

令和3年12月27日

松阪市議会議長 堀端 脩 様

蒼水会 野呂 一平

研修報告書

研修日時：令和3年12月23日木曜日 14:00～15:30

研修名：広報研修会～YouTubeから学ぶ動画作成のコツ～

開催場所：カリヨンプラザ1階 展示室

講師：工藤 正起 様

サム 様（リモートにて相談対応）

チャンネル「TOLAND VLOG」開設者

語り手サム／聴き手マサキ／編集・事務局くどう（3人でチームを構成）

語り手 サム：株式会社 RiSSHi 代表取締役・CAFE TOLAND 代表

聴き手 マサキ：CAFE TOLAND 副代表・Shaft Design

編集 くどう：動画クリエイター・弁護士秘書・Shaft Design・鍼灸師



チャンネル登録者数13万人

- ・YouTube 毎週2本投稿（金曜日・土曜日）
- ・LIVE 配信 月2・3本
- ・LINE 公式アカウント（1800人）
- ・Google フォーム

参加者：16名

研修内容：①どんな動画をつくれれば市民に見てもらいやすくなるのか？

視聴回数や最後まで視聴する人の少なさが課題となっています。そのためにはどんなことをしていくべきかを教えていただきます。

②発信だけでなく、声を聴くためのデジタル手法はあるのか？

（広報機能の充実）

上記のとおり研修に参加しましたので、次のとおり復命致します。

研修風景：



当日資料は別紙をご参照ください

研修メモ：(抜粋)

《サムネイルとタイトル》紹介数を伸ばすのはサムネイルしかない。サムネイル「文字（10文字以内）、画像、タイトル」。どれだけ良い内容を使っても、このサムネイルやタイトルなどが悪いと観てもらえない。

《動画内容》最初の5秒から10秒がポイント。

《飽きさせない工夫（長くて飽きさせない）》テロップ・SE・BGM。

《YouTube 伸びていく理由》クリック率。GOODボタン。

《今日の課題と「YouTube」の継続の仕方》

- ①チャンネルの趣旨とターゲットの明確化
- ②誰が／誰に／何を／何のために
- ③企画のブラッシュアップ
- ④サムネイル・タイトル

《誰でもわかる言葉で、一般人目線に、難しい言葉を使わない》

議員間だけの共通言語を無くす。専門用語を補う「テロップ」。

《議案・予算・報告を、なぜYouTube（動画）にするのか？》

わかりやすい言葉。実際に現場に足を運ぶ。楽しそうにする etc

大学や女子高生に対する議会報告。学校とのコラボ。

所感：《沖 和哉》

自分たちが発信したい（もしくは発信すべきと考える）ものと、受け手が発信してほしいものとのズレ。ここに最大の課題があると再認識する機会となった。政治や議会への関心が薄れていると言われる昨今、本当に市民が求めている情報をいかにして発信していくか。議会での議論や協議の過程を含め、取り扱うテーマや手法の思い切った取舍選択により、市民に必要とされる議会広報へと変革できるのではないか。

意思決定の場である議会として、「広報広聴」に誰がどこまで関わるか、頻度や内容の刷新には、各種規定の改正や議会全体の承認なども必要となる。段階を経てでも1つひとつ実現していかなければならない。

《深田 龍》

メディア業界で時代の先端を行く、「YouTuber」と呼ばれる人たちが人気を博す裏側にある見えない部分の努力と、今回議会で課題となっている議会報告会動画の低視聴者数には関係性があると想像したところ、実際、その関係性には補完が成り立つと考えられる。

今回の研修会における大きな気づき（課題）は以下の通りである。

- 松阪市議会の動画は、一般視聴者から見ればわからない言葉遣いと内容である
  - 動画と思っていたものは、YouTuberから見れば動画ではない。つまり、一般視聴者から見ても動画ではない
  - 議会が見せたいものが必ずしも一般視聴者が見たいものではない
- 上記の課題を踏まえ、改善に取り組みたいと考える。

《赤塚 かおり》

広報広聴委員会委員として5年目。議会広報誌「みてんか」の編集には、様々なチャレンジをする一方、広聴機能についてはどうすれば市民の声を広く聴く事が出来るかが課題であった。コロナ禍により議会報告会開催が難しい中、議会報告会をYouTubeで配信する事を試みた。報告会で作成した動画は、議会や委員会で繰り返し上げた事柄を、市民に届けるだけの物になってしまった。今回の研修でターゲット層を明確にし、わかりやすくインパクトのある動画作成の必要性を強く感じた。市民の思いを聴くためには、議会側の思いを発信しなければ、市民の思いを聴くことはできないことを痛感した。今後の広報広聴委員会活動に活かしていきたい。

《森 遥香》

「自分達は YouTube で議会報告をやりました」と言いたいだけの動画に見える」講師からの、本市議会報告動画への感想は、まさに的を射ていると感じた。

YouTube を活用する以上、特性を理解し、閲覧する層に響く見せ方を探求。一喜一憂せずトライ & エラーを繰り返す。一方的な押し付けではない議会報告の形で在り続けたい。

子どもも理解できる言葉と目線となるよう咀嚼し伝えたり。動画の長所を活かし、市民が普段立ち入る事が無い場所を紹介したり…聴覚・視覚に訴える内容となればと思う。

これらを YouTube 上以外でも意識しなくては！と、強く感じる事のできた研修会であった。

《野呂 一平》

聞いてもらう、観てもらうためには、見手や聴き手のニーズに応えるのは当たり前のことです。しかし、そこに、言いたいことや伝えたいこと、言うべきことのギャップがあることも理解できます。

しかし、YouTube を含めた動画配信で情報公開をしていく上では、ある程度の割り切りや、視聴者世代である 10 代から 30 代を見据えた内容に振り切ることも重要です。

そこには、紙媒体から各メディアに至るまで、例え同じ情報であっても、世代別に内容を振り分ける努力も必要ですし、メディアごと、世代ごとの発信情報内容の精査も必要になってくると思われます。

もっと市政に関心をもっていただくためにも、きめ細やかな対応を、これからも望んでいきたいと考えます。