



# ENGINEER® の MPDP ダイアリー



高崎 充弘

## 第45回 新しいロゴマークの誕生 ～ブランド戦略の推進～

[Profile]

東京大学工学部卒業後、三井造船入社。米国レンスラー工科大学で修士課程修了後、(株)エンジニアの前身である双葉工具に入社。2004年に同社代表取締役社長に就任。独自の「MPDP理論」によるニッポンのモノづくり立国を提唱している。

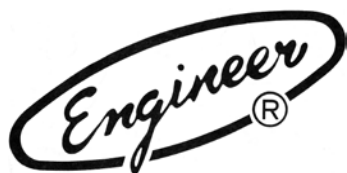
ネジザウルスがおかげさまでシリーズ累計販売300万本を達成し、MPDP理論を実践したネジザウルスGT、RX、Zが新たな特許を取得するとともに、グッドデザイン賞を受賞した経緯と背景については前号でお話ししました。

今回はさらに大きく世界へ飛躍していくためのブランド戦略について、現在進行中のプロジェクトをご紹介しますと思います。

わが社のブランドは、昭和32年に筆者の父親が「Engineer」の商標出願を行い、登録されたのが原点となっています。

筆記体でなかなか味

のあるロゴタイプで、カタカナ表記が「エンジニア」で登録されて



いるのが時代を感じさせます。父親が個人として出願したのですが、知り合いのデザイナーに依頼したという話は聞いたことがありませんので、自分で考案したのだと思います。当時私は2～3歳だったわけですが、幼稚園や小学生のころから家の中にはこの筆記体のロゴがあふれていた記憶があります。

# ENGINEER®

それから約30年の時が流れ、私が昭和62年に双葉工具(株)(現:エンジニア)に入社して最初に手掛けたのが商品カタログの一新です。新品番システムの導入や商品ページのカラー化などとともに、ENGINEERのロ

ゴも変更しました。カタログデザインをお願いした事務所にロゴも一緒につくってもらいましたが、特に社内で議論したということではありませんでした。オリジナルのロゴに慣れ親しんだと思われる父親からの反対もなくすんなりと決まりました。

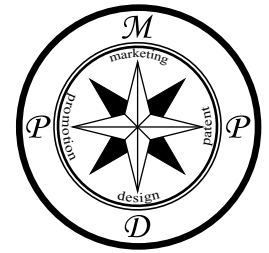
さらに30年が経過した今年、ネジザウルスが300万本を突破するタイミングで、わが社として積極的にブランディングの強化を行うべき時期に来たと判断しました。日本や世界で活躍している企業には必ず著名なロゴがあり、鶏が先か卵が先か分かりませんが、数年前からわが社もロゴをつくりたいという思いが強くなっていました。

そこでご縁のある京都精華大学の高田雄吉先生にロゴマーク制作をお願いしました。“クール”“イノベティブ”“遊び心”を持った道具を創造し、「世界一愛される工具メーカーをめざす」……というわが社のミッションをお伝えしました。社内のデザインチーム(精華隊)からも恥ずかしながらロゴ案をいくつか提案させていただき、素人ながらブランドにかける想いをくんでいただきました。

打ち合わせを重ね、高田先生が最終候補として制作された数案について社内外でアンケートを実施。美的造形性(クール・遊び心)、独創性(イノベティブ)、視認性、国際性、普遍性、展開性などを考慮して、決定したのがこれらのロゴタイプ、シンボルマーク、そしてタグラインです。

あなたを、ヒーローに。





ウ：社長はん、これが新しいロゴでっか！？ メッチャ格好よろしいやん～。

銀：30年間お世話になったロゴも好きやったけど、こらまたインパクトありまんな！

高：未来を切り拓くエンジニアの象徴としての、新しいロゴマークが完成し、本当にうれしい限りだよ。

ウ：ネジザウルスにしよか？ エンジニアにしよか？ ゆうて最初のころ悩んでましたな～。

銀：製品名か会社名、どっちのロゴをつくるべきかちゅうことでっか？ 技術としてのコマネチ角度をブランディングするのもあったりして。（\*^^\*）

高：ネジザウルスはネーミングが面白いという評判もいただき、マスコットキャラクターとしてのウルスくんも大活躍してくれている。ブランドとしてはまずまず成功している。

銀：ウルスくんも、ある意味、ロゴマークやな！（\*^^\*）

ウ：マーク言われるとちょっとアレやけど、ボクがブランディングのお役に立ってんねやったらうれしいわ～。

高：それに比べて社名としてのエンジニアは知名度が低い。ネジザウルスを強化するよりもエンジニアのブランディングを優先すべきだと判断したんだよ。

ウ：エンジニアに決めた後も、ロゴタイプにするか？ シンボルマークでゆくか？ 迷ってはりましたな～。

高：カッコいいロゴマークをつくりたい！ とずっと考えてはいたんだが、高田先生とお話しするまでは、恥ずかしながら、ロゴタイプとシンボルマークの違いもはっきりと理解できていなかった。

銀：ロゴタイプちゅうんは、会社名や製品ブランドの文字そのものをデザインしまんねんな。

ウ：シンボルマークちゅうんは、ブランドのイメージを図案化したものでんな。アップルやナイキクラスになったら、世界中の誰もが知ってまっせ。

高：斬新なシンボルマークが完成しても、会社名がリン

クして認識されなければ、単なる自己満足にすぎず、ほとんど意味がないことに気づいたんだ。

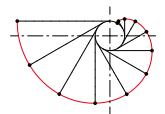
ウ：ほんでENGINEERのロゴタイプを大きく前面に出して、シンボルマークはサブ的に使うことにしたんでんな。

銀：ロゴタイプはクールでイノベティブ、そして遊びゴコロが感じられまっせ。文字の曲線も人間工学に基づいた優しいものづくりがイメージできますわ。

ウ：シンボルマークは、雪の結晶や蜂の巣のように自然界でよう見られて、ボルトやナットも連想させる六角形がベースになってまん。



高：内側はENGINEERのEの文字をモチーフにしているが、ギア（歯車）などに用いられるインポリュート曲線で表現されているんだ。



ウ：自然と人間をしっかりとギアでつなぐ、世界一愛される工具メーカーを目指すちゅうことでんな～。

銀：もう一つ、タグラインの「あなたを、ヒーローに。」ちゅうのはどっかで聞いたことがありますな～。

ウ：「音」商標として出願中の、サウンドロゴちやいさんの！？（本稿2015年7月号）

高：「あなたを（問題解決の）ヒーローに！（します）」という意味のブランドスローガンなんだ。

銀：ところで、これ名刺でっか～ ロゴマークも格好よろしけど、社長はんの顔もエエ感じですよ。（\*^^\*）



ウ：カーネル・サンダースや缶コーヒーのBOSSみたいに、前面に押し出してもオモロイかも！？

高：マスコットキャラクターはウルスくんに任せるよ！

銀・ウ：新しいブランド価値を高めるために、来年も頑張らま～す。皆さま、どうぞ良いお年を！