



国際化の最前線から



訪れた全ての方が、観光大使

株式会社インコム代表取締役／映像企画プロデューサー
(クレア・プロモーションアドバイザー)

筒井 潤

今や観光地の情報を PC やスマホで見るのは当たり前だ。過去に訪問した人の意見や PR 映像を参考にして行き先を決めるので、映像での PR はかかせない。今回は PR のための映像制作から、発信までの新たな方法を伝えたい。

好奇心を発信してもらおう、新しい表現法を試みる

スマホさえあれば誰でも撮影ができる。観光客に撮影してもらい、投稿サイトに投稿してもらうだけで、その魅力を世界中に発信することができる。以前にも素人が撮った「温泉に入る猿」などが話題になったが、こうした視点はプロとは違う。彼らが持っているのは好奇心である。気持ちをくすぐる何かが観光地や人や物事に備わっていれば、自然に見つけて発信してくれる。それには、常に趣向を凝らし、好奇心に結びつくヒントを発信する必要がある。

たとえ、石ころ一つでも可能性があると思えることだ。表現法も多様化し、最近ではスマホで撮影した映像を 3D で見せる表現も多く SNS で見ることができる。こうした新たな表現も大いに利用していくといいだろう。

海外ディレクターの起用で観光客を呼ぶ

客と同国の CM ディレクターの起用は効果的だ。それは面白さのツボを心得ているからである。CM 制作で培った、注目させるポイントを知り尽くしているからで、自国で話題の CM 作品を作っている彼らに依頼することで話題が一つ盛り込まれたことになる。こうしたことで口コミによる広まりが期待できる。ただ、注意して欲

しいのは、彼らとの契約などをしっかりした専門家やアドバイザーに相談することも重要な要点である。

マメな発信が、観光客を呼び寄せる

最後に、こうして出来た作品を、常に発信し続ける必要がある。

特に呼びたい国への発信がなければ、制作した意味がなくなる。来日した観光客の力にプラスして、海外メディアへの映像提供や現地での上映会など頻繁に行うことも重要だろう。



スノーモンキー (写真：地獄谷野猿公苑)

プロフィール

筒井 潤 (つつい じゅん)

<http://www.comcinema.com/>

- ・1947年東京生まれ。
- ・ビジネス映像の制作・海外CM研究。
- ・観光バス内で行う「バス旅エンターテイメント」バス旅ラジオ、バス旅ブックの発行。
- ・バス旅TV番組制作プロデューサー。
- ・映画館で学ぶビジネス講座 TOHO シネマズ「school by film Method」の制作 (ワールドビジネス サテライトで紹介)