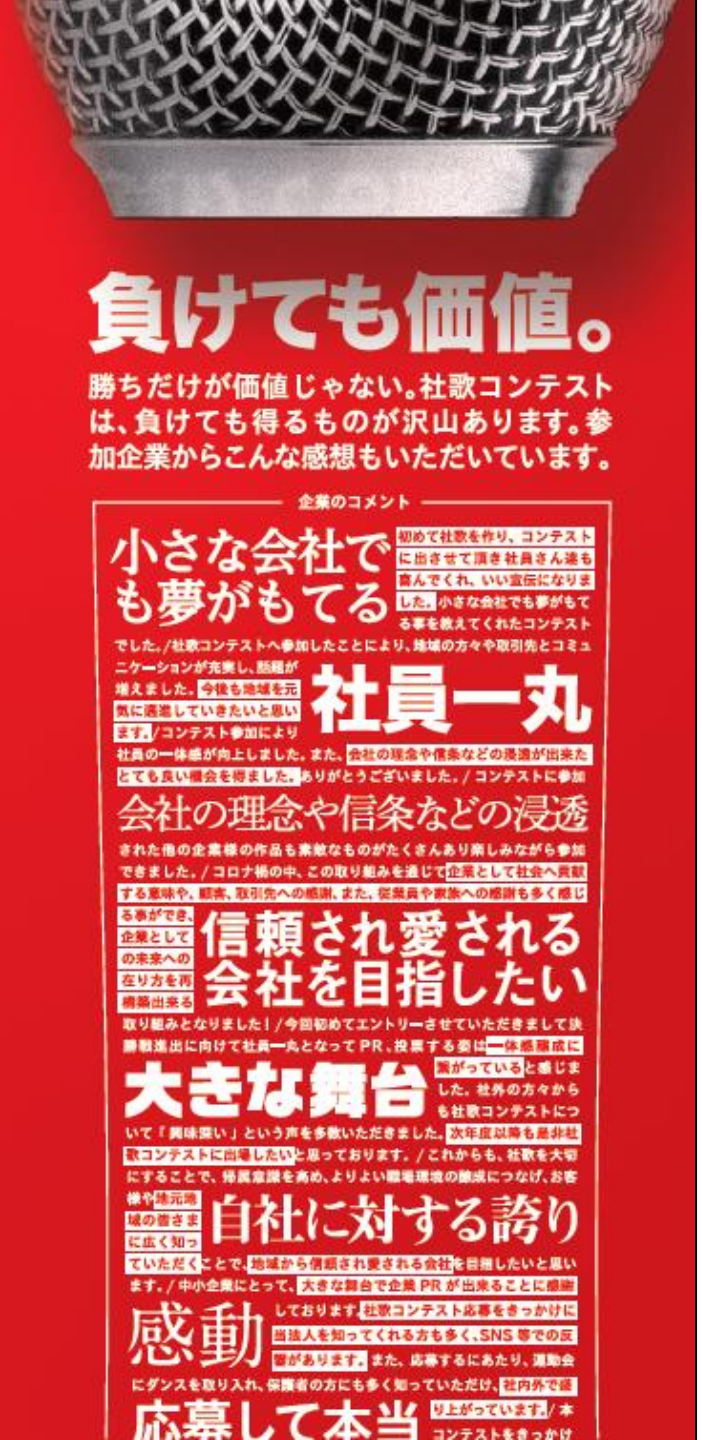


デジタルマーケティング時代の社歌の生かし方を考える

社歌コンテスト事務局

「社歌」をビジネスにどう生かすか？

社歌コンテストとは

規模・業種を超えて熱い企業・団体が集う

社歌動画No.1決定戦

理念

①生産性向上への貢献（社内コミュニケーション活性化）

→社歌制作・動画撮影・投票活動を通し、部署を超えた協業促進

②ブランド力向上への貢献（社外コミュニケーション活性化）

→広告宣伝に予算が割き辛い企業・団体も、社歌動画がPRツールとなる

ビジネス課題を解決する

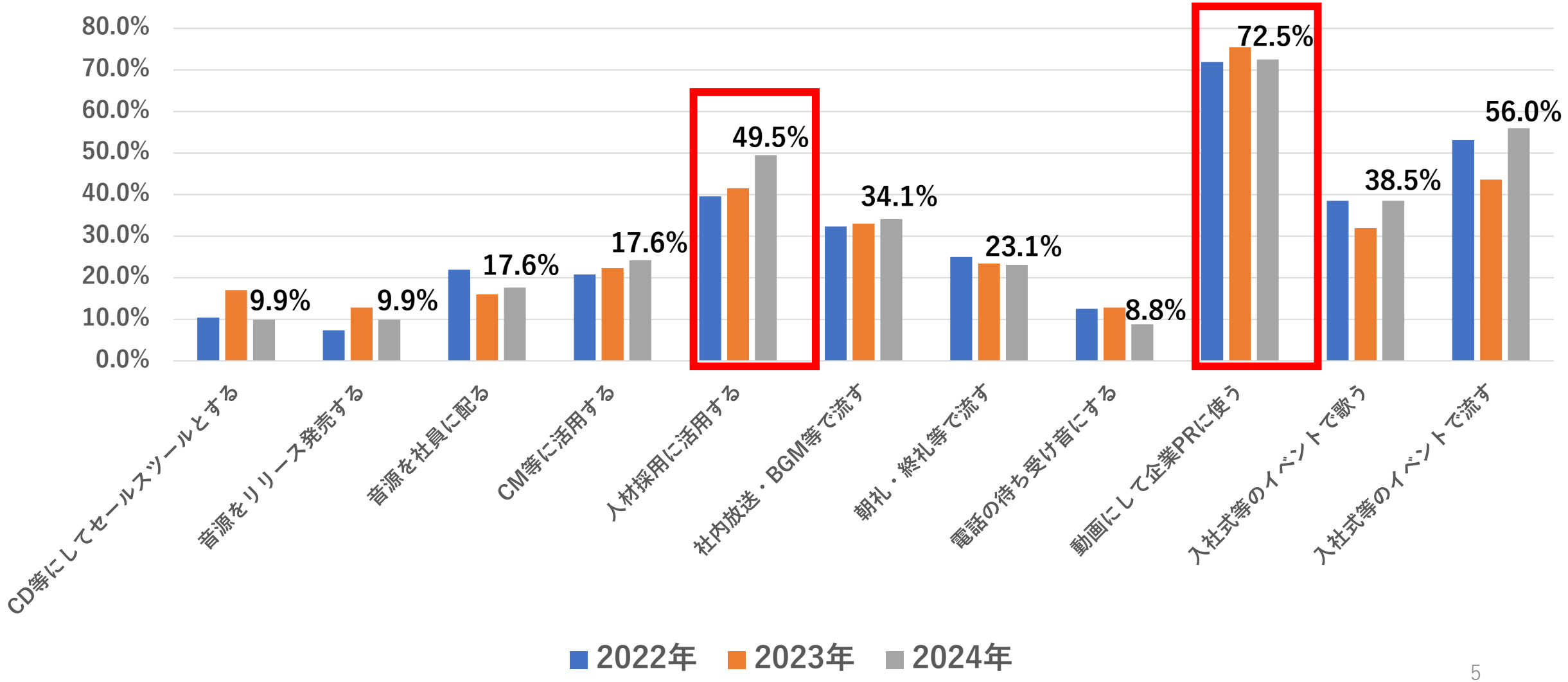
参加型企業エンターテインメント

2024大会
応募企業アンケート結果

社歌の活用方法

（回答企業数 ： 22年96社、23年94社、24年91社 ／ 複数回答可）

動画にして企業PRに使う72.5% ／ 人材採用に活用49.5%(前年比+8.0)

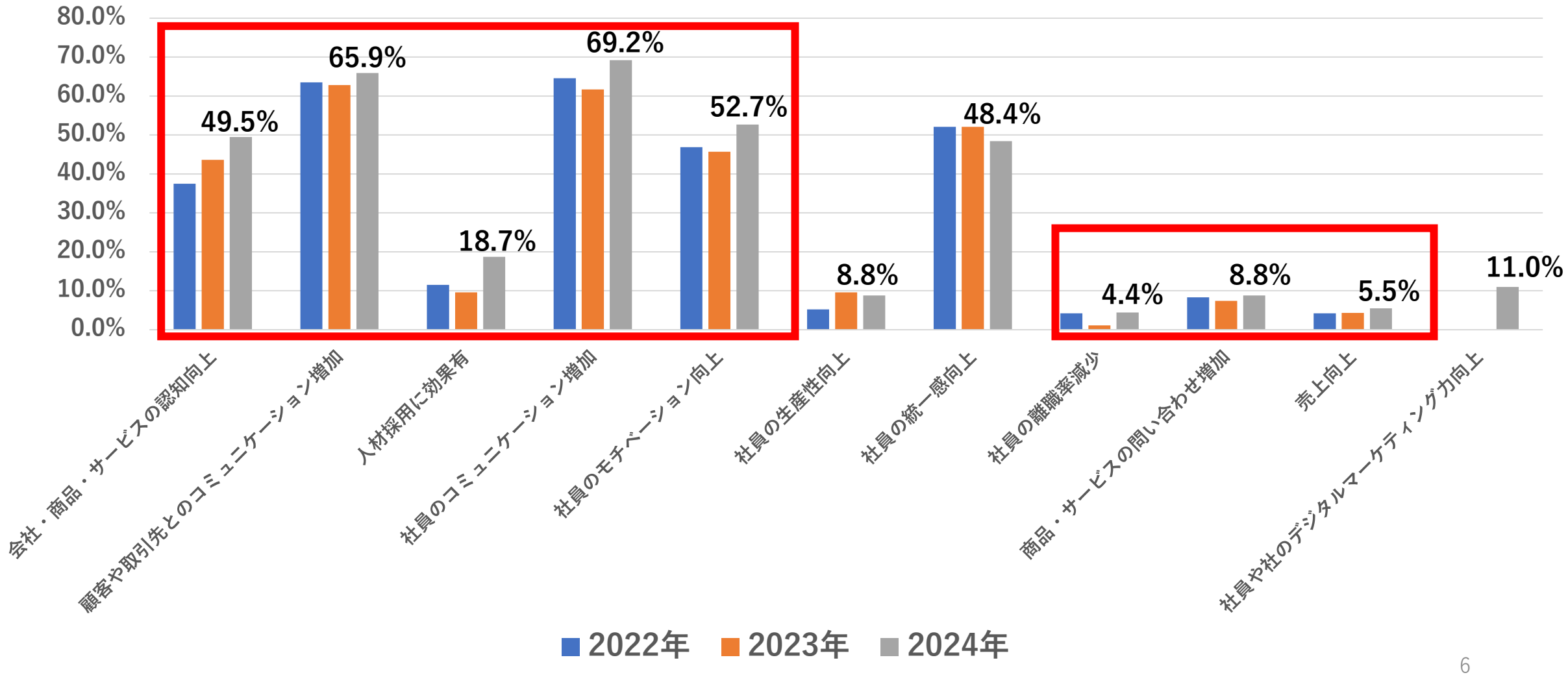


社歌コンテスト参加の効果

（回答企業数 ： 22年96社、23年94社、24年91社　/　複数回答可）

昨年比「10項目中 8項目でポイント増加」

認知向上・社内外コミュニケーション活性化・人材採用で効果拡大



応募企業コメントの一部

参加の効果

社歌を見て入社希望してくれた人がいます。人材採用に役立っています！

社歌を作ってコンテストにエントリーしたことの影響力を感じています。社内の一体感がより一層増し、お取引先様、地域の皆様とのコミュニケーションも増えました。この効果は絶大です！

何をしている会社かだけではなく、良いところも社外の皆様に伝えられる機会のひとつになっているので、とても良い企画だなと改めて感じました。 実際、社歌コンテストを見て問い合わせさせていただきましたと、お仕事の依頼もいただけました。

投票の呼びかけなどを通じて、社内や取引先、SNSのフォロワーなどとのコミュニケーションを図るきっかけがつくれています。

普段は現場仕事であちこちにバラけている自分たちですが、改めて仲間と共に一つのものを作り上げるこの時間はとても楽しいものでした。今まで以上に結束力がアップしたと思います。このような機会をいただき、ありがとうございました。

コンテストのお陰で曲作りなど気持ちが高まるとともに仕事を楽しむ余裕が増えました。

社内交流が幅広く作れました。社歌コンで会社に新たな希望ができました。

応募企業コメントの一部

企画趣旨への共感

「負けても価値」というキャッチを見た時に、頭から離れずに、
応募に至ったのですが、参加させていただいた今、本当にその通りだと思っています。

音楽を通じて企業の魅力を知ることができる素晴らしい企画だと思います。

SNS社会の今の時代において、社歌を通じて企業発信をできる場を設けてくださり、
ありがとうございます。

お客様や地域の各企業と共に目指す目的が出来、大変楽しいです！ありがとうございます！

とても面白い作業に繋がるコンテストを行なって頂き、感謝しています。

とても素敵な企画をありがとうございます。
普段から社歌によって職員の気持ちが高まっているので、このような企画があることが素敵ですね。

応募企業コメントの一部

今後への期待

ぜひ末永く大会を続けて行って頂きたいと思います。本当に参加した意義を感じております。

もし来年もコンテストがある場合、マンネリにならないようどのように応募しようか？は悩みどころです。（気が早いですが）またぜひ参加させていただきたいと思います。

社歌コンテストはこれからも継続して参加させていただければと考えております。

会社の理念を歌や演奏を通じて表現して、会社の一体感を醸成するとともに、日経という媒体を通じて会社をアピールできる素晴らしいイベントだと思います。ぜひ10回、20回と継続してほしいです。

弊社にとって社歌コンテストは文化祭のようなものです！来年以降もコンテストが継続されることを期待しています！

社員の一体感を得られる取り組みですので、今後も末永く継続してほしいと思います。

社歌コンのおかげで大人の青春時代が過ごせました。日本経済新聞の皆様、スポンサーの皆様、関わっておられる皆様、素敵な企画をありがとうございます。来年もエントリーしたいです！

日経　関連紙面の一部

社歌コンテスト 2023
心に響く、受賞社歌一挙紹介！
最優秀賞（水谷靖賞）
枚方市
2位（川崎あい賞・JOYSOUND賞）
富士防
3位（水谷年賞）
Sun Shiny
4位（弓狩匡純賞）
キーコーヒー
5位
キヤノン（中国）
6位（横澤夏子賞）
ワタナベ
6位（主催者特別賞）
東京ガスネットワーク
6位
富国生命保険
9位（緑川賢司賞）
くだらないものグランプリ
10位
三陽工業
10位
丸和運輸機関
12位
ハートコーポレイション
入選
情熱賞
日本ボレイト
ラボックボーカル教室
チームワーク賞
立飛ホールディングス
セイコーグループ
新時代賞
ハイボール
フォノグラム
コクー
想いが伝わる賞
池田博愛会
ペジフルファーム
心に残る音楽賞
コシダカ
ユー・エス・イー
保研オフィス
TRYANGLE ZERO
堀尾物産
バンブー
協賛社特別賞／JOYSOUND賞
栗本鐵工所
アクティング
公式YouTube大賞
やしま
協賛社特別賞／ココペリ賞
TAKAIDOクールフロー
アカデミー
日経ARアプリで各社の画像をスキャンすると各社の社歌がご覧いただけます。
日経AR
広告

NIKKEI 社歌コンテスト 2024
5周年
社歌生まれる。
「企業間のつながりが生まれた」「人材採用につながった」
「社員の結束が深まった」など、
ビジネスのプラスになったという声が多数届いています。
今年も、音楽を通して様々な会社・仕事の魅力に
触れてみてください。
社歌から生まれるドラマが、きっとあります。
https://shaka.nikkei.co.jp/
日経AR
一般投票受付中！
2023.11/16（木）17:00まで
日経社歌コンテスト、5年間の総エントリー数は755件！
からドラマがある。
特別協力 / JOYSOUND
特別協賛 / KOKOPELLI
協賛 / Video Matching
協力 / 情熱の学校、地域力活性化研究室、ワップフィルム
後援 / 全日本製造業コマ大戦協会　主催 / 日本経済新聞社
日経ARアプリで各社の画像をスキャンすると
120社・団体の想いが詰まった「社歌」をご覧いただけます。

NIKKEI 全国社歌コンテスト
応募企業エピソードマンガ
社歌を創って、みんなで歌う。
たったそれだけのことで、こんなに笑えて、涙が溢れる。
会社の規模は関係ない。みんなが主役の企業エンターテインメント。
社歌コンテスト YouTubeちゃんねる
この漫画をボイスコミックで楽しむ
チャンネル登録お待ちしております
NIKKEI全国社歌コンテスト2023募集要項
応募期間／2022年7月4日(月)～10月7日(金)17:00
投票・審査員予選審査／2022年11月4日(金)12:00～11月18日(金)17:00

社歌は、鼓動だ。
カラオケの国、日本が贈る。ビジネスに"効く"社歌。
最優秀賞に昭和女子大学

コンテンツプラットフォームとしての
社歌コンテストの現状

日本経済新聞のメディア力

＋

・毎年のテレビ露出
　→ニュース内特集・特番

・デジタル施策
　→公式YouTubeチャンネル・SNS

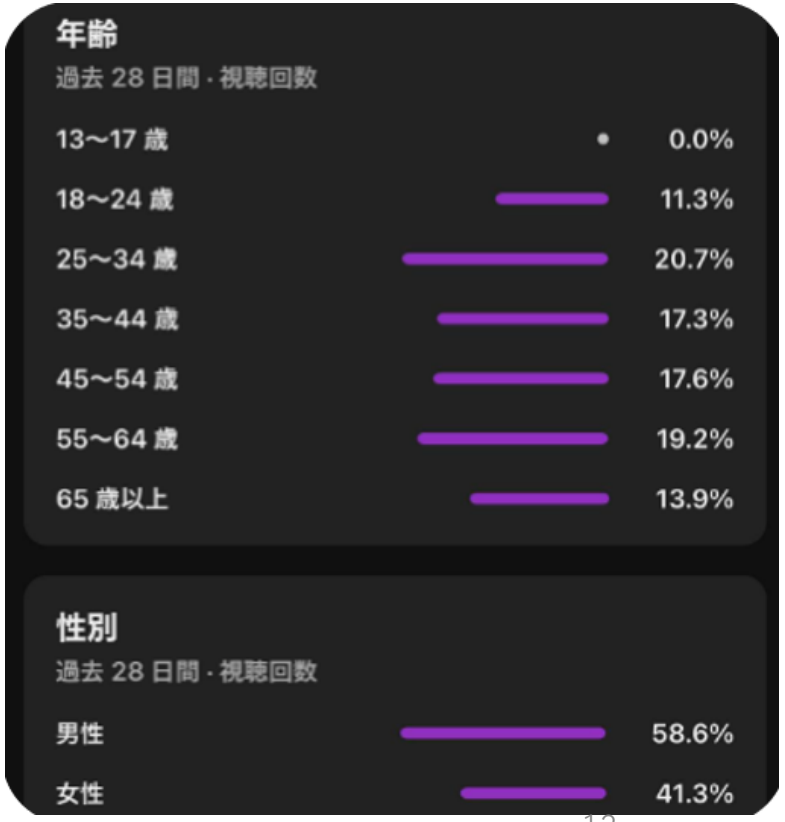
社歌コンテスト公式YouTubeチャンネル

露出180万imp・動画総再生8,104時間・チャンネル登録2,430人

18歳～65歳以上まで、性別問わずバランスよく視聴

23年11月6日の「2024大会投票開始」から２週間の盛り上がりが顕著
（露出・登録者数共に、**前回の決勝戦以上**）

※X（Twitter）の公式投稿露出も前年同期比2,800%超え



※2023年11月21日 Google社・社歌コン公式YouTube管理画面データ調べ

5周年を振り返って感じること

企業の本質が詰まった「社歌動画」

↓

「心が動くコンテンツ」であれば
多種多様なドラマが生まれる可能性

社歌コンテストの本質的価値

本業＋αの取り組みを主体的に行い、
新たな価値を生む人の集まり

換言すると…

各分野で情熱と行動力を持った人のコミュニティ

様々な連携が生まれるきっかけとなる場を目指したい