

会社案内は細分化で効果をアップ

会社案内＝会社情報網羅したAll-in-one型から、
使用シーン、目的別で作る細分化がトレンド

凸版印刷株式会社

トッパン エディトリアル コミュニケーションズ株式会社

コロナ禍の影響で企業の広報活動・情報発信が不活性？

実は企業理解の重要ツール、会社案内の扱いが「軽く」なっている!?=企業情報は、ホームページで十分と考えていませんか？ すべての人がPCで見ますか？ タブレット、スマホで見たときの効果が十分ですか？

WEBサイトは「待ちの媒体」「ストーリーが無い媒体」です。詳細なデータや動画の搭載場所としては適していますが、情報の発信側の「意思」「思い」にたどり着けないことが多々あります。



凸版印刷の企業サイトのトップ画面です。ここから入ってくる人が果たしてどれくらいいるのでしょうか？

閲覧者は、通常、検索窓に探したいキーワードを入力して、「ダイレクト」に欲しい情報に向かいます。

誰に見せるか？ 一番伝えたいのは何か？ 自分が説明しやすいか？

誰に、何を伝え、どんな効果を得たいのか・・・コーポレート・コミュニケーションツールの重要ポイントは変わりません。

「会社の顔」と見られる会社案内においては、より一層の検討が必要です。

誰に	どんなシーンで	何を伝えたい	具体的な訴求ポイント	その目的は
株主・投資家に	説明会・見学会	投資先としての魅力	財務安定性の証左データと経営計画、将来像	安定的資金確保、投資金額拡大
お客さまに	営業訪問	商品・サービスの良さ・特長	安心・安全の裏付け、独自性やコストパフォーマンス	ファンの獲得、売り上げ増
お客さまに	店頭で、商品同梱	商品・サービスのバラエティ	商品・サービスの選択肢	ファンの拡大、マーケットの拡大
取引先に	商談時	技術など強味	求める、あるいは提供する技術・原材料など	安定したサプライチェーン参加・構築
採用応募者（新卒）	説明会	安定性・将来性	その企業文化、求め人材像	有能な人材確保
採用応募者（キャリア）	説明会	働く環境の良さ	求める技術、能力、資格、人物像	求める人材の確保
金融機関に	相談時	将来性・安定性・独自性	経営の透明性・安定性・将来性	条件の良い資金調達
監督官庁に	報告・説明時	規格取得、コンプラ、危機対応	製品・サービスの安全性とその裏付け	信頼の醸成
入札先に	要件書類として	要件適合に必要な資格や企画、財務	企業としての健全性、合目的性	受注

(事例)



TOPPAN

| **TOPPAN** |
| **EDITORIAL** |
| COMMUNICATIONS |