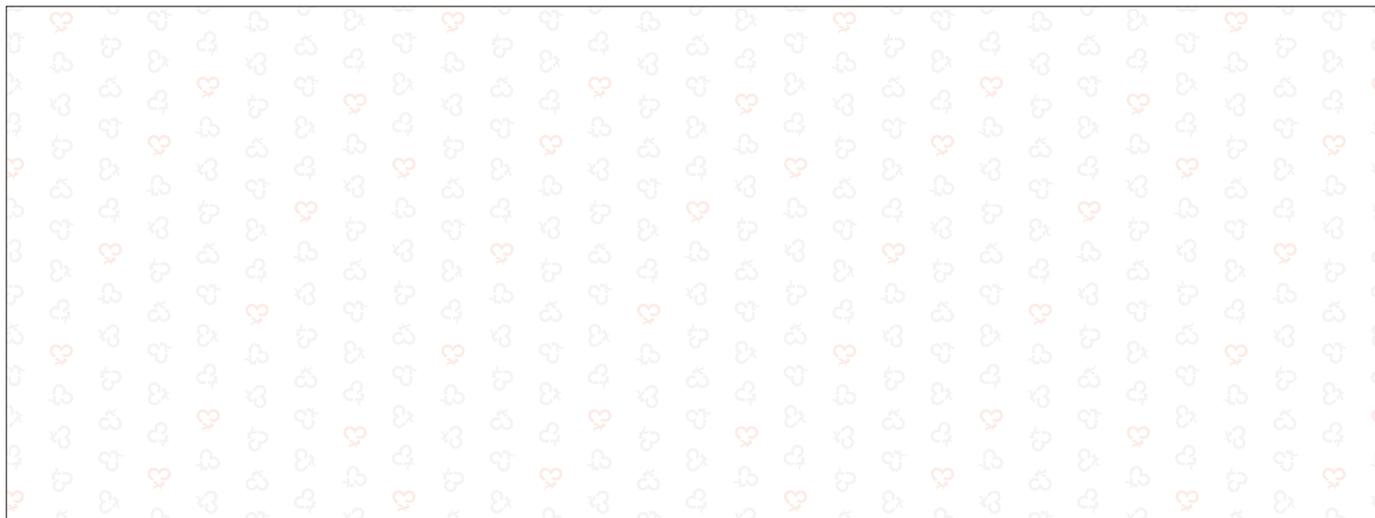
パターンB 横



サブグラフィック

主な使い方として、10～15%くらいの透過率にした上で白背景やブランドカラー背景に敷いてお使いください。ブランドカラーの背景の場合、全て白色に変換してお使いください。

※可読性を損なわない限り、ブランドロゴをのせて使用することが可能です。ブランドロゴの視認性が損なわれないように、禁止事項を守ってください。



禁止事項

ブランドロゴを変形したり、見えづら
したりする使用は避けてください。
ブランドロゴを使用する際は、必ずオ
リジナルデータを使用してください。複
製データの使用および変形・加工は、
原則的に禁止します。色はカラー表現
が基本です。

他の図形との組み合わせでの使用



影付きなどの効果の使用・加工



左右反転しての使用



アウトラインでの使用



指定色以外での使用



視認性を損なうパターンや写真上での使用



縦横比を変えるなど、変形を加えた使用



ブランドロゴの一部が欠けた状態での使用



使用条件

ブランドロゴの使用にあたり、原則、
右記の内容を遵守してください。

原則、名古屋の魅力や特色などの発信のために使用する場合に限り、ブランドロゴを使用することができます。
ただし、次に掲げる事項に該当する場合は使用できません。

- (1) 法令または公序良俗に反するものと認められるとき
- (2) 名古屋市の信用または品位を害するものと認められるとき
- (3) 暴力団による不当な行為の防止等に関する法律(平成3年法律 77号)第2条第2項に規定する暴力団
または暴力団の構成員と認められる者が関与しているとき
- (4) 第三者の利益を害すると認められるとき
- (5) ブランドロゴのイメージを損なうおそれがあると認められるとき
- (6) その他名古屋市が不相当と認めるとき

また、使用者は、次に掲げる事項を遵守しなければなりません。

- (1) 本ブランドガイドラインに定められた色、形などを正しく使用すること。
- (2) 自己の商標や意匠とするなど、独占的に使用しないこと。
- (3) 各種法令を遵守すること。
- (4) 名古屋市が必要に応じて行う照会に応じること。