

若者のおふろ離れをストップ 大学生とタッグを組み、おふろ好きな人を増やす 「おふろ部」を発足

株式会社ノーリツ

「あなたはおふろが好きですか?」「毎日湯船につかりますか?」(株)ノーリツは神戸女子大学と神戸市水道局と連携し、2月26日(ピースなふろの日)に「おふろ部」を発足、活動をスタートさせました。

【おふろ部発足の経緯】

当社はこれまで入浴の効能などについて長年基礎研究を積み重ねてきた給湯器を主力とする湯まわり設備機器メーカーです。また、お湯を通じた活動を行う企業として各種ツールや入浴知識の伝承による浴育の普及などを進めてきました。これまでも湯まわり設備機器メーカーとして、顧客の声を商品・サービスの開発にいかす活動を推進し、画期的な新商品などを生み出してきました。

平成27年3月30日には神戸市と市民に密着した「水道(お風呂)の情報発信等に関する連携協定を締結しました。これまで当社が培ってきた入浴の三大効果に関する研究やデータ、そしてお客さまの声を大切にするコミュニケーションノウハウを提供しました。また、神戸市民の皆さまの水道に関する理解深耕と、市民の皆さまの安全・安心な暮らしにつながることで、また当社にとっても、CSR活動の一環として進めてきた浴育をさらに強く推進する機会とし進めてきました。

この活動の一環として神戸市水道局と(株)ノーリツは、“お風呂の良さを伝える”をテーマにターゲット層の心に響くコアメッセージ決定に向け、協働でワークショップを実施しました。お互いの立場や市民目線から意見交換を行うことで、A) 単身若年者(女性)、B) 単身高齢者、C) 共働きファミリー、D) 伝統的ファミリーの4つの層に分けてメッセージを検討してきました。特に、お風呂につかる習慣が減少しつつある単身若年層(女性)向けのメッセージ決定にあたり潜在意識を探り、より届きやすいメッセージとするため、衣食住を研究する神戸女子大学家政学部家政学科の女子学生にも加わっていただき4つのコアメッセージを決定しました。

ワークショップを進める中で若年層(10～20代)女性がおふろは好きだが、時間的制約や節約意識から入っていない人が多いことがわかりました。“おふろ好きな人を増やす”ことを目的に、この層をコアターゲットとし、おふろにまつわる情報を等身大の視点で発信することで共感を得て、おふろは好きだがおふろ離れが進むこの層の行動を促すことを決定しました。その手段として、「おふろ部」を発足、おふろ好きな人のためのサイト「おふろ部」(URL: <http://ofurobu.com>)も同時にオープンし、大学生をサイト運営のまとめ役として迎え、活動をスタートしました。当社と神戸市水道局は湯まわり機器のプロとして、水道局が水に関わるプロとしてライターへの専門的な情報提供を行いサポートしています。

【おふろ部とは】

名称:「おふろ部」

Supported by Noritz 神戸市水道局

部長: 中本 達也(ノーリツ経営企画室)

編集長: 吉永 愛香(神戸女子大学家政学部4年生)

部員: 3,654名

ライター: 神戸女子大学学生6名、近畿大学15名、京都産業大学2名、その他12名(16年3月現在)

目的: おふろ好きな人を増やす

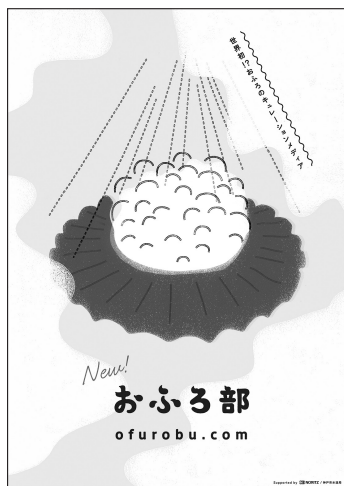
(毎日浴槽に浸かる人を増やす)

活動内容: “おふろを好きになる体験”の情報をあらゆる角度からコンテンツとしてまとめ発信

活動場所: サイトの運営、部員相互の啓発など

「おふろ部」はSNSを中心としたバーチャルな世界と、イベントなどのリアルな活動により、「おふろ好きの人」に集まってもらうための有志の組織であり、わかりやすく言うと部活動です。発足時には、おふろ好きな人のためのサイト「おふろ部」(URL: <http://ofurobu.com>)をオープン、神戸女子大学の学

生を始め、近畿大学、京都産業大学の学生などが主体となりサイトのライターを務め、取材から記事の作成、サイトへの公開までを行っています。当サイトは、通常のまとめサイトやキュレーションメディアとは異なり、産学官が連携することで専門性のある質の高い情報をより多くのライターから発信することを目指す「成長型メディア」として設計しているところにあります。具体的には、ライターになる学生には企業広報の視点から「情報の伝え方」のワークショップを行い、サイト運営のノウハウも企業マーケティング視点からアドバイスを行っております。



【おふろ部サイト】

<サイト名：おふろ部>

2016年2月26日（金）12時OPEN



URL : <http://ofurobu.com>

コアターゲット：若年女性（10～20代）
サブターゲット：子育て世帯（30～40代）
※同名のFacebook ページを立ち上げ、サイト誘引を行ないます。

【活動】

■ワークショップ

「おふろ部」の活動をする大学生たちは、“おふろを好きになってもらう”ための情報収集、取材、記事執筆、サイト更新までを行います。学生たちは、サポートするノーリツ、神戸市水道局、広告代理店から、取材の際のアポイントの取り方、取材時の確認事項、関心を惹く記事の書き方・写真の選び方、サイト更新前のチェック事項などをワークショップで学びます。また、ノーリツが湯まわり機器のプロとして、水道局が水に関わるプロとしてライターへの専門的な情報提供も行います。ライターとして関わる学生が、大学の授業やインターンシップなどでも学べない、実学の知を学べる成長の機会としています。



発足時は神戸女子大学の6名の学生たちとスタートしましたが、現在は近畿大学、京都産業大学の学生17名も加わり活動しています。今後は、おふろ部員として、他の大学にもライターを募集していくとともに、ターゲットが求める情報を大学生に限らず、視点を変えた発信もしていく予定です。



【取材の様子】

おふろ部の編集長を務める、吉永愛香さん（神戸女子大学家政学部4年生）は、お酒も大好き。お風呂上がりのご褒美ビールのお勧めを調査したことも。おふ



ろ上がりに疲れを癒すビールを求め、あらゆるビールのお取り寄せや、情報収集を行いました。その中で発見した美容効果のあるノンアルコールビールを発見。新幹線に飛び乗って東京でのイベントに参加し取材を行うことも。



■おふろ部部长：中本 達也



「おふろ部」は部活動です。部の仲間が楽しく活動していくことをモットーに全面的にサポートしていきます。この部は大学生が主体となって運営するため、ジェネレーションギャップも生じるでしょうが、同じ目線を心がけ活動していきます。そして私たち部員が発信する情報を見て、おふろでの楽しみ方を発見し、幸せを感じていただけるのならば、私たちノーリツグループが目指す「新しい幸せを、わかすこと。」を果たせるのではないかと考えております。

■おふろ部編集長：吉永 愛香



私は、おふろが大好きで、一日の終わりの締めくくりにおふろに入ってホッとすることが癒しです。おふろは一人になれるスペースでもあり、その空間や時間を楽しむための入浴剤などにもこだわっています。ワークショップの結果、学生は「忙しい」「節約」という理由で湯船に浸かる人が減っていると聞きました。そんな方にも入浴タイムを楽しんでもらえる情報を発信していきます。また、私は家政学部で、医学関連のゼミに所属しており、おふろの入り方による血流の流れなども勉強しています。学んだ知識も活かし、楽しく身体に優しい情報をお伝えしますので楽しみにお待ちくださいね。