栗産地をＰＲする販促グッズの企画デザイン

佐藤　茂*　川俣 友美**

１．はじめに

笠間市では，特産である栗をブランド化し，新たな消費を拡大するため，生産者による産地ＰＲ組織であるＫＫＴ６（かさまの栗つたえ隊）を発足させた。

当センターでは，このキャラクター制作及びキャラクター選考，販促グッズの企画デザイン，実用化への助言を行った。

２．目的

笠間市の栗栽培面積は819haで県内一位であるが，知名度が低い，単価低迷，品質低下，後継者不足等の問題があるため，笠間市で栗産地をＰＲするキャラクター制作に取り組んだ（図１）。本報告では，これに支援したトータルデザインを記述する。

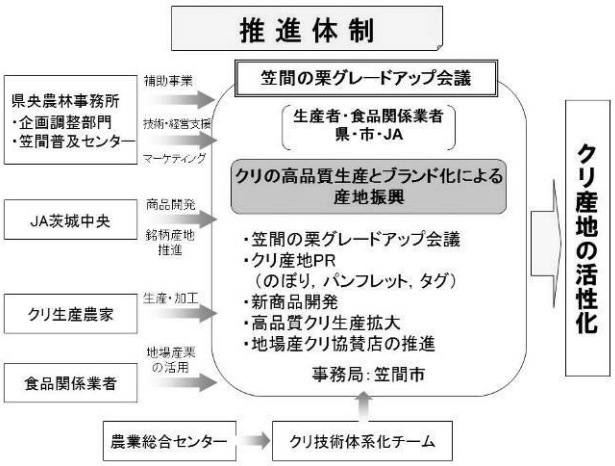


図１　笠間市の事業スキーム

３．研究内容

3.1　キャラクターの制作

キャラクター制作は，茨城県立笠間高等学校美術科生徒が制作し，生徒が自発的にアイディア発想できるようファシリテーターを務め，延べ４回の座談会形式のワークショップで指標を示した。

コンセプトとして，「身近である」，「ツッコミ所がある」，「元気である」，「楽しい」等の発想を促し，プロフィール設定やキャラクター描画をアドバイスした（図２）。

3.2　キャラクターの選考

選考会議での候補プレゼンテーションや選考ポイントの設定（①郷土愛やローカル性，②栗メッセージ性，③視覚的ユニークさ，④グッズへの展開等），選考投票における加点式集計を提案し，事業コンセプトにふさわしいアイディアを導き出した（図３）。

これをマークとしてレイアウト及び配色した（表１）。

3.3　販促グッズの企画デザイン

「栗産地ＰＲ」，「知名度向上」，「イベント利用」をコンセプトに販促グッズの企画デザインを行い，グッズの利用シーンを想定し，話題性や地域性，日常性といった観点から衣類，陶磁器，文具の３案を試作提案した（表２）。

図２　キャラクター制作風景

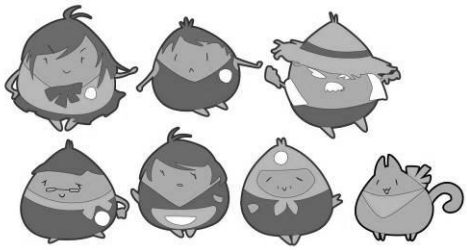


図３　生徒が制作したキャラクター

表１　レイアウトしたマーク

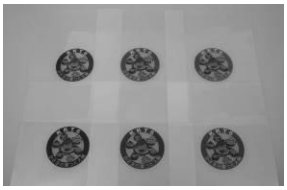
*工芸技術部門　**笠間市産業経済部農政課

表２　企画デザインした販促グッズ

案１）衣類：軍手，５本指ソックス等，農作業で利用できる販促グッズ

案２）陶磁器：コースター等，笠間焼による地域性ある販促グッズ

案３）文具：クリアファイル，手提げ袋等，日用に利用する販促グッズ



3.4　実用化への助言

産業財産権について先行調査を行い（表３），キャラクター使用取扱規程における色や配色の定めについてCMYKカラーモデルを提案した。

また，陶磁器や販促品，オリジナルぬいぐるみ，文具や雑貨，ネームやネームタグを制作するメーカーについても資料提供した。

表３　商標の検索結果

項番	登録番号	商標（検索用）	【商品及び役務の区分並びに指定商品又は指定役務】
1	登録0502770	ＫＫＴ	６ 金属製水道管，金属製天井板，金属製棚板
2	登録3019551	§ＫＫＴ∞くまもと県民テレビ	３８ テレビジョン放送
3	登録3037848	§ＫＫＴ∞くまもと県民テレビ	４１ 生け花の教授，学習塾における教授，

４．結果と考察

以上のように栗産地をＰＲする販促グッズ制作にあたり，以下を行った。

１．キャラクター制作
２．キャラクター選考
３．販促グッズの企画デザイン
４．実用化への助言

推進キャラクターは，笠間市長室に於いてマスコミ発表され，販促グッズは，かさま新栗まつりで展示発表された（図４）。

なお，販促グッズの製品化に際しては，弁理士の助言を得ながら知財の手続きを進めている。

図４　かさま新栗まつりでの展示風景

５．まとめ

笠間市では，先行キャラクターとして「笠間のいな吉」が商標登録されているため（登録5450337号，登録5450338号），客層や販促アイテムなどの用途の使い分けも必要と思われる。

６．謝辞

キャラクター制作においては，茨城県立笠間高等学校美術科関谷隆志先生にご尽力いただいた。この誌をもってお礼申し上げます。