

### (3) 調査結果（まとめ）

#### 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”を発信することで、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、AG 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。