



一般財団法人
安藤ハザマひとづくり財団

2022年度
専門工事業
PR助成金

CASE STUDY

地元芸大生とともに作り上げた ロゴマークとユニフォーム

山形県天童市

Vol.05

株式会社三瓶工業

鉄骨とび工事での創業から業容を発展させ、近年は元請として建築工事や土木工事にも取り組む株式会社三瓶工業。創立50周年を機にロゴマークの制作とユニフォームや業務用車両へのデザイン展開を決意され、当財団の助成プログラムに応募してくださいました。デザインを変えることで、“やんちゃ”な会社のイメージを、社長のモットーである“明るく楽しい会社”に近づけていきたいとの思いをもっていらした三瓶社長。その委託先は、多くの人が想定するデザイン会社ではなく、地元の東北芸術工科大学でした。地元芸大生に託した選択は期待を上回る成果を生み出したようです。

CORPORATE PROFILE

株式会社三瓶工業

設立	1972年1月
代表者	代表取締役社長 三瓶誠
資本金	2,000万円
社員数	32名
主な事業内容	とび・土工事業
所在地	山形県天童市
ウェブサイト	https://www.sanpei-k.co.jp



代表取締役社長
三瓶 誠氏

デザインを新たにするにあたり、こだわっていたのは「若者の新しい発想を取り入れたものにしたい」「みんなに愛着をもってもらえるようなデザインにしたい」という2点でした。

依頼先を検討するなかで、三瓶社長の頭に浮かんだのは東北芸術工科大学が地元とコラボで温泉街の活性化に取り組む姿。

●デザイン案は10点も！しかもクオリティーが高い！

学生の皆さんはクレーンの勉強や他の建設会社のロゴマークの研究など入念な下調べをしたうえでプレゼンに臨んでくださいました。提案は一つか二つだと思っていたら、10人の学生全員が1案ずつで計10案。しかもどれも素晴らしい出来でした。

さらに、プレゼン後の意見交換や会社見学により当社への理解を深めた学生たちが後日修正デザインを出してくれました。当方の考えをまっさらな気持ちでデザインに表現してくれた



▲新ユニフォーム



▲記念撮影会(背中は望月カメラマン)

数年前にテレビで見て、こういう方法もあるのだと印象に残っていました。思い切って同大学の地域連携推進課へ連絡を取ったところ、同大学の学長でもあるグラフィックデザイン科の中山ダイスケ教授が担当され、4年生の授業の一環として進められることになりました。

ことに感謝するとともに、学生と一緒に作り上げているんだという実感が湧き、嬉しかったです。

●デザインの決定は全社員による投票で

社員に愛着をもってもらえるよう、デザインは全社員による社内投票で決定することにしました。まず10案を3案に絞り、残った3案で再度投票を行う二段階方式を採用し、多くの支持によってデザインが選ばれるように工夫しました。また、一緒に提案していただいたポロシャツとインナーに合わせてジャケットとパンツは当社で各メーカーから数種類のサンプルを取り寄せ、これも社内投票で決定しました。

ヘルメットも新調し、車両のラッピングも完了したところで、大学のご厚意によりカメラマンを派遣していただき記念撮影会を開催することができました。社員と共に中山学長と学生も参加していただき、一緒にデザインの完成を喜びました。

ロゴマークのコンセプト

選ばれたデザインは三瓶工業の“三”とクレーンの迫力あるイメージを掛け合わせた3本の縦棒がデザインのキーとなっています。制作した学生は会社訪問時に感じた温かい雰囲気や現場の方々の力強い印象を大切にしながら存在感のあるロゴマークを目指し、配色は現場でも目立つことを意識したそうです。

代表取締役社長 三瓶 誠氏

大学生にデザインを頼んで良かった

今回の取り組みは私の期待を上回る成果をもたらしました。弊社では「For someone's smile 誰かの笑顔のために」というキャッチフレーズを掲げて関わる全ての人々が笑顔になれることを目指していますが、活動を通じて社員の笑顔が増えたことがとても嬉しいです。

また、コロナ禍にもかかわらず社内が一体となってひとつのことに取り組むことができ、少し風通しもよくなったような気がします。

最後の記念撮影会では中山学長に位置決めやポーズ付けをしていただき、社員は気恥ずかしい反面、少し高揚した様子でした。創立50周年記念としてこの活動に取り組んで本当に良かったと思います。

総務 佐竹 真由美氏

社内投票で皆の関心がグッと高まった

新たにロゴマークをつくることになって、最初はあまり皆からの反応を感じられませんでした。雰囲気が変わったのは社内投票を行うと発表してからです。事務所の休憩室で話題に上るようになり、一次投票後には「俺の推しが無くなった。」と自分が投票した作品の落選を残念がる声も聞かれるほどでした。

上着やパンツの試着にも全員が参加し、「上の足場から砂が落ちてくるので胸ポケットにはフラップ(ふた)が必要。」とか、作業性の観点からデザインや素材に対する要望が出され、最終的に皆の満足のいくものができたと思います。

新ユニフォームのおかげで大きな現場であってもうちの社員が一目瞭然になり、それだけで嬉しい。仲間意識を強く感じるようになりました。

事務局コメント

50周年という節目に、会社のロゴやユニフォームを刷新した三瓶工業。社長や佐竹さんのお話からデザインにたくさんの想いや希望が託されていることを理解しました。そしてそれらをデザインとしてカタチにしていくことは会社のイメージアップにつながるだけでなく、社員の皆さんと地元の大学の皆さんとの一体感を生み出し、それが会社の大きな財産になったのだと感じました。

今後は出来上がったイメージを大切にしながら、同様に社員の育成や定着に向けて改善・改革を進めていけるそうです。更なる飛躍を応援したいと思います。