



Certified Public Tax Accountants' Corporation SUNAQUA

税理士法人 サンアクア



DESIGN WORKS

税理士法人サンアクアなど／名刺デザイン、ロゴマークデザイン

また会いたいと思ってもらえるためのデザインに。

—— ビジネスにも人生にもセンスが必要 ——

田中雄一郎／グラフィックデザイナー、ブランディングディレクター

トロフィーワイフという言葉をもたに耳にする。その名の通り、男性がビジネスなどで成功した暁に優勝者が貰う美しく金色に輝くトロフィーのごとく手にする完璧な妻のことらしい。呼称がどこか女性蔑視を感じさせるところや男性に年取、社会的地位、そして女性には若さを重視している点から、あまりにも永続性がないので個人的には受け入れ難い言葉であるが、ここでその是非を論じるつもりはない。しかし美貌とスタイルなど単に美しいだけではなく、その場に相応しい立ち振る舞い、気品を感じさせるファッションやメイク、そして機転の利いた会話や心遣いができる聡明さなど、いわゆる「センスの良さ」を重要視している点にはなるほど、共感できる。

この「センスの良さ」は恋愛だけでなくビジネスにも必携である。トロフィーワイフならぬトロフィーパートナー的な概念は少なからず存在するかもしれない。もちろんトロフィーワイフのように年商や年齢など表面的で狭隘な定義ではなく、価値観や趣味、感性や教養、そして情熱や思いやりなど人間性を対象に簡抜し、少しでも魅力があり、信頼できる人と出会い、仕事がしたいというのが本音ではないだろうか。

最近弁護士、税理士、社労士などいわゆる士業と言われる方々からのご依頼が増えてきた。私見だが今までこの職種はどちらかと言えば、きっちりかっちりとした「信頼性」が重視されてきたように思う。しかしこれからはその信頼をビジュアルデザイン面(外観)から獲得して行こうという流れが出てきていると感じる。時にホルダーに収納することを戸惑うほどなんとも恐ろしいデザインが施された名刺をもらうことがある。情報過多、乱雑な文字組、安直な紙に擦れかけている雑な印刷、机上から視線を感じるほどの過度な似顔絵。ビジネスに臨む相手の姿勢と感性が窺える。そうした自分本位で覚悟の薄い人との仕事はどこか不安だ。また名刺は保管されることが多い。時間が経過してホルダーを見返したときに、美しさや親しみやすさ、つまり「センスの良さ」に魅かれて機会があれば連絡してみたい、また会ってみたいと思ってもらえれば、ビジネスチャンスも広がるのではないだろうか。

その「センスの良さ」の定義や指標は人それぞれで、カッコ良いものもある



れば親しみやすいものもあるが、少なくとも人に悪印象を与えないことが第一条件のように思う。名刺には色使い、余白や空間、フォント、紙質、ロゴマークなど相手に与える印象要素はたくさんある。私自身ロゴマークでビジョンを明快に示し、情報を整理してわかりやすくまとめることが「センスの良さ」だと思う。目立てばいい訳ではない。実際名刺のデザイン一つ変わっただけで、「名刺を渡すのが楽しくなった」「名刺を渡したときに相手とのコミュニケーション機会が増えた」「素敵な名刺デザインと言われる」「社内でのモチベーションがあがった」「社内の雰囲気明るくなった」など、様々な変化が出てきているようだ。社員のやる気が出て、お客様からの評判が上がれば自然と業績向上につながるはずだ。余談だがどこそこの社長の会見のように、トップの言葉のセンスの無さで組織内が大ごとになることもある。「仕事も人生も、ある程度先へ行くには『センス』が必要だ」。これは「暮らしの手帖」の前編集長、松浦弥太郎さんの言葉だが、その「ある程度先」にはきっと自分をさらに高めてくれる素敵な出会いがあるはず。

■ロゴマークコンセプト

税理士法人サンアクアー 古来より税と算術は関係が深いことから算盤をモチーフに情報や人材などが集まっている様子、数字の規則正しい配列や税理士として数字を正確に扱う様子を表現。16という数は発足当時の社員数であるとともに約数を5個もつ最小の数であり、少数精鋭を表す。カラーは社名のサン(太陽)とアクア(水)を表現。

五常社会保険労務士法人 社労士の仕事はすべての業務に感情のある「人」が関わっているため、中心に「人」を表現。5つのエリアは社名であり儒教の徳目である五常「仁、義、礼、智、信」を表現。また未来へ向かって進んでいく様子を表す。カラーは若さ、新鮮さ。おかやま丸の内法律事務所 困っている人と問題解決に向けて、手を取り寄り添い一緒に歩んでいく様子、問題を丸く収め、人間関係を円滑にし、より円満な地域や社会を築く様子を表現。カラー(ブルー系)は相談に来てよかったと清明(明るく、清々しく、晴々)な気持ちになってもらう様子を表す。また全体的に弁護士事務所らしさ、信頼感を表現。

横野崇司法事務所 横野氏の「横」とご出身地である「横浜」の「横」をモチーフに、弁護士または法律事務所という既存の固く敷居が高いイメージを払拭し、開かれた新しいタイプの法律事務所を目指すという観点から「窓を開ける」様子を表現。またアイデンティティや信頼性を表現するために印鑑をイメージ。

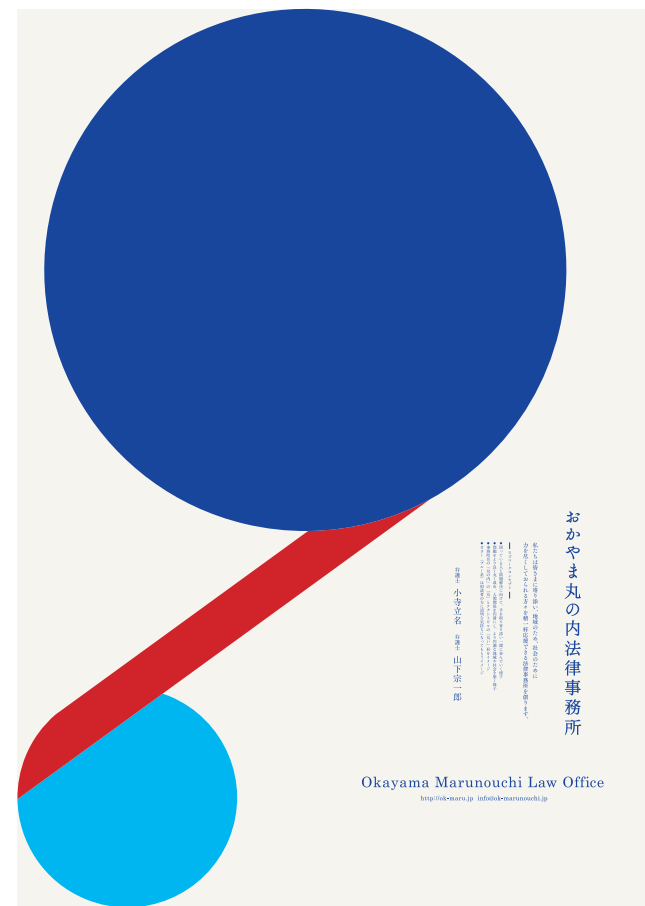
石原一成司法書士法人 「Ishihara Issey」の「I」をモチーフに、人と人が手を結ぶ様子やお客様との信頼、スタッフ間の連携を表現。同時に手続きや業務のスムーズな進行を表現。

AD-D / 田中雄一郎

田中雄一郎 / Yuichiro Tanaka www.quadesign-style.com

QUADESIGN style (クオデザインスタイル) 代表

1995年岡山市生まれ、立命館大学理工学部卒業後、都市計画コンサルタントを経て、2004年妻・園子とともにQUA DESIGN style設立。同時にデザインを独学。現在岡山を拠点に活動し、教育・医療機関、公共施設、美術館、交通、建築・建設、農業、アパレル、町など様々な分野のブランディングを手掛ける。主な仕事に岡山大学シンボルデザイン、倉敷市立短期大学ロゴマーク、福武教育文化振興財団CI、ルネスホールVI、宇野バス、岡山後楽園バスVI、まび記念病院、倉敷記念病院HI、出石町VI、野の花農園プロモーションなど。主な賞に東京TDC賞PrizeNominee、JAGDA賞ノミネートなど。共著に「ロゴデザインの現場-事例で学ぶデザイン技法としてのブランディング」(MidNコーポレーション)



おかやま丸の内法律事務所

Okayama Marunouchi Law Office
http://ok-maru.jp info@ok-marunouchi.jp

