

(3) SNS 有識者ヒアリング調査 (定性調査)

1) 調査概要

調査目的

- ・ 若年層に支持されている SNS インフルエンサーに対してインタビューを実施。支持されるために行っている工夫を聴取するとともに、今後、SNS を活用した若年層向け北方領土問題啓発活動を進める上で参考になるアイデアを聴取。

調査対象者

対象者①： wacamera 氏 (@wacamera)

フォトトラベラー&フォトグラファー。

現在インスタグラムのフォロワー数は15万人を超え、

世界各国の企業とのコラボレーション企画やマスコミの取材などを受けている。

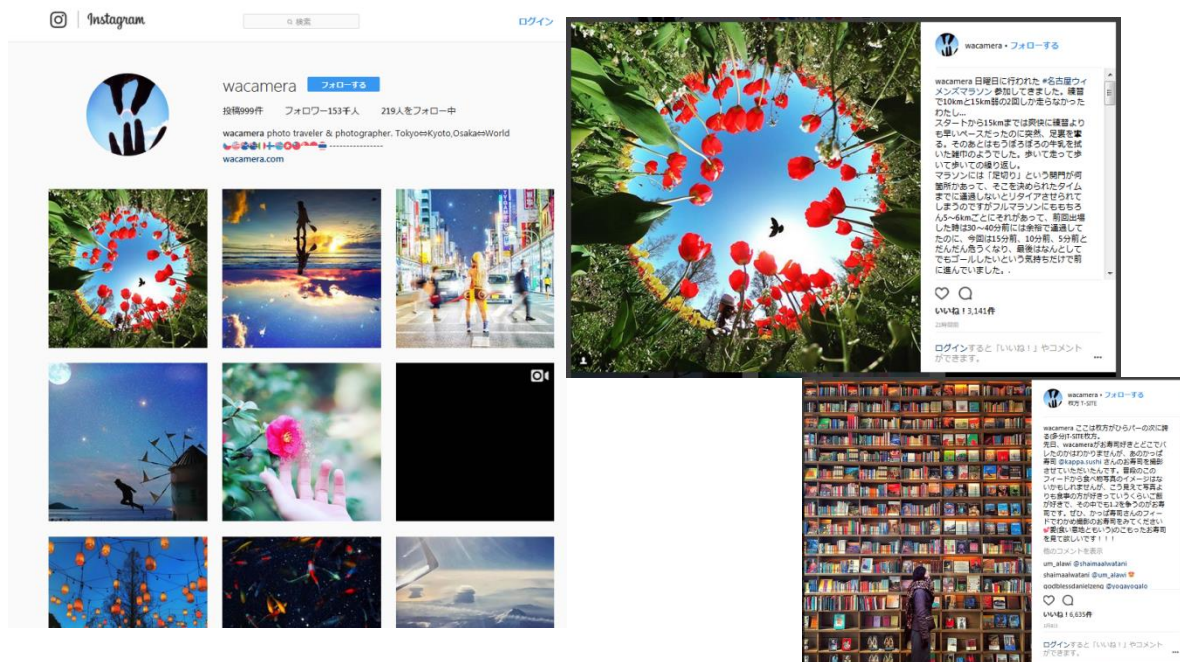
31歳の時に大手広告会社から脱サラしフリーランスカメラマンになる。

撮影する写真は、ブライダル、マタニティ、キッズ、ファミリー撮影の他、商品撮りも行う。

感受性が豊かで、人見知りがないと自負している女性カメラマン。

2010年、趣味で始めたInstagramを通じてどっぷりはまった加工写真や撮ったままの無加工の写真もHP上にも掲載。ブログでは使っているアプリのレビューを不定期で更新している。

(公式 HP・Instagram より)



2. 若年層向け広報素材の作成及び効果の検証
2-2. 若年層向け広報素材の効果検証

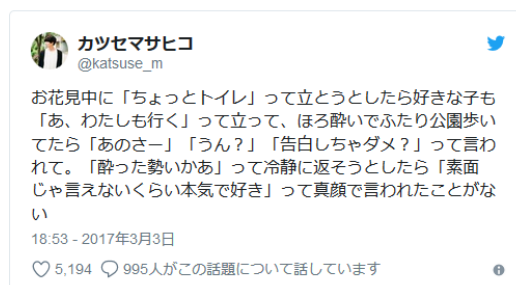
対象者②： カツセマサヒコ氏

Twitterのフォロワー数8万以上。

影響力と企画力を武器に、ライター・編集者としてWebメディアの第一線で活躍。

1986年東京生まれ。明治大学を卒業後、2009年より大手印刷会社の総務部にて勤務。趣味で書いていたブログをキッカケにプレスラボへ転職し、2017年4月に独立。

彼のTweetの特徴は、“妄想ツイート”。妄想から生み出される甘酸っぱい言葉の数々は若い者に大変注目されており、1000以上のリツイートや「いいね」など、特に10～20代からの圧倒的な人気を誇る。
(公式ブログ・Twitter、「Careerhack」2017.3.31より)



調査日時

対象者①： wacamera 氏 (@wacamera) 平成 30 年 3 月 9 日 (金)

対象者②： カツセマサヒコ氏 平成 30 年 3 月 12 日 (月)

調査項目（インタビュー内容）

<現在の活動について>

- 現在活動の場に行っている SNS とそれぞれの SNS の特長
→活用する素材の特長など
- 拡散の仕方／拡散する人
→早い段階からフォローしてくれた人、拡散してくれた人の特長

<企業・団体（官公庁含む）とのコラボ業務について>

- 企業や団体から受託する業務の有無とその内容
→ご自身や作品をどのような形で活用するケースが多いのか？
例)撮影の画像を広報ポスターに活用する
- 企業や団体の SNS の活用に対する評価
→SNSの特性をうまく活用した事例、SNSを理解していない事例
- 企業や団体からの業務で親和性のあるもの（=フィットしやすいもの）
- 堅いテーマ・社会性の強いテーマに対する取り組み事例
→これまで企業・団体から受託した業務について
→(可能な範囲で)どのような業務でどのような活用を行ったか
- 堅いテーマ・社会性の強いテーマに取り組む際の留意点
- 企業や団体の参考になる SNS 活用事例
→難しいテーマを上手く扱った事例 など

<北方領土返還要求啓発活動について>

【啓発活動の取り組み内容を紹介】

- 話題性を喚起するための SNS 活用の工夫
→若年層が支持するものを中心に
(LINEスタンプ／YouTube動画／Instagram／Twitter)
- 若年層に関心を持ってもらうための工夫
- キャラクター「エリカちゃん」を魅力的に見せる工夫
- 北方四島を訪問した経験の発信について
→実際に国のプログラムで四島訪問をしている大学生やインスタグラマーがいるので、
その人たちがどのような視点・切り口で四島訪問を発信するのが有効か？