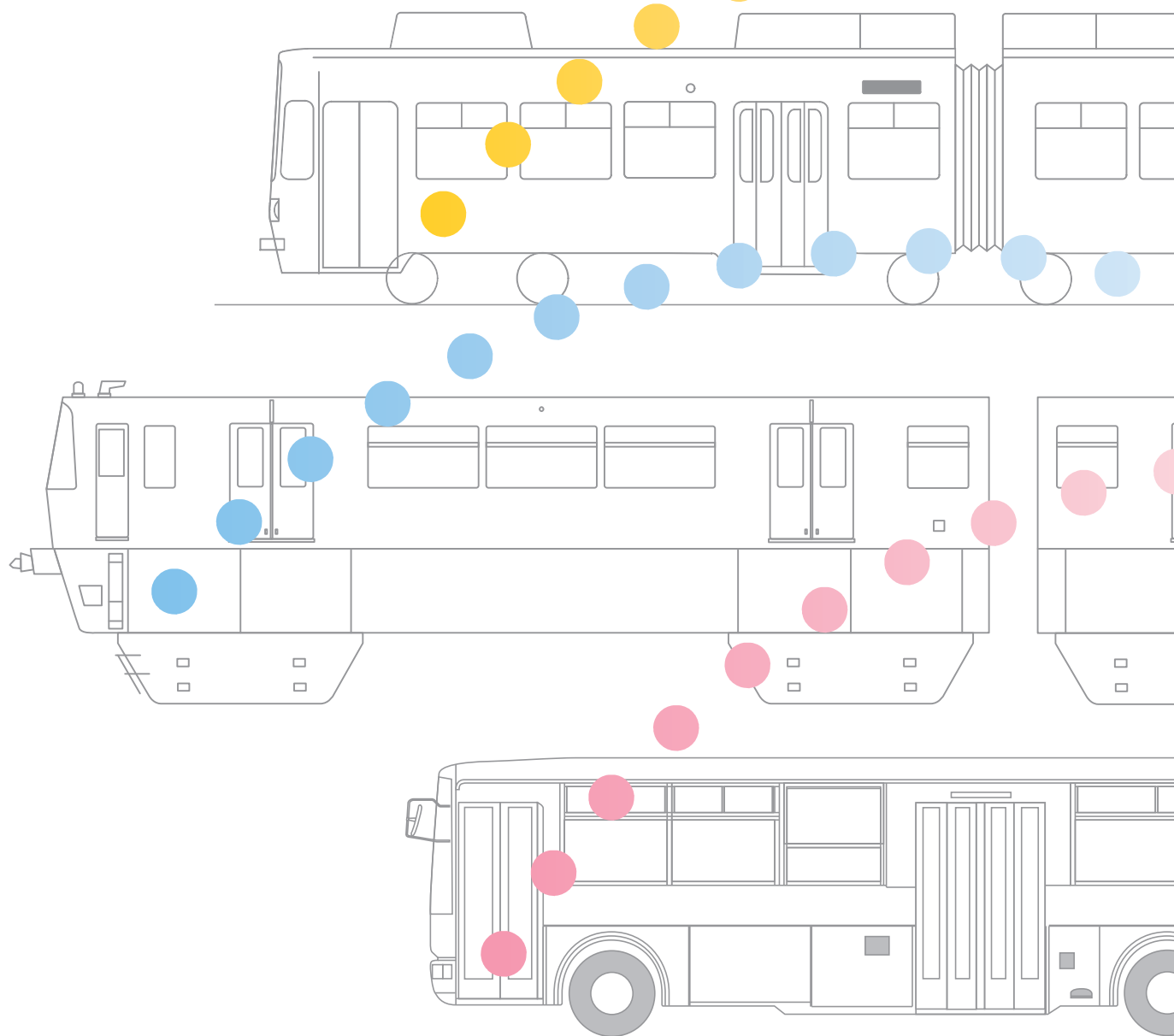


# 車体広告ラッピング デザイン ガイドライン

Design Guide Line

景観に配慮してデザインしましょう



# 車体広告をデザインする際の ガイドラインを作成しました。

## はじめに

北九州市では、屋外広告物を正しく表示するためのルールとして、昭和38年に北九州市屋外広告物条例および施行規則を定め、良好な景観形成に向けた指導を行っています。

施行規則の中で、車体に表示する広告物の規格についても規定しています。さらに、平成20年10月には、交通安全や公序良俗、都市景観等の観点から公共空間への掲出に相応しいものとするため、広告内容等に係る行政指導に関して必要な事項を定めた「北九州市車体利用広告物デザイン等指導要綱」(以下、『要綱』という。)を制定しました。

車体広告については、路線バスを皮切りに、今ではモノレールや列車・電車においても、ラッピングされた車体が多く見られるようになりました。

今後も車体を活用した多彩な広告の掲出が考えられ、都市の景観に大きな影響をおよぼすことが予想されることから、今回、要綱の内容をよりわかりやすく伝えるとともに、効果的なデザインとするための留意点などをまとめた車体広告に関するガイドラインを作成しました。

## 心地よいデザインで広告効果を追求しましょう。

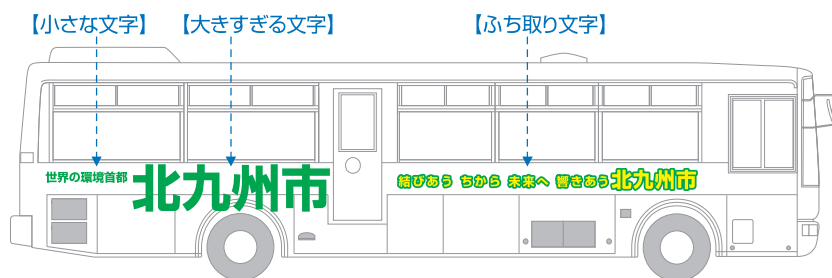
### デザインにおいて 配慮する事項

#### ①主題の整理

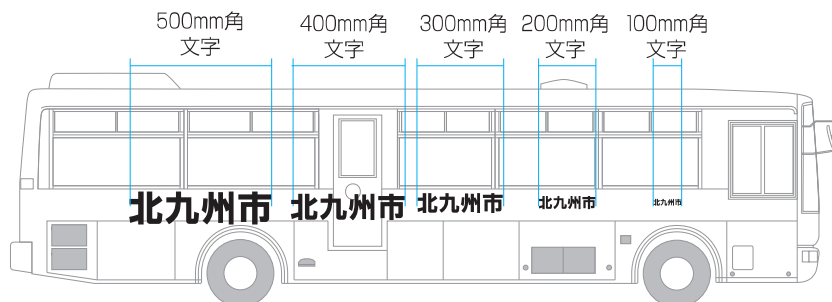
- ◆何を伝えたいか
- ◆ターゲットを明確にする
- ◆シンプルな表現でわかりやすくする

#### ②適切な文字の使用

- ◆文字の大きさは読みやすさと全体のバランスに配慮する  
(小さすぎず、大きすぎず)
- ◆簡単明瞭な表現にする
- ◆ふち取りは慎重に取り扱う(多用せず、太すぎず)

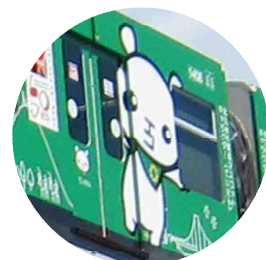


#### ラッピングバスにおける文字サイズを考える

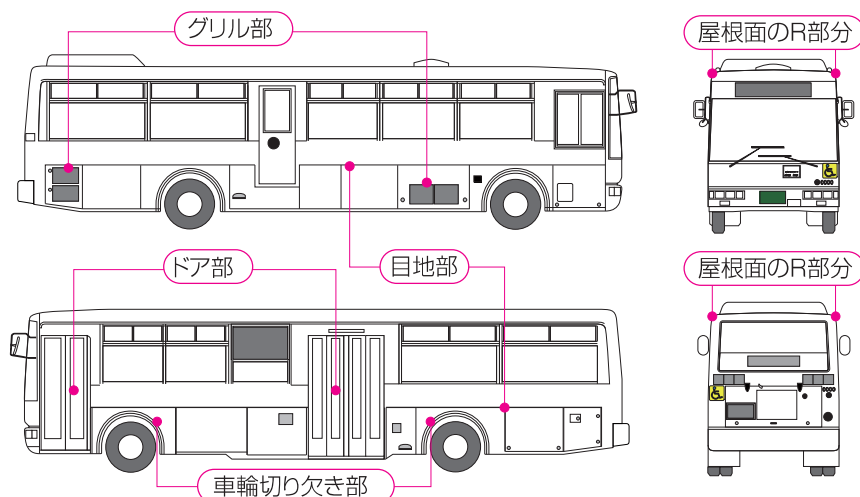


### ③適切なデザインの配置

- ◆ 全体のバランスを考え、またデザインの大きさや配色に注意する
- ◆ 情報量は最小限にしぼり込む
- ◆ 余白を設ける
- ◆ フロント・リアのデザインは特にシンプルにする
- ◆ ロゴ、社名、商品名などをリピート表現しない
- ◆ デザインが切れないように注意する  
(窓、ドア、目地、グリル、屋根面のR部分、  
車輪の切り欠き部など)



ドアで絵が歪んでしまいきれいに見えない



### ④景観と調和したデザイン

- ◆ ベースカラーに高彩度色を使用しない (彩度10以下目標)  
コーポレートカラーであっても高彩度色は全面に使用しない  
高彩度色を使用する場合は、アソートカラー(※1)やアクセントカラー(※2)で使用
- ◆ ベースカラーに著しく低明度で全体が暗い印象となる色は使用を避ける
- ◆ 例えば、色相差が大きく明度差が小さいなどの不快感を与えるような色彩は使用しない

【明度差:大の例】



【明度差:大の例】



【色相差:大 明度差:大の例】



【明度差:小の例】



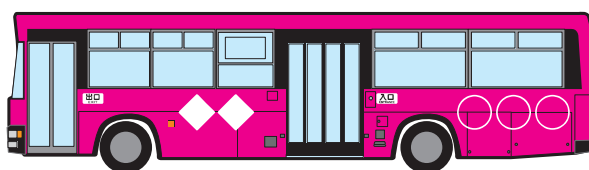
【明度差:小の例】



【色相差:大 明度差:小の例】



【全面に高彩度色を使用したイメージ】



- ※1 アソートカラー :最大の面積を占める「ベースカラー」に次いで、中面積を占める色
- ※2 アクセントカラー :全体の色調に変化をつけたり、他の色を引き立てたりする役割を持つ色

# 都市景観や交通安全などに配慮してデザインしましょう。

## 表示しないように 配慮する事項

### ① 都市景観に配慮する事項

- ◆ 彩度の高い色、原色、金銀色を広範囲に使用するもの
- ◆ ベースカラーに黒色又は暗い色調を使用するもの
- ◆ 周辺的美観を損ねるような派手な色彩やデザイン
- ◆ 路線となる地域の景観と著しく違和感があるもの
- ◆ 著しくデザイン性の劣るもの

### ② 交通安全に配慮する事項

- ◆ 自動車等運転者の誤解を招くおそれがあるもの  
(蛍光塗料およびこれらに類するもの、  
パトカー等と類似したもの など)
- ◆ 自動車等運転者の注意力を散漫にするおそれがあるもの  
(読ませる広告、ヌード・水着姿、顔等の体の一部を強調するもの、  
後部の電話番号やメールアドレス表示 など)

### ③ 次のいずれかに該当するもの

- ◆ 人権侵害、差別、名誉毀損のおそれがあるもの
- ◆ 法律で禁止されている商品、無認可商品及び粗悪品などの  
不適切な商品またはサービスを提供するもの
- ◆ 他をひぼう、中傷または排斥するもの
- ◆ 市の広告事業の円滑な運営に支障をきたすもの
- ◆ 公の選挙または投票の事前運動に該当するもの
- ◆ 宗教団体による布教推進を主目的とするもの
- ◆ 非科学的または迷信に類するもので、利用者を惑わせたり、  
不安を与えるおそれのあるもの
- ◆ 社会的に不適切なもの
- ◆ 国内世論が大きく分かれているもの
- ◆ 消費者被害の未然予防及び拡大防止の観点から適切でないもの  
(誇大な表現、虚偽の内容など)
- ◆ 青少年保護及び健全育成の観点から適切でないもの  
(暴力またはわいせつ性を連想・想起させるもの など)

## 参考資料

### 文字 (道路標識における文字の大きさ)

遠くからでも認識できる視認性 (可視性) と内容を読むことができる判読性 (可読性) を考慮しましょう。色彩の他、文字の書体、文字の大きさと量、それを読む距離・角度、スピード (移動中、停止)、また照明などにより判読性は変わってきます。

### 道路標識の文字寸法

自動車速度 / 時速	日本語文字高
30km以下	100 mm
40~60km以上	200mm
70km以上	300mm
高速道路	500mm

※ 欧文の大文字は日本語の1/2小文字は日本語の2/3

※ 道路状況により縮小、または、1.5倍となる場合があります

※ 道路は標識設置基準に基づく

左記の表は現在道路標識で使用されている文字の大きさです。

これを参考に、読みにくい文字は表示しないこと、必要以上に大きくしないことなどに留意しましょう。

一般的に、下地を濃い色、文字を薄い色で表示すると判読性が高くなり、文字は画数が少ないほうが判読性は高くなります。また、文字の太さは文字高の10%程度が判読性がよいとさ

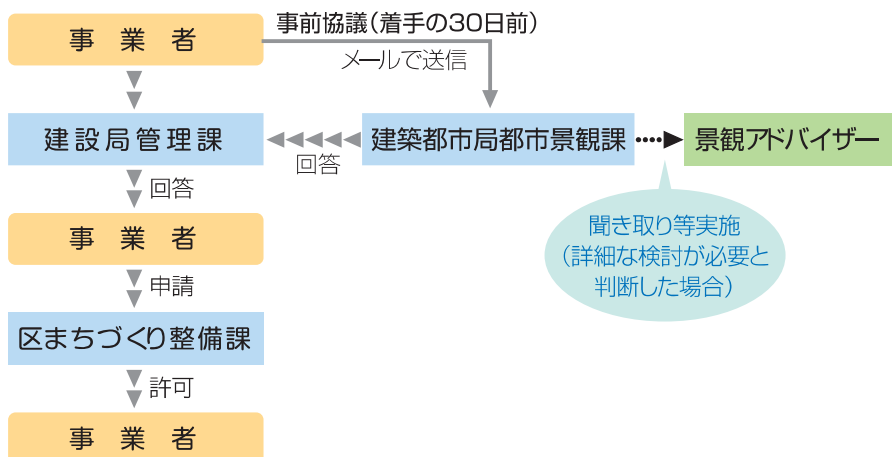


左の方が判読性が高い 左の方が判読性が高い 左の方が判読性が高い

※ ただし、読みなれた文字は瞬間的に判読できます。

# ラッピングのデザインについて協議してください。

## 協議の流れ

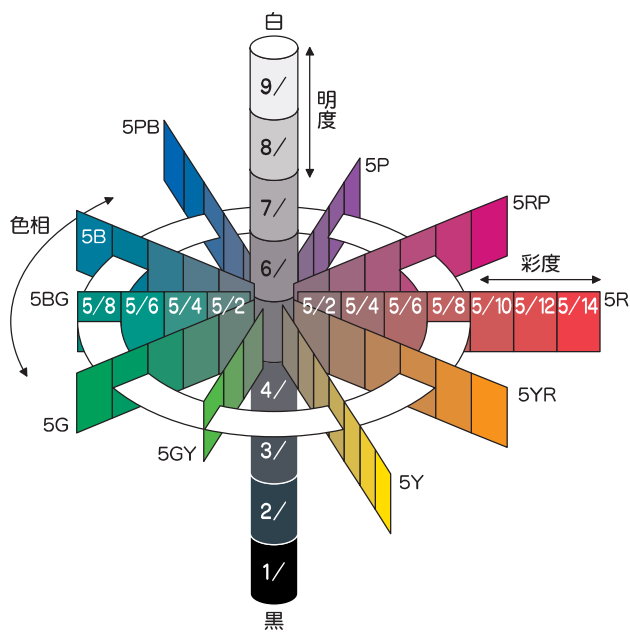
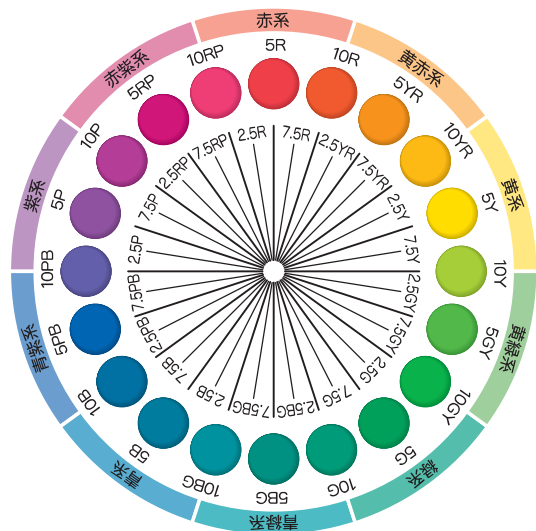


## 協議に必要な書類

- ① 車体利用広告物協議書
- ② チェックリスト
- ③ 添付資料: デザイン案 <正面・後面・側面>  
(カラーとし、あわせてマンセル値、広告面積を図示する)

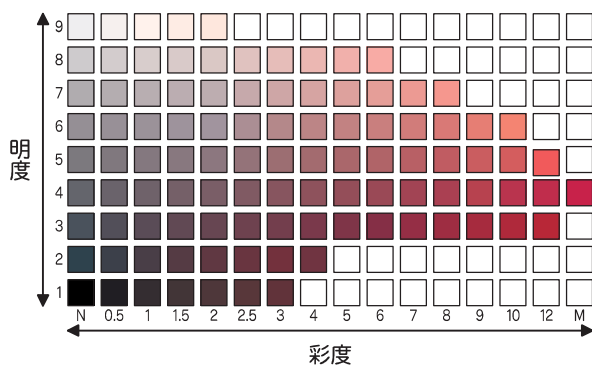
お問合せ先/ 都市景観課 TEL.093-582-2595

## 参考資料 色相 (マンセル色相環)

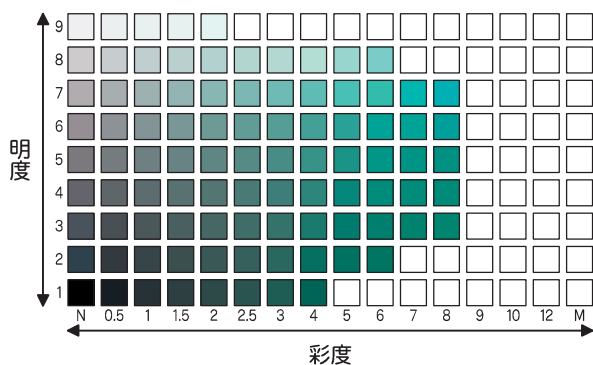


明度 (あかるさ) と彩度 (あざやかさ)

R (赤) 系の色相



BG (青緑) 系の色相



※上記: (株) カラープランニングセンターの著作物を基に作成

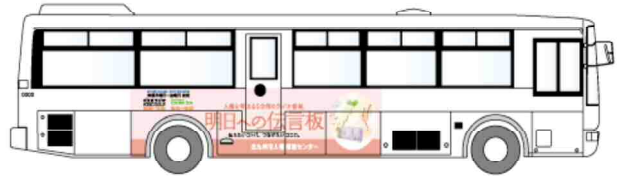
# 注意する点も含めこれまでの事例を紹介します。

## 事例

### デザイン例

#### バス ハーフラッピング

ハーフや部分的なラッピングの場合、掲出予定の車体に着色し、全体のイメージを把握する必要があります。



#### バスのフルラッピング

画像が重なり過ぎていたため、動物の種類が少し分かりづらくなっています。

シンプルな文字表現で、かつ画像も窓面を避けており、広告内容は伝わりやすくなっています。



#### 電車のフルラッピング

画像の部分がドアからはみ出ているため、歪んで見えてしまいます。

文字は、正面、側面とも読みやすい大きさ・配列となっており、広告内容は伝わりやすくなっています。

#### モノレールのフルラッピング列車

文字数が多く、かつ小さな文字もあり、少し読みづらくなっています。

窓で途切れないように、画像がバランス良く配置されています。

ベースカラーが帯の色の色相に近く、違和感のない落ち着いたデザインになっています。





# 車体広告ラッピング デザインガイドライン

北九州市 建築都市局 総務部 都市景観課  
〒803-8501 北九州市小倉北区城内1番1号  
TEL.093(582)2595  
メール toshi-keikan@city.kitakyushu.lg.jp

