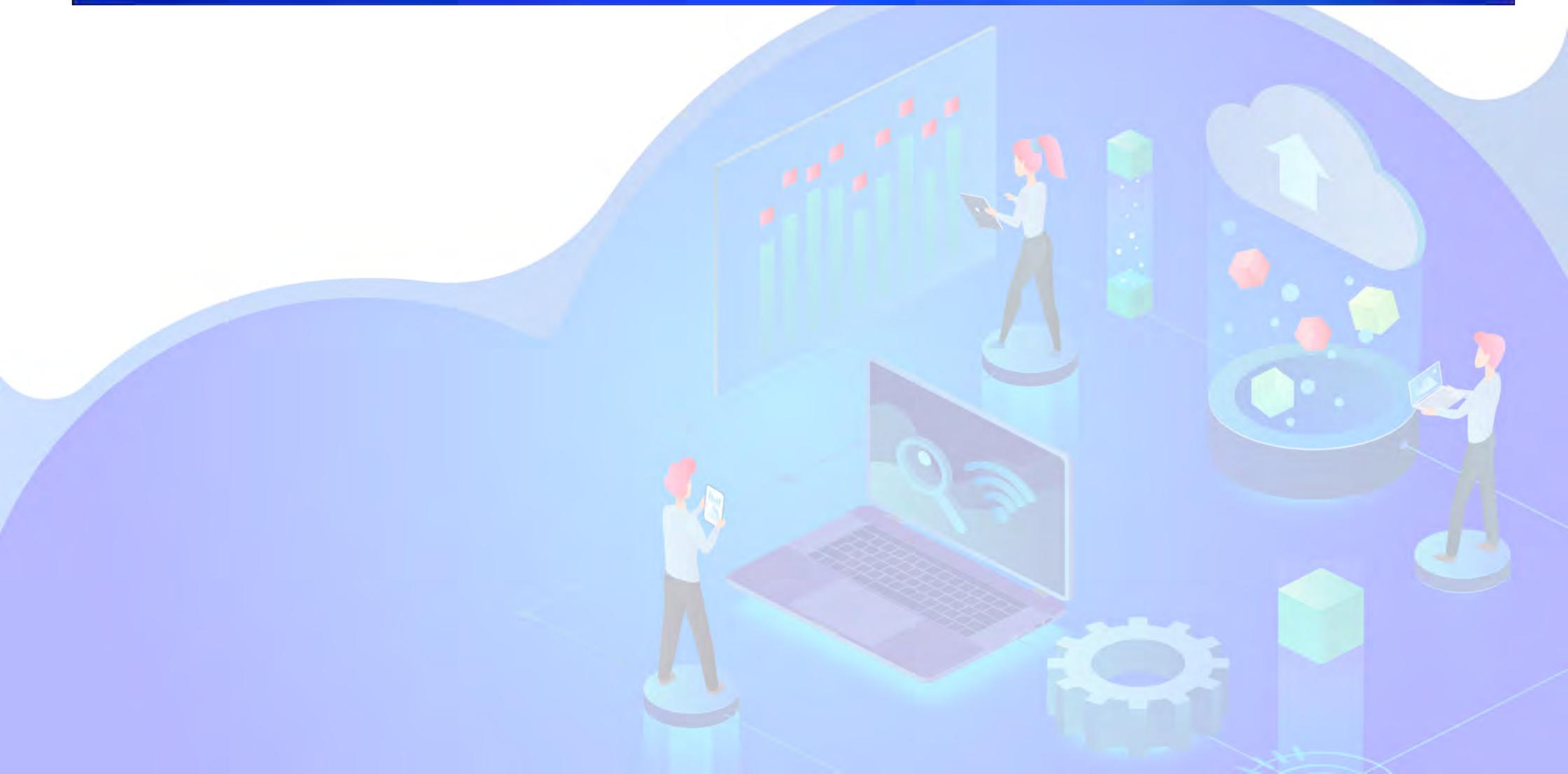
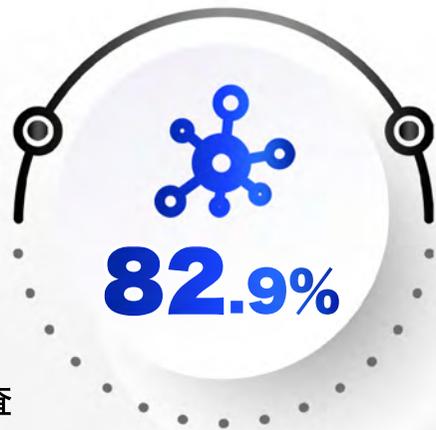


企業価値を向上するコーポレートPRの方法



インターネットの普及

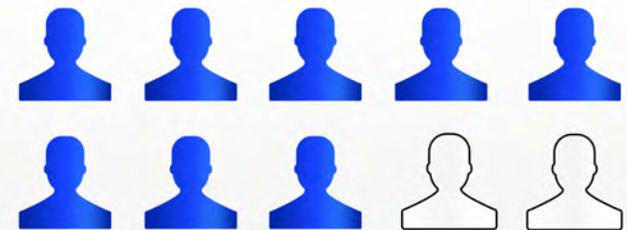


※通信利用動向調査
2021年9月時点



発信コストは安くなっている。

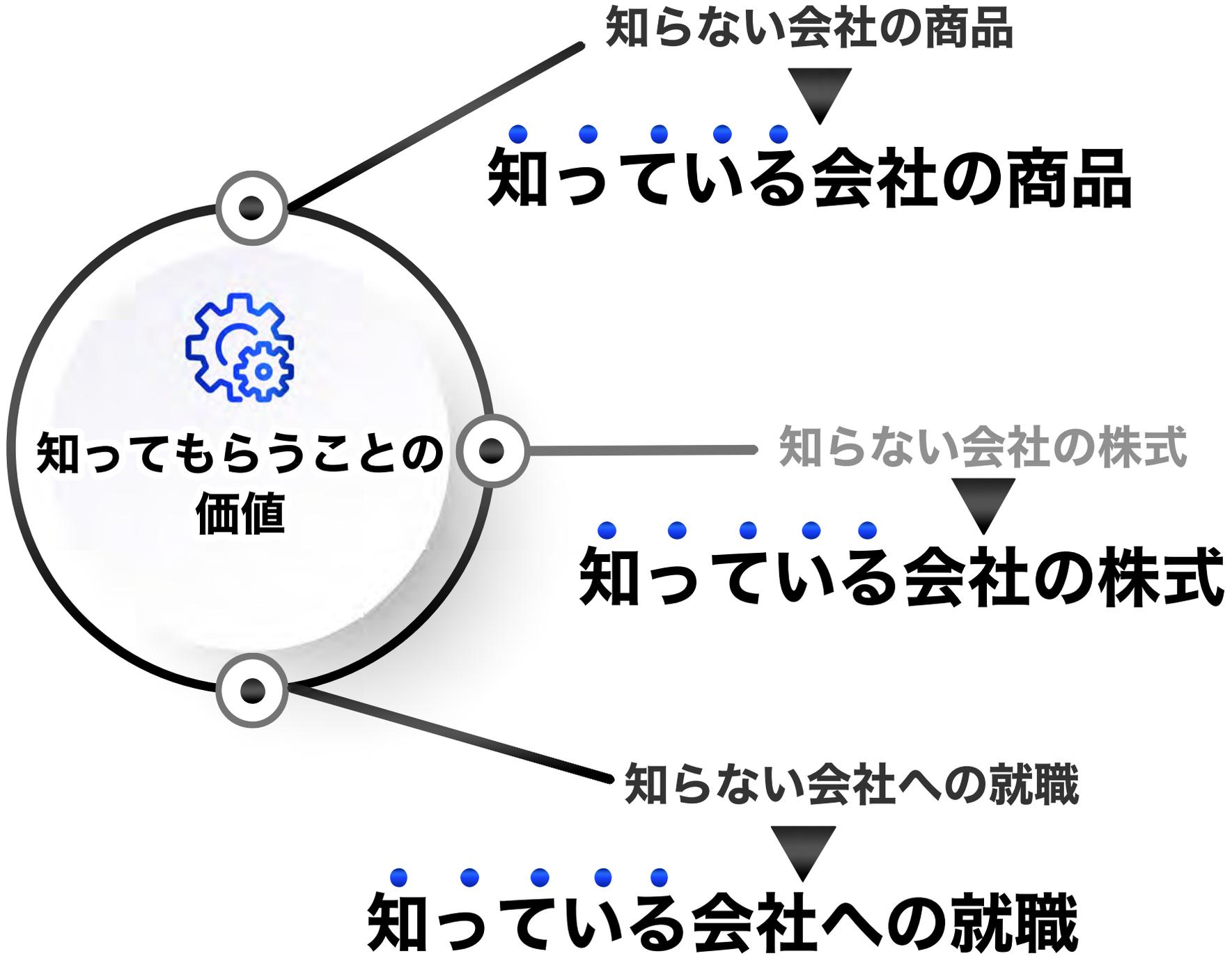
10人に8人は、 スマホを持っている。



スマートフォンの普及



発信力II評価の時代





知らない会社

知られている会社

発信力＝評価の時代



不利益が多い...



利益が多い！

コーポレートPRプロジェクト **3**ステップ

1 Step

カタチにして、



企業の想いを
カタチにする

2 Step

わかりやすく



企業の想いを
わかりやすくする

3 Step

届ける



企業の想いを
届ける

1 Step

カタチ

Vision Making



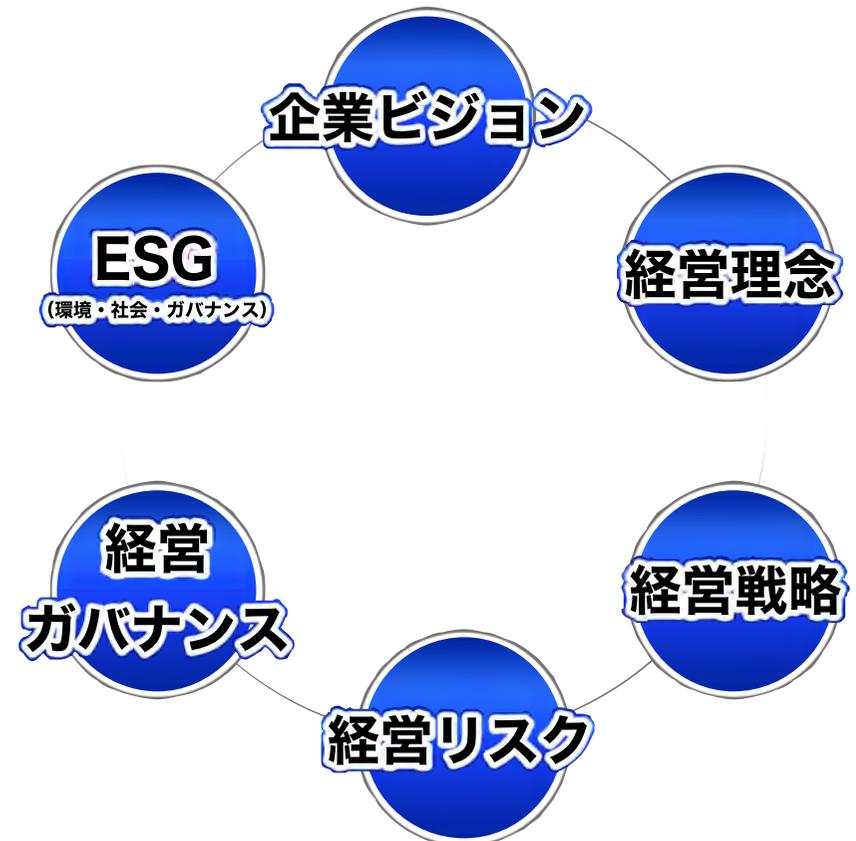
企業の想いを
カタチにする

企業の将来収益の源である
(定量的に示しにくい)

非財務情報をカタチにすること

財務情報が経営の結果によるものであるのに対し、
非財務情報は企業の経営に対する想いや未来に向けたメッセージであり、
(財務的な) 結果を形成するための先行指標となる

企業がどんな未来を描き (VISION)、
どのような価値を提供し (VALUE)、
どうやって実現しようとしているのか (STRATEGY)、
自分たちがそうする理由 (MISSION) が、
未来の価値を創っていくことになる



1 Step

カタチ



企業の想いを
カタチにする

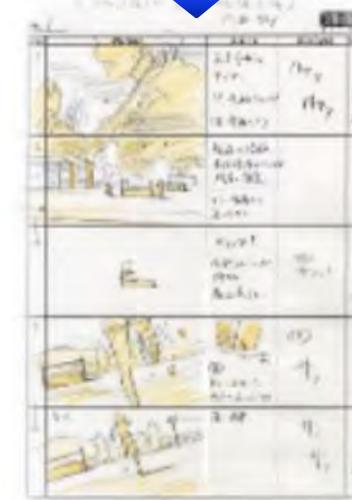
Picture
of the
future



映画の絵コンテをつくるように
(Picture of the future)
未来をイメージする



未来の姿を描く



絵コンテをつくる
ように描く

企業価値を高めるには、企業の想いが共感されるかどうかにかかっている

多くの企業は、会社の想いを「お客様第一」「豊かな社会の実現」などの美しい言葉で表すことが多いが、あまりに普通すぎて、社外はおろか社内への浸透も今一つということが多い

なぜなら、具体的にイメージできないからだ

まずは、企業が考える「未来の姿」を具体的に描いてもらう

次に、その未来での自社の役割やそう在り続けるための戦略を（誰もが理解できるように）映画の絵コンテをつくるように、鮮明にしてもらう

映像は言葉よりもはるかに効率的に伝わる

その意味でも、将来の動画制作が容易になるくらい、映画の絵コンテをつくるように作業を行う

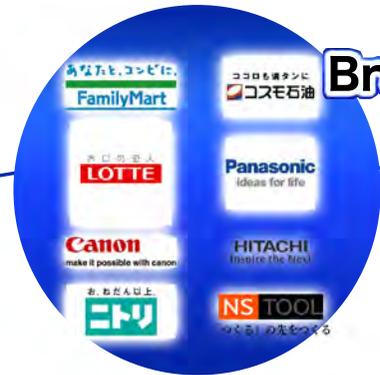
2Step

わかりやすく



企業の想いを
わかりやすくする

言葉、映像、動画、
コミュニケーションツール
(名刺、サインボード、ホームページ....)、
すべてやるというのではなく、
やる範囲を決めて刷新していく



Brand Statement

コンセプトを一言で表す絶妙なコピー



Application Design

ターゲットとの接点を増やす

Movie

視覚に訴える、心に訴える



Logotype

一目でブランドを理解させる

2Step

わかりやすく



企業の想いを
わかりやすくする

クリエイターによって費用はピンキリ、
一定のクオリティであれば
安くつくることが可能な時代



Brand Statement
コンセプトを一言で表す絶妙なコピー

FamilyMart	ココロも体も コスモ石油
LOTTE	Panasonic Ideas for life
Canon make it possible with canon	HITACHI Frontier the Next
お、ねだん以上 ニトリ	NS TOOL つくる!の先をつくる

Movie
視覚に訴える、心に訴える

Application Design
ターゲットとの接点を増やす

Logotype
一目でブランドを理解させる

YouTube (動画配信)
TVCM (コマーシャルフィルム)
Facebook (記事・動画配信)
News Picks (記事・動画配信)

Logotype
一目でブランドを理解させる



3Step

届ける



企業の想いを
届ける

ターゲットに届ける
Create a website

.....

いくら会社の想いを伝えたくても、
知ってもらわないと伝わらない



PR



3Step

届ける



企業の想いを届ける

ターゲットに届ける
Create a website



リーズナブルな方法を採用する

費用の高いテレビCMや新聞雑誌広告よりも、自社で発信できるメディアを持ち、SNS等で宣伝したり、Youtuberとのコラボなど、いろいろな方法を試す

テレビCM



新聞雑誌広告



SNS



YouTube



自分たちの情報発信メディアを持てればベスト

Corporate PR

会社の認知・理解・共感を得る

CM、新聞雑誌広告、会報誌

Marketing PR

ものを売るための仕組みをつくる

製品広告、展示会、キャンペーン、工場見学、資料請求

Target

お客様

社員
求職者

投資家

「ヨクイムズ」のような

Owned Media

PR Media

(Social Media)

宣伝

Mail Magazine

Twitter

Facebook

YouTube

Press Release

+

Paid Media

記事制作

動画制作

ニュースリリース

面白いコンテンツ

企業が知ってもらいたい情報とターゲットが
知りたい情報の最大公約数的なオリジナル
のコンテンツ

人を集め、興味を持たせ、ファンにする

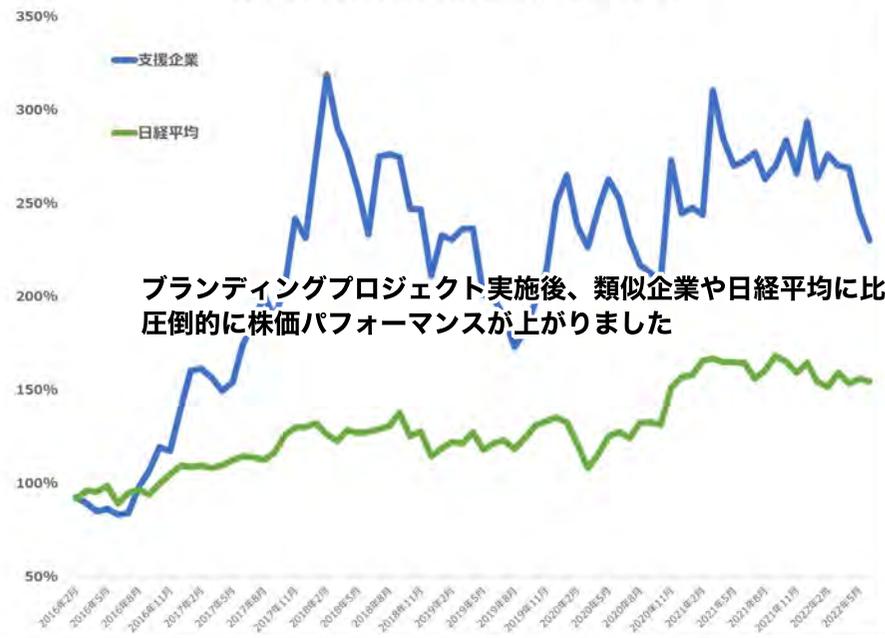
社員、求職者、投資家、お客様

結果として株価が上がったり

実際にやってみたら結果が出る

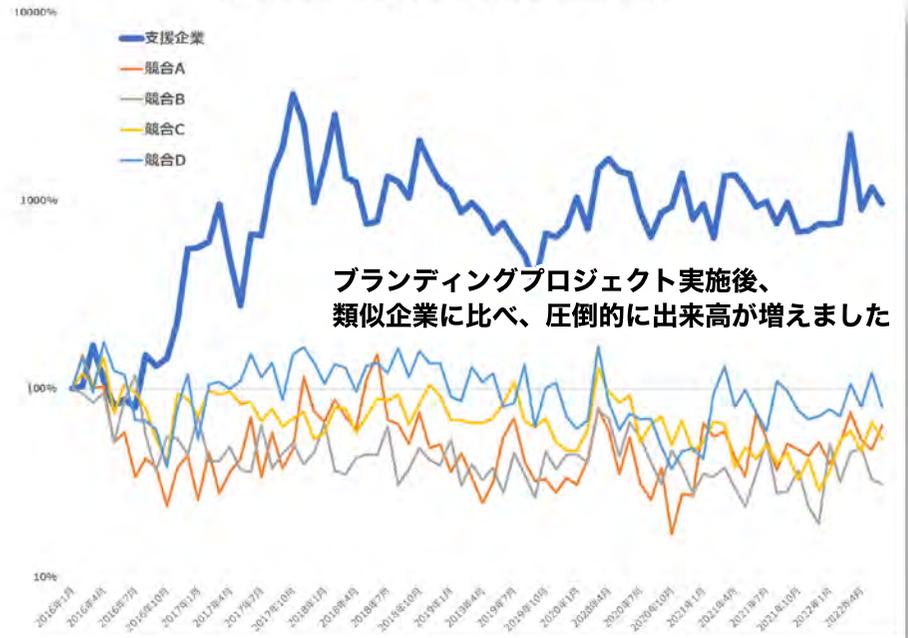
クライアントの株価と類似企業・日経平均株価推移の比較

ご支援開始後の支援企業と日経平均株価の推移



クライアントと類似企業の出来高の変化率

ご支援開始後の支援企業と競合企業の出来高推移



実際にやってみたら結果が出る

社内掲示ポスター (社員の子供が描く未来)



社員だけではなく、社員のご家族の喜びにも繋がった。社長も喜び、さらに社外にも好評。



<https://www.alpha-function.jp/>

kurimoto@alpha-function.jp