

界の交流が一層はった。

EM

2009年5月

作成し、ウェブ

(会員登録要)

ームページに公

.....

はベトナム新会
(後列右から2
ソット社長、3
ータイ社員の安
は新会社の外観

浪速鉄工 カタログ一新

浮世絵使用の斬新デザイン

浪速鉄工(大阪市港区弁天。堀川忠彦社長)ではこのほど、製品カタログのデザインを一新した。浮世絵を使用した斬新なデザインで、ブランド力向上とユーザーの関心寄せに役立てる。同社は今年3月にも企業のロゴマークを変更しており、イメージ戦略による知名度アップを図っている。

な仕上がりとなっている。カタログ本編は製品説明やサイズ表のほか、技術資料などを図解付きで掲載するなど内容の充実化が図られている。

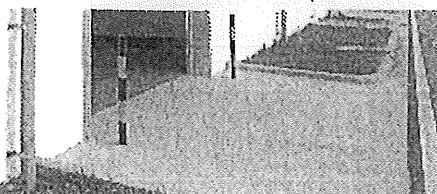
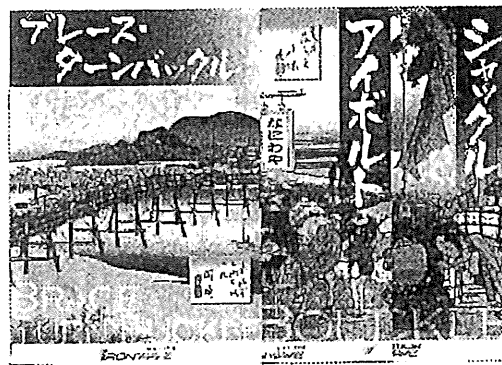
堀川社長は2006年の就任以来、企業及び製品ブランド力の向上を目指し、様々な改革を行っている。「鉄工会社は油まみれというイメージ

シ」からの脱却を目指し、社内規定及び社員評価制度の見直しや、事務所内及び工場内の3Sの徹底、作業服の一新や本社社屋の改装などを実施。職場への誇りを持たせることで、社員マインドの向上を図った。

また、今年3月には企業ロゴマークも変更。新ロゴは「iRON WAVE」というフレーズに「i」は鍛冶屋のイメージから赤色を、「WAVE」には波を起こしたい

という思いから水色の配色を採用した。

左の写真は浪速鉄工の3部構成新カタログ各部の表紙



新カタログはアイボルト、シャックル、ブレース・ターンバックルの3部構成で、各表紙に、歌川広重の浮世絵木版画「東海道五十三次」を採用。アイボルトは戸塚・元町別道、シャックルは袋井・出茶屋ノ図、ブレース・ターンバックルは岡崎・矢矧之橋の絵が使われ、これら江戸の情景に各製品の使用状況が描かれている。なかには堀川社長のキャラクターも入れ込まれ「遊び心」を加えたユニーク