

# 映像を活用した シティプロモーション



松山市  
シティプロモーション推進課  
千海 克啓 (松山市)

## 2人に1人はイメージがわからない

松山市では、松山の魅力を発信するシティプロモーションに取り組んでいきます。松山市がどのくらい知られているのか、現状を把握するために全国を対象としたアンケートを実施したところ「2人に1人は『松山』と聞いてもイメージがわからない」という実態が浮き彫りになりました。60代以上の方の認知度は高いのですが、特に20代、30代といった若い世代に「松山」が知られていないという結果でした。

## 都市イメージをカタチに

そこで、都市イメージを高め認知度を高める取り組みを開始。まず、松山の真の魅力は何なのか？徹底的に掘り下げました。市民ワークショップや首都圏に住む松山ゆかりの方によるミーティング、WEBでの意見募集など様々なチャンネルを活用したところ、「松山らしいあつたかい暮らし」「バランスのとれた暮らしやすさ」など、ちょうどいい暮らしに意見が集中。そして、ブランドメッセージ「いい、加減。まつやま」が誕生しました。田舎と都会、歴史と自然、人のあたた



アニメリーフレット

## オリジナルアニメの制作

ブランドメッセージは決定しましたが、メッセージだけでは伝わりません。メッセージの世界観をウチへ、ソトへ発信する必要があります。一番の課題は、認知度の低い若い世代に響く伝え方でした。

この課題を克服するために制作したのが「松山発オリジナルアニメーション マツとヤンマとモブリさん」です。松山を舞台に繰り広げられる冒険活劇で、この物語を通じて、メッセージ「いい、加減。まつやま」を伝えていくという企画です。

ただアニメーションを制作するだけでは広がりませんので、広がりを作るためにメジャー感をいくつか盛り込みました。

まずは、豪華な声優陣です。松山市出身のタレント友近さんに本人役での出演に加えて、愛媛県出身の水樹奈々さんのご協力もいただき、女子高生のモブリさん役として出演していただきました。次に、エンディングテーマ曲としてスキマスイッチさんの「トラベラーズハイ」とタイアップ。冒険活劇のアニメにぴったりのテーマソングです。

アニメ公開PRイベント 友近さんと野志市長



そして、アニメ制作は、「ALWAYS S三丁目の夕日」等のヒット作を手掛けるROBOTさんにお願ひし、クオリティの高いアニメーションに仕上がりました。

アニメには市民の皆さんも参加しており、140名の歌声で最後に流れるサウンドロゴを制作したほか、3名の方には本人役としてアニメに登場していただきました。

ストーリーについて

当初、案として出てきたシナリオは、松山の観光スポットを順番に巡っていくというストーリーでした。スポットの紹介に終始するのでは面白くない、若い世代に見てもらえないと、「最後まで見てもらえる内容で、しっかりとメッセージを伝えたい」と監督に直談判。その結果、松山城が空高く昇り、坊っちゃん列車のレールが渦を巻く、エンターテイメント性の高い作品となりました。

そして、アニメーション第2弾。松山市の島しょ部那須諸島の魅力を描く内容となり、松山出身のEXILE白濱亜嵐さんに、本人役で出演していただくなど、こちらも豪華な作品となりました。

オリジナルアニメは、国際短編映画祭「ショートショートフィルムフェスティバル&アジア」で第3回観光映像大賞特別賞を受賞したほか、アジア太平洋広域祭でも入賞した結果、多くの方にアニメを通じて松山を知ってもらうことができました。

現在、アニメの総再生回数は、1と2合わせて、約24万回となっております。アニメ公開にあたってのテレビ情報番組などの露出件数は200件以上、広告換算額にすると2億円を超えており、アニメをきっかけに多くの方に松山を知って

ただけたと思います。

オリジナルロードムービー  
『移住お遍路Moving★5』

2本のアニメに続く映像第3弾はロードムービーです。タイトルは『移住お遍路Moving★5』。「一風変わったお遍路姿の東京、大阪、名古屋、福岡、札幌の5都市の住人。それぞれに理想の移住地を求めて全国各地を巡り歩く集団。各地を訪ねてきた彼らにとつて、この地は移住ファイナルアンサーになるのか」というストーリーで、主役の5人が、松山の住人と触れ合うなかで、「一人のあたたかさ」を伝えてくれる作品です。キャストには、俳優の和田正人さん、お笑いコンビTEAMのレッド吉田さんやフォロワーのメンバーがそろっており、笑いあり涙ありの作品となっています。ぜひ、松山市のホームページからご覧ください。



移住お遍路Moving★5  
ポスター