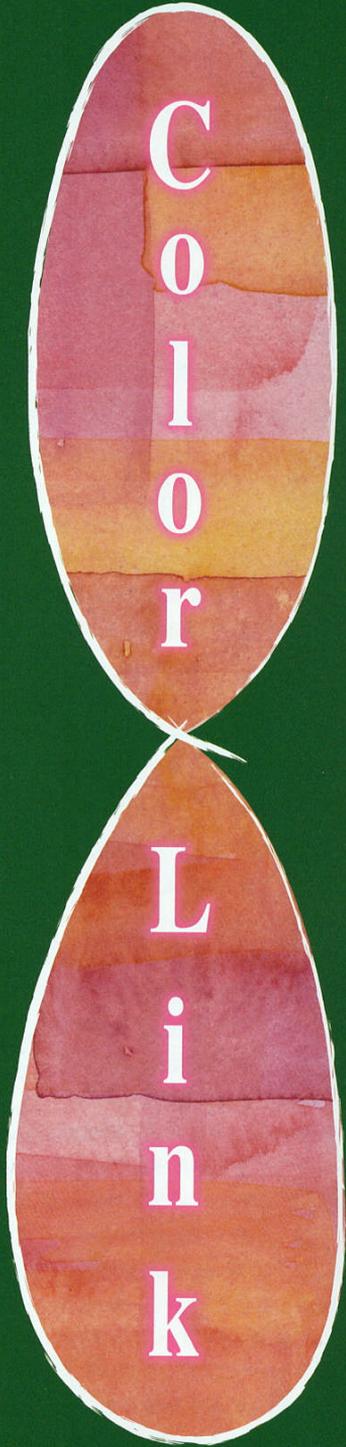


2016年冬号
VOL.25

International Art Therapy Color Psychology Association

「国際アートセラピー色彩心理協会」ネットワーク誌



特集

何を伝える？ どう伝える？

「広報の工夫・私の場合」

末永蒼生の一人対談シリーズ

「心が伝わるということ」

Network / 協会事務局から



何を伝える？ どう伝える？ ～広報の工夫・私の場合～

自分の活動を知ってもらうために、何を、どんな方法や媒体で伝えればいいのか……。

試行錯誤されている協会員も少なくないようです。

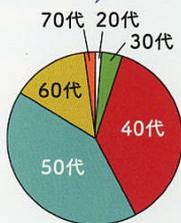
インターネットが普及し、情報が溢れている今、コミュニケーションの手段も大きく変わってきています。そんな中、協会員の皆さんはどうされているのか、まずはアンケート調査を実施してみました。

今回の号では、その結果報告とともに、広報に関してさまざまな工夫や試みをされてきた方々のお話を紹介しています。皆さん、それぞれ自分なりの方法で発信することで、必要とする人に情報が届き新たな出会いが生まれているようです。

アンケート集計結果

◆アンケートの回答総数
……99名

回答者のうちわけ



◆活動内容

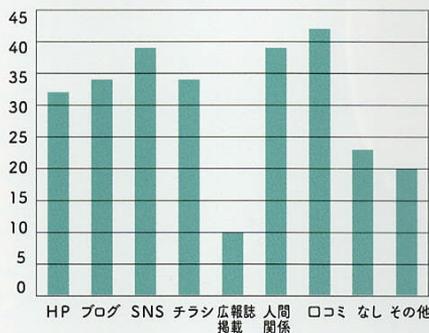
子どものアトリエ	39
大人のワークショップ	55
カウンセリング	28
アートセラピー講座	27
その他	31

※複数回答

◆広報手段

—ご自身の活動を広げるために、
どのような広報をしていますか—

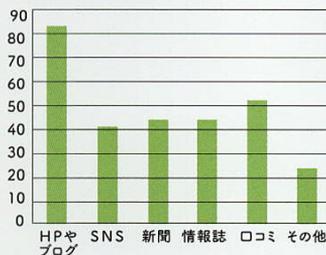
広報で成果が上がっている方は、ホームページ、SNS、チラシといった複数の媒体を組み合わせたか、対象によって使い分けたりして認知度を上げていることがうかがえました。一方多くの方が、最終的には人から人への「口コミ」や、直接顔を会わせてのコミュニケーションが大事と記述されていました。ここに、表現という実体験を通して個人と個人がつながるこの活動ならではの特性があるように感じます。



◆情報取得方法

—普段、必要な情報を
どんな方法で得ていますか—

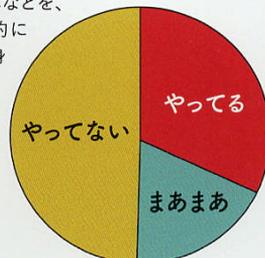
ホームページやブログにアクセスして情報を得ている方が圧倒的に多く、情報収集の手段が紙媒体からWeb媒体に移行している実態が浮きぼりになりました。



◆広報としての Web 媒体 (HP、ブログ、SNS)の活用状況

—記述と回答項目全体からの集計—

回答者の傾向として、活発に活動している人やある程度集客に成功している人は、「(Web媒体を)やっている」と答えた方が多かったこと。また子どものアトリエなどを、一定の場所で定期的に行っている方は自身のホームページを開発されているという傾向が見られました。





西郷絵海さん（東京都「こどものアトリエTutti」主宰）

2010年に東京都府中市の自宅で子どものアトリエを始めて今年で7年目。月2回のクラスを8クラス、1Dayアトリエ、親子クラスなどがあり、3歳以上の子ども達40人前後が通っています。また大人のアトリエも立ち上げ、今後はシニアにも対象を広げたいとのこと。そんな西郷さんが「夫に立ち上げてもらった」というHPは、わかりやすくして内容充実。反応も上々のようです。

夫の協力を得て立ち上げたホームページ。工夫を重ねて納得できる内容を目指しています。

ホームページ、フェイスブック、ブログを使い分け

Q：西郷さんは広報の方法をいろいろと使い分け、工夫されていますね。

西郷：今年の夏からHPをメインの広報手段として、アトリエの主旨、教室の案内、日程やワークショップの募集、関連事業の紹介などを載せています。ブログはアトリエ活動を通して感じたこと、自分の考え等を「書いて伝える」場になりました。フェイスブックは対象者が限られるので、私の仕事の紹介や活動の報告として発信するようにしています。

夏以降、HPを本格活用し出してから、やはりHPからの問い合わせが圧倒的に多いです。市外からの問い合わせや参加もあり、これから広がっていくと思います。

Q：HPはとても完成度が高いと感じましたが、どなたかに依頼して作られたのですか？

西郷：アトリエを開設した頃、「HPはありませんか？」とよく聞かれ、チラシやロコミでは広報活動に限界があるなど薄々感じていました。開設して3年目にブログを始めましたが、その後、会員数やアトリエ外の活動、人脈が広がるにつれ、ブログでは伝えきれなくなり、また一事業としてアトリエを行っていることを自分自身が意識するためにも、HPの開設は不可欠だと感じていました。同じ頃、定年を意識する年齢になった夫が、会社以外の仕事（ライフワーク）を考えるようになり、地域事業としてアトリエをサポートしたいと提案がありました。活動を広く知らせるのはやはりHPだということで、PC作業の得意な夫に立ち上げてもらいました。今は内容の更新は私が行い、ページの構成等は、私の意向を伝え夫に直してもらおうなど、少しずつ納得がいくHP作りを目指しています。

HPはあくまでも手段。大切なのは来て良かったと思ってもらえること。

Q：HPでとくに工夫されている点がありますか？

西郷：一般的に知られている造形教室とは違うことが分かってもらえ、知りたい情報がクリック1つで知ることができるなど、かゆいところに手が届くHPにしたいと思っています。また、リンクを有効に使うようにしています。

アトリエが地域に根差した活動であることを伝えるために、ワークショップをし

て下さった作家さん達の HP をリンクさせたり、逆に私がハート&カラーや NPO 等の事業と連携していることで自分自身の活動が社会的に基盤を持っていることを伝えています。

あとは自分自身の HP からブログや FB ページ、ブログから HP に飛べるようにし、より多くの人に見てもらえるよう工夫しています。

Q: 地域に密着した活動をされている西郷さんの場合、口コミの力も大きかったと思いますが、HP などとの違いや特徴について、感じるものがあれば……。

西郷: 口コミはいつの時代も最大の広報だと思います。お友だちから聞いて、さらに詳しく知りたい時に HP や SNS で調べる、という流れではないでしょうか。

アトリエの活動を広く知ってもらうために、HP 等は大いに活用するべきですが、あくまでも手段であり、一番大切にしなければいけないのは、通ってくる子ども達、保護者の方たちに「来て良かった」と満足してもらえること。それだけはブレない様にしたいです。



「こどものアトリエ Tutti」HP art-ist.jp

◆ SNSでの情報発信はとにかく毎日

大人対象のワークショップや講座、カウンセリングなどをやっていますが、申し込みはほぼ SNS からです。SNS の更新は、自分でぬり絵セラピーをした写真を載せるなどして、とにかく毎日やることを目標に。すと思うのがアクセス数が増え、セラピーを受けたいという反応につながりました。「カラーの人」という認知度が上がっているようです。

(島袋恵美さん 埼玉県)

◆ ブログに息子の絵と成長記録を掲載

HP やブログを開設して6年目。ブログには息子の絵から見る成長記録を載せています。成長の過程と絵の変化がどんなふうに関係しているのかをわかりやすく表現できれば、アトリエへの理解にもつながるかなと思いながら書いています。HP の反応としては、アトリエの問い合わせだけでなく、療育施設や学校などでの勉強会の講師の依頼などがありました。

(石井昭江さん 広島県)

アンケートより

◆ こまめに更新するほど、見てくれる人が増える

大人のワークショップやアートセラピー講座をやっています。主な広報手段は HP や SNS です。ぬり絵ワークショップを開催後、参加者が表現している様子や写真をアップしたところ、「面白そう、やってみたい!」などの反響があり、興味をもってもらえました。自分の実感としては、こまめに掲載すればするほど、記事を見てくれる人の数が増えるように思います。

(井上由希子さん 神奈川県)