A mark of character.

コーポレートアイデンティティ / ロゴタイプと基本展開

01 / PRIMARY SIGNATURE



横組み・基本形

企業名を明快に伝える標準構成

THE IDENTITY

筆致に、意志を。

力強い筆文字と端正な円。

朱印が記憶に残るアクセントをつくる。

01 **筆文字**

躍動感のある線を、ブランドの主役に。

02 **円の輪郭**

ロゴをひとつにまとめる、象徴的な構成。

03 **朱印**

墨色に映える、鮮明な識別ポイント。

02 / SIGNATURE SYSTEM



コンパクト横組み

限られた横幅で、社名の存在感を保つ。



縦組み

正方形に近い領域や、縦方向の展開に。



シンボル＋和文

ブランド表現を中心に据える場面に。

Consistency builds trust.

運用ガイド / カラー・余白・可読性の推奨規定

01 / COLOR PALETTE

SUMI / RICH BLACK
#1A1B1C
C 60 M 40 Y 40 K 100

SHU
#D91F26
C 0 M 86 Y 82 K 15

WARM WHITE
#F9F7F2
C 0 M 1 Y 3 K 2

ロゴの墨色はリッチブラック（総インキ量 240%）。朱色は支給データを優先。印刷時は色校正で確認。

02 / DESIGN PRINCIPLES

01　ロゴを主役にする

装飾を抑え、広い余白で存在感を引き出す。

02　情報を整理する

見出し・本文・補足の順に、明快な階層をつくる。

03　色を絞る

墨と白を基本に、朱を要所に使う。

03 / CLEAR SPACE



推奨：ロゴ全高の 1/4 を X とし、四方に X 以上の余白を確保。

枠内には文字・写真・罫線など、ほかの要素を配置しない。

04 / SIZE & LEGIBILITY

基本形：印刷幅 70 mm 以上を目安に。

Web 表示は幅 320 px 以上を推奨。

縮小時は筆文字・朱印・URL の判読性を実寸で確認。

小さな媒体では情報量の少ない構成を選ぶ。

05 / AVOID

変形 / 回転 / 任意の色変更 / 影や縁取り / 要素の再配置

背景は白を基本とし、写真や柄による視認性の低下を避ける。

NOTE　支給ロゴの造形を保持して再構成。解説・運用数値・配色は本シートの提案であり、正式な規定化前に確認する。