

ゆるキャラブームで開催数拡大の いまが絶対チャンス

2000年代に入ってから、マスコットキャラクターの公募開催は、年を追うごとに盛んになっている。21世紀を迎えたことで推進された市町村合併。それによって新たに誕生した市町村が、それぞれの新しいシンボルを必要としたことが、開催数の増加に寄与したことは間違いない。

それに拍車をかけたのが、いわゆる「ゆ

るキャラ」の流行だった。キャラクター公募の増加に伴って生まれてきた「クオリティが高い」とは決して言えないが、郷土愛に満ちあふれた「ゆるい」かわいらしさを持つキャラクターの流行は、イラストレーターのみうらじゆんがそもそもの火付け役。2008年には「ゆるキャラ」という言葉自体が新語流行語大賞にノミネートされ

るなど、ブームは最高潮となり、それと前後して「ひこにゃん」（滋賀県彦根市）、「せんとくん」（奈良県）などの、キャラクター界の大スターが生まれていった。「ゆるキャラブーム」はその後も緩やかに続いており、ゆるキャラさみつと協会主催の「ゆるキャラグランプリ」も年に一度、行われている。

採用作品、
主催者／受賞者の
声から学べ！

特集2

魅力的な キャラクター を作ろう！

構成／山本竜也 デザイン／サトウサエ



こうした流れを受け、現在も数多くの自治体、公共団体、企業がマスコットキャラクターの公募を開催している。その目的はさまざま。自治体による募集では、その地方の認知度アップのためのシンボルとしての役割や、社会的な運動を推進するための旗振り役としての役割を担わされることが多く、企業や団体の募集では商品の認知度やイメージアップが目的とされることが多い。国体やねりんピックなど、国をあげてのレクリエーションイベントでは、開催地となる地方の自治体が毎年入れ替わりで、その年の大会認知度を高めることを目的としたキャラクターの募集を行っている。

マスコットキャラクター公募の魅力は、なんといつでも「多くの人に長く愛される充実感」だろう。昨今は行政改革があまりに盛んなため、自治体の合併や団体組織の統廃合に伴い、それまで当該部署のマスコットとして使用され、そこそこ認知もされていたキャラクターがあえなく消えてしまうといったようなケースも少なくないが、それでもある一定期間、自分の生み出したキャラ

クターが、大きな目的の「顔」となったうれしさは消えない。多くのデザイン系公募の受賞者が語っている事実である。

絵のクオリティより 訴求性とインパクトが大事

ゆるキャラのブーム以降、マスコットキャラクターの公募数は激増した。そのため、賞金や賞品のレベルには幅がある。そもそもこうしたデザイン系の公募は、それなりの専門的な知識とテクニック、制作時間が必要とするため、20万〜30万円の高額な賞金レベルのものが多かったが、昨今のマスコットキャラクター公募では3万〜10万円あたりが相場と言えそう。以前より相場は下がっているが、その分、公募開催数は増えているので、チャンスは広がっていると言っていだろう。応募数を見ると、10000点の大会には届いていない公募が多い。デザインや絵を学んだ人の応募が多い少数精鋭型の公募ではあるが、結果を見ると、絵心のなさそうな人の受賞も数多く見受けられる。ビジュアルのクオリティよりもインパクト、なによりも目的を体現した訴求性が受賞へのカギ。しっかりと募集要項を読み込んで、主催者の求めているものを把握して臨めば、「絵はシロウト」の人でもチャンスあり！ なのが、マスコットキャラクター公募なのだ。

真庭市
観光キャラクター

●主催 真庭市



浦安市商店会連合会
イメージキャラクター・デザイン

●主催 浦安市商店会連合会



「O(オー)級ご当地グルメ」
キャラクター

●主催 大洲特産品開発事業
実行委員会／大洲市



岸和田城
イメージキャラクター

●主催 岸和田青年会議所



新美南吉童話
イメージキャラクター

●主催 半田市／半田市教育委員会



2011
キャラクター公募
受賞作品

そこにヒントが
ある!?

川口緑化センター 樹里安
マスコットキャラクター
「ジュリアン」

●主催 ようこそ“植木の里 安行”
魅力発信実行委員会



倉吉市
イメージキャラクター

●主催 倉吉市



田沢湖高原温泉郷
元気回復推進事業
キャラクターデザイン

●主催 田沢湖高原旅館組合



日本造園組合連合会(造園連)
イメージキャラクター

●主催 日本造園組合連合会(造園連)



「特別名勝 栗林公園」
イメージキャラクター

●主催 香川県



ト と は ？

愛されるキャラクターをつくり、見事に賞をゲットするために必要なのはどんなこと？

マスコットキャラクター公募を募る側、見事受賞した側それぞれに、そのポイントを聞いてみました。

アニメになったとき 親しんでもらえるインパクト

水島新司、高橋留美子といったマンガ界の巨匠を輩出している新潟市は、マンガコンテストの「にいがたマンガ大賞」を既に14回も開催するなど、マンガアニメのまちとして名高い。そんな新潟市をさらに広めるためのキャラクター募集。主催の新潟市文化観光スポーツ部文化政策課の塔岡貴子さんに聞いた。

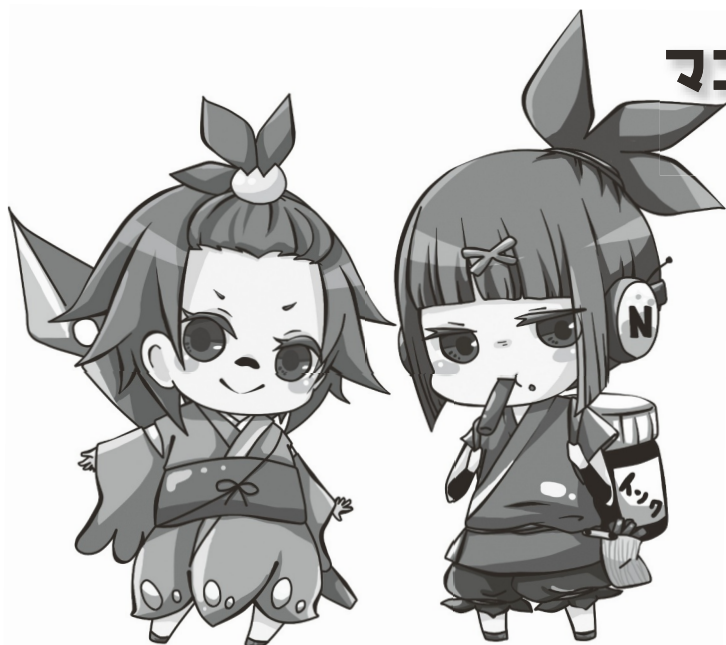
「広く全国から応募頂いた477点を、市の文化政策課の職員や新潟ゆかりのマンガ家、デザイン関係の有識者などからなる審査スタッフが、1次で38点に絞り、その中から最終的に大賞1点、入選2点を選びました。受賞の決め手となったのはやはりヴィジュアルのインパクト。オリジナルのPRアニメを作ることは決まっていたので、アニメ制作に繋がりがやすいことで動きがあっても万人に受け入れやすいキャラクターを求めているのですが、大賞作品は、パッと目を引く可愛らしさと動いたところを想像したときに浮かんでくる愛らしさが際立っていたと思います。

2月の25、26日に「にいがたアニメマンガフェスティバル」という大きなイベントがあるのですが、そこに登場させるべく、今回の大賞キャラクターの着ぐるみを今、作っています。まだ制作途中ですが、ものすごく可愛らしい出来上がりになりそう。早くお披露目したいですね」

キャラクターとして実際に使用される未来。それが目に浮かびやすい親和性が、今回の勝因。確かに、キャラクター公募では大きなポイントと言えそう。

マンガ・アニメのまち にいがた サポートキャラクター募集

主催：新潟市



花野古町

菅田五郎

公募データ

●募集内容

「マンガ・アニメのまち にいがた」をアピールするサポートキャラクターのデザインを募集。単体、コンビ、5人組など問わない。

●応募総数

477点

●賞

大賞1点=30万円

受賞者の声

伝えたいことが率直に
伝わるのが一番の理想

梨本裕美さん

日本アニメ・マンガ専門学校

受賞の知らせを最初に聞いたときは信じられませんでした。驚きと喜びが同時にきて、なんとも言いようのない気持ちになりましたね。

作品を作る上では、新潟市のどんなところを描こうか、というところに一番悩みました。気を付けたのはそれぞれに個性を持たせる所と、2人の色などのバランス。いま改めて自分の作品を見てみると、わかりやすい容姿と、2人の全く違う性格と、いろいろ応用できそうな格好が良かったのかなと思います。

キャラクター公募にはこれまで何度か応募していますが、いつも初めに設定を考えてからキャラクターを作っています。それから、世界観や性格に合わせた色使いや服装をさせるように心がけています。

個人の意見ですが、キャラクターを作る時はまず、何のマスコット・キャラクターなのかをしっかり理解して、分かりやすく親しみが持てるもののがいいのかなと思います。伝えたいことが相手に率直に伝わるのが理想ですね。

今は課題(学業)の方が忙しくて目処が立っていないのですが、私に合った公募があれば挑戦してみたいです！

事例から
探してみる!

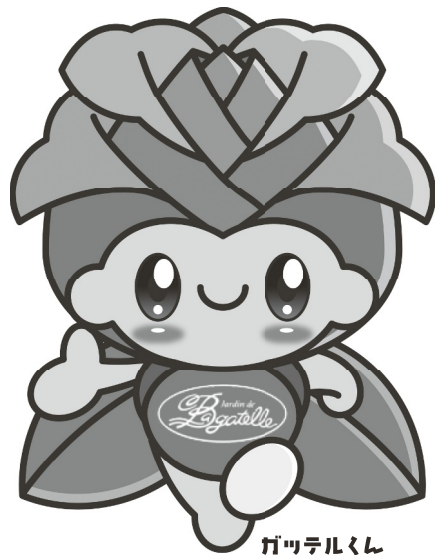
入賞のポイント

自分の感性、タッチに合う
公募を探すことから始めよう

静岡県伊豆は河津町にある「河津バガテル公園」は、フランス・パリ市ブローニュの森にあるバガテル公園と友好提携したバラ園。18世紀のフランス庭園を再現した空間で、約千百品種のバラが咲き誇る「ローズガーデン」だけでなく、ガーデニングショップレストランなどのショップも充実しており、一年中楽しめることで人気がある。昨年開園10周年を記念して、マスコットキャラクターを広く募集した。

公募を主催した河津町まちづくり推進課の稲葉純さんに話を聞く。

「295点というたくさんの応募数には驚きました。テーマ設定を複数設けたので、これほど多岐にわたるデザインが来ることは予想していませんでした。1次審査は所属課の5名で行い、57点を選考しました。町長・観光協会長バガテル公園



ガッテルくん

河津バガテル公園10周年記念 「PRマスコットキャラクター」募集

主催：河津町／河津バガテル公園

公募データ

●募集内容

河津バガテル公園10周年を記念して、「PRマスコットキャラクター」のデザインを募集。Bagatelleの意味「小さくて愛らしい」・バラ・フランス等をモチーフとしたものを。

●応募総数

295点

●賞

最優秀賞＝10万円

河津ならではの特産品セット

支配人をはじめとする公園関係者が最終審査員となり、57→8→3というように絞って、最優秀賞作品1点、優秀賞2点を選びました。

「末永く愛される公園にするために」というのが大きなテーマでしたが、やはり親しみやすさがいちばんのカギでしたが、応募していたいた皆様がそこは心得ており、甲乙付けがたく、最終審査は本当に難航しました。その中で受賞作が選ばれた大きな要因として、配色の良さにあつたと思います。バラを頭にするという構図はいくつかあつたのですが、受賞作は温かみがある目に飛び込んでくる配色でした。

「ガッテルくん」の着ぐるみも制作しましたが、子供たちに大人気です。私も一度中に入ってみて、実感しました。作者の思いが一目で伝わるマスコットキャラクターだと思います。」

このページでは紹介できないのが残念だが、キャラクター公募では「色味」も大切な要素なのかも。頭に入れておきたいポイントだ。

受賞者の声

求められているものを探り
自分の目線と比べる

池田克也さん グラフィックデザイナー

デザイン公募への応募は、20年ぐらい前から始めました。この10年はけっこうマメに応募して、いくつか受賞もしています。公募への応募は、自分の仕事の目安にする意味もあるんです。近頃の流行や傾向をチェックしながら、自分ならこう創るといふものを起こしてみる。それを客観的に見ることで、自分の創作の方向性が間違っていないかどうか、確かめたいんです。

今回の作品は、バラの表現にいちばん気を遣いました。色味も含めて、自分なりの「愛されるバラ」を表現してみたかった。

キャラクターを創る作業は、ふだんのデザインの仕事と似ているようで違っていて、自分の創作性をロジカルに組み立てていくパズル的な面白さがある。それに、グラフィックデザインの仕事よりも、跡を残せるという気持ちは強いですね。

受賞の秘訣は……とにかく現在の「流れ」を知っておくこと。私は、そこそ公募ガイドなどでどんな作風のものを受賞しているのか必ずチェックしています。流れと自分はどのくらい違うのか？自分の立ち位置を知っておくことは大切ですね、きっと。

注目公募

玉村町 マスコミキャラクターデザイン募集 自由なイメージで新しい「町の愛されキャラ」を

群馬県の南部にある玉村町は、古くは日光例幣使道の宿場町として知られた。周辺を前橋、高崎、伊勢崎、藤岡市に囲まれ、群馬県央100万都市構想の中核に位置する人口3万8000人のこの町は、豊かな自然環境に恵まれ、図書館や児童館等の施設が充実し、子供たちが健やかに学び育つ環境が整っている。

そんな町を全国的にPRし、玉村町の顔となる、観光振興やまちづくりで活躍するマスコミキャラクターを広く求めるのが今回の募集。主催の玉村町役場・玉村町観光事業推進プロジェクトチームの平野敏行さんのお話。

「今回の募集にあたりましては、特に『このようなイメージ』といった条件は付しません。なぜなら、多くの皆さんの、さまざまな視点・角度から調べていただくことで、少しでも玉村町を知っていただくきっかけにもなるし、また、キャラクターデザインを通して新たな魅力発見にもつながる可能性があるからです。皆さんの率直に感じたイメージから、だれもが愛着をもてるキャラクターをぜひデザイン

公募データ

- 主催 群馬県玉村町
- 資格 不問。団体可
- 賞 最優秀賞1点＝賞金5万円
- 締切 3月30日（必着）
- 発表 7月上旬、入賞者に連絡
- 参考 最優秀作品は、デザインの一部を補作・修正する場合がある。最優秀作品は、氏名、市町村名（学生は学校名）を公表する。
- 諸権利 入賞作品の諸権利は主催者に帰属
- URL <http://www.town.tamamura.lg.jp/>

◆詳細は93ページ参照



まずは応募してみよう！

現在募集中！の魅力的な注目公募

もったいない本舗 キャラクター募集

「コンセプトを理解し普遍的キャラクターを生もう

「もったいない本舗」は、インターネットで古本、CD、DVD、ゲームソフトを買取販売している会社。家に居ながらにして、引き取りから査定・買い取りまで済んでしまうシステムで話題のこの会社が、グランプリ賞金30万円をかけて募集するキャラクター公募だ。募集にあたり、主催者が重視している項目は以下の4つ。「10年後でも古びないキャラクター」「新しいもったいない」「リユース」「大事」。これらのポイントについて、もったいない本舗代表取締役社長・檜垣宏輔さんにもう少しお話を聞いてみる。

そんなコンセプトを10年先までも普遍的に伝えられるキャラクターが、もったいない本舗には必要なんです。多くの方に助けてもらいたいですね！自分なりの捉え方でいい。「新しいもったいない」を表現できるキャラクター、思いついたらぜひ応募してみたい。

公募データ

- 主催 もったいない本舗
- 資格 不問
- 賞 グランプリ＝30万円
- 締切 4月30日
- 発表 5月中、入賞者にはメールにて通知
- 参考 採用作品の使用にあたり、補正や修正をする場合がある。
- 諸権利 入賞作品の著作権などの諸権利は主催者に帰属
- URL <http://kosuke.lolipop.jp/page042.html>

◆詳細は94ページ参照

「いらなくなった古本やさまざまなソフトって、古本屋に運んでいくのが面倒で、捨ててしまう人がまだまだ多いんです。もったいないとは思いつつも、そのときに感じる『もったいない』を、宅配買取のシステムを導入することで少しでも進化させ、新しく定義したいと思って始めたのがこの会社。『面倒くさい』に勝てる『新しいもったいない』は、捨てることのない『リユース』で生まれる。その概念が根付けば、物を思い出と一緒に『大事』にできると思うんです。