

てらまちバズらせプロジェクト！

～若者が集まる商店街を目指すSNS戦略と行動経済学によるアプローチ～

11 住み続けられる
まちづくりを



三重県立桑名高等学校

1. 研究の背景と目的

現在、商店街は若者の来訪者が減少しているという課題に直面している。その背景には、若者のライフスタイルの変化や、大型ショッピングモールの進出などがあると考えられる。そこで私たちは、活力を失いつつある地元の寺町通り商店街を再び盛り上げる手助けをしたいと考え、本研究に取り組むこととした。

2. 実験方法

① チラシを配る

各チラシを配布してスタンプラリーを行い、特定の店舗で買い物をした人から集めたスタンプを集計し、どのチラシが最も多く集まったかを確認する。

② SNSに宣伝動画を投稿する

寺町商店街について宣伝したものをInstagram、TikTok、YouTubeに投稿して拡散する。



3. 仮説

<チラシ>

画像などがメインのデザインAが多いと予想した。

理由:情報量が多く、イベントの内容が詳細にわかるので、他の2種類よりも宣伝効果が大きいと思われるから。

<ショート動画>

おしゃれなものやドキュメンタリー風の動画よりも、字幕やアフレコを入れたものの方が効果があると予想。

理由:ショート動画ではインパクトのある動画の方が短い時間で見た人の記憶に残り、ショート動画などの短いコンテンツの性質に合っていると思われるから。

4. 結果

実験《チラシ》

- 学校別の集計において、桑名高校2年生が16.7%と突出しており、属性に大きな偏りが見られた。

▶この偏りは、チラシのデザインやアクセスの良さではなく、友人関係を通じた口コミ等の別要因によるものと推察される。

▶配布数2,000枚に対し、回収数は約20枚（回収率 約1.0%）にとどまった。

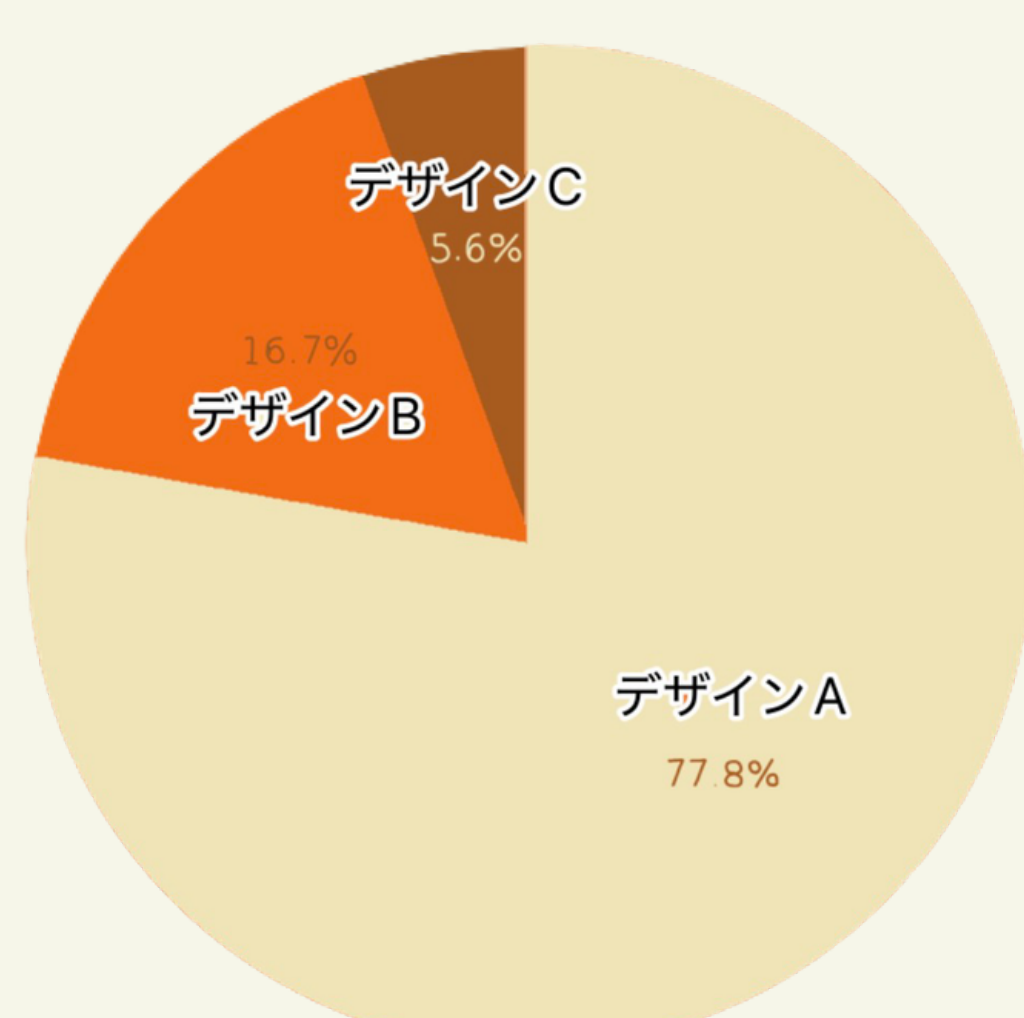
実験《ショート動画》

■ 動画📺：インパクト重視 ドキュメンタリーは高評価

- 再生回数9,492回の「動画A」が人気→インパクトが効果あり
- いいね率1.77%の「動画C」が高評価→エンゲージメント効果が高い



スタンプラリーの結果



★統計を取るためのデータ量が著しく不足していると判断
後日アンケートを実施し、どのデザインが最も効果的であったかを再調査した。

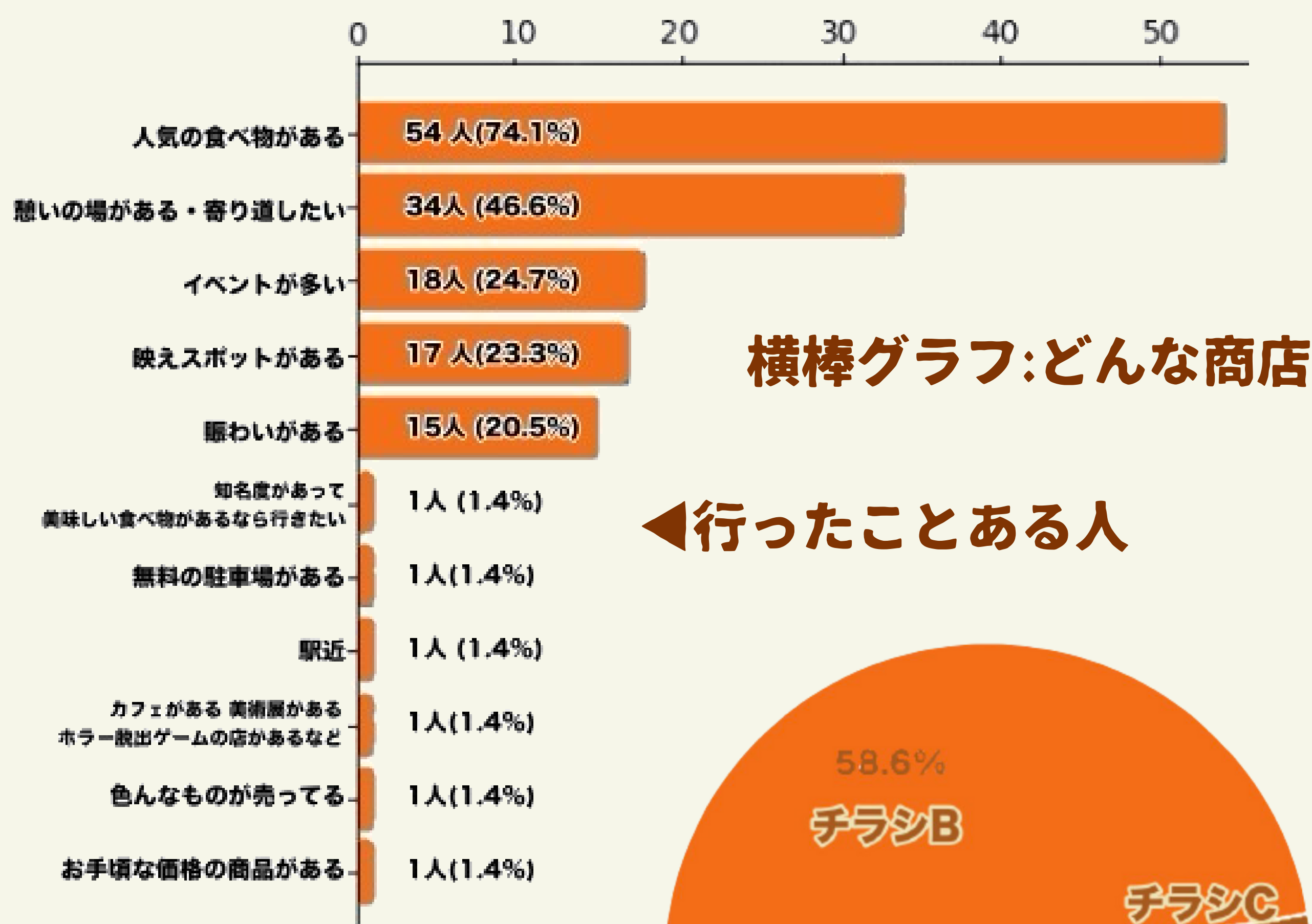
～アンケート結果より～

■ ニーズ💡：食べ物と居場所

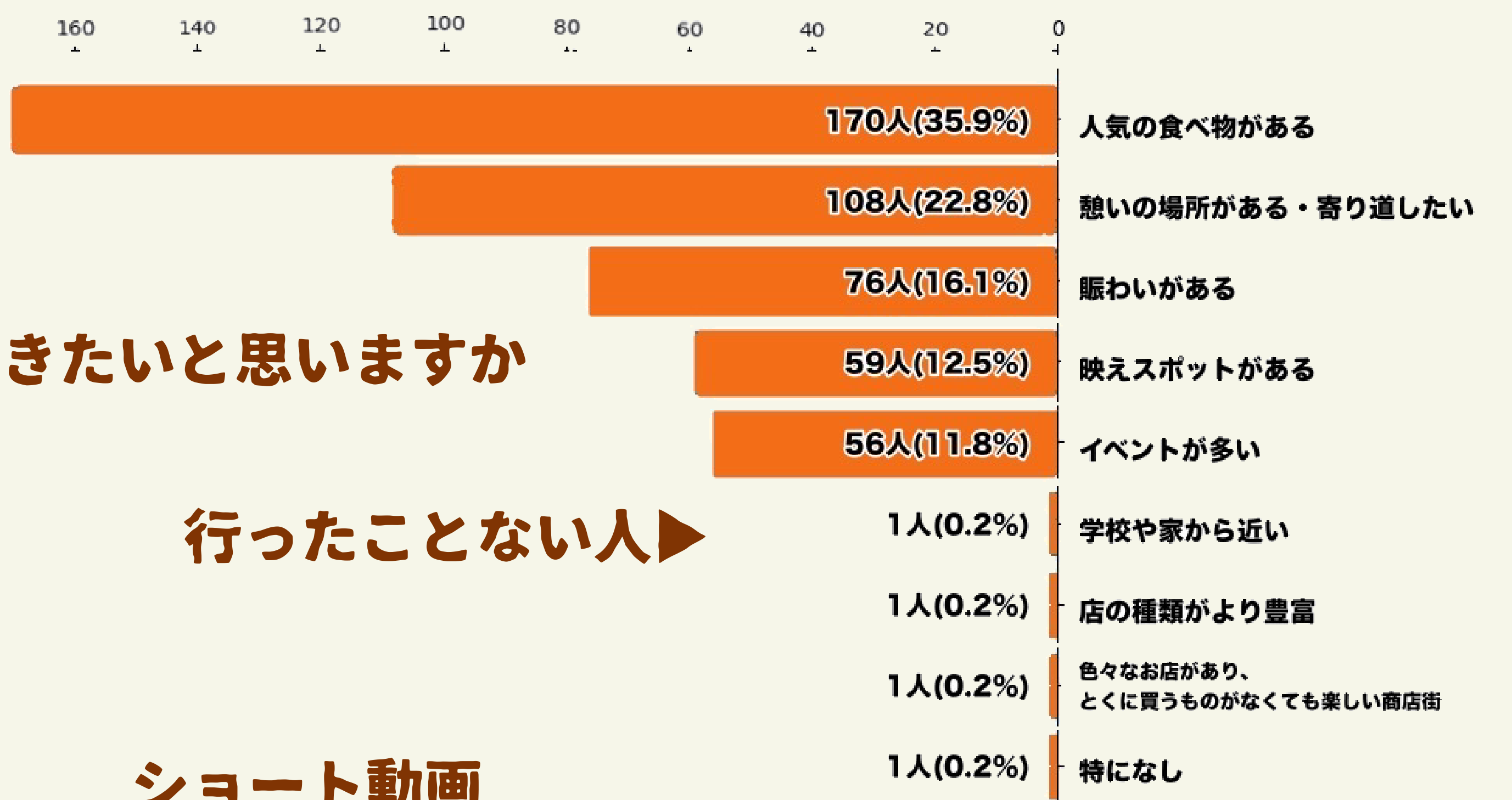
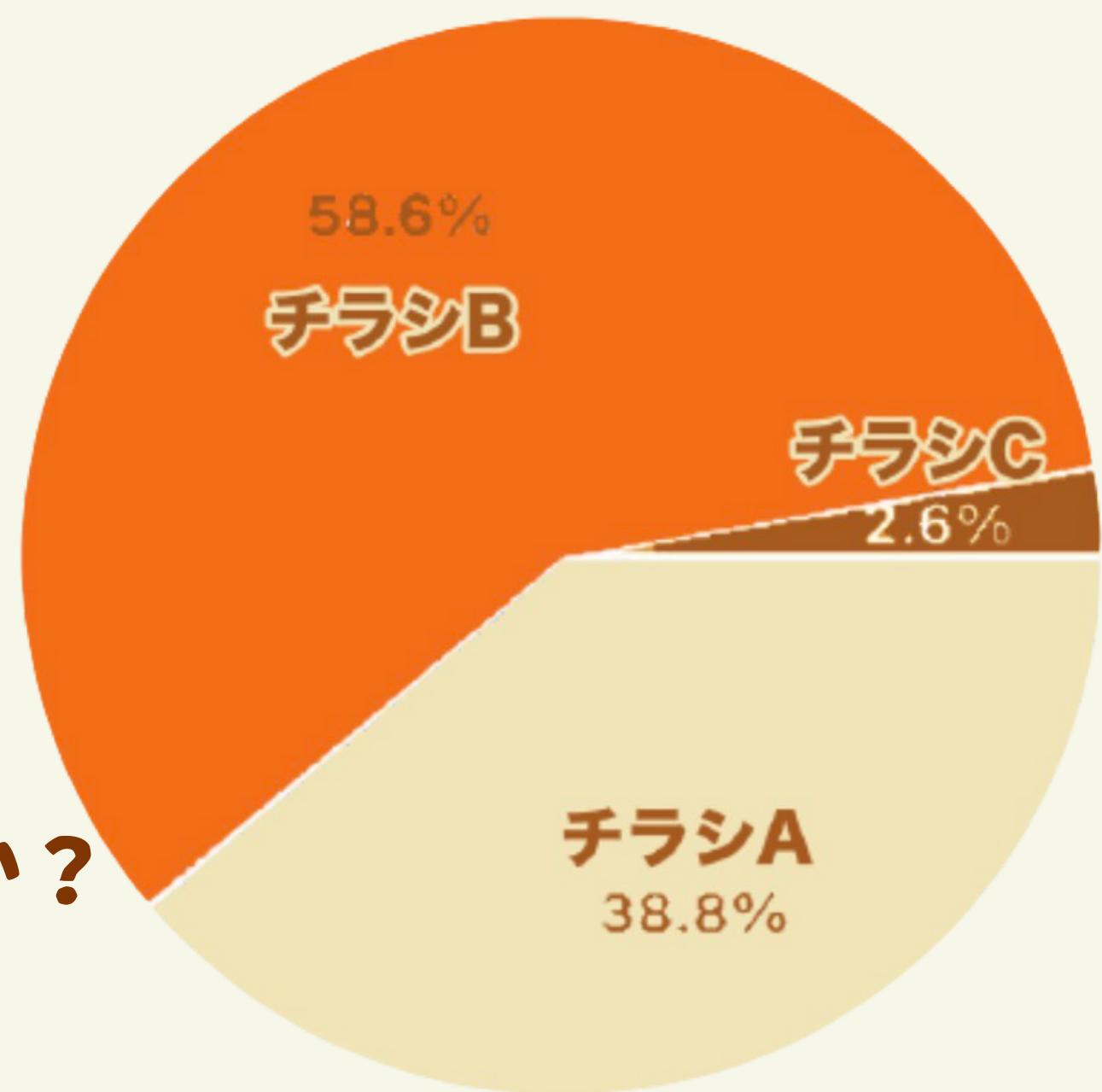
- 来訪動機として「人気の食べ物（31.0%）」と「憩いの場（19.7%）」の2つが多い
- 来訪したことがない人も、この2つの条件があれば行きたいと回答している。

■ チラシ📄：デザイン重視か

- 58.6%の「チラシB」のデザインが人気

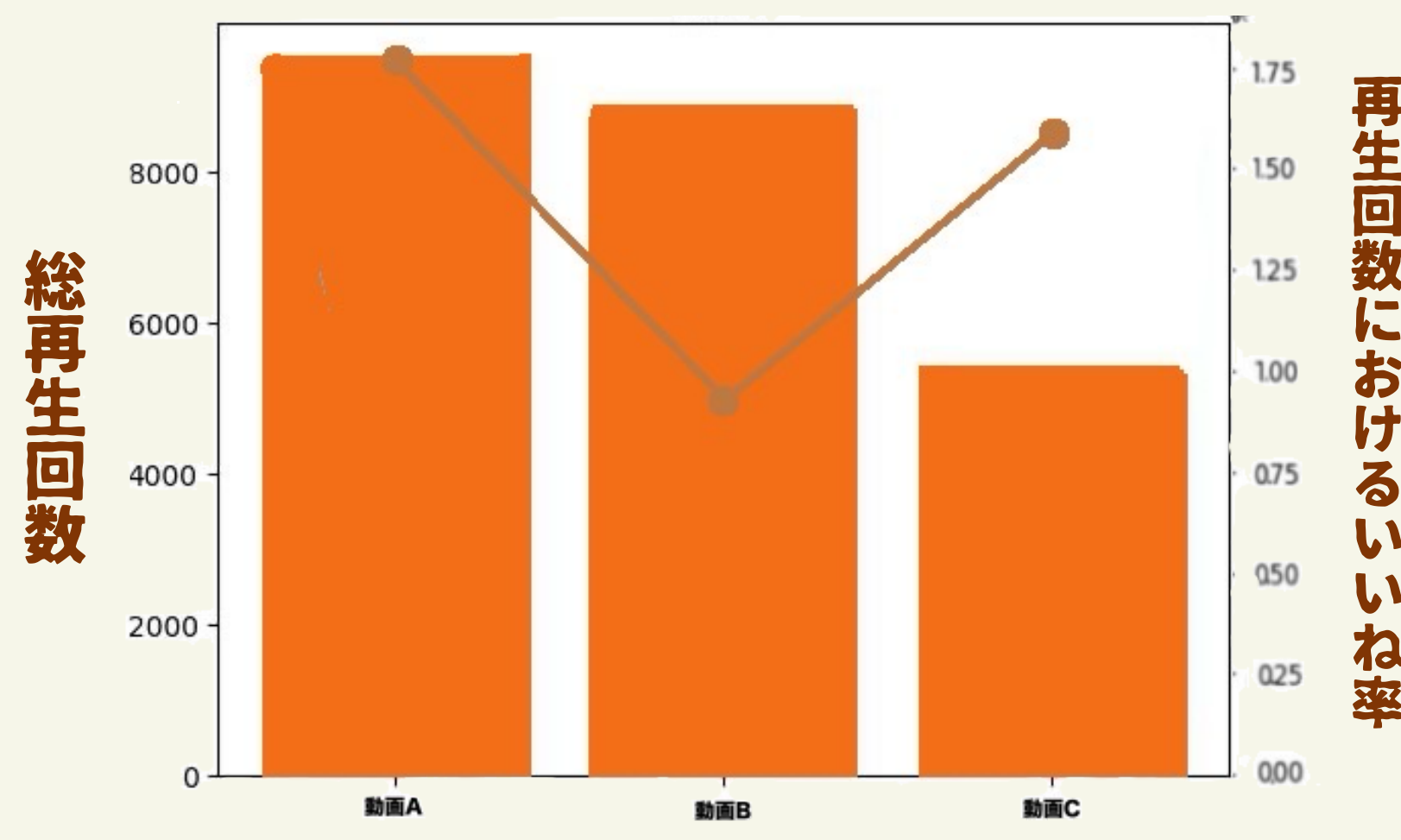


◀行ったことある人



▶行ったことない人

ショート動画



再生回数におけるいいね率



回答数は304件でした！
ありがとう
ございました♪

5. 考察

<チラシ>

- ・若年層向けPRは 内容より「伝え方」 が重要
- ・高評価のPRは 見た瞬間に内容が伝わる
- ・評価が高いPRは 見やすく落ち着いた配色
- ・特に青系デザインは好印象
→参考文献:青は多くの人に好まれ、嫌われにくい色である
- ・情報過多なPR は行動につながりにくい
- ・情報量 × 見やすさ のバランスが必要

<ショート動画>

- ・テンポの良さ・視覚的分かりやすさが評価に直結
- ・短時間でも印象に残る点が強み
- ・分かりやすい構成
興味 → 行動 につながる

▼AIDMAモデルによる客観的評価

観点	動画A	動画B	動画C
Attention (注目)	★★★★★ キャッチコピー○ 冒頭のテンポの良さ○	★★★★★ 冒頭のテキスト、 メニュー紹介、店内の映像○	★★★☆☆ タイトル○ 導入のインパクト×
Interest (関心)	★★★★☆ 具体的で興味を そそる情報○	★★★★★ 具体的な商品紹介と 価格提示○	★★★★☆ 歴史や文化の紹介📺 知的好奇心・関心📺
Desire (欲求)	★★★★★ 視覚的に生理的欲求を 強く刺激○	★★★★★ 強いシズル感 写真映えスポットの紹介○	★★★☆☆ 欲求を刺激する×
Memory (記憶)	★★★★☆ 個々の商品が 強く印象に残る○	★★★☆☆ 商店街のPRなのに 個店の魅力が強い×	★★★★☆ 記憶に残りやすい構成○ 場所のブランディング○
Action (行動)	★★★★★ 行動喚起力○ アクセス情報○	★★★★★ 行動に直結する 情報の提示○	★★★☆☆ 「来てもらう」こと なのかがやや曖昧×

6. 参考文献・謝辞等

参考文献:よくわかるデザイン心理学人間の行動・心理を考慮した一歩進んだデザインへのヒント

著者 BBSTONEデザイン心理学研究所 発行所 日刊工業新聞社

本研究にあたり、ご協力いただいた寺町商店街の皆様、明正中学校、陽和中学校、光風中学校の先生方、中日新聞桑名通信局様に深く感謝いたします。