

広告主名	サントリーホールディングス株式会社	期間	2021年10月19日 ~
コーポレート・団体ブランド名		地域	全国
施策名	社長のおごり自販機	使用媒体	Twitter/Youtube

社長のおごり自販機



社長のおごり自販機

P R E S I D E N T ' S V E N D I N G M A C H I N E

自販機でオフィスをハッピーに
SUNTORY

1. 施策を行った背景や課題

コロナで減った オフィス内コミュニケーション

出社してもチーム以外の社員と話さなくなったり、孤独感を感じる新入社員が生まれるなど、多くの企業が社内コミュニケーションに危機感を抱いていた。

2. 解決方法 (SOLUTION)

2人だとタダになる自販機を開発!

社員が2人揃い、社員証を同時にタッチすると飲み物がタダになる自販機を開発。オフィスに必ずある自販機を、会話のきっかけを生む新たなコミュニケーションツールに昇華させた。



3. 結果

いい仕事は、雑談から。 オフィスでの会話が爆増!

たくさんの雑談が生まれ、オフィスに再び活気が溢れた。これにより出社することが楽しみとなり、各企業が抱える課題解決に寄与し、SNS・テレビを中心に多くの反響を生んだ。

累計再生回数

65万回以上

Twitter

トレンド入り

問合せ企業

250件以上

4. 企画のポイント

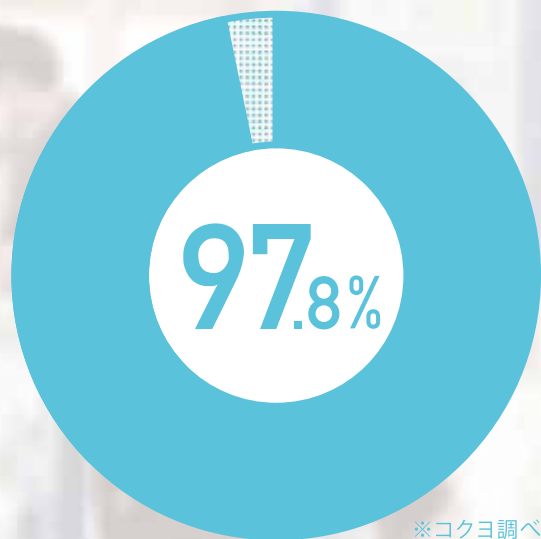
サントリーの自販機がオフィスを救う!

自販機で飲み物を買うという、日常で当たり前の行為を、アイデアひとつでコロナ禍でのコミュニケーションを活性化させる仕組みに。また、「社長のおごり」というキャッチーなネーミングで展開することで、多くの人が体験する機会を生み出した。



コロナ禍で悩める多くの社員がハッピーに。

本自販機がコミュニケーションの
きっかけになりましたか？



※コクヨ調べ

導入した多数企業のリアルな声

- ・ 何気ないコミュニケーションがしやすくなった。
- ・ 帰ってくるとみんな笑顔なのがいい。
- ・ こんな素敵な自販機がオフィスにあると思えば、モチベーションが上がります！色んな人とコミュニケーションを取るきっかけに繋がると思います！
- ・ 声掛けしたメンバーから本当に喜ばれ嬉しい
- ・ 普段は話すことないメンバーとの会話から、ホンネを聞くことができた
- ・ 家族や友人に「社長のおごり」いいなぁと言われます。
- ・ 人見知りな自分にとって、社長のおごり自販機はコミュニケーションツールになったような物だと強く感じています。
- ・ 話したことのない社員に話しかける・かけられるという前提を周知し、別部門／年齢差などのポイントなどが設定できるとより活性化させる可能性があると思いました。
- ・ クエストみたいなワクワクさと達成感があり、とても楽しかったです。いろんな人を誘ってやってみたい！と思いました。