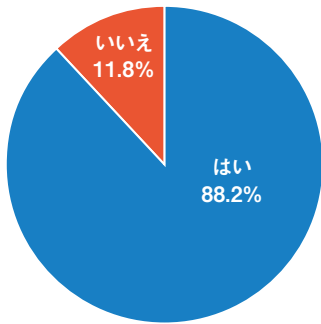


特集

話題づくりで 認知度UP!

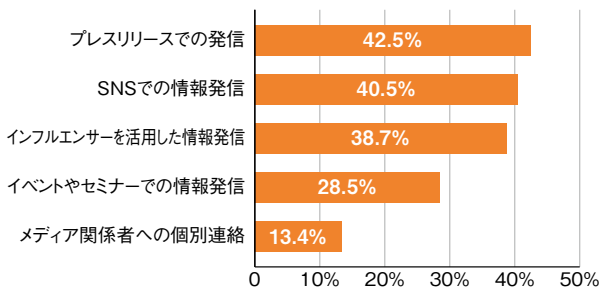
～「発信する力」が企業を伸ばす～

グラフ1 現在実施しているPR活動に課題を感じる、もしくは失敗したと思う経験があるか?



出典：株式会社リンクアンドパートナーズ
「上場企業のPR活動の実態に関する調査」

グラフ2 課題を感じる、もしくは失敗したと思うPR活動の内容について(複数回答可)



出典：株式会社リンクアンドパートナーズ
「上場企業のPR活動の実態に関する調査」

市場環境の変化や競争の激化、ライフスタイルの多様化に対応するため、企業のPR活動は重要性を増している。一方で、スマートフォンやSNSの普及に伴い、PR活動に用いられるツールや手法も、時代に合わせた変化を迫られている。

株式会社リンクアンドパートナーズが上場企業の広報担当者・マーケティング担当者約500名に対して実施したアンケートによると、9割近い担当者が現在実施しているPR活動に「課題を感じる」、もしくは「失敗したと思う経験がある」と回答しており、その難しさが推察できる。

課題を感じる、もしくは失敗したと思うPR活動では、「プレスリリースでの発信」、「SNSでの情報発信」が上位にランクインし、マスコミ向けやSNS上でのPR対応に苦慮していることがうかがえる。

しかし、注目を集め、認知度が上がることは、競合他社との差別化や売上の拡大につながり、長期的に大きなメリットが見込まれる。

今回の特集では、自社に合った方法で特徴的なPR活動を実施し、注目を集めた事業所の取り組み事例を取り上げ、企業の広報・PRを進める上でのヒントを探る。

宗近にしかできない PR手法で差別化を

(株)宗近
専務取締役 宗近 鉄也 氏



(株)宗近は1947年に製粉・製麺所として越前市で創業。現在は麵類の直売所や飲食店も営んでいる。

今年5月11日には福井駅前のハピテラスを会場に「おろしそばでギネス世界記録」に挑戦し、大きな注目を集めた。同社の取り組みについて、専務取締役の宗近鉄也氏に話を伺った。

価格ではなく、「宗近」の名前で

宗近氏は入社後、スーパー向けの卸売りに注力したが、大規模な製麺所との価格競争の厳しさを痛感した。そこで価格競争に巻き込まれず、お客様が「宗近」の名前で商品を選んでくれるよう、会社の知名度や商品への信頼度を高めていくことが重要と考えた。現在は「宗近にしかない商品・サービスを提供すること」を最優先に事業に取り組んでいる。

また、厳しい経営環境の中でもこれまで会社を継続できたのは、越前市を中心に地元の人が自社商品を購入し、支えてくれたからと考え、2018年から特別価格でそばを提供・販売する「宗近製麺所 大感謝祭」を開催。地域とのつながりを大切にしながら事業を続けてきた。

福井のそばで世界一に挑戦

コロナ禍が明けて、今年は久しぶりの「大感謝祭」の開催と北陸新幹線福井開業が重なったため、県内外の人と共に何か特別なことを成し遂げたいとアイデアを練った。そこで、福井のそばを全国に、更に世界にアピールし、より多くの人に魅力を知ってもらおうと、世界一の記録に挑戦するイベントを初めて開催した。

ギネス世界記録の挑戦当日は、大勢の方が来場し、3時間後には目標の2500杯数に到達。5時間用意していた4013杯のおろしそばが完売し、見事にギネス世界記録に認定された。



8時間以内に販売されたそばの最多杯数 4013 杯として、ギネス世界記録に認定

挑戦後は街中で「ギネスおめでとう」と声を掛けられたり、越前市にある本店の来店者も1.3倍に増加したりと、認知度が格段に上がった。

そば文化の継承にも

こうしたPR活動の根底には自社商品のPRはもちろん、そば業界の魅力発信したいという思いがある。かつては福井県内にも多くの製麺所があったが、価格競争や人手不足などの理由により、激減している。そこで、宗近氏はPR活動を通して、自社商品の良さ、そしてそばに携わる人が楽しんでいる姿を見せたいと話す。その姿を見てそば業界への魅力や携わりたいと感じる人を増やすことで、採用活動やそば文化の継承にもつなげていけるよう、事業に取り組んでいる。

宗近氏は「本気で取り組みれば、周りの方にも、お客さんにも熱意が伝わり、応えてくれる。自社製品の魅力を発信していくことで、そば、更に福井のにぎわい作りにも貢献していきたい。そのためにも宗近らしい、宗近にしかできない面白い企画にこれからもチャレンジしていきたい」と意気込みを語ってくれた。

ヒットは 密な連携から



(株)PLANT
常務取締役 熊谷 健太 氏

(株)PLANT(本社・坂井市)では、今年の3月11日に「PLANT×ペヤング ヨーロッパ軒総本店監修 福井名物ソースカツ井風やしそば(以下、ソースカツ井風やしそば)」を発売。SNSでも話題となり数日で完売し、その後も品切れが続く大ヒット商品となった。同社のプロジェクトについて、責任者で常務取締役の熊谷健太氏に伺った。

多くの人の力を合わせて掴んだ
”ヒット”

この商品は、北陸新幹線福井開業に合わせて実施した「いこっさ!福井」キャンペーンの企画の中で生まれた。この企画は、昨年2月に新幹線開業に合わせて何かできないかと提案したのが始まりだった。ところが、最初は「北陸新幹線金沢開業時にも同様の取り組みをしたが盛り上がり、今回もそうなるのではないか」といったネガティブな意見もあった。しかし熊谷氏は「当社のメンバーの力が合わされば必ず結果は出る!」と確信していたという。

熊谷氏は、2022年12月に県外企業から経営戦略室長としてPLANTに入社。会社に入ると「魅力的

な商品が沢山有るのにその良さが伝わっていない」、「優秀な社員が多いのに各部が縦割りで動いていて横の連携が弱い」という印象を受けた。そこで「このプロジェクトを通して成功体験を積んでもらい、部署横断の取り組みを推進していきたい」そんな想いを持った。また、「福井には魅力的な食材が沢山有るが、県外には知らない人も多い。この企画を通して多くの人に福井の良さを知ってもらいたい」そんな願いもあった。

昨年7月3日にキックオフミーティングを開催。最初の3回は、目的やビジョンを何度も話し合い、目線を合わせた。「まずは全員のベクトルを合わせることが大事。全員が納得しない中で、強引に進めても大きな成果には繋がらない」と熊谷さんは言う。

ベクトルが揃ったところで役割分担とスケジュールを決め、進捗報告会を全17回にわたり開催。その中で生まれたのが「ソースカツ井風やしそば」であった。その他にも、福井ならではの食材を使った商品を100アイテム開発し、本社・店舗の全員で力をあわせ告知・販売し、PLANT史上最も盛り上がり、成功したキャンペーンとなった。

社員の意識にも変化が

会社一丸となってこのプロジェクトに取り組んだ結果、社員の主体性や社内コミュニケーションにも変化が生じている。今回の成功体験が社員の意識を変え、社員にとっても会社にとっても大きな財産となった。

今あるリソースを最大に

熊谷氏は「皆で協力すれば、その力は1+1が2ではなく3にも4にもなる。PLANTにはまだまだ良い商品が眠っているのです、その魅力をみんなで知恵を出し合い、楽しみながら伝えていき、お客様にワクワクを提供していきたい」と更なる先を見据えている。



会社一丸の取り組みで大ヒット商品となった
「ソースカツ井風やしそば」

Vチューバーの活用で 企業PRに新風を!

(株)G I O W
代表取締役 嘉門 大助 氏



(株)G I O Wは2022年、福井で初めてのバーチャルユーチューバー(以下、Vチューバー)プロダクションとして創業。キャラクターの制作から配信チャンネルの運営・管理まで、新しいPR手法をワンストップで提供している。同社のサービスやVチューバーについて、代表取締役の嘉門大助氏に話を伺った。

近年急拡大、Vチューバー市場

Vチューバーとは、2Dや3Dのアニメルックなアバターの姿で、動画を配信するエンターティナーのことだ。近年このVチューバー市場は、800億円規模に達すると言われており、将来的には更に拡大することが予想される。

市場の特徴としては、若年層が中心で、熱量を持っている消費者が多い。また、SNSとの親和性も高く、今後はメタバースでの活躍も期待されているため、新しい情報発信ツールとして注目されている。

同社では、在籍するVチューバーが、動画配信、イベントへの出演や企業とのコラボ、コンテンツでの起用と、様々な場面で活躍している。現在では越前市が事務局を担う

紫式部プロジェクト推進協議会と提携し、越前市公認Vチューバー「紫式部」と「若紫まい」の運営にも携わっている。越前市の認知度の向上及び誘客促進を図るために、デジタルとエンターテイメントを掛け合わせた、新しい情報発信に取り組んでいる。



昨年の北陸技術交流テクノフェアで案内役を務める同社のVチューバー

自社キャラクターを作ると

Vチューバーは、企業のPRでも活用できる場面が多く、最近では採用活動での依頼が増加。キャラクターは、ニーズに合わせて自由にデザインしたり、会社のロゴを潜ませることもできる。また、出来上がったキャラクターは目に留まりやすく、採用ブースの入り口に設置することで、

学生の足を止めやすい。他にも、次のような効果が期待できる。

- ・認知度向上、覚えてもらえやすい
- ・社員が顔を出さなくても良いので情報発信しやすい
- ・親近感がわきやすく、発信した情報が受け取られやすい
- ・新しいターゲットにアプローチでき、顧客層を拡大しやすい
- ・新しい事を取り入れる柔軟な会社というイメージを持たれやすい

未来の情報発信術

嘉門氏は「Vチューバーも商品のPRや企業のイメージアップに貢献できる。今後もメタバースでの生配信トークイベントの実施など、革新的で新規性の高いサービスを提供していきたい」と力強く語ってくれた。

今回の特集では注目を集めたPR活動と、その背景を紹介した。(株)宗近と(株)PLANTが全く異なる方法で認知度を高めたように、様々なアプローチ方法がある。一方で(株)G I O Wのような新しい技術、手法で情報発信することもできる。自社でPR活動に取り組む際には是非参考にしたい。