

Jプログラム課題研究

ゆるキャラに関する一考察
—アンケート調査による分析—

名前：武 陽

学部：社会情報学部

大学：海南大学

指導教員：小竹裕人
野田岳人

目次

第1章 ゆるキャラとは

第1節 ゆるキャラの歴史

第2節 ゆるキャラの定義

第3節 ゆるキャラグランプリ

第2章 日本とゆるキャラ —アンケート調査による分析

第1節 調査の目的

第2節 調査の実施

第3節 調査の結果と分析

まとめ

終わりに

日本のゆるキャラに関する一考察

—アンケート調査による分析

1. はじめに

近年、日本では、ゆるキャラが注目を浴びている。日本のキャラクターは世界中に愛されており、多くの企業や地域活動の中で、キャラクターの姿が見える。最近、地域を盛り上げるために日本全国各地で次々と「ゆるキャラ」と呼ばれるご当地のオリジナルキャラクターが生み出され、彼らは、その愛らしいデザインとゆるさから、日本各地でブームとなっている。ゆるキャラは、特に着ぐるみの姿で、全国各地で開催される地域振興のための様々なイベントに、その地域の名産品や活動のPRに没頭している。また、FACEBOOK や TWITTER などの SNS を活用して PR 活動を行っていることも多い。

留学生として、日本での一年間は、ゆるキャラが常に目に入っている。日本に来る前に、このように多くのゆるキャラが存在するとは思わなかった。そのため、興味深いになってしまった。

しかし、ゆるキャラは、いったい何だろうか。それに、日本や日本人にとって、ゆるキャラはどのような存在なのだろうか。ゆるキャラの存在は日本にどのような影響を与えるだろうか。

そこで、本研究では、日本のゆるキャラを中心に、その歴史、定義及びゆるキャラグランプリを分析し、それに基づき、ゆるキャラに関するアンケートを実施することで、ゆるキャラは日本に存在している意義を考察していきたい。

2. ゆるキャラとは

2.1 ゆるキャラの歴史

ゆるキャラという言葉を生み出したのは、みうらじゅん氏であるということが一般的には通説になっている。犬山秋彦、杉元政光著者の「ゆるキャラ論」によると、みうら氏が着ぐるみを着たキャラに着目したきっかけになったのは日光江戸村のご当地キャラクターである「ニャンまげ」であったという。その後、北海道札幌市のみやげ物問屋「株式会社キョーワ」が制作した「まりもっこり」が全国で話題となった。ⁱ

2.2 ゆるキャラの定義

多くの方は、「ゆるキャラ」と聞いたら、すぐに複数のキャラクターを頭に思い浮かべるだろう。イベント、村おこし・町おこし、各種キャンペーン、地域の名産品のPRなどのように、多くの場所でゆるキャラを目にするようになった。現在、ゆるキャラと定義されるものの数は計り知れない。それでは、ゆるキャラとは、本来どのように定義されているのであろうか。

「ゆるキャラ」とは、文字通り「ゆるいキャラクター」の略称である。犬山秋彦、杉元政光によると「ゆるキャラは一般的にはっきりとした定義があるわけではない。」と、述べている。また、みうらじゅん氏は2006年にテレビ東京で放映された「TVチャンピオン ゆるキャラ日本一決定戦」という番組の冒頭で、下記のような「ゆるキャラ3ヶ条」を紹介している。

- 1 郷土愛に満ち溢れた強いメッセージ性があること。
- 2 立ち居振る舞いが不安定かつユニークであること。
- 3 愛すべき、ゆるさ、を持ち合わせていること。

ここに提示されるものは、どれも曖昧なものばかりであり、数値化はもちろん、客観的な評価基準は示しにくい。つまり「ゆるキャラ」には、はっきりとした定義が存在しないのだ。ⁱⁱ

2.3 ゆるキャラグランプリ

ゆるキャラグランプリとは、日本全国のご当地ゆるキャラの中から「ナンバーワンのゆるキャラ」を決定するために催されているイベントである。このゆるキャラグランプリは、以下のように述べている三つのテーマを掲げて実施される。

① 「ゆるキャラで地域を元気に！」

自治体、商店街、地域の観光協会などのキャラクターの参加をお待ちしております。

② 「ゆるキャラで会社を元気に！」

民間会社のキャラクターで、地域の活動に貢献している。または貢献したいキャラクターの参加をお待ちしております。

③ 「ゆるキャラで日本を元気に！」

ニッポンをアピールするために頑張っているキャラクターの参加をお待ちしております。

ゆるキャラグランプリは、2010年に第1回大会が開催された。ⁱⁱⁱこの大会は、「ゆるキャラまつり in 彦根～キぐるミさみっと～」に併せて開催されたものであり、参加するキャラクター以外でも投票が可能であり、携帯電話による投票部門と会場による投票部門の二つの部門で争われた。第1回大会で、携帯投票部門では滋賀県の「タボくん」、記名投票では滋賀県の「彦にゃん」が優勝した（グラフ1）。

2010年 グラフ1^{iv}

携帯投票				記名投票			
順位	出身	キャラ名	得票数	順位	出身	キャラ名	得票数
1位	滋賀県	タボくん	26,421	1位	滋賀県彦根市	ひこにゃん	356
2位	佐賀県唐津市	唐ワンくん	24,240	2位	滋賀県彦根市	ぎんにゃん	85
3位	岐阜県岐阜市	やなな	16,097	3位	岐阜県岐阜市	やなな	76
4位	愛知県名古屋市	はち丸	15,140	4位	滋賀県	タボくん	56
5位	福井県美浜町	へしこちゃん	15,048	5位	京都府京都市	鸞恩くん	51
6位	大阪府東大阪市	いしきりん	13,144	6位	愛知県名古屋市	はち丸	42
7位	京都府京都市	鸞恩くん	12,707	7位	兵庫県	はばタン	33
8位	千葉県成田市	うなりくん	11,055		大阪府大阪市	ブットンくん	

9位	滋賀県彦根市	ひこにゃん	10,041	9位	滋賀県守山市	もーりー	31
10位	愛知県稲沢市	いなっピー	8,592	10位	宮城県	むすび丸	28

また、2011年に主催者がゆるキャラさみっと協会に変更され、「ゆるキャラさみっと in 羽生」に併せて開催され、投票対象はグランプリにエントリーを行ったすべてのキャラクターへと拡大された。それに、投票はインターネットでの投票に一本化された。最終の結果では、349体のゆるキャラの中から熊本県の「くまモン」が優勝した（グラフ2）。

2011年 グラフ2

順位	出身	キャラ名	得票数
1位	熊本県	くまモン	287,315
2位	愛媛県今治市	バリィさん	245,238
3位	東京都国分寺市	にしこくん	174,079
4位	栃木県大田原市	与一くん	172,798
5位	愛知県名古屋市	はち丸・だなも・エビザバス	158,756
6位	埼玉県深谷市	ふっかちゃん	154,243
7位	福岡県北九州市	モモマルくん	126,583

8位	岐阜県岐阜市	やなな	115,866
9位	大阪府箕面市	滝ノ道ゆずる	110,900
10位	新潟県	レルヒさん	90,569

その後、2013年に第四回大会が開催された。この大会は、初めて企業枠が設けられ、これまで参加出来なかった企業のゆるキャラについても一定の条件を満たせば参加を認められるようになった。企業とその他部門はご当地部門とは別に集計が行われている。最終結果では、栃木県佐野市のさのまるが優勝した。また、企業・その他部門では、CO・OP共済（日本コープ共済生活協同組合連合会）のキャラクターであるコーすけが1位となった（グラフ3）。

2013年 グラフ3

ご当地部門				企業・その他部門				
順位（総合）	出身	キャラ名	得票数	順位（総合）	出身	所属	キャラ名	得票数
1位（1位）	栃木県佐野市	さのまる	1,204,255	1位（41位）	千葉県	CO・OP共済	コーすけ	69,720
2位（2位）	静岡県浜松市	出世大名家康くん	1,148,585	2位（57位）	熊本県	セルモグループ	セルモンキー	44,372

3位 (3位)	群馬県	ぐんまちゃん	752,789	3位 (58位)	東京都	ロイヤリティマーケティング	ポインタ	43,784
4位 (4位)	埼玉県深谷市	ふっかちゃん	425,694	4位 (73位)	福岡県	あるある City	べあ〜君	35,939
5位 (5位)	栃木県大田原市	与一くん	406,968	5位 (117位)	東京都	東京レインボープライド	トビー	22,466
6位 (6位)	神奈川県厚木市	あゆコロちゃん	404,644	6位 (131位)	東京都	明光ネットワークジャパン	ダルマはかせ	19,873
7位 (7位)	山口県	ちよるる	385,027	7位 (133位)	岐阜県	地域活性計画	ぴよこたん	19,765
8位 (8位)	福岡県	かわりみ千兵衛	361,104	8位 (134位)	埼玉県	アロハガス	パイプル君	19,659
9位 (9位)	静岡県磐田市	しっぺい	358,319	9位 (135位)	東京都	NTT ドコモ	ドコモダケ	19,655

10位 (10位)	島根県	しまねっこ	343,695	10位 (140位)	東京都	ラグベベ隊	C. H. Lion Rag baby	19,058
-----------	-----	-------	---------	------------	-----	-------	---------------------	--------

3. 日本とゆるキャラ —アンケート調査による分析

3.1 調査の目的

本調査は、ゆるキャラがどれくらい日本人（今回は特に群馬大学の学生）に浸透しているのか、また、なぜゆるキャラがこれほどにまで、有名かつ人気になったのかを調べるためである。そこで、ゆるキャラが地域の認知度や経済効果などにどれくらい影響を及ぼしているのかということもまた調査した。

3.2 調査の実施

今回は、2015年度群馬大学に入学した一年生計104名を対象として、7月22日ゆるきゃらに関するアンケート調査を実施した。その結果、回収回答数は100件で、中に有効回答数は100件である。このアンケートには、設問が26あり、普通の選択問題以外に、いくつか記述問題もある。

3.3 調査の結果と分析

ここで、アンケートの結果を分析していきたい。

質問1. 性別

性別	人数 (人)	割合 (%)
男性	36	36%
女性	64	64%

調査の対象の内訳は、男性が36%、女性が64%である。

質問2. 年齢

調査の対象は、18～20歳である。

質問3. 出身地

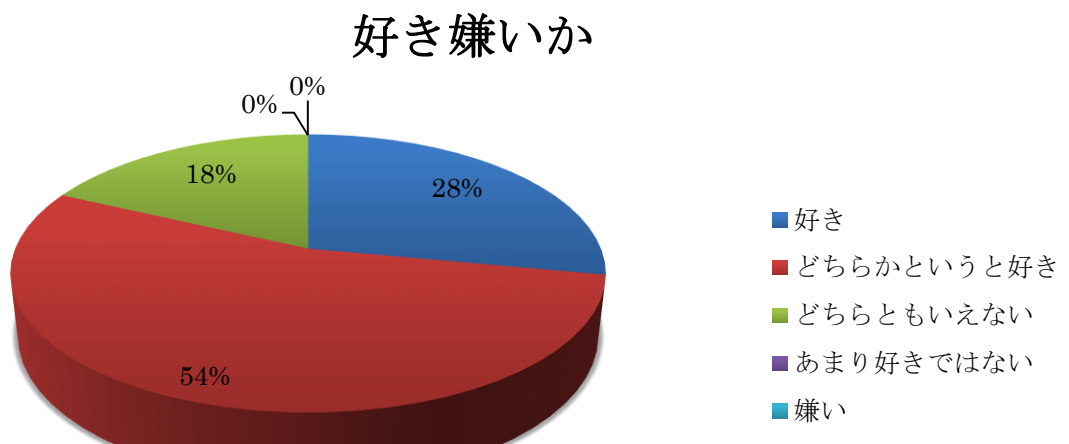
地方	県（都道府）	人数（人）	合計（人）	割合（％）
関東	群馬県	53人	74人	74%
	栃木県	8人		
	埼玉県	7人		
	茨城県	3人		
	千葉県	2人		
	山梨県	1人		
信越	長野県	8人	11人	11%
	新潟県	3人		
東北	秋田県	2人	5人	5%
	岩手県	2人		
	福島県	1人		
九州	大分県	1人	3人	3%
	長野県	1人		
	福島県	1人		
北海道		3人	3人	3%
東海	静岡県	2人	2人	2%
北陸	富士県	1人	1人	1%
近畿	兵庫県	1人	1人	1%

出身地が関東地方の人が74%と最も多かった。それに、信越地方の人が11%と続いた。

質問4. 出身地ゆるキャラの有無

回答	人数（人）	割合（％）
ある	97人	97%
ない	3人	3%

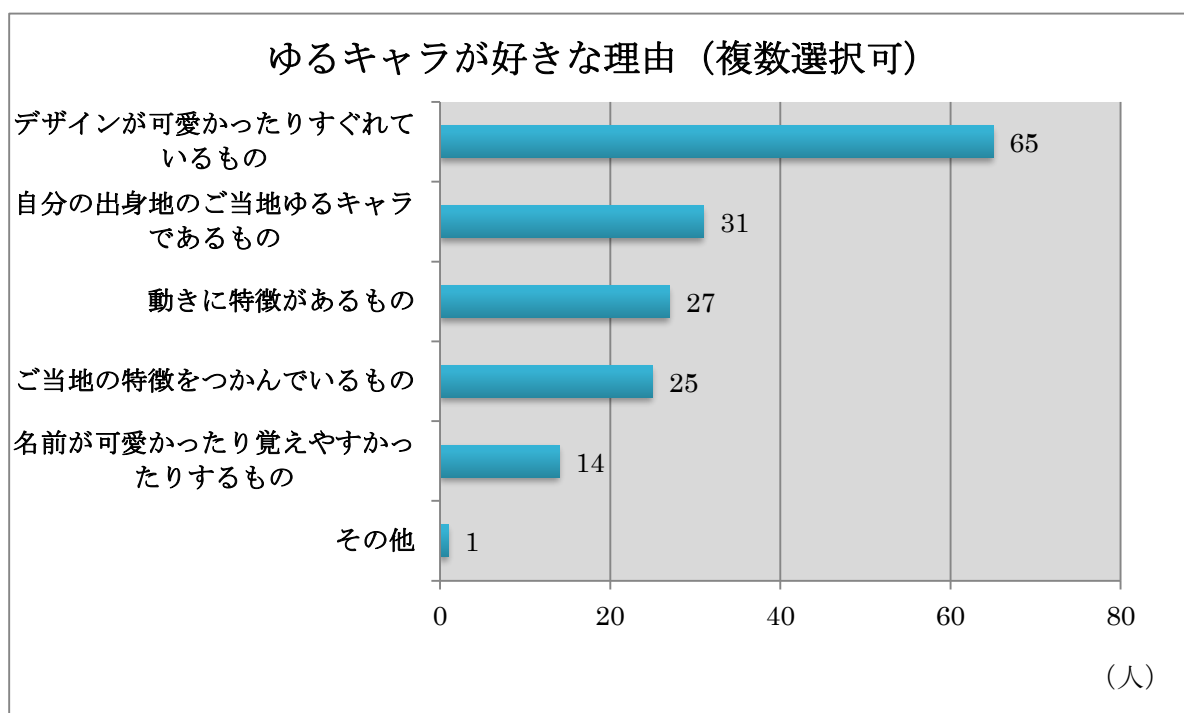
質問5. ゆるキャラが好きか嫌いか



「好き」と答えた人は28%、「どちらかという好き」と答えた人が54%、「どちらともいえない」と答えた人が18%、「あまり好きではない」「嫌い」と答えた人は一人もいなかった。このグラフを見ると約8割以上の人が、ゆるキャラが好きであることがわかった。

質問5で「好き」「どちらかという好き」と答えた人がどのような理由で好きなのかについて見てみよう。

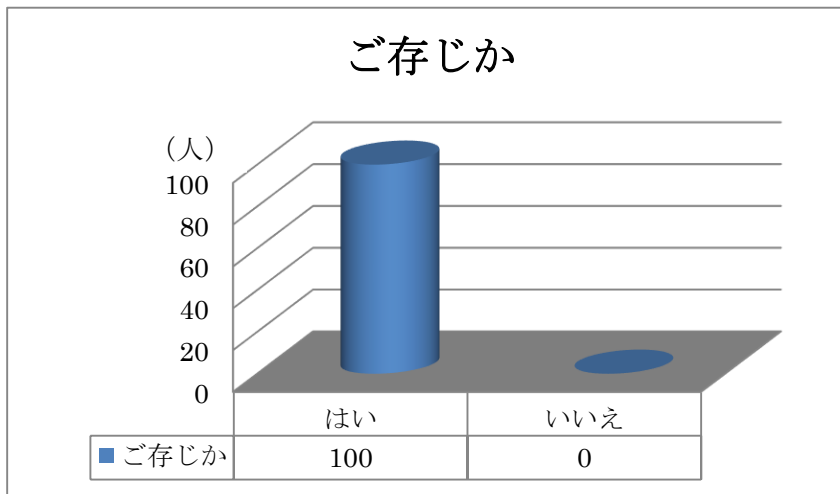
質問6. ゆるキャラが好きな理由



好きな理由は、「デザインが可愛かったりすぐれているもの」という回答が65人と最も多かった。それに、「自分の出身地のご当地ゆるキャラであるもの」という回答が31人と続いた。

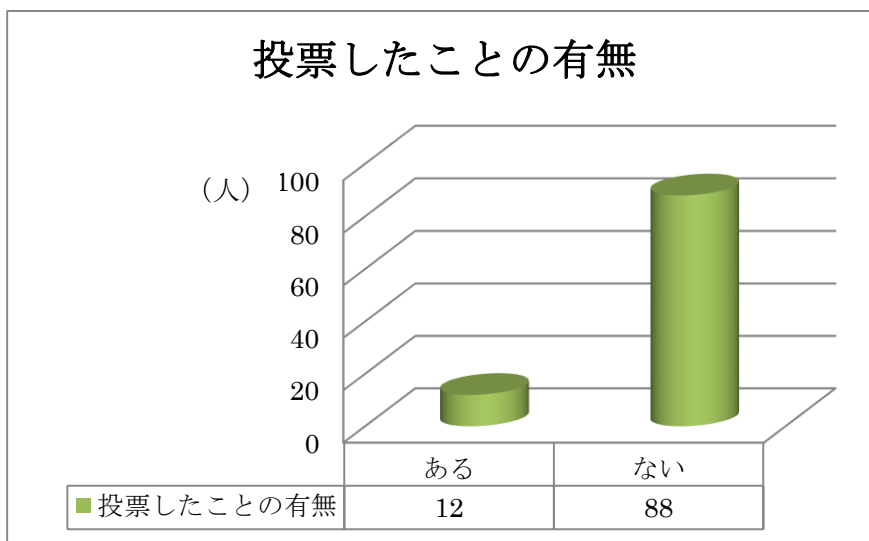
「その他」の理由としては、「自分の好きな芸能人が群馬のゆるキャラを持っていて、とても好きになったから」が回答されている。

質問7. ゆるキャラをご存じですか



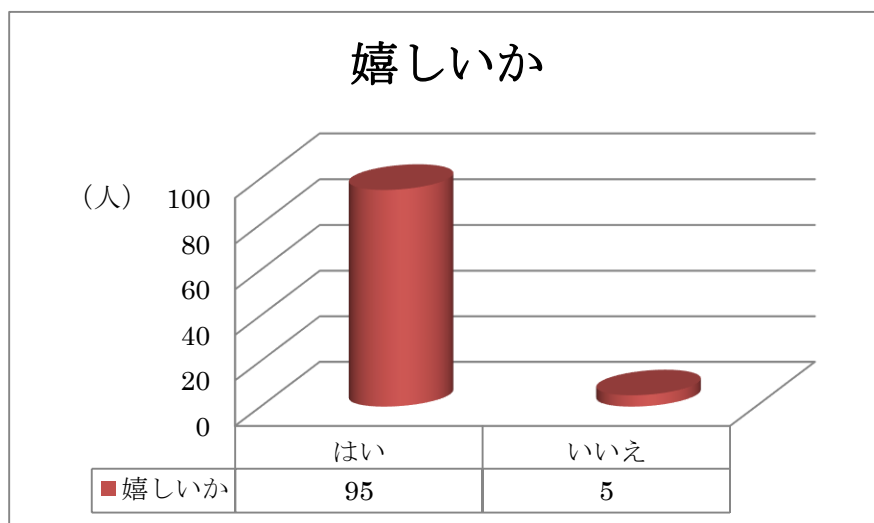
この質問では、「はい」という回答が100人で、調査対象の全員がゆるキャラをご存じであることが分かった。

質問8. ゆるキャラグランプリに投票したことの有無（質問7で「はい」と答えた人が対象）



この質問では、「ない」と答えた人が88人と多かった。質問7でわかったように、ゆるキャラの存在自体は知られているが、ゆるキャラグランプリの実際に投票した人は少ないというのは、意外な結果であった。

質問9. 地元のゆるキャラが投票で上位だと嬉しいか



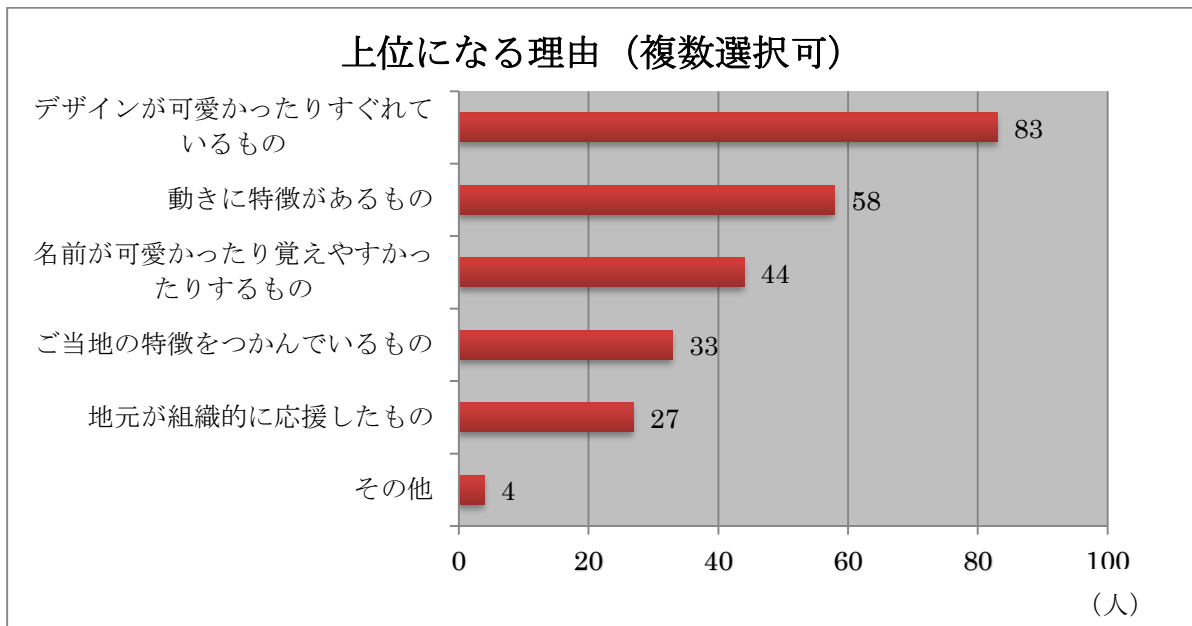
この質問では、「はい」という回答が95人と多かった。95%の人が地元のゆるキャラが投票で上位になると嬉しいことが分かった。この結果からゆるキャラが、各地域に深く関わっていると見えるかもしれない。

質問 10. 質問 9 で「はい」「いいえ」と答えた人がどのような理由があるのかについて見てみよう。

「はい」と答えた人は、地元のことを他都道府県の方々に知られる機会になり、その地域の知名度が上がり、注目されると考えられている。それに、地元のゆるキャラがその地域のアピールになる可能性があり、地域の活性化を図るかもしれないと思っている人もいる。

それに対して、他の5人は、特に興味を持っていない、地元のゆるキャラが話題になれないと考え、「いいえ」と答えた。

質問 11. ゆるキャラがゆるキャラグランプリで上位になる理由
(回答者が想像する上位になる理由について聞いてみた)

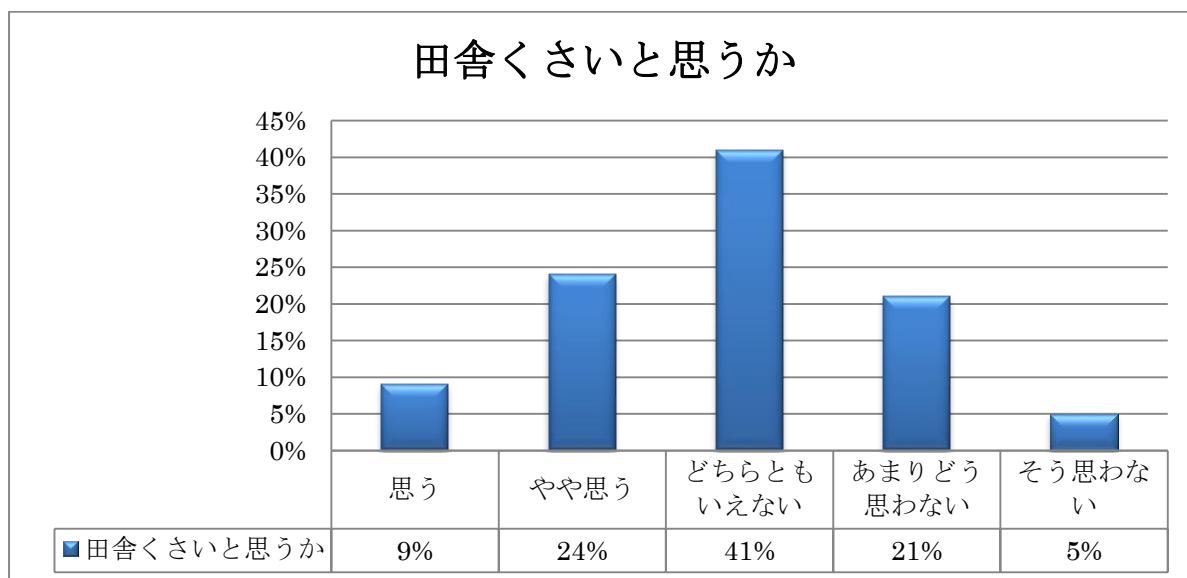


上位になる理由は、「デザインが可愛かったりすぐれているもの」という回答が 83 人と最も多かった。それに、「動きに特徴があるもの」という回答が 58 人と続いた。

「その他」には、「広告活動が成功したもの」「話せるもの」または「声が出るもの」という意見があった。

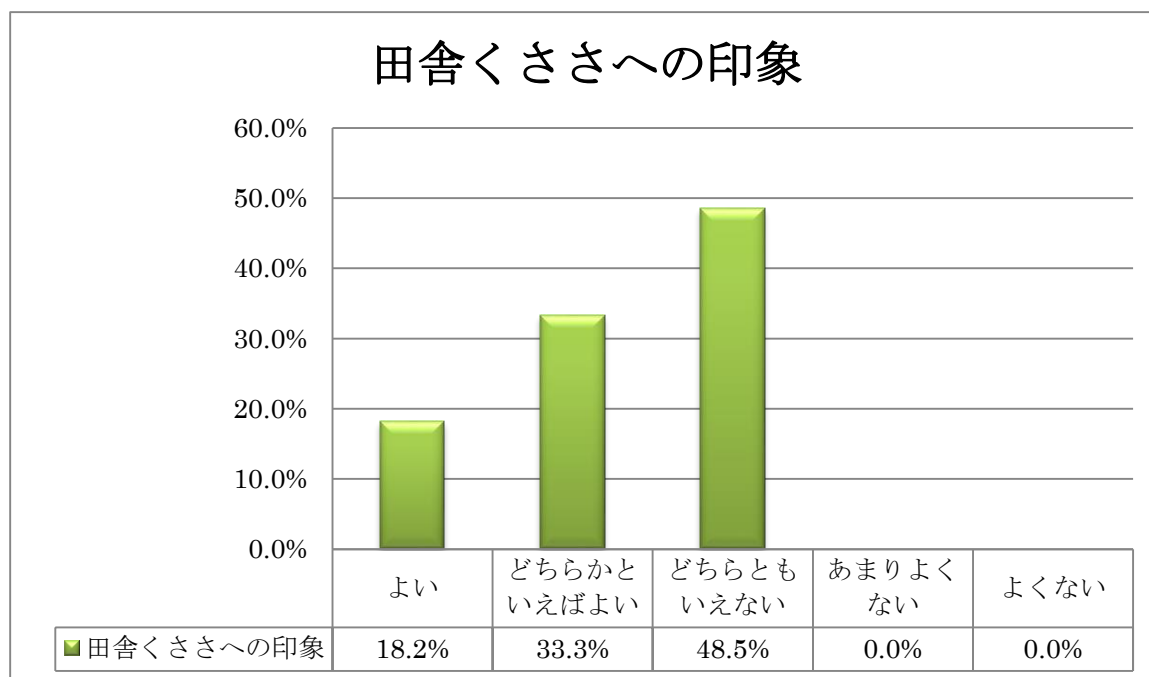
上記の質問 6 と質問 11 によると、ゆるキャラは地域に深く関わっているものが多いので、「自分の出身地のご当地ゆるキャラであるもの」という回答が最も多いのではないかと予想したが、デザイン性が重要であるということがわかった。たしかに、自分の出身地のゆるキャラが投票するとしたら、人数の多い地域のゆるキャラがゆるキャラグランプリで上位を占めるだろう。しかし、現実では、必ずしもそうではないので、この結果には納得がいく。

質問 12. ゆるキャラは地方自治体が一般公募で選んでいるものが多いそうだが、そのため、田舎くさいものが多いとも言われている。ゆるキャラが田舎くさいと思うか。



この質問では、「どちらともいえない」という回答が41%と最も多かった。次に、「思う」「やや思う」という回答が33%、「あまりそう思わない」「そう思わない」という回答が26%と続いた。

質問 13. 質問 12 で「思う」「やや思う」と答えた 33 人は、田舎くささへの印象



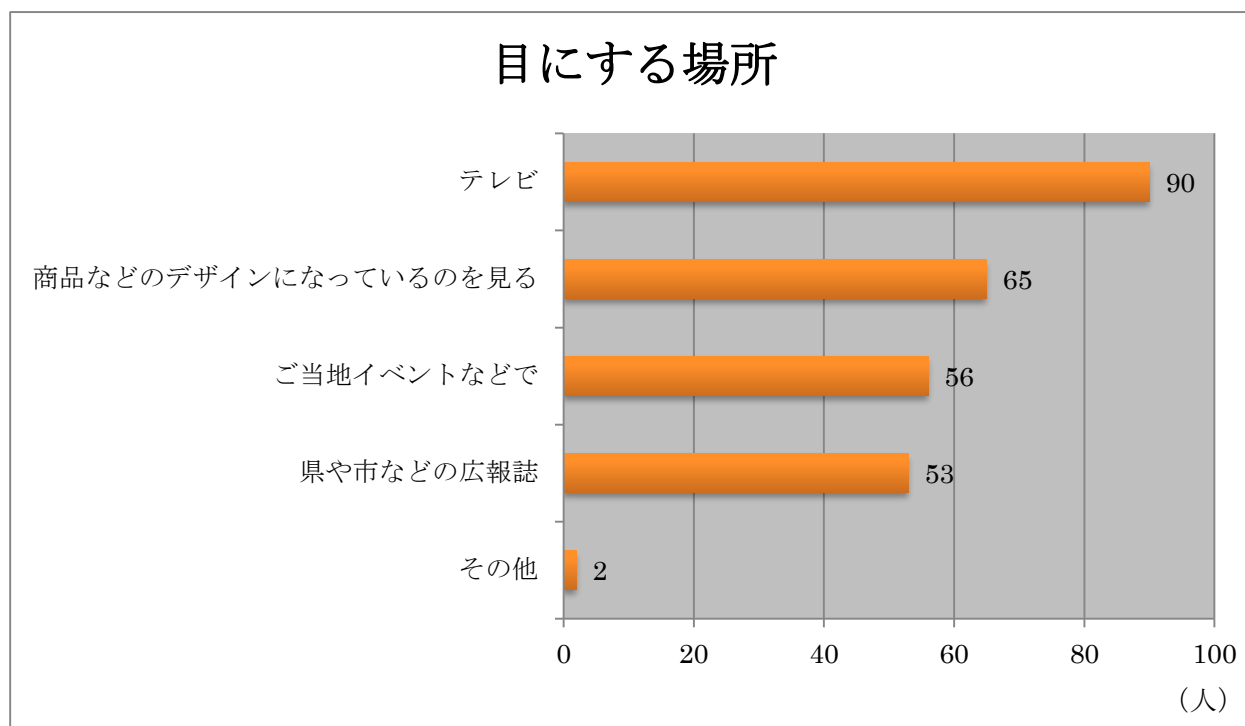
この質問では、「よい」と答えた人は18.2%、「どちらかといえばよい」と答えた人が33.3%、「どちらともいえない」と答えた人が48.5%、「あまりよくない」「よくない」と答えた人は一人もいなかった。このグラフを見ると51.5%の人が、ゆるキャラの田舎くささがよいと思っていることが分かった。

質問 14. 質問 13 で答えた人がどのような理由を持っているかについて見てみよう。

この質問では、田舎くささについて、「よい」「どちらかといえばよい」と答えた人は、田舎くささが地域特有のものとして、地元の特徴をつかんでいるのは逆に親近感や愛着を湧かせると考えられている。

一方、「どちらかといえばよい」と答えた人は、田舎くささはキャラによって差があり、それが持ち味になっているものとそうではないものがあると思うので、よし悪しをまとめて判断するのは難しいという意見があった。

質問 15. ゆるキャラをよく目にする場所



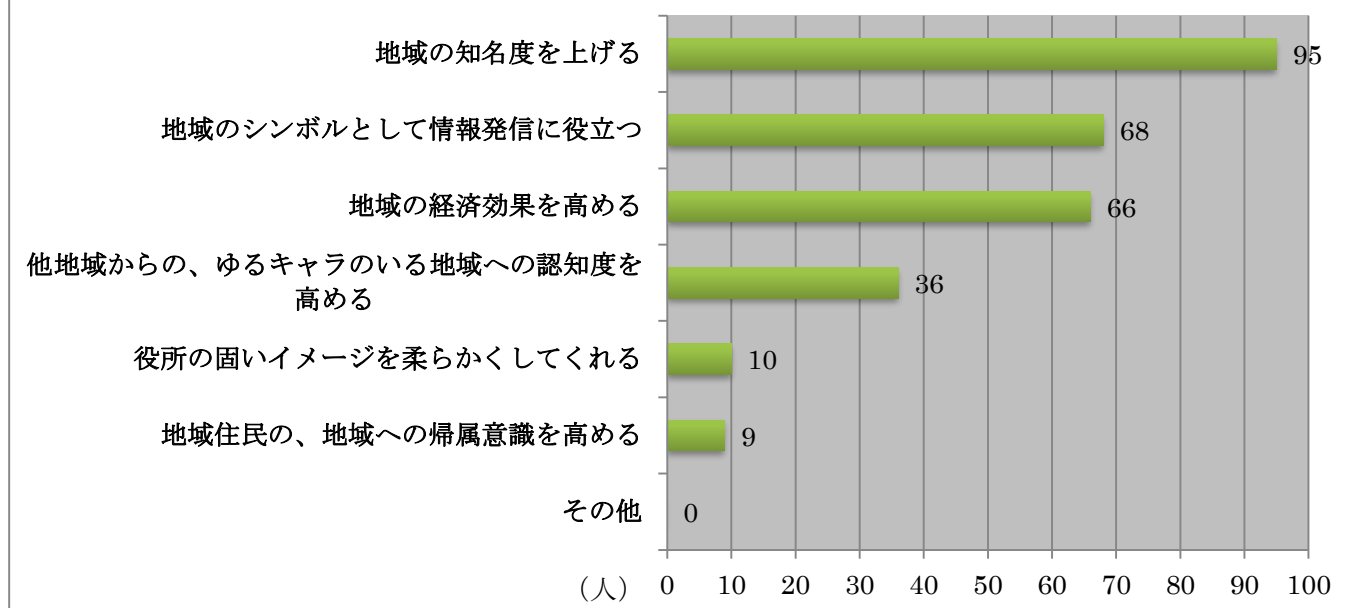
ゆるキャラをよく目にする場所はどこかという質問で、「テレビ」という回答が 90 人と最も多かった。次いで、「商品などのデザインになっているのを見る」という回答が 65 人と続いた。

「その他」の答えとしては、「駅前、観光地、インターネットなど」もある。

「テレビ」を通じて、どこに住んでいても離れた地域のご当地ゆるキャラを目にすることができる。自分の地域だけでなく、他の地域のゆるキャラを知るための手段として「テレビ」があげられることがわかる。また、テレビは今やほとんどの家庭にあるといっても過言ではないくらい普及されている家電製品であり、情報入手には欠かせないメディアである、そんなお茶の間の番組にゆるキャラが登場するということにより、少なくとも CM や番組の制作する側にゆるキャラが浸透していると言える。制作者側は視聴率を気にするので、視聴者はゆるキャラを求めていると言えるかもしれない。

質問 16. ゆるキャラの存在意義

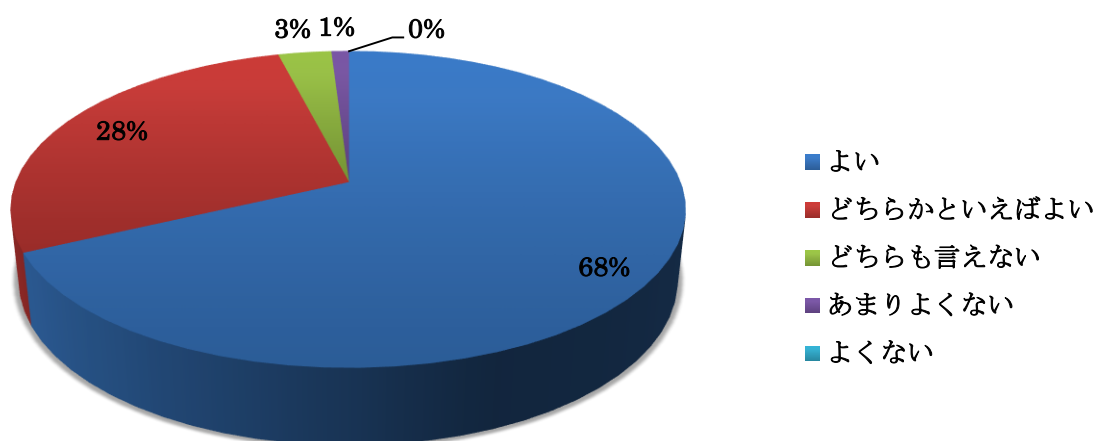
ゆるキャラの存在意義



この質問では、「地域の知名度を上げる」が95人と最も多く回答された。それに、「地域のシンボルとして情報発信に役立つ」という回答が68人、「地域経済効果を高める」が66人と続いた。

「地域の知名度を上げる」「地域のシンボルとして情報発信に役立つ」「地域の経済効果を高める」の三つの回答が過半数以上支持されていることから、ゆるキャラは“地域の知名度”“地域の情報発信”“地域の経済効果”など、その地域の様々な要因にプラスの影響を与えていると考える人が多いことが分かった。

質問 17. ゆるキャラによる地域経済の活性化への印象



「よい」と答えた人は68%、「どちらかというとい好き」と答えた人が28%、それを合わせて96%

もの人がゆるキャラが地域経済の活性化を図ることに賛成していることが分かった。

質問 18. 質問 17 でそれぞれ答えた理由

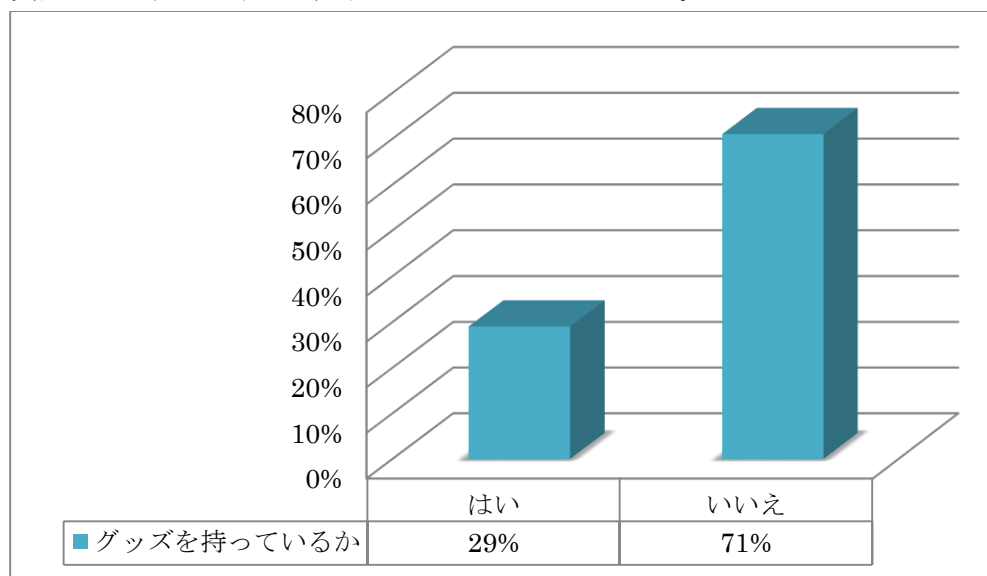
「よい」「どちらかといえばよい」と答えた理由をまとめてみれば、大きく分けて4点がある。

まず、ゆるキャラの知名度が上がるにつれ、その地域の知名度も上がるができる。次に、知名度を向上させることによって、観光客を引き寄せる効果が期待できる。その上、ゆるキャラは親近感があるので、それなりの経済効果があると考えられている。最後に、地元の地域活性化を達成することにより、若者が地元に残って働く意識が高められ、過疎地域などの社会問題の解決にもつながる。

それに対して、「どちらもいけない」と答えた人は、ご当地食品とか地酒をゆるキャラを使うのはありだけで、ゆるキャラ本体を商品とするのは反対だという意見があった。

そして、「あまりよくない」と答えた人は、地元の生産品とかをアピールするべきで、ゆるキャラがメインではないと考えられている。

質問 19. ゆるキャラに関するグッズを持っているか。



このグラフによると、「いいえ」と答えた人が71%と多かった。約7割の人がゆるキャラに関するグッズを持っていないことが分かった。

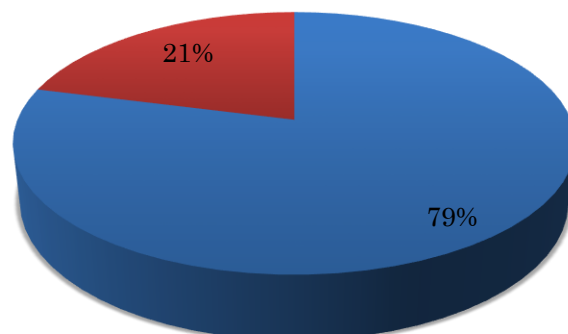
質問 20. 持っている理由

ゆるキャラに関するグッズを持っている理由としては、「可愛いから」「友人からお土産としてもらった」「好きなゆるキャラだから」「無料配布でもらった」などが回答された。

質問 21. 中身は同じであるが、パッケージが違う二種類のお菓子が売っていたとしたらどちら

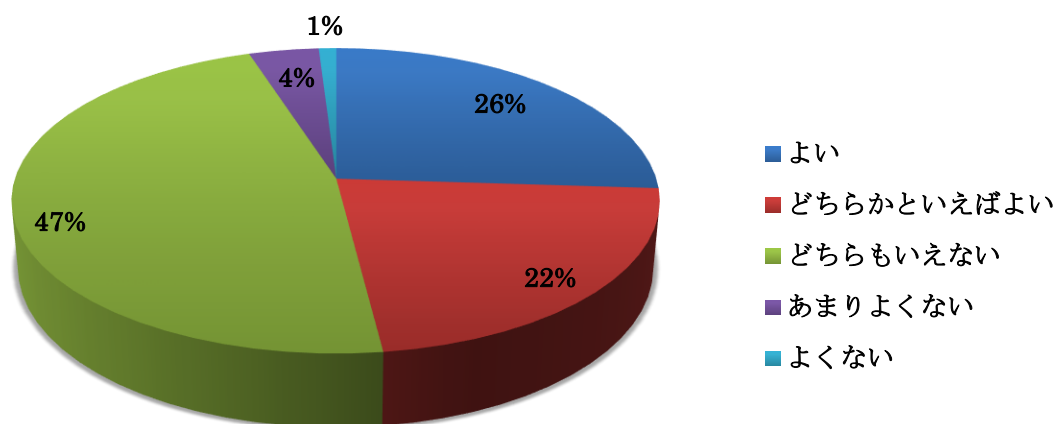
を買うか。

- ゆるキャラの絵が描いてあるパッケージのお菓子
- シンプルなデザインのパッケージのお菓子



この質問では、「ゆるキャラの絵が描いてあるパッケージのお菓子」と答えた人が 79%と多かった。このグラフを見ると約 8 割の人がゆるキャラの絵が描いてあるパッケージのお菓子を買うことが分かった。

質問 22. キティちゃんやミッキーのようなキャラクタービジネスに、自治体が参入している状況になりつつあるが、この点についての考え。



このグラフによると、「よい」と答えた人は 26%、「と答えた人が 22%、それを合わせて約半分の人が「よい」と思うことが分かった。また、「どちらともいえない」と答えた人が 47%と続いた。

質問 23. 質問 22 で答えたそれぞれの理由

田舎くささについては、「よい」「どちらかといえばよい」と答えた理由をまとめてみると、以下のような理由がある。まず、キャラクターがビジネスに参入することより良い方向へ持ってい

こうと努力することで、その地域の自治体が力を高めることができる。次に、キャラクターを入口にして、地域の魅力を発信してもらえ、地域が活気づくこともできる。

それに対して、「どちらともいえない」と答えた理由は、多少は知名度を上げる効果につながるが、自治体の工夫が不足しているなどが回答された。

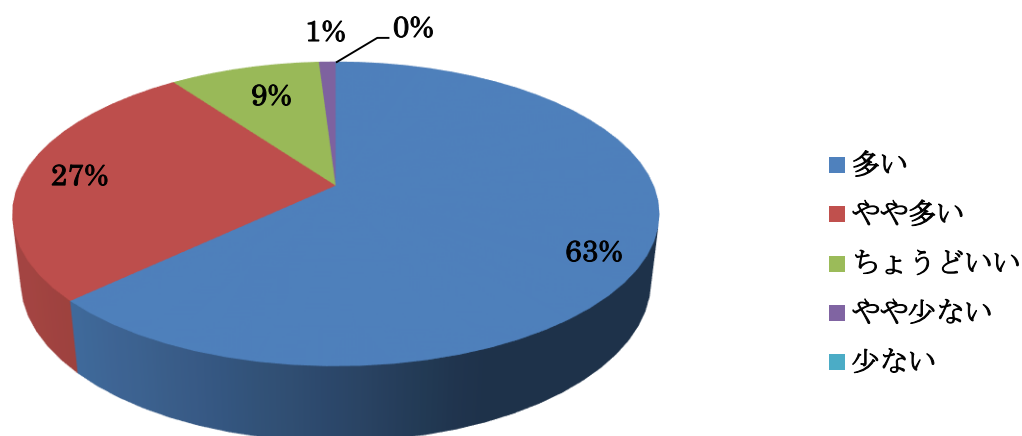
「よくない」と答えた人は、キャラクターを使ってお金を稼ごうという姿勢が露骨に表れてしまうという意見があった。

質問 24. ゆるキャラを活用するアイデア

この質問では、ゆるキャラを活用するアイデアとしては、警察、消防などの講演や募金活動、選挙活動、地元アプローチなどに登場し、外国にもゆるキャラ文化を作って国際交流を図ることが回答された。

質問 25. ゆるキャラの総数についての印象

ゆるキャラの総数についての印象



この質問では、「多い」と答えた人は 63%、「やや多い」と答えた人が 27%、「ちょうどいい」と答えた人が 9%、「やや少ない」と答えた人が 1%、「少ない」と答えた人は一人もいなかった。このグラフを見ると 9 割の人が、ゆるキャラの総数は多く過剰気味であると思っていることが分かった。

質問 26. 質問 25 で答えた理由

「多い」「やや多い」と答えた理由をまとめると、大きく分けて 3 点がある。まず、同じ地域で特に意味もなく複数の似ているまたは知らないゆるキャラが圧倒的に多い。次に、もし一つの県（都、道、府、その他の機関）にゆるキャラが多すぎると、かえって各キャラの完成度も低くなることで、お金をかけてキャラを作っても人気が出ないと逆効果でお金の無駄に

なってしまう、地域活性化を目指す地域において、効果が薄まってしまう可能性がある。最後に、47都道府県の自治体に一体ずつぐらいでちょうどいいという意見もあった。

また、「ちょうどいい」と答えた理由は、ゆるキャラの数の多さはそれほど気にならないという回答もあるし、これ以上多いと区別がつかなくなるという回答もある。

それに対して、「やや少ない」と答えた1人は、ゆるキャラが地域を活性化させるため、これから増えてくると考えられている。

4. まとめ

上記のアンケートの結果によると、次のことが分かった。まず、多くの人がゆるキャラが好きであり、その理由は、デザインが可愛いということや、自分の出身地のゆるキャラであることなどが挙げられた。この結果は、私が予想した通りであった。

次に、調査対象の全員がゆるキャラグランプリという存在を知っていたが、実際に、過去に投票したことがある人は約1割しかいなかった。しかし、95%の人が、もし地元のゆるキャラがゆるキャラグランプリで上位になれば嬉しいと回答している。その理由としては、地元のことを他都道府県の方々に知られる機会になり、知名度が上がり、注目されるだけではなく、地元のゆるキャラがその地域のアピールになる可能性もあり、地域の活性化を図ることがあった。ゆるキャラグランプリの存在を知っていて、地元のことを知ってもらいたいという気持ちがあるのなら、もっとゆるキャラグランプリに投票してくれる人が増えてほしいと思った。また、ゆるキャラグランプリの投票がもっと身近なものになればよいと思った。

また、ゆるキャラは地域に深く関わっているものが多いため、ご当地の特徴をつかみ、地元が組織的に応援したものであるから上位になると予想したが、約8割の人デザイン性が重要だと考えていたことがわかり、自分が予想していた、ゆるキャラの上位になる理由と全く違うということがわかった。

さらに、ゆるキャラが田舎くさくて良くないと思っている人が多いだろうと予想したが、アンケート結果では、ゆるキャラが田舎くさいと思っている人でも、その「田舎くささ」がむしろ地域特有のものとして、地元の特徴をつかんでいて親近感や愛着を沸かせるという意見が多く、納得させられた。

そして、多くの人がゆるキャラを目にする場所はテレビであるということから、どこに住んでいても離れた地域のご当地ゆるキャラを目にすることができ、自分の地域だけでなく、他の地域のゆるキャラを知ることでもできるということが推測でいる。

最後に、ゆるキャラが日本にとって一体どのような存在なのかと聞かれ、過半数以上の人は、ゆるキャラが地域の知名度を上げ、その地域のシンボルとして情報発信に役立て、経済効果を高めるということを支持した。その結果からいうと、ゆるキャラが以上のような様々な地域活性化

に関する原因で日本に多くのプラスの影響を与えるのかもしれない。

一方、今、ゆるキャラの総数は2000体を上回り、9割の人が、ゆるキャラの総数は多く過剰気味であると考えている。その理由は、もし一つの県（都、道、府、その他の機関）にゆるキャラが多すぎると、かえって各キャラの完成度も低くなることで、お金をかけてキャラを作っても人気が出ないと逆効果でお金の無駄になってしまい、地域活性化を目指す地域において、効果が薄まってしまう可能性もあるなどが挙げられた。したがって、今後ゆるキャラを増やすか減らすかということを検討しながら、地域の発展を考えることが最も大切だと思われる。

5. 終わりに

本研究では、日本のゆるキャラについて、その歴史、定義およびゆるキャラグランプリを考察した。それに基づいて、ゆるキャラに関するアンケートを作成し、日本人がゆるキャラを好む理由や日本人とゆるキャラとの繋がり、ゆるキャラの存在意義などを検討した。

その結果、以上述べてきた日本におけるゆるキャラからみると、デザインが優れていて、動きに特徴があるということや、自分の出身地のご当地ゆるキャラであるなどの理由によって日本人がゆるキャラを好きであるということが分かった。また、ゆるキャラが日本人の生活や地域に深く関わっていて日本の地域の知名度、または経済効果、地域発展などにとっても、プラスな影響をたくさん与えていることが明らかになった。

しかし、今回の調査はまだ不十分である。ゆるキャラを最初に作った理由は何か、今後、ゆるキャラがどのようにすれば発展するのかということを経後の課題としていきたい。

参考資料

- i 犬山秋彦、杉元政光著『ゆるキャラ論 ~ゆるくない「ゆるキャラ」の実態~』2012年
- ii 犬山秋彦、杉元政光著『ゆるキャラ論 ~ゆるくない「ゆるキャラ」の実態~』2012年
- iii 「ゆるきゃらグランプリ」 <http://www.yurugp.jp/>
- iv <http://www.weblio.jp/wkpja/content/> 「ゆるキャラグランプリ」