

サイエンスアゴラ 2010 広報について (案)

1. 予算方針

PR： 極力有償外注せず、内部作業を行う。

広告： 費用対効果を最重要視し、イベント集客に的を絞る。

ウェブサイト： 基本的にギャランティが発生しない企画を工夫する。

2. PR関連

①プレスリリース

- ・ メインとなる開催告知リリースを9月上旬に、事前再リリースを11月上旬に発行。企画の進展状況に合わせて2～3回のメディア参考情報送付を行う（JST週報にも掲載）。
- ・ ターゲットメディアは、新聞（主要4紙・関東地方紙・教育専門紙・科学技術専門紙）、雑誌（総合誌・情報誌・科学誌・ファミリー誌・PC誌・教育関係誌）、オンライン（情報ポータルサイト・科学技術サイト）、電波（TV・ラジオ）とする。また、コネクションが有る場合はオピニオンリーダー個人への送付も検討する。

②メディア対応

- ・ 情報提供依頼・資料送付依頼・インタビューや取材依頼などメディアからの対応窓口は、JST科学ネットワーク部企画担当（サイエンスアゴラ事務局）に一本化する。JST 広報・未来館へ問い合わせがあった場合は、事務局に転送・紹介。

③ポスター・パンフレット配布

- ・ 出展者募集チラシ（6月下旬／データ作成のみとする可能性もあり）・来場者促進チラシ（9月上旬→7月上旬検討）・来場者促進ポスター（9月上旬）を制作し、関係各所に配布する。
- ・ 配布先は、教育委員会経由～公立小中高等学校、私立小中高等学校、大学の理系学部、博物館・科学館、科学系任意団体（天文・野鳥などなど）、科学イベント事務局、サイエンスウィンドウ配布先同封を想定（基本的に1都3県）。
- ・ 夏～秋期に開催される科学イベントでチラシ配布、効果が高そうな箇所ではブース出展も検討。

④メールマガジン

- ・ JST内各部署で運用しているメルマガに、サイエンスアゴラ情報掲載を依頼。

3. 広告実施

①ゆりかもめ車内広告

- ・ 貫通部額面B3横1週間を、11/8（月）～11/21（日）の2週間実施検討。6月中旬に実施決断必要。申し込み多数の場合は、レギュラー優先で決定されるため、絶対に掲載可能か否かは不明。

②Google Adwords

- ・ Google 検索リスティング広告を、サイエンスアゴラ開催前2～3週間実施（システム詳細は <http://www.google.co.jp/intl/ja/ads/> を参照）。準備として、最適なキーワード等の検討。

③その他

- ・ りんかいナビへの告知広告掲載を検討。

4. ウェブサイトアクセス向上コンテンツ

①出展団体紹介&インタビュー

- ・ 出展が決まった団体の中から、事前インタビューを実施。日々の活動・出展の意気込み・出展の見所などを写真入りで掲載する。
- ・ 出展団体が決まり次第、順次選定。8月下旬～11月中旬まで、1件/週程度のペースで10～15団体掲載したい。
- ・ シンポジウム等の主要出席者から、事前の意気込みなどコメントをもらい動画を掲載するなどの工夫をする。

②関連キーパーソンインタビュー

- ・ ギャランティが発生しない方で、各コネクション登場していただける人物を検討。他の切り口はないか検討継続。理系学生対象に「未来の女性科学者を探せ！」インタビュー集など。

③その他

- ・ 未来館ウェブサイト・JSTウェブサイトでの積極的な紹介&リンク
- ・ その他、連載性あるプランを継続検討。

※開催期間中および事後の動画配信については別途検討（サイエンスニュースなど）

5. 役割分担案（主にPR関連）

①リリース内容

JST広報：リリース文案最終確認。

未来館：リリース文案に関する助言など。

事務局：リリース文案作成。

②ターゲットメディア分担

JST広報：記者クラブ投げ込み、主要新聞・地方紙リリース発送。

未来館：未来館コネクションのメディアパーソン紹介（可能な場合）。

事務局：雑誌・オンラインなどコマーシャルメディアへのリリース発送。

③対応窓口

JST広報：メディア・一般よりアゴラ関連の問い合わせがあった場合、事務局に転送・紹介。

未来館：独自リリースにおいてサイエンスアゴラに言及があった場合は「サイエンスアゴラ2010に関するお問い合わせは——」注記入れ。メディア・一般よりサイエンスアゴラ関連お問い合わせあった場合、事務局に転送・紹介。

事務局：窓口統括。

※企画委員：アイデア、助言、関係箇所への紹介。必要に応じて共同実施。

6. 体制

企画委員：大場、定金、二階堂、横山（敬称略）

未来館：神宮

事務局：○渡辺、平井、吉田、松本、井村、西、渡辺達、三木、石田、梅原、長田

以上