

サムライ日本プロジェクト 三河国キャラクター ポス・トクガワ 携帯きせかえコンテンツ配信開始

(株)ノスとの提携により、ブランド公式カスタム(au/docomo)、カスモバ2.0(au)キャラパーク(docomo)からポス・トクガワ携帯きせかえコンテンツが配信開始
 配信日:5月4日スタート



(株)DDR代表取締役、安藤竜二が総合プロデューサーを務める、サムライ日本プロジェクトの三河国のキャラクター、ポス・トクガワが今回、(株)ノスとの提携により、携帯きせかえコンテンツとして配信される。

配信サイトは、ブランド公式カスタム(au/docomo)(<http://brandofficial-custom.jp>)、カスモバ2.0(au)(<http://kasumoba.jp>)、キャラパーク(docomo)(<http://kyara-park.jp>)。5月4日より配信開始となる。

サイトには、サムライ日本プロジェクト三河国から世界に発信しようと頑張っている地域企業の情報やサムロック商品情報も掲載される。これにより、幅広い層に地域情報の発信ができるようになる。

携帯のキャリアを介して、この携帯きせかえコンテンツから三河と全国が繋がり、三河のアピールになり、全国への発信が可能となる。

サムライ日本プロジェクトは、2006年1月1日に三河(愛知県東部)から立ち上がった、地域ブランドの新しい形である。三河から始まり、加賀、安芸、尾張、駿河と飛び火してきて、「地域を世界に発信する! 地域を元気にする!」をテーマに展開している。

ブランド公式カスタム



サムライ日本プロジェクトは、デザイン企画と、企業のブランディング等を行う、(株)DDR(愛知件岡崎市、安藤竜二社長、電話0564-65-7533、<http://www.ddd38.com>)が、デザイン、キャラクター、ストーリーをキーワードに、サムライのキャラクターをモチーフにして、各地方の企業が生産する、産品(食品、インテリア関連商品、衣服など)を全国へ発信するプロジェクト。地域の産品に同じ世界観のデザイン、ブランドが融合することにより、地域ブランドの新しい形としてマスコミに注目されている。商品開発、ブランディングを行い地域ブランドの育成と全国発信を行い、それを地域振興に役立てている。また、インターネットの利点を生かし、どこにいてもネットが接続できれば、その国の住人である事ができるという帰属性を利用した、地域ポータルサイトとしての一面も持ち、地方独自の情報や、情報発信なども備えたプラットフォーム型WEBサイトも展開している。

最大の特徴は、段階世代のジュニア達が、ちょっと懐かしむ様なキャラクター達の物語を、毎月11日にフラッシュアニメにて更新している。そして、産品を発信していく企業のコマーシャルムービーをキャラクターを使い製作、WEB上での発信、携帯電話での動画発信サービスなども行います。地域企業がこだわっているもの造りなどをアニメーションを使い、消費者に訴えていく。「地域を世界に発信する! 地域を元気にする!」をテーマにプロジェクトは日々拡大している。

現在までの参加国は以下の通り(順不同)
 三河国、尾張国、加賀国、安芸国、駿河国
 サムライ日本プロジェクトWEBサイト:<http://www.samurai-nippon.jp>

会社概要

1. 代表者: 安藤竜二
2. 設立: 2006/10/11
3. 資本金: 380,000円
4. 従業員: 4名
5. 業務内容: デザイン企画、企業のブランディング、商品開発etc...
6. 代表者経歴

老舗木材会社出身の異色のブランディングプロデューサー。「地域を世界に発信! 地域を元気に!」をテーマに、地域ブランド「サムライ日本プロジェクト」を主宰。ブランドとは顧客との約束である前に、顧客に如何に効果的に情報を発信するかであるという「実践的なブランディング理論」により地域中小企業をブランディング。2007年、経済産業省より「地域中小企業サポーター」として任命される。

この件に関するお問い合わせ先

株式会社DDRの安藤竜二(あんどうりゅうじ)までお願いします。

TEL:0564-65-7533(会社) E-mail:info@ddd38.com