

***cosmotec***<sup>TM</sup>

COSMOTECロゴ使用ガイドライン



## 本ガイドラインの目的

本ガイドラインは商品企画、販促用素材、流通業者、マーケティング活動あるいは報道機関等がCOSMOTEC ロゴマーク等を使用する際のデザインの規定や注意点、および具体的な使用の例を定めたものです。

COSMOTECブランドの趣旨をご理解いただき、正しくご使用ください。なお、COSMOTEC ロゴマーク等を使用するにはコスモ・テック（株）への申請/承認が必要となります。申請方法等については、下記メールアドレスへご連絡ください。

本ガイドラインはコスモ・テック（株）により事前の通知なく改訂される場合があります。

お問い合わせ： [ask@cosmotec-co.jp](mailto:ask@cosmotec-co.jp)

1	ロゴ基本フォーマット	pg1
2	ブランドカラー	pg1
3	アイソレーションエリア	pg2
4	ブランドカラー	pg3
5	基本日本語フォーマット	pg4
6	ブランドシンボル使用禁止例	pg5



# 1.フォーマット規定

## ■ 基本フォーマット



## ■ 横バージョン フォーマット



## ■ ブランドカラー

ブランドカラーは、ブランド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る色です。ブランドは視覚的に統一されることにより認知を高めます。常に規定の色で表示されるように努めてください。



スポットカラー(特色)  
PANTONE 289c

プロセスカラー(CMYK)  
C100 M91 Y37 K51

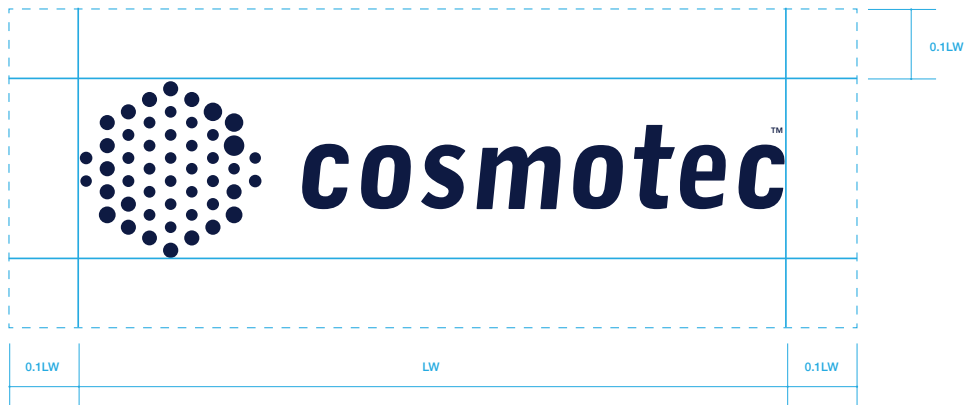
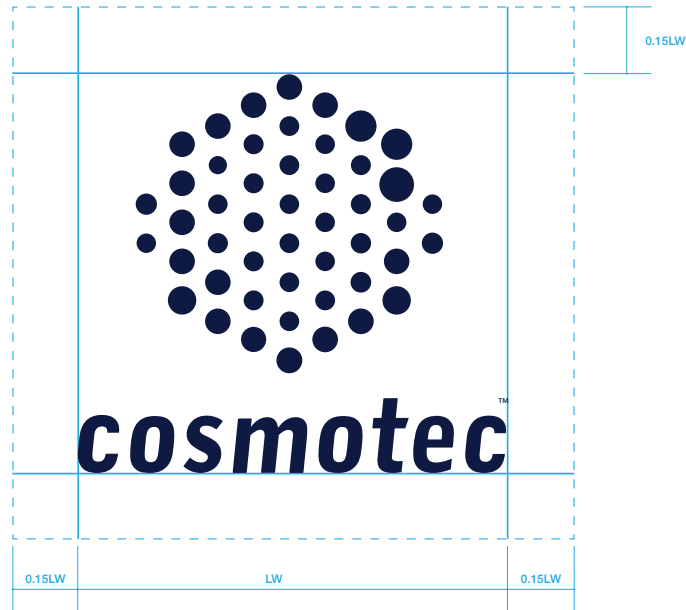
画面表示用近似色(RGB)  
R15 G26 B66

画面表示用近似色(WEB)  
#001844



## ■ アイソレーションエリア

ブランドシンボルが他の表示要素に紛れたり、影響を受けて印象が薄くならないよう、ブランドシンボルの周囲にアイソレーションエリアを設けます。点線の中に文字や図形、パターンを表示しないでください。(点線は実際には使いません)



真空コンポーネントを扱う専門会社として、1992年の設立以来、弊社が掲げつつけているスローガンです。現在の社会にはどのような問題が存在しているか。それを真空産業というひとつのフィールドにフォーカスし、抱えている問題を洗い出してみました。その問題を解決するために必要なことは？ 理想の産業にするための課題とは？ それらを

真空コンポーネントを扱う専門会社として、1992年の設立以来、弊社が掲げつつけているスローガンです。現在の社会にはどのような問題が存在しているか。それを真空産業というひとつのフィールドにフォーカスし、抱えている問題を洗い出してみました。その問題を解決するために必要なことは？ 理想の産業にするための課題とは？ それらを具現化するために、我々担い手に課せられたミッションは？

として弊社に課せられた、次の3つの役割が明確になりました。

1. 高品質

真空コンポーネントを扱う専門会社として、1992年の設立以来、弊社が掲げつつけているスローガンです。現在の社会にはどのような問題が存在しているか。それを真空産業というひとつのフィールドにフォーカスし、抱えている問題を洗い出してみました。その問題を解決するために必要なことは？ 理想の産業にするための課題とは？ それらを具現化するために、我々担い手に課せられたミッションは？

として弊社に課せられた、次の3つの役割が明確になりました。

1. 高品質



### ■ 基本色

ブランドシンボルは、コントラストの得られない表示をなるべく避け、例を参考にできる限り明瞭に表示してください。表示色と背景色の関係は、紙質やインク濃度の違いなどによって異なりますので表示例を目安に調整してください。



### ■ モノクロ表示



### ■ モノクロ表示 リバース



### ■ コントラストの得にくい背景の場合

できる限り枠付きのロゴシンボルは避けたいのですがコントラストの得にくい背景の場合は枠付きのロゴシンボルを使用します





# サポートフォント

## ■5. 基本日本語フォーマット

ブランドフォントは、ブランド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るフォントです。ブランドは視覚的に統一されることにより認知を高めます。常に規定のフォントで表示されるように努めてください。

ヒラギノ角ゴシックW7=タイトル・表題

ヒラギノ角ゴシックW3=サブタイトル・スローガン

ヒラギノ角ゴシックW1=主文



ヒラギノ角ゴシックW7

コスモ・テック 株式会社

ヒラギノ角ゴシックW3

『最良の結果を、最短で』

ヒラギノ角ゴシックW1

真空コンポーネントを扱う専門会社として、1992年の設立以来、弊社が掲げつづけているスローガンです。

現在の社会にはどのような問題が存在しているか。

それを真空産業というひとつのフィールドにフォーカスし、抱えている問題を洗い出してみました。その問題を解決するために必要なことは？

理想の産業にするための課題とは？

それらを具現化するために、我々担い手に与えられたミッションは？

そして弊社に課せられた、次の3つの役割が明確になりました。

### 1. 高品質

常に結果を意識し、安心してご使用頂ける、信頼性の高い製品のみ提案差し上げることを徹底しています。

### 2. 短納期

カタログ規格品は弊社物流センターに商品を常時在庫し、必要な時に必要な量を、スピーディーに、且つタイムリーにお届けすることに努めています。

### 3. 豊富な商品群

汎用性の高い規格品から、利便性を追求したユニークな製品まで、競争力がある幅広いラインナップで、常にお客様のお役にたてることを考え続けています。

弊社は、これからも引き続きお客様によって成長させていただきながら、常にお客様の期待を超えられるサービスを提供差し上げられるよう、挑戦し続けてまいります。



## ブランドシンボル使用禁止例

### ■5. ブランドシンボル使用禁止例

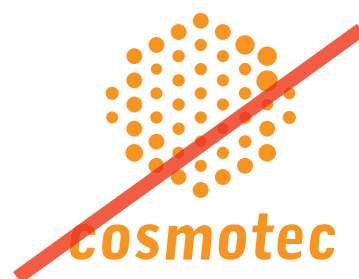
ブランドシンボルを表示する上で誤りがちな使用例を示しました。ブランドにとって好ましい認知、イメージの向上を図るためには、ルールに沿って統一して表示していくことが重要です。



変形表示をしてはならない



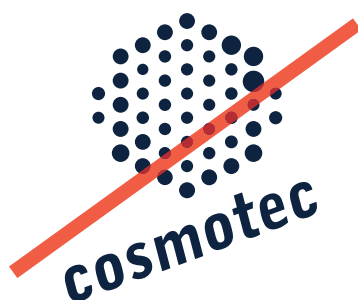
書体を変えて表示してならない



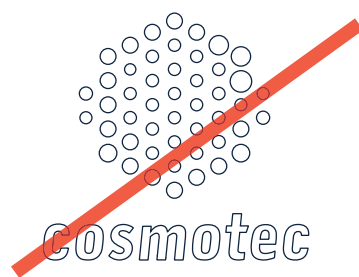
規定以外の色で表示してはならない



部分的に色を変えて表示してはならない



規定以外の組み方をしてはならない



アウトライン表示をしない