

日本初の動画ブランド「Awai」で安来市のPR動画を配信します

1. 事業目的

単なる観光PR動画ではなく、20代女性に刺さる安来の魅力があふれるプロモーション動画を制作し、本市の認知度向上を図ることを目的としています。

2. 事業内容

作成する動画は、20代の女性をターゲットにした質の高い映像と音楽による動画コンテンツとし、安来市を訪れているようなイメージを疑似体験できる内容となっています。

また、若い世代は日常の情報収集をソーシャルメディアで行っている傾向があります。このことから、市の公式InstagramやYouTubeを通じて若者を中心に人気を集めているCinematic Vlog（シネマチック ブイログ）による動画を採用しています。

- ・撮影スポット…清水寺、なぎさ公園、鷹入りの滝、飯梨川河口付近、さぎの湯温泉ほか
- ・制作本数…計8本を制作予定。
- ・1本あたりの再生時間…約90秒程度。

3. 事業費

5,000,000円（予算額）

（財源：新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金）

4. 動画の特徴

動画ブランドの「Awai」はCinematic Vlogと従来のPR動画を組み合わせた、新たなPR動画。圧倒的な映像美と音楽を用いる広告感のない動画となっています。

Vlog（ブイログ）とはVideo（ビデオ）+Blog（ブログ）の略称。日常や観光の様子などをブログ記事ではなく動画にしたもの。5Gの普及とともに、動画コンテンツへの関心がさらに高まることで、国内でもVlog市場の拡大が予想される。

近年ソーシャルメディアをの中でもCinematic

Vlogは、まるで映画のような圧倒的な映像美で、広告感なく表現するVlogのジャンルとされる。

- ・地名や建物名などの文字がない“広告感のない”映像のため、視聴維持率が高い。
- ・映像・音楽に重点を置くことで、“印象に残りやすい”。
- ・1分半の動画にすることで、興味付けに特化させ、詳細な情報はHPで補完する。人の視聴限界は1分半が限界とされている。
- ・発信力の強い20代女性をターゲットとし、施設や風景ではなくモデルを中心とした動画に構成することで、ターゲットの目を引くようにしている。
- ・テーマは「淡く美しく」。一见モデルのキャッチコピーに見えるが、安来市内には自然や観光地など、淡く美しいスポットが数多くあるため、このテーマとした。



5. 製作者（業務委託業者）コメント

さまざまな季節を織り混ぜ、光の描写で淡くシネマティックに表現しています。

まるで映画のような圧倒的な映像美で、如何なる人をも魅力することに注力しました。映像を見終わったとき、ふと涙がこぼれてしまうようなそんな世界でたった一つの安来市だけの Awai です。

●動画ブランド「Awai」問い合わせ先

株式会社 Next Keyman 電話：090-6326-8236（担当：田中祐樹）

6. 今後の活用方法

2月22日（火）18時より第1弾をInstagramやYouTubeで配信します。

今後、随時公開していきます。

○動画の展示：市内公共施設などで動画を流し、来場者へPRを行う。

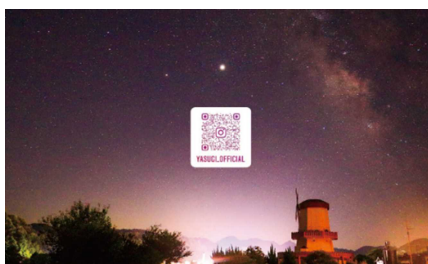
（展示場所：観光交流プラザ、道の駅あらえっさほか）

○ポスター：市内公共施設などへ掲示予定。



○名刺台紙の作成：名刺裏面に画像とInstagramのQRコードを掲載（3種類）。

希望する職員に名刺を配布する予定。



※上記のほか、さまざまな媒体を通じて発信していきます。

以上

○問い合わせ

安来市政策推進部

秘書広報課 魅力発信係

電話 0854-23-3010