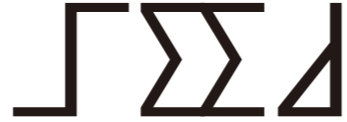


__新しいロゴについて

私たちはブランド名としての「SEED」を、これからの時代に対応させるために、新しいロゴを採用しました。直線的な記号化されたデザインは、理論的にも認知スピードが早く、脳内に映像として定着されやすいと言われています。旧来のロゴが懐かしさや伝統的なイメージを想起させるのに対して、新しいロゴは、先進的なイメージを第一に伝えるデザインとなっています。

消すものづくりのニュースタンダードを、つねに情報化社会へ。いつの時代も、私たちは「進化をとげることを伝統とする会社」でありたいと思います。



__シンボルマークについて

SEEDのシンボルマーク「カラスと水差し」は、イソップ童話から着想を得て知恵の象徴として商品にも使われてきました。「知恵の種を積み重ねる」という思いが社名「SEED」の由来になっていることから、私たちの企業理念を表す大切なマークです。私たちは今回、新しい「SEED」ブランド確立のため、シンプルで認知されやすく、センスのよいキャラクターとして機能するように、カラスをモチーフにした新しいシンボルマークに変更しました。新しいシンボルマークのモチーフの鳥は、サッカー日本代表のエンブレムにも使用されている3本足の「八咫鳥(やたがらす)」です。日本書紀や古事記にも登場する八咫鳥は、神武天皇の熊野への道案内をしたとされる神の遣いであり、聖なる鳥(瑞鳥)です。



__3という数について

3という数字は古来より聖なる数字、縁起の良い数字として尊ばれてきました。例えば太陽の三光線(日の出・正午・日没)は、繰り返すことから、3は不老・再生、永遠を表すとされます。また陰陽五行説では、3をはじめとする奇数は「陽」とされ、偶数は「陰」とされるように、万物を陰と陽にわけとらえます。陰(一気)と陽(二気)は常に表裏一体で、二つを中和させる気(三気)により調和を保ち、万物が構成されていると考えられています。縁起がよく、憶えやすく、理にかなっている。それが、3という数字です。今回のシンボルマークのデザインにおいては、一は、会社そのもの。二は、それを支える社員。三は、それらを外からみる視点です。この三つが一体となって、SEEDを発展させていくという願いを込めました。

__SEEDブランドの未来に向けて

シードの歴史は、新しい発見の積み重ねでした。私たちは100年という時の流れの中で、世界初のものを生み出そうとする情熱とそれをカタチにする高い技術力を持って難関を克服してきました。消すものづくりの進化には、終わりはありません。なぜなら、人間はつねにミスをする存在であり、消したいものを生みつづけるからです。私たちのこれからを切り開くのは、コミュニケーション力の強化です。

これからは担う若いユーザーの感性を満足させる、ものづくり。持つことが楽しくなる、誰かに見せたくなるセンスのよい、ものづくり。私たちの主張をこめた統一されたデザインの消すものづくりは、ユーザーのライフスタイルを変える可能性があり、ファッションを変える可能性があります。新しいロゴマークへのスイッチは、次の時代をつくるユーザーとコミュニケーションを図る決意の現れです。

ロゴマークの変更は順次行ってまいります。私たちの未来に、どうぞ、ご期待ください。