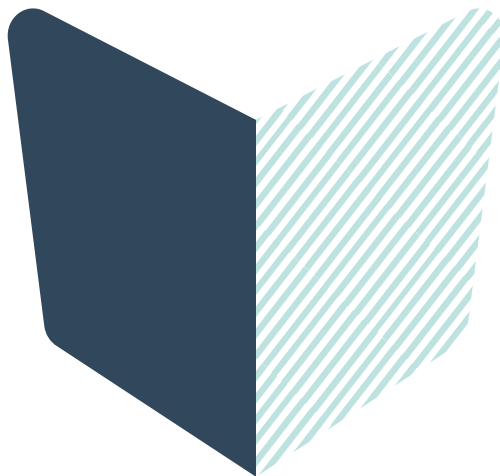


01

volume

**超初心者
が
ロゴ作成で
知っておくこと**



ロゴマーケット

2022年 7月版

01 TOPIC ロゴマークってなに

日本で生まれた言葉で、あるものをデザインされた記号や文字などで視覚的に表したものを指します。一般的な「ロゴ」はロゴマークやロゴタイプの略称です。ロゴマークをうまく伝えることができれば、広告費などをかけなくても企業ブランディングができたり、商品のイメージを広く伝えることも可能です。

Check Point!

ロゴがなくても、商品やサービスは変わりませんが、お客様の印象を左右し、覚えていただくきっかけになります！

02 TOPIC ロゴマークの構成要素

ロゴは企業や商品を視覚的に印象づけるために、図案化したものです。具体的にロゴはどう構成されているのでしょうか。下の例を見てみましょう。

シンボル+ロゴタイプ型

全体：ロゴマーク または、ロゴ

要素① シンボルマーク

企業の理念や商品などの象徴をデザインしたもの



ロゴマーケット

要素② ロゴタイプ

社名や商品名の文字をメインにデザインしたもの

「パツ」と見て
印象が伝わると
わかりやすいね！



他にも！

ロゴタイプ型

ロゴマーケット

正式名称ロゴタイプ型

株式会社 **ロゴマーケット**

シンボル型



03 TOPIC ロゴの効果

[屋号そのまま]

なんだか
暗い印象...

[ロゴマーク]

安心感が
あるね！

ロゴマーケット



ロゴマーケット

社外向け

イメージを直接的に伝えられる

名前は覚えていないけれど、マークなら覚えている…そんな経験ありませんか？
ロゴは目を惹きやすく、記憶に残りやすいため、重宝されています。



会社・商品・サービスへの
想いを知ってもらう



会社・商品・サービスを
覚えてもらいやすくなる



他とは違うひとつの
ブランドとして認識される

社内向け

帰属意識と目標の共有

社員やスタッフの意識向上にも有効と考えられています。スポーツチームのマークや国旗などもそうですね。結束力の向上が期待できるでしょう。



社員やスタッフたちの
帰属意識を高める



結束が強まり、
一員としての愛着が湧く



方向性の共有と、
モチベーションの向上

ワンポイントQ&A

Q. 小規模な事業でも
ロゴは必要なの？

A. 絶対に必要ではありませんが、作られることを
おすすめします。事業としての信頼感がアップする
ので、お客さんに安心していただきやすいです。



- 周囲へのアピールはもちろん、理念や目標を共有するツールになる
- 他と類似しない、オリジナリティのあるロゴであることが大切

01 トピック ロゴを使った「ブランディング」

ブランディングとは、商品やサービスを顧客にとって価値のあるものだと認識してもらい、市場における確固としたポジションを築く活動の事を言います。ブランドを認識させるものとしては、ロゴをはじめ、名称、スローガン、キャラクター、メッセージ、デザイン、イメージ、サウンド、などが使用されます。

他社との差別化



選択意思の単純化・固定化



ユーザーの顧客化



価格競争の回避



価格プレミアムの獲得



プロモーションコストの削減



Check Point !

一貫性のあるブランドイメージをしっかりと意識してみましょう。お客様が「〇〇といえばコレ！」と感じてくれれば完璧ですね！

02 トピック ロゴを使った「オリジナルアイテム」

ロゴを作って終わりではなく、うまく活用することで、認識を広め「信頼」や「安心」へ繋げていきましょう！ アイデア次第でその可能性は無限大です。



名刺



封筒



ウェブサイト



看板



オリジナルキャップ



オリジナルウェア



ショッピングバッグ



マグカップ



カーグラフィック

ポイントQ&A



Q. 名刺やグッズはどこで作れるの？

A. 印刷会社や業者さんへ委託制作できます。データ作成が必要だったり、発注自体お任せしたい場合はデザイナーさんに相談してみましょう。



- ロゴを作って終わりではなく、様々な形で活用できる
- 名刺やグッズ、ノベルティを作成することでブランド価値を上げられる

01 トピック ロゴのモチーフ選び

モチーフとは、主題となるもの、もしくはきっかけとなる題材を表す言葉です。ロゴだけでなく、創作物にはある程度モチーフが存在するものです。早い段階でモチーフを決めることができれば、制作は比較的スムーズに進みます。

モチーフやコンセプトの決め方

- | | |
|---|---|
|  名称のイニシャルや頭文字のモチーフ |  発信したい感覚的なイメージを表すモチーフ |
|  名称に込められた意味や由来を表したモチーフ |  地域や土地の特徴を表したモチーフ |
|  業種やサービスを連想させるモチーフ |  動物や人型のキャラクターモチーフ |
|  理念やポリシーを象徴するモチーフ |  自分が好きなもの、愛着を感じるモチーフ |

Check Point !

複雑なモチーフは印象が端的に伝わらない上、印刷時に潰れてしまうこともあるので、なるべくシンプルを心がけましょう！

モチーフを伝えて、デザイナーさんとイメージを共有していきましょう。希望のモチーフがなかなか決まらない場合は、デザイナーさんに相談して、一緒に方向性を決めてみるのもいいですね。

ポイントQ&A

Q. モチーフ希望がたくさんの場合は？

A. モチーフ別にロゴをいくつか提案してもらい比較してみるといいでしょう。また、要素を1つにまとめたロゴを検討してみるのもいいですね。

- ロゴ作成において、モチーフやコンセプトが重要になる
- 比較検討し、わからないことはデザイナーに相談することが大切

02 トピック ロゴのフォント選び

フォント選びはロゴデザインの重要な要素のひとつです。いくら優れたロゴマークやロゴタイプであっても、雰囲気や伝えたい思いに即していないと、ロゴに込めた思いが伝わりにくくなります。

和文	明朝体 繊細・高級・大人	ゴシック体 強さ・元気・安定	丸ゴシック体 親しみ・優しさ
	楷書体 日本・伝統・厳格	行書体 高級・和風・威厳	手書き風 個性・柔らかさ
欧文	セリフ体 font Serif 繊細・高級・大人	サンセリフ体 font Sans-serif 強さ・元気・安定	筆記体 font Script 繊細・高級・女性

フォントには無料で配布(利用・ダウンロード)できるものと、有料のものがあります。無料フォントは製作者の好意で無料となっているもの、もしくは著作権が切れているものを指します。

ポイントQ&A

Q. 無料フォントは自由に使っていい？

A. 無料フォントでも、利用規約を確認しましょう。特にロゴの利用は不可としているものがあります。デザイナーさんに確認を取るのがいいでしょう。

- 与えたい印象を決めておけば、的を絞った状態でフォントを選べます
- よく似たフォントが商標登録されていないかを確認しておきましょう

03 トピック ロゴのカラー選び

色もたらすロゴへの影響は大きく、同じデザインのロゴでも色の違いでガラリとイメージが変わります。

色の効果を理解し活用することで、ロゴの造形との相乗効果が生まれ、より魅力的でコミュニケーションの取りやすいロゴを作ることができます。

Check Point!

コーポレートカラー（組織を象徴する色）を定めて、ロゴマークなどに反映させ、継続的に使用していきましょう！

コーポレートカラーの決め方

- ★ どう見られたいか
与えたい印象から考える
- 競合と似ないよう
差別化を考える
- 🔄 業種や社名、特徴を
連想させる色から考える
- ♥ 自分の好きな色や
ラッキーカラーで考える

まずはここから考えてみよう！

単色

or

カラフル

or

モノクロ



名刺やグッズなど、様々な場所で使用されることを想定して、汎用性の高いカラーにしましょう。モノクロの印刷でも認識できるような可読性があると良いですね。

ポイントQ&A

Q. 事業が色々あって
何色がいいのか...

A. コーポレートカラーをあえて決めないのも良いでしょう。個性、多様性を尊重するために、名刺のロゴの色を社員個人が選べる企業もみられます。

- 色が持つ性質を利用して、ロゴの色を選びましょう
- 複数の色を使用する場合は、バランスと視認性に気を付けよう

青色系

平和・信頼・誠実

落ち着いたイメージの色で、銀行やIT企業でよく使用されます。大企業のロゴで、最も多く使われています。



赤色系

情熱・活力・自立

強いエネルギーをもたらす赤色は、ハッキリと目立つ色なので、強いインパクトを与えます。



緑色系

癒し・調和・安全

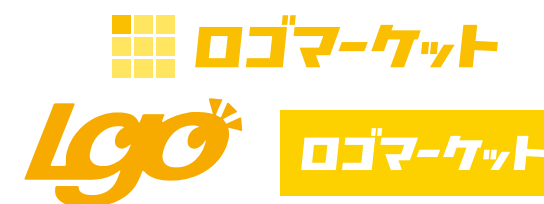
安定感を生む色かつ、植物や木を連想させますので、発展や若々しさなども感じられるでしょう。



黄色系

希望・高揚・躍動

活動的な印象を与え、警戒色としても使用されます。視認性が悪いので単色使用は避ける方が良いでしょう。



ピンク系

愛情・幸福・女性

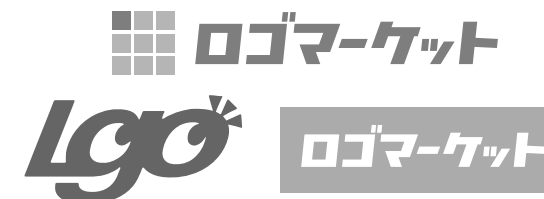
優しい印象で、柔らかさや繊細さを表現するのに適しています。女性向けの企業で使われることが多いです。



グレー系

都会・産業・知的

グレーやシルバーは、上品でクールなイメージを与え、ビジネス的な印象も感じさせるため、よく用いられます。



01 TOPIC ログ制作の一般的な流れ

ロゴをはじめとするデザイン制作は、依頼者と制作者がイメージを共有して制作することが重要になります。もし分からないことがあれば遠慮せずに質問したり、相談してみましょう。

デザイン事務所やデザイナーに依頼した場合

1. お問い合わせ・ヒアリング

ご希望や事業内容、確立したいブランドイメージ、事業ターゲットなどを具体的にお伺いしていきます。

2. お見積もり・スケジュール提出

3. デザイン制作

お伺いした情報をもとにデザインコンセプトを設定します。比較していただけるよう複数案のロゴ制作を進めていきます。

4. 初回ご提案

コンセプト説明、展開例とともに、2～3パターンご提案します。

5. 修正・変更

ご確認と修正作業を重ね、ロゴの完成度を高めていきます。

6. データ納品

ロゴデータと取扱い方法を記載したスタイルガイドをお渡しして、最終ご確認いただいた後、完了となります。

Check Point!

デザイン事務所やデザイナーによって、制作方法やプロセスが違うので、事前に必ずご確認ください。

02 TOPIC ログ作成の価格

ロゴの作成ほど金額に差のあるものもなかなか無いでしょう。見積もりを取るまで、具体的な費用がわからないことも珍しくありません。大体の費用感や目安を確認しておきましょう。

著名デザイナー

50～100万円

実績のある有名なデザイナーさんに依頼した場合、その方によって金額は異なります。実際に、ロゴひとつで1000万円という例もあります。

デザイン事務所

10～50万円

デザイン事務所の知名度や技術力によって相場も幅がありますが、修正・変更費用など少し余裕のある予算で依頼すると良いでしょう。

フリーランスデザイナー

1～10万円

個人と直接もしくは、クラウドソーシングなどを通じて依頼します。経歴も強みも様々ですので、希望とマッチする方を探す必要があります。

コンペ形式

1～20万円

要望と金額を依頼主が設定し、金額に応じて複数のデザイナーが提案をします。比較的安価で多くの提案が集まりますが、クオリティにはばらつきがあります。

Check Point!

ロゴデザインの内訳としては、一般的に以下の通りです。
作業料+付加価値料+提案数+修正対応費+諸経費

ポイントQ&A

Q. デザイン修正は何回してもいいの？

A. 費用と回数に関しては、それぞれです。一般的に修正指示が多ければ多いほど、費用は高くなります。事前確認と具体的な指示が大切です。

- デザイン制作は確認と修正を繰り返し、完成形を共有していく
- 希望するクオリティや対応内容と照らし合わせて、依頼先を考えよう

03 納品データ

制作が無事に完了すると、デザイナーからロゴデータが納品されます。ロゴを作って終わりにしないためにデータの種類をしっかりと理解しておきましょう。

制作データ

Ai Ai(エーアイ)データ 拡張子: .ai **編集可能**

Adobe社のIllustratorというソフトで作成されたデータ形式です。クリエイティブ職や、印刷会社などで使われるソフトのため一般的ではありませんが、様々なデザインの制作に使用されています。
※ 展開するにはIllustratorソフトが必要です。

JPG JPG(ジエイペグ)データ 拡張子: .jpg

デジカメやスマートフォンの写真データなど、一般的な画像データ形式です。ウェブサイト制作にも、印刷にも使用できます。

PNG PNG(ピング)データ 拡張子: .png

画像の透過や半透明の表現が可能です。PNGデータはカラーモードがRGBとなりますので、印刷には使用できないデータ形式です。

GIF GIF(ジフ、ギフ)データ 拡張子: .gif

ウェブ用に開発された画像データ形式で、透過表現が可能です。動きのあるイラストなどに活用できます。写真やグラデーションには適していません。

PDF PDF(ピーディーエフ)データ 拡張子: .pdf

印刷時と同じ状態を保存した「電子的な紙」で、広く一般的に使われる電子文書のファイル形式です。ほぼ全てのパソコンで閲覧する事ができます。パスワードや編集制限などのセキュリティ設定も可能です。

※ 作成するにはAdobeAcrobat(有料)が必要です。

電子文書

04 カラー設定

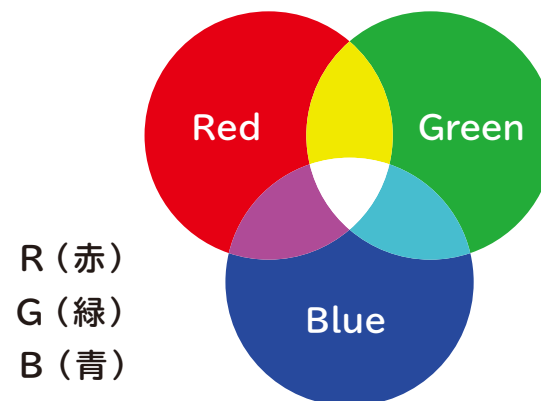
色の3原色には光の3原色(RGB)と色料の3原色(CMY)があります。扱いを間違えてしまうと、印刷物やウェブサイトで色味が変わってしまいます。思い通りの発色になるようカラー設定にも気をつけておきましょう。

RGB

光の3原色

モニターやデジカメ、テレビなどはRGBカラーで色が表現されています。ウェブやサイト作成もRGBで行います。

混ぜると明るい色になる
加法混合・加法混色



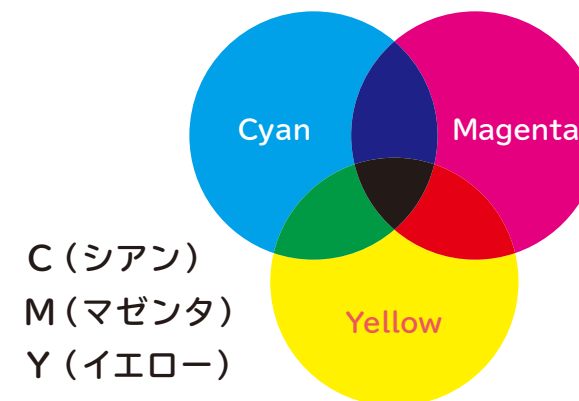
R (赤)
G (緑)
B (青)

CMYK

色料の3原色

黒インクであるキープレート(K)を足してCMYKといいます。カラー印刷の多くはこの4色で印刷されています。

混ぜると暗い色になる
減法混合・減法混色



C (シアン)
M (マゼンタ)
Y (イエロー)

Check Point !

通常のインクではRGBすべての色が表現出来ないため、印刷する場合にはCMYK方式への変換作業が必要です！

ポイントQ&A

Q. 金色や銀色、蛍光色はできるの？

A. 印刷で可能です。CMYKで表現できない色を「特色」と呼び、指定した色にあわせて調合されたインク1色で印刷します。

- 欲しいデータ形式は納品前にあらかじめデザイナーに伝えておこう
- 用途に合わせてカラー設定をすることで思い通りの色にできる

01 TOPIC ロゴ制作前に確認しておくこと

デザイナーにデザインを依頼する際は具体的な内容を伝えておくといいでしょう。詳細な情報を共有することでデザイナーさんもデザインしやすくなります。また、こちらからも以下の点を聞いておくスムーズでしょう。

ロゴ制作の前に伝えておくこと

1. 屋号・屋号の表記（和文・アルファベット）
2. 屋号の由来
3. ロゴを作ろうと思ったきっかけや動機
4. 業種・事業内容
5. 会社の将来のビジョン
6. 顧客のターゲット層
7. デザインイメージの希望や要望（モチーフ・カラー）
8. 希望納期・予算
9. 希望に近いイメージのロゴ（参考画像）

特になければ相談しよう！

ロゴ制作の前に聞いておくこと

1. 価格（提案数や修正・変更の対応範囲）
2. 納期・制作スケジュール
3. 著作権の譲渡や商標類似調査の有無
4. ロゴの仕様書、スタイルガイド作成の有無

相見積もりを取ってもいいね！



02 TOPIC ロゴマークの守り方

ロゴを守るには、主に「著作権」と「商標登録」の2つが重要になります。特徴を理解し、事業の顔となる大事なロゴの「信用」を保護しておきましょう。

Check Point !

ロゴ作成を委託した場合には、書面などの証拠が残る方法で、著作権の譲渡を受けておくより安心でしょう。

著作権

ロゴを自由に使う権利

ロゴを購入しても通常、著作権はデザイナーに残ります。著作権は譲渡してもらったほうが安心でしょう。



ロゴを自由に使用・複製ができる！



無断使用や二次創作を著作権侵害で訴えられる！



担当デザイナーに権利を譲渡してもらう必要がある

商標登録

無断利用から守る制度

他者に無断利用されないよう、使用权を主張するための制度です。登録には費用がかかります。



不正利用・類似ロゴのリスクが減る！



独占利用で安心して継続的に利用できる！



専門性が高く、申請と更新に費用が掛かる

ワンポイントQ&A



Q. 著作権の譲渡は費用がかかるの？

A. 譲渡費用はデザイナーさんによってそれぞれです。制作費と別途料金の場合もあれば、制作料金に著作権譲渡費を含む場合もあります。



- 著作権とは、そもそもロゴを創作した人に発生する権利
- 費用はかかるが、類似商標調査や商標登録は弁理士に依頼すると安心