

(3) 効果的なPR手法について

<別紙表>

市民(市内)向け		市民以外(市外、県外、国外ほか)向け	
セールスポイント(地域資源)	効果的なPR手法	セールスポイント(地域資源)	効果的なPR手法
<p>1 風景 (ときわ公園ほか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ときわ公園は知名度はあるので、常盤湖でしかやっていないイベントを。(池の上で花火をする。池にイルミネーションを映し出して演出する。) ・FBで自分たちが撮影した夕日や夜景などの写真を自由に投稿できるようにする。 ・祭りやイベントの開催をときわ公園に集中させる。 ・霜降山をPRするため、霜降山で市民イベントを行う。 ・ときわ公園の駐車場を無料開放する。 ・FBでのリアルタイムな情報発信 ・等身大のエヴァンゲリオンの設置 ・コンセプトを作る『恋人が集うときわ公園』 	<p>1 文化 (UBEビエンナーレほか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・彫刻の作者についての情報発信。世界的に有名な彫刻家の作品だとわかると、見方が変わる。 ・ときわ公園や市街地などの彫刻を、『無料の美術館』として売り出す。 ・世界の彫刻作家の作品が無料で見られるということで、芸術系の大学、短大の学生をツアーと呼ぶ。彫刻に興味のない人は全くないので、ある人にターゲットを絞り、そこへ発信する。 ・学生と一緒にイベントを作る。 ・大賞作品とUNQLO<UT>とコラボ商品開発(全国展開) ・芸術のフェス(音楽など)をときわ公園で開催する。
<p>2 文化 (UBEビエンナーレほか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・遊びながら彫刻を学ぶ彫刻ラリー ・地方テレビ番組での紹介 ・市報紙の内容が薄い。民間が行っている講座などもどんどん掲載していく。 ・小学生彫刻コンクール(ビエンナーレの間の年に開催。家族が見に行く。他の彫刻にも興味を持つ。) ・彫刻1,000体へのチャレンジ(市民も彫刻を制作する。例えば卒業式の記念に彫刻を制作し、その下にカプセルを埋める。市民の意識改革) 	<p>2 味(グルメ) (宇部ラーメンほか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・和歌山、徳島ラーメンも初めは認知度がなかったが、横浜ラーメン博物館に出展して認知度が上がったので、出展してみてもいい。 ・ふるさと大使の庵野さんは宇部のラーメンが好きで、作品にも久ラーメンが出てきているので、庵野さんにキャラクターを作ってもらい、駅前にラーメンを持った像を設置する。 ・グルメマップの作成 ・B級グルメなど現在やっていることはせず、メディアが抜きたくなるような新しいものを。 ・郷土料理の体験ツアー ・宇部出身有名人を使う。 ・グルメだけでなく、超A級ものをつくり、おもてなしに力を入れる。 ・九州でのTV放映 ・宇部の魚がおいしい。丸尾の漁港などでその場で料理して食べられる導線をつくる。

<p>3 味(グルメ) (宇部ラーメンほか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・宇部ラーメングルメマップ ・屋台村を作る。 ・石炭包を学校の売店で販売する。 ・ガラパゴス化した宇部ラーメン(現在は定義がない。久留米から始まり宇部で独自に進化した「クサとんこつラーメン」) 	<p>3 風景 (ときわ公園ほか)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・園内の遊具や売店の充実
--------------------------------	---	---------------------------	--

※その他の意見

- ・メディアへの情報発信で、なかなかこちらの意図とは違う記事になっていることがあるので、コンタクトを綿密にとり、アプローチを積極的に行い、載せてほしい記事を書いてもらう。
- ・FBを利用した情報発信。シティセールスを目的としたアカウントを作り、1万人くらいのフォロワー(ファン)を集め、市民には市民向けの情報を、また宇部出身の方にもシェアをしてもらって、全国に向けたPRを行う。
- ・市外に向けた情報発信は、ノウハウが必要。現在PR業務を委託している会社から全国に売り込むためのノウハウを習う。行政だけでなく、シティセールspartnerにも伝授してもらい、PR力を高めていく。
- ・ゆるキャラコンテストにチョーコクンを出して、優勝する。(くまモンのように、認知度向上)
- ・くすのきカントリーマラソンにハーフコースあれば参加しやすい。イベントが孤立している。
- ・空港利用者の調整時間でできるプログラムの作成(宇部ラーメンを食べる。レンタサイクルでときわ公園)
- ・シティセールスのオフィシャルサイトを作る
- ・情報発信の拠点の整備(アンテナショップ、PR会社)
- ・パートナーを増やす。企業、観光コンベンション、商工会議所と連携。
- ・秘密のケンミンショーに情報提供
- ・JUNONガールコンテストの準ミスが宇部市出身。情報発信力を持っている人を使う。