

～進化するブランドのストーリーを伝えるために～ 一貫性と柔軟性を備えた、ビジュアル・アイデンティティ・システムへのアップデート

培ってきたブランド資産を生かし、 進化するブランドストーリーを伝える

ブランドのロゴやカラーの使用法を中心に規定したビジュアル・アイデンティティ・システムは、顧客と接点となるすべてのタッチポイントで、統一性と一貫性が重視され、厳格な運用がなされてきました。

デジタルファーストなど、刻々と変化する世界にあって、ある意味神聖化されたその運用方法は、画一性に陥りやすく、ブランドの魅力が十分生かされたものにならなくなりつつあります。コンペティターがひしめく市場の中で、培ってきたブランド資産を生かしながら、進化するブランドストーリーを伝え、そのアイデンティティを突出させるためには、新思考のビジュアル・アイデンティティ・システムへのアップデートが望まれます。

新思考のビジュアル・ アイデンティティ・システム

進化するブランドの世界観を打ち出す（絶えずフレッシュな新しい姿をコミュニケーション）ために、ロゴの運用や表現（3D等）、サイズ、位置、方向性、ウェイト、風合い（素材感）、カラーパレット、さらには、グラフィックエレメントと呼ばれる、そのブランドの独自のデザイン要素、タイポグラフィー、フォトイメージなど、様々なビジュアル要素を再考、デジタルとの親和性を高め、自由度が高いシステムとすることで、効果的に顧客の頭の中の知覚を刷新することが可能となります。

また、広告やセールスプロモーション活動においても、どの様な表現が妥当なのか、ブランドとしての適切な写真表現や書体選択等についてもブランドやプロジェクトのコンセプトを体現するツールに昇華させていくアプローチで制作者が判断できるように作られていくべきでしょう。

【次頁に参照事例】

VISA

伝統を生かし、進化し、
明るくダイナミックなブランドについての
新しいストーリーを伝える柔軟なシステムへ

Brand Identity

「クレジットカード会社」から、「世界経済にアクセスできる信頼のネットワーク会社」へのパラダイムを打ち出すためにデザインシステムを変更

Flexible Design

デジタルファーストの世界に合わせて、ロゴの運用、グリッドシステム、カラーパレット、アイコンとイラストシステム、タイポグラフィ、フォトグラフィー、スポンサーシップなど様々な要素をより柔軟に、スムーズに、効果的にするデザインシステム（ガイドライン）を開発



VISA

●ロゴ

視覚的遺産を継承し、新たなブランドの世界観を表明するために、Visaのブランドマークとブランドシンボルが連携するシステムを構築。

●グリッドシステム

ブランドシンボルから、3分の1ベースのグリッドシステムを創出。あらゆる形状またはサイズで、要素を固定しながら柔軟性を提供します。

●カラーパレット

コアカラーは青、白、黄色で、柔軟性を追加しサポートする2次カラーパレットがあります。

●アイコンとイラストシステム

ブランドシンボルを基盤として、象徴的な色の比率を独自のアイコンとイラストのシステムに拡張しました。

●タイポグラフィ

デジタルファーストになるようVisaDialectと呼ばれる新しいヒューマンスティックな書体を作成しました。

●スポンサーシップ

Visaが表示される場所に関係なく、大胆でインパクトのあるエネルギーな存在感を生み出すように構築されています。



McDonald

静的なロゴから、
 動的に、そして遊び心を持つロゴへ
 開放するデザインシステムへ

Brand Identity

マクドナルドを「モダンで進歩的なハンバーガー会社」にするという使命をさらに推進するために、グローバルな視覚的アイデンティティを包括的に見直して修正

Archery logo System

ロゴを変えずに、マクドナルドの黄金のアーチの最大限の活用を意図した「アーチェリー」と名付けたデザインシステムとともに、カラーパレット階層、タイポグラフィ、パターン&アイコンなどの要素までを含めて、はるかに自由に、柔軟に、遊び心のある簡素化されたデザインシステムを構築

