

「土木広報大賞 2019」応募用紙

団体名： 株式会社 奥村組			
代表者氏名：代表取締役社長 奥村 太加典		所在地：大阪市阿倍野区松崎町 2 - 2 - 2	
担当者情報	氏名：藤本 義浩	所属部署：社長室広報課	
	電話：06-6625-3532	E-mail：yoshihiro.fujimoto@okumuragumi.jp	
応募部門 (複数選択可)	<input type="checkbox"/> イベント部門	<input checked="" type="checkbox"/> 映像・Web メディア部門	<input type="checkbox"/> アイテム部門
	<input type="checkbox"/> 教育・教材部門	<input checked="" type="checkbox"/> 商業広告部門	<input checked="" type="checkbox"/> 企画部門
土木広報活動または作品名：「大阪国際女子マラソン」協賛を契機とした広報展開			前回の応募： <input checked="" type="checkbox"/> 有
<p>広報活動または作品の概要</p> <p>弊社は、2018年1月28日(日)、2019年1月27日(日)に開催された「大阪国際女子マラソン」に協賛しました。マラソンと建設業の仕事は、その取り組む姿勢に共通する部分が多いことに加え、地元大阪の発展や女性活躍を推進する弊社の取り組みからも、大阪から世界に羽ばたく女性アスリートを応援したいという思いを強くしたことが協賛の大きな理由です(2021年までの4年間協賛することを決めています)。</p> <p>「大阪国際女子マラソン」は、中継番組が全国ネットで放映される他、様々なメディアに取り上げられることから、この協賛の機会を通じて、建設業界の理解促進(土木事業も含む)や弊社にとって大きな課題となっている社名認知の向上を図るべく下記の広報展開を行いました。</p> <p>●第37回大阪国際女子マラソン協賛：2018年1月28日(日)開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・協賛社として、選手ゼッケンやゴールテープなど様々な場所に弊社名を掲出(資料1)。</li> <li>・大会会場に協賛社ブースを出展し、得意技術をPR(資料2)。</li> <li>・TVCMを制作し、中継番組内で放映(協賛社として600秒間のCM放送枠)。TVCMは、「建設が、好きだ。」という企業メッセージを表現するべく、弊社職員が<u>土木現場</u>、建築現場等で働く姿を撮影した“企業コンセプトCM”とタレントを起用した“「奥村くみ」シリーズCM”(4話構成のうち4話目は<u>土木現場をクローズアップ</u>)の2種類を制作(資料3：TVCMニュースリリース、映像はDVDで提出)。</li> <li>・TVCMタレントを起用したグラフィックを制作し、新聞広告やポスター、クリアファイル等で展開。</li> </ul> <p>●第38回大阪国際女子マラソン協賛：2019年1月27日(日)開催</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・協賛社として、選手ゼッケンやゴールテープなど様々な場所に弊社名を掲出(資料1)。</li> <li>・大会会場に協賛社ブースを出展し、得意技術をPR(資料2)。</li> <li>・前作の「奥村くみ」シリーズのTVCMを「シーズン1」として継続使用することと合わせ、「シーズン2」として、入社2年目になった「奥村くみ」が建設の仕事を通じて成長する姿を描いたTVCMを制作(<u>第7話は土木現場をクローズアップ</u>)。また、企業コンセプトCMは、前作では、様々な現場で奥村組社員の働く様子を撮影したが、新たなCMでは、当社の得意技術である「<u>シールド</u>」や「免震」、さらには女性活躍の取り組みを伝えるべく制作した。(資料4：TVCMニュースリリース、映像はDVDで提出)。</li> <li>・TVCMタレントを起用したグラフィックを制作し、新聞広告やポスター、クリアファイル等で展開。</li> </ul>			

【資料5：産経新聞広告、現物同封：ポスター・クリアファイル3種類、大会パンフレット（2回分）、タブロイド判PR冊子（2回分）を同封】

●制作したTVCMを下記番組等で展開

- ・2018年2月6日より「日経スペシャル ギアの夜明け（テレビ東京系毎週火曜22時）」に提供
- ・2018年10月22日より「新説！所JAPAN（関西テレビ・フジテレビ系全国ネット毎週月曜22時）」に提供
- ・2018年12月末～2019年1月初旬：関東エリアでスポット提供
- ・2019年1月7日～13日、2月4日～10日：JR東日本トレインチャンネル（電車内モニターに放映）
- ・2019年1月14日～20日、2月11日～17日：東京メトロビジョン（電車内モニターに放映）
- ・2018年12月～2019年3月：動画サイトGyao!（ギャオ）でCM映像を配信
- ・弊社ホームページ「CM GALLERY」にてCM映像を公開  
[（http://www.okumuragumi.co.jp/movie/index.html）](http://www.okumuragumi.co.jp/movie/index.html)

広報活動または作品の効果

大阪国際女子マラソンは、全国的に高く認知されている大会で、沿道には多くの人が詰めかける他、テレビ中継番組も毎年好調な視聴率を獲得している（資料6）。東京オリンピックの選考に繋がるレースとなったことでさらに注目が集まっており、そのような大会に協賛することで大きなPR効果があった。

また、10～30代ユーザーがメインのTwitterにおいても、弊社協賛やTVCMについてポジティブなコメントが9割以上を占めた（資料7）。

マラソン協賛を契機に制作したTVCM映像の展開等も含め、土木事業を含めた建設業界の理解促進や弊社の社名認知向上に繋がった。

さらに、一連の広報活動の直接的な効果といえないかもしれないが、大阪国際女子マラソンの主催でもある関西テレビとご縁ができたことをきっかけに、弊社が施工した「JR六甲道駅復旧工事」を舞台にしたドラマ「BRIDGE～始まりは1995.1.17神戸～」への制作協力依頼があり、特別協力社として全面的に協力することになった。

ドラマは、2019年1月15日に放映され大きな反響があり、建設業が果たしている社会的使命を広く伝えることができ、土木事業を含めた建設業界のイメージアップに繋がった（資料8）。

付属資料の提出

有・無（どちらかに印（✓）を付けてください。）