

建設業「新3K」発信



Kekkou/Kanari/Kakkoii

新3Kのロゴ。結構、かなり、カッコイイの頭文字を組み合わせた

結構、かなり、カッコイイ

結構、かなり、カッコイイ。コンクリート庄送業のヤマコン(山形市、佐藤隆彦社長)は建設業界のイメージを変えようと、この三つの言葉の頭文字による「新3K」運動を始めた。昨年の第1回「YAMAGATAひらめきコンペティション」でグランプリとなった東北芸術工科大3年岸香葉子さんの提案を採用。次世代に向けた業界像を作り上げたいとしている。

コンペティションは地方創生の推進を目的とした山形新聞社と東北芸工大の連携協定事業として開催している。ヤマコンは社員の意見を踏まえて「3Kイメージの払拭」の課題で参加。女性の視点から意見を出した総務部の石川菜

山形市 芸工大生提案でヤマコン

緒子さん(33)や山田勇氣さん(26)らは「東日本大震災での建設業者の活躍は印象的だった」「会社の長所を生かせるイメージがほしかった」などと語る。

解決策の募集に対し、岸さんが応えた。昨年11月のプレゼンテーションでは「汚さではなく男らしさ、危険性に必要なのは知識や技術力、きつさに必要なのはチーム力」との発想の転換を示し、「おじさんたちをどう格好良く見せるか」と3Kの新フレーズなどを提案した。

建設業の魅力向上の着想を受け、ヤマコンは今夏にプランディング推進員会を社内に設置した。「格好良さ」とは何かを議論しながら、広告やホームページ、ユニホームなどで新3Kを伝える方法を模索。第1弾として「NEO(新)」と「KKK」を組み合わせたロゴを完成させ、広告での使用を開始した。

「かつて当社も業界も『モータール軍団』として突き進んだと思う。しかし時代は変わり、その発信方法も変えなければならぬ」と佐藤社長。人材の重要性を口にしながら「現場で働く人の技術力がなければ評価は上がらない。今回のイメージアップで優秀な担い手の確保につなげたい」と語っている。

ロゴ作成、担い手確保へ



建設業界のイメージを変える方法を考えるヤマコンの社員

山形市十文字