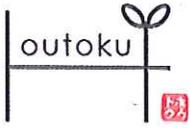




HOTangle

ロゴマーク
活用特集



Bread House
PINOCHIO



株式会社 三和軽合金製作所

制作料2万円で会社が変わる!!

ロゴマークで

経営体質を強化!!

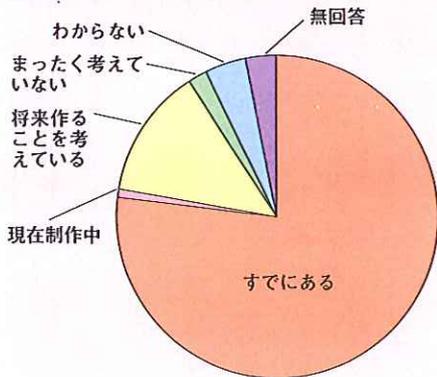
テレビ、新聞、街中で目にする大企業のロゴやマーク。それならば中小企業もロゴやマークを作って自社製品の販路開拓やPRにつなげられないものか。そこで、中小企業でも取り組み可能なロゴ活用の方法を探ってみた。不況の今こそ、ロゴを経営体質の強化に役立ててみてはいかがだろうか。

中小企業のロゴやマークは 使い方次第で効果を発揮

本誌編集部は今回の企画にあたって、全国の中小企業300社にロゴマークに関するアンケートを実施した。アンケートによれば、「ロゴやマークがすでにある」と回答したのは229件で全体の4分の3以上を占めた。が、実際にその効果について話を聞いてみると、「これといった効果を感じない」「よくわからない」といった回答が多かった。

こうした結果について、中小企業のロゴやマークの活用をすすめる「スタートスマール」の著者であるデザイナーの土方弘克さん(69)は「大企業はCI(コーポレート・アイデンティティ)(※)の一環で、ロゴ

■ロゴマークについて



■ロゴマークへの期待



- A: 同業他社との差別化 139
- B: 企業コンセプトの認知 64
- C: 品質保証 71
- D: 企業のイメージアップ 149
- E: 企業アイデンティティ 108
- F: ブランド 177
- G: その他 9

マークなどを制作し、莫大な費用をかけて企業イメージの統合をはかります。だからそれなりの効果を出すことができるのです。しかし、中小企業はそんなことはできません。そこで私が提案するのがVI(ビジュアル・アイデンティティ)です」と話す。

このVIとはCIの基本となる、視覚効果の高いマークやロゴを作成すること。「いわば一家の長が表札をつくるようなものです。ロゴやマークはそのデザインと活用しただいで、効果を発揮できます。日本には小さくてもどこにもマネのできない技術を持った中小企業が存在します。そうした企業にこそ、ロゴやマークを活用して新しい道を切り拓いてい

※CI: 会社のイメージを統合し、社内外にこれを印象づけるための企業戦略

ってもらいたいのです」と。

経営理念や哲学を表現し 会社の存在価値をPR

では、良いロゴとはどんなものなのか。土方さんは「会社の経営理念や社長の哲学がシッカリと表現されているもの」だという。「マークやロゴは人でいえば人格を表すようなものですから、風雪に耐える風格がなければならぬ」というのだ。

一例をご紹介したい。富山県小矢部市で在宅介護の支援事業を行うメリメントケアサービスは、3年前にロゴとマークを一新。デザイン前は社名を太字にする程度だったが、デザイン後は「お年寄りにもわかりやすく、親しまれるように、微笑とハート、そしてMerimentの

頭文字を組み合わせてデザインした」そうだ。同社はこのロゴを名刺や会社の表札、営業車に活用。社長の石田千春さんは「鮮やかなピンク色とハートの笑顔が印象的で、ロゴをつくってから少しずつ声をかけられることが多くなった」とその効果を実感する。

ロゴマークの活用で すぐれた技術力をPR

ところで、ロゴやマークといえは自社製品のブランド化には欠かせない。事実、アンケートでも「ロゴやマークに期待するもの」という質問に対しては「他社との差別化」「自社の製品のブランド化」という回答が多かった。が、資金力の乏しい中小企業がロゴやマークでブランド化でき

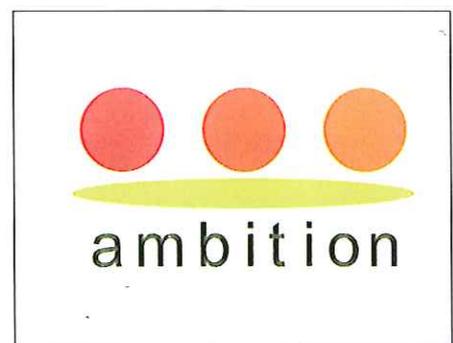
るのだろうか。それを実践しているのが群馬県みどり市の(有)有美だ。同社もともと繊維プリントや刺しゅう加工が主力事業だったが、プリント技術を応用して00年にネイル業界へ進出。サ

ロンで使われる一般的なネイルとは異なる、安価で簡易なシール型ネイルを開発した。最初はOEMを手がけたものの「開発した苦労は、少しも評価されずに苦い思いをした」と話すのは有澤節夫社長。そこで、有澤さんはOEMをやめて、オリジナルブランドを育成することに。その一環で、社名の「有美」をモチーフにした覚えやすいロゴを作製した。ロゴマークは

全製品のパッケージとシール本体にも使用。「このロゴのおかげで、当社の製品が品質を保証する『本物』であるというブランドイメージをユーザーに持つてもらえるようになった。社員意識改革にもつながっている」(有澤社長)と。技術力と品質に対する絶対の自信がロゴを通じて消費者に伝わった。有美が世界的ブランドになる日もそう遠い話ではないかもしれない。

「打倒エルメス!!」で 会社定着率が100%に

世界的ブランドといえば「当社のロゴマークは『打倒エルメス』です」と話すのは、茨城県水戸市で介護事業を展開する(有)アンビションだ。



アンビションの社章。緑の大地に共生する「家族・本人・私たち」を表している。デザインは従業員による投票で決めた。だから自然と社章に愛着が生まれる

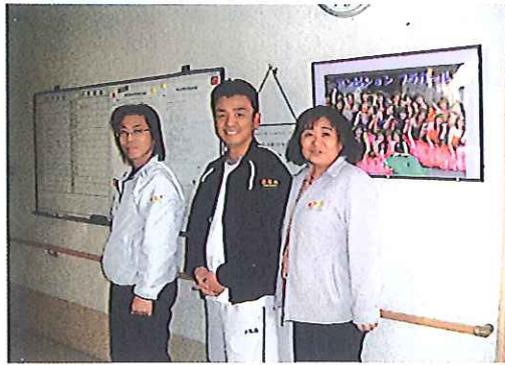
同社では05年に社章を制作(デザインはナインプラス・神奈川県藤沢市)。その社章をご覧いただきたい。下の緑の楕円は「緑の大地」を表していて、その上の3つの楕円は「要介護者を抱える家族」「要介護者」「介護スタッフ」を表している。大地の上、要介護者の家族と本人、スタッフが一緒に共同生活を送っている姿を表現したという。

社長の川田英治さんは「社章を制定した目的は、組織への帰属意識をもってもらうことにありました。一般的に介護事業は定着率が低く、1年で約20割以上の人が離職していきまます。介護事業は介護保険からの限られた報酬で賄わなくてはならないので、資金アップの継続には限界があります。だから会社に定着しても

有限会社メリメントケアサービス
メリメントケアサービス居宅介護支援事業所
代表取締役
介護支援専門員 石田 千春
〒932-0812
富山県小矢部市
TEL. FAX 0766-

代表取締役
介護支援専門員
石田 千春
居宅介護支援事業所
有限会社
メリメントケアサービス
〒932-0812 富山県 小矢部市000
TEL&FAX 0766-00-0000

デザイン変更前(上)と後(下)では見た目の印象が大きく異なる。デザイン変更後は会社のイメージが伝わってくる



各種ユニフォームは年に2回、社章入りで作成して支給する。スタッフの帰属意識やチームワークがよくなるという

らうためには、給与以外のいくつかの手段が必要でした。そこで思いついたのが社章です。社章を制定し、活用することによって、従業員に何らかの帰属意識が生まれているように思います」と話す。

事実、同社では社章制定後、社員定着率は60割台から90割台にアップ。昨年は、ついに100割を達したという。いったいどのように社章を活用しているのか。同社では、名刺やHPはもちろん、スタッフが着るトレーナー、ポロシャツ、ジャンパー、ワイシャツ等に、社章をプリントして無償支給している。さらに、社章入りのトートバッグを作製したり、本社屋上には社章をあしらった社旗が翻っているというからオドロキだ。



屋上に翻るアンビションの社旗。「介護の仕事はハードなのでこのぐらいのジョークができる余裕が必要」と川田社長

「社旗はTVドラマの『DRコト』をマネてみました。トートバッグは会社創立3周年のときに、従業員への記念品として作製しました。『打倒エルメス』というのは、そのくらいみんなで頑張つて、このトートバッグの価値を高めようという意味です。みんな同じマークを付けているので、体育会系みたいなノリになっています」（川田社長）と。なるほど、積極的な社章の活用が社内の意識統一、モチベーションアップにつながっているようだ。

こうした成功例を見ると、ロゴやマークは中小企業でも十分に活用できることがわかる。デザイナーの方（前出）は「ウチはデザインとは無縁」と思っている経営者の方

格安・安心・スピーディーにロゴを製作 依頼主と作り手を結ぶネットサービス

今回実施したアンケートのなかで、とくに多く聞かれたのが「製作にかかる費用がよくわからないので頼みにくい」「どこに頼んでいいかわからない」といった意見だ。そんな悩みを解決してくれるのが（株）リット（神奈川県鎌倉市）が手がけるクラウドソーシングサービス「Byoom（ランサーズ）」だ。これは個人間、または個人―法人間で「仕事」を匿名で直接取引できるサービス。ウェブを通じて仕事を不特定多数（サイトの登録者に限る）の人に発注することで、依頼主と作り手を結び、仕事を生み出そうというのだ。仕事は会社のネーミング、内装工事のデザイン、ウェブサイトの作成など多岐にわたる。なかでも人気なのがロゴやマークの作成だ。利用方法はいたってカンタン。まずはサイトにアクセスしてID登録（無料）を行う。つぎに所定の頁から、依頼したい内容と希望額を設定して登録。あとは締め切りまで提案が来るのを待つ。期限がすぎたら、

送られてきた提案のなかから好きなものをひとつ選ぶ。ひとつの依頼に対して平均20〜80の提案があるという。気になる料金は2万円から設定可能。登録しているデザイナーはなんと9000人。だから製作にかかる時間はスピーディー。依頼内容を登録後、最短で24時間後に完成することもあるそうだ。「低価格」かつ「スピーディー」なこのサービスは、現在、年間7200件の依頼があるという。事実、サイトにアクセスしてみると「ネイルの総合情報サイトのロゴ製作」「ドッグサロンのロゴ製作」「葬祭業のロゴ」といったさまざまな依頼が公開されているのがわかる。なるほど、これなら中小企業でもロゴを製作することができそうだ。



来るのを待つ。期限がすぎたら、

ロゴができるまでの流れ

1 依頼する

「仕事を依頼する（無料）」というボタンから仕事依頼ページに移動して、必要事項を記入する

2 提案を待つ

依頼の登録が完了したら、あとは提案を待つだけ。デザイナーからの質問には積極的に答えること

3 提案を選ぶ

募集が終了したら、3週間の選定期間があるので、その間に好きなモノを選ぶ。修正も可能

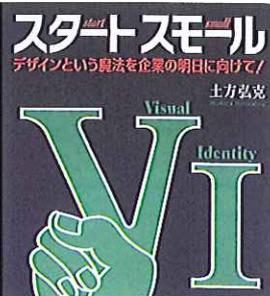
4 依頼の完了

提案を決定したら、最後に採用したデザイナーの評価を行う。5段階から選択する

できることから始めよう
ロゴを作って自社をPR

スタートスモール
デザインという魔法を企業の明日に向けて!

著者は30年以上デザイン業界の第一線で活躍してきたグラフィックデザイナー・土方弘克氏。中小企業の経営者に向けて、デザインの重要性を説く。土方氏がこれまでに手がけてきた中小・中堅企業のロゴやマークなどを例にあげながら、その製作手法や効果についてわかりやすく解説している。思いついたらすぐに始められる、身の丈にあったデザイン活用の提案書だ。紀伊国屋新宿本店、新宿南店にて販売。



いま、企業が長く長いトンネルから展望を開くために、デザイナーからの異例提言。
【ブルジョア風に装飾したロゴマーク群を参考にメールを送る】

<http://startsmall.jp/>

著者：土方弘克

発行：(社)財形福祉協会

定価：1500円＋税

にこそ、ロゴやマークの存在価値を知ってもらいたい。しっかりととしたロゴがあれば、外からの見方も変わってくるはず。閉塞感があるころなどときだからこそ、デザインに目を向けて根元を鍛えてほしい」とメールを送る。

5頁の囲み記事では、中小企業がロゴやマークを製作するうえで、気軽に活用できる新サービスを紹介しているの。ぜひともご覧いただきたい。言葉では表しにくい感覚の世界を伝えることのできるロゴやマーク。これを機にそのメッセージ力をもう一度見直してみたい

かがだろわか。思わぬ反響が返ってくるかもしれない。



通勤にトートバッグを使用するスタッフも

ロゴやマークだけじゃない!!
社歌を作って社内を活性化

自社のPR、社内のモチベーションアップといえば、ロゴだけでなく社歌も有効だ。その社歌で成功したのが日本ブレイク工業(神奈川県横浜市)だ。同社の主力事業は解体工事。建設業のなかでも地味だといわれる、解体のイメージを払拭するために社歌を制作したという。

作曲したのは当時、同社に勤務していた契約社員。アニメソング風の曲調と「ブレイクブレイクあなたの街の解体解体一役かいたい」といったユニークな歌詞が話題を呼び、一躍大ヒット。社歌としては史上初のオリコンチャートにもランクインして注目を集めた。

社歌を作るのは中小企業だけではない。最近では、企業の一部署だけの歌や飲食店が開店祝いに歌を作ることもあるという。群馬県高崎市にある十割そばの店「そば源」では「浪花節だよ人生は」(作詩 藤田まさと、作曲 四方章人)の替え歌「石挽蕎麦だよ人生は」(使用許諾済み)をつくって話題を呼んでいる。誰もが知るメロディにそばに対する愛情が伝わってくる歌詞がマッチして、わざわざ聞きに来る客もいるという。

ところで、社歌は日本だ

だけでなく海外でも活躍している。日本の大手通信機器メーカー、OKIのグループ企業「沖電気ソフトウェア(江蘇)有限公司」では、社歌をつくって従業員への意識を高めるのに成功しているという。「日本のすぐれた企業文化を中国の経済発展に生かしていきたい」と総経理の馬衛東さんは話す。なるほど、社歌は自社のPR、職場の一体感を高めるのに有効なようだ。

石挽蕎麦だよ人生は

石白みつけて そば屋にならば
そばを貴方に食べさせたくて
旨いそばだとその気にさせて
語りう仲間そば談義
石挽蕎麦だよ人生は おいらの人生は

今日け東に 明日け西に
紺の作務衣に身体をつみ
めんぼう片手に道具を揃え
貴方のお家でそば作り
石挽蕎麦だよ人生は おいらの人生は



そば好きなら思わず口ずさんでみたくなる!? そば源のBGM「石挽蕎麦だよ人生は」