

地域マスコットキャラクター（Local Mascot Character）の影響について

04LL084 鈴木隼人

研究の目的

本当に地域マスコットキャラクター（以下 LMC）をつくりだし、地域を盛り上げていくことは良い方法なのだろうか。LMC はここ数十年の間で地域内から地域外へも登場するようになった。しかしなぜこの手法が注目され始めたのか、そしてどうやってつくり、使用していくのが望ましいかということは十分に研究されていない。実際、キャラクターをつくったのはいいが、一過性で終わってしまうという話はよく聞かれる。私は LMC の影響力や役割、その背景からこれからの地域発展の方法となりつつある LMC を本調査の対象としてそれを明らかにする。

アプローチ方法と要旨

- ・ <第二章>時系列的研究として日本におけるキャラクターの歴史を時間を追って、動きがあったところを対象に調べる

日本における偶像崇拜思想や文化として確立したマンガ、アニメ。そしてそれを受け入れる世代が拡大したことなどがあげられる。現在このような環境が確立したからこそ、LMC という発想が生まれたといえる。

- ・ <第三章> LMC を定義立てし、LMC を構成する要素が地域ごとにどう使われているのかを事例より比較研究する

LMC とは『 *地域においてオリジナルのものとしてつくり、地域もしくは地域にあるものを PR するために使用されるマスコットキャラクターのこと*』と定義し、シンボルや企業キャラクターなどとの比較を通してよりその対象を明確にした。また、LMC の重要な要素を「目的、イラスト、ネーミング、取り組み・展開」の 4 つとし、具体例からそれらの地域ごとの違いや同じ点などをあげ、LMC の構造を明らかにした。

受け手（地域の人々）側が感じる LMC の影響やイメージについて、地域イベントで LMC をもちい、その後 LMC についてのアンケートを行いそれを分析する。また各地の事例からどのような影響力があるといえるかの考察をおこなう（第四章）

アンケート結果では「LMC は性別、年齢を問わず受け入れられる」「どのような影響よりも親しみを与える割合が高い」ということがいえた。

また、各地の事例からの考察では「受け手の認知と行動を促す、送り手のメディアを多様化させる、特産や産業の活性化に貢献」の 3 つをあげた。は LMC を知ることでその目的であるイベントや活動を知り、それに参加するようになりうる。は LMC のもつイラストやネーミング

などを利用することで情報を印刷媒体だけでなく様々なものに应用できるようになる。そしてでは伝統産業を用い LMC 商品をつくったり、LMC の認知度を活かして特産物情報を伝えることが可能となりうる。



上記のような影響力が LMC には存在するといえる。ただし、LMC の構成要素や扱い方をよく理解し、未永く使用していく気持ちが大切である。管理する人、使う人、それを受ける人達がお互いを理解し LMC とともに成長させていくことがのぞましい。これら地域の人々を結びつける力も LMC の影響力なのかもしれない。