



LOOPPLACE

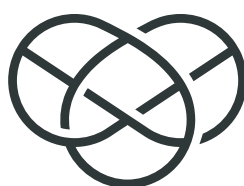
2020 年 4 月 6 日
株式会社 LOOPPLACE（ループレイス）

内装工事会社から、古い建物を活かす**不動産再生カンパニー**へ。
事業・社名・デザインを変え、会社が生まれ変わる。
「リ・ブランディング」を切り札に株式上場を目指す、株式会社LOOPPLACE。



「既存の場を、おもしろくする」を新ビジョンに掲げる株式会社 LOOPPLACE（東京都千代田区、代表取締役 飯田 泰敬）は、2020 年 1 月、株式会社成和から社名変更を行い、株式会社 LOOPPLACE（ループレイス）として再出発しました。

その背景には、約 12 ヶ月間に渡り、デザイン会社とタッグを組みながら、事業の再整理、社名変更を伴う改革、デザインを積極的に活用した「リ・ブランディング」の取り組みがありました。当社は、代表の飯田が内装職人として1996年に創業、大手ゼネコンの下請け工事業を経て、現在は築古物件の不動産再生事業をメインとするクリエイティブカンパニーへと成長させ、株式上場を目指しています。その背景にある、当社のデザイン活用と経営改革について、どうぞご注目ください。

LOOPPLACE
stock and renovationLOOPPLACE
stock and renovation

旧：株式会社成和のシンボルマーク

新：株式会社 LOOPPLACE のシンボルマーク
シンボルマークは祝儀袋の「水引き」をイメージ。社名の LOOP= 好循環を示す。

理想とする事業の在り方と、現状とのギャップ。 事業計画と社内へのコミュニケーションに矛盾が生じていた。

当社の事業は、大きく2つに分けられます。ひとつは大手企業やゼネコンから受託する設計と施工。もうひとつは自社で築古物件を購入し、用途の企画開発から設計施工、および入居者募集までを一貫してプロデュースする不動産再生事業。経営層では、今後、後者を主軸とすることを理想と掲げながら、社内にもその意思を統一するまでに至らず、各部門の事業計画にも反映しきれない状況でした。結果、採用活動も有利に進まず、社内の離職率もやや高い状況になっていました。

事業が多角化し
軸がぶれている条件が厳しい
下請け工事人材確保
が難しい社員の離職率
が高いやりたい事業に
リソースが回らない社内への理念浸透
が不十分

解決手法

社内主要メンバー7名と外部デザイナーを集め、 リ・ブランディング開始。事業の再整理、理念を見直し、社名変更等を決断。

「今後の成長のためには、多角化している事業を再編集し軸をもたせること。さらに、社内外に特徴をわかりやすく伝えるため、ブランディングが必要だ」と代表の飯田は改革に着手。社内各部門からリーダー層・総勢7名を結集、さらに、企業ブランディングに豊富な実績を持つデザイン会社を探し、その中から株式会社それからデザインの佐野彰彦氏に依頼しました。

既存事業の再整理

中長期の経営戦略
を立案ミッション・
ビジョンの策定

社名変更を決断

シンボルマーク
の考案ウェブと動画でブラ
ンドを可視化

佐野氏は、「まずは社内実態を把握することが欠かせない」と発言し、全社員へのアンケートを実施。さらに、現状の強みではなく、「半歩先の理想像」を徹底的に議論することで、社内の意識をまとめていきました。すでに数棟の成功事例を有していた、築古ビル再生の実績を紐解きながら、「この事業を通じて世の中に提供したい価値」をワークショップ形式で深め、新ミッション「はたらく場を、好きな場へ」、新ビジョン「既存の場を、おもしろくする。」とまとめました。

今後、株式上場を目指すには、「ミッション・ビジョンにふさわしい社名に変更すべき」という考えに至り、全社員からの公募も含め、80 案以上の候補から、「場づくりを通じて、よい循環を生み出す」という意の造語「LOOPPLACE (LOOP+PLACE)」に決定。社名変更、シンボルマーク、CI ツールの制作まで、約 12 ヶ月間に渡るリ・ブランディングの取り組みとなりました。

【リ・ブランディングのプロセス】

STEP1 社内実態調査（全社員アンケート実施）

STEP2 半歩先の理想像について議論

STEP3 既存事業の再整理と中長期計画

STEP4 理念の再策定（ミッション／ビジョン）

STEP5 新社名・新シンボルの考案

STEP6 CIツール制作（WEB・パンフレット・動画等）

約
12
ヶ月

左：全社員に向けた「中間報告会」。途中段階においても社員間の温度差をなくす配慮がなされた。右：グランプラス浅草橋。問屋街の築 24 年のビルを再生し、デザインオフィスに転用した事例。



LOOPPLACE は、築古コンパクトビルを転用したセットアップオフィス「グランプラス」シリーズをプロデュース。成長著しいスタートアップ企業から選ばれ、入居募集すると即時満室に。築古不動産の利活用にもなる。

ウェブサイト公開初日から、不動産オーナーからの問い合わせが届く。 採用活動においても若手からのエントリーが急増。

ウェブサイトは、築古物件再生のスキームを「さがす・みてる・つくる」と3つのプロセスにまとめ、竣工後の結果だけではなく、プロセスを紹介することで、LOOPPLACE ブランドを細部まで表現することにこだわりました。さらに、「社内外の様々な関係者に、LOOPPLACE のコンセプトと事業構造を伝えるには、理屈だけでなく、ワクワクできることが必要」と考え、コンセプト映像を制作。企画構成とコピーライティングをそれからデザインの佐野彰彦氏、モーショングラフィックスをドローイングアンドマニュアルの水井翔氏が担当しています。

公開初日に、不動産オーナーから問い合わせが届き、採用募集においても、若手のエントリーが急増するなど、具体的な経営効果が早速現れています。



メッセージとモーショングラフィックスで構成されるコンセプト映像。
社名から事業の社会的価値までを、ワクワクする映像作品で伝える。

<https://looplace.co.jp/concept/>

最新事例 内覧情報

築古ビル再生物件・個別内覧のお知らせ

株式会社 LOOPPLACE および、株式会社リアルゲイト（東京都渋谷区、岩本裕社長）のコラボレーションにて実現した「OMB YOYOGIUEHARA（代々木上原）」の個別内覧会をご案内いたします。本物件は「オーダーメイドビルディング」として、テナント様が自由に外観や内装をカスタマイズでき、ビルの命名権も有する形での、一棟貸し企画となります。

●日時：4月7日（火）～9日（木）または 4月14日（火）～16日（木）

●時間：13:00～16:30（30分単位／17:00閉場）

1棟フルリノベーションビルの全室をご覧ください。

※内覧ご希望の方は、本リリースの最下部の連絡先までお問い合わせください。



株式会社LOOPPLACE（ループレイス）

古い建物や空間を活かす、不動産再生カンパニーです。築古ビル再生のセットアップオフィス「gran+シリーズ」をはじめ、役目を終えた場を壊さず、次の使い方を見出し、再び人が集まる場や空間を創造しています。

代表者 飯田 泰敬

所在地 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1-50 浦野ビル 6 階

連絡先 tel. 03-6206-8422 / fax. 03-6206-8436

事業内容 築古ビルをはじめとした場の再生事業

リノベーション物件の売買、賃貸仲介等

店舗・オフィス・住宅デザイン・設計・施工各種専門工事



飯田 泰敬

（いいた・やすたか）

株式会社 LOOPPLACE
代表取締役

一級建築施工管理技士。北海道函館出身。21歳で専門工事業者として独立、1998年に当社の前身である有限会社成和工業を設立、後に株式会社成和へ商号変更。大手ゼネコンや店舗内装などの下請け工事業を経験し、2008年にデザイン設計業務へと幅を広げ、2016年に不動産再生事業へ参入。gran+（グランプラス）シリーズの販売を開始し、2020年1月株式会社 LOOPPLACE へと商号変更、代表取締役として現在に至る。自宅にも作るほどのサウナ好き。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社 LOOPPLACE 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1-50 浦野ビル 6 階

担当：山條（やまじょう） tel. 03-6206-8422 / fax. 03-6206-8436 Email : info@looplace.co.jp