

これまでの広報委員の活動を通じて感じていること（守谷）

2003.5.15

これまで、広報委員会委員として、スキー連盟の広報活動を行ってきた中で、漠然と感じてきたことは、メディアによって情報の受け手に差があるということです。それは、紙メディアである「SAKだより」とデジタルのメディアである「SAKホームページ（以下「HP」）」のそれぞれの読者（？）層の違いといったことで、前者は、極一般のスキーヤーがその読者層（と勝手に考えて編集してありますが・・・）であるのに対して、HPはかなりやる気のある積極的なスキーヤーと見ることができるのではないかと、ということです。HPの読者（？）は、放っておいても自分で好きな雪上行事のデータを検索し、その行事に参加してくるといった層のスキーヤーと言えるのではないかと思うのです。

そこで、今回問題となってくるのは、紙メディアの読者の方だと思うのです。

スキーには関心はあるが、積極的に情報を入手しようとまでしない層のスキーヤーが、活性化の大きな目標の一つではないでしょうか。

しかし、ここに大きな問題があるのです。それは、「SAKだより」が、クラブ配付であるために末端の会員まで行き渡らないという現実があるのです。

以前に、SAJ会員登録のデータをもとにして、各戸配付をしたことがありましたが、データの横流しはけしからんと会員からクレームがつき、ロスの大いクラブ配付に戻った経緯があります。

私たちは、「SAKだより」を作製する以上、より多くの会員の方に読んでもらいたいと願っているのですが、編集をやっている当の委員に「SAKだより」が届かないという悲しい現実があるのです。

これでは、積極的に情報を得ようとしていない層のスキーヤーに、何かを伝えることは非常に難しくなってしまいます。

これまでも、広報委員会の中で、各戸配付への方法を検討したのですが、個人情報壁の壁は厚く、容易に解決はできません。登録の際に「SAKだより」の配付を望むかどうか聞いてもらってはどうかという意見もありましたが、ただでさえ煩雑な登録業務をこれ以上複雑にすることは忍びないということで立ち消えになってしまいました。また、各戸配付のための経費の増もマイナス要因として取り上げられていました。（必要性があるなら支出増も構わないという太っ腹の理事さんもいるようですが・・・）