
今すぐできる！小さな会社でも
勝てるPR
株式会社アナログPR

Who are you?

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

松浦　啓介

株式会社アナログPR　代表取締役

資本金:10,000,000円

本社:東京都港区

社員数:12名

事業内容:企画PR事業、メディア事業

海外進出支援事業など



シンガポールとの２拠点生活

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

Archives

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

APPAREL

Doublefocus



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

COX
COMPANY LIMITED

LAUNCH
PARTY





VENCE EXCHANGE

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

G-FOOT

itSnap Magazine





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

EVERGREEN

EVERGREEN CO.,LTD.

DIVINER JAPAN

TEAM

RECKLESS LIFE



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

JIGGYS SHOP





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.







Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

CAMPFIRE



自分だけのスーツケースで
世界で遊んで欲しい。

¥ 現在の支援総額

3,521,000円

704%

目標金額は500,000円

パトロン数

95人

募集終了まで残り



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

3MINUTE

トップ | ゲーム・アニメ | 政治・社会 | ビジネス | 海

トップ ＞ ビジネス　　用語リンク



総フォロワー41万人の次世代モデル横田ひかる、新レディースアパレルブランド「ЯUKAHI」を期間限定スタート

モデル・女優であり、SNSで総フォロワー41万人を抱える、横田ひかるは、2018年10月17日(水)、自身がクリエイティブディレクターを務める新レディースアパレルブランド「ЯUKAHI（ルカヒ）」を期間限定スタートすることをお知らせします。



GREE

一児の母でありモデルの山田千尋、新レディースアパレルブランド「AnotherC」を期間限定スタート

“オフスタイルに見えない、オフスタイル“を提



【AnotherC（アナザーシー）】

AnotherCのブランドコンセンプトは、「オンルックのオフスタイル」。オフスタイルに見えない、オフスタイルをイメージし、「オフスタイルを好む女性に、少しでもオシャレと機能性と心地よさを提供するブランドにしたい」という想いが込められています。またディレクター山田千尋の人生とリンクしながら、同世代の方々と共に成長していくブランドを目指しています。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

INSTAGRAM









Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

キーワードを入力..

繊研|電子版

繊研新聞 電子版 お申込み

plus 繊研新聞電子版 繊研アーカイブ 会社概要 購読案内 サポート 会員登録 ログイン

ヘッドライン 総合 企業 人事・機構 トレンド 商品 新興 素材・製造・商社 人材 販売 求人 レポート＋ 就活 コラム FB用語解説 特集

ホーム › フラッシュニュース

今なら勝てるインスタ【追加】

2019/08/28 05:35 更新

この記事を保存 ツイート B! ブックマーク 0 シェア 44



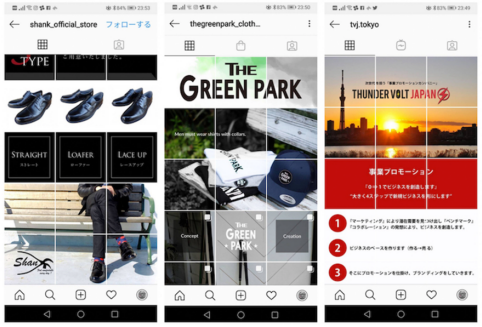
繊研新聞社は10月4日、インスタグラム内にホームページを作り、インスタマーケティングと言う全く新しい切り口で売上・集客を上げるインスタ運用術に関する有料セミナーを開きます。満席となった8月29日開催のセミナーの追加講義で、今回は時間を1時間伸ばしてさらにパワーアップした内容にいたします（受講料が変更になっておりますのでご注意ください）。

今や国内のアクティブユーザーが3300万人超というインスタグラム。既にインフルエンサーマーケティングやインスタグラム広告で、ビジネスを飛躍させている企業も多く存在します。しかし、それ以外のアカウント運用で、再現性を持たせた売上・集客アップはなかなか広まりません。後発のアカウントだとフォロワーも簡単には増えません。ましてや、エンゲージメントやコンバージョンにつながるような運営にはかなりの労力とコストがかさみます。

今回のセミナー講師をつとめるサンダーボルト・ジャパンの松浦啓介さんは、「重要なのは投稿内容や画像クオリティよりも、インスタ独自のマーケティング知識」と話します。あらゆる業種のアカウントをプロデュースしてきたからこそ話せる事例を解説を交えながら、ツイッターのようには拡散できないインスタグラムをいかに活性化させるか、そのインスタマーケティングを松浦さんがわかりやすく教えます。

今やユーザーが何かを調べる時は、検索エンジンで「ググる」からインスタグラムで「タグる」と言われており、月間600万人のユーザーがハッシュタグから必要な情報を検索しています。"日本一多くのインスタアカウントをコンサルしている"チームが日々実践するなかで得たナレッジを学び、最短で最高の効果を実感してください。

> *～参加者の皆さまへのメッセージ～今や国民の4人に1人が利用するインスタグラム。もはや、トレンドや流行の一言では片付けられません。しっかりとそのマーケットを認識し、アプローチしていく必要があります。プレゼンを通して、危機感の顕在化のお役に立てれば幸いです。（松浦啓介）*



インスタLPの事例

*まつうら・けいすけ （株）
歴18年。モノ作りをコトの
まで新規事業開発のプロデ
モーションの一つとして使
ビンアウト。18年10月に本
ートを受託。日々の研究や
への深い洞察を基にEC、
において企業のインスタマ*



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

MEDIA



ライフ　2018年11月07日

「40代お腹ぽっこりおじさん」が秋に着るべきはセーター or カーディガンどっち？



『Mr.Babe』倉科典仁編集長(左)×ファッションバイヤーMB



1 「YouTuberになりたい」と退職代行を依頼する若者。お盆明けに殺到…
2019年08月17日

2 販売不振だったプリウスがまた売れ出したのは、なぜ？
2019年08月18日

3 自衛隊の迷彩服、質と量は大丈夫か？すぐ燃える韓国軍の迷彩服
2019年08月17日

4 一発屋芸人・コウメ太夫、テレビに出なくても老後は安泰なワケ
2019年08月18日

5 ド底辺キャバ嬢が甲子園で初観戦してみた！ 暑さにやられ、もう限界…
2019年08月18日

6 ユニクロ超えの高コスパアイテム
…ワークマンのマスト…イ3選
20…年08月…1日



デブBプロジェクト

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

And more...

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ですが・・・



昨年9月、2期でグループ14億を作った会社を

共同創業者に乗っ取られ、自己破産寸前・・・

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

そこから・・・

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



回転寿司 たいせい

安納美姫さんを１日店長に迎え
【たいせい子供寿し教室】開催！

NEXT MEATS

回転寿司たいせいの活動に教官いただいた
NEXT MEATS より代替肉「NEXT ハラミ」をた
いせい子供寿し教室にご提供いただきました。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

いつでも無料で楽しめる
民放公式テレビポータル

TVer

10/1(日)23時30分 配信開始

見逃し配信決定!!



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

“イマ”のトレンドを MBが独自の感性で発信するラジオ番組。

TREND REPORT
MBのトレンドレポート
FM-NIIGATA

ON AIR









Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

And more...

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



一人で再起

4ヶ月で62社3.5億円受注獲得

現在も連帯保証人の件で足を引っ張られながら復活中

今月単月で1.６億の着金売上

社員12名　業務委託合わせ20名　来年採用5～10名

来期30億を目指して邁進中

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

なんで？



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

特殊なPRノウハウがあったから

本日ノウハウ公開します

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

第一章

そもそもPRって何？

認知拡大？

ブランディング？

日本中が間違えている？
PRの本質

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

広告とPRの違い

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

広告



PR



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRは意味がない





PRは全てが一過性



出るだけでは意味がない



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

つまり

PRに頼ったビジネスは
確率の低いギャンブルと同じ

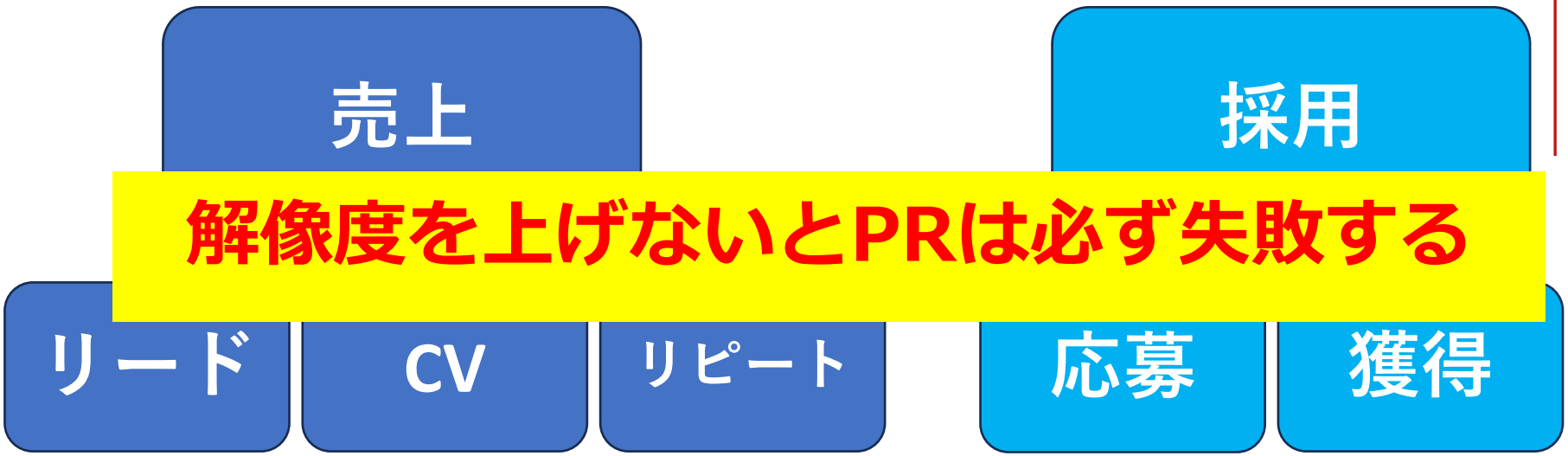
Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ブランディング

に答えはない

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ブランディングって何？



目的ありき

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRで認知拡大！は都市伝説











認知拡大はPRではできない
認知獲得は広告・マーケティング

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

陥りがちなPRの落とし穴

①メディアに露出することをゴールとしてしまう

②他社のやり方、事例を鵜呑みにしてしまう

③マーケティングや課題からズレた発信をしてしまう

④WEB広告（CVRやCPA）の数字と比較してしまう







Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

第二章

ジャイアントキリング
小さな会社でも勝てるPR

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRとはマーケティングである

重要なことは　戦略

WHO
ターゲット

WHY
解決したい課題

WHAT
どのような施策

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

勝てるPRの考え方

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ライバルに勝つには錯覚資産を作る





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ライバルに勝つには錯覚資産を作る





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

スポンサー

ブランド: AOKOWN

1500ML 電気ケトル 304 ステンレス鋼保温瓶ケトル 大容量保温瓶ケトル湯ケトルホームオフィスケトル 保温 保冷 おしゃれ 旅行 アウトドア 家庭用 業務用



サイズ: **1500ml**

ブランド: FaFe

3.8 ★★★★☆ 2,474

【FaFe】電気ケトル ケトル 自動電源OFF 空焚き防止 1.2L (ホワイト) シンプルデザイン

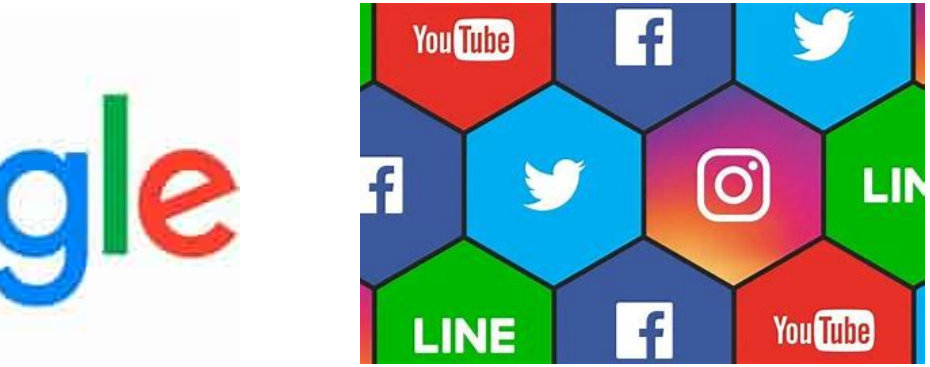


「ワンプッシュオーブン電気ケトル 1.2L」です。

過去1か月で500点以上購入されました

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

消費者が検索は２パターン



選択と集中のランチェスター戦略

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

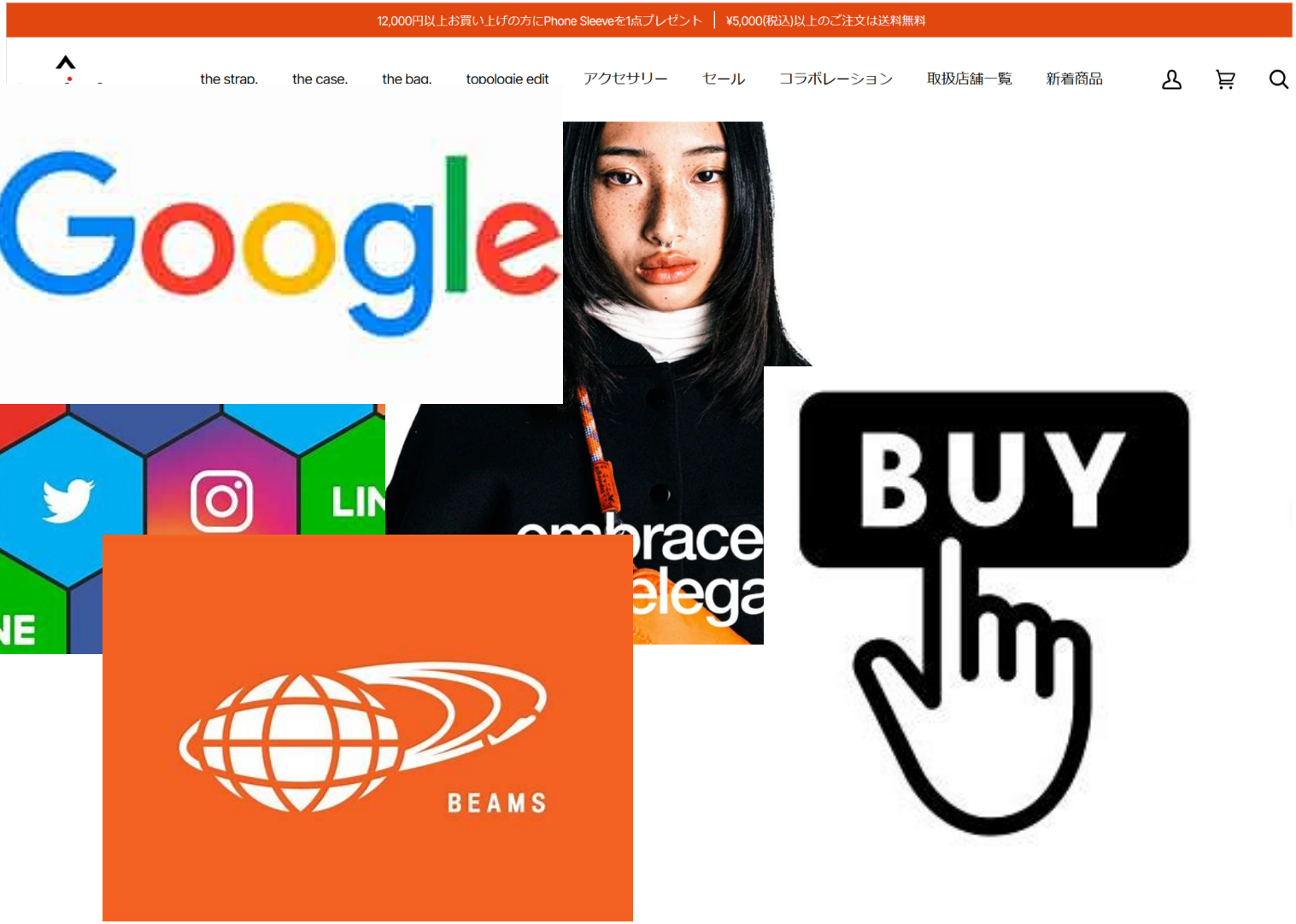
Google





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

消費行動の変化（調査・学び）



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

超重要

PRは間接的コンバージョン

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

直接的CV



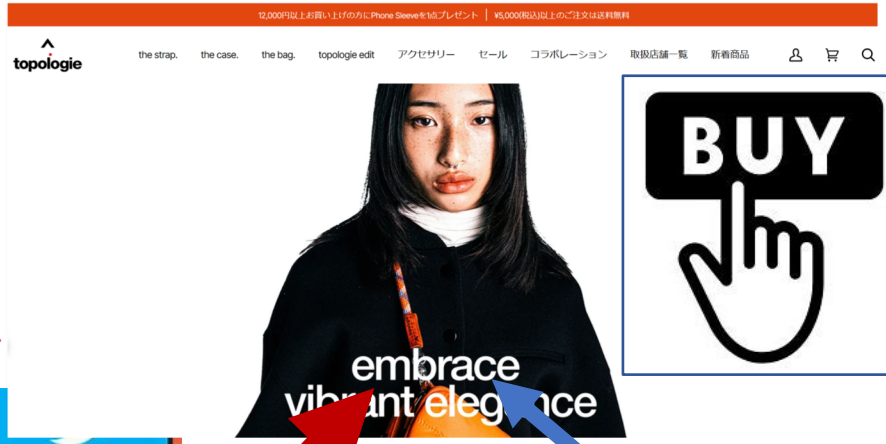
広告

間接的CV



ＰＲ

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.









Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRの費用対効果は数値換算できない



PRを重視しているかでネタも変わってくる。つねに見られているので、気が気じゃないですが。

D トップに「あれとこれをやってくれ」と言われている間は、PRとして一歩目を踏み出せていないと思ったほうがいい。時間をかけて信頼関係を築き、世の中とのコミュニケーションについて企画・立案し、それをトップにインプットできるようになって、ようやくPR業務の始まりです。

B 収益に直結するKPIを持たないので、幹部にあれこれ意見すると「あの広報を外せ」となることもしばしば。ただ、広報の仕事は簡単に数値化できるような性質のものではない。いざとなれば経営のクビが飛ぶようなネタを

やTi
世論誘
フル回
していい
活用で
るとこ
ら発信
す。
あり方
ドメデ
を含め、
ごく難
キルを
」広報
。



数値化できるほど広報は単純じゃない

——トップがPRを重視する企業として、「トヨタイムズ」を運営するトヨタ自動車が象徴的です。

A トヨタイムズは人手と金をか

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

だからこそ勝てる

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

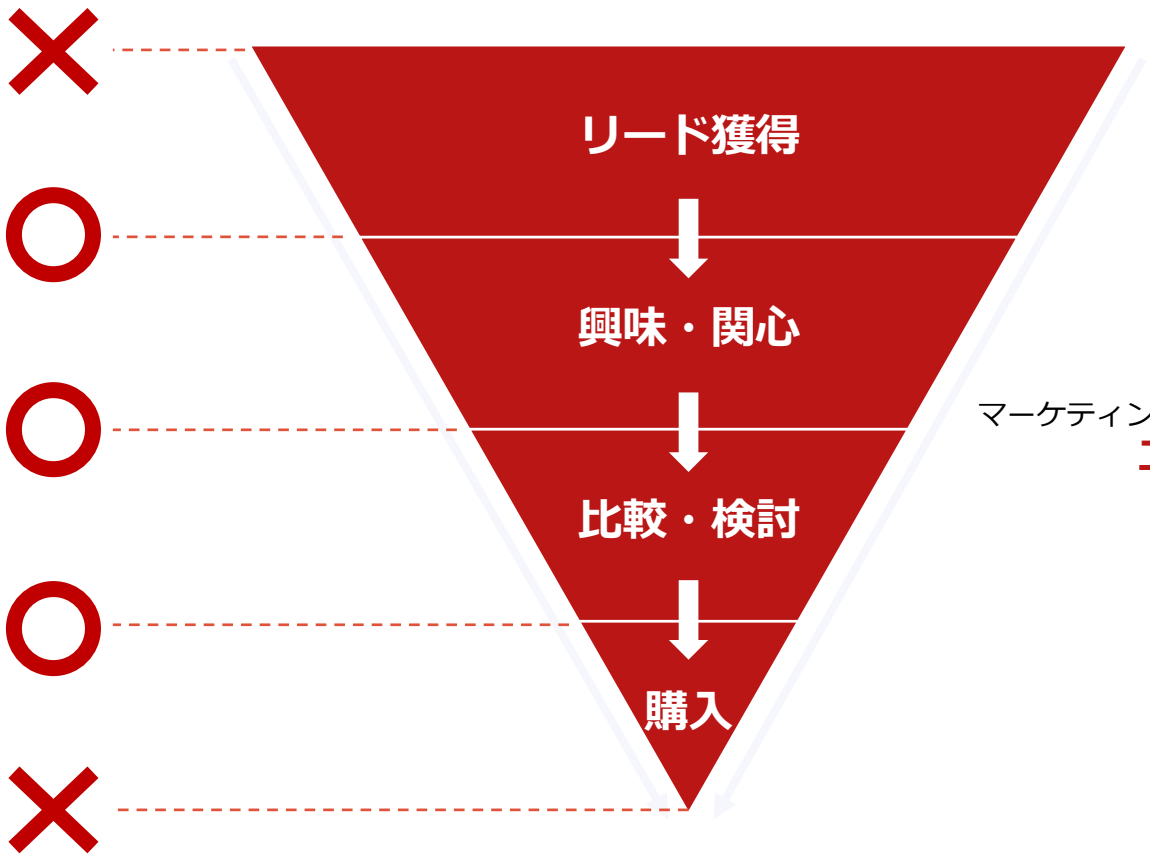
PRで「できること」

PRで「できないこと」を知る

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRで「できるコト」と「できないコト」

PRと広告の違いを明確にし、戦略的に棲み分けることで失敗を防ぎます



できるコト

マーケティングファネルを下るフェーズでの
エンゲージメント率向上
コンバージョン率向上

できないコト

リード獲得
ダイレクトな売上獲得
※不確定要素が多いPRには不向き
広告の役割部分

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

認知・ブランディングをゴールとしない
意味のあるPRとは？

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

認知・ブランディングをゴールとしない 意味のあるPRとは？

ここがゴールだと効果のないPRに



- 集客？
- 売上？
- 採用？

何のため…？

逆算したPR設計

課題解決をゴールとしたPRが必須

ex. 売上のPR ≠ 採用のPR

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRで会社の資産を作る

自社のスペックが上がるPR資産の作り方 考え方

PR実績＝PR資産

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

本質はホームページ、LP、商品ページへの実績集約

PR実績 ＝ PR資産

ホームページなどの自社メディアにプレスリリースやメディア露出などのPR実績を掲載していくことで、来訪者のエンゲージメントやコンバージョンを向上させる資産の蓄積になります。







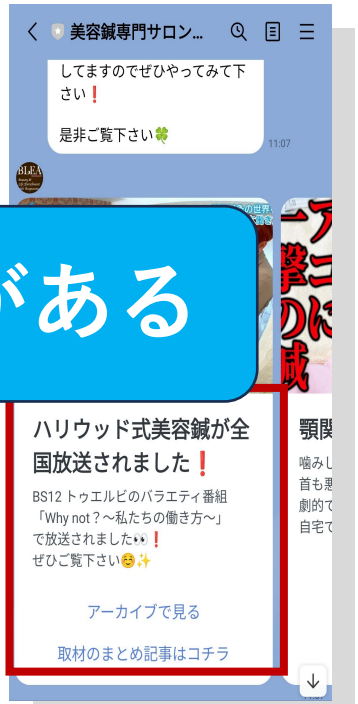
メディア掲載なども一過性でなくなり、長期でマーケティングに使用できます。
実績を積むほどに来訪者へのインパクトが強くなり貴社の営業活動に貢献します。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

自社ページに来る人は2種類の人しかいない







Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ex.1 WEBマーケティング×PR

コンバージョン率を上げる



商品やLPなどのデザインではできない**差別化**となります。
競合と比較して、**圧倒的な信頼**を得ることができます。

コンバージョン率アップの可能性も！

ex. 広告10,000人にリーチ
広告　CV率　1%　　獲得100人

CV率が1%上がると

ex. 広告10,000人にリーチ
広告　CV率　2%　　獲得**200**人

広告費そのまま

効果2倍

ABテストや、デザイン、運用の工夫では
得られない成果獲得の可能性があります。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ex.2 採用×企業PR

PRと、ホームページや**求人媒体**との連動により、**採用の優位性**を得られます。

企業知名度
向上

社会的信頼度
向上

求人媒体CV率
向上

採用強化

現在は採用戦略に特化したPRをする企業も増えてきています







Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ex.3 地方マーケティング×地方PR

広告・営業・PRなどを地域を絞って集中させることにより、地方マーケティングを成功に導きます。





PRを使った地方マーケティング戦略

九州PR
6ヶ月
九州地区
集中営業

→

東海PR
6ヶ月
東海地区
集中営業

→

四国PR
6ヶ月
四国地区
集中営業

→

And
more…

地方PRと営業を一定期間、同時集中させることにより、広告費、人件費などのコストを抑えたマーケティング戦略を実施することができます。

多額の予算をかける**全国PRは不要**

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

エンドユーザーが

見るところ（行動パターン）は



決まっている

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

amazon

スポンサー

ブランド: AOKOWN

1500ML 電気ケトル 304 ステンレス鋼保温瓶ケトル 大容量保温瓶ケトル湯ケトルホームオフィスケトル 保温 保冷 おしゃれ 旅行 アウトドア 家庭用 業務用



サイズ: **1500ml**

Rakuten

ブランド: FaFe

3.8 ★★★★☆ 2,474

【FaFe】電気ケトル ケトル 自動電源OFF 空焚き防止 1.2L (ホワイト) シンプルデザイン



過去1か月で500点以上購入されました

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

エンドユーザーの 検索 パターン



2 種類

Google



先読みしたPRで勝率を上げる

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

amazon

スポンサー

ブラ

150UML 電気ケトル 304 ステンレス鋼保温瓶ケトル 大容量保温瓶ケトル湯ケトルホームオフィスケトル 保温 保冷 おしゃれ 旅行 アウトドア 家庭用 業務用



Rakuten

2,474

止

1.2L (ホワイト) シンプルデザイン



＋ＰＲ実績

Google



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

実績

フェムテックメーカー



WEBマーケティング



建設業・社長



レディースシューズブランド



消毒液メーカー



アナログPRなら無料

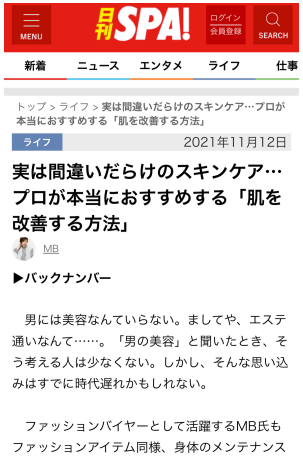
眼科医・ドクター



IT(メタバース)企業



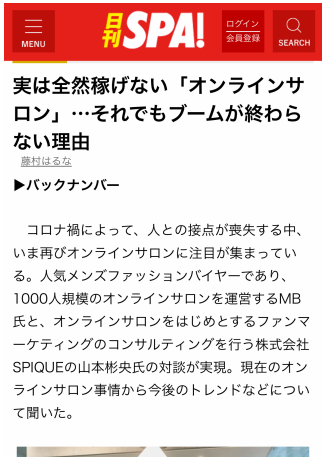
脱毛サロン



冷凍食品メーカー・飲食店



オンラインサロン事業



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

第三章

誰でもできる
「勝てるプレスリリース」

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

プレスリリースとは？

新商品

新サービス

新事業

経営・人事

ニュース素材

メディア

PR TIMES

@Press

valuepress

and more...

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

プレスリリースとは？

ほとんどの企業はただの告知

重要なのは戦略

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

アナログPR流 新解釈プレスリリース

オフィシャル性の担保

公式文書としてのプレスリリースを通す事で、自社HP内での告知だけでなくオフィシャル性を持ったニュースとしてWEB上にログを残せます。

第三者目線でのアウトプット

貴社を検索するターゲットに、敢えてメディア向けに作った記事を見せる事で第三者目線で浸透。貴社のサービスに対するエンゲージメントを高くします。

複数メディアへの転載

自社で作ったそのままの文章でメディア転載、一般ユーザーにも情報を届けることができます。また複数メディアに同時転載されるので貴社の情報を多数WEB上にログを残すことができます。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

課題解決型プレスリリース戦略

CONFIDENTIAL

メディア取材を狙っただけのプレスリリースではなく、ターゲットを絞って効率的に認知させるようなプレスリリースを作成。その結果、取材の獲得も。

戦略的PRストーリー

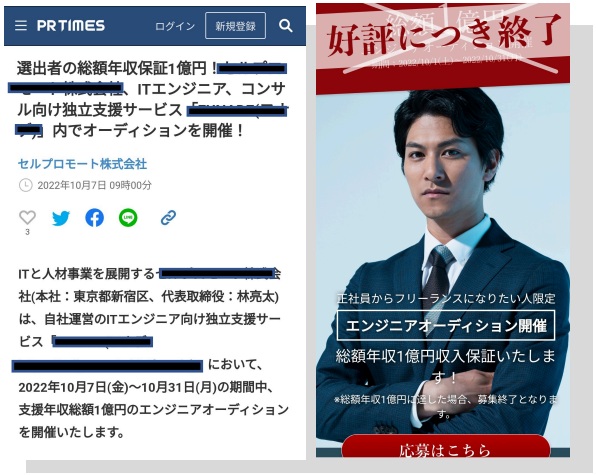
プレスリリースを使い、貴社のマーケティングに連動した継続的PRストーリーを立案します。

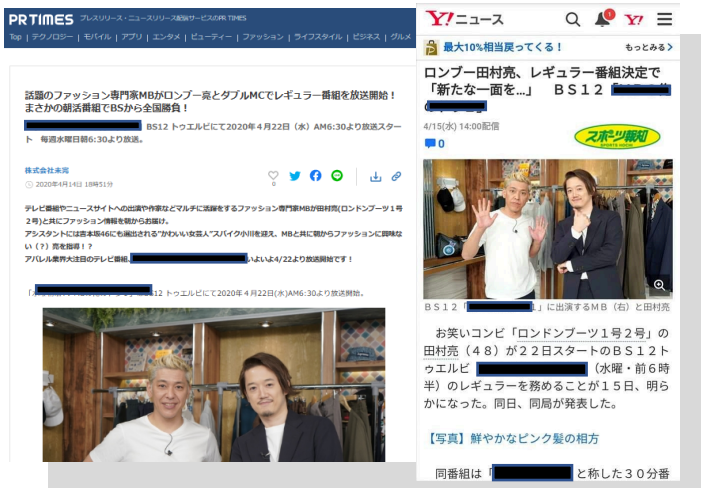
メディア視点の記事企画

貴社のプレスリリースを現役メディア編集者が仕上げることにより魅力的な内容に仕上げます。

SEO対策

戦略的にプレスリリースを作成、配信していくことでSEO対策としても効果が期待できます。





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

プレスリリースのネタになるもの

CONFIDENTIAL

1 新しいこと



新サービスや新店舗など「新〇〇」「初〇〇」と謳えるものは新しいこととしてプレスリリースにすることができます。

【例】
・スターバックス鳥取県へ初出店
・新商品の発売告知
・新サービスローンチ

2 すごいこと



比較対象よりも振れ幅がある数値＝社会的・業界的にみて驚くべき数値であれば「すごいこと」としてネタにすることができます。

【例】
・アプリDL数1000人突破
・ネームバリューのある企業と協業
・過去最高の収益を突破

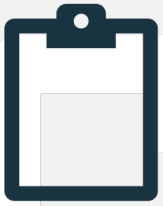
3 お知らせ



将来の取引先企業の目に留まり商談に発展する可能性があるので、HPのお知らせに掲載するような内容もプレスリリースのネタになります。

【例】
・〇〇スポンサーになりました
・セミナーの開催
・展示会への出展
・元〇〇執行役員が顧問に就任

4 調査結果



商品やサービスに関するプレスリリースを出す際にリサーチ結果と共に発信することで業界関係者やメディアに興味喚起することができます。

【例】
・介護従事者〇人にアンケート調査
・自社アプリ調べで～
・街角調査では実に３人に１人が～

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

肉汁水餃子 餃包
「お手伝いで０円食べ飲み放題プラン」スタート

世の中の関心の高い問題を解決するサービスの開始リリースが反響をよびテレビ取材が殺到、全キー局からの取材を獲得した事例。


PR TIMES プレスリリース・ニュースリリース配信サービスのPR TIMES

Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティー | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グルメ

飲食店スタッフ不足対策「お手伝いで０円食べ飲み放題プラン」スタート

～時短解除の飲食店“人材争奪戦”に打開策～

株式会社アールキューブ

2021年11月4日 09時08分

株式会社アールキューブ（所在地：東京都品川区、代表取締役：坂田健）が運営する「肉汁水餃子 餃包 六本木交差点」は、2021年11月より、お客様がお店のお手伝いをする「０円食べ飲み放題プラン」のモニター募集開始をお知らせ致します。

【時短営業から一転、急激な人材難に陥る飲食業界】

緊急事態宣言等により長期間の時短営業を強いられてきた飲食業界。ようやく都内飲食店も時短要請が解除され客足が戻りつつある反面、急激な人手不足に陥り、熾烈な“人材争奪戦”が始まっています。これから年末ピークも迎えますが、人手が足りず思うように営業できない店舗の続出が予想され、長いトンネルを抜けるかと思われた飲食業界が次の壁に直面しています。

当社が運営する「肉汁水餃子 餃包 六本木交差点」


お手伝いすれば0円で食べ飲み放題!? 飲食店の人手不足打開策


飲食店スタッフ不足対策「お手伝いで０円食べ飲み放題プラン」スタート

PR TIMES / 2021年11月4日 11時15分

～時短解除の飲食店“人材争奪戦”に打開策～

株式会社アールキューブ（所在地：東京都品川区、代表取締役：坂田健）が運営する「肉汁水餃子 餃包 六本木交差点」は、2021年11月より、お客様がお店のお手伝いをする「０円食べ飲み放題プラン」のモニター募集開始をお知らせ致します。

メディア実績



TBS【THE TIME】


NHK【おはよう日本】



テレビ朝日【帰れマンデー】



FBS 福岡放送【めんたいワイド】

Gunosy LINE NEWS

Abema news excite msn

SmartNews etc…

緊急事態宣言明けに従業員不足で開店できない飲食店の様子が連日テレビで報道されていた時期に、メディアが取り上げたくなるサービス（ネタ）を企画しプレスリリースにて発表した結果、狙いが当たり多くの取材を獲得しました。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

出版記念トークショー

書物の出版記念や、〇〇部達成！のタイミングに合わせて記者発表イベントを開催。

2022.09.22

さらば森田　資産運用トークで「ＴＫＯ木本さんに聞いたくらい」「相方を切りたい」



お笑いコンビ・さらば青春の光の森田哲矢（４１）が２２日、都内で行われた「第４回Ｉｎｆｌｕｅｎｃｅｒ's　ＥＸＰＯ　２０２２」に参加した。

資産運用に関するインフルエンサー、ユーチューバーとして活躍するライオン兄さんこと山口貴大氏と、経済的自立と早期リタイアを意味する「Ｆｉｒｅ（Ｆｉｎａｎｃｉａｌ　Ｉｎｄｅｐｅｎｄｅｎｃｅ，　Ｒｅｔｉｒｅ　Ｅａｒｌｙ）」についてトークを展開。投資、資産運用に関する経験を問われ、森田は「皆無です。ＴＫＯ木本さんからちょっと聞いたくらいです」と、巨額投資トラブルで松竹芸能を退社した事務所の元先輩・ＴＫＯ木本武宏を引き合いに出し場内の笑いを誘った。

親和性のある旬のタレントを呼ぶことでメディアを誘致！
イベント終了後にも【事後のプレスリリース】を配信し、確実にメディア掲載を狙った結果、多くの媒体に掲載されました。

メディア実績



日本テレビ【スッキリ】
“天の声のコーナー”でお取り上げ

ORICON
YAHOO! JAPAN ニュース
Gunosy
日刊スポーツ
livedoor
ニコニコニュース
mixi news
excite
南日本新聞
東スポWEB
福井新聞 FUKUISHIMBUN ONLINE
etc…

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

スポンサードや業務提携開始

スポンサード



業務提携



認知度や話題性のある企業（人）へのスポンサード、社会的意義のある活動をしている企業との業務提携で自社の印象をデザインできます。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

100年以上続くロングセラーブランド正露丸を販売する大幸薬品株式会社が出した調査リリース

＜調査内容＞20~69歳の男女1000人に調査を実施
＜調査結果＞20代の5人に1人は正露丸の臭いを嗅いだことがない。



大幸薬品

News Release

2021 年 12 月 2 日（木）

においに世代間ギャップ
20 代の約 5 人に 1 人は『正露丸』のにおいを知らない！？
一方で、30 代以上は 95%が『正露丸』のにおいを認知
～『正露丸』のにおいの正体は植物由来の生薬 ～

100 年以上続くロングセラーブランド『正露丸』を販売する大幸薬品株式会社（本社：大阪市西区、代表取締役社長：柴田高、以下、大幸薬品）は、20 歳～69 歳の男女 1000 名を対象に常備薬でおなじみの『正露丸』のにおいの認知に関する調査を実施いたしました。

調査結果サマリー

■『正露丸』のにおい「嗅いだことがない」わずか 8.0%！しかし年代でギャップも
20 代の 19.5%が『正露丸』のにおいを「嗅いだことがない」と回答。特に 20 代女性では 24.0%が『正露丸』のにおいを「嗅いだことがない」と回答。一方、30 代以上の世代では「嗅いだことがない」という回答は 5.1%にとどまり、30 代以上の 95%が『正露丸』のにおいを「嗅いだことある」ことがわかった。

■『正露丸』のにおいが「好き」！計 12.1%。
『正露丸』のにおいは「漢方のにおい」に似ていると 69.3%が回答。「燻製のにおい」、「森林のにおい」との声も。

■大人になって好きになったにおいが「ある」と 36.0%が回答
「燻製」や「ウイスキー」など大人になって好きになった食べ物・飲み物という回答が多く集まった。子どものころは『正露丸』のにおいが苦手だったという方も、大人になって嗅いでみると違った印象を受けるのかも。

■『正露丸』のにおいの元は、主成分である植物由来の生薬「木クレオソート」
「木クレオソート」はブナやマツなどが原料の植物由来の生薬。においが苦手な人には白い糖衣錠の『セイロガン糖衣Ａ』も。

■3 人に 1 人が薬箱に『正露丸』を常備！
『セイロガン糖衣Ａ』は 21.6%が「ある」と回答。「急にお腹を壊したときに正露丸があって助かった。（男性：40 代）」などの声も。

■自宅の薬箱・救急箱に『正露丸』『セイロガン糖衣Ａ』を「入れておきたい」計 66.8%！
中学生以下のお子さまがいる親は計 69.6%が回答。



正露丸のにおい、20代の2割「知らない」　大幸薬品の認知度調査、世代間ギャップ浮き彫りに

2021年12月11日 14時00分 公開　[コネムラメグミ，ITmedia]

印刷　見る　Share　B! 0　0

ロングセラーブランドの「正露丸」を販売する大幸薬品（大阪市）は、20～69歳の男女を対象に、「正露丸」のにおいの認知に関する調査を実施した。「正露丸」のにおいを嗅いだことがないと答えた人は全年代で8.0%であったのに対し、20代では19.5%と2割程度となり、世代間で格差があることが分かった。

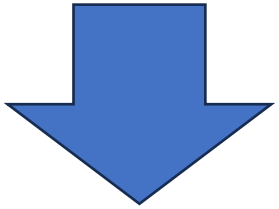
「正露丸」のにおいの認知に関する調査を実施した（大幸薬品商品サイトより）

一方的な自社の宣伝ではなく、敢えてネガティブな調査データを公表したことで大衆やメディアの関心をひき、口コミやバズの発生から多くの認知をとった事例。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

何のためのプレスリリース？

まずはターゲットと目的の解像度を上げる



課題解決

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

プレスリリースを使い課題解決

売上

採用

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

PRTIMES　ログイン　新規登録

大反響の「fxxkin' CORONA」シリーズ第三弾。fxxkin' CORONAマスクが本日発売開始！

「みんなで家でも楽しもう！そしてコロナを倒そう！」をコンセプトに企画したsupply the rightの「fxxkin' CORONA」シリーズ第三弾を本日発売開始します。

株式会社未完

2020年5月3日 11時58分

0

ファッションバイヤーMBを中心に立ち上げた自社アパレルブランド「supply the right(サプライザライト)」が「みんなで家でも楽しもう！そしてコロナを倒そう！」をコンセプトに企画した「fxxkin' CORONA」シリーズ。
第一弾はTシャツ、第二弾はキャップを発売し、非常に多くの反響を頂き、24時間で1000着を超えるたくさんのご注文を頂きました。

本日2020年5月3日に「fxxkin' CORONA」シリーズ第三弾の「fxxkin' CORONAマスク」の発売を開始します。





子供サイズが登場！最強のマスクカバー SINGTEX PROTECTOR+

2020.05.06

NEWS



子供も楽しめるポルシェジャパンの外出自粛への応援メッセージ

2020.05.06

LIFE



スタバが恋しいあなたに！自宅でも楽しめる「フラペチーノ風ドリンク」の作り方

2020.05.05

NEWS



調整可能で付けやすい！ fxxkin' CORONAマスクが発売開始

2020.05.05

NEWS



美容師がセルフカットのコツを大公開！「オンラインヘアサロン」開店！

PR TIMES　ログイン　新規登録

選出者の総額年収保証1億円！セルプロモート株式会社、ITエンジニア、コンサル向け独立支援サービス「FUNADE(フナデ)」内でオーディションを開催！

セルプロモート株式会社

2022年10月7日 09時00分

3

ITと人材事業を展開するセルプロモート株式会社(本社：東京都新宿区、代表取締役：林亮太)は、自社運営のITエンジニア向[illegible]ビス「FUNADE(フナデ https://cellpromote.biz/funade)」[illegible]、2022年10月7日(金)～10月31日[illegible]の期間、支援年収総額1億円のエンジニアオーディションを開催いたします。



1人失敗？

ネタ(企画)が重要

メディア目線の
ネタ作りが絶対！

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

ホームページ

PR実績=資産

積み上げていく

一過性ではなくなる

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



メディア実績

















Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

プレスリリースだけでできる
戦略的PR

事例紹介

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

製造段階から販促を予算化

PRの未完、国内OEM企業と組み

在庫前提の物作りと一線



MB氏が着用した「ウェア・フォー・サステイナビリティー」。番組であっても本人が価値を認めたものしか紹介しないという

新興のPR会社、未完（東京、松浦啓介社長）は、国内OEM（相手先ブランドによる生産）と組んだ新たなプロジェクトを始めた。製造段階からPR予算を組み込むことで広告費用を事前に予算化し、テレビやSNSなど〝当たる〟確率の高い販売チャンネルに充てる。第1弾はOEMのコイケ（名古屋市）の「ウェア・フォー・サステイナビリティー」を取り上げ、BS12の番組で8月に放送する。

未完は長年OEM事業を手掛ける松浦社長が、今や価格ぐらいしか差別化ができない実情に疑問を感じ、新たに立ち上げた会社。芸能事務所や雑誌にコネクションがあるメンバーを携え、テレビ番組や雑誌、SNSなど最終消費者との接点を意識した売り切れる仕組みを考えた。残品を前提とした従来の原価設定の物作りとは一線を画す。

例えば、ある有名ショップがオリジナルを生産委託するOEMや商社が5社あり、それぞれ1億円ずつ発注しているとする。その5億円の発注をI社に束ね、そのうちの2%程度をPR予算に充て1000万円を捻出する。発注元のショップ側も自前で広告費用を計上する必要がない。

今回のコイケの場合はこれにはあたらないが、ジーンズメイトが「出口」であるPR内容に関心を持ったことで実現。取引が決まったことで、発注量は1万枚増えたという。BSの朝の情報番組「MBの俺のドラ1」内で取り上げる。MB氏は男性週刊誌の連載や有料メルマガ運営で人気が高く、紹介する商品がすぐに完売することで知られている。

製品の完成度が高いものの知名度がまだ低いブランドというのがこのスキームにはまり、コイケのウェア・フォー・サステイナビリティーはぴったりという。通販番組ではないが、公式ショップで購入できるようにしている。

コイケの小池義仁社長は、「中国生産での差別化はもう難しい。PRできるOEMだと発注元の販売の手伝いもできるし強みになる」と話している。この手法が確立すればオーダー量を増やすことができ、OEMにもメリットは大きい。松浦社長も、「価格の勝負ではない手法。OEMも同業他社と差別化できるはず」という。

取り組みを希望するブランドやOEMは増えており、今後はレディスブランドでのスキームも検討。テレビ番組だけでなく、雑誌やタレントと組んだケースも出てきそうだ。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



20.05.3

[PR＆MARKETING]

俺のドラ１【第2回】2020年4月29日放送で紹介されましたCOMFY OUTDOOR GARMENT アクティビティショーツが再販売分含め即日完売致しました！

シェアする ポスト LINEで送る 0

俺のドラ１【第2回】2020年4月29日放送で紹介されましたロストヒルズ様の「COMFY OUTDOOR GARMENT アクティビティショーツ」が弊社ECで即日完売致しました！！

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

神社仏閣を
般公募!

株式会社空地

株式会社空地

2022年9月

東北エリアを中
社・宮城県仙台
どを若手クリエ

株式会社空地
イベントをコ
での和の結婚
そして今回ウ
開していきま
弊社はみちの
外からもたく

「Tera'sky(テラスカイ)」の第一弾公募ロゴデザイン決定！(PRTIMES)

2022.10.14

プレスリリース



応募デザイン総数88組の中から、社内外等による厳正なる審査の結果、ウェルネスツーリズム「Tera'sky(テラスカイ)」のロゴデザイングランプリ受賞者はcrawlさんのデザインに決定いたしました!

■記事はこちらから
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000007.000093647.html

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



WORKS PRESSRELEASE

23.08.01　GOAT株式会社との業務提携開始 Z世代を対象としたマーケティング調査強化を実現

シェアする　ポスト　LINEで送る　0

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

課題解決型プレスリリース戦略

CONFIDENTIAL

メディア取材を狙っただけのプレスリリースではなく、ターゲットを絞って効率的に認知させるようなプレスリリースを作成。その結果、取材の獲得も。

戦略的PRストーリー

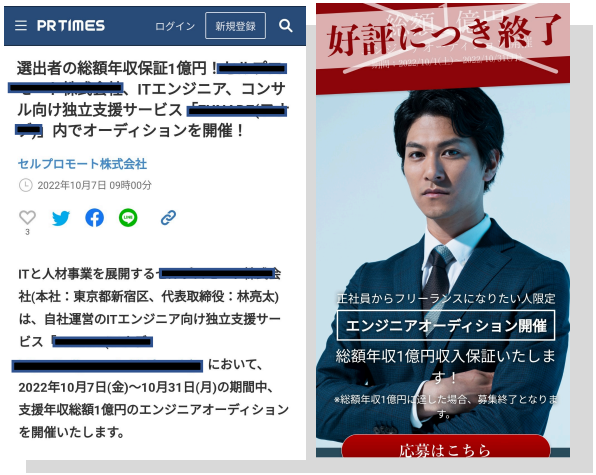
プレスリリースを使い、貴社のマーケティングに連動した継続的PRストーリーを立案します。

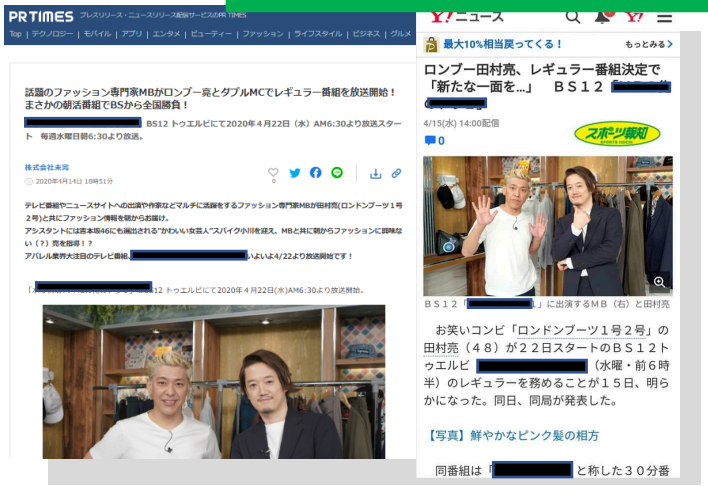
メディア視点の記事企画

貴社のプレスリリースを現役メディア編集者が仕上げることにより魅力的な内容に仕上げます。

SEO対策

戦略的にプレスリリースを作成、配信していくことでSEO対策としても効果が期待できます。





Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

超重要

PRは間接的コンバージョン

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

超重要



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Topics

トピックス



WORKS SERVICE

株式会社アナログPR、台湾のソーシャルコマースアプリ「Slash」と業務提携を開始



WORKS PRESSRELEASE

株式会社アナログPR、ドリブルデザイナー岡部将和氏の“PRサポーター企業”に



WORKS PRESSRELEASE

世界トップレベルのプロ卓球チーム「琉球アスティーダ」とスポンサー契約を締結



WORKS MEDIA

人気お笑い芸人ペこぱMCのビジネスバラエティ番組『BOSSのプレゼン』TVerにて10/1…



WORKS MEDIA

登録者数38万人超の人気美容YouTuber・SHOKOの新番組『推させて！SHOKOさん…



WORKS MEDIA

人気お笑い芸人ペこぱMCのビジネスバラエティ番組『BOSSのプレゼン』10/1から放送開始







Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



第四章

補助金を活用した海外進出のススメ

＄外貨を稼いじゃおう＄



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

日本を襲う急激な円安や市場の高騰
日本国内だけのビジネスは、



むしろ、、

円安が後押しする**価格競争力**で
日本企業にとっては大きなチャンス

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

中小企業で海外進出するのはたった0.43%

約99%以上の中小企業はシュリンクしている
日本国内の市場で未だ競争しあっている

表1　海外に子会社等のある中小企業の数

2017年度	農林水産業を除く全産業							製造業						
	合計	法人企業					個人企業	合計	法人企業					個人企業
		小計	5人以下	6~20人	21~50人	51人以上			小計	5人以下	6~20人	21~50人	51人以上	
母集団企業数	3,219,904	1,458,807	934,724	348,782	107,376	67,925	1,761,097	383,595	245,135	120,339	74,300	29,103	21,393	138,461
	100.0%	45.3%	29.0%	10.8%	3.3%	2.1%	54.7%	100.0%	63.9%	31.4%	19.4%	7.6%	5.6%	36.1%
海外に子会社等のある中小企業の数	13,890	13,889	2,443	2,463	2,602	6,380	1	6,990	6,989	309	1,020	1,351	4,308	1
	0.43%	0.95%	0.26%	0.71%	2.42%	9.39%	0.00%	1.82%	2.85%	0.26%	1.37%	4.64%	20.14%	0.00%
	100.00%	99.99%	17.59%	17.73%	18.73%	45.93%	0.01%	100.00%	99.99%	4.42%	14.59%	19.34%	61.64%	0.01%

（資料）中小企業庁「中小企業実態基本調査」各年版より計算.
（注）子会社等には子会社、関連会社、事務所が含まれる.

表1を見ると、2017年度末に約322万社ある中小企業のうち約1.4万社（0.43%）が海外進出しており、製造業では約38万社ある中小企業のうち約7,000社（1.82%）が海外進出していることがわかる。海外進出の割合は従業者の要約すれば、(1)平成時代に海外進出した中小企業の割合は、大企業の半分以下であるが、上昇傾向にある。(2)近年、全ての中小企業のうち0.4%（約1.4万社）、製造業に限れば1.8%（約7,000社）が海外進出している。(3)大規模な中

円安でチャンスにも関わらず、
海外進出に目を向ける企業は少ない

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

現実から目を背ける理由

開拓
海外マーケットを
開拓したいが
何から始めれば
良いのか？

進出
自社にとって適した
海外進出方法が
見つからない

ビジネスモデル
自社の
ビジネスモデルを
海外で構築できない
と思っている

パートナー
現地の
信頼できる
協業パートナーが
見つからない

サプライヤー
希望条件に合った
委託生産先
サプライヤー企業
が見つけられない

クオリティ
自社商品に
自信はあるが
海外進出のきっかけ
がない

再挑戦
過去に失敗した
経験から
もう無理だと
諦めている

タイミング
いつか海外に
出たいと
思っているが
タイミングがない

日本市場
まだまだ日本
でやれる事はある！
と、自身に
言い聞かせてる

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

中小企業が海外進出すべき6つの理由

拡大するアジアの市場

アジアには世界最大の人口が集中しており、人口の増加とともに消費の拡大が見込まれており国境を越えたビジネスや貿易が活発に促進されている。

1

新たな市場の開拓

国内市場が飽和状態になった場合や需要の減少が見込まれる場合には、海外市場を開拓することが企業の成長戦略の一部となることもあります。

2

グローバルブランディング

国際的な存在感を高めることで、企業の知名度や信頼性を向上させ、市場での競争力を強化することができます。個別市場の特性に基づいた戦略を展開することができます。

3

競争力の向上

国外市場では競合他社との競争が激しくなり、競争に直面することで効率性の向上やイノベーションの促進が求められ製品やサービスの品質向上につながる。

4

リソースの確保

海外進出は、企業にとっての新たなリソースの確保手段でもあります。調達先の確立により、労働力や原材料、技術などのリソースを活用することができます。

5

リスクの分散

単一の国や地域に依存することなく、複数の市場で事業展開することで、地政学的なリスク、経済の変動、規制の変更などの影響を緩和できます。

6

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

インバウンドの増加

でも日本のGDPインバウンドの割合は1%以下

訪日客消費とは　23年4～6月、1兆2052億円
きょうのことば

きょうのことば　＋フォローする
2023年8月17日 2:00

保存



訪日客らで混雑する羽田空港ロビー（成田空港）

▼訪日客消費　インバウンド（訪日外国人）が日本国内で使った宿泊費や飲食費、交通費、買い物代などを指す。客層や旅行内容、消費実態を明らかにするため、観光庁が消費動向を調査している。調査員が空港や港の出国ロビーにいる訪日外国人から聞き取り集計している。

観光庁が7月に発表した2023年4～6月の訪日客の旅行消費額は1兆2052億円と、新型コロナウイルス感染拡大前の19年同期比で95.1%まで回復した。

訪日客１人あたりの旅行支出上位の国・地域（23年４～６月）



（注）観光庁の資料をもとに作成

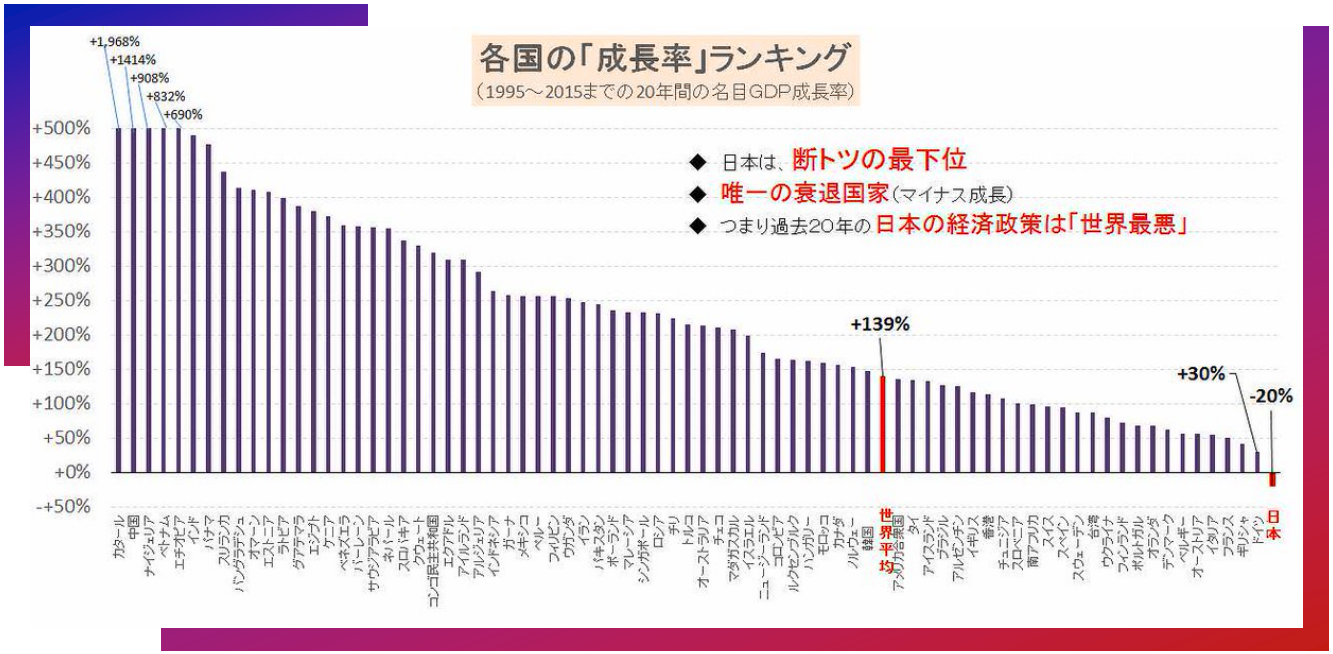
1人あたりの旅行消費で首位は英国（35.9万円）、次いで中国（33.8万円）、オーストラリア（33.7万円）だった。項目別に見ると、宿泊費と交通費は英国、飲食費はフランス、娯楽などサービス費にはオーストラリア、買い物代は中国からの訪日客が最も出費していた。19年同期の旅行消費額は1兆2673億円だった。1人あたりの支出ではフランス（24.2万円）、英国（23.7万円）、オーストラリア（23.3万円）の順で高かった。

日本景気へのインパクトはない。

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

GDP成長率
諸国との比較　1人当たりGDP34位



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



※順不同

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

初期から市場に海外を選んだ日本ブランド

味千ラーメンは1994年、海外第一号店を台湾に初出店。

その勢いは凄まじく、国内に67店舗を構えるのに対し、海外では約661店舗を出店。





中国を始め、シンガポール、タイ、インドネシア、アメリカほか12の国・地域に進出しています。

台湾からの海外進出が成功のカギに

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

初期から市場に海外を選んだ日本ブランド



OWNDAYSは、世界13か国・全464店舗（国内212店、海外で252店）を展開しており、海外事業の売上高は全体の6割以上を占めています。



ARTISTIC&CO.の売上高は約300億円。そのうち8割を海外事業で稼いでいます。中国最大のECショッピングイベント「独身の日/W11」で過去最大「62億円」の売上を達成



OZIO

台湾では認知率75.9%以上の圧倒的な人気を誇る商品も。現在は中国・香港・シンガポール・マレーシアにも展開国を増やしています。

#FR2



2015年のスタート以来、世界中のファッション好きから注目を集めるアパレルブランド。

＃FR2のECサイトのデータによれば130か国以上で売れているそうです。

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

CONFIDENTIAL

グローバルコネクトPRとは



1 弊社で開拓した流通販路



2 弊社で開拓した輸出ルート
現地保管



3 現地人材＆リソース

販路開拓不要で即販売
更に貴社商品の強みを活かしたプランニングまでやります。

海外進出に必須且つ一番障壁になる3つの要素を
たった月額5万円～使えるサービス

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

グローバルコネクトPRの上手な活用方法

テストマーケティング



ブランディングPR



インバウンドPR



更に、これらをきっかけに

大きな売り上げに繋がる可能性も。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

テストマーケティング

どのような販路が貴社にあってるか。どのような売方がハマるか。などをセールスながら、大体的な海外進出に向けて知識と経験を積んでいきます。リスクとリードタイムを最小限でハードルの高かった海外でのテストマーケティングを実現します。

【 ライブコマース】



【 店舗 】



【 ECサイト 】



実際に売上の高い台湾のライブコマース・実店舗・ECでも商品展開をするので現実的な売上獲得も可能

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

海外展開のブランディングを素材を日本の販促で活用！
日本での二次利用を前提としたブランディングPRを海外で行い
日本国内の様々なマーケティングに活かすことが可能です。



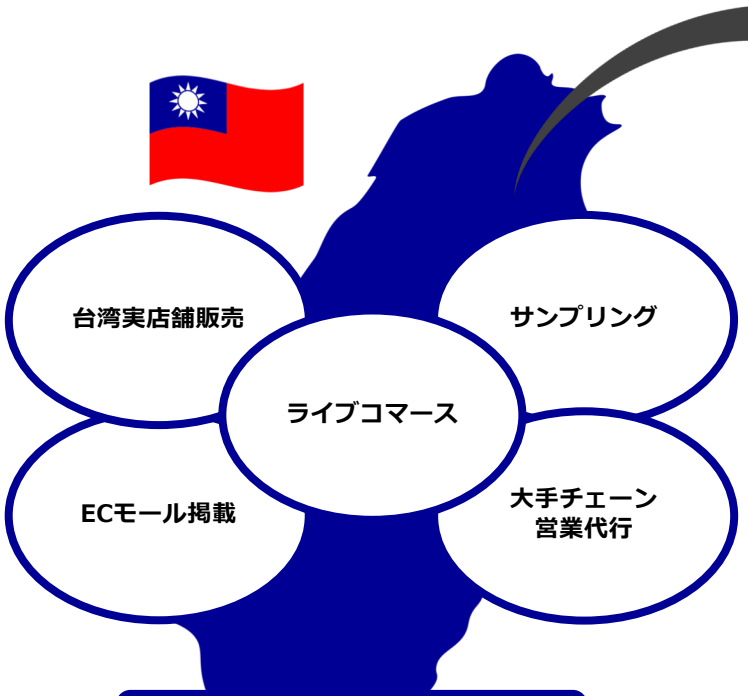


台湾でのPOPUPやイベント画像を
HPやLP,SNSで使用できます。

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

インバウンドPR





商品展開することで
知名度UP!!

新たにインバウンド需要を生む
PR効果にもつながる!!

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

月額5万円からの海外進出

グローバルコネクトPR

サービス詳細

株式会社アナログPR

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

1 開拓された流通販路【リアル店舗】

弊社で既に独自開拓したリアル店舗での販売



【 百貨店 】



【 スーパー 】



【 ホームセンター 】



【 ドラッグストア 】



【 ドンキ・ホーテ 】

海外進出の際、一番難しい流通販路の開拓が不要です

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

2 開拓された流通販路【EC・通販】

弊社で既に独自開拓したEC・通販での販売



【 MOMO 】



【 ローカル自社EC 】



【 百貨店カタログ 】



【 ロシー 】

EC、百貨店カタログなどオンラインの販路も確保

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

3 開拓された流通販路【営業・卸代行】

貴社の台湾で積み重ねた実績を元に大手チェーン店への営業を掛け、台湾全土への展開を狙います。決定した時の成果報酬のみで貴社が営業活動を行います。
PRとしてだけでなく、大きな売上獲得も期待できます。



Tomod's HEALTH SOLUTIONS
watsons
ドン・キホーテ
POYA 寶雅
サツドラ SAPPORO DRUG STORE
日薬本舗
matsukiyo
COSMED The Metabolic Company

台湾で実績のある商社販路に貴社商品をラインナップ

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

4 開拓された流通販路【KOLマーケティング】



◆「Slash」とは

1万人の台湾インフルエンサーが登録をしている、AIアルゴリズムを使ったソーシャルコマース※1アプリです。出品者がアプリに商品情報を登録すると、インフルエンサーのInstagram投稿を分析したAIが、商品のプロモーションに最も適したインフルエンサーを提案します。出品者は、少ない出品コストで売り上げ増加や在庫削減はもちろん、ブランドの認知拡大が期待できます。また、インフルエンサーにとっては、ロイヤリティや新規フォロワーの獲得が見込めるので、双方にとってWinWinなサービスとなっております。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

5 現地デザイナーによるクリエイティブ



【 LP構築 】



【 HP多言語化 】



【 現地用HP 】



【 店頭POP 】



【 販促物デザイン 】



【 ライティング 】

台湾現地で受け入れられるクリエイティブを現地言語にてデザイン。商品説明の翻訳までを全て行い アレンジいたします。店頭POPやECバナーなど台湾でのマーケティング、セールスに必要な制作業務は全てお任せください。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

6 サンプリング

貴社商品のやマーケティング戦略に合わせたサンプリングの実施が可能です。現地でオフラインの店舗、ECの同梱などでサンプルを配布。または試食や体験イベントなどエンドユーザーへのタッチポイントをつくり、商品のリアルな情報を直接伝えます。場合によってはSNSの 投稿や生の声が集められる可能性も。サンプリングからの販売導線も期待でき、今後の海外展開に関するヒントの獲得にもつながります。





CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

7 月次レポート

現地の販売状況や市場のトレンド、お客様またはスタッフの声など毎月1回のレポート提出にてフィードバックします。

日本とは違った反応などを確認する機会となり、今後の海外展開への知識・情報・感覚を養うのが目的です。





CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

8 輸出コンサルティング

海外への輸出に関する業務全般のフォローを致します。

また、価格設定に関する現地情報の取得、アドバイスも行います。





貴社に輸出ルート、ノウハウが無くても全く心配ありません。

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

9 開拓された流通販路【ライブコマーサーマーケティング】

台湾有名ライブコマーサーによる貴社商品の販売





台湾では現役人気芸能人のライブコマースが主流です。1日だけで数千万～数億もザラです。

弊社と契約しているライブコマーサーと貴社商品をマッチングさせます。台湾ライブコマーサーの発信は日本での2次利用も可能ですので、日本国内のPRや訪日台湾人対策の効果も期待できます。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

10 大型棚or大手ドラッグストアプロモーション

実店舗、入口正面の大型棚を使って大々的なプロモーションを仕掛けます。

来店客の認知と購入を促します。日本でも分かり易い訴求の画像素材として使用できます





CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

11 WEBマーケ（SNS広告など）

貴社の商品を記事化し、メディアに広告出稿しながらPRを行います。

Imp100万保障+台湾No.1検索エンジンであるYahoo!奇摩にも配信します。



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



更に更に！

貴社の商品に合わせた
台湾セールスプロモーションを実施

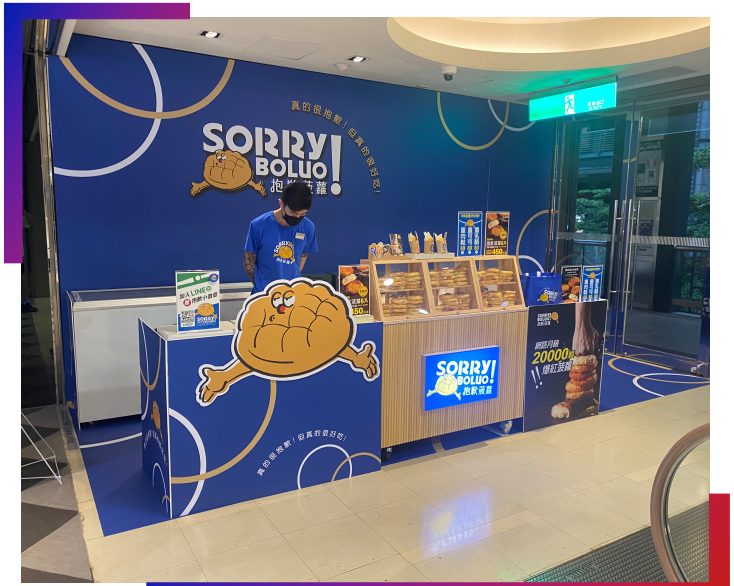
CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

12 台湾百貨店POP UP出店

台湾で百貨店の人気がまだまだ根強く、集客力もあります。ブランディングのイメージも強いので、出店したブランドのECやドラッグストアでの売上が上がることも。グローバルコネクトPRの百貨店POPUPは現地販売をしながら台湾ブランディングを日本のPR効果として使う。





CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

13 開拓された流通販路【to C展示会】

台湾一般消費者のダイレクトな反応と直接販売での売上獲得に期待









台湾の展示会は直接販売がメインで、それを求める多くの客で賑わいます。売上獲得はもちろん、エンドユーザーのダイレクトな反応を感じれる大きなマーケティングチャンスとなります。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

14 現地市場調査レポート

台湾内のかける貴社の調査、及び貴社のポジショニングなどを分析、レポートとして提出致します・調査データを元に台湾展開の戦略立案などに役立てます。

■台湾で人気なビール

オンライン上での検索数やコメント数等を統計的に見た際のランキングです。実際の販売数・消費数とは異なります。
ランキングから分かるようにライトな飲みやすいビールが人気です。



台湾ビール
アルコール度数：2.8%～4.5%
産地：台湾

昔から愛される台湾の国民的ビールブランド。
ライトな飲みごたえが特徴で、フルーツビールも多くのバリエーションを取り揃えている。



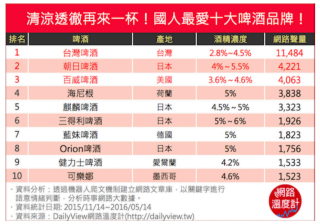
アサヒビール
アルコール度数：4%～5.5%
産地：日本

日本と全く同じデザイン、同じ味。
日本への旅行客が多いため、目にする事が多く知名度が高いです。



バドワイザー
アルコール度数：3.6%～4.6%
産地：アメリカ

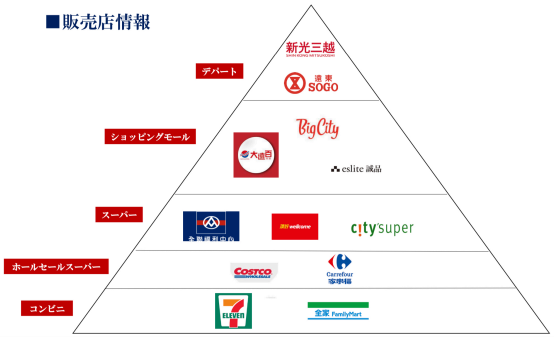
ライトなビールが人気のせいか、上位にランクインしてます。飲食店でも取扱店舗多く、定番のビールの一つです。



排名	啤酒	產地	酒精濃度	網路聲量
1	台灣啤酒	台灣	2.8%~4.5%	11,484
2	朝日啤酒	日本	4%~5.5%	4,221
3	百威啤酒	美國	3.6%~4.6%	4,063
4	海尼根	荷蘭	5%	3,838
5	麒麟啤酒	日本	4.5%~5%	3,323
6	三得利啤酒	日本	5%~6%	1,926
7	藍妹啤酒	德國	5%	1,823
8	Orion啤酒	日本	5%	1,756
9	健力士啤酒	愛爾蘭	4.2%	1,533
10	可樂娜	墨西哥	4.6%	1,523

・資料分析：透過機器人爬文機制建立網路文章庫，以關鍵字進行語意情緒判斷，分析詞彙網路大數據。
・資料統計日期: 2015/11/14~2016/05/14
・資料來源：DailyView網路溫度計(http://dailyview.tw)

■販売店情報



■ビールコーナー



■クラフトビール事情

近年、クラフトビールが流行しており、各地域から多種多様なクラフトビールが販売されています。



雪藏白啤酒
アルコール：5%、原料：大麦芽
販売価格：NT$130
2014年アジアビールカップベルギービール銀賞獲得。
ベルギービールをイメージした有名なSaazビールフラワーを用いたビールです。Trappist & Abbey Beerの酵母を使用しています。



台PA啤酒
アメリカ人2人が設立したRed point brewing Co.が台湾で出したブランドです。70%はIPAビールを製造しており、台湾で20年以上の歴史を誇ります。



大騎傑克
アルコール：9.5%
販売金額：NT$185
フランス人と台湾人の共同設立で始まったビールカンパニー、Formosa Brewing Co.は2014年から台湾でクラフトビールの製造を始め、2020年にはフランスに進輸入もしています。
https://www.formosabrewing.com/zh-hant/

獨創印度淡愛爾
アルコール：7.2%
販売価格：NT$120



波桃海湧
アルコール：6.6%
販売価格：NT$120



2014年に設立された台湾ローカルブルワリー「Zhangmen Brewery」台湾に留まらず、香港や広東省にも進出し、14店舗を構えています。
http://www.zhangmen.co/

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

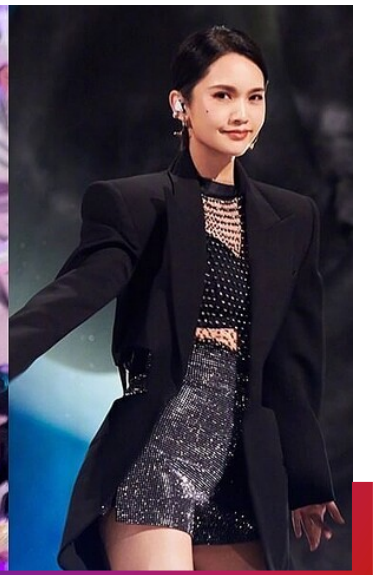
15 台湾芸能人PRイベント

台湾芸能人をキャスティングし百貨店での特設ステージやイベント会場にて貴社商品をPRにつなげます。イベントの実績、タレント素材を2次利用としてマーケティングに活かせます。









CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

16 展示会共同出展＜国内＞

ビッグサイトなどの大型展示会に、グローバルコネクトPRとして出展します。海外展開のブランディングが備わった貴社商品で日本国内での販路拡大も狙います。共同出店なのでコストを抑え、しっかりと機会は得ます。





CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

17 プレ・ダイレクトリサーチサービス

サービス開始前に弊社が様々な販路のバイヤーや経営者に、貴社商品の反応を直接聞き込みます。売込みに近い形での商談になるので、そのまま導入が決定するケースも多々あります。



メリット

より精度を上げたマーケティングプランを設計できる情報の獲得はもちろん、スタート前にリスクの認識や戦略の齟齬を回避することができます。

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

オーダーメイドマーケティング



【 高級ホテル 】



【 高級料理店 】



【 高級車ディーラー 】

様々な国際事業提携を貴社の為だけにご提案します。

CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

147

国内PR＆ブランディングサポート

台湾での展開実績を日本国内でのPR、ブランディング企画のアドバイスをいたします。また、台湾展開を日本でのブランディングPRとしてプレスリリースを配信する際、現役メディア編集者による添削、リライトを弊社で行います。PR実績を元に日本でのマーケティング加速のきっかけにつながる可能性も。



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

プランについて

期間：6カ月		ミニマム	ベーシック	アドバンス	ベーシック リピート	オプション	オーダーメイド
1	リアル店舗販売	○	○	○	○	ー	
2	EC・通販	○	○	○	○	ー	
3	営業・卸代行	ー	○	○	○	ー	
4	KOLマーケslash	ー	○	○	○	ー	
5	クリエイティブ制作	ー	○	○	ー	ー	
6	サンプリン						
7	月次レポー						
8	輸出コンサ						
9	ライブコマ						
10	大型棚プロ						
11	WEBマーケティング	ー	ー	○	ー	12万円	貴社独自の マーケティング プラン設計
12	百貨店POPUP	ー	ー	ー	ー	ASK	
13	toC展示会	ー	ー	ー	ー	80万円～	
14	現地市場調査レポート	ー	ー	ー	ー	50万円～	
15	芸能人PRイベント	ー	ー	ー	ー	ASK	
16	国内展示会共同出店	ー	ー	ー	ー	ASK	
17	プレ・ダイレクトリサーチ	○	○	○	ー	30万円	
おまけ	国内PR&ブランディングサポート	○	○	○	○	ー	
金　　額		60万円 (月額5万円込)	90万円 (月額5万円込)	150万円 (月額5万円込)	月額5万円	ー	ASK

補助金を使って無料

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.


IT補助金を利用したツール導入
株式会社アナログPR

ITツール一覧

会計ソフトの機能を最大化

叡知AIassist



Freee 会計 or MoneyForward と連携し、AIchatbotアシスト機能や、従来の機能に加え、出張時の宿泊手配や航空手配が可能に。

LINE唯一の集客型システム

LIBOT



リファラルマーケティングをLINE公式アカウント上で実現した唯一の「集客型LINEシステム」。他人からではなく、顧客様のLINEの友だち紹介のため、紹介角度も高い効果的な口コミが起こります。

オンラインコミュニティ最適化

ONLINE SALON VILLAGE
CREATE YOUR COMMUNITY



顧客との絆を価値に変え、収益の最大化を狙う事が出来るオンラインコミュニティプラットフォームです。

各企業のマーケティングにあったツールを補助金を使用し導入できます。

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

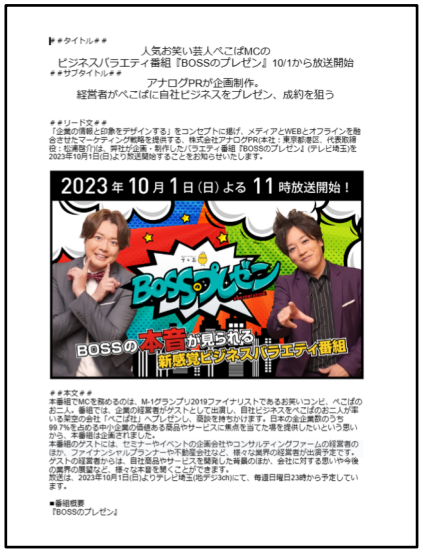


Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

参加特典【プレスリリース3点set】

1.アナログPRプレスリリースマニュアル
2.メディアが作ったプレスリリーステンプレート
3.プレスリリース見本サンプル







プロ仕様のプレスリリースがすぐに作れます

※拡散NG

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

特典をもらう方法

①LINE公式に登録

②１文字アンケートに返答

1.PRに興味
2.グローバルコネクトPRに興味
3.興味なし

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

追加特典

1.PRに興味
PRプランナーからの
「無料PR個別コンサルティング」

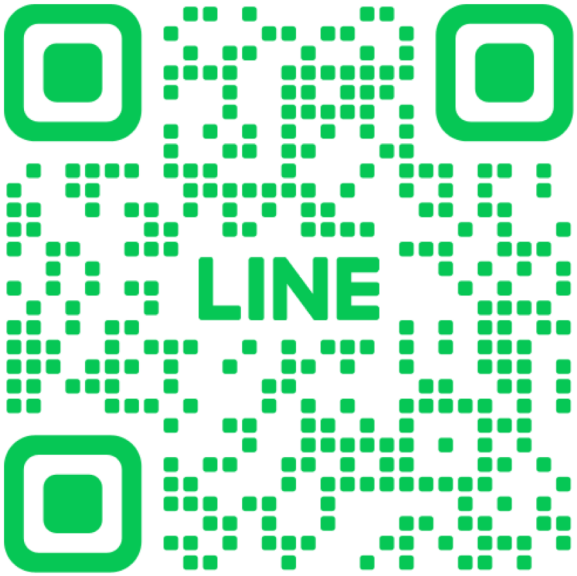
2.グローバルコネクトPRに興味
海外事業チーフディレクターへの
「台湾進出無料個別相談」

更に更に！個別相談先着20社限定
「プレ・ダイレクトリサーチ」30万円が無料

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.

公式LINE

グローバルコネクトPR



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.



CONFIDENTIAL

Copyrigh©2023 AnalogPR Inc.All Rights Reserved.