

インバウンド向けPR動画製作でこれまで既にインバウンドを獲得している都内のスポットを中心に紹介したが、今回は打って変わってインバウンドとは全く縁の無い岩手県山田町でのPRを試みた。

この町は東日本大震災の被害を受け800人以上の方が亡くなった。あの日から7年半が経過し、街は道路や住宅などの生活インフラは整いつつある。また復興事業に関わる人の流れが町の生業を支えている。しかし復興事業にも目処が立ち、数年後にはこの復興事業に関わる人の流れは無くなり町を支えていた生業は存続の危機をむかえるという。

そこで注目されているのが最大のインバウンド対象国の中国からの訪日客だ。国は東北6県を中国からのマルチビザの対象とし、訪日の際、足が向きやすくし経済活動の活性化に後押しをしている。それにより桜や紅葉のシーズンには多くの中国人観光客が内陸の既存の観光地に溢れている。しかし地震の被害を受けた山田町ではやっとインフラの復旧が進み、観光資源の整備も整った、今その集客に向き合い始めるという。

そこで都内の観光資源を中心に紹介してきたアジアでの知名度の高い「ゴンゾー」を起用した動画PRを山田町でも行うことにした。

町はこれまで牡蠣やホタテの養殖などの水産資源を活かした産業が中心で、それを活用した牡蠣小屋などを観光の目玉としていた。しかし三陸沿岸部では同様の観光施設が数多くあり、交通のアクセスが悪い山田町では集客には結びつきづらい。そこで沿岸部での他

インバウンドPR検証継続レポート②

文 岸本公平

text by Kouhei Kishimoto

地域には無い観光資源を客観的に抽出し、それを既存の観光資源と合わせた形で撮影。それを注目されやすいゴンゾーのタンバリンパフォーマンスとコラボさせて映像作品とした。更に言語的に中国語、英語でローカライズしYouTubeでの配信を開始した。

結果は初動としては順調で、解析したところ、海外からのアクセスも獲得する事ができた。この動画は今後、中国国内向け動画配信サイトにもアップされ、中国国内でのSNSなどでもKOLと言われるインフルエンサーにより拡散を掛けることになっている。そのサイクルを毎月繰り返す事により継続的な町の情報の拡散をし、まずは行楽シーズンに外国人で賑わう既存の内陸観光地から誘客する事。それをきっかけに、再訪日の際の目的地の一つとしてあげられる町になることも不可能では無い。



岩手県山田町でPR撮影を行う時の様子



Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役
HANABIプロジェクトプロデューサー
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。