

奥村組の広報戦略

株式会社奥村組 代表取締役社長 奥村太加典 氏

4月4日(火)は、一般社団法人に義務付けられている「公益目的事業」の一環として、火曜午餐会・事業委員会主催で、ホテル日航奈良に場所を移し、公開講演会を開催した。一般参加者も含め170名の聴講者は、奥村社長の映像を交えながらの興味深い講演に、熱心に耳を傾けた。

菊池会長挨拶

満席の聴講者を迎えて13時に開会。挨拶に立った菊池会長は、参加者への謝辞と共に「当部の経済基盤である近鉄奈良駅前の自社ビルは、36年前に奥村組によって建設され、奥村社長のお父様の奥村俊夫様には、第6代経済倶楽部会長として9年間ご尽力頂いたので大変感慨深い。経済倶楽部は、今後も事業のひとつとして公開講演会を開催して行きたい。」と述べた。

【奥村組について】

奥村組は明治40年(1907)、私の曾祖父である奥村太平が創業した。私は5代目。創業者が残した、「堅実経営」と「誠実施工」という2つの財産は奥村組の歴史を支え続けてきた。

1986年、他社に先駆け日本初の実用免震ビルとなる当社技術研究所の管理棟を建設。この建物を実際に揺らして免震効果を測定する実証実験を継続的に実施している。確かなデータに基づく免震技術は多くの実績を積み上げてきた。

また、トンネル技術にも強みを持ち、2001年、世界で初めて長大斜坑の全断面をTBM工法により施工。同年、シールドマシンの掘進と同時にコンクリートブロック

の組み立ても可能とするハニカムセグメントを用いた同時施工法が国土技術開発賞最優秀賞に輝いた。

奥村組では、将来のありたい姿を明文化した「2030年に向けたビジョン」を策定し、その未来像の実現に向け、さまざまなチャレンジを展開している。ICTによる技術力と生産性の向上、女性活躍をはじめとするダイバーシティ経営



開会挨拶をする菊池会長

の推進、脱炭素社会の実現に向けたバイオマス発電事業や、夏秋いちごの栽培、フグの陸上養殖など、従来の枠を超えた事業も展開している。

【「攻めの広報」へ転換】

建設業はいわゆるBtoB企業。官庁発注事業も多く手掛けていることから、歴史的に各社とも、広報活動は不要と考えてきた。当社の広報部門も、数年前までは、事故や不祥事の際のマスコミ対応、言わば「守りの広報」が主な仕事だった。

しかし、業界内で競争に打ち勝っていくためには、民間発注工事の安定的な受注が必要不可欠である。また、企業は人から成り立っており、優秀な人材を確保することも将来に向けて大変重要だ。

この二つを確保していくには、知名度の低さは不利である。たとえばマンションなら、デベロッパーは知名度の高い建設会社に発注する傾向がある。見積もりは当社が安かったのに知名度で逆転されたという悔しい経験も。そうしたこともあり、「守りの広報」から「攻めの広報」への転換を決意。これまで行ってこなかった知名度向上、イメージアップを目的とした積極的な広報活動の検討を指示した。

【攻めの広報】

その① 公開免震実験を広報

日本初の実用免震ビルである当

社技術研究所管理棟ビルが竣工から30年を迎えた2016年、国内最大規模の免震実証実験を行った。建物全体をジャッキで加圧して水平方向に10cmスライドさせる。そして一気に力を解放させることで建物そのものを揺らす。実験では、現在もお免震装置が確かな安全性を保っていることが証明された。30年目の免震性能を証明できるのは、他に先がけて免震を実用化し、日本初の実用免震ビルを保有する奥村組だけである。

この公開実験の広報を、広告代理店である電通さんをお願いしたところ、テレビ、新聞、雑誌などから大勢の記者が集まり、公開実験を何回かに分けて実施しないと全ての人に見ていただけないほどの大盛況となった。多くのメディアで取り上げられ、その反響の大きさを実感できたことは、「攻めの広報」に転じるきっかけのひとつとなった。

その② 大阪国際女子マラソンへの協賛

建設とマラソンには共通点が多い。マラソンはスタートラインに立つまでに、日々の練習などの準備をしっかりと行う。レース終了後もさらに早いタイムを目指して練習を積み重ねていく。また、チームの人たちなどの多くの支えがあって成り立っている。建設の仕事も同じで、スタート(着工)するまでには設計や施工計画など、さまざまな準備をする。着工したら、近隣住民を含め、多くの人に支えられながら工事を進める。そして竣工したら終わりというわけではなく、そこで得た知見に基づいてさらなる技術力の研鑽に励む。そうした親和性があり共感できたことに加え、建設業界が女性の活躍を推進している中、女性アスリートが活躍する大会であること、奈良で創業した当社が現在本社を構える大阪の一大イベントであることから協賛を決意した。



講演中の奥村社長

当初は2018年第37回から4年間の協賛契約であったが、その後延長して2027年第46回まで協賛することを決めている。協賛の大きなメリットの一つは、全ランナーが「奥村組」の社名入りのゼッケンを付けて走ってくれること。ゴールテープにも社名が入る。ランナーのほとんどは1レーンか2レーンでゴールインするので、そのあたりに社名がくるようにゴールテープを持つスタッフが調整してくれている。翌日の新聞紙面を飾るゴールインの写真に、「奥村組」の文字が、ゴールテープの三つとゼッケン、あわせて四つ入れば満点だ。

また、開催当日、競技場の横に協賛社ブースを出店できることも協賛メリット。建設の技術や魅力を楽しく知ってもらえるよう、免震技術を体験できる装置やお子様向けのゲームなども用意している。同時開催の大阪ハーフマラソンにおいては、全国からボランティア志願の社員が集合し、完走タオル渡しや給水所運営の役目を務めている。当社社員が一体感を醸成する良い機会となっている。

2021年第40回には思いがけない苦難も。当時、大阪市にはコロナ禍における緊急事態宣言が発令中で、沿道応援により密が発生するおそれから、大阪市街地を走るコース設定ができず、長居公園内の周回コースを走ることとなった。さらに、一般の方がレースを観戦できないように、コース全周をフェンスで囲うこととなり、このフェンスの設置を協賛社である

当社が担った。与えられた工事期間はわずか3日間。1日100人を超える作業員を動員し、総延長1.5kmに約900枚のフェンスを設置し終え、イレギュラーな形ではあるが大会の開催が可能となった。大変な苦労はあったが、本業を生かして大会を支えることが出来た。

その③ 初めてのCM

大阪国際女子マラソンは約3時間テレビ中継され、この中で協賛社はCMを流すことができる。これを機に当社は初めてCMを制作し、協賛初回の第37回大会(2018年)の中継番組内で放映した。以降、毎年新作を制作し、中継番組内で初出しすることとしている。

CM制作にあたって私が注文したのは、関西の企業らしくクスクスと笑えるものにするということ。現在まで続く「奥村くみ」シリーズは、笑いの要素を採り入れた親しみやすいものになっている。中

継番組以外にも2つの全国放送番組に提供している他、インターネット、関東エリアの電車内モニター、東京新橋駅前の屋外モニター、映画館などで放映し、当社のPRに大いに役立っている。

その④ ドラマ「BRIDGE」

大阪国際女子マラソンへの協賛により、大きな話が舞い込んできた。同マラソン主催者の関西テレビ放送から、当社が阪神・淡路大震災発生直後から取り組んだ「JR六甲道駅の復旧工事」を、開局60周年記念特別2時間ドラマの題材にしたいとの打診があった。この工事は、ジャッキアップ工法を駆使して、わずか74日間という短期間で復旧を完遂し、早期の鉄道全線開通に大きく貢献したもので、当社は当時の資料を提供するなど、ドラマ制作に全面的に協力した。ドラマでは「奥村組」ではなく「磐巻組」として描かれ、六甲



コーポレートムービーに説明を加える奥村社長

道駅が復旧し、最初の電車を迎え入れるシーンでは私も磐巻組の社長というチョイ役で出演させてもらった。このシーンは、ホーム柵が設置され、震災時の状況と変わってしまった六甲道駅に替えて、JR奈良駅で撮影された。通常ダイヤで運行中の時間帯に、駅名表示を「六甲道」に掛け替えて撮影を行ったので、ホームに停車中の電車に乗っていた人たちは混乱しただろうと思う。完成したドラマ『BRIDGE はじまりは1995.1.17神戸』は2019年1月15日に全国放送され、放送後も新聞雑誌に取り上げられるなど、大きな反響があった。

【「攻めの広報」への転換を指示した手前】

広報部門からは、私にテレビ出演やフォーラムへの登壇、経済誌からの取材など、さまざまな企画が持ち込まれる。「攻めの広報」を指示した手前、ノーとは言えず、応じるようにしている。CMにも出演。顔出ししたのは1回だけだが、法被の後ろ姿や、創業者奥村太平の声も担当。

ついには、大阪国際女子マラソンをPRするため、陸上長距離界のレジェンド、福士加代子さんと1km走ガチ対決するという企画まで持ち込まれた。ハンディは35秒。私もフルマラソンに20回出場して19回完走しているが、必死のバッチで走った。結果は大阪国際女子マラソン公式YouTubeでご確認いただければと思う。

【知名度アップ】

「攻めの広報」により、知名度は大きく上昇。関東で30.2%だった知名度は現状では60.1%と倍増。関西でも48%から66.1%に。

「攻めの広報」による効果が確実に表れている。

知名度が上がったことで、営業活動においては、最初の挨拶「当社は大阪に本社を置く総合建設会社で…」という長い前置きが不要になってきた。奥村組ですと申し上げたら、「あ、CMよく見ますよ」とか、「奥村くみちゃん可愛いですね」という反応があり、最初から親しみをもって接してもらえる。コミュニケーションが図りやすく、信頼関係が構築しやすくなった。

リクルートに関しては、以前より幅広いエリアの学校からエントリーしてもらえるようになり、優秀な人材確保につながっている。

奥村くみシリーズのCM効果か、女性の志望者も増加。内定者の辞退率も確実に下がっている。

【攻めの広報は続く】

姫路城世界遺産登録30周年「平成中村座姫路城公演」(5月3日~27日)に特別協賛させていただいた。歌舞伎には400年の歴史がある。そのなかで、守るべきは守り、時代に合わせて新しいことも取り入れながら現在に至っている。奥村組の社歴はまだ100年ちょっとだが、本業の土木建築を軸としつつ、新しい事業にも取り組んでいる。歌舞伎に親和性を感じての特別協賛である。

「攻めの広報」は今後も続ける。奈良発祥、関西本社企業らしく、笑いの要素も取り入れながら、奥村組と建設業の魅力を幅広く発信していきたい。



満席の会場風景