

芸術の価値を、データで社会にひらく 京都市芸術文化協会、協会初の広報専任職員が発信体制を構築

テレビでの紹介を機にイベント集客は前年の 2 倍近くに。「PR オートメーション」導入事例を公開

広報 PR のデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進するプラップノード株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役 CEO：渡辺幸光、以下 プラップノード）は、公益財団法人京都市芸術文化協会（以下、京都市芸術文化協会）による統合型広報 DX 支援ツール「PR オートメーション」の導入事例を公開しました。協会初の広報専任職員が、京都芸術センターの存在意義や芸術の価値をより広く届けるため、データを活用しながら広報体制を立ち上げる取り組みを紹介しています。導入後に配信したイベント情報がテレビに取り上げられ、集客は前年の 2 倍近くになるなど、組織内で広報の役割を共有する変化も生まれています。



京都市芸術文化協会が指定管理者として管理運営する「京都芸術センター」は、展示や公演を行うだけでなく、ジャンルを問わず若手を中心としたアーティストが制作活動を行う場です。さまざまなアーティストを育成・輩出してきた一方、その役割や実績が知られているのはアート関係者が中心で、市民をはじめとする幅広い層には十分に届いていないという課題がありました。

従来、プレスリリースの配信は事業を担うアートコーディネーターが兼務し、取材依頼にはベテラン職員が対応していました。少人数で事業運営を行うなか、広報体制の整備まで手が回りにくい状況を変えるため、同協会は初めて広報専任職員を配置しました。

「PR オートメーション」を選んだ最大の理由は、限られた予算のなかでも、情報発信に対する反応をデータで確認できることでした。作品をどう受け取るかを鑑賞者に委ねるアートの価値観を尊重しながら、どのような言葉が関心につながるのか、どの媒体や記者が情報を見ているのかを検証し、社会とのコミュニケーションのあり方を模索しています。

導入後は、配信した情報の既読率や閲覧した媒体・記者を確認するとともに、従来 100 件弱だったメディアリストの整備・拡充を進めています。毎年開催しているイベントの案内を配信したところテレビに取り上げられ、前年の 2 倍近い集客につながりました。目に見える反響は、組織内で広報の役割を共有していく足がかりにもなっています。

今後は、1年間の実践を通じてデータと知見を蓄積し、事業担当者自身が高品質な発信を行える「型」を構築する方針です。また、掲載数や集客数だけを追うのではなく、まだ広く知られていないアーティストの創作を支え、新しい表現が生まれる環境をつくるという京都芸術センターの価値を、中長期的な視点で伝えていくことを目指します。

本事例では、協会初の広報専任職員を配置した背景、「PRオートメーション」を選んだ理由、導入後に生まれた変化、掲載数や集客数だけでは測れない芸術の価値を社会へ届ける今後の展望について詳しく紹介しています。

■導入事例の詳細はこちら

芸術の価値を、社会にひらく。「広報データ」から考える、アートと社会の新しい対話
<https://pr-automation.jp/case/project-efficiency/6737/>

■「PRオートメーション」について

「PRオートメーション」は、プレスリリース配信、メディアリスト管理、クリッピング、効果測定、取材管理など、広報PR業務を一元化する統合型広報DX支援ツールです。プラップノードは、広報活動の可視化・効率化・成果創出を支援し、組織の広報活動がより経営や事業に貢献できる環境づくりを目指しています。

PRオートメーション URL : <https://pr-automation.jp/>

■プラップノード株式会社 会社概要

プラップノード株式会社

設立：2020年3月2日

代表者：渡辺幸光

資本金：2億円（資本準備金を含む）

事業内容：デジタルコミュニケーション領域におけるソリューション提供、PRオートメーション・LOGO LABOの開発販売

URL : <https://www.prapnode.co.jp/> <https://pr-automation.jp/>

【 本件に関するお問い合わせ先 】

プラップノード株式会社 伊藤

TEL : 03-4570-3150 Mail : pr@prapnode.co.jp