

市民協働で制作した
函館市電デザインガイドライン制作活動

岡本誠（アドバイザー、未来大）、函館市企業局交通部、函館デザイン協議会、市内の企業など
2026.07.27

1. 背景

- ・貴重な運営収益
 - ・フルラッピング技術の向上 / 自由な表現への要望の高まり
 - ・従来のガイドラインで対応できない
都市景観条例に準ずる、グラフィックデザインの細則
- ＊企画者、代理店の人は読まない

2. 進め方

- ・市民中心に企画
 - ・ヒヤリング、企画、試作評価、制作（5年）
- ＊企画・デザイン費の理解が少ない

3. コンセプト

①優れた車両広告のデザイン

安全性 / 公共性 (景観) / デザイン性

- ・公共性：都市景観の維持・新しい景観イメージの創出
- ・デザイン性：広告やデザインの意義、効果

②三方よし

「売り手と買い手が満足するのは当たり前、世間に貢献できてこそ
良い商売」

＊景観維持の強制でなく、世間に注目されているので共に考えよう

③対象

- ・広告主、代理店、デザイナー、（行政、市民）

4. 函館市電デザインガイドライン（抜粋）

函館市電車体広告ガイドライン：

<https://www.city.hakodate.hokkaido.jp/docs/2026041500024/>

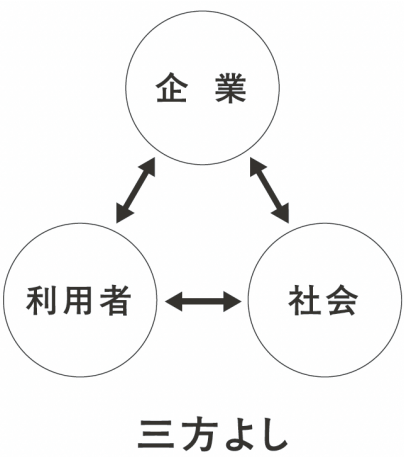
①函館らしさ

- ・「守り創る」
- ・キーワードの設定：「neo ハイカラ」

ハイカラは西洋風の出立が語源。開放的で創造的という意味で使われるように。

函館の造形を継承するだけでなく函館の「気風」を原点にしたデザインを。

（neo ハイカラ：時代の最先端、おしゃれで進歩的、ベンチャースピリット）



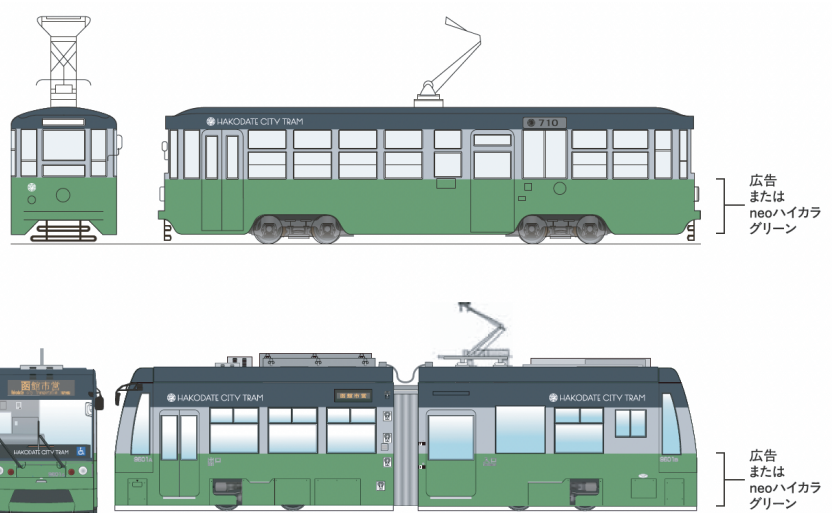
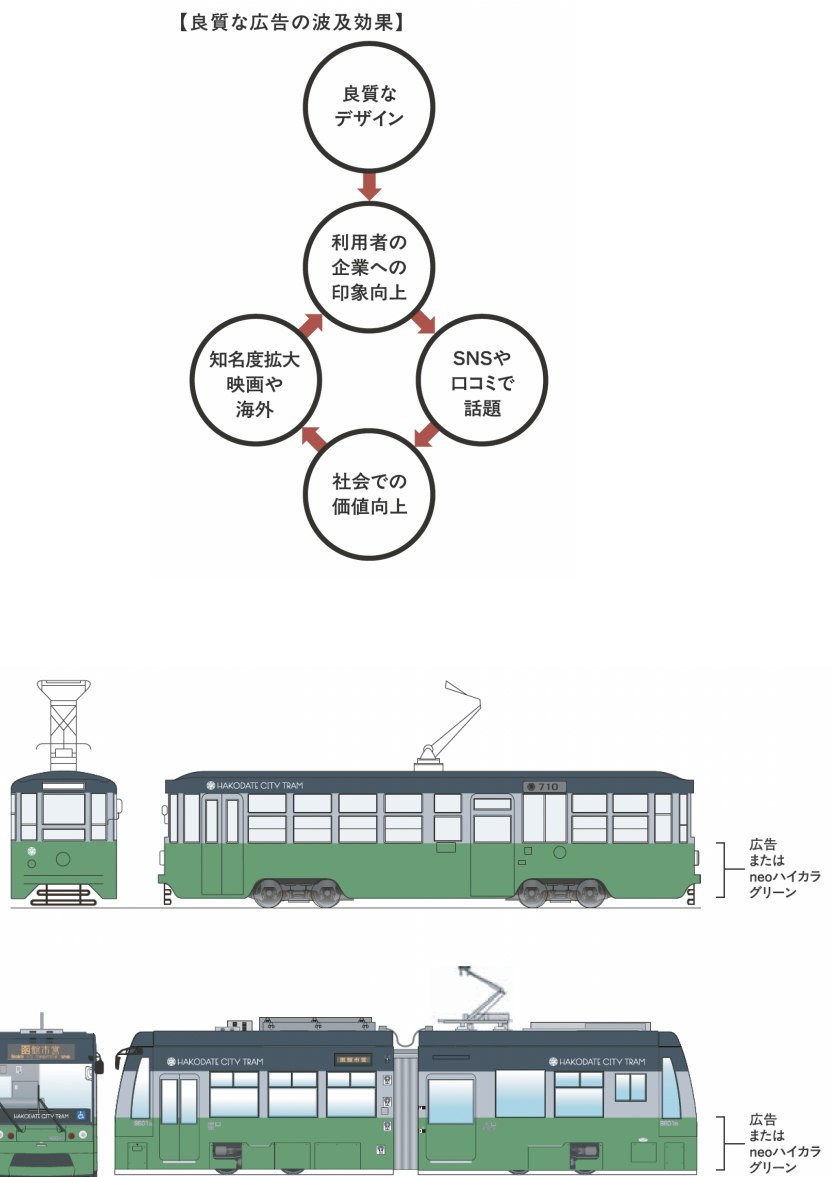
②デザインシステム

ロゴタイプ

HAKODATE CITY TRAM

カラー基準

	neoハイカラブラック （全車両共通） PANTONE 433C CMYK 36 / 18 / 0 / 82
	neoハイカラグレー （全車両共通） PANTONE 429C CMYK 6 / 2 / 0 / 32
	neoハイカラグリーン PANTONE 361C CMYK 62 / 0 / 76 / 31



カラーシミュレーション



他地域事例



鹿児島市交通局
<https://www.kotsu-city-kagoshima.jp/topics/68353/>



豊橋鉄道
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000071.000025583.html>



函館市電 新塗装