



ライオンズ・インターナショナル 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

本マニュアルの 使い方：

本書には、ライオンズ・インターナショナルの視覚的および言語的なアイデンティティ体系に属する承認済みの標準要素がまとめられています。本書は、このアイデンティティ確立を成功させるために作成・配布されています。

基礎を示しながらも個性の表現の余地を十分に残している
本ガイドラインを活用し、また遵守してください。

私たちのブランドについて

「ライオンズ・インターナショナル」ブランド

「ライオンズ・インターナショナル」というブランドは、ライオンズクラブ国際協会と、ライオンズクラブ国際財団 (LCIF) を、一つの「傘」となるマスターブランドの下に合わせ、私たちの奉仕とインパクトを総合して世界に伝えられるようにするものです。

ブランドを使う

「ライオンズ・インターナショナル」はマスターブランドであり、協会と財団について話す時に使うべき主なブランド名です。しかし、事業機能およびそれぞれの非営利団体としての立場に伴う制限によって、「ライオンズクラブ国際協会」または「ライオンズクラブ国際財団」のブランドを使わなければならないケースも例外的にあります。ライオンズクラブ国際協会が米内国歳入法501(c)(3)で規定される社会福祉団体であるのに対し、ライオンズクラブ国際財団は米内国歳入法501(c)(3)で規定される免税非営利団体です。どちらのブランドを使うべきか判断する際には、以下の分類表をご参照ください。

	主な使用例	ブランド備考
 Lions International	以下の事例を除くあらゆる場面で使用。	ライオンズに対して、あるいは一般社会に対して語る際に使うべきブランドです。
 Lions Clubs International	すべてのライオンズ内部ガバナンスおよび立法府への権利擁護活動で使用。	ライオンズ、奉仕事業、奉仕分野などの意識を高揚する啓発活動は、権利擁護活動とはみなされませんので、この場合は「ライオンズ・インターナショナル」を使います。
 Lions Clubs International FOUNDATION	LCIFのファンドレイズ活動と交付金に特化したプログラム、コミュニケーション、キャンペーンで使用。	「LCIF」と明言されていれば、「ライオンズ・インターナショナル」ブランドを使ってLCIFの最新情報やプログラム、サクセスストーリーなどを伝えても構いません。 「ライオンズ・インターナショナル」ブランドを使った他のコミュニケーション（ニュースレター等）の二次的なメッセージとしてLCIFへの寄付の呼びかけを入れることはできます。

目次

1.0 // 言語的グローバルガイドライン

- 1.1 ライオンズ・インターナショナルの定義
- 1.2 ライオンズクラブ国際協会の言葉づかい
- 1.3 ライオンズクラブ国際財団の言葉づかい
- 1.4 ライオンズ・インターナショナルのメッセージ構造

2.0 // 視覚的グローバルガイドライン

- 2.1 紋章
- 2.2 ライオンズ・インターナショナル
- 2.3 ライオンズクラブ国際協会
- 2.4 ライオンズクラブ国際財団
- 2.5 ロゴの使い方

3.0 // デザインの基本

- 3.1 カラーパレット
- 3.2 カラーグラデーション
- 3.3 タイポグラフィ(基本)
- 3.4 タイポグラフィ(補助)
- 3.5 タイポグラフィ(システム／標準)
- 3.6 タイポグラフィ(デジタル／ウェブ)
- 3.7 グラフィック要素
- 3.8 アイコン

4.0 // 写真

- 4.1 視覚的表現
- 4.2 コントラストと彩度
- 4.3 クレジットの表示

5.0 // デザインのヒント

- 5.1 デジタルメディアの例
- 5.2 印刷メディアの例
- 5.3 屋外メディアの例
- 5.4 ソーシャルメディアの例

6.0 // お問い合わせ先

- 6.1 ブランドに関するお問い合わせ

A background image showing three people (two men and one woman) in a modern office setting, gathered around a desk and looking at a computer monitor. The image is dimmed with a blue overlay. The text '1.0 // 言語的グローバルガイドライン' is overlaid in the center.

1.0 // 言語的 グローバルガイドライン

凡例

本ガイドのコンテンツは2種類の情報に分かれています。
本ガイドを元に資料を作成する際に見分けられるよう、
各コンテンツを以下の書体で区別しています。

本文

背景や設定を説明する文には、イタリック体のない
標準的な黒のフォントを使用しています。

承認済みコピー

コミュニケーション、キャンペーン、プロモーションで
すぐに使用できるコピーには、**青いフォント**を使用しています。

1.1 ライオンズ・インターナショナルの定義

私たちの使命声明文

私たちの組織としての目的と人道的目標を述べる正式な声明です。「ライオンズ・インターナショナル」、「ライオンズクラブ国際協会」、「ライオンズクラブ国際財団」のいずれとも併用できます。

ライオンズクラブ、ボランティア、そしてパートナーが、世界中の人々の暮らしに影響を及ぼす人道奉仕と交付金を通じて、健康と福祉を改善し、地域社会を強化し、恵まれない人々に支援を提供するとともに、平和と国際理解を促進できるよう、力を与える。

私たちのタグライン

一言で私たちの活動を世界に伝える、対外／一般向けのメッセージです。「ライオンズ・インターナショナル」と併用します。

ニーズのある世界に奉仕する

私たちの奉仕の柱

奉仕の柱は、私たちが地域社会に奉仕する主要な方法をおおまかにまとめたものです。個々の奉仕分野やアクティビティを大別して、ライオンズの奉仕活動が何を達成するものであるかを明確に伝えます。「ライオンズ・インターナショナル」、「ライオンズクラブ国際協会」、「ライオンズクラブ国際財団」のいずれとも併用できます。

健康と福祉の改善
コミュニティの強化
困っている人への支援

1.1 ライオンズ・インターナショナルの定義

「ライオンズ・ インターナショナル」 ボイラープレート (組織概要定型文)

プレスリリースや公式文書などで、より正式な組織の概要が必要になった時に使います。

ライオンズ・インターナショナルは、ライオンズクラブ国際協会およびライオンズクラブ国際財団から成ります。ライオンズは、49,000のクラブに所属する140万人の会員による奉仕と、財団の交付金による支援を通じて、地域社会と世界が直面する最大の課題の数々に取り組んでいます。私たちは地域社会で、そして世界で、健康と福祉を改善し、コミュニティを強化し、困っている人に支援を提供しています。ライオンズ・インターナショナルは、ニーズのある世界に奉仕しています。詳細と活動内容については、lionsclubs.orgをご覧ください。

1.1 ライオンズ・インターナショナルの定義

スタイルガイド

- **一次的用法** – ライオンズ・インターナショナル
 - **二次的用法** – 「ライオンズ・インターナショナル」の説明文を使う。ほとんどの場合は、一つ目の一般的な文を使用すべきであり、二つ目の文は、各組織の名称を正式に記載する必要がある場合にお使いください。
 - 140万人の会員と財団による交付金支援から成る「ライオンズ・インターナショナル」は...
 - ライオンズクラブ国際協会の140万人の会員と、ライオンズクラブ国際財団 (LCIF) による交付金支援から成る「ライオンズ・インターナショナル」は...
 - **三次的用法** – グローバルな組織、私たちの組織
- いかなる用法においても、「ライオンズ・インターナショナル」を「LI」と略すことはしないでください。

1.2 ライオンズクラブ国際協会の言葉づかい

組織

49,000クラブの140万人のメンバーは、地球上のほぼすべての国で、奉仕の手と心を携えて地域社会に貢献しています。ライオンズクラブ国際協会の支援により、ライオンズとレオは、地域社会と国際社会が抱える問題に取り組むために、労力奉仕を行い、資金を調達し、声を上げています。ライオンズは、毎年世界中の何億もの人を手助けしています。

私たちのモットー

われわれは奉仕する

「ライオンズクラブ 国際協会」 ボイラープレート

ライオンズクラブ国際協会は世界最大の会員制社会奉仕団体です。49,000を超えるクラブに所属する140万人の会員が、200以上の国と地域で奉仕しています。1917年以来、ライオンズは地域社会で、そして世界で、健康と福祉を改善し、コミュニティを強化し、困っている人に支援を提供してきました。ライオンズクラブ国際協会のモットーは、「われわれは奉仕する」です。詳細と活動内容については、lionsclubs.orgをご覧ください。

スタイルガイド

- 一次的用法 – ライオンズクラブ国際協会
- 二次的用法 – 私たちの組織（対外）、協会（対内／ライオンズ向け）

「ライオンズクラブ国際協会」の代わりに「LCI」「ライオンズ」「ライオンズクラブ」を使うことは避けましょう。

1.3 ライオンズクラブ国際財団の言葉づかい

LCIF

私たちのグローバルな財団は、世界中のライオンズとレオが行う奉仕に力を与えるため、交付金を提供し、プログラムを開発するための資金を集めています。ライオンズクラブ国際財団 (LCIF) は、ライオンズ・インターナショナルの慈善部門を担う501(c)(3)団体です。LCIFは、1968年の創立からこれまでに12億ドル以上の交付金を提供することで、ライオンズの影響力を拡大するとともに、私たちを必要とする地域社会に持続可能な解決策をもたらしてきました。寄付金はその100%が、LCIFの交付金およびプログラムの支援に充てられます。

「ライオンズクラブ 国際財団」 ボイラープレート

ライオンズクラブ国際財団 (LCIF) は、思いやりの活動を拡大し近隣と世界で行われる奉仕に力を与える交付金を通じて、ライオンズクラブ国際協会の140万人の会員を支えています。1968年の創設以来、LCIFは19,000件以上、総額12億ドル余りの交付金を提供してきました。私たちは地域社会で、そして世界で、健康と福祉を改善し、コミュニティを強化し、困っている人に支援を提供しています。詳細と活動内容についてはlionsclubs.org/lcifから、LCIFへの寄付はlionsclubs.org/donateからお願いいたします。

用法

- **一次的用法** – ライオンズクラブ国際財団 (LCIF)
- **二次的用法** – LCIF
- **三次的用法** – 私たちのグローバルな財団、あなたの財団LCIF

1.4 ライオンズ・インターナショナルのメッセージ構造

ボイス

ライオンズ・インターナショナルのボイスは、様式化された分かりやすい表現を用いることで、望ましい姿勢とトーンをさまざまに体現します。

ライオンズ・インターナショナルとして文章を書くことは以下を意味します。

- ① 簡潔かつ的確に
- ② 受動態ではなく能動態で
- ③ 三人称の視点を基本とするが、適切な場合には一人称や二人称も使用できる

トーン

私たち組織のボイスにはさまざまなトーンがあります。大切なのは、カジュアルさと真面目さのバランスを適切に取ることです。組織とそのメンバーについて語る際には、よりカジュアルなトーンが許容されます。奉仕のストーリーや奉仕の受け手について書く際には、思いやりと気配りを念頭に置くことが重要です。

- ① 信頼できる
- ② 共感できる
- ③ ためになる

ライオンズ・インターナショナルは時として気の利いた遊び心のある表現を使いますが、LCIFに関しては、常に適度の真面目さを保ちながら、率直に語るべきです。それは、対応しているニーズの重大さと奉仕受益者の尊厳を尊重すると同時に、寄付をお願いする時の私たちの誠意と感謝を表現するためです。

スタイル

様式化された簡素で効果的な体験を生み出すことができるよう、ライオンズ・インターナショナルではスタイルに関する要点を以下のようにまとめています。

見出しと小見出し

- ① 見出しは洗練された表現で、感情と興味に訴えるものにする
- ② 小見出しでは説明を添え、見出しを定義または補完する
- ③ 文頭だけを大文字（英語等の場合）にして、文末には句点を打つ

本文

- ① 冒頭では主要メッセージを力強く打ち出し、読み手を引き込む
- ② 文の長さをさまざまに変えることでリズムを生み出し、最後までよどみなく
- ③ 全体にAP通信社のスタイルで。ただし、効果を生むためであれば原則を破ってもよい（文を断片化する、接続詞で文を始めるなど）。

行動への呼びかけ

- ① 力強く、誘いかけるように、明瞭に
- ② 見逃されることのないよう視覚的にまとめる、または強調する
- ③ 広告価値を生み、実益をもたらすものにする



2.0 // 視覚的 グローバルガイドライン

2.1 紋章



2色の紋章
■ ■



1色の紋章
■



1色の紋章
□



1色の紋章
■

紋章

ライオンズ・インターナショナルの紋章は、今日の組織の現代性と進化する特性を反映しつつ、その歴史と世界的な名声を記念するものとなっています。微妙な更新を加えることで、紋章を現代的なものにし、その視認性と再現性を大きく高めています。

このページに描かれているのは、紋章の唯一認められる解釈です。再構成または変更は一切認められません。その再現は、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。

ライオンズ・インターナショナルの紋章は、柔軟かつ一貫性のあるロゴ・システムの一部として機能するようデザインされています。ネームプレートと組み合わせられた時、それはシグネチャーと呼ばれます。



ライオンズクラブ国際協会の商標に関する方針では、会員が組織の登録商標をさまざまな用途で使用する権利を自動的に認めています。そうした用途には、クラブと地区の運営に合理的に関連した印刷資料や、ウェブサイトやソーシャルメディアといったデジタルメディアへの使用が含まれますが、これらに限定されません。

商標に関する方針によって特に認められている用途以外に商標を使用する場合には、ライオンズクラブ国際本部の書面による許可が必要とされ、商標の使用に対するロイヤルティの支払いを求められる場合があります。

商標の使用を求める場合には、trademarkuse@lionsclubs.orgまでご連絡ください。

2.2 ライオンズ・インターナショナル // シグネチャー



基本的なシグネチャー

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。シグネチャーは二つの要素、すなわち紋章とネームプレートで構成されます。

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。あらゆる用途にこれらを選ぶことが推奨されます。

シグネチャーを作成し直したり、描き直したりしないでください。オンライン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してください。



補助的なシグネチャー

柔軟性と独創性を持たせることができるよう、代替的なシグネチャーの形状も設定されています。

シグネチャーを作成し直したり、描き直したりしないでください。オンライン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してください。

2.2 ライオンズ・インターナショナル // シグネチャーパーソナリティ



色の組み合わせ

シグネチャーの色は、青、黄、グレー、白、黒で構成されます。認められる選択肢は、ここに表示されているものだけです。

3色、2色、1色のシグネチャーは、視認性を最大限に高めることができるよう、明るい色を背景に置くべきです。背景色には、シグネチャーの色とよく合うものを選んでください。

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。

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。

2.2 ライオンズ・インターナショナル // シグネチャーの余白とサイズ



余白

インパクトを最大化するために、ライオンズ・インターナショナルのシグネチャーの周囲には常に余白を設けて、他のテキストやグラフィックが入らないようにしてください。

レイアウトにシグネチャーを使い、周囲に要素（テキスト、写真、その他のグラフィック要素など）を配置する場合には、上にある余白のガイドラインを尊重すべきです。これには、Eメールおよびあらゆるデジタル資料に使用する場合も含まれます。

シグネチャーの周囲の最低限の余白は、紋章の中央にある「L」の文字の高さを測り、それに合わせて設けるようにします。

ここには、シグネチャーの基本的な形状の一つだけがサンプルとして示されています。これらの原則は他の形状にも適用されます。

推奨されるサイズ



最小サイズ



推奨されるサイズ

視認性を最適化するため、シグネチャーは推奨されるサイズで使用してください。

シグネチャーのサイズは紋章の高さによって測られます。印刷物に使用する場合には通常、基本的なシグネチャーと補助的なシグネチャーは推奨されるサイズ0.5625インチ（1.42875 cm）、三次的なシグネチャーは0.75インチ（1.905 cm）とすべきです。

視認性を確保するため、使用できるシグネチャーの最小サイズは0.375インチ（0.9525 cm）です。これに当てはまらない場合には、追加の承認が必要となります。

上にある例は一部に過ぎません。これらの原則は、すべての形状に適用されます。

2.3 ライオンズクラブ国際協会 // シグネチャー



基本的なシグネチャー

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。シグネチャーは二つの要素、すなわち紋章とネームプレートで構成されます。

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。あらゆる用途にこれらを選ぶことが推奨されます。

シグネチャーを作成し直したり、描き直したりしないでください。オンライン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なっています。



補助的なシグネチャー

柔軟性と独創性を持たせることができるよう、代替的なシグネチャーの形状も設定されています。

シグネチャーを作成し直したり、描き直したりしないでください。オンライン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なっています。

2.3 ライオンズクラブ国際協会 // シグネチャーパーソナリティ



色の組み合わせ

シグネチャーの色は、青、黄、グレー、白、黒で構成されます。認められる選択肢は、ここに表示されているものだけです。

3色、2色、1色のシグネチャーは、視認性を最大限に高めることができるよう、明るい色を背景に置くべきです。背景色には、シグネチャーの色とよく合うものを選んでください。

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。

ライオンズ・インターナショナル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。

2.3 ライオンズクラブ国際協会 // シグネチャーの余白とサイズ



余白

インパクトを最大化するために、ライオンズクラブ国際協会のシグネチャーの周囲には常に余白を設けて、他のテキストやグラフィックが入らないようにしてください。

レイアウトにシグネチャーを使い、周囲に要素（テキスト、写真、その他のグラフィック要素など）を配置する場合には、上にある余白のガイドラインを尊重すべきです。これには、Eメールおよびあらゆるデジタル資料に使用する場合も含まれます。

シグネチャーの周囲の最低限の余白は、紋章の中央にある「L」の文字の高さを測り、それに合わせて設けるようにします。

ここには、シグネチャーの基本的な形状の一つだけがサンプルとして示されています。これらの原則は他の形状にも適用されます。

推奨されるサイズ

0.5625"
(1.42875 cm)



Lions Clubs International

最小サイズ

0.375"
(0.9525 cm)



Lions Clubs International

推奨されるサイズ

視認性を最適化するため、シグネチャーは推奨されるサイズで使用してください。

シグネチャーのサイズは紋章の高さによって測られます。印刷物に使用する場合には通常、基本的なシグネチャーと補助的なシグネチャーは推奨されるサイズ0.5625インチ（1.42875 cm）、三次的なシグネチャーは0.75インチ（1.905 cm）とすべきです。

視認性を確保するため、使用できるシグネチャーの最小サイズは0.375インチ（0.9525 cm）です。これに当てはまらない場合には、追加の承認が必要となります。

上にある例は一部に過ぎません。これらの原則は、すべての形状に適用されます。

2.4 ライオンズクラブ国際財団 // シグネチャー



基本的なシグネチャー

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。シグネチャーは二つの要素、すなわち紋章とネームプレートで構成されます。

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。あらゆる用途にこれらを選ぶことが推奨されます。

シグネチャーを作成し直したり、描き直したりしないでください。オンライン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してください。



補助的なシグネチャー

柔軟性と独創性を持たせることができるよう、代替的なシグネチャーの形状も設定されています。

シグネチャーを作成し直したり、描き直したりしないでください。オンライン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してください。

2.4 ライオンズクラブ国際財団 // シグネチャーパーソナリティ



色の組み合わせ

シグネチャーの色は、青、黄、グレー、白、黒で構成されます。認められる選択肢は、ここに表示されているものだけです。

3色、2色、1色のシグネチャーは、視認性を最大限に高めることができるよう、明るい色を背景に置くべきです。背景色には、シグネチャーの色とよく合うものを選んでください。

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。

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。

2.4 ライオンズクラブ国際財団 // シグネチャーの余白とサイズ



余白

インパクトを最大化するために、ライオンズクラブ国際財団のシグネチャーの周囲には常に余白を設けて、他のテキストやグラフィックが入らないようにしてください。

レイアウトにシグネチャーを使い、周囲に要素（テキスト、写真、その他のグラフィック要素など）を配置する場合には、上にある余白のガイドラインを尊重すべきです。これには、Eメールおよびあらゆるデジタル資料に使用する場合も含まれます。

シグネチャーの周囲の最低限の余白は、紋章の中央にある「L」の文字の高さを測り、それに合わせて設けるようにします。

ここには、シグネチャーの基本的な形状の一つだけがサンプルとして示されています。これらの原則は他の形状にも適用されます。

推奨されるサイズ

0.5625"
(1.42875 cm)



最小サイズ

0.375"
(0.9525 cm)



推奨されるサイズ

視認性を最適化するため、シグネチャーは推奨されるサイズで使用してください。

シグネチャーのサイズは紋章の高さによって測られます。印刷物に使用する場合には通常、基本的なシグネチャーと補助的なシグネチャーは推奨されるサイズ0.5625インチ (1.42875 cm)、三次的なシグネチャーは0.75インチ (1.905 cm) とすべきです。

視認性を確保するため、使用できるシグネチャーの最小サイズは0.375インチ (0.9525 cm) です。これに当てはまらない場合には、追加の承認が必要となります。

上にある例は一部に過ぎません。これらの原則は、すべての形状に適用されます。

2.5 ロゴの使い方

以下のロゴ使用ガイドラインは、ライオンズ・インターナショナル、ライオンズクラブ国際協会、ライオンズクラブ国際財団 (LCIF) の三つの組織ブランドすべてに適用されるものです。

可



Lions International

不可

変形させない。



Lions International

配置を変えない。



Lions International

色を変えない。(2.3には唯一認められる色の組み合わせが示されています。)



Lions Clubs International

色を薄くしない。



**Lions Clubs International
FOUNDATION**

フォントを変えない。



Lions International

シグネチャーの一部を切り取らない。



Lions International

傾けない。



Lions Clubs International

ロゴを模様の上に重ねない。



**Lions Clubs International
FOUNDATION**

認められないロゴの使い方

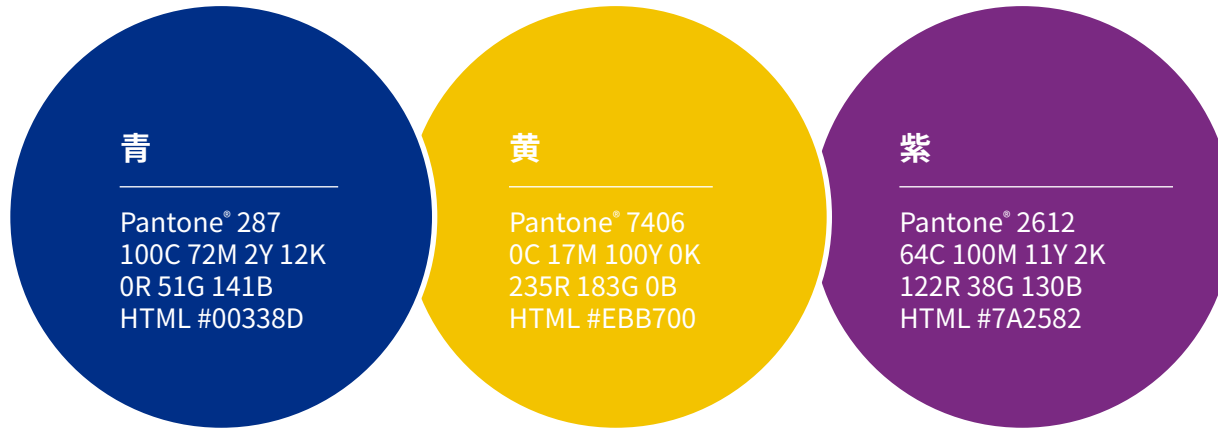
上にあるのは、認められない形状、扱い、操作を用いてシグネチャーが示されている例です。これらがすべてではありません。

ここには、シグネチャーの基本的な形状の一つだけがサンプルとして示されています。これらの原則は他の形状にも適用されます。



3.0 // デザインの基本

3.1 カラーパレット



青

Pantone® 287
100C 72M 2Y 12K
0R 51G 141B
HTML #00338D

黄

Pantone® 7406
0C 17M 100Y 0K
235R 183G 0B
HTML #EBB700

紫

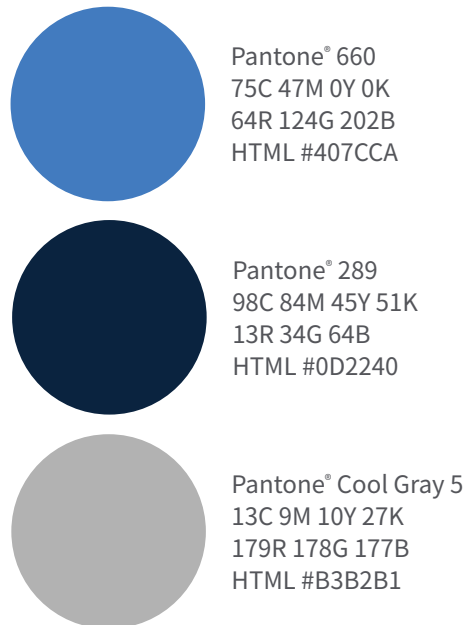
Pantone® 2612
64C 100M 11Y 2K
122R 38G 130B
HTML #7A2582

基本カラーパレット

ライオンズ・インターナショナルの基本カラーパレットは、青、黄、紫で構成されています。

これらの色は、固有のブランド資産価値を維持しながら、刷新された紋章を補完するために選ばれました。

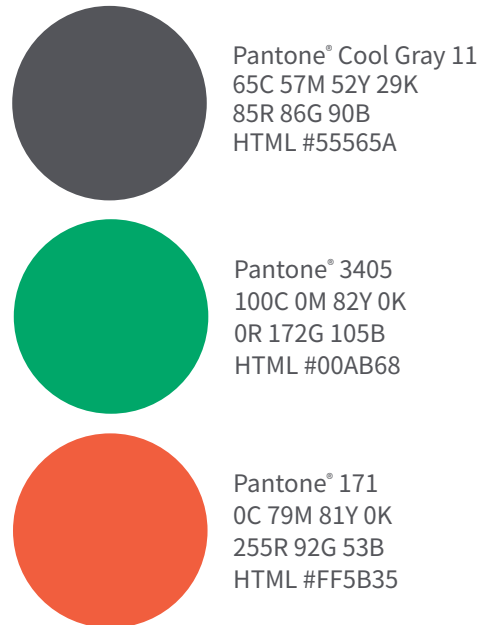
基本カラーパレットは、大きな領域の塗りつぶし、文字の配色や、アクセントとして広く使用されるものです。



Pantone® 660
75C 47M 0Y 0K
64R 124G 202B
HTML #407CCA

Pantone® 289
98C 84M 45Y 51K
13R 34G 64B
HTML #0D2240

Pantone® Cool Gray 5
13C 9M 10Y 27K
179R 178G 177B
HTML #B3B2B1



Pantone® Cool Gray 11
65C 57M 52Y 29K
85R 86G 90B
HTML #55565A

Pantone® 3405
100C 0M 82Y 0K
0R 172G 105B
HTML #00AB68

Pantone® 171
0C 79M 81Y 0K
255R 92G 53B
HTML #FF5B35

補助カラーパレット

ライオンズ・インターナショナルの補助カラーパレットは、基本パレットを補うものです。これらのカラーはブランドに広がりを持たせますが、控えめに使用すべきです。

補助パレットのカラーはアクセント・カラーとして効果を発揮し、生き生きとさせたり、強調したりする方法となります。



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。

3.2 カラーグラデーション

ソリッドグラデーション



Opacity: 100%
 Pantone® 289
 98C 84M 45Y 51K
 13R 34G 64B
 HTML #0D2240

Opacity: 100%
 Pantone® 287
 100C 72M 2Y 12K
 0R 51G 141B
 HTML #00338D

Opacity: 100%
 Pantone® 2612
 64C 100M 11Y 2K
 122R 38G 130B
 HTML #7A2582

グラデーション画像オーバーレイ



Opacity: 100%
 Pantone® 2612
 64C 100M 11Y 2K
 122R 38G 130B
 HTML #7A2582

Opacity: 100%
 Pantone® 287
 100C 72M 2Y 12K
 0R 51G 141B
 HTML #00338D

Opacity: 5%
 Pantone® 287
 100C 72M 2Y 12K
 0R 51G 141B
 HTML #00338D

カラーグラデーションは、私たちの視覚的ブランドに深みと、躍動感と、付加的な意味を与えてくれます。

公式グラデーションは、カラーパレットの色を意図的に組み合わせることで、私たちの組織のアイデンティティである団結とコラボレーションを表現し、またブランドの重要な歴史にも敬意を表するものになっています。



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しょう。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。

3.3 タイポグラフィ(基本)

推奨フォントはすべての言語に対応していない場合がありますのでご注意ください。特定の言語に対応したフォントに置き換えることをご検討ください。フォントを選ぶ際には、読みやすさ、可読性、汎用性を考慮することが重要です。

Helvetica Neue 35 Thin

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 35 Thin Italic

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 37 Thin Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica 37 Thin Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 47 Light Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 47 Light Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 57 Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 57 Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 67 Medium Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 67 Medium Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 77 Bold Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 77 Bold Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 87 Heavy Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica Neue 87 Heavy Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica 97 Black Condensed

ニーズのある世界に奉仕する

Helvetica 97 Black Condensed Oblique

ニーズのある世界に奉仕する

基本フォント

Helvetica Neueが、ライオンズ・インターナショナル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。



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。

3.4 タイポグラフィ(補助)

推奨フォントはすべての言語に対応していない場合がありますのでご注意ください。特定の言語に対応したフォントに置き換えることをご検討ください。フォントを選ぶ際には、読みやすさ、可読性、汎用性を考慮することが重要です。

Adobe Caslon Pro Roman

ニーズのある世界に奉仕する

Adobe Caslon Pro Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Adobe Caslon Pro Semibold

ニーズのある世界に奉仕する

Adobe Caslon Pro Semibold Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Adobe Caslon Pro Bold

ニーズのある世界に奉仕する

Adobe Caslon Pro Bold Italic

ニーズのある世界に奉仕する

補助フォント

Adobe Caslonが、ライオンズ・インターナショナルの通信物の補助フォントに選ばれています。このフォントは、見出しの下に配置される見出しよりも長いテキスト部分に使用すべきです。見出しや小見出しには使用すべきではありません。



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。

3.5 タイポグラフィ(システム／標準)

推奨フォントはすべての言語に対応していない場合がありますのでご注意ください。特定の言語に対応したフォントに置き換えることをご検討ください。フォントを選ぶ際には、読みやすさ、可読性、汎用性を考慮することが重要です。

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

システム／標準フォント

Helvetica、Arial、およびTimesが、ライオンズ・インターナショナル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。

3.6 タイポグラフィ(デジタル／ウェブ)

推奨フォントはすべての言語に対応していない場合がありますのでご注意ください。特定の言語に対応したフォントに置き換えることをご検討ください。フォントを選ぶ際には、読みやすさ、可読性、汎用性を考慮することが重要です。

Roboto Thin 100

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Thin 100 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Light 300

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Light 300 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Regular 400

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Regular 400 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Medium 500

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Medium 500 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Bold 700

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Bold 700 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Black 900

ニーズのある世界に奉仕する

Roboto Black 900 Italic

ニーズのある世界に奉仕する

デジタル／ウェブ用フォント

Roboto が、ライオンズ・インターナショナルの通信物のデジタルフォントとして選ばれています。

これらは、オンラインアプリケーションで基本または補助フォントが使用できない場合に使用することができます。



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。

3.7 グラフィック要素

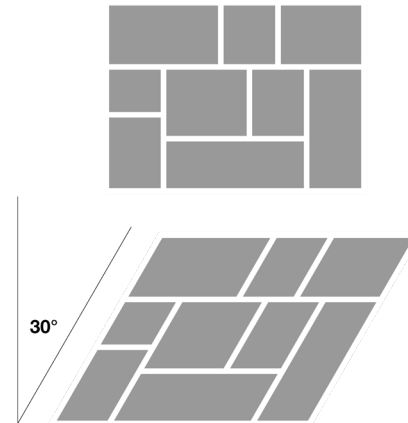
1 黄色のアンダーライン



黄色のアンダーラインは、注意を引き、内容の特定の要点を強調するものです。内容を分ける区切りとしても使用されます。

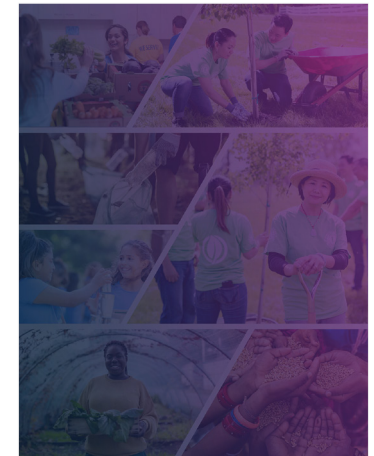


2 角度



斜めの色使いとオーバーレイは、生き生きとした印象を添え、目を引くために使われます。角度は常に、ここにあるサンプルに合わせるべきです。

3 塗りつぶしとオーバーレイ



オーバーレイを用いると、イメージと内容とともに前面に打ち出すことができます。画像の質の悪さを隠す絶好の方法でもあります。

水平方向の罫線、色、オーバーレイ (重ね合わせ)

以下に取り上げるテクニックは、全体的な見た目や印象を決定づけます。ここにある例を、ライオンズ・インターナショナルのブランドに沿った制作の指針としてお役立てください。

3.8 アイコン



小児がん



糖尿病



災害援助



環境保全



人道支援



食料支援



視力保護



青少年

分野ごとのアイコン

私たちのグローバル重点分野には、それぞれにアイコンがあります。

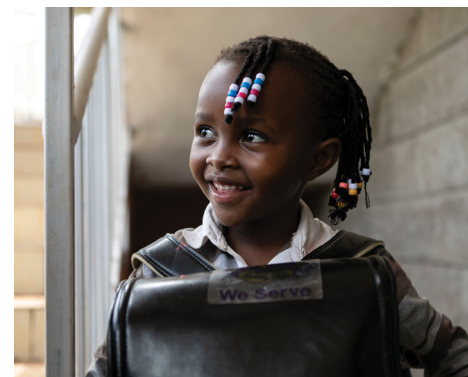
これらは個々の分野のあらゆるマーケティングに使用されるものであり、特有のブランドを生み出すために役立ちます。

すべての分野を取り上げる際には、すべてのアイコンをセットで使用するか、一切使用しないかのどちらかにしてください。



4.0 // 写真

4.1 視覚的表現



行動するライオンズ

ライオンズを撮影する時には、主な被写体の緊密な触れ合いを構図にとらえたスナップ写真の形式をとるべきです。各地域社会でプラスのインパクトを及ぼしているライオンズとともに、受益者にも焦点を当てるようにしてください。

写真は優しさ、親近感、前向きな心を感じさせるものであるべきです。年齢や民族的背景の多様性にも配慮しましょう。

写真の選択や撮影に当たっては、メッセージを入れる十分なスペースを確保できるよう、空白の部分にも配慮します。

可能であれば常に、ストーリーを語る手段として被写界深度を役立てることを考えましょう。雰囲気高めるとともに、被写体を際立たせるために役立ちます。

4.1 視覚的表現



変化を起こしているライオンズ

写真は、主な被写体の緊密な触れ合いを構図にとらえたスナップ写真の形式をとるべきです。また、各地域社会を支援しているライオンズの姿と、その分野における行動の必要性が見て取れる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。

写真の選択や撮影に当たっては、メッセージを入れる十分なスペースを確保できるよう、空白の部分にも配慮します。

可能であれば常に、ストーリーを語る手段として被写界深度を役立てることを考えましょう。雰囲気高めるとともに、被写体を際立たせるために役立ちます。

4.2 コントラストと彩度

初心者



明るさ、コントラスト、または露出を調整する前



明るさ、コントラスト、または露出を調整した後

写真編集ソフトを使って明るさ、コントラスト、および/または露出の設定を調整します。写真が可能な限り自然に見えるよう、調整は常に少しずつ、一度に一つの設定を適用し、望ましい結果が得られるまで続けてください。

上級者



写真のバランスを調整し、暖かさと光源を加える前



写真のバランスを調整し、暖かさと光源を加えた後

写真編集ソフトを使って、写真の品質を最大限に高める設定を見つけます。望ましい結果が得られたら、暖かさ、ビネット（縁ぼかし）、光彩を加え、独特のレイヤーを持たせて編集できます。これらのテクニックは写真に雰囲気を与え、見栄えを高めてくれます。

可能な場合には、RAW設定を利用して露出を完全に制御するとよいでしょう。

写真が可能な限り自然に見えるよう、調整は常に少しずつ、一度に一つの設定を適用し、望ましい結果が得られるまで続けてください。

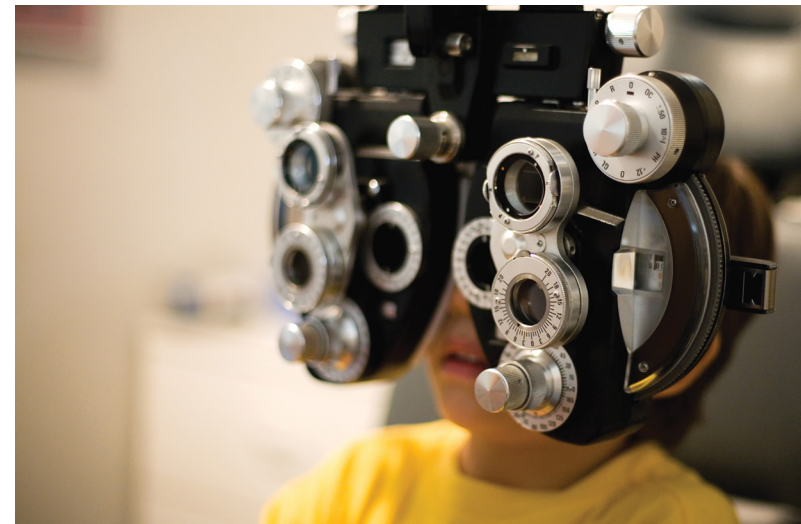
調整して質の高い写真へ

明るくバランスの取れた写真は見る者の気持ちを明るくし、ライオンズが前進する勢いを生み出します。よくあるのは、光のバランスとコントラストが不適切な写真です。写真を最良の状態で見せることができるよう、編集のテクニックを役立てるとよいでしょう。

写真の編集は担当者の判断によりますが、写真が最も自然に見えるように調整し、常に可能な限り現実味のあるものにすることが大切です。

上にある例は、写真を編集するいくつかの簡単な方法です。

4.3 クレジットの表示



クレジットの付け方

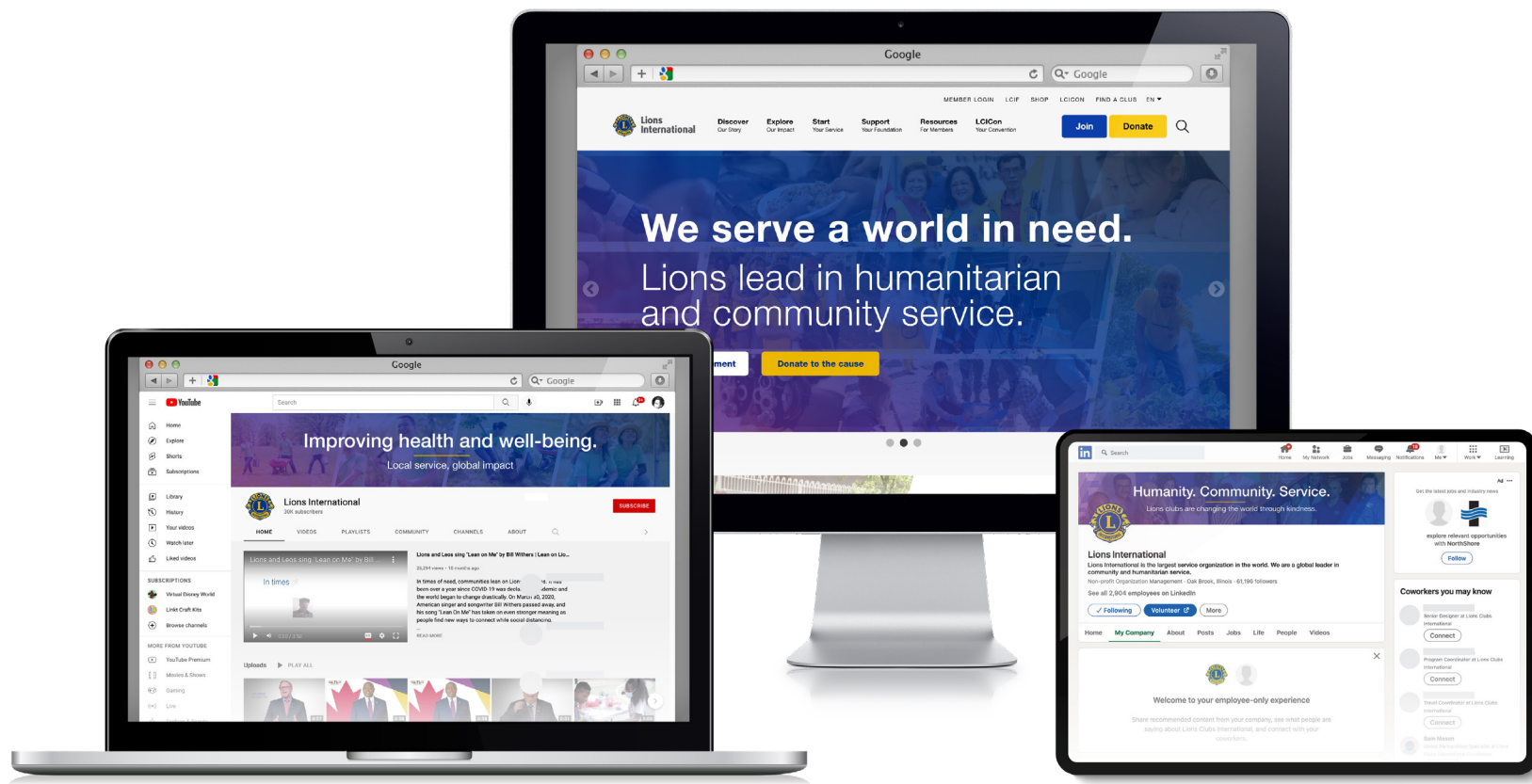
写真によっては、撮影者や組織の名前を入れる必要があります。

写真のクレジットは通常、写真内の左下、または写真のすぐ下に入れます。どちらにも入れられない場合には、被写体から注意を奪わない他の部分に入れるとよいでしょう。

クレジットの内容は、7.5ptのHelvetica Neue Romanを使って行送り9ptで設定します。

5.0 // デザインのヒント

5.1 デジタルメディアの例



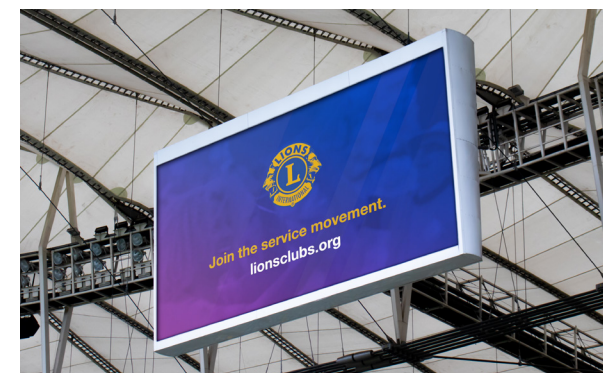
lionsclubs.org, [youtube.com](https://youtube.com/lionsclubs), [linkedin.com](https://linkedin.com/lionsclubs)

5.2 印刷メディアの例



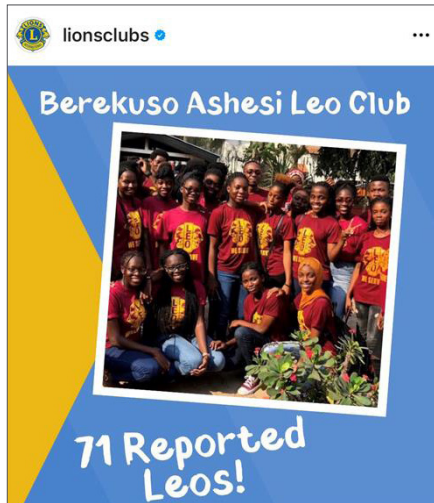
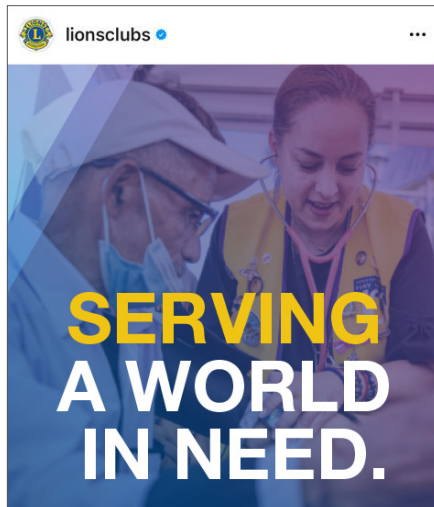
広告と配布物の一例

5.3 屋外メディアの例



環境サンプル(看板、バス停留所、その他)

5.4 ソーシャルメディアの例



ビデオ広告とフェイスブックへの掲載



6.0 // お問い合わせ先

6.1 ブランドに関するお問い合わせ

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、ライオンズとライオンズ・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。