平成２５年度第２回屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会

【議事概要】

１　開催日時

平成２５年９月４日（水曜日）午後２時１５分 ～ 午後４時１５分

２　開催場所

広島市中区地域福祉センター5階　大会議室

３　出席者等

（１）出席委員　　部会長　　伏見　清香　（ふしみ　きよか）

委　員　　納島　正弘　（のうじま　まさひろ）

委　員　　大田　正樹　（おおた　まさき）

委　員　　柏尾　浩一郎（かしお　こういちろう）

委　員　　秀浦　純治　（ひでうら　じゅんじ）

（２）欠席委員　　なし。

（３）協議関係者　　２０名

（４）一般傍聴者　　　９名

（５）報道関係者　　　０名

４　会議次第

（１）開会

（２）議題　車体広告の特例許可に係るデザイン協議（車体広告の特例許可８件）

議案の１　広告主：カッパ・クリエイト株式会社

広告代理店：株式会社電通西日本　　（広島電鉄市内路線バス1台）【新規】

議案の２　広告主：ニッカホーム株式会社（広島交通市内路線バス1台）【新規】

広告代理店：株式会社キョウエイアドインターナショナル

議案の３　広告主：株式会社マックスガイ（広島電鉄市内路線バス1台）【新規】

広告代理店：株式会社ティーエイシー

議案の４　広告主：三菱地所レジデンス株式会社

広告代理店：株式会社大広西日本 （広島電鉄市内路面電車1台）【新規】

議案の５　広告主：株式会社ＫＣＧホールディングス（キンキホーム）

広告代理店：株式会社明宣社 （広島バス市内路線バス1台）【新規】

議案の６　広告主：株式会社ＫＣＧホールディングス（シティホーム）

広告代理店：株式会社明宣社 （広島バス市内路線バス1台）【新規】

議案の７　広告主：株式会社エネルギア・コミュニケーションズ

広告代理店：株式会社ヒロコー （広島電鉄市内路線バス1台）【変更】

議案の８　広告主：株式会社エネルギア・コミュニケーションズ

広告代理店：株式会社ヒロコー （広島電鉄市内路面電車1台）【変更】

（３）閉会

５　会議結果

別紙のとおり

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の１　広告主：カッパ・クリエイト株式会社

代理者：株式会社電通西日本

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》①両側面、後面の緑のラインをなくすか、もしくは、緑のラインの色を前面の緑色に合わせてみてはいかがでしょうか。 | ①緑のラインをなくし白抜きにしました。 | 《全体》①赤の背景が目立っていたが、カッパのロゴが目立つようになり、スッキリしたと思います。  |  | 修正デザイン案ができたら事務局を通じて各委員の意見を聞いた上で、取扱いを部会長が判断します。【修正案の提示】（全委員確認）・デザインは適当であると認められる。平成25年9月20日付け答申 |
| 《側面》②キャラクターが大きいので、縮小するか、減らしてみてはいかがでしょうか。そうすることによって窮屈感がなくなり、生き生きして楽しい感じがすると思います。③両側面の「すべては、お客様のために」と「かっぱ寿司」のロゴの行間をあけ、文字が窓枠に近いので、全体的に縮小して下げて配置してみてはいかがでしょうか。 | ②8匹から6匹に減らしました。③窓わく下の緑のラインより下げ、文字を小さくしました。 | 《側面》②後部の上への緑のグラデーションは、グラデーションでも緑のベタでもどちらでも構わないと思います。③両側面の前輪部の赤の三角部分は必要でしょうか。白抜きの斜線部分をもう少し後半に持ってきて前輪部を赤くしてみてはいかがでしょうか。④斜めにカットしている部分のバランスが良くないかもしれません。⑤鈍角でも構わないと思います。「すべては、お客様のために」の前部分が開き過ぎている気がするので、鈍角にするか、幅を狭めたら良いと思います。 | ④斜めの角度をもっと鈍角にするのはいかがですか。 |
| 《後面》④後面の赤は強い印象を受けます。（上下もしくは左右にグラデーションをかける等）工夫が必要かもしれません。また、広島バスと混同されないか若干気になります。 | 《後面》④緑のラインを生かしました。ロゴマークは白抜きにしました。かっぱのサイズを小さくしました。 | 《後面》 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①デザインの緑は広電バスと同じ緑ですか。 | ①はい。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の２　広告主：ニッカホーム株式会社

代理者：株式会社キョウエイアドインターナショナル

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》①手書きによる煩雑さが軽減され、シンプル方向へと徐々に改善されているかと思います。②うさぎのキャラクターの耳の形、顔と耳のバランス、手の形が全てばらばらなので、統一してみてはいかがでしょうか。 | ②クライアントの支給で変えることができません。キャラクターの数を減らしました。 | 《全体》①第1回での審議とキャラクターに変化が見られません。②全体的にレイアウトが悪いので再考されてはいかがでしょうか。 |  | デザインを見直して、再度、車体ＡＤ専門部会に諮っていただきたいと思います。 |
| 《側面》③左側面では見積り無料という表現であるが、看板の「プラン」は必要なのでしょうか。不要であれば削除してみてはいかがでしょうか。④前回の部会でも指摘がありましたが、ニッカホームのロゴの「カ」と「ホ」の間の点は必要なのでしょうか。不要であれば削除してはいかがでしょうか。また、ロゴに長体がかかっているので縦横比を揃えて正規のフォントに直してはいかがでしょうか。⑤後部のニッカホームが枠内の中途半端な位置にあるので、枠のセンターに配置してはいかがでしょうか。また、ニッカホームと検索の文字の大きさを合わせてはいかがでしょうか。⑥黒と黄の組み合わせは警告色であり、強烈な印象を与えるので、キャラクターのラインを茶系にしてみてはいかがでしょうか。⑦左側面の吹き出しがロゴにかかっているので、かからないようにしてはいかがでしょうか。⑧見積り無料などの金銭に関わるものは削除してはいかがでしょうか。 | ③削除しました。④点は削除しました。ロゴについてはクライアントの支給で変えることができません。ロゴを縮小しました。⑤修正しました。⑥茶にしました。⑦修正しました。⑧削除しました。 | 《側面》③左側面のニッカホームのロゴには影があるが右側面のロゴには影が無いので、どちらかに統一してはいかがでしょうか。また、影を付けることで統一するのであれば、リフォーム＆増改築をシンプルにしてはいかがでしょうか。④右側面のニッカホームのロゴがパーティングにかかっているので、左に寄せパーティングにかからないようにしてはいかがでしょうか。⑤左側面の後部のイラスト、ロゴがパーティングにかかり過ぎているのでパーティングを避けてはいかがでしょうか。⑥両側面の後部の検索の隣のニッカホームをセンターに寄せてはいかがでしょうか。 |  |
| 《後面》⑨ロゴと電話番号の配置を工夫してはいかがでしょうか。例えば、電話番号をパーティングの上に配置し、小さくし、ロゴをパーティングの下に配置してはいかがでしょうか。 | ⑨修正しました。 | 《後面》⑦電話番号をセンターに寄せてはいかがでしょうか。⑧後面のニッカホームのロゴには影があるが右側面のロゴには影が無いので、どちらかに統一してはいかがでしょうか。また、影を付けることで統一するのであれば、リフォーム＆増改築をシンプルにしてはいかがでしょうか。 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①イラストはクライアントからの支給ですか。②クオリティが低くないですか。③長体のかかったロゴもクライアントからの支給ですか。④左側面のロゴには影があり、右側面にはないですが、これもクライアントからの支給ですか。⑤ニッカホームのロゴ、キャラクターがＨＰのものと違いませんか。⑥原則、ＨＰのキャラクターを使うべきではないですか。⑦代理店側からキャラクター、ロゴを整理してクライアントへ提案することはできませんか。 | ①はい。③はい。④影については支給ではありません。⑦確認させていただきます。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の３　広告主：株式会社マックスガイ

代理者：株式会社ティーエイシー

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》①全体的に情報量が多すぎます。優先順位の低い情報を削除することによって、伝えたい情報がより効果的に伝達できます。②ダイヤを持つうさぎのキャラクターの位置付けが不明です。必要なのでしょうか。③女性の写真、うさぎのキャラクターの位置づけが不明です。女性よりキャラクターをメインに扱われたらいかがでしょうか。 | ①削除できるものは削除しました。②ＨＰに載っているので残しました。 | 《全体》①車体のカラーについては、しまりがあって良いと思います。 ②全体的に煩雑な印象を受け、チラシのようになっています。③面積効果により、実際のバスではオレンジが強調されるので、シート通りの色にするためには、オレンジの彩度を1割程度下げると良いと思います。 |  | デザインを見直して、再度、車体ＡＤ専門部会に諮っていただきたいと思います。 |
| 《側面》④左側面の「貴金属・ダイヤ・時計・ブランドなど」、「宅配買取受付中」、「金座街店…」の字の大きさが違います。必要であれば、字の大きさをそろえてはいかがでしょうか。⑤右側面の「その場で現金買取」「査定は無料」の文字が大きすぎます。縮小してはいかがでしょうか。⑥両側面の[ザ・ゴールド]がロゴに対して行間をあけすぎているように感じます。行間を詰めてみてはいかがでしょうか。また、ロゴの「THE」が「GOLD」に対して下がりすぎているように感じます。高さをセンターに合わせてみてはいかがでしょうか。⑦両側面の「全国90店舗以上」の「90」フォントが違い、また、長体がかかっているので、縦横比を揃えて正規のフォントに直してはいかがでしょうか。⑧左側面の「金座商店街…」は字の並びが悪いので、表示するのであれば、レイアウトの工夫をしてはいかがでしょうか。⑨左側面のドアの「その場で現金買取」、後部の「宅配買取受付中」、右側面の「その場で現金買取」、「査定は無料」は、情報量が多く、また、金銭に関わるものなので、削除してはいかがでしょうか。⑩白抜きで入っている宅配買取/現金買取/査定無料が大きい。（例えばEconomy…くらいの大きさにしてはいかがでしょうか。）⑪何行にも重なっている文字を一行にまとめた方が良いのではないでしょうか。（極力文字は減らした方が良いと思います。）⑫時計、宝石等の「写真」は削除してよいと思います。（オレンジ部分にパターンとして入っているため。） | ④揃えました。⑤縮小しました。⑥ロゴ規定で変更不可能です。⑦修正しました。⑧修正しました。⑨不要部分は削除しました。⑩縮小しました。⑪一行にまとめました。 | 《側面》④左側面はロゴ付近にキャラクターがあり、右側面は前部分にあるが不要であればキャラクターは削除してはいかがでしょうか。⑤構成要素が多すぎます。伝えたい情報に優先順位を付け、不要なものは削除してはいかがでしょうか。⑥時計、宝石等の「写真」は削除してよいと思います。（オレンジ部分にパターンとして入っているため。）⑦女性の写真は必要でしょうか。不要であれば削除してはいかがでしょうか。⑧ラッピング広告は商取引を促すようなものではないので、商取引に関する情報を削除してはいかがでしょうか。⑨ザ・ゴールドというブランドイメージがあり、車体ラッピングをしている時点で信用があると思うので不要であると思います。また、消費者の立場からであると、その場で現金買取というのは、その場が店であろうが家であろうが現金取引に変わりはないので、不要ではないでしょうか。⑩左側面に関して、女性がメインなのでしょうか。キャラクターがメインなのでしょうか。ロゴをもっと目立たせてはいかがでしょうか。 | ⑥分かりました。⑧その場で現金買取については、悪徳訪問会社と違い、店できちんと取引をするというアピールをしたいため、残したいです。 |
| 《後面》⑬後面のダイヤのロゴが白く縁取られているが、側面はオレンジに縁取られているので、正しい方に統一してはいかがでしょうか。⑭後面の「テレビCMでおなじみの…」は必要なのでしょうか。削除するか文字を小さくしてはいかがでしょうか。⑮側面と比較すれば後面はまだまとまりがあるかと思います。（テレビＣＭ…を小さくしセンター移動するなどの工夫） | ⑬ロゴ規定に準じています。⑭縮小し、センター移動しました。⑮縮小しました。 | 《後面》⑪女性がメインなのでしょうか。キャラクターがメインなのでしょうか。ロゴをもっと目立たせてはいかがでしょうか。 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①後面のロゴには[ザ・ゴールド]はないと思いますが。[ザ・ゴールド]がないロゴはないのですか。②ロゴ等、かっこよくなると思いますが、デザイナーからクライアントにデザインの提案をすることはできませんか。 | ①[ザ・ゴールド]と貴金属・ダイヤ・時計・ブランド品専門店[ザ・ゴールド]の2種類あります。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の４　広告主：株式会社三菱地所レジデンス

代理者：株式会社大広西日本

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》 |  | 《全体》①白とダークグリーンの組み合わせは美しくて良いと思います。②情報量が適度でありレイアウトはシンプルにまとまっていて良いと思います。 |  | 修正デザイン案ができたら事務局を通じて各委員の意見を聞いた上で、取扱いを部会長が判断します。【修正案の提示（1回目）】【修正案の提示（2回目）】【修正案の提示（3回目）】・デザインは適当であると認められる。伏見部会長確認→　デザイン協議終了平成25年10月１６日付け答申 |
| 《側面》①緑のマーク、The park house、三菱のマーク、三菱地所レジデンスを小さくして、下に移動させてはいかがでしょうか。また、1面に3か所配置してあるので情報が重なります。削除してはいかがでしょうか。②窓枠にかかる公園と草木の写真は、何なのか認識できないと思います。窓枠にかかる公園と草木の写真は、表示面積が小さく、何を表示しているか判断がつきにくいので、窓枠下部からの立ち上がりを下げてみてはいかがでしょうか。 | ①片面につき１つずつにしました。②森のはばを広げて分かりやすくしました。 | 《側面》③下に森の幅を広げてはいるが、今のままでも分からないと思います。④森の写真が窓枠にかかっており煩雑で効果が発揮できていないと思います。⑤ぱっと見ると迷彩に見えてしまい、もったいない気がします。例えば、森の写真の上に白の文字で表示させたり、グラデーションを使用してみるなどして、森を下から立ちあがらせ、文字の表示をうまく工夫してはいかがでしょうか。⑥両面とも、「ザ」の上部の木の写真が切れているので調整してみてはいかがでしょうか。⑦中央のドア部分は木の上の白と空の白でメリハリがついていて良いと思いますが、両側面とも単調にベタで林があるので風景写真もメリハリをつけて、自然なバランスに調整してみてはいかがでしょうか。 | ⑤グラデーションは試していないので、試してみようと思います。 |
| 《後面》 |  | 《後面》 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①この森は周辺の環境の写真ですか。②森の写真をもっと下から表示することはできませんか。③他社のイメージカラーは白ですよね。④森の写真のイメージはマンションの中に森の空間があるということを示していますか。⑤マンションのどれくらいの要素がグリーンですか。 | ①壁面の写真ではなく、実際にはこのような庭があるというイメージです。②窓枠の下から試したが、他社のデザインと帯が変わっただけになってしまい差別化ができなくなってしまいました。③白が緑になっただけのようになってしまいます。④マンションの一部分にだけあります。建物のパースとかをデザインに入れてしまうと商品ぽくなってしまうため入れるのをやめました。三菱地所レジデンスのコンセプトが人と街と未来へつながるということで、自然と人と街がつながるといったデザインにしました。⑤6分の1くらいです。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の５　広告主：株式会社ＫＣＧホールディングス（キンキホーム）

代理者：株式会社明宣社

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》①全体的に黄が強烈すぎるので、例えば、黄色から白のグラデーションを使う、白を挟む、彩度を下げるなどの工夫をしてみてはいかがでしょうか。②キャラクターがパーティングにかからないようにしてはいかがでしょうか。（例えば、左側面後部の真ん中のキャラクターのおでこ付近のパーティングなど）③両側面の前面上部からくるラウンド部分の赤、天井面の紺など、バスの下地を正確に描いてください。 | 彩度を80％ほどに抑えました。実際にこの色で他県でもバスが走りました。キャラクターを縮小しました。 | 《全体》①目の眩むような配色です。黄色の面積を減らす、白を活かす、グラデーションを使う等、工夫してみてはいかがでしょうか。②色に問題があります。彩度を抑えたとしても、黄のベタと広島バスのオリジナルカラーの赤のコンビネーションは強烈すぎます。ＣＩが黄であるから必ずしも使わなければならないわけではありません。例えば、かぐや姫のキャラクターなので竹林のイメージから緑のグラデーションを使う等、配色を工夫されてはいかがでしょうか。③この黄の配色では見る側にとって強烈でたまらないと思います。黄は赤より強いです。再考をお願いします。④ポイントを絞ってシティーホームと区別した方が良いと思います。全部黄ではなく、どこかで印象付ける方法があると思いますので再考をお願いします。⑤エネルギア・コミュニケーションズのラッピングのように黄から白のグラデーションを使用すれば、黄がやわらぎ、良くなると思います。 |  | デザインを見直して、再度、車体ＡＤ専門部会に諮っていただきたいと思います。 |
| 《側面》 |  | 《側面》 |  |
| 《後面》 |  | 《後面》 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①キンキホームとシティーホームはどう違いますか。②キンキホームとシティーホームの見え方、キャラクターは同じでいいのですか。③キンキホームとシティーホームの差別化のためにデザインを変えているのですか。④キンキホームとシティーホームのロゴは黒の影しかないのですか。 | ①全く別会社です。②はい。③はい。④紺もあるが、黒に非常に近い紺しかありません。紺にするとしまらないので黒を使用しました。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の６　広告主：株式会社ＫＣＧホールディングス（シティーホーム）

代理者：株式会社明宣社

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》①全体的に黄が強烈すぎるので、例えば、黄色から白のグラデーションを使う、白を挟む、彩度を下げるなどの工夫をしてみてはいかがでしょうか。②キャラクターが全体的に大きいので小さくしてはいかがでしょうか。③両側面の前面上部からくるラウンド部分の赤、天井面の紫など、バスの下地を正確に描いてください。 | ①彩度を80％ほどに抑えました。実際にこの色で他県でもバスが走りました。 | 《全体》①目の眩むような配色です。黄色の面積を減らす、白を活かす、グラデーションを使う等、工夫してみてはいかがでしょうか。②色に問題があります。彩度を抑えたとしても、黄のベタと広島バスのオリジナルカラーの赤のコンビネーションは強烈すぎます。ＣＩが黄であるから必ずしも使わなければならないわけではありません。配色を工夫されてはいかがでしょうか。③他県で走ったといえ、他県とはバスのカラーの前提が違うと思います。配色に問題がありますので再考をお願いします。④エネルギア・コミュニケーションズのラッピングのように黄から白のグラデーションを使用すれば、黄がやわらぐと思います。また、竹林の緑を生かし、緑のグラデーションを使うことで良くなると思います。⑤紫と黄色は補色の関係にあり、強烈な印象を与えるので、下から上に黄から白のグラデーション、上から下に紫から白のグラデーションなど、工夫をしてみてはいかがでしょうか。 |  | デザインを見直して、再度、車体ＡＤ専門部会に諮っていただきたいと思います。 |
| 《側面》④両側面にある紫のドットは大きく表示すると気分を害する恐れがあります。小さくするか削除してはいかがでしょうか。⑤和柄：窓枠下からのはみ出し、絞りの折れ、黄色の残り（左側面のドア左の黄色のボックス）等、規則性が感じられず窓枠付近が歪んだ印象を受けます。有り無しの判断は別としても安定性に欠ける為、枠内に収めることや角度配置等のバランス取りが必要ではないでしょうか。⑥両側面の後部の窓枠で分断されている花柄は必要なのでしょうか。削除してはいかがでしょうか。⑦両側面中央部の上部にある波のようなものの規則性が見えず繁雑に見えますが必要なのでしょうか。 | ④小さくしました。 | 《側面》⑥黄とロゴの赤の隣接を避けるために、グラデーションを使用したり、白を挟む等の工夫をしてみてはいかがでしょうか。⑦和柄の面積はこれほど必要なのでしょうか。窓枠から上部で和柄を使うとしても、窓枠下で斜めに切ってあり、ボディーをゆがませており、安定感がありませんので、工夫をしてはいかがでしょうか。⑧黄をやめ、ゴールドを使用してはいかがでしょうか。 |  |
| 《後面》 |  | 《後面》 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①キンキホームとシティーホームはどう違いますか。②キンキホームとシティーホームの見え方、キャラクターは同じでいいのですか。③キンキホームとシティーホームの差別化のためにデザインを変えているのですか。④キンキホームとシティーホームのロゴは黒の影しかないのですか。 | ①全く別会社です。②はい。③はい。④紺もあるが、黒に非常に近い紺しかありません。紺にするとしまらないので黒を使用しました。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の７　広告主：株式会社エネルギア・コミュニケーションズ

代理者：株式会社ヒロコー

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》 | 事前審査の時点ではミゲル君の顔だけを載せており、それだけではさみしいということでエッグのキャラクターも載せていたが、今回の撮影で動きの出たいい写真が撮れたので、エッグがなくても成立すると思いエッグをなくしました。 | 《全体》 |  | ○良好なデザインと認める。平成25年9月20日付け答申 |
| 《側面》①あまり言うことはありません。一つ指摘しておきたいのは、バスにのみメガ王、ギガ王のロゴが大きすぎて品に欠けることです。せっかくまとまってき始めているのであるから85パーセント程度の大きさにされる方が文字の性格からしてごちゃごちゃ感がなくなり写真モデルとのバランスが心地よくなると思います。 | ①現在走っているロゴの大きさをそのまま使っております。 | 《側面》①ギガ王、メガ王のロゴをもう少し縮小した方が圧迫感がなくなり良いと思います。②「おトクな光はこっち～」のフォントをギガ王、メガ王のフォントに合わせた方が良いと思います。③ロゴが三段に重なっていて窮屈に見えます。入れ替えてスッキリさせてはいかがでしょうか。 | ③現在走っているデザインをそのまま使用しています。 |
| 《後面》 |  | 《後面》 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》①「おトクな光はこっち～」の書体が丸ゴシックだが、ロゴ規定なのですか。②事前審査のデザインと比べて、快適ならと節約ならが加わっているだけですか。 | ①ロゴ規定等は特になく、現在走っているデザインです。前回まではミゲル君が歌っていたので音符マークを付けていたが、今回は道着を着ているので音符は削除しました。②はい。現在走っているものを使用しています。 |

平成25年度第2回 広島市屋外広告物審議会車体ＡＤ専門部会会議結果

議題　車体広告の特例許可（広島市屋外広告物条例（昭和54年条例第56号）第27条第2項第3号の規定に基づく諮問）

議案の８　広告主：株式会社エネルギア・コミュニケーションズ

代理者：株式会社ヒロコー

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 事前協議での主な意見 | 事前意見を踏まえた広告主等の事前対応 | 車体ＡＤ専門部会での主な意見（９/４） | 意見に対する広告主等の対応 | デザイン協議結果 |
| 《全体》 | 現在走っているデザインで、今回撮影したミゲル君の写真に変更しました。 | 《全体》①特に問題ないと思います。 |  | ○良好なデザインと認める。平成25年9月20日付け答申 |
| 《側面》①左右側面のエッグイラストサイズがロゴやミゲル君とサイズが同等に感じられます（アピール事項が不明確になりがち）。前回の様に小さくして各車両に2個程度配置した方が、楽しいイメージになるのではないでしょうか。 | ①現在走っているデザインに戻しました。 | 《側面》 |  |
| 《後面》 |  | 《後面》 |  |
| 《質問》　特になし。 |  | 《質問》 |  |