

## 啓発活動(1)

### 市制100周年事前PRイベント



日時 平成23年6月11日

場所 イオン志都呂  
1Fセントラルコート

内容 市制100周年の周知・啓発、市制100周年クイズ大会、出世大名康くんの紹介、出世大名康くんの似顔絵コーナー、PRバック650セット配布(うちわやチラシ等をPRバックにセット組)

### 市制記念日PRキャンペーン(その他区役所)



日時 平成23年7月1日

場所  
東区 イオン浜松市野ショッピングセンター  
西区 カインズホーム 浜松雄踏店  
南区 遠鉄ストア立野店、新橋店  
北区 ベイシア浜松テクノ店、マックスバリュ細江店、JAとびあ浜松 Aコープ引佐支店、三ヶ日農協プレオ三ヶ日 浜北区 プレ葉ウォーク浜北  
天竜区 遠州鉄道西鹿島駅  
内容 市制記念日の周知・啓発とPR品1,500セット配布

### 市制記念日PRキャンペーン(本庁・中区)



日時 平成23年7月1日

場所 浜松駅北口広場  
及びJR浜松駅構内

内容 市制記念日の周知・啓発、出世大名康くんの紹介、PRバック1,000セット配布(うちわやチラシ等をPRバックにセット組)

### 市制100周年記念植樹式



日時 平成24年3月27日

場所 浜松市役所  
内容 記念植樹(ハクシヨウ)

# 啓発活動(2) PRグッズの作成

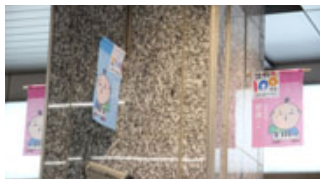
## 1) 100周年のにぎわいを創出するPR品の製作と設置



出世大名家康くん



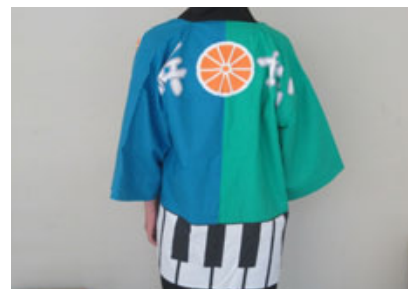
のぼり旗と公用車マグネット



フラッグと懸垂幕



顔出しボード



法被



タイトルボード

## 2) 啓発のためのPRグッズの製作と配布



PRチラン



ショルダーバック



うちわ



紙袋



PRバック

## 啓発活動(3) 浜松市制100周年記念「はままつ新喜劇」公演

実施形式	共催(浜松市 (株)よしもとクリエイティブ・エージェンシー)
開催日	平成23年10月4日(火)～10月10日(月・祝)
会場	大阪・なんばグランド花月
実施目的	市制100周年及び浜松市の魅力を“笑い”というキーワードで関西及び西日本地域に広くPRするため。

### ■ 実施内容

浜名湖かんざんじ温泉の旅館を舞台に、浜松のグルメや観光などの浜松の魅力をふんだんに取り入れた、笑いあり、涙ありの人情味あふれる新喜劇「はままつ新喜劇」を公演。

※市レベルでは初めてのご当地新喜劇。

期間中、「出世代表家康くん」がレギュラー出演するほか、テレビ収録日には市長も出演した。

### 【公演概要】

タイトル: 茂造の「やらまいか!浜名湖はシネマチックに!?!」

座長: 辻本茂雄氏

出演者: 浅香あき恵氏、吉田ヒロ氏、島田珠代氏など



実施結果	<p>●事業成果・効果</p> <p>「はままつ新喜劇」は、期間中全20公演行い、毎回ほぼ満員という盛況ぶりであった。また、期間中は、会場内に市制100周年のぼり旗やPRポスターを掲出するとともに、浜松市専用PRブースも設置するなど、まさに、浜松一色という雰囲気を出して公演を行った。さらに、公演内容は、以下のテレビ局で放送され、テレビ番組を通じても浜松市及び市制100周年を多くの人にPRすることができた。</p> <p>【テレビ局】</p> <p>毎日放送(関西地方)、中部日本放送(愛知県・岐阜県・三重県)、中国放送(広島県)山陽放送(岡山県・香川県)、あいテレビ(愛媛県)、大分放送(大分県)、四国放送(徳島県)</p> <p>●100周年以降へのつながり(成果・効果)</p> <p>今回の公演を一過性のものにするのではなく、今後も、吉本興業グループと連携し、関西及び西日本地域でのPR活動を実施していきたい。</p>
	<p>入場料または参加料</p> <p>1階席4,500円 2階席4,000円</p>

入場者数または参加者数	15,312人(全20公演)
参加者コメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>鈴木康友浜松市長: 「はままつ新喜劇を通じて、浜松の魅力を関西や西日本の皆さんに知っていただけたと思います。」</li> <li>辻本茂雄はままつ新喜劇座長: 「今回ののはままつ新喜劇は、浜松のPRために一生懸命つくりました。はままつ新喜劇が、浜松のPRに役立てば嬉しい限りです。」</li> <li>来場者1(男性60歳代): 「面白かったです。浜松に行ってみたくて思いました。」</li> <li>来場者2(女性60歳代): 「楽しかったです。座長の辻本さんが記者会見で言っていたとおりの内容で、浜松を身近に感じることができました。」</li> </ul>

## 啓発活動(4) 「出世大名家康くん」全国メディアキャラバン『出世大名家康くん 日本縦断の旅』

実施形式	浜松市
開催日	平成23年11月9日(水)～12月13日(火)
会場	18都道府県・27市区町村
実施目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・浜松市の全国での知名度アップ</li> <li>・「出世大名家康くん」の全国での知名度アップ</li> <li>・家康公プロモーションの周知</li> </ul>

### ■実施内容

市制100周年を迎えた浜松市のグルメ・観光・自然といった様々な魅力を全国にPRするために、専用のラッピングを施したキャラバンカー「天下泰平号」で、「出世大名家康くん」が北海道から九州まで18都道府県・27市区町村を縦断。キャラバン期間中は、①地元メディア(新聞、テレビ)への訪問、②地元のお祭りやイベントへの参加、③「徳川家康公」や「徳川家」所縁の地への訪問などを行った。また、訪問先ではご当地キャラクターと面談し、「名産品交換会」を実施。「浜名湖うなぎ」、「三ヶ日みかん」といった浜松市の名産品を届け、訪問地との交流を図った。また、スタート及びゴール時にはミニイベントを開催し、キャラバンを盛り上げた。なお、キャラバンの事前告知及びキャラバン期間中の動向は、ブログやツイッター、動画サイト等を通じて全国に発信した。

実施結果	<p>●事業成果・効果</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・メディアによる情報発信 110件(広告換算額118,275,111円) (内訳:テレビ23件、新聞45件、雑誌1件、Web41件)</li> <li>・ご当地キャラクターとの面談 8体</li> <li>・ソーシャルメディアによる情報発信 218件(Blog27件、Youtube27件、Twitter164件)</li> </ul>
	<p>●100周年以降へのつながり(成果・効果)</p> <p>訪問した地元テレビ局や地元紙などを通じ、訪問地での「出世大名家康くん」や浜松の魅力のPRにつながった。</p> <p>●改善点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ツイッターやブログの内容について、読者が興味を示すような工夫が必要であった。</li> </ul>
実施結果	<p>〔訪問メディア担当者コメント〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・キャラバンカーを仕立てて、全国を巡回するという企画は、大変ユニークだと思う。</li> <li>・「出世大名家康くん」はうなぎのちょんまげやけん盤の袴など、地域の魅力が詰まったキャラクターとしては、完成度が高い。今後もっと人気が出そうな気がします。</li> </ul>

