



(6) 広報・誘客

① 広報・誘客事業の内容とその取り組み

施設の維持管理のポイント

- ▶ 「ALIT に足を運んでもらって知ってもらう」ことを第一とした広報・誘客。
- ▶ 広報媒体の効果検証、情報の集約と発信、職員のスキルアップによって効果的な広報戦略を立案。

1 広報・誘客の考え方

「足を運んで知ってもらう」ことに重点を置いた広報・誘客を推進します

【まずは ALIT に足を運んでもらい知ってもらう】

- ・ジャンルにこだわらない様々なイベントの実施や民間ならではのノウハウとネットワークを活かした広報によって、ALIT に足を運んでもらう人を増やします(自主事業の項目参照)。
- ・イベント参加者等足を運んでもらった人に対して ALIT のパンフレットやイベントチラシを配布するなど、ALIT を知ってもらう取組みを積極的に行います。
- ・パンフレット、チラシには SNS・YouTube のアカウント情報、ホームページの QR コードを掲載し、継続的に ALIT の情報の取得を促進し、次の来館につなげます。

【対象エリアとカテゴリーを明確にした広報計画】

- ・広報・誘客を行ううえでは、対象とするエリアとカテゴリー(目的・年代など)を明確にし、最適な時期に最適な媒体を用います。

①対象エリアに沿った広報(近隣から広域へ)

対象エリア		広報手段の例
近 ↓ 遠	利用者	イベントや講座の情報を館内掲示・デジタルサイネージ、NEWS ALIT、チラシ等で PR など
	近隣地域	自治会や地域団体を通じた広報、地域団体と連携したイベント等の実施など
	市内	市広報の活用、小中学校や市内公共施設へのパンフレットやイベント情報の配布など
	広域(市外・県外)	SNS や YouTube、ホームページなど ICT を活用した情報提供、企画展やイベント開催時のマスコミ取材など

②対象カテゴリーに合わせた広報(世代ごとによく見る媒体等を活用)

対象エリア	広報手段の例
子ども・親子	保育園・幼稚園への広報、児童センターへの広報、小学校への情報提供
中学生・高校生	学校への情報提供、SNS や WEB 媒体の活用
一般成人	SNS、ホームページ、情報誌、新聞・ラジオ等マスコミ、WEB 媒体の活用
高齢者	市広報や新聞・ラジオ等メディアの活用

【ALIT の愛称の浸透を図る】

- ・YouTube や SNS で ALIT の愛称とその意味を広める、イベント参加者にパンフレットを配布する、イベント名に ALIT(アリット)をつけるなど、人間市博物館=ALIT、ALIT=「Art」美術「Archives」文書館/「Library」ライブラリー/「Information」情報/「Tea」お茶を浸透させます。



チラシに愛称の「アリット」を記載

申請者

いるまミュージアムパートナーズ



(6) 広報・誘客

① 広報・誘客事業の内容とその取り組み

広報媒体の効果検証、情報集約・発信、職員のスキルアップで効果的な広報戦略を立案します

【公共性への配慮と費用対効果の検証】

- ・使用する媒体によって情報量や告知期間、広告料に違いがあります。**公の施設としての正確な情報を提供するとともに公共性に配慮し、費用対効果も勘案しながら、適切な広報策を選択**します。
- ・当グループは、現指定管理期間で用いた広報策について、その費用対効果を検証し、次期の広報戦略に活かします。

No.	広報手段	実施主体	主な広報対象	特徴・課題等
1	『広報いるま』	入間市	市民	●多くの市民が閲覧し効果大。企画展実施時など効果的に活用したい。
2	『NEWS ALIT』	博物館	配布先	●ウェブ版をホームページにアップするなどですらに閲覧者を増やせる。
3	博物館ホームページ	博物館	閲覧者	●SNS等でURLを適宜配信するなどによって、さらに閲覧者を増やす。
4	入間ケーブルテレビ	入間ケーブルテレビ	市民	●ホームページやSNS等で放送予定を告知するなど周知必要。
5	エフエム茶笛など地域のテレビ・ラジオ	エフエム茶笛	市民・近隣	●ホームページやSNS等で放送予定を告知するなど周知必要。
6	新聞、フリーペーパー、雑誌等、	指定管理者	読者	●場合によっては高額な広告料が発生するため、費用対効果を見極める必要あり。 ●企画展等開催の際には取材依頼をするなど能動的な取組み発信を行う。
7	博物館公式 Facebook	博物館	閲覧者	●指定管理者のSNSと連携した相互配信等で相乗的にPRしたい。
8	旧石川組製糸西洋館公式 Facebook	博物館	閲覧者	●指定管理者のSNSと連携した相互配信等で相乗的にPRしたい。
9	博物館公式 Twitter	博物館	閲覧者	●指定管理者のSNSと連携した相互配信等で相乗的にPRしたい。
10	三井アウトレットパーク(MOP)入間へのチラシ等配架	指定管理者	買い物客	●実績からMOPからの誘客は容易ではないため、費用対効果を見極める必要あり。
11	バス路線や各種旅行雑誌、茶道専門誌等への有料広告の掲載	指定管理者	バス利用者 雑誌読者	●高額な広告料が発生するため、費用対効果を見極める必要あり。
12	指定管理者の事業広報用 Twitter・Instagram	指定管理者	閲覧者	●Instagramは効果が高い。より魅力ある画像や文章での発信が必要。

現在まで活用した主な広報媒体の検証

【バラバラに発信されている情報を集約し PR 効果を高める】

- ・上記のほかに、「入間市公式 YouTube」「デジタル茶の湯マップ」など ALIT の情報は様々な媒体で発信されていますが、残念ながらそれらの情報を**集約するサイトが無い**ため、**情報が効果的に届けられていない**のが現状です。
- ・当グループは、次期指定管理期間において、貴市(博物館)が主体となって発信する情報、指定管理者が発信する情報、その他の主体が発信する**情報を集約する「ランディングページ」を作成し、ALIT の様々な情報を取得しやすい環境を作り、PR と誘客を促進**します。

【PR コンサルタントの支援による戦略的な広報・PR 策の展開】

- ・ALIT の PR 戦略の立案にあたっては、**一般社団法人 PR コンサルタント協会のスキルアップ支援と業務サポート**を受けながら、職員のスキルを高めながらより効果的な広報・PR を行っていきます。

【民間ならではの広報・誘客の実施】

- ・**当グループ管理施設との相互 PR**の実施など、民間ならではのネットワークとノウハウを活かした広報・誘客を行います。
- ・指定管理者独自の YouTube チャンネルの開設・運営、Twitter、Instagram をはじめ SNS の活用など、**ICT を活用した効果的な広報**を実施します。

申請者

いるまミュージアムパートナーズ



(6) 広報・誘客

① 広報・誘客事業の内容とその取組み


2 広報・誘客の具体的方策


多彩な媒体を活用し、幅広い人に対して効果的に情報を発信します


【集客イベント・企画展の実施】

・自主事業の項目参照。


【パンフレット・施設情報誌・チラシ等紙媒体を活用した広報】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
パンフレット	市職員・ボランティア等	来館者	通年(毎年更新)
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 指定管理者独自で作成するパンフレット。 施設案内の他、年間の企画展・展覧会の予定や定期的な催し物の情報も記載。 		○年間予定を掲載

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
NEWS ALIT	市職員・ボランティア	来館者、関係者	年6回
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 貴市が発行する博物館広報誌を印刷し、関係各所に配布。 		<ul style="list-style-type: none"> ○常設展、講座など ○企画展、イベント

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
イベントチラシ	自社制作	来館者	企画展・イベント実施時
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 企画展、イベント開催ごとに作成し配布。 イベント内容によって配布先を工夫し集客効果を高める。 		○企画展、イベント

【ICTを活用した広報】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
ホームページ	貴市職員(博物館職員)	全般	毎日
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 貴市作成のホームページの更新・運用。 入間市公式 YouTube、指定管理者 YouTube、Twitter、Instagram、Facebook、ALIT を紹介する他の媒体とのリンクを強化し、ALIT の情報のプラットフォームとしての機能を高める。 デジタル版 NEWSALIT、パンフレットの掲載による閲覧者の増加。 		<ul style="list-style-type: none"> ○常設展、講座など ○企画展、イベント ○ショップ情報 ○レストラン情報


申請者


いるまミュージアムパートナーズ




(6) 広報・誘客

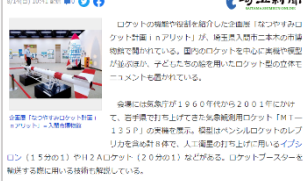
① 広報・誘客事業の内容とその取組み

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
SNS	貴市ホームページ等	登録者	通年
 <p>指定管理者が運営する Instagram</p>	実施方法・内容等 <ul style="list-style-type: none"> 各 SNS の役割を明確にすることで発信する情報の煩雑化を防ぎ効果的に情報を発信(右欄参照)。 貴市ホームページの閲覧を誘導するように投稿に URL 又は QR コードを添付。 他の媒体で挙げられている情報へのリンクを配信。 		主な告知事業 <ul style="list-style-type: none"> ○Twitter:告知を中心にインフォメーションしての役割 ○Instagram:イベントの様子や作品などの画像を配信

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
YouTube チャンネル	エフエム茶笛／入間ケーブルテレビ	チャンネル登録者	適宜
	実施方法・内容等 <ul style="list-style-type: none"> 指定管理者独自のチャンネルを開設し、エフエム茶笛・ケーブルテレビに制作を委託。 主には、当グループ主催の事業やショップの案内。レストランの情報や常設展示の情報などを動画で分かりやすく発信。 		主な告知事業 <ul style="list-style-type: none"> ○企画展・イベント案内 ○ショップ・レストラン案内 ○常設展展示替えの案内など

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
バーチャル茶室	淡交社	茶室利用者	通年
	実施方法・内容等 <ul style="list-style-type: none"> 「デジタル茶の湯マップ」を制作する淡交社に茶室を PR し稼働率向上を図るためのバーチャル茶室を制作していただく。 		主な告知事業 <ul style="list-style-type: none"> ○茶室を活用した事業

【マスコミの活用】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
マスコミの活用	所沢記者クラブ エフエム茶笛 入間ケーブルテレビ	新聞購読者等	適宜
	実施方法・内容等 <ul style="list-style-type: none"> 企画展・イベント実施時に所沢記者クラブに取材依頼し、新聞を通じた PR を行う。 エフエム茶笛、入間ケーブルテレビの CM で企画展・イベントを PR する。 		主な告知事業 <ul style="list-style-type: none"> ○企画展・イベント

申請者


いるまミュージアムパートナーズ



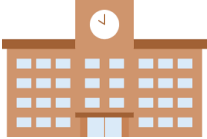
(6) 広報・誘客


① 広報・誘客事業の内容とその取組み

【旅行代理店への情報提供】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
旅行代理店への情報提供	西武トラベル 近畿日本ツーリスト等	県内外の学校	修学旅行先検討時期前
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 西武トラベル等旅行代理店へ情報提供し、社会科見学や修学旅行等での団体利用を推進。 近隣施設とのツアーの一カ所として営業。 		<ul style="list-style-type: none"> ○常設展示内容 ○施設情報 ○市内観光情報


【市内公共施設への広報 PR】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
小中学校への情報提供	入間市教育委員会	小中学生	小中学生向けの企画展・イベント実施時
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 市内小中学校に小中学生向けの企画展やイベント情報やスタンプラリー、いるまっこ検定の案内チラシを一斉配架。 		○小中学生向けの企画展・イベント

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
市内公共施設との相互 PR	市内公共施設	施設利用者	適宜
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 児童センターやスポーツ施設、高齢者施設など市内公共施設とチラシ・パンフレット等を相互配架し相互 PR を行う。 各施設の利用特性に合わせたチラシを配架する。 		<ul style="list-style-type: none"> ○子ども施設: 子ども向けイベント ○スポーツ施設: 企画展・イベント全般 ○高齢者施設: 健康づくり系事業

【博物館ネットワークによる広報 PR】


- ・狭山市立博物館、瑞穂町郷土資料館指定管理者と連携した相互 PR や連携イベントの実施。
- ・代表企業が管理運営する施設との相互 PR の実施。

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
近隣博物館との連携	狭山市立博物館 飯能市立博物館 角川武蔵野ミュージアム 瑞穂町郷土資料館 など	各博物館利用者	通年
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> 博物館スタンプラリーの実施(自主事業参照) ホームページリンク、チラシ・パンフレットの相互配架。 		○各館の常設展示、企画展、イベント


申請者

いるまミュージアムパートナーズ


**(6) 広報・誘客****① 広報・誘客事業の内容とその取組み**

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
代表企業運営施設との連携	国立科学博物館 青梅市吉川英治記念館 大田区立勝海舟記念館 など	各施設利用者	通年
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> ・全国に点在する代表企業運営施設で ALIT のパンフレットやチラシを配架し、広域集客を図る。 ・類似施設での広報成功事例を水平展開し、ALIT の誘客促進につなげる。 		<ul style="list-style-type: none"> ○常設展示・講座等 ○企画展・イベント全般


【市内大型施設との相互誘客の取組み】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
三井アウトレットパーク (MOP) 入間との連携	MOP 入間	MOP 来場者	通年
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> ・ALIT での企画展・イベントのチラシを配架していただき、代わりに MOP の割引クーポンや案内チラシを ALIT で配架。 		○企画展・イベント全般

【埼玉西武ライオンズと連携した広報・誘客】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
埼玉西武ライオンズとの連携	埼玉西武ライオンズ	市民	協議事項
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> ・貴市と連携し、フレンドリーシティとしてパッケージイベントを誘致。 ・ベルーナドームライオンズホームゲームの際にイベント告知を実施。 		○企画展・イベント全般

【ICT 研修の実施】

媒体	連携先	主な対象	実施時期・頻度
ICT 研修の実施	エフエム茶笛／入間ケーブルテレビ／アクティオ	当グループ職員	1 回／年
	実施方法・内容等		主な告知事業
	<ul style="list-style-type: none"> ・メディアの専門家や狭山市立博物館で YouTube チャンネルを制作・配信しているアクティオ、一般社団法人 PR コンサルタント協会から講師を招聘し、ICT を活用した効果的な PR について学び、スキルアップを図ります。 		

申請者

いるまミュージアムパートナーズ