

# 教室の魅力と強みを的確に打ち出した広報活動で集客アップ

会社名: ダイトウ音楽院 (沖縄県)

多才なレッスンコースと丁寧なマンツーマン指導を行う創業40年の音楽院

## 1. 相談のきっかけ

子どもから大人まで学べる音楽教室を開いているが、少子化や競争激化により、この2、3年間で生徒数が減ってきた。

これまでにチラシの新聞折り込みやポスティングなどをおこなったが、あまり反応がない。効果的な広報、集客方法を知りたいと思っていたところ、宜野湾市商工会とよろず支援拠点が主催する売上拡大セミナー・個別相談会を知り、参加したことを機に相談することとなった。

## 2. 課題整理・分析

- ・音楽は生活に必須のものではなく、嗜好要素が強いので、音楽に携わることが生活をどう豊かにするかなどライフスタイルの提案を掲げる必要がある。
- ・これまで実施してきた新聞広告(チラシ)には教室の特徴や強み、訴求すべき事が整理できておらず、本教室の良さがターゲットに伝わっていない。
- ・そのため、広告・情報発信の工夫が必要であると判断した。

## 3. 解決策の提案

よろず支援拠点を通じた専門家派遣制度によるデザイナーの支援により、広告デザインの見直しを行うこととした。  
また、ホームページの更なる活用とFacebook活用の提案を行った。



## 4. 成果

広告デザインについては、デザイナーから次のようなアドバイスを受けて見直した。

- ①強みを分かりやすく表現するために、情報は絞り込み、できるだけシンプルにする。
- ②イメージをしやすくするために、発表会などの写真を活用する。
- ③チラシを見た方がコンタクトしやすい表現を使う。

※例として、「入会問合せ」という文言は、入会を決めていない方にとってはコンタクトを取ることに心理的なハードルを感じやすいため、「資料請求」という文言を使用する。

情報発信については、よろず支援拠点からのアドバイスを踏まえて、次のような工夫をした。

- ①チラシはイメージを伝えるためにデザイン性を優先し、詳細な内容はホームページに掲載する。
- ②リアルタイムで本院の活動を伝えるためにFacebookでレッスン風景や発表会を配信する。
- ③話題性による相乗効果をねらい、現在、琉球大学教育学部美術教育専修学科の学生達とのコラボ企画により、音楽教室のシャッターにイラスト等のペイントを準備中。

広告デザインの工夫とHPやSNSの活用で、1ヶ月足らずで問い合わせが約12倍となった。