

# 令和7年度杉並区魅力発信事業 実施報告書

---

施策実施期間  
令和7年11月1日～令和8年2月28日

# 実施施策概要：人気声優 島崎信長の声で楽しむ！杉並街めぐりマップ

アニメの街杉並に着想を得て、数々のアニメで声優として活躍する島崎信長さんにナビゲーターを依頼し、杉並区内を案内する**音声ガイド**を制作・配信いたしました。音声ガイドは全国どこからでも視聴が可能ですが、来街を促すため一部スポットの音声は現地を訪問しないと再生できず、再生することでスタンプを集められる仕組みにしました。  
※音声ガイド配信プラットフォーム『Pokke(ポッケ)』を活用しWEBブラウザ上にて配信

配信期間：令和7年11月1日(土)～令和8年2月28日(土)

音声ガイド収録スポット：杉並区内40か所 うち現地のみで音声能聴けるスペシャルスポット14か所

音声ガイドのない紹介スポット：杉並区内9か所



音声ガイドメインロゴ



ポスター・チラシ(チラシは裏面あり)

### 聴いて応募キャンペーン

音声を聴くだけでどなたでも応募いただけます

- 10名様：すぎなみギフトカード 2000円分
- 7名様：すぎなみグッズ 詰め合わせ
- 5名様：永福町大勝軒 おみやげラーメン

### 行って応募キャンペーン

区内14か所では現地限定音声を配信。現地へ行って音声を聴き、スタンプを集めるとさらに豪華な賞品に応募いただけます

- 4名様：5スタンプ賞 交流自治体南伊豆町 干物セット
- 4名様：10スタンプ賞 交流自治体南伊豆町 温泉メロンゼリー
- 4名様：コンプリート賞 高尾山温泉ペア入館券
- 4名様：人気声優 島崎信長さん サイン入り色紙 西武園ゆうえんち ペアチケット

参加者向けプレゼント応募キャンペーン

# 告知・情報発信

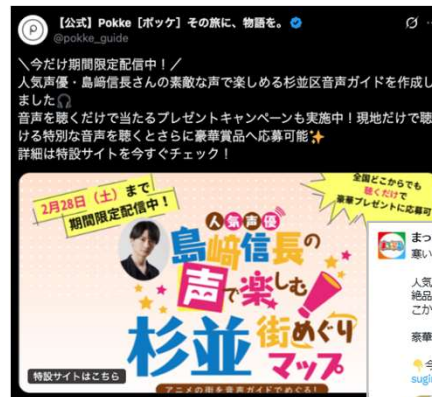
各広報ツールやメディアを用いて、杉並区及びその周辺地域を対象としたローカル告知と、Webを活用したオンライン告知、両方を実施し日常生活の中で杉並区との接点がない方にも幅広く当企画を認知いただけるよう努めました。

## =ローカル告知=

- ・チラシ(施設等での配架・ポスティング)
- ・ポスター掲出
- ・広報すぎなみへの告知記事掲載
- ・OGIBONへの広告掲載
- ・杉並区役所ロビーモニターにて島崎さん収録時インタビュー動画放映
- ・参加店舗(施設)による告知POP設置 ※ご協力可能施設
- ・2/14高円寺熱汁祭に合わせてイベントブース出展による告知

## =オンライン告知=

- ・X広告配信
- ・杉並区公式SNS(LINE、X、Instagram)
- ・東京三昧カレンダー 2025冬号
- ・Pokke公式X告知投稿
- ・まっふる編集部公式X告知投稿
- ・ことりっぷ公式X告知投稿
- ・まっふる会員向けメルマガ配信
- ・まっふるリンクアプリ プッシュメッセージ配信
- ・まっふるウェブ バナー掲出
- ・昭文社法人向けメルマガ掲載
- ・自治体通信Webサイト掲載/メルマガ掲載



# 告知・情報発信 ポスター・チラシ配架内訳

ポスター掲出箇所	B1判	A3判
西武鉄道7駅 (鷺ノ宮/下井草/井荻/上井草/上石神井/所沢/高田馬場)	7	
京王線10駅 (永福町/久我山/高井戸/西永福/浜田山/富士見ヶ丘/下北沢/吉祥寺/新宿/渋谷)	12	
東京メトロ丸ノ内線7駅 (荻窪/南阿佐ヶ谷/新高円寺/東高円寺/新中野/方南町/中野富士見町)	14	
杉並区内公共掲示板	3	200
各音声ガイドスポット		35
各交流自治体へ配布	13	53
アニメイト池袋本店	1	
合計	50	288

チラシ配架箇所	部数
京王線各駅	1,500
東京メトロ丸ノ内線各駅	800
杉並区内公共施設	1,390
「すぎ丸」車内掲出	150
アニメ&まんが聖地EXPO	300
すぎアニエキスポ	1,000
熱汁祭ブース配布	180
杉並区内ホテル	100
各音声ガイドスポット	1,820
ポスティング	11,587
昭文社関係先・その他	110
合計	18,937

## ポスティング① 専門業者配布

配布期間 12/25~1/8  
配布枚数 9,937枚

配布地域	部数
東京都杉並区和泉3丁目	3,250
東京都杉並区大宮1丁目	937
東京都杉並区高円寺北2丁目	3,125
東京都杉並区荻窪3丁目	2,625

## ポスティング② 昭文社による配布

配布期間 2/5~2/14  
配布枚数 1,650枚

配布地域
東京都世田谷区松原1丁目
東京都世田谷区松原2丁目
東京都世田谷区松原3丁目
東京都世田谷区松原4丁目
東京都世田谷区赤堤4丁目
東京都世田谷区赤堤5丁目
東京都世田谷区桜上水4丁目
東京都世田谷区桜上水5丁目
東京都世田谷区上北沢1丁目
東京都中野区中野3丁目

※専門業者による配布ではないため、地域内全戸網羅ではありません。  
杉並区との区境に位置する上記地域にかかるエリアに配布しています。→

## 音声ガイド数値結果 全体

人気声優 島崎信長の声で楽しむ！杉並街めぐりマップ 音声ガイド数値結果

配信期間 令和7年11月1日 10:00～令和8年2月28日 23:59 ※音声ガイドマップページ:<https://suginami.pokke.in/>

アクティブ  
ユーザー数

11,130

※音声ガイドマップページへ  
アクセスし、一定時間留まる、  
クリック等のアクションをした  
ユーザーの数

スタンプ  
1個GET数

180

スタンプラリー  
参加回数

1,230

※音声ガイドマップページ上  
「音声ガイドを聴いてみる」  
ボタンのクリック数

スタンプ  
5個GET数

86

音声ガイド  
再生回数

7,206

※全スポット合算の  
音声ガイド総再生数

スタンプ  
10個GET数

68

現地ガイド  
解放回数

904

※スペシャルスポット  
(現地限定音声)の  
音声ガイド総再生数

スタンプ  
コンプリート数

62

- ・音声ガイド再生回数は10,000を目標としておりました。残念ながら未達成となりました。
- ・上記はのべ件数です。スタンプラリー参加のユニークユーザー数は1,215人、音声ガイド再生のユニークユーザー数は972人となりました。一人あたり平均約7～8件の音声ガイドを再生している計算です。

# 音声ガイド数値結果 スポット別PV数／アクティブユーザー数／音声再生数順位

ページタイトル簡略版	PV数	アクティブユーザー数	音声ガイド再生数	音声ガイド再生数順位(通常spot)	音声ガイド再生数順位(SPspot)
トップページ(マップ)	14064	3175			
人気声優・島崎信長の声で楽しむ！杉並街めぐりマップ	1986	805			
東京工芸大学 杉並アニメーションミュージアム	927	249	92		5
高円寺氷川神社・気象神社	731	225	107		1
方南ローカルグッドブリュワーズ	720	211	73		13
MASSIMOTTAVIO	660	169	87		6
杉並児童交通公園	650	184	77		9
大田黒公園	643	201	83		8
座・高円寺(杉並区立杉並芸術会館)	641	199	100		2
武蔵野園	622	200	74		12
杉並区立郷土博物館	611	199	76		10
Aさんの庭	609	273	393	2	
ジェラテリア シンチェリータ	609	257	363	3	
荻外荘公園	589	166	84		7
都立善福寺公園	578	159	70		14
京王リトナード永福町	570	167	93		4
抱瓶	564	224	328	4	
下高井戸おおぞら公園	561	170	76		10
七つ森	549	233	394	1	
未来をつくる杉並サイエンスラボ IMAGINUS	502	172	96		3
大宮八幡宮	460	179	328	4	
POPPE	453	181	196	19	
木花日和	434	147	253	10	
Title	411	152	190	21	
焼き菓子malco	398	130	242	12	

ページタイトル簡略版	PV数	アクティブユーザー数	音声ガイド再生数	音声ガイド再生数順位(通常spot)	音声ガイド再生数順位(SPspot)
INAZUMA CAFÉ	373	139	167		23
ぼえむ MANO A MANO COFFEE	349	122	208		16
南北バス「すぎ丸」	343	133	257		9
井草八幡宮	335	125	265		8
ヨシダペーカリー	315	132	190		21
荻窪中華そば春木屋 荻窪本店	314	112	212		15
まるちゅう酒店	302	120	275		7
下井草商店街	302	113	195		20
物豆奇	298	108	159		24
角川庭園	289	128			
永福町大勝軒	270	91	300		6
麵尊RAGE	262	94	208		16
御天 井草本店	258	78	241		13
ハンサム食堂	248	95	156		25
東京女子大学 チャペル・講堂	239	76	223		14
「機動戦士ガンダム」モニュメント	233	81	243		11
グリーンズローモビリティ 荻窪駅西口停留所	212	87			
サンドイッチ カリーナ	205	72	197		18
久我山エリアの商店街	172	60	131		26
南北バス「すぎ丸」 さくら路線 桜上水駅入口停留所	120	58			
「機動戦士ガンダム」シャッター	118	54			
西武新宿線 上井草駅 ガンダム発車メロディー	104	40			
南北バス「すぎ丸」 けやき路線 児童交通公園入口停留所	90	38			
グリーンズローモビリティ 太田黒公園停留所	80	37			
グリーンズローモビリティ 荻外荘公園停留所	69	31			
南北バス「すぎ丸」 かえで路線 久我山駅停留所	52	25			

スペシャルスポットベスト3

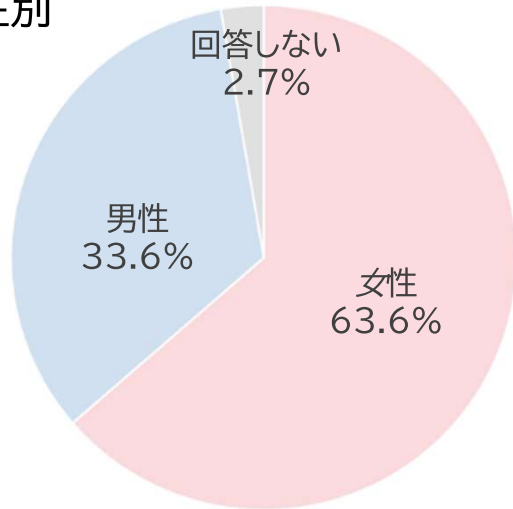
通常スポットベスト3

- ・スポット紹介ページのPV数自体はスペシャルスポットが上位に固まっており、区内でも注目されやすいスポットであることがわかります。ただそこから期間内に実際に現地を訪問し音声再生した数となると、通常スポット上位の1/3以下の数値に絞り込まれてしまいます。
- ・通常スポットにおいてはおおむねページのPV数順位と音声再生順位に相関がありますが、PokkeのXで紹介したスポットはPV数の割には音声再生順位が高く、Xからの直接誘導の効果が出ていました。また、Pokkeでの紹介をしていないにもかかわらず、「すぎ丸」はPV数の順位と比較して音声再生数が上位です。区内の移動手段として具体的な関心を持ち、ガイドを聴いてみようとした方が多かった可能性があります。

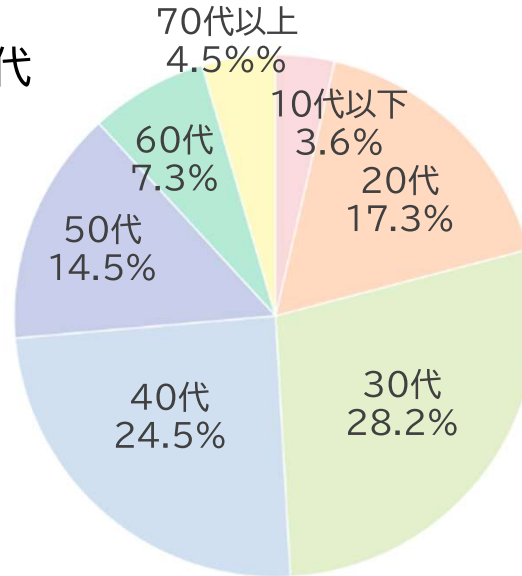
# キャンペーン応募者アンケート結果：聴いて応募（音声を聴くだけで全国から応募可）

応募総数:110

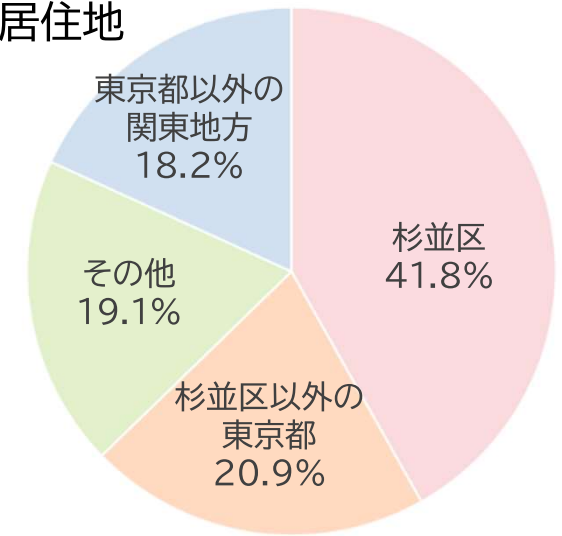
## ■性別



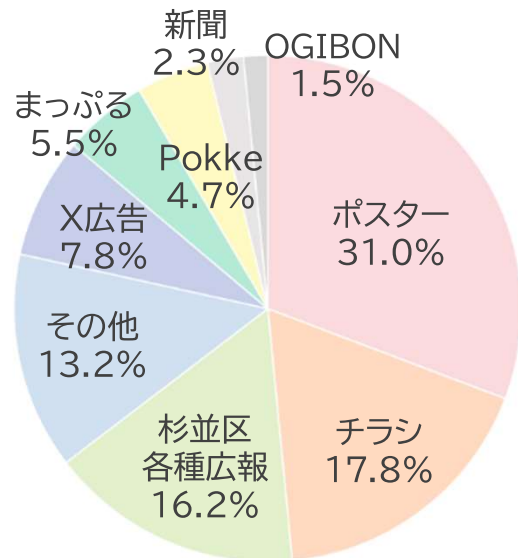
## ■年代



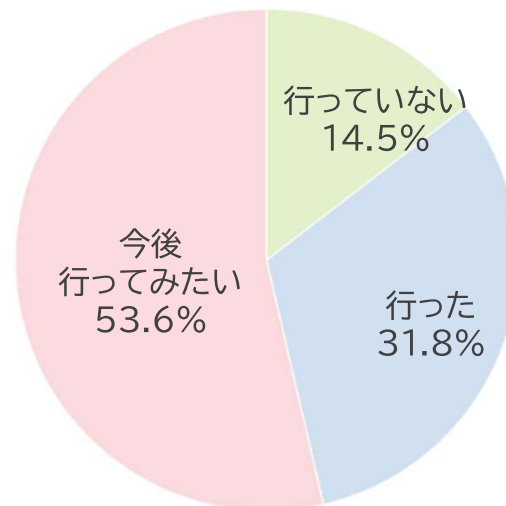
## ■居住地



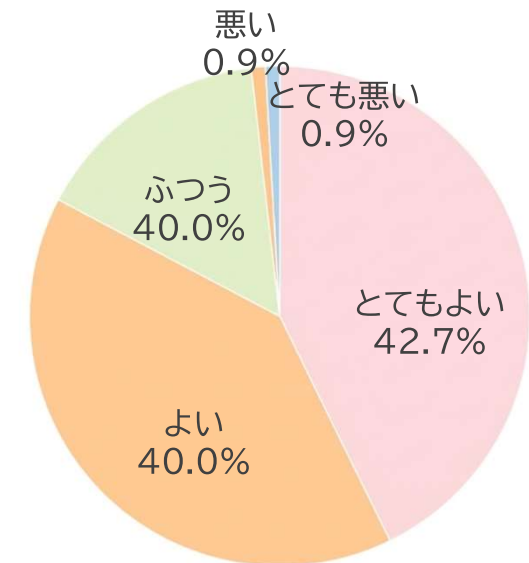
## ■音声ガイドを何で知りましたか？



## ■音声ガイドを聴いて興味を持ったスポットへ実際に行きましたか？



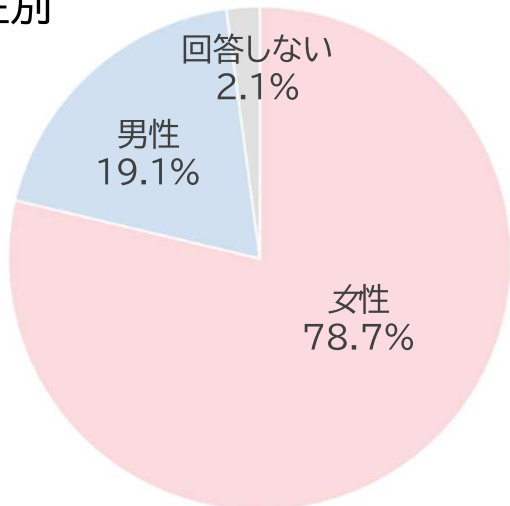
## ■音声ガイドへの評価



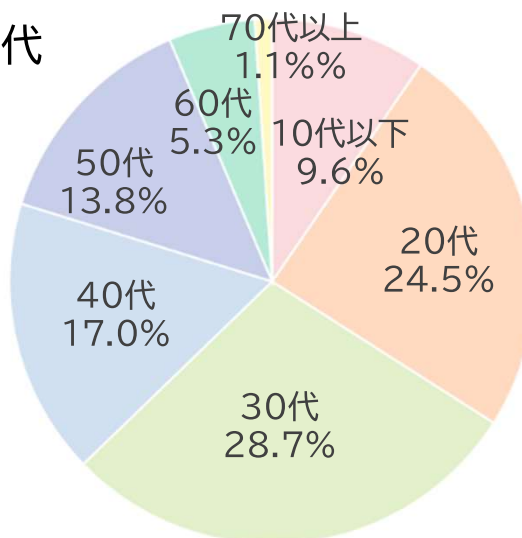
# キャンペーンアンケート結果：行って応募（現地限定音声を聴いてスタンプを集めて応募可）

応募総数:94（内訳 5スタンプ賞:24／10スタンプ賞:10／コンプリート賞:60）

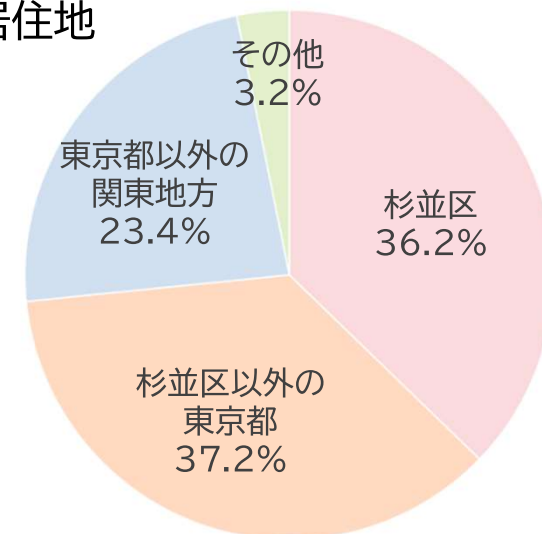
## ■性別



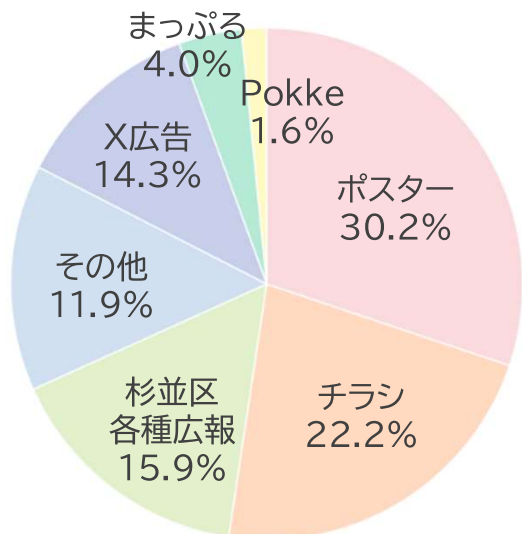
## ■年代



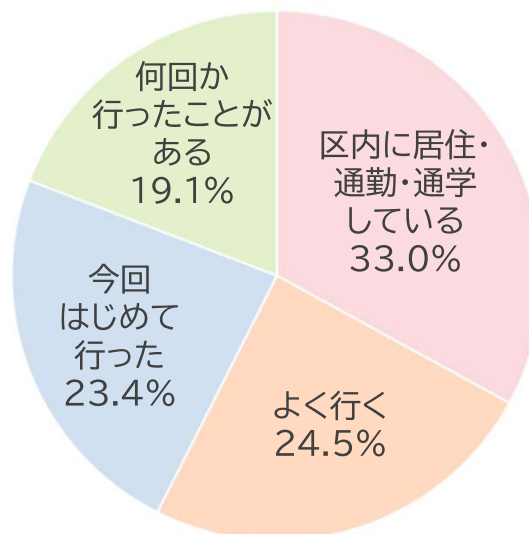
## ■居住地



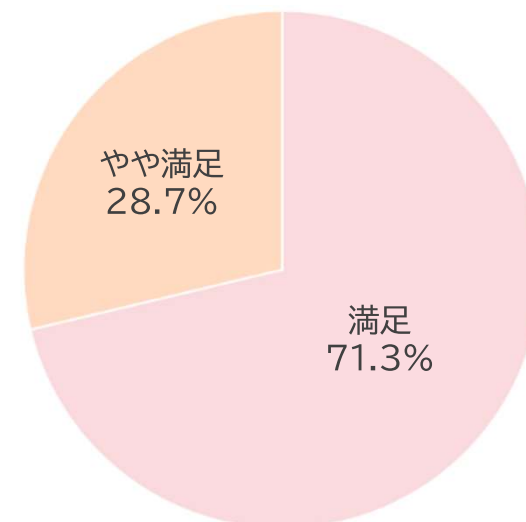
## ■音声ガイドを何で知りましたか？



## ■今回の音声ガイド企画より前に杉並区へ行ったことがありましたか？



## ■音声ガイドへの評価



# キャンペーンアンケート結果：応募者からのコメント

## ★今後区で実施してほしい企画への回答 一部抜粋

- ・なみすけ好きなので沢山イベントをやって欲しいです。 ・なみすけ全面推しのイベント
- ・アニメーション関連での飲食店コラボ ・アニメーターさんに作画を教えてもらえるイベント 有料でもよいので大人向けに開催してほしい
- ・アニメの町で声優さんやアニメーターの実演を見る機会や体験できる企画があると嬉しいです。
- ・高円寺で行ってる謎解きイベントのようなものが他の地域でもあるとうれしいです！ ・街歩き謎解きイベント
- ・関東バスで回れる範囲で徒歩が少なめのルートがあれば1日乗車券で楽しめると思いました。  
また、アニメの制作会社などに特化したものがあると楽しいと思いました。
- ・今回の音声ガイドラリーはどちらかという大人向け？のような感覚もあったので、子どもも楽しめるようなラリーがあると、家族のお出かけのきっかけになると思いました。イメージとしては、JRがやっていたポケモンスタンプラリーのような形です。

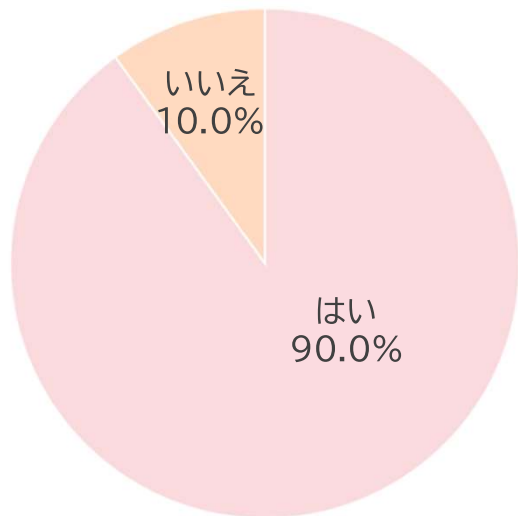
## ★この音声ガイドへの感想 一部抜粋

- ・行ったことがある場所でもまた行きたくなかったし、杉並区でこういうイベントは珍しかったからまたやってほしい
- ・好きな声優さんの音声を聞きながら知識が深まるのは凄く良かったです。今まで以上に杉並区が好きになりました。
- ・好きな声優さんを通して、自分の住んでいる地域のことを知れてとても面白かったです！
- ・現地に行かなくても参加できる音声ガイドは、自宅のリラックスタイムにステキな音声で杉並区に遊びに行ったような気分が味わえてとても良かったです。サブカルやグルメなど、気になりスポットがたくさんありました！  
現地でのリアルイベントも参加してみたいですが、今回のように自宅からも楽しめる企画があったら嬉しいです。
- ・島崎信長さんのポスターが目についてたまたま知ったイベントでしたが、知らなかったお店に行くきっかけになったりしてなかなか良かったです。
- ・お散歩は好きだが、その際の目的地となる場所には偏りがある。今回の街めぐりは分野の異なるスポットがあったので、自ら訪れることがない場所に出向き、説明を音声で聞き、実際に目で見て新しい発見があり楽しかった。
- ・島崎信長さんのファンでスペシャルスポットのボイスが聴きたくて参加しました！  
初めて出会う杉並区の色んなスポットに行くのがとても楽しかったです！ また開催してください！
- ・スタンプラリーはよく見聞きしますが、音声のものは初めてで新鮮でした。
- ・私は都内在住だったため日程を分けて参加することができましたが、地方在住の方や、限られた時間しか取れない方にとっては、そもそも参加自体が難しい企画だと感じました。※現地限定音声・行って応募企画についてのご意見
- ・ガイドがお堅い。せっかく島崎信長を使うのだから、もっと色々やってほしかった。もう少しふざけてもいいと思う。
- ・楽しくできましたが、やり方が分からず、娘に聞きながらやりました
- ・スタンプを集めて特典の応募とおしたら、idを聞かれ、コピーしてないなと思ってページが戻れなくなり、スタンプのデータが消えて入れ直したり、少し使いづらかった

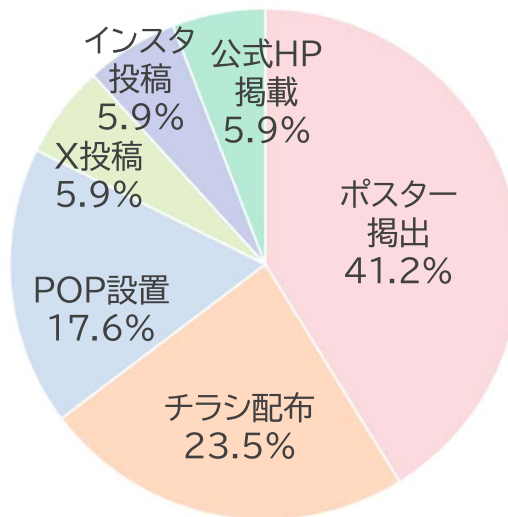
# 音声ガイド参加施設・店舗アンケート

回答総数:10(全36事業者中)

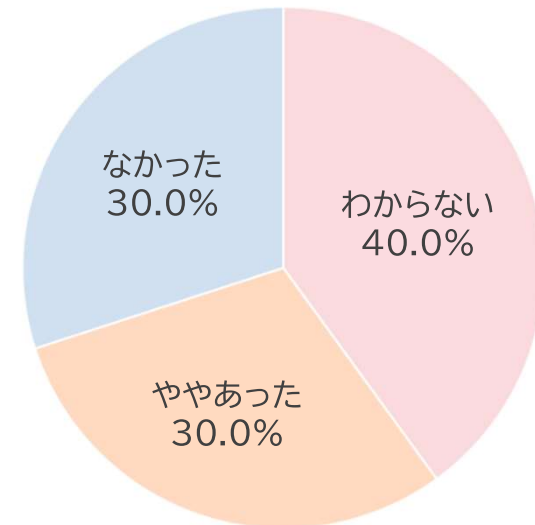
■音声ガイドの告知を実施いただけましたか？



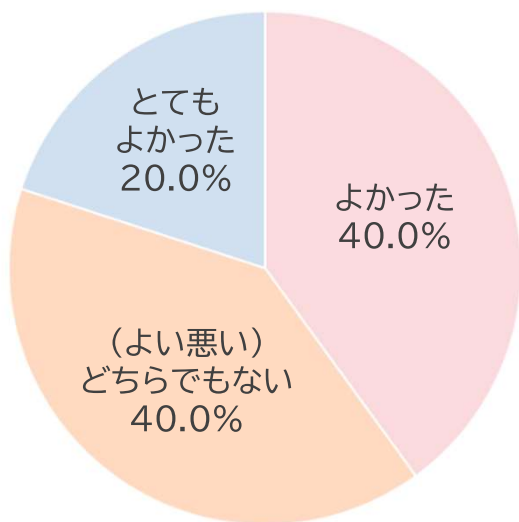
■具体的にどのような告知を実施いただけましたか？



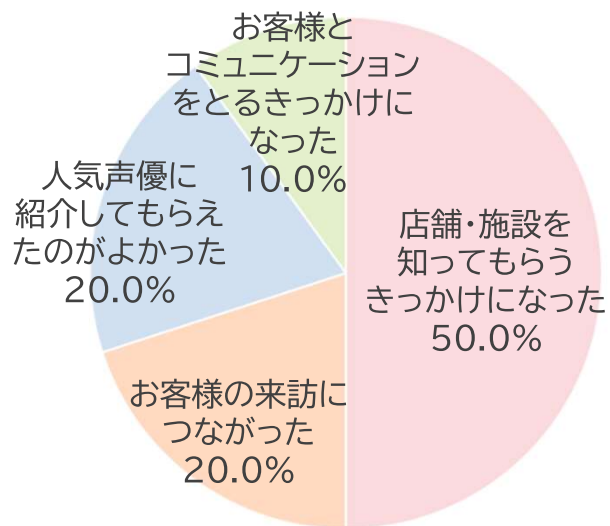
■音声ガイドにご参加いただいたことでお客様からの反響はありましたか？



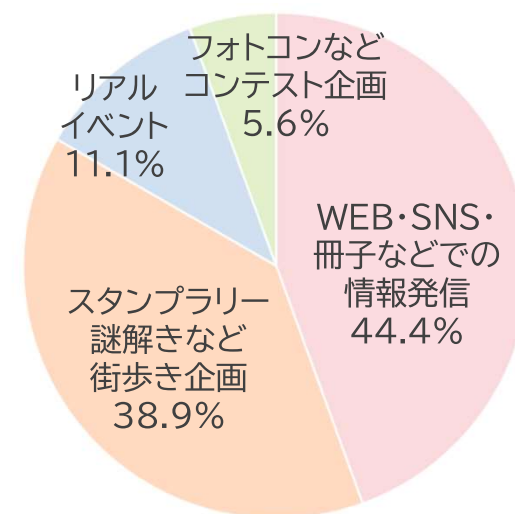
■音声ガイドスポットとしてご参加いただいたご感想はいかがですか？



■「とてもよかった」「よかった」の理由は何ですか？



■今後区に実施してほしい企画・イベントは何ですか？



## 認知経路

- もっとも音声ガイドの認知につながったのは「ポスター」「チラシ」で聞いて応募・行って応募ともにこの2施策が全体の半数以上を占めました。区内公共施設や各音声ガイドスポットのほか、区外駅でのポスター掲出やチラシ配架、また隣接区へのチラシポスティングも実施したため、区内のみならず杉並区近接地域の方へも訴求ができました。
- まっぴる、PokkeのSNS等による告知により遠方地域からの聴いて応募キャンペーン参加も見られました。

## 参加・応募者傾向 (行って応募)

- 聴いて応募よりも女性比率が高く、年代も10～20代のより若い参加者比率が高くなりました。声優ファン層と重なっているようです。
- 杉並区からの応募が最多ですが、声優のサイン色紙が当たるコンプリート賞においては杉並区以外の都内在住者の応募が最多となりました。区外から今回の企画をきっかけに初めて杉並区を訪れた方も全体の23.4%おり、人気声優を起用することで区外からの来街への強い動機付けを実現できたといえます。

## 音声ガイド再生数

- 音声ガイド再生数は残念ながら目標数値未達となりました。
- 行って応募と聞いて応募の応募数が拮抗していることや、土日や年末年始に音声ガイド再生数が伸びた傾向から“いつでもどこでも音声ガイドが聴ける”ことが本企画の大きな特長でしたが、実際には具体的なおでかけ行動と強く紐づけて活用されている方が多いことが推測されました。
- 声優ファンの口コミ効果による再生数増も狙っていましたが、声優公式からの告知が実現できずファンに浸透しきらなかった部分がありました。

## 参加施設・店舗

- 高い割合で参加施設・店舗には企画の告知協力を得ることができました。
- お客様からの反響有無は「わからない」が最多、参加の感想としても「どちらともいえない」が「よかった」と並んで多くなりました。景品表示法の観点から、来店を条件とするキャンペーン企画が今回難しかったという課題もあり、参加施設側としてはどの程度本企画が来訪に繋がっているのかの実感が持ちづらかったと思われます。どのような組み合わせで企画にかかわっていただくと実感を持ちやすいかは今後の課題です。

## 参加・応募者傾向 (聞いて応募)

- 男女比は女性がやや多め、年代は30代40代で半数以上を占めました。
- 杉並区からの応募者が41.8%、区外から58.2%とやや区外からの応募が多くなりました。区外応募は近隣都県からが多めではありますが、北は北海道～南は沖縄まで全国からの応募が見られ、広く杉並区のPRができました。
- ガイドを聴いて興味を持ったスポットへ「実施に行った」が31.8%と行動変容につながっています。「今後行ってみたい」も53.6%と潜在来街者の創出にもつながっています。

## 全体・今後に向けて

- 参加者の満足度は総じて高く、企画を楽しんでいただけたのは成功点です。
- 声優を巻き込んだ告知部分や、おでかけとより強固に結び付けつつ手軽な参加を促せる仕掛けづくりにはよりいっそうの工夫が必要です。
- ツールや参加方法のわかりやすさ、リアルな来街を条件としつつも1回の訪問で完結するような参加ハードルの低さを求める参加者からの声もあり、今後の企画時には考慮すべき点と考えます。