レポート

2 自治体非公認キャラクターの研究

前(一財)和歌山社会経済研究所
研究部長

下村　　修

1　自治体非公認キャラクター

「萌えおこし」という言葉がある。立教大学井手口彰典教授は『萌える地域振興：「萌えおこし」の可能性とその課題について』[i]で、「萌え」とは「特定の対象を好ましく思い感情的に傾倒した状態」として、「萌えおこし」を「萌える感情による地域振興」と定義している。まんがやアニメなどの「美少女キャラクター」（以下、「萌えキャラ」という。）を、観光PRなどに用いているのがよい例である。しかし、完全にオリジナルな「美少女キャラクター」を使い、自発的に地元をPRする多くの人たちがいることをご存じだろうか。しかも運営しているのは自治体ではない一般の民間の人である。本稿では、このキャラクターを「自治体非公認キャラクター」と位置づけ、和歌山県内でも近年活発化してきているこの動きに焦点を当て、背景を考察してみたい。

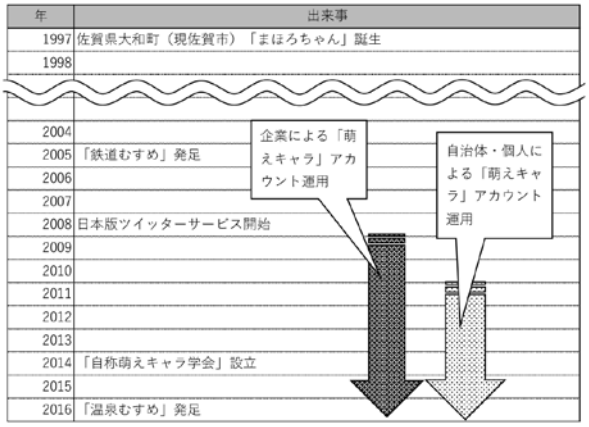
まずは「萌えおこし」が発展した経緯を概観したい。前述の井手口教授による論文で紹介されている佐賀県大和町（現佐賀市）の「まほろちゃん」という萌えキャラの起源は1997年にまで遡る。「萌えおこし」はその頃から、徐々に蓄積を重ねていった。

「萌えおこし」を大きく発展させたものとして２つの大きなキャラクター群がある。「鉄道むすめ」と「温泉むすめ」である。

「鉄道むすめ」とは、株式会社トミーテックが2005年から制作・展開している全国各地の実在する鉄道事業者で活躍する様々な職種のキャラクターで、フィギュアなどのキャラクター商品を販売しているものである。[ii]

「温泉むすめ」とは、株式会社エンバウンドが2016年に発表した「日本全国の温泉地や地方都市の魅力を国内外に発信するために作られた『地域活性化プロジェクト』」であり、温泉を擬人化したキャラクター（神様という設定）を制作しグッズ販売やイベントなどを展開している。[iii]

【図表１　萌えキャラ運用年表】



「鉄道むすめ」や「温泉むすめ」のファンは、キャラクターたちに会うため全国を飛び回っている。この２つのキャラクター群は「萌えキャラ」を求めて全国を旅行するという新たな観光モデルを生み出したと言える。

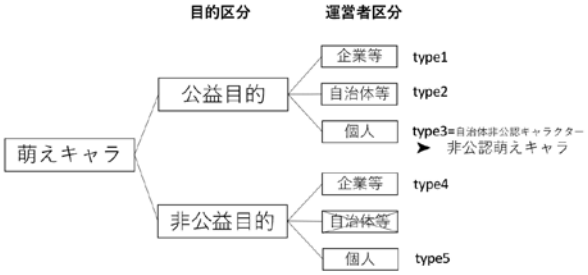
「萌えおこし」は次第に個人や企業が独自に行うようになっていく。このような活動が活性化してきた要因として、2008年に始まった日本版ツイッター（現「X」、以下旧称の「ツイッター」を使用。）のサービスが挙げられるだろう。ツイッターは個人の情報発信を容易にし、個人が萌えキャラを運営し始める契機となったと考えられる。（図表１）

2014年に「自称萌えキャラ学会」[iv]が設立され、ホームページ上には103のキャラクターが登録されている。これら萌えキャラのツイッターアカウントの開設年は2009年頃から始まり、初期は企業によるツイッター開設が多く、2011年頃から個人によるツイッター開設が始まっている。

２　萌えキャラの概要

それでは、全国にいったいどのくらいの萌えキャラが活動中なのだろうか。全ての萌えキャラを捕捉するのは難しく参考値という前提であるが、ツイッターを用い、できるだけ多くの活動中の萌えキャラのアカウントをフォローすることで収集を試みた。収集したアカウントを分類したのが（図表２）である。活動目的に「地域振興」などの公益目的を含むか否かという２種類に分類し、更に、運営主体が企業等、自治体等、個人の３種類に分類した。自治体が非公益目的で行うことはあり得ないので、５つのタイプに分類されることになる。

【図表２　萌えキャラ分類図】



本稿で注目している「自治体非公認キャラクター」はtype3の「公益目的」＋「個人」アカウントである。このキャラクター群を、以下本稿では「非公認萌えキャラ」と呼ぶ。

今回、総計223のアカウントを収集した（図表３）。公益目的アカウントは170に上った。公益目的アカウントでは個人が圧倒的に多く、次いで企業等、自治体等の順となった。都道府県別に見たところ、ほぼ全ての都道府県に萌えキャラアカウントが存在していた。

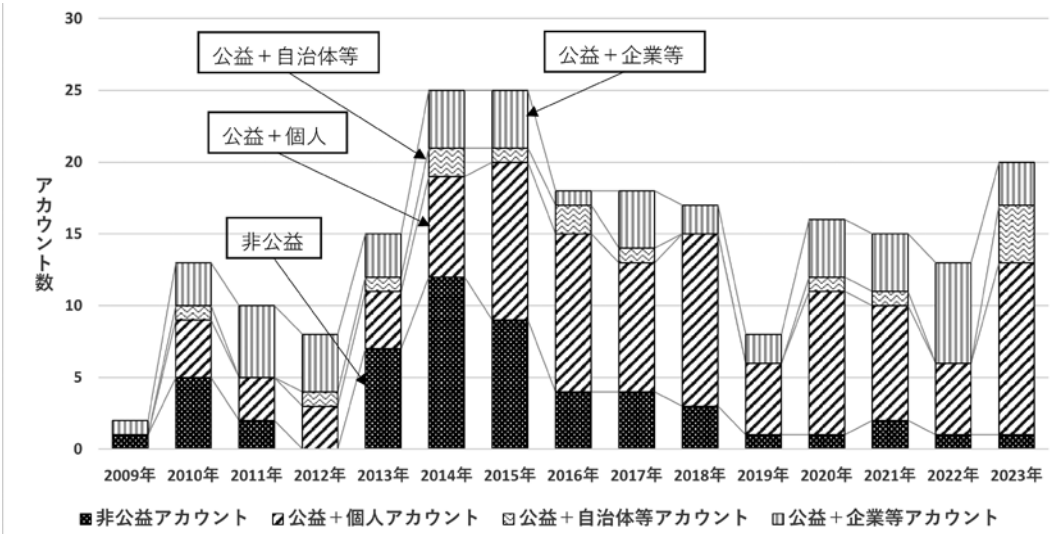
【図表３　萌えキャラアカウント集計結果】

（2024年3月5日集計）

目的区分	運営者区分	アカウント数	うちVチューバー	うち着ぐるみキャラ
公益目的	企業等	51	0	2
	自治体等	15	4	1
	個人	104	29	5
	小計	170	33	8
非公益目的	企業等	49	1	0
	個人	4	1	0
	小計	53	2	0
計		223	35	8

これを、アカウント開設年別で比較してみたのが（図表４）である。現時点で継続しているアカウントのみを観察していることに留意する必要があるが、概ねの傾向は知ること

【図表４　年別分類別アカウント数】　（2024年3月5日集計）



ができる。全体的な傾向として2014年、2015年あたりに萌えキャラ誕生のピークが来ている。企業などが自社のPRのために萌えキャラを活用する「非公益目的」が2014年頃に最も多く、その後下火となっていくためである。非公益アカウントの減少に対し、個人が公益目的で開設するアカウントはコンスタントに開設され続けている。企業系アカウントは企業PRと地域活性化を兼ねて萌えキャラを活用するものが主流になってきている。

３　和歌山県内で活躍中の萌えキャラたち

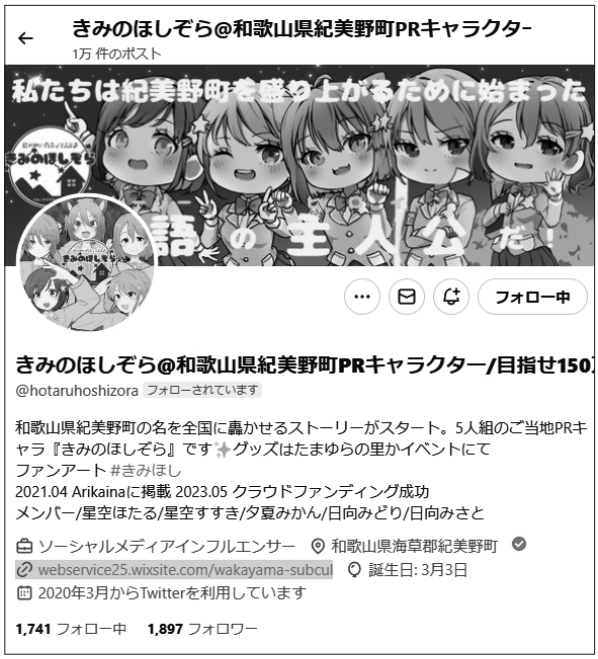
ツイッター上で確認できた和歌山県内の萌えキャラたちを概観してみよう。確認できたのは、自治体等によるもの２件、企業等によるもの８件、個人によるもの８件の計18件であった。Ｖチューバーや着ぐるみキャラ、ゆるキャラに近いものもある。また、最も古いもので2013年開設であった。(2024年3月5日時点調査)

中でも「非公認萌えキャラ」としては、紀美野町の「きみのほしぞら」、上富田町の「一八桃葉」、印南町の「蛙田みぃな」の３者が活動的であり、以下に紹介したい。

【きみのほしぞら】(図表５)

「きみのほしぞら」は紀美野町の非公認萌えキャラである。2020年３月にツイッターアカウント（@hotaruhoshizora）を開設しており３者の中では最も活動歴が長い。2024年9月15日時点でフォロー数1741、フォロワー数1897、ツイート数10695である。「きみのほしぞら」は５人組のご当地PRキャラの総称であり、メンバーは「星空ほたる」「星空すすき」「夕夏みかん」「日向みさと」「日向みどり」という。運営者は紀桜玲という名義で活動しており、紀美野町出身者であるが、現在は県外に在住している。兵庫県明石市の非公認萌えキャラの影響を受けて「きみのほしぞら」を運営するようになり、「少しでも紀美野町のことを

【図表５　きみのほしぞらツイッター】



知ってもらいたい」という思いを持っている[v]。キャラクターグッズは紀美野町にある宿泊施設「たまゆらの里」の売店コーナーで販売している。また、インターネットでも入手できるほか、ファン向けのイベントを開催した時等にも販売している。

【蛙田みぃな】（図表６）

「蛙田みぃな」は印南町の非公認萌えキャラである。2022年４月からツイッターアカウント（@kaerudamiina）を開設し2024年9月15日時点でフォロー数1940、フォロワー数2207、ツイート数は12796である。キャラクターグッズは「かえるの港」産直市場なごみ内にワゴンを設置して販売され、時折ステッカーが無料配布されている。等身大パネルも３体作成され、印南町役場正面玄関等に設置されている。キャラクターには「かえる橋」はもちろん、町の花である千両、町の魚であるイサキ、特産品であるミニトマト、キヌサヤエンドウ、小玉スイカ、真妻わさびなどがデザインされている。紀伊民報は「町総務課によると、キャラクターの作者については地元在住者ということだけ明かしている。作者も『キャラクターのイメージを守りたい』として匿名を希望しているという。町はキャラクターを活かした効果的な情報発信や広報として期待している。」と報じている[vi]。県外のサブカルチャーイベントなどにも積極的に参加し印南町をPRしている。

【一八桃葉】（図表７）

「一八桃葉」は上富田町の非公認萌えキャラである。2022年５月からツイッターアカウント（@18momoha）を開設し2024年9月15日時点でフォロー数1657、フォロワー数2168、ツイート数は25901である。紀伊民報は「上富田町では、地域おこし協力隊の神田瑛二さん（23）が発案したキャラクター『一八桃葉（いちやももは）』が活動中。町特産のヤマモモとヒョウタンなどをモチーフにしている。等身大パネルのほか、缶バッジ、アクリルキーホルダー、Tシャツなどのグッズを、JR朝来駅構内の口熊野かみとんだ観光案内所に置いている。交流サイトのツイッターで毎日、町の情報を発信している。」と報じている[vii]。「蛙田みぃな」とは偶然、近い時期にデビューし、地理的に近いこともあって連携してイベントを開催したり、県外のイベントに参加したりしている。

これらの非公認萌えキャラは①ツイッターで情報伝達、②キャラクターグッズの作成及

【図表６　蛙田みぃなツイッター】

【図表７　一八桃葉ツイッター】

び販売、③各種イベントへの出展、といった活動を行っている。キャラクターグッズは販売拠点で買うことができる。もちろん、拠点はそれぞれの地域にしかなく、地域への来訪を促す大きな動機となっている。グッズ販売の機会としては、各種イベントへの出展がある。毎年行われているようなサブカルチャー系のイベントに出展したり、複数の萌えキャラ運営者が合同で自分たちで小さなイベントを開催したりする。そこには、日頃ツイッターアカウントをフォローしているファンが訪れ、運営者とファンの交流の場にもなっている。訪れるファンの数はそう多くはないが、熱の入ったファンが訪れる。訪れるファンは顔なじみとなり、一定のコミュニティを形成している。「鉄道むすめ」や「温泉むすめ」を追っかけているファン層とも重なってくる人が多く、遠くからでも来訪者が来ることがある。和歌山県は「鉄道むすめ」が３人、「温泉むすめ」が３人おり、加えて複数の非公認萌えキャラがいることで、萌えキャラが集積しつつある。集積することで、来訪者は周遊し萌えキャラに出会う旅が成立するのである。

この３組の非公認萌えキャラたちは、ツイッターでの情報発信以外にどのような活動を行っているのだろうか。実際に筆者が参加したイベントの中から２つ紹介したい。

① 2023年10月21日（土）～11月4日（土）ハロウィンスタンプラリー

「一八桃葉」と「蛙田みぃな」は大阪府阪南市商工会の公認キャラクター「波有手美海（ぼうでみう）・緑川さくら」と、大阪府能勢町が運営するPRキャラクター「西能浄（お浄）・木勢るり（るりりん）」とともにスタンプラリーを実施した。この４者の拠点を巡りグッズを購入することでスタンプを押してもらう。３か所回ればステッカーが、４か所回れば缶バッジが貰えた。

② 2023年12月23日（土）、兵庫県神戸市垂水区での２者によるイベント

神戸市垂水区のU-SPACEというレンタルスペースで、和歌山県紀美野町の「きみのほしぞら」の運営者と、兵庫県伊丹市の「伊丹ラク子・伊丹昆陽」の運営者によるグッズの販売が行われた。

他にも、「印南かえるのフェスティバル」など地元での祭りに参加したり、「ひめじSubかる☆フェスティバル」など県外のイベントに出展したりしており、知名度の向上やファンの獲得、地元のPR活動を行っている。

４　自治体との関係

「非公認萌えキャラ」たちの活動内容や形態は様々であるが、共通して言えることは「萌えキャラへの愛・地域への愛」であろう。和歌山県外の地域の「萌えキャラ」運営者とも話をする機会があったが、その地域で育った人もいれば、そうでない人もいる。でも、その地域が好きで、ボランティア精神が旺盛で人とのつながりを大切にする人たちであった。自治体などの公的機関は様々なPRに協力してもらうように、「非公認萌えキャラ」と良好な関係を構築すべきであると思われる。既にそのような体制になっている所もあるが、自治体によって差が見られる。

「非公認萌えキャラ」のイベントに参加するファンは固定メンバーが多く、今のところ動員力は大きいとは言えないが、通常の広報ルートでは来ない人を県外から誘客している。これは決して小さなことではない。非公認萌えキャラのファンを増やせば、その自治体のメリットにもつながる。何らかの形で非公認萌えキャラの活動支援を行うことが望ましい。

自治体として「公認」するという手法もあるが、実は「萌えキャラ」はたびたび「性差別的」という批判を受けることがある。また、萌えキャラに好意的な住民ばかりとは限らず、自治体としては活用が難しい一面がある。非

公認だけど半ば公認ぐらいの、付かず離れずといったスタンスがよいと思われる。自治体は公認しないことで炎上リスクを回避でき、萌えキャラは「自由な活動」が行えるからだ。

5　今後への期待

「非公認萌えキャラ」には、今後も定期的に新規グッズを販売したり、スタンプラリーなど新企画を実施し、エンターテインメント性を充実させ、来訪を促し、地域への愛着をもってもらうような取組を続けて欲しい。「地域への愛着をもってもらう」というのは難しい課題であるが、とにかく足を運んでもらうことが大事だろう。

次に、多くの地域住民に愛され知名度を高めていくことが必要だと思われる。地域内外に知名度が上がり、物産品などの町内の商品にキャラクターの使用を無償で提供すれば、地域の経済とキャラクターの宣伝に相乗効果が得られるだろう。また、知名度が上がれば地域の食べ歩きスタンプラリーなどのイベントも視野に入ってくる。

非公認萌えキャラをはじめ温泉むすめ、鉄道むすめ、企業系萌えキャラなどの運営者はツイッターなどを通して互いにフォローし合い、緩い横のつながりができている。ファンも共通しており、温泉むすめと鉄道むすめのコラボ企画も存在している。業態の垣根を越えて取組が広がると全国的に注目されるかも知れない。欲を言えば非公認萌えキャラが、県内にもう少し点在していれば周遊する旅行プランも立てやすくなる。近隣に仲間が増えてくれた方が広がりができて新たなアイデアも浮かんでくるのではないだろうか。

様々な企画が今後増えていくことに大いに期待したい。

6　終わりに

鉄道むすめ、温泉むすめが先鞭をつけた「萌えキャラを求めて旅行する」というスタイルに、個人や企業、自治体の萌えキャラも加わり、「萌えキャラツーリズム」とも言える楽しみ方が成立しつつある。

それは既に10年程度前から進んできている現象であった。和歌山県でも萌えキャラの登場自体はその頃からあった。そして今、また新たな動きが紀美野、印南、上富田から起こり始めている。

まんが・アニメ文化が国民の間に十分に浸透し、アマチュアを含め多くのクリエイターが日本にはいる。街中に萌えキャラが存在しても、多くの国民がそれを「かわいい」として受け入れている。こういう国は世界中を探しても恐らく日本だけだろう。

とは言え、「非公認萌えキャラ」は、今はまだ知る人ぞ知る存在である。ネット上ではファンアートなどの２次創作も少なからず見かける。サブカルチャーの最先端として盛り上がっていくのはこれからだろう。そして、せっかく生まれたキャラは、できるだけ長く活動して欲しいと思う。そのためにも、もう少し社会的に認知され、応援するファンが増えて欲しい。地域のPRに勤しみ、健気に努力している非公認萌えキャラは、新しく生まれた地域の文化なのである。

---

i 井手口彰典.「萌える地域振興：『萌えおこし』の可能性とその課題について」. 地域総合研究37巻1号. 2009, p.57-69

ii「鉄道むすめとは？」.「鉄道むすめ」ホームページ

iii「温泉むすめプロジェクトとは（2022年6月12日更新）」.「温泉むすめ」ホームページ
「温泉むすめ」『フリー百科事典　ウィキペディア日本語版』

iv「キャラサミ」『フリー百科事典　ウィキペディア日本語版』

v「町出身のクリエイターがプロデュース　紀美野町非公認萌えキャラ『星空ほたる・星空すすき』」.有田・海南のフリーペーパーアリカイナホームページ

vi「美少女キャラがお出迎え　印南町役場　『蛙田みぃな』情報発信」.紀伊民報.2023年８月17日

vii「紀南の観光アピールに一役　２次元キャラクター奮闘」.紀伊民報. 2022年9月27日.AGARA紀伊民報ホームページ