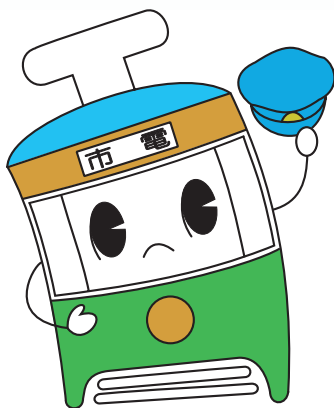
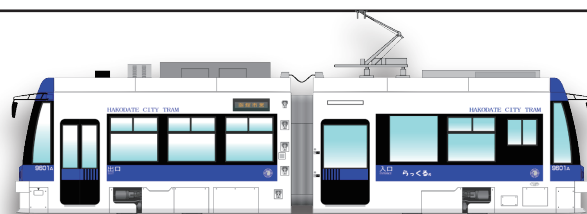


車体広告（カラー電車） デザインガイドライン



函館市企業局交通部
Hakodate City Tram Department

末広町



1 デザインガイドラインの使い方

(1) 趣旨

このガイドラインは、優れたデザインの車体広告を誘導する観点から、広告依頼者、広告代理店、制作に関わる方々に対し、デザインについての指針を示すものであります。

現在、市電は函館の重要な観光資源の一つとして位置づけられており、市民・観光客から注目されているばかりでなく、マスメディアへの露出機会が非常に多く、特に函館市都市景観形成地域である西部地区を走行するシーンは、テレビや映画にも登場することから観光都市「はこだて」としてのイメージづくりへの大きなファクターともなっております。

従いまして、対象となる市電の車体広告は、道路交通の安全性への配慮、情報内容への配慮と併せて、良好な景観の形成にも配慮することが求められております。これにより車体デザインが街並みに似合うものとなり、そのことが市電の車体広告の価値を引き上げ（スポンサーのイメージアップ）、かつ函館の街の魅力がさらに高まるものと考えます。

なお、「優れたデザインの広告」とは、様々な要素が関連するものであり、デザインの良否については、本ガイドラインが示す事項を形式的に満足するだけでなく函館市都市景観形成地域を運行する際の街並みとの調和など全体的観点からの検討をお願いいたします。

(2) 位置づけ

本ガイドラインは、車体広告デザインに関して函館市美しいまちづくり検討会によるアドバイスを受け策定しており、当局審査を受けるための原案を制作する際に、可能な限り参考としていただくことを目的としております。

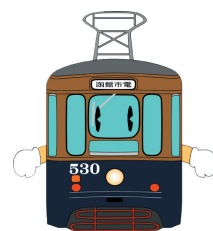
また、当局審査において疑義が生じた場合は、当局が指定するデザインアドバイザーにより、本ガイドラインの内容が参照され、助言することになりますが、函館市企業局広告取扱に関する規程に適合する、適合しないについては、函館市企業局が判断することになります。

なお、このガイドラインは、今後、実例を積み重ねながら上述のデザインアドバイザーからの評価等を踏まえ、適宜見直しを行い、充実を図ってまいります。



2 デザインガイドラインの目次

1	デザインガイドラインの使い方	P. 1
	(1) 趣旨	
	(2) 位置づけ	
2	デザインガイドラインの目次	P. 2
3	良好な景観形成への配慮	P. 3
	(1) 都市景観形成地域	
	(2) デザイン基準	
	(3) 都市景観形成地域での屋外広告物の許可基準	
4	車体広告のデザインについて	P. 5
	(1) 地色部分の色彩について	P. 5
	(2) 広告に用いる文字	P. 7
	(3) デザイン, レイアウト	P. 8
5	カラー電車お申し込みからご契約まで	P. 10



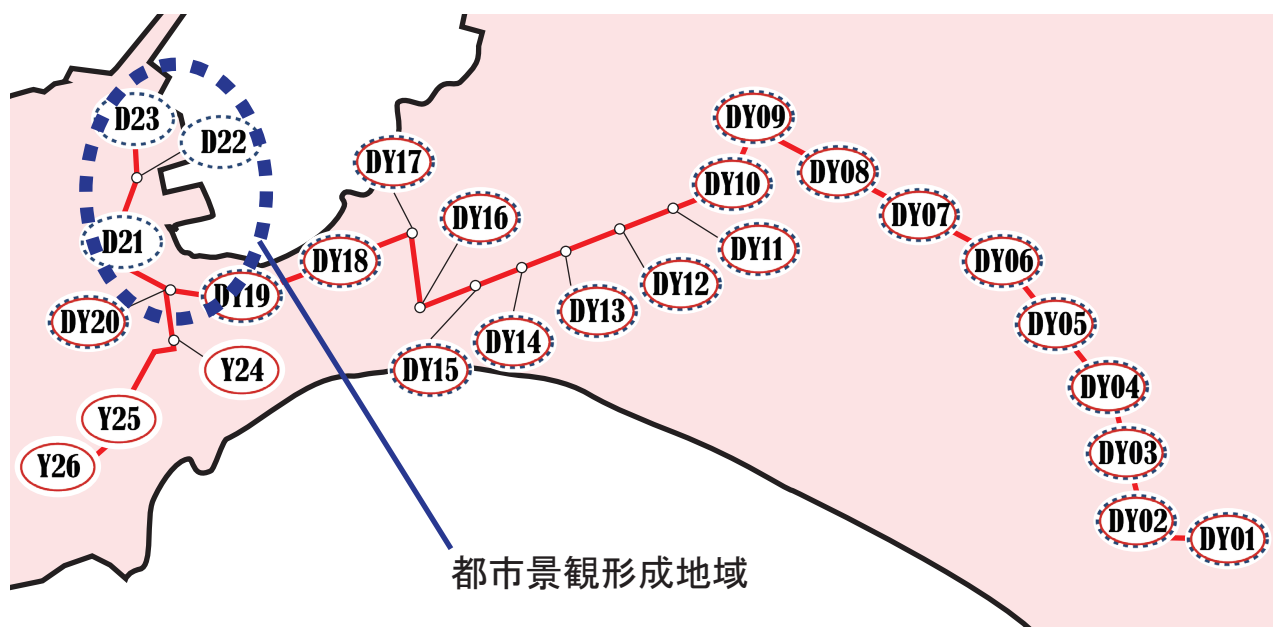
3 良好な景観形成への配慮

(1) 都市景観形成地域

車体広告は、函館市都市景観条例の規制を受けるものではありませんが、市電が運行する路線の一部は、都市景観形成地域として指定されたエリアに含まれており、規制を受けるほかの屋外広告物に準じて管理されるべきものとして考えております。

特に広告効果の高まるマスメディアへの露出の機会、この都市景観形成地域を走行するシーンが圧倒的に多く、背景となる街並みにマッチした車体デザインとすることにより、より広告価値を引き上げることが可能となります。

そこで、都市景観形成地域に指定されている西部地区の景観に合わせた、落ち着いた色彩にすることで、広告依頼者のご理解とご協力により、カラー電車も景観形成の一翼を担い、街全体が観光資源となることを目指します。



- | | | | | | | | | | |
|------|--------|------|-------|------|---------|------|-------|------|------|
| DY01 | 湯の川 | DY02 | 湯の川温泉 | DY03 | 函館アリーナ前 | DY04 | 駒場車庫前 | | |
| DY05 | 競馬場前 | DY06 | 深堀町 | DY07 | 柏木町 | DY08 | 杉並町 | | |
| DY09 | 五稜郭公園前 | DY10 | 中央病院前 | DY11 | 千代台 | DY12 | 堀川町 | | |
| DY13 | 昭和橋 | DY14 | 千歳町 | DY15 | 新川町 | DY16 | 松風町 | DY17 | 函館駅前 |
| DY18 | 市役所前 | DY19 | 魚市場通 | DY20 | 十字街 | D21 | 末広町 | D22 | 大町 |
| D23 | 函館どつく前 | Y24 | 宝来町 | Y25 | 青柳町 | Y26 | 谷地頭 | | |



(2) デザイン基準

全体的なデザインにあたっては、市電が都市景観地域内を移動する屋外広告物であることを意識した、歴史的な建造物が建ち並ぶ景観を損なわないような心がけをお願いします。

車体の地色の選択にあたっては、自然景観に見られる彩度は、ほとんど6以下であることから、著しく際立つデザインとならないよう、概ね彩度8までの範囲のものの使用をお願いします。

(3) 都市景観形成地域での屋外広告物の許可基準

函館市では、都市景観形成地域での屋外広告物の設置に関し、許可基準を設けております。前述のとおり、市電の車体広告は函館市都市景観条例の適用を受けるものではありませんが、特に色彩に関しては、屋外広告物の許可基準の準拠をお願いします。

- 1 広告物等の表示等をする建築物等および周辺の町並みと調和しているものであること。
- 2 広告物の地色は、日本工業規格Z 8 7 2 1で定める彩度8以下、文字等の色は彩度10以下のもので、使用する色の数は、できるだけ少ないものであること。
- 3 蛍光および発光を伴う塗料または材料を使用しないものであること。

※都市景観形成地域における屋外広告物の許可基準や景観デザインの指針などは函館市都市建設部まちづくり景観課にお問い合わせいただくか、
<http://www.city.hakodate.hokkaido.jp/bunya/keikankeisei/> をご覧ください。

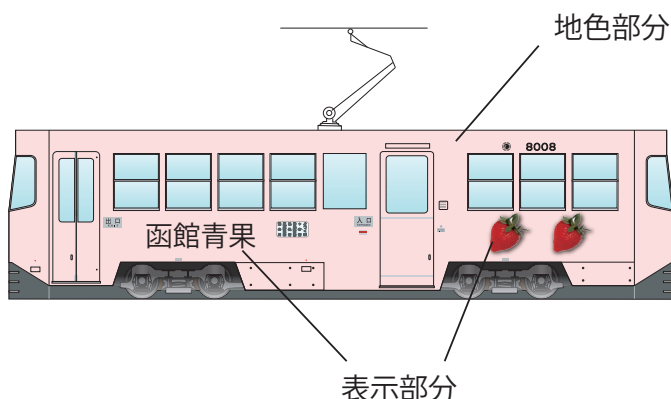




4 車体広告のデザインについて

一般に車体広告は地色部分と表示部分から構成されます。このうち地色については、派手な色彩を用いると全体が、けばけばしい印象になり、函館の景観と調和しない恐れがあります。

このため配色につきましては、当局が指定するデザインアドバイザーの助言により修正をお願いすることになります。



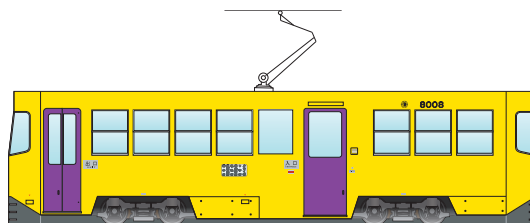
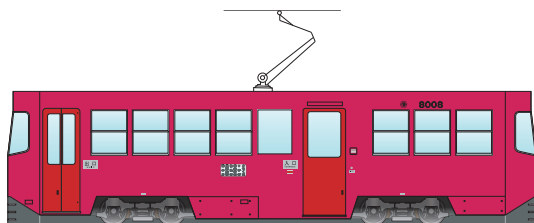
(1) 地色部分の色彩について

①. 地色に用いてはならない色

- ・ 極端な原色で周囲の景観と調和せず、見る者に不快な印象を与えるもの

極端な原色（特に赤や黄色などの色）は、自然景観には見られない色です。そのため地色部分である広いエリアに使用すると、周りの景観に調和せず、浮いて見える恐れがあります。コーポレートカラーが原色の場合は、地色に使用せず、アクセントに用いるなどの工夫が必要です。

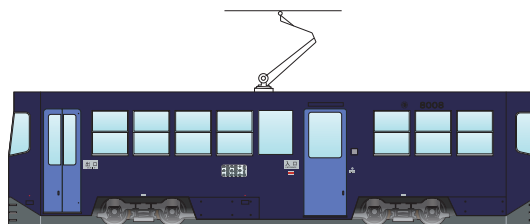
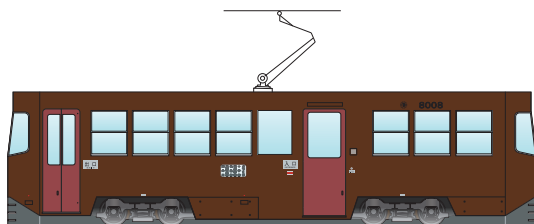
避けるべきデザイン例 (X)



- ・ 明度が著しく低く、全体が暗い印象となるもの

明度が著しく低い色は、見ている人に威圧感や圧迫感を与える恐れがあるため、また夜間走行時には、交通安全の観点からも好ましくありませんので、なるべく避けるようお願いします。

避けるべきデザイン例 (X)



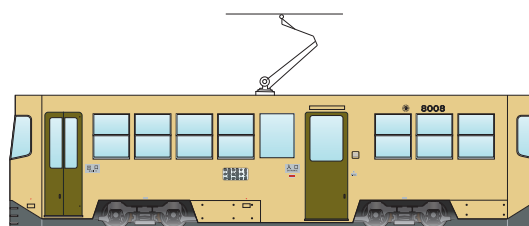
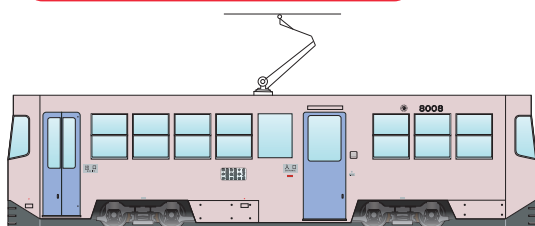


②. 地色として望ましい色

地色として望ましい色は、彩度が8までの範囲のものです。色相に関しては、アースカラーと呼ばれる地球の自然が持つ色合いのものをを用いると、より景観に馴染みます。

具体的には、空・海の青系統の色や草木の緑色などですがエコロジーカラーと呼ばれる淡い色を用いても違和感はありません。

望ましいデザイン例 ○



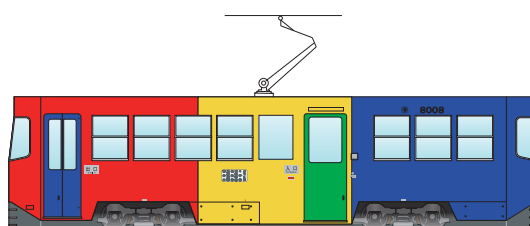
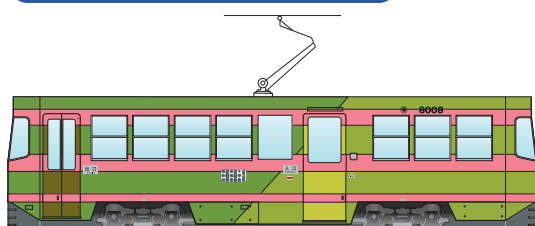
③. 地色に使用する色数

・地色に多くの色数を使用することを避ける

地色部分に多くの色数を使用すると、全体が雑然とした印象となります。そのため、地色部分である広い面積に使用する色数は3色以下とするようお願いします。

地色にグラデーションを用いる場合でもベース色（濃淡・明暗のみ違いは同色とみなします）は色相3色以内とし、配色については、当局が指定するデザインアドバイザーの助言により修正をお願いすることがあります。

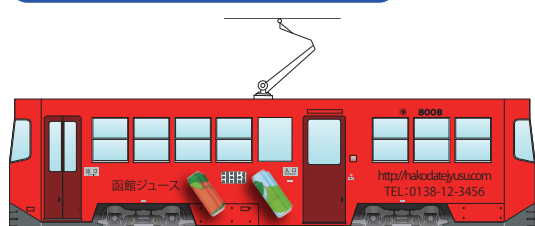
避けるべきデザイン例 ×



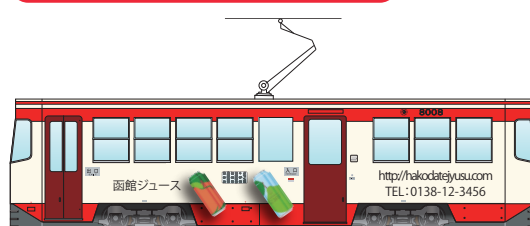
④. アクセントカラーについて

高彩度色を使用する場合は、地色ではなくアクセント程度の少ない面積での使用をお勧めします。こうすることで、景観を損なうことなく、ほどよい緊張感のあるデザインにすることができます。

避けるべきデザイン例 ×



望ましいデザイン例 ○





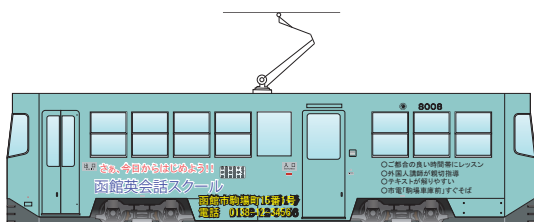
(2) 広告に用いる文字

①. 字数

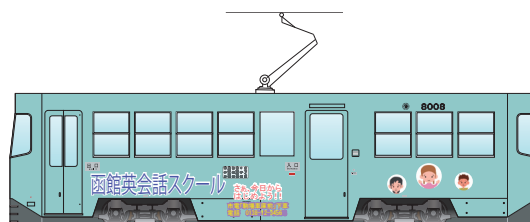
- ・文字情報は、過多又は過密とならないように必要最小限の情報にとどめる

文字情報を必要以上に使用すると、デザインが過多・過密になり、伝えたい情報が散漫で視覚的に窮屈になる恐れがあります。又、自動車ドライバーの注意を極端に惹き付けることになり、交通安全の観点からも好ましくありません。

避けるべきデザイン例 (X)



望ましいデザイン例 (O)

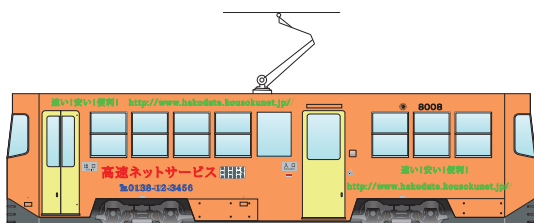


②. 表示位置

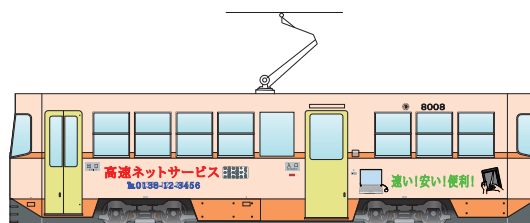
- ・なるべく車窓上部に文字情報を表示しない

横に長くなりすぎると、文字数が多くなり、情報が伝わりにくくなります。特に URL 表示は、覚えきれものではないので、工夫が必要です。また、屋根部に向け傾斜がついていることから、文字の歪みにも注意が必要です。

避けるべきデザイン例 (X)



望ましいデザイン例 (O)

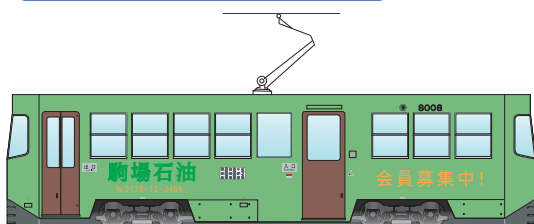


③. 文字色

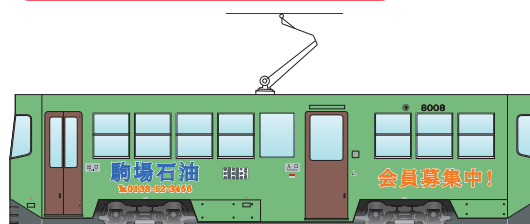
- ・地色との差をつける

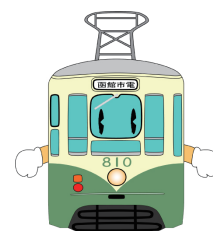
地色と類似の色相を用いる場合、遠くから見たときに読みにくくなる恐れがあることから、工夫が必要です。

避けるべきデザイン例 (X)



望ましいデザイン例 (O)





(3) デザイン・レイアウト

情報の無秩序なレイアウトは見苦しい印象を与えるばかりでなく、自動車運転者を惑わすものや必要以上に注意を惹き付けるものは、交通安全上の観点からも好ましいものではありません。そこで、これらについても一定の指針を設けることでより質の高いデザインを目指します。

なお、地色とキャラクターやアクセントとの見分けが付かないデザインの場合は、当局が指定するデザインアドバイザーの助言により、キャラクターやアクセントの大きさ等、修正をお願いすることになります。

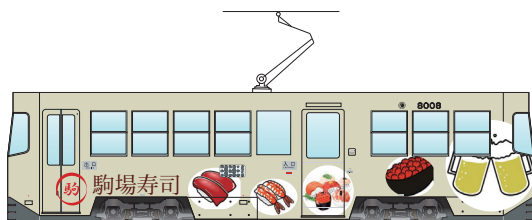
①. 表示部分のデザイン

・車体の形状および立体性を考慮したレイアウトとする

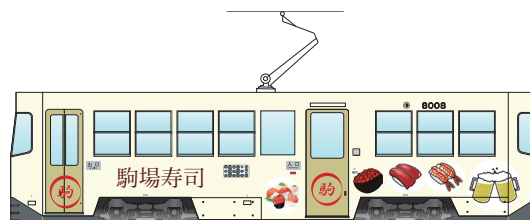
デザインが扉によって切り取られ、開扉時に不自然なものとならない工夫をお願いします。また、窓ガラスで遮られる場合にも注意が必要です。

車体には、法令で定められた表示類があり、それら銘板などにより広告文字やキャラクター等が切り取られると折角のイメージが台無しとなる場合があります。銘板類の大きさ・位置等は車両毎に異なりますので、予めご確認ください。

避けるべきデザイン例 (X)



望ましいデザイン例 (O)



②. 地色と表示部分のバランス

・地色部分の面積に対し、表示部分が過大とならないこと

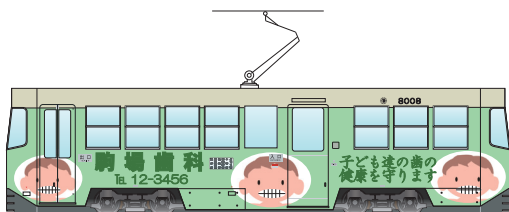
無秩序な異種フォントの混在、過剰なボリュームの掲載により、メインとサブの見分けがつかないデザインは避けるようお願いします。

大きなキャラクターの羅列は、地色部分との見分けが付かず、多数の地色を使用したデザイン同様に雑然としたイメージとなります。

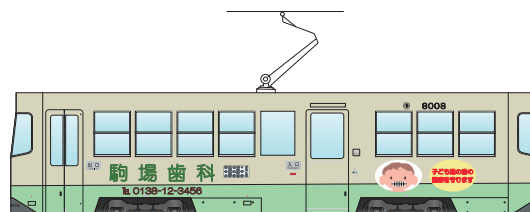
表示部分の適切な大きさと適度な余白をとり、フォントの統一と整列により情報内容の強弱が重要です。

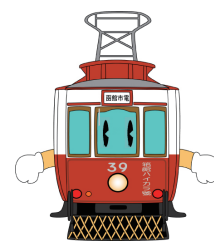
また、数コマ漫画のように”読ませる”メッセージなどは認めておりません。

避けるべきデザイン例 (X)



望ましいデザイン例 (O)





③. 道路交通の安全性への配慮

・周囲の車両運転者の誤認を招くような広告としないこと

蛍光色や反射効果のある素材使用は避け、特に車両の前後部は、テールランプや交通信号機、道路標識などと紛らわしくないデザインとする配慮が必要です。

④. 窓ガラスへのレイアウト（一部の車両のみ対象）

・キャラクターの羅列はしないこと

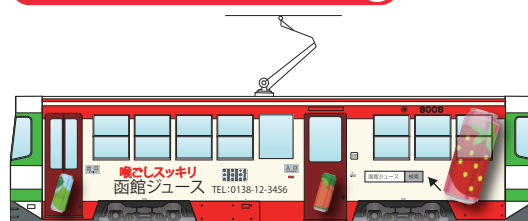
車体前後面への広告を認めない部分ラッピング広告の場合のみ、客室窓ガラスへのラッピング施工も可能ですが、雑然とした印象を避けるため、単にキャラクターの羅列は避け、メリハリのあるレイアウトとなる工夫をお願いします。

窓は、開閉式ですので、キャラクターが歪むこともありますので、工夫が必要です。また、客室内からの視認性確保のため、窓ガラスへのラッピングシートはシースルータイプとし、紫外線予防のためのラミネート加工は認めておりません。従いまして、夜間においては、ガラス部のキャラクターが認識できなくなることをご承知置きください。

避けるべきデザイン例 ⊗



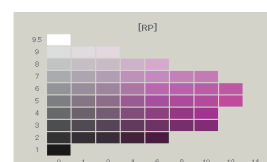
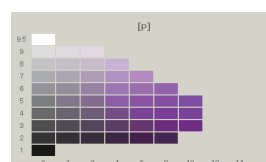
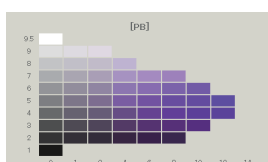
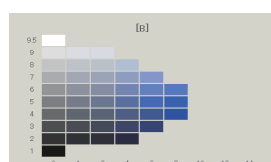
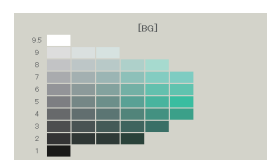
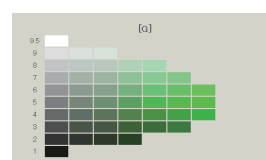
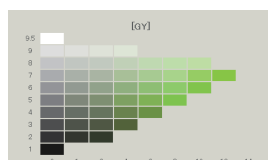
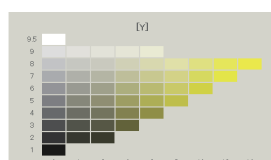
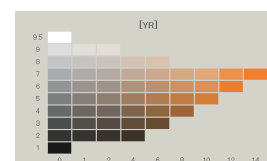
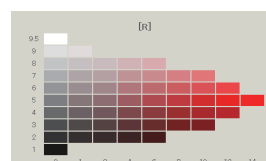
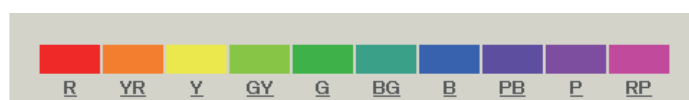
望ましいデザイン例 ⊙



※マンセル表色系

マンセル表色系は現在インテリアでは、最もよく使われている表色系である。

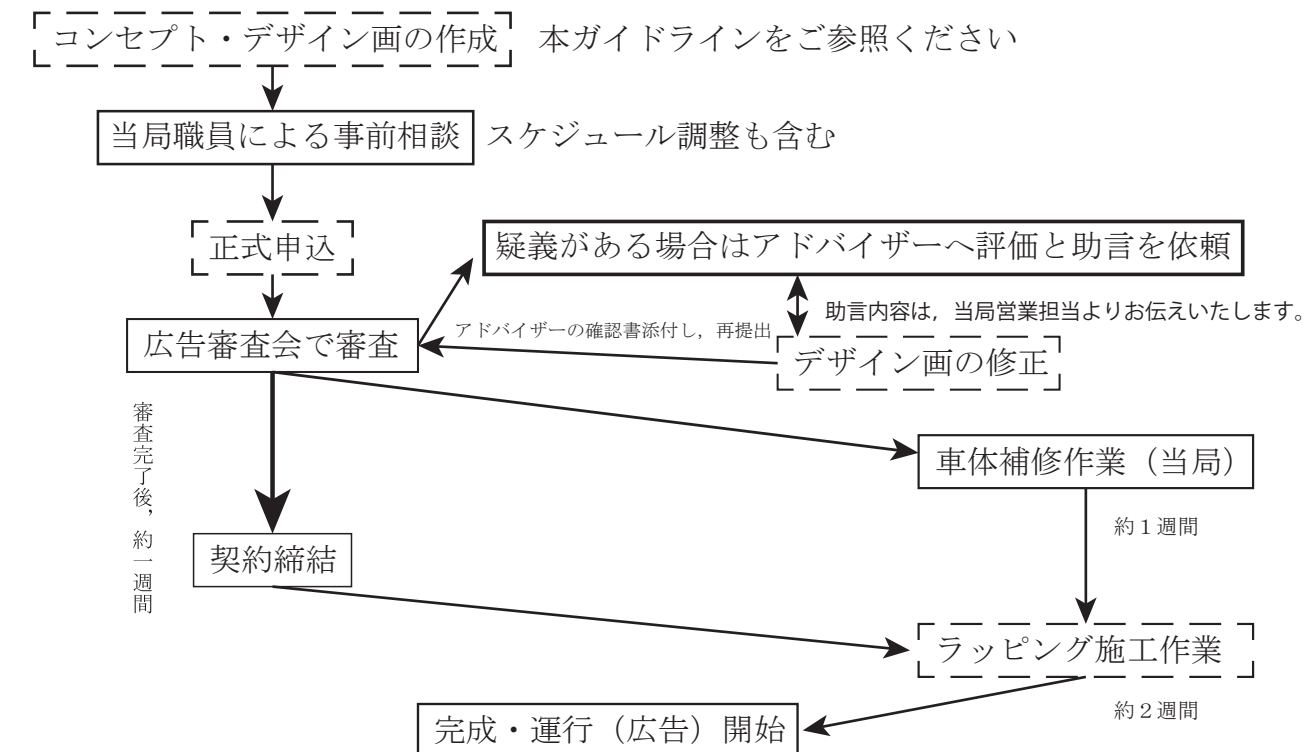
- 色相 (Hue) は、赤 (R)・黄 (Y)・緑 (G)・青 (B) 紫 (P) の 5 色と、それぞれの間の黄赤 (YR)・黄緑 (GY)・青緑 (BG)・青紫 (PB)・赤紫 (PR) の 5 色の中間色相を加えた 10 色の色相が基本になる。
- 明度 (Value) は完全な黒を 0、完全な白を 10 として、この間を等間隔に 11 段階に分けている。
- 彩度 (Chroma) は無彩色を 0 として最大 14 程度までとなっている。



5 カラー電車お申し込みからご契約まで

- I. 当局所定の「広告カラー電車契約申込書」と共に次の書類をご提出いただきます。
- ①デザインコンセプト（デザインの狙いなどを文書で表現したもの）
 - ②デザイン画（A3 サイズ・前後左右の各面が異なる場合は全ての面）
 - ③色見本（塗料見本・シートサンプル・文字や図案原画など、PC 印刷出力の色見本は不可）
- ※次項の審査がありますので、ガイドラインとの適合について、当局営業担当が事前相談を承ります。
- II. 函館市企業局広告審査会（委員長：交通部長）で審査（本ガイドラインと照合）し、適合の場合は、契約を締結します。
- 疑義がある場合は、当局が指定するデザインアドバイザーによる評価と助言を受け、必要に応じてデザインの修正をお願いする場合がございます。その場合は、アドバイザーによる修正後の確認も必要となります。なお、アドバイザーによる評価には1週間ほど要します。
- III. 契約締結までに運行開始までのスケジュールを調整させていただきます。
- ①ラッピング作業工程
 - ・当局の車体補修作業（板金と下地パテ処理）※通常1週間程度
↓（以下、広告依頼者の負担による）
 - ・ラッピング施工（吹き付け塗装は、土日のみ可）
↓※通常2週間程度
 - ・（本塗装の場合は、局職員による色見本との照合検査）
 - ・完成検査
 広告依頼者（代理店）、施工請負者、局職員、（デザインアドバイザー）による
 デザイン画、色見本との照合
 - ・不具合箇所の修正作業
 - ②運行開始日（広告開始日）

契約、運行開始までのスケジュール例（概ね2ヶ月程度要します）



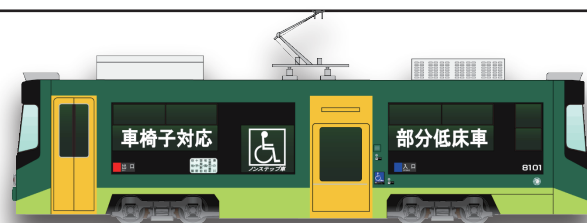
企業イメージの向上と良好な景観形成の維持のために



函館市企業局交通部
Hakodate City Tram Department

事業課（営業担当）
電話 0138-32-1730
FAX 0138-32-1734

E-mail : koutsu@city.hakodate.hokkaido.jp
<http://www.city.hakodate.hokkaido.jp/bunya/hakodateshiden/>



<平成 26 年 4 月 1 日制定>