

# ゆるキャラのヒットと地域活性の関連性

2019-07-24

ち

## 概要

- 地方を世に広めるために誕生したゆるキャラ。発祥、ヒットした理由を見ていくうちに、ゆるキャラはヒットすればするほど、その地方を苦しめてしまう可能性があることが分かった。

## 目的

- 地方の良いところをたくさんの人に知ってもらうためには、ゆるキャラが伝えやすいと考え、ヒットしたゆるキャラの特徴を調べ、地域活性化を目指す。

# ゆるキャラグランプリ歴代王者

2011年 くまモン(熊本県)

2012年 いまばりバリエさん(愛媛県)

2018年 カパル(埼玉県)



可愛らしくユニークなフォルムかつ郷土愛のあるメッセージ性を併せ持つ！

## 課題

- 2012年度のくまモンのキャラクター収入は300億円と言われている。地元にとどまらず広く知らしめようと思われ、マーケティングを行っていった結果として、キャラクターばかりが先行し、地元や特産物の認知には、思うようにつながっていないのではないかといえる。
- 売り出し方を見つめ直さないと、ゆるキャラから剥離され、他と何も変わらないキャラクターになるということだ。ゆるキャラが永続的に地元の宣伝大使であるためにも、管理・継続していく必要がある。<sup>[5]</sup>

## 進捗状況

- ゆるキャラの特徴、定義を掴んだ。
- ゆるキャラブームの大まかな課題が見つかった。
- 他のキャラクターとの比較中。

## 今後の方針

- ゆるキャラの経済効果を深く調べる。
- 売れたゆるキャラとそうでなかったゆるキャラを比較して、地域活性化にどう影響したのか研究していく。

## 参考文献リスト

- [1]コトバンク、ゆるキャラ、閲覧日2019-07-23  
<https://kotobank.jp/word/%E3%82%86%E3%82%8B%E3%82%AD%E3%83%A3%E3%83%A9-188567>
- [2] [大友15] 大友信秀、ゆるキャラの発展に見る逆張りの進化、金沢法学57(2)、pp 189-194、2015-03-01
- [3]コトバンク、ふなっしー、閲覧日2019-07-23  
<https://kotobank.jp/word/%E3%81%B5%E3%81%AA%E3%81%A3%E3%81%97%E3%83%BC-190901>
- [4] [秋月10] 秋月高太郎、ゆるキャラ論序説、尚絅学院大学紀要(60)、pp 31-42、2010-12-01
- [5] [越川13] 越川靖子、キャラクターとブランドに関する一考察-地域振興とゆるキャラ発展のために-、湘北紀要(34)、pp161-176、2013-03-31
- [6]ゆるキャラグランプリ公式サイト、閲覧日2019-07-23  
<https://www.yurugp.jp/>