

『よろず支援拠点セミナー』で学んだプレスリリースを实践し、ネット売上げ拡大

島根の招き猫工房 代表 渡辺 真奈美 (島根県)

主に粘土を素材にした伝統工芸の手作り招き猫を全国通販している。

その他ひな人形はじめ各種人形を製作販売。

1. 相談のきっかけ

- ・伝統工芸の手作り招き猫を通信販売していたが、売上が思うように上がっていなかった。
- ・こうした中、当拠点開催の広報セミナーのポスターが目にとまり、プレスリリース作成講座を受講、後日当拠点に来訪。

2. 課題整理・分析

- ・プレスリリースについて、多くの書籍を参考に独学で取り組んでおり、単なる商品のみのものでマーシャルになっていた。
- ・セミナー受講がきっかけとなり、事業の理念、社会性、商品の売りを整理できていなかったことに気づき、「企業理念、コンセプト、ビジョン」を明確にし、強みを見出す広報コンセプトシートを作成することとなった。
- ・江戸時代から浜田市長浜町を中心に作られてきた、素焼きの土人形に色を付けた「長浜人形」の技法で招き猫を製作していることは大きな強み。

3. 解決策の提案

- ・商品の売りを整理するとともに、売上げランキングのベスト3や季節ネタ、今回は夏を強調するフレーズを念頭にコンセプトシートを作成するよう助言。
- ・プレスリリースについて、記載方法や書類送付方法など助言、雑誌編集業務経験のある実施機関職員もサポートし、プレスに採用されるまで、継続発信することとなった。



4. 成果

- ・上記の結果、マガジンハウス社が運営するWebマガジン「コロカル」にて当工房の「招き猫」が紹介され、翌日から大きな反響があり、ホームページアクセス数が通常30~50件のところ、1,000件に急増。
- ・売上が2日間で20万円にのぼり、在庫一掃となり、追加生産中。
- ・平成27年5月25日付け朝日新聞「こちら臨時支局」や6月8日付け読売新聞石見版にも掲載され、反響を呼んでおり、今後のさらなる展開が期待できる。



フルーツ招き猫いちごちゃん(人気1位)



たいかつぎくん(3位、左側)とたいもちくん(2位、右側)



長浜人形士 福美さん