都市ブランドデザイン ガイドライン

長野市

FEEL NAGANO, BE NATURAL

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

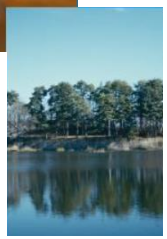
Introduction

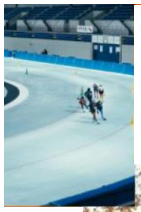
01 都市ブランディングの取組について

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。

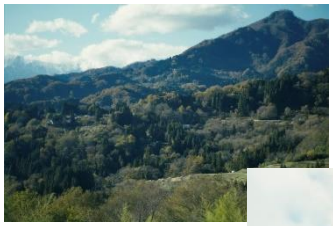
都市ブランドデザインは、この「都市ブランド」を視覚的に表現したもので、
都市固有の価値を携えたまちの姿を表すとともに、
未来に向けた生き方・暮らし方のメッセージが込められています。

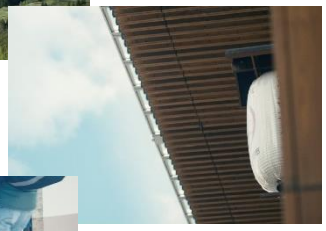
都市ブランドデザインをコミュニケーションの最前線で活用しながら、
デザインに触れた人々の共感を得られるよう、
市内外に広く長野市の魅力や価値を発信していきます。





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。

ロゴ

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

＋

ビジュアル（背景）

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。

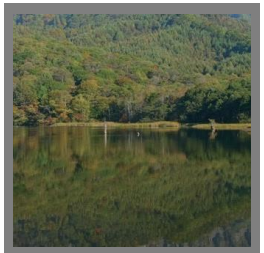
そんな想いが込められています。

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）	自然との調和	人の営みへの敬意	良質なアクセス	自分らしく自然体で生きる	安心して挑戦できる
風景	 緑豊かな自然 雄大な山々	歴史文化への誇り オリンピックなど	清らかな川、通船の歴史 新幹線	風通しのよさ 広大な空	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。

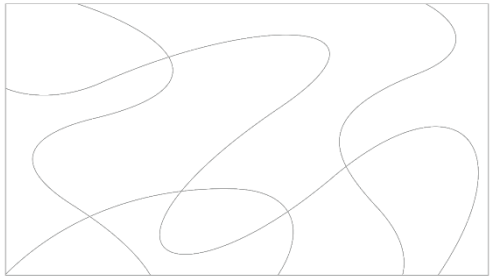
カラー

グレースケール

【A】

【B】

【C】



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
映像	RGB	R0 G100 B80
ウェブ	HTML	#006450
その他	DIC	DIC-644
	日塗工	52-40L

ゴールド

印刷	CYMK	C30 M30 Y70 K0
映像	RGB	R190 G170 B90
ウェブ	HTML	#BEAA5A
その他	DIC	DIC-2316
	日塗工	25-70L

ブルー

印刷	CYMK	C100 M35 Y0 K0
映像	RGB	R0 G120 B200
ウェブ	HTML	#0078C8
その他	DIC	DIC-182
	日塗工	72-45T

ライトブルー

印刷	CYMK	C90 M0 Y0 K0
映像	RGB	R0 G160 B255
ウェブ	HTML	#00A0FF
その他	DIC	DIC-2586
	日塗工	65-60P

オレンジ

印刷	CYMK	C0 M75 Y90 K0
映像	RGB	R230 G90 B0
ウェブ	HTML	#E65A00
その他	DIC	DIC-160
	日塗工	12-60X

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

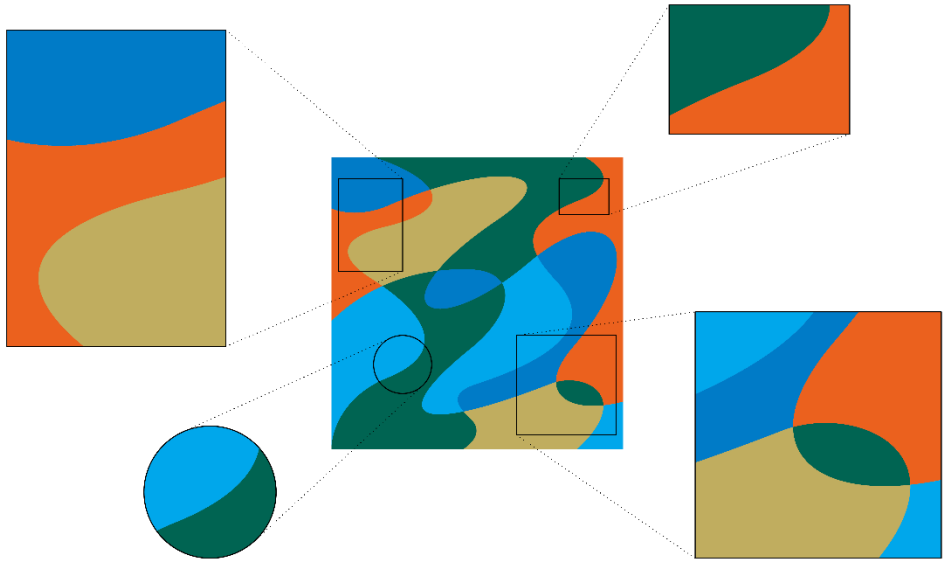
ビジュアル（背景）は、用途に合わせて、任意の寸法・比率でトリミングして使用することができます。

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。

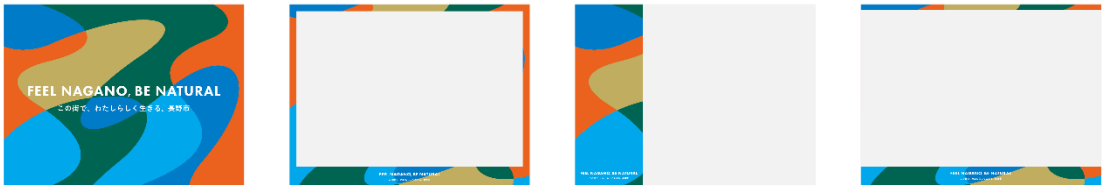
カラー数

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］



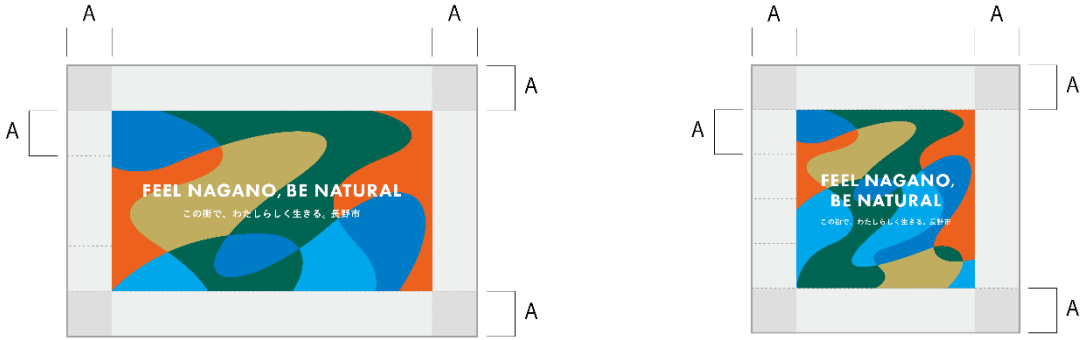
［缶バッチ等］

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

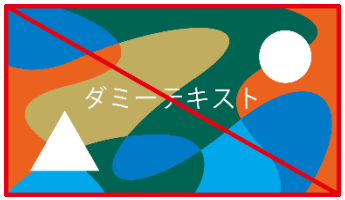
文字にフチをつけない

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



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
Version2.0（2025年4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 広報広聴課 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 224-5102