



九州を世界に

2016年
(株)ジパング・ジャパン

ZI PANGU
JAPAN
Horizons, and Beyond

ご挨拶 編集チーム紹介



PRODUCER プロデューサー
吉野 晋吾
(株)ジパング・ジャパン代表

ザ・九州アドバンテージで長年の構想を実現します

グローバル化が進む中で**地域経済の重要性**を掲げている米国ビジネス誌フォーチュンと組んで、2008年より2012年にかけて「**九州特集**」企画を行い、海外読者から数々の反響がありました。この企画は九州の企業が地域とかかわり培ってきたストーリーをメッセージにしたもので、世界から高く評価されました。

そのミッションを引き継ぎ、海外メディアとのつながりを利用した斬新なコミュニケーションスタイルで、九州のいろんなストーリーを紹介する**The Kyushu ADVANTAGE**を立ち上げました。

「九州の経営者は格好いいと海外からの評価も高く、アジアのゲートウェイの役割を担う九州を一つのブランドとして世界に紹介していきます。」

「世界のビジネスマンや生活者に九州のストーリーを体感してもらいます。」



SENIOR WRITER シニアライター
村上 栄
(株)ジパング・ジャパン特別顧問

世界に通用するメッセージ

日本経済新聞社にて経済部記者を歴任。その後日英音楽協会ロンドン代表、証券会社取締役調査部長を経て、現在はフリーライターとして活躍中。日経ビジネスなどに多くの記事を寄稿。**The Kyushu Epicure**や日本語ブログ「九州に行く」を中心に担当。



EDITOR 編集長・ライター
ジャイルズ・マリー

メッセージはグローバルに挑戦するために不可欠

長年日本企業の海外向けPRを手掛けフォーチュン誌、タイム誌、フィナンシャル・タイムズ紙などにコーポレートストーリーを掲載。また「硫黄島からの手紙」「国家の品格」など国内ベストセラー作品を翻訳し海外へ紹介。ザ九州アドバンテージの取材、編集・翻訳全般を担当。

「海外の価値観は日本とは異なるため、世界に通用するストーリーメッセージを創るには外からの目線による、微妙な再編集が必要です。」



WRITER ライター
馬場 直由樹
(株)数寄屋(博多織)取締役
NPO法人福博相伝の会 副理事

大好きな九州の魅力を世界に伝えたい

月刊「温泉博士」編集長を13年歴任。その後九州の道の駅や高速道路SA・PAのフリーペーパーのライティング、博多の伝統工芸の取材や商品開発を手掛ける。

The Kyushu Epicure で九州各地の観光資源、食、歴史、伝統を取材・執筆する。

福岡・博多の伝統文化を継承するNPO法人の副理事を務める。

「九州は温泉天国であり、食の宝庫であり、後世に残したい歴史や伝統が数多くあります。世界に九州の魅力を伝えたい。」

協力会社

取材協力： フクオカ・ナウ

企画協力： 財界九州社

海外イベント： 日本国際貿易促進協会、JPP、PLANDO



The Kyushu ADVANTAGE

世界に伝えるためにはひとつの**メッセージ**から

同じ言語・文化を共有する国内向けPR・宣伝と同じ手法で海外向けに通用するのでしょうか。
従来型のやり方(CM,イメージ広告等)を踏襲する方法ではかなりのコスト増になるのではないのでしょうか。

ここで発想を変えてみてください

商品・サービスを売るのではなく、関連する「文化・価値観」を売ってください。

久光製薬様: 海外では貼って薬を入れる文化がない。ならばその文化を伝える。胃に負担のかかる高齢者には口からでもなく、注射でなく、皮膚から入れる。

シャボン玉様: 合成洗剤は体や環境に負担が大きい。

第一交通様: タクシーは人を運ぶ地域メディアである。地域貢献の種がたくさんある。

キッコーマン様: 人の体に入る「食」は、まず誠実であるという会社自体を知ってもらう必要がある。

ストーリー効果を最大限に活用します。

一回読んだり、聞いたりしたストーリーは関連する何かのワードで脳裏に再び浮かび上がってきます。
これが何回か繰り返されるとストーリーは潜在意識の中に入って行き、読者は強力なファンになります。

貴社のコア・ストーリーを作ります。



The Kyushu ADVANTAGE

世界に共感させるストーリーとは何でしょうか。

地元の厳正な評価に応える形で、長年商品サービスを作り、また新しいニーズに応えようとしてきた人たちの努力の記憶や歴史、そして将来ビジョンは人々の感情を与えるストーリーになります。われわれはこれを世界に伝えていきます。
グローバルは地元評価の蓄積を**普遍的価値**として同一視します。

普遍的価値観を伝えるのはストーリーです。愛とか友情など人にとって大切なものは説明ではなく、ストーリーで伝わり、文脈で拡がります。
伝えるために大事なものは、「**ストーリー**」と「**翻訳ではない言葉**」です。

Context(文脈)とContents(内容)を持ったストーリー

目線を海外の読者に合わせ、九州という大きな枠から企業団体さらに商品サービスに関心を狭めていき、自ら何かを発見させる文脈展開

ストーリーは外国人目線で

知らない所からどのように興味をもって読んでもらうかは、第三者的(外国人)視点から伝えるほうが効果的です。それを **Journalistic Point of View** (ジャーナリスティックな観点)と言ってます。またハイクラスの方が読みなれた慣れた権威のある英語 **Authentic English** で、ストーリーを専任のライターが書きあげていきます。

* 日本人記者が取材した場合も外人編集長により編集制作します。



The Kyushu ADVANTAGE

thekyushuadvantage.jp には、**いろいろなページが**



The Kyushu ADVANTAGE

Find us on  

| KYUSHU PROFILES | PRODUCER | EPICURE BLOG | SHOCHU | MENU | SHOP |



All About KYUSHU
A vibrant economy,
delicious food and
fascinating culture.

The Kyushu ADVANTAGE is an online showcase for everything that's great about Kyushu, both in business and leisure. Here we profile the companies, organisations, people and places that make Kyushu special. Browse the Profiles below to discover some of the gems of Kyushu.



Shizenfusa
A Clean Win



Lanxuan
Missing Craftsmen Love



Jibakurshu
Japan's Tree Eco-Town



The Kyushu ADVANTAGE

Find us on  

KYUSHU PROFILES

PRODUCER

EPICURE BLOG

SHOCHU

MENU

SHOP

専用ソーシャルメディアへ
↓
商品ページへ

↓
スポンサー企業ページ

↓
職人・伝統工芸関連ページ

↓
焼酎ページへ

↓
食へ

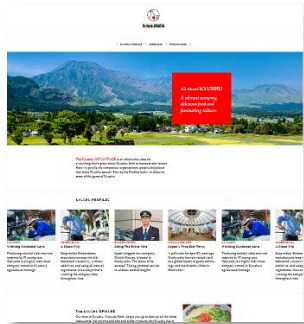
↓
商品ページへ





検索から**発見**へ

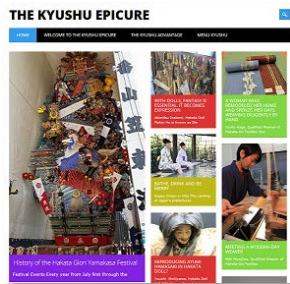
The best of Japan is found in Kyushu.



The Kyushu ADVANTAGE

ザ九州アドバンテージの
トップページで、九州の顔
になる企業ストーリーを集
めます。

<http://thekyushuadvantage.jp/>



The KYUSHU EPICURE

ザ九州アドバンテージのビジ
ネス記事に対し、ライフスタ
イル中心の記事を集めます。

<http://zipangu-jp.xsrv.jp/epicure/>



九州を行く

ザ九州アドバンテージとエ
ピキュアの記事を一部日本
語にしたサイトです。

<http://zipangu-japan.net/murakami/>



ザ・九州特区

ザ九州アドバンテージを日
本でも知ってもらうために、
海外PRマーケティングなど
を考えるブログを掲載中

<http://zipangu-jp.xsrv.jp/tokku/>



コンテンツ配信実績報告

①thekyuhuadvantage.jp (The Kyushu Epicureは含まず) キャンペーン時250社の海外メディアが記事として取り上げリンク。

- (1) 累計PV **804,435** (2016年2月11日現在)
- (2) アクティブユーザー閲覧数(2015年9月-12月実績)
1日平均5,095人 / 1か月平均195,035人
- (3) 閲覧者構成比率(全体の4.08%のサンプル)

男女比率	9:1	年齢	18-24:21.70%
			25-34:38.18%
			35-44:22.13%
			55以上5.35%
- (4) 閲覧者の購買セグメント関心の上位項目(全体の7.29%のサンプル)
 1. ビジネス全般(IT含む):17.46%
 2. 旅行:4.88%
 3. 雇用:4.31%
 4. 自動車:3.73%
 5. 家電:3.67%
- (5) 配信地域比率 北米:57.5% 欧州:21.6% アジアその他:20.9%

②動画配信資料 Facebook (2015年9月-16年1月20日現在実績)

- (1) 配信数(9社合計) 1,154,373人
閲覧回数(9社合計)280,716回 (再生率24.3%)
- (2) 配信地域比率 アジアが7割以上



リプリントは海外での展示会や商談会にパンフレットとしてご利用できます。また外人記者クラブに配布します。



動画はSNSを通して広く配信(国別ターゲティングは別途広告費用が掛かります。)



The Kyushu ADVANTAGE

オーディエンス・ターゲット

25-40歳

35-50歳代

新興国

先進国

インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、インド、シンガポール、香港等

北米、欧州

SNS閲覧者中心

WEB閲覧者中心

動画閲覧

写真・テキスト閲覧

ライフスタイル

ビジネス

新規・目新しいもの

文化・工芸

音楽愛好者

ハイテクマニア

スポーツ愛好者

ビジネス・専門家

映画・TV愛好者

雇用

トラベル

ニュース

投資



The Kyushu ADVANTAGE

世界とつながるためのツールご提案

ツール① 世界発信のための貴社コアストーリー

- 記事テキスト制作(インタビュー取材)
- 動画制作(スライド写真と動画で構成、テキストストーリーを音声でまとめた3分程度)
- ➔ これらの記事と動画はザ・九州アドバンテージで掲載します。また、記事テキストおよび動画はお渡ししますので、ウェブ掲載や印刷にご自由にお使いください。
- ➔ 動画や掲載ページはSNSを通して積極的に海外に拡散します。

ツール② 貴社リプリント(4社)

- 東京在勤の外国人記者に配布します。(世界の有力海外メディア40社)
- 外国人記者クラブにリプリントを置きます。
- ➔ 貴社リプリントを100部進呈(ご希望によって増刷します)

ツール③ エピキュアページその他、イベントや商談会

- 掲載後1年内に限り、貴社関連の追加取材がありましたら、エピキュア等で記事を掲載させていただきます。
- 外国人記者クラブでの「九州焼酎」イベントやその他、アメリカの食関係のジャパン・フェアや北京でのイベントご参加のご案内を優先的にさせていただきます。(参加費等は別途かかります)

ツール④ キャンペーン実施

- 貴社概要を入れて世界のメディアにリリースし、各メディアに記事掲載してもらい、海外メディアの読者を誘引。
- ➔ 前回キャンペーンでは世界の有力メディア250社が記事掲載および弊社ウェブへリンクしました。その結果キャンペーン中の潜在閲覧者数は1億7000万人に達しました。
- ➔ キャンペーンは新規掲載がある程度そろったところで実施します。



The Kyushu ADVANTAGE

ツール① ②「メッセージ」がすべてのコミュニケーションの始まり コミュニケーションがリレーションを築きます。



The Kyushu ADVANTAGE



Winning Customer Love

A manufacturer of tractors and harvesters for agriculture and construction, Casperson has a highly distinctive approach to business.

The factory of Kyushu-based Casperson is adorned with numerous signs that proclaim "Manufacturing is like a love song."

The phrase actually comes from the title of a book by Hiroshi Kuroki, Casperson's chairman, in which he expounds his business philosophy: "What exactly does he mean?" "His companies make products for everyone," he explains, "small companies like us make things for a single person as though shaping a song to their lives."



ツール①

このページはスライド動画とテキストストーリーから構成されます。

ツール②

印刷用レイアウトもお作りしますので、海外での商談会など広報・営業用にご活用いただけます。外国人記者に配布します。



商品や企業ブランド情報を潜在意識に残すアプローチは世界市場相手には莫大な費用がかかります。ストーリー効果を最大限に利用することが、もっとも効果的なアプローチと考えています。

ファーストリレーティングの柳井会長は、ブランドとは「我々が何者で、どこに向かうのか」という問答を繰り返す企業活動の総体であると述べています。企業の現実には企業活動を通して構成され、また言語によって一定のまとまりを持つことで、追体験になります。さらに言語はストーリーの形成を取ることで、意味の一貫性とまとまりを獲得します。つまり、ストーリーがブランドを作り上げ、人々の意識に残っていきます。



The Kyushu ADVANTAGE

ツール② ④「海外メディア」を最大限に利用 高コストの企業・商品広告から信用や評判を得る仕組みへ



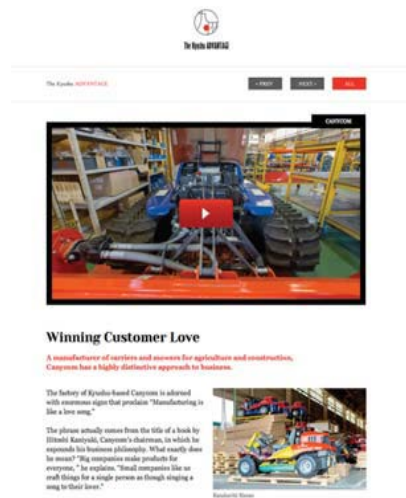
ツール④

共同通信海外PRワイヤーを使って、世界主要地域のメディア向けに、記事として使ってもらおう、各国言語でThe Kyushu ADVANTAGEに掲載された**貴社ストーリー**を紹介していきます。

対象国は全米、カナダ、豪州、中国、香港、インドネシア、マレーシア、シンガポール、韓国、ベトナム、イギリス、フランス、ドイツ、アイルランドです。(紹介配信言語: 英語、フランス語、中国語など)

* 共同通信**海外PRワイヤー**とは

- ・世界を代表する広報通信社と提携
- ・世界35,000メディア、4,000ウェブサイト配信できます。専門メディアも数多くあります。(観光レジャートラベル関係5000メディア以上)



ツール②

日本外国人特派員協会所属の外国報道特派員やジャーナリストに直接、記事を投げ込みます。必要に応じてリリースのお手伝いもします。ここで試飲会・発表会などのイベントも可能です。

特にフォーチュン誌、フィナンシャルタイムズ紙、エコノミスト誌など毎年「日本特集」を持っている大手メディアに対しては積極的に対応して行きます。また海外から取材依頼があった場合は弊社がアテンドのお手伝いもさせていただきます。



ツール①③「ソーシャルメディア」を最大限に利用 EPICUREからも誘導

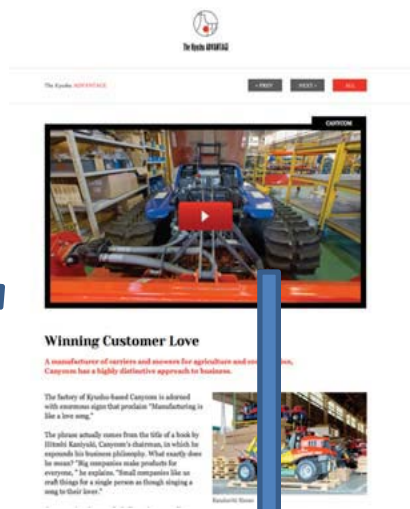
Shop Kyushu Menu Kyushu

商品・製品を
提供するサイ
トと九州の食
を紹介するサ
イトです。

The KYUSHU EPICURE



ツール③
エピキュア記事



ツール① 動画配信

ソーシャルメディア



SNSで拡散していきます。

多層的なコンテンツ、関連性のあるコンテンツを
組み合わせリンクさせることで、閲覧者の関心を
大きな枠から小さな枠へと狭めていき、貴社や
貴社の商品サービスを**発見するという文脈**を作
り出します。

ツール①③

The KYUSHU EPICUREやその他サイトは**海外の
生活者目線を重視**した記事で構成され、関連あ
る記事や動画はそれぞれ、FacebookやYouTube
などの**ソーシャルメディア**を通して拡散し、そこ
から貴社ページへ誘導をします。

* 貴社関連記事はFacebookの拡散時に国、属
性別にてご要望に合わせターゲットングする
ことも可能です。



The Kyushu ADVANTAGE

ツール③「イベント2016」を最大限に利用する

- 1) **外国人特派員協会 (FCCJ)**にて開催 東京有楽町 日時:**参加企業5社以上そろい次第**
海外メディアおよびFCCJの正準会員(2000名)を対象に「**九州焼酎**」試飲会および講演会を行います。
来場の方への簡単な食事つき ブーステーブルをご提供
* 会場の模様を動画撮影してザ・九州アドバンテージで配信します。
- 2) **OC JAPAN FAIR 2016**にて 米国カリフォルニア JPP主催の**ジャパン・フード・フェア** 日時:9月9-10日の2日間予定
一般来場者、2日合計25,000人予定
試飲会および商談会、来場の方への簡単な食事つき、ブーステーブルをご提供(60店舗予定)
- 3) **北京アオロン文化産業創意園**にて 北京アオロン文化産業創意園展示会場 日時:10月14-15日の2日間予定
会場来場者800名および業界関係者
日本貿易促進協会主催の**日本伝統工芸展等**開催 ブーステーブルご提供
- 4) **ロサンゼルス Japan Food & Sake Festival** ヒルトンロサンゼルス ユニバーサルシティ 日時:11月13日
一般来場者1500名、業界関係者500名
米国日系レストラン協会(JRA)/日本食文化振興協会(JFCA)主催 商談会 ブーステーブルご提供

* イベントに関しましては、参加費用、輸送交通費、宿泊代等が別途かかります。



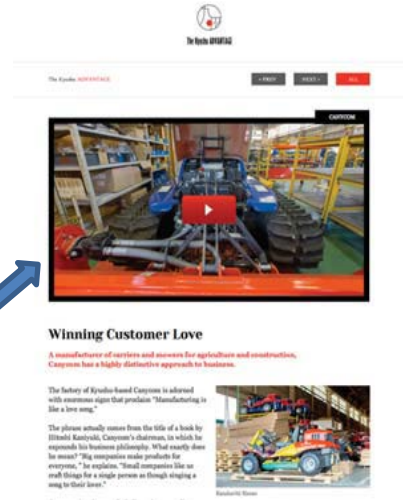
The Kyushu ADVANTAGE

コミュニケーションチャンネルを一貫性のあるメッセージで統合

【効果測定ご報告】

貴社 ページ・動画への総アクセス数
海外メディア取材・記事取り上げ数
➡ キャンペーン後に報告します。

ツール① 動画とテキストで貴社ストーリー



ツール④ 広告キャンペーン



共同通信社海外PRワイヤー
を使い海外のメディアに配信

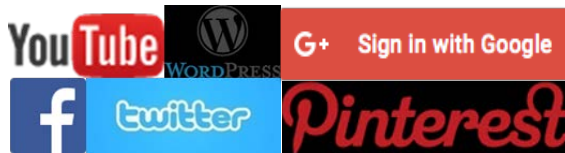


The Kyushu Epicure ツール③ エピキュアページ記事

ツール③ 海外イベント・商談会



ツール① SNSで拡散



ツール② 外国人記者クラブ(リプリント配布)

外国人特派員協会所属のジャーナリストに直接、記事を投げ込みます。
また、ここで**ツール③ 焼酎イベント**などを予定しています。



私たちが目指すもの

株式会社ジパング・ジャパンは「**日本を世界に**」を目指して創業し、常にグローバルにどう日本を売り出すかを考えてきました。

しかし、グローバルのことを考えれば考えるほど、地域経済・地元の重要性に気づかされます。

つまり、地元・地域があつてのグローバルだったのです。そこで「**九州ブランド**」を世界に広げる意味を見出しました。

私たちが目指すものはまさに **One for all, all for one** です。

貴社ブランドを九州ブランドのために、また九州ブランドを貴社ブランドのために役立させるグローバルメディアを目指していきたいと思います。

尚、費用等につきましては弊社にご相談ください。今年は海外向け事業等の補助金・助成金も出てきておりますので、ご相談いただければ幸いです。

ありがとうございます

株式会社ジパング・ジャパン代表 吉野晋吾

080-5029-9615 e-mail: yoshino@zipangu-japan.jp

URL:<http://www.zipangu-japan.jp/plofile.html>