


フジサンケイグループ4社 地域活性化の取扱説明書

USER'S MANUAL of
FUJISANKEI COMMUNICATIONS GROUP 2023

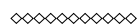


地域活性化事業に注力する
4つのフジサンケイグループ企業の活用方法

<p>扶桑社 FUSOSHA Publishing Inc.</p> 	<p>産経新聞社 SANKEI SHIMBUN Co.,Ltd.</p> 	<p>BSフジ FUJI SATELLITE BROADCASTING, INC.</p> 	<p>ポニーキャニオン PONY CANYON Inc.</p> 
<p>MUSIC, TELEVISION, MAGAZINE, NEWSPAPER and ENTERTAINMENT</p>			
<p>エンタメの力で地域を元気に！ 各社の“使い方”、これを見れば一目で分かります</p>			

地域から日本を盛りあげる!! フジサンケイグループ4社の“使い方”。

Introduction



本書は、地域活性化事業に注力するフジサンケイグループ傘下の4社をご使用いただくための「トリセツ(取扱説明書)」です。

4社というのは、ポニーキャニオン、扶桑社、産経新聞、BSフジ。音楽・アニメ・出版・新聞・TV等、コンテンツ制作やメディア企業の優位性を生かして、地域活性化を行っています。それらの根底にあるのは、人と人とのコミュニケーション。人や場をつないで生まれる、イベントやコンテンツ。その反響をさらに拡散する力。そんなノウハウをもって、ユニークな施策を目下展開中です。

この「トリセツ」では、各社の地域活性への思いをはじめ、実際にどんなふうに活用できるのか、各社の特徴や近年の実績をダイジェストでお届けします。使い方は、とても簡単。巻末のお問い合わせ窓口よりお気軽にご相談ください!

“フジのトリセツ”を案内する
「トリフジくん」です。



Index

フジサンケイグループの4社って、
どんな企業が知りたい。

- 02 **座談会** メディアグループの4社がつくる、コミュニケーションの新しいかたち
ポニーキャニオン・村多正俊+扶桑社・立石史博+産経新聞社・野崎勇+BSフジ・和氣紀子
- 10 フジサンケイグループの4社って、こんなところ!

全国誌とユニークな書籍を発行する
総合出版社**「扶桑社」**を使いたい!

- 12 **扶桑社を使う** 新鮮なPRをもたらすのは、
雑誌ならではのコミュニケーション力!

オンラインコミュニティにも力をいれる
五大紙の一角**「産経新聞社」**を使いたい!

- 16 **産経新聞社を活用する** 紙面、WEB、リアルイベント、
コミュニティ……クロスメディア展開で地域の魅力を全国に発信

BSで全国放送もする放送局**「BSフジ」**を使いたい!

- 20 **BSフジを使う** 番組制作の実績を生かし、
課題の解決や地域の魅力を多様なコンテンツでお届け!

エンタメ全般実績多数! な
「ポニーキャニオン」を使いたい!

- 24 **ポニーキャニオンを使う** 学者との連携によって、歴史資源を高精度に活用!
コンテンツ力を活かし、地域の資源にユニークにスポットをあてる! / 史跡・歴史資源を次世代へ継承する、ヘリテージマネジメント! / 教育現場にも広がるプロデュース力。高校ともコラボレーション!

フジサンケイグループの4社を、
もっと使いこなすには?

- 36 FAQ / お問い合わせはこちら!

メディアグループの4社がつくる、 コミュニケーションの新しいかたち

出版・TV・新聞・音楽の企業ならではの地域活性化をひもとく

Sankei Shimbun / Fusosha / Fuji Satellite Broadcasting / Pony Canyon

Quick Start Guide for
FUJI SANKEI COMMUNICATIONS GROUP

ポニーキャニオン

村多正俊

BSフジ

和氣紀子

産経新聞社

野崎勇

扶桑社

立石史博

日本最大級のメディア集団、フジサンケイグループ内には地域活性化事業に取り組む専門チームが複数存在します。得意なのは、エンターテインメントや、メディア、コミュニティ事業……、だけじゃありません。“読者”や“リスナー”、“視聴者”、“オーディエンス”とのコミュニケーションに長年の実績をもつ4社の「使い方」とは？ご挨拶をかねて、各社メンバーによる座談会をお届けします！

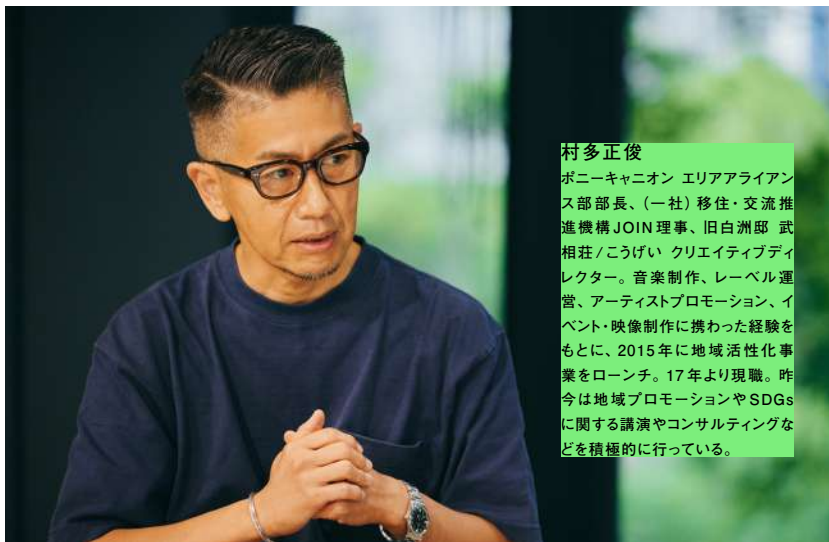
日本最大級のメディア集団による、
地方創生事業とは

村多 この座談会をすごく楽しみにしていました！地域活性化に向けて同じ志で取り組んでいるのに、4社が集まることってなかなかなかったですもんね。

立石 それぞれとお話をする機会はありませんでしたが、こうして揃うのは初めてですね。フジサンケイグループでは、ポニーキャニオンさんがいち早く地方創生事業をはじめ、僕らはそれに続いた感じでした。

村多 事業自体は2015年に始動して、地域活性化・地方創生事業を専業とする**エリアアライアンス部の創部が2017年**になります。

立石 当時、ポニーキャニオンさんのことを聞き、扶桑社でも何かできるんじゃないかと動き出しました。



フェスやイベントで、人が集まると、賑わいが生まれる

村多正俊
ポニーキャニオン エリアアライアンス部部長、(一社)移住・交流推進機構 JOIN 理事、旧白洲邸 武相荘 / こうげい クリエイティブディレクター。音楽制作、レーベル運営、アーティストプロモーション、イベント・映像制作に携わった経験のもと、2015年に地域活性化事業をローンチ。17年より現職。現在は地域プロモーションやSDGsに関する講演やコンサルティングなどを積極的にやっている。

2019年に地方創生メディア『カラふる』をスタートしたのが、大きな転機でしたね。事業を開始してから、グループ内に知見を持った方がいらっしゃるのととても心強くて、先日も産経新聞さんにご相談にうかがいました。

ました。今はこのプラットフォームを使って、自治体さんの課題解決になんとか貢献したいと一緒にやらせていただいているところです。

村多 「移住促進」は大きなテーマのひとつですね。

野崎 弊社のオンラインコミュニティについて興味を持っていただいて、とてもうれしかったです。産経新聞社では2020年から、新聞紙面、ニュースサイトにつぐ第三のインターフェイスとしてオンラインコミュニティ「きっかけ」を運営しています。その中で、移住に興味を持っている人たちを集めようと、「地方が気になるコミュニティ」を立ち上げ

野崎 自治体さんによってはマーケティングの活用が本格化できていないところもあるので、まだまだ僕らが果たす役割はあるなどと思っています。一方で、やはり新聞紙面に掲載されることを価値として感じていただけることも多いですね。

村多 成果物として、記録として、とても効果的ですよ

ね。そういう意味で自治体さんはBSフジさんのような全国放送にも大変関心を持っていらっしゃる、という実感があります。

和氣 可能性を感じていただけるのはとてもありがたいです。でも、まだ地域活性化事業の選択肢としてのテレビ局というものがあまり浸透していないと感じます。弊社はこれまで中央官庁のプロジェクトに主に取り組んできましたが、地方自治体さんのお仕事は今年に入ってようやく本格的に動きはじめてところです。

村多 まさに今、地元テレビ局、テレビ長崎さん(FNN

系列)、BSフジさん、そして弊社で本年度受諾した長崎市の事業「遠藤周作アーカイブ映像制作業務」に取り組んでいるところです。最近、扶桑社さんとタッグを組んでいますね。グループ内で得意分野を補完しあうことで、自治体のみなさんにますます幅広いソリューションを提供できるようになっています。

エンターテインメントの力で、次世代への文化と資産を継承

村多 これまで400以上のプロジェクトで全国の自治体とご一緒させていただき、少しずつ私たちのこと

読者の一人ひとりが、情報を手渡しで広げてくださる



立石史博
扶桑社 広告局 地方創生&多文化共生マガジン カラふる 編集長、地域創生事業部 担当部長。『週刊SPA!』『ESSE』などの編集を経て、2019年にWebメディア『多文化共生&地方創生マガジン カラふる』をローンチ。地域活性化事業を積極的に担っている。



扶桑社のメディア『カラふる』…p.13
◀「地方創生&多文化共生マガジン」として、街づくりや移住、観光、食文化にいたるまでさまざまな地域の暮らしの情報を発信中。



産経新聞社のオンラインコミュニティ「きっかけ」…p.17
◀暮らしや家族、食といったさまざまなジャンルをテーマに、ユーザーが会話を繰り広げる、参加登録制のコミュニティ。ユーザー同士や、ファシリテーターとユーザーとの交流が活発に行われている。

を知ってもらえるようになってきましたが、今でも「ポニーキャニオンって音楽やアニメの会社なのになぜ!?!」と驚かれることもあります。でも、そもそも私にとっての地方創生事業の出発点になったのが、音楽制作の現場での体験でした。

音楽の仕事で地方に出かけることも多かったのですが、ちょうど平成の大合併で、地方の街の姿がどんどん変わっていった頃。人が減って元気がなくなってしまった街にも、**フェスやイベントがある**と人が集まり賑わいが生まれるんです。エンターテインメントの力に大きな可能性を感じたことが、今につながる大きな原点になっています。

和氣 ポニーキャニオンさんには、自治体から出向されている方もいらっしゃると思います。

村多 はい。昨年度まで**包括連携協定**を締結している岐阜県大垣市から2名の市職員を受け入れておりました。人的交流により、深く地域のことを知ることができるので、私たちにとっても大変ありがたいことです。

最近では事業領域も広がっています。すべてにおいて真ん中にあるのは**“次世代に継承する”**という軸。たとえば、**東京・町田市にある白洲次郎・正子夫妻の旧邸宅「武相荘」**の取り組みでは、この場所の魅力をサステナブルに次の世代



和氣 紀子
BSフジ 事業メディア局 メディアコンテンツ部長。2017年より番組の編成・企画・プロデューサーとして、ドキュメンタリーやアート、カルチャーなどの番組に携わる。中央官庁案件としては、これまでに文化庁、経済産業省、観光庁などのプロジェクト経験あり。

地域の魅力を
いかにひもとけるかが、
私たちの工夫できるところ

メディアの価値と デジタルの掛け合わせが 今後の鍵になる



野崎 勇
産経新聞東京本社 メディア営業局 クロスメディア本部 コミュニティ・マーケティング部 部長、オンラインコミュニティ「きっかけ」プロデューサー。入社以来、産経新聞の広告営業に従事し、2020年コミュニティ事業を立ち上げ、22年4月に本プロジェクトが部に昇格すると同時に初代コミュニティ・マーケティング部長に就任し、現在に至る。

に伝えていくために、ビームス (BEAMS) さんと組んで運営をしています。武相荘のことを知らない世代にその魅力を伝え、新しい武相荘ファンをつくるのが私たちの目指すこと。イベントなどを通して、あの場所のストーリーに共感してくれる人たちを増やしていきたい。「あの場にいったら何かはじまりそう」そんな空気をつくり、醸していくことで、この場所にしかない魅力や文化を継承していく可能性が広がると思っています。

立石 ソリューションを提供した結果がダイレクトにわかるのは純粋にうれしいですね。僕ら出版社にとって一番の財産は**読者のみなさん**。**地方創生**

の企画でも、「わがこと感」を持って、生活者視点の**アイデア**を出して参加していただけます。

村多 扶桑社さんは読者インフルエンサーとしっかり関係性があって、一緒に取り組みをうまくされていますよね。

立石 雑誌やWebメディアから情報を発信する一方で、読者の方一人ひとりが**マイクロインフルエンサー**として、さらに手渡して情報を丁寧に伝えて**いってくれる**。そんなふたつの情報伝達ができるのも、扶桑社ならではの強みだと思います。そういった強みを生かして**「ESSE」の「ふるさとグランプリ」**



BSフジによる徳島特産品の
販路開拓事業
…p.23

◀徳島県の特産品を売り込むため、フランスで食のイベントや提案会を実施。その様子は同社の番組『Trailblazers』でも特集した。



ポニーキャニオンが運営に参画した「旧白洲邸 武相荘」
…p.30

◀町田市の指定史跡となっている白洲次郎・正子が住んだ邸宅。次なる世代へその文化資産を引き継ぐことを目標に、ビームスと共同で運営兼クリエイティブディレクションを担っている。



得意分野を補完し合い、あらゆる課題にユニークな提案を

企画でも、次年度のふるさと納税の寄付額が増え、自治体さん・生産者さんにもよるこんでいただくことができました。

野崎 プロジェクトを通じて自治体の方と直接色々お話ができるのも楽しいですね。一回ご一緒すると、その後も続く関係性をいただけることもあります。そういうつながりにも非常にやりがいを感じます。「地方が気になるコミュニティ」の

中で続けている分析もだいぶ進んでおり、「こういう人たちが移住に興味を持っている」という、より具体的なデータが揃ってきている。ぜひ自治体の方に使っていただきたいと思っています。

それに、やはりニュースメディアとして関わることによって「社会ごと」にできる。新聞紙面で取り扱うことで、より拡散できるニュースとして発信ができます。新聞のメディアとしての価値とデジタルをうまく掛け合わせることが今後の鍵になると思うの

で、より力を入れていきたいと思っています。

和氣 BSフジとしては**全国で見られるBS放送**ということに一定のメディアパワーがあると思っています。コンテンツに関しても**旅ものや紀行ものなど地方創生事業に向いている番組のバリエーション**も増やしているので、地域の特性と番組のコンテンツを上手く合わせて伝えることで、貢献できることがあるのではないかと考えております。今後は、テレビを斬新に活用した事例を発信して、みなさんの選択肢のひとつとして考えていただけるようになりたいですね。

村多 **歴史ものの番組**とか、よいと思います！ いま大河ドラマや映画などでも多く歴史が扱われていて、世の中の的にも若い人たちが歴史に興味を持っていますよね。歴史系のコンテンツは、これからますます大切になってくるだろうと思います。私も多く歴史コンテンツを行なってきましたが、先日**も岐阜県大垣市のシティプロモーション事業で、扶桑社さんに歴史漫画を制作**していただきました。

立石 住んでいる人にもあまり知られていない街の歴史をわかりやすく伝えるツールとして、今回は特に小中学生に向けて漫画をつくりました。

歴史に限らず、**地域の産物や伝統野菜、お祭りなど、自分の住んでいる街にたくさんの魅力があることを子どもたちにわかりやすく伝えていく**ことは、非常に大切だなと感じました。

得意分野を活かして、
4社タッグで目指す地方創生

和氣 シビックプライドを高めることはもちろん、それどのようなかたちで紐解くことができるかが私たちの工夫できるところかなと思います。

村多 そうですね。中の人にも、外の人にも両方に向けて地域の魅力をしっかりと伝えていく「シティプロモーション」。観光という切り口はもちろんですが、たとえば**扶桑社さんは食やカルチャーの方面にも強いですし、BSフジさんの全国放送というメディアパワー、産経新聞さんという歴史あるニュースメディアがもつ資産と文化**、4社それぞれ得意な分野がある。このチームなら、自治体が抱えるあらゆる課題にソリューションを出して、アピールしたいことをユニークに広げることできると思います。

そのことが少しでも、**日本の活性化の加速**にもプラスに働くのではないかなと信じて、使命感を持って取り組んでいます。

立石 これから協働、共創プロジェクトをどれだけ増やしていけるかが重要だと思います。このチームで動いていけることをもっとみなさんに伝えていかないといいませんね。

野崎 そうなると、チーム名をつけたいですね！

村多 さっそく次の定例会で決めましょう(笑)。



BSフジの中小企業再生支援事業での映像コンテンツ
…p.22

◀経済産業省の課題のひとつである「事業承継」理解促進のため、番組作りのノウハウを生かしWeb用の映像を制作。オリジナルキャラクターや、タレントを交えた座談会などをコンテンツ化している。



ポニーキャニオン×扶桑社の、岐阜県大垣市のPRコミック
(原作・監修/太田浩司、共同監修/小和田哲男、漫画/井上正治)

◀大河ドラマを契機に、大垣市のPRとして、石田三成が選んだ城・大垣城をテーマにした『大垣城ものがたり』を制作。市の観光協会Webページで閲覧できる。

フジサンケイグループの 4社って、こんなところ！



私たちの強み

エンターテインメント全般・あらゆるメディアとコンテンツの実績をそなえた4企業が
タッグを組むことで、地域をつなぎ、日本を盛り上げる活性化事業が可能です！



出版

扶桑社

出版事業で磨いた企画・編集力で、地域の課題をユニークに解決！

株式会社扶桑社	
所在地	〒105-8070 東京都芝浦1-1-1 浜松町ビルディング10階
設立年月日	1984年5月8日
資本金	1億円
事業内容	週刊誌、月刊誌、季刊誌などの雑誌、ムック、書籍、コミック、デジタルコンテンツ等の企画制作・販売、各種Webメディア、オンラインショップの企画制作、運営 イベントの企画制作、運営
株主	フジ・メディア・ホールディングス
従業員数	254名(2023年8月1日現在)



新聞+ デジタル事業

産経新聞社

老舗メディアの資産とオンラインコミュニティをかけあわせ、
地方の課題解決に貢献！

株式会社産経新聞社	
所在地	(東京本社) 〒100-8077 東京都千代田区大手町1-7-2 (大阪本社) 〒556-8660 大阪市浪速区湊町2-1-57
設立年月日	創刊：1933年6月20日 設立：1955年2月15日
資本金	31億7,219万8,500円
発行媒体	産経新聞、サンケイスポーツ、夕刊フジ、競馬エイト、週刊Gallop、雑誌「正論」、東京シーサイドストーリー、メトロポリターナ、TVnavi(テレビナビ)の発行
従業員数	1557名(2023年3月31日現在)

ABOUT US フジサンケイグループとは？

フジサンケイグループ(FUJISANKEI COMMUNICATIONS GROUP)は、78社、4法人、3美術館、約13,000名の従業員からなる日本最大級のメディア・コンテンツグループです。

テレビ、新聞、ラジオ、出版、映画、音楽、コンテンツの制作・販売・配信、総合通信販売、及び都市開発・観光などの幅広い分野で、長年にわたる実績を高く評価され、彫刻の森美術館・美ヶ原高原美術館・上野の

森美術館での文化事業や、内外のマスコミから「文化のノーベル賞」と称賛されている「高松宮殿下記念世界文化賞」にも取り組んでいます。

フジサンケイグループは、日本の情報産業のリーダーとして、社会的な影響力の大きさを認識しつつ、日本国内のみならず世界中の視聴者、聴取者、購読者、購買者の心を豊かにする活動を常に心がけています。



総合 エンタメ

ポニーキャニオン

エンタメ全般のあらゆるノウハウを生かして、人の力を結集！

株式会社ポニーキャニオン	
所在地(本社)	〒106-8487 東京都港区六本木1-5-17
設立年月日	1966年10月1日
資本金	1億円
事業内容	音楽、教養、文芸、スポーツ、映画、娯楽など各種パッケージソフト(CD、DVD等)、ゲームソフト、デジタルコンテンツ、書籍の企画、制作、販売、映画配給、コンサート・イベント企画制作、自治体協業
主たる株主	フジ・メディア・ホールディングス
従業員数	450名
販売営業所	東京、大阪



放送

BSフジ

全国放送もできるコンテンツ力で、地域の魅力を発信！

株式会社ビーエスフジ	
所在地	〒137-8088 東京都港区台場2-4-8 フジテレビ本社ビル メディアタワー22階
創立年月日	1998年12月15日
資本金	62億円
事業内容	1. 放送法に基づく基幹放送事業 2. 通信衛星、インターネット、光ファイバー、その他の技術的手段を使用する通信並びに配信事業
従業員数	81名(2023年4月1日現在)

How to use **Fusosha**

扶桑社 を使う

本づくりの力で、
地域を元気に!



総合出版社ならではの企画・編集力で
地域のニーズに応えます!

【 できること 】

読者インフルエンサーと 行うPR企画

雑誌『ESSE』でのふるさと納税の全国コンテストがその代表。編集部が積極的に参加いただいている「読者インフルエンサー」たちのプロジェクトが弊社の一番の強みです! 雑誌やWebでのPRのみならず、オリジナル商品の開発やプロデュース、マーケティング調査なども可能。読者を巻き込んだ参加型フェスやイベント、試食会の開催など、ニーズに合った企画を柔軟にご提案いたします。



ふるさと納税の取り組みNo.1を審査する『ESSEふるさとグランプリ』/岡山県の県産品コンサルティング事業より



ABOUT US 多様な出版・メディア実績を生かして、柔軟なアイデアをご提案!

扶桑社は、生活情報誌・モード誌・皇室情報誌など、特色ある雑誌を多数展開。書籍・ムックにも力を入れているフジサンケイグループの総合出版社です。地方創生プロジェクトの発足は2018年。『ESSE』『SPA!』などの全国誌を抱えているので、首都圏内のみならず、関係のある諸地域とのつながりを深めて情報を発信していきたい。そんな編集部の思いのもとに立ち上げられました。近年は社を挙げてWebメディアにも注力しており、現在運営する7つのメディアの合計月間PV数は2億5000万。紙・Web問わず横断的な企画やイベントを構築できるのが強みです。時には読者を巻き込みながら、出版社としての企画・編集力を武器に、さまざまな地域活性化事業に取り組んでいます。

あらゆる世代の生活を彩る雑誌や書籍を出版!

1984年に設立。特色ある週刊誌・月刊誌・季刊誌などの雑誌をはじめ、書籍・ムックも幅広く出版しています。各種デジタルメディアも推進中!

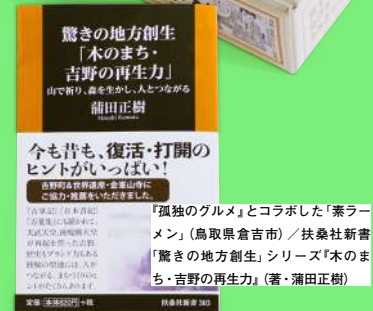


自社メディアでの企画展開

弊社の媒体と提携したPRも。地方創生に特化したWebメディア『カラふる』をはじめ、各種全国誌とそのオンラインメディアやSNSにおいて、体験イベントの企画運営・記事発信など、雑誌社が培ってきた企画力を生かした施策を提案いたします。動画と組み合わせた立体的な展開も可能です。



地域の魅力を発信するニュースメディア「カラふる」



コンサルティング& 出版物制作

総合出版社としての豊富な知見と読者マーケティングを駆使して、商品開発やWebサイトの制作・運営、地域の魅力を伝える出版物の発行など、なんでもお手伝いいたします!

新鮮なPRをもたらすのは、 雑誌ならではのコミュニケーション力!

Case 1

読者インフルエンサーを巻き込んだ「ふるさと納税PR」
(2019-2023年度/全国自治体)

ふるさと納税を応援するため、『ESSE』の読者インフルエンサーによる審査会「ESSEふるさとグランプリ」を毎年開催! 自治体のプレゼンテーションと試食をもとに、生産者のこだわりや返礼品のおいしさ、自治体の魅力、寄付金の使い道などを審査し、受賞結果を『ESSE』の特集ページで紹介。『カラふる』などのWebメディアでも特集しました。イベントの様子や自治体の取り組みは、インフルエンサーによってSNSで拡散されるほか、全国放送のニュース番組等でも取り上げられています。



▲2019年からはじまり、年々参加自治体も増加。2022年は32のエントリーがありました。

Case 2

新たなターゲット層に向けた「神戸ブランドPR」
(2022年度/兵庫県神戸市)

首都圏に向けて神戸ブランドを発信する中でも、ひとときユニークな試み。日本酒になじみの薄い20~40代の女性にむけて“神戸スイーツ × 灘の酒のマリアージュ”を提案するイベントを都内で開催しました。参加したのは一般客と『ESSE』の読者インフルエンサー。パティシエや蔵人の説明を聞きながら、試食を楽しんでもらいました。イベントの様子はWebメディアで掲載。さらに開発したスイーツと酒の組み合わせをメニュー化し、都内のカフェ&バーで提供するなど多角的なプロモーションを行いました。



▲新鮮かつ意外な組み合わせに、好奇心旺盛な女性たちが集結。神戸ならではのマリアージュを堪能いただきました。

読者インフルエンサーと手がける“雑誌的”プロモーション

雑誌や本でつくり上げてきた活字文化。
そこで培われたブランドや企画力を生かして、
イベントや発信においても多彩な相乗効果が得られています。

Case 3

呉のファンを創出する「オンラインセミナー」
(2022年度/広島県呉市)



▲ZOOMを活用した、オンラインセミナー。参加したインフルエンサーたちの発信も相まって、その様子をまとめた記事は予想以上のPVとなりました。



首都圏に住む子育て世代の読者インフルエンサーを集め、広島県呉市の魅力を発信するオンラインセミナーを開催。広島在住の著名人による“レトロかわいい”特産品や観光スポットの紹介などを通じて街をアピールしました。インフルエンサーには事前に送られた特産品を実際に味わいながら楽しんでもらい、後日感想をブログやSNSで発信してもらうことで、フォロワーに向けてアプローチ。さらに各メディアでもセミナーの様子を記事化して公開したところ、『ESSE online』の記事で想定以上のPV数を獲得! 市が注力している子育て世代への認知拡大に貢献しました。

Case 4

読者マーケを活用した「岡山県産品」コンサルティング
(2020-2022年度/岡山県)

岡山県が誇る県産品の認知度を高めるため、読者インフルエンサーによるマーケティング調査と分析を実施。インフルエンサーへのアンケート調査や座談会などで商品の課題をあげだし、売りのばす方法を提案しました。その後、商品の魅力を強調したPOPを作成し、都内アンテナショップでのテスト販売、さらにWebメディアを活用した県産品のプロモーションと、インフルエンサーによるSNS拡散を合わせて行い、県産品の認知向上と販売促進をサポートしました。

▶2022年度にマーケティング調査&PRを行った県産品5品。その魅力を全国にアピールしました。



産経グループメディア を活用する



自社メディアとオンラインコミュニティを生かし
地域の魅力を発信します!

【 できること 】



創刊90周年を迎えた全国紙「産経新聞」/2023年6月27日付「産経新聞」全国版朝刊「きっかけ面」/首都圏で働く女性向けのメトロマガジン「metropolitana」

新聞紙面や メトロポリターナ などを活用した 地方の魅力発信

新聞や雑誌を長年手がけてきた実績豊富なチームによる、ハイクオリティな紙面制作。正確かつ伝わりやすい文章でお届けします。

フォロワー72万超のTwitterアカウント「産経ニュース」/登録者53万人超を誇るYouTubeアカウント「SankeiNews」/月間2000万人以上のユーザーが訪れる「産経ニュース」

WEB・動画制作

「産経ニュース」の記事体広告「スポンサードコンテンツ」は記者が書く丁寧でキャッチーな文章が魅力。また自社YouTubeでの動画配信や、社内のプロ映像チームによる動画コンテンツの撮影・編集が可能です。



ABOUT US メディアやコミュニティを活用して、地域の課題を解決します!

2023年6月に創刊90周年を迎えた全国紙「産経新聞」を発行する報道機関です。メディア事業を主幹としながら、近年は自社のリソースを活用した地方活性化事業にも注力しています。22年より、オンラインコミュニティ「きっかけ」内に地方や移住に興味がある人が集まり、語り合う「地方が気になるコミュニティ」をオープン。ユーザーのコメントからデータマイニングを行い、潜在的なニーズや移住に対するインサイトを表面化。そのデータを活用したPR施策を行なっています。新聞をはじめ、WEBや雑誌、イベントなどで培ってきた情報発信力や、コミュニティによる情報分析力を武器に、産経新聞社ならではの企画で地方創生をお手伝いします!

首都圏・近畿圏に集中する都市型メディア

産経新聞全国版朝刊	発行1,026,293部
産経ニュース	月間平均58,558,000PV
オンラインコミュニティ「きっかけ」	会員数40,000人以上
フリーペーパー「metropolitana」	発行200,000部
「産経ニュース」Twitterアカウント	720,000フォロワー以上

多数の協力会社と運営

「地方が気になるコミュニティ」は、一般社団法人 移住・交流推進機構との協力を得て移住促進事業を実施中。同コミュニティは大手ファンコミュニティ運営会社・株式会社クオンとも業務提携して運用しています。また、大手旅行代理店などともソリューション提携が進んでいます。



オンラインコミュニティ「きっかけ」内の「地方が気になるコミュニティ」



オンラインコミュニティを使った 地域創生、 移住促進事業

地方や移住に少しでも興味のある人が集まり、地方の魅力に触れたり、地方や移住について情報交換をしたりする中で、地方への興味を醸成している「地方が気になるコミュニティ」。ユーザーの声を収集、データ分析。そのデータを活用し、記事化や広告活用、イベント開催、体験ツアーを実施するなど、地方創生、移住促進に向けた包括的なPR展開が可能です。

イベント運営

大規模食フェスからオンラインイベントまで! 自社メディアを活用し、多くの消費者とのタッチポイントを生み出します。



「発見! ふくしまお魚まつり」の様様

紙面、WEB、リアルイベント、コミュニティ…… クロスメディア展開で地域の魅力を全国に発信

Case 1

地方特産品の魅力を伝えるオンラインイベント
(2022年度/全国農業協同組合中央会)

JAグループが提唱する、国民が必要とし消費する食料は、できるだけその国で生産する「国消国産」という考え方。本理念をもっと多くの消費者に認知してもらおうと、オンラインイベントを開催しました。当日は俳優業の傍ら農業を営む工藤阿須加さんのほか、全国の生産者がリモート出演。「きっかけ」のユーザー30人が、配送された特産品を実際に味わいながら生産者の声を聞くことで、特産品の魅力を体感してもらいました。YouTubeでも生配信を行いました。



▶イベントチラシ「考えよう! 食と農のみらい-お気に入りの食材を見つけようSpecial-」

Case 2

コミュニティを活用した移住体験会
(2022年度~/茨城県ひたちなか市)

テレワーク増加に伴い高まる“移住”熱。茨城県ひたちなか市の移住における認知度を高め、市の魅力を発信する目的で「Welcome! ひたちなか お試し移住体験会」を実施した「地方が気になるコミュニティ」ユーザーの中から、4名が茨城県ひたちなか市を実際に訪れ、移住体験会に参加。当日はユーザーが市職員や住民の話を聞きながら市のさまざまなスポットを回りました。その後体験会の様子やリアルな感想が綴られたレポートをコミュニティ上に投稿。大きな関心呼び、ユーザーから400件以上ものコメントが届きました。



▲「Welcome! ひたちなか お試し移住体験会」の模様

地域のニーズに寄り添う企画力

地域のニーズを丁寧にヒヤリングの上、
多種多様なPR施策からその地域に合わせた企画を作成。
自社メディアを最大限に生かしたアウトプットをとともに模索します。

Case 3

累計来場者数150万人にのぼる大規模食フェスで
地域の産品をPR! (2022年度/静岡県西伊豆町)



▲「産経ニュース」記事体広告(スポンサードコンテンツ)

産経新聞社では、魚食の活性化を目的とした「SAKANA & JAPAN PROJECT」を推進しています。その趣旨に賛同した静岡県西伊豆町。水産物の魅力を伝える情報を発信すると同時に、実際に消費者に食べてもらう多様な機会を設け、多くの方に西伊豆の海も町も満喫してもらうプロジェクトを展開。その一環で、日本最大級の魚介料理の祭典「第8回ジャパンフィッシャーマンズフェスティバル2022~全国魚市場&魚河岸まつり」で販売する現地産品を使ったオリジナルメニューの考案を人気シェフ・栗原靖武氏に依頼。生産者とも協力し、「超濃縮! ひもの丸ごとラーメン」や「イカすイカディップ」などを開発しました。イベント前には「産経ニュース」でメニューの開発秘話を紹介し、来場を促進。当日は全メニューが完売となるほどの大人気に! テレビの生中継や新聞、WEB、SNSなど多くのメディアで取り上げられました。

Case 4

「食」と「体験」を通じて復興支援
(2022年度/福島県西郷村)

福島県西郷村の農水産物の風評被害払拭を目指し、「発見! ふくしまお魚まつり」にて、町の名産品である「阿武隈川メイプルサーモン」を使ったメニューを販売しました。「産経新聞」や「産経ニュース」で事前告知を行った効果で、当日は長蛇の列が! 計4日間で1900食を売り上げ、大好評を博しました。イベントでは村の人気スポットである「ますつり公園」も出張。来場者約600組がニジマス釣りを楽しむなど、福島県西郷村の認知度アップに寄与しました。



▲「阿武隈川メイプルサーモン」を使った特製サーモン丼/出張「ますつり公園」の模様

BSフジ を使う

テレビって、やっぱり面白い!



放送局の情報発信力を総動員!
番組とリンクし、地域の魅力を国内外にお届けします。

【 できること 】

主な番組紹介

課題解決、認知・普及促進を目的にしたPVやCMなど、動画コンテンツ制作はお任せください!
リサーチから体制構築、映像の制作までワンストップで実施可能です。

1 | 紀行



～日本全国～桂宮治の街ノミネート

落語家・桂宮治が日本全国の地元に愛される店と、その土地の歴史や魅力を存分に堪能し、自分の暮らす街を愛する粋な人々とのふれあいを楽しみます。街の特産品や地酒もたっぷりご紹介!

毎週木曜 22:00～22:55



ビルぶら!レトロ探訪

昭和レトロなビルを俳優の梶原善がゆるりと探訪。食堂、純喫茶、ゲームセンター、スナックなどのビルにひしめき合う店舗を訪ね、レトロ空間に息づく情緒を味わいます。

毎週金曜 22:00～22:55

ABOUT US 放送事業を起点に「総合プロデュース企業」へと進化します!

2000年よりデジタルハイビジョン放送をスタート。全国一歩のBS放送と配信サービスで、日本中にコンテンツを届ける放送局です。番組制作をメインに、アート事業、コンサートやイベントの企画運営、コミュニティの運営支援、官公庁や諸地域との取り組みも行っており、これまでに映像コンテンツの制作や、海外インフルエンサーを活用したインバウンド向けPR、特産品の海外販路拡大事業などを手がけてきました。今後も放送媒体として培ってきた人脈・情報・ノウハウを掛け合わせ、新たな価値を提供する総合プロデュース集団として進化していきます。

2 | エンタメ



小山薫堂 東京会議

企画は番組収録中に検討! 食・住・衣・車・環境といった生活に直結する事柄をテーマに、くまモンの生みの親でもあるマルチな放送作家・小山薫堂がゲストとともにトーク。都市生活を豊かにする方法を会議する新感覚バラエティ。

毎週土曜 24:00～24:30



二次元領域拡大通信

今や日本が誇る世界的カルチャー「二次元コンテンツ」。国内外のアニメ・マンガ・ゲーム・メタバースなどの情報を幅広く取材し、可視化。関連分野での発信媒体として必要になるようなコンテンツを目指す番組です。

毎月第1金曜 24:00～24:30



マチでRe;スタート!? お尋ねギルドロップス

お笑い芸人・マチカルラブリーと声優ユニット・ギルドロップスが出演。アニメや漫画などの二次元業界で活躍するゲストを招き、業界ならではの秘蔵の話をお尋ねします!

毎月第3金曜 24:00～24:30

3 | ドキュメンタリー



Trailblazers～次なる日本の革新者たち～

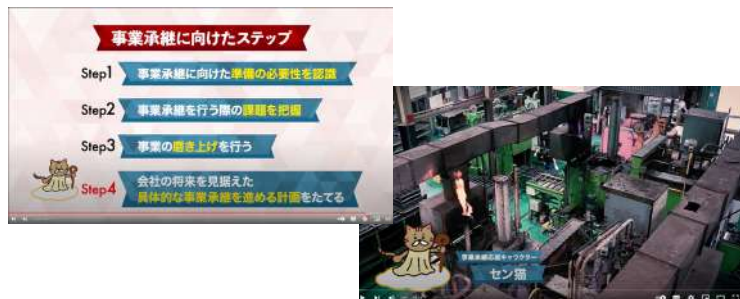
次なるTrailblazers＝革新者たちを紹介。そのジャンルは音楽やアート、さらには伝統工芸に新たな息吹を吹き込む人、地方の観光振興に奮闘する人などさまざま。彼らの戦略と想いに迫ります。

毎月第4金曜 24:00～24:30

番組制作の実績を生かし、課題の解決や地域の魅力を多様なコンテンツでお届け!

Case 1

社会課題の理解を促進するコンテンツ制作
(2021-2022年度/経済産業省・中小企業庁)



▲経済産業省によるYouTubeチャンネル「metichannel」の「第6回 若き後継者の挑戦」より。「後継者」を集めた催しである「アツギ甲子園」で受賞した方々を集め、承継におけるターニングポイントや承継後の想い、今後のビジョンについて迫る。

日本経済の課題である「業務の標準化」や「事業承継」の理解促進のため、Web用の映像コンテンツを制作。自社が持つ番組づくりのノウハウを発揮し、キャラクターによるナレーションや専門家による解説、事業者たちの座談会などで構成して情報を届けました。

Case 2

インフルエンサーを活用した海外向けプロモーション

九州地方の魅力発信による消費拡大
(2016年度/経済産業省)

九州地方の災害による風評被害を払しょくし観光事業を盛り上げるため、台湾・香港在住の外国人に向けて九州の魅力を伝えるPR映像を制作しました。映像は各国の主要駅やモール内に放映。インフルエンサーを起用してのPRや復興イベントも開催しました。

アート×日本文化を発信するオンラインイベント
(2020年度/文化庁)

水墨画や和紙などの日本文化をテーマにメディアアーティスト、クリエイターが作品を創る文化庁発プロジェクト「CULTURE GATE to JAPAN」を、海外へ発信するオンラインイベントを企画・開催しました。イベントでは、中国、タイ、韓国、台湾で活躍する各国のインフルエンサーらと中継をつなぎながら、作品やそのテーマとなった文化の魅力を伝えました。

さまざまな課題を、
映像制作のノウハウでコーディネート!

行政課題や、その土地が持つ文化的資産をいかに国内外へ発信するか。
BS放送が培ってきた企画力と発信力を生かした施策を提供します。

Case 3

海外に向けた徳島特産品の販路開拓
(2022年度/全国商工会連合会)

世界の食文化をリードするフランスに向けて、徳島県が誇る特産品の販路開拓事業を実施。鳴門市や専門家との連携のもと、過去に農林水産省の海外販路開拓事業を受託した経験のあるBSフジが総指揮を務めました。徳島の日本酒、クラフトシロップ、織布、陶器などを扱う全12事業者の商品をアピールするため、主要都市パリやモナコの飲食店にてテストマーケティングを兼ねた提案会を開催。鳴門海峽を想起させる“青”をテーマに食材と器を組み合わせた提案を行い、当日のブースは日本文化に関心を寄せる多くの人で賑わいました。他にも商品の輸出サポートから、紹介映像やプレゼン資料といった商談用ツールの制作、商談コーディネートまでをトータルで担い、新たな販路拡大へと貢献。本事業の様子はBSフジ「Trailblazers」にて特集番組を制作・放送し、全国の視聴者へと届けられました。



▲パリやモナコで行った、お酒やシロップ、器といった徳島の食文化をトータルでお伝える提案会から。近年、BSフジでは他にも、米、仏、香港での諸ジャンルのプロダクトの販路開拓(日本貿易振興機構)、長野県安曇野市のワサビを中心とした農産物の仏での販路開拓(全国商工会連合会)といった施策を手がけています。

ポニーキャニオン を使う



長年培ったエンタメの力で
あらゆる地域課題を解決します！

【 できること 】

歴史の活用

戦国史ブームの今、数々の著作、大河ドラマや映画監修でシーンを牽引する“戦う歴史学者”平山優氏とエージェント契約を締結。歴史資源を活用したコンテンツの企画・制作、イベント実施はお任せあれ！

平山優氏とのエージェント契約



Photo by Kazuhisa Hatanaka



JOIN 移住・交流 & 地域おこしフェア (移住・交流推進機構)

イベント

膨大な数のコンサートやライブ制作を手がけてきたノウハウを生かし、見本市や市民参加の催し、クリエイターを起用したワークショップなどさまざまなイベントをプロデュースしています。

映像制作

今や地域活性化に映像は必須。総合エンタメ企業として、アニメ、実写、CG、VR などあらゆる種類の映像の制作実績があります。企画から配信までワンストップで制作可能です！

呂布カルマを起用したショートアニメ「カモン大垣」(岐阜県大垣市)



オンラインプロジェクト

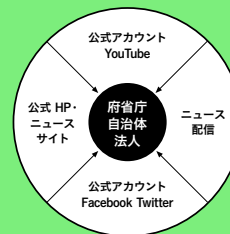
オリジナルサイト制作から、SNSやメディアの運用、番組配信、フェス……コロナ禍を経て今なおニーズの絶えないオンライン施策も行っています。



埼玉県「オンライン狭山茶まつり」のプロデュース

ABOUT US ポニーキャニオン・エリアアライアンス部と共に、地域と人を元気に！

「アライアンス」とは同盟・提携という意味。2017年に生まれた「エリアアライアンス部」はポニーキャニオンの地域活性化専門部署として、自治体や地域団体とタッグを組み、地域課題の解決に取り組むチーム。エンタメ業界の企業では初の取り組みです。まちの魅力を内外に広めること、歴史資源を若い世代へ継承すること、クリエイターやアーティストと協働してコンテンツをつくること。創業57年となる弊社が培ってきた経験と、アライアンスを重ね紡いできた「人」のネットワークを活かして、「地域から日本を元気にする」べくフレッシュなソリューションを提供して参ります。



企画力・制作力・発信力に自信あり！
専任メンバーは10名。これまでの国・自治体の事業実績は400をこえます。ポニーキャニオンが持つ企画・制作力・発信力(サウンドメディアやオフィシャルアカウントによる展開～ニュース配信、公式サイト掲出、公式SNS拡散やメディアへのアプローチ)を最大限活用し、地域活性化を推進しております。

さまざまな組織と提携 銀行や旅行、出版、デジタルマーケティング、アパレル、コンサルティングなど、さまざまな事業者と提携。活発な人材交流を実施するなど、地域活性化事業の精度向上につとめています。

- | | | |
|-----------|-----------------|------------------|
| 株式会社日本旅行 | 株式会社アッシュ | 株式会社ビームス |
| OKB大垣共立銀行 | 株式会社西日本新聞メディアラボ | 株式会社ABCアーク |
| 株式会社昭文社 | 株式会社CAMPFIRE | 一般社団法人 移住・交流推進機構 |
| 株式会社ナイトレイ | 株式会社ビーアット | 一般財団法人 地域活性化センター |

『旧白洲邸 武相荘』運営参画(東京都町田市)



ヘリテージマネジメント

ヘリテージ＝「遺跡・史跡」の魅力を次世代への継承を視野にいたれた時代性のあるコンテンツやプロモーションで訴求するなど、サステナブルな運用・活用を推進しています。

メディアづくり

記憶と記録を残すための紙媒体ニーズにもきちんとお応えします。オリジナルの冊子やメディアを制作・運用し、地域の魅力を凝縮したユニークなコンテンツをお届けします。



『まちだで好きを続ける』(東京都町田市)

学者との連携によって、 歴史資源を高精度に活用！

Step 1

今、熱いのは“歴史もの”！

大河ドラマや時代劇、ゲームに小説、史跡観光まで……。 “歴史ブーム”は今、最も注目されているトピック。ポニーキャニオンは関ヶ原合戦の関連地・岐阜県垂井町によるPRアニメの記念イベントを開催。同イベントの基調講演にSNSや多数の著書で名高い平山優氏を起用しました。



◀ポニーキャニオンが総合プロデュースを担当した岐阜県垂井町のPRアニメ『関ヶ原合戦 岐路に立つ垂井の武将たち』(22年)より。



Step 2

歴史コンテンツを有効活用すべく、
平山優氏と契約！

▶学者としての研究は、戦国武将武田氏関連や徳川氏をはじめとする戦国全般におよぶ平山氏。SNSでの発信力の強さも魅力のひとつ。



Photo by Kazuhisa Hatanaka

地域資源をして、もっと関係・交流人口を増やす術はないものか……。そんな思いから、著作、学術論文に抜きんでて、しかもSNSを駆使した発信力のある人気歴史学者・平山優氏とエージェント契約を結ぶことに。NHK大河ドラマ『どうする家康』(23年)や『真田丸』(16年)で歴史考証を担当している平山氏。現在の歴史ブームを牽引する存在である平山氏を核に、歴史に特化した地域活性化事業の推進・サポートに取り組んでいきます。

事例

▶▶ “戦う歴史学者”平山優氏とのエージェント契約(2023年度～)

戦国史をはじめとする歴史ブームの昨今、歴史学者として注目を浴びている平山優氏とエージェント契約を締結。地域の歴史資源を活用した事業やイベントを、専門家と共にサポートできるのも私たちの強みです。

Step 3

「歴史人」でのトークイベントも大盛況！

シーンを牽引する平山優氏は、講演会等が開かれれば即満員になる人気を誇る。静岡県沼津市のPRイベントとして都内で開催した歴史特別講演でも、当初設定されていた観覧希望者の定員数を大幅に超える盛況となったため、YouTubeライブにて生配信を行うことに(現在アーカイブ配信中)。本講演は歴史愛好家に支持される雑誌『歴史人』プレゼンツのもと実施し、歴史好きとしても知られるミュージシャンのMummy-D氏を迎えたトークイベントも実現。歴史ファンには見逃せない内容となり、大盛況のうちに幕を閉じました。



▲2023年1月、ポニーキャニオン本社にて開催されたトークイベント「沼津から見た 徳川氏と武田氏の興亡」の様子。平山氏(中)とMummy-D氏(右)が息のあったトークを繰り広げた。Mummy-D氏は、“KING OF STAGE”として日本のヒップホップ界を牽引するユニット、RHYMESTERのメンバー。音楽のみならず俳優としても活動する。司会はポニーキャニオンの村多(左)が務めた。

● 平山氏と共に、歴史資源の新しい活用を！

講演会やツアー造成ばかりでなく、エンタメ見地による平山氏ならではのさまざまなコンテンツ制作を行っていきたい。また観光のみならず、シビックプライド機運醸成へも歴史資源を積極的に活用していきます。



担当者
村多正俊

コンテンツ力を活かし、 地域の資源にユニークにスポットをあてる!!

Step 1

2025年に20周年を迎える人気コンテンツを活用して、
地域と一緒に話題づくりができるのでは!?

強固なユニークユーザー&フォロワーを有する人気コンテンツ「鉄道むすめ」は、2025年に20周年を迎えます。このIP(知的財産)を活用して、地域と共に盛り上げをはかる取り組みを実施中です。

▶「鉄道むすめ」は株式会社トミーテックによる、全国の実在する鉄道事業者の制服を着たオリジナルキャラクター。鉄道会社と提携したコンテンツやグッズなど幅広く展開している。



Step 2

鉄道むすめ「西浦ありさ」が、
佐賀県有田町の初代観光大使に就任!

佐賀県有田町にて打った初手が「西浦ありさ」の観光大使への就任! 就任記者会見はニュースメディアでも多数取り上げられ、以来、頻繁にニュース組成&情報発信を実施。その後ポスターや、同町の広報誌の表紙にも登場しています。二次元IPは汎用性が高いのもメリットのひとつです。



◀ 22年1月、観光大使に就任!
松浦鉄道の広告塔として活動中。



Step 3

声優・安齋由香里氏も起用され、さっそく大活躍!



「西浦ありさ」の声には、人気声優・安齋由香里氏を起用しました。鉄道好きな本人のキャラクターとの相性もバッチリ。車内アナウンスや、イベントへの登壇、Webメディアでの連載、SNSでの拡散など、多角的に展開。



◀自治体と鉄道会社とアニメキャラクターが手を結び、頻繁な情報発信を実施。松浦市では「松浦アジフライ大使」に、佐々町では「観光協会コーディネーター」に就任。

Step 4

都内でイベントを実施! 全国に向けても情報発信!

22年10月には、東京・新宿でイベントを実施。会場の動員記録を更新するファンを集め、安齋由香里氏のトークショーや、オリジナルグッズの販売に行列ができました。他にも、佐世保玉屋とのサンドウィッチコラボや、有田市・有田焼とのコラボと話題は尽きません。自治体のユニークな取り組みとして、大手Webメディアや全国紙にも取り上げられています。



◀最西端の鉄道として、愛好家の多い松浦鉄道。鉄道むすめとのコラボイベントともなれば、ファンも集まる。オリジナルグッズの売れ行きも上々です。



史跡・歴史資源を次世代へ継承する、 ヘリテージマネジメント！

Step 1

史跡・歴史資源を次世代に
継承していくには……？

地域に眠る史跡・歴史資源の保存、活用。それらももちろん重要ですが、次世代への「継承」も、多くの地域が抱えている重要な課題です。町田市の指定史跡、「旧白洲邸 武相荘」もそのひとつ。実業家・白洲次郎と文筆家の妻・正子の旧邸として多摩エリア随一の観光スポットともいえるこの場所は、活用にあたって運営サイドが世代交代の必要性を感じていました。そこで、18年より町田市のシティプロモーション事業を担当しているポニーキャニオンがリブランディングを提案。共同運営社として、カルチャー面での知見と発信力を持つビームスにも参画をオファー。



▲2001年から記念館として一般公開されている武相荘。約2,000坪の敷地内には四季折々の美しく、懐かしい風景が広がる。

Step 2

ネットワークを活かし、
新たな「武相荘」の運営体制を発足！

「武相荘」を運営してきた「こうげい」をサポートする形で、ビームスも含む3社での共同運営がスタート。ポニーキャニオン主導で町田市・武相荘・ビームスとの縁がつながり、協業となりました。オープンから22年、約88万人の来場者数を迎えてきた町田市の指定史跡として、市から「この協定を通じて、市民だけではなく全国にも届けていきたい」、館長から「この2社なら白洲次郎・正子の世界観や価値観を次世代に継承できると思った」と、熱い期待のお言葉が。特に届けたい相手は、次なるMF2層世代（35～49歳の男女）。ポニーキャニオンとビームスのノウハウを活かし、武相荘の新しいマネジメントと発信を行っていきます！



▲左からビームス代表取締役社長・設楽洋氏、町田市市長・石阪丈一氏、こうげい代表取締役であり、白洲次郎・正子の長女、牧山桂子氏、武相荘館長・牧山圭男氏、ポニーキャニオン代表取締役社長・吉村隆。

事例

▶▶ 「旧白洲邸 武相荘」との業務提携（2023年度～／東京都町田市）

町田市の指定史跡「旧白洲邸 武相荘」の運営兼クリエイティブディレクションを、株式会社ビームスと協働でスタート。従来のファン層のみならず次なる世代に向けた企画により、大人のエンタメ視点でその魅力を発信していきます。

Step 3

トークイベントは即日完売、
今後の活動も乞うご期待！



その後は早速、さまざまなジャンルの方々を招いてトークイベントを開催！幅広いメディアで活躍するイラストレーターのキン・シオタニ氏を迎えたトークイベントは、即日完売。続く歴史専門出版社 戎光祥出版によるイベント、服飾ジャーナリスト・山本晃弘氏によるトークイベントも、大きな反響をいただきました。これまでメインだった高齢世代の支持層のみならず、若年層や新たなファン層に届くような企画、武相荘を基点とした商品開発やイベントなど、現在多数進行中。今後の活動に、乞うご期待です。

▲2023年5月に武相荘で開催された、イラストレーター、キン・シオタニ氏のトークイベント「旅とアートと人生と」より。第1回のイベントとして「人生を変えた言葉ありますか？」をテーマに文学や歴史を交えたトークを実施。満場となった来客も参加して盛り上がる場面も。



▲館内にはミュージアムやレストラン&カフェ、ショップまで、さまざまなエリアが併設されている。

● 武相荘が誇る豊かな環境も、復活させていきます！

白洲正子の著作に登場する武相荘の草花。それらが外来種に浸食されています。地域と連携のもと、植生復活を行っていきます。またそのアクション自体もエンタメ目線で観光資源化していきます。



担当者
村多正俊

教育現場にも広がるプロデュース力。 高校ともコラボレーション！

Step 1

教育にも、エンタメの視点が必要！?

学校教育の場でも、クリエイティブな視点やエンタメの力は必要とされています。全国に50以上ものキャンパスを抱える「クラーク記念国際高等学校」(以下「クラーク国際」)も、これまでさまざまな企業と連携し、社会性や創造性の高い実践的な授業展開を図ってきました。そんなクラーク国際の教育理念に共感し、ポニーキャニオンも連携して新たなエンタメと教育事業の創造、教育活動を通じて、地域活性化の推進を目指していくことに。



▲1992年に開校し、北海道深川市に本校を構えるクラーク記念国際高等学校の秋葉原校「CLARK NEXT Akihabara」と、ポニーキャニオンのコラボ。同校は、全国で1万人以上の生徒が学ぶ通信制高校として、生徒のニーズに合わせたさまざまな特徴ある授業を展開している。

Step 2

オンライン芸術祭をプロデュース！

連携後、早速第一弾の取り組みとして実施したのは「芸術祭」。コロナ禍のなか、クラーク国際・秋葉原ITキャンパス(現:CLARK NEXT Akihabara)で毎年開催している芸術祭が行えない……という課題を、ポニーキャニオン監修のもと完全オンライン化して実施することに。生徒たちが制作した作品の新たな発表の形として、特設Webサイトを用意。例年演劇や朗読劇として作品は舞台上で発表されていました。今回は生徒たちが考案したストーリーを小説家の中村航氏監修のもと原作・脚本化。そして、声優・放送専攻の生徒が録音・編集を行い、マンガ・イラスト専攻の生徒によるイラストを加えてムービー作品に仕上げました。他にもゲーム・プログラミング専攻生の作品をWebサイト上で遊ぶことができたりと、オンラインならではの成果発表の場として、新たな芸術祭の形を築き上げました。



秋葉原芸術祭
オンライン2020

▲特設Webサイト上でオンライン開催した「秋葉原芸術祭オンライン2020」。秋葉原の地ならではの専門分野に特化したエンタメ系コースのある同校で、生徒たちが制作した約250点もの作品を、さまざまな表現方法で展開。2020年に続き21年も実施した。

事例

▶▶ クラーク記念国際高等学校「CLARK NEXT Akihabara」との連携(2020年度～)

教育内容の充実化や地域貢献、教育活動を通じた地域活性化の推進などを目的に、「学校法人創志学園クラーク記念国際高等学校」と連携。教育分野においても、エンタメの力を発揮してサポートしていきます。

Step 3

世界初!? ヴァーチャルシンガーを
宣伝アンバサダーに任命!



▲ポニーキャニオンが運営する未来型ライブ劇場 harevutai に所属する「Virtual Singer mai」。同校の後期始業式にて就任が生徒たちにサプライズ発表され、大きな盛り上がりを見せた。コラボ実績としてはイラストコンテストを実施したり、23年の入学式には、在校生と共同制作した楽曲を入学生にプレゼントするなどさまざまな取り組みが行われている。

2022年には、同じ秋葉原校の芸術祭が3年ぶりのリアル開催となり、こちらもポニーキャニオンが全面プロデュース。さらに当年度からは同校の「教育プロデュース」も担当。未来型ライブ劇場 harevutai に所属するヴァーチャルシンガー「mai」を宣伝アンバサダーに起用しました。同校のポスターやパンフレットなどの制作物を通し、秋葉原校ならではの広告塔としてキャンパスを盛り上げながら、生徒たちと mai の共同でコンテンツを制作する企画も実施。他にはない、ユニークな教育活動を今後とも実施していきます。



▲CLARK NEXT Akihabara「芸術祭2022」より。ポニーキャニオン本社のイベントスペースを使用し朗読劇や作品展示など、各コースの作品発表が行われた。

2022

- 江南市 / 江南市シティプロモーション動画制作等業務委託
 - 和歌山県 / 令和4年度わかやま移住プロモーション事業委託
 - 七尾市 / アニメ・実写映画「君ソム」を活用した七尾市PR業務
 - 青梅市 / おうめをみつける・おもいだす戦略支援業務委託
 - 千曲市 / シティプロモーション事業業務委託
 - 越生町 / 越生町プロモーション動画制作業務委託
 - 岡山県立大学 / 岡山県立大学PR動画制作業務
 - 浜松市 / 令和4年度浜松市若年層向け情報発信業務
 - 長生村 / 長生村移住交流促進ツール制作・活用支援業務
 - 高槻市 / 高槻市観光プロモーション業務
 - 長浜市 / 「長浜450年戦国フェスティバル」プロモーション動画制作、サイト構築・運用等業務
 - 宮島醤油株式会社 / 宮島醤油ブランディング (2021~22)
 - 町田市 / まちだシティプロモーション支援業務 (2018~22)
 - 忍野村 / 忍野村観光映像制作業務 (2020~22)
 - 垂井町 / 「関ヶ原合戦と垂井」アニメーション映像制作業務 (2021~22)
 - 唐津ブランド確立推進協議会 / 唐津産品魅力発信業務 (2021~22)
 - つくば市 / 「TSUKUBA TOMORROW LABO」ランディングページ制作業務 (2020~22)
 - 桑名市 / 桑名ブランド首都圏パブリックリレーション業務 (2018~22)
- ## 2021
- 町田市 / 「ボケふた」を活用した町田市の魅力発信等業務委託
 - 一般社団法人 移住・交流推進機構 / JOIN 移住・交流 & 地域おこしフェア 2021autumn
 - 国際交流基金 / 令和3年度国際交流基金アジアセンター日本語パートナーズ派遣事業 募集広報業務
 - 大田市 / 令和3年度 移住促進プロモーション業務
 - 埼玉県 / 狭山茶需要創出促進事業
 - 白子町 / 白子町ワーケーションPR動画制作業務委託契約
 - 長生村 / 長生村 移住・交流に係るプロモーション業務委託 その2 (交流センター内ラウンジコーナー構築)
 - 長生村 / 長生村移住・交流促進に係るプロモーション業務委託 その3 (コミュニティスペース)
 - 松戸市 / 子育て世代への松戸市プロモーション推進委託業務

- 国立環境研究所 / A-PLAT 等紹介冊子制作支援業務 (YEAR BOOK 2022 制作)
- 全国近代化遺産活用連絡協議会 / 六華苑PR用映像制作業務委託
- 公益社団法人さいたま観光国際協会 / 令和3年度さいたま市観光プロモーション業務委託
- 防衛省 / 陸上自衛隊広報映像制作
- 陸上自衛隊 / 令和3年度親開式動画配信及び編集等役務
- 習志野市 / 習志野市シティセールス動画制作等業務委託契約
- 浜松市 / 広報動画制作業務 (2020~21)
- 高槻市 / 高槻市定住促進プロモーション業務 (2020~21)
- 印西市 / 印西市シティプロモーション支援業務 (2018~21)
- 大垣市 / 大垣市アニメ・PR映像制作 (2016~21)

2020

- 観光庁 / 誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ作成に向けた実証調査事業
- 防衛省 / 防衛省広報動画製作
- 内閣府地方創生推進事務局 / 新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金ポータルサイトにかかるWEBコンテンツ制作等戦略的広報促進事業
- 神栖市 / 広域戦略支援業務
- 長浜市 / 長浜市盆梅展映像制作
- 一般社団法人 移住・交流推進機構 / JOIN 移住・交流 & 地域おこしフェア 2021 企画運営業務
- 大田市 / 大田市 プロモーション動画制作業務
- 岐阜県 / 清流の国ぎふ戦略広報委託業務
- 渋谷区 / 美味しい渋谷区プロジェクト 事業推進業務
- 名古屋市区 / 「ナゴヤおもしろード」(名古屋駅・名古屋城街道)プロモーション映像制作業務
- 沼津市 / 首都圏向け広報・営業等業務委託 (2018~20)
- 福島県 / 「学べる磐梯山」総合型プロモーション企画による情報発信業務 (2017~18/2020)
- 越谷市 / 都市イメージ向上事業 ワークショップ運営・PR冊子映像制作 (2018~20)
- 松山市 / 道後温泉本館保存修理工事を活用した観光資源化 (情報発信) 事業 (2018~21)
- 港区 / 港区文化芸術フェスティバル (2015~20)
- 千葉県 / インターネット動画配信・ダンスコンテスト運営・トイレクリーン動画制作業務 (2017~20)
- 桐生市・足利市 / 「ヘリテージツーリズム」プロモーション映像制作及び映像による情報発信業務 (2018/2020)

- 多治見市 / 多治見市シティプロモーション動画制作・SNS動画広告配信業務 (2017~20)
- 千葉県 / インターネット動画配信・ダンスコンテスト運営・トイレクリーン動画制作業務 (2017~20)
- 東京観光財団 / 2020年イベント開催支援事務局及び広報業務 (2019~20)

2019

- 春日井市 / シティプロモーション推進業務
- 江東区 / 江東区PR動画コンテスト「熱いまちKOTO動画アワード」運営業務
- 岐阜市 / シティプロモーション映像制作業務
- 熊本市 / プロモーション動画制作業務
- 相模原市 / 2020東京オリンピック競技大会自転車ロードレース競技の魅力発信映像制作業務
- 品川区 / 魅力発信ワークショップの施策案事業化業務
- 白子町 / 移住促進ガイドブック制作業務
- 長崎県 / 「長崎は、美味しい。」食のPR事業にかかる情報発信業務
- IYPT2019 / JAPAN IYPT2019国際周期表閉会式演出
- 神姫バス / 特別仕様バス「YUI」プロモーション映像制作
- 世田谷区産業振興公社 / オリピックパラリンピック映像「せたがやレガシー」動画制作業務
- 道後商店街振興組合(他) / 「道後REBORN×火の鳥」キャラクター商品開発
- さいたま観光国際協会 / プロモーション映像・リーフレット制作業務
- 佐世保五屋 / ブランディング事業
- 墨田区観光協会 / プロモーション動画制作
- 株式会社日本旅行 / 企業プロモーション映像制作
- 藤井寺市 / シティプロモーション推進業務
- 長生村 / まちづくりプロモーション業務
- 公益財団法人大田区産業振興協会 / 大田の工匠 技術・技能継承展 運営業務 (2018~19)
- 埼玉県 / 埼玉ブランド農産物PR用映像等制作業務 (2016~19)
- 鳴門市・南あわじ市 / ASAサイクリングツーリズム推進事業動画制作等業務 (2017~19)

2018

- 伊勢原市 / 比々多地区文化財散策ルートPR事業
- 文化庁 / 平成30年度戦略的芸術文化創造推進事業

- 世田谷区 / 世田谷地域記録映像制作業務
- 埼玉県観光協会 / 酒蔵ツーリズムプロモーション映像制作業務
- 葛飾区 / 葛飾柴又観光プロモーション動画制作業務
- 甲府市 / こうふ開府500年プロモーション動画制作業務
- 白子町 / 白子町 移住・定住促進プロモーション業務
- 草加市 / 草加市制60周年記念事業企画運営業務
- つくば市 / 「世界のあしたが見えるまち。TSUKUBA」移住・定住促進を最終目的としたプロモーション業務委託
- 市原市 / シティプロモーション動画制作業務 (2017~18)

2017

- えびの市 / アウトドアシティえびの PR動画・ホームページ制作業務
- えびの市 / えびの市PR動画制作業務
- 神奈川県 / 神奈川歴史観光に係るプロモーション等業務
- 白河市 / 戊辰戦争白河口の戦い紹介映像制作業務
- 豊明市 / 豊明市観光プロモーションビデオ制作業務
- 津山市 / 移住定住シティプロモーション推進事業支援業務
- 羽島市 / 円空路(ロード)プロモーション事業業務
- 三島市 / 渋谷駅前屋外ビジョン放映用動画制作業務委託
- 三原市 / 瀬戸内三原築城450年事業観光プロモーション映像制作業務

2016

- 安城市 / 健幸都市プロモーション映像制作業務
- 伊丹市 / 伊丹市シティプロモーション動画制作業務
- 市原市 / 南いちほら観光プロモーションビデオ制作・情報発信業務
- 大阪府 / 百舌鳥・古市古墳群の首都圏広報事業
- 唐津市 / 肥前名護屋城歴史ツーリズム協議会・唐津小唄を保存する会
- 観音寺市 / 観音寺市アニメコンテンツ活用地域活性化企画運営業務
- 古賀市 / 古賀市プロモーション動画作成業務
- 佐久市 / 佐久市地域「健康長寿」プロモーション映像制作業務
- 千曲市 / 千曲市観光パンフレット制作事業業務
- 練馬区 / 練馬アニメカーニバル2016企画運営業務
- 佐賀県 / 佐賀を巡るアニメーション制作事業・The SAGA Continues (2015~16)

FAQ Frequently Asked Questions



フジサンケイグループの4社をもっと使いこなすには？

扶桑社 | 産経新聞社 | BSフジ | ポニーキャニオン

Q. 事例集に載っていない種類のことも相談できますか？

A. これまで取り組みのなかった企業内で地域活性化事業を新しく立ち上げている私たちです。あらゆる実績を持つ協業企業との連携がありますので、臨機応変にご提案可能です。ぜひお気軽にお問い合わせください。

Q. 施策が具体的に決まっていなくても相談可能ですか？

A. 勿論です！ オリジナルイベント×BS放送といった掛け合わせや、新規出版×オンラインコミュニティとの連携など……4社それぞれの経験と強みを生かすことができます。参考となる過去事例や、旬のクリエイターやアーティストの起用も豊富にご提案できます。

Q. 費用面での相談はできますか？

A. 最初のご提案から施策の実施、メディア上での認知拡大、未来に残す記録集まで、ワンストップで実行可能な体制を備えています。いかに効率よく予算を使うことができるかも、私たちの腕の見せどころです。

Q. 自治体じゃなくても相談できますか？

A. 地域の活性化につながる事業であれば、様々な業態のお客様と業務を手がけています。人や場の力、コンテンツづくりで地域を盛りあげたい！という興味のある企業様は、まずはご連絡ください。活性化への道をともに歩みましょう！

Information

お問い合わせはこちら！

実績・最新情報・お問い合わせは各社公式サイトをご覧ください！
ここだけのコンテンツやSNSも発信中です。

扶桑社 地方創生ビジネスプロジェクト

<https://www.fusosha.co.jp/sousei/>



産経新聞社メディア営業局

<https://adv.sankei.com/>



BSフジ

<https://www.bsfuji.tv/index.html>



PONY CANYON エリアアライアンス部

<https://local.ponycanyon.co.jp/>



フジサンケイグループ4社 地域活性化の取扱説明書

発行 | 2023年8月
発行元 | 扶桑社・産経新聞・BSフジ・ポニーキャニオン
印刷 | 株式会社植田印刷所

企画 | ポニーキャニオン エリアアライアンス部
編集・制作 | 株式会社BAKERU
編集 | 大澤景、緑川彩、花見堂直恵 (BAKERU)
デザイン | 吉良伊都子 (BAKERU)

イラストレーション | てんしんくん
編集協力 | 山田蓮
ライター | 裏谷文野 (p.2-9)
撮影 | タケシタトモヒロ (p.2-9)

FUSOSHA Publishing Inc.

SANKEI SHIMBUN Co.,Ltd.

FUJI SATELLITE BROADCASTING, INC.

PONY CANYON Inc.