

## 自治体の広報活動における移住定住促進 PR 動画の特徴と役割

吉田 明加

近年、地域活性化の活動が広まっている。国は「地方創生」を掲げ、各自治体は地域の PR への取り組みを強化している。特に最近では、動画を用いた地域 PR が盛んになっている。インターネットにおける動画を地域振興に役立てることの可能性については、20 世紀末から指摘されていた。その後、多くの自治体がインターネット上に PR 動画を公開し、近年では、移住定住促進を目的とした PR 動画が話題となっている。しかし、自治体の PR 動画についての研究は、管見の限り現れていない。そこで本研究では、現在インターネット上で公開されている全国自治体の PR 動画を調査対象とし、特にそのうち、移住定住促進 PR 動画の特徴や役割について考察することを目的とする。

本研究の調査方法は、Web 調査とインタビュー調査である。Web 調査では、全国自治体の PR 動画を Web 上で確認できる限り視聴して、その構成や内容について分析した。インタビュー調査では、Web 調査の結果際立った特徴を示した移住定住促進 PR 動画について、宮崎県小林市と茨城県つくば市の動画を取り上げ、それぞれの市役所の担当者に話を伺った。

Web 調査において、抽出された全国自治体の PR 動画は 192 本である。それらを視聴した結果、移住定住促進 PR 動画が 79 本と 4 割以上を占めていることや、移住定住促進 PR 動画の公開時期が比較的新しいことがわかった。そこで、それらについて構成や内容を詳細に分析した。その結果、移住定住促進 PR 動画においては、極めて多くの視聴回数を獲得している動画がごく少数存在することや、動画の構成が物語性を持つものと説明的であるものに大きく分けられることがわかった。こうした視聴回数や構成の差には、各自治体の現状や移住定住促進 PR 動画に対する姿勢の違いが反映されていると考え、インタビュー調査を行った。小林市では、市の認知度向上を移住定住促進 PR 動画の主な制作目的としていたため、動画の話題性を重視し、物語性を持つ動画を制作した。一方つくば市では、実際に移住を考える人々に役立ててもらうことを移住定住促進 PR 動画の主な制作目的としていたため、動画の実用性を重視し、移住者が自身の体験を語る説明的な動画を制作した。

各自治体は個々の現状やニーズに合った移住定住促進 PR 動画を制作しており、その構成や内容も様々である。インターネットでの動画公開が直ちに移住者や定住者の増加に結びつくとはいえない。しかし移住定住促進 PR 動画の制作には、移住者や定住者の増加以外にも、交流人口の増加や郷土愛の醸成など様々な役割があることがわかった。これらの役割を發揮させるためには、メディアの特性に応じた効果的な広報戦略も重要であるといえる。

本研究は、自治体の広報活動における移住定住促進 PR 動画について調査し、その特徴や役割について考察した。そして、それらの動画が移住定住促進以外にもさまざまな役割を果たしうることを明らかにした。本研究の結果は、インターネット動画を用いる自治体の広報活動について新たな視点を示した点で、今後の活動に有益なものになると考えられる。

(指導教員 辻泰明)