

わかりやすい情報発信で、CSRブランドイメージ向上に貢献

新日本石油株式会社様の場合
<http://www.eneos.co.jp/>

映像撮影

サイト制作

オンデマンド

新日本石油株式会社様では、非SS(サービスステーション)ユーザーを含むあらゆるステークホルダーからの支持獲得を目指し、「環境への取り組み」や「社会貢献活動」などを広く紹介するCSR広報に注力しています。従来は年1回発行のCSRレポート等を通じ、CSR活動を紹介していましたが、2006年4月にCSR専用サイト「ENEOS Social Station (<http://www.eneos.co.jp/company/csr/index.html>)」をオープン。さらに、より幅広いターゲットに対し、活動をわかりやすく伝える手法として、2007年2月よりリッチコンテンツを導入し、CSRブランドイメージ向上に向けた取り組みを始めています。

導入前の課題

- CSRレポートなどテキスト中心の広報だけでは、一部関心の高いユーザー以外にCSR情報が伝わりにくい。
- 言葉ではどうしても説明的になってしまう活動内容を、若年層や女性を中心とした非SSユーザーに向け、ビジュアル的にわかりやすく伝えたい。
- CSR活動に関心を持ってもらい、CSRサイトへの訪問者増加につなげたい。

導入後の成果

- 遊び心あるリッチコンテンツを導入することで、幅広いターゲットに関心を持ってもらえるきっかけ作りができた。
- 映像や音声、写真などを交えた臨場感あるコンテンツを体感してもらうことで、活動内容を理解してもらい易くなった。
- CSRサイトへのアクセス数が増加。また「ENEOSってこんなこともやってるんだ」という声も聞くことができた。

成功のポイント

画像・映像・音声で、体験型のコンテンツを提供

→ 今回のコンテンツ「ENEOS Green Station 里山だより」は、ENEOSが取り組んでいる里山保全活動を紹介したもの。言葉で説明することは敢えてせず、さまざまな里山の風景や臨場感あふれる農作業の映像などを見せている。あたかも自分がボランティア活動に参加したような“体験”をしてもらうことで、ユーザーの興味・関心を高めている。



<http://www.eneos.co.jp/company/csr/satoyama/>

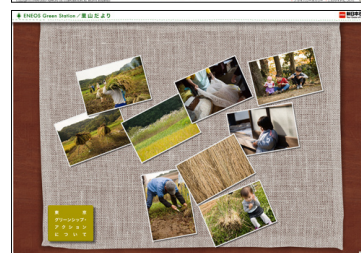
Flashによるインタラクティブな仕掛け

→ Flashを使うことで、ユーザーのマウスの動きにあわせて写真を並べ替えるなどの、触って遊べる仕掛けを実装。双方向の要素を取り入れることで、より記憶に残るコンテンツにしている。



臨場感を重視した作り

→ より臨場感を高めるために、活動のありのままを撮影。子供たちが楽しんでいる様子や、虫の鳴き声なども収録し、豊かな自然の中でのボランティア体験を演出している。



コンテンツのシナリオ作成から制作・配信にいたるまで、Jストリームが全てワンストップでご提供しています。