

NANKAI BRAND

Visual Identity Guidelines

NANKAI ブランド ビジュアル・アイデンティティ・ガイドライン

株式会社 NANKAI

NANKAI.Co.,Ltd | 2026 | ver. 1.7



はじめに

NANKAI は民営鉄道のパイオニアとしてスタート。以来、鉄道事業を中心に運輸、不動産、流通、レジャー、建設など、幅広く事業を展開してきました。そして、これまでに築いてきた伝統をバックボーンに、お客さまに心から喜んでいただくためには何をすべきかを、従業員一人ひとりが考え、実践していくことにより、信頼され親しみのある「選ばれる企業グループ」を目指しブランド戦略を推進しています。

その旗印となるのが、ブランドシンボルやブランドロゴタイプです。NANKAI のあらゆる視覚表現物にデザイン的な整合性を持たせ、統一をはかり、視覚的な南海らしさ、すなわちVI（ビジュアル・アイデンティティ）を確立していくことが重要です。

このVI ガイドラインでは、NANKAI ブランドの基本的なデザイン要素とその使用基準について説明しています。NANKAI ブランドの価値を高めるために、本ガイドラインの主旨と規定されたルールや表記方法をよく理解し、遵守してください。そして、様々な視覚表現物において適切かつ効果的に運用することで、NANKAI ブランドのVI の構築と浸透に努めてください。

本ガイドラインの使用にあたっての注意事項

・本ガイドラインの記載について、不明な点や質問は、担当部署までお問い合わせください。

A

Basic Design

ベーシックデザイン

- A-1 基本デザイン要素
- A-2 ブランドシンボル：余白規定／最小使用サイズ
- A-3 ブランドロゴタイプ 基本型・縦型：余白規定／最小使用サイズ
- A-4 ブランドカラー
- A-5 社名ロゴタイプ（略称社名ロゴタイプ・正式社名ロゴタイプ）
- A-6.1 ブランドスローガンとブランドロゴタイプとの組み合わせ：余白規定／最小使用サイズ
- A-6.2 英文ブランドスローガンとブランドロゴタイプとの組み合わせ：余白規定／最小使用サイズ
- A-7 ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプの使用例
- A-8 ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプの表示バリエーション
 - ・カラー表示（ポジティブ表示・ネガティブ表示／背景が黒で NANKAI 白抜き）
 - ・単色表示（ポジティブ表示／黒単色・ネガティブ表示／ロゴタイプ白抜き）
- A-9.1 ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプと背景色の関係①：ブランドカラー・無彩色の場合
- A-9.2 ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプと背景色の関係②：その他の背景色の場合
- A-9.3 ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプと背景色の関係③：写真背景の場合
- A-10 コーポレートシグネチャ
- A-11.1 使用禁止例①
- A-11.2 使用禁止例②

A-1

基本デザイン要素

NANKAI のVI システムは、基本デザイン要素によって構成され、その表示と展開方法が体系的に規定されています。様々なコミュニケーション活動において、視覚的にイメージを伝達訴求する重要な役割を果たしています。基本デザイン要素の使用にあたっては、オリジナルデータをそのまま使用してください。

ブランドシンボル



ブランドカラー



ブランドロゴタイプ

基本型



縦型



社名ロゴタイプ

略称社名ロゴタイプ

NANKAI

正式社名ロゴタイプ

和文 株式会社 NANKAI

英文 NANKAI Co.,Ltd.

ブランドスローガン

‘なんかいいね’があふれてる

ブランドスローガン付きブランドロゴタイプ



A-2

ブランドシンボル：余白規定 / 最小使用サイズ

2つの翼をデザインしたブランドシンボルは、総合生活企業として未来に向けて力強く羽ばたいていくNANKAIの姿勢を表したものです。2つの翼は素晴らしい未来を切り拓いていく私たちの英知と、豊かな生活や文化を育てていく私たちの活力をそれぞれシンボリックに表しています。大きく羽ばたこうとする両翼の間を上へと伸びるラインは、NANKAIの輝くエネルギーの上昇、そしてより大きな世界へ飛躍しようとする企業の力を表現しています。

ブランドシンボルのイメージを損なうようなレイアウトは避け、ブランドイメージが常に一貫したものとなるように運用してください。

余白規定

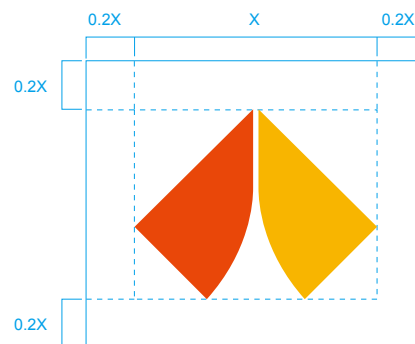
ブランドシンボルの視認性を高めるためには周囲に余白を確保する必要があります。その最小限確保すべき余白範囲が余白規定です。規定の中にデザイン要素や文字情報などが入らないようにしてください。

最小使用サイズ

最小使用サイズとは、ブランドシンボルが明瞭に識別できる最小の表示サイズです。原則としてこれより小さいサイズでは使用しないでください。



余白規定



最小使用サイズ



A-3

ブランドロゴタイプ 基本型・縦型：余白規定 / 最小使用サイズ

ブランドロゴタイプは、NANKAI グループの全ての事業、サービスなどの提供価値を統合して訴求する最上位の商標として、NANKAI のVIの核として使用していきます。

どのような表示状況にあっても、常に一貫したブランドイメージを明確に訴求するために、他の一切の表現要素、情報と組み合わせたり、混在しないよう十分な間隔を保ち、独立性を保って表示してください。

ロゴタイプには、基本型と縦型があります。基本的には基本型のロゴタイプを使用し、看板や、サイン表示などの、限られたスペースしかない場合のみ、縦型を使用してください。

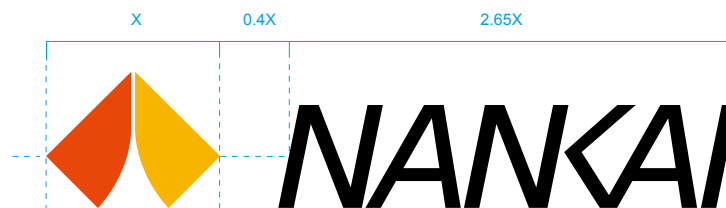
余白規定

ロゴタイプの視認性を高めるためには周囲に余白を確保する必要があります。その最小限確保すべき余白範囲が余白規定です。規定の中にデザイン要素や文字情報などが入らないようにしてください。

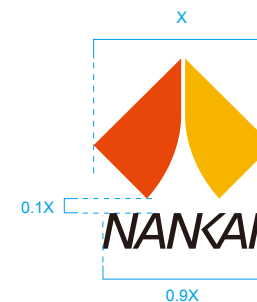
最小使用サイズ

最小使用サイズとは、ロゴタイプが明瞭に識別できる最小の表示サイズです。原則としてこれより小さいサイズでは使用しないでください。

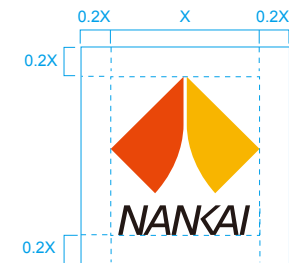
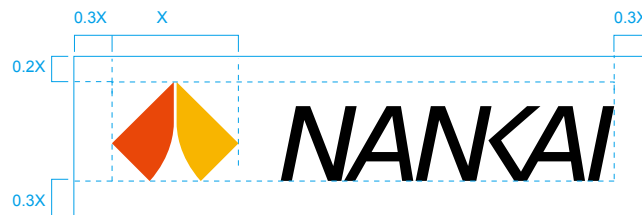
基本形



縦型



余白規定



最小使用サイズ



A-4

ブランドカラー

ブランドカラーは、NANKAI ブランドのイメージを色彩的に表現し、その価値を印象深く訴求するために選ばれたものです。南の海に輝く太陽を思わせる「ファインレッド」は、燃えるような情熱、包み込むような信頼感を表現しています。あたたかい南風を感じさせる「ブライトオレンジ」は、はつらつとした力、おおらかで明るいヒューマンな心を表します。原則、イメージの一貫性を保つため、DIC カラー（特色）を基準として、可能な限り色を再現してください。

ブランドカラー

ファインレッド

DIC: PART II 2508

Process: C0 M85 Y100 K0

RGB: R223 G78 B0

ブライトオレンジ

DIC: PART II 2530

Process: C0 M35 Y100 K0

RGB: R255 G183 B0

A-5

社名ロゴタイプ（略称社名ロゴタイプ・正式社名ロゴタイプ）

社名ロゴタイプは、社名を表示するために特別に設計された組文字です。社名表示を行う際は、原則として正式社名ロゴタイプを使用してください。ただし、文章中に社名を表示する場合には、正式名称ロゴタイプは使用せず、「株式会社 NANKAI」のように一般書体で表示してください。また、社名ロゴタイプはブランドシンボルと組み合わせて使用することはできません。

色彩表現は、基本的にはブランドカラーは使用せず、ブラックで表示することを基本とします。背景が濃い色の場合、ロゴタイプは白抜きで表示し、必ずオリジナルデータをそのまま使用してください。

最小使用サイズ

最小使用サイズとは、社名ロゴタイプが明瞭に識別できる最小の表示サイズです。原則としてこれより小さいサイズでは使用しないでください。

略称社名ロゴタイプ

NANKAI

最小使用サイズ

10mm/47px
NANKAI

正式社名ロゴタイプ

(和文)

株式会社 NANKAI

最小使用サイズ

24mm/110px
株式会社 NANKAI

(英文)

NANKAI Co.,Ltd.

23.7mm/135px
NANKAI Co.,Ltd.

A-6.1

ブランドスローガンとブランドロゴタイプとの組み合わせ：余白規定 / 最小使用サイズ

ブランドスローガンは、目指す「NANKAIらしさ」を端的に表現した言葉です。原則、ブランドスローガンを効果的に訴求するために、基本型のブランドロゴタイプと組み合わせることを基本とします。組み合わせ方、書体については定められたデータが用意されていますので、オリジナルデータをそのまま使用してください。

ブランドスローガンの表記

ブランドスローガンを文章中で記述する場合は、「『なんかいいね』があふれてる」のようにテキストで表記し、ブランドスローガンであることが明確にわかるように鍵括弧を使用してください。その際、必ず「なんかいいね」の部分は、シングルクォーテーション (') で囲って表示してください。

余白規定

ブランドスローガンとブランドロゴタイプの組み合わせの視認性を高めるためには、周囲に余白を確保する必要があります。その最小限確保すべき余白範囲が余白規定です。規定の中にデザイン要素や文字情報などが入らないようにしてください。

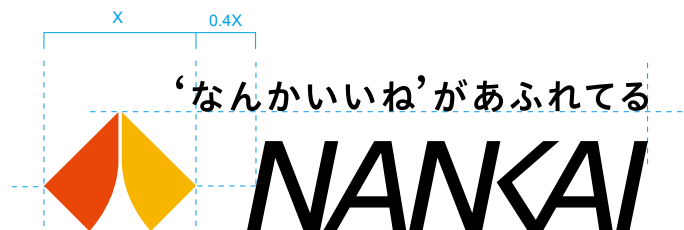
最小使用サイズ

最小使用サイズは、ブランドスローガンが識別できる最小の表示サイズです。原則としてこれより小さいサイズでは使用しないでください。

ブランドスローガン

『なんかいいね』があふれてる

ブランドスローガン付きブランドロゴタイプ



余白規定



最小使用サイズ



A-6.2

英文ブランドスローガンとブランドロゴタイプとの組み合わせ：余白規定 / 最小使用サイズ

英文ブランドスローガンは、目指す「NANKAIらしさ」を端的に表現した言葉です。英語のコミュニケーションツールに主に使用します。原則、英文ブランドスローガンを効果的に訴求するために、基本型のブランドロゴタイプと組み合わせることを基本とします。組み合わせ方、書体については定められたデータが用意されていますので、オリジナルデータをそのまま使用してください。

余白規定

英文ブランドスローガンとブランドロゴタイプの組み合わせの視認性を高めるためには、周囲に余白を確保する必要があります。その最小限確保すべき余白範囲が余白規定です。規定の中にデザイン要素や文字情報などが入らないようにしてください。

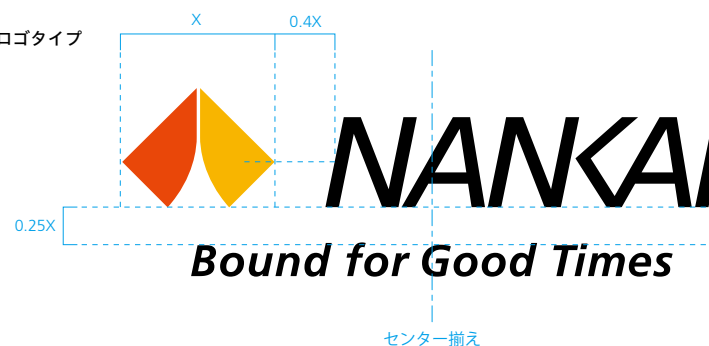
最小使用サイズ

最小使用サイズは、英文ブランドスローガンが識別できる最小の表示サイズです。原則としてこれより小さいサイズでは使用しないでください。

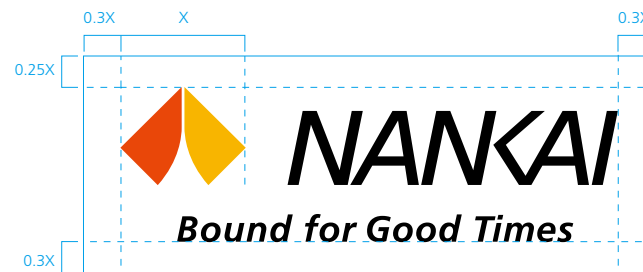
英文ブランドスローガン

Bound for Good Times

英文ブランドスローガン付きブランドロゴタイプ



余白規定



最小使用サイズ



A-7

ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプの使用例

ブランドロゴタイプとブランドスローガン付きロゴタイプは、それぞれ使用する場面が異なります。それぞれのロゴの役割を理解し、適切な場所に使用してください。使用方法について、ご不明の際は、担当部署までお問い合わせください。

ブランドロゴタイプ

ブランドロゴタイプは、会社自体を表すことを目的とした物（封筒、社屋看板、ユニフォームなど）に主に使用します。

ブランドスローガン付きブランドロゴタイプ

ブランドスローガン付きブランドロゴタイプは、お客様とのコミュニケーションを目的とした広告宣伝物等のコミュニケーションツール（動画、webサイト、名刺など）に主に使用します。

外国語の頒布物に関しては、英文ブランドスローガン付きブランドロゴタイプを使用してください。

ブランドロゴタイプの使用場面



封筒



ヘルメット



社屋看板



ブランドスローガン付きロゴタイプの使用場面



広告宣伝物



記者会見用バックパネル（イベントや限定的な場合）



名刺



ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプの表示バリエーション

フルカラータイプ

原則、ブランドロゴタイプはフルカラーで表示することとします。ブランドロゴタイプをフルカラーで表示する場合は、ブランドシンボルを「ファインレッド」「ブライトオレンジ」、ロゴタイプやブランドスローガンをブラックで表示することを基本とします。背景が濃い色の場合、ロゴタイプやブランドスローガンは白抜きで表示してください。

単色タイプ

ブランドロゴタイプを単色で表示する場合は、ブランドシンボルは100%ベタで表現し、アミガケでの表示はできません。その他の色で表示する場合は、担当部署までお問い合わせください。

フルカラータイプ

ポジティブ表示



ネガティブ表示



単色タイプ

ポジティブ表示



ネガティブ表示



A-9.1

ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプと背景色の関係①：ブランドカラー・無彩色の場合

ブランドロゴタイプやブランドスローガン付きブランドロゴタイプの表示にあたっては、本来目指すイメージが損なわれないように、最大限の注意が必要です。チャートに示す基準に従い、表示背景の色合いや濃淡に応じて、ブランドロゴタイプの表示色を選定し、背景と十分なコントラストを持った表現を心掛けてください。視認性を十分に確保し、ブランドイメージが常に一貫したものとなるように運用してください。



A-9.2

ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプ②：その他の背景色の場合

ブランドロゴタイプやブランドスローガン付きブランドロゴタイプの表示にあたっては、本来目指すイメージが損なわれないように、最大限の注意が必要です。チャートに示す基準に従い、表示背景の色合いや濃淡に応じて、ブランドロゴタイプの表示色を選定し、背景と十分なコントラストを持った表現を心掛けてください。

視認性を十分に確保し、ブランドイメージが常に一貫したものとなるように運用してください。

	青系	緑系	黄系	赤系
!!				
#!				
\$!				
%!				
&!				
'!				
(!				
)!				
*!				
!!				

A-9.3

ブランドロゴタイプ・ブランドスローガン付きブランドロゴタイプ③：写真背景の場合

写真等を背景に表示する際には注意が必要です。ブランドロゴタイプやブランドスローガン付きブランドロゴタイプを常に一貫したイメージで訴求するために、右記に示す規定を参考に適正な運用を心がけてください。

背景が写真の場合



バックの写真が単調で淡い色の場合は写真の上に表示することができます。



濃いカラー、ローコントラストの写真の場合、ロゴタイプやブランドスローガンを白ヌキで表示することができます。

禁止された表示例



縁をつけて表示することはできません。



フルカラーで表示できる際は、単色タイプでの表示をしてはいけません。可能な限りフルカラータイプを使用してください。

A-10

コーポレートシグネチャ

コーポレートシグネチャとは、ブランドロゴタイプと正式社名ロゴタイプなど他の基本デザイン要素および事業所名や所在地などの2次情報を組み合わせて表示し、企業としての署名機能を果たすものです。

適用するアイテムの特性や条件に応じて、ブランドロゴタイプと正式社名ロゴタイプ、所在地等を離すことも可能ですが、その場合はこの基準をベースに、全体としてのバランスを考慮してレイアウトしてください。

日本語版



部署表記あり



英語版



部署表記あり



A-11.1

使用禁止例①

NG: 禁止された表示例



ブランドシンボルと社名ロゴタイプを組み合わせで使用してはいけません。



他のグラフィック要素を余白規定内に表示してはいけません。



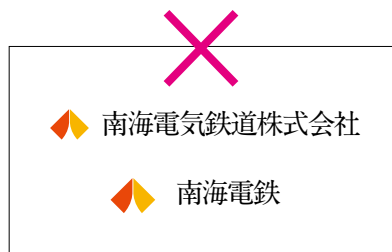
ロゴタイプを既存のフォントに変えてはいけません。



単色で表示する場合、アミがけで表示することはできません。必ず100%ベタで表示してください。



ブランドシンボルの上に文字やイラストを表示してはいけません。



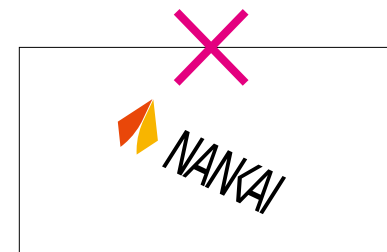
社名ロゴタイプを既存のフォントで置き換えた上、ブランドシンボルを組み合わせることはできません。



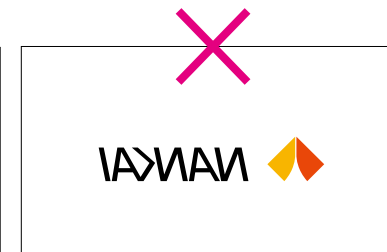
解像度不足の画像を使用して表示することはできません。必ず高解像度のデータを使用してください。



陰影や縁をつけて表示してはいけません。



変形したり、回転はできません。



反転させてはいけません。



指定色以外の色で表示してはいけません。



単色表示の際、ブランドシンボルやロゴタイプを「ブライトオレンジ」、「ファインレッド」のみで表示してはいけません。



他のグラフィック要素と組み合わせることはできません。



アウトラインで表示してはいけません。



視認性を損なうような複雑な地紋・写真の上に表示してはいけません。

A-11.2 使用禁止例②

NG: 禁止された表示例



背景とのコントラストが十分に得られない表示をしてはいけません。



一部をネガティブにしてはいけません。



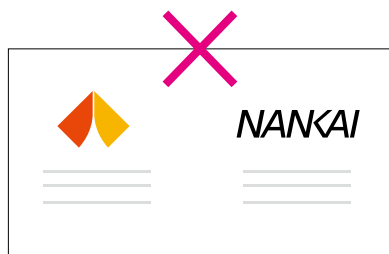
ブランドシンボルとロゴタイプの間隔を変えてはいけません。



ロゴタイプの字間を変えてはいけません。



ブランドシンボル「ブライトオレンジ」、「ファインレッド」1色、ロゴタイプを「スミ」で表示してはいけません。



ブランドシンボルとロゴタイプを別々に使用することはできません。必ず組み合わせたものを使用してください。



ブランドロゴタイプや、社名ロゴタイプを文章中に使用することはできません。



ブランドシンボルを記号として使用することはできません。

NG: 禁止されたブランドスローガン表示例



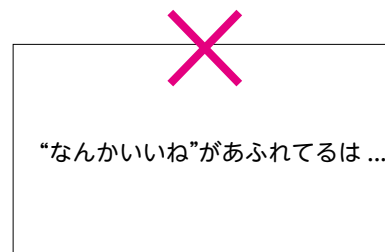
ブランドスローガンの比率・位置・距離を変えてはいけません。



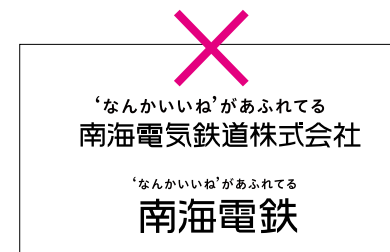
ブランドスローガンを他のフォントで組み合わせることはできません。必ずオリジナルデータを使用してください。



ブランドスローガンを2行に分けて表示してはいけません。



文章中表示する際ダブルオーテーションで表示してはいけません。必ずシングルオーテーションで表記してください。



ブランドスローガンを正式社名ロゴタイプや略式社名ロゴタイプと組み合わせることはできません。

B

Application Design

アプリケーションデザイン

B-1.1 名刺（表面）

B-1.2 名刺（裏面）

B-2 ニュースリリース

B-3.1 広告宣伝物：動画

B-3.2 広告宣伝物：静止画

B-3.3 広告宣伝物：ポスター

B-3.4 広告宣伝物：B0 ポスター

B-3.5 広告宣伝物：額面ポスター

B-3.6 広告宣伝物：ドア上額面ポスター

B-3.7 広告宣伝物：中吊りポスター

B-3.8 広告宣伝物：車内ステッカー

B-3.9 広告宣伝物：頒布物

B-3.10 広告宣伝物：看板

B-4 封筒（角型1号・長形3号）

B-1.1 名刺（表面）

表面の名刺デザインフォーマット例です。

下記に記した文字指定を参考に、常に一貫したものとなるように運用してください。

氏名（和文・英文）および会社名を除き、最大10行まで表示できます。

上段（A・E）は5行まで、下段（D）は7行まで表示可能です。

[例] 上段：5行＋下段：5行
上段：3行＋下段：7行

使用する文字数に応じて文字間隔を調整のうえ、バランスよく表示してください。

使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

資格の表示

資格は原則1つにつき、1行で表示してください。

最大2つまで表示可能です。

文字指定

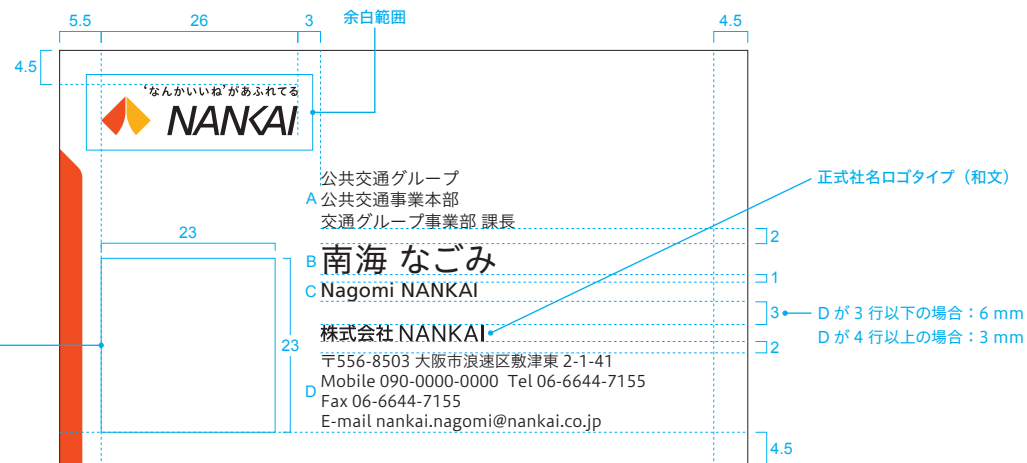
A 部署名・ 役職名	ヒラギノ UD 角ゴ W3	6.5Pt
	行送り	8Pt
最大文字数 全角22字		
B 氏名（和文）	ヒラギノ UD 角ゴ W4	12.5Pt
	文字間隔	30
C 氏名（英文）	名（頭文字のみ大文字）、 姓（全て大文字）の順で記載	
	Frutiger LT Pro Roman	7.5Pt
文字間隔 10		
D 住所・ 電話番号・ メールアドレス	ヒラギノ UD 角ゴ W3	6Pt
	行送り	7.5Pt
最大文字数 全角24字		
E 資格名	ヒラギノ UD 角ゴ W3	5.5Pt
	行送り	7Pt

表面：標準

- サイズ
H55 x W91 (mm)
- 印刷度数
3度

プロモーション表示スペース

※プロモーションで使用するロゴやイラストは、
ブランドロゴとのバランスを考慮し
表示してください。



表面：資格ありの場合



B-1.2 名刺（裏面）

裏面に英語版を印刷する際のデザインフォーマット例です。

ブランドロゴは、必ずスミー色で表示してください。下記に記した文字指定を参考に、常に一貫したものとなるように運用してください。

氏名・会社名を除き、最大11行まで表示できます。

上段（G・I）は6行まで、下段（H）は7行まで表示可能です。

【例】上段：6行＋下段：5行
上段：4行＋下段：7行

使用する文字数に応じて文字間隔を調整のうえ、バランスよく表示してください。使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

資格の表示

資格は原則1つにつき、1行で表示してください。最大2つまで表示可能です。

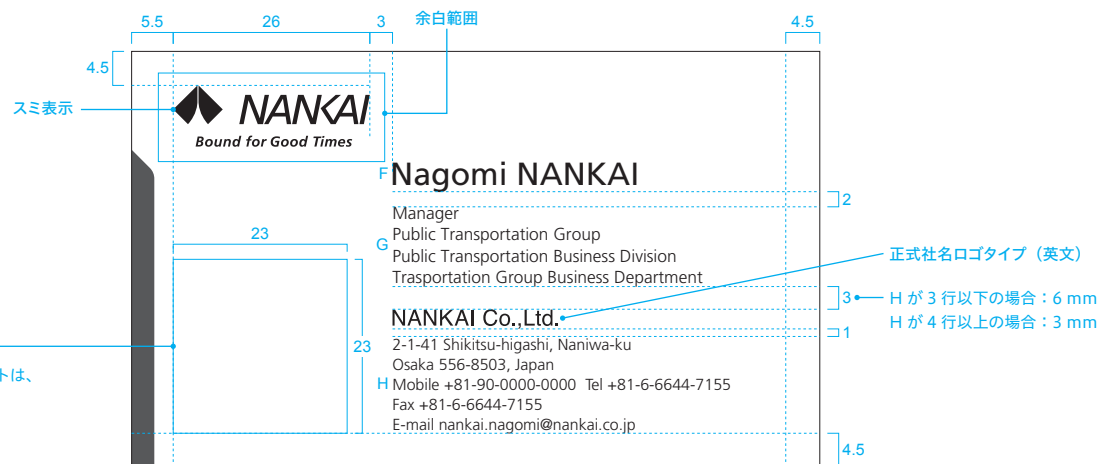
文字指定

F 氏名	名（頭文字のみ大文字）、 姓（全て大文字）の順で記載	
	Frutiger LT Pro Roman	12Pt
G 部署名・ 役職名	Frutiger LT Pro Light	6.5Pt
	行送り	8Pt
	最大文字数	半角45字
H 住所・ 電話番号・ メールアドレス	Frutiger LT Pro Light	6Pt
	行送り	7.5Pt
	最大文字数	半角49字
I 資格名	Frutiger LT Pro Light	6Pt
	行送り	7.5Pt

裏面：標準

- サイズ
H55 x W91 (mm)
- 印刷度数
1度

プロモーション表示スペース
※プロモーションで使用するロゴやイラストは、
ブランドロゴとのバランスを考慮し
表示してください。



裏面：資格ありの場合



B-2 ニュースリリース

ニュースリリースのデザイン例です。右記を基準に文字量に応じてサイズを調整することが可能です。使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

指定書体

ニュースリリース内で使用する書体は、指定書体 (MS P ゴシック /Arial ファミリー) を推奨しますが、制作の趣旨に沿っているのであれば、メイリオや Calibri などの他の書体を自由に使用することが可能です。指定書体については「A-9 指定書体」を参考にしてください。

併記の場合

SDGs 付きブランドロゴタイプを使用して他社のロゴと併記することも可能です。その際は SDGs 付きブランドロゴタイプの横幅を 47mm より小さく表示してはいけません。

ニュースリリース

ヘッダー 40.5

20 83 20

タイトル文字サイズ
MSP ゴシック
小サイズ 12pt/ 大サイズ 16pt/ 最大 4 行
行間: 最小値 / 間隔: 0pt

「なんかいね」があふれる
NANKAI
南海グループは持続可能な開発目標 (SDGs) を実現しています。


SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

NEWS RELEASE

2020年2月6日
南海電気鉄道株式会社

【和歌山市駅活性化計画第2期】
「キーノ和歌山」全国初出店を含む商業ゾーン全29店舗を発表！
商業ゾーン・和歌山市民図書館
2020年4月24日（金）、同時グランドオープン決定！

南海電気鉄道株式会社（社長：遠北光彦）と和歌山市（市長：尾花正啓）は、これまで共同で「和歌山市駅活性化計画」を市街地再開発事業として進めてきました。
この度「キーノ和歌山」の商業ゾーン全出店者が決定し、商業ゾーン及び和歌山市民図書館を2020年4月24日（金）に同時グランドオープンすることとなりましたのでお知らせします。
詳細は、以下のとおりです。



1. 「キーノ和歌山」概要について
(1) 開業日
2020年4月24日（金）
※南海和歌山市駅駐車場・オフィスビル（南海和歌山市駅ビル）はオープン済みです。
※一部店舗・ホテルは、開業日が異なります。
(2) 営業時間
10:00～21:00（物販）
11:00～22:00（飲食）
※一部店舗は、営業時間が異なります。
(3) 店舗数
29店舗
※全国初出店3店舗、和歌山泉初出店5店舗、新業態4店舗

フッター 20

1

ノンブル：センター

本文文字サイズ
MSP ゴシック 10.5pt

SDGs 付きブランドロゴタイプを使用し、併記する場合

47 等間隔 等間隔

最小サイズ

1行あき

「なんかいね」があふれる
NANKAI
南海グループは持続可能な開発目標 (SDGs) を実現しています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

NEWS RELEASE

2020年2月6日
南海電気鉄道株式会社

電動アシスト自転車から開始、2021年春から夏にかけて電動キックボード導入を予定
次世代電動シェアサイクルの「LUUP」が
JR 西日本・南海電鉄と連携し、大阪にて4月よりサービス開始

株式会社 Luup（本社 東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO 岡井 輝、以下「Luup」）は、本旅客鉄道株式会社（本社 阪市北区、代表取締役社長 川 明、以下「JR 本」）と南海電気鉄道株式会社（本社 阪市浪速区、社 遠北光彦、以下「南海電鉄」）と連携し、2021年4月2日より阪のキタ（梅）・ミナミ（難波、天王寺）の2エリアにて電動マイクロモビリティのシェアリングサービスを開始することをお知らせします。南海電鉄とJR 本が管理する駅の空きスペースなどにポートを設置し、駅を訪れるが型電動アシスト 自転車のシェアリングサービスを利することが可能となります。2021年の春から夏にかけて同ポートでの電動キックボードの導入も予定（※1）しており、街の々に安全で快適な短距離移動 段を提供します。本取り組みを通じて、誰もがより安全で暮らしやすい持続可能な街づくりに貢献します。
※1…電動キックボードの導入は、今後申請する新事業活動計画が、規制所管の同意を得て主務に認定されることを条件に実証実験として実施するものです。新事業活動計画の認定は4月下旬以降を予定しています。

1

B-3.1

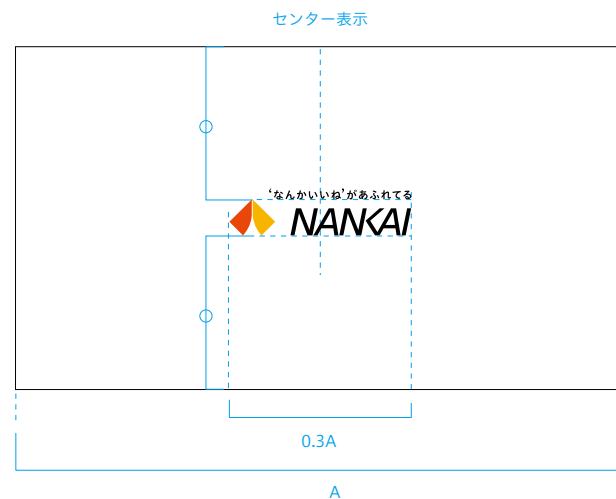
広告宣伝物：動画

動画でのブランドロゴタイプ表示規定です。一貫したNANKAIブランドを訴求するため、最後に最低1秒以上、エンドカットにブランドスローガン付きブランドロゴタイプを差し込んでください。

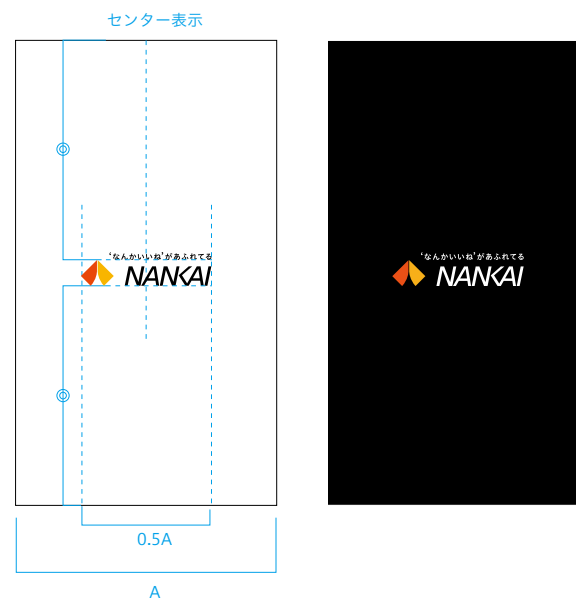
右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。表示する位置は、左右上下のセンターです。上下のセンターは、ブランドシンボルを基準に表示してください。

動画の内容に応じてエンドカットの背景色は黒か白いずれかを選択することができます。その他の表示や、使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

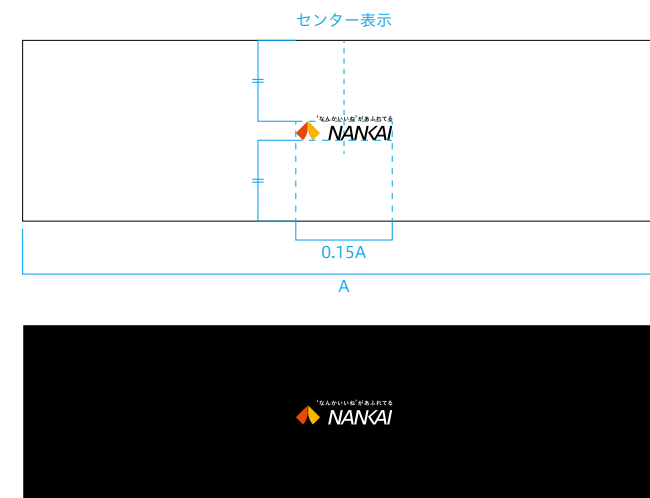
エンドカット



縦型の場合



横縦比32:9 媒体の場合



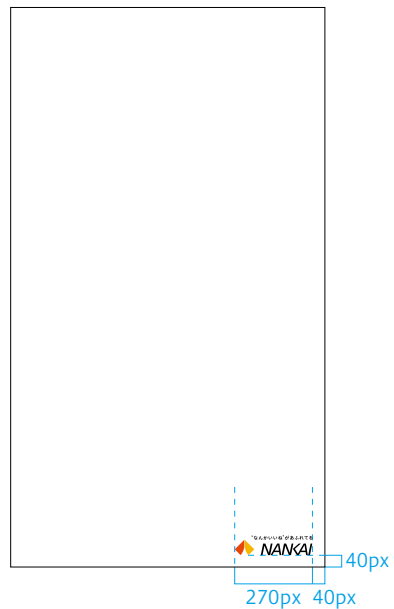
B-3.2

広告宣伝物：静止画

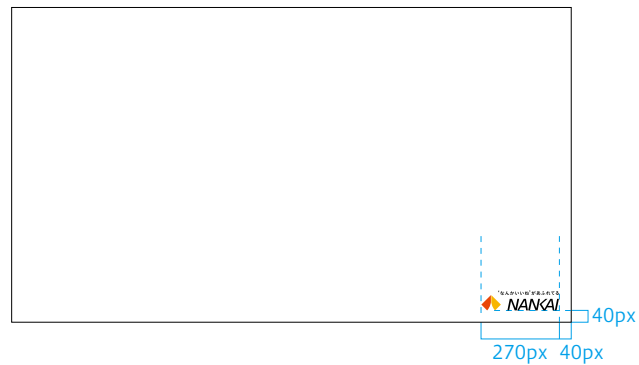
サイネージなど静止画でのブランドロゴタイプ表示規定です。右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。その他の表示や、使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

フル HD:1920x1080 の場合

縦型



横型



横縦比 32:9 媒体の場合



B-3.3

広告宣伝物：ポスター

ポスターのブランドロゴタイプ表示規定です。右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

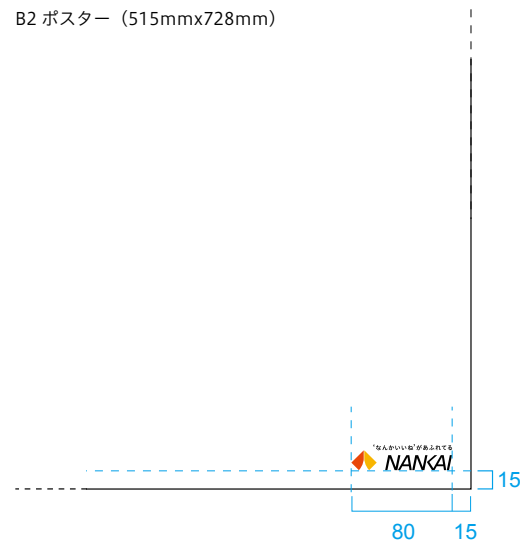
正式社名や略式社名を表示する場合

ロゴタイプと同一平面上に正式社名や略式社名を表示する場合は、紙面の左下に表示してください。

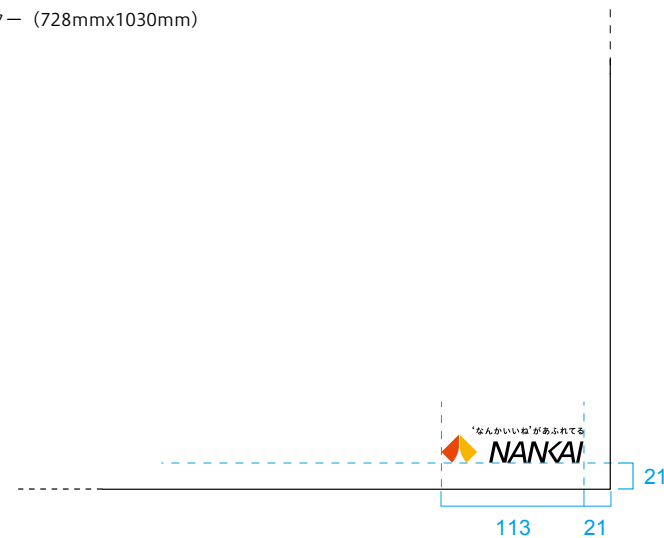
他社や他のロゴとの併記する場合

ロゴタイプと他のロゴを併記する場合は、南海のロゴタイプを基準に、同サイズに見えるように等間隔に配置してください。ロゴの順番や、位置については、内容によって適宜変更することが可能です。各社のブランドガイドラインも考慮し、表示してください。また、「●●×●●」という形でロゴタイプを併記することも可能です。広告物に応じて効果的な表示を心がけてください。その際、同一平面上に NANKAI のロゴタイプが重複しないように配慮して表示してください。

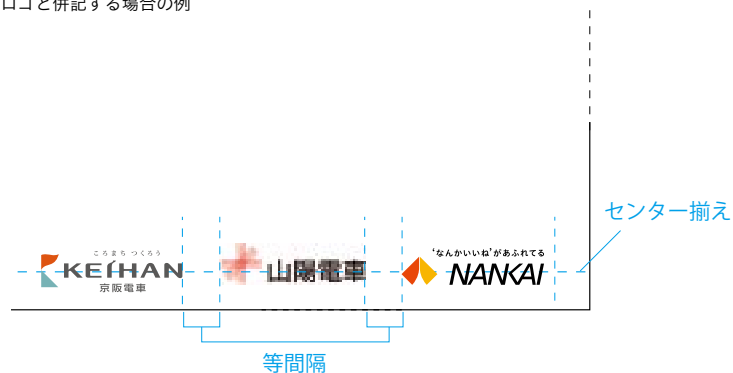
B2 ポスター（515mmx728mm）



B1 ポスター（728mmx1030mm）



他のロゴと併記する場合の例



「●●×●●」の形で併記する場合の例



B-3.4

広告宣伝物：B0ポスター

B0ポスターのブランドロゴタイプ表示規定です。
右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

B0ポスター（1030mmx1456mm）



B-3.5

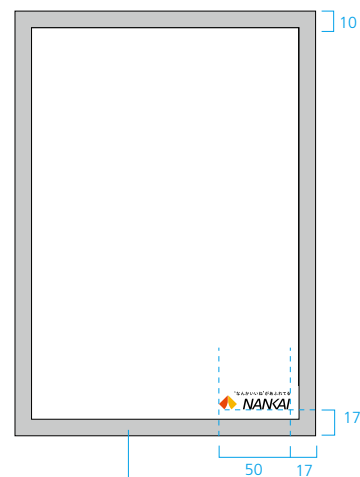
広告宣伝物：額面ポスター

額面ポスターのブランドロゴタイプ表示規定です。
右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

他社や他のロゴとの併記する場合

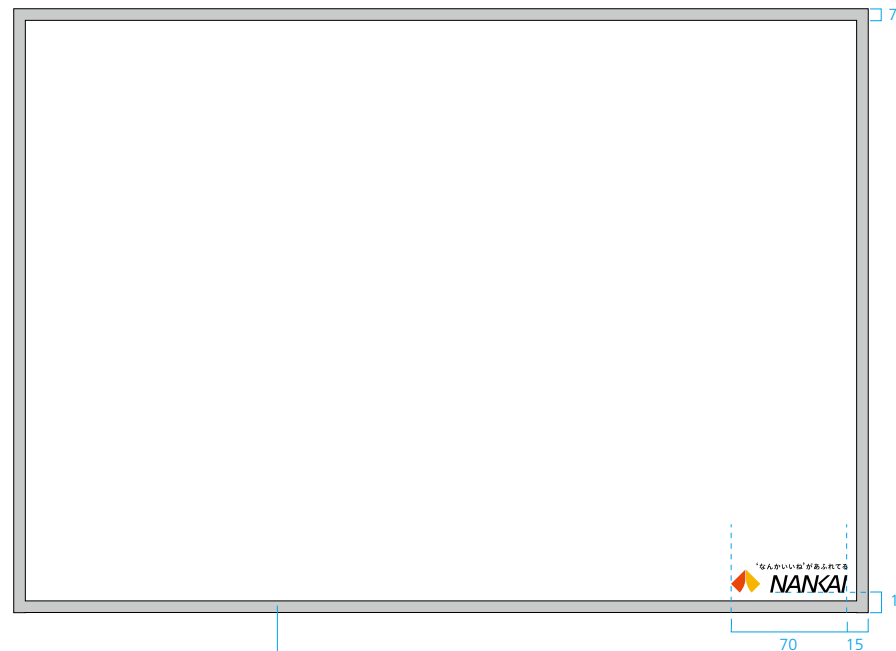
ロゴタイプと他のロゴを併記する場合は、各社のブランドガイドラインも考慮し、適切な間隔で表示してください。

B5 額面ポスター
(257mmx182mm)



額面エリア

B3 額面ポスター
(364mmx515mm)



額面エリア

B-3.6

広告宣伝物：ドア上額面ポスター

ドア上額面ポスターのブランドロゴタイプ表示規定です。右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。

他社や他のロゴとの併記する場合

ロゴタイプと他のロゴを併記する場合は、各社のブランドガイドラインも考慮し、適切な間隔で表示してください。

ドア上額面
(231mmx1064mm/ 見える範囲:224mmx1060mm)



B-3.7

広告宣伝物：中吊りポスター

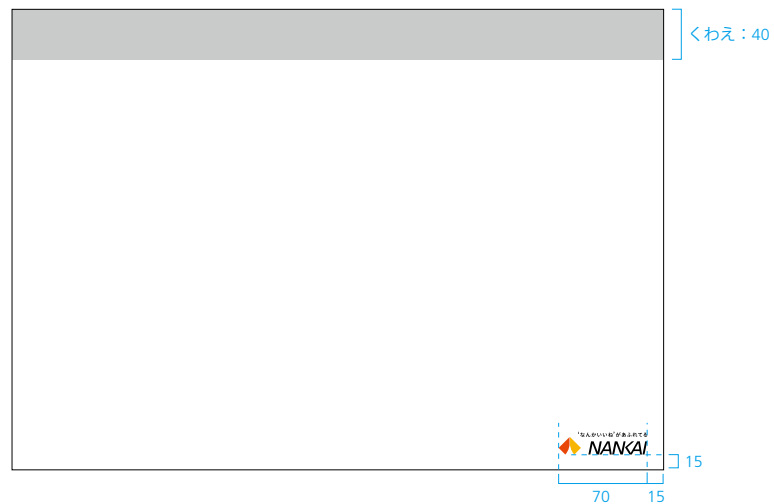
中吊りポスターのブランドロゴタイプ表示規定です。右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。

他社や他のロゴとの併記する場合

ロゴタイプと他のロゴを併記する場合は、各社のブランドガイドラインも考慮し、適切な間隔で表示してください。

車内中吊りポスター

B3 (364mm×515mm くわえ 40mm)



B3 ワイド (364mm×1030mm くわえ 40mm)



B-3.8

広告宣伝物：車内ステッカー

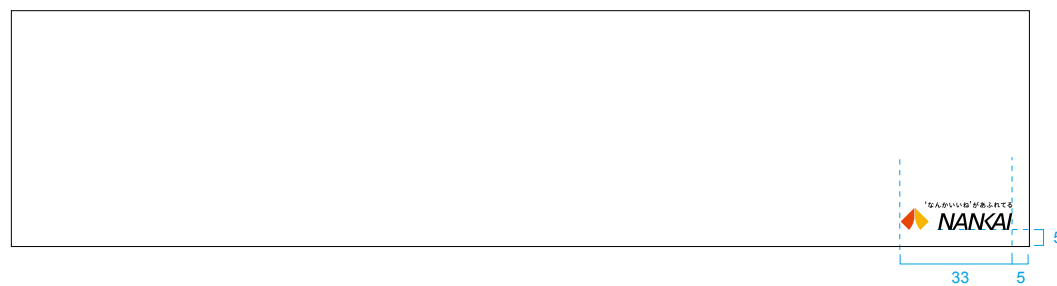
車内ステッカーのブランドロゴタイプ表示規定です。右記に示すフォーマットを守り、正しく使用してください。

車内ステッカー

ドア・窓ステッカー（165mm×200mm）



ドア上ツインステッカー（70mm×300mm）



B-3.9

広告宣伝物：頒布物

頒布物のブランドロゴタイプ表示規定です。

頒布物においては、ブランドロゴタイプを表紙（おもて面）の右下または左上のいずれかに配置し、正しく使用してください。ただし、統合報告書、会社案内、ハンドブック等のコーポレートツールにつきましては、下部中央や表4にブランドロゴタイプを表示することが可能です。使用に関して不明な点がある場合は、担当部署までご確認ください。

他社や他のロゴとの併記する場合

ロゴタイプと他のロゴを併記する場合は、各社のブランドガイドラインも考慮し、適切な間隔で表示してください。

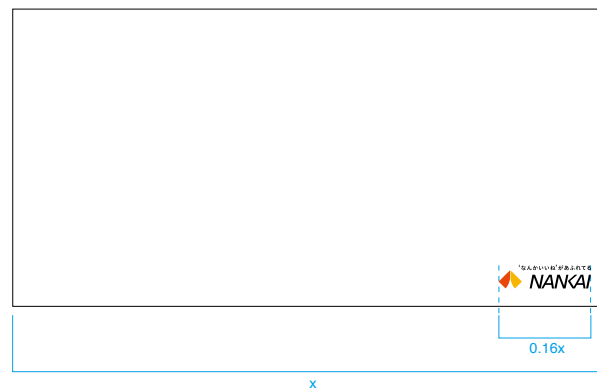


B-3.10

広告宣伝物：看板

看板のブランドロゴタイプ表示規定です。看板には様々な比率やサイズがあります。原則、ロゴタイプは右下に配置してください。右記に示す規定はあくまでも望ましい例であり、看板の実際のサイズや、設置する距離に応じて随時調整し、適切なサイズで使用してください。

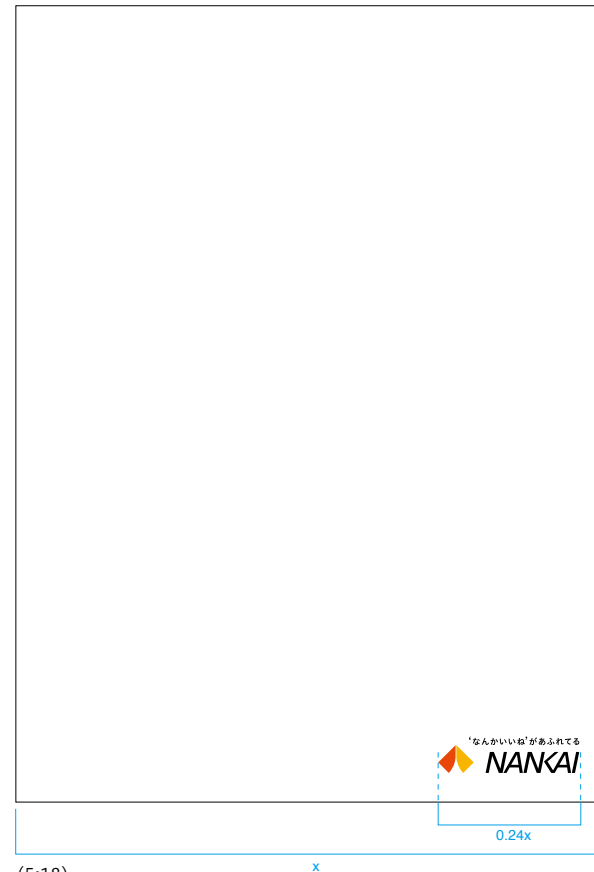
看板
(1:2)



(1:1)



(4:3)



(5:18)

