

「GREENURI」のためのブランドロゴデザインと ブースデザイン

「GREENURI」 Brand Logo Design & Booth Design

安 起 瑩

昨年、韓国の貿易振興公社の展示場にて、世界の中小企業が参加する「2010 国際エコ産業関連商品展示会」が行われた。これは、主にアジアを中心とする様々な国の中小企業が自社の新技術力と新商品の PR・販売、そして技術商談・情報交流などを目的とする行事である。

これに参加した「サンジンエルエヌディ (SAMJIN LND co.ltd.)」という会社は、1987 年設立後、主に TV、PC、そして携帯などの部品及びディスプレイ画面を製造する会社として成長を続け、今や本社（韓国）と海外 4 支社（中国 2 社、メキシコ 1 社、スロバキア 1 社）に従業員数約 3,000 名を抱える年間売出額約 250 億円（2010 年基準）の屈指の企業となった。そして、2009 年からは中国をはじめとするアジア市場と欧米市場を見込んださらなる事業拡大のため、今迄の「BLU (Back Light Unit) 技術」を生かし、省エネルギー商品である LED ライト製品開発販売のための新たな会社を設立した。

しかし、同じ SAMJIN LND の社名で事業展開を進めるのは限界があると判断した会社側は新たな会社のための商号とそのブランドロゴデザインの開発方針を定めた。そして、前述した国際行事の参加を機に、これらに伴う新たな会社のブランドロゴデザインを行い様々な PR に生かすことにした。

今回は、このようなデザインと商品展示用のブースデザインまでトータルで制作を依頼された。

当社は、2005 年からグローバル企業を目指し事業拡大を進める際、関連企業や行政機関そして金融機関などにイメージアップを図るため、当時の社名「(株) 三進精密」から「(株) SAMJIN LND」に社名を変更した。そして、これに伴う新たな企業の C.I.P (Corporate Identity Plan) を依頼され、1 年掛かりでデザインを

行ったこともあり、今も様々なデザイン関連の仕事に間接的に協力している。そして、このような縁で今回もデザインプロジェクトを依頼されることになった。

デザインに関しては、予め会社側から用意された制作条件と予算などが提示された。

そのデザイン条件の内容は、

- ①ブランドネーミング（社名と商品名を兼ねる）：5文字（ハングル表記）を超えないこと（なるべく3～4文字に納めることが望ましい）、発音しやすく覚えやすいこと、アルファベット表記や外国人の発音が容易であることなど
- ②ロゴデザイン：ワードマーク（アルファベットで表記され、なおかつ可読性のあるロゴ）でありながら文字のままではなくブランドロゴ的なデザイン要素があること、エコ（自然）のイメージが感じられること、グラデーション表現は用いないこと、カラーは2色（緑色は必ず1色含める）以内など
- ③ブースデザイン：展示場のレンタル使用面積（600cm×600cm）を最大生かすこと、ロゴやそのカラーのイメージが用いられること、明るく親しみやすい（アットホーム）イメージであることなどであった。

次にそのデザインプロセスは、

- ①ブランドネーミング：当社の広報担当者と技術開発担当者、そして海外支社管理担当者と本人を含め4人がそれぞれ10案ずつ（総40案）出し合い、その中で候補5案に絞り、社内の投票で1案を決めることにした。そして、決まったブランドネーミングが「Greenuri（グリーンヌリ）」である。

これは、“緑”と“自然”を意味しながら、今やエコの象徴的な単語の一つとして我々の生活に浸透している英語の「green」と、韓国語の古い言葉として“世の中”、“世”、“全世界に”などの意味がある「nuri（ヌリ）」の合成語である。そして、なおかつハングルの4文字表記で他の条件もほとんどクリアしている。

- ②ロゴデザイン：私は、この「Greenuri」を用いたロゴデザイン10案を提案した（図1）。そして、これを当社役員（12名）の投票で候補3案（案D／案E／案G）に絞った後、またこの3案を韓国の本社と海外支社（中国、メキシコ、スロバキア）の社員らの投票を行った結果、最終案として決まったのが「案G」である。

このような経緯を経て決まった案に、会社担当者と私が最終意見を交わし、若干

の修正を加え完成されたブランドロゴが「図2」ある。

③ブースデザイン：場所レンタル費、施工費と撤収費、デザイン代などを含めた予算を提示された。また、依頼決定から制作時間が相当短かったため、なるべくその形や素材面で簡素なデザインを目指した。そして、全体のカラーはデザイン条件に従いグリーンと光をイメージしたホワイトをベースにし、一階は商品展示コーナー、二階は商談コーナーを設けた（図3）。

最後に、この「Greenuri」のブランドロゴデザインとブースデザインは私が担当するゼミ生の協力を得て進めたものである。そのため、これを機にデザインオペレータとしてサポートしてくれた学生と今回のプロジェクトを任せてくれた（株）SAMJIN LNDにも感謝の言葉を申し上げたい。そして、このデザインはアメリカGraphis（グラフィス）社の年鑑「Graphis Logo 8」掲載作品募集にエントリーし、Gold賞を受賞、来年発行される年鑑に掲載されることになった（図4）。

図1、提案したブランドロゴデザイン10案



図2、「Greenuri」のブランドロゴデザイン（上）／SignとWeb site（下）



C : 65% / M : 5% / Y : 100% / K : 5%



C : 65% / M : 5% / Y : 5% / K : 0%



図3、「Greenuri」のブースデザイン





図4、Graphisの「Graphis Logo 8」の受賞Web siteに紹介された内容

