地域を活かす農の魅力

—メディアを活用してつながりを—

第６回

株式会社 UMEMARU Inc.
代　表　守屋（もりや） 佑一（ゆういち）

７月に入ってもなかなか梅雨が明けず、弊社も自社農場の除草作業に追われています。弊社にとって農場管理は大切な業務の一環ではありますが、それが収益になっているかというとそうではありません。

とはいえ、どんなに効率が悪くとも、自社農場の活用は続けます。なぜならば、「農業に取り組んでいる」ということは他社に簡単にまねのできないことであり、弊社の強みとして多くの媒体でPRできるからです。

世間では「JAは金融や不動産ばかりで農業への関わりが薄い」との誤解がまだまだ多いようです。今回は、JAの農業への関わり（取組み）をメディアを活用してうまく伝える方法を紹介します。

「農業の取組み」をPRしましょう

JAの農業の取組みを知ってもらうためには積極的なPRが必要です。自前の広報誌や農業新聞等でPRされているとは思いますが、それでは組合員や関係者にしか届きません。果実品評会や園地の共進会など、JAが行なっている恒例行事も、一般の消費者は知らない方が多く、ニュースとしての価値があります。

また、繰り返しのPRは効果が高く、定期的に農業への取組みを発信することによって、「JAは農業にしっかり取り組んでいる」「農業のこ

となら JA に行けばよい」というイメージが定着します。

現場の農家の方はあまり取材を受けたがらない方もいらっしゃいますが、メディアに出る効果や意味を JA がしっかりと農家（組合員）伝えて、メディアでの存在感を打ち出していきましょう。

ニュース番組で取り上げられた時の模様

プレスリリースをつくりましょう

メディアで取り上げてもらうためには、「プレスリリース」が欠かせません。大々的なイベントでなくても、農業に関わることはなんでもリリース（告知）することが大事です。

プレスリリースは、地域の行政の記者クラブに置いてもらいます。はじめはなかなか取り上げられないかもしれませんが、あきらめずに足を運び、記者の方にあいさつするなど、コミュニケーションをとることによって興味を持ってもらうことができます。

ほかにも、インターネットを利用して、ホームページや PR 用サイトなどでも情報を公開しましょう。

農業は、植えつけから収穫・出荷まで、多くの作業が必要でメディアにとっては時事で取り上げるニュースソースの宝庫です。地域のメディアとつながっていれば、取り上げられるチャンスは増えていきます。

取材を積極的に受けましょう

近年、インターネットの発達により「メディア（？）」は爆発的に増えました。個人のブログなどもメディアとして使われている時代です。弊社には、メディアだけでなく、大学生の課題レポートを始め、さまざま団体が取材に訪れます。正直なところ、人手の足りない弊社にとって取材は時間的にも負担になりますが、それでもすべてお受けしています。

大学生のフィールドワークも受け入れています

それも、ただお受けするだけでなく、自社の商品に対する想いを伝え、つながりをつくるよう努力します。

実際に農業の現場に足を運んでもらい、こちらの想いを伝えることで、相手のイメージが具体的になり、記事も書きやすくなるでしょう。また、農業以外の話題にふれることで、新たな取材へとつながることも期待できます。

取材に対しては積極的に受け入れましょう！　とはいえ、一応、取材相手の媒体を確認し、記事のチェックはさせてもらいましょう。

普段から取材に対応できるようにしましょう

メディアに取り上げられるようになったとしても、内容が薄ければ次につながりません。そのためには、職員はもちろん、現場の農家の方とのコミュニケーションが大切です。

たとえば、共販などは出荷して終わりかもしれませんが、出荷者にはその作物が「どういうところで」「どのように販売され」「どのような客層に好まれているのか」等を伝え、加工品の場合は、「どのような商品に使用されているのか」を伝えます。

収材に対応する弊社社員

メディアの都合で、農家に突然やってくる、いわゆる「アポなし取材」であっても、JA と農家のコミュニケーションが良好であれば、あわてることなく取材に対応することができます。

このような知識を農家自身が持っていれば、取材以外にもいろいろな場面でPRを行なってくれるようになります。結果として、農家だけでなく、その地域でのJAや農業の価値の向上につながります。

余談ですが、わたしはどんなチャンスでも「湘南ゴールドエナジー」をPRしたいと考えていますので、出かけるときは、いつでもどこでも湘南ゴールドエナジーのTシャツを着て、かばんには最低でも1本は入れて持ち歩くようにしています。

メディアの活用に終わりはない

メディアの活用は「取材されて終わり」ではなく、そのあとの告知や二次活用が大切です。

たとえば、記事が紹介されるテレビの放映日や新聞の発売日をSNSなどで告知しましょう。職場のシステムを使用し、全職員にも伝えるほか、支店への掲示など、ありとあらゆる方法で告知しましょう。

また、放映された後は、直売所などのモニターで写すのも良いでしょう。観光地などでよく使用される手ですが、やはりテレビで紹介されたことのある店やものなどは、興味を引き、購買力アップにつながります。新聞なども同様に、直売所でのPOPとして使用することで消費者の興味を大きく引くツールとなります。

冒頭で、農業新聞やJAの広報誌など関係者向けのツールでは一般消費者にはPRできないと書きましたが、このように使用すれば一般の方にも注目されることとなります。小さなメディアでも、この方法ならば、さらにたくさんの方の目にとまることになります。

※二次使用の際には、メディアに一言了解を得ましょう

SNSなども積極的に活用しましょう