

ちょっと聞かせて

PR効果は約2億円

女性誌「FRaU」に掲載された本県の特集記事のPR効果について、秋田銀行の子会社・あきぎんりサーチ&コンサルティング（秋田市）の荒牧敦郎チーフコンサルタント(61)に聞いた。

—PR効果は。

「特集記事計109ページに相当する情報を広告として掲載した場合の費用からPR効果を算出すると、約1億9600万円

あきぎんりサーチ&コンサルティング(秋田市) 荒牧敦郎チーフコンサルタント

になった。店頭で雑誌の表紙を目にした人への宣伝効果を考慮すれば、さらに額は大きくなるだろう」



—表紙の広告効果と

「表紙には秋田犬の写真と『美しくなる、秋田への旅』というキャッチコピーが大きく載っており、一目で秋田の特集だと分かる。書店やコンビニエンスストアなどで

は、女性誌は旅行雑誌などよりも目立つ場所に置かれる場合が多い。雑誌を手にとらなくても目に入るため、電車の中づり広告に近い効果が期待できる」

—県内経済への波及効果は期待できそうか。

「経済波及効果とPR効果は異なる。経済波及効果は、雑誌の読者が秋田県を訪れて物を買ったり、サービスを利用したりすることで生まれる金銭的効果だ。金額は未知数だが、期待したい」
(聞き手 木村環)