

<エッセイ>
ゆるキャラの今
新型コロナウイルス影響後のゆるキャラ事情（後編）
Current Status of Yuru-kyara
-The Situation of Yuru-kyara after the COVID-19 Pandemic
(the Latter Part)-

寺嶋由芙

Yufu Terashima

I. はじめに

前号のエッセイでは「ゆるキャラ」、「ご当地キャラ」というカテゴライズや関連イベントの概要について紹介した。本稿では、追加のイベントの紹介と合わせて、ゆるキャラの魅力や楽しみ方についての考察、および今後のファン層拡大に向けた課題について私見を述べる。なお、本稿の内容は、本稿を執筆した 2025 年 7 月時点の情報に基づく記載であることにご留意いただきたい。

II. ご当地キャラ博 in 彦根

まず、「ひこにゃん」のことを尊敬しすぎているが故に、自然と敬語表現を多用してしまうことをご容赦願いたい。

我々キャラクターファンの中では、その誕生によって歴史が大きく動いたことから、「ひこにゃん以前、以後」という概念があるほど、ゆるキャラ、ご当地キャラ界にとって尊い存在、それがひこにゃんである。

デビュー当時から変わらぬ真っ白もちもちなお姿は、この美しいお姿をキープするために尽力されてきた人々の愛情の表れでもあり、そういった意味も含めてあまりにも眩しい。真っ白いキャラクターが真っ白であり続けることは、それはそれは大変なことなのだ。そして、全国区のスターとなった今でも、毎日、彦根城でグリーティングを行ってくださる誠実さ。

余談だが、新型コロナウイルスの影響でキャラクターイベントの開催中止が相次ぎ、あまりにもキャラ活に飢えていた私は、2022 年 8 月、大阪でのライブ出演があったタイミングで彦根に一人旅をし、ひこにゃんの彦根城での「お散歩」を拝見してきた。

久しぶりに生で拝見するひこにゃんは、相変わらずの真っ白もちもち。ああ、私たちが会いに来られない間も、ひこにゃんはここでずっと待っていてくださったのだな、と思うと、涙が出るほど励まされた。変わらぬお姿で、ゆっくりと、優雅に丁寧にまるばつゲームを楽しまれているひこにゃんは、「いつもと同じ」でいてくださった。けれどあの頃、「いつもと同じ」であることが、どれだけ大変なことだったか。

大変烏滸がましい話ではあるが、同時期、私も、コロナ禍にアイドル活動をしている中で、フ

ファンの方（普段は愛と尊敬を込めて「ヲタク」と呼ばせていただいている）から、「続けてくれてありがとう」といった声をかけていただく機会があった。

目まぐるしく変わる状況の中で、すぐには会いに行けなくとも、変わらず存在する推しがいるという事実は、気持ちのセーブポイントとして、すごく大切なことだったのだと思う。ヲタクの皆様が私に声をかけてくれていた意味を、ひこにゃんにお会いして実感することができた。

そんな、キャラファンにとって心の支えともいえるひこにゃんをホストキャラクターに据え、聖地・彦根に全国からご当地キャラたちが集まるのが、「ご当地キャラ博 in 彦根」である。2011年から続くこのイベントは、彦根城下に続く「キャッスルロード」にキャラクターのブースが立ち並び、また、2023年からは、イベント内の新コンテンツとして、「一期一会！キャラ茶会」も行われている。「ご当地キャラ博」のホームページによると、「井伊直弼の文化的功績を尊び、彦根に受け継がれてきた茶の湯の歴史、伝統、様式等を大切にするとともに、井伊直弼公が世に示した『一期一会』の精神を継承し、学び、広めていくことを目的とし」開催されているとある¹⁾。彦根の地で開催されるイベントだからこそ、地元が大切にしてきた伝統を、キャラを通じてゆるく体験してもらおうという工夫を感じる。ちなみにこのキャラ茶会は毎年大人気で、私は一昨年も昨年も、チケットを取ることができなかった。今年開催されることがあったら、ぜひ参加したいと思っている。

「ご当地キャラ博 in 彦根」には、もうひとつ、目玉となる「パレード」がある。キャッスルロードを神輿が通るのだ。神輿に乗っていらっしゃるのは、もちろん我らがひこにゃん。キャラクターファンのみならず、出演しているご当地キャラたちさえも、通り過ぎていくひこにゃんをうっとりとし見上げていて、とてもかわいらしい。みんなで大切に楽しみ、続け、広げてきたご当地キャラの世界。ひこにゃんがその原点として、今もなお中心にいてくださることが、どれほど私たちの支えになっていることか。感謝や憧れの眼差しがひこにゃんに集中するあの時間は、厳かで、けれどゆるく優しい、大好きな時間である。

「そんな大袈裟な、これだからヲタクは」と思われたかもしれない。そんな方にこそぜひ、本物のひこにゃんに会いに行っていただきたい。ご本人のかわいらしさに驚かれるのはもちろん、お世話係のスタッフの皆様やファンの皆様がひこにゃんを大切に大切にされている様子を、きっと感動されると思う。

アイドルがアイドルでいられるのは、応援してくださるファンの方がいらっしゃるから。これは綺麗事ではなく、また、ビジネス的な側面だけを言っているのでもない。1人の人間を、「アイドル」という特殊な存在として大切に応援してくれる方々がいらっしゃるからこそ、そうでない人間からも「あの子はアイドルだ」と認識され、それが本人の「私はアイドルだ」という自覚の強化につながり、その自覚ゆえ発されるオーラ、磨かれるパフォーマンスが、さらなるファンを呼ぶ。

同じようなことを、神社や寺院に行くたびに考える。たとえば仏像は言ってしまうとただの像、御神木だって、ただの木である。けれど、それを特別だと信じ、大切に守った人々が後世につながりて来たからこそ、現代においても、ありがたく価値のあるものとして存在し続けているのだ。

ひこにゃんを見ていると、「みんなが大切にしてきた存在を自分も大切にしたい」という気持ちに駆られる。それゆえ、ひこにゃんが大事にしている彦根城も特別だし、彦根の街自体も、キャラファンから「聖地」と呼ばれるほど大切にされている。ひこにゃんのおかげで生まれた「大切」の連鎖が、街のイメージアップにつながっているのだ。

さて、ひこにゃんの活動は、X、Instagram、YouTube など様々な SNS を通じて毎日発信されている。キャラクターが専用の SNS アカウントを持ち、運用することはもはや珍しくはないのだが、ひこにゃんの場合、「本人が更新していない」という点が、他のキャラクターとの決定的な違いである。

では誰が更新しているのかというと、たとえば X は忍者の「いいのすけ」が担当*。ひこにゃんと同じ彦根市キャラクターであるいいのすけが、ひこにゃんの SNS を更新しているのだ。彼は忍者であることを生かして、普段は忍んでいるため、ひこにゃんの自然な姿を伝えてくれる。ひこにゃんはおそらく、ご自身のお姿が SNS で発信されていることをご存知ない。

ゆるキャラ、ご当地キャラはイベント現場では基本的には喋らない。ゆえに、本人が更新している SNS には、本人から直接「今日はこんなことがあったよ」と教えてもらえたり、「会いにきてくれてありがとう」と伝えてもらえる嬉しさがある。イベント中には伝えきれなかった感想などを直接リプライできるし、普段は言葉でコミュニケーションを取らない推しキャラから返事がもらえると喜びも大きい。

しかし、ひこにゃんの場合、あえてご本人が更新していないことで、ひこにゃんの「尊さ」（これは「価値」や「ブランド」と言い換えられるだろうか、けれどそういった表現よりも「尊さ」が1番しっくりくる）を保ち、強化することに繋がっているのだ。

ひこにゃんの「尊さ」を強化するお仲間は、「いいのすけ」だけではない。なんと 2021 年、ひこにゃんのライバルとなる新キャラクターが登場した！その名も、「わるにゃんこ將軍」。ひこにゃんが登場する絵本「ひこにゃんえほん」†において、ひこにゃんになりすましてイタズラを働き、城下町の人々を困らせたキャラクターである。

わるにゃんこ將軍は、デビュー以来、常にふてぶてしい表情でイベントに登場し、MC の指示に反発してみたり、ひこにゃんにちょっかいを出してみたり。対するひこにゃんは変わらず優雅で、わるにゃんこ將軍のイタズラにも、気づいているのかいないのか……。

動きがゆっくりで、それゆえかわいいひこにゃんは、どちらかというと「静」のキャラクターである。そこに、わるにゃんこ將軍という、あれこれ引っ掻きまわす「動」の存在が投入されたことで、ひこにゃん自身は変わらずとも、その「静」の魅力がより強調され、ひこにゃんの良さがより伝わりやすくなった。

もしもひこにゃんが、より積極的に彦根市の PR を行うため、たとえばいきなりパワフルに踊り出したり、まさかおしゃべりするようになったりしたら、いや、それはそれでかなりかわいいだろうなと想像するものの、これまで積み上げていたイメージを一旦手放しての再スタートと

* https://x.com/iinosuke_hikone

† <https://www.kamihime.jp/view/item/000000000100>

なり、戸惑うファンも多かったに違いない。わるにゃんこ將軍との出会いは、ひこにゃんがひこにゃんらしさを失わないままパワーアップすることを叶えた、素晴らしい展開だと思う。

ここまでお読みいただくと、「それではわるにゃんこ將軍はただの引き立て役なのか」というご指摘が入るかもしれない。決してそんなことはないということはぜひ申し添えておきたい。わるにゃんこ將軍自身もすでにファンを獲得しており、また、ドラムを叩けるという特筆すべき特技もあるのだ。滋賀県出身アーティスト西川貴教氏の楽曲に合わせて激しいドラムの演奏を披露するなど、ひこにゃんとは違ったアプローチで彦根の PR に一役買っている。

これはサンリオキャラクターでいうところの、「マイメロディ」と「クロミ」のような関係性である。2005 年、マイメロディ誕生から 30 年が経ったタイミングで突如登場したライバルキャラの「クロミ」。アニメ「おねがいマイメロディ」内の新キャラクターとして登場したという経緯は、前編でご紹介したぐんまちゃん、あおま、みーみの例とも重なる。とあるキャラクターを主人公として物語を展開し、深めていくために、ライバル的存在は欠かせないのだ。

サンリオキャラクター大賞では、2022 年、クロミがついにマイメロディの順位を超えた[‡]。わるにゃんこ將軍も、いずれはひこにゃんと人気を二分し、さらには超えて行くなんて未来も……ないとは言い切れない。

ちなみに、ライバルのみならず、弟妹（や、それに準じた存在）の登場により、メインキャラクターの魅力が広がる例もある。サンリオキャラクターでは、2001 年デビューの大人気キャラクター、シナモロールのシナモンの仲間として、2002 年、シナモンと同世代の友人キャラたちに混じって、まだ赤ちゃんの「みるく」が登場した。小さくかわいいシナモンが、さらに小さいみるくの世話をする様子から、シナモンの優しさがより伝わってきて、ファンの涙腺を刺激する。

ご当地キャラクターでも、そうした例は広がっている。先駆け的存在だったのは、愛媛県イメージアップキャラクター「みきゃん」である。当初はみきゃん 1 体のみで活動していたが、2015 年に突如「ダークみきゃん」が登場。私は当初、「ライバルとして新キャラを登場させ、しかも会えるようにしてくれるなんて（着ぐるみを新調するなんて）、お金もかかっただろうに、愛媛県はすごいなあ」と思っていたのだが、実は、老朽化し廃棄処分寸前だったみきゃんの着ぐるみの再利用を考えた結果、県職員自らリメイクを施して生まれたキャラクターだったというから驚きだ²⁾。

ダークみきゃんの性格は「意地悪でしつこい」、仕事は「みきゃんの邪魔」、好きなことは「みきゃんの困った姿を見ること」と、とにかくみきゃんへのライバル意識が強い。ダークみきゃん登場以降は、彼を「ダーク」と呼んで手を焼きながらも、持ち前の朗らかさで愛媛の PR に努めるみきゃんの様子に癒されていたのだが、さらになんと、2018 年には、「こみきゃん」という新キャラクターまで新登場した。「子どもたちの元気な愛顔がぎゅ〜っと集まって、誕生しました♥」[§]というこみきゃんは、えひめこどもの城開園 20 周年記念のイベントで初登場。まだ赤ちゃんである。みきゃんの Instagram アカウント^{**}では、階段を降りるこみきゃんを気遣ったり、図

[‡] <https://www.sanrio.co.jp/special/characterranking/2022/result/>

[§] <https://www.pref.ehime.jp/site/mican/16890.html>

^{**} https://www.instagram.com/mican_ehime/

書館でこみきさんに絵本の読み聞かせをしたりするなど甲斐甲斐しく世話を焼くみきさんの姿が発信されている。ダークみきさん、こみきさんとのやり取りを通じて、イベント会場でも SNS でも、みきさんの優しさや面倒見の良さがよりわかりやすく伝わってくる。それはつまり、みきさんの素晴らしさがさらに伝わってくるということであり、みきさん自身の好感度上昇にもつながっている。

前号にて、ぐんまちゃんのネーミングについての話題でご紹介した、2004 年より活動している埼玉県のコバトンにも、2014 年、後輩ができた。その名も「さいたまっち」。コバトンと比べ、わかりやすく地名が反映されたネーミングだが、ビジュアルはコバトンと同じくシラコバトをモチーフに、なぜか龍の要素も入っている。埼玉県は龍に縁が深い……というわけではなく、さいたまっちのビジュアルは、TV 朝日が配信する「テレ朝動画」内の番組「バナナ TV」の企画で、お笑い芸人バナナマンが考案。ロケ中に会った占い師の助言などをもとにデザインされた

そうで、そのため、他のご当地キャラとは成り立ちが異なり、特産品詰め合わせパターンではなかったようだ。さいたまっち誕生当初は、国内最多ともいわれるゆるキャラ、ご当地キャラを擁する埼玉県、その頂点に立つ「コバトン様」の座を脅かす新キャラが！？と、突然の登場に戸惑う気持ちはあったものの、さいたまっちと共に活動することで、ベテランのコバトン様の貫禄や懐の深さが際立ち、むしろコバトンのブランディングは強化されたように感じる。同時に、新人のさいたまっちの健気な頑張りもいじらしく、結果として、それぞれがより引き立ち、魅力を高め合っている。

また、2015 年デビューの埼玉県秩父市の「ポテくまくん」にも、2024 年、突然、妹キャラ「ぷめるちゃん」が登場した。ぷめるちゃんから「ポテ兄」と呼ばれ、お兄ちゃんらしいところも見せつつ、時にしっかり者の妹の尻に敷かれている様子は、ポテくまくんのもともとの優しいイメージやのんきなイメージを強化することにつながっている。ちなみにぷめるちゃんは、2025 年春に第 75 回全国植樹祭が秩父市で開催されることを記念して誕生したキャラクターであり、2024 年からイラストが公開されていたが、2025 年 1 月の「ポテくまくん 10 周年記念お誕生会&ぷめるちゃんお披露目会」にて、ついに「会える」存在としてのデビューに至った。

ここでご紹介してきたような、後から新キャラクターが登場するパターンではなく、もともと 2 体以上がセットになって誕生したキャラクターも多く存在するのだが、その場合の多くは男女のペアで、かつ、その関係性は例えば「双子の兄妹」や「カップル」であることが多い。サンリオキャラクターでいうところの、リトルツインスターズ（キキとララ）のような関係性である。しかし近年は、ライバル関係であったり、明確な年齢差のある弟妹（やそれに準じた存在）が新キャラクターとして誕生したりすることが多く、メインキャラクターとの関係性がよりはっきりと示され、メインキャラクターの性格設定を強化する結果となっている。

ゆるキャラ、ご当地キャラたちも誕生から 10 年以上が過ぎ、新たな展開を模索する中で、メインとなるキャラクターの世界観を強化し、広げてくれる存在が必要とされているのだろう。こうした「新キャラ登場ブーム」はまだまだ続きそうで、キャラファンとしては、新たな「推し」に出会える機会を、そしてもともと推していたキャラたちの新たな一面に出会える機会を、大変

楽しみにしている。

キャラファンにとっての聖地・彦根。その聖地たる所以のレジェンドひこにゃんの変わらぬ魅力と新たな取り組みについてご紹介してきた。そして、ひこにゃんに限らず、複数のご当地キャラクターが、すでにライバルキャラや弟妹キャラなどの登場により、新たな PR に取り組んでいることをご紹介した。しかしながら、新キャラの登場は大胆な改革ではあるが、そのライバルキャラも、つまりはまた新たなご当地キャラである。

対して、ゆるキャラ、ご当地キャラ界の外から協力者を集めている「ご当地キャラ EXPO in りんくう」というイベントもある。続いては、大阪は泉佐野市で開催されている大型キャラクターイベントについてご紹介していきたい。

Ⅲ. ご当地キャラ EXPO in りんくう（大阪府泉佐野市）

大阪府泉佐野市「りんくうアイスパーク」にて開催されるこちらのイベント。例年秋に開催されていたが、2025 年は大阪万博開幕の関係で、4 月の 12 日と 13 日に行われた。今年的大型イベントの中では 1 番早い開催であり、イレギュラーな時期であったからこそ、高揚感も大きかった。

「りんくう」とは漢字で書くと「臨空」で、関西国際空港にほど近いことから名付けられた。関西国際空港を利用してもよし、新大阪まで新幹線でそこから在来線で向かってよしと、全国各地からアクセスのいい会場である。また、宿泊施設が充実していることもありがたい。実は、ご当地キャライベントが開催される場所は、交通の便があまり良くなかったり、宿泊施設の数に限りがあったりする場所が多いのだ。もちろん、イベントを重ねることで地域が活性化し、今後大きなイベントを受け入れられる体制に整っていくこともキャラクターイベントの効果として期待すべきだが、年に 1 度のイベントのためにホテルが建つかというとなかなか難しいところであるし、そもそも、すでに交通や宿泊の環境が整っている都心部には、わざわざキャラクターを使って PR せずとも、毎日多くの人が集まる。現状そうではないからこそ、キャラの力を使って人を集めることに意味があるのだ。

ところで、こうした、ファンのいるコンテンツ、たとえばアイドル、アーティスト、アニメなどを活用し、そのファンが「推し」を目当てに各地に足を伸ばす動きは、近年「ファンツーリズム」と呼ばれている。ドームやスタジアム公演を行うアーティストの経済効果は言わずもがな、そこまでの規模でなくとも、ファンツーリズムは様々なコンテンツで広がっている。いわゆる「聖地巡礼」として、アニメの舞台となった町やドラマのロケ地を巡るファンもいる。ゆるキャラ、ご当地キャライベントにおけるキャラファンの動きはまさにこのファンツーリズムであり、私は、その熱量と経済効果はもっと注目されるべきだと考えている。

さて、「ご当地キャラ EXPO in りんくう」のホストキャラは、「一生犬鳴！イヌナキン」と、その分身、「ゆるナキン」である。「一生犬鳴」は「いっしょうけんめい」と読み、「犬鳴」は、泉佐野市にある霊峰「犬鳴山」からとった当て字。「イヌナキン」はその犬鳴山で日夜修行に励む、ヒーローなのだ。一方、イヌナキンが分身の修行に失敗した際に誕生したというゆるナキン

は、なまけもので食いしん坊の、ゆるキャラらしいゆるキャラである。

「キン肉マン」の作者ゆでたまご氏によってデザインされたヒーローという唯一無二の武器と共に、かわいい分身の存在で、ゆるめのキャラが好きなご当地キャラファンにもしっかりアピール。ゆるキャラ、ご当地キャラでありご当地ヒーローとの親和性も高いイヌナキンが主催するこのイベントは、ご当地ヒーローの参加も募っており、全国からたくさんのヒーローが集結している。

こうしたご当地キャラとご当地ヒーローの交流は、コロナ禍以前、福島県白河市で開催されていた「ご当地キャラこども夢フェスタしらかわ」や「しらかわキャラ市」でも積極的に行われていた。ヒーローショーにご当地キャラが参加すると、ご当地ヒーローのかっこよさが際立つと同時に、ご当地キャラたちのなんともいえぬのんきさも際立ち、両者の魅力を同時に楽しめる。現状、比較的成人女性が多いご当地キャラファンだが、ご当地ヒーローとの交流によって、新たなファン層を獲得することもできるかもしれない。

また、ヒーローショーのみならず、「ご当地キャラ EXPO in りんくう」はステージパフォーマンスが充実しており、ご当地キャラクターたちがチームを組んで踊ったり、寸劇を披露したりするなど、他では見られないコンテンツがたくさん披露されていた。

私はそうしたパフォーマンスの際、歌ったり踊ったり喋ったり、とにかく人間としてお役に立てそうなことがあると、キャラたちから声をかけていただけることが多い。特にこのイベントでは、韓国から初参加の「DDUBI」^{††}のステージに飛び入りで参加させていただくなど、初めて会うキャラクターとの親交も深まり、とても嬉しい経験ができた。海外からは、他にも香港から「易易 Momo」が参加していて、ここでのご縁を機に、私は易易 Momo の日本用テーマソング「桃色の魔法〜ぐーぐーぐー！〜」の作詞、振付も担当している。

新型コロナウイルスの影響が落ち着き、韓国、香港など、海外のキャラクターの参加も目立つようになり、今後も海外キャラの参加は増えていくかもしれない。そういう意味でも、関西国際空港のすぐ近くの会場で開催しているという地の利が生きてくる。

そしてもう一点、「ご当地キャラ EXPO in りんくう」は、会場レイアウトが大変効果的なように思う。会場の中心にステージがあり、その周りをキャラやグルメのブースが囲み、どのブースを楽しみながらもステージの様子がよく見える配置になっていたためか、エンディングの一体感が他のイベントと比べて圧倒的であった。このイベントは 2023 年の 3 月から開催されていて、今春が 4 回目なのだが、過去には、開催予定だった 2020 年 3 月の同名イベントが新型コロナウイルスの影響により直前で中止となってしまったことも。しかし諦めることなくイベント復活のために尽力し、その後念願かなって再開させた、まさに「一生犬鳴」なイヌナキン、

ゆるナキンの姿勢に胸を打たれたファンも多い。

そんなイヌナキン、ゆるナキンのテーマソングとして制作された「イヌナキマーチ」を参加キャラたちが踊る姿は、共にステージに立つ私から見ても大変感動的であった。客席から全員を見ていた来場者の皆様にはより迫力満点のステージだったのではないかな。ちなみに、「イヌナキマ

^{††}大邱広域市寿城区のキャラクター。同区は泉佐野市の友好提携都市でもある。

一チ」を制作、歌唱している「Charat」というユニットは、ご当地キャラクターのテーマソングを作って歌って振り付けるユニットとして2020年に結成された人間3人組なのだが、何を隠そう私もそのメンバーの一員である。

喋らないキャラクターたちにとって、彼らのプロフィールを紹介したり、気持ちを代弁したりするようなテーマソングは大きな武器になる。また、かわいいダンスを踊れたり踊れなかったり、動きを通じて個性を発揮することができる。彼らのPR活動を、音楽を通じてお手伝いできたらと活動をしている。

もちろん、ユニットではなくソロの寺嶋由芙としてお世話になる機会も多く、様々なかたちで、キャラクターのテーマソング作成や歌唱に関わらせていただいている。キャラクターのプロフィールやふるさとの特徴を反映させた歌詞を書き、そのキャラに似合う曲調のメロディーをつけ、キャラ本人の可動域を考慮した振付をつくることは、かなり特殊で楽しい音楽活動である。

ご当地キャラクターのイベントは、とにかく出演キャラ数が多い。滞りなく進行させるため、時には100を超える参加キャラたちのプロフィールを熟知し、テーマソングを把握し、カンペなしで臨機応変に対応できるMCやアーティストが求められる。これはなかなか特殊な能力であろう。全国から参加してきたすべてのキャラクターに関して満遍なくコメントしていくという、なかなか他に類のないこの仕事を、私はもっと磨いていきたいのだ。各地域単体に関する知識は、まだまだご当地タレントの皆様には敵わないかもしれないが、いずれはそうした皆様にも驚いてもらえるくらいの精度を目指していきたい。もともとキャラクターが大好きで、頼まれなくてもキャラ情報をせっせと覚えてきたことがまさかこんなかたちでいきるとは、我ながらラッキーで愉快的な人生である。

ご当地キャラのイベントは、こうした私のような特殊なアイドルが起用されたり、「ご当地キャラソングの帝王」と呼ばれるシンガーソングライター石田洋介氏が全国各地のキャラたちのテーマソングを歌いまくっていらしたり、なかなか他のイベントでは共演の機会が無いタイプのアーティストが力を合わせて「人間の役割」を担っている。あくまで主役はご当地キャラ、目的はそれぞれの地域のPR。その目的を共有しながら、音楽やおしゃべりで自分にできる貢献を探し実践していくことが、私はとても好きだ。

そして前号で数字を示した通り、ニッチな世界に見えて、それぞれのイベントの来場者数は決して少なくはない。私は、こうしてみんなで盛り上げているこの空間が、よりマスに届くように頑張りたい。この件に関しては、後ほど「課題」の章でより深く考えていきたい。

では最後に、埼玉県羽生市で開催される「世界キャラクターさみっと」についてご紹介したい。かつて、参加キャラ数の多さがギネス記録にも認定された「#はにゅはゅ」の今をぜひ知っていただければと思う。

IV. 世界キャラクターさみっと in 羽生（埼玉県羽生市）

「日本で一番大きなゆるキャラ、ご当地キャラのイベントは？」と聞かれたら、私はこの「世界キャラクターさみっと in 羽生」を挙げるだろう。

イベントの開催規模や歴史の長さに加え、羽生市自体が、早くからキャラクターを活用した町おこしに取り組んできたことから、この街は「ご当地キャラの聖地」のひとつに数えられている。羽生市イメージキャラクターは、メインの「ムジナモンとその仲間たちが務めているのだが、その紹介ページは味があってかわいいのでぜひ見ていただきたい[※]。ムジナモンは、モロヘイヤの葉を頭に載せ、ムジナモの尻尾を持つ、見た目はたぬきのような雰囲気だが、正体不明の生き物。仲間には埼玉県東北部に古くから伝わる「いがまんじゅう」の妖精「いがまんちゃん」や、水濠公園に住んでいるムジナモンの親友的存在「ふなどん」などがいて、ムジナモンを含めると計8体。全員が立体化していて、実際に会うことができる（要するに、着ぐるみ化されているのである）。ひとつの市町村で、その自治体を代表する立場のキャラクターがこれだけたくさん存在しているのは珍しい。羽生市のキャラクターへの力の入れ具合が伝わる事実である。彼らは総称して「はにゅキャラ」と呼ばれ親しまれている。

そんな「はにゅキャラ」たちがホスト役を務める「世界キャラクターさみっと in 羽生」は、2010年から開催されているイベントだ。当初は「ゆるキャラさみっと in 羽生」というタイトルで、2011年～2013年は、ゆるキャラグランプリの表彰式も同時開催されていた。コロナ禍以前は、羽生市内の水濠公園で盛大に開催されており、イベント会場としての敷地面積が圧倒的であった。ちなみに、私が初めて参加したのは2013年。「ものすごくたくさんの着ぐるみが集まるイベントがあるらしい」と聞きつけてきた母に誘われ参加し、どこを見てもキャラがいる、天国のようなイベントに衝撃を受けた。あまりにたくさんにキャラクターが参加していて、しかも知らないキャラクターも多く、圧倒されていたところ、「千葉県船橋市から来た梨の妖精」というキャラが目に入った。そのキャラクターは、なんと自らしゃべって自分をPRしており、「着ぐるみはしゃべらない」と思い込んでいた当時の私にはかなりの衝撃であった。とはいえ同じ千葉県の出身、これもなにかのご縁と思い、一緒に写真を撮ってもらった「ふなっしー」が、半年後には大スターになっているなんて、この時は想像もつかなかったのである。

そんな思い出の詰まったこの2013年の「さみっと」には、452体ものキャラクターが参加していたそうで、マスコット最多集合記録として、見事ギネス世界記録を更新した³⁾。ちなみに、当日はキャラクターの宣材写真とキャラ本人に相違点がないか等、認定員からのゆるくないチェックが入り、実際に記録に認定されたのは376キャラであった。

コロナ禍以降の「さみっと」は、イオンモール羽生に会場を移し、年によって、店内や駐車場を活用して開催されている。会場の広さや参加キャラ数は減少したものの、駅からのアクセスが向上したこともあり、依然として来場者数は多く、また参加キャラ、来場者共に熱量も高い。ちなみに今年は11月の15日、16日に、羽生市役所周辺で開催されるそうだ。

このイベントでは、運営ボランティアやステージに出演するダンサーとして、地元の学校の生徒、学生たちの活躍も目立つ。中学生が一生懸命キャラクターのアテンドをしている姿や、小学生が緊張しながらもキャラクターと一緒に踊っている姿はとても微笑ましく、また頼もしかった。生徒たちへの教育の場としても活用されていて、地域に根ざしたイベントであることがうか

※ <https://www.city.hanyu.lg.jp/mujinamon/profile/mujinamon.html>

がえる。

その他、複数のステージが用意されていること、グルメブースが併設されていることなどは、ここまで紹介してきた内容と重なるため割愛する。「さみっと」は原点であり、集大成的なイベント。各イベントのお手本であると同時に、各所で開催されたイベントそれぞれの良さが持ち寄られ、年々完成度が上がっていくのだ。ある程度大きな規模のゆるキャラ、ご当地キャライベントの中で、この「世界キャラクターさみっと」は1番開催時期が遅い。そんな事情からも、この1年の集大成として楽しみに参加するキャラ、ファンが多いイベントである。

しかし、ここまで挙げてきたイベント以外にも、キャラクターが出演するイベントは各地で毎週末のように開催されている。

V. 地元のお祭りにゆるキャラを絡めている例

これまでは「ご当地キャライベント」として、キャラクターを集めたイベントを開催する、という目的をメインに据えて開催されているイベント、つまりはご当地キャラありきのイベントをご紹介してきた。ここからは、地元のお祭りなど、もともと開催されていたイベントにご当地キャラを活用している例をご紹介していきたい。

本稿を執筆している2025年にも、5月末に、千葉県成田市特別観光大使「うなりくん」をホストとした「ご当地キャラ成田詣」が開催された。こちらのイベントは、成田市が主催する「成田伝統芸能まつり」との同時開催。伝統芸能まつりは、春は歌舞伎、秋は山車をメインに年2回行われている。「ご当地キャラ成田詣」は、ここ数年は春開催のため、歌舞伎をテーマに開催し、「うなりくん」が和装や歌舞伎の隈取をして登場するなど楽しませてくれている。かつて秋の時期に開催されていた際は、ステージでキャラたちと一緒に歌っている時に、客席越しに山車が見え、成田ならではの景色を満喫することができた。イベントの目玉はなんといっても、タイトル通りの、ご当地キャラによる成田詣。ご当地キャラたちが成田山新勝寺の本堂前に集合し、みななどお参りする姿は、とてもかわいく神々しい。そもそも本人たちが、八百万の神のゆるいバージョン、といった出立ちなのに、せっせとお寺にお参りしている様子は大変微笑ましいものである。

本稿執筆の前年にあたる2024年はホストキャラ「うなりくん」の15周年と重なったこともあり、より盛大に開催された。うなりくんは「うなり星」の出身で、ホームページのプロフィール欄には、「宇宙から飛んできて、素敵な空港を見つけて降り立ったところが成田空港だったの。成田って楽しいところやおいしいものがいっぱいあるし、みんな優しくしてくれるから、すごく気に入っちゃって、そのまま住むことにしたの。住民票ももらったんだよ。うな。」という本人のコメントが掲載されている^{§§}。成田のPRに勤しむようになった経緯については、同ページに、「成田の役に立つ仕事をしようと思って市役所の窓口で相談したら、市長から成田の観光PRをしてほしいって言われて、『成田市特別観光大使』に任命されたの。それで、イベントに出演したり、SNSをしたりして、成田のPRをがんばっているんだよ！うな。」との説明がある。

^{§§} <https://unarikun.jp/profile.html>

2024 年は彼が地球に降り立ってから 15 周年、さらに縁起のいいことに、成田市制施行 70 周年も重なり、成田市は市のお祝いとうなりくんのお祝いで大変盛り上がっている。私も、市政施行 70 周年記念事業の一環として「成田市特別応援大使」に抜擢していただき、JR 成田駅での構内アナウンスや、うなりくんのお祝いに開かれた「あにばーさりーこんさーと」への出演など、成田の皆様から嬉しい機会をたくさんいただいた。そして 2025 年もまたこのイベントに出演することができ、「毎年みんなでお参りする」ことが恒例行事になっていることのありがたさを実感した。

ここ数年、息の長いキャラクターイベントが増えてきたため、「5 月は成田」、「9 月は須崎」など、キャラとその関係者、ファンはもはやイベントで季節の移り変わりを感じている。キャラクターたちを追いかけることで、1 年のルーティンが出来上がっているのだ。

Ⅵ. 「お誕生日会」、「ファンクラブ」…「推し活」としての楽しみ

開催時期が決まっているといえ、キャラクターたちの「誕生日会」も、毎年の恒例行事として楽しみにしているファンが多い、大切なイベントだ。例えば、6 月末の「ふっかちゃんバースデーぱーちい」。今年で 15 周年を迎える埼玉県深谷市の「ふっかちゃん」は、全国に根強いファンを持つ人気キャラクターである。ふっかちゃんをお祝いするため、2025 年は 4000 人のファンが深谷に集まった。

こうした「お誕生日会」はキャラクターごとに開催されている。規模は様々で、地元のホールでコンサートを開催することもある、市役所などでささやかにグリーティングを行うこともある。

また、コアファンへのサービスとして、「ファンクラブ」を開設し、会員向けのイベントを行うキャラクターもいる。私が知っている限りでは無料のコンテンツが多いように思うが、中には高知県須崎市しんじょう君の「もきゅ友の会」のように、月額制で手厚い会員限定サービスを行っている例もある。

こうした誕生日イベントやファンクラブイベントを通して、まるでアイドルやアーティストを追いかけるのと同じように、ゆるキャラ、ご当地キャラの「推し活」を楽しむことができるのだ。ゆるキャラ、ご当地キャラのファンといえ、小さい子供たちを思い浮かべる方も多いかも。しかし、実際に会場に足を運び、グッズを購入するなど積極的な「推し活」を楽しむコアファンは、実は大人が多いのである。

Ⅶ. 今後の課題：次世代ファンの育成

大人のファンが多いということは、購買力のあるファンが多いということでもあり、キャラクターの地元への経済的な貢献という意味では大いにプラスである。しかし、これに甘んじることなく、次世代ファンを増やすべく、若い世代にアプローチできる発信に取り組むキャラクターも増えてきている。

千葉県内の様々なシチュエーションで県のマスコットキャラクター「チーバくん」が踊る「チ

「一バくんダンスチャレンジ」という企画は TikTok での再生数が多く、キャラクターが発信するコンテンツの中で抜きん出ている。また、これまで何度も話題に挙げた群馬県「ぐんまちゃん」、高知県須崎市「しんじょう君」の Instagram^{***}の写真や動画は、クオリティが高くて人気がある。さらには島根県「しまねっこ」の Instagram^{†††}も、県内の名所とキャラクター自身のかかわりが掛け合わさった人気コンテンツである。しまねっこは 2024 年に誕生 15 周年記念のイベントを行い、地元伝わる石見神楽を実演するなど、「島根らしさ」を意識した活動を積極的に行っている。今年に入って、県庁1階ロビーに「しまねっこのお家」も設置され、県としてキャラクターを活用した PR に積極的な様子が伺える（ちなみに県内各地に「しまねっこの別荘」も多数設置されている）。

こうしたプロモーションを強化すると同時に、ぐんまちゃんの全国行脚や、ムジナものの「ムジナキッズ」育成のような、直接子供たちに会って巻き込んでいく活動に取り組む自治体もきっと増えていくように予想している。

ゆるキャラ、ご当地キャライベントは、現在も各地で何万人も集客する規模で行われているのに、一時期よりもメディアに取り上げられる機会は減っており、「ゆるキャラブームは去った」と揶揄されることもある。確かに、2020 年をもって「ゆるキャラグランプリ」が終了し、わかりやすい「外向け」の発信は減ってしまった。かつて放送されていたゆるキャラを専門に取り上げる TV 番組などもほとんど作られなくなってしまう中、新たなファン層を獲得することは簡単ではない。1 度誕生したキャラクターは、基本的には末長く活用されることが望ましく、人間のアイドルグループのように、メンバーチェンジでファンも世代交代、ということも起こりづらい。かといって、キャラクターの SNS 戦略に全力を注げる自治体ばかりではないだろうし、むしろ、そういう部分に無頓着なゆるさが魅力でもある。

ゆえに、私のようなゆるキャラ好きこそがぜひ、微力ながらも、ゆるキャラ、ご当地キャラ界のインフルエンサー的役割を担っていきたいと考えている。「ゆるキャラ好きアイドル」ということをおもしろがっていただき、たくさんのチャンスをいただいていた私にとって、それは今後自分の仕事を続けていくために必要なことである。と同時に、キャラクターたちへの恩返しにもなったらいいなと考えているのだ。

サンリオキャラなど商業キャラたちのファンには、発信力のあるインフルエンサーが多数存在している。こうした熱の高いファンを持つ「ゆるくない」キャラクターとのコラボが増えていくと、ゆるキャラ、ご当地キャラたちにまた新たな展開が広がるように思う。昨年の羽生でのイベントに「クレヨンしんちゃん」が登場するなど、すでにその片鱗は見ており、今後に期待している。

VIII. これから掘り下げていきたいゆるキャラ、ご当地キャラの魅力

2024～2025 年は、人気キャラクターたちの「周年ラッシュ」であった。ゆるキャラという存

^{***} <https://www.instagram.com/shinjokun/>

^{†††} https://www.instagram.com/shimanekko_kankou/

在が爆発的に流行った2010年代初めから、10～15年が経ち、今も活動しているキャラたちには、長く続けてきただけの人気と実績がしっかり備わっている。ライセンスの活用、地元への集客やふるさと納税の寄付額の上昇など、さまざまな面での経済効果も認められ、地域にとって欠かすことのできない存在となっていることの表れであり、ファンとして勝手に誇らしい。

また、ポジティブなシーンのみならず、災害発生時などにゆるキャラが活用されることも多くある。熊本地震発生時、「くまモンがんばれ」のメッセージと共に各地から支援が集まったことが、最初の大きな動きだったように記憶しているが、その後も例えば2018年に広島県呉市が見舞われた豪雨災害に際し、「ふなっしー」をはじめ各地のご当地キャラが呉市の「呉氏」との繋がりをきっかけに寄付や支援を呼びかけた。その時の縁は後に「ご当地キャラ祭り in 呉」の実施に繋がりと、現在も毎年開催されている。さらには2024年1月の能登半島地震の際も、和倉温泉「わくたまくん」のXアカウントが緊急の情報発信に使われ、これにより、地域住民のみならず、その地域に住んでいなくとも、もともと和倉温泉に好意的だった人たちに情報が届き、支援の輪が広がった。自分が住んでいない町の情報を普段から逐一チェックする人はなかなかいないかもしれないが、「推し」の情報だと思うと自然と取りに行く。ゆるキャラを通じて、その地域自体が「推される」ことで、緊急時の情報が外部に届きやすくなっているのである。

その他、2025年3月、愛媛県今治市で森林火災が起きた際は、今治市の「バリィさん」と同じデザイナーから生まれた「坂井ほや丸」の福井県坂井市が、ふるさと納税を通じた代理寄付を受け付けた⁴⁾。キャラクター同士のつながりが、自治体間の連携をより強めるという効果も生まれている。

ちなみに、この坂井ほや丸は、2024年に誕生した比較的新しいキャラクターである。誕生前から担当者がキャラクターイベントに出向き、キャラクターファンに意見を募ってアイデアを吸い上げ生まれたため、「生まれる前から推しています」というファンや、「(アイデア出しに参加したので)自分も生みの親の一人です」というファンも多く（かくいう私もその一人である）、熱量の高いファンコミュニティの形成に成功している。そう、いまだに新キャラクターたちは生まれ続けている。先輩キャラたちのノウハウを学び、ブラッシュアップしたかたちで生まれてくる彼らからも目が離せないのだ。

それから、関西国際空港の近くで開催された「ご当地キャラ EXPO in りんくう」の話題で触れたように、海外のキャラクターが日本のキャラクターイベントに参加する機会も増えてきている。また、キャラだけでなく、海外から参加する人間のご当地キャラファンも増えている。まだ正確なデータがあるわけではなく、体感として、としか書くことができないのだが、昨秋参加したご当地キャラクターイベントの客席には、海外からいらしている様子のファンも多く見られたのだ。

アニメやアイドル文化が海を渡ったように、海外で日本のゆるキャラ、ご当地キャラが広がったらとてもおもしろいと思う。サンリオキャラクターたちはすでに海外での活躍が目立つが、よりゆるく、造形もさまざまなご当地キャラたちは、どのように受け止められるのだろう。未知数ではあるが、着ぐるみは基本的にジェスチャーでコミュニケーションをとるノンバーバルな存

在であるから、日本のキャラたちの魅力も、言葉の壁を越えて通用するかもしれない。

しかしそもそも、こんなに日常的に着ぐるみに遭遇する国は、日本以外にあるのだろうか。私は自分がゆるキャラ好きゆえに、すぐに彼らを見つけてしまうことも一因と思うが、本当にしょっちゅう、なにかしらの着ぐるみに出会っている。仕事で会うことはもちろん、たまたま利用した駅でご当地キャラクターが地域のPRをしていたり、たまたま買い物に行ったショッピングセンターに、地元のキャラが賑やかにきていたり。企業のキャラクターが製品のPRに来ているところに遭遇することも多い。その度に、自分でも感心するほど、新鮮に感動する。全く知らないキャラの着ぐるみでも、遭遇できたらかなりテンションが上がる。こんなにも着ぐるみが好きである自分は特殊なのか、それとも一定数こういうタイプの人間はいるのか、ぜひ知りたい。ぬいぐるみも大好きだが、やはり実際に会える着ぐるみが大好きである。かつてチーバくんハマった大きな要因がそうだったように、「自分と同じ空間にキャラクターが存在してくれている」ということに喜びを感じるためかもしれない（そんな私の楽しみは、着ぐるみを制作している会社「KIGURUMI BIZ」のサイトを眺めることである）。

着ぐるみを、そこに「いる」存在として楽しむためには、その場にいる全員の想像力が豊かであることが不可欠だ。「どうせ中に人が入っているんだろ」といった不粋な指摘をする人物が現れると、途端に興醒めしてしまう。「そういう存在」としてみんなで理解し、接することで成立する楽しさがあるのだ。着ぐるみを、「人ではない、かわいくて愉快的な存在」として見立て愛でることが自然と成立する空間に身を置くと、ひこにゃんについての章で語ったような、「みんなで大切にしてきた」という連帯を感じて、幸せな気持ちになる。

こうした、想像で補う楽しみ方に、日本の伝統芸能である、能や神楽との共通点があるとは考えられないだろうか。あくまで印象で語ってしまっただけで申し訳ないのだが、以前、岩手県の普代村で、神楽を見学した際、言葉での台詞はなくとも、仕草や、面の傾きで、登場人物の喜怒哀楽が伝わってくるようだった。物語を追うために恵比寿様の仕草や表情に集中しているうちに、私は、「あれ、これって、ゆるキャラを見ている時と同じだ」という感想を持った。伝統ある神聖な神楽を見ながらこんなことを考えて申し訳ない気持ちもありつつ、けれど、変わらないはずの面の表情が自然と読めてしまう感覚が、ゆるキャライベントで、言葉を交わさずともキャラクターたちの言いたいことがわかった時の感覚と共通していると気がついたのである。

こうした「面の表情を読む」ことに長けていたというべきか、馴れていたというべきか、素養があったことは、現代の日本でも、表情の変わらない着ぐるみの感情を読みとり、ショーやグリーティングを楽しめる人が多いことに影響しているのではないか。ディズニーをはじめとする西洋圏のキャラクターは、日本のキャラクター、例えばサンリオキャラクターやゆるキャラ、ご当地キャラたちと比較して、表情筋が発達している。また、ディズニーキャラクターは、それぞれが登場する映画の世界で活躍し、そこでの物語を基盤として、性格や他のキャラとの関係性が示されている。

しかし、ハローキティはハローキティとして生まれた存在で、なにか絵本とか、映画の登場キャラクターではない。家族や友人関係など、プロフィールの設定こそあれ、物語の中の存在では

ないのである。ゆるキャラ、ご当地キャラクターも同様に、物語の中からではなく、いきなり現実に参加した存在である。キャラクターを主人公とした絵本やアニメが後から作成されることはあれど、最初の誕生のきっかけは、あくまで「キャラを生み出す」という目的である。

さらにゆるキャラ、ご当地キャラクターたちの存在は、草履に唐傘、なんてことない古道具でも、目鼻がつけばそれを付喪神、あるいは妖怪として、崇めたり畏れたりしてきた宗教的な価値観ともつながっている。

こうした観点から、私は今後、民俗学的な研究をもっと進めていきたい。特に、妖怪とゆるキャラは切っても切れない関係なのではと考えている。実際、三重県四日市市には、「こにゅうどうくん」という、「大入道の子ども」のゆるキャラがいる。また、カップをモチーフにしたゆるキャラとなるとその数は膨大である。ゆるキャラグランプリ 2018 を獲得した、埼玉県志木市の「カパル」をはじめ、徳島県で木頭ゆずを PR している「ゆずがっぱ」、東京都墨田区の北十間川に住んでいるという「じっけんカップのコタロウ」、北海道小樽市の「おたる運がっぱ」などなど。カパルが主催となって開催された「カップだよ！全員集合」では、体ものカップキャラが、タイトル通り大集合していた。

中でも私が最近注目しているのは、兵庫県尼崎市の「ガジロウ」である。ゆるキャラというよりは、特撮映画に登場する妖怪のような、なかなかリアルなカップのキャラクターなのだが、このガジロウは、柳田國男生誕の地であることを PR するべく誕生した。2025 年は、柳田國男生誕 100 周年の年である。ゆるキャラと妖怪のハイブリット的存在として、民俗学の知見からゆるキャラに光が当たるきっかけを作ってくれるのではないかと期待している。

こうして考えてみると、やはりゆるキャラ、ご当地キャラたちの存在はもはや一時的なブームではなく、むしろ、伝統芸能を鑑賞する際に培ってきた視点、ものや自然、八百万の全てに神が宿るという宗教観、民俗の延長線上にある、必然的に誕生した存在ともいえる。

地方創生のためのひとつの手段として今後も活用していくことはもちろんだが、そうした経済効果の研究のみならず、民俗学的な研究も活性化し、記録がたくさん残っていくといいなと思う。考えてみていただきたい。後世の人々が、「かつて日本では、地域の PR や発展のため、各地域が特産品や歴史的建造物をたくさん詰め込んだマスコットをこぞって作り、それらを 1 箇所に 100 体以上も集めてイベントを開催し、何万人もの人間が楽しんでいた」なんて知ったら、絶対おもしろいではないか。「昔の人、ちょっと変じゃない？一体なんの儀式？」と、突っ込まれるに違いない。

コロナ禍、人々が自然発生的にアマビエを頼ったように、大阪万博のキャラクター「ミyakミyak」を「ミyakミyak様」と呼ぶ二次創作が流行ったように、この国では、神的なものへの畏れと親しみが両立している。大切に崇めると同時に、いじってしまう大胆さもあるのだ。この不思議なバランス感覚が、ゆるキャラ、ご当地キャラという存在にマッチし、現在のように受け入れられていったと言えるだろう。

IX. おわりに

2024年11月から翌年2月末まで、国立博物館で「ハローキティ展」が開催されていた。キティの誕生から50周年を記念したこちらのイベントは、連日大盛況だったそうだ。

私はいつか、このゆるキャラ版が見たい。ゆるキャラやご当地キャラという、神様のように尊くて、それなのに地域創生を目指して人間のために働いてくれる、大きな力を持っていて、だけど自力で階段も登れない、そんな不思議で愛しい存在を、その功績とともに後世に示す場が欲しい。国立博物館で特別展を開催した後、千葉県佐倉市の国立歴史民俗博物館で常設展示していただきたい。

その際は、我が家にある数千点のゆるキャラ、ご当地キャラグッズを資料として提供し、ご協力したい所存である。そして長々と書いてきたこの記録も、何かの役に立てば嬉しく思う。

文献

1. ご当地キャラ博実行委員会. (2024) 第二回 一期一会 キャラクター茶会. <https://gotouchi-chara.jp/hikone2024/chakai.html>
2. 日刊スポーツ. (2015). 水樹奈々が地元のゆるキャラ激励「絶対にてっぺん」. <https://www.nikkansports.com/entertainment/news/1562680.html>
3. 日本ご当地キャラクター協会. (2013). 「ゆるキャラ (R) さみっと in 羽生」ギネス達成. <http://gotouchi-chara.jp/news/cat4/rin-2015.html>
4. NHK. (2025). 福井 NEWS WEB 山林火災の今治市支援 ふるさと納税寄付 代理受付 坂井市. <https://www3.nhk.or.jp/lnews/fukui/20250331/3050020277.html>