第３５回市民自治推進委員会　産業躍動部会会議録

（敬称略）

|  |  |
| --- | --- |
| 開催日時 | 令和５年　２月１６日（水）１８時００分～１９時００分 |
| 開催場所 | 登別市役所　２階　第２委員会室 |
| 出席者 | （部 会 長）川田　弘教（副部会長）吉田　武史（部 会 員）小川　昌宏、近井　一夫、（庁内委員）渡部　光夫（オブザーバー）北海道登別青嶺高等学校　教諭　１名　　　　　　　　　　　　　　　　　　生徒　２名（事 務 局）大越　智輝、佐々木　健、松下　英冬　（欠席委員）鈴木　高士、宮下　裕次、玉川　美智子服部　仁 |
| 議題 | ・今後の取り組み案について |

【今後の取り組み案について】

（事務局）

　前回の部会では、登別の知名度を向上させるため、食に限らずＳＮＳ等を活用して登別を広くＰＲするような取り組みをしてはどうか？というはなしとなり、その中で若い世代の方の意見も取り入れるべきという提案があり、本日、登別青嶺高校の生徒・教諭にお越しいただいた。

ＳＮＳの活用について事務局もどんな方法がいいか若手職員からも意見を聞きながら協議したが、最近の流行はYouTube動画よりもInstagramの方が気軽に利用できるため、日常的に利用しているという意見があった。

そのことについてどう考えるか？

（登別青嶺高校生徒）

　昨年度、産業躍動部会が作成したYouTube動画は５分ほどのものだったが、視聴者としては動画の時間が長いと感じた。写真や短い動画の方が、魅力を伝える手段としては適していると思う。

（部会員）

　Instagramではどれくらいの再生時間の動画が一般的なのか。

（登別青嶺高校生徒）

　２０秒から３０秒程度のものが多いと感じる。

（登別青嶺高校教諭）

　私は何か作業をしながら動画を流す場合が多いが、学校内の生徒の様子を見ていると、スマートフォンの画面を短時間で切り替えながら利用している生徒が多い。逆に、YouTube動画などをじっくり見ているという様子はあまり見かけない。高校生などの若い世代まで取り組みを浸透させるなら、Instagramの方が馴染んでいると思う。

（部会員）

　学校の活動をSNSで発信するようなことは行っているか。

（登別青嶺高校教諭）

　本校から外部へ発信する形では利用していないが、ピンクシャツデーなど、外部の団体と共同で行う取り組みの場合には利用していることもある。

（部会員）

　学校では個人情報の流出を恐れて利用していない場合が多いのではないか。ホームページでも、生徒の顔や名前を出さないよう配慮しているように感じられるし、先生の名前すらも掲載されていない場合が多い。ただ、生徒が自発的に活動するケースは増えている。

（部会員）

　本日参加の登別青嶺高校生徒生徒の二人はSNSを駆使して情報の発信をしているか？

（登別青嶺高校生徒）

　情報の発信はしていないが、日常的に視聴はしている。

（部会員）

　最近はインターネット通販の商品紹介でも、数十秒にまとめている場合が多い。それ以上の時間では飽きてしまうということではないか。

（部会員）

　私がYouTubeを見る際も、再生時間の長いものの方が解説が詳しいとは分かっているが、要約された短いものの方が手軽であると感じる。

（部会員）

　Instagramなどに投稿した短い動画の終盤にリンクを設け、YouTubeに投稿してある本編動画に誘導する手法もある。

（部会員）

　魅力的な出演者を募ることも重要ではないか。昨年度に作成した料理動画なども、出演者が学生でなければ再生数は更に少なかったと思う。若い世代をターゲットにするのであれば、同年代の魅力的な出演者を活用するのが有効であると思う。

（事務局）

　道内の他自治体や観光協会などで実際にInstagramを活用している事例があるため、ご覧いただきたい。

～事務局より函館市、洞爺湖温泉観光協会、定山渓観光協会のInstagram活用状況を説明～

（部会員）

　写真も多数投稿されているが、主にストーリー機能やリール機能が活用されている。Instagram利用者が日常的に利用するのは短い動画を次々と視聴できるそれらの機能だ。

（部会員）

　短い動画にURLを埋め込むことで、興味を持った人が更に詳しい情報に触れられるよう工夫されている。

（部会員）

　画面に動きを付け、次々と場面を切り替えていく。若い世代は気になるものがあれば自ら調べるので、次々と切り替えて構わない。

（登別青嶺高校生徒）

　参考までに、我々もサンプル動画を作ったのでご覧いただきたい。

～登別青嶺高校生徒作成の短編動画視聴～

（部会員）

　この動画の製作にはどれくらいの時間を要したのか？

（登別青嶺高校生徒）

　およそ３０分ほどで作ることができた。

（部会員）

　大変素晴らしい動画であるが、使用する写真や音源の著作権などの問題がある。個人のアカウントで投稿する場合には大きな問題とはならなくても、産業躍動部会として取り組む場合にはそのあたりを解決する必要があるため、産業躍動部会で集めた素材を使って動画などを制作してもらう形が良いかもしれない。

（部会員）

　本日参加してていただいた生徒二人だけではなく、学生委員会を組織しても良いのではないか。それぞれの感覚で作成してもらえば、それだけでかなりのバリエーションが生まれるだろう。また、動画作成だけでなく実際に市内各所に赴き、若い世代が魅力を感じるものを素材とするのも良いと思う。

（部会員）

　現代の中学生や高校生、スマートフォンを持っている若い世代の多くは動画を制作する技術を持っていると思うので、動画コンテストを開催すれば多くの作品を集められるのではないか。集めた作品を審査し、ランキング形式で産業躍動部会の公式アカウントから投稿すれば、適度な投稿間隔で取り組みを続けることができる。

（部会員）

　動画を制作する際には、登別ブランド推奨品なども使用できると良い。

（部会員）

　SNSの世界ではフォロワー数２万人が１つの目安とされており、２万人を超えるとそのうちの１％が顧客になると言われている。函館市のアカウントはその区切りを突破しており、多くの恩恵を受けられているだろうと思われるので、そこを目指したい。また、登別国際観光コンベンション協会のInstagramとコラボレーションした取り組みでも良いのではないか。

（部会員）

　登別国際観光コンベンション協会が運用しているInstagramアカウント上で、産業躍動部会にて作成した動画や写真を投稿していただいてはどうか。

（事務局）

　登別国際観光コンベンション協会と一度協議する。

●次回日程：３月２０日（月）１８時～

　　　　　　今回参加していただいた登別青嶺高等学校の生徒、教諭にも参加

していただくこととなった。