

東北日本ハム株式会社の 地域貢献策について

チームQ1

佐藤 裕次郎

佐々木 祐亮

須釜 寿樹

池田 知厚

はじめに

課題解決に向けて

- ゴミ拾いなどの直接的なものではなく、活動によって地域を盛り上げる、地域創生のようなことも含める。
- 多くの解決策の提案によってより様々な観点からの地域貢献ができると考えられる。

解決策 1 「SNSの利用」

1.1 目的

現代社会では、SNSを活用するユーザーが増加している。言い換えるとビジネス（事業）を展開、広告する企業にとってSNSを活用することで、企業イメージの向上、商品の宣伝に関わることであり、売り上げにつなげるチャンスである。

そのSNSを活用し、企業の商品広告、イメージ向上を目標とし、地元に着した活動を宣伝する目的を持つ。

1.2具体的な取り組み

- 1 SNSアカウントの運用
- 2 ユーザーに対して有益なコンテンツの情報発信によるフォロワー化（見込み顧客化）
- 3 ブランディングの向上

1.2具体的な取り組み

- ・商品開発の部門に協力してもらい、新商品の紹介を行う



お客様はいち早く商品の情報を得られるため、必要としている人へ素早い提供を行うことができる。

- ・アレルギーフリーの商品、メニューの紹介



アレルギーで困っている人へSNSによってアレルギーフリーの商品、メニューの情報を提供することができる。

1.3 SNSアカウントの運営について

- Twitter ユーザー層が平均年齢35歳でリアルタイム性と情報拡散力が特徴
- Instagram 10、20代が半数以上占めており、ハッシュタグからの流入が特徴
- Facebook アクティブユーザーは40代が多く、実名性が高くリアルなつながりを反映するのが特徴

代表的なこれらを利用し東北日本ハム株式会社のホームページにある安心レシピなどを詳しく載せる。

主婦層によるこぼれ、献立に悩む主婦を助けるのも一つの地域貢献ではないか。

1.4 効果

- 「SNSマーケティング」によって、日本ハムのSNSアカウント運用による日本ハム商品のブランディング広告、商品・地域貢献活動の情報発信
- SNS広告配信によるターゲット層への宣伝

1.5 事例

- SHARP

フランクで親しみやすい投稿内容となっており、現在（2021/08）でフォロワー 82.3 万人となっている。

SHARP 公式 Twitter

https://twitter.com/SHARP_JP

解決策2 「酒田のイベントへの参加」

2.1目的

- ・ 地元を盛り上げる、活気づける
- ・ 東北日本ハム株式会社についてしってもらう
- ・ UIターンズの促進

UIターンとは

都市に移住した人が再び戻ってくることを、都市から地方へ移住してこること、都市に移住した人が地元の近くに戻ってくることを。

2.2具体的な取り組み

- 1 酒田農林水産まつり・さかた産業フェアへの参加
- 2 アレルギー対応商品の紹介や、新商品の紹介をメインにPCもしくはポスターを使って行う。
- 3 加えてそれらの商品の販売も行う。

2.3効果

- 地元のイベントに参加することによって、地元を活気づけることにつながり、地方定住を促進することになるため地域貢献していると考えられる。（UIJターンの促進）
- イベントにはたくさんの方が来ると考えられるため、そこに参加することによって東北日本ハム株式会社の認知度やイメージの向上につながる。

解決策 3 「地元企業とのコラボ商品の開発」

3.1 目的

地元企業と協力し商品開発、販売することによって酒田市の経済活動の促進につながると考えられるため。

地元のお他企業とともに商品開発し、販売することによって酒田市の経済にいい影響を与える。

3.2具体的な取り組み

- 1.顧客ニーズの調査
- 2.企画（コラボ相手、商品のジャンルを設定）
- 3.試作品製作
- 4.テスト
- 5.最終確認

3.3効果

- ・ 地元の企業とコラボすることにより企業の知名度の向上や売り上げの向上だけではなく地元の経済の発展、経済活動の活性化が期待できる。

- ・ アレルギー対応商品を販売することによって企業価値の向上がきたいできる。またSNSの利用することにより知名度の向上も期待できる。

3.4具体的な例として

- 江崎グリコの「アイスの実」と京都の老舗「京都吉兆」のコラボ商品「アイスの実国産野菜シリーズ」
- パスコと老舗豆腐メーカーの相模屋食料とのコラボ商品「おとうふのようなクリームパン」
- カルビーとロッテリアのコラボ商品「かっぱえびせんロッテリアエビバーガー味」

3.4具体的な例として（アレルギーフリー）

コラボ相手→農協、地元農家

商品→ アレルギーフリーバーガー

材料→米粉パン、みんなの食卓ハンバーグ、レタス等の野菜

アレルギーを持っている人でも安心して食べれるため、アレルギーのためハンバーグを食べたことがない人に食べてもらいたい。

3.4具体的な例として

コラボ相手→ラーメン店

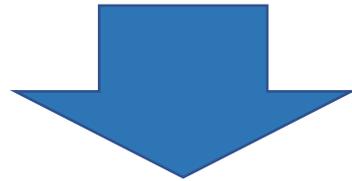
商品→ コラボラーメン

材料→ ハム、ベーコン、米粉の麺

酒田市はラーメンが有名であり、多くの人に食べてもらえるため。
県内外の人にも知ってもらえるため。

4.1 アランマール

効果的な活動として**小学校での食育**が良いと考えられる。



食事をすることによって体の良い影響（成長や健康維持）とともに、アレルギーとはどんなものか、アレルギーの危険性、もしアレルギー反応がでてしまったら、などを選手を通じて教えることによって、食事の大切さや、アレルギーの大変さを感じてもらえると考えられる。

4.2具体的な例として

選手が食事の大切さ、アレルギーの大変さを教える



アレルギーがあっても同じもの食べれるものがあることの紹介
(アレルギーフリー商品)



可能であれば、選手と子どもたちでソーセージ作り体験をしてもらい、食事の楽しさ、大切さを伝える

まとめ

今回地域貢献策を考えるという課題に対して、私たちのチームでは「SNSの利用」、「酒田のイベントへの参加」、「地元企業とのコラボ商品の開発」という三つの解決策を提案します。

あえて一つに絞らないことによってより多く、広く地域貢献ができると考えられる。

また、それぞれの地域貢献策が互いに影響しあい、良い効果がうまれると考えています。

参考文献

山形県酒田市移住ポータルサイト at sakata さかた産業フェアツア－参加者募集 <https://sakata-iju.jp/news/19.html>

SNS マーケティングの成功事例 10 戦と参考ポイントを詳しく解説

<https://find-model.jp/insta-lab/sns-marketing-success-case/>

日本食糧新聞食のプロ注目コラボ食品ランキング

<https://news.nissyoku.co.jp/news/original20190723>

SHARP 公式 Twitter

https://twitter.com/SHARP_JP