

"マツワカ"の認知度向上に向けて

松山愛郷会 youth ミーティング
8月3日

メンバー紹介

中浦鯉太郎 (東京大学3年)

明賀優介 (慶應義塾大学4年)

山本正太郎 (ソフトバンクグループ(株))

阿部晃大 (上智大学2年)

武井勇也 (ZOZOテクノロジーズ)

今村誠宏 (東京学芸大学3年)

AGENDA

1. 背景と課題
2. 提案1：他媒体の活用
3. 提案2：イベントの開催
4. 提案3：飲食店とのコラボ
5. 結論

課題と背景

これまでのマツワカの活動

1. 企業コンサルティング
2. 「マツワカ！ポスターコンペ2020」の実施
3. 地元で活躍する先輩へのインタビュー
4. 若者に人気のある店舗や話題のスポットの取材，記事作成（TAGLLYまつやま）
5. SNS（Twitter，Instagram）での情報発信
6. 地元ラジオに出演



マツワカの課題点

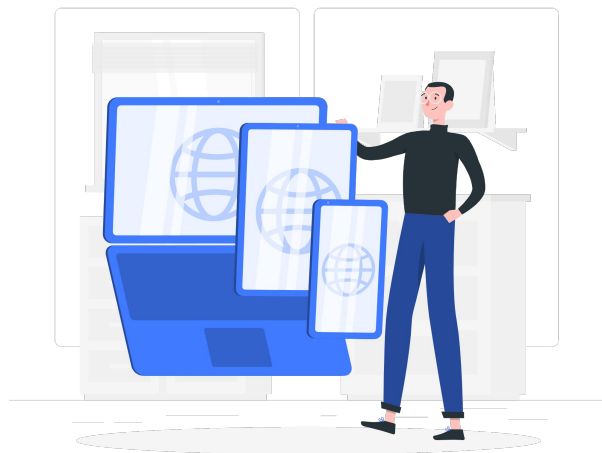
- **認知度向上が期待値通りにいっていない**
 - **地元の若者**にあまり知られていない
 - コンテンツの大半がWebサイト上にある
 - Webサイトが検索にかかりにくい

提案内容

1. 他媒体の活用

マツワカHPを各種SNSのハブに

- Webサイトに全コンテンツを集約するのではなく、コンテンツに応じた既存プラットフォームを活用
- HPには活動趣旨等を掲載



各種 SNS 活用のイメージ

コンテンツの棲み分けを行う

- インタビューなどの動画コンテンツ化
 - ▶ Youtube
- インタビューなどの文字起こし
 - ▶ note.com

— ちなみに深津さんといえば以前から情報発信を積極的にされている印象なのですが、ブログを書きはじめたのはそのころですか？

そうです。2002、3年くらいから。ロンドンにいて、日本との接点が切れてしまうから、何かやらなきゃと思ったのがきっかけで、ブログをはじめました。当初はロンドンや海外の面白いデジタル表現だったり、IT情報を日本に向けて発信する内容でしたね。

そんな生活を送っていたところ、ブログを見た (thaの中村) 勇吾さんから mixi でメッセージがきたんです。2年生の夏休みに日本に戻ってきて、一度お会いして、すぐに休学することに決めて、帰国しました。



SNSを主軸とするメリット



- 各プラットフォームからの集客がHP単体よりも見込める
- 参加した学生がSNS運用ノウハウを学習できる

2. イベントの開催

イベントの概要

- 主に当該年度の活動報告を行う
- 来年度マツワカ参加メンバーを主な対象（ミートアップ）
- SNSフォロワー参加型イベントを学生が企画
 - フォローを条件に抽選プレゼント企画を実施
- よかったこと・課題点・来年度取り組みたいことをまとめる

イベント開催のメリット



- イベントをすること自体による広告効果
- フォロワー参加型イベントにすることによるフォロワーの増加

3. 飲食店とのコラボ

飲食店とコラボする

- 昨年までの"企業コンサルティング"とは違った形で
- コラボ例
 - マツワカのInstagram投稿をみましたというと値引きサービスが利用できる
- 若者が大好きな、甘味やラーメン店などが望ましい

"Tagllyまつやま"

- 松山市の飲食店，注目スポットなどを"ワカモノ目線"で紹介している。
- ▶ 若者の目線に立ったアピールができる

The screenshot shows the Taglly Matsuyama website interface. At the top, there is a header with the logo "TAGLLY MATSUYAMA" and the tagline "みんなでつくる愛媛・松山のスポット紹介サイト 'TAGLLYまつやま'". Navigation links include "All Stories", "Ranking", "About", "Writer", and a "Find Tag" button. Below the header, a main article is displayed with the title "幸せがたくさん！ランチ&スイーツで素敵な時間をあなたにも！" and a date of "2021.03.31". The article features a large image of a pancake topped with strawberries, raspberries, and cream. Below the image, there is a caption in Japanese: "こんにちは！スイーツが好きな高校生あいです！今回はおしゃれで可愛いお店「Orchival (オルシヴァル)」さんをご紹介します！テラス席あり！インスタ映えがねえちゃう！！". To the right of the main article is a sidebar titled "NEW STORIES 新着記事" with three smaller story thumbnails, each with a title and date.

結論

まとめ

1. SNSを主軸とした形態への変更
2. 活動報告を兼ねたミートアップイベントの開催
3. 若者に人気の飲食店とのコラボ

最後に…

- 実際に活動するのは地元のマツワカメンバー

→ メンバーの意見を尊重

