

SmartHR Brand Assets Guide

Version 2.0 - 2018.08

SmartHR ロゴのご利用について



著作権・商標権について

SmartHRロゴの、デザイン、レイアウト、ロゴマーク、商標などに関しては、株式会社SmartHR(以下「当社」といいます)または当社にその利用を認めた権利者が著作権などの知的財産権、使用权その他の権利を有しています。

お客さまは、これらの権利を侵害しない範囲でのみご利用いただくことができます。権利者の許可なく複製、転用などされることのないようお願いいたします。

ご利用上の注意

SmartHRロゴ画像を許可無く変更することを禁止します。
使用方法の注意点に関しては 04 ページの資料をご確認ください。

お問合せ先

利用に際し、不明点がございましたら以下までお問い合わせ下さい。

株式会社SmartHR
info@smarthr.co.jp

コンセプト



安心・信頼していただけるサービスを目指して

これまで以上に「安心・信頼していただけるサービスを目指す」ために、安定感のある力強いデザインに変更しました。

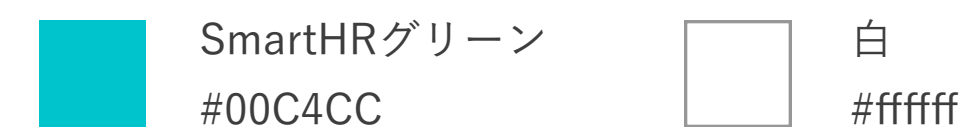
ロゴタイプはシンプルで太めの書体をベースにアレンジ。シンボルマークの「S」はこれまでのロゴが表していた“自動化”のニュアンスに加えて、握手を思わせる形を採用し“つながり”を表現しました。

“つながり”を表現したのには「会社と従業員をつなぐサービスであること」「周辺領域のサービスとAPI連携等でオープンにつながっていくサービス思想」という2つの意味が込められています。

カラー

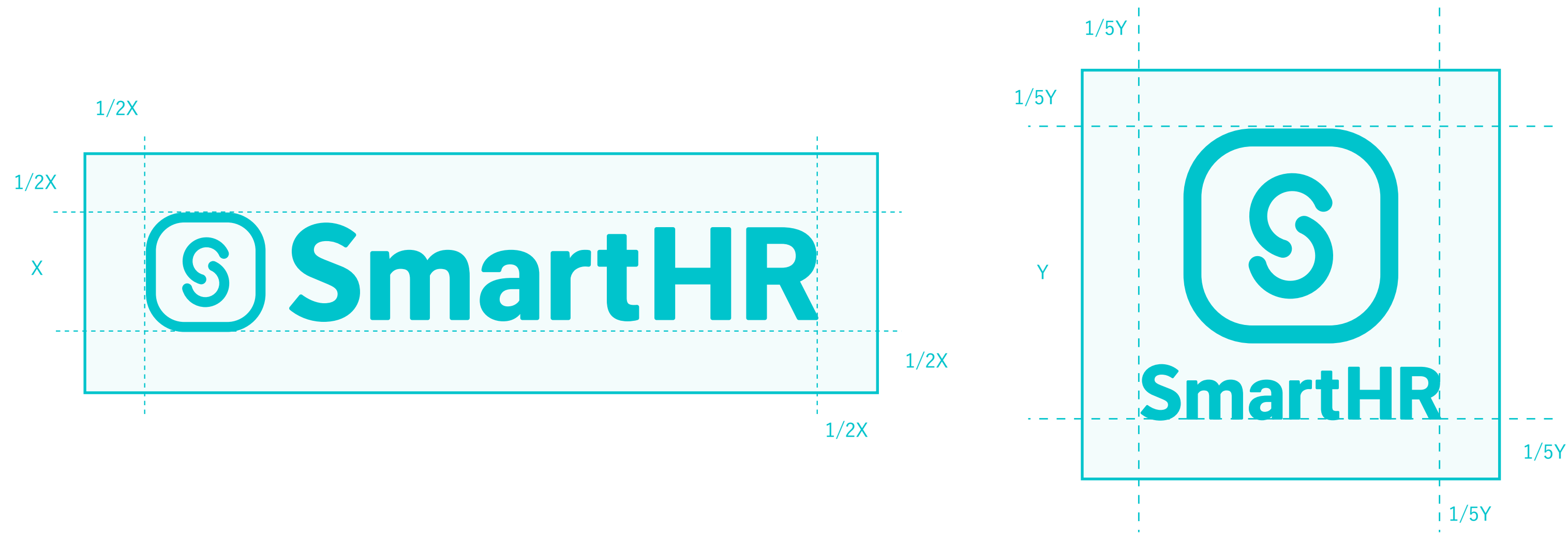


ロゴの色にはSmartHRグリーン、または白を使用できます。
ロゴは判読できる状態にし、形状は変更しないでください。
SmartHR のロゴに、この他の色は使用できません。
グラデーションを用いたロゴはプレスキット内にある画像のみ使用できます。



画像にのせる際は白いロゴを用います。
SmartHR ロゴに黒やその他の色は使用できません。
例外として、モノクロ（白黒）印刷の場合のみ、ロゴを黒で表示できます。

アイソレーション



表示する際には周辺に一定のアイソレーション（保護エリア）を設け、この領域内には他の要素・文字などは表示してはいけません。上記の示しているのは最小限の保護エリアです。

最小使用サイズ

画面上(Webコンテンツなど)でロゴを使用する場合は横幅 36px 以上、印刷物で使用する場合、横幅 20mm 以上で使用してください。これ以下のサイズでは、細部がつぶれ、再現性を欠く恐れがあります。必ず最小サイズを守ってご使用ください。

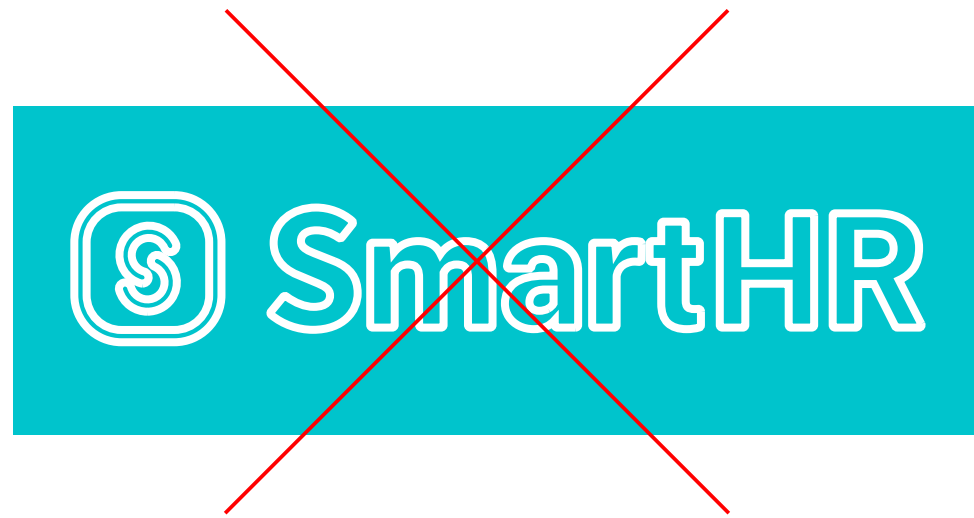


Webコンテンツの最小サイズ

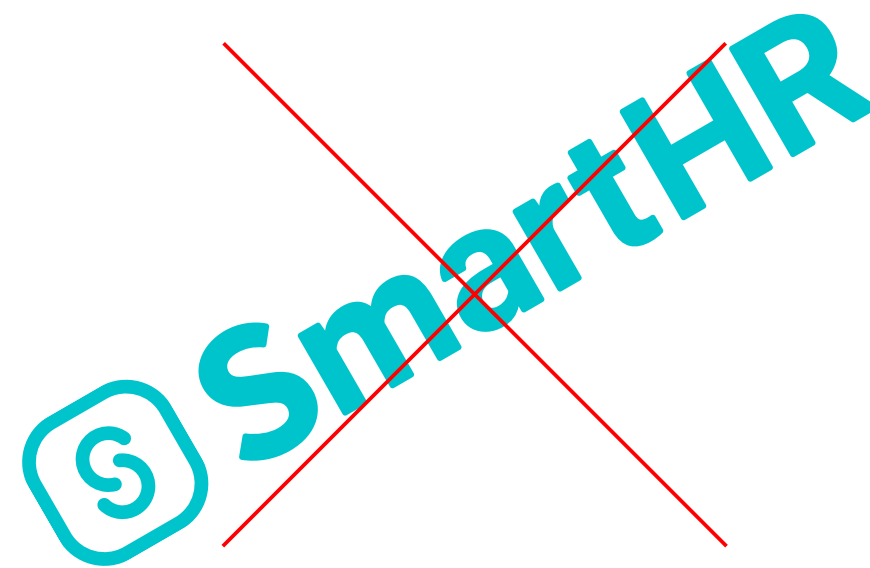


印刷物の最小サイズ

誤った使用例



ロゴを縁取ること



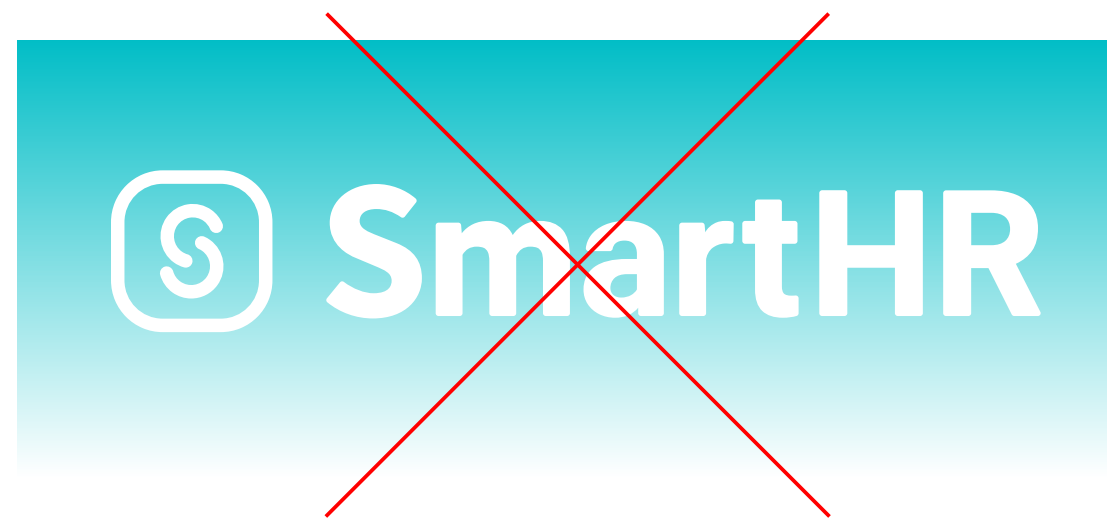
ロゴを傾けて使用すること



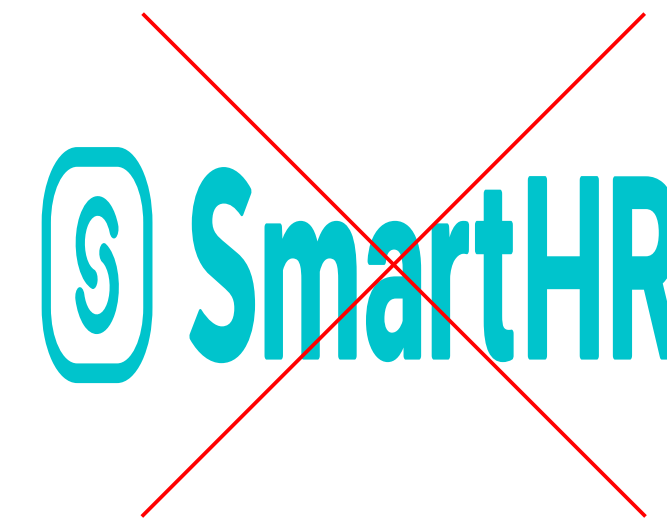
ロゴの一部だけ使用すること、要素を削除して使用すること



シャドウをつけること



ガイドラインにないグラデーションをつけること
(背景・ロゴ自体ともに)



変形させて用いること

SmartHR 制作ポリシー

制作ポリシー

フォントについて

基本的にすべて游ゴシックで統一しています。(サービス、Webサイト、販促物など)

ウェイトについて

Bold は見出しで、Medeum は本文で用いることが多いです。

良い見え方にするのを大事にすることを目的にしているためです。

そのため「良い見え方」にするために、見出しも Medeum にする、など

あえて上記のルールを外す場合もあります。

カラー: 墨文字 について

Webカラー: #555555 CMYK: C:0 M:0 Y:0 K:80

を用いています。

コーポレートカラーと合わせた際に、Webカラー: #000000 や CMYK: K:100% だと黒が過度に強調されてしまうことがあったためです。

ただし、こちらもウェイトと同様に読みにくくなってしまう場合は上記の限りではありません。

游ゴシック Bold

游ゴシック Medium



Webカラー: #555555

CMYK: C:0 M:0 Y:0 K:80

制作ポリシー

余白について

扱う対象（社会保険・雇用保険など）が専門的で、難しそうに見えてしまう用語を使用する場面が多々あります。

読みやすく見えるように、余白は多めに設けるようにしています。

カラーバランスについて

印象に残したいもの: コーポレートカラーの割合を多く

説明的なもの: 白の割合を多く

「かっこよさ」よりも「わかりやすさ・伝わりやすさ」を大事にしているためです。

例えば、白地に墨文字を使う方が、文字は読みやすいと考えています。

長文のテキストを使用する際に、背景:コーポレートカラー+文字:白抜き の組み合わせは読みにくいため避けています。

例えば、遠くから目にする展示物には、

他社との違いがわかりやすいようにコーポレートカラーを大きく（広く）用います。

文字を使用する場合は、大きく読みやすくなるように、短い単語・文にしています。

表現について

扱う対象（社会保険・雇用保険など）が専門的で、難しそうに見えてしまう用語を使用する場面が多々あります。

見た人に「伝わる」ことを大事にし、「専門的なことば・噛み砕いたことば」「文量を持たせた説明・簡潔な説明」「言葉の表現・図やイラストの表現」など最適な表現はどこにあるかを常に考えて、わかりやすい表現で伝えています。

写真

限定的に見える写真は用いないようにしています。

例えば、偏った印象を残してしまう特徴的な人物や、かっこいい雰囲気を出すことだけを目的に海外の方の写真を用いることなどはしていません。

意図せず他のサービスに似通って見えてしまったり、SmartHR の発信するメッセージがぼやけてしまうことを懸念しています。

例外として、CMや広告などの限定した環境でのクリエイティブに、キャラクターを用いることはあります。