

SNS を活用した講習会動画の配信について

東部健康福祉センター 修善寺支所 ○平井愛、田上理子、榊原千代美、松浦秀昭
衛生薬務課 田中恵美
修善寺食品衛生協会 事務局 勝間田洋子

【はじめに】

新型コロナウイルスが猛威を振るい、以前まで当たり前に行っていたことが困難になった。営業者を会場に集めて行う講習会もそのひとつである。観光地を抱えた当所では、例年夏の繁忙期を前に講習会を行い、食中毒防止の啓発を行っているところである。ところが、このコロナ禍での講習会は、会場での三密が避けられないことから会場の確保が難しく、中止せざるを得ない状況であった。

そこでWEB会議やリモート飲み会等、人との接触を避けながらコミュニケーションを取る方法からヒントを得て、動画で講習会を開催することを考えた。LINE アプリやYouTube を活用し講習会動画を配信することで、新しい生活様式に沿った方法で講習会が開催できたとともに、情報発信を行っていくうえの一助となったので報告する。

【概要】

(1) 情報発信手段の選定

様々な情報発信手段があるが、当所管内は高齢の営業者が多いことから、煩雑な手続きが不要であることや登録後は情報を受け取るだけのいわば受動的なツールが求められると考えた。東部保健所修善寺支所や修善寺食品衛生協会のホームページ上で動画を公開することも可能であったが、営業者が自らホームページにアクセスし能動的に情報を得る必要がある。継続的に情報発信を行っていった場合、営業者に対しその都度ホームページへアクセスするよう誘導することは難しいと考えた。また、営業者のメールアドレスを登録し、動画のURL を添付したメールを一斉送信することも考えたが、迷惑メールと間違えられ動画を開いてもらえない可能性があることが考えられた。

SNS は近年急速に普及が進んでおり、特にLINE は全世代での普及率が72.6%と報告されている。¹⁾ 年代別では10代が9割を超え、70代でも46.2%と半分近く利用されていることから、LINE アプリを活用することとした。LINE アプリでは、一度友だち登録を行えば、トーク画面を開くだけで情報が表示されるため手軽に扱える。送付されたメッセージは送信元のアイコンが表示されるため、どこから送付されたものかわかりやすく、受け取る営業者がリンク先の情報にアクセスする際の抵抗が減ると考えた。また、送付されたメッセージがトーク画面に蓄積していくため、過去に受信した情報の閲覧が容易に行えることもメリットと考えた。

(2) 公式アカウントの開設

修善寺食品衛生協会ではLINE 公式アカウント²⁾ を開設し、そこから情報発信を行うこととした。管内営業者は9割が修善寺食品衛生協会に加入しており、協会員同士の横のつながりも強いいため、口コミ等での広がりも期待した。なお、LINE 公式アカウントはメールアドレスがあれば、だれでも開設することができ、月毎1000件までのメッセージが無料で送信できる。

(3) 友だち登録

公式アカウント開設後は、営業者へ友だち登録をしてもらうよう啓発した。食品衛生協会の推進員等から資料を配布するとともに、保健所での監視指導時にも啓発を行った。また、高齢の営業者には資料

だけでは登録に至らないため、その場で方法を教えながら登録してもらうこととした。

公式アカウント側からは登録された友だちについて個人のLINEアカウント名は確認できるが、屋号は分からない。そこで、自動チャット機能から屋号を返信してもらうよう呼び掛け、登録された営業者を確認することとした。

(4) 動画の作成

全国の食中毒発生状況及び、民間事業者等が提供している食品事業者向けのEラーニング³⁾を調査し、その内容を参考にして啓発動画を作成した。

動画の作成に当たっては、スマートフォン等で視聴することを考慮し1本あたり5分程度の短いものにする、文字を少なくしアニメーションを使用すること、音を出せない環境でも視聴できるように字幕を入れること、等を意識した。

動画は、食中毒防止講習（第1話、第2話）、HACCP講習（管理計画編、実施記録編）の計4本作製した。

(5) 動画の公開

広聴広報課の協力を得てYouTubeでふじのくに静岡県庁チャンネルから限定公開とした。(図1) 動画ファイルと字幕ファイルを同時にアップロードし、YouTubeの自動翻訳機能を使用することで字幕の他言語への変換も可能とした。また、動画の終了画面に続きの動画へのリンクを追加し、次の動画へと誘導した。なお、動画の公開は令和3年3月末日までとした。



図1 動画のQRコード

(6) 動画の配信

令和2年8月7日、LINE公式アカウントのメッセージにより講習会動画の配信を行った。(図2) 煩雑な手順を踏まずに動画が視聴できるよう、カードタイプメッセージを用いてトーク画面から「今すぐ視聴する」をタップするとYouTubeへリンクするように設定を行った。また、タイムラインにも動画のURLを投稿し、配信後に友だちになった営業者も視聴できるようにした。

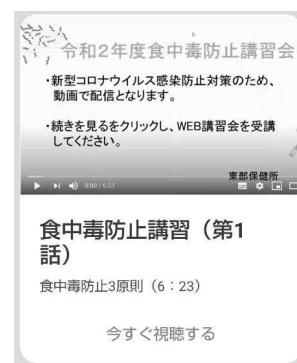


図2 配信画面

【結果・考察】

動画配信時の友だち登録数は84人、開封されたメッセージは65となり、登録した営業者の77%が動画を視聴した。(図3) その後、1月までに友だち登録数は201人となり、動画の視聴回数はそれぞれ表1の通りとなった。これは、LINEで配信した以外にもHACCP講習会の日程案内等の資料にQRコードを記載し配布したため、より多くの営業者が動画を視聴した結果と思われる。また、作成した動画は食品衛生協会の行う検便の受付会場で投影することによりインターネット環境の整っていない営業者やLINEアプリを使用していない営業者にも視聴してもらうことができた。会場では受付の終わった順に視聴会場へ誘導し繰り返し再生された動画を視聴し1周見終

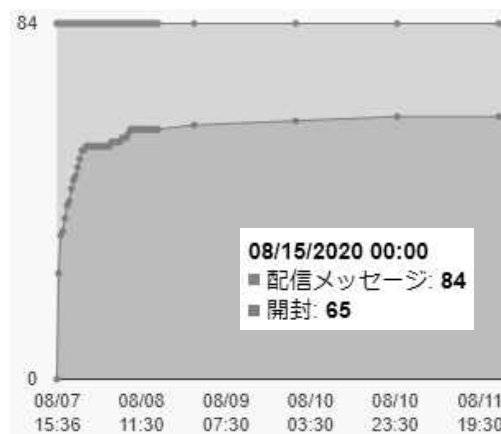


図3 配信したメッセージ数と開封数

わり次第各自終了するようにした。これにより、同時に多くの営業者が視聴することなく会場での密を避けることができた。さらに、通常の講習会会場では、自由に着席させるため仲の良い営業者同士の私語が避けられなかつたが、受け付け順に視聴し帰宅するため、各自集中して視聴できるという利点もあった。例年行っている講習会は、開催時間が営業時間に当たる施設もあるため、営業を休んで講習会を受講しなければならないが、配信した動画では自身の都合の良い時間に受講できたと好評であった。また、字幕を自動翻訳機能により他言語へ変換し外国人の従業員に視聴させたという施設もあった。動画の視聴には、データ通信料が発生するため、視聴後に通信料に関する苦情が寄せられることも危惧されたが、それらに関する苦情は一切なかった。

表 1 動画の視聴回数

	食中毒防止 第1話	食中毒防止 第2話	HACCP 管理計画編	HACCP 実施記録編
視聴回数	533	347	445	252

動画の配信はふじのくに県庁チャンネルから行うことで、当所でのアカウント管理やチャンネル開設等を行わずに配信することができた。

営業者に友だち登録を啓発した場面では、抵抗なく受け入れその場ですぐに登録に至る営業者が多く見られた。また、スマートフォンやLINE アプリを使用していない高齢の営業者が散見されたが、同居の家族に登録してもらい情報を確認する、といった積極的な声もあった。

LINE 公式アカウントからは、動画配信だけではなく、食中毒警報や新型コロナのポイントのリーフレット等の送付にも活用した。修善寺食品衛生協会は5つの支部で構成されており、一斉監視等はこの地区ごとに実施しているが、日程等の周知は食品衛生推進員等が行っている。友だち登録された営業者を支部毎のグループ分けすることにより一斉監視や更新調査の周知等にも活用することができ、推進員等の負担軽減につながることも期待される。また、アンケート機能等を活用することで、営業者のニーズを把握し講習会の内容等に役立てることもできると考えている。

SNS による情報発信として、静岡県でも令和2年5月より静岡県 LINE 公式アカウントを開設し、現在までに約4万人が登録している。広く周知したい情報は大人数を対象とした発信方法が効果的であるが、今回の事例のように狭い範囲にピンポイントで発信することは、必要な情報を速やかに届けるには有効であった。今後、保健所またはより小規模な単位である班ごとに情報発信できるシステムが構築されれば、より多くの情報を速やかに、かつ効果的に発信できるようになると期待する。

【参考】

- 1) データで読み解くモバイル利用トレンド 2020-2021 モバイル会社白書 NTT ドコモモバイル会社 研究所
- 2) LINE 公式アカウントの開設 LINE for Business LINE 株式会社
<https://www.linebiz.com/jp/entry/>
- 3) 農林水産省補助事業 (e-ラーニング) 公益社団法人日本食品衛生協会
http://www.n-shokuei.jp/eisei/haccp_f.html