

<がんばれあさっぴー旭川PR事業について>

① 全国的なゆるきゃらブームの中、おととしの旭川開基120周年記念事業の一環として市民からの応募により誕生したあさっぴーが、昨年11月、社団法人ゆるきゃらさみっと協会の主催により開催された全国ゆるきゃらグランプリにおいて全国50位にランクインした。全道でも、某雑誌公認の北海道応援キャラクター「あっくま」に次いで、2位という好成績であったとのことである。

先月開催されたあさひかわ冬祭りにおいて、一年生議員の同期会である十一会のメンバーで、あさっぴーの雪像を作成させていただいた。「あさっぴーだっ！！」と喜んで見ている子供の横で、お母さんが「へえ～、これあさっぴーって言うんだあ・・・」といったようなやり取りが繰り返されているのを聞いていると、一般市民への知名度はまだまだこれからだと感じた。

さて、平成24年度予算案において、がんばれあさっぴー旭川PR事業ということで、110万円ほどの予算が計上されているが、どのような事業を行っていく予定か。

（経済観光部）旭川市のシンボルキャラクターとして、平成22年度に誕生したあさっぴーは、愛らしい姿とゆるきゃらブームなどの影響により、人気や知名度が徐々に向上してきているところであり、それを生かして本市の知名度やイメージアップ、注目度を高め、観光客の誘致に繋げていくことを目的とした事業である。

事業内容としては、子供や女性に人気のある着ぐるみをイベントや物産展、観光キャンペーンなどに頻繁に登場させることができるよう、着ぐるみの維持管理経費とオリジナルグッズの制作・販売を促進するための経費を計上している。

また、予算計上はしていないが、フェイスブックなどのSNS（ソーシャルネットワークシステム）を活用して、適時に観光情報を発信する取り組みも進めていく。

② オリジナルグッズの制作・販売を促進するとのことであるが、市としては、具体的にどのような取り組みを行っていくのか。

（経済観光部）市としては、制作に意欲のある事業者に対して、どのような商品が求められているのか、他にどのような商品が制作されているのかなどの情報提供や旭川観光物産情報センタなどの販売場所の提供に取り組んでいきたいと考えている。

また、観光プロモーションや各種キャンペーンにおいてグッズを配布したり、ぬいぐるみ等を適宜買い取り、必要に応じて活用していきたいと考えている。

③ どのようなグッズが想定されているのか。

（経済観光部）市民や旭川を訪れた観光客にあさっぴーに親しみを持って頂くために、

多くのオリジナルグッズが制作・販売されることが望ましいと考えているが、今年度行ったアンケートによると、オリジナルグッズとして制作を希望するものの1位は「携帯ストラップ」、2位は「ぬいぐるみ」、3位は「文具」、4位は「シール」となっており、これらのグッズについては、一定のニーズがあると思われることから、事業者に対してグッズ製作を促しやすいものと考えている。

④ 市のホームページに「あさっぴーの部屋」というものがあり、あさっぴーの画像が配信されている。しかしながら、これについても、知らない市民がたくさんいる。

あさっぴーの画像について、市民及び市内企業に対し、より積極的な活用を呼びかけるべきではないか。

(経済観光部) 多くの市民や市内企業にあさっぴーを積極的に活用して頂くことによって、あさっぴーに対する愛着がわき、市外にも積極的にPRして頂く機会が増えるものと考えている。

昨年 of 年末に年賀状用のあさっぴーを新たにデザインし、年賀状使用を市民や企業に呼びかけたところ、10月29日から12月29日までの2ヶ月間で既存の3ポーズと合わせて446件の申請があったことから、あさっぴーの画像の活用については、一定のニーズがあるものと考えており、今後もあらゆる機会を通じて活用を呼びかけていきたい。

⑤ 一方で、画像の不正使用・画像使用商品の事故に対する対策も必要であると考えている。

一時期、道においても「試される大地 北海道」のロゴマークの使用について積極的な活用を促すとの考えから無許可での使用を認めていた。しかしながら、ロゴ使用商品について「道産品である」、または「道が認証した商品である」との誤解をあたえる、加えて、その当時そのロゴを使用した食品の事故が相次いだこともあって、平成21年度から販売目的の商品については基本的に使用を認めないこととした経緯があった。

画像の不正使用・画像使用商品の事故に対する対策については、どのように考えているか。

(経済観光部) 積極的な活用を呼びかける一方で、あさっぴーのイメージを壊すような不適切な利用についての対策は必要であると考えている。

画像を使用する場合には、使用目的や使用内容を記載した申請書と商品等の完成イメージを事前に申請頂き、市のシンボルキャラクターとして適切な使用目的か、あるいはあさっぴーのイメージが壊されるような使用方法ではないかといったことを確認し、適正と認められた場合に使用を許可するという方法を採用している。

⑥ インターネットにおける情報発信は非常に有効であると考えているが、結構な手間がかかるものと考えている。どんな体制で更新業務を行っていく予定か。

(経済観光部) インターネットを活用したあさっぴーに関する情報発信について、現時点では、フェイスブックによる情報発信を基本に、あさっぴーが観光スポットを訪問・体験し、その映像をYouTubeやWebを通じて配信するなどの取り組みを進めていきたいと考えているが、更新作業などについては、特段の予算計上をしておらず、基本的に職員のマンパワーで運営することを想定している。

しかしながら、更新作業には多くの手間がかかることから、情報発信が滞ることのないよう、また継続して実施していくためにも、その手法について検討する必要があるものと考えている。

⑦ フェイスブックを基本として適宜情報発信を行っていくとのことであるが、ツイッターなどの活用もおもしろいと思う。政治的な発言をして、謹慎処分を受けた長万部町の公式キャラクター「まんべくん」などの例もあるが、今後、ツイッターなどの活用も考えているか。

(経済観光部) ツイッターは、インターネット上で「つぶやく」ものであり、あさっぴーも言葉を発する必要がある。しかしながら、あさっぴーは現在のところ言葉を発する設定にはなっておらず、また、「まんべくん」のように「〇〇まんべ〜」などの決め言葉もない状況である。

加えて、ツイッターは1日に何度もつぶやいたり、注目を引くためにバラエティに富んだ話題も必要となる。時には毒舌な言葉も見られるところであるが、市のシンボルキャラクターの場合、発言や発信内容が市の公的な発言と見なされる場合もあるため、行政が運営するにはクリアしなければならない問題が数々あると考える。

⑧ 「こあくま」「あくま」のブログ企画で旭川編が掲載されており、旭川のPRに一役買っている。

「あくま」とのブログ上のやりとりにおいて、あさっぴーは非常に良い子の設定となっており、「あくま」に使っぱしりの扱いを受けていた。

あさっぴーについて、例えば、ちょい悪の兄がいるとか、そういったストーリー性を持たせるとより関心を呼ぶと考えるが、市の見解を伺う。

(経済観光部) あさっぴーは、性別、年齢、家族構成など、まだ正体が謎に包まれた存在としている。今後、あさっぴーの人気上昇や知名度向上のために、謎に包まれている部分を明らかにするかどうかについては、慎重に考える必要があると考える。

あさっぴーは地元では知名度が一定程度向上してきているものの、全市民が知っているとは言いえない状況にある。また、昨年ゆるきゃら選手権で全国50位、道内では「あくま」に次ぐ2位と好成績を収めたものの、市外での知名度は未だ低いのが現状である。

これらのことから、現段階ではあさっぴーの存在の周知徹底、知名度向上、多くの

人に愛され、可愛がられるイメージづくりに向けた取り組みを集中して行うべきと考えており、一定程度の知名度を獲得した後、兄などの活用について検討していきたいと考える。