

SkySeaS→お客様のライバル社の広告を請負わないという一途でイマドキ純粋なハートを持つ
広告プロデューサー軍団である。お客様のブランド構築には、独自の考え・ノウハウを持つ。

1. 「もしも社員のやる気がでたら…」を叶えた中小製造業

『Y・D・K やれば・できる・こ』ならぬ『Y・D・S やれば・できる・社員』の作り方は？
「きつい、汚い、危険」という3Kの印象が若者を遠ざけていた中小製造業。そんなイメージに逆転ホームランをねらうプロジェクトが「行政女子」から広まっています。

日本の全企業 共通の課題 (悩み)

私共 SkySeaS の大きな業務に、(1) お客様の広告戦略 (2) お客様の社内の活性化戦略 が、あります。
(2) の社内の活性化 (以下、「インナーコミュニケーション」) の必要性は近年、商品の均質化と共にニーズが高まるばかり。昨今の経営層の悩み NO.1 は、「人材不足」。実は、多くの日本企業の場合、これは「悩み」ではなく、“見えていない” だけだ と我々は考えます。自社の「人財のポテンシャル」が“見えていない” だけなのです。

日本の全企業 共通の課題解決案

自社の「人財のポテンシャル」が“見えていない” 原因は、「インナーコミュニケーション不足」です。コミュニケーションの基本は”注目”です。“注目”は 人材を人財にするための 唯一の方法です。人材が財産であると、“自社の社員に注目”しなければ、永遠に「人材不足」は解消しません。広告戦略も人財戦略も“注目する/させる” だけなのです。

ブランディング

=

インナー
コミュニケーション

+

インナーコミュニケーションの結果
良い仕事の発信&改善



町工場をひとつひとつ盛り上げる
チアーズG

とはいえ、インナーコミュニケーションにかかる余裕が・・・その問題を、官民一体となってユニークな方法で解決した「ゲンバ男子」プロジェクトをご紹介します。「きつい、汚い、危険」という3Kの印象が若者を遠ざけていた中小製造業。「採用難」をなんとかしようとしたのは、中小製造業をサポートする行政。

(大阪市都市型産業振興センターが運営する「大阪産業創造館」。運営者である女性職員は「チアーズ G」として写真集発売なども手掛ける)

「ゲンバ男子」というサイトを立ち上げ、製造業のイメージアップ&若年層の関心を高めるため運営しています。町工場で実際に働く若者の写真を一堂に集めたサイトが、女性の間で評判となりファンが急増。2013年から現在まで、大阪だけでなく、埼玉県・神奈川県川崎市・愛知県春日井市でも同様の取組みを実施するまで輪が広がっています。北九州市、静岡県、新居浜市も実施に向け検討に入っているそうです。成功のポイントは、何といても“個人に注目”したこと。世間が注目したことで、取材を受けた若者側のプロ意識がより向上し、とある工場では、生産性が20%アップしたといった売上に直結した効果も。ゲンバ男子をきっかけとして、経営層が“人財のポテンシャル”に気づきはじめたことが最も大きい効果かもしれませんね。

▶ゲンバ男子 HP:<http://bplatz.sansokan.jp/archives/category/genba>



ゲンバ男子の発想のヒントは「佐川男子?!」

「おうちに来てくれる身近な王子様」として人気の佐川男子（佐川急便のセールスドライバー）。もちろんご存知ですね！ マジメに働く姿が注目されたという点では、ゲンバ男子の元祖とも言えます。物流の現場も、きついイメージが強く人手不足が深刻化し、物流費は高騰している現状。そんな現状を打破したい企業側もPRに積極的。本の出版やフィギアの販売も実現しています。筆者の自宅に来てくれる佐川男子はご高齢なので、ブームに気が付くのに時間がかかりました。



2. 新人 AP “横井彩音” の一押しインフォ！ コスパ&インパクト◎ 『マダムシンコのマダムブリュレ』



ヒョウ柄のパッケージという激しい外見からは想像できないほど繊細でふんわり。クリスマスという華やかなイベントにピッタリの手土産です。インターネットでは、最長4か月待ちになったことも。ここだけのお得情報としてお伝えしたいのは「切れ端バームクーヘン 380円」が存在するということです。時々梅田大丸の店舗にあるそうです。大阪に行かれた際にトライしてみてもは？



一押しです!

