

日本彩色商标 与企业识别 11

〔日〕长谷川纯雄 编著

JAPAN'S TRADEMARKS
& LOGOTYPES in FULL
COLOR PART_11



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

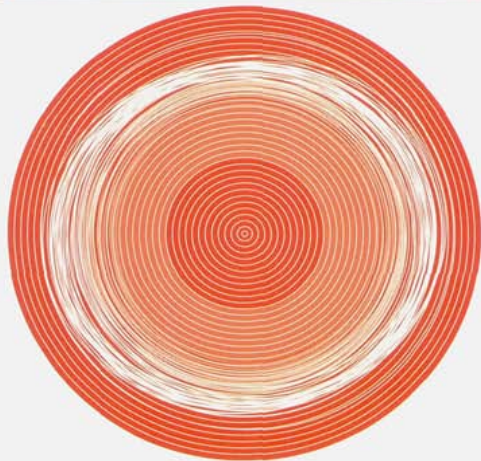
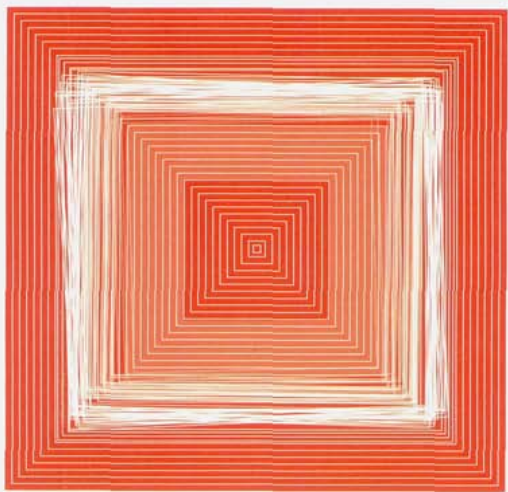
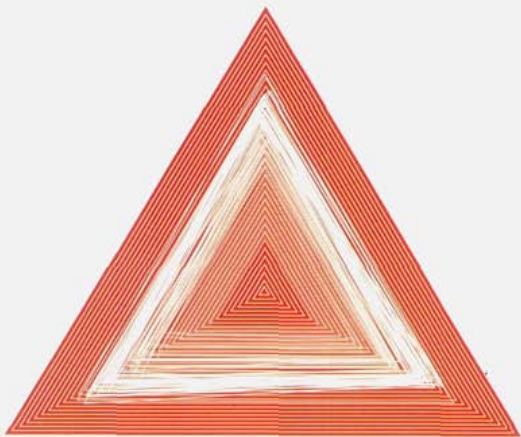
日本彩色商标

与企业识别

11

JAPAN'S TRADEMARKS
& LOGOTYPES in FULL
COLOR PART_11

〔日〕长谷川纯雄 编著
刘彤扬 译



中国青年出版社
CHINA YOUTH PRESS

- 以CIS (corporate identity system)、VIS (visual identity system)所属作品中的彩色标志、标识为中心进行介绍。
- 作品说明中的长方形色块是企业形象设计中规定的标志色、品牌色，面积大的是主色，面积小的是辅助色。



■缩写说明

CD—创意总监

AD—艺术总监

D—设计师

I—插画师

CG—电脑图形

CW—文案

P—摄影师

A—代理

B—广告主

2003, 2005—制作、发表年



艺术总监与设计师为同一公司、同一人的时候，省略艺术总监。并省略法人种类、分公司、分店名。

版权所有 严禁转载

Most of the works shown in this book were created and published during the period between January 2003 and May 2005, although there are some that date back quite to several years earlier. For almost all of those, the editor received digital data as their "manuscripts" and edited this material appropriately.



The choice of the works exhibited as CIS (Corporate Identity Systems) or VIS (Visual Identity Systems) was based on the color systems of their marks and logotypes.



The color rectangle in the illustration explanations shows the corporate colors, brand colors, and so on that have been determined within that system, with the larger part being the main colors and the smaller part the sub-colors.



For all the CI and VI works, the vocabulary used by the exhibitor is kept as the basis for the illustration explanations, but for those works for which no explanation was provided, the editor have added one.

前言

学科交叉，跨越不同领域界限的现象对我们来说已经不是新鲜事了。因此，在黑白分明的时代里，这种边缘化、充满不确定因素的独特设计风格令人欣喜地张扬着设计的主张，让设计师进行选择的范围更大。

但现在，商标（mark）与标识（logotype）的区别开始变得模糊，二者往往被统称为LOGOMARK。据笔者的记忆，LOGOMARK这一概念开始在日本使用，大概是本系列书籍发行的30年前。记得当时看到六七个拉丁字母横向排列设计出来的东西，人家说这就是LOGOMARK，顿时有恍然大悟的感觉。可是现在以花或鸟为主体的标志居然也被称为LOGOMARK。我不是反对这种叫法，举个简单的例子，在编辑本书的时候，即便是资料分类整理方面的行家，遇到十几个字横排组成商品名的品牌标识也会感到困惑，无从下手。

如果设计的思路执着于作品的亲近感以及易懂性，就会无法避免地导向依赖语言和文字，在表达上趋于说明性，但如果总这样就会令设计缺乏趣味性。这是最近LOGOMARK设计的一个比较明显的趋势。虽然百花齐放，但实际上看起来雷同，根本没有什么区别。

我们需要不惧怕与他人的不同，简洁而明快设计，就好像投出速度超过150公里的直球一样直击正中。我想看到的是黑白分明、具有强大力量的设计作品。笔者想要说的，实际上就是这个。

Introduction

It's already been some time since what is known as the cross-over effect, which transcends different fields, became prominent. In that sense, into the era when it was considered good to have clearly differentiated aspects, like black and white, has been injected a unique individuality that does not belong to either one or the other, but rather is unfixed. I am delighted that it has become possible to express such a state, as well as with the expansion in the range of choices.

Recently the distinction between a logo and a mark has become blurred, and they are all called "logo marks" without discrimination. As far as the author remembers, the term "logo mark" first came to be used about 30 years ago, when this series was first published. Designs that featured six or seven letters of the alphabet laid out horizontally were given this moniker, which seemed to make sense then, as I recall. However, nowadays even marks that consist only of flowers or birds are introduced in newspapers, etc. under the name of "logo marks." I do not wish to object specifically to that but, as an example of something of which I have personal experience, when a product name that consists of a line of more than ten letters is called a "brand mark," I feel confused in the act of editing this work and wonder just how I should sort or classify things.

Furthermore, if you insist on a way of thinking that stresses being kind to people and easily understood, although it perhaps cannot be helped that you have to depend on words, use a lot of letters, and have an explanatory type of style, it is also true that, if that's all you have, it will be lacking in interest. I think this trend is reflected in recent logo marks. They appear to be highly diverse but in fact do not look very different from each other, and that's why none of them stand out.

Clear and simple designs that display no fear of being different from others: I would like to see more powerful works of this kind. They have the same kind of strength as a straight ball thrown at the super-speed of 150 km./hr., that is, they clearly delineate black and white. I believe that is what the author is trying to say.

Sumio Hasegawa
October 10, 2005

目录 Contents

前言 Introduction

本书阅读说明 Explanatory notes

商标、符号与图标 Trademark, Symbolmark & Pictogram

文字标志-1 Logotype-1

文字标志-2 Logotype-2

企业形象设计与
视觉形象识别系统 Corporate Identity & Visual Identity



商标、符号与图标

Trademark, Symbolmark
& Pictogram



1



2



3



4



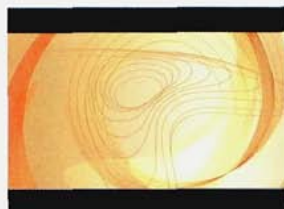
5



7



8



6

1

専門学校
 CD-山道祐一
 AD-富樫博光
 D-富樫博光・遠藤歩美
 A-電通探日本
 C-アニメルインターカレッジ
 2004

2

スポーツ団体
 AD-宮崎名彦
 D-宮崎名彦・陣場英徳
 C-秋田市サッカー協会
 2005

3

情報処理コンサルティング会社
 AD-奥塚政彦
 D-牧野博泰
 C-自動情報処理コンサルタント
 2005

4

ギャラリー
 D-牧野博泰
 C-アート&アイ
 2005

5

デザイン事務所
 D-丸塚久和
 C-オフィスアルゴ
 2003

6

BS放送局
 D-DRAWING AND MANUAL
 A-ジュビター・プログラミング
 C-ピーエス朝日
 2003

7

協賛組合
 AD-IVIS
 D-前田貴行
 A-プランズフォー
 C-朝日新聞販売協同組合
 2003

8

アートイベント
 D-神田充謙
 C-上野台地から町を考える会
 2003

@LOAN

9

9・10
 金融会社
 Producer-古川彰博
 AD-フラビス・インターナショナル、フミ・ササダ
 D-高村達夫、フラビス・インターナショナル
 A-電通
 C-アットローン
 2004



10



11
 商業施設
 AD-C.C.レマン
 D-青木康子
 A-東急エージェンシー
 C-クイーンズスクエア横浜
 [アット]
 1997



11

12
 配送とスタッフ研修会社のキャラクター
 D-入江健介
 C-青野幸便社
 2003



12

13
 ファッション、アパレルに特化した情報商社
 D-有吉広季
 C-アパレルウェブ
 2004



13

14
 歯科クリニック
 D-名和千明
 C-アカデミー・歯科クリニック
 2003



ACADEMY
 DENTAL
 CLINIC

14

15
 企画会社
 D-吉延高明
 C-アクト・ユー
 2004



15



astellas

Leading Light for Life

16



17



AGAS GROUP

18



19



20



21

16
製薬会社のブランド
D-ランドアソシエイツ
C-アステラス製薬
2005

17
文具のブランド
AD-太田 岳・日本デザインセンター
D-太田 岳・森田利康・べんてる電子ペン営業部
C-べんてる
2004

18
ガス会社
D-片岡和之
A-セーラー広告(新医派支社)
C-朝日ガス
2004

19
人材派遣会社
AD-ミイレーククリエイティブルーム
D-朝日興行
A-ミイレー
C-アートオブコミュニケーションズ
2003

20
石油会社のネットショッピング事業
AD-八木健夫
D-八木健夫・石森舞館
C-コスモ石油ネット事業部
2004

21
観光運営
CD-塚誠伸一
D-橋本 隆
C-びわこヒルズスビューロー
2004

22
化粧品「ベータージー」
CD—中塚大輔
AD—中塚大輔、北爪文代
D—北爪文代、松田登子
C—シウウのエムラ化粧品
2001



22

23
ビル管理会社
D—森山弥三郎
C—ビルケアースガノ
2004



23

24・25
缶コーヒー
AD—藤田真悟
D—三浦 敏・関沢俊宏
A—山台博徳堂
C—酒のやまや
2004



24



25

26
ITインテグレイタ
CD—セネカ
D—高田雄吉
A—中電工業
C—中電シーティーアイ
2004

27
アミューズメントパーク経営会社
D—市橋 篤
C—シティエンタテイメント
2004

28・29
エネルギー事業
AD—原田 直、フラクシス
D—花田太郎
A—インターフェイスコミュニ
ケーションズ
C—中華石油股份有限公司
2003



26



27



28

Chenergy

29



30



31



32



33



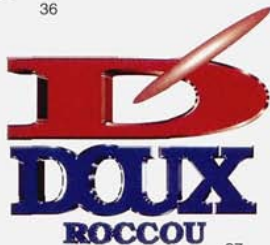
34



35



36



37



38



39

30
航空会社の客室乗務員労働組合
D-木村 彰
C-日本航空Cabin Crew Union
2004

31
スキーウェア
D-池越謙吾・GWG
C-デザート
2004

32
リゾート地の集合商業エリア
D-若上孝二
C-阿蘇くじゅう高原
COCO VILLAGE
2004

33
スポーツダイエット販促用キャラクター
D-内野 隆
C-デイライト
2003

34
不動産会社
AD-石山俊部
D-イクス
A-コーポレート・デザイン・リングージ、ビッグ・ショット
C-デベックス
2004

35
ゴルフ倶楽部
AD-石山俊部
D-イクス
A-コーポレート・デザイン・リングージ、ビッグ・ショット
C-ダイナシティリゾート
2005

36
マンション資産価値サポートシステム
CD-大仁公一、勝田康高
AD-高田雄吉
D-渡 誠二、高田雄吉
A-伸和エージェンシー
C-ダイワハウス工業
2004

37
理髪店&美容室
D-清水智子
A-企画制作室ダッシュ
C-デュークスロッカー
2000

38
法人団体
D-松永 真
C-デザインアソシエーション
2004

39
DAS学生賞
D-高田雄吉
C-総合デザイナー協会
2004

40
眼科医院
D-牧野博泰
C-遠藤眼科
2005



40



41

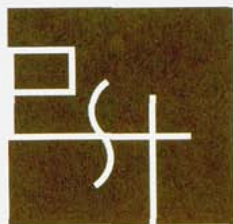
41
システム制作会社
D-牧野博泰
C-エンターキッズ
2004

42
商事会社
CD-佐井新平
AD-神保米雄
D-神保米雄
A-ベネ
C-イーストウェスト
2004



42

43-44
専門学校内研究所
CD-轟山 敏・轟山敏デザイン
事務所
AD-轟山 敏
D-安保美有紀
C-文典学園専門学校創表現研
究所est
2001~2002



43

45
インディーズレコードレーベル
D-梅原 聡
C-EGOVIBES
2003



45



44

46
福井港
AD-おうらデザイン
D-尾浦孝夫
C-福井港
2004

47
保険会社
D-藤山悠三郎
C-福山安田エージェンツ
2003



47



46

48
フィルム専業材加工・印刷会社
Producer-米山真悟
Planner-黒木康孝
CD-廣沢達男
D-安達正明
C-フィルテクノス
2004



48





49



51



53



55



57



58



50



52



54



56

49
高品取引会社
AD-石川 朝・中村 彰秀
D-田村 聖・アイトマ
A-日本経済社
C-フジトミ
2004

50
自動車部品会社
AD-古田十三
D-伊藤 勝一
A-富士アドシステム
C-フルテック
2004

51
ビューティーサロン
D-舛田 充輝
C-ビューティー&スペース ジェ
ミニ
2003

52
不動産関連のプランニング会社
D-林 廣行
C-ジーエムプランニング
2004

53
メンテナンス会社
AD-藤原 幸弘
D-菅原 裕美
C-石油ガス工事
2004

54
緑化産業
AD-バシオ・足立 輝
D-伊藤 マリコ
C-緑産
2004

55
販賣会
D-小川 航司
C-グループ・アイズ
2004

56
群馬県企業パートナー制度
D-大木 紀元
C-群馬県庁
2005

57
スキーのグローブ
D-町田 健二
C-OGASAKA SKI
2005

58
スキーのグローブ
D-町田 健二
C-OGASAKA SKI
2004

59
 人材派遣会社
 D-DRAWING AND MANUAL
 A-ハイスクール
 C-グッドウィル
 2004



60
 自動車販売会社
 D-インターブランド
 C-ガリバー
 2004

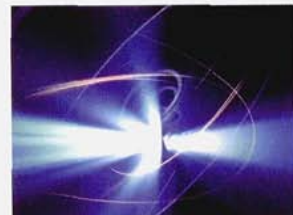


61
 デイサービス事業の運営・コン
 サルタント会社
 AD-遠藤豊弘
 D-座間智美
 C-ハーデイズ
 2004



62
 ホテル
 D-TCD
 C-ホテル・リーヴァ南海
 2003

63
 不動産会社
 D-スタイルベルトーネ社 (イタ
 リア)
 C-ビュージー
 2005



64
 賃貸マンション
 AD-石川 明・佐々木光洋
 D-田村 聖・アйдマ
 A-日本経済社
 C-三豊地所
 2004



59

クルマのこと

Gulliver
 ガリバー

60



61

RIVA



62



64

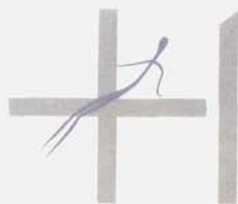


HUSER

63



65

quick makeup garden
atelier haruka

66

HEALTH
WELFARE
ALUMNI

69



67



68

MEDICAL
& WELFARE
ALUMNI

70

MEDICAL
TECHNOLOGY
ALUMNI

71

HIGH-
TECHNOLOGY
ALUMNI

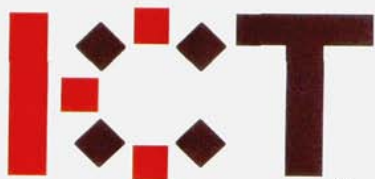
72



73



74



75



76

65
疾病予防サービス事業ブランド
Producer-荒田真一郎
AD-原田 進・ブラクシス
D-野上 肇
A-大日本印刷
C-ヘルスケアータルサポート
2005

66・67・68
メイクメイク・ショップ
D-清水智子
C-アトリエ はるか
2002

69-72
学校の同窓会
D-田村浩之
A-ジグレイ スペース DUCE
C-大阪近畿学園
2004

73
データ通信関連会社
D-萩原真史
C-NTTデータインフォブリオ・
セキュリティコンサルティング
2001

74
建築コンサルタント会社
AD-古村 理
D-ジェイアール東日本コンサル
タントツ企画部・金井みどり・
安藤太郎
C-ジェイアール東日本コンサル
タントツ
2003

75
インテリアコーディネーターの
クラブ組織
Producer-小林清崇
AD-原田 進・ブラクシス
D-遠辺 聡
A-ケノス
C-インテリアコーディネー
ター東京
2002

76
人材育成講座
D-山田正彦
A-ジャック
C-ジャパントリーターズカレッジ
2004

77

文房具・事務用品店
AD-小堀 秋
D-千吉良京一
C-一元や
2002



77

79

JAバンク
AD-藤栄印刷・田淵健一
D-田淵健一・油谷利範
A-藤島印刷
C-JAバンク石川橋連
2005



80

80

遊戯施設
AD-フミ・ササグ
D-矢野英夫・プラビス・インターナショナル
C-ジャパンニューアルファ
2004

81~85

Javaプラットフォームのファミリ
AD-山下 夢
D-吉屋晃明
C-アプリアックス
2004

86

WEBサイトタイトル
D-川崎三佳
C-JOPLA
2004

87

写真家団体
AD-浅草亮己
D-藤沼重人
C-日本写真家ユニオン
2003

 JB Blend™
81

 JB Blendia™
82

 GB Blend™
83

 GB Blendia™
84

 EB Blend™
85

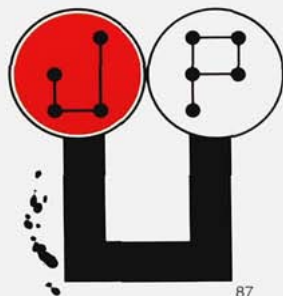
 JTV
78



79



86



87