

Rakuten Brand Guidelines

管理ID	RGR-002514
主管部署	楽天グループ株式会社 マーケティングディビジョン グループブランド統括部
開示範囲	楽天グループ役職員
適用範囲	楽天グループ役職員





Rakuten Brand Guidelines

Ver 2.0 May 2024

JA

日本語

1	Introduction	04	2-3 Symbol	18	3-3 Typeface	30
	1-1 Our Brand	05	The Basics	18	English	31
	1-2 Brand Structure	06	Clear Space and Minimum Size	19	Japanese	32
	1-3 About Rakuten Brand Guidelines	07	Color Usage	20	3-4 Iconography	33
	1-4 Core Brand Assets	08	Misuse	21	ReX Icons	33
2	Logo Assets	09	2-4 App Icons	22	4 Applications	34
	2-1 Corporate Logo	10	The Basics	22	4-1 Asset & Creative Design Process	35
	The Basics	10	Minimum Size	23	4-2 Guidelines	38
	Clear Space and Minimum Size	11	Misuse	24		
	Color Usage	12	2-5 Endorsement Expression & Logo	25		
	Misuse	13	Endorsement Expression & Logo	25		
	2-2 Sub Brand Logo	14	3 Visual Assets & Expression	26	Contact	39
	The Basics	14	3-1 Expression as Rakuten Group	27	Version History	40
	Clear Space and Minimum Size	15	3-2 Color Scheme	28		
	Color Usage	16	Corporate Color	28		
	Misuse	17	Sub Brand Colors	29		

本ガイドラインに記載のある“ブランドチーム”“楽天デザインラボ”とは
楽天グループ株式会社のMarketing Divisionに所属するチームです。
コンタクト先は本ガイドラインP39をご参照ください。

1

Introduction

1-1	Our Brand	05
1-2	Brand Structure	06
1-3	About Rakuten Brand Guidelines	07
1-4	Core Brand Assets	08

Our Brand

楽天グループにはミッションやブランド方針を体現するようなサービスと取り組みが数多くあります。

また楽天のロゴ、カラー、フォントなどのブランドアセットは、この考えをベースに作られています。本ガイドラインはサービスを展開する上で重要なブランドアセットの成り立ちを紹介し、正しい使い方を規定しています。

ミッション

楽天グループはイノベーションを通じて、
人々と社会をエンパワーメントする

ブランド方針

私たちは、展開するすべてのブランドにおいて、
人々を明るく幸せにする温かみあるサービスを届ける存在でありたいと思っています。
多様なお客様のあらゆるライフシーンをカバーする革新的なサービスを提供し、
日々の生活に喜びや感動を届けたい。
地域の人々やコミュニティと共に発展することを大切に、
パートナーの皆様の想いや夢の実現を後押ししたい。
楽天グループはそんな想いを共有するすべての人たちと共に歩んでまいります。

Brand Structure

“Unique, yet Unified”

私たちは、世界で70以上のサービスを展開しています。

楽天グループとして、“楽天らしさ”を統一性をもって表現する一方で、サービスの多様性とそれぞれのユニークさも大切にしたいという考えのもと、“Unique, yet Unified”というコンセプトで楽天独自のブランド体系を確立しています。

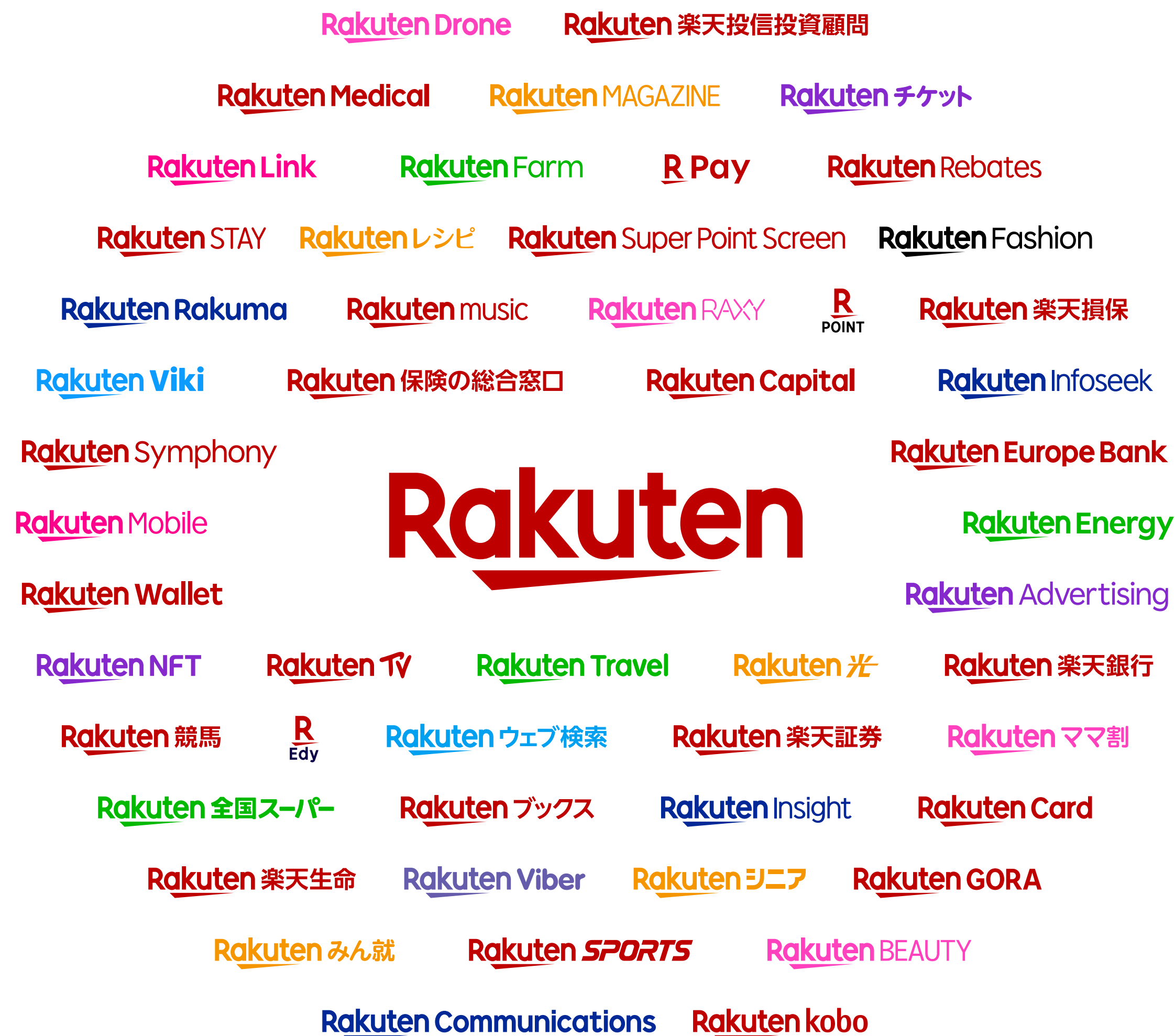
楽天らしさ、それぞれのサービスらしさは、長期的なブランディングやマーケティング活動によって生まれるものです。

ブランドアセットを一貫したイメージで使い、ユーザーにそのブランドが持つ世界観を認知してもらい、ブランドのファンを増やしてゆく。このようにブランドを育ててゆくことが、将来的なビジネスの発展につながります。

Branding in the Creatives

“Unique, yet Unified”なブランドの世界観を確立するために、コーポレート関連の制作物はこのブランドガイドラインに規程するブランドアセットのルールを遵守し、クリムゾンレッドを基調としたカラーを取り入れてください。

各サービスの制作物は、それぞれのブランドアセットを用い、固有のブランドカラーを基調にしたデザインとしてください。



About Rakuten Brand Guidelines

Purpose

楽天のロゴ、カラー、フォントなどは、ブランドを体現する大切なブランドアセットです。本ガイドラインには、楽天のブランドアセットを利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。

ブランドガイドラインは楽天グループの全ブランドに共通するルールを記載しています。その他ブランドに関する詳細なインストラクションや各種制作物の参考ガイドは、[ブランドコンフルエンスページ](#)をご参照ください。

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と楽天デザインラボ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

Labels for Mandatory or Recommended

Mandatory

対応が必須なルールを表します。これらのルールが徹底されなかった場合、楽天のブランド毀損に繋がる恐れがあります。

Recommended

コンテキストや事業／サービスの性質によって対応が任意となるようなルールや方針を表します。基本的にはガイドラインを遵守することを推奨しますが、ガイドラインが事業のコンテキストに則したものでない場合、ブランドチーム宛てにご相談ください。

Core Brand Asset



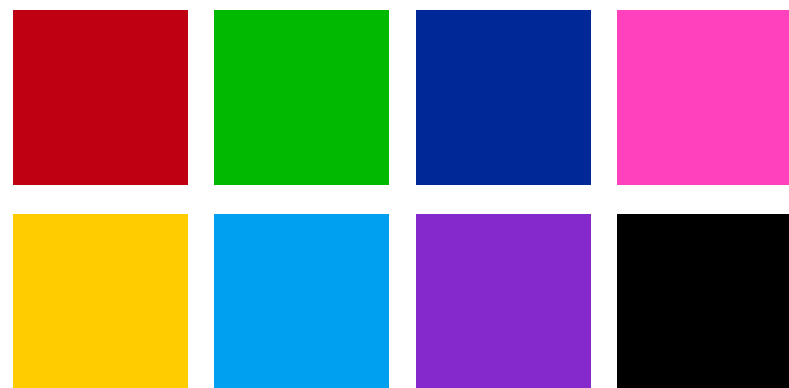
楽天ロゴは、楽天ブランドを表象するロゴタイプです。

コーポレートロゴ

楽天グループの最上位に位置するロゴタイプです。

サブブランドロゴ

楽天グループによって運営される、顧客に固有の体験価値を提供するブランドを象徴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事ができるシンボルです。



アプリアイコンはアプリを提供する楽天ブランドの各サービスを象徴するアイコンです。

Aa

Rakuten Sans

Aa

Rakuten Rounded

あ

Rakuten Sans JP

Aa

Rakuten Serif

Aa

Rakuten Condensed

楽天フォントは、楽天ブランドを体现するために開発された独自の書体です。

2

Logo Assets

2-1 Corporate Logo	10	2-4 App Icon	22
The Basics	10	The Basics	22
Clear Space and Minimum size	11	Minimum Size	23
Color Usage	12	Misuse	24
Misuse	13		
2-2 Sub Brand Logo	14	2-5 Endorsement Expression & Logo	25
The Basics	14	Endorsement Expression & Logo	25
Clear Space and Minimum size	15		
Color Usage	16		
Misuse	17		
2-3 Symbol	18		
The Basics	18		
Clear Space and Minimum size	19		
Color Usage	20		
Misuse	21		

サブブランド、プロダクトブランドのブランド階層の定義は
[ブランド設立／改変、およびマーケティング関連手続きインストラクション](#)
をご確認ください。

またプロダクトロゴを制作される際は、
[プロダクトロゴガイドライン](#)をご確認ください。

The Basics

楽天ロゴは、漢字の“一”をモチーフにデザインされており、以下の4つの意味を込めています。

【A New Start／はじまり】

新しいステージ、新しい挑戦のはじまりであること

【Unity／ひとつになる】

グループ企業同士で、そして多様なパートナーと、世界中で一つのチームとなって挑戦していくこと

【Be the Best／一番・最高】

ユーザー、パートナー、コミュニティ、そして世界中の人々にとって、ハピネスを提供するNo.1の存在となること

【Only One／唯一】

パートナーの個性を生かし、エンパワーメントすること、おもてなしの心で、ユーザーの様々なライフシーンに喜びや楽しさを届けること、そしてそれらを可能にするエコシステムを構築すること

変化の激しい中であっても、それを先取りし、常に時代の先端をいく存在であることを社内外に示すために、スピード感や革新性を感じさせるデザインとしました。楽天ロゴは、楽天グループ全体の活動、製品・サービスを象徴する際に使用します。

Rakuten

Mandatory

文中で楽天ブランドをテキスト表記する場合は、以下のルールに従ってください。

- ・英語：ロゴの印象と合わせるために、頭文字のみ大文字で、それ以下は小文字の“Rakuten”
- ・日本語：漢字の“楽天”と表記

Clear Space and Minimum Size

Mandatory

ロゴの視認性を担保するために余白と最小サイズ、および以下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、同一ロゴを複数個使用しない
(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
(その要素には他ロゴの余白は含まれない)

余白



最小サイズ

8px for Digital
2.2mm for Print



Color Usage

Mandatory

コーポレートロゴを配置する際には、右のルールに従いオリジナルロゴを使用するか、クリムゾンレッドの背景に白抜きロゴを使用してください。①の配置が難しい場合は、②または③の背景も使用することができます。

特殊な素材（素材が変更できないもの、再生素材、金属素材など）を使用する場合など、本ページに規定の使用方法を遵守できない制作物に、ロゴを使用するのを希望する場合は、検討段階でブランドチームにご相談ください。

黒いロゴ

モノクロ印刷をする場合、黒いロゴを使用することができます。

ウェブコントラスト

ロゴの視認性を担保するために、背景の一番明るい部分、または暗い部分とロゴのウェブコントラストが3.0:1以上になるようにしてください。

※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を使用しているロゴのことです。

①



オリジナルロゴは、背景が白色か、グレーまたは有彩色の無地かグラデーション背景に配置することができます。
・グレーまたは有彩色は色濃度10%以下に限ります

②



明るいトーンの写真またはグラフィックの上に、オリジナルロゴを配置することができます。
・ロゴの視認性は、左記載のコントラスト比に従い担保する必要があります
・無地やグラデーション背景は除きます

③



ロゴの視認性が担保できない明るいトーンの写真またはグラフィックの場合は、不透明度70～90%の白色のレイヤーを敷いた上に、オリジナルロゴを配置することができます。

白抜きロゴ

①



白抜きロゴは、背景がクリムゾンレッドか、黒色、またはグレーの無地かグラデーションの上に配置することができます。
・グレーは色濃度90%以上に限ります

②



暗いトーンの写真またはグラフィックの上に、白抜きロゴを配置することができます。
・ロゴの視認性は、左記載のコントラスト比に従い担保する必要があります
・無地やグラデーション背景は除きます

③



ロゴの視認性が担保できない暗いトーンの写真またはグラフィックの場合は、不透明度50～80%のクリムゾンレッドまたは黒色のレイヤーを敷いた上に、白抜きロゴを配置することができます。

Misuse

Mandatory

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



② キャッチコピーとロゴを一体化させない
(ブランドチームに承認されたものは除く)



③ 文章の一部に使用しない



④ 吹き出しと組み合わせない



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



⑥ シンボルと組み合わせない



⑦ 変形しない



⑧ 回転させない



⑨ エフェクトをつけない



⑩ アウトラインにしない



⑪ 規定色以外の色は適用しない(グラデーションも含む)



⑫ “ー”のモチーフを単体で使用しない
(モチーフ自体の改変、デザインに組み込むなど)



⑬ ロゴが溶け込む背景の上で使用しない



⑭ 特定のイメージをもつ図形とロゴを一体化させない(ブランドチームに承認されたものは除く)



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



⑯ ロゴの配色を変更しない

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8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 サービス

**Rakuten
サービス**

Rakuten SERVICE

**Rakuten
SERVICE**

Rakuten Service

**Rakuten
Service**

Rakuten サービス

**Rakuten
サービス**

Rakuten SERVICE

**Rakuten
SERVICE**

Rakuten Service

**Rakuten
Service**

※サブブランドカラーの詳細については、P30をご参照ください。

Clear Space and Minimum Size

Mandatory

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

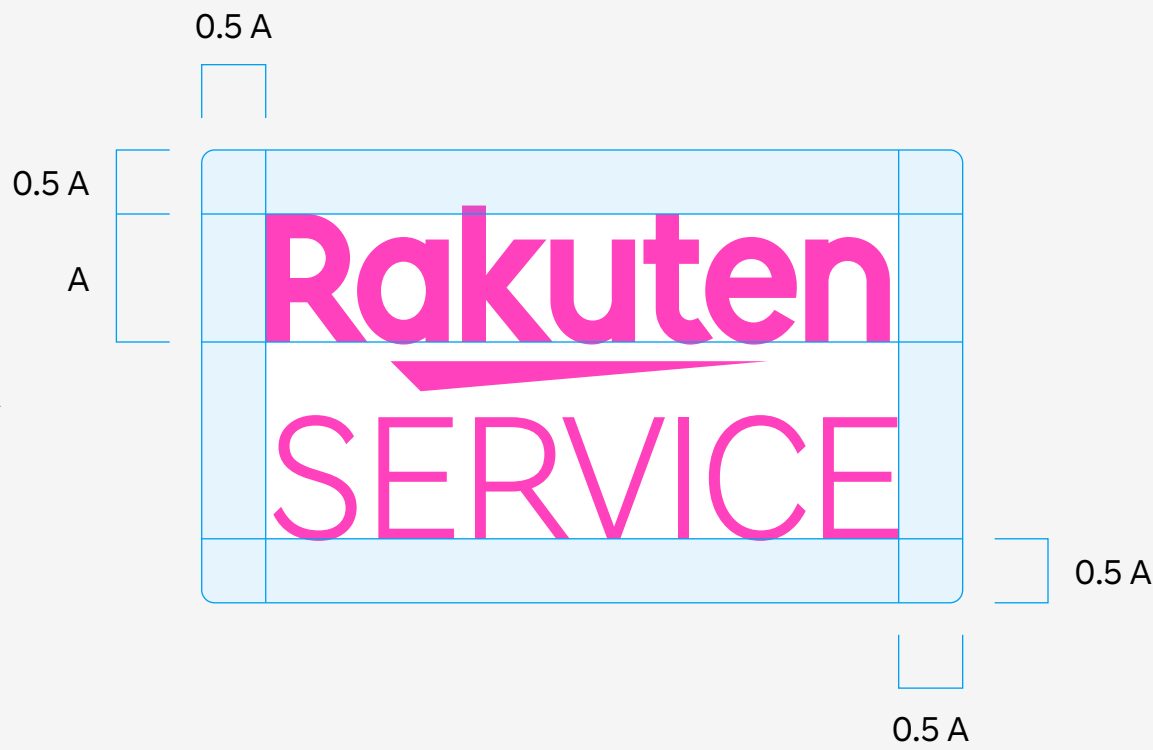
- ・ 周辺に十分なスペースを確保し、独立性をもって配置する
- ・ ひとつの媒体の中に、同一ロゴを複数個使用しない
（インタビューボード、球場のリボン広告などを除く）
- ・ 余白エリアに他のロゴやグラフィック要素を配置しない
（その要素には他ロゴの余白は含まれない）

余白

One-line Logo



Two-line Logo

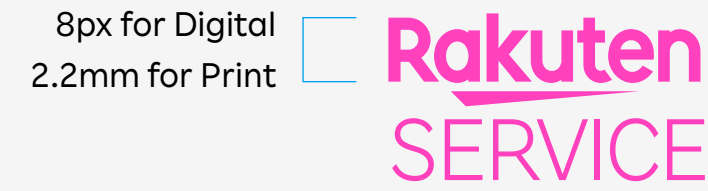


最小サイズ

One-line Logo



Two-line Logo



Color Usage

Mandatory

サブブランドロゴを配置する際には、右のルールに従いオリジナルロゴを使用するか、サブブランドカラーの背景に白抜きロゴを使用してください。①の配置が難しい場合は、②または③の背景も使用することができます。

特殊な素材（素材が変更できないもの、再生素材、金属素材など）を使用する場合など、本ページに規定の使用方法を遵守できない制作物に、ロゴを使用するのを希望する場合は、検討段階でブランドチームにご相談ください。

黒いロゴ

モノクロ印刷をする場合、黒いロゴを使用することができます。

ウェブコントラスト

ロゴの視認性を担保するために、背景の一番明るい部分、または暗い部分とロゴのウェブコントラストが3.0:1以上になるようにしてください。

※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、規定のサブブランドカラーを使用しているロゴのことです。

①



オリジナルロゴは、背景が白色か、グレーまたは有彩色の無地かグラデーション背景に配置することができます。
・グレーまたは有彩色は色濃度10%以下に限ります

②



明るいトーンの写真またはグラフィックの上に、オリジナルロゴを配置することができます。
・ロゴの視認性は、左記載のコントラスト比に従い担保する必要があります
・無地やグラデーション背景は除きます

③



ロゴの視認性が担保できない明るいトーンの写真またはグラフィックの場合は、不透明度70～90%の白色のレイヤーを敷いた上に、オリジナルロゴを配置することができます。

白抜きロゴ

①



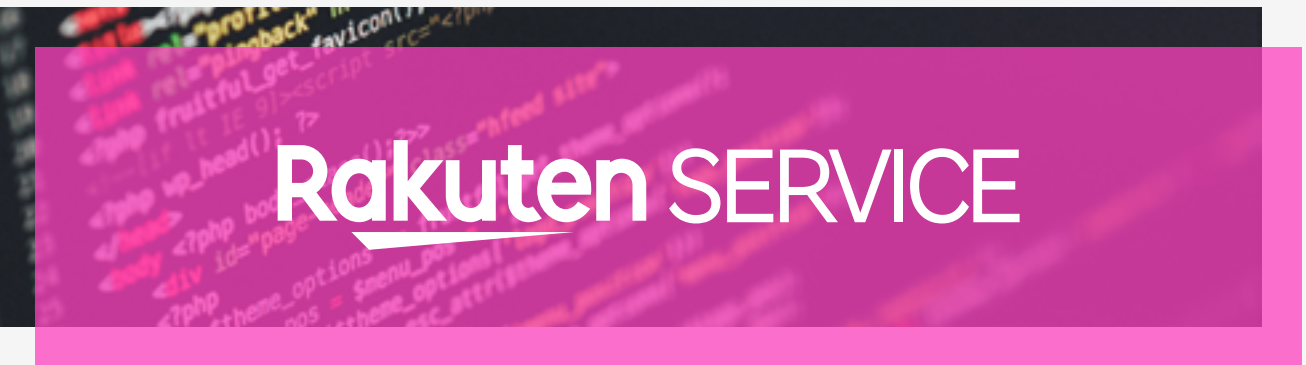
白抜きロゴは、背景がサブブランドカラーか、黒色、またはグレーの無地かグラデーションの上に配置することができます。
・グレーは色濃度90%以上に限ります

②



暗いトーンの写真またはグラフィックの上に、白抜きロゴを配置することができます。
・ロゴの視認性は、左記載のコントラスト比に従い担保する必要があります
・無地やグラデーション背景は除きます

③



ロゴの視認性が担保できない暗いトーンの写真またはグラフィックの場合は、不透明度50～80%のサブブランドカラーまたは黒色のレイヤーを敷いた上に、白抜きロゴを配置することができます。

Misuse

Mandatory

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。



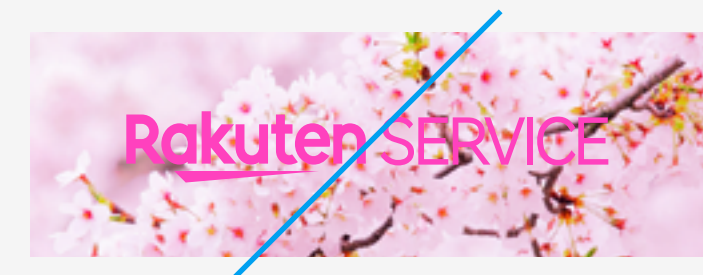
① 旧ロゴを使用しない



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 ロゴが溶け込む背景の上で使用しない



② キャッチコピーとロゴを一体化させない(ブランドチームに承認されたものは除く)



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 特定のイメージをもつ図形とロゴを一体化させない(ブランドチームに承認されたものは除く)



③ 文章の一部に使用しない



⑦ 変形しない



⑪ 規定色以外の色は適用しない(グラデーションも含む)



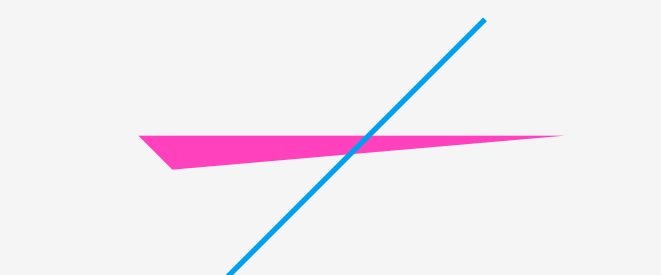
⑮ コントラスト比が担保できない背景の上で使用しない



④ 吹き出しと組み合わせない



⑧ 回転させない



⑫ “一”のモチーフを単体で使用しない(モチーフ自体の改変、デザインに組み込むなど)



⑯ ロゴの配色を変更しない

The Basics

Mandatory

楽天シンボルは、楽天ロゴと同じく楽天を表象するシンボルです。シンボルを単体で使用することはできず、限られた条件下でのみ使用することができます。全てのコーポレートカラーおよび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コーポレートカラーおよびサブブランドカラーのものを使用してください。白抜きの場合、シンボルと同じ色のコーポレートカラーおよび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、図と背景のコントラストに気をつけてください。



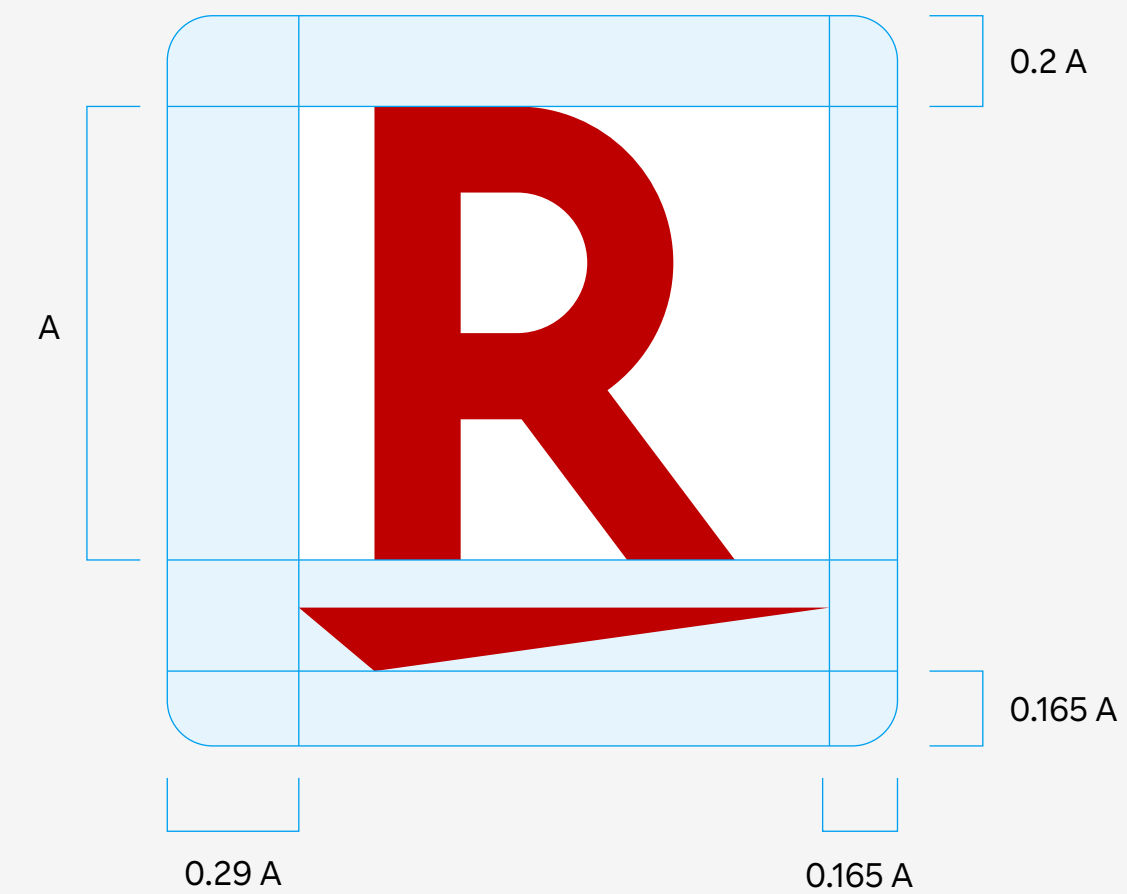
Clear Space and Minimum Size

Mandatory

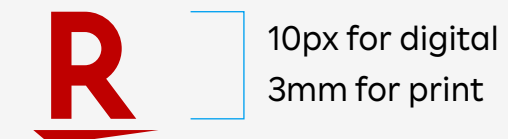
ロゴの視認性を担保するために余白と最小サイズ、および以下のルールを守ってください。

- ・ 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、同一ロゴを複数個使用しない
(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
(その要素には他ロゴの余白は含まれない)

余白



最小サイズ



Color Usage

Mandatory

シンボルを配置する際には、右のルールに従いオリジナルシンボルを使用するか、クリムゾンレッドまたはサブブランドカラーの背景に白抜きシンボルを使用してください。①の配置が難しい場合は、②または③の背景も使用することができます。

特殊な素材（素材が変更できないもの、再生素材、金属素材など）を使用する場合など、本ページに規定の使用方法を遵守できない制作物に、シンボルを使用するのを希望する場合は、検討段階でブランドチームにご相談ください。

黒いシンボル

モノクロ印刷をする場合、黒いシンボルを使用することができます。

ウェブコントラスト

シンボルの視認性を担保するために、背景の一番明るい部分、または暗い部分とシンボルのウェブコントラストが3.0:1以上になるようにしてください。

※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または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。

①



オリジナルシンボルは、背景が白色か、グレーまたは有彩色の無地かグラデーション背景に配置することができます。
・グレーまたは有彩色は色濃度10%以下に限ります

②



明るいトーンの写真またはグラフィックの上に、オリジナルシンボルを配置することができます。
・シンボルの視認性は、左記載のコントラスト比に従い担保する必要があります
・無地やグラデーション背景は除きます

③



シンボルの視認性が担保できない明るいトーンの写真またはグラフィックの場合は、不透明度70～90%の白色のレイヤーを敷いた上に、オリジナルシンボルを配置することができます。

白抜きシンボル

①



白抜きシンボルは、背景がクリムゾンレッドまたはサブブランドカラー、黒色、またはグレーの無地かグラデーションの上に配置することができます。
・グレーは色濃度90%以上に限ります

②



暗いトーンの写真またはグラフィックの上に、白抜きシンボルを配置することができます。
・シンボルの視認性は、左記載のコントラスト比に従い担保する必要があります
・無地やグラデーション背景は除きます

③

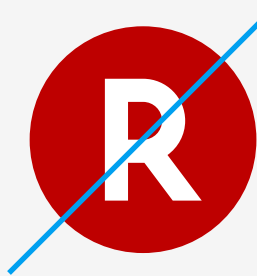


シンボルの視認性が担保できない暗いトーンの写真またはグラフィックの場合は、不透明度50～80%のクリムゾンレッドまたはサブブランドカラー、黒色のレイヤーを敷いた上に、白抜きシンボルを配置することができます。

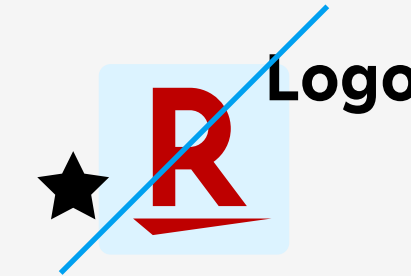
Misuse

Mandatory

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 シンボルが溶け込む背景の上で使用しない



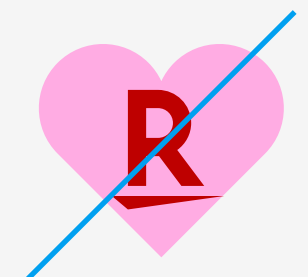
② ロゴと組み合わせない



⑥ 各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 特定のイメージをもつ図形とシンボルを一体化させない(ブランドチームに承認されたものは除く)



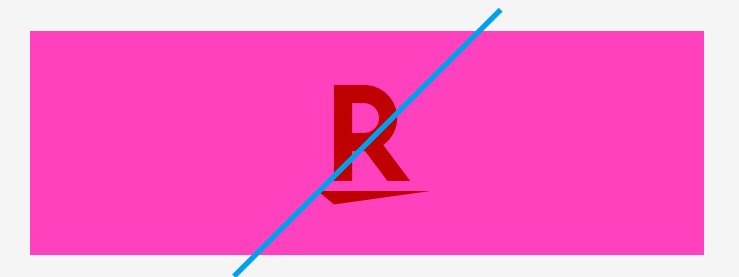
③ 文章の一部に使用しない



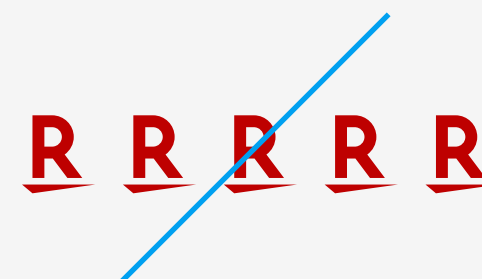
⑦ 旧シンボルに類似する表現をしない



⑪ 規定色以外の色は適用しない(グラデーションも含む)



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 吹き出しと組み合わせない



⑫ 回転させない



⑯ グラフィック要素として使用しない

The Basics

各サービスのアプリアイコンは、世の中のアプリアイコンのトレンドを取り入れつつ、サービス内容をモチーフでシンプルに表現し、ユーザーに慣れ親しまれやすいデザインを採用しています。

それぞれのサービスの個性を活かしながらも、楽天らしさを体現し、全体的に統一感のあるデザインにしています。



Minimum Size

Mandatory

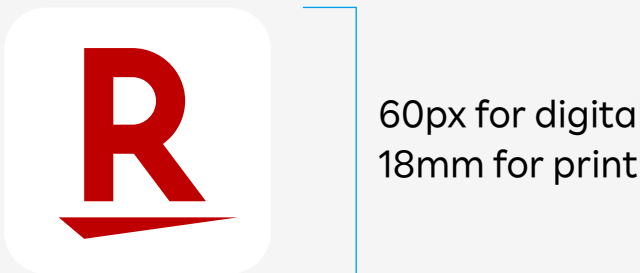
アプリアイコンの視認性を担保するために、推奨サイズ*または最小サイズ、および以下のルールを守ってください。

楽天のサービスであることを明示し、アプリアイコンの認知を高めるために推奨サイズ*を確保することをご検討ください。媒体サイズなどの制約があり、推奨サイズ*の担保が難しい場合は最小サイズを必ず確保してください。

・アプリアイコンの名称を併記する際は、基本的に正式なサービス名を使用してください(媒体サイズなどにより難しい場合は、ユーザーに分かりやすいサービス名を使用してください)

*推奨サイズはできるだけ担保すべき最小サイズのため、推奨サイズより大きいサイズで利用することを推奨します。

推奨サイズ

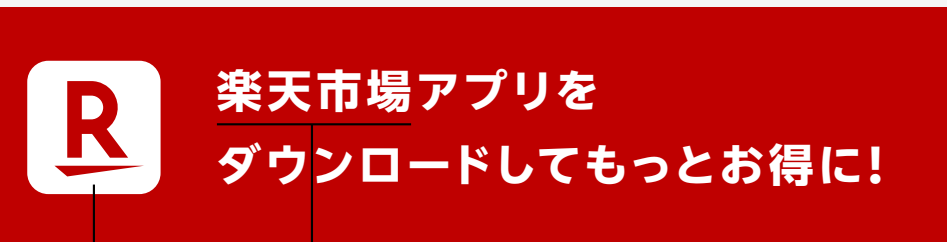
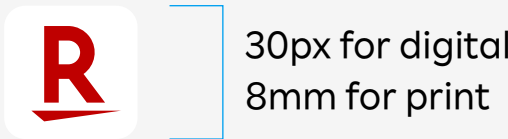


参考例 (バナー)



正式なサービス名称を明記する

最小サイズ



媒体制限などで推奨サイズを割ってしまう場合は最小サイズを担保する

楽天のサービスであることを明記

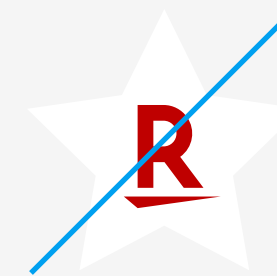
アプリアイコンの視覚的な一貫性を担保することはとても重要です。

アプリアイコンにはいかなる修正、改変、要素の追加をしてはいけません。常にアプリアイコンZIPファイル内のSVGデータ（RGB）、またはAIデータ（CMYK）を正規データとして使用し、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。

アプリアイコンの使い方についての詳細は、[ブランドコンフルエンスページ](#)をご参照ください。



① 旧アプリアイコンを使用しない



⑤ 変形させない



⑨ グラデーションを適用しない



② ログと組み合わせない



⑥ 回転させない



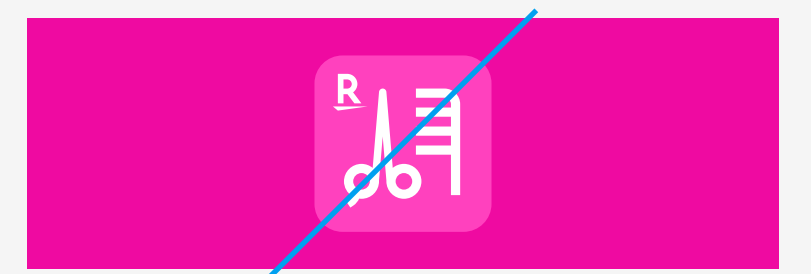
⑩ 既定色以外の色を使用しない



③ 文章の一部に使用しない



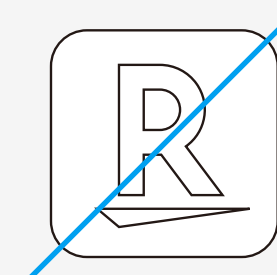
⑦ 吹き出しと組み合わせない



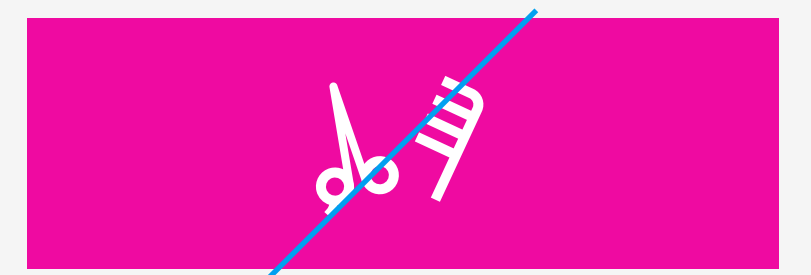
⑪ アプリアイコンが溶け込む背景の上で使用しない



④ 2つ以上並べない



⑧ アウトラインにしない



⑫ モチーフを分解して使用しない

Endorsement Expression & Logo

Mandatory

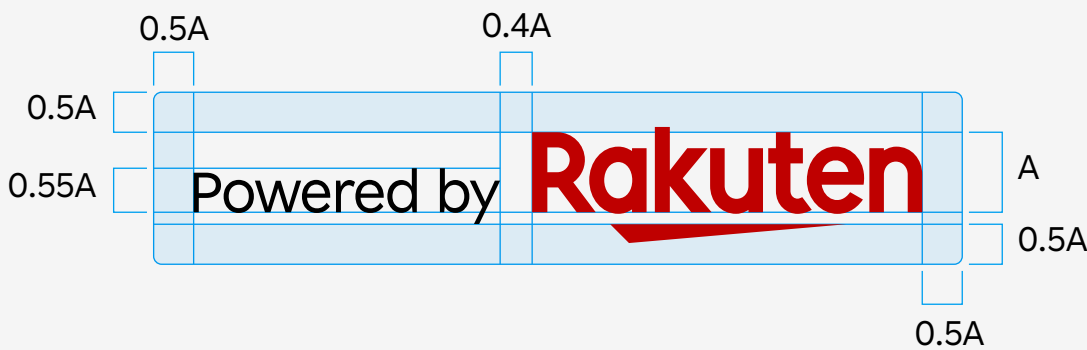
協賛、協力、後援で“Powered by”などの表記を使用する場合は、レギュレーションを遵守して制作してください。

基本的には1行ロゴを使用してください。

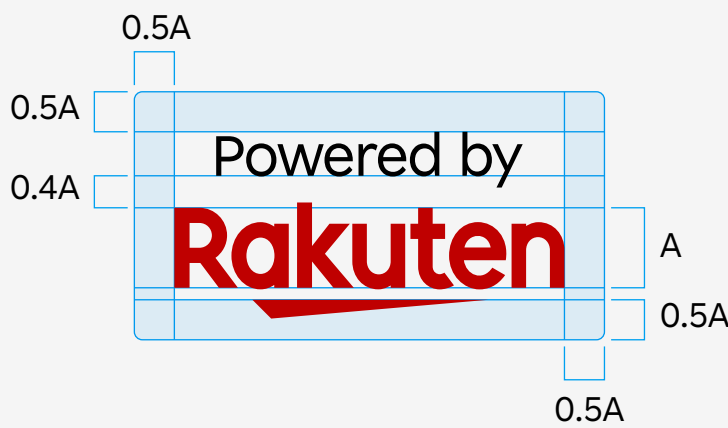
“Powered by”の他には“Supported by”“Presented by”などの表記も使用することができます。それらを製作する場合もルールを遵守してください。

詳しい表記方法やロゴの配置方法については、[Endorsement Expression & Logo Guideline](#)をご参照ください。

One-line Logo



Two-line Logo



One-line Logo



Two-line Logo



3

Visual Assets & Expression

3-1	Expression as Rakuten Group	27
3-2	Color Scheme	28
	Corporate Color	28
	Sub Brand Colors	29
3-3	Typeface	30
	English	31
	Japanese	32
3-4	Iconography	33
	ReX Icons	33

Expression as Rakuten Group

Recommended

ブランドイメージを効果的に印象付けるには、あらゆるタッチポイントで一貫性のある表現をすることが重要です。

口頭や文章を通じたコミュニケーションをする際や、フォトグラフィを使用する際にも、人々を明るく元気付け、温かみを感じさせられるような語り方や写し方などを通じて、本ガイドラインP5に記載の楽天グループとしての姿勢を表現することができます。

詳しいガイドについては、[Tone of Voice and Photography Guideline](#) をご参照ください。

Tone of Voice

コミュニケーションの際には語り方も心掛け、楽天グループとしてのミッションやブランド方針の印象を損なわないように意識してください。

Photography

フォトグラフィを通じて視覚的に楽天グループのミッションやブランド方針を印象付けることができます。フォトグラフィはコンテンツやUI全体に合わせて、内容に即したものを必要箇所で使用するようにしてください。



※画像はイメージです。

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

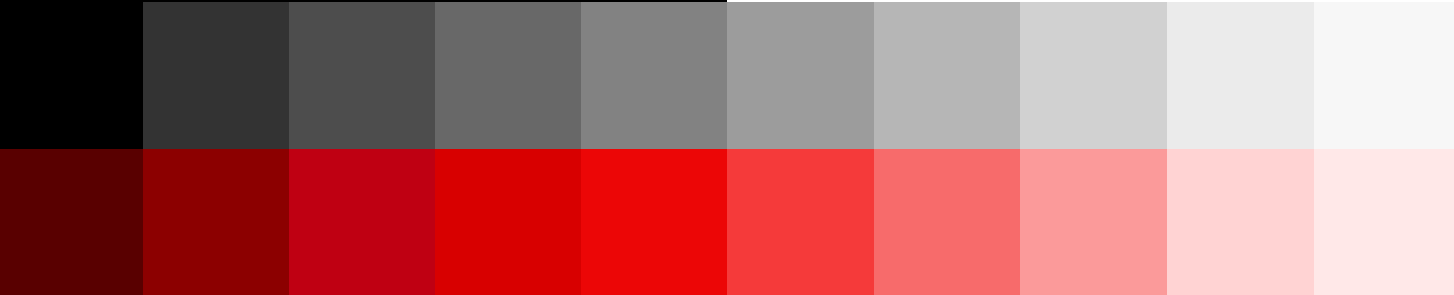
RGB 191 / 0 / 0
HEX #BF0000
CMYK 25 / 100 / 100 / 0
PANTONE 1805C

Black

RGB 0 / 0 / 0
HEX #000000
CMYK 0 / 0 / 0 / 100
PANTONE Black 6C

White

RGB 255 / 255 / 255
HEX #FFFFFF
CMYK 0 / 0 / 0 / 100



Sub Brand Colors

サブブランドの制作物には基本的に各事業部のサブブランドカラーをメインカラーとして使用してください。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 91 / 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 133 / 41 / 205
HEX #8529CD
CMYK 63 / 84 / 0 / 0
PANTONE 266C

Pink

RGB 255 / 65 / 190
HEX #FF41BE
CMYK 0 / 85 / 10 / 0
PANTONE 232C

Black

RGB 0 / 0 / 0
HEX #000000
CMYK 0 / 0 / 0 / 100
PANTONE Black 6C

Rakuten Font

Mandatory

Recommended

楽天グループでは、楽天のブランドアイデンティティを統一かつ柔軟に体现するために、チーフクリエイティブディレクター佐藤可士和氏監修のもと、楽天のオリジナルフォント「Rakuten Font」を開発しています。

「Rakuten Font」は、楽天グループのONE Brand戦略における「Unique,yet Unified(ユニークでありながら統一されている)」のステートメントに沿って設計されており、楽天エコシステム内の各ブランドが、あらゆるタッチポイントにおいて、楽天ブランドとして一貫性のある声(ボイス)で語りながら、同時に、独自性を持った表現ができるようにデザインされています。

Rakuten Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?%&#\$¥£€+-

Rakuten Sans Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?%&#\$¥£€+-*

Rakuten Sans JP

あいうえおかきくけこ
さしすせそたちつてと
なにぬねのはひふへほ
まみむめもやゐゆゑよ
らりるれろわをん、。

Rakuten Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?%&#\$¥£€+-

Rakuten Serif Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?%&#\$¥£€+-*

Rakuten Rounded

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?%&#\$¥£€+-

Rakuten Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?%&#\$¥£€+-

アイウエオカキクケコ
サシスセソタチツテト
ナニヌネノハヒフヘホ
マミムメモヤヰユヱヨ
ラリルレロワヲン、。

楽天市場大小上下左右
東西南北未来現在過去
衣食住心技体花鳥風月
春夏秋冬空海地日本国
森羅万象十百千万億兆

English

Mandatory

欧文用(Roman and Cyrillic)のRakuten Fontは、4スタイル(Sans/Serif/Rounded/Condensed)・各5ウェイトで展開されています。

【使用方針】

欧文の制作物には、「Rakuten Font」のいずれかをご使用ください。それ以外のフォントを使用する場合は、事前にブランドチームにご相談ください。

「Rakuten Sans」を使用する制作物に日本語が含まれる場合は、「Rakuten Sans JP」を使用してください。*

【Rakuten Sans UI】

デザイナーと開発者向けには、本文やUIに適した「Rakuten Sans UI」も用意しています。小さい文字での可読性を上げるために、小文字の“a”と“g”の形状に変更が加えてあります。**

【インストール方法／外部委託先の使用について】

[ブランドコンフルページ](#)（社内限定）をご確認下さい。

*P32参照

**ブランドの印象担保のために本文以外の見出しなどにはできるだけ「Rakuten Sans」を使用してください

Rakuten Font (Roman and Cyrillic)

From the Top: Light, Regular, SemiBold, Bold, Black

Rakuten Sans

Rakuten Rounded

Rakuten Serif

Rakuten Condensed

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Aa Aa

Aa

Japanese

Mandatory

Recommended

「Rakuten Sans JP」は、日本語フォントです。アルファベットや数字・記号には「Rakuten Sans」のデザインが採用されていますが、「Rakuten Sans」よりもやや大きくすることで、日本語の文字とのバランスが整うよう調整されています。

【使用方針】

日本語を含む制作物においては、以下方針に沿って「Rakuten Sans JP」をご使用ください。

Mandatory

- ・コーポレートブランド、およびその配下のプロダクトブランドの制作物
- ・楽天グループ株式会社のコーポレートコミュニケーション制作物

Recommended

- ・エコシステムブランド、サブ・ブランド、コ・ブランド、およびその配下のプロダクトブランドの制作物
- ・グループ会社のコーポレートコミュニケーション制作物
- ・ブランドパーソナリティやターゲットに合わせて、別フォントを規定/利用することも可能です。その場合は事前にブランドチームへお知らせください。
- ・いずれの場合も一貫したフォントによるコミュニケーションに努めてください。
- ・以下の場合「Rakuten Sans JP」の使用を推奨します。
 - 旧推奨フォント(UD Shingo NT、Noto Sans)を使用している場合
 - 楽天ブランドを強く訴求したいクリエイティブ

【インストール方法／外部委託先の使用規約について】

[ブランドコンフルページ](#)（社内限定）をご確認ください。

Rakuten Sans JP

From the Top: Light, Regular, Medium, DemiBold, Bold, Heavy

「さあ、切符をしっかりと持っておいで、お前はもう夢の鉄道の中でなしに本当の世界の火やはげしい波の中を大股にまっすぐ歩いて行かなければいけない。天の川の中でたった一つのほんたうのその切符を決しておまへはなくしてはいけない。」あのセロのやうな声がしたと思ふとジョバンニはあの天の川がまるで遠く遠くになって風が吹き自分はまっすぐに草の丘にたってゐるのを見また遠くからあのブルカニ口博

ReX Icons

Recommended

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）
<https://rex.rakuten.design/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



4

Applications

4-1	Asset & Creative Design Process	35
4-2	Guidelines	38

Asset & Creative Design Process

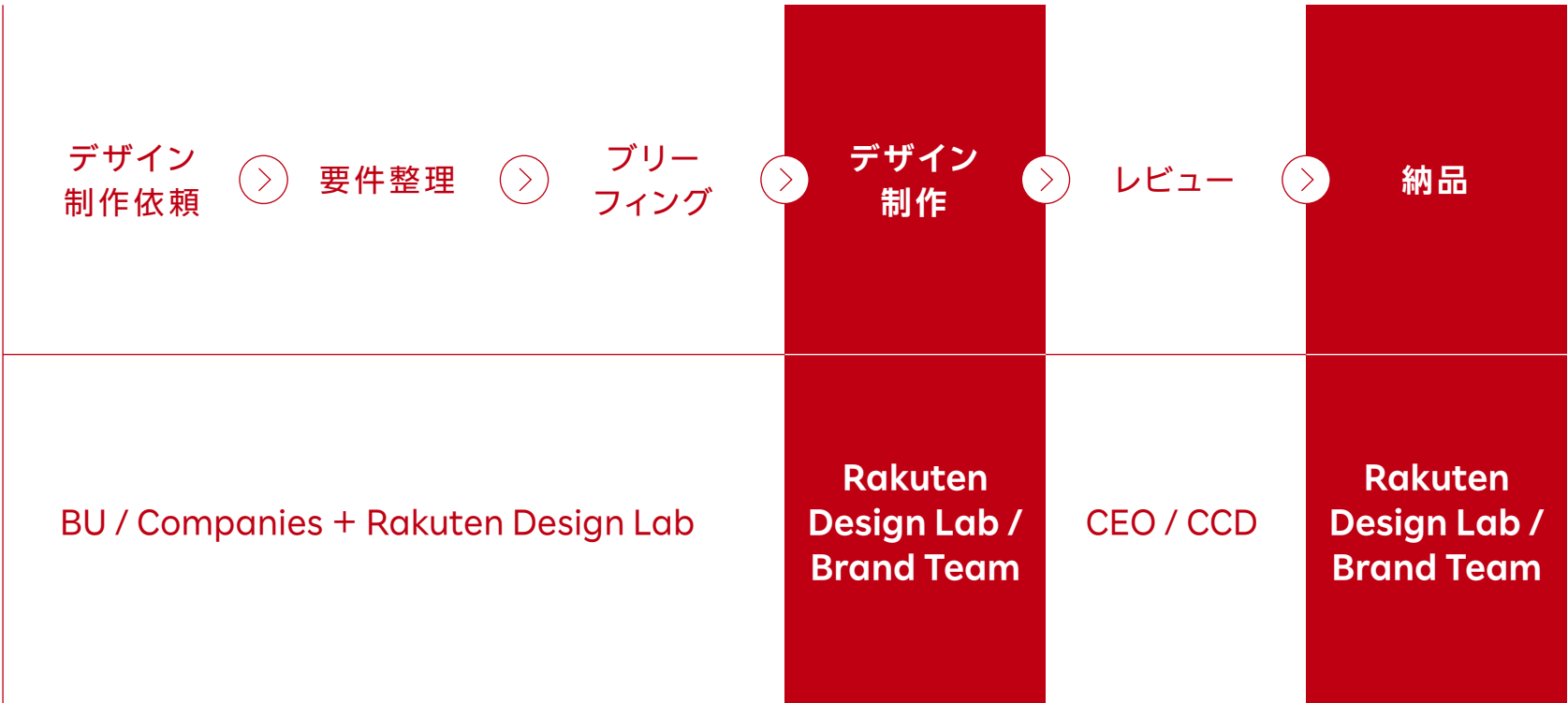
楽天デザインラボ・ブランドチームの関わるプロセスは、「Design by Rakuten Design Lab」と「Brand Check」の2種類あります。

楽天ブランドのイメージに大きな影響を与える制作物は、一部楽天デザインラボが制作しております。各事業／部門は、本ブランドガイドラインを遵守し、制作物をデザイン・制作してください。制作したクリエイティブで「Brand Check」のスコープ対象の制作物は、楽天グループ内のデザインの一貫性を保つために「Brand Check」にてレビューを受けてください。

楽天デザインラボ制作、ブランドチェックのスコープは次のページをご参照ください。

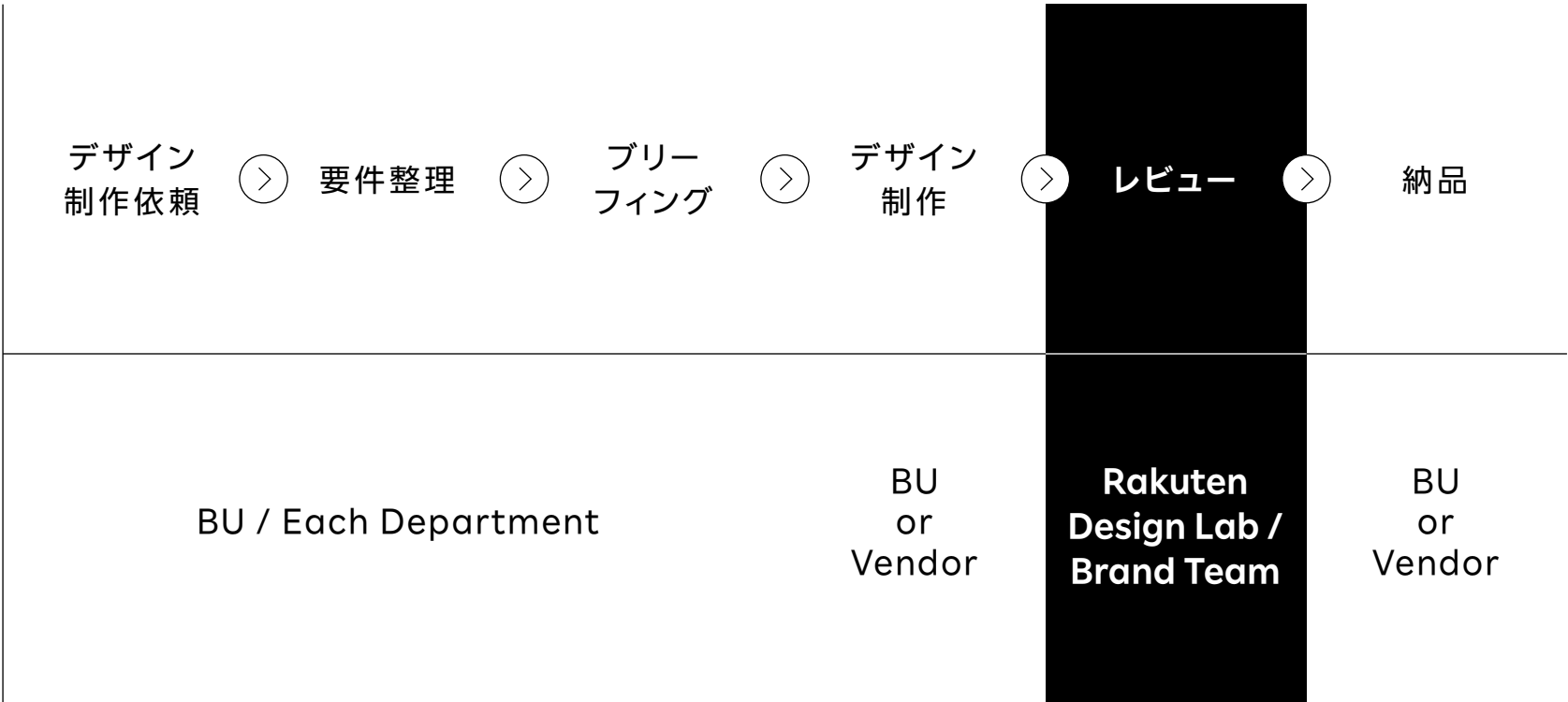
Design by Rakuten Design Lab

楽天デザインラボ による制作
楽天デザインラボは、ブランドチームと連携し、楽天ブランドのイメージに大きな影響を与える制作物の品質を担保するために、デザインの制作を行います。



Brand Check

Brand Check
BU／各部署が制作したデザインのレビューを行うプロセス。楽天デザインラボ・ブランドチームは楽天グループ内での各制作物のデザインの一貫性を保つために、BU／各部署が制作したデザインのレビューを行います。



Asset & Creative Design Process

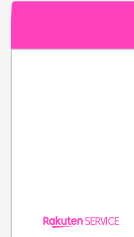
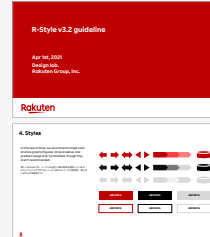
楽天デザインラボ制作、ブランドチェックを行う制作物の
スコープを記載しています。デザインのプロセス・最終承認者は
制作物によってタイムラインが変わりますのでご注意ください。
スコープ・フローなど詳細は[デザイン&ブランドチェックプロセスガイドライン](#)をご参照ください。

*CCD(Chief Creative Director): 佐藤可士和氏

**サブブランド/コブランド/プロダクトブランドを立ち上げる際は、事前に[ブランド/設立改変、およびマーケティング関連手続きインストラクション](#)を確認し、必要な手続きをとる。プロダクトロゴを制作する際は、[プロダクトロゴガイドライン](#)を確認する。

***オフィスは別プロセスでの[レビュー](#)申請が必要。

****スポンサーシップ、お買いものパンダを利用した制作物はオンライン・オフライン問わずレビューする。
お買いものパンダを利用した制作物を制作する場合は、[CSD](#)に連携する。楽天グループの公式キャラクターはお買いものパンダです。新たなキャラクターの使用を検討する際は、[キャラクターガイドライン](#)を参照し、事前にブランドチームに連携する。

Design by Rakuten Design Lab	Design Brand check	Brand check			
最終承認者 CEO + Group CMO / CCD*	最終承認者 CEO + Group CMO / CCD* or Rakuten Design Lab ※制作数により異なります-	最終承認者 Rakuten Design Lab			
ロゴ**	パッケージ	ロゴ **	販促関連制作物	ノベルティ/スタッフツール	販促関連制作物
Rakuten Rakuten ジニア Rakuten Travel Rakuten Games Rakuten Rakuma Rakuten Advertising Rakuten BEAUTY Rakuten DRAGON サブブランド/コブランドロゴ Rakuten SUPER ナイター Super Baseball Game  Rakuten コーポレートアクティビティ (イベント/ジョイントロゴ)	 	楽券: Rakuten Racco Rakuten Travel プロダクトブランドロゴ	  チラシ/ポスター POP広告など	  ノベルティ スタッフツール	旅行いくなら Rakuten Travel  動画
APPアイコン		広告	空間デザイン		
R  		    新聞広告/ 雑誌広告 OOH TV CM TVCM関連制作物 (ランディングページ等)	   オフィス *** 店舗 イベント/PRブース		
		コーポレートコミュニケーション			
		       ビジネスツール R-style 配布物/ポスター 書籍/雑誌 イベント/記者会見 (インタビューボード/サインボード)			
		スポンサーシップ ****	お買いものパンダ ****		他社媒体掲載ロゴ
		 	 		

Guidelines

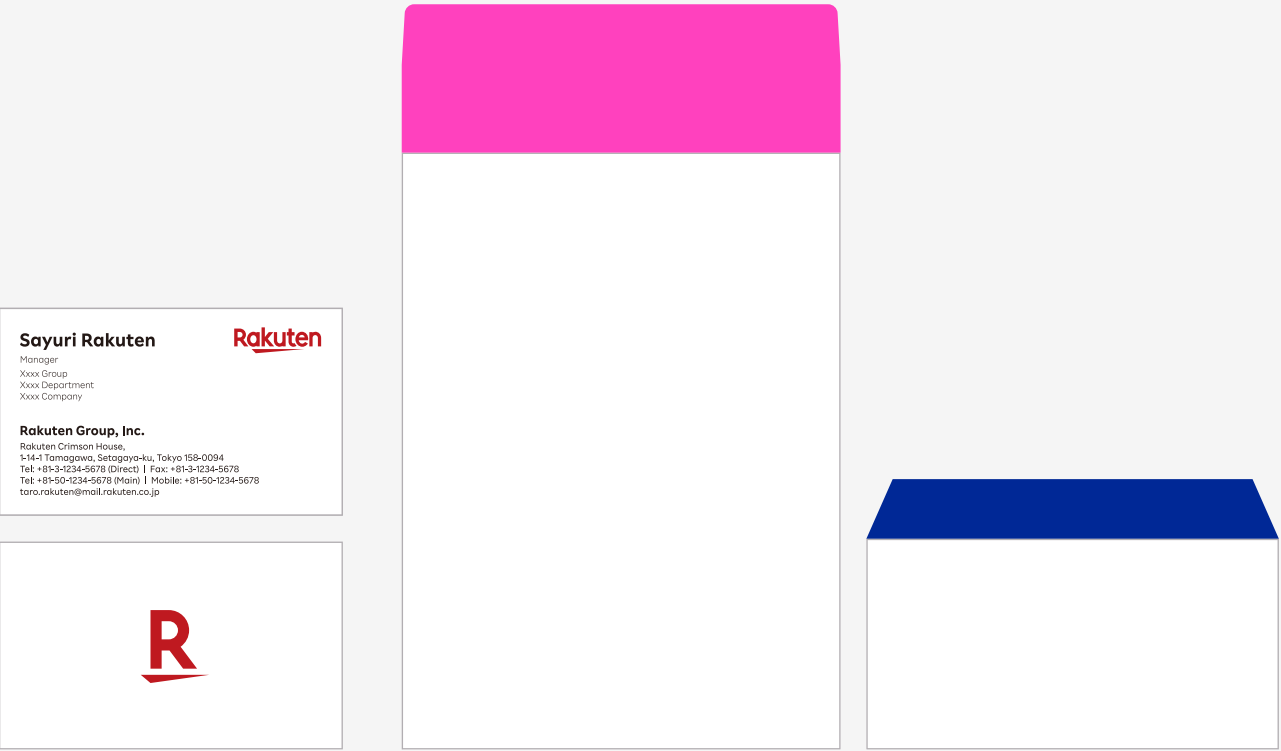
ビジネスツール、インタビューボードなど

各種制作物の参考ガイドは、[ブランドコンフルエンスページ](#)をご参照ください。

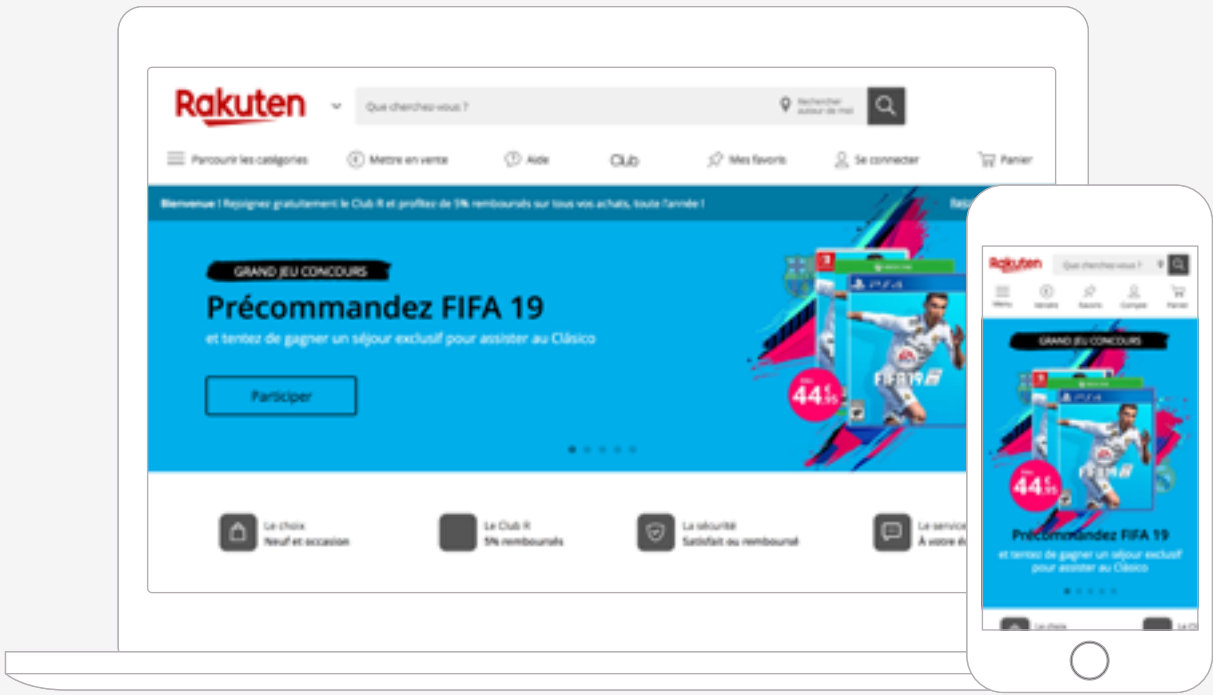
ヘッダーやSNSプロフィールアイコンなど

ウェブサイトやアプリをデザインするにあたり、楽天グループが一貫して遵守するデザインルールを示すガイドラインは[Brand & ReXポータル](#)をご参照ください。

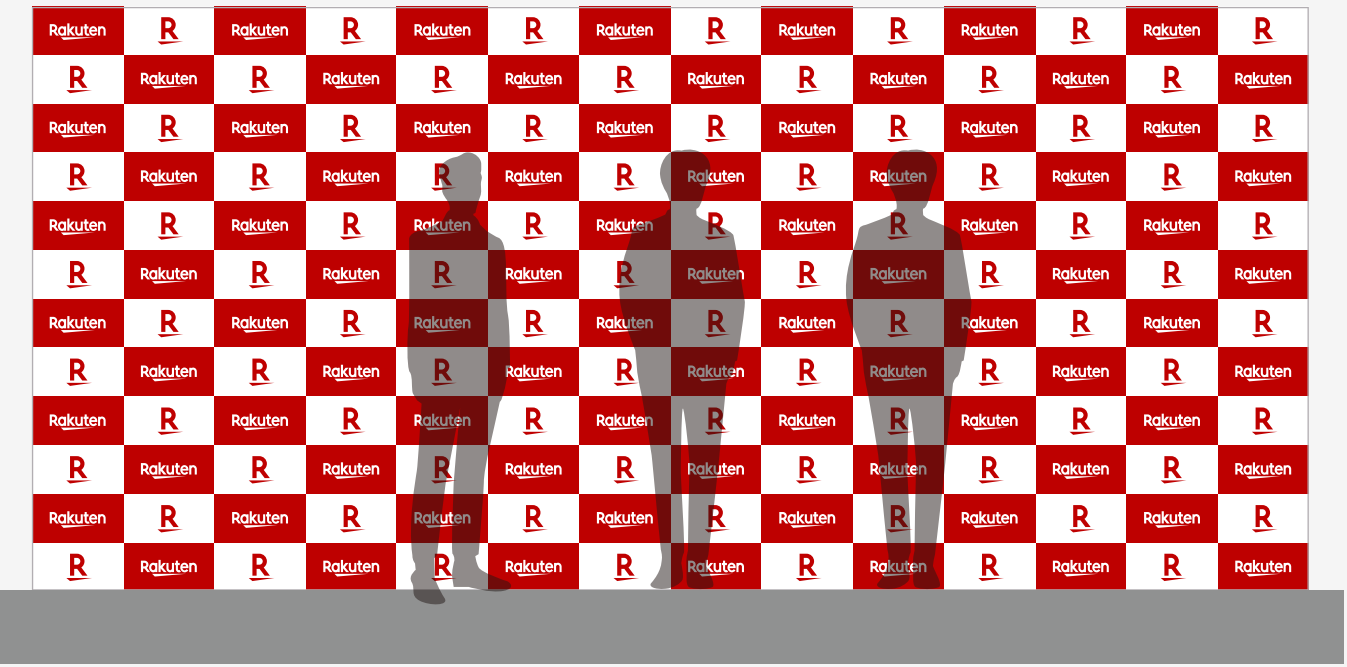
Business Tools



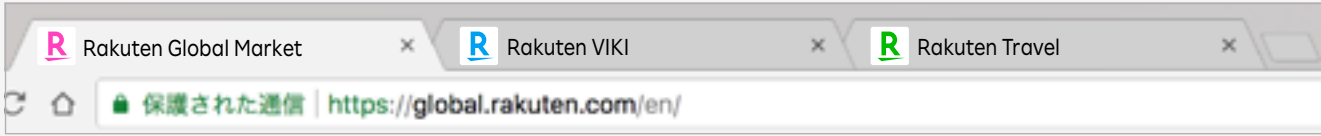
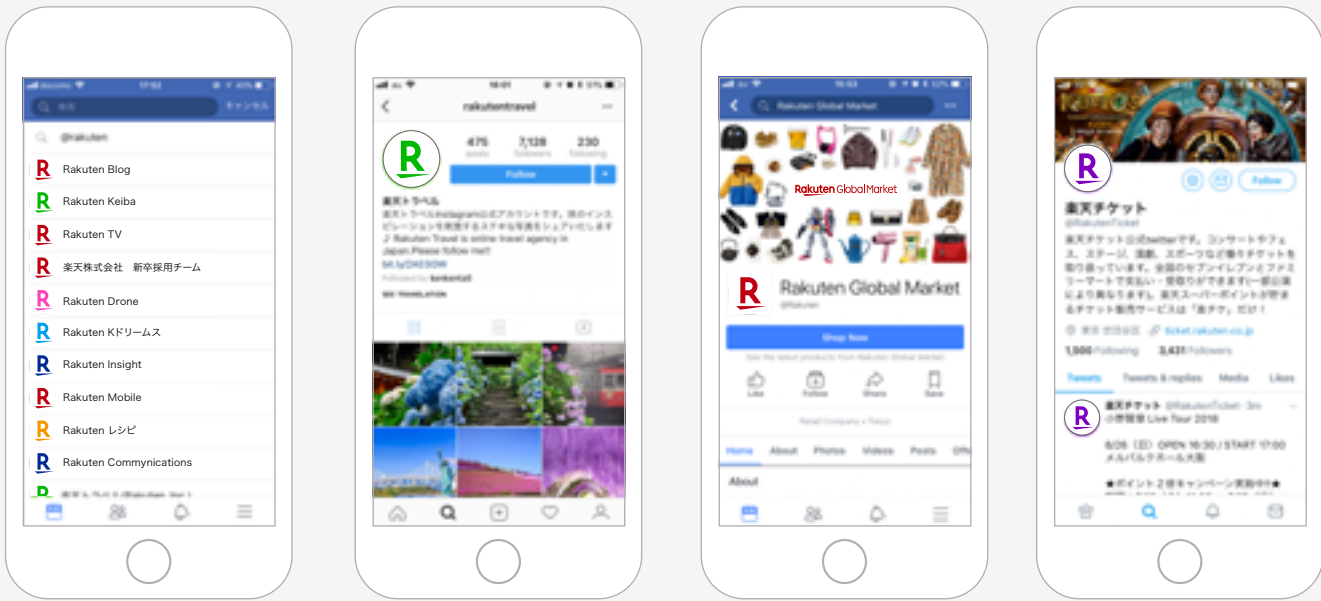
Web Headers



Media Backdrops



SNS Icons / Favicons



Guidelines

Guideline Name	Contents	Link
Rakuten Brand Guidelines		https://officerakuten.sharepoint.com/sites/RGR/Library/Forms/AllItems.aspx?newTargetListUrl=%2Fsit_.....
Brand Guidelines Reference Guidelines	Corporate Slogan	https://rak.box.com/s/6rnp3ageca92p7rfk5wx6iya6p1geuh3
	Product Logo	https://rak.box.com/s/p5vq6urhj35zvc23yaubbf1ap6cstfnv
	Endorsement Expression & Logo	https://rak.box.com/s/du77w8td4ysxmia05kc8h0lk14rz3reg
	Interview Board	https://rak.box.com/s/4ua67mia39thywqcdnk8p9cx00tbbe9i
	Novelty Design	https://rak.box.com/s/7akohetbbug6hlp1mm0a8xphkqhjkue0
	Uniform Design	https://rak.box.com/s/lb5yoa226i6jziordz0koteozvpsvihk
	Tone of Voice & Photography	https://rak.box.com/s/47fognfyc6m3d0xiomxjbsyap2ba0t3z
	Design & Brand Check Process	https://rak.box.com/s/tmmtbe55xzayxin61fzh2z1rjhjbb9kn
	Character Guideline	https://rak.box.com/s/iukw63lxcfaam1iraxnoqs14gm4aztob
Business Tool Guidelines	Business Card	https://rak.box.com/s/jpe6s7i8tugebs05bcu9cwu2oekk2bta
	Envelope	https://rak.box.com/s/5fxucbb88lgba7woj28op4pogpf9vx33
	Employee Badge	https://rak.box.com/s/4kmszizk3zttbkjl8ssyf6loshuwwwvd
	Letterhead	https://rak.box.com/s/9o4aagdug3tq2clqhk197ddi6xlr76a2
	R-Style	https://rak.box.com/s/v66a8wxkcsofkt875ekkm2xju0romagq5
Rakuten Point Coin Illustration		https://rak.box.com/s/j7x8pyyciczfhozx6ftkhyg48y7zwh1s
Instructions for Brand Launch/Modification and Marketing Related Procedures		https://officerakuten.sharepoint.com/sites/RGR/Library/Forms/AllItems.aspx?csf=1&web=1&e=c3XLYo&.....

Contact

Inquiries about Rakuten Brand Guideline (Brand team)

gm-brand@mail.rakuten.com

Inquiries about Brand Check

brand-order@mail.rakuten.com

Inquiries about trademarks

chizai@mail.rakuten.com

ブランドに関する詳細なインストラクションや各種制作物の参考ガイドは、
[ブランドコンフルエンスページ](#)をご参照ください。(社内専用)

ブランド関連で必要な手続きやプロセス、ブランドアセット、
その他ブランド関連について不明な点があれば[FAQ](#)をご確認ください。

Version History

Ver 1.0 (2023.11)

- ・RGR化に伴う楽天ブランドガイドラインの制定

Ver 2.0(2024.05)

- ① P31 日本語フォント変更
- ② 一部画像・リンクアップデート