

大阪マラソン29.1km地点の給食所「まいどエイド」のPR活動



DATA

- 主な連携先・メンバー
大阪市商店会総連盟／大阪マラソン組織委員会／読売新聞／関西大学広報課
- 活動地域
大阪市内の商店街／大阪マラソンEXPO会場／大阪マラソン29.1km地点
- 活動期間
2014年度～継続中
- 活動資金
読売新聞社事業費

活動の目的

- 1 メディア専攻の学生の特徴を生かし、習得した知識を取材やPR活動で実践する
- 2 さまざまな立場や役割の関係者と連携作業し、コミュニケーション能力を高める



連携にいたる経緯

2014年に広報課経由で、大阪市商店会総連盟が行っている大阪マラソン給食エイド「まいどエイド」の認知度が足りないことを知り、学生の力で「まいどエイド」の認知度向上を目指し、商店街の活性化に貢献するため連携することとなった。

活動内容

活動はおもに3つの内容に分けることができる。

- ①まいどエイドに参加する商店街の関係者、提供食品を取材し、写真、動画、記事を作成してSNSや新聞で発信すること。同時にまいどエイドの各公式アカウント(Facebook、Twitter、Instagram)を使って認知度向上に努めている。
- ②大阪マラソンEXPOで食品サンプル、フェイスペイントシール、写真フレームなどを使ってまいどエイドをPRすること。
- ③大阪マラソン29.1km地点でランナーを支援し、写真や動画でまいどエイドを記録すること。

活動の成果

- 1 まいどエイドの各公式アカウントのフォロワー数は前年度に比べて大幅にアップした
- 2 新聞社の取材を受けたり、ケーブルテレビ局の番組に出演するなど、学生がメディアへの理解を深めた
- 3 連携先との信頼関係が深まり、学生のコミュニケーション力、情報発信力が向上した

今後の課題・目標

- 1 大阪マラソンに参加する海外ランナー向けのPR方法を考案し、実行していく
- 2 商店街とまいどエイドの関係をPRする新しい手法を模索する

教員紹介



■ 社会学部 教授

劉雪雁
Syueien Ryu

専門分野は国際メディア論。近年、訪日外国人観光客と地域活性化の関係について調査研究を行っている。