

私たち B6 グループは社名を株式会社グジョーとして、およそ 3 ヶ月活動してきた。グジョーというのは、社長の苗字である郡上からきている。また、我が社のコンセプトは、地域産業の連携と発展である。綿密な企業研究を行い、諏訪地域の産業の活性化を目標に、諏訪姫を使った PR を行うことを掲げて話し合いを進めてきた。

そして、我が社の課題は、「萌え観光で地域産業を活性化～諏訪の力を生かしたナイスなおみやげをプロデュースせよ～」である。ここで主要となるのが諏訪姫の存在である。諏訪姫とは、諏訪地域のキャラクターであるが、話し合いを進めていくうちに、我が社は諏訪姫を使う上で問題があることに気付いた。それは、諏訪姫の認知度が低いということだ。そこで、おみやげを提案する前に、まずは諏訪姫の認知度を上げるために PR 活動を行うことが最優先であると考え、PR 方法を話し合った。その結果、諏訪姫の PR 方法としては、諏訪市内と諏訪市外・県外の広範囲の2つに絞って PR を行おうと考えた。諏訪市内での PR としては、集客が大いに見込める8月の大イベントである花火大会と、温泉や道の駅など日常的に人が集まる場所でできるのではないかと考えた。諏訪市外・県外の広範囲での PR としては、電車内でなら多くの人に知ってもらえると思い、電車内の広告で PR しようと考えた。諏訪市内での PR をする際に、諏訪地域の現状を把握しておく必要があると判断し、実際に現地へ赴いてフィールド調査を行った。上諏訪駅周辺を半日かけて歩きながら、現地調査を行った。駅を出発して目の前にあるビルに入った。中の状況は非常に人気がなく、PR 活動そのものを行っていくべきなのかも考えさせられた。次に、高島城へ行った。四季折々の景色も楽しめて、中に神社もあった。観光客には、家族連れもいて、4・5人で来て楽しめる場所だったと感じた。また、車で観光するよりも、歩きながら街並みを眺めて観光する方が諏訪の魅力を理解できると思った。

そのフィールド調査を経て、我が社が提案するおみやげは2つある。1つ目は、おやきである。長野県の名産品であるおやきに諏訪姫の焼印を入れて販売する。焼印を入れるための機械は諏訪地域の会社で作り、それを諏訪圏から販売を始め、徐々に県内全域に展開し、いずれはコンビニ等での販売も視野に入れた全国展開も可能なのではないかと考えている。2つ目は、温泉まんじゅうである。これもおやきと同様にまんじゅうに諏訪姫の焼印を入れて、まずは下諏訪の温泉街から販売を始める。徐々に近隣の県の温泉街での販売を行い、これも全国展開を狙おうと考えている。この焼印を入れる機械もおやき同様に諏訪地域の会社をお願いして作るのが良い。以上が我が社の提案するおみやげである。

この2つのおみやげを使って、諏訪姫をツールとして諏訪地域をアピールし、実際に諏訪に足を運んでもらおうと考えている。限定販売として、花火大会限定デザインのおやきを販売するなどして、顧客の購買意欲を高めるように販売していく。諏訪圏内でも、各地でデザインを変えて、その場所ならではのデザインを焼印にして販売していこうと考えている。PR 活動やおみやげ販売

を通して、諏訪姫の認知度を高め、諏訪地域の活性化に繋がれば良いと考えている。

#### プラン概要

私たちは、「萌え観光で地域産業を活性化～諏訪の力を生かしたナイスなおみやげをプロデュースせよ」というテーマのもと、綿密な企業研究と諏訪地域の産業の活性化をはかり、諏訪姫を使った PR を経て、温泉まんじゅうとおやきというおみやげを提案する。まんじゅうとおやきに焼印を入れるのだが、諏訪姫のデザインで、その焼印を入れるための機械は諏訪地域の会社で作ってもらおうと考えている。

