

「おいしも！たのしも！」プロジェクト市民PRアンバサダー説明会 Q&A

| No. | 分類 | 質問 | 回答 |
|-----|---------|---|--|
| 1 | 応募条件 | 応募条件に下関市内に在住または就労とあるが、下関市出身や仕事などで頻りに往來する者は応募対象とならないのか。 | 下関市と深く関係しており、下関市に対して深い愛をお持ちで、活動が可能な場合は応募対象とします。 |
| 2 | 応募条件 | 応募資格に法人は不可とあるが、個人事業主も応募対象外となるのか。 | 会社の事業活動としてではなく、個人として活動いただけるならば可能です。 |
| 3 | 応募条件 | アンバサダーは5人程度とあるが、それぞれの役割分担はあるか。また、5人全員が参加したときは、誰の記事がHPに掲載されるのか。 | 全体のバランスを考えて、人数は5人以上になる場合もあります。また、様々な視点の記事や得意分野等を生かし、異なる属性での選考を考えています。 |
| 4 | 記事作成・投稿 | 取材した内容は、掲載前にチェックされるのか。動画の場合はどうか。 | 公式HPに掲載するものについては、事前に確認するプロセスをとります。動画の場合も同様です。 |
| 5 | 記事作成・投稿 | 取材した記事を投稿する先はどの媒体で、どのような形でアップされるのか。 | 「おいしも！たのしも！」公式HP内で、認定製品の魅力を伝えるストーリー記事としてアップします。さらに、PRアンバサダーの個人SNSを活用した発信を期待しています。その場合、ハッシュタグなどの条件をお伝えします。 |
| 6 | 記事作成・投稿 | アンバサダーに採用された場合、現在個人がもつSNSのアカウントで投稿するのか。それとも、「おいしも！たのしも！プロジェクト」用に新しいアカウントを別途作成する必要があるのか。 | 使用するSNSアカウントについては、下関市のことをこれまでも投稿しているアカウントをお持ちであれば、そちらを使用いただけます。既存アカウントの主旨が異なる場合は要相談となります。 |
| 7 | 記事作成・投稿 | 本プロジェクトの情報をSNSで発信する際は、自身のスマホを使うのか。 | 市から機器のご用意はございません。ご自身のスマホ等をご使用ください。 |
| 8 | 記事作成・投稿 | 匿名の形で投稿するのか。または、自らの身分を明らかにする必要があるのか。 | 本人の意向を確認します。本名での投稿が必須というわけではありません。 |
| 9 | 記事作成・投稿 | 事業者が投稿してほしくない情報などがある場合はどうするのか。 | 事業者の了解を得て取材に入るため、事前に取材内容の確認プロセスは必要です。また、作成した記事についても事務局で確認を行います。 |
| 10 | 取材・活動 | 活動する時間や曜日、頻度の決まりはあるか。 | 投稿回数の制限や、配信日時などの規定は設けていません。事務局で情報を集約してイベントや事業者往訪について調整し、事業者とアンバサダーをマッチングする予定です。 |
| 11 | 取材・活動 | 「おいしも！たのしも！」認定製品の事業者へ取材はどれくらいの数を想定されているか。 | 今年度は最大で20製品（20事業者）を想定しています。また、イベント開催についても取材いただきたいと思います。 |
| 12 | 取材・活動 | 取材の日程は、アンバサダーのスケジュールに合わせるのか、それとも事業者の日程に合うアンバサダーを募るのか。都合が合わず記事作成の機会が少なくなることはないのか。 | 基本的には、事業者支援が主体のプロジェクトであるため、事業者の日程に合う方に取材をお願いしたいと思います。また、特定のアンバサダーに活動が集中しないよう、可能な限り調整を行います。 |
| 13 | 取材・活動 | 製品の持つ良さやストーリーを適切に伝えられる記事・動画を作るためには、制作スタッフでミーティングが必要ではないか。 | 各人の強みを見ながらバランスよく記事等の作成が作成できるよう、何らかの形で方針の打ち合わせは必要だと考えております。具体的な頻度は確定していませんが、アンバサダー同士のネットワーク構築を促進するためにも、ミーティングを実施する予定です。 |
| 14 | 情報発信 | アンバサダーとして発信する情報のターゲットは、若い世代のみとなるのか。WEB・SNSは若い世代の閲覧が多いが、幅広い世代への打ち出しが難しいのではないのか。 | 市報などの紙媒体、デジタル・サイネージでの告知や市報テレビ・カモンFMの放送に加え、SNS等の発信に力を入れ、幅広い世代への周知に努めてまいります。 |
| 15 | 情報発信 | 山口県の観光地を定期的に紹介しているインフルエンサー等とのタイアップも必要ではないか。 | 「おいしも！たのしも」公式HPやアンバサダーのSNSで情報発信していくことでいろいろなプラットフォームができるため、今回はそこを活用したいと思います。 |
| 16 | 情報発信 | 「おいしも！たのしも！」のSNS公式サイトは立ち上げないのか。 | 下関市ではさまざまなSNSを立ち上げることでフォロワー分散を防ぐために、公式SNSを統一する方向で進めているため、新たに公式SNSの立ち上げは予定していません。 |
| 17 | 情報発信 | SNSといっても複数あるが、一番影響力のありそうなSNSに絞り込んで発信してはどうか。 | 現段階では、SNSをどれかひとつに決めず、アンバサダーがそれぞれの得意なSNSを活用して下関市民の目線に発信していただきたいと思います。 |
| 18 | 情報発信 | SNSよりもポッドキャストがよいのではないのか。 | アンバサダーのスキルやリテラシー次第で柔軟に検討したいと思います。 |
| 19 | 認定製品 | 「おいしも！たのしも！」認定製品は現段階で決まっているのか。 | これから製品の募集を行い、審査の上認定製品を決定します。対象は、飲料を含む加工食品です。 |
| 20 | 認定製品 | 下関市の産品として、ふぐ以外ではどのようなものを想定しているのか。 | 市内には、和菓子やゼラート、コーヒーやはちみつなど、ふぐ以外にも下関ならではの特徴ある産品があるため、幅広い分野での産品応募を期待しています。 |
| 21 | 目的・目標 | アンバサダーの活動における数字目標、ターゲットとする層やエリアはあるか（例えばSNSの閲覧数の伸び率等）。 | 今の時点で明確な数値目標は設定していませんが、今後皆さんとの打ち合わせの中で適切な目標を考えたいと思います。 |