

No.【2022060】

<PR アワードグランプリ 2022 エントリーシート>

【エントリー名】小難しい会社情報を柔らかくして、多くの人に興味を持ってもらいたい。

『もしも、令和ギャルがカヤックの決算説明会資料をつくったら…』

【事業主体】

面白法人カヤック

エントリー案件に関わるキーワードがあれば✓してください。✓の有無や数は評価に関係ありません。（複数可）

☒ コーポレート・コミュニケーション

☒ コーポレートブランド

☒ インターナルコミュニケーション

☐ リスクコミュニケーション

☐ マーケティング・コミュニケーション

☐ 新商品コミュニケーション

☐ ロングセラーコミュニケーション

☐ ソーシャルグッド

☐ グローバル

☒ 新手法開発

☐ 自社コンテンツ開発（著作）

案件概要： Describe the campaign/entry

「ギャル×決算報告資料」という意外のある組み合わせで、投資家や株主だけでなく、一部の人もに関心を持ってもらうための決算報告資料を制作。「カヤックの業績好調」を「カヤックしか勝たん」表現したり、「業務提携」を「マブダチになった」と言い換えることで、直感的に理解できる内容に変改した。さらにギャルが描いたイラストも多用することで、投資の基礎知識がなくても、ニュアンスが伝わるように資料に仕上げた。

結果として、SNS で 56 万インプレッションを獲得。株主だけでなく、一般の人や他社の経営層、社員にまで、ユニークな取り組みだと感じてもらうことにつながった。「初めて、最後まで読めた」などの感想もあり、情報の設計が狙い通りにいった。

解決すべき課題： Challenges

● 話題になる決算説明会資料をゴールに定めた。通常、決算説明会資料は、投資家と株主という一部の人が閲覧するものと思われていて、一般の人が 自ら資料をみにいくことは、ほとんどない。どれだけ会社の業績がよくても、一部の人がしか見てもらえない。機会を逃しているともいえる状況。少しでも多くの人にカヤックの資料を知ってもらい、株主になりたいと思える方を一人でも増やすための施策が必要だった。

● 決算説明資料の内容も、専門用語が多いため基礎知識がなければ、理解することが難しい。興味関心が持ってもらった資料でも、理解できずに、数ページ見ただけで離脱してしまう。基礎知識がない人でも理解できるような、表現方法が求められていた。

パブリックリレーションズとしての視点： Why PR？

① 一般の人がこれまでに読んだこともない決算報告資料の接点をつくりだしたこと

② 全く知識がない人でも、「決算資料で、はじめて最後まで読めた」という感覚で理解できる資料として SNS などで話題化させることができたこと

③ 「この資料は最高ですね！」などの反応があり、他社の経営層から取り組みへのチャレンジを評価してもらい、「面白法人」というブランドを広く認知してもらえたこと

④ 株主や従業員からも、ユニークなチャレンジとして認識してもらい、「自分の会社は面白い」と SNS で発信してもらえた。これまで以上に、会社への好感を生み出すことができたこと

課題解決のための戦略： Strategy

● 意外な組み合わせで話題をつくる。硬い印象があり、自分とは無関係の資料と思われており、自発的に読んでみようと思えるものが必要だった。その決算説明資料と関係がない存在と掛け合わせることで、無関係と思われていた資料を手にとって読んでもらった

● 難しい内容を柔らかい表現で中和する。硬い表現が多くロジカルな資料な内容が多いため、せっかく手を取ったにも関わらず最後まで読みきらずに、離脱してしまう可能性があった。そこで、硬い内容を柔らかい表現をすることで、難しさをマイルドにして、次々と読めるようにした。また、離脱してしまうことを避けるために説明をカットして、感覚でつかめるような内容を目指した

課題解決のためのアイデア： Idea

● リアルギャルがつくったというサプライズで関心をひく。決算資料と接点のない存在として、令和ギャルをアサイン。彼女たちに資料づくりを協力してもらうことで、硬い印象を解消することを目指した。難しい表現を彼女たちなりの言葉に変換して、感覚で理解できる内容に仕上げた

● 「ギャル×決算報告資料」というギャップで話題化。「カヤックしか勝たん」のような彼女 たちの表現を入れ込むことで、意味的な伝達と同時に、驚きのある要素をタイトルに入れることで、SNS への拡散しやすい要素を散りばめた

● ビジュアルでフレンドリーな資料に。硬い内容をイラストもつくってもらい、文字よりもビジュアルを大きくすることで、敬遠されがちな資料を親しみやすくした

活動内容： Execution

● 令和ギャルプロセスエコノミー。普段見えない制作過程も見せることで、5 人のギャルたちとの会話をユニークに描いた。なかなか表に出ない、決算資料が出来上がるまでをコンテンツ化。細かなやり取りなども、SNS での話題につながるように設計した。「今のギャルは、このような考えしているのか！」などの発見もあり、読み物としての新しさを出すことができた

● 通常版とギャル版のふたつを公開。通常の決算資料と比較しながら、ギャルなりの解釈などを垣間見ることで、表現を楽しむことにもつなげた。また情報をしっかりと伝えるための通常版があることで、情報の不足も防いだ

目標に対する直接的・間接的な成果： Results

● Twitter で 65 万インプレッションを獲得。広告やアドなどを一切使用せずに、オーガニックの投稿だけで、65 万インプレッションに到達。多くのユーザーにも話題にもらい、他社の経営者や投資家だけでなく、株主や社員、今まで触れなかった人にも、決算資料の情報を届けることができた

● 他社経営者も話題に。「これは最高ですね」「マジで最後まで読める」など、他社の経営層や CFO などからの評価ももらう

● サイトへの流入が 10 倍に。決算資料が公開されているページへのアクセスが増え、IR 資料に関するページを閲覧するユーザーが増加した

● 決算報告資料が他のメディアにも掲載。ラジオなどでも取り上げられ、広く話題になった

● 社内エンゲージメントも向上。社内からも、面白い取り組みという評価があがり、チャレンジをする会社で働いていることを誇りを持つ社員もいた。

● 株主の反響も。株主からは、「決算報告会」にギャルを呼んでほしい、などの要望も寄せられ、反響があった