



NewsPicks
Identity Guidelines

Welcome to NewsPicks Identity Guidelines.

基本注意事項

- 常に配布データを使用し、独自に作成したり、フォントを組み合わせで作らないでください。
- 適切な機密保持契約が締結されている外部（組織・業者）の協力を得る際には、本ガイドラインを提供し、規定に沿った制作を依頼してください。
- 本ガイドラインの一部または全部を承諾なしに改変することを禁じます。
- 本ガイドラインに記載された内容は変更されることがあります。

Introduction

Our Mission

誰かの視点は、他の誰かにとって常に新しい。
自分にはなかった視点に出会うことで、
小さな興味が生まれ、好奇心が育ち、活力が湧く。
その活力はやがて経済の未来を形作っていきます。

私たちは、世界中から多様な視点が集まり、
一人ひとりに未来のきっかけが生まれる場をつくります。

新しい視点を集めて、
経済の未来をひらく

Our Origin

NewsPicksは、「本当に知りたい情報に出会いたい」
「もっと深く理解したい」という根源的な欲求に応えるために
生まれました。

「発見」とは、厳選された良質なニュースに出会い、
他者の視点に触れる体験。
「理解」とは、専門家の知見やコンテンツを通じて、
ニュースの背景やビジネスのしくみを深く知るること。

私たちは、人と人、人と情報がつながることで、
新たな発見と理解が生まれるサービスを目指しています。

「発見」と「理解」の欲求にこたえる

Our Perspective

ニュースには、さまざまな捉え方があり、
そこに明快な正解はありません。

だからこそ、他者の視点には価値があります。
新たな気づきは、常に自分にはなかった視点に出会ったと
きに生まれるからです。

NewsPicksのロゴは、白と黒が織りなすシマウマの模様を
モチーフにしています。それは、ニュースを一面的に捉えず、
多様な視点を尊重するという姿勢の象徴です。

News is not always **black** and **white**.

ニュースは常に白黒（明快な正解）があるわけではない

Logo

Primary Logo

NewsPicksのブランド表現にはさまざまな要素がありますが、その中でもロゴはもっとも象徴的な存在です。ひと目でNewsPicksとわかる視覚的なサインとして、あらゆる場面でブランドの軸となります。

ロゴは、以下の2つの要素で構成されています。

- シンボルマーク（シマウマをモチーフにした象徴マーク）
- ワードマーク（**NewsPicks**のロゴタイプ）

NewsPicksのロゴは、ブランドの象徴です。どの媒体でもロゴが常に正しく表示されることが重要です。そのため、このガイドラインでは使用方法を明確に定めています。ロゴを扱う際は、どのような場面であっても意図せぬ改変を行わず、必ず本ガイドラインで指定されたとおりに使用してください。

Symbolmark

Wordmark



Logo

Exclusion Zone

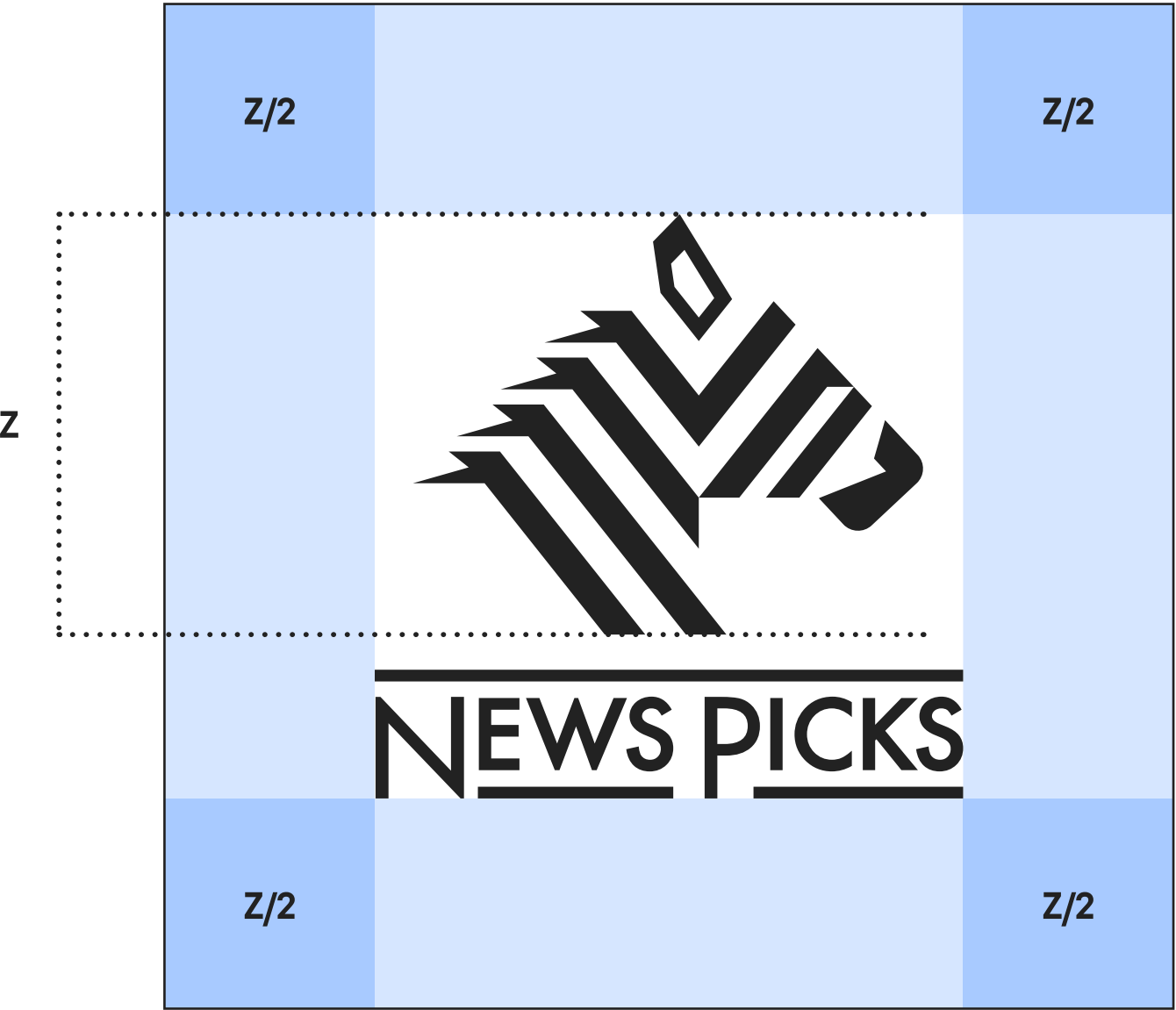
ロゴの保護エリア | 基本ルール

NewsPicksのロゴは、常に周囲の要素から十分な距離（余白）を取ることで、ブランドとしての強さと視認性を保ちます。このルールを「除外エリア（Exclusion Zone）」と呼びます。

エクスクルージョンゾーンとは、ロゴの周囲に確保すべき最小限のスペースのことです。この領域には、文字・図形・写真など他のビジュアル要素を一切配置してはいけません。

ロゴのシンボルマーク部分の高さを基準に、その1/2（50%）を上下左右に取った範囲が除外エリアに該当します。この領域はあくまで最低限の余白であり、実際のデザインにおいてそれより広いスペースの確保は問題ありません。

このゾーンは絶対的なものであり、NewsPicksアプリ及びNewsPicks公式ウェブサイト上に掲載されるコンテンツバナーを除いて例外を認めません。



Exclusion Zone

ロゴの保護エリア | 例

NewsPicksのロゴは、他の要素と適切な距離を保つことで、その視認性と印象が守られます。

このページでは、エクスクルージョンゾーンの重要性と、それを守った／守らなかった場合の具体例を示します。

NewsPicksのロゴは、ただ置くだけでは成立しません。周囲との関係性に配慮することで、初めてブランドとしての役割を果たします。

他要素との距離感も含めて、ブランド表現の一部と捉えてください。



× NO

他社ロゴやテキストがロゴに極端に接近していると、デザイン全体が詰まった印象になり、ロゴの認識性が損なわれます。特に広告バナーやコラボレーション案件では、ブランド同士のロゴが干渉しないよう注意が必要です。



○ YES

ロゴと周囲の要素のあいだに適切な余白を設けることで、双方がクリアに見え、干渉が起こりません。

エクスクルージョンゾーンは最低限の基準です。できる限り広めにスペースを確保することで、ロゴの印象がより引き立ちます。他社ロゴとのパートナーシップ表示については別項「Partnership」を参照してください。



10億回
再生突破

Minimum Sizes

ロゴの最小サイズ

NewsPicksのロゴは、視認性とインパクトを損なわない範囲で使用される必要があります。

媒体によって再現性が異なるため、それぞれの使用環境に応じた最小サイズの基準を設けています。

デジタル媒体での最小サイズ

ロゴ全体（シンボル+ワードマーク）は、横幅60ピクセル以上で使用してください。スマートフォンやPCでの表示など、画面上での読みやすさと識別性を担保するための基準です。

印刷媒体での最小サイズ

ロゴ全体の横幅は18mm以上としてください。

印刷は高解像度（例：350dpi）で出力されるため、デジタルよりもやや小さく再現することが可能です。

※ただし可読性を損なわないことが前提です。

サイズが小さすぎると、ロゴのディテールが潰れて読みにくくなるだけでなく、ブランドとしての印象や信頼感にも影響を与えます。媒体や用途にかかわらず、上記の基準を満たすサイズで使用してください。



Digital

60px



Print

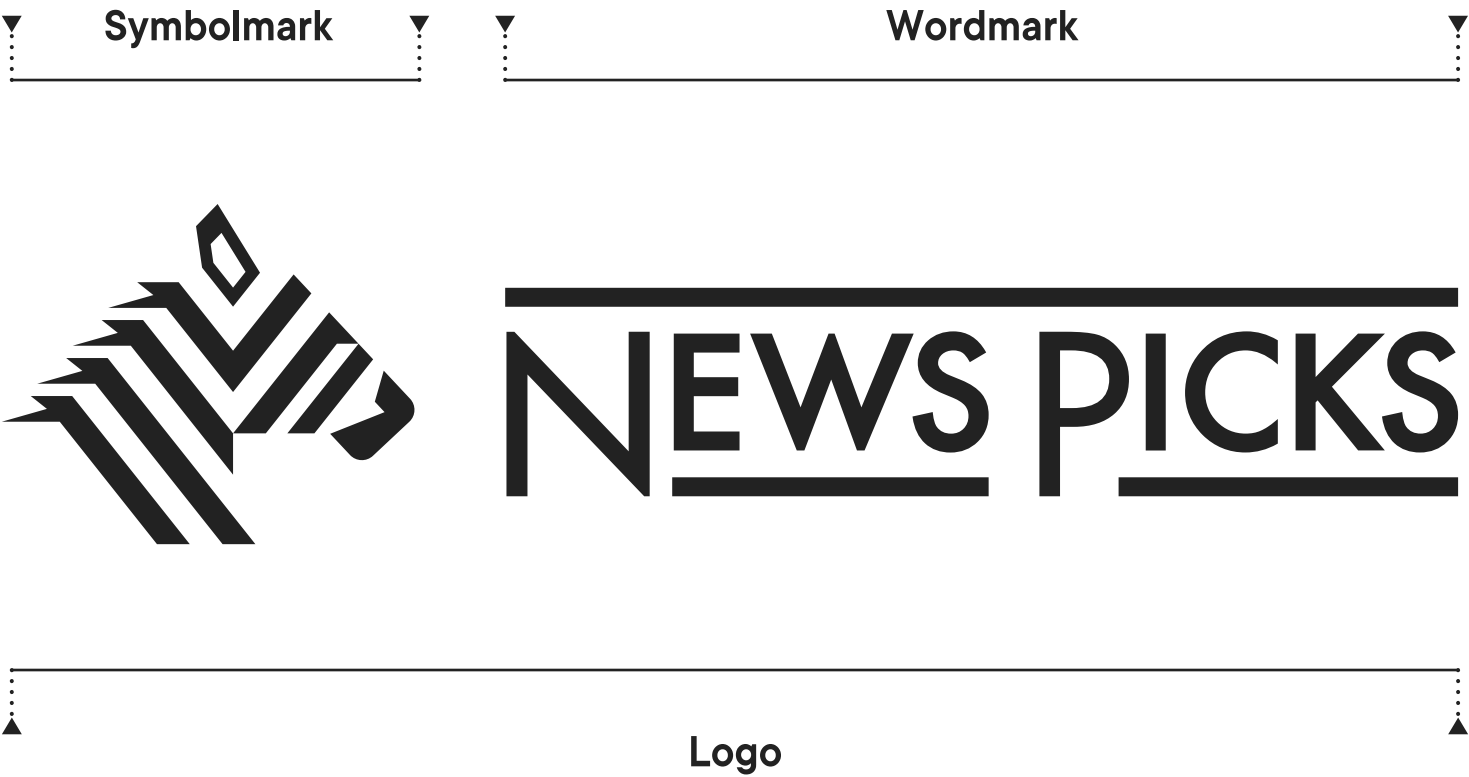
18mm

Secondary Logo

NewsPicksのセカンダリーロゴは、左のシンボルマークと右のワードマークによって構成されたものです。左右それぞれを分離して使用することはできません。

また、セカンダリーロゴはプライマリーロゴが使えない場合において選択できるものです。

必ず本ガイドラインで指定されたとおりに使用してください。



Exclusion Zone

ロゴの保護エリア | 基本ルール

NewsPicksのロゴは、常に周囲の要素から十分な距離（余白）を取ることで、ブランドとしての強さと視認性を保ちます。このルールを「除外エリア（Exclusion Zone）」と呼びます。

エクスクルージョンゾーンとは、ロゴの周囲に確保すべき最小限のスペースのことです。この領域には、文字・図形・写真など他のビジュアル要素を一切配置してはいけません。

ロゴのシンボルマーク部分の高さを基準に、その1/2（50%）を上下左右に取った範囲が除外エリアに該当します。この領域はあくまで最低限の余白であり、実際のデザインにおいてそれより広いスペースの確保は問題ありません。

このゾーンは絶対的なものであり、NewsPicksアプリ及びNewsPicks公式ウェブサイト上に掲載されるコンテンツバナーを除いて例外を認めません。



Minimum Sizes

ロゴの最小サイズ

NewsPicksのロゴは、視認性とインパクトを損なわない範囲で使用される必要があります。

媒体によって再現性が異なるため、それぞれの使用環境に応じた最小サイズの基準を設けています。

デジタル媒体での最小サイズ

ロゴ全体（シンボル+ワードマーク）は、横幅185ピクセル以上で使用してください。スマートフォンやPCでの表示など、画面上での読みやすさと識別性を担保するための基準です。

印刷媒体での最小サイズ

ロゴ全体の横幅は42mm以上としてください。

印刷は高解像度（例：350dpi）で出力されるため、デジタルよりもやや小さく再現することが可能です。

※ただし可読性を損なわないことが前提です。

サイズが小さすぎると、ロゴのディテールが潰れて読みにくくなるだけでなく、ブランドとしての印象や信頼感にも影響を与えます。媒体や用途にかかわらず、上記の基準を満たすサイズで使用してください。



Digital
185px



Print
42mm

Maximum Sizes

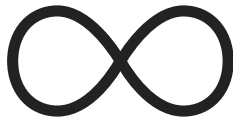
ロゴの最大サイズ

NewsPicksのロゴには、明確な最大サイズの制限は設けていません。視認性やブランド認知の強調が求められる場面では、ロゴを大きく扱うことで効果的な印象を与えることが可能です。

ただし、どれほど拡大する場合でも、以下の観点を損なわないよう配慮してください。

- 余白やレイアウトとのバランスが適切であること
- 周囲の情報を圧迫せず、調和がとれていること
- ロゴの構造（比率や形状）を一切改変しないこと

最大サイズの運用は、OOH広告、大型ポスター、イベント空間などの大規模な展開において活用されることがあります。その際も、「大きさ=強さ」ではなく、ロゴが文脈の中で意味を持って機能しているかどうかを基準に判断してください。



Logo Color

ロゴのカラー展開

NewsPicksのロゴは、NewsPicksブラックおよびホワイトのみで表現されます。RGB、CMYK、モノトーンのいずれにおいても、この2色のみで運用されます。

この制限により、どのメディア・媒体でもブランドの統一性が保たれ、視認性や印象のぶれが最小限に抑えられます。

いずれの場合も、ロゴと背景の間に十分なコントラストがあることが必須です。視認性が損なわれるような背景（例：中間トーンの写真、パターンの激しい画像など）は避けてください。

避けるべき使用例

- ブランドカラー以外をロゴに設定する
- グラデーションや効果（シャドウ、輪郭線など）を加える
- 背景とロゴのコントラストが不十分な状態で配置する

NewsPicksのロゴは、「伝えるべき情報の信頼性」と、「ニュースは常に白黒つけられるものではない」という姿勢を象徴しています。だからこそ、余計な演出は加えず、限られた色の中で最大限の明快さと節度をもって扱うことが重要です。



#222222

R34 G34 B34

K90



#FFFFFF

R255 G255 B255

K0

Logo Placement

ロゴの配置ルール

掲載する媒体のサイズに関係なく、NewsPicksのロゴはこの5つの位置にのみ配置できます。

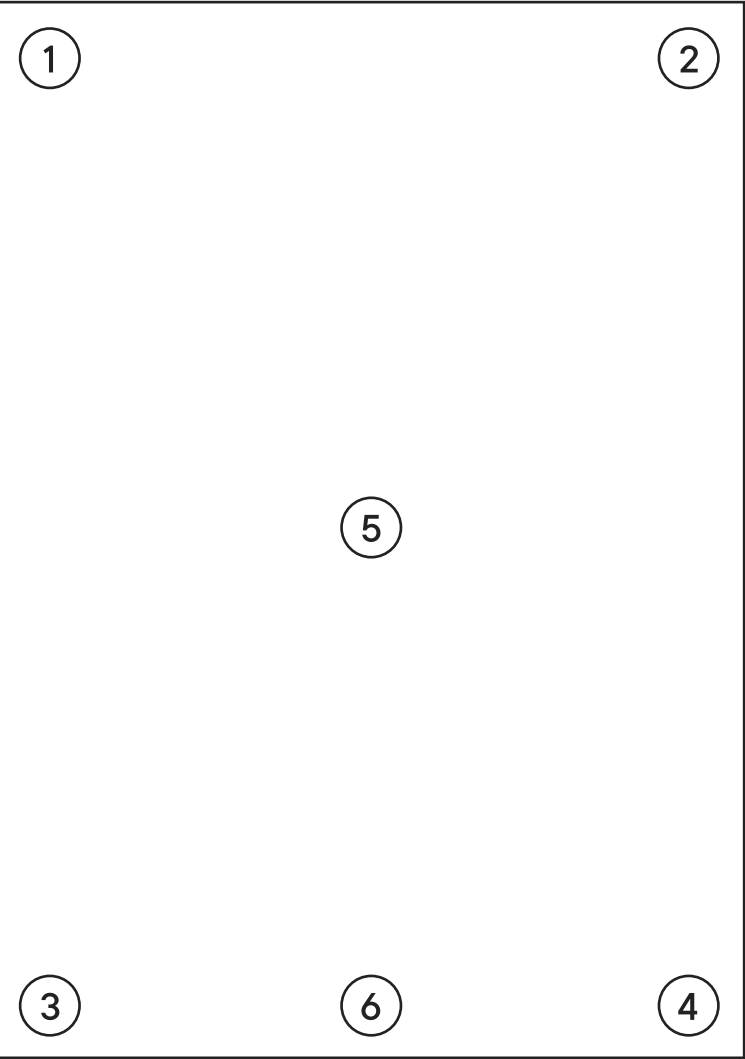
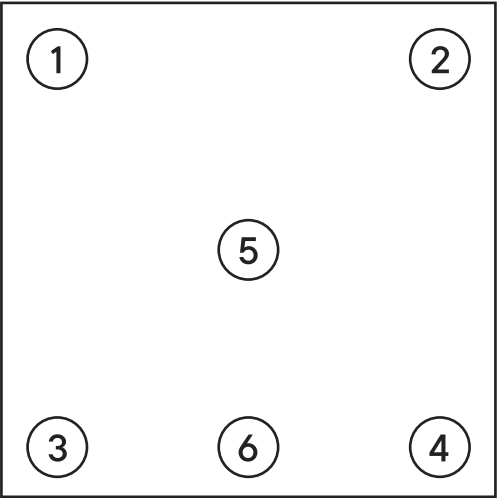
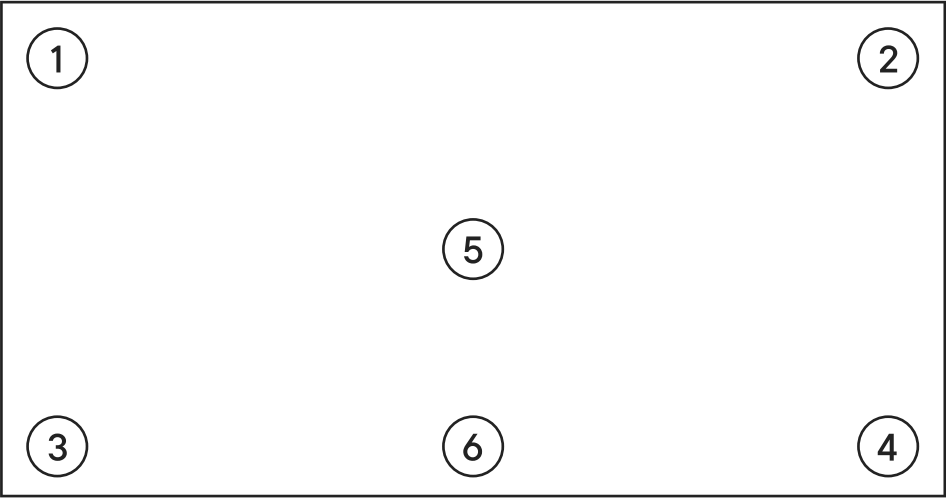
掲載する媒体サイズの高さがロゴ最小サイズに近く

①左上隅 と ③左下隅、②右上隅 と ④右下隅 との明確な差が出ない場合は高さの中央位置において左隅もしくは右隅に配置します。

優先される位置は、NewsPicksアプリ及びNewsPicks公式ウェブサイト上に掲載されるコンテンツバナーで採用されている通り①であり、②以降のオプションは次の通りです。

- ① 左上隅
- ② 右上隅
- ③ 左下隅
- ④ 右下隅
- ⑤ 中央揃
- ⑥ 下部中央

ロゴを配置する際は、必ず定義されたエクスクルージョンゾーン（最小限の余白）を確保し、他の要素との距離を十分に保ってください。



Logo Placement

ロゴ配置における背景との関係

NewsPicksのロゴを使用する際は、背景のコントラストと複雑さに特に注意してください。背景画像やグラフィック要素と干渉することで、ロゴの可読性や認識性が損なわれる場合があります。

ここでは、実際のレイアウト上で「避けるべき例」と「適切な使用例」を比較しながら紹介します。

ロゴの可読性や印象が少しでも損なわれる可能性がある場合は、使用を抑えるか、背景の調整を行ってください。判断に迷う際は、コミュニケーションデザインチームに事前確認をお願いします。



○ YES

高コントラストで、シンプルな背景。
ロゴが明確に認識できる。



✕ NO

明暗や色味のコントラストが強い部分に
配置されており、判別が難しい。



○ YES

背景は適度にシンプルで、
ロゴの視認性が保たれている。



✕ NO

背景の明るさや写真構造が
ロゴと干渉し、判別が難しい。

Logo on Backgrounds

ロゴと背景のコントラスト

NewsPicksのロゴは、背景との明度差によってホワイトロゴ、ブラックロゴを使い分けます。

判断の基準は色相やグローバルカラーパレットではなく、「コントラスト比（明度差）」です。

背景がどの色であっても、ホワイトロゴまたはブラックロゴのいずれかが4.5：1以上のコントラストを確保できる明度帯のみで使用してください。

カラー背景の場合は、一時的にグレースケール変換して明度を判断することを推奨します。

明度50～60%（Gray500～Gray600付近）は白黒いずれのロゴも視認性が不安定となるため、使用を避けてください。

補足

- コントラスト比の計算は、背景色とロゴ色の相対輝度値（WCAG 2.1基準）を用いて判定します。
- RGB値がわからない場合は、グレースケール変換した際の見た目の明暗を目安に判断してください。
- 写真やグラデーション上に配置する場合は、最もコントラストが低くなる部分で十分な視認性が確保できるようにしてください。部分的に読めても一部が沈む場合は、背景のトーンを調整してください。

背景濃度 Gray

0%

10%

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

90%

100%

コントラスト比

1.0 : 1

1.2 : 1

1.4 : 1

1.7 : 1

2.1 : 1

2.6 : 1

3.4 : 1

4.7 : 1

7.0 : 1

10.4 : 1

15.7 : 1

コントラスト比

15.7 : 1

12.5 : 1

10.0 : 1

7.8 : 1

6.0 : 1

4.6 : 1

3.4 : 1

2.6 : 1

2.0 : 1

1.5 : 1

1.2 : 1

Incorrect Usage of the Logo

ロゴの使用禁止例

NewsPicksのロゴは、明瞭性と一貫性を保ったかたちで使用される必要があります。

右記のような使用は、ブランドの認知性・信頼性を損なうため禁止されています。

ロゴは「ブランドそのもの」です。

上記の禁止事項は、視認性・品位・識別性を保つための最低限のルールです。あらゆる表現においてこれらを守ることが、NewsPicksのブランド価値を支えます。



色の変更

ロゴの色をブランドカラー以外に変更しない



回転や傾き

ロゴを回転させたり、斜めに配置しない



囲みや線を追加する

ロゴ周囲に不自然な枠や背景の輪郭を加えない



効果の付与

フラットな状態での使用が原則。
視覚効果を加えることは禁止



間隔の変更

ワードマークなどの間隔を変更しない



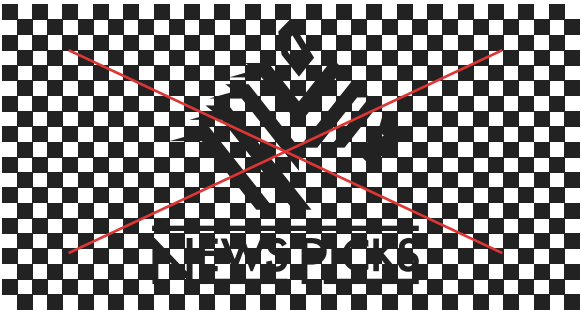
比率の変更・変形

縦横比を変えたり、引き伸ばす・圧縮するといった加工は行わない



アウトライン

ロゴをアウトライン表示にしない



可読性を損なう背景への配置

背景と十分なコントラストが確保できない箇所に配置しない。
特に複雑な写真や柄の上には注意が必要



部分的な変更

一部の拡大および削除を行わない

Partnerships

Partnership Logo

提携時のロゴ表記ルール

NewsPicksと他社との提携・タイアップ時に使用する基本形のロゴ組例です。原則として、パートナーロゴを左（優先位置）に、NewsPicksロゴを右に配置してください。二社のロゴが続くことによる誤認を避ける必要がある場合は、本セクション後半に解説している「セパレーター（区切り線）」を設定してください。

横並び（Horizontal）

NewsPicksロゴとパートナーロゴの間隔は、NewsPicksロゴシンボルマークの幅と等しいスペースを確保してください。

縦積み（Stacked）

同様に、NewsPicksロゴシンボルマークの高さと等しいスペースを、ロゴマーク上部とパートナーロゴ下部の間に確保してください。この場合のパートナーロゴ（優先位置）は上部です。

使用するパターンは、掲載媒体・スペース・パートナーロゴの形状などを踏まえ、視認性とバランスの良さを基準に選択してください。迷った場合は、より自然で美しく見える構成を優先してください。

注意点

- 余白はあくまで視覚的な独立性を確保するためのものです。デザイン上のバランスを最優先としつつ、ブランドの誤認を避ける設計を心がけてください。
- 規定スペースよりも狭くすることは不可とし、必要に応じて広くすることは許容します。パートナーロゴのエクスクルージョンゾーンがNewsPicksと異なる場合、より広い方を優先してください。

横並び （Horizontal）

BRAND



BRAND



= Symbolmarkの幅

縦積み （Stacked）

BRAND

BRAND



= Symbolmarkの高さ



Partnership Logo | Separator line

セパレーターを用いた構成

パートナー企業との提携ロゴを並列配置する際、明確な分離が必要な場合は、この構成を使用してください。
この形式では、NewsPicksロゴとパートナーロゴの間に視覚的な区切り線（セパレーター）を挿入します。

セパレーターの設計ルール

- セパレーターの太さ

セパレーターは、NewsPicksワードマーク内の「トップバー」の横棒の太さに設定します。
線の色は基本的にNewsPicks Blackを使用し、媒体によっては適度にトーンダウンして使用しても構いません。

- 配置の基準

横並び (Horizontal) : セパレーターは、ロゴ間の中央に配置し、NewsPicksアイコンと同じ高さを持たせてください。
縦積み (Stacked) : セパレーターは、ロゴ間の中央に配置し、NewsPicksシンボルマークの幅の50%分だけ左右にはみ出すようにしてください。

注意点

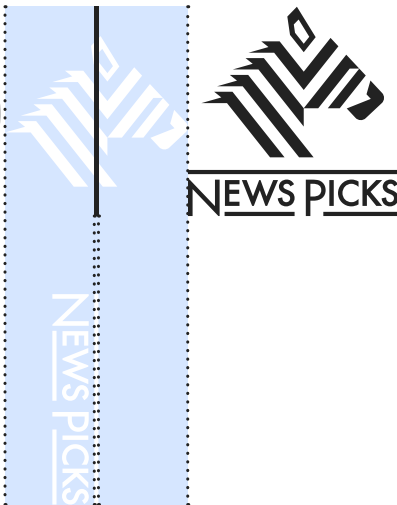
- この構成は、ロゴ間に明確な分離を求められる場合のみ使用します。原則として、余白による分離で対応できる場合は、そちらを優先してください。
- セパレーターが過剰な主張にならないよう、周囲の要素や媒体設計との調和を優先してください。
- パートナーロゴのエクスクルージョンゾーンがNewsPicksと異なる場合、より広い方を優先してください。

横並び
(Horizontal)

BRAND



BRAND



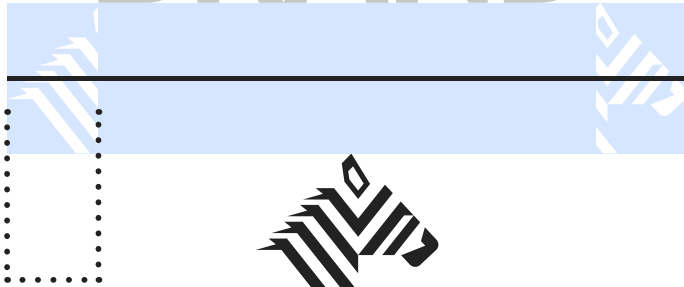
= Wordmark トップバーの太さ

縦積み
(Stacked)

BRAND



BRAND



= Symbolmarkの1/2幅

NEWS PICKS

= Wordmark トップバーの太さ

Partnership Logo | Collaboration コラボレーション構成

提携先と一時的な企画・イベント・キャンペーンなどを共同で行う際に使用する、「×」記号を挟んだ特別なロゴ構成です。両社の関係性を対等な協業として視覚的に示したい場面で使用します。原則として、恒常的な提携関係には使用せず、プロジェクト単位の限定用途にとどめてください。使用にあたっては、既存の基本構成（スペースによる分離）やセパレーター構成（明示的な区切り線）との違いを理解し、視覚的な誤認を避けるデザイン調整を行ってください。

使用条件

- 一時的・企画単位の協業（コラボレーション）に限定
- 双方のブランドロゴが対等な立場で表現されること
- NewsPicksとパートナー双方の事前合意があること

構成ルール

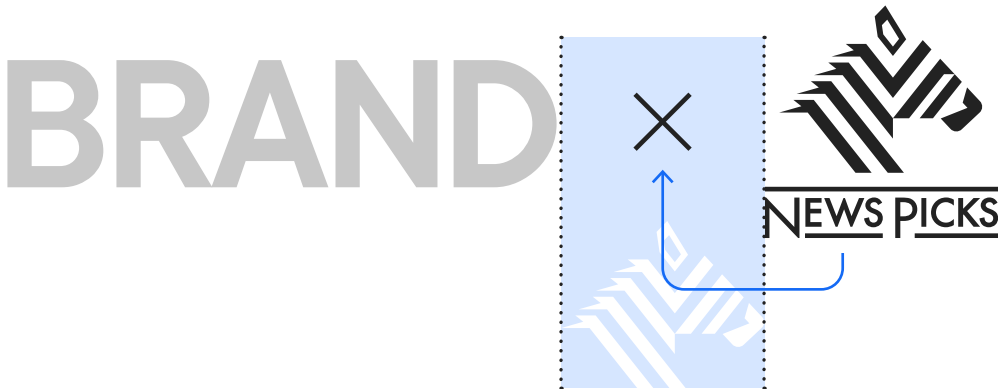
横並び（Horizontal）

- ロゴ間に「×」記号を挟んで配置します。
- 「×」は、組み合わせるNewsPicksワードマーク「EWS」のアンダーバーを回転して使用してください。
- 提携先ロゴとNewsPicksロゴの余白はNewsPicksシンボルマーク幅とします。

縦積み（Stacked）

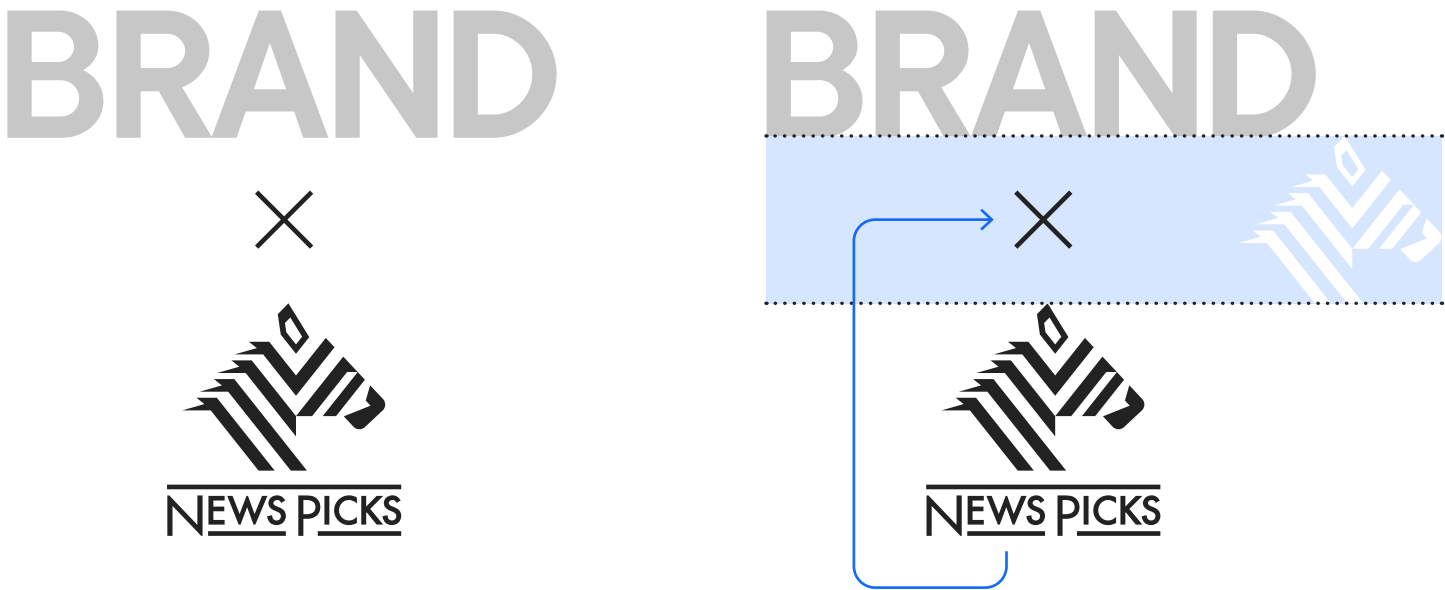
- NewsPicksロゴの上に「×」記号、その上にパートナーロゴを縦に配置します。
- 「×」は、組み合わせるNewsPicksワードマーク「EWS」のアンダーバーを回転して使用してください。
- 提携先ロゴとNewsPicksロゴの余白はNewsPicksシンボルマークの高さとします。
- 横並び・縦積みとも、パートナーロゴのエクスクルーージョンゾーンがNewsPicksと異なる場合、より広い方を優先してください。

横並び （Horizontal）



= Wordmark「EWS」の
アンダーバーを使用

縦積み （Stacked）



= Wordmark「EWS」の
アンダーバーを使用

本ガイドラインに掲載されている写真などの多くは、NewsPicksが所有またはライセンスを保有するものではなく、ブランド表現の仕組みを説明するための例示として使用しています。これらの画像や事例を、対外的なコミュニケーションにそのまま使用することはできません。

写真等は社内教育・参考目的のみに使用可能です。社外での使用は原則認められません。やむを得ず使用が必要な場合は、別途権利関係をクリアにした素材をご用意ください。

本ガイドラインの内容に不明点がある場合、メディアキットとしての素材が不足している場合、または制作物がNewsPicksブランドを正しく表現しているか不安な場合は、コミュニケーションデザインチームまでご連絡ください。