

政策の説明における動画活用の可能性

—舞鶴市 市民レビューへの参加者増加のための提案—



第15回京都から発信する政策研究交流大会 2018年12月15日(日)
京都府立大学大学院 公共政策学研究科
博士後期課程3回生 池田 葉月

本研究の概要

行政
(地方自治体)



さまざまな工夫
・ホームページ
・広報誌(紙)



関心・理解??

市民



基本的には文字による情報提供だが、他の媒体や方法もある
主にPR系で活用されている動画という媒体を
政策や制度の説明にも活用できるのではないか？
特にExplainer Videoに可能性があるのではないか？

1. 行政における動画活用の現状

地方自治体による情報提供における工夫



広報誌(紙)



観光ポータルサイト



シティプロモーション
移住・定住

地域の魅力を発信し、観光客や移住者を獲得したい!

若年層に行政の情報伝える方法として有効では?

動画に対する関心

(井上 2016、p.62; 財界九州 2016、p.98)

日本の地方自治体における動画活用の課題

1.内容が堅く、関心を持たれにくい場合も多い

- ターゲットが多様で絞りにくい(北海道振興協会2017、p.5・p.19)
- わかりやすい形に加工できていない(野見山 2017、p.58)
- 公平性を重視しすぎる傾向がある(野見山 2017、p.59)

2.動画の制作に必要なスキルを持っている職員が少ない

- 一定のスキルや経験がある方が望ましいが、外注する方が適している場合もある(北海道振興協会 2016、pp.19-20)

3.国の補助金を財源としている場合が多い

- 動画の継続性や即時性が低下する可能性がある(牧野・伏見 2019、p.8)

4.制作されている動画の分野が偏っている

- 観光やシティプロモーションなど地域のPR系が中心

動画の活用を取り巻く環境の変化(吉川 2018、p.5)

以前は...



専門家が市場を独占



高コスト

現在は...



- ・安価で良い機材も増えてきており、高画質の画像を撮影することも容易
- ・編集ソフトとインターネットがあれば誰でも発信できる時代
- ・動画に慣れ親しんでいる人が増加

2. 媒体としての動画の特徴

情報提供の方法とその特徴

方法	長所	短所	例
文章中心	詳しく説明できる	分量が多く読まれないことも多い	<ul style="list-style-type: none"> ・報告書 ・報告書の要約版
文章＋図表	文章と視覚的要素の組合せによって理解が促進される	情報量が制限される	<ul style="list-style-type: none"> ・ポスター ・two-pagers ・ニュースレター ・グラフィックレコーディング
図表中心	視覚的に理解できる		<ul style="list-style-type: none"> ・インフォグラフィックス ・マッピング ・ダッシュボード
動画	<ul style="list-style-type: none"> ・視覚と聴覚に訴える ・動きや音の効果 	<ul style="list-style-type: none"> ・スキルと経験が必要 ・真剣さが伝わらない 	<ul style="list-style-type: none"> ・実写 ・解説動画
口頭	<ul style="list-style-type: none"> ・視覚と聴覚に訴える ・説明者に質問できる 	<ul style="list-style-type: none"> ・スキルと経験が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・プレゼンテーション
その他	関心や注目を集めやすい	<ul style="list-style-type: none"> ・汎用性が低い ・真剣さが伝わらない 	<ul style="list-style-type: none"> ・折り紙細工 ・詩 ・劇、ダンス

動画という媒体の特徴

1. 発信できる情報量が多い

- 文章だけでは十分に記録できないことや文脈を伝えられる
- 視覚と聴覚の両方に訴えられる
- 文章<1枚の図は1000語<1分の動画は180万語(フォレスターリサーチの調査)

2. 発信力が高い

- インターネットと組み合わせることで国内外に発信できる
- SNSを通じて広く共有される

3. 活字の媒体に比べると軽視される傾向がある

- アナログ世代とデジタル世代のギャップ
- 年齢が高くなるほど動画に対する評価は低くなる

動画の種類

	Animated Video (PR系の動画)	Explainer Video (解説動画)
主な用途	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地の紹介 ・シティプロモーション ・ドキュメンタリー ・レポート 	<ul style="list-style-type: none"> ・複雑な結果や概念、制度などを短時間(3分程度)で説明するもの ・営業や販売促進、教育、政策提言 ・社内マニュアルの変更通知
一般的なパターン	<ul style="list-style-type: none"> ・実写 ・撮影した素材を編集する 	<ul style="list-style-type: none"> ・切り抜いた白黒のイラスト ・音声での説明 ・効果音(最小限)
その他の特徴		<ul style="list-style-type: none"> ・年齢や国籍、性別、読み書きのレベルが異なる場合にも対応できる

(出所) Hutchinson 2017, p.78; 宣伝会議Advertimes; simpleshowより報告者作成

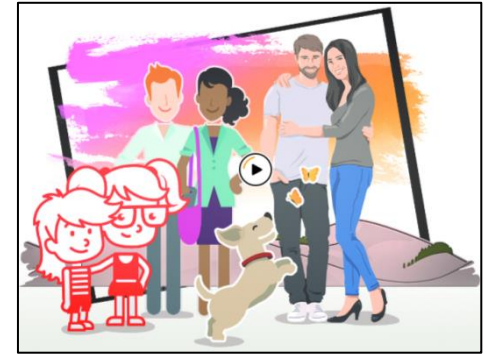
解説動画のバリエーション



切り抜いたイラストを
2本の手で動かす



ディスクが回転して
イラストが入れ替わっていく



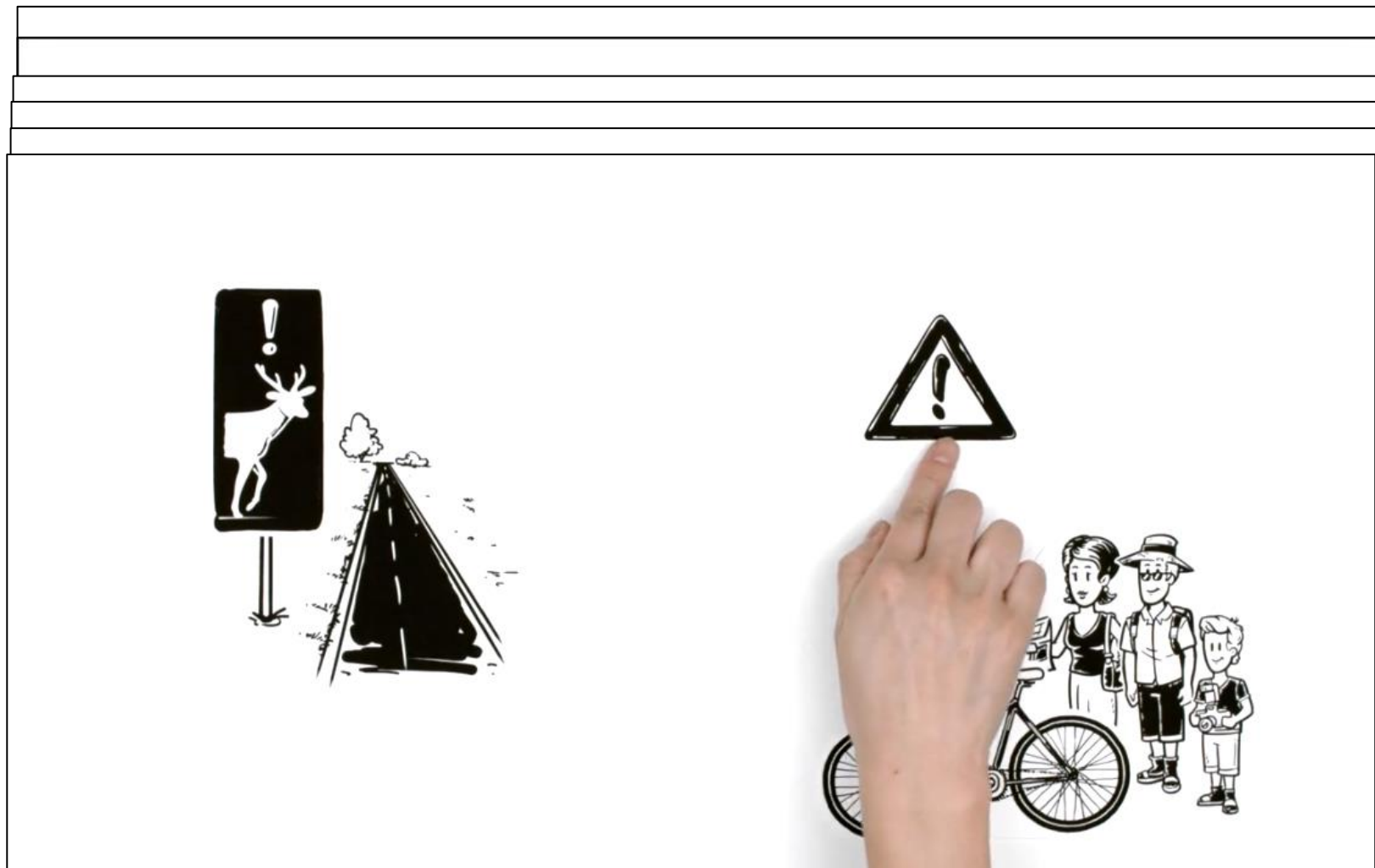
フルアニメーションも可能

- ・動きが少ない
- ・色が少ない

- ・動きが多い
- ・色が多い

欧米では活用されている

解説動画の例：奈良の鹿（76秒）



解説動画の効果(一例)

フェンシングの用具を子どもに寄付するプロジェクトを解説動画で紹介する



73人の選手が参加し、295個の用具が寄付された

- ・わかりにくい数値を解説動画で説明する
- ・プレゼンの導入部分で内容のエッセンスを凝縮して伝える



営業を始めてから契約締結までの時間が短縮された

解説動画の意義・可能性

1. シンプルにすることによってわかりやすさを実現している

- 使用される色や音、動きが少ない
- 3分程度の短時間で簡潔に説明できる

2. 様々な世代、属性の人々に対応できる

- イラストだけでもある程度理解できる

3. 実写よりも制作の難易度が低い

- 撮影や演技のスキルは必要ない
- 編集作業の難易度も低い

3. 本研究における提案と今後の展開

ある日突然、このような案内が届いたらどう思いますか？

令和元年度「市民レビュー」市民審査員 ご協力をお願い

…中略…

この総合計画に基づく取り組みを市民の皆様にご理解いただくとともに、これから地域が一体となってよりよいまちづくりを推し進めていく契機とするため、令和元年度「市民レビュー」を10月26日(土)に実施します。

この「市民レビュー」では、広く市民の皆様からご意見をいただきたいと考え、住民基本台帳から市民審査員の候補者を無作為に抽出し、案内を送付させていただいております。市民審査員の役割は、舞鶴市の取り組みについての説明を聞いていただいた後、市の取り組みをよりよくするにはどうすればいいか、といった改善の視点に基づきご意見をいただくものです。

皆様からのご意見を今後の施策に反映させていきたく存じますので、是非ともご参加をお願いいたします。

参加をご承諾いただける場合は、別紙の承諾書をご返送ください。参加者には、事前に詳細のご説明をさせていただく予定にしております。

本来であればお伺いしてお願いすべきところですが、略儀ながら書中にてお願い申し上げます。

令和元年8月
舞鶴市長 多々見 良 三

市民レビューにおける情報提供

情報のタイプ	イベントなどへの参加者の募集
受け手	住民
受け手に求めること	市民レビューへの参加と発言
媒体	紙、ホームページ <ul style="list-style-type: none"> ・文章中心の報告書 ・広報での開催案内(文章のみ) ・無作為抽出の市民への依頼状(文章のみ)



(出所) 報告者作成



各課の窓口 ▶

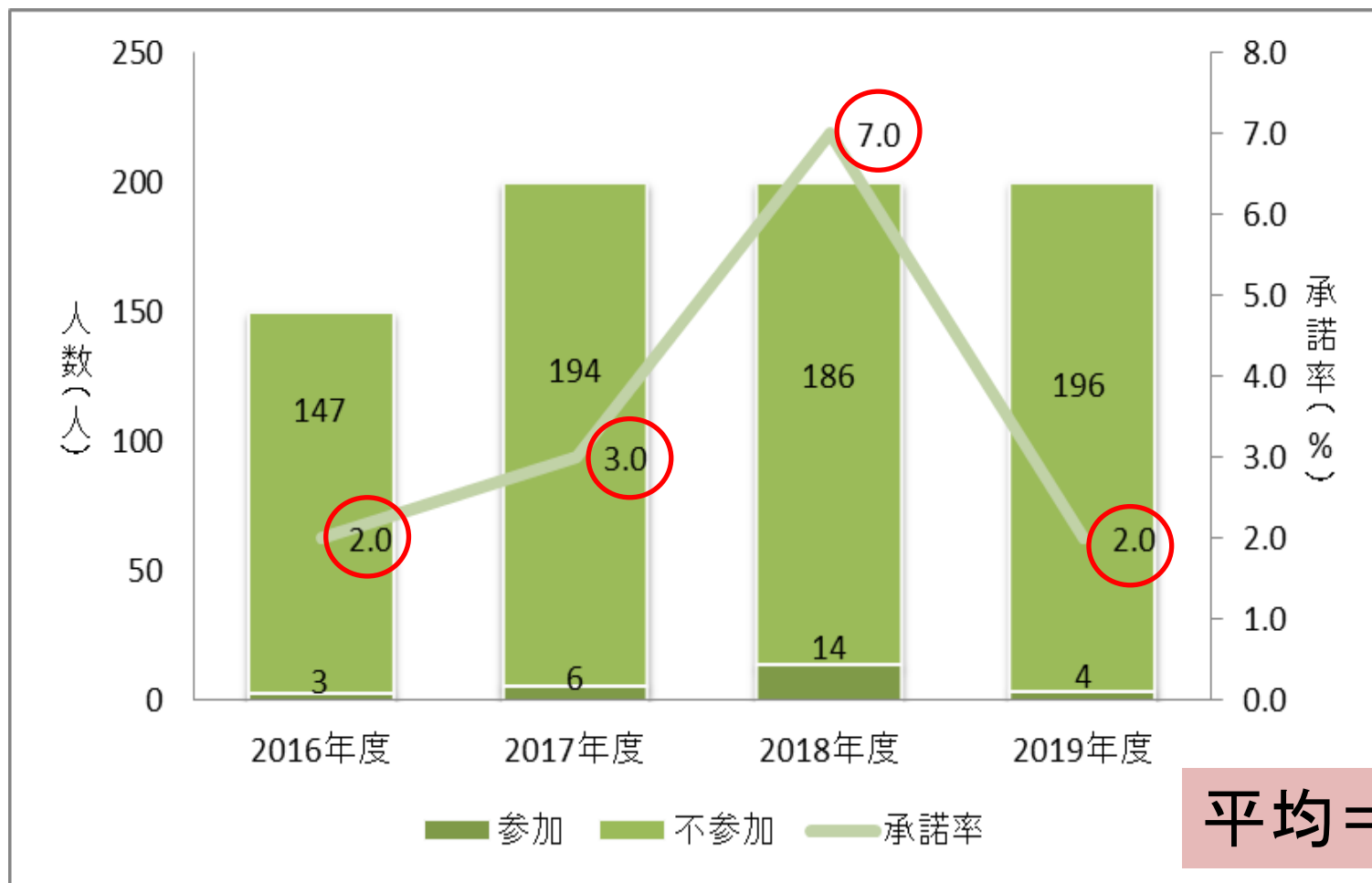
策課

舞鶴版・地方創生についての市民レビュー

▶ 平成29年度 舞鶴版・地方創生についての市民レビューの意見・提案の反映について [2019年1月4日]

▶ 平成28年度 舞鶴版・地方創生についての市民レビューの意見・提案の反映について [2018年12月28日]

無作為抽出の市民の承諾率



アンケートのデザイン

調査の目的: 無作為抽出で選ばれた市民で、市民レビューに参加する人・参加しない人の属性、意識、行動を明らかにすること

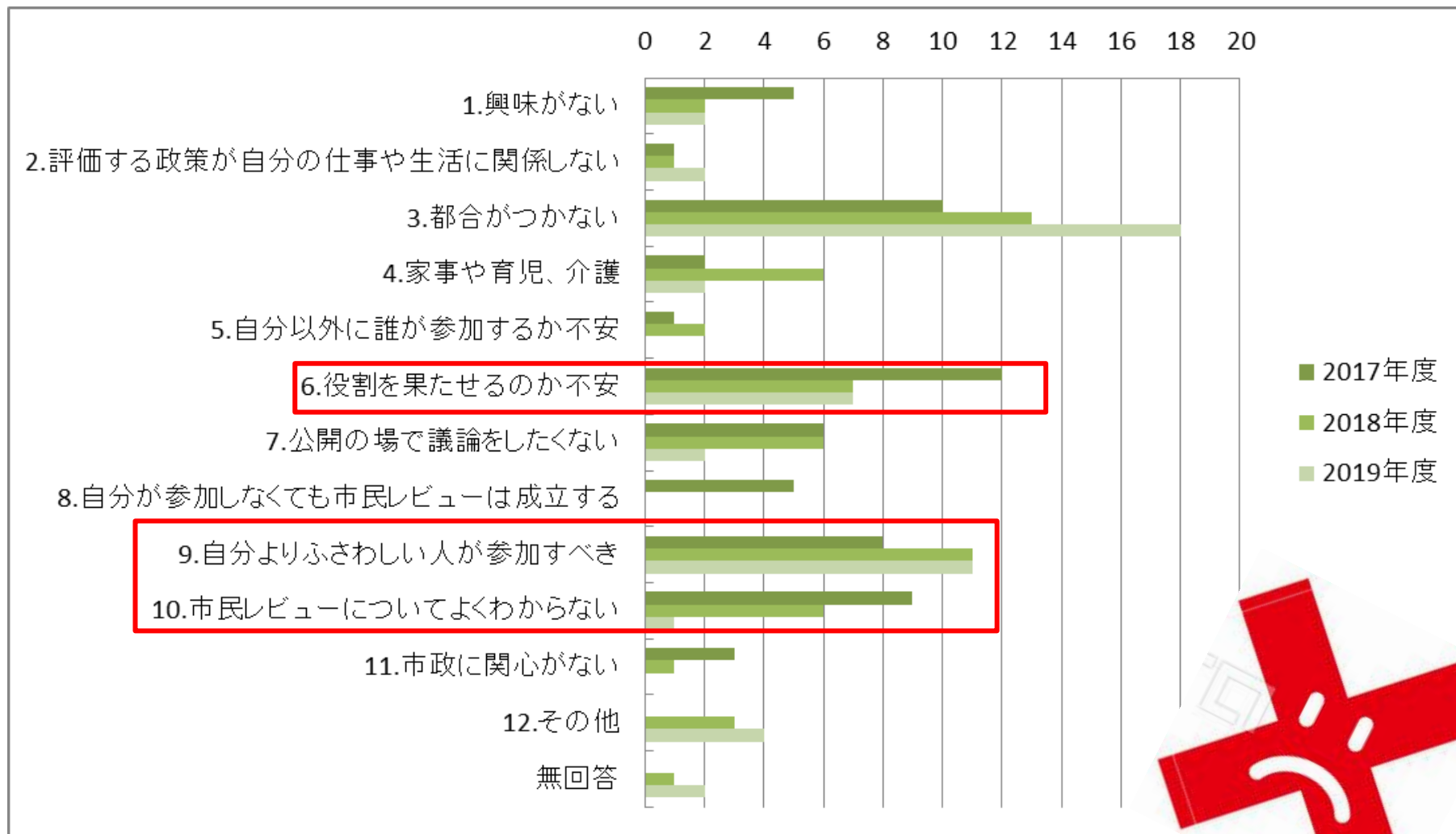
主な質問

- ・市政への関心の程度
- ・市政や地域活動への関わり
- ・市民レビューについてどの程度知っていたか
- ・参加する理由、参加しない理由
- ・参加しやすくする方法

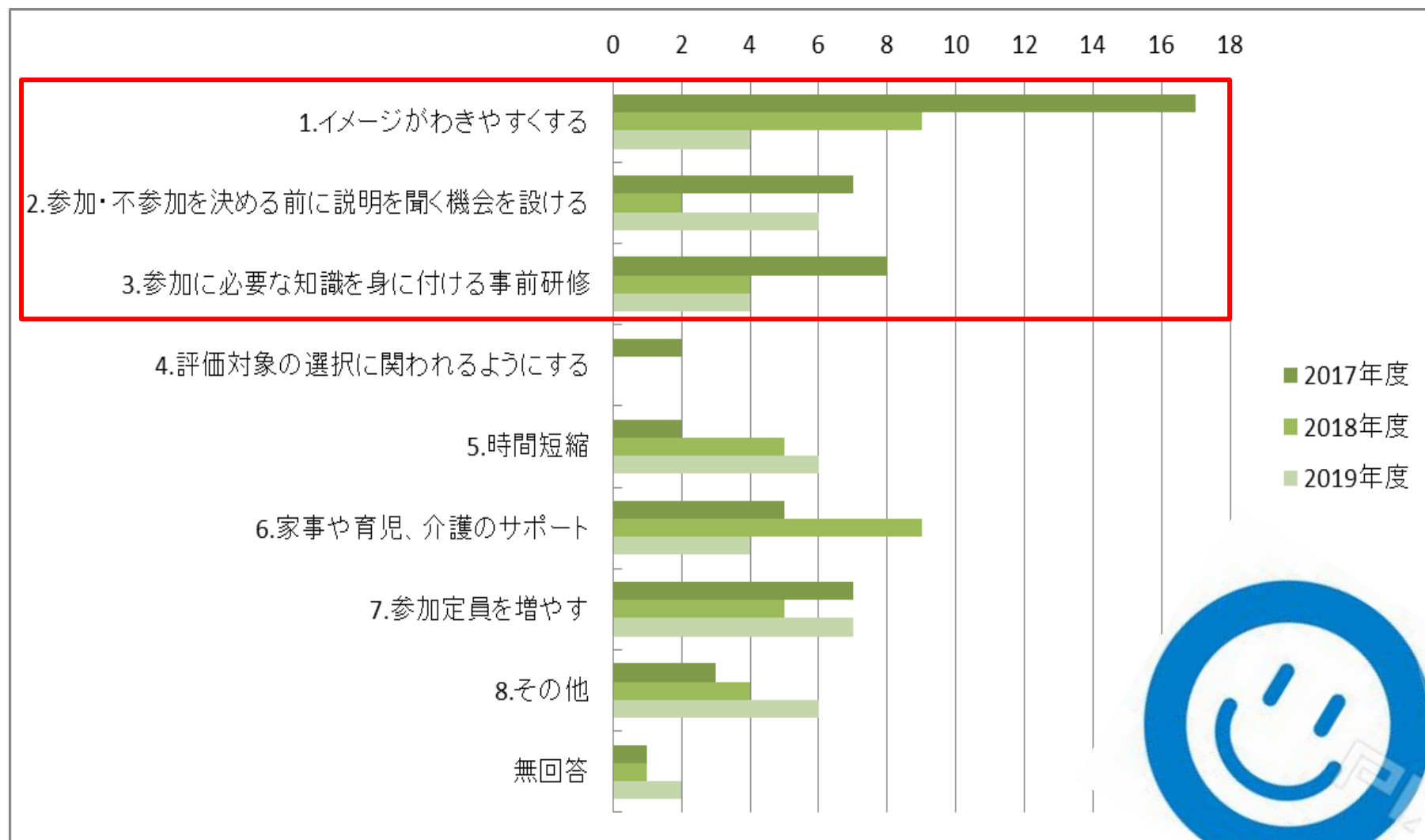
アンケートの回収率

	2017年度	2018年度	2019年度
送付した数	200枚	200枚	200枚
回収した数	31枚	40枚	30枚
回収率	15.5%	20.0%	15.0%

アンケートの結果1: 参加しない理由



アンケートの結果2: 参加しやすくする方法



N=75、単位:人
(出所)報告者作成



現状の問題点

1. 市民レビューがどのようなものか伝わっていない

- そもそも、ほとんど説明されていない
- 文章のみでの説明

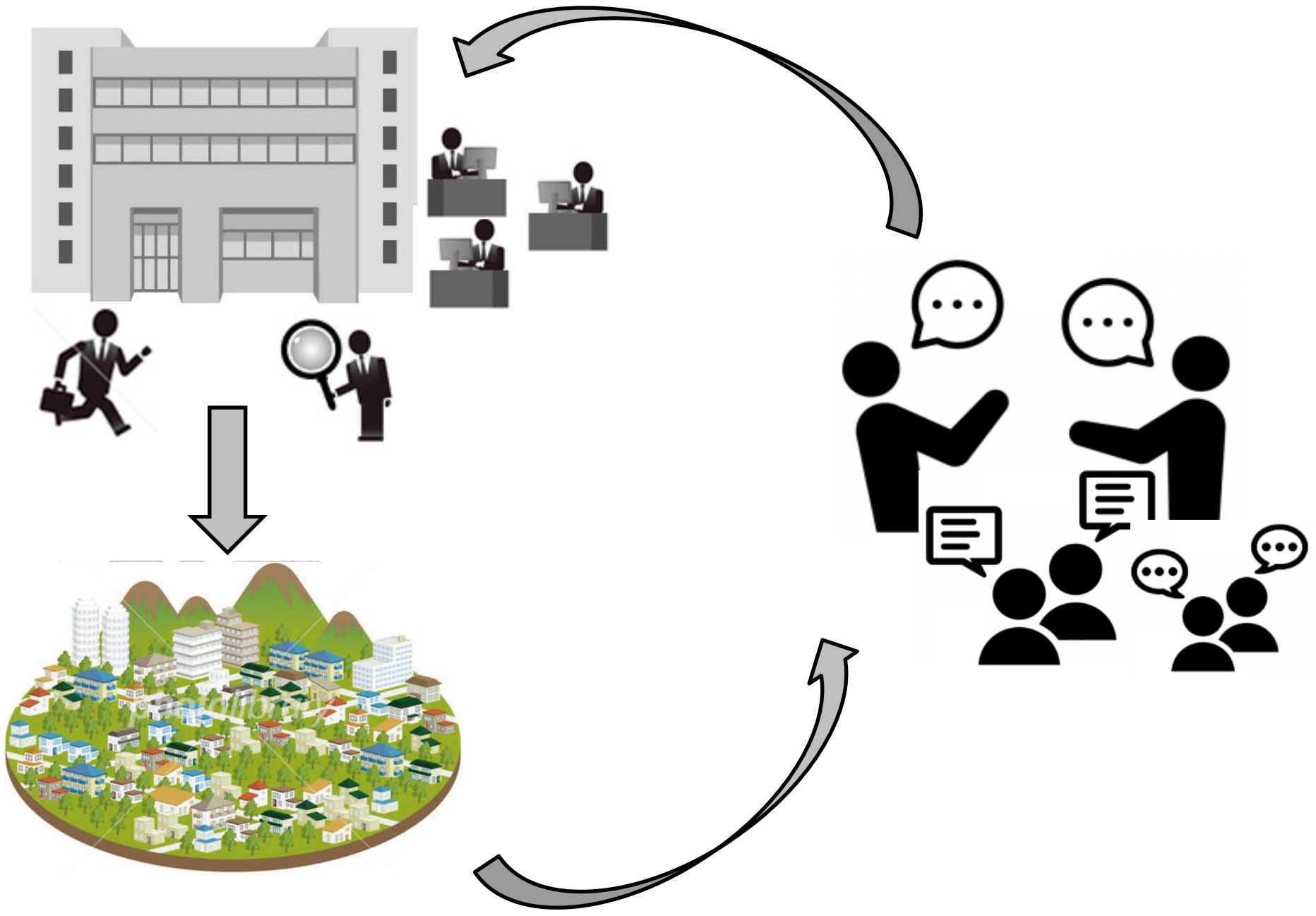
2. 自分も参加できる、参加してみようとは思えない

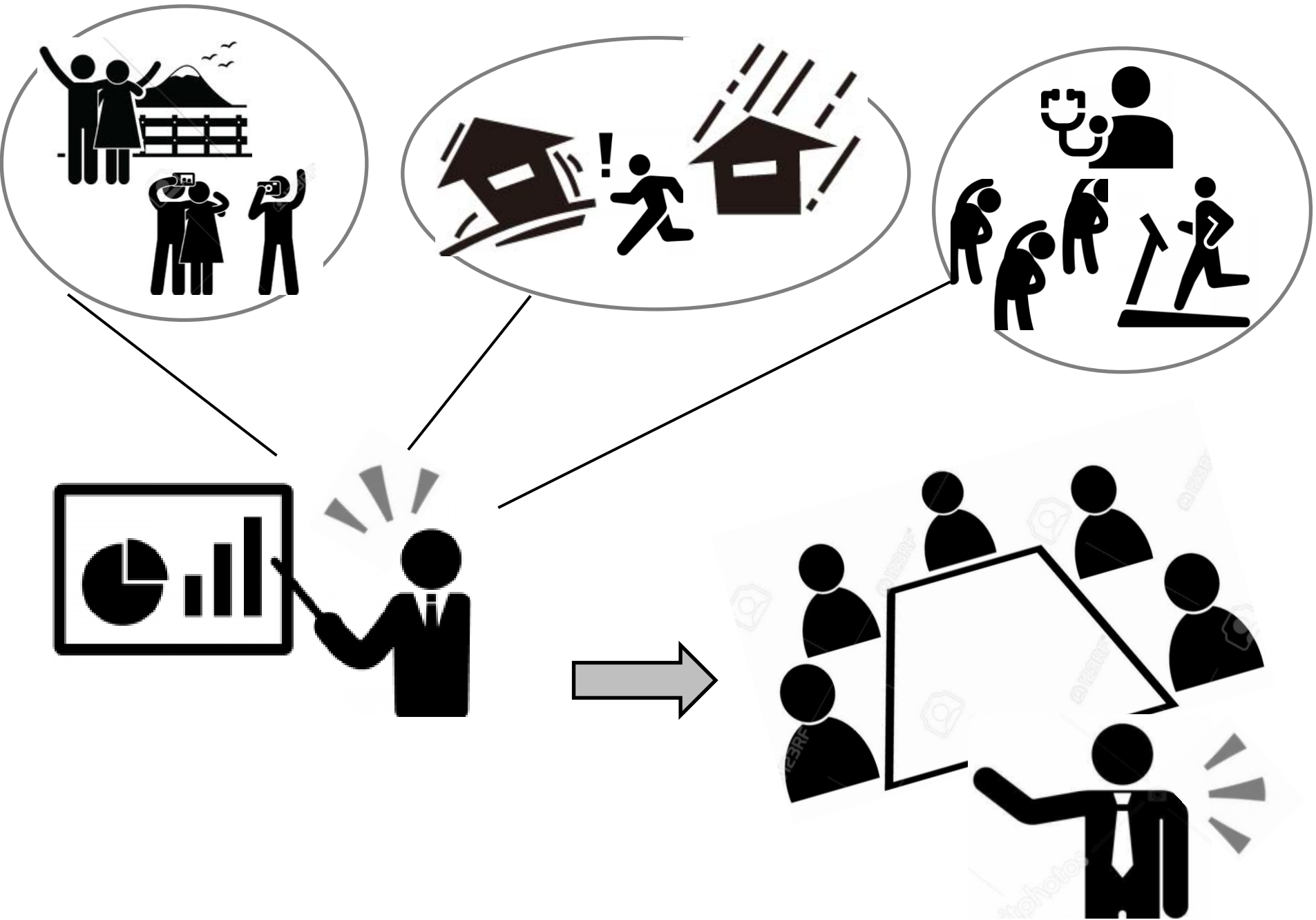
- 参加して何をすればよいのかわからない
- 当日までに何をどの程度準備すればよいのかわからない
- 他にどのような人が参加するのかわからない

提案

解説動画による説明を組み合わせる











皆さんの意見やアイデアを聞かせてください。
一緒によりよい舞鶴をつくりましょう！



令和元年度「市民レビュー」市民審査員 ご協力をお願い

…中略…

この総合計画に基づく取り組みを市民の皆様にご理解いただくとともに、これから地域が一体となってよりよいまちづくりを推し進めていく契機とするため、令和元年度「市民レビュー」を10月26日(土)に実施します。

この「市民レビュー」では、広く市民の皆様からご意見をいただきたいと考え、住民基本台帳から市民審査員の候補者を無作為に抽出し、案内を送付させていただいております。市民審査員の役割は、舞鶴市の取り組みについての説明を聞いていただいた後、市の取り組みをよりよくするにはどうすればいいか、といった改善の視点に基づきご意見をいただくものです。

皆様からのご意見を今後の施策に反映させていきたく存じますので、是非ともご参加をお願いいたします。

参加をご承諾いただける場合は、別紙の承諾書をご返送ください。参加者には、事前に詳細のご説明をさせていただく予定にしております。

本来であればお伺いしてお願いすべきところですが、略儀ながら書中にてお願い申し上げます。

解説動画のURL

令和元年8月
舞鶴市長 多々見 良 三

- ・解説動画を市のホームページで視聴できるようにする
- ・市民審査員への案内にURLや2次元バーコードを載せる

今後の課題

1. 日本の行政では導入例が少ない

- 動画と言えばPRの手段と認識されていることが多い
- 解説動画そのものの認知度も高くない

2. 効果検証に関する研究が少ない

- 文章中心のものなど他の媒体との比較
- animated videoとの比較

多様な方法による情報提供の重要性

1. 効果的に情報を伝えるための4条件

- 伝えたい相手を明確にする
- 計画的に伝える
- 伝えたい情報を構成する要素に段階を設定して層状にする
- 相手に応じて情報を再整理し、内容や構成を変える

2. 複数の媒体を組み合わせることで効果が高まる

- 媒体によって長所と短所が異なる
- 情報の受け手が必要なもの、最適なものを選択できる

(出所) Hutchinson 2017, pp.19-25より報告者作成

参考文献・参考ホームページ

井上博(2016)「自治体広報メディアとして注目されるネット動画」、『経済界』、51(23):62-62

大蔵綾子(2017)「欧米の議会における審議の録画の作成、移管及び利用-アメリカ、イギリスおよびドイツとわが国の比較-」、『レコード・マネジメント』、(72):30-51

財界九州(2016)「地域戦略 北九州市では街の"イメージ刷新"のけん引役に 映画ロケの誘致や動画制作など「魅せる」自治体のイメージ戦略」、『財界九州』、57(10):97-99

野見山真成(2017)「茨城県は自治体の広報を変える！自治体動画サイトNo.1の理由」、『企業診断』64(4):57-60

北海道市町村振興協会(2016)「動画で伝える地域の魅力」、『プラクティス 自治体職員のための政策情報誌』、(21):4-23

牧野竜二・伏見清香(2019)「自治体職員によるスマホによる動画内制の試みと職員の内面変化の検証」、『日本デザイン学会研究発表大会概要集』、66(0):8

Hutchinson, K.S. (2017) A Short Primer on Innovative Evaluation Reporting. National Library of Canada Cataloguing in Publication.

simpleshow

<https://simpleshow.com/jp/>

<https://simpleshow.com/jp/hand/>

<https://simpleshow.com/jp/wheel/>

<https://simpleshow.com/jp/premium/>

宣伝会議Advertimes

動画の普及が後押しする“プレゼン革命”

<https://www.advertimes.com/20150114/article178865/>

舞鶴市

舞鶴版・地方創生についての市民レビュー

https://www.city.maizuru.kyoto.jp/soshiki/17-1-0-0-0_5.html

Yahoo Finance

A Minute of Video Is Worth 1.8 Million Words, According to Forrester Research

<https://finance.yahoo.com/news/minute-video-worth-1-8-130000033.html>

最終閲覧日:2019年12月1日

ご清聴ありがとうございました。