HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ご当地キャラクターの背景にあるもの : "地元意識"のあり方と"幼稚さ"の意義について
Author(s)	山村, 高淑
Citation	都市問題, 105(8), 18-22
Issue Date	2014-08
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/65028
Rights	本著作物は、公益財団法人 後藤・安田記念東京都市研究所の許諾を得て掲載しています。
Type	article
Note	特集 "地元"意識を考える
File Information	toshimondai_201408.pdf

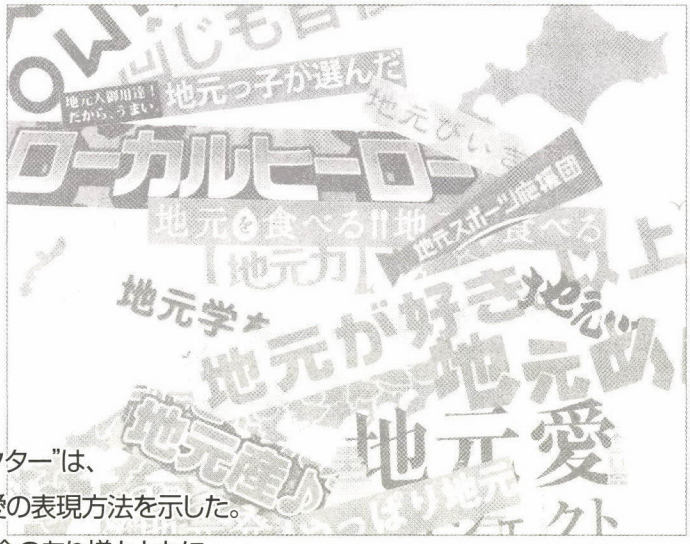
Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

ご当地キャラクターの背景にあるもの

——“地元意識”のあり方と“幼稚さ”の意義について

山村高淑［やまむらたかよし］
北海道大学観光学高等研究センター教授



全国各地に登場した“ご当地キャラクター”は、
競争社会的な発想とは異なる郷土愛の表現方法を示した。
“ご当地キャラ”を受け入れた日本社会のあり様とともに
その意義を解説する。

ご当地キャラクターと地元意識

とどまるところを知らない“ご当地キャラクター”ブーム

この10数年来、全国の自治体でご当地キャラクターが次々と誕生し、その勢いはとどまるところを知らない感がある。

同時期、同様に多くの自治体が活発に取り組むようになったアニメやマンガを活用した地域振興・観光振興と比べ、ご当地キャラクターには顕著な特徴がある。それは、アニメやマンガ、映画などが、一般に地域外の製作者が当該地域を舞台に製作するコンテンツであり、キャラクター等の権利は製作者側にあるのに対し、ご当地キャラクターは地域（多くの場合は自治体）が製作することで、地域自身が権利を持ち、発信することができるコンテンツであるという点である。つまり、多くの場合、ご当地キャラクターは地域自身が著作権を有するコンテンツなのである。こうした地域にとっての、使用上の自由度の高さも、ご当地キャラクターが隆盛を極める一因となっている。

なお、現在のご当地キャラクターブームの火付け役となったのは、2002年11月23日に後楽園ゆうえんちスカイシアターで開催された『第1回みうらじゅんのゆるキャラショー』である。当時“ゆるキャラ”という言葉は一般に耳にすることは稀な、ある種サブカルチャー的な響きを持つ語であった。それが

この10数年間で全国各地の自治体に次々と“ゆるキャラ”が生まれ、今や“ゆるキャラ”はほぼ国民誰にでも通じる一般的な語となった。

なお、“ゆるキャラ”という語は、扶桑社とみうらじゅん氏によって商標登録されている（2004年11月26日、第4821202号）。こうした事情を踏まえ、本稿では以下、特に必要がない限り、“ご当地キャラクター”で統一して表記する。

“ご当地キャラクター”に見る現代の地元意識

さて、この10数年来の“ご当地キャラクター”ブーム、賛否両論があることは承知の上で、あえてその功績について私見を述べておきたい。それは、敵をつくらない郷土愛の表し方を示し、他者と競争するのではなく、仲良く協力していく道筋を示してくれたことだ。というのも、実はこれまで郷土愛は、地域間競争を勝ち抜くため、往々にして非常に偏った方法で教育されてきた。つまり、他者よりも自分の地域の方が優れている点、強い点を強調し、エリート思想、選民思想的な優越感を住民に抱かせる手法である。その結果、他者を劣った者、弱者として差別する風潮を同時に生んできた。地域間競争においては、他者とはライバルであり、競争によって完膚なきまでに打ち負かすべき相手なのである。

しかし、“ご当地キャラクター”を通して表現される郷土愛は、そうした競争社会的発想とは全く異なる。そもそも“ゆるさ”というコンセプト自体がある種の自虐性を内包しており、自らの地域の特徴を面白可笑しくキャラクター化することに重点が置かれている。例えば、ご当地の戦国武将をモチーフにしたキャラクターなどはその顕著な例であろう。英雄的な強さのイメージは徹底してそぎ落とされ、滑稽なデザインにデフォルメされている。いずれにせよ、“ご当地キャラクター”を見ると誰もがついつい微笑んでしまうのは事実である。その親近感と安心感は、こうした良い意味での、勝負を気にしないゆるさや脱力感に由来するものなのである。

そもそも、ご当地キャラクターが伝えるべき各地の歴史や文化、自然といった資源は、優劣を付けるべきものではなく、付けられるものでもない。他と競うものではないのだ。だからこそ、他の地域は敵や競争相手ではなく、協力すべき、愛すべき仲間となるのである。

“勝ち負けより共生”という考え方

このように郷土愛の表現方法が大きく変化した背景には、特にバブル経済崩壊後の長引く不況の中で、日本社会全体が、従来型の競争社会のあり方を反省し、他者と競争するのではなく、仲良く協力していく道筋を模索してきたことがある。こうした傾向は2011年3月11日の東日本大震災以降、さらに強くなっている。

2012年11月24～25日に埼玉県羽生市で開催された「ゆるキャラ（R）サミットin羽生」は、まさにそうした変化が顕著にあらわれたイベントとなった。オリンピックや○○全国大会のような、国や地域の威信をかけた勝負の場ではなく、全国から“ご当地キャラクター”が集まり、地域と地域が協力して助け合い、東北の被災地を応援しようという場になったのである。つまり、地域の違いは、決して勝ち負けや優劣で測るものではなく、単なる個性の違いとして笑顔で認め合うとい

うのが、この10数年来の全国各地でのご当地キャラクターブームの根底にある思想なのだ。

ご当地キャラクターを読み解く3つのキーワード

前章では、ご当地キャラクターブームに見る地元意識の変化とその社会的背景について述べたが、ここではご当地キャラクターに共通する3つの特性を取り上げ、これらのポイントに着目しながら、なぜここまで全国でご当地キャラクターが生まれ、国民に受け入れられていったのか考えてみたい。なお、3つの特性とは、すなわち、(1)「着ぐるみ」、(2)「擬人化」、(3)「幼稚さ（子どもっぽさ）」である。

(1) 着ぐるみ

まず1つ目の重要な特性は、“ゆるキャラ”の提唱者みうらじゅん氏も指摘しているように、原則着ぐるみ化されているという点である。

実はメディア文化史的に見ると、“ご当地キャラクター”がここまで普及した文化的土壌のひとつに、日本の大衆文化における“着ぐるみ人形劇”がある。その先駆けとなったのが、1960年代生まれ以降の方なら子どもの頃に必ず見ているはずの、NHK『おかあさんといっしょ』の1コーナー、いわゆる“着ぐるみ人形劇”である。60年代の『ブーフーウー』に始まり、『とんでけブッチー』『ゴロンタ劇場』『にこにこ、ぷん』、そして現在の『ポコポッテイト』に続く、あの着ぐるみ人形劇である。先陣を切ったのはNHKだが、フジテレビ系列では、1968年に『ママとあそぼう！ピンポンパン』で河童の着ぐるみキャラクター・カータンが登場。1973年からは『ひらけ！ポンキッキ』でガチャピンとムックが活躍した。

こうした番組が始まった時期はまさに昭和のテレビ普及期であり、当時、TV文化を享受し、着ぐるみ人形劇を嬉々として視聴していたのが、現在の40代～50代である。しかもこの世代は、第2次ベビーブームによって誕生した団塊ジュニア世代に代表されるように、現在の日本社会において人口的に大きなボリュームを占めている。

現在、日本社会の中心を担っている世代は、まさにこの世代である。ご当地キャラクターが生まれ、自然に受け入れられている現状には、こうした土壌があるのだ（実はこれと同様の現象が、昨今の“アニメでまちおこし”の事例にも見られる。アニメを見て育った世代が社会で主要な役割を担うようになり、共通言語としてのアニメ作品を違和感なく用いて、企画が生まれ、実現している）。

(2) 擬人化

2つ目の特性は擬人化である。昭和を遡って更に日本文化史的な見方をしていくと、人ならぬものを擬人化するという、ご当地キャラクターの創られ方のルーツを見出すことができる。絵巻物「鳥獣戯画」に描かれた猿・兎・蛙などの動物や、「百鬼夜行絵巻」に描かれた付喪神（つくもがみ。長い年月を経て古くなった道具等に霊魂が宿ったもの）などはその顕著な例である。

また、ロボットに関する議論でしばしば指摘されることであるが、一神教のキリスト教文化圏では人を創造したのは神であり、故に、人型の、そして人のような感性を持つロ

ボットを、人間が創るという発想自体が生まれにくい。その一方で日本人は、付喪神のように、あくまでも森羅万象に魂が宿ると考えており、ロボットにも人間的なるもの、感情的なものを求める傾向がある。

明らかに私たちはご当地キャラクターにある種の人格・個性——まさにこれこそが英語のキャラクターの語義なのだが——を無意識のうちに設定し、認めている。各地で人ならぬものをモチーフとした人型のキャラクターが続々と生まれているという、世界的に見ても珍しい現象がこの日本で起こっている背景には、そんな文化的な土壌もあるのである。

(3) 幼稚さ（子どもっぽさ）

3つ目の特性は、“幼稚さ”“子どもっぽさ”である。

オーストリアの動物行動学者、コンラート・ローレンツ（Konrad Lorenz）博士は1943年に、動物の乳児や幼児が持つ身体的特徴、“ベビースキーマ（baby schema）”を提唱した。すなわち、次のような特性である。①頭が身体に比べて大きい、②額は広い、③目は大きく、顔の中央よりやや下に位置する、④四肢は短く太い、⑤体型は全体に丸みを帯びる、⑥体表面は柔らかい、⑦頬は丸く豊か……博士によれば、こうした身体的特徴を持つことによって、乳児や幼児は、大人から“かわいい”という感情を引き出し、攻撃を抑制するとともに世話行動を誘発するという。また私たち人間が、人間の子どもだけでなく、幼い動物、さらには動物以外でもこうした特徴を持つキャラクターに対して、“かわいい”“守ってあげたい”という感情を抱くのも、このベビースキーマによるところが大きいと考えられている。

実はこのベビースキーマ、ご当地キャラクターの多くに見事に当てはまるのである。前章で述べた、ご当地キャラクターを見ると闘争心が消え失せ、ついつい力が抜けて笑顔になることの、動物行動学的理由はここにある。さらに言えば、ご当地キャラクターに接する際、我々は無意識のうちに、幼児に対するような態度をとってしまうのもそのためであろう。

また、造形的特徴だけでなく、ご当地キャラクターの動作（よたよた、ふらふらと歩き、時に転び、身振り手振りは如何にも大げさでぎこちない……）もまさに動物の幼児が持つ特徴である。動物行動学的には、幼児的な行動は他者の攻撃を回避する作用を持つとされる。オオカミやイヌが仰向けになり腹を見せる服従の姿勢などはその典型例である。こうした幼児的な行動も、私たちがご当地キャラクターに対して全くと言っていいほど闘争心や敵対心を抱かない理由のひとつなのである。

ちなみに、群れで共同作業をして暮らす動物は、こうした幼児の時の特徴を成熟後も保持することで、高い攻撃性や縄張り意識を弱め、柔軟性のなさを回避しているという。いわゆる“ネオテニー（幼形成熟）”である。一説には、人類はその進化のプロセスにおいて幼形成熟という選択をすることによって、祖先のサルが持っていた攻撃性を希薄化し、協調性を高めることができたのだという。だからこそ、他のサルには見られない巨大な集団で協力して生活することができるのだと……。

動物学者のクライブ・ブロムホール（Clive Bromhall）は、ネオテニーについて、その著書『幼児化するヒト』（河出書房新社）

で次のように述べている。「幼形化は、緊張を和らげて争いを減らし、乱暴な政治的策略をなくすという…（中略）…効果によって、私たちの祖先が団結力と協調性のある大集団を形成できるようにし」た、と（同書 p.66、点は筆者）。

おわりに

“自国が生き残るためには他国を蹴落とさなければならない”といった明治期以降の国家第一主義、“自分が所属する会社のためなら後世にツケを回してでも経済成長を追求すべきだ”といった戦後の企業第一主義等々、日本人はこれまで常に競争に勝つことを強いられてきた。では一体、そうした主義は何を生んできたか？

今の若い世代はこうした論理が現代日本の閉塞感を生んだことを、本当の幸せを生まなかったことを、やり場のない怒りとともに承知している。だからこそ、こうした論理へのアンチテーゼとして、“中央集権”に対する“地元意識”を強く打ち出すのだし、“大人の論理”に対する“幼稚な手法”をぶつけるのである。

バブル経済崩壊後、現在に至るまで、失われた20年と言われ、日本経済は低迷を続けてきた。しかしこの20年の間に、これまでの画一的価値観に基づく競争社会とは異なり、様々な生き方を認め、助け合い、共生を目指そうという動きが、様々な分野で育っていることも事実である。とりわけ上述したTV世代に代表されるような若い世代が本当に大切なことを求め、地方発で、地元愛に依拠しながら、“ご当地キャラクター”や“アニメやマンガでまちおこし”など、一見幼稚な手法で行動を起こしている。

こうした状況をもって、日本国民が“総幼稚化”してしまったと嘲笑したり否定したりすることは簡単だ。しかし“幼稚化”を“子どもの頃のように純粋な心を取り戻すこと”と置き換えたらどうか。こうした状況を、健全な地元愛に依拠しつつ多様な地域性を尊重し、本来の人間らしい、平和を愛する子どもの心を取り戻す行為と見たらどうか。そしてそれこそが現代日本社会に求められていることだとしたら、どうだろうか。

ご当地キャラクターの今後は未知である。単なるブームに乗っただけの例も多くある。税金をご当地キャラクターにつぎ込むことの是非も議論が必要だ。しかしそれと同時に大切なことは、日本各地で“ご当地キャラクター”が生まれている事実を踏まえ、その背景と意義を考えることである。