

RGB MODE

Mercari Group Brand Guidelines

Table of Contents

Basic System

Overview		
1. Logo	· Corporate Logotype	01
	· Symbol Mark	02
	· Primary Logo	03
	· Secondary Logo	04
2. Logo Spacing	· Clear Space	05
	· Minimum Size	06
	· Collaborations&Partnerships	07
3. Logo Color	· Logo Colors	09
	· One Color Use	10
	· Logo Colors Within Background Colors	11
	· Logo Colors Within Photography	12
4. Principle For Logo Usage	· Logo Misuse	13
5. Principle For HEX Usage	· HEX Composition	15
	· HEX Misuse	17
6. Color Palette	· Primary Color	19
	· Secondary Color	20
	· Background Color	21

Application System

Design Assets		
1. Typography	· Overview	23
	· たづがね角ゴシック	24
	· Mercari Sans	25
	· Guidance	26
2. Graphic Material	· Overview	28
	· Icon	29
	· Spot Illustration	30
	· Hero Illustration	31
	· Illustration Misuse	32
3. Photography	· Tone & Manner	33
	· Scene & Location	34
4. Tone of Voice	· Overview	35
	· How to Talk (Corporate)	36
	· Do's & Don'ts (Corporate)	37
	· How to Talk (Service)	38
	· Do's & Don'ts (Service)	39

Overview

「メルカリ」グループブランドガイドライン（以下「ガイドライン」といいます。）は、メルカリグループが提供する「メルカリ」「メルペイ」など各種サービス（以下「サービス」といいます。）のサービス名、ロゴタイプ、その他ロゴ使用ルール、及び各種サービスのロゴ使用に関する基本ルールを定めたものです。

メルカリグループのロゴの使用を希望する者（以下「使用者」といいます。）は、ロゴ使用ルールに定める範囲内で、ガイドラインを遵守する場合に限り、別途メルカリグループから許諾を得ることなく、メルカリグループのロゴを無償で 사용할 ことができます。

使用者は、メルカリグループのロゴの使用にあたり、ロゴ使用ルール及びガイドラインに同意したものと見なします。

メルカリグループのロゴに関する一切の権利は、すべてメルカリグループに帰属します。

メルカリグループは、メルカリグループが必要と判断する場合、あらかじめ通知することなく、いつでも、ガイドラインを変更することができます。

変更後のガイドラインは、メルカリグループのウェブサイト内の適宜の場所に掲示された時点からその効力を生じるものとし、使用者は、変更後もメルカリグループのロゴを使用し続けることにより、変更後のガイドラインに同意をしたものとみなされます。

禁止行為

- ・メルカリグループロゴの変形、加工、改変
- ・メルカリグループロゴを他社の商品名、サービス名、商標、ロゴ、企業名等の一部として使用すること。
- ・メルカリグループ又は当社サービスの誹謗中傷又はその評判を貶めるような方法で当社ロゴを使用すること。
- ・違法、反社会的勢力に関連する内容、わいせつ又は公序良俗に反する内容の媒体等で当社ロゴを使用すること。
- ・その他、メルカリグループが当社裁量において不適切と判断する方法で当社ロゴを使用すること。

※ロゴデータは、データの変形・加工・改変せず、そのまま使用することを原則とします。

1. Logo

Corporate Logotype

「メルカリグループ」のコーポレートロゴは、メルカリグループのサービスではなく企業としてのメルカリを表現する場合に使用します。

企業としてスポンサーを行う場合は、こちらのコーポレートロゴを使用します。

mercari

1. Logo

Symbol Mark

シンボルマークは、「メルカリグループ」が提供する各サービスを表現するシンボルです。従来の「箱から飛び出すワクワク」を残しながら、要素を少なくしていくことで、より洗練されたシンボルマークに仕上げ、メルカリグループの目指すオープンでフェアなマーケットを表現しています。



1. Logo

Primary Logo

「メルカリグループ」のサービスロゴはシンボルマークとロゴタイプの組み合わせで構成され、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。

プライマリーロゴは、**Horizontal Type**と**Vertical Type**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。

Horizontal



Vertical



Horizontal



Vertical



1. Logo

Secondary Logo

「メルカリグループ」サービスのセカンダリーロゴです。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単色での使用が好ましい場合にこちらを使用してください。

セカンダリーロゴは、**Horizontal Type** と **Vertical Type** があります。

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

Horizontal



Vertical



Horizontal



Vertical



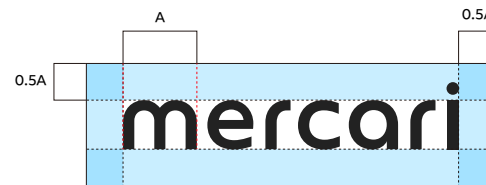
2. Logo Spacing

Clear Space

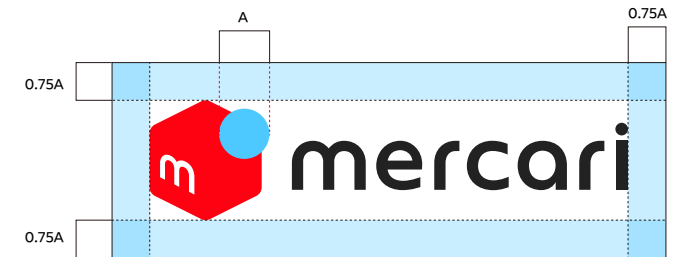
視認性と独立性を確保するために、「メルカリグループ」のロゴすべてにおいて、クリアスペースを設けています。
クリアスペース内には、他の要素を表示することを禁止しています。

また、Vertical Type のロゴと、シンボルマークに関しては、水色の丸を含めて Center を指定すると視覚的にロゴタイプをずれて見えるため、六角形の HEX を基準とし Center を指定しています。

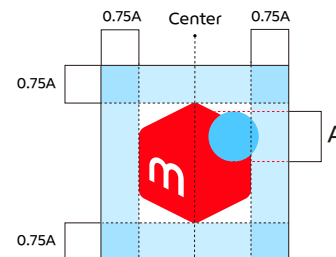
Corporate Logotype



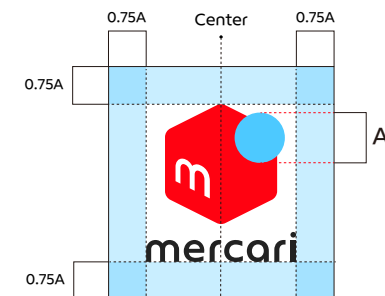
Primary / Secondary Horizontal Type



Symbol



Primary / Secondary Vertical Type



2. Logo Spacing

Minimum Size

最小サイズ以下での使用は十分な可読性が確保できないため、禁止しています。

Corporate Logotype



Primary / Secondary Horizontal Type



Symbol



Primary / Secondary Vertical Type



2. Logo Spacing

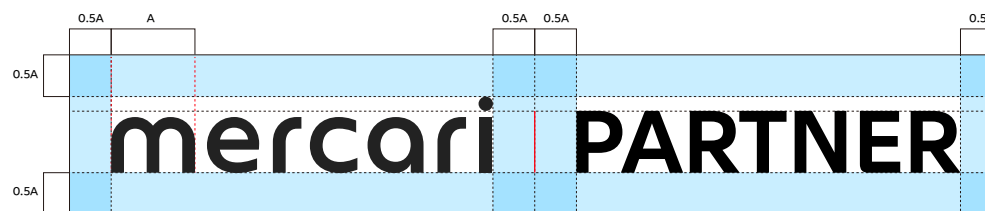
Collaborations and Partnerships

コーポレートロゴタイプ

視認性と独立性を確保するために、「メルカリグループ」とパートナー企業ロゴとの間にはクリアスペースを設けています。クリアスペース内には他の要素を表示することを禁止しています。

コラボレーションを表せる「|」表記の展開を例として挙げていますが、クリアスペースを守っていれば、「|」の大きさは柔軟に変えられます。また、「|」表記以外にも「X」表記の使用も可能です。ケースによっては「|」「X」無しでも並列できます。

Horizontal



EX) Scale 50%

mercari | PARTNER

EX) Scale 50% / Xの場合

mercari X PARTNER

2. Logo Spacing

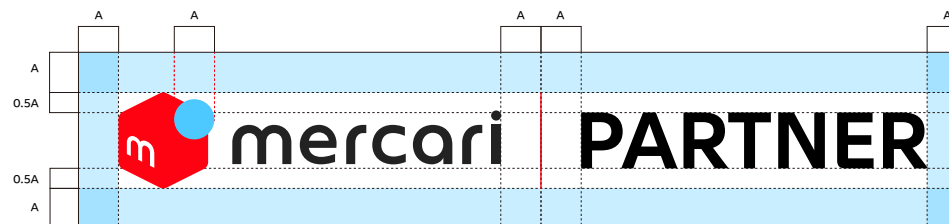
Collaborations and Partnerships

サービスロゴ

視認性と独立性を確保するために、「メルカリグループ」とパートナー企業ロゴの間にはクリアスペースを設けています。クリアスペース内には他の要素を表示することを禁止しています。

コラボレーションを表せる「|」表記の展開を例として挙げていますが、クリアスペースを守っていれば、「|」の大きさは柔軟に変えられます。また、「|」表記以外にも「X」表記の使用も可能です。ケースによっては「|」「X」無しでも並列できます。

Horizontal



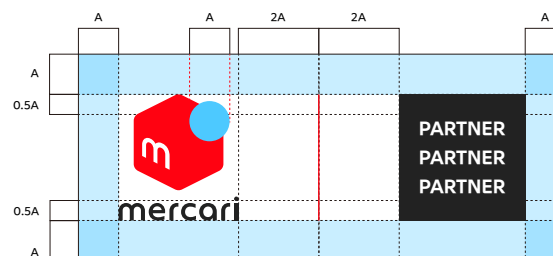
EX) Scale 50%



EX) Scale 50% / Xの場合



Vertical



EX) Scale 50%



EX) Scale 50% / Xの場合

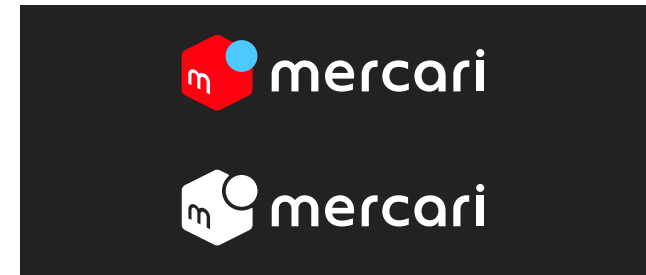


3. Logo Color

Logo Colors

「メルカリグループ」のサービスロゴには四種類のロゴカラーがあります。

Logo Colors



Logo Color Codes

mercari Red

RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC
255 2 17	#FF0211	0 95 95 0	185 C	156

mercari Blue

RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC
77 201 255	#4DC9FF	60 5 0 0	292 C	2187

mercari White

RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC
255 255 255	#FFFFFF	0 0 0 0	000 C	White

mercari Black

RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC
34 34 34	#222222	0 0 0 100	Black C	582

3. Logo Color

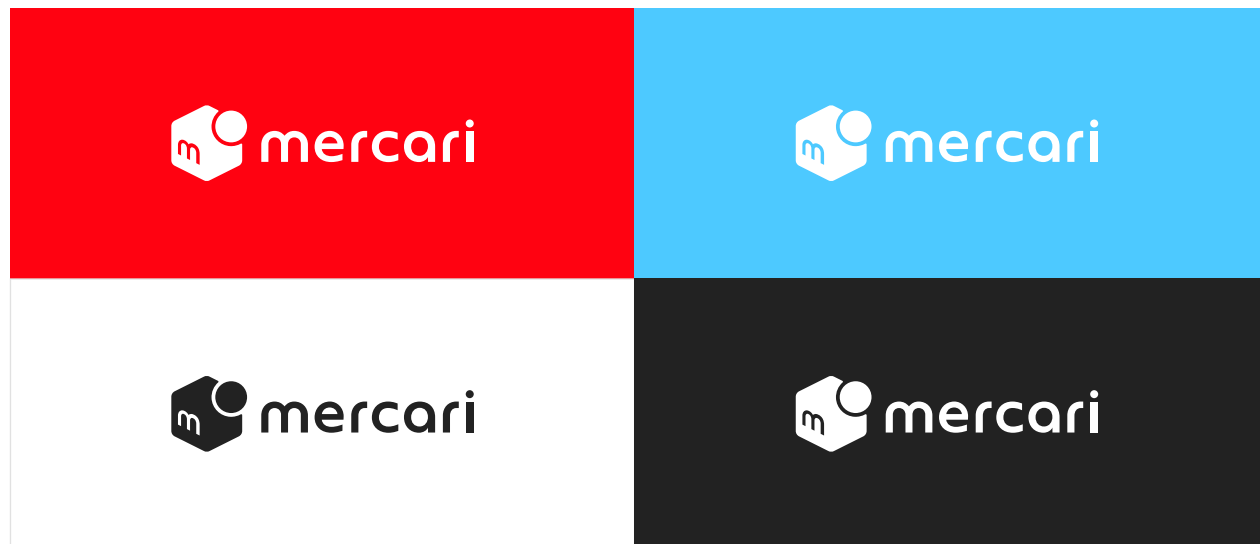
Logo Colors

「メルカリグループ」のサービスロゴは、基本的にプライマリーロゴ + mercari white 背景色の組み合わせの使用を推奨しますが、印刷や表示の制限により、プライマリーロゴを使えない時はセカンダリーロゴを用途や媒体によって適宜使用してください。

Primary logo



Secondary logo



3. Logo Color

Logo Colors Within Background Colors

白背景での使用を基本としています。ただし、印刷や表示の制限、他社とのコラボレーションにより、白背景を使えない場合は例を参考に適切な色を使用してください。

- ・視認性を損なう背景色は禁止しています。
- ・プライマリカラー以外の背景色で利用する場合は単色（白）のロゴを利用してください。
- ・プライマリーロゴを推奨しますが、背景色との相性が悪い場合はセカンダリーロゴを使用してください。（他社とのコラボレーション時はプライマリーロゴを使用）
- ・セカンダリーロゴ Black に関しては、白 100% 背景以外の使用を禁止しています。

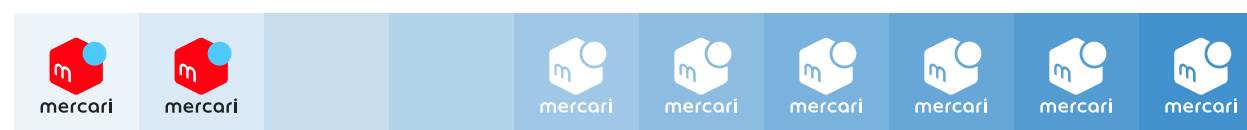
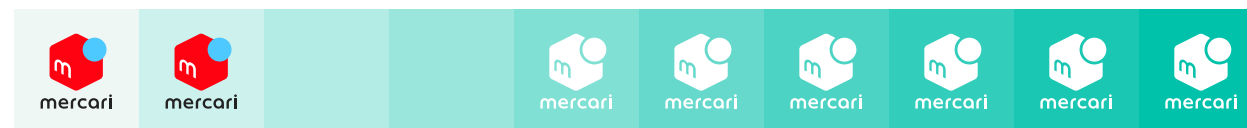
あくまで参考例です。

ご自身で視認性を確認いただき、使用してください。

※カラーや物によって視認性は異なります。

Background Color

Opacity 10% ----- 100%



White 100% Opacity 20% ----- 100%



※Secondary Blackは白100%背景以外の使用を禁止しています

3. Logo Color

Logo Colors Within Photography

背景との関係において、著しくコーポレートロゴタイプ、シンボルマークおよび、ロゴの輪郭の視認性を妨げる組み合わせ及びレイアウトは禁止しています。

写真を使った背景にロゴを重ねる時のルール

・写真によって明るさやコントラストが異なるため、ロゴが目立たない場合は、ロゴの下に Black もしくは White レイヤーを追加して下さい。

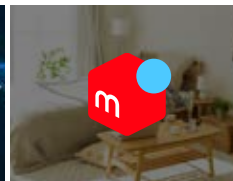
視認性が確実に確保されている場合は、上記以外の表現でも問題ありません。

動画を使った背景にロゴを重ねる時のルール

視認性確保のため、ロゴではなく、白背景とセットになった**アプリアイコン**の利用を推奨します。



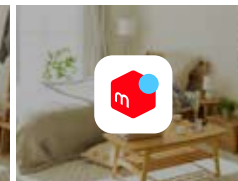
ロゴが目立つ背景を使っている。



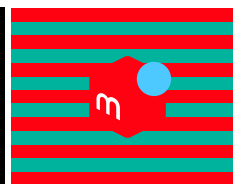
Black Tins 50%



BG Black Tins 30%



App icon+ BG Black Tins 30%



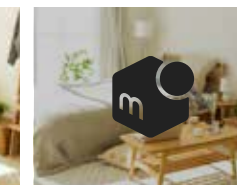
カラーハレーション&視認性を損なうパターンを背景に配置する。



背景写真の上に Black Tint を引かない。



プライマリーロゴを写真の上で使用する。



ホワイト以外の色のセカンダリーロゴを写真の上で使用する。

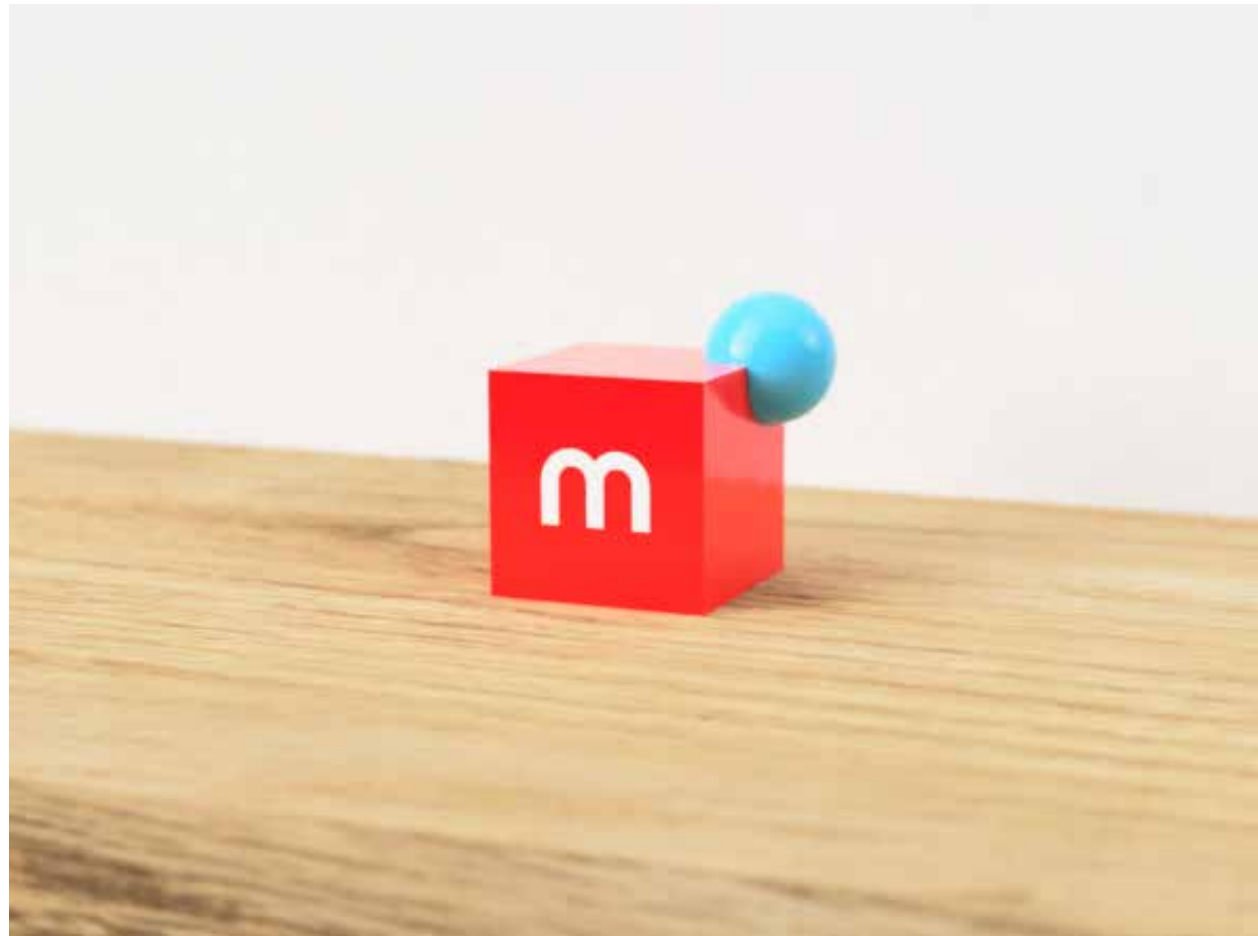
4.Principle For Logo Usage

Logo Misuse

ロゴマークは「メルカリグループ」が提供する各サービスを表現するシンボルです。従来のワクワク感、メルカリグループの目指すオープンでフェアなマーケットを表現するシンボルとなるため変形、加工、改変を禁止します。

また、ブランド認知を損なうため右図のようにロゴマークを立体にするなど具象化した表現は避けてください。

✕ Don't



4.Principle For Logo Usage

Logo Misuse

メルカリグループが提供する全てのロゴデータは、データの変形・加工・改変せず、そのまま使用することを原則とします。

右図のような使用は禁止します。
ここではロゴの Vertical で表示していますが、全てのロゴタイプにおいて共通の禁止事項です。



回転しない



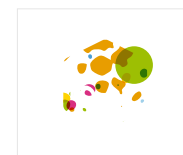
パーツを動かさない



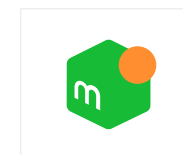
縦横比を変えない



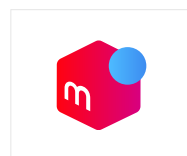
ドロップシャドウをかけない



テクスチャを付けない



色を変えない



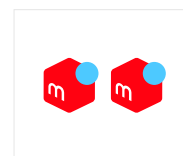
グラデーションをかけない



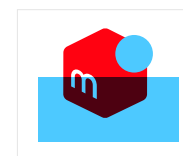
青い丸の大きさを変更しない



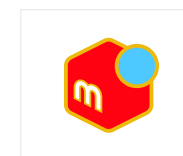
古いロゴマークを使わない



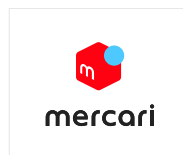
同じ場所に二つ以上使わない



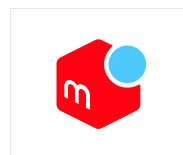
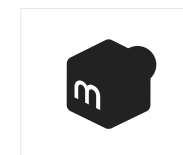
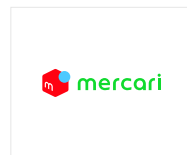
透かして使用しない

装飾しない
(影、縁取りなど)

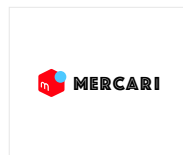
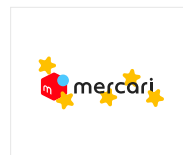
部分的に白抜きにしない



各要素の大きさの比率を変えない

セカンダリーロゴを
プライマリーカラーにして使
わないセカンダリーロゴの濃度を変
えないセカンダリーロゴをモノト
ーンにして使わないセカンダリーロゴを塗りつぶ
して使わない

文字色を変えない

ロゴタイプを他の書体に置
き換えないClearSpace 内で他要素
を表示しない

文中で使用しない



文字間を変えない



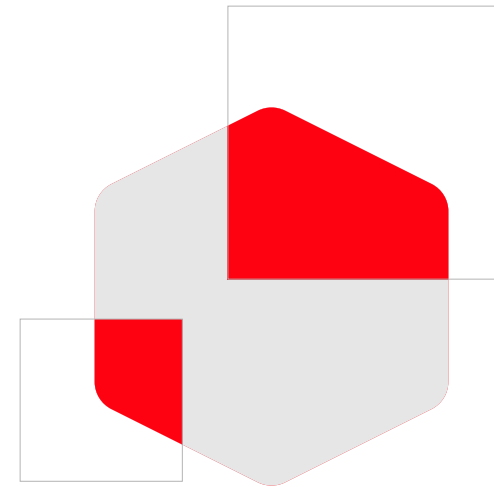
切らない

5.Principle For Hex Usage

HEX Composition

「メルカリグループ」のシンボルマークのモチーフである HEX の形を構成要素として使い、コンポジションを作ることが可能です。

HEXのエッジを画面内にバランスよく入れていれば、HEXのどの部分を切り取ってもメルカリらしさを想起させることができます。



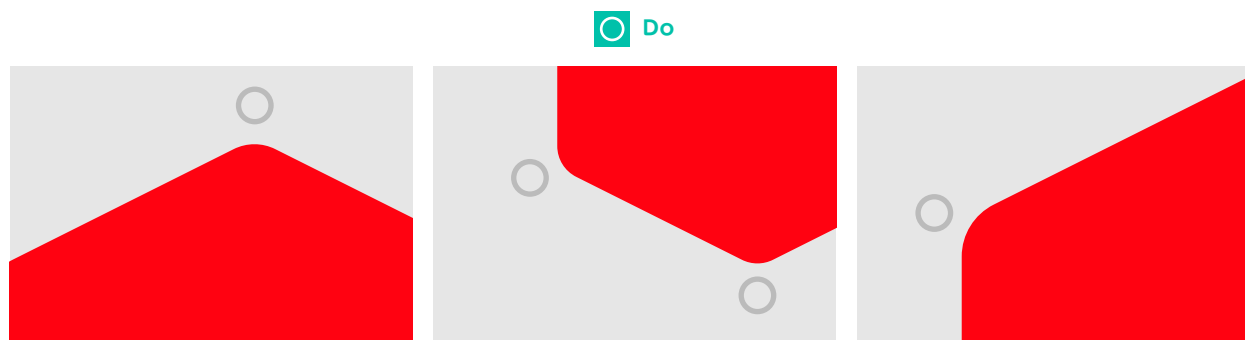
5.Principle For Hex Usage

HEX Composition

HEX を使ったコンポジションの種類

コンポジションに HEX を使う際の用途には、以下が考えられます。

- ・色面として使う
- ・ロゴタイプを配置する
- ・テキストを配置する
- ・写真をトリミングする
- ・イラストレーションを配置する・トリミングする



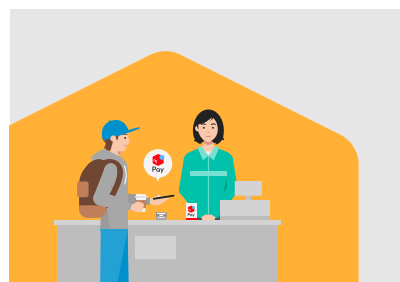
HEXの角が画面の中にバランスよく入っている



Logotype



Typography



Illustration



Photography

5.Principle For Hex Usage

HEX Misuse

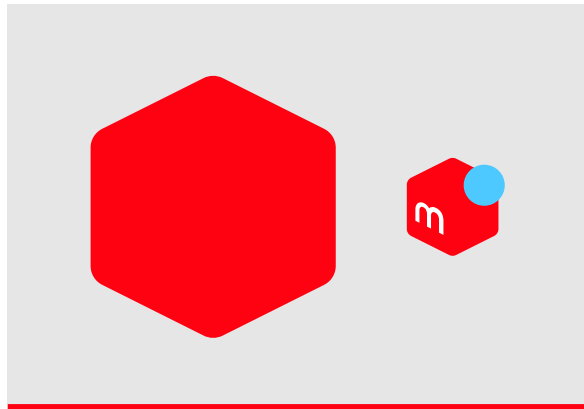
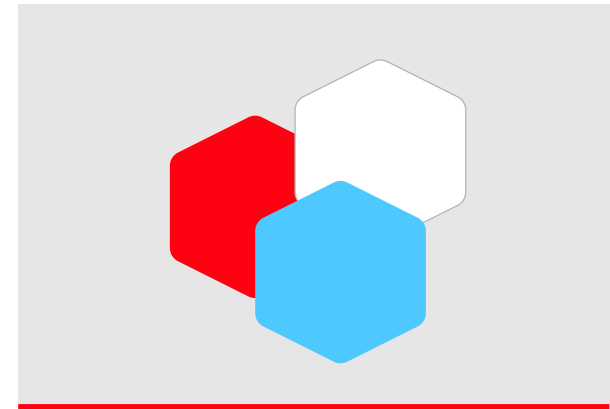
メルカリグループのHEXの形を象徴的に見せるため、右に示されているような使い方は避けましょう。

✕ Don't**Don't** HEXではない、シンボルマークの一部をテキストボックスとして使う**Don't** 傾けない**Don't** ロゴとイラストを重ねない**Don't** 指定以外のHEXを使用しない

5.Principle For Hex Usage

HEX Misuse

メルカリグループのHEXの形を象徴的に見せるため、
右に示されているような使い方は避けましょう。

✕ Don't**Don't** HEXの輪郭線をぼかして使用しない**Don't** HEXではなく、
ロゴマークのアウトラインの形を使用する。**Don't** HEXをロゴマークと並べない**Don't** 複数のHEXを重ねたりしない

6.Mercari Color Palette

Primary Color

「メルカリグループ」のカラーパレットは、プライマリーカラー、セカンダリーカラー、バックグラウンドカラーに分かれています。

プライマリーカラーはカラーパレットの中で、もっともメルカリグループらしさを表現する色彩群です。配色の中で引き立つように使用してください。

Primary Color Codes

mercari Red					mercari Blue				
RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC	RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC
255 217	#FF0211	0 95 95 0	185 C	156	77 201 255	#4DC9FF	60 5 0 0	292 C	2187
mercari White					mercari Black				
RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC	RGB	HEX	CMYK	PANTONE	DIC
255 255 255	#FFFFFF	0 0 0 0	000 C	White	34 34 34	#222222	0 0 0 100	Black C	582

6.Mercari Color Palette

Secondary Color

セカンダリーカラーは主にイラストレーションに使用するカラーです。基本的にはプライマリーカラーと合わせて使用してください。「メルカリグループ」のブランドカラーをサポートして、イラストレーションに楽しさと柔らかさを加える色が選ばれています。セカンダリーカラーの中には、代表色以外にスキントーンとグレートーンがあります。

スキントーンはキャラクターの肌や髪の毛を描画するのに使用します。

グレートーンは主に影の描画に使用し、イラストに奥行きを与えるために使用します。また、色の濃い部分を表現する時に「黒」が目立ちすぎってしまう場合にも使用できます。

Skin tone Color Code

Mid 1 HEX FF5A5A RGB 255 90 90 CMYK 0 70 50 0 PANTONE 2031C DIC 289	Mid 2 HEX 4091CD RGB 0 145 205 CMYK 80 35 0 0 PANTONE 2390C DIC 2590	Mid 3 HEX 00C1AA RGB 0 193 170 CMYK 80 0 40 0 PANTONE 326C DIC 2579	Mid 4 HEX FFCE00 RGB 255 206 0 CMYK 0 25 90 0 PANTONE 7406C DIC 125	Mid 5 HEX FF7F2C RGB 255 127 44 CMYK 0 60 80 0 PANTONE 158C DIC 162
Light 1 HEX FFAAAA RGB 255 170 170 CMYK 0 50 30 0 PANTONE 2939C DIC 2008	Light 2 HEX 4DC9FF RGB 77 201 255 CMYK 60 5 0 0 PANTONE 292C DIC 2187	Light 3 HEX 6BCEBF RGB 107 206 191 CMYK 60 0 30 0 PANTONE 564C DIC 2152	Light 4 HEX FFE576 RGB 255 229 118 CMYK 0 15 60 0 PANTONE 7403C DIC 2068	Light 5 HEX FFB035 RGB 255 176 53 CMYK 0 40 80 0 PANTONE 157C DIC 55
Pale 1 HEX FFD0DC RGB 255 220 220 CMYK 0 20 10 0 PANTONE 4337C DIC 2028	Pale 2 HEX BBEDFF RGB 187 237 255 CMYK 30 5 0 0 PANTONE 544C DIC 21	Pale 3 HEX BEEFE6 RGB 190 239 230 CMYK 30 0 20 0 PANTONE 573C DIC 2154	Pale 3 HEX FFF2BB RGB 255 242 187 CMYK 0 5 40 0 PANTONE 7401C DIC 2060	Pale 5 HEX FFD596 RGB 255 213 150 CMYK 0 20 45 0 PANTONE 155C DIC 2053

Skin tone

Skin 1 HEX 6E4632 RGB 110 70 50 CMYK 70 90 100 10 PANTONE 7518C DIC 2270	Skin 2 HEX BE7F5A RGB 190 127 90 CMYK 30 60 60 0 PANTONE 7523C DIC 2278	Skin 3 HEX FAC8AA RGB 250 200 170 CMYK 0 25 30 0 PANTONE 2015C DIC 2022	Skin 4 HEX FFE1D2 RGB 255 255 210 CMYK 0 20 15 0 PANTONE 475C DIC 2019
--	---	---	--

Gray tone

Gray 1 HEX 333333 RGB 51 51 51 CMYK 0 0 0 90 PANTONE BLACK 7C DIC 555	Gray 2 HEX 666666 RGB 102 102 102 CMYK 0 0 0 75 PANTONE C. GRAY 9C DIC 654	Gray 3 HEX B4B4B4 RGB 180 180 180 CMYK 0 0 0 40 PANTONE C. GRAY 5C DIC 652	Gray 4 HEX DCD0DC RGB 220 220 220 CMYK 0 0 0 20 PANTONE C. GRAY 2C DIC 650
---	--	--	--

6.Mercari Color Palette

Background Color

バックグラウンドカラーは、指定された色を使用することを推奨します。
プライマリーカラー、セカンダリーカラーとの相性を考慮し指定していますが、万が一合わない場合はセカンダリーカラーを用途や媒体によって適宜使用してください。

視認性を損なうバックグラウンドカラーは禁止しています。

Natural Background

Natural BG 1	Natural BG 2
HEX FFFFFFFF	HEX F5F5F5
RGB 255 255 255	RGB 245 245 245
CMYK 0 0 0 0	CMYK 0 0 0 7
PANTONE 000C	PANTONE Cook Gray1C
DIC White	DIC XXX

Color Background

Color BG 1 HEX 6BCEBF RGB 107 206 191 CMYK 60 0 30 0 PANTONE 564C DIC 2152	Color BG 3 HEX FFCE00 RGB 255 206 0 CMYK 0 25 90 0 PANTONE 7406C DIC 125	Color BG 5 HEX FFAAAA RGB 255 170 170 CMYK 0 50 30 0 PANTONE 29339C DIC 2008
Color BG 2 HEX 00C1AA RGB 0 193 170 CMYK 80 0 40 0 PANTONE 326C DIC 2579	Color BG 4 HEX FFB035 RGB 255 176 53 CMYK 0 40 80 0 PANTONE 157C DIC 55	Color BG 6 HEX FF5A5A RGB 255 90 90 CMYK 0 70 50 0 PANTONE 2031C DIC 289

Design Assets

Application System

1. Typography

Overview

「メルカリグループ」のタイポグラフィは、私たちのブランドを表現するためのユニークなアイデンティティの1つです。

今後ますます広がっていくオンライン / オフライン双方のタッチポイントにおいて、私たちの「目に見える声」として一貫したブランドイメージとメッセージを届けていきます。



1. Typography

たづがね角ゴシック**コーポレート推奨書体**

たづがね角ゴシックは、Fonts.com や Fontshop.comを傘下に持つ Monotypeグループが初めて開発した日本語書体で、手書きにより近い自然なプロポーションで、懐が大きい視認性が高いのが特徴です。

合計 10 ウェイトで展開されているので、書籍から広告、サインなどといった幅広いシーンをカバーすることができるモダンな日本語書体です。

「メルカリグループ」では、既存のたづがね角ゴシックのウェイトから、右図 Light, Book, Regular, Medium, Bold までの合計 5 ウェイトを推奨書体のウェイトとして定めています。

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、郊外のぎらぎらひかる草の波。

Book

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、郊外のぎらぎらひかる草の波。

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、郊外のぎらぎらひかる草の波。

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、郊外のぎらぎらひかる草の波。

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、郊外のぎらぎらひかる草の波。

1. Typography

Mercari Sans**コーポレート推奨書体**

Mercari Sans は 2019 年に Monotype タイプディレクター小林章さんとともに制作した「メルカリグループ」オリジナルフォントです。

メルカリグループでは、既存のたづがね角ゴシックのウエイトに合わせた Thin, Regular, Bold に加えて、Extra Bold の合計 4 ウエイトを作成し、推奨書体のウエイトとして定めています。

Mercari Sans を制作物に利用する場合：

メルカリグループ担当者に確認の上、
[こちらのフォーム](#)から申請をしてください。

※**Mercari Sans** をメルカリグループ以外の制作物に使用することはできません

参考：

[Hello, Mercari Sans](#)
[制作舞台裏 note](#)

Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;!&@#\$%^&*()

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;!&@#\$%^&*()

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;!&@#\$%^&*()

Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;!&@#\$%^&*()

1. Typography

Guidance

フォントは、加工・改変をせずそのまま使用してください。

ここに掲載しているのはタイポグラフィの基本的なガイドラインです。最終的な見え方は、文章や目的に合わせて、各デザイナーが判断してください。

 **Don't**

Hello
Mercari Sans.

Don't フォントの縦横比を変更しない

Hello
Mercari Sans.

Don't ソフトウェア上でウェイトを変更しない

*Hello
Mercari Sans.*

Don't 斜体にしない

1. Typography

Guidance

ここに掲載しているのはタイポグラフィの基本的なガイドラインです。最終的な見え方は、文章や目的に合わせて、各デザイナーが判断してください。

 **Not Recommended**

hello
mercari sans.

Not Recommended

小文字を使用する場合にTrackingを広げない

CREATE VALUE IN A
GLOBAL MARKETPLACE WHERE
ANYONE CAN BUY & SELL

Not Recommended

5単語以上大文字を並べない

Other fonts title

Mercari Sans text
Mercari Sans text
Mercari Sans text

Not Recommended

画面内で似たような異なるフォントを使用しない

Create value in a
global marketplace where
anyone can buy & sell

Not Recommended

右揃えにしない

2.Graphic Material

Tone&Manner

「メルカリグループ」のグラフィックマテリアルは、
シンプルな幾何学形をベースに描かれています。
シンプルな形、すっきりとした線、ガイドラインに
基づいたカラーパレットを使用した色からなる
統一された表現によって、一眼でメルカリグループと
わかるようになっていきます。

Simple

シンプルさ

複雑な造形や細かく描きすぎるのではなく、
なるべくシンプルな形に表現してください。

Clear

伝わりやすさ

見る人が素早く理解できるような、
端的な表現をしてください。

Friendly

親しみやすさ

メルカリグループをより身近に感じてもらえるような、
明るく前向きな表現をしてください。

2.Graphic Material

Icon

「メルカリグループ」のオリジナルアイコンは、メルカリグループの特徴を良く表せるアイキャッチになります。モノをよりかんたんに理解できるように作成しています。

変形、加工、改変を禁止します。

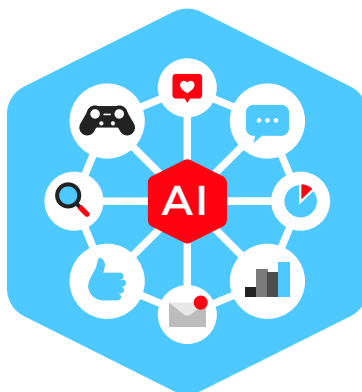
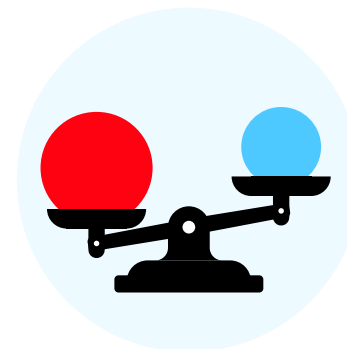


2.Graphic Material

Spot Illustration

スポットイラストレーションは、サービスの内容の説明やコピーライティングのテキストと組み合わせて使います。伝えたい内容をブレなく簡潔に表現するための機能的なイラストレーションです。

プライマリーカラーをメインで使用してください。

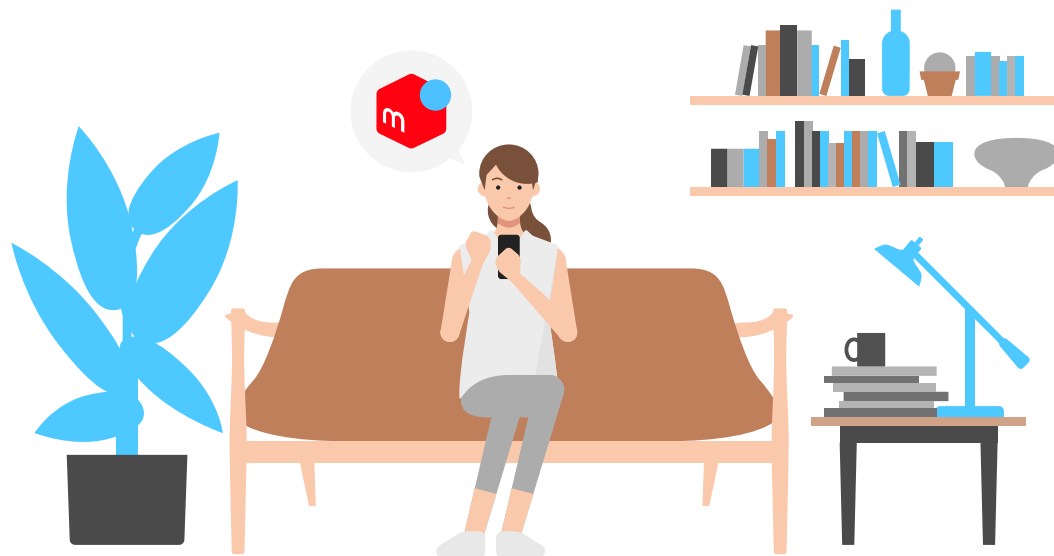


2.Graphic Material

Hero Illustration

ヒーローイラストレーションは、レイアウトの中で大きなサイズで使われ、インパクトや華やかさがあり、画面の主役になる画像です。

多くの色数を使うことができますが、アイキャッチとしての機能が必要なため、場合によってはカラーパレットの指定色から目を引く色を選んで組み合わせてください。

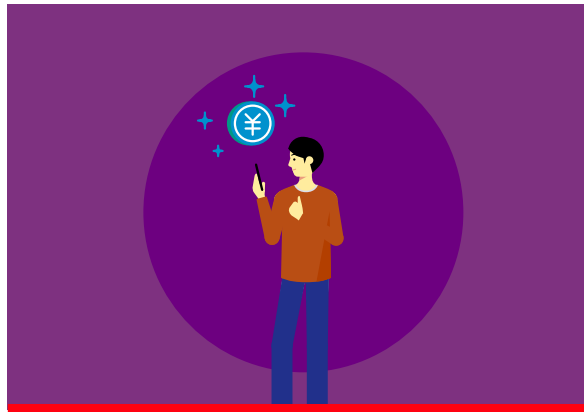


2.Graphic Material

Illustration Misuse

「メルカリグループ」のイラストレーションに一貫性を持たせるため、右に示されているような表現技法は禁止しています。

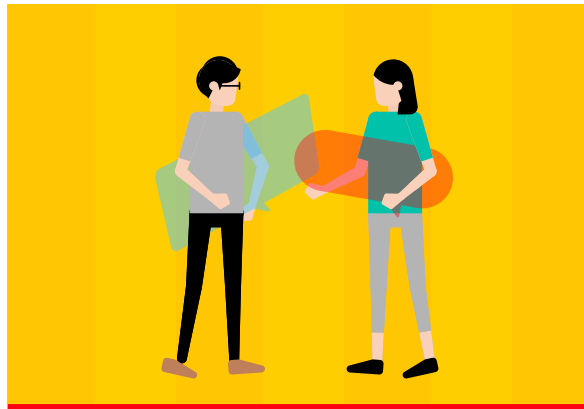
❌ Don't



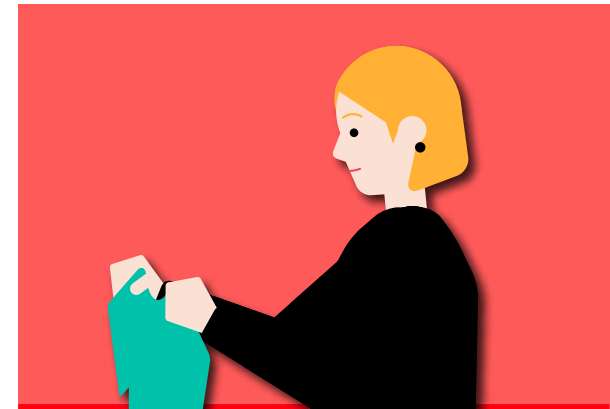
Don't カラーパレット以外の色は使わないでください。



Don't グラデーションの使用は避け、シンプルに単色の組み合わせで画面を構成してください。



Don't ブレンドや透過色は使わないでください。



Don't 影を付けるなどの立体的な表現は避けてください。

3. Photography

Tone&Manner

「メルカリグループ」のブランドトーンを伝えるのに
写真は非常に重要な手段となります。

メルカリグループを写真で表現する際は、
カッコつけすぎず、誰もが共感しやすいトーンを
選んでください。

広くたくさんの人のためのブランドなので、誰にでも
共感してもらえるようなイメージを大切にしています。



自然さ

日常をそのまま切り取ったような、
リアルでナチュラルなシーンを選んでください。

ポジティブさ

明るい光や明るい色を使って、前向きなイメージを
伝えるようにしてください。

親しみやすさ

カッコつけすぎず日常的で、誰もが共感しやすいシーンや
キャスティングをしてください。

3. Photography

Scene&Location

「メルカリグループ」のサービスの利用シーンを写真や動画で描写する時は、リアルでナチュラル/自然体な生活シーンを連想させるイメージを使用してください。

シーン・ロケーションの選択で気を付けること

日常では撮らないような、説明的または被現実的な写真は避け、なるべく日常をそのまま切り取ったようなシーンを使用してください。

撮影対象が埋もれてしまうようなごちゃごちゃした構図は選ばず、**最小限の要素でシーンの設定やストーリーが伝わることを大事に**してください。



Do ポージング・ライティングが自然・シーンの設定が一目で理解できる



Do 一番伝えたい部分に焦点が当たっている
シーンの設定がひと目で理解できる



Do 配色が鮮やかで画面に活気がある

4.Tone of voice

Overveiw

「メルカリグループ」の Tone of voice には、
Corporate voice と Service voice の 2 種類が
あります。

なんのために、そして誰に向かって発信する
メッセージかをしっかりと意識して適切なトーンで
発信しましょう。

mercari



Corporate Voice

明るく元気でありながらも、誠実で謙虚さを持つ
「メルカリグループ」コーポレート自身がペルソナです。
信頼できる、応援したい!と感じてもらえるような
トーンで話しかけましょう。

Sevice Voice

「メルカリグループ」サービス自体がペルソナで、
語りかける相手はお客さまです。
お客さまのメルカリグループでの売り買いが、なめらかで、
あんしん・あんぜんでワクワクした体験になるよう、
サポーターとして話しかけることを意識してください。

4.Tone of voice

How to talk

Corporate voice

Corporate voice は「メルカリグループ」自身がペルソナです。

語りかける相手は、メルカリグループのステークホルダー（株主、取引先、従業員、就職希望者、国・地方自治体、将来および現在のお客さま）です。

「信頼」を感じられること、「応援したくなる」ような存在になることを目指しましょう。

mercari

少しフォーマルに

誠実に丁寧な言葉で話しましょう。

多く場合は、「特定の誰か」ではなく、「不特定の多数」に対しての話しかけになります。フォーマルに誠意を持って伝えましょう。

やわらかく

丁寧になっても硬すぎる表現になる必要はありません。極力「ひらく」（漢字をひらがなに）表現を使用します。ビジネス上の付き合いで使うような言い回しは使わないようにしましょう。

4. Tone of voice

Do's & Don'ts

Corporate voice

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

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

ブログやSNS

Do

ぜひ、注目してください

研修を実施しました!

X Don't 是非が漢字。「ね」「よ」の馴れ馴れしい表現

是非、チェックしてくださいね

研修を実施したよ!

キャリアサイト・コーポサイト

Do

破壊的創造を目指し大胆にチャレンジし、
数多くの失敗から学んでいきます。

X Don't 感嘆符の使用。体言止め

目指せ!世の中全体のモノの流通を効率化!

プレスリリース

Do

ポップアップストアの実証実験を実施します。

X Don't 「おります」>「います」

一般ユーザー・加盟店双方の利便性を高める
ことができるものと考えております。

IR

Do

健全な社会規範のもとにその職務を遂行し、
企業活動を行ってまいります。

4.Tone of voice

How to talk

Service voice

Corporate voice は「メルカリグループ」自身がペルソナです。

語りかける相手は、メルカリグループのステークホルダー（株主、取引先、従業員、就職希望者、国・地方自治体、将来および現在のお客さま）です。

「信頼」を感じられること、「応援したくなる」ような存在になることを目指しましょう。



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で話しましょう。

決して命令口調や、業務で使うような言葉遣いにならないように気をつけましょう。

わかりやすい言葉で

専門用語やビジネス用語などの、日常会話で使わない単語は避け、誰にでもわかりやすい単語を使いましょう。

感嘆符(!?)は避ける

カジュアルすぎる印象を与えることを避けるために、

感嘆符は多用しません。ここぞ、という場面でのみ使いましょう。

4.Tone of voice

Do's & Don'ts

Service voice

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

CMなど

○ Do

あなたの不要なものは、
誰かにとっての宝物かも

✕ Don't 資金調達(ビジネス用語)の使用

GWを楽しく過ごすための資金調達とは？

キャンペーンのPUSH通知

○ Do

【お得な使い方のご紹介】スマートフォンの
機種変更が近い方は必見です！

✕ Don't いらない(ネガ)の使用。臨時収入 → おこづかい

あなたのいないスマホが臨時収入に!?

✕ Don't Win-Win(ビジネス用語)使用

メルペイを導入すると、Win-winになります

情報を伝えるときは丁寧な表現で

○ Do

ttteeeさんがあなたを評価しました。
これで取引完了です。

✕ Don't !は使わない。ですます、を。

ttteeeさんがあなたを評価！
これで取引完了です。

Thank you!