

東京デザイン専門学校による「荒川太郎右衛門地区自然再生地のプロモーション」

プレゼンテーション報告

実施日：2019年10月24日

作成者：荒川太郎右衛門地区自然再生協議会運営事務局



課題:「荒川太郎右衛門地区自然再生地のプロモーション」

◆ テーマ

デザインによる問題解決

◆ 内容

荒川太郎右衛門地区の自然再生・維持保全を目的としたプロモーション

◆ 求める効果

- ・荒川太郎右衛門地区の認知拡大
- ・ボランティア活動への理解、参加の促進
- ・民間企業の参画促進

◆ ターゲット

目的や求める効果を念頭に、各グループごとに設定

東京デザイン専門学校によるプロモーション企画一覧

班名	題名	概要
A01班	親子で楽しくエッグハント！ 草をむしって、たまご探しをしよう	中池での親子イベント「エッグハント」を企画。エッグハントでは、中池の外来種をむしりながら「たまご」を見つける。見つけたら「たまご」の中に入っている在来種のタネを植える。
A02班	荒川太郎右衛門地区自然再生地認知拡大プロジェクト 「クイズ&スタンプラリー」	複数地点（上池1、中池2、下池2）にクイズパネルとスタンプ台を設置することで、クイズに答えながらスタンプを集める。期間は、自由研究にも使えるよう、夏休み（8/8、9、10）を想定。
A03班	荒川太郎右衛門自然再生地 ×TULLY'S COFFEEのコラボ企画	TULLY'S COFFEEベニバナウォーク桶川店とのコラボ企画を想定して、カフェブランディング及びそれらをメインとしたキャラクターデザイン・グッズデザインを製作。
A04班	キャラクターYouTuber作成	オリジナルキャラクターによる太郎右衛門自然再生地を紹介する動画を製作し、Youtubeにアップロードする。
B01班	モスバーガーとのコラボプロジェクト 「荒川KITCHEN」	モスバーガーとのコラボ企画を想定して、出張キッチンカーで外来種のブルーギルをハンバーガーとして販売するプロジェクト「荒川KITCHEN」を企画。
B02班	駅の広告作成 「もっと知ろう！荒川太郎右衛門地区 自然再生地」	イラストを多用したポスター広告とプロモーション映像を作成。作成したポスターやプロモーション映像は、大宮駅や川越駅などの駅構内の広告として掲示することを想定。
B03班	絵本「たろえもんのぼうけん」作成	「たろえもん」の冒険絵本「たろえもんのぼうけん」を製作。
B04班	荒川太郎右衛門いきもの図鑑と、一体型のすごろく「たろえもんすごろく」のリーフレット作成	表面がいきもの図鑑（全14種）、裏面がすごろくボードになるリーフレットを作成。

※班名のA、Bはクラスの違い

親子で楽しくエッグハント！草をむしって、たまご探しをしよう

A01班

ターゲット	親子
概要	中池での親子イベント「エッグハント」を企画。エッグハントでは、中池の外来種をむしりながら「たまご」を見つける。見つけたら「たまご」の中に入っている在来種のタネを植える。
目的/ねらい	- 歩道が整備されていて安全な中池で親子で楽しくエッグハントをして、自然の大切さを体感してもらう - 母親層のSNS拡散力を利用し、プロジェクトの周知をすることにより、太郎右衛門自然再生地の認知を促す

～成果物～

□イベントロゴ

- カラフルVerとおとなしめVerの2種類



□A4ポスターデザイン



□たまごのデザイン

- 季節ごとに異なるデザイン



■たまごの設置案

A01班

パターン	パネル（平面） 後ろにあるポケットにタネを仕込む	オブジェクト（立体） 中にタネがはいったカプセルを仕込む
イメージ		
製作時間	約1時間	約2 4 時間
費用	ひとつにつき300円ほど（パネル・印刷代）	ひとつにつき300円ほど。（紙粘土・絵具、その他装飾）※ 金型をつくり制作も可能。
メリット	作るのが比較的簡単	立体なのでインパクトがある
デメリット	立体ではないためインパクトに欠ける	作るのに多少手間がかかる

荒川太郎右衛門地区自然再生地認知拡大プロジェクト「クイズ&スタンプラリー」

A02班

ターゲット	小学生高学年とその保護者
概要	太郎右衛門自然再生地での「クイズ&スタンプラリー」を企画。「クイズ&スタンプラリー」では、上池からスタートし中池を通り、下池でゴールというコースを設定し、複数地点（上池1、中池2、下池2）にクイズパネルとスタンプ台を設置することで、クイズに答えながらスタンプを集める。期間は、自由研究にも使えるよう、夏休み（8/8、9、10）を想定。
目的/ねらい	- クイズ形式で太郎右衛門自然再生地について紹介することでわかりやすく学んでもらい、認知度を上げる - 子どもたちは集めることが好きなので、スタンプラリーとしてクイズと一緒に置くことで楽しみながら太郎右衛門自然再生地を探索してもらう - 現地で活動し、実際に触れてもらうことで太郎右衛門自然再生地を知ってもらう

～成果物～

□イベントロゴ



□クイズボードデザイン(5種類)



Q1. たろえもんキャラクターについて



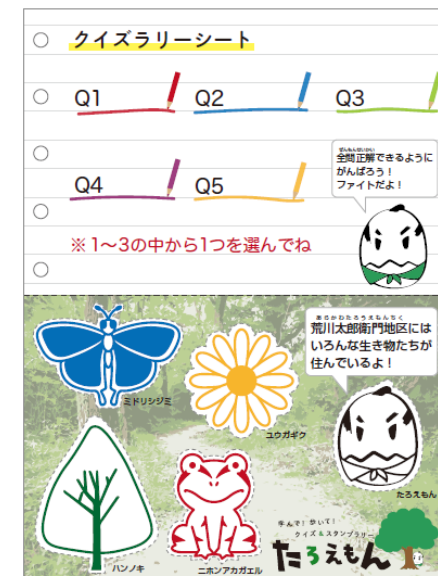
Q3. 荒川太郎右衛門地区について

□スタンプラリーシート

- スタンプラリーシートはハガキとして使えるようになっている



外側



内側

□A4ちらし

学んで！歩いて！
クイズ & スタンプラリー

荒川太郎衛門自然再生地って？
荒川太郎衛門自然再生地では、荒川の旧流路において、かつてそこに存在していた豊かな生態系を取り戻すためにさまざまな整備や活動を実施し、湿地環境の再生を目指しています！

たろえもん

2020
8/8(土) 9(日) 10(月)

9:00~12:00 小雨決行
会場：荒川太郎衛門自然再生地
参加費：無料
持ち物、服装：長袖、長ズボン、飲み物
イベント内容：クイズ・スタンプラリー

スタンプをあつめてポストカードを完成させよう！

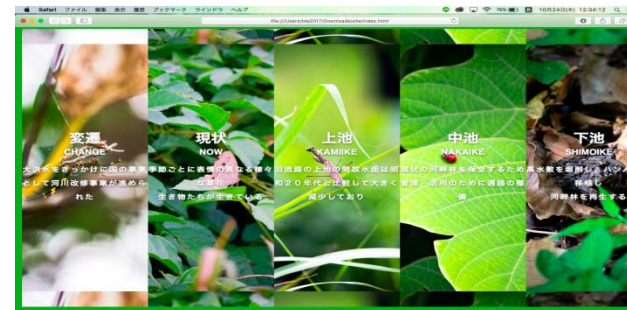
問い合わせ先 荒川太郎衛門地区自然再生協議会事務局
国土交通省関東地方地方整備局 荒川上流河川事務所内 〒350-1124 川越市新宿町 3-12
TEL: 049-220-0145 / FAX: 049-247-9850 / Email: ktr-tarou@mlit.go.jp
【主催】荒川太郎衛門地区自然再生協議会【後援】上尾市 / 上尾市教育委員会 / 横川市 / 横川市教育委員会 / 川島町 / 川島町教育委員会 / 埼玉県 / 国土交通省関東地方整備局荒川上流河川事務所

～イメージ～

A02班



□おまけ(H.P.デザイン)



ターゲット	桶川市内の親子
概要	カフェブランディング及びそれらをメインとしたキャラクターデザイン・グッズデザインを製作。モチーフは自然再生地内に生息する動植物5種類。コラボ相手はTULLY'S COFFEEベニバナウオーク桶川店を想定。
目的/ねらい	- 地元市民の太郎右衛門自然再生地の認知度上昇 - 民間連携による担い手確保

～成果物～

■オリジナルキャラクター 5種類



ルリシジミチョウのルリさん

いつもいい匂いのする女の子。
お洒落さんで、いつもお花をつけている。
ルリさんのお気に入りの花は、ノウルシ。
小さいけど、頼りになるお姉さんの存在。
オオタカさんとは、お散歩仲間。



オオタカのオオタカさん

自然を愛する男の子。
一度決めた目標は最後までやり抜くストイックな性格。
実は小食で1日に1回しかご飯を食べない。
食物連鎖の頂点にいる。



ホンドキツネのコンさん

ふさふさの尻尾が自慢の女の子。
クールで単独行動を好むが、タッチンにご飯を分けたりと優しい一面もある。
日当たりの林にお家がある。
お母さんの存在。



ホンドイタチのタッチン

なんでも食べる食いしん坊な男の子。
常に動き回っている為、いつもお腹を空かせている。意外にも泳ぎが得意。
みんなの末っ子的存在。
アマくんの大親友。



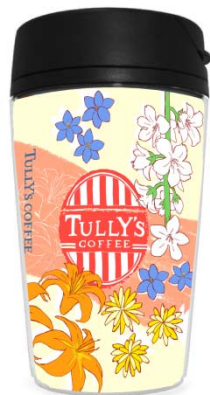
ニホンアマガエルのアマくん

綺麗な声をもってる男の子。
運動神経に自信があり、いつもびょんびょん飛び跳ねてる。
雨が降りそうになるとみんなに鳴いて教えてくれる。
冬になるとお家でずっと寝てしまうのんびり屋さん。
お天気キャスター的存在。

■コラボ商品、備品



コラボパッケージ



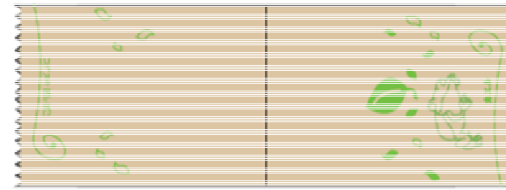
コラボタンブラー

■壁画デザイン



壁画のイメージ

A03班



コラボナフキン



コラボコースター



コラボランチョンマット

■フライヤーデザイン



ターゲット	Youtube視聴者
概要	キャラクターを製作し、現地で太郎右衛門自然再生地をキャラクターが紹介する動画を撮影。後日アテレコを行い、動画を製作。Youtubeアカウントを開設し動画をアップロード。
目的/ねらい	- SNSの拡散力による太郎右衛門自然再生地の認知度拡大 - 企業などにも注目されることを狙う - 認知度を広めることで、共感を得たり、活動に興味のある人に情報が行き渡りやすくなる

～成果物～

■オリジナルキャラクター 2種類



ホンドギツネのたろちゃん

ニホンアカガエルのえもん

太郎右衛門自然再生地から自我を持ってやってきた仲良しの二匹、
大好きな自然のため、大好きな場所を紹介するよ！！

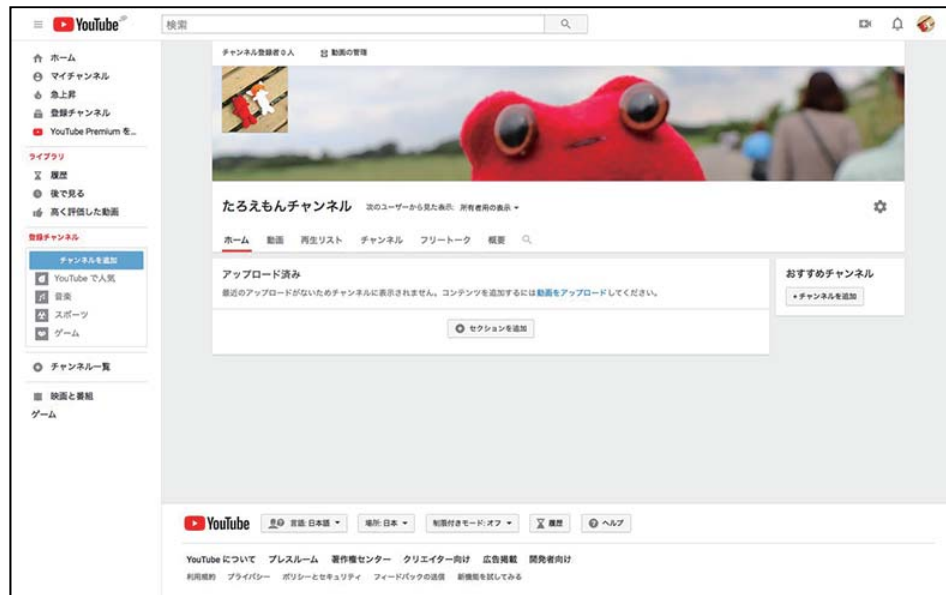
■自然再生地紹介動画(1分23秒)



※Youtuberとは、Youtubeに自作動画を投稿する人のこと。投稿者がキャラクターの場合、キャラクターYoutuberという。

SNSアカウント作成

Youtubeチャンネル



ツイッターアカウント



SNSの拡散効果による認知度向上！

ターゲット	一般市民
概要	出張キッチンカーで外来種のブルーギルをハンバーガーとして販売するプロジェクト「荒川KITCHEN」を企画。モスバーガーとのコラボ企画を想定。
目的/ねらい	・ 太郎右衛門自然再生地及び荒川の認知拡大 ・ スポンサーの獲得 ・ 外来種の駆除 ・ ボランティア参加者の増加

～具体的プロジェクト案～

①モスバーガーとのコラボ企画

荒川太郎右衛門バーガー等の限定商品2、3点とモスバーガー既存商品2、3点を販売する出張キッチンを展開



②SNSやチラシで宣伝

ブルーギルバーガーの話題性とともに荒川で開催されるボランティアに参加すると割引クーポンがもらえるなどの特典をアピール



③キッチンカーで販売開始

駅前など人の多い場所に出張・販売することで認知拡大、ボランティアへの参加を促す



実際に外来種を使用した料理



キッチンカーのイメージ

～成果物～

B01班

イベントロゴ

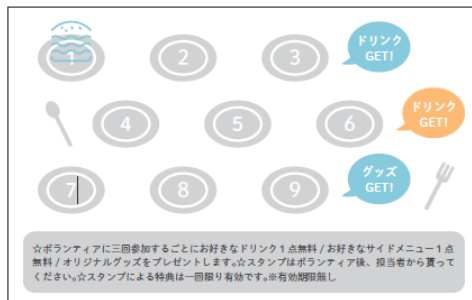
実際の外来種の利用例



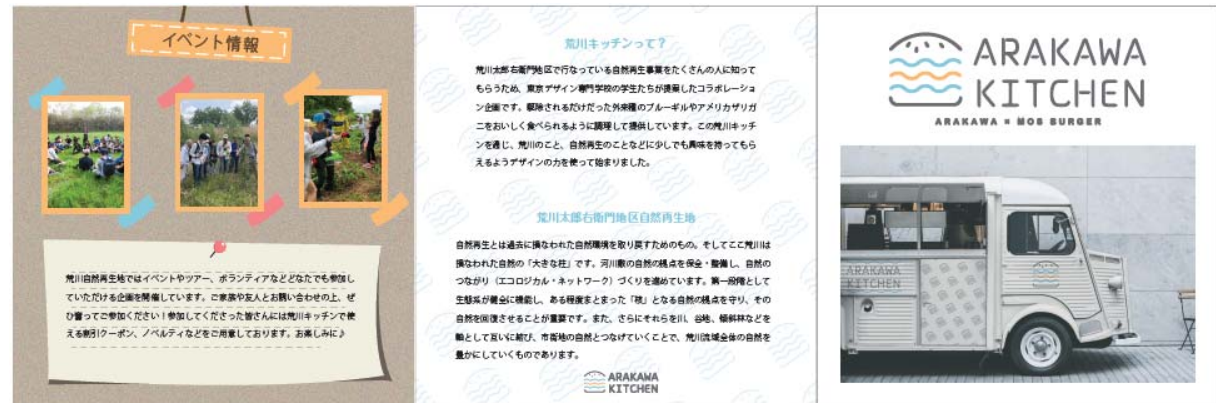
- ・ 企業の要かつコラボ企業のメインメニューの「ハンバーガー」と
- ・ 今回盛り上げるた川太郎右衛門地区の代表モチーフ「川」を組み合わせたイラスト
- ・ 配色は着飾らずナチュラルな川をイメージした淡いブルーと揚げたフィレオフィッシュにも、チーズにも見えるイエロー。同じく優しく自然体で都会的過ぎないロゴ。

ポイントカード

- ・ ボランティア活動に参加した場合ポイントゲット、ポイントを集めると特典がもらえる



メニュー&リーフレット



駅の広告作成 「もっと知ろう！荒川太郎右衛門地区自然再生地」

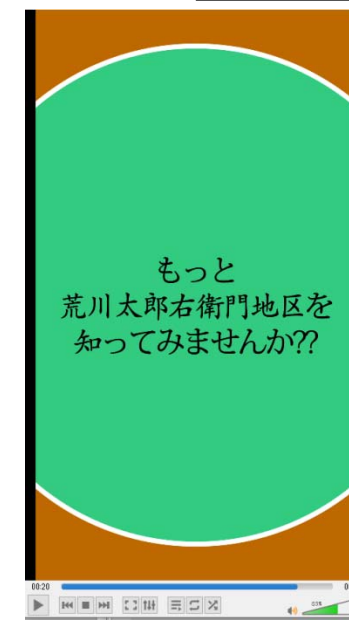
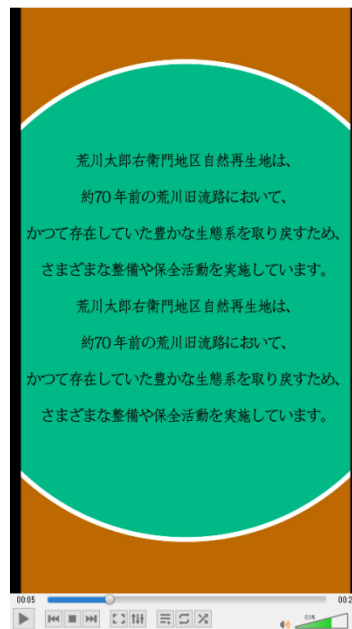
B02班

ターゲット	地元住民
概要	動植物のイラストと解説のポスターデザイン8種類と、太郎右衛門自然再生地の解説ポスターデザイン1種類、プロモーション映像を作成。作成したポスターやプロモーション映像は、大宮駅や川越駅などの駅構内の広告として掲示することを想定。
目的/ねらい	太郎右衛門自然再生地の認知度や動植物保護の方法、ボランティア活動の情報の認知度の向上

～成果物～

□ポスター広告デザイン





～掲示イメージ～



ポスター広告の掲示イメージ



フロモーション映像の掲示イメージ

絵本「たろえもんのぼうけん」作成

B03班

ターゲット	地元の子ども
概要	太郎右衛門自然再生地オリジナルキャラクター「たろえもん」の冒険絵本「たろえもんのぼうけん」を製作。
目的/ねらい	地域に密着したデザイン、キャラクターのリメイクにより、絵本を通じて認知度を向上させる

～成果物～

キャラクターのリメイク

- 本来のたろえもんを大きく変えず、子どもたちが親しみやすいデザインへリメイク



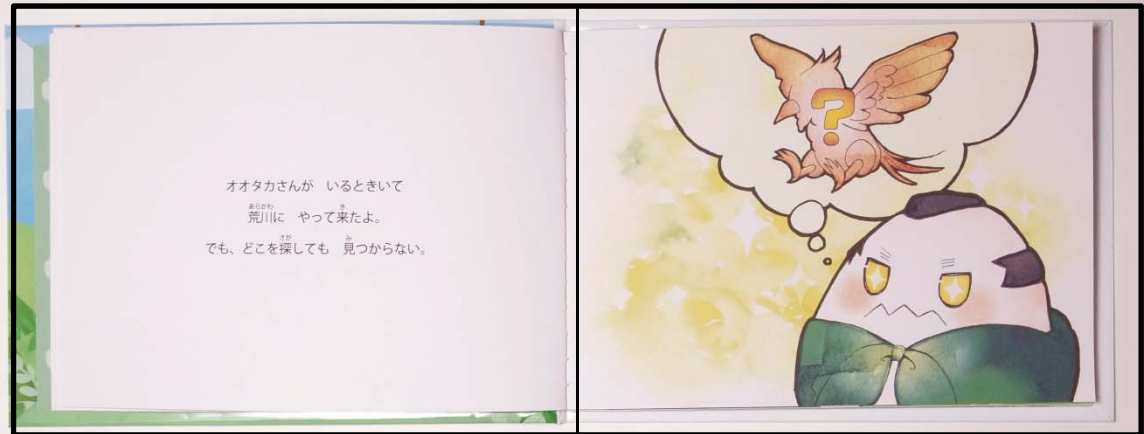
絵本

- 絵本は地域の小学校に寄付することを想定。
- 絵本は温かみを持たせるように水彩画のように表現、線画はアナログで製作
- 自然の象徴である「オオタカ」に会いたいという話の展開にしている

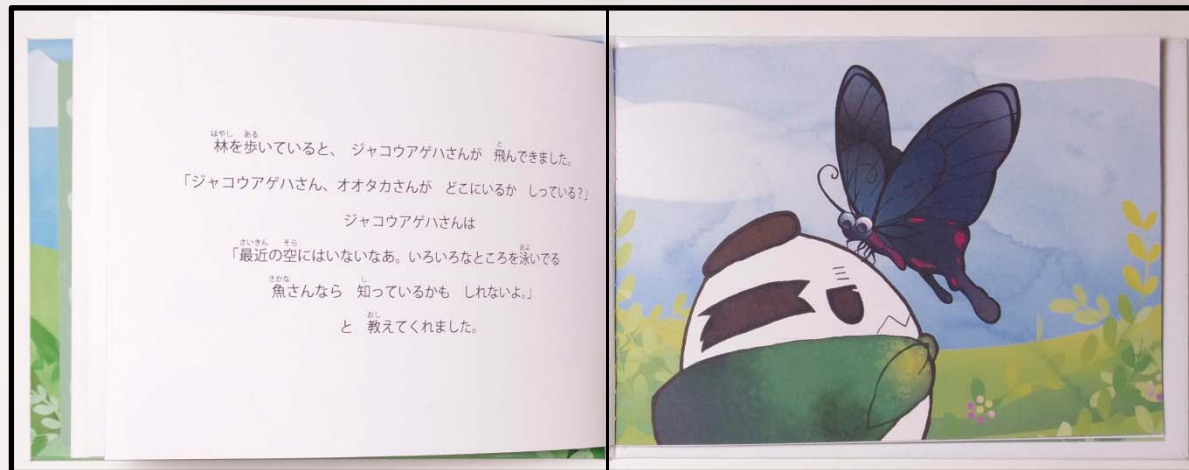




表紙



中身



中身



裏表紙

荒川太郎右衛門いきもの図鑑と、一体型のすごろく「たろえもんすごろく」のリーフレット作成

B04班

ターゲット	一般市民、ファミリー層と関連団体
概要	表面がいきもの図鑑(全14種)、裏面がすごろくボードになるリーフレットを作成。
目的/ねらい	- 動植物、虫から関心をひきつけ、ゲームをしながら活動詳細を認知させる - リーフレットを地域の民間企業や販売店等においていただくことで、認知拡大と地域の連携を見込む

～成果物～

□リーフレット



リーフレット



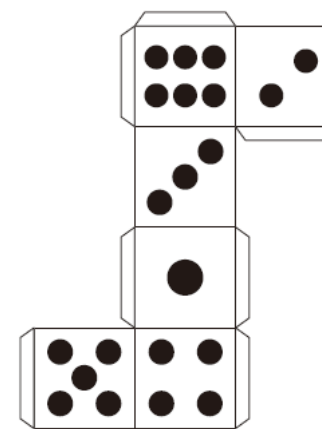
*完成イメージ

コマは5種類(5人)で遊びます。両サイドの点線を切り、切った部分を噛み合わせ、谷折りにして組み立てる。



すごろく用コマ

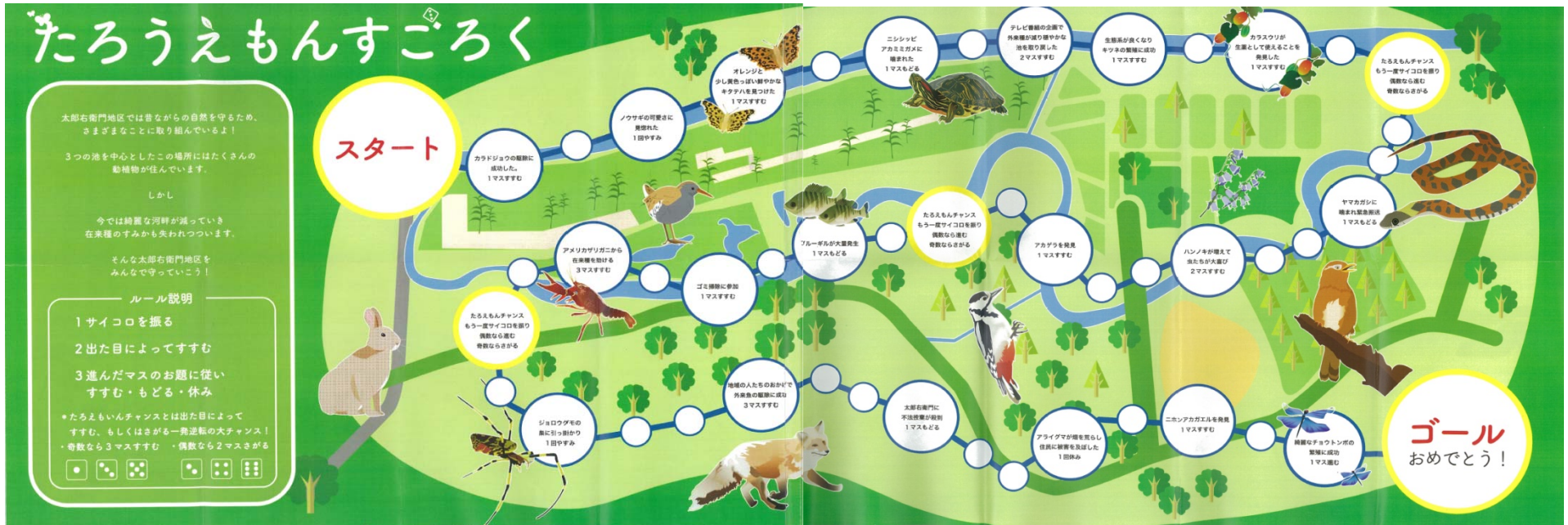
サイコロは縦横20mmの正方形。
ハサミで切り、のりで貼り組み立てる。



すごろく用サイコロ



表面のいきもの図鑑



裏面のすごろくボード

外来種などはマイナスの内容で、希少種・在来種はプラスの内容で構成