

## 由利本荘周辺地域の学生・生徒が好むゆるキャラの条件

システム科学技術学部 経営システム工学科  
1年 佐藤 千夏  
1年 伊藤 海玖  
1年 鈴木 奏恵  
1年 中川 亜希美

指導教員 システム科学技術学部 経営システム工学科  
准教授 嶋崎 真仁

### 1. 研究目的と背景

近年、秋田県の観光入込客数は減少傾向にある<sup>1</sup>。秋田の観光客数を増加させる一つの手段として、本グループはゆるキャラが有効であると考えた。

ゆるキャラはその地方の特色を反映させたものであるため、一目見て他の地方の方にアピールすることが可能である。また、近年ではくまモンやふなっしーといったゆるキャラの活躍により、観光客数・県の経済効果が飛躍的に伸びている地域も見受けられる。

そのため、本研究では地域の活性化につながるゆるキャラの分析を試みる。

### 2. 研究方法

神田[1]が提唱する新商品企画七つ道具(NeoP7)を援用して調査分析を行う。本来のNeoP7の過程に沿う場合は商品のアイデア・仮説を創出しインタビュー調査を実施することでアイデアと評価項目を厳選する。これに対し本研究では、顧客満足度アンケートの設計とポジショニング分析の手法を学ぶことを優先したため、ゆるキャラと評価項目を抽出することでその過程を補う方法を採用する。

ゆるキャラは、ゆるキャラグランプリ、ゆるキャラを専門として扱う書籍(参考文献[2]~[3])より人気が高く、またジャンルの異なる5種類を抽出した。対象としたキャラクターは、くまモン<sup>2</sup>、スギッチ<sup>3</sup>、バリィさん<sup>4</sup>、ふなっしー<sup>5</sup>、メロン熊<sup>6</sup>である。採取したアンケートをポジショニング分析ならびにスネークプロットを併用して分析する。

### 3. アンケート調査

対象とする5種類のゆるキャラをアンケート対象者に写真で見てもらい評価項目に沿って5段階で評価してもらった。評価項目は、以下の7項目である。

- (1)会ってみたいと思う
- (2)雰囲気好感が持てる
- (3)顔が好き(目の位置・口の大きさなど)
- (4)全体のフォルムが良い
- (5)色合いが良い
- (6)モチーフがわかりやすい
- (7)動きに好感が持てる

アンケートの対象者は仁賀保高等学校、湯沢翔北高等学校、本荘高等学校、由利工業高等学校、秋田県立大学本荘キャンパス・秋田キャンパス、秋田公立美術大学

<sup>1</sup>美の国あきたネットより  
(<https://www.pref.akita.lg.jp/>)

<sup>2</sup> 熊本県の公式ゆるキャラ

<sup>3</sup> 秋田県の公式ゆるキャラ(2007~2017)

<sup>4</sup> 愛媛県今治市の公式ゆるキャラ

<sup>5</sup> 千葉県船橋市の非公式ゆるキャラ

<sup>6</sup> 北海道夕張市の公式ゆるキャラ

の生徒・学生計543人である。その内訳を表1に示す。

表1 アンケート対象者の概要  
単位[人]

	高校生	大学生	美大生	合計
男性	258	137	4	399
女性	52	46	45	143
未記入	—	1	—	1
合計	310	184	49	543

4. 分析結果

アンケート結果からポジショニングマップとスネークプロットを作成し分析する。

4.1 ポジショニングマップ

まず、各因子の固有値から因子数を決める。その結果、因子数1と判定された。しかし、便宜上本研究では2因子でポジショニングマップを作成する。

全体の因子負荷量を表2に示す。この結果、因子2として「モチーフがわかりやすい」だけが独立していることが分かる。

表2 因子負荷量

	FAC.1	FAC.2
X1. 会ってみたいと思う	0.64	0.39
X3. 顔が好き。目の位置。口の大きさなど。	0.85	0.35
X4. 全体のフォルムが良い	0.80	0.42
X5. 色合いが良い	0.70	0.53
X6. モチーフがわかりやすい	0.33	0.73
X7. 動きに好感が持てる	0.59	0.57

続いてポジショニング分析として、男女別、所属校別のポジショニングマップを図1, 2に示す。

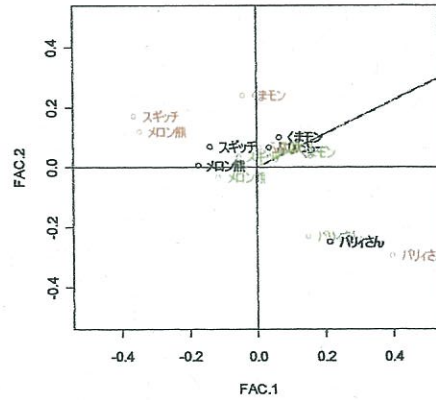


図1 ポジショニングマップ 男女別

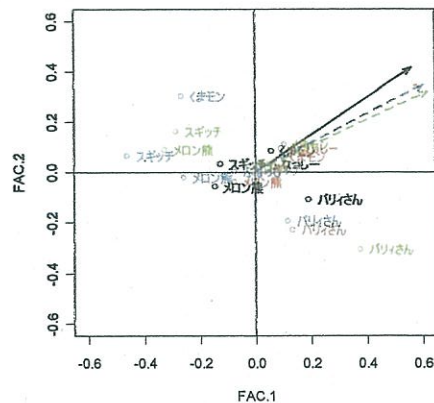


図2 ポジショニングマップ 所属校別

図1を見ると、男女別では理想ベクトルにほぼ差がない。女性はふなっしーがより理想ベクトルに近く、男性はくまモンがより理想ベクトルに近い。したがって上記のキャラクターが男性・女性にとって人気の高いゆるキャラであることが分かる。

図2より、所属校別でみると、理想ベクトルは高校生と美大生が類似しているものの、大学生が異なる傾向を示した。これはパリィさんへの評価が影響を与えたことによるものと考えられる。

また、高校生と大学生は評価が理想ベクトル付近に集中するゆるキャラが類似しており、美大生はくまモンが理想ベクトルから大きく離れていくことから、美

大生にとってくまモンはモチーフの分かりやすさ以外の項目での評価が低いことが分かる。

この分析の補足として、各項目と総合評価との相関ならびに各項目の平均評価を調べるため、CSポートフォリオ分析を行った。結果を図3に示す。

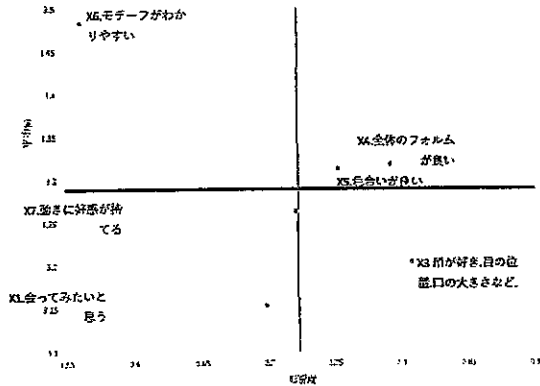


図3 CSポートフォリオ

相関の平均値を図3の横軸の赤点線で表すと、平均値より高い相関を示しているのは「顔が好き」と「全体のフォルム」と「色合い」であると読み取れる。各評価項目の平均値を比較してみると「色合い」の度合いが低いことから、この項目は評価が厳しい傾向があると言える。

#### 4. 2 スネークプロット

各ゆるキャラの評価項目と説明変数の平均値をグラフ化したスネークプロットを図5に示す。

図5のグラフから「モチーフ」はデータの散らばりが大きく評価に大きく影響している。特に評価を下けているのは、バリィさんであった。また、ポジショニング分析で評価が高かったくまモン、ふなっしーはともに平均点が高く 3.44 点、

3.41 点であった。

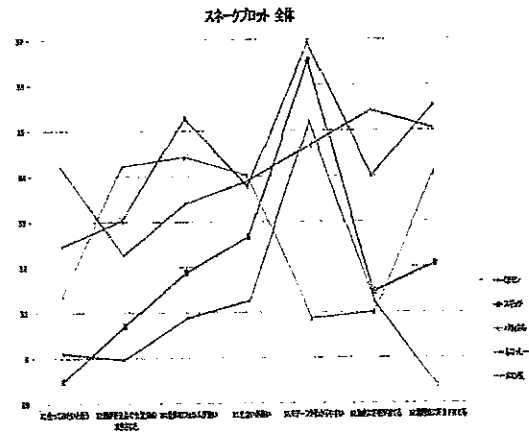


図5 スネークプロット 全体

#### 5. まとめ

CSポートフォリオ分析の結果、影響度が高い項目は、「顔が好き」、「全体のフォルム」、「色合い」であり、女性、美大生、大学生の以上が顕著に表れていることが読み取れる。バリィさんがこの条件に当てはまる。工業高校、男性に於いて同項目ではくまモンへの評価が高い。

また、各評価項目の平均値を比較してみると「顔が好き」の度合いが低いことから、この項目は評価が厳しい傾向があるといえる。従ってスネークプロットで「顔が好き」の項目の平均値が高いバリィさんが一つの指標となると考えられる。

#### 6. 今後の課題

今後の本研究は、アンケートにかかる時間を考慮し、ゆるキャラのサンプル数を5種類に絞ったため、幅広いゆるキャラを調査するに至らなかった。因子数が1となった原因も、選出したゆるキャラに類似した特徴が見受けられたためであ

る。そのため、ゆるキャラの種類を整理分類し、より多種類のゆるキャラでの比較が必要と考えられる。

また、知名度の高いものに人気が集中したり、資料が白黒であり色合いがわかりにくかったりしたことから、やや回答し辛いアンケートであった。

費用の面で負担にはなるが、カラーコピーでのアンケートを試みることで、違う結果が望める可能性がある。

研究発表に於いては、なぜ若者に焦点を絞ったのかといった疑問が寄せられた。少子高齢化の進む秋田県に於いて若者だけに限らず、ご年配の方にも親しんで貰えるようなキャラクターの分析も行う必要があると考えられる。

ここまでの研究結果をまとめ、由利本荘市内で開催された研究室の研究公開ならびに日本経営工学会北海道・東北支部にて本研究を発表した(佐藤ほか[6])。



図6 日本経営工学会北海道・東北支部での発表の様子

また、得られた結果より、秋田県立大学のキャラクター案を作成した。得られた結果より、黄色と白や丸いフォルムと行った特徴をキャラクターに反映させた。



図7 秋田県立大学のゆるキャラ案(ばっけんくん)

#### 謝辞

報告書を作成するにあたり、ご協力をしてくださった高校、大学の教員・教授・生徒の皆様、この場をお借りして厚く御礼申し上げます。大変お忙しい中、アンケートにご協力いただき、本当に有り難うございました。

#### 参考文献

- [1] 神田範明: 神田教授の商品企画ゼミナール, 日科技連出版, 2013.
- [2] 「全国ご当地キャラ大図鑑」製作委員会: 全国ご当地ゆるキャラ大図鑑, 宝島社, 2013.
- [3] 「全国ご当地キャラ大図鑑」製作委員会: 全国ご当地ゆるキャラ大図鑑 2, 宝島社, 2014.
- [4] 熊本県庁チームくまモン: くまモンの秘密 地方公務員集団が起こしたサプライズ, 幻冬舎新書, 2013.
- [5] 森下晶美, 島川崇, 徳江順一郎, 宮崎裕二: 新版観光マーケティング入門, 同友館, 2016.
- [6] 佐藤千夏, 伊藤海玖, 鈴木奏恵, 中川亜希美, 嶋崎真仁: 由利本荘周辺地域の学生・生徒が好むゆるキャラの条件, 日本経営工学会東北・北海道支部平成29年度研究発表会抄録集, pp. 11-14, 2018.