

平成26年度第1回モニター会議より意見抜粋（報告）

日時 平成26年11月1日（土）午後2時～午後4時 企画室 AB

立会い 一般公募モニター（7名）

石井亜樹、嵩範子、近藤均、都築徳紀、寺尾咲子、寺尾康磨、米積志保）

事務局

浦川局長補佐、生田事業係長、中根主事、笹山主事

1. まずは建物に興味をもってもらって、イベントに足を運ぶきっかけづくりに

モニター1 今この場にいらっしゃる方は、音楽だったり舞台だったり芸術に興味があって、という方ばかりだと思う。しかし、自分も今までそうだったが、まわりを見ていても「あ、あるんだここ。」というくらいで、正直 PR が欠けている。まず、この建物自体に興味をもってもらうことが先じゃないか、と感じる。来館する回数が増えて、こういうことをやっているんだ、とか、こどもを連れて来れるんだ、とか、託児があるなら夫婦で来てみたいというように、つながっていくのではないかな。きっかけ作りが先なんじゃないかという気がする。

事務局 本当に、近くても来たことない人のほうが多い。おっしゃる通りだと思う。PR の難しさを痛感している。

モニター1 他市の足助町が、そういう PR がとても上手い。そこでは専門の方を他県から呼んで、住んでもらうことで、その力を借りて、今すごく盛り上がっているという例がある。そういうのを利用されてみるのもいいんじゃないかと思う。

2. 文化の家の催し物の選定基準や、文化の家のための特別プログラムということをもっと売り文句にするべき

モニター2 文化の家の付加価値とか、判断基準を与えないと、すばらしい価値を見逃してしまうことがたくさんあると思う。今度のゲヴァントハウスの企画に出演するのが、どう世界的に有名なアーティストなのか、倉本聰のも、他にはめったに来ない[ような特別な講演である]こととか。そういった価値は、文化の家が言わないとわからないと思う。文化の家はそのような貴重な価値をもっているのだから。

3. 事業内容をわかりやすく伝える広告を

～ (1)おんぱく、(2)ジョイントフェスティバル、(3)ピアノ無料開放を通して

(1)おんぱくの例

モニター3 「おんぱく」って何？という話はよく聞いた。こんな楽しいことがある、と今回初めて知った。特に、おんぱくファイナル公演は、ラフで楽しいイベントだった。だが、市民で知らない人が多い。意識のある人だけではなく、一般の市民の目に届くような公報の機会を作るべき。

事務局 表現の仕方、というかイベントの内容をどう伝えるかに問題があると感じています。ぱっと見て、理解して、行きたいと思わせるような広告が理想ですが、実際目にした人の話を聞いてみると、伝わっていないんだということが多いです。

モニター4 おそらく、おんぱくに対しての、分からなさが最大の課題かも。

(2)ジョイントフェスティバルよりバンクパペットの例

モニター3 バンクパペット、チラシと内容が結びつかなかった。公演を観たら楽しくておもしろかったが。

事務局 バンクパペットは、4館で連携して公演を行うジョイントフェスティバル愛知の企画で、この夏に4つのイベントを行った。チケットの売れ行きとして、パッとみてすぐに内容がわかる人形劇等、内容の分かりやすいものはすぐに売れるが、見慣れないものは売れにくい傾向があった。

(3)ピアノ無料開放の例

事務局 ピアノ無料開放について]広報とHPのみで広報したが、申し込み受付開始直後に定員に達する人気だった。

モニター3 大々的な広報をしていなくても、ピアノの開放の状況を知っている人もいるということは、文化の家の情報にアンテナを張っている人も多いということではないのか。ということは、チケットが売れないのは何かが足りないということになると思う。

事務局 “ピアノ無料開放”というキャッチコピーがわかりやすいのが原因だと思う。広告で内容が伝わるかが大事ということですね。

4. 事後パブリシティで親にも取り組みを知ってもらうべきをするべき

モニター3 初めて行った中学校アウトリーチは素晴らしかった。なぜ文化の家がこのような取り組みをしていることが親には届かないのか。クラス通信など学校からの配布物に掲載すれば、お子さんの持ってくるそのような資料に目を通す親は多いと思う。

5. 広報を届けるべき対象に届いていなかったのではないか

モニター5 おんぱくトレイン、チケットは1,000円で買っても、1,000円分のリニモ券が付いてきて、リニモに乗る機会も増えて良い企画だと思った。満員でなかったのがもったいない。1,000円分のリニモ券が返ってくると知っていたら、「リニモカード使うから、じゃあ行こうかしら。」と考えた人も多かったのではないか。

モニター3 藤が丘駅には1,000円買えば1,000円返ってくる、という広告は出ていたのではないか。吊り広告等を行えば学生も乗ったのではないか。

事務局 リニモで行うイベントなんだから、リニモでもっと宣伝すべきでした。