



国立公園
ビジュアルデザインガイドブック



その自然には、物語がある。

Stories to Experience

— National Parks of Japan —

「その自然には、物語がある。」は、日本を代表する「傑出した自然の風景地」として国が指定した全国 34 の公園が、訪れる人々にどのような価値を提供するのかを集約した国立公園のブランドスローガンです。

日本は、四季があり、南北に長く、標高差があり、複雑な地形を持っています。さらにその多様な自然風景には、人の生活や文化、歴史が存在します。

国立公園全体、また各公園で様々な活動に関わる発信をする時に、それぞれがこれらの価値を念頭に置きながら行うことで、ブランド活動が促進されます。

【国立公園の機能価値】

- ・ 一期一会の自然風景の多様性を感じることができる。
- ・ 自然と人々の共生による生活・文化を体験できる。
- ・ 地域の人々やレンジャーたちが対話し、守ってきた歴史を学ぶことができる。

【国立公園の情緒価値】

- ・ 自然風景・自然体験・文化体験の多様性に感心する。
- ・ 自然と人の共生で生まれた歴史や物語が心に響く。



【提供価値】

- ・ 「その自然には、物語がある。」

多様な自然風景と、
生活・文化・歴史が凝縮された物語を知ることで、
忘れられない唯一無二の体験ができる。

平成 28 年度国立公園満喫プロジェクト
プロモーション計画策定等事業実施業務報告書参照



目次

目次	3
本ガイドブックの目的	4
第1章 国立公園のブランディングの考え方	5
なぜブランディングが必要なのでしょう。	6
国立公園の「価値」をつくりあげていく。	6
看板は国立公園の案内人。	7
訪れる人にも働く人にも、より良い場所にする。	8
国立公園統一マークについて	9
コンセプト	9
統一マークのバリエーション	9
統一マークのカラー	10
統一マークのサイズ・アイソレーション	10
統一マーク NG 表示例	11
国立公園フォントについて	12
コンセプト	12
フォントの特長・使用例	12
第2章 国立公園のデザインガイド	13
ガイド全体について	14
i) ガイドの対象	14
ii) ガイドの運用区分	14
1- 標識	15
1- i) 分類／機能	15
1- ii) 分類／形状	16
1- iii) ゾーニング	17
1- iv) 色・素材	18
1- v) フォント	19
1- vi) 標識構造別のレイアウト例	20
2- 印刷物	39
2- i) 運用区分／推奨デザイン	39
2- ii) リーフレット	40
2- iii) ポスター	41
3- SNS	42
4- 動画	43

国立公園 ビジュアルデザインガイドブック
監修：日本デザインセンター

はじめに

ガイドブック策定の経緯・目的

令和元年3月に改訂した自然公園等施設技術指針（平成25年7月制定）第7章 公共標識（サイン類）では、国立公園における公共標識の整備及び改修にあたり、デザインの統一や、国立公園の価値や魅力の浸透・定着を図るために、国立公園統一マークや国立公園フォントの仕様について追加をしました。

本ガイドは当該技術指針において公共標識における国立公園統一マーク及び国立公園フォントの標準例が不足していることからそれらを補いイメージを担保すること、また、国立公園統一マーク以外のロゴマークと表示される場合のルール等を確立すること、さらに、公共標識に加え、動画、SNS、印刷物においても統一されたビジュアルデザインを示すことで国立公園全体のブランディング力を高めることを目的としたものです。

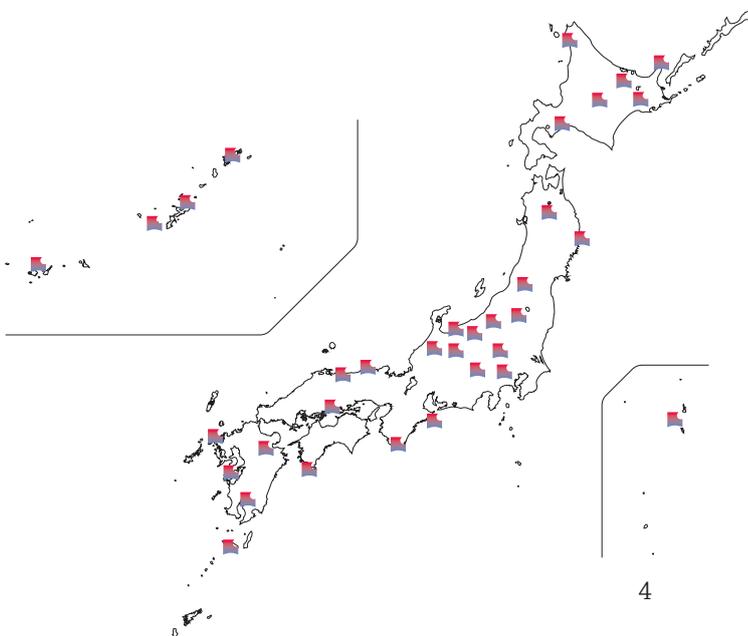
34公園が進む方向を揃える

2020年9月の全公園を対象としたヒアリング調査により、標識の表示や広報媒体のトーン等が、国立公園全体としての統一が図られておらず、現在の国立公園は、訪れる場所によって来園者の印象に差があることがわかりました。

サービスや場所の真の価値を見出し、方向性を揃えて発信を行う活動をブランディングと言います。この活動により、各々の公園の認知や体験の質を上げるとともに、国立公園ブランド全体の価値も向上させることができます。本ガイドブックのもと34公園が進む方向を揃えることで、国立公園の表現やイメージが一致し、訪れる人、ここで働く人に国立公園ブランドが目指す姿が理解しやすくなり、愛着、誇り、守りたい気持ちが今まで以上に醸成されると考えます。

34の個性を持つ国立公園をより効果的に情報発信していくために、10年、50年、100年先にも日本の豊かな自然とその価値を繋いでいくために、いま出来ることをしっかりと進めていきましょう。

環境省 国立公園課
国立公園利用推進室



第 1 章

国立公園のブランディングの考え方

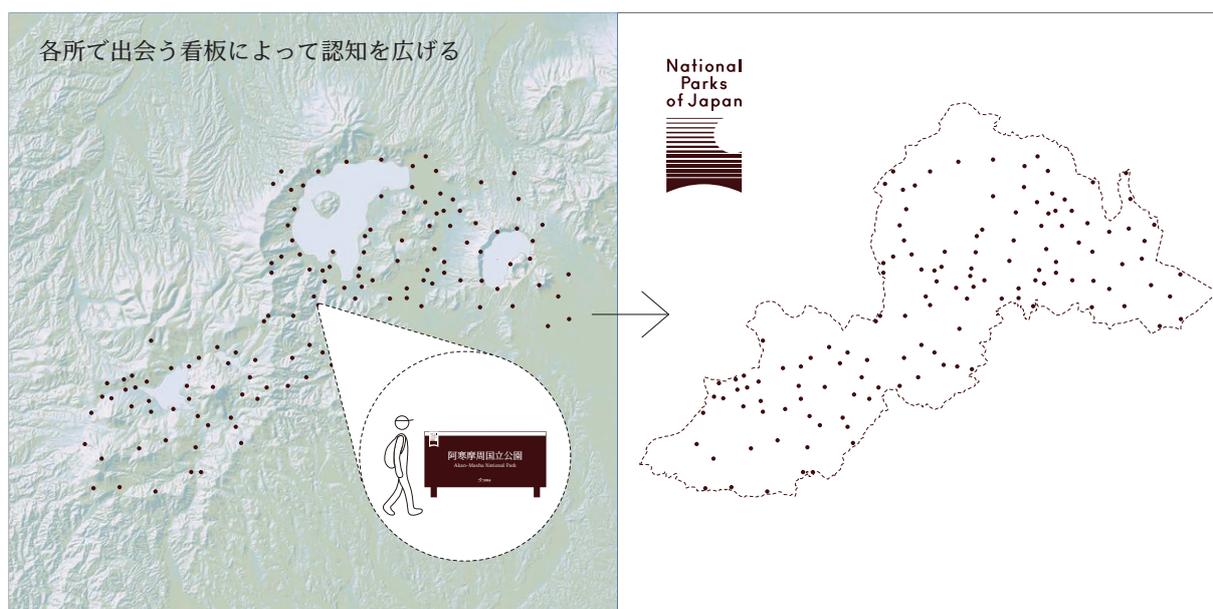
第1章 国立公園のブランディングの考え方

看板は国立公園の案内人。

国立公園を訪れる人に対して、その特徴や魅力をわかりやすく伝え、誘い、迎え入れるのが看板や印刷物の役割です。そこに人はいませんが、情報の正確性はもちろんデザインによる佇まいによって、国立公園らしさや確かな品質を伝えることができます。さらに全ての公園に共通したデザインは「国立公園ブランドの証」となり、安心と信頼を与えます。



点在する案内が統一されることによって、広大な敷地内でも、国立公園に居るということを認知してもらうことができます。

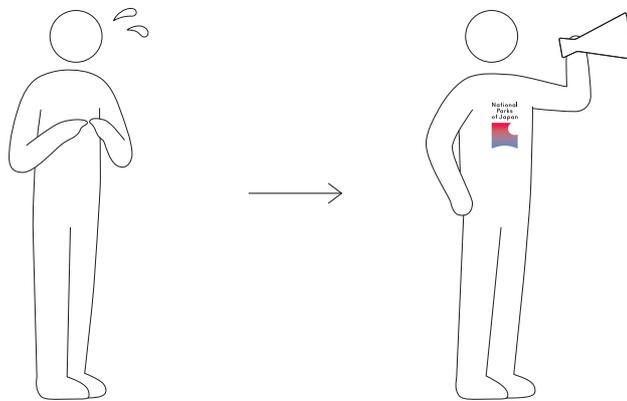


第1章 国立公園のブランディングの考え方

訪れる人にも働く人にも、より良い場所にする。

一貫したイメージの発信を続けていくことにより、質の高い情報が蓄積され、一般の人にとっては「訪れたい場所」、ここで暮らす人、仕事に従事する人にとっては「誇りの持てる場所」「大切にしたい場所」とあるとの意識が育まれます。そのために、誰もが自信を持って発信ができる、基本的なデザインガイドを作成しました。

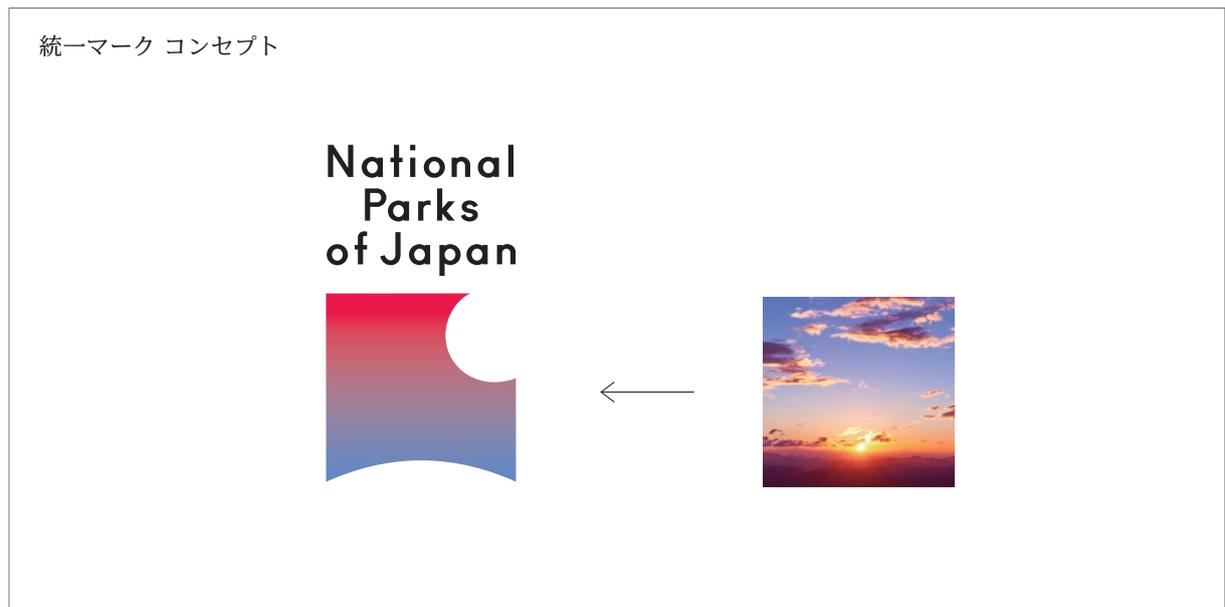
ルールによって、自信を持って発信できる



国立公園統一マークについて

コンセプト

太陽が地平線から昇る様子を表したマークです。
 鮮やかな色のグラデーションで日本らしい霞がかった風景を表現。
 幾何図形を用いて日の出を抽象化することにより豊かな多様性を内包する
 「空間」としての国立公園を簡潔に表しています。



統一マークのバリエーション

マークは以下のバリエーションがあります。
 用途に応じて最適なマークを使用してください。

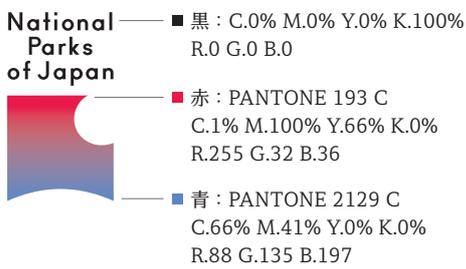
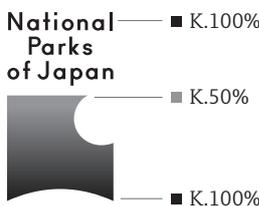
	カラー			モノクロ		単色	
〈静止〉 - 基本		フレーム付 	フレーム付 ヌキ ※背景写真、 動画のみ		フレーム付 		フレーム付
- 例外／マーク単独 限られたスペースで 視認性を確保する為に使用 例：SNS アイコン、道路標識		—	—				
〈モーション〉 モーションでの表現が 効果的なデジタル媒体に使用 例：動画、WEB					—	—	—

※フレーム付の詳細は次項参照

第1章 国立公園のブランディングの考え方

統一マークのカラー

主にカラーのマークを使用しますが、媒体の色の再現性や用途を考慮し、マークを効果的に使用してください。

〈カラー〉 主に紙媒体やウェブなど グラデーションの色の再現が可能な媒体で用いる	〈モノクロ〉 新聞など モノクロ表現の媒体で用いる	〈単色〉 標識など 単色での再現が好ましい媒体で用いる
<p>National Parks of Japan</p> <ul style="list-style-type: none">■ 黒 : C.0% M.0% Y.0% K.100% R.0 G.0 B.0■ 赤 : PANTONE 193 C C.1% M.100% Y.66% K.0% R.255 G.32 B.36■ 青 : PANTONE 2129 C C.66% M.41% Y.0% K.0% R.88 G.135 B.197 	<p>National Parks of Japan</p> <ul style="list-style-type: none">■ K.100%■ K.50%■ K.100% 	<p>National Parks of Japan</p> 

統一マークのサイズ・アイソレーション

デザインにおけるアイソレーションとは、マークの独立性や識別性を保つために設ける、マークの周囲の余白を意味します。マークの使用にあたって、最小サイズやアイソレーションを守り、独立性を保つよう配慮してください。

〈最小サイズ〉	〈アイソレーション〉		
<p>背景 - 白の場合</p> <p>■ 部分には他の要素を入れない</p> 	<p>背景 - 白以外の色や写真、柄の場合</p> <p>背景が写真や色面など白以外の場合、下図のフレーム付マークを使用しフレーム内には他の要素を入れない（※モノクロ・単色版も同様）</p> 	 <p>フレーム付 - 基本 上端や白地に合わせられる場合</p>	 <p>フレーム付 - 例外 上端に合わせられない場合</p>

統一マーク NG 表示例

マークの使用にあたって、好ましくない表示例を示しました。
以下の例を参照し、ブランディングの効果を損なわないよう使用しましょう。

 <p>マーク・ロゴタイプ・ コピー・地名を変形させない</p>	 <p>要素をバラバラに組み合わせたり、 指定以外の位置関係や大きさで 使わない</p>	 <p>各要素の文字を 他のフォントで代用しない</p>
 <p>他の要素を加えて表示しない (アイソレーション参照)</p>	 <p>フレーム内には 他の要素を入れない (アイソレーション参照)</p>	 <p>フレーム付・ヌキは、 背景が国立公園の風景写真や 動画のときのみ使用可</p>
 <p>背景が白でない場合は必ずフレームをつけ、フレームなしの表示は避ける (アイソレーション参照)</p>	 <p>単色表示の場合も背景が白でない場合は必ずフレームをつける (アイソレーション参照)</p>	 <p>テーマカラー以外の色を使用したり、要素ごとに色を変えての表示は避ける</p>
 <p>ロゴタイプと重複する文字を横に併記しない</p>		

国立公園フォントについて

コンセプト

「TP 国立公園明朝」は、雄大な自然と調和し、自然資産としての価値や日本らしい情景を伝えられる専用フォントです。一般的な明朝体よりも横画を太く設計したことで、国立公園としての品格や情緒を保ちつつも、ゴシック体のもつ視認性を併せ持っています。

TP 国立公園明朝について

ヒラギノ明朝 W3
昭和49年(1974年)制定

TP 国立公園明朝 R
昭和49年(1974年)制定

横画が細い

横画が太い

阿寒摩周
国立公園
Akan-Mashu
National Park
摩周湖展望台
Lake Mashu Observatory

阿寒摩周
国立公園
Akan-Mashu
National Park
摩周湖展望台
Lake Mashu Observatory

○情緒や上質感のある書体である。
×横画と縦画で太さの強弱があるため遠くから読みにくい。

○情緒や上質感のある書体である。
○太さの強弱が抑えられており遠くからも読みやすく調整されている。

フォントの特長・使用例

標識などで表示される遠距離からの数字の可読性も配慮して開発。また、解説標識や紙媒体、web で表示される長文においても読みよく美しい紙面を実現します。

朝日岳	0.7 km / 35 min	国立公園は、日本を代表する自然の風景地として、自然公園法に基づいて国が指定するものです。北は北海道から南は沖縄、小笠原諸島まで 34 の国立公園が指定されており、年間 3 億人以上が利用しています。国立公園内は、自然の絶景だけではなく、野生の動植物、歴史文化などの魅力の宝庫です。日本の国立公園は、森林、農地、集落など多様な環境が含まれていることが特長です。ほとんど手つかずの自然が残されているところがある一方で、自然と人の暮らしが織りなす地域の歴史や文化にふれることができます。是非、実際に国立公園を訪れ、四季折々に変化する日本の美しい自然を満喫してください。	
苗場山	2.2 km / 90 min		
標高 Elevation	標高 Elevation		06 高千穂峰
1,370 m	857 m		08 霧島神宮
		10 桜島	
		14 佐多岬	

第 2 章 国立公園のデザインガイド

ガイド全体について

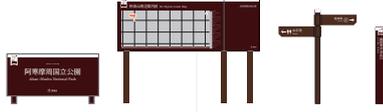
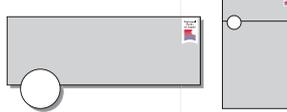
i) ガイドの対象

本ブックのタイトルにある「ビジュアルデザイン」とは、情報伝達をするために視覚的な表現を用いたデザインのことです。第2章では下記の4項目についてのガイドを記載します。

- 1 —— 標識 —— 標識 23 種
- 2 —— 印刷物 —— リーフレット、ポスター
- 3 —— SNS —— 公式アカウントや投稿について
- 4 —— 動画 —— 動画(サイネージ含む)

ii) ガイドの運用区分

情報の発信にあたって、媒体や内容でデザインの運用を3段階に切り分けて考えます。全公園で足並みを揃える部分/各公園独自の取り組みをしていく部分を、意識して運用しましょう。

	1) 34公園で デザインを統一。	2) 発信物に ロゴを入れる。	3) 各公園に委ねる。
	<p>デザインのフォーマットを全公園で統一することが望ましい</p>	<p>アクティビティ(キャンプ、登山等)についての発信は、最低限ロゴを入れ推奨デザインを参考にする</p>	<p>各公園の取り組みや特色を生かした公園事務所主導のコンテンツ(動植物や歴史の学習ツール等)やキャンペーンなどの発信は、各公園で責任を持って発信する</p>
	<p>国立公園公式 ビジターセンター公式</p>	<p>アクティビティの発信</p>	<p>各公園 独自発信</p>
標識	<p>標識は、全公園でできる限りフォーマットを統一する。</p> 		
印刷物	<p>公式の印刷物は全公園でできる限りフォーマットを統一する。</p> 	<p>最低限ロゴを入れ制作する。</p> 	<p>各公園発信の学習コンテンツやキャンペーン等は、各公園に委ねる。</p>
SNS		<p>公式アカウントや、その投稿内容は推奨デザインを参考に発信する。</p> 	<p>ロゴを入れる場合は2)を参考にする。</p>
動画		<p>動画は、推奨デザインを参考に配布素材を使用して発信する。</p> 	

1- 標識

1- i) 分類／機能

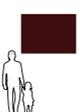
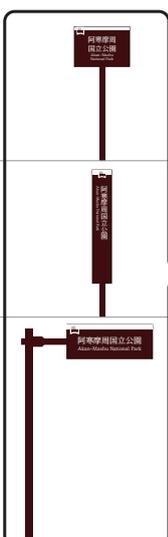
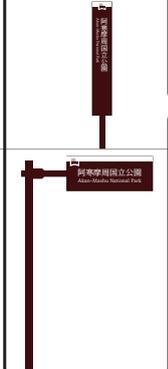
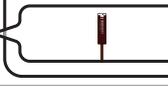
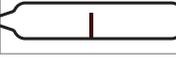
技術指針における公共標識の分類をまとめ直しました。

(公共標識3／表1 公共標識のタイプ、7／表2 公共標識の設置場所の2表を合体)

	種類	イメージ	主な機能	設置場所
(i) 記名標識	道路標識		・主に車両に対する 公園区域の明示、公園の周知	公園区域の境界付近の 自動車道路に沿った地点など
	記名標識 (標準)		・車両及び歩行者に対する 公園区域の明示、公園の周知	・一般的な景観から核心地景観に転換する地点 (バッファとコアの転換点) など ・その公園を代表する風景地の入口など
	記名標識 (モニュメント)	・技術指針参照	//	・その公園を代表する風景地の入口において、 写真の対象として、地域性を表現する場合など
	公園名碑標識	・技術指針参照	・自然公園であることの認識の高揚 ・自然公園のシンボル、 ランドマーク	・主要な利用拠点や景観的に優れた地点など
	資源名標識		・施設、景観資源、地名の認知 (確認や識別)	・景観資源を望見する地点、 記念撮影の点景となりうる地点など
(ii) 案内標識	誘導標識		・目的物への誘導	・歩行を開始する地点 (鉄道やバスの駅前、駐車場) など (ただし、案内図標識または総合案内標識が 設置される場合はその標識に組み込む) ・歩道の分岐点、長い一本道の中間地点、 一里塚的な地点など ・歩道沿いて風景が劇的に変化する地点など
	案内図標識		・オリエンテーション (全体像の把握及び 自己の存在位置の確認)	・歩行を開始する地点 (駅前、駐車場) など ・選択できる複数の路線がある (網の目状) 遊歩道の中間点や分岐点など
	総合案内標識		・各種利用情報の提供	・情報量の多い遊歩道の入口地点、 中間地点 (案内図標識とは並立させない。 周囲に他の標識を乱立させないように それら標識の機能を統合する。) など ・集団施設地区内の鉄道やバスの駅前、駐車場など
	情報標識	・大型のもの→技術指針参照 ・小型のもの→(iii) 解説標識 を参照	・自然公園の見所紹介、マナー、 解説等の総合的な案内 ・記念撮影の点景	・主動線に沿った位置など ・自然公園来訪の記念撮影などを行う展望施設など
(iii) 解説標識		・自然教育 ・自然解説や自然情報の提供 ・歴史・文化的興味対象の解説	・興味深い風致景観、自然現象が展望できる地点 及び動植物が観察できる地点など ・自然教育の題材となる風致景観、 自然現象及び動植物がある地点など	
(iv) 注意標識		・事故防止 ・自然環境の保護 ・公序良俗の維持 ・利用規制の認知	・歩行を開始する地点案内図標識または 総合案内標識が設置される場合は その標識に組み込む。) など ・立入りを規制する自然環境や自然現象がある地点 ・利用上危険となる可能性がある地点 ・利用規制の認知のために必要な地点	
(v) 掲示板	・技術指針参照	・行事予定等の広報、ポスター掲示	・集団施設地区内の鉄道やバスの駅前、駐車場など ・自然学習歩道の入口及び展望休憩地点、 情報量の多い遊歩道の入口など (ただし、その他の標識を一括して取り込む)	
(vi) 境界標識		・公園区域や管理地の明示	・公園区域や管理地の明示のために必要な地点	

1- ii) 分類／形状

実制作の際に形状を選びやすいよう、前項の分類を構造・版面サイズで整理し直しました。
 複数形状がある場合は、設置場所の状況・掲載内容に応じ、仕様を選定してください。
 (詳細はP17以降参照)

	版面	形状				要素			
		A プレートタイプ 	B 直立タイプ 	C 傾斜タイプ 	D 柱タイプ 	統一 マーク	環境省 ロゴ	その他 ロゴ	Uni- Voice
1						◎	-	-	-
2						◎	-	-	-
3						◎	-	-	-
4						◎	◎	○	-
5						◎	◎	○	-
6						◎	◎	○	-
7						◎	◎	○	○
8						◎	◎	○	○
9						◎	◎	-	○
10						◎	◎	-	○
11						-	◎	-	-
12						-	◎	-	-
13						-	-	-	-
14						◎	-	-	-
15						◎	-	-	-

◎ 必須 ○ 必要な場合のみ

1-iv) 色・素材

技術指針における公共標識の色についてまとめました。
(公共標識 25～29,36)

〈標識整備における標準的な表示例〉

◎指定色

技術指針（公共標識 27,36）に記載がある通り、以下の色を使用する
標識の色は技術指針に準拠し、単色を使用



1-iv) フォント

標識の文字情報について、フォントはTP国立公園明朝Rを使用し、以下の表示例を参照し運用してください。

〈標識整備における標準的な表示例〉

◎推奨フォント

TP国立公園明朝 R

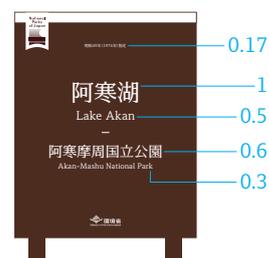
◎推奨フォントサイズ (参考)

国立公園名のフォントサイズを1としたときに、以下の比率になることを目安にする

〈横長看板〉
公園名=1
英語名=0.5
指定年=0.17



〈縦長看板〉
公園名=1
英語公園名=0.5
地名=0.6
英語地名=0.3
指定年=0.17
中央罫線幅=英語公園名
※中央罫線の太さは
アルファベット A の横線程度
※公園名と地名は
図のように入れ替え可



◎推奨行間 (参考)

1行目のフォントサイズを1としたときに、以下の行送りを目安にする
2行とも日本語のときの行送り = 1.2
1行目が日本語、2行目が英語のときの行送り = 1.3
2行とも英語のときの行送り = 1.25

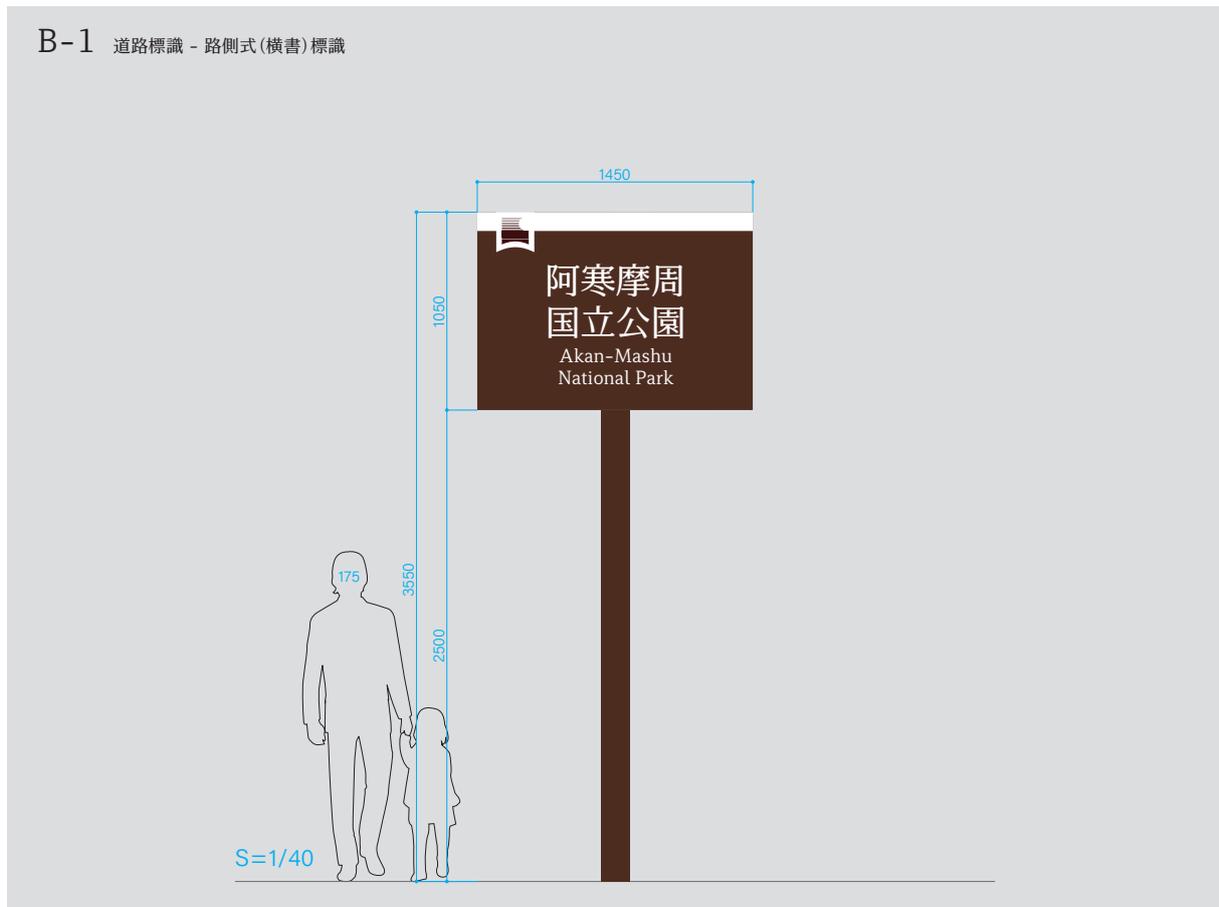


第2章 国立公園のデザインガイド

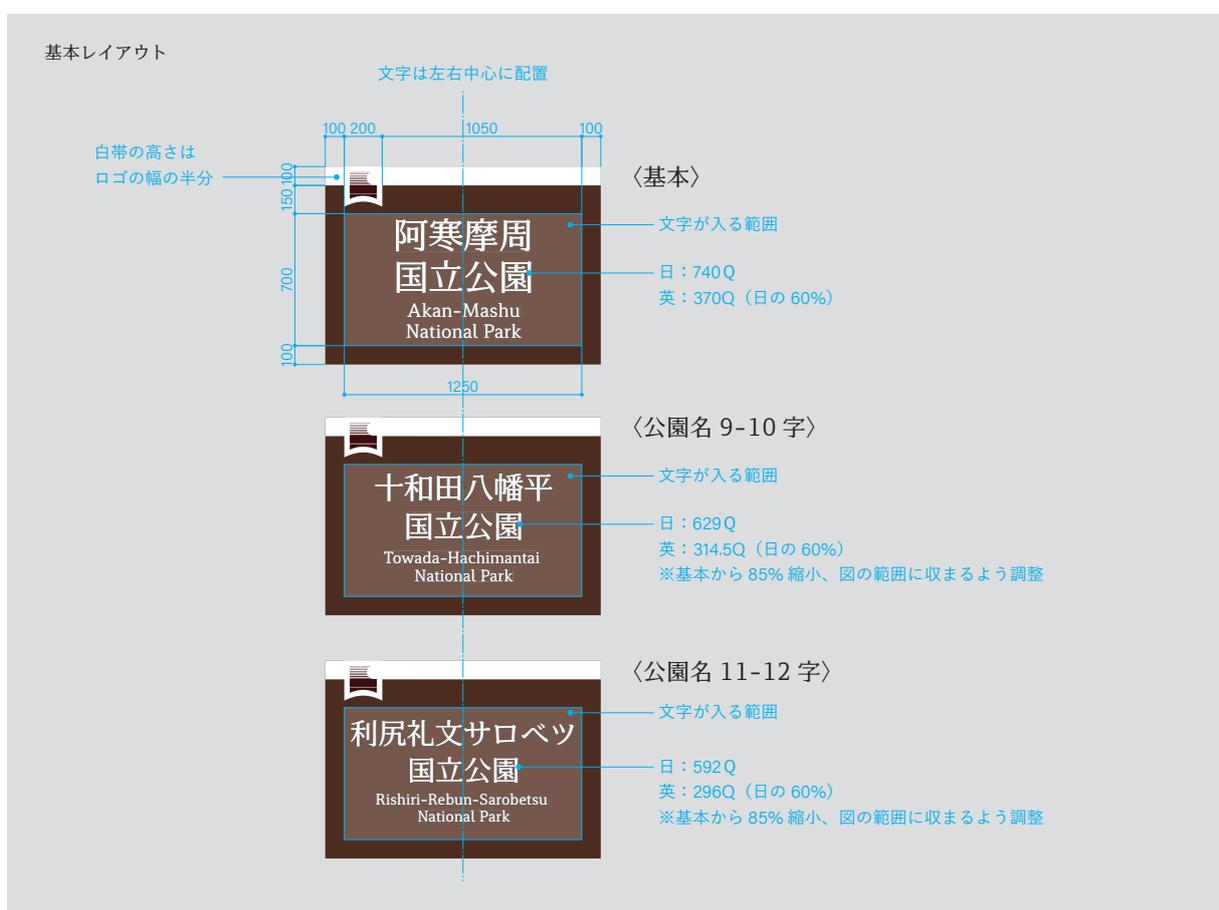
1-vi) 標識構造別のレイアウト例 ※通し番号は、1-ii) 分類/形状を参照

設置場所の状況に応じ、B-1,B-2,B-3 の例を参考に制作してください。

B-1 道路標識 - 路側式(横書)標識

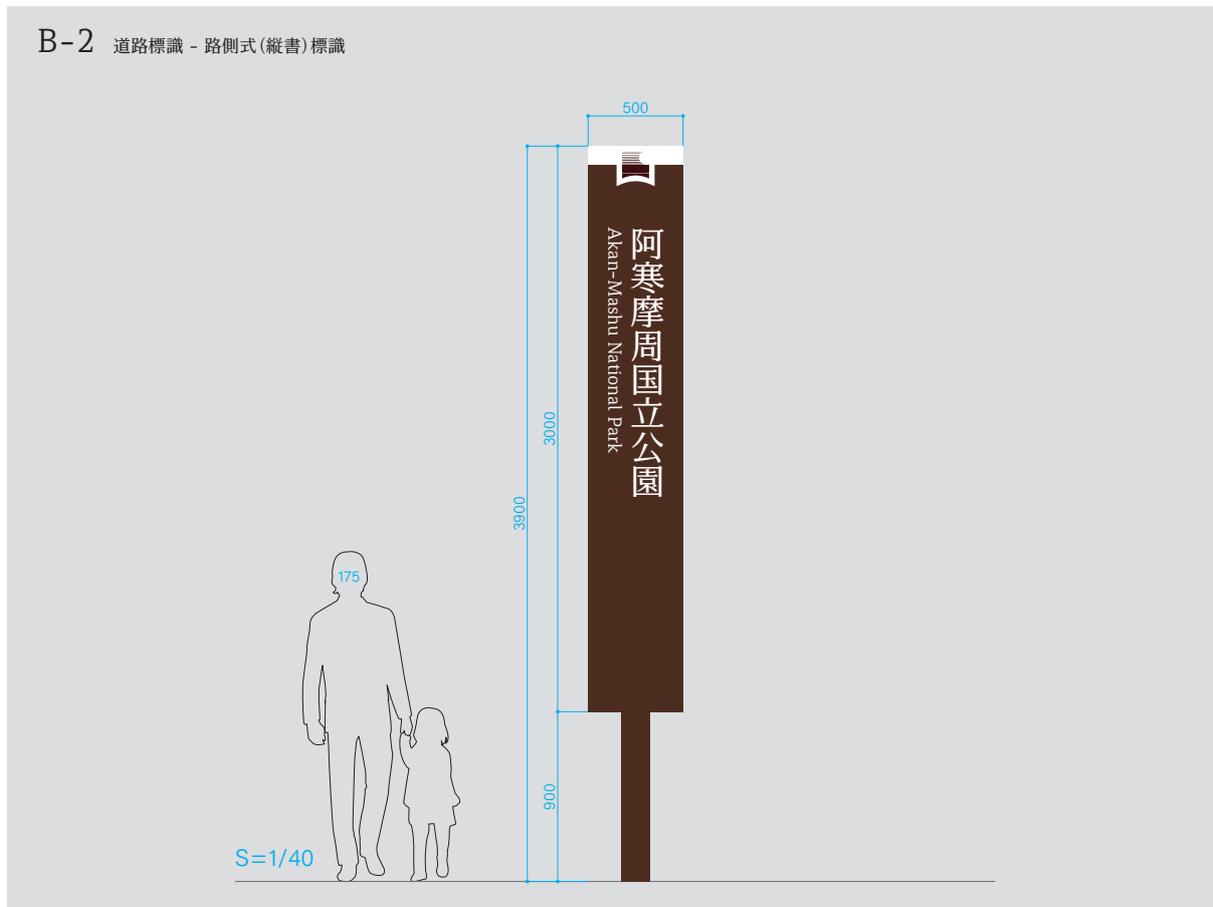


基本レイアウト

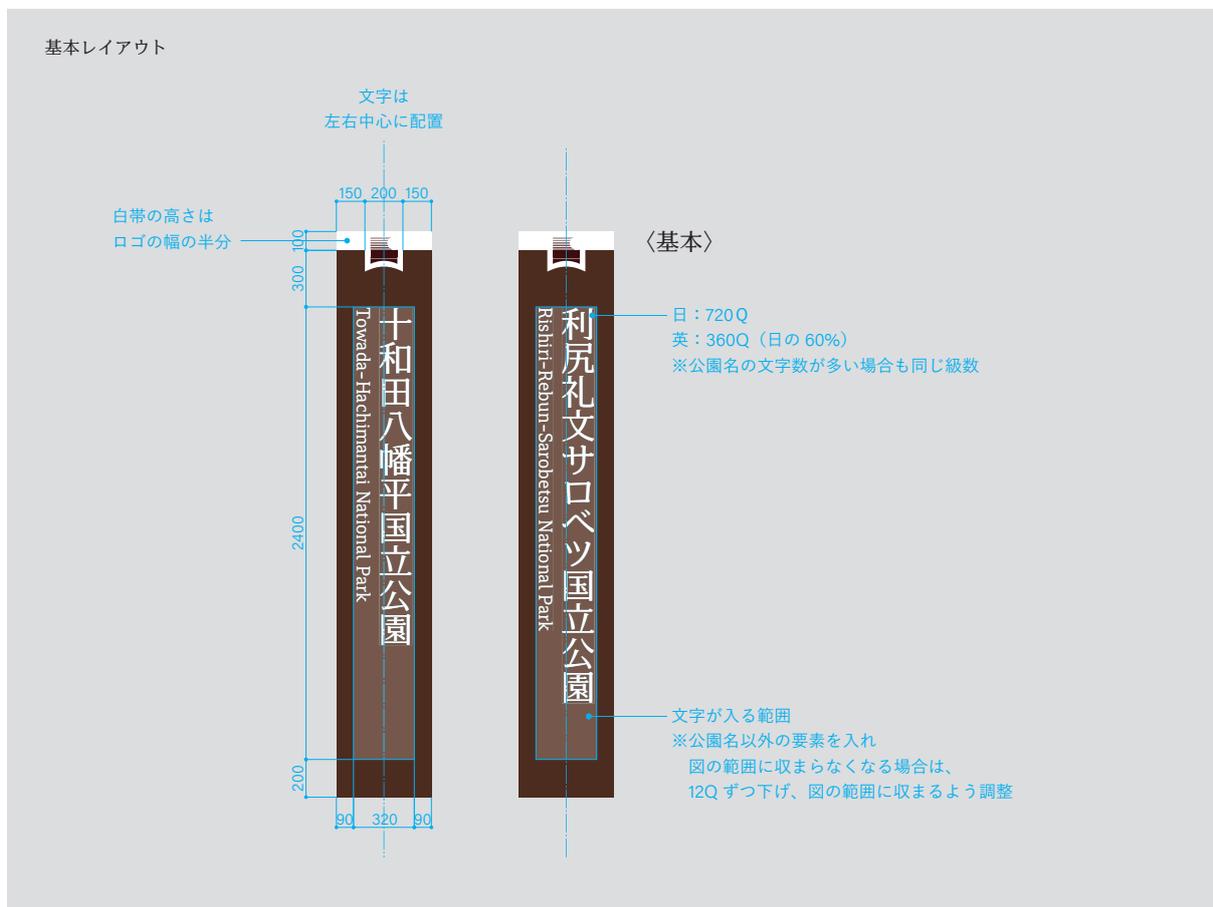


設置場所の状況に応じ、B-1,B-2,B-3 の例を参考に制作してください。

B-2 道路標識 - 路側式(縦書)標識



基本レイアウト



設置場所の状況に応じ、B-1,B-2,B-3 の例を参考に制作してください。

B-3 道路標識 - オーバーハング式標識



基本レイアウト

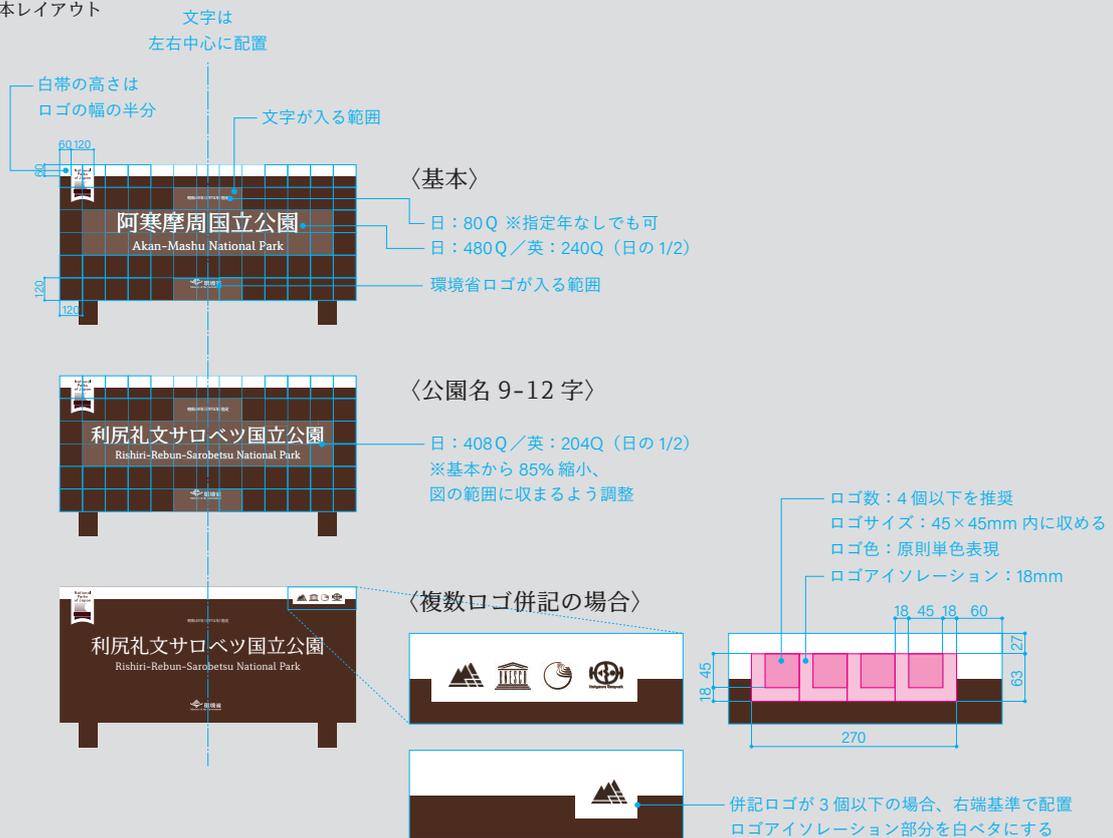


設置場所の状況に応じ、B-4,B-5,B-6 の例を参考に制作してください。

B-4 記名標識(標準-1)



基本レイアウト

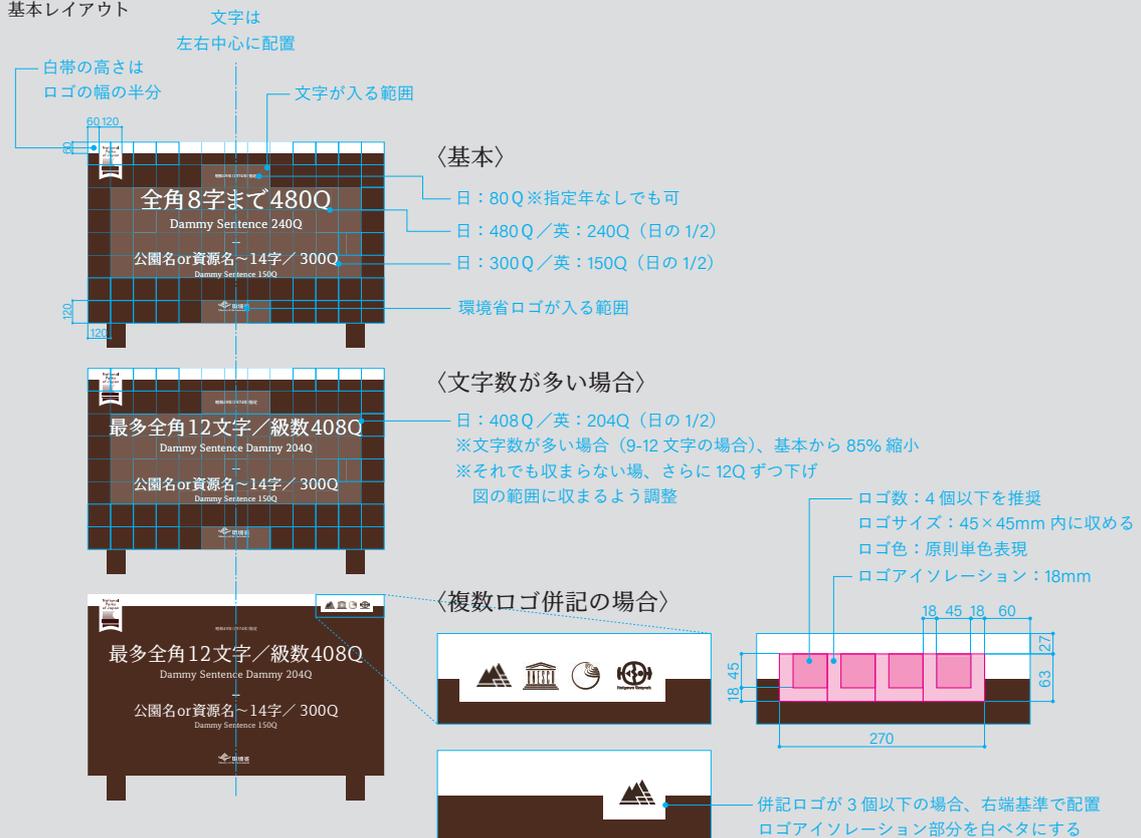


設置場所の状況に応じ、B-4,B-5,B-6 の例を参考に制作してください。

B-5 記名標識(標準-2)



基本レイアウト

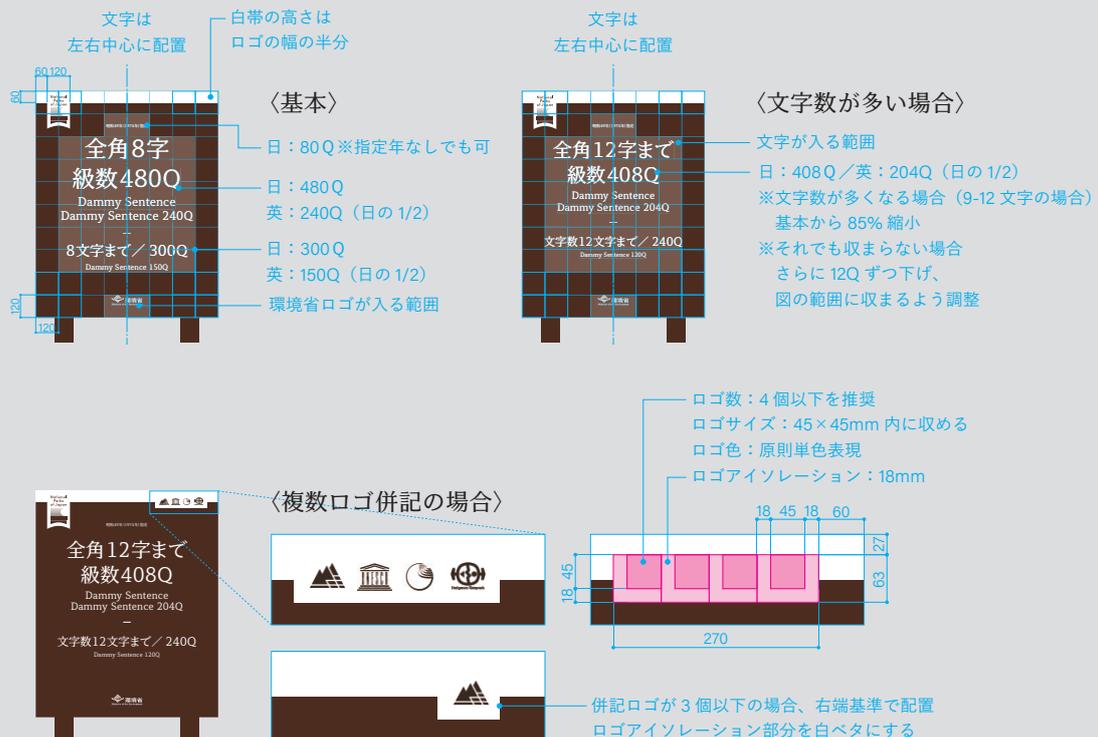


設置場所の状況に応じ、B-4,B-5,B-6 の例を参考に制作してください。

B-6 記名標識(標準-3)



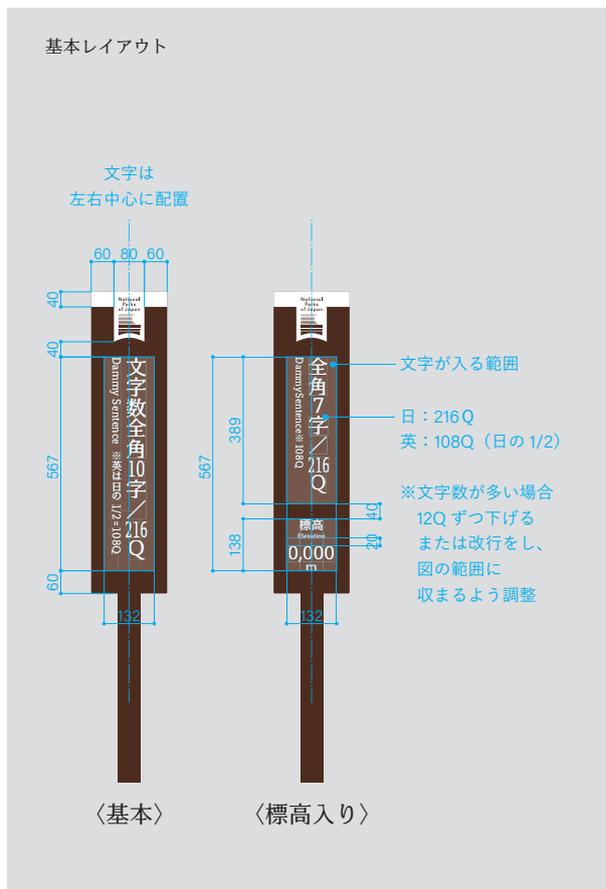
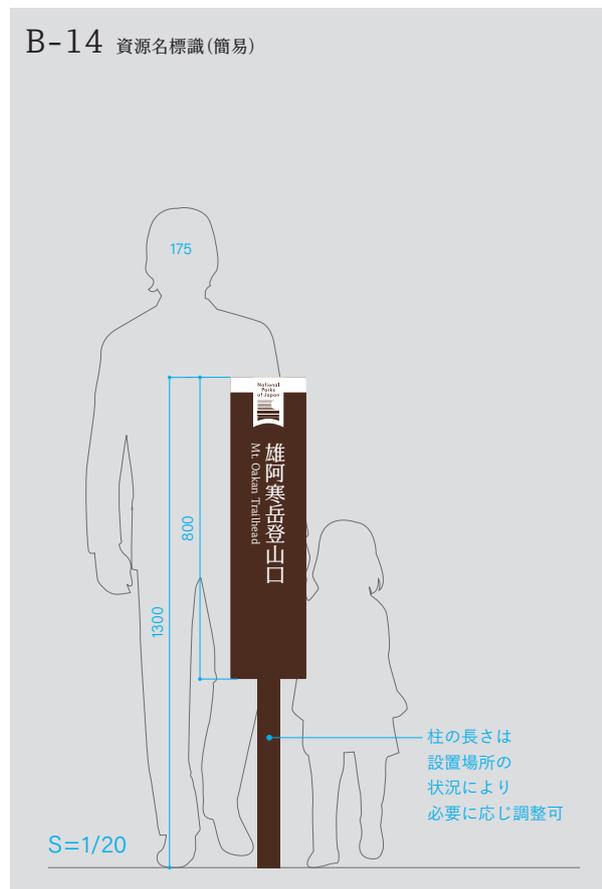
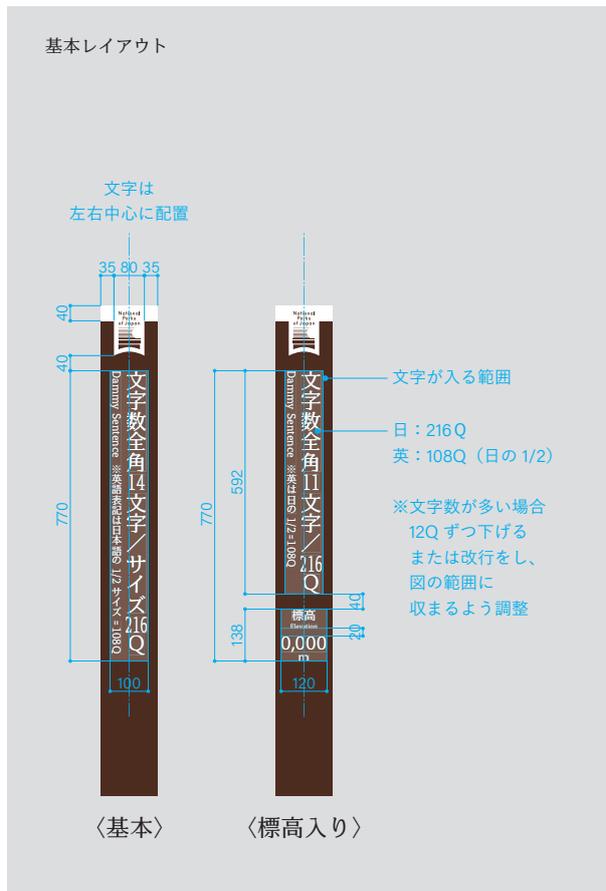
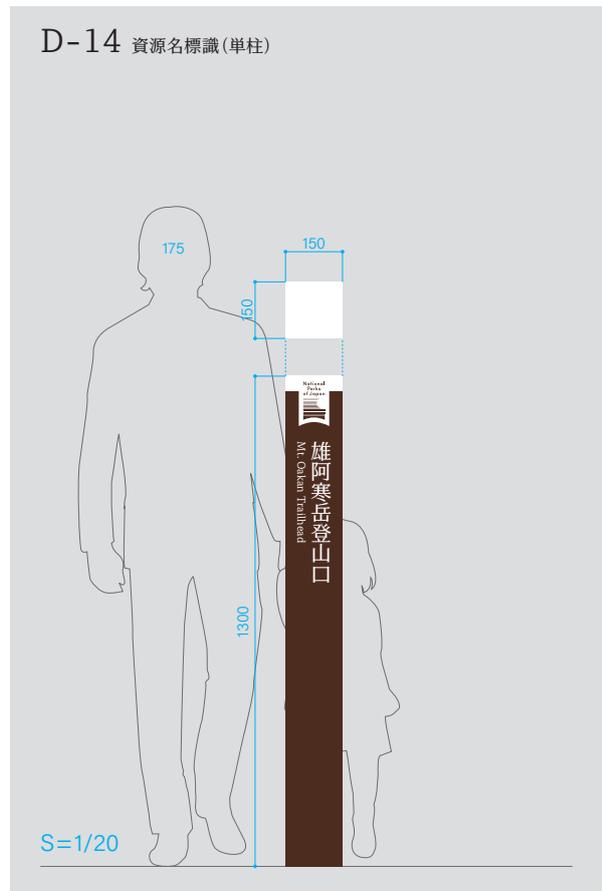
基本レイアウト



第2章 国立公園のデザインガイド

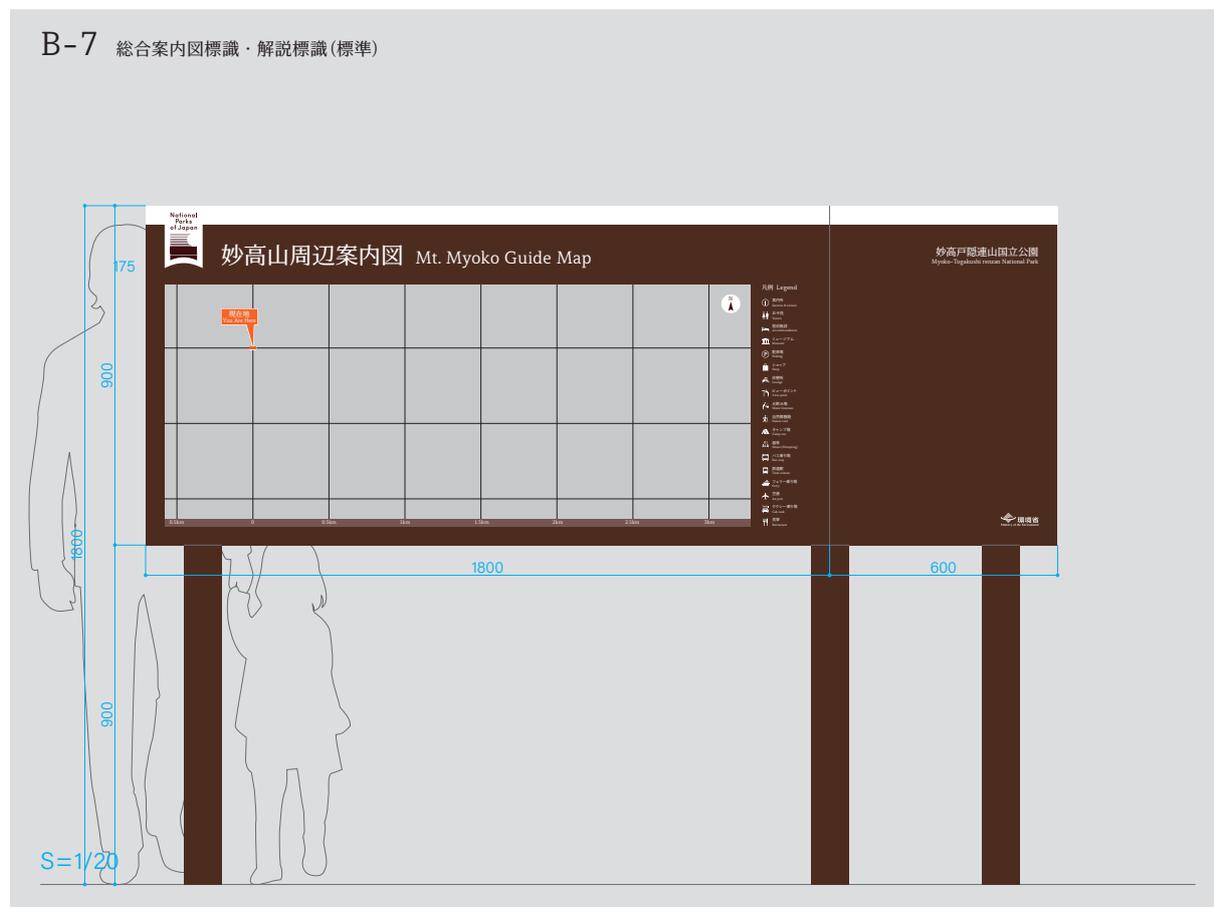
設置場所の状況に応じ、D-14、B-14の例を参考に制作してください。

◎m、km表記について：標高→0,000m / 標高以外の距離表記→000m、0.0km（1000m以上の場合km表記に）



設置場所の状況に応じ、B-7、A-7の例を参考に制作してください。

B-7 総合案内図標識・解説標識(標準)

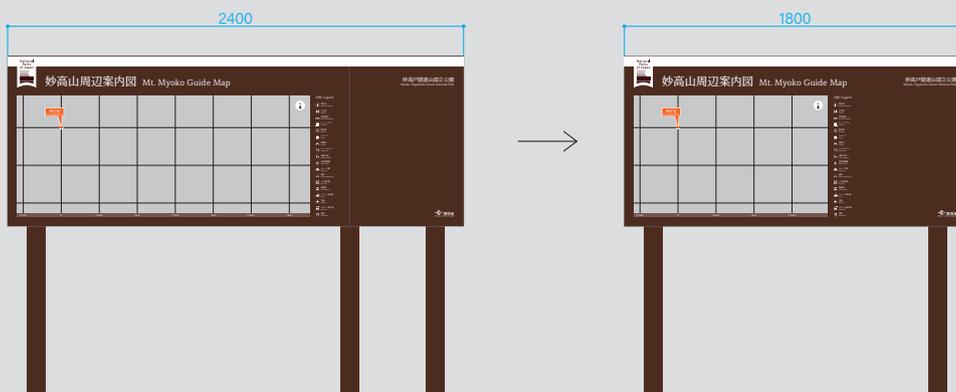


基本レイアウト

レイアウトについては
次項 A-7 を参照

〈基本サイズ〉 基本はこのサイズだが、
右のサブ部分を取り、3'×6'の規格に合わせた
右下図のような版面も作成可

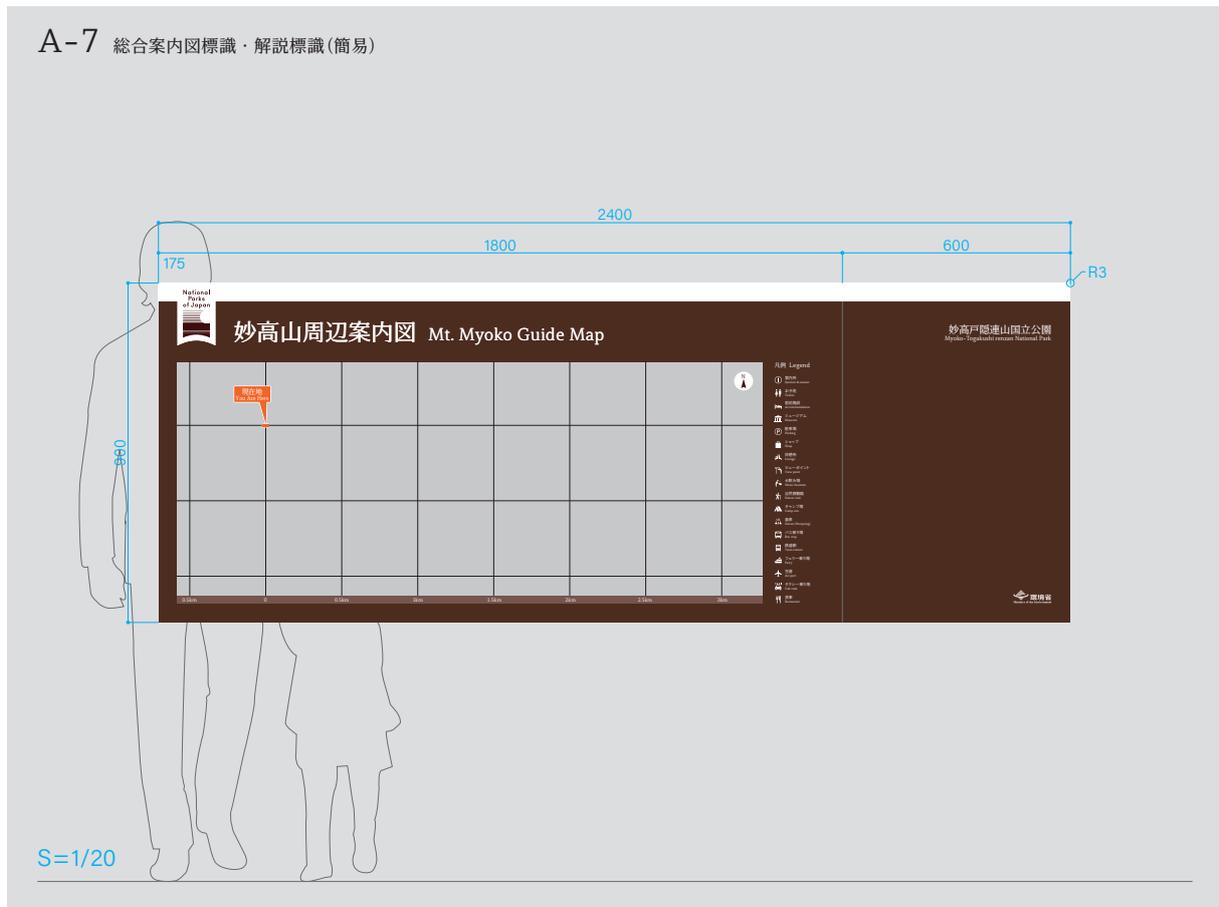
〈経済サイズ〉



第2章 国立公園のデザインガイド

設置場所の状況に応じ、B-7、A-7の例を参考に制作してください。

A-7 総合案内図標識・解説標識(簡易)



基本レイアウト

白帯の高さは
ロゴの幅の半分

タイトルが入る範囲
※文字数が多い場合 12Q ずつ下げ、図の範囲に収まるよう調整

公園名が入る範囲

タイトル・公園名は
英語ベースライン揃え

凡例が入る範囲

サブマップや
文字、写真等の
情報が入る範囲

環境省ロゴが
入る範囲

マップが
入る範囲

50 100 50
160
50
1390
30 140 50 50
500
50
80
1500
100

〈基本サイズ〉

〈経済サイズ〉

〈複数ロゴ併記の場合〉

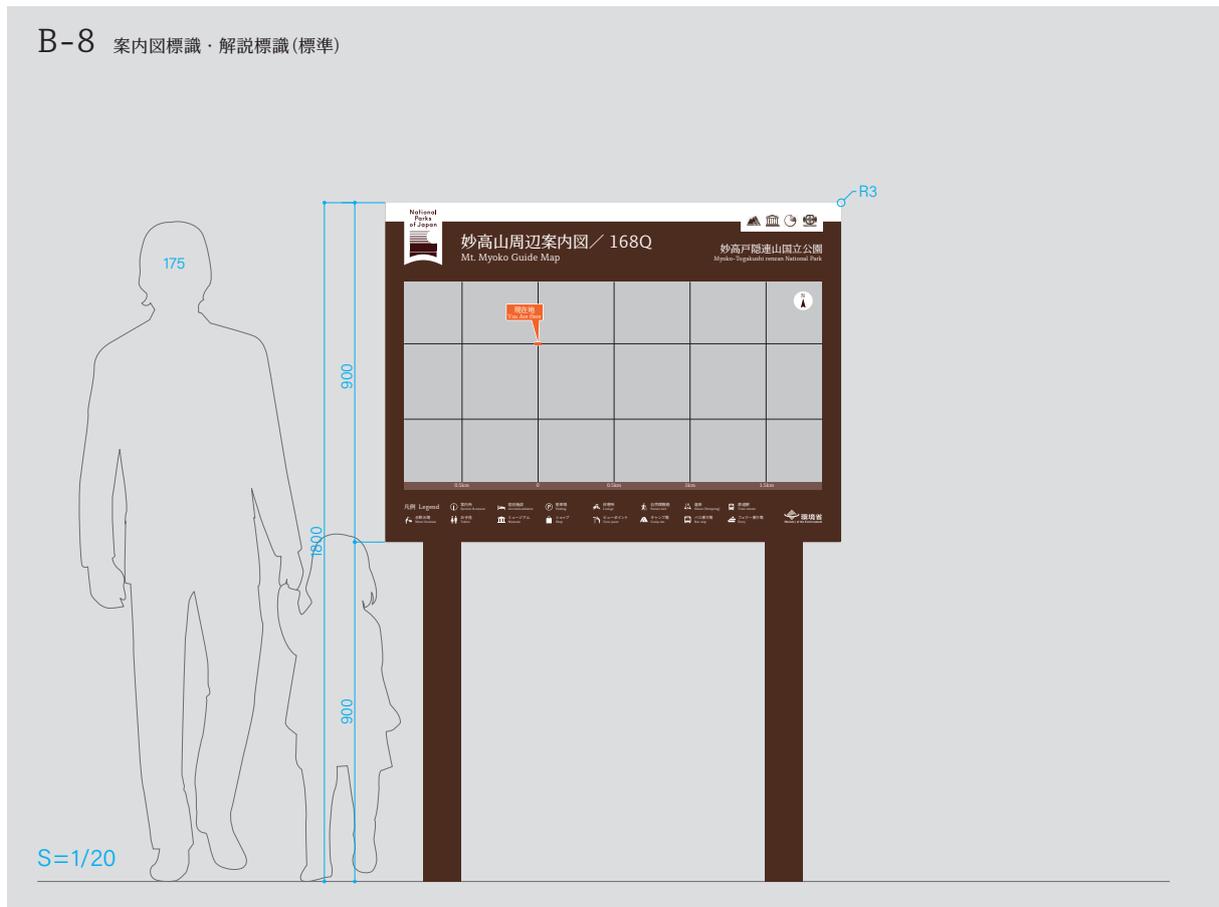
併記ロゴが3個以下の場合、
右端基準で配置
アイソレーション部分を白ベタにする

ロゴ数：4個以下を推奨
ロゴサイズ：
35×35mm内に収める
ロゴアイソレーション：15mm

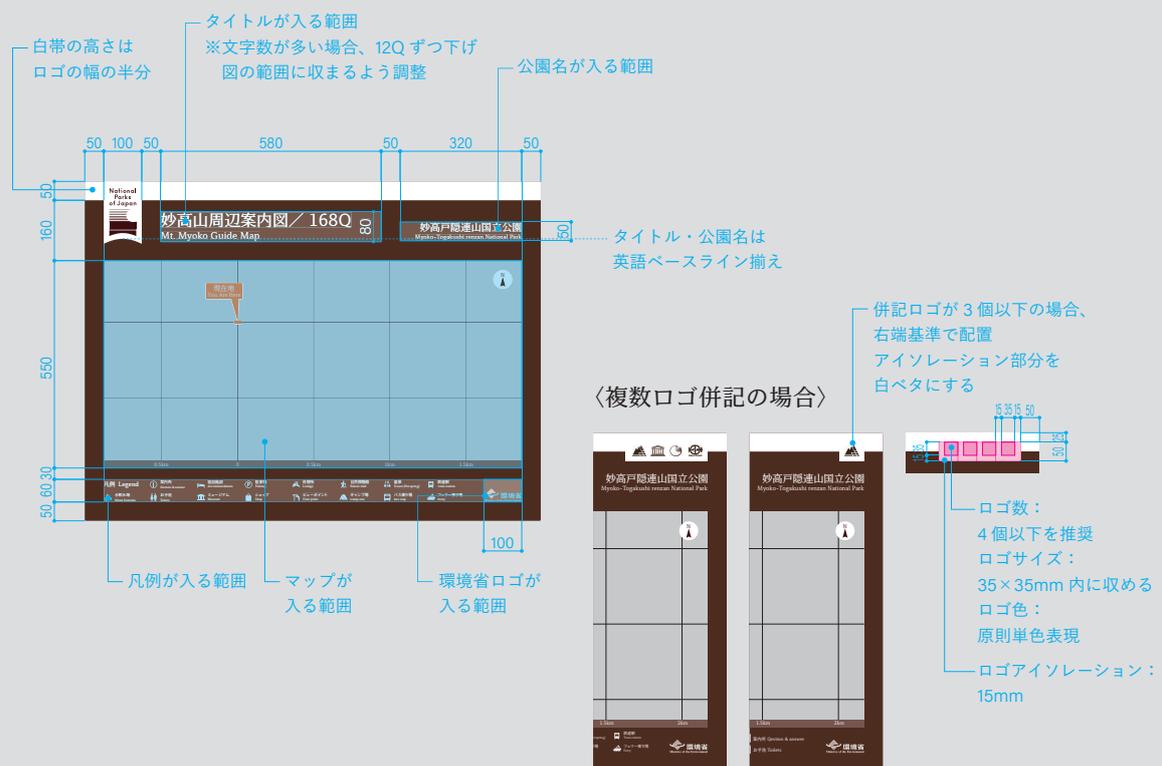
基本はこのサイズだが、右のサブ部分を取り、
3'×6'の規格に合わせた右図のような版面も作成可
(W2400→W1800)

設置場所の状況に応じ、B-8、A-8の例を参考に制作してください。

B-8 案内図標識・解説標識(標準)

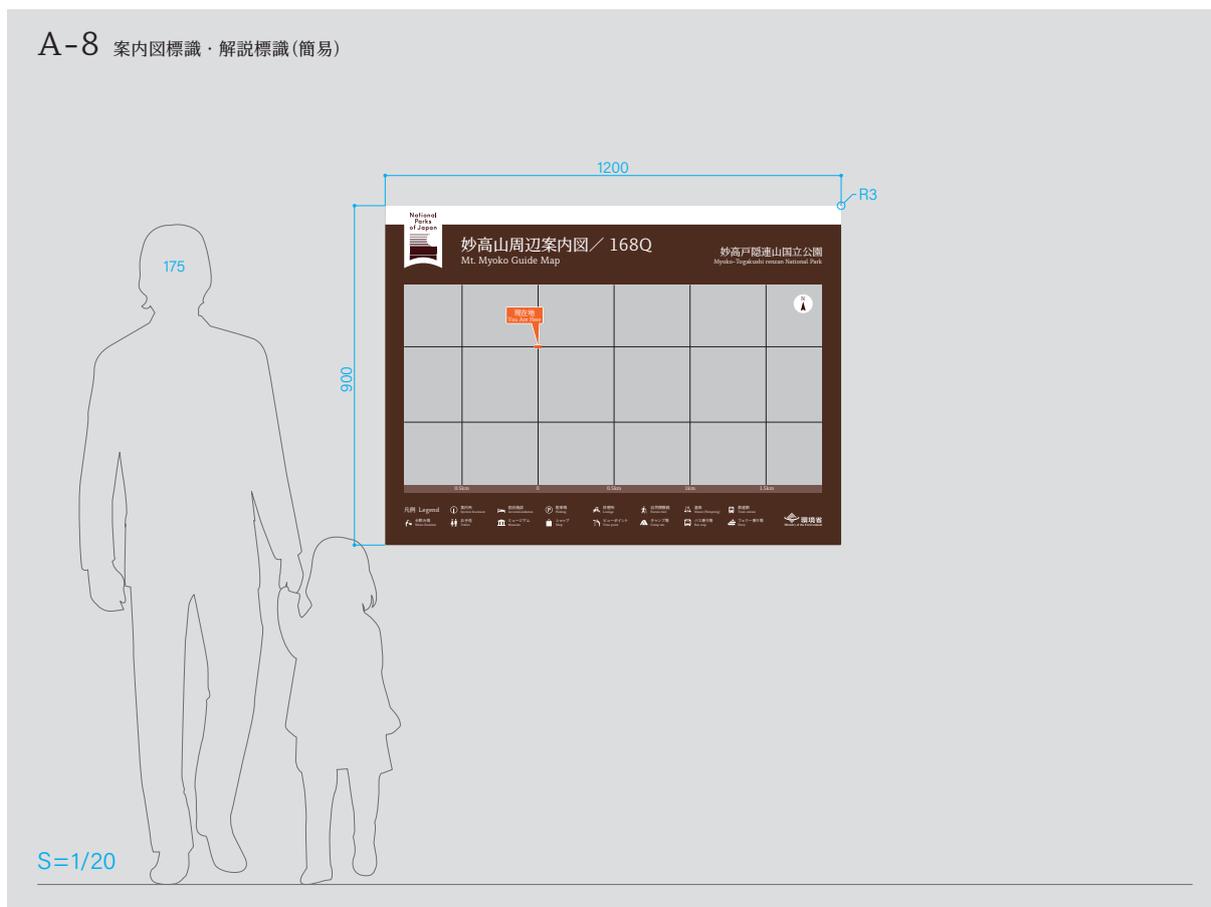


基本レイアウト



設置場所の状況に応じ、B-8, A-8 の例を参考に制作してください。

A-8 案内図標識・解説標識(簡易)



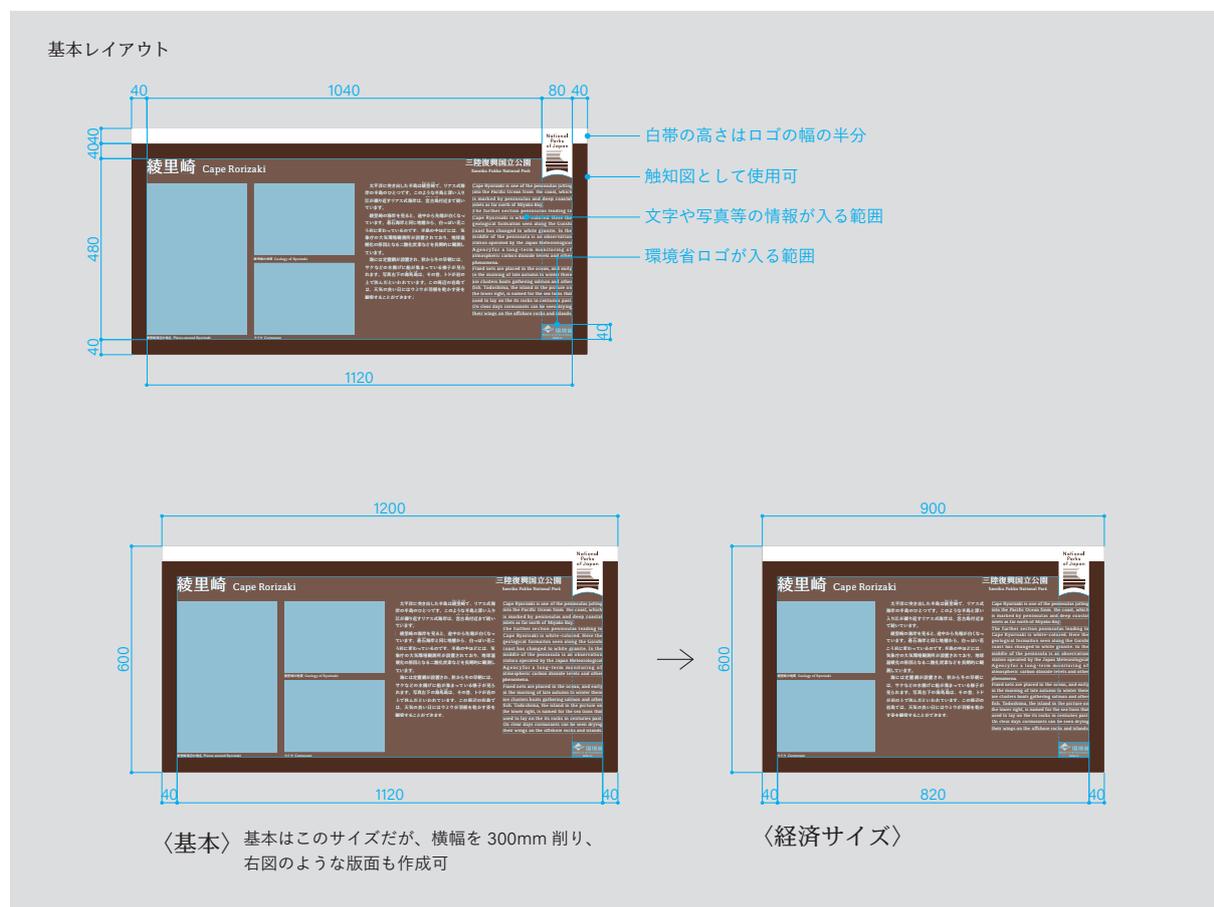
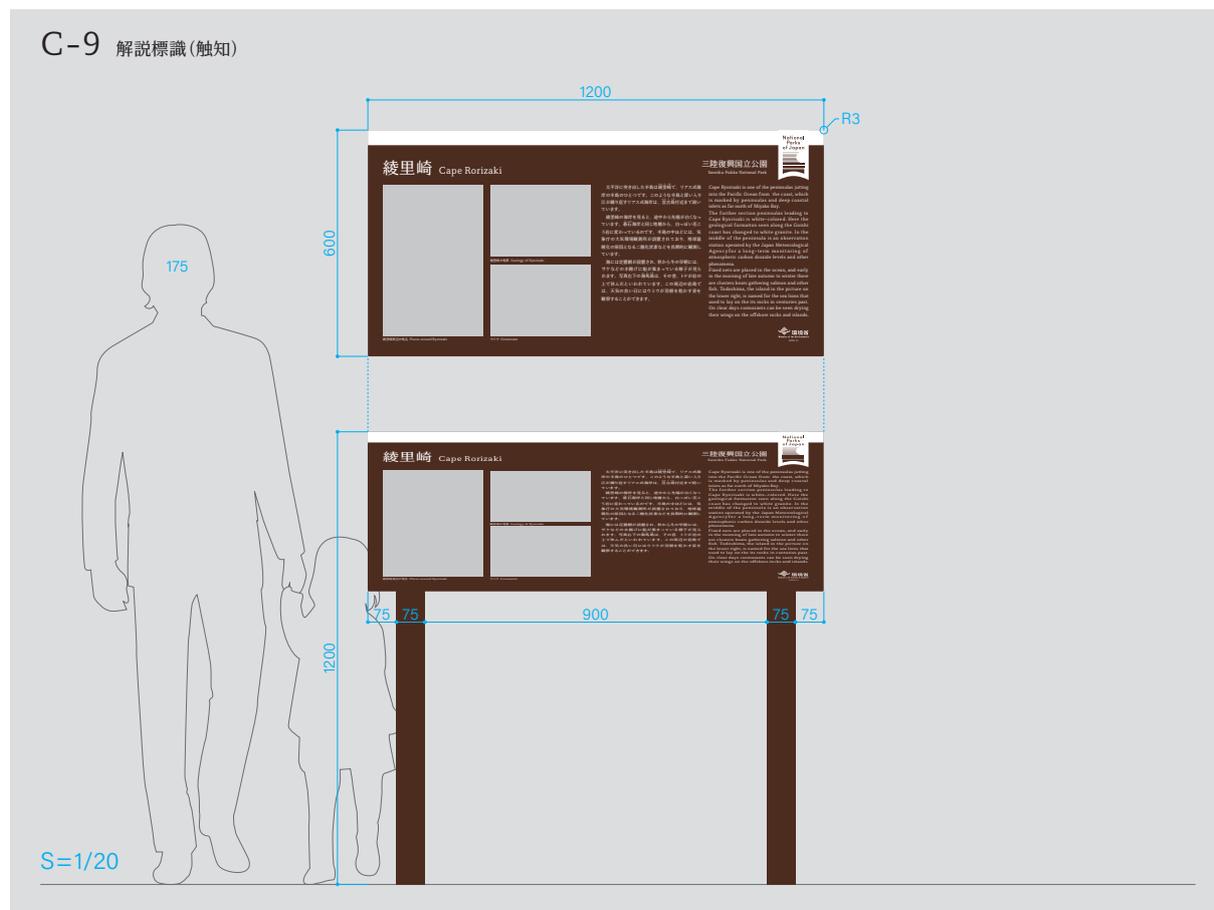
基本レイアウト

版面

レイアウトについては
前項 B-8 を参照

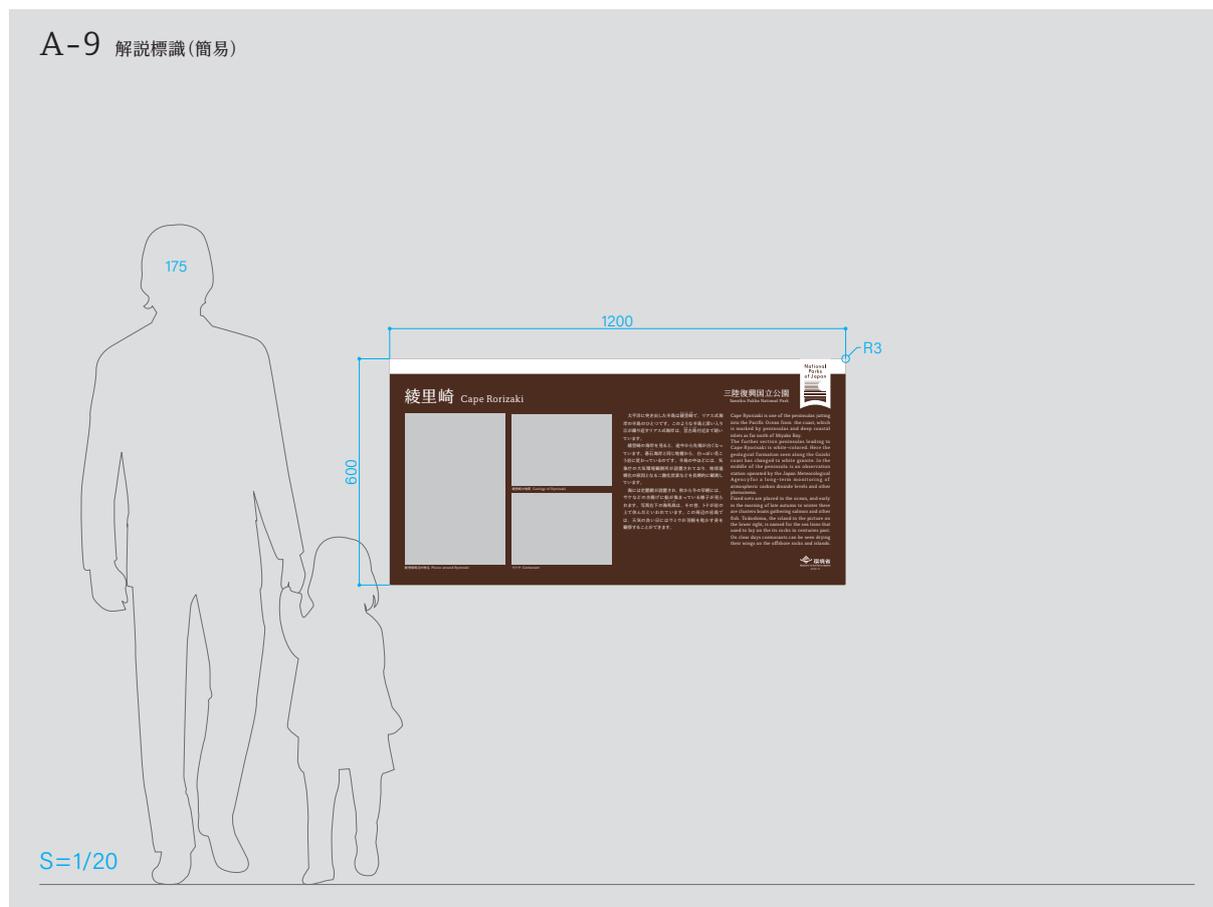
第2章 国立公園のデザインガイド

設置場所の状況に応じ、C-9、A-9の例を参考に制作してください。



設置場所の状況に応じ、C-9、A-9の例を参考に制作してください。

A-9 解説標識(簡易)

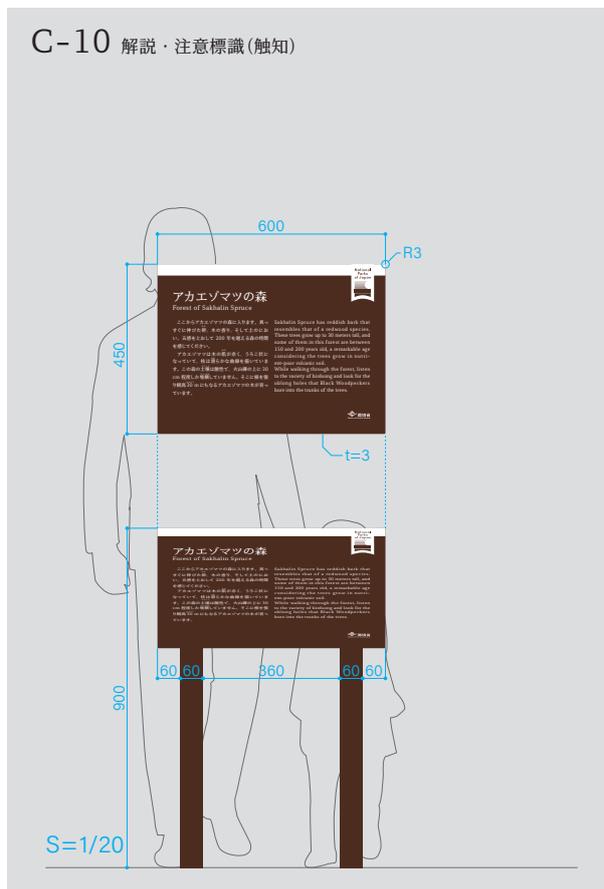
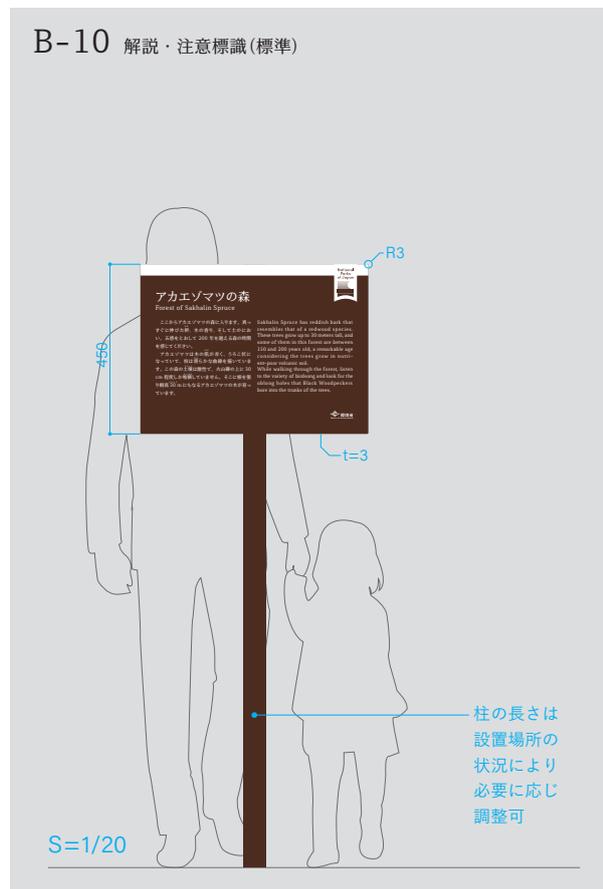
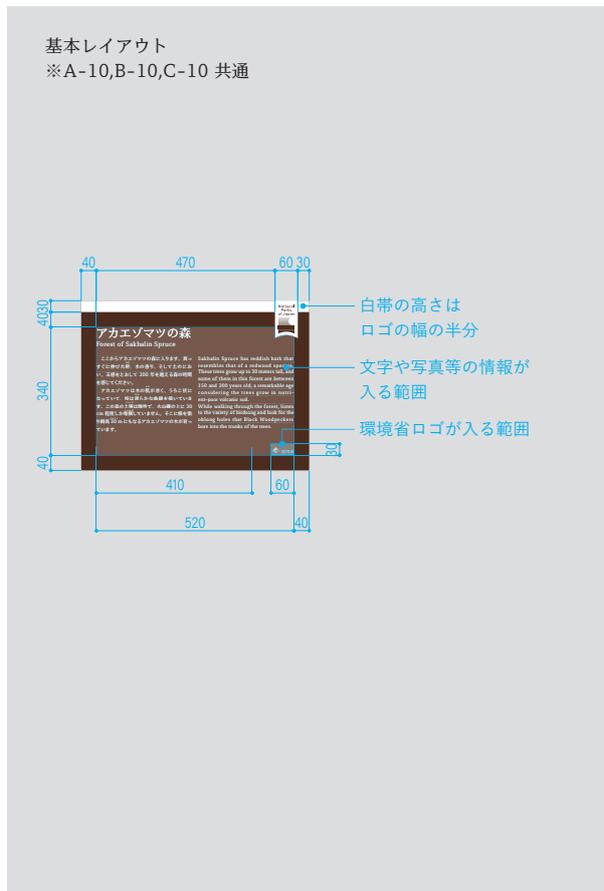
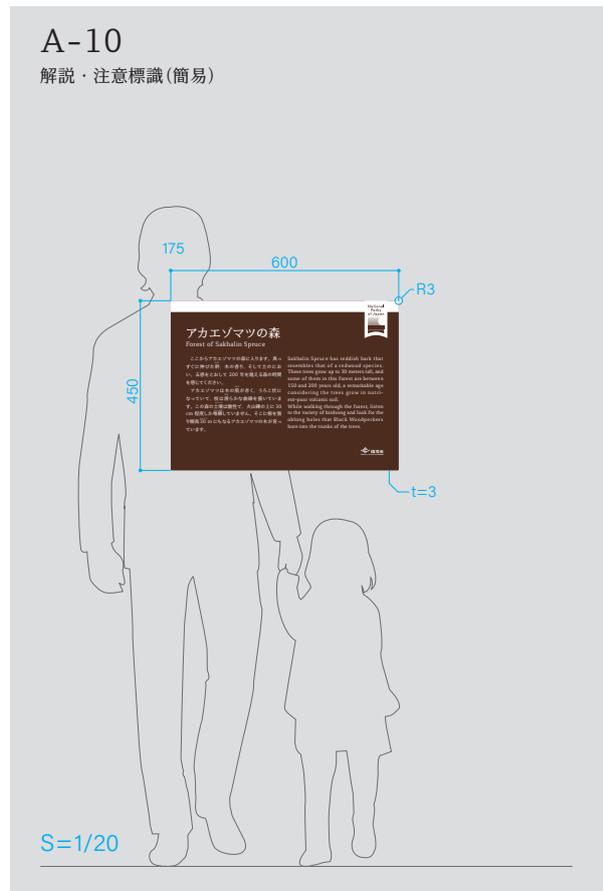


基本レイアウト

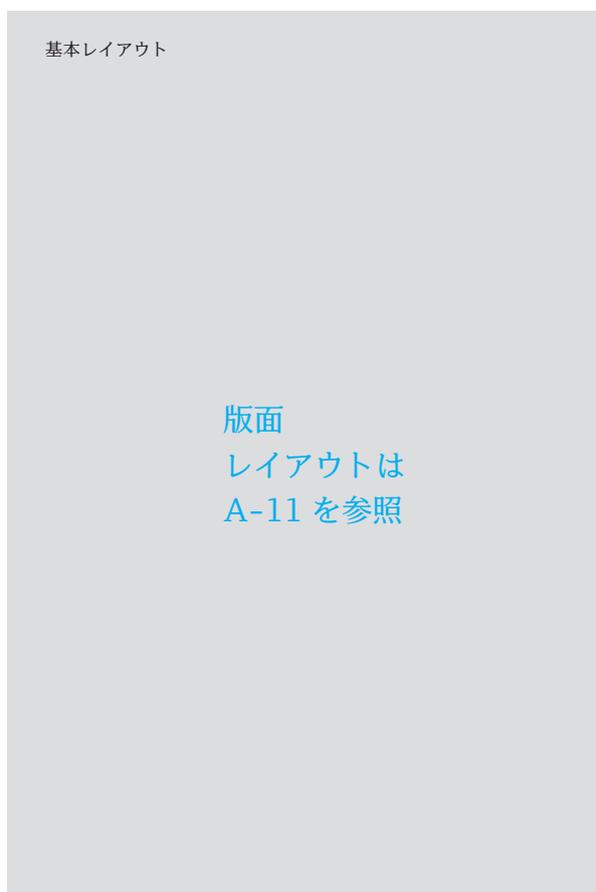
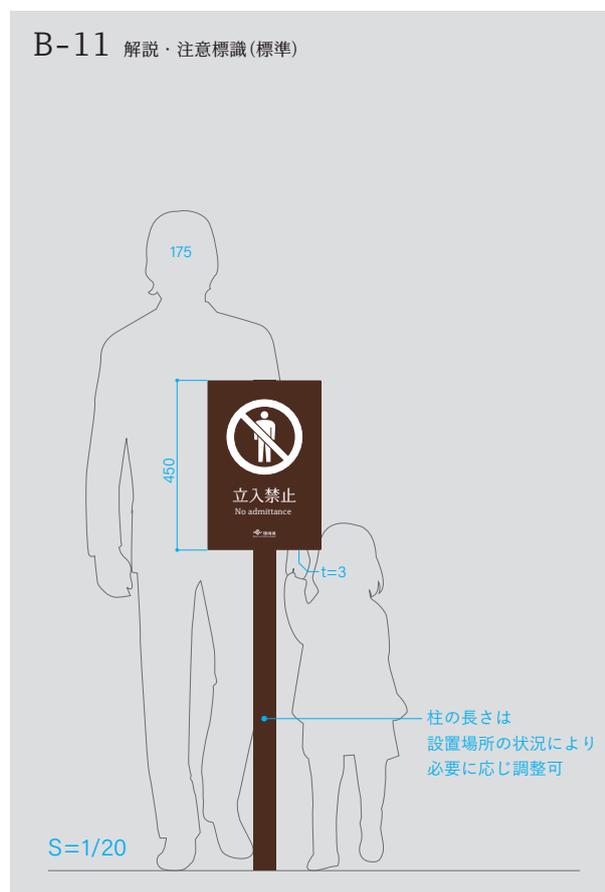
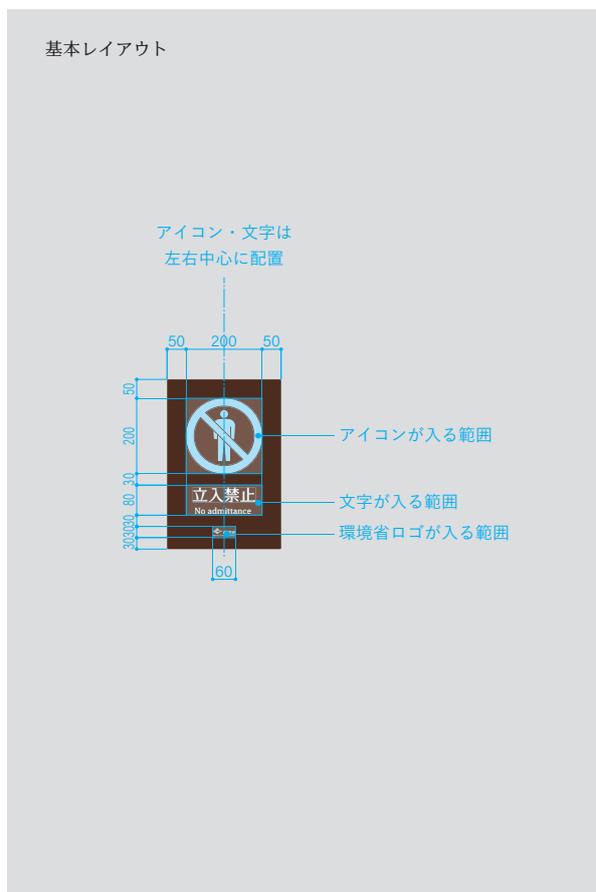
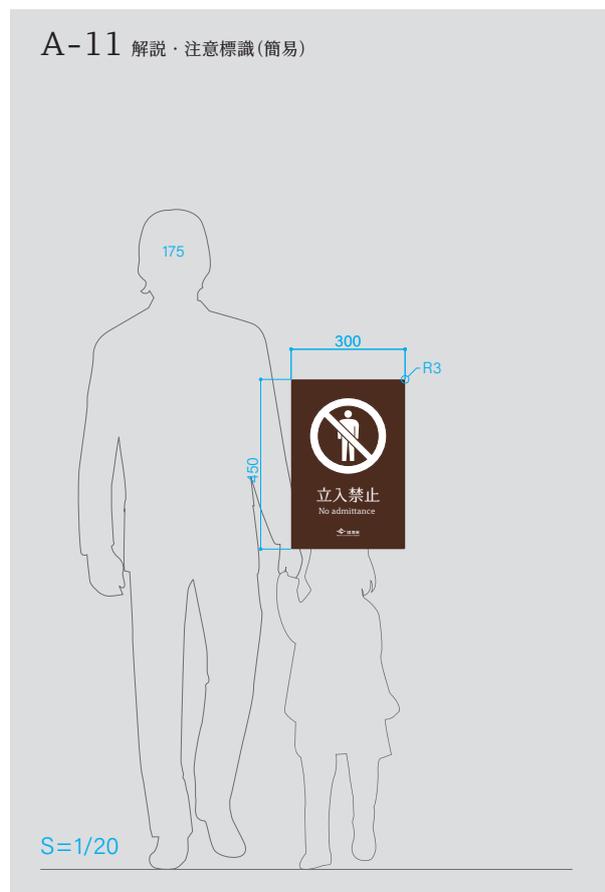
版面
レイアウトについては
前項 C-9 を参照

第2章 国立公園のデザインガイド

設置場所の状況に応じ、A-10,B-10,C-10の例を参考に制作してください。

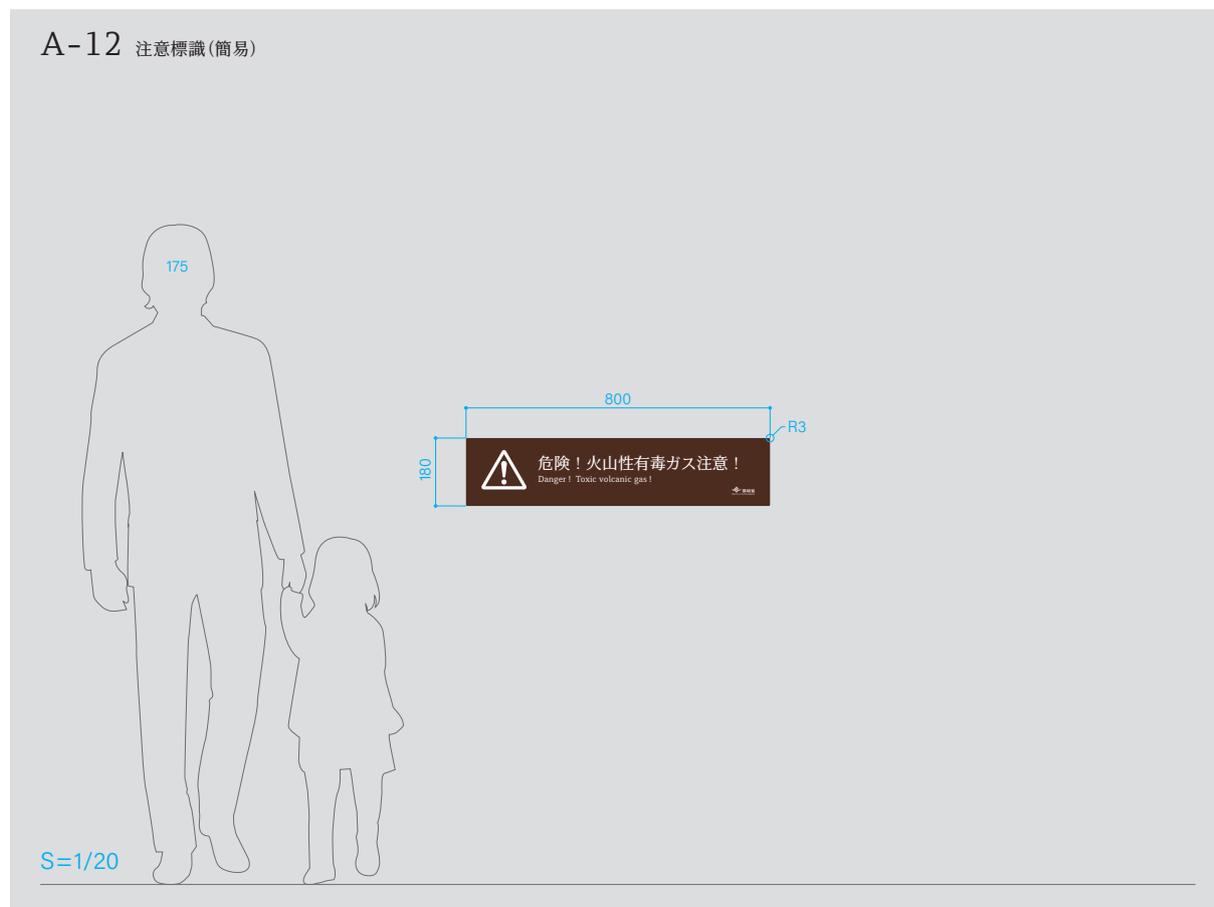


設置場所の状況に応じ、A-11, B-11, A-12 の例を参考に制作してください。

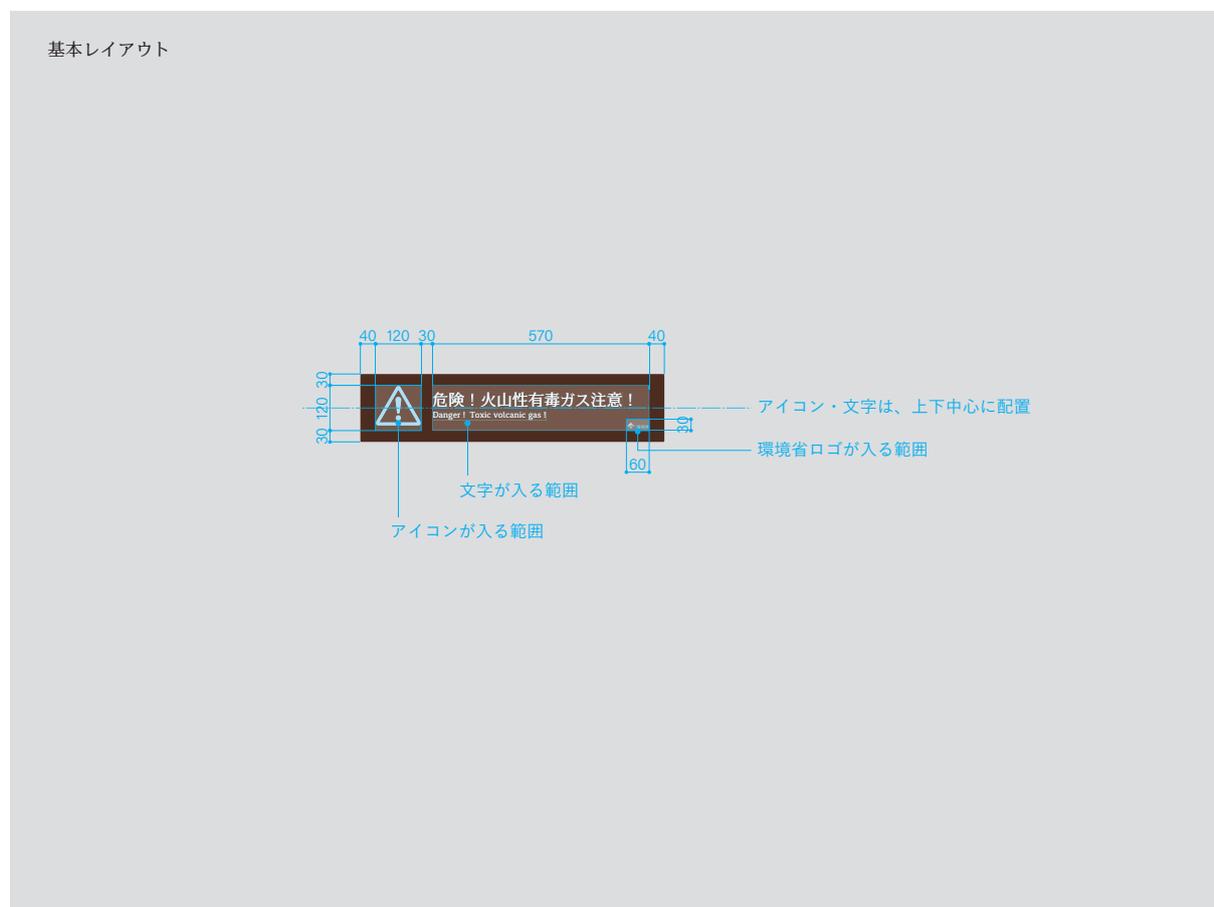


設置場所の状況に応じ、A-11, B-11, A-12 の例を参考に制作してください。

A-12 注意標識(簡易)



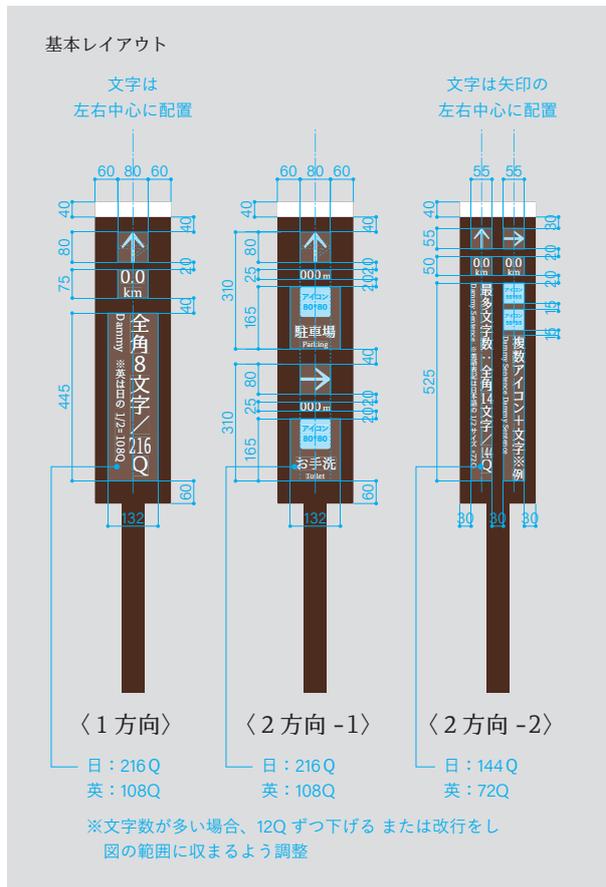
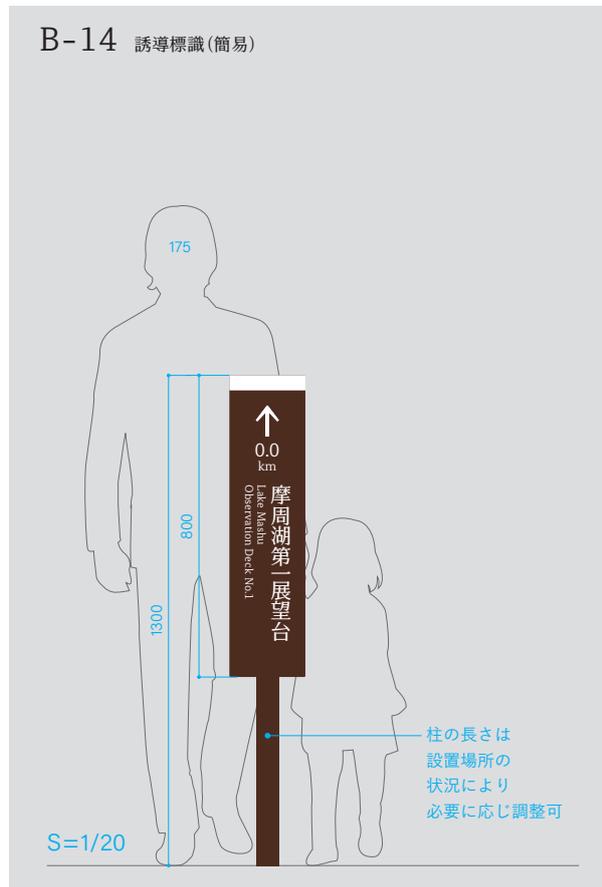
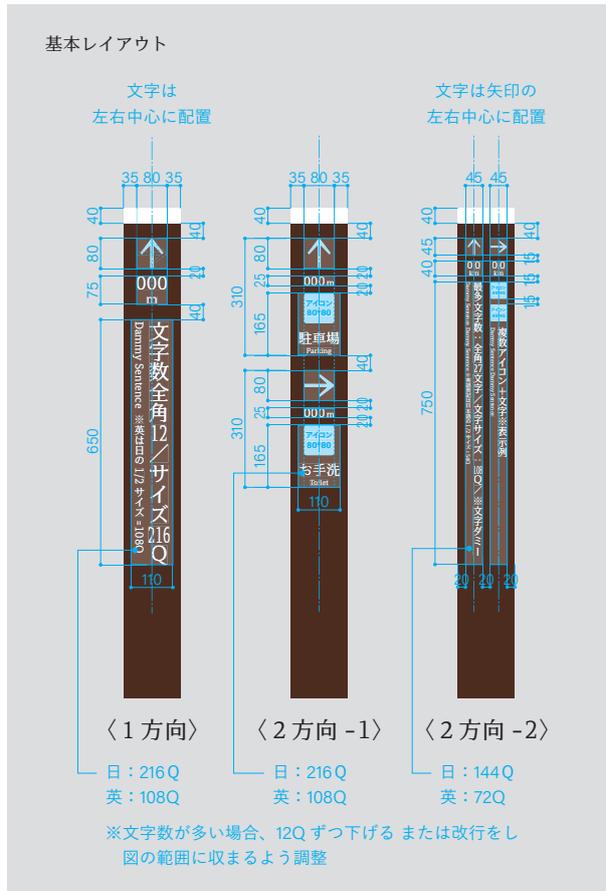
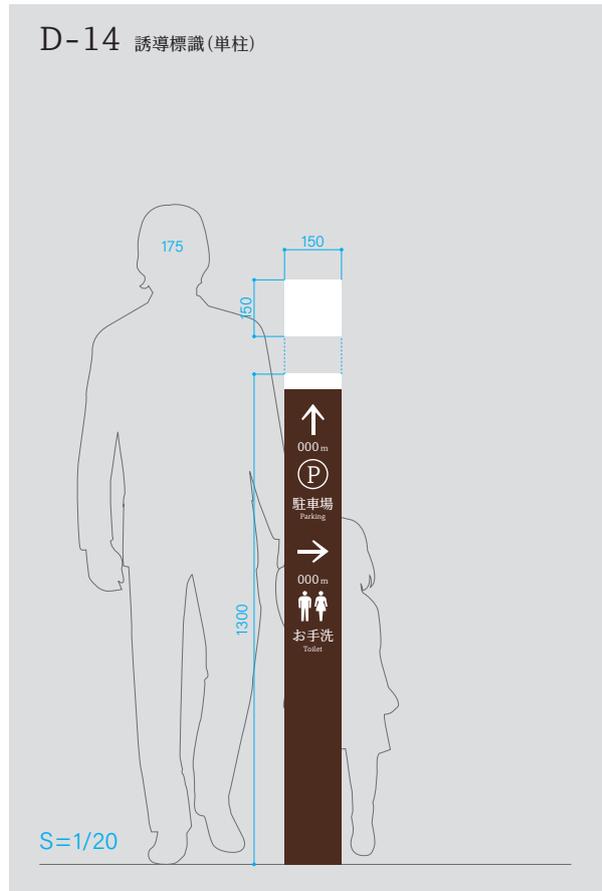
基本レイアウト



第2章 国立公園のデザインガイド

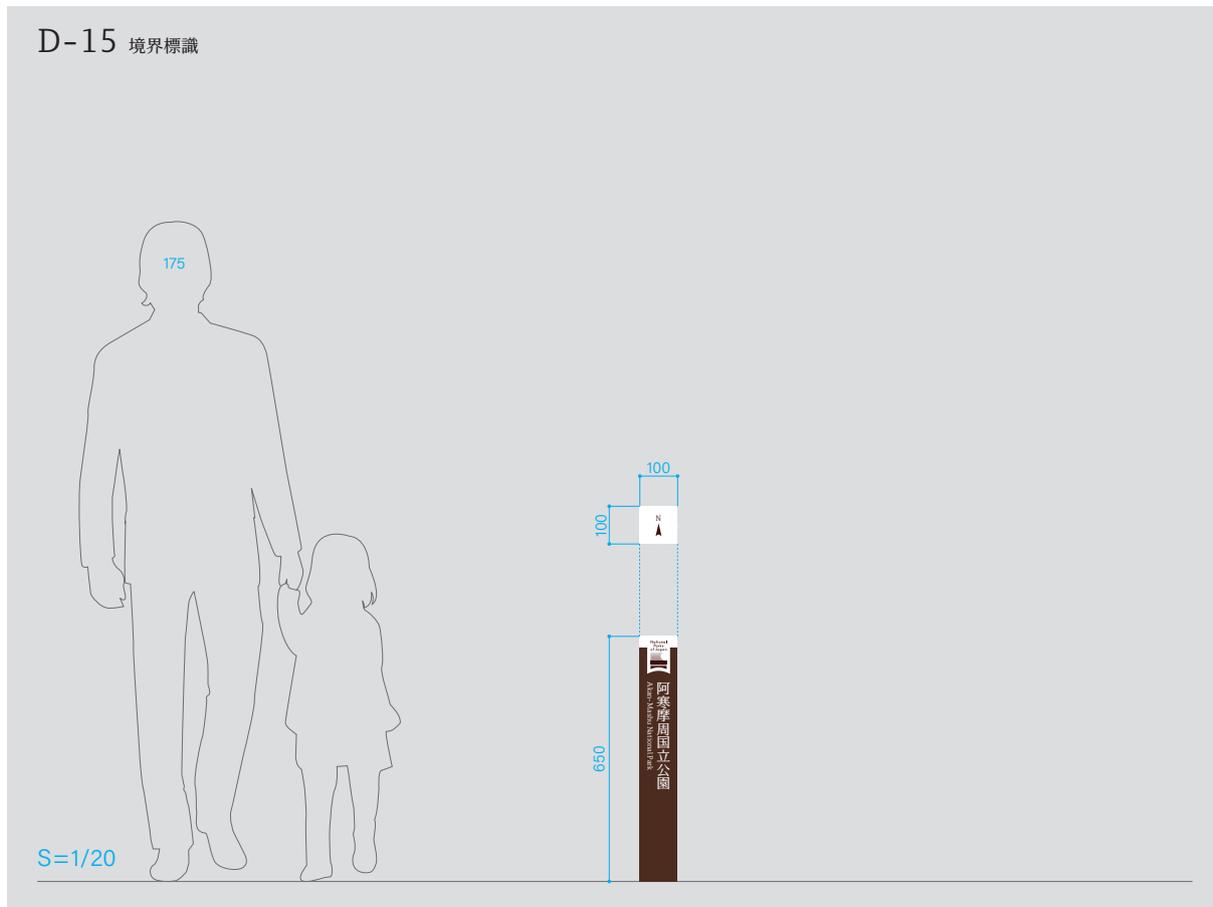
設置場所の状況に応じ、D-13,D-14,B-14 の例を参考に制作してください。

◎m、km 表記について：標高→0,000m / 標高以外の距離表記→000m、0.0km (1000m 以上の場合 km 表記に)

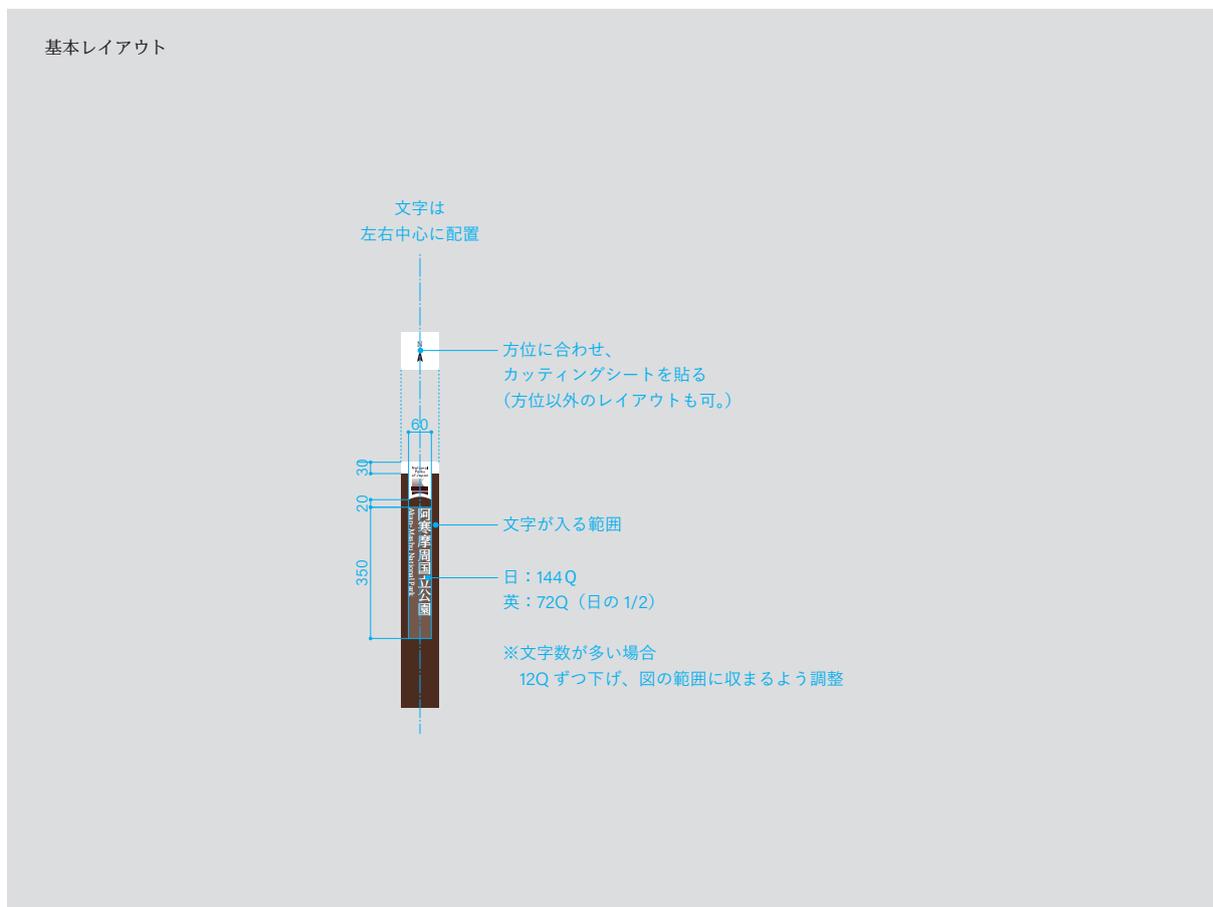


設置場所の状況に応じ、D-15 の例を参考に制作してください。

D-15 境界標識



基本レイアウト



2 - 印刷物

2- i) 運用区分／推奨デザイン

印刷物は下記の運用区分と推奨デザインを参考に発信しましょう。

		1) 34公園で デザインを統一。 できる限り34公園で デザインのフォーマットを 統一することが望ましい	2) 発信物に ロゴを入れる。 アクティビティ(キャンプ、 登山等)についての発信は、 最低限ロゴを入れ 推奨デザインを参考にする	3) 各公園に委ねる。 各公園の取り組みや特色を 生かした公園事務所主導の コンテンツ(動植物や歴史の 学習ツール等)やキャンペーン などの発信は、各公園で 責任を持って発信する	
		国立公園公式	ビジターセンター公式	アクティビティの発信	各公園 独自発信
印刷物	リーフレット				各公園発信の 学習コンテンツや キャンペーン等は、 各公園に委ねる。 ロゴを入れる場合は 2)を参考にする。
	ポスター				

2-ii) リーフレット

〈リーフレットの判型〉

〈基本〉
仕上がり：w100 × h210 mm

三つ折り、八つ折り、冊子など
内容の分量に応じてページが増えても
仕上がりは同じサイズに

100 mm

210 mm

西表石垣
国立公園

例

三つ折り

八つ折り

〈例外〉 ※基本サイズを推奨するが
仕上がり： A5の判型も使用可
w148.5 × h210 mm (A5)

1/2a a = ロゴ幅

1/4a

西表石垣
国立公園

〈リーフレットの推奨レイアウト〉

リーフレットは、似た内容の媒体を増やさず、
できる限り下記のフォーマットの媒体に絞っての制作・配布を推奨します。

〈国立公園公式〉

西表石垣
国立公園

表1 ベストロケーションにフォーカス
写真を使用

〈ビジターセンター公式〉

西表野生生物
保護センター

西表石垣
国立公園

表1 体験や学びにフォーカス
写真やイラストを使用

〈アクティビティの訴求〉

1/2a a = ロゴ幅

1/4a

西表石垣
国立公園

表1 図のように、左上にロゴを入れ、
そのほかは規定なし

2-iii) ポスター

〈ポスターの推奨レイアウト〉

ポスターは、B2 サイズを基準に、下記のフォーマットを参考に制作することを推奨します。
B2 以外の判型を制作する場合、下記のフォーマットを参照の上制作ください。

〈国立公園公式〉
仕上がり：515 × 728 mm
(B2 縦、B2 横)



このように公園の所在地、
写真のロケーション、簡単な説明を
バイリンガル表記で記載しても OK
詳細は QR コードでオンラインに誘導

B2 横

B2 縦

〈アクティビティの発信〉
仕上がり：515 × 728 mm
(B2 縦、B2 横)



図のように
左上にロゴを入れ、
そのほかは規定なし

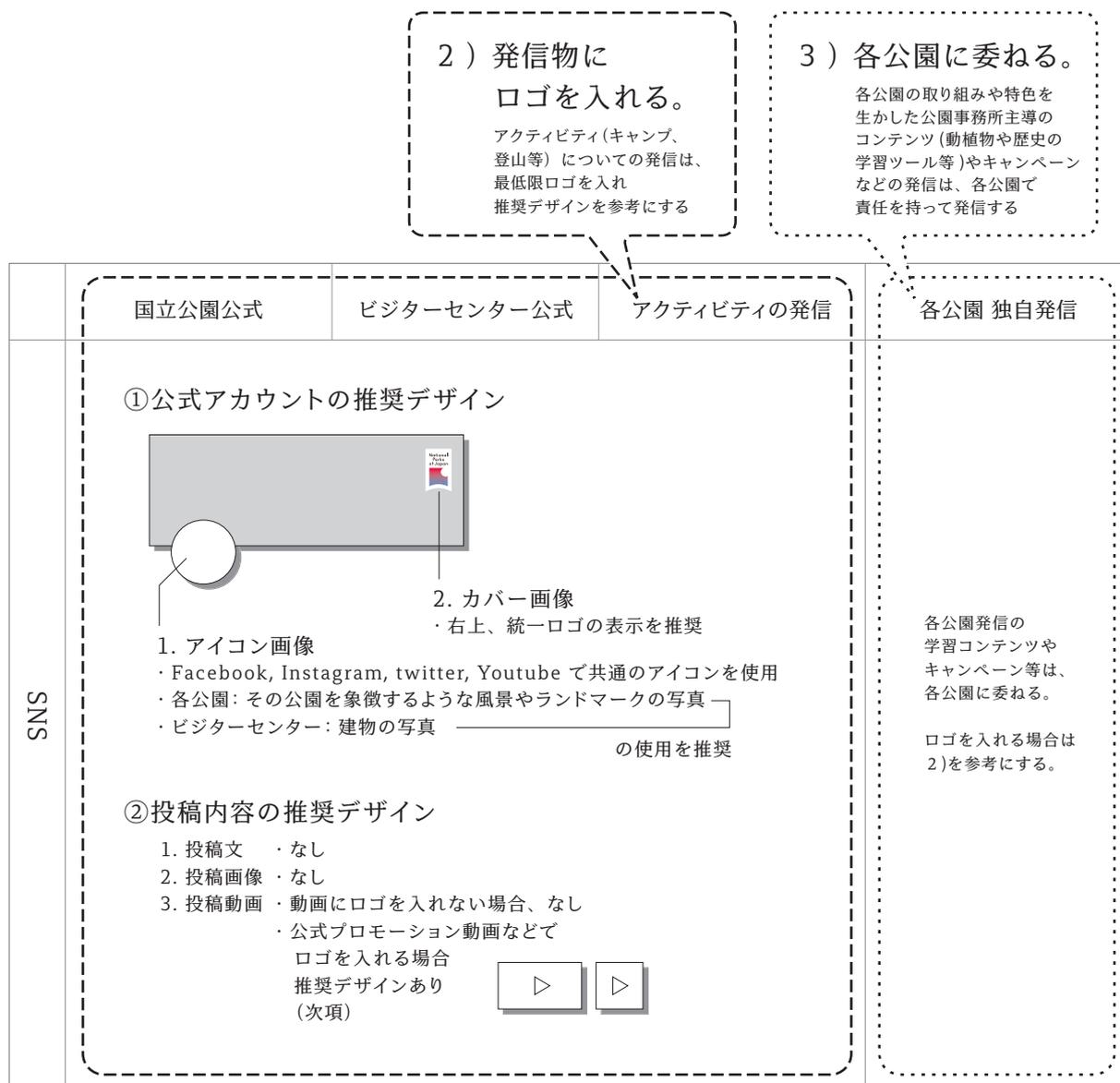
B2 横

B2 縦

3 - SNS

運用区分／推奨デザイン

SNS は下記の運用区分と推奨デザインを参考に発信しましょう。



4 - 動画

運用区分／推奨デザイン

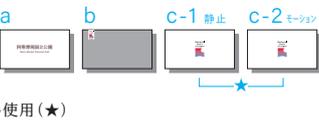
動画は下記の運用区分と推奨デザインを参考に発信しましょう。

**2) 発信物に
ロゴを入れる。**

アクティビティ(キャンプ、登山等)についての発信は、最低限ロゴを入れ推奨デザインを参考にする

3) 各公園に委ねる。

各公園の取り組みや特色を生かした公園事務所主導のコンテンツ(動植物や歴史の学習ツール等)やキャンペーンなどの発信は、各公園で責任を持って発信する

	国立公園公式	ビジターセンター公式	アクティビティの発信	各公園 独自発信
動画	<p>① 動画作成時の推奨デザイン</p> <p>※公式プロモーション動画の作成時推奨デザイン。サイネージの動画も含む (SNSの投稿など、ロゴを入れずに公開する場合は、特に規定なし)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オープニング→公園名を表示/テーマ別は規定なし ・エンディング→統一ロゴ(静止・モーションどちらか)を表示 ・長尺の場合、途中のロゴ表記を入れる ・下記の素材を使用する 			
				
<p>② 動画素材について</p>				
<p>1. 長尺の場合</p> <p>a. オープニング</p> <p>b. 途中のロゴ表示</p> <p>c-1. エンディング(静止ロゴ)</p> <p>c-2. エンディング(モーションロゴ)</p> <p style="text-align: right;">どちらか使用(★)</p>				<p>各公園発信の学習コンテンツやキャンペーン等は、各公園に委ねる。</p> <p>ロゴを入れる場合は2)を参考にする。</p>
				
<p>2. 短尺の場合</p> <p>a. オープニング</p> <p>c-1. エンディング(静止ロゴ)</p> <p>c-2. エンディング(モーションロゴ)</p> <p style="text-align: right;">どちらか使用(★)</p>				
				
<p>3. テーマ別の場合</p> <p>c-1. エンディング(静止ロゴ)</p> <p>c-2. エンディング(モーションロゴ)</p> <p style="text-align: right;">どちらか使用(★)</p>				
				