

秋田大学

日本語・日本文化研究論文

## ご当地キャラクターが持つ意味は何か

—秋田市のご当地キャラクター「与次郎」の事例を中心に—

秋田大学教育文化学部

日本語・日本文化研究留学生

名前 <sup>シン</sup>申 <sup>ミンホ</sup>旻昊

指導教員： 市嶋 典子 先生

## 概要

毎日、色々な宣伝・広告が溢れている。国・地域・企業など、人々は自分の所属やアイデンティティーを確立させるために宣伝や広告に力をつくしている。最近ではメディアの発達と表現の自由によって、以前より色々な形で宣伝や広告が使われている。このような宣伝・広告の多様化は日本も同じであろう。

外国人として日本に留学して、秋田と言う地域で色々な宣伝・広告を数限りなく見た。普通なものもあったが、刺激的なものやインパクトがある宣伝・広告を見ながら新鮮だとか面白いなと感じた。ところで、その溢れる宣伝・広告の中で特に私が興味を持つことになったところは「ご当地キャラクター」であった。

確かに、私の母国である韓国でも「ご当地キャラクター」はある。しかし、実際に宣伝・広告に使われている場合は少ない。各地域の市役所や高速道路で地域の区分をするための立て札に使われているのが全部である。日本のように着ぐるみを着て、観光客と一緒に写真を取ったり、放送に出たり、ご当地キャラにグッズを販売することはとても少ない。もし、宣伝や広告に使われたとしても、人々の視線を吸い寄せることではなく、幼稚だと思われ、無視されるだろう。

しかし、日本では「ご当地キャラクター」を積極的に使うことがよく見られる。例えば、毎年「ゆるキャラグランプリ」では県・市あるいは企業のキャラクターが集まり、順番を付けるが、単に競争ではなく、色々な地域のご当地キャラクターを紹介する場として行われている。

また、日本の国内外では、ご当地キャラクターを使った商品やカフェもあるくらい、色々なところで「ご当地キャラクター」と言うメディアがよく使われている。ご当地キャラクターは地域の地方自治体が地域の活性化や地域の経済的な利益、つまり公益のために作り、商品や行事などによる経済的な成長を目的にしている存在である。日本人を含め、外国人観光客にも向けた宣伝・広告を行われている今の状態の上、その影響と言うか、日本で一番有名だと言える船橋市と熊本県のご当地キャラクターである「ふなっしー」や「くまモン」は私の母国である韓国でも知っている人がかなり多い。

どころで、今の日本で有名なご当地キャラクターと言えるものはごく一部であり、地元の人々さえ自分が属している地域のご当地キャラクターをよく分からない場合もある。本研究は次々と作られている無数なご当地キャラクターの数に比べて、うまく使われていないことが一般的だと判断される今の状態からはじめ、現在の日本のご当地キャラクターの傾向からみられるご当地キャラクターが持つ意義や意味は何かを調べる論文である。

キーワード：ご当地キャラクター、ゆるキャラ、傾向、価値、意味

## 目 次

- 1 はじめに. . . . .
- 1-1 研究背景・目的. . . . .
- 1-2 研究方法・範囲. . . . .
  
- 2 ご当地キャラクター分析
  - 2-1 ご当地キャラクターの定義と目的. . . . .
  - 2-2 ご当地キャラクターの分類基準. . . . .
  
- 3 ご当地キャラクターの現況
  - 3-1 都道府県のご当地キャラクター
  - 3-2 都道府県のご当地キャラクター分析
  
- 4 秋田県のご当地キャラクター現況
  - 4-1 秋田県のご当地キャラクター
  - 4-2 秋田県のご当地キャラクター分析
  
- 5 「与次郎」を通じた秋田市のコミュニケーション
  - 5-1 「与次郎」の誕生背景
  - 5-2 ご当地キャラクター「与次郎」の個性
  - 5-2 「与次郎」を活用した事例
  
- 6 結論

## 第1章 はじめに

### 1-1 研究背景及び目的

日本で地方自治制度が立てられ、急速な都市化による社会問題(地方の人口減少・経済の格差増加等)の解決のため、各地域の個性を確立させ、観光客に地域のアイデンティティを広告・宣伝するために、色々な方法を使ってきた。その方法の一つとして「ご当地キャラクター」を活用したイベントやキャンペーンが行われていることをよく見られる。

ご当地キャラクターは2010年から活性化され、今の日本では会社、企業、協会、地域で宣伝のために無数のキャラクターが活動している。簡単な例を上げると、2011年から地域のご当地キャラクターを集め、順位をつける「ゆるきゃらグランプリ」が行われている。また、日本で一番有名なお当地キャラクターだとしたら、熊本県の「くまモン」と船橋市の「ふなっしー」等が思い出せるだろう。くまモンの場合、記事のよるとくまモンを利用した商品売上高は2016年を基準に1280億円を超えたと言う。このように地域キャラクターを利用した用品・縫い包み・ゲームなどの商品を販売することで、各地域経済の活性化や地域のアイデンティティを確立することができる。

また、ご当地キャラクターには観光客を対象として、知らせたい地域の観光地・地域の環境、伝説・物語、特産物・名物など色々なものをモチーフにして製作されている。各地域から宣伝・広告したいことで作られたご当地キャラクターには地域のブランド価値を伝える要素があり、そのご当地キャラクター自体がブランドになることもある。

本研究では日本で一際目立つ宣伝・広告の手段と言える「ご当地キャラクターの意味」を確かめるためにご当地キャラクターのモチーフを調べる。

まず、都道府県の公式サイトで地域のPRのために使われているご当地キャラクターのモチーフを分析し、今の日本では各県の宣伝のために主にしている性格は何かを確認する。

次は、今日研生として研究を行っている秋田県の各市・村・町で使われてい

るご当地キャラクターのモチーフを分析し、秋田県では各地域で主にしている性格は何かを確認する。

秋田県は本州の北西部の関東地方にあるところで、行政地域の区分は13市9町3村になっている。統人口が約997,718人<sup>1</sup>で、青森のねぶた祭り・仙台の七夕まつりと並んで東北三大祭りの1つとされる竿燈祭りが行われる等、地域の宣伝にも大きく力をいれている。また、竿燈祭りは、二本松提灯祭り(福島県)、尾張津島天王祭(愛知県)と並び、日本三大提灯祭りにもなっている。

従って、本研究では、日本の東北地方の秋田県では地域のPRのため、ご当地キャラクターを利用してどのように使われているかを確認する。また、モチーフにしているものを分析し、そのモチーフはどのような性格を持っているのかを確認する。なお、ご当地キャラクターが日本人の生と生活方式にとって、どのような意味を持つかを確認する。そのため、秋田市でご当地キャラクターがうまく使われている事例を述べ、秋田市の具体的な事例を基に、ご当地キャラクターの意味に対して論じたい。

---

<sup>1</sup> 平成29年7月1日基準、秋田県サイトの統計による。

(<http://www.pref.akita.lg.jp/pages/archive/9910>)

## 1-2 研究方法・範囲

研究方法は、本研究と関連があるご当地キャラクターやゆるキャラについて述べている先行論文を参考および分析した。また、新聞記事・雑誌などの文献資料を調査し、ご当地キャラクターの概念について確認した。なお、各都道府県の公式ホームページを参考し、今の都道府県と秋田市で使われているご当地キャラクターを調査した。

ここで、会社・企業・協会で使われているゆるキャラは「地域のイメージをアピールする」というご当地キャラクターの定義とはふさわしくないと判断され除外し、地域のPRのための公式サイトで使われているご当地キャラクターだけを研究対象にした。

そして、各地域のご当地キャラクターがモチーフとして取り上げている要素を4つの性格に分類し、今のご当地キャラクターが目指している特徴を確認した。ここで4つの性格とはご当地キャラクターが地域のPRのために使ったモチーフをご当地キャラクターの目的に基づいて分類したものである。

なお、秋田県の各市・町・村で使われているご当地キャラクターを分析した。都道府県の分類基準と同じく分析し、秋田県で目指す地域宣伝の傾向を比較した。そして、秋田県でご当地キャラクターを使った事例として「与次郎」を選定した。色々なご当地キャラクターの中で秋田市の「与次郎」を取り上げた理由は、筆者が留学しているところが秋田であり、「与次郎」というキャラクターを使って、地域のイメージを上げることと共に、観光客に対して色々な地域PRを行っているからである。

秋田市の「与次郎」は2012年7月21日に生まれ、飛脚として秋田～江戸を6日間で往復したという、狐の伝説のお話をモチーフにした秋田市の「エリアなかいち」のキャラクターである。秋田市のPRと共に、飛脚であった与次郎の役割をイメージして2012年から「与次郎駅伝」というマラソン大会も毎年開催されている。

## 第2章 ご当地キャラクター分析

### 2-1 ご当地キャラクターの定義と目的

ご当地キャラクターを定義するためには、「地方自治制度」と「ゆるキャラ」を説明する必要がある。

まず、「日本の地方自治制度」の簡略な説明である。「地方自治制度」とは国家の領域を決まった地方自治体(下略自治体)で分け、各自治体は決まった範囲の内の地域を統治する権限を与えられた政治形態を言う。<sup>2</sup>すなわち、国家の内に存在する地域・地方の運営について、地域の人たちの意見を主にして行われる制度である。<sup>3</sup>

日本の地方自治制度が始まったのは、明治時代が始まった1868年の時だった。しかし、実際に地方自治制度が活発に行われたのは、第二次世界大戦が終わって以後である。そして、1970年代から地方自治制度が完全に普遍化された。

ところで、活発に活性化することになった切っ掛けと言えば、終戦後の日本は中央政府の権力集中や権力応用を防ぐために、地方政府の権力を強化する必要があった。また、地方政府を強化することで、地域に属する主民の参与のために、各地域の活性化とアイデンティティーを確立する必要があった。そのため、自治体は主民が属している地域を宣伝することで中央政府へたよらず、自立的な地方政府を求める動きとして色々な方法を利用した。この動きの流れで、2010年から他の地域との差別性と地域のイメージを作り立てるための「ゆるキャラブーム」というものが使われることになった。<sup>4</sup>

ここで言う「ゆるキャラ」とは、漫画家である「三浦 純(みうら じゅん)」が

---

<sup>2</sup> 아베 히토시・신도 무네유키, 강신일 외 옮김, 『일본 지방자치의 이해』, 건국대학교 출판부, 1999, p.29

<sup>3</sup> 나카무라 유카리(2015年), 『캐릭터를 활용한 지자체의 브랜드 커뮤니케이션 전략 연구 : 한국과 일본의 캐릭터를 중심으로』, 인하대학교 대학원 석사학위논문, p12

<sup>4</sup> 主3) の上の論文、 pp. 12-13



最初に提唱した言葉である。ゆるキャラとは「ゆるいキャラクター」を約した言葉で、緩くて不完全な姿から魅力を感じると言う意味を持っている。今、「ご当地キャラクター」とほぼ同義と見なされているが、確実に分類するとゆるキャラの意味の中にご当地キャラクターの意味が含まれることになる。ご当地キャラクターは県・市・町など地域のPRのために使われているキャラクターまで限られている。しかし、ゆるキャラの場合は団体や企業のキャラクターも含めている。

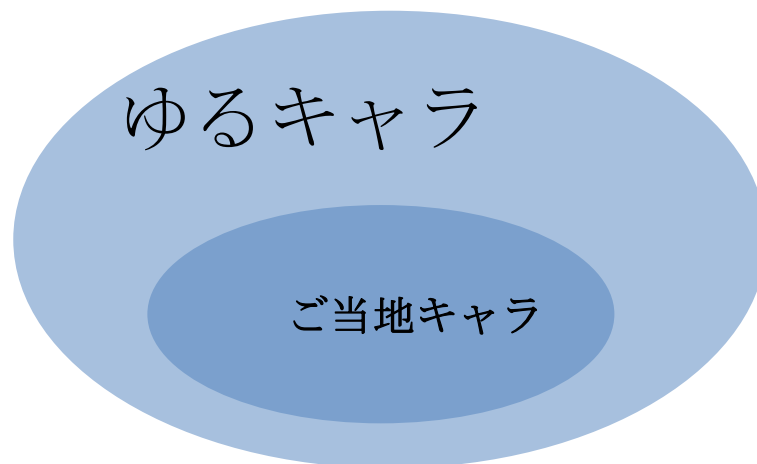


図1 \_\_ゆるキャラとご当地キャラの関係

従って、「ご当地キャラクター」とは、地域間の差別性あるいは主体性のために自治体で各地域の代表するものをモチーフに制作したキャラクターを指す。

さて、地域の宣伝・広告によって、各地域が求めるのは何かと言えば、二つに分けられる。

一つ目は、地域の象徴であるものをキャラクター化させ、地域主民の団結と地域の主体性を確立させることである。ご当地キャラクターは各地域を一番分かりやすく説明していると言える。そして、地域の宣伝のための持続的な対話ができ、地域主民はご当地キャラクターを通じて地分が属した地域の主体性を確立することができる。

二つ目は、地域の経済的な成長させることである。地域の主体性を確立させたご当地キャラクターは地域のPRによる観光客の増加、地域名物の売上の増加を求めることで経済的な成長を行うことができる。

従って、ご当地キャラクターの目的及び役割とは「地域の主体性を確立させ、

観光客に地域のイメージをアピールする過程の中で公益を得ること」だと言えるだろう。

## 2-2 ご当地キャラクターの分類基準

ご当地キャラクターの目的と言えば、上の章でも述べているが、一つは、地域の人々を団結させ、地域の主体性を確立させること。二つは、宣伝・広告による、経済的な利益及び成長である。

では、ご当地キャラクターがテーマ、すなわちモチーフとしているものは地域のどのような姿を現しているのであろう。本論文では、ご当地キャラクターがモチーフが持つ性格をご当地キャラクターの目的である「主体性の確立」と「経済的な成長」を基準にして、再び4つの性格に分類を行った。その分類と説明は次である。

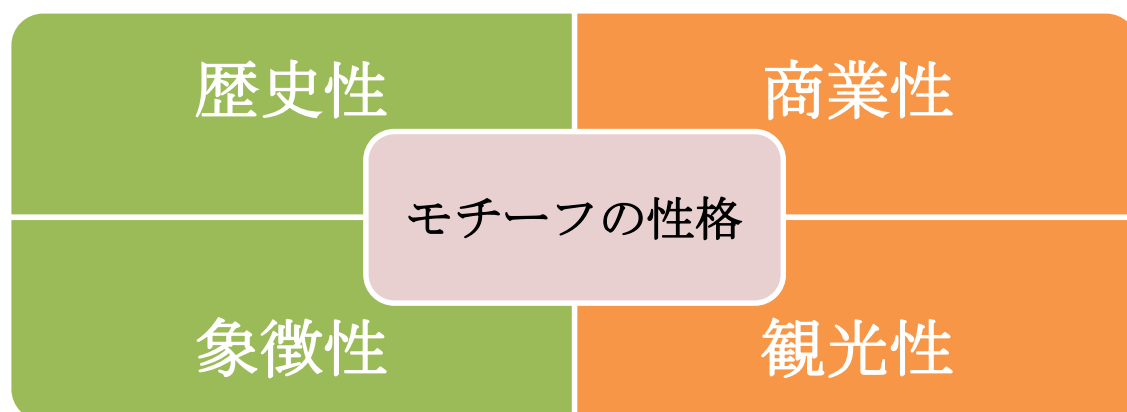


図2 \_\_ご当地キャラクターのモチーフが持つ性格の分類

- 歴史性：各地域だけの歴史的な意味を持つものを指す。伝説や物語・歴史的な人物・有形文化財・無形文化財など、各地域だけの歴史的な素材をキャラクターを表現したテーマを意味する。
- 象徴性：各地域から決めている県木・県鳥・県花、各地域だけ見られる土着の動物、各地域の人々が使っている方言、そして各地域の地名、そして、地図で見られる地域の形態を意味する。このように各地域だけの象徴的なものをキャラクターのテーマにしたものを意味する。
- 商業性：特産品や料理と地域で行われたイベントや行事など、各地域の商業的な経済利益を目的としてキャラクターのテーマを決めたものを意味する。
- 観光性：各地域の名所や観光客のための観光地・村・町、湖や海などの自然環境をキャラクターのテーマとしたものを意味する。

ここで、観光性という性格は、商業性にも属する可能性を持っているが、本研究では商業性は「食品・名物・イベント等、人間が作り出したもので経済的な利益を得る場合」を指し、観光性の定義は「自然や観光地などを利用して、経済的な利益を得る場合」にした。

歴史性と象徴性は地域の主体性を確立させてくれる性格を持ち、商業性と観光性は経済的な利益を得るために必要な性格を持っている。この分類は上にも述べているが、次のように該当する項目を細かく細分化した。

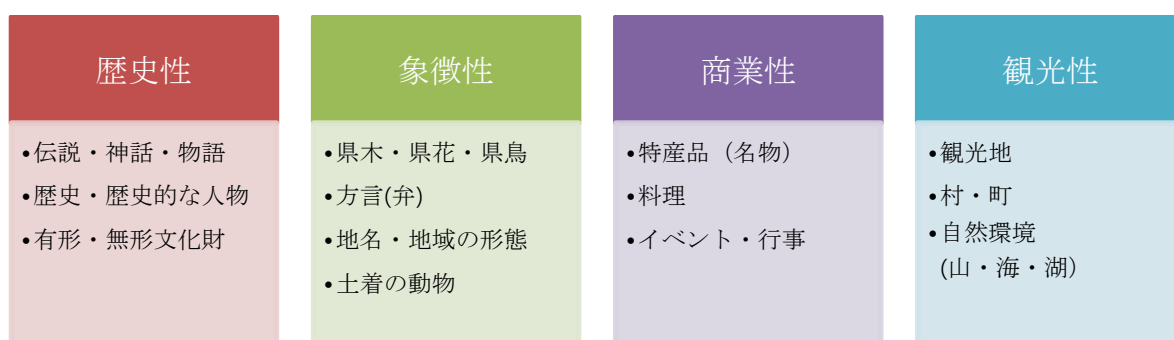


図3\_各性格へ属するご当地キャラクターのモチーフ

## 第3章 ご当地キャラクターの現況

### 3-1 都道府県のご当地キャラクター

今の日本の都道府県で地域のPRのために決められている「ご当地キャラクター」は何かを調べた。元々日本には会社、企業・協会まで範囲を広げると、数々のキャラクターが存在するが、企業・協会に使われているキャラクターまで分析すると、ご当地キャラクターが意味する「地域の主体性の確立及び地域の経済的な発展や成長」には入らないと判断され、本論文では「日本のご当地キャラクター」として、各都道府県の公式サイトで地域PRに使われている代表キャラクターに限ることとする。

なお、各県の公式サイトで指定されたご当地キャラクターの情報を探せることができない場合は、県のご当地キャラクターがないことにした。実際には県内で使われているご当地キャラクターはたくさんあるが、県の公式サイトで県を代表するためのご当地キャラクターが決められていない場合もあるからだ。

次の表は日本の都道府県で指定されているご当地キャラクターを取りまとめたものだ。以下の表では、各都道府県でキャラクターを制作するときにモチーフになったテーマに下線を引いた。また、モチーフになったテーマを分析基準に従って、どのような性格を持っているかを分類した。「地域の主体性を確立」のための「歴史性」と「象徴性」は緑色で、「地域の経済的な発展・成長」のための「商業性」と「観光性」はオレンジ色に表記した。

また、地域でキャラクターが2つ以上の性格を持つキャラクターの場合、複数の性格を持つ地域だと判断し分類した。そして、県内で使われているキャラクターが2個以上である場合、キャラクターのモチーフが持つ性格が重複した場合は1つの性格を持つ地域に、重複しないでそれぞれ持っている性格が異なる場合は二つの性格も持つ地域に分類した。例えば、岩手県の「わんこ兄弟」は全部5個のキャラクターが地域のPRをしている。しかし、全部歴史性と商業性を持っているので、岩手県は歴史性と商業性を持っている地域として分類した。また、滋賀県の「うおーたん」と「キャッフィー」の場合はそれぞれ観光性と象

徴性を持っているキャラクターであるので、滋賀県は観光性と象徴性を持っている地域として分類した。

<表1> 都道府県のご当地キャラクター

北海道		
地域・写真	区分	内容
北海道 	名前	ドーチョくん
	所属	北海道庁
	サイト	<a href="http://www.pref.hokkaido.lg.jp/">http://www.pref.hokkaido.lg.jp/</a>
	モチーフ	「北海道庁旧本庁舎」をモチーフにしているが、元々は北海道から2004年4月に開始した、IT技術を活用して各種申請手続きができる電子申請システム「申請堂」のキャラクターであった。 [歴史性]
東北地方		
青森県		無し
岩手県 	名前	わんこ兄弟
	所属	岩手・平泉観光キャンペーン実行委員会
	サイト	<a href="http://www.iwatetabi.jp/">http://www.iwatetabi.jp/</a>
	モチーフ	岩手名物の「わんこそば」と、国内生産量日本一の岩手の漆を使った漆器「浄法寺塗」をモチーフとしている。 [歴史性・商業性]
宮城県 	名前	むすび丸
	所属	岩手・平泉観光キャンペーン実行委員会
	サイト	<a href="http://www.sendaimiyagidc.jp/">http://www.sendaimiyagidc.jp/</a>
	モチーフ	豊かな食と文化に恵まれた宮城県を「おにぎり」の頭で、伊達氏を象徴する三日月形の兜をかぶっている。 [歴史性・商業性]
秋田県	名前	んだっち
	所属	秋田県庁

	サイト	<a href="http://ww.pref.akita.lg.jp/">http://ww.pref.akita.lg.jp/</a>
	モチーフ	男鹿半島周辺で行われてきた年中行事、あるいは、その行事において、お面をつけ藁の衣装をまとった神の使いを指す <u>なまはげ</u> をモチーフにしている。 [歴史性]
山形県 	名前	きてけろくん
	所属	山形県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.yamagata.jp/">http://www.pref.yamagata.jp/</a>
	モチーフ	横顔が <u>山形県</u> の形をしている。 [象徴性]
福島県 	名前	キビタン
	所属	福島県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.fukushima.lg.jp/">http://www.pref.fukushima.lg.jp/</a>
	モチーフ	福島県の鳥(県鳥)である <u>キビタキ</u> をモチーフとしている。 [象徴性]
関東地方		
茨城県 	名前	ハッスル黄門
	所属	茨城県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.ibaraki.jp/">http://www.pref.ibaraki.jp/</a>
	モチーフ	日本の水戸藩第2代藩主である <u>徳川光圀</u> (水戸黄門)をモデルにしている。 [歴史性]
栃木県 	名前	とちまるくん
	所属	栃木県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.tochigi.jp/">http://www.pref.tochigi.jp/</a>
	モチーフ	栃木県で行われた、第24回「スポレク”エコとちぎ”2011」のマスコットキャラクターとしてデビューした。スポーツ・レクリエーション活動で、ますます元気になろうという思いと豊かな自然を守ろうというメッセージが込められている妖精である。 [商業性]
群馬県	名前	ぐんまちゃん

	所属	群馬県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.gunma.jp/">http://www.pref.gunma.jp/</a>
	モチーフ	ぐんまちゃんの場合、初代と2代に分けられるが、現在、群馬県のPR活動で活躍しているのは2代目である。 <u>ポニー</u> をモチーフにした「2頭身・2足歩行」で、「初代のちびっこ版」をコンセプトとした。群馬県は昔から牧場が多かったので、当て字として作られた名前である。 [象徴性]
埼玉県 	名前	コバトン・さいたまっち
	所属	埼玉県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/">http://www.pref.saitama.lg.jp/</a>
モチーフ	コバトンは埼玉県の鳥(県鳥)である <u>シラコバト</u> をモチーフにしている。さいたまっちの場合、お笑いコンビのバナナマンが出演するバラエティー番組「バナナTV」の中で、コバトンの誕生15年目を記念し、新しいコバトンを考案して、県民の日に作られた。 [象徴性]	
千葉県 	名前	チーバくん
	所属	千葉県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.chiba.lg.jp/">http://www.pref.chiba.lg.jp/</a>
モチーフ	姿は舌を出している真っ赤な犬をしているが、これは横顔が <u>千葉県の形</u> をしている。 [象徴性]	
東京都		無し
神奈川県 	名前	かながわキンタロウ
	所属	神奈川県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.kanagawa.jp/">http://www.pref.kanagawa.jp/</a>
モチーフ	いきいきとした子どもと神奈川の足柄の山をイメージして、神奈川県で伝わってくる昔話の主人公である <u>金太郎</u> をモチーフにしている。 [歴史性]	
中部地方		
新潟県	名前	トッキッキ



	所属	新潟県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.niigata.lg.jp/">http://www.pref.niigata.lg.jp/</a>
	モチーフ	新潟県の鳥(県鳥)であるトキのつがいがモチーフ。男の子・女の子のペアであり、ペアで「トッキッキ」と命名されている。丸みを帯びた体型と顔の赤いハートが特徴。またハートには、大会名称である「トキめき」と「大会参加者の熱い思い」という意味が込められている。 [象徴性]
富山県 	名前	きときとくん
	所属	第23回全国スポーツ・レクリエーション祭 富山県実行委員会事務局
	サイト	<a href="http://www.pref.toyama.jp/">http://www.pref.toyama.jp/</a>
モチーフ	名前の「きときと」とは富山弁で「新鮮な」若しくは「活きのいい」という意味である。元々は第23回全国スポーツ・レクリエーション祭(スポレクとやま)のマスコットキャラクターであったのだが、2011年(平成23年)4月より「元気とやまマスコット」として採用された。頭は富山県の立山をイメージしている。 [象徴性・観光性]	
石川県 	名前	ひやくまんさん
	所属	石川県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.ishikawa.lg.jp/">http://www.pref.ishikawa.lg.jp/</a>
モチーフ	石川県の郷土玩具「加賀八幡起上り」をモチーフに、加賀友禅柄や九谷五彩を活用したデザインで、体と眉毛は金箔、ひげは輪島塗、背中には大きく「石川県」と書かれている。 [歴史性・商業性]	
福井県		無し
山梨県 	名前	武田菱丸
	所属	やまなし観光推進機構
	サイト	<a href="http://www.yamanashi-kankou.jp/">http://www.yamanashi-kankou.jp/</a>
モチーフ	武田信玄をイメージした兜をかぶり、富士山が描かれた腹掛けを付けている山梨県の土着犬である甲斐犬をモチーフにしている。「ひし丸」は愛称で、本名は「武田菱丸」と言うらしい。 [歴史性・象徴性]	



<p>長野県</p> 	名前	アルクマ
	所属	長野県観光部／信州キャンペーン実行委員会
	サイト	<a href="http://www.pref.nagano.lg.jp/">http://www.pref.nagano.lg.jp/</a>
	モチーフ	当初はJRグループの信州(日本の令制国の一つ、信濃国の別称)デスティネーションキャンペーンのキャラクターとして誕生。熊をモチーフに信州の名産品である「 <u>りんご</u> 」を頭にかぶせている。 [象徴性・商業性]
<p>岐阜県</p> 	名前	ミナモ
	所属	岐阜県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.gifu.lg.jp/">http://www.pref.gifu.lg.jp/</a>
	モチーフ	岐阜県の川の水面(みなも)に住むキラッキラの妖精だという。水色は <u>岐阜の清流</u> 、黄色は <u>太陽とみんなの笑顔</u> の意味を持っている。 [観光性]
<p>静岡県</p> 	名前	ふじっぴー
	所属	静岡県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.shizuoka.jp/">http://www.pref.shizuoka.jp/</a>
	モチーフ	静岡県の <u>富士山</u> をモチーフにしている。 [観光栄]
<p>愛知県</p> 	名前	ひでっち
	所属	愛知県観光プロモーション公式サイト
	サイト	<a href="http://kotteri.jp/">http://kotteri.jp/</a>
	モチーフ	愛知県観光プロモーション公式サイト「こっそり愛 de 首都圏」の開設と同時に誕生した。 <u>愛知県の知事</u> である大村秀章をモデルにしている。 [その他]
関西地方		
<p>三重県</p> 	名前	う~まちゃん
	所属	「 <u>美し国おこし・三重</u> 」実行委員会事務局
	サイト	<a href="http://www.pref.mie.lg.jp/">http://www.pref.mie.lg.jp/</a>
	モチーフ	三重県内の <u>地域づくり活動</u> を応援する「 <u>美し国おこし・三重</u> 」マスコットキャラクターであり、 <u>イベント</u> の

		<p>マークをモチーフにしている。頭に載せた輪は、人と人の絆の「輪」と協力の「和」を表している。</p> <p>[商業性]</p>
<p>滋賀県</p> 	名前	うおーたん (右) ・キャップィー (左)
	所属	滋賀県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.shiga.lg.jp/">http://www.pref.shiga.lg.jp/</a>
	モチーフ	<p>うおーたんは湖国21世紀記念事業のキャラクターとして誕生。身体全体は水と森林をイメージした青と黄緑を基調とした出で立ちをしている。</p> <p>[観光性]</p> <p>キャップィーは滋賀県にある琵琶湖に生息するビワコオオナマズをモチーフにしている。</p> <p>[象徴性]</p>
<p>京都府</p> 	名前	まゆまる
	所属	京都府
	サイト	<a href="http://www.mayumaro.jp/">http://www.mayumaro.jp/</a>
	モチーフ	<p>(蚕の)繭から出来たシルクが、美しい丹後ちりめんや西陣織・京友禅の着物になるように京都から新しい文化を創り育てることを表している。</p> <p>[商業性]</p>
<p>大阪府</p> 	名前	もずやん
	所属	大阪府
	サイト	<a href="http://www.pref.osaka.lg.jp/">http://www.pref.osaka.lg.jp/</a>
	モチーフ	<p>大阪府の鳥(府鳥)であるモズをモチーフとしている。</p> <p>[象徴性]</p>
<p>兵庫県</p> 	名前	はばタン
	所属	兵庫県庁
	サイト	<a href="http://web.pref.osaka.lg.jp/">http://web.pref.osaka.lg.jp/</a>
	モチーフ	<p>「のじぎく兵庫国体・のじぎく兵庫大会」のマスコットであった。大会終了後2007年4月より、兵庫県のPRをすることになった。震災からの復興を、不死と再生の象徴フェニックス(不死鳥)をモチーフにしている。</p> <p>[商業性]</p>
<p>奈良県</p>	名前	せんとくん
	所属	平城遷都1300年記念事業協会事務局

	サイト	<a href="http://www.pref.nara.jp/">http://www.pref.nara.jp/</a>
	モチーフ	2010年に開催された「平城遷都1300年記念事業（平城遷都1300年祭）」の公式キャラクターであったが、2011年より奈良県のキャラクターに採択。 <u>鹿の角が生えた童子の姿</u> をしている。 [象徴性・歴史性]
<p>和歌山県</p> 	名前	キノピー
	所属	和歌山県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.wakayama.lg.jp/">http://www.pref.wakayama.lg.jp/</a>
	モチーフ	<u>和歌山の木</u> (特に、県木である姥目榿)をモチーフにし、そこに豊かな森林の証拠として、和歌山県の鳥(県鳥)である <u>メジロ</u> をポイントに入れている。 [象徴性]
中国地方		
<p>鳥取県</p> 	名前	トリピー
	所属	鳥取県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.tottori.lg.jp/">http://www.pref.tottori.lg.jp/</a>
	モチーフ	鳥取県で開催された「ジャパンエキスポ鳥取'97 山陰・夢みなと博覧会」のキャラクターとして誕生。鳥取県の名産品である <u>二十世紀梨</u> をモチーフに、博覧会のテーマである「翔け、交流新時代へ」の「翔け」から鳥の羽を持ち、さらに博覧会の名から水兵のスタイルとなった。 [商業性]
<p>島根県</p> 	名前	しまねっこ
	所属	島根県観光連盟
	サイト	<a href="http://www.kankou-shimane.com/">http://www.kankou-shimane.com/</a>
	モチーフ	神社の屋根をイメージした屋根を頭上に被せている黄色いネコである。これは <u>出雲大社</u> に限ったものではなく、島根県にある神社の象徴である。 [歴史性]
<p>岡山県</p>	名前	うらっち (左) ・ももっち (右)
	所属	岡山県庁
	サイト	<a href="http://www.miryoku-harenokuni-okayama.jp/momo-ura/">http://www.miryoku-harenokuni-okayama.jp/momo-ura/</a>

	モチーフ	<p>ももっちは岡山県が舞台とされる「<u>桃太郎伝説</u>」の<u>桃太郎</u>をキャラクター化したものである。</p> <p>[歴史性]</p> <p>うらっちはももっちの仲間として<u>オニ</u>をモチーフにした女の子で、名前の由来は、岡山県に古くから伝わる「<u>温羅伝説</u>」です。</p> <p>[歴史性]</p>
広島県		無し
	名前	ちよるる
	所属	山口県庁
	サイト	<a href="http://choruru.jp/">http://choruru.jp/</a>
	モチーフ	<p>特色のある緑色の髪型は「<u>山口</u>」(地名)の「山」の形を表すとともに、人や自然からあふれるエネルギーをキャッチするアンテナの役割を果たすという設定となっている。なお、顔の部分は「<u>山口</u>」(地名)の「口」の形を表しているという。</p> <p>[象徴性]</p>
四国地方		
	名前	すだちくん
	所属	徳島県庁
	サイト	<a href="http://sudachikun.jp/">http://sudachikun.jp/</a>
	モチーフ	<p>徳島の名物である<u>酢橘</u>をモチーフにしている。</p> <p>[商業性]</p>
香川県		無し
	名前	みきゃん
	所属	愛媛県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.ehime.jp/">http://www.pref.ehime.jp/</a>
	モチーフ	<p>モチーフは<u>ミカン</u>と<u>犬</u>。ミカンは愛媛県の特産品であることや、犬は愛媛県の<u>方言</u>「～やけん」を犬(けん)とかけていること、また愛媛県の形は走った犬に似ていることがモチーフとなった理由である[2]。みきゃんの耳はミカンの葉、尻尾はミカンの花である。</p> <p>[象徴性・商業性]</p>
高知県	名前	くろしおくん

	所属	高知県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.kochi.lg.jp/">http://www.pref.kochi.lg.jp/</a>
	モチーフ	土佐湾沖を流れるくろしおの海、正確には波をモチーフとしている。 [観光性]
九州地方		
福岡県 	名前	エコトン
	所属	福岡県地球温暖化防止活動推進センター
	サイト	<a href="http://www.pref.fukuoka.lg.jp/">http://www.pref.fukuoka.lg.jp/</a>
	モチーフ	「福岡県地球温暖化対策」のキャラクターとして誕生した。福岡の名産であるとんこつラーメンをイメージしたどんぶりに「ECO」のロゴが描いてある。 [商業性]
佐賀県		無し
長崎県 	名前	がんばくん (左) ・らんばちゃん (右)
	所属	長崎県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.nagasaki.jp/">http://www.pref.nagasaki.jp/</a>
	モチーフ	長崎県の鳥(県鳥)であるオシドリをモチーフにしている。 [象徴性]
熊本県 	名前	くまモン
	所属	熊本県庁
	サイト	<a href="http://kumamon-official.jp/">http://kumamon-official.jp/</a>
	モチーフ	「熊本」(地名)は動物の漢字と読みがそのまま入っている稀有な都道府県であることから、モチーフは熊となった。そして熊本城が黒を基調にしているので色は黒にしたという。 名前は 熊本弁で者をモンと発音すること以外にも、「くまもと」と一字違いであり熊本県のキャラクターであるとすぐに認知してもらえらることや、語尾に「モン」を付けるとキャラクターに不可欠のかわいらしさが出ることから採用されたものである。 [歴史性・象徴性]

<p>大分県</p> 	名前	めじろん
	所属	大分県庁
	サイト	<a href="http://www.pref.oita.jp/">http://www.pref.oita.jp/</a>
	モチーフ	大分県の鳥(県鳥)である <u>メジロ</u> をモチーフにしでいる。 [象徴性]
<p>宮崎県</p> 	名前	みやざき犬
	所属	宮崎県庁 商工観光労働部
	サイト	<a href="http://www.pref.miyazaki.lg.jp/">http://www.pref.miyazaki.lg.jp/</a>
	モチーフ	宮崎のさまざまな <u>特産品</u> 「日向夏(果物)・フェニックス(木)・地頭鶏(鳥)」等のかぶりものをかぶっている新種の犬3匹という。 [商業性]
<p>鹿児島県</p> 	名前	さくらじまん
	所属	鹿児島県庁 かごしまPR課
	サイト	<a href="https://www.pref.kagoshima.jp/">https://www.pref.kagoshima.jp/</a>
	モチーフ	<u>桜島</u> をモチーフにしたその姿が鹿児島らしく元気に躍動する姿を、太いまゆ毛に大きな瞳は <u>西郷隆盛</u> をイメージしたという。 [歴史性・観光性]
沖縄地方		
<p>沖縄県</p> 	名前	花笠マハエ
	所属	沖縄観光コンベンションビューロー
	サイト	<a href="http://www.okinawastory.jp/">http://www.okinawastory.jp/</a>
	モチーフ	<u>琉球舞踊</u> (琉球、特に現在の沖縄県内で継承されている踊りの総称)の <u>衣装</u> を着た女性をモチーフにしている。 [歴史性]

### 3-2 都道府県のご当地キャラクター分析

では、今の都道府県は地域のキャラクターを現すモチーフとして、どのような性格を持っているのか上に述べている分類基準に従って分析した。次のチャートはご当地キャラクターのモチーフを4つの性格に基づいて分類したものである。

#### ご当地キャラクターの性格(都道府県)

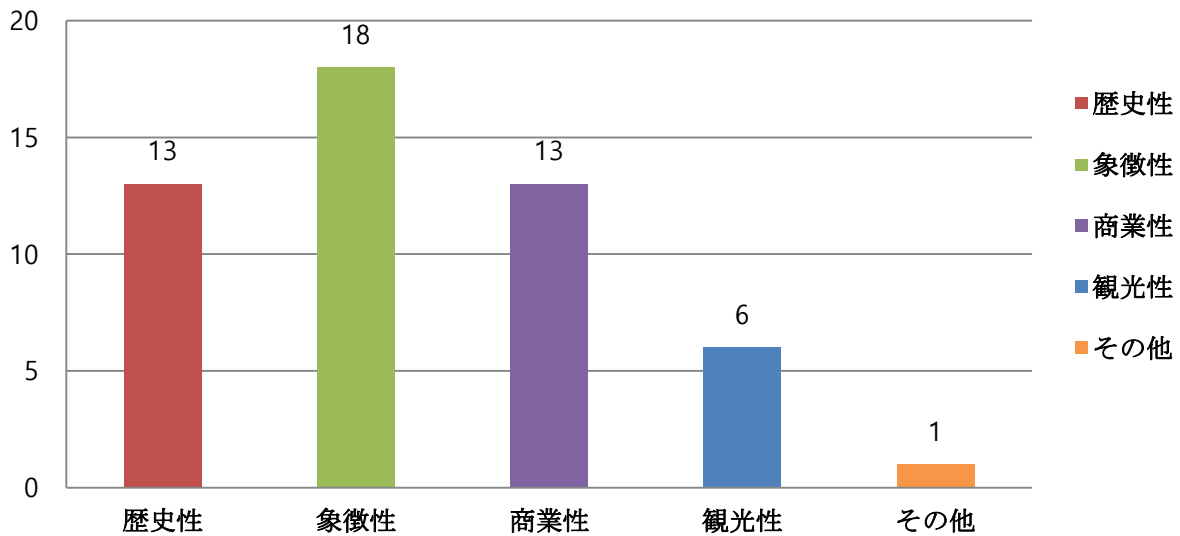


図4 \_\_ご当地キャラクターの性格(都道府県)

**歴史性**を持ってキャラクターは全部で13個であり、北海道(ドーチョくん)・宮城県(むすび丸)・秋田県(んだっち)・茨城県(ハッスル黄門)・神奈川県(かながわキンタロウ)・石川県(ひゃくまんさん)・山梨県(武田菱丸)・奈良県(せんとくん)・島根県(しまねっこ)・岡山県(うらっち・ももっち)・熊本県(くまモン)・鹿児島県(さくらじまん)・沖縄県(花笠マハエ)がそれである。

**象徴性**を持つキャラクターは山形県(きてけろくん)・福島県(キビタン)・群馬県(ぐんまちゃん)・埼玉県(コバトン・さいたまっち)・千葉県(チーバくん)・新潟県(トッキッキ)・富山県(きときとくん)・山梨県(武田菱丸)・長野県(アルクマ)・滋賀県(キャプフィー)・大阪府(もずやん)・奈良県(せんとくん)・和歌山県(キノピー)・山口県(ちよるる)・愛媛県(みきゃん)・長崎県(が



んばくん・らんばちゃん)・熊本県(くまモン)・大分県(めじろん)で全部で18個であった。

**商業性**を持つキャラクター全部で13個で、岩手県(わんこ兄弟)・宮城県(むすび丸)・栃木県(とちまるくん)・石川県(ひゃくまんさん)・長野県(アルクマ)・三重県(う~まちゃん)・京都府(まゆまる)・兵庫県(はばタン)・鳥取県(トリピー)・徳島県(すだちくん)。愛媛県(みきゃん)・福岡県(エコトン)・宮崎県(みやぎき犬)が属する。

最後に、**観光性**を持つキャラクターは全部で6個であって、富山県(きときとくん)・岐阜県(ミナモ)・静岡県(ふじっぴー)・滋賀県(うおーたん)・高知県(くろしおくん)・鹿児島県(さくらじまん)が属した。

ここで、愛知県の場合、他の地域と違って、県の知事をモチーフにしている例外と判断され、その他に分類した。

上のチャートを見れば、各地域で表している性格は象徴性が一番多くて、次は歴史性と商業性、観光性が一番少なかった。歴史性の場合、歴史的な業績を残した人物や伝説の主人公・存在をモチーフにしているキャラクター(13個の中で8個が歴史的な人物・伝説の主人公や存在をモチーフにしている、それぞれ4/4の割合を占めている)が半分以上であり、一番多かった象徴性を持つキャラクターの中では県鳥をモチーフにしているキャラクター(18個の中で6個が県鳥をモチーフにしている)が著しく多かった。また、商業性を持つキャラクターは有名な名物や特産品が占めていて、観光性を持つキャラクターは山や川の美しさを妖精などの幻の存在に比喻したものが主であった。

ここから、推測できるのは各県内にはもっと小さい自治体である市・町・村が属していて、それぞれの自治体で地域のPRのために使っている性格を県から全部含めているご当地キャラクターを作り出すことは不可能である。

そのため、現在の都道府県のご当地キャラクターは、地域を代表としている象徴物や歴史的な人物を特に重要な素材にし、市・町・村まで含める県のイメージを作り出している傾向があると思われる。その理由は、ご当地キャラクターの場合、キャラクターが知らせたいイメージをなるべく一目で認識させるこ



とが重要である。しかし、県に属している自治体のイメージは全部異なり、それぞれに異なる地域のイメージを全部含めたキャラクターを作ると、逆に何を知らせたいのか分からなくなる恐れがあるからであろう。

## 第4章 秋田県のご当地キャラクター現況


### 4-1 秋田県のご当地キャラクター

4章では、秋田県内で地域のPRのために決められている「ご当地キャラクター」は何かを調べた。前の章でも述べているが、調査範囲は企業・協会などのキャラクターは除外して、秋田県の各地域の公式サイトでのキャラクターに限ることとした。

次の表は秋田県の地方自治体で指定されているご当地キャラクターを取りまとめたものだ。以下の表では、自治体でキャラクターを制作するときにモチーフになったテーマに下線を引いた。また、モチーフになったテーマを分析基準に従って、どのような性格を持っているかを分類した。「地域の主体性を確立」のための「歴史性」と「象徴性」は緑色で、「地域の経済的な発展・成長」のための「商業性」と「観光性」はオレンジ色に表記した。

また、キャラクター別に2つ以上の性格を持つキャラクターの場合、複数の性格を持つキャラクターだと判断し分類した。そして、県内で使われているキャラクターが2個以上である場合、キャラクターのモチーフが持つ性格が重複した場合は1つの性格を持つ地域に、重複しないでそれぞれ持っている性格が異なる場合は二つの性格も持つ地域に分類した。

<表2> 秋田県のご当地キャラクター

地域・写真	区分	内容
秋田県 	名前	んだっち
	所属	秋田県庁
	サイト	<a href="http://ww.pref.akita.lg.jp/">http://ww.pref.akita.lg.jp/</a>
	モチーフ	男鹿半島周辺で行われてきた年中行事、あるいは、その行事において、お面をつけ藁の衣装をまとった神の使いを指すなまはげをモチーフにしている。 [歴史性]
能代市	名前	ねぎ一菜ちゃん
	所属	ぐるーぷあばんしえ

	サイト	<a href="http://abanshe.blog.fc2.com/">http://abanshe.blog.fc2.com/</a>
	モチーフ	能代市の特産品である <u>白神ネギ</u> をモチーフのしている。 [商業性]
<p>大館市</p> 	名前	はちくん
	所属	大館市
	サイト	<a href="http://www.city.odate.akita.jp/">http://www.city.odate.akita.jp/</a>
	モチーフ	「 <u>忠犬ハチ</u> 」物語のハチをモチーフにしている。大館しは忠犬ハチの先産地である。 [歴史性]
<p>鹿角市</p> 	名前	鹿角市たんぽ小町ちゃん
	所属	きりたんぽ協議会
	サイト	<a href="http://www.tanpo.or.jp/">http://www.tanpo.or.jp/</a>
	モチーフ	秋田県の名物である <u>きりたんぽ</u> と秋田美人である <u>小野小町</u> をモチーフにしている。鹿角市はきりたんぽの発祥の地という。 [歴史性・商業性]
<p>北秋田市</p> 	名前	又兵衛
	所属	北秋田市観光物産協会
	サイト	<a href="http://inspot.jp/kitaakita/">http://inspot.jp/kitaakita/</a>
	モチーフ	マタギは古い方法を用いて集団で狩猟を行うものを指す言葉であるが、特に秋田県の「 <u>阿仁マタギ</u> 」が有名である。現在着た秋田市にマタギ資料館や阿仁マタの里等、ギマタギに関する観光地が多い。 [歴史性]
<p>仙北市</p> 	名前	オモテナシ3兄弟
	所属	田沢湖高原旅館組合
	サイト	<a href="http://tazawakokougen.jp/">http://tazawakokougen.jp/</a>
	モチーフ	仙北市の有名な <u>観光地</u> を現している、 <u>温泉・田沢湖・駒ヶ岳山</u> をモチーフにしている。 [観光性]
<p>秋田市</p>	名前	与次郎
	所属	エリアなかいち
	サイト	<a href="http://akita-nakaichi.com/">http://akita-nakaichi.com/</a>

	モチーフ	飛脚として秋田～江戸を6日間で往復したという、 <u>狐の伝説</u> のお話をモチーフにしている。 [歴史性]
大仙市 	名前	つつどん・たまちゃん
	所属	大仙市
	サイト	<a href="http://www.city.daisen.akita.jp/docs/2014010900029/">http://www.city.daisen.akita.jp/docs/2014010900029/</a>
	モチーフ	大曲の <u>花火大会</u> のキャラクターとして活躍している。つつどんは花火の打上筒を、たまちゃんは花火の打上玉をモチーフにしている。 [商業性]
由利本荘市 	名前	黄桜すい
	所属	由利本荘市
	サイト	<a href="https://twitter.com/kizakura_sui/">https://twitter.com/kizakura_sui/</a>
	モチーフ	市の花（市花）である <u>黄桜</u> の花言葉は「永遠優美」で、名前のすいは水の恵みを表している。 [象徴性]
横手市 	名前	やきっぴ
	所属	横手やきそば研究会
	サイト	<a href="https://twitter.com/yakippi/">https://twitter.com/yakippi/</a>
	モチーフ	横手の名物である <u>横手焼きそば</u> をモチーフにしている。 [商業性]
にかほ市 	名前	にかほっぺん
	所属	にかほ市
	サイト	<a href="http://www.city.nikaho.akita.jp/">http://www.city.nikaho.akita.jp/</a>
	モチーフ	にかほ市には、 <u>ほっぺが落ちる</u> ほどの美味しいものがたくさんあるということをPRしている。頭の上には <u>鳥海山</u> をイメージしている。 [象徴性・観光性]
湯沢市	名前	しず小町
	所属	湯沢ジオパーク
	サイト	<a href="http://www.yuzawageopark.com/">http://www.yuzawageopark.com/</a>

	モチーフ	湯沢市に江戸時代から人々が飲み続いたきれいな湧き水と、湯沢市から生まれた詩人である小野小町をモチーフにしている。 [歴史性・観光性]
小阪町		無し
上小阿仁村 	名前	こあびょん
	所属	上小阿仁村
	サイト	<a href="https://www.vill.kamikoani.akita.jp/">https://www.vill.kamikoani.akita.jp/</a>
	モチーフ	北秋田郡に属する上小阿仁村は昔からマタギが狩をした熊が有名であり、牧場も今まであるので熊をキャラクターのモチーフになった。なお、可愛らしさを加えるため、ウサギの頭巾を被っている。名前は地名から取ってきたという。 [象徴性]
藤里町		無し
三種町		無し
八峰町		無し
五城目町 	地域	五城目町だまこちゃん
	所属	五城目町
	サイト	<a href="https://www.facebook.com/gojomemachi/">https://www.facebook.com/gojomemachi/</a>
	モチーフ	秋田の郷土料理であるだまこ鍋をモチーフにしている。 [商業性]
八郎潟町 	地域	ニャンパチ
	所属	八郎潟町
	サイト	<a href="http://www.town.hachirogata.akita.jp/">http://www.town.hachirogata.akita.jp/</a>
	モチーフ	八郎潟町の伝統芸能である願人踊をモチーフにしている。 [歴史性]
井川町		無し
大潟村		無し
美郷町	地域	美郷のミズモ
	所属	美郷町

	サイト	<a href="https://twitter.com/misatonomizumo/">https://twitter.com/misatonomizumo/</a>
	モチーフ	美郷町で名水百選に選ばれた「六郷湧水群」という湧き水をモチーフにしている。 [観光性]
羽後町		無し
東成瀬村 	地域	なる仙くん
	所属	東成瀬村商工会
	サイト	<a href="http://blog.goo.ne.jp/1000nintv/">http://blog.goo.ne.jp/1000nintv/</a>
	モチーフ	「仙人の郷」と言われる東成瀬では仙人修行という恒例行事が行っていて、地名と仙人をモチーフにしたキャラクターが誕生した。 [商業性]

#### 4-2 秋田県のご当地キャラクター分析

### ご当地キャラクターの性格(秋田県)

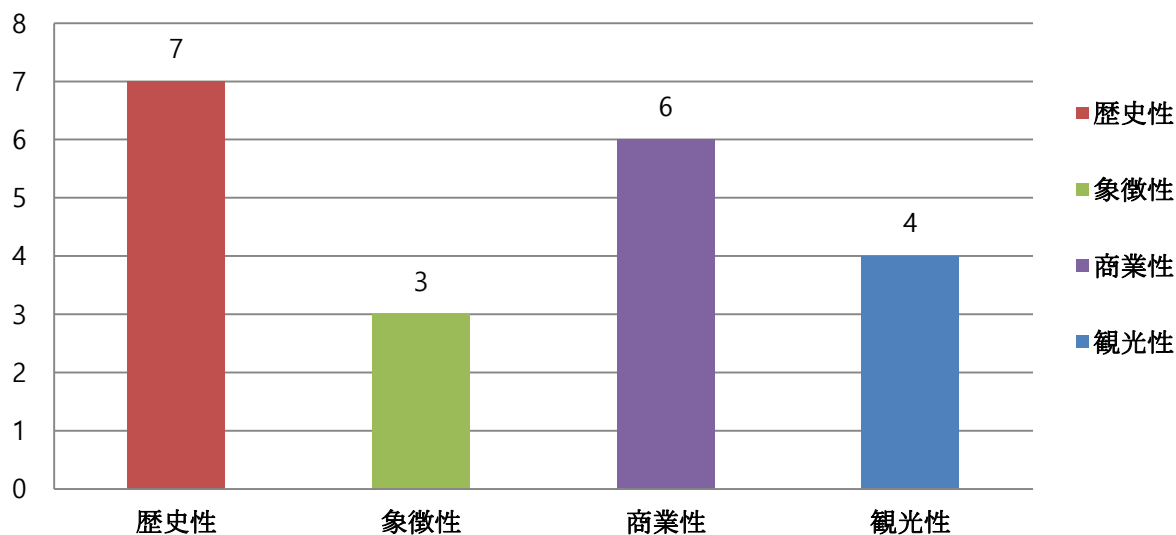


図5 \_\_ご当地キャラクターの性格(秋田県)

秋田県の場合、**歴史性**を持っているキャラクターは7個で、秋田県(んだっち)・大館市(はちくん)・鹿角市(たんぼ小町ちゃん)・北秋田市(又兵衛)・秋田

市(与次郎)・湯沢市(しず小町)・八郎潟町(ニャンパチ)が属していた。

**象徴性**を持っているキャラクターは全部3個であって、由利本荘市(黄桜すい)・にかほ市(にかほっぺん)・上小阿仁村(こあぴょん)が属した。

**商業性**は全部6個で、能代市(ねぎ一菜ちゃん)・鹿角市(たんぽ小町ちゃん)・大仙市(つつどん・たまちゃん)・横手市(やきっぴ)・五城目町(だまこちゃん)・東成瀬村(なる仙くん)が当たった。

**観光性**を持つキャラクターは仙北市(オモテナシ3兄弟)・にかほ市(にかほっぺん)・湯沢市(しず小町)・美郷町(美郷のミズモ)で全部4個であった。

秋田県のご当地キャラクターの場合、都道府県のご当地キャラクターの分析結果とは違って、象徴性が主なキャラクターが一番少なくて、歴史性と商品性を持つキャラクターが多かった。そして、次に多かった性格は観光性を持つキャラクターであった。歴史性と商業性が特に多いが、その中に属しているキャラクターのモチーフは重ならなくて、それぞれ全部異なった。歴史性の場合、伝説の話の動物から有名な人物や猟人(マタギ)まで色々な素材をモチーフにしてご当地キャラクターを制作していた。商業性の場合も、特産品や名物以外にイベントや大会をモチーフにした多様なご当地キャラクターが存在していた。

確かに、都道府県のご当地キャラクターに比べ、地域でご当地キャラクターを利用していない地域もあるが、ご当地キャラクターを利用している地域についてはキャラクター多様性があった。

3章でも述べているが、都道府県のご当地キャラクターは、各県に属している市・村・町のイメージを全体的に含めているキャラクターを作ることができないが、小さい範囲の自治体である市・町・村のご当地キャラクターは、さらに直に地域のイメージを知らせている性格が強いと思われる。なお、都道府県はご当地キャラクターを利用して地域をアピールするためには相当に制約を受けるが、県内の市・町・村のご当地キャラクターはその制約をあまり受けていないと思われる。

## 第5章 「与次郎」を通じた秋田市のコミュニケーション

### 5-1 「与次郎」の誕生背景

「与次郎」が宣伝・広告のため努めている「エリアなかいち」は、秋田赤十字病院の郊外移転（1998年（平成10年）に秋田市上北手の現在地に移転）等によって生まれた秋田市中心部にある大規模な空閑地を再開発して誕生したエリアである。2012年（平成24年）7月5日に「秋田まちづくり」が管理・運営する駐車場・商業施設棟が先行開業し<sup>5</sup>、7月21日に「秋田市にぎわい交流館AU」および秋田県立美術館（暫定開館）が開館し<sup>6</sup>、再開発地区の街びらきを迎えた。

「エリアなかいち」という名称は公募により2011年（平成23年）11月19日に発表されたもので、この地域のPRのためのキャラクターが必要となり、千秋公園内の与次郎稲荷神社（與次郎稲荷神社）に祀られている狐をモチーフにした「与次郎」が発表された<sup>7</sup>。

「与次郎」は現在、facebookやtwitterのネット上のSNS活動も活発に行っていて、与次郎の役割であった飛脚から思い付いた「与次郎駅伝」と言うマラソン大会や秋田市に行われているイベントで活躍している。

---

<sup>5</sup> “「エリアなかいち」開業...秋田の再開発地区”． 読売新聞(読売新聞社)．(2012年7月6日)

<sup>6</sup> “にぎわい創出に疑問の声 秋田・中通再開発地あすオープン”． 河北新報(河北新報社)．(2012年7月20日)

<sup>7</sup> “中通一丁目地区第一種市街地再開発事業の再開発地区とにぎわい交流館の愛称を決定”(PDF) (プレスリリース), 秋田市都市整備部まちづくり整備室, (2011年11月19日) 2012年6月13日閲覧




## 5-2 ご当地キャラクター「与次郎」の個性

前にも述べているが、「与次郎」は秋田から伝わる、飛脚として秋田～江戸を6日間で往復したという、狐の伝説のお話をモチーフにしたキャラクターである。

「与次郎」というキャラクターが持つ外内面的な特徴を詳しく見てみると、外面的な特性は「狐」と「飛脚の服装」である。次は「与次郎」の公式プロフィールである。

<表3>キャラクター「与次郎」の公式プロフィール

	名前	与次郎(よじろう)
	種類・性別	白キツネ(♂)
	職業	なかいち応援団長
	生年月日	2012年7月21日 うまれ (秋田市にぎわい交流館AUの開館日)
	大好きな物	いなりずし
	特技	走ること
	性格	熱血で男前、とても義理堅い

内面的に持っている特徴は、第4章で分類したご当地キャラクターが持つ性格の歴史性である「与次郎稲荷神社の伝説」だ。次は「与次郎」のモチーフになった「与次郎狐の伝説」である。

慶長9年(1604年)8月、佐竹義宣が久保田城(現在の秋田市)へ移って2、3日後、御座の間の庭に1匹の大狐が現れて義宣へ訴え出た。狐曰く「自分は神明山に300年余り住まう狐の長であるが、公がこの山へ築城されたことにより棲み家を失った。願わくば代わりの土地を賜りたい。願い聞き届けられるならば、今後永く城の守りとなり、御用にも役立ちたい」。義宣が狐に、どのように役立つつもりかと尋ねると、火急の用あらば飛脚となり、江戸まで6日で往復すると答える。喜んだ義宣は、狐に城北の茶園近くの土地を与え、「茶園守の与次郎」と呼んで歩行並(かちなみ)の待遇とした。秋田転封前の水戸時代、茶園守の与次郎という家臣が居たので、その名を付けたものである。以来6年間、江戸へ急用が生じる度に与次郎が呼び出され、約束通り往復6日で返書を携え戻ってきた。

江戸までの道中、六田村(現在の東根市)で佐竹氏が継ぎ立てに利用していた飛脚宿に、間右衛門という男が居た。この男、最近飛脚の宿泊が少ないことを不審に

思っていたが、ある時佐竹の飛脚が飛ぶような速さで通り過ぎているという噂を聞きつけた。獵師の谷蔵にその事を相談すると、谷蔵は「それは狐に違いない、捕らえれば宿はまた繁盛する」と間右衛門を唆した。そこで2人は悪党仲間達と謀って狐の好物・油鼠を仕掛け、飛脚が来るのを待ち構えた。江戸へ上る途中の与次郎は目敏く罌の存在に気付き、御用の飛脚を罌にかけようとは不届きであると、意趣返しに油鼠をすべて奪い取ってやろうとしたものの、運悪く谷蔵の狐網に捕らえられてしまった。せめて御用だけは果たすべしと御状を網の目から外へ出すと、不思議なことに御状は空へ舞い上がった。谷蔵が一打ちすると、与次郎は呪いの言葉を吐いて死んだ。空へ舞い上がった御状は小狐達が引き継ぎ、遅滞無く江戸に届いたという。

間右衛門、谷蔵らは奪った金を分け合い、狐の死体は煮て食うなどしたが、その夜から六田村の人々に乱心する者が続出した。近隣の狐達が集まって祟ったもので、一月余りの間に300人以上が狂い、17人が死に、正気の者は10人ばかりという有り様だった。騒ぎは幕府の耳にも届き、代官・杉本伊兵衛が派遣された。伊兵衛も現地の惨状に肝を潰したが、与次郎をこの地で八幡に祀ることとし、恨みを収めて立ち退くよう狐達に向けて呼ばわった。すると狐は去り、村人は酒の醒めるように回復した。しかし間右衛門と谷蔵は10日も経たないうちに死に、子孫もやがて絶えた。事の次第を伝え聞いた義宣は大いに無念がり、久保田城内に与次郎を祀る神社を建立した。また、江戸へ往来する際には、六田で必ず与次郎が祀られた宮に参拝した。義宣以降の歴代藩主も往来の際、街道から続く参道に化粧砂を敷いて必ず詣で、藩主が参拝できない場合には御刀番が代参する慣わしとなった。

(参考資料：「久保田城ものがたり」 pp. 195-198。)

### 5-3 「与次郎」を活用した事例

「与次郎」は外面的にご当地キャラクターとして、秋田市内から人々に地域のイメージを表している。では、市内を含め、市外の人々に秋田市のイメージを表しながら、観光客に対してどのように活用されているのかを考察する。



図6 「第6回与次郎駅伝」のポスター

図6は今年に開催された「与次郎駅伝」の広告ポスターである。参加する項目はチャンピオンコースからファミリー&子供大人混合、一般女性・男性、小・中・高校生に至るまで、性別や年齢にかかわらず行われている。各部に参加する参加者は4人でチームを組む。そして、与次郎稲荷神社と千秋公園を含めるマラソートルートを走る。参加費用は小学生・ファミリー&子供大人混合の部は1人あたりに1500円、中学生・高校生の部は1人あたりに2000円、それ以外は全部1人あたりに3000円になっている。

「与次郎駅伝」の宣伝ポスターで使っている文句は「飛脚として秋田～江戸をわずか6日で往復したという、いまから約400年前の久保田築城により生まれた与次郎狐の伝説。その地である千秋公園と、かつて城下町であった中心市街地を舞台に今度は私たちが元気と賑わいを襁につなぎ、仲間とともに疾走する！」

である。

うえのように、チームを組むこと、色々な項目に分けられていること、伝説の引用して宣伝していること、団結を意味する宣伝文句を使っていることで、地域の主体性を確立させることができる。そして、観光客に対しては地域の良いイメージをアピールすることができる。

また、参加する時の費用も地域の経済的な発展のためにも十分に役に立つと思われる。



図7\_マラソン出発も待っている人々



図8\_走っている参加者

図7と図8は7月16日のマラソン大会当日の図である。秋田魁新報の記事によ

ると、今年に開催された「第6回弥次郎駅伝」には県内外の362チームで、1448人が参加した<sup>8</sup>。人々は雨天決行にも関わらず、わいわいしながらコス・プレをした人々や家族・職場の人々まで、色々な年齢の参加者が楽しんでいる。

再び秋田市のご当地キャラクターを活用した事例を通じて振り返ってみると、「弥次郎」というご当地キャラクターを用いて、県内では県民に主体性を確立させ、地域のアイデンティティを作りたてる。また、地域の持続的な発展のために県民と対話を可能にする。そして、地域の商圈を成長させることにも役に立てる。

なお、県外では観光客に地域の名物・歴史・伝統を紹介させ、地域のイメージをアピールする媒介体である。「弥次郎駅伝」の場合、参加費で県庁や協会に経済的な利益を、周りの町場へ経済的な利益を持たせている。

このように、ご当地キャラクターを用いて、秋田県民を含めて観光客に地域のイメージをアピールすることができる。なお、観光客に地域のイメージを高め、経済的な利益にも影響を与えることができる。

---

<sup>8</sup> 雨の広小路駆け抜ける―弥次郎駅伝に362チーム”。〈秋田魁新報〉。2017年7月17日。

## 第6章 結論

地域間に存在する個性をうまく伝えようとすることはどこにも重要であろう。色々なメディアの中でも、地域の個性をうまく伝える方法を見つけることはとても難しいと思われる。歴史的な要素を利用した観光地の宣伝・広告や祭りみたいな大きいイベント行事等、日本の自治体は地域の発展と成長のために色々な努力を行っている。その努力の手段として、「ご当地キャラクター」は魅力的な手段である。ご当地キャラクターは地域の象徴物であり、地域の主民に対して自治体が目指している地域のイメージを優しき表している。地域の主民はご当地キャラクターを通じて自分が属している地域のイメージを認識することで、地域の団結を求め地域の主体性を確立することができる。さらに、観光客に地域の良いイメージをアピールすることで、地域の経済的な発展と成長まで影響を与えることができる。そのために、ご当地キャラクターをうまく利用するべきだと思われる。

本論文はその趣旨からはじめ、ご当地キャラクター持つ意味と価値は何かを調べた。

第1章では論文の作成の背景と目的、そして、研究を行う方法と範囲を提示した。

背景としては自治体から各地域の色々な方法が存在するが、特に日本だけの宣伝方法だと思われる「ご当地キャラクター」を利用した地域PRが興味深いと思われたことから始まった。また、ご当地キャラクターの目的といえば、地域内の人々には地域の主体性を確立させることであり、地域外の人々、すなわち観光客に対しては地域のイメージをアピールすることによる地域の経済的な発展・成長を目指すことである。

第2章ではご当地キャラクターを分析するため、ご当地キャラクターの定義と目的、そして第3章と第4章で分類する理論的な分類基準について述べた。

「ゆるキャラ」と「ご当地キャラクター」の相関関係について調べ、ゆるキャラは企業や会社のPRをしているキャラクターであることに比べて、ご当地キャラクターは地域の・広告のために作られたキャラクターであると定義した。また、本研究では地域の宣伝・広告に使われているご当地キャラクターだけを研究対象

として限り、各地域からご当地キャラクターのモチーフになった性格を歴史性・象徴性・商業性・観光性に分類した。そして、各性格に属する要素を細分化した。

第3章と第4章ではそれぞれ都道府県のご当地キャラクターと秋田県のご当地キャラクターを調査した。その結果、今の日本のご当地キャラクターは都道府県の場合、属する地域(市・町・村)の代表する役割として象徴的な要素を基にしてご当地キャラクターを制作する傾向が見えた。また、県内のご当地キャラクターの場合、都道府県に比べて、さらに色々な多様性を持つご当地キャラクターが利用されている傾向を確認した。

第5章ではご当地キャラクターがうまく活用された事例として、秋田市のご当地キャラクターである「与次郎」を選定し、地域の主体性の確立と経済的な成長のためにうまく使われた事例を確認した。「与次郎」を調査対象にした理由は秋田市の歴史性を持つキャラクターであるが、地域のアイデンティティーを確立させることと共に、地域の宣伝による経済的な成長にも大きい影響を与えているからである。

その結果、秋田市の「与次郎狐の伝説」をモチーフにしたキャラクターでありながら、「与次郎駅伝」というマラソン大会で市内の人々を団結させ地域の主体性を確立させていた。なお、観光客に対しては「与次郎」に関する伝説の話や地域の良いイメージをアピールすることで地域の発展・成長に影響を与えていた。

以上のような段階によって述べるご当地キャラクターの意味と意義は以下の通りである。

地域のアイデンティティーを確保するために自治体から使っている方法の中で、「ご当地キャラクター」を活用するイベントや行事は日本だけの特徴だと思われる。そして、ご当地キャラクターを利用した結果として、地域の発展と成長に繋げる大事な存在だと思われる。地域の色々なPR要素を使って、地域内の住民を団結させて主体性(アイデンティティー)を持たせる。また、地域外の観光客には良いイメージをアピールするためにご当地キャラクターの役割がこれからも重要だと思われる。

現在、「ご当地キャラクター」と言う地域のキャラクターを制作し、地域のイメ

ージをアピールすることは日本でよく見られる。しかし、自治体では彼らだけのキャラクターを持っているにもかかわらず、うまく活用されていない状態が残念だと思われる。そのためにも、この論文がご当地キャラクターが持つ意味や意義の重要性について考えてみる切っ掛けがなり、これからの地域の活性化のために少しでも役に立てほしい。



## [参考文献]

- 荒木長照 (2015) 『ご当地キャラクターの特徴量としてのパーソナリティ・イメージ』 大阪府立大学経済研究 60(3・4), pp.1 - 5
- 안효리 (2017) 『일본의 유루카라(ゆるキャラ)를 활용한 지역홍보에 관한 연구 : 돗토리현(鳥取県)과 시마네현(島根県)을 중심으로』 建国大学大学院日本文化・言語学修士論文 pp.10 - 44
- 大貫尚雄 (2005) 『日本全国ご当地キャラクター図鑑』 新紀元社
- 大貫尚雄 (2005) 『日本全国ご当地キャラクター図鑑2』 新紀元社
- 高橋幸司・関口香奈子 (2014) 『全国ご当地キャラクター名鑑&パーフェクト DATA BOOK B.B.MOOK1105』 ベースボール・マガジン社
- 나카무라 유카리 (2015) 『캐릭터를 활용한 지자체의 브랜드 커뮤니케이션 전략 연구 : 한국과 일본의 캐릭터를 중심으로』 仁荷大学大学院文化経営学修士論文 pp.13 - 35
- 葉月耕市郎 (2010) 『日本列島ズラリ! ご当地キャラ大集合!』 笠倉出版社
- 平山陽子・時実象一 (2014) 『ご当地キャラクターの活用とライセンスング』 情報知識学会誌 24(2), pp.197 - 198
- 藤本智士 (2012) 『秋田県フリーマガジン のんびり 2012.Autumn』 秋田県(観光文化スポーツ部観光戦略課)
- 山村高淑 (2014) 『ご当地キャラクターの背景にあるもの : 地元意識のあり方と幼稚さの意義について (特集 地元意識を考える)』 都市問題 105(8) pp.18 - 20

## [参考サイト]

ご当地きゃら情報局 <<http://gotouchi-chara.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 14日)

ご当地キャラカタログ <<http://localchara.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 14日)

ご当地キャラクター大図鑑—全国版— <<https://matome.naver.jp/odai/2137738420966669901>> (閲覧日:2017年 5月 12日)

(一社)日本ご当地キャラクター協会 <<http://kigurumisummit.org/>> (閲覧日:2017年 7月 13日) ゆるキャラグランプリ <<http://www.yurugp.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 14日)

## [都道府県]

北海道庁 <<http://www.pref.kanagawa.jp/>> ゆるキャラグランプリ <<http://www.yurugp.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

岩手県観光ポータルサイト <<http://www.iwatetabi.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

岩手・平泉観光キャンペーン実行委員会 <<http://www.sendaimiyagidc.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

美の国あきたネット <<http://ww.pref.akita.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 7月 15日)

山形県ホームページ <<http://www.pref.yamagata.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

福島県ホームページ <<http://www.pref.fukushima.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

茨城県ホームページ <<http://www.pref.ibaraki.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

栃木県公式ホームページ <<http://www.pref.tochigi.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

群馬県 <<http://www.pref.gumma.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

埼玉県庁公式ホームページ <<http://www.pref.saitama.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

千葉県ホームページ <<http://www.pref.chiba.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

神奈川県ホームページ <<http://www.pref.kanagawa.jp/>> (閲覧日:2017年 7月 21日)

新潟県ホームページ <<http://www.pref.niigata.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

富山県ホームページ <<http://www.pref.toyama.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

石川県ホームページ <<http://www.pref.ishikawa.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

山梨県公式観光情報サイト <<http://www.yamanashi-kankou.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

長野県公式ホームページ <<http://www.pref.nagano.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

岐阜県ホームページ <<http://www.pref.gifu.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

静岡県ホームページ <<http://www.pref.shizuoka.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

愛知県観光プロモーション公式サイト <<http://kotteri.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

三重県ホームページ <<http://www.pref.mie.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

滋賀県ホームページ <<http://www.pref.shiga.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

京都府広報官まゆまるオフィシャルサイト <<http://www.mayumaro.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

覧日:2017年 5月 22日)

大阪府ホームページ <<http://www.pref.osaka.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

兵庫県ホームページ <<http://web.pref.osaka.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

奈良県ホームページ <<http://www.pref.nara.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

和歌山県ホームページ <<http://www.pref.wakayama.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

鳥取県ホームページ <<http://www.pref.tottori.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

しまねっこ公式サイト <<http://www.kankou-shimane.com/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

ももっち・うらっちの公式ホームページ <<http://www.miryoku-harenokuni-okayama.jp/momo-ura/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

山口県PR本部長ちよるるオフィシャルサイト <<http://choruru.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

すだちくんオフィシャルサイト <<http://sudachikun.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

愛媛県ホームページ <<http://www.pref.ehime.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

高知県ホームページ <<http://www.pref.kochi.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

福岡県ホームページ <<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

長崎県ホームページ <<http://www.pref.nagasaki.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

くまモンオフィシャルホームページ <<http://kumamon-official.jp/>> (閲覧

日:2017年 5月 22日)

大分県ホームページ <<http://www.pref.oita.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

宮崎県ホームページ <<http://www.pref.miyazaki.lg.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

鹿児島県ホームページ <<https://www.pref.kagoshima.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

沖縄観光情報WEBサイト <<http://www.okinawastory.jp/>> (閲覧日:2017年 5月 22日)

#### [秋田県]

能代市のまちづくり支援グループ「あばんしえ」 <<http://abanshe.blog.fc2.com/>> (閲覧日:2017年 7月 14日)

大館市公式ホームページ <<http://www.city.odate.akita.jp/>> (閲覧日:2017年 7月 14日)

たんぽ小町ちゃん <<http://www.tanpo.or.jp/>> (閲覧日:2017年 7月 14日)

あきた北ナビポータルサイト <<http://inspot.jp/kitaakita/>> (閲覧日:2017年 7月 14日)

田沢湖高原旅館組合 <<http://tazawakokougen.jp/>> (閲覧日:2017年 7月 14日)

エリアなかいち公式ホームページ <<http://akita-nakaichi.com/>> (閲覧日:2017年 7月 19日)

大仙市公式ホームページ <<http://www.city.daisen.akita.jp/>> (閲覧日:2017年 7月 14日)

黄桜すい公式 ツイッター <[https://twitter.com/kizakura\\_sui/](https://twitter.com/kizakura_sui/)> (閲覧日:2017年 7月 14日)

やきっぴ公式 ツイッター <<https://twitter.com/yakippi/>> (閲覧日:2017年

7月 14日)  
にかほ市公式サイト <<http://www.city.nikaho.akita.jp/>> (閲覧日:2017年  
7月 14日)  
湯沢ジオパーク <<http://www.yuzawageopark.com/>> (閲覧日:2017年 7月 1  
4日)  
上小阿仁村公式ホームページ <<https://www.vill.kamikoani.akita.jp/>> (閲覧  
日:2017年 7月 14日)  
だまこちゃん公式フェイスブック <<https://www.facebook.com/gojomemachi/>>  
(閲覧日:2017年 7月 14日)  
八郎潟町公式ホームページ <<http://www.town.hachirogata.akita.jp/>> (閲  
覧日:2017年 7月 14日)  
美郷のミズモ公式 ツイッター <<https://twitter.com/misatonomizumo/>> (閲  
覧日:2017年 7月 14日)  
なる仙くん公式ブログ <<http://blog.goo.ne.jp/1000nintv/>> (閲覧日:2017  
年 7月 14日)