

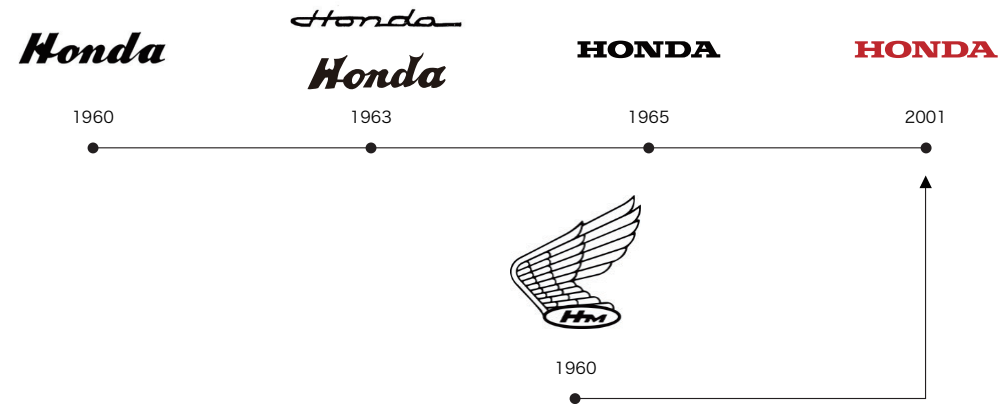
2. 企業ロゴ・事業ロゴの変遷

2-1: 企業ロゴ・事業ロゴの変遷

ホンダロゴの由来

本田技研工業(株)が設立される前年の1947年に、自社開発製品の第一号ともいえるA型(自転車用補助エンジン)の生産が開始されました。そのタンクにつけられたVI(ビジュアルアイデンティティ)が、ホンダ製品につけられたホンダロゴの第一号であり、VIの発案者は創業者である本田宗一郎だったと言われています。たった5個のアルファベットのなかに人はさまざまな思いを抱くことができます。それは創業以来「人間尊重」「三つの喜び」を基本理念とした、ホンダの活動の成果であり、ホンダが世の中の人々と分かち合うことができた喜びの記憶だと言えます。これまでも、そしてこれからもこの5文字は、二輪車・四輪車・パワープロダクト、部品等の事業を超えたホンダブランドの象徴として存在します。1965年に制定されたホンダロゴは「力強さ、安定感、信頼感」を感じさせるロゴとして作成されました。その想いを継承しつつ、新しく「先進性・スピード感・洗練さ」というイメージを付加し、2001年に現在のホンダロゴが出来上がりました。

ホンダロゴの変遷

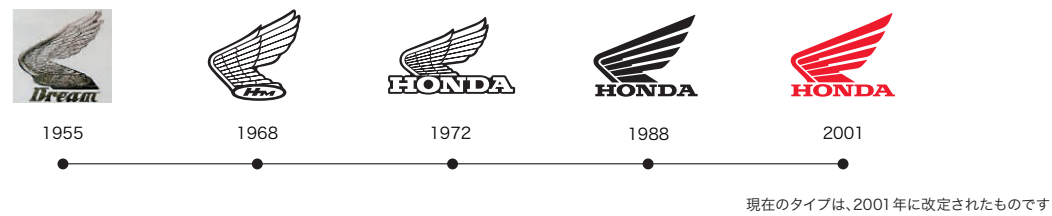


Wingマークの由来

「ホンダは日本一ではなく、世界一を目指すんだ。世界にはばたいて飛んでゆくイメージをうんと強調してくれ」そんな本田宗一郎の熱い思いがWingマークには込められています。鳥類の王者である鷲やギリシャ彫刻サモトラケのニケの翼に、世界にはばたくホンダの姿を重ねシンボライズしたものとされており、飛躍への強い意志が伝わるデザインです。当初飛翔する人をイメージしたものや鳥が両翼を広げたデザインもありましたが、現在のWingマークの原型といえる一枚の翼マークが登場するのは1955年ドリーム号SA型で、動きを強調するため進行方向に合わせてタンクの左右に付けるようになりました。1968年から2000年迄の間においては、正式にホンダの社標として使用されていました。このように何度かの変更がありましたが、いずれも躍動感・信頼感・スピード感・伝統・栄光を感じさせるマークとして現在に至っています。



Wingマークの変遷

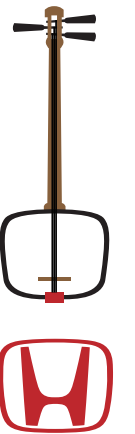


Hマークの由来

本田宗一郎はかつて、こう言ったそうです。

「世の中には形は三つしかない。○と△と□だよ。丸は円満、三角は革新を連想させるよな。四角は堅実な感じがするだろ。企業の経営もそうなんだが、円満だけでは会社は潰れる。革新だけを追うのも危険だ。やはり基本は堅実、その上で時代の動きをよくみて、円満さや革新を上手に適量混ぜ合わせるのが大事なんだ」

このユニークな発想を、世界を目指す日本の自動車メーカーとして、エンブレムにどう表現するか。○と△と□が入ったカタチを考え抜いたデザイナーたちが行きついたのが、日本古来の楽器「三味線」でした。緊張感のなかに、ホッとできる安心感がある。そんな三味線の「タイコ」をイメージにHの文字を囲むことで、現在に至る「Hマーク」の原型ができています。



Hマークの変遷

