

「うまし、たくまし、登米市」を発信

tome city promotion

市内外に魅力を発信し 知名度や認知度を向上

人口流出を少なくし、移住者を増やすためには、市のイメージを確立し、知名度や認知度を高めることが重要です。そこで市はシティブロモーションを実施。市民には市の魅力を再認識することで、地域への愛着や誇りを持ってもらい、市外の人には情報を発信することで、登米市に興味を持ち「登米市に行ってみよう」と、多くの人たちに選ばれるまちになることを目指しています。

まずは、市のイメージを確立するため、市民の意見を取り入れたキャッチコピー「うまし、たくまし、登米市」とロゴマークを作成。雄大な自然環境や全国的に評価が高い農畜産物の魅力と、伸び伸びとたくましく生きる人たちの活力を表現しています。ロゴマークは市に申請すれば無料で使用可能。企業や団体などが、商品、看板や社用車などに使用する事例が増え、広がりを見せています。

市民と連携した プロモーション活動に

何に魅力を感じるかは、人



1 宮城県トラック協会登米本吉支部では、トラックに貼ってPR 2 Patisserie SABUNのケーキ、クッキーなどにも使用。前日までに要予約 3 新田看板工芸が所有する看板にロゴマークを使用 4 みやぎ東和開発公社のキッチンカー「林林号」。市内外のイベントに出店し、油麩や汁を販売 5 石巻専修大学の益満ゼミナールがシティブロモーションサポーターに登録。ゼミ生がロゴマーク入りの商品をデザインし、登米市産業フェスティバルでTシャツ、トートバック、エプロンを販売 6 サポーターの登録は企画部企画政策課(移住・定住促進係)まで ☎0220(23)7331



によって違います。より多くの人が地域への愛着を深め、自分が感じた魅力や思いを発信することが効果的。そこに住む人やイベントに参加した人が、そのときその場所できか感じることでできない雰囲気や感想を伝えることが大切です。

市は、本年度からシティブロモーションサポーター制度を開始。市のイベントや事業を連携して取り組む人や団体の募集を始めました。誰でも登録可能で、これまで約80人

が登録。現在も随時募集しています。サポーターは、自身のSNS(ソーシャル・ネットワーク)キング・サービス)などを活用し、地域の情報を発信したり、ロゴマークを活用したりしてプロモーション活動をしています。サポーター制度は、自分のペースで活動することが可能。情報発信だけでなく、サポーターが自ら考え、新たな事業やイベントが生まれるなど、地域の活性化にもつながっています。

がっています。

登米市が誇る 登米師たち

登米師とは…登米市に住み、登米市のことをこよなく愛し固有の職能や秀でた技能を有する登米市民のこと。



PR動画出演 登米師



1 登米市の匠「登米師」に選ばれた21人。市シティブロモーションWEBサイトで全員を詳しく紹介 2 子どもたちも楽しみながらPR動画の撮影に参加 3 ドローンを活用して空からも撮影 4 登米師と対決する、都会から来たアスリート4人衆 5 対決の後は「はっ」とを食べながら仲良く交流



登米市の魅力満載 PR動画を全国に発信

移住者を増やすために、まずは「登米市」という存在自体を知ってもらう必要があります。そのため、市は2016年に郷土料理「はっ」とを題材に、アクション性が高いPR動画「Go! Hatto」を制作。動画投稿サイト「ユーチューブ」で再生回数110万回を超え、さらにはアジア最大級の国際短編映画祭である、シヨートシヨートフィルムフェスティバル&ア

ジアにおいて、全国各地の観光PR映像462作品の中から大賞である観光庁長官賞を受賞し、注目を集めました。動画の脚本を手掛けたPOPS代表でクリエイティブダイレクターの田中淳一さんは「第1弾はインパクトを重視し、鮮烈にデビューさせたかった。登米無双2は、第1弾で描けなかった市民の温かさを表現しました」と振り返ります。今年10月には第3弾となる「アスリート4人衆と登米市の登米師! 登米無双3」が発表。第3弾では、市民を主役にしたかったことで、さまざまな職能を持っている匠たちを「登米師」として、スポットライトを当てました」と話します。

「登米市の魅力は、古里を思い起こす情景。そして、温かくておらかな人情あふれる人。この動画を見て、多くの人が、私も大好きになった。登米市に興味を持ち、来てほしいです」と願いを込めます。



POPS代表
クリエイティブダイレクター
田中 淳一さん(48)



第3弾(2018年公開)



第2弾(2017年公開)



第1弾(2016年公開)

interview



「放牧養豚の革新師」として出演
いなほ代表
鈴木 豊さん(53)

動画出演の話がきたときは、びっくりしました。動画に出るといっても、少しの時間だろうと思っていました。市のPRに協力できればという気持ちで出演することにしました。

うちの豚は、田んぼの中にある放牧場で伸び伸びと走り回り、環境に配慮した飼育をしています。餌にもこだわり、玄米や野菜などは市内産。制作スタッフが来たときに「うちの豚、走るんです。好物はゆでたまごや生卵」と話したところ、出番が増えました。

撮影には大勢のスタッフが来ていたので「成功させなくては」というプレッシャーがあり、ちゃんと走ってほしいか心配でした。豚は言葉は掛けないので、お話を聞いてください。今、私の会社に畜産に興味がある若者が手伝いに来てくれていて、今の動画で畜産に興味がある人の移住が増えればいいですね。

