



me·gu·ru
めぐる

Brand Identity Design System Manual Ver.1.0

ブランド・アイデンティティ・デザインシステム・マニュアル Ver.1.0

Brand Story-1

ニュースやネットの記事では最近、
DE&Iについて取り上げられることが増えてきた。
だが、人々の意識はどうだろう。
いつとき膨らんだ意識の芽生えは
次から次へと降り注いでくる
いつとき膨らんだ関心は、
次から次へと流れてくる様々な話題にかき消されていく。

街角でふと出会う障がい者。
人は目を逸らし、見えないフリをして、その存在を消す。
そう、世の中は、
「不関心」という名の「不公正」で溢れている。

世の中には、
同じ夢を見たくても、見られない人がいるのだ。
同じ土俵に立ちたくても、立てない人がいるのだ。

ならば、
我らは、

その人たちが進む、道を作ろう。
その道を照らす、光になろう。

一步一步、歩みを進めるその背中を押す、風となろう。
その人が喜びを持って仕事を
出来るよう寄り添う、影となろう。

その人の心が希望で満たされる、その日に向かって。

Brand Story-2

確かに、雇用は増えた。
だが、定着率はどうだろう？

足りないのは
働き甲斐のある職場であり
学び、成長し、自立していける環境だ。

私たちが自ら育てた農産物が



出荷され



消費者の口に入る

消費者からの対価は、企業を、私たちを潤し、
社会の一員としての「実感」、
そして「自信」となる。
やがてそれは、
「働き甲斐(喜び)」、「モチベーション」へと
結びつき、また、巡っていく。

この循環を大きく育てよう。

私たちが作るこの環境は、
少しずつ大きなサイクルとなって
多くの社会課題を解決し
これからの日本に欠かせないものとなる。

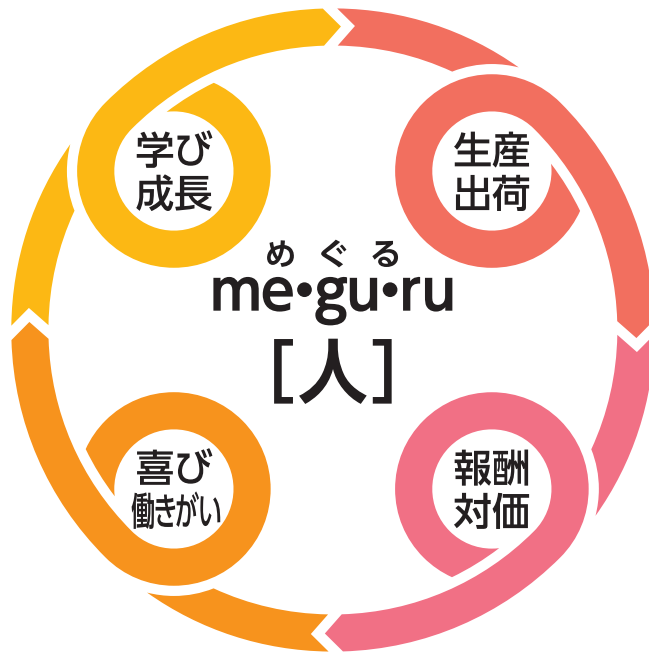
Brand Story-3

私たちは、単に働く環境を作るのではない。
単に農作物を育てるのではない。
一人ひとりが、自らの足で立ち
社会に貢献する、その“循環”を育てるのだ。

世の中は、いろんな色を持つ人や
組織で構成されている。

例えば、アオは私で
アカは君、
ミドリは成果物で
ミズイロは地球、
オレンジは仕事場で
ムラサキは親。
いろんな色や形が手を取り合って、
世の中は巡っている。
共に学んで、
やってみて、
失敗し、
工夫を重ねて
また、やってみる。
そうやって、人や組織、社会は成長していく。
関わる人、全ての人が笑顔になるために。
それはやがて、自分に、大切な人に、また、巡ってくる。

me·gu·ru Circle



Brand Statement

めぐりめぐって、大切な人の笑顔へ。

気持ち込めて植えた作物。

丹精を込めて育てた作物。

その作物がめぐりめぐって、知らない人の笑顔をつくる。

そしてめぐりめぐって、自分の大切な人の笑顔をつくる。

私たちは、ダイバーシティ(多様性)、エクイティ(公平性) & インクルージョン(包括性)の考え方を取り入れたバリアフリーな支援事業を通して、これから生まれる笑顔と希望をつくるサポート役をめざします。

その笑顔と希望が、自信や働きがいとなって、喜びとなって、めぐりめぐって、ひとつの輪となっていくように。

そんな、ひとつのシーズから育つ、「me・gu・ru」ストーリーにご期待ください。

Brand Philosophy

事業を通して、多様な可能性と持続性を構築し、次につながり、
一人ひとりがもっと喜びが感じられる社会へ。

Brand Mission

ファームの安心で安定した栽培環境の運営と継続的な提供を通じて、
企業人として多様な挑戦と公平な可能性を支え、
豊かな生活を実現するという社会的な課題解決を達成します。

Brand Concept

安心で安全な職場環境と雇用を促進する。
一人ひとりのやりがいの実現に寄与する。
多様な可能性を受容し地域の発展と共生社会をめざす。
事業収益性によって持続的な社会課題解決に貢献する。



me-gu-ru Naming

巡る(めぐる)。循環。この事業の取り組みの「和」を表す形。サーキュラーエコノミー。利益の循環。関わる全ての人の成長・喜びは巡っていく(循環する)という考えを込めています。

Brand Mark

多様性を表すカラフルな色。グラデーションは、巡る(循環の)流れを表しています。絶えず流れ続け、やがて大きく育てていく意思。さまざまな人や組織・社会が手を取り合って循環し、成長するこの事業の取り組みを形(円)にしました。

C O N T E N T S

Basic Design

1. ブランドマーク	10-11
2. ブランドカラー	12
3. ブランドマークルール	13
4. アイソレーションエリア	14
5. 表示可能色	15
6. 推奨背景色	16
7. 表示色と背景色の関係	17
8. 使用禁止例	18

Application Design

1. ブランドスローガンルール	20
2. シグネチャールール	21-22
3. ユニット・ポジション名称	23

Element Design

1. ブランドシンボルエレメント	25
2. 使用例	26

はじめに

本マニュアルは、「me・gu・ru」事業のブランド・アイデンティティの詳細と使用についてのルールを定めたものです。ブランド・アイデンティティは、常に一貫性をもって正しい表示を継続していくことにより、その価値もより高められ強化されていきますが、そのためには一定のルールが不可欠です。

「me・gu・ru」事業のブランド価値をさらに高めるために、本マニュアルの内容を理解し、使用ルールを遵守してください。使用に際してはマスターデータ (me・gu・ru_MasterData) を使用し、正しく再現してください。

なお、「me・gu・ru」事業のブランド価値を毀損する恐れがあるときや使用が適当と認められない場合には、使用の変更または中止をお願いすることがあります。

なお、本マニュアルに記載されていない表現方法で使用する場合には、必ず下記までお問合せください。

お問合せ 担当：株式会社 NEXT ONE 「me・gu・ru」企画事業部 TEL.03-5774-5511

このマニュアルに記載された内容は2024年4月現在の情報を基本にしています。

記載事項については増補・改訂する場合があります。

me・gu・ru.Ver.1.0フォルダについて

本マニュアルに従って印刷物等を制作する場合は、me・gu・ru.Ver.1.0フォルダに収録されたデータを使用してください。

- 収録データ :◎本マニュアルのPDFデータ ◎本マニュアルのAdobe Illustrator™データ・拡張子[.ai]・バージョン CC以上
 - ◎Master DataのPDFデータ ◎Master DataのAdobe Illustrator™データ・拡張子[.ai]・バージョン CC以上
 - ◎Master Dataに記載のJPGデータ・拡張子[.jpg]・カラー・タイプ[CMYK]/[RGB]
 - ◎Master Dataに記載のPNGデータ・拡張子[.png]・カラー・タイプ[RGB]

Basic Design

1-1.ブランドマーク [Type-A]

ブランドマークは、「me・gu・ru」事業のコンセプトを視覚化し、独自性を際立たせるために設定されています。視覚的に訴求するあらゆるコミュニケーションの媒体において、常に中心に位置するものです。[Type-A/Type-B]の2タイプ用意しました。媒体やスペースに合わせてよりブランド価値を高める効果が期待できるタイプで表示してください。使用にあたっては、必ずマスターデータを使用し、正しく再現してください。

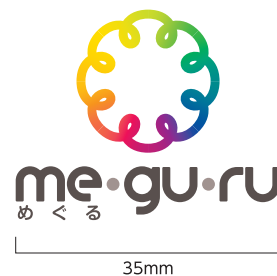
■Type-A1



■Type-A2



ブランドマーク [Type-A] を左右35mm以下で表示させる場合は、必ず [Type-A2] を使用してください。



■ブランドマーク [Type-A1] の最小使用サイズ

印刷時における最小使用サイズです。これよりも下回るサイズでの使用はできません。画面用 (Web/CM/VIDEOなど) のサイズ規定はしませんが、視認性が損なわれないように配置し、効果的に表示してください。

1-2.ブランドマーク [Type-B]

■Type-B1



■Type-B2



■ブランドマーク [Type-B1] の最小使用サイズ

ブランドマーク [Type-B] を左右50mm以下で表示させる場合は、必ず [Type-B2] を使用してください。

2.ブランドカラー

「me・gu・ru」事業の独自性を際立たせるために設定されている色がブランドカラーです。視覚的に統一されることにより認知を高めますので、印刷物や屋外広告物、Webや映像などを制作する際には、常に規定の色で表示されるように努めてください。

C	0	10	25
M	10	5	0
Y	100	100	100
R	255	239	206
G	255	225	218
B	0	0	0

C	25	50	75
M	0	0	0
Y	100	100	100
R	206	141	30
G	218	194	170
B	0	31	57

C	0	0	0
M	25	15	10
Y	100	100	100
R	251	255	255
G	198	216	225
B	0	0	0

C	75	100	100
M	0	0	25
Y	100	75	50
R	30	0	0
G	170	154	132
B	57	107	135

C	0	0	0
M	75	50	25
Y	75	100	100
R	234	242	251
G	97	150	198
B	59	0	0

C	100	100	100
M	25	50	80
Y	50	25	0
R	0	0	0
G	132	105	64
B	135	153	151

C	25	0	0
M	100	100	75
Y	25	50	75
R	190	228	234
G	0	0	97
B	108	79	59

C	100	50	25
M	80	100	100
Y	0	0	25
R	0	145	190
G	64	7	0
B	151	130	108

me・gu・ru

めぐる

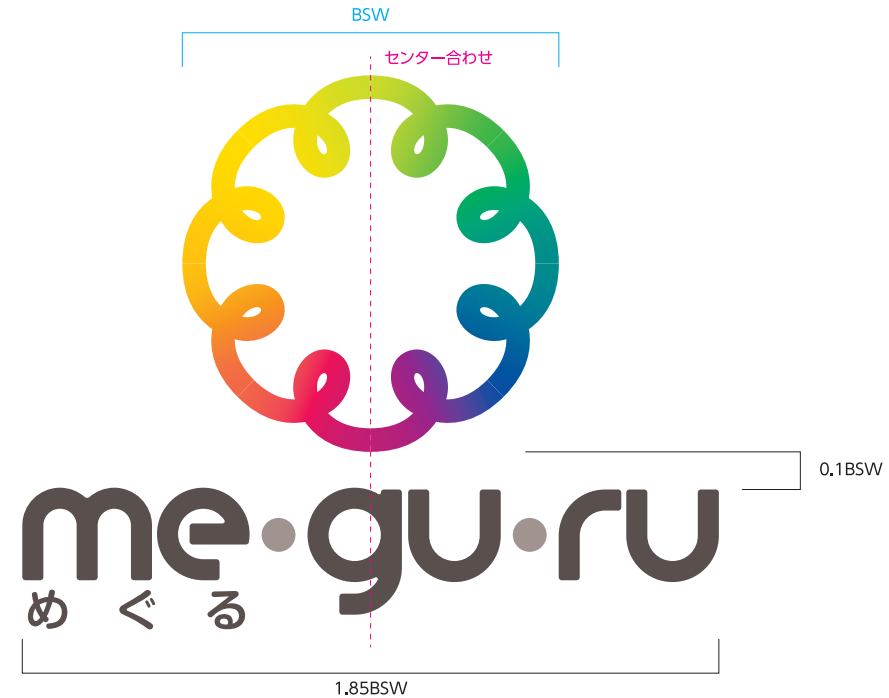
プロセスカラー	C80+M80+Y80+BL0
DIC	582
PANTONE	18-0510 TCX
画面用RGB	R79・G73・B70
HTMLコード	#4F4946

プロセスカラー	C40+M40+Y40+BL0
DIC	2453
PANTONE	17-1506 TCX
画面用RGB	R167・G152・B143
HTMLコード	#A7988F

3.ブランドマークルール

「me・gu・ru」事業のブランドマークは、規定された比率で構成されています。使用にあたっては、必ずマスターデータを使用し、正しい比率で再現してください。

■Type-A



■Type-B



BSW=ブランドシンボルのワイド(左右)

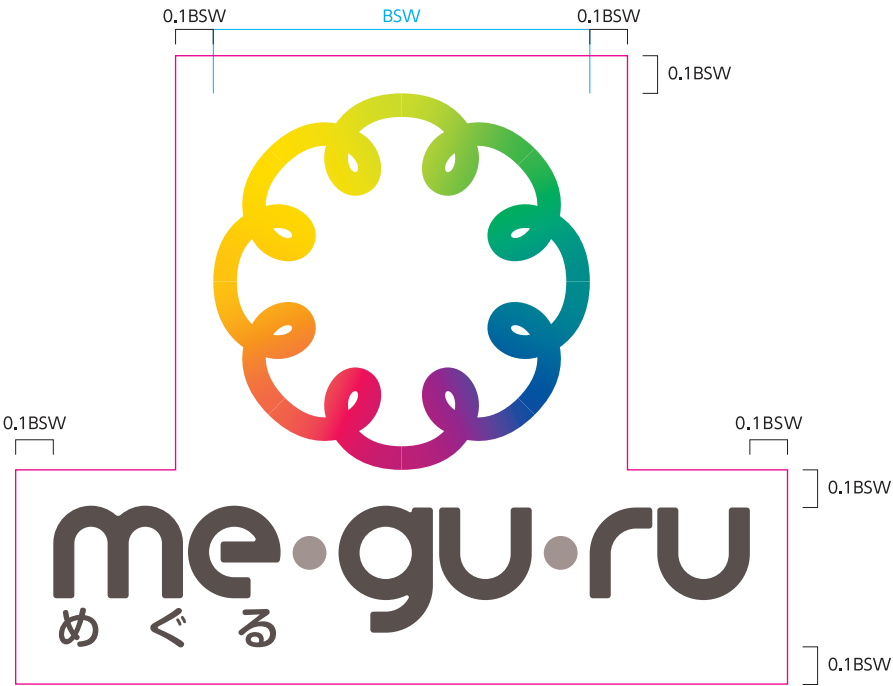
4.アイソレーションエリア

アイソレーションエリアとは、ブランドマークのアイデンティティ要素を、常に独立性を保って明確に表示するために必要な余白のことです。このエリア内にはいかなる文字情報も表示することはできません。規定を遵守し、正しく表示してください。

ただし、ブランドスローガンや事業コンテンツ名など「me・gu・ru」事業企画部が許可した文字情報に関してはアイソレーションエリア内での表示が可能です。

エリア修正しました

■Type-A



■Type-B



BSW=ブランドシンボルのワイド(左右)

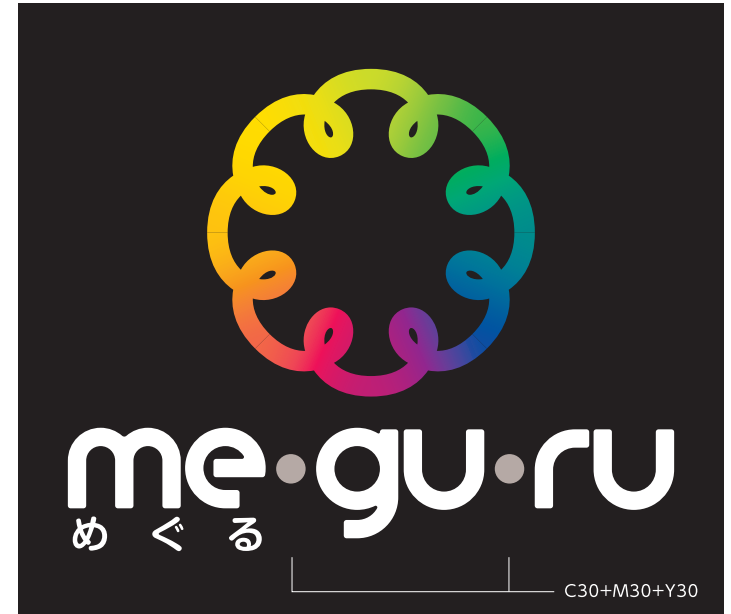
5.表示可能色

多様な条件のある媒体にブランドマークを効果的に表示していくためには、カラーを正しく適用して展開しなければなりません。ブランドマークの基本カラー表示は、ブランドカラーもしくはブランドカラー+白ヌキ表示です。媒体やスペースに合わせてよりブランド価値を高める効果が期待できる[カラー]で表示してください。例外として金・銀やエンボス加工などを施す場合は、素材色での表示も可能です。

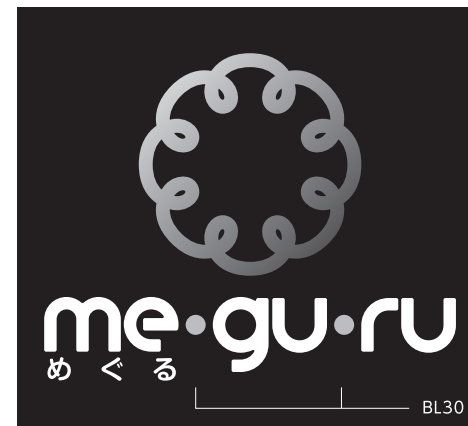
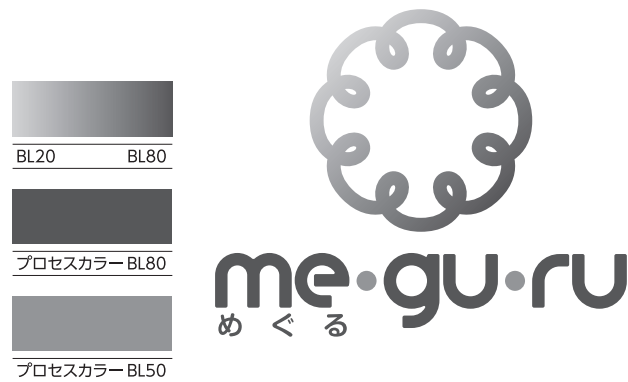
■ブランドカラー表示



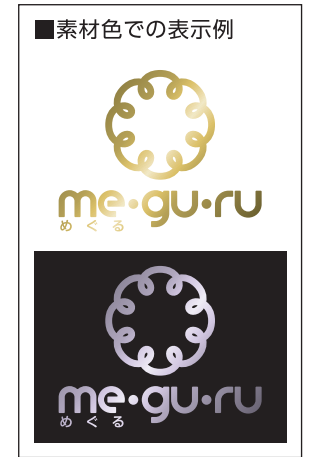
■ブランドカラー+白ヌキ表示



■モノクロ表示



■素材色での表示例



6.推奨背景色

ブランドシンボルのレインボーカラーを明確に表示していくために、推奨の背景カラーを設定しています。ブランドカラーで表示させる場合には明度が白⇔C10+M10+Y10程度、ブランドカラー+白ヌキで表示させる場合にはBL100⇔C70+M70+Y70程度のグレーやベージュトーンの背景を推奨しています。

P.14「表示色と背景色の関係」を参考に効果的に表示させてください。

■ブランドカラー表示例



■ブランドカラー+
白ヌキ表示例



■ブランドシンボル白フチタイプ

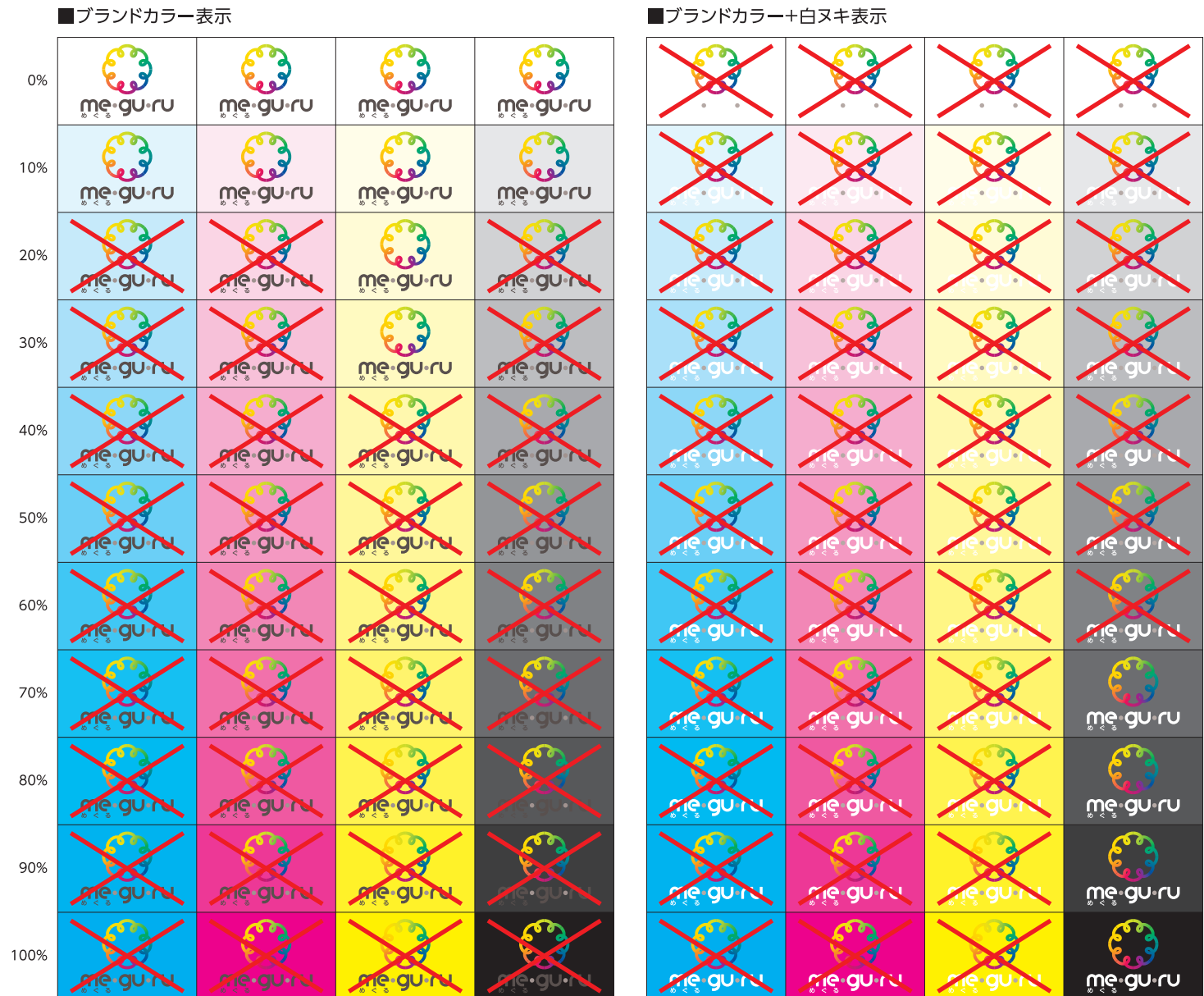
推奨背景色の使用が困難な場合や背景に写真を使用する場合にはブランドシンボルの白フチタイプを使用してください。



7.表示色と背景色の関係

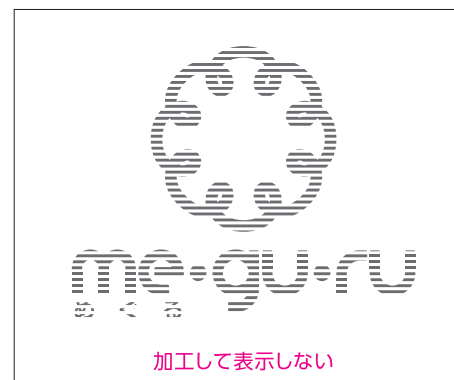
ブランドマークは、明確なコントラストの得られない表示を避け、常に明瞭に表示されることが求められます。

以下のチャートを参考にして表示してください。



8.使用禁止例

ここでは、ブランドマークを表示するうえで誤りがちな使用例を示しました。ブランドマークの誤用はブランド・アイデンティティの望ましい認知を妨げ、ブランドの価値を損なう原因になりますので、以下に示したような表示は禁止しています。



Application Design

※アプリケーションデザインとは、「ブランドスローガン」や「事業コンテンツ」、「所在地」などの要素を組み合わせる際のルールです。

1.ブランドスローガンルール

ブランドスローガンとは、「me・gu・ru」事業のコンセプトや世界観を一言で表現したコピーのことです。ブランドスローガンをブランドマークに表示させる場合は【Type-B】を使用してください。

ブランドスローガンは、必ずUD新ゴ-Rで表現してください。フォントポイントは特に規定しませんが、使用媒体やブランドマークとのバランスに合わせて効果的なポイントで使用してください。

決められたブランドスローガン以外のコピーをショルダーとして使用しないでください。



BSW

笑顔は、つながる。
me・gu・ru
めぐる

ブランド
ロゴタイプの
左右揃え

0.12BSW

BSW=ブランドシンボルのワイド(左右)

2-1.シグネチャールール(欧文)

シグネチャーとは、「me・gu・ru」事業の「事業コンテンツ」や「所在地」の名称を表記したブランドマークのセットのことです。



BSH=ブランドシンボルの高さ/BLH=ブランドロゴタイプの高さ(天地)(天地)

■事業コンテンツ タイポフェイス (Futura PT Demi)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

■所在地 タイポフェイス (Futura PT Book)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

■事業コンテンツ展開例



2-2.シグネチャールール(和文)



BSH=ブランドシンボルの高さ/BLH=ブランドロゴタイプの高さ(天地)(天地)

■事業コンテンツ タイポフェイス(UD新ゴ DB)

亜阿哀愛葵茜意以右雨絵学名
あいうえおかきくけこさしす
アイウエオカキクケコサシス

■所在地 タイポフェイス(UD新ゴ M)

亜阿哀愛葵茜意以右雨絵学名
あいうえおかきくけこさしす
アイウエオカキクケコサシス

■事業コンテンツ展開例



3.ユニット・ポジション名称

「me・gu・ru」事業部では、各ユニット(チーム)やそれぞれのポジション(役職)の名称も規定しています。印刷物等 可視媒体に名称を表現する場合には、下記の推奨書体を使用してください。

■ユニット名称

パレット

パレット1 / パレット2 / パレット3

Palette

Palette1 / Palette2 / Palette3

■ジョブコーチ名称

マネージャー

Manager

■ユニット管理者名称

ディレクター

Director

■和文 タイポフェイス(UD新ゴ DB)

アイウエオカキクケコサシス
1234567890

■欧文 タイポフェイス(Futura PT Demi)

ABCDEFGHIJKLMNOPQR
abcdefghijklmnopqrstuvw
1234567890

■実務作業名称

クルー

Crew

Element Design

1.ブランドシンボルエレメント

エレメントは様々な媒体にデザイン要素の一部として使用することが可能です。エレメントを使用する場合には必ず同一媒体上にブランドマークを表示させてください。

C	0	2	5
M	2	1	0
Y	20	20	20
R	255	252	246
G	250	249	248
B	218	217	217

C	5	10	15
M	0	0	0
Y	20	20	20
R	246	235	224
G	248	243	238
B	217	216	215

C	0	0	0
M	5	3	2
Y	20	20	20
R	255	255	255
G	244	248	250
B	214	216	218

C	15	20	20
M	0	0	5
Y	20	15	10
R	224	212	211
G	238	234	228
B	215	224	230

C	0	0	0
M	15	10	5
Y	15	20	20
R	251	253	255
G	227	235	244
B	213	209	214

C	20	20	20
M	5	10	16
Y	10	5	0
R	211	210	209
G	228	220	211
B	230	233	234

C	5	0	0
M	20	20	15
Y	5	10	15
R	241	249	251
G	215	218	227
B	225	217	213

C	20	10	5
M	16	20	20
Y	0	0	5
R	209	230	241
G	211	212	215
B	234	231	225

2.使用例

エレメントの使用サイズ等は規定していません。

