

真戦野菜 プリンスエイト ご当地ヒーローによる八王子野菜のPR

PRINCE EIGHT

泉川 央樹¹⁾, 木村 聡汰¹⁾, 芝澤 匠¹⁾, 菅谷 優子¹⁾
指導教員 永見 豊¹⁾

1) 拓殖大学 工学部 デザイン学科 シビックデザイン研究室

八王子市は多くの自然に恵まれ、たくさんの野菜が作られている。例えば、江戸東京野菜と呼ばれている川口エンドウ、八王子ショウガ、高倉ダイコンなどである。さらにこの八王子野菜を広めるために年に一度、JA 八王子農業祭が行われているが、現状では八王子野菜の認知度はそれほど高いとは言えない。そこで私たちはご当地ヒーロー「真戦野菜 プリンスエイト」により八王子野菜のPRを提案する。

キーワード：ご当地ヒーロー、八王子野菜、子供

1. 背景

現在八王子市では各地区で様々な野菜を栽培しており野菜を推しているが、八王子野菜の認知度は高いとはいえない。また、野菜嫌いの子供は6割も存在する(図1)。一方、秋田県の「超神ネイガー」や、沖縄県の「流神マブヤー」といったご当地ヒーローは特産品などをモチーフに作られており、全国的にブームとなっている。ショーやイベント等に限らずラジオやテレビ、映画にも出演しておりテーマソングやグッズ、ゲームも展開し、経済効果は100億円以上¹⁾と言われている(図2)。

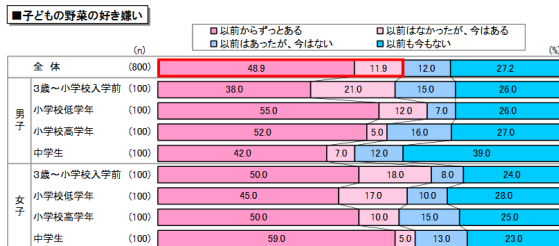


図1 子供の野菜の好き嫌いの調査²⁾

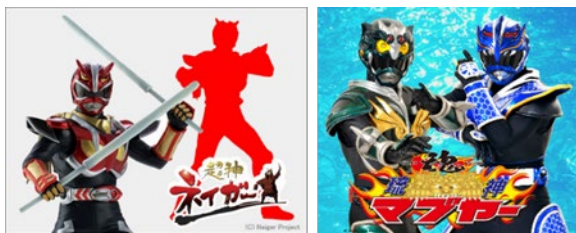


図2 超神ネイガーと流神マブヤー³⁾⁴⁾

2. 八王子のご当地ヒーロー ゲンキダーJ

ゲンキダーJとは八王子で活躍している高尾山の烏天狗をモチーフにしたヒーローである(図3)。彼は八王子で行われている様々なイベントや保育園などに出向きショーを通して子供たちに正義や友情などのメッセージを伝えている。そんなゲンキダーJの代表にインタビューし、「王子野菜のPRは行っていない」ことが分かった。また、「見た目にはこだわりすぎず目標を忘れずに」、「実現した際には是非共演したい」などのアドバイスをいただいた(図4)。



図3 ゲンキダーJ



図4 ゲンキダーJ代表との対談

3. 提案内容

以上を踏まえ、本提案ではご当地ヒーローによる八王子野菜のPRを提案する。まず、野菜をモチーフにしたヒーロー「真戦野菜 プリンスエイト」を考え(図5)。プリンスエイトの外見は王冠に赤いマントを身に着けている。8種類の野菜の武器を使用しピンチになった時、それを食べることでパワーアップする。このショーを行うことにより子供たちに八王子野菜を認識してもらうこ

とができ、ヒーローが野菜を食べてパワーアップすることにより野菜を好きになってもらう。8種類の野菜の武器は、「ショウガヌンチャク」、「エンドウアロー」、「ダイコンソード」、「ナスハンマー」、「ニンジンランス」、「パッショングローブ」、「シイタケシールド」、「タマネギバズーカ」を考えた。また先行事例にあるように道の駅などでのグッズ販売やテレビCMなど全国に八王子野菜のPRができればと考えている。さらに幼稚園や小学校などに出向き食育というかたちで八王子野菜を広めていく。そして「ゲンキダーJ」とのコラボレーション企画なども考えていきたい。



図5 真戦野菜 プリンスエイト



図6 真戦野菜 プリンスエイトの武器一部

4. 期待される効果

本提案が成功すると八王子野菜を全国に広めることができると考える。なぜならプリンスエイトの人气が全国的に出れば八王子野菜の知名度が上がりとともに八王子市への注目も高まるからである。また子供たちが野菜を好きになってくれることにより野菜の売り上げの向上が見込める。そして、八王子野菜に育てられた子供たちが大人になった時に八王子野菜を広めてくれるだろう。

全国にはたくさんのご当地ヒーローが存在するが、彼らは自らの県や市のPRが目的であり何か一つの特産品には特化していない。また、現在八王子には農業をPRするためのヒーローはいないため、新規性は高い。

6. サイバーシルクロード八王子への提案

八王子野菜のPR効果を高めるため、我々が作る「真戦野菜 プリンスエイト」を応援していただきたい。具体的には、HPの作成やイベントへの出演、ポスター制作を支援である。

スーツは誠意制作中である。ぜひご期待ください。

参考文献

1) MONEY z i n e

<https://moneyzine.jp/article/detail/200790>

2) 子供の野菜の好き嫌いに関する調査報告書 - カゴメ

<http://www.kagome.co.jp/library/company/news/2011/img/110829.pdf>

3) 超人ネイガー公式サイト

4) 流神マブヤー公式サイト