



動画は、第1・2弾と同様にスマートフォンでの視聴に適した縦型の1本20秒から50秒程度の短時間構成。小林市の観光スポットや特産物などの魅力をデート風の演出で紹介したり、市民と共演するなど小林市の多彩な魅力がふんだんに詰め込まれた内容13本となっています



## 天候に恵まれた6月の撮影

撮影は6月上旬、梅雨の合間の晴天の中、市内の観光地や飲食店などの12カ所で行われました。一部の動画には、市民が共演し、ロケハン（撮影隊の事前調査）や装飾・小道具の準備などにも多くの市民が関わった撮影となりました。

動画や関連情報については、市ホームページ内特設ページに掲載していますので、ぜひご覧ください。



▲詳細はこちら



▲カード

▶ポスター

各動画のロケ地で撮影した吉野さんのポートレート写真が掲載されたポスターとカード。ロケ地やイベントで掲示するほか、プレゼント企画を予定しています

# ハッシン コバヤシ!!

## feat. よかにせ 吉野北人

### シーズン3

株式会社 L D H  
J A P A N 所属で、本市出身のこばやしスペシャルPR大使・吉野北人さん（THE RAMPAGE）と連携したPR事業の第3弾がスタートしました。

一昨年の第1弾、昨年の第2弾の反響を受けて、今回も吉野さん主演の動画やポスターなどを制作。市内各地で撮影した動画13本、ポスター・カード12種類のシリーズとなります。

多くの方がロケ地を観光反響を呼んだ第1・2弾

第1弾・第2弾では、生駒高原の星空や小林市産の宮崎牛など、吉野さん本人の思い出深い場所やおすめの魅力を映像化した動画を市公式SNSで公開。合計閲覧数は3千万回を超え、年間に延べ数千人がロ

ケ地を観光（うち約7割が県外から来客）。全国のファンが遠路はるばる小林市まで「聖地巡礼」に訪れるほどの反響を呼んでいます。

第3弾は、8月7日から順次公開中。仲町の居酒屋で撮影された1本目の「#今日もいい夜」篇は投稿から1週間で45万回以上閲覧されています。

関連キャンペーンで新たな小林市ファン獲得へ

今後、動画と関連したさまざまなキャンペーンを実施予定です。動画にちなんだ特産品などを都市部で販売する期間限定ショップの開催、ロケ地巡りで地域周遊を促す企画などを準備中。小林市の魅力発信を図ることで本市の関係人口の創出や認知度向上、地域経済への波及を目指します。

吉野北人さんが市の魅力を伝える  
プロモーションの第3弾がスタート

