

10日で3.5kgDOWN!! 驚異の生姜入りスリムティー誕生!!

この度ロゴマークをデザインさせて頂いた「株式会社のぞみ」さん。代表の山口 貴史さんとは、セミナーを通じて知り合い、新会社の設立に伴いロゴやパッケージのデザインなどをお手伝いさせて頂きました。新しい会社は通信販売の会社であり、経営者歴も長く海千山千の山口社長だけに、商品コンセプトやマーケティングブランディングととても勉強熱心です。しかしどの社長よりも凄い!と思った姿勢は、山口社長の「行動力の早さ」です。経営における一番驚異的な事でもある「行動力の早さ」がこれまでの山口社長の成功の証しではないかと思いました。それにちなんで新会社の名前も「のぞみ」に決定。他にも色んな候補があがってききましたが、早さを売りにしたこの名前が今ではとても相応しいように思えます。ロゴをデザインする時にこの会社は、どのステージまで行こうと思っているのか?を尋ねたところ「やずやを越える」とおっしゃっていたので、そのステージまで行けるデザインにしております。どのステージを目指すかでデザインは当然変わってきます。まず第一弾の「生姜入りのスリムティー」は、発売わずかですでにうちわではバカ売れ状態。しかも10日で3.5kgDOWNなんて!嬉しい悲鳴も色んな所から聞こえてきております。「美しさをよりはやく」というスローガンのもと今後も色々な商品展開が期待され益々楽しみです。

株式会社のぞみ 〒814-0001 福岡市早良区百道浜1-7-4
TEL:0120-806-808 FAX:0120-705-808
http://www.806808.jp/ 代表取締役社長 山口 貴史

nozomi
美しさをよりはやく

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.43

新JR博多シティのロゴは、「+(足す)」とアジアの中心の場である「●」を表現。

おそらく今後のアジアの玄関口となり、アジアのシンボリックな施設と期待の込められている「新JR博多シティ」。今回はそんなJR博多シティのロゴマークを解説させて頂きます。いくつかの「+(足す)」で構成される「博」の字を象徴的に、シンボルへと変換し、アジアから世界にも誇れるように日本の美を感じさせる「和」を尊重したデザインとなっています。JR 博多シティの施設開発コンセプトである「象徴的な場」「賑わいの場」「心に適う場」、中心に近い「●」は、そんな「場」になることへの熱い思いを、右肩の「●」は、その場から「伝統や新しさ」「人・モノ・情報」「感性や価値観」が生まれ出るといったイメージが表現されています。それに相応しいクオリティと品格の高さも備わっているロゴマークだと思います。

JR HAKATA
CITY

編集後記

最近書店のビジネス書コーナーではやたらと「20代の○○○」みたいな本が多い。将来に不安を抱えている20代が多い事なのでしょう。おそらく20代でも30代でも成功している人は、これまで積み上げてきた結果が出ている人。だからこそ人よりも多く積み上げる事が大切なのですが、大きな差が生まれてくるのは、積み上げる種類と積み上げる速度だと思います。多くの物を数多く積み上げても一つ一つの専門性は、そんなには高くはならない。例えばサラリーマンで家族を持っている人であれば、会社での積み上げ、家族での積み上げ、そして個人での積み上げといろんな物の積み上げを要求される。それが独身の個人事業者であれば、自分の個人の積み上げに全力投球できる。積み上げる速度が速くなるのは当然な事だと思います。つまり成功する速度も早くなると思います。ただし失うものも大きいのは当然ですが、何処の分野で積み上げていけばナンバーワンであり業界のパイオニアになれるのか?このあたりもきちんとリサーチしていき、自分の持っている強みと、世の中が求めているニーズがマッチしてくると積み上げる速度も速くなります。倒産・投獄・大病などから立ち上がる人達は、積み上げる速度が圧倒的に早いそうですが、凡人にはコツコツしかないのです。 根本 和幸