

町工場の生き残りをかけた戦い、その切り札は〈デザイン〉だった
社長 × デザイナーがタッグを組んだ新工場、12月1日、ついに本稼働
～ミズキ × それからデザインのブランディングプロジェクト 1095 日間の軌跡～



12月1日 綾瀬新工場、スタート

「日本発、世界に通用する部品メーカー」株式会社ミズキ（神奈川県綾瀬市小園、代表取締役 水木 太一）と、「ブランディングデザインで企業の課題を解決する」株式会社それからデザイン（東京都渋谷区、代表取締役 佐野 彰彦）が取り組んでいたブランディングプロジェクトが、12月1日のミズキ新工場の移転をもって結実します。

〈日本のものづくり〉の凋落が叫ばれる中、ミズキも多くの中小企業が抱える〈資金調達〉〈新規開拓〉〈人材確保〉に苦しみ、今後の事業展開に危機感を抱いていました。その打開に向け両社がタッグを組み〈ブランディングプロジェクト〉を発足、3年の月日をかけ、課題解決に取り組んでまいりました。

ここに至るまで、それからデザインは現場に何度となく足を運び、ディープインタビューを行い、他社との差別化ポイントを発掘。ミズキも本プロジェクトを通じ、自社の持つ潜在力を再確認し、会社のコンセプトを「日本発、世界に通用する部品メーカー」と規定しました。

それからデザインは、ミズキのビジョンや強みを、さらに強くポジティブに発信できるよう、会社のシンボルマークやカンパニーメッセージなどのCI・VIを手がけ、ウェブサイト、名刺や封筒、納品用の段ボールに至るまで、お客様とのタッチポイントをトータルにデザイン。その結果、公的補助金の連続採択、大手企業からの直接受注、コストゼロの人材採用など、ミズキにとって大きな躍進となる成果につながりました。今回の移転に際し、水木社長は「国内拠点を新社屋に統合、一気通貫の生産体制を構築したことで従来の2倍の生産性を達成したい」と意気込みを語っています。

ミズキとそれからデザインは、今回のプロジェクトを通じ、〈ブランディングデザイン〉を経営に取り入れることは、「日本のものづくり」が元氣を取り戻す手段になり得ると実感しました。今後も事業の成長を加速化させるべく、本プロジェクトを推進してまいります。「日本のものづくり」の底上げを目指す我々の取り組みに、どうぞご注目ください。

ミズキ × それからデザインの ブランディングプロジェクト History

「100年企業」をめざすミズキが抱える、将来に対する危機感から始まったブランディングプロジェクト。

12月1日の新工場稼働は、3年間1095日に及ぶ、両社二人三脚の取り組みの集大成となります。

<それからデザインの取り組み>

社長、役員、主要メンバーへのディープインタビュー・工場取材

それからデザインが発見したミズキの差別化ポイント

- ・不良品ゼロの技術力
- ・画像検査機の開発力
- ・物流の対応力（品質対応を多言語対応）
- ・社長の情熱・社員の真摯さ
- ・MADE IN JAPAN の誇り

<ミズキの取り組み>

自社が目指す方向性の再定義

ミズキの再定義のポイント

それからデザインの提案を受け、自らを「日本発、世界に通用する部品メーカー」と再定義。世界進出への取り組みを加速し、小ロット多品種に対応すべく、国内工場の拠点を1つにまとめ、一致団結して100年企業を目指すことを決定。

<それからデザインによるブランディングデザイン>

ロゴ



揺るぎない信頼と柔軟な対応力、そして世界へ発展する企業のシンボルとしてリデザイン

Web サイト



デザイン以外にも、企業や製品の信頼感を訴求するコンテンツの提案・制作も手掛けた

名刺・封筒



企業の成長を示す右肩上がりの斜線を印象的に使った名刺など、トータルでデザイン

段ボール



新工場からよく見える富士山や世界に向かって成長する様を表したデザイン

サイン計画



新工場エントランス

ミズキの高い品質力を想起させる新工場の配色。デザイン提案は材質の選定・サインにも及んだ



工場内のサイン

ブランディングデザインの成果

- 新規開拓**：有望新規顧客との直接受注獲得
アメリカの大手スマートフォンメーカーや国内大手カメラメーカーをはじめ、精密機器メーカーや医療系器具メーカー等との直接取引を開始
- 採用**：採用コストゼロで、応募数は20～30倍に拡大
サイト経由で、求職者より直接問い合わせが入るようになる
- 資金調達**：公的助成金を連続採択
 - ・中小企業庁「ものづくり補助金」
2012年より4年連続採択（合計4,000万円）
 - ・綾瀬市「中小企業事業拡大設備導入補助金」
2015年より2年連続採用（合計600万円）

- 公的表彰の受賞**（共に2017年）
 - ・「はばたく中小企業・小規模事業者300社」受賞（経済産業省）
 - ・「かながわ産業 Navi 大賞 奨励賞」受賞（神奈川県経営者福祉振興財団）
- 大手取引先企業からの表彰**（2016年、2017年）
 - ・「品質優秀賞」受賞（スタンレー電気株式会社）
- 企業認知・露出拡大**（2014年11月以前と、それ以降）
 - ・メディア露出：1回 → 18回
 - ・講演会登壇：0回 → 7回

会社紹介

株式会社ミズキ

1939年創業、不良品ゼロのクオリティーで海外進出する精密部品メーカー。徹底した検査システムと、創業以来受け継いできた技術力で、積極的な海外進出を行っている。海外工場も含めた競争により、価格競争に巻き込まれがちな分野でも、大手海外メーカーからも視察が来るなど注目を集め、日本のモノづくり存続のモデルケースとしても期待が集まっている。

2017年には新社屋が完成、今後より一層の事業拡大を計画している。

<会社概要>

社名：株式会社ミズキ (MIZUKI CO., LTD.)

代表者：代表取締役 水木 太一

所在地：〒252-1121 神奈川県綾瀬市小園 717-14

設立：1984年11月

取扱い製品：ネジ類全般、精密金属加工部品、シャフト、特殊精密ファスナー全般

URL：<https://mizuki-corp.co.jp/>



水木 太一

株式会社ミズキ代表取締役

神奈川県相模原市生まれ。メーカー勤務を経て1998年ミズキ入社。2008年代表取締役就任。「世界に通用する部品メーカー」をコンセプトに掲げ、積極的なグローバル展開とともに、ミズキブランドの構築を進めている。

2017年には新社屋が完成し、今後より一層の事業拡大を計画している。2016年、2017年と2年連続でスタンレー電気株式会社『品質優秀賞』を受賞。2017年中小企業庁が発行する「はばたく中小企業・小規模事業者300社」に選出。

株式会社それからデザイン

ブランディングデザインを専門に活動するクリエイティブカンパニー。企業ブランディングの他、商品・サービスのブランディングを多数手がけている。ブランド戦略立案から、コンセプト、ロゴ、キャッチコピー、ウェブ、グラフィック等のデザインまでを一貫して行う。

また、インターネット・ウェブを積極的に活用するブランド構築方法「ウェブブランディング」を考案。企業規模に依らず、強いブランドを発信することができる方法として、注目を集めている。

これからのブランディングやデザインの在り方を研究・発信する場として、クリエイティブラウンジ〈TURN harajuku〉をオープン（2016年/渋谷区神宮前）。イベントやセミナーの開催のほか、コワーキングスペース・レンタルスペースとしても運営しており、クリエイターや経営者が集まる場となっている。

<会社概要>

社名：株式会社 それからデザイン (sole color design co., Ltd.)

代表者：代表取締役 佐野 彰彦

所在地：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-33-14-1F-201

設立：2007年7月

URL：<https://www.sole-color.co.jp/>



佐野 彰彦

株式会社それからデザイン代表
ブランドデザイナー
ウェブデザイナー

神奈川県横浜市生まれ。明治大学理工学部数学科卒。ブランド戦略から、デザインワークまでを一貫してプロデュースするコンサルティング型のデザイナーとして活動している。

主な仕事にベネッセコーポレーション「ベネッセ海外留学センター」、ココロ「WORKSIGHT」、アーキテクトビルダー「Yutaka」、クリエイティブラウンジ「TURN harajuku」、ペイント壁紙「Wonder Paper」、ワインパーティー「TOKYO WINE PARTY」など。2015年、2016年、グッドデザイン賞受賞。著書に「経営者のためのウェブブランディングの教科書」(2015年/幻冬舎)など。大学、企業などで講演・セミナー多数。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社それからデザイン 〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 6-33-14 #1F-201 (担当：杉山)

TEL：03-6712-6461 FAX：03-6712-6462 Email：press@sole-color.co.jp