

子どもが野菜好きになる「やさしい野菜」

この度ロゴマークをデザインさせて頂いた「やさしい野菜」さん。代表の澤さんは、私と同級生の36歳。西南学院大学を卒業後、九州産業大学職員として6年間勤務。将来の安定も約束されたような環境で、29歳の頃にはすでに年収も600万円以上もあり、正直私がこんなに給料をもらっていいのかわからないという疑問さえ感じていたそうです。結果自分らしさを求めて全く未経験の農業をスタートしたものの、現実にはそんなに甘くなく、収入は1/3に激減。妻の収入でなんとかやっていくのがギリギリ。6年間もこんな貧しい農業生活が続くと「もう辞めようか?」と何度も考えていたそうですが、そんなある日野菜嫌いのお子様が畑に遊びに来られ、採れたての野菜を食べて「美味しい!」とこの一言に救われたそうです。普段はスーパーの野菜しか知らない子ども達に化学肥料や農薬に頼らない「やさしい野菜」の味をもっと知ってもらいたい。と、畑の中でレストランをしたり、毎日毎日野菜と向き合っています。お世辞抜きで味は格別です。

〒811-4241 福岡県遠賀郡岡垣町吉木東1-4-11

TEL&FAX: 093-282-6049

携帯:080-6410-4578(24時間365日対応)

E-mail: shower@orion.ocn.ne.jp

http://ameblo.jp/yasashiiyasai/ (アメブロ)



儲かる会社はロゴが違う (その由来とデザインの意味は...)

Vol.42

直訳すると「顔本?」 他のSNSとは違うクールなイメージを!

もう説明も不用なほど話題になっている。世界最大のSNSフェイスブック。2004年にハーバード大学の学生だったマーク・ザッカーバーグが創業。当初は、ハーバード大学の学生が交流を図るために作られた。その名の通り、女子学生の写真を公開するサイトでもあり、他のSNSよりも圧倒的に実写真や実名での登録者が多い。直訳すると顔本というのも納得できる。映画を見た人はお解りだと思うが、このSNSのこだわりはやはりデザインだ。ザッカーバーグは、クールな世界観にとことんこだわっている。とてもシンプルだがこのロゴマークからもそんな目的がビシビシと伝わってくる。実はシンプルなロゴほど空いたスペースや書体の統一性や書体の流れなど計算しているか? していないかがはっきりと差が出てくる。

facebook®

編集後記

今年になって本当に凄い数のロゴマークをデザインしている。で、今さらなだけどもやっぱりロゴマークのもっている存在感はとてつもなく大きい。ロト6じゃないけど「ロゴで人生変えたロゴ!」って本気で思っている。このコピー、ギャンブルのコピーにしてはクオリティが高いと思う。ギャンブルやゲーム、パチンコとかの客層は言っちゃ悪いが情報弱者。低レベルな一般大衆。実はここの客層にヒットするとビッグビジネスになりやすい。相手は勉強しないからこっちの言いなり通り。こういう商売が儲かりやすい。でもそう簡単に騙されないのも必死に勉強が必要だが、私が相手にしている経営者層という人達は、例え中小零細でも海千山千のつわものばかり。一般大衆より更に上をいく、知識と勉強があってもそれは簡単に言う通りなんてならない。さらに人口も極めて少ないため、実力が上がってもビッグビジネスにはなりえない。つまり大儲けなんてできない。かと言って一般大衆向けの商売なんて今のところ興味ないし、やっぱり中小企業の社長が好きなのかな?色々チャンレンジして、あ〜でもない こ〜でもない と迷い探し続ける社長が好きなんだと思う。「結局〇〇社長の道はここなんだよ!」って解っているけど自分じゃなかなか気付かない。でもそこが大切だと思う。 根本 和幸