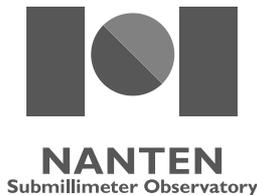


名古屋大学星の会

第19号 2006. 3. 10 発行

(題字：加藤延夫 愛知芸術文化センター 総長)



メッセージを発信するマーク

株式会社ティ・エム・シー 代表取締役 小川 明生
(グラフィックデザイナー)

シンボルマークやキャラクターマークといった、マーク作りの面白さとは何だろうか？

まず企業や団体あるいは施設を代表するビジュアルであり、普遍的な顔になるということがあげられる。しかし作り手としての面白さはそれだけではないように思える。マークデザインは、本来グラフィックデザインの核の部分のような気がするからだ。マークは副次的な要素を取り除いたもっともシンプルなものでありながら、その中で印象度を上げ、独創性を持ち、その事業や企業を想起させ、記憶しやすいデザインであることが求められる。そういった機能的な面を達成しながら、明るい、楽しい、誠実、信頼、親しみやすい、あるいは先進性、国際性、はたまたクールなどといったクライアントごとのイメージ的な面をもクリアするものでなくてはならない。もちろんこのイメージのワードは目指してゆく未来の姿であり、ひとつの言葉ではなくくれば複合的なフレーズとなり、これがデザイン開発コンセプトとなる。



そしてそれらをもとにデザインされたマークが、小さいときには1cmになっても視認性や可読性が損なわれることなくコンセプトが伝わる、という究極のデザインのように思われる。クライアントによってもさまざまだが、私の目標とするマークデザインは、シンプルでありながら眺めているとなんとなくその企業の業態や企業姿勢が見え隠れする、メッセージを発信するデザインだ。

時には制作したマークに名前を付けることがある。中部国際空港のブランドネーム「セントレア」のロゴマークは“Centrair Wing”（セントレアウイング）、同社のシンボルマークには“sky arc”（スカイアーク）というように。その企業の方が「うちのマーク」ではなく固有名詞で呼ぶことで、マークへの愛着が沸き親しみをもって使われるのではないかと考えてのことだ。

高速道路で見覚えのあるマークを付けたバスやトラックと並走したり、テレビコマーシャルの最終カットで現れたり、エレベーターで襟章をつけた人と乗り合わせたりと、開発したマークに突然出会うことがある。その時はやはり作者の気持ちになってしまう。「このマークはコンセプトどおりのメッセージを発信しているだろうか」と。さて今回制作させていただいた、なんてん天文台のロゴは皆さんに好印象を与えていますか？そして名前は何にしましょうか？