

『ポケモンを活用した地域活性化』

地域創生・情報広報グループ
企画・人材育成グループ
移住・交流推進課

姉崎 紗也
田宮 進
河北 佐那子

目次

1 はじめに

- (1) 調査の背景と目的…………… 1
- (2) 調査事例の選定…………… 1

2 調査内容

- (1) 宮城県 …………… 2
 - ①宮城県の概況 ②取組に至った経緯
 - ③主な取組事例 ④今後の課題と展望
- (2) 福島県…………… 4
 - ①福島県の概況 ②取組に至った経緯
 - ③主な取組事例 ④今後の課題と展望
- (3) 阿武隈急行…………… 6
 - ①福島県の概況 ②取組に至った経緯
 - ③主な取組事例 ④今後の課題と展望
- (4) 神奈川県横浜市…………… 7
 - ①福島県の概況 ②取組に至った経緯
 - ③主な取組事例 ④今後の課題と展望
- (5) 鳥取県…………… 9
 - ①福島県の概況 ②取組に至った経緯
 - ③主な取組事例 ④今後の課題と展望
- (6) 香川県…………… 11
 - ①福島県の概況 ②取組に至った経緯
 - ③主な取組事例 ④今後の課題と展望

3 おわりに…………… 13

1 はじめに

(1) 調査の背景と目的

ポケットモンスター（以下「ポケモン」という）とは、元々は「ポケットモンスターシリーズ」という、プレイヤー自身が主人公となり、ポケモンという不思議な生き物たちとともに冒険を進めていく、ロールプレイングゲームである。アニメやマンガ、カードゲーム等、様々なジャンルに進出し、世界的にも人気が高い。

そんな『ポケモン』が近年、地域との結びつきを強めている。「ポケモン GO」と各地域のコラボにより、その地域で特定のポケモンに出会いやすいイベントを開催し、ポケモン目当てに多くの人が各地を訪れ、社会現象にもなっている。また、「ポケモンローカル Acts」という取組では、ポケモンと地方公共団体が連携し、地域それぞれの「推しポケモン」が、各地の魅力を国内外に発信する活動を行っている。ポケモンローカル Actsに参加している岩手県、宮城県、福島県を含む東北の各県では、東日本大震災の際に、震災で心に傷を受けた子どもたちに少しでも笑顔を取り戻してもらおうとスタートした「POKEMON with YOU」の取組で生まれたつながりもある。

そこで本調査では、地方公共団体によるポケモンの活用法を調査し、どのように地域振興につなげているのかを調査する。

(2) 調査事例の選定

①宮城県

2019年7月に「ラプラス」が「みやぎ応援ポケモン」に任命された。県内のイベントへの出演を通じて宮城県をPRしている。そのほか、伝統工芸品や名産品とコラボしたグッズの発売、ラッピングバスの運行、ラプラスの形をした足漕ぎボート「ラプラスボート」の運行など、県内各所にラプラスが登場している。

②福島県（オンライン調査）

2019年2月に「ラッキー」が「ふくしま応援ポケモン」に任命された。県内のイベントへの出演を通じて福島県をPRしている。そのほか、伝統工芸品や名産品とコラボしたグッズの発売や飲食店とコラボした期間限定イベント「ラッキー桃っとキャンペーン」の開催、ラッキーを模した遊具が設置された「ラッキー公園」など、県内各所にラッキーが登場している。

③阿武隈急行株式会社（宮城県×福島県）

福島県と宮城県を繋ぐ阿武隈急行では、みやぎ応援ポケモンのラプラスとふくしま応援ポケモンのラッキーがラッピングされた「ラプラス&ラッキートレイン」を運行している。

④神奈川県横浜市

2014 年からみなとみらいエリアを中心とした大型イベント「ピカチュウ大量発生チュウ」を開催した。昨年はポケモンゲームの世界大会である「ポケモンワールドチャンピオンシップス 2023」がアジアで初めて開催され、それに合わせて横浜・みなとみらい 21 地区を中心にポケモンが登場するたくさんのイベントが開催された。平常時にも、デザインマンホール「ポケふた」やポケモンオリジナル郵便ポストが設置されており、観光スポットとなっている。また、昨年、横浜市と一般財団法人ポケモン・ウィズ・ユー財団が全国初となる連携協定を締結した。教育分野においてポケモンを活用し、次世代育成に取り組んでいく方針となっている。

⑤鳥取県（オンライン調査）

2017 年に鳥取砂丘で開催されたポケモン GO の大型イベント「Pokémon GO Safari Zone」は注目を集めた。2018 年 12 月に「サンド」と「アローラサンド」が「とっとりふるさと大使」に任命された。県内の観光地やイベントに登場し、鳥取県を PR している。そのほか、伝統工芸品や名産品とコラボしたグッズの発売、サンド・アローラサンドを模した遊具が設置された「サンド公園」など、県内各所にサンド・アローラサンドが登場している。

⑥香川県（オンライン調査）

2018 年 12 月に「ヤドン」が「うどん県 PR 団」に任命された。県内イベントの出演や、「ヤドンパラダイス in 香川」等のヤドンに関するイベント開催を通じて、香川県を PR している。そのほか、伝統工芸品や名産品とコラボしたグッズの発売、うどん店でのヤドンがプリントされた「ヤドンのお揚げ」の提供、ヤドンを模した遊具が設置された「ヤドン公園」など、県内各所にヤドンが登場している。

2 調査事例

(1) 宮城県

① 概要

宮城県は日本の首都・東京都から北東約 300 キロメートルに位置している。東側は太平洋に面し、豊かな漁場と日本三景の一つである松島をはじめとする風光明媚な観光地に恵まれており、西側には蔵王・船形・栗駒などの山々が連なり四季折々の姿を見せ、中央部には有数の穀倉地帯である仙台平野が広がっている¹。県庁所在

¹ 宮城県広報課「私たちの宮城県」5 ページ
(<https://www.pref.miyagi.jp/documents/5966/miyagiguide-otona.pdf>)

地の仙台市は人口約106万人の政令指定都市で、東北地方の経済・文化の中心地となっている。

② 取組に至った経緯

宮城県が2019年度の観光キャンペーンキャラクターとしてポケモンを活用できないか(株)ポケモンに打診・相談したことがきっかけである。東日本大震災の被災が大きかった沿岸部をラプラスに乗ってめぐってほしいという思いから、2019年7月にのりもののポケモンのラプラスが「みやぎ応援ポケモン」に任命された。2021年7月には、宮城県と株式会社ポケモンとの間に包括連携協定が締結され、観光振興や県産品振興、震災復興、公共交通の利用促進など様々な分野でラプラスを活用した取組を行っている。

③ 主な取組事例

・ラプラスカフェ

仙台市内において、2023年12月18日～2024年1月26日の期間限定で実施され、ラプラスのほか、隣県の岩手県推しポケモンのイシツブテ、福島県推しポケモンのラッキーともコラボした。ラプラス、イシツブテ、ラッキーとコラボしたメニューの提供や、ポケモンたちとのグリーティングイベントを行った。カフェには多くの人が訪れ、行列ができるほどの大盛況だった。また、大崎市、気仙沼市、丸森町にはキッチンカーが展開された。

・コラボ商品の販売

宮城県の県産品や伝統工芸品とラプラスがコラボした商品を展開している。仙台蒔絵のラプラスをあしらった玉虫塗の和雑貨や、宮城県産食材を使用したラプラス印の宮城カレーなど、様々な商品がある。

・県内ダムとのコラボキャンペーン

ダムの魅力を多くの方に知っていただくことを目的に、県内3箇所のダム（仙台環境開発大倉ダム、花山ダム、パシフィックコンサルタンツ長沼ダム）にラプラスのパネルを設置した。そのラプラスパネルと一緒に撮った写真を提示するとホログラム加工されたプレミアムダムカードをゲットできるイベントである。また、ゲットしたダムカードをダム周辺にある飲食店等の協力店舗で提示することで、様々なサービスを受けられる。

・ラッピング電車の運行及び周遊キャンペーン

公共交通の利用促進の一環として、2022年7月から、福島駅（福島県福島市）と槻木駅（宮城県柴田町）を結ぶ阿武隈急行において、ラプラス及びラッキーがラッピングされた電車を運行した。2023年11月には内装ラッピングも施された。内装

ラッピングの実施と合わせて、2023年12月22日～2024年2月29日の期間限定で、「阿武急 ラプラス&ラッキートレインで Go! アブ Q からの挑戦状」と題した謎解きラリーのイベントを福島県及び阿武隈急行株式会社と連携して実施した。阿武隈急行線の6駅に設置された謎を解くことで、オリジナル商品が当たる抽選に参加できるというイベントで、ファミリー層を中心に県内外の多くの方が参加した。

④ 今後の課題と展望

宮城県では、国内外で人気のあるポケモン（ラプラス）にみやぎ応援ポケモンとして、地域振興に協力いただいたことで、より効果的に宮城県の魅力を発信できていると感じる。若年層やファミリー層だけでなく、もっと上の世代の方々にもポケモンローカル Acts を認知してもらい、双方のファンを増やすことが目標である。伝統工芸品とラプラスをコラボしたり、多くの方が来場するイベントでラプラスを用いた観光パンフレットを配布したりすることで周知を図っている。今後もラプラスを活用した取組は継続していく方針である。「みやぎ応援ポケモン」ラプラスをきっかけに多くの方に宮城県を好きになってもらい、何度でも宮城県にお越しいただきたいと思っている。

(2) 福島県

① 概要

福島県は、東北地方の一番南、東京からはおおむね200キロメートル圏内に位置しており、面積は、13,783.90平方キロメートルで、全国では北海道、岩手県に次いで3番目に広い。南北に連なる阿武隈高地と奥羽山脈を境に西から「会津」、「中通り」、「浜通り」に分けられ、それぞれの地域で異なる気候風土を持つ²。県庁所在地の福島市は、人口約27万人の中核市で、行政機関や金融機関が集中する県の政治・経済の中心であるほか、果樹園が多く、りんごやもも、ぶどうといったフルーツ狩りを楽しめる。

② 取組に至った経緯

2019年2月に㈱ポケモンと連携協定を締結し、ポケモンの「ラッキー」を「ふくしま応援ポケモン」に任命。ラッキーは幸せ（福）を運ぶと言われているポケモンで、福島県の福を連想させること、また、ラッキーのお腹のタマゴは、美味しく栄養満点であり、同じく美味しく栄養がたっぷりの農産物を通じて県内外へ幸せを運ぶ福島県の応援ポケモンにぴったりということで、選ばれた。ラッキーと一緒に、

² 福島県ふくしまぐらし推進課「ふくしまを知る」
(<https://www.fukushima-iju.jp/shiru/231.html>)

福島県の観光振興、県産品の消費拡大、東日本大震災等からの復興などに取り組んでいる。

③ 主な取組事例

・ラッキー公園

2021年12月の「ラッキー公園 in なみえまち」（福島県浪江町）を第一園目として、県内4か所（郡山市、柳津町、昭和村、浪江町）で開園している。公園内でまず目を引くのがラッキーの形をした巨大な複合遊具である。ほかにも、ベロリングをモチーフとした滑り台やピィとププリンのスイング遊具など、ラッキーと親和性のあるポケモンたちをモチーフとした様々な公園遊具が設置されている。これらの遊具はすべて(株)ポケモンから寄贈され、寄贈先の自治体によって設置されている。

・観光キャンペーン

毎年夏の桃狩りシーズンに合わせて、ラッキーとコラボした桃を楽しむ観光キャンペーンを実施している。今年度は「ラッキー桃も一つとキャンペーン」を7月20日から8月25日にかけて開催した。果樹園とコラボした桃狩りキャンペーンでは、対象果樹園で桃狩りを体験した方にラッキーのクリアファイルをプレゼントしたほか、入場料に追加で500円支払うことで、ラッキーのレジャーシートがもらえる特別プランも用意された。また、県内の飲食店やカフェと連携し、キャンペーン対象メニューを注文した方にラッキーのステッカーをプレゼントするキャンペーンや、ラッキーのグリーティングイベント、福島県内で撮影したラッキーの写真をXに投稿してくれた参加者の中から、入賞した10名にラッキーのご当地コラボ商品の詰め合わせをプレゼントするフォトコンテストも併せて行われた。

・ラッキーと県産品がコラボしたご当地コラボ商品の販売

福島県の県産品振興を目的に、福島県の県産品や伝統工芸品とラッキーがコラボした商品を販売している。福島県産の牛乳を使用した「ふくしま応援ポケモンラッキーのしあわせたまごプリン」や、郡山市の郷土玩具である三春張子とコラボした張り子ラッキーなど、様々な商品がある。いずれも福島県内で販売されており、福島県へ足を運ぶきっかけとしている。

④ 今後の課題と展望

(株)ポケモン社と連携した「ふくしま&ラッキー」の取組は、福島県の魅力を知ってもらえるきっかけとなっていたり、普段福島県に訪れない人が福島を訪れたりしている。今後も、県内市町村におけるポケモンマンホール『ポケふた』の設置のほか、キャンペーンやイベントの実施、グリーティングの開催など、観光誘客等の取り組みについて、継続して実施していく予定である。

(3) 阿武隈急行

① 概要

阿武隈急行線は、福島市の福島駅～宮城県柴田町の槻木駅までの54.9キロメートルの区間を結ぶ路線³であり、昭和43年に開通した旧国鉄丸森線（丸森～槻木）を引き継ぎ、昭和59年に沿線の地方公共団体と福島交通（株）が出資する第三セクター鉄道として設立された。通勤・通学等に欠かすことのできない公共交通機関であるだけでなく、福島県側には桃源郷の丘陵地や溪谷が、宮城県側にはのどかな田園風景が広がるなど、車窓から広がる美しい自然景観が魅力の路線である。

また、沿線や近隣地域には、花の名所や歴史的建物がただでなく、伊達市の「やながわ希望の森公園」・「保原総合公園」・「スマイルパークほばら」、丸森町の「百々石公園（どどいしこうえん）」・「不動尊公園キャンプ場」、角田市の「台山公園」・「スペースタワー・コスモハウス」、柴田町の「船岡城址公園」など、子どもが楽しむことのできる場所も多いことが特徴である。

② 取組に至った経緯

阿武隈急行が福島県と宮城県を跨いだ鉄道路線であるため、2022年7月に両県から、車両のポケモンラッピングの打診があったことがきっかけで株式会社ポケモンとの連携協定を締結した。

③ 取組事例

・「阿武急 ラプラス&ラッキートレイン」

2両編成で、宮城側がラプラストレイン、福島側がラッキートレインとなっている。ラッピング費用はポケモン社が負担し、阿武隈急行は、ラッピング後の出発式の開催やラッピング業者の委託、運行管理を行う。利用動員の上昇を目的に、ラッピングトレインのチラシを作成し、配布した。2022年7月24日には、阿武隈急行主催で出発式を開催した。

・「阿武急 ラプラス&ラッキートレインでGO! アブQからの挑戦状」

阿武隈急行の有人駅5駅に謎解きを設置し、各駅を回りながらあぶQの謎に挑み、正解した方には抽選で、限定グッズと宮城県・福島県の特産品詰め合わせが贈られる。

・「あぶQウォーク ラプラス&ラッキー」

阿武急 ラプラス&ラッキートレインを活用し地域を盛り上げるため、コース上にいるラプラスやラッキーを見つけながら楽しくウォーキングする取組。阿武隈急

³ 阿武隈急行「会社概要」(http://www.abukyu.co.jp/?page_id=11)

行主体のイベントで、企画をポケモン社が監修し実現した。ラプラス&ラッキーシールの配布や、着ぐるみとの写真撮影会を実施した。

- ・「ポケモン駅名看板」「ポケモン顔出しパネル」

宮城県から設置依頼があり、ポケモン社監修の上実現した。

④ 今後の課題と展望

企画の実現は、宮城県や福島県からの事業提案もあれば、自社イベントの場合は直接株式会社ポケモンに監修を依頼することもあるという。ライセンス使用期間は5年で、2026年3月31日以降契約をしない場合はラッピングを剥がすこととなる。今後とも継続してポケモンに関わっていくために、「阿武急 ラプラス&ラッキートレインでGO! アブQからの挑戦状」のようなイベントを積極的に検討していく必要がある。

(4) 横浜市

① 概要

横浜市は、総面積 435.43 平方キロメートルに約 377 万人が暮らす大都市である⁴。東側は海に面し、港湾、工業、物流施設が立ち並ぶ、京浜工業地帯の一角を担っている。さらに、横浜を代表する景観である「横浜みなとみらい 21 地区」など、商業施設や観光施設も数多くあり、年間 2,500 万人以上が訪れる観光都市でもある。横浜市は、東京都心からわずか 30 分圏内の大都市でありながら、外国客船が訪れる美しい港、開港当時の面影を残す歴史的な建造物群、そして街並みに溶け込んで配置された公園、開港の歴史を伝える世界最大の中華街などが、それぞれが調和し合い、洗練された美しさで訪れる人々を魅了するまちである。

② 取組に至った経緯

2014 年に株式会社ポケモンからお声掛けいただき、ポケモンという幅広い世代に認知されているコンテンツを横浜の街の中で面的に展開する企画のご提案をいただいた。この企画を実現するため、市と株式会社ポケモンの間で連携協定を締結し、「ピカチュウ大量発生チュウ!」というイベントを開催した。横浜市は、公共空間の利活用の調整や広報協力といった形で開催支援を行った。この後も、市とポケモンの連携は継続し、2019 年まで 6 年連続で「ピカチュウ大量発生チュウ!」を開催した。

⁴ 横浜市ホームページ「横浜市の主な指標」

(<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/yokohamashi/tokei-chosa/portal/shuyo-shihyo.html#1A82C>)

2023年には、ポケモンゲームの世界大会「ポケモンワールドチャンピオンシップス(WCS)2023」がアジアで初めて横浜で開催されることが決定した。この大会を契機として、改めて市と株式会社ポケモンの間で連携協定を締結し、世界中から集まった多くの来街者が街を回遊し、にぎわいを創出するための連携企画「ポケモンWCS2023 横浜みなとみらいイベント」を展開した。

これらの連携のほかにも、2022年には一般財団法人ポケモン・ウィズ・ユー財団と、こどもたちの健全な育成や、その障壁となる課題の解決に向けた連携を目的とした協定も締結している。

③ 主な取組事例

・株式会社ポケモン

2014年から2019年にかけて、みなとみらい地区を中心に「ピカチュウ大量発生チュウ!」を毎年開催した。商業施設だけでなく、公園などの公共空間も活用し、パレードやショーなどを開催することで、多くの来街者が横浜の街を楽しみ、回遊する取組を連携して実施したものである。

2023年に開催された「ポケモンWCS」(8月11日～13日)では、世界中から集まった観客に横浜の街を楽しんでいただくための連携企画「ポケモンWCS2023 横浜みなとみらいイベント」を8月8日～14日まで開催した。パレードやドローンショー、街中を回遊するフォトスポットなどの企画に、約230万人が横浜に来訪した。

・一般財団法人 ポケモン・ウィズ・ユー財団

中期計画の基本戦略「子育てしたいまち 次世代を共に育むまち ヨコハマ」に向け、一般財団法人 ポケモン・ウィズ・ユー財団と、こどもたちの健全な育成や障壁となる課題の解決に向けた連携協定を締結した。小学生のICT教育支援や未就学児の防災意識向上など、幅広い分野で次世代育成を推進する。なお、一般財団法人ポケモン・ウィズ・ユー財団が地方公共団体と協定を締結して連携することは全国初となる。主な取組は下記のとおり。⁵

・『ICT教育 ～プログラミング学習、PC基本操作学習ツール導入～』

ICT教育支援として、小学校の授業等で活用できるプログラミング学習のキットと、キーボードなどの使い方が学べるPC基本操作のツールを提供いただき、希望

⁵ 横浜市ホームページ「全国初!ポケモン・ウィズ・ユー財団と横浜市が連携し、次世代育成を推進します」

(<https://www.city.yokohama.lg.jp/city-info/koho-kocho/press/seisaku/2022/1110pokemonwithyou.html>)

する学校に順次導入した。

・『防災学習支援 ～保育所・幼稚園・認定こども園等での防災学習教材提供～』

未就学児の防災意識の向上を目的としている。提供した教材を用いた授業を行い、地震、火災、大雨・台風時に命を守る行動を楽しく学び、防災意識の向上に繋げる。

・『こども食堂 ～こども食堂での時間を楽しく過ごせるグッズ提供～+ピカチュウ訪問キャラバン』

こども食堂の活動支援のため、各食堂に文房具やペーパークラフト等のグッズを提供している。提供したグッズを用いて食事前後の学びや遊びの時間を楽しく過ごしてもらい、こども食堂が「身近で安心して過ごせる場所」であるという世間認知の拡大と定着を図るものである。また、「こども食堂応援隊」がピカチュウを連れて、市内こども食堂（1か所）に訪問し、ワークショップや記念撮影等でこどもたちが安心して楽しい時間を過ごせる取組も実施している。

・『環境教育 ～ポケモンを介した、楽しいごみ拾い～』

ポケモンの世界観と融合した楽しいごみ拾いイベントを開催し、体験を通じて楽しみながらまちをきれいにすることで、環境問題に対する興味関心の向上に繋げている。

④ 今後の課題と展望

連携協定は株式会社ポケモンからの事業提案によるものであり、自発的な取組ができない。そのため、発生した事業に対して、ポケモンという大型コンテンツをいかに街の活性化へ繋げられるかが横浜市としての課題となる。事業者との連携等を通して、横浜市のブランド力を上げられるようなコラボ商品等の開発を手掛けていきたい。

(5) 鳥取県

① 概要

中国地方の北東部に位置し、東西にやや細長い県である。北は日本海に面し、鳥取砂丘をはじめとする白砂青松の海岸線が続き、南には中国地方最高峰の大山をはじめ、中国山地の山々が連なっている。山地の多い地形ながら三つの河川の流域に平野が形成され、鳥取市、倉吉市、米子市が流域の中心都市として発達している。

6

② 取組に至った経緯

2016年にスマートフォンゲーム「ポケモン GO」のリリース後、すぐに鳥取砂丘でポケモン GOのプレイを推奨する「鳥取砂丘スナホ・ゲーム解放区宣言」を発出

⁶鳥取県ホームページ「県の概要」

<https://www.pref.tottori.lg.jp/1412.htm>

し、2017年にはポケモンGOのイベント「Pokémon GO Safari Zone in 鳥取砂丘」を開催したことがきっかけである。翌2018年12月に株式会社ポケモンと県産品振興、観光振興、公共交通機関の利用促進などを目的とした連携協定を締結した。ポケモンのサンドとアローラサンドを「とっとりふるさと大使」に任命し、鳥取県の魅力を広く国内外にPRしている。サンドは鳥取県を象徴する鳥取砂丘と親和性が高いこと、アローラサンドは冬の大山がアローラサンドの住むアローラ地方と似ていることから、ご当地ポケモンに決定した。

③ 主な取組事例

・ポケモンGO

鳥取砂丘内にポケストップやジムなどのゲーム内スポットが林立していたこと、及び砂丘内であれば人と車がぶつかる危険性がなく、安全にプレイできることから、鳥取県知事により、砂丘内でポケモンGOのプレイを推奨する「鳥取砂丘スナホ・ゲーム解放区宣言」が知事により発出された。翌年にはレアなポケモンが出現するイベント「Pokemon GO Safari Zone in 鳥取砂丘」を開催し、イベントに合わせ、抽選で鳥取和牛をプレゼントするフォトコンテストや、地元産グルメの屋台が集まるイベントなど、参加者を鳥取県の「食」でおもてなしした。3日間で約8.9万人が訪れ、その経済効果は約24億円にものぼった。

・トリパス

ポケモンが描かれたマンホール、通称「ポケふた」を活用した周遊スタンプラリーと県内のお店や観光施設で使えるクーポンを組み合わせることで県内周遊を推し進めている。

・鳥取サンド巡ルートキャンペーン

ポケモンGOには、現実の道とリンクしたアプリ内の「ルート」を歩くことでアイテム等を入手できる「ルート」機能がある。この機能を活用し、サンドと一緒に鳥取を散策する「鳥取サンド巡ルートキャンペーン」を今年新たに開始した。鳥取県の公式「ルート」をプレイすることで、壁紙や、抽選でサンドの非売品グッズ等がもらえる。公式「ルート」は鳥取県内の観光地を巡るコースになっており、観光客に周遊を促すねらいがある。

・県産品振興

県内企業とコラボし、鳥取県の県産品や伝統工芸品にサンドを活用した商品を販売している。鳥取県の伝統工芸品である土鈴や手ぬぐい、鳥取県の砂地で栽培した鳥取県特産のらっきょう『鳥取サンドらっきょう』など様々な商品がある。コラボ商品は県内での販売が原則であるため、生産数を県内で流通する程度の数にしなければならない。そのため、全国規模で商品を展開している大規模事業者よりも地元

の小規模事業者の方がコラボの話が進むことが多い。

・その他

2023年に子育て支援事業の一環として、鳥取市のレジャー施設内にサンド公園をオープンした。そのほか、公共交通機関の利用促進事業として、2022年からはラッピングバス、2024年からはラッピングトレイン「サンド列車」の運行を開始している。

④ 今後の課題と展望

ポケモンは世界的に有名なキャラクターであり、優れたプロモーション力を持っている。しかし、その魅力的なコンテンツを活かすには県の力量が問われており、ポケモン活用のノウハウや予算など制限のある中で、いかに効果的な発信ができるか試行錯誤していく必要がある。

鳥取県は比較的規模の大きくない広域自治体だからこそ、他の都道府県にないスピード感を活かして、他の都道府県ではやっていないことに先駆けて取り組むことで話題を作り、観光誘客や情報発信に繋げていきたいと話す。

(6) 香川県

① 概要

香川県は四国の東北部に位置し、面積は全国で最も小さい。南部には讃岐山脈が連なり、北部には讃岐平野が展開している。瀬戸内海気候に属しており、年間を通して温暖な気候で、日照時間が長く、降水量が少ない⁷。

② 取組に至った経緯

株式会社ポケモンから提案を受け、2015年4月1日にエイプリルフール企画として「ヤドン大脱走」を実施した。この企画は、香川県にある「ヤドン研究センター」から800匹のヤドンが逃げ出し、所員が搜索と捕獲を試みるというという設定で、注意を促す架空の新聞を発表したことで話題を集めた。2018年のエイプリルフールには「うどん県をヤドン県」に改名すると発表し再び話題を集めた。

その後、香川県とヤドンのコラボレーションが現実となり、同年4月には県の特産品とヤドンのコラボ商品の販売やスタンプラリーなどを実施した。8月にはヤドンの日(8月10日)に併せてイベントを行い、コラボ商品の販売やアニメポケットモンスターの主人公サトシの声優である松本梨香さんのコンサートを行った。

これらのコラボの反響が大きかったことから、2018年12月に観光誘客や県産品振興などに関する連携協定を株式会社ポケモンと締結し、ヤドンを香川県の魅力を

⁷ 香川県総務部知事公室広聴広報課「香川県プロフィール(地勢)」

<https://www.pref.kagawa.lg.jp/kocho/shokai/profile/profile.html>

伝えるうどん県 PR 団に任命した。香川県の名産品である「うどん」と「ヤドン」の語感が似ていることや、ヤドンがあくびをすると雨が降るという言い伝えがあり、降水量が少なく水不足で悩まされる香川県と相性がいいことなどから、香川県のご当地ポケモンとしてヤドンが選ばれた。

③ 取組事例

・観光誘客の取組

県内の観光施設やヤドンとコラボした公共交通機関(バス・フェリー・タクシー)にヤドンのスタンプを置き、県内を周遊できるようなスタンプラリーを実施している。スタンプを一定数集めて応募すると抽選でヤドンのコラボ商品がもらえる。2023年のキャンペーン応募者は約70%が県外からであり、その内訳は関東圏が約27%、関西圏が約25%、四国が約7%、中国地方が約5%となっている。

その他、県内ではヤドンのラッピングが施されたバス・フェリー・タクシーが運行している。また、県内四つの宿泊施設にはヤドンのデザインが施された客室があり、宿泊者は限定のノベルティをもらうことができる。観光客は、移動中も宿泊先でもヤドンに囲まれたヤドンづくりの旅を楽しむことができる。

・県産品振興の取組

香川県の特産品や伝統工芸品などにヤドンを活用し、コラボ商品を制作している。コラボ商品の認知度向上に伴い、現在は事業者から県に商品コラボの提案が多く寄せられている。パッケージにヤドンを使用した讃岐うどん『ヤドンのさぬきうどん』や、伝統工芸品の張子虎ならぬ『張子ヤドン』など様々な商品がある。うどんのコラボ商品を制作している事業者からは、売れ行きがいいという声を、購入した人からは可愛いという声を聞いている。

④ 今後の課題と展望

香川県では、課題とまではいかないがポケモンを活用・展開していくに当たり、もう少し人手がほしいと考えることがある。香川県のプロモーション活動については「うどん県×ヤドン」コラボ事業のみではなく様々な施策を行っており、人員が増えればコラボ事業に充てられる人員も多くなる。

今後は、これまで造成してきたコンテンツの活用を続けるとともに、コラボしていないコンテンツとの連携や新たな取組を実施していきたいと話している。またポケモンは世界に通用するコンテンツであるため、コロナも落ち着き交流人口の増加が見込まれている今、国内はもちろん海外に向けたプロモーションも行っていきたいと話す。

3 おわりに

ポケモンの原点であるゲームボーイソフト「ポケットモンスター赤・緑」が発売されてから、今年で28周年を迎えた。ポケモンはゲームやアニメ、キャラクターグッズなど、様々なジャンルに進出しており、世代や国境を越えて多くの人に愛されるコンテンツとなっている。地方公共団体では、ポケモンが持つ知名度やブランド力と地域資源をうまく掛け合わせることで、多くの人々の注目を集め、滞在時間や消費額の増加につながる取組を行っていることが分かった。

今回調査した事例において、ポケモンと地方公共団体のコラボの方法は2種類に分類できる。一つ目は宮城県、福島県、鳥取県及び香川県のように、「ポケモンローカル Acts」の取り組みとして実施している事例である。株式会社ポケモンとの連携協定の内容は県によって異なっているが、観光振興と県産品振興の2点はどの県も共通していた。また、宮城県と福島県をまたぐ阿武隈急行線では、宮城県の推しポケモンラプラスと福島県の推しポケモンラッキーが両方ともラッピングやイベントに登場しており、通常単独で登場することの多いご当地推しポケモン同士のコラボはファンにとって嬉しい取組である。

二つ目は横浜市のようにポケモンのコラボイベント単体で実施している事例である。横浜市では、にぎわい創出事業として、ポケモン以外にもドラゴンクエストやスターウォーズなど、様々なIPコンテンツとコラボした市内の回遊施策を行っている。企業にとっては、警察との調整や許認可手続きなど、企業単独では難しい部分を地方公共団体が入ることでスムーズに行うことができ、横浜市にとってはシティプロモーションになり、街のブランド力が向上するというメリットがある。

ポケモンが持つブランド力は、これまでアプローチできていなかった人々にもその地域の魅力を発信できるという強みがある。一方で、ポケモンをきっかけにその地域を訪れた人たちに対して、どれだけ地域そのものに興味をもってもらえるか、また、地域内での周遊を促し滞在時間を増やしてもらえるかは、それぞれの地域にかかっている。ポケモンの力に頼りすぎることなく、ポケモンをきっかけとして地域の魅力を多くの人に知ってもらい、何度も訪れたくなる場所になるよう努める必要があると思う。