これからもふれきんちゃんと

町マスコットキャラクター「ふれきんちゃん」が誕生して1年。これまでさまざまなイベントなどに出演し、町をＰＲしてきました。そこで、今号では誕生して１年を迎えたふれきんちゃんの魅力、活用することで見えてくる効果に触れながら、これからも歩き続けるふれきんちゃんにスポットを当てます。

ふれきんちゃん誕生まで

マスコットキャラクターの製作は商工観光ＰＲの一環として24年からスタートしました。デザインを一般公募し、選考会を経て、３３０点の応募作品の中から「ふれきんちゃん」は選ばれました。その後、デザインを基に製作され、昨年８月、のしこら祭でデビューしました。

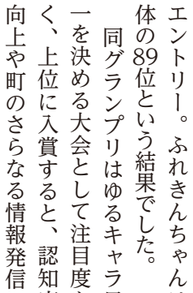
ふれきんちゃんの名前には由来があります。「ふれ」は、金魚をふれ売って販売していたふれ売り師の名前から、「きん」は町特産の「金魚」から付けられています。

また、「ふれ」には、「ふれあい」「希望あふれる」などの意味も込められています。

ふれきんちゃんの頭は大きく、横約１ｍ、奥行き約90㎝もあります。額にはウロコが描かれ、目は大きく飛び出し、その瞳は誰よりも先に、明るい未来を見据えています。背中には金魚鉢をぶら下げたてんびん棒をかつぎ、まるで当時のふれ売り師のようです。

人とふれあい続けた1年間

ふれきんちゃんはこれまで70ものイベントに参加。子どもからお年寄りまで、多くの人とふれあってきました。県外、町外にも積極的に出向き、町のＰＲに努め、イベントを通じて、ふれきんちゃんは多くの人とつながってきました。



また、ピンバッジやボールペン、キーホルダーなど、ふれきんちゃん関連グッズも多く開発・販売されています。

ゆるキャラ

ふれきんちゃんなどのご当地マスコットキャラクターは一般的に「ゆるキャラ（ゆるいマスコットキャラクターの略）」と呼ばれています。ご当地ならではのキャラクター性でゆるキャラは全国に広がっており、今では９００体以上が全国にいるといわれています。

一般的にゆるキャラのメリットには、①地域のＰＲ効果向上②地元知名度の向上③ゆるキャラを使ったグッズ販売など産業の活性化④ゆるキャラを通じた郷土愛着度の向上―などが挙げられます。

ゆるキャラグランプリ

ゆるキャラグランプリ（同実行委員会主催）とは、「ゆるキャラで地域・会社・日本を元気に」をテーマに２０１０年から行われている、ゆるキャラ日本一を決めるイベントです。２０１１年には熊本県ＰＲマスコットキャラクターであるくまモンが全国で1位となり、大きな話題となりました。

出場者は年々増加し、昨年行われた同グランプリでは８６５体がエントリー。ふれきんちゃんは全体の89位という結果でした。

同グランプリはゆるキャラ日本一を決める大会として注目度も高く、上位に入賞すると、認知度の向上や町のさらなる情報発信にもつながります。くまモンはそこから全国へ知名度を広げ、県のＰＲや経済効果に影響を与えたといわれています。

同グランプリに上位入賞することは、町のＰＲになるとともに、観光や産業などさまざまな分野で効果をもたらす可能性を秘めています。

「地域の誇りを胸に、町民の皆さんと共に歩んでいってほしい」

原作者
松根　透さん（合志市）

長洲町には「ふれ売り師」と呼ばれる人がいることは前から知っていました。ある日、テレビでふれ売り師と呼ばれる人は全国で長洲町に１人だけということ、長洲町が全国で有数の金魚の郷であることを知りました。これは長洲町にとって誇りであると感じました。そこからふれきんちゃんという名前を考えました。

製作は本当に苦労しました。100枚以上スケッチしたことを覚えています。その中で生まれたふれきんちゃんが、今こうして町内外のいろんな場所を訪れていることを本当にうれしく思います。

私は生みの親で、育ての親は町民の皆さんです。私１人の力ではなく、皆さんに支えられて今のふれきんちゃんがあります。町外から見ても、金魚や産業など、長洲町は魅力あ「ふれ」る町です。これからも、ふれきんちゃんを活用しながら、皆さんで一緒になってその魅力を生かしてもらえたらと思います。

「ふれ売り師という個性を生かしていってほしい」

日本でただ一人のふれ売り師
浦島　義弘さん（磯町）

ふれきんちゃんのモデルはふれ売り師です。その人気が出ればそのＰＲにもつながります。ふれきんちゃんを通じて金魚のＰＲにもつながってくれたらうれしいですね。

「青のハッピに赤いお顔がとても魅力的」

ふれきんちゃん応援ガールズ「きんぎょ姫」
リーダー　**宮野　幸子**さん（東荒神）

赤くて大きくて、最初はその大きさにびっくりしましたが、今ではとてもかわいらしい存在です。応援ガールズとして、その魅力を皆さんに伝えて応援していけるようこれからも頑張ります。

いざ、

ゆるキャラ日本一の頂（いただき）へ

ふれきんちゃんをみんなで応援しよう！

ゆるきゃらグランプリ2013

ふれきんちゃん、今年も参戦！

ゆるキャラ日本一を決める「ゆるキャラグランプリ2013」（ゆるキャラ（R）グランプリ実行委員会主催）が今年も開催されます。

同グランプリは全国のゆるキャラを対象に行われます。上位入賞は全国にふれきんちゃんをPRできます。町のPRにもつながり、それに伴う観光面、産業面の効果も期待されています。

同グランプリは投票数によって順位が決まります。皆さんのご協力が不可欠です。皆さんの手でふれきんちゃんを日本一にして、町を盛り上げていきましょう！

9月17日㈫　投票開始

11月8日㈮　投票終了

※投票方法など、詳細については広報ながす10月号でお知らせします。

詳しくは

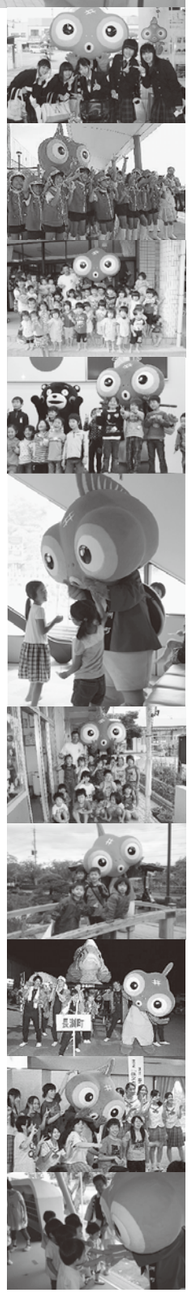
ゆるキャラ　検索

㊐まちづくり課

商工観光係（☎78-3219）

Check!
ふれきんちゃんの活動を町ホームページで

ふれきんちゃんの日々の活動を町ホームページのトップのバナーから見ることができます。今後の出演情報も続々公開中です。



誕生から1年。多くのイベントなどに参加し、長洲町の魅力を発信するふれきんちゃん。

ふれきんちゃんを活用して、その魅力を発信することで、地域活性化につながるのならば、それは「ゆるキャラを活用したまちづくり」ともいえます。

多くの人との出会いを通じて、今のふれきんちゃんがあります。そして、これからどのように育っていくのか、それは私たちの関わり方で大きく変わっていくでしょう。

長洲町に住む私たちが支え、応援していくことでふれきんちゃんは長洲町のキャラクターとして育ち、歩み続けることができます。

イベントに呼ぶ、参加する、グッズを売る、買う―支え方は人それぞれです。ゆるキャラグランプリに投票してふれきんちゃんを応援することも、その一つです。

長洲町を愛し、ふれきんちゃんを愛することができれば、まちづくりは進みます。「ゆるキャラを活用したまちづくり」もその一歩。まちづくりに近道はありません。さあ、一歩ずつ一緒に歩んでいきましょう。

その先にある未来を信じて―。

商工観光労働部　観光経済交流局

くまもとブランド推進課

成尾　雅貴　課長

Naruo Masataka

くまモンから見える、ふれきんちゃんの未来

ふれきんちゃんがこれからも活用されていくことで、どのような効果を町にもたらすのでしょうか。今や全国に展開し、県のＰＲを続けるくまモン。そのくまモンをプロデュースするくまもとブランド推進課、そして、くまモンを活用し、県政情報の発信や、県のPRを行う広報課、それぞれに話を聞きました。

地域のキャラクターが盛り上がれば、地域活性化の起爆剤にもつながる―。

くまモンは、日々の日常の中にキラリと光るもの、サプライズになるものを見つけようという取り組みの中で生まれました。そこから、二番煎じではなく、これまでゆるキャラがしてこなかったことにどんどん挑戦し、皆さんにサプライズを提供しています。それがくまモンの人気の一因だと思います。また、くまモンは人に気を配ります。遠くの人が手を振れば、手を振り返します。気配りができるゆるキャラ、それがくまモンです。

くまモンは当初は大阪を拠点にPR活動を行ってきましたが、中でも最も効果的だったのは「ゆるキャラグランプリ」で全国1位を獲得したことです。その後はメディアへの露出が増え、そのキャラクター性と相まって一気に知名度が全国へ広がりました。現在では、その人気と知名度を活用して、企業と連携したグッズを販売したり、イベントを企画して全国から人を呼んだりと、観光面・産業面でも大きな効果を発揮しています。

これはくまモンだけではなく、ふれきんちゃんでも同じことがいえると思います。長洲町のマスコットであるふれきんちゃんの認知度が上がり、町をPRしていくことは、くまモンと同様に地域活性化につながる可能性を持っています。つまり、ふれきんちゃんは地域活性化の起爆剤となり得るものともいえるのです。

熊本県知事公室　広報課

濱田　浩史　課長補佐

Hamada Hiroshi

地域のキャラクターを活用して、その魅力を発信していく―。

広報課では、テレビ、ラジオ、広報紙などを使って県政情報や熊本の魅力を発信しています。ブランド推進課がくまモンのPRや、ブランドイメージを大切にしてきた結果、くまモンは今や押しも押されもせぬスーパースターになりました。広報課では、そのくまモンを有効に活用した広報を展開することで、多くのパブリシティー（費用をかけない広報の機会）を獲得しています。それぞれの立場で頑張り続けた結果が今のくまモンの成功、ひいては、熊本県の認知度向上、魅力発信にもつながっているのかもしれません。

くまモンの認知度については、ゆるキャラグランプリで1位を獲得してから大きく向上したように感じています。おかげで、県外においても、くまモンイコール熊本という認知度はかなり向上しました。ただ、そこからもう一歩先の熊本といえば何々という、特産品、観光名所など、熊本の個別の魅力に関する認知度にはまだまだギャップがあります。それをうまく埋める広報展開が今後は必要だと思います。

地域の魅力を発信するために、キャラクターを活用することは効果的です。ただし、それはそのキャラクターが皆さんに愛されていることが前提になると思います。ふれきんちゃんが長洲町にとってかけがえのない宝となることを期待しています。