

立ち読み版

【特集】

「ご当地キャラ」で 地域を元気に!

2013年新語・流行語大賞のトップテンに「ご当地キャラ」が入るなど、近年のご当地人気はいまだにかけりを見せていない。併せて、各自治体が行う地域活性化への取組みも、ますます盛んになっている。本特集では、「ご当地キャラ」を主テーマにご当地ビジネスの実態を解明し、診断士のかかわり方を提言する。

● 地域の現状と課題

岡田秀樹

● 「ご当地キャラ」が注目を集めるワケ

濱砂 忍

● 「ご当地キャラ」の多様性

濱砂 忍

● くまモンがくれたもの

福田和歌子

● 「ご当地キャラ」活用の際の留意点

江村 敏

● 【インタビュー】

川崎市日吉地区エリアプロデューサー／中小企業診断士・堀切研一氏と
川崎市経済労働局次世代産業推進室課長補佐・鈴木雄二氏に聞く

岡田秀樹

【特集】 **ご当地キャラ** で地域を元気に!

1 …… 地域の現状と課題

岡田 秀樹
中小企業診断士

現在、自治体が地域の活性化や地域の魅力をPRするために「ご当地キャラ」を活用する動きが全国的に広がっており、関連グッズが好調な売れ行きを示すなど社会現象となっている。昨年の新語・流行語大賞では、「アベノミクス」と並び、「ご当地キャラ」がトップテン入りを果たした。

「ご当地キャラ」が注目されるきっかけとなったのは、2006年の「国宝・彦根城築城400年祭」(滋賀県)を記念して誕生した「ひこにゃん」だと言われている。そしていまや、「ご当地キャラ」と呼ばれるキャラクターは、全国で約2,500体にも上るという(「ご当地キャラカタログ」<http://localchara.jp/>より)。

「くまモン」や「ふなっしー」など、タレント化したキャラクター以外にも、地域の知名度向上や地域経済への貢献を果たしているキャラクターは多い。本章では、「ご当地キャラ」を活用して活性化を図る地域の現状と課題を紹介する。

これまで安穩としてきた都市部の多くも衰退の危機にさらされている。これらは①人口の減少、②少子高齢化、③経済のグローバル化などにより、社会経済の条件が大きく変化したことによる。

わが国は近代産業革命(大正時代)以降、右肩上がりの経済発展と人口増加を続けてきたが、2004年末に人口が減少局面に入ったことから、何も努力をしなければ、地域は衰退する時代に入ったと言える。また、日本経済の根幹をなす製造事業所は、1980年代の地方分散を経て、1990年代からのグローバル化に伴う海外移転で空洞化している。

それに伴って、地域活性化の研究も非常に盛んになってきた。「地域活性化」、「地域づくり」、「まちづくり」、「観光」、「商業・商店街再生」などの関連書籍が多数出版され、大手書店では特別コーナーを設けるケースも見られる。

(2) 地域の抱える課題

平成25年度の総務省調査によると、「少子高齢化」、「産業・雇用創出」、「コミュニティの再生」を課題と捉えている自治体が多いことがわかる。

日本で人口が増えているのは東京、名古屋、大阪、福岡などの大都市とその周辺であり、多くの

1 ますます注目を集める地域活性化

(1) 日本の現状

昨今、国内各地で地域の衰退が著しい。地方の空洞化や衰退は言うまでもないが、21世紀に入り、