

「明日香があるさ」と各ビジュアルデザインの制作意図について

●全ビジュアル共通フレーズ「明日香があるさ」の制作意図

背景

全国のさまざまな地域に住む幅広い年代に向けて明日香村の認知度を高めるために、明日香村の魅力と明るい展望を感じさせる広告制作を企画。ターゲット（コンセプト）によってビジュアルが違いため、明日香村のイメージが分散されないように、すべてに共通したキャッチフレーズを検討。

1

短くて覚えやすく、強いフレーズで「明日香村」の名前に親しみを持ってもらおう。

2

5つの観光コンセプトを定め、「さまざまな年代、趣向を持った人にとって、見どころ・遊びどころがある明日香村」として、旅の多様性を端的に訴求。

「～するなら、明日香があるさ」というように、さまざまな目的を持った
どんな人にもびつたりの楽しい場所であることを伝える。

ポスターの他、さまざまな媒体でも使える汎用性の高いワードになるように制作。

3

コロナ禍により先の見えにくい世の中を踏まえ、希望の象徴的フレーズである

「明日があるさ」のオマージュ的コピーを制作。

「明日があるさ」は、幅広い年代からの認知度が高く、ターゲット層に関係なく

明日香村が明るく希望に溢れた場所であることをイメージしてもらえらる。

●各ビジュアルデザインの構成について

ビジュアルについて

上段でターゲットとなる年代の人物を取り上げることで、デザインを見た人の共感を誘い、注目を集める。下段では、美しい風景写真を用いることで明日香村という土地の魅力を発信する。上段下段それぞれに相乗効果を持たせ、美しい明日香村＋そこに訪れることによって心にもたらされる豊かさを表現。

コピーについて

上段では、人物の心の声をコピー化し、共感を誘う。またビジュアルでは表現しきれない魅力やターゲット層を明確化する。下段では、より具体的にどのような楽しみ方ができるのかをタグラインのようにコピーにして、明日香村の魅力を発信する。



コンセプト1 ～歴史を探求する ロマン・飛鳥～

謎多き飛鳥時代の歴史や万葉の世界観を探求し続けることができる飛鳥

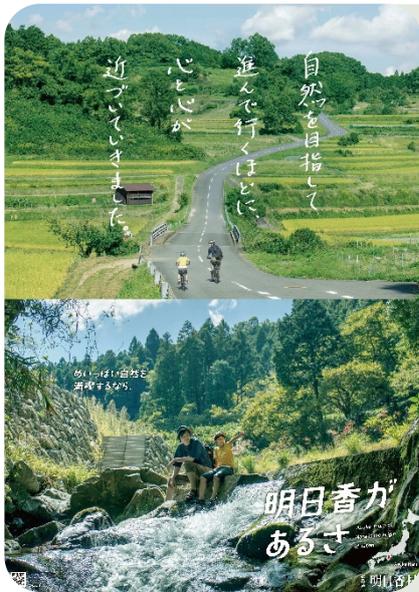
ターゲットとする 50・60 代の歴史好きな人が石舞台古墳に来て無邪気に楽しむ姿をビジュアル化。石舞台古墳というミステリアスな遺跡がロマンや歴史に対する好奇心を掻き立て、まるで子供の頃に戻ったかのように、無邪気に楽しめることをコピーで明確に表現しました。歴史・ロマンを好むターゲットに対して、明日香村がぴったりだと発信しています。下段の石舞台古墳は、美しい桜をバックにすることで、春にくることの魅力、また春だけでなく、季節ごとに楽しめる場所であることを見た人に理解してもらえるようにしています。

コンセプト2 ～ノスタルジックに浸る 癒し・飛鳥～

異日常空間が持つどこか懐かしい雰囲気や空気感が包み込む癒しの飛鳥

女性が橘寺の天井を見上げる姿をビジュアルに、橘寺の天井画の美しさを味わえる癒やしのひとときを表現しました。日々さまざまな考え事や悩みをもっているであろうターゲットの 20 代・30 代女性の心にささる表現として、天井画を見上げたことで少し落ち込んでいた自分に気付けたというエモショナルなコピーにしました。美しいものを見ることを通して癒やしの時間が過ごせるという明日香村ならではの魅力を理解してもらうことを狙っています。前向きになれる表現は「明日香があるさ」と親和性が高く、ターゲットにとって癒しの場所であることを訴求します。





コンセプト3 ～里山で楽しむ アクティブ・飛鳥～

里山の風景の中で、友人や家族とアクティブに身体を動かして楽しめる空間としての飛鳥

20・30代の男性に向けて、豊かな自然は心の距離を近づけてくれるものだというコンセプトで明日香村の魅力を訴求。明日香村の自然は、人が密集するスポットではないことから、大切な人との時間をゆっくり過ごし、お互いのことをしっかり見つめられることを表現しています。親子のビジュアルにすることで子供も楽しめることを認識してもらうことができます。上段では、サイクリングをするビジュアルにすることで、明日香村が自転車で楽しめる場所であること、自転車のレンタルを行っていることを訴求しています。

コンセプト4 ～本物に触れる 上質・飛鳥～

古代より受け継がれてきた文化遺産や自然など本物の価値に触れる上質な飛鳥

1400年の間、多くの人々を見守ってきた飛鳥大仏を前にすると、自然と自分の本当の気持ちと向き合えるということを意図しています。ターゲットである30・40代の知的富裕層に向けて、日本最古の大仏を見ながら古代のロマンや歴史の深さを体感できる場所であることをアピールします。飛鳥寺の中の静粛な雰囲気を感じ取ってもらえるように「耳を澄ます」というワードを使って、五感で歴史に触れることができる場所であることを表現しています。



コンセプト5 ～地域にとけ込む ただいま・飛鳥～

住民交流や貢献活動など暮らすように地域にとけ込む 第二のふるさととしての飛鳥

明日香村に暮らす人々とのふれあいをテーマに、ふるさとのような居心地の良さがあることを表現しています。ターゲットがピーターであることを想定しているため、コピーでも「大好きな人たち」として、一度きりの付き合いではないことを示唆しています。子どもがぐずぐずと気持ちよさそうに寝ているさまをメインビジュアルに。都会の生活では味わえないような素朴な優しさは、小さな子どもにとっても、有意義であることをコピーと合わせて認識してもらうことを狙っています。明日香村ならではの棚田を背景にそこに暮らす人々の人柄も発信します。