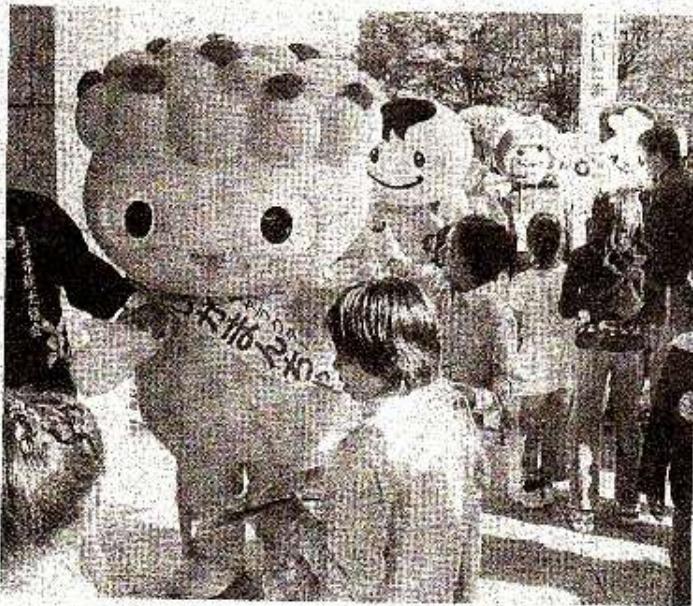


# ゆるキャラ 高い宣伝力

地方自治体などで、マスコットキャラクターを地域振興に活用する動きが盛んだ。マスコットたちは「ゆるキャラ」と呼ばれ、各地で大人気。観光PRで活躍し、誘客の実績を上げた例も出ている。

(上原三和、岩浅憲史)



「ゆる玉応援団」発足のイベントでは、羽生市の「いがまんちゃん」(左)など、埼玉県内各地から集まつた「ゆるキャラ」たちに人だかりができた(埼玉県提供)

県観光振興室長の荒井康博さんは「県内には強い訴求力(消費者の購買意欲に働きかける力)を持つ観光地や商品が多い。印象的な宣伝活動

が少ない。したがって、「ミスコンテストのような応募者に優劣をつける選定方法は、時代になじまない」と荒井さん。そこで、「ゆるキャラ」に交代したという事情があるようだ。

従来、地方自治体のPRでは、「ミス〇〇」などとして、若い女性を登用するのが一般的だった。しかし、「ミスコンテストのようないいキャラクター」の略称。観光PRなどで見かける「愛らしくもあか抜けない着ぐるみキャラクター」のことだ。イラストレーターのみうらじゅんさんが命名し、今年、チームに火がついた。

11月中旬、埼玉県で発足したのは「ゆる玉応援団」。県長に、県内の市町村などの「ゆるい」キャラクター11体が団員として名を連ねる。草加市の名物、草加せんべいを模した「パリボリくん」、秩父地方の祭りの祭神となる龍を模した「りゅうぐん」など。県内外のイベントで観光や物産の情報を発信するのが目的だ。

**Wide**

わいど

のために、土地や名産の特徴を端的に表した『ゆるキャラ』は最適なのです」と話す。

従来、地方自治体のPRでは、「ミス〇〇」などとして、若い女性を登用するのが一般的だった。しかし、「ミスコンテストのようないいキャラクター」の略称。観光PRなどで見かける「愛らしくもあか抜けない着ぐるみキャラクター」のことだ。イラストレーターのみうらじゅんさんが命名し、今年、チームに火がついた。

11月中旬、埼玉県で発足したのは「ゆる玉応援団」。県長に、県内の市町村などの「ゆるい」キャラクター11体が団員として名を連ねる。草加市の名物、草加せんべいを模した「パリボリくん」、秩父地方の祭りの祭神となる龍を模した「りゅうぐん」など。県内外のイベントで観光や物産の情報を発信するのが目的だ。

実際、ゆるキャラの宣伝効果はなかなか。

11月上旬、鳥取県観光連盟が開催した「ゆるキャラカッコ」など全国から52体が集結し、障害物競走などに挑戦した。

岐阜県多治見市の「うながっば」など全国から52体が集結し、障害物競走などに挑戦した。今年で3回目。前回の3倍以上の6,800人が来場した。「ゆるキャラアームの影響で、県外からの問い合わせが特に多かった。経費の割にPR効果も高く、誘客の手応えを感じている」と県観光連盟事務局長の田中健一さんは意気込む。

彦根市は9月、ふるさと納税制度の寄付目的に「ひこにゃん応援事業」の項目を盛り込んだ。すると6事業ある寄付目的のうち、総応募件数の9割がひこにゃん応援事業

に集中した。全国からのひこにゃん応援事業への寄付総額は99万9,000円に達している。寄付金は、ひこにゃんが観光PRに行く際の交通費や「お手入れ代」に充てられる。

県彦根市の「ひこにゃん」、

は「地域の良さをアピールする効果はある」という。しかし、多額の予算を投入してキャラクターをつくっても観光イベントが終われば活用しない例も多いといい、「費用対効果を主催者自らが客観的に検証する必要がある」と指摘する。

「マスコットを作る段階から海外観光客にもアンケートや公募を行ったり、キャラクターをPRするイベントに住民に参加してもらったりして、広く愛される存在に育てていくことが大切」と話す。

## 地域や名産の特徴を凝縮

税制度の寄付目的に「ひこにゃん応援事業」の項目を盛り込んだ。すると6事業ある寄付目的のうち、総応募件数の9割がひこにゃん応援事業

に集中した。全国からのひこにゃん応援事業への寄付総額は99万9,000円に達している。寄付金は、ひこにゃんが観光PRに行く際の交通費や「お手入れ代」に充てられる。

県彦根市の「ひこにゃん」、

は「地域の良さをアピールする効果はある」という。しかし、多額の予算を投入してキャラクターをつくっても観光イベントが終われば活用しない例も多いといい、「費用対効果を主催者自らが客観的に検証する必要がある」と指

摘する。

「マスコットを作る段階から海外観光客にもアンケートや公募を行ったり、キャラクターをPRするイベントに住民に参加してもらったりして、広く愛される存在に育てていくことが大切」と話す。