

販促サービス「LYPマイレージ」が誕生。「誰にでも優しいロゴ」を目指した背景とは？



2023年3月1日、マイレージ型の販促サービス「LYPマイレージ」の開始とともに、「LYPマイレージ」ロゴマークが誕生しました。「LYP」はLINE、Yahoo! JAPAN、PayPayそれぞれの頭文字。3社それぞれの強みを最大限活用したマイレージ型の販促サービスです。

お得に、楽しくお買い物をしていただきたいという思いから、コンセプトとなる「お得」や「親しみやすさ」をロゴで表現するとともに、オンラインだけでなく、オフライン上の日常のあらゆるところで目に触れるものになるからこそ、誰にでも「見やすく優しい」ロゴを目指しました。

INDEX

- ▶ [1. コントラスト：検証を繰り返し見やすさを追求](#)
- ▶ [2. 書体：独立性と一体感をどう両立するか](#)
- ▶ [3. 形状：小さくても視認性のある形とは](#)
- ▶ [最後に：多様な人の目に触れるサービスだからこそ重視するもの](#)
- ▶ [関連リンク](#)

1. コントラスト：検証を繰り返し見やすさを追求

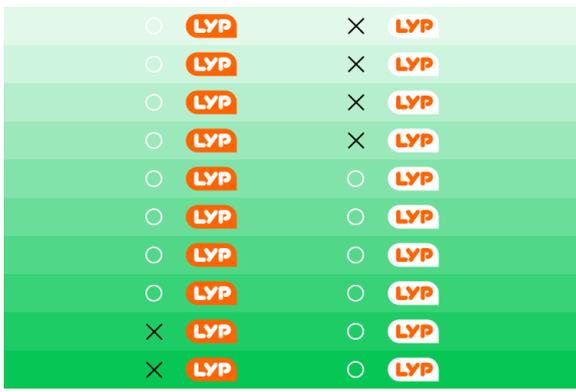
背景色に応じて利用可能なロゴ

○ LYP マイレージ	× LYP マイレージ	× LYP マイレージ	× LYP マイレージ
○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	× LYP マイレージ	× LYP マイレージ
× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
× LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
× LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
× LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ
× LYP マイレージ	× LYP マイレージ	○ LYP マイレージ	○ LYP マイレージ

テーマカラーは、コンセプトの「お得」や「親しみやすさ」に一番マッチしており、ウェブサイトや店舗などに置かれるPOPやチラシにもなじみやすく目にとまりやすいという観点からオレンジが選択されました。また、決定したロゴカラーのオレンジの見やすさを担保するために、ロゴと背景色で「コントラスト」の検証を行っています。コントラストは比較する対象の明るさや暗さの差を表し、差が大きくなるほど文字や色を認識しやすくなるため、背景色とのコントラストを保つことは見やすさの観点からも重要です。

「LYPマイレージ」ロゴは、オンライン上で多く使われることを考慮したコントラスト比を基準に調整をしました。「LYPマイレージ」ロゴにおいて、独自にコントラスト比を定めており、図の背景色である黒の濃淡に応じて、コントラスト比が基準に達しているものを利用可能としています。コントラスト比が基準に達していないものは、マークもしくはテキスト部分が背景と同化してしまい視認性が低下するため利用不可としています。また、WEBやアプリ、店頭での広告などあらゆる利用シーンに対応できるよう、ロゴは白抜きロゴなど多様なバリエーションを用意し、それぞれに対して視認性が担保できるようにしています。さらに、社内で利用するロゴガイドラインにもこれらを定めた一覧表を掲載し、基準を推奨しています。

また、赤やオレンジなどの暖色は、コントラスト比の計測と、実際のスマートフォンなどで見る明るさや暗さに差が生じます。実際の視認性を留意し、特にLINEやYahoo! JAPANのブランドカラー（緑や赤）については別途コントラスト比の検証を行い、基準を定めています。



コントラストが調整された視認性の高いロゴカラーやフォントを利用すると、高齢者に多くいるといわれている白内障や老眼の方のぼやけるような見えづらさが解消され、一定程度の可読性が担保されるようになります。

	○ 採用ロゴ	× 不採用ロゴ
通常の見え方		
白内障の見え方		
黄変化・老眼の見え方・白内障		

2. 書体：独立性と一体感をどう両立するか



「お得」や「親しみやすさ」の印象をもたせるため、カッコリしたフォントではなくやわらかい印象の「丸ゴシック」を採用しました。また、小さくなくても読めるように太めにデザインしています。さらに、それぞれの文字に個性の異なる3サービスを表現しており、「y」は数学的に縦に伸びる座標の意味があり、「y」を小文字にする事で、レベルアップしていくマイレージの特性を表現しています。また、「P」はアキを設ける事で書体に抜け感やカジュアルさを演出しています。「L」は読みやすさを重視し、頭文字となるため加工を加えず、あえてシンプルにしています。しかしながら、個性を出しつつも3サービスの一体感が出るよう、ユーザーの読みやすさを重視し、文字間は狭めにすることで、固まりがある形状にしています。

3. 形状：小さくても視認性のある形とは

	○ 採用ロゴ（細かいパーツなし）	✕ 不採用ロゴ（細かいパーツあり）
大		
中		
小		
極小		

さまざまな場所で利用が想定されるロゴ。ロゴが小さくなってもユーザーが読みやすいように、シンプルな吹き出しを選択し、細かいパーツや吹き出しのツノなどを設けていません。また、書体との親和性が高い、丸みを帯びた形状にしています。

最後に：多様な人の目に触れるサービスだからこそ重視するもの

PROFILE



長谷川 玲子（はせがわ れいこ）：Zホールディングス株式会社Co-CEO 事業推進統括部クリエイティブ推進部

美術系大学を卒業後、新卒で広告制作会社に入社。さまざまな企業のグラフィック広告のデザイン制作に従事。2018年ヤフー株式会社入社。現在はZホールディングス株式会社クリエイティブ推進部およびヤフー株式会社ブランドコミュニケーション本部に在籍中。ヤフーとZホールディングスの社内ツール・ロゴのデザインや、WEBデザインなどを担当。

長谷川：「LYPマイレージ」のロゴは、一見シンプルなロゴに見えますが、意識した事はたくさんあります。特に、「LYPマイレージ」のサイトでロゴが浮かないこと、小さくても視認性が高く、かつ悪目立ちしないこと、「お得」や「特別」な印象があること。また、3サービスを横断した、一体感やダイナミックさも意識しました。これらのポイントに合わせて、「お得」は色や書体で、「特別」はマークの吹き出しで、3サービスの一体感は書体で表現しつつ、それぞれの個性を出すことなど、伝えたい点を念頭に置きながら可能な限りデザインに組み込んで作り上げています。Zホールディングスグループのサービスは利用者数も多く、多様なユーザーの目に触れるため情報を正確に伝えなければいけない責任は大きいです。デザイナーは作家性があり派手な職種だと思われがちですが、実際はとても地味でコツコツとした作業を積み重ねる職人に近い仕事だと思っています。私たちデザイナーは伝えたい情報が、多様なユーザーに対してしっかりと伝わるよう、客観的な目線と世の中のスタンダードを常に意識し、色・形・書体・オブジェクトの形状・レイアウトなどのデザインの試行錯誤を時間が許す限り検証し続けています。

サービス品質の向上

<https://www.z-holdings.co.jp/sustainability/stakeholder/07/#anc2>

取材日：2023年2月20日 公開日：2023年3月2日

記事中の所属・肩書きなどは取材日時点のものです。

取材・執筆：Zホールディングス コーポレートマーケティング部 編集：Zホールディングス 広報部

関連リンク



LINE YAHOO! JAPAN PayPay

エントリーや登録不要で自動的に商品ごとの
購入金額に応じた特典がもらえる

LYP マイレージ
提供開始

エントリーや登録不要で、商品ごとの購入金額に応じた特典が自動的にもらえるマイレージ型の販促サービス「LYPマイレージ」を本日より提供開始

[詳細はこちら](#)



Z HOLDINGS

アクセシビリティ基本方針

[詳細はこちら](#)