

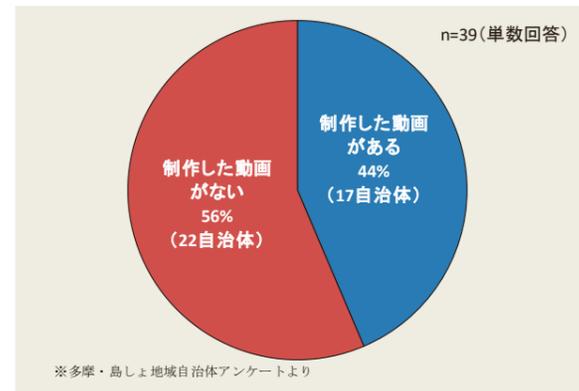
3. 多摩・島しょ地域自治体の現状

まずは、アンケートから多摩・島しょ地域自治体の現状を見ていきます。

○多摩・島しょ地域自治体アンケート概要
対象自治体：多摩・島しょ地域の全39自治体
対象部署：シティプロモーション担当部署
実施時期：平成29年5月

(1) 動画の制作

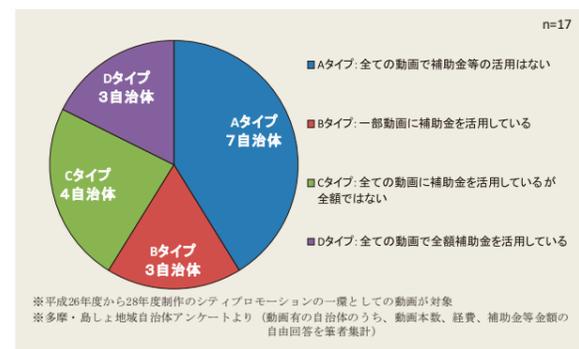
図表1は、動画制作への取組状況です。



▲図表1 動画コンテンツの有無

設問は、シティプロモーションの一環として自治体が制作した動画について聞いており、「制作した動画がある」自治体数を若干上回っています。冒頭の全国移住ナビの登録は全国自治体数の約4割であり、それと比較すると同水準ということになります。

また、図表2は図表1で「制作した動画がある」と回答した自治体に、動画制作にあたっての補助金等の活用度合を聞いたものです。



▲図表2 補助金等の活用度合

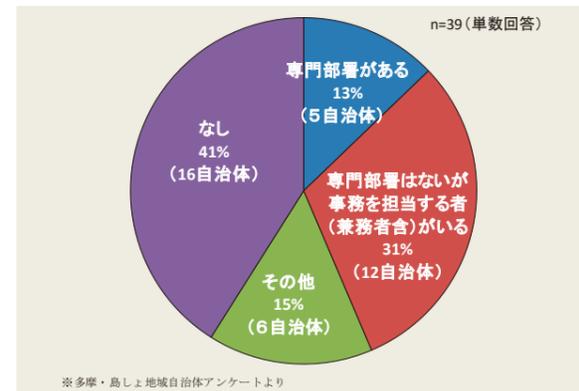
動画を制作している17自治体のうち、7自治体が「全ての動画で補助金等の活用はない」と

しています。なお、補助金の活用度が低いほど業者への委託が少なく、活用度が高いほど業者への委託が多い傾向にありました。

ただし、ここで集計した動画以外にも、観光協会、商工会、有志職員など異なる組織体で動画を制作している場合も考えられ、考察には一定の留意が必要です。

(2) 専門部署の設置

図表3は、事務分掌に基づいたシティプロモーション専門部署の設置状況です。

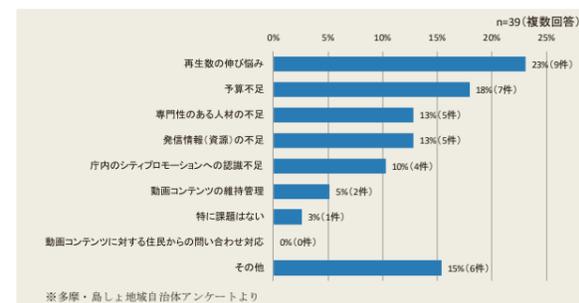


▲図表3 シティプロモーション専門部署の設置状況

「その他」の内訳としては、概ね「専門部署はないが事務を担当する者（兼務者含）がいる」旨の内容が挙げられています。つまり、実質的に事務を担当している部署を含めると、事務分掌としてシティプロモーションに取り組んでいる自治体の割合は約6割となります。ただし、「専門部署がある」とする自治体はわずか5自治体にとどまっています。

(3) 課題・取組

図表4は、動画を活用するにあたって考えられている主な課題です。

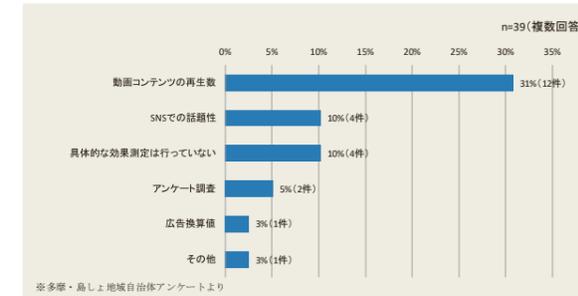


▲図表4 動画活用における主な課題

シティプロモーションにおける動画活用の課題としては、「再生数の伸び悩み」が最も多く

挙げられています。また、次いで予算・人材・資源の不足が挙げられており、本当に求めている内容の動画が制作できていない可能性が予想されます。

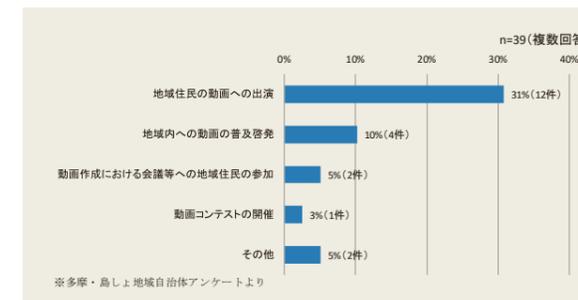
図表5は、動画の効果測定の方法です。



▲図表5 効果測定の方法

効果測定の方法としては、「動画コンテンツの再生数」が最も多く挙げられています。図表4で「再生数の伸び悩み」が課題として挙げられていたのは、こうした点が一因とも考えられます。

図表6は、動画における地域の巻き込みに関する取組です。



▲図表6 動画における地域の巻き込みに関する実施したことがある取組

地域の巻き込みに関しては、「地域住民の動画への出演」を実施したという回答が最も多く挙がっています。一方、住民の会議等への参加やコンテストの開催など、住民が動画の内容により深く関わるような仕組みは少ないことがうかがえます。

ここまで、多摩・島しょ地域自治体の現状について見てきました。全体として、シティプロモーションの一環として動画を制作している自治体数は少なく、専門部署の設置や地域を巻き込んだ取組も多くはありません。こうした点で、多くの自治体が課題と考える再生数増加や、動

画活用に対する取組を行うには十分とは言い難い状況と言えます。

4. 動画活用にあたってのポイント

動画は、話題を集め再生してもらうことが出発点です。ただ、それだけではなく、そこから動画を活用した取組、そして目的とする効果へつなげていくことが重要となってきます。ここからは、冒頭で紹介した4つの先進自治体のアンケート回答を軸に、多摩・島しょ地域自治体が留意すべき3つのポイントを示していきます。

○先進自治体アンケート概要
対象自治体：南知多町（愛知県）、宇治市（京都府）、呉市（広島県）、松山市（愛媛県）の4自治体
対象部署：対象動画^[4]担当部署
実施時期：平成29年5月

(1) 発信力の強化（ポイント1）

① 動画共有サービスの活用

先進自治体では、動画発信のツールとしてYouTubeを利用しています。ご存知のとおり、YouTubeとは、Google社が運営する動画共有サービスで、利用者が投稿した動画データを、他の利用者がWebサイト上やアプリケーション等で閲覧できるものです。動画共有サービスの中でも特に利用者が多いことから、多くの自治体が動画発信のツールとして利用しています。また、YouTube利用の優位点として、①視聴者が年齢にかかわらず、また国を越えて閲覧する可能性がある、②SNSで拡散する可能性がある、③アカウントを取得しなくても閲覧可能である、の3点が、先進自治体アンケートで挙げられています。まずは、こうした優位点を意識し動画を発信することで、より高い動画発信力に結び付けることができるのではないのでしょうか。

② インパクトと拡散

では、動画発信のツールを選択する以外で動画の発信力を高めるためには、どのようなことに留意すればよいのでしょうか。発信力を高めるために必要なこととして先進自治体から共通して挙げられるキーワードは、「インパクト」と「拡散」です。