

「ひこにゃん」も「うどん県」も 地方活性化のお助けウーマン

どん底を見たから今がある。次々にブームを巻き起こす仕掛け人は、
波瀾万丈の人生を歩んできた苦勞人。まだまだ花を咲かせます。

ライター 仲宇佐ゆり

写真 梅谷秀司、ヒラオカスタジオ

PRプロデューサー・TMオフィス社長

殿村美樹

とのむら・みき

1 月26日、東京の浅草寺に、関西を中心とする約30の寺の僧侶が集結した。「西国三十三所草創1300年記念事業」の記者発表会のリハーサルが始まる。

「どっちを見ればいい?」「誰に一礼するの?」。会見に慣れない僧侶から戸惑いの声がかかる中、「まともらんから殿村さんがいいようにし

て」の一声で、全員の視線が殿村美樹に集まった。テキパキと、しかし表情はにこやかに場を仕切り、続く本番では三十数人の僧侶の読経の音がびたりと一つに重なった。

殿村は「文化」と「地方」の分野で活躍するPRプロデューサーだ。効果的なPRの方法を考え、メディアに訴えてブームを起こす。時代の空気を読むセンスは抜群で、「佐世保バーガー」「今年の漢字」「ひこにゃん」「うどん県」と次々に成功を収めてきた。

しかも会社が商都大阪にあるためか低価格。30万円で7億円のPR効果を上げたこともある。それでいて人当たりは柔らかく、「大阪のおばちゃんですら」と笑わせる。困ったときに頼りになる存在なのだ。

その殿村がいま取り組んでいるのが、観音霊場を巡る西国三十三所の記念事業のPRだ。この巡礼は四国八十八カ所より歴史はあるが知名度は低い。そこで2年後の草創1300年に向け、記念事業を行うことになった。

「情報があふれている今は本物が求められます。お寺や巡礼のように長年残ってきたものは人間に必要なものの一端を満たしている。古いものは時代とともに取り残されていきますが、少しズラして今の価値観に合わせると、またヒットするんで



関西の有力寺院の僧侶が参加した東京・浅草寺での記者発表会。そのリハーサルで場を仕切る

れたとき、殿村は特産品のかんぴょうののり巻きを旅館やホテルのモーニングサービスで出す提案をした。ヘルシーですしや和食のブームにも合っていると考えた。しかし、かんぴょうは地味な食材の代表選手というくらい地味。「えっ、かんぴょう？」となるのも不思議はない。結局、採用されなかった。

実は過去の成功事例でも、最初はクライアントが難色を示したものはいくつもある。つまり殿村の案を理解できるか、乗る度量があるか、乗るしかないところだけがブームまでたどり着けるのかも判断しない。組織の担当者レベルには難しい判断だ。

「だから知事や市長などのトップが本気でやる気になっているところ以外は、私たちのような会社はなかなか参入できない。あとは、いろいろな会社を使ってうまくいかす、

の媒体に掲載された。彦根市のキャラクター、ひこにゃんは「国宝・彦根城築城400年祭」のPRで殿村が目をつけた。イベントの主役を彦根城からひこにゃんにスラしたところ、母性本能に訴える愛らしさが女性記者に大受けし、全国区の人気者になった。

さらに香川県のうどん県プロジェクトでは、記者発表会に20人の人気ブロガーを招いた。彼らが情報を拡散したために県のPR動画へのアクセスが集中し、県庁のサーバーがダウン。それがニュースになり、大きな話題となった。

「これも一から考えたのではなく、もともとあったものに火をつけただけ。ただ、私が火をつけたものは一つも消えていません。これが唯一の自慢です」

火をつけたものが当初の目的を超えて広がっていくのは、時代を見る目の確かさゆえだろう。

佐世保パーガーは観光客を増やしただけではなく、ご当地パーガーブームにつながった。ひこにゃんは観光客呼び込んだうえ、ゆるキャラブームの立役者になった。うどん県

死ぬことばかり考えていた。あてもなく歩いていたら、近所の商店のおばさんが「美樹ちゃん、どうしたん？」と声をかけてくれた。泣きながら事情を話すと、ここにいたらいいよと言ってくれた。店番を手伝い、売れ残ったパンとお駄賃をもらって帰るようになった。

「そこには学校とも家ともまったく違う時間が流れていた。店番という役割を与えられて自分も役に立てるのだと思えた。小さい世界で悩んでいただけだったと気づきました」

視点を変えると違う世界が見えてくることを知った。

奨学金で大学に進学し、卒業後は大手広告代理店に入社。3年後に社内結婚した。それを機に関連会社に移籍するとき、複数紹介された会社の中からPR会社を選んだ。父親の絵を新聞に載せるチャンスがあるか

これまでの歩み

- 1961年 ● **京都府に生まれる**
宇治市出身。大学卒業後、大手広告代理店に入社。結婚を機に関連会社に移籍
- 89年 ● **退社・独立**
企業からの依頼をきっかけに個人でPR業務を始める。売上高が2000万円に達したことが92年に会社を設立
- 93年 ● **佐世保パーガーのヒット**
大学時代のハンバーガーショップでのアルバイト時に、佐世保のハンバーガーがおいしいとのうわさを聞いていた
- 95年 ● **今年の漢字**
阪神・淡路大震災で価値観が一変。プロデュースした「今年の漢字」の初回は「震」
- 98年 ● **セルフうどん**
香川県のプレスツアーでセルフうどんの食べ歩きを実施
- 2004年 ● **入院・手術**
1年に8回の手術を受け、翌春退院
- 07年 ● **ひこにゃん人気**
いくつかのキャラクターの中から見た瞬間に「これだ!」と、「ひこにゃん」に注目
- 10年 ● **豊新市場を開拓**
「豊新市場開拓プロジェクト」で「PRアワードグランプリ ソーシャル・コミュニケーション部門最優秀賞」。初の著書「テレビが飛びつくPR 予算9万円で国民的ブームを起こす方法」
- 11年 ● **うどん県**
「うどん県。それだけじゃない香川県」PRをプロデュース
- 15年 ● **同志社大で教鞭**
大学院ビジネス研究科で「地域ブランド戦略」を教え始める(16年度も)
- 16年 ● **西国三十三所**
「西国三十三所草創1300年記念事業」のPRをプロデュース

特別な御朱印を用意し、徒歩巡礼の参加者を募集するなど、いくつかの記念事業の中で集まった記者の注目を集めたのが「スイーツ巡礼」だ。寺院にちなむ菓子を食べ歩く楽しみを巡礼に加えるというもので、歴史や仏教に関心のない人も参加しやすい。記者発表の会場には約100種類の菓子が並び、女性記者が熱心に写真を撮っていた。

殿村は近著『ブームをつくる 人がみずから動く仕組み』(集英社新書)の中で、「私が考えるPRとは、これまで興味をもっていなかった人に訴えかけて、自発的に『ほしい』『使いたい』『行きたい』と思ってくれるように働きかけていくことです」と述べている。

では広告とPRはどう違うのか。彼女はイソップ寓話の「北風と太陽」に例える。広告は巨額のおカネを投入して旅人のマントを吹き飛ばそうとする。それに対してPRはメディアに情報を提供し、それが報じられて周りの空気が変わること、旅人が自らマントを脱ぐように促す。

具体例を見てみよう。佐世保パーガーはバブル崩壊後の1993年、安くておいしいものが受けると考え、佐世保市とハウステンボスのプレス向けツアーに地元ハンバーガーを組み込んだ。情報は300人以上

文化と地方をPR。一線を画すやり方

火をつけたものが当初の目的を超えて広がっていくのは、時代を見る目の確かさゆえだろう。

佐世保パーガーは観光客を増やしただけではなく、ご当地パーガーブームにつながった。ひこにゃんは観光客呼び込んだうえ、ゆるキャラブームの立役者になった。うどん県

は流行語大賞にノミネートされ、つられて他県も「おしいー広島県」のような笑えるキャッチコピーを打ち出し始めた。

殿村が率いるTMオフィスは大阪の御堂筋に近い雑居ビルにある。総勢21人で約50の案件に取り組む。経営方針は少し変わっている。お寺、生け花、展覧会、豊の業界団体などの「文化」と、地域の活性化などの「地方」を2本柱とし、いちばん儲かりそうな大企業の仕事はしない。

「大企業が決めたものを拡散する仕事ではなく、これから何で勝負していけばいいのか、イメージをどう作ればいいのか模索しているところ、プロデュースが必要などところ仕事をしたい。私の活躍する場はそこしかないと思っています。東京では業界のアウトローにはなりにくい。だから大阪で自由にやらせてもらっているんです」

料金体系も独特で、PRプラン価値表がある。自社サイトに掲載しようとして同業者から止められたもの。というのも、「PRコンサルティング1カ月10万円」「企画書作成1件10万円」など料金が明示されていて、PR関係者でなくともずいぶん安そうに見える。同業者からはケタが一つ違うのではないかと、価格破壊だと言われるほどだ。

独自の道を行く殿村は、突き詰めて考える理知的な面を持ちつつ、アイデアウーマンでもある。PR案はいくらでも湧いてくるそう。近くで見えたTMオフィスの馬場大輔(36)はこう語る。

「どんな相談にもパッと的確な答えが出せる人。経験と努力に裏打ちされた実力だと思っ」

ただ、そのアイデアは時に常人の思考を超えているため、クライアントに「えっ?」という顔をされることも少なくない。

たとえば、栃木県のPRを求めら



「地域の活性化は普通のマーケティング理論では通じないと思っています。人が自分でやるようとする仕組みが必要」

格表がある。自社サイトに掲載しようとして同業者から止められたもの。というのも、「PRコンサルティング1カ月10万円」「企画書作成1件10万円」など料金が明示されていて、PR関係者でなくともずいぶん安そうに見える。同業者からはケタが一つ違うのではないかと、価格破壊だと言われるほどだ。

独自の道を行く殿村は、突き詰めて考える理知的な面を持ちつつ、アイデアウーマンでもある。PR案はいくらでも湧いてくるそう。近くで見えたTMオフィスの馬場大輔(36)はこう語る。

「どんな相談にもパッと的確な答えが出せる人。経験と努力に裏打ちされた実力だと思っ」

ただ、そのアイデアは時に常人の思考を超えているため、クライアントに「えっ?」という顔をされることも少なくない。

たとえば、栃木県のPRを求めら

が多かったが、彼女は新聞の情報欄を隅々まで読み、載るタイミング、担当者まで調べ上げて「この欄に載せてほしい」と持ってきた。

「ネットのある今と違ってわれわれも情報集めに難渋していたので、よくここまで到達して情報を届けてくれたと驚いた。メディア側のやり方を熟知して情報発信してくれる人はほかにいなかった。非常に新鮮だった」と畑山は振り返る。しかも社会的な流れを踏まえて、発信しやすい切り口まで考えられていた。

ストーリーまで

考えて広報する。

独自の人脈を築く

そのうち殿村は仕事場として1Kのマンションを借り、記者たちがそこで原稿を書けるように開放した。毎日新聞、日刊ゲンダイ、関西テレビなどの記者が自由に出入りするサロンができた。情報を提供するほか、自分の仕事以外でも取材先を紹介するうちに、頼りにされ、信頼されるようになっていった。

あるとき、私設記者クラブがあると聞きつけたスペースワールド（北九州市）の担当者が訪ねてきた。プレスツアーを手伝うことになり、それをきっかけに大きな仕事舞い込んだ。売り上げが2000万円に達

したとき、税理士に相談して会社を設立した。30歳だった。

当時、雑誌「オレンジページ」の編集者だったフードジャーナリストの山本洋子は、「彼女の企画するプレスツアーは、まずタイトルが魅力的でした。ハウステンポス+佐世保パーガーのように人気エリアと面白いものを組み合わせであり、選ぶ視点が独特でした」と語る。

山本も参加した、「ヨーロッパとアメリカを2泊3日で楽しむ佐世保の旅」は、予想以上の成果を上げた。勢いに乗り、数千円単位の仕事も手掛けるようになった。

しかし、順風満帆は続かなかった。95年、阪神・淡路大震災が起きる。マンションを購入して移り住んだばかりの兵庫県西宮市は、特に被害が大きかった。倒壊は免れたものの、隣のマンションは二つに割れ、近くで多くの人が亡くなった。同じマンションに住む食料品店の主人は食品を分け、機械をいじれる人は修繕をした。でも自分は何もできない。出社するとクライアントから次々に連絡が入り、寄付をすると新聞で取り上げられるから、しつかり告知してほしいと頼まれた。

「何という仕事なのか。情けなくなりました。もっと役に立つ仕事をしないと生きている意味がない。復興に力を尽くせなかったのが悔しか

ばいいのか、彼女の頭の中ではストと通るんでしょね」と話す。

岡山県の仕事を皮切りに、香川県、滋賀県など県レベルのPRの仕事が増えていった。

しかし、ここで人生は再び暗転する。夫と別居することになり、心労がたまったのか卵巣を患って入院した。1週間で退院する予定だったが、難しい手術ではないはずなのに、大腸が傷ついて再手術となり、目を開けると腹部に人工肛門がついていた。大腸の一部が壊死していたのだ。

「2時間遅かったら命がなかったと言われた。何の感覚もないのに口からザッと血を吐いた。死ぬときは痛くないんだなと思いました」

死の淵から生還したものの、まだ人工肛門を外す手術を受けなければならぬ。別の病院を探し、知人に紹介されたのが健生会土庫病院大腸肛門病センター（奈良県大和高田市）の稲次直樹医師だった。11時間の大手術で人工肛門を取ったが、今度は小腸から腸液がしみ出し、入院は半年に及んだ。

絶食しているから栄養は点滴で取る。点滴バッグを入れた点滴ベストを着て上からコトで隠し、冬の最中に奈良の病院から仕事に行った。松江など地方にも日帰りした。

「小さい会社ですから、自分がやらないとどうしようもない。点滴が

自分は何のために生きるのか。テーマパークや大企業のためのPRが急にむなしく感じられた。

殿村は「文化」と「地方」のPRに舵を切った。大手広告代理店の友人からは自殺行為だと忠告された。地方の仕事はおカネにならないと見られていたからだ。儲からない仕事に突き進む社長についていけず、ほとんどの社員が辞めていった。

漢検で大成功。別居と病魔で暗転する人生

そんなとき日本漢字能力検定協会からPRを依頼された。お坊さんが揮毫するイメージがぱっと浮かび、「今年の漢字」を企画した。清水寺

の貫主が太い筆で揮毫する姿は初回から多くのメディアを引き付けた。今では年末のテレビニュースに欠かせない風物詩となっている。低予算でイベントを成功させた殿村は、「おカネはいらんなあ」とつくづく思った。

岡山県庁OBで「岡山県農林漁業担い手育成財団」理事長の高橋邦彰（61）は、「仕事を引き受けたら、死ぬ一歩手前までやる人」という触れ込みで殿村を紹介された。

「これだけやっていくらという大阪商人的発想で、しかも安かったの

で頼みやすかった」
時には厳しい要求もしたが、「やり遂げる熱意、相手の要望に少しでも応えようとするガッツがあった。世の中に埋もれているものを探し出して、どうスポットライトを当てれ



すべて人の言ひなりになつて動くのは苦手。「私は猫なんで」と笑う。嫌なことがあつたらお風呂で流して終わり。「そうしないと脳がもつたいない」

くと、いつのまにか何とかなつていった。世の中って何とかなる。私はあのとき本当にそう思いました」

殿村には「どん底」からはい上がってきた人間力があるとフードジャーナリストの山本は言う。

「大変なときも『大丈夫や』って、目を糸のように細めて笑うんですよ」大病をして会社の体制も大きく変わった。以前は仕事のすべてを自分が取り仕切っていたが、入院中は社員にプレスツアーなどの現場を任せ

るしかなかった。「社員が病棟のベッドに来て『私にはできません』と泣くんです。でも行ってもらわうしかない。任せると何となくできてしまう。自信をつけてくれて、社員が自分で動く組織ができた。経営者としてはとんでもなく未熟だった。あのままだったら会

社はなかったかもしれません」
今では地域活性化の専門家として講演を頼まれる機会も多い。

ただ、仕事ではいまだに悔しい思いもしている。いったんブレイクすると依頼主は自分たちのものだと困り込んで、殿村たち協力者を排除しがちだ。東京のPR会社に鞍替えするところもある。

「一生懸命に畑を耕して、花が咲いたら東京の会社に引き継いでいるようなもの。それでも最近では、ほかの会社でさんざんやっただけダメだったからと来てくれるところが出てきた。伝えることがいかに大事か、わかる時代が来ると信じています」

敬称略

仲手佐ゆり（なかうさ・ゆり）
1 勤務を経てフリーランスライターに。
ラジオ・テレビ、アート、人物インタ
ビューなどを中心に執筆。