

夏の群馬 電車でPR JR東、マンガとコラボ

2017/7/8 7:01 | 日本経済新聞 電子版

観光シーズンを迎える夏の群馬に、鉄道を使って来てもらおうとJR東日本高崎支社が人気ご当地マンガ「お前はまだグンマを知らない」とタイアップした異例のキャンペーンを始めた。マンガに登場する独特のキャラクターたちが群馬の魅力をアピールするポスターやデジタルサイネージを首都圏全域に展開。ラッピング電車も走り出した。

「行くぜグンマへ！（列車でな。）」

JR東日本高崎支社は「お前はまだグンマを知らない」の登場人物と、群馬県内の名所の写真を組み合わせたポスターを2種類、合計2000枚作製した。県内のほか東京、神奈川、埼玉など首都圏の約500駅に配布し、掲示している。

あわせてのぼり旗や車内つり広告も投入。新宿、渋谷、横浜、立川などの主要駅ではデジタルサイネージも流し「見方によっては暑苦しい」（JR東日本高崎支社）登場人物たちが夏の群馬へといざなう。

県内ではこれらに加え、マンガの主人公が「教えてやろう グンマの真実を！」と迫る絵柄の「エンブレム」を駅員や運転士らJR社員が名札の下に着用。5日にはラッピング電車も登場し、上越線や両毛線、吾妻線の普通列車として走っている。「高崎より上り方面に向かう運用はないので、群馬に来ないと乗れません」（同）

スタンプラリーも実施中だ。JRのほか東武鉄道やわたらせ渓谷鉄道など群馬県内の私鉄4社すべてが参加。駅や観光施設に設置されたスタンプを3つ押すとオリジナルパッケージの前橋銘菓「七福神あられ」がもらえるほか、11カ所すべてのスタンプを集めると、作者の直筆サイン入り複製原画が抽選で当たる。

「お前はまだグンマを知らない」は高崎市在住のマンガ家、井田ヒロトさんが新潮社のウェブ版コミックで連載。転校生が地元独特の文化や習慣に翻弄されるストーリーで、単行本は7巻まで出ている。映画化も実現し、15日から群馬県内で先行上映が始まる。

タイアップはJR系広告会社のジェイアール東日本企画が提案。百瀬孝高崎支社長がこのマンガの愛読者だったことも追い風になってとんとん拍子で決まった。ご当地マンガとの大規模なタイアップはほとんど例がないといい、JR東日本と群馬県が共同で行う「ググっとぐんま」キャンペーンの一環として9月まで実施する。

作者の井田さんもキャンペーン用にオリジナルイラストを提供したり、キャラクターのセリフ案を「この子はこういう話し方はしない」と修正したりと「乗り気で協力してくれている」という。