

～藤枝エコノミックガーデニング～ 第八回 藤枝メジャーデビュー・ラボ 議事録～.

■概要：自由に語り合える場をつくり、地元企業のプロモーションのヒント等を見つける。

■主催者：藤枝市 協力：(株)地域まちづくり研究所

■目標：参加者の商品やサービスを皆でメジャーデビューさせていこう！
参加者（の会社）のことを知り、幸運の偶然の出会いの確率を高めていこう！

■日時：2014年2月14日（金）18：30～21：30

■場所：藤枝市生涯学習センター

■ファシリテーター：ことのは塾 山梨栄司氏

■参加者：以下名（敬称略、順不同）

- ・山梨若菜（和紅茶プロモーション）
- ・柴原章弘（LAB しばはら&ラボコスメ）
- ・中村佳晴（暁 空撮会社）
- ・青島たま子（アオシマ）
- ・武部英明（TKB groupe）
- ・増田和彦（マスダグリーン）
- ・飯塚久仁子（紅家）
- ・杉山志寿子（マダムトリコ）
- ・小沢友喜（ピュアフラワー）



■話題 マスダグリーンさんのプレスリリースについてアイデア出し

- ・中学校や高校に赴いて学生にレッスンをするといった社会性を加えてみてはどうか
- ・住宅展示場やマンションモデルルームでやってみてはどうか
- ・ペットロスの奥さんを対象にした定期便
- ・ハンギングバスケットをしないところは分譲マンションに入れませんか
- ・マンションのオーナーさんと提携して、家賃の中に定期交換費用も含む形でやってみてはどうか

■プレスリリースの書き方について

- ・キャッチコピーとリード文が大切
- ・キャッチコピーは多少遊べるが、リード文は事実だけを述べていく形になる
- ・社会性が大事
- ・名前だけで想像しにくいものは画像が入れてあるといい
- ・5W1Hに基づき記入する
- ・統計資料なども使うと信頼性が増す
- ・商品にまつわる色々な内容があるが1つに絞って書く
- ・所在は市・町まででいい
- ・役職についてはしっかりと書く。例えば「代表取締役」だけではなく「代表取締役社長」といったように
- ・FAXで送る場合はA4一枚でまとめる。2枚だとバラバラになってしまう可能性がある。
- ・郵送の場合は別途資料をつけても大丈夫。会社パンフレットなどもつけるといい
- ・プレスリリースを送るタイミングは商品発売やサービス開始の前

■インターネット上にプレスリリースを載せる

- ・ブログやHPにプレスリリースを載せるのも効果がある
- ・最初からブログやHPでアップしてしまうと、内容を詰め込みすぎてしまうので、簡潔に収めるために、最初はA4一枚の紙ベースで作ってからアップというやり方のほうがいい。

■今までのふりかえりと今後要望すること

- ・若い参加者も増えるといい
- ・自分の仕事の事だと頭が固くなってしまっている部分があるので皆に出してアイデアを出してもらおうと全然違う角度から思いもよらない回答がでる。色々な業種や年代や男女が集まりがすごくよかった。
- ・キャッチコピーの作り方が難しい。自分では分からない。個々のキャッチコピーをそれぞれのお店などに行ってキャッチコピーを作ってもらおう機会があるといい。
- ・具体的なアイデアも出るので上手くマッチングが出来るといい。このメンバーでイベントなどを開催したり。
- ・補助金の支援（この事業ならこういう補助金があって、こっちがダメならこっちはどうか？といった具体的なアドバイスと情報が欲しい）
- ・これからは動画の情報発信も大事になってくるので、動画の作成講座や、MDLの話し合い自体を動画配信してみてもどうか？



■ 次回のメジャーデビュー・ラボ予定

皆さんが作成したプレスリリースをまち研のメール、もしくは曽根宛に送ってください。
ことのは塾さんと添削をします。