



L.F.C

LITTLE STARS

1993 - 2024

30TH
ANNIVERSARY



HAS BEEN GIVING BRIGHTNESS

INTRODUCTION

リトルスターズ 30 周年

宮城の街クラブから全国へ。

リトルスターズは 2023 年で 30 周年を迎えました。

ジュニア、高校生、大人まで幅広いカテゴリーで活動を続けています。

今までの活動においても、卒業生は宮城県のみならず、県外での活躍も目まぐるしく誇らしい。

現役を退いた方々やサッカーをこれから始まる子供達、大人も同じピッチで練習や試合をす

ることができる環境です。

そのような環境は全国的にもそれほど多い環境ではなく、新たな素敵なサッカーライフの形に

なることでしょう。

世界で見てもこのような活動を続けている女子サッカーチームはありません。

よりチームとしての個性と活動を多くの方々に評価してもらい、また一味違う角度からの共感

や PR になればと考えます。

30 周年を迎え、今年からは全国大会での試合を控える。

宮城県代表としての自覚と誇りを胸により高みを目指せると思う。



TEAM BRANDING

ブランディング企画 / 考察

チームとしてのビジュアルの可視化

近年、ヨーロッパのクラブを皮切りにスポーツチームで

使用されるロゴやデザインが一般的なファッションとして受け入れられ、

地域の発展の向上やマーケティングに大きな影響を与えている。

有名なヨーロッパのデザインでいえば、セリエ A に所属するユベントスや

プレミアリーグ所属のリバプールは、ロゴを簡略化し、一眼でブランドを

象徴し、生活に馴染むデザインになっている。日本では、依然にブランドマー

ケティングには大きく変わっていないが、昨年のガンバ大阪はロゴを一新

し、大手衣服代理店とコラボし製品を作成している。また、近年、ヴィジュ

アルを強化する社会人リーグに所属する KAMAKURA FC はリブランディ

ング後に大きく知名度をあげ地域発展を掲げ積極的に活動している。

どのクラブもチームとしての役割だけではなく、より日常にも馴染み、

より身近に感じ、憧れるようなコンテンツが非常に大事に思える。



メリット: チーム

- 統一性

- モチベーション向上

- ビジュアルの強さ = 相手に対して“強そう”と思われるか

他チームとの差別化

直接的な PR 的側面

Jリーグ下部組織と遜色のない見た目

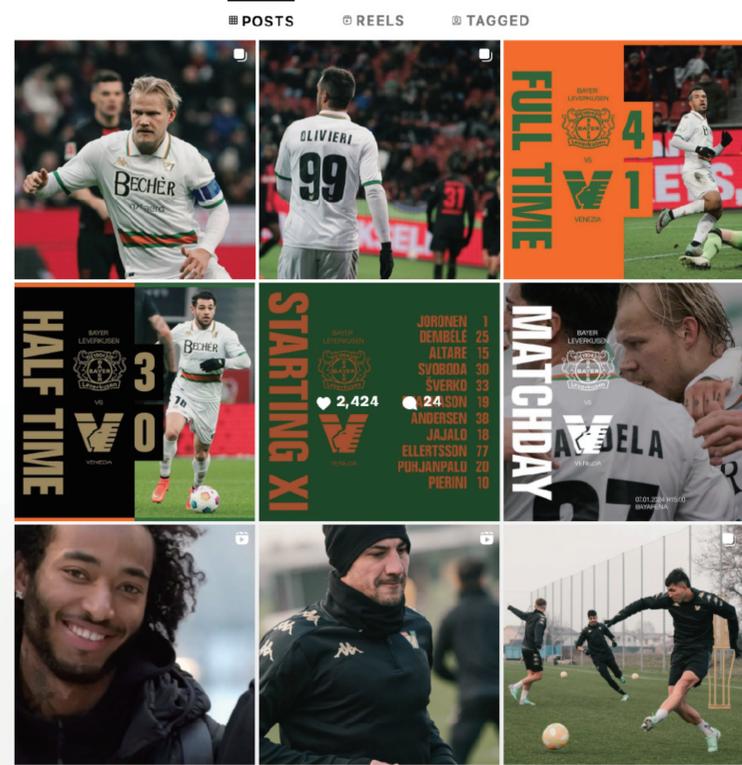
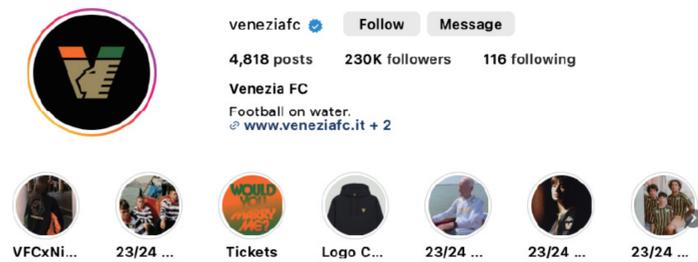
地域貢献 / 街クラブとして

TEAM BRANDING

ロールモデル

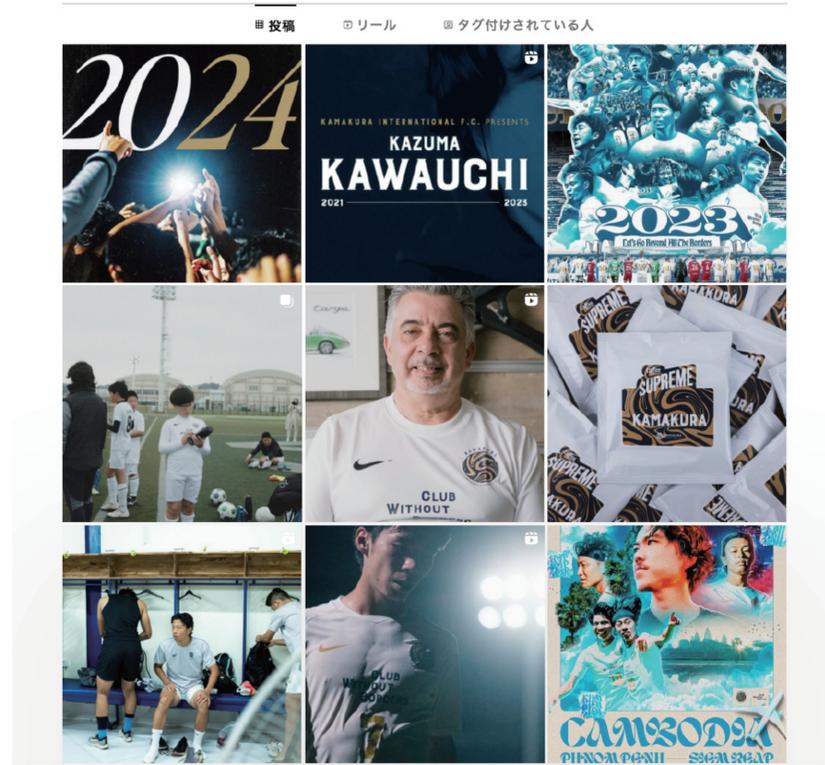
ユニフォーム、ロゴ、写真等のビジュアル作成に特に注力しているコンテンツ。
 チームに規模や状況は特に関係なく、チームとしてのアイデンティティやキャラクターをより忠実に可視化しやすい。
 無理することなくチームとしてのPRを継続的に行うことができる要素。

Venezia FC / イタリア



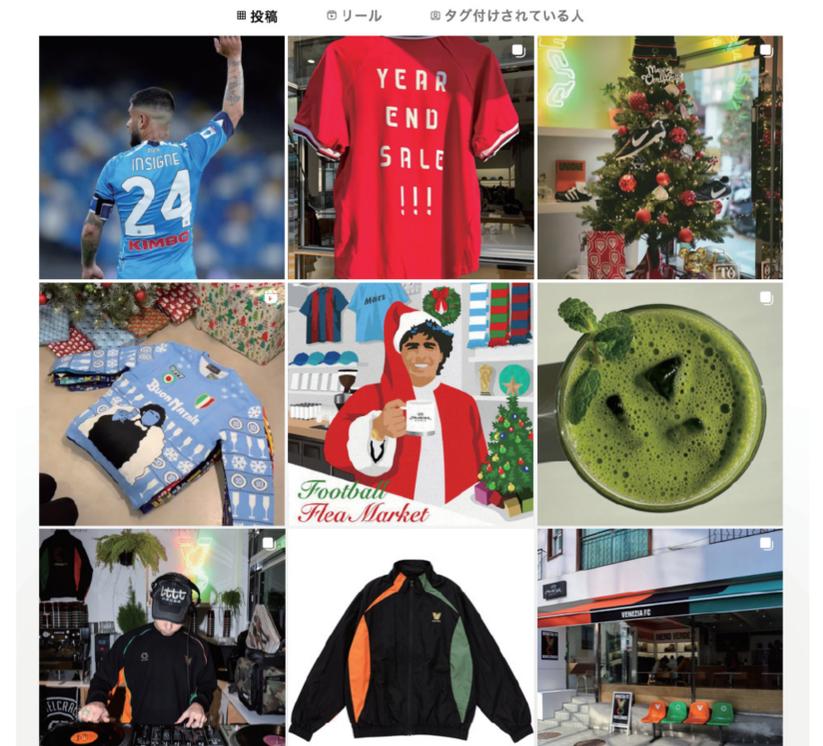
イタリア・ヴェネチアを拠点とするサッカークラブ。

Kamakura FC / 街クラブ



神奈川 / 鎌倉を拠点とするサッカークラブ。
 神奈川県 1 部リーグ所属

NivelCrack / 韓国 / カフェ

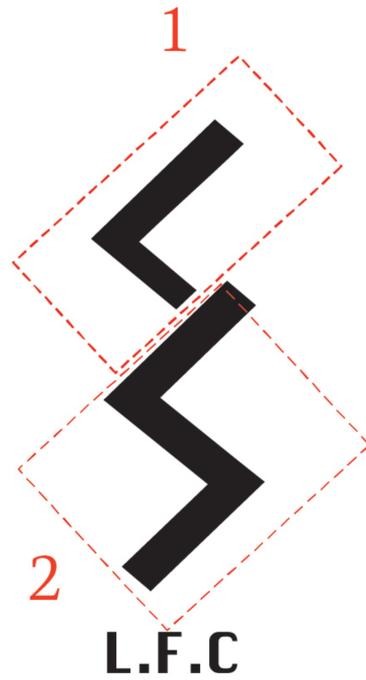


韓国 / ソウルを拠点とするサッカーショップ。
 カフェを併設しながらサッカークラブとのグッズやイベントを運営

30 YEARS TEAM ICON

30 YEARS TEAM LOGO

チームを象徴とするスターマークをシェイプとして残し、アルファベットの頭文字を変形させました。
瞬間的に見て認識しやすいシェイプと日常的に着用のしやすいキャッチーな形。(NY ヤンキースのキャップ的な)



1. アルファベット “L”
2. アルファベット “S”



LITTLE STARS

**LITTLE
STARS**