

発信したいのは「人」の物語 ～上山市観光物産協会、異色のホームページ～

ホームページは今や、企業や団体の顔といえる存在で、活動の入り口だ。昨今、コロナ関連やIT推進の補助金などを活用し、制作やリニューアルに取り組んだ方も多かったのではないだろうか。今回は、観光協会のホームページとしては異色のものを山形県内で見つけたので、事例の一つとして紹介したい。

それは、上山市観光物産協会のホームページ。ページを開きまず現れるのは、「上山ラブソディ」という文字と、一遍のムービー。そこにはピースサインを出すおばちゃんや観光客を案内するおじちゃんなどが次々と映し出される。それがどうしても「観光」っぽくない。観光の動画らしい、雄大な自然や土地の食べ物、楽しそうにはしゃぐ女子なんかは一切登場しない。一言でいうと、渋い。エモさゼロ。このようなトーンで果たして観光の顔としての役割を果たせるのだろうか？

「今、飲食店や観光施設の基本情報、経路はグーグルが教えてくれる。だから逆に、世界的企業ではできない、地元の人にとことんフォーカスした情報発信をしようと考えた」。上山市観光物産協会長の五十嵐伸一郎氏は制作意図を語る。なるほど、ホームページのメインコンテンツはグルメや観光スポット、宿などの情報ではなく、「上山ラブソディ」というタイトルの下につづられた13人の「上山人」の物語。それはとても読ませる内容となっている。「究極的には『その人に会いたいから、上山に行きたい』と思ってもらいたいです」

反響はポジティブとネガティブが5：5くらいだという。ドキュメンタリー映画のようなホームページに戸惑う声がある一方、「紹介されているお寺の住職のお話を直接聞いてみたい」など関心を寄せる人もいる。「旅の目的を多様化したい」とする上山市観光物産協会の挑戦は始まったばかり。どんなラブソディを奏でるのか。まずはホームページをご覧頂き、コロナ収束後、ぜひ上山市に確かめに来てほしい。

山形新聞社 広告局企画開発部 金森由紀



上山ラブソディ#12「ここが元祖・観光果樹園？」で描かれる齋藤紀子さん



上山市観光物産協会のホームページはこちらから