



3Mジャパングループ、企業スローガン「わくわくをみんなでカタチに」を使った
ブランドプロモーション活動をスタート
技術をオモシロ動画で紹介する「わくわくらボ」や製品開発ストーリーの紹介、
一般消費者向けのコンテストなどを実施

3Mジャパングループは本日から、ブランディング活動の一環として、企業スローガンの「わくわくをみんなでカタチに」(*)を軸としたブランドのプロモーション活動を開始します。オンラインを中心に展開し、一般消費者に対する3Mブランドの認知度の向上を目指すとともに、自社の技術力や製品について消費者にわかり易く伝えることが目的です。

(*)「わくわくをみんなでカタチに」について:

2010年の会社創立50周年を機に、新たな50年に向けてのテーマとして、全社員で作った3Mジャパングループのスローガンです。3Mが最も得意とする46種類ものコア技術に、多様な社員のアイデアを組み合わせ、お客様とともに一歩先のわくわくするイノベーションを作りだしていきたいという意味を込めています

プロモーション活動の主な施策は以下の通りです。

① 製品を紹介する動画、製品開発ストーリーの紹介

3Mが持つ46のコア技術(技術基盤)は製品開発の大きな強みです。技術と技術、社員から生まれるアイデアとアイデアの「連鎖反応」が、さまざまな製品を生み出す原動力となってきました。この「連鎖反応」により、どのような製品が生まれたかを動画や開発ストーリーで紹介します。

(1) 社員が作る製品の紹介動画集 - 「3Mわくわくらボ」

「3Mわくわくらボ」は、企業スローガンの「わくわくをみんなでカタチに」をテーマに、社員が3Mのさまざまな技術を「意外なカタチ」で紹介する動画集です。3Mジャパングループのウェブサイト、Facebook、YouTubeからご覧いただけます。現在掲載している動画は、道路の交通標識など使われる反射材が暗闇でどのくらい光るのかを3Mの製品担当者がユニークな実験を通して明らかにしていきます。「3Mわくわくらボ」には、順次動画を追加していきます。

「わくわくをみんなでカタチに」 URL: <http://www.mmm.co.jp/wakuwaku/>

住友スリーエム(株)Facebook URL: <https://www.facebook.com/3M.Japan>

(2) 製品開発ストーリーの紹介

それまで世の中に存在していなかった画期的な製品の開発や販売までの舞台裏を「わくわくをみんなでカタチに」サイトで紹介します。3Mが生み出した世界、国内の大ヒット製品の開発ストーリーです。例えば、

ポスト・イット® ノート

今や世界のオフィスの必需品になっているポスト・イット® ノートは、実験の失敗で作られ「よく付けど、簡単に剥がれてしまう粘着剤」と、開発者が日曜日の教会でひらめいた新しい使い方のアイデアが結びついて生まれました。アメリカで大成功を収めたポスト・イット® ノートは、日本市場では独自のアレンジが

加わってこれが消費者の間で評判になり、日本での大ヒットにも繋がっています。

3M™ シンサレート™高機能中綿素材

3M™ シンサレート™高機能中綿素材は、開発当初は冬物アウターウェアや手袋などへ広く使用されていましたが、日本の開発チームが製品の「吸音」特性にも着目したことで、自動車メーカーで採用されるようになり、今や国内外メーカーにとって自動車の快適な乗り心地のためにはなくてはならない製品です。

そのほか、スコッチブライトスポンジたわしや、道路交通標識用の反射材などを含む8つの製品を紹介しています。



【「わくわくをみんなでカタチに」サイト】

② 製品を使ったユーザーコンテスト

3Mが扱う消費財を使い、一般消費者を対象にした写真コンテストを実施します。あるテーマを設定し、3Mの製品を実際に使っていただき「カタチ」にした作品を募集します。応募作品は当社のウェブサイトやフェイスブックに掲載。作品の中から最も多くの「いいね！」を獲得した作品が優勝となります。

Facebook は、Facebook, Inc. の商標です。

YouTubeは、Google Inc の商標です。

3M、ポスト・イット、シンサレートは、3M社の商標です。