

# セールスマン金太郎

～金太郎の正しいつかい方～

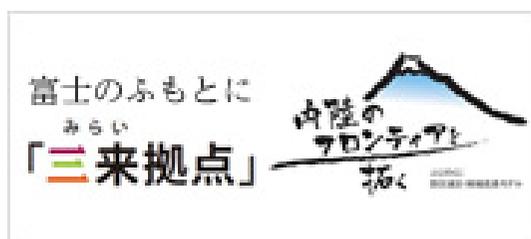
平成28年3月5日(土)

平成27年度 鉞創塾

チーム鰻 山崎 豊 中西 雄亮 小野 裕子

# 小山町で全国的なPRが必要とされる素材が増えてきている

- 特産品 金太郎トマト、もち
- 観光 足柄SA周辺 アクアイグニス進出
- 定住促進 助成金等、政策充実 など



小山町を全国へPRする  
『シティセールス』を強化する必要あり

# 特色ある使い方をしている他自治体 ご当地キャラは地域産品PRや 産業の育成に効果が出ている

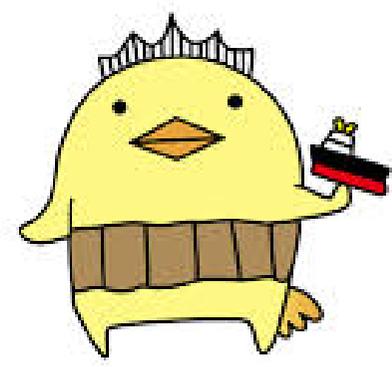
◎くまモン  
グッズ展開  
キャラ設定  
(カスマ)



○ひこにゃん  
観光  
出没地限定



○バリィさん  
双方向  
コミュニ  
ケーション



○ぐんまちゃん  
LINEスタンプ  
特産品  
コラボ



金太郎は  
全国的に知名度が高い  
にも関わらず  
シティセールスに充分  
に活用できているとは  
言い難い



金太郎をセールスマンとして最大限  
活用し、シティセールスを強化する  
ためにはどうすればよいか考えたい

(政策テーマ)

# セールスマン金太郎

- 小山町 2 大広告塔

町長 『私がセールスマンとなって  
小山町を売り込みます』

金太郎 『私もセールスマンになって  
小山町を売り込みます』



# 目的 金太郎を活用して シティセールス を強化する

小山町のシティセールスを続ける金太郎に  
ふさわしい環境を整備する

# 現状分析

## 1 全国的な傾向



# ご当地キャラクターを シティセールスにうまく活用して いる自治体がある

◎くまもん

熊本県

経済効果1244億円

(日銀熊本支店)



○ひこにゃん

彦根市

記念イベント

来場者予測の1.4倍

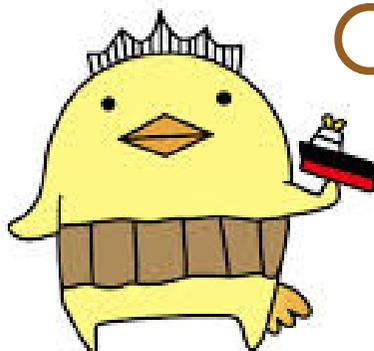


○バリィさん

今治市

物産館

前年比売上2.4倍

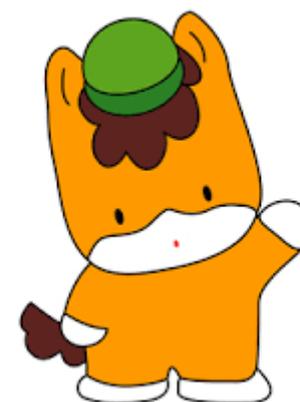


○ぐんまちゃん

群馬県

グランプリ優勝

グッズ売り上げ前年比35%増



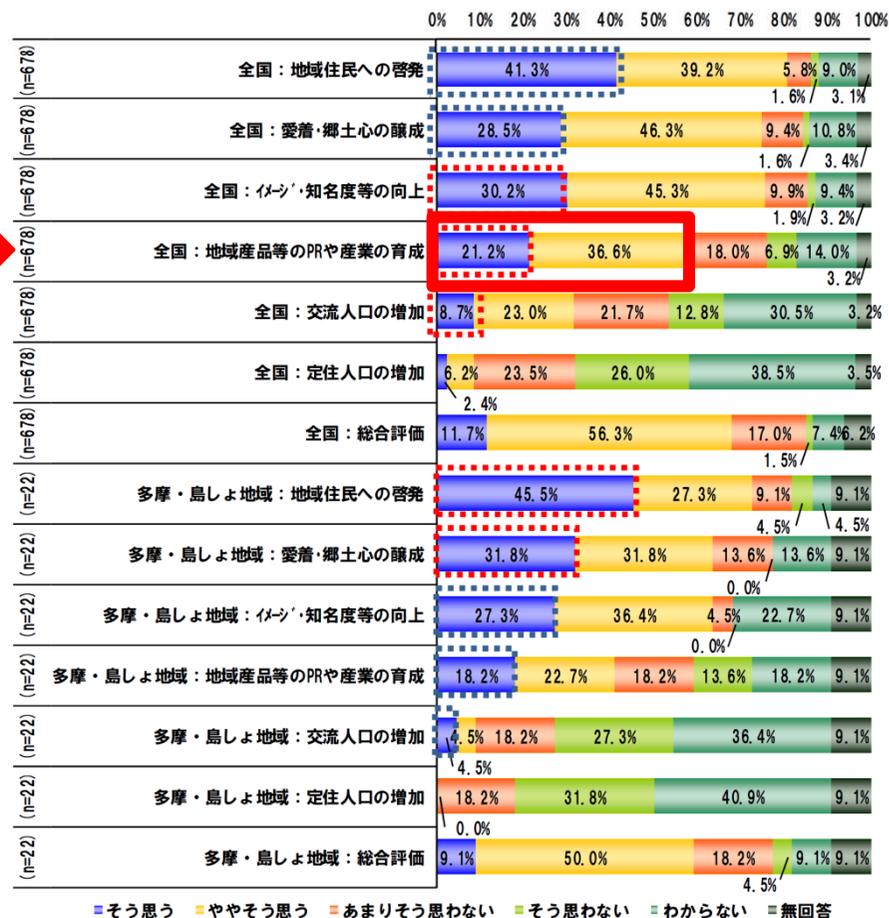
# ご当地キャラクター 全国自治体の57.8%が「地域製品のPRや 産業の育成に」効果が出ていると回答

ご当地キャラの取組に対する自己評価

- 1位「地域住民への啓発」
- 2位「愛着・郷土心の醸成」
- 3位「イメージ知名度の向上」

**地域製品のPRや  
産業の育成：57.8%**

※シティセールスでキャラクターの  
効果が出ると評価されている分野

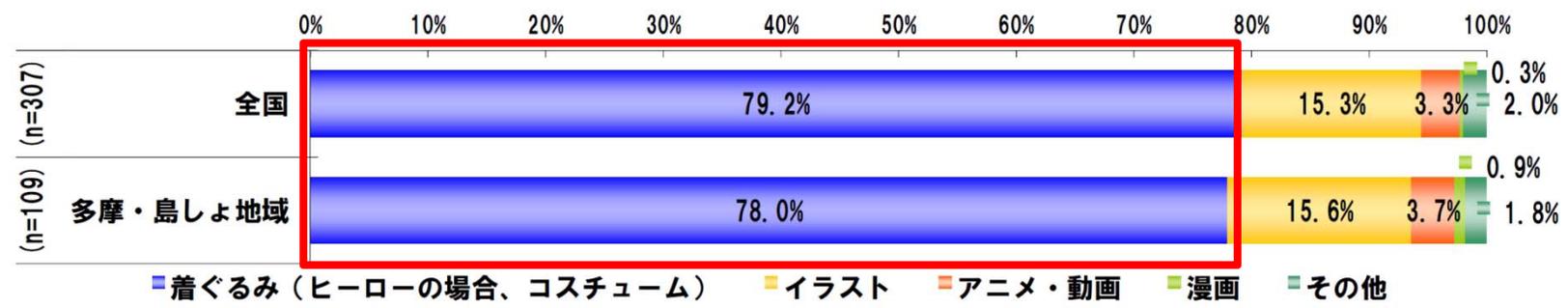


# 全国的な傾向

## 全国一般住民対象アンケート回答者の約8割 ご当地キャラクターの最も好きな形態 着ぐるみ

問い: キャラクターの最も好きな形態はなんですか？

図表 90 好きな形態 (単一回答)



全国一般住民対象  
18歳以上1500人WEB抽出

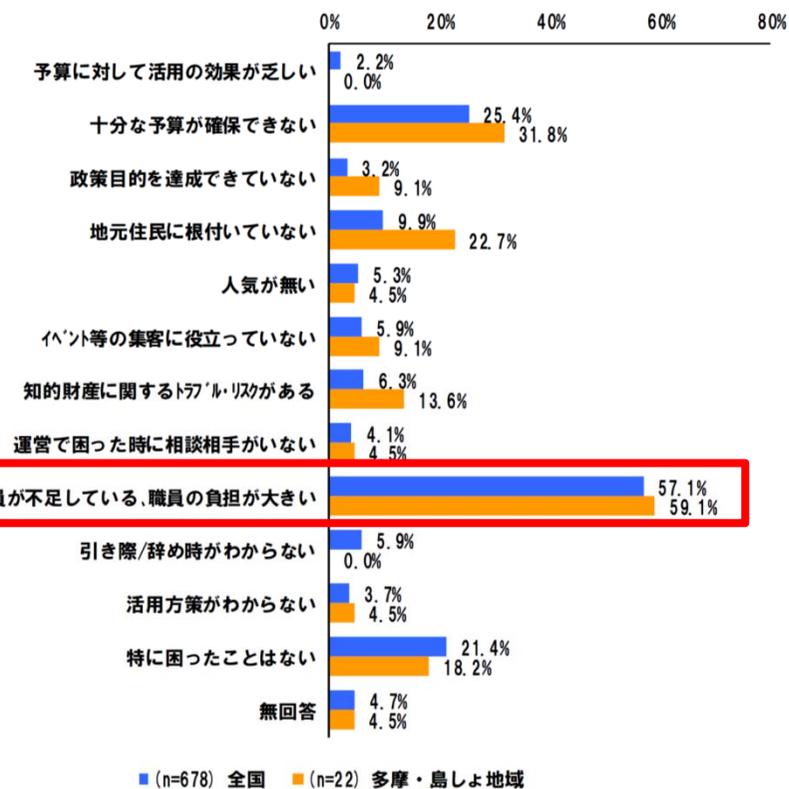
**着ぐるみ(ヒーローの場合、  
コスチューム): 79.2%**

# 圧倒的に多くの自治体で 担当職員等の人員不足が課題と認識

問い: キャラクターの運営に関して課題であると感じる点はなんですか。

図表 42 活動の課題 (複数回答)

担当職員等、人員が  
不足している、職員の  
負担が多い: 57.1%

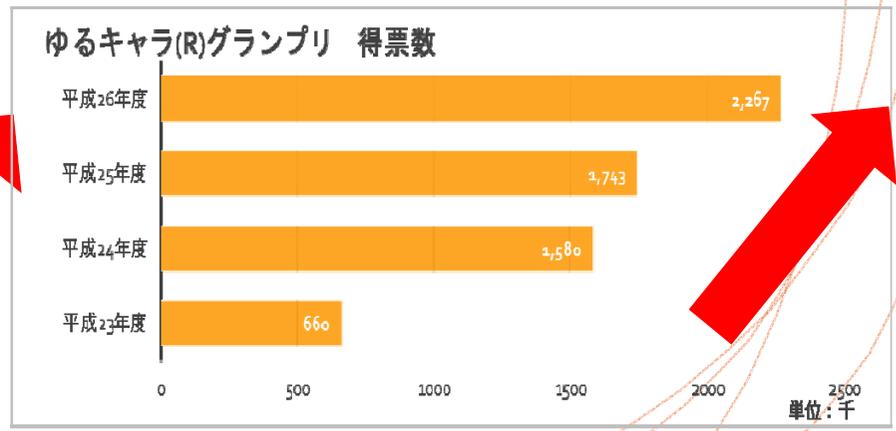
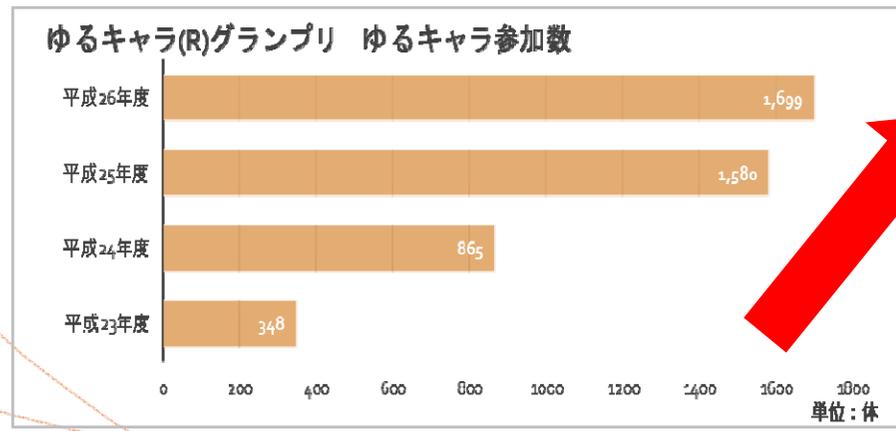


# 全国的な傾向

## 参加キャラ、来場者ともに増加傾向 (ゆるキャラ®グランプリ)



### ゆるキャラグランプリ参加キャラクター数、得票数集計



**ゆるキャラに対する関心は高まっている**

参照：ゆるキャラグランプリ オフィシャルウェブサイト

# 全国的な傾向 まとめ

- ・ 「地域産品のPRや産業の育成」に効果が高い
- ・ 「着ぐるみ」が最も好まれる形態
- ・ 着ぐるみ運営は「担当人員不足」が課題
- ・ ゆるキャラは、まだまだ下火ではない



# 現狀分析

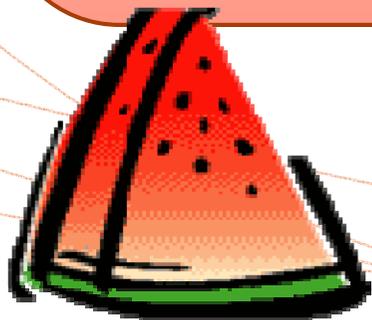
## 2 事例比較



## 特産品の販売時に、金太郎の着ぐるみが活用できているとは言い難い

### くまモン

- ・ くまもとの赤（トマト、スイカ等の赤い農産物）をターゲットとして、着ぐるみ、シール、CM放送等を組み合わせてPR



### 金太郎

- ・ 「金太郎トマトアイス、シャーベット」という特産品販売時に、ポスター・ラベルを作成したのみ  
（当時の担当者インタビュー）



# セールスマン金太郎にふさわしい 環境整備が必要である

項目	くまモン	金太郎
管理	熊本県 くまもとブランド推進課	商工観光課（着ぐるみ） 総務課（シンボルマーク）
<b>肩書き</b>	熊本県営業部長兼 しあわせ部長	<b>小山町特別住民</b>
HP	オフィシャルホームページ	町のHPに 伝説紹介ページ
<b>利用規約等</b>	「利用規程」及び 「利用の手引」をHP公開	<b>商標はあり</b> <b>着ぐるみは明文なし</b>
商標許諾使用料	無料	無料
着ぐるみの 二次元化	完全に一致した 二次元化に成功	シンボルマークロゴと 着ぐるみは不一致
<b>着ぐるみ （アクター）</b>	2組 アクターは固定（委託）	2組 <b>アクターは流動</b>

# 歴代グランプリの特設HPには プロフィール・SNSが必ず載っている

		特設HP	プロフィール	SNS	ファンクラブ
第1回	タボくん	○	○	○	×
	ひこにゃん	○	○	○	○
第2回	くまモン	○	○	○	○
第3回	バリィさん	○	○	◎	○
第4回	さのまる	○	○	○	○
第5回	ぐんまちゃん	○	○	○	×
	金太郎	×	×	○	×



歴代グランプリたちには、キャラクター設定がある

# 事例比較 まとめ

- ご当地キャラクターの活用が不十分
- セールス活動に肩書きが必要
- 着ぐるみ取扱基準を整備する
- WEB環境を活用したセールスが必要

セールスマン金太郎にふさわしい環境整備

# 現状分析

## 3 小山町の現状



# 金太郎はゆるキャラグランプリ に参加してない

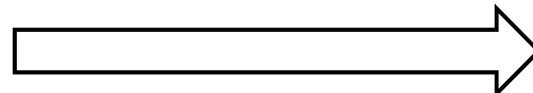
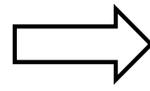
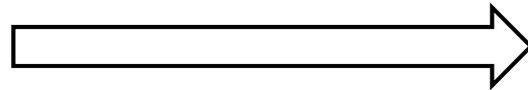
- 町で保有し、地域貢献の活動実績のある  
金太郎はゆるキャラグランプリに  
エントリーの資格あり。エントリー費用無料



金太郎も、PR機会の場として  
参加を検討する必要がある

# 小山町のご当地キャラである金太郎は どのような使われ方をしているか？

- 金太郎特別住民票
- イベント参加
- 商工会推奨ブランド
- 大砂嵐関 化粧まわし
- ☆ シンボルマーク商標登録



- ☆ 足柄山の金太郎 facebook



# 町内業者も金太郎を活用している

問い：販売促進に金太郎を活用していますか？

はい

100

## 【具体例】

- 着ぐるみの借用
- 金太郎のコーナー設置
- 商品名に金太郎を使う
- 安産・子育てで有名であることをPR
- 商品に金太郎をあしらう
- 金太郎の商品説明カード（POP）を作成する

根拠 小山町商工会アンケート：金太郎の活用に関する実態調査

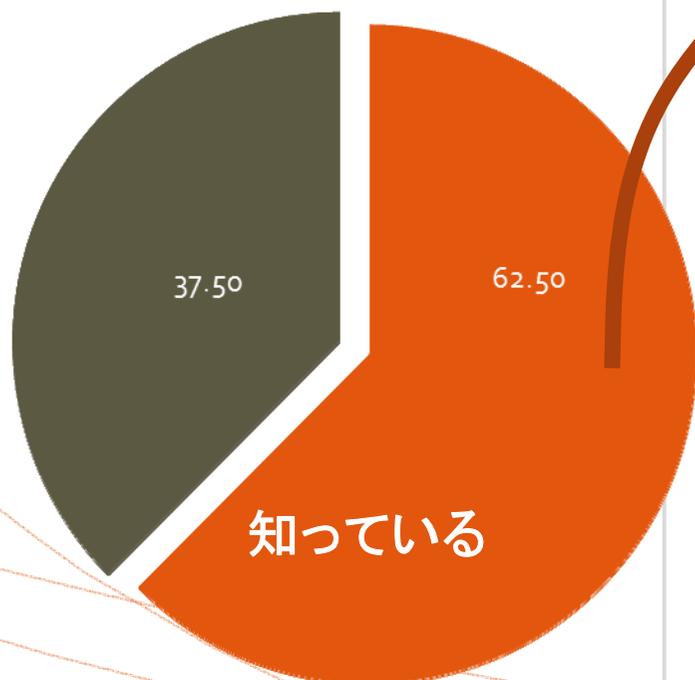
小山町内金太郎活用業者アンケート：町内における金太郎の活用等の調査



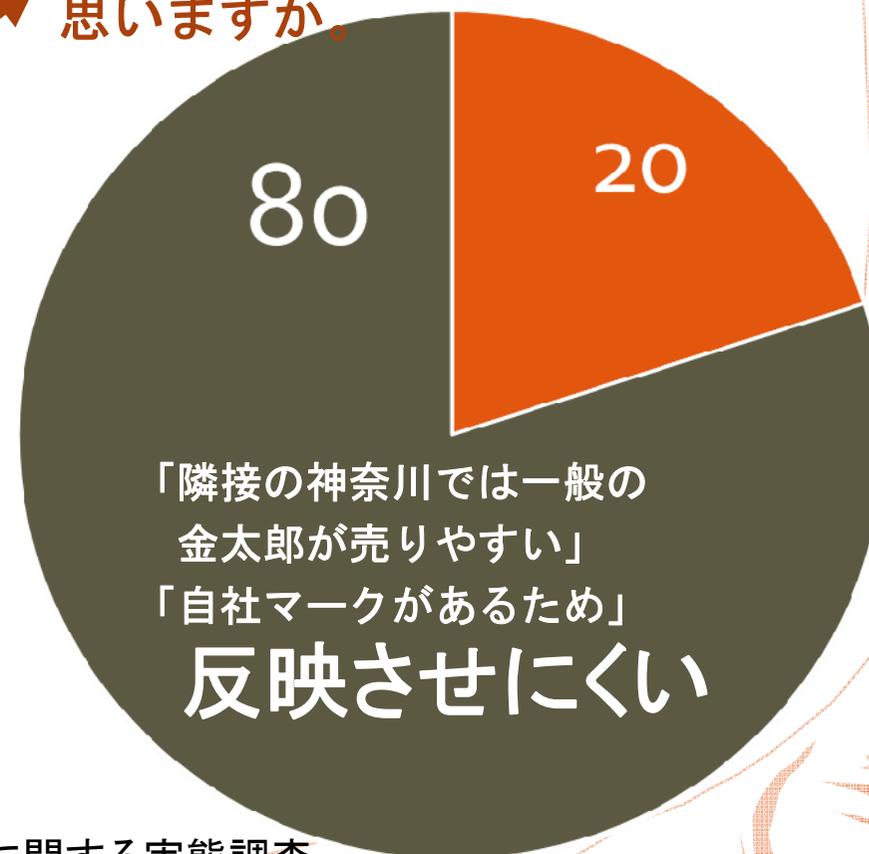
## 小山町の現状：小山町の民間実態調査

# 商標登録ロゴマークは商品に 載せにくく、活用数が低い

問い：商標登録ロゴマークは、  
役場に申請すると使用できる  
ことを知っていますか。



問い：商標登録ロゴマーク  
は、商品に反映させやすいと  
思いますか。



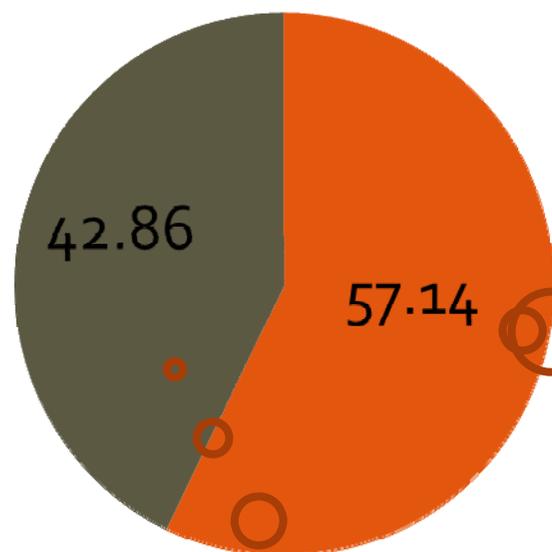
根拠 小山町商工会アンケート：金太郎の活用に関する実態調査  
小山町内金太郎活用業者アンケート：町内における金太郎の活用等の調査



## 小山町の現状：小山町の民間実態調査

# マークを統一するならば 個性・独自性への配慮が必要

問い:町内の商品や店舗が統一したマークを使用した方が良いと思いますか。



「個性がなくなる」  
「店舗独自の個性が  
あった方が良い」

「町全体で同一マークを使用した  
方が効果が上がる」

「可能であれば...」

「各自独自の商品もあると思うの  
で難しいと思います。」

「包装等に使用するシール、  
金太郎の由来等統一した内容の  
パンフを商品添付する場合のみ」

根拠 小山町商工会アンケート:金太郎の活用に関する実態調査

小山町内金太郎活用業者アンケート:町内における金太郎の活用等の調査

小山町の現状：小山町の民間実態調査

金太郎の着ぐるみが改善した方が

良いところは「見た目」

問い:金太郎の着ぐるみで改善した方がよい点は何だと思えますか。



男の子らしく・優しい感じの着ぐるみを作成する

もっと可愛らしい金太郎が良いと思います  
ゆるキャラまでいかななくても

顔がかわいくない。  
もう少し愛らしい顔の方がよい  
まゆげと目のバランスが  
愛着のない顔に感じられる  
足が細すぎる

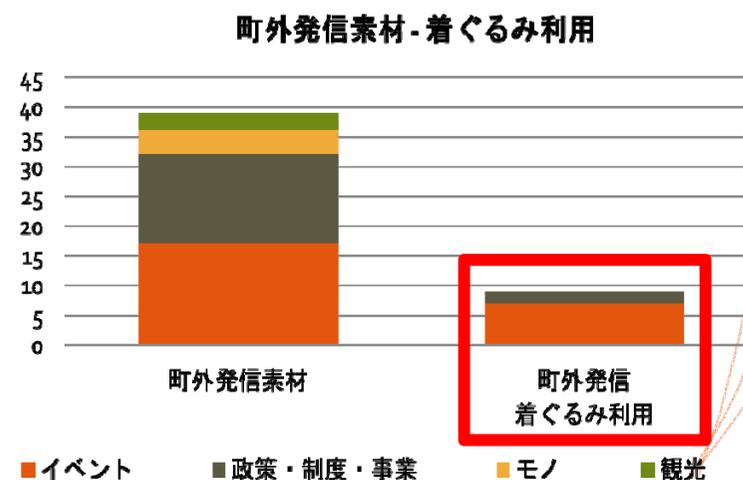
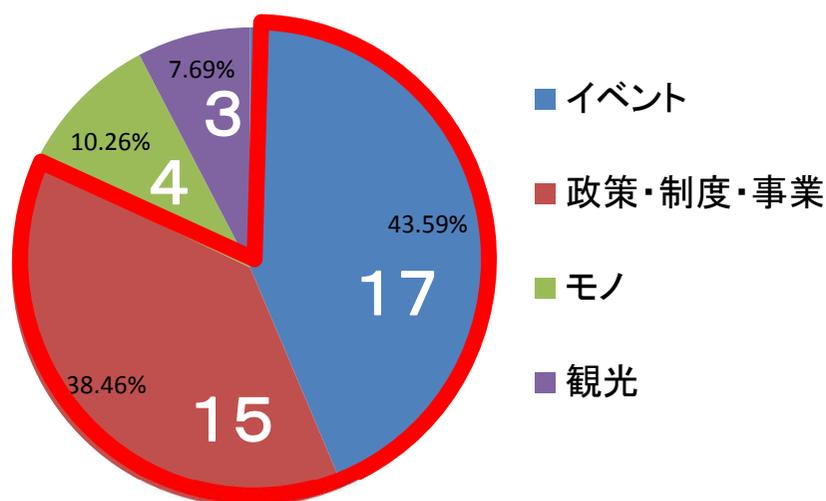
根拠 小山町商工会アンケート:金太郎の活用に関する実態調査

小山町内金太郎活用業者アンケート:町内における金太郎の活用等の調査

## 小山町の現状：小山町役場担当職員実態調査

# 行政が町外にも発信したい素材には イベント、政策・制度・事業が多い

- ・ イベント まつりなど
- ・ モノ モチ、優良ブランド推奨品
- ・ 政策・制度・事業 ASUO、三来拠点など
- ・ 観光 富士浅間神社、足柄古道など



行政が町外へ発信したい素材をPRするため着ぐるみを利用した割合は28%と低い

根拠：庁舎内アンケート：金太郎を優秀なセールスマンと育てるための実態調査

## 小山町の現状：小山町役場担当職員実態調査

# 着ぐるみを使うマンパワーが足りない

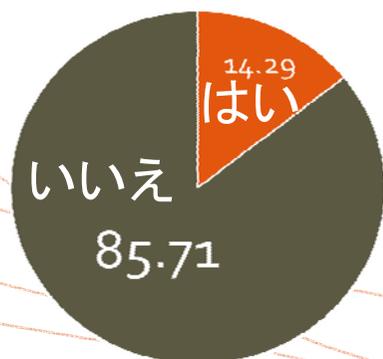
問い：着ぐるみを利用しない（利用できない）理由は何ですか。



- ・着ぐるみの中に入れるひとがいなかった
- ・人員を着ぐるみに割り振る余裕がない
- ・利用予約日の着ぐるみの予約がいっぱいだった
- ・運搬できなかった

# 着ぐるみとWEB活用が連動していない

問い：着ぐるみの活動をネットにアップしましたか。



- ・各新聞社、広報担当も取材に来るため不要と判断した
- ・通常業務でHPやfacebookを利用しない
- ・忘れてました

根拠：庁舎内アンケート：金太郎を優秀なセールスマンと育てるための実態調査

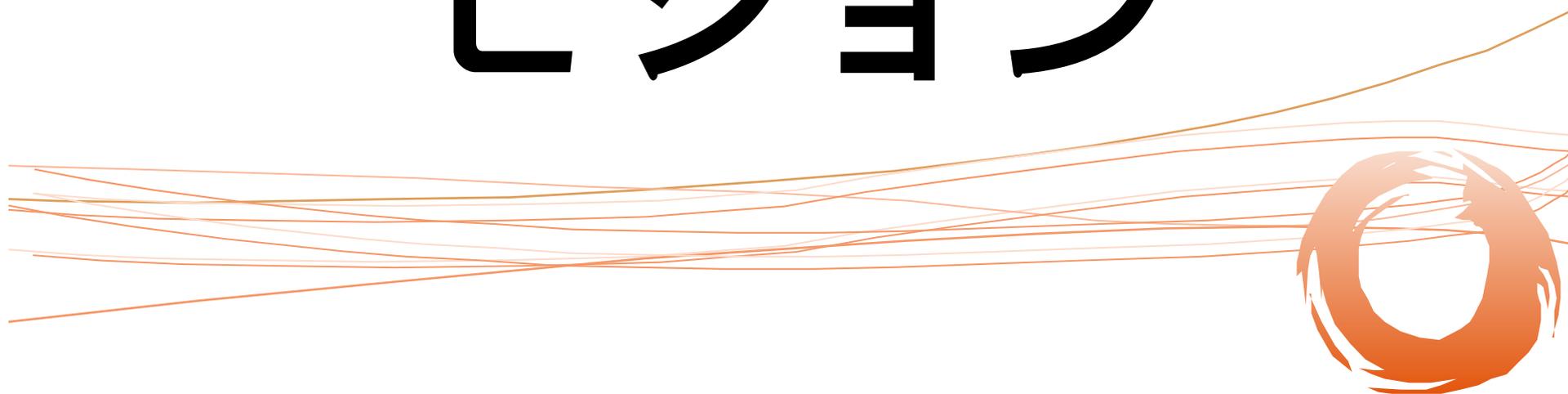


# 小山町の現状分析 まとめ

- ・ 地域産品とつながり弱く活用されていない
- ・ マンパワー不足が課題である
- ・ 着ぐるみとWEB活用が連動していない
- ・ ゆるキャラグランプリ等に参加していない



ビジョン



# 金太郎がにぎわいをもたらすまち

現在の**金太郎**は、そこにいるだけの存在  
**金太郎**が、小山町のことについて詳しく  
小山町を魅力的に語ることでできるセールスマンになる

セールスマン**金太郎**は、小山町の素材の宣伝活動を  
継続的に幅広く行うことができるご当地キャラクター  
セールスマン**金太郎**自身ではなく、  
小山町や小山町の素材をPRする存在  
セールスマン**金太郎**のセールスによって人々は  
「買いたい」「行きたい」という気持ちになる

人々の交流が活発になり経済も循環する  
つまり「にぎわい」が生まれる



# シティセールス強化 目指す方向性

(産業界民間連携)

- ① 金太郎イメージの刷新・統一
- ② 地域産品とのつながりを強める
- ③ マンパワー不足解決策
- ④ 金太郎活用方針の確立



# 具体的な解決策

## 1 イメージの 刷新・統一



## 1 イメージの刷新・統一

# 着ぐるみを一から作り直す

①着ぐるみのデザインは民間産業界と連携し刷新する

②着ぐるみを基にしたイラストを複数パターン作る

- ご当地キャラクターの形態は「着ぐるみ」が好まれる
- ご当地キャラクターは地域産品のPRや産業育成に効果が高い
- イメージの統一・パターンを用意した方が良いとアドバイスあり
- 町の金太郎のイメージは統一されておらずパターンもない
- 町内業者から「マークは使いにくく着ぐるみは可愛くない」と指摘されている
- 着ぐるみのイメージチェンジ費用 約50万円



# セールスマン必須アイテム贈呈

すごい肩書！！

イカす名刺！！



# 具体的な解決策

## 2 地域産品との つながり強める



## 2 地域産品とのつながりを強める

# セールスマン金太郎は 地域産品：餅を売り込みます

- 民間連携で餅の特産品化に取り組んでいる。
- 小山町の人気商品は餅  
生産者は思い思いの  
ラベルを製品に貼っている
- 餅と金太郎は相性が良い
- 行政にもち米の生産量を増やしたいという意向がある（農林課インタビュー）



祭り、道の駅、餅を売る場所

- たくましい金太郎  
= 力持ち → もち → 餅



# 具体的な解決策

## 3 マンパワー不足 解決策



### 3 マンパワー不足解決策

## (仮称) 金太郎塾

- 構成

セールスマン金太郎による小山町PR活動に賛同する人々のボランティア団体（町内外問わず登録制）

- 会場

金時神社

- 活動内容

金太郎や小山町の歴史を学び、

セールスマン金太郎の活動理念（小山町PR活動）を共有

足柄山の金太郎Facebookに寄せられたコメントに

返信することでセールスマン金太郎のバックアップ

金太郎「中の人」になる

金太郎を見かけたらfacebookにアップしてもらおう



金太郎塾会場:金時神社



### 3 マンパワー不足解決策

## (仮称) 金太郎「中の人？」体験

- 目的

「中の人」の楽しさ・やりがいを体験し、金太郎に対する愛着を醸成し、金太郎生誕の地であることを再認識する。

- ターゲット・メリット

イベントに来たお父さん・子どもとのふれあい  
好奇心旺盛な学生さん・「目立ちたい」を後押し  
その他希望者

- 役割

決めポーズをとり写真撮影会担当等

- 制限

着ぐるみの大きさによる身長制限（180cm未満）



# 具体的な解決策

## 4 金太郎

## 活用方針の確立



## 4 金太郎活用方針の確立

# 金太郎のことが全部わかる ホームページを作る！



小山町 金太郎室

小山町をセールスする金太郎  
SALESMAN kintarou

ようこそ、  
小山町 金太郎室へ

船を漕ぐ職員と2万人の町民が  
理想郷に着岸できるよう、

小山町のセールスに町長とともに取り組むぜい！

金太郎ホームページにようこそ！  
小山町のセールスマン金太郎だぜい。

小山町は静岡県の北東端に位置しており、富士山を頂点とした富士外輪状の三国山系と、丹沢山地、そして金時山や足柄峠を含む箱根外輪山に囲まれた自然豊かな町です。童謡でおなじみの「金太郎」生誕の地としても古くから知られて いるぜい。

このホームページが、町民をはじめとする皆さんと行政との情報共有の場となれば幸い だぜい。

おいらみたいな元気な町にするために、町民の皆さんと一緒に取り組みたいぜい。

小山町特命大使  
小山町のレジェンド 足柄山の金太郎

<p>金太郎の予定</p> <p>今週の町長の予定をご覧いただけます。</p>	<p>プロフィール</p> <p>「広報おやま」に掲載している町長のエッセイです。</p>
<p>facebook</p> <p>行事・式典など公務記録を公開しています。</p>	<p>活動支援のお願い</p> <p>行政を執行するために必要な交際経費です。</p>
<p>紹介してきたモノ</p> <p>施政方針や主要な施策についてご覧いただけます。</p>	<p>金太郎政策提言</p> <p>小山町を元気にする「金太郎大作戦」第二章</p>
<p>金太郎塾</p> <p>職員研修「鉞創塾(えつそうじゅく)」を実施しています。</p>	<p>着ぐるみの貸出し</p> <p>記者提供資料の公開を行っています。</p>

・小山町⇔金太郎  
というつながりが  
凝縮できる

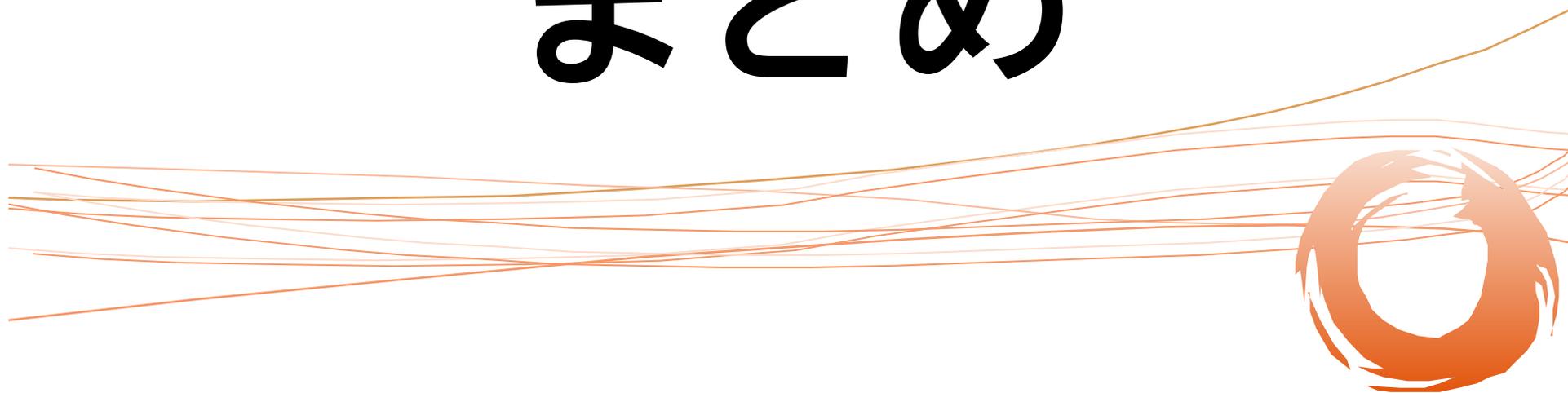
・「金太郎」を  
キーワードに様々な  
小山町の情報を  
一度に触れる

・Facebook更新  
頻度を上げる

『活用方針』

町長に負けない金太郎の情報発信力を持つ

# まとめ



# 小山町特命大使 「セールスマン金太郎」 小山町を売り込みます

## ～金太郎の正しい使い方～

① イメージの刷新・統一



着ぐるみ刷新・肩書き

② 地域産品とのつながり強める



相性のいい餅とつなげる

③ マンパワー不足解決策



金太郎塾・「中の人」体験

④ 金太郎活用方針の確立



特設HP・活用方針作成

# 小山町観光情報サイトリニューアル セールスマン金太郎環境整備が進む

平成28年2月29日更新

昔話で有名な金太郎は  
小山町生まれ

- ・金太郎紹介 **肩書**
- ・金太郎ストーリー
- ・金時音頭
- ・金太郎グッズ **餅**
- ・金太郎facebook

- ・金太郎塾
- ・中の人？体験
- ・金太郎活用方針

小山町観光情報  
Oyama Town Sightseeing

観光スポット 金太郎 富士山 ゴルフ場  
宿泊・お食事 イベント 特産品・お土産 アクセス

小山町観光情報トップ / 金太郎

昔話で有名な金太郎は  
小山町生まれ

**金太郎**

小山町は金太郎生誕の地。  
昔話で有名な金太郎についてご紹介いたします。

小山町で待ってるぜい!!

オイラは小山町生まれだぜい!!

**金太郎紹介**  
町の英雄であり、町民が誇りにしている金太郎とはどのような人物か。

**金太郎ストーリー**  
金太郎が生まれてから親の巻とを繋げるまでのストーリーをご紹介します。

**金時音頭**  
昭和7年にレコードに刻まれ、今も盆踊りなどで町民に親しまれている楽曲です。

**金太郎グッズ**  
愛される金太郎は特産品・グッズもいっぱい!!

**金太郎ゆかりの地**  
金太郎の生涯を支え、歴史を残した小山町の名所をご紹介します。

詳細を見る

・イメージ刷新

# ご清聴に感謝します

平成27年度 鉞創塾「チーム鰻」一同

