



未来の横浜を表すロゴマーク

使用ガイドライン

目次

●使用にあたって	01・02
●基本形	03
●単色	04
●保護領域・最小使用サイズ	05
●ロゴマークの使い方	06
●横組	07
●横組 保護領域・最小使用サイズ	08
●背景色について[ロゴマーク・基本色]	09
●アプリケーション	
懸垂幕・横断幕	10
冊子	10
パワーポイント用フォーマット	10
ポスターなど	11
共催・後援名義などを示す場合	11
●未来の横浜を表すロゴマークについて	12
●ハママークとロゴマークの関係	13
●ロゴマーク・スローガンの意味	14
●ステートメント	15

ロゴマークの使用目的(使用取扱要綱第2条)

ロゴマークは、横浜市民の横浜への愛着や誇りを高めるとともに、横浜のイメージを市の内外に発信するために使用するものとします。

使用できる場合(使用取扱要綱第3条)

ロゴマークは、次の各号のいずれかに該当する場合を除き、どなたでもご使用いただけます。

- (1) 横浜市の品位を傷つけるとき又はそのおそれのあるとき。
- (2) 自己の商標や意匠とするなど、独占的に使用するとき又はそのおそれのあるとき。
- (3) 法令又は公序良俗に反するとき又はそのおそれのあるとき。
- (4) 特定の個人や事業者、団体、政党、宗教団体を横浜市が支援又は公認しているような誤解を与えるとき又はそのおそれがあるとき。
- (5) 前各号に定めるもののほか、その使用が前条に定める使用目的に鑑みて不相当であると横浜市長（以下「市長」という。）が認めるとき。

ロゴマークの使用手続き(使用取扱要綱第4条)

◆申請

事前（使用のおおむね営業日1週間前まで）にロゴマーク使用承認申請書（様式第1号）、使用イメージが分かる資料を提出してください。

◆申請先

政策経営・国際戦略局広報・プロモーション戦略課
電話：045-671-2331 e-mail：ss-kohopromo@city.yokohama.lg.jp

◆審査及び配布

申請に基づき配布の可否を審査し、使用を承認した場合は申請者に承認書とともにロゴマークのデータを送付します。

ただし、次に該当する場合は、所定の書式により使用目的、使用形態、製作数、使用期間及び連絡先を3日前までに申し出ることによってロゴマークの使用ができます。

- (1) 横浜市がその業務の目的において使用する場合
- (2) 横浜市が共催又は後援する行事について、その共催又は後援を示す目的において使用する場合
- (3) その他申し出ることを必要としないと市長が認めた場合



- 右羽根部分 C100% + M100% + K40%
PANTONE 2755
- 下羽根部分 C100% + M50%
PANTONE 286
- 左羽根部分 C100%
PANTONE Process Cyan
- 文字部分 K100%

単色

黒もしくは「基本形」の右羽根部分の色をベースとした色を用い、下記の濃淡で表現する。



- 右羽根部分 100%
- 下羽根部分 60%
- 左羽根部分 25%
- 文字部分 100%



- 右羽根部分 0%
- 下羽根部分 40%
- 左羽根部分 75%
- 文字部分 0%

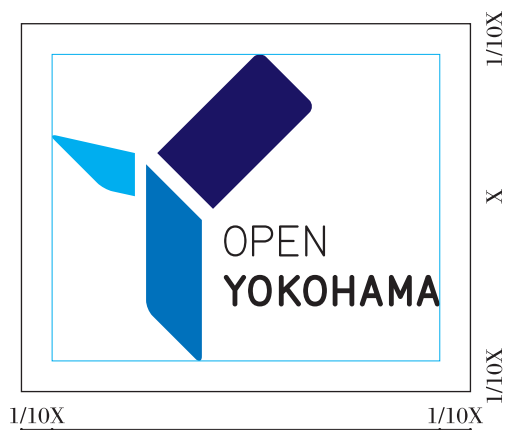
濃淡のない単色を使用したい場合はご相談ください。

※木や金属、皮革等の素材に焼印やエンボス加工、型押し等で表現し、色の濃淡が出せない場合

※背景のスケールカラーが40%を超える場合で、視認性を高めるために濃淡のない単色を使用したい場合など

保護領域・最小使用サイズ

保護領域内には、濃い背景色や模様等はいれないでください。
背景色を使う場合は、背景色について(P09)を参照ください。



ロゴマーク 最小使用サイズ

※拡大・縮小する場合は、マークの縦横比を変更しないでください。



← 15mm →

ロゴマークの使い方

原則

横浜のイメージを発信するためのロゴマークですので、単独で使用してください。

他のマークと並べたり、イラストの一部として使ったり、

改変するなど、マークの独立性やイメージを損なう使い方は避けてください。

背景は無地を基本とします。

ロゴマークの使い方で迷った場合は、お問い合わせください。

使用禁止例



複数のロゴを同時に使用しない



他のマークと並べたり近接して使用しない



一部の色を変えない



斜めに使用しない



アウトライン表現はしない



マークを変形したり
他の図形や文字と重ねて使用しない



書体の色を変更したり
異なる書体を使用しない



文字の位置を変えない

横組

ロゴマークの表示面の縦面が短いときなどに、横組を使うことができます。



保護領域内には、濃い背景色や模様等はいれないでください。
背景色を使う場合は、背景色について(P09)を参照ください。



ロゴマーク 最小使用サイズ

※拡大・縮小する場合は、マークの縦横比を変更しないでください。



← 20mm →

背景色について[ロゴマーク・基本色]

基本は白地としますが、背景色によってロゴマークの視認性が妨げられることがあります。

ロゴマークの背景を表現する場合は、以下のスケールカラーを参照してください。



◆懸垂幕・横断幕

※ 4 隅のいずれかに配置する

※ 大きさは、長辺の1/5以下のサイズとする

懸垂幕・横断幕



◆冊子

※ 4 隅のいずれかに配置する

※ 冊子など裏面が使用できる場合は、裏面の中心に配置するのも可

※ 大きさは、長辺の1/5以下のサイズとする

◆パワーポイント用フォーマット

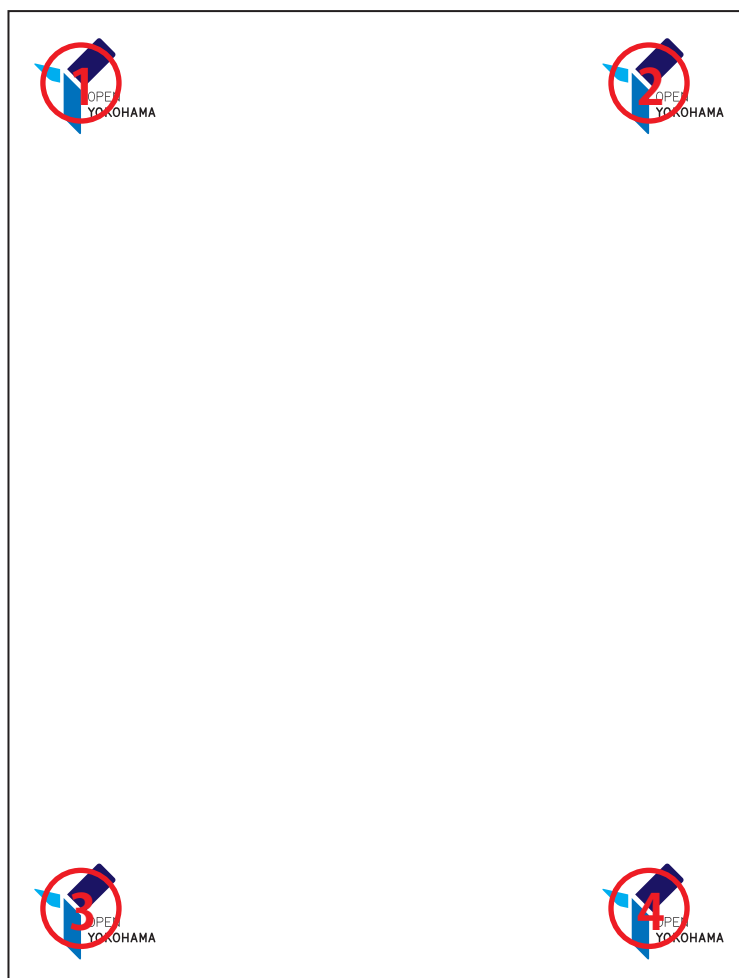
※ 4 隅のいずれかに配置する

※ 大きさは、長辺の1/5以下のサイズとする

◆ポスターなど

※ 4 隅のいずれかに配置する

※ 大きさは、長辺の1/5以下のサイズとする



◆共催・後援名義などを示す場合

※ テキストのみの表示も可だが、可能な限りロゴを入れることを推奨する

※ 名義を入れる場合にはロゴの右側に入れる

※ 名義の使用については、区局の定める取扱要綱に基づく



未来の横浜を表すロゴマークについて

概要

2009年、開港150周年という記念すべき年に、市民の横浜への誇りや愛着心を高めるとともに対外的発信力を強化するため、「市民参加型都市ブランド共創プロジェクト”イマジン・ヨコハマ”」が行われました。874人の市民ボランティアが中心となり、市民同士が横浜の未来を語り合い、横浜の未来像を描きました。それは「ステートメント」に表現され、さらにステートメントを短い言葉や図柄で表す「スローガン」「ロゴマーク」が生まれました。市民の想いの詰まった「ステートメント」「スローガン」「ロゴマーク」は、開港200周年に向けて市民のみなさまと共有し、さまざまな場面でお使いいただくとともに、国内外への横浜のイメージ発信にも活用していきます。

背景と特徴

横浜では2005年以降、東京都・神奈川県他市町村との転出入者数で、転出超過傾向が続き、横浜市民の定住意向に減少傾向が見られます。また世界の主要都市と比べ、国際的知名度は依然として低い傾向にあります。さらに横浜は郊外区の発展などに伴い、「横浜＝港」というブランドイメージで包含しきれない多様な魅力を獲得しており、367万市民の一体感醸成につながる新しいブランドイメージが求められています。こうした中、開港150周年を契機として、次の2つを特徴としたブランド構築を行いました。

- 市民参加のブランドづくり
市民の横浜への想い・意見を収集・集約してブランドを構築することにより、市民の横浜への誇り・愛着心の高まりにつなげます。
- 未来志向のブランドづくり
市民同士が横浜の未来を語り合い、その中から導き出された未来像を都市ブランドとすることにより、市民の想いを未来へつなげていきます。

策定プロセス

2008.12	市民ボランティア募集		
2009.02	第1回都市ブランド研究会(有識者会議)		
2009.02	横浜ブランドイメージ調査		
2009.03	キックオフワークショップ 第2回都市ブランド研究会	市民による参加・対話	WEBなどによる情報交換・発信
2009.03～	ボランティア研修		
2009.05	ワールドカフェ(約500人が参加)		
2009.05～	出張ワークショップ イメージコレクターズ つながりインタビュー		
2009.12	市民意見の集約 ステートメント制作	横浜市による集約	
2010.01	第3回都市ブランド研究会 スローガン・ロゴマーク制作		
2010.03	横浜の未来を語るワークショップ	市民による参加・対話・投票	
2010.04～	ロゴマーク市民投票		
2010.06	ステートメント・スローガン・ロゴマークを開港記念式典で披露		

ハママークとロゴマークの関係

ハママークが横浜市の「き章」であるのに対し、ロゴマークは横浜というまちのマークです。



未来の横浜を表すロゴマーク



ハママーク

制定年	2010年[開港151周年]	1909年[開港50周年]
位置づけ	横浜のブランド価値を端的に表現するマーク	横浜市き章[明治42年6月5日告示第44号]
役割	市民の横浜への誇りや愛着を高める 横浜の対外的なPRへの活用	横浜市に属することを示す
想定する使用者	横浜市、横浜市民、市内事業者など	横浜市
用途例	市民が都市ブランドの描く未来像を共有するためのシンボル 横浜のPRの際のアイキャッチ的な使用 ロゴマークを活用したグッズ作成など	職員き章 住民票など市の発行する証明書 公的行事の際のき章旗掲揚 市管理のマンホール[一部]など

ロゴマーク・スローガンの意味

ステートメントが描く横浜の未来像を、図柄で表したものがロゴマーク、短い言葉で表したものがスローガンです。

ロゴマーク[横浜の未来像のシンボル]



〈ロゴマークに込められた想い〉

ステートメントに書かれている横浜に吹く自由で開放的な風をイメージし、風車の羽をモチーフにYOKOHAMAの「Y」を表したものです。

3つの異なる四角形は、横浜の多様性を表しています。

様々なヒト、モノが出会い、交差する場所。

横浜のシンボリックな色である青を、

3つの濃さで使用することで、マークに動きを与えています。

スローガン[未来の横浜の合言葉]

OPEN YOKOHAMA

〈スローガンに込められた想い〉

横浜の未来像を多くの人にわかりやすく伝える言葉です。

開港を経て発展した横浜にふさわしく、開放的で自由な横浜らしさを表しています。

市民が自ら新たな活動を生み出すきっかけとなる言葉であり、

対外的にも横浜のおもてなしの心を伝えています。

ステートメント

ステートメント [横浜の未来像]

笑う。食べる。学ぶ。
働く。遊ぶ。深呼吸する。
生きていくうえで関わるすべてのことが、
手の届く範囲の中にある。
港と丘、文化と自然、歴史あるものと新しきもの。
時には葛藤しながらも、
様々なものをやさしく包み込み、
人が、人と、人らしく、すごせる街。
自然に、自分らしくいられる街。
そんな街で、あなたとわたしが、
出会い、認めあい、高めあう。

それは、ここに暮らす人たちが
自ら思い描いた、未来のヨコハマ。
長い歩みの中で、異なるものを受け入れ、
新たなものを生み出しつづけたヨコハマの、
もう始まっている未来。

いまと未来をむすぶのは、
開港を経てヨコハマが育んできた真の多様性と、
住みやすい環境を自分たちで創りだす市民のチカラ。
ここにしかない自由で開放的な風が吹き抜ける。
そんなヨコハマを、みんなで創りあげよう。



未来の横浜を表すロゴマーク

〔使用ガイドライン〕

平成23年2月発行
平成24年3月改訂

平成30年6月改訂
令和3年5月改訂
令和3年8月改訂
令和4年4月改訂
令和7年4月改訂
令和8年4月改訂