

9. 譲渡事業のPR(譲渡希望者の募集)

センターや保健所が猫の譲渡事業を行っていることを日頃から広くアピールしましょう！「保健所がそんなことをやっているとは知らなかった」という市民はまだたくさんいます。動物を家族に迎えたいと思ったときに「行政施設からの譲渡」という選択肢があることを、市民に浸透させられるように、さまざまなメディア・機会をとらえ効果的にアピールしましょう。

PRの方法事例

① マスコミを活用

自治体に引き取られる犬猫の現状や、自治体の取り組みについて、マスコミを使ってうまく伝えられると、譲渡事業に注目が集まり譲渡希望者も増えていくと考えられます。

たとえば、名古屋市動物愛護センターでは、地元の新聞に譲渡された犬猫の現在を写真付きで毎週掲載してもらっています。幸せな様子の写真を見て譲渡希望者も増えています。



② 地元の動物病院や、団体、個人ボランティア、動物愛護推進員の協力



譲渡会の案内や飼い主募集中の動物の写真を載せたチラシを作成し、近隣の動物病院に貼り紙をお願いしている自治体もあります。動物病院が譲渡事業に理解を示してくれると、たとえば愛猫が亡くなり次の猫をと考えている飼い主に、行政からの譲渡を紹介してもらえる場合があります。

また、動物愛護推進員に協力してもらって、地域のお店の掲示板に貼ってもらったり、クチコミで広げてもらうのもいいでしょう。

③ インナープロモーション！

福井県や愛知県豊田市では、県や市の職員向けのメーリングリストで「譲渡会の案内」や「譲渡動物の紹介」を配信して、まずは身内から情報提供をしています。また、県や市が行うイベント（市民まつりなど）に譲渡事業を紹介するブースを出店したり、チラシを配ったりしている自治体もあります。

④ ホームページやブログの活用

現在ほとんどの自治体が、ホームページで譲渡事業や実際の譲渡動物を紹介していますが、より効果的に見せる方法はないか、改めて考えてみましょう。硬い文章が並び、めったに更新されないHPには、人は惹かれません。自治体の中には、ブログやFacebook、ツイッターなども活用して、より情報を伝わりやすく拡散されやすく工夫しているところもあります。そうしたツールの使い方が得意な若い世代の職員、あるいは動物愛護推進員の協力も得て、時代にあったネットの使い方、発信の仕方を工夫してみましょう。

譲渡候補猫の様子をインターネット上にライブ中継

京都市家庭動物相談所では、譲渡候補の猫の様子を「ユーストリーム」というシステムを使って動画配信するという、全国初のプロジェクトを平成24年度からスタートさせました。

譲渡候補の猫たちが暮らす猫舎のケージに据え付けられた小型カメラで、猫の様子を自動で撮影し、リアルタイムの動画がインターネット上に24時間配信されています。

『「Kyoto-ani-love TV」～新しい飼い主さんを待っている子たち～』で検索すると、見るすることができます。

このアイデアは、譲渡事業を応援する市民から提案されたもので、そのボランティアが必要な機材を行政にレンタルしシステム構築までを請け負うという形で行われています。

いったんシステムを作れば、ランニングコストは少なく、小型カメラが自動的に撮影配信するので、職員の負担もさほどかかるわけではありません。

可愛らしい猫たちの様子をリアルタイムで動画で見ってもらうことで、家庭動物相談所のことを知ってもらい、一人でも多くの市民に来所してもらうきっかけになればと始められました。

平成24年7月から本格スタートし、平成25年2月の段階で、のべ視聴者数は13000人を突破しました。

この動画を見て来所する譲渡希望者も増えています。

また京都市では、この動画配信だけではなく、ブログやツイッターといったSNS（ソーシャルネットワーキングシステム）を積極的に活用しています。SNSの最大の強みは情報の発信能力です。

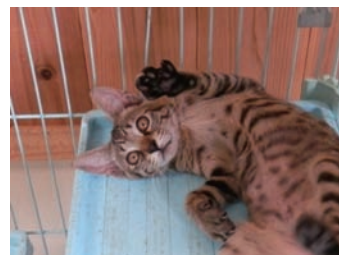
猫の紹介や、譲渡やイベント情報などをツイッターでつぶやけば、それがリツイートされ多くの人に届きます。相談所職員が担当するブログは、更新を頻繁に行い、写真も多くとても楽しい作りになっています。

SNSを使えば、チラシを作成・配布するほど予算や手間がかからず、情報を発信することができます。

また、実際にはじめてみると、否定的な反応は一切なく、動画やツイッター・ブログをきっかけに譲渡の問い合わせも確実に増えています。



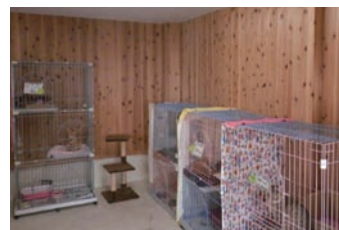
小型カメラをケージに設置



猫は気まぐれ・・・寝てばかりだったり



画面にいないこともあります、それも楽しみの一つ！



譲渡猫舎ではときどきケージから出て自由に！