

地域に眠るふるさとの名品と、それにまつわるストーリーや取り組みを発掘し表彰する 「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」地域活性ソフトパワー部門賞が決定

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」URL : <https://furusatomeihin.jp/>

ソニー企業株式会社は、地域の魅力づくりを応援する民間企業として各地域の将来を支える名品とその市場開拓を支援する表彰制度である「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」に協賛しています。

この度、ソニー企業が提供する「地域活性ソフトパワー部門」が決定し、KKP 北乃カムイ監修商品（北海道）とヨコカル祭（神奈川県横須賀市）の2作品を選出いたしました。

本部門では、地域とコンテンツを組み合わせたユニークな取り組みや、各地に展開できる手法などを評価し表彰を行います。

■ 「地域活性ソフトパワー部門」 募集概要

スマートフォンアプリ「舞台めぐり」とコンテンツ（マンガ・アニメ・ドラマ等）を活用した地域活性の取り組みを募集いたします。

応募期間：2016年9月1日～2016年11月30日

応募方法：メールおよびFAXでの応募

受賞時の特典：弊社からwebのニュース媒体を中心とした広報発表を行ないます。

受賞決定タイミング：12月中旬に決定

●スマートフォンアプリ「舞台めぐり」とは

アニメの世界が体験できるGPS/ARアプリです。アニメのストーリーや登場人物にゆかりのある場所を検索し、その場所でアニメーションと同じ構図を確認したり、登場キャラクターと一緒にAR撮影したりすることができます。

また、その日の思い出を簡単にあなただけのアルバムにできます。現地チェックイン特典として、作品声優によるオリジナルボイスや壁紙のプレゼント(対応作品限定)があるほか、街を盛り上げるデジタルスタンプラリーやARG(代替現実ゲーム)にも対応しています。



公式HP : <http://www.butaimmeguri.com/>

※「舞台めぐり」はソニー企業株式会社の登録商標です。

■ 「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」とは

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」は、地域の将来を支える名品とその市場開拓を支援する表彰制度です。

地域の素晴らしさを域外の消費者に直接伝えようとする「地域のあらたなチャレンジ」をより多くの人に知ってもらおうべく、意思を同じくする民間企業が知恵と力を合わせて、地域に眠る名品とその名品を支えるストーリーや取り組みを様々な角度から発掘するため創設されました。

政府の後援も得ながら積極的に表彰することで、地域の将来を支える名品とその市場開拓と“地域のファン化”を支援いたします。

「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー」URL : <https://furusatomeihin.jp/>

受賞ふるさと名品詳細

■KKP 北乃カムイ監修商品（北海道）

- ①「北海道ねぎ味噌なっとう（カムイ納豆）」
- ②「北乃カムイガラナ」



●概要

①販売者（社）：株式会社内藤食品工業

商品価格：2,600円 18ヶ入り

発売開始時期：2015年

納豆の大豆、タレの原料は北海道産にこだわることはもちろん…。容器の製造、パッケージのデザイン、印刷をほぼ北海道企業で行った地域密着型商品『痛箱（いたはこ 商標登録申請中）』も同時に販売（セット購入者は痛箱無料）

②販売者（社）：株式会社丸善市町

商品価格：3,580円 24本入り

発売開始時期：2014年

北海道を盛り上げるために活動する同アイドルの理念に共感したこと、「北乃カムイはガラナが好物」というプロフィールをきっかけに商品開発。

名水として知られる「支笏湖」（千歳市）系のミネラルウォーターを使って製造。定番「ガラナエール」よりも若干甘味を抑えてすっきりした清涼感を引き立たせている



●PRポイント

・キャラクターを使用した北海道育成アイドル「北乃カムイ」監修の商品
「北海道育成アイドル」として主にインターネット上で活動する札幌市の経済人らにより発案されたバーチャルアイドルキャラクター。『北海道を世界に発信するバーチャルアイドルとして、各方面で北海道にきた世界中の観光客に向けおもてなしを』

応援している人をカムラーと呼んだり、北乃カムイの独特の北海道にちなんだおやしギャグ「おは羊蹄山、ありがとうきび等」や、やりたいこと35の野望を公開し活動している。

- ・商品は北海道産にこだわる材料を使用（大豆・水）
- ・商品パッケージにキャラクターを使用し差別化が図られている
- ・道外からのネット注文も増加し知名度も高まっている

<http://naitonatto.shop-pro.jp/>

<http://www.itimati.jp/pages/shopping.html>

・聖地巡礼アプリ「舞台めぐり」を通じて生産・販売場所への訪問やSNSによるPR拡散も2016年より実施。道内広範囲にスポットを設定したがカムラーをはじめとするアプリ利用者は現地を訪問し写真投稿し楽しんでいる。監修商品（カムイ納豆やカムイガラナ）に関するスポット訪問もある。<アクション>

1.2016年10月 「舞台めぐり」アプリに北乃カムイがおすすめるスポット道内20箇所を実装。AR撮影や特典ボイス、カムイ納豆壁紙をプレゼント

2.HBCラジオ番組「北乃カムイのもによもよラジオ(適当)」にてアプリ紹介

3.2016年10月「舞台めぐり」を使い8種類の北乃カムイとAR撮影できるポスターを道内に掲出

4.室蘭市、苫小牧市スポット16カ所追加

5.2016年11月苫小牧コスプレフェスタにて北乃カムイとアプリPR活動

経済効果 現地訪問費用（交通費、飲食費、土産代、宿泊費）は未計測

●受賞のポイント

キャラクターコラボ商品は世の中に多数存在しているが、北海道育成アイドル「北乃カムイ」を運用する北乃カムイプロジェクトメンバーや監修商品製造販売元や地域の方にお話を聞くと個別の利益よりも北海道を元気にしたいという熱意が感じられる。2016年弊社の「舞台めぐり」も参加したが北海道広域のスポット登録に関わらずカムラーが訪問されており熱心なファンの存在も確認された。今後の監修商品の拡充、購買層の拡大を目指していただきたいと思います。

受賞ふるさと名品詳細

■ヨコカル祭（神奈川県横須賀市）

●概要

開催日時 平成28年10月22日（土）9時30分～16時

場所 三笠公園、世界三大記念艦「三笠」、猿島

内容

- (1) 痛車展示 痛車：52台、痛単車：16台
- (2) アプリ「舞台めぐり」で公園内回遊促進
- (3) アニメのコラボドリンクの販売 252杯
- (4) 三浦半島大収穫祭（横須賀地域グルメ販売） 15店舗
- (5) よこすか海軍カレー、横須賀海上自衛隊カレーの販売 2店舗
- (6) ハロウィン特殊メイク体験
- (7) コスプレイヤーによるパフォーマンスステージ、米海軍第7艦隊音楽隊による演奏
- (8) コスプレ写真撮影 参加者509名

来場者数 2015年：12,300人 2016年：13,500人

共催 横須賀集客促進実行委員会、一般社団法人横須賀市観光協会



●PRポイント

近年、ゲーム「艦隊これくしょん-艦これ-」をはじめ、アニメ「ハイスクール・フリート」など、横須賀が作中の舞台に登場する作品が数多く創られており、作中の場面写を「聖地巡礼」として多くのファンが訪れている。特に、横須賀市の観光スポットでもある、世界三大記念艦「三笠」や猿島は、上記作品のみならず、ゲームやアニメ作品などのコスプレイヤーの人気スポットとして親しまれている。

かつて日本有数の観光地であった横須賀市はその賑わいを取り戻すべく、観光を産業の柱とする「観光立市よこすか」を目指す条例も平成26年の市議会で承認された。

このような背景からアニメやスポットを積極活用し、より多くの人々に横須賀市を知ってもらい足を運んでいただくことで地域活性につなげていきたいとの考えから、横須賀市の魅力の一つであるアニメやゲームをコンテンツとしたサブカルチャーとハロウィンを融合した、仮装やコスプレをしながら横須賀の街を楽しめる“ガチな本気のハロウィンフェスティバル”を2015年度より実施している。

●受賞のポイント

1) 広い会場の回遊施策としてアプリ「舞台めぐり」を使って来場者を誘導、10カ所のチェックインスポットを配置し、隠れたキャラクターを探しながら公園の奥まで誘導し、イベント全体像の把握と参加促進につなげた。

2) アニメ作品とコラボしたオリジナルのドリンクコーナーを配置し、コアなファンを中心にイベントを楽しんでいただく施策も実施。予定数量を途中で完売し、経済的な効果の向上にもつなげている。

3) グルメゾーンでは、ハロウィンの起源である大収穫祭として横須賀の旬の農作物や海産物を使用したフードメニューを展開した。また横須賀を代表するご当地グルメ「よこすか海軍カレー」など横須賀“食”の魅力を発信した。

4) サブカルゾーンでは、コスプレ・痛車展示だけではなくステージを設け、米海軍横須賀基地から米海軍第7艦隊音楽隊を招き、アニメソングを演奏するなどロケーションだけでなく地域の特色凝縮させたPRを行った。

5) 現場、地元が協力してイベントを盛り上げ、積極的に地域活性に取り組もうという姿勢が顕著