

やっぱり、家族っていいね。



家族の日 家族の週間

家族の日 家族の週間 ロゴマークマニュアル

2012年9月

やっぱり、家族っていいね。



家族の日 家族の週間

人は、つながって、生きている。

仕事や家事、勉強などで忙しいときも、家族がいるから、
家族とつながってるから、一生懸命がんばれたり、安心して暮らしていける。

内閣府では、平成 19 年度から 11 月第 3 日曜日を「家族の日」、

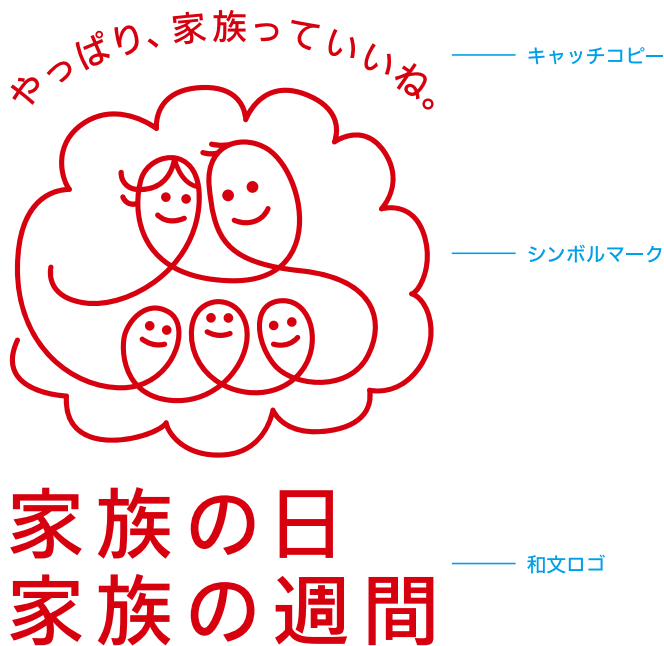
その前後各 1 週間を「家族の週間」を定めています。

家族や地域のつながり、そして、子どもを育てていく大切さに

改めて気づく、そんなきっかけになることを目指して。

ロゴマーク基本形

家族の日 家族の週間のキャッチコピー「やっぱり、家族っていいね。」「家族の日 家族の週間シンボルマーク」、「和文ロゴ」の組み合わせがロゴマークの基本形となります。ヨコ組のバージョンもあります。「シンボルマーク」のみの使用も可能です。用途や目的に応じて使い分けてください。



基本形 最小使用サイズ



シンボルマーク 単体使用最小サイズ



ロゴマークに識別性・独立性を持たせるため、表示する際には、その周辺に一定の保護エリア(余白スペース)を設けてください。

幅 40mm 以下で使用する際にはキャッチコピー「やっぱり、家族っていいね。」の視認性を保つために左の「基本形 最小使用サイズ」を使用してください。

シンボルマークのみを単体で使用する際には最小で 10mm 以下にならないようご注意ください。

ヨコ組 (バリエーション)



保護エリア



ヨコ組 最小使用サイズ



ロゴマーク日付表記タイプ

家族の日 家族の週間のキャッチコピー「やっぱり、家族っていいね。」「家族の日 家族の週間 シンボルマーク」、「和文ロゴ」、「日付」の組み合わせです。ヨコ組のバージョンもあります。用途や目的に応じて使い分けてください。

やっぱり、家族っていいね。



家族の日
家族の週間

家族の日は、11月第3日曜日 | 家族の週間は、家族の日 前後各1週間

キャッチコピー

シンボルマーク

和文ロゴ

日付

保護エリア



※日付の視認性を保つため左右幅 50mm 以下では使用しないでください。

ヨコ組 (バリエーション)



やっぱり、家族っていいね。

家族の日
家族の週間

家族の日は、11月第3日曜日 | 家族の週間は、家族の日 前後各1週間

保護エリア



※日付の視認性を保つため
左右幅 90mm 以下では
使用しないでください。

カラー規定

家族の日 家族の週間ロゴマークカラーは赤色での表記を基本とします。
ただし単色刷りなどの制限範囲内で表示せざるをえない場合はその色に
合わせた表示も可能です。

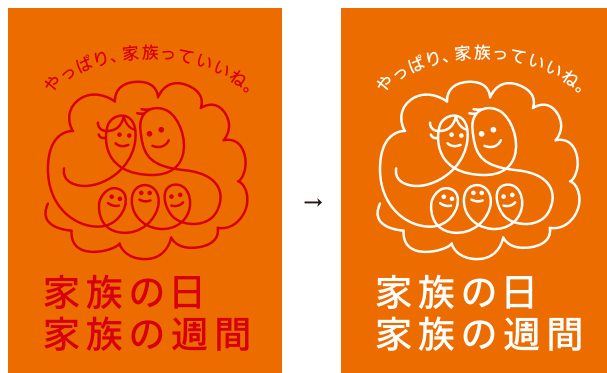
基本表示色

PANTONE 180C
プロセスカラー：M100+Y100+K10



家族の日
家族の週間

注意事項



ロゴの視認性が悪い背景色の場合は
ネガティブ表示色を使用してください。

黒表示



家族の日
家族の週間

ネガティブ表示色（白）



使用禁止例

家族の日 家族の週間ロゴマークは正しく使用されることによってその機能を十分に発揮し、ロゴマークのイメージを正しく伝達することができます。下記のようなロゴマークの誤った使用は避けてください。



構成要素の大きさを変えて
組み合わせてはならない。



変形(平体、長体、斜体)や
回転してはならない。



ロゴ以外の書体で表示しては
ならない。



表示色を変えてはならない。



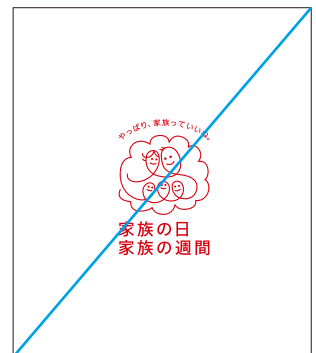
他の要素を加えて
表示してはならない。



視認性を損なう背景色と
ロゴマーク色の組み合わせで
使用してはならない。



視認性を損なう写真やイラスト、
パターンを使用してはならない。



規定使用サイズを無視して
表示してはならない。

◎家族の日 家族の週間のキャッチコピー、和文ロゴはユニバーサル書体「みんなの文字」を使っています。

みんなの文字とは？

「みんなの文字」とは、一般的な文書や、資料、広告など幅広い用途で使いやすいように調整してあります。

視認性・判読性・可読性・客観的基準をクリアした書体として認証されています。

小さなサイズでも誤読を減らせるなど、ユニバーサルデザインとして幅広く使用されています。

「家族の日」「家族の週間」
ロゴマーク使用の展開について

「家族の日 家族の週間」の趣旨に賛同いただける企業様・団体様は、
利用許諾申請のうえ、趣旨に沿ったキャンペーンやイベント、
ワークショップなどの広報・広告に使用してください。

(※広報・広告：TV、新聞、雑誌、WEB サイト、店頭 POP、ポスター、ちらし、パンフレット、
ノベルティツールなど)

ただし、マークは商品パッケージに直接印刷する等、個別の商品や
サービスに付与することはできません。また、個別の商品やサービスの
品質保証・推奨と誤認をさせるような利用はできません。

■広報・広告の活用例



広報誌例



パンフレット例

■店頭・小売店・外食店等の活用例



店頭POP例

