

公立はこだて未来大学 2024 年度 システム情報科学実習

グループ報告書

Future University Hakodate 2024 Systems Information Science Practice

Group Report

プロジェクト名

エンターテインメントロボット&ドローン

-最高に映えるロボットとそのプラットフォーム開発-

Project Name

Entertainment robots & drones

-Developing the best-looking robot and its platform-

グループ名

プロモーション班

Group Name

Design team

プロジェクト番号/**Project No.**

17

プロジェクトリーダー/**Project Leader**

今優奈 Yuna Konn

グループリーダー/**Group Leader**

上野唱葉 Utaha Ueno

グループメンバ/**Group Member**

市野万優子 Mayuko Ichino

上野唱葉 Utaha Ueno

大洞慧 Sato Obora

指導教員

山内翔, 長田純一, 鈴木昭二, 西沢俊広

Advisor

Sho Yamauchi, Junichi Osada, Sho'ji Suzuki, Toshihiro Nishizawa

提出日

2025 年 1 月 20 日

Date of Submission

January 20, 2025

概要

近年、AIやロボット技術が急速に進化し、ロボットが店員として働いたり、案内をする場面が増えている。これらは工場で作業を行うロボットとは異なり、人と関わることを目的としたコミュニケーションロボットと呼ばれる。特に、人を楽しませることを目指したものはエンターテインメントロボットと呼ぶ。ロボットは単なる機械と異なり、人の感情を引き出す力を持つ。そのため、可愛い外見や親しみやすい動きを設計し、「キャラクター」として認識されることで社会に溶け込むことを目指す。また、3DプリンターやRaspberry Piといった技術の普及により、ロボットの作成が簡単になった。さらに、音声合成ソフトの発展で、キャラクター性を強める音声も手軽に作れるようになった。公立はこだて未来大学(以下:「未来大」)はAIやロボット分野に強い大学として知られているが、IKABO以降、未来大を代表するエンターテインメントロボットは作られていない。本プロジェクトでは、未来大の「顔」となるロボットを開発し、プロモーションビデオ(以下:「PV」)を制作して世界に発信する。また、誰でも使えるロボット作成環境をオープンソースで公開することを目指す。今年度はプロジェクトを三つの班で進める。まず、文献や事例の調査を行い、どのようなロボットを作るか全体で考える。次に、大学内の観察やヒアリングを通じて「未来大らしさ」を探し、ロボットのモチーフを決定する。その後、ロボットの基盤となるハードウェアを作る班、必要な機能を検討する班、PV制作やSNS発信を担当する班に分かれて作業を進める。完成したロボットのPVはYouTubeやSNSで発信する。

キーワード:エンターテインメント, ロボット, ドローン, SNS, Raspberry Pi

(※文責: 上野唱葉)

Abstract

In recent years, with the rapid evolution of AI and robot technologies, robots are increasingly working as store clerks and guiding people. Unlike factory robots, these robots are called “communication robots” because they are designed to interact with people. In particular, robots that aim to entertain people are called entertainment robots. Unlike mere machines, robots have the power to elicit human emotions. Therefore, we aim to design robots with cute appearance and friendly movements, and to integrate them into society by being recognized as “characters”. In addition, with the spread of technologies such as 3D printers and Raspberry Pi, it has become easier to create robots. Furthermore, with the development of voice synthesizing software, it has become easy to create voices that enhance the character of the robot. Future University Hakodate (hereafter referred to as “Mirai University”) is known for its strength in the fields of AI and robotics, but since IKABO, no entertainment robot has been created to represent Mirai University. In this project, we will develop a robot that will be the “face” of Mirai University and produce a promotional video (hereafter referred to as “PV”) for the world to see. We also aim to release an open source environment for creating robots that can be used by anyone. This year, the project will be carried out by three groups. First, we will conduct a survey of literature and case studies, and discuss as a group what kind of robot we will create. Next, through observation and interviews in the university, we will search for the “uniqueness of Mirai University” and determine the motif of the robot. After that, the group is divided into three groups: the group that builds the hardware that will serve as the robot's base, the group that examines the necessary functions, and the group that is in charge of PV production and SNS transmission. The PV of the completed robot will be posted on YouTube and SNS.

Keyword Entertainment, Robotics, Drones, SNS, Raspberry Pi

(※文責: 上野唱葉)

目次

第 1 章 はじめに	7
1.1 現状.....	7
1.2 現在の問題点	7
1.3 目標	7
第 2 章 関連研究	8
2.1 昨年のプロジェクト学習	8
2.2 必要なスキル	8
2.3 スキルを得るための手法.....	8
第 3 章 本プロジェクトの目標	9
3.1 プロジェクト全体での目標.....	9
3.2 本グループでの目標	9
3.2.1 SNSの運用.....	9
3.2.2 PV制作	9
3.2.3 ロゴデザイン.....	9
第 4 章 目標を達成するための方法, 手段	10
4.1 考案したアイデア	10
4.1.1 学外での撮影	10
4.1.2 学外での撮影	10
4.1.3 ドローンによる空撮	10
4.1.4 人とロボットの交流シーンの追加	10
4.2 新しい解決方法や手段	10
4.2.1 地域イベントへの参加	11

4.2.2	学会での展示	11
4.3	用いる技術	11
4.3.1	ドローン撮影技術	11
4.3.2	動画撮影技術	11
4.3.3	デザイン技術	12
 第 5 章 結果		 13
5.1	プロジェクト全体での目標	13
5.1.1	中間までの成果	13
5.1.2	最終成果	13
5.2	発表の成果	14
5.2.1	中間発表	14
5.2.2	港まつり	14
5.2.3	オープンキャンパス	15
5.2.4	ヒューマンインターフェイス学会	15
5.2.5	デザイン学会	15
5.2.6	最終発表	16
 第 6 章 考察		 17
6.1	成果の考察	17
6.1.1	PVの効果	17
6.1.2	SNS活用の可能性	17
6.1.3	ロゴや小道具の制作効果	17
6.2	課題の考察	17

6.2.1	世界に向けたプロモーションの具体化	17
6.2.2	イベントでのプロモーション	17
6.3	今後の展望	18
6.3.1	ターゲット層の明確化	18
6.3.2	SNSの改善, イベント活動の向上	18
第 7 章 参考文献		19

第 1 章 はじめに

1.1 現状

現在、公立はこだて未来大学には、IKABOという代表的なロボットが存在する。このIKABOの開発により、未来大はロボット開発に強い大学として認知されるようになった。一方で、IKABO以外にも毎年複数のロボットが開発されているものの、それらが未来大を象徴する存在に成長するには至っていない。

(※文責: 大洞慧)

1.2 現状の問題点

未来大では、開発されたロボットが函館市外へ十分に発信されていないという課題がある。昨年度のプロジェクト学習では、3つのグループがそれぞれエンターテインメントロボット(以下「エンタメロボ」)の開発に注力していたが、プロモーション活動に必要な人員や時間を十分に確保できなかった。また、プロジェクトには統一的なプラットフォームが存在せず、ロボット制作に多くの時間が費やされた結果、広報活動が十分に行えず、知名度を向上させることが難しい状況となっていた。

(※文責: 大洞慧)

1.3 目標

本プロジェクトでは、目的を次の三つ設定した。一つ目は「未来大の顔となる新しいエンターテインメントロボットの提案」、二つ目は「提案に基づいたロボットの作成、またそのプラットフォームの作成」、三つ目は「世界に向けてのプロモーションの実施」である。これらの目標を達成するために、デザイン班、制作班、プロモーション班の三つの班に分かれて活動を行った。

(※文責: 大洞慧)

第2章 関連研究

2.1 去年のプロジェクト学習

去年のプロジェクト学習では、「エンターテインメントロボットで公立はこだて未来大学とロボットの面白さを知ってもらい、興味を持ってもらう」という目的で活動が行われていた。その目的を達成するためにターゲットごとにグループを分け、ぱわまろくん、FUNJO、しっぽくんの3体のロボットを製作した。若者に身近にあるメディアとしてソーシャルネットワーキングサービス(以下、「SNS」)の運用、文字と画像の情報の内包することができるプロモーションビデオで発信した。

(文責:市野万優子)

2.2 必要なスキル

プロモーション班では、去年のプロジェクト学習と同じように手軽に情報の発信が行え、幅広い人が利用している観点からSNSの運用と情報を文字と映像で伝えることが可能であり、情報伝達がわかりやすく行えるという観点からPVの作成をすることにした。また、ドローンによる空撮をすることでプロモーションの幅を広げることになると考え、昨年度の活動に加えドローンを使用することとした。それに伴い必要なスキルは、PVの撮影や編集等の制作技術、ドローンの操作技術である。

(※文責: 市野万優子)

2.3 スキルを得るための手法

2.2節で挙げられた必要なスキルを得るために情報表現基礎Ⅲの「新しい遊びの提案」で使用したKJ法を用いてPVの撮影構成の段階を踏んだ。エンタメロボのプロモーションを行うとして、効果的なPVの内容とは何かを考えるためにKJ法を使い、要素の抽出を行った。要素をもとにグループにまとめ、未来大学といかみの紹介PVを作成することにした。また、学会に向けた開発に関する内容をメインとした動画の作成も行うことにした。実際に撮影から始め、編集により必要な情報の取捨選択や情報伝達の妨げにならないデザインを意識した動画制作を行った。教員やグループ外のプロジェクトメンバーからフィードバックを繰り返してクオリティの高いPVに仕上げた。ドローン空撮では、10時間の訓練の元、ドローニ・ロケット・ノーズインサークルといった技を習得することを計画した。また、訓練だけではなく実際に様々な地域や場所に足を運んで実践的な撮影をすることとした。

(※文責: 市野万優子)

第3章 本プロジェクトの目標

3.1 プロジェクト全体での目標

本プロジェクトでは未来大の「顔」となるエンタメロボを製作し、世界へ発信することを目標とした。また、誰でも使える作成環境(以下、「プラットフォーム」)の作成を作成し、オープンソースで公開することも目標とする。

(※文責: 上野唱葉)

3.2 本グループでの目標

本グループは3.1の世界へ発信するという部分を実現するために「世界に向けてのプロモーションの実施」を目標とする。以下の活動を通じて、制作したエンタメロボ(以下:「いかみい」)の魅力を効果的に発信し、プラットフォームの有効性を検証することを目的としている。

(※文責: 上野唱葉)

3.2.1 SNSの運用

XとInstagramのアカウントを作成し、幅広い視聴者に向けた魅力的な動画、情報を投稿することで、いかみいの魅力を広く発信する。定期的に投稿することで認知度の向上を目指す。プロモーションの方法において、SNSを利用した先行研究によると、ネットでは、発言せず読むだけの人々が、現実の社会で情報伝播することで、第三者の購買を誘発する効果を持つことも明らかにされた(小川ら, 2003)。他の研究でもZhang and Daugherty (2009)は、消費者はSNS上の自分から遠い人の方が第三者の影響を受けやすいと考えており、その心理を利用してロコミを誘発できる可能性があると論じた。このことから、SNSを活用することで有効的に未来大とロボットのプロモーションを行うことができると考えられる。

(※文責: 上野唱葉)

3.2.2 PV制作

吉澤・上山(2018)によると、ドローンを用いた映像は、通常の映像に比べてダイナミックな映像として認識されやすいと述べられている。また、伊藤・内平・中桐(2019)では、地域観光PRにおいてパノラマVRとドローンを用いた場合の効果についての検証の結果、通常写真よりドローン及びパノラマVRによる映像がユーザにより印象を与えたことが分かった。以上のことからドローンを活用したダイナミックな映像撮影を行い、いかみいの特徴を効果的に伝えるPVを制作する。迫力のある映像や細部までこだわった編集を通じて、視聴者にいかみいの魅力を強くアピールする。

(※文責: 上野唱葉)

3.2.3 ロゴデザイン

プロジェクト全体のイメージを視覚的に強調し、統一感を持たせるロゴを作成する。それによって、シンプルかつ印象的なデザインでプロジェクトのテーマや活動を伝える。

(※文責: 上野唱葉)

第4章 目標を達成するための手法・手段

4.1 考案したアイデア

ロボットの魅力や未来大の特徴を多角的に伝えるために、複数のプロモーション手法を検討した。これらは、2.3節でKJ法を活用して抽出したアイデアを基に発展させたものである。以下に主な取り組みを詳述する。

(文責: 市野万優子)

4.1.1学外での撮影

ロボットが未来大の特徴を体現するシーンを選定し、自然光を利用した撮影を行った。特に、未来大の象徴的な建築デザインや函館の美しい景観を活かした撮影スポットを活用した。ロボットがブラインドを開けたり、校内で活動する様子を記録することで、視覚的なインパクトを重視したプロモーションを実現した。

(文責: 市野万優子)

4.1.2学内での撮影

講義やイベントでロボットが活躍する場面を撮影し、ロボットと未来大の学問的なつながりを強調した。これにより、大学とロボットの親和性を視覚的に訴求する映像制作を目指した。さらに、学生や教員との対話の場面を取り入れることで、学内でのロボットの具体的な利用シーンを伝えた。

(文責: 市野万優子)

4.1.3ドローンによる空撮

習得したドローン技術を活用し、未来大キャンパスや函館市の景色を空撮するアイデアを実施した。撮影では、映像のクオリティを高めるために、天候や時間帯を考慮した最適なタイミングで行った。これにより、視聴者に未来大と函館市の魅力を直感的に伝えることを目指した。

(文責: 市野万優子)

4.1.4人とロボットの交流シーンの追加

ロボットの人懐っこい性格を訴求するために、人と交流する場面を積極的に撮影した。未来大生と触れ合う様子を取り入れ、ロボットが身近に感じられる印象を与えるプロモーションを目指した。

(文責: 市野万優子)

4.2 新しい解決方法

これまでの成果発表会を超え、学内外での広報活動を充実させるため、以下のような新しい取り組みを行った。

(文責: 市野万優子)

4.2.1地域イベントへの参加

地域住民との接点を増やすために、以下のイベントに参加することとした：

函館港まつり(8月2日)：

いか踊りにロボットを山車に乗せ、紹介パネルをもってロボットと大学の周知に努める。特に子どもや観光客に親しまれ、地域とのつながりを深める。

未来大オープンキャンパス(8月4日)：

高校生や保護者に向けて、ロボットと未来大の特色をアピール。大学の魅力を体験的に伝える場として活用した。

(文責：市野万優子)

4.2.2学会での展示

ヒューマンインタフェース学会(9月20日)：

ロボットのインタラクションデザインについて発表し、研究者からフィードバックを得ることとする。

デザイン学会(9月28日)：

ポスターで発表を行い、エンタメロボの開発アイデアを深化させる。

(文責：市野万優子)

4.3 用いる技術

アイデアを具体化するために、以下の技術を活用した。

4.3.1ドローン撮影技術

ノーズインサークル撮影：

ロボットや未来大の建物を中心に未来大学からの函館市を一周する撮影手法を採用し、映像のダイナミックさを向上させた。

パノラマ撮影：

函館市の景色を広く捉える技術を取り入れ、視聴者に臨場感を与える映像を作成。

(文責：市野万優子)

4.3.2動画編集技術

撮影素材の編集に加え、視覚効果やBGMを活用し、楽しく魅力的な動画構成を追求。字幕を追加することで、情報の伝達性を向上させた。

(文責：市野万優子)

4.3.3デザイン技術

ロゴ制作:

プロジェクト全体を象徴するロゴを作成。親しみやすいデザインで、認知度向上を目指した。

SNS運用:

継続的な投稿を行い、視覚的に印象的なコンテンツを発信。イベントや撮影の裏側を紹介することで、フォロワーとのエンゲージメントを高めた。

(文責: 市野万優子)

第5章 結果

プロモーション班の目標は「世界に向けてのプロモーションの実施」である。その実現に向けて、PV制作やSNSを活用した情報発信、ロゴ作成、学会発表など様々な手法を駆使し、いかみいの魅力をより多くの人々に届けることを目指した。

(※文責: 大洞慧)

5.1 成果

5.1.1 中間までの成果

「世界に向けてのプロモーション」という目標のもと、多方面からの取り組みを通じて、いかみいの魅力を効果的に発信する活動を行った。活動の初期段階では、PVの制作を計画し、KJ法を活用して盛り込みたい要素を整理・抽出した。これにより、明確な目標を設定した。動画編集にはCapCutおよびLightCutを、ナレーション録音にはVoice Track MakerやVoice Boxを活用し、最終的にAudacityで録音を仕上げた。また、BGM作成のためにGarageBandの操作を習得し、オリジナル音楽の作成にも挑戦した。こうしたプロセスを経て、中間発表に向けた魅力的ないかみい紹介動画を完成させた。加えて、ドローンを活用したプロモーションにも挑戦した。未来大学といかみいの魅力をダイナミックに伝えるため、航空局から特定飛行許可を取得した。10時間以上の練習を重ね、ドローニーやノーズインサークル、ロケットといった高度な飛行技術を習得した。これにより、視覚的にインパクトのある映像を制作する準備を行った。さらに、SNSを活用した広報活動にも注力した。昨年度の反省点を踏まえ、早期にX(旧Twitter)およびInstagramのアカウントを開設し、積極的な発信を行った。また、Illustratorを使用していかみいとドローンをモチーフにしたオリジナルロゴを制作し、プロジェクトへの親近感を高めた。これらの取り組みを通じて、動画制作、ドローン映像、SNS活用という多角的なアプローチを実現し、いかみいの魅力を幅広く伝えるための基盤を築いた。

(※文責: 大洞慧)

5.1.2 最終成果

最終的な成果として、中間発表までに制作したPVをもとに、展示会や中間発表で実施されたアンケートから得られた改善点を反映し、新たなPVを制作した。中間発表ではドローンを活用した映像が含まれていなかったため、動きのある映像を撮影するためにドローンを用いた映像制作を実施した。さらに、未来大学内のさまざまな場所で撮影を行うことで、大学全体の魅力を効果的にアピールすることにも繋がった。また、いかみいに親しみを持ってもらうために、小道具の制作にも取り組んだ。具体的には、いかみいがイカをモチーフとしている点を活かし、いかみいの大きさに合わせた寿司下駄や箸を制作した。さらに、ロゴ入りの暖簾も作成し、プロモーション全体に一体感を持たせた。プロモーション活動の一環として、港まつりやオープンキャンパス、IH学会、デザイン学会にも参加し、認知度の向上を図るとともに、様々なフィードバックを受けた。これらの機会を通じて得た意見や評価をその後の活動に反映し、プロモーションの質をさらに高めることを目指した。SNSでの発信も継続的に行い、X(旧Twitter)のフォロワー数は100人を突破した。事務的な情報発信にとどまらず、流行を取り入れたユーモアのある投稿を心がけ、親しみやすいプロジェクトイメージを醸成した。さらに、ウェブサイトの制作も進め、未来大学およびいかみいのプロモーションを多面的に展開した。これらの取り組みにより、映像制作、SNS活用、小道具の制作、ウェブサイトの制作という多角的なアプローチを通じて、未来大学といかみいの魅力を最大限に伝えるプロモーション活動を実現した。

(※文責: 大洞慧)

5.2 発表の成果

5.2.1 中間発表

2024年7月5日に2024年度プロジェクト学習の中間発表会が開催された。発表技術に関する評価は平均約8.0ポイントで、「動画が見やすかった」「スライドが動画や写真を活用しており分かりやすかった」などの好意的なコメントが寄せられた。一方で、「動画再生中にも説明を加えると無言の時間を避けられる」「ドローンの音に声量が負けてしまう場面があった」といった改善点も指摘された。発表直前に思いついてドローンを飛ばす演出を追加した結果、その音が発表者の声をかき消すという予想外の事態が発生した。プロジェクト全体についての評価は平均約8.6ポイントと、発表技術の評価を上回る結果となった。寄せられたコメントには、「プロモーションがよく練られている」「いかみいがかわいく、クオリティが高い」といった高評価が目立った。一方で、「世界に向けて発信する方法が具体的でない」「日本語だけで作る場合、PVはBGMや映像で内容が伝わる構成にするべき」「未来大の印象を残す方針が曖昧」という指摘もあり、プロモーション方針の明確化が課題として浮き彫りになった。

(※文責: 大洞慧)

5.2.2 港まつり

2024年8月2日に開催された函館港まつりの「ワッショイはこだて(十字街・松風コース)」に参加した。北ガスと未来大学が連携協定を結んだことを受け、IKABOと共に北ガスの山車に乗り参加した。このイベントは、未来大生以外の多くの一般の方々に「いかみい」を知ってもらう初めての機会となった。また、オープンキャンパス宣伝用のうちわを作成し、オープンキャンパスへの参加を呼びかけた。しかし、山車に乗っていた「いかみい」は大きな山車の中でかなり小さく、一般の方々はかなり離れた場所からしか見るができなかった。そのため、十分に目立つことができず、北ガスの方々からの認知度は向上したものの、港まつりに参加した一般の方々への「いかみい」の認知度向上には限界があった。宣伝用により大きなうちわを作成する必要があることが課題として残った。

(※文責: 大洞慧)



図5.1 山車に乗るいかみい

5.2.3 オープンキャンパス

2024年8月4日に未来大学で開催されたオープンキャンパスで、本プロジェクトの展示を行った。来場者の多くは高校生であり、未来大生以外の幅広い層にプロジェクトを紹介する貴重な機会となった。展示ブースでは、専門用語をわかりやすく噛み砕き、簡潔で親しみやすい説明を心がけた。ロボットに触れたり話を聞いたりした高校生たちからは、「かわいい」「動きがすごい」といった肯定的な意見が寄せられた。また、「いかみい」の顔部分が未完成だったため、「今後は表情の変化も楽しみ」といった期待の声も聞かれた。さらに、高校生にSNSを活用してプロジェクトを広めてもらうことを狙い、公式アカウントのフォローを呼びかけた。しかし、フォローにつながるケースは少なく、SNSのフォロワーを効果的に増やすための新たな工夫が必要であるという課題が明らかになった。

(※文責: 大洞慧)



図5.2 オープンキャンパスの展示様子

5.2.4 ヒューマンインターフェイス学会

2024年9月20日に京都大学で開催されたヒューマンインターフェイスシンポジウムにおいて、デモ対話発表を行った。「見た目がかわいい。これなら興味を持ってもらいやすい」「未来大のブラインドの顔の部分で、言われたら納得できて面白い」などの好意的な意見に加え、「双方向のコミュニケーションだけでなく、いかみいを介して他の人ともコミュニケーションをとれるような機能があるといい」「イカの足はもっと長いほうがいい」などの指摘が寄せられた。これらのフィードバックは、プロジェクトの可能性を広げる重要な示唆となった。

(※文責: 大洞慧)

5.2.5 デザイン学会

2024年9月28日に開催された第15回日本デザイン学会第1支部大会in函館において、本プロジェクトはポスター発表を行った。発表では、「見た目の可愛らしさに魅かれる」「これからの展望が楽しみ」といった肯定的な意見に加え、「人の興味を引いたかどうかをどう確かめるのか」「イカらしい質感にしないのはなぜか」といった課題を含む指摘が寄せられた。これらのフィードバックを踏まえ、プロジェクトの魅力をより効果的に伝えるためのデザイン改善や、興味を引いたかどうかを評価する具体的な指標の構築が必要であるという課題が明らかになった。

(※文責: 大洞慧)



図5.3 デザイン学会での発表の様子

5.2.6 最終発表

2024年12月6日に、2024年度プロジェクト学習の最終発表会が開催された。発表技術の評価平均は約7.8ポイントで、コメントとしては「スライドが分かりやすかった」「話す速度やスライドの表示タイミングがちょうど良かった」といった好意的な意見が寄せられた。一方で、「声が小さく、一部聞き取りづらい部分があった」という指摘も多く、会場の騒がしい環境に対応するため、さらに大きな声で話す必要があったことが分かった。プロジェクトそのものの評価平均は約8.6ポイントとなり、中間発表時と同様に、発表技術よりも高い評価を得た。コメントとしては、「映像があったことで非常に分かりやすかった」「プロモーションビデオがあるのは素晴らしい」といった評価が多かった。また、「TikTokでのプロモーションも個性を生かせる方法では」という意見もあった。当初、TikTokでのプロモーションも検討していたが、いかみいの動きが制限されていることから実現が難しい状況だった。今後の改善点として、プロモーション手法のさらなる多様化を図る必要がある。

(※文責: 大洞慧)



図5.4 最終発表の展示様

第6章 考察

第5章の結果から本グループが実施した活動と得られた成果を振り返り、考察する。さらに得られたフィードバックから今後の方向性について示す。

(※文責: 上野唱葉)

6.1 成果の考察

6.1.1 PVの効果

制作されたPVIは中間および最終発表で好意的な評価を受けた。しかし、いかみいに関する評価が多く、PVの内容に関する評価はあまり多くなかったため、PVでいかみいについてプロモーションできていたのかはわからなかった。そのため、PVに関するアンケートを取るべきだったと考えられる。また、ドローンによる映像表現によって、PVのインパクトは上がったと思うが、「PVIはBGMや映像で内容が伝わる構成にするべき」という指摘が示すように、多様な視聴者への対応が課題として残る。

(※文責: 上野唱葉)

6.1.2 SNS活用の可能性

XやInstagramを活用した情報発信により、SNSフォロワー数100人突破という成果を挙げた。しかし、フォロワーの増加速度や投稿の拡散力には限界があった。特にオープンキャンパスでSNSフォローを呼びかけたが、大きな効果は得られなかった。このことから、ターゲットを絞るなどの戦略や興味深いコンテンツ制作の必要性が明らかになった。また、「TikTokでのプロモーション」という提案はプロモーション戦略の検討の余地があることを示している。

(※文責: 上野唱葉)

6.1.3 ロゴや小道具の制作効果

本プロジェクトを象徴するロゴや小道具の制作は、プロモーションの統一感や視覚的魅力的の向上につながった。寿司下駄や箸などの小道具はユニークな要素として注目を集めた。しかし、実際のイベントでの効果的な活用にはさらなる工夫が必要である。

(※文責: 上野唱葉)

6.2 課題の考察

6.2.1 世界に向けたプロモーションの具体化

中間発表でのフィードバックにおいて、「世界に向けて発信する方法が具体的でない」という指摘があった。この課題はターゲットの明確化、多言語対応のコンテンツ制作といったプロモーション方法の練り直しが必要であることを示している。

(※文責: 上野唱葉)

6.2.2 イベントでのプロモーション

港まつりやオープンキャンパスなどのイベントでは、アプローチの弱さが課題となった。特に山車における目立たなさやSNSフォローへのつながりの弱さは、事前準備の不足を示していると考えられる。

(※文責: 上野唱葉)

6.3 今後の展望

6.3.1 ターゲット層の明確化

さらに広くプロモーションを行っていくためには、ターゲット層を詳細に設定し、それに応じたコンテンツを制作する必要がある。特に、国際的な視聴者に向けて、多言語対応のコンテンツの制作が求められる。

(※文責: 上野唱葉)

6.3.2 SNSの改善, イベント活動の向上

TikTokなどの新たなSNSの活用方法の見直しが必要になってくると考える。また、イベントでは事前に目立つような演出や工夫を計画し、フォロワー増加や認知度向上に直結する活動を展開していくことが重要視されると考える。

(※文責: 上野唱葉)

第7章 参考文献

- 1)小川美香子・佐々木裕一・津田博史・吉松徹郎・國領二郎「黙って読んでいる人達(ROM)の情報伝 播行動とその購買への影響」『マーケティングジャーナル』22(4), 2003, pp39-51.
- 2)Zhang, J., Daugherty, T., 'Third-Person Effect and Social Networking (2009) Implications for Online Marketing and Word-of-Mouth Communication', American Journal of Business, 24(2), 53-64.
- 3)吉澤徹・上山輝(2018):ドローンを用いた映像の特性に関する考察, 富山大学人間発達科学部紀要, 12(2), pp.103-111,
- 4)伊藤波輝・内平隆之・中桐齊之(2019):ドローンと全天球カメラを用いた地域観光PR の有効性についての比較検証, 情報処理学会第 81 回全国大会, 2019 (1), pp.835-836.