

第2回

…と、語知させていくブランディングについて、事例をもとに学んでいく。

国連が定める、世界をよくす
 るための宿題——SDGs※。
 周囲を見渡すと、その象徴であ
 るカラフルな円形バッジを襟に
 付けている経営者は増えていま
 す。SDGsについて、未だこ
 れといった活動をしていない会
 社は、少しずつ肩身が狭くなり
 つつあるのが現状です。そこで
 シェアしたいのが、SDGsの
 活動と会社のブランディングを
 同時に行った事例。この場合
 の「ブランディング」とは、「地
 域・業界で知名度をあげる」と
 いう意味。今メディアから注目
 を集める福島建設会社のお話
 です。

オリジナルの社会貢献活動で
メディアに取り上げられる

オリジナルの社会貢献活動
メディアに取り上げられる

...のか？ 大きな理由は、八光建設がメディアに取り上げられるようになったからです。名の知れる確率は下がります。メディアに出ていれば、元気な会社と思われ、いいイメージを持つことも多いのです。何よりの前TV観たよー

५४

グループとしてホテルも営業中。売上高58億円、



社

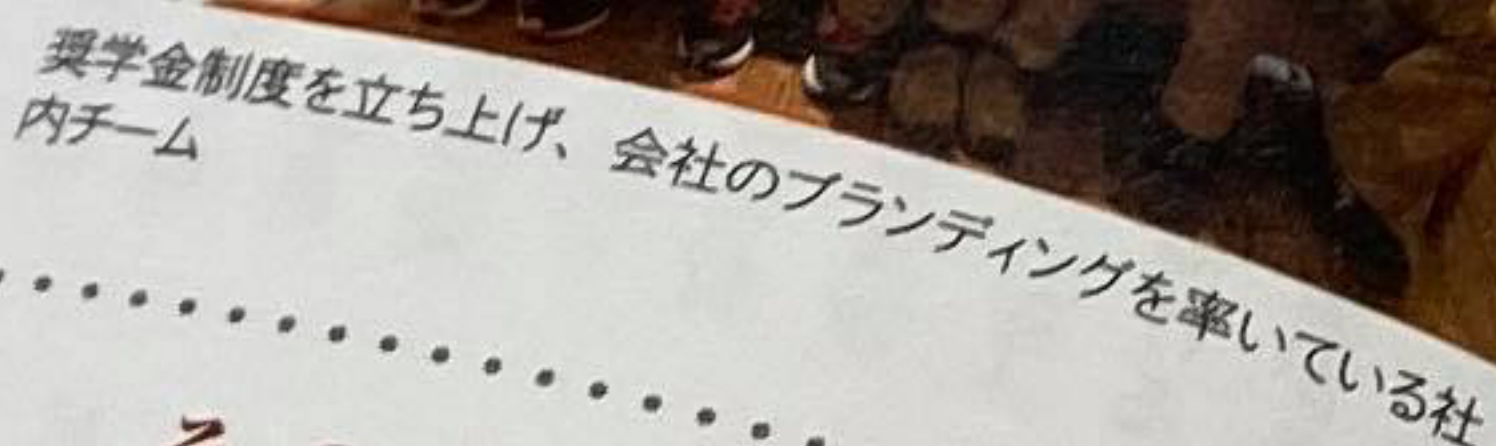
てくることが多かった八光建設。「ブランディングに取組もう」と切り出したのは、次期社長となる息子の宗像絃太郎です。ブランディングの本質代らしい判断でした。若い世代の現場では「話が弾み、営業を働きます」と、社員の方が口

は自然と盛り上がり、会話は
ンディングとは、知名度を上げ
ること。そのためには、メデイ
アが取り上げたいくなる、明ら
いハ光建設では、ブランディ
ングチームが、オリジナルの社
員活動の立ち上げを企画。た
り着いたアイディアが、企業
で、福島の高校、企業

ment Goals (持続可能な
ための国際的)

國際目標。1

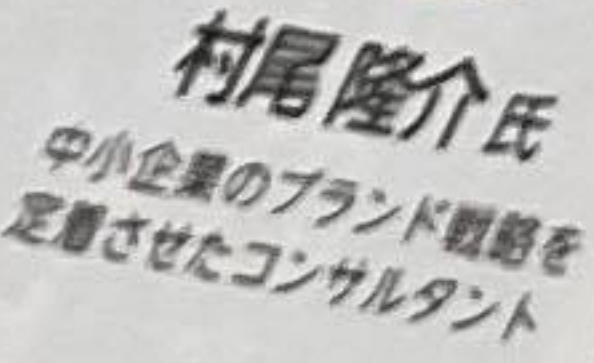
最近、見かけることが多くなったSDGsのバッジ



授与式の様子。八光建設の社長と高校生


 フューチャー
フクシマ
奨学金
By HAKKOH

標準式の電子は、毎分多くのバネ
Aで動じられる



Profile

「今日からできる！小さな会社のSDGs」
(青春出版社)

今日からできる！小さな会社SDGs！
(出版社)

小企

14

い
す
す

に

