



学生 & 高校生まちづくりコンペティション

# メディア戦略でみる 広報術

2024年2月23日  
八戸北高校2年 / 土屋花歩



# 01

## 課題設定

適切なメディアでの発信を行えば

地域イベントの参加者は

増加するのではないか

12月、地域連携交流会に参加する

・学校とは違う話の膨らみ方、分岐

・大人と子供だからできた話し合い

また参加したい

知名度が少ないのは

もったいない

02

設定理由



行動変化を起こすための5つの段階



# 02

設定理由

# 私がイメージする地域イベントの配信方法

### イメージにある

テレビ(八食センターのCM)

情報紙(広報はちのへ)

学校への掲示物

親からの情報

### イメージにない

X(旧Twitter)

Instagram

TikTok

facebook

ラジオ

# イメージがないのはどうして？



## 地域イベントの開催に携わる方へのインタビュー①

質問

拡散で  
主に使う  
メディアは？

回答

地域イベントで  
は費用や  
規模を考え  
新聞テレビ  
は厳しい

紙媒体  
SNS  
が現実的

## 地域イベントの開催に携わる方へのインタビュー②

質問

XやInstagram  
使って感じる  
特徴は？

回答

一度  
関わった人  
には重点的  
に伝わる

新しい参  
加者を集  
めるのに  
適さない

## 地域イベントの開催に携わる方へのインタビュー③

質問

ポスターや  
チラシを  
使って感じる  
特徴は？

回答

地域の目に  
触れやすく  
誰にでも  
伝わりやすい

誰にでも伝わ  
るからこそ  
全世代が  
対応できる  
ように

# 私がイメージする地域イベントの配信方法

### イメージにある

テレビ(八食センターのCM)

情報紙(広報はちのへ)

学校への掲示物

親からの情報

### イメージにない

X(旧Twitter)

Instagram

TikTok

facebook

ラジオ

## 私がイメージする地域イベントの配信方法

### イメージにある

テレビ(八食センターのCM)

情報紙(広報はちのへ)

学校への掲示物

親からの情報

規模が**大**、繰り返し行われている

**地域**の目に触れやすい

**学生**の目

**批評**による**地域コミュニティ**

→情報が循環しやすい

行動変化を起こすための5つの段階

批評が  
行動や拡散に広がる

1

認知獲得

2

関心惹起

3

探索誘導

4

着地点整備→**納得**と確認

5

行動促進

6

**情報の共有と評価**

## 私がイメージする地域イベントの配信方法

### イメージにない

X(旧Twitter)

Instagram

TikTok

facebook

ラジオ

一度関わるまでが長い

目につきやすいものに付加価値として  
イベントを発信etcしない限り

SNSで知ったという人は増えない

またそれを継続的にしなければならない

使う機会がない

### 考察：地域イベントの開催に携わる方へのインタビューから



#### 紙媒体を使うとき

新しい参加者が欲しいとき

規模が大きく、参加者の年齢層が幅広いイベント



#### SNSを使うとき

ある程度の参加者の確保が確かなとき

その参加者から拡散されているコミュニティがあるとき

# 04

## 今後の展望

・八戸市役所へのフィールドワークを  
行い実践①に取り組む

3年次では各メディアで作る場合の  
効果的なデザインを  
探究していきたい

