

## 情報発信3社ミーティング

## 「情報発信によって強みが磨かれる」

会員経営者がオンラインで集まり、1つのテーマについて語り合うメンバーズミーティング。今回は、ホームページやSNSなどで活発に情報発信をしている3社に、どんな狙いで何を発信しているのか、その効果などについて語っていただきました。(編集部)

—まずは、それぞれの事業内容について、ご紹介ください。

■大野泰裕氏 (以下、大野)：大野ファームを運営しています。北海道帯広市の隣町、芽室町にある会社で、**肉牛の飼育**を本業としています。和牛やホルスタインなどを4000頭ほど飼育しています。

**140haの畑**もあって、大豆やビート、小麦などを作ったり、**牧場内でカフェレストラン**を運営したり、太陽光発電と糞尿を利用したバイオマス発電で売電をしたりと幅広い事業を展開しています。グループで従業員25人、24億円ほどを売り上げています。

■堀木祐規子氏 (以下、堀木)：当誌9月号にも取り上げられたのですが、私たちグランツは愛知県稲沢市で**プラスチック材料の着色、再生加工事業**をしています。

社員16人、売り上げ8億3000万円の会社ですが、「ニッチトップ」と言えるオリジナル商品を2つ持っています。1つは、中古食器や食器メーカーの成形不良品を細かく粉碎して作る樹脂製研磨材です。タイヤメーカーの金型洗浄に使われています。もう1つは、農業用マルチフィルムの原料になる「生分解性樹脂」を作っています。

■谷川明良氏 (以下、谷川)：大阪の南船場と東京の渋谷で**メンズのカジュアルウエアを販売するセレクトショップ「ZABOU」**を運営しています。自社のオンラインショップも早くから手がけており、今は売り上げの40%がオンラインです。コロナ禍ではありますが、リピーターのお客様が店舗にも足を運んでくださっています。今後、都内での出店を増やしていく予定です。社員は7人で売り上げは約3億円です。

—情報発信の取り組みについて教えてください。

■谷川：お客様に若い方が多いということと、ファッションと相性がいいため**Instagramに力**を入れています。5～6年前から取り組み始め、閲覧数が増えるように、とにかく多く投稿しています。ルーティンとして、東京と大阪それぞれのアカウントで**1日に各4本投稿**しています。大阪店には2万5000人のフォロワーがいます。

今は写真より「**ストーリーズ**」と呼ばれる**ショート動画のほう**が視聴率が高いため、こちらに力を入れています。投稿内容は基本的にスタッフに任せていますが、商品の宣伝がメインですね。そのほか衣類の洗濯の仕方など、役に立つ情報もアップしています。Facebook、Instagram、Twitterをすべて自動で連携させて、1つアップすると全部に投稿されるように設定しています。

ほかにホームページ内では、社員がやってみたいと始めた「週刊ZABOU」と題した**取材記事も掲載**しています。スタッフが取引のあるメーカーさんに取材に行き、お客様にメーカーの素顔を伝えています。

■大野：2002年頃からホームページで情報発信を始めました。当時、BSE(牛海綿状脳症)の問題が起こり、業界が信頼をなくしてしまいました。お客様の**信用を取り戻すために始めた**のがきっかけです。数年前からFacebookも始めました。情報はカフェの宣伝やネットショップの宣伝がメインですが、商品の宣伝だけでなく、会社のことを知ってもらうために、**普段の作業の様子**も多く発信しています。**情報を見た量販店から問い合わせが来て、取引が始まった**こともあります。

オンラインミーティングに参加してくれた経営者3人。大野氏は出張先のホテルから参加してくれた

- ①堀木祐規子氏  
株式会社グランツ 代表取締役  
🌐 <https://www.gurantsu.co.jp/>
- ②谷川明良氏  
株式会社ZABOU 代表取締役  
🌐 <https://zabou.org/>
- ③大野泰裕氏  
株式会社大野ファーム 代表取締役  
🌐 <http://www.oonofarm.jp/>



■堀木：私を含めた社員5人で「樹脂課題解決戦隊！プラレンジャー」という**キャラクター**をつくり、**展示会やホームページで発信**しています。取引銀行さんの広報部の方が、プラレンジャーを紹介する動画を作ってください、そちらはYouTubeで公開しています。

自分たちの強みは何だろうと皆で話し合ったところ、お客様のお悩みにとことん寄り添って解決するという、提案型の営業が強みだという結論になりました。そこから「樹脂のお悩みを解決します」というキャラクターをつくりました。コロナ禍で今、展示会は来場者が少ないのですが、展示会場でもプラレンジャーの格好をしているとやはり目立つようで、当社のブースは人だかりができます。

プラレンジャーを打ち出す形でホームページをリニューアルして、**アクセス数は2倍**になりました。それ以上に成果を感じているのは、私たちが得意とするニッチな分野で依頼をいただける**私たちが求めている新しいお客様が増えた**ことです。

—情報発信のアドバイスをお願いします。

■谷川：テクノロジーは日進月歩しているので、今後また新たな情報発信ツールが出てくるでしょう。今の若者は、GoogleではなくInstagramで情報を検索するなど進んでいます。なので、**次に何が来るのか、いち早く察知**することが大事だと思っています。

私たちはB to Cの事業なので、直接一般のお客様に訴求する必要があります。B to Bの事業だと、また違う訴求方法があるのだと思いますが、私たちが発信するときは、

子供でも分かるように、とにかく**分かりやすくすることを心がけています**。横文字の多い業界なので、分かりにくくけむに巻くのが格好いいと思いがちですが、なるべく専門用語は使いません。何がどう響くか分からないので、思いついたことはやってみる、できることはやるという姿勢も大切だと考えています。

■大野：私たちもInstagramを早く始めたいと思っています。人手不足に悩んでいるので、できれば情報発信をうまく**採用に結びつけていきたい**と考えています。学生たちが「ここで働きたい」と思ってもらえるように、牧場で働く魅力などを発信していきます。今の時代は、**情報発信をしていかなければ、事業を伸ばしていくことは難しい**だろうと感じています。

■堀木：**情報を発信すると、それを見たお客様からフィードバックがある**。それに応えようとするため、自社の強みが磨かれていくと感じています。また、情報発信しようとすると、必ず何か調べたり話を聞いたり、何かしらの行動も必要です。つまり、**情報発信することで情報収集もできる**。この2つの側面があるので、情報発信をする企業は強くなれるのだと思います。

メンバーズミーティングに参加していただける経営者を募集しています。経営者のこんな声が聞きたいというミーティングのテーマも募集中です。テーマは、経営者に関わる硬軟あらゆる事柄からご提案ください。応募先は10ページをご参照ください。