

"好み"や"なんとなく"で終わらせない

戦略的ロゴデザイン

会社の価値を 100年伝える 「強いロゴ」の作り方



そのロゴ 本当に会社の「顔」ですか？

中小企業によくあるロゴの 3 つの落とし穴 

会社のロゴは、お客様や求職者、取引先が一番最初に目にする、まさに会社の「顔」です。しかし、その重要な会社の「顔」が、知らず知らずのうちにビジネスの成長を妨げる「落とし穴」にはまっているケースが少なくありません。

決して他人事ではありません。まずは、自社が陥ってしまっていないか、3つの落とし穴をチェックしてみましょう。

落とし穴1 「経営者の好み」だけで作られている



「社長の好きな色だから」「奥様が気に入った形だから」...もちろん、経営者の想いが反映されることは大切です。しかし、それが**唯一の判断基準になっていませんか？**

「好み」だけで作られたロゴは、独りよがりな印象を与え、本来伝えるべきであった企業の独自の価値や強みが、ターゲット顧客に全く伝わらない危険性があります。それは**会社の「顔」ではなく、個人の「お気に入りマーク」**になってしまいます。

落とし穴2 「なんとなく」作られ、ルールがない



「とりあえずロゴが必要だから」と、デザイナーに丸投げしたり、無料ツールで手軽に作ってしまったり。その結果、ロゴの**色や形の明確な使用ルールがないまま運用されていませんか？**

ルールがないロゴは、Web サイト、名刺、パンフレット、ユニフォームなど、媒体ごとに色味や比率が微妙に変わり、全体として**「バラバラな印象」を与えます。ブランドイメージに一貫性がなくなり、お客様からの信頼を損なう**大きな原因となります。

落とし穴3 「今の事業」のことしか考えていない



今の事業内容を、あまりにも具体的に、そして説明的に表現したロゴになっていませんか？例えば、ラーメン屋さんのロゴに「ラーメンのどんぶりのイラスト」だけが入っているようなケースです。

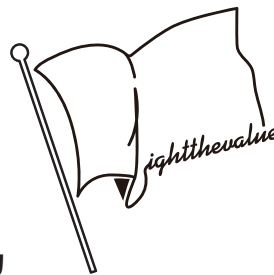
もし将来、餃子専門店や海外進出など、**事業を多角化・成長させたいと考えた時**、そのロゴは使えなくなってしまいます。**将来の展開を見据えていないロゴは寿命が短く**、結局はコストをかけて作り直すことになり、それまでのブランド資産を失うことにも繋がります。



もし一つでも「ドキッ」としたなら、それは会社の可能性を広げるチャンスです。

では、なぜこうした落とし穴にはまってしまうのでしょうか？そして、「強いロゴ」を持つ会社は何が違うのでしょうか？次の章では、ロゴが本来果たすべき重要な役割について、詳しく見ていきましょう。

「強いロゴ」は会社の 価値の旗印



Tsumugi の思想に学ぶ、ロゴが持つ3つの力

「強いロゴ」を持つ会社は、何が違うのでしょうか。

それは、ロゴを単なるマークではなく、企業の理念やビジョンを凝縮し、内外に示す「価値の旗印」として捉えている点です。

優れたロゴ、すなわち「強いロゴ」は、企業活動において以下の3つの重要な力（パワー）を発揮します。

ロゴの力1



想いをカタチにする力

強いロゴは、企業の「想いの糸（理念・ビジョン）」を視覚化したシンボルです。経営者がどんな未来を描き、社会にどう貢献したいのか。その熱い想いが、一つのカタチとして表現されます。

この旗印があるからこそ、社員は自社に誇りを持ち、同じ目標に向かって進むことができます。それは、組織に一体感を生み出す、強力な拠り所となるのです。

ロゴの力2



信頼を築く力

プロとして洗練されたロゴは、企業の「顔立ち（第一印象）」を整え、顧客や取引先に安心感と信頼を与えます。

人は無意識のうちに、デザインの良し悪しでその企業の実力や信頼性を判断しています。「しっかりした会社だ」という印象は、力強いロゴデザインから始まります。これは、商品やサービスの価格設定にも良い影響を与えます。

ロゴの力3



ブレない軸となる力

一度定めたロゴのデザイン（色、書体、比率など）は、Web サイト、名刺、パンフレット、看板など、あらゆるお客様との接点で使われる、デザインの「判断基準」となります。

このブレない軸があることで、企業としてのメッセージや世界観に一貫性が生まれ、ブランドイメージが効果的に蓄積されていきます。



【価値あるロゴ作りは Tsumugi から】

このように、ロゴは会社の価値を凝縮した最も重要なシンボルです。

私たちの伴走型ブランディングサービス『Tsumugi』では、このロゴの源泉となる企業の「想いの糸」から丁寧に紡ぎ出し、Web サイトや各種ツールといった「顔立ちの糸」全体に一貫性を持たせることで、企業価値の最大化を目指します。

ディアント式 コンセプトを **カタチ** にするロゴデザイン

前の章で、ロゴが会社の「価値の旗印」であることをお伝えしました。
では、DIANT はその旗印を、どのようにお客様と共に創り上げていくのでしょうか。

私たちのロゴデザインは、単に絵を描くことではありません。
それは、お客様との対話から始まる「共創」のプロセスです。

STEP1 深い対話による「想い」の共有

私たちは、まずお客様の事業への想い、歴史、未来のビジョンを徹底的にヒアリングします。
お客様自身もまだ気づいていないような、貴社だけの価値の源泉を、対話を通じて共に探求します。

想い

STEP2 コンセプトの言語化とデザインへの翻訳

対話から見えてきた核となるコンセプトを、まずは「企業の約束」として『言葉』にします。
その言葉を道標に、ようやくデザインの方向性を探る旅が始まります。
このステップがあるから、デザインが「好み」だけで判断されることがなくなります。

言葉

STEP3 洗練された「カタチ」への昇華

コンセプトを体現する、機能的で、美しく、そして長く愛されるデザイン案を複数ご提案します。
Web サイトや名刺、時には看板やユニフォームなど、様々な利用シーンを想定し、
汎用性も考慮した「使えるロゴ」を創り上げます。

カタチ

事例 株式会社 DIANT のロゴに込めた想い

私たちの考え方を最も体現しているのが、自社のロゴです。このシンプルな形には、お客様への約束が込められています。



引き絞られた「弓」と社名の「D」

お客様の課題解決という「的」に向けて、私たちの知見と技術を集中させる姿勢を象徴しています。

完成しない「円」

私たちの力だけでは円は完成しません。お客様の「想い」や「価値」が加わることで初めて一つの円（成功・調和）が描かれるという「共創」の精神を表しています。

未来を指し示す「矢じり」

左斜め上を向いた矢じりは、お客様のビジネスを明るい未来と成長へと導く、私たちの強い意志を示しています。

このように、私たちのロゴには、お客様と共に未来を創るという意志が込められています。
貴社のロゴにも、必ずこのような会社の魂となる想いを込めるべきだと、私たちは考えます。

制作事例

DIANT

で見る
のロゴデザイン

前の章では、DIANT のロゴデザインのプロセスと考え方をご紹介しました。

この章では、そのプロセスを経て、お客様の「想い」がどのように「カタチ」になったのか、具体的な事例で見ていきましょう。

※守秘義務の観点から、実際のお客様の事例は一部内容を抽象化・再構成しております。

制作事例

想いをカタチに。未来を照らすロゴデザイン

依頼主：株式会社みらいテクノ様（仮称） 事業内容：中小企業向け IT ソリューション事業



株式会社
みらいテクノ

BEFORE

PC に標準で入っているような、やや丸みを帯びたゴシック体の社名に、青系のグラデーションがかかった立体的な地球儀のアイコンを添えたロゴでした。創業時に社長がご自身で作成したもので、「グローバルな IT 企業」を目指したものの、2000 年代初頭の IT 企業のように、先進性が感じられません。お客様や求職者には「未来志向の技術力」や「お客様に寄り添う姿勢」が全く伝わらないことに、大きな課題を感じていらっしゃいました。



AFTER

コンセプト設計

私たちは、まず「みらいテクノ」という社名に込められた『IT 技術でお客様と地域社会の“みらい”を照らす』という社長の熱い想いを、コンセプトの核に設定しました。そこから、「先進性」「信頼感」「成長」「繋がり」というキーワードを導き出し、デザインへの翻訳作業を開始しました。

モチーフ

シャープな直線で構成された頭文字「M」と「T」が支え合うように組み合わせ、お客様との「繋がり」を象徴。「M」の最後のラインが右上へと伸び、未来へと続く「道」と会社の「成長」を力強く示唆しています。

カラー

メインカラーには、深く知的な印象を与える「インテリジェンス・ブルー」を採用。アクセントのイエローは、未来を照らす「閃光」や「アイデアのひらめき」を表現し、先進性と信頼感を両立させています。

フォント

ロゴマークの直線的なイメージと調和する、シャープでありながら安定感のあるオリジナルの書体（ロゴタイプ）を設計。他のどこにもない、独自の存在感を確立しました。

もたらされた成果

新しいロゴは、Web サイトや会社案内、名刺に展開され、ブランドイメージが一変。「先進的で信頼できる IT パートナー」という印象が浸透し、優秀な新卒学生からの問い合わせや、これまで取引のなかった大手企業との協業のきっかけにもなりました。

制作事例 2

こだわりが伝わり、ファンを育てるロゴデザイン

依頼主：Komorebi Bake Shop 様（仮称） 事業内容：地域密着型のカフェ・ベーカリー



Komorebi Bake Shop

BEFORE

どこかで見たことがあるようなパンのイラストと、手書き風の既成フォントを組み合わせただけのロゴでした。オーナーの「国産小麦と手作りにこだわる」という熱い想いとは裏腹に、ロゴからは個性が感じられず、品質の高さや価格への納得感が伝わりません。近隣の安価なチェーン店との違いが分からず、お客様に選ばれる明確な理由を示せていませんでした。



AFTER

コンセプト設計

ヒアリングを重ね、『陽だまりのような温かさと、毎日食べても飽きない優しい味わい』をコンセプトに設定。「手作りの温もり」「自然素材へのこだわり」「地域との繋がり」をデザインのキーワードとしました。

モチーフ

円の中に、店名の「こもれび」を象徴する柔らかな「太陽の光」と、国産小麦へのこだわりを示す「小麦の穂」を、繊細なラインで描いたシンボルマーク。手書きならではの、わずかな線の揺らぎが、手作りの温もりを伝えます。

カラー

焼き立てのパンのような温かい「ベイクド・ベージュ」と、信頼感を与える「ビター・ブラウン」を基調とし、安心・安全な素材を表すアースカラーでまとめています。

フォント

ロゴマークの雰囲気に合わせて、優しく、少しだけ個性のあるオリジナルのセリフ体（明朝体）を制作。読みやすさと、一つ一つ丁寧に作っている誠実な姿勢を両立しました。

もたらされた成果

ロゴを刷新し、ショップカードや包装紙、Web サイトに展開。お店の「こだわり」がお客様に伝わるようになり、価格への納得感が高まりました。SNS でも「ロゴが可愛い」と評判になり、新規顧客や遠方から訪れるファンが増加。リピート率も向上しました。

このように、戦略的なコンセプトに基づいたロゴデザインは、
企業の印象を大きく変え、ビジネスを加速させる力を持っています。
次の章では、DIANT が選ばれる理由と、具体的なプランについてご紹介します。

DIANT が 選ばれる理由と制作プラン

DIANT が選ばれる 3 つの理由

01 経営課題に寄り添う「ソリューションデザイン」

私たちは、ただ美しいロゴを作るだけではありません。お客様の採用、集客、ブランディングといった経営課題を深く理解し、その解決に貢献するロゴを設計します。ロゴは、経営戦略の重要な一部であるというのが私たちの考え方です。

02 デザインの一貫性を守る「ワンストップ対応」

ロゴは作って終わりではありません。Web サイト、名刺、パンフレット、看板...DIANT では、ロゴを軸としたあらゆるツールをワンストップで制作可能です。これにより、ブランドイメージのブレを防ぎ、お客様のブランド価値を最大化します。

03 共に創り上げる「丁寧な伴走力」

私たちは、お客様との対話を最も大切にします。一方的な提案ではなく、お客様の想いを引き出し、共に悩み、共に創り上げるパートナーとして、デザインの完成まで責任を持って伴走します。

ロゴデザインのプランと費用感

エントリープラン 5 万円 (税別) ~

対象： ご予算を最優先に、まずはロゴという「形」が欲しい方向け。

ご提供内容： ヒアリングシートにご記入いただくのみ（オンラインヒアリングなし）、ロゴデザイン 1 案提案、微調整以上の修正は別途お見積もり。

ライトプラン 8 万円 (税別) ~

対象： コストを抑えつつ、DIANT の戦略的なロゴ作りを体験してみたい方向け。

ご提供内容： 簡易ヒアリングシート + 60 分のオンラインヒアリング、ロゴデザイン 2 案提案、修正 1 回まで。

ベーシックプラン 15 万円 (税別) ~

対象： 企業の「顔」となるロゴを、深い対話を通じてしっかりと作りたい方向け。

ご提供内容： コンセプト設計、ロゴデザイン 3 案提案、修正 2 回まで、納品データ一式。

スタンダードプラン 25 万円 (税別) ~

対象： ロゴと合わせて、すぐに使えるビジネスツールも揃えたい方向け。

ご提供内容： ベーシックプランの内容 + 名刺デザイン、封筒デザイン、簡易ロゴマニュアル。

プレミアムプラン 40 万円 (税別) ~

対象： 本格的なブランディングを見据え、ロゴのルールを厳密に定めたい方向け。

ご提供内容： スタンダードプランの内容 + 詳細な VI (ビジュアル・アイデンティティ) ガイドライン策定。

ここまでお読みいただき、誠にありがとうございました。

「強いロゴ」が、会社の未来を照らす、かけがえのない資産になるということが、少しでも伝わりましたら幸いです。

「自社のコンセプトについて、もっと深く相談してみたい」

「うちの会社に合ったロゴの費用を、具体的に知りたい」

「何から手をつけていいかわからないので、まずは話を聞いてほしい」

もし少しでもそう感じていただけたら、**ぜひ一度、私たちにお話をお聞かせください。**

「相談したら、しつこく営業されそう...」

そんなご心配は一切不要です。私たちは、お客様との対話を何よりも大切にしており、強引な営業は一切いたしません。

まずは 30 分のオンライン無料相談で、貴社が今抱えている課題や、これから目指したい未来について、私たちと一緒に整理してみませんか？

あるいは、「今のロゴ、このままで大丈夫？」という方向けの**簡単な『無料ロゴ診断』**も承っております。

課題整理のお手伝いだけでも大歓迎です。

この出会いが、貴社の素晴らしい「価値の旗印」を創る、その第一歩となることを心から願っております。

▼オンライン無料相談のお申し込みはこちら

<https://diant.co.jp/contact/>



代表挨拶

最後までお読みいただき、心より感謝申し上げます。

私たち DIANT は、ただ美しいデザインを制作する会社ではありません。

私たちの核にあるのは、**「ソリューションデザインで伝わる広がるつながる心はずむ社会へ」** というミッションです。

素晴らしい価値や想いを抱えているにも関わらず、それが社会に「伝わらない」ことで、可能性が閉ざされてしまっている中小企業様を、私たちは数多く見してきました。

その「伝わらない」を「伝わる」に変え、お客様のビジネスの可能性を「広げ」、その先にあるお客様や社員、地域社会との新たな「つながり」を生み出していく。そして、関わる全ての人の心が「はずむ」ような未来をデザインすること。それが私たちの存在意義です。

この資料が、あなたの会社の「価値の旗印」を高く掲げる、そのきっかけとなれたなら、これ以上の喜びはありません。

お会いできる日を、心より楽しみにしております。



DIANT

Representative director

MASARU MIYAKE



Light the Value

価値をカタチに