

第1回ふるさと動画大賞 選考委員講評

《選考委員》

委員長： 箭内 道彦 氏(クリエイティブディレクター、東京藝術大学美術学部デザイン科教授)

委員： 及川 卓也 氏(マガジンハウス コロカル事業部部長・編集長)

谷中 修吾 氏(一般社団法人INSPIRE 代表)

津田 千枝 氏(AP通信 海外広報サービス アジアセールスマネジャー)

北村 潤一郎 (一般財団法人地域活性化センター 常務理事)



左から 北村委員、谷中委員、箭内委員長、津田委員、及川委員

《箭内 委員長》

◎総評

比べられない。どのふるさととも素晴らしく、人が生きている。輝いている。順番つけるのは間違っている。そのことを強く感じる審査だった。

一方で、全部の作品が似ているとも感じた。それじゃまだ、それぞれが抱える課題の解決にはリアルに結びつかない。

その地にしか言えないこと、その地でしか会えない人・時間・風景、それを、その地にしかできない唯一無二の伝え方で、思い切って届けて欲しい。きっとできるはず。驚きたい。今回の賞が、その始まりのきっかけになれば嬉しい。

◎個人賞

動画が作られていくワークショップの過程で、上田市に「新しいこと」がすでに始まっていると感じた。動画制作が素晴らしい副産物を産んだ好例。ただ、尺が長いのが勿体ない。参加者全員を映してあげたくてカットしづらかったのでは。この1/5くらいの尺のほうが強く伝わる。

《及川 委員》

◎総括

多くの自治体や団体が動画による発信に取り組まれていることが応募数からわかります。最終審査に残った作品はどれも工夫を凝らし、地域の魅力をさまざまな手法で浮かび上がらせており、審査は非常に難しいものでした。ただし、プロモーションの全体フォーマットの中で、動画の位置付けが曖昧なのではという印象も受けました。メディアでは、(非常に単純化して言えば)大別して二つのアプローチがあり、それは<感性的な訴求>と<情報伝達>です。映像はその前者を担うものとして存在し、情報を盛り込もうとすると、冗長になったり説明的になったりして魅力を失う場合があります。映像と他コンテンツをどう組み合わせると効果的フォーマットにしていくかの戦略が大切だと感じました。

大賞に選ばれた日向市の映像は、時間の経過を編集し、ストーリー性を高めています。地域に暮らし働く地元だからこそできる、定点観測的な、時間を丁寧にかけるという方法は有効だと感じました。

◎個人賞

雲南市の『HISTORY & NATURE UNNAN』は、ヤマタノオロチ伝説、たたら製鉄、里山や棚田の自然を淡々とですが、美しく捉えています。解説も字幕でミニマムに編集し、雲南市を知りたいと思わせるゲートウェイとしての役割を担える映像だと思いました。英語バージョンを活用して、海外発信を強化することも効果的だと思います。

《谷中 委員》

◎総評

地域プロモーションにおいて動画を有効に活用するためにも、人に見られる“シチュエーション”を意識した動画づくりが求められます。圧倒的な拡散性を考えれば、SNS での動画視聴を前提とした制作は極めて重要でしょう。一瞬で視聴者の心を動かし、フル再生されるという動画を強く意識する必要があります。その観点では、大賞を受賞した日向市の動画の完成度は、今回のエントリー作品の中では群を抜いていました。冒頭のつかみもさることながら、サーフィンを舞台に次々と展開されるストーリーに釘付けとなり、「日向市に行ったら、こういう世界観があるのだな。行ってみたいな」と思えました。

また、優秀賞を受賞した大分県の動画は、“Heavenly Hell”に絞ったメッセージが短い尺で心地よく伝わり、外国人の友人にシェアしたくなります。その地域にしかない「オンリーワン」の一点突破で訴求ポイントを際立たせ、60~90 秒程度の尺で SNS 最適化を図ることは、今後の動画づくりの KSF になるでしょう。

※KSF(Key Success Factor): 事業を成功させるための必要条件

◎個人賞

富士宮に呼び込みたい外国人旅行者を強く意識した上で、実際に地域を旅している自分の姿を投影できる動画に仕上がっていることが素晴らしいです。数多ある旅先候補の中で外国人旅行者が富士宮を選ぶ理由になり得るポイントを検討すると、やはり富士山という分かりやすいコンテンツは強いいため、動画の中で常に「Mt.Fuji」をちらつかせるブランディングを行うことも有効かと思います。結果として、自然な形で富士宮(Fujinomiya)の名前の印象付けがなされていくと、実際にインバウンドが機能していくと感じます。

《津田 委員》

◎総評

今回の初の動画コンテストは、地方自治体が動画制作に対してこれから取り組むべき課題が再確認できた、素晴らしい機会になったと思います。最終審査に残った動画を拝見した審査員の感想は、「どれも同じに見えた」「これなら 1 分にまとまる」でした。これは私が常にお伝えしている、「ストーリー性」と「引き算」が欠けているからでしょう。またドローンの多用、音楽選択も課題です。各自治体は税金を有効に使うために、予算取りの段階からプロにアドバイスを受け、大きく方向転換する必要があると思います。

その中で大賞に選ばれた「日向市」は、ストーリー性があり、海好きなら行ってみたい、移住してみたいと思わせる動画構成でした。最初の4~8秒をより工夫し、全体の尺を2分ほどにまとめると、よりわかりやすい動画になるでしょう。優秀賞の「大分県」は、私がコンサルティングで関わった動画ですので、他の審査員の講評を参考にいただければ幸いです。

◎個人賞

国立公園をテーマに取り上げ、こんなことができるんだという自分を投影できるインバウンド向けの映像作りがよかったです。私なら更に 2 点工夫します。①国際空港(成田空港)からレンタカーを借りて楽しむという旅のコンセプトを、最初でもっと短くはっきりわかる工夫。②外の景色や遊び、そして室内や食事も必ずどこかに富士山が見えるものだけに絞り、とことん「富士山三昧の旅」で 1 分動画を作成。よりパワフルでスマホで見やすく、拡散されやすい動画になるでしょう。

《北村 委員》

◎総評

各作品とも非常にレベルが高く、それぞれの地域の持つ魅力を、工夫を凝らしながら存分に表現されていることに驚かされた。特に印象に残った作品の中には、地域の持つイメージと実際の姿のギャップをうまく浮かび上がらせたもの、地域の風景に歴史を重ね合わせ映像に厚みをもたせたもの、テーマの絞り込みが奏功し地域の魅力がストレートに訴えかけてくるもの、などがあり、大いに楽しませてくれた。

その中で大賞を獲得した日向市の作品は、どこにでもいる平凡な青年(日常)と華麗なるサーファー(非日常)の世界がテンポよく交錯し、やがて成長していく姿に思わず感情移入する自分がいた。日向灘でサーフィンしてみたいと思った時点で、作者の思うツボなのだろう。優秀賞の大分県の作品は、短い時間の中で、「地獄のような楽園」というメッセージがうまく伝わって来た。こんな地獄になら堕ちてみたい。

◎個人賞

与論町の作品は、与論島の素晴らしい自然や暮らしが持つ魅力が余すところなく表現されており、圧倒的なインパクトがあった。突き抜けるように青く、そしてどこまでも透明な海、見たこともないような星空、ここでしか味わえない魅力的な食材など反則レベルのコンテンツが次々と繰り出され、これでもかと南の島に誘う映像に、都会ぐらしに疲れた我が身としては贖うことができそうもない。