

日本のご当地グルメをご家庭でも楽しめる出前の革命企業

この度ロゴマークのリニューアルデザインをさせて頂いた会社は、「出前本」で有名な井土社長率いるデリズさん。これまでのロゴマークの印象では、出前の会社というイメージが伝わりにくく、スパゲッティなどの洋食屋さんのイメージがロゴマークからも感じられます。ご存じの方も多いと思いますが、デリズといえばやっぱり出前であり、扱っている商品も鉄板焼肉やからあげなどの日本のご当地グルメをご家庭でも楽しめる出前の革命企業であることです。そんな思いをくみ取って作り上げたロゴマークがこちらのデザインです。井土社長のように真ん中のストレートな表現方法ですが、「アツアツの商品と想いを笑顔でお届け」このロゴマークに込めたメッセージです。ロゴマークをリニューアルしただけでは当然ブランドなんか作れません。大切なのはそのロゴマークに込めたメッセージを社内に浸透させること。そしてさらに社外にも浸透させること。これからは意味の伝わりやすいロゴの時代になってきます。私の知人の誰に聞いてもデリズの出前は「うまい!」と評判です。私は早良区なのでエリア外ですが、中央区近辺の方は是非一度お試しを!

〒812-0016 福岡市博多区博多駅南2-18-8
TEL 092-413-2288 / FAX 092-413-2258
ご注文は「出前本」で検索を!!




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.53

吉田工業株式会社の英文社名のYoshida Kogyo Kabushikigaishaの頭文字からYKKへ「YKK」という名前は、実は長い間正式な社名ではなかったということをご存じですか? 昭和9年(1934年)、YKKはファスナーの加工・販売の「サンエス商会」として創業しました。しかし戦災で工場が焼けてしまい、故郷富山県に戻った創業者の吉田忠雄が、社名を「吉田工業株式会社」と変えました。その英文社名の「Yoshida Kogyo Kabushikigaisha」の頭文字をそれぞれとって、自社のファスナーの商標名としたのが「YKK」の呼び名のはじまりです。ファスナーのロゴマークに使用された商標は多くの人の目に触れ、「YKK」という呼び名が定着するようになりました。そうしてこの商標は、平成6年(1994年)になって社名変更して採り入れられたのです。だから、正式な社名としてはまだそんなに歴史を経ているのです。たったこれだけの社名変更ですが、できていない中小企業がまだまだ多いのも事実です。



編集後記 「○○業界や○○協会に張り付くと危険ですよ!」

私は現在グラフィックデザイナーとして15年のキャリアがあります。もちろんデザイナーの友達も先輩もたくさんいますが、正直私は業界の集まりがあまり好きではありません。同業者が集まって「あーだ」「こーだ」言っているもの好きではありません。同様に○○業界や○○協会というもの好きではありません。医師会や税理士会とかあ〜いう会に張り付いているやつが大嫌いなのです。デザイナーは特別に資格があるわけではありませんのであまり関係がありませんが、資格業の人達はこういう業界の集まりには気をつけた方がよいと思います。だいたいこういう所に張り付いている人は自分での集客機能をもっておらずおこぼれの仕事を狙っているような人が多いです。私のまわりで自分のブランドを作り活躍している人達は、だいたいその業界で言っている逆の事をやったりして、オリジナルの方法を作っている人が多いです。わずかなおこぼれの仕事ほしさに○○業界や○○協会に近づくのはとても危険です。ではどうすれば自分のオリジナルの方法を作る事ができるのか?それは同業者に聞くのではなく、自らオリジナルの方法を作り上げた異業種の成功者の方法をたくさん研究していき、その中から自分に合うパターンを見つけ出す事をお勧めします。

根本 和幸