

1 級ブランド・プランナー実践レポート

※1つのブランディングプロジェクトにつき1枚提出

プランナー名： 下野 護

① お客様の基本情報を教えてください

お客様名：有限会社中川鉄工

業種：鉄工業

事業内容：圧力タンク、熱交換器、自動洗浄機等設計製作

HP：<https://nakagawatekko.co.jp/>

今回提供したサービス：

ブランドメッセージ、タグライン、ロゴ、HP、名刺、屋外サイン、社内掲示ポスター

② ブランディング導入前のことを教えてください

事業承継による社長交代をきっかけに、これまでおろそかにしていた自社のロゴやHPを刷新したい。ただキレイに作り変えるだけでなく、この先、鉄工所を女性でも活躍できる場にしたいという思いを反映させたもの、またこの先 BtoC 事業への展開を見据えた、その土台になるものにしたというご相談から、現状の課題として組織力の向上と人材確保というものがありました。

③ ブランディング導入後のことを教えてください

集客という点でホームページからのお問い合わせが大幅に増えたことと、ステークホルダーに対する印象が大きく変わった。いただいたお声に「下町ロケットみたいだね」というのがあり、具体的にそこを目指していたわけではないが、中川鉄工のらしさが正しく伝わっていると、社長には感じていただけています。

また採用面で、新たな人材確保にはまだ繋がっていないが、社員と一緒にプロジェクトを進めていたためインナーに繋がり、当時新人で入社していた人材が活躍人材として定着していると伺っています。

④ プロジェクト進行中の印象的なエピソードなどあれば教えてください

新型コロナウイルス感染症が広まりだした最初の頃にプロジェクトをスタートしたため、社長および社員の方への対面でのインタビューが出来ず、またオンラインも整備しきれていなかったのでシートメインでのやり取りを繰り返し、ブランドコンセプトを固めていきました。その後、対面できるようになり、実際に働いている姿等を拝見しコンセプトをアップデートすることになったこと。

コンセプトを「人」にし、とことん「人」にフォーカスを当ててブランディングしていくため、直接社長の想いに触れることがとても重要でした。

⑤ Before・After の成果物などがあれば教えてください

--	--



有限会社 中川鉄工

Nakagawa Tekko Co.,Ltd.



「人」が見える、ものづくり。

有限会社 中川鉄工

Nakagawa Tekko

