



第1章

自分のロゴマークをつくる

あなたは、「ロゴマーク」と聞いて何を思い浮かべるでしょうか？

特定の企業のロゴや食品のパッケージに印刷されている商品名、レストランや喫茶店、洋服屋さんのマークなどを想像する人もいるでしょう。

普段特に意識しませんが、私たちの日常生活は、驚くほど多くのロゴマークに囲まれています。朝起きて最初に触る物は何でしょうか？ もしそれが目覚まし時計であれば、そのどこかに企業やブランドのロゴが刻まれているはずです。あなたが会社や学校に向かう途中、電車にはJRや地下鉄などその路線を表すマークが至るところにあるでしょう。会社で使う文房具・電化製品にもロゴマークがあります。会社帰りに立ち寄る行きつけの飲み屋にも、個性的な書体を使った看板があるでしょう。

そのすべてのロゴマークに意味が込められているのです。あなたが何か物を買うとき、食べるとき、使うとき、選ぶとき、そこには必ずそのものを表すロゴマークがあるはずですよ。あらゆる企業や団体、お店、商品が、自らを象徴するものとしてロゴマークを持っています。言わばロゴマークは、その企業や団体や商品の表札のようなものです。その企業や団体の理念や将来像、これまでの成り立ちや歴史などをすべてぎゅっと凝縮し、形状化し

たものがロゴマークなのです。

最近では「セルフブランディング」という言葉もよく聞かれます。実際の職場や学校、家庭以外にも、ツイッターやフェイスブックやミクシイなど、インターネットの世界の中だけでもさまざまなコミュニケーションが存在します。「自分がどう見られているのか」「自分をどう見せていきたいのか」ということを今まで以上に考えていかなければいけない時代になりました。

2008年のリーマンショック以降、不況ということが長い間言われています。そのような時代においては、最初に入った会社で定年までずっと所属する、そして、定年まで会社がずっと自分の生活を保障してくれる、といった意識を持った人が少なくなっているのではないのでしょうか。そのような時代に求められているのは、「企業」に属する意識よりも「個人」としての自立心。企業に所属していても、その中で個人としてどうブランディング（対外的に価値あるブランドを創り出す活動）していくのかを考える必要があります。自分はどういう人間でどういうことが得意なのか、将来どういうことをやっていきたいと

思っているのかを考え、周りに認識させていくことが求められます。まさに企業や団体は、そのような目的でロゴマークを持つのです。

企業でも、政党でも、スポーツチームでも、何か新しい組織ができたときは、記者会見などを開き、ロゴマークのお披露目とそのロゴマークの持つ意味の説明があります。記者会見などは、その組織が「自分（たち）」はどのような人間（組織）で」「どのような理念を持つていて」「何が得意で」「将来何をやっていきたいか」ということを世界へ向けて発する表明会見でもあるのです。

もし、あなたが自分の所属している会社ではなく、自分個人のロゴを持つとしたら？
それはあなた自身を最も端的に表したものであるはずです。

自分の理念や将来像、これまでのバックグラウンドなどをすべてぎゅっと凝縮したものが、あなた自身のロゴマークとなるのです。