



# ライオンズ・インターナショナル レオブランド・ガイドライン

---

世界最高の奉仕団体を表現  
するために

# ブランド・ガイドラインが 重要である理由

---

ブランド・ガイドラインは、私たちが誰であり、最も得意にしていることは何かを、ライオンズ・インターナショナルが世界に示すために役立ちます。すべてのレオクラブが言葉、ロゴ、フォント、色、画像の使用に関して同じガイドラインに従えば、レオという準ブランドとして、誰もが知っている顔を  
生み出すことができますでしょう。

これらのブランド・ガイドラインを適切に使用することは、私たちの組織の商標登録されたロゴやメッセージを保護し、レオが長く使い続けられるようにするためにも役立ちます。

A group of people, possibly students or staff, standing in a line. The image is overlaid with a dark blue tint. The text "1.0 // レオ" is centered in the middle of the image. The numbers "1.0" are in white, the double slashes "//" are in yellow, and the Japanese characters "レオ" are in white.

**1.0 //** レオ

# 1.1 レオ

## レオについて

レオクラブは、ライオンズクラブの青少年活動であり、レオクラブのメンバーは私たちの組織の質の高さを体現します。レオたちは責任感があり、地域に根ざしており、奉仕への情熱を持っています。以下のガイドラインは、レオの精神を捉えつつ、明確で一貫したメッセージの方向性を提供します。

## トーン

レオのボイス、スタイル、パーソナリティーはライオンズ・インターナショナルの場合と変わりませんが、トーンはわずかに異なります。ライオンズ・インターナショナルのボイス同様、レオのトーンは気の利いた遊び心のある表現を使い、エネルギーに満ちたものであるべきですが、同時に決意と情熱を表します。口語を使い過ぎず、かつレオらしさの感じられるものである必要があります。見出しは直接的で生き生きしたものであることが多く、レオ会員の個性を強調します。

## 見出しの例

- レオは成し遂げます。
- 本物のレオになろう。
- ニーズがあるところに、レオがいる。

# 1.2 紋章および紋章の個性



## 紋章

プログラムのブランド更新との整合性を保つために、レオクラブ・プログラムの紋章にわずかな変更が加わりました。Pantone® Cool Gray 11を使った新しい紋章がレオ・ブランドの資料全てに使われなければなりません。

認められる紋章の解釈は、このページに描かれているもののみです。再構成または変更は一切認められません。再現する際には、高度な制作技術または高解像度のデジタルファイルにより行われなければなりません。

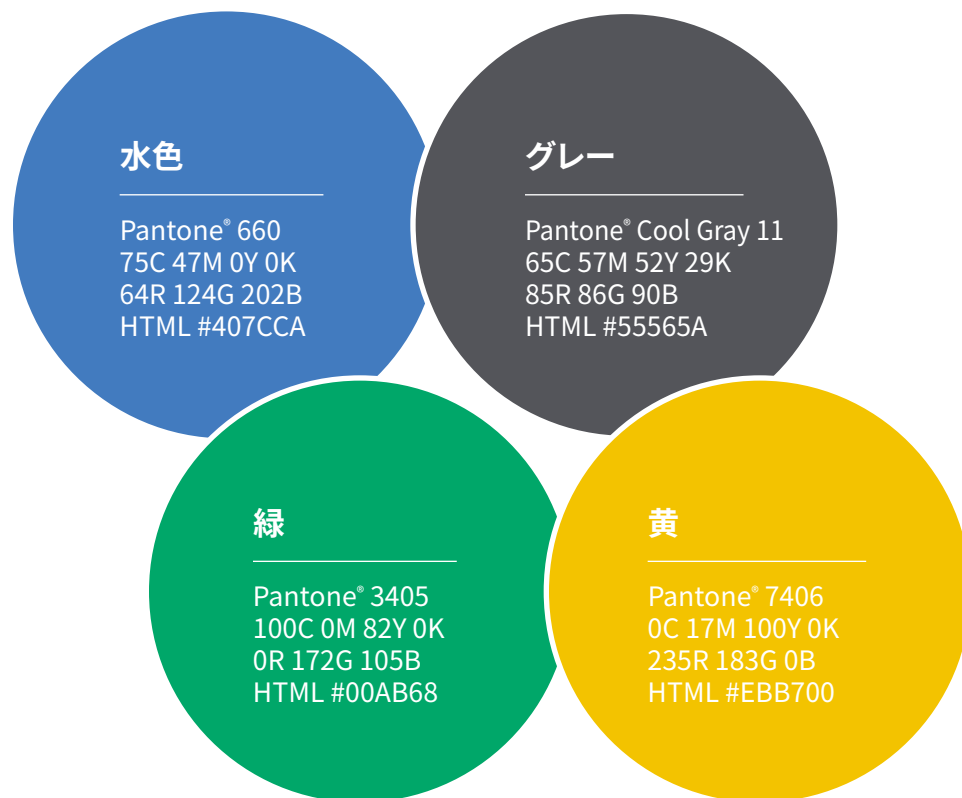


## グループ別の呼称表記

レオ・プログラム内にあるアルファとオメガの両グループには、それぞれの呼称表記があります。

内容がアルファのみに向けられたものである場合、アルファの呼称表記が使われなければなりません。オメガ対象の内容に関しても同様です。内容がアルファとオメガの両方に向けられている場合（一般グループと呼ばれます）は、レオの紋章のみを使用することができます。

# 1.3 カラーパレット



## 基本カラーパレット

レオの基本カラーパレットは水色、グレー、緑、黄色で構成されています。

これらの色は、ライオンズ・インターナショナルで国際的に使われているパレットの範囲内ですが、ライオンズとレオを区別するためにより明るい色に限定されています。

基本カラーパレットは、大きな領域の塗りつぶし、文字の配色や、アクセントとして広く使用されるものです。



原則として、明るい色を暗い色に重ねると最大の効果が得られます。例えば、黄、白、薄いグレーを、他の暗く深みのある色の上に重ねると効果的です。色の上にテキストを置く場合には、常に適切なコントラストを心がけ、視認性が損なわれないようにしてください。

# 1.4 フォント

---

Helvetica Neue 35 Thin

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 35 Thin

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 45 Light

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 45 Light Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 55 Roman

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 56 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 65 Medium

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 66 Medium Italic

**ニーズのある世界に奉仕する**

Helvetica Neue 75 Bold

**ニーズのある世界に奉仕する**

Helvetica Neue 76 Bold Italic

**ニーズのある世界に奉仕する**

Helvetica Neue 95 Black

**ニーズのある世界に奉仕する**

Helvetica Neue 96 Black Italic

**ニーズのある世界に奉仕する**

Helvetica 77 Condensed Bold

**ニーズのある世界に奉仕する**

## 基本フォント

Helvetica Neueが、レオの通信物の基本フォントとして選ばれています。このフォントはウェイト（線幅）の種類が豊富であるため、テキストと表示に柔軟で独創的な表情を持たせることができます。

# 1.5 標準フォント

---

Helvetica

ニーズのある世界に奉仕する

Arial

ニーズのある世界に奉仕する

Times

ニーズのある世界に奉仕する

## 標準フォント

HelveticaとArialが、レオの通信物の標準フォントに選ばれています。

これらは、基本または補助フォントが使用できない場合に、文書や内部通信物に使用すべきです。



スタイルとしては、レイアウトに一般的な階層の概念を役立てる必要があります。見出しは大きく太く、本文は小さく細く、小見出しはその中間にすることを考えましょう。

# 1.6 視覚的表現



写真提供: Andreas VejlstropおよびDaniel Morris

## レオのライフスタイル

レオを撮影する時には、被写界深度を役立てて、焦点がレオ(たち)になるようにしてください。

画像は自然体に見えるものであり、レオが地域社会と協力している様子を強調するべきです。また、様々なジェンダーや民族的背景を持つ若手に焦点を向け、レオの多様性を強調しましょう。優しく親しみやすい前向きな心を感じさせる写真であるべきです。

# 1.7 ビジュアルの扱い方



## 主要なビジュアル

ブランドの主要なビジュアルである、レオの紋章、フォント、カラーパレット、画像およびグラフィックは、全てのレオの通信物に不可欠です。

以上に取り上げたテクニックは、全体的な見た目や印象を決定づけるための基本になります。ここにある例を、レオのブランドに沿って資料を制作する指針としてお役立てください。



**見出し** - 太めのフォントで緑と青を使うと、見出しに注目が集まり、重要な言葉やフレーズを強調することができます。

**グラフィック要素** - レオのブランドは矢の形を主なグラフィック要素としています。クリーンでありながら躍動感のある構図が可能になります。

# 1.8 ブランドの統一

---

## ブランドの統一

ブランドを統一すれば、地域レベルと国際レベルの双方で、レオ、ライオンズ、そしてライオンズ・インターナショナルのアイデンティティに一貫性を持たせることができます。ブランド・ガイドラインの内容に関するご質問や、ブランドに関する一般的なご質問があれば、[lionsbrand@lionsclubs.org](mailto:lionsbrand@lionsclubs.org)までお問い合わせください。