



インタビューWEBメディア 開設・運営ガイド

東京ホームタウン大学院

WEBメディアチーム(こだいらローカルプレイヤーズ)

インタビュアー(運営者)のメリット

- 地域で新しい活動を始めたい、地域の活動を広げたい
 - インタビューによって地域活動のプレイヤーとつながれる
 - 地域活動のプレイヤーをネットワークし、仲間づくりができる
- 地域で活動する人、地域に関心を持つ人とのネットワークが広がる

インタビュー(取材対象者)のメリット

- 何か活動している人は、世間に発信したい事がたくさんある
→でも、どうやって発信したら良いか分からない→インタビュー！
- 自分で自分の事を発信するのは難しい
→誰かに発信してもらえたら助かる！ →インタビュー！
- でも、自分の想いは正しく伝えたい
→できるだけ、自分の言葉で、正確に伝えたい→インタビュー！
- インタビューによって自分の想いを言語化
→インタビューされて、言語化して、初めて気付く事もたくさんある

オーディエンス(参加者、視聴者)のメリット

- 地域の情報は、なかなか住民に届かない
→地域の人や活動を知る事ができる
- 地域に参加するキッカケがない
→イベントに参加したり、WEBマガジンを通して、地域の活動に近付ける
- 近所付き合いがない、地域交流の機会がない
→イベント参加を通して、地域の人たちと出会える

開設の手順

タイミング	イベント・メディア	インタビュー
事前準備	地域の選定 企画／コンセプトメイキング WEBメディア準備	インタビュートレーニング
イベント前	イベント準備 イベント告知	インタビュー（取材対象）の選定 インタビュー準備
イベント当日	司会／質疑応答／交流 動画配信	インタビュー
イベント後	WEBメディア編集／発信	

事前準備



地域の選定

- どこで始めても大丈夫！
→どの地域にも面白い活動をしている人はいます
- 範囲は、あまり広くない方が良い
→市区町村ぐらいがベスト(もっと小さくてもOK)
- 個人的なつながりがある場所
→インタビュー、オーディエンスいずれも、口コミでつながるのが確実！

企画／コンセプトメイキング

- 目的
何のためのWEBメディア？「誰に」「何を」伝えたいのか？
- コンセプト
インタビューとオーディエンスをつなぐのは何？
なぜ、自分たちがこの活動を始めるのか？
分かりやすい「キーワード」を用意する

WEBメディア準備

- インタビュー動画を直接配信
→zoom+youtubeだとリアルタイム配信も簡単
→編集も不要！
- noteで整理すると、マガジンが簡単につくれる

インタビュートレーニング

運営メンバーは事前にインタビュートレーニングを行う

会場

- オンライン、オフラインどちらでも開催可能
- オンラインの場合: zoomでブレイクアウトを利用
- オフライン(リアル会場)の場合: 声が混ざるので、参加者数に対して1.5~2倍ほどの広さの会場を用意

参加人数

- 2~6人がベスト
- 5人だと、グループの人数が変わってしまうので、最初は4人か6人に調整する方が無難

事前準備&当日運営

- 参加者には事前に「インタビューの基礎知識」を一読しておく
- 「インタビュートレーニングガイド」に沿って進める(スピーカーノートを参照)
- (オンライン)画面共有 / (オフライン)プロジェクタ or 大型ディスプレイでスライドを共有

イベント前



インタビュー(取材対象)の選定

- メディアの企画、コンセプトに合わせてインタビューを選定する
- 基本は、インタビュアーが話を聞きたい人を選ぶのがベスト
- オーディエンスを意識し、その人からどのようなメッセージを得たいか考える
その人でないといけない理由、その人だからこそ得られる「言葉」を想像し、仮説を立てる

インタビュー準備

イベント(公開インタビュー)の開催までには、以下のような準備が必要

- 取材の申込み
- 取材の準備
- 事前打合せ
- ヒアリング
- インタビューガイドの作成

※詳細は「インタビューの基礎知識」を参照

イベント準備

役割分担

- 当日参加可能なスタッフを確認し、役割分担する
- 司会、質疑応答のモデレータ、画面共有、zoom操作など

zoom操作の確認

- 当日の進行を想定し、待機室、ブレイクアウト、画面共有、動画記録・配信などの確認を行う

進行スライドの準備

- 当日のタイムテーブルを考え、進行スライドを用意しておく(サンプルあり)
- 必要に応じて、司会用のスクリプト(進行台本)も用意する

イベント告知

イベントをオープンにする場合は、告知が必要
告知にはSNSやイベント告知のサービスを利用する
何を利用するかは、期待している参加者層などに合わせて選択
複数のサービスを組み合わせるのも有効
ただし、これらのサービスの利用をハードルが高いと感じる方もいるので、
その場合にはnoteやメールなどを利用して、ダイレクトに情報を届ける方法も検討する

SNS

Facebook <https://www.facebook.com/help/1076296042409786>

Twitter <https://business.twitter.com/ja/blog/engaging-with-your-audience-through-event-tweeting.html>

イベント告知(チケット)サービス

Peatix <https://peatix.com/>

こくちーず <https://kokucheese.com/>

イベント当日



司会／質疑応答／交流

- 進行スライド、スクリプトに沿って進行する
- インタビュー中から、質問をチャットに書いてもらう
質疑応答は盛り上がらない事が多いので、スタッフが積極的に書き込む
イベントの冒頭で、アイスブレイク的にチャットを使うのも有効
- 交流タイムは、参加人数やその場の空気で臨機応変に
交流が始まるといなくなる人、耳だけ参加もいるので、ブレイクアウトは少し多めぐらいで調整する

動画配信

- 動画はリアルタイム配信できるとベスト
そのままアーカイブして利用可能
- Youtubeでリアルタイム配信するには、事前に設定が必要(承認に時間がかかるので早めに用意)
- リアルタイム配信する事は、イベント告知や進行スライドで参加者に伝えておく
- どこまで配信するかは事前に決めておく(インタビューのみ？ 質疑応答も含める？)

イベント開催（公開インタビュー）

- 最初にインタビューイの紹介をしてから、インタビューを開始
- タイムマネジメントは重要なので、インタビュアー自身が、展開も含めてコントロールする
- インタビューイや参加者の様子を見ながら、即興性を重視しつつも、目的に沿ったインタビューを心掛ける

※詳細は「インタビューの基礎知識」を参照

イベント後



WEBメディア編集／発信

- リアルタイムに動画(音声)配信ができない場合は、zoomの動画記録から編集し、Youtubeに投稿
- Youtubeで配信している動画は、noteでマガジンとして集約
イベント情報と併せて掲載できるし、インタビュー内容の要約なども可能
- Youtubeには、インタビュー内容に応じたチャプターを設定する