

風向計

米大使館デジタル広報

インスタ女子に命中

中村 泰子

在日米国大使館が、インスタグラム（通称インスタ）でユニークな広報活動を展開している＝写真。トランプ大統領の誕生や世界の不安定な安保情勢など米国の外交戦略は何かと話題だ。大使館はデジタル時代ならではの手法でファン作りを進めようとしている。

インスタは写真を投稿して共有する人気のスマートフォン（スマホ）アプリで、特に若い女性から圧倒的な支持を得ている。大使館は写真を通じて「米国の良さを伝え」「興味をもってもらう」ことを狙っている。投稿画像は米国の色々な「表情」が切りばめられ、コメントやハッシュ

タグなどにも随所に工夫がみられる。

インスタで成功する秘訣はクオリティーにこだわり、視覚的ジャッジが厳しい若者に受けること。フォロワーしている女子大生たちの感想は「出てくる人がカワイイ、オシャレで見ていて楽しい」と好印象だ。

映画「La La Land」の撮影地風景や街の写真はそのロケーションがわかるように配慮。米車のナンバープレートの写真では「テネシーはボランティアステート」など各州のニックネームが書かれていることや由来を紹介。実際に住んでみないとわからないような米国のカルチャーを

写真で端的に表現している。

外交官やインターン生、大使館で働く様々な人たちの等身大の日常も登場。

「大使館は遠い存在だったけど、外交官の日常や素顔が見えて親近感がわいた」「ネーティブが使うidiomの紹介もあり勉強になる」と、学生たちにも評判が良い。

今の20代以下は常に新しい情報を



求める「アップデート世代」で、インスタは若者がトレンドを追いかける際の必携ツールだ。米大使館デジタルメディアチームによると、「インスタはフェイスブックやツイッターでリーチしにくい層にも情報が届く。usembassytokyoをフォローしているのは68%が女性で、18～24歳からの反響がいい」と感じている。

大使館は民間交流の架け橋の窓口。堅苦しさを排して、フレンドリー感満載で多彩な米国の良さをアピールする地道な広報戦略によって、米国愛（Love America）を醸成することができるかもしれない。

（ブームプランニング社長）