

「TNN 豊中報道。2」の取り組みについて ～徳丸進さんに聞く

豊中市民の認知度が非常に高い「TNN 豊中報道。2」。豊中の最新ニュースからグルメ・イベント・ディープなオモシロネタまで網羅し、月間70万PVをはじき出す、豊中市民のための地域密着型情報サイトを立ち上げ、運営されている徳丸進さんにインタビューし、その成功の秘密を教えてくださいました。

徳丸さんのプロフィールを教えてください。

大阪府柏原市出身、2歳で栃木、14歳で奈良、19歳で東京と渡り歩き、25歳から豊中市に住んでいます。私はサッカーが好きで、ガンバ大阪のサポーターもしています。2008年からネットショップ「Football Vita」を立ち上げました。私自身ネット販売は初めてだったのでなかなか軌道に乗せることができず苦労しましたが、豊中商工会議所で先輩の経営者の皆さんが励ましてくれたりアドバイスをくださったりしたおかげで3年かけてやっと軌道に乗せることができました。それで何か豊中に恩返しができるようなビジネスがしたいと思ったのです。

「豊中報道。2」を始められたきっかけを教えてください。

初めは豊中がガンバ大阪のホームタウンであるにも関わらずそれが浸透していないので、何か広める方法がないかと思っていたところ、知り合いの経営者に「枚方つーしん」というWebサイトがあるよと教えてもらいました。「枚方つーしん」は、枚方市の市役所のホームページよりもアクセスを集めているサイトだということなので、さっそくその代表の方を紹介していただいて会いに行きました。ガンバ大阪の情報だけを発信しても豊中市民はあまり見てくれないだろうと思いましたので、「枚方つーしん」を真似る形でまちの情報を発信しながら、その中にガンバ大阪の情報



読めない看板

を挟み込んでいけばきっとガンバ大阪がホームタウンなのだということがうまく発信できるのではないかと思ったのがきっかけです。それで 2013 年 6 月にスタートしました。後で述べますが、実はガンバ大阪の情報はほぼ発信していません。

なぜ、「。2」がついているのですか。

それはよく聞かれるのですが、意味がないのです。「1」がないのに「2」があるというふうにしたのは、「豊中報道」という名前だと事件や事故を扱うサイトと間違えられる心配があったので、ふざけて付けたものです。「豊中報道」という響きがすごく好きだったので、なんとかしてそういうシリアスなテイストではなくてもっとライトなテイストを出すために「1」がないのに「2」するとともに、「モーニング娘。」にならって「。」を付けて「豊中報道。2」にしました。



マフラーを巻いた銅像

「豊中報道。2」のねらい、大切にしていることを教えてください。

私たちはどんな情報を発信しているかという、ご近所さんでシェアしやすい話題（ネタ）に絞って発信しています。「豊中報道。2」はほとんどが読者からの情報がもとになっていて、「ここにたこ焼き屋ができていますよ」とか「こんどどこどこにクリニックができるみたいですよ」とか「ここが通行止めになっていましたよ」という情報を得て、現場に行って確認して写真を撮って記事にしているというのがほとんどなのです。私たちがなぜご近所さん同士で情報

をシェアしてほしいかという、昔と比べてご近所さん同士とか学校の同級生同士でもシェアできる情報が少なくなっていると思うからです。ご近所さん同士でシェアできる話題がないということは、ご近所さん同士で仲良くなる機会が損失されているということにつながると思ったので、例えば「あの角の更地にコンビニができるんだよ」という話があったとしたら、ご近所さんであれば話題になると思うのです。「えー、またコンビニできるの。もういらんよな。」とか「コンビニできてめっちゃ便利になるよね」という話題は老若男女関係なくご近所さんの話題になり得ると思ったので、そういう情報を「豊中報道。2」の記事を通して発信することでご近所さん同士が仲良くなってもらいたいというのが狙いです。ですから逆にいうとご近所でシェアしにくいような情報は、たとえ日本最大級だろうが世界最大級だろうが「豊中報道。2」のネタになることはないということになります。ガンバ大阪の情報をほぼ発信しない理由は、ここにあります。

もうひとつの狙いは、やはりまちの活性化です。何をもってまちの活性化なのかという、地域での経済循環だと思っています。豊中から梅田まで電車で 15~20 分もあれば行けますよね。私自身も会社員時代にそうしていたのですが、豊中にある会社に勤めているのに同僚と飲みに行くときは梅田に行くというようなことがよくありました。近くにもお店があるはずなのにそれを知らない

がゆえに結局梅田に行ってしまうのです。それがもったいないと思ったので、まず「そういうお店が近くにある。」、あるいは「近くにできた。」「こんな料理が食べられる。」「こんなお店の雰囲気だ。」「こんな席割だ。」「個室がある。」「子どもといっしょにいける」などというのをお伝えして知ってもらうことによって、近隣のお店を使ってみようかなとか、食べてみたいなど思ってもらえるのではないかと思います。取材して記事にしたお店に1週間後ぐらいに再訪して、「何か反応がありましたか」と聞くようにしています。ここ3~4年は記事が出てからお客さんがすごく来てくれたとか、行列ができたとかいうお話をいただけるようになったので、豊中市内の経済を回すのに一役買っていると思います。

「豊中報道。2」の運営に従事する方は何名ぐらいいらっしゃいますか。

今主力で動いているのはライターとしては5人ぐらい、内勤スタッフが1人います。元々一人で運営していたときにライターをやりたいという人が1人2人入ってきて、そのような感じで5人ぐらいまで増えました。最近はサイト上でライターの募集をかけました。たくさんの方から応募をいただいてびっくりしました。私たちが求める条件としては、1つ目は社会人の経験があることです。社会人の経験がないと、読者が何を知りたいのかという客観的な視点が持てないので、やはり社会人の経験がある程度あるということがまず大事です。2つ目はその方が豊中在住であることです。豊中在住で豊中愛があるというのが大事です。3つ目がライティングスキルです。面接の前に、Twitterと同じ形式なのですが140字以内で自分が好きな豊中のお店を紹介してくださいという課題を出してスキルを試しました。ライターに求めている資質は、その場にはいない人に臨場感を伝える表現力と、例えば新装開店したお店の店主がどんな思いでお店を開いたのかを聞き出す質問力です。



打合せ風景

どれぐらいのユーザー数、PV数がありますか。またその推移を教えてください。

2020年の平均月間ユニークユーザーは約12万8千人です。その中で複数回「豊中報道。2」を見に来ているユーザーはだいたい4万人ぐらいいると思います。PVは大体平均すると毎月70万前後ですね。「豊中報道。2」を立ち上げて1年ぐらいで20万PVぐらいまではいっていたと思います。最初は1日1記事だけでしたが、途中から1日2記事に増やしたのです。最初は読者もいなかったもので情報も集まらなかったもので、自分で調べるしかなかったのです。また最初はお店の情報の割合は低めで、珍百景という面白いスポットを数多く紹介していました。そこで面白いサイトがあるという感じである程度認知してもらえるようになって、そこから情報提供を募るようにしたところ、ちょっとずつ情報を提供してもらえるようになりました。ユーザーの男女比でいうと最初は男性が70%ぐらいでしたが、お店の情報を増やす方向にシフトしてきましたので、今は女性が55%、男性が45%ぐらいです。



狭すぎる公園

「身近な話題やけど豊中市民に教えたくなっちゃう情報」というのはどんなものでしょうか。

先ほども「豊中報道。2」はほとんどが読者からの情報のもとになっているといましたが、本当にたくさんの投稿をいただきます。そこから近所の人同士でシェアしやすい話題を選んで実際に裏付けをしまして、現在は1日に2本の記事を配信するようにしています。私たちはローカル・マスを目指しています。例えばテレビ番組で豊中のどこかが映るみたいですよとか、豊中のお店が取り上げられるみたいですよということはみんなが興味を持ちやすいですし、ドラマのロケ地が豊中に

なって有名人が来ましたということは非常にわかりやすいローカル・マスだと思います。

また、「調査依頼」というカテゴリがありまして、読者から調査の依頼を受けて調べるというものなのですが、納得していただけるような記事にしなければなりませんので数多くこなすことはできませんが、大事なコンテンツだと思いますので一生懸命取り組んでいます。

最近一番たくさん記事にしているのは「グルメ情報」です。ここで注意しているのは、店の視点ではなくユーザーの視点で記事を書くようにしていることです。お店の視点で書いてしまっている地域情報サイトもたまにみかけますが、それでは信頼性が低くなると思います。ライターも自分のメガネを外して素直に感じてみることに、そして興味のあるような読者層の視点で書くようにしています。

「豊中報道。2」の収支構造について教えてください。

今スポンサーは15社ほどついています。このスポンサーの特典のオプションに「CM劇場」というのがあります。これにはプロのライターが携わっていて、スポンサーと打ち合わせをして訴求ポイントを聞いて、その後撮影日を設定してその訴求ポイントが伝わるような写真を我々が考えて撮影し、記事をつくれたあとスポンサーに見ていただいて修正をかけていくという手順でつくっています。収入はこのスポンサー収入で、支出はライターの報酬と必要経費です。豊中市は人口40万人の中核市で市域を商圈としている地域密着の企業がたくさんあるので、このような収支構造が成り立っていると思います。



木造りさんサンタバージョン



豊中テイクアウト報道

「豊中報道。2」を運営される中で困ったことはありますか。

毎日必ず12時と18時に配信しているので、ネタがなくなると困りますね。情報提供自体はあるのですが、みんな同じ情報を出してくるということも結構ありますし、なかなか「豊中報道。2」のネタになりにくい話題が続くこともあります。また、読者層として最も多いのが35～44歳ですが、逆に年齢層の高い方が多くお住まいの豊中南部エリアでの認知度はそこまで高くないです。ウェブに慣れ親しんだ世代ではない分、これは仕方ないかなと思っています。

「豊中報道。2」を運営されて良かったと思うことは何ですか。

「豊中報道。2」を始めてもうすぐ8年になりますが、お店の方々と連絡が取れる下地ができました。新型コロナウイルスの影響が出始めた昨年春に、「豊中テイクアウト報道」を有志で立ち上げたところ、2週間で200店舗が参加してくれました。これは「豊中報道。2」を続けてきたことで信用していただいている証だと思っています。

これからやってきたいと思われることについてお聞かせください。

まずは配信数を1日2本から3本に増やしたいですね。そうしたらPVが増えると思います。目標は月間100万PVです。それから新しい企画を考えたいと思います。まちを面白がってもらえるようなコンテンツや動画配信にも取り組みたいですね。

<TNN 豊中報道。2><https://toyo-2.jp/>

■このレターは、豊中市域に特化したローカルメディアである「TNN 豊中報道。2」についてヒアリングした内容を当財団で要約して原稿を作成し、株式会社グローバルフットボール 代表取締役 徳丸進氏にご監修いただきました。

発行元・問合せ先 公益財団法人都市活力研究所
〒530-0011 大阪市北区大深町3番1号
グランフロント大阪 ナレッジキャピタル タワーC 7F
TEL 06-6359-1322/FAX 06-6359-1329