

# BRAND MANUAL

---

株式会社 フルスロットル

Fullthrottle  
Brand Symbol Manual

Identity Guidelines

このガイドラインは、ロゴタイプ、カラー等によるコーポレート・アイデンティティ(CI)のあり方を定め、新しい企業イメージを形成するためのデザイン要素と使用方法についてまとめたものです。掲載されているガイドラインに基づき、様々なアイテムへ効果的に活用してください。



我々は、中小企業に特化した戦略ブランドエージェンシーです。

## Fullthrottleとは(Our Mission)

時代の変化と共に多様化するクライアントの課題を全て受け止め、ひとつのゴールに向けて全力で解を導き出す。

「Do more than best」

それがフルスロットルの精神です。

## Fullthrottleの事業(our Business)

中小企業に特化した戦略ブランドエージェンシー

企業の新しい価値創造に向けて着実な成果を提供できるパートナーとして全力でサポートさせていただきます。

- ・企業ブランディング戦略策定
- ・インナー／アウターブランディング
- ・SP支援(セールスプロモーション)
- ・スマートフォンアプリ／Webシステム開発

## Brand Slogan ブランドスローガン

ブランドスローガンとは、フルスロットルを体現するキャッチコピーを指します。企業はもとより、製品・サービスのブランドを形成するためにはそれらの持つ潜在価値を可視化、言語化し、何か新しいモノを生み出すことなしには成し得ません。それらはすべて「Innovation」であり、ブランドを

形成する原動力「The Power of Branding」と言えます。私たちはこのブランドスローガンのもと、お客様のブランド形成に対して、全力で取り組むこととお約束します。

ブランドスローガン

# Innovation

## The Power of Branding

我々は、中小企業に特化した「戦略ブランドエージェンシー」です。

2008年秋のリーマンショック以降、世界的に経済が冷え込み、その影響が最大値を迎えようとしていた2010年1月20日に弊社は創業致しました。

「Branding」をキーワードに多くの中小企業の皆様のお手伝いをさせて頂きましたが、そこで新しく得た経験や実績、また改めて再確認させて頂いた多くの物事を礎(もと)に、弊社ビジネステーマとして「Innovation(創造)」を掲げさせて頂きます。

聞きなれた言葉のようにもとられがちですがその奥はとても深く、大きな可能性を秘めています。ビジネスだけでなく、この世界すべての思想や事実は既成概念の上に成り立っているように見えますが、実は根底にある「既成概念」こそ創造の産物。特にビジネス面において「そうであるはず」「こうと決まっている」という事象に対して徹底的に本質を追求し、例えmash-upであっても「何か新しいアプローチ」「何か新しいソリューション」を生み出し、独自の解を提供することでクライアント企業の皆様の新しい価値の創造、市場における独自性の確保を実現していきたいと考えています。

特に中小企業というカテゴリにおいては、人・モノ(時間・情報)・カネのいずれにおいても大きな制限があり、大企業と同じようなアクションは通用しません。

ですから「自社の成長スピードに合わせた身の丈にあったアクション」が重要となるのです。

これは弊社のビジネスに対する不変の考え方であり、それらを基軸に、他にない新しい価値の創造を目指してまいります。

## Brand Visual ブランドビジュアル

フルスロットルの企業イメージやビジネスイメージを表現したビジュアル。奥底に眠るクライアントの本当の価値（潜在価値）を引出し、それらをカタチにしなが、社内外に正しく浸透・拡散していく様をビジュアルで表現しました。自社のプロモーションツールをはじめ、対外的に情報発信

する際のトーン&マナー統一のためにも、このデザインを利用することを企業として強く推奨します。



## Basic Design Elements 1-1 基本要素

株式会社フルスロットルのシンボルロゴは、「シンボル」と「ロゴタイプ」の2つの要素から構成され下図が基本の表記法です。バランス、スペース、大きさの関係は最適な成果を得るために練り上げられているので、決して変更を加えてはなりません。

### 《シンボルロゴに込めた想い》

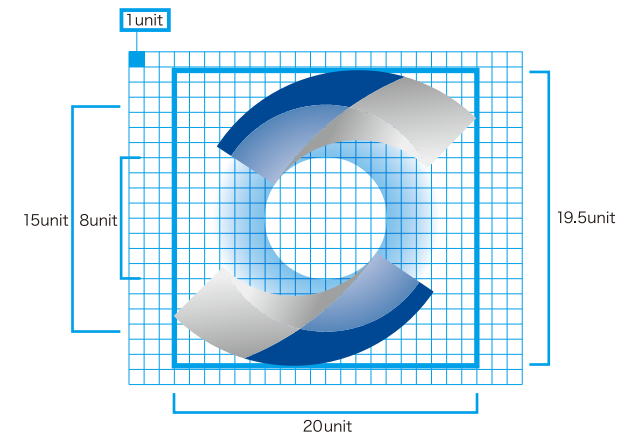
クライアントの課題・要望を正確に捉まえ、新しいカタチの創造を表現したシンボル。

時代の変化と多岐に渡るクライアントの課題に「常に全力で対応する強い信念を表しています。外周の2つのモチーフは、時代の変換と課題の多様化を示し、中央の真円は強い意思と深い知性をイメージしています。

シンボル

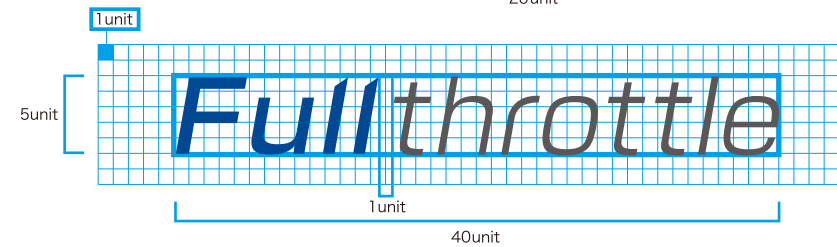


バランス、スペース  
大きさの関係図



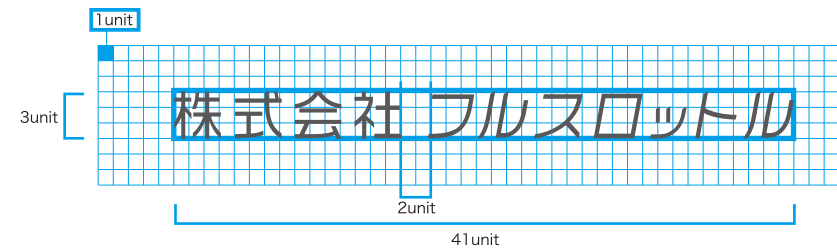
ロゴタイプ(英文)

*Fullthrottle*



ロゴタイプ(和文)

株式会社 フルスロットル



## Basic Design Elements 1-2 基本要素（シンボル＋英文ロゴタイプ）

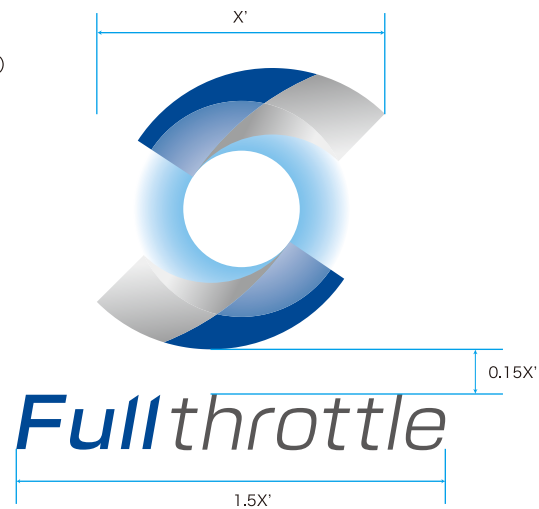
「シンボル」「ロゴタイプ」の組み合わせを「ブランドシンボルロゴ」と呼びます。左右方向と天地方向の2タイプのブランドシンボルロゴは、それぞれ十分検討した上でシンボルとロゴタイプを組み合わせています。原則として、これ以外のやり方で、シンボルとロゴタイプを組み合わせることは

できません。最小サイズは、文字の可読性を考慮して、標準的な印刷を想定した場合のブランドシンボルロゴの最小使用サイズを以下のように定めています。使用環境によって、適宜可視性、可読性を個別に考慮する必要があります。文字がつぶれないよう十分留意してください。

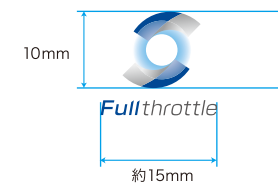
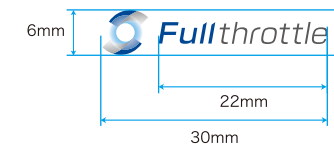
ブランドシンボルロゴ（左右方向の組み合わせ）



ブランドシンボルロゴ（天地方向の組み合わせ）



最小サイズ

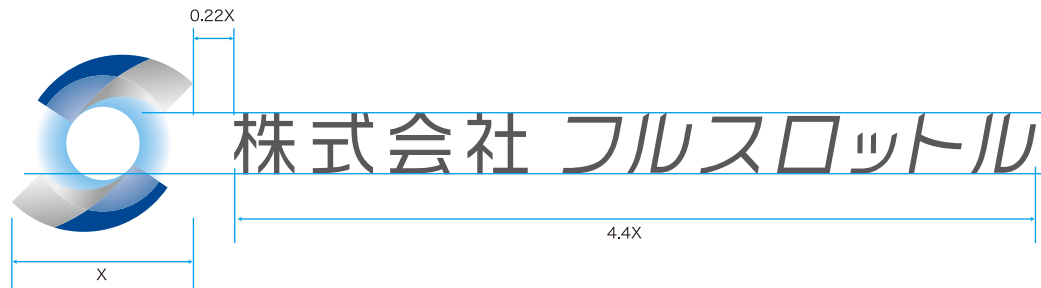


### Basic Design Elements 1-3 基本要素 (シンボル+和文ロゴタイプ)

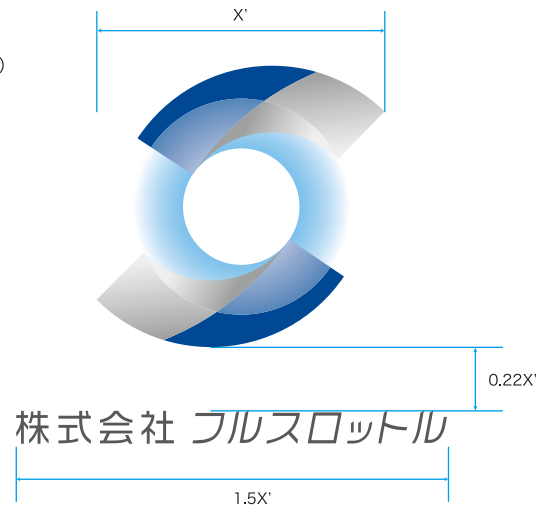
「シンボル」「ロゴタイプ」の組み合わせを「ブランドシンボルロゴ」と呼びます。左右方向と天地方向の2タイプのブランドシンボルロゴは、それぞれ十分検討した上でシンボルとロゴタイプを組み合わせています。原則として、これ以外のやり方で、シンボルとロゴタイプを組み合わせることは

できません。最小サイズは、文字の可読性を考慮して、標準的な印刷を想定した場合のブランドシンボルロゴの最小使用サイズを以下のように定めています。使用環境によって、適宜可視性、可読性を個別に考慮する必要があります。文字がつぶれないよう十分留意してください。

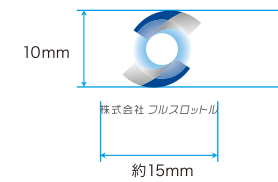
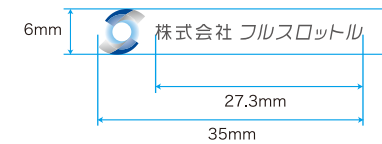
ブランドシンボルロゴ (左右方向の組み合わせ)



ブランドシンボルロゴ (天地方向の組み合わせ)



最小サイズ



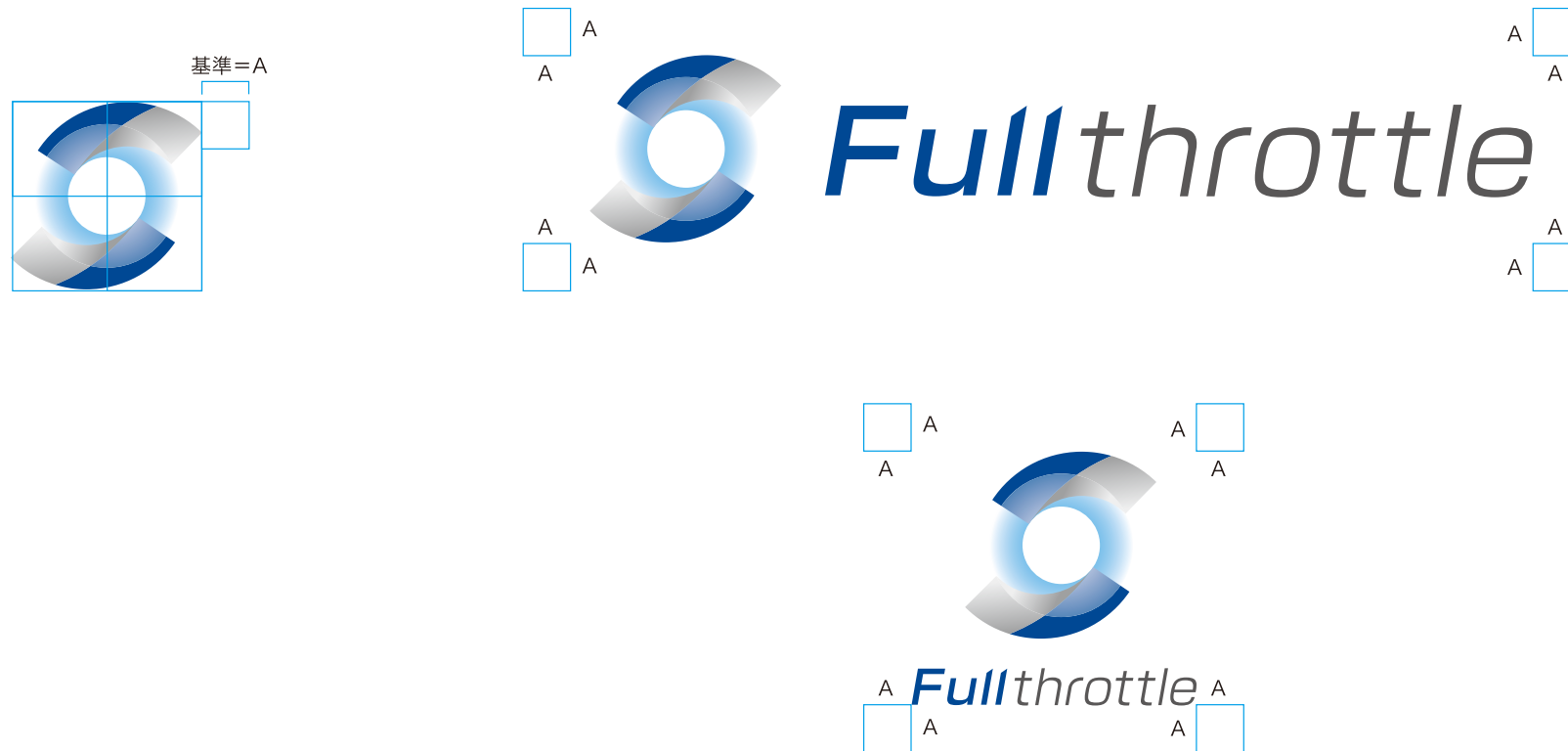
## Isolation 基本形／アイソレーション（余白規定）

空間が限られているなどの制約のある例外を除き、ブランドシンボルロゴは余裕のある空間に配置するとより効果的です。配置にあたっては、ブランドシンボルロゴへの他の要素の干渉を防ぐため周囲のグラフィック要素、紙面の端との間に最小限確保すべき余白を規定してい

ます。これを「アイソレーション」と言います。アイソレーションのルールは下記の説明の通りですが、利便性のために、最小限確保すべき周囲の空間を含んだブランドシンボルロゴのデータを提供しています。このデータを画像や文字などを重ねずにしようすれば、

正しく配置されます。アイソレーションの仕組みは、下記のとおり、シンボルの直径の4分の1を最小限必要な余白(A)として算出しています。

アイソレーションの基準値





## Brand Color1-1 カラー

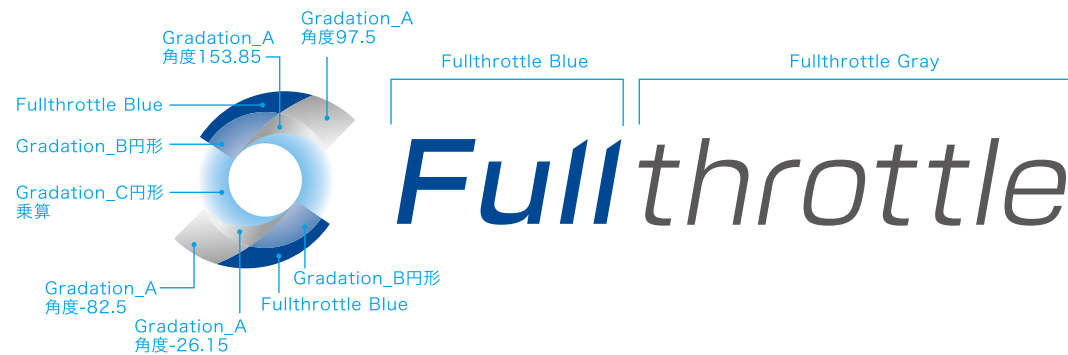
フルスロットルを象徴する色を「Fullthrottleカラー」として定めています。シンボルをはじめ、レイアウトなどにFullthrottleカラーを効果的に使うことにより「フルスロットルらしさ」を強調することができます。コーポレートカラーであるFullthrottle Blue(ブルー)

とFullthrottle Gray(グレー)の組み合わせは、知的を意味し、また感性の豊かさと品位を表します。シンボルグラデーションカラーも、会社のイメージ=全カ(フルスロットル)を表し、勢いよく回転しながら波紋を広げているよう表現されたカラーリングです。

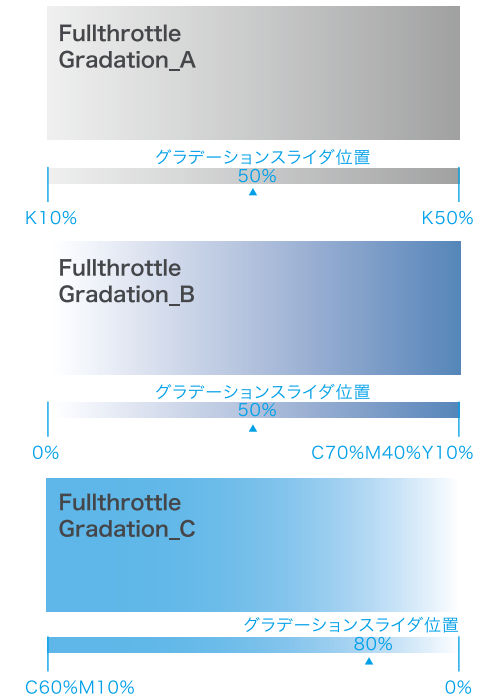
### ロゴカラー

<h2>Fullthrottle Blue</h2> <p>印刷指定色(特色) / DIC184 CMYK/ C100% M75% Y10% RGB/ R0 G72 B148</p>	<h2>Fullthrottle Gray</h2> <p>印刷指定色(特色) / CMYK/ K80% RGB/ R51 G51 B51</p>
---	---

### Fullthrottleカラーを用いた基本配合



### シンボルグラデーションカラー



## Brand Color1-2 カラーシステム

カラーシステムとは、ブランドシンボルロゴのカラーがより効果的に表現するため、背景が白以外の使用の参考となるカラーモデルです。基本的に濃度の薄いパステルカラーを背景に使用してください。ただし、シンボルの可視性が保たれるうえでの濃度の濃い背景の場合は、

ロゴタイプのネガ表現(白抜き)を使用することが可能です。

Fullthrottleカラーを用いた基本配合(4色)でのカラーシステム  
ポジ表現



ネガ表現



## Brand Color1-3 単色カラー

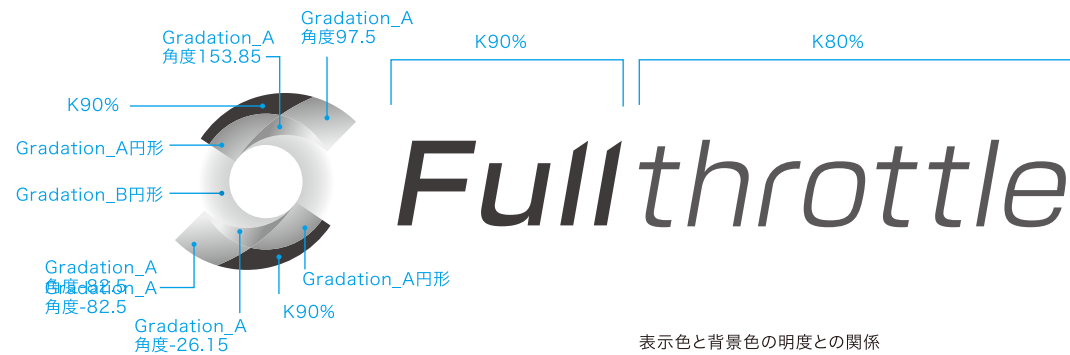
単色展開でのカラー指定は以下のとおりです。ただし、新聞広告や1色の広告などに使用する際は白の表示も可能です。

[表示色と背景色の明度との関係]

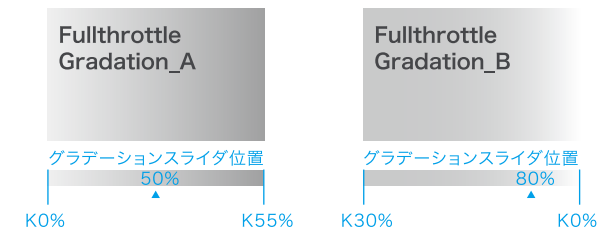
背景色の明度による表示方法の目安を下記に例示しま

した。ここでは、背景色を単色で表示していますが、複数色や写真等の複雑な背景の場合でも、この基準に基づいて適宜対応してください。

### 単色での展開



### シンボルグラデーションカラー



### 表示色と背景色の明度との関係

0%			
20%			
40%			
60%			
80%			
100%			

## Logo Type \_ Japanese ロゴタイプ (和文)

ロゴタイプ和文の横組、縦組はオリジナルで作成されています。バランス、スペース、大きさの関係は最適な成果を得るために練り上げられているので、決して変更を加えてはなりません。基本的に、社名表記は下記のロゴを使用してください。最小サイズは、文字の可読性を考慮

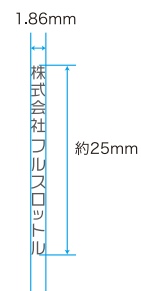
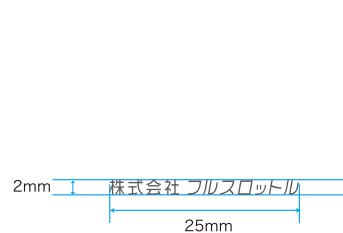
して、標準的な印刷を想定した場合のブランドシンボルロゴの最小使用サイズを以下のように定めています。使用環境によって、適宜可視性、可読性を個別に考慮する必要があります。文字がつぶれないよう十分留意してください。

ロゴタイプ(和文)横

# 株式会社 フルスロットル



最小サイズ

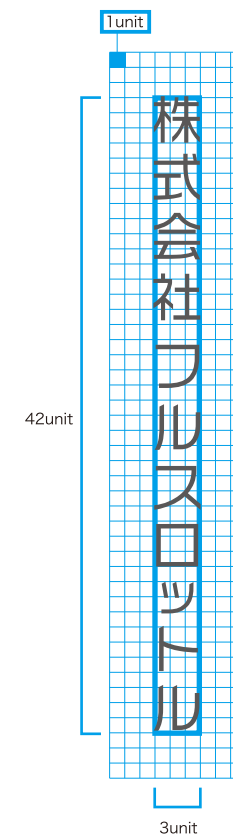


カラー



ロゴタイプ(和文)縦

# 株式会社フルスロットル



## Standard Font Guide 推奨書体

また推奨書体とはFullthrottleブランドと最も調和する書体を一般書体の中から選定し、デザイン要素として位置づけたものです。これらを可能な限り印刷物などのツールに使用することでデザインを統一し、コーポレートイメージを確立します。

また、これらの英数字を和文と組み合わせる場合は、視覚的に同じ大きさに見えるように、英数字を和文よりやや大きいポイントで組み合わせます。



### 推奨書体(欧文)A

Times ファミリー

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789¥&%\$#!?!+~\*/:=~/:.,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789¥&%\$#!?!+~\*/:=~/:.,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789¥&%\$#!?!+~\*/:=~/:.,

### 推奨書体(欧文)B

Helvetica Neue ファミリー

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789¥&%\$#!?!+~\*/:=~/:.,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789¥&%\$#!?!+~\*/:=~/:.,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789¥&%\$#!?!+~\*/:=~/:.,

### 推奨書体(和文)A

ヒラギノ角ゴPro W3・W6

あいうえおかきくけこさしすせそたちつと  
なにぬねのはひふへほまみむめもやゆよわをん  
東西南北就職企業永久人夢

あいうえおかきくけこさしすせそたちつと  
なにぬねのはひふへほまみむめもやゆよわをん  
東西南北就職企業永久人夢

## Example Of Misuse 使用禁止例

ブランドシンボルロゴは正しく使用することにより、はじめて本来の機能を十分に発揮し、統一したイメージを伝えることができます。使用にあたっては、必ず、本書の規定に従って再現し、装飾・変形など誤った使用は避けてください。

誤った使用は、イメージの統一性を損なうだけでなく、イメージダウンにもつながります。ここにブランドシンボルロゴの誤用例を表示します。下記に示していない表現においてもイメージを著しく損なうものも禁止とします。

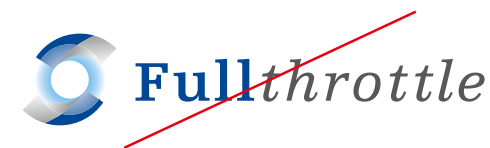
規定外の色で表示してはならない



図形で囲んではならない



書体を変えてはならない



縁取りをつけてはならない



影、立体などの表現をつけてはならない



組み合わせのバランス（文字間/文字の大きさを変えてはならない）



変形してはならない



背景をツートーンで表現してはならない



他の要素を組み合わせてはならない

