

TIP'S

TSUCHIYAMA IDEA PRESS

創刊号

vol.1

2021 JANUARY

土山スタジオオープン

印刷物を使った新たな取り込みを紹介

～企業映画化プロジェクト～

今さら聞けないマーケティングの常識

トリプルメディアの 特色と活用法

ローカル版Facebookとブログのすすめ

RGB6で金刷りの包装紙

UVインクジェットでOOH広告



TSUCHIYAMA

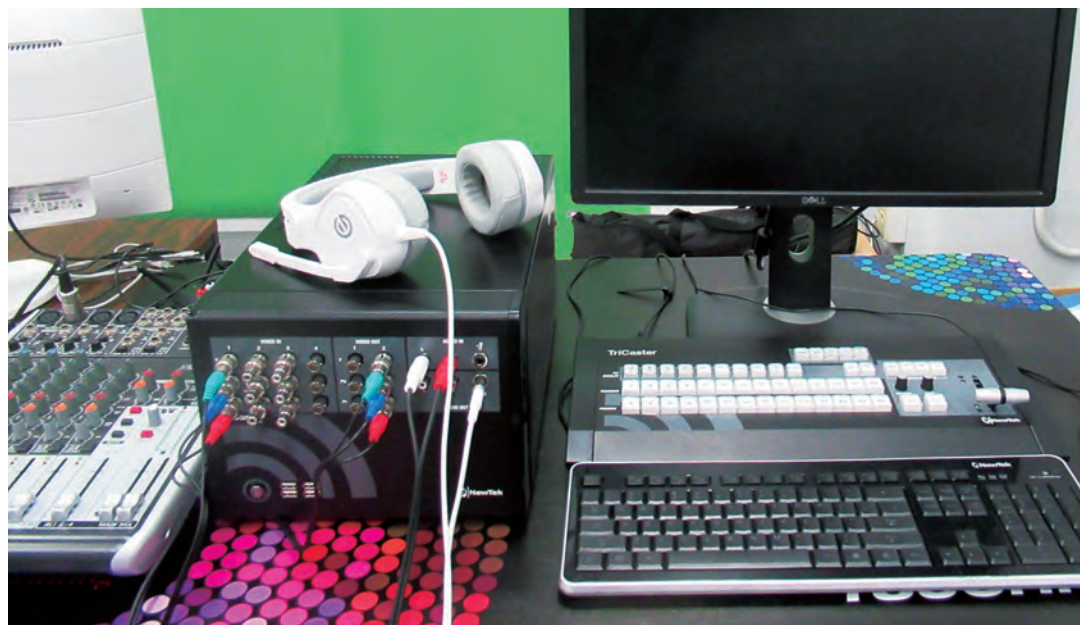
Tee-UP Studioで動画を作ってみませんか!

土山印刷はこの度、美術品や高級商品撮影に利用されていた自社スタジオを一般開放し、誰でもお安く動画撮影が可能・編集までお手伝いして、お客様の販促効果をUPする「Tee-up Studio(ティーアップスタジオ)」サービスを始めました。

動画プロモーションは、この時代で最も効果的な販売促進手段のひとつです。

皆さんも動画プロモーションの第一歩目を、Tee-up Studioで行ってみませんか?

今回はサービス開始のお知らせと共に、動画プロモーションについて解説をしたいと思います。



動画プロモーションとは

映像を使ったコンテンツによって広告・宣伝を行うことを動画プロモーションと呼びます。文字媒体のプロモーションと比べて、動画は印象に残りやすく、インパクトの強いものであればSNSなどによって「バズ」を起こしやすいという特徴があります。現在は無線の発達やSNS利用者の増大、Youtubeなどの簡単に動画を投稿できる場の整備によって、動画プロモーションのハードルは大きく下がっています。

動画プロモーションのメリット

動画プロモーションはかなりのメリットがありますが、特に以下のような点でほかの販促手段より有利です。

1.インパクトが強い

動画は文字や静止画よりも強いインパクトを与え、目を惹きます。さらに、動画は文字や

静止画よりもはるかに多くの情報を伝えることができます。例えば、家具をDIYする場合、文字だけで書かれたマニュアルより、動画で実際に作っているところを見ながらやったほうが伝わりやすいでしょうし、魚をさばくにしても写真で三枚おろしのやり方を伝えられるよりは実際にさばいている動画を見た方が伝わりやすいでしょう。

2.拡散されやすい

SNSで「バズる」ものは、文字よりも静止画、静止画よりも動画の割合が高いものです。上手く視聴者の感性をくすぐることによって、思わぬ宣伝効果を生む可能性は、動画の強みです。

3.時代が後押ししている

少し前まで、インターネット回線は貧弱で、無線回線などは特に容量制限が厳しいものでした。そんな中、容量の大きな動画は厳しいものがありました。しかし、4G回線どころか

超大容量の5G回線すらもサービスが開始される時代が近づいている現在では、インターネット回線を気にせずに動画コンテンツを配信可能となっています。また、YouTube®などの動画サービスはますます発達しており、TikTok®のような動画フォーラムも非常に発達しています。

つまり、現代は動画プロモーションを行うのにふさわしい環境が揃っているのです。

動画プロモーションはこんなところで活用できます

動画プロモーションの使い方は多様です。様々な場で動画プロモーションを使えば、それだけ自社の認知度を増やし、新しいお客様を呼び込むことができます!

1.動画投稿サイト

YouTube®などの動画投稿サイトに自社の動画を投稿する、あるいはそうしたサイト

Tee-up Studio ちょい動

に興味がある方は是非一度、
こちらにご連絡ください!



TEL.075-312-1321

Mail : adachi@tsuchiyama.co.jp

(担当：RC-Sグループ長谷川)



ノウハウがなくても大丈夫! 企画、撮影、編集を全面的にサポートする 「ちょい動」サービス

の広告枠として出稿してみませんか。オンラインベースの動画プロモーションとしてはもともとオーソドックスなスタイルです。

2.自社のWebページ

自社のWebページに動画を埋め込んでみませんか。ホームページなどに動画を埋め込めば、目を引きやすく、文字で説明をするよりも相手に伝わりやすく、インパクトも強いです。

3.SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)

TwitterやInstagramなどのSNSに動画を投稿して拡散を狙ってみませんか。SNSはプラットフォームごとに利用者が異なるため、それに合わせて最適な動画を作り、テキストを添え、プロモーションを行う必要がありますが、うまくすれば爆発的な認知を得られます。

4.展示会

展示会のブースなどで、自社の宣伝として動画を流してみませんか。通常の展示会からオンライン展示会まで、展示会でのプロモーションとして動画は効果的で、人目を惹きますし、展示内容が相手の頭に残りやすい利点があります。

5.屋外広告

店舗の前にデジタルサイネージを設置したり、あるいはタブレットなどを使って動画を流してみませんか。動く看板はお客様の目を惹き、お店に呼び込みます。

「T-up Studio」はクロマキー背景と、クロマキー合成撮影、編集が同時に出来る設備(トライキャスター 40)、レフ板、マイク、照明などの撮影機材を完備。その場で撮影・編集が可能です。

さらに、動画制作ノウハウがなくても、土山

印刷は動画制作代行サービス「ちょい動」を提供しています。お客様のご要望・ご予算に応じて、Microsoft PowerPoint®による簡単なスライドショータイプな動画制作から、Adobe Premiere Pro®などを利用した本格的な動画制作まで、最適かつもっとも低コストなものをご提案いたします。取材・インタビューの原稿作りから、撮影・編集までオールインワンパッケージで動画の制作を代行。「ちょい動」は企業やお店のブランド力大幅アップのサポートをいたします。

さらに、動画制作だけでなく、同じ素材を使ったランディングページやDM、チラシ、会社案内なども同時制作し、他のプロモーション手段も使ってお得に、包括的な販売促進のサポートが可能です。

※本記事は土山印刷のWebサイトコンテンツ(<https://www.tsuchiyama.co.jp/blog/tips/4284/>)から抜粋、再編したものを掲載しています。

印刷物を使った新たな取り組みのご紹介

企業映画化プロジェクト



伝えにくい会社や仕事の魅力を 多くの人に知ってもらうには

- 自分の会社なのに、どうやって魅力をPRしたらいいかわからない…
- 大きな予算をかけずに、自社をうまくアピールしたい…
- 自社製品がないから、会社の特徴を伝えにくい…
- これといって、特別にアピールできるものがない…

では、本当に伝えるべき、魅力がないのでしょうか。

多くの中小企業が抱える悩みを解決、社内全体のモチベーションアップにもつながるプロジェクトが、兵庫県の広告制作会社取り組む「企業映画化プロジェクト」です。

なかなか企業イメージをうまく伝えてくれるビジュアルや写真素材がない、かといってモデルを使った大掛かりな撮影をする費用の捻出も難しい…だったらどうしたらいいのか？

そこで誕生したのが、社員全員を主役にした「企業映画化ポスター」です。

まるで映画のような、インパクトあるビジュアルをよく見てみると、登場人物は全てその会社で働く社員たち。それぞれの現場で働く社員たちを取り上げることで、会社の雰囲気やイメージをわかりやすく伝えてくれます。社員一人ひとりが登場人物であり、社員全員で作る「会社イメージアップポスター」だからこそ、会社の魅力や熱意が伝わるのです。

ポスターをつくることで社員の モチベーションが上がる

ポスターの制作にあたり、「どんな会社にもせたいか」「何を伝えたいか」「どんな会社にしていきたいか」など、広報担当だけでなく、社長をはじめ社員全員で考える・話し合うことが大切です。そしてそのプロセスを1つのエンターテイメントとし

て捉え、撮影という日常ではなかなか経験できない体験も社内イベントとして楽しむ、作る側も見る側もワクワクするようなポスターの構成を考えていきます。また、ポスター用の制作したビジュアルは、WEBサイトやSNS、展示会などでの使用できる、会社オリジナルの素材となります。

このように社内全体、社員全員を巻き込んだプロジェクトとすることで、社員全員のモチベーションアップも期待できます。「会社のよさを伝えよう」とすることで、社員一人ひとりの気持ちが高まり、より個人が輝く職場へとつながっていくのです。

企業映画化プロジェクトのメリットをまとめると、

- 企業やそこで働く人たちの魅力をわかりやすく伝えられる

- 社員全員で取り組む一大社内プロジェクトであり、社員のモチベーションアップにつながる
 - PR素材を作りにくい中小企業であっても、企業の魅力を伝えられるPR素材を作成できる
- などが考えられます。

大手だからできるPRもちろんありますが、小さいからこそできるPRもあります。

社員一人ひとりが主役になれる「企業映画化プロジェクト」は、企業の規模に関わらず、その会社・そこにいる人たちの魅力を効果的に伝えるツールだと言えるでしょう。

このように、従業員総出で会社や職場の雰囲気を映画のポスターのようなビジュアルで表現すると、WEBやSNS、展示会など様々な場面で利用できます。

その制作に際し、内容について話し合うことで、従業員各自が職場を再認識し、社員同士の意思統一ができ、モチベーション向上にもつながります。

※この画像はイメージです。本文中の「企業映画化プロジェクト」によって制作された画像ではありません。



トリプルメディアの特色と 活用方法

現在、様々な形態のネットメディアが登場しています。これらをマーケティングで活用するためには、闇雲に使うのではなく、特徴を理解した上で組み合わせることが必要となります。

3つのメディアの特色

メディアは特色から「オウンドメディア」「ペイドメディア」「アーンドメディア」の3つに分類できます。

<オウンドメディア>

Ownedとは「所有された」という意味で、自社で保有・管理するメディアです。具体的には、自社サイト、ブログ、オンラインショップなどがこれに該当します。

オウンドメディアは、発信する情報を自社で管理できるので、戦略に沿った商品プロモーションやブランディングができます。

しかし、立ち上げやその後のコンテンツの更新作業、コンテンツへの問い合わせ対応などで人件費やメンテナンス費用が必要となります。

また、オウンドメディアには広告ほど即効性がありません。そのため、必然的にSEOを意識したコンテンツの作成が重要です。

<ペイドメディア>

Paidとは「支払われた」という意味で、有償で情報を管理できるメディアです。具体的には、インターネット広告やプロモーション記事などがこれに当たります。他にも、ユーザーを起用したスポンサー動画、インフルエンサーのSNS投稿によるPRもこれに含まれます。

広告の出稿から顧客の目に触れるまでの期間が短く、短期的な成果を求められるプロモーションの展開に適しています。

また、リーチしにくい客層を含む、大勢の人に見てもらうことができます。

広告の内容は細かくコントロールできますが、広告費が発生するため、長く運用するほど費用がかかります。さらに広告としか認識されずに、読み飛ばされる恐れもあります。

<アーンドメディア>

他者が管理するメディアです。具体的には、SNS、ニュースサイト、個人ブログ、口コミサイトなどの媒体を指します。Earnedとは「獲得した」という意味で、ユーザーが発信した情報が共有されることを通じて信頼や評判を獲得できるメディアです。

アーンドメディアは広告でなく、ペイドメディアのように対価を支払う必要がありません。しかし、ユーザーが自発的に作るコンテンツなので、内容をコントロールすることができません。そのため、悪評を書かれるだけでなく、ウソや誤解が広められる危険もあります。

ただ、ニュースサイトの紹介記事や、個人のブロガーが書いたレビュー記事などのコンテンツは自発的に書かれたものであり、信頼されやすくなります。

連携させることで相乗効果が

これらトリプルメディアをマーケティングにどう活用するべきでしょうか。

まず、人々の目に触れやすいのは広告などのペイドメディアです。無名の商品やサービスを、ペイドメディアによって多くの人に認知させることができます。

さらに、興味を持った人は、ホームページなどのオウンドメディアを見て、問い合わせや購入など直接的な行動を起こします。

そして、オウンドメディアを見た人や購入者がTwitterやInstagramなどのアーンドメディアに商品・サービスについての情報を発信して共有・拡散されると、多くの人に認知されます。



このようにペイドメディアをきっかけにオウンドメディアを見た人が、アードメディアで公式情報を拡散するようになることが最適でしょう。

とすると、情報の発信元となるオウンドメディアは非常に重要です。そこに十分な情報がなければ、ユーザーはSNSなどに出回っている一部の不正確な情報を信用する恐れがあります。

さらに、正しい情報が共有されやすい環境を作ることも必要です。オウンドメディアには公式情報を掲載するだけでなく、SNSのシェアボタンを入れておくとよいでしょう。またSNSに公式アカウントを開設して情報を発信すると、共有されるやすくなります。

トリプルメディアの特色を理解した上で、それらを連携させることで相乗効果が生まれやすくなります。

トリプルメディアはもう古い!?

ネットメディア環境の変化に伴い、アードメディアからSNSを分けてシェアドメディアと呼ぶPESOメディアという考え方も登場しています。「PESO」とは、ペイドメディア(P)、アードメディア(E)、シェアドメディア(S)、オウンドメディア(O)の頭文字を取ったものです。

この場合のアードメディアはパブリシティ(報道)やPR活動全般を指します。メディア企業はもちろん、ブロガーやインフルエンサーも含まれます。

これに対して、SNSやブログ、口コミは、個人の共感が広がり共有されるメディアなので「シェアドメディア」と呼ばれます。

どちらも費用がかからないことと自社でコントロールしにくい点は共通しますが、アードメディアは他社の報道記事などの形で情報が世の中にシェアされるのに対して、シェアドメディアは個人で自由に情報をシェアします。

シェアされるかどうか異なり、シェアドメディアでは個人がいかにかに共感するかでシェアされる数が変わります。アードメディアでは、オリジナリティや先進性、世の中へ与える影響によってシェアされるかどうか決まります。

PESOメディアはトリプルメディアよりメディアの分類が増えますが、特性に応じて組み合わせることで相乗効果を生み出すことは変わりないでしょう。

参考文献

田村修著『いちばんやさしいデジタルマーケティングの教本』(インプレス)

ローカル版 Facebook とブログのすすめ

株式会社販促ファクトリー 西川誠也



今、誰かに何かを伝えるためには、インターネットはもちろん、ソーシャルメディアが欠かせない時代です。では、ソーシャルメディアと聞いて、どんなものを思い浮かべますか？

ブログ・Facebook・Twitter・Instagram・YouTube などなど、一つひとつあげていくとキリがないほどです。

今回は地方でのFacebookの活用のお話です。ローカル版Facebookとも呼べます。

地域活性化に役立つ Facebook

実際の事例として、フェイスブックジャパン株式会社と神戸市との「地域経済・地域コミュニティ活性化に関する事業連携協定」をご紹介します。

この取り組みは、Facebook及びInstagramを活用した「地方支援プログラム」全国初の試みです。

協定の内容は、

1. 市政情報発信支援プログラムの実施

- ・市内でのSNS活用セミナーの開催
- ・SNS利用に関するアドバイスの提供

2. 地域経済活性化促進プログラムの実施

- ・中小企業対象のビジネス拡大・人材確保支援
- ・地域の産業・観光・ライフスタイルの魅力発信

3. コミュニティ活性化促進プログラムの実施

- ・青少年及びシニア対象のSNS安全利活用支援
- ・SNSで市民をつなぐ市民参加型SNS投稿キャンペーン
- ・NPO活動支援

この3つから言えることは、地域やスモールビジネスの活性化・魅力発信にFacebookが非常に有効・役に立つということです。しかも、企業や商品、サービスをPRするのに適切なFacebookページの作成は無料、予算をかけずにすぐにも始められるのも魅力でしょう。



SNSの次は持続的な情報発信

さらに余力があれば、取り組んでほしいのがブログとYouTubeでの情報発信です。

FacebookやTwitter、Instagramが旬の情報を発信する、瞬発力のあるメディアだとすると、ブログやYouTubeは持続力のあるメディアだと言えます。Facebook・Twitter・Instagramなどの瞬発力のあるメディアは情報がタイムラインを流れていってしまうため、一過性のものとなりがちですが、ブログやYouTubeはネット上から情報を削除しない限り、情報へとアクセスされるのです。例えば、数年前にアップした記事や動画であっても、検索ワードでヒットすれば、アクセスへと繋がるのです。ブログやYouTube＝ネット上にストックされた情報＝「資産」といえるでしょう。

今はスマホがあれば動画撮影から編集、アップロードまで手軽にできますが、動画はハードルが高いという場合には、ぜひブログから始めてください。

ブログという「どのブログサービスを使えばいいの？」という声が聞こえてきそうです。ブログを運営する会社は複数あり、各社それぞれに特色あるサービスを用意されています。これらのサービスを使えば、ワープロで文章の作成ができる人なら、すぐにブログの開設は可能です。しかしこれらのサービスは家で例えるならば「賃貸」です。そのため、オーナーの都合でサービスや仕様の変更やサービス自体が終了してしまうことも考えられます。

「資産」となるブログを運営していくのであれば、サーバー契約しWordPressなどで作成することをおすすめします。これは家で例えるのなら「一軒家」ですから、カスタマイズも自在です。いつ、どこからアクセスされたか「ログ」をとれるのも大きな特徴でしょう。「ログ」を検証し、効果測定することも可能です。自社の情報を発信する「オウンドメディア」の1つとして、力を発揮してくれることでしょう。

特別な相手に

金
刷り印刷、

6色RGB印刷を

届けましょう

贈り物を受け取るとき、
最初に目に留まるのは、
中身ではなく包み紙です。

金刷りなんて、
お高いんで
しょう?って

催事の際には、大切な人に贈り物をお送りし、また同じく大切な人から贈り物を受け取りますよね。そんな時、最初に目に留まるのは、包み紙。綺麗な包み紙を見て、破るのではなくそっと開いて取っておく、そんなこともあるはず。一般的なリボンや水引だけでなく、和紙包装や色紙、オリジナルパッケージなど……。様々な形態があることからわかるように、最初に目に留まる包装は、中身と同じくらい大切なものなんです。あなたの贈り物の第一印象を、もっと良くしてみたい。そう思ったあなたに。土山印刷の金刷り包装紙と、RGB6印刷をおすすめします。

いえ、実は、そうでもないんです。

土山印刷は一般的な4色印刷機ではなく、6色同時に印刷可能な大型印刷機を使用しています。通常のCMYK4色インキに加え、金や銀といった特殊なインキを使用可能。

金刷り印刷に時間がかかり、コストも高いのは、一般的な4色印刷機であれば、2回印刷を行う必要があるから。

土山印刷なら、たった1回で印刷可能。だから、早く、お手頃価格で、金刷り印刷を提供できます。

また、金刷り・銀刷りだけではなく、CMYKカラーと特色の組み合わせなども、同じくお安く印刷いたします。「多色刷り印刷について相談したい」とお気軽にお問い合わせください。お見積りは無料です。

RGB6印刷なら、包装紙をもっと美しく印刷可能。

一般的なCMYK4色の印刷機は、カメラや映像などに使われるRGBカラーのうち、およそ6割しか再現できません。宝石や金製品、草花などの鮮やかさを本当に再現したいなら、RGB6印刷をお勧めします。RGB6印刷は通常の4色印刷に加えて、オレンジ・グリーンの2色を利用することで、RGBカラーを85%再現した印刷方法です。加えて、より深みのある黒色を6色で表現可能なため、陰影の再現力にも優れます。RGB6印刷を使えば、通常の4色印刷より約140%鮮やかな印刷が行えます。宝石類や金製品などの輝きや、花の

みずみずしい鮮やかさ、絵画の芸術美を印刷で表現するなら、RGB6がぴったりです。

包装紙だけでなく、カタログ・パンフレットにもぴったりです。

金刷り印刷や、RGB6印刷は包装紙だけではなく、カタログやパンフレットなど、様々な印刷物に利用可能。会社案内のあしらいに金・銀色を使いたい、カタログやパンフレットの商品色を実際のものと同じく近づけたい、もっと色鮮やかで高級感のある印刷物を作りたい。そんなご要望にお答えいたします。

金刷り印刷・RGB6印刷に興味があるならこちらにご連絡ください!

TEL. **075-312-1321**
Mail : adachi@tsuchiyama.co.jp



UVインクジェットで 屋外広告を やってみませんか

店舗の外にのぼりや看板などを設営したい。
古いのぼりや看板を新しいものにしたい。
そんなお悩みはありませんか？
土山印刷のUVIJ印刷なら、お悩みを解決できます。



看板印刷

UV印刷によって安価かつ簡単に看板を作ることができます。しなやかなプラスチック板の上にUV印刷し、枠に組み込んでライトを当てることで、簡単に電飾パネルを作れます。



アクリル板印刷

UV印刷機ならアクリル板の上にも印刷が可能です。アクリル、UVともに耐候性の高い素材であるため、屋外での広告に向いています。また、アクリルの透明感を使った表現が可能です。



のぼり印刷

UV印刷機でのぼりを印刷することで、長期間風雨にさらされても色褪せません。また、耐火性の特殊素材にも印刷可能で、熱に強いのぼりを作れます。

リボード印刷

紙から作られた板で、加工が容易でありながら上に車に乗っても問題ないほど頑丈、かつ非常に軽いという特長があります。水濡れや高熱には弱いものの、それにさえ気を付ければ屋外広告として非常に使いやすく、またリサイクルも簡単なため環境にも優しいです。

UV印刷の特徴

UV印刷とは、紫外線で硬化する特殊インクを使った印刷です。構造としてはいわゆるインクジェット印刷機の大型のものに似ていますが、インクを吹き付けた後に紫外線ライトが照射されるという部分が異なります。これによりインクは吹き付けられた後急速に硬化し、表面に定着します。UV印刷は高画質で精密な画像を印刷できる他、インクが硬化するため耐候性が通常の印刷より高いという特長があり、屋外広告に向いています。

また、**曲面の表面にも印刷できるため、ゴルフボールなどの球体や、曲がった木材などの上にも印刷可能です。**



大きさが
あるから
インパクト
絶大です！



／ ほかにも様々な印刷をUVで行えます！ ／

「屋外広告」「UV印刷」に興味があるならこちらにご連絡ください！
(担当：RC-Sグループ長谷川)

TEL.075-312-1321
Mail : adachi@tsuchiyama.co.jp



TIP's

とは

Tsuchiyama Idea PresSであり
Tsuchiyama Interesting Process Stationです。

印刷、カタログ製作、マーケティング、店頭演出など、“情報伝達の最先端ソリューション”を集約することが
TIP'Sの目的となっています。

編集：土山印刷TIP'S編集チーム 印刷：土山印刷株式会社 協力：アイデアウイルス研究所



土山印刷株式会社

本 社

〒601-8308 京都市南区吉祥院向田東町14
TEL.075-312-1321(代) FAX.075-313-8515

東京営業所 〒113-0033 東京都文京区本郷3-43-13 南江堂第二ビル4F
TEL.03-6891-1651 FAX.03-6891-5679

大阪営業所 〒541-0044 大阪市中央区伏見町4-2-6 平松ビルディング4F A室
TEL.06-7222-3401 FAX.06-7220-4810