



ライオンズ・インターナショナル レオライオンブランド・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。すべてのレオライオンズクラブが言葉、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、レオライオン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、レオライオン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 diverse people, including men and women of various ages and ethnicities, are gathered outdoors. They are all wearing blue long-sleeved shirts and have their hands stacked in a circle in the center. They are smiling and looking towards the center, suggesting a team-building or collaborative activity. The background shows trees and a bright sky, though the entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

1.0 // レオライオン

1.1 レオライオン

レオライオンについて

レオライオン・プログラムは、元レオがライオンズになるための独特の会員形態です。つまり、この新しいダイナミックな会員形態を反映して、レオとしてのアイデンティティを保ちつつ、ライオンズとしてのボイスを使って、レオとライオンズの両方に語りかけなければなりません。

トーン

・レオライオンのボイス、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。しかし、レオライオンについて話す際には、レオライオンがライオンズとは異なる体験であることを体現する、より革新的な態度のボイスを使うことをお勧めします。例えば、見出し、小見出し、キャッチフレーズなどは、情報量と説明の多いものにします。

見出しの例

- ・新世代のライオンズ。
- ・ライオンらしく、自分らしく。
- ・ライオンズの道は、ひとつじゃない。

1.2 シグネチャー



3色のシグネチャー、ネームプレート青



3色のシグネチャー、ネームプレート白

基本的なシグネチャー

レオライオンのアイデンティティの基本的な要素となるのが、シグネチャーです。シグネチャーは三つの要素、すなわちライオンズ・インターナショナルの紋章と、「レオライオン」のネームプレート、そして象徴的な矢印で構成されます。

ここにある二つのシグネチャーは基本的な形状のものです。これらが推奨されるシグネチャーであり、また作成し直したり描き直したりすることはできません。公式ウェブサイトで入手できる承認された電子画像を、常に使用するようによしてください。



1色のシグネチャー - 白



1色のシグネチャー - 青



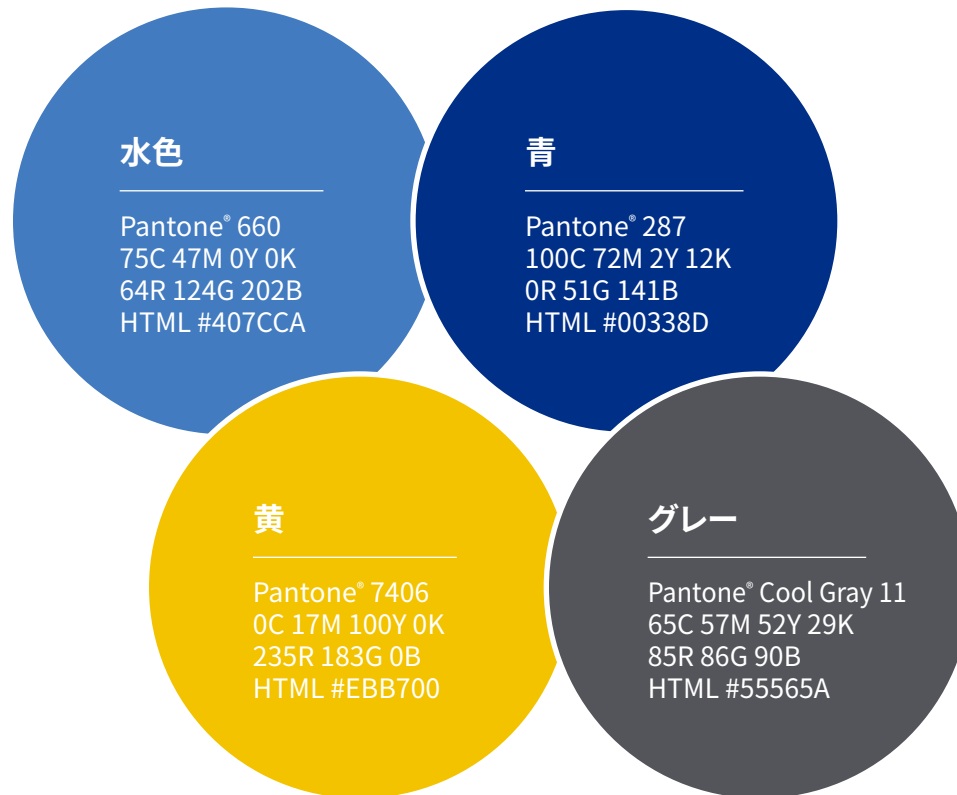
1色のシグネチャー - 黒

補助的なシグネチャー

背景が青の場合、基本的なシグネチャーを使用することは推奨できません。そこで、補助的な単色シグネチャーが用意されています。単色のシグネチャーの場合には、視認に十分なコントラストがありさえすれば、背景にどんな色を選んでもかまいません。

レオライオンのシグネチャーは写真に重ねることもできます。その場合には、写真の比較的簡素な部分を選んで配置し、視認に十分なコントラストを持たせる必要があります。

1.3 カラーパレット



基本カラーパレット

レオライオンの基本カラーパレットは青、水色、グレー、黄色で構成されています。

この限定されたカラーパレットは、固有のブランド資産価値を維持しながら、シグネチャーを補完するために選ばれました。

レオライオンズのブランドでは、主に白いスペースと意味深い写真を全面的に使用しますが、このカラーパレットを使うことで、レオライオンならではのエネルギーと重要性を表すことができます。



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、レオライオン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、レオライオン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



レオライオンをハイライトする

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

写真は自然に見え、レオライオン、レオ、ライオンズが協力して地域社会を支援している様子を示すものであるべきです。年齢、性別、民族的背景の多様性にも配慮しましょう。

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、レオライオンのシグネチャー、フォント、カラーパレット、画像およびグラフィックは、全てのレオライオン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、レオライオン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 – 太めのフォントで青を使うと、見出しに注目が集まり、強調することができます。

グラフィック要素 – レオライオンのブランドでは、グラフィック要素として青い帯を使用しています。こうすることで全体的な構成に安定感が生まれ、統一感が出ます。

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、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までお問い合わせください。