

「あまちゃん」コンテンツを活かした復興と賑わいづくり

取組概要

東日本大震災からの復興を先導する事業の一つとして「ロケツーリズム」を推進し、総合計画にも位置付け、平成25年度から継続的に取り組んでいます。

NHK連続テレビ小説「あまちゃん」のロケ地となったことをきっかけに、ロケ地を訪れる観光客の受け入れ態勢の構築、ファンのための仕掛けづくりなどを実施しています。

【主な取り組み】

- ・ファンのための拠点の整備、イベントの開催、市民との協働による取り組み
- ・地元愛の醸成とファンの気持ちに寄り添い、「ブーム」を「定着化」する取り組み

取組の効果

- ・観光客増加による**経済効果**、**地域のファンの拡大**に繋がりました。
- ・作品の放映や放映前の宣伝に、地域資源や特産品が紹介されることによるシティプロモーション、シティブランドの向上など、**地域のPR**に繋がりました。
- ・作品に地域が映ること、マスコミ等に取り上げられたことによる、**地域住民の一体感や高揚感の醸成**に繋がりました。(R1市民満足度アンケートによると全施策のうち満足度は2位)
- ・SNS等を活用して積極的に情報発信し、「知ってもらう」⇒「来てもらう」⇒「発信する・発信してもらう」⇒「ファンになってもらう」の取り組みを継続しています。

創意・工夫した点

1 地元愛の醸成とファンの気持ちに寄り添う取り組み

「あまちゃん」は、「**心の復興**」を導くものであったことから、気持ちに寄り添えるような取り組み(参加型、ファンと地域との交流など)となるよう工夫しました。また、SNSなどから情報を得て、**ファン心理を捉えた**取り組みとなるよう心掛けました。

2 「ブーム」を「定番化」する取り組み

ドラマや映画のロケ地は、一時的なブームで終わることが多いといわれていますが、**観光コンテンツとして定着**させるために、多角的・継続的に取り組みを進めました。

他団体へのアドバイス

●映画やドラマ、YouTubeなど映像作品は、幅広い年齢がターゲットとなるほか、拡散力が高いコンテンツであり、シティプロモーションには効果的です。

●市民参画・協働の視点からも、興味のあるコンテンツは参加しやすく、満足度にも繋がりがやすいと考えています。

人口 33,344人 (R4.1.1現在)

担当 久慈市産業経済部商工観光課



ファンとロケ地を巡る「あまちゃんサミット」



継続した観光誘客用ポスター



ちびっこあまちゃん隊