

意見交換 第2ターン

# 関係人口の機会創出に向けた 一アプローチとしてのPR動画の検討

東海大学 教養学部

人間環境学科 自然環境課程 岩本研究室

築俊輔

# 先行研究と地域資源から見る地域活性化事業の一案

## 先行研究

- 2019年 シティープロモーション動画の現状と要素分析～人に見てもらえる動画とは～
- 2019年 自然溢れる住環境のシティープロモーションの動画の検討～逗子市を事例として～
- 2021年 持続可能な地域づくりに向けたシティープロモーションの検討

## 研究の目的

段階的に持続可能な地域づくりを目指す為の一アプローチとして  
**シティープロモーション動画による  
認知度向上と関係人口増加を目的とする**

## 研究の方法

(株)クシタニと協力し、松田町の認知度向上と関係人口創出を  
目的としたシティープロモーション動画の試作検討を行う



まつ だ まち  
松田町  
Matsuda Town Website

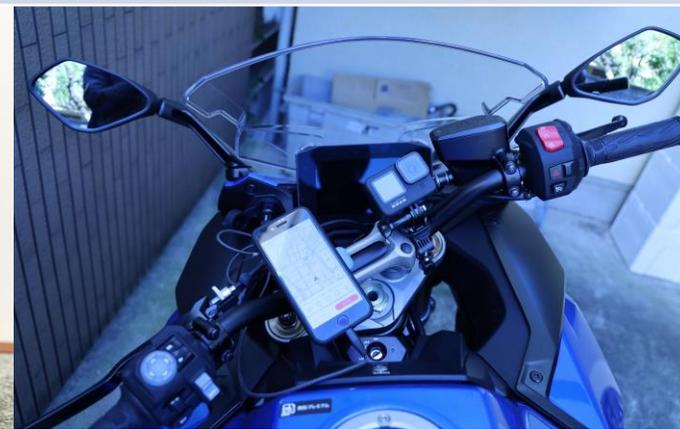


# 撮影機材

## SUZUKI GSX-S1000GT



	機材種類
メイン	一眼カメラ
サブ	アクションカメラ①（顎マウント）
	アクションカメラ②（ハンドルマウント）
	ドローン
	ジンバル（スタビライザー）



動画の撮影性能や色味に拘り、  
複数のカメラによってドラマティックに演出

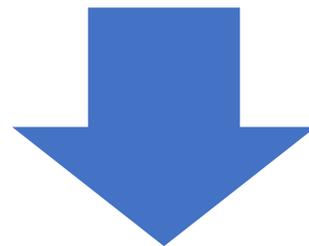
# 製作したシティープロモーション動画の概要

## ストーリー性

- 大学生が卒業研究を行う
- 松田町を周るツーリング

## 主なアピールポイント

- 豊かな自然と風景
- 人との繋がり
- 観光スポット
- 名産品紹介（みかん・サクラマス）
- 走行面の快適さ
- ドラマチックな演出



**地域資源を活用した**  
**松田町の認知度向上と関係人口創出に繋がる内容**

## • 0:00~0:24 冒頭① 東海大学（教室）

選抜理由	大学生が卒業研究を行うというストーリー性を展開
テロップ	「KUSHITANI PERFORMANCE CHANNEL」 「シティープロモーション動画の試作検討を行う」
ポイント	・ヘルメットには上に置いた松田町の名産品のみかんと名所の桜デカール ・卒業研究に取り組んでいるアピールとしてパウポの入力



## • 0:25~0:29 冒頭② 東海大学（校舎）

選抜理由	大学生が卒業研究を行うというストーリー性を展開
テロップ	「東海大学×」
ポイント	・東海大学のシンボルである1号館とバイクを同時に映す



## • 0:30~0:36 冒頭③ 東名高速道路及び大井松田IC

選抜理由	東名高速道路にて都心から簡単にアクセスできるというアピール
テロップ	無し
ポイント	・大井松田の看板映るように真下を通る



## • 0:37~0:45 冒頭④ 松田町（空撮）

選抜理由	公共交通機関でも都心から簡単にアクセスできるというアピール
テロップ	「神奈川県松田町」
ポイント	・松田町全体を空撮 ・公共交通機関である小田急新松田駅を映す



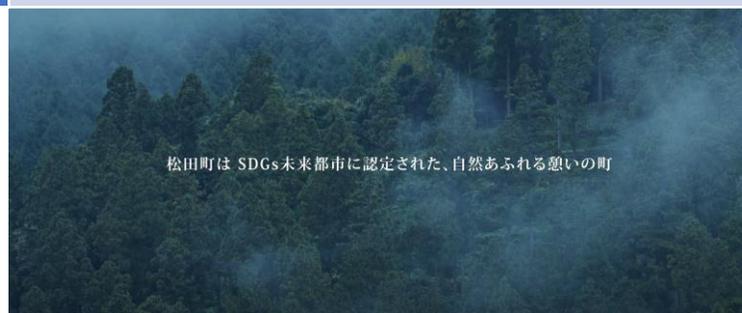
## • 0:46~0:52 冒頭⑤ やどりき橋（動画の題名）

選抜理由	自然豊かな松田町をイメージできるロケーションかつバイクが映える景色
テロップ	「東海大学×松田町×GSX-S1000GT」
ポイント	・橋の前にバイクを停めて題名を流す構図と、そのコントラスト



## • 0:53~1:02 概要① 松田町

選抜理由	松田町は知名度が低いため、まずは簡易的に紹介
テロップ	「松田町はSDGs未来都市に認定された、自然あふれる憩いの町」 「木質バイオマスエネルギーや人との繋がりでSDGsに取り組む」
ポイント	・松田町のSDGs事業である、豊富な自然や人の繋がりをメインに紹介



• 1:03~1:21 スポット① 西平畑公園

選抜理由	松田町一の集客スポット、バイク専用駐車場もある
テロップ	「春には、約360本の河津桜が咲き誇る公園」 「富士山や相模湾も一望できる町の展望台」
ポイント	・ 動画作成というストーリー性のためGoProを持ちながら散策路を歩く ・ 入込観光客数が集中する春の景色をイメージできるよう満開の河津桜を挟む



• 1:22~1:33 スポット② 松田山みかんの里 内藤園

選抜理由	名産品紹介、木のオーナーになれるという珍しさからも選抜
テロップ	「丸ごと1本のみかんの木のオーナーになれるみかん狩り園」
ポイント	・ ちょうど旬のみかんと、人の繋がりをイメージさせる映像を挟む



## • 1:34~1:40 スポット③ 松田山ハーブガーデン

選抜理由	特産品の松田町ブランド品、おひるねみかんジュースの紹介
テロップ	無し
ポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・並んでいるおひるねみかんジュースをアップで映す</li><li>・ツーリングの休憩に立ち寄るイメージで、ベンチにてジュースを飲む</li></ul>



## • 1:41~1:52 間 神奈川県道710号 南側

選抜理由	松田町は走行面でも楽しめるワインディングがあることをアピール
テロップ	無し
ポイント	<ul style="list-style-type: none"><li>・顎マウントに装着したGoProの映像を使用し、実際の走行感を演出</li><li>・山間部特有の優れた景色やワインディングをアピール</li></ul>



## • 1:53~2:02 概要② 松田町 寄地区

選抜理由	寄（やどりき）という特殊な地名や、寄地区の内容に移行する区切り
テロップ	「松田町 寄（ルビ：YADORIKI）」
ポイント	・大きく目立つようにルビを振った寄というテロップ



## • 2:03~2:22 スポット④ 寄清流マス釣り場

選抜理由	町で特に推しているスポット、ツーリングの食事休憩にもなる
テロップ	「中津川の清流でサクラマスやヤマメを養殖」 「レンタルした竿で気軽に釣り体験」
ポイント	・人の繋がりをイメージさせる映像を挟む ・ツーリングの食事休憩をイメージし、塩焼きした名産品のサクラマスを食べる



## • 2:23~2:33 間 神奈川県道710号 北側

選抜理由	南側のワインディングに対して、北側は中津川沿いを気持ちよく走れる直線道
テロップ	無し
ポイント	・ 壮大な自然とその直線道を駆け抜けるシーンを空撮



## • 2:34~2:44 スポット⑤ 蜂花苑やどろぎ荘

選抜理由	宿泊面でも楽しめることをアピール
テロップ	「豊かな自然に寄り添う大人の隠れ家的キャンプ場」
ポイント	・ GoProを持ちながら、木の上にあるツリーサイトをアピール



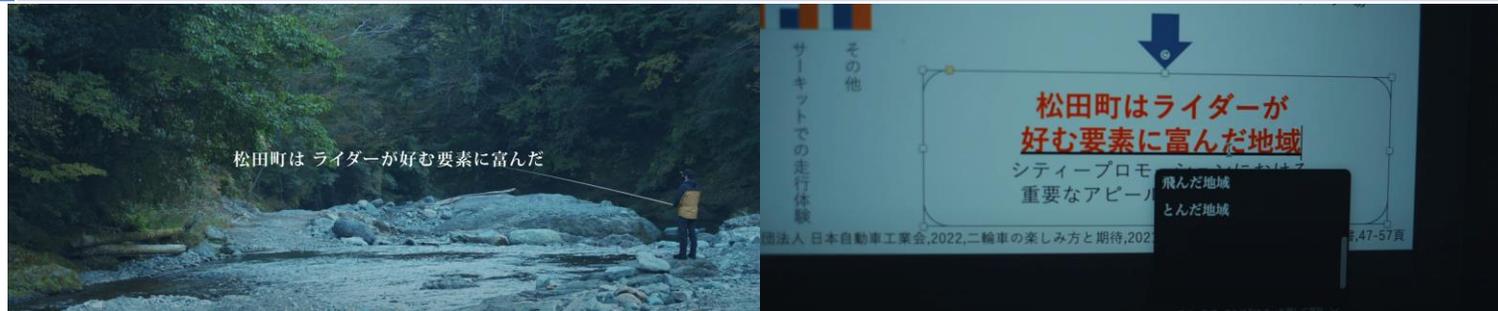
## • 2:45~2:48 間 カントリーチェックメイトクラブからの夜景

選抜理由	夜景が特に映えるスポット、 <b>動画のラストへ移行するための布石</b>
テロップ	無し
ポイント	・ <b>タイムラプスで日が暮れるシーン</b> を映す（ <b>天気が良ければ富士山も撮れた</b> ）



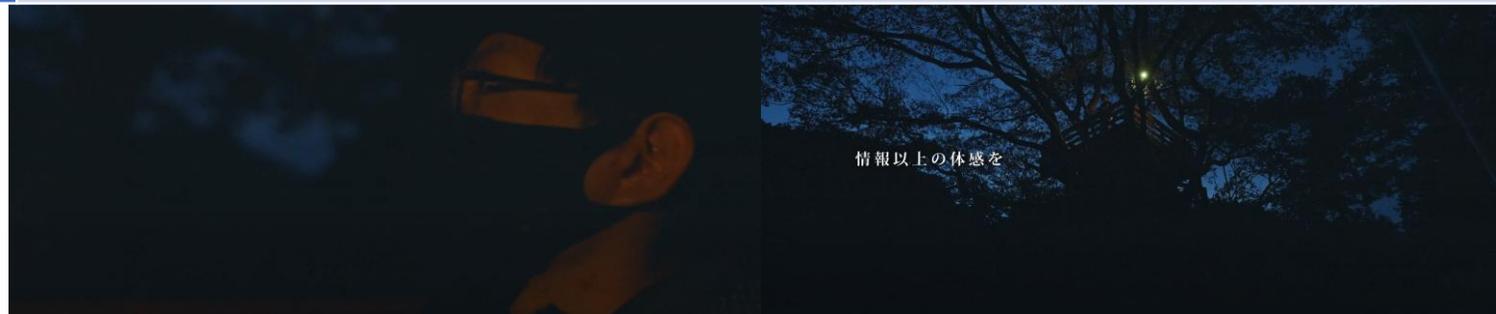
## • 2:53~3:03 動画のまとめ

選抜理由	まとめと、 <b>大学生が卒業研究を行うというストーリー性</b>
テロップ	「 <b>松田町はライダーが主として好む要素に富んだ（地域）</b> 」
ポイント	・ <b>キーボード音を残しながら入力し、最後の「地域」のみテロップを入れない</b>



## • 3:04~3:15 最後のメッセージ

選抜理由	松田町にはこの動画以上に素晴らしい自然が存在し、それを体感して欲しいというメッセージ性
テロップ	「情報以上の体感を」
ポイント	・ BGMを消し、川のせせらぎや虫の音など <b>自然の音のみ入れる</b>



## • 3:16~3:25 製作企業ロゴ（松田町、東海大学、株式会社クシタニ）

選抜理由	動画の締めくくり
テロップ	無し
ポイント	・ 東海大学は背景が白、株式会社クシタニは背景が黒と色が反転する



# 広報活動等

方法	理由
Webサイト「Sasty」	同研究室の共同取組
クシタニ店内スクリーン	継続的な放送・認知度向上
クシタニによるブログ記事	質的質問調査の回答の呼掛
地域情報誌「タウンニュース」	地域情報の発信力
二輪情報誌「webオートバイ」	バイク情報の発信力
チラシの作成	継続的な視聴率向上
Googleフォーム(質的質問調査)	データ収集



**Sasty**

**タウンニュース**

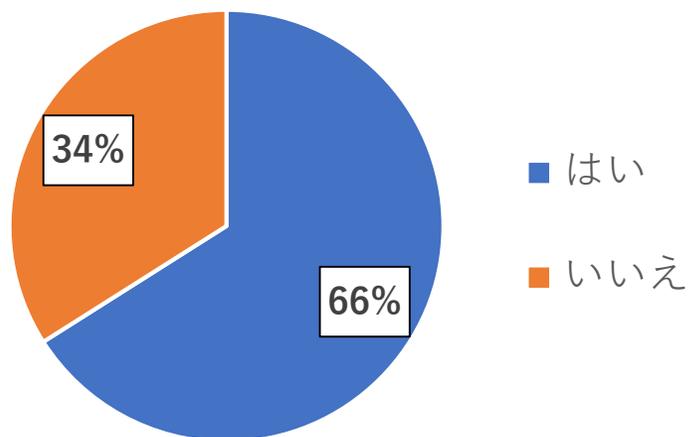
**webオートバイ**

認知度向上と継続的な再生を目的として広報活動を行う

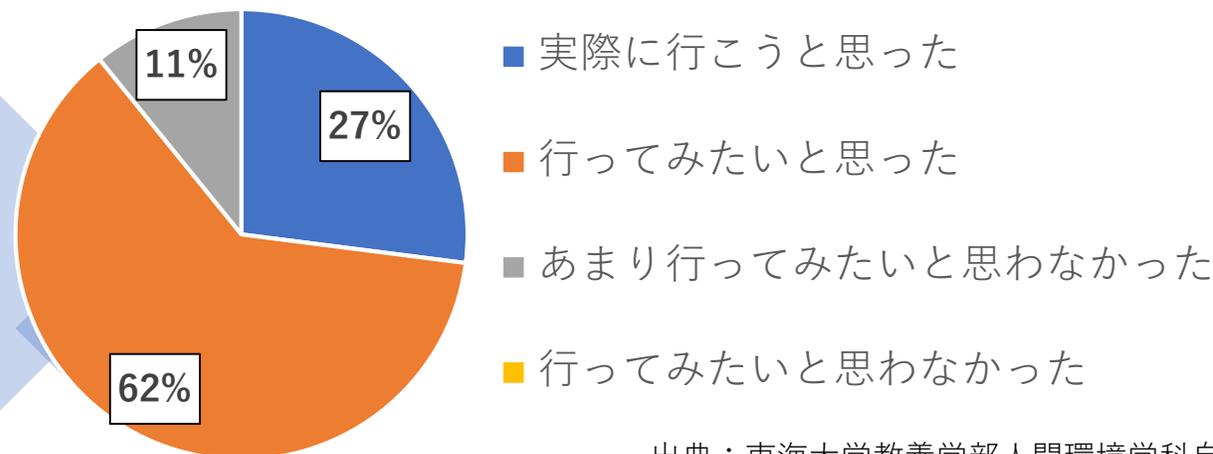
# 質的質問調査結果からの考察

n = 111

あなたは松田町をご存知でしたか？



松田町に行ってみたいと思いましたか？



## 動画の意見

- ちょうど良い動画時間
- 演出や雰囲気の良い
- 卒業研究やツーリングというストーリー性
- ライダーというターゲット層の明確さ
- 動画趣旨の独自性や松田町独自の魅力

## 先行研究にて考察した内容

- **4分未満の動画時間**
- **撮影・編集のクオリティ向上**
- **ストーリーやメッセージ性を込める**
- **明確なターゲット設定**
- **内容や地域資源の独自性**

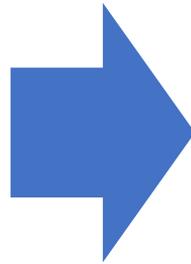
# 今後の課題

第一目的の一アプローチ  
バイカーによる交流人口創出を  
目的としたPR動画作成

[ターゲットをバイカーに絞った]



対象外の認知度向上は  
あまり期待できない



**本研究はあくまで  
一アプローチにしか過ぎない**

- 継続的な動画の発信
- ターゲット層の縮小拡張
- 多方面からの同時アプローチ

**段階的に持続可能な  
地域づくりに挑む**

**今後も「継続的・多角的」に取り組むことで  
最終的に持続可能な地域づくりの達成を目指す**



KUSHITANI  
PERFORMANCE  
CHANNEL

～ご清聴ありがとうございました～



東海大学 × 松田町 × GSX-S1000GT

KUSHITANI INTERACTIVE

自然あふれる憩いの町「松田町」

動画はこちらから

<https://www.youtube.com/watch?v=j7ITKOTCV>



https://www.youtube.com/watch?v=j7ITKOTCV

https://www.youtube.com/watch?v=j7ITKOTCV