



Active Child Program Brand Guideline

アクティブチャイルドプログラムブランドガイドライン

Ver. 2.0 | April. 2023

Copyright Japan Sport Association. All rights reserved

はじめに



ブランディング活動は、アクティブチャイルドプログラムと JSPO の目指す姿や JSPO のブランド価値をより明確に発信し、“JSPO ならではの” の体験を協会内外の様々な人々の間で共有することで、社会からの期待感を高めるとともに、協会内での挑戦を後押しし、社会的価値や ブランドイメージの向上を図ることを目的としています。そのために、アクティブチャイルドプログラムの新たなブランド表現の方針となるブランドガイドラインを設定しました。

アクティブチャイルドプログラムのブランド表現に携わる方々が、このブランドガイドラインを十分に理解・運用することで、さまざまな国や地域の、それぞれのタッチポイントで発生しがちな印象のギャップが減少し、一貫したブランドイメージの展開が可能になります。

アクティブチャイルドプログラムのロゴの使用にあたっては、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

クリエイティブコンセプト

クリエイティブコンセプトとは、ブランドの世界観を具体的に
見えるかたちで訴求する為の核となるコンセプトです。

アクティブチャイルドプログラムのクリエイティブコンセプトは、
「Move with Curiosity」です。

あらゆるビジュアル表現において、このコンセプトを一貫する
ことで、アクティブチャイルドプログラムらしい世界観の表現を
実現することができます。

Move with Curiosity に込めた想い

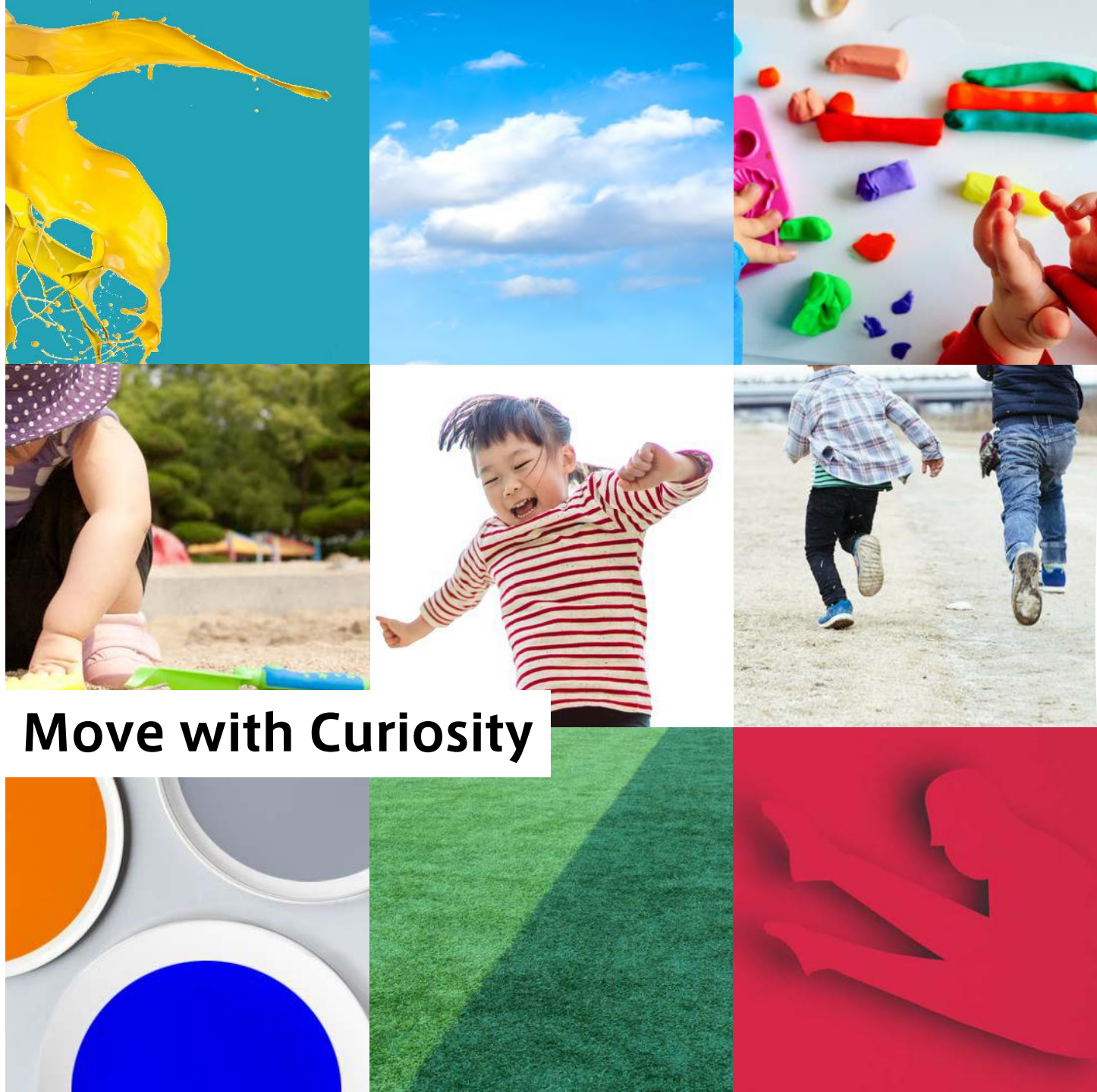
「Move with Curiosity」というコンセプトは、子供の行動は
好奇心から始まり、それを刺激し、動く遊ぶを結びつける
ことこそ、これからの未来を担う子供たちへの手助けになる、
ということを訴求していく考えが込められています。

積極的にからだを動かす楽しさ、感動 × 動作やコンテンツへの興味 / ワクワク感

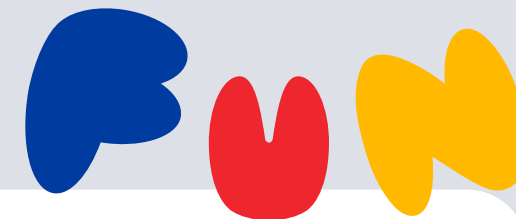
体験や表現のクライテリアワード

楽しさ
健康的
科学 / 知育的

※ 右記のイメージはキービジュアルレイアウトの参考例ではありません。



Move with Curiosity



目次

はじめに

クリエイティブコンセプト

目次

1.0 デザインシステム

1.1 基本デザイン要素

1.2 ブランドの世界観

1.3.1 ブランドロゴ

1.3.2 ブランドロゴ (種類)

1.3.3 ブランドロゴ (表示色)

1.3.4 ブランドロゴ (背景色との関係)

1.3.5 ブランドロゴ (クリアスペース / 最小使用サイズ)

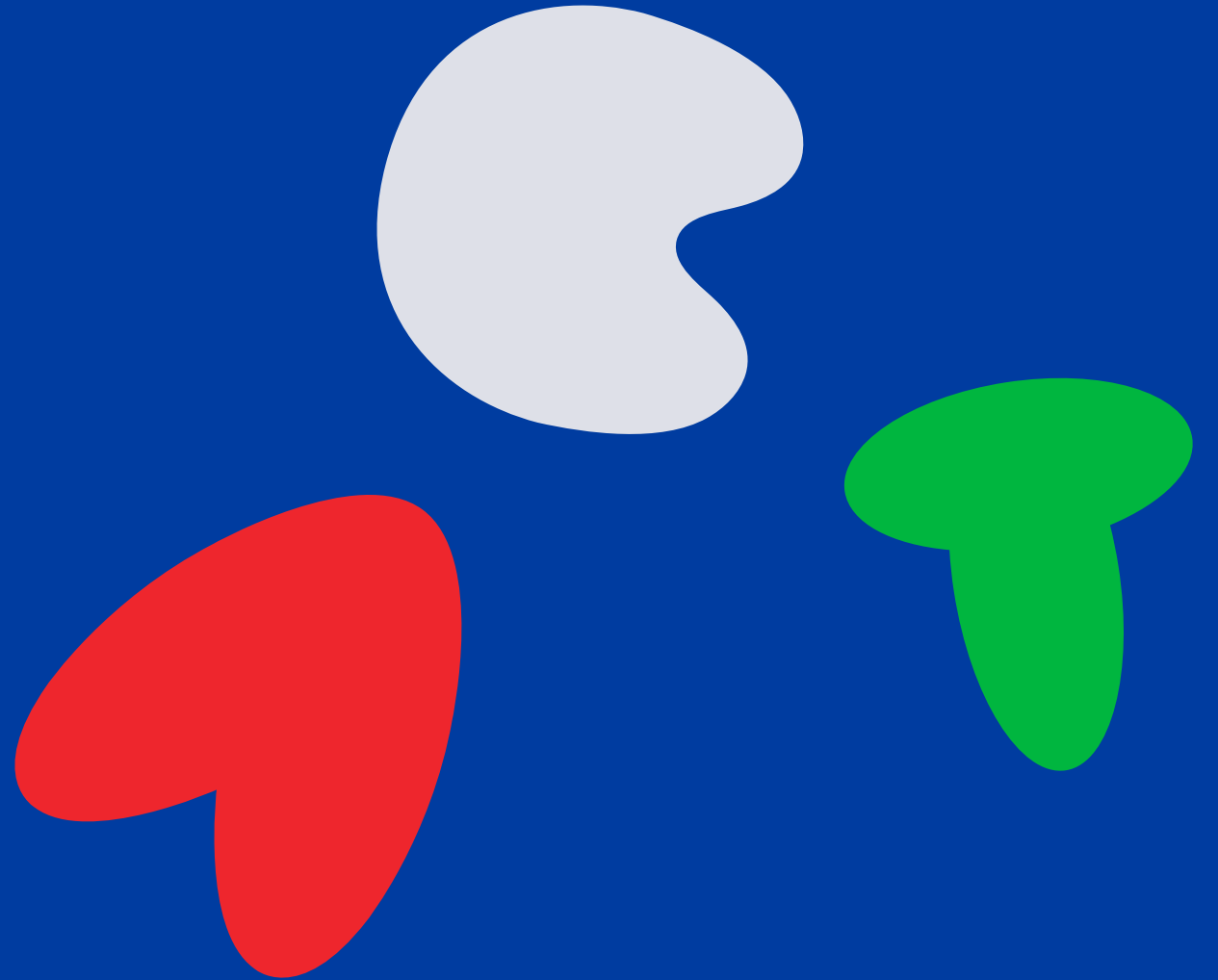
1.3.6 ブランドロゴ (ブランドロゴの不適切な使用例)

1.3.7 ブランドカラー

1.3.8 グラフィックエレメント (growing type)

1.Design system

デザインシステム



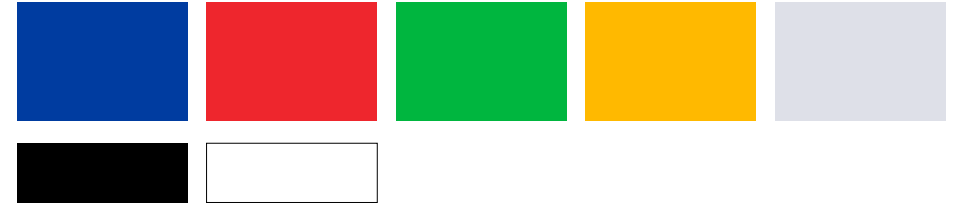


1.1 基本デザイン要素

ロゴ



カラー



タグライン

うんどう × あそび

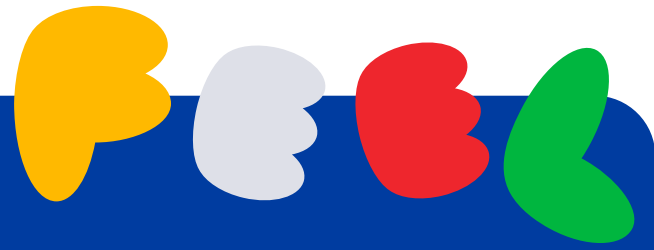
フォント

ABC123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz@#%*()
運動体操興味関心知育活動教育未来健康
あいうえおかきアイウエオカキ

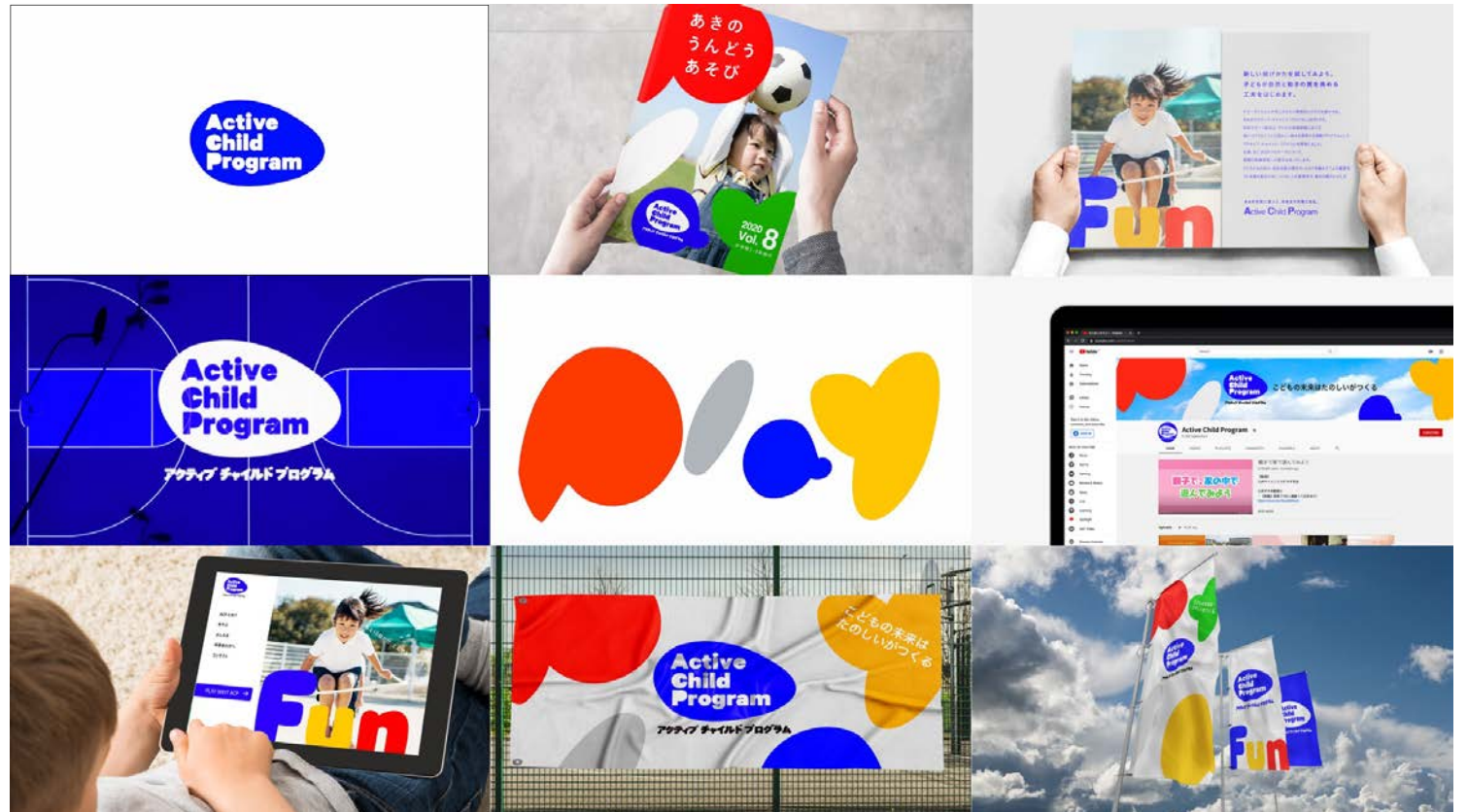
フォトスタイル





1.2 ブランドの世界観

ブランドの世界観は、クリエイティブコンセプトを元に基本デザイン要素を使用して作り上げるべきブランドの印象を示したサンプルです。さまざまな媒体に展開していく際の指針とし、これらの表現と印象を作り上げることができるよう検討してください。





1.3.1 ブランドロゴ

ブランドロゴは、アクティブチャイルドプログラムブランドを象徴する最も重要な役割を担います。ブランドロゴは、正式名称のものと、略称のものが存在します。

以降のページに示す規定を遵守し、ブランドロゴを正しく表示してください。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください



正式名称ロゴ



略称ロゴ



1.3.2 ブランドロゴ (種類)

アクティブチャイルドプログラムのブランドロゴはさまざまな場面でタイプ出来るよう、複数の文字組みスタイルで構成されたロゴが存在いたします。

基本となる優先順位に従い、選定しつつ、誌面上のスペースなどに応じて、適切なロゴを選定し、使用してください。

優先順位 1	優先順位 2
	
優先順位 3	
	



1.3.3 ブランドロゴ (表示色)

ブランドロゴは、フルカラーでの表示を基本とし、白背景のブランドロゴを第一優先とします。ブランドロゴは、常に明瞭に表示されるよう、ブランドロゴと背景色とのコントラストを保ち、視認性を確保してください。

単色の印刷物等は、グレースケールやモノクロで表示します。また、型押しや箔押し等の特殊加工には、モノクロで表示してください。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。





1.3.4 ブランドロゴ (表示色)

ブランドロゴは、フルカラーでの表示を基本とし、白背景のブランドロゴを第一優先とします。ブランドロゴは、常に明瞭に表示されるよう、ブランドロゴと背景色とのコントラストを保ち、視認性を確保してください。

単色の印刷物等は、グレースケールやモノクロで表示します。また、型押しや箔押し等の特殊加工には、モノクロで表示してください。

※ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

カラー

背景濃度 0%

10%

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

90%

100%



白黒

背景濃度 0%

10%

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

90%

100%





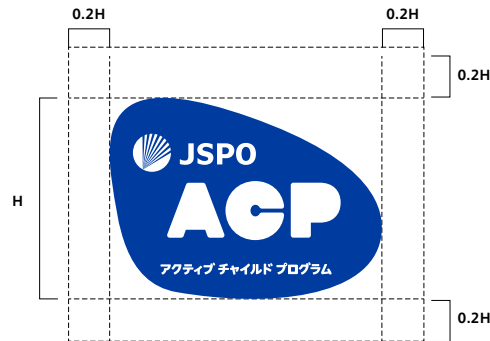
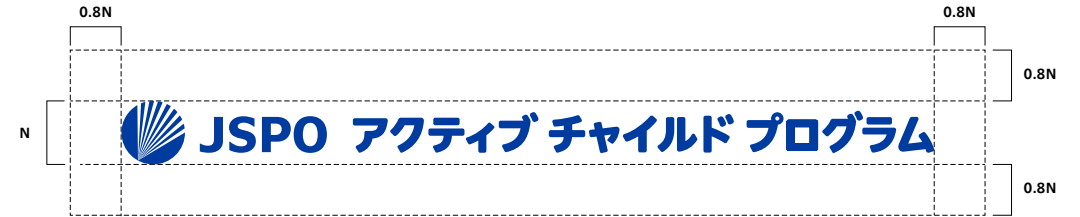
1.3.5 ブランドロゴ (クリアスペース / 最小使用サイズ)

アイソレーションエリア

ブランドロゴが常に象徴性を持って表現されるために、ブランドロゴと他の要素との間に一定の余白を設定しています。クリアスペース内に他の要素を表示することはできません。(グラフィックエレメントと組み合わせて使用する際はこの限りではありません)
マスターデータの周囲にはあらかじめクリアスペースが透明のラインで配置されています。

最小使用サイズ

ブランドロゴは、常に読みやすく明瞭に表示されなければなりません。ブランドロゴのサイズは、右記の最小使用サイズを下回らないようにしてください。
また、印刷方法等によって最小使用サイズを確保していても明瞭に表示できない場合は、最小使用サイズに関わらず、最適なサイズで表示してください。



最小サイズ



18mm



18mm



35mm



1.3.6 ブランドロゴ (ブランドロゴの不適切な使用例)

ブランドロゴの不適切な表示例です。ブランドロゴを誤った形で表示することで、意図とするブランドの印象が正しく伝わらない恐れがあります。

右記のような表示はしないでください。

また、右記の例は、主にタテ組を使用していますが、他の種類の場合も同様です。

ブランドロゴは、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。



変形しない



回転しない



組み方を変えない



要素のバランスを変更しない



規定色以外で表示しない



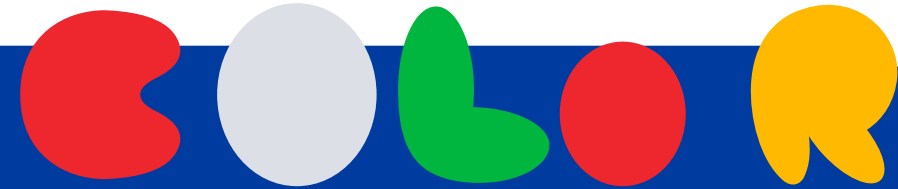
書体を変更しない



任意の形で囲みをつけない



影などの効果を付加しない



1.3.7 ブランドカラー

ブランドカラーはアクティブチャイルドプログラムを表現する上での重要な要素の一つです。

右記のカラーパレットに記載されている数値を参考になるべく再現性を高めてください。

※記載されている数値は近似値です。Pantone に合わせて印刷を行ってください。



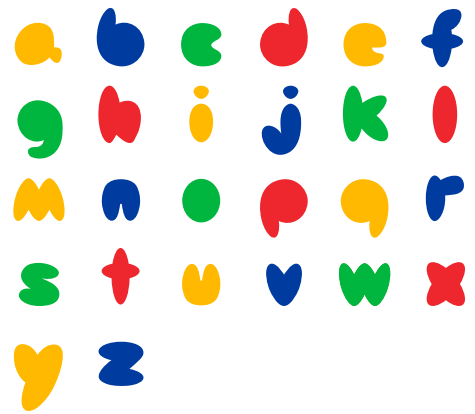
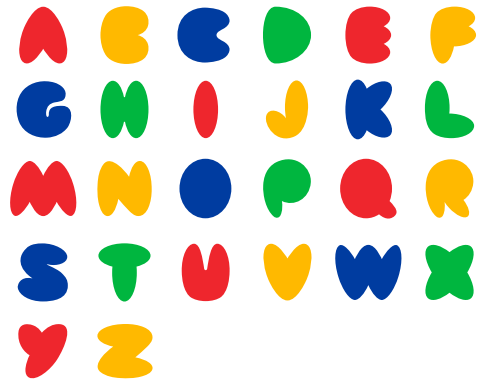


1.3.8 グラフィックエレメント (Growing type)

アクティブチャイルドプログラムのグラフィックエレメントはブランドコミュニケーションに活気を与え、子供の好奇心を訴求するだけでなく、文字としての情報訴求の機能も備えています。

グラフィックエレメントとして使用する場合と、文字として使用する場合とでの使用方法を意識しなら制作を行ってください。

ACP Kids



ACP Teen

