

地域や企業の価値を創造する
絵本コンテンツブランディング

エ ホ ン デ ィ ア

EHONDEAR™

地域や企業の持つ大切なブランドを絵本という普遍的で高付加価値あるものに創造し、
持続的な価値を創っていくサービスです。

こんな課題をお持ちの地域や企業のみなさまへ

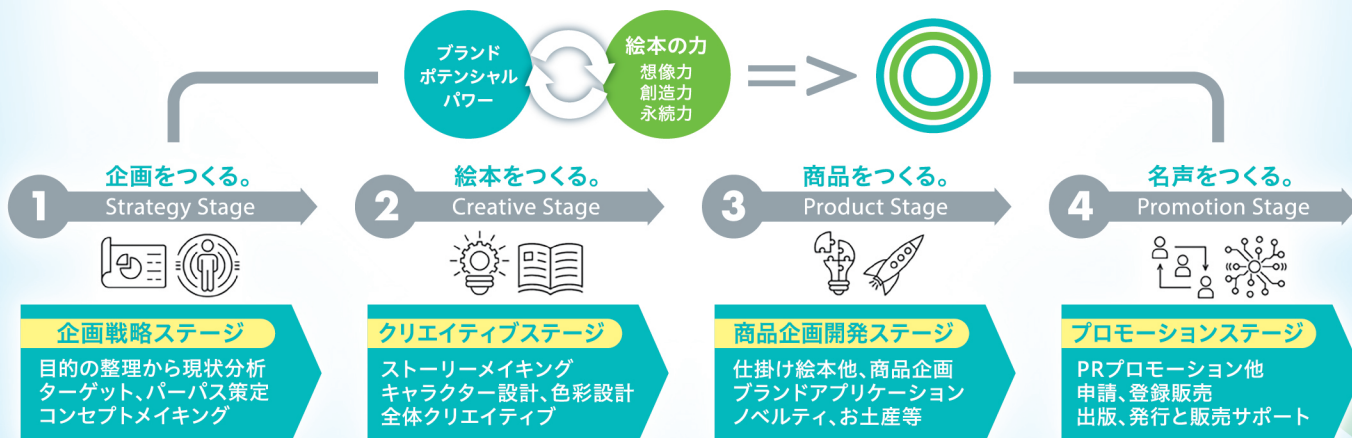
- 地域名産や取り組みを魅力的に伝えたい方
- 難しい商品やサービスをわかりやすく伝えたい方
- 地域の歴史をアプローチしたい方
- シビックプライドを醸成したい方
- 0からコンテンツを創り、スター商品としたい方
- まちおこし、地域活性化、観光誘致したい方

絵本コンテンツブランディング「EHONDEAR™」とは

地域や企業の持つ大切なブランドを絵本という普遍的で高付加価値あるものに創造し、持続的な価値を創っていくサービスです。
「親愛なる」「大切な」の意である「DEAR」と守り続けたい「ブランド」の価値を絵本で創造するコトバ「EHONDEAR™」。
ブランドの力×絵本の力で商品やサービスの魅力を創っていきます。

EHONDEAR™ STRUCTURE

ブランドの力×絵本の力=魅力的なコンテキストで持続的な価値を創造



EHONDEAR™の特徴

特徴1

ブランドパーパスから導き出されたストーリー戦略

特徴2

絵本のクリエイティブ開発と商品設計・製造

特徴3

商品開発からプロモーション、カスタム出版までサポート

詳しくは下のQRコードから



エ ホ ン デ ィ ア
EHONDEAR™
活用事例

茨城県桜川市様 『さくらがわ市のたからもの』

「西の吉野、東の桜川」と称される桜の名所、茨城県桜川市。この地域のブランドである野生種、山桜の魅力を小学校低学年の児童と保護者に伝え、地域愛着心の醸成と受け継がれる価値の尊さを絵本で伝えていきました。

市の総合戦略では、桜川市の個性と固有資源を活かした地域づくりを目指し「住み続けたい」「将来は戻りたい」というまちへの誇りや愛着を持つひとを育むことに力点を置き「日本を代表する山桜の里」の再生をうたっています。しかし出生率の減少に伴う自然減、及び若年層の転出超過により、人口の減少が続いています。対するこれまでの取り組みは、山桜の学術的側面や保全にまつわる話など機能的なアプローチが多い印象でした。そこで市の象徴である「山桜」は多くの可能性を秘めた「生きている市民の夢」「守るべきブランド」であると思い、絵本という情緒的なアプローチで伝えていきました。

個性的な
山桜との
原体験！



主役は「山桜」。山桜のパーパスは、永い歴史と野生種であるその個性から雄大な景観を生み出し、人々に強い誇りと穏やかな安心感をもたらすものであるように感じます。絵本の物語は、地元の子供と地域外の子供が一緒になり、桜川市の宝物、山桜の価値を探していきます。原体験の語りを入れながら、平安時代、紀貫之が詠んだ和歌の話や野生種ゆえの多様性もユニークに伝えていきます。子供たちは多くの発見を得ながら、山桜の魅力にはまっています。そしてこの絵本を通じて、山桜や里山を守っていくことの大切さを伝えていきます。

和歌山県一般社団法人南紀白浜観光協会様 『七湯からのおくりもの』

「南紀白浜といえば、ビーチリゾートとパンダ!？」という声をよく聞きます。実はこの白浜温泉は『日本書紀』や『万葉集』にも登場した日本三古湯の一つ。斉明天皇をはじめ、古くから皇族や貴族が訪れた温泉地であり、源泉の保有数も多いのです。しかしその事実は、観光客他、地元民にも浸透しているとは言い難かったため、観光振興及び地域活性化を目的に、小学生に向けた温泉歴史ファンタジーの絵本を作りました。

温泉
おばけと
大冒険！



主役は「七つの湯」。この白浜温泉のパーパスは、1360年以上の歴史を感じながら名湯につかる感慨深さと情緒をもたらすものであるように感じます。その個性は火山が近くにないにもかかわらず、高温のお湯が湧く熱源。地下深くに太平洋から潜り込んだプレートからにじみ出た高温の水分子だそうです。絵本の物語は、7人の温泉のおばけ(精霊のキャラクター)が子供たちと温泉の歴史を大冒険。

温泉の不思議が時間と共に明らかになっていく学びの多い内容です。