

「日が沈む聖地出雲」をテーマとした「Izumo」のプロモーション動画第2弾公開について

「日が沈む聖地出雲」をテーマに、平成30年度に制作したプロモーション動画「Izumo, Japan 8K (HDR) ー出雲」をYoutubeチャンネルで公開しました。

平成29年度に制作した動画「Izumo, Japan 4K (Ultra HD) ー出雲」(H30.1.30公開/1,200万回を超える視聴回数)に続く第2弾として、日本遺産に認定された「日が沈む聖地出雲」の構成文化財をはじめ、出雲が誇るべき豊かな自然景観や伝統文化など、出雲の魅力、美しさを8Kの映像で広く世界にPRする動画です。「Izumo」の認知度向上を図り、出雲市への来訪につなげていきます。

記

1 発信動画について

日本遺産「日が沈む聖地出雲」の日本海に沈む夕日の美しさや人々の祈りの歴史、出雲が誇る豊かな自然美や伝統文化を受け継ぐ職人による匠の技などに焦点を当てたプロモーション動画です。第2弾は、稲刈りなどの田園風景、結婚式などの人々の生活などにも焦点を当てた動画です。

- (1) タイトル Izumo, Japan 8K (HDR) ー出雲
(※YouTube内で「Izumo」と検索すると上位表示されます。)
- (2) URL <https://youtu.be/TjrlGJYvPlQ> (1はLの小文字)
- (3) 主な撮影場所
文化財 出雲大社、日御碕神社、出雲日御碕灯台、須佐神社 等
自然・景勝地 斐伊川、出雲平野、宍道湖、立久恵峡、多伎海岸、須佐川
職人・匠の技 出西窯、出西織り、鍛冶工房、ジビエ料理
- (4) 動画公開日 令和元年9月10日(火)
- (5) 再生時間 4分06秒
- (6) 動画制作者 永川優樹氏 ※映像作家。東北観光推進機構、草津温泉などの数々のプロモーション動画を制作。

2 対象市場に向けた配信強化について

下記のとおり、当該動画を活用したインストリーム広告等を実施しました。

- (1) 期 間 令和元年9月11日(水)～9月24日(火)
- (2) 対象国・地域 フランス、台湾、タイ、米国、英国
- (3) 状 況 402万回再生(9月25日現在)
フランス140万回 台湾67万回 タイ157万回
米国16万回 英国22万回