

ブランディング論「ロゴ篇」

「シンボルマーク篇」

●ロゴとは一般的に「オリジナルな図形」シンボルマークとオリジナルな文字（または場合により既存フォントを使用）「ロゴタイプ」を総称して「ロゴマーク」と言われます。

●ロゴマークとはブランドを象徴するデザインのことです。会社、店舗、グループ、製品、サービス、人物、認証、作品、イベントなど多種多様に使われています。

●ロゴマークにはひと目で伝える情報伝達力があり、ロゴ自体にも価値が生まれブランド価値をよりいっそう引き上げます。

●ロゴマークは見た目のデザインに目が行きがちですがロゴに込められた意味が重要。デザイナーとして他社のロゴを作成する際は綿密なヒアリングが必要になり、クライアントとのコミュニケーションが欠かせません。

ロゴに込めた意味がしっかり説明できないとロゴとは言えません。

「ロゴタイプ篇」

ロゴタイプとは、社名や商品名などの文字を図案化したものです。この用語は、イギリスの活字鋳造所で2字以上の文字や単語（ロゴ）を、1本の活字（タイプ）に鋳造したことが由来となっています。

例えば、グーグル社の「Google」のロゴ、コカ・コーラ社の「Coca Cola」のロゴ、ファーストリテイリング社の「ユニクロ」のロゴなどはロゴタイプです。

ロゴタイプのメリットとしては、文字をベースにデザインしているために社名や商品名を文字として読めるという点が挙げられます。ゆえに、社名や商品名を覚えてもらいやすいのが特徴です。

とくにグローバルに展開する大企業の多くは、積極的にロゴタイプを採用しています。そうすることで、自国以外の人にも会社や商品を認知してもらうことができているのです。そのため、サービスやブランドのロゴなど、名前を広く覚えてもらいたいものは、ロゴタイプを主に作成するケースも多く存在します。シンボルマークは不要なのかというと、もちろんそうではありません。シンボルマークにはシンボルマークの良さがあるので、シンボルマークとロゴタイプ、それぞれの特徴を活かして使い分けるのもオススメです。

人で例えると、ロゴマークは人の顔のような役割をするのに対し、ロゴタイプは名前のような役割をします。どちらを覚えてほしいかで、ロゴタイプだけにするか、ロゴマークも付けるかを判断するといいいでしょう。

シンボルマークとロゴタイプ、2つをうまく使い分けて上手にイメージ戦略をしている企業も多くあります。

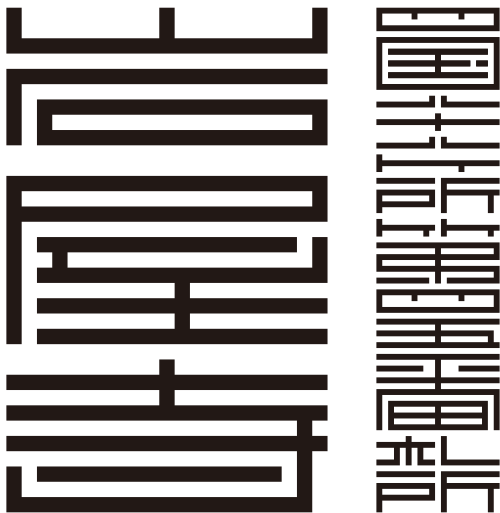
また、ロゴマークとロゴタイプの両方を持っていると、ロゴの活用用途も広がります。例えば、社章にはシンボルマークだけを使いつつ、名刺などの社名部分にはロゴタイプを活用するなど。

起業後はロゴを使って様々なアイテムを作りますので、シンボルマークもロゴタイプも活用しやすいように作成すると良いでしょう。

【CM食堂 シンボルマーク・ロゴタイプ事例】

shake hands 愛媛大学の冊子タイトルに使用したロゴタイプ







NIWANIWA

We build
modern Japanese style garden.

Our company
was established in 2015.

カフェヨシダ ブランディング…カフェロゴマーク（ロゴタイプ）





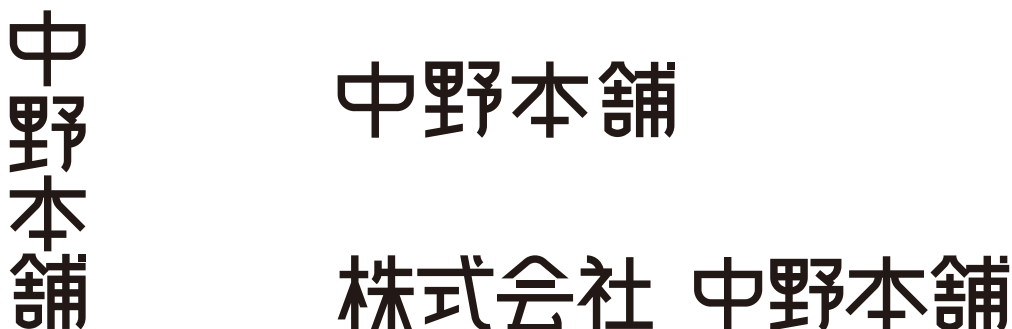
薄墨羊羹ファミリーロゴ



薄墨羊羹ロゴ



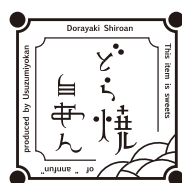
株式会社中野本舗ロゴ



薄墨羊羹 ブランディング…ブランド関連 「餡フアン」シリーズアイテムのロゴマーク



color DIC-25/0.50.8.0



color DIC-N803/0.14.72.0



color DIC-F106/0.57.37.0



color DIC-N877/52.12.0.0



color DIC-C173/44.18.73.0



color DIC-2264/14.54.42.0



color DIC-F105/0.21.47.0



color DIC-F284/39.0.43.0



color DIC-F19/0.41.52.0



color DIC-N993/28.9.24.0



color DIC-F168/0.11.77.0



color DIC-C166/19.0.55.0



color DIC-N869/24.0.9.0



color DIC-C2/0.30.13.0



color DIC-F170/0.24.98.0



color DIC-C167/13.8.76.0



color DIC-F53/56.0.25.0



color DIC-F4/0.45.73.0



color DIC-F44/39.45.0.0



color DIC-F208/0.64.91.0



color DIC-F90/0.100.67.21



color DIC-C188/76.18.68.0

ロルトラーノ ブランディング
「まるはたけ」シリーズアイテムのロゴマーク



ロルトラーノ ブランディング

「まるはたけ」シリーズパッケージ紙デザイン（ロゴを使ったバリエーション）









丹後 ブランディング…タオルブランドロゴ など





T A N G O 〇 〇

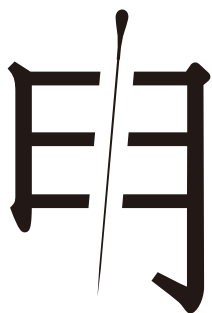


T A N G O Inc.

imabari japan

株式会社 丹後

日月 ブランディング…法人ロゴ、HP ロゴ

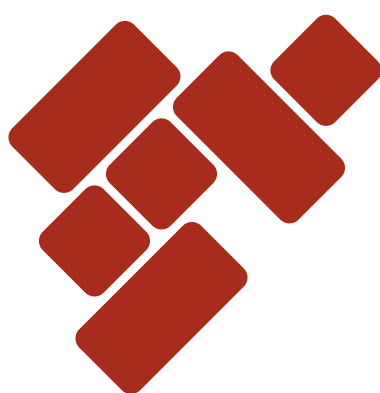


H I Z U K I
HEALTH AND BEAUTY







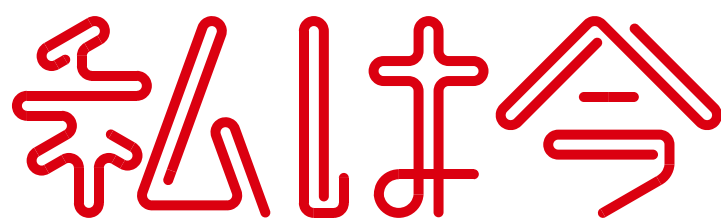


EGF

Ehime Glocal Frontier

愛媛から、はじめる





This is the kind of work I'm doing now.

細野晴臣ロゴポイント

明朝体の文字に関し、横線はうろこ部分のみを表現することでほぼ解読できるという漢字の仕組み。

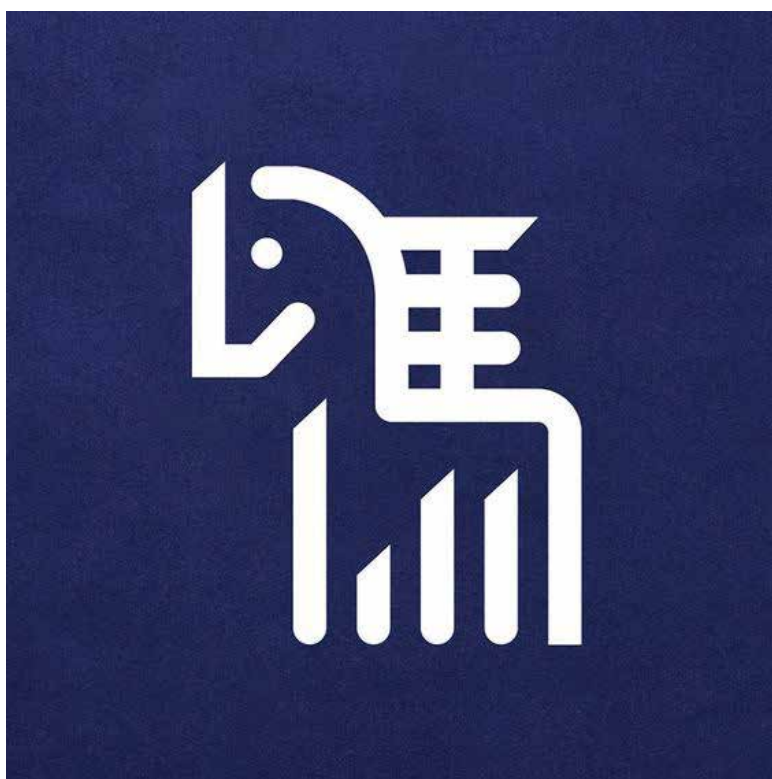
晴 細
臣 野

伊 伊 高 細
藤 賀 川 野
大 航 漣 晴
地 臣

6.9 CLUB QUATTRO

馬 ロゴポイント

文字とイラストを組み合わせるパターン。



タウン理容室 ロゴポイント

理容室の展開的なサインを利用し「TOWN」の文字を制作したパターン。

ただ、「タウン理容室」の名称はイージーなネーミングなのでデザインを先に作った可能性あり。



Client : TOWN BARBER

Art Direction & Designer : YUICHIRO TANAKA

Year : 2007

天然温泉 久松湯 ログポイント

文字を湯気で消す手法が目を惹く足さないで引くという発想。



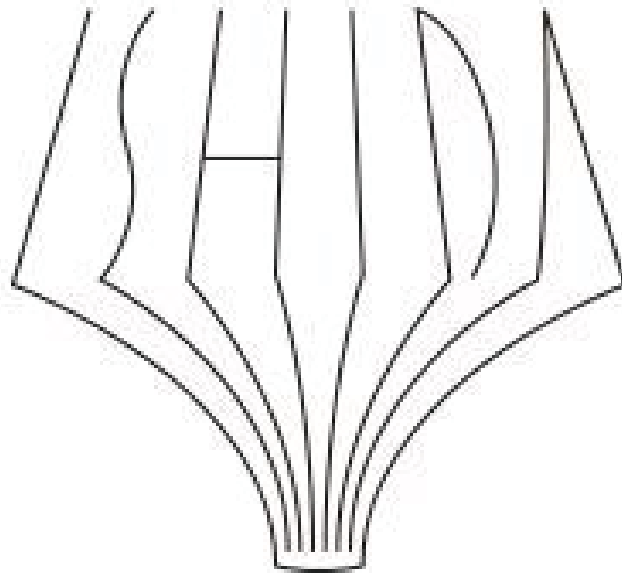
焼き栗（YAKIGURI） ロゴポイント

焼き栗のアルファベットから栗の形状を見つけ出したところがナイスなポイント。
こういう作戦を考えるのは印象的なロゴをつくる一つの指標です。



石田ブックバインディング ログポイント

「石田ブックバインディング」は本のページを利用して文字を作成。この表現手法は英字ロゴには有効な作戦だと考える。



ISHIDA BOOK BINDING

天王寺動物園 ロゴポイント

天王寺動物園のシンボルは四足歩行らしき動物をくっつけることにより、動物が沢山いるよ感を出している。沢山の動物をイラスト化せず1種類じゃないよとイメージさせる良い作戦だと考える。また、全体で天王寺の「T」も表現している。



フィッシュチップス

目的の対象物をイメージさせるイラストの中に必要な文字を入れ込む手法。

