

## アジアナンバーワンPRエージェンシーを目指すベクトル

維酷公共關係諮詢國際股份有限公司は、独立系PR会社国内最大手であるベクトルグループの台湾子会社として2014年に設立された。国内ナンバーワンからアジアナンバーワンをスローガンに海外事業を積極的に拡大しており、台湾においても台湾マーケットを狙う日本企業や、日本へのインバウンド需要拡大を狙う日本の地方自治体や企業から様々なPR戦略構築を委託されている。TV、雑誌、イベントなどによる伝統的なPRに加え、SNS、Web、インフルエンサー等を活用した先進的なPR戦略を展開している。今回は、維酷公共關係諮詢國際の木下総経理を訪ね、台湾市場の特徴、インバウンド需要喚起の取り組み及び今後の事業展望についてお話を伺った。



維酷公共關係諮詢國際(股)有限公司 木下研生総経理

### 一 貴社事業の概要及び進出の経緯について

当社は、企業・商品・サービスの戦略的PR活動を支援する日本国内ナンバーワンのPRエージェンシーです。日本ナンバーワンからアジアナンバーワンエージェンシーを目指し、5年程前から海外事業を積極的に進めており、その一環として2014年6月に台湾拠点を設立しました。台湾進出当時は、円安が進んだことで日本へのインバウンドプロモーションのニーズが増加し、それに加えて中国の経済成長が一服し日本企業が中国以外の市場に目を向け始めた時期でした。2011年ごろから急激に増加した日本企業の台湾進出も引き続き活発であったため、日本ですでに取引のあった企業から、台湾でのサポートができないかかという依頼が増えたことも進出を後押ししました。

進出形態については合併も検討しましたが、経営のスピード感を重視し、まずは独資で進出することに決めました。実際に事業を始めると、地場の優秀な人材を採用し現地メディアとの関係構築もスムーズに進み、改めて独資で十分やれると感じました。私は以前中国に駐在していた経験もあることから、中国語のコミュニケーションについては問題がないため、人材採用は日本語をしゃべれる人というよりは、当産業の経験が豊富な人材を積極的に採用しました。

### 一 台湾における事業内容

台湾では、PRコンテンツ開発、メディアリレーション構築といった一般的なPR事業だけでなく、PRと連動するWEBコンテンツを開発し有力メディアを通して情報拡散を行う「E-PR」、またイベント・展示会支援サービスを提供しています。

プロジェクトは、日本企業の台湾での知名度向上を目的としたPRと日本の地方政府や企業が日本へのインバウンド増加を目的としたPRの主に2種類に分かれます。前者については、カメラメーカー、美容関連メーカー、アパレル、航空会社、総合商業施設など、幅広い顧客に対してサービスを提供しています。後者のインバウンドPR支援については、地方自治体の観光客の呼び込み、日本企業の訪日観光客への露出拡大を目的としたプロジェクトが多くなっています。

### 一 地方自治体及び日本企業のインバウンド拡大の取り組みについて

近年日本の地方自治体や企業の日本へのインバウンド拡大を目指すプロジェクトが増加しています。特に、円安の傾向が明確になり、アジアの観光客が大量に日本に押し寄せ始めたころから顕著に増え始めました。その時期は、日本観光地の魅力をアピールするPush型のPRが十分な効果を上げていました。しかし、円安が一服しインバウンドバブルが落ち着き始めた今、PR手法も観光客の生活スタイルに合わせるPull型提案に変化してきています。また、国別にプロモーションの方法を変えていくなど、細かい対応が必要になってきています。

最近では東京、大阪、京都、北海道など、海外観光客が初めての日本旅行に訪問する場所以外に、日本の地方都市が注目され始めています。また、買い物、グルメ以外にも日本文化の体験が注目されており、例えば四季に合わせて、春はお花見、夏はキャンプ、海水浴、潮干狩り、浴衣、花火など、日本文化と組み合わせた観光の提案が効果を上げています。

## 日本企業から見た台湾

### 貴社の強みについて

当社のインバウンドPR事業における強みは、主に2点挙げられます。1点目は、海外ネットワークです。当社は海外にアジアを中心として6ヶ国7拠点を有し、日本企業、地方自治体がインバウンドプロモーションを検討する際に、地場メディアとの深いつながりを通じてアジア各国で効果的なプロモーションを打つことが可能です。

2点目は、コンテンツ開発力です。日本で長年培ったコンテンツ開発力と、市場の理解を合わせることで、地場ニーズにあったコミュニケーション戦略を構築することが可能です。また、コミュニケーションツールとしてリアルとウェブの両方のノウハウを持ちあわせており、総合的なプロモーション戦略の構築が可能です。更に、先程お話しした通り、日本文化と組み合わせたプロモーション提案ができるという、台湾地場のPR事業者と比べた明確な強みを持っています。

### 台湾市場の特徴

台湾市場は日本の製品やサービスに対して最もプレミアムを感じていただける市場であるといえます。そこで、日本の商品やサービスをプロモーションするに当たり、「日本でNo.1」や「日本の著名人が利用している」といったプロモーションが非常に響きやすい市場といえるでしょう。

また、PR事業を行うに当たり、ブースなどの制作物を作りこむことが大切になりますが、これらを制作する下請け企業の品質が高く価格が比較的安いことは、企業運営上助かっています。他のアジア拠点では、制作物の色や品質(企業ロゴが中途半端に切れている等)が想定より大幅に下回ることも多いのですが、台湾では一定レベルで安く仕上がります。

一方で、PR事業を行う上で、いくつかの課題も存在します。まず台湾のメディア媒体が少ないことが挙げられます。もちろんテレビ、新聞、雑誌などの一般的なメディア媒体は一通り揃っていますが、特定の分野に特化した媒体となると話は変わってきます。例えば、ゲーム関係の製品をPRする際に、日本ではゲームに特化した雑誌が存在しますが、台湾にはエンターテインメント全般をカバーする媒体しかなく、ターゲット層にピンポイントでプロモーションを打つためには工夫が必要です。

また、日本と比較して専門性の高い記者が少ないと感じています。原因として、記者の転職が頻繁であることが挙げられます。

記者の転職が頻繁であるメリットは、1人の有力な記者と関係を構築することで、転職により様々な産業とつながれることですが、デメリットとして一つの媒体との深い関係づくりが難しいという半面もあります。

SNSの利用についても、日本との違いが存在します。台湾においてSNSは高齢者以外に幅広く訴求しており、日本ではTwitterやInstagramが主流ですが、台湾ではFacebookの利用率が非常に高くなっています。ただし、SNSを活用したプロモーションにおいて台湾ではプレゼントキャンペーンばかりが目につき、少し面白みに欠けています。Facebookのコンテンツの作りこみ方、キャンペーンの面白さについては、日本の方が進んでいると感じています。

### 今後の事業展望

今後当社は、台湾において“コミュニケーションデジタルファーム”として、SNS、Web、インフルエンサー、リアルイベントなどをミックスした戦略的PR事業を積極的に展開していく予定です。特に日本市場で培ったデジタル技術を活用したPRを強化していきたいと考えています。その一環として、先月から企業・商品・サービスに関するニュースを無料でビデオリリース化し、アドテクノロジーを活用してターゲットに直接配信するサービス「News TV」を台湾にて提供開始しています。地場企業と連携しながら、動画コンテンツの制作から配信まですべて当社がサービス提供しています。今後も、台湾市場を狙う企業や日本へのインバウンド事業拡大を目指す自治体や企業の最適な戦略PRパートナーになれるよう努力していきたいと考えています。

### ありがとうございました

#### 維酷公共關係諮詢國際(股)有限公司の基本データ

会社名	香港商維酷公共關係諮詢國際股份有限公司
董事長	松本仁
設立	2014年
資本金	500万元
従業員数	10名(内、日本人2名)
事業内容	PR企画立案及び実施、PR業務代行・コンサルティングプランディング業務

注)2016年8月時点のデータによる  
出所)公開資料及びヒアリングよりNRI整理