

お客様とのエンドレスな関係、「どこまでもおつきあい」する住宅会社。

この度ロゴマークをデザインさせて頂いた会社は、福岡市南区で創業23年を迎える住宅会社「イー・エヌ・ホーム」さん。私が個人的に戸建ての家が大好きな事もあり、これまでに様々な住宅会社を見てきました。だからこそコンセプトや中身の無い会社は見ただけですぐに解ります。大手の住宅会社ではマネの出来ないコンセプトが何なのかを徹底的に絞り込んで、磨き上げていくことがロゴづくりにおいてとても重要なのです。そしてこのイー・エヌ・ホームさんで見つけたコンセプトが『どこまでもおつきあい』という素晴らしい精神なのです。このAとNの形を表したシンボルマークは、無限大のように終わりのないお客様との『どこまでもおつきあい』の精神を表しております。家売って終わりというおつきあいではなく、時には就職のご相談や、結婚のご相談まで、どこまでもお客様との関係性を保っていくそんなイー・エヌ・ホームの核となる特徴をデザインしております。

株式会社 エー・エヌ・ホーム <http://an-home.jp>
〒815-0035 福岡市南区向野1丁目13-1
TEL:092-512-2122 FAX:092-561-1838



株式会社 エー・エヌ・ホーム



A・N HOME

どこまでもおつきあい

株式会社 エー・エヌ・ホーム

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.50

太陽が水平線から上がってくるところをシンボル化したロゴマーク。

スーパーの果物売場や飲物売場ではこの季節必ず目に止まってしまうこのロゴマーク。言わずと知れた創業者ジェームス・ドールの名前がブランドとなった「ドール」。やはりスーパーでもかなりの目を引いてしまいますし、長年の安定したブランドイメージが購買意欲や安心感を与えてくれます。その一握をになっているのが、何と言ってもこの印象的なロゴマークだと思います。太陽が水平線から上がってくるところをシンボル化したという意味もシンプルで非常に解りやすく、「太陽の恵みをそのまま食卓へ」というブランドメッセージとも非常にマッチしております。書体やラインと細かいデザインのツメの部分も最終的なバランスまで気を抜いていない徹底した仕事ぶりがよく見ると伝わってきます。



編集後記 「売れない営業マンの特徴とは？」

社会に出てからず〜とデザイナーという技術職をやってきた私には営業経験などほとんどなく、どちらかと言うと営業マンと聞くと「お前に何ができるんだ!」という反骨精神もあるくらいでした。でも今では住宅会社の広告のお世話などをさせて頂き、たまには偉そうに営業の指導をすることもあります。正直クライアントの社長さんも「お前は家を一軒でも売った事があるのか?」と思っている事だと思います。そんな経験は当然私には無いのですが、企業の社長を相手にロゴマークを作っていく仕事と家売っていく仕事って結構共通点があると思っています。その本質には、「相手を理解する」という事が欠かせないように思います。つまりヒアリングがとても重要な事なのです。どんな質問をすれば相手の本質を知る事ができるのか?という質問力や言い回しの表現力が求められると思います。売れない営業マンに限って商品の説明や会社の説明をガンガンしたりします。誰もお前の説明なんて聞きたくないんだよ! それよりも私の事情を聞いて欲しい! と思っている人が大半だと思います。営業マンでもデザイナーでも一流の人は、このヒアリング力がとても優れている。相手の本質を見抜き、問題点を見つけ、それを改善指導ができる人を目指しましょう。

根本 和幸