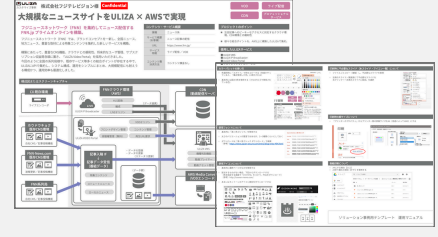
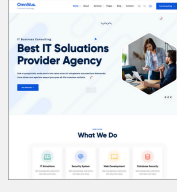


コーポレートカラー・フォント／キーイメージの決め方・使い方

1. 色やフォント、メイン使用画像などをあらかじめ決めておくメリット

決まっていなくても問題はありません。ただ、色やフォント、使用画像を決めておくときさまざまな面でメリットがあります。

- 定着するとイメージが伝わりやすい
- チラシやサイト、動画など作る時間が短縮される
- ユニフォームや看板などを新たに作る際に迷いが減る
- 提案書など社内で作るものもクオリティーが安定する
- 作るものによって業者が変わっても、イメージが統一される
- 無形商材の企業（IT/加工/保険/介護など）の場合、
販促物が文字ばかりになりがちなのを防げる



サイトとチラシのデザインがまちまち

色や使用画像を社内で統一して作った提案書とマニュアル

フォントや色でイメージが変わります

前橋介護ステーション



どちらにお世話になりたいですか？

山崎歯科医院



どちらが伝統と格式がありそうですか？

大企業だとロゴ・色はもちろん、専用のフォントまでオリジナル！

「CIマニュアルPDF」「VIマニュアル」「ブランドガイドライン」などで検索すると、色・ロゴなどの使い方マニュアルを見ることができます。



ちなみにLINEの場合、オリジナル日本語フォント『LINE Seed JP』をフォントメーカーと共同で作成し、社内で使っている（ダウンロード・商用利用可）。



2. 色やフォント、メイン使用画像を決めるにあたって考えておきたいポイント

正解はありませんが、販売促進の観点で考えると「好み」ではなく顧客に伝えたい（認識してもらいたい）イメージから絞り込むことで、「どのような何屋か？」を伝え・伝わりやすくなります。

色・配色パターンを選ぶ

【メインカラー】

- 「色 イメージ」で検索し色を選ぶ
- 業種の定番となっている色から選ぶ
- メイン画像の色を抽出する
- 業種によっては「和 色」等で検索

【アクセントカラー】

- 「色名 配色パターン」で検索
- 「配色ジェネレーター」から選ぶ

カラーコードの入力・サイト機能などを使って選んだ色を普段から使えるようになります。



使用フォントを固める

【無料・商用可から選ぶ】

- 「日本語 フォント 商用 まとめ」で検索
- 与えたいイメージに近いフォントを選択
- 太さ・横幅のバリエーションがあるもの
- 使用条件などをチェック

【有料フォントを選ぶ】

- 毛筆・デザイン性の強いもの等がある
- 「フォント 販売」で検索→購入・DL

基本的にはダウンロード→インストールの手順を踏まなければならないが、Canva等ツールではあらかじめ入っているのでその手間を省くことができます。

使用画像を決めておく

【キービジュアル・キーイメージ】

- 写真でもイラストでも可
- よく使うものを集め保存しておく
- 素材集サイトを活用すると便利
- 無形商材の場合お客様の喜ぶ様などがおすすめ



素材集サイト・フォント・配色などのリンク集を作りましたので、ご活用ください。



3. 色やフォント、メイン画像を使い回ししやすくする

色やフォント、画像、ロゴ等の管理は【CIマニュアル・VIマニュアルと一緒に共有】【パスワード付きの広報用ページを用意し管理】【A4 1枚ほどのPDFファイルにまとめる】などの方法があります。

最近ではクラウドメモ系のアプリ（例：notion）での共有や、デザインアプリ内の「ブランド機能」の活用（例：有料版Canva）など、複数人での色やフォント、画像、ロゴ等の管理がしやすくなっています。



カラーコードや使用フォントについてマニュアルとしてまとめ、活用する



最近はツールに保存できるものも

ロゴとかはどうやって作るの？

外部のデザイナーに依頼して1から作ることもできますが、ちょっとしたものであればアイコン素材と組み合わせで内製することも可能です。

- ある程度イメージを固める→依頼
- クラウドソーシングなども検討
- 用途からカタチを考える
(サムネイルなど)
- 分かりやすく伝えたい時役立つ



キャッチコピーも決めておくと、より伝わりやすくなる

ロゴマークだけではなく、社名付きがさらにキャッチコピーがあると、何を扱う会社・店なのか？どのような特徴があるのか？などがより明確になります。

すぐに浮かばない場合、まずは「販促ツール作成のためのシート（資料添付）」をお試しください。



つついとお出かけしたくなる
ワーク&インソール コフタ



（キャッチコピーの併記は）特に「お堅いところ」や無形商材な会社やお店におすすめです