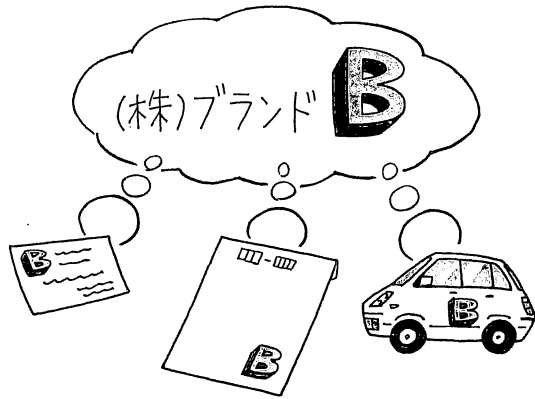


Idea 13



C I 展開で
企業イメージを
統一する



\\ 解説 //



CIからブランディングへ

1980年代に「CI戦略」= Corporate Identity がブームとなりました。これは、その企業に根づいている特性や独自性を統一されたイメージやデザイン、メッセージなどにして社会や市場へ発信し、その存在価値を高める企業戦略です。これをもっと深く掘り下げ、拡大したものがブランディングなのです。

\\ 事例 //



ロゴやマスコットを
印刷物に反映させよう!

「企業イメージの統一化」と聞くと難しく思えますが、社名ロゴを作って名刺や看板・車に入れるだけでも統一化が図れます。たとえば、コンビニの名称を具体的に頭で描いてください。そのコンビニの色が思い浮かびますか？このように「店名⇔色」とイメージや連想できることが統一化の効果なのです。楽しみながら次のような点を統一してみましよう。

<事例>

1. 企業：社名ロゴ ※・社章・マスコット・企業カラー
→印刷物への反映（看板・車両・名刺・封筒等）
2. 商品：商品名・キャッチフレーズ・アイキャッチャー
→販促物への反映（チラシ・カタログ・パンフレット）
※ロゴ＝図案化した社名・商品名などを指す