

のぶまる 今後の計画書（会議用整理資料）

1. ブランドの核

ブランドステートメント：
町の仕事と姿勢を見つめる

一般向け説明文：
のぶまるは、町で働く人の仕事と姿勢を、そっと見つめ、次へ伝えていくキャラクターです。

2. のぶまるの立ち位置

- ・主役ではなく黒子の存在
- ・評価や比較をしない
- ・急がせず、煽らない

3. 事業者との関係性（構造）

のぶまる応援事業者：商工会員すべてを対象とし、町の仕事を可視化する。

のぶまる商用利用事業者：実際にのぶまるを活用する事業者。将来の収益化・連携の核。

4. 中核ツール

- ・Googleマイマップによる事業者可視化
- ・商用利用事例のストーリー紹介（町外含む）

5. 若い世代・子ども向けの方向性

- ・教えない、気づかせる
- ・町の仕事を見つけ、考え、将来と重ねる

6. キャラクター売りの考え方

- ・意味と信用を土台にした二階建て構造
- ・将来の有料展開を見据えた世界観ルールを厳守

7. 今後のロードマップ（概念）

短期：基盤整備・可視化

中期：活用事業者拡大・事例蓄積

長期：象徴IPとしての定着と事業化