

「JA グループ広報の新展開」レジュメ

JA グループ茨城 5 連共通会長 八木岡 努

コロナ禍で行われた昨年秋の JA 大会は、過去にないオンライン開催を余儀なくされました。大半の仕事を PC に向かってしている IT 業界と違い、JA グループは顔を合わせてコミュニケーションすることを大切にしている仕事が多いため、伝えたい内容をどう伝えればいいのか悩んだ大会でもありました。そこで出した答えが、伝えたい内容をわかりやすく動画にすること、そして広報を強化することでした。

その考えは JA グループ茨城の方々にピタリはまった感触を得て、1 年経過した今も間違っていないかったことを SNS などの反応から実感していますので、JA グループ茨城の広報についてみなさんにご紹介したいと思います。

1. JA 大会の決議を一言でまとめ、伝え続けること

3 年間の計画を時間と人をかけてまとめているのに、大会が終わってしまうと何を決めたかすら忘れてしまいます。決めたことを繰り返し問い続け、実行していくためには、何を決めたを一言にまとめ、いつも口に出すことがトップの仕事だと思います。JA グループ茨城が決めた『持続可能で高付加価値な茨城農業を創る』というワードが生まれた背景を説明します。

2. JA 大会動画の狙いとポイント

動画を使って伝えるためには、ストーリー、構成をきちんと練っていくことが一番重要です。その狙い、ポイントを JA 大会動画を例に伝えます。

3. SNS の活用方法

SNS にも種類があり、それぞれ特性が違います。広報戦略としてどういった SNS をどういう目的で使っていくかを例を挙げて解説します。

4. 動画による情報伝達

テキスト情報の 5,000 倍の情報量を持つと言われる動画の活用が重要な時代です。動画をどう広報として活用すべきか、事例でポイントを示します。

5. リアルな情報発信基地「クオリテ Lab」

SNS などのデジタル戦略に加えて、リアルな情報発信基地「クオリテ Lab」を JA 会館の 1 階に作りました。どういうコンセプトで「クオリテ Lab」を作ったか、どういった活用をしているか、効果はうまれたかを解説します。また情報発信基地だけでなく人と人が集まる Hub として広がりを見せている現状を紹介していきます。

6. 今後の展開と課題

「クオリテ Lab」に続いて 2 面の人工芝サッカーコート『JA いばらきスポーツパーク』をオープンします。この狙いと広報の仕方から、次の広報戦略と課題を共有します。