

消費者向けサイバーセキュリティ「ノートン」

新ブランドプロミスを発表

企業のビジョンに合わせ、デザイン、カラーをアップデート
消費者に寄り添うセキュリティブランドへ

株式会社ノートンライフロック（本社：東京都港区赤坂）は、新しいブランドプロミスを発表しました。プロミスに合わせ、ブランドロゴを含むデザインの変更も実施しております。新たなブランドデザインは、ノートンのWebサイト、SNS、製品等で、11月10日(水)より順次展開してまいります。

●ノートンの目指す、ブランドプロミス「より簡単に、より安全なデジタルライフを」

消費者のデジタルライフの変化に合わせ、ノートンは「ウイルス対策」を提供する企業から「包括的なサイバーセキュリティ対策」を提供する企業へと成長しました。デバイス、個人情報、プライバシーの保護等、様々な場面で、世界でも多くの方にご利用いただいています。

一方、ノートンサイバー犯罪レポート2021^{*1}によると、世界では58%の人がサイバー犯罪の被害に遭うことをこれまで以上に心配しており、中でも2人に1人は個人情報を守る方法がわからないと知っていることも明らかになっています。

そんな中、ノートンでは、新たなブランドプロミスとして、「より簡単に、より安全なデジタルライフを」消費者が送れるようにすることを目指します。『ノートンがあれば、セキュリティに関しては安心』そう思いただけのようなブランドを心がけて参ります。

*1) 2021/5/17 ノートンサイバー犯罪調査レポート2021 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000069936.html>)

CEO：ヴィンセント・ピレットよりコメント

ノートンがあれば、人々はセキュリティの専門家になる必要はありません。私たちは人々がより簡単にセキュリティ対策ができるサービスを提供することを心掛けています。

●より親しみやすいカラーとデザインへ、ブランドデザインをアップデート

リブランディングに合わせ、ブランドデザインのアップデートも実施いたしました。



・シンボルカラーである黄色、及びデザインに利用する色各種を、より明るいトーンに変更。サイバー犯罪という暗い問題に対して、明るいソリューションを提供するという思いを込めています。

・ロゴを小文字に変更。デザインをシンプルにし、人々がセキュリティに求める使いやすさや手軽さをイメージ。

・今までのブランドの要素を引き継ぎながらも、これからの時代も消費者のデジタルライフをノートンがサポートすることを表現した、新鮮でありながら親しみやすいデザイン。

CMO：クリスタ・トッドよりコメント

ノートンとその象徴であるチェックマークロゴは、多くの方に信頼していただいています。消費者のニーズの変化に伴い、一緒に進化してきたノートンは、この度ブランドデザインを刷新いたします。人々の明るいデジタルライフに寄り添っていく、そんなことをイメージしています。

●ノートンライフロック について

ノートンライフロック社(NASDAQ:NLOK(日本法人(株)ノートンライフロック))は、消費者向けサイバーセキュリティのグローバルリーダーです。人々がデジタルライフを安全に暮らせるように守り、後押しします。複雑に繋がる世界において、私たちは消費者の信頼できる味方です。私たちがサイバーセキュリティをどのように変革しているかについて詳しくは、www.NortonLifeLock.com をご覧ください。