

マンションリサーチ株式会社

新コーポレートロゴができるまで



新しいコーポレートロゴには  
「繁栄し続ける」こと、そのための5つの想いが  
込められています。

#### 繁栄し続けるための5つの思い

1. 「最高・最善を届けお客さまの味方になる。」
2. 「個性豊かなそれぞれ強みをもった主人公たち。」
3. 「形やチームを変えて何度もチャレンジする。」
4. 「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を  
見つけ、誰もが使える形にする。」
5. 「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やす。」

## 目次

1. コーポレートロゴの変更に至った経緯 P.3
2. デザインラフ P.4～P.5
3. 第1案 P.6～P.13
4. 想いを込める P.14～P.26
5. 修正案 P.27～P.36
6. 決定案 P.37～P.46

吹き出しの中の文章では、制作当時のことや制作者である私とその時考えていたことや、デザインの工夫などを話しています。

# コーポレートロゴの変更に至った経緯

この資料をまとめるにあたり、創業時から変わらなかったコーポレートロゴが変更に至った経緯をリキさんに改めて伺いました。

2024年9月から始まった第15期のテーマは「劇的な変化」です。

これまで劇的に変化してきた我々ですが、さらなる成長を目指していく中で新たなメンバーが増え、新たなサービスも増えたこともありコーポレートサイトの見直しを図っていました。

そんな中で社内のメンバーから「思い切ってロゴも変えたらどうか？」という提案をいただき、半信半疑ながらつくってみようかと動き出したのがきっかけです。

最終的には元のロゴでもいいかくらいに考えていたものの、そんな軽く考えていた自分が恥ずかしくなるほど今回のロゴ変更にも動いてくれたメンバーの熱量に圧倒され、変更を意思決定しました。

意思決定できた最大の理由は、会社として込めたい想いを徹底的に言語化して詰め込んでくれたから。デザインのトレンドやセオリーはあるかと思うのですが、「マリサ」というものを思いっきり形にしてくれたと感銘することができたのが大きかったです。

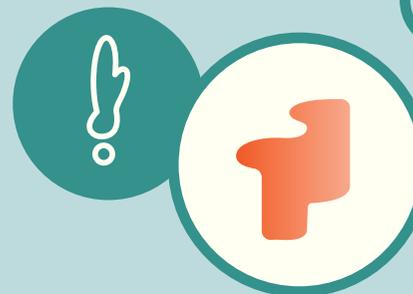
これも、期首に掲げた劇的な変化の一つなのかなと腑に落ちています。今回のデザインを担当してくれた由菜さんがインターンという立場ながら、これほどまでに同じ熱量で言語化し形にしてくれたことには驚きとともに感動しています。

コーポレートロゴが完成するまでの様子です。ミーティングを重ねて、社内アンケートも行ったことで想いの詰まったデザインが生まれました。

2024年12月末頃



2025年1月中頃



1月末頃



2月初め頃



2月4日新ロゴ社内発表会

# デザインラフ

はじめにリキさんからいただいた、ロゴへ込めたい想いをどのように表現するか、デザインラフを手帳に書き出しました。リサーチも行った結果、さまざまな媒体に対応できるようレスポンシブロゴにすることをこの頃に提案しました。

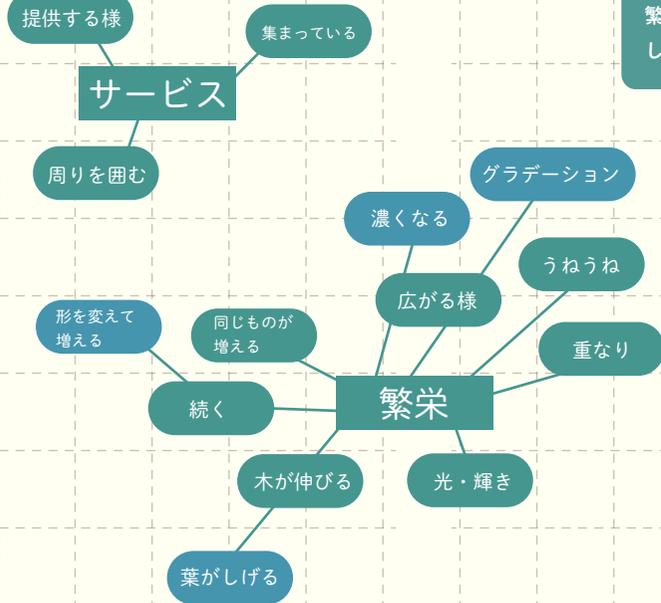
# デザインラフ

私の手帳の中のメモとラフをまとめました。

繁栄し続ける。

そのためにお客さまを笑顔にする。素敵なメンバーとサービスを良くする。

どのように想いをデザインで表現するか、繁栄という言葉 키워ドをビジュアル化しやすい言葉へ変換して考えていました。



ビルやマンションなどの建物っぽさ  
→不動産関係であることがわかる。

幾何科学模様が続く？

既存ロゴの緑を使うか、新しいカラー  
使うか。

人のよさ、笑顔

頭文字 M、わかりやすさ

創業年の干支の「うさぎ」と、発見の驚きの「！」  
を掛け合わせたマークを考え始めました。同じ頃、  
略称のマリスを使用することを思いつきました。



完成したロゴのもとになったラフです。



# ! 第1案

手帳に書き出したデザインラフをもとに、Illustratorでロゴタイプも含めて50案ほど作成しました。レスポンスロゴの例も作成、デザイン案と一緒に提出し、ミーティングでそれぞれ説明をさせていただきました。

# 第1案

個人的にリサーチ→発見の驚き→「!」の案がお気に入りでした。この頃から「!」はどこかに入れたいと考えていました。

この頃は、社内の明るい雰囲気を表すためにオレンジ色を使用するか、既存ロゴの緑色を使用するか悩んでいました。

## レスポンスロゴ

PCやスマホ、印刷物などそれぞれのサイズに応じてロゴを構成する要素を変化させる。  
どのサイズで表示されるときも可視性を重視する。



ロゴにこめる意味

**繁栄し続ける**

そのために素敵なメンバーとサービスをよくしていき、お客様を笑顔に

既存のロゴから

業績右肩上がり

私からみたマリサ

**明るい会社**

毎日笑い声が聞こえる

インターン生という立場で、外から入ってきたばかりの自分が考えるというを活かしたいと思っていました。想いを込めることだけでなく、自分が感じた会社の雰囲気（アイデアがたくさん溢れていて明るい!）を感じられるコーポレートロゴにしたいと考えていたからです。

# ! 第1案

## グラフィック部分のデザイン案

文字

既存ロゴの緑に縛られず、まずは複数のカラーを使用して制作。様々な案を出すために1つの案にこだわりすぎないようにしました。

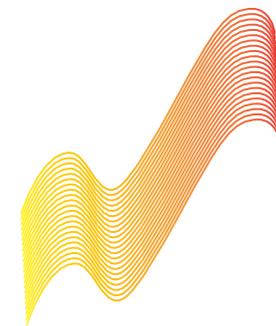
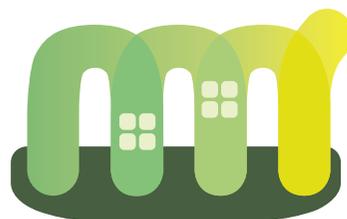
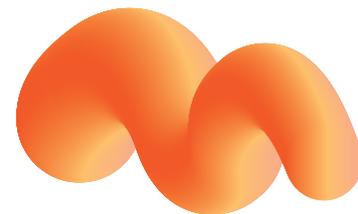
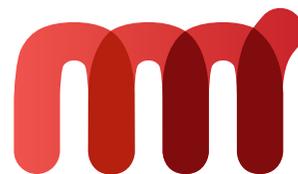


Mansion Research の M

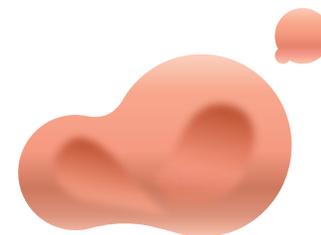


繁栄し続ける

→ 同じ形が連続する  
グラデーション



無限の意味で8の字をイメージしました。



# 第1案

## グラフィック部分のデザイン案

文字



Mansion Research の M



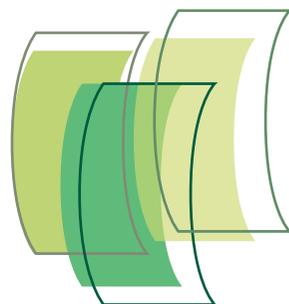
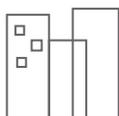
繁栄し続ける

→ 同じ形が連続する

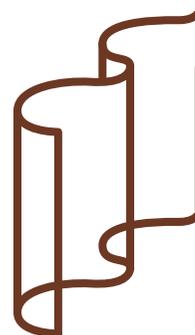


不動産っぽさ

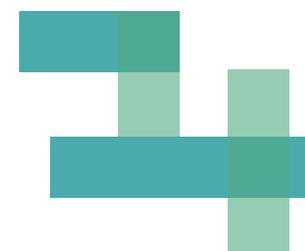
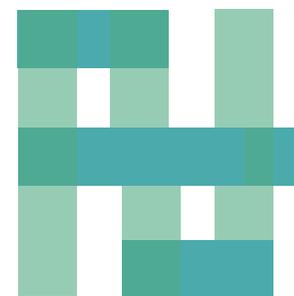
→ ビルが並ぶ様子



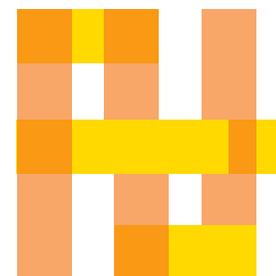
巻物を広げたような立体感を加えました。



完成した新ロゴの最初のデザインです。ビルが2つ並んでいる様子を曲線で表現。この頃は、オレンジをイメージしていました。



「マリサ」がベースの形になっています。



# ! 第1案

## グラフィック部分のデザイン案

文字



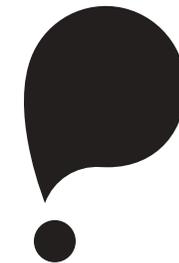
リサーチ→発見したときの驚き



発見したときの驚きで跳ねる  
業績 UP! で跳ねる



地図のピン



ロゴ決定のギリギリまで残った案です。  
ポップでキャッチーな印象を与えられると思い、  
お気に入りの1つでした。

# ! 第1案

グラフィック部分のデザイン案

文字



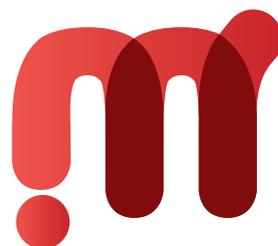
リサーチ→発見したときの驚き



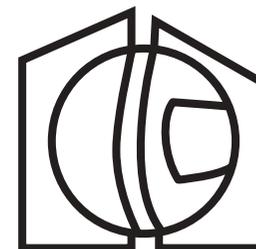
# マリサ

略称で覚えてもらう

積み木をイメージした案です。積み上げていくことが業績を伸ばすこと、繁栄し続いていくことを表せるのではないかと考えました。



その他



虫眼鏡で覗いている様子を表しています。



# ! 第1案

## ● 文字部分のデザイン案

リズムを感じられるロゴタイプがいいのではないかと考えていました。ロゴタイプでも会社の明るい雰囲気表現したかったからです。

# マンションリサーチ

Mansion Research Ltd.

# マ<sup>!</sup>ンションリサーチ

Mans!on Research Ltd.

# マ<sup>!</sup>ン<sup>!</sup>ション<sup>!</sup>リサーチ

カタカナで表記の方が親しみを持ってもらいやすいのではないかと考えました。社外の人にマリサを覚えてもらうために、ロゴにキャッチーさを持たせたかったからです。

# Mans!on Resae!rch

Mansiqn Resea!rch Ltd.

# ! 第1案

ミーティングで「ロゴにどれだけ思いが込められるか」が課題となりました。ここからは数を絞って、細部に思いを込める作業へと移って行きました。

グラ 文字 組み合わせのデザイン案と例



# 想いを込める

ロゴに想いを込めるにはどうしたら良いのか、もう一度「繁栄し続ける」という言葉を考えたり、アンケートで社内から想いを集めました。どのように想いをまとめてデザインにするか整理し、想いを込め直した2案のデザインを提出しました。

# 想いを込める

なるべく社内のメンバー全員の想いが詰まったものにしたいと考え、みなさんにアンケートを実施することに。マリサの印象、ロゴの形のイメージ、ロゴに込めたい想い、ロゴ変更に対して思うこと、の4つを質問しました。

## アンケートを受けて①

### マリサの印象

社内の雰囲気に関すること

- ・動物園・個性豊か・属性が似ている人がいないけどまとまりがある・仲が良い・前向き
- ・アイデアや意見を言うことさらに良いものに広がる・熱量がある・全員が主人公・主体性がある
- ・カラフル・仲間意識・変化のある集団・多種多様・原色・パワフル・エネルギー
- ・明るい・ポジティブ・良い意味で変な人・爆速マシン・愚直（良い意味）

初めは異なる意見に頭を抱えることに...

自分の持った明るいイメージに近いものが多い。

個性豊かでそれぞれが主人公であることを思いとしてこめると網羅できるのではないか。

仕事の内容に関すること、その他

- ・現場に近い・唯一無二のデータを保有していることが安心感・バリアフリー・イマドキ感が競合他社に比べて弱め（良い意味でも悪い意味でも）

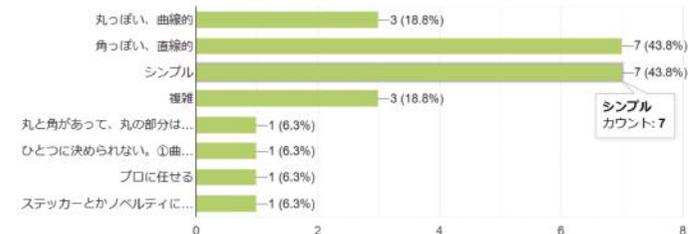
コーポレートロゴなのであまり内容に踏み込みすぎると、会社としての価値観や思いの部分が薄れそう ...?

### ロゴの形

どんな想いや言葉が基で、それぞれ形のイメージをしているのか考えました。

コーポレートロゴの形のイメージを教えてください！

16件の回答



既存ロゴから引き継ぐところをしっかりと作ろうと決意！

直線的・角っぽいイメージが多い。←アウトラインが四角に収まる？

丸や曲線のイメージは変化や柔軟な印象が出るので、マリサの印象を表現できる。

使い勝手の面でシンプルなものを目指したい。

複雑の意見は「個性豊か」から発想がきているのでは？

「個性豊か」を他に表現できれば解決ができそう？

## アンケートを受けて②

込めたい思い ...会社の内側、外側、どちらにも分類

内側	どちらも	外側
<ul style="list-style-type: none"> <li>・業績向上・幅広さ</li> <li>・業界の先頭を走る</li> <li>・人との繋がりを広げる</li> <li>・ミッションビジョンバリュー</li> <li>・世の中のため・ハッピー</li> <li>・No.1・未来・良い人</li> <li>・目指す目標・誠実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平等・三方よし</li> <li>・誰も損しない、させない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客さんにとってもっと身近で親近感を得られやすく</li> <li>・味方になってくれそうな安心感、信頼感</li> <li>・住環境の最善、最高の選択を届ける</li> <li>・キャッチーであるもの</li> <li>・不動産業界特化と分かる</li> <li>・データ量が多いこと</li> </ul>
	<p>その他</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・独自フロント</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャレンジ・打席数</li> <li>・円環・吸収・波及・成長</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・不動産・独創・新しい価値</li> <li>・非汎用・ぶっ飛び</li> <li>(マリサじゃなきゃだめ、を一人でも増やす)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・繁栄し続ける</li> <li>←素敵なメンバーとサービスをよくする</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>←お客さんを笑顔にしたい</li> </ul>

外側に向けて込めたい思いは、ロゴの見た目的なところ。安心感信頼感は既存のものより増したい。ロゴタイプ部分は独自のロゴにする（可読性優先）。

内側の思いは、デザインの細かいところに反映させる。既存ロゴの「業績向上」は受け継ぎたい思いの1つだが、何をどこまで反映するか ...

→共通点やつながる言葉でまとめる。全てそのそのまま入れてブレることは避けたい。

### ロゴ変更に対して、その他

- ・マンリサ、マリサと呼ばれる、キャッチーなもので認知を広げる → 見た目
- ・家の要素から脱却 → 見た目
- ・劇的な変化のために・みんなが想いに立ち返る象徴・ロゴの変更が歴史的なものに
- ・寂しさ・全員が納得できるように → 既存のロゴから想いを引き継ぎたい

# ！ 想いを込める

想いをまとめるのと同時に、改めてロゴマークの役割などを把握することになりました。  
また引き継ぎ箇所を作るためにも、既存ロゴとじっくりと向き合う時間をつくることに。

## 改めてロゴマークとは

企業やブランドのアイデンティティを視覚的に伝える。デザインには哲学やストーリー、価値が詰まっている。ロゴをみて会社を思い出す（記憶装置）。  
ロゴマークとは企業の顔になるもの。

## デザインや見た目の面

→お客さまなど外部に向けて分かりやすく伝わりやすいものであること。  
企業の認知度を上げたり、覚えてもらえるような印象に残るもの。  
外から見られる顔。

## 思いの面

→内側の人たちが思うもの。会社の哲学やストーリー、価値観などをこめる。  
自分たちの顔。自分の顔。  
顔は人相が出る、どんな人か分かる、どんな生き方をしてきたか、どう  
在るか「どんな」「どのように」の部分がロゴマークの思いの部分になる。

カラーをどうするか、これは最後まで悩み  
リキさんと何度も話し合いをしました。

ストーリーという意味でも愛着という意味でも、  
既存のロゴからの引き継ぐところしっかり作る。



## 現在のロゴマーク

- ・業績右肩上がり→つまり変化する、繁栄し続いていくことにつながる。
- ・不動産特化が分かりやすい→ロゴタイプだけで表現できそう？
- ・周りの支え
- ・誕生カラーの緑→落ち着いたイメージを与える、暮らしっぽさ

## 気になる点

- ・個人的に信頼感、安心感、オリジナリティが少し欠けているように感じる。
- ・ロゴタイプのフォントにオリジナリティが欲しい。
- ・不動産関係の企業でビルのモチーフが使われすぎている、差別化できていない。
- ・緑色は会社の内側だけでなく外側にも浸透しているのか気になる。  
外側からの印象が緑ならカラーは変更しない方が良い？  
劇的な変化という意味では、きちんと意味を持たせたカラーを設定、  
デザイン・見た目という点で印象の強いものにしたい。

# ! 想いを込める

## ロゴにこめる思い

繁栄し続ける

そのために...

既存ロゴから、業績右肩上がりという想いを  
引き継ぐ意味も持つ。

「右肩上がり＝良い方向に変化し続ける」

繁栄し続けるための4つの思い

- ① **素敵なメンバーとサービスをよくする。**
- ②
- ③ **そしてお客さまを笑顔にしたい。**

アンケートの内容は「繁栄し続ける」ことに繋がっていることに気づきました。これらはリキさんの言葉をさらに具体的な想いにしていくことになります。

### 素敵なメンバーとは

- 1 「形やチームを変えて何度もチャレンジする、個性豊かなそれぞれ強みをもった主人公たち。」

### サービスを良くするとは

- 2 「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、誰もが使える形にすること。」
- 3 「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やすこと。」

### お客さまを笑顔にするとは

- 4 「最高・最善を届けお客さまの味方になること」

# ！ 想いを込める

## 4つの想いについて

アンケートでマリサの印象、ロゴの形のイメージ、込めたい想い、変更に対して思うことの4つの質問に回答していただきました。それぞれ異なる想いをもっていても、「繁栄し続ける」に全て繋がっていると感じました。

アンケートの内容をどのようにまとめたか説明しています。

### 「素敵なメンバー」に関係すること

- ひろきさん**
  - ・全員が強みを作る→周りに波及する。
  - ・形やチームを変えて何度も挑戦する組織。
- アンケート**
  - ・動物園・個性豊か・属性の似た人がいないのにまとまりがある・仲が良い・前向き
  - ・アイデアや意見を言うとさらに良いものに広がる
  - ・熱量がある・全員が主人公・主体性がある
  - ・カラフル・仲間意識・変化のある集団・多種多様
  - ・原色・パワフル・エネルギッシュ
  - ・明るい・ポジティブ・良い意味で変な人
  - ・爆速マシン・愚直（良い意味）

※アンケートの内容は、「個性豊か」以外は「主人公」の言葉でまとめられる。



「形やチームを変えて何度もチャレンジする、個性豊かなそれぞれ強みを持った主人公たち。」

### 「サービスを良くする」に関係すること

- ひろきさん**
  - ・不動産データを軸にこれまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、それを誰もが使える形にする。
  - ・マンションリサーチじゃなきゃだめを増やす。
- アンケート**
  - ・業績向上・幅広さ・業界の先頭を走る
  - ・人との繋がりを広げる・ミッションビジョンバリュー
  - ・世の中のため・ハッピー・No.1・未来・良い人
  - ・目指す目標・誠実・データ量が多いこと

※アンケートの内容が、「マリサじゃなきゃダメ」につながっている。



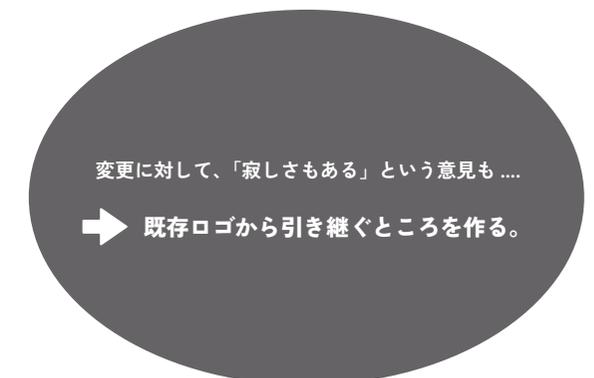
「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、誰もが使える形にすること。」  
「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やすこと。」

### 「お客さんを笑顔にする」に関係すること

- アンケート**
  - ・お客さんにとってもっと身近で親近感を得られやすく
  - ・味方になってくれそうな安心感、信頼感
  - ・住環境の最善、最高の選択を届ける
  - ・世の中のため・誠実



「最高・最善を届けお客さまの味方になること」



# ! 想いを込める

## 想いをデザインに変換する

シンボルマークとロゴタイプ2つで想いを表現。

想いをどのような要素に変換して表現するか整理してまとめました。繁栄し続けるという想いが一番に分かり、細部には具体的な想いを込めています。

### 繁栄し続ける

パッと見で分かる

良い方向へ変化し続ける様子、  
良い方向へ跳ねる



素敵なメンバーとは

1「形やチームを変えて何度もチャレンジする、  
個性豊かなそれぞれ強みを持った主人公たち。」

形を変える→変化→曲線の要素

個性、それぞれの強み→(書体が)異なる  
同じでない



ア ア

サービスを良くするとは

2「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、  
誰もが使える形にすること。」

新しい価値を見つける→発見の驚き!

3「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やすこと。」

マリサじゃなきゃ、→これだ!(検索のヒット)  
→地図のピン



お客さまを笑顔にするとは

4「最高・最善を届けお客さまの味方になること」

味方になる = 安心・信頼感のあるデザイン  
= 親しさ (キャッチーさ)

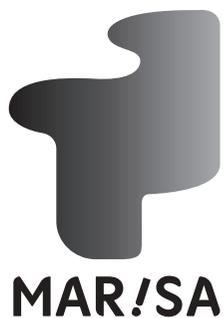
※マリサと呼ばれる

# ! 想いを込める

想いを込めるのにふさわしい2案を選んでご提案しました。こちらが決定案です。

## ロゴマーク1

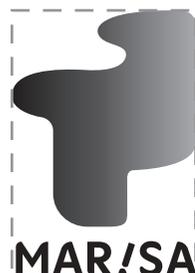
シンボルマークが主に繁栄し続けることを表し、ロゴタイプが4つの想いを表す構成をしている。



シンボルマークのカラーは重要な要素のため、この時点ではモノクロ表現で提出しました。まずはミーティングでシルエットを決定することを優先しました。



正方形



長方形



# ! 想いを込める

## ロゴマーク1(シンボルマークについて)



最終的にはここからシルエットを少し調整しました。  
ミーティングでは、下方の角ばりが気になるのと  
ご指摘をいただきました。



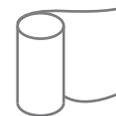
ビルが並ぶ様子で不動産業界に特化して  
いることを表す。右上がり既存ロゴの  
想いを引き継ぐ。良い方向へ変化し続ける。



社名の頭文字 M を変形させた曲線で、  
形を変えて何度も挑戦し続ける姿勢を表す。



繁栄し続けるという想いがパッと見でわかりやすいマーク。  
想いだけでなく既存ロゴも右肩上がりのシルエットも引き継いでいる。

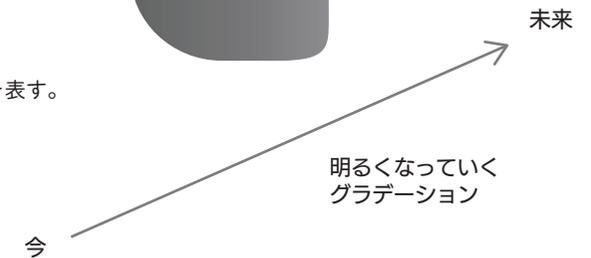


巻物を広げた時のような立体感で、  
繁栄し続け、歴史を刻んでいく様を表す。



社内の明るさ、情熱的  
な雰囲気や光を表す。  
明るい雰囲気の会社は  
良い方向へ進めるはず。

松のような緑で成長や  
繁栄を表す。既存ロゴ  
のカラーイメージを引  
き継ぐ。



明度が上がっていくグラデーションで  
光のある方へ続いていくことを表す。

## ! 想いを込める

### ロゴマーク1(ロゴタイプ)

こちらが最終的に採用されました。  
基本形はカタカナの表記なしのものとして、後に定められました。個人的にお気に入りの案でした。

**MAR!SA**  
マンションリサーチ

直線的なゴシックの文字に曲線を加えて変化する様子を表している。  
また、曲線の使われ方はそれぞれの文字で異なり、同じものは1つもない。  
これはメンバーそれぞれの個性と強みを表している。

MAR!SA

! 新たな価値を見つけること（発見！）  
マリサじゃなきゃダメ！を表す。

● 正円ではない。  
何度も形を変えられる粘土のかたまり。  
形を変えて何度も挑戦する意味を表している。

マリサ！と呼んでもらえたら嬉しい。  
覚えやすい、キャッチーさ。

**MAR!SA**  
マンションリサーチ

**MAR!SA**  
Mansion Research

**MAR!SA**  
マンションリサーチ

例えば文字の色を全て変えることでより個性の違いを強調したデザインに。

マンションリサーチ  
Mansion Research

メインのロゴタイプ同様、不規則に曲線を使っている。  
意味も同様。  
カタカナでフルネームを配置することで、  
可読性を高める。  
日本人にとっては英語より日本語の方が認識しやすい、  
かつ安心感を感じられる。  
海外向けに使用する際は英語のものを使う。

# ! 想いを込める

## ! ログマーク 2

シンボルマークが主に繁栄し続けることを表し、ロゴタイプが4つの想いを表す構成をしている。  
ロゴタイプはログマーク1のもので構成するかどうか検討中。

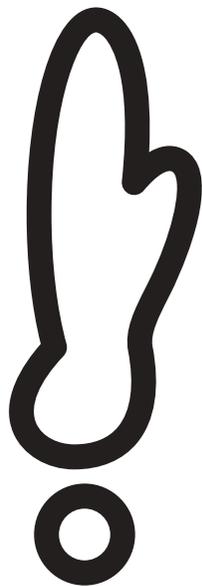
こちらの案は基本的には白黒で使用することを想定して作成していました。より個性が表現されるログマークだと感じていました。



# ! 想いを込める

マリフェスのロゴとして採用されました。

## ロゴマーク 2 (シンボルマーク)



新しい価値を見つけること（驚き！）、  
マリサじゃなきやダメ！を増やすことを表す。



社名の頭文字 M を変形させた曲線で、  
形を変えて何度も挑戦し続ける姿勢を表す。



創業年が卯年。  
驚きで跳ねる、業績右肩上がり跳ねる。  
繁栄し続けることを表している。



卯年にかけて「うさぎ」と、発見の驚きの「！」がモチーフのマーク。  
繁栄し続ける→良い方へ跳ねる。



マリサじゃなきやだめ  
→これだ！（検索のヒット）  
→地図のピン

びっくりマークという誰もが知るマークが  
モチーフのため覚えやすい。  
キャッチーでシンプル。  
明るいイメージももたせることができる。



切れ目のない円が二つ。  
繁栄し続けることを表す円と、  
形を変えて何度も挑戦することを表す  
変形した円。

# ! 想いを込める

## ! ロゴマーク 2 (ロゴタイプ)

決定案と同様の意味を持っているロゴタイプですが、よりメンバーの個性を強く表現しています。遊び心溢れるデザインに仕上げました。

**MAR!SA**  
マンションリサーチ

**MAR!SA**  
マンションリサーチ

**MAR!SA**  
Mansion Research

**MAR!SA**  
マンションリサーチ

例えば文字の色を全て変えることでより個性の違いを強調したデザインに。

直線的なゴシックの文字に曲線を加えて変化する様子を表している。  
文字にあしが生えたようなデザインで、擬人化しキャラクター要素を感じさせる。  
あしのむきや形、立ち方はそれぞれの文字で異なり、同じものは1つもない。  
髪の毛が生えている文字もいる。  
これらはメンバーそれぞれの個性と強みを強調して表している。

**MAR!SA**



正円ではない。  
何度も形を変えられる粘土のかたまり。  
形を変えて何度も挑戦する意味を表している。



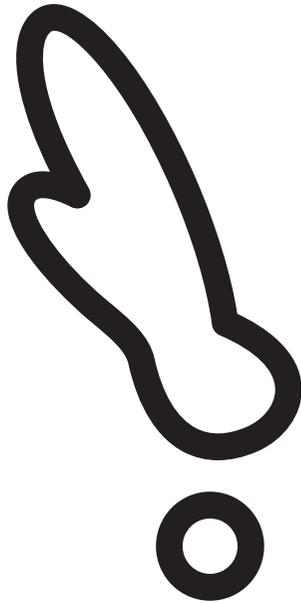
新たな価値を見つけること（発見!）、  
マリサじゃなきゃダメ!を表す。

マリサ!と呼んでもらえたら嬉しい。  
覚えやすい、キャッチーさ。

# ! 想いを込める

## ! シンボルマークその他候補

1案目にびっくりマークの要素を強めに合わせたデザイン案です。コーポレート関連の資料にアクセントとして使用するマークの基になりました。



業績右肩上がりの要素を強くしている。  
右へ跳ねるうさぎを表現している。



ロゴマーク1と2を合わせたロゴマーク。  
2つのロゴマークの持つ意味が網羅されている。

# 修正案

前回提出したデザイン案の1つめがロゴマークとして決定しました。  
力さんと何度も相談しながら、シンボルマークのシルエットの調整と、  
カラー決めを行いました。

■ シンボルマーク

修正案

角が目立って見えてくるシルエットの修正と、立体感がより強くでてるように調整を行いました。



修正前



修正案

## シンボルマーク

修正案



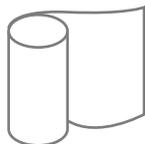
ビルが並ぶ様子で不動産業界に特化していることを表す。  
右上がり既存ロゴの想いを引き継ぐ。  
良い方向へ変化し続ける。



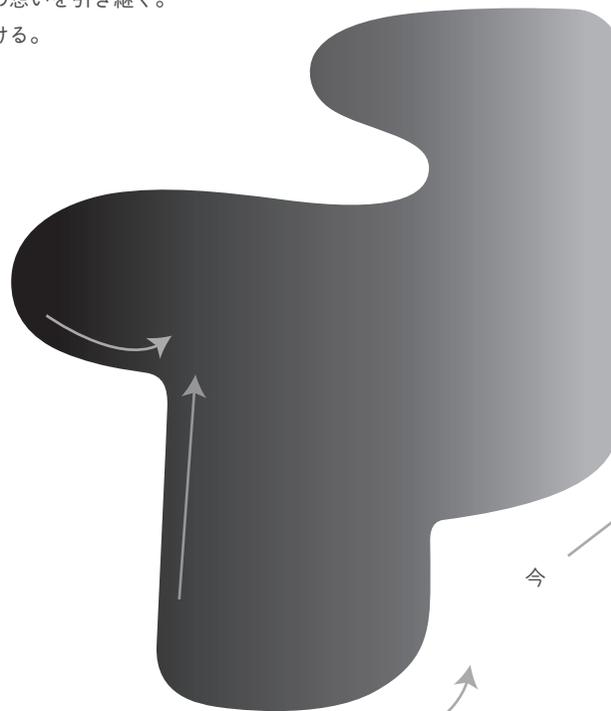
社名の頭文字 M を変形させた曲線で、  
形を変えて何度も挑戦し続ける姿勢を表す。

New!

角度をつけて  
巻物がめくれる様子を  
より強く表現



巻物を広げた時のような立体感で、  
繁栄し続け、歴史を刻んでいく様を表す。



今

未来

明るくなっていく  
グラデーション

明度が上がっていくグラデーションで  
光のある方へ続いていくことを表す。

New!

カーブをつけてより立体的に

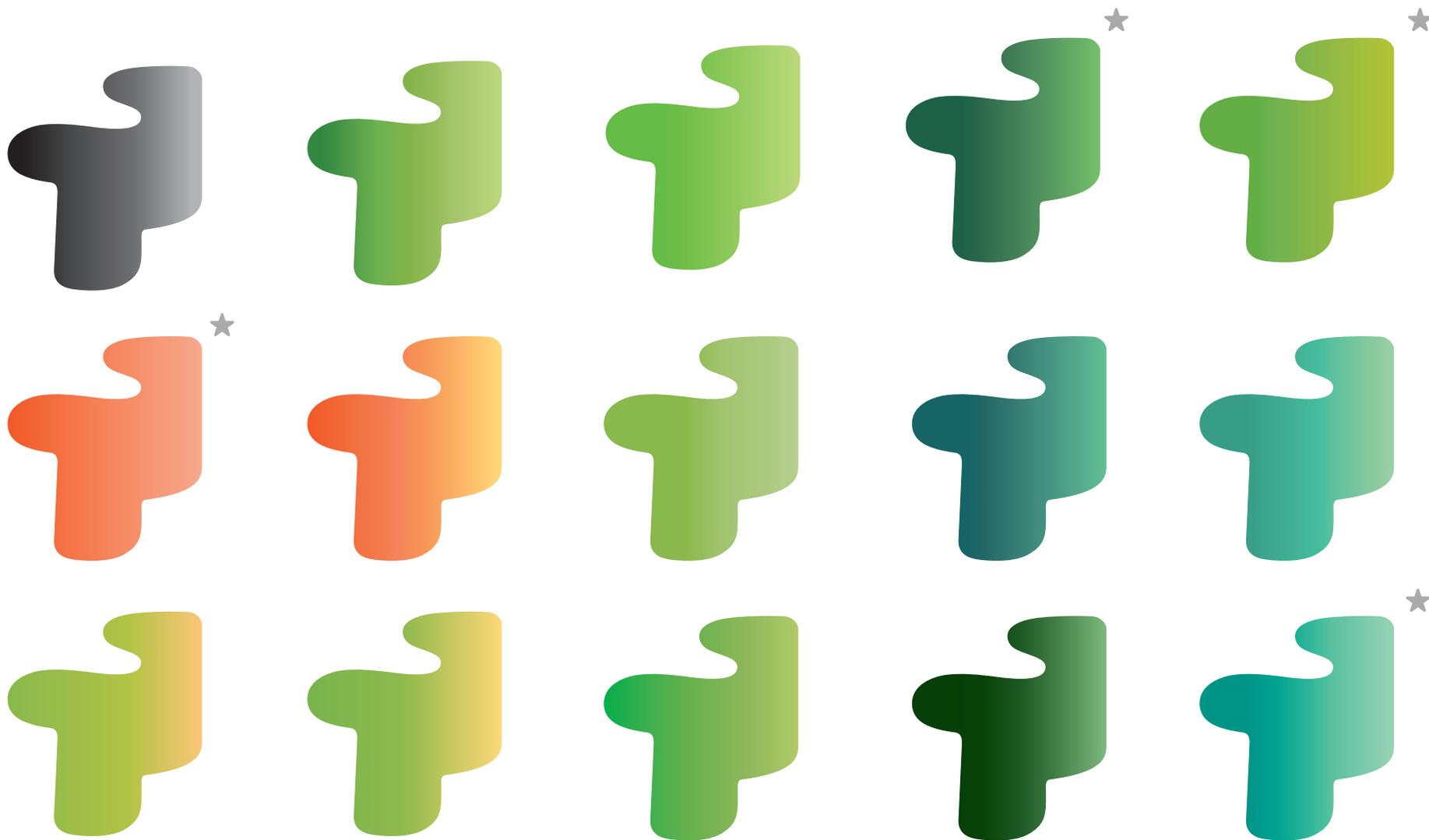
繁栄し続けるという想いがパッと見でわかりやすいマーク。  
想いだけでなく既存ロゴも右肩上がりのシルエットも引き継いでいる。

# 修正案

創業時から緑色を使用してきたということで、緑をメインに複数のイメージを制作しました。色にも想いを込めるために、それぞれの意味を調べました。

## シンボルマーク(カラー)

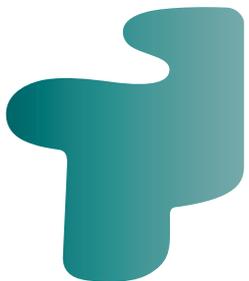
★ ←個人的なお気に入り



# 修正案

## シンボルマーク(カラー)

ピーコックグリーンが意味的にもふさわしいのではないかという意見がでました。



既存ロゴ使用  
引き継ぐ意味合いが強くなる



千歳緑  
松のような葉の色。松の葉が千年先も変わらず緑であることを表す。



ピーコックグリーン  
孔雀のもつ鮮やかな羽の色。  
繁栄の意味につながる。



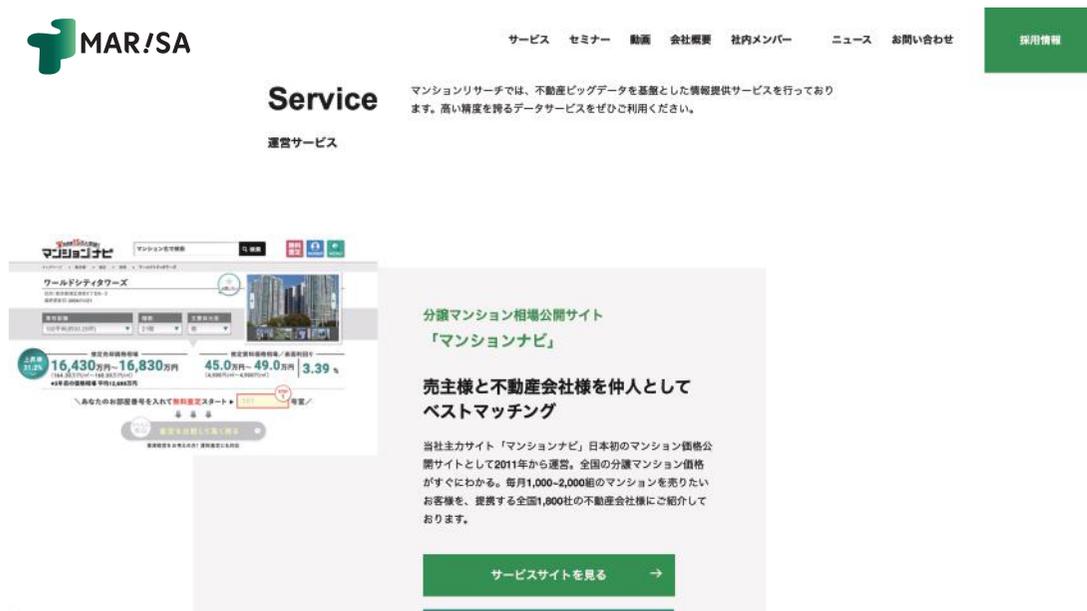
金赤  
鮮やかな赤黄。  
明るさ、元気さを表す。

# 修正案

ロゴタイプを略称のみにした場合、正式名称を加えた場合のそれぞれの見え方やバランスを比較するために、使用イメージを作成しました。

## ロゴマーク(使用例)

コーポレートサイト



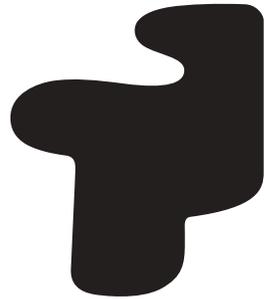
名刺



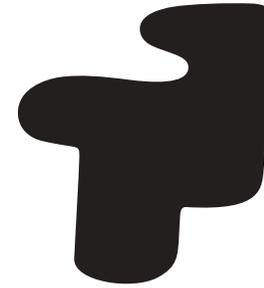
# 修正案

## シンボルマーク

結局こちらに決定！！



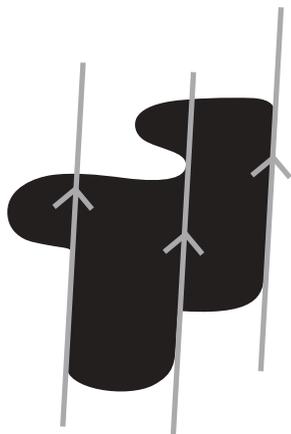
修正案



微調整後 ...

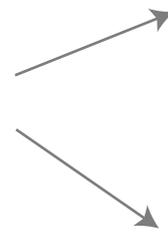
立体感を強めるイメージで、もう一つ修正案を作成しました。最終的には、シルエットの形で左側のデザイン案で決定になりました。

立体的に見えるアウトラインの取り方をもう一度見直す作業も行いました。



全て平行に

元の形



ここをとるか



ここをとるか

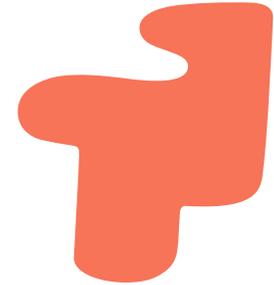


# 修正案

## シンボルマーク (カラー)

単色

印刷を考慮して単色の場合も想定しました。



右側のカラーが光を感じさせつつも、霞んだり弱くなったりしないように調整したグラデーションのカラーを作成しました。

グラデーション

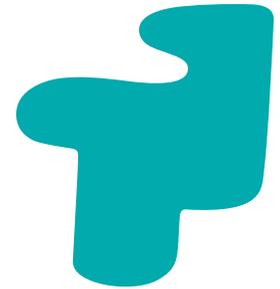
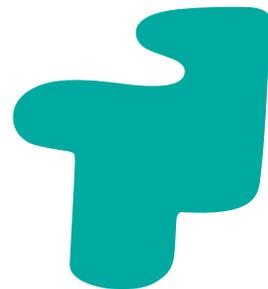
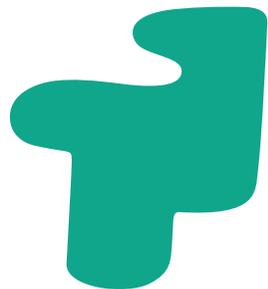
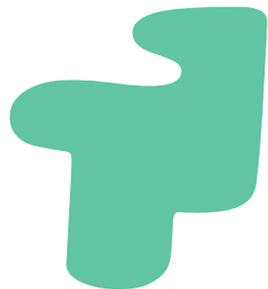
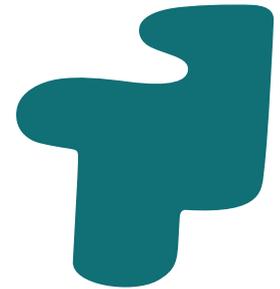
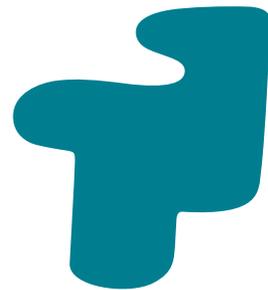
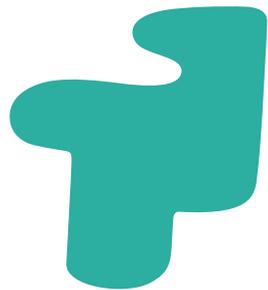
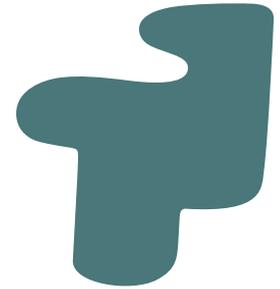
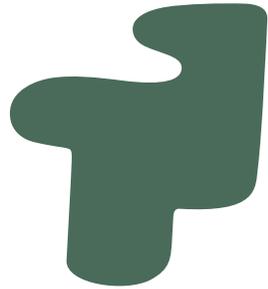
最終決定されたグラデーションの基の案です。



# 修正案

## ■ シンボルマーク (カラー)

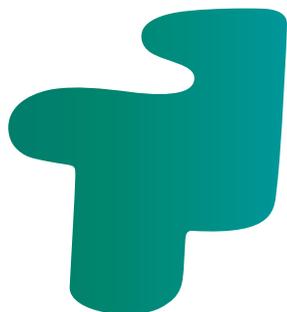
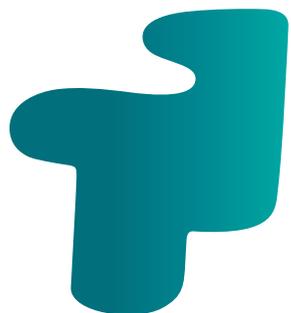
単色 (グリーン系)



# 修正案

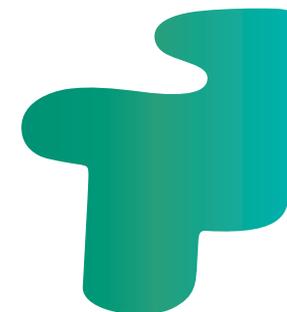
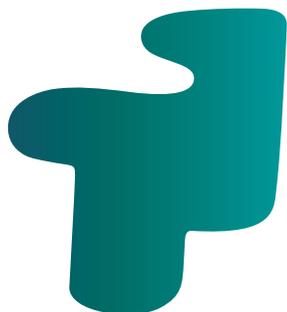
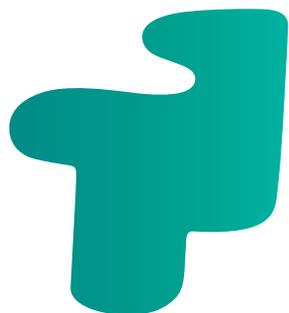
## シンボルマーク(カラー)

グラデーション(ピーコック)



決定案は新しいカラーが既存カラーを押し出す、  
という意味でグラデーションが反転しています。

既存カラーから移り変わる



# 決定案

2025年2月4日に社内で新コーポレートロゴの発表を行いました。発表会に向けて、想いの部分の最終的な見直しと修正を行い、社内向け説明資料を作成しました。

この制作過程でマリサグリーンというオリジナルカラーが誕生しました。

マンションリサーチ株式会社

# 新コーポレートロゴ

社内向け説明資料 (2025.02.04)

## ロゴにこめる思い

新しいコーポレートロゴを考えるために、まずリキさんに込めたい思いを伺いました。  
創業時から変わらない既存のロゴからも思いを受け継ぎます。



そのために ...

- ① **お客さまを笑顔にする。**
- ② **素敵なメンバーとサービスを良くする。**
- ③

既存ロゴから「業績右肩上がり」という  
想いを引き継ぐ意味も持つ。  
「右肩上がり = 良い方向に変化し続ける」



既存ロゴ

・業績右肩上がり ・周りの支え



提案者

頭文字「M」をモチーフに、  
マンションデータのオンラインでの提供をイメージしました。  
全体的に広がり、成長を感じるデザインに仕上げました。

## ロゴにこめる想い

リキさんからいただいた想いを具体的にしたものが「繁栄し続けるための5つの想い」です。

素敵なメンバーに関する想いを2つに分けたことで、「繁栄し続けるための5つの想い」になりました。

## 繁栄し続けるための5つの想い

「繁栄し続ける」こと、そのための5つの想いが新しいコーポレートロゴには込められています。

### お客さまを笑顔に

1 「最高・最善を届けお客さまの味方になる。」

### 素敵なメンバー

2 「個性豊かなそれぞれ強みをもった主人公たち。」

3 「形やチームを変えて何度もチャレンジする。」

### サービスを良くする

4 「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、誰もが使える形にする。」

5 「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やす。」

# ! 決定案

## 5つの想いについて

5つの想いは、みなさんにご協力いただいたアンケートがもとになっています。  
また、同じタイミングで宏樹さんにも新ロゴへの想いを教えていただきました。  
それぞれ異なる想いをもっていても、「繁榮し続ける」に全て繋がると感じました。

### アンケートの質問内容

1. マリサの印象 2. ロゴの形のイメージ 3. 込めたい想い 4. 変更に対して思うこと

### 「お客さんを笑顔に」に関係すること

アンケート

- ・お客さんにとってもっと身近で親近感を得られやすく
- ・味方になってくれそうな安心感、信頼感
- ・住環境の最善、最高の選択を届ける
- ・世の中のため・誠実



「最高・最善を届けお客さまの味方になる。」

変更に対して「寂しさもある」という意見も....

➡ 既存ロゴから引き継ぐところを作る。

### 「素敵なメンバー」に関係すること

ひろきさん

- ・全員が強みを作る→周りに波及する。
- ・形やチームを変えて何度も挑戦する組織。

アンケート

- ・動物園・個性豊か・属性の似た人がいないのにまとまりがある・仲が良い・前向き
- ・アイデアや意見を言うとさらに良いものに広がる
- ・熱量がある・全員が主人公・主体性がある
- ・カラフル・仲間意識・変化のある集団・多種多様
- ・原色・パワフル・エネルギッシュ
- ・明るい・ポジティブ・良い意味で変な人
- ・爆速マシン・愚直（良い意味）

※アンケートの内容は、「個性豊か」以外「主人公」という言葉でまとめられる。



「個性豊かなそれぞれ強みをもった主人公たち。」

「形やチームを変えて何度もチャレンジする。」

### 「サービスを良くする」に関係すること

ひろきさん

- ・不動産データを軸にこれまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、それを誰もが使える形にする。
- ・マンションリサーチじゃなきゃだめを増やす。

アンケート

- ・業績向上・幅広さ・業界の先頭を走る
- ・人との繋がりを広げる・ミッションビジョンバリュー
- ・世の中のため・ハッピー・No.1・未来・良い人
- ・目指す目標・誠実・データ量が多いこと

※アンケートの内容が「マリサじゃなきゃダメ」につながっている。



「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、誰もが使える形にする。」

「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やす。」

# ! 決定案

## 想いをデザインに変換する

シンボルマークとロゴタイプの2つで想いを表現します。

### 繁栄し続ける

パツと見で分かる

良い方向へ変化し続ける様子、  
良い方向へ跳ねる



お客さまを笑顔にするとは

1 「最高・最善を届けお客さまの味方になる。」

味方になる = 安心・信頼感のあるデザイン  
= 親しさ (キャッチーさ)

※マリサと呼ばれる

素敵なメンバーとは

2 「個性豊かなそれぞれ強みをもった主人公たち。」

個性、それぞれの強み→(書体が)異なる  
同じでない



3 「形やチームを変えて何度もチャレンジする。」

形を変える→変化→曲線の要素



サービスを良くするとは

4 「これまで価値を見出せなかったものに新しい価値を見つけ、  
誰もが使える形にする。」

新しい価値を見つける→発見の驚き!



5 「マンションリサーチじゃなきゃダメ、を増やす。」

マリサじゃなきゃ、→これだ! (検索のヒット)  
→地図のピン



# ! 決定案

グラデーションを美しく見せるために、印刷用とデジタル用の2種類のデータを作成しました。

## ■新コーポレートロゴ

新しいコーポレートロゴはレスポンシブロゴです。

表示サイズに合わせてロゴの要素や組み方を変えて使用します。



# 決定案

デザイン決定の理由の1つが、マリサのアメーバのような組織図を感じさせる形だったとリキさんから教えていただき、デザインに込められた想いの中に追加されました。

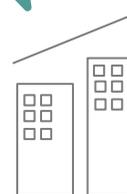
## 新コーポレートロゴ(シンボルマーク)

「繁栄し続ける」を表現したシンボルマーク。

デザインの細部には5つの想いと既存ロゴから引き継いだ歴史が詰まっています。



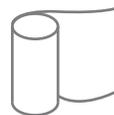
社名の頭文字 M を変形させた曲線。  
形を変えて何度も挑戦し続ける姿勢を表す。



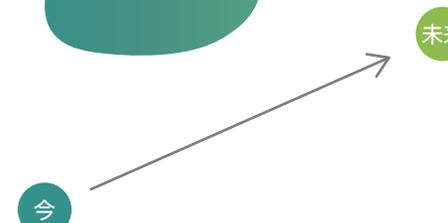
ビルが並ぶ様子で不動産業界に特化していることを表す。  
右上がり既存ロゴの想いを引き継ぐ。  
良い方向へ変化し続ける。



マリサの組織図はアメーバ型。  
アメーバのような曲線で構成された形は  
分裂して、チームを変えていく、つくっていく  
様子を表す。



巻物を広げた時のような立体感で、  
繁栄し続け、歴史を刻んでいく様を表す。



2つの意味をもつグラデーション  
・未来に向かって明るくなる  
・新しいカラーが既存カラーを押し出す

印刷用データは数値が異なります。

### メインカラー



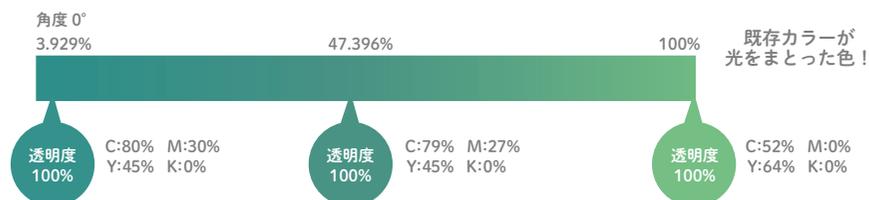
#158B8E

### マリサグリーン

CMYK C:80% M:30% Y:45% K:0%  
RGB R:21 G:139 B:142  
HSB H:244.75° S:0.29% B:53.7%

創業時から使われてきた緑を引き継ぐ意味で、同系色の中から新しいカラーを使用する。華やかな孔雀の羽のような鮮やかで明るい青緑。マリサの明るい雰囲気と繁栄を表す。

### グラデーション



## 新コーポレートロゴ (ロゴタイプ)

キャッチーで覚えやすい会社の略称をロゴタイプに。  
文字はそれぞれ曲線の使われ方が異なり、同じものは1つ也没有せん。  
これはメンバーそれぞれの個性と強みを表現しています。

# MAR!SA

直線的なゴシック体の文字に  
曲線を加えて変化する様子を表現。

一文字ずつ異なる曲線が個性を表現。



● 正円ではない。  
何度も形を変えられる粘土のかたまり。  
形を変えて何度も挑戦する姿勢を表現。

! 新たな価値を見つけること(発見!)、  
マリサじゃなきゃダメ!を表す。

マリサ!と呼んでもらえたら嬉しい。  
覚えやすい、キャッチーさ。

# MAR!SA

マンションリサーチ

# MAR!SA

Mansion Research

# マンションリサーチ

# Mansion Research

一文字ずつ異なる曲線が個性を表現。  
基本はカタカナ表記を使用。認識しやすさ・安心感をもたせるため。  
海外向けにはアルファベット表記を使用する。



CMYK C:0% M:0% Y:0% K:100%  
RGB R:0 G:0 B:0  
HSB H:0° S:0% B:0%

通常ブラックを使用するが、場合によって  
カラーを変更することも可能。  
その場合、ロゴマーク全体の雰囲気が著しく  
変わってしまうことのないよう注意する。

# ! 決定案

コーポレートロゴ変更のイメージがしやすいようにいくつか例を制作しました。

## 使用イメージ

新しいコーポレートロゴの使用イメージです。

今後、表示サイズや用途に合わせて、ロゴもレスポンシブに展開します。

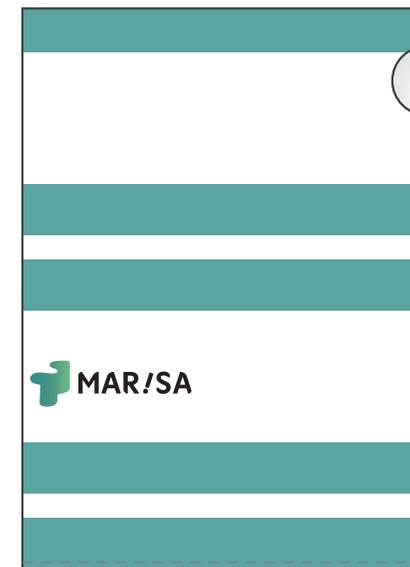
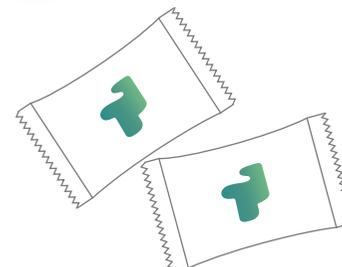
コーポレートサイト



名刺



ノベルティグッズ



## ！おわりに

新しいコーポレートロゴにはメンバーの想いがたくさん詰まっており、ロゴがその想いを発揮するには正しく使用する必要があります。コーポレートロゴデザインガイドラインを参考に使用してください。

インターン生でまだまだ未熟な私に、コーポレートロゴの制作という貴重な機会をくださり本当にありがとうございました。何度も相談にのっていただいたリキさん、意見やアドバイスをいただいた宏樹さん、利根川さん、様々な面でサポートをしてくださった門前さん、アンケート等ご協力、そしてあたたかく見守って受け入れてくださったマリサの皆様から心から感謝申し上げます。このロゴマークとマリサが多くの方に愛され、繁栄し続けることを願っています。

2025年3月 小俣由菜

