

II. 調査活動

1. 次世代に向けた効果的な啓発活動事例分析(Web SNS 活用)

(1) 調査概要

調査課題

インターネット、SNS を活用した啓発活動を展開していくにあたり、参考となる事例を収集した。特に、キャラクターを効果的に活用している事例を優先的に対象とした。

調査対象

- ・ 日本国内外のインターネット及びSNS上で広く国民に対し啓発活動が実施されている事例、国・政府、公的機関の展開した啓発活動を主な対象とした。
→学会や一般企業が中心の活動についても参考となるものであれば、含めた。
- ・ 国民運動化に成功した事例や次世代の参画意識の醸成に成功した事例を中心に選定。
- ・ 調査対象数は、40 事例。そのうち、海外事例は 10 事例を調査。

選定について(観点)

- ・ キャラクターを効果的に活用している事例を優先的に選定。

調査対象事例抽出方法

- ・ 弊社のオリジナルデータベースである「キャンペーン事例集」(研究開発局)のデータなどを活用した。
- ・ 日経新聞、マーケティング等の専門情報誌(例:販促会議等)、インターネットのマーケティング・PR 情報サイト等に掲載されている情報からの事例抽出を行った。
- ・ 加えて、インターネットのキーワード検索による情報収集からの事例抽出も行った。

調査方法

- ・ デスクリサーチを実施。抽出した事例について、専用のフォーマットに各事例ごとに情報をまとめた。

調査項目

- ・ 実施している啓発活動名
- ・ 啓発活動用イメージキャラクターの有無/活用方法
- ・ 啓発活動に使用されている媒体の種類(インターネット HP、ブログ、Facebook、Twitter 等)
- ・ 各媒体の使用方法(インターネット HP のみ、ブログ及び Facebook を連動等)
- ・ 各媒体で実施されているものを閲覧等している数(閲覧数、フォロワー数、コメント返信数等)
- ・ 各啓発活動の特徴的な事項
- ・ 内閣府北方対策本部で用いているイメージキャラクターをより有効に活用させるための方法

(2) 調査結果 <要約>

- ◆Facebook などの SNS を利用した広報は、海外の方が進んでいる。
 - ・ シカゴ科学産業博物館「Month at the Museum」、「2012 年成都パンダ大使プログラム」では、広報担当を SNS を活用して一般より募集し、募集する過程も広報として活用。一般より選出された広報担当に、SNS を利用して一般人目線での広報をしてもらった。
 - ・ 戦争博物館の来館促進 PR、「もし 1914 年に Facebook があつたら…」(仏:Museum of the Great War)では、フランス国内に約 2400 万人の Facebook 利用者があることに目をつけ、「もしも 100 年前に Facebook があつたら…」という想定のもと、1914 年に徴兵されたある一人のフランス人男性“レオン・ヴィヴィアン”の Facebook ページを開設した。

- ◆国内事例では、動画を活用したものが多い。
 - ・ 情報セキュリティ対策強化キャンペーン「CHECK PC !」(経済産業省)や、朝型生活にチャレンジ「朝チャレ！」(環境省)など、25 事例中 15 事例でオリジナル動画を作成している。

- ◆国内事例では、タレントなどを起用した事例が目立つ。
 - ・ 旬であったり、所縁があるタレントやスポーツ選手をキャンペーンキャラクターに設定した事例が目立っている。(「はたちの献血」キャンペーンでは、羽生選手と記念撮影ができる、AR 技術を活用したウェブ施策を実施したり、香川県では、香川県出身の俳優・要潤を「うどん県」の副知事に任命する等)

- ◆キャラクター事例では、著名なクリエイターによるキャラクターデザインがなされているものが多い。
 - ・ 東京電力マスコットキャラクター「でんこちゃん」→漫画家・内田春菊
 - ・ 熊本県 PR マスコットキャラクター「くまモン」→クリエイティブディレクターの水野学
 - ・ 奈良県マスコットキャラクター「せんとくん」→東京藝術大学大学院教授・彫刻家の藪内佐斗司
 - ・ 愛・地球博マスコットキャラクター「モリゾー・キッコロ」→新進気鋭の若手デザイナーによる指名コンペティションを経て、キャラクター作家のアランジ アロンゾ氏のデザインを採用

- ◆キャラクター事例で、戦略的にキャラクターを活用しているのは「くまモン」。
 - ・ 「くまモン」は地道な営業活動を行ったり、キャラクターの商用利用料を無料にしたりといったことで、着実に人気を獲得した。
 - ・ 警視庁マスコットキャラクター「ピーポくん」は TV ドラマなどで真似たキャラクターが登場することで全国区に。
 - ・ 「せんとくん」は批判にさらされることで話題となり、認知度が上昇した。

