



北本市 ブランド認定品
デザイン ガイドライン

Ver.2021.3

Contents

はじめに

- 01 ブランドシンボルの基本要素：ブランドネーム／ブランドシンボル／ブランドスローガン
- 02 最小使用サイズ・グラフィックのサイズとアイソレーションエリア
- 03 表示色
- 04 使用禁止例
- 05 ブランドグラフィック
- 06 サブグラフィック
- 07 ブランドシンボルとブランドグラフィックの使用例

再現データ

- &greenfood_logo_1.ai ブランドロゴ/2段組
- &greenfood_logo_2.ai ブランドロゴ/1段組
- &greenfood_symbol.ai ブランドシンボル
- &greenfood_subgraphic.ai サブグラフィック

再現にあたっては、必ず所定の Illusutrador ファイルを 使用してください。

〈北本ブランドストーリー〉

豊かなみどりに囲まれて暮らす”&green”のまち北本では、遥か昔から、自然と人とをゆるやかにつなぐ農作物が作り続けられてきました。

北本で作られ、食べられ、北本の人と暮らしを育んできた農作物は、人に、体に、家族にやさしい、そして土地に、自然に、環境にやさしい。そんな北本らしい”やさしさ”に溢れた農産物といえます。

今を生きる私たち農家もその歴史を受け継ぎ、”良いもの” ”新鮮なもの”をお客さんにお届けしようと、誇りを持って働いています。

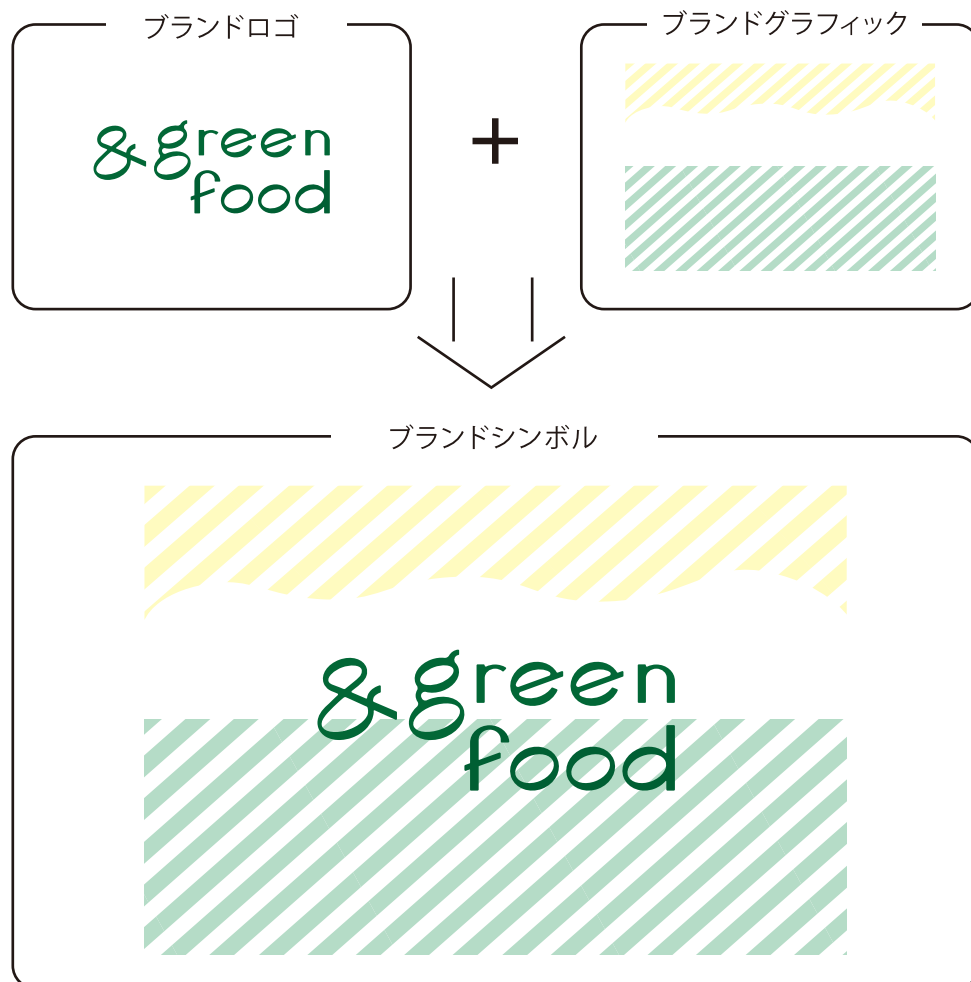
暮らしの隣の生産地から食卓に届ける、採れたての農産物。いつでも、どんな時でも変わらずに、暮らしを支え、元気を届ける”北本らしい” ”やさしい農産物”を、「&green food」と呼びます。ぜひ、一度食べてみてください。

ブランドネーム「&green food」

北本市シティプロモーションコンセプトである「&green」を軸に、緑豊かな北本で作られる美味しい食べ物の魅力、農家さんのこだわりや雰囲気までを、一体的に伝えるネーミングになっています。

ブランドシンボル

北本市シティプロモーションのロゴ「&green」に「food」を加えたものを「ブランドロゴ」と呼びます。北本の降り注ぐ太陽の光と緑の大地のイメージをストライプで表した「ブランドグラフィック」を組み合わせたものが、&greenfoodの「ブランドシンボル」です。



ブランドスローガン

ブランドのコンセプトを端的に要約し、コピーとして表現したものがブランドスローガンです。ポスター等の制作物に用いることで、ブランドの魅力を伝える役割をはたします。

みどりのまちの、やさしいたべもの

最小使用サイズは、ブランドシンボルが望ましい状態で視認できる最も小さなサイズのことです。アイソレーションエリアとは、ブランドシンボルの周囲に必要な最小限の余白のことを意味しています。

最小使用サイズ・指定グラフィックのサイズ

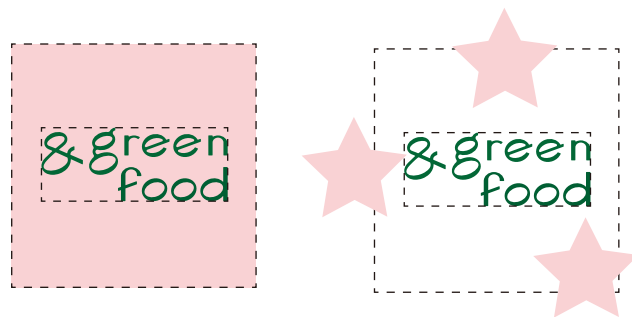
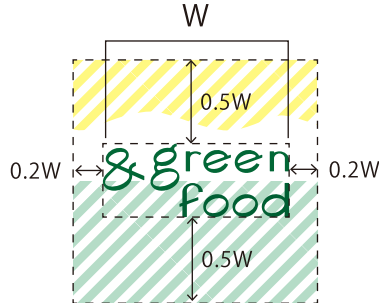
最小使用サイズは右図の通りとします。また、ブランドシンボルの横幅をWとして、指定のグラフィックのストライプの幅は右図に示すものとします。

印刷条件により、最小使用サイズ以上であってもツブレ等が発生する場合は、可能な限り大きく使用することで、ツブレを回避するようにしてください。



アイソレーションエリア

ロゴマークの横幅を基準値Wとして、周囲に右図のような余白を設けます。そのエリアには指定のグラフィックが入るものとし、他の要素を表示することはできません。



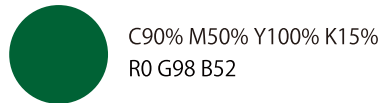
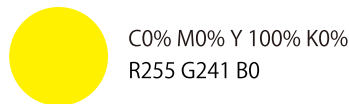
アイソレーションエリア内に他の要素がはいるないようにする。

ブランドシンボルは、フルカラーで表示することを基本としますが、印刷媒体の諸条件によりフルカラーの再現が難しい場合は、グレースケールでの使用も可能です。

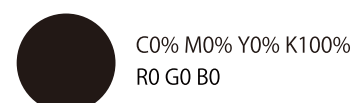
ポジティブ表示

白、もしくは明るい背景に対して表示する場合はこのポジティブ表示を行ってください。

フルカラー（優先使用）



グレースケール



ネガティブ表示

背景に対して反転白抜きで表示することをネガティブ表示といいます。

フルカラー（優先使用）



グレースケール



「&greenfood」ブランドシンボルは自由度の高い運用を想定していますが、以下のような表示はしないようにしてください。

変形をしない



ブランドロゴの書体を変えない



ブランドロゴの位置を変えない



ブランドグラフィック各要素のレイアウト変更をしない



比率の変更



角度の変更



色の変更

ブランドシンボルを構成する「ブランドグラフィック」は、基準を満たしていればトリミング(切り取り)を変えて自由に拡張して使用することが可能です。

ブランドグラフィックの考え方



ブランドシンボルとなるエリア。
(02.最小使用サイズ・グラフィックのサイズとアイソレーションエリア参照)
このエリア以上であれば拡張可能。



✗ ブランドシンボルエリアよりも小さくなる
トリミングはNG



✗ ブランドロゴに対して、波形のバランスが
変わる「拡大」はNG

サブグラフィックは、制作物上で展開されることで、より効果的・効率的にブランドの認知強化を測ることを目的としたものです。サブグラフィックには「食」や、認定品に関わるイメージをカラフルなイラストにすることで、手に取りやすい、かわいいイメージを生み出しています。

サブグラフィックの考え方

右の組み合わせを推奨いたしますが、指定の AIファイルを元に、自由に拡大、複製などを行い、楽しい印象を創り出してください。



ブランドグラフィック、サブグラフィックの展開例



ブランドシンボルとグラフィックを制作物に展開、表示するときは、本ガイドラインを遵守し、ここに示す使用例を参考にしながら制作をおこなってください。

イベント用グラフィック



イベント展開例



