品川区 都市ブランドデザイン ガイドライン

Contents：目次

01 Introduction：都市ブランドデザインについて……3

1 都市ブランディングについて
2 都市ブランドデザインについて
3 都市ブランドデザインの利用について
4 使用可能な都市ブランドデザイン一覧

02 Copy：タグラインについて……8

03 Logo：ロゴについて……11

04 Art：アートについて……16

05 About：ヘラルボニーについて……20

01-1

Introduction：都市ブランディングについて

品川区では、多くの自治体がプロモーション施策を展開する中で、品川区が今後も選ばれる地域であり続けるために、品川の魅力を 未来に向けて再構築し、「誰もが生きがいを感じ、自分らしく暮らしていける品川」を目指し都市ブランディングを推進します。

都市ブランディングの推進にあたり、目指していく品川の「都市ブランド」イメージを言語化し、「都市ブランドデザイン」として視覚的に表現をしました。

都市ブランドデザインを様々なコミュニケーションの手段として活用しながら、区民やその他のステークホルダーと一体となり「品川ブランド」を創り上げていきます。

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

01-2

Introduction：都市ブランドデザインについて

品川の「都市ブランド」イメージを形状、メッセージ（タグライン）、アート、それぞれで表現し、全て統合することで都市ブランディングの象徴となるブランドロゴがデザインされています。

都市ブランドデザインは、未来の品川のイメージと共鳴する理念を掲げる、「異彩を、放て。」をミッションに、障害のイメージ 変容と多様な人々が共に生きる持続可能な社会を目指す株式会社ヘラルボニーと共に制作をしました。

今回描かれた作品をどう活用するかは、皆様の判断に委ることになります。作品を描いた作家のことを想像し、楽しみながら作品に触れていただけると幸いです。

01-3

Introduction：都市ブランドデザインの利用について

本デザインガイドラインは、品川の都市ブランドデザインに付随する一連の実行ガイドラインやマニュアルとして、様々なコミュニケーションチャネル、接点での表現や展開例を定義しています。

ブランドを育てていくために、様々な接点において、イメージや印象に一貫性を持たせることが非常に重要です。ガイドラインに記載されている事項や例を基に、「品川区都市ブランドデザイン」の利用に関する事務取扱要領を遵守してブランドデザインをご利用ください。

ガイドラインに掲載されているデザイン素材については区HPをご覧ください。

URL
https://www.city.shinagawa.tokyo.jp/PC/kuseizyoho/branding/20250218150851.html

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

ブランドロゴ

……ai・jpeg・png

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

メッセージ

……jpeg・png

アート

……jpeg・tiff

01-4

Introduction：使用可能な都市ブランドデザイン一覧

① アート

② ロゴ（カラー）

③ ロゴ（黒）

④ ロゴ（白）

⑤ メッセージ（1行）

しあわせ多彩区
Shinagawa City

⑥ メッセージ（2行）

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

⑦ ボディコピー（Full）

しあわせ多彩区

だれもが、自分の生きがいをもって日々を送っている。
そして、それぞれの違いを見つめ、おたがいに尊重しあっている。
品川区が思い描くのは、そんな街の景色です。

エリアごとにいろいろな顔をもち、
新旧が融合しながら発展をつづけてきた品川区。
だからこそつくれる、多様な個性にあふれる街がある。

ひとつひとつの“らしさ”が、しなやかに花咲くように。
時に混ざりあって、また新たな可能性が芽吹いていくように。
色とりどりの、しあわせに満ちた“多彩区”へ。

⑧ ボディコピー（Short）

しあわせ多彩区

だれもが、生きがいをもって日々を送っている。
そして、それぞれの違いを見つめ、おたがいに尊重しあっている。
色とりどりの、しあわせに満ちた品川区へ。

⑨ ロゴ+メッセージ（カラー）横2行

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

⑩ ロゴ+メッセージ（カラー）横1行

しあわせ多彩区
Shinagawa City

⑪ ロゴ+メッセージ（カラー）縦2行

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

⑫ ロゴ+メッセージ（カラー）縦1行

しあわせ多彩区
Shinagawa City

⑬ ロゴ+メッセージ（黒）横2行

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

⑭ ロゴ+メッセージ（白）横2行

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

⑮ ロゴ+メッセージ（黒）横1行

しあわせ多彩区
Shinagawa City

⑯ ロゴ+メッセージ（白）横1行

しあわせ多彩区
Shinagawa City

⑰ ロゴ+メッセージ（黒）縦2行

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

⑱ ロゴ+メッセージ（白）縦2行

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

01-4

Introduction：使用可能な都市ブランドデザイン一覧

⑲ ロゴ+メッセージ(黒)縦1行

しあわせ多彩区
Shinagawa City

⑳ ロゴ+メッセージ(白)縦1行

しあわせ多彩区
Shinagawa City

㉑ ロゴ+メッセージ(カラー)横2行
Shinagawa Cityなし

しあわせ
多彩区

㉒ ロゴ+メッセージ(カラー)横1行
Shinagawa Cityなし

しあわせ多彩区

㉓ ロゴ+メッセージ(カラー)縦2行
Shinagawa Cityなし

しあわせ
多彩区

㉔ ロゴ+メッセージ(カラー)縦1行
Shinagawa Cityなし

しあわせ多彩区

㉕ ロゴ+メッセージ(黒)横2行
Shinagawa Cityなし

しあわせ
多彩区

㉖ ロゴ+メッセージ(白)横2行
Shinagawa Cityなし

しあわせ
多彩区

㉗ ロゴ+メッセージ(黒)横1行
Shinagawa Cityなし

しあわせ多彩区

㉘ ロゴ+メッセージ(白)横1行
Shinagawa Ciryなし

しあわせ多彩区

㉙ ロゴ+メッセージ(黒)縦2行
Shinagawa Cityなし

しあわせ
多彩区

㉚ ロゴ+メッセージ(白)縦2行
Shinagawa Cityなし

しあわせ
多彩区

㉛ ロゴ+メッセージ(黒)縦1行
Shinagawa Cityなし

しあわせ多彩区

㉜ ロゴ+メッセージ(白)縦1行
Shinagawa Cityなし

しあわせ多彩区

02-1

Copy：メッセージ（タグライン）

誰もが生きづらさを感じたり、選択を阻まれることなく、自分の望むように生き、幸せを感じることができる社会。

人がつながり、支え合うことができるやさしく寛容な社会。

そうした社会をつくるために、人々の抱える不安を少しでも取り除き、未来に希望が持てるようにする。

「誰もが生きがいを感じ、自分らしく暮らしていける品川」を「しあわせ多彩区」というメッセージに込めています。

しあわせ多彩区

02-2

Copy：タグラインバリエーション

タグラインを利用する場合、使用可能な都市ブランドデザインを一覧からご利用ください。文字の打ち込み、コピー＆ペースト等による利用は禁止となります。

1行

しあわせ多彩区

Shinagawa City

2行

しあわせ
多彩区

Shinagawa City

02-3

Copy：ボディコピー

あらゆる人が自分らしく生きがいを感じ、それぞれの個性が尊重される寛容で多様な街へと進むといった意味が込められました。

ボディコピーは、Full Ver.、Short Ver.の2種類用意しています。文字の可読性が下がる場合や画角にうまくはまらない場合、必要に応じてShort Ver.をご利用ください。

ボディコピーを利用する場合で、「しあわせ多彩区とは？」などの並記活用に限り、メッセージ（タグライン）への文字打ち込み等を認めます。ただし、ボディコピーの改行位置やテキスト位置（左揃え）の変更は禁止です。

Full Ver.

しあわせ多彩区

だれもが、自分の生きがいをもって日々を送っている。
そして、それぞれの違いを見つめ、おたがいに尊重しあっている。
品川区が思い描くのは、そんな街の景色です。

エリアごとにいろいろな顔をもち、
新旧が融合しながら発展をつづけてきた品川区。
だからこそつくれる、多様な個性にあふれる街がある。

ひとつひとつの“らしさ”が、しなやかに花咲くように。
時に混ざりあって、また新たな可能性が芽吹いていくように。
色とりどりの、しあわせに満ちた“多彩区”へ。

Short Ver.

しあわせ多彩区

だれもが、生きがいをもって日々を送っている。
そして、それぞれの違いを見つめ、おたがいに尊重しあっている。
色とりどりの、しあわせに満ちた品川区へ。

03-1

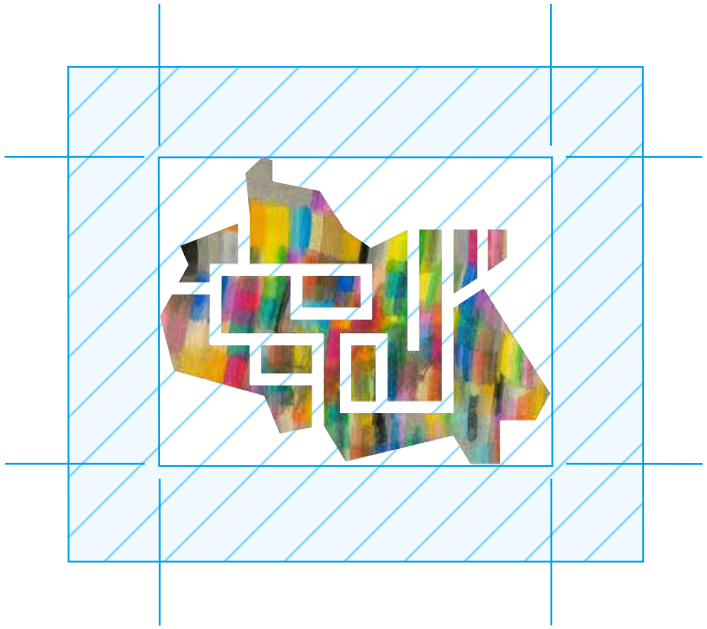
Logo：デザイン

さまざまなひとやものが行き交う品川区。
東西南北から人やものが集まりそれぞれの
個性が尊重される街をイメージしたブランド
ロゴになっています。

イメージを保持するため十分な余白をとって
ください。青斜線枠が示すアイソレーション
スペース内に他要素が入らないようにご利用
ください。

データにアイソレーションスペースが含まれて
いますので他要素が重ならないように配置し
てください。

※アイソレーションスペースとは？
ロゴデザインにおいて、その視認性や独立性、
ブランドイメージを保つためにロゴマークの
周囲に設けられる「余白領域（保護領域）」



03-2

Logo：カラー

基本的にはカラーで使用してください。
モノクロの場合はアートを入れずに黒もしくは
白単色での使用をお勧めします。

しあわせ
多彩区
Shinagawa City

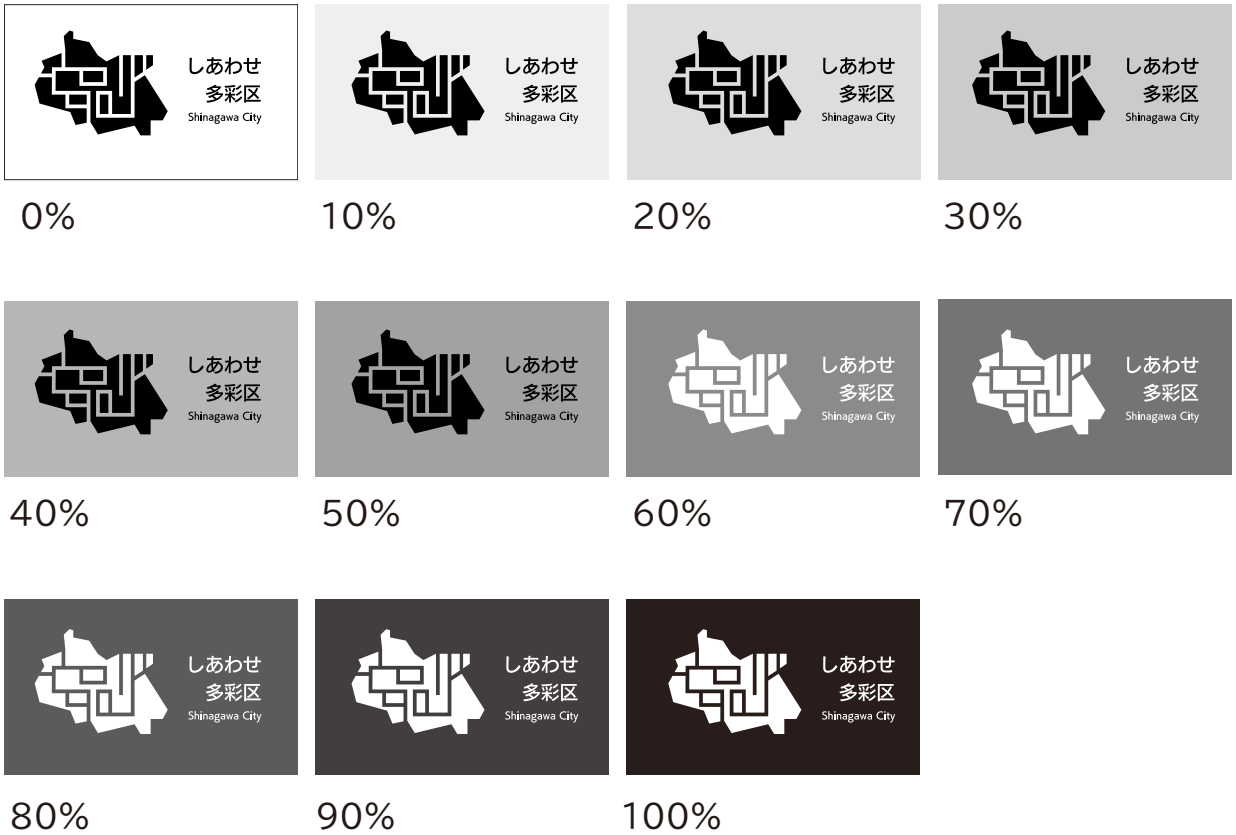
しあわせ
多彩区
Shinagawa City

03-3

Logo:モノクロ

モノトーンで表現をする

背景濃度がK50%以下の場合はロゴは黒で使用し、背景濃度がK60%を超える場合は、ロゴを白で使用すること、背景がカラーで使用する際もこの基準を意識し、写真やアートの上に配置する場合には視認性を損なわないようにしてください。
背景のコントラストが強い場合はロゴマークの濃度をK60%の見え方を基準にしてください。



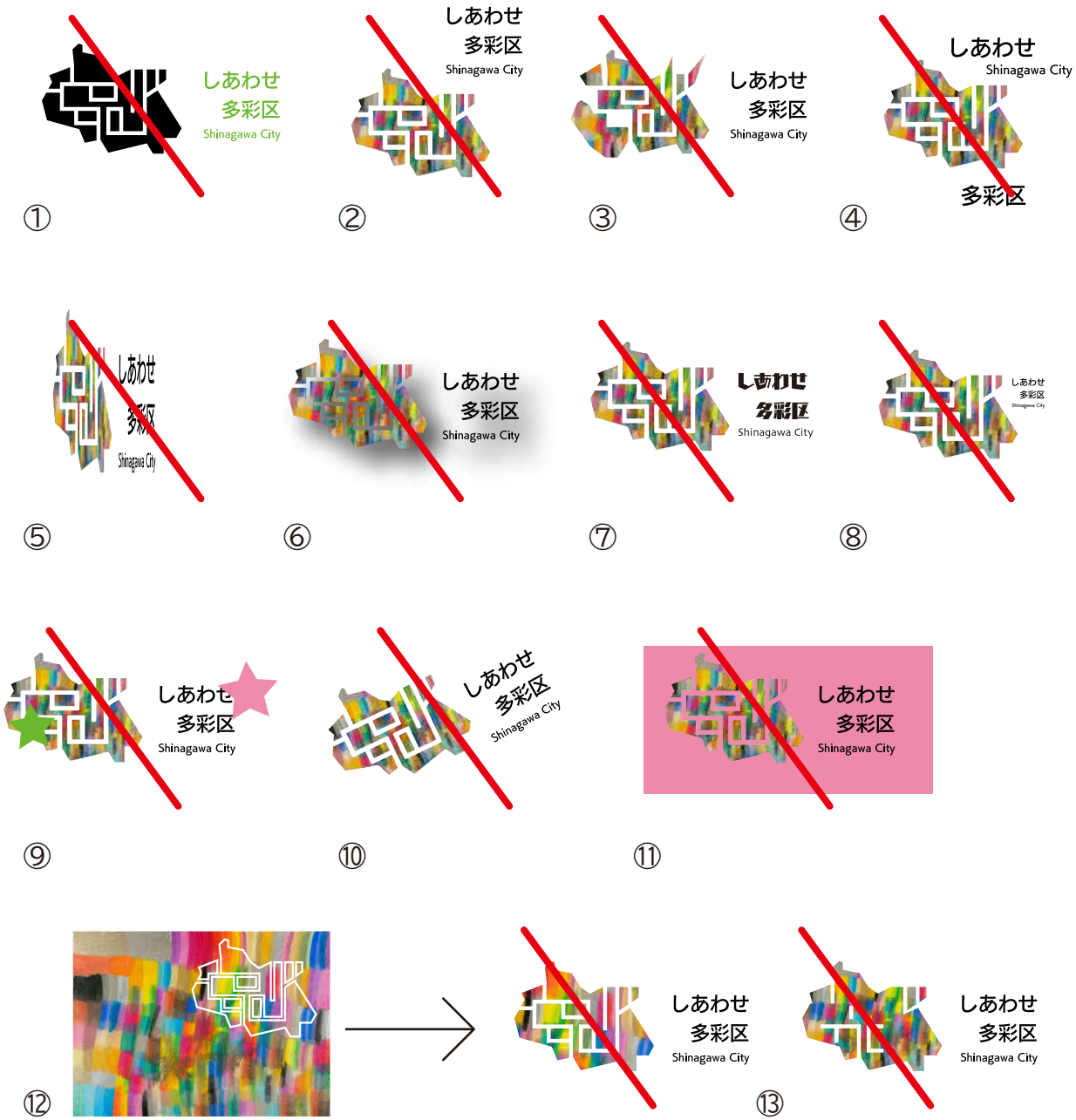
03-4

Logo: 禁止事項

ロゴマークをレイアウトする時の禁止事項

下記の変更に関しては注意してください。

① カラー変更
② マークとタイプの位置変更
③ 変形
④ 分解
⑤ 比率変更
⑥ エフェクトをかける
⑦ ロゴフォント変更
⑧ マークとタイプのサイズ変更
⑨ 新しい要素追加
⑩ 回転しての使用
⑪ 背景色の変更
⑫ アートの再トリミング
⑬ ロゴの中の文字塗りつぶし



03-5

Logo: 推奨事項

ロゴマークを透明メディアでレイアウトする時の活用事項

クリア・ガラス素材などの透明なメディアや、
木・食品など素材本来のメディアに印刷する
場合は、背景に白を引いたロゴ素材の活用を
お願いします。

下地を白く塗りつぶし
白を引いてカラーをはっきり出す

ロゴマーク単体の場合は
下地に白のオフセットを引く

04-1

Art：アーティスト紹介

岡部 志士
Yukihito Okabe

希望の園（三重県）
クレパスを塗って面をつくり、その色を消すようにニードルで削ってできたカスを集め、粘土のようにして遊びながら作品を創る。実はその削りカスを集めてできた固まりこそが本人にとって本当の作品であり、結果としてできた絵画に興味はない。その時期や気分で色の使い方や塗り方が変わるが、削る工程はずっと変わらない。

04-2

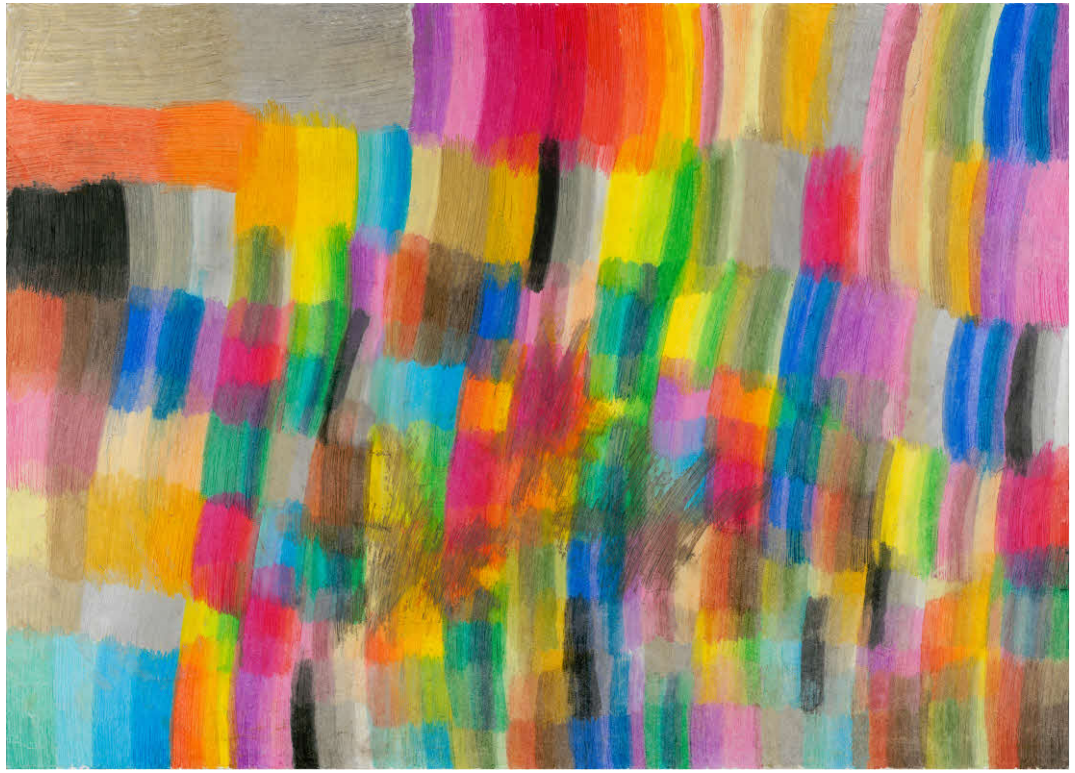
Art：作品紹介

作品タイトル

「Yay Yay Shinagawa 2025」

制作について

個性が粒立ち、地域ごとに違った表情をもつ品川らしさと「誰もが生きがいを感じ、自分らしく暮らしていける品川」を多彩な色で表現しています。



04-3

Art：禁止事項

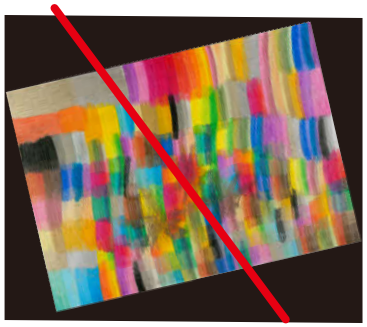
アートを使用する際の禁止事項

① カラー変更
② モノクロ使用
③ 反転しての使用
④ 回転しての使用
⑤ 比率変更
⑥ 分解、再構築
⑦ 文字の形に沿ったトリミング
⑧ トリミングについては次ページ参照

①

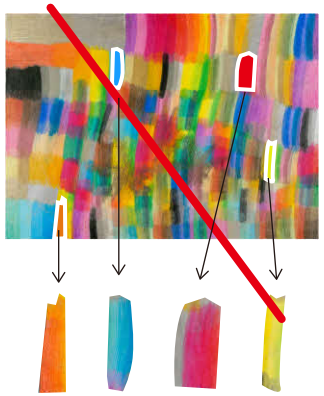
②

③



④

⑤



⑥

アートの上に文字を配置する際の推奨事項

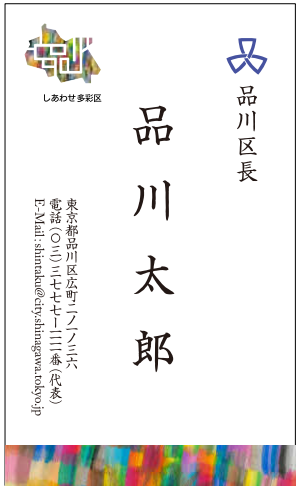
①デザインを検討する際にアートの上に
文字を配置する場合、UDゴシックの
フォントを推奨。

⑦

04-4

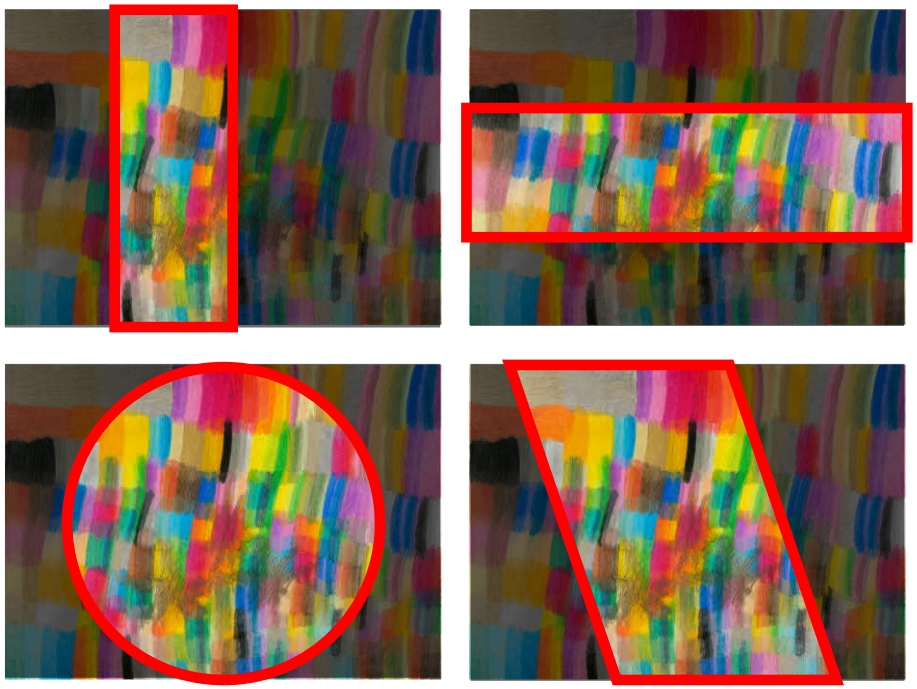
Art:アートトリミングについて

アートをトリミングする際には上下もしくは
左右を横断してください。
アートのトリミングは最低1cm以上確保して
ください。



1cm

OK



NG

05

About：株式会社ヘラルボニーについて

ヘラルボニーは、「異彩を、放て。」をミッションに、障害のイメージ変容と福祉を起点に新たな文化の創出を目指すクリエイティブカンパニー。障害のある作家が描く2,000点以上のアート作品をIPライセンスとして管理し、正当なロイヤリティを支払うことで持続可能なビジネスモデルを構築。

ライフスタイルブランド「HERALBONY」の運営をはじめ、企業との共創やクリエイティブを通じた企画・プロデュース、社員研修 プログラムを提供するほか、国際アートアワード「HERALBONY Art Prize」の主催など、アートを軸に多角的な事業を展開しています。
2024年9月より海外初の子会社としてフランス・パリに「HERALBONY EUROPE」を設立。

HERALBONY

本ガイドラインに関するお問い合わせ

品川区 区長室 戦略広報課 都市ブランディング担当
〒140-8715 東京都品川区広町2-1-36
本庁舎 5階
電話：03-5742-6043（直通）
FAX：03-5742-6870
E-mail：koho-cb@city.shinagawa.tokyo.jp

令和7年3月13日制定
令和8年4月1日改訂
※本ガイドラインは、変更されることがございます。