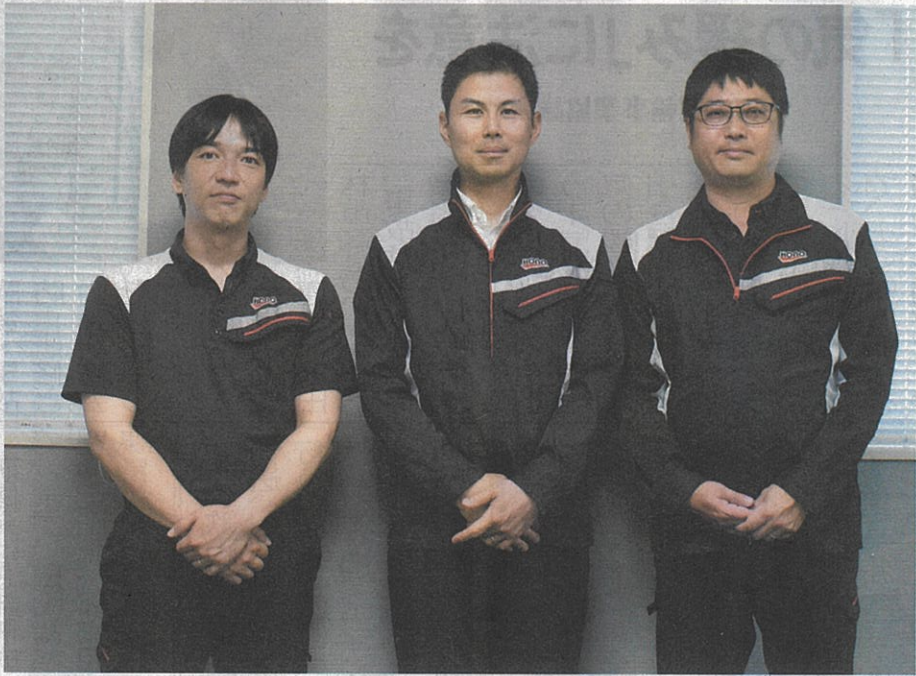


従業員の声を形にした制服に「愛着を持ってもらえたら」と話す河野社長（中央）



河野 夏場の着心地を重視 社員の「着たい」形に

【広島】中国地方を中心に食品物流のネットワークを持つ河野(河野幹章社長、広島市安佐北区)がユニフォームを大幅にリニューアルして2年が経つ。従業員の意見を形にし、創業63年となる同社の堅実なイメージを強固にするのに一役買っている。

刷新は2022年の創業60年に合わせたプロジェクトとして前年に始動。リーダーの大平寛通・第1事業本部長は「当社らしく、作業性が良く、統一感がある

ものを目指した」と帽子を製作。ロゴマークをデザインには着心地と機能性を重視していたが、「それを一方的に押し付けず、同チームや従業員主体でやってほしいと伝えた」という。

リニューアルにあたり、各拠点で現行(当時)の制服で改良が必要な点を聞き、「動きやすさと通気性に問題がある」とわかった(大平本部長)。これに吸汗速乾性や夏用パンツの導入の要素を加え、メーカー3社に試作品の製作を依頼。検討を重ねた結果、ミドリ安全の製品を採用した。

ブルゾン、ジャンパー、パンツ、ポロシャツ(半袖、長袖)、胸ポケットにはさりげなく赤を効かせ、両肩と脇にはグレーを配色した。反射材を付けた胸ポケットは、中身の落下を防ぐフラップを。ポロシャツはボタンダウンで動きやすさと「きちんと感」が両立。カーゴタイプのパンツの大きな特徴は、スナップボタンで裾丈を3段階に調節できる点で、大平本部長は「裁縫をしない人も簡単に調節できる」。

刷新から1年後に従業員にアンケートを取ると、こだわった着心地は全アイテ

ムで「良い」との評価が多数。一方、細部の改良を求める声もあり、これにすぐに着手した。

胸ポケットのフラップをボタンからマジックテープにしたほか、ポケットや袖口のサイズを変更

飾らなさにこだわる インスタで魅力発信

【広島】河野は6月

からインスタグラムで社内外に情報発信を始めた。企画か

ら撮影、編集を一手に手掛ける広報担当の藤田絵里奈氏は、「飾らないことがこ

ろ撮影、編集を一手に手掛ける広報担当の藤田絵里奈氏は、「飾らないことがこ



河野社長の人となりがわかる投稿

河野社長は、「夏投稿できるリールを「朝目覚めたときに思うこと」など、社

中心に、各拠点の特微や日々の業務を発信。健康経営の一環で簡単にできるスト

藤田氏は「SNSごとに特徴やユーザーが違うのでターゲッ別に使い分けたい。求人場面でも興味を持ってもらい、採用の橋渡し的な存在になることが目標」という。広報担当としてはま