



## “ゆるキャラ”にみる地域らしさの表現法 ～ご当地キャラクターフェスティバル in すみだにボランティア参加して

帝京大学 経済学部 観光経営学科 大下ゼミ

先輩から引き継いできた恒例の学外ゼミ活動となっているご当地キャラクターフェスティバル in すみだ。今年も5月25日と26日にボランティア参加しました。参加して気づいたことを今回はレポートしたいと思います。

### ■東京スカイツリーの開業が切っ掛けとなったイベント

『ご当地キャラクターフェスティバル in すみだ(通称“キャラフェス。”)』は今年で7回目を迎えました。意外にも東京で全国のご当地キャラクター(通称“ゆるキャラ”)が集まるイベントがなかったことから毎年多くの観客を集めています。

そもそも何故イベントが創出されたのかを知りたくて、当時を知る墨田区の石岡課長にお尋ねしました。2012年に東京スカイツリーが開業し、その1周年事業としてイベントが企画されました。スカイツリーの来訪者に地域を回遊してもらい、地域活力の向上を目指したいとの考えから、地元商店街ともコラボして、当時人気のあった“ゆるキャラ”をテーマとする“キャラフェス。”が生まれたとのことでした。

地域貢献を目的として集客施設と地域とが一体となって企画されたイベントにより、地域の盛り上がりにもつながり、回を重ねる毎に動員数が増えています。「地域貢献」という大義が加わったことで、新たな集客イベントとなって人気を得ているのではないのでしょうか。

### ■地域回遊するための分散型の会場

スカイツリーのソラマチ広場と近傍の大横川親水公園、それをつなぐ商店街(浅草通り)が会場となっています。スタンプラリーの参加賞をゲットするには、3箇所の会場を回遊する必要があり、それを仕掛けているのが、この「分散型の会場」の設置です。

今年も全国的に有名な“ゆるキャラ”を含む100体近くの“ゆるキャラ”が集まりました。“ゆるキャラ”に会うため、遠方から足を運ぶファンもいるほど。“ゆるキャラ”ごとのブースも開設されており、観光PRや特産品・グッズ販売のほか、キャラクターと触れ合えるグリーティングを行っていました。グリーティングを覗いてみると、足を運ぶファンに納得!お話をしてくれたり写真を一緒に撮ってくれたり、ファンサービスが充実していました。

### ■地域らしさが表現された“ゆるキャラ”の広報効果

一体なにが参加者をそこまで熱狂させるのでしょうか。キャラクター特有の可愛さだけでなく、“ゆるキャラ”は、地域特産品や観光資源をデザインモチーフにしていたり、地域の名称を命名することで、地域内では愛着や関心を生み、地域外では多くの人々への広報効果も生んでいます。まさに観光の大使・アンバサダーの役割を担っているのです。

“ゆるキャラ”に興味があってもこのイベントに足を運べば、きっと“ゆるキャラ”が好きになるはず!ボランティアスタッフとして参加した仲間のゼミ生たちもイベントが終了に近づく頃には、自分推しの“ゆるキャラ”について話していました。

来年は、ぜひ足を運んでみてください!…“ゆるキャラ”に興味があるなしに関係なく…。

担当(扇澤芽依・鈴木哲哉・吉澤拓朗)



今年で7回目となる“キャラフェス。”



スカイツリーの足元(ソラマチ会場)では、通りがかった人が足を止めて見学する姿も。



人気の“ゆるキャラ”の周りには人だかりが。



大横川親水公園のステージでは、お気に入りの“ゆるキャラ”の出演を待つ人が…。ステージ脇で警護しているオレンジのベストが吉澤です。

