

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）アイチシュクトクダイガク	フリガナ）ビジネスガクブ	フリガナ）オオツカゼミナール
愛知淑徳大学	ビジネス学部	大塚ゼミナール

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）ユルチャンス	フリガナ）オカダ ユイ	3人
ゆるちゃんず	岡田 唯	

研究テーマ（発表タイトル）

軽視されるご当地キャラクターを合理的な政策にするためには

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的、狙いは、ご当地キャラクターを再評価し、新たな活用局面を発見することとする。世の中で有名なご当地キャラクターは、大きな経済的な効果をもたらしていると言われていたが、市町村が所持しているご当地キャラクターは、光が当たっていないキャラクターが数多く存在する。自治体が所有するご当地キャラクターは、本当に住民の税金を使用して行うべき活動であるのか疑問を持った。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

ご当地キャラクターは、本来は「ゆるいマスコットキャラクター」いわゆる「ゆるキャラ」と呼ばれていたものである。この概念は 2003 年頃にみうらじゅん氏が作成したものである。ゆるキャラが世間に知れ渡った時期は、ひこにゃんの著作権問題や、奈良県の公式マスコットキャラクターのせんとくんの可愛くない問題が叫ばれていた 2007 年頃からである。しかし、そのころには、扶桑社とみうらじゅん氏によって「ゆるキャラ」という言葉が商標登録されたため、ゆるキャラという言葉ではなく、ご当地キャラクターという言葉で使われるようになった。現在は、多くの自治体のご当地キャラクターを保有している。愛知県内で言うと、54 市町村中 42 の市町村で公認のご当地キャラクターを保有している。また、公認のご当地キャラクターに限らなければ、ご当地キャラクターが存在しない市町村はいないほど、浸透している。

3. 研究テーマの課題

ご当地キャラクターでは、世間一般的に有名なキャラクターしか評価されていないということが課題である。しかし、本当に有名なキャラクターしか効果がないのか。本研究では、日頃は評価されていないご当地キャラクター、普段は埋もれてしまっているご当地キャラクターを再評価し、新たな活用局面を発見することである。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

市町村へのヒアリング結果から、埋もれてしまっているご当地キャラクターにも効果があるということが分かった。

具体的には、conect,fun,money という3つの効果があると分かった。

Conect という部分では、ご当地キャラクターを保有している自治体と観光協会とのつながりや、ご当地キャラクターを保有している市町村と他のご当地キャラクターを保有している自治体とのつながり、そういった関係性を結ぶ役割がある。

Fun という部分では、ご当地キャラクターのイベントでは子供から大人までを笑顔にする、また、担当者までも笑顔にする役割があることが分かった。

Money という部分では、ご当地キャラクターのグッズ販売を行うことで、売り上げが上昇や、ご当地キャラクター関連で、特産品の売上上昇にもつながることができた。

そのため、現在のご当地キャラクターで視聴されている活用場面以外にも、新たな活用局面があると感じ、各市町村が抱えている問題をヒアリング調査、愛知県の統計データから各地域の特徴を割りだした。すると、各地域では、つながりの希薄化や地域に対して愛着が持てないという問題が生じていることが分かった。これらの問題にご当地キャラクターが少しでも貢献するのではないかと感じた。

そこで、ご当地キャラニュースとご当地キャラクターの貸し出しを推進という2つの提案を考え、それらを行うことによって、住民同士、がつながり、住民同士の関係性の希薄化という問題に貢献することができるのではないかと考えた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

本研究では、愛知県内の全市町村に直接ご当地キャラクターの政策意図や現在の活用状況、効果、今後の展望などについて直接話を伺った。また、実際に、ご当地キャラクターのイベントに行き、来場している消費者の観察調査を行った。また、大学生にご当地キャラクターの認知度調査を行った。すると、実際に26のご当地キャラクターの平均の認知度は知らないと答えた学生が87.6%に上った。しかし、ご当地キャラクターの効果を活用しよりご当地キャラクターを活用できる提案を考えたい。

6. 結果や今後の取り組み

今までの調査結果提案を元に各市町村に再度伺い提案を行っている。そこで得られたこととしては、ご当地キャラニュースでは、実際に稲沢市で行っていただくことが決定し、江南市でも行う方向性で検討をいただいている。

私たちが実際にご当地キャラニュースを行うことで、効果測定を行う予定である。

ご当地キャラクターの貸し出し推進も各市町村に提案を行って予定である。

7. 参考文献

- ・犬山秋彦、杉本政光(2012)『ゆるキャラ論～ゆるくない「ゆるキャラ」の実態』株式会社ポイジャー。
- ・大矢栄一郎(2009)『キャラクター総論』白桃書房。
- ・橋本 行史 (2015) 『地方創生の理論と実践』創成社。
- ・愛知県のヒアリングデータ

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限り、ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。