PORTFOLIO

LANGUAGE

CONTENTS

Lexus 1

Chukyo University 3

Solid Gold Motorcycle Apparel 5

Tokyo-Idai-Dori Street Map 8

High-Tech Systems 10

Pliant 12

Logos 14

Lexus

［ レクサス ］

Branding - 2013~2020

レクサスが持つ高級イメージを踏襲しつつ、時代を意識したよりアクティブなイメージを目指し、2013年にロゴを従来のゴールドから「プラチナム」へ変更しました。2016年にはプラチナムを再ブランディングし、その後はリファインを継続しています。
VIガイドラインは、全4章110ページから構成されています。ブランド構築のための基礎となる様々なフォーマットを規定しています。

THEME

ブランドの踏襲

アメリカでのレクサスブランドを、日本のマーケットに適応させることが大きなテーマのひとつです。
レクサスUS版のガイドラインを精査し、コンテンツを絞り込み、日本での展開を念頭にシステムを様々規定しています。

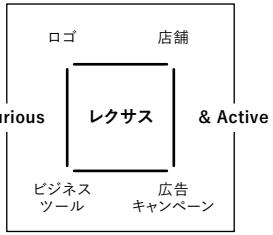
レクサスVIガイドライン

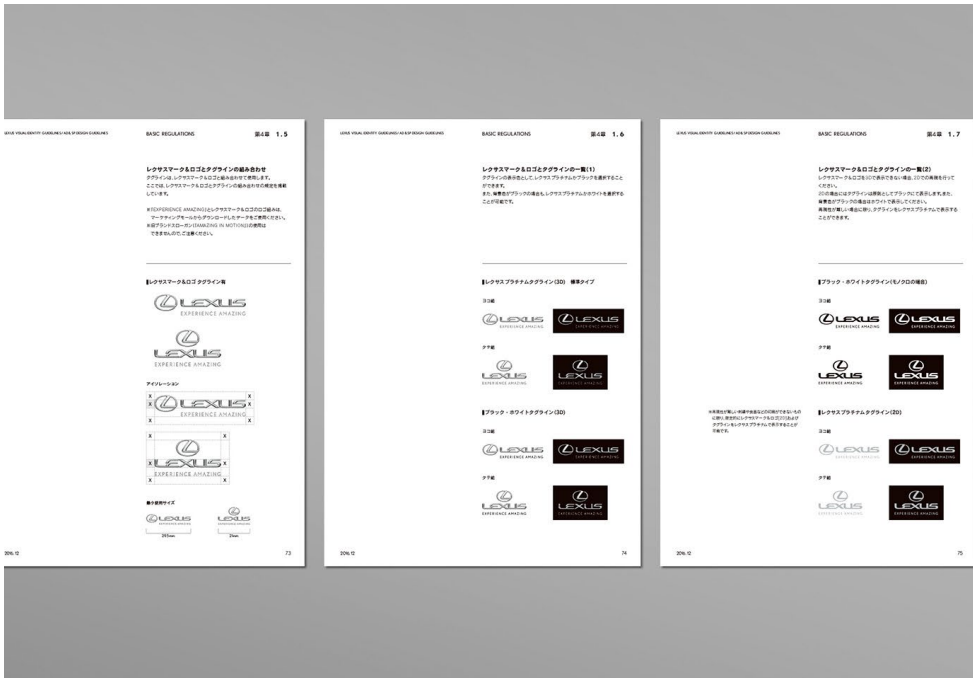
- 第1章 基本デザイン要素&システム
- 第2章 ビジネスツールデザインシステム
- 第3章 店舗誘導サインデザインシステム
- 第4章 広告&販促デザインシステム

SOLUTION

アクティブなイメージへ

ゴールドからプラチナムロゴへの変化のアピール、広告写真の選択など、様々なメディアで新たなイメージを意識し発信をしています。例えば、名刺はロゴと名前をセンターにレイアウトし、シンプルな中にも独自性を兼ね備えたアイテムとなっています。



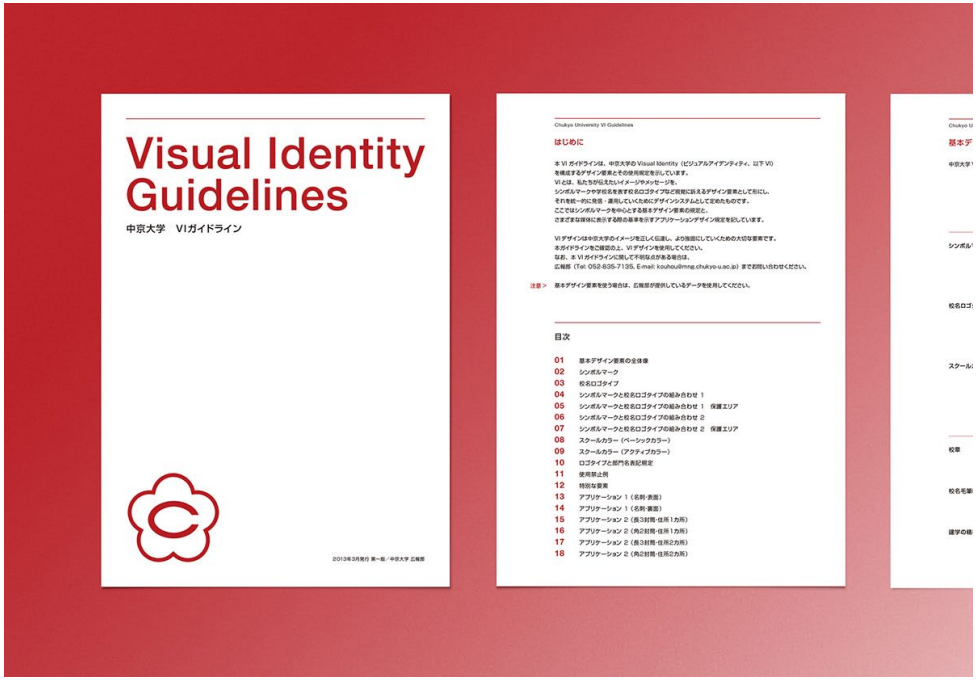


Chukyo University

［ 中京大学 ］

Branding, Logo - 2013

中京大学の運営母体である、学校法人梅村学園を印象付ける「梅の花弁」とCHUKYOの頭文字「C」を組み合わせたシンボルマークです。中京の歴史あるモチーフと、スマートさを表現したデザインです。
シンボルマークとロゴタイプを組み合わせた中京大学ロゴマークは和・英合わせ9バージョンを規定しています。汎用性も兼ね備えた、現代の大学ブランドです。



RESULT

ブランド上昇率1位

2013年のブランド構築以降、新キャンパスの誕生と合わせて、中京大学の認知度が急上昇しています。日経BPコンサルティングの大学ブランド・イメージ調査(2016-2017)の結果、北陸・東海地方の主要大学65校の中で、中京大学は上昇率第1位、全体では第3位に位置しました。スポーツでの知名度に加えて、ブランド構築を含めた大学改革を進める組織の姿勢に対しての評価が理由のようです。

・ロゴマークの代表例

中京大学

CHUKYO UNIVERSITY

Solid Gold Motorcycle Apparel

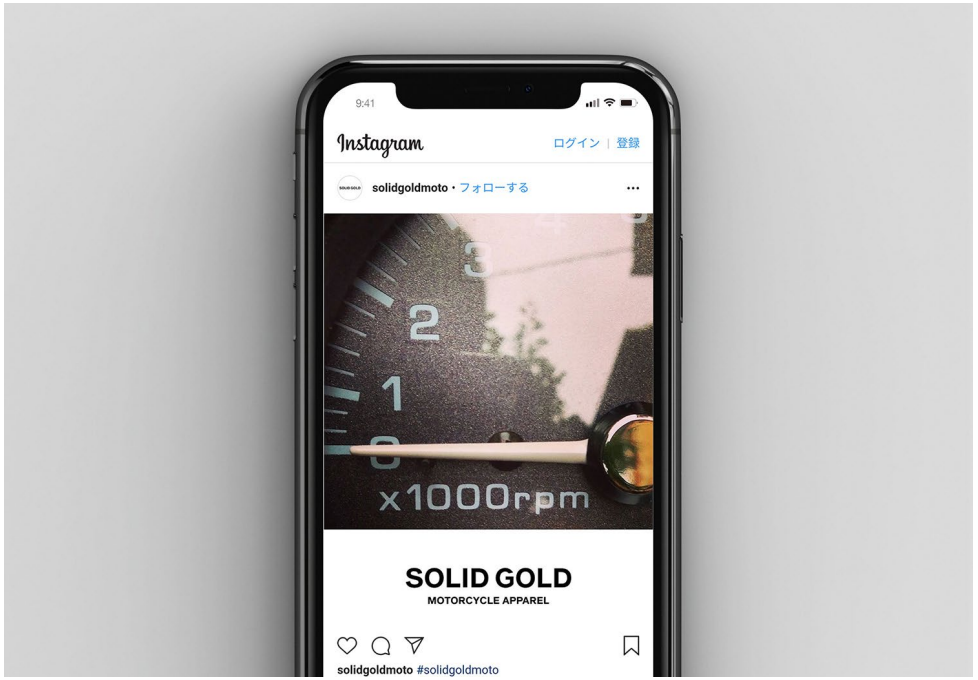
［ ソリッドゴールドモーターサイクルアパレル ］

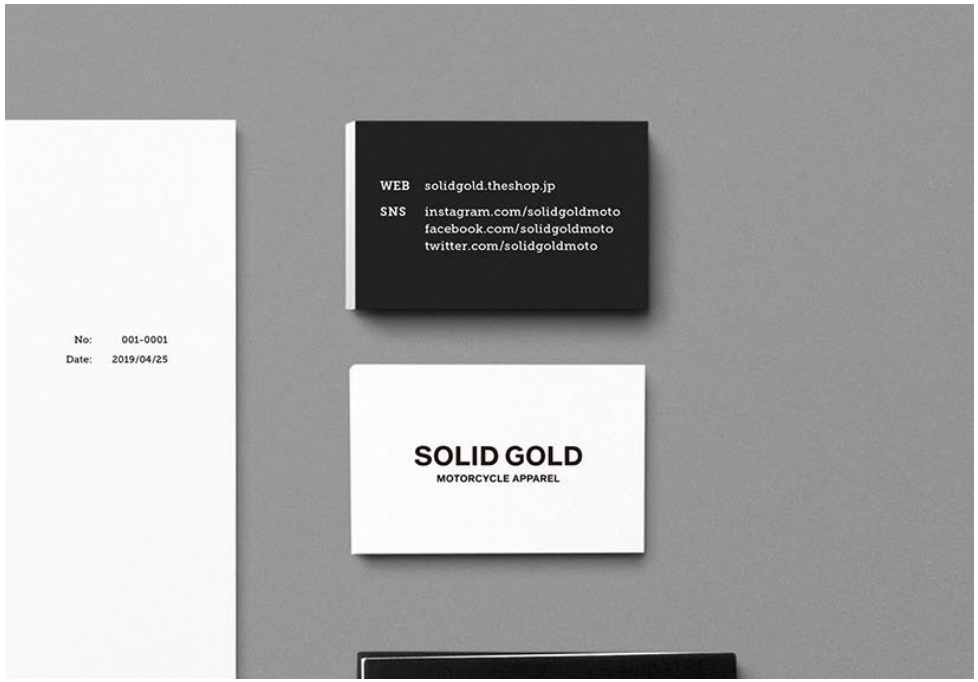
Branding, Logo - 2019~

いままでのモーターサイクルウェアに見られる機能重視のコンセプトから少し離れ、ストリートブランドとしてのポジションを意識した、新しいタイプのモーターサイクルアパレルです。ブランドロゴのベーシックな印象とは対照的な、SとGから成るモノグラムロゴを併せて制作しました。こちらのSGロゴは、今後多くのアイテムに展開されていく予定です。

IT OF
2019
EDOM
GOLD

SOLID GOLD
M
100% COTTON





DESIGN

2つのロゴ

ブランドロゴとモノグラムロゴの2つを制定しています。前者はコーポレート、後者はプロダクツと、エリアに応じロゴを使い分けます。例えばビジネスツールでは、正式名称訴求のためブランドロゴを使用します。また商品などの展開では、目に付きやすいモノグラムロゴを多くの場面で使用します。

・ブランドロゴ

SOLID GOLD
MOTORCYCLE APPAREL

・モノグラムロゴ

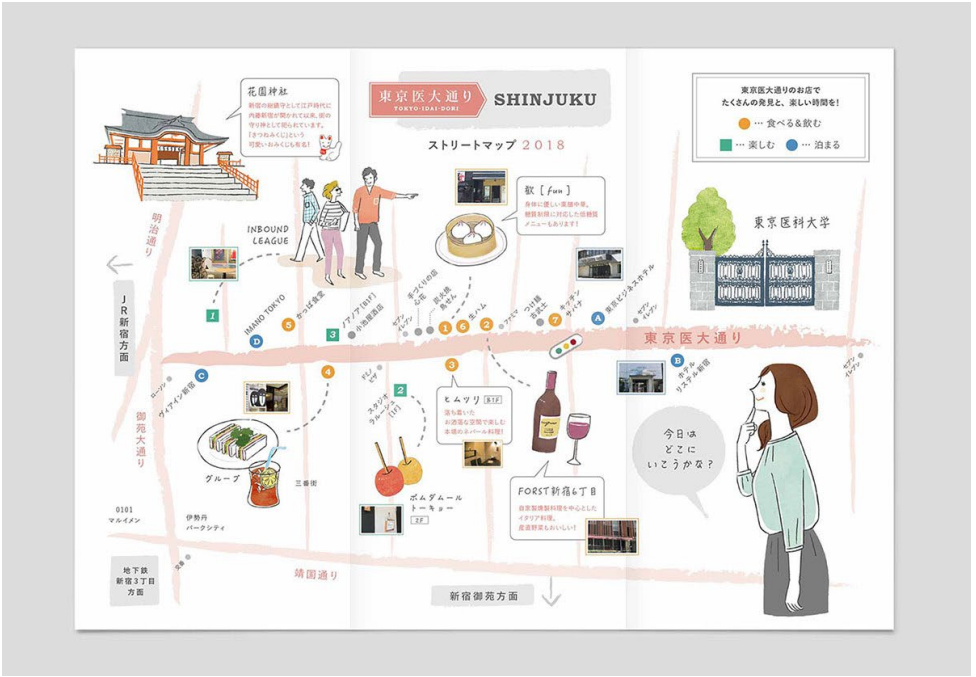
Tokyo-Idai-Dori Street Map

［ 東京医大通りストリートマップ ］

Print, Logo - 2018

東京都新宿区。駅であれば新宿3丁目や新宿御苑からほど近い所に、東京医大通りはあります。通りには、有名な花園神社や人気のインバウンドホテルIMANO TOKYO、また昔ながらの喫茶店グループなど、見どころが満載です。

このストリートマップは、柔らかなタッチのイラストを中心に、優しい色使いでデザインされています。マップとしての機能は勿論、手に取りたくなる素敵な仕上がりのツールとして、地域の情報発信に役立っています。



CONCEPT
知ってもらうための工夫

地域の活性化を目指し始まったプロジェクトです。まずは通りを「知って」もらうこと、つぎに通りを「楽しんで」もらうことを念頭に制作しました。

ポイント
1. 通りの特長
記載内容を整理して、見やすさを考慮することにより、
通りの特長をきちんと感じられるようになっています。
2. 親しみ感
商店会や地域振興の観点から「親しみやすさ」をポイントに掲げ、
色使いや線、フォント、また使用のイラストにも反映させています。

DESIGN
ひとつのストーリー

冊子として手に取ってもらうための差別化を図りました。
例えば表紙では、見所や場所の写真の羅列などにせず、イラストを使用しています。
また、主人公をたて、その女性が通りを散策するようなストーリー仕立てとし、そのストーリー中で情報を知ることができる雰囲気になっています。

ELEMENTS
デザインエレメント

・イラスト

by Akiko Akiba

・ロゴ

東京医大通り
TOKYO-IDAI-DORI

・フォント

游ゴシックファミリー
Bookman Old Style Family

・カラーパレット

High-Tech Systems

［ ハイテクシステム ］

Branding, Logo - 2018

企業向けの各種ソフトウェア設計・開発から運用保守までを提供するITカンパニー、ハイテクシステムのブランディングです。
フレッシュでハツラツとした印象のブルーに、ITのプロ集団としての「信頼」を表現する力強いワードマークと和文ロゴタイプの組み合わせです。ボールドなイタリックとブルーのグラデーションがアクセントになっています。

Blue	C100 M70 DIC-641	R0 G78 B162 #004ea2
Sky Blue	C70 DIC-99	R0 G185 B239 #00b9ef

Gradient

RESEARCH

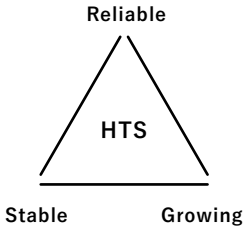
意識の反映

社員の意識把握のためにまずはアンケートを募りました。結果として、ITとシステムエンジニアのプロフェッショナルとして技術や柔軟性などをお客様から評価をいただいている点を確認しました。
その結果を反映し、1）地に足が着いた安定感、2）成長やスマートさを望んでいるイメージの2点を念頭に置いた制作です。

SOLUTION

信頼感と力強さ

コーポレートとして、あまり派手なイメージではなく、コツコツと仕事をこなし、力になれる「信頼感」を基礎としています。カラーはIT系ではベーシックなブルーを選択し、ワードマークはボールドで安定した印象、グラデーションは成長や勢いを表現しています。
コーポレートとしての、ポジションとビジョンを具現化したデザインに仕上がっています。

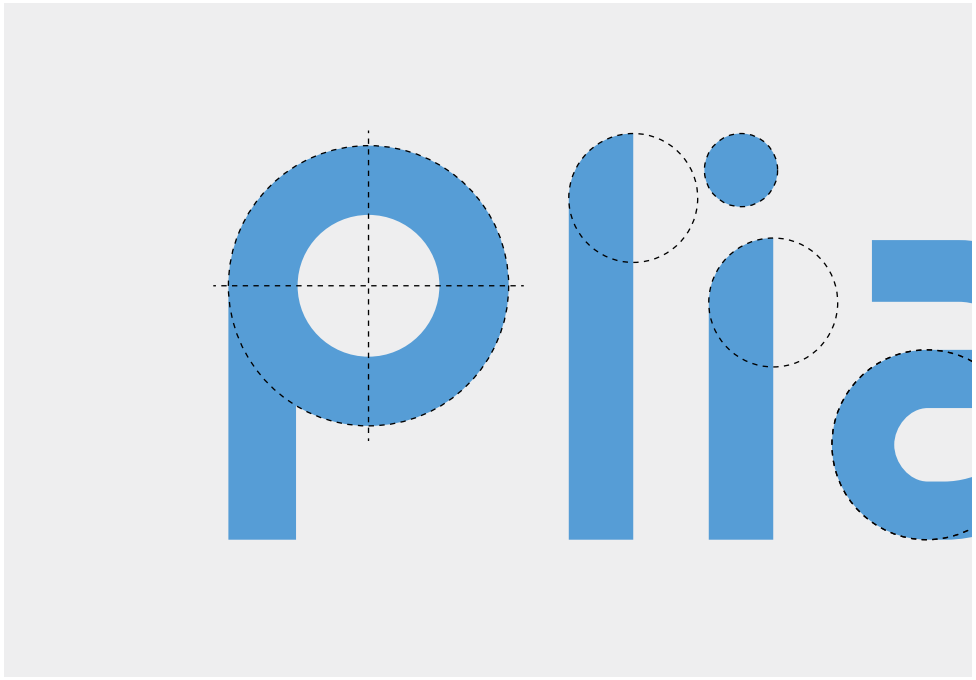


Pliant

［ プライアント ］

Branding, Logo - 2015

地元の長崎県に根ざし保険代理店業務を行ってきたプライアント保険が、2015年4月「プライアント」に社名変更し、ブランド構築をしました。
コーポレートロゴは、シンプルでありながら曲線が親しみを感じさせ、視認性に優れたオリジナルなフォルムに仕上がっています。そして、コーポレートカラーであるサックスブルーは、さわやかな長崎の空や海を想起させます。



CONCEPT

ユニークな保険代理店

一般的に想起される保険代理店のイメージと違い、プライアントはユニークな個性や形態を持つ会社です。
まず、オフィスはオープンでとても明るい雰囲気です。そしてカフェを運営・併設しており、お客様との打ち合わせがカフェで可能です。加えて、海外に支店があり、中国でのビジネス展開をしています。

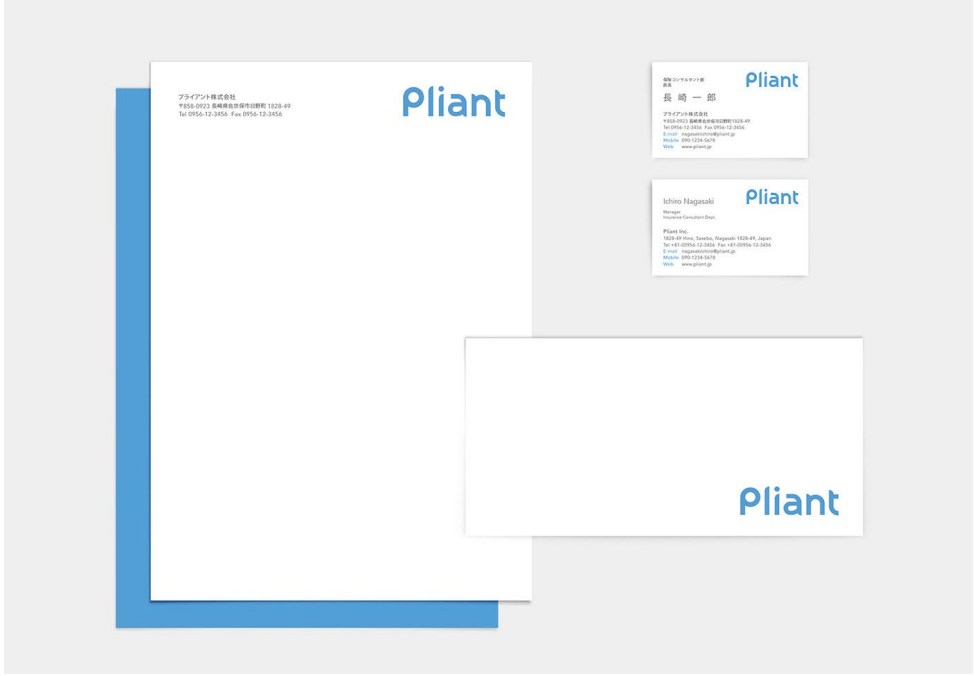
SOLUTION

独自性の徹底

再度になりますが、保険代理店としての「独自性」がありますので、そこを強みとして考えています。その点はデザインにも反映されています。例えばコーポレートカラーは、この業界によく見られるレッド系ではなく、サックスブルーにしました。またシンボルは持たず、ワードマークをロゴとして規定しました。ただショップでは可読性を考慮し、ワードマークを踏襲した和文ロゴを使用しています。

・保険ショップロゴ

来店型ほけんショップ
プライアント



Logos

［ ロゴセレクション ］

Various

ハッピートレイルズコーヒー
Logo - 2011

かいづか保育園
Branding, Logo - 2007

アプライアンス ソリューション
Branding, Logo - 2013

ベイクド・ハピネス
Logo - 2012

ココパス
Logo - 2008

ミュージックセキュリティーズ
Branding, Logo - 2003

JAL リゾッチャ
Logo - 2000

ルック
Branding, Logo - 2002

CREDITS

Lexus

・ アートディレクション
・ VI（ビジュアルアイデンティティー）開発
・ ブランドガイドラインデザイン
・ 一部アプリケーションデザイン（名刺等）
* ロゴ既存

Chukyo University

・ アートディレクション
・ シンボルマークデザイン
・ VI開発
・ ブランドガイドラインデザイン
・ アプリケーションデザイン（名刺、封筒各種）

Solid Gold Motorcycle Apparel

・ クリエイティブディレクション
・ アートディレクション
・ ワードマーク、モノグラムデザイン
・ Tシャツ、グッズデザイン
・ アプリケーションデザイン（ステーショナリー）

Tokyo-Idai-Dori Street Map

・ クリエイティブディレクション
・ アートディレクション
・ 冊子、ロゴデザイン
* イラストレーション 秋葉あきこ

High-Tech Systems

・ アートディレクション
・ ロゴデザイン
・ 基本デザインシステム開発
・ アプリケーションデザイン（名刺等）

Pliant

・ クリエイティブディレクション
・ アートディレクション
・ ロゴデザイン
・ 基本デザインシステム開発
・ アプリケーションデザイン（ステーショナリー）

PROFILE

LANGUAGE

ラングエージ

Mail: info@langu.jp
Tel: 045-512-5680
Web: https://langu.jp
Facebook: https://facebook.com/langu.jp
Twitter: https://twitter.com/langu_jp

YOICHI ARISAKA

有坂洋一　代表、アートディレクター、デザイナー

1971	千葉県市川市生まれ。 高校卒業後、アメリカ西海岸へ留学しカリフォルニアでデザインを学ぶ。
1998	San Diego State University 卒業。Bachelor of Arts 取得。
1998	国内ブランドコンサルティング会社でデザイナーとして開始。
2003	Arisaka Design 千葉県市川市に設立。後に東京都世田谷区を拠点にブランディングを軸に活動。
2012	LANGUAGE 事業名を変更。
2018	神奈川県横浜市へ移転。 現在に至る。

Copyright © 2022 LANGUAGE