

3. ご当地キャラクターの活用に関する調査研究

(1) 背景・目的

現在、多くの地域において商業振興や地域活性化を目的に、地方自治体や地元有志、民間企業などが主体となり、ゆるキャラや、ご当地ヒーローなどのご当地キャラクターを生み出し、運営しています。

しかし中には、全国的な知名度アップや地域活性化につながっていないものもあり、本来のポテンシャルを活かし切れていない事例もあります。

さらに、著作権などをめぐり訴訟問題に発展するケースもあり、キャラクターをめぐる権利関係の重要性が認識されています。

このような背景を踏まえ、ご当地キャラクターについて自治体公認・非公認の分類化などを行い、その制作目的、活用状況、課題等を調査し、ご当地キャラクター活用の課題、効果等を整理します。

また、どのようにPRをすることが、地域住民・国民、双方に愛されるキャラクター作りにつながるのかを明らかにし、今後の多摩・島しょ地域におけるご当地キャラクター活用の可能性について示します。

(2) 調査研究状況

① アンケート調査

◆ 自治体アンケート

全市区町村・都道府県を対象に、キャラクターの具体的な活用方法やキャラクターの運営体制、著作権等の管理状況、民間のキャラクターとの連携等についてアンケートを実施しました。

※アンケート回収率：市区町村 62.2%、都道府県 70.2%

◆ 住民アンケート

全国の住民を対象に、好きなキャラクター像や行政がご当地キャラクターを活用することに対する所感等について聞きました。

※サンプル数：1,500

② 先進事例に関するインタビュー調査

ご当地キャラクターの活用について先進的な取組を行っている自治体や民間団体に対してインタビューを実施しています。

③ 有識者インタビュー

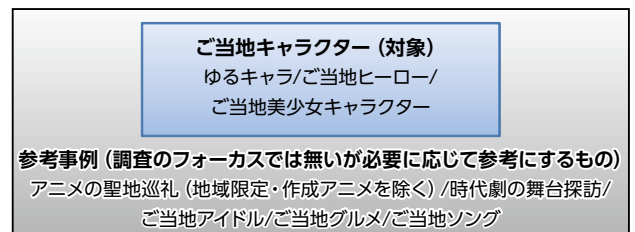
ご当地キャラクターの活用に関する専門的な知見を得るため、有識者に対してインタビューを実施しています。

(3) 調査研究の方向性

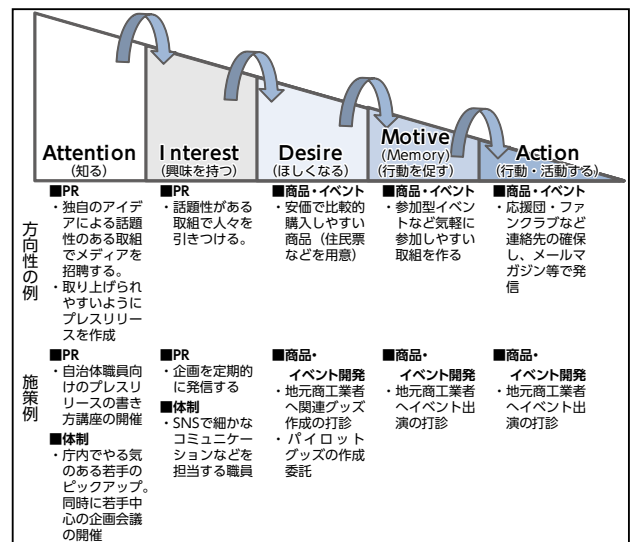
ご当地キャラクターの効果的な活用のあり方について提示するため、マーケティングの視点から、愛されるキャラクター像やキャラクターのファンづくりの方法等について明らかにします。また、マネジメントの視点から、キャラクターの具体的な活用方法や運営体制、権利関係のあり方等について検証を行います。

特に、具体的な活用方法については、地域PRのために地域外に向けて行っている活用と、地域に対して愛着を持ってもらうために地域内に向けて行っている活用の二通りの活用方法について考察します。

〈ご当地キャラクターの定義〉



〈マーケティングの視点から見たファンづくりのプロセスのイメージ〉



4. 島しょ地域における自治体の 定住促進策に関する調査研究

(1) 背景・目的

日本では、高度経済成長期以降、農村や離島地域から都市部へ労働力としての人口移動が起こり、産業基盤が脆弱な地域は労働力の供給基地となり、過疎化が進むようになりました。また、近年では、全国的な人口減少・少子高齢社会を迎え、多くの地域において過疎化が進み、公共交通網の崩壊、商店街の衰退、医療機関の不足、学校の廃校などといった社会資本の喪失や地域の活力の低下が起こっています。

多摩・島しょ地域においても人口は平成27年にピークを迎え減少に転じると予想されており、特に島しょ地域においては、平成17年の28,744人をピークに人口流出が進むことに加え、少子高齢化が全国平均を上回る速度で進展しています。

このような背景を踏まえ、定住促進に関して全国で行われている支援策や課題などについて調査を行い、定住促進の課題、支援策の効果などを整理します。

また、定住化を考えるにあたり、雇用、医療、災害、教育など移住を考える上で不可欠な分野にスポットを当て、今後の島しょ地域における定住促進策についての可能性を検討します。

(2) 調査研究状況

①現状把握

全国や東京の島しょ地域における定住促進策の現状把握として、以下のアンケート調査を実施しました。

アンケート対象	回収数
島しょ地域等自治体 ⁱ	75
イベント（島じまん）来場者	240
東京島しょ来島者	201
東京島しょ地域出身者	87
東京島しょ地域移住者	15
全国意識調査 ⁱⁱ	770

②先進事例調査

定住促進に先進的に取り組んでいる自治体や民間団体に対しヒアリング調査を実施しています。また併せて、実際に移住された方に対し移住前後のギャップや実体験などについてヒアリングを実施しています。

③有識者ヒアリング

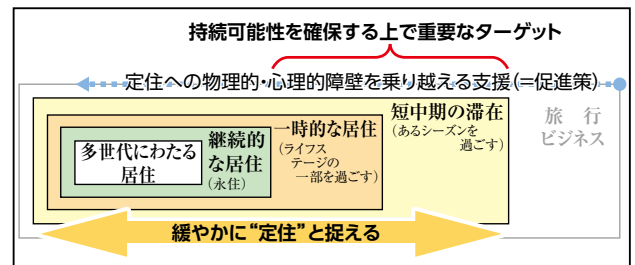
定住促進に関する有識者に対して近年の離島事情、効果的な施策を行う自治体、定住促進策などについてヒアリングを実施しています。

(3) 調査研究の方向性

移住にあたってのハードルに対応する施策を、居住の継続性（継続的居住・一時的移住・短中期的滞在）及び対象の年代ごとに分類し、島しょ地域の自治体が来てほしいと思う人の「ターゲット」ごとに、戦略的な定住促進策を選択できるよう整理します。

また、上記の施策整理をもとに、東京の島しょ地域自治体の実情に合わせた施策モデルを検討します。

【本調査における“定住”の範囲とターゲット】



【本調査における定住促進策の整理イメージ】

ハードル	居住継続性			年代		
	継続的な居住支援策	一時的な移住支援策	短中期的滞在に関する支援策	単身若者	ファミリー層	リタイア世代
居住環境が整っていない	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
雇用環境が整っていない	●●●●●	●●●●●		●●●●●	●●●●●	
医療体制が整っていない	●●●●●				●●●●●	●●●●●
教育体制が整っていない	●●●●●				●●●●●	
事故や災害時の救急体制が不安	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●	●●●●●
...	●●●●●	●●●●●	●●●●●			

ⁱ 全国の島しょ部自治体と人口規模により抽出した類似自治体、合計145団体に対しアンケート調査票を送付

ⁱⁱ インターネットを活用し、全国に住む18歳から70代の方に対しweb調査を実施