# 令和2年度 河内長野市まち・ひと・しごと創生寄附活用事業 業務内容概要 (映画を活用したシティプロモーション)

# 1. 事業趣旨・概要

映画「鬼ガール!!」と連動して、市条例「河内長野市鬼でまちおこし条例」を制定し、市を挙げたシティプロモーションを実施するとともに、映画のプロモーション等の機会も活用してイベント、メディア展開を実施しました。

実施事項は以下の通りです。

#### (1) 本市のPR

- ①市条例「河内長野市鬼でまちおこし条例」の制定
- ②イベント等によるPR

(市内・市外の効果的な場所における、映画のプロモーションと連動して本市の PR)

③メディア等を利用したPR

(新聞・テレビ・交通広告その他媒体による発信)

④WEB等でのPR

(SNS等による本市の情報発信)

⑤その他

(上記のほか、映画のプロモーションと連携した各種プロモーション)

(2)(1)に付随して必要となる物品の作成

上記において必要となるチラシ・パンフレット・コンテンツ等を作成しました。

### 2. 実施事項詳細

- (1) 本市のPR
- ①市条例「河内長野市鬼でまちおこし条例」の制定

A:条例制定

#### 【内容】

映画「鬼ガール!!」の着想の元となった、本市に伝わる、「鬼住」に由来する「鬼伝説」をテーマに本市の魅力向上の契機とするため、「いい鬼の日」を定めるとともに、市・関係者等による所要の取組及び協力により、地域活性化の機運を醸成し、地域経済を活性化することを目的とした条例を制定した。

### 【施行日】

令和2年9月11日(金)※令和3年11月2日限りで失効

### 【内容】

別添条例本文のとおり

# B:「鬼でまちおこし」条例制定記者会見と、関連イベントの開催

# 【内容】

「鬼でまちおこし条例」の制定に合わせて実施した記者会見と連動して、主演の井頭愛美氏による本市の観光・産業分野に関するPRを実施した。

# 【日時】

令和2年10月2日(金)



# ②イベント等によるPR

# A:寺院とのコラボレーションイベント

# 【内容】

映画「鬼ガール!!」の舞台挨拶に合わせ、作品内に登場する地元寺院での護摩法要を実際に再現し、 メディア等に向けて情報発信した。

#### 【日時】

令和2年8月9日(日)

#### 【場所】

観心寺、金剛寺、延命寺、願昭寺(富田林市)

# 【効果】

単なる舞台挨拶ではなく、上記のようなイベントと連動したことにより、ヤフーニュースやナタリーなど各種WEBメディアでも取り上げら、本事業の情報発信効果を高めることができた。



# B:「試写会イベントの実施」

【日時】①8月24日(月) 14:00から(参加者 10名)

②8月28日(金) 14:00から(参加者 17名)

③8月31日(月) 14:00から(参加者 16名)

# 【場所】

大阪松竹試写室

### 【内容】

インフルエンサー、映画出演者、河内長野市内の観光スポット(映画ロケ地関係者等をはじめ、発信力のある人々を招き、映画の試写イベントを開催した。イベントにおいては、市の関係者なども参加し、インフルエンサーなどに対して映画と合わせて本市の魅力を発信した。

<各回参加者>①8月24日(月)10名、②8月28日(金)17名、③8月31日(月)16名 【効果】

メディア出演者など発信力のある方々に対して効果的に情報発信を行えたことで、その後の情報拡

散が進んだのみならず、取組みを推進していただける支援者も多数確保できました。 (映画本編も放映するため、内部のイベント風景は撮影禁止であり画像等なし)

# C:「奥河内映画塾2020」の開催

### 【内容】

市民参加型の映画制作(塾生が出演や制作に関わる約15分の短編ムービー)ワークショップを実施することで、多くの市民を巻き込み、郷土愛を育むとともに、参加者からの口コミによる市外への本事業の情報発信を促進した。

# 【日時】

8月14日(金) 9:00~19:00 塾生によるワークショップ

8月15日(土)、16日(日) 9:00~19:00 撮影

8月17日(月)19:00~20:00 試写会

### 【場所】

ラブリーホール他市内各所

#### 【効果】

入塾者60名・スタッフ関係者約40名・試写会来場者約100名(計約200名)が参加し、撮影を通じて本市の魅力を認識いただくとともに、観光マップの配布等を通じて観光PRができた。

# D:「奥河内映画祭2020」の開催

【内容】本市で制作された劇場用長編映画「鬼ガール!!」の試写会と、Aの映画塾で制作した映画を上映するイベントを開催し、市内のみならず、市外の方々にも広く本市の魅力や本事業を発信した。

【日時】令和2年9月19日(土)

10:00~12:00 第1部 映画「鬼ガール!!」試写会

13:00~20:00 第2部 「奥河内映画塾2020」・招待作品上映会

# 【場所】

ラブリーホール大ホール

#### 【効果】

映画塾で制作した映画を広く発信する機会を設け、本市の魅力を多くの方にご認識いただいたほか、 来場者への観光マップ配布を行い、更に本市の魅力を観光マップの配布を通じてPRできた。

# ▼映画塾



# ▼映画祭



# E:著名人とのコラボレーションによるPR

### 【内容】

画家「内田すずめ」氏により製作された、映画「鬼ガール!!」をイメージした作品を用いて、展示等のイベントを実施した。

# 【日時】

令和2年9月以降随時

### 【場所】

観心寺

### 【効果】

著名人とのコラボレーションであり、発信力も高いためメディアでも多く取り上げられたほか、観心 寺への来訪喚起にも繋がった。



# F:大阪文化芸術フェスでのPR

# 【内容】

大阪文化芸術フェスにて、映画「鬼ガール!!」の試写会を実施するのと併せて、舞台上にて作品内に登場したシーンの再現(太鼓の演奏)、などを実施した。

# 【日時】

令和2年10月3日(土)

# 【場所】

大阪市中央公会堂

### 【来訪者】

約300名

# 【効果】

大阪府が主催する「大阪文化芸術フェス」とのコラボ開催したもので、事前にFM802などの媒体から情報発信が頻繁に行われたため、注目度も高まり、来訪者以外への訴求効果が大きかった。また、当日は人気DJの大抜卓人氏が司会進行を務められ、発信力をさらに高めることができた。そして、当日の様子が各種メディアでも取り上げられことにより、宣伝効果が大きかった。なお、当日の設営と運営はTOHOマーケティング(株)に依頼したことにより、映画との連動性を高めるとともに、会場内には当市のPRブースが設置され、会場前では映画制作中にキャストやスタッフに振る舞われた「ロケ飯」や、劇中に登場する「そばだんご」を販売し、市の魅力発信にもつなげることができた。



# G:イオン観光PRイベントの開催

# 【内容】

ショッピングモールにて、映画「鬼ガール!!」・河内長野市・関西サイクルスポーツセンターのコラボ PR を実施した。

# 【日時】

令和2年10月10日(土)、11日(日)

### 【場所】

イオンモールりんくう泉南

### 【効果】

市民も巻き込み、本市の観光PRに映画を絡めたことで、もともと本市に興味がなかった多数の買い物客に、本市の魅力をPRすることができた。



# H:「いい鬼の日」イベント

### 【内容】

河内長野市が映画「鬼ガール!!」を活用したまちおこしの一環として、条例により 1 1 月 2 日を「いい鬼の日」と条例で定めたことから、これと連動したイベントを開催した。

### 【日時】

令和2年11月2日(土)

# 【場所】

- ■観心寺(鬼ロック演奏 ~作品内に登場する太鼓演奏の再現ライブ~)(「鬼は内、コロナ外」祈願 豆まき)(住職とのコラボによる健康祈願"法要",セッション)
- ■延命寺(「そば団子フェア」〜奥河内の名産に向けたキックオフイベント〜)(主演の井頭愛海さんから直接サインの色紙のプレゼント会)
- ■清教学園(同校ハンドベル部との「夢を語るトーク」)

# 【来訪者】

延べ約350名

### 【効果】

市内のロケ地でイベントを同時開催したことにより、多くの方に来訪いただいたことにより、観光振興に大きく寄与した。また、映画と連動した関連商品を企画した市内事業者のPRにも繋がり、商業振興にも繋がった。主演の井頭愛海さんが映画の舞台となった高校を訪問し、生徒との「夢を語るトーク」を行い、青少年の健全育成の一助となった。



# I:舞台挨拶付き上映会の開催

### 【内容】

映画「鬼ガール」の舞台挨拶付き上映会の実施に合わせて、河内長野市PRを実施した。

# 【日時】

令和2年11月29日(日)

# 【場所】

TOHOシネマズ泉北

# 【来訪者】

約60名

#### 【効果】

単なる上映会ではなく、舞台挨拶の場でロケ地である本市のPRを併せて実施したことで、市のPRならびに本市への来訪喚起の両面で相乗効果を得られた。なお、最終的に同映画館では1万人以上の方を動員することができた。また、映画の音楽プロデューサーを務められた梶原徹也氏(元ザ・ブルーハーツのドラマー)による映画音楽の効果が語られたことにより、来訪した子どもたちの音楽を通じた「文化力」の醸成にも綱がった。



# ③メディア等を利用したPR

# A:南海電気鉄道の車内広告

### 【内容】

南海電気鉄道の全車両内広告を映画「鬼ガール!!」の宣伝によりジャックした「オンリーワントレイン」を運行した。

### 【期間】

令和2年9月28日(月)~10月25日(日)

#### 【効果】

電車での通勤通学時に必ず目が触れる媒体であり、イベントやWEBでの情報発信など一定程度能動的にアクセスしなければならない媒体では情報が届きにくい層にも着実に情報を届けることができた。また、映画「鬼ガール!!」の情報でジャックしたことによるインパクトの大きさもあって、SNS等でも広く拡散されたことによる宣伝効果も得られた。

# B:南海ガレリアビジョンにおけるPR

# 【内容】

南海なんば駅の約400インチ×2基(ツイン)の大型液晶マルチビジョンにて、映画「鬼ガール!!」のPR映像を発信した。

### 【期間】

令和2年10月5日(月)~10月18日(日)

# 【効果】

電車での通勤通学時に必ず目が触れる場所での発信であり、かつ沿線最大のターミナル駅での発信により、本市への来訪も促しやすいなど、情報発信と来訪喚起の両面で効果を得た。

#### ▼車内広告



# ▼ガレリアビジョン



# C:読売新聞における映画鬼ガールと本市日本遺産のPR

# 【内容】

映画「鬼ガール!!」と、本市日本遺産のコラボ広告を読売新聞に折り込み配布した。なお、仕様はパノラマ8ページ広告(新聞紙面とは別刷り)とした(製作物は別添)。

# 【折込日時】

令和2年10月9日(金)

# 【折込部数】

全10万部

### 【折込エリア】

河内長野市、富田林市、大阪狭山市、松原市、藤井寺市、羽曳野市、千早赤阪村、堺市(南区、美原区、東区、中区の一部)、大阪市(浪速区、天王寺区、西成区、阿倍野区、住吉区、東住吉区)

#### 【効果】

映画「鬼ガール!!」でも登場する本市の日本遺産の情報を、豊富な紙面で広く発信したことにより、より映画を通じて本市への愛着や来訪の喚起に繋がった。また、単なる新聞紙面への広告掲載ではなく、パノラマ8ページの広告としたことにより保存もされやすく、SNS等でも拡散されるなどの効果が得られた。

### D:原作本を活用したPR

### 【内容】

映画「鬼ガール!!」の原作「鬼ガール!!ツノは出るけど女優めざしますっ!(角川つばさ文庫)」 を市内外各所に設置し、本作品や本市のPRを行った。

# 【効果】

若年層を対象とした作品であり、映画に行けないような子どもたちにも、原作に触れていただくことで本市の魅力や伝承などを知っていただくことに寄与した。

# E:「豆しばアニメーション」を活用したPR

# 【内容】

「豆しば」とは電通(株)がアニメビジネスの一環としてオリジナル開発したキャラクターで、10歳前後の子どもたちに訴求力がある。その「豆しば」と「鬼」をコラボした「鬼豆しば」の動画を全国放送のテレビ番組(主にアニメ)の時間帯に多数放映された。内容においても、「河内長野市では~」というフレーズが盛り込まれており、「鬼ガール!!」のまち・河内長野市を連動させることで、本作品や本市のPRを行った。

# 【効果】

通常アニメ番組などの家族枠は高額であるが、電通(株)との連動によるプロモーションを展開することにより、広告料換算で数千万円の価値を安価で提供した。また、若年層の目が触れる媒体であり、情報発信力のある層に着実に情報を届けることにより、映画の訴求力を向上させることができた。

#### ▼原作本



### ▼豆しばアニメーション



https://www.youtube.com/watch?v=H4stPgCNg90

# **④WEB等でのPR**

### 【内容】

本事業の専用WEBサイトやSNS等を利用して情報発信を行った。

### 【媒体】

専用WEBサイト、Facebook、Twitter、Instagram

#### 【期間】

契約期間中随時

#### 【効果】

実際のイベントに来られない、若者や市外在住者などの層へリーチできた。また、イベント参加により本事業に興味を持った方々からもシェアされ、以後の事業の情報拡散に関する効果が高まった。



⑤その他(上記のほか、映画のプロモーションと連携した各種プロモーション)

A:広報かわちながのへの観光マップの折込み

【内容】

広報かわちながの9月号(令和2年度)に、映画連携観光マップを織り込み全戸配布した

# 【効果】

広報誌は、全市民に確実にリーチする唯一の媒体であり、ネット等が活用できない高齢者等にも情報 を届けることができた。

### B:チラシの配布

# 【内容】

河内長野駅前の商業施設「ノバティながの」でのムービーPR及び関連グッズ販売イベントの機会を利用し、チラシ配布を行った。そのほか、各ロケ地等でも観光マップを配布した。

# 【日時】

令和2年9月26日(十)、27日(日)

### 【場所】

ノバティながの

### 【効果】

イベントやWEBなどでは情報が届きにくい高齢者や日常の買い物客にも本事業や映画を知っていただくことができた。また、複数の方法で情報発信を行ったことで、多くの層に情報発信を行うことができた。



# C:ほか、市内ロケ地におけるロケ地マップの配布

# 【内容】

映画に登場する各ロケ地等における観光マップの配布。

### 【日時】

期間中随時

# 【場所】

河内長野市内外各所

# 【効果】

イベントやWEBなどでは情報が届きにくい高齢者や施設の来訪者等にも本事業や映画を知っていただくことができた。

# (2)(1)に付随して必要となる物品の作成

・別添制作物のとおり (観光マップの増刷)



# ▲新聞折込分



▲映画祭用トロフィー



▲缶バッジ

(イベント時に使用、鬼条例に伴い市職員も使用)

# (3) 参考URL

動画投稿サイトに、本事業関連の動画が多数公開されていますが、うちNHKにて放映された特集動 画がアップされております。

市内の盛り上がり、地域活性化の機運向上のようすがうかがえるものですので、ご参照ください。 <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Lv\_rL6TSgIg">https://www.youtube.com/watch?v=Lv\_rL6TSgIg</a>



▲タペストリー



▲グッズ (スタッフユニフォーム等で使用)



▲のぼり