



貴族風の衣装で注目を集め、多くのメディアから取材を受けた十和田バラ焼きゼミナール

## 十和田「バラゼミ」

B-1グランプリで活躍する「十和田バラ焼きゼミナール」(通称バラゼミ、木村長敏学長)は、2009~10年度のメディアへの露出を広告宣伝費に換算した結果、約5億円の広告効果を生んだとの試算を公表した。メンバーは「自分たちがこれまでしてきた活動の価値が実感できた」と喜んでいる。

### ■09~10年度■

八戸大学・八戸短期大学総合研究所の堤静子客員研究員が試算した。テレビやラジオで

### 八戸大 総研試算

の放送時間を、スポットCMの広告料として換算し、新聞や雑誌などへの記事掲載は、広告を出稿したと仮定し

# 広告効果は5億円

## 貴族風衣装、メディア戦略奏功

昨年9月に厚木市で開かれたB-1グランプリ本戦。メディアでのPR効果もあり、バラゼミのブースには長い行列ができた。

はじき出した。

09~10年度の2年間でテレビ33本、ラジオ9本に登場。新聞や雑誌などの紙媒体では、41社に記事が掲載された。金額は09年度が約1億2千万円、10年度は約3億7千万円。媒体別では、テレビが約4億5千万円と圧倒的に大きかった。

09年度に比べ、10年度はメディアへの登場回数が増え、金額は約2倍、金額は3倍以上に急増した。10年度はB-1グランプリに初出場したことでも、注目度が高まり、在京キー局各社が事前取材して特集を放送。ゴールデンタイムにも放送され、金額を押し上げた。

貴族風の衣装に身を包んで「バラ族」を名乗るなど、設立当初から一貫してメディアを「市民団体の活動が、回数が増え、金額は意識したPR戦略を続けてきたバラゼミ。事務局長の妻神誠司が使わずに知名度を高められたことは大きい」と驚きを隠さない。

「インターネット社会でも、まずメディアに登場しなければ認知してもらえない。いかにPRするか工夫した結果が功を奏した」と説明する。堤客員研究員は、今

