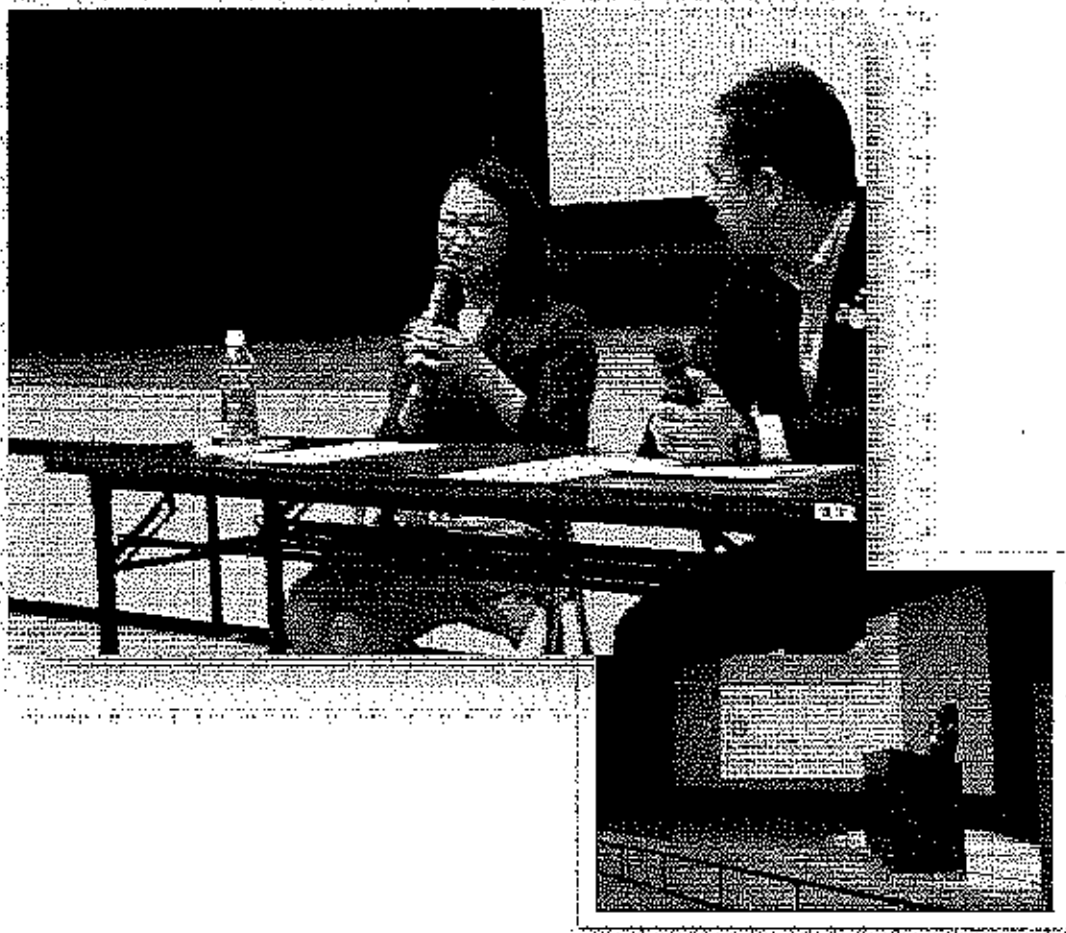


第9回 若手・中堅職員養成塾



日時：平成25年9月9日（月） 午後5時30分～午後7時

講師：産婦人科医 宋 美玄 氏

テーマ：「女性産婦人科医として伝えたいこと

～正しい知識の啓発と産み育てやすい環境づくりについて～」

第9回「若手・中堅職員養成塾」講演概要

日 時：平成25年9月9日（月）

講 師：産婦人科医 宋 美弘 氏

テーマ：「女性産婦人科医として伝えたいこと

～正しい知識の啓発と産み育てやすい環境づくりについて～

④ 男女の性、生殖～学校教育の落とし穴～ （経過時間 0 時 04 分）

- ① 若者の性教育について、学習指導要領によって学校で教えることが決まっています。高校生になって初めて家族計画、避妊、人工中絶のことについて教えるが、時期が遅い。男女の性と、心と身体の性が必ずしも一致しないということは、小学生くらいから教えるべきだと思う。
- ② 第2次成長時には性ホルモンが出て、性的なものに興味が出てくるので、性への興味は当たり前にあることだと教えるべきである。
- ③ 世の中には、誤った情報が出ており、学校には、性に関する情報が少ない。学校できちんと教えるべきである。
- ④ 性が奔放であった時代のピークが終わり、今は、性的なアクティビティが下がっている。性教育は暴走するのを抑制することになっているが、性を否定しすぎると生殖にも支障が生じる。ありのままを伝えるような性教育をする方が、少子化対策にもつながる。
- ⑤ 避妊をすることは教えてきたが、妊娠することは教えてこなかった。妊娠することを教えないと妊娠をコントロールすることができない。卵子が老化して妊娠する期限があることを、若い人に教えるべきである。
- ⑥ 思春期に性に興味を持ち、異性とお付き合いを始めると必ず問題になるのがデートDVであり、悩んでいる若者が多い。DVは相手の行動を支配することなので、相手を尊重して対等に付き合うことを教えるべき。性犯罪のことについても正しく教えて、身を守ることに繋げてほしい。
- ⑦ ビデオを見せたり、うさぎを飼ったりする教育では、いのちの大切さを学べない。そもそも自己肯定感が備わっていないと、いのちの大切さが分からない。その子が赤ちゃんの頃から、どのように育ってきたのかが大事なので、学校で教えることは難しい。

㉒ 仕事と育児の両立、産みやすい環境づくり (経過時間 0時22分)

- ㉔ 産後うつの方は母子愛着も悪くなり、子どもの自己肯定感に影響する。産み育てやすい環境をつくるには、ストレスがかからないようにすることが大事だが、個人や行政だけで環境をつくることは難しい。夫など、自分の問題として考えてくれる身近な人がいることが大事である。
- ㉔ 少子化対策というと、保育所を増やそうとするが、それだけでは足りない。世間では保育所に入れるとかわいそうだという風潮があり、親が罪悪感を持ってしまう。産後、キャリア復帰しやすいような制度を考える方がいい。
- ㉔ 子どもを産むまでは、親が自分の子を育てるのは義務であり、弱音を吐くのはダメなことだと思っていたが、そうではない。子育てをする両親が心に余裕を持つことで、子どもがかわいいと思えるようにすることが大事である。親だから自己犠牲が当たり前だという世の中でなくなれば、子育てしやすい環境になる。

㉓ 産科医療のこれから (経過時間 0時31分)

- ㉔ 産科医療で一番大切なことは、母体と赤ちゃんが安全であること、その次に妊婦とその家族にとって、お産が満足できるものであることであるが、妊婦が希望する自然な安産で、しかも自宅の近くで産もうとすると、医療資源がかかる。
- ㉔ 東京は医大が多いので産科医も多く、余っている状態であることから、患者の顧客意識が高くなる。地方では医師が売り手市場となるため、妊娠出産は、安全であればよしというような風潮が変わらない。
- ㉔ 産科医のクォリティーやモチベーションを保つために、産科医を特定の病院に集め医療資源を確保することが、妊婦の希望の実現につながる。安全面だけでなく、付加価値の高い出産ができるようになると、妊婦の満足度が高くなり、少子化対策にもつながる。
- ㉔ 両親を支援することにより、子どもに対する愛情を抱かせることが大事で、それにより、子ども自らが自己肯定感をもち、自立した性行動、ひいては家族を持つことにつながる。

Ⅱ 質疑応答 (経過時間 1時00分)

Q 児童虐待を防止するのはどうすればいいか？

隙がいのある子どもが虐待されやすいのは、親のキャパシティを超えてしまうからである。子どもが愛され自己肯定感を持たせるために、いろんな方が母親をサポートしていくことが大事である。

Q 子育てを自分のものとして周りが支援していくことについて

精一杯努力している母親を世間が縛り付けるようなことはしてほしくない。子育てをしている母親は温かく見守ってあげてほしい。子どもにひどい言葉を投げかけてしまう母親から相談を受けたことがあるが、周りから追い詰められていたので、自分をリセットする時間が必要だとアドバイスした。

Q 産後療養をサポートしているところが日本は少ないが、どういう方針を示していくべきか？

日本で普及しないのは、採算がとれないからである。行政が補助をするなどの制度を考えるべきだと思う。

Q 特別養子縁組や赤ちゃんポストの制度についてどう考えるか。

3歳くらいまでは親代わりとなる特定の人があると自己肯定感につながる。乳児院は大勢の人が子どもを見ているので、愛着対象となる特定の人がない。特別養子縁組は、血がつながってなくても、子どもにとって、よりよい発育になるし、いいことだと思う。赤ちゃんポストは中絶を避けるためであるが、中絶も一つの選択肢であり、悪だとすることはよくないと思う。

Q 性をどのようにして、子どもに教えたらよいか？

子どもが思春期になったとき、話しやすい関係を楽しんでおくことが必要である。女の子の場合は、母親の方から教える方がいい。

第9回「若手・中堅職員養成塾」

日 時 平成25年9月9日（月）

17:30～18:50

場 所 県庁講堂

1 講 演

講 師 産婦人科医 宋 美玄 氏

テーマ 「女性産婦人科医として伝えたいこと

～正しい知識の啓発と産み育てやすい環境づくりについて～」

2 講師、知事と参加者との意見交換

【講師プロフィール】 宋 美玄（そん・みひよん）

1976年兵庫県神戸市生まれ。

2001年大阪大学医学部医学科卒、同年医師免許取得、卒業後大阪大学産婦人科入局。

2007年川崎医科大学講師就任。

2009年イギリス・ロンドン大学病院の胎児超音波部門に留学。

2011年川崎医科大学産婦人科の大学院に入学し、産後の女性の健康について研究しながら診療にも携わっている。

2010年出版した『女医が教える本当に気持ちいいセックス』（ブックマン社）が50万部突破の大ヒットとなり、各メディアから大きな注目を集める。

2012年1月1日に女の子を出産 母となる。

※現在、子育てと産婦人科医を両立、メディア等への積極的露出で産婦人科医として様々な女性の悩み、セックスや女性の性、妊娠などに付いて女性の立場からの積極的な啓蒙活動を行っている。

女性産婦人科医として伝えたいこと ～正しい知識の啓蒙と産み・育てやすい環境 づくりについて～

● 川崎医科大学産婦人科
内閣府少子化危機突破タスクフォース(第2期)構成員

宋 美玄

男女の性、生殖～学校教育の落とし穴～

- 1) 男女の性とセクシャルマイノリティ
- 2) 生殖の生理学、月経にまつわること
- 3) 性という衝動、セックスという行為、マスターベーション
- 4) 性感染症、避妊、妊娠する能力の期限
- 5) DV、デートDV、性犯罪
- 6) 「いのちの大切さ」を教えるには



仕事と育児の両立、産みやすい環境づくり

- 1) 私の事例
- 2) 結婚の支援と多様性の容認
- 3) 女性だけじゃないワークライフバランス
- 4) 保育園を増やせばいいか
- 5) 産み育てやすい環境とは

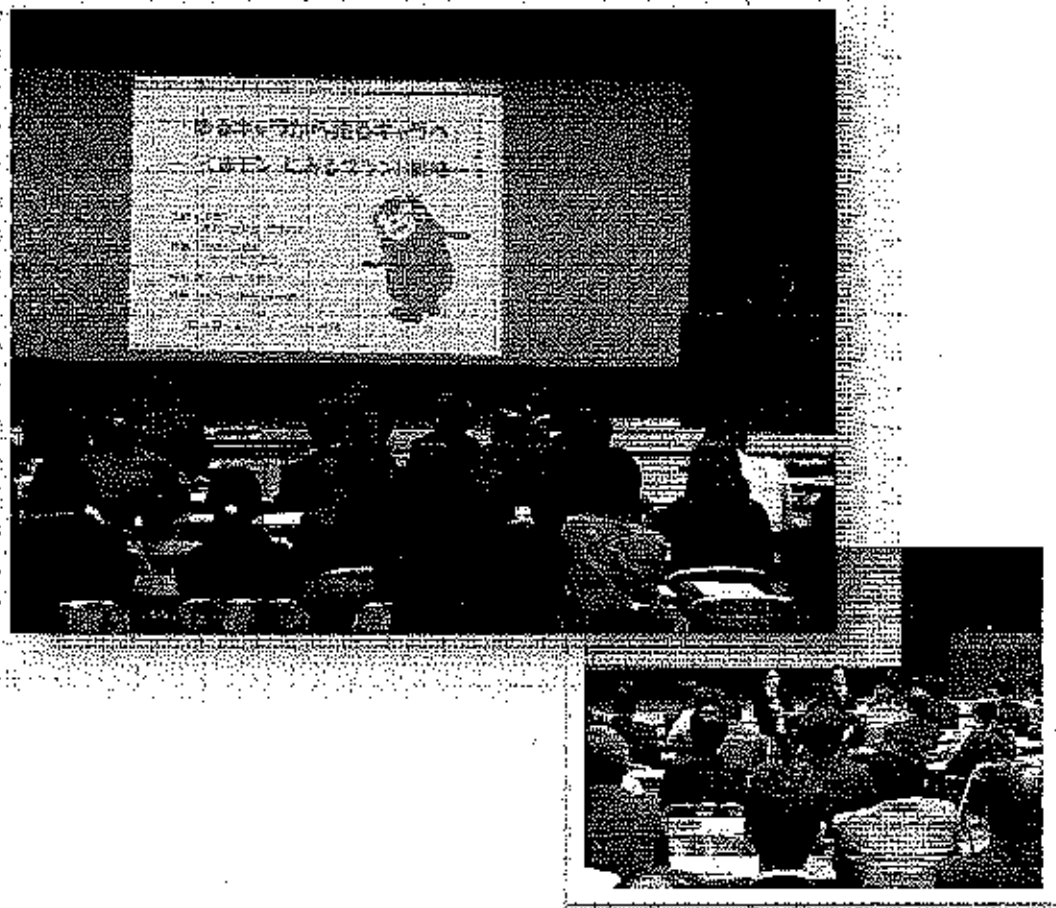


産科医療のこれから

- 1) 産科医療で一番大切なこと
- 2) 妊娠出産のもつリスク
- 3) 医療資源の有効活用と持続可能な産科医療体制



第10回 若手・中堅職員養成塾



日時：平成25年11月11日（月）午後5時30分～午後7時

講師：熊本県くまもとブランド推進課長 成尾 雅貴 氏

テーマ：「ゆるキャラから売るキャラへ～くまモンにみるブランド戦略～」

第10回「若手・中堅職員養成塾」講演概要

日 時：平成25年11月11日（月）

講 師：熊本県くまもとブランド推進課長 成尾 雅貴 氏

テーマ：「ゆるキャラから売るキャラへ～くまモンにみるブランド戦略～」

④ 「くまモン」の誕生 （経過時間 0時03分）

- ※ 九州新幹線全線開業前のニュースには大阪～鹿児島間が開通するとして取り上げられ、中間に位置する熊本は注目されなかった。そこで、ユニークなことをしてPRしようと考えたのがくまモンだった。
- ※ 今まで様々な部署を経験したが、常に私の意識にあったのが「伝える」ということだった。人とコミュニケーションをとることは簡単ではない。例えば、同じ学校給食でも、自分と相手の考える給食のイメージが違っていたりする。くまモンは、人とのコミュニケーションを通じて、熊本県を理解してもらい、企業誘致など熊本県を選んでもらうために活動している。
- ※ くまモンが他のゆるキャラと違うのは、「サプライズ」という行動規範を持っていることである。
- ※ 「くまもとサプライズ」とは、熊本県の皆さんと一緒に、日常の中にあるサプライズを見つけて、おもてなしをしようという県民運動のことである。
- ※ 地域の人たちが見過ごしがちなことを自分たちで見つけて、県民の人におもてなしをして喜んでもらうという「くまもとサプライズ」のコンセプトはくまモンがいようがいまいが関係なくできることである。

⑤ くまモンのKANSAI戦略 （経過時間 0時26分）

- ※ ツイッターやポスター等でのPR、吉本新喜劇へのくまモン出演など、「KANSAI戦略」を展開していった。吉本新喜劇のくまモン出演には反対だったが、記者会見で多くのメディアに取り上げられたことに驚かされた。

- ※ 「KANSAI」戦略によって、熊本県が新幹線開業前に大きく取り上げられることに成功した。知恵を絞りながらやってきたことが実になり、公務員としてのやりがいを感じた。
- ※ くまモンの商標を無料化したことが成功の秘訣だと言われる。県内の経済が活性化するならロイヤリティを取る必要はなく、またロイヤリティがあったら使ってもらえないとも思っていた。今にして思うとこれが今のくまモン人気につながっていると思う。

④ くまモンの3年目 （経過時間 0時55分）

- ※ 九州新幹線が通ったら、くまモンは終わりにするつもりだったが、東日本震災の影響や人気もあったので引き続き、くまモンを使っていこうということになった。
- ※ 3年目になると、CDや本の出版依頼が先方から来るようになった。アメリカやイギリスなど、海外の新聞にも取り上げられ、クールジャパンの一つのコンテンツとして注目されるようになった。
- ※ くまモンの本来の仕事は、サプライズとハッピーを届けることなので、震災地の訪問等の活動もしている。
- ※ サプライズな話題を提供し、飽きさせないようにして、くまモンのファンになってもらう仕掛けをしている。ティベアやイギリスのMINIとコラボした企画も行っており、くまモンのCDやDVDも発売される予定である。
- ※ 今では、認知度がハローキティやミッキーマウスにも匹敵するくらいになり、好感度は男性ではハローキティを上回っている。

⑤ 成功の理由とこれからの課題 （経過時間 1時10分）

- ※ 3年くらいで成功したとは言いたくないが、これまでの成果の理由としては4つある。①トップである知事に理解があること、②くまモン自身が皆さんとの接し方を身に付けてきたこと、③マスコミの方にいいイメージを持ってもらっており、好意的に扱ってくれること、④いつまでもサプライズを忘れずに、常に新しいことに挑戦していることである。

- ※ 特に④は大事なことだと思っており、当初の職員から全員代わっている
ので、途中で来た職員には新しいことに挑戦して、成功体験をして成長
してもらいたい。
- ※ くまモンのおかげで、熊本県の人が、今まで以上に地元のこと誇りを
持ってもらえるようになった。海外に行っても、熊本県の人が熊本から来
たということを海外の人に胸を張って言えるようになれば、すごいこと
だと思う。
- ※ 課題としては、県民がくまモン頼みになっていて、くまモンが来てくれ
れば、賑わうだろうと思っている。東京ディズニーランドでは、キャス
トといわれる従業員がパフォーマンスをしている。熊本の皆さんにはそ
のキャストになりましょうと呼びかけている。県民がキャストになった
つもりでおもてなしをして、一人ひとりがサプライズをしてほしいと思
う。例えば、人が商品を手にとったときに、心を動かすプラスアル
ファの仕掛けを考えて、その商品が選ばれるように変えていくと作り
手の喜びにもなると思う。
- ※ 行政の役割は熊本に振り向いてもらうことで、その先のサービス、商品
を売るのは地元の業者の役割だと思っている。くまモンは熊本県しかい
ないが、同じキャラクターをつくるのではなく、サプライズをつくるの
であれば、どの県でもできる。

④ 質疑応答 (経過時間 1時24分)

- Q チームくまモンは、どのように選ばれるのか。抵抗もあったと思うが、ど
のように、跳ね除けてきたのか。また、アイデアはどのようにして出されて
きたのか。

チームくまモンには通常の人事異動で配属されているが、明確なミッション
があったので、大胆なことができたと思う。抵抗されることはあまりなかつ
た。周りからスルーされてもくじけずに、職員で話し合っただけで考えたアイ
デアはたくさんある。

Q 県民の人は全国的に人気になったくまモンをどのように捉えているのか？

今もくまモンは地元の幼稚園や学校運動会等を回っていて、県民の方に愛されている。

Q くまモンの野望とは？三重県の印象は？

熊本県が世界中で認知され、ミッキーマウスのように50年後、100年後にも存在するキャラクターでありたい。三重県は、私がNPOの交流施設等を学ばせてもらったところである。今度は三重県の人が熊本県から何か学んでもらえれば嬉しい。

第10回「若手・中堅職員養成塾」

日 時 平成25年11月11日(月)

17:30~19:00

場 所 県庁講堂

1 講 演

講 師 熊本県くまもとブランド推進課長 成尾 雅貴 氏

テーマ 「ゆるキャラから売るキャラへ～くまモンにみるブランド戦略～」

2 講師、知事と参加者との意見交換

【講師プロフィール】

成尾 雅貴 (なるお まさたか)

1982年、熊本県入庁。現在はくまモンにまつわる事業を一元管理しているくまもとブランド推進課を率いる。熊本県庁チームくまモンの一員として「くまモンの秘密 地方公務員集団が起こしたサプライズ」(幻冬舎)を執筆。

「ゆるキャラから売るキャラへ」 ～「くまモン」にみるブランド戦略～

名前:くまモン
(名前の由来は「熊本の者」)

職業:いちおう公務員
「熊本県営業部長」

性別:オスじゃなくて男の子!

性格:やんちゃで好奇心いっぱい



©2010熊本県くまモン

熊本県くまもとブランド推進課

©2010 Kumamoto Prefecture

熊本県の現状

2

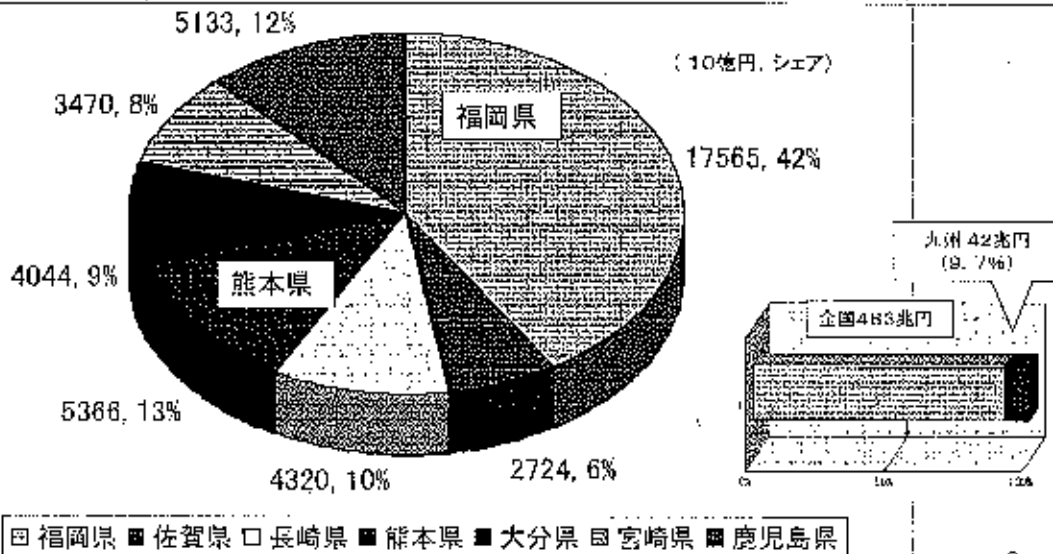
©2010 Kumamoto Prefecture

熊本県の経済の現状 (1) 県内総生産

熊本県の県内総生産は5,313兆円で、

①国内全体(483兆円)の約1.1%、

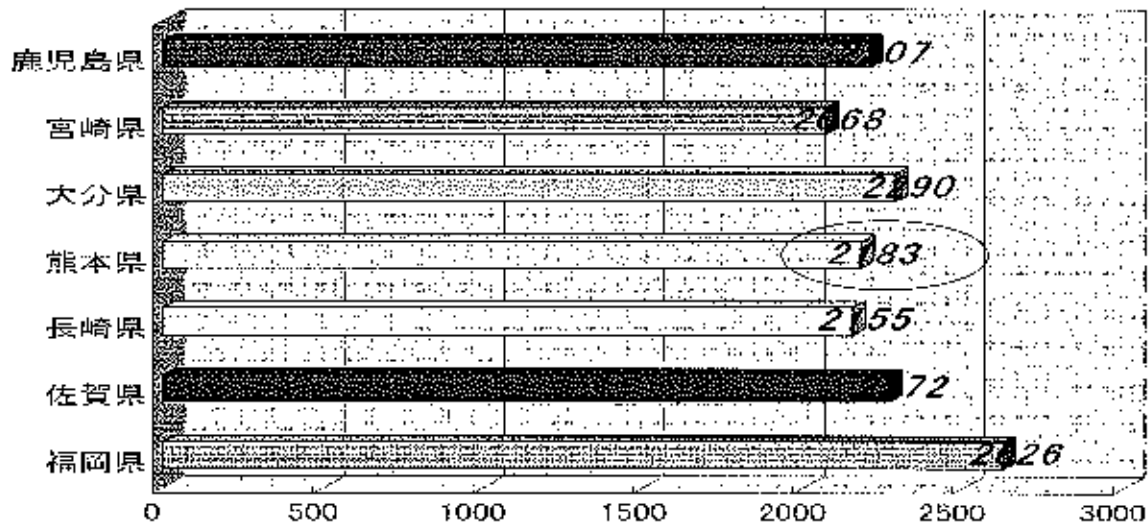
②九州全体(42兆円、国内の9.7%)の約13%福岡県に次いで2番目の規模。



3

熊本県の経済の現状 (2) 一人当たり県民所得

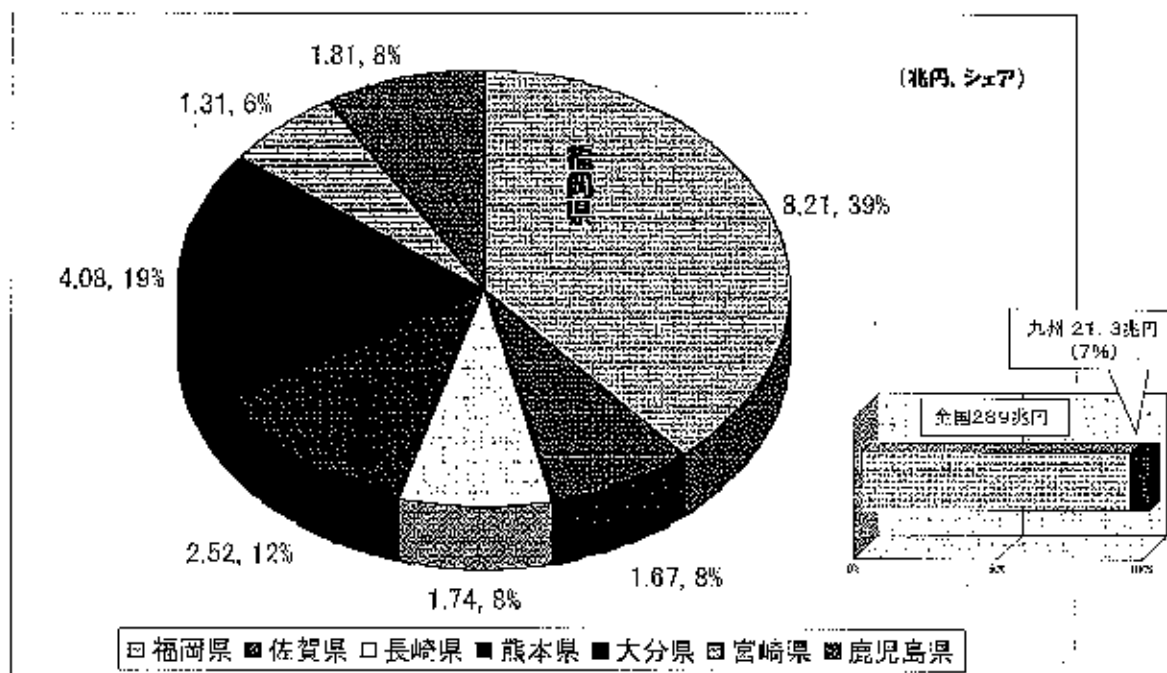
九州の一人当たり県民所得は全国的に低い傾向。本県(2,183千円: 全国43位)は、福岡県、大分県、佐賀県、鹿児島県に次いで5番目。



(千円)

熊本県の経済の現状 (3) 製造品出荷額

製造品出荷額等は2.5兆円で、九州全体の12%、福岡、大分に次いで3番目。



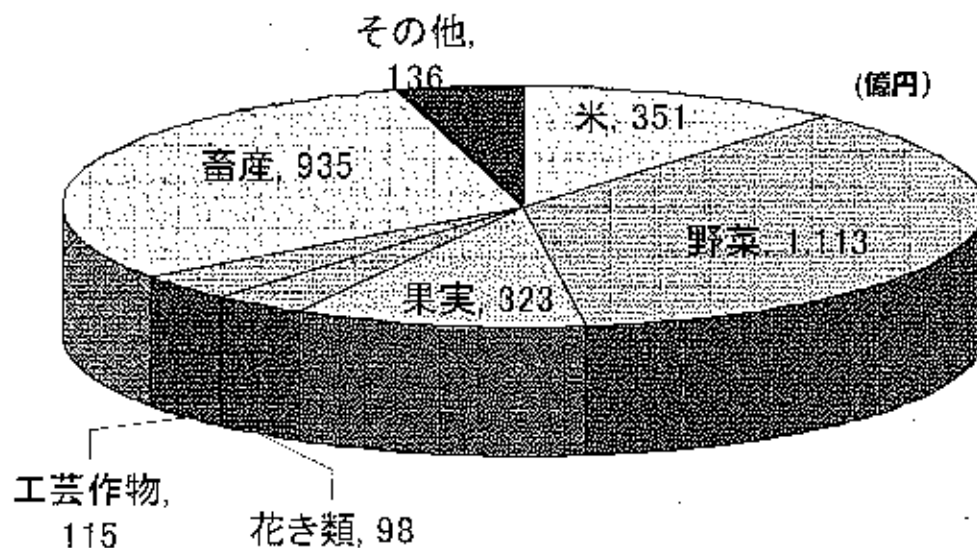
資料: 経済産業省「平成22年工業統計調査結果」

熊本県の農業産出額の現状

熊本県の農業産出額は、**3,071億円** (全国第5位)

(北海道、茨城、千葉、鹿児島、)

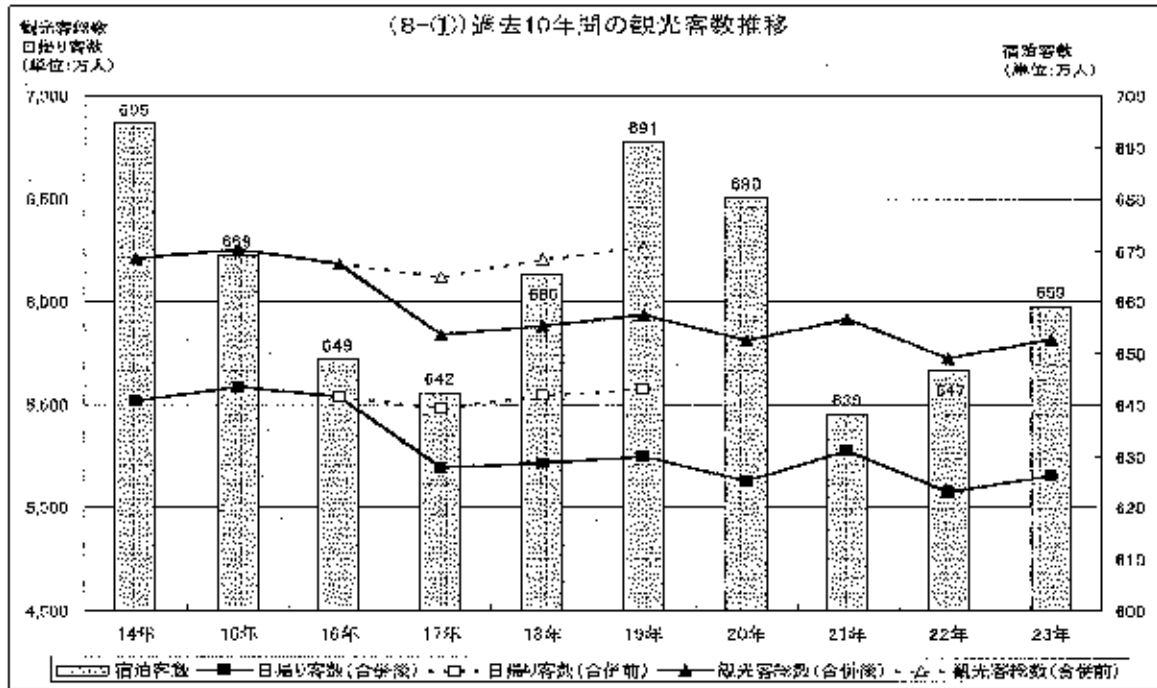
内訳は、野菜36%、畜産30%、米11%、果実11%、花き3%。



出典: 生産農業所得統計 H22

熊本県の観光客数

この10年間は、640～700万人の間で推移



©2010 Kumamoto Prefecture

選ばれる熊本

選ばれる
熊本

双雲

熊本が、住みたい地域、訪れてみたい場所、魅力的な投資先、さらには、将来の州都として、皆様方から「選ばれる熊本」であるよう、日々努力します。

8

©2010 Kumamoto Prefecture

23年3月九州新幹線全線開業

期待感！

100年に1度のビッグチャンス
熊本県の認知度向上に結びつけていくために

- 関西以西からの観光客誘客推進
- 関西以西からの企業誘致促進
- 関西以西への県産品の販路拡大

危機感！

- 福岡、都市圏へのストロー効果
- 開業時に通過駅となる懸念

(マスコミの記載は、新大阪～鹿児島(終着駅))

©2010 Kumamoto Prefecture

危機感！！



● 増え始めた「九州新幹線」に関するメディア露出

しかし、標記の中心は「新大阪～鹿児島(終着駅)」

©2010 Kumamoto Prefecture

■ KANSAI 戦略を展開

○関西・中国地方 (=KANSAI地域)
(中心地大阪)

1/47 全国の自治体がPRを展開

⇒目だってなんぼ!

ユニークなことをしないと目立たない!

⇒ ・くいだおれ ・お笑い文化



11

©2010 Kumamoto Prefecture

くまもとサプライズ!

新幹線元年戦略アドバイザー 小山薫堂氏 提唱



- ・ 誰かをビックリさせるような、幸せな気持ちになるようなことを、熊本県民みんなで考え実践しましょう。
- ・ 熊本県の中でサプライズのネタになるようなものを、みんなの日常の中に見つけましょう。
- ・ 観光客の「あっ、いいね!」は、そこに住む自分たちが幸せになること。
- ・ KANSAI 戦略も基本方針は同じ考え。

12

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンの話題化計画

(特徴)

- ・ SNSの活用

(口コミ等を期待した参加型の展開)

- ・ ストーリー性のある展開

- ・ 話題拡散の段階に応じたPR展開



13

©2010 Kumamoto Prefecture

第1段階

神出鬼没大作戦！

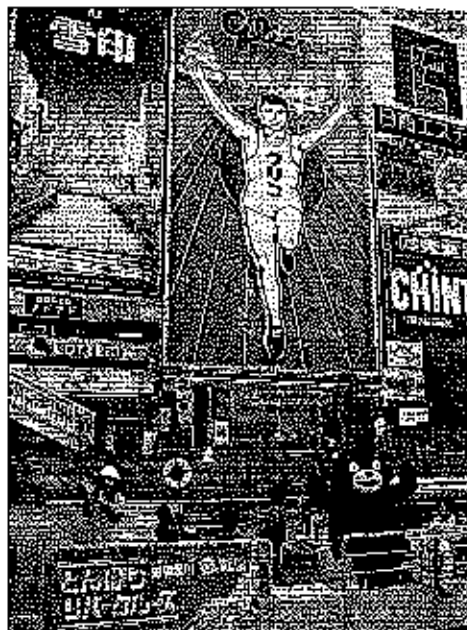
●2010年9月～

14

©2010 Kumamoto Prefecture

素性を明かさず、大阪の各地に出没 9月～

大阪の至るところに神出鬼没



道頓堀商店街

15

©2010 Kumamoto Prefecture

SNSの活用 口コミ等を期待した参加型の展開

ツイッター

フォロワー数：6万人突破(2012年5月)

くまモンさんからの、短くてタイムリーなメッセージを受信しましょう

Twitterは空回りリアルタイム情報伝達の至宝です。Twitterには住み慣れたくまモンの様々な話題の情報が盛り交っています。今すぐ参加して@55kumamonさんをフォローしよう

登録する



55kumamon

もっとボクで癒されて～☆ RT @tkoujo:
くまモンかわいいー癒されてますーRT
@55kumamon: 花の広場でひなたぼっ
こ。 http://p.twipple.jp/VU7dz



大阪市内
に出没し
たくまモ
ンが、そ
の場の状
況を
Twitter上
でつぶや
きます。

16

©2010 Kumamoto Prefecture

SNSの活用 口コミ等を期待した参加型の展開

ブログ

くまモン日記

9月9日 [阪神甲子園球場]
くまモンが初登場 (2010年9月9日 20:00)

くまモンが初登場です。
今日のくまモンは入場から、お出迎えから、お出迎えまでお出迎えしました。



検索

カテゴリ

タグ

月別アーカイブ

2010年09月

ウェブページ

RSS / 直リンク

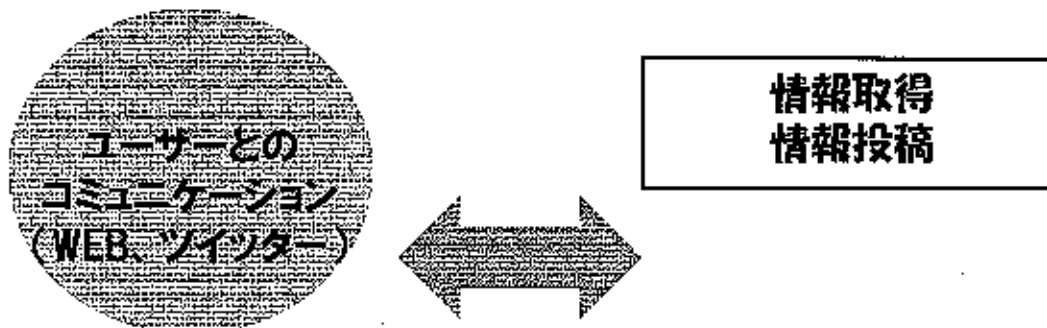
Powered by

大阪市内に出没したくまモンが、その場の状況をブログでも活動報告します。

17

©2010 Kumamoto Prefecture

SNSの活用 口コミ等を期待した参加型の展開



「くまモン」を目撃したユーザーなどとコミュニケーションを図ることで、口コミ拡大やサイト誘導を狙います。

18

©2010 Kumamoto Prefecture

話題拡散の段階に応じたPR展開（10月～）

50種類のポスターを車内中吊り、駅貼りの広告

深伏線會場広告



大阪駅貼りの広告

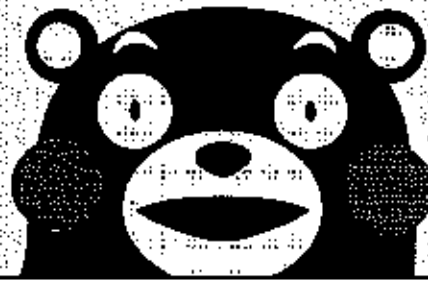


くまモンポスター50種紙

19

©2010 Kumamoto Prefecture

10月～

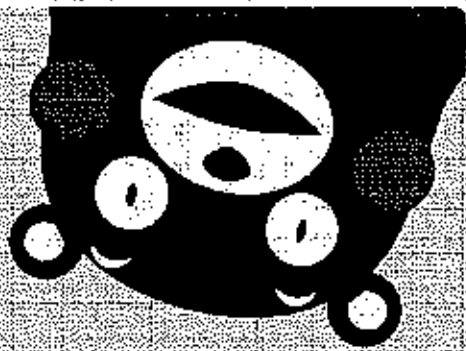


これからしばらく大阪で熊本を
PRさせていただきます。
見かけたら仲よくしてください。

くまモン

20

©2010 Kumamoto Prefecture



大阪も
なかなかええ城
もってますやん。

(関西弁に挑戦中)

熊本熊は、三名前に必ず入ります。
大阪熊とかでは、ないんですやん。

くまモン 大阪 4月

©2010 Kumamoto Prefecture

ウシもいいけど、
ウマもいいよ。
クマが言うのも、
なんだけど。

熊本の皆さん、
熊本はおいしい馬刺しがありますよ!



くまモン 熊本 4月

10月～

出没先で名刺を配り (10月～)



©2010 Kumamoto Prefecture

第2段階

くまモンを探せ大作戦！

●2010年11月～

23

©2010 Kumamoto Prefecture

・ストーリー性のある展開

1万枚の名刺配布のミッションを与えられたくまモン
大阪の魅力に取り付かれ音信普通に
知事が記者会見し、目撃情報のツイートを依頼
スザンヌ宣伝部長も協力メッセージ配信
みんなの声に励まされ、復帰。ミッション達成！

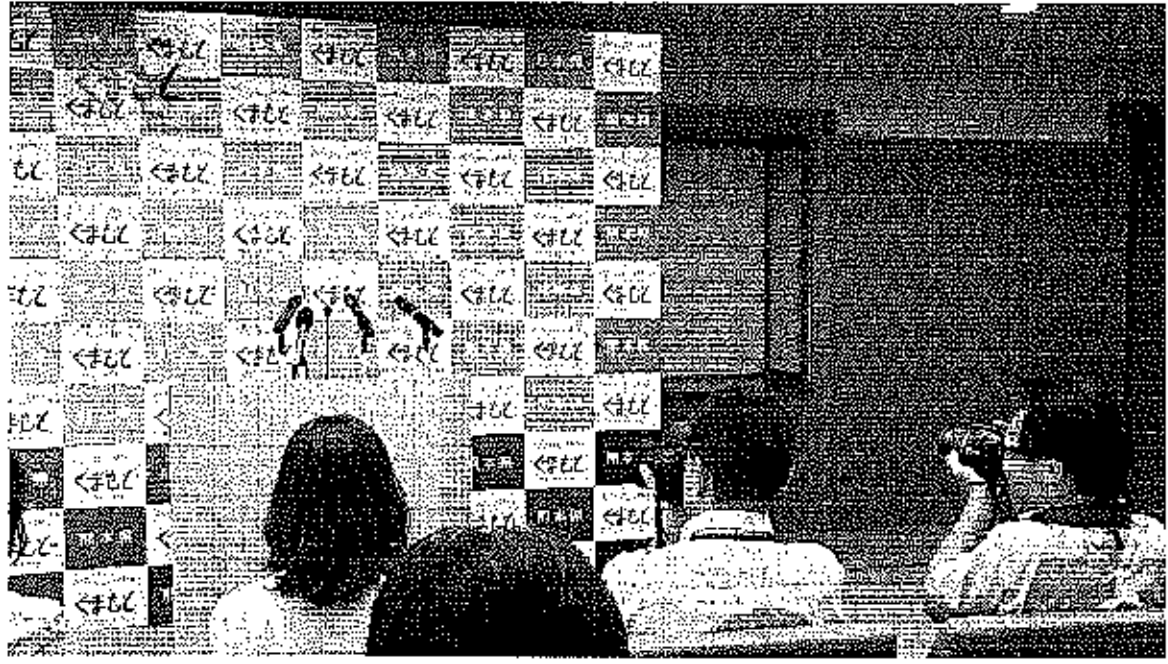
・SNSの活用

(目撃情報をツイートしてもらうための仕掛け)

24

©2010 Kumamoto Prefecture

熊本県知事緊急記者会見



50種類のポスターを車内申吊り、駅貼りの広告

クマモン

スザンヌさん手書きポスター

くまモンポスター50種類

ポイント⇒パブリシティを意識

- ・ 限られた予算で最大の効果を！

キーワード

- 1 初めて... (最初、最大、最高)
- 2 唯一... (ここだけ)
- 3 トップセールス

27

©2010 Kumamoto Prefecture

初めて！

大阪の観光名所等に出発し、くまモンの話題化を促進

ターニングポイントとなった吉本新喜劇



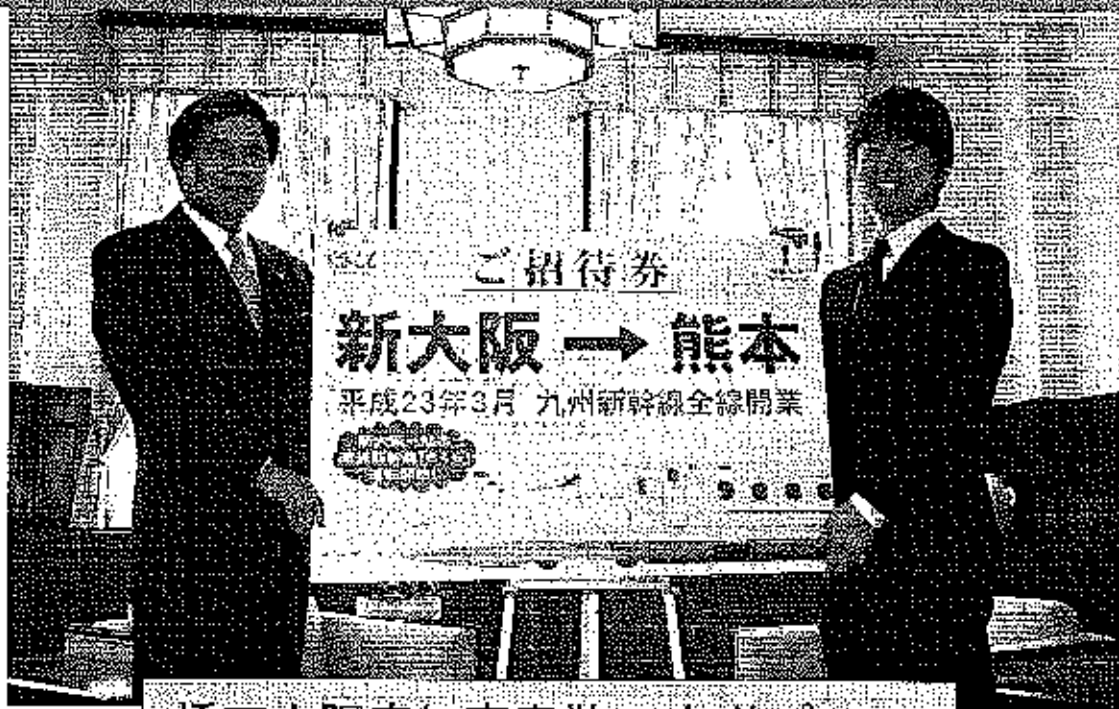
記者会見は
全国46媒
体で報道

吉本新喜劇出演

28

©2010 Kumamoto Prefecture

トップセールス！



橋下大阪府知事表敬 1年前プレPR

29

©2010 Kumamoto Prefecture

●見え始めた“変化”

・ JR西日本関係者へのフクロ

当初デザイン案では
鹿児島のみ

業界内での熊本のプレゼンスが上昇

熊本が大きく掲載された



©2010 Kumamoto Prefecture

広告換算

22年度下期

6億4千万円!



やったモン!

33

©2010 Kumamoto Prefecture

そして 2年目



34

©2010 Kumamoto Prefecture

**お笑いの
次は
食いだおれ！
だモン！**



35

©2010 Kumamoto Prefecture

**営業部長に
大抜擢！！**



H23. 9. 30



36

©2010 Kumamoto Prefecture



37

©2010 Kumamoto Prefecture

UHA味覚糖 ぷっちょスティック 晩白柚



H23. 10. 5 会社訪問してプレゼン



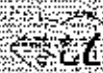
H24. 4~ 全国、香港で発売

38

©2010 Kumamoto Prefecture

第2話

『くまモン、UHA 味覚糖 へ行く』の巻



39

©2010 Kumamoto Prefecture

カゴメ 野菜生活100デコボンミックス (全国発売)



側面に「くまモン」をデザイン



H23. 11. 21 カゴメ本社で西社長と対談

40

©2010 Kumamoto Prefecture

その他の主な実績

●神戸屋熊本阿蘇ジャージー牛乳蒸しパン

●熊本名物いきなり団子千口ルチョコ



41

©2010 Kumamoto Prefecture



42

©2010 Kumamoto Prefecture

広告換算

22年度下期

6億4千万円！

ゆるキャラグランプリ(23.11)前後

11億25百万円！



やったモン！モン！

43

©2010 Kumamoto Prefecture

一方では・・・

44

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモン商標の無料化

現代版

2010.12.24~

楽市 楽座

受付、審査

利用
申請書
の提出



利用
許諾



商品化

45

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンの認知度（2012.2：熊本県調査）

首都圏：40%、関西：60%、福岡：78%

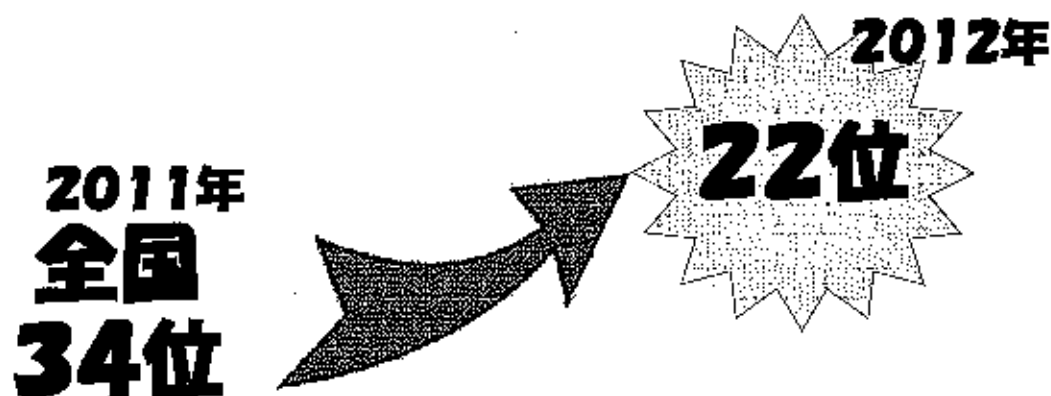


46

©2010 Kumamoto Prefecture

情報接触度ランキング (地域ブランド調査2012)

※ブランド総合研究所調査



・県だけでなく、民間企業も、くまモンを活用したことにより、情報接触度が高くなった。

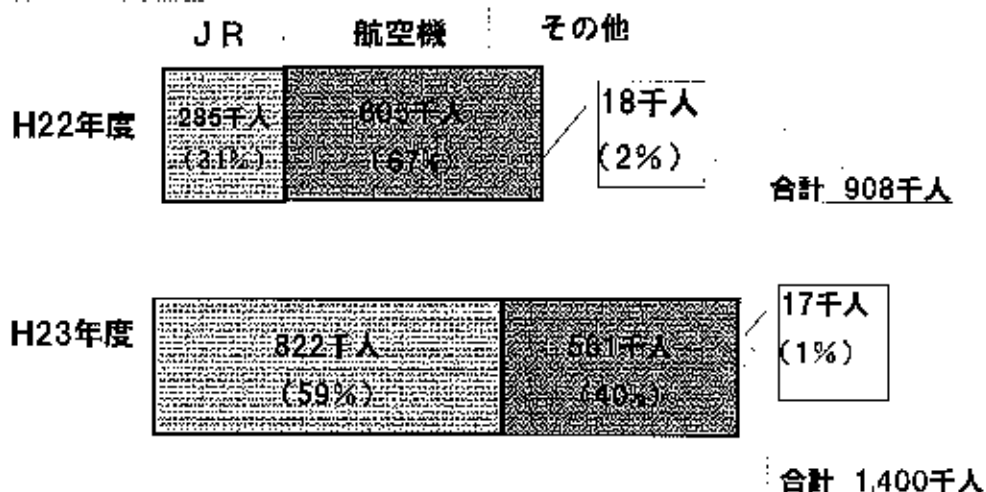
47

©2010 Kumamoto Prefecture

九州新幹線開業後の旅客流動

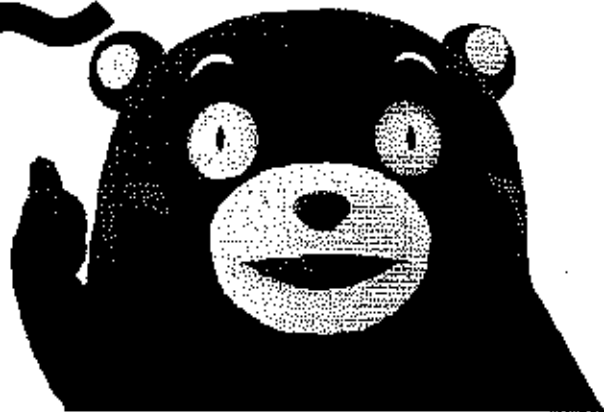
49.2万人増加(前年比+54%)

関西地方 ⇄ 熊本県



©2010 Kumamoto Prefecture

そして 3年目～



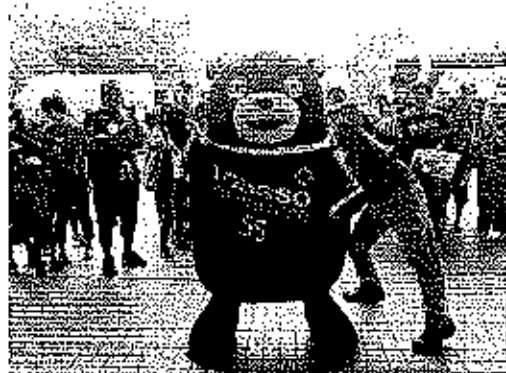
49

©2010 Kumamoto Prefecture

営業部長活動(フロススポーツチームとの連携)



アイナック神戸相互連携



ロアッソの応援だモン!



50

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンの関連本 8社から合計約18万部出版



51

©2010 Kumamoto Prefecture

米国の新聞「ウォール・ストリート・ジャーナル」一面に登場



The Wall Street Journal 52
(12月26日版)

©2010 Kumamoto Prefecture

全国CMにも出演（カゴメ）



KAGOME



©2010 Kumamoto Prefecture

53

しかし...

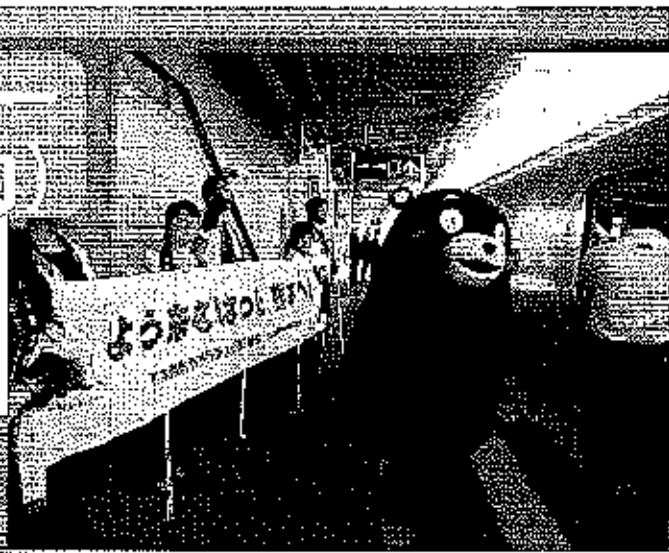
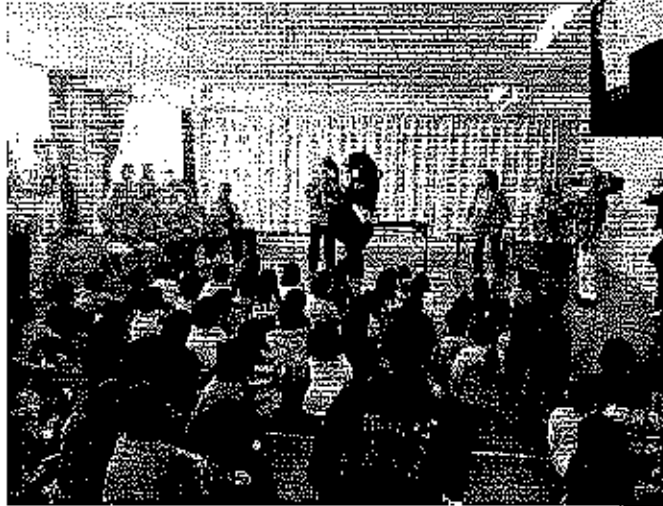
くまモンの本来
の使命は...

©2010 Kumamoto Prefecture

54

サファイアとハッピーを国めぐり！(県内)

幼稚園生とのふれあい



駅でお出迎え！

55

©2010 Kumamoto Prefecture

サファイアとハッピーを国めぐり！(県外)

熊本県産品をアピール！



福島 of 仮設住宅訪問！

56

©2010 Kumamoto Prefecture

そのほかにも・・・

・社会福祉施設等を訪問
「おしゃべりくまモン」を贈呈



・登下校の見守り役
小学生のランドセルカバー

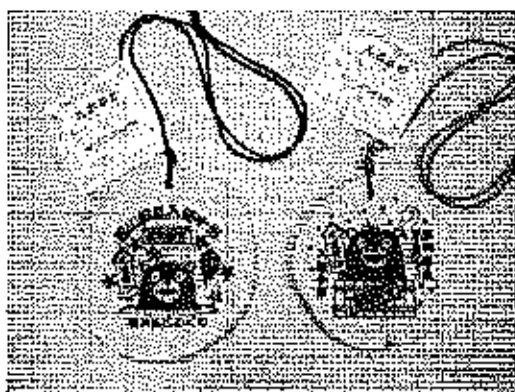


©2010 Kumamoto Prefecture

県内事例紹介(地域活性化)

地域で取り組む「くまモン」の活用

黒川温泉入湯手形「くまモン」 赤い羽根募金 収益増に貢献！
バージョン登場！



©2010 Kumamoto Prefecture

くまもとから元気を プロジェクト！



くまモンが、これまで行っ
た事のない地域等を訪問し
各地に元気を届け地域間の
交流を進めていくプロジェ
クト

平成24年度は

柳川・日田

沖縄県

宮城県

福井県

北海道

59

沖縄編

命の大切さと平和について考える交流となりました。



熊本県出身の戦没者を慰霊する火
乃国之塔を参拝



60

宮城編



被災地の子ども達を訪問
南三陸町 なたり幼稚園
くまモン体操を踊りました！

熊本県の自治体から東松島市に派遣されている9名の職員を、くまモンが激励しました。



61

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンファン感謝デー

全国4都市で開催

よろしくまー☆

東京

1/12
雅叙園

くまモンファン感謝デー
In TOKYO

福岡

2/9~2/11
キャナルシティ博多

くまもと&くまモンフェスタ
In キャナルシティ

大阪

2/16~2/17
大阪ミナミ

くまモンファン感謝デー&
くまもと逸品縁日

熊本

3/16~3/17
グランメッセ熊本

くまモン誕生祭 45,100人
~ずっとくまもとサプライズ~



©2010熊本県くまモン

©2010 Kumamoto Prefecture

そして 今年度～



63

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンのNEXT STAGE

くまモンが、県民の幸せの象徴として末永く愛されるキャラクターとなるよう次の3つを柱として今後の展開を行う。

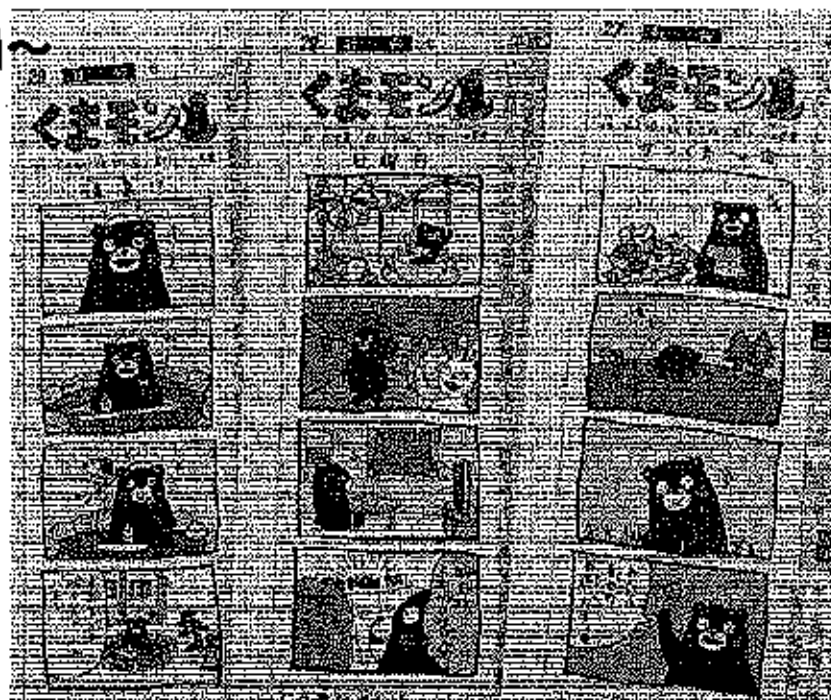
- 1 くまモンのブランド価値向上の取組
- 2 くまモンと熊本の関連性強化
- 3 持続可能な仕組みづくり

64

©2010 Kumamoto Prefecture

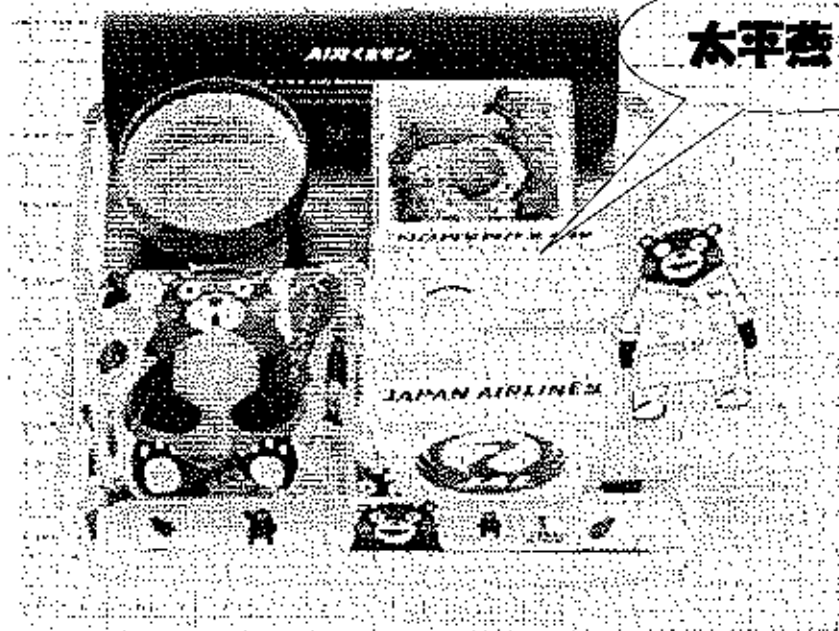
熊日で、4コマまんががスタート!

4月1日~



©2010 Kumamoto Prefecture

日本航空・欧米路線機内食 「AIRくまモン」 6~8月



©2010 Kumamoto Prefecture

フランス「ジャパンエキスポ」参加



©2010 Kumamoto Prefecture

欧州老舗ブランドとのコラボ

5月

ドイツ・シュタイフ社
「テディベア・くまモン」



フランス・バカラ社
「クリスタル製くまモン」

12月



8月

イギリス
「くまモンMINI」



©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンスクエア オープン 7月24日

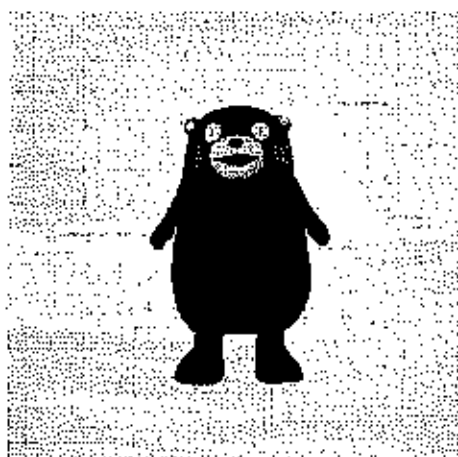


来民の 洗うちわ
Made in Kumamoto
へのこだわり



©2010 Kumamoto Prefecture

CD/DVD発売！9月25日 くまモンもん・くまもとサプライズ



©2010 Kumamoto Prefecture

相次ぐ取材 女性セブンからAERAまで



©2010 Kumamoto Prefecture

SNS (ソーシャルネットワークサービス) (H25.9.30現在)

◆ ツイッター(フォロワー数)
286,441人

◆ フェイスブック(いいね!数)
140,000人

◆ くまモンオフィシャルサイト訪問者数(2013年1月 月間)
約45万人

◆ ユーチューブ「くまモン体操」再生回数
約1,677,345回



©2010 Kumamoto Prefecture

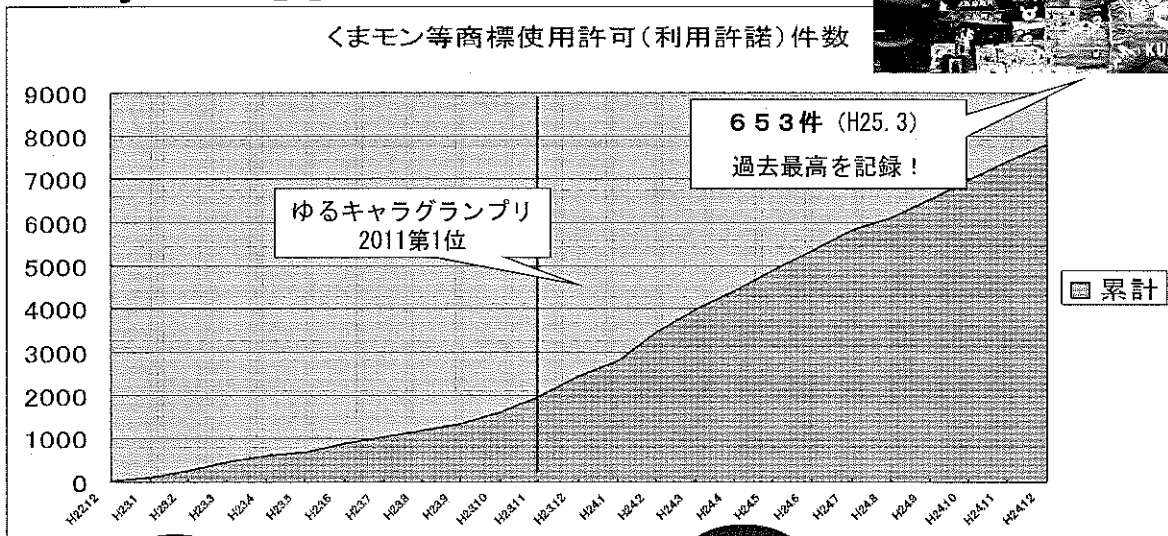
くまモン隊の出動件数

	首都圏	関西	熊本・福岡	
23年度	160	337	1,378	1,875回
24年度	370	527	1,469	2,366回
			お断りもあります…1,097回	

73

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモン等の商標使用許可（利用許諾件数） 9,353件（H25.3末現在）

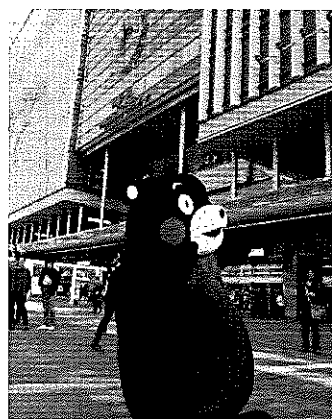
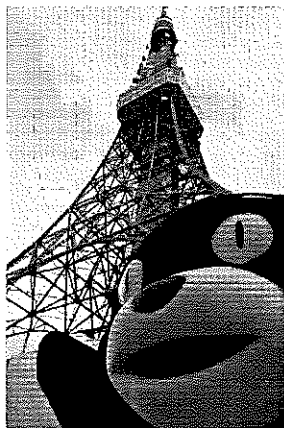


H23 25億円 → H24 293億円 74

©2010 Kumamoto Prefecture

くまモンの認知度 (2012.11: 地方経済総合研究所調査)

首都圏: 73%、関西: 85%、九州: 96%

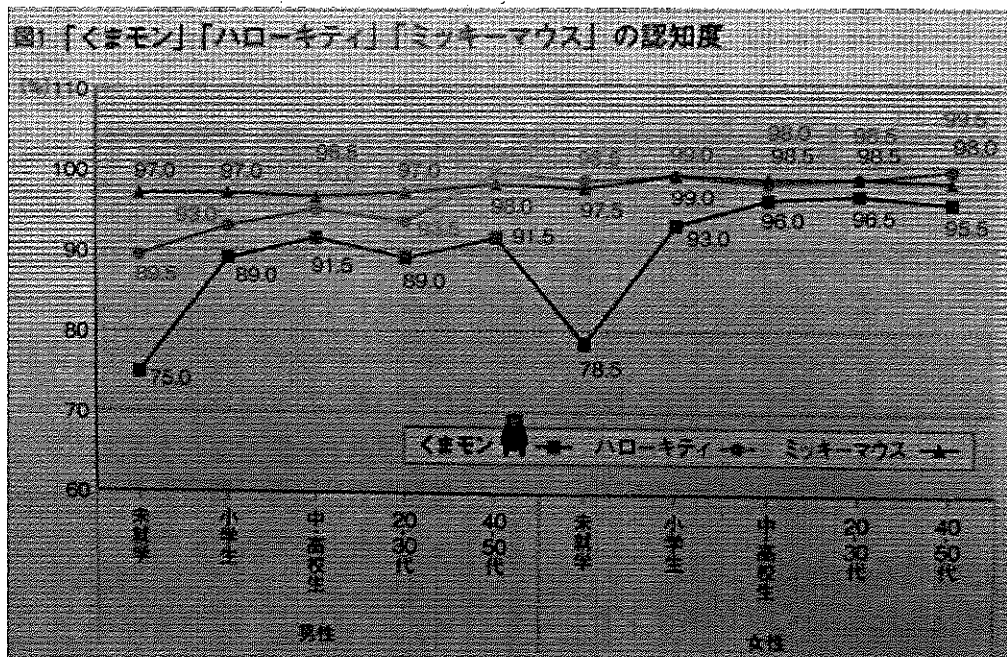


75

©2010 Kumamoto Prefecture

2013. 10 販促会議より

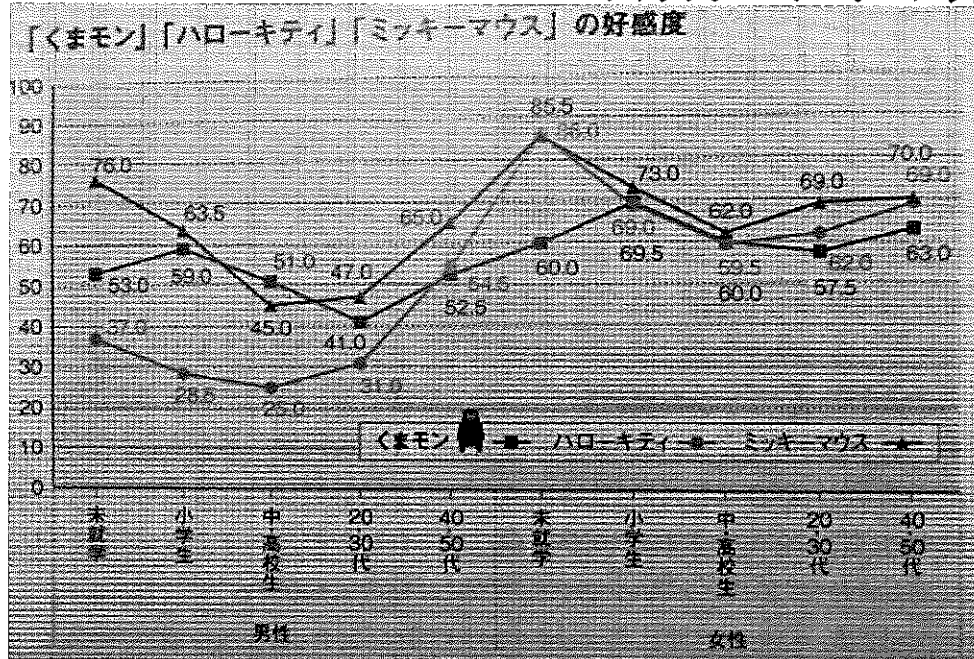
キャラクター・データバンク調査



©2010 Kumamoto Prefecture

2013. 10 販促会議より

キャラクター・データバンク調査



©2010 Kumamoto Prefecture

まとめ



その1

トップの理解と支援 皿を割れ!



その2

くまモンの弛まぬ努力! 大阪育ち?
爽快な動き・豊かな表現力!



その3

新旧メディアを最大限に活用



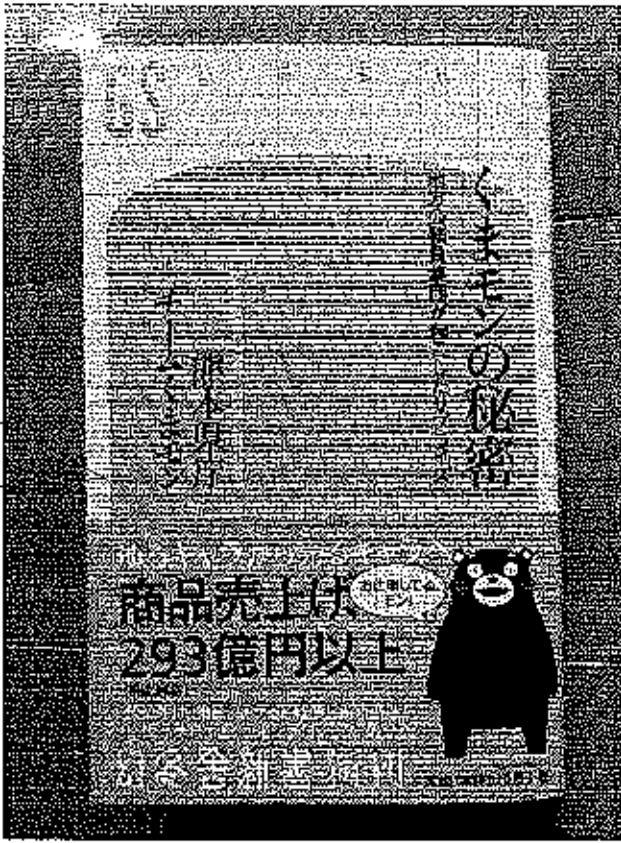
その4

いつもサフライズを忘れない!

78

©2010 Kumamoto Prefecture

…アハハ、アハハアハハ



ありがとうございました



サンクま〜★

