



株式会社 Art & Arts ロゴ使用ガイドライン

本ガイドラインは、Art & Artsのブランドロゴを適切に使用するための基本ルールを定めたものです。ロゴはブランドの象徴であり、視覚的なアイデンティティを形成する重要な要素です。

本ガイドラインに沿った運用を行うことで、すべての媒体においてブランドイメージの一貫性を保つことを目的とします。

LOGO USAGE GUIDELINES

2 ロゴ構成



基本的にはシンボル+ロゴタイプの組み合わせを正式ロゴとして使用します。
レイアウトやバランスはブランドの視認性に関わるため、
要素の位置・比率・間隔を変更することはできません。

3 アイソレーション



ロゴの視認性を確保するため、
ロゴの周囲にはアイソレーション(保護領域)を設ける必要があります。
この領域内には以下の要素を配置しないでください。

- 文字
- 写真
- 図形
- 装飾要素

4 禁止事項

ブランドの一貫性を保つため、以下の使用は禁止されています。

ロゴカラーの変更



影や装飾効果の追加

ロゴの変形(縦横比の変更)



視認性の低い背景での使用

ロゴ要素の分解または再配置



ロゴの回転や傾斜

5 最小使用サイズ



15mm

ロゴの視認性および可読性を確保するため、
ロゴは以下の最小サイズ以上で使用してください。
これより小さいサイズで使用した場合、
ロゴタイプやシンボルの判読性が損なわれる可能性があります。

6 モノクロ使用

ロゴは原則としてブランドカラー版の使用を推奨しますが、印刷条件や媒体の制約によりカラー表現が難しい場合はモノクロ版ロゴを使用することができます。



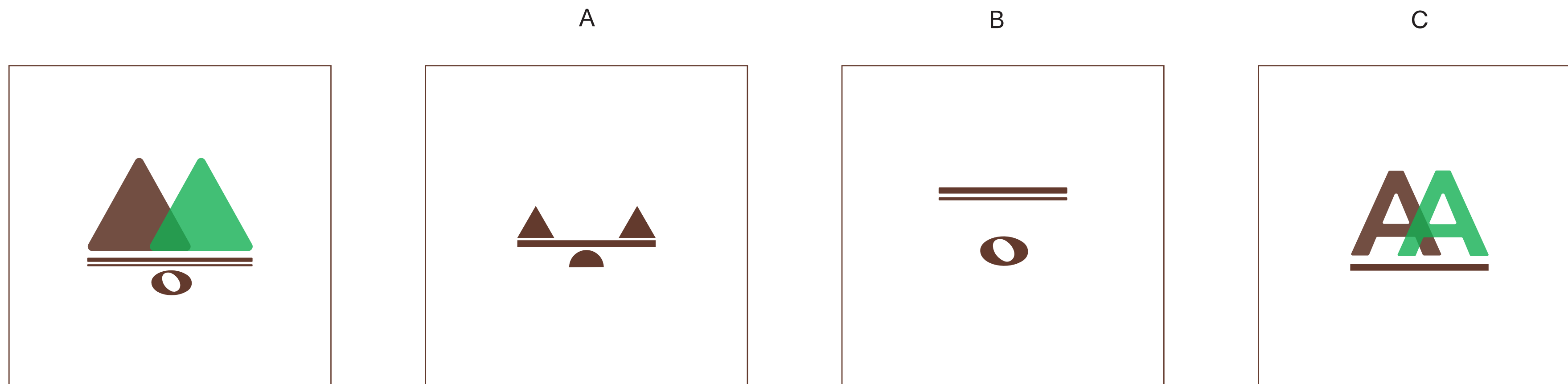
7

ロゴアイコン使用

本ロゴは、シンボルマーク(ロゴアイコン)のみで使用することも可能です。
スペースが限られる媒体や、ブランドの識別が十分に確立されている場面では、
アイコン単体での使用が有効です。



1 デザインコンセプト



本ロゴは、天秤のモチーフ（図A）を基軸としながら抽象度を高めることで、法律事務所を想起させる印象を抑えたより汎用性の高いシンボルへと再設計しています。

シンボル内部には、楽譜における全音符と二重線の要素（図B）を組み込み、音楽性を視覚的に表現しています。

これにより、天秤が持つ「理性」や「均衡」のイメージと、音楽が象徴する「感性」や「創造性」との融合を図りました。

また、理念である「バランス感覚を育てる」という考え方を、理性（天秤）と感性（音楽）の調和として象徴的に表現しています。

シンボル全体のフォルムは三角形を基礎構造としており、その骨格は社名頭文字である「A」を想起させる形状として構築しています（図C）。

この構成は既存ロゴの要素を踏襲しつつ、より整理された形へと再構築しています。さらに、シンボルおよびロゴタイプのエッジに丸みを持たせることで、すっきりとした印象の中に温かみや親しみやすさを感じられるデザインとしています。