

## (1) ゆるキャラとは

近年、耳にする機会が多くなったゆるキャラという言葉。文字通り「ゆるーい」キャラクターであり、都道府県レベルのものから市町村レベルのものまでと、多様である。共通しているのは、その地域の特産物や観光資源をピックアップした、地域特有の風貌や設定であるという点だ。こういった特徴を持つゆるキャラは地域独特であり、ご当地ブームや町おこし、地域ブランドなどの地域活性化の試みの素材となる点で地域資源といえるのではないだろうか。

そのゆるキャラにも定義がある。「ゆるキャラ」という名称を、2004年11月26日に商標登録(第4821202号)したみうらじゅん氏はこう定義している<sup>1</sup>。まず、郷土愛に満ち溢れた強いメッセージ性があること。次に、立ち居振る舞いが不安定かつユニークであること。そして最後に、愛すべき、ゆるさを持ち合わせていること。

このみうら氏による定義の中にも「郷土愛に満ち溢れた」というように、「ご当地もの」であることが条件づけられている。なお、ゆるキャラグランプリでは企業のマスコットキャラクターなども参加を認められているが<sup>2</sup>、本稿では地方自治体が主体となり情報PR活動などに使用されているものをゆるキャラと定義し、昨今のゆるキャラブームとそれがもたらした経済効果、地域資源としての有効な活用について考察していく。

## (2) ゆるキャラによる経済効果の発生と戦略

人気が高まっているゆるキャラであるが、せんとくんやくまモン、ひこにゃんなどのように成功したものは少数派であり、大きな注目を浴びずに忘れられていくキャラクターも多くいる。つまり、いくらかわいいキャラクターが作れたとしても、成功は自治体の努力とビジネス戦略にかかっているのである。

まず、ゆるキャラによる経済効果が創出される過程について簡単に流れを追って説明する。はじめにゆるキャラがつけられ、地域や観光のPR活動によって全国的に知名度が上がっていく。知名度や人気上がるにつれ、テレビや雑誌などのメディアへの露出が増える。そうすると、その地域外、さらには都道府県外でのイベントなどにも出演する。さらに知名度が上がり企業が注目すると、ゆるキャラがパッケージに使われたり、モチーフとなり商品化されると、キャラクター使用料が自治体に入るという仕組みになっている。更に、有名になることでそのキャラクターの地元の間接的アピールにもなるため、経済波及効果は大きくなっていく。多くの自治体では商品価格の3%を使用料として徴収していて年間ですると数百万から数千万円にもなる。滋賀県彦根市のひこにゃんは市内でのグッズの売り上

---

<sup>1</sup>ORICON STYLE 2009/11/27 『「最近、俺がゆるキャラになってる?」みうらじゅんインタビュー』 <http://www.oricon.co.jp/news/71089/> (2013/12/26 閲覧)

<sup>2</sup>ゆるキャラグランプリオフィシャルウェブサイト <http://www2.yurugp.jp/about/> (2013/12/26 閲覧)

げが 2008 年は約 10 億円<sup>3</sup>、2009 年は約 8 億円にものぼり、2 千万円ほどが市の一般会計に繰り込まれた。

このように、キャラクターの使用料が経済効果の大部分であるように思えるが、一番大きな経済効果を生み出したといわれる熊本県のくまモンのキャラクター使用料は無料なのである。それであるにも関わらず、くまモンが過去 2 年間(2011 年 11 月～2013 年 10 月)に熊本県にもたらした経済波及効果を試算すると、1,244 億円となった<sup>4</sup>。

また、同じ期間において、くまモンがテレビや新聞に取り上げられたことによる広告効果は、90 億円以上と見積もられる。キャラクター使用料が最も大きな収入源であるように思えるゆるキャラであるが、使用料無料のくまモンがここまで成功したのはなぜか。その背景には、県庁ブランド推進課による「損して得取れ」という戦略がある<sup>5</sup>。先に述べたように、通常キャラクターを商用として用いる際には、イラストやロゴなどの商標を使う為に利用料を払わなければならない。例えば、滋賀県彦根市の ひこにゃんの場合、売り上げの 3%を利用料として支払う必要があり、愛媛県今治市のバリィさんも商品化する場合は 1 アイテムごとに契約料を払わなければならない。しかし、くまモンの場合はキャラクターの申請に対し許可が下りれば使用料を原則無料としていて、許可の条件は、「熊本県の PR につながるか、県産品の PR 促進につながる」ことである。これは織田信長の“楽市楽座”を手本としており、“誰でも自由に商売してもらい、経済を活性化させる”という熊本県庁くまもとブランド推進課の戦略<sup>6</sup>なのだ。キャラクターの利用料は入らず、損をしているように見える熊本県庁だが、熊本県全体でかなりの経済波及効果があるとみられているのだ。

### (3) ゆるキャラによる雇用の創出

今ではよく聞くようになった滋賀県彦根市は、新幹線の最寄り駅となる米原駅に、1 時間に 2～3 本しか新幹線が停車せず、交通アクセスの利便性には欠ける地域である。そんな彦根市で 2007 年に開催された、「国宝・彦根城築城 400 年祭」のキャラクターとして作られたのが、今となってはゆるキャラの代表格であるひこにゃんである。

国宝・彦根城築城 400 年祭は、当初目標を 21 万人以上も上回り、170 億円の経済効果<sup>7</sup>を生み出す結果となった。お城がメインとなるイベントであるために、当初は年齢層の高い来場客が想定されていたのだが、実際には 20 代 19%、30 代 27%、40 代 16%、50 代 17%

---

<sup>3</sup>47NEWS 2010/05/07 「ひこにゃん年収 2 千万円? 彦根市、使用料 3%に決定」  
<http://www.47news.jp/CN/201005/CN2010050701000625.html> (2013/12/26 閲覧)

<sup>4</sup>日本銀行熊本支店 「くまモンの経済効果」  
[http://www3.boj.or.jp/kumamoto/tokubetsu\\_chosa/20131226kumamon.pdf](http://www3.boj.or.jp/kumamoto/tokubetsu_chosa/20131226kumamon.pdf) (2014/1/8 閲覧)

<sup>5,6</sup>NEWS ポストセブン 2013/4/21 「くまモン経済効果 利用料フリーが成功し売上 500 億円の試算」 <http://news.livedoor.com/article/detail/7611673/> (2013/12/26 閲覧)

<sup>7</sup> JTB コミュニケーションズ 「国宝・彦根城築城 400 年祭特別展/企画・設営・施工・運営」  
<http://www.itbcom.co.jp/casestudy/clients/local-gov/400-1.html> (2013/12/26 閲覧)

と 20～30 代の来場者が多い結果となった<sup>8</sup>。さらに、この国宝・彦根城築城 400 年祭は 2,872 人もの雇用効果を生み出した。地方ほど深刻といわれる雇用状況なだけに、イベントの成功が雇用を増やす良い事例となった。

#### (4) ゆるキャラによる地域活性

今、日本各地の地方社会は、お金がなく、雇用も少ないために若者がどんどん出て行ってしまい、活気が失われ、過疎化が進むという悪い状況にある地域が少なくない。さらに、地方経済は逆境にあるというところも多々ある。

本稿で成功例として挙げた熊本県も、もともと逆境にあった。大変な財政難で、熊本知事も 1 年目は、給料を毎月 100 万円カットした<sup>9</sup>という。これほどに財政、雇用、活力的に危機的な状況にある地方自治体の状況を好転させるのにゆるキャラが一役買った事例を調査し、経済効果だけでなく雇用効果をも生み出すことが明らかになった。もちろんすべての事例が成功するわけではなく日の目を見ることなく忘れ去られていくものも多い。

経済効果をもたらすようになるには、自治体の人達の協力や努力、なにより地域住民の方の盛り上がりが大切になる。そのためには地域資源である観光資源や特産品の分析、地域コミュニティの再検討、地域特性の研究などが必要となる。こういった分析を積み重ねることによって内外からゆるキャラの人気を確保し、その地域への注目を集めることができる。それにより引き起こされるのは観光客の増加、地方自治体の収入増加、雇用の創出。つまり地域活性化である。ゆるキャラの有効な活用と戦略こそが今の地方の活性化に必要とされているのである。

---

<sup>8</sup> 彦根城築城 400 年祭経済効果測定調査 報告書

[http://hikone-400th.jp/news/2008/img/200803207\\_keizai.pdf](http://hikone-400th.jp/news/2008/img/200803207_keizai.pdf) (2013/1/8 閲覧)

<sup>9</sup> 蒲島郁夫 熊本県知事『行政の新フロンティア～くまモンの政治経済学～』

<http://www.pp.u-tokyo.ac.jp/seminar/2013-05-22/index.htm> (2013/12/26 閲覧)