令和6年11月1日発行

令和６年10月11日(金)に、「ストリートファイターのコンテンツを活用したまちづくり」第１回ワークショップを開催！行政の取り組みだけでなく、市民や地元企業を広く巻き込んだストリートファイターの活用によって、市民やファンと共に盛り上がるためにはどのようなまちづくりを目指せばいいのか、を話し合いました。

初回はストリートファイター６のプロデューサー松本 脩平さんをゲストにお迎えして、３つのグループに分かれ、具体的なコラボ施策やコンテンツを活用したまちづくりの将来ビジョンを議論し、初回から大いに盛り上がりました。

開会の挨拶

亀田市長

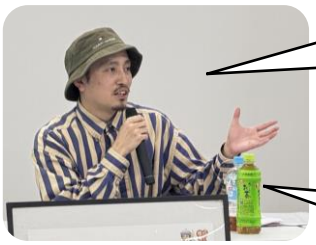
わくわくするようなまちづくりを
是非、皆さんと一緒に！

ストリートファイター6について

松本プロデューサーから、スト6の展開戦略や反響が良かった取り組みなどを語っていただきました。
《課題》ストⅡは知っているけどスト6を遊んではない。
→ 複雑な操作性を工夫し誰でも遊べるように。
→ 従来のファンも、新規のファンも一緒に楽しめるように。
⇒ その結果、配信者やインフルエンサーによる拡散が促進。
→ ストーリーのあるコラボづくりで露出を増加させるため、ゲーム発売の3年前から仕込みを開始。
⇒ ペルソナに合わせてアプローチ。

ストリートファイターとの連携実績と今後

橿原市の課題や、ストリートファイターを活用した取り組みを改めて紹介しました。
《課題》
・宿泊客や観光消費額が少ない。
・まだ点と点の展開で周遊につながっていない。
→「観る」「楽しむ」「食べる」「買う」仕組みが必要。
→ 2025年の大阪・関西万博や2026年の世界遺産登録に向けて、さらに取り組みを進めていきたい。



ストリートファイター6
プロデューサー　松本 脩平さん

折角良いことをやっていても、しっかり伝わらないと意味がない。

2026年までに衣食宿すべてのコラボを展開したい。

？カプコンとの包括連携協定とは？

令和４年８月、株式会社カプコンと橿原市が包括連携協定を締結。カプコンの「ストリートファイター」を活用し、橿原市の地域活性化を図ろうという協定です。
カプコンの創業者である辻本会長が橿原市ご出身というご縁から始まりました。30年前の'95年のロマントピア藤原京ではキャラクターを活用したアニメを提供していただき、さらに本協定が締結されてから以降様々な取り組みを橿原市内で行っています。

©CAPCOM

ワークショップの様子

ストリートファイターと親和性がある来訪者はどのような方々か。
松本プロデューサーにお話しをいただきながら、以下2つのテーマについて案出しを行い発表いただきました！
① 具体的なコラボアイデア　② ストリートファイターのコンテンツを活用した「将来ビジョン」について

橿原市来訪客のペルソナ像

①45歳男性
関西在住・家族連れ
⇒ 自身はストⅡ世代、こどもはスト6世代。親子2代で楽しめる。親には過去の設定画やピクトっぽいデザインなどが刺さる。

②28歳(男女問わず)
関西圏外から訪問・友人と
⇒ 今一番アクティブなスト6プレイ世代。スタイリッシュなスト6の世界観や新キャラ、ここでしかできない体験などに敏感に反応。

③33歳(男女問わず)
海外から・夫婦で
⇒ 2026年の世界遺産登録等世界から注目されるタイミングで市として狙いたい層。楽しみ方としては②と近しいが、訪問や言葉のハードルに配慮が必要。

各グループの発表内容のまとめ

リュウグループ

アイデア
・「楽しむ」カテゴリの案が多数：ハロウィンのパレードやコスプレなど。
・藤原京などの場所がゲームステージとして登場し、その実際の場所でコスプレなどをして楽しむ体験。
・コラボデザインのショッピングバッグを各店舗に展開して配布。
・電車・バスのラッピングや車内の音声案内をキャラクターボイスで実施。

ビジョン
・まずは「認知度」を上げる必要性がある。
⇒ ストファイをやっていない人やコラボを知らない人へSNSを活用してPR。
⇒ 映えによってYouTuberなどのインフルエンサーによる拡散を狙う。
⇒ 投稿の盛り上がりがわかるハッシュタグが必要。

春麗グループ

アイデア
・橿原市民に対して「ストリートファイターの街」という印象づけが必要。
⇒ 卒業証書、母子手帳、マイナカードのカバー、七五三の衣装など、市民が繰りかえし見るものや記念として記憶に残るものに取り入れたい。
⇒ 市民の意識の向上、取り組みを周知することによる観光客誘致にも繋げる。
・アンテナショップを作るという案と共に複数の具体的なコラボグッズ案がでた。

ビジョン
・市民がストリートファイターに対して愛着を持つことが一番大事。
⇒ キャラクターの銅像がある場所は何故選ばれたのかなど、コンテンツと橿原市の両側面から説明できるようになるのが理想。
・ストリートファイターとの連携スポットを増やす。
⇒ 市として発信したい場所には必ず銅像がある等。

ケングループ

アイデア
・コラボを知った人が目指す場所として「フラッグシップショップ(カフェ)」が必要。
・スト6ゲーム内のグラフィックを活かした装飾（バス停デザインなど）。
⇒ ゲームをしている人にはそれとわかるし、やっていない人もカッコイイと思える。
・コラボルームなどはメンバーから実現させたいという宣言も。

ビジョン
・ゲーム作品とコラボしている都市は世界的に見ても希少。
・橿原神宮前駅から橿原神宮までの道をにぎやかに！歩きたくなる街へ。
⇒ 使っていない施設の活用：銭湯でエドモンド本田のステージ再現。
⇒ シャッターを活用：スト6の世界観でアート制作。芸術短期大学コラボ。
・市民向け施策：ゲームを教育や交流に活用。

その他

〇市民や地元企業がコラボで何かやりたいという際に、相談の窓口や取りまとめの役割として「協議会」が必要では。
〇様々なアイデアや意見に対して、松本プロデューサーからも前向きなフィードバックが多数あり。
⇒ ゲームのオリジナルステージもストⅡなら比較的やりやすく可能性がある（？）。
⇒ 橿原市でしか遊べない限定ステージを作って「フラッグシップショップ」のような場で遊べるようにしては。
⇒ カプコンとしても素材など提供できるものは出していく。
⇒ 市民がコラボについて語れる状態に是非なってほしい。

©CAPCOM