

## 2023年度チャレンジ講座(第5回)を実施しました

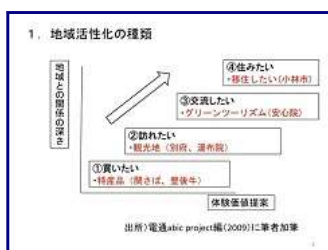
7月19日(水曜日)、第5回(文系第3回)チャレンジ講座を実施しました。

今回は、経済学部社会イノベーション学科の松隈久昭先生が、「地域活性化と広報活動を考える」と題して講義されました。

先生は初めに、今回の授業の目的を「現代社会における地域活性化と広報の役割を理解すること」と示されました。少子高齢化が進む社会において、各自治体は地域活性化を試みていること、地域活性化とは、地域の経済活動・文化活動の活発化や、街おこし・街作りなどを通じた地域の発展を目指す取り組みのことである、と説明されました。

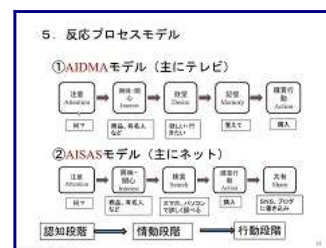


松隈(大分大学)



続いて、地域活性化の種類には、「①買いたい(関さば、豊後牛などの特産品)」、「②訪れたい(別府や湯布院などの観光地)」、「③交流したい(安心院のグリーンツーリズム)」、「④住みたい(小林市の移住計画)」などがあること。このような活動で地域の魅力は高まるが、その魅力を多くの人に知ってもらうために広報活動が重要になることを話されました。

広報活動には、「①商品の特性を明示し、直接的に訴える商品説明型」、「②ストーリーやタレントの好意で記憶・関心・好意を高める娯楽型」、「③イメージを通して表現する情緒型」の3つのタイプがあること。広報で活用するメディアには、「①お金を払って使うペイド・メディア」、「②所有しているオウンド・メディア」、「③信頼や評判を得るアード・メディア」が挙げられること。そして、反応のプロセスモデルでは「AIDMAモデル」と「AISASモデル」があるが、スマホやネットの普及によりAISASモデルが消費者の心理を示しており、特に情報の共有(シェア)が重要な要因となっていること、などを解説されました。大分県や宮崎県小林市のPR動画も紹介され、受講した高校生は興味深く視聴していました。



7. まとめ
- ①地域活性化のために、自治体は広報により情報を発信している。
  - ②広報の内容は( )、観光、交流、( )などである。
  - ③スマホやネットの普及により、AISASモデルが消費者の心理を示す。特に、情報の共有(シェア)が重要な要因となっている。
- (発展: 皆さんの自治体の広報活動を調べてください。)

今回は26校から432名の高校生が受講しました。事後アンケートでは「普段、何気なく見ているCMなどは、さまざまな方法を使い工夫されているということがわかり、見方が変わった。新たな視点で面白かった」、「反応プロセスなどは、普段のプレゼンなどでも活かせる部分が多くあったと思うので今後活かしていきたいと思います」、「今、総合的な探求の時間で私の班は、大分市の観光振興をやっています。今回の講義の内容を班のメンバーにも伝えて、より良いものを大分市に提言できたらいいなと思います。今回の講義で、もっと大分大学に行きたいなと思いました」などの感想が寄せられました。