

走り始めた熊本県の新幹線元年、プロジェクト

くまモン
サプライズ

2011年3月12日の九州

新幹線全線開業まで残すところ半年を切り、「くまもとサプライズ」をスローガンに準備が着々と進んでいる熊本県。熊本は九州の真ん中にあらうか。また、広告業界にとしての役割を果たせるのであるという地理的特性を生かし、文字通り「九州の中心」とってのチャンスと課題は何か。九州新幹線全線開業を機に、県内各地域の活性化組みを紹介する。

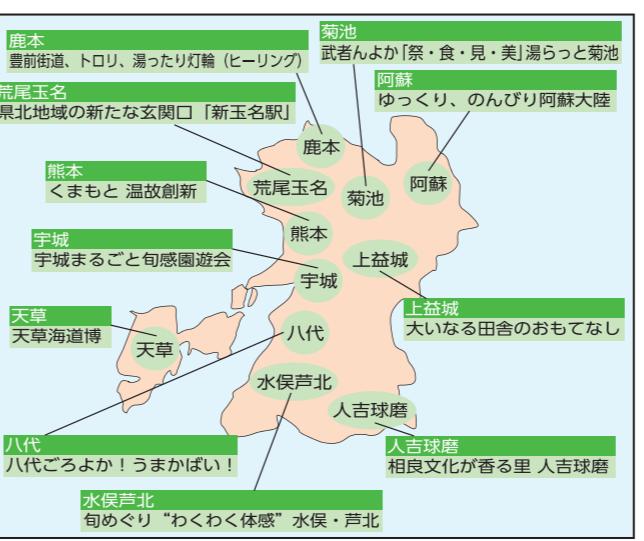


試験走行出発式のため新玉名駅に入る新幹線新型車両N700系「さくら」

熊本ならではのリソースを活かせ！県民総参加で新幹線効果を最大化

事業」の実施に向け、県内各地で事業の準備を進めている。千載一遇のチャンスを、いかに長期的な地域力向上につなげられるかが鍵となる。

そこで県では、一過性にとどまらない持続性・波及性のある事業を目指し、食・文化など地域資源を最大限活用し、県民・地域が主役となって交流・連携を推進する事業展開を進めるとともに、県民の気運醸成に努めてきた。



“くまもとサプライズ！”を合言葉にくまモンが県内と大阪でPR活動



熊本県は、九州新幹線全線開業を機に、沿線のみならず全国へ向けて、県民が一体となつて熊本の魅力を掘り起こし、発信するしきけ作り「くまもとサプライズ」に力を入れている。「くまもとサプライズ」とは、県民自らが熊本の価値を再発見し、それを掘り起こして多くの人に広めていくという運動。観光資源として注目されるだけではなくものにするのが目的だといふ。

その運動の核となるのは、火の色を連想させる、びっくりマークに似た赤いロゴ「くまモン」。蒲島知事から「くまもとサプライズ特命全権大臣」に任命され、PRのミッションを遂行するという筋書きで、熊本の魅力と自分自身の顔を売り込む計画が進行中だ。

今年、県が重点的に広報展開を行っている関西では、「くまモン」を大阪の観光地等に出現させ、話題化促進をはかりながら、ストーリー性のある参加型PR

11地域で進められている新幹線元年事業には、地域自慢の食や歴史・文化といった、くまもとの「地のもの」が並ぶ。既存の催事等を活用しながら、来訪者に地域の魅力を発信するとともに、各地域での滞在時間や回遊性を高めるのが狙いだ。くまもとが元来持っている豊かな自然や文化、おもてなしの心といつ

たリソース(資源)を活かすこと、長続きする地域振興につなげようという新幹線元年事業。県民総参加の取り組みが、魅力的な地域づくりにつながるか注目される。

また、県民一人一人が身の回りの地域資源を活用して自ら考え行動する「日常生活に根ざした地域づくり」を推進するため

ち早く「九州新幹線全線開業準備キヤンペーン」を実施しておき、開業前年の平成22年は「直前キヤンペーン」の年。熊本県観光交流国際課では、引き続き、熊本の自然や歴史、文化、本とのタイアップにより、「JRでくまもとへ」と銘うつたキヤンペーンを実施している。

熊本の観光力アップを図りながらJR西日本とタイアップ！



熊本県出身のタレント、スザンヌさんを宣伝部長に起用して展開した平成20年秋からの熊本県の「県外向け広報事業」。バラエティ番組などへの露出とスザンヌさん本人の好感度の高さに後押しされ、熊本県の認知度とイメージの向上に効果をもたらしたと、県内外から高い評価を受けている。

熊本県では、平成19年から



蒲島知事、矢田観光連盟会長が佐々木JR西日本社長、古宮JR九州営業部長とガッチャ握手

各地で利用できる「くまもと担当することにより、地域や業者間の連携が進みつつあり、観光客にとってうれしい特典や割引が

県が積極的に参加し調整役を務くくりにも力を入れる。

県外への発信と同時に重要なのが観光ルートの整備。バス会社との協力により、便利で魅力的なバスアクセスを開発するとともに、今まで地域と旅行業者間などの連携が難しかったイルカウォッチングなどの旅行商品

スキップクーポンも実現した。



JR大阪駅にて観光パンフレットを配るスザンヌさん

大阪環状線の宣伝用ラッピング車両をはじめ、中吊り広告、駅貼りポスターでの告知、また、JR西日本全域にパンフレット40万部を配布し、JR西日本と日本の車内誌『旅ごよみ』では10月から来年3月までの半年間にわたり、毎月、熊本の旅特集を掲載するなど、JR西日本と地熊本の周知を目指す。



阪神甲子園球場でPR活動を行うくまモン

ロモーションを展開。「くまモン」が1万枚の面白名刺を配布する様子をブログやツイッターで発信する仕組みと、テレビ、新聞、ラジオ等でのプロモーション、さらにはJR中吊り、車内貸切広告などで露出を増加させることで、波状的相乗効果を狙っている。

九州新幹線全線開業直前の来年2月には、集客3万人を目標に「くまもと逸品縁日＆ミニマニアッちこつちラリー」も開催予定。県内から参加団体を募り、県民の手で熊本の食と文化を西圏に伝えるといつ。物産展と宮本武蔵展を行った平成20年度の岡山、「きんさい

やあ熊本」プロジェクトとして対象地域に向けての限定期感を全面に出した平成21年度の広島に続き、今回も大阪二一ズを踏んだ事業展開を目指している。

近隣県と手を携えながら、より成熟した「観光県、熊本、韓国など諸外国からの集客も念頭に、この道を探る」となる。