

### Ⅲ. 調査結果を踏まえてのポイントと提言

## 1. 若年層向け広報及び媒体の活用

### 1) 「若年層向け広報及び媒体」調査結果のポイント

#### ① SNS 等活用事例／ポイント

##### ◆ネガティブ意見や炎上に対する許容

- ・ 地方自治体の観光系 PR 動画では、ネガティブ意見が出たときに、どのように対応するか、そのスタンスも様々であり、動画等の公開を取りやめる例もあれば、多少の炎上は許容しながら、施策を継続している例もある。

→ 行政の広報動画事例では、賛否両論を呼ぶと、その市のファンが反論という形で地域の良い所や市独自の背景などを語ってくれて、情報が増えるという良さがある。

##### ◆発信者のキャラクター設定も重要。SNS 上での見せ方（表現）・演出が重要

- ・ 京都国立博物館「PR 大使・トラりん」は、尾形光琳筆「竹虎図」がモチーフという歴史性、文化性を持ちながらも学芸員と戯れる「無邪気なキャラクター」に設定されている。親しみやすさを演出している。
- ・ 葉山市の Instagram を使った広報では、女性職員が友達とおしゃべりしているようなため口コメントで親しみやすさを演出。“ため口のコメント”を発することで、ターゲットである観光客と同等か、その上から情報を発信する姿勢が逆に媚びないということで、珍しがられた。

##### ◆予めコンテンツを用意

- ・ クルマの話題で季節性を持つもの（スノータイヤへの履き替え等）では、関連するテーマで啓発する動画を予め用意しておき、タイミングを見て、情報発信する例がある。そうすることで、より効果的な周知につながる。

##### ◆SNS においては、人のシェアから話題をシェアする方向に変化

- ・ Instagram の加速が始まっている。ハッシュタグ（#）のフォローができるようになる仕様変更からも、人ではなく話題をシェアする方向になっている。ハッシュタグ（#）の重要性が増々高まっている。今後は、どれだけ話題性のある情報を発信できるかが、バズワード化するほどの話題化が重要になってくる。

#### ② 広報動画活用事例／ポイント

##### ◆メッセージの押し付けではなく考えてもらう姿勢に徹する（啓発キャンペーン）

- ・ 漠然とした問いかけではなく、イメージしやすい具体例に落とし込んで見せる（例：P&G、AC ジャパン）
- ・ 一定のメッセージを押し付けるのではなく、「考えてもらう」「気にかけてもらう」姿勢に徹する。

- ・発信したい側の発信したいことではなく、ターゲット層の目から見たときに、魅力的に感じる点をアピールすることが大切。

#### ◆商品・サービス特長を「ネタ」を交えて紹介（PR 動画）

- ・ネタに真剣に取り組み、妥協しない姿勢が非常に面白がられる傾向にある（例：Blendtec、docomo）。
- ・最後まで見ると、思いがけない仕掛けのネタばらしがわかる動画は、その仕掛けのクオリティが高ければ高い程話題になる。「だまされた感」は若者に面白がられ、拡散する。

#### ◆意外性を盛り込む（PR 動画）

- ・「この企業がここまでやるなんて」、「これをまさかCGなしでやるなんて」、「こんな仕掛けがあるなんて」、といった「意外性」のある動画が、全体として面白がられている傾向にある。

#### ◆時間の短い動画が中心

- ・数分の動画が中心。長くても5分以内のものが多くなっている。

#### ◆宣伝効果

- ・配信している企業や団体とは、まったく関係のない動画はなかった。一方で、あからさまな商品CM等もなく、適度に自社製品をアピールしつつ、動画として楽しめるものが拡散されている。
- ・商品やサービスの特徴をストレートに伝える動画を、押しつけがましく感じる傾向があるため、一見関係ないことがまさかの形で宣伝につながるなど、ひとひねり加えた表現を用いる工夫が必要。

### ③LINE スタンプ活用事例／ポイント

#### ◆使いやすさ

- ・「表情豊か」「よく動く」ものは、感情表現のためのスタンプなので、使いやすい。
- ・示す感情やメッセージ（「了解」「ありがとう」「ショック」等）がはっきりわかるスタンプが好まれる。文字を入れるのも有効。
- ・同じ意味（「了解」）を示す、ニュアンスの違うスタンプ（敬語ver.「了解しました」と「りょ!」）は非常に便利。
- ・宣伝の意味合いが強すぎる言葉やデザインは使いにくいいため、逆効果。

#### ◆可愛らしさ

- ・動物をモチーフにしたものは人気が出やすい。
- ・元キャラクターのデフォルメ化などの「かわいい化」も有効。

◆デザイン

- ・友達にも親にも送りやすい癖のないデザイン。
- ・一方で固すぎない、若干ゆるさを残すものの方が受け入れられる傾向がある。

◆インパクト

- ・完全にネタとして振り切る（例：家庭教師のトライ）事例もあり、そういったスタンプはリリースそのものが話題になる傾向がある。

◆宣伝効果

- ・スタンプ配信と同時に、HPやSNSに積極的に露出させることで、キャラクター自体の周知を図る必要がある。

2) 若年層向け広報及び媒体の活用

①媒体活用

- ・若年層向けの広報活動において、SNSの活用は重要で、特にYouTube、Twitter、LINE、Instagramの活用が重要。動画閲覧については、一定のデータ通信量を超え、データ通信制限が加えられる（ギガが減る）状況になるため、YouTubeへの遷移での動画閲覧には積極的でない層がいることにも留意する必要がある。Twitter、LINE、Instagramで直接動画を視聴してもらうアプローチも考える。

②専用 Web サイトの展開

- ・動画広告やエリカちゃんLINEスタンプを通じて、「北方領土」に興味を持った層が北方領土問題に関する情報を探ることが想定される。その際に、内閣府北方対策本部、独立行政法人 北方領土問題対策協会等の関係機関Webサイトの堅い情報に接触しては、動画広告、LINEスタンプを通じて、柔らかい感じでアプローチする意味がなくなってしまう。そのため、動画広告やエリカちゃんLINEスタンプに接した人がアクセスしやすい「北方領土のWebサイト」を用意する必要がある。  
→動画広告やエリカちゃんLINEスタンプ施策の先に、ファンになってもらうために更に深い情報を届けていくための仕掛けが必要。

<北方領土のことが分かる Web サイトに掲載する内容例>

- ・北方領土（北方四島）の基礎知識  
→大きさ、気温など（トリビア的な知識）
- ・北方領土（北方四島）の自然や景観

- ・北方領土（北方四島）の動植物
- ・北方領土（北方四島）の持つ資源（海産物、温泉、鉱物資源）

→用語集の整備も必要。上記 Web サイトのなか、用語集を整備し、北方領土関連の単語・キーワードを調べると上記 Web サイトの用語解説ページに飛び、詳細な情報がわかるという仕組みが望ましい。

### ③北方領土を魅力化するためのキーワード・タイトル（バズワード）の設定

#### a) キーワード・タイトル（バズワード）の設定

- ・今回ターゲットとして想定した層は、社会課題や北方領土問題に対する関心が低い層である。このターゲットに対して、北方領土に興味・関心を持ってもらうためには、北方領土に関連するキーワードを広く流通させることが重要といえる。
- ・上記で提案したように、「北方領土」に興味を持った層に向けて、北方領土問題に関する情報を分かりやすく、しかも柔らかく表現した情報 Web サイトを整備する際に、北方領土を魅力的に伝えるタイトル・キーワードを設定し、一般に話題になるように仕掛ける工夫も必要といえる。

※専用 Web サイトの詳細について後述

- ・専用 Web サイトに掲載する情報のなかでも特に、夕陽や星空、山といった「北方領土（北方四島）の自然や景観」や「北方領土（北方四島）の持つ資源（海産物、温泉、鉱物資源）」に焦点を当てて、専用 Web サイトのタイトルを設定する。そのタイトルを北方領土を魅力的に伝えるタイトル・キーワード、バズワードとして流通させる工夫を行う。

#### <専用 Web サイトタイトル（例）>

- 「北方領土。夢の島 宝島。」
- 「北方領土は天国」
- 「知っているようで知らない北方領土。」

※「バズワード」: 新しい重要な概念や説得力がある言葉のように感じられるものの、実際には定義や意味があいまいな造語・フレーズ・キーワードなどを指すことが多いが、今回の提言においては、「世の中で話題になるキーワード」という広い定義で考える。

b) キーワード・タイトルをバズワード化させる取り組み案

- ・専用 Web サイト開設に合わせ、開設情報を発信するリリース等の広報活動を展開する。その際に、Web サイトのタイトルであるキーワード（バズワード）をリリースタイトルなどに活用する。Web メディアや SNS インフルエンサーに協力してもらい、「北方領土の自然や景観」や「北方領土の持つ資源」に焦点を当てた、一般の人も関わりやすい Web サイトが出来たことを発信してもらおう。そのなかで、Web サイトのタイトルであるキーワード（バズワード）を積極的に活用してもらおうことを願います。

→SNS インフルエンサーが取り上げやすいように、「北方四島」という表現を活用することも検討する。

④ SNS インフルエンサーの活用

- ・若年層に影響力を持つ SNS インフルエンサーを活用して、北方領土に関する情報を拡散する。インフルエンサーの視点やセンスを通じて、北方領土（北方四島）のことを切り取ってもらい、若年層に対して、北方領土を「美しい」「憧れ」「返ってくるといいな」という印象、イメージを持ってもらうことを狙う。

→インフルエンサーの意見として、「政治的な色（要素）」が着くことを懸念する人が多いことが予想されるため、政治的要素は見えないようにする必要がある

a) 北方四島交流事業／北方領土交流事業（ビザなし交流）への SNS インフルエンサーの参加と取材

- ・北方領土を訪れて撮影等を行ってもらおう。その際に、自然（朝日・夕日・山々・動物…）という政治・歴史の絡まない要素を撮ってもらうことを前提に考え、政治的な要素には触れなくても良いという前提で依頼する。

b) SNS インフルエンサーを連れての根室ツアーを実施

- ・著名 SNS インフルエンサーは多くのフォロワーを持つため、コンテンツに触れたフォロワーが、インフルエンサーの追体験を行うことが期待できる（＝聖地巡礼）

→陸（根室）から北方領土を見る、海から北方領土を見る

2. 動画広告 (YouTube の動画開始前広告)

1) 動画の内容 (変更点・修正点)

(調査時の提示素材①：マンガ編 ②：早口言葉編)

【提示素材①：マンガ編】



【提示素材：②：早口言葉編】



- ・今回ターゲットとして想定した層は、社会課題や北方領土問題に対する関心が低い層である。①：マンガ編 ②：早口言葉編ともに、関心の高い層よりも低い層の方で評価が高かったため、これからの層に対して、「北方領土問題」の興味を喚起する、「北方領土」というキーワードを意識させる意味では、一定の成果が見込まれる取り組みといえる。

#### ①マンガ編

- ・今回提示した素材は、マンガ「ガラスの仮面」をモチーフに、北方領土が日本の領土でありながら、自由に訪れることも建物を建てることもできないといった「若年層には知られていないであろう事実」を提示する内容とした。
- ・調査では、真面目な問題を軽く扱っているとの印象を持つ者の多かったが、北方領土を考慮してもらうきっかけとしては有効であることが分かった。
- ・一方、今回モチーフにしたマンガ「ガラスの仮面」のことをよく知らない層がほとんどで昔風なマンガという捉え方をしており、自分ごと化するのが困難な様子であったため、今後の改善として、より広い層が認知しているマンガ等を活用するといった展開も考えられる。
- ・その際には、今回のマンガ編でも工夫したように、登場キャラクターがいかに話しそうな内容で、北方領土問題を語る工夫が必要である。そのことによって話題化が進み、若年層における情報の拡散も期待できる。

#### ②早口言葉編

- ・「エリカちゃん」の話すセリフの語尾である「ピッ！」を活用した面白さを狙ったが、語尾の特長自体が理解されていないこともあり、文字として表示される早口言葉と「ピッ！ピッ！」というセリフのどちらを意識したらよいのか少し混乱しているようであった。
- ・今回のスタイルであれば、「北方領土」というキーワードを印象に残す意図からも少しゆっくりとしたトーンで展開させる改善が必要と考えられる。

## 2) 活用・展開方法

#### ①エリカちゃん関連 SNS、関係機関 Web サイトへの掲載

- ・動画コンテンツの活用・展開方法として、YouTube「北方領土エリカちゃん」チャンネル、エリカちゃんの Facebook、Twitter に掲載するほか、内閣府北方対策本部、独立行政法人 北方領土問題対策協会等の関係機関 Web サイトに動画を掲載する。



②YouTube の動画開始前広告

- ・動画コンテンツを一般に広く見てもらうために、YouTube に広告（インストリーム広告等）として掲載することも考える。

YouTube に掲載できる広告動画「インストリーム広告」

- ・動画が開始される前に放映される広告動画で、一定時間、強制的に視聴してもらえるスキップ不可の広告
- ・インストリーム広告は、ユーザーがお目当ての動画を視聴する前（プレロール広告）、視聴途中（ミッドロール広告）、視聴後（ポストロール広告）のそれぞれのタイミングで広告を流すことが可能。

2. LINE スタンプ

【提示素材】



### 1) LINE スタンプ開発の意図

- ・今回のような柔らかい形の広報について、調査対象となった若年層のなかにも、真面目に取り組むべきテーマを茶化しているというネガティブな評価をする人もいた。そのため、「エリカちゃん」をモチーフにした今回のLINE スタンプ開発については、若年層に対して、北方領土問題を「いつも意識してもらえるように」する目的で若年層の利用が見込めるLINE スタンプを開発した、という意図を明確にする必要がある。

### 2) 内容（キャラ設定）

- ・デザインについてかわいいという評価も聞かれたが、「よく見かけるデザイン」という声は多く聞かれた。デザインを変更することは現時点で想定していないものの、他のキャラクターと差別化する必要もあるため、少し際どいセリフを吐く、毒舌キャラとしてのキャラ設定を行うことを検討する。
- ・セリフと例として、現在も例示している「意義あり」「冗談じゃない」といったセリフの他、「いつ返してくれる」といった北方領土問題をイメージさせるセリフを吐かせることも考える。

### 3) 活用・展開方法

- ・エリカちゃんLINE スタンプは、LINE スタンプ STORE でも配布を行う。エリカちゃんのFacebook、Twitterのほか、内閣府北方対策本部、独立行政法人 北方領土問題対策協会等の関係機関Webサイトを通じて、LINE スタンプ発行の告知を行う。
- ・LINE スタンプを何回かに分けて配布を行い、その都度、エリカちゃんのTwitter、Facebookでの告知も行うことで、エリカちゃんのTwitter、Facebookを閲覧・訪問することを習慣化させることにもつながる。