

2016年4月1日

オイシックス、初のブランドロゴリニューアル ～クリエイティブディレクターの水野学氏と共にロゴデザイン開発～

本日は4月1日ですが、本リリース内容は嘘ではありません。

オイシックス株式会社(東京都品川区、代表・高島宏平)は、ブランドロゴを一新し、2016年4月1日(金)より順次使用開始いたします。クリエイティブディレクターの水野学氏(good design company 代表)と共にデザイン開発を進めました。オイシックスがブランドロゴを変更するのは、創業以来初です。

■ 創業以来初、ロゴ変更の背景…41種の野菜、果物のシンボルマークも新設

当社は2000年6月、「豊かな食生活を、できるだけ多くの人に」という企業理念とともに誕生しました。「Oisix」(<http://www.oisix.com/>)の利用経験者数は140万人を突破し、毎期売上成長を続けています。16周年を目前にし、企業理念の実現を加速させるための起点として、ブランドロゴを一新します。カラーは、「落ち着き、安心、安全」をあらわす緑色を選択しました。緑の語源は「みづみづし(瑞々しい)」であるとも言われ、緑は食材との親和性が高い色と考えます。また、「Oisix」は現在、食品全般4000アイテム以上を取り扱っていますが、サービス開始時は野菜20品からのスタートでした。改めてOisixの強みは野菜である、という原点に立ち返り、野菜で豊かな食卓をお届けするというメッセージを込め、野菜の家のマークを新設しました。マークを象るのは、Oisixの成長をけん引してきた41種類の野菜や果物です。(マークに使用している野菜、果物の紹介はこちら⇒ <http://www.oisix.com/sc/logo>)

■ 新しいロゴデザイン



■ クリエイティブディレクター、水野学氏のコメント

息子が生まれる前からずっと、Oisixを利用してきました。このたびご縁があって、マークをデザインしました。初めに考えたのは、Oisixの「真面目さ」です。利用者として、数年間Oisixのファンで居続けた理由がそこにあったからです。

真面目さが伝わるようにと考えると、ロゴ(文字)マークをデザインしてご提案したところ、ロゴマークと同時にシンボル(絵)マークも追加して欲しいと、追加でご依頼を頂きました。

再びOisixの皆さんとのディスカッションを重ねていくうちに「野菜の家」という言葉に辿り着きました。その言葉を元に、安心して豊かでおいしい家を作ってきたOisixらしい、楽しいマークが生まれました。僕自身、これからもOisixを通じて、安全で豊かでおいしい家を作っていこうと思います。

<水野学氏プロフィール>

クリエイティブディレクター/good design company 代表/慶應義塾大学特別招聘准教授

東京都出身。1996年多摩美術大学グラフィックデザイン学科卒業、1998年 good design company 設立。

ブランドづくりの根本からロゴ、パッケージ、店舗デザイン、コンサルティングまで、トータルにディレクションを行う。

主な仕事に、NTTドコモ「iD」、久原本家 茅乃舎、熊本県キャラクター「くまモン」、中川政七商店ほか。

▼水野学氏



■ オイシックス代表、高島宏平のコメント

2016年は当社にとって、1000年に一度のメモリアルイヤーです。

現在、売上200億円を目前にしており、より飛躍するため、ゼロから200億円まで支えてくれた今までのロゴとお別れし、200億円から1000億円を見据えた規模で通用するロゴを作りました。社内ではじわじわと評判になっております。みなさまにもじわじわと良さを感じていただき、息の長い愛されるブランドを、このロゴと共につくっていきたくです。

本リリースへのお問合せ

オイシックス株式会社 広報:大熊拓夢(おおくま たくむ)

TEL: 03-5793-1207 FAX:03-5447-2689 E-mail: okuma@oisix.co.jp

※上記内容は断りなく変更される場合があります。最新情報は上記お問合わせ先までご連絡ください。