

# 学生によるメディアを活用した地域プロモーション

西田鼓々乃\*1・佐竹礼野\*1・秋山若菜\*1・梅村聖莉奈\*1・竹之内裕紀\*1・  
中島みなみ\*1・服部眞子\*1・服部眞梨子\*1・三石萌\*1・後藤昌人\*1  
Email: m1552064@kinjo-u.ac.jp

\*1: 金城学院大学 国際情報学部 国際情報学科

◎Key Words 地域プロモーション, 映像コンテンツ, ラジオ

## 1. はじめに

我々は、地域の魅力を伝えるための、学生による地域プロモーションの実践的活動を複数行ってきた。このような学生の地域のプロモーションを目的とした活動において、大きく分けて学生側の効果と地域側の効果がある。学生側の効果としては、知識として学んだことの実践の場となるほか、制作が伴うものにおいては、作品を社会に向けて発信する良い機会ともなる。地域の住民をはじめとする様々な関係者とのコミュニケーションにより受け取る言葉も含めて、やりがいや達成感などの活動を通じて得られる効果も大きい。では、学生が地域プロモーションに関わる実質的な地域側の効果はどのようなものがあるのだろうか。

本研究は、現在数多くの地域プロモーション活動がある中で、我々がゼミ活動として行ってきた「学生視点のメディアを活用したプロモーション」によって明らかとなった、活動による評価や効果について考察することを目的とする。考察をするにあたり、数値的な評価が現段階では得られていないため、主に定性的な評価に重きを置き、考察を進める。

はじめに、学生が行った地域プロモーションの関連事例について触れ、次に実際に我々が行った三重県菰野町におけるプロモーションビデオ制作の事例と愛知県瀬戸市で6年間に渡って行ってきたコミュニティFMでの地域の魅力を生放送番組で発信する事例について取り上げ、その評価について述べる。そして、本研究の目的に沿った形で、プロや企業関係者が関わるプロモーションとの差別化を図り、学生がプロモーション活動をすることの価値について考察し、最後にまとめとする。

## 2. 地域プロモーション活動の実態と事例

事業構想大学院大学では、地域のプロモーション活動を目的としたアンケート調査を行った。調査内容は地域プロモーションに関する自治体の予算及び担当者が感じている課題についてである。2018年1月から2ヶ月間実施し、167の自治体のプロモーション担当者からの回答を得た。

複数の質問の回答から、

- ・ 地域の理想に近づくにはまだ改善が必要
- ・ 他部局と連携しプロモーションの質の向上
- ・ 予算をかけることが直接の効果には繋がらない

・ 今後 SNS や動画による施策が気になる等が挙げられた。(事業構想 2018 年 5 月号より) これらの結果から、自治体が行うプロモーション活動ではなく、私たち学生が行った活動にも、地域のプロモーションに影響を与えることが十分に可能であることが伺える。また、取り組み方によっては、これまでとは違った成果が得られるのではないかと考えた。

さらに、本研究と同じように学生が PR 映像やラジオ番組を制作する事例があるのか調査した。その結果、大阪観光大学、福島県いわき明星大学の学生による地域 PR 映像がヒットした。また、ラジオ番組については、京都市北区を主なエリアとして、RAIO MIX KYOTO が媒体となり、京都産業大学、佛教大学、大谷大学などの複数の大学の学生が番組制作を行っていることがわかった。

しかし、これらの事例は地域に特化した番組ではなく、学生を対象とし、大学情報や学生のフリートークなどを中心とした番組が多数を占めた。地域だけに限定した番組は少なく、我々が制作してきたような地域に特化した学生の番組は珍しいケースであった。

## 3. 地域プロモーションビデオの制作

### 3.1 三重県菰野町「サトウタリレー」の概要

三重県菰野町では、2015 年から映像を通して地域活性化に取り組む団体「東海アクションプロジェクト」の協力を得て「菰野町観光プロモーションビデオコンテスト」が開催されている。映像を通して、三重県菰野町の魅力を国内外の人に伝え、菰野町への観光客を増やす目的の学生対象のコンテストである。

2017 年度は歌手の SEAMO 氏が制作した曲に合わせ、大学ごとに映像と歌詞を考える形の「サトウタリレー」がコンテストの題材となり、愛知県内の 5 大学 (愛知淑徳大学・愛知工業大学・名古屋外国語大学・金城学院大学) が参加してコンテストが行われた。我々が制作したプロモーションビデオは昨年に引き続き最高賞である優秀賞を獲得することができた。

作品の制作過程としては、2017 年 6 月にロケーションハンティングを行い、7~8 月にコンセプトや歌詞、内容を決定し、9 月に撮影を行った。その後 12 月のコンテスト当日に向けて映像の編集、プレゼンテーションの準備などを行った。

我々が作成した映像は、「女子旅」をコンセプトに三

重県菰野町での日帰り旅行を楽しむというストーリーである。また、SNS をモチーフとし、女性ならではの視点で、観光スポットを紹介した。また、当日のプレゼンテーションでは写真を多用したスライド使用し、会場では Instagram 風のリーフレットを配布するなどした。

### 3.2 作品の評価点

審査員は東海アクションプロジェクトを組織する堤幸彦監督、楽曲を提供した SEAMO 氏を初めとする全 4 名である。

作品の評価点は、

- ・ 菰野町に来た人たちが街を楽しむ様子が素直に映像に表現できている
- ・ メロディーにとらわれない新しい歌詞の付け方
- ・ 手書き風のテロップ
- ・ 女子大生ならではの工夫された表現

等が挙げられた。

学生だからこそ作ることのできる雰囲気や、若者向けの映像やアイデアが優秀賞につながったと考えられる。

## 4. 愛知県瀬戸市でのラジオ番組制作

我々のゼミでは、愛知県瀬戸市において、陶都・瀬戸の魅力を発見する「とーとせと PR 隊」を結成しており、その活動の 1 つとして、6 年間に渡って、隔週でラジオ番組の生放送を担当してきた。出演する番組は、行政情報番組「せとまちラジオ」の中でのコーナー「瀬戸ラボ」の 10 分間の枠で、二週間に一度、女子大生の目線で行った取材をもとに台本を作成、自分たちの表現でリスナーに伝えることで地域の活性化を目的とした。取材先の主なカテゴリーとしては、以下の通りである。

- ・ 地元の祭りや観光地などの「イベント」
- ・ カフェなどの「食」
- ・ アートなどの「体験」「人」

自分たちで取材先を探すところから始まり、行った取材をもとに台本を作成し、放送する。時には地元の企業や様々な活動をしている人にインタビューも行い、得た情報から企画を考えるなどした。放送終了後は Facebook や Instagram でもその日の放送についての記事を掲載し、SNS を利用した情報の発信も積極的に行った。

### 4.1 放送による成果

このラジオ番組の活動は 2012 年から行っており、今年で 7 年目となる。活動をしていくうち、企業や店の方から逆に取材をしてほしいと要望を受けたり、インタビューした際の地域の方や、各関係者の方に新たに取材先を提案していただくなど、徐々にせとラボが認知され、受け入れられてきたこともわかってきた。

このような数字に表しにくい部分での評価により、ラジオを通し、新たな瀬戸市の魅力を発信するとともに、地元の方も知らなかった新しい瀬戸市の一面を発見するきっかけとなったことがわかった。

## 5. 考察

我々が行った活動を踏まえ、地域プロモーションの実態と他大学の事例とともに考察する。

本学が行ってきたこれら二つの地域プロモーション活動は、どちらの地域にも全く関わりのなかった本学の学生が、その地域の魅力を発信するという共通点があった。これはつまり、我々が先輩から活動を受け継ぎ、それを続けることで、地域の魅力を発信する学生自身がまずはその地域について「知る」ことから始まるということだ。そして、新しくその地域を知りながら、同世代の若者へ魅力を発信していき、続けたことが結果的に、まずはゼミという単位、大学という単位で瀬戸についての情報が広がり、それが地域の魅力を広めるきっかけとなっているのは確かではないだろうか。

予備知識のない状態で地域に出向き、自分たちも知っていくということから始めて取材を進めていくことで、知らないからこそ地元住民に気付かれにくい部分での魅力を発見できると考える。

このような外部の私たち学生からの視点は、つまりそこに住んでいる住民の視点ではなく、他地域に住む若者の目線と同じである。その時の若者の流行や SNS の動きをリアルタイムでキャッチしながら取材を行うことができる。これは学生がプロモーション活動を行う場合の最大の価値ではないだろうか。

## 6. おわりに

本研究では学生による地域プロモーションの価値について考察してきた。しかし、まだ数値的な結果や具体的な細かい成果が得られていないことや、地域への理想に近づいているかという部分では課題が残る。

今後、この活動を継続していくことで、またさらに地域の新たな魅力の発見、発信や数値的な成果を得ていきたい。

### 参考文献・URL

- (1) 河井孝仁：“シティプロモーションでまちを変える、彩流社(2016)
- (2) 電通総研 メディアイノベーション研究部：“情報メディア白書 2017”，ダイヤモンド社 (2017)。
- (3) 事業構想大学院大学：事業構想 2018 年 5 月号 全国アンケートで明らかに 自治体指定プロモーションの実態 <https://www.projectdesign.jp/201805/prom-local/004853.php>