


地域との協働 その⑥

- ・手書きPOP広告による販売促進
- ・川上哲治プロジェクト
- ・商業・農業・工業の連携

01. 地域との協働 その⑥

今年度のテーマは?



人吉シェリーケーキ
1,300円 (税込)

圧倒的焼酎感

このケーキは 酉のちやいな。
・ブドウ酒下地の名にちなみ

紙とペンでどこまで売上を増やすことができるのか?

POP広告作成

03. 紙とペン（手書きPOP）で売上を増やすことにチャレンジ。

アンケート調査の結果

手書きとワープロ文字、どちらのPOP広告に興味を持つ?

ワープロ文字のPOP 28人 18%

手書きのPOP 128人 82%

栗の渋皮煮 800円 (税込)

(一般消費者156人にアンケート調査)

05. アンケートでは、ワープロ文字より、手書きPOPに興味を持つ。

タイプ3 「ストーリー型」

俺は、おふくろの味噌汁が好きだ!!
久しぶりに実家に帰って、味噌汁を食べたのうまい! この味が! 子どもの頃からずっと好きだった味噌汁は... フリーズドライの空き袋が泣いて...

俺はおふくろの味噌汁が好きだ!
子どもの頃からずっと好きだった味噌汁は... フリーズドライだった。

フリーズドライ味噌汁 球磨川 5袋入り 675円 緑屋本店

07. タイプ3ストーリー型。「ナンダコレ?」って立ち止まってもらえる可能性も。

地元業者の既存商品



02. 新商品開発より、地元業者の既存商品の売上を伸ばすことが重要ではないか。

POP広告の作成

キャッチコピー

商品名 写真

ボディコピー (説明文)

04. POP広告の作成。

タイプ1 「毛筆強調型」

タイプ2 「キャッチコピー強調型」

あれ? ママ。料理上手になったわ?

フリーズドライ味噌汁「球磨川」

フリーズドライ味噌汁! 味噌汁が好きなママにぴったり! 簡単、便利、お湯で味噌汁が完成! 味噌汁が大好きなママにぴったり! 冷凍味噌汁が大好きなママにぴったり! 冷凍味噌汁が大好きなママにぴったり!

5袋入り 675円

06. 作成したPOP広告。タイプ1毛筆強調型。タイプ2キャッチコピー強調型。

業者様からも大好評!

外国人観光客も多い

熊本学園大学 (外国語学部) の先輩

添削 多言語表記

Traditional English 英語

안녕하세요 아뇨하세요 (接客中...)

좋은냄새 한국語 中国語

小吃

08. 業者様からも好評を得た。多言語表記してインバウンド対策。

川上哲治 生誕100周年の プロモーション

09. 川上哲治生誕100周年のプロモーション。

2つの作戦を実施!



川上哲治
クイズラリー



シニア野球の
プロモーション

11. 川上哲治クイズラリーとシニア野球のプロモーションを企画。



南稜高校との
コラボレーション
参加者に
プレゼント
南稜高校の
花の球根
「チューリップの球根」
甲子園の土を
初めて持ち帰った
「花が育つ腐葉土」

13. 農業高校とのコラボ。チューリップの球根や腐葉土をプレゼント。

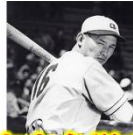
シニア野球のプロモーション



15. 川上哲治記念球場を「シニア野球の聖地」にする企画。

川上哲治...? 誰、その人?

- ・「打撃の神様」
- ・日本プロ野球史上初の2000安打
- ・監督として王貞治・長嶋茂雄らと活躍
- ・プロ野球史上唯一の「V9」達成



人吉市名誉市民



川上哲治記念球場

10. 川上哲治は野球界のレジェンド。2000本安打、史上唯一の「V9」。

川上哲治クイズラリー



12. 川上哲治クイズラリーを農業高校、工業高校と連携して実施。



球磨工業高校との
コラボレーション
工業高校
機械科の生徒が製作した「ストラックアウト」

14. 工業高校とのコラボ。機械科が製作したストラックアウトを実施。

川上哲治記念球場の利用状況

郡市外からの利用は
年間で14日のみ...

管理団体職員

(2018年度の実績)

平日の利用日数	6日
休日の利用日数	63日
利用されていない日数	296日

平日の利用は、ほとんど無い...

16. 平日、郡市外からの記念球場の利用はほとんど無い。



17. 平日に野球を楽しむシニアチームを呼び込み、宿泊観光需要も増やす計画。



18. 郡市外の野球チームを招待してテストマーケティング。