



むむっ! むなかた。

宗像市都市ブランド  
ロゴマーク・キャッチコピー運用マニュアル

2014/05/15

宗像市は、子育て世代や新婚世代の人たちが「住みたい」「住み続けたい」と感じることができる都市イメージの確立を目指し、都市ブランドづくりを進めてきました。その流れの中で、本市が目指す都市ブランドをわかりやすく表現したロゴマークとキャッチコピーが必要となり、一般公募を行いました。その後、市民の皆様による投票を経て、2014年3月に決定いたしました。

このロゴマークおよびキャッチコピーは、本市の子育て・教育環境の魅力をプロモーションする際や、市民の皆様による子育て支援活動、そして教育・福祉・まちづくり等の子どもたちを対象とした各種活動を推進していく際に使うことができます。

また、ロゴマークおよびキャッチコピーを活用して都市ブランドを高めていくためには、かたちや色、バランスなど、一定の質を保つ必要があります。そのルールを定めたものが、本マニュアルです。パンフレットやウェブサイト、看板等に用いる際には十分に目を通した上での運用をお願いいたします。

## 1 ログマーク

宗像市の「宗」をモチーフとして、子どもの顔を表現したログマークです。  
キャッチコピーから切り離し、ログマーク単体で使用することができます。

[ カラー ]



[ 単色 ]



1 ロゴマーク + キャッチコピー **A** タイプ

ロゴマークとキャッチコピーを組み合わせることで、ブランドイメージをより強調することができます。A～C、3つのタイプのうちの、Aタイプです。

[ 横組み ]  
カラーと単色

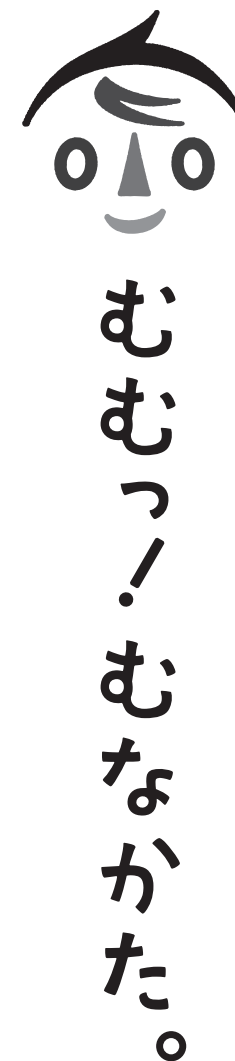


むむっ! むなかた。



むむっ! むなかた。

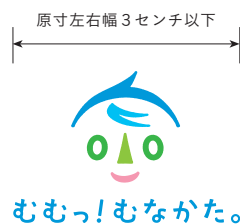
[ 縦組み ]  
カラーと単色



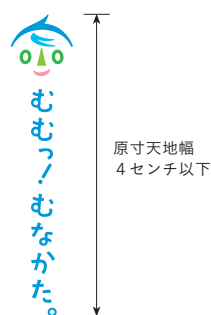
縮小タイプ

特に小さく使用する場合の再現性に配慮し、調整を加えたものです。右記の使用サイズ以下になる場合に使用してください。ロゴマークとキャッチコピーが判読できる範囲内での使用を留意してください。

[ 横組み ]



[ 縦組み ]



## 1 キャッチコピー A タイプ

キャッチコピーを表現したオリジナル書体です。  
ロゴマークから切り離し、キャッチコピー単体で使用することができます。  
A～C、3つのタイプのうちの、Aタイプです。

[ 横組み ]

むむっ! むなかた。

[ 縦組み ]

むむっ!  
むなかた。

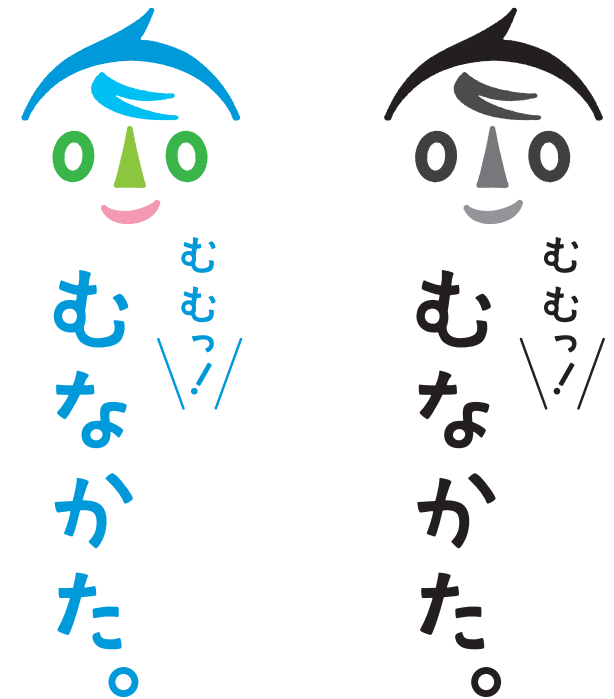
1 ロゴマーク + キャッチコピー B タイプ

ロゴマークとキャッチコピーを組み合わせることで、ブランドイメージをより強調することができます。A～C、3つのタイプのうちの、Bタイプです。

[ 横組み ]  
カラーと単色



[ 縦組み ]  
カラーと単色



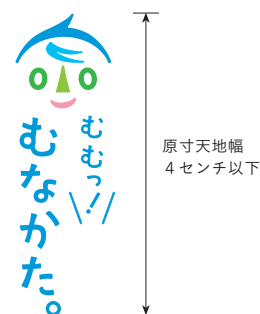
マイクロタイプ

特に小さく使用する場合の再現性に配慮し、調整を加えたものです。右記の使用サイズ以下になる場合に使用してください。ロゴマークとキャッチコピーが判読できる範囲内での使用を留意してください。

[ 横組み ]



[ 縦組み ]



1 キャッチコピー **B** タイプ

キャッチコピーを表現したオリジナル書体です。  
ロゴマークから切り離し、キャッチコピー単体で使用することができます。  
A～C、3つのタイプのうちの、Bタイプです。

[ 横組み ]

＼ むむっ! /  
むなかた。

[ 縦組み ]

む  
な  
か  
た。  
むむっ!

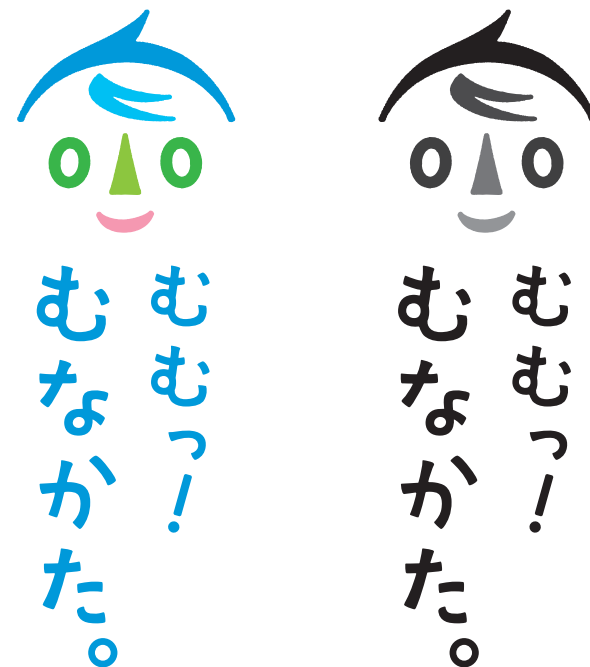
# 1 ロゴマーク + キャッチコピー C タイプ

ロゴマークとキャッチコピーを組み合わせることで、ブランドイメージをより強調することができます。A～C、3つのタイプのうちの、Cタイプです。

[ 横組み ]  
カラーと単色



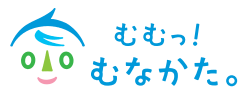
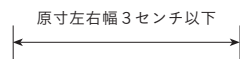
[ 縦組み ]  
カラーと単色



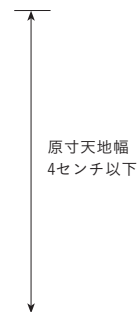
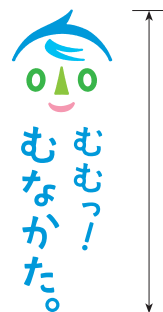
## マイクロタイプ

特に小さく使用する場合の再現性に配慮し、調整を加えたものです。右記の使用サイズ以下になる場合に使用してください。ロゴマークとキャッチコピーが判読できる範囲内での使用を留意してください。

[ 横組み ]



[ 縦組み ]





## 1 キャッチコピー C タイプ

キャッチコピーを表現したオリジナル書体です。  
ロゴマークから切り離し、キャッチコピー単体で使用することができます。  
A～C、3つのタイプのうちの、Cタイプです。

[ 横組み ]

むむっ!  
むなかた。

[ 縦組み ]

むむっ!  
むなかた。






## 2 カラー表示

### 基本カラー

基本カラーは、ブランドイメージを的確かつ視覚的要素として効果的に伝えるうえで重要なものです。できるだけ正しい色再現を心掛け、統一を図ってください。



むむっ! むなかた。






	キャッチコピーと頭の部分 C 9 0 % + M 2 0 % ( DIC 640s )
	髪の毛の部分 C 7 0 % ( DIC 2176s )
	目の部分 C 7 5 % + Y 1 0 0 % ( DIC 642s )
	鼻の部分 C 5 0 % + Y 1 0 0 % ( DIC 170s )
	口の部分 M 5 0 % + Y 1 0 % ( DIC 2003s )

### 単色表示

用途によって単色の色指示が必要な場合は、キャッチコピーはベタ（100%）で、ロゴマークは頭をベタ（100%）、髪の毛を85%、目を90%、鼻を65%、口を50%で表示します。



むむっ! むなかた。

	キャッチコピーと頭の部分 BL 1 0 0 %
	髪の毛の部分 BL 8 5 %
	目の部分 BL 9 0 %
	鼻の部分 BL 6 5 %
	口の部分 BL 5 0 %

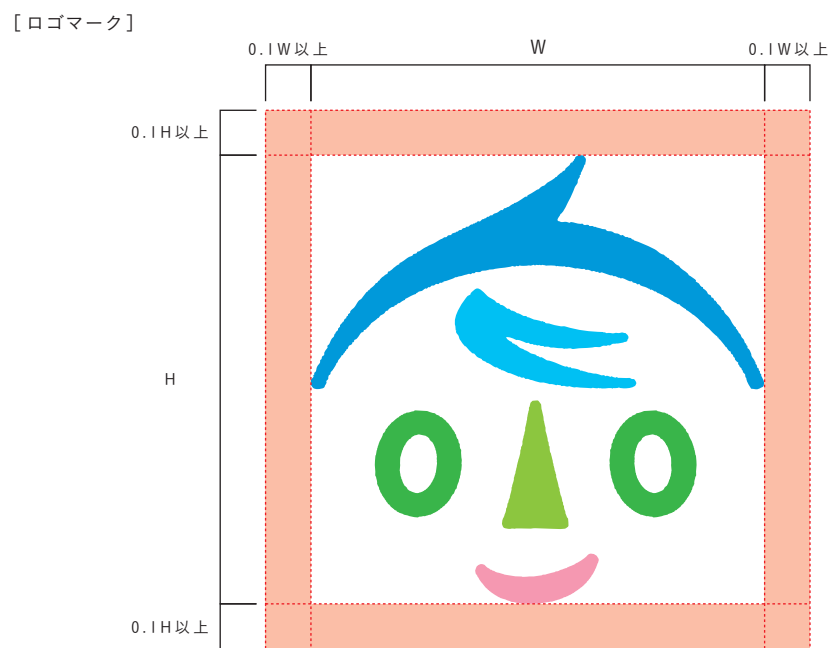
### ネガ表示

表示する箇所の背景とのコントラストによって識別性が十分に得られない場合は全てが白抜きになります。



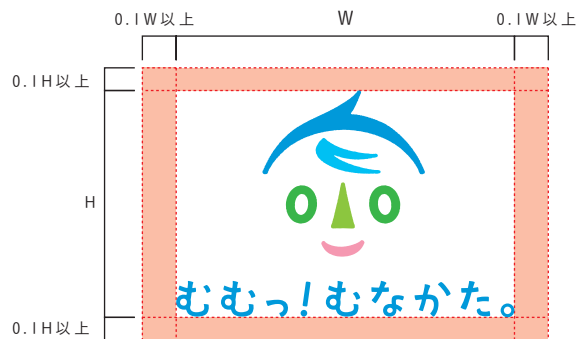
### 3 クリアスペース

図示したオレンジ色のエリアは、ロゴマークおよびキャッチコピーと他の要素との最小余白を示したものです。ロゴマークおよびキャッチコピーの視認性と独立性を確保するためにこれ以上の余白を設けてください。

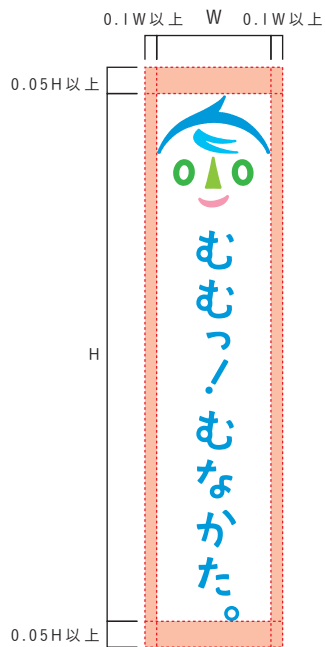


### 3 クリアスペース **A** タイプ

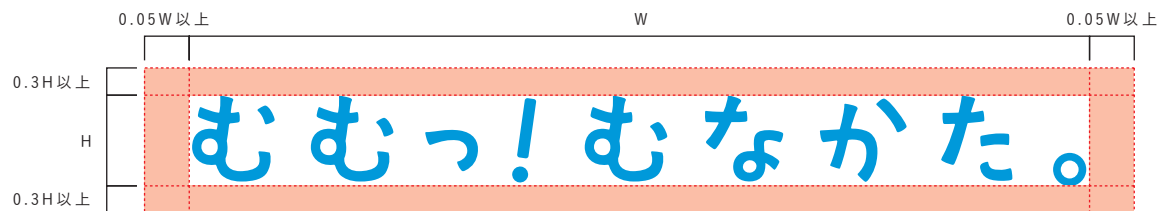
[ロゴマーク + キャッチコピー／横組み]



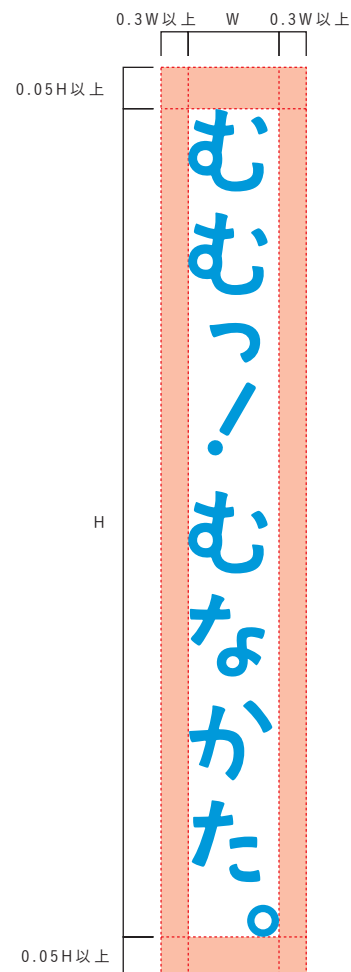
[ロゴマーク + キャッチコピー／縦組み]



[キャッチコピー／横組み]



[キャッチコピー／縦組み]

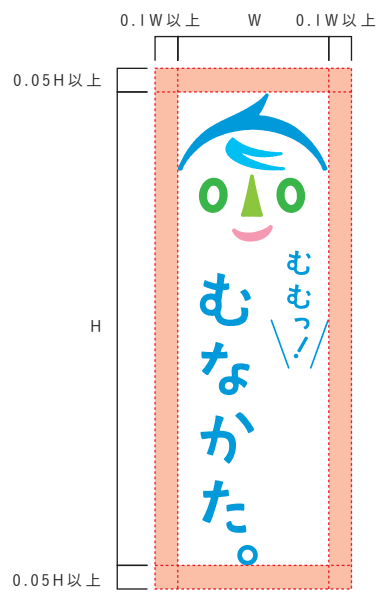


### 3 クリアスペース B タイプ

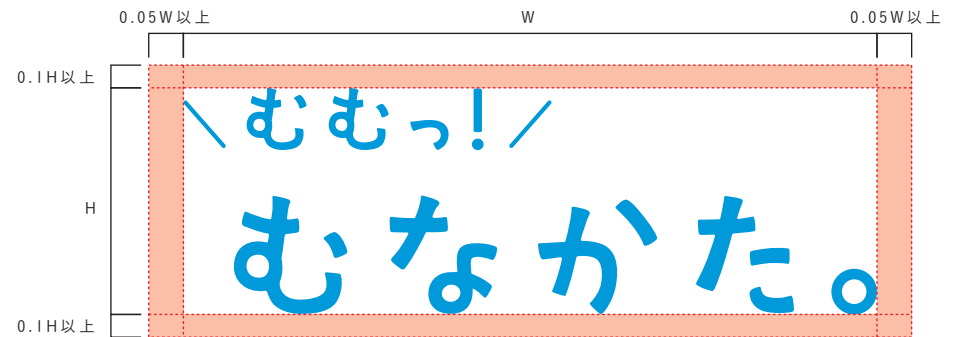
[ロゴマーク + キャッチコピー／横組み]



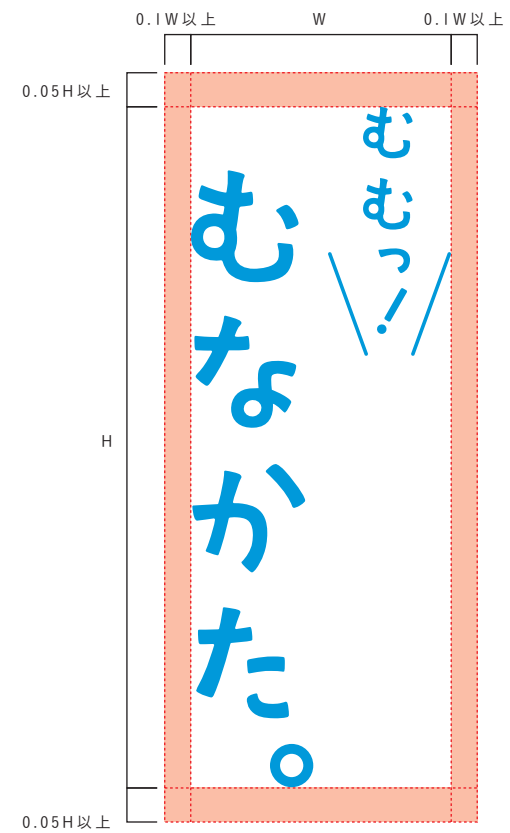
[ロゴマーク + キャッチコピー／縦組み]



[キャッチコピー／横組み]

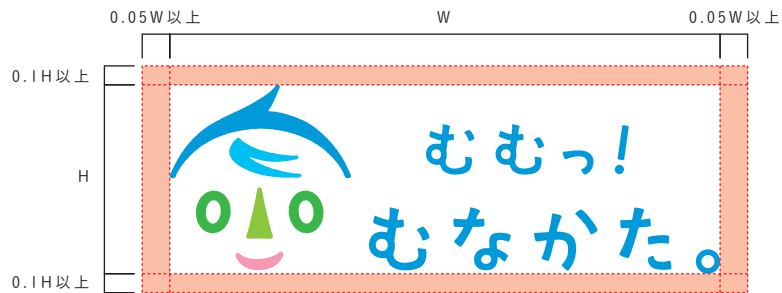


[キャッチコピー／縦組み]

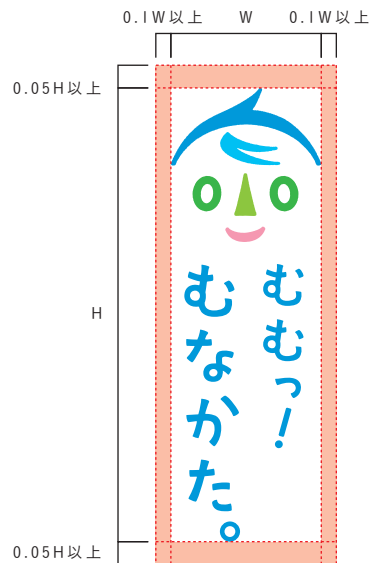


### 3 クリアスペース C タイプ

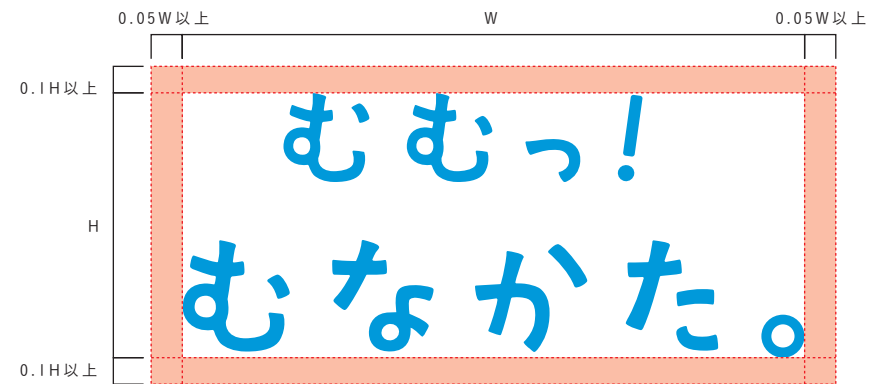
[ロゴマーク + キャッチコピー／横組み]



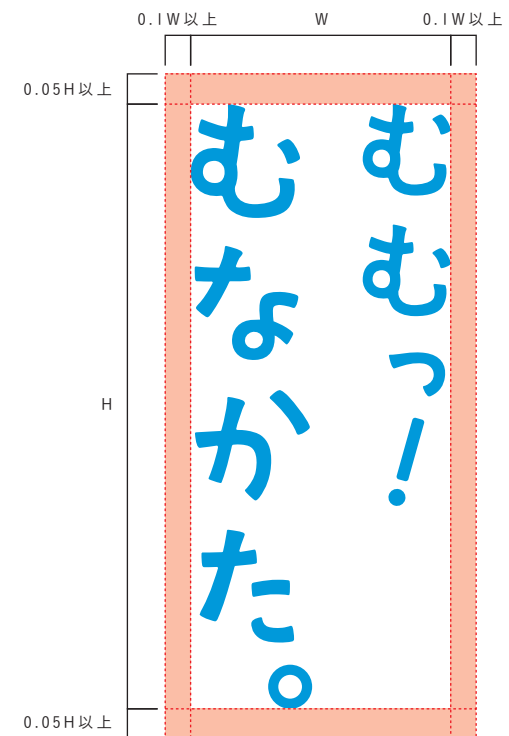
[ロゴマーク + キャッチコピー／縦組み]



[キャッチコピー／横組み]



[キャッチコピー／縦組み]



## 4 ロゴマーク（基本要素）の使用禁止例

ロゴマークおよびキャッチコピーは、一貫性を確保し正しく使用することにより、本来の機能を十分に発揮します。右記のような使用は避けてください。

書体を変えて表示する



形やバランスを変えて表示する



文字間やマークを変えたり角度を変えて表示する



規定のない組み方をする



イメージが異なって見えるような要素と組み合わせる



白フチをつけたり影をつける



見えづらい地色に表示する



識別しにくい背景に表示する



基本カラー以外の色で表示する

