

## フルーツのまちづくり講座 その5 : まとめ



### 「集客のための広報戦略」

- 概要/日時:平成 30 年 2 月 23 日(金)19:00~21:00、会場:打田生涯学習センター、参加者:21 人、資料代:1000 円。休憩時に日当たりポンカン、フルーツゼリー。
- 構成/講義。ワークシートに記入し、質疑応答をした。
- 講師/講師: 亀若真人(かめわかまさと)さん。紀の川市広報広聴課係長。広報紙の発行とシティプロモーションを担当。

#### <講義>

市の広報紙は和歌山県広報コンクールで3年連続10回目の第一位を受賞している。8割の市民が広報紙から情報を得ている。“シティプロモーション”とは、まちの認知度を上げて紀の川市ファンを増やす仕事。この中でメディアとのやり取りなど学んできた。今回は「目にとまる機会を増やす」「人からクチコミしてもらう」ということを中心に話す。

**広告よりもPRをしよう。お金がかからず共感を得やすい。**

例えば自分で「私はいい人だ」という人と、第三者に「彼はいい人だ」といわれる人と、どちらを信じるか?第三者だと思う。これが広告とPRの違い。情報が溢れている中では、第三者の声を借りて伝えることの方が人の共感を得やすい。広告は自分の伝えたいことをそのまま出せるがお金がかかる。PRは他の人の目線が加わり、プレスリリース(報道関係に向けての情報の提供・告知・発表、その印刷物のこと)が必要だが、結局広告よりもみんなPRを見ている。

**ターゲットを絞ろう。誰に向けての企画か、それならばこの媒体へ、という具合に。**

「広報できなかつたから集客に失敗」とよくきくが、広報以前に企画そのものが「いつ、誰に向けて、何のためにやるのか」が煮詰まっていないう呼びかけもできないはずだ。寒い時期に屋外での企画に人は来たがらないし、子ども向きといっているながら内容が難しいと人は来ない。企画を詰めたうえで、ターゲットがどんなものから情報を得ているのかを見極め、広報すること。例えばどんな人が何を見ているかという、あくまでも目安だが、子ども・学生はSNS・雑誌・チラシ、OLはSNS・クチコミ・雑誌、子育て世代はSNS・クチコミ・雑誌、主婦はSNS・クチコミ・雑誌・テレビ、ビジネスマンはSNS・新聞・雑誌、シニア世代は新聞・チラシ・広報紙、という具合。「消費者目線で考えて、マスコミ目線で広報する」というのがキーワード。





**マスコミをうまく使おう。わかりやすいプレスリリースで、締め切りに注意し、遠慮せずに。**

マスメディアには新聞（情報提供1週間前）、雑誌（情報提供3ヶ月前）、テレビ（情報提供1ヶ月前）、その他フリーペーパーなどもいろいろある。また市の広報紙（情報提供前々月の25日）もある。こういう物にPRしてもらえば、情報提供の締切を調べ、プレスリリースしよう。（※こ

ここで資料を使って媒体ごとの情報提供の仕方を詳しく解説）

リリースは最初の見出し数行が勝負、タイトルを見れば内容が分かるように簡潔に。一日に1000件以上が届く記者が、パッと見てわかるように。そして本文には引き付ける写真があるといい。そのためにも、何かやる時は写真の記録が大事になる。さらにただ企画の説明ではなく、付加価値をつけて流通価値のある情報に仕立てる、切り口をはっきりと。情報をもらった側もPRしやすくなる。記者は情報を常に探しているのだから、遠慮せずにどんどん送ろう。

**SNSを活用すること。そして、“クチコミ”内容を常に考えよう。集客には早道はない。**

無料で発信でき、情報拡散力のあるのがSNS。双方向で、情報共有が手軽にできる。魔法の言葉“インスタ映え”、魅力的な写真を載せることが重要。文は50文字程度で書くこと。理想は自分でよりも、人に書いてもらう方が効果的。PRと同じ。また、最も共感しやすいのはクチコミ。人が外でどう「クチコミしてくれるか」を想像して仕掛けていこう。地道に続けていくこと。そして、もしも取材したいと申し出があったら、そんなラッキーなことはめったにないのでどんなことをしても受けること。そしてその記者さんとのつながりを無くさないこと。繋がった縁を大切に。

.....  
■講義の後、これまでの経験をワークシートに記入。①イベント名・内容②告知方法③ターゲット④集まった人数⑤よかったこと⑥イマイチだったこと⑦改善するなら。各人が書き込み、数人が発表しながらフリートークとなりました。

・JR車両に自転車を乗せる「サイクルトレイン」を開催したが上手くいかなかった。集客に失敗した。キャッチフレーズなどで、もっと一般の初心者も参加できる催しだと伝えればよかった。走るだけでない他の魅力もつけるべきだった。

・猛暑や、雪が降る時期に屋外企画を立て、失敗してきた。今回は「カルタ大会」で、フリーペーパー2誌にお願いしたところ申し込みが集まった。参加者のターゲットと媒体が上手く合った。

・ママとプレママに限っての催しを考えた。何かプレゼントがもらえるようなお得な仕組みをつけたら、それなりに人が集まった。

・人は集まったが、皆が知り合いだった。新しい人の発掘にならなかった。感想も聞き忘れ、次につながらなかった。

・スーパーなどの本部にお願いして、パンフレットやポスターを各支店に配ってもらう方法もある。もっと、皆が知っている広報の方法を出し合おう。

・企画段階でこういういろいろな人の意見を出すといい。

■終了しても帰る人が少なく話尽きない講座でした。

