

これまでPRを手がけた案件は約2500。現在は全国各地の自治体や中小企業などから常時、30、40件を請け負っています。「観光客を増やしたい」という依頼だけでなく、「人口を増やしたい」「産業を活性化したい」といった大きなテーマをいただく機会も増えてきました。地元が気づいていない魅力を発掘し、PRするうちにチーム

私のひきだし

常に「次」を見る

PRプロデューサー 殿村 美樹さん ⑤
「次」の案件に目を向けるようにしています。今、力を入れているのは「ゆるキャラ」を教育に活用する試みです。各地のゆるキャラが、伝統文化を伝える教師役となるのです。徳島市の「トクシイ」を阿波踊りを教える「阿波おどり先生」に任命して子どもたちと一緒に踊ってもらったり子どもたちの目の輝きが違いました。現状では拒絶反応を示す自治体が多いですが、必ず実を結び日が来るかと信じています。(談)

役目終えたら切り替える

が起きると、地元の人たちは自ら動き始めます。「地元の人を動かす」のが地方PR作戦の最終目標なのです。そう言った、黒子である私たちの役割はいったん終了します。地元の人にと



PRプロデューサー 殿村 美樹さん ⑤

どうしたらユニークなPRの発想が生まれるのか、と聞かれますが言葉では表現しづらいです。ただ、自由な発想で、あえて大勢に逆らうとよいアイデアが生まれる気がします。とりわけ、地方のPR作戦を考えるときは、よそ者の発想が威力を発揮します。大阪でPRの仕事始めたのは、東京に一極集中する傾向が強いPR業界に対抗するため

私のひきだし

大勢に逆らう

PRプロデューサー 殿村 美樹さん ④
よつ自由な風があり、自分でゼロからつくり上げられる魅力があります。1993年には、長崎県佐世保市と同市のリゾート施設「ハ



PRプロデューサー 殿村 美樹さん ④

発想力「よそ者」が強みに

す。当社の存在自体が大勢に逆らっています。東京のPR業界には様々な制約があり、窮屈な感じがします。関西には、大阪が発祥のサントリの「やっつみなはれ」の精神に代表される

1995年、阪神大震災が発生し、私は兵庫県西宮市で被災しました。PRの仕事は軌道に乗っていきましたが、災害の時は何の役にも立たないと痛感しました。被災地にマスコットPRの仕事をやめようかとさえ思いました。

私のひきだし

おカネをかけない

PRプロデューサー 殿村 美樹さん ③
前、漢字検定もほとんど知られていませんでした。「このままでは漢字文化が廃れてしまふ。漢字を復興したい」という要請です。震災復興に貢献した



PRプロデューサー 殿村 美樹さん ③

自分のアイデアで勝負

しかし、社員の数も増えていく中で、途中で投げ出すわけにもいきません。悩んでいたころに、日本漢字能力検定協会(京都市)からお話がありました。当時は「検定アーム」が起きる

PRの仕事はマスメディアとの関係が大切です。独立前から一貫して大阪で活動してきましたが、PR業務はあまり浸透しておらず、人脈づくりが必要でした。

私のひきだし

人脈づくり 急がば回れ

PRプロデューサー 殿村 美樹さん ②
か、全く知識がありません。そこでまず、各社の受付嬢と仲良くなろうと思いましたが、何度も通ってお話をするうちに、親切にして下さるようになりまし



PRプロデューサー 殿村 美樹さん ②

小さな情報交換 大切に

の記者の方にも広く知ってほしいというのです。そこで、現物を持って新聞社やテレビ局巡りを始めました。といっても、新聞社やテレビ局の中にどんな組織があるの

個人事務所を立ち上げてPRの仕事始めたのは、売れない画家だった父の絵を世に出したいの思いからです。大学卒業後に広告代理店に入社し、大阪でマーケティングを担当しました。会社では、企業がお金を出す「広告・宣伝」が主流。私はお金をかずに広報活動するPR業務に興味がありました。が、広告・宣伝の付随サービスとの位置付けでした。

私のひきだし

視点をずらす

入社2年目に関連のPR会社に移り、成果を残せたのですが、お金を使って宣伝に近い手法で結果を出すとする新任の上司とぶつかってやめました。付き



PRプロデューサー 殿村 美樹さん ①

見過ごしていた魅力を発掘

合いがあつた企業からの仕事を個人で請け負ううち、仕事のコツが分かってきたので、父の絵を本格的に売るために個人事務所を株式会社に変更しました。

とのむら・みき 1961年、京都府宇治市生まれ。PR専門の個人事務所TMOフィス(大坂保市)を92年に法人化。「佐世保バーガー」「今年の漢字」「ひこにゃん」などがヒット。

その矢先に父が亡くなり、夢を果たせませんでした。PRの仕事は続けました。私流のPRの極意は「視点をずらす」ことです。地元の人が見過ごしていた魅力を発掘し、ひと味違った形で情報を発信するのです。今、だっこしている「ひこにゃん」は滋賀県彦根市のキャラクターです。2007年の彦根城築城400年イベントで、地元では当初、歴史上の展示物中心の計画を立てましたが、母性本能をくすぐる「ひこにゃん」を前面に出すPR作戦を助言。作戦は成功し、人気に火が付いたのです。(談)

2013.11.30

表現できる良さがあります。そこで、今年1年がどんな年だったかを漢字1文字で表すイベントを考えました。全国に募集したら約1万通の応募がありました。それだけでは絵にならないので、京都・清水寺の貫主に境内で書いていただくことにしました。

2013.12.21

初回に選ばれた文字は「震」。阪神大震災や地下鉄サリン事件が起きた年を象徴する結果となり、翌年以降も国民的な行事として定着しました。おカネをかけたアイデアで勝負する一。震災を機に、この基本姿勢を徹底しました。(談)

2013.12.14

菓子メーカーのアップパイが好きだと教えてくれました。気難しい人だと思っていました。が、印象がだいぶ変わりました。人間関係を築くとき、正面から攻めるばかりではなく、周囲からじわりと攻めると効果がある場合が多いようです。記者の方々と通じて、当社の評判が伝わったのでしようか。北九州市など関西以外の自治体から「観光客を呼び込みたい」「何でもよいから話題になりたい」といった依頼が相次いで舞い込むようになりました。ほとんど地方のPRが仕事の中心になりました。(談)

2013.12.7