

内藤ハウス、商品名称とロゴ刷新

システム建築やプレハブ、自走式立体駐車場などの設計・施工を手掛ける内藤ハウス（山梨県韮崎市、内藤篤社長）は、商品名称とロゴを刷新した。併せて新たな倉庫ブランドを立ち上げた。親しみやすさと統一感のある名称を採用することで、認知度アップと販売拡大につなげ

倉庫ブランドも新設

る狙い。同社は引き続き商品のブランド化を進め、強みである対応力を生かした営業戦略を展開する考えた。

第1弾ではシステム建築・プレハブの商品を3シリーズにカテゴライズした。目的ごとに特化した「MATCHシリーズ」、天井が高く柱の少ない大空間を実現する「GIGAシリーズ」、



「SoZoCo」のロゴ^①とGIGA-Rangeの施工例（内藤ハウス提供）

短工期で低価格を追求した「KITシリーズ」の三つ。商品の特徴を捉えた名称で、機能や価格など顧客の求めるものが分かりやすく伝わるよう工夫している。

新設した倉庫のブランド名は「SoZoCo」。専用ブランドで顧客訴求度を高め、差別化した固有ブランドの確立を目指す。新ブランドでは倉庫ものを置くだけの場所ではなく、



「創造・想像」を集積し世に送り出す準備をする場所と捉えている。

今回の刷新は9月の新しい期（57期）スタートに合わせて実施した。刷新に当たり総合カタログと実績集もリニューアルした。

