

# ターゲット別に切り口を変えた広報で新商品の販路を開拓

## 株式会社ジェイコム(愛媛県)

本業は介護サービスなどだが、新事業展開として防災用レトルト食品「おかず箱」を開発、販路拡大に取り組んでいる。

### 1. 相談のきっかけ

当拠点開所以来、新しく開発した防災用レトルト食品の売上拡大の相談を受けていたところ、広報活用をテーマとした「よろずセミナー」の受講をきっかけに、販路拡大に繋がる戦略的広報の相談を開始。



### 2. 課題整理・分析

置き薬スタイルの販売方法から商品名を「おかず箱」としていたが、訴求力が弱く、ターゲット別に用途がある本来の商品力が生かされていなかった。また商品の広告宣伝も計画性がなく、販売戦略の立案が課題であった。



### 3. 解決策の提案

セミナー講師からの助言(広報マニュアル)を活用し、訴求力を高める商品名の再検討や戦略的な広報計画の立案、効果的なプレスリリース作成を支援。



## 4. 成果

- ・消費者がより商品イメージが湧くよう、新商品群全体のネーミングを「おかず箱シリーズ」に変更。
- ・また、ターゲット毎に商品タイトルを変え、同一商品ながら、ターゲット別に見せ方、売り方を変えることとした。  
例: 防災用に備えて安心な「防災パック」、離れて暮らす家族等へ仕送り定期便「思いやりパック」、地元客を意識した地産地消の「瀬戸内ごほうび」など
- ・ターゲット毎に切り口を変えたプレスリリースの作成実習を行ったことにより、相談者が効果的なリリース作成の手順を会得し、年間広報スケジュールを策定した。当スケジュールに沿って、その都度、適切なプレスリリースを実施したところ、以下のTV放映が実現。  
2015年3月11日 愛媛朝日テレビ「スーパー」チャンネル愛媛第2部 災害備蓄食特集  
〃 NHK総合「いよXイチ」 ローリングストックって何？
- ・この結果、防災関連商社を通じた京都府庁との新規商談が成立したほか、マスコミ各社に取り上げられたことから、会社の知名度が格段に向上した。

