



Brand Guidelines

Overview

概要

本ガイドラインは、クックビズ株式会社（以下、「クックビズ」）やクックビズが提供する各種サービスのブランドの基礎を定義づける概念（= Brand Foundation）や、ブランド体験の一貫性を保つための価値観や基本ルール（= Brand Experience）、またブランド表現を形成する基本的なデザイン要素とその使用ルール（= Design Elements）を定めたものです。

クックビズやクックビズが提供する各種サービスに従事する際には、ブランドの一貫性向上のため、本ガイドラインで定められた内容を遵守してください。またガイドラインを使用する際には、ガイドラインが最新版であることを確認の上で、遵守してください。

本ガイドラインの構成要素

Brand Foundation

ブランドの基礎を定義づける概念

Mission Statement

ミッションステートメント

Brand Architecture

ミッション・ビジョン・バリュー・パーソナリティ

Brand Experience

ブランド体験の一貫性を保つための価値観や基本ルール

Brand Persona

ブランドの人格

Tone & Manner

ビジュアル表現に関する価値観や基本ルール

Tone of Voice

テキスト表現に関する価値観や基本ルール

Design Elements

ブランド表現を形成する基本的なデザイン要素とその使用ルール

Logo

ロゴ

Color Scheme

カラースキーム

Typography

タイポグラフィ

Photography

写真

Contents

目次

01. Brand Foundation

ブランドの基礎を定義づける概念

Mission Statement	5
Brand Architecture	6

02. Brand Experience

ブランド体験の一貫性を保つための価値観や基本ルール

Brand Persona	8
Tone & Manner	9
Tone of Voice	10
- Overview	11
- Dos & Don'ts	12

03. Design Elements

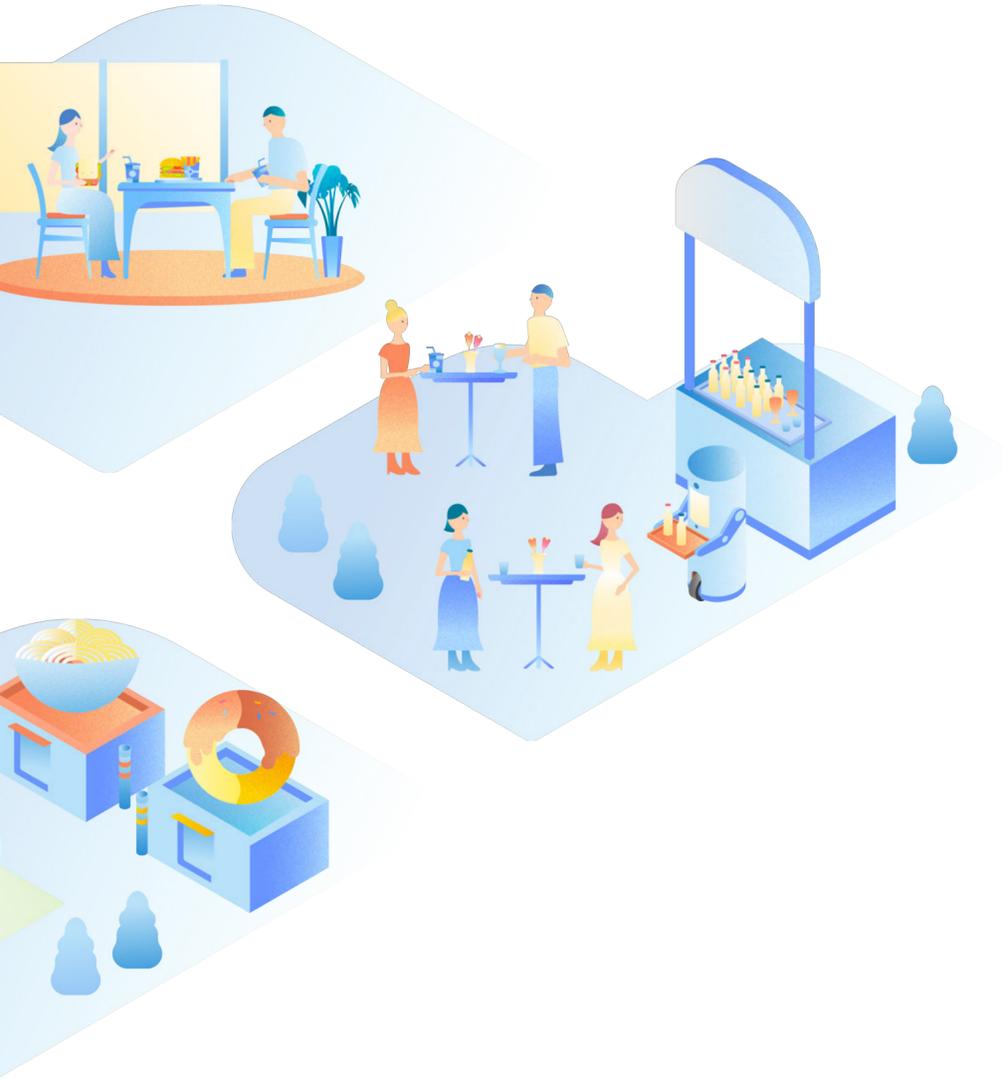
ブランド表現を形成する基本的なデザイン要素とその使用ルール

Logo	13
- Logo Symbol	13
- Logotype	14
- Primary Logo	15
- Secondary Logo	16
- Logo Colors	17
- Logo Clear Space	18
- Logo Minimal Size	19
- Logo Misuse	20
Color Scheme	21
Typography	22
Photography	23

01 Brand Foundation

Mission Statement

ミッションステートメント



日本は世界の中でも食に恵まれた国の一つです。

日本独自の料理だけでなく、世界中の料理が味わえたり、身近で気軽なものから、貴重でちょっとリッチなものまで、

多様な食に触れることができる機会に満ちているからこそ、このビジネスの着想を得ることができました。

そんな食がもつ価値は、機能的なもの（空腹を満たし、栄養を摂る）以上に今やはるかに大きな可能性を秘めています。

“食事の時間・空間そのものを愉しむ。人と人とを繋ぐ機会となる。メニュー・食材がもつストーリーを味わう。食の造り手として、喜びを提供する。”

世界中で愛されるこういった”食の付加価値”を、これまでになかった革新的なやり方で、一人でも多くの人に届けていきます。

そして、食に触れる全ての人（生活者・飲食人）にとって、毎日が、ライフスタイルが、人生がより豊かで、笑顔溢れるものになってほしい。

“この一皿に出会えてよかった。この仕事と出会えてよかった。この時間を味わえてよかった。この人と出会えてよかった。”

そのために、私たちは食を起点としたまだ見ぬ挑戦を続けていきます。

そんな私たちが実現したい未来、それは、

食の世界をもっと自由に、もっと笑顔に。

食の世界に関わる全ての人、つまり飲食人・飲食店・来店者・そして私たちが、自分らしく、自律的に、持ち味を発揮し、これまでにない食の付加価値を、体験・提供できる世の中を目指します。

その結果、一人ひとりがいきいきと、心から愉しめる世界を実現します。

この世界の実現のために果たすべき使命とは、

食に関わる、あらゆる制約を解き放つ。

私たちの描く未来では、これまでできもしなかったことが可能になっています。

そのために、いまハードルとなっているもの、古い慣習や価値観、言語や物理的な隔たり、その全てを取り払うことで実現できます。

私たちが発端となり、この食の世界をもっと広げ、もっと豊かにするため、誰も成し遂げたことのないゴールに向け、私たちは決して諦めず挑戦し続けます。

Brand Architecture

ブランドアーキテクチャ

VISION
実現したい未来

食の世界をもっと自由に、もっと笑顔に。

MISSION
果たすべき使命

食に関わる、あらゆる制約を解き放つ。

VALUE
約束する提供価値

食ビジネスに関わる全ての人
自分らしい成功に向け、歩むことができる。

飲食人（求職者）
食領域で自分らしいキャリアを歩める

飲食店（求人側）
自分たちらしいお店が実現できる

来店者
自分らしい食体験を最大限愉しめる

PERSONALITY
企業の性格

真摯さ・首尾一貫
公平性・誠実性

柔軟さ・近づきやすさ

専門性

02 Brand Experience

Brand Persona

ブランドペルソナ

サービスとしてステークホルダーに見せる姿勢・価値観をブランドペルソナとして設定します。各タッチポイントにおいて、定義されたキーワードに沿ったブランド体験を提供することを目指しましょう。

Sincerity 誠実さ・真摯さ

Diversity 多様性

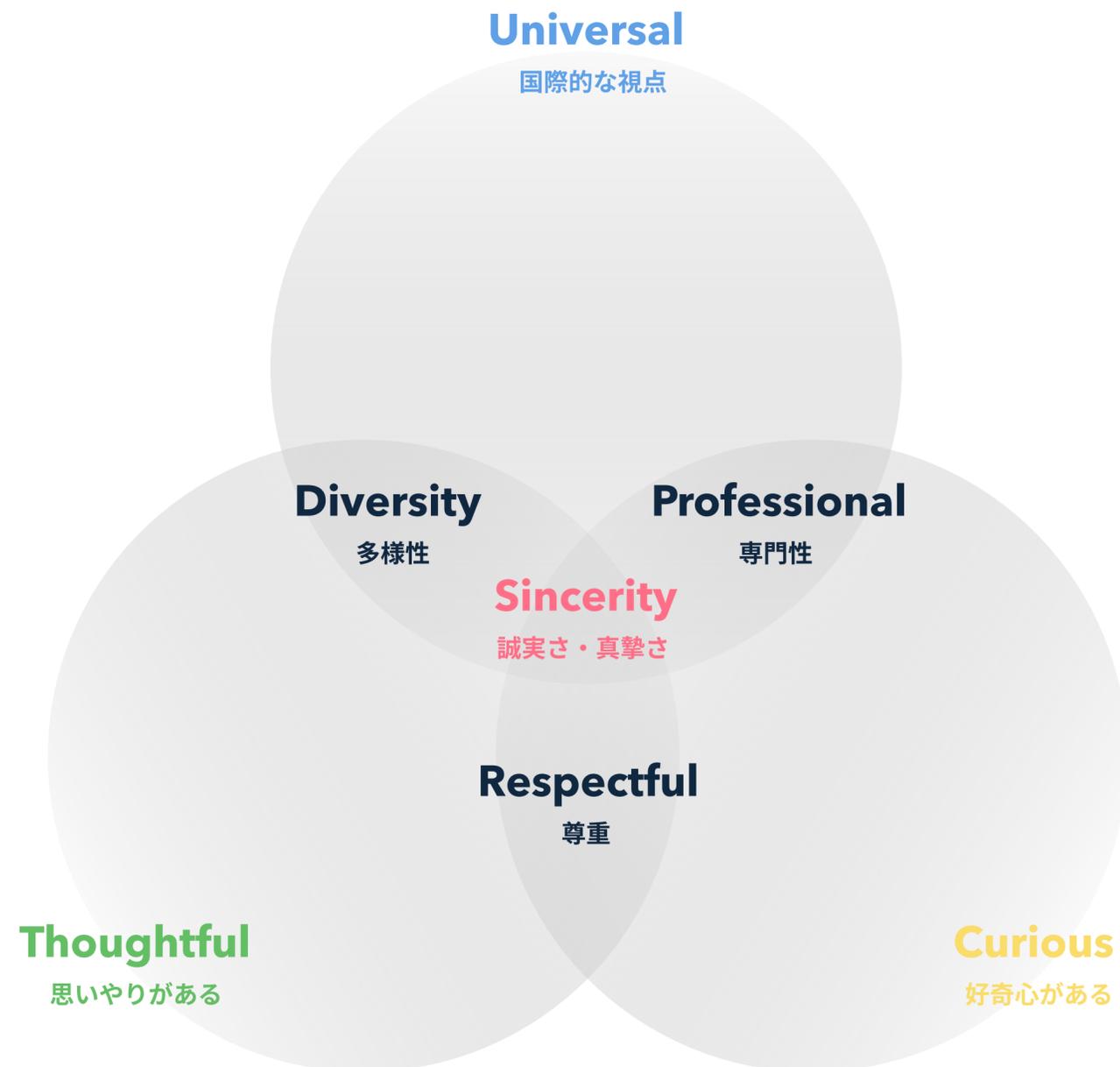
Professional 専門性

Respectful 尊重

Universal 国際的な視点

Thoughtful 思いやりがある

Curious 好奇心がある



Tone & Manner

トーン&マナー

サービスとしてブランド表現をする上で着想を助けるキーワードをトーン&マナーとして設定します。定義されたキーワードを尊重し、ブランドにふさわしいデザインを提供するように心がけてください。

Clear

伝わりやすさ

見る人が理解しやすく、素早く次の行動がわかるような端的な表現を心がける。

Simple

シンプルさ

複雑な造形や細かい描き込みより、なるべくシンプルな形や表現を採用する。

Pleasure

歓び

人・空間・食、すべてを対象に出会えたよこびを感じられる前向きな場所であることが認識できる。

Suppleness

柔軟さ・しなやかさ

やわらかなニュアンスを採用することで、柔軟で相手の気持ちや思いに寄り添う存在であると認識できる。

Friendly

親しみやすさ

より身近で親近感を感じられる明るく近づきやすい表現を心がける。

Tone of Voice - Overview

トーン・オブ・ボイス - 概要

サービスとしてテキスト表現をする上で着想を助けるキーワードをトーン・オブ・ボイスとして設定します。誰に向かって、どんな目的で発信するメッセージなのかをしっかりと意識して適切なトーンで発信してください。

Clear, Concise and Fair

明確かつ簡潔で公平に

誰にでも理解しやすく、素早く内容が伝わるような表現を心がける。専門用語や流行語、特定の誰かを中傷するような表現は避ける。

Conversational

日常会話のように

普段の日常会話で使うような自然な口調を心がける。命令口調や作業的な言葉遣いは避ける。

Positive and Confident

前向きかつ自信をもって

ステークホルダーにとって頼りがいのある存在となるため、前向きかつ堂々とした口調を心がける。高圧的な印象を与える言葉遣いは避ける。

Helpful and Encourage

協力的かつ勇気づけるように

話す相手にとって価値のある存在として協力的で励ますような口調を心がける。

Friendly but Respectful

尊重しつつ親しみやすく

より身近で親近感を感じられる明るく近づきやすい表現を心がける。ただカジュアルすぎる印象を与えるような表現は避ける。

Tone of Voice - Dos & Don'ts

トーン・オブ・ボイス - 注意事項

それぞれのタッチポイントに合わせて、下の例を参考に適切な表現をしてください。

※謙譲語（いたします、など）は基本的に使用せず、丁寧語（します、など）で統一します。

特集やSNS

◎ Do

話題のお店を紹介します。

◎ Do

ぜひ、注目してください。

✕ Don't ※謙譲語

話題のお店を紹介いたします。

✕ Don't ※是非の漢字。「ね、よ」の馴れ馴れしい表現

是非、チェックしてくださいね。

メール・求人

◎ Do

最新の情報をお知らせします。

◎ Do

注目の求人を紹介します。

◎ Do

未経験・独立希望者も歓迎の～

✕ Don't ※謙譲語

最新の情報をお知らせいたします。

✕ Don't ※感嘆符の多用。体言止め

注目！人気の求人をご紹介！

✕ Don't ※♪・○などの記号を多用。漢字やアルファベットが続く

未経験OK♪独立希望者歓迎！！

UI

◎ Do

パスワードを正しく入力してください。

✕ Don't ※否定で終わらせない。

パスワードが正しくありません。

03

**Design
Elements**

Logo Symbol

ロゴシンボル

Multiply the Potential of Food Culture

クックビズは、食を通じた新たな繋がりに可能性を見出し、
新たな体験や食文化を作り出します。



アスタリスク

+



光、解き放つ

+



C

Logotype

ロゴタイプ

ロゴタイプはロゴシンボルとの併用を推奨しますが、用途や媒体によってロゴタイプのみで使用が可能です。

cookbiz

Primary Logo

プライマリーロゴ

ロゴはロゴシンボルとロゴタイプで構成され、プライマリーロゴとセカンダリーロゴの二種類があります。基本的にはプライマリーロゴを使用してください。またプライマリーロゴには、HorizontalタイプとVerticalタイプがあります。

常にオリジナルのロゴファイルの中のものを使用し、変形、加工、改変を加えないでください。

Logo - Horizontal



Logo - Vertical



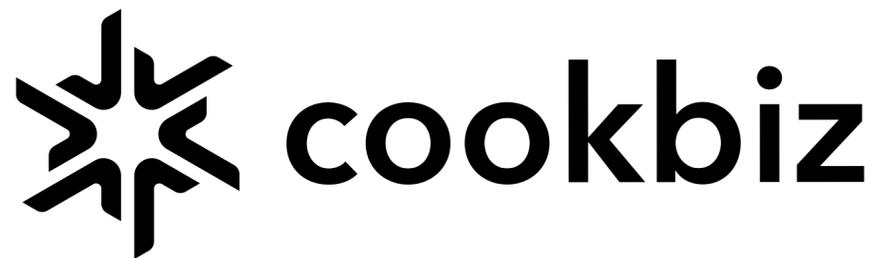
Secondary Logo

セカンダリーロゴ

セカンダリーロゴもプライマリーロゴと同様に、HorizontalタイプとVerticalタイプがあります。基本的にはプライマリーロゴの使用を推奨しますが、用途や媒体によって白黒やグレースケールでの使用が好ましい場合はセカンダリーロゴを使用してください。

常にオリジナルのロゴファイルの中のものを使用し、変形、加工、改変を加えないでください。

Logo - Horizontal



Logo - Vertical



Logo Colors

ロゴカラー

ロゴカラーには3種類の表示カラーがあります。例としてHorizontalのロゴを表示していますが、すべてのロゴシンボルとロゴタイプにおいても共通のカラーとなります。



Cookbiz Deep Navy

#102740

RGB:16.39.64

PANTONE: 289 C

CMYK:100.70.40.65



Cookbiz White

#FFFFFF

RGB:255.255.255

PANTONE: 000C

CMYK:0.0.0.0



Cookbiz Black

#000000

RGB:0.0.0

PANTONE: Black C

CMYK:40.40.40.100



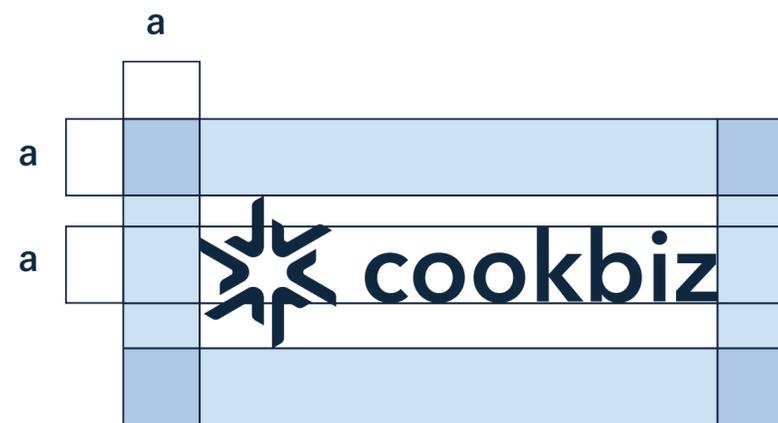
Logo Clear Space

ロゴ - 余白規定

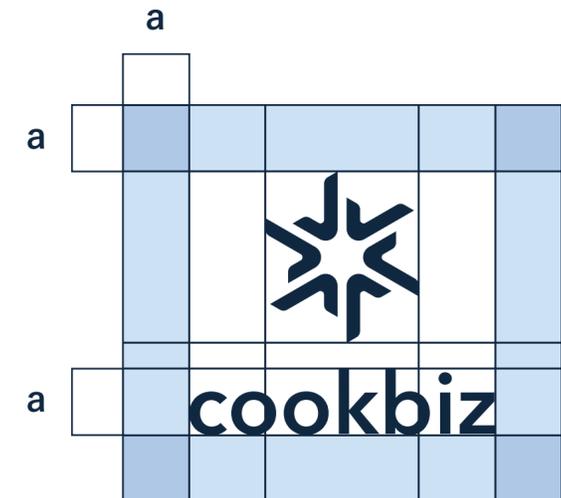
ロゴの独立性と視認性を確保するため、ロゴの周囲は常に一定以上の保護エリアを設けてください。保護エリア内には、他のデザイン要素（文字や画像等）を配置することを禁止しています。

例としてプライマリーロゴを表示していますが、セカンダリーロゴにおいても共通の規定となります。

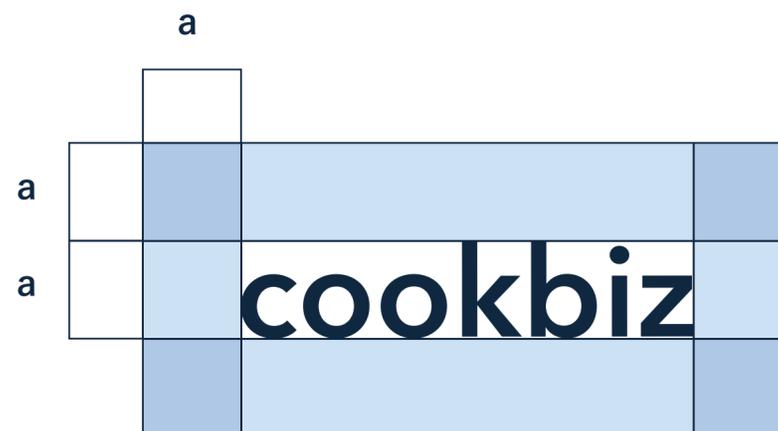
Logo - Horizontal



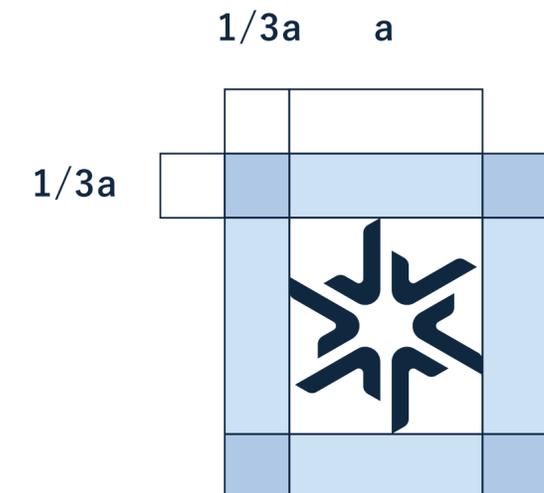
Logo - Vertical



Logotype



Logo Symbol



Logo Minimal Size

ロゴ - 最小サイズ

ロゴの十分な可読性を確保するため、最小サイズより小さいサイズでの使用は禁止しています。例としてプライマリーロゴを表示していますが、セカンダリーロゴにおいても共通の規定となります。

Logo - Horizontal



128px | 25mm

Logo - Vertical



64px | 12.5mm

Logotype

cookbiz



96px | 20mm

Logo Symbol



32px | 7.5mm

Logo Misuse

ロゴ - 禁則事項

クックビズが提供するすべてのダウンロードデータはデータの変形・加工することはできません。下図のような使用は禁止します。

例としてプライマリーロゴを表示していますが、すべてのロゴシンボルとロゴタイプにおいても共通の禁止事項です。

要素の大きさ変更・変形など

影付きなどの効果の使用・加工



回転

指定色以外での使用



アウトラインでの使用

視認性を損なうパターンや写真上での使用



Color Scheme

カラースキーム

もっともクックビズらしさを表現するカラーとして全ての媒体で使用されるカラーがメインカラーになります。配色の中でも引き立つように使用してください。

そのほか食サービスとして食べ物から採用したビタミンカラーをアクセントカラーとして採用しています。こちらはイラストやアイコンなどの色として使用が可能です。

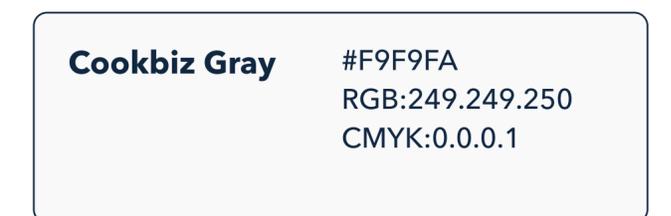
Main Color



Accent Color



Background Color



Typography

タイポグラフィ

新たな食の可能性を信じ、未来を切り拓く存在として伝語で「未来」を意味する名前を持ったAvenir Nextを欧文に、Webサービスによるコミュニケーションが主になるため、和文についてはNoto Sansを採用しています。

紙媒体で使用するフォントはNoto sansの元となる源ノ角ゴシックを使用してください。

欧文

Avenir Next - Ultra Light
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 1234567890.,:?!&@#\$%^&*()

Avenir Next - Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 1234567890.,:?!&@#\$%^&*()

Avenir Next - Medium
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 1234567890.,:?!&@#\$%^&*()

Avenir Next - Demi Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 1234567890.,:?!&@#\$%^&*()

Avenir Next - Bold
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 1234567890.,:?!&@#\$%^&*()

Avenir Next - Heavy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 1234567890.,:?!&@#\$%^&*()

和文

Noto Sans - Thin
 あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさをもつ青いそら、うつくしい森で飾られたモーリオ市、

Noto Sans - Light
 あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさをもつ青いそら、うつくしい森で飾られたモーリオ市、

Noto Sans - Regular
 あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさをもつ青いそら、うつくしい森で飾られたモーリオ市、

Noto Sans - Medium
 あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさをもつ青いそら、うつくしい森で飾られたモーリオ市、

Noto Sans - Bold
 あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさをもつ青いそら、うつくしい森で飾られたモーリオ市、

Noto Sans - Black
 あのイーハトーヴォのすきとおった風、夏でも底に冷たさをもつ青いそら、うつくしい森で飾られたモーリオ市、

Photography

写真

クックビズの世界観を表現するビジュアル表現を「顧客」「飲食人(提供者)」「料理」「新たな出会い(テクノロジー)」の4つのシチュエーションを想定し、定義しています。

トーンとしては明るく、親しみやすく、食が人の喜びであり、人が介在することで手に入る幸せであることができる限り伝わる写真を選定してください。

食シーンの喜び



人の気配がある料理



提供者サイドの柔軟さ・親しみやすさ



フードテックなど新たな出会いと喜び



Thank You

改訂履歴

バージョン	発行日	改訂内容
Ver.1.0	2022.08.17	初版発行

お問い合わせ先

<https://corp.cookbiz.co.jp/contact/>