

Promotion Movie班

最終発表資料

Ashleigh Garnett (322436A)
Yuina Fukumoto (1121233A)

課題の確認

A promo video of the 2-day tour featuring the charm of sake brewery and Sawara visit toward international students in Japan

現状分析 - 留学生のペイン

多くの留学生は日本文化を深く体験したいと考えているが、その機会が限られている。さらに、文化体験を提供する観光地も多くはなく、十分に満たされていないのが現状である。



東京や大阪などの大都市はどこも似たような高層ビルやチェーン店ばかり、せっかく日本にきているのだから日本独自の文化を感じたい。

食べ物の面で都市部ではコンビニやファストフードが多く、日本らしさを感じる機会が少ない。



友人との思い出を沢山作りたいが、都市の観光地は混雑していて、ゆっくり写真を撮ったり、特別な体験を楽しむのが難しい。

現状分析 - 留学生のペイン

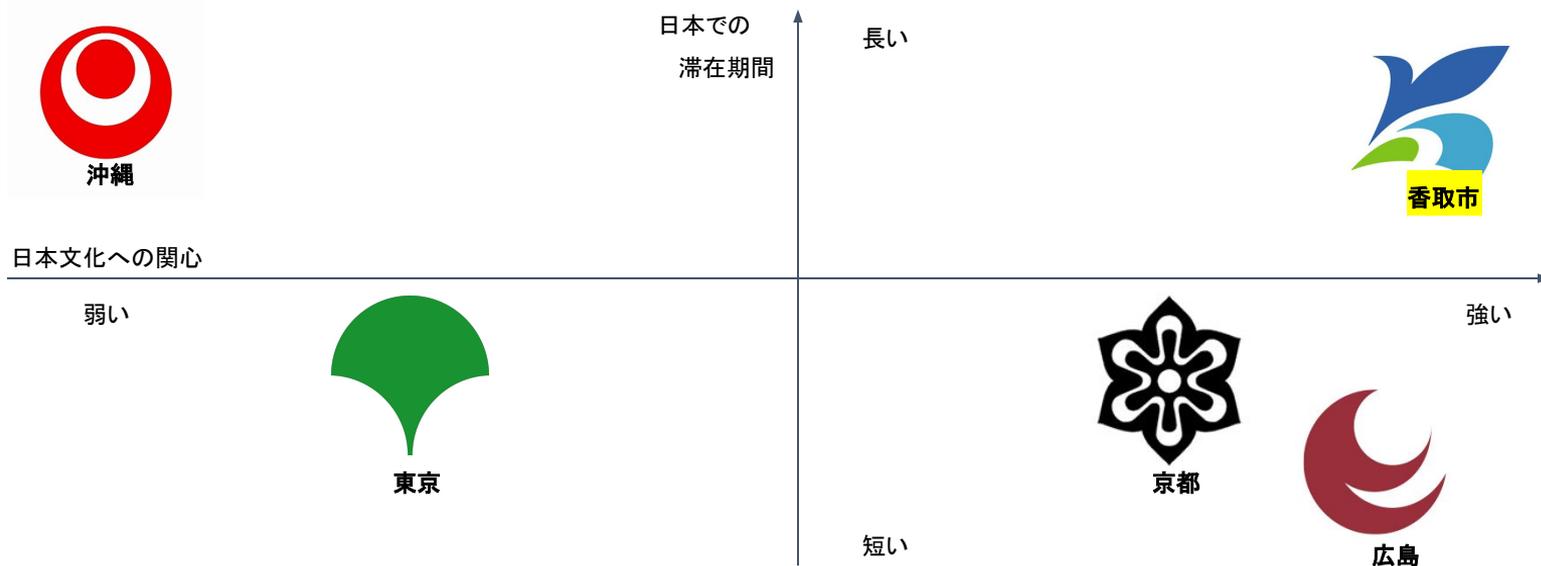
多くの留学生は日本文化を深く体験したいと考えているが、その機会が限られている。また、文化体験を提供する観光地も多くはなく、十分に満たされていないのが現状である。

佐原なら、
日本の本物の魅力を“体験”できる

の歴史を山作りしたいが、都市の観光地は混雑していて、
ゆっくり写真を撮ったり、特別な体験を楽しむのが難しい。

セグメンテーション / ターゲティングの設計

- 6か月以上日本に滞在している外国人留学生or旅行者。
- 日本の伝統的な文化や暮らしによく関心を抱き、自分もその一部を体験したいというニーズを持つ。
- (特に18歳から25歳の若年層)。



ペルソナ的设计



”伝統的でありのままの日本を体験したい留学生 ”

名前: Ashley

出身: イギリス

ステータス: 日本在住の留学生(滞在6ヶ月)

年齢: 21歳

ライフスタイル: 日本文化に強い関心を持ち、日常的に日本語を使う環境で生活している。

関心・ニーズ:

✓ 日本の伝統的な食文化を体験したい

・みたらし団子やたい焼き、焼きそばなど、昔ながらの日本の屋台飯や郷土料理に興味がある。

・食文化を通じて、日本人の日常や季節の行事をより深く理解したい。

✓ 日本のコミュニティの一員として過ごしたい

・観光客向けではなく、地元の人々が集まる場所で日本の暮らしを体験したい。

・地域の祭りや伝統行事に参加し、日本の文化に実際に触れたい。

✓ 商業化されていない、日本らしい場所を訪れたい

・観光地化されていない、昔ながらの雰囲気が残る地域に魅力を感じる。

・伝統的な町並みや静かな神社・寺院で、歴史や文化を感じながら過ごしたい。

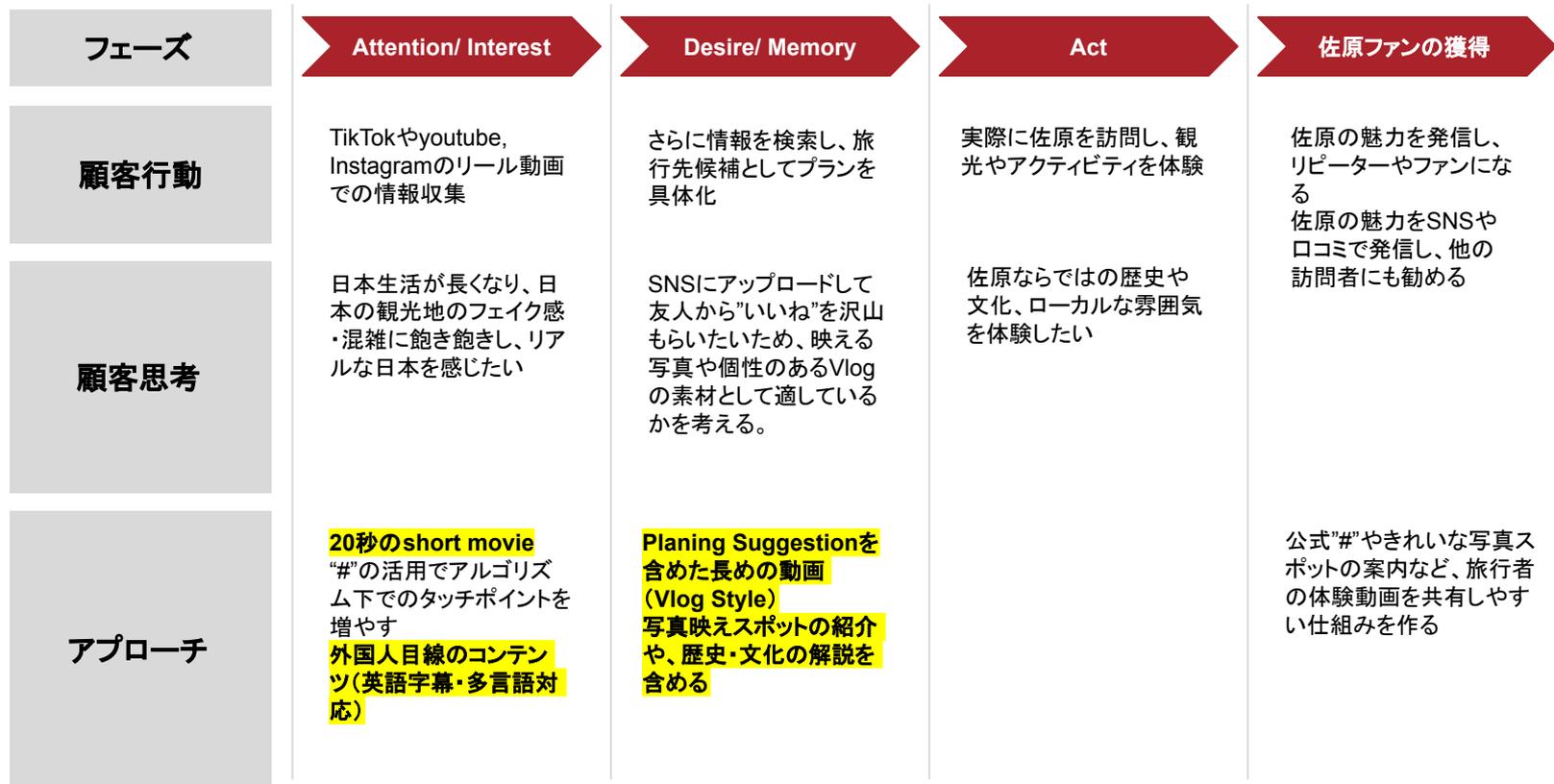
✓ 日本語だけの環境で、日本にいる実感を深めたい

・英語表記が多い場所では、日本にいる感覚が薄れてしまうと感じる。

・現地の人と日本語で会話しながら、文化や価値観をより深く理解したい。

・日常的に日本語を使うことで、日本での生活をよりリアルなものにしたい。

カスタマージャーニーマップ



ショートムービー

「From the World of Studio Ghibli」のテーマ

✓ ブランド・アソシエーション (Brand Association)

- ・スタジオジブリは、西欧を含む世界中で強いブランドイメージを持つ。
- ・すでにブランド力のあるスタジオジブリのイメージを “借りる”ことで消費者の注意を引き付ける。

地名を最後に表示

✓ ナラティブ・マーケティング (Narrative Marketing)

- ・「ここはどこだろう？」と視聴者に考えさせ、物語のように展開。
- ・没入感を高め、最後まで引きつけることで記憶に残りやすくする。

✓ サスペンス効果 (Zeigarnik Effect)

- ・「ツァイガルニック効果」により、人は未完の情報に強い関心を持つ。
- ・地名を伏せることで「もっと知りたい」と思わせる。
- ・視聴者の情報探索行動を促し、記憶に残りやすくする。



ロングムービー

コンセプト:

インタビュー、映画っぽいカット(着物&町歩き)、食レポを組み合わせ、楽しくて旅行の計画を立てる際の参考になる動画

構成:

- 佐原の魅力(小江戸の雰囲気)
- 歴史的な町並みや川沿いの風景
- 着物体験 – 映えるカット+体験の感想
- 酒蔵ツアー – インタビュー+試飲シーン
- 祭りと町の文化 – 佐原の歴史的な背景



Title:

Hook with a question: "Would you visit Sawara?" –
Add text overlay.



Title:

Getting here is easy! From Tokyo, you can take the
JR Sobu Line to Sawara Station in about...



Title:

Clip of you stepping onto the train.

[Movie](#)

評価・今後の展望

	ターゲット層の反応	今後の展望
ショート	<ul style="list-style-type: none">・食べ物、景色、酒、がバランスよくのっているので、佐原の楽しみ方が幅広いことが伝わって魅力的だった。・最後まで地名が表示されないことで、動画をスキップすることなく最後まで見ると思う。でも最後にもう少しインパクトをもって地名が佐原ということを明示してもいいのでは？	<ul style="list-style-type: none">・ナラティブマーケティングとツァイガルニック効果を活用した点は評価されたが、佐原駅の映像が一瞬だけ表示されるため、佐原という場所を認識するのが難しいとの声。 → 改善策: 字幕で「佐原」を強調したり、詳細欄で佐原を目立たせることで認識しやすくする方法を検討する。
ロング	<ul style="list-style-type: none">・楽しみが具体的(着物をきる、酒蔵を巡る)に示されてあるので、より深く日本文化を知りたい、ローカルな人と同じようなディープな体験をしたい層に刺さるビデオだと感じた。	<ul style="list-style-type: none">・現在のターゲット層は限定的。 → 改善策: 佐原や日本文化に興味がない層にも楽しんでもらえるよう、YouTubeのコンテンツ自体として魅力を高める工夫をすることで、より広範な視聴者層にアプローチする。