

見せ方しだいで  
会社は変わる

合併を控えた新会社がネーミングを依頼した理由

# 想いを込めた社名の誕生で 決してブレない事業の軸を手に入れた

新社名は「風のかぜの」株式会社。2013年10月4日、創業70年超の老舗スポーツ店とネット上でスポーツ用品を販売するベンチャー企業が合併し、ひとつの新会社が誕生した。その独創的な社名は、社内外で大きな注目を集めている。ともに北海道を拠点とする両社の新しい企業ブランドを作成したのが、エスプライドだ。この名前には、新会社に向けての「想いと願い」が深く織りこまれていたのだという。どのようにして社名がつけられていったのか。新会社の代表を務める小島氏に聞いた。

社名がもつパワーに気づいた

——合併の経緯を教えてください。

札幌で「ファクトリーダイレクト」というスポーツ用品の企画・販売会社を営んでいたのですが、同じ道内にある創業70年を超える老舗スポーツ店の事業再生プログラムに協力することに。店舗販売だけでなくWebや催事で販路を全国に拡げるため、ネット販売のノウハウがある当社と合併して新会社を立ち上げることになったのです。

——なぜ新会社のネーミングをエスプライドに依頼したのですか。

2012年9月の異業種交流会で、エスプライド会長の西川さん、あしたのチーム（人事評価制度の構築事業を手がけるエスプライドの出資パートナー企業）社長の高橋さんに会ったんです。当初はエスプライドさんにお菓子のノベルティの作成を、あしたのチームさんには新会社の人事評価制度についての相談をしようとしたんです。ただ、それ以前に「あしたのチーム」というイン

パクトのある社名が気になって（笑）。そこで、社名がもつ力に気づいたんです。

聞けば、ネーミングやホームページ制作はエスプライドさんが行っているとのこと。それで、新会社のネーミングからすべてのブランディングをお願いしたいと考えたんです。

——どのようにして新しい社名は考えられていったのですか。

最初は、徹底的なインタビューから。まずは社内全員が一枚岩になることです。2社が合併して「会社の将来はどうなるんだろう」と不安に思っている社員はいるでしょうから。この社名には、経営陣の会社に対する想いやビジョンがこめられています。名刺を渡せば、社名の由来を聞かれる機会が多いでしょう。そこで、社員一人ひとりが説明していくうちに、徐々に自分たちのハラに落ちていく。やがて、全員の想いがひとつになるはずなんです。

今回の縁がなければ、単純に2社の名前をあわせただけのような社名にしてもかまいません。安易に社名を決めないでよかったですと本当に実感しています。

——新会社の発展に向けて、今後のビジョンを教えてください。

2020年の東京オリンピックを見すえ、5年以内の上場するのが直近の目標。そのため、ネット販売を強化することにくわえ、各地域の学校にスポーツ用品を卸す事業などを手がけていきたいと考えています。

これから自分たちがなにをしていくべきか。社名に想いとビジョンを込めることで、ブレない軸ができました。名刺やホームページの作成など、今後もエスプライドさんに協力してもらいながら、全社一丸となって進んでいきたいですね。

※インパクトのある社名…あしたのチームの「あしたは、経営者が社員と向き合うために歩を踏み出す勇気や、社員が日々改善を行っていくための小さな意識改革を「チーム」は、仲間が想いをひとつにして、輝かしいゴールに向かって進んでいく組織をつくる」という意味をこめて作成された。

## 成り立ちや歴史を紐解き、会社の向かう方向に理由をつける

### 風の株式会社（かぜのかぶしがいがいしゃ）

人を育む会社。

私たちは、北海道という大自然から生まれた、スポーツの力で人間力を育む会社です。

スポーツは、体力や技術のみならず心も鍛え、人間力を育みます。

大自然の中で自ら体を動かすことで感じられるさわやかな風を生産にわたって感じて欲しい。

私たちの目指す経営は、風のようにあたりまえにそこにあり、風のようにスピード感を持ち、風のように柔軟に形を変え、自ら風を起こす積極的な経営です

# KAZENO

このロゴは、「風の」を「KAZENO」とすることで世界を視野に入れるとともに、人の暮らしに馴染みながら、スピード感を持ち、柔軟に形を変えるイメージを表現しました。機械で人工的に描かれたラインではない、人の手で風のようにスピーディーに描かれたKAZENOという文字は、1度描いたら2度と同じものを描くことができません。私たちは、この「風」をイメージした私たちの会社を他では絶対に真似のできない唯一のサービスを提供する会社になりたいと考えています。



ブランド構築のストーリーブック



名刺

## 安易なネーミングでは絶対に生まれない 新社名がもたらす5つのメリット

- その1 「こんなおもしろい会社がある」とクチコミで社名が広まる
- その2 会社のビジョンや想いを社内で共有できメンバーのモチベーションが上がる
- その3 会社の強みが明確になり他社との差別化が図れる
- その4 自社がやるべき事業とやるべきでない事業の判断がしやすくなる
- その5 両社の経営陣が新しい目標に向け進むベクトルが一致する