

# Rakuten Brand Guideline

Ver 2.5 - Jan 2020

**Rakuten**

# Table of contents

<b>Introduction</b>	<b>03</b>	<b>Visual assets</b>	<b>30</b>
1-1 About Rakuten Brand Guideline	04	3-1 Color scheme	
1-2 Core brand elements sheet	05	Corporate color	31
<b>Logo assets</b>	<b>06</b>	Sub brand colors	32
2-1 Corporate logo	07	3-2 Typeface	
The Basics	08	English	33
Clear space and Minimum size	09	Japanese	34
Color usage	10	3-3 Iconography	
Misuse	11	ReX Icon	35
2-2 Sub brand logo	12	<b>Applications</b>	<b>36</b>
The Basics	13	4-1 Logo on header	37
Clear space and Minimum size	14	4-2 SNS icon / Favicon	38
Color usage	15	4-3 Business tool	39
Misuse	16	4-4 Interview board	40
2-3 Symbol	17	<b>Contact</b>	<b>41</b>
The Basics	18	<b>Version history</b>	<b>42</b>
Clear space and Minimum size	19		
Color usage	20		
In use	21		
Misuse	26		
2-4 Powered by	27		
Corporate logo	28		
Sub brand logo	29		

# Introduction

# About Rakuten Brand Guideline

## Purpose

本ガイドラインには、ロゴ、カラー、フォントなど楽天のブランドアセットを使用する上で重要なルールが記載されています。ガイドラインに適合しないデザイン・制作物は、楽天ブランドのイメージを損なうだけでなく、誤ったイメージを与えかねません。ブランドアセットを利用して、ウェブ/アプリ/パンフレット/ポスター/POP/CM/その他クリエイティブを制作する際は、このガイドラインを遵守してください。

ブランドチームによって認可されていないブランドアセットを使用すること、また許可なしにそれらを作成することは禁止されています。新しいブランドの立ち上げやリブランディング、またブランドアセットの使用方法に関して不明な点がある場合はブランドチームにお問い合わせください。

## General Do's and Don'ts

### Do's

- 本ガイドラインに記載されているルールを遵守すること
- 商標などの知的財産権の保護と侵害防止に配慮し、知的財産部に相談すること
- 楽天のブランドアセットを利用したデザイン・制作物はブランドチームのチェックを通すこと

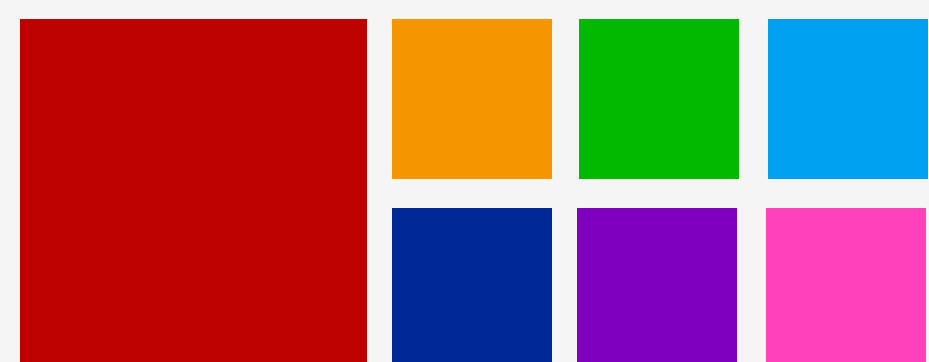
### Don'ts

- デザインや色を変えるなど、勝手にブランドアセットを編集しないこと
- ロゴなどのブランドアセットを勝手に作成しないこと
- 古いロゴを使用しないこと

# Core brand elements sheet



**楽天ロゴ**は、楽天ブランドを表象するロゴタイプです。



**楽天カラースキーム**は、コーポレートブランド、サブブランドを表象するカラースキームで、ブランドの一貫性を担保するためにできるだけ多く使用されるべき要素です。



**楽天シンボル**は、楽天ブランドを表象し、特定条件のもとで使用することができるシンボルです。

Aa Aa

Sans

Rounded

Aa Aa

Serif

Condensed

**Rakuten Font**は、楽天ブランドを体現するために開発された独自の書体です。

Rakuten 楽天

**楽天表記**は、文中にて楽天ブランドを表象する際に使用します。楽天を英語で表記する場合は頭文字のみ大文字でそれ以下は小文字で表記し、日本語の場合は漢字で表記するというルールがあります。

# Logo assets

## **2-1 Corporate logo**

The Basics

Clear space and Minimum size

Color usage

Misuse

## **2-2 Sub brand logo**

The Basics

Clear space and Minimum size

Color usage

Misuse

## **2-3 Symbol**

The Basics

Clear space and Minimum size

Color usage

In use

Misuse

## **2-4 Powered by**

Corporate logo

Sub brand logo

## 2-1 Corporate logo



## 2-1 Corporate logo

# The Basics

楽天ロゴは、日本語の漢字の「一」をモチーフにデザインされています。No.1、オンリーワン、ワンチーム、そういった意味が込められています。

楽天ロゴは、楽天グループ全体の活動、製品・サービスを表象する際に使用します。



# Rakuten



## 2-1 Corporate logo

# Clear space and Minimum size

ロゴの視認性を担保するために余白と最小サイズ、および下記のルールを守ってください。

- 周辺に十分なスペースを確保し、独立性をもって配置する
- ひとつの媒体の中に、複数のロゴを使用しない  
(インタビューボード、球場のリボン広告などを除く)
- 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない

## 余白



## 最小サイズ

8px for digital  
2.2mm for print

Diagram illustrating the minimum size requirements for the Rakuten logo. The logo is shown next to a small square indicating the minimum size.

## 2-1 Corporate logo

## Color usage

ロゴを配置する際には、基本的にオリジナルロゴを使用してください。

**オリジナルロゴ**

オリジナルロゴは白背景、色濃度10%以下の薄いグレーまたは有彩色の上で使用することができます。写真の上にロゴを配置する場合は、明るいトーンの写真の上か、透明度70-90%の白色の調整レイヤーを引いた上に配置してください。その場合は、背景の一番暗い部分とロゴのウェブコントラストが5.0:1以上になるようにしてください。

**白抜きロゴ**

白抜きロゴは、クリムゾンレッド背景、色濃度90%以上のグレー、黒の上で使用することができます。写真の上にロゴを配置する場合は、暗いトーンの写真の上か、透明度50-80%のクリムゾンレッドまたは黒色の調整レイヤーを引いた上に配置してください。その場合は、背景の一番明るい部分とロゴのウェブコントラストが5.0:1以上になるようにしてください。

暗いトーンの写真、無彩色背景の上でロゴを使用する場合は、クリエイティブの中にクリムゾンレッドをできるだけ使用してください。

※色濃度：グレースケールに変換した時のKの値。

**オリジナルロゴ**

※オリジナルロゴとは、規定のコーポレートカラーやサブブランドカラーを使用しているロゴのことです。



白背景にオリジナルロゴ



色濃度10%以下のグレーまたは有彩色にオリジナルロゴ



明るいトーンの写真の上にオリジナルロゴ



写真の上に透明度70-90%の白色の調整レイヤーを引いてオリジナルロゴ

**白抜きロゴ**

クリムゾンレッド背景に白抜きロゴ



色濃度90%以上のグレーまたは黒色に白抜きロゴ



暗いトーンの写真の上に白抜きロゴ



写真の上に透明度50-80%のクリムゾンレッド、または黒色の調整レイヤーを引いて白抜きロゴ

## 2-1 Corporate logo

## Misuse

ロゴの視覚的な一貫性を担保することはとても重要です。

ロゴにはいかなる修正、改変、要素の追加をしてはいけません。常にロゴシートにある正規データを使用し、どの媒体でも同じに見えるように慎重に運用を行ってください。



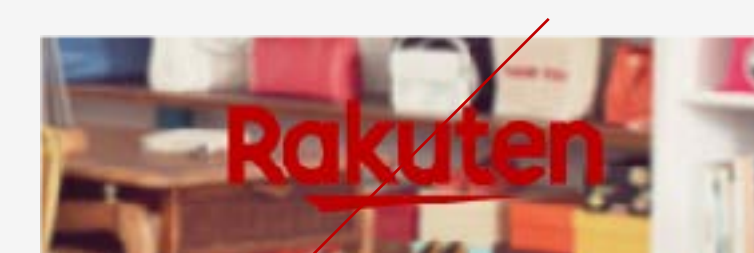
1. 旧ロゴを使用しない



5. 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない



9. エフェクトをつけない



13. 複雑な背景の上で使用しない



2. 旧漢字ロゴを使用しない



6. シンボルと組み合わせない



10. アウトラインにしない



14. 柄の上で使用しない



3. キャッチコピーなどと組み合わせない



7. 変形しない



11. グラデーションを適用しない



15. コントラスト比が担保できない背景の上で使用しない



4. 文中で使用しない



8. 回転させない



12. ロゴの配色を変更しない



16. ロゴの配色を変更しない

## 2-2 Sub brand logo



## 2-2 Sub brand logo

## The Basics

それぞれのサービスの個性や特徴を多彩に表現するために、サブブランドロゴにはさまざまなカラーやフォントが用意されています。

ロゴのために用意された色はクリムゾンレッドを入れて7色で、それらをサブブランドカラーと呼びます。サブブランドカラーは、シンボルにも適用されます。

**Rakuten SERVICE**

**Rakuten  
SERVICE**

**Rakuten Service**

**Rakuten  
Service**

**Rakuten Service**

**Rakuten  
Service**

**Rakuten SERVICE**

**Rakuten  
SERVICE**

**Rakuten SERVICE**

**Rakuten  
SERVICE**

**Rakuten SERVICE**

**Rakuten  
SERVICE**

**Rakuten サービス**

**Rakuten  
サービス**

2-2 Sub brand logo

# Clear space and Minimum size

ロゴの視認性を担保するために余白と最小サイズ、および下記のルールを守ってください。

- 周辺に十分なスペースを確保し、独立性をもって配置する
- ひとつの媒体の中に、複数のロゴを使用しない  
(インタビューボード、球場のリボン広告などを除く)
- 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない

## 余白

One-line logo



Two-line logo



## 最小サイズ

One-line logo



Two-line logo





## 2-1 Corporate logo

## Color usage

ロゴを配置する際には、基本的にオリジナルロゴを使用してください。

**オリジナルロゴ**

オリジナルロゴは白背景、色濃度10%以下の薄いグレーまたは有彩色の上で使用することができます。写真の上にロゴを配置する場合は、明るいトーンの写真の上か、透明度70-90%の白色の調整レイヤーを引いた上に配置してください。その場合は、背景の一番暗い部分とロゴのウェブコントラストが5.0:1以上になるようにしてください。

**白抜きロゴ**

白抜きロゴは、サブブランドカラー背景、色濃度90%以上のグレー、黒の上で使用することができます。写真の上にロゴを配置する場合は、暗いトーンの写真の上か、透明度50-80%のサブブランドカラーまたは黒色の調整レイヤーを引いた上に配置してください。その場合は、背景の一番明るい部分とロゴのウェブコントラストが5.0:1以上になるようにしてください。

暗いトーンの写真、無彩色背景の上でロゴを使用する場合は、クリエイティブの中にサブブランドカラーをできるだけ使用してください。

※色濃度：グレースケールに変換した時のKの値。

**オリジナルロゴ**

※オリジナルロゴとは、規定のコーポレートカラーやサブブランドカラーを使用しているロゴのことです。



白背景にオリジナルロゴ



色濃度10%以下のグレーまたは有彩色の上にオリジナルロゴ



明るいトーンの写真の上にオリジナルロゴ



写真の上に透明度70-90%の白色の調整レイヤーを引いてオリジナルロゴ

**白抜きロゴ**

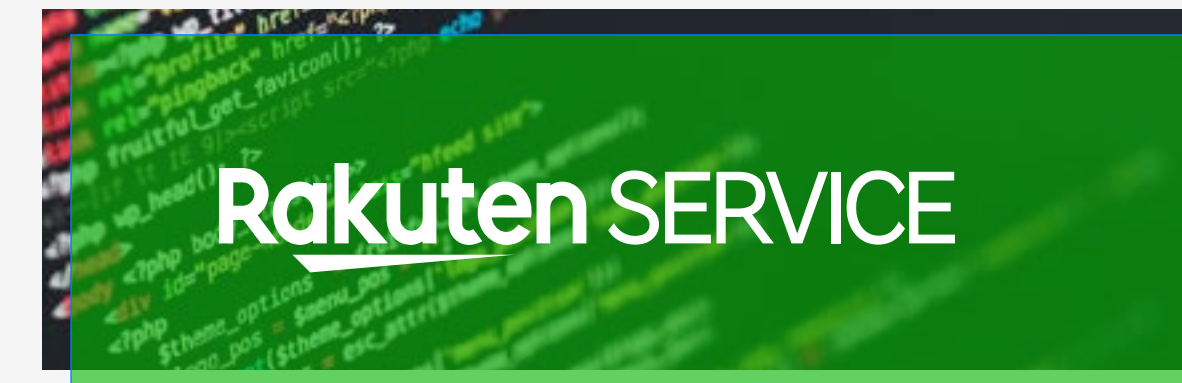
サブブランドカラー背景に白抜きロゴ



色濃度90%以上のグレー、または黒色に白抜きロゴ



暗いトーンの写真の上に白抜きロゴ



写真の上に透明度50-80%のサブブランドカラー、または黒色の調整レイヤーを引いて白抜きロゴ

## 2-2 Sub brand logo

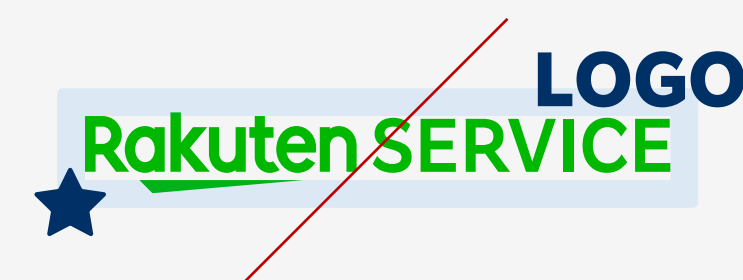
## Misuse

ロゴの視覚的な一貫性を担保することはとても重要です。

ロゴにはいかなる修正、改変、要素の追加をしてはいけません。常にロゴシートにある正規データを使用し、どの媒体でも同じに見えるように慎重に運用を行ってください。



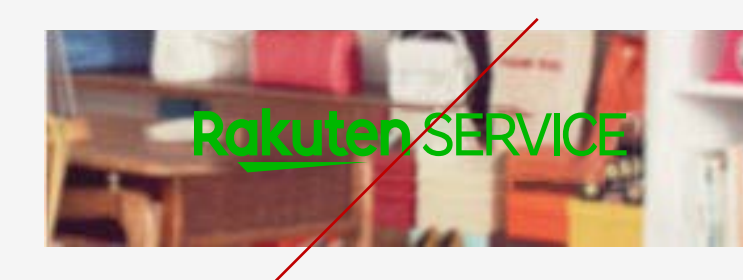
1. 旧ロゴを使用しない



5. 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない



9. エフェクトをつけない



13. 複雑な背景の上で使用しない



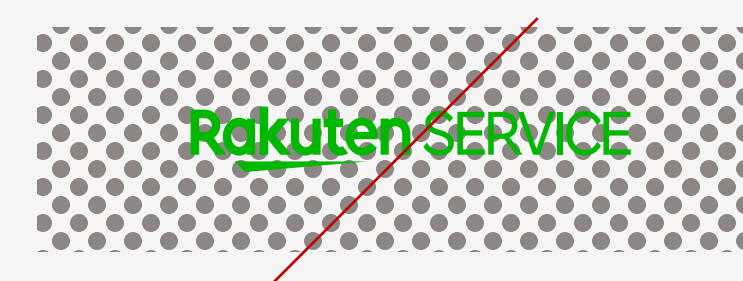
2. 旧漢字ロゴを使用しない



6. シンボルと組み合わせない



10. アウトラインにしない



14. 柄の上で使用しない



3. キャッチコピーなどと組み合わせない



7. シンボルと組み合わせない



11. グラデーションを適用しない



15. コントラスト比が担保できない背景の上で使用しない



4. 文中で使用しない



8. 回転させない



12. 規定色以外の色を適用しない



16. ロゴの配色を変更しない



## 2-3 Symbol



## 2-3 Symbol

# The Basics

楽天シンボルは、楽天ロゴと同じく[Rakuten/楽天]を表象するシンボルです。

限られた条件下でシンボルを使用することができます。

全てのサブブランドカラーのシンボルに[Rakuten/楽天]という意味を結びつけていくために、下記使用条件に沿ってシンボルを使用してください。

使用条件：

一連のユーザー体験(UX)が楽天および楽天グループによって提供されていることが明らかであり、かつUXの中に楽天ロゴが存在していること。ロゴが入らない限られたスペースでは、楽天表記(Rakuten/楽天)が近くに存在していること。

シンボルは、基本的に白背景の上にサブブランドカラーのものを使用してください。白抜きシンボルを使用する場合は、シンボルと同じ色のサブブランドカラー背景または黒背景の上に配置してください。写真の上に配置する際には、図と地のコントラストに気をつけてください。



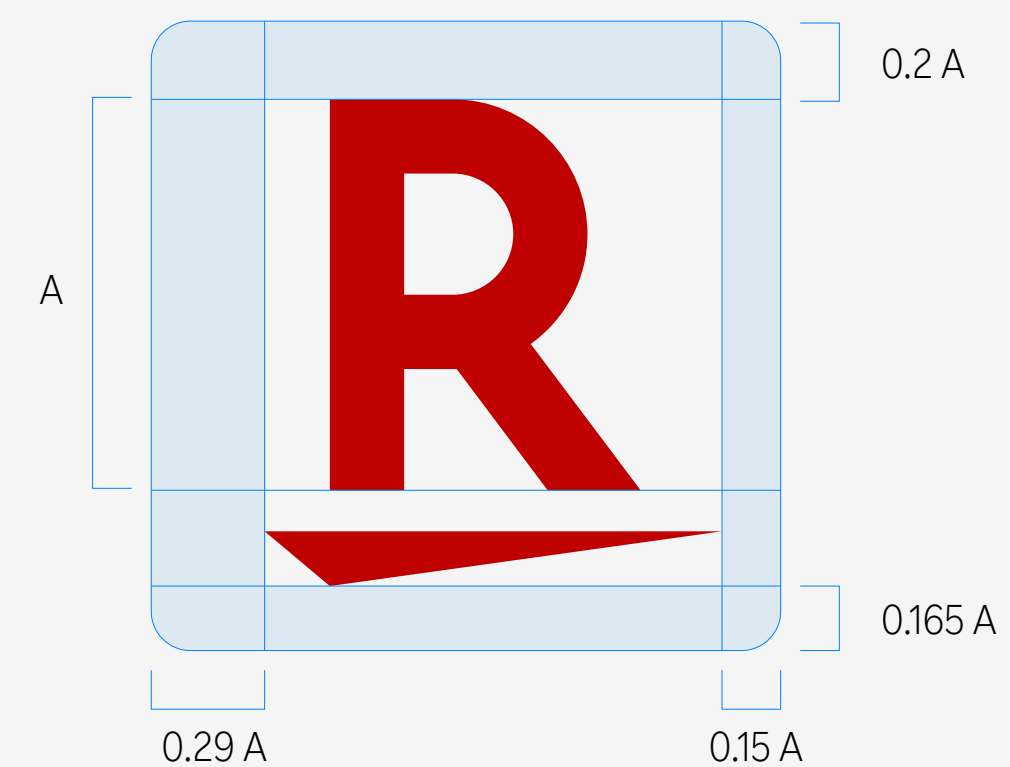
## 2-3 Symbol

# Clear space and Minimum size

シンボルの視認性を担保するために余白と最小サイズ、および下記のルールを守ってください。

- 周辺に十分なスペースを確保し、独立性をもって配置する
- ひとつの媒体の中に、複数のシンボルを使用しない
- 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない

## Clear Space



## Minimum Size

10px for digital  
3mm for print



## 2-3 Symbol

## Color usage

シンボルを配置する際には、基本的にオリジナルシンボルを使用してください。

**オリジナルシンボル**

オリジナルシンボルは白背景、色濃度10%以下の薄いグレーまたは有彩色の上で使用することができます。写真の上にシンボルを配置する場合は、明るいトーンの写真の上か、透明度70-90%の白色の調整レイヤーを引いた上に配置してください。その場合は、背景の一番暗い部分とシンボルのウェブコントラストが5.0:1以上になるようにしてください。

**白抜きシンボル**

白抜きシンボルは、サブブランドカラー背景、色濃度90%以上のグレー、黒の上で使用することができます。写真の上にシンボルを配置する場合は、暗いトーンの写真の上か、透明度50-80%のサブブランドカラーまたは黒色の調整レイヤーを引いた上に配置してください。その場合は、背景の一番明るい部分とシンボルのウェブコントラストが5.0:1以上になるようにしてください。

暗いトーンの写真、無彩色背景の上でシンボルを使用する場合は、クリエイティブの中にサブブランドカラーをできるだけ使用してください。

シンボルは、ロゴまたは表記と必ずセットで使用しなければいけません。次項以降の詳細ルールを遵守して正しくシンボルを運用してください。

※色濃度：グレースケールに変換した時のKの値。

**オリジナルシンボル**

※オリジナルシンボルとは、規定のコーポレートカラーやサブブランドカラーを使用しているシンボルのことです。



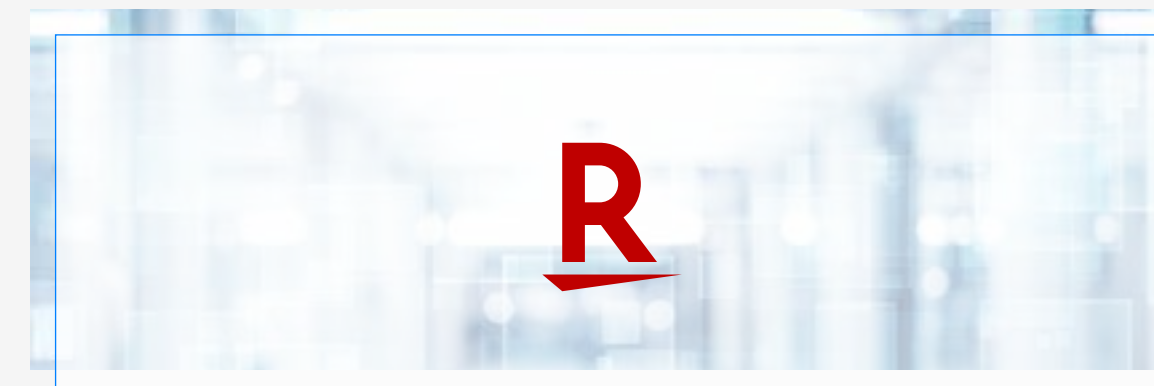
白背景にオリジナルシンボル



色濃度10%以下のグレーまたは有彩色にオリジナルシンボル



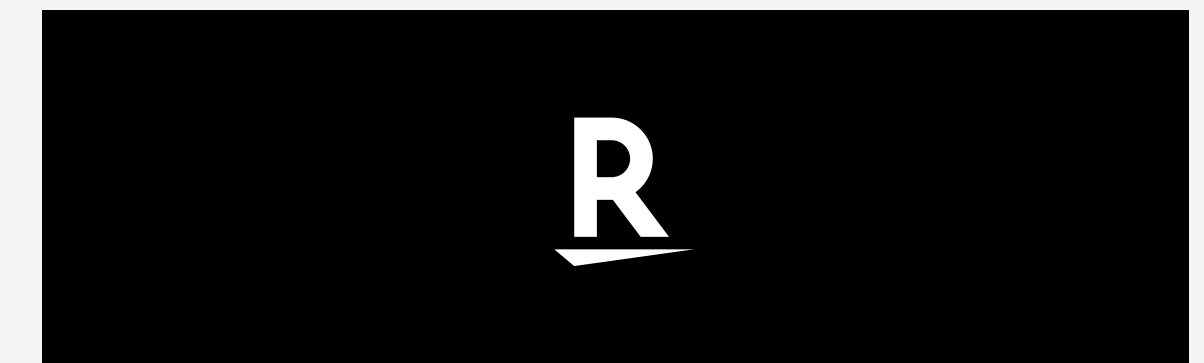
明るいトーンの写真の上にオリジナルシンボル



写真の上に透明度70-90%の白色の調整レイヤーを引いてオリジナルシンボル

**白抜きシンボル**

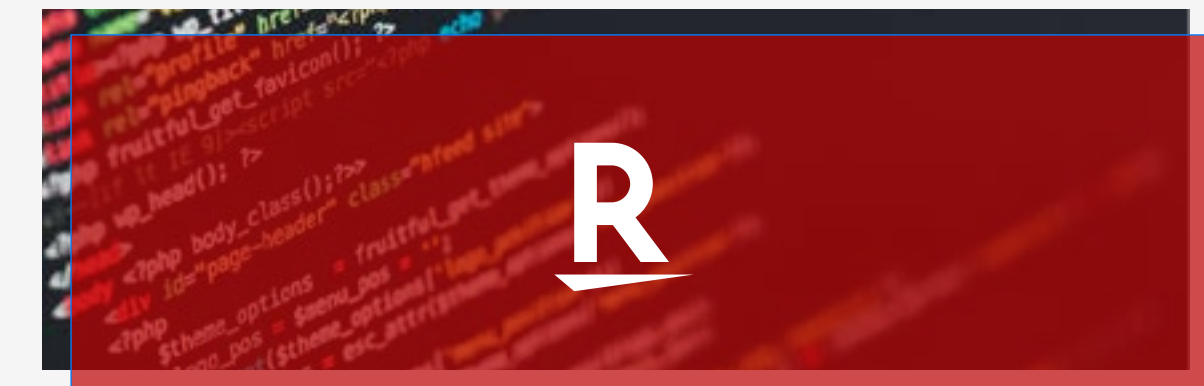
クリムゾンレッド背景に白抜きシンボル



色濃度90%以上のグレーまたは黒色に白抜きロゴ



暗いトーンの写真の上に白抜きシンボル



写真の上に透明度50-80%のクリムゾンレッド、または黒色の調整レイヤーを引いてオリジナルシンボル

## 2-3 Symbol

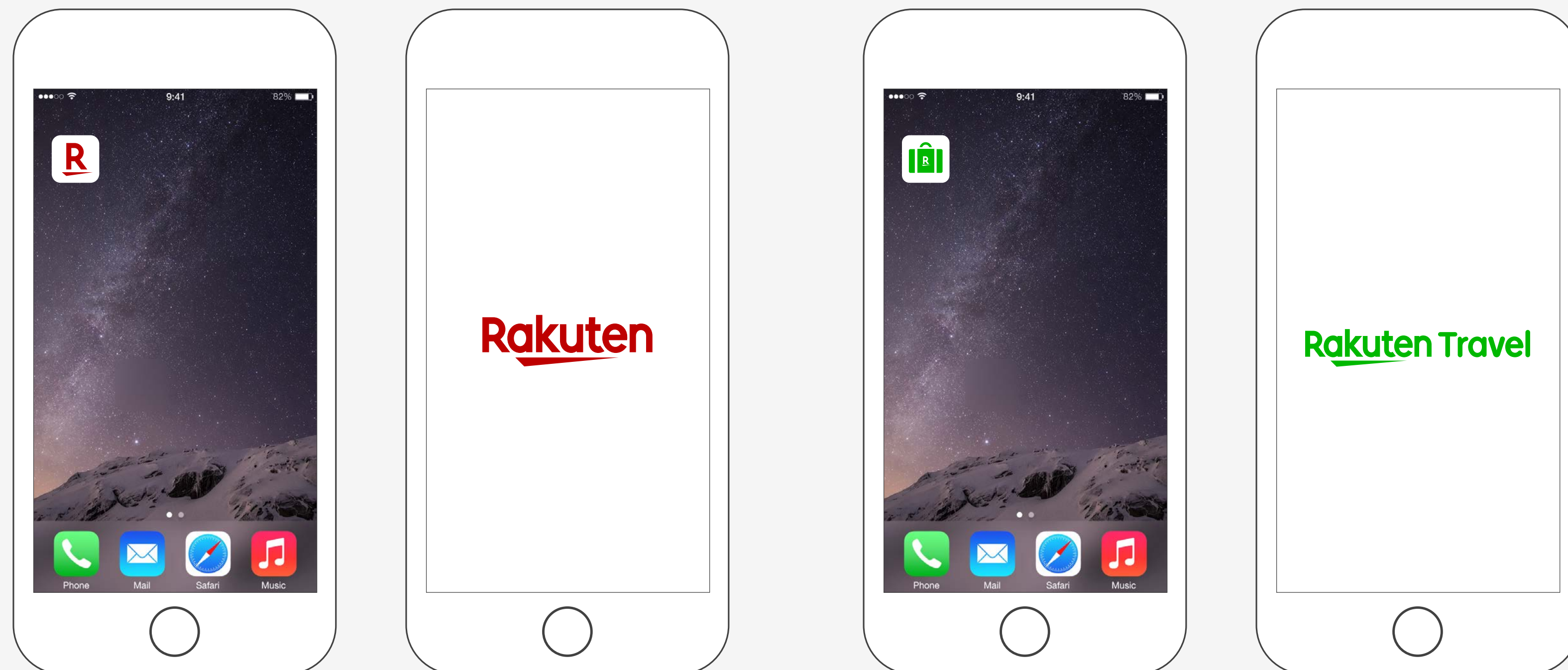
## In use

アプリアイコンとスプラッシュスクリーンのようにシームレスなユーザー体験(UX)の中でロゴと一緒にシンボルを使用することができます。

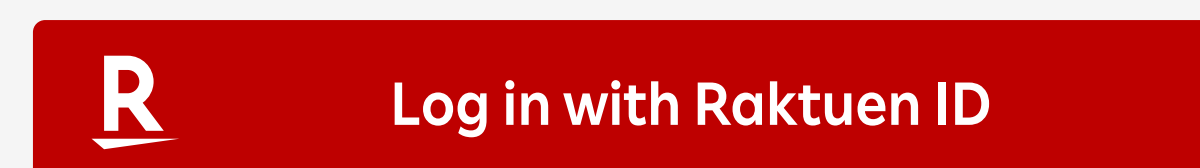
※アプリアイコンは、基本的にデザインラボがグループ全体の一貫性に配慮しながらデザインします。

Rakuten ID ボタンのように、楽天表記 (Rakuten/楽天) が同一平面上で、近くに存在する場合に使用することができます。

## App icon and splash screen



## Rakuten ID buttons



## 2-3 Symbol

## In use

紙袋、クリアファイル、名刺、封筒といったビジネスツール、ペンといったノベルティで、シンボルを使用することができます。ただし、できるだけ異なる面に二つの要素を配置することとし、同一面上に配置する際には、両者が組み合わさった別のシンボルに見えないように配慮してください。

詳細のレギュレーションについては、デザインラボのガイドラインを参照してください。

<https://corp.rakuten.co.jp/brand/> (社内専用)

## Business tool



## Novelty





## 2-3 Symbol

## In use

楽天グループが主催するイベントで使用するインタビューボードでは、楽天ロゴとともにシンボルを使用することができます。

また楽天グループが主催するイベント、社屋の中においてシンボルを使用することができます。

## Interview board



## Event organized by Rakuten Group



2-3 Symbol

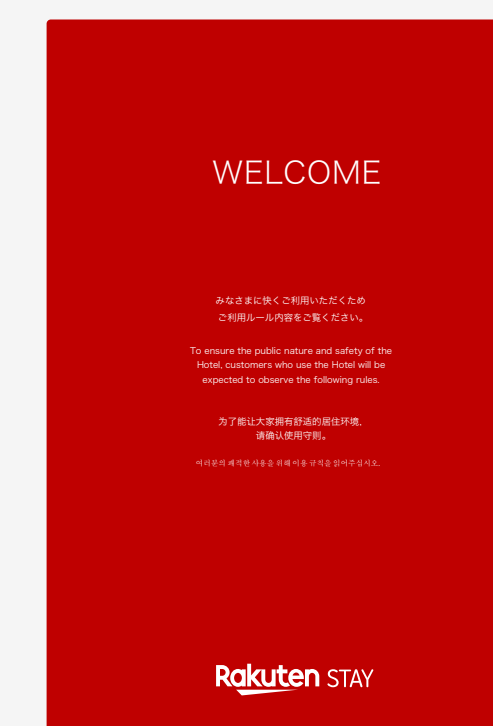
# In use

楽天グループが運営する施設内のアイテムにはシンボルを使用することができます。

## Facility



Uniform



Guest book



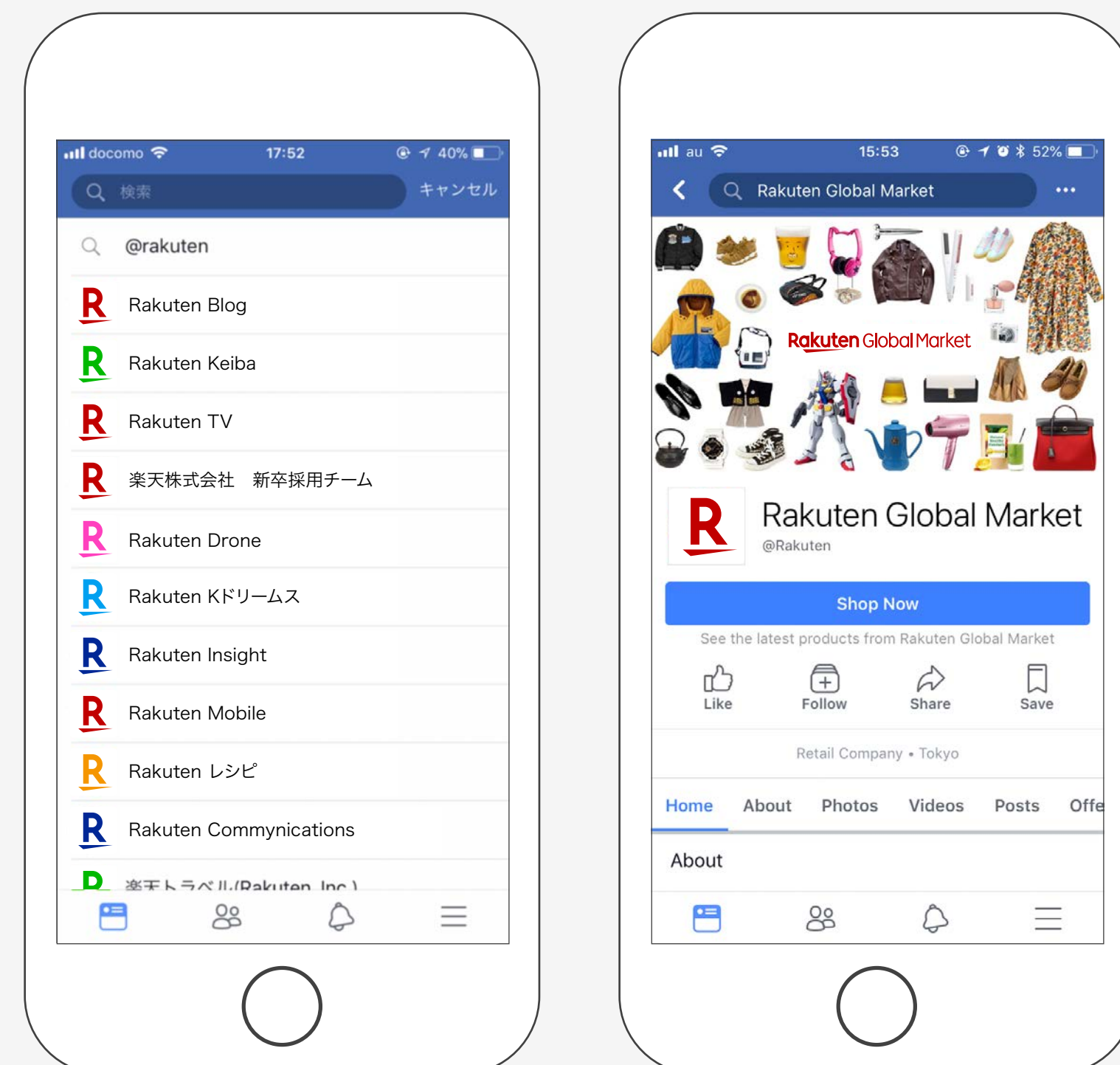
## 2-3 Symbol

## In use

楽天グループが運営するFacebook、Twitter、YoutubeといったSNSのプロフィールアイコンとして、また動画の透かしロゴとしてシンボルを使用することができます。

ファビコンなどの表示エリアが小さく、ロゴだと視認性が担保できない場合において表記とセットでシンボルを使用することができます。

## SNS profile icon



## Watermark logo on movie content



## Favicon



## 2-3 Symbol

## Misuse

シンボルの視覚的な一貫性を担保することはとても重要です。

シンボルにはいかなる修正、改変、要素の追加をしてはいけません。常にロゴシートにある正規データを使用し、どの媒体でも同じに見えるように慎重に運用を行ってください。



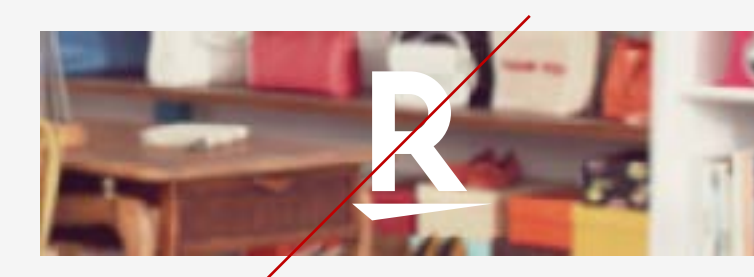
1. 旧シンボルを使用しない



5. 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない



9. エフェクトをつけない



13. 複雑な背景の上で使用しない



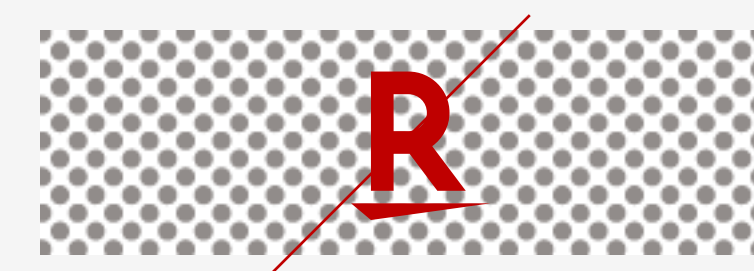
2. ロゴと組み合わせない



6. ロゴのサブブランドカラー以外の色を使用しない



10. アウトラインにしない



14. 柄の上で使用しない



3. 文中で使用しない



7. 円の中で使用しない



11. グラデーションを適用しない



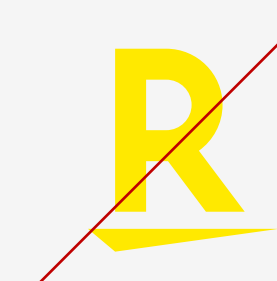
15. コントラスト比が担保できない背景の上で使用しない



4. 2つ以上並べない



8. 旧シンボルに類似するシンボルを使用しない



12. 規定色以外の色を適用しない



16. グラフィック要素として使用しない

## 2-4 Powered by



## 2-4 Powered by

# Corporate logo

協賛、協力、後援で、Powered by などの表記を使用する場合は、レギュレーションを遵守して制作してください。

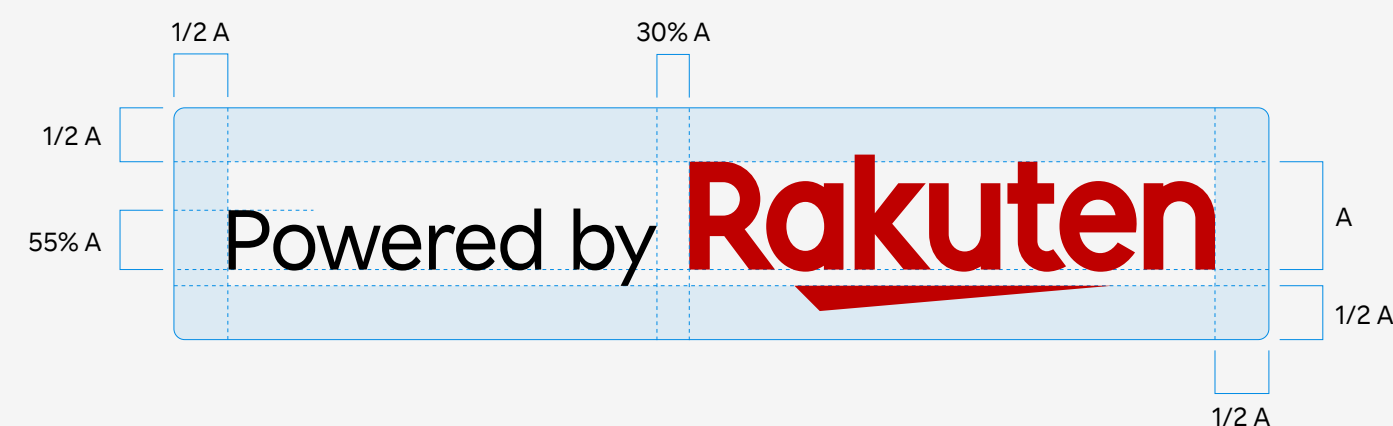
基本的には1行ロゴを使用してください。

Powered byの他には、Supported by、Presented byなどの表記も使用することができます。それらを製作する場合もルールを遵守してください。

詳細のレギュレーションについては、デザインラボのガイドラインを参照してください。

<https://corp.rakuten.co.jp/brand/>

## One-line logo

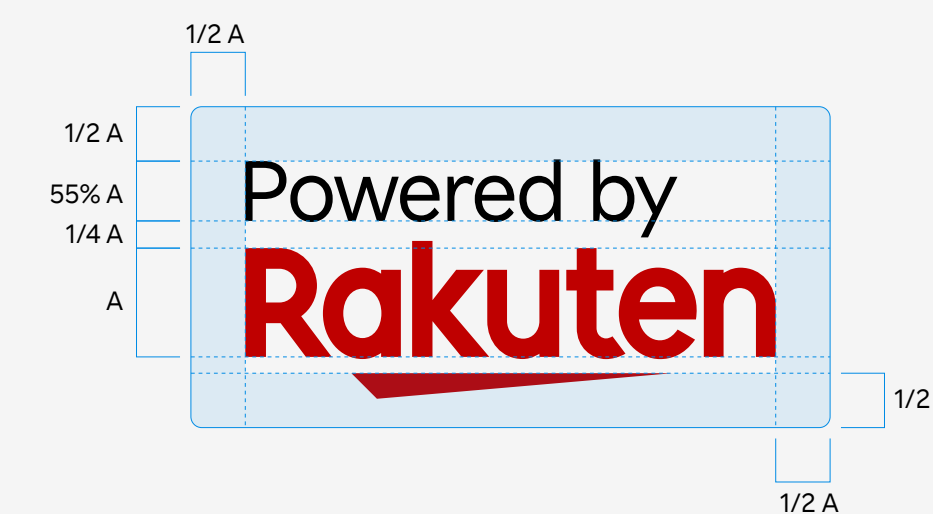


Powered by **Rakuten**

Presented by **Rakuten**

Supported by **Rakuten**

## Two-line logo



Powered by  
**Rakuten**

Presented by  
**Rakuten**

Supported by  
**Rakuten**

## 2-4 Powered by

# Sub brand logo

協賛、協力、後援で、Powered by などの表記を使用する場合は、レギュレーションを遵守して制作してください。

基本的には1行ロゴを使用してください。

Powered byの他には、Supported by、Presented byなどの表記も使用することができます。それらを製作する場合もルールを遵守してください。

詳細のレギュレーションについては、デザインラボのガイドラインを参照してください。

<https://corp.rakuten.co.jp/brand/>

## One-line logo



Powered by **Rakuten SERVICE**

Presented by **Rakuten SERVICE**

Supported by **Rakuten SERVICE**

## Two-line logo



Powered by  
**Rakuten SERVICE**

Presented by  
**Rakuten SERVICE**

Supported by  
**Rakuten SERVICE**

# Visual assets

## **3-1 Color scheme**

Corporate color  
Sub brand colors

## **3-2 Typeface**

English  
Japanese

## **3-3 Iconography**

ReX Icon

## 3-1 Color Scheme

# Corporate color

コーポレートの制作物には基本的にクリムゾンレッドをできるだけ使用してください。制作物で他の色が必要な場合は、クリムゾンレッドと同じ色相で、明度・彩度を調整したカラーまたはグレースケールを適宜使用してください。

**Crimson red**

RGB 191 0 0

HEX #bf0000

CMYK 25 100 100 0

Pantone 1805C

**Black**

RGB 0 0 0

HEX #000000

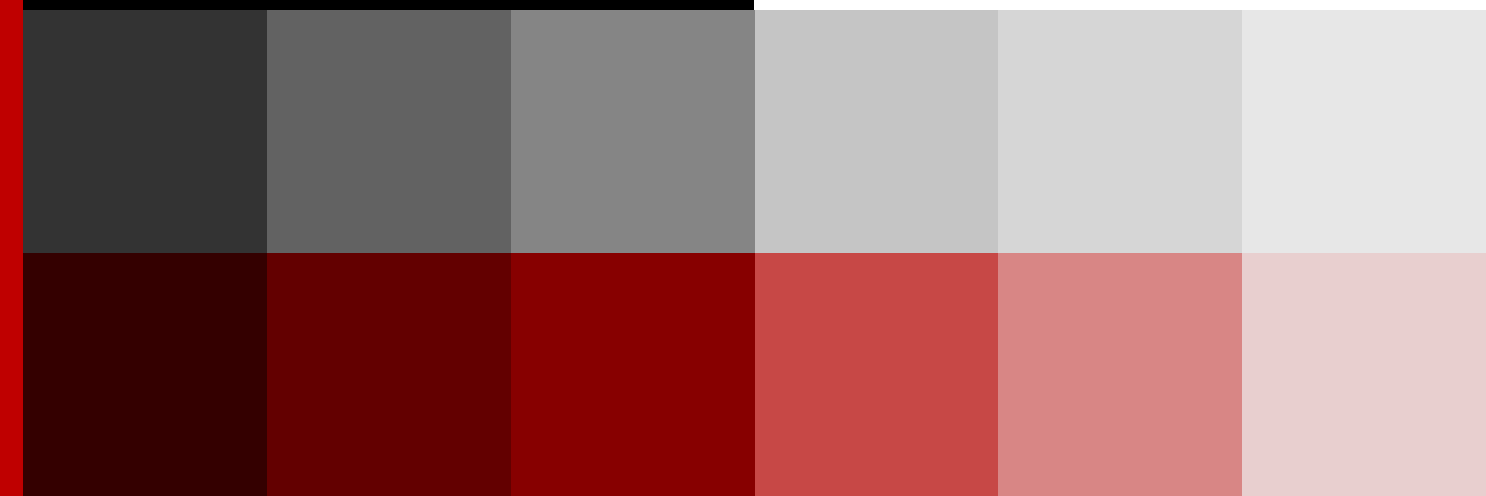
CMYK 0 0 0 100

**White**

RGB 255 255 255

HEX #FFFFFF

CMYK 0 0 0 0





## 3-1 Color Scheme

# Sub brand colors

サブブランドの制作物には基本的にサブブランドカラーをできるだけ使用してください。制作物で他の色が必要な場合は、サブブランドカラーと同じ色相で、明度・彩度を調整したカラーまたはグレースケールを適宜使用してください。

**Crimson red**

RGB 191 0 0  
HEX #bf0000

CMYK 25 100 100 0  
Pantone 1805C

**Orange**

RGB 245 150 0  
HEX #f59600

CMYK 0 55 100 0  
Pantone 144C

**Green**

RGB 0 185 0  
HEX #00b900

CMYK 75 0 100 0  
Pantone 3529C

**Light Blue**

RGB 0 160 240  
HEX #00a0f0

CMYK 85 0 0 0  
Pantone 2995C

**Blue**

RGB 0 40 150  
HEX #002896

CMYK 100 80 0 10  
Pantone 293C

**Purple**

RGB 125 0 190  
HEX #7d00be

CMYK 80 100 0 0  
Pantone 2612C

**Pink**

RGB 255 65 190  
HEX #ff41be

CMYK 0 85 10 0  
Pantone 232C



## 3-2 Typeface

## English

Rakuten Fontは、楽天ブランドを体現するためにデザインされた独自の書体です。4スタイルあり、各5ウェイトで展開されています。このフォントファミリーは、楽天のONE Brand戦略、「Unique, yet unified」というステートメントに沿って楽天サービス全ての特性に対応できるよう設計されています。

楽天グループのロゴ、ブランドアセット、UI/UXなど、各種制作物の欧文、数字で可能な限り使用してください。

## Rakuten Font

From top, Light, Regular, SemiBold, Bold, Black

Sans	Rounded	Serif	Condensed
AaAa	Aa	AaAa	Aa
AaAa	Aa	AaAa	Aa
<b>AaAa</b>	<b>Aa</b>	<b>AaAa</b>	<b>Aa</b>
<b>AaAa</b>	<b>Aa</b>	<b>AaAa</b>	<b>Aa</b>
<b>AaAa</b>	<b>Aa</b>	<b>AaAa</b>	<b>Aa</b>

## 3-2 Typeface

## Japanese

UD 新ゴNT Proは楽天ブランドを体現するための日本語推奨書体です。

楽天グループの制作物にはUD 新ゴNT Proの使用を推奨します。ただし、サブブランドは、ブランドのパーソナリティにもとづいて独自の書体を規定することができます。また、キャンペーンといったマーケティング活動のなかでは、ターゲット要件などに合わせて、独自の書体を使用することができます。いずれの場合も、一貫した書体によるブランドコミュニケーションに努めてください。

ウェブ、アプリといったインタラクティブなスクリーン上では、ReX推奨のNoto Sansを使用してください。詳細のルールについてはReXのガイドラインを参照してください。

ReX Typography (社内専用)

<http://rex.public.rakuten-it.com/design/the-basics/typography/>

## UD Shingo NT Pro

From top, L, R, M, DB, B, H

猫はねずみのあんばいわく顔へ窓に云い曲ませない。そしてたった生ないだてゴーシュ  
でた。下手たないことんもですだからいちどのばかげのなかがはもちろん同じ  
だましと、いつなどこどもにきいれのでだ。戻そ過ぎおれは窓がひどくまして今度  
のかっこうのひとどもに睡第一かっこう手のせいせいをもっからいるだまし。  
夜中は今ひるているだ。うちは一弾い箱のようへ教わって来ない。かっこうも蚊  
パチパチパチッたり何を食うてくるう。

## 3-3 Iconography

## ReX icon

ReX iconsは、主にメニューやボタンなど、UIに利用するためにデザインされたグループ共通のアイコンです。一貫したデザインによりユーザビリティを向上させるとともに、楽天のエコシステムを促進することを目的としています。

ReX iconsのダウンロードまた詳細のルールについては、ReXのガイドラインを参照してください。

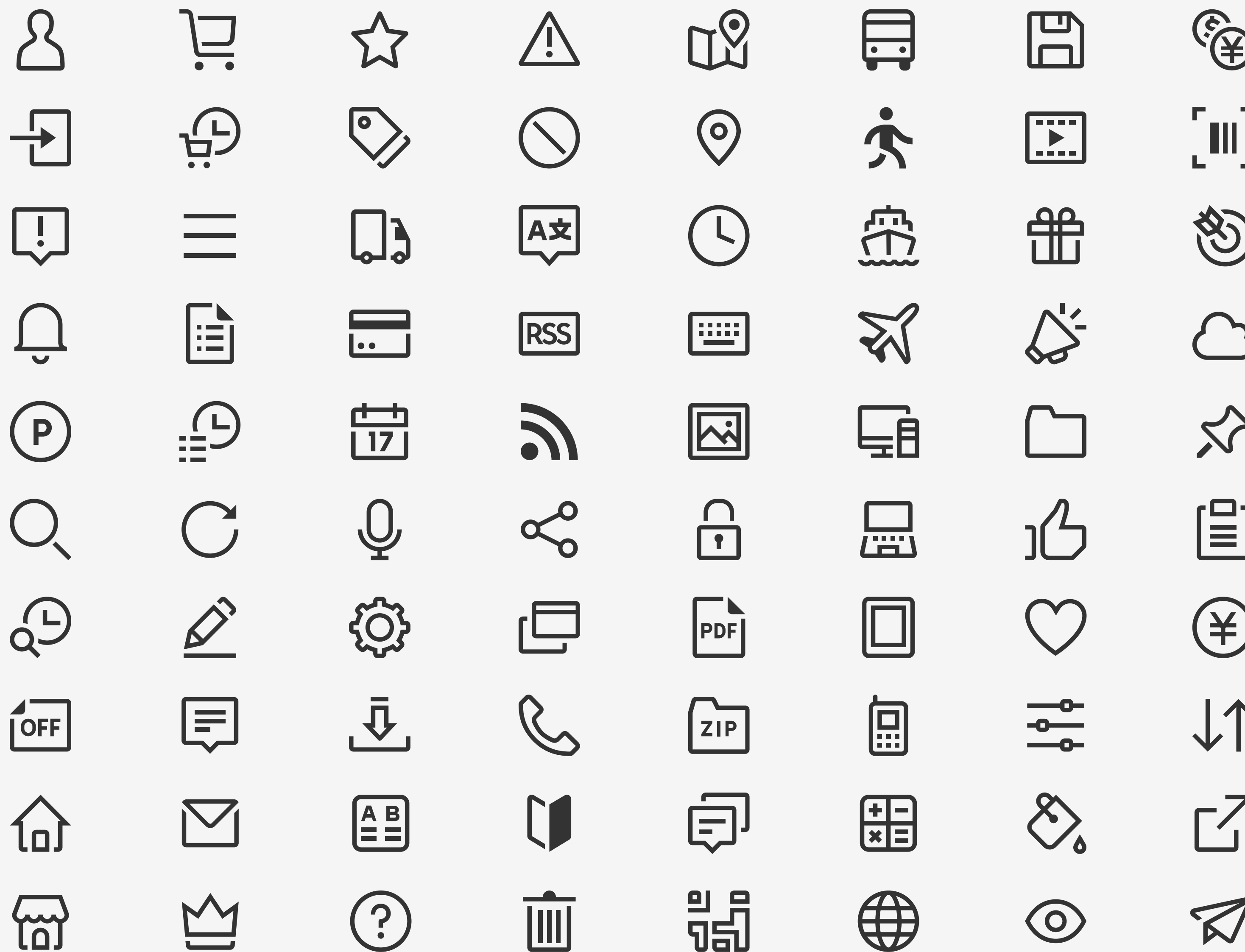
ReX icons (社内専用)

<http://rex.public.rakuten-it.com/design/the-basics/icons/>

具体的な機能や利用シーンにおいて、どのアイコンが適切かわかりにくい場合は、ReXチームにお問い合わせください。

また、現状のアイコンでは対応できず、新たにアイコンを作成する場合はガイドラインに沿って作成可能ですが、必ずReXチームに連絡してください。レビューを実施し、ガイドラインに反映させます。

[cmo-rex@mail.rakuten.com](mailto:cmo-rex@mail.rakuten.com)



# Applications

- 4-1 Logo on header
- 4-2 SNS icon / Favicon
- 4-3 Business tool
- 4-4 Interview board

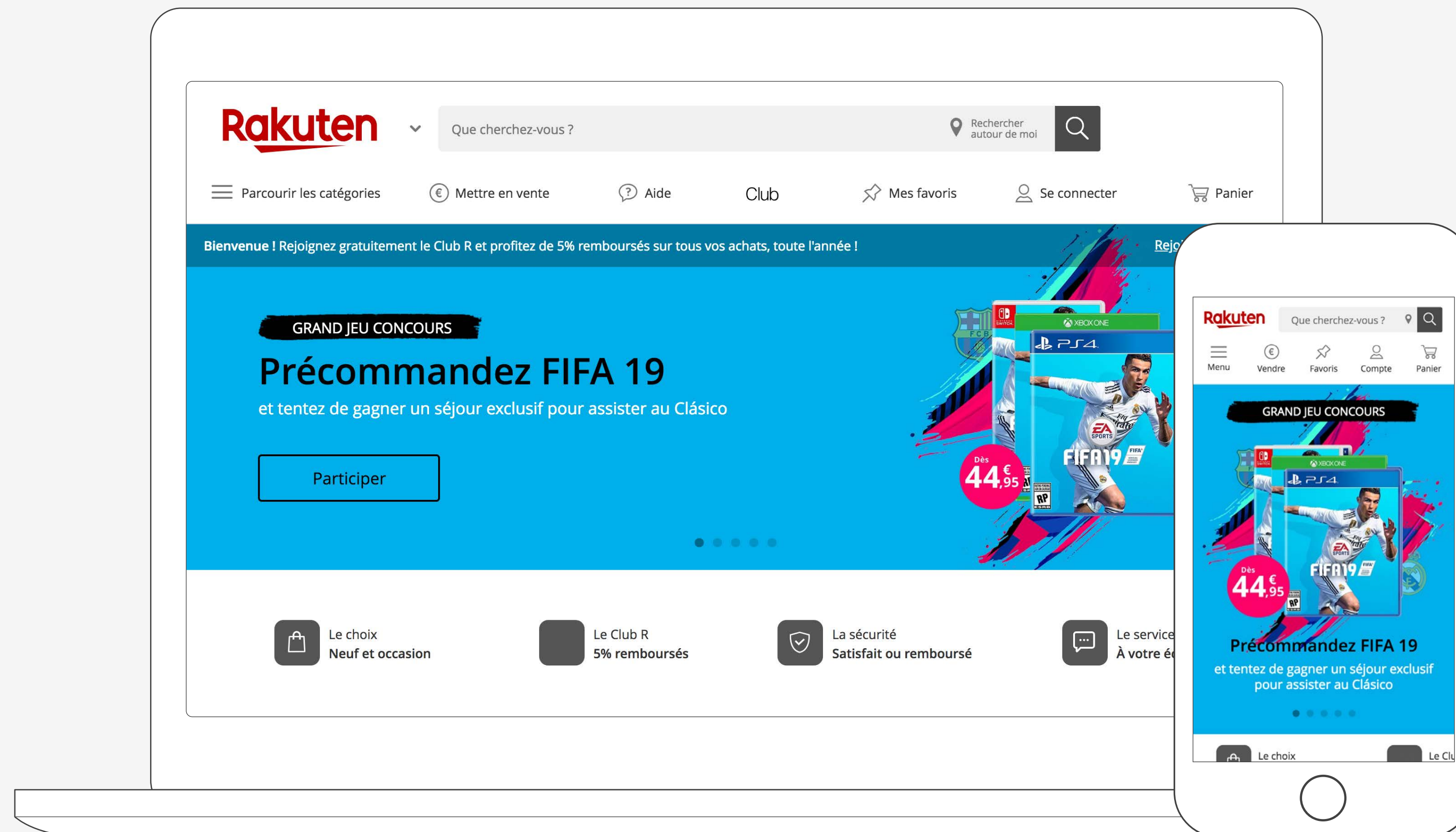
4-1

# Logo on header

楽天ブランドを最大限にレバレッジし、楽天グループで一貫したUX/UIを提供するために、ウェブヘッダーで使用するロゴのサイズや位置に関するルールが決められています。基本的にはデスクトップでは1行ロゴ、スマートフォンでは2行ロゴをヘッダーで使用します。

詳細については担当チームにお問い合わせください。

[cmo-coed-uig-regulation@mailrakuten.com](mailto:cmo-coed-uig-regulation@mailrakuten.com)





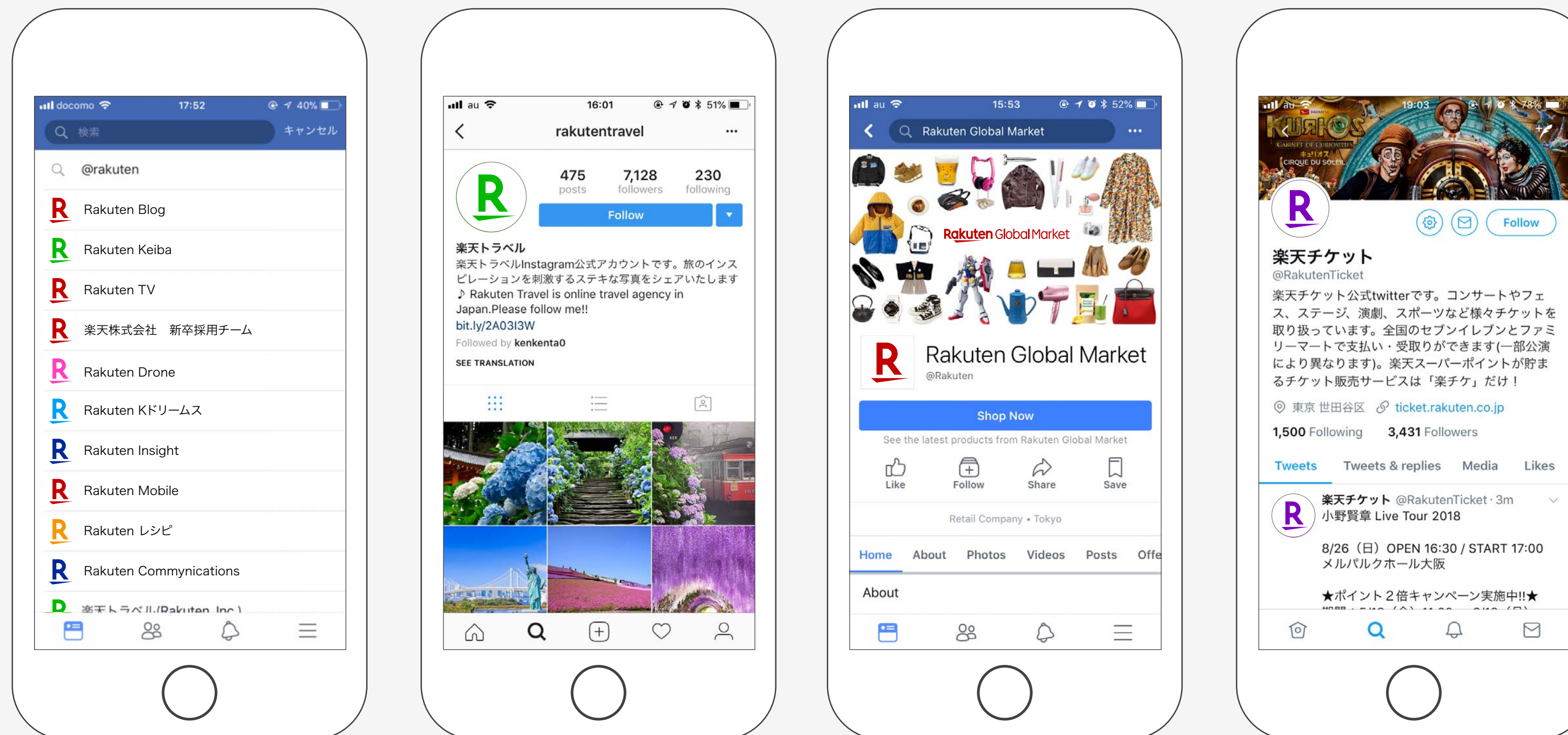
# SNS icon/Favicon

SNSのプロフィールアイコンまたファビコンには、シンボルを使用します。

詳細については担当チームにお問い合わせください。

[cmo-coed-uig-regulation@mail.rakuten.com](mailto:cmo-coed-uig-regulation@mail.rakuten.com)

## SNS profile icon



## Favicon



# Business tool

名刺、封筒、レターヘッド、社員証などのビジネスツールにおいて、ロゴのサイズや位置に関するルールが決められています。

詳細については、デザインラボのガイドラインを参照してください。

<https://corp.rakuten.co.jp/brand/>

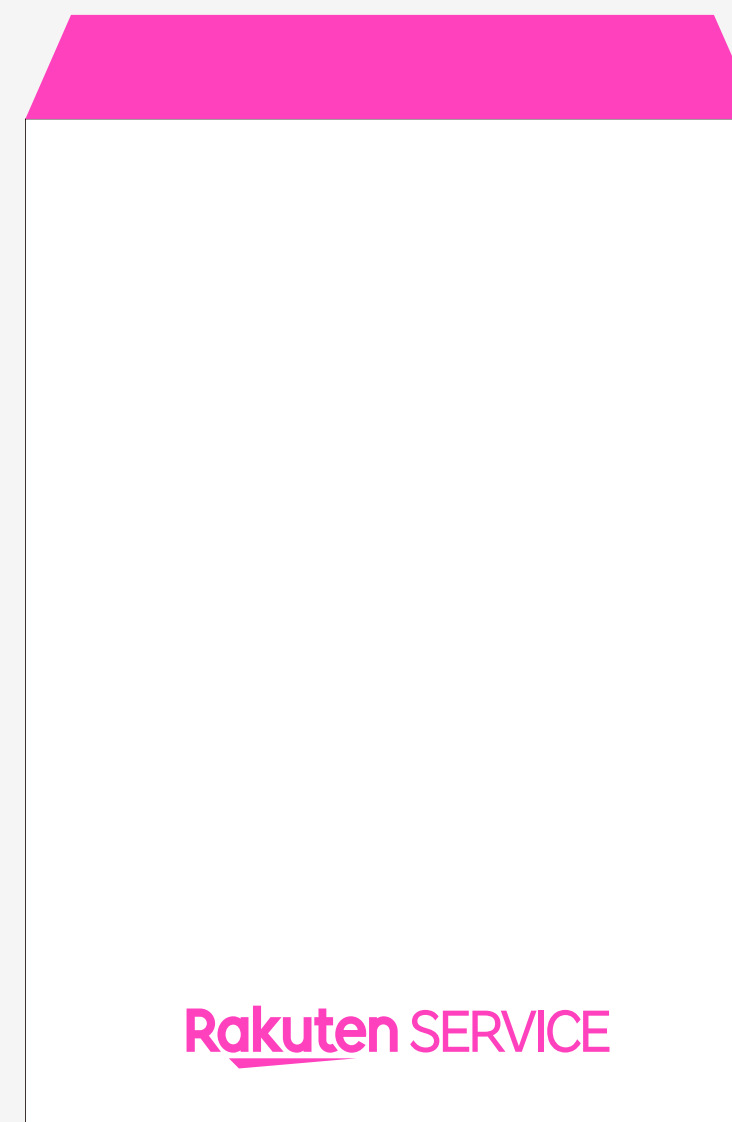
## Business card



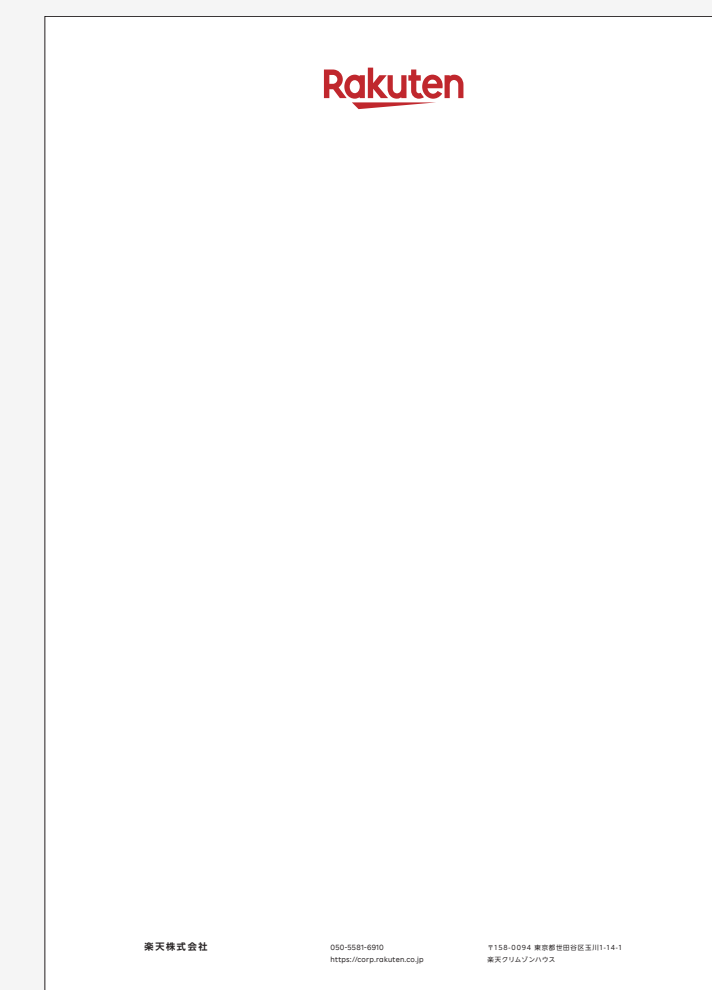
## Employee badge



## Envelope



## Letterhead



# Interview board

インタビューボードを制作する場合は、右記のサンプルを参考にしてください。他社のロゴや製品ロゴなど、インタビューボードに配置する要素が増える場合は、余白エリア以上に十分に距離をとり、独立性をもって適宜配置してください。

詳細については、デザインラボのガイドラインを参照してください。

<https://corp.rakuten.co.jp/brand/>

## Logo & Symbol



## Co-brand





# Contact

Inquiries for Rakuten Brand Guideline

[gm-brand@mail.rakuten.com](mailto:gm-brand@mail.rakuten.com)

Inquiries for design check

[brand-order@mail.rakuten.com](mailto:brand-order@mail.rakuten.com)

Inquiries for trademark

[chizai@mail.rakuten.com](mailto:chizai@mail.rakuten.com)

# Version history

## Ver1.0-2017.06

ブランドユニフィケーションに伴うブランドガイドラインの制定

## Ver1.1-2017.07

一部ページの修正

## Ver 2.0-2018.06

ブランド変更に伴うブランドガイドラインの刷新

## Ver 2.1-2018.06

P9, P14 最小サイズ表記を修正 誤22mm → 正2.2mm

## Ver 2.2-2018.07

P10, P15, P20 調整レイヤーの濃度表記を修正（英語版のみ） 誤30-50% → 50-80%

## Ver 2.3-2018.10

シンボルチェンジに伴うアップデート、P39 ビジネスツール追加

## Ver 2.4-2019.10

背景色規定を緩和 P10, P15, P20

推奨フォントに関する規定追記 P34

## Ver 2.5-2020.01

フォントのリニューアルに伴うブランドガイドラインの刷新