

Logo
and
**Trademark
Collection**

Copyright © 2004 PIE BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

PIE BOOKS

2-32-4, Minami-Otsuka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 JAPAN

Tel: +81-3-5395-4811 Fax: +81-3-5395-4812

e-mail: editor@piebooks.com / sales@piebooks.com URL: <http://www.piebooks.com>

ISBN4-89444-319-8 C3070 Printed in Japan

本書は好評につき完売した「世界の最新ロゴ&マークデザイン」の改訂版です。

This book was previously published in a popular hardcover edition entitled "New Logo and Trademark Design"

序文は上記タイトルのために書かれたものをそのまま使用しています。

References to the title in the foreword of hence reflect the original title.

Logo & Trademark Collection

世界のロゴ&マークコレクション

Jacket Design

甲谷 一 Hajime Kabutoya

Art Direction & Design

市村 裕 Yutaka Ichimura

Design

野村恭子 Kyoko Nomura

Editor

岸田麻矢 Maya Kishida

Photographer

藤本邦治 Kuniharu Fujimoto

Translator

ダグラス アルソップ Douglas Allsopp

Typesetter

長谷川 豊 Yutaka Hasegawa

Publisher

三芳伸吾 Shingo Miyoshi

2004年 2月 7日 初版第1刷発行

2004年 6月13日 初版第2刷発行

発行所 ビエ・ブックス

〒170-0005 東京都豊島区南大塚2-32-4

編集 Tel: 03-5395-4820 Fax: 03-5395-4821

営業 Tel: 03-5395-4811 Fax: 03-5395-4812

E-mail: editor@piebooks.com

sales@piebooks.com

http://www.piebooks.com

印刷・製本・凸版印刷（株）

© 2004 by PIE BOOKS

ISBN4-89444-319-8 C3070

Printed in Japan

本書の収録内容の無断転載、複写、引用等を禁じます。落丁、乱丁はお取り替え致します。

この本の売上の一部は、出品者の方々のご厚意によりユニセフに寄付されます。

Part of the sales of this book will be donated to UNICEF by courtesy of the submitters.

ご協力をお願い

今回の書籍出版にあたり調査をしましたが、最終的に連絡をとることができなかった出品者の方がいらっしゃいます。どなたか連絡先をご存じの方がいらっしゃいましたら、お手数ですが小社編集部までご一報下さい。

Please help...

Despite exhaustive investigation in preparing this book,

there are still some submitters that we have been unable to contact.

We ask anyone who knows how to contact these people to please notify our editorial staff, and thank you in advance for your assistance.

- ≫4 Foreword

- ≫9 金融 Finance
銀行、証券、保険、税理士 Banks, Securities, Insurance, Accountants

- ≫15 不動産・建築 Real Estate & Construction
不動産、土地開発、建設、建築、住宅、インテリア Realtors, Developers, Architects, Construction, Housing, Interiors

- ≫29 デザイン・クリエイティブ Design & Creative
アート、デザイン、写真家、写真スタジオ、広告代理店 Artists, Graphic Designers, Photographers and Studios, Advertising Agencies

- ≫55 交通・自動車 Transportation
自動車、バイク、自転車、飛行機、船、運輸 Automotive, Motorcycles, Bicycles, Airplanes, Shipping, Freight Transport

- ≫64 製造 Manufacturing
電機、機械、工業、電化製品、精密機器、楽器、紙、おもちゃ
Machinery, Manufacturing, Electrical Appliances, Precision Tools, Musical Instruments, Paper, Toys

- ≫76 コンピュータ・情報通信 Computers & Information Technology
コンピュータ、ソフトウェア、通信、電話 Computers, Software, Communications, Telephone

- ≫85 化学・薬品・医療 Chemical & Medical
化学、薬品、衛生用品、医療、病院 Chemicals, Drugs & Medicine, Medical, Hospitals

- ≫91 団体 Organizations
学校、施設、団体 Schools, Institutions, Organizations

- ≫112 スポーツ Sports
スポーツチーム、スポーツ用品、スポーツイベント Teams, Sporting Goods, Sporting Events

- ≫121 旅行・レジャー Travel & Leisure
旅行、レジャー、ホテル、観光、観光施設、娯楽施設 Travel, Leisure, Hotels, Amusement

- ≫126 サービス業 Service Industry
サービス、コンサルタント Services, Consultants

- ≫141 レストラン Restaurants
レストラン、バー、クラブ Restaurants, Bars, Clubs

- ≫158 食品・飲料 Food & Beverage
食品、飲料、煙草 Food, Beverages, Tobacco

- ≫171 流通 Retail
小売店、デパート、通信販売 Shops, Department Stores, Mail-Order

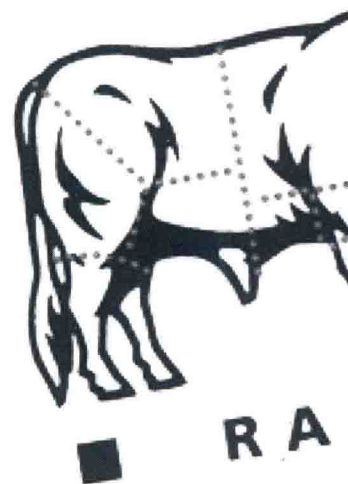
- ≫178 ファッション・コスメティック Fashion & Cosmetics
ファッション、宝飾品、バッグ、ファブリック、コスメティック、美容室
Fashion, Jewelry, Bags, Fabrics, Cosmetics, Beauty Salons

- ≫202 出版・メディア Publishing & Media
出版、印刷、マルチメディア、TV、ラジオ局、映画、ゲーム
Publishers, Printers, Multi-media, Television, Radio, Cinema, Theater, Games

- ≫233 音楽 Music
アーティスト、レーベル、プロダクション Musicians, CD Labels, Production Companies

- ≫249 イベント Events
イベント、展覧会、キャンペーン、コンサート、オリンピック Events, Exhibitions, Campaigns, Concerts, The Olympic

- ≫265 Index



Logo
and
**Trademark
Collection**

Copyright © 2004 PIE BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, graphic, electronic or mechanical, including photocopying and recording by an information storage and retrieval system, without permission in writing from the publisher.

PIE BOOKS

2-32-4, Minami-Otsuka, Toshima-ku, Tokyo 170-0005 JAPAN

Tel: +81-3-5395-4811 Fax: +81-3-5395-4812

e-mail: editor@piebooks.com / sales@piebooks.com URL: <http://www.piebooks.com>

ISBN4-89444-319-8 C3070 Printed in Japan

本書は好評につき完売した「世界の最新ロゴ&マークデザイン」の改訂版です。

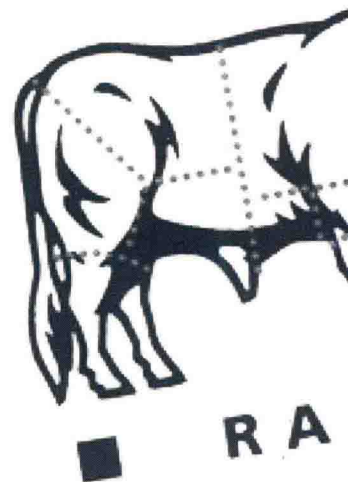
This book was previously published in a popular hardcover edition entitled "New Logo and Trademark Design"

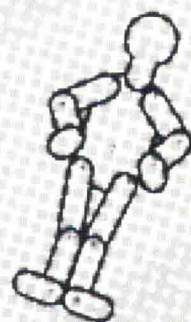
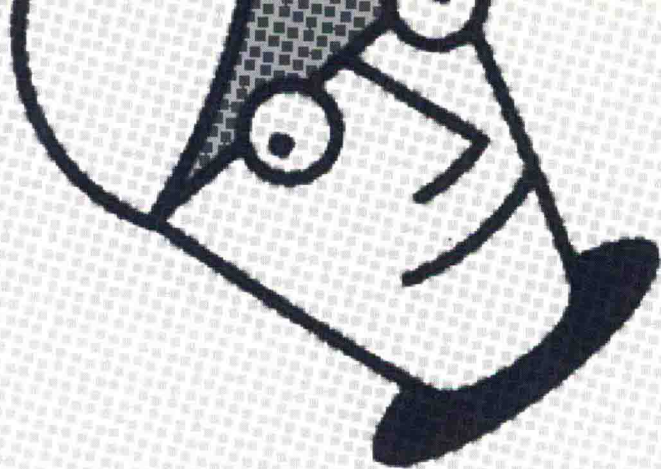
序文は上記タイトルのために書かれたものをそのまま使用しています。

References to the title in the foreword of hence reflect the original title.

Contents

- ≫4 Foreword
- ≫9 金融 Finance
銀行、証券、保険、税理士 Banks, Securities, Insurance, Accountants
- ≫15 不動産・建築 Real Estate & Construction
不動産、土地開発、建設、建築、住宅、インテリア Realtors, Developers, Architects, Construction, Housing, Interiors
- ≫29 デザイン・クリエイティブ Design & Creative
アート、デザイン、写真家、写真スタジオ、広告代理店 Artists, Graphic Designers, Photographers and Studios, Advertising Agencies
- ≫55 交通・自動車 Transportation
自動車、バイク、自転車、飛行機、船、運輸 Automotive, Motorcycles, Bicycles, Airplanes, Shipping, Freight Transport
- ≫64 製造 Manufacturing
電機、機械、工業、電化製品、精密機器、楽器、紙、おもちゃ
Machinery, Manufacturing, Electrical Appliances, Precision Tools, Musical Instruments, Paper, Toys
- ≫76 コンピュータ・情報通信 Computers & Information Technology
コンピュータ、ソフトウェア、通信、電話 Computers, Software, Communications, Telephone
- ≫85 化学・薬品・医療 Chemical & Medical
化学、薬品、衛生用品、医療、病院 Chemicals, Drugs & Medicine, Medical, Hospitals
- ≫91 団体 Organizations
学校、施設、団体 Schools, Institutions, Organizations
- ≫112 スポーツ Sports
スポーツチーム、スポーツ用品、スポーツイベント Teams, Sporting Goods, Sporting Events
- ≫121 旅行・レジャー Travel & Leisure
旅行、レジャー、ホテル、観光、観光施設、娯楽施設 Travel, Leisure, Hotels, Amusement
- ≫126 サービス業 Service Industry
サービス、コンサルタント Services, Consultants
- ≫141 レストラン Restaurants
レストラン、バー、クラブ Restaurants, Bars, Clubs
- ≫158 食品・飲料 Food & Beverage
食品、飲料、煙草 Food, Beverages, Tobacco
- ≫171 流通 Retail
小売店、デパート、通信販売 Shops, Department Stores, Mail-Order
- ≫178 ファッション・コスメティック Fashion & Cosmetics
ファッション、宝飾品、バッグ、ファブリック、コスメティック、美容室
Fashion, Jewelry, Bags, Fabrics, Cosmetics, Beauty Salons
- ≫202 出版・メディア Publishing & Media
出版、印刷、マルチメディア、TV、ラジオ局、映画、ゲーム
Publishers, Printers, Multi-media, Television, Radio, Cinema, Theater, Games
- ≫233 音楽 Music
アーティスト、レーベル、プロダクション Musicians, CD Labels, Production Companies
- ≫249 イベント Events
イベント、展覧会、キャンペーン、コンサート、オリンピック Events, Exhibitions, Campaigns, Concerts, The Olympic
- ≫265 Index





Introduction

会社、製品、サービスをグラフィックでシンボル化したロゴタイプは、もともと基本的なヴィジュアルコミュニケーション——つまり、もっとも純粋なかたちのグラフィックデザインである。そのようなシンボルを創作する私たちの努力目標は、会社や製品の価値、個性、特徴、本質を、言葉や文化の壁を超えて、わかりやすく簡潔で独創的な方法で表現することにある。

ものを見分ける時、いちばんに目に飛び込んでくるのがロゴだ。うまくデザインされていれば、見た人すべてが一瞬にして同じものを認識し連想する。そのシンボルは、クライアントの製品やサービスの品質と信頼性を伝え、競争相手から差別化できる内容でなければならない。

ロゴはクライアントのCI計画において何よりも重要な要素だ。その用い方によって印象が変わるだけに、用い方の基準やガイドラインを添えることも欠かせない。その基準やガイドラインは、いったん決めたからには応用が許されていたとしても決して軽々しく扱うべきではない。私たちは作り上げたロゴを、クライアントのCIを管理するいろいろな人たちに託すことになり、そういった人々にはロゴを正しく使う責任がある。

私たちが作るロゴはシンプルなものから凝ったものまで、そして無難なものから奇をてらったものまで様々だ。ほとんどの場合、白黒でもカラーでも、どんなサイズでも、静止画でも動画でも使えることが要求される。そのうえメディアも様々だ。印刷媒体から放送、World Wide Webまで、どんなコミュニケーション様式にも対応し、メッセージを十分に伝えられるのがよいロゴである。

商標開発者として優れたデザイナーは、商標への注目を集め、評判を高め、得意先を増やす手助けをして、クライアントの利益増に貢献する。差別化できるロゴを作ることによって、商標の価値を確立する。効果的なロゴデザインは、クライアントの商標の質を高め、顧客が認知し、記憶し、信用し、価値を認め、私物のように受け入れてくれるまでに向上させる。

デザインの力をあなどることなかれ、取扱には注意すべし

.....

As a graphic symbol of a company, product or service, a logotype is visual communication at its most basic—The purest form of graphic design. Our challenge in creating these symbols is to express the value, personality, characteristics and essence of a company or product across barriers of language and culture in a clear, concise and unique manner.

A logo acts as a primary identifier. When properly designed, it immediately and consistently evokes recognition and inspiration in all who encounter it. This symbol must convey the quality and authenticity of the client's product or service in order to rise above the rest.

A logo is the single most important element in a client's identity program. Because its usage determines how it is perceived, it must always be accompanied by standards and guidelines for usage. Once decided upon, these rules—however flexible—should never be taken lightly. We entrust the logos we develop to the client's corporate identity custodians, who are responsible for their correct implementation.

The logos we create range in style from simple to elaborate, and from conservative to extreme. In most cases they must be applicable both in black and white and in color, in multiple sizes, in both still and animated forms, and across numerous media. From print to broadcast to the World Wide Web, a successful logo must translate well in all modes of communication.

As developers of distinctive brands, designers help increase awareness, foster goodwill, inspire loyalty, and positively impact each client's bottom line. We establish brand equity by crafting logos that set our clients apart from their competitors. Effective logo design elevates our clients' brands so that consumers notice, remember, trust, value and adopt them as their own.

Design is powerful. Handle with care.™

.....

Als ein graphisches Symbol einer Firma, eines Produktes oder einer Dienstleistung ist ein Logo visuelle Kommunikation der fundamentalsten Art—die reinste Form eines graphischen Designs. Die Kreation dieser Symbole ist für uns eine Aufforderung, den Wert, die Persönlichkeit, die Besonderheiten und das Wesentliche einer Firma oder eines Produktes über die Schranken von Sprache und Kultur hinaus in einer klaren, kurzen und einzigartigen Weise auszudrücken.

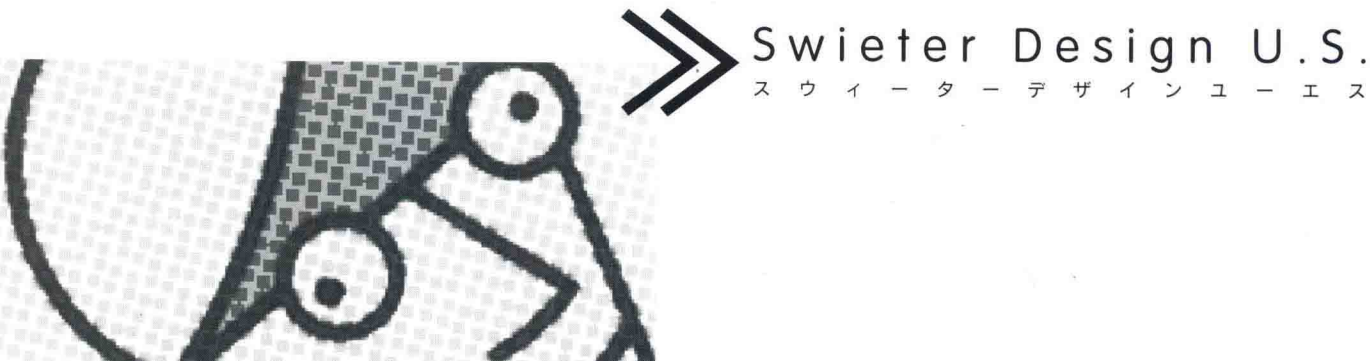
Ein Logo fungiert als erste Identifizierung. Wenn richtig entworfen, ruft es sofort und andauernd Erkennung und Inspiration in allen, die auf es stoßen, hervor. Dieses Symbol muß die Qualität und Echtheit des Klientenproduktes oder—services ausdrücken, um über alle anderen hervorzuragen.

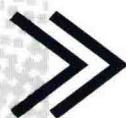
Ein Logo ist das einzig allerwichtigste Element in dem Identifizierungsprogramm eines Klienten. Da sein Gebrauch entscheidet, wie es empfunden wird, muß es immer zusammen mit Gebrauchsnormen und Gebrauchsrichtlinien auftreten. Wenn einmal festgelegt, sollten diese Regeln, wenn auch biegsam, niemals auf die leichte Achsel genommen werden. Wir vertrauen die von uns entworfenen Logos den Wächtern der Firmenidentität des Klienten an, und sie sind es, die für deren richtigen Einsatz verantwortlich sind.

Die von uns entworfenen Logos gibt es in vielen Arten, von einfach bis kunstvoll und von konservativ bis extrem. In den meisten Fällen müssen sie in schwarz und weiß und in Farbe, in verschiedenen Größen, in stillen und in animierten Formen und mit diversen Media anwendbar sein. Von Druck bis Fernsehen bis World Wide Web, ein erfolgreiches Logo muß man gut in alle Arten der Kommunikation übersetzen können.

Die Designer, als Entwickler von kennzeichnenden Marken, helfen dadurch die Erkennung zu erweitern, den Kundenkreis zu fördern, Loyalität hervorzurufen und das allgemeine Gewinnergebnis jedes Klienten positiv zu beeinflussen. Wir gründen durch den Entwurf von Logos, die unsere Klienten von der Konkurrenz unterscheiden, Markenwert. Ein eindrucksvoller Logoentwurf stellt die Marken unserer Klienten auf eine höhere Stufe, sodaß Kunden sie bemerken, sich an sie erinnern, ihnen vertrauen, sie schätzen und sie als ihr Eigentum betrachten.

Design ist mächtig. Mit Vorsicht behandeln.





Rian Hughes/Device

リ アン ヒ ュ ー ズ / デ バ イ ス

私たちは今、＜シンプル・イズ・ベスト＞的なロゴデザインから抜け出し、もっと装飾的な何かを生み出そうとする時期にきているようだ。

原形どおりのヘルベチカと、ごくシンプルな幾何学的図像[イコノグラフィー]（使いすぎて、とっくの昔に表現力を失ってしまった）はいまや、ひと捻りして、そんなデザイン自体をバカにしきった表現にしか使われなくなってきた。表現する側も見る側もひとつの時代が終わったことをわかまえている。

私自身は手描きのタイプ以外はめったに使わない。デバイスファウンドリーが提供している130あまりのフォントのなかにも、ロゴや見出しから生まれたものがたくさんある。これはというデザインを完全なインターナショナルフォントセットに仕上げて、細かいところをあちこち修整し、世界じゅうに広めるわけだ。なかには使われないまま裏通りに葬られてしまうものもある（いつもだと困る）が、うまくいけば一攫千金をねらえる。

しかし、そう簡単には標準化できないロゴも多い。フォントとイメージが複雑かつ密接に絡み合い、そこに含まれる様々な要素が完璧に一体化しているために、バラバラにすると意味がなくなってしまうのだ。いちばん興味深く標準化しにくいのが、そのようなロゴである。連想効果、直接的な伝達力、人々が持つ先入観への訴えかけ——このようなグラフィックの基本要素が渾然一体となって生まれる効果は、ロゴデザインとタイプデザインが結びついているからこそ得られる。要素を詰め込みすぎるとメッセージの機微が伝わらないし、控えめすぎると何ひとつ伝わらない。遊びの余地はなく、すべての要素に存在理由があり、何らかの意味があり（この世に無意味なものなんてないのだから）、しかもその意味は決定的で明確で適切でなければならない。

やっつけていちばん楽しいのはコミックブックと音楽関連の分野だ。この本に掲載されている私のロゴも、大半はコミックや、雑誌の表紙、CD・LPのジャケット用にデザインしたものである。この分野の仕事は懐かしいオモチャで遊ぶのに似ている。子供のころ、父の古い設計図の裏に絵を描いてフェルトペンで色を塗り、ホッチキスで綴じてコミックを作った、あの感覚なのだ。今ではすっかり大がかりになってしまった（第一、それで稼いでいるわけだし、今は食卓ではなく大きなデスクに座って描いている）が、作る喜びは今も昔も変わらない。

その喜びを、作品を通して伝えたい。

PLAYING WITH THE OLD TOYS

We seem to be emerging from the "less is more" school of logo design with something of a flourish.

When the strict use of Helvetica and geometric iconography of the simplest kind (which through overuse had long ago descended into staid facelessness) shows itself nowadays, it's often with a twist and its tongue firmly in its cheek. It now knows its history, and so does the public.

In my own work, hand-drawn type is almost the rule. Many of the 130+ fonts that are now available from our Device foundry began life as a logo or a headline. Where these had further promise, a full international character set was developed, played with, tweaked and passed out to the world to make its fortune - or maybe (not too often, I hope) languish unused in the back alleys of design.

There are, however, many logos which cannot be so easily adapted. These are the ones where the font and image have a much more intricate and cohesive relationship, where the elements are integrated in such a complete way as to negate their meaning in isolation. These logos are the most

interesting and often the most difficult to pull off. A mixture of suggestion, direct reference and playing on public preconception, logo design shares with type design some of graphics' most basic aspects. Too much going on and the message is lost in the details; too little and there isn't a message at all. Where there's little room for the superfluous, everything must count, everything must mean something (because everything is given meaning), and that something must be decisive, clear and appropriate.

The greatest fun to be had is in the comic book and music related fields. A large proportion of the logos you will find in this collection I designed for comic, magazine or CD/LP covers. I think of this work as playing with the old toys: I'm reminded of my early home-made comics drawn on the back of my father's old architectural plans, coloured with felt tips and stapled together. Nowadays the stakes are higher (I get paid, for starters, and get to sit at a big desk instead of the dining room table) but the pleasure is still the same.

I hope it shows.

Spiele mit alten Spielsachen

Aus der "Weniger ist mehr" -Schule des Logo-Design scheinen wir jetzt mit soetwas wie einer kunstvollen Verzierung hervorzugehen.

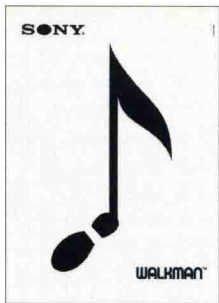
Wenn die strikte Nutzung der Helvetica und der geometrischen Iconographie der einfachsten Art (die durch übermässigen Gebrauch vor langer Zeit schon in ruhige Gesichtlosigkeit abstieg) sich heute zeigt, so ist das oft mit einer neckischen Windung und Schalkhaftigkeit verbunden. Sie kennt jetzt ihre Vergangenheit, und das tut auch das Publikum.

In meiner eigenen Arbeit ist handgezeichnete Schrift meist die Regel. Viele der über 130 Fonts, die jetzt von unserer Device Schriftenwerkstatt verfügbar sind, begannen ihr Leben als ein Logo oder eine Headline. Wo diese mehr versprochen, wurde ein kompletter internationaler Zeichensatz entwickelt, damit herumgespielt, etwas gekniffen und in die Welt entlassen, um ihr Glück zu machen — oder vielleicht auch (nicht zu oft, so hoffe ich) ungenutzt in den Hinterhöfen des Design dahinzusiechen.

Es gibt trotzdem viele Logos, die nicht so einfach adaptiert werden können. Das sind diejenigen, wo die Schrift und das Bild eine viel engere, verbindende Beziehung haben, wo die Elemente so komplett integriert sind, daß ihre Bedeutung in der Isolation verlorengeht. Diese Logos sind die interessantesten und oft die schwierigsten als Ausgangsmaterial. Eine Mischung von Suggestion, direkter Referenz und dem Spiel mit dem öffentlichen Vorurteil, teilt das Logodesign mit dem Schriftdesign einige der wichtigsten graphischen Basisprinzipien. Zuviel, und die Botschaft verliert sich im Detail; zuwenig, und es gibt überhaupt keine Botschaft. Wo es wenig Platz gibt für das Überflüssige, zählt alles. Alles muss eine Bedeutung haben (weil jedem eine Bedeutung gegeben ist), alles muss entschieden sein, klar und angemessen.

Den grössten Spass kann man mit Comic-Büchern und in allen Bereichen, die mit Musik verbunden sind, haben. Ein großer Teil der Logos, die sie in dieser Sammlung finden, habe ich für Comics, Zeitschriften oder CD/LP-Umschläge gestaltet. Ich denke über diese Arbeiten so, als ob ich mit den alten Spielsachen spiele: Ich werde erinnert an meine frühen, hausgemachten Comics, gezeichnet auf der Rückseite des alten Architekturplanes meines Vaters, koloriert mit Filzstift und zusammengeheftet. Jetzt sind die Hürden höher (Ich werde bezahlt für Ideen und sitze an einem grossen Tisch anstatt am Esstisch) — aber der Spass ist nach wie vor der gleiche.

Ich hoffe, das erkennt man.



[Sony Walkman] Poster

子供のころ、私にハガキの書き方を教えようとして祖父は言った。「正確でわかりやすくユーモアがあって教養にあふれ簡潔で興味深く人を楽しませるようなことを、二、三行にまとめて書いてごらん。」どうやったらそんなハガキが書けるのだろう。途方に暮れてしまった私は、別の表現形式としてロゴデザインを選んだのだった。

ロゴデザインとは、グラフィックの基本型を用いて概念を単純化する作業である。現代生活では、敏速で正確なコミュニケーションが不可欠だ。様々なグラフィックコミュニケーションのなかでも、ロゴは特に伝達スピードが速い。近年、広告は言葉よりも視覚に頼る傾向がますます強まっている。それはトレンドというよりも、世の中のニーズだ。

最近、賞をもらった私の広告プロジェクトのひとつがソニーのウォークマンの仕事だった。私はそれをロゴのやり方でデザインした。音符の玉を足型に変えたシンボルがあって、ただそれに「Sony Walkman」のロゴタイプを絡ませただけ。地色はイエローでイラストはブラックだ。

いくつかの賞のなかで、その作品はヨーロッパ最大の賞である Epica Advertising Award を受賞した。広告は見る人の目を素早くとらえ、一瞬にしてメッセージを伝える。正確でユーモアがある。——つまり、優れたロゴとほぼ同じなのだ。

ロゴデザインの経験を広告に生かすことで、より速く伝わるコミュニケーションを実現できる。今はまさに、ロゴデザインにとって旬の時代ではないだろうか。

When I was a kid, my grandfather tried to teach me how to write postcards. He said: You have to be precise, smart, humorous, intelligent, fast, interesting and entertaining, and all that in just a few words. Since I could not learn how to write good postcards, I changed my form of expression and ended up in logo design.

Logo design is a simplification of an idea using basic graphic forms. Today's life dictates fast and precise communication. The logo is the fastest communicator in the whole world of graphic communications. Advertising today is more and more about visuals and less about words. It is not just a trend, it's what the world needs.

One of my recently awarded advertising projects was an ad for Sony Walkman. I designed it as if it were a logo. There is a music note symbol that has a footprint instead of a noteball at the bottom of the symbol. Just that, and the Sony Walkman logotype. A black illustration on a clean yellow background.

Among other awards, it received the Epica Advertising Award, Europe's biggest.

The ad catches the viewer's attention quickly and communicates in a second. It is precise and it has humour — just like a very good logo.

I think that logo design today is at its best, because we can extend logo design experience to advertising work to make communications even faster.

.....

Als ich noch ein Kind war, versuchte mein Grossvater mir beizubringen, wie man Postkarten schreibt. Er sagte: Du musst präzise sein, smart, humorvoll, intelligent, schnell, interessant und unterhaltend — und all das in nur ein paar wenigen Worten. Da ich nicht lernte, gute Postkarten zu schreiben, änderte ich meine Ausdrucksform und kam zum Logo Design.

Logo Design ist die Vereinfachung einer Idee mit einfachen graphischen Formen. Das Leben unserer Tage erfordert schnelle und präzise Kommunikation. Das Logo ist der schnellste Kommunikator in der ganzen Welt der graphischen Kommunikation. Bei der Werbung heute geht es mehr und mehr um Visuelles und weniger um Worte. Das ist nicht nur ein Trend. Das ist, was die Welt braucht.

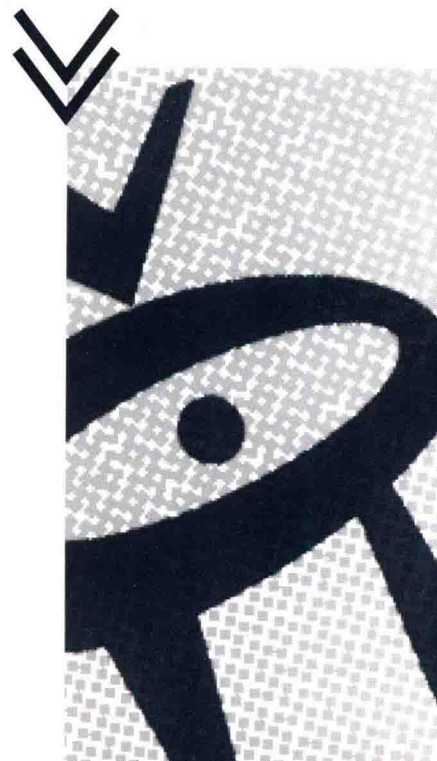
Eines meiner kürzlich prämierten Werbe-Projekte war eine Anzeige für den Sony Walkman. Ich gestaltete sie insgesamt so, als ob es ein Logo wäre. Da ist eine Musiknote, bei der ein Fussabdruck anstelle des Notenkopfes steht. Nur das — und das Sony Walkman Logo. Eine schwarze Illustration auf einem sauberen, gelben Hintergrund.

Unter anderem erhielt ich dafür den Epica Advertising Award, eine der begehrtesten Auszeichnungen in Europa.

Die Anzeige fängt die Aufmerksamkeit des Betrachters sofort und kommuniziert in einer Sekunde. Sie ist präzise und sie hat Witz - gerade so wie ein sehr gutes Logo.

Ich denke, dass Logo-Design heutzutage einen Höhepunkt erreicht hat. Jetzt können wir die Erfahrung des Logo Design auf die Werbearbeit anwenden, um die Kommunikation noch schneller zu machen.

Slavimir Stojanović
ス ラ ヴ ィ ミ ー ル ス ト ヤ ノ ビ ッ チ



»Swieter Design U.S.

Swieter Design U.S.は世界的にも認められた総合マーケティングコミュニケーション会社で、テキサス州ダラスとアイダホ州クールダレンにオフィスをかまえている。私たちの目指す仕事は、あらゆる分野の商標制作、商品企画、広告、インタラクティブメディア事業と、すでに立証済みの優れたデザイン理念とを結びつけ、様々な意味のこもったメッセージをつぎはぎではなくひとつの完成された形で表すことである。良く理解された目標と明確に打ち出された戦略にもとづき、クライアントの会社や製品を、競争相手がひしめく現代の世界市場に埋没させることなく、かつてない高みへと引き上げてみせる。しかもデザインの力だけで、それが、私たちの誇るクリエイティブティである。

Swieter Design U.S. is an internationally recognized, multi-disciplinary marketing communications firm based in Dallas, Texas and Coeur d'Alene, Idaho. Our mission is to bring all areas of our clients' branding, merchandising, advertising and interactive media efforts into alignment with proven design principles, forming a comprehensive, seamless message. The creativity for which we're known, within the context of well-conceived objectives and clearly delineated strategies, raises our clients' company or product to new levels of visibility in today's insanely overcrowded world marketplace. It all happens by design.

Swieter Design U.S. ist eine international anerkannte, multidisziplinäre Marketing Kommunikationsfirma mit Standorten in Dallas im Bundesstaat Texas und in Coeur d'Alene im Bundesstaat Idaho. Es ist unser Auftrag, die Bestrebungen unserer Klienten auf allen Gebieten, Warenzeichen, Verkauf, Werbung und interaktive Media, mit erwiesenen Designgrundbegriffen in eine gerade Linie zu bringen und dadurch eine umfassende, nahtlose Mitteilung zu bilden. Die Kreativität, für die wir bekannt sind, innerhalb eines Kontextes von gut ausgedachten Zielen und klar abgegrenzten Strategien, hebt die Firma oder das Produkt unserer Klienten auf dem Weltmarkt, der heutzutage wahnsinnig überfüllt ist, auf neue Gipfel der Sichtbarkeit. Es passiert alles durch Design.

Address: Swieter Design U.S. 3227 McKinney Ave., Suite 201 Dallas, Texas 75204 USA
Phone: +1-214-720-6020 Fax: +1-214-871-2544 www.swieter.com

»Rian Hughes/Device

ロンドンのロンドンカレッジオブプリンティングで学んだ後、広告代理店、i-D マガジン、レコードジャケットデザインを手がける会社を経てフリーランスに。広告、レコードジャケット、書籍デザイン、テレビなどで、デザイナー兼イラストレーターとして活躍している。ベルギーのマジックストリップのための共同作品「サイエンスサービス」は3カ国語で出版された。デバイス設立以後、英米のコミック業界でデザイナー、タイポグラファー、イラストレーターとして活躍した後、最近では、The Boxのタイトル、ファッションブランド「イエローブーツ」のポスター、バージン航空の機内ビデオのアニメーション、またBDAインターナショナル金賞及びクリエイティブ・ユース・オブ・プリント賞を獲得したMTVヨーロッパのミュージック・アワードのプロモーションなどを作成した。1996年には、広告タイポグラフィーでキャンペーン・プレス銀賞を受賞。さらに、Mac User, 2000AD, Newquay Steam, PC Formatマガジンといったクライアントのためのタイプフェイスをデザインし、独自のレーベルからリリースしている。（問い合わせ先：www.devicefonts.co.uk または email: rianhughes@aol.com）いくつかの展覧会にも作品を出品し、1988年にはロンドンのスミスギャラリーで個展を開催。サンダーバード、ウォッカ、イーザーリスニング音楽のアルバムのコレクターでもある。

Rian Hughes studied at the LCP in London before working for an advertising agency, i-D magazine, and a series of record sleeve design companies. He left to become a freelance designer and illustrator, working primarily on ad campaigns, record sleeves, book jackets, graphic novels and television. For Belgians Magic Strip he co-wrote and drew a graphic novel titled The Science Service, published in five languages. This was followed by in 1990 by Dare, an "iconoclastic revamp of the '50s comic hero Dan Dare." Since setting up Device he has worked extensively for the British and American comic industries as designer, typographer and illustrator. Moving away from comics, recent work includes title sequences for The Box, poster designs for Tokyo fashion company Jun Co.'s Yellow Boots chain, the animated on-board safety film for Virgin Airlines, and a BDA International Gold Award- and Creative Use of Print Award-winning brochure for MTV Europe's Music Awards. His advertising typography earned a Campaign Press Awards Silver in 1996. In addition to designing typefaces for FontShop's FontFont range, fonts for clients such as Mac

»Slavimir Stojanović

1969年1月7日、ユーゴスラビア、ベオグラードに生まれる。16歳で初めてお金をもらってポスターのデザインを手がける。仕事をくれたのは、母であった。ユーゴスラビアのベオグラード、及びスウェーデンのエーテボリでグラフィックデザインを学び、1992年よりS Team Saatchi & Saatchi Balkansにてクリエイティブデザイナーとして活躍中。1996年、ユーゴスラビアのベストグラフィックデザイン特別賞を受賞。グラフィックデザインや広告の仕事で、エビカアワード、モントルーゴールデンアワード、モスクワフェスティバル金賞の他、クレスタ、ニューヨークフェスティバル、ユーロベスト、グラフィクス年鑑の賞など世界中で50以上の賞を獲得している。デザインしたポスターは、ワルシャワポスター美術館及びハンブルグ美術館のコレクションに加えられている。

Born in Belgrade, Yugoslavia on January 7th, 1969. When I was 16, I designed the first poster for which I was paid. My mother gave me the job. I studied graphic design in Belgrade, Yugoslavia, and in Gothenburg, Sweden. I have worked as a creative designer at S Team Saatchi & Saatchi Balkans since 1992. In 1996, I received a Special Award for the Best Graphic Design in Yugoslavia. My work in graphic design and advertising has won me more than 50 awards worldwide, including the Epica Award, Montreux Golden Award, Moscow Festival Golden Award, and awards from Cresta, the New York Festival, Eurobest, and Graphis Annual. My posters are a part of the permanent collection at the Warsaw Poster Museum and the Hamburg Museum of Art and Reklame.

Geboren in Belgrad, Jugoslawien, am 7. Januar 1969. Mit 16 gestaltete ich das erste Poster, für das ich bezahlt wurde. Meine Mutter gab mir den job. Ich studierte Graphik-Design in Belgrad und in Göteborg, Schweden. Ich arbeite seit 1992 als Designer bei S Team Saatchi & Saatchi Balkans. 1996 erhielt ich einen Sonderpreis für das beste Graphik-Design in Jugoslawien. Mit meinen Graphik-Design- und Werbe-Arbeiten habe ich weltweit über 50 Auszeichnungen gewonnen, einschliesslich dem Epica Award, dem Montreux Golden Award, Moscow Festival Golden Award, Auszeichnungen von Cresta, New York Festival, Eurobest und Graphis Annual. Meine Poster sind Teil der permanenten Sammlung im Warschauer Plakatmuseum und dem Hamburger Museum für Kunst und Reklame.

Address: Slavimir Stojanović, S Team Saatchi & Saatchi Balkans Hilandarska 14, 11000 Belgrade, Yugoslavia
phone +381-11-322-9992 fax +381-11-620-560

User, 2000AD, Newquay Steam and PC Format magazine are released via his own label (www.devicefonts.co.uk or email: rianhughes@aol.com). He has contributed to numerous international exhibitions, and a one-man show of his work was held at London's Smiths Gallery in 1988. He has an extensive collection of Thunderbirds memorabilia, a fridge full of vodka, and a stack of easy listening albums which he plays very quietly.

Rian Hughes studierte am LCP in London, arbeitete dann für eine Werbeagentur, das i-D Magazin und eine Reihe von Design-Agenturen für Schallplattenumschläge. Er machte sich dann als Designer und Illustrator selbstständig, arbeitete primär für Anzeigenkampagnen, Schallplatten- und Buchumschläge, graphische Illustrationen und das Fernsehen. Für das belgische magic Strip war er Co-Autor und Illustrator für die graphische Novelle The Science Service, publiziert in fünf Sprachen. Diesem folgte 1990 Dare, eine "bilderstürmende Auferstehung des 50er-Jahre Comic-Helden Dan Dare". Seit er die Firma Device gegründet hat, hat er vielfältig für die britische und amerikanische Comic-Industrie gearbeitet, sowohl als Designer wie als Typograph und Illustrator. Von comics sich wegbewegend, beinhalten die aktuellsten Arbeiten Titelsequenzen für The Box, Posterdesigns für die Tokioter Modelfirma Jun Co.'s Yellow Boot Kette, der animierte, in den Flugzeugen gezeigte Sicherheitsfilm für Virgin Airline, ein BDA Gold Award und die mit einem Creative Use of Print-Award ausgezeichnete Broschüre für MTV Europe's Music Award. Seine Werbetypographie erntete 1996 einen Campaign Press Award in Silber. Zusätzlich zum Design von Schriften für das FontFont- Schriftenprogramm des Fontshop hat er Schriften unter seiner eigenen Marke für Kunden wie MacUser, 2000AD, Newquay Steam, und PC Format Magazin entwickelt (www.devicefonts.co.uk or e-mail: rianhughes@aol.com). Er hat bei vielen internationalen Ausstellungen mitgewirkt, und eine Ein-Mann-Show seiner Arbeiten wurde 1988 in der Londoner Smiths Gallery gezeigt. Er hat eine umfangreiche Sammlung von Thunderbird Memorabilia, einen Kühlschrank voll Wodka und einen Stapel eingängiger Musikalben, die er sehr leise abspielt.

Address: Device 6 Salem Road, London W2 4BU UK
Phone: +44-171-221-9580 Fax: +44-171-221-9589 email: rianhughes@aol.com

Editorial Note

Credit Format クレジットフォーマット

Title タイトル／Category 使用目的

Country from which submitted 国名／

Year of completion 制作年

Creative Staff 制作スタッフ

CD: Creative director／AD: Art director／

D: Designer／P: Photographer／

I: Illustrator／CW: Copywriter

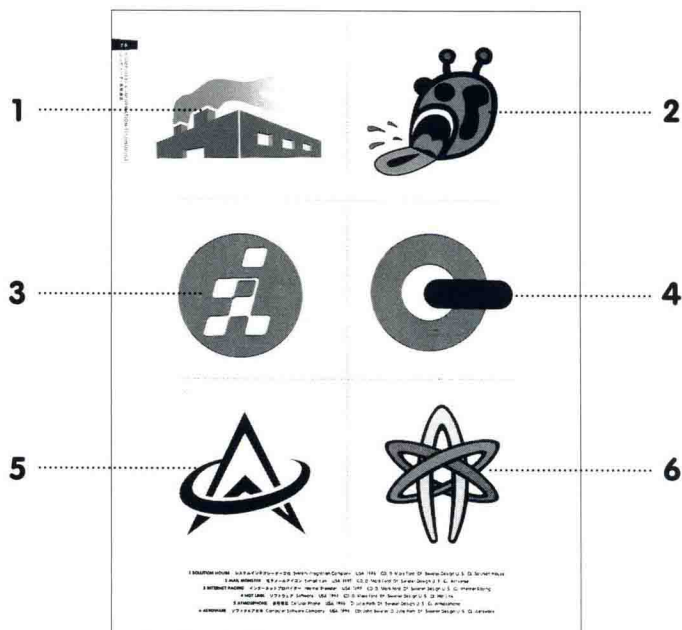
DF: Design firm／CL: Client

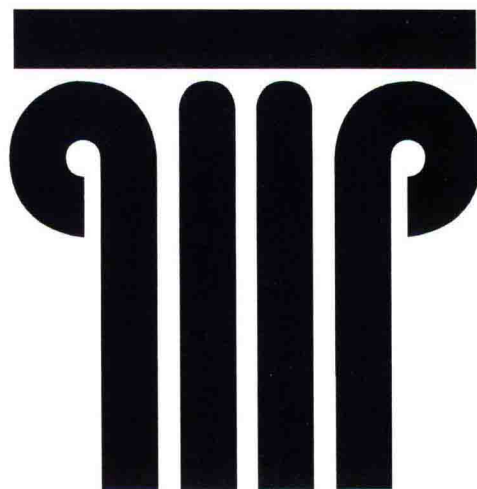
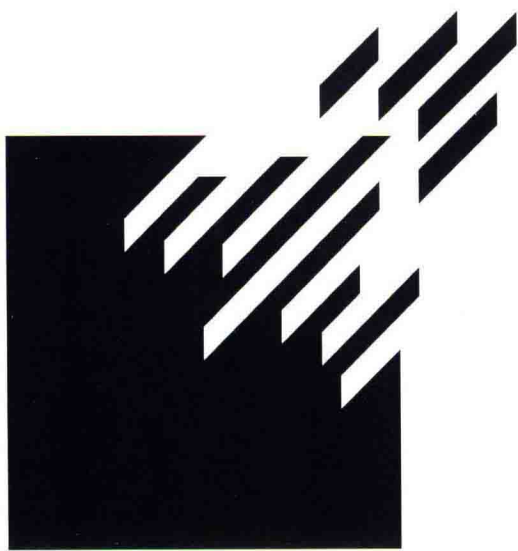
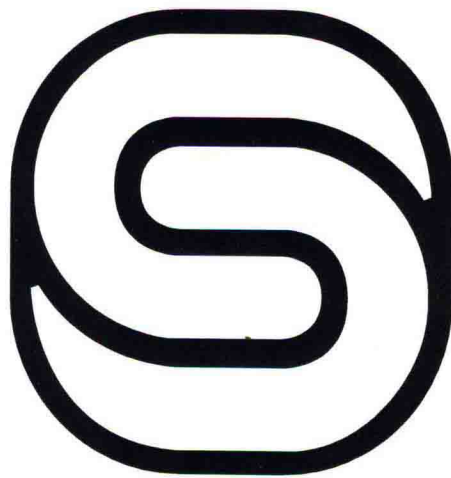
提供者の意向により、クレジットデータの一部を記載していないものがあります。
また、実際の使用目的とは多少異なるカテゴリーに入っている作品もあります。

Some credit data has been omitted at the contributor's request.
Additionally, several logos have been placed in categories that
differ slightly from their actual classification.

クレジットの番号は、下記のフォーマットに当たっています。

The credits are numbered, and correspond to the artwork as indicated below.





1 CHARTER LIFE ASSURANCE 保険会社 Life Insurance UK 1992 CD: Clive H. Gay D: Paul Calver DF: Trademark Design Ltd. CL: Charter Life Assurance

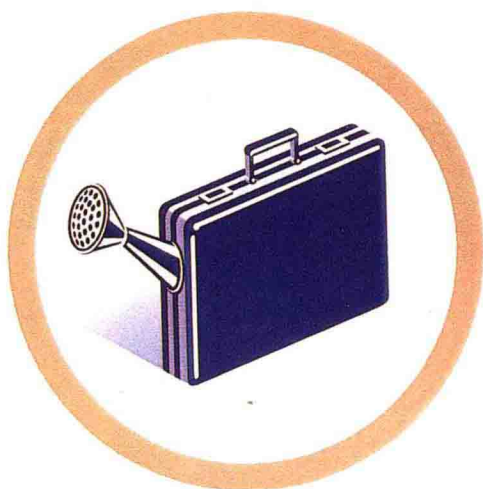
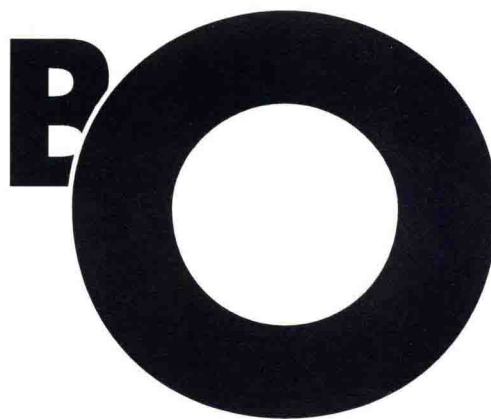
2 SECURITY LIFE ASSOCIATION 保険会社 Insurance UK 1982 CD: Clive H. Gay DF: Trademark Design Ltd. CL: Security Life Association

3 LOTUS クレジットカード Credit Card Taiwan 1995 CD, AD, D, I: Tong Wai Hang DF: United Design CL: Chinatrust Bank

4 AMERICAN EXPRESS SPORTS - OLYMPIC 金融会社PR Financial Services Company Promotion USA 1996 CD, AD, D, I: Mike Quon DF: Mike Quon / Designation Inc. CL: American Express

5 ALLARIA LEDESMA 金融会社 Financial Company Argentina 1997 CD, AD: Gonzalo Berro D, I: Esteban Serrano DF: Cato Berro Diseño CL: Allaria Ledesma

6 BARCLAYS PERSONAL ASSET MANAGEMENT BANK 銀行 Bank UK 1985 CD: Clive H. Gay DF: Trademark Design Ltd. CL: Barclays Bank



SACON GROUP

1 TOKAI FAMILY SHOP 銀行 Bank Japan 1997 AD: Hiroki Segawa D: Shigo Yamaguchi / Naotoshi Shigemura CL: Tokai Bank

2 BACKOFFICE 銀行コンピュータセンター Bank Computer Center Switzerland 1997 CD, D: Gernot Honsel DF: ckdt. Communications AG CL: Backoffice AG

3 TURNING / SPINNING GLOBE 銀行ニュースレター Bank Newsletter USA 1996 CD, AD, D, I: Mike Quon CD: J. Weigand DF: Mike Quon / Designation Inc. CL: Chase Manhattan Bank

4 FIRST NATIONAL BANK ATM 銀行 Bank UK 1993 CD: Clive H. Gay DF: Trademark Design Ltd. CL: First National Bank

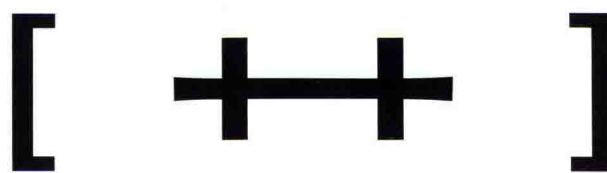
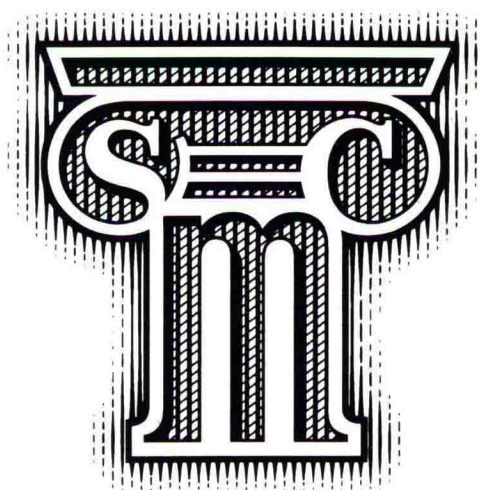
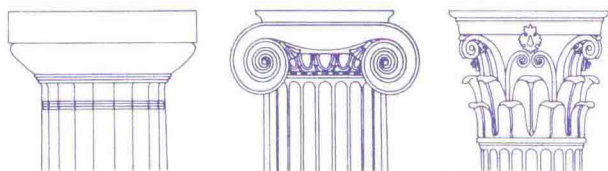
5 PRICE WALKER CONSULTING 金融コンサルタント会社 Financial Consultancy Australia 1997 CD, AD, D: Phil Ellett I: Andy Hook DF: Cozzolino Ellett Design D'Vision Pty Ltd CL: Price Walker Consulting

6 SACON GROUP 金融会社 Financial Company Taiwan 1996 CD, AD, D: Peter Lai P: Cheng How Ming DF: Cloud Seed Inc. CL: The Second Credit Cooperative of Keelung



California Care Health Plans

Knopf, Tulloch & Partner



1 RUTHERFORD INVESTMENT MANAGEMENT 投資会社 Investment Company USA 1997 CD, AD, D, I: Jeff Fisher DF: Logomotives CL: William D. Rutherford

2 CALIFORNIA CARE 健康保険会社 Health Insurance Provider USA 1993 CD, AD, D: Rick Seireeni D: Romane Cameron DF: Studio Seireeni, Inc. CL: Blue Cross of California

3 KTP 会計事務所 Accounting Office Germany 1997 AD: Matthias Schäfer DF: Schwarz & Bell CL: Knopf, Tulloch & Partner

4 STEWART CAPITAL MANAGEMENT 投資会社 Investment Company USA 1997 AD, D: Jack Anderson D: Debra Hampton / David Bates / Lisa Cerveny
I: John Fretz DF: Hornall Anderson Design Works CL: Stewart Capital Management

5 FOCALPOINT ニュースレター Newsletter USA 1992 CD, AD, D: Toni Schowalter DF: Toni Schowalter Design CL: Greenpoint Savings Bank

6 HUSBAND & ASSOCIATES 金融サービス会社 Financial Services USA 1997 CD, D: Barbara Chan DF: Fusion CL: Husband & Associates

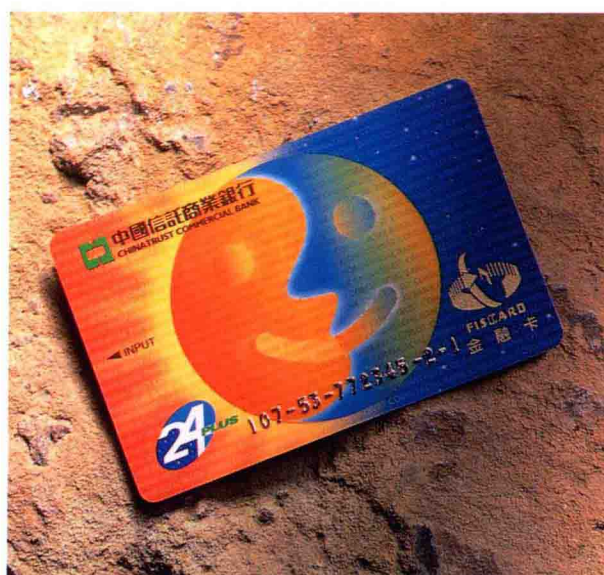
Pro

Z
S

PSM

a

24 PLUS

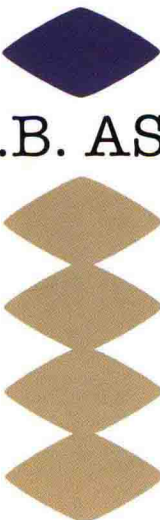


- 1 PRO 銀行ニュースレター Bank Newsletter Slovenia 1997 AD, D: Edi Berk DF: KROG CL: Probanka
- 2 STEPHEN ZIEGLER 銀行員 Personal Logo Yugoslavia 1996 CD, AD, D: Goran Patlejh DF: S-Team Design CL: Stephen Ziegler
- 3 PROTECH 銀行サービス Warranty Product USA 1997 AD, D: Mark Krümel DF: Rickabaugh Graphics CL: Huntington Protech
- 4 DATA TRUST 銀行コンピュータセンター Bank Computer Center Switzerland 1997 CD: Gernot Honsel D: Jürgen Kaske DF: ckdt. Communications AG CL: Data Trust AG
- 5, 6 24 HOUR BANKING 銀行サービス Automated Cash Dispenser Taiwan 1995 CD, AD, D, I: Tong Wai Hang DF: United Design CL: Chinatrust Bank

sync
sync.

emfisysTM

lenz bereuter


I.B. ASSiST WORK


KAWASIMA

1a SYNC. 銀行コンピュータセンター Bank Computer Center Switzerland 1997 CD: Gernot Honsel D: Jürgen Kaske DF: ckdt. Communications AG CL: Sync. AG

1b SYNC. 銀行コンピュータセンター Bank Computer Center Switzerland 1997 CD, D: Gernot Honsel DF: ckdt. Communications AG CL: Sync. AG

2 EMFISYS 金融サービス会社 Financial Services Company Canada 1997 CD: Michel Viau / Monica Kessler AD: Dwayne Brookson D: Susan Mosdell DF: Ove Design & Communications CL: Emfisys

3 LENZ BEREUTER 税理コンサルタント Tax Consultant Austria 1997 CD, AD, D: Sigi Ramoser D: Sandro Scherling / Klaus Österle / Markus Müller CL: Lenz Bereuter

4 I. B. ASSIST WORK 会計コンサルティング会社 Accounting & Consulting Company Japan 1997 CD, D: Minoru Irikuchi CL: I. B. Assist Work

5 KAWASIMA 税理士事務所 Tax Accounting Office Japan 1997 CD, AD, D: Motohiro Sugita CL: Kawasima Zeirishi Office