

# 新商品のメディア戦略支援から商談が成立

ヤマガタヤ産業株式会社（岐阜県）

長良川上流域で伐採された木材が運ばれてくる港町としてかつて栄えた岐阜市において、県内産の木材を主で取り扱う、約100年の歴史を有する、住宅資材の総合商社。

## 1. 相談のきっかけ

無垢一枚板に藍染を施した新商品を開発するなど、他者との差別化を図るべく営業努力を重ねていた。しかし、思うように知名度が上がらないことに悩みを抱えていたところ、当拠点主催の「情報発信ワークショップ」の開催を知り参加したことを機に相談することとなった。

## 2. 課題整理・分析

- ・木造住宅の新築着工数が減少したことや安価な輸入木材による建材との競合が増加し、取引の流通量が激減。
- ・これまでの国内需要に対応した資材流通や製材工場の運営だけでは、今後経営の存続が困難になると想定され、新商品開発と海外市場への展開も含めた幅広い販路開拓が必要であった。
- ・こうした販路開拓を実現するには、広く新商品の魅力をアピールする必要があり、そのためにはまず足がかりとして、新商品をプレスリリースするなどメディアを使って情報発信をする手法を確立することが必要だと判断した。

## 3. 解決策の提案

- ・情報発信ワークショップで解説した、①新聞記者への効果的なアピールと記者の招へい方法、②読み手の目を引くプレスリリースの書き方、③聞き手に効果的に伝わるプレゼン手法の要点、などのポイントを踏まえプレスリリース資料・プレゼン資料を作成しプレスリリースを行うよう提案。事業者の作成した各種資料を、読み手に効果的に伝わるのか等の観点で詳細に添削・助言を実施。
- ・プレスリリースの手筈を調えるよう助言しつつ、新商品プレゼンの場として、岐阜商工会議所が開催する記者発表会へ参加することもあわせて提案。

## 4. 成果

- ・情報発信ワークショップ講義から個別相談までの一連の相談等を踏まえ、効果的な資料づくりを後押しし、実際に当社新商品のプレスリリース配信が実現。
  - ・かねてより、拠点にはプレスリリースの書き方に関する問合せや、メディア露出を求める相談が数多く寄せられており、メディアを使ったアピールという観点での助言の成果について興味を寄せられていたという背景もあったことから、事業者の、藍染した無垢一枚板の新商品に関する記事については、日刊木材新聞、日本経済新聞、岐阜新聞、中部経済新聞などに立て続けに掲載されることとなった。
  - ・さらには、こうした記事を見て問合せが増加し、実際に取引成約にも繋がった。
  - ・事前準備を支援して、岐阜商工会議所開催の記者発表会でプレゼンに臨んだところ、NHKテレビ局の報道記者の目に留まり、女性が活躍する職場として特集番組「男社会の材木業界で、女性をもっと活躍させよう」と奔走する女性リーダー」が組まれることとなり、大いに企業PRをすることに成功した。
  - ・こうした積極的な取り組みが功を奏し、中小企業庁が表彰する「がんばる中小企業・小規模事業者300社」に選定されるに至った。
- ⇒今後こうしたメディア戦略が奏功したことを足がかりに、海外展開も含めた販路拡大が期待されることである。

