

01 ネット時代の成功例に学べ!

会社の雰囲気や
モットーを伝える動画

▶ 石川県にあるダンボールなどを製造する梱包資材メーカーは1978年の創業以来、成長を続ける優良企業。しかし、若者の認知度が低くて新卒採用の応募が少ないことに悩んでいた。

そこで同社は新卒者募集にYouTubeの動画広告を使った。内容は、仕事や会社の雰囲気について社員のインタビューのほか、RPG風に社長が自らモンスターの格好で登場して会社を紹介するというユニークなもの。楽しくアットホームな社風が伝わり、若者の興味を集めて再生回数は15日間で約15万1,000回を記録。

そして、2018年度の新卒募集は、従業員29名のところ28名も応募、翌年のインターンシップへの応募は25名集まった。

▶ アメリカ・ペンシルベニア州の移動自転車ショップは店舗を持たず、顧客の自宅に出向いて自転車の販売や整備を行っている。

このショップが力を入れたのはサイトでの動画。3分ほどの短いもので、オーナーがサービスの概要や会社のモットーなどについて語りかけ、予約方法の概要を説明している。さらに、パンク修理方法を説明する動画もあり、自分で簡単にできるとアピールしている。

この動画でサービス概要やオーナーの人も伝わるだけでなく役にも立つため、多くの人の信用を得られて顧客獲得に役立っている。

02 繁栄企業の成功要因を探る

普段は目立たない
“脇役”を活用したPR

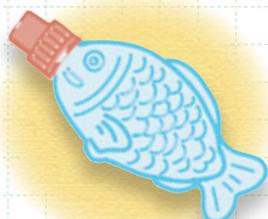
▶ 通販の購入者は商品の他にダンボールに入っている緩衝材も受け取る。風船のように中に空気が入った緩衝材はかさばるため、つぶして中の空気を出して捨てられる。

アメリカの日用品メーカーがその動きに注目し、同社の香水で香りをつけた空気を入れた緩衝材を作り、他商品の通販購入者への送付に使った。捨てようとしてつぶすと、部屋の中に香りが漂う。緩衝材にはQRコードを印刷し、気に入ったらすぐにスマートフォンでスキャンしてネットで香水を購入できるようにしたところ、在庫の83%が売れるほどの大ヒットとなった。

▶ 新型コロナウイルスの世界的な流行で、除菌グッズが品薄になった。除菌液自体は在庫があっても、容器不足で消費者に行き届かない事態も。

日本の除菌液メーカーは弁当に入っている魚型の醤油さしに着目した。外出自粛やイベントのキャンセルによって弁当の注文が大きく減少し、醤油さしも在庫が余っていた。同社はこれに除菌液を充填し、デリバリーやテイクアウト業態の飲食店へ無償提供した。

醤油さしの量は1回の手の消毒にちょうどいい量で、多くの人に喜ばれた。



Check! 要チェック! 進化するプロモーション手法に必要な基礎知識

外部環境を見通すPEST分析で
激変する現代社会を乗り切る《後編》

事業戦略を考える上で大きな要因となる外部環境。これを見通すために役立つのが**PEST分析**である。PEST分析は、**政治的要因 (Politics) ・ 経済的要因 (Economy) ・ 社会的要因 (Society) ・ 技術的要因 (Technology)** の4要因の中長期的動向についてシミュレーションして行すが、これをどのように利用できるか。

PEST分析で何がわかるか

PEST分析の結果から潜在的なリスクを把握できる。社会の変化によるリスクは漠然とわかるが、複数の要素から分析するPEST分析なら詳しく理解できる。

例えば、写真のデジタル化によりフィルムカメラやフィルムの売上減少はある程度予測できた。しかし、技術的要因にはカメラの技術革新の他にスマートフォンの進化もある。さらにパソコンの普及 (社会的要因)、可処分所得 (経済的要因) も影響する。PEST分析ではこれらの多角的な視点から変化を詳しく予測できる。

PEST分析でリスクを把握できると、逆に新たなビジネスチャンスが見つかる場合もある。また、SDGs (持続可能な開発目標) が重視され、環境を重視した商品がより求められる今、これに対応した新たなチャンスが見つかるかもしれない。

もちろん、世の中が変化しても価値が変わらない、あるいはより魅力が増す商品・サービスもある。ただ、自社製品に自信を持ちすぎて、需要が多少減っても消費者は選び続けてくれるだろうと希望的観測をすることは危険である。

PEST分析の注意点

PEST分析はあくまで大規模な外部環境の変化を予測する手法である。環境変化は、その規模が大きいほど年月がかかる。そのためPEST分析は、来月の営業計画のような短期観測ではなく、中長期の計画作りに向いている。

また、PEST分析はゴールが見えにくい。それぞれの要因について膨大な量の情報が集まることもある。情報の収集や分析に時間をかけすぎて、戦略立案が手薄になっては本末転倒だ。PEST分析を行う際は製品・サービスが提供する価値に大きく影響を及ぼす要因は何かを意識し、その要素の情報を重点的に収集・分析すると、戦略立案までスムーズに行える。

さらに最近、PEST分析は時代遅れという声もある。確かに約20年前に誕生した分析手法で、今の時代には不足している要素もあるだろう。特に、環境が重視され、また法律改正によって大きく制度が変わるといこともある。そこでPESTに「**環境的要因 (Environmental)**」と「**法律的要因 (Legal)**」を加えた「**PESTEL分析**」として使われることもある。

外部環境の変化は会社の存続を左右することもある。その変化の早めに察知するためにPEST分析は役立つだろう。