

**ご当地キャラクターの活用に関する調査研究
アンケート調査結果 報告書**

平成 27 年 3 月

公益財団法人 東京市町村自治調査会

目次

第1章 市区町村アンケート	- 1 -
1-1 市区町村アンケートの概要.....	- 1 -
1-2 ご当地キャラクターの概要.....	- 2 -
1-3 公営キャラクターの作成方法・経緯.....	- 5 -
1-4 公営キャラクターの運用体制・予算.....	- 10 -
1-5 公営キャラクターの知的財産管理.....	- 15 -
1-6 公営キャラクターの活用状況.....	- 18 -
1-7 取組に対する評価.....	- 26 -
1-8 活動の課題.....	- 30 -
1-9 民営キャラクターとの関わり.....	- 31 -
1-10 今後のキャラクターの作成意向.....	- 35 -
第2章 都道府県アンケート	- 37 -
2-1 都道府県アンケートの概要.....	- 37 -
2-2 ご当地キャラクターの概要.....	- 38 -
2-3 公営キャラクターの作成概要.....	- 39 -
2-4 公営キャラクターの運用体制・予算.....	- 42 -
2-5 公営キャラクターの知的財産管理.....	- 44 -
2-6 公営キャラクターの活用状況.....	- 46 -
2-7 取組に対する評価.....	- 47 -
2-8 活動の課題.....	- 50 -
2-9 民営キャラクターとの関わり.....	- 51 -
2-10 所管内の市区町村のキャラクターとの関係.....	- 53 -
2-11 今後のキャラクターの作成意向.....	- 54 -
第3章 住民アンケート	- 55 -
3-1 住民アンケートの概要.....	- 55 -
3-2 ご当地キャラクターへの印象.....	- 57 -
3-3 ご当地キャラクターを好きになったきっかけ.....	- 64 -
3-4 ご当地キャラクターによる興味喚起や行動の促進.....	- 69 -
3-5 行政によるご当地キャラクターの活用に関する意見や要望.....	- 75 -
3-6 居住地のご当地キャラクターに対する認知・印象.....	- 78 -
第4章 資料編	- 82 -
4-1 市区町村アンケート単純集計結果.....	- 82 -
4-2 都道府県アンケート単純集計結果.....	- 89 -
4-3 住民アンケート単純集計結果.....	- 95 -
4-4 市区町村アンケート調査票.....	- 102 -
4-5 都道府県アンケート調査票.....	- 110 -
4-6 住民アンケート調査票.....	- 118 -

第1章 市区町村アンケート

1-1 市区町村アンケートの概要

1-1-1 目的

市区町村におけるご当地キャラクターの保有状況やその活用状況、運営体制等を把握するため、全1,741市区町村(平成26年8月5日時点)を対象にアンケート調査を実施した。

1-1-2 調査対象・実施方法

全国の市区町村の企画担当部署に郵送発送し、郵送回収した。また、電子版(Word形式)でも回答できるようにし、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の専用ウェブサイトからダウンロードできるほか、問い合わせがあった自治体に適宜送付し、Eメールでも回収を受け付けた。

1-1-3 調査対象・実施方法

有効回答数は以下のとおりである。

1,084票(回収率62.2%)

1-1-4 実施時期

実施時期は以下のとおりである。

平成26年7月8日～7月25日

1-2 ご当地キャラクターの概要

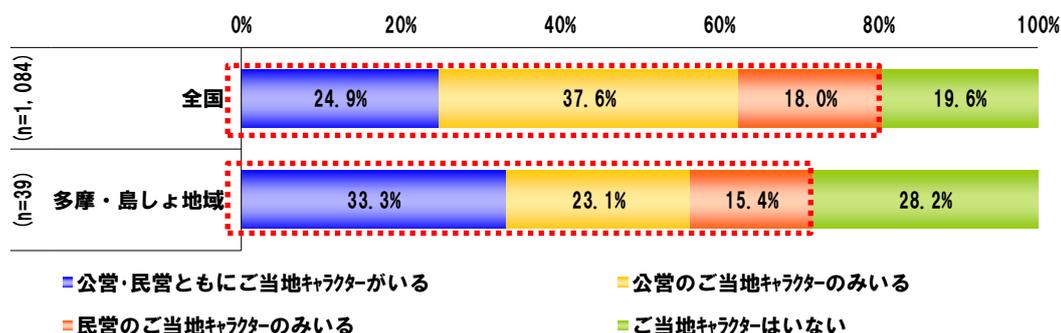
1-2-1 ご当地キャラクターの有無

- ・全国の自治体の約8割に、ご当地キャラクターが存在する。一方で、多摩・島しょ地域は約7割と全国に比べてやや割合が少ない。

ご当地キャラクターの有無をみると、「公営のご当地キャラクターのみいる」が37.6%と最も高く、次いで「公営・民営ともにご当地キャラクターがいる」(24.9%)、「民営のご当地キャラクターのみいる」(18.0%)となっており、「ご当地キャラクターはいない」と回答した市区町村は19.6%となった。

多摩・島しょ地域をみると「公営・民営ともにご当地キャラクターがいる」が33.3%、「公営のご当地キャラクターのみいる」が23.1%となっており、全体の半数以上の自治体でキャラクターを運営している。しかし、「ご当地キャラクターはいない」と回答した自治体が28.2%となり、全体的な傾向と比較すると、多摩・島しょ地域はご当地キャラクターが必ずしも多い地域であるとはいえない。

図表 1 ご当地キャラクターの有無（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

1-2-2 ご当地キャラクターの保有数

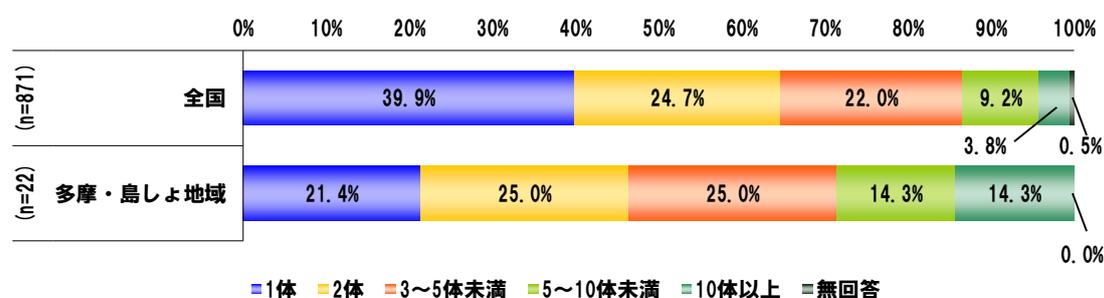
・キャラクターの保有数は、約4割の自治体が1体である。

キャラクターを保有している地域を対象に、ご当地キャラクターの保有数をみると、全国は「1体」が39.9%と最も高く、次いで「2体」(24.7%)、「3～5体」(22.0%)となっている【図表2】。

その内訳をみると、公営では「1体」が57.1%と最も高く、次いで「2体」(21.2%)、「3～5体」(15.0%)となっており、民営では「1体」が49.9%と最も多く、次いで「2体」(20.2%)、「3～5体」(19.4%)となり、全国では民営の方が保有数が多い傾向にある【図表3】。

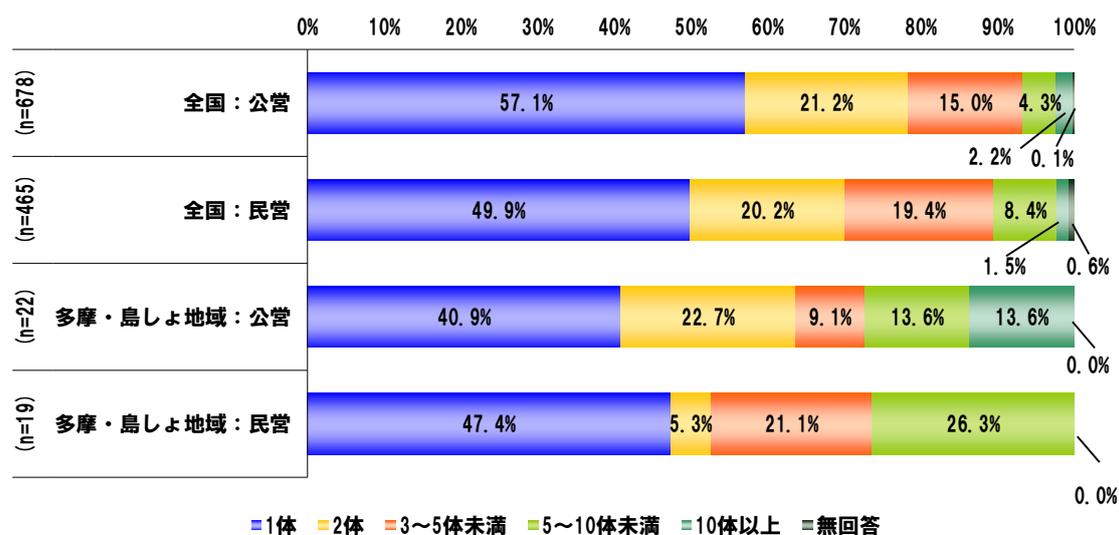
ただし、あくまでもアンケート結果に基づくものであり、実際の保有数とは異なる可能性があることに留意されたい。

図表2 ご当地キャラクターの保有数総数（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

図表3 公営・民営別にみたご当地キャラクターの保有数（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

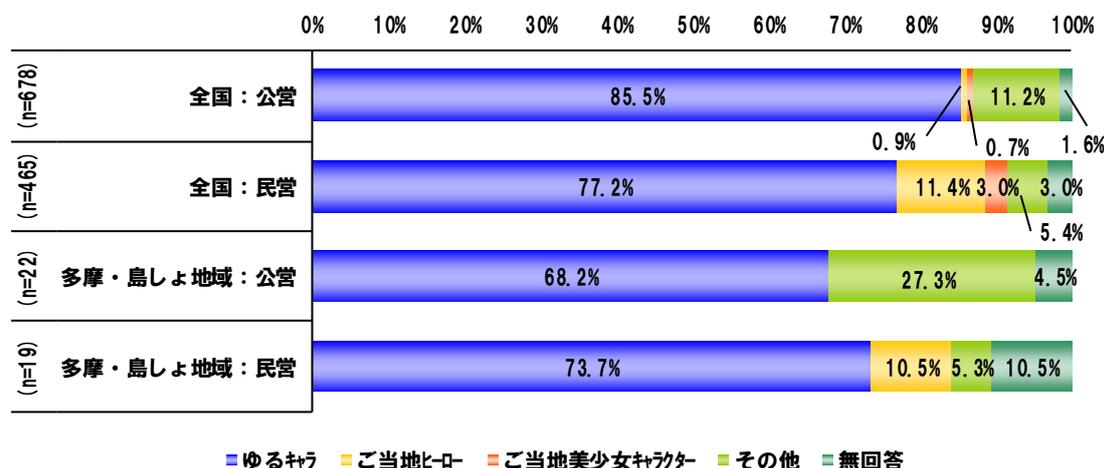
1-2-3 ご当地キャラクターのタイプ

・ご当地キャラクターのタイプのほとんどは「ゆるキャラ」である。

ご当地キャラクターのタイプをみると、公営だと「ゆるキャラ」が85.5%と最も多く、次いで「ご当地ヒーロー」(0.9%)、「ご当地美少女キャラクター」(0.7%)となっている。民営をみると、「ゆるキャラ」が77.2%と最も多く、次いで「ご当地ヒーロー」(11.4%)、「ご当地美少女キャラクター」(3.0%)となっている。両者とも「ゆるキャラ」の比率が高いものの、民営の場合はそれ以外のタイプの比率が高くなる。

多摩・島しょ地域では、民営では概ね全体的な傾向と同じであるが、公営では「ゆるキャラ」と「その他」のみである。その他は(着ぐるみのない)キャラクターやシンボルマーク等、回答者として分類が難しいものが多い。

図表 4 ご当地キャラクターのタイプ (単一回答)



資料)「市区町村アンケート」より

1-3 公営キャラクターの作成方法・経緯

1-3-1 作成の方法

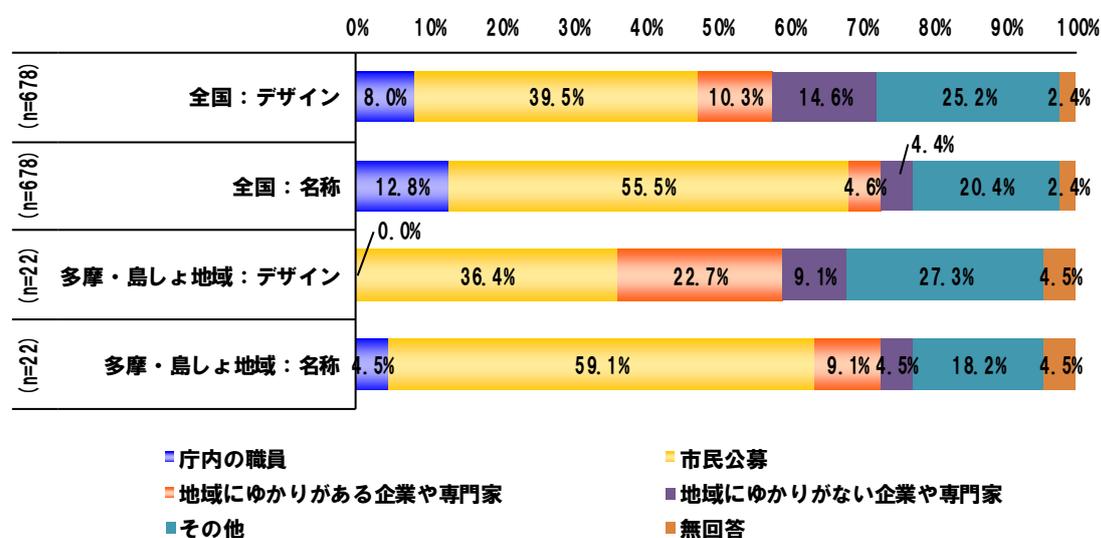
・ご当地キャラクターの作成方法は、市民公募の割合がデザインでは約4割、名称では約6割を占めている。

デザインの作成者は「市民公募」が39.5%と最も多く、次いで「地域にゆかりがない企業や専門家」(14.6%)、「地域にゆかりがある企業や専門家」(10.3%)となっている。「その他」の内容をみると、市民に限らず全国的に公募した事例が殆どを占めており、その他地元の学生からの提案というケースがある。

一方で、名称のアイデアは、「市民公募」が55.5%と最も多く、次いで「庁内の職員」(12.8%)、「地域にゆかりがある企業や専門家」(4.6%)、「地域にゆかりがない企業や専門家」(4.4%)となっている。キャラクターの作成では市民公募が多くを占めているが、デザイン自体は地域にゆかりがない人物等が作成して、名称のみを市民公募とするケースもみられる。

多摩・島しょ地域をみると、庁内の職員が作成したケースがほぼなく、デザイン・名称ともに市民公募か、デザインを企業や専門家が作成して名称を市民公募しているケースが多い。

図表 5 デザイン・名称の作成者（最もあてはまるもの、単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

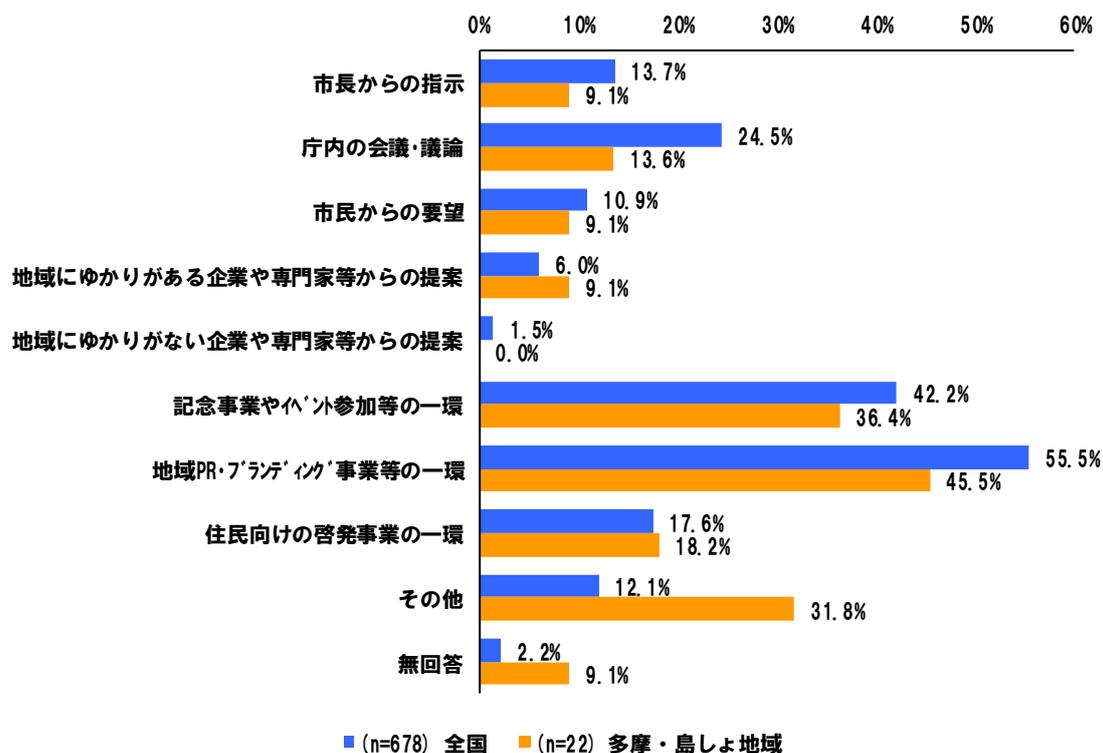
1-3-2 作成の経緯

- ・作成の経緯は「地域PR・ブランディング事業の一環」が最も多い。
- ・多摩・島しょ地域では「その他」の割合が多く、地域企業向けの啓発や、個別施策に関する普及・啓発をきっかけにしている事例も多い。

作成の経緯をみると、「地域PR・ブランディング事業等の一環」が55.5%と最も多く、次いで「記念事業やイベント参加等の一環」(42.2%)、「庁内の会議・議論」(24.5%)となっている。

多摩・島しょ地域では、「地域PR・ブランディング事業等の一環」が45.5%と最も多く、次いで「記念事業やイベント参加等の一環」(36.4%)、「庁内の会議・議論」(13.6%)となっており、傾向は同じであるが全国に比べて全体的に割合が少なく、「その他」(地域企業向けの啓発や、個別施策に関する普及等)の割合が多くなっている。

図表 6 作成の経緯 (複数回答)

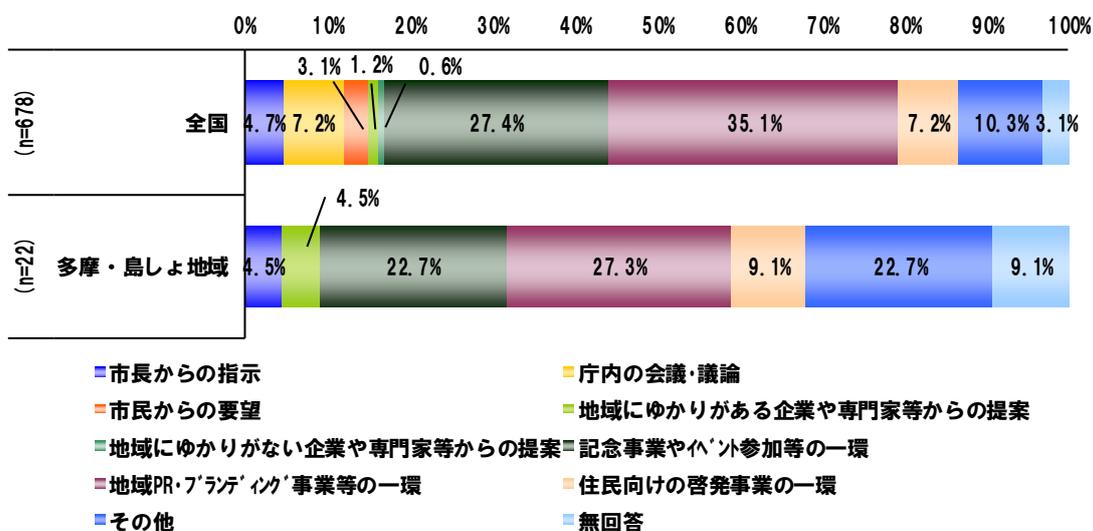


資料)「市区町村アンケート」より

作成の経緯のうち最も当てはまるものをみると、「地域PR・ブランディング事業等の一環」が35.1%と最も多く、次いで「記念事業やイベント参加等の一環」(27.4%)、「庁内の会議・議論」(7.2%)となっている。

多摩・島しょ地域では、「記念事業やイベント参加等の一環」(22.7%)や「地域PR・ブランディング事業の一環」(27.3%)とする比率がやや下がり、「その他」(22.7%)の割合が多い。

図表 7 作成の経緯 (最も当てはまるもの、単一回答)



資料)「市区町村アンケート」より

1-3-3 作成の目的

- ・作成の目的は「地域全体のイメージ・知名度等の向上」が最も多い。
- ・多摩・島しょ地域では「地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成」が最も多く、全国の傾向と違いがある。

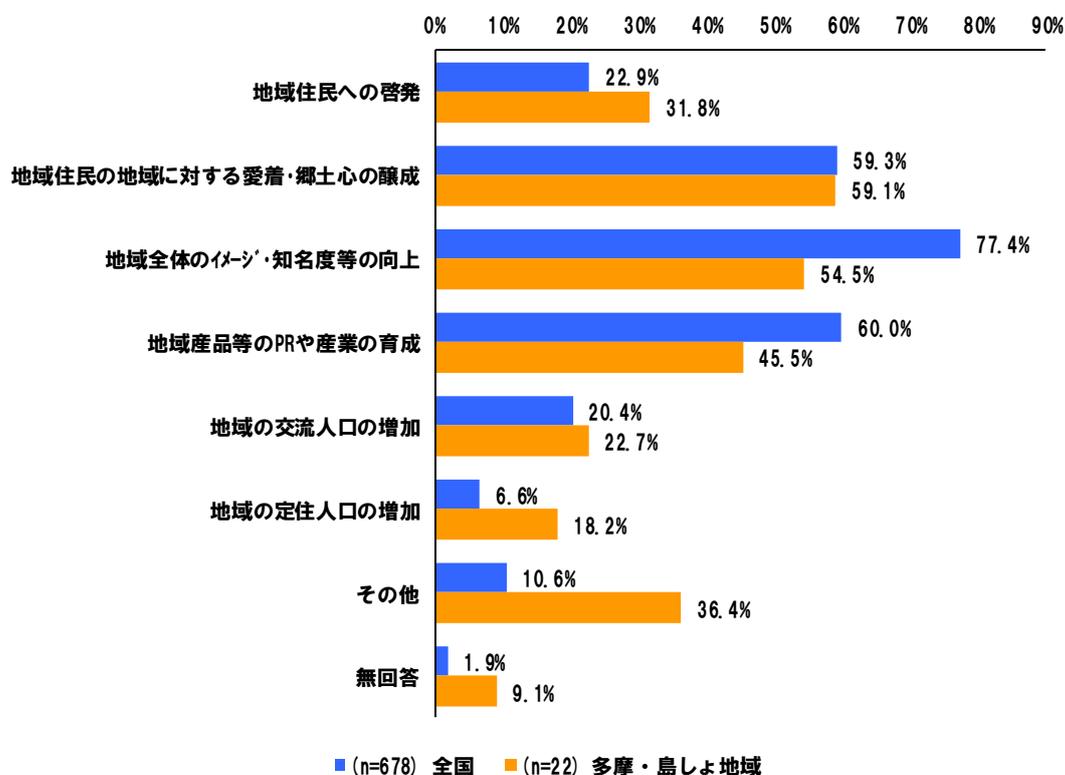
作成の目的をみると、「地域全体のイメージ・知名度等の向上」が77.4%と最も多く、次いで「地域産品等のPRや産業の育成」(60.0%)、「地域住民の地域に対する愛情・郷土心の醸成」(59.3%)となっている【図表8】。

作成の目的のうち最も当てはまるものをみると、「地域全体のイメージ・知名度の向上」が45.6%と最も多く、次いで「地域産品等のPRや産業の育成」(19.2%)、「地域住民の地域に対する愛情・郷土心の醸成」(14.6%)となっている【図表9】。

多摩・島しょ地域では、「地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成」が59.1%と最も多い【図表8】。

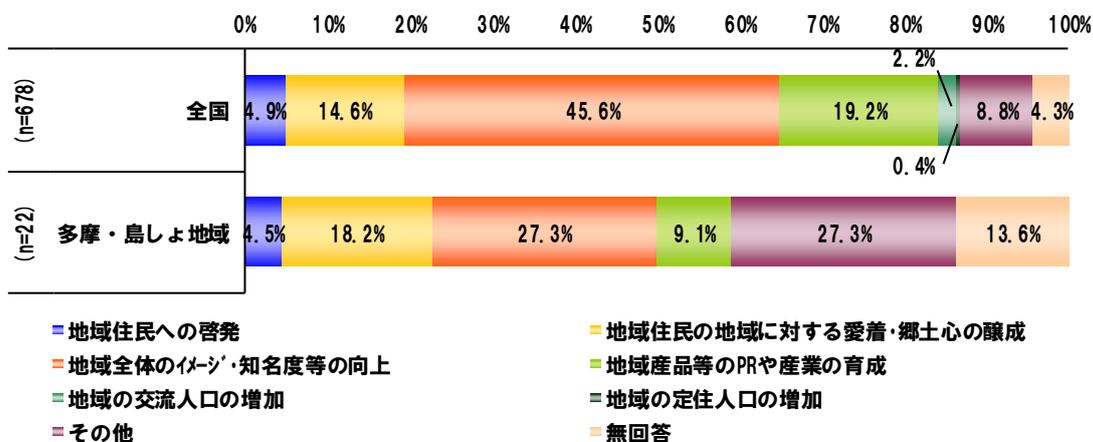
最も当てはまるものでは「地域全体のイメージ・知名度の向上」が27.3%と最も多いものの、「地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成」が18.2%と全国の割合よりも多い。このことから、地域内向けとして活用されていることが全国に比べても多いことが想定される。また、「その他」(27.3%)の回答も多く、背景と同様に地域企業向けの啓発や、個別施策に関する普及・啓発を目的としているケースがみられる【図表9】。

図表8 作成の目的（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

図表 9 作成の目的（最もあてはまるもの、単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

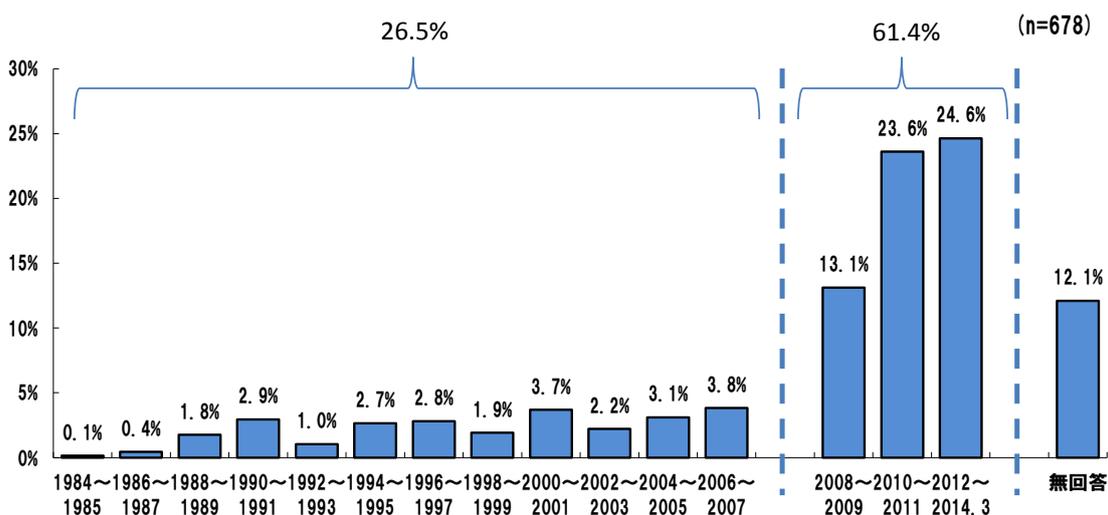
1-3-4 作成時期

・2008年以降に作成されたキャラクターが全体の6割を占めている。

作成時期をみると、「2012年～2014年3月」が24.6%と最も多く、次いで「2010年～2011年」(23.6%)、「2008年～2009年」が13.1%となっており、2008年以降に作成されたキャラクターが全体の6割を超えている。

ただし、元々存在したキャラクターをご当地キャラクターとして活用し始めたケースも多いため、実際には2000年以前より公表されているキャラクターも多くみられる。

図表 10 作成の時期（西暦）



資料)「市区町村アンケート」より

注釈) 2013年度(2014年3月)までが本調査の対象期間であるため、2014年は3月以前が集計対象となっている。

1-4 公営キャラクターの運用体制・予算

1-4-1 所管部署

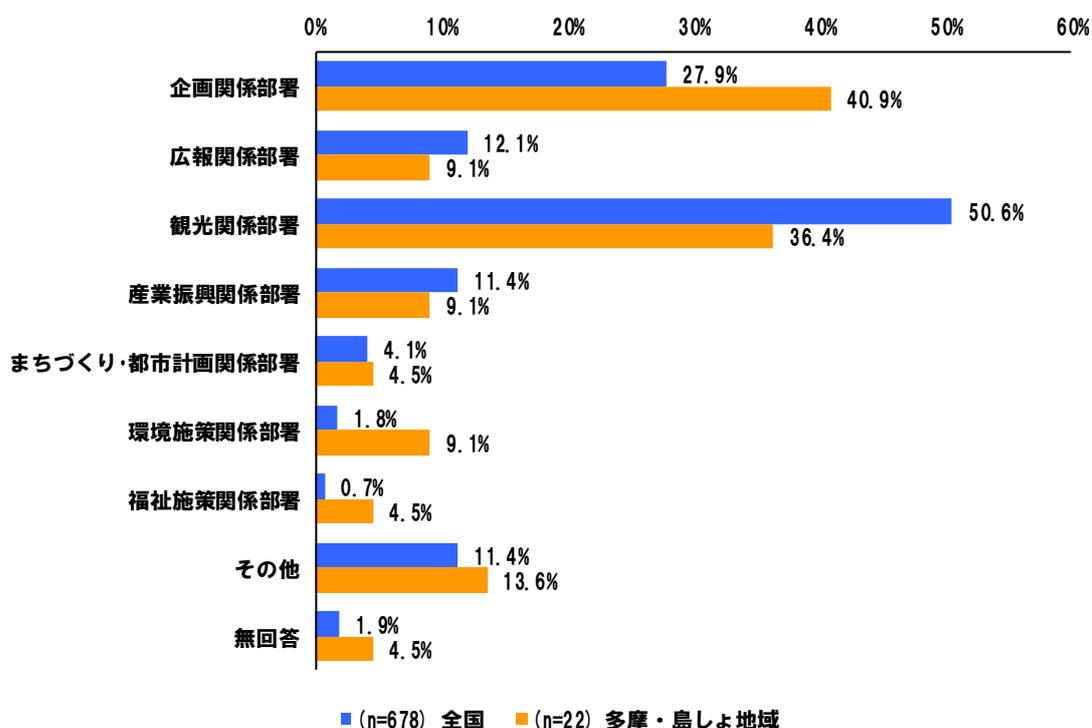
- ・観光関係部署が所管している場合が最も多い。
- ・多摩・島しょ地域では企画関係部署が所管している場合が最も多い。

所管部署をみると、「観光関係部署」が 50.6%と最も多く、次いで「企画関係部署」(27.9%)、「広報関係部署」(12.1%)、「(観光以外の)産業振興関係部署」(11.4%)となっている。

多摩・島しょ地域別については、「企画関係部署」が 40.9%と全国に比べて多くなっている【図表 11】。

目的別に所管部署をみると、「地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成」を目的とする場合、庁内全体にかかる項目であることから「企画関係部署」(46.5%)の割合が多い【図表 12】。

図表 11 所管部署（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

図表 12 目的別にみた所管部署（複数回答）

目的	所管部署				
	企画関係部署	広報関係部署	観光関係部署	産業振興関係部署	まちづくり・都市計画関係部署
地域住民への啓発	5	3	5	5	2
	15.2	9.1	15.2	15.2	6.1
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	46	25	33	4	4
	46.5	25.3	33.3	4.0	4.0
地域全体のイメージ・知名度等の向上	102	36	186	23	8
	33.0	11.7	60.2	7.4	2.6
地域産品等のPRや産業の育成	21	10	73	43	8
	16.2	7.7	56.2	33.1	6.2
地域の交流人口の増加	3	1	12	0	1
	20.0	6.7	80.0	0.0	6.7
地域の定住人口の増加	2	0	0	0	0
	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	6	7	25	1	4
	10.0	11.7	41.7	1.7	6.7

目的	所管部署			
	環境施策関係部署	福祉施策関係部署	その他	無回答
地域住民への啓発	11	1	6	0
	33.3	3.0	18.2	0.0
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	0	0	16	0
	0.0	0.0	16.2	0.0
地域全体のイメージ・知名度等の向上	1	0	20	2
	0.3	0.0	6.5	0.6
地域産品等のPRや産業の育成	0	2	11	0
	0.0	1.5	8.5	0.0
地域の交流人口の増加	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0
地域の定住人口の増加	0	1	1	0
	0.0	33.3	33.3	0.0
その他	0	1	19	0
	0.0	1.7	31.7	0.0

注釈) 上段：数値、下段：%

資料) 「市区町村アンケート」より

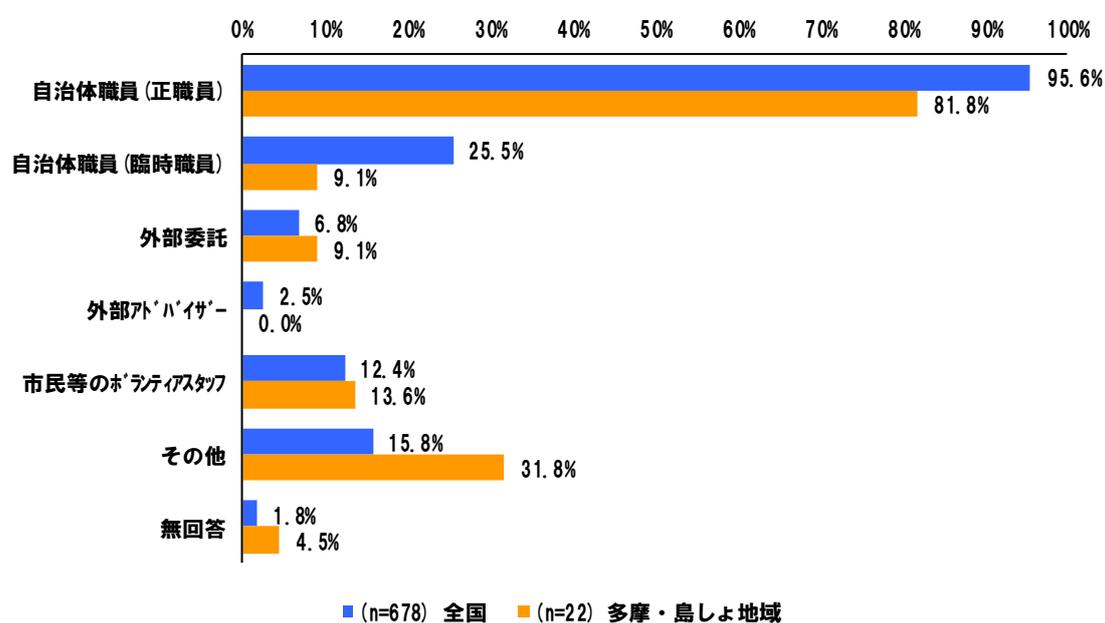
1-4-2 運営スタッフの属性

・運営スタッフの属性をみると、正職員が最も多い。

運営スタッフの属性をみると、「正職員」(95.6%)、「臨時職員」(25.5%)、「市民等のボランティアスタッフ」(12.4%)となっている。その他では観光協会や商工会議所等の外郭団体の職員等がかかわっているケースがみられる。

多摩・島しょ地域では正職員が携わるケースがやや少ない一方で、「その他」の比率が高く、実際には外郭団体の職員が企画・管理・運営を行っているケースが多い。

図表 13 運営スタッフの属性（企画・管理・運営に携わっている人、複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

1-4-3 運営スタッフの人数所管するスタッフ数

・ご当地キャラクターに関わるスタッフ数は平均値で見ると 8.1 名、中央値で見ると 4.45 名となる。

運営スタッフの人数について、回答があった自治体を対象に平均値・中央値¹を算出した。全職員が運営に携わることや、多くのボランティアスタッフを抱えている自治体もあるため平均値は中央値を上回っている。全自治体のスタッフ数の合計値を試算すると、平均値ベースの推定値では企画・管理は 4.69 名、運営は 6.57 名、合計は 8.10 名【図表 14】、中央値ベースの推定値では企画・管理は 2.73 名、運営 4.20 名、合計は 4.45 名である【図表 15】。

図表 14 運営スタッフ数（名、平均値）

	回答した自治体のみ集計（名）			全自治体（名、試算）		
	企画・管理	運営	合計	企画・管理	運営	合計
自治体職員（正職員）	2.97	4.24	5.15	2.84	4.05	4.92
自治体職員（臨時職員）	1.65	1.52	2.12	0.42	0.39	0.54
外部委託	1.92	2.72	4.77	0.13	0.18	0.32
外部アドバイザー	3.38	0.67	3.31	0.08	0.02	0.08
市民等のボランティアスタッフ	5.17	9.33	11.21	0.64	1.16	1.39
その他	3.62	4.9	5.33	0.57	0.77	0.84
合計				4.69	6.57	8.10

資料)「市区町村アンケート」より

注1)「企画：活用方針の検討・推進等」、「管理：着ぐるみの貸与・保管、知財管理」、「運営：イベントへの出演」等

注2) 企画・管理・運営を兼務しているスタッフもいるため、合計値は一致しない。

注3) 全自治体（試算）は「スタッフの属性」×「回答した自治体のみを集計」の平均値の各項目で算出した。

図表 15 運営スタッフ数（名、中央値¹）

	回答した自治体のみ集計（名）			全自治体（名、試算）		
	企画・管理	運営	合計	企画・管理	運営	合計
自治体職員（正職員）	2.00	3.00	3.00	1.91	2.87	2.87
自治体職員（臨時職員）	1.00	1.00	1.00	0.26	0.26	0.26
外部委託	1.50	2.00	3.00	0.10	0.14	0.20
外部アドバイザー	1.00	0.00	1.00	0.03	0.00	0.03
市民等のボランティアスタッフ	1.00	5.00	5.00	0.12	0.62	0.62
その他	2.00	2.00	3.00	0.32	0.32	0.47
合計				2.73	4.20	4.45

資料)「市区町村アンケート」より

注1) 企画：活用方針の検討・推進等、管理：着ぐるみの貸与・保管、知財管理、運営：イベントへの出演等

注2) 企画・管理・運営を兼務しているスタッフもいるため、合計値は一致しない。

注3) 全自治体（試算）は「スタッフの属性」×「回答した自治体のみを集計」の中央値の各項目で算出した。

¹ データを小さい順番にならべたときに中央に位置する値を指す。例えば、101 名回答があった時の中央値は 51 番目の回答者の値となる。

1-4-4 予算規模

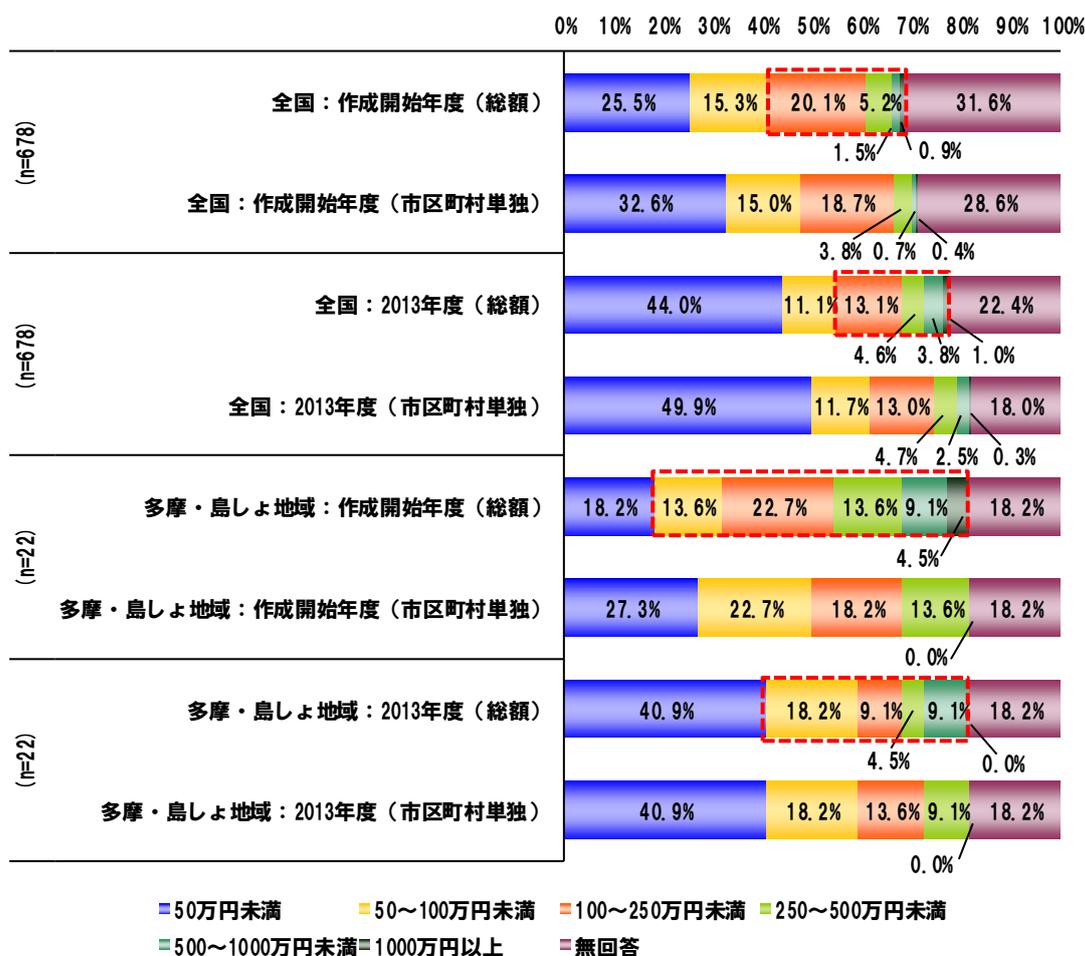
・ご当地キャラクターに関わる予算は、活動開始当初は100万円以上の自治体が全体の約4割、直近年である2013年は50万円の自治体が約4割となっている。・多摩・島しょ地域ではご当地キャラクターの予算規模が全国よりも大きい。

作成開始当初の予算額をみると、100万円以上の自治体が全体の約4割となっている。また、直近の2013年度の予算額をみると、50万円以上の自治体が全体の約4割となっている。

着ぐるみの価格は国内製だと50～100万円（サイズやパーツの多さ、形状等により異なる）、商標登録は区分数にもよるが概ね50万円程度といわれる。このため、イベント等の交通費や運用段階にある着ぐるみの修繕費用等の厳しい予算状況が推測される。

多摩・島しょ地域をみると、比較的総額（補助含む）と、そのうち市区町村単独の予算も大きい傾向があり、作成開始当初の予算額は、100万円以上の自治体が約6割、直近の2013年度の予算額は、50万円以上の自治体が約5割となっている。

図表 16 予算規模



資料) 「市区町村アンケート」より

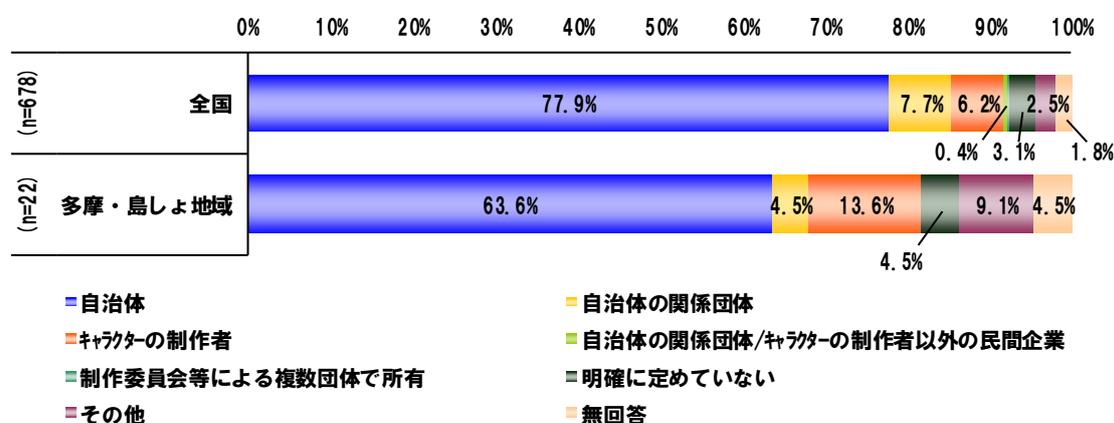
1-5 公営キャラクターの知的財産管理

1-5-1 著作権の帰属

・著作権は約8割の自治体が持っているが、自治体以外が持っている場合には著作権使用許諾契約を結んでいる自治体は3割にとどまる。

著作権の帰属状況を見ると、公営のキャラクターゆえに「自治体」が77.9%と最も多いが、「自治体の関連団体」(7.7%)「キャラクターの制作者」(6.2%)に帰属しているケースもみられる。また、「明確に定めていない」(3.1%)というケースもみられた。多摩・島しょ地域は自治体が権利を有するケースが63.6%と割合が少なく、キャラクターの制作者が13.6%とやや多くなっている。

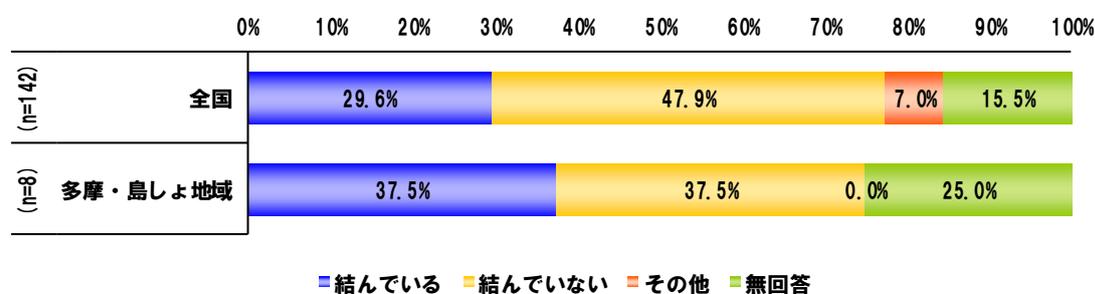
図表 17 著作権の帰属 (単一回答)



資料)「市区町村アンケート」より

また、自治体以外に著作権が帰属する場合に著作権使用許諾契約を結んでいるケースは全体の29.6%と少ない。ただし、その他でみられるように委託契約の中で著作権を譲渡する旨を取り決めているケースもみられる。また、多摩・島しょ地域は、全国と比べて著作権使用許諾契約を結んでいる場合が多い(37.5%)。

図表 18 著作権使用許諾契約 (自治体以外が著作権を保有、単一回答)



資料)「市区町村アンケート」より

1-5-2 ライセンス利用

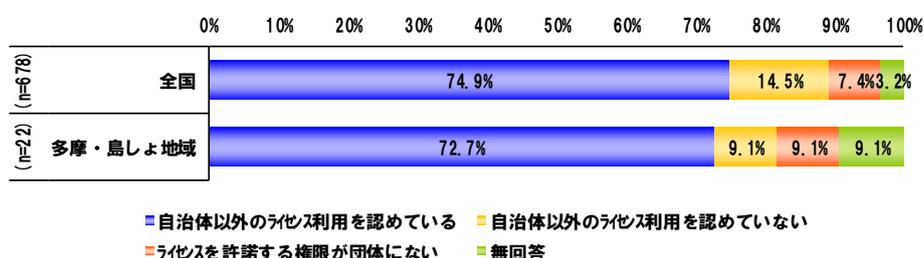
・ライセンス利用を認めているのは全自治体の7割強となっている。

グッズや印刷物等へのライセンス利用をみると「自治体以外のライセンス利用を認めている」が74.9%と最も多く、多摩・島しょ地域も72.7%と同様の傾向にある【図表19】。

また、ライセンス利用を認めている自治体では「使用料は徴収していないが、認可制としている」が86.1%となっている。ただし、「使用料は徴収しておらず、認可も不要としている」や「一定の使用料を徴収している」事例もみられる【図表20】。

また、現状ではライセンス利用を認めていないが、今後認めていきたいとする自治体も一定程度みられる【図表21】。

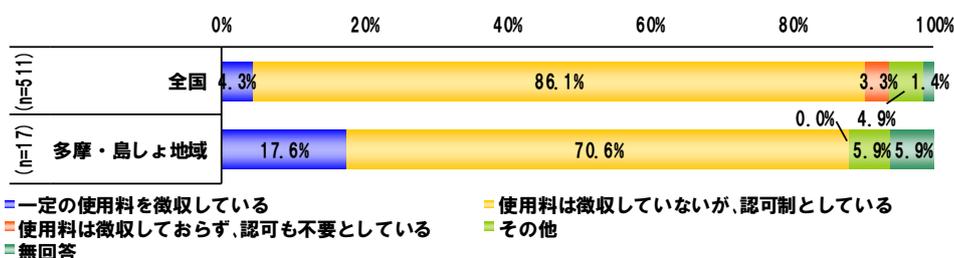
図表 19 ライセンス利用に関する方針について（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

図表 20 ライセンス利用の形態について

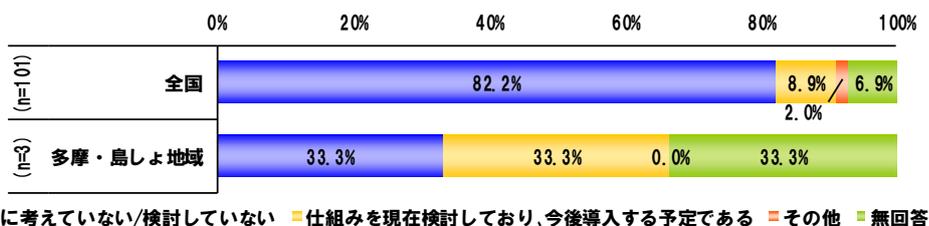
(自治体以外のライセンス利用を認めている自治体のみ、単一回答)



資料)「市区町村アンケート」より

図表 21 ライセンス利用の今後の方針

(自治体以外のライセンス利用を認めていない自治体のみ、単一回答)



資料)「市区町村アンケート」より

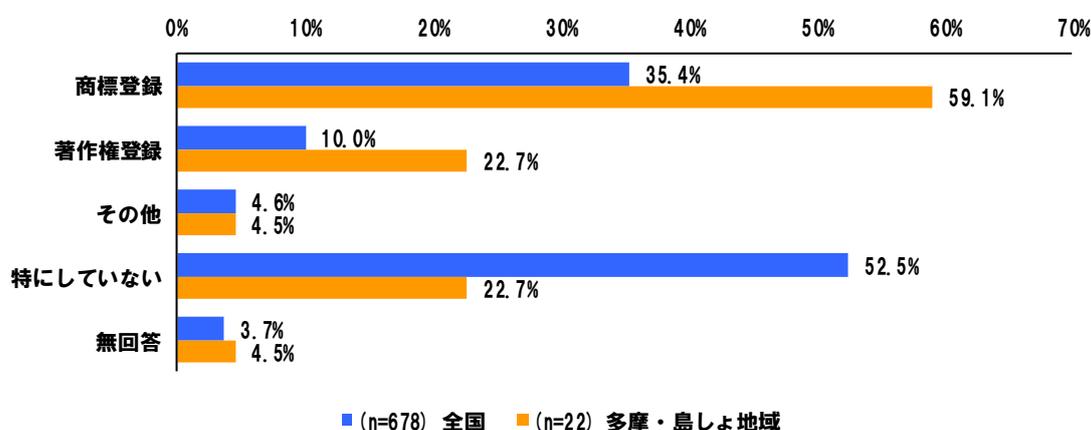
1-5-3 商標登録等

- ・商標登録をしていない自治体は全体の6割を超えている。
- ・多摩・島しょ地域では商標登録をしている割合が6割を超えている。

商標登録等の状況をみると、「特にしていない」が52.5%と最も多く、商標登録しているのは35.4%に留まる。「その他」には現在出願中のものや要綱で定めているものもみられる。多摩・島しょ地域では商標登録を59.1%で行っており、比較的割合が多い【図表22】。

ライセンスの利用の許諾状況別にみると、認めている団体ほど商標登録を行っているケースが多い。しかし、全国における商標登録の実施は4割弱となっており、知的財産面での対応が十分とは言えず、要因として登録にかかるコストが高く、予算を確保するのが難しいことが考えられる【図表23】。

図表 22 商標権等の登録状況（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

図表 23 ライセンス利用の許諾状況別にみた商標権等の登録状況（複数回答）

許諾状況	登録状況				
	商標登録	著作権登録	その他	特にしていない	無回答
自治体以外のライセンス利用を認めている	200	53	27	259	5
	39.4	10.4	5.3	51.0	1.0
自治体以外のライセンス利用を認めていない	28	11	1	60	4
	28.6	11.2	1.0	61.2	4.1
ライセンスを許諾する権限が団体にない	10	4	2	32	2
	20.0	8.0	4.0	64.0	4.0

注釈) 上段：数値、下段：%

資料)「市区町村アンケート」より

1-6 公営キャラクターの活用状況

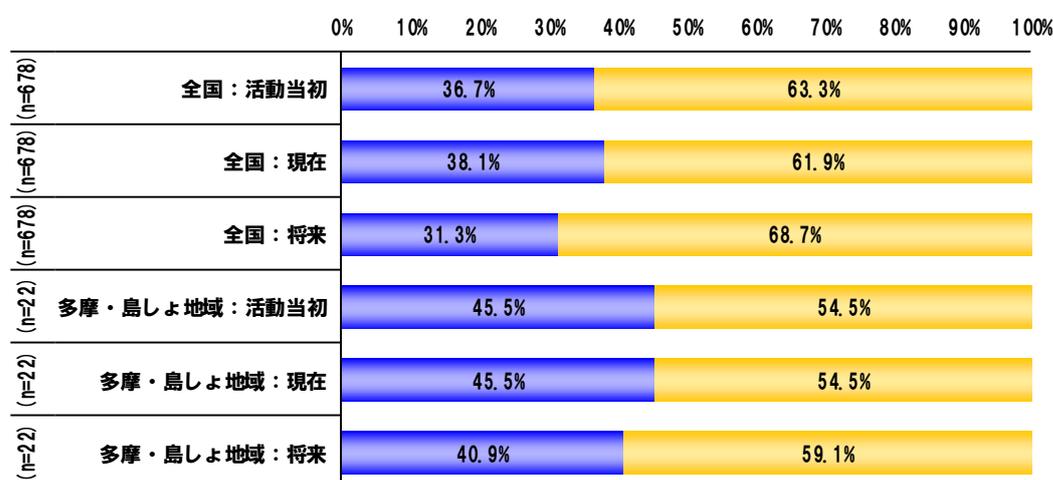
1-6-1 ターゲティング

・ご当地キャラクターの約6割は特にターゲットを設定していない。

ターゲティング²をみると、現在ターゲティングを行っている例は全体の4割未満となり、将来については約3割まで減少する。多摩・島しょ地域はターゲティングを行っている自治体の比率がやや高くなっているが、それでも半数未満となっている【図表 24】。

ターゲティングの内容をみると、多くは子ども・ファミリー層、女性もしくは観光客である。必ずしも多くないが高齢者や男性向けのキャラクター等もみられる。対象地域は地域内としつつも、将来については全国・全属性に広めることを考えている自治体もみられる【図表 25】。

図表 24 ターゲティング (N=678、自由回答より集計)



■何かしら定めている ■特に無し

資料)「市区町村アンケート」より

図表 25 ターゲティングの自由回答 (特徴的なもの)

	年齢層	属性	エリア
活動当初・現在	<ul style="list-style-type: none"> ・保育園・幼稚園 ・10~20代 ・30~40代(親世代) 	<ul style="list-style-type: none"> ・子ども ・女性 ・ファミリー層 ・観光客 ・特定分野(競艇等)のファン 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内 ・県内 ・他県 ・全国
将来	<ul style="list-style-type: none"> ・上記に加えた広い年齢層 	<ul style="list-style-type: none"> ・幅広い属性 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域内 ・全国

資料)「市区町村アンケート」より

² アンケート調査項目の回答欄の「特になし」にチェックしているもの、もしくは無回答のものは「特になし」として集計した。

1-6-2 ターゲティングにおいて工夫した点

- ・子ども・ファミリーをターゲットとしている場合には子どもたちが集まる場所での活動、地域住民全般をターゲットとしている場合には市民参加を導入する等、対象に見合った活動を行うよう工夫している。

ターゲティングにおいて工夫した点をみると、子ども・ファミリー層を対象にした場合には、子どもが多く集まる場所でのイベント開催や子どもや保護者が使うキャラクターグッズ等の配布を行っている。地域住民を対象にした場合には、キャラクターの作成段階で住民参加を多く導入しているほか、行政の各施策で見かけるような工夫がされている。観光客を対象にした場合には、都道府県外のイベント出演や各種メディアへの出演、多くの人が集まる場所でのイベントへの出演、ソーシャルメディア等の活用等が挙げられた。

図表 26 ターゲティングにおいて工夫した点（自由回答）

- （子ども・ファミリー層向けの取組）**
- ・子ども層の認知度をあげるため、全ての小中学生にキャラクターグッズ（クリアフォルダやシール）を配布したほか、市内保育所・幼稚園へ訪問している。
 - ・ペーパークラフト、ぬりえ等をウェブサイトでも無料配布した。
 - ・低年齢層が使いやすいグッズ等を製作した。
 - ・市内はもとより、県内の幼稚園、保育園、小中学校、図書館等で絵本を無料配布した。
 - ・町内イベントや町内幼稚園、保育所の入園式に参加する等のPRを行った。
 - ・母子健康手帳へのデザイン使用・ランドセルカバーへのデザイン使用、小中学校PTAへデザインデータを記録したCDを配布、書類等に使用してもらっている。
- （地域住民向けの取組）**
- ・キャラクター選挙を地域で実施し、決定直後からある程度の認知度が出るよう工夫した。募集から決定、公表、ライセンス利用、住民へ詳しく頻繁な情報提供とスピード感も重視した。
 - ・市民に愛されるキャラクターになるよう、デザインの公募から市民投票に至るまで、市民参加型で行った。特に、小・中学生にはデザイン応募用紙を配布、投票も市内の保育園・幼稚園等に出向いて行う等、一連のキャラクター選定も子どもたちを中心に行った。また、決定後もお礼として保育園、小学校にあいさつ訪問し、キャラクターの周知に努めた。
 - ・開始時点において、その後の展開を一緒に検討するための庁内プロジェクトチーム（若手職員で構成）を組織するとともに、数回にわたり、高校生から意見を求める会を開催した。
 - ・広報誌や地域ケーブルテレビ、観光情報番組に枠を設け、知名度を向上させた。
 - ・市営のバスやゴミ収集車等にキャラクターをラッピングして、広く市民に啓発している。
 - ・職員がキャラクターのワンポイント入りのポロシャツを着ることで認知度向上に努めている。
 - ・役所の人目がつくところにフィギュアを設置している。
 - ・毎月決まった日にキャラクターショーを実施している。
 - ・地域産品をモチーフとしたデザインとし、市民が当該産品をイメージできるようにした。
 - ・地域の外郭団体や市民に着ぐるみを貸し出している。
- （観光客向けの取組）**
- ・地元大手観光事業者の営業責任者のアドバイス等を取り入れた。
 - ・着ぐるみを複数作成し、町内外のイベント等に積極的に参加した。県内在住のシンガーソングライターに楽曲を依頼し、その曲に合わせたダンスでイベント等を盛り上げている。
 - ・キャラクターの使用料を徴収しないことで、広く活用されるようにした。
 - ・各種メディアやテレビCM等に出演することで地域外の人に知られるように工夫した。
 - ・Facebook や Twitter 等の SNS での情報発信やコミュニケーションに力をいれた。
 - ・「ゆるキャラグランプリ」や「ゆるキャラサミット」等に出場している。
 - ・大型ショッピングセンター等でのイベント啓発、スポーツ観戦イベントでの応援等で知名度を高めている。
- （ターゲティングを設定していない理由）**
- ・既に地域内では子どもから高齢者までに好かれており、特にターゲティングは行っていない。
 - ・これまで特定の利用者（高齢者）しか利用していない施設であるため、ご当地キャラクターを活用して幅広い年齢の利用者が集まるように工夫した。

資料)「市区町村アンケート」より

1-6-3 活動内容

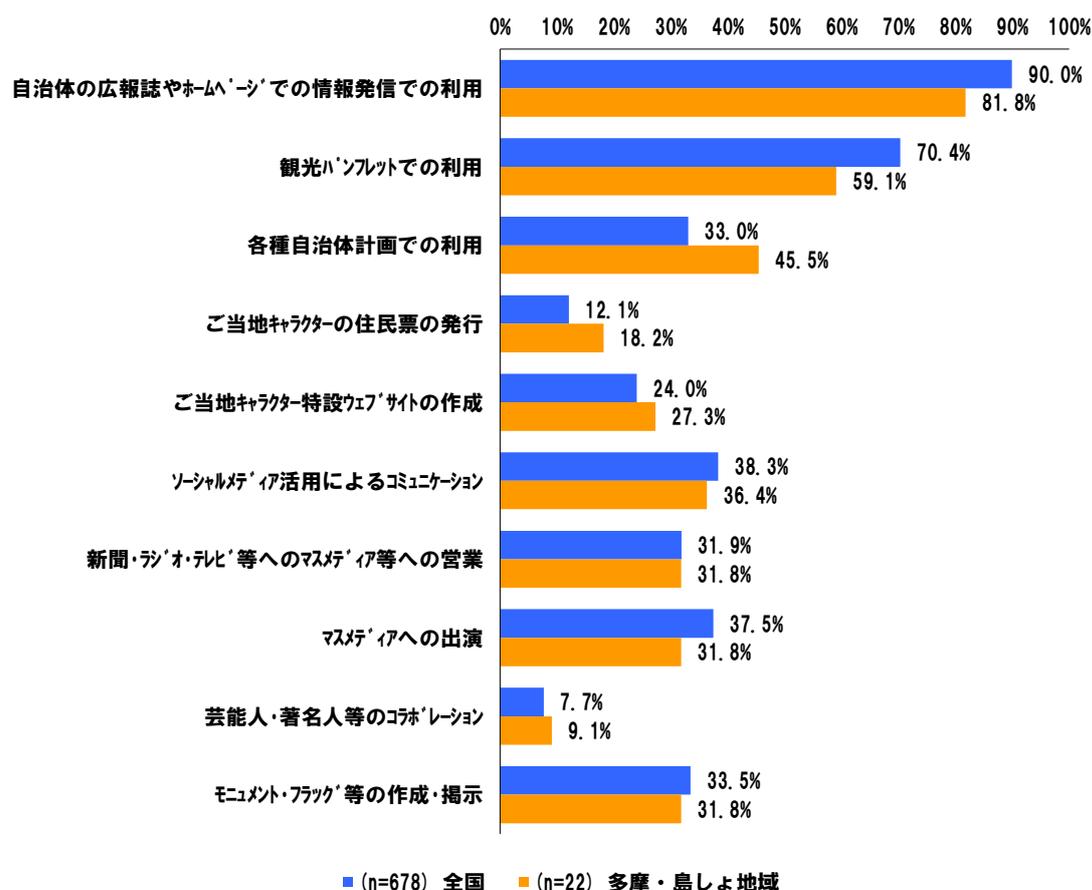
(1) 知ってもらう／興味をもってもらおう

- ・知ってもらうための活動としては、「自治体の広報誌やホームページでの情報発信での利用」の割合が多く、「芸能人・著名人等とのコラボレーション」等は割合が小さい。
- ・多摩・島しょ地域では「各種自治体計画での利用」の割合が多く、「観光パンフレットでの利用」の割合が小さい。

キャラクターを「知ってもらう／興味をもってもらおう」ための取組をみると、「自治体の広報誌やホームページでの情報発信での利用」(90.0%)、「観光パンフレットでの利用」(70.4%)の割合が非常に多く、次いで「ソーシャルメディア活用によるコミュニケーション」(38.3%)、「マスメディアへの出演」(37.5%)、「各種自治体計画での利用」(33.0%)となっている。

多摩・島しょ地域は全国に比べて、「各種自治体計画での利用」(45.5%)、「ご当地キャラクターの住民票発行」(18.2%)等の割合が多く、「観光パンフレットでの利用」(59.1%)、「マスメディアへの出演」(31.8%)等の割合が少ない。

図表 27 「知ってもらう／興味をもってもらおう」ための取組（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

目的別にみると、「地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成」等の地域向けの目的の場合には「モニュメント・フラッグ等の作成・掲示」の割合が多くなり、「地域全体のイメージ・知名度の向上」、「地域産品等のPRや産業の育成」、「地域の交流人口の増加」等の地域外向けの目的を設定している場合には「マスメディアへの出演」や「ソーシャルメディア活用によるコミュニケーションの割合が多い。

図表 28 目的別にみた「知ってもらふ／興味をもってもらふ」ための取組（複数回答）

目的	取組	取組				
		自治体の広報誌やホームページでの情報発信での利用	観光パンフレットでの利用	各種自治体計画での利用	ご当地キャラクターの住民票の発行	ご当地キャラクター特設WEBサイトの作成
地域住民への啓発		32	8	11	2	7
		97.0	24.2	33.3	6.1	21.2
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成		95	67	45	14	24
		96.0	67.7	45.5	14.1	24.2
地域全体のイメージ・知名度等の向上		288	246	110	40	92
		93.2	79.6	35.6	12.9	29.8
地域産品等のPRや産業の育成		109	94	30	8	21
		83.8	72.3	23.1	6.2	16.2
地域の交流人口の増加		14	13	3	2	2
		93.3	86.7	20.0	13.3	13.3
地域の定住人口の増加		3	0	0	1	1
		100.0	0.0	0.0	33.3	33.3
その他		52	39	20	13	13
		86.7	65.0	33.3	21.7	21.7

目的	取組	取組				
		ソーシャルメディア活用によるコミュニケーション	新聞・ラジオ・テレビ等への出演等への営業	マスメディアへの出演	芸能人・著名人等のコラボレーション	モニュメント・フラッグ等の作成・掲示
地域住民への啓発		7	6	6	0	6
		21.2	18.2	18.2	0.0	18.2
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成		28	30	32	10	43
		28.3	30.3	32.3	10.1	43.4
地域全体のイメージ・知名度等の向上		141	107	136	29	116
		45.6	34.6	44.0	9.4	37.5
地域産品等のPRや産業の育成		42	44	45	8	36
		32.3	33.8	34.6	6.2	27.7
地域の交流人口の増加		9	6	8	1	5
		60.0	40.0	53.3	6.7	33.3
地域の定住人口の増加		0	1	1	0	1
		0.0	33.3	33.3	0.0	33.3
その他		24	17	18	4	16
		40.0	28.3	30.0	6.7	26.7

注釈) 上段：数値、下段：％
資料) 「市区町村アンケート」より

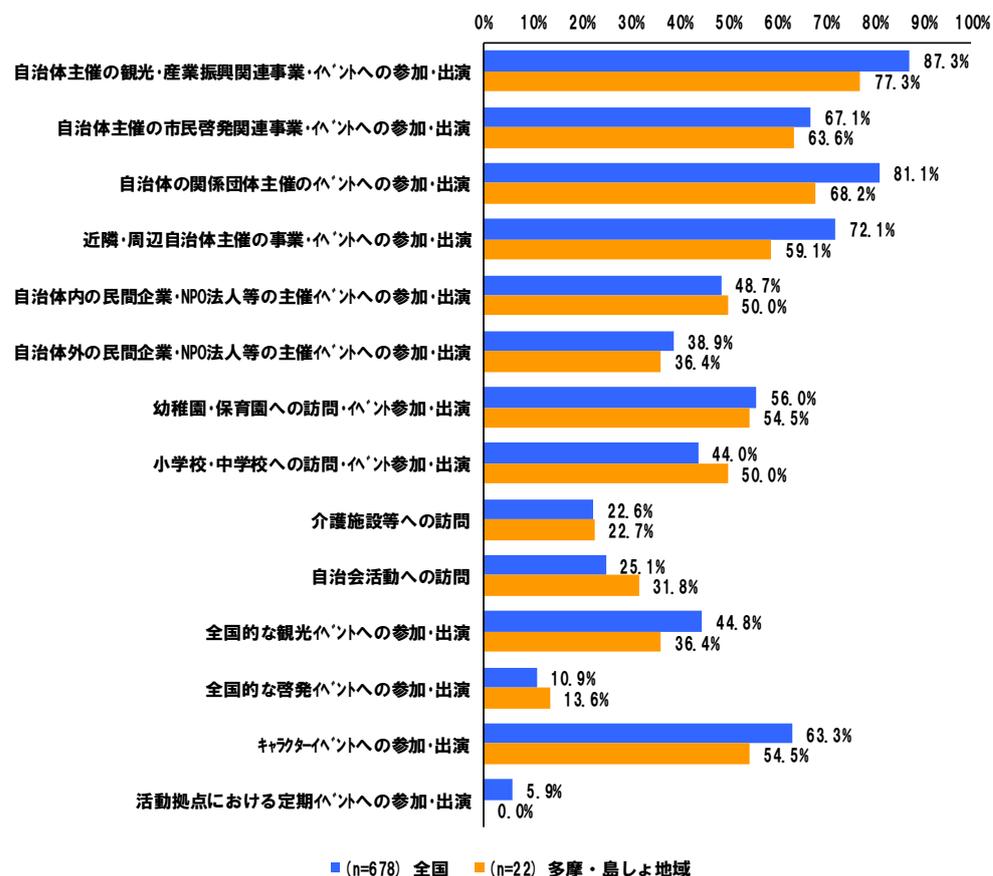
(2) 触れてもらう

- ・触れてもらうための活動としてはイベントへの参加・出演の割合が多く、特に、自治体主催の観光・産業振興関連イベントへの参加は全国では最も多い。
- ・多摩・島しょ地域では全国と比べると一部項目を除き全体的に少なくなっている。

キャラクターに「触れてもらう」ための取組をみると、自治体主催のイベントに出演することや、関連団体、周辺自治体等が主催するイベントに参加・出演しているケースが多い。このほか、「ゆるキャラグランプリ」等の「キャラクターイベント」への参加・出演の割合が多い。

多摩・島しょ地域では「小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演」や「自治会活動への訪問」等地域向けの活動の割合が全国と比べ多いが、全般的にイベントへの参加・出演の割合が全国と比べ少ない。

図表 29 「触れてもらう」ための取組（複数回答）



目的別にみると、「地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成」等を目的としている場合には「小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演」「介護施設等への訪問」等の地域向けの活動に特徴がみられ、「地域産品等のPRや産業の育成」「地域の交流人口の増加」では「自治体主催の観光・産業振興関連事業・イベントへの参加・出演」の割合が多い。しかし、「地域全体のイメージ・知名度等の向上」を目的とする場合には地域外でのイベント出演だけではなく、地域内向けの活動（「小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演」等）でも割合が多くなっている。

図表 30 目的別にみた「触れてもらう」ための取組（複数回答）

目的	自治体主催の観光・産業振興関連事業・イベントへの参加・出演	自治体主催の市民啓発関連事業・イベントへの参加・出演	自治体の関係団体主催のイベントへの参加・出演	近隣・周辺自治体主催の事業・イベントへの参加・出演	自治体内の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演	自治体外の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演	幼稚園・保育園への訪問・イベント参加・出演
地域住民への啓発	20 60.6	25 75.8	20 60.6	11 33.3	10 30.3	7 21.2	14 42.4
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	79 79.8	69 69.7	75 75.8	72 72.7	48 48.5	37 37.4	57 57.6
地域全体のイメージ・知名度等の向上	291 94.2	228 73.8	278 90.0	244 79.0	183 59.2	158 51.1	199 64.4
地域産品等のPRや産業の育成	119 91.5	72 55.4	107 82.3	96 73.8	49 37.7	34 26.2	62 47.7
地域の交流人口の増加	15 100.0	11 73.3	13 86.7	13 86.7	8 53.3	4 26.7	11 73.3
地域の定住人口の増加	2 66.7	2 66.7	2 66.7	1 33.3	2 66.7	1 33.3	2 66.7
その他	50 83.3	38 63.3	42 70.0	38 63.3	25 41.7	20 33.3	27 45.0

目的	小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演	介護施設等への訪問	自治会活動への訪問	全国的な観光イベントへの参加・出演	全国的な啓発イベントへの参加・出演	キャラクターイベントへの参加・出演	活動拠点における定期イベントへの参加・出演
地域住民への啓発	10 30.3	3 9.1	5 15.2	7 21.2	3 9.1	10 30.3	1 3.0
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	49 49.5	29 29.3	28 28.3	38 38.4	9 9.1	58 58.6	3 3.0
地域全体のイメージ・知名度等の向上	160 51.8	80 25.9	89 28.8	151 48.9	42 13.6	218 70.6	19 6.1
地域産品等のPRや産業の育成	43 33.1	19 14.6	22 16.9	61 46.9	8 6.2	80 61.5	8 6.2
地域の交流人口の増加	8 53.3	5 33.3	5 33.3	10 66.7	2 13.3	8 53.3	1 6.7
地域の定住人口の増加	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0	0 0.0	2 66.7	0 0.0
その他	21 35.0	12 20.0	17 28.3	28 46.7	7 11.7	39 65.0	7 11.7

注釈) 上段：数値、下段：％
資料) 「市区町村アンケート」より

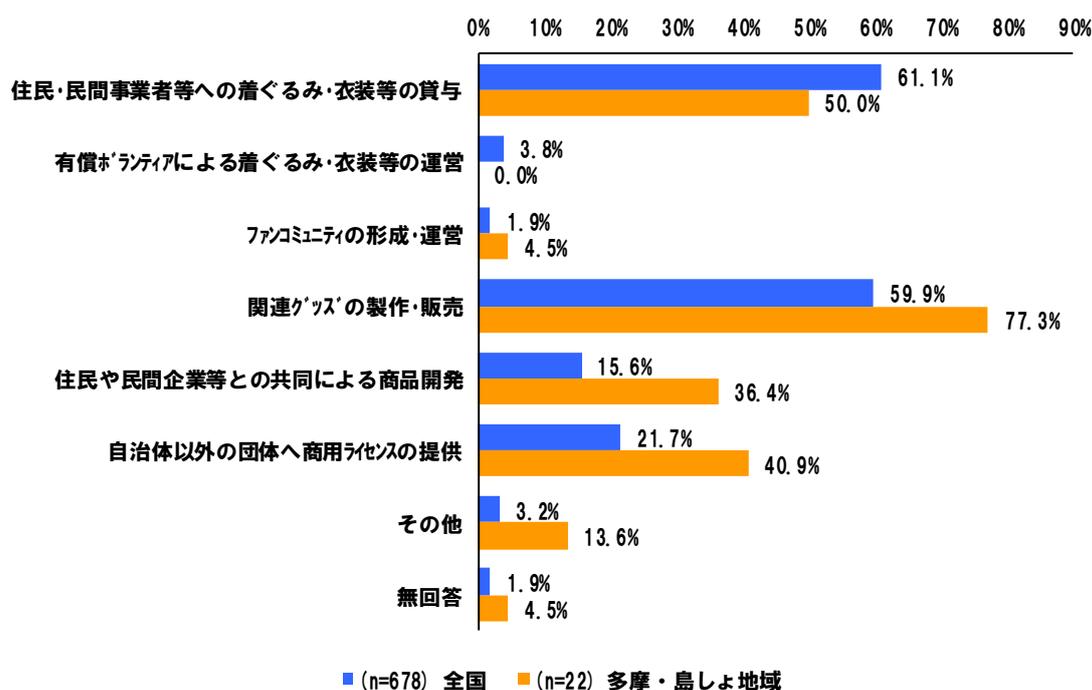
(3) 参加してもらう／消費してもらう

- ・「参加してもらう／消費してもらう」ための取組は着ぐるみ・衣装等の貸与とグッズの製作・販売が最も多くなっている。
- ・多摩・島しょ地域は着ぐるみ・衣装等の貸与が全国に比べて少なく、グッズの製作・販売が全国に比べて多い。

キャラクターの運営等に「参加してもらう」、もしくはキャラクターグッズを「消費してもらう」ための取組をみると、「住民・民間事業者等への着ぐるみ・衣装等の貸与」(61.1%)、「関連グッズの製作・販売」(59.9%)の割合が多くなっている。

多摩・島しょ地域では、「関連グッズの製作・販売」(77.3%)、「住民や民間企業等との共同による商品開発」(36.4%)、「自治体以外の団体へ商用ライセンスの提供」(40.9%)等、商品開発に関連する項目の割合が多く、「住民・民間事業者等への着ぐるみ・衣装等の貸与」(50.0%)が全国と比較してやや少なくなっている。

図表 31 「参加してもらう／消費してもらう」ための取組(複数回答)



資料)「市区町村アンケート」より

目的別にみると、地域外向けの目的を設定している自治体では「関連グッズの製作・販売」、「住民や民間企業等との共同による商品開発」等の割合が多い。

図表 32 目的別にみた「参加してもらおう／消費してもらおう」ための取組（複数回答）

目的 \ 取組	住民・民間事業者等への着ぐるみ・衣装等の貸与	有償ボランティアによる着ぐるみ・衣装等の運営	コミュニティの形成・運営	関連グッズの製作・販売	住民や民間企業等との共同による商品開発	自治体以外の団体へ商用ライセンスの提供
地域住民への啓発	15	0	0	13	2	2
	45.5	0.0	0.0	39.4	6.1	6.1
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	60	4	4	52	9	21
	60.6	4.0	4.0	52.5	9.1	21.2
地域全体のイメージ・知名度等の向上	202	15	4	207	55	82
	65.4	4.9	1.3	67.0	17.8	26.5
地域産品等のPRや産業の育成	75	4	1	78	20	19
	57.7	3.1	0.8	60.0	15.4	14.6
地域の交流人口の増加	9	1	2	11	6	2
	60.0	6.7	13.3	73.3	40.0	13.3
地域の定住人口の増加	3	0	0	1	2	1
	100.0	0.0	0.0	33.3	66.7	33.3
その他	38	2	1	33	10	17
	63.3	3.3	1.7	55.0	16.7	28.3

注釈) 上段：数値、下段：%

資料) 「市区町村アンケート」より

1-7 取組に対する評価

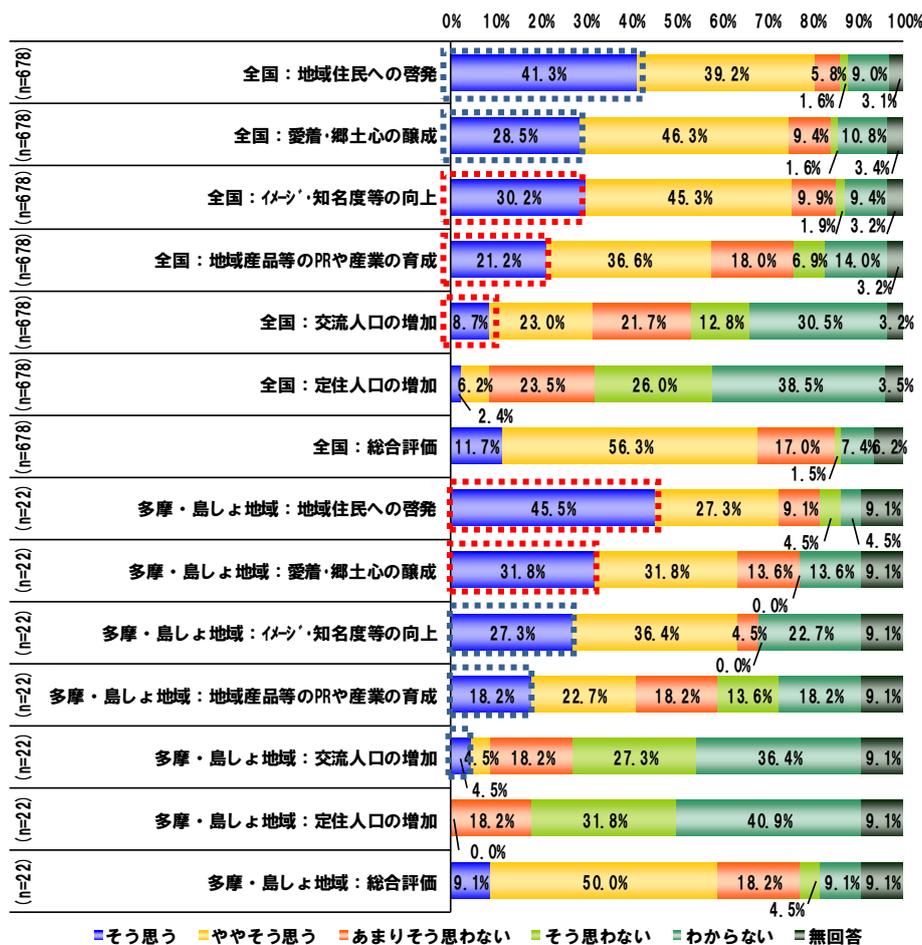
1-7-1 自己評価

・「地域住民への啓発」や「愛着・郷土愛の醸成」に役立ったという回答が多いのに対して、地域の「交流人口増加」や「定住人口増加」に貢献できたという回答は少なかった。

自己評価について「そう思う」に着目すると、「地域住民への啓発に役立った」が41.3%と最も多く、次いで「他地域に対して地域のイメージ・知名度等の向上に貢献できた」(30.2%)、「地域住民の愛着・郷土愛を醸成できた」(28.5%)、「地域産品等をPR・産業を育成できた」(21.2%)、「地域の交流人口増加に貢献できた」(8.7%)、「地域の定住人口増加に貢献できた」(2.4%)となっている。地域内向けの取組だと比較的自己評価が高く、地域外向けの取組だと比較的自己評価が低い傾向になっている。

多摩・島しょ地域をみると、「地域住民への啓発に役立った」「地域住民の愛着・郷土愛を醸成できた」についてはやや多いが、「他地域に対して地域のイメージ・知名度向上に貢献できた」等、地域外向けの取組については自己評価がやや低くなっている。

図表 33 自己評価（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

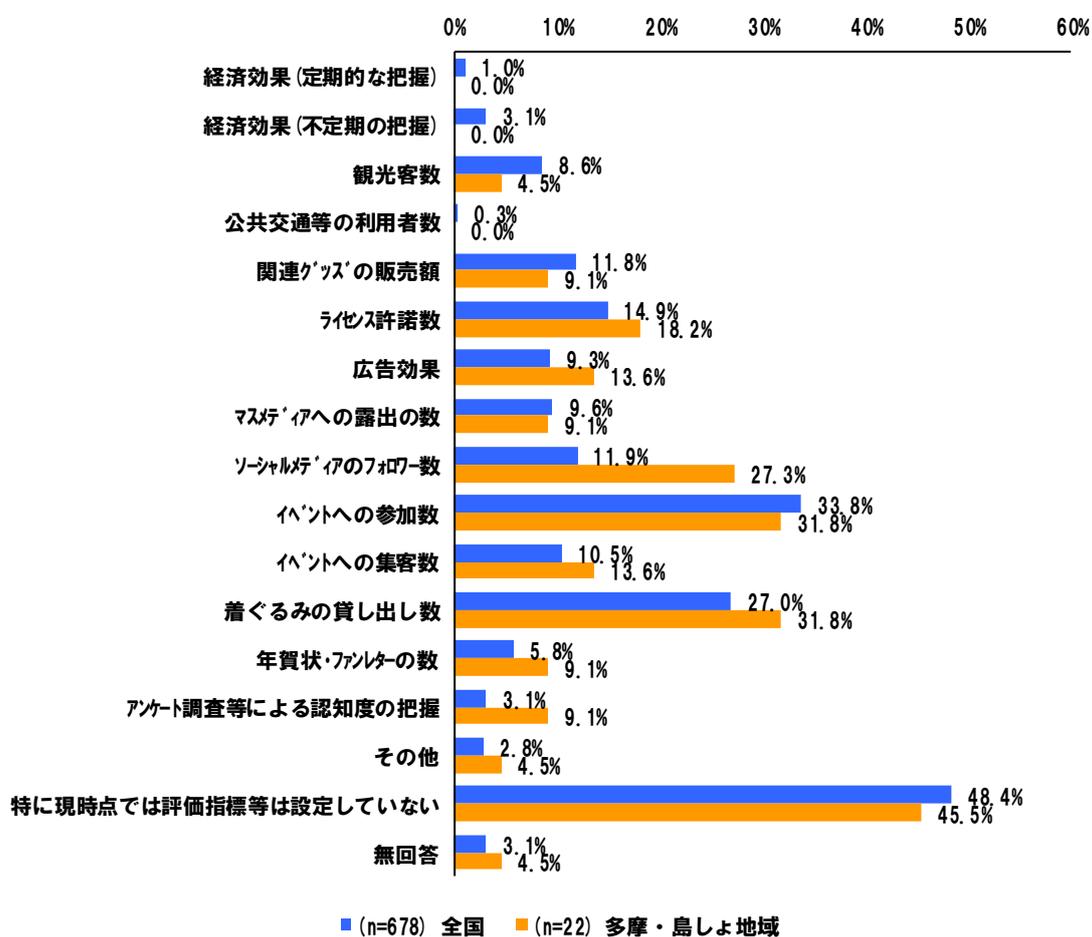
1-7-2 評価指標

・評価指標は「イベントへの参加数」が最も多いが、全体の約半数は評価指標を設定しておらず、定量的な評価を行っていない可能性がある。

評価指標の設定状況を見ると、「イベントへの参加数」が 33.8%と最も多く、次いで「着ぐるみの貸し出し数」(27.0%)、「ライセンス許諾数」(14.9%) となっている。それ以上に「特に現時点では評価指標等は設定していない」が 48.4%と約半数となっており、取組の効果を定量的に評価していない可能性がある。

多摩・島しょ地域をみると、「ソーシャルメディアのフォロワー数」(27.3%)、「広告効果」(13.6%) 等の割合が全国より多くなっている。

図表 34 評価指標の設定状況（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

目的別にみると、概ね目的に沿って指標が設定されているが、「地域住民の地域に対する愛着・郷土心」においても「広告効果」や「マスメディアへの露出」の比率が一定程度みられることから、地域向けの活動であっても他地域から評価を得ることを重視している傾向がみられる。

図表 35 目的別にみた評価指標の設定状況（複数回答）

上段：数値 下段：%	経済効果(定期的な把握)	経済効果(不 定期的把握)	観光客数	公共交通等の 利用者数	関連グッズの 販売額	ライセンス許諾数
地域住民への啓発	0 0.0	0 0.0	1 3.0	0 0.0	1 3.0	2 6.1
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	1 1.0	3 3.0	1 1.0	1 1.0	11 11.1	20 20.2
地域全体のイメージ・知名度等の向上	2 0.6	6 1.9	28 9.1	0 0.0	50 16.2	53 17.2
地域産品等のPRや産業の育成	3 2.3	9 6.9	19 14.6	1 0.8	9 6.9	16 12.3
地域の交流人口の増加	0 0.0	0 0.0	3 20.0	0 0.0	1 6.7	0 0.0
地域の定住人口の増加	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
その他	1 1.7	2 3.3	5 8.3	0 0.0	6 10.0	8 13.3

上段：数値 下段：%	広告効果	マスメディアへの 露出の数	ソーシャルメディアの フォロワー数	イベントへの参 加数	イベントへの集 客数	着ぐるみの貸 し出し数
地域住民への啓発	1 3.0	2 6.1	2 6.1	5 15.2	3 9.1	9 27.3
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	10 10.1	8 8.1	10 10.1	29 29.3	5 5.1	26 26.3
地域全体のイメージ・知名度等の向上	31 10.0	36 11.7	44 14.2	130 42.1	34 11.0	96 31.1
地域産品等のPRや産業の育成	15 11.5	15 11.5	12 9.2	41 31.5	21 16.2	28 21.5
地域の交流人口の増加	1 6.7	0 0.0	2 13.3	2 13.3	0 0.0	3 20.0
地域の定住人口の増加	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	1 33.3
その他	5 8.3	3 5.0	8 13.3	17 28.3	7 11.7	17 28.3

上段：数値 下段：%	年賀状・ファンタ -の数	アンケート調査等 による認知度 の把握	その他	特に現時点で は評価指標等 は設定してい ない	無回答
地域住民への啓発	0 0.0	1 3.0	2 6.1	18 54.5	2 6.1
地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	5 5.1	5 5.1	2 2.0	52 52.5	1 1.0
地域全体のイメージ・知名度等の向上	23 7.4	10 3.2	6 1.9	138 44.7	2 0.6
地域産品等のPRや産業の育成	5 3.8	0 0.0	3 2.3	65 50.0	4 3.1
地域の交流人口の増加	1 6.7	0 0.0	2 13.3	9 60.0	0 0.0
地域の定住人口の増加	0 0.0	0 0.0	1 33.3	1 33.3	0 0.0
その他	4 6.7	5 8.3	3 5.0	33 55.0	0 0.0

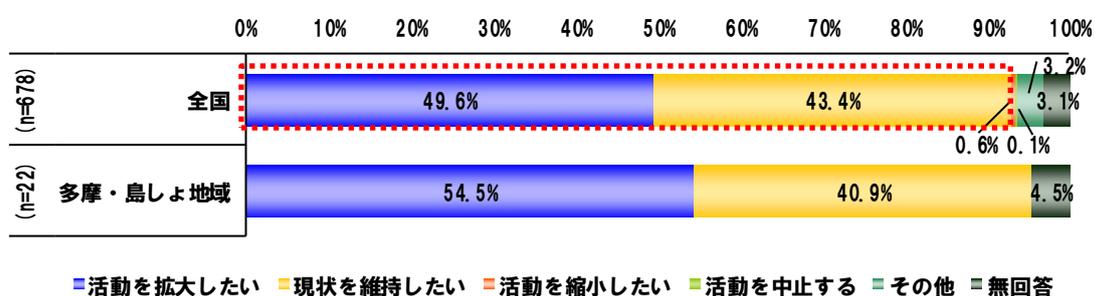
1-7-3 今後の活動方針

・今後「活動を拡大したい」「現状を維持したい」が全体の9割以上を占める。

今後の活動方針をみると、「活動を拡大したい」が49.6%と最も高く約半数を占めており、「現状を維持したい」（43.4%）を合わせると、9割以上が拡大・維持の方向性となっている。

多摩・島しょ地域では「活動を拡大したい」が54.5%と全国に比べてやや多くなっており、「活動を縮小したい」もしくは「活動を中止する」と回答した自治体はみられない。

図表 36 活動方針（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

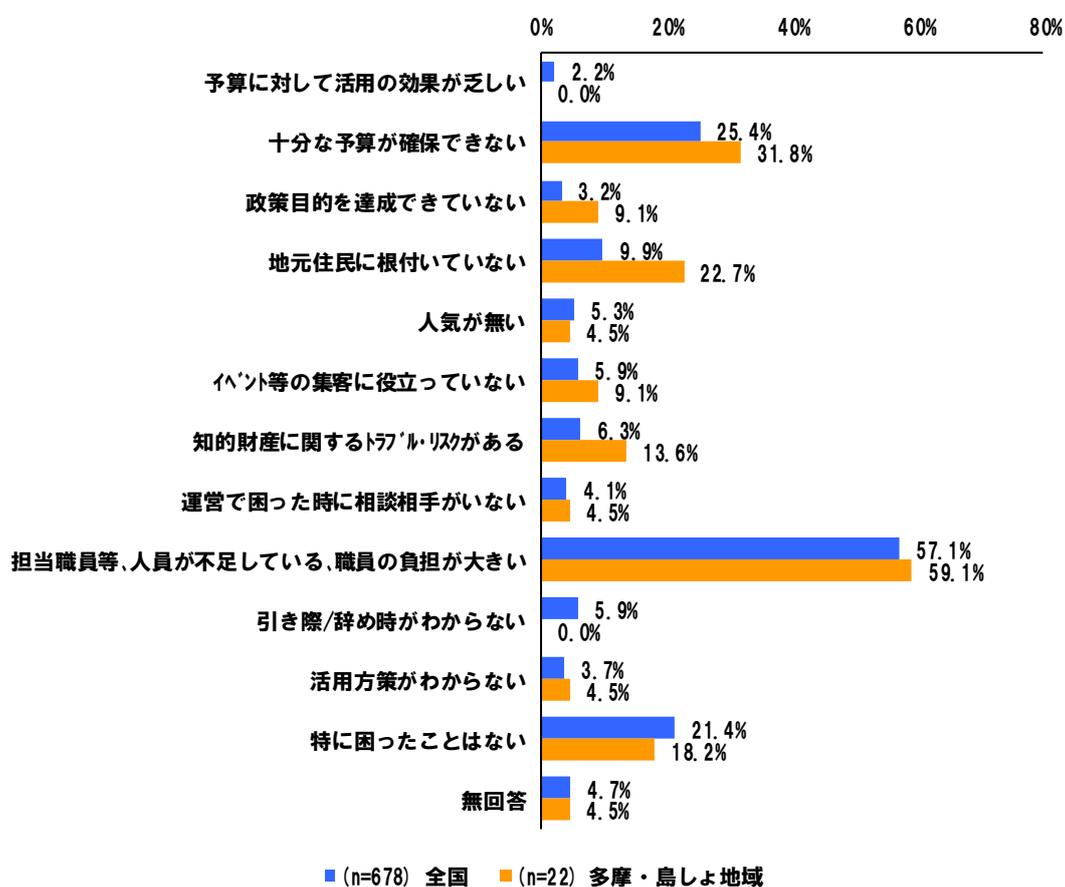
1-8 活動の課題

・全国、多摩・島しょ地域ともに人員不足、職員への負担といった課題が最も多く挙げられている。

活動の課題をみると、「担当職員等、人員が不足している、職員の負担が大きい」が57.1%と最も多くなっており、次いで「十分な予算が確保できていない」(25.4%)となっている。また、「特に困ったことはない」も21.4%みられる。

多摩・島しょ地域をみると、「十分な予算が確保できていない」(31.8%)、「政策目的を達成できていない」(9.1%)、「地元住民に根付いていない」(22.7%)、「知的財産に関するトラブル・リスクがある」(13.6%)等の項目で全体よりも割合が多くなっている。

図表 37 活動の課題（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

1-9 民営キャラクターとの関わり

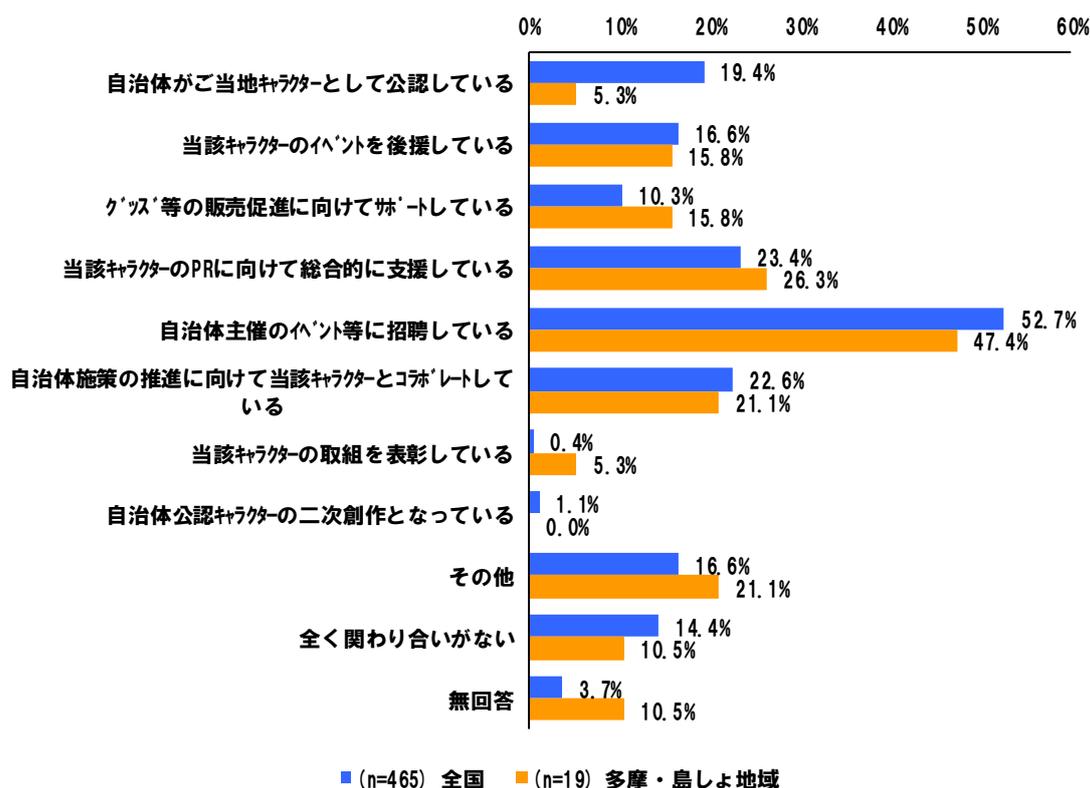
1-9-1 自治体と民営キャラクターとの関わり

・「自治体主催のイベントに招聘する」と回答している自治体も多くみられるが、一方で、「全く関わり合いがない」自治体もみられる。

民営のキャラクターがいる自治体を対象に、民営キャラクターとの関わりをみると、「自治体主催のイベント等に招聘している」が52.7%と最も多く、次いで「当該キャラクターのPRに向けて総合的に支援している」(23.4%)、「自治体施策の推進に向けて当該キャラクターとコラボレートしている」(22.6%)となっている。一方で、「全く関わり合いがない」も14.4%みられる。

多摩・島しょ地域では、全国と比較して「グッズ等の販売促進に向けてサポートしている」が15.8%と多くなっている。しかし、「全く関わり合いがない」が10.5%と割合が少ないものの、「自治体のご当地キャラクターとして公認している」が5.3%、「自治体主催のイベント等に招聘している」が47.4%とやや割合が少ない。

図表 38 民営キャラクターとの関わり（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

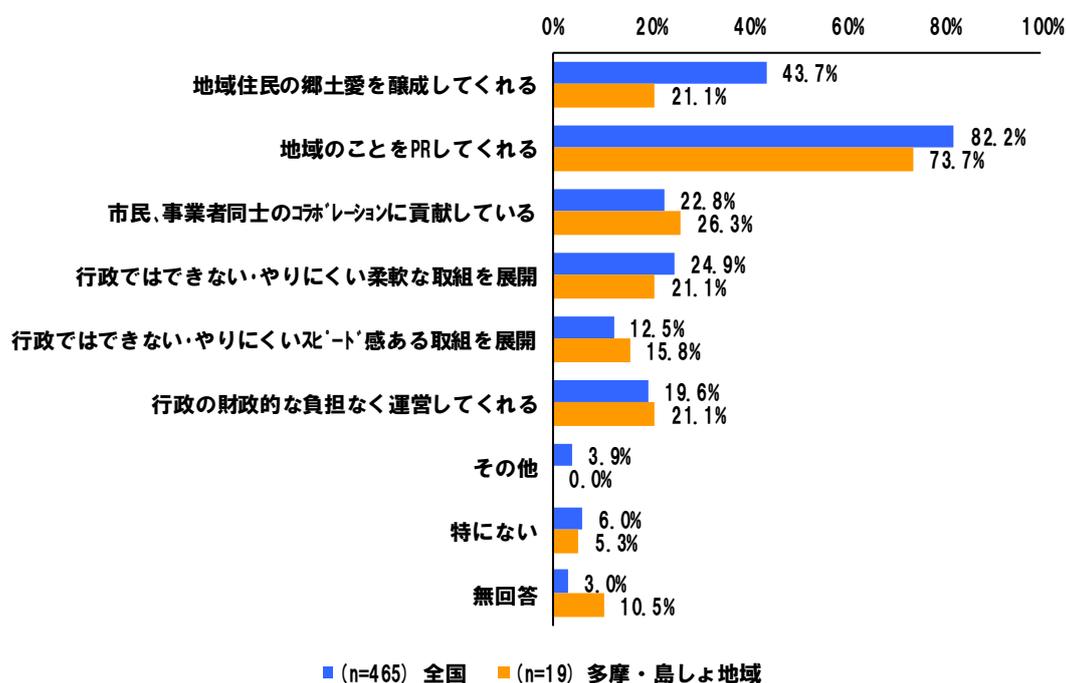
1-9-2 民営キャラクターのメリット

・民営キャラクターのメリットは「地域のことをPRしてくれる」が最も多くなっている。

民営キャラクターのメリットをみると、「地域のことをPRしてくれる」が82.2%と最も多く、次いで「地域住民の郷土愛を醸成してくれる」(43.7%)、「市民、事業者同士のコラボレーションに貢献している」(22.8%)となっている。

多摩・島しょ地域では「地域住民の郷土愛を醸成してくれる」「地域のことをPRしてくれる」等の割合が全国よりも少なくなっている。

図表 39 民営キャラクターのメリット（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

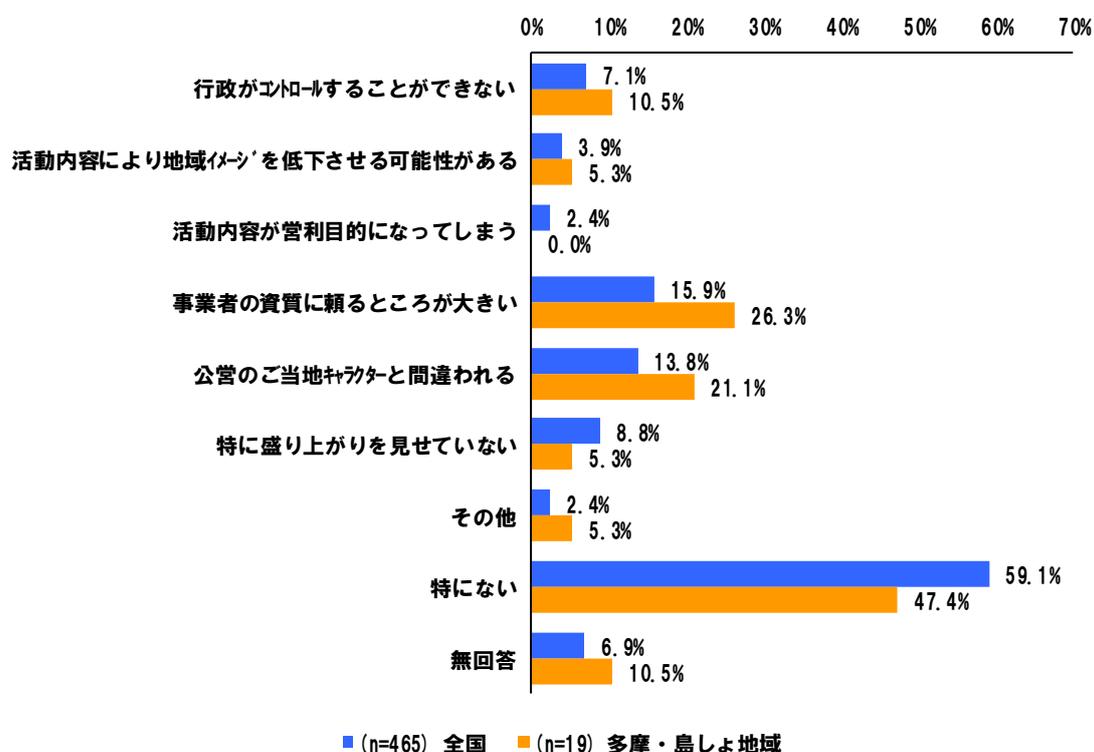
1-9-3 民営キャラクターのデメリット

・民営キャラクターのデメリットとして「事業者の資質に頼るところが大きい」等が挙げられているが、「特にない」との回答が最も多くなっている。

民営キャラクターのデメリットとしては「事業者の資質に頼るところが大きい」(15.9%)、「公営のご当地キャラクターと間違われる」(13.8%)、「特に盛り上がりを見せていない」(8.8%)等が挙げられているが、「特にない」が59.1%と非常に多くなっており、多くの場合にはデメリットは少ない。

多摩・島しょ地域におけるデメリットをみると、「特にない」が47.4%と全国に比べて小さく、「事業者の資質に頼るところが大きい」(26.3%)、「公営のご当地キャラクターと間違われる」(21.1%)が全国に比べて多くなっている。

図表 40 民営キャラクターのデメリット（複数回答）



資料)「市区町村アンケート」より

1-9-4 民営キャラクターのよい点・気になる点

・民営キャラクターのよい点・気になる点を見ると、よい点は住民自ら地域の情報を発信してくれること、気になる点は人員不足等の運営面での課題を抱えていることが挙げられた。

民営キャラクターのよい点・気になる点を見ると、よい点では地域住民等が自ら情報を発信してくれることであったり、外郭団体等のキャラクターの場合には、柔軟な活動ができることに加え、イベントへの出演依頼等の行政の要望に応じてくれる等が多く指摘されている。中には人員不足を抱えている団体に対する支援策を検討している自治体もみられる。しかし、自治体によっては、キャラクターが人気を得ていない段階において支援することには限界があることも指摘している。

図表 41 民営キャラクターのよい点・気になる点（自由回答）

<p>■よい点</p> <p>(地域が盛り上がる)</p> <ul style="list-style-type: none">・子供に人気があり、イベントが盛り上がる。・ゆるキャラがあることによって、招待されるイベントが増えた。 <p>(活動が柔軟である)</p> <ul style="list-style-type: none">・地域のPRに対し、自由に活動できる良さがある。・商工会が管理しているキャラクターなので、行政からのイベント出演依頼については柔軟に対応してもらえる。公営のキャラクターとかなり近い扱いになっている。 <p>(行政の代わりにPRしてくれる)</p> <ul style="list-style-type: none">・公営の主要なご当地キャラクターが存在しない中で、自治体を代表するご当地キャラクターとして地域内外へのPRに大きな役割を果たしている。
<p>■気になる点</p> <p>(運営面で課題を抱えている)</p> <ul style="list-style-type: none">・キャラクターの設定や運営に関しては携わっていないため、特に意見等は言えないが、活用方法が明確でなく、作ってはみたもののどういう風にしたいのか、外から見ている分には全く分からないので、もったいない状態となっている。・市としてのかかわり方(活用方針等)が明確でなく、各担当課がその都度活用している現状では、地域のマスコットとして定着しない。・マスコットではなく、運営している事業者自体の地域における認知度の低さが、地域のマスコットとして定着しにくい原因であるが、行政として支援することに限界がある。 <p>(体制が弱い)</p> <ul style="list-style-type: none">・いつの間にか、知らないうちにキャラクターが出来ていた。行政・民間のキャラクターとしての一体感が無い。・よい点は、行政のような予算の確保やしびりがなく、ゆるキャライベントへの出演について、都合があげばいけること。気になる点は、人の手配等が難しい場合、出演ができない場合があること。・特定のキャラクターを支援できないため、ご当地としても今一つ盛り上がり欠ける。 <p>(課題への解決)</p> <ul style="list-style-type: none">・各団体がキャラクターについて非常に力を入れて取り組んでいるが、組織として運営に苦勞している場合が多い。そういった部分のバックアップを行えるような体制づくりを検討したい。・地域のPRにつなげるため、自治体と民間がもっと連携して取り組む必要がある。
<p>■中立的な意見</p> <p>(全般的な意見)</p> <ul style="list-style-type: none">・民間のキャラクターの場合、そのキャラクターを支援する活動を通して、支援者間、また市民間へ一体感が広がり、郷土意識を醸成できる可能性がある。しかし、その運営や支援がうまく機能しない場合、かえって気運が盛り下がってしまい自身の郷土に対する誇りを失ってしまう危険性を内包している。 <p>(キャラクターが多すぎること)</p> <ul style="list-style-type: none">・個人で作られた営利目的ではないキャラクターが複数いることで、どのキャラクターを使えば良いか悩む。一方で、様々なキャラクターがいることでバラエティーに富んだ宣伝のしかたができる。

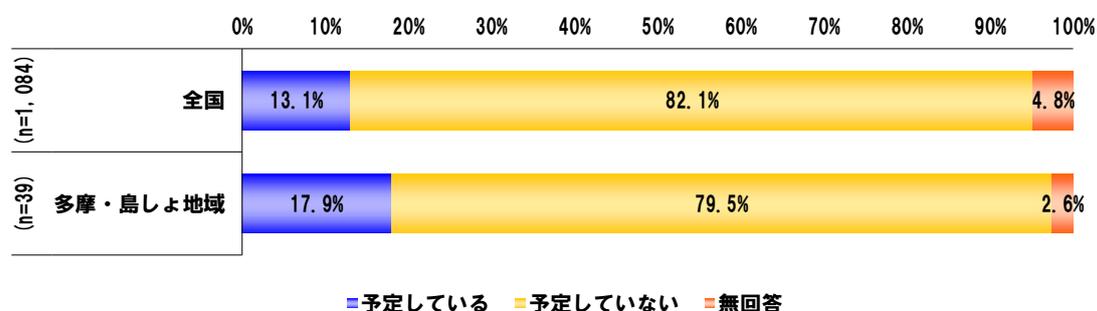
1-10 今後のキャラクターの作成意向

・今後のキャラクターの作成意向をみると、「作成予定」が全体の1割にとどまるが、現在ご当地キャラクターがない地域は約3割で作成意向がある。

今後、新たにキャラクターを作成する意向があるか否かの作成意向については、「予定している」が13.1%となっており、「予定していない」が82.1%となっている。

多摩・島しょ地域をみると「予定している」が17.9%となっており【図表42】、「ご当地キャラクターがない」自治体では「予定している」が33.2%となっている【図表43】。なお、予定のない理由をみると、現在のキャラクターを大切に育てたい、キャラクター関連の予算は最低限にしたい等の理由が多くみられる【図表44】。

図表 42 今後のキャラクターの作成意向（単一回答）



資料)「市区町村アンケート」より

図表 43 キャラクターの保有状況と今後のキャラクターの作成意向（単数回答）

保有状況	作成意向		合計	予定している	予定していない	無回答
	数値	%				
合計	1,084	13.1	1,084	142	890	52
	100.0	100.0	100.0	13.1	82.1	4.8
公営・民営ともにご当地キャラクターがいる	270	8.9	270	24	238	8
	100.0	100.0	100.0	8.9	88.1	3.0
公営のご当地キャラクターのみいる	405	6.7	405	27	346	35
	100.0	100.0	100.0	6.7	84.8	8.6
民営のご当地キャラクターのみいる	194	10.8	194	21	169	5
	100.0	100.0	100.0	10.8	86.7	2.6
ご当地キャラクターはいない	211	33.2	211	70	137	4
	100.0	100.0	100.0	33.2	64.9	1.9

注釈) 上段：数値、下段：%
資料)「市区町村アンケート」より

図表 44 作成意向について（自由回答）

■ 予定なし

[意見多数]（既にあるキャラクターで手一杯である／今のキャラクターを育てたい）

- ・ 既にある1体で手一杯であるから。複数体のキャラクターを作成・管理・運営するだけの人的・予算的な余裕がない。
- ・ キャラクターが乱立して人気分散することは避けたい。
- ・ 現状のキャラクターを育てていくことに注力するため。
- ・ 昨年度作成したばかりであるから。

（予算・体制に懸念）

- ・ 予算の確保が難しい。
- ・ 対応できる職員数が不足している。
- ・ このような取組をとりまとめる部署がないため。
- ・ 民間で作成する場合は、支援も検討するが、公営で作成した場合将来的に継続していくことが難しいため。

（他の団体がPRしてくれるから）

- ・ 民間のキャラクターが人気を獲得しているため。
- ・ 自治体内の演奏倶楽部等が地域産品をPRしてくれているため。
- ・ キャラクターの作成は、地域の活性化に一役買うという効果があるが、作成費、ランニングコスト等費用対効果を考え、慎重に検討すべきものとする。

（ブームに流されたくない）

- ・ 既にブームのピークが過ぎていると感じるため。
- ・ 既にキャラクターがいるし、ブームが終焉する可能性もあるため、いたずらに増やすことは考えていない。
- ・ 全国にいるキャラクターをみて、成功している自治体は一握りであるため。

（過去の反省から）

- ・ ご当地キャラクターの作成を業者に委託したが、著作権を業者が所有していて自由に使用できないということが起きたため、新たなキャラクターについては現時点では考えていない。

（機運が無い）

- ・ ご当地キャラクターを作成する機運が無い。
- ・ 庁内で検討した経緯が無い。

■ 予定あり

（記念事業の一環として）

- ・ 自治体の記念事業等を控えており、記念事業とあわせて公表する予定である。

（PR事業を拡大させるため）

- ・ 現状のPRを拡大するため。
- ・ 地域のブランドイメージを高めていくため。
- ・ 東日本大震災の影響から地域の元気を取り戻すため。

（既存のキャラクターの取組を拡大）

- ・ 既存のキャラクターをリニューアルする予定である。
- ・ 現在のアンテナショップ用のマスコットキャラクターをご当地キャラクターとして昇格させたい。

資料)「市区町村アンケート」より

第2章 都道府県アンケート

2-1 都道府県アンケートの概要

2-1-1 目的

都道府県におけるご当地キャラクターの保有状況やその活用状況、運営体制等を把握するために全47都道府県（平成26年8月5日時点）を対象にアンケート調査を実施した。

2-1-2 調査対象・実施方法

都道府県の企画担当に郵送発送し、郵送回収した。また、電子版（Word形式）でも回答できるようにし、三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社の専用ウェブサイトからダウンロードできるほか、問い合わせがあった自治体に適宜送付し、Eメールでも回収を受け付けた。

2-1-3 調査対象・実施方法

有効回収できた回収数は以下のとおりである。

33票（回収率70.2%）

2-1-4 実施時期

実施時期は以下のとおりである。

平成26年7月25日～8月13日

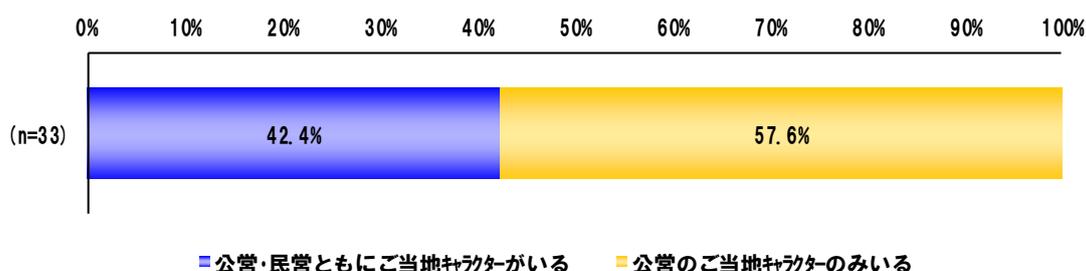
2-2 ご当地キャラクターの概要

・都道府県ではご当地キャラクターがない自治体がなく、全ての都道府県に公営のキャラクターがいる。

地域のキャラクターの概要をみると、「公営のご当地キャラクターのみいる」が 57.6%と最も高く、次いで「公営・民営ともにご当地キャラクターがいる」(42.4%)となっており、「民営のご当地キャラクターのみいる」および「ご当地キャラクターはいない」は回答がなかった【図表 45】。

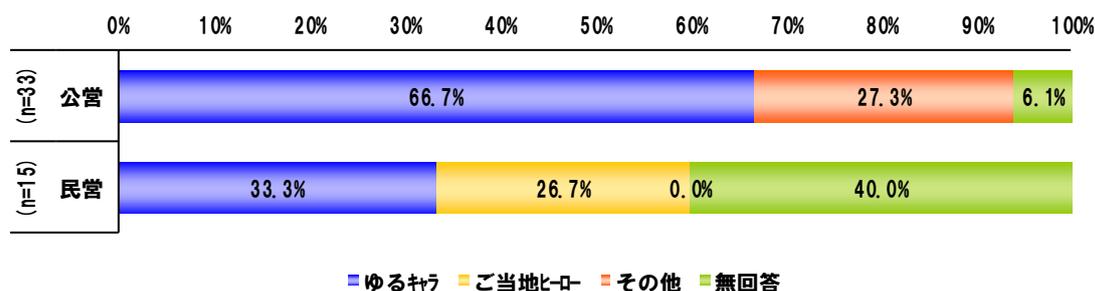
キャラクターのタイプの内訳をみると、「ゆるキャラ」が 66.7%と最も高く、それ以外はその他もしくは無回答となっている【図表 46】。公営と民営を比較すると市区町村と同様にご当地ヒーローの比率が高まる。ゆるキャラの比率が低くなっているようにも読めるが、民営の無回答の回答率が高いため、実態としては同様の比率であるとも想定される。

図表 45 ご当地キャラクターの有無（単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

図表 46 ご当地キャラクターのタイプ（単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

2-3 公営キャラクターの作成概要

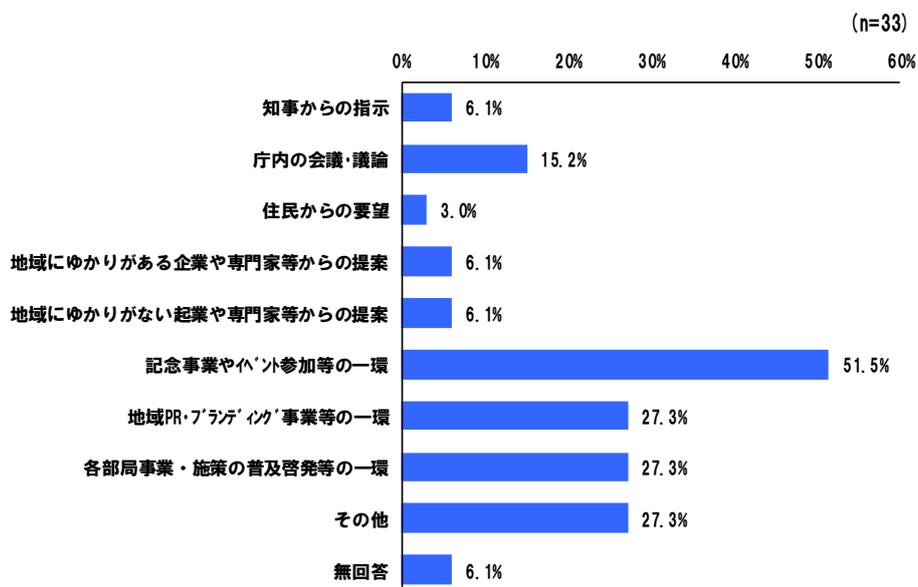
2-3-1 作成経緯

・作成経緯をみると「記念事業やイベント参加等の一環」が最も多い。

公営キャラクターの作成経緯をみると、「記念事業やイベント参加等の一環」が 51.5%と最も多く、「地域PRブランディング事業等の一環」等の項目が 27.3%で並んでいる【図表 47】。

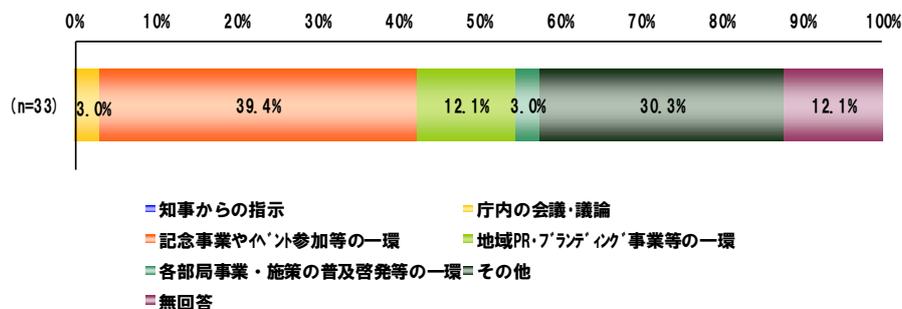
最も当てはまるものをみると、「記念事業やイベント参加等の一環」が 39.4%と最も多く、「地域PRブランディング事業等の一環」が 12.1%となっている【図表 48】。「記念事業やイベント参加等の一環」が多いのは、国民体育大会等の大規模イベントをきっかけに作成されたケースが多いためと考えられる。

図表 47 ご当地キャラクターの作成経緯（複数回答）



資料)「都道府県アンケート」より

図表 48 ご当地キャラクターの作成経緯（最も当てはまるもの、単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

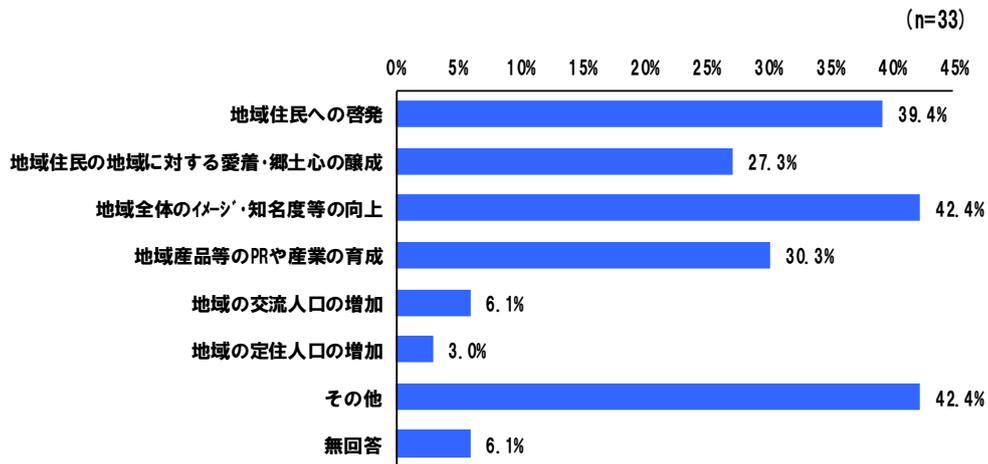
2-3-2 作成目的

・作成目的をみると「地域全体のイメージ・知名度向上」が最も多い。

公営キャラクターの作成経緯をみると、「地域全体のイメージ・知名度等の向上」が42.4%と最も多く、「地域住民への啓発」(39.4%)、「地域産品等のPRや産業の育成」(30.3%)となっている。その他の理由が高いのは、国民体育大会等の大規模イベントにあわせて作成されたため、それをPRするために生まれたキャラクターが多くを占めるためである【図表49】。

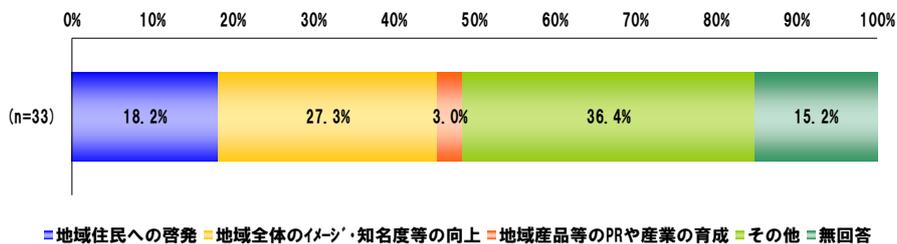
最も当てはまるものをみると、「地域産品等のPRや産業の育成」が36.4%と最も多く、「地域全体のイメージ・知名度等の向上」(27.3%)、「地域住民への啓発」(18.2%)となっている【図表50】。

図表 49 ご当地キャラクターの作成目的（複数回答）



資料)「都道府県アンケート」より

図表 50 ご当地キャラクターの作成目的（最も当てはまるもの、単一回答）



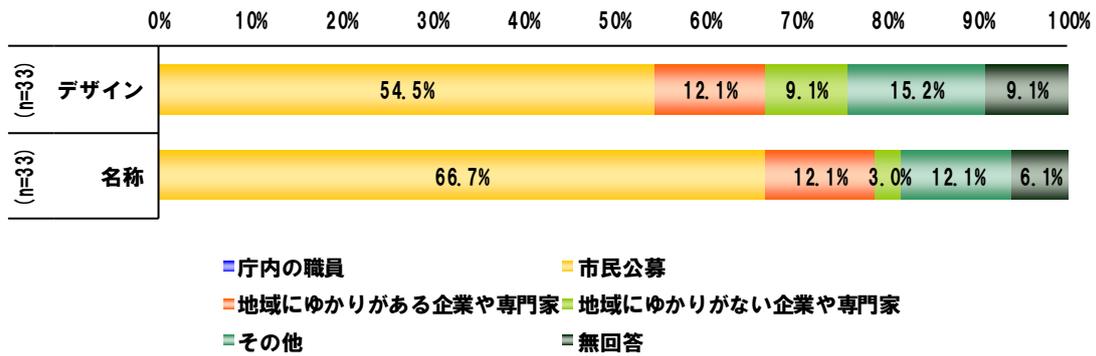
資料)「都道府県アンケート」より

2-3-3 作成方法

・作成方法をみるとデザインの約5割、名称の約7割が市民公募となっている。

作成方法をみると、デザインでは「市民公募」が54.5%と最も多く、「地域にゆかりがある企業や専門家」(12.1%)、「企業にゆかりのない専門家」(9.1%)となっている。名称も「市民公募」が66.7%と最も多く、「地域にゆかりがある企業や専門家」(12.1%)、「企業にゆかりのない専門家」(3.0%)となっており、デザイン・名称ともに市民公募の割合が多い。

図表 51 作成方法（最も当てはまるもの、単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

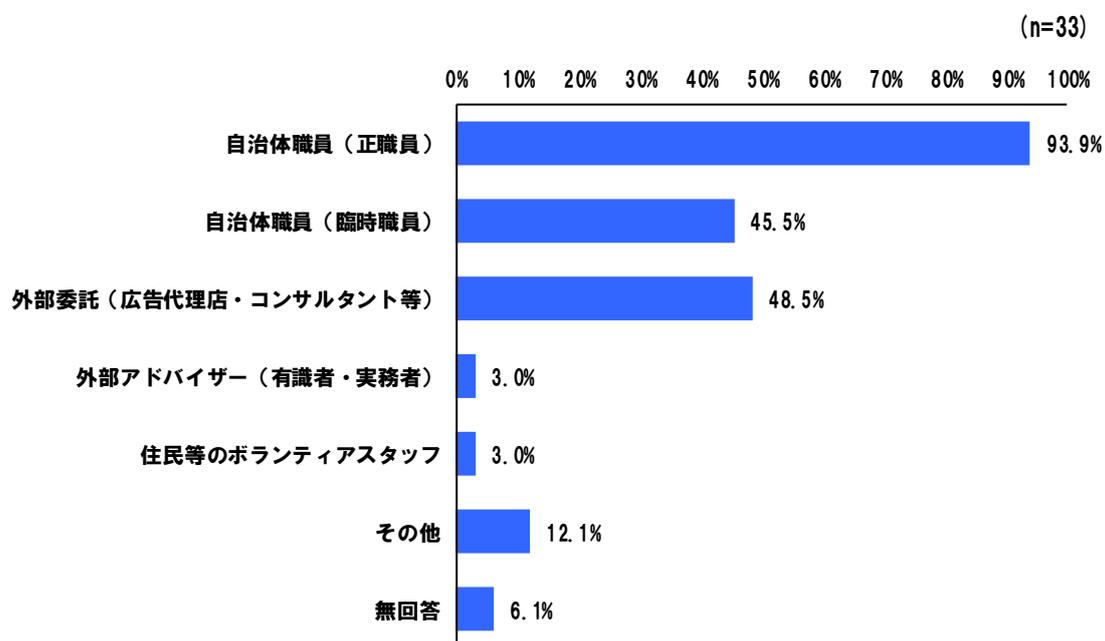
2-4 公営キャラクターの運用体制・予算

2-4-1 運営体制

・市区町村と同様に自治体職員（正職員）が含まれる場合が大多数だが、自治体職員（臨時職員）または外部委託が含まれる場合も半数近い。

ご当地キャラクターの体制をみると、「自治体職員（正職員）」が93.9%と多く、次いで「外部委託」（48.5%）、「自治体職員（臨時職員）」（45.5%）となっており、外部委託が占める割合が市区町村に比べて多い。

図表 52 ご当地キャラクターの体制（複数回答）



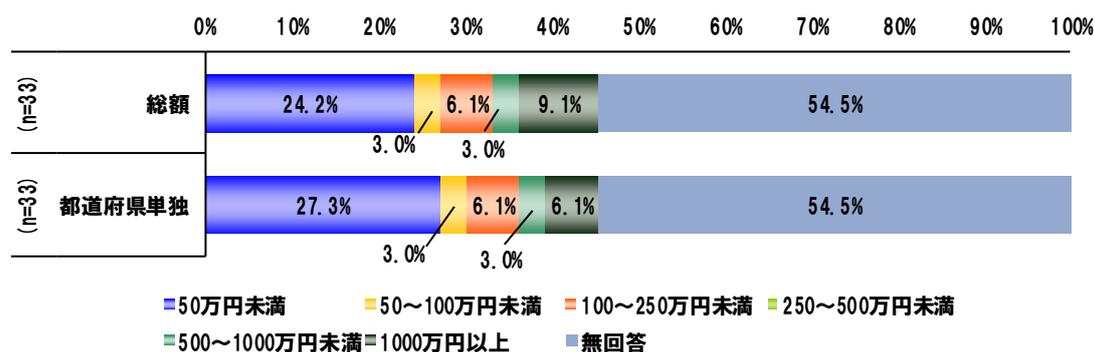
資料)「都道府県アンケート」より

2-4-2 予算

・予算規模は「50万円未満」が最も多く、1,000万円以上も一定程度みられる。

ご当地キャラクターの2013年度の予算をみると、「50万円未満」が24.2%ともっと多く、次いで「1,000万円以上」が9.1%、「100～250万円未満」が6.1%となっており、都道府県単独予算をみても同様の傾向がみられる。

図表 53 ご当地キャラクターの予算（2013年度、単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

2-5 公営キャラクターの知的財産管理

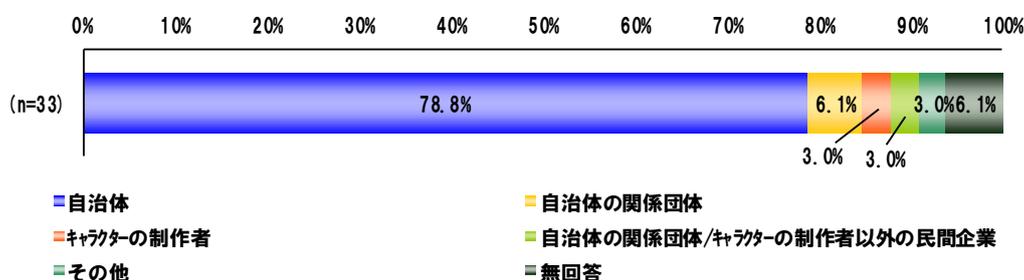
・著作権については自治体の保有が約8割、商標登録も約7割が行っている。

著作権の保有者を見ると、「自治体」が 78.8%と最も多く、次いで「自治体の関係団体」(6.1%) となっている【図表 54】。

ライセンス利用については、「自治体以外にライセンス利用を認めている」が 81.8%となっており【図表 55】、このうち「使用料は徴収していないが、認可制としている」が 63.3%となっている【図表 56】。

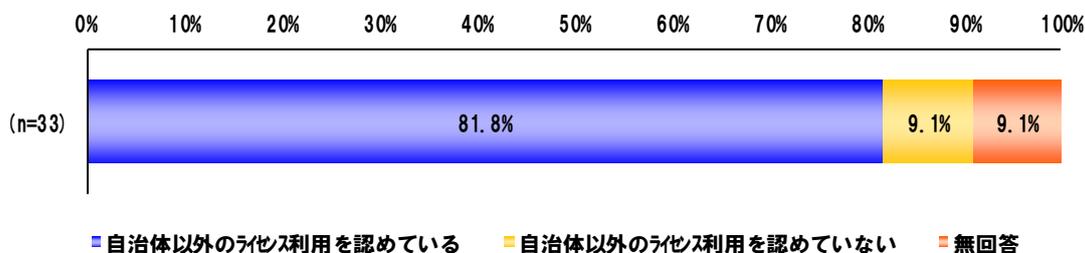
また、「商標登録」は 69.7%の自治体で行われており、市区町村に比べて高い値となっている【図表 57】。

図表 54 著作権の保有者（単一回答）



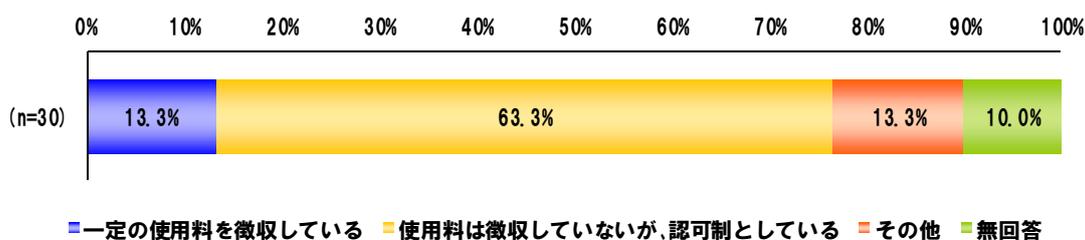
資料)「都道府県アンケート」より

図表 55 自治体以外のライセンスを許可（単一回答）



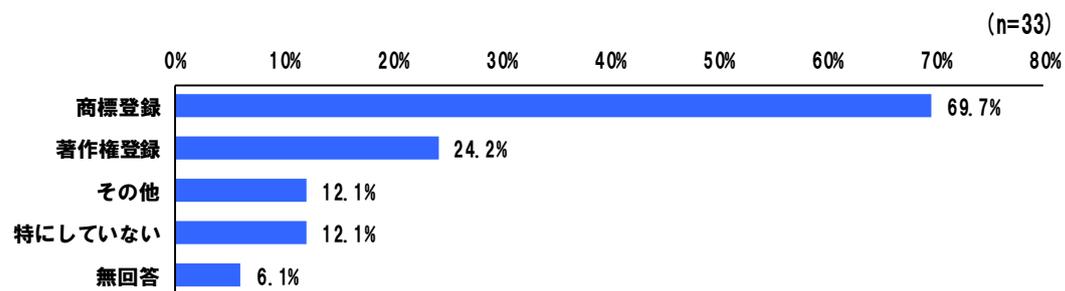
資料)「都道府県アンケート」より

図表 56 二次利用のライセンス管理の方針（単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

図表 57 商標登録等の有無（複数回答）



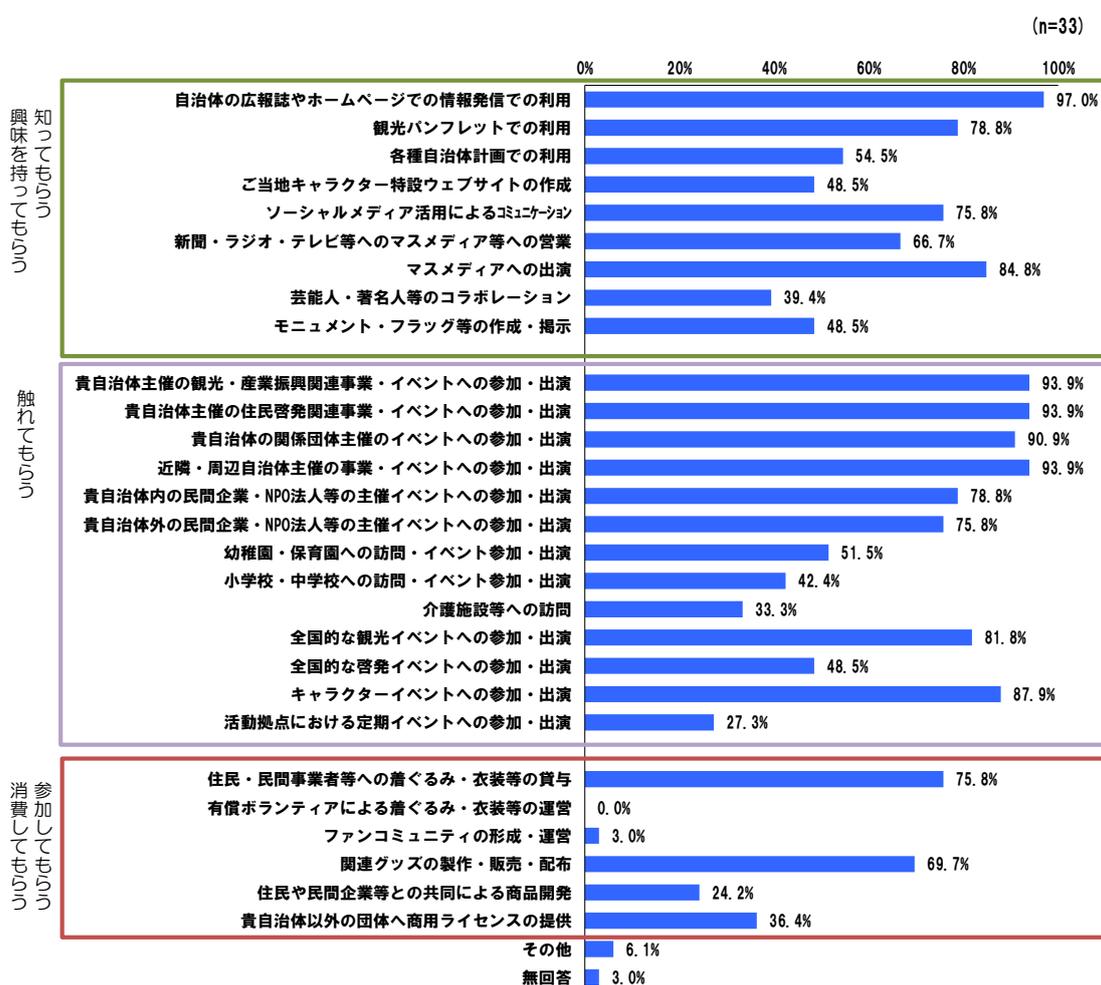
資料)「都道府県アンケート」より

2-6 公営キャラクターの活用状況

・活用状況は全般的に市区町村よりも高く、マスメディアや芸能人・著名人とのコラボレーション等の割合が多くなっている。

活用状況を見ると、「知ってもらう・興味を持ってもらう」項目等では自治体の広報誌等での利用はもちろんであるが、市区町村に比べてマスメディアや芸能人・著名人とのコラボレーション等の項目の割合が多い。これは人口規模が大きくなることによって出身芸能人等とのコラボレーションが行いやすいことや、マスメディアとの繋がりを持つ人が増えることが背景になっているのだと思われる。

図表 58 活用状況（複数回答）



資料)「都道府県アンケート」より

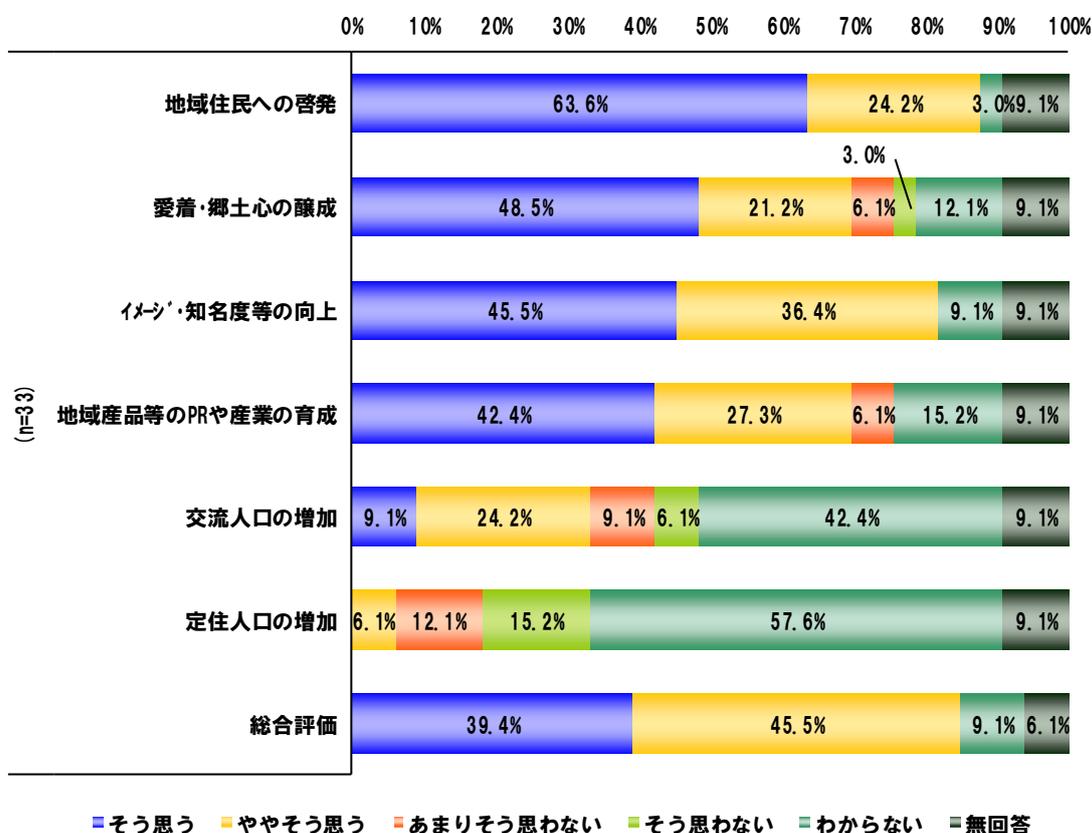
2-7 取組に対する評価

2-7-1 自己評価

・「地域住民への啓発」や「愛着・郷土心の醸成」に役立ったという回答が多いのに対して、地域の「交流人口の増加」や「定住人口の増加」につながったという回答は少なかった。

自己評価について「そう思う」に着目すると、「地域住民への啓発」が63.6%と最も多く、「愛着・郷土心の醸成」(48.5%)、「イメージ・知名度等の向上」(45.5%)、「地域産品等のPRや産業の育成」(42.4%)、「交流人口の増加」(9.1%)、「定住人口の増加」になると0%となっている。このことから、地域住民への発信、地域外へのPR、経済効果の順で効果が出ている傾向にある。

図表 59 自己評価（単一回答）



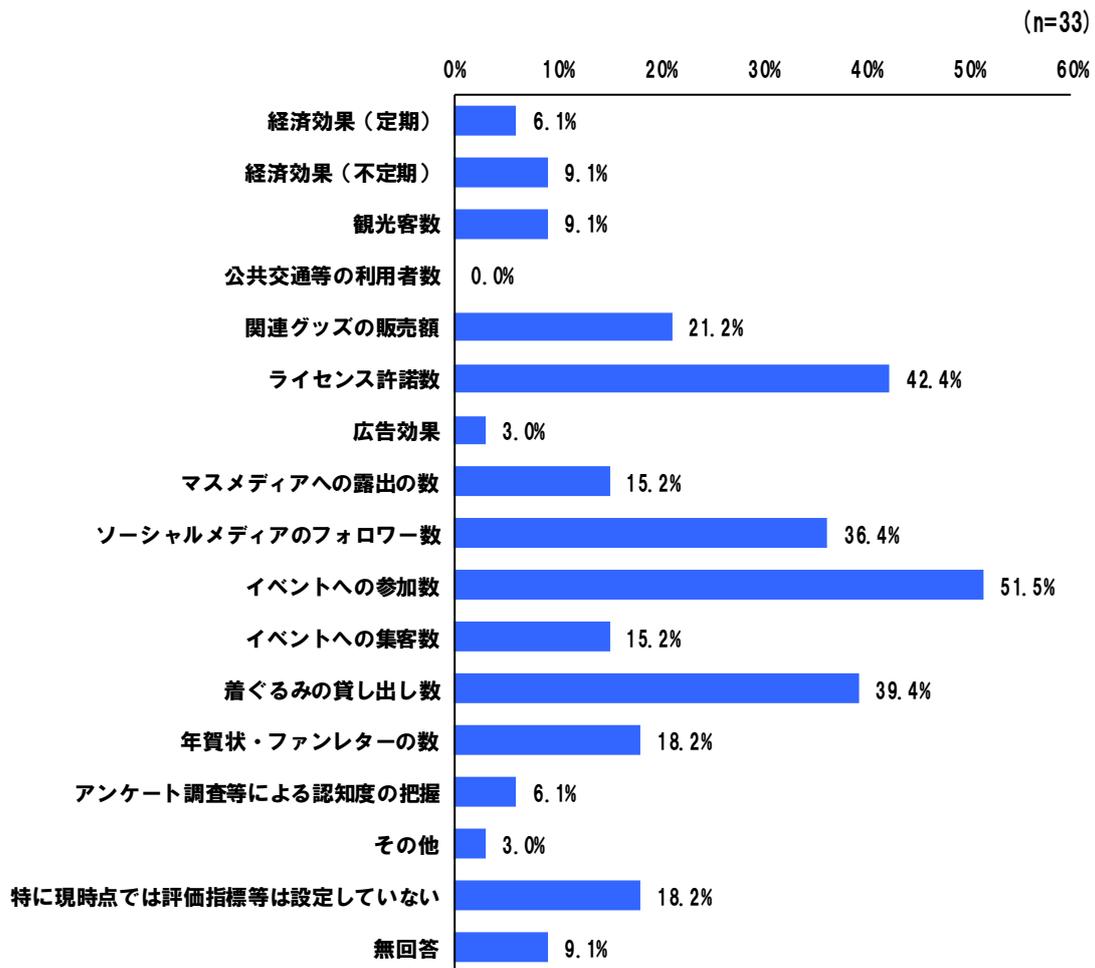
資料)「都道府県アンケート」より

2-7-2 評価指標

・評価指標は「イベントの参加数」が最も多く、「指標を設定していない」は市区町村よりも少なく、評価指標を明示しているケースが多い。

評価指標をみると、「イベントの参加数」が 51.5%と最も多く、次いで「ライセンス許諾数」(42.4%)、「着ぐるみの貸し出し数」(39.4%) となっている。一方で、「現時点では評価指標等は設定していない」が 18.2%みられた。

図表 60 評価指標（複数回答）



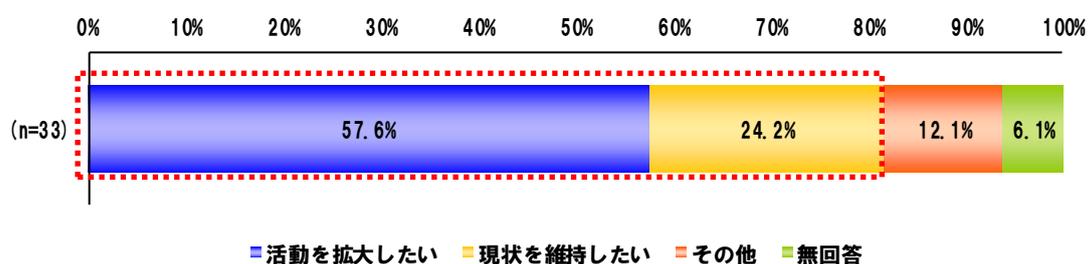
資料)「都道府県アンケート」より

2-7-3 今後の活動方針

・今後、「活動を拡大したい」「活動を維持したい」が約8割を占める。

今後の活動方針をみると、「活動を拡大したい」が57.6%となっており、「活動を維持したい」が24.2%となっており、当面は拡大・維持されるという傾向がみられる。その他は活動経緯となった事業が終了予定であるため、今後の運用については未定となっているという回答や、情勢をみながら対応したいという回答もみられる。

図表 61 今後の活動方針（単一回答）



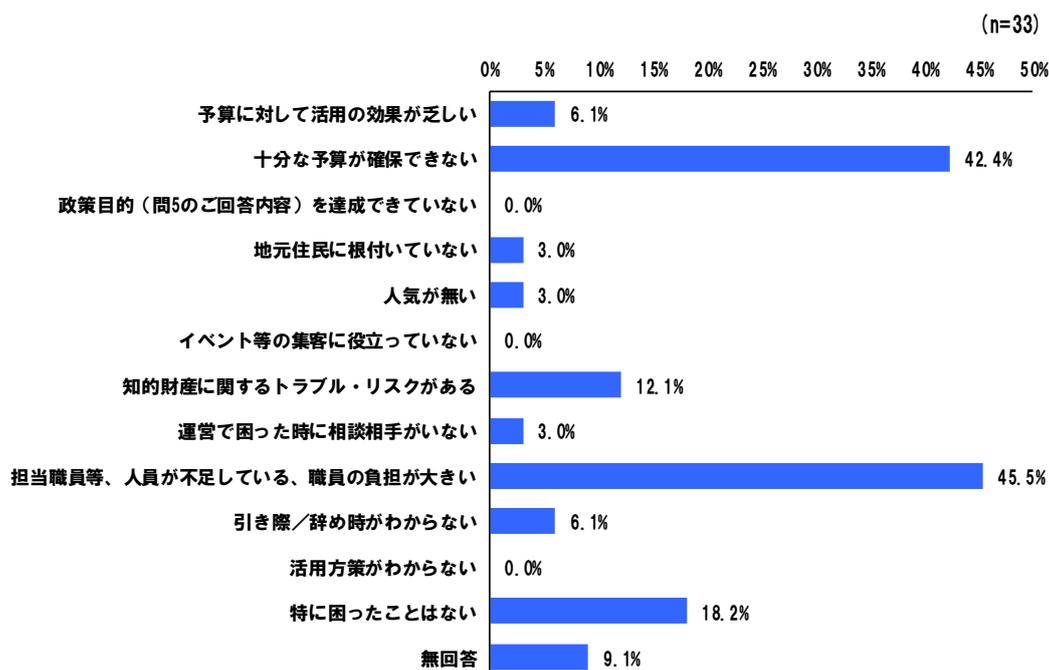
資料)「都道府県アンケート」より

2-8 活動の課題

・「担当職員等、人員が不足している、職員の負担が大きい」、「十分な予算が確保できない」といった課題が多く挙げられている。

活動の課題をみると、「担当職員等、人員が不足している、職員の負担が大きい」が45.5%と最も多く、次いで「十分な予算が確保できない」(42.4%)となっており、他の項目よりも圧倒的に多くなっている。一方で、「特に困ったことはない」も18.2%となっている。

図表 62 活動の課題（複数回答）



資料)「都道府県アンケート」より

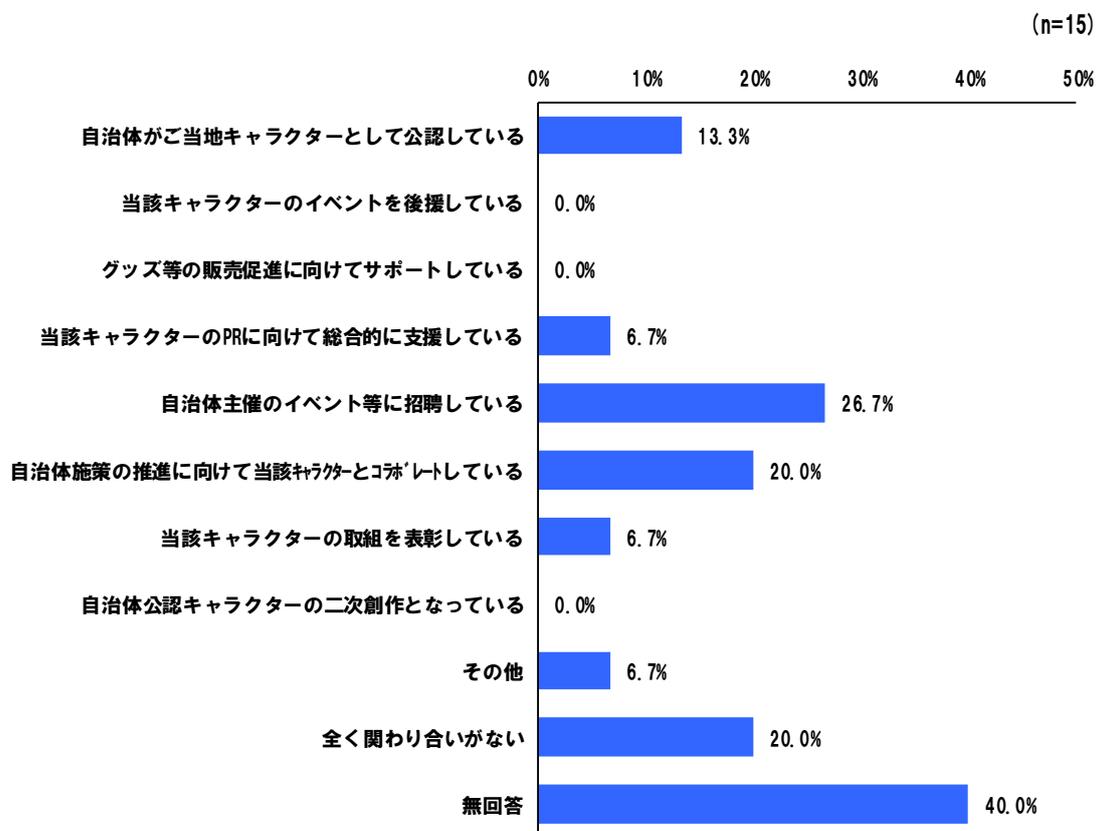
2-9 民営キャラクターとの関わり

2-9-1 自治体との関わりについて

・民営キャラクターとの関わりは、全体的に市区町村よりも少ない傾向にある。

民営キャラクターとの関わりをみると、「自治体主催のイベント等に招聘している」が26.7%となっており、次いで「自治体施策の推進に向けて当該キャラクターとコラボレートしている」(20.0%)、「自治体のご当地キャラクターとして公認している」(13.3%)となっている。一方で、「全く関わり合いがない」が20.0%であり、「無回答」である40.0%と合計すると6割となる。

図表 63 民営キャラクターとの関わり（複数回答）



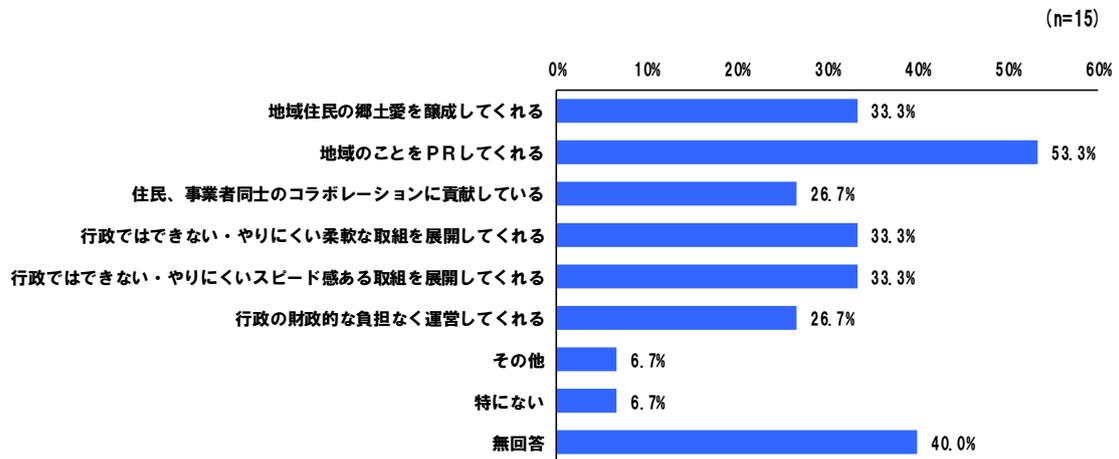
資料)「都道府県アンケート」より

2-9-2 民営キャラクターのメリット・デメリット

・民営キャラクターのメリットは「地域のことをPRしてくれる」が最も多く、デメリットは「特にない」が最も多い。

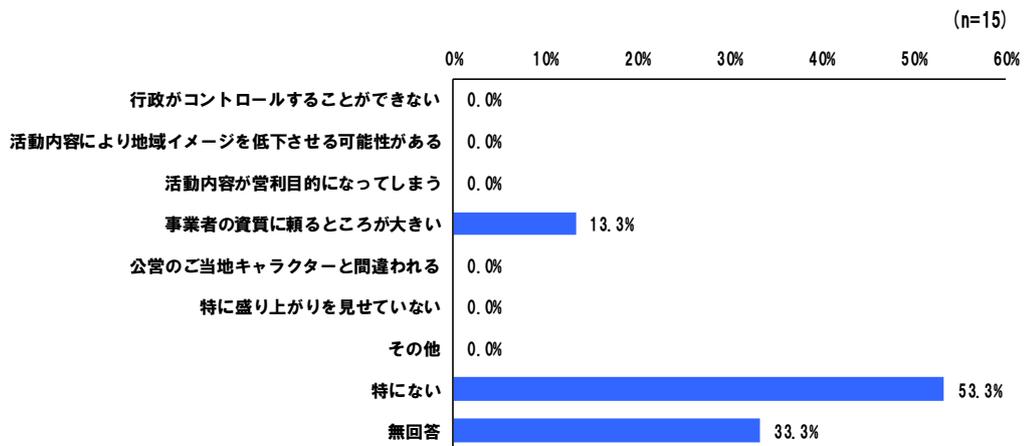
民営キャラクターのメリットとして、「地域のことをPRしてくれる」が53.3%と最も高く、「地域住民の郷土愛を醸成してくれる」、「行政ではできない・やりにくい柔軟な取組を展開してくれる」、「行政ではできない・やりにくいスピード感ある取組を展開してくれる」が33.3%で拮抗している【図表64】。一方で、デメリットは「事業者の資質に頼るところが大きい」が13.3%となっているが、「特にない」が53.3%、無回答が33.3%となっている。全体的に民営キャラクターとの関わりが少ないためか、無回答の割合が多くなっている【図表65】。

図表 64 民営キャラクターのメリット（複数回答）



資料)「都道府県アンケート」より

図表 65 民営キャラクターのデメリット（複数回答）



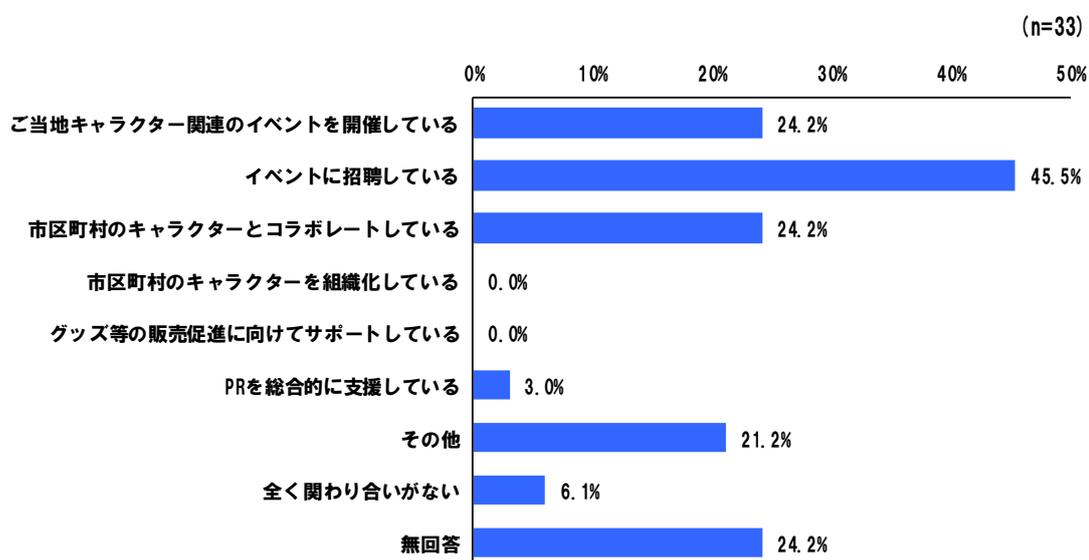
資料)「都道府県アンケート」より

2-10 所管内の市区町村のキャラクターとの関係

・所管内の市区町村のキャラクターとの関係をみると、「市区町村のご当地キャラクターを招聘している」が最も多い。

所管内の市区町村のキャラクターとの関係をみると、「市区町村のご当地キャラクターを招聘している」が45.5%と最も多く、「ご当地キャラクター関係のイベントを開催している」と「市区町村のキャラクターとコラボレートしている」が24.2%となっている。一方で、「全く関わり合いがない」が6.1%、「無回答」が24.2%となっており3割程度の都道府県は、市区町村のキャラクターとの関わり合いが少ないと思われる。

図表 66 所管内の市区町村キャラクターとの関係（複数回答）



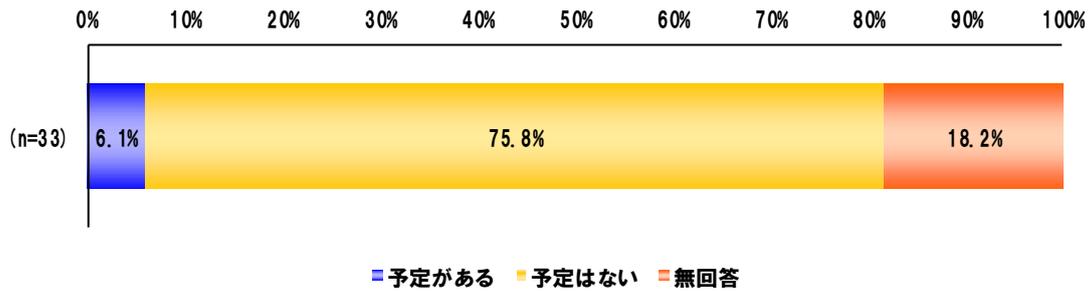
資料)「都道府県アンケート」より

2-11 今後のキャラクターの作成意向

・今後のキャラクターの作成意向をみると、「予定が無い」が全体の約8割となっている。

今後のキャラクターの作成意向をみると、「予定がある」が6.1%となっており、「予定はない」が75.8%となっている。

図表 67 今後のキャラクターの作成意向（単一回答）



資料)「都道府県アンケート」より

第3章 住民アンケート

3-1 住民アンケートの概要

3-1-1 目的

ご当地キャラクターに対する印象やニーズ等を把握することを目的に、一般住民を対象としたインターネットアンケート調査を実施した。

3-1-2 調査対象・実施方法

調査会社のモニター(一般消費者 18才以上)1,500人を対象にWEB上で調査を行った。1,500人のうち、多摩・島しょ地域在住者は605人、多摩・島しょ地域を除く全国都道府県在住者は895人であった。(回答者はインターネットのブラウザ上で回答するもの)

なお、対象者は2014年住民基本台帳人口における人口比率に合わせて、地域ごとに抽出している。※詳細は「(4)サンプルの構成」を参照

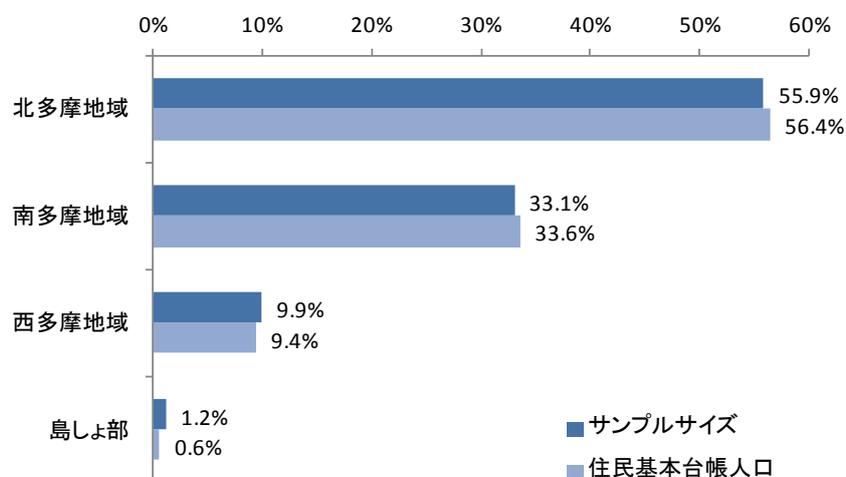
3-1-3 実施時期

2014年8月22日～28日(7日間)

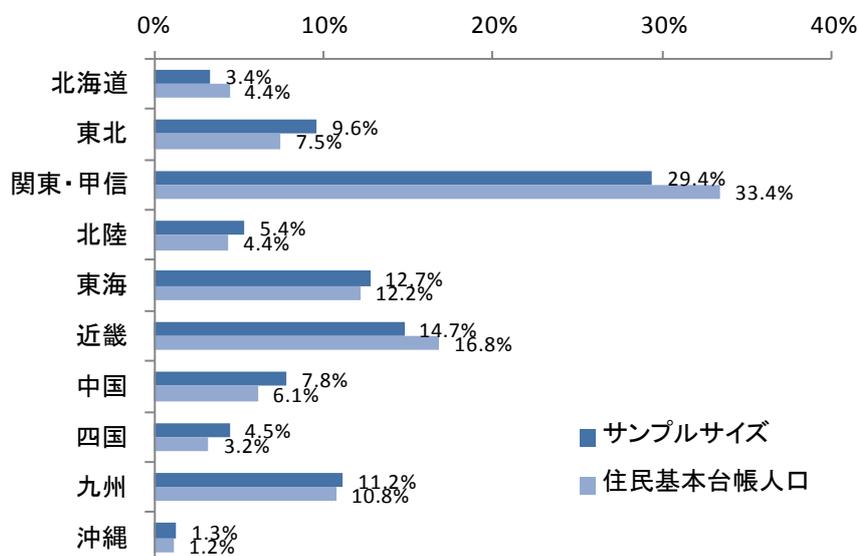
3-1-4 サンプルの構成

本アンケート調査のサンプルの構成は以下の通りである。回答の属性については、地域間のバランスを取るため、2014年住民基本台帳人口の比率に合わせて都道府県ごとに抽出した。一方で、「調査会社の会員」という特性上、年齢の構成に偏りが出ており、本調査結果は30代から50代の意見がより強くでているものとする必要がある。男女別にみると、女性は18～39才、男性は40代以上の割合が大きい。

図表 68 2014 住民基本台帳人口とサンプルの地域別人口構成の比較（多摩・島しょ地域）



図表 69 2014 住民基本台帳人口とサンプルの地域別人口構成の比較（多摩・島しょ地域除く）

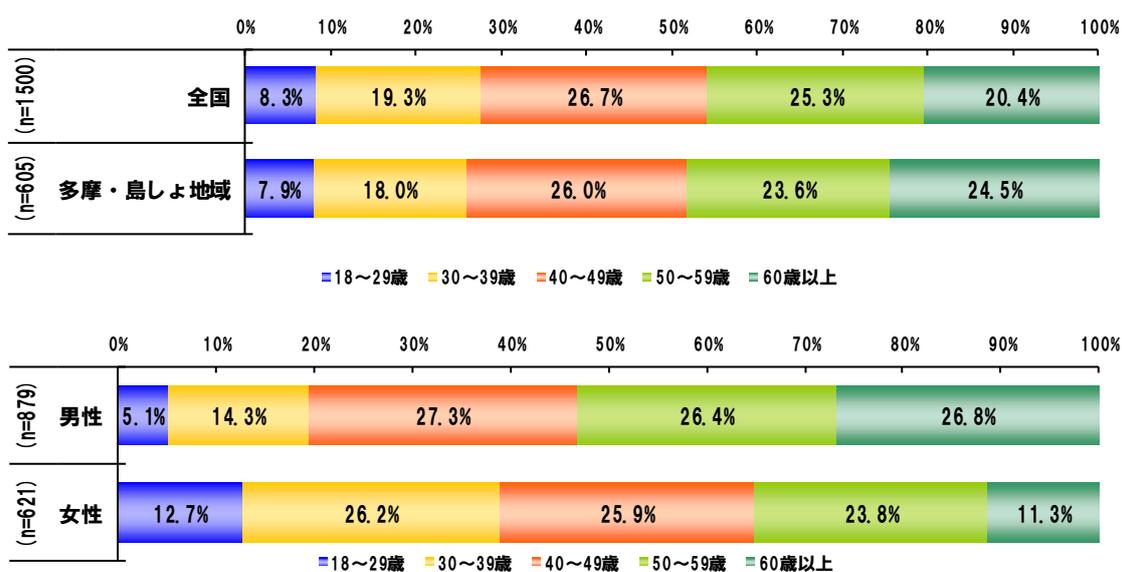


なお、以下の分析では全国の回答傾向及び多摩・島しょ地域独自の傾向を比較・分析する。全国の 1,500 人のうち、多摩・島しょ地域以外の回答者が約 4 割を占めており、全国の傾向については多摩・島しょ地域の傾向が強く出ていることに留意されたい。

図表 70 回答者属性

	全国	多摩・島しょ地域	多摩・島しょ地域以外
サンプルサイズ	1,500 人	605 人	895 人
性別	男性 58.6% 女性 41.4%	男性 57.7% 女性 42.3%	男性 59.2% 女性 40.8%

図表 71 回答者地域別年齢・男女別年齢分布



3-2 ご当地キャラクターへの印象

3-2-1 ご当地キャラクターの認知度・好感度について

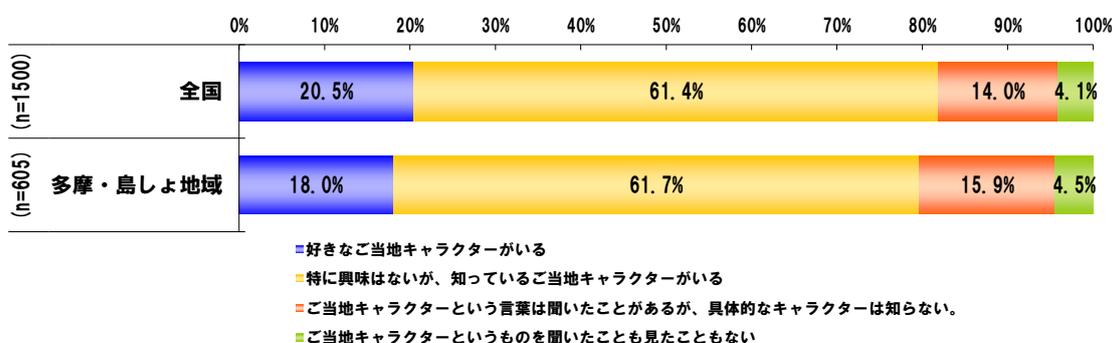
(1) ご当地キャラクターの認知度・好感度

・回答者の約8割がご当地キャラクターを認知している。

ご当地キャラクターへの認知度・好感度をみると、「特に興味はないが、知っているご当地キャラクターがいる」が61.4%と最も多く、次いで「好きなご当地キャラクターがいる」(20.5%)となっており、81.9%の人にご当地キャラクターが認知されている。

多摩・島しょ地域については、「ご当地キャラクターという言葉は聞いたことがあるが、具体的なキャラクターは知らない」が全国よりもやや多い一方で、「好きなご当地キャラクターがいる」が少ない傾向にあるが、大きな差は見られない。

図表 72 ご当地キャラクターへの好意・興味の有無（単一回答）



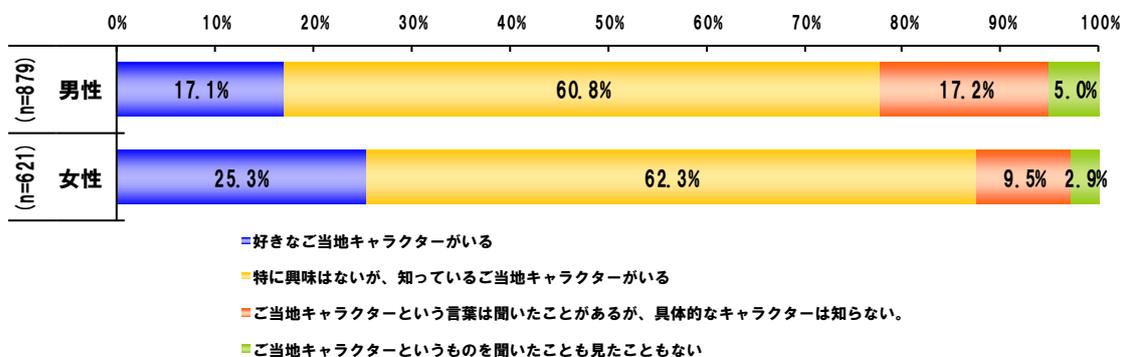
資料)「住民アンケート」より

(2) ご当地キャラクターの認知度・好感度（性別・子供の属性別）

- ・男性よりも女性のほうが、ご当地キャラクターに好意を持っている割合が多い。
- ・高校生以下の子どもを持つ親は、好きなご当地キャラクターがいる割合が多い。

属性別にみると、女性のほうが男性よりも好きなキャラクターがいる割合は多い。

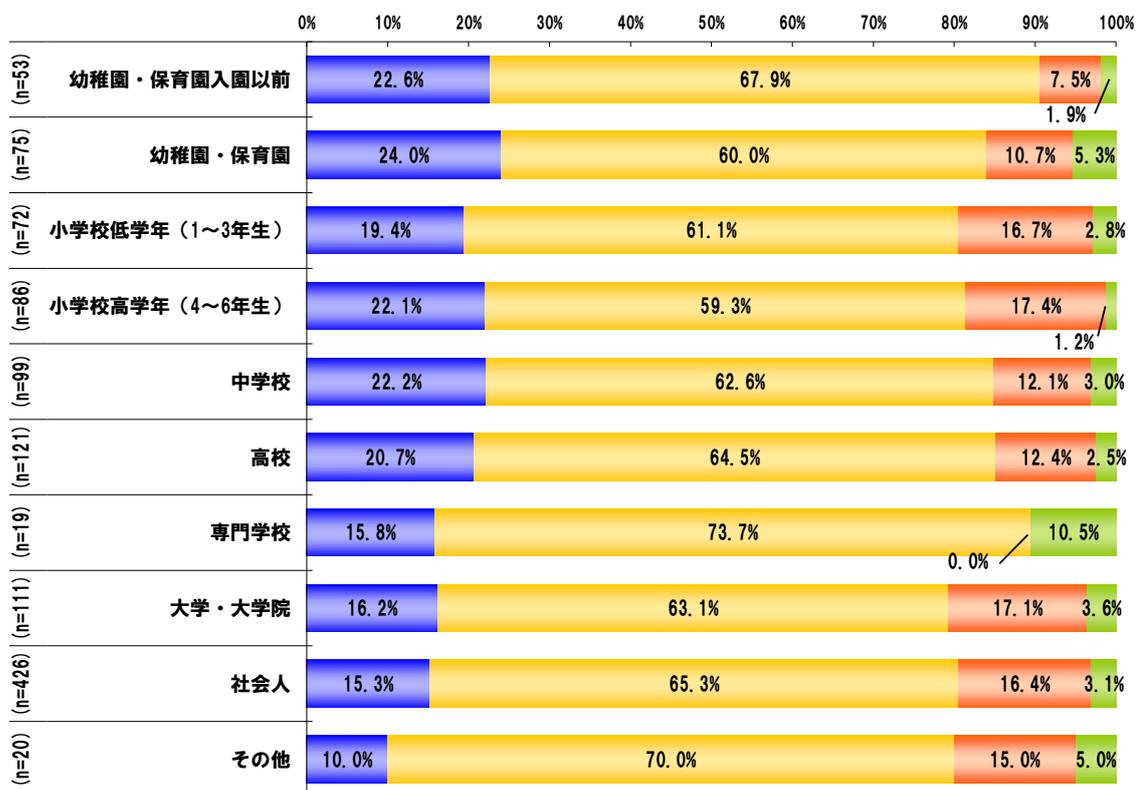
図表 73 性別ごとのご当地キャラクターへの好意・興味の有無（単一回答）



資料)「住民アンケート」より

また、子どもがいる回答者を対象に子どもの属性別をみると、「高校」以前では好きなご当地キャラクターがいる人の割合が約2割と多いが、「専門学校」以降では割合が少ない。

図表 74 子どもの通学・通期状況別 ご当地キャラクターへの好意・興味の有無（複数回答）



- (n=149) 好きなご当地キャラクターがいる
- (n=529) 特に興味はないが、知っているご当地キャラクターがいる
- (n=119) ご当地キャラクターという言葉は聞いたことがあるが、具体的なキャラクターは知らない。
- (n=28) ご当地キャラクターというものを聞いたことも見たこともない

資料) 「住民アンケート」より

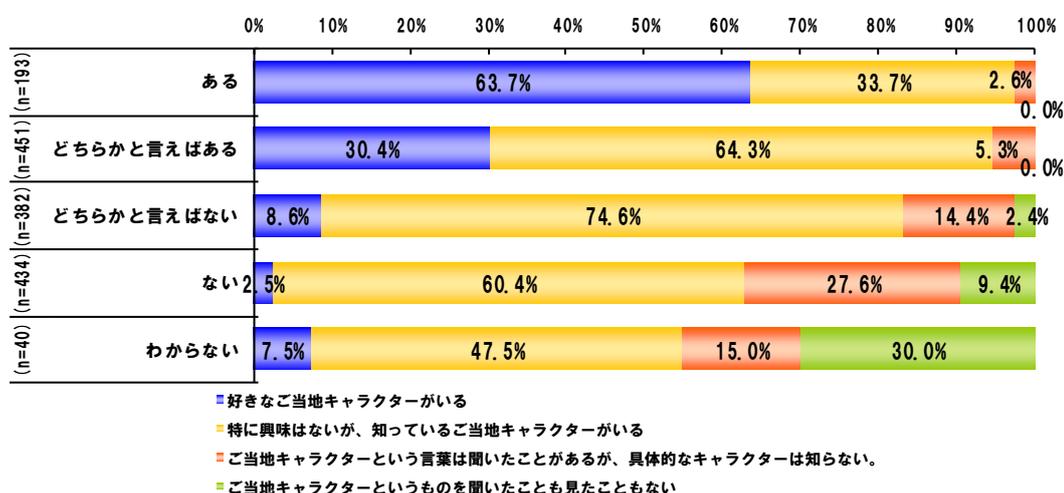
(3) ご当地キャラクターの認知度・好感度（そのほかのキャラクター全般への興味別）

・一般的にキャラクターが好きな人は、ご当地キャラクターにも興味を持っている。

キャラクター全般（キャラクターグッズのキャラクターや、マスコットキャラクター、映画、アニメ、漫画の登場人物・動物等）への興味を段階別にみると、キャラクター全般に興味がある人の方が、「好きなご当地キャラクターがいる」の割合が多いことがわかる。

特に、キャラクターに興味がある・「どちらかと言えばある」と答えた人は、「ご当地キャラクター」というものを聞いたことも見たこともない」の回答が0%となっている。一方で、キャラクターに興味がない人は、ご当地キャラクター名や存在そのものを認知していないと回答する割合が多い傾向にある。

図表 75 キャラクターへの興味有無別 ご当地キャラクターへの好意・興味の有無（単一回答）



資料) 「住民アンケート」より

3-2-2 ご当地キャラクターへの印象・効果

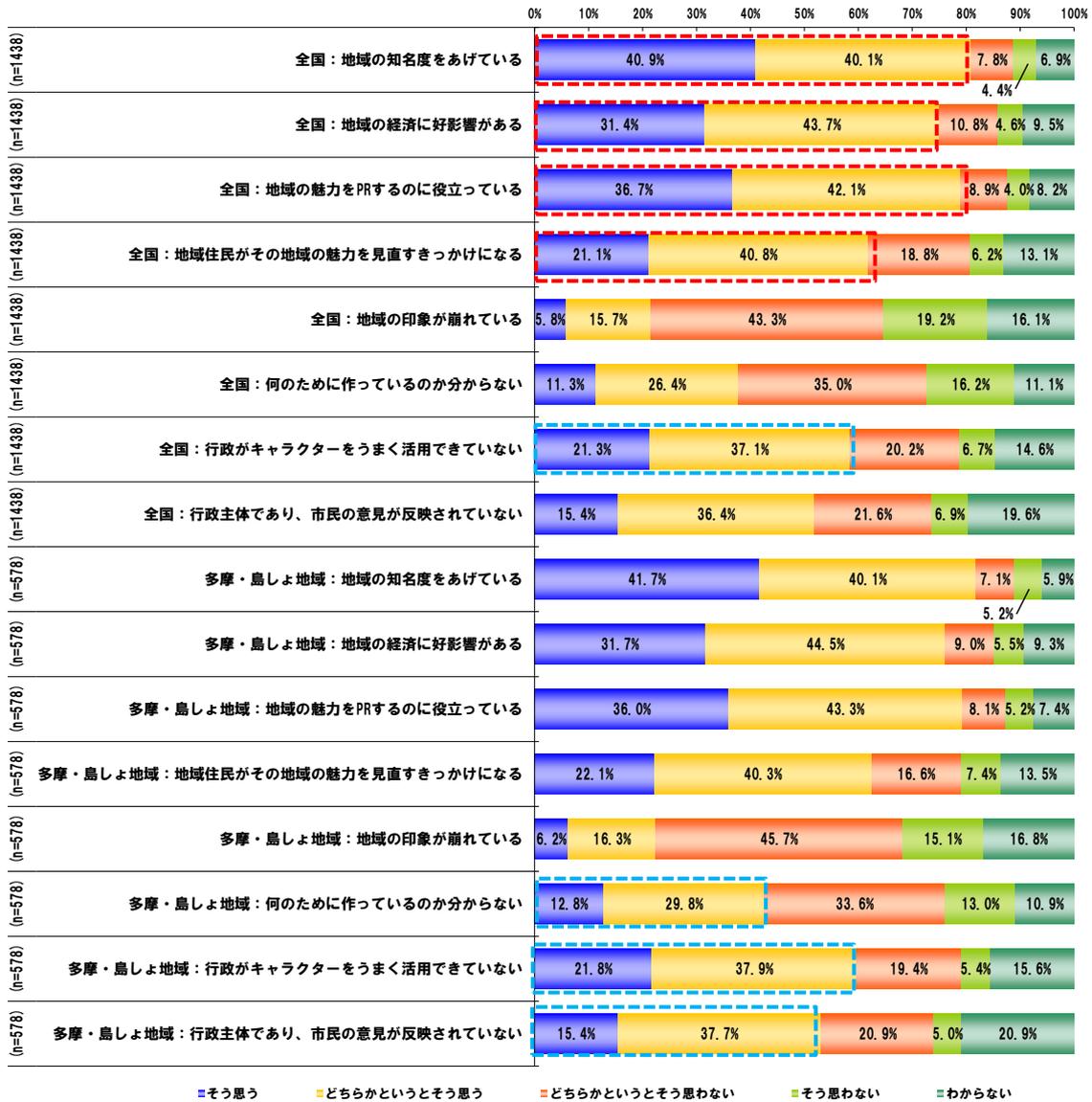
- 多くの人がご当地キャラクターそのものは地域の知名度の向上や地域の魅力のPRに寄与すると感じているが、行政によるご当地キャラクターの活用方法に関しては否定的な意見を持つ人も半数程度いる。
- 多摩・島しょ地域では、約4割の人がご当地キャラクターの製作意義に疑問を抱いており、全国よりも割合が多い。

ご当地キャラクターへの印象について「そう思う」「どちらかというと思う」の合計値に着目すると、「ご当地キャラクターは地域の知名度を上げている」が81%と最も多く、次いで「地域の魅力をPRするのに役立っている」(78.8%)、「地域の経済に好影響がある」(75.1%)、「地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる」(61.9%)となっている。

一方で、否定的な意見として、「行政がキャラクターをうまく活用できていない」が58.4%と最も多く、次いで「行政主体であり、市民の意見が反映されていない」(51.8%)、「何のために作っているのかわからない」(37.7%)となっている。ご当地キャラクターを肯定的に捉える割合が高いものの、一方で行政のご当地キャラクターの活用方法について課題であると感じている人もみられる。

多摩・島しょ地域においては「何のために作っているのかわからない」が42.6%と全国に比べて多く、ご当地キャラクターの製作意義に疑問を抱いている傾向にある。

図表 76 地域別 ご当地キャラクターへの印象（単一回答）



資料)「住民アンケート」より

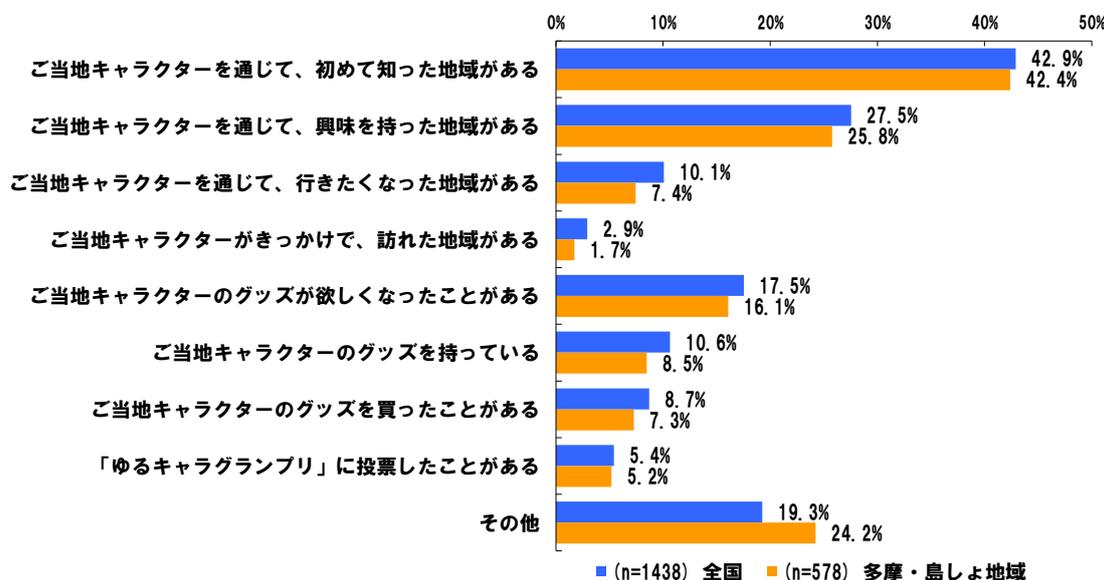
3-2-3 ご当地キャラクターがきっかけで興味を持ったこと・経験したこと

- ・ご当地キャラクターがきっかけで、初めて知った地域がある、地域に興味を持ったと回答した人の割合が多い。
- ・多摩・島しょ地域では、全ての項目で全国よりも割合が小さい。

ご当地キャラクターがきっかけとなり、地域について知ったこと・興味を持ったこと、経験のある行動をみると、「ご当地キャラクターを通じて、初めて知った地域がある」が42.9%と最も多く、次いで「ご当地キャラクターを通じて、興味を持った地域がある」(27.5%)となっている。しかし、「ご当地キャラクターを通じて、行きたくなった地域がある」や「ご当地キャラクターがきっかけで、訪れた地域がある」等、実際の行動につながる割合は、地域に対して興味を抱く割合よりも、少なくなる傾向にある。

多摩・島しょ地域においては「ご当地キャラクターを通じて、初めて知った地域がある」や「ゆるキャラグランプリ」に投票したことがある」といった意見では全国と顕著な差はみられないが、それ以外の項目の割合が少なく、特にご当地キャラクターをきっかけとして興味を持つことや実際に行動を起こした人の割合が少なくなっている。また、多摩・島しょ地域では「その他」の割合が大きく、その中では「特にない」や「興味がない」という意見が多数を占めている。

図表 77 ご当地キャラクターに係る行動・ご当地キャラクターがもたらした効果（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

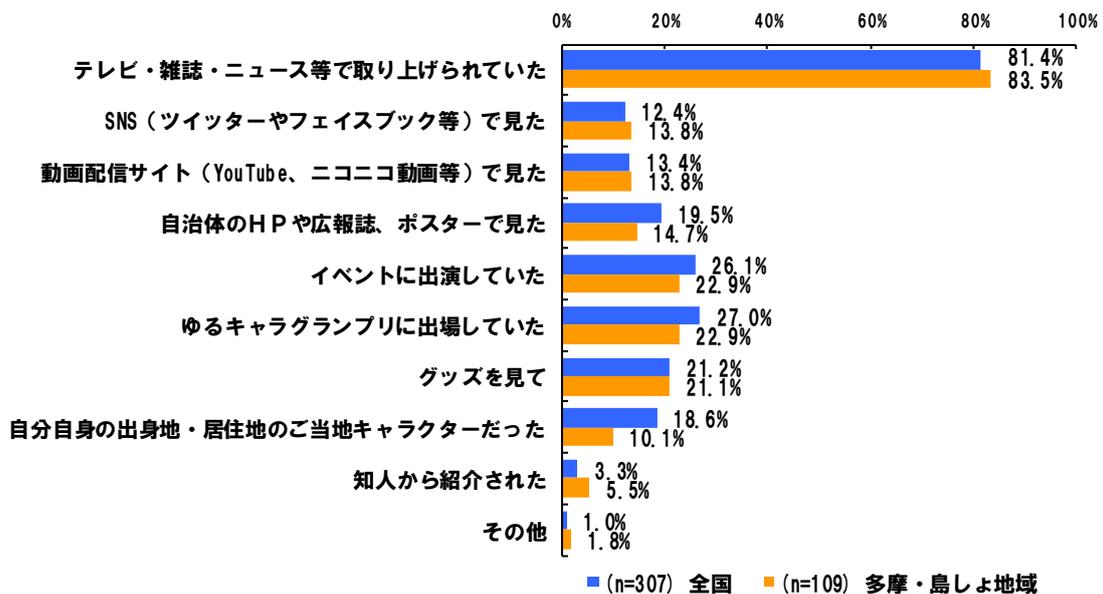
3-2-4 好きなご当地キャラクターを知ったきっかけ

- ・ご当地キャラクターを知ったきっかけはテレビ・雑誌・ニュース等が最も多くなっている。
- ・多摩・島しょ地域では、「自分自身の出身地・居住地のご当地キャラクターだった」と回答した割合が全国に比べて少ない。

好きなご当地キャラクターを知ったきっかけをみると、「テレビ・雑誌・ニュース等を取り上げられていた」が81.4%と圧倒的に多く、次いで「ゆるキャラグランプリに出演していた」(27.0%)、「イベントに出演していた」(26.1%)となっている。グッズや自治体のHP(ホームページ)や広報誌等を見て知った人も一定数存在することがわかる。

多摩・島しょ地域では、テレビ、雑誌等のマスメディアやSNS、動画配信サイト等のインターネット上で取得できるメディアを介して知った割合に大きな差は無いが、「自分自身の出身地・居住地のご当地キャラクターだった」が10.1%と全国に比べて少ない値となっている。また「自治体のHPや広報誌、ポスターで見た」が14.7%とより少ない傾向にある。

図表 78 好きなご当地キャラクターを知ったきっかけ(複数回答)



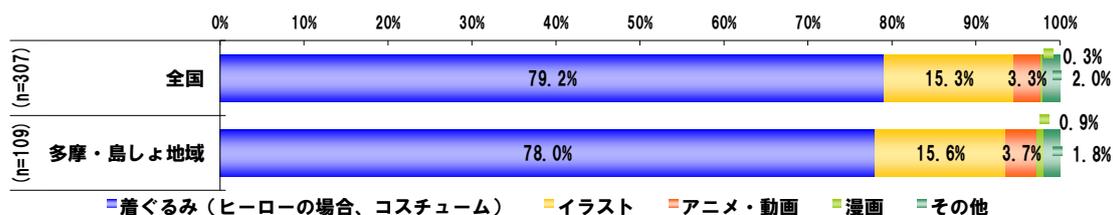
資料)「住民アンケート」より

3-2-5 好きなご当地キャラクターの最も好きな形態について

・好きなご当地キャラクターの形態が「着ぐるみ」と回答した人が約8割を占める。

好きなご当地キャラクターがいる人を対象に好きな形態を尋ねたところ、「着ぐるみ（ヒーローの場合、コスチューム）」が79.2%と最も多く、「イラスト」や「アニメ・動画」等に比べて圧倒的に多い。多摩・島しょ地域でも同様の傾向となっている。

図表 79 好きな形態（単一回答）



資料)「住民アンケート」より

3-3 ご当地キャラクターを好きになったきっかけ

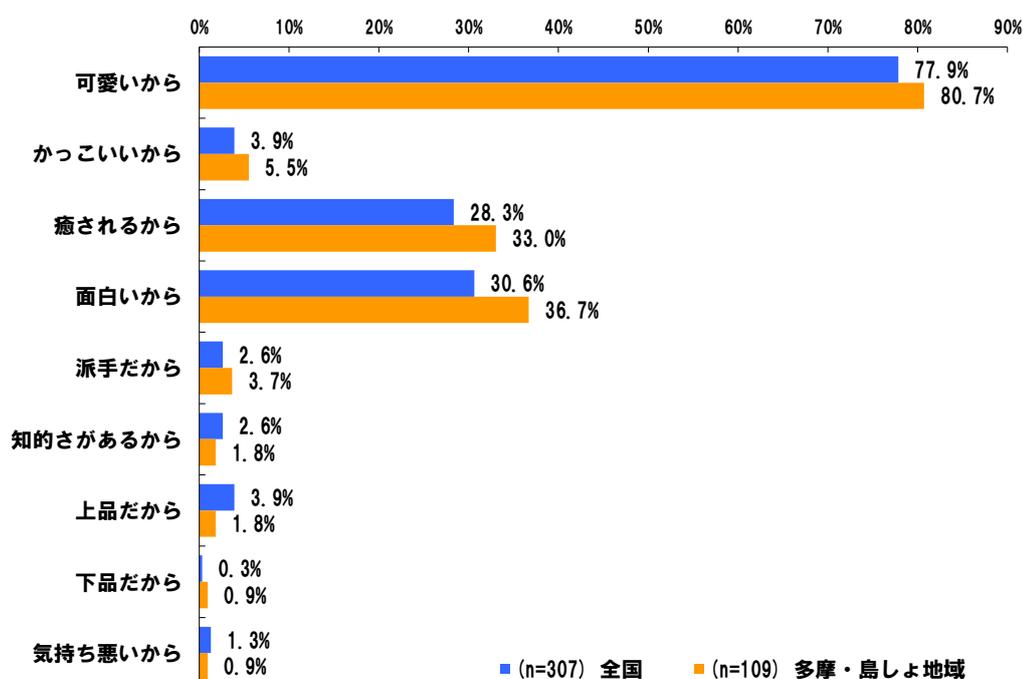
3-3-1 ご当地キャラクターを好きになるきっかけとなった容姿・言動

(1) 見た目について

・見た目が「可愛いから」好きになった人が最も多い。

見た目については、「可愛いから」が77.9%と最も多く、次いで「面白いから」(30.6%)、「癒されるから」(28.3%)となっている。多摩・島しょ地域も同様の傾向である。

図表 80 好きになったきっかけ 【見た目】(複数回答)



資料)「住民アンケート」より

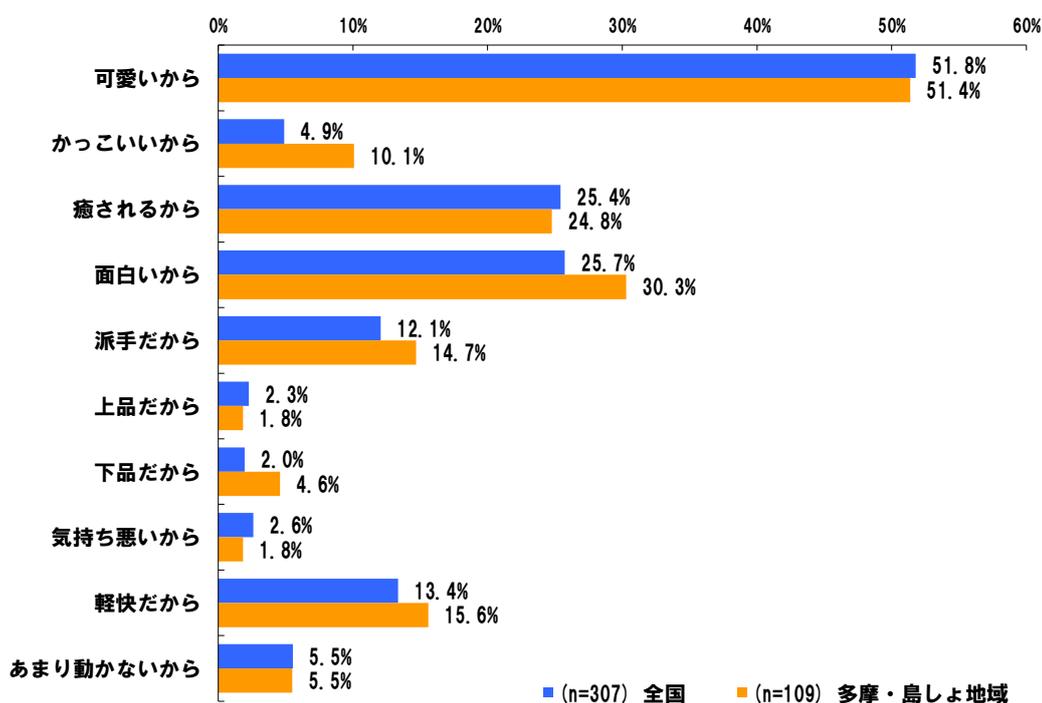
(2) 動きについて

- 動きも見た目と同様に「可愛いから」好きになった人が多い。
- 多摩・島しょ地域では、動きが「面白いから」「下品だから」等のユニークな特徴をきっかけに好きになった人の割合が全国よりも多い。

動きについては、見た目と同様、「可愛いから」が最も高く 51.8%となっている。

多摩・島しょ地域では、「かっこいいから」や、「面白いから」「派手だから」「下品だから」「軽快だから」といったユニークさが、好きになったきっかけとなる傾向がある。

図表 81 好きになったきっかけ 【動き】(複数回答)



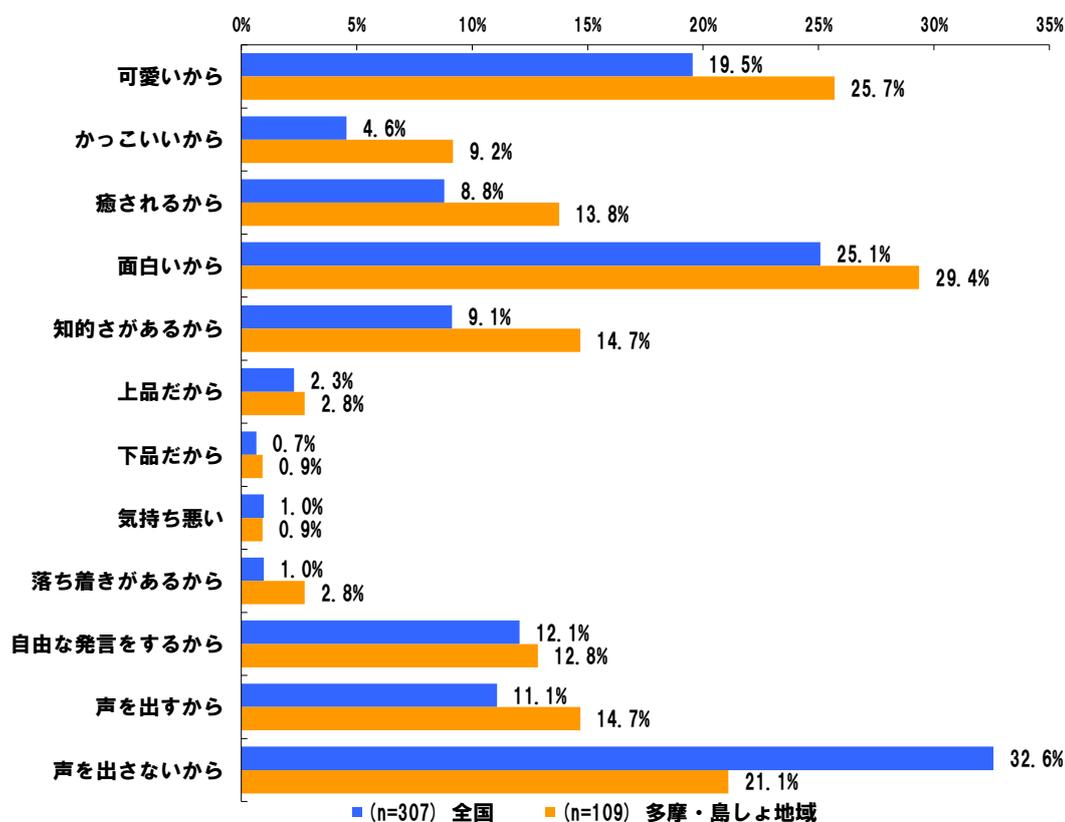
資料)「住民アンケート」より

(3) 発言について

- 可愛い発言や面白い発言をするご当地キャラクターが好まれる傾向にある。
- 声（音声）を發さないご当地キャラクターの方が好まれる傾向にある。

発言については、発言の内容が「面白いから」（25.1%）、「可愛いから」（19.5%）好きという割合が多い。また、声（音声）に関しては「声を出さないから」好きが多く（32.6%）、「声を出すから」好き（11.1%）を上回っていることから、声（音声）を發さないキャラクターは夢があり、が好まれる傾向にある。

図表 82 好きになったきっかけ 【発言】（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

3-3-2 ご当地キャラクターを好きになるきっかけとなった活動内容や背景・設定

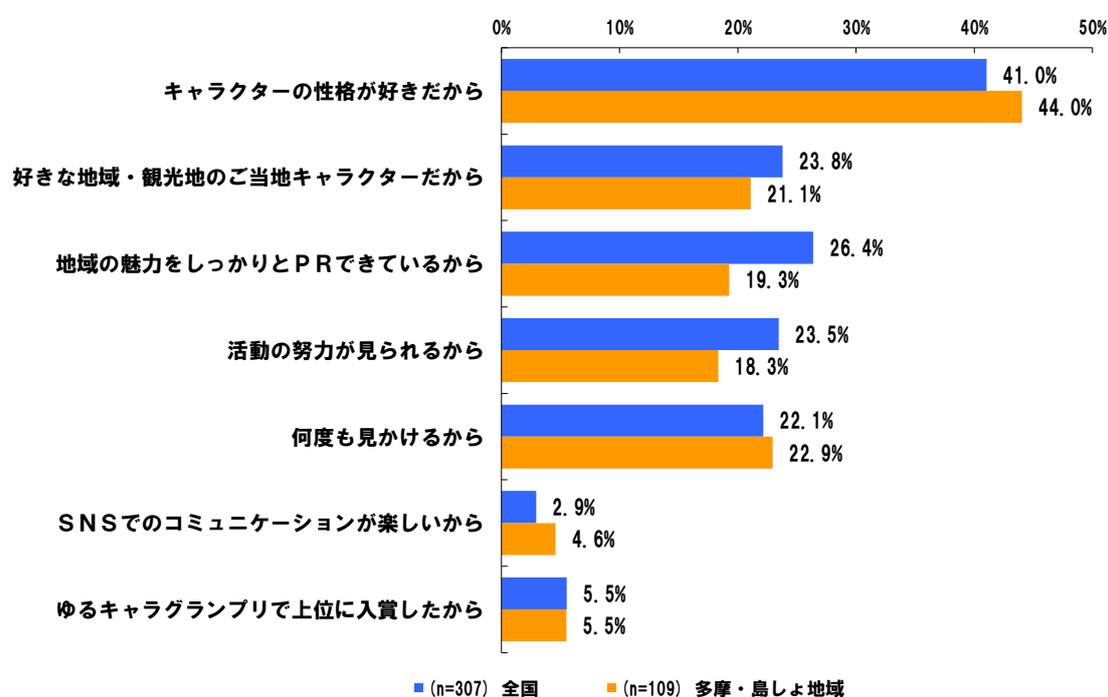
(1) 活動について

・キャラクターの性格がきっかけで好きになった人が多い。

活動については、「キャラクターの性格が好きだから」が41%と最も多く、次いで「地域の魅力をしっかりとPRできているから」が26.4%となっている。また、「好きな地域・観光地のご当地キャラクターだから」が23.8%となっている。

多摩・島しょ地域では、「地域の魅力をしっかりとPRできているから」「活動の努力が見られるから」の割合が少ない。

図表 83 好きになったきっかけ 【活動】(複数回答)



資料)「住民アンケート」より

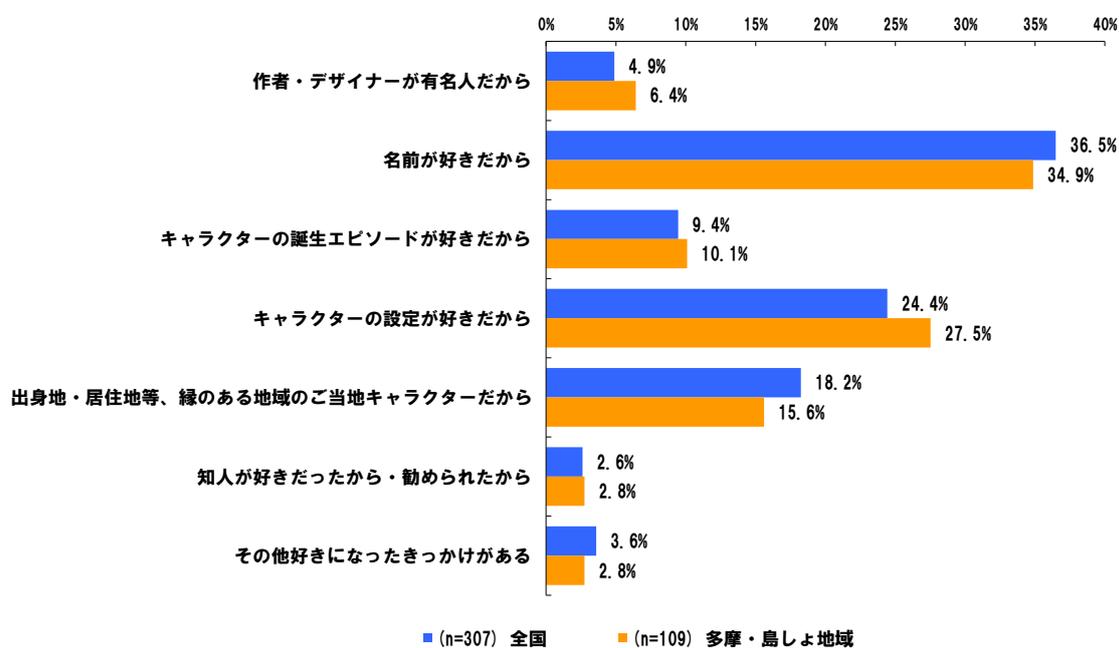
(2) 背景・ストーリーについて

- ・名前がきっかけで好きになった人が多い。
- ・多摩・島しょ地域では、「キャラクターの設定が好きだから」という回答が多い。

背景・ストーリーについては、ご当地キャラクターの「名前が好きだから」好きになったと答えた人が36.5%と最も多く、次いで「キャラクターの設定が好きだから」が24.4%となっており、18.2%の人が自身に縁のある地域のキャラクターだから好きだと答えている。

多摩・島しょ地域では、自身に縁のある地域のキャラクターだから好きだという割合が少なく、一方で、「キャラクターの設定が好きだから」好きという割合が多い。

図表 84 好きになったきっかけ 【背景・ストーリー】(複数回答)



資料)「住民アンケート」より

3-4 ご当地キャラクターによる興味喚起や行動の促進

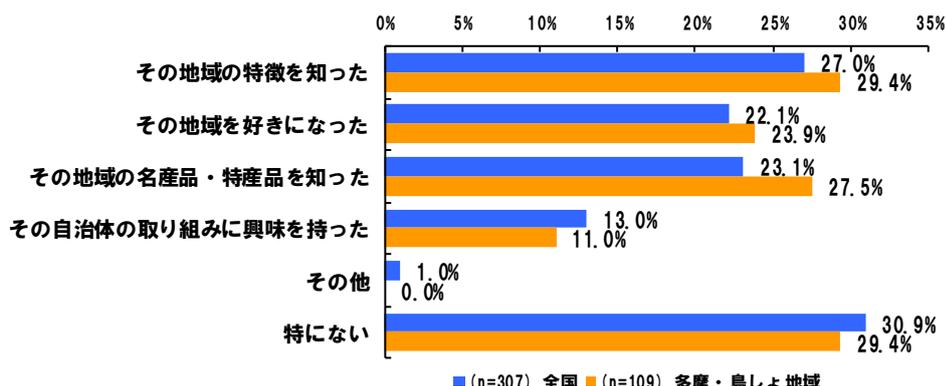
3-4-1 好きなご当地キャラクターにより興味を持ったこと・行動に移したこと

・好きなご当地キャラクターがきっかけで、その地域の特徴を知った人が最も多く、その地域を好きになった、名産品・特産品を知った人も多い。

「好きなご当地キャラクターがいる」人を対象に、ご当地キャラクターをきっかけにその地域に対して興味を持ったこと・起こした行動をみると、「その地域の特徴を知った」が27.0%と最も多く、次いで「その地域の名産品・特産品を知った」(23.1%)、「その地域を好きになった」(22.1%)となっている。「その自治体の取り組みに興味を持った」(13.0%)は比較的少ない【図表 85】。

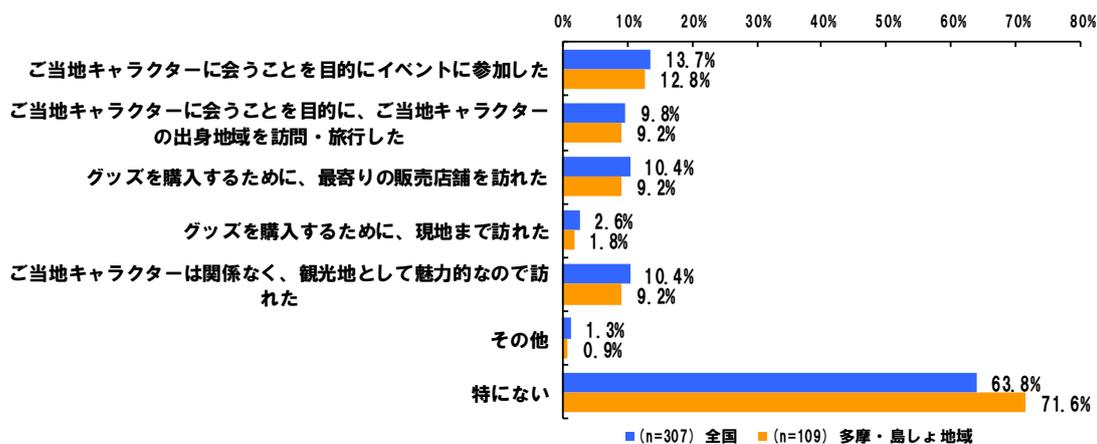
また、実際に起こした行動をみると、「ご当地キャラクターに会うことを目的にイベントに参加した」が13.7%と最も多く、次いで「グッズを購入するために、最寄りの販売店を訪れた」が10.4%、「ご当地キャラクターに合うことを目的に、ご当地キャラクターの出身地域を訪問・旅行した」は9.8%となっている【図表 86】。

図表 85 好きなご当地キャラクターをきっかけに、興味を持ったこと（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

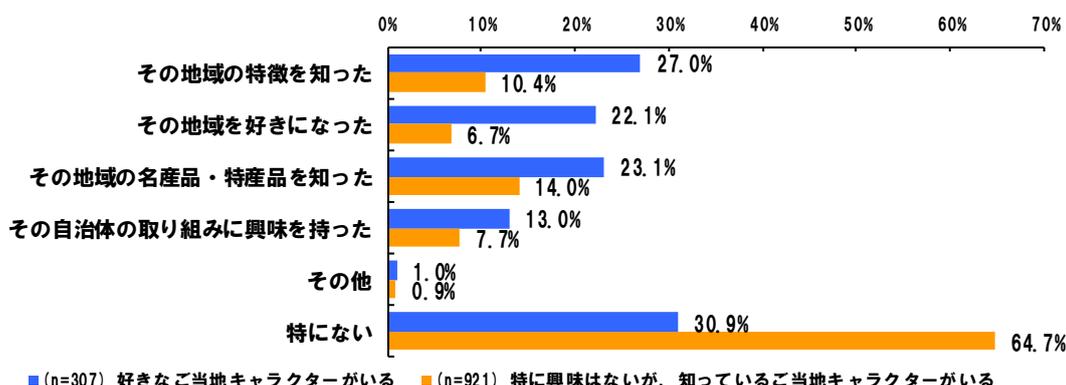
図表 86 好きなご当地キャラクターをきっかけに起こした行動（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

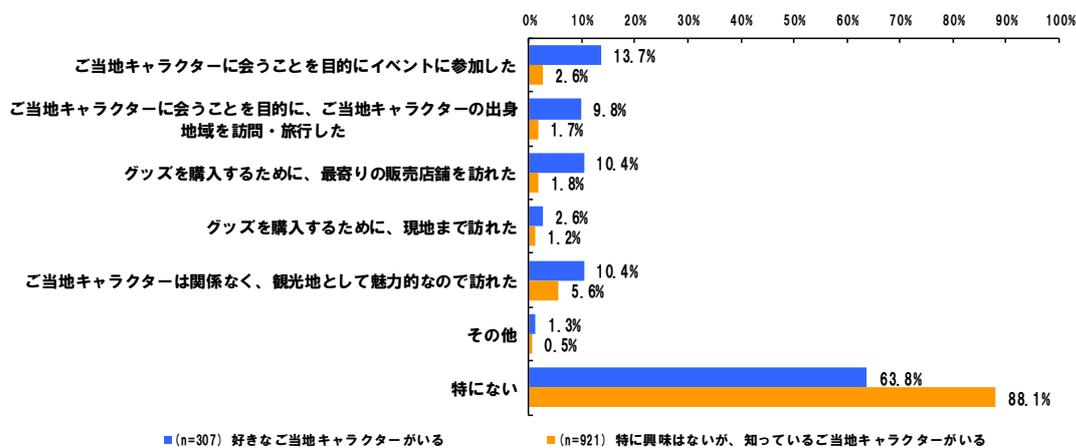
ご当地キャラクターをきっかけに興味を持ったことをみると、「好きなご当地キャラクターがいる」人は地域や名産品、自治体の取り組みなどに興味を持つ割合が高く、地域への訪問などの具体的な行動を起こしている。ただし、「ご当地キャラクターグッズを購入するために、現地まで訪れた」割合はどちらも低い。

図表 87 ご当地キャラクターをきっかけに、興味を持ったことについて（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

図表 88 ご当地キャラクターをきっかけに起こした行動について（複数回答）



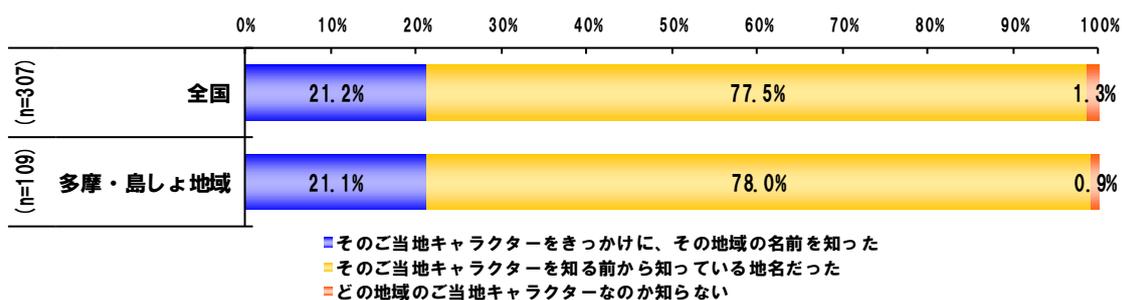
資料)「住民アンケート」より

3-4-2 ご当地キャラクターの出身地域名について

・好きなご当地キャラクターの出身地域名について、そのご当地キャラクターを認識する前から知っている地名だったという人が約8割を占める。

好きなご当地キャラクターの出身地域名については、「そのご当地キャラクターを知る前から知っている地名だった」が全国で 77.5%を占め、多摩・島しょ地域も同様の傾向である。

図表 89 好きなご当地キャラクターの出身地域名について（単一回答）



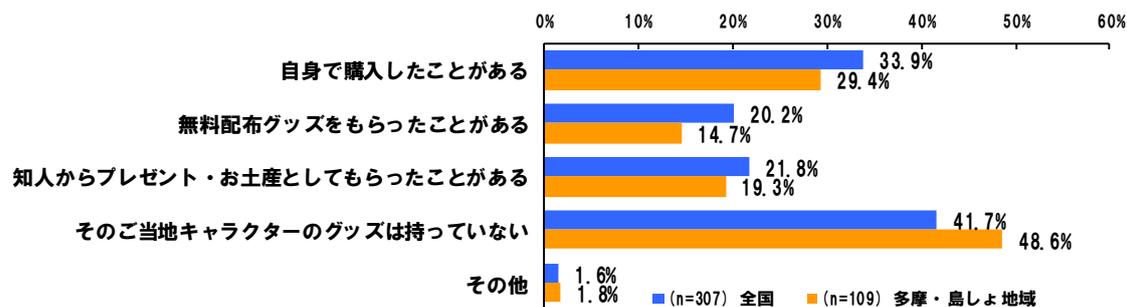
資料) 「住民アンケート」より

3-4-3 グッズの保有状況

・好きなご当地キャラクターがいる人の中で、グッズを保有していない人の割合が最も多い。

「好きなご当地キャラクターがいる」人を対象に、キャラクターグッズ保有の有無をみると、「持っていない」が41.7%と最も多く、次いで「自身で購入したことがある」が33.9%となっている。

図表 90 好きなご当地キャラクターの商品購入経験の有無（複数回答）



資料) 「住民アンケート」より

3-4-4 属性別にみた好きなご当地キャラクターをきっかけとした行動

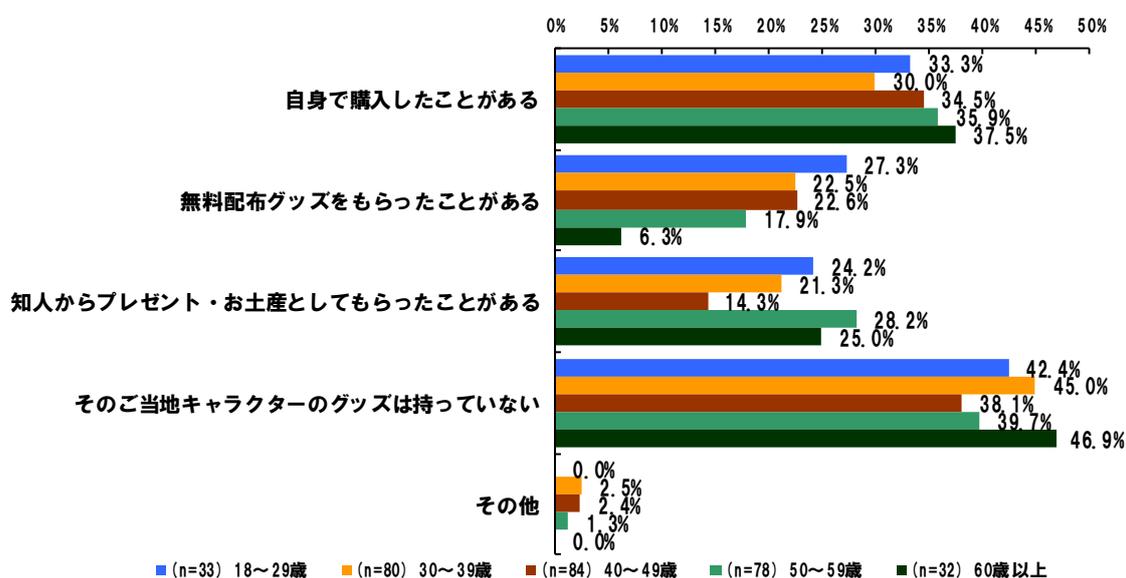
(1) 属性別にみた商品購入経験の有無の比較（年齢別・男女別・年収別）

- ・年齢があがるにつれ、無料配布グッズをもらったことがある割合は減少している。
- ・男性よりも女性のほうが自身で購入したり、プレゼント・お土産としてもらう割合が多い。

年齢別に好きなご当地キャラクターをきっかけとした行動をみると、グッズ購入の経験については、「自身で購入したことがある」は年齢別で大きな差はない。しかし、「無料配布グッズをもらったことがある」は年齢が上がるにつれて減少している【図表 91】。

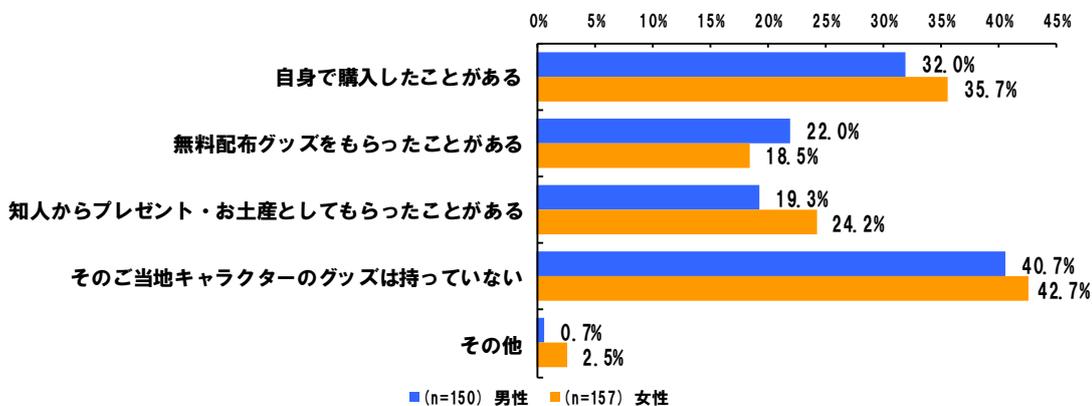
また、男女別にみると、女性のほうが男性よりも「自身で購入したことがある」・「知人からプレゼント・お土産としてもらったことがある」割合が多い【図表 92】。

図表 91 年齢別 好きなご当地キャラクターの商品購入経験の有無（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

図表 92 男女別 好きなご当地キャラクターの商品購入経験の有無（複数回答）



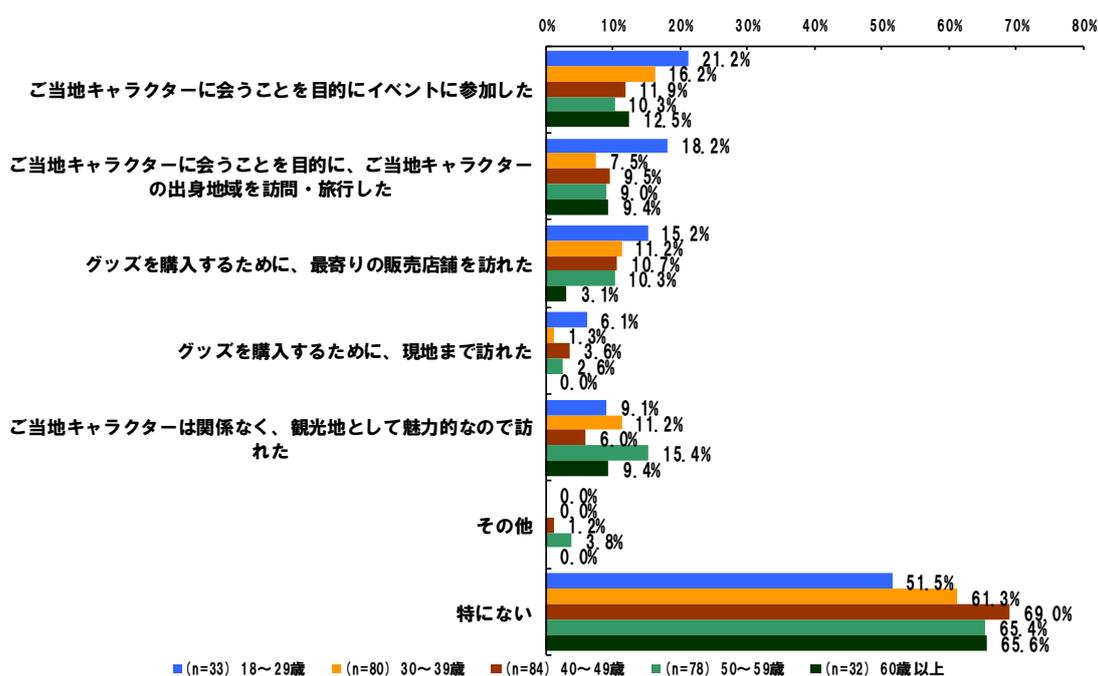
資料)「住民アンケート」より

(2) ご当地キャラクターをきっかけに起こした行動の比較（年齢別）

- ご当地キャラクターの出身地域への訪問や、イベントへの参加、グッズの購入については、18～29才が他の年齢層よりも行動した割合が多い。

好きなご当地キャラクターをきっかけに起こした行動について見てみると、「18～29才」においては「ご当地キャラクターに会うことを目的に、ご当地キャラクターの出身地域を訪問・旅行した」割合がほかの年齢層と比較して割合が多く、イベントへの参加やグッズの購入についても年齢が若いほうが多い傾向にある。

図表 93 年齢別 好きなご当地キャラクターをきっかけに起こした行動（複数回答）



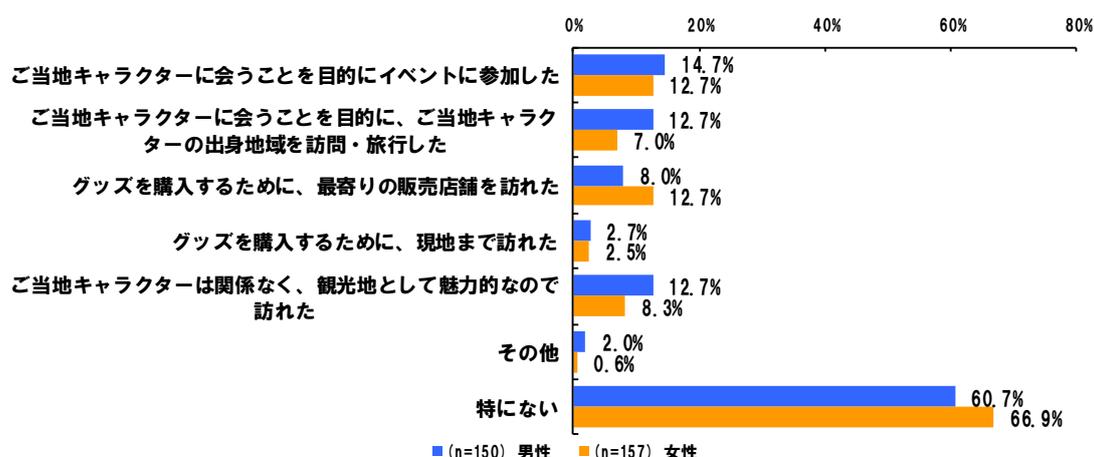
資料)「住民アンケート」より

(3) ご当地キャラクターをきっかけに起こした行動の比較(男女別)

・男性は「ご当地キャラクターに会いにイベントやご当地キャラクターの出身地域を訪れる」傾向が強く、女性は「グッズを購入するために、最寄りの販売店舗を訪れる」傾向が強い。

男女別でみると、男性はご当地キャラクターに会いにイベントやご当地キャラクターの出身地域を訪れる割合が高く、女性は「グッズを購入するために、最寄りの販売店舗を訪れた」の割合が高い。ただし、男性では「ご当地キャラクターは関係なく、観光地として魅力的なので訪れた」の割合も12.7%となっている。

図表 94 男女別 好きなご当地キャラクターをきっかけに起こした行動(複数回答)



資料)「住民アンケート」より

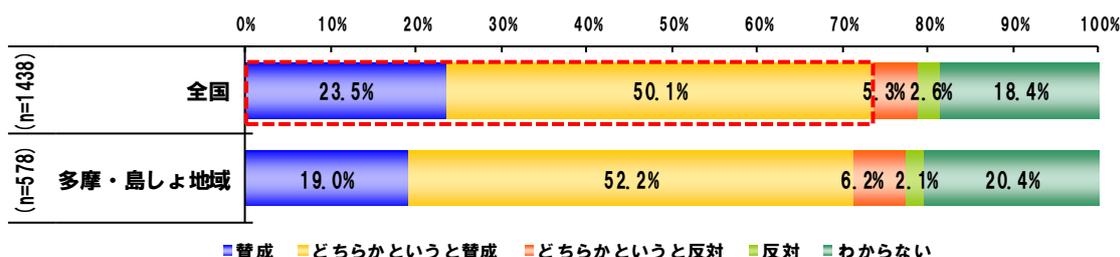
3-5 行政によるご当地キャラクターの活用に関する意見や要望

3-5-1 行政がご当地キャラクターを活用することへの賛否

・ご当地キャラクターを認知している人の多くは、行政がご当地キャラクターを活用すること自体に総論は賛成している。

ご当地キャラクターについて、「ご当地キャラクターというものを聞いたことも見たこともない」と回答した人を全回答者から除いた1,438名を対象に「行政がご当地キャラクターを活用すること賛否」をみると、「賛成」「どちらかという賛成」が約7割であり、「どちらかという反対」「反対」は約1割である。

図表 95 行政がご当地キャラクターを活用することへの賛否(単一回答)



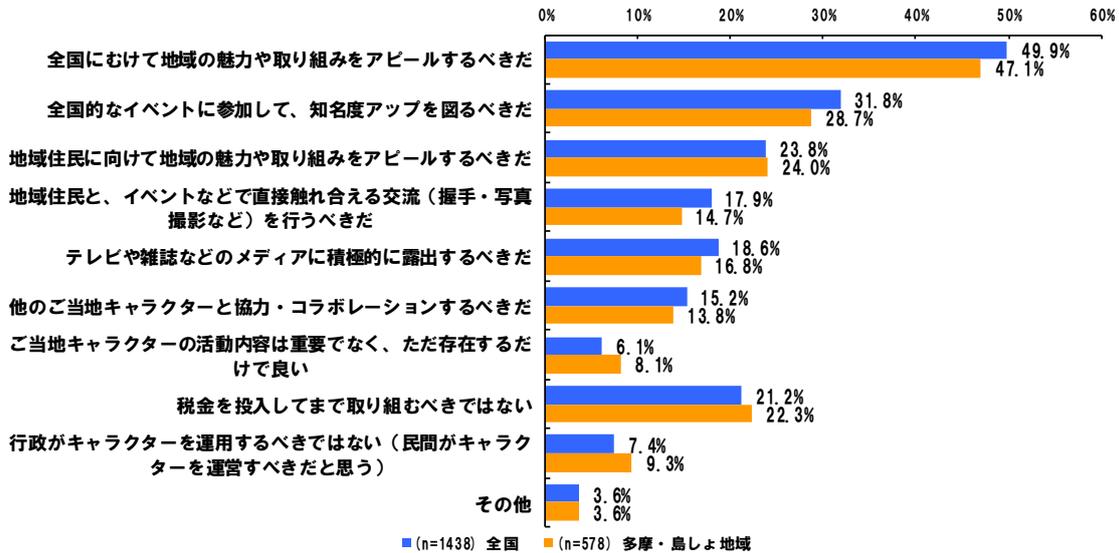
資料)「住民アンケート」より

3-5-2 ご当地キャラクター活用における行政への要望

- 行政はご当地キャラクターを活用して全国に向けた地域の魅力や取り組みをアピールするべきだと考える人が多い。
- 多摩・島しょ地域では全国と比較して、税金を使用して取り組むことへの疑問や活動内容は関係なくただ存在すれば良い、民間が運営するべきという意見が多い。

ご当地キャラクターについて、「ご当地キャラクターというものを聞いたことも見たこともない」と回答した人を全回答者から除いた 1,438 名を対象に、ご当地キャラクターの活用について行政への要望をみると、「全国に向けて地域の魅力や取り組みをアピールすべきだ」が全国で約 5 割と多い。多摩・島しょ地域はご当地キャラクターとの交流や全国に向けた情報発信等で全国と比べ割合が少なく、一方で「税金を投入してまで取り組むべきではない」や「民間がご当地キャラクターを運営するべき」と考える割合が多くなっている。

図表 96 ご当地キャラクター活用における行政への要望（複数回答）



資料)「住民アンケート」より

以下は、要望等の回答理由を一部抜粋したものである。

図表 97 ご当地キャラクター活用における行政への要望と理由（自由回答）

（キャラクターの知名度の向上や取り組みの内容に係る意見）

- 知名度が上がれば観光や特産物等広く知ってもらえる。
- グッズばかり作るのではなく、ちゃんと特産品のアピール等をするべきだと思う。
- イベントの参加で大勢の人に触れ合うと知名度が上がる。
- 子供が喜べば十分。
- 地域交流があってこそ知名度が上がる。
- 知名度を上げるにはメディアに頻繁に出るのが有効。
- 派手な面だけでなく、地元に着した活動が重要。
- キャラクターとセットなら受け入れられやすいし、覚えてもらいやすい。ただし、地域密着型で、有名だけど普段どこにいるかわからないのは、地域のキャラクターとは言えない。
- 全国アピールなのか、地域に根ざすのかははっきりした方がよい。

（地域のPRにご当地キャラクターを活用することの意義に係る意見）

- 宣伝効果は大きい。
- 親しみやすいので興味を持ちやすい。
- 重要な観光資源の一つ。
- ご当地キャラクターを活用することによって、地域の魅力やよさを全国的にPRできれば地域全体の利益につながると思う。
- ゆるキャラがいると、その地域のことを知りたいと思うきっかけになると思う。
- 力の入れ具合が大きすぎてもキャラクターだけが悪目立ちするので、あくまでもツールとして存在してほしい。
- 結局キャラクター自体に魅力がなければ意味がない。
- 無理にキャラクターを作る必要はない。キャラクターありきでは本末転倒。
- 効果があるのはわかるが、最近ご当地キャラクターの押し出しすぎで飽きてきた感がある。
- 乱立しすぎており、格差が大きいと思う。

（行政がご当地キャラクターの運営に関わることにに対する意見）

- その地域の経済が良くなることは、住民にとっても良いことだ。
- 地域に根ざしたもなら自然と愛着が持てるし意識が違うような気がする。広報誌にキャラクターのイラストが使われたりしながら根付いて行くものだと思う。
- ご当地キャラクターを考案したのならば、積極的に活用すべき。
- キャラクターを使用することで、行政の堅苦しいイメージが和らぎ親しみやすくなる。
- お堅い雰囲気のある行政が、市民と一緒に考えて・行動を起こすのはその距離を縮める意味で結構。さらに市民が行政に関心を持つきっかけになるのではないか。
- 行政は音頭をとるだけでよい。民間の活力とアイデア、やる気を引き出すことが大切。
- 行政だけで進めても、住民との距離が出てしまう

（税金を使用することへの意見）

- 何でもかんでもキャラクターを出せばよいというような使い方ではうんざりするが、ご当地キャラクターを活用することは、たいしてお金が掛からずアピール効果の高い方法だと思う。
- 税金を投入して作ったご当地キャラクターならば、地域住民に愛される存在であると同時に、地域をアピールする存在であるべきだと思う。
- 費用対効果をはっきりさせてから税金投入に踏み込むべき。
- 地域に貢献できる位有名になれば、税金をかけても納得できる。
- ご当地キャラクターは、広報活動の一環として作成しているのだから、かかった費用に相当する広報活動を行うのは当然のことだと思う。
- お金を掛けても、どれほど地域のPRになるかわからない。
- なんでも税金をあてに行政任せにするのは疑問。
- 一部のキャラクターだけ人気でそれ以外はあまり効果がないと思うので、税金を使ってほしくない。

（その他）

- お金(税金)のかけ方には限度があると思うが、行政が市民との距離を縮める効果がある。
- 興味がない。
- 特にこだわらずに活用すればよい。色々な活用があってよいと思う。

3-6 居住地のご当地キャラクターに対する認知・印象

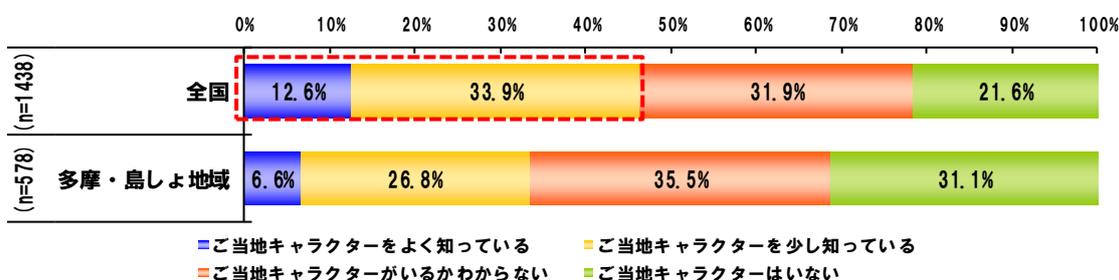
3-6-1 居住地のご当地キャラクターの認知

・多摩・島しょ地域は、全国と比較して居住地のご当地キャラクターの認知度が低い。

居住地（市区町村）におけるご当地キャラクターの認知度をみると、全国では、ご当地キャラクターを知っている人の割合（「よく知っている」と「少し知っている」の合計値）が46.5%となっている。

一方、多摩・島しょ地域では「ご当地キャラクターがいるかわからない」（35.5%）、「ご当地キャラクターはいない」（31.1%）となっており、ご当地キャラクターを認識していない人の方が、ご当地キャラクターを知っている人（33.4%）よりも多く、全国と比べても多くなっている。

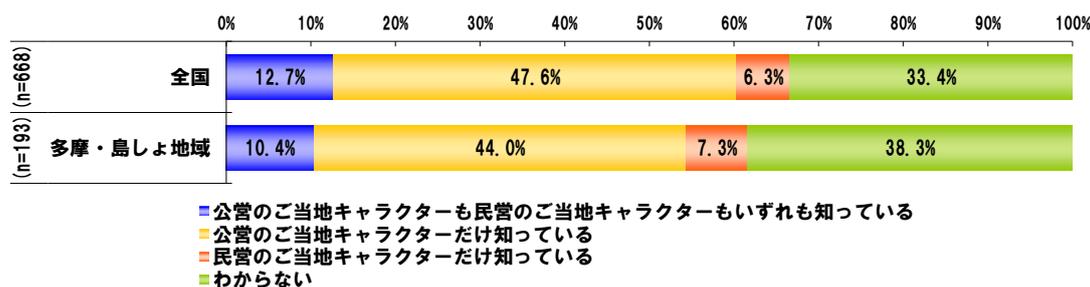
図表 98 居住市区町村のご当地キャラクターの有無について（単一回答）



資料)「住民アンケート」より

また、ご当地キャラクターをよく知っている・少し知っていると回答した人のうち、公営及び民営のご当地キャラクターをいずれも知っていると回答した人は、全国では12.7%、多摩・島しょ地域では10.4%となっている。また、公営か民営か「わからない」と答えた割合は、多摩・島しょ地域の方が全国よりも多い傾向にある。

図表 99 居住市区町村のご当地キャラクターについて、民営・公営の認知（単一回答）



資料)「住民アンケート」より

居住地のご当地キャラクターの名称を認識している人は、全国で公営のキャラクターが75.2%、民営のキャラクターが57.5%となっており、多摩・島しょ地域をみるといずれの項目ともに認知度が低い。

図表 100 居住市区町村の公営・民営ご当地キャラクターについて、名前の認知（単一回答）

地域	認知		（公営）名前を		（民営）名前	
	合計	知っている	知っている	はわからない	合計	知っている
全国	403	303	100		127	73
	100.0	75.2	24.8		100.0	57.5
多摩・島しょ地域	105	67	38		34	17
	100.0	63.8	36.2		100.0	50.0

注釈) 上段：数値、下段：%

資料) 「住民アンケート」より

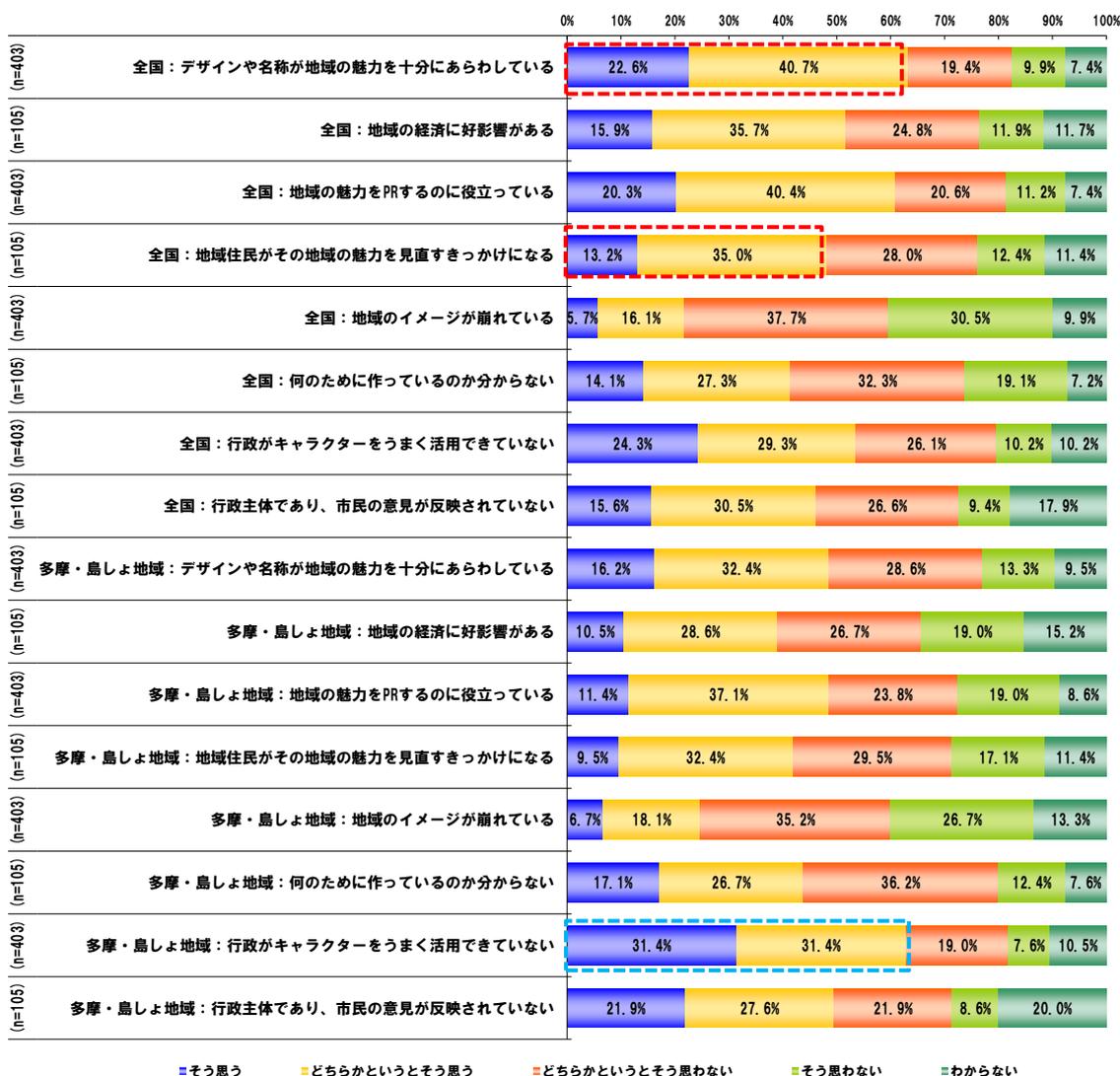
3-6-2 居住地の公営ご当地キャラクターについての印象

- ・デザインや名称が地域の魅力を十分に表現していると感じている人が多い。
- ・多摩・島しょ地域では、行政がうまく活用できていない、住民の意見が反映されていない等の否定的な意見が多い。

居住地の「公営のご当地キャラクターを知っている」人を対象にそのご当地キャラクターへの印象をみると、全国で「デザインや名称が地域の魅力を十分にあらわしている」、「地域の魅力をPRするのに役立っている」と思う人の割合が多い一方で、「地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる」と思う人は少なくなっている。

多摩・島しょ地域では、「行政がキャラクターをうまく活用できていない」、「住民の意見が反映されていない」等、否定的な意見を持つ人が全国よりも多い傾向にある。

図表 101 居住地の公営ご当地キャラクターへの印象(単一回答)



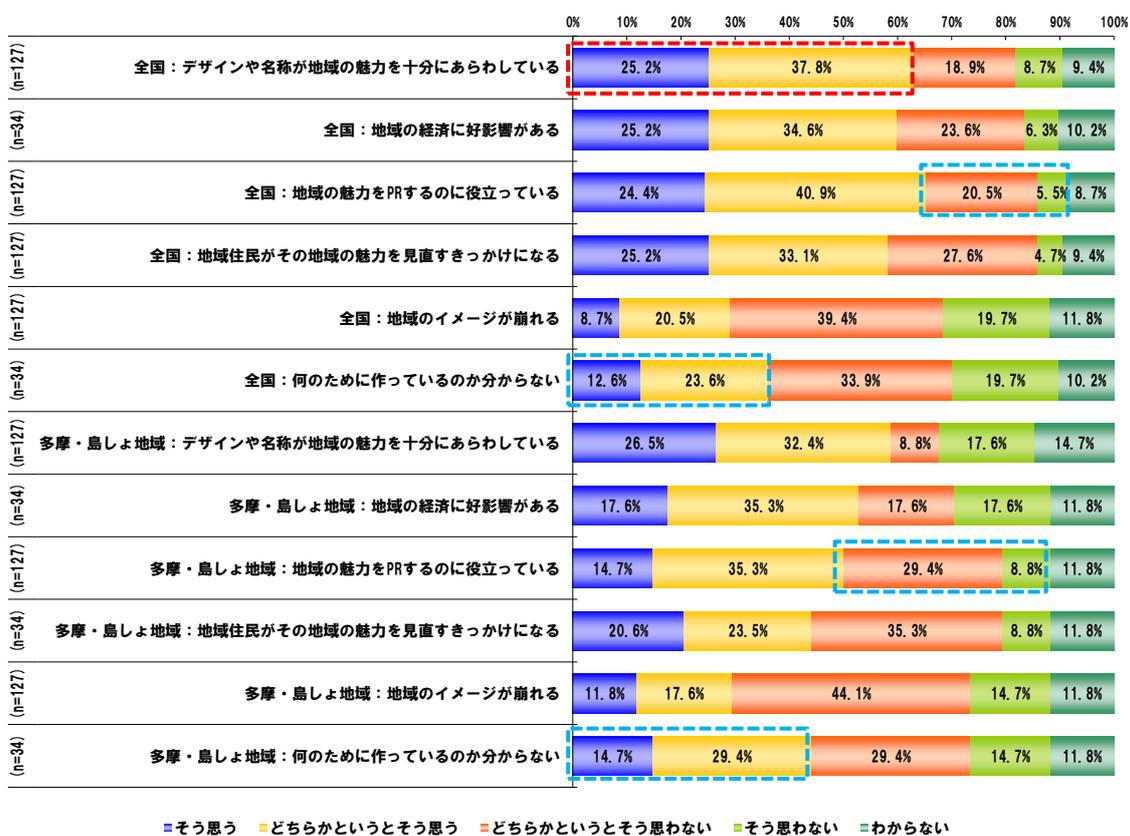
資料) 「住民アンケート」より

3-6-3 居住地の民営ご当地キャラクターについての印象

- ・民営ご当地キャラクターについて、多くの方がデザインや名称が地域の魅力を十分に表現していると感じており、公営ご当地キャラクターへの印象と比較しても大きな差はない。
- ・多摩・島しょ地域では、全国よりも作成意義への疑問を抱く割合が多く、「地域の魅力をPRするのに役立っている」と思わない人の割合が多い。

居住地の民営ご当地キャラクターの印象をみると、「地域の魅力を十分にあらわして」おり、「地域の魅力をPRするのに役立っている」と考えている人が多い。一方で、多摩・島しょ地域では、全国と比較して「何のために作っているかわからない」の割合が多く、「地域の魅力をPRするのに役立っている」の割合が少ない。

図表 102 居住地の民営ご当地キャラクターへの印象（単一回答）



資料) 「住民アンケート」より

第4章 資料編

4-1 市区町村アンケート単純集計結果

ご当地キャラクターの有無

単一回答 ご当地キャラクター有無

上段：数値 下段：%	公営・民営ともにご当地キャラクターがいる	公営のご当地キャラクターのみいる	民営のご当地キャラクターのみいる	ご当地キャラクターはいない	無回答
1084 100.0	270 24.9	408 37.6	195 18.0	211 19.5	0 0.0

ご当地キャラクターの保有数

単一回答 ご当地キャラクター保有数：合計

上段：数値 下段：%	1体	2体	3～5体未満	5～10体未満	10体以上	無回答
873 100.0	348 39.9	216 24.7	192 22.0	80 9.2	33 3.8	4 0.5

単一回答 ご当地キャラクター保有数：公営

上段：数値 下段：%	1体	2体	3～5体未満	5～10体未満	10体以上	無回答
678 100.0	387 57.1	144 21.2	102 15.0	29 4.3	15 2.2	1 0.1

単一回答 ご当地キャラクター保有数：民営

上段：数値 下段：%	1体	2体	3～5体未満	5～10体未満	10体以上	無回答
465 100.0	232 49.9	94 20.2	90 19.4	39 8.4	7 1.5	3 0.6

単一回答 公営キャラクター：タイプ

上段：数値 下段：%	ゆるキャラ	ご当地ヒーロー	ご当地美少女キャラクター	その他	無回答
678 100.0	580 85.5	6 0.9	5 0.7	76 11.2	11 1.6

単一回答 民営キャラクター：タイプ

上段：数値 下段：%	ゆるキャラ	ご当地ヒーロー	ご当地美少女キャラクター	その他	無回答
465 100.0	359 77.2	53 11.4	14 3.0	25 5.4	14 3.0

公営キャラクターの作成方法・経緯

複数回答 公営キャラクター：作成の経緯(全て)

上段：数値 下段：%	市長からの指示	庁内の会議・議論	市民からの要望	地域にゆかりがある企業や専門家等からの提案	地域にゆかりがない企業や専門家等からの提案	記念事業やイベント参加等の一環	地域PR・ファンディング事業等の一環	住民向けの啓発事業の一環
678 100.0	93 13.7	166 24.5	74 10.9	41 6.0	10 1.5	286 42.2	376 55.5	119 17.6

その他	無回答
82 12.1	15 2.2

単一回答 公営キャラクター作成の経緯(最も)

上段：数値 下段：%	市長からの 指示	庁内の会議・ 議論	市民からの 要望	地域にゆか りがある企 業や専門家 等からの提 案	地域にゆか りがない企 業や専門家 等からの提 案	記念事業やイ ベント参加等 の一環	地域PR・ブラン ディング事業 等の一環	住民向けの 啓発事業の 一環
678	32	49	21	8	4	186	238	49
100.0	4.7	7.2	3.1	1.2	0.6	27.4	35.1	7.2

その他	無回答
70	21
10.3	3.1

複数回答 公営キャラクター作成の目的(全て)

上段：数値 下段：%	地域住民へ の啓発	地域住民の 地域に対す る愛着・郷土 心の醸成	地域全体のイ メージ・知名度 等の向上	地域産品等 のPRや産業 の育成	地域の交流 人口の増加	地域の定住 人口の増加	その他	無回答
678	155	402	525	407	138	45	72	13
100.0	22.9	59.3	77.4	60.0	20.4	6.6	10.6	1.9

単一回答 公営キャラクター作成の目的(最も)

上段：数値 下段：%	地域住民へ の啓発	地域住民の 地域に対す る愛着・郷土 心の醸成	地域全体のイ メージ・知名度 等の向上	地域産品等 のPRや産業 の育成	地域の交流 人口の増加	地域の定住 人口の増加	その他	無回答
678	33	99	309	130	15	3	60	29
100.0	4.9	14.6	45.6	19.2	2.2	0.4	8.8	4.3

単一回答 公営キャラクターデザイン作成者

上段：数値 下段：%	庁内の職員	市民公募	地域にゆか りがある企 業や専門家	地域にゆか りがない企 業や専門家	その他	無回答
678	54	268	70	99	171	16
100.0	8.0	39.5	10.3	14.6	25.2	2.4

単一回答 公営キャラクター名称

上段：数値 下段：%	庁内の職員	市民公募	地域にゆか りがある企 業や専門家	地域にゆか りがない企 業や専門家	その他	無回答
678	87	376	31	30	138	16
100.0	12.8	55.5	4.6	4.4	20.4	2.4

単一回答 公営キャラクター作成開始時期_年

上段：数値 下段：%	1984～1985	1986～1987	1988～1989	1990～1991	1992～1993	1994～1995	1996～1997	1998～1999
678	1	3	12	20	7	18	19	13
100.0	0.1	0.4	1.8	2.9	1.0	2.7	2.8	1.9

2000～2001	2002～2003	2004～2005	2006～2007	2008～2009	2010～2011	2012～ 2014.3	無回答
25	15	21	26	89	160	167	82
3.7	2.2	3.1	3.8	13.1	23.6	24.6	12.1

公営キャラクターの運用体制・予算

複数回答 公営キャラクター所管部署

上段：数値 下段：%	企画関係部 署	広報関係部 署	観光関係部 署	産業振興関 係部署	まちづくり・ 都市計画関 係部署	環境施策関 係部署	福祉施策関 係部署	その他
678	189	82	343	77	28	12	5	77
100.0	27.9	12.1	50.6	11.4	4.1	1.8	0.7	11.4

無回答
13
1.9

複数回答 公営キャラクター:企画・管理・運営に携わっている人

上段: 数値 下段: %	自治体職員 (正職員)	自治体職員 (臨時職員)	外部委託	外部アドバイザー	市民等のボランティアスタッフ	その他	無回答
678 100.0	648 95.6	173 25.5	46 6.8	17 2.5	84 12.4	107 15.8	12 1.8

単一回答 公営キャラクター:作成開始年度の予算(総額、円)

上段: 数値 下段: %	50万円未満	50~100万円 未満	100~250万 円未満	250~500万 円未満	500~1000万 円未満	1000万円以 上	無回答
678 100.0	173 25.5	104 15.3	136 20.1	35 5.2	10 1.5	6 0.9	214 31.6

単一回答 公営キャラクター:作成開始年度の(市区町村単独の予算額、円)

上段: 数値 下段: %	50万円未満	50~100万円 未満	100~250万 円未満	250~500万 円未満	500~1000万 円未満	1000万円以 上	無回答
678 100.0	221 32.6	102 15.0	127 18.7	26 3.8	5 0.7	3 0.4	194 28.6

単一回答 公営キャラクター:2013年度の予算(総額、円)

上段: 数値 下段: %	50万円未満	50~100万円 未満	100~250万 円未満	250~500万 円未満	500~1000万 円未満	1000万円以 上	無回答
678 100.0	298 44.0	75 11.1	89 13.1	31 4.6	26 3.8	7 1.0	152 22.4

単一回答 公営キャラクター:2013年度(市区町村単独の予算額、円)

上段: 数値 下段: %	50万円未満	50~100万円 未満	100~250万 円未満	250~500万 円未満	500~1000万 円未満	1000万円以 上	無回答
678 100.0	338 49.9	79 11.7	88 13.0	32 4.7	17 2.5	2 0.3	122 18.0

公営キャラクターの知的財産管理

単一回答 公営キャラクター:著作権の帰属

上段: 数値 下段: %	自治体	自治体の関 係団体	キャラクターの制 作者	自治体の関 係団体/キャラ クターの制作者 以外の民間 企業	制作委員会 等による複 数団体で所 有	明確に定め ていない	その他	無回答
678 100.0	528 77.9	52 7.7	42 6.2	3 0.4	3 0.4	21 3.1	17 2.5	12 1.8

単一回答 公営キャラクター:著作権使用許諾契約

上段: 数値 下段: %	結んでいる	結んでいな い	その他	無回答
142 100.0	42 29.6	68 47.9	10 7.0	22 15.5

単一回答 公営キャラクター:ライセンスに関する方針について

上段: 数値 下段: %	自治体以外 のライセンス利用 を認めている	自治体以外 のライセンス利用 を認めてい ない	ライセンスを許諾 する権限が 団体がない	無回答
678 100.0	508 74.9	98 14.5	50 7.4	22 3.2

単一回答 公営キャラクター:ライセンスの形態について

上段: 数値 下段: %	一定の使用 料を徴収し ている	使用料は徴 収していな いが、認可制 としている	使用料は徴 収しておら ず、認可も不 要としている	その他	無回答
511 100.0	22 4.3	440 86.1	17 3.3	25 4.9	7 1.4

単一回答 公営キャラクター：ライセンス利用の今後の方針

上段：数値 下段：%	特に考えていない/検討していない	仕組みを現在検討しており、今後導入する予定である	その他	無回答
101 100.0	83 82.2	9 8.9	2 2.0	7 6.9

複数回答 公営キャラクター：商標権等の登録状況

上段：数値 下段：%	商標登録	著作権登録	その他	特にしていない	無回答
678 100.0	240 35.4	68 10.0	31 4.6	356 52.5	25 3.7

公営キャラクターの活用状況

単一回答 公営キャラクター：ターゲティング（作成開始時点）

上段：数値 下段：%	何かしら定めている	特に無し	無回答
678 100.0	249 36.7	427 63.0	2 0.3

単一回答 公営キャラクター：ターゲティング（現在）

上段：数値 下段：%	何かしら定めている	特に無し	無回答
678 100.0	258 38.1	418 61.7	2 0.3

単一回答 公営キャラクター：ターゲティング（将来）

上段：数値 下段：%	何かしら定めている	特に無し	無回答
678 100.0	212 31.3	464 68.4	2 0.3

複数回答 公営キャラクター：活用内容（知ってもらふ／興味をもってもらふ）

上段：数値 下段：%	自治体の広報誌やホームページでの情報発信での利用	観光パンフレットでの利用	各種自治体計画での利用	ご当地キャラクターの住民票の発行	ご当地キャラクター特設ウェブサイトの作成	ソーシャルメディア活用によるコミュニケーション	新聞・ラジオ・テレビ等へのマスメディア等への営業	マスメディアへの出演
678 100.0	610 90.0	477 70.4	224 33.0	82 12.1	163 24.0	260 38.3	216 31.9	254 37.5

芸能人・著名人等のコラボレーション	コメント・ブログ等の作成・掲示
52 7.7	227 33.5

複数回答 公営キャラクター：活用内容（触れてもらふ）

上段：数値 下段：%	自治体主催の観光・産業振興関連事業・イベントへの参加・出演	自治体主催の市民啓発関連事業・イベントへの参加・出演	自治体の関係団体主催のイベントへの参加・出演	近隣・周辺自治体主催の事業・イベントへの参加・出演	自治体内の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演	自治体外の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演	幼稚園・保育園への訪問・イベント参加・出演	小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演
678 100.0	592 87.3	455 67.1	550 81.1	489 72.1	330 48.7	264 38.9	380 56.0	298 44.0

介護施設等への訪問	自治会活動への訪問	全国的な観光イベントへの参加・出演	全国的な啓発イベントへの参加・出演	キャラクターイベントへの参加・出演	活動拠点における定期イベントへの参加・出演
153 22.6	170 25.1	304 44.8	74 10.9	429 63.3	40 5.9

複数回答 公営キャラクター:活用内容(参加してもらう/消費してもらう)

上段: 数値 下段: %	住民・民間事業者等への着ぐるみ・衣装等の貸与	有償ボランティアによる着ぐるみ・衣装等の運営	ファンコミュニティの形成・運営	関連グッズの製作・販売	住民や民間企業等との共同による商品開発	自治体以外の団体へ商用ライセンスの提供	その他	無回答
678	414	26	13	406	106	147	22	13
100.0	61.1	3.8	1.9	59.9	15.6	21.7	3.2	1.9

取組に対する評価

単一回答 公営キャラクター:自己評価(地域住民への啓発に役立った)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	280	266	39	11	61	21
100.0	41.3	39.2	5.8	1.6	9.0	3.1

単一回答 公営キャラクター:自己評価(地域住民の愛着・郷土愛を醸成できた)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	193	314	64	11	73	23
100.0	28.5	46.3	9.4	1.6	10.8	3.4

単一回答 公営キャラクター:自己評価(他地域に対して地域のイメージ・知名度向上に貢献できた)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	205	307	67	13	64	22
100.0	30.2	45.3	9.9	1.9	9.4	3.2

単一回答 公営キャラクター:自己評価(地域産品をPR・産業を育成できた)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	144	248	122	47	95	22
100.0	21.2	36.6	18.0	6.9	14.0	3.2

単一回答 公営キャラクター:自己評価(地域の交流人口増加に貢献できた)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	59	156	147	87	207	22
100.0	8.7	23.0	21.7	12.8	30.5	3.2

単一回答 公営キャラクター:自己評価(地域の定住人口の増加に貢献できた)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	16	42	159	176	261	24
100.0	2.4	6.2	23.5	26.0	38.5	3.5

単一回答 公営キャラクター:自己評価(総合評価)

上段: 数値 下段: %	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
678	79	382	115	10	50	42
100.0	11.7	56.3	17.0	1.5	7.4	6.2

複数回答 公営キャラクター:評価指標の設定状況

上段: 数値 下段: %	経済効果(定期的な把握)	経済効果(不定期的な把握)	観光客数	公共交通等の利用者数	関連グッズの販売額	ライセンス許諾数	広告効果	マスメディアへの露出の数
678	7	21	58	2	80	101	63	65
100.0	1.0	3.1	8.6	0.3	11.8	14.9	9.3	9.6

ソーシャルメディアのフォロー数	イベントへの参加数	イベントへの集客数	着ぐるみの貸し出し数	年賀状・ファンターの数	アンケート調査等による認知度の把握	その他	特に現時点では評価指標等は設定していない	無回答
81	229	71	183	39	21	19	328	21
11.9	33.8	10.5	27.0	5.8	3.1	2.8	48.4	3.1

単一回答 公営キャラクター：活用取組についての今後の意向

上段：数値 下段：%	活動を拡大 したい	現状を維持 したい	活動を縮小 したい	活動を中止 する	その他	無回答
678 100.0	336 49.6	294 43.4	4 0.6	1 0.1	22 3.2	21 3.1

活動の課題

複数回答 公営キャラクター：運営における課題

上段：数値 下段：%	予算に対し て活用の効 果が乏しい	十分な予算 が確保でき ない	政策目的を 達成できて いない	地元住民に 根付いてい ない	人気が無い	イベント等の集 客に役立っ ていない	知的財産に 関するトラブ ル・リスクがある	運営で困っ た時に相談 相手がいい ない
678 100.0	15 2.2	172 25.4	22 3.2	67 9.9	36 5.3	40 5.9	43 6.3	28 4.1

担当職員等、 人員が不足 している、職 員の負担が 大きい	引き際/辞め 時がわから ない	活用方策が わからない	特に困った ことはない	無回答
387 57.1	40 5.9	25 3.7	145 21.4	32 4.7

民営キャラクターとの関わり

複数回答 民営キャラクター：自治体との関わり

上段：数値 下段：%	自治体でご 当地キャラク ターとして公認 している	当該キャラク ターのイベントを後 援している	グッズ等の販 売促進に向 けてサポートし ている	当該キャラク ターのPR向け て総合的に 支援してい る	自治体主催 のイベント等に 招聘してい る	自治体施策 の推進に向 けて当該カラ クターとコラボ している	当該キャラク ターの取組を表 彰している	自治体公認 キャラクターの二 次創作とな っている
465 100.0	90 19.4	77 16.6	48 10.3	109 23.4	245 52.7	105 22.6	2 0.4	5 1.1

その他	全く関わり 合いがない	無回答
77 16.6	67 14.4	17 3.7

複数回答 民営キャラクター：メリット

上段：数値 下段：%	地域住民の 郷土愛を醸 成してくれ る	地域のこと をPRしてく れる	市民、事業者 同士のコロ ベーションに貢 献している	行政ではでき ない・やり にくい柔軟 な取組を展 開	行政ではでき ない・やり にくいスピー ド感ある取 組を展開	行政の財政 的な負担な く運営して くれる	その他	特にな い
465 100.0	203 43.7	382 82.2	106 22.8	116 24.9	58 12.5	91 19.6	18 3.9	28 6.0

無回答
14 3.0

複数回答 民営キャラクター：デメリット

上段：数値 下段：%	行政がコント ロールするこ とができない	活動内容に より地域イ メージを低下 させる可能 性がある	活動内容が 営利目的に なってしまう	事業者の資 質に頼ると ころが大き い	公営のご当 地キャラクター と間違われ る	特に盛り上 がりを見せ ていない	その他	特にな い
465 100.0	33 7.1	18 3.9	11 2.4	74 15.9	64 13.8	41 8.8	11 2.4	275 59.1

無回答
32 6.9

単一回答 今後新たなご当地キャラクター作成の想定有無

上段：数値 下段：%	はい	いいえ	無回答
1084 100.0	142 13.1	890 82.1	52 4.8

属性

単一回答 多摩・島しょ地域

上段：数値 下段：%	多摩・島 しょ地域	多摩・島 しょ地域以 外	無回答
1084	39	1045	0
100.0	3.6	96.4	0.0

単一回答 市区町村分類

上段：数値 下段：%	市	区	町	村	無回答	無回答
1084	525	11	434	94	20	0
100.0	48.4	1.0	40.0	8.7	1.8	0.0

単一回答 人口カテゴリ

上段：数値 下段：%	5万人未満	5～20万人未 満	20～100万人 未満	100万人以上	無回答
1084	698	289	77	0	20
100.0	64.4	26.7	7.1	0.0	1.8

4-2 都道府県アンケート単純集計結果

ご当地キャラクターの概要

単一回答 ご当地キャラクターの有無

上段：数値 下段：%	公営・民営ともにご当地キャラクターがいる	公営のご当地キャラクターのみいる	民営のご当地キャラクターのみいる	ご当地キャラクターはいない	無回答
33 100.0	14 42.4	19 57.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0

単一回答 ご当地キャラクターのタイプ（公営）

上段：数値 下段：%	ゆるキャラ	ご当地ヒーロー	ご当地美少女キャラクター	その他	無回答
33 100.0	22 66.7	0 0.0	0 0.0	9 27.3	2 6.1

単一回答 ご当地キャラクターのタイプ（民営）

上段：数値 下段：%	ゆるキャラ	ご当地ヒーロー	ご当地美少女キャラクター	その他	無回答
15 100.0	5 33.3	4 26.7	0 0.0	0 0.0	6 40.0

ご当地キャラクターの作成経緯

複数回答 ご当地キャラクターの作成のきっかけ・経緯（全て）

上段：数値 下段：%	知事からの指示	庁内の会議・議論	住民からの要望	地域にゆかりがある企業や専門家等からの提案	地域にゆかりがない企業や専門家等からの提案	記念事業やイベント参加等の一環	地域PR・ブランディング事業等の一環	各部署事業・施策の普及啓発等の一環
33 100.0	2 6.1	5 15.2	1 3.0	2 6.1	2 6.1	17 51.5	9 27.3	9 27.3

その他	無回答
9 27.3	2 6.1

単一回答 ご当地キャラクターの作成のきっかけ・経緯（最も）

上段：数値 下段：%	知事からの指示	庁内の会議・議論	住民からの要望	地域にゆかりがある企業や専門家等からの提案	地域にゆかりがない企業や専門家等からの提案	記念事業やイベント参加等の一環	地域PR・ブランディング事業等の一環	各部署事業・施策の普及啓発等の一環
33 100.0	0 0.0	1 3.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	13 39.4	4 12.1	1 3.0

その他	無回答
10 30.3	4 12.1

複数回答 ご当地キャラクターの作成目的（全て）

上段：数値 下段：%	地域住民への啓発	地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	地域全体のイメージ・知名度等の向上	地域産品等のPRや産業の育成	地域の交流人口の増加	地域の定住人口の増加	その他	無回答
33 100.0	13 39.4	9 27.3	14 42.4	10 30.3	2 6.1	1 3.0	14 42.4	2 6.1

単一回答 公営ご当地キャラクターのデザイン作成者

上段：数値 下段：%	庁内の職員	市民公募	地域にゆかりがある企業や専門家	地域にゆかりがない企業や専門家	その他	無回答
33 100.0	0 0.0	18 54.5	4 12.1	3 9.1	5 15.2	3 9.1

単一回答 公営ご当地キャラクターの名称考案者

上段：数値 下段：%	庁内の職員	市民公募	地域にゆかりがある企業や専門家	地域にゆかりがない企業や専門家	その他	無回答
33	0	22	4	1	4	2
100.0	0.0	66.7	12.1	3.0	12.1	6.1

公営キャラクターの運営体制・予算

複数回答 ご当地キャラクターの体制

上段：数値 下段：%	自治体職員 (正職員)	自治体職員 (臨時職員)	外部委託 (広告代理店・コンサルタント等)	外部アドバイザー (有識者・実務者)	住民等のボランティア スタッフ	その他	無回答
33	31	15	16	1	1	4	2
100.0	93.9	45.5	48.5	3.0	3.0	12.1	6.1

単一回答 公営キャラクター：作成開始年度の予算（総額、円）

上段：数値 下段：%	50万円未満	50～100万円未満	100～250万円未満	250～500万円未満	500～1000万円未満	1000万円以上	無回答
33	1	0	1	1	1	1	28
100.0	3.0	0.0	3.0	3.0	3.0	3.0	84.8

単一回答 公営キャラクター：作成開始年度（都道府県単独の予算額、円）

上段：数値 下段：%	50万円未満	50～100万円未満	100～250万円未満	250～500万円未満	500～1000万円未満	1000万円以上	無回答
33	1	0	1	1	1	1	28
100.0	3.0	0.0	3.0	3.0	3.0	3.0	84.8

単一回答 公営キャラクター：2013年度（予算総額、円）

上段：数値 下段：%	50万円未満	50～100万円未満	100～250万円未満	250～500万円未満	500～1000万円未満	1000万円以上	無回答
33	8	1	2	0	1	3	18
100.0	24.2	3.0	6.1	0.0	3.0	9.1	54.5

単一回答 公営キャラクター：2013年度（都道府県単独の予算額、円）

上段：数値 下段：%	50万円未満	50～100万円未満	100～250万円未満	250～500万円未満	500～1000万円未満	1000万円以上	無回答
33	9	1	2	0	1	2	18
100.0	27.3	3.0	6.1	0.0	3.0	6.1	54.5

公営キャラクターの知的財産管理

単一回答 著作権の保有者

上段：数値 下段：%	自治体	自治体の関係団体	キャラクターの制作者	自治体の関係団体/キャラクターの制作者以外の民間企業	制作委員会等による複数団体で所有	明確に定めていない	その他	無回答
33	26	2	1	1	0	0	1	2
100.0	78.8	6.1	3.0	3.0	0.0	0.0	3.0	6.1

単一回答 自治体以外のライセンス許可の有無

上段：数値 下段：%	自治体以外のライセンス利用を認めている	自治体以外のライセンス利用を認めていない	ライセンスを許諾する権限が団体にない	無回答
33	27	3	0	3
100.0	81.8	9.1	0.0	9.1

単一回答 ライセンス管理の方針

上段：数値 下段：%	一定の使用 料を徴収し ている	使用料は徴 収していな いが、認可制 としている	使用料は徴 収しておら ず、認可も不 要としている	その他	無回答
30 100.0	4 13.3	19 63.3	0 0.0	4 13.3	3 10.0

単一回答 二次利用ライセンス今後の管理方針

上段：数値 下段：%	特に考えて いない/検討 していない	仕組みを現 在検討して おり、今後導 入する予定 である	その他	無回答
6 100.0	3 50.0	0 0.0	0 0.0	3 50.0

複数回答 公営キャラクター著作権・商標登録等の登録有無

上段：数値 下段：%	商標登録	著作権登録	その他	特にしてい ない	無回答
33 100.0	23 69.7	8 24.2	4 12.1	4 12.1	2 6.1

公営キャラクターの活用状況

複数回答 公営キャラクターの活用

上段：数値 下段：%	自治体の広 報誌やホーム ページでの 情報発信 での利用	観光パンフ レットでの 利用	各種自治体 計画での利 用	ご当地キャ ラクター特 設ウェブサ イトの作成	ソーシャル メディア活 用によるコミュ ニケーション	新聞・ラジ オ・テレビ 等へのマス メディア等 への営業	マスメディ アへの出演	芸能人・著 名人等のコ ラボレー ション
33 100.0	32 97.0	26 78.8	18 54.5	16 48.5	25 75.8	22 66.7	28 84.8	13 39.4

モニュメン ト・フラッ グなどの作 成・掲示	貴自治体主 催の観光・ 産業振興関 連事業・イ ベントへの 参加・出演	貴自治体主 催の住民啓 発関連事 業・イベン トへの参 加・出演	貴自治体の 関係団体主 催のイベン トへの参 加・出演	近隣・周辺 自治体主催 の事業・イ ベントへの 参加・出演	貴自治体内 の民間企 業・NPO法人 等の主催イ ベントへの 参加・出演	貴自治体外 の民間企 業・NPO法人 等の主催イ ベントへの 参加・出演	幼稚園・保 育園への訪 問・イベン ト参加・出 演	小学校・中 学校への訪 問・イベン ト参加・出 演
16 48.5	31 93.9	31 93.9	30 90.9	31 93.9	26 78.8	25 75.8	17 51.5	14 42.4

介護施設等 への訪問	全国的な観 光イベント への参加・ 出演	全国的な啓 発イベント への参加・ 出演	キャラク ターイベン トへの参 加・出演	活動拠点に おける定期 イベントへ の参加・出 演	住民・民間 事業者等へ の着ぐる み・衣装等 の貸与	有償ボラン ティアによ る着ぐる み・衣装等 の運営	ファンコ ミュニティ の形成・運 営	関連グッズ の製作・販 売・配布
11 33.3	27 81.8	16 48.5	29 87.9	9 27.3	25 75.8	0 0.0	1 3.0	23 69.7

住民や民間 企業等との 共同による 商品開発	貴自治体以 外の団体へ 商用ライセ ンスの提供	その他	無回答
8 24.2	12 36.4	2 6.1	1 3.0

取組に対する評価

単一回答 各種事業の啓発に役だった

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	21 63.6	8 24.2	0 0.0	0 0.0	1 3.0	3 9.1

単一回答 地域住民の愛着・郷土愛を醸成できた

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思 う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	16 48.5	7 21.2	2 6.1	1 3.0	4 12.1	3 9.1

単一回答 他地域に対して地域のイメージ・知名度向上に貢献できた

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思 う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	15 45.5	12 36.4	0 0.0	0 0.0	3 9.1	3 9.1

単一回答 地域産品をPR・産業を育成できた

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思 う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	14 42.4	9 27.3	2 6.1	0 0.0	5 15.2	3 9.1

単一回答 地域の交流人口増加に貢献できた

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思 う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	3 9.1	8 24.2	3 9.1	2 6.1	14 42.4	3 9.1

単一回答 地域の定住人口の増加に貢献できた

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思 う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	0 0.0	2 6.1	4 12.1	5 15.2	19 57.6	3 9.1

単一回答 総合評価

上段：数値 下段：%	そう思う	ややそう思 う	あまりそう 思わない	そう思わな い	わからない	無回答
33 100.0	13 39.4	15 45.5	0 0.0	0 0.0	3 9.1	2 6.1

複数回答 公営ご当地キャラクターの評価指標

上段：数値 下段：%	経済効果 (定期)	経済効果 (不定期)	観光客数	公共交通等 の利用者数	関連グッズ の販売額	ライセンス 許諾数	広告効果	マスメディ アへの露出 の数
33 100.0	2 6.1	3 9.1	3 9.1	0 0.0	7 21.2	14 42.4	1 3.0	5 15.2

ソーシャル メディアの フォロワー 数	イベントへ の参加数	イベントへ の集客数	着ぐるみの 貸し出し数	年賀状・ ファンレ ターの数	アンケート 調査等によ る認知度の 把握	その他	特に現時点 では評価指 標等は設定 していない	無回答
12 36.4	17 51.5	5 15.2	13 39.4	6 18.2	2 6.1	1 3.0	6 18.2	3 9.1

単一回答 公営ご当地キャラクターを活用した今後の取り組み意向

上段：数値 下段：%	活動を拡大 したい	現状を維持 したい	活動を縮小 したい	活動を中止 する	その他	無回答
33 100.0	19 57.6	8 24.2	0 0.0	0 0.0	4 12.1	2 6.1

活動の課題

複数回答 公営ご当地キャラクター運営の課題

上段：数値 下段：%	予算に対し て活用の効 果が乏しい	十分な予算 が確保でき ない	政策目的を 達成できて いない	地元住民に 根付いてい ない	人気が無い	イベント等 の集客に役 立っていない	知的財産に 関するトラ ブル・リス クがある	運営で困っ た時に相談 相手がいな い
33 100.0	2 6.1	14 42.4	0 0.0	1 3.0	1 3.0	0 0.0	4 12.1	1 3.0

担当職員 等、人員が 不足してい る、職員の 負担が大き い	引き際／辞 め時がわか らない	活用方策が わからない	特に困った ことはない	無回答
15 45.5	2 6.1	0 0.0	6 18.2	3 9.1

民営キャラクターとの関わり

複数回答 民営キャラクターとの関わり

上段：数値 下段：%	自治体でご 当地キャラ クターとし て公認して いる	当該キャラ クターのイ ベントを後 援している	グッズ等の 販売促進に 向けてサ ポートして いる	当該キャラ クターのPR に向けて総 合的に支援 している	貴自治体主 催のイベン ト等に招聘 している	自治体施策 の推進に向 けて当該 キャラク ターとコラ ボレートし ている	当該キャラ クターの取 組を表彰し ている	自治体公認 キャラク ターの二次 創作となっ ている
15 100.0	2 13.3	0 0.0	0 0.0	1 6.7	4 26.7	3 20.0	1 6.7	0 0.0

その他	全く関わり 合いがない	無回答
1 6.7	3 20.0	6 40.0

民営キャラクターのメリット・デメリット

複数回答 民営ご当地キャラクターがいることによる自治体へのメリット

上段：数値 下段：%	地域住民の郷土愛を醸成してくれる	地域のことをPRしてくれる	住民、事業者同士のコラボレーションに貢献している	行政ではできない・やりにくい柔軟な取組を展開してくれる	行政ではできない・やりにくいスピード感ある取組を展開してくれる	行政の財政的な負担なく運営してくれる	その他	特にない
15 100.0	5 33.3	8 53.3	4 26.7	5 33.3	5 33.3	4 26.7	1 6.7	1 6.7

無回答
6 40.0

複数回答 民営ご当地キャラクターがいることによる自治体へのデメリット

上段：数値 下段：%	行政がコントロールすることができない	活動内容により地域イメージを低下させる可能性がある	活動内容が営利目的になってしまう	事業者の資質に頼るところが大きい	公営のご当地キャラクターと間違われる	特に盛り上がりを見せていない	その他	特にない
15 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 13.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	8 53.3

無回答
5 33.3

所管内の市区町村とのキャラクターとの関係

複数回答 自治体と所管区域内の市区町村のご当地キャラクターの関係

上段：数値 下段：%	市区町村と連携し、ご当地キャラクター関連のイベントを開催している	以外のイベントを実施した時に、市区町村のご当地キャラクターを招聘している	貴自治体の施策の推進に向けて、市区町村のキャラクターとコラボレートしている	貴自治体ならびに市区町村のキャラクターを組織化している	市区町村のキャラクターのグッズ等の販売促進に向けてサポートしている	市区町村のキャラクターのPRに向けて総合的に支援している	その他	全く関わり合いがない
33 100.0	8 24.2	15 45.5	8 24.2	0 0.0	0 0.0	1 3.0	7 21.2	2 6.1

無回答
8 24.2

今後のキャラクターの作成意向

単一回答 新たなご当地キャラクター作成意向の有無

上段：数値 下段：%	予定がある	予定はない	無回答
33 100.0	2 6.1	25 75.8	6 18.2

4-3 住民アンケート単純集計結果

ご当地キャラクターへの印象

単一回答 ご当地キャラクターへの好意・興味の有無

上段：数値 下段：%	好きなご当地キャラクターがいる	特に興味はないが、知っているご当地キャラクターがいる	ご当地キャラクターという言葉は聞いたことがあるが、具体的なキャラクターは知らない。	ご当地キャラクターというものを聞いたことも見たこともない
1500	307	921	210	62
100.0	20.5	61.4	14.0	4.1

単一回答 キャラクター全般への好意・興味の有無

上段：数値 下段：%	ある	どちらかと言えばある	どちらかと言えない	ない	わからない
1500	193	451	382	434	40
100.0	12.9	30.1	25.5	28.9	2.7

単一回答 地域の知名度をあげている

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかというと思う	どちらかというと思わない	そう思わない	わからない
1438	588	576	112	63	99
100.0	40.9	40.1	7.8	4.4	6.9

単一回答 ご当地キャラクターへの印象_地域の経済に好影響がある

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかというと思う	どちらかというと思わない	そう思わない	わからない
1438	452	628	155	66	137
100.0	31.4	43.7	10.8	4.6	9.5

単一回答 地域の魅力をPRするのに役立っている

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかというと思う	どちらかというと思わない	そう思わない	わからない
1438	528	606	128	58	118
100.0	36.7	42.1	8.9	4.0	8.2

単一回答 地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかというと思う	どちらかというと思わない	そう思わない	わからない
1438	304	586	271	89	188
100.0	21.1	40.8	18.8	6.2	13.1

単一回答 地域の印象が崩れている

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかというと思う	どちらかというと思わない	そう思わない	わからない
1438	83	226	622	276	231
100.0	5.8	15.7	43.3	19.2	16.1

単一回答 何のために作っているのか分からない

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかというと思う	どちらかというと思わない	そう思わない	わからない
1438	163	380	503	233	159
100.0	11.3	26.4	35.0	16.2	11.1

単一回答 行政がキャラクターをうまく活用できていない

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかという とそう思う	どちらかという とそう思わない	そう思わ ない	わからない
1438	307	534	291	96	210
100.0	21.3	37.1	20.2	6.7	14.6

単一回答 行政主体であり、市民の意見が反映されていない

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらかという とそう思う	どちらかという とそう思わない	そう思わ ない	わからない
1438	222	524	311	99	282
100.0	15.4	36.4	21.6	6.9	19.6

複数回答 ご当地キャラクターに係る行動・ご当地キャラクターがもたらした効果

上段：数値 下段：%	ご当地キャラクターを通じて、初めて知った地域がある	ご当地キャラクターを通じて、興味を持った地域がある	ご当地キャラクターを通じて、行きたくなった地域がある	ご当地キャラクターのグッズが欲しくなったことがある	ご当地キャラクターがきっかけで、訪れた地域がある	ご当地キャラクターのグッズを持っている	ご当地キャラクターのグッズを買ったことがある	「ゆるキャラグランプリ」に投票したことがある
1438	617	396	145	252	42	153	125	78
100.0	42.9	27.5	10.1	17.5	2.9	10.6	8.7	5.4

その他
277
19.3

複数回答 好きなご当地キャラクターを知ったきっかけ

上段：数値 下段：%	テレビ・雑誌・ニュース等で取り上げられていた	SNS（ツイッターやフェイスブック等）で見た	動画配信サイト（YouTube、ニコニコ動画等）で見た	自治体のHPや広報誌、ポスターで見た	ゆるキャラグランプリに出場していた	自分自身の出身地・居住地のご当地キャラクターだった	イベントに出演していた	グッズを見て
307	250	38	41	60	83	57	80	65
100.0	81.4	12.4	13.4	19.5	27.0	18.6	26.1	21.2

知人から紹介された	その他
10	3
3.3	1.0

単一回答 好きな形態

上段：数値 下段：%	着ぐるみ（ヒーローの場合、コスチューム）	イラスト	アニメ・動画	漫画	その他
307	243	47	10	1	6
100.0	79.2	15.3	3.3	0.3	2.0

ご当地キャラクターを好きになったきっかけ

複数回答 好きになったきっかけ(見た目)

上段：数値 下段：%	可愛いから	かっこいいから	癒されるから	面白いから	派手だから	知的さがあるから	上品だから	下品だから
307	239	12	87	94	8	8	12	1
100.0	77.9	3.9	28.3	30.6	2.6	2.6	3.9	0.3

気持ち悪いから
4
1.3

複数回答 好きになったきっかけ（動き）

上段：数値 下段：%	可愛いから	かつこいいから	癒されるから	面白いから	派手だから	上品だから	下品だから	気持ち悪いから
307	159	15	78	79	37	7	6	8
100.0	51.8	4.9	25.4	25.7	12.1	2.3	2.0	2.6

上段：数値 下段：%	軽快だから	あまり動かないから
41	17	
13.4	5.5	

複数回答 好きになったきっかけ（発言）

上段：数値 下段：%	可愛いから	かつこいいから	癒されるから	面白いから	知的さがあるから	上品だから	下品だから	気持ち悪い
307	60	14	27	77	28	7	2	3
100.0	19.5	4.6	8.8	25.1	9.1	2.3	0.7	1.0

上段：数値 下段：%	落ち着いたから	自由な発言をするから	声を出すから	声を出さないから
3	37	34	100	
1.0	12.1	11.1	32.6	

複数回答 好きになったきっかけ（活動）

上段：数値 下段：%	キャラクターの性格が好きだから	好きな地域・観光地のご当地キャラクターだから	地域の魅力をしっかりとPRできているから	活動の努力が見られるから	何度も見かけるから	SNSでのコミュニケーションが楽しいから	ゆるキャラグランプリで上位に入賞したから
307	126	73	81	72	68	9	17
100.0	41.0	23.8	26.4	23.5	22.1	2.9	5.5

複数回答 好きになったきっかけ（背景・ストーリー）

上段：数値 下段：%	作者・デザイナーが有名人だから	名前が好きだから	キャラクターの誕生エピソードが好きだから	キャラクターの設定が好きだから	出身地・居住地等、縁のある地域のご当地キャラクターだから	知人が好きだったから・勧められたから	その他好きになったきっかけがある
307	15	112	29	75	56	8	11
100.0	4.9	36.5	9.4	24.4	18.2	2.6	3.6

ご当地キャラクターによる興味喚起や行動の促進

複数回答 好きなご当地キャラクターをきっかけに、興味を持ったこと

上段：数値 下段：%	そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の特徴を知った	そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域を好きになった	そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の名産品・特産品を知った	そのご当地キャラクターをきっかけに、その自治体の取り組みに興味を持った	その他	特になし
307	83	68	71	40	3	95
100.0	27.0	22.1	23.1	13.0	1.0	30.9

複数回答 好きなご当地キャラクターをきっかけに起こした行動

上段：数値 下段：%	ご当地キャラクターに会うことを目的にイベントに参加した	ご当地キャラクターに会うことを目的に、ご当地キャラクターの出身地域を訪ね・旅行した	ご当地キャラクターグッズを購入するために、最寄りの販売店舗を訪れた	ご当地キャラクターグッズを購入するために、現地まで訪れた	ご当地キャラクターは関係なく、観光地として魅力的なので訪れた	その他	特になし
307	42	30	32	8	32	4	196
100.0	13.7	9.8	10.4	2.6	10.4	1.3	63.8

単一回答 好きなご当地キャラクターの出身地域名について

上段：数値 下段：%	そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の名前を知った	そのご当地キャラクターを知りながら知っている地名だった	どの地域のご当地キャラクターなのか知らない
307	65	238	4
100.0	21.2	77.5	1.3

複数回答 好きなご当地キャラクターの商品購入経験の有無

上段：数値 下段：%	そのご当地キャラクターのグッズをご自身で購入したことがある	そのご当地キャラクターの無料配布グッズをもらったことがある	そのご当地キャラクターのグッズを知りながらプレゼント・お土産としても買ったことがある	そのご当地キャラクターのグッズは持っていない	その他
307	104	62	67	128	5
100.0	33.9	20.2	21.8	41.7	1.6

行政によるご当地キャラクターの活用に関する意見や要望

単一回答 行政がご当地キャラクターを活用することへの賛否

上段：数値 下段：%	賛成	どちらかという賛成	どちらかという反対	反対	わからない
1438	338	721	76	38	265
100.0	23.5	50.1	5.3	2.6	18.4

複数回答 ご当地キャラクター活用における行政への要望

上段：数値 下段：%	全国にむけて地域の魅力や取り組みをアピールするべきだ	全国的なイベントに参加して、知名度アップを図るべきだ	地域住民に向けて地域の魅力や取り組みをアピールするべきだ	地域住民と、イベントなどで直接触れ合える交流（握手・写真撮影など）を行うべきだ	テレビや雑誌などのメディアに積極的に露出するべきだ	他のご当地キャラクターと協力・コラボレーションするべきだ	ご当地キャラクターの活動内容は重要でなく、ただ存在するだけで良い	税金を投入してまで取り組むべきではない
1438	717	458	342	257	268	219	88	305
100.0	49.9	31.8	23.8	17.9	18.6	15.2	6.1	21.2

行政がキャラクターを運用するべきではない（民間がキャラクターを運営すべきだと思う）

その他

107	52
7.4	3.6

居住地のご当地キャラクターに対する認知・印象

単一回答 居住市区町村のご当地キャラクターの有無について

上段：数値 下段：%	ご当地キャラクターをよく知っている	ご当地キャラクターを少し知っている	ご当地キャラクターがいるかわからない	ご当地キャラクターはいない
1438	181	487	459	311
100.0	12.6	33.9	31.9	21.6

単一回答 居住市区町村のご当地キャラクターについて、民営・公営の認知

上段：数値 下段：%	公営のご当地キャラクターも民営のご当地キャラクターもいずれも知っている	公営のご当地キャラクターだけ知っている	民営のご当地キャラクターだけ知っている	わからない
668 100.0	85 12.7	318 47.6	42 6.3	223 33.4

単一回答 居住市区町村の公営ご当地キャラクターについて、名前の認知

上段：数値 下段：%	名前を知っている	名前は分からない
403 100.0	303 75.2	100 24.8

単一回答 居住市区町村の民営ご当地キャラクターについて、名前の認知

上段：数値 下段：%	名前を知っている	名前は分からない
127 100.0	73 57.5	54 42.5

居住地の公営ご当地キャラクターについて印象

単一回答 デザインや名称が地域の魅力を十分に現わしている

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらかというと思わない	どちらかというと思う	そう思う	わからない
403 100.0	40 9.9	78 19.4	164 40.7	91 22.6	30 7.4

単一回答 地域の経済に好影響がある

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらかというと思わない	どちらかというと思う	そう思う	わからない
403 100.0	48 11.9	100 24.8	144 35.7	64 15.9	47 11.7

単一回答 地域の魅力をPRするのに役立っている

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらかというと思わない	どちらかというと思う	そう思う	わからない
403 100.0	45 11.2	83 20.6	163 40.4	82 20.3	30 7.4

単一回答 地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらかというと思わない	どちらかというと思う	そう思う	わからない
403 100.0	50 12.4	113 28.0	141 35.0	53 13.2	46 11.4

単一回答 地域の印象が崩れている

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらかというと思わない	どちらかというと思う	そう思う	わからない
403 100.0	123 30.5	152 37.7	65 16.1	23 5.7	40 9.9

単一回答 何のために作っているのか分からない

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらかという とそう 思わない	どちらか という とそう 思う	そう思う	わからない
403 100.0	77 19.1	130 32.3	110 27.3	57 14.1	29 7.2

単一回答 行政がキャラクターをうまく活用できていない

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらか という とそう 思わない	どちらか という とそう 思う	そう思う	わからない
403 100.0	41 10.2	105 26.1	118 29.3	98 24.3	41 10.2

単一回答 行政主体であり、市民の意見が反映されていない

上段：数値 下段：%	そう思わない	どちらか という とそう 思わない	どちらか という とそう 思う	そう思う	わからない
403 100.0	38 9.4	107 26.6	123 30.5	63 15.6	72 17.9

居住地の民営ご当地キャラクターについて印象

単一回答 デザインや名称が地域の魅力を十分に現わしている

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらか という とそう 思う	どちらか という とそう 思わない	そう思わない	わからない
127 100.0	32 25.2	48 37.8	24 18.9	11 8.7	12 9.4

単一回答 地域の経済に好影響がある

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらか という とそう 思う	どちらか という とそう 思わない	そう思わない	わからない
127 100.0	32 25.2	44 34.6	30 23.6	8 6.3	13 10.2

単一回答 地域の魅力をPRするのに役立っている

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらか という とそう 思う	どちらか という とそう 思わない	そう思わない	わからない
127 100.0	31 24.4	52 40.9	26 20.5	7 5.5	11 8.7

単一回答 地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらか という とそう 思う	どちらか という とそう 思わない	そう思わない	わからない
127 100.0	32 25.2	42 33.1	35 27.6	6 4.7	12 9.4

単一回答 地域のイメージが崩れている

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらか という とそう 思う	どちらか という とそう 思わない	そう思わない	わからない
127 100.0	11 8.7	26 20.5	50 39.4	25 19.7	15 11.8

単一回答 何のために作っているのか分からない

上段：数値 下段：%	そう思う	どちらか という とそう 思う	どちらか という とそう 思わない	そう思わない	わからない
127 100.0	16 12.6	30 23.6	43 33.9	25 19.7	13 10.2

参考：属性

単一回答 Q3-1..回答者年齢 条件内

上段：数値 下段：%	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60歳以上	対象外
1500	124	289	401	380	306	0
100.0	8.3	19.3	26.7	25.3	20.4	0.0

単一回答 Q4.回答者性別

上段：数値 下段：%	男性	女性
1500	879	621
100.0	58.6	41.4

単一回答 Q5.回答者職業

上段：数値 下段：%	自営業・フリーランス	正社員	会社役員	公務員	パートタイム就業	専業主婦	学生	無職
1500	164	501	43	45	205	242	26	202
100.0	10.9	33.4	2.9	3.0	13.7	16.1	1.7	13.5

その他

72
4.8

単一回答 Q6.配偶者の有無

上段：数値 下段：%	はい	いいえ
1500	988	512
100.0	65.9	34.1

単一回答 Q7.子どもの有無

上段：数値 下段：%	はい	いいえ
1500	825	675
100.0	55.0	45.0

複数回答 Q8.子どもの通学・通勤状況（現在）

上段：数値 下段：%	幼稚園・保育園入園以前	幼稚園・保育園	小学校低学年（1～3年生）	小学校高学年（4～6年生）	中学校	高校	専門学校	大学・大学院
825	53	75	72	86	99	121	19	111
100.0	6.4	9.1	8.7	10.4	12.0	14.7	2.3	13.5

社会人

社会人	その他
426	20
51.6	2.4

単一回答 Q9.回答者年収

上段：数値 下段：%	収入なし	1-100万	101-200万	201-300万	301-400万	401-500万	501-600万	601-700万
1500	221	245	176	215	164	130	107	68
100.0	14.7	16.3	11.7	14.3	10.9	8.7	7.1	4.5

701-800万	801-900万	901-1000万	1001-1500万	1501万以上
67	38	19	39	11
4.5	2.5	1.3	2.6	0.7

問5. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターが作成されたきっかけ・経緯についてご回答ください。**回答欄に当てはまるもの(複数回答)と最も当てはまるもの(一つ)をご記入ください。**

1. 市長からの指示	2. 庁内の会議・議論	
3. 市民からの要望	4. 地域にゆかりがある企業や専門家等からの提案	
5. 4.以外の企業や専門家等からの提案	6. 記念事業やイベント参加等の一環	
7. 地域PR・ブランディング事業等の一環	8. 住民向けの啓発事業の一環	
9. その他 ()		
回答欄	当てはまるもの (いくつでも)	最も当てはまる もの(一つ)

問6. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターはどのような目的で作成されましたか。**回答欄に当てはまるもの(複数回答)と最も当てはまるもの(一つ)をご記入ください。**

1. 地域住民への啓発(環境・学校教育等)	2. 地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	
3. 地域全体のイメージ・知名度等の向上	4. 地域産品等のPRや産業の育成	
5. 地域の交流人口の増加	6. 地域の定住人口の増加	
7. その他 ()		
回答欄	当てはまるもの (いくつでも)	最も当てはまる もの(一つ)

問7. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターはどの部署が所管していますか。**当てはまるものすべてに○を付けてください。**

1. 企画関係部署	2. 広報関係部署
3. 観光関係部署	4. 産業振興(観光以外)関係部署
5. まちづくり・都市計画関係部署	6. 環境施策関係部署
7. 福祉施策関係部署	8. その他 ()

問8. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターは、2013年度末時点で**企画(活用方策の検討・推進等)・管理(着ぐるみの貸与・保管、知的財産権等の管理等)、運営(イベントへの出演等)**にどのような人が携わっていますか。**当てはまるものすべてに○を付けてください。**

1. 自治体職員(正職員)	2. 自治体職員(臨時職員)
3. 外部委託(広告代理店・コンサルタント等)	4. 外部アドバイザー(有識者・実務者)
5. 市民等のボランティアスタッフ	6. その他 ()

問9. 問8でご回答いただいたスタッフの人数(2013年度末時点)について、**企画・管理、運営、合計値ごとに以下の枠内に数値をご記入ください(定義は問8参照)**。なお、企画・管理、運営以外のスタッフが配置されている場合は、これらの合計値と一致している必要性はありません。

	企画・管理	運営	合計		企画・管理	運営	合計
自治体職員 (正職員)	名	名	名	自治体職員 (非正規雇用)	名	名	名
外部委託 広告代理店	名	名	名	外部アドバイザー (有識者等)	名	名	名
ボランティアスタッフ (市民等)	名	名	名	その他	名	名	名

問10. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターの運営体制において特に工夫している点は何ですか。**自由にご回答ください。**

例) 担当部門だけでは人材が不足するため、庁内横断的な取組とした/サポーター制度をつくった。

貴自治体運営のご当地キャラクターの作成について

問11. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターのデザインはどなたが作成しましたか。最も当てはまるもの1つに○を付けてください。

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. 庁内の職員 | 2. 市民公募 |
| 3. 地域にゆかりある企業や専門家 | 4. 3. 以外の企業や専門家 |
| 5. その他 () | |

問12. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターの名称はどなたのアイデアによるものですか。最も当てはまるもの1つに○を付けてください。

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. 庁内の職員 | 2. 市民公募 |
| 3. 地域にゆかりある企業や専門家 | 4. 3. 以外の企業や専門家 |
| 5. その他 () | |

問13. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターはいつから作成を開始し、いつ公表を行いましたか。それぞれの年月(西暦)について以下の枠内に数値で記入してください。

作成開始時期 (いつから作成を開始しましたか)	年	月
公表時期 (いつ公表を行いましたか)	年	月

問14. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターは活動開始年度および2013年度(昨年度)にどの程度予算を確保しましたか。「予算総額(国・都道府県補助含む)」および「うち区市町村単独の予算額」について以下の枠内にそれぞれ数値で記入してください。作成開始年度が2013年度の場合は、2013年度の枠に「同左」とご記入ください。

	作成開始年度	2013年度
予算総額(国・都道府県補助含む)	円	円
うち区市町村単独の予算額	円	円

貴自治体運営のご当地キャラクターの著作権について

問15. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターの著作権はどこに帰属していますか。最も当てはまる番号に○を付けてください。

- | | |
|---------------------|-------------------------|
| 1. 貴自治体 | 2. 貴自治体の関係団体(観光協会・商工会等) |
| 3. キャラクターの制作者 | 4. 2~3. 以外の民間企業(委託先等) |
| 5. 制作委員会等による複数団体で所有 | 6. 明確に定めていない |
| 7. その他 () | |

問16. 問15で「貴自治体」以外を選択した方におうかがいします。著作権者との間で、ライセンス契約(著作権使用許諾契約)は締結していますか。当てはまる番号に○を付けてください。

- | | |
|----------------------------|-----------|
| 1. 結んでいる | 2. 結んでいない |
| 3. その他[例:委託契約の中に含まれる等] () | |

問17. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターの二次利用のライセンス使用を認めていますか。最も当てはまる番号に○を付けてください。

- | |
|--------------------------------|
| 1. 貴自治体以外のライセンス利用(二次利用)を認めている |
| 2. 貴自治体以外のライセンス利用(二次利用)を認めていない |
| 3. ライセンスを許諾する権限が貴団体にない |

問23. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターはどのような活用をしていますか。以下の1.～2

1.の中で当てはまる番号すべてに○を付けてください。

※もし、活動内容の参考資料等がございましたら返送用封筒に同封していただけますと幸いです。

知ってもらふ／興味をもってもらふ
1. 自治体の広報誌やホームページでの情報発信での利用 2. 観光パンフレットでの利用 3. 各種自治体計画（総合計画・個別計画）での利用 4. ご当地キャラクターの住民票の発行 5. ご当地キャラクター特設ウェブサイトの作成 6. ソーシャルメディア（Twitter・Facebook等）活用によるコミュニケーション 7. 新聞・ラジオ・テレビ等へのマスメディア等への営業（プレスリリース等の発行等） 8. マスメディアへの出演（CM含む） 9. 芸能人・著名人等のコラボレーション 10. モニュメント・フラッグなどの作成・掲示
触れてもらふ
11. 貴自治体主催の観光・産業振興関連事業・イベントへの参加・出演 12. 貴自治体主催の市民啓発関連（環境・学校教育等）事業・イベントへの参加・出演 13. 貴自治体の関係団体（観光協会・商工会等）主催のイベントへの参加・出演 14. 近隣・周辺自治体主催の事業・イベントへの参加・出演 15. 貴自治体内の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演 16. 貴自治体外の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演 17. 幼稚園・保育園への訪問・イベント参加・出演 18. 小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演 19. 介護施設等への訪問 20. 自治会活動への訪問 21. 全国的な観光イベントへの参加・出演 22. 全国的な啓発イベント（環境・学校教育等）への参加・出演 23. （ご当地）キャラクターイベントへの参加・出演 24. 活動拠点における定期イベントへの参加・出演（例：●曜日に▲▲に行くと必ず会える等）
参加してもらふ／消費してもらふ
25. 住民・民間事業者等への着ぐるみ・衣装等の貸与 26. 有償ボランティアによる着ぐるみ・衣装等の運営 27. ファンコミュニティの形成・運営 28. 関連グッズの製作・販売 29. 住民や民間企業等との共同による商品開発 30. 貴自治体以外の団体へ商用ライセンスの提供
上記の他、特徴的な取組について自由にご記入ください
31. その他（具体的に： _____）

問24. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターを地元住民・地元事業者向けに発信する際に、特に工夫した点は何ですか。自由にご回答ください。

例) 地域のイベントはたとえ小さいものでも参加するようにした。

問25. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターを他地域に発信する際に、特に工夫した点は何ですか。自由にご回答ください。

例) 対象地域の目線にあわせてPRをすすめていった。

貴自治体運営のご当地キャラクターの評価等について

問26. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターを活用した取組について自己評価してください。以下の①～⑦について最も当てはまる番号（1～5）に○を付けてください。また、その理由もご自由にご記入ください。

自己評価	そう思う ⇄ そう思わない				わからない	理由 (ご自由にご記入ください)
①地域住民への啓発に役だった	1	2	3	4	5	
②地域住民の愛着・郷土愛を醸成できた	1	2	3	4	5	
③他地域に対して地域のイメージ・知名度向上に貢献できた	1	2	3	4	5	
④地域産品をPR・産業を育成できた	1	2	3	4	5	
⑤地域の交流人口増加に貢献できた	1	2	3	4	5	
⑥地域の定住人口の増加に貢献できた	1	2	3	4	5	
⑦総合評価	1	2	3	4	5	

問27. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターを活用した取組にどのような評価指標を設定していますか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

1. 経済効果（定期的な把握）	2. 経済効果（不定期的な把握）
3. 観光客数	4. 公共交通等の利用者数
5. 関連グッズの販売額	6. ライセンス許諾数（関連グッズの作成数等）
7. 広告効果	8. マスメディア（CM含む）への露出の数
9. ソーシャルメディアのフォロワー数	10. イベントへの参加数（登場回数）
11. イベントへの集客数	12. 着ぐるみの貸し出し数
13. 年賀状・ファンレターの数	14. アンケート調査等による認知度の把握
15. その他（)	
16. 特に現時点では評価指標等は設定していない	

問28. 問3でご回答いただいたご当地キャラクターの運営において課題であると感じる点は何ですか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

1. 予算に対して活用の効果が乏しい	2. 十分な予算が確保できない
3. 政策目的（問6のご回答内容）を達成できていない	4. 地元住民に根付いていない
5. 人気が無い	6. イベント等の集客に役立っていない
7. 知的財産に関するトラブル・リスクがある	8. 運営で困った時に相談相手がない
9. 担当職員等、人員が不足している、職員の負担が大きい	10. 引き際/辞め時がわからない
11. 活用方策がわからない	12. 特に困ったことはない

問29. 問3でご回答いただいた他にご当地キャラクターの運営において課題であると感じた点は何ですか。自由にご回答ください。

問30. 問 3 でご回答いただいたご当地キャラクターを活用した取組について今後どのような意向をお持ちですか。最も当てはまる番号に○を付けてください。

1. 活動を拡大したい	2. 現状を維持したい
3. 活動を縮小したい	4. 活動を中止する
5. その他 ()

3. 貴自治体における民営のキャラクターについて

問 1 にて「1. 公営・民営ともにご当地キャラクターがいる」もしくは「3. 民営のご当地キャラクターのみいる」とご回答いただいた方は以下の設問にご回答ください。

問31. 貴自治体の所管地域における民営キャラクターのうち、最も有名または主要と思われるものを1つだけ、その名称を回答ください。

※民間団体運営のキャラクターを1つだけご回答ください。

--

問32. 問 31 でご回答いただいたご当地キャラクターのタイプについて、当てはまるもの1つに○を付けてください。

1. ゆるキャラ	2. ご当地ヒーロー	
3. ご当地美少女キャラクター	4. その他 ()

問33. 問 31 でご回答いただいた民営のご当地キャラクターと貴自治体はどのような関係にありますか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

1. 自治体のご当地キャラクターとして公認している	
2. 当該キャラクターのイベントを後援している	
3. グッズ等の販売促進に向けてサポートしている	
4. 当該キャラクターのPRに向けて総合的に支援している	
5. 貴自治体主催のイベント等に招聘している	
6. 自治体施策の推進に向けて当該キャラクターとコラボレートしている。	
7. 当該キャラクターの取組を表彰している	
8. 自治体公認キャラクターの二次創作となっている	
9. その他 ()
10. 全く関わり合いがない	

問34. 問 31 でご回答いただいた民営のご当地キャラクターがいることによるメリットは何だと感じますか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

1. 地域住民の郷土愛を醸成してくれる	
2. 地域のことをPRしてくれる	
3. 市民、事業者同士のコラボレーションに貢献している	
4. 行政ではできない・やりにくい柔軟な取組を展開してくれる	
5. 行政ではできない・やりにくいスピード感ある取組を展開してくれる	
6. 行政の財政的な負担なく運営してくれる	
7. その他 ()
8. 特にない	

問35. 民営のご当地キャラクターがいることによるデメリットは何だと感じますか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. 行政がコントロールすることができない | |
| 2. 活動内容により地域イメージを低下させる可能性がある | |
| 3. 活動内容が営利目的になってしまう | |
| 4. 事業者の資質に頼るところが大きい | |
| 5. 公営のご当地キャラクターと間違われる | |
| 6. 特に盛り上がりを見せていない | |
| 7. その他 () | |
| 8. 特にない | |

問36. 問 34 や問 35 ほか、民営のご当地キャラクターについてよい点、気になる点等がございましたら、以下に自由にご記入ください。

--

4. 貴自治体における公営・民営ご当地キャラクターの今後のご意向について

以下では、すべての方がご回答ください。

問37. 貴自治体では今後新たにご当地キャラクターを新たに作成することを想定していますか。また、既に作成されている方は兄弟・姉妹等の家族キャラクター等も含めて追加的に作成することを予定していますか。以下の選択肢のうち当てはまる番号に○を付けてください。

- | | |
|--------|--|
| 1. はい | |
| 2. いいえ | |

問38. 問 37 で回答した状況・理由等について自由にご回答ください。

--

問39. 回答者様の連絡先について本調査票に添付した「プライバシーポリシー」に同意の上ご記入ください。ご記入いただいた内容は、回答結果について問い合わせをさせていただく際に利用させていただきます場合がございます。

貴自治体名		所属部署	
役職		氏名	
連絡先 (電話番号)		連絡先 (Email)	@

アンケート調査は以上です。お忙しい中、ご協力ありがとうございました。

4-5 都道府県アンケート調査票

ご当地キャラクターの定義について

本調査での「ご当地キャラクター」とは、「地域の活性化に向けて、地域の自治体・民間企業等の発意で作られた人物・動物・シンボルまたはそのイメージなどの創作物」と定義しています。具体的な対象は以下のとおりです。分類が悩ましい場合はアンケート調査事務局へお問い合わせください。

<p>アンケート調査の対象外 アニメの聖地巡礼（地域限定・作成アニメを除く）/時代劇の舞台探訪/ ご当地アイドル/ご当地グルメ/ご当地ソング/</p>
<p>アンケート調査の対象内となる ご当地キャラクター（対象） ゆるキャラ(R)/ご当地ヒーロー/ ご当地美少女キャラクター/</p>

1. 地域内のご当地キャラクターについて

問1. 2013 年度末時点で貴自治体では公営（委託等含む貴自治体企画によるもの）・民営（都道府県レベルで活動しているものに限る）も含めてご当地キャラクターはいますか。以下の選択肢のうち最も当てはまる番号 1 つに○を付けてください。

1. 公営・民営ともにご当地キャラクターがいる	} →以下の設問問2をご回答ください
2. 公営のご当地キャラクターのみいる	
3. 民営のご当地キャラクターのみいる	→問 36へ
4. ご当地キャラクターはいない	→問 39 の設問をご回答ください

2. 貴自治体運営のキャラクターについて

問1にて「1. 公営・民営ともにご当地キャラクターがいる」もしくは「2. 公営のご当地キャラクターのみいる」とご回答いただいた方は以下の設問にご回答ください。

問2. 貴自治体が運営しているご当地キャラクターのうち、**最も有名または主要なもの1つ**について、名称を回答ください。

※貴自治体運営のキャラクターを1つだけご回答ください。

問3. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターのタイプについて、**当てはまるもの1つに○**を付けてください。

1. ゆるキャラ	2. ご当地ヒーロー
3. ご当地美少女キャラクター	4. その他（ ）

問4. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターが作成されたきっかけ・経緯についてご回答ください。**回答欄に当てはまるもの（複数回答）と最も当てはまるもの（一つ）**をご記入ください。

1. 知事からの指示	2. 庁内の会議・議論
3. 住民からの要望	4. 地域にゆかりがある企業や専門家等からの提案
5. 4. 以外の企業や専門家等からの提案	6. 記念事業やイベント参加等の一環
7. 地域PR・ブランディング事業等の一環	8. 各部署事業・施策の普及啓発等の一環
9. その他（ ）	

回答欄	当てはまるもの（いくつでも）	最も当てはまるもの（一つ）
------------	----------------	---------------

問5. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターはどのような目的で作成されましたか。**回答欄に当てはまるもの(複数回答)と最も当てはまるもの(一つ)をご記入ください。**

1. 各種事業の啓発(環境・学校教育等)	2. 地域住民の地域に対する愛着・郷土心の醸成	
3. 地域全体のイメージ・知名度等の向上	4. 地域産品等のPRや産業の育成	
5. 地域の交流人口の増加	6. 地域の定住人口の増加	
7. その他()		
回答欄	当てはまるもの(いくつでも)	最も当てはまるもの(一つ)

問6. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの所管部署を記入してください。複数の部門にまたがる場合は関連する部門を全てご記入ください。

--

問7. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターは、2013年度末時点で**企画(活用方策の検討・推進等)・管理(着ぐるみの貸与・保管、知的財産権等の管理等)、運営(イベントへの出演等)**にどのような人が携わっていますか。**当てはまるものすべてに○を付けてください。**

1. 自治体職員(正職員)	2. 自治体職員(臨時職員)
3. 外部委託(広告代理店・コンサルタント等)	4. 外部アドバイザー(有識者・実務者)
5. 住民等のボランティアスタッフ	6. その他()

問8. 問7でご回答いただいたスタッフの人数(2013年度末時点)について、**企画・管理、運営、合計値ごとに以下の枠内に数値**をご記入ください(**定義は問7参照**)。なお、企画・管理、運営以外のスタッフが配置されている場合は、これらの合計値と一致している必要性はありません。

	企画・管理	運営	合計		企画・管理	運営	合計
自治体職員(正職員)	名	名	名	自治体職員(非正規雇用)	名	名	名
外部委託(広告代理店)	名	名	名	外部アドバイザー(有識者等)	名	名	名
ボランティアスタッフ(住民等)	名	名	名	その他	名	名	名

問9. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの運営体制において特に工夫している点は何ですか。**自由にご回答ください。**

例) 担当部門だけでは人材が不足するため、庁内横断的な取組としたノサポーター制度をつくった。

貴自治体運営のご当地キャラクターの作成について

問10. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの**デザイン**はどなたが作成しましたか。**最も当てはまるもの1つに○を付けてください。**

1. 庁内の職員	2. 住民公募
3. 地域にゆかりある企業や専門家	4. 3. 以外の企業や専門家
5. その他()	

問11. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの**名称**はどなたのアイデアによるものですか。**最も当てはまるもの1つ**に○を付けてください。

1. 庁内の職員	2. 住民公募
3. 地域にゆかりある企業や専門家	4. 3. 以外の企業や専門家
5. その他 ()	

問12. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターはいつから**作成**を開始し、いつ**公表**を行いましたか。それぞれの**年月(西暦)**について以下の枠内に数値で記入してください。

作成開始時期 (いつから作成を開始しましたか)	年	月
公表時期 (いつ公表を行いましたか)	年	月

問13. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターは作成開始年度および2013年度(昨年度)にどの程度予算を確保しましたか。「予算総額(国の補助含む)」および「うち都道府県単体の予算額」について**以下の枠内にそれぞれ数値で記入してください**。作成開始年度が2013年度の場合は、2013年度の枠に「**同左**」とご記入ください。

	作成開始年度	2013年度
予算総額(国補助含む)	円	円
うち貴都道府県単体の予算額	円	円

貴自治体運営のご当地キャラクターの著作権について

問14. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの**著作権**はどこに帰属していますか。**最も当てはまる番号**に○を付けてください。

1. 貴自治体	2. 貴自治体の関係団体(外郭団体等)
3. キャラクターの制作者	4. 2~3. 以外の民間企業(委託先等)
5. 制作委員会等による複数団体で所有	6. 明確に定めていない
7. その他 ()	

問15. 問14で「貴自治体」以外を選択した方におうかがいします。著作権者との間で、ライセンス契約(著作権使用許諾契約)は締結していますか。**当てはまる番号**に○を付けてください。

1. 結んでいる	2. 結んでいない
3. その他[例:委託契約の中に含まれる等] ()	

問16. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの二次利用のライセンス使用を認めていますか。**最も当てはまる番号**に○を付けてください。

1. 貴自治体以外のライセンス利用(二次利用)を認めている
2. 貴自治体以外のライセンス利用(二次利用)を認めていない
3. ライセンスを許諾する権限が貴団体にない

問17. 問16で「貴自治体以外のライセンス利用(二次利用)を認めている」とご回答いただいた方におうかがいします。二次利用のライセンスの管理はライセンスを許諾する際にどのような方針をとっていますか。**最も当てはまる番号**に○を付けてください。

1. ライセンス許諾する際には、一定の使用料(ロイヤリティ)を徴収している
2. ライセンス許諾する際には、使用料は徴収していないが、認可制としている
3. ライセンス許諾する際には、使用料は徴収しておらず、認可も不要としている
4. その他 ()

問18. 問 17 で「貴自治体以外のライセンス利用（二次利用）を認めていない」とご回答いただいた方に
 おうかがいします。二次利用のライセンスの管理は今後どのような方針をとる予定ですか。**最も
 当てはまる番号に○を付けてください。**

- | | |
|----------------------------------------|---|
| 1. ライセンス許諾については特に考えていない／検討していない。 | |
| 2. ライセンスを許諾する仕組みを現在検討しており、今後導入する予定である。 | |
| 3. その他（ | ） |

問19. 問 2 でご回答いただいたご当地キャラクターは著作権・商標権等の登録をしていますか。当ては
 まるものすべてに○をつけてください。

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 商標登録 | 2. 著作権登録 |
| 3. その他（具体的に： | ） 4. 特にしていない |

貴自治体運営のご当地キャラクターの活用方針・活用方策について

問20. 問 2 でご回答いただいたご当地キャラクターはどのような活用をしていますか。以下の中で**当て
 はまる番号すべて**に○を付けてください。

※もし、活動内容の参考資料等がございましたら返送用封筒に同封していただけますと幸いです。

知ってもらおう／興味をもってもらおう

- | |
|-----------------------------------------------|
| 1. 自治体の広報誌やホームページでの情報発信での利用 |
| 2. 観光パンフレットでの利用 |
| 3. 各種自治体計画での利用 |
| 4. ご当地キャラクター特設ウェブサイトの作成 |
| 5. ソーシャルメディア（Twitter・Facebook等）活用によるコミュニケーション |
| 6. 新聞・ラジオ・テレビ等へのマスメディア等への営業（プレスリリース等の発行等） |
| 7. マスメディアへの出演（CM含む） |
| 8. 芸能人・著名人等のコラボレーション |
| 9. モニュメント・フラッグなどの作成・掲示 |

触れてもらおう

- | |
|-----------------------------------------------|
| 10. 貴自治体主催の観光・産業振興関連事業・イベントへの参加・出演 |
| 11. 貴自治体主催の住民啓発関連（環境・学校教育等）事業・イベントへの参加・出演 |
| 12. 貴自治体の関係団体（外郭団体等）主催のイベントへの参加・出演 |
| 13. 近隣・周辺自治体主催の事業・イベントへの参加・出演 |
| 14. 貴自治体内の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演 |
| 15. 貴自治体外の民間企業・NPO法人等の主催イベントへの参加・出演 |
| 16. 幼稚園・保育園への訪問・イベント参加・出演 |
| 17. 小学校・中学校への訪問・イベント参加・出演 |
| 18. 介護施設等への訪問 |
| 19. 全国的な観光イベントへの参加・出演 |
| 20. 全国的な啓発イベント（環境・学校教育等）への参加・出演 |
| 21. （ご当地）キャラクターイベントへの参加・出演 |
| 22. 活動拠点における定期イベントへの参加・出演（例：●曜日に▲▲に行くと必ず会える等） |

参加してもらおう／消費してもらおう

- | |
|----------------------------|
| 23. 住民・民間事業者等への着ぐるみ・衣装等の貸与 |
| 24. 有償ボランティアによる着ぐるみ・衣装等の運営 |
| 25. ファンコミュニティの形成・運営 |
| 26. 関連グッズの製作・販売・配布 |
| 27. 住民や民間企業等との共同による商品開発 |
| 28. 貴自治体以外の団体へ商用ライセンスの提供 |

上記の他、特徴的な取組について自由にご記入ください

- | | |
|---------------|---|
| 29. その他（具体的に： | ） |
|---------------|---|

問21. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターを**地元住民・地元事業者向け**に発信する際に、特に工夫した点は何ですか。自由にご回答ください。

例) 地域のイベントには積極的に参加するようにした。

問22. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターを**他地域に発信する際**に、特に工夫した点は何ですか。自由にご回答ください。

例) 対象地域の目線にあわせてPRをすすめていった。

問23. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターはどのようなターゲット（年齢／属性[子ども、女性等]／地域）を設定していますか。作成当初・現在・将来の三段階に分けて**自由にご回答ください**。また、特に絞っていない場合には「特に無し」の口チェック(☑)してください。

	年齢	属性	地域	特に無し
作成開始時点 (例: 地域住民を対象)				<input type="checkbox"/>
現在 (例: 全国的に発信)				<input type="checkbox"/>
将来 (例: 海外展開)				<input type="checkbox"/>

問24. 問20を進める上で工夫した点について以下の枠内に**自由にご回答ください**。

例) 小学校・幼稚園などを訪問することで子どもからの支持が集まるように工夫した。

貴自治体運営のご当地キャラクターの評価等について

問25. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターを活用した取組について自己評価してください。以下の①～⑦について最も当てはまる番号(1～5)に○を付けてください。また、その理由もご自由にご記入ください。

自己評価	そう思う ⇄ そう思わない				わからない	理由 (ご自由にご記入ください)
	1	2	3	4		
①各種事業の啓発に役だった	1	2	3	4	5	
②地域住民の愛着・郷土愛を醸成できた	1	2	3	4	5	
③他地域に対して地域のイメージ・知名度向上に貢献できた	1	2	3	4	5	
④地域産品をPR・産業を育成できた	1	2	3	4	5	
⑤地域の交流人口増加に貢献できた	1	2	3	4	5	
⑥地域の定住人口の増加に貢献できた	1	2	3	4	5	
⑦総合評価	1	2	3	4	5	

問26. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターを活用した取組にどのような評価指標を設定していますか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

1. 経済効果（定期的な把握）	2. 経済効果（不定期の把握）
3. 観光客数	4. 公共交通等の利用者数
5. 関連グッズの販売額	6. ライセンス許諾数（関連グッズの作成数等）
7. 広告効果	8. マスメディア（CM含む）への露出の数
9. ソーシャルメディアのフォロワー数	10. イベントへの参加数（登場回数）
11. イベントへの集客数	12. 着ぐるみの貸し出し数
13. 年賀状・ファンレターの数	14. アンケート調査等による認知度の把握
15. その他（	）
16. 特に現時点では評価指標等は設定していない	

問27. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターの運営において課題であると感じる点は何ですか。当てはまる番号すべてに○を付けてください。

1. 予算に対して活用の効果が乏しい	2. 十分な予算が確保できない
3. 政策目的（問5のご回答内容）を達成できていない	4. 地元住民に根付いていない
5. 人気が無い	6. イベント等の集客に役立っていない
7. 知的財産に関するトラブル・リスクがある	8. 運営で困った時に相談相手がいない
9. 担当職員等、人員が不足している、職員の負担が大きい	10. 引き継ぎ/辞め時がわからない
11. 活用方策がわからない	12. 特に困ったことはない

問28. 問2でご回答いただいた他にご当地キャラクターの運営において課題であると感じた点は何ですか。自由にご回答ください。

問29. 問2でご回答いただいたご当地キャラクターを活用した取組について今後どのような意向をお持ちですか。最も当てはまる番号に○を付けてください。

1. 活動を拡大したい	2. 現状を維持したい
3. 活動を縮小したい	4. 活動を中止する
5. その他（	）

3. 貴自治体における民営のキャラクターについて

問1にて「1. 公営・民営ともにご当地キャラクターがいる」もしくは「3. 民営のご当地キャラクターのみいる」とご回答いただいた方は以下の設問にご回答ください。

問30. 貴自治体の所管地域における民営キャラクター（都道府県レベルで活動しているものに限る）のうち、最も有名または主要と思われるものを1つだけ、その名称を回答ください。

※民間団体運営のキャラクターを1つだけご回答ください。

問31. 問30でご回答いただいたご当地キャラクターのタイプについて、当てはまるもの1つに○を付けてください。

1. ゆるキャラ	2. ご当地ヒーロー
3. ご当地美少女キャラクター	4. その他（
）	

問32. 問 30 でご回答いただいた民営のご当地キャラクターと貴自治体はどのような関係にありますか。

当てはまる番号すべてに○を付けてください。

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. 自治体のご当地キャラクターとして公認している | |
| 2. 当該キャラクターのイベントを後援している | |
| 3. グッズ等の販売促進に向けてサポートしている | |
| 4. 当該キャラクターのPRに向けて総合的に支援している | |
| 5. 貴自治体主催のイベント等に招聘している | |
| 6. 自治体施策の推進に向けて当該キャラクターとコラボレートしている | |
| 7. 当該キャラクターの取組を表彰している | |
| 8. 自治体公認キャラクターの二次創作となっている | |
| 9. その他（ | ） |
| 10. 全く関わり合いがない | |

問33. 問 30 でご回答いただいた民営のご当地キャラクターがいることによるメリットは何だと感じますか。**当てはまる番号すべてに○を付けてください。**

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. 地域住民の郷土愛を醸成してくれる | |
| 2. 地域のことをPRしてくれる | |
| 3. 住民、事業者同士のコラボレーションに貢献している | |
| 4. 行政ではできない・やりにくい柔軟な取組を展開してくれる | |
| 5. 行政ではできない・やりにくいスピード感ある取組を展開してくれる | |
| 6. 行政の財政的な負担なく運営してくれる | |
| 7. その他（ | ） |
| 8. 特にない | |

問34. 民営のご当地キャラクターがいることによるデメリットは何だと感じますか。**当てはまる番号すべてに○を付けてください。**

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. 行政がコントロールすることができない | |
| 2. 活動内容により地域イメージを低下させる可能性がある | |
| 3. 活動内容が営利目的になってしまう | |
| 4. 事業者の資質に頼るところが大きい | |
| 5. 公営のご当地キャラクターと間違われる | |
| 6. 特に盛り上がりを見せていない | |
| 7. その他（ | ） |
| 8. 特にない | |

問35. 問 33 や問 34 ほか、民営のご当地キャラクターについてよい点、気になる点等がございましたら、**以下に自由にご記入ください。**

--

4. 貴自治体所管の市区町村のキャラクターについて

以下では、すべての方がご回答ください。

問36. 貴自治体の所管地域における**市区町村運営（公営）のキャラクターのうち、有名または主要と思われるものを最大3つ**まで、その名称をご回答ください。特にない場合は空欄でご回答ください。

キャラクター名①	
キャラクター名②	
キャラクター名③	

4-6 住民アンケート調査票

ご当地キャラクターの定義について

本調査での「ご当地キャラクター」とは、「地域の活性化に向けて、地域の自治体・民間企業等の発意で作られた人物・動物・シンボルまたはそのイメージなどの創作物」と定義しています。具体的な対象は以下のとおりです。分類が悩ましい場合はアンケート調査事務局へお問い合わせください。

アンケート調査の対象外

アニメの聖地巡礼（地域限定・作成アニメを除く）/時代劇の舞台探訪/
ご当地アイドル/ご当地グルメ/ご当地ソング/

アンケート調査の対象内となる

ご当地キャラクター（対象）

ゆるキャラ(R)/ご当地ヒーロー/
ご当地美少女キャラクター/

I. 基本属性

問1. あなたのお住まいの地域をお答えください。（1つを選択）

※最新時点の【多摩・島しょ部】市町村のドロップダウンリスト（500名分）

※他の地域のドロップダウンリスト（500名分）

※多摩・島しょ地域については、別添のリスト（多摩・島しょ部版）の比率に応じて割り付け。

問2. あなたのご出身の地域をお答えください。（1つを選択）

※全国市町村のドロップダウンリストから選択

問3. あなたの年齢をお答えください。（1つを選択）

1. 19歳以下
2. 20～29歳
3. 30～39歳
4. 40～49歳
5. 50～59歳
6. 60～69歳
7. 70歳以上

※年齢区分ごとに抽出。

（18～29才/100名 30～39才/100名 40～49才/100名 50～59才/100名 60才以上 100名）

問4. あなたの性別をお答えください。（1つを選択）

1. 男性
2. 女性

問5. あなたの職業をお答えください。(1つを選択)

1. 自営業・フリーランス 2. 正社員 3. 会社役員 4. 公務員 5. パートタイム就業 7. 専業主婦 8. 学生 9. 無職 10. その他 ()

問6. あなたは結婚していますか。(1つを選択)

1. はい 2. いいえ

問7. あなたにはお子さんがいらっしゃいますか。(1つを選択)

1. はい 2. いいえ

問8. あなたのお子さんについて、あてはまるものを選択してください。(複数選択)

※問7. で「1. はい」と回答したのみ対象

1. 幼稚園・保育園入園以前 2. 幼稚園・保育園 3. 小学校低学年(1~3年生) 4. 小学校高学年(4~6年生) 5. 中学校 6. 高校 7. 専門学校 8. 大学・大学院 9. 社会人 10. その他

問9. あなたの年収をお答え下さい。(1つを選択)

- [1]収入なし
- [2]100万円未満
- [3]100万円以上～200万円未満
- [4]200万円以上～300万円未満
- [5]300万円以上～400万円未満
- [6]400万円以上～500万円未満
- [7]500万円以上～600万円未満
- [8]600万円以上～700万円未満
- [9]700万円以上～800万円未満
- [10]800万円以上～900万円未満
- [11]900万円以上～1,000万円未満
- [12]1,000万円以上～1,200万円未満
- [13]1,200万円以上～1,500万円未満
- [14]1,500万円以上～1,800万円未満
- [15]1,800万円以上～2,000万円未満
- [16]2,000万円以上～5,000万円未満
- [17]5,000万円以上～1億円未満
- [18]1億円以上
- [19]わからない
- [20]答えたくない

Ⅱ. キャラクターについての質問

問10. あなたはキャラクターに興味がありますか。(1つを選択)

*キャラクターとは、キャラクターグッズ用のキャラクターや、マスコットキャラクター、映画、アニメ、漫画の登場人物や動物などを指します。

- 1. ある
- 2. どちらかと言えばある
- 3. どちらかと言えばない
- 4. ない
- 5. わからない

問11. あなたはご当地キャラクターについて、どう思いますか。(1つを選択)

- 1. 好きなご当地キャラクターがいる
- 2. 特に興味はないが、知っているご当地キャラクターがいる
- 3. ご当地キャラクターという言葉は聞いたことがあるが、具体的なキャラクターは知らない。
- 4. ご当地キャラクターというものを聞いたことも見たこともない

問12. ご当地キャラクターに対してあなたが抱えているイメージについてご回答ください。以下のそれぞれの項目について、該当する回答を選んでください。

設問	その 思 わ な い	わ な い	う ま い	そ の 思 い	わ か ら な い	理由 (ご自由にご記入ください)
1. 地域の知名度をあげている	1	2	3	4	5	
2. 地域の経済に好影響がある	1	2	3	4	5	
3. 地域の魅力をPRするのに役立っている	1	2	3	4	5	
4. 地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる	1	2	3	4	5	
5. 地域のイメージが崩れている	1	2	3	4	5	
6. 何のために作っているのか分からない	1	2	3	4	5	
7. 行政がキャラクターをうまく活用できていない	1	2	3	4	5	
8. 行政主体であり、市民の意見が反映されていない	1	2	3	4	5	

問13. ご当地キャラクターに関して、あてはまるものを選んでください（複数回答可）

1. ご当地キャラクターを通じて、初めて知った地域がある
2. ご当地キャラクターを通じて、興味を持った地域がある
3. ご当地キャラクターを通じて、行きたくなった地域がある
4. ご当地キャラクターのグッズが欲しくなったことがある
5. ご当地キャラクターがきっかけで、訪れた地域がある
6. ご当地キャラクターのグッズを持っている
7. ご当地キャラクターのグッズを買ったことがある
8. 「ゆるキャラグランプリ」に投票したことがある
9. その他（ ）

問14. 問 11 でお答えになった、好きなご当地キャラクターの名前または、知っているご当地キャラクターの名前を教えてください。(最大3つまで)

※問 11 で「1. 好きなご当地キャラクターがいる」と回答した方のみを対象

最も好きなキャラクター【必須】(自由回答) 1.
2番目に好きなキャラクター (自由回答) 2.
3番目に好きなキャラクター (自由回答) 3.
名前は分からない(選択式) (自由入力) ※記入例:〇〇町のリンゴをモチーフとしたキャラクター

※問 11 で「特に興味はないが、知っているご当地キャラクターがいる」と回答した方のみを対象

知っているキャラクター【必須】(自由回答) 1.
知っているキャラクター (自由回答) 2.
知っているキャラクター (自由回答) 3.
名前は分からない(選択式) (自由入力) ※記入例:〇〇町のリンゴをモチーフとしたキャラクター

問15. 問 14 でお答えになった、最も好きなご当地キャラクターについてお聞きします。

※問 14. で「最も好きなキャラクター」がいると回答した方のみ回答

	1. 自由回答1. のご当地キャラクターについて
知ったきっかけ (複数選択可)	1. テレビ・雑誌・ニュース等で取り上げられていた 2. SNS(ツイッターやフェイスブック等)で見た 3. 動画配信サイト(YouTube、ニコニコ動画等)で見た 4. 自治体のHPや広報誌、ポスターで見た 5. ゆるキャラグランプリに出演していた 6. 自分自身の出身地・居住地のご当地キャラクターだった 7. イベントに出演していた 8. グッズを見て 9. 知人から紹介された 10. その他()
最も好きな形態 (1つだけ選択)	1. 着ぐるみ(ヒーローの場合、コスチューム) 2. イラスト 3. アニメ・動画 4. 漫画 5. その他()
好きになったきっかけ (複数選択可)	【見た目について】 1. 見た目が可愛いから 2. 見た目がカッコいいから 3. 見た目に癒されるから 4. 見た目が面白いから 5. 見た目が派手だから 6. 見た目に知的さがあるから 7. 見た目が上品だから 8. 見た目が下品だから 9. 見た目が気持ち悪いから

	<p>【動きについて】</p> <p>10. 動きが可愛いから 11. 動きがかっこいいから 12. 動きに癒されるから 13. 動きが面白いから 14. 動きが派手だから 15. 動きが上品だから 16. 動きが下品だから 17. 動きが気持ち悪いから 18. 動きが軽快だから 19. あまり動かないから</p> <p>【発言について】</p> <p>20. 発言が可愛いから 21. 発言がかっこいいから 22. 発言に癒されるから 23. 発言が面白いから 24. 発言に知的さがあるから 25. 発言が上品だから 26. 発言が下品だから 27. 発言が気持ち悪い 28. 発言に落ち着きがあるから 29. 自由な発言をするから 30. 声を出すから 31. 声を出さないから</p> <p>【活動について】</p> <p>32. キャラクターの性格が好きだから 33. 好きな地域・観光地のご当地キャラクターだから 34. 地域の魅力をしっかりとPRできているから 35. 活動の努力が見られるから 36. 何度も見かけるから 37. SNSでのコミュニケーションが楽しいから 38. ゆるキャラグランプリで上位に入賞したから</p> <p>【背景・ストーリー】</p> <p>39. 作者・デザイナーが有名人だから 40. 名前が好きだから 41. キャラクターの誕生エピソードが好きだから 42. キャラクターの設定が好きだから 43. 出身地・居住地等、縁のある地域のご当地キャラクターだから 44. 知人が好きだったから・勧められたから 45. その他好きになったきっかけがあれば教えてください（自由入力）</p>
商品購入経験の有無 （複数選択可）	<p>1. そのご当地キャラクターのグッズをご自身で購入したことがある 2. そのご当地キャラクターの無料配布グッズをもらったことがある 3. そのご当地キャラクターのグッズを知人からプレゼント・お土産としてもらったことがある 4. そのご当地キャラクターのグッズは持っていない 5. その他（自由入力）</p>

出身地域名 (1つだけ選択)	<ol style="list-style-type: none"> 1. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の名前を知った 2. そのご当地キャラクターを知る前から知っている地名だった 3. どの地域のご当地キャラクターなのか知らない
そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域に対して興味を持ったことについて(複数選択可)	<ol style="list-style-type: none"> 1. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の特徴を知った 2. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域を好きになった 3. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の名産品・特産品を知った 4. そのご当地キャラクターをきっかけに、その自治体の取り組みに興味を持った 5. その他(自由入力) 6. 特にない
今までに経験のある行動について(複数選択可)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ご当地キャラクターに会うことを目的にイベントに参加した 2. ご当地キャラクターに会うことを目的に、ご当地キャラクターの出身地域を訪問・旅行した 3. ご当地キャラクターグッズを購入するために、最寄りの販売店舗を訪れた 4. ご当地キャラクターグッズを購入するために、現地まで訪れた 5. ご当地キャラクターは関係なく、観光地として魅力的なので訪れた 6. その他(自由入力) 7. 特にない

問16. 問14でお答えになった、あなたが知っているご当地キャラクターについてお聞きします。

※問14. で「知っているキャラクター」がいると回答した方のみ回答

→複数ご当地キャラクター名を回答した場合は、ご自身の回答から任意のキャラクター1つを選択の上回答

	1. 自由回答1.のご当地キャラクターについて
知ったきっかけ (複数選択可)	<ol style="list-style-type: none"> 1. テレビ・雑誌・ニュース等で取り上げられていた 2. SNS(ツイッターやフェイスブック等)で見た 3. 動画配信サイト(YouTube、ニコニコ動画等)で見た 4. 自治体のHPや広報誌、ポスターで見た 5. ゆるキャラグランプリに出場していた 6. 自分自身の出身地・居住地のご当地キャラクターだった 7. イベントに出演していた 8. グッズを見て 9. 知人から紹介された 10. その他()
キャラクターへの印象(複数選択可)	<p>【見た目について】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 見た目が可愛い 2. 見た目がカッコいい 3. 見た目に癒される 4. 見た目が面白い 5. 見た目が派手だ 6. 見た目に知的さがある 7. 見た目が上品だ 8. 見た目が下品だ 9. 見た目が気持ち悪い

	<p>【動きについて】</p> <p>10. 動きが可愛い 11. 動きがかっこいい 12. 動きに癒される 13. 動きが面白い 14. 動きが派手だ 15. 動きが上品だ 16. 動きが下品だ 17. 動きが気持ち悪い 18. 動きが軽快だ 19. あまり動かない</p> <p>【発言について】</p> <p>20. 発言が可愛い 21. 発言がかっこいい 22. 発言に癒される 23. 発言が面白い 24. 発言に知的さがある 25. 発言が上品だ 26. 発言が下品だ 27. 発言が気持ち悪い 28. 発言に落ち着きがある 29. 自由な発言をする 30. 声を出す 31. 声を出さない</p> <p>【活動について】</p> <p>32. キャラクターの性格が良い 33. 好きな地域・観光地のご当地キャラクターだ 34. 地域の魅力をしっかりとPRできている 35. 活動の努力が見られる 36. 何度も見かける 37. SNSでのコミュニケーションが楽しい 38. ゆるキャラグランプリで上位に入賞した</p> <p>【背景・ストーリー】</p> <p>39. 作者・デザイナーが有名人だ 40. 名前が好きだ 41. キャラクターの誕生エピソードが好きだ 42. キャラクターの設定が好きだ 43. 出身地・居住地等、縁のある地域のご当地キャラクターだ 44. 知人が好きだ・勧められた</p> <p>その他、そのご当地キャラクターに抱いている印象があれば教えてください(自由入力)</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

商品購入経験の有無 (複数選択可)	<ol style="list-style-type: none"> 1. そのご当地キャラクターのグッズをご自身で購入したことがある 2. そのご当地キャラクターの無料配布グッズをもらったことがある 3. そのご当地キャラクターのグッズを知人からプレゼント・お土産としてもらったことがある 4. そのご当地キャラクターのグッズは持っていない 5. その他()
出身地域名 (1つだけ選択)	<ol style="list-style-type: none"> 1. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の名前を知った 2. そのご当地キャラクターを知る前から知っている地名だった 3. その地域のご当地キャラクターなのか知らない
そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域に対して興味を持ったことについて(複数選択可)	<ol style="list-style-type: none"> 1. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の特徴を知った 2. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域を好きになった 3. そのご当地キャラクターをきっかけに、その地域の名産品・特産品を知った 4. そのご当地キャラクターをきっかけに、その自治体の取り組みに興味を持った 5. その他(自由入力) 6. 特にない
今までに経験のある行動について (複数選択可)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ご当地キャラクターに会うことを目的にイベントに参加した 2. ご当地キャラクターに会うことを目的に、ご当地キャラクターの出身地域を訪問・旅行した 3. ご当地キャラクターグッズを購入するために、最寄りの販売店舗を訪れた 4. ご当地キャラクターグッズを購入するために、現地まで訪れた 5. ご当地キャラクターは関係なく、観光地として魅力的なので訪れた 6. その他(自由入力) 7. 特にない

問17. あなたは行政がご当地キャラクターを活用することについて、どう思いますか。(1つを選択)

- | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 賛成 2. どちらかという賛成 3. どちらかという反対 4. 反対 5. わからない |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

問18. ご当地キャラクターについて、行政がご当地キャラクターを活用してどのような取り組みを行うべきか、要望を教えてください。(複数回答可)

- | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 全国にむけて地域の魅力や取り組みをアピールするべきだ 2. 全国的なイベントに参加して、知名度アップを図るべきだ 3. 地域住民に向けて地域の魅力や取り組みをアピールするべきだ 4. 地域住民と、イベントなどで直接触れ合える交流(握手・写真撮影など)を行うべきだ 5. テレビや雑誌などのメディアに積極的に露出するべきだ 6. 他のご当地キャラクターと協力・コラボレーションするべきだ 7. ご当地キャラクターの活動内容は重要でなく、ただ存在するだけで良い 8. 税金を投入してまで取り組むべきではない 9. 行政がキャラクターを運用するべきではない(民間がキャラクターを運営すべきだと思う) 10. その他() |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

問19. 問 18 について、そのように考えた理由をご回答ください（自由回答）

自由回答

Ⅲ. 居住地域のご当地キャラクターの認知について

* 問 11 で「4. ご当地キャラクターというものを聞いたことも見たこともない」とお答えした方は回答対象外

問20. 自身がお住まいの地域のご当地キャラクターについてそれぞれご回答ください。

* 公営のご当地キャラクターとは、自治体が企画・運営したものを指します。民営のご当地キャラクターとは地域の企業等が企画・運営しているキャラクターを指します。

1. 自身の住む市町村のご当地キャラクターを知っていますか（ひとつだけ回答） ※1. で3. または4. と回答した人は対象外（ここで回答は終わりです）	1. ご当地キャラクターをよく知っている 2. ご当地キャラクターを少し知っている 3. ご当地キャラクターがいるかわからない 4. ご当地キャラクターはいない
2. それは公営のキャラクターですか、民営のキャラクターですか（ひとつだけ回答）	1. 公営のご当地キャラクターも民営のご当地キャラクターもいずれも知っている 2. 公営のご当地キャラクターだけ知っている 3. 民営のご当地キャラクターだけ知っている 4. わからない

問21. 自身がお住まいの地域のご当地キャラクターについて、ご存じの公営のご当地キャラクター名を1つのみご記入ください。複数ある場合は、最も有名または主要だと思われるものについてご回答ください。

※問 20 の 2. で 1.又は 2. と回答した人が対象

1. 公営のご当地キャラクター名 ()
2. 名前は分からない（選択式）

問22. 自身がお住まいの地域のご当地キャラクターについて、ご存じの民営のご当地キャラクター名を1つのみご記入ください。複数ある場合は、最も有名または主要だと思われるものについてご回答ください。

※問 20 の 2. で 1.又は 3. と回答した人が対象

1. 民営のご当地キャラクター名 ()
2. 名前は分からない（選択式）

問23. 問 21 でお答えになった、自身がお住まいの地域の公営のご当地キャラクターについて、ご回答下さい

※ご当地キャラクターの名前が分かる・分からないにかかわらず、問 21 に回答した人（問 20 の 2. で 1.又は 2. と回答した人）が対象

設問	全く 知らない	少な い	中 等	多 く	全 く 知 る	わ か ら な い	理由 (ご自由にご記入ください)
1. デザインや名称が地域の魅力を十分に現わしている	1	2	3	4	5		
2. 地域の経済に好影響がある	1	2	3	4	5		
3. 地域の魅力をPRするのに役立っている	1	2	3	4	5		
4. 地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる	1	2	3	4	5		
5. 地域のイメージが弱れている	1	2	3	4	5		
6. 何のために作っているのか分からない	1	2	3	4	5		
7. 行政がご当地キャラクターをうまく活用できていない	1	2	3	4	5		
8. 行政主体であり、市民の意見が反映されていない	1	2	3	4	5		

問24. 自身がお住まいの地域の民営のご当地キャラクターについて、ご回答下さい。
 ※名前が分かる・分からないにかかわらず、問 22 に回答した人（問 20 の 2. で 1. または 3 と回答した人のみ）が対象

設問	全く 知らない	わか ない	う う	な り	わか る	理由 (ご自由にご記入ください)
1. デザインや名称が地域の魅力を十分に現わしている	1	2	3	4	5	
2. 地域の経済に好影響がある	1	2	3	4	5	
3. 地域の魅力をPRするのに役立っている	1	2	3	4	5	
4. 地域住民がその地域の魅力を見直すきっかけになる	1	2	3	4	5	
5. 地域のイメージが崩れている	1	2	3	4	5	
6. 何のために作っているのか分からない	1	2	3	4	5	

公益財団法人 東京市町村自治調査会

1986（昭和61）年10月に、市町村の自治の振興を図ることを目的に東京都全市町村の総意により設立された行政シンクタンクです。

多摩・島しょ地域の広域的課題や共通課題に関する調査研究・普及啓発のほか、市町村共同事業、広域的市民活動への支援等を行っています。

本書は、（公財）東京市町村自治調査会及びコンサルタントによる共同調査方式で作成しました。

（公財）東京市町村自治調査会

永尾 昌文 調査部長
広池 智威 主任研究員
村田 憲彦 研究員
佐藤由美子 研究員

三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）

萩原 理史 副主任研究員
阿部 剛志 主任研究員
田口 壮輔 研究員
高原 悠 研究員

平成27年3月発行

ご当地キャラクターの活用に関する調査研究 アンケート調査結果報告書

発行 公益財団法人 東京市町村自治調査会
〒183-0052 東京都府中市新町2-77-1 東京自治会館内
TEL：042-382-7722 FAX：042-384-6057
E-mail：tama005@tama-100.or.jp
URL：http://www.tama-100.or.jp

調査委託 三菱UFJリサーチ&コンサルティング 株式会社
〒105-8501 東京都港区虎ノ門5-11-2
TEL：03-6733-1022 FAX：03-6733-1028
URL：http://www.murc.jp