



はじめての 商品発表会

中小企業広報ガイドブック



地方独立行政法人 青森県産業技術センター **弘前工業研究所**

〒036-8104青森県弘前市扇町1丁目1番8 ☎ 0172-55-6740 📠 0172-55-6745

✉ kou_hirosaki@aomori-itc.or.jp

弘前工業研究所



あなたが苦勞して 作り上げた大切な新商品、 発表してみませんか。

商品を開発したあと、商品発表会をしたいけど、
どうすればいいか悩んでいる方へ。
私たちが考案した広報整理シートを使えば、
効果的な新商品発表会を
スムーズに行えます。
商品発表にチャレンジしてみましょう!

それでは
はじめましょう!

Let's
Start!



1 準備

【3ページ参照】

4 プレスリリースを 作成しよう

【8ページ参照】

2 広報整理シートを 記入しよう

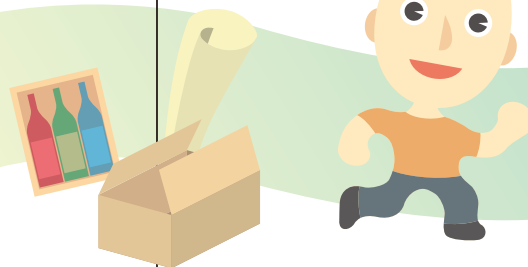
【4ページ～参照】

3 ウェブサイトを作ろう

【7ページ参照】

5 当日の 準備をしよう

【9ページ参照】



6 発表会

【9ページ参照】

7 情報発信

【10ページ参照】

フォローアップ!

1 準備

- 商品のきれいな写真を撮りましょう
条件:商品だけの写真を撮りましょう。「背景は白又は無色」
きれいな商品写真は、商談の様々な場面で必要です。
※弘前工業研究所では写真撮影のためにスタジオがありますので、ご利用ください。
- 商品名、キャッチフレーズ、キーワードを
決めましょう
商品名は他者を侵害しないように。また、商標を取得できるように
商標検索しておくことをお勧めします。キーワードは「一般的な
言葉」ではWEB検索で上位に表示されないのが工夫しましょう。
※商標検索:特許情報プラットフォーム
<https://www.j-platpat.inpit.go.jp/>
- 「はじめての商品発表会ツール」をダウンロード
内容:①広報整理シート
②プレスリリース雛形簡易版と詳細版
※ダウンロードURL:
<https://www.aomori-itc.or.jp/docs/2022021500015/>



商品写真例



2 広報整理シートに記入しよう

ダウンロードした「はじめての商品発表会ツール」の
広報整理シート「A.整理表」に記入しよう

- このシートは、商品発表のための情報を整理し、一貫した広報としてまとめます。
- 書けないところは空欄にして、書けるようになったら記入しましょう。

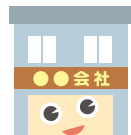
<https://www.aomori-itc.or.jp/docs/2022021500015/>



書き方例

まずは
以下の内容を記入してみよう

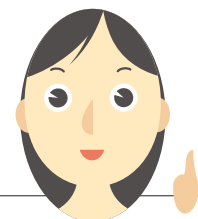
- ①内容整理
 - ・企業理念
 - ・商品の技術の社会性
 - ・商品(事業)コンセプト
 - ・使う人(想定している人)
 - ・買う人(想定している人)
 - ・商品の仕様
 - ・販売店情報
- ②PR方法
- ③定期的な情報発信



あなたの会社は
どんな会社?
そして商品は
どんな商品?

A.整理表	
〇〇社 〇〇商品	
<p>（最後に） 概要をまとめる</p>	<p>①内容整理</p>
<p>②PR方法をまとめ</p>	<p>③定期的な情報発信</p>

できるだけ
イメージに近い写真や
イラストを集めてみて!



ビジュアルイメージの
作り方

- ①自分の商品を
買ってほしいと思う
有名人を見つけよう。
- ②その有名人の
趣味嗜好を画像検索して
イメージに合う写真を探そう。

例: 読んでいると思われる雑誌・購入する店舗
好みそうな食事・ファッション・趣味など

買ってくれる人は・・・

- ・どんな人で
 - ・どんなところに住んでいて
 - ・どんな生活をしていて
 - ・どんな欲求を持っていて
 - ・別な商品は何を持っていて
 - ・どんな色に囲まれていて
- などを作り込んでいきます。

④ビジュアルイメージ



ユーザーにとって
どんな存在になるんだろう?
どんな時に使われるのだろう?
想像をはたらかせよう!

※作成した資料を共有する場合は著作権に気を付けて

ダウンロードした「はじめての商品発表会ツール」の 広報整理シート「B.計画表」に記入しよう

広報計画と必要な準備活動を時系列で整理し、タイムリーに行うことができます。

- ・理想とする成果
 - ・ターゲット
 - ・PR戦略
 - ・月ごとの予定
- 書き方は記入例(シート添付)を参考に



期間や期日を染めて
順を追って広報していけるように
計画を練りましょう

B.計画表の書き方例

B.計画表	
イベント名:〇〇発表会	
◎理想とする成果	県民に研究概要を分かりやすく伝えること
◎ターゲット	学習や研究に関連する県民
◎PR戦略	論文や事業報告書ではない、科学に触れる情報発信方法
令和2年度	4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月
ターゲットの行事(四季)	(秋) (冬)
訴求ポイント(戦略)	打合せ(交流/協力体制を得る)
活動内容	情報収集 企画立案
広報ステップ	発表会メニュー設定 場所確保
露出イメージ(媒体)	
SEO活動(イベント・SNS)	SNSでSEO対策 関係企業へLINK依頼など準備 実施準備 ※アクセス解析を前提とした戦略を実施予定
活用媒体	ツイッター、FB、インスタ等SNS。関係企業LINK依頼。
令和3年度	4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月
ターゲットの行事(四季)	夏休み 冬休み
訴求ポイント(戦略)	科学と生活が結びつく体験を提供します。
活動内容	子供向け産技成果PPT 大人向け産技成果のPPT アクセス解析による効果検証
広報ステップ	講演PRツール作成 配布 事前告知 事後広報 事前告知 事後広報
露出イメージ(媒体)	県民カレッジメニューによる発信(ウェブ、SNS、チラシ) 産技WEB B・SNS 産技WE B・SNS 産技WE B・SNS 産技WE B・SNS
SEO活動(イベント・SNS)	県民カレッジで科学コミュニケーション実証実験 ※マルチメディアと産技のアクセスが増えるか検証

商品発表会の会場と日程を確保しよう

- ①場所 商品のイメージに合った会場を見つけよう
・予算と規模を考慮した場所と曜日を決めよう
- ②時間 夕方のニュースに間に合わせるには
13時開始まで位が目安
- ③運送 荷物の運搬の手配も忘れずに



会場選び



運送



曜日・時間

3 商品紹介WEBサイトを作ろう

会社と商品の、認知度向上、信頼性向上、アピールのためにも
WEBページでの情報発信が必要です

WEB制作のポイント(外注でも自作でも押さえない基本要素)

- ①メイン写真:イメージシーンの写真で商品をPR
 - ②分かりやすい説明:どんな商品なのかを分かりやすく
 - ③訴求ポイント:ターゲットの「欲しい」を喚起させよう(広報整理シートを参考)
- ・商品の仕様、企画、性能などはページの後半または別ページに



商品名

副題
ターゲットに「響く」キーワードやフレーズ

①メイン写真
商品が素敵に見えるイメージシーンを撮ろう

②文章1
商品を分かりやすく説明しよう

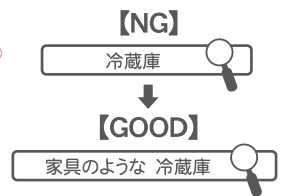
サブ写真
商品写真を色々入れよう

③文章2
ターゲットに向けた訴求ポイントを入れよう

性能や技術の一方的説明はNG。
「欲しい」を喚起する
商品情報を伝えよう。
正しい情報を分かりやすく。

検索ワードを入れよう

企業名や商品名が一般的な名称では、
検索上位ページに出できません。
そういう場合には、
それ以外に特徴的なワードを説明に入れ、
複合検索できるようにしましょう。



スマホに対応した
サイト作りは
必須です!!

4 プレスリリースを作成しよう

ダウンロードしたプレスリリース雛形を使って作成しよう



プレスリリースの書き方 例 ※ダウンロード: プレスリリース雛形簡易版と詳細版

平素から、当法人の業務推進にご協力をいただきお礼申し上げます。
下記のとおりお知らせいたしますので、取材して下さるよう、よろしくお願い致します。

件名	タイトル○○○○○○○・・・
【内容】	
1 発表事項の概要（概要を記載するリード文の部分です。省略可能です）	
2 発表内容	
（1）目的（開催目的を簡潔に記載願います）	
（2）日時（時刻は〇時〇分の要領で記載願います）	
（3）場所（会場の所在地、電話番号も記載願います）	
（4）参加（見込）人数（収容人員でも構いません。昨年実績など工夫も）	
（5）内容（要点がわかるように、箇条書きでも構いません）	
（6）主催者	
（7）その他	
3 特記事項（参加要領や取材時の注意事項など、特記事項があれば記載願います）	

プレスリリース簡易版

簡易版は1枚で必要な情報のみを記す資料です。記者が1枚で興味を持ち取材したくなるように記入します。

プレスリリース詳細版

詳細版は、開発背景や商品の内容、開発に関わった関係者の情報を網羅的に記します。この商品の社会への、インパクトを記します。

プレスリリースの投げ込み

市役所・県庁・新聞社・テレビ・ラジオ等には、広報を受け付ける「投げ込み窓口」があります。ここに「プレスリリース」を送る事で、取材があったり、メディアで紹介されたりします。

最低でも1週間前には
投げ込みしましょう!



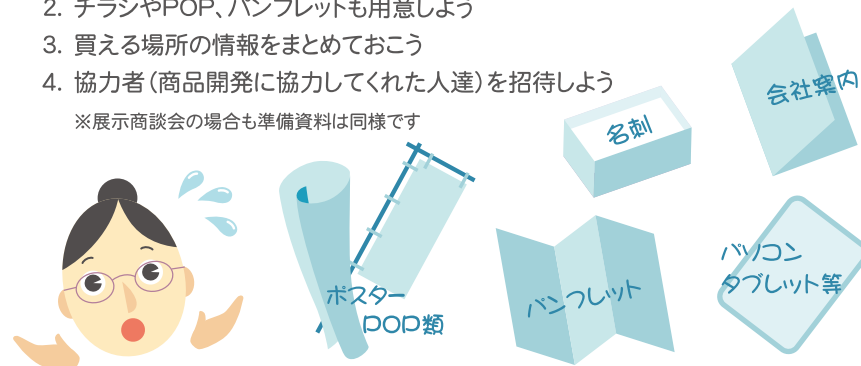
資料の部数は
20~30部は準備してね!

広

広

5 当日の準備をしよう

1. 配布資料の作成: プレスリリースの情報と重複はOK!
2. チラシやPOP、パンフレットも用意しよう
3. 買える場所の情報をまとめておこう
4. 協力者(商品開発に協力してくれた人達)を招待しよう
※展示商談会の場合も準備資料は同様です



大変だけど、もう一息。頑張らしましょう! ※展示商談会ではラインナップシートや見積書も準備!

6 発表会

商品発表会を成功させよう

1. 一番伝えたい事を整理して開催しよう
2. 誰に向けての、どういう商品か、もう一度広報整理シートを確認しよう
3. 商品名は目につくように複数掲示しよう
4. 会場内に商品の写真が撮影できるディスプレイを用意しよう
5. 協力者を紹介しよう(関わった人たちを労うことはとても重要)

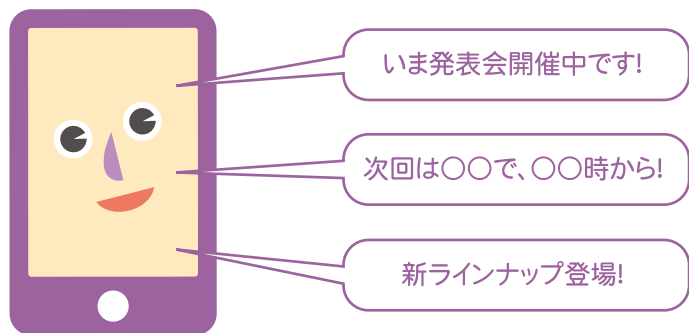


来場者は、その商品はもちろん、会社すら知らない人達。イチから説明し、伝える気持ちで!

7 情報発信を継続しよう

自社の公式WEBサイトを中心とした様々な情報を継続的に発信しよう

1. 取材模様や取上げられた情報はSNSで発信する → 公式WEBに誘導
2. 関連イベント (PR活動) : 参加するイベントの情報は告知し、マスコミも活用



情報の更新は非常に大事。

SEO対策は基本的には外注が望ましいですが自分でもできるものもあります

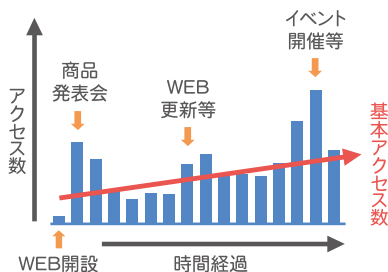
インターネットで見つけやすくしよう (SEO)

ネットで検索した時に、上位ページに表示されないと見つけにくいです。SEOとは「Search Engine Optimization: 検索エンジン最適化」のこと。SEO対策とは、YahooやGoogleなどの検索で、自社のページが検索結果の上位に表示されるようにする対策のことです。

1. アクセス状況を知ろう

- QRコードには、色々な情報を付与できます。
- 「キャンペーンパラメータ」と呼ばれる情報を追加したQRコードを作ること、どのQRコードからアクセスして来たのかがわかります。チラシ、ポスター、カード等でそれぞれの効果などを知りたいときなどに有効です。

キャンペーンパラメータとは



2. イベント等で周知しよう

商品PRイベント等、商品のPRができる場では、商品名、キャッチコピー、WEBを周知しましょう。

その他、弘前工業研究所デザイン推進室ではこのような支援をしています

デザイン推進室では、商品企画支援や広報支援の他、津軽塗や木工を中心とした工芸品、ユニバーサルデザインやプロダクト (製品) デザインに関する研究と、指導・相談を行っています。生活者から期待されるモノづくり・コトづくりに関する開発支援にも取り組んでいます。



支援メニュー

- 依頼試験
- 受託研究
- 共同研究
- 技術研修
- 工業ドクター
- 機器貸出

青森産技マルシェWEBサイトも参考にしてください!



商品企画支援ツール V-Cup が iOS アプリになりました。興味のある方はコチラへ!

