

BtoB 企業広告の その後

様々なステークホルダーへの影響を生み出し、社員を鼓舞する企業広告。
その後の反響や効果はどのようなものなのか。

国

内トップクラスの貴金属取扱量を誇る田中貴金属グループは長年、産業用貴金属製品の製造・販売に加え、資産用・宝飾品としての貴金属商品も提供してきた。同社は2025年4月、俳優の加藤清史郎をブランドアンバサダーに起用したテレビCM「可能性ゾクゾク」篇を放映した。さらに7月には、加藤が出演するウェブ動画シリーズとして「田中貴金属の歴史」篇、「金の魅力」篇、「金の楽しみ方」篇、「貴金属の技術」篇、「田中

貴金属の仕事」篇の5篇を公開した。

貴金属は希少な資源であると同時に、人々の暮らしや先進技術を支える重要な素材だ。創業140周年を迎えるにあたり、貴金属の重要性を改めて社会に伝え、未来への可能性を発信することを目的とし、広告展開を決めた。

貴金属の多面的な可能性を発信

加藤は同社が2010年に放映した企業CMにも出演し

田中貴金属グループ

加藤清史郎が貴金属の多様な未来を発信 140周年を迎えた田中貴金属の企業広告



DATA

社員数：5591名（2024年12月期 連結ベース）
出稿先：テレビCM、デジタル広告、交通広告など
広告運用部門：サステナビリティ・広報本部 広報・広告部
広報体制：サステナビリティ・広報本部 広報・広告部10名

ており、今回は15年ぶりの再登場となる。当時子役であった加藤が時を経て成人した姿と、同社の事業が多角的に拡がり、成長を続けている様子を重ね合わせて表現した。過去CMに使用した「コツコツ♪」というメロディーを活かした音楽を今回も取り入れることで、当時を知っている視聴者の懐かしい気持ちを醸成するなど、話題性をつくっている。

また、同社は、貴金属に関わるBtoBおよびBtoCの両事業を展開している。CMとウェブ動画では、「可能性、ゾクゾク。」というフレーズを軸に、同社ならではの貴金属の多面的な価値を表現。さらに、その価値を支える事業内容への理解を促す構成とした。

広告運用に携わった担当者は、「幅広い事業領域を限られた秒数内で表現することには苦労しました」と話す。

CMについて従業員やステークホルダーからは、「歌と踊りが親しみやすく楽しい」「15年前を思い出して懐かしい」などの声が寄せられ、ウェブ動画に対しては、「田中貴金属の幅広い事業を改めて理解できた」「資産や宝飾品だけでなく、先進技術を支える企業であることも分かった」といったポジティブな反応が得られた。

CMおよびウェブ動画の公開後、コーポレートサイトへの来訪数が増加し、企業認知向上への貢献が確認されている。今後は「企業広告への好意度」などの定量調査も実施予定で、採用活動への波及効果も期待しているという。