

## 2) 調査結果

## ① wacamera 氏

【インタビュー日時】平成30年3月9日（金）

## [活動領域・活動経緯]

- ・インフルエンサーとしての活動は、95%Instagram。残りの数%はTwitterとFacebook。
- ・日本版のInstagramが配信された翌日にDLした、とても古株の人間。同時期に始めたユーザーと共に、システムの変更に戸惑いながら都度ブランディングをしてきた。
- ・きっかけは、友人間での面白いアプリを探していて始めた。写真はもともと好きだったが、以前はブログに載せるくらいで、人に写真を見せることもあまりなかった。
- ・最初は日本人ユーザーが少なかったのもあり、外国人フォロワーが多かった。
- ・フォロワー増加のきっかけは、昔あった「ポピュラー」という仕組み。恐らく、10分間でフォロワーの半分以上が「いいね」をするとその枠に載る仕組みで、そこに載るとフォロワーが増えたので、「ポピュラー」に載ることを狙った。
- ・当時ウケた写真は、色合いがビビッドで、面白いアーキテクチャー的なもの。例えば、最初に「ポピュラー」に載ったのは、ジャングルジムの中から空を見上げる構図の写真。
- ・夕日は万国共通で「いいね」が押される。最終的に行き着いたのはシルエット。
- ・今は色鮮やかで、自分が好きなものを載せている。

## [素材の使い分け]

- ・Instagramは基本1枚でスクエアなので、それに合いかつ自分のコンセプトに合致した写真を載せている。
- ・Twitterは、「これはいい」と思ったものを何でもあげている。サムネイルで出てきたり、まとめて4枚あげられる他、リツイートの機能も特徴。棲み分けははっきりしている。
- ・SNSによって求めている（求められている）ものが違う。特にInstagramにその傾向が強く、自分のコンセプトと少し違うテイストの写真は全く反応が無かった。自分は芸能人ではなく、フォロワーは作品を期待して自分をフォローしているので、反応としては妥当。テイストや素材の違う写真をあげるための別アカウントを、今は4つ持っており、使い分けている。
- ・娘や犬の写真などは、一眼ではなくスマホで撮影する。今は綺麗に撮れるのでスマホでも十分。

#### [企業との仕事]

- ・「来て撮影して広めて下さい」という、インフルエンサーとしての仕事が多い。フォロワー数に期待された仕事が多い。受けられる仕事は基本受けている。
- ・写真も含めた記事の執筆などの依頼も多い。
- ・トピックスは、旅系の依頼が多い。あとは写真（撮影）の講師の依頼が多い。
- ・仕事でも、コンセプトと違う写真はフィードにはあげられないので、その際はストーリーを活用するなどの提案もしている。事前の摺合せが大事。
- ・フィンランド観光局は Instagram の使い方が上手く、国の魅力をうまく伝えている。彼らは、自分達で写真を撮るのではなく、visit Finland のタグをつけてもらった写真の中から厳選して載せている。そこで選ばれると、投稿者は写真が周知されフォロワーも増えるという、ウィンウィンの関係。そのため、特に宣伝しなくても、フィンランドの写真にはタグをつけるルールが出来た。
- ・（この仕事でフィンランドに行ったのか）ロシア人・日本人・フィンランド人のツアーに招待された。参加者はほぼ全員インフルエンサー。
- ・最近香川県の仕事を受けた。これは、LCC を使った国内旅行喚起のためのトークショー前提の旅行だった。
- ・LCC や旅の魅力を若者に伝えるに当たり、事前に不安要素をアンケートで聞き、それを払しょくするためのデータを掲示した。また、知られざる絶景ポイントなどを写真で見せながら自分の経験や旅で感じたことを話した。イベントの特性もあるが、写真の掲示のみではなかった。

#### [固いテーマを扱った経験]

- ・テーマが固くてもそれが商品と紐づいている仕事のみ。野球と政治と宗教の問題は、触ると炎上するのでなるべく触らないようにしている。

#### [固い広報の上手い事例]

- ・一般企業になるが、タニタとシャープは素晴らしい。それ自体がエンターテイメントでかつ、広報の役割を成している。

#### [現在の広報事例について]

- ・エリカちゃんが載っている写真を掲載するのは良い。その他の写真はあげず、常にエリカちゃんが載っている写真をあげるアカウントとして (Twitter にしろ Instagram にしろ) 運営してはどうか。
- ・「柴犬まる」のアカウントは、徹底して犬視点の投稿がされている。エリカちゃんも常にエリカちゃん視点で語れば、ファンがついて長期間フォローされるのではないか。
- ・内容が固いので、わからないこと書かれても難しい。

- ・ 内容がナイーブなので、あまり攻撃的な内容は言いたくないが、逆に毒舌キャラで目立つというのもある。問題ない内容だけど言い回しがちょっと辛口とか。他との差別化が図れないと目立たない。
- ・ 宗教や政治は、友達同士でも相手がどう考えているかわからないので、最初は探りを入れる。
- ・ 北方領土問題は、本州の人からしたら、随分遠いことだと感じる。
- ・ スタンプも、北方領土感を前面に出さなければ、エリカちゃんを起用して使っていけると思う。お友達登録で限定スタンプ配信と同時に有料配信をしたり、かわいいタッチでデフォルメしてもらったりも良いかもしれない。
- ・ インフルエンサーの投稿（ぬいぐるみの写真やクリエイターのイラスト、インフルエンサーを根室・北方領土につれて行くツアーなど）を利用するのもあり。 島にあがれるなら、もっといい写真が撮れる。行けることが特別なことなので、興味のあるインスタグラマーもいると思う。
- ・ インフルエンサーとしての「まるちゃん」の影響力はすさまじいので、「まるちゃん」が北方領土に行ったら Yahoo! ニュースになりそう。エリカちゃんグッズとのコラボもやってくれそう。
- ・ ネイチャー系のインスタグラマーは、北方領土の自然を撮りたいという理由で行きたがると思う。
- ・ (北方領土に行ける学生にコメントするなら) マイナスイメージは持たせたくないで、海をバックに断崖絶壁の上に立つ写真など、「美しい」「憧れ」「これが返ってくると良いな」といった印象を持たせる写真を撮ってきてもらう。

## ② カツセマサヒコ氏

【インタビュー日時】平成30年3月12日（月）

[SNSの使い分けについて]

・ SNSは利用している層が違うため、発信する内容によって投稿先を変える。

Facebook： 30代男性のビジネスマンが多く、ビジネスツールとしての使い方なので、記事執筆の舞台裏など、役立つ情報を発信。文字数に制限はないが、下の方は折りたたまれるので、最初の4行にフックを仕掛ける。また、アルゴリズムが発達しているため、「子ども」「おじいちゃん」等のキーワードの入った記事だと、急に読まれる。

Twitter： 自分のフォロワーだと、18-25代女性が8-9割。リテラシーも低い。親和性の高い恋愛・ライフスタイル・グルメ・アパレル・キャリアなどの切り口で見せる。文字数制限があるので、どこを切り取るか考える。

Instagram： 層はTwitterと類似。平易な言葉を使う。

[若年層の情報収集について]

- ・ 現在はLINE@による返信機能を用いることで、フォロワーからの返信という形で自動的に彼女たちの悩み事や日常生活、習慣などの情報が入ってくる。
- ・ 現在の形式が確立されるまでは、地道なabテスト（同じ内容について書き方を変えて投稿し、どちらがより伸びるか確認する）などを繰り返し、どんな投稿の仕方、どんな内容が刺さるかを検証した。  
⇒その結果、彼女たちにウケるのは恋愛コンテンツ、特に自分の事ではない願望や妄想などが伸びることがわかった。

[仕事について]

- ・ 本業はwebライター。企業とのタイアップも多い。記事のタイトルをつける際には、googleのキーワードプランナーなどを用いて、今どんなワードが検索され読まれているかや競争率を知ること、企画の段階で刺さりそうな記事はある程度予測できる。タイミングや言い回しについても同じく、よく考えている。  
⇒マーケティングをしている。

[北方領土問題の周知拡大施策について]

- ・ 一番やってはいけないのは、ゆるキャラを作ること。北方領土問題はあくまで「問題」であるため、ふざけてはいけないし、遊びのようなものと見せない。ポップにはいけない文脈も持っていないとてはならない。寄せすぎると炎上する。

- ・ 必要なことは、いかに「自分事化」させていくか。例えば、「この問題を知らないままだと、こういう問題が起きる」とか、「知っているとうどう行動が変わってくる」とか。
- ・ やらねばならないことは、固く難しい問題を柔らかく、平易な言葉で言い換えたりビジュアルで見せたりすること。遊びの要素を足すわけでは決してない。
- ・ 今の若い子は、確かに文章は読まなくなったが、馬鹿になったわけではない。真面目なことはちゃんと真面目に考える。それを大人が「彼らはろくに考えていない」と決めつけるせいで、遊びの要素を安易に盛り込もうとするが、これは間違い。
- ・ (現在の施策について) ビンゴやクイズラリーになりがちだが、そういうことではない。
- ・ (北方領土の返還による海域の拡大や水産物について) まさにそれを、優しく伝えるかだと思ふ。難しいのは、これをどこまで自分事化させられるか。
- ・ どうしても政治が絡むコンテンツなので、非常に気を遣う。ネットは右翼・左翼の話がものすごく盛り上がる。伝えたい軸がずれていかないように、スタンス取りをきちんとすることは大事。
- ・ 技術的には、ツイートに写真の掲載を行うなど、フォトジェニックな要素を取り入れることは大事だが、問題はコンテンツとして、どこを切り取るか。
- ・ 自分がこの問題を取り扱うとしたら、まず北方領土が魅力的な土地であることを伝える。 資源の話は普通に生活していると、あまり実感がない。温泉だったり自然だったり、消費者として楽しめる魅力を伝える。 その上で、国としての利点も伝える順番。  
→そこから、問題を徐々に深掘りしていく。
- ・ あとは、カメラマンの写真で場所自体を見せたり、少し範囲を広げて北方領土に入る前(北海道)についての記事から入る、というのも考えられる。
- ・ 資料館などを見せるのも大事だが、これだけだと頭でっかちなと感じる。もっと全体で捉えた方が面白い。例えば、北海道の寒い土地に暮らすJKの生活とかに密着して、その中で垣間見える彼女たちが北方領土を学校でどう教わっているかを切り口にすれば、若い人達は関心を持ちそう。 若い人達に接点のあるインタビュアーが、タイトルにすら「北方領土」を入れないつもりで話を聞きに行き、その中で北方領土問題が垣間見える形をとれば、少し日本が拡張される見方ができると思う。「ここまで日本と見ていい」という視点を持った時、初めて気持ちのスイッチが入ると思う。
- ・ 今は、暑苦しくなってはいけない。ただオープンにしておく。良いものは、オープンにしておけば勝手に人が集まる時代。

[実際に北方領土でロシア人と交流した人のレポートについて]

- ・ ロシア人との交流、という点は良いが、北方領土内でのことだと難しい。ロシアに行った方がこの問題から少し離れた人達に会える。そこで、日本とロシアの若者が互いに国の感覚のみで北方領土について話をしてもらい、お互いの意識の違いなどを見せる。在日ロシア人やユースホステルのロシア人でもよい。

- ・発信のタイミングは夏。「一番涼しい所」として北方領土を紹介できる。大変ライトな切り口。
- ・写真なら、SNSで影響力のあるカメラマンに行ってもらい、SNS映えする写真を撮ってきてもらうのが良い。ビジュアルは力を持っている。学生がきゃっきゃしている写真は大変意義があるが、学生自身に発信してもらうのは、学生の感想しか発信されない。

[政治的コンテンツについて]

- ・どうしたって政治が絡む問題なので、届け方に大変気を遣う。どんなに良いコンテンツを作っても政権の話がまず出てくるだろうから、慎重になりたい。
- ・春夏なら避暑地としての見せ方は刺さると思うが、切り口はそこでもあまりライトになりすぎないようにしなければならない。  
→その辺のさじ加減が大変に上手なライターを起用せねばいけないが、そう多くはないと思う。
- ・文章の方がより気を遣う。例えば「択捉島の朝日」の写真をアップするのは、特に政治的という理由で炎上したりしないと思う。
- ・政治的な問題だからこそ、あまりライトな書きっぷりだと炎上する。だからといって、あまり固い内容だと、若者たちが読まない。両方をバランスよく書ける人をお願いするのが良いと思う。

[固いコンテンツの効果的な見せ方例]

- ・養子縁組をテーマにしたWEBサイト（フローレンス）では、「養子縁組」を一切知らない人向けに、「養子縁組とは何か」から丁寧に解説した記事が、シェアも伸び大変読まれた。顔アイコンを使い、マンガチックに展開していくのが今の流行り。長いインタビューでも要素を抜きだし、一つのアイコンに長くても5-6行の文章にすることで、会話のテンポで読めるよう工夫する。ボケた要素はない。（※画像参照）
- ・国境なき医師団を人気ライターが取材した記事も良い例。（※画像参照）
- ・共通して言えることは、難しい専門用語を無くして、わかりやすい言葉選びをしている点。若者のシェア数が伸びているということは、彼らの中で「初めて知った」「広めなきゃ」という二つの感情が起きたということ。ふざけることなく、わかりやすく伝えることが重要。

[Twitter 改善案]

- ・Twitterは視認性を上げることが大事で、それには専有面積を上げるのが第一。そのためには、改行を増やすこと。内容は「見出し」→「概要」→URL。また、写真は3枚がベスト。気を付けているのは、誰向けの記事かを明示すること。

- ・今は動画を見られるようになっている。その場合、カギは最初の3秒。ここにフックを仕掛ける必要があるので、最初からおいしい所を流す必要がある。

[おすすめの SNS 識者]

- ・YouTube と Instagram なら「ゆうこす」さん。使い方が大変上手で、ネット関係者は彼女をこぞって使いたがる。Instagram のタグの付け方など、かなり練られている。
- ・Facebook なら、「塩谷舞」さん。Twitter もだが、ビジネス関係の投稿が得意。自分は苦手な部分なので、それ関係の仕事は彼女に回すことも。
- ・コンテンツ自体が大事ではあるが、小手先のテクニックでシェアが大きく変わる世界なので参考に話を聞いてみると良い。
- ・最近 Instagram の story の使い方がものすごくうまいのが、安倍首相。かなり pop に発信しているが、炎上もしない絶妙なバランス。多分中で運営している人は、かなり Instagram に詳しい有名人。
- ・立憲民主党の選挙活動も、大変 SNS 映えしていた。シールズがバックアップについて、発信の仕方を詳しく分析していた。人が周りに集まらない選挙カーでの演説ではなく、低い台を用いることで、聴衆がかなり近くまで寄ることができ、写真で見るとものすごく盛り上がっているように見えた。  
→SNS による印象操作は、良い意味でも、すごくできる。

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

(※養子縁組に関する WEB 記事)

2017/03/27 特別養子縁組

「わたしは養子を愛せるか？」「特別養子縁組」について聞いてきた







インタビュー 養子縁組 特別養子



子どもを産みたくても産めない人がいる。長年の不妊治療で精根尽き果てている人がいる。わたしはそんな事情を自分ごととしてはじめて見たのは、婦人科で心ない医者から「産めないかもよ」と、根拠なく不安を煽られた時でした。

産めるのは当然じゃない。そんな当たり前前かがわかっていなかったことに、はじめて気づいたものでした。それでも「どうしても子どもが欲しい場合」はどうしたらいいのさ……？

こう悩む女性がいる一方で、望まない妊娠・出産の末に赤ちゃんを殺してしまう人がいるという。

-  そうです。社会的にもすごく問題になって、でも結局、その事件がきっかけで「養子縁組」を制度化しようという流れになり「特別養子縁組」という制度ができました。
-  ちなみに、どういう団体が「特別養子縁組」を進めているんですか？
-  そもそも大きく分けると、行政がやっているものと民間団体がやっているものの二つがあります。児童相談所というところが窓口となっている行政主体の特別養子縁組は、メインの仕事である「虐待への対応」が軸で起きていることもあり手が回っていないんです。この穴を埋めるために民間のNPOが立ち上がり、2〜3人で活動する小規模なところも含め、現在特別養子縁組に取り組んでいる民間団体は200団体くらいあります。そのうちの一つが、ここ「フローレンス」です。
-  ですが、実際のニーズに比べるとまだまだ小規模で数も少なく、社会全体としてまだ手が回っていないのが現状ですね。
-  フローレンスが赤ちゃん縁組の活動を始めたのは最近、でしたよね？
-  そうです。はじめたのは、2016年4月から。フローレンスはもともと「病児保育」など保育の面で親子の支援をしていたのですが、子どもへの虐待の被害にも気づいて。

(フローレンス 2017. 3. 27)

(※国境なき医師団に関する WEB 記事)

2017-05-23

「国境なき医師団」って有名だけど、実際どんな組織なの？ 現地で活躍する日本人に聞いてきた

みんなは「国境なき医師団」という国境を飛び越えて、世界各地の紛争地域、災害現場などで人命を救っている団体です。一歩どういふ言葉でも、現地で活動しているのが、国境なき医師団の活動の中心なんです。海外ボランティアの募集も受け付けています。

ヨッピー NPO

1380 4,412 7923 494





動画チャンネル シェア ツイート Pocket



こんにちは、ヨッピーです。

本日は「国境なき医師団」の日本事務局本部に来ております。

「国境なき医師団」と言えば1999年にノーベル平和賞を受賞した事でもお馴染み、世界各地の紛争地域などで人命を救助しまくっているゴリゴリの「立派な団体」でありますので、「お前みたいなコッパのライターがそんな所で何してるの？」って聞かれそうな今日

-  『今日はよろしくお願いします！ 国境なき医師団については、なんとなく『立派な団体！』『えらいひとたち！』くらいの認識しか持っていないので色々教えて頂ければと思うのですが……！』
-  「そうですね。まず、私たち国境なき医師団は大きく分けて『医療』と『証言』という2つの役割を担っています。国境なき医師団はフランスのジャーナリストと医師が中心になって結成された団体なので『医療』と『証言』なんですわね」
-  「『医療』については大規模な災害の現場や紛争地域、難民キャンプや疫病の流行地帯など、そういった言わば『最前線』に飛び込むことであるべく多くの人命を救おう、という活動です。こちらについては皆さんもイメージしやすいかも知れません」
-  「ですね。『証言』というのは……？」

(ジモコロ 2017. 5. 23)