

分科会 I 部・II 部

④ 講座集客のための効果的な広報

■ 松尾康正氏 [新大工まちゼミ (長崎県長崎市)]

まちゼミの効果は、「まちゼミアクションマルチターン」だと思っている。まちゼミをやる事で新しい仲間と出会いお店のお客様の満足度が上がる。まちゼミはたくさんの可能性を秘めている。

まちゼミチラシの作成では、まず人を全面に押し出そうということを決めて、表紙は集合写真にしている。うちはプロのカメラマンに頼んでいる。プロのカメラマンによる撮影は店主の笑顔を手引きしてくれるし、それぞれお店で撮って背景を生かしている。紙の素材にもこだわり、薄い紙ではなく厚めの紙で作成することで、捨てるにためらってもらえる。顔が分かることで安心して店に入ってきてもらえ、地域の人なので知っている人が出



ていると会話が生まれ、来店に繋がる。(実行委員)それぞれのネットワークを使ってメディアを活用している。市役所、テレビ局等から取材の依頼が来た。新大工町 NEWS という地域メディアも自作している。

まちゼミ参加店舗は「こども 110 番」として地域に貢献しており、それが広報活動に繋がっている。また、小学校で編みこみ講座のまちゼミを開催し、学校を通じて案内を配布した。この講座は美容学校とタイアップすることで色々つながりへと発展していった。

商店街内にチラシを設置したところ、1ヶ月で 150 部なくなった。SNS の活用は得手不得手があるので得意な人がやれば良いと思う。苦手な人は得意な人に写真を送るなどすればアップしてもらえ

■ 久保里砂子氏 [街の元気づくりコーディネーター]

むつ、松江、世田谷の三か所でまちづくり、まちゼミに関わってきたが、それぞれの地域によって出来る事が違う。今日はその三か所の事例を踏まえてお話しします。

アプローチ方法としては、チラシ配布、参加店で宣伝、のぼり設置、公式 HP、facebook、マスコミの巻き込み等がある。お客様がいろいろなところで少しずつ目にして耳にすることで効果が得られる

(クロスメディアアプローチ)。中でも一番大事な事は参加店で宣伝すること。店頭へのぼりを設置し、店内にチラシや POP を貼ったり、お客様に声を掛けたり、店の HP や facebook、ブログで発信したり、他店の講座の紹介をしたり、店でできることもたくさんある。参加店自身が地道にやる事が最も効果がある。

チラシの効果の出方には地域差があり、尾山台で効果のあった学校での配布はむつでは反応がなかった。むつでは今回から広報誌に挟み込んで配布する。地域によってきちんと伝えてくれる相手を探し、渡すことが重要。マスコミへのプレスリリースの中に皆さんに伝えたいメッセージを入れて発信している。売り込みは熱心にし、載ったときには記者さんにお礼をし、反応のフィードバックもしている。記者さんとの関係性をつくっていくことが大切。

行政の力も利用する。HP、facebook など、市の持っているあらゆるツールを利用して宣伝してくれたことが



大きく、まちが動いてきたという感覚がある。

まちゼミはみんなでやって成果を上げる事業。参加店、他の団体、マスコミ、お客様を巻き込んで集客していくことが大事。

■進行役：堺 康裕氏【岡崎まちゼミの会】

巻き込む力が大事。終わったあとの検証会で情報を共有していくことが重要なのではないかな。

意見交換は以下のとおり

Q. 最近、より効果がある方法としてコラボがあげられる。その辺に関してはどうか。

- ・コラボはお勧めです。参加費は半分、興味がある人も半々に別れ集客力が高まる。今は商店だけでなく子育て支援の団体やエリアの外の団体にもコラボの紹介をしている。（久保）
- ・美容学校とのコラボで小学校での編みこみ講座をやっている。そこから発展して、小学校と美容学校がまちゼミとは別に長崎大学の学生とコラボしてイベントをやっている。商店街でのイベントからまち全体のにぎわいへと繋がっている。（松尾）

Q. SNSの活用について、年齢によつての差はあるか

- ・自分自身アナログ人間で得意ではないので年配の人の気持ちが分かる。若い人、得意な人がやれば良いと思う。シェアしてもらい、写真を送ってアップしてもらい、などお願いして出来る人がやれば良い。アナログな人はチラシを活用して他の店を紹介すれば良い。（松尾）

Q. SNSの活用は、情報発信だけなのか？予約も受け付けているのか？

- ・情報発信のみで予約は電話のみ。（松尾）
- ・発信のみで予約は電話のみ。SNSで講座案内を発信したら電話が殺到した。SNSは一人歩きしてしまうので要注意。今後も申し込みは電話と店頭のみにするつもりだ。ネット上での一方的な満員お礼アナウンスもやめようと思う。お客様の電話をかける行為を遮断することになるから（久保）

Q. 参加店舗の参加条件はあるのか。（質問者の地域では、まちゼミが商工会議所の主催で行われており、商工会議所の会員というのが参加店舗の条件となっている。この条件が参加へのハードルを高くしている。）

- ・まちゼミの会という任意団体の主催。明確なルールはないが、エリアは5キロまでに限っている。コラボしてエリア内のお店と一緒にやるなら店主に限らない。ルールを決めて排除ではなく、目的に向けて寄せてくる。集客面、コスト面に関してもコラボはお勧め。（久保）

Q. マンネリ化への対処をどのようにしているか。

- ・新規の参加店舗を大募集する。一人の力ではなく、みんなで参加を促す。（松尾）