

大阪を知らないキャラでも府民に愛されるか

山村 啓士

【目的】

2020年から続く新型コロナウイルス感染拡大に伴う観光客の落ち込み、そして2025年の大阪・関西万博を見据え、この状況を打破するべく大阪の魅力を伝えるコンテンツを積極的に発信し、観光客の来阪に少しでも繋げていくことが必要と考える。世界中の人々に親しまれている日本のキャラクターを活用するため、大阪にゆかりがないキャラクターでも実現可能なのか？『大阪を知らないキャラクターでも大阪府民に愛される存在に育て上げる』ことを目的に、実際のシティプロモーションに転用するべく提言していきたい。

【内容】

キャラクターは、小説・漫画、映画・アニメ・ゲーム・広告などのフィクションに登場する人物など、あるいはそれら登場人物の性格や性質のこと。また、その特徴を通じて消費者に一定のイメージを与え、かつ、商品や企業などに対する誘引効果を高めるものの総体とされている。それは歴史上の出来事からフィクションまで豊富なキャラクターが造られ、創造されてきた。実際に大阪ゆかりの歴史上の人物では、「豊臣秀吉」や「真田信繁(幸村)」が挙げられる。豊臣秀吉の場合、死後に「絵本太閤記」を始めとする様々な「太閤物」が制作・出版、真田信繁(幸村)の場合も、死後に「真田三代記」や「難波公記」、大正時代に立川文庫から発行された「真田十勇士」などが制作・出版され、歌舞伎などの様々なメディアに展開された。今日までに知られている武将イメージは、史実よりもコンテンツにより脚色されたキャラクターが基礎となり、大阪を始め多くの人々に愛される存在となり得ている。また、大阪への誘因効果を高める物としては、「ビリケン」も挙げられる。元々明治時代にアメリカから輸入された際には、日本の幅広い箇所にて流行した物であり、決して大阪限定とは言えない。しかし、昭和54年に関係者の尽力で再建された2代目ビリケン建立後、様々なイベントやメディア展開を経て、他の追随を許さず、通天閣・新世界のキャラクターとして愛される存在となり得た。

【結果】

今日まで長く愛されるキャラクターになるには、地元の方にいかに愛されることが絶対条件である。大阪にゆかりがなくても、NMB48のようにファンと共に創り上げる存在として地道に取り組めば、ビリケンのようになることは可能と考える。まだ大阪っぽい名前のキャラクターは無数に存在している。2025年に向けて、全国的に知られる「天王寺」の名が付くキャラクターを大阪府内にて展開できるか引き続き提言していく。

1: キャラクターとは？

キャラクターは、小説、漫画、映画、アニメ、ゲーム、 広告などのフィクションに登場する人物や動物など、あるいはそれら登場人物の性格や性質のこと。また、その特徴を通じて、読者、視聴者、消費者に一定のイメージを与え、かつ、商品や企業などに対する誘引効果を高めるものの総体。(Wikipedia より)

- ・ 古典や現代の作品文学、芸術・芸能・漫画・映画・音楽・アニメ・ゲームなど、歴史上の史実に基づくものからフィクションまで、様々なキャラクターが誕生している。
- ・ 時代とともに新たな性格を帯びたり、変奏、様々なものとミックスすることで、再創造やブレイクを繰り返してきた。

現在大阪府内の店舗等でよく見られるキャラクターの一例

- 各地域のゆるキャラ → もずやん、イヌナキン、滝ノ道ゆずる、トライくん
- 有名作品のキャラクターとのコラボ → 鬼滅の刃、呪術廻戦、ハローキティ、ドラえもん
- 戦国武将をモチーフとした物 → **豊臣秀吉、真田幸村、**
- 企業や箇所で制定されたキャラクター → **ビリケン**、くいだおれ太郎、づぼらや、フエキくん

※これらのキャラクターも、元々は大阪由来でないものも少なくない。

(大阪でよく知られている「豊臣秀吉」「真田幸村」「ビリケン」も元は大阪以外の出身や由来)

どのようにして大阪の皆さまに親しまれるようになったのか？

2: 戦国武将『豊臣秀吉』『真田幸村』は現在まで人々に親しまれるようになったのか？

→2021年の今どきの小学生が好きな戦国武将ランキングの4位(真田幸村)と5位(豊臣秀吉)
大阪に限らず全国的に知られる存在となっている。

① 豊臣秀吉 (歴史まんがの表題「日本で一番成り上がった男の、サクセスストーリー」)

→天下統一や大阪城築城などの表の側面から、朝鮮出兵などの無謀な海外進出などの負の側面まで、様々な功績を残す。

(1)コンテンツ人気によるもの →太閤物の人気に伴い、一般庶民に知られる存在になる。

○秀吉の人物構成に影響を及ぼしたコンテンツ

・「甫庵・太閤記」(寛永3年1626年) 著者:小瀬甫庵

→元々豊臣秀次に仕えていた。秀次事件後は隠居の身に。信長記も制作

・「絵本太閤記」(寛政9年1797) 著者:竹内確斎、挿絵:岡田玉山

→秀吉二百回忌を迎えるにあたり大坂で出版。大衆的な読み物として一般庶民に大ブーム

享和2年1802に完結したが、江戸幕府により発禁処分、

※一般庶民に好まれやすいストーリー展開、創作や誇張されたエピソード(今日の秀吉イメージ強い影響を与えた)

→その後も幕府の発禁処分を掻い潜り、明治以降もさまざまなコンテンツが作られるように

「判官鼻眞」「出世物語」「権力への反発」が一般庶民に親しまれた。

(2) 恣意的に作られた人気

○天皇制を護った存在としての秀吉→尊皇攘夷思想、明治維新にも影響

○海外進出としての秀吉→海外侵略の正当化するため、豊臣秀吉の朝鮮出兵などを正当化させる。後々の戦争にも影響。

(3)市民に愛される存在へ

○豊国社の再興 →明治元年(1868)、明治天皇の大阪御幸の際、豊国神社復興の決定、京都と大阪で激しい誘致合戦

→明治13年(1880)、大阪・中之島に京都・豊国(トヨクニ)神社の別社として創建

→大正元年(1912)に少し西側に移転、大正10年(1921)には京都の本社から独立、豊国(ホウコク)神社となる。

終戦後の昭和36年(1961)に現在の大阪城二の丸付近に移転。

○大阪城天守閣の再興 →昭和6年(1931)11月7日 大阪城天守閣の竣工

→市内全戸に市長名で天守閣復興の趣意書が配布。事業費150万が半年で集まった。

○現在も大坂城豊臣石垣公開プロジェクトとして「太閤なにわの夢募金」で寄付を募っている。

目標5億円(令和3年11月現在3億6千万円集まる)

※大阪市民の協力があってこそ、今の形の大坂城がある→豊臣秀吉が大坂に親しまれてる存在の表れ

② **真田幸村(信繁)** (歴史まんがの表題「徳川家康に対し、真っ向から立ち向かった武将」)

・【日本一の兵】徳川方からの評価

古今これなき大手柄(細川家)、真田日本一の兵、いにしへの物語にもこれなき(島津家)

※大阪での功績(裏を返せば大阪ではこれしかない)

→大阪冬の陣、真田丸での奮闘、大阪夏の陣、徳川家康をあと一歩まで追い詰める、

○コンテンツ人気によるもの

・大坂物語(慶長20年1615)→関ヶ原の合戦から大坂夏の陣までの軍記物、上下2巻。

・浪華戦記(寛文12年1672)→大阪の陣についての軍記物 ※幸村として書かれる。架空の家臣が活躍する記述も

・真田三代記(江戸後期)→真田幸隆・昌幸・幸村の三代の軍記物(史実と異なる記述も)

※真田が徳川を懲らしめる内容のため、公には出版されず。(密かに写本されて広まる)

真田幸村の名前で書かれている。徳川に氣遣って敢えて名前を変えたとも言われる。

・立川文庫の真田シリーズ(大正期、大阪の出版社「立川文明堂」が発行)

→真田幸村のほか、真田十勇士の活躍を書く(一般庶民特に若者の間で大ヒットしたという)

※文学作品、漫画やドラマなど様々なコンテンツでの展開 → 史実を超え人々に親しまれるように

(安居神社、三光神社など、真田幸村の聖地として整備されたのは明治以降)

3: 大阪発祥ではないビリケンは何で通天閣・新世界のキャラクターになったのか?

【初代ビリケン】

⇒アメリカのイラストレーター「フローレンス・プレッツ」が制作。幸福の神として世界的流行。

・日本へは明治42年頃に輸入→家内和合、商売繁盛の神として日本で流行。

・現在の田村駒(神田屋田村商店)が明治44年(1911)に商標登録→販促や商品キャラクターとして使用

(初代田村駒治郎は東京銀座を散策中、たまたま見つけたビリケン像に出会い、すぐに商標登録を行ったと言われる)

・明治45年(1912)に開業したルナパーク・ホワイトタワー内に設けられた「ビリケン堂」で展示

→大正12年(1923)にルナパーク閉園とともに行方不明。

【同時期の大阪以外のビリケン】

その後ビリケン日本全体で急速に人気なくなる → 当時のビリケン像が今もいくつか残っている

●流山(日本最古と言われるビリケン・千葉県流山市)

・大正2年(1913)、利根運河会社の社長「森田繁男」が観光に役立てようと建立。

・初代は2018年に破損される→大阪通天閣から黄金のビリケンさんが贈られる。

●神戸(松尾稲荷神社、西出町鎮守稲荷神社)

※これらは全国的には知られていないが、地元のシンボリック存在として未だに残っている。

【2代目ビリケン】

・2代目ビリケン像は、昭和55年(1980)田村駒のビリケン像をモデルに製作、通天閣に設置された。

(現在は新世界まちなか案内所に移設、イベント時には出張することもあるとのこと)

(田村駒が昭和24年(1949)に作成したビリケン像(現在も田村駒大阪本社内に安置))

※設置当初は観光ガイドブック等で紹介されることも少ない→様々なメディア展開の結果、ガイドブック常連の存在に

【3代目ビリケン】

・平成24年(2012)に新世界100周年を記念して制作。

※時代と共に通天閣・新世界のシンボルとして、府民に愛されるキャラクターへ昇華していった。

4:大阪府民に愛される存在になるキャラクターになるには？

豊臣秀吉・真田幸村(信繁)・ビリケンは長い時間をかけて、大阪の人々に愛される存在として浸透してきた。

大阪のキャラクターの活用状況 → 大阪の魅力発信に活躍している代表例「ゆるキャラ」

・大阪ミュージアムに掲載のゆるキャラ「115体」

→Twitterフォロワー数7万超えの大阪府広報担当副知事「もずやん」から活動実態不明のキャラまで様々。

活動範囲など運営箇所ごとに異なるが、全てのキャラクターを応援する存在に昇華することはかなり難しい。

(もずやんクラスでも日頃から情報発信などを積極的に行ってきた。その成果とも言える。)

※年を取らないコンテンツはない、しかし、売れ続けないと忘れ去られてしまう。

○大阪の皆さまに愛される、応援してもらえるキャラクターにするためには？

→大阪の皆さまと共に成長していくキャラクター作り(プロセスエコノミー)

・ファンの支持を強くする3つのアップグレード(共感→熱狂・愛着→無二・信頼→応援)

(実例として)NMB48、大阪24区ガールズなどのアイドル

→最初は知られていなかったが、今ではメディア展開や大阪の様々な企業などとのコラボレーションが増えている。

【NMB48の元となったAKB48のコンセプト】

・会いに行けるアイドル(外向きのコンセプト)

・何も加工されていない生の人間の、人並みはずれた成長を見せる(内向きのコンセプト)

→アイドルで実現できたのであれば、キャラクターでも愛されるようになるのでは？

【大阪っぽい名前だけど、大阪由来ではないキャラクターは意外と存在】

(実例として)高槻やよい(アイドルマスターシリーズ)

→2022年に高槻市観光大使に就任(発端は誕生日に高槻駅前にある「やよい軒」にファンが通ったこと)

○大阪の地名として全国的に知られている☑コンテンツ自体が現在進行形で動いている

【天王寺璃奈】(ラブライブ虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会)

→感情表現に乏しい表情を補うため、ボードを活用してコミュニケーションを図る。

2022年アニメ2期放映、京セラドームでイベント開催、オリックス・バファローズとのコラボ決定

【天王寺松衛門】(鬼滅の刃)

→鏑鴉(かすがいからず)、鬼殺隊の本部からの伝令係。

2022年遊郭編放映、刀鍛冶の里編のテレビアニメ化決定、

※以上を踏まえると、大阪に由来がないキャラクターでも皆さまに愛される存在にはなり得ると考える。

→各所で展開可能な施策として今後もブラッシュアップを行い、引き続き研究成果としての情報発信を行っていく。

【参考資料】

『神になった秀吉』(2004年・長浜城歴史博物館)/『秀吉と真田』(2011年・上田市博物館)

『通天閣50年の歩み』(2007年・通天閣観光)/『写真で見る田村駒の百年』(1994年・田村駒(株))

『ファンベース』(2018年・佐藤尚之)/『プロセスエコノミー』(2021年・尾原和啓)



大阪を知らない キャラでも 府民に愛されるか

令和3年度
大阪府立大学
研究推進機構
大阪検定客員研究員

山村 啓士 ○



【目的】

・新型コロナウイルス感染拡大に伴う観光客の落ち込み状況の打破や2025年の大阪・関西万博を見据え、観光客の来阪に繋げるよう、大阪の魅力を伝えるコンテンツを積極的に発信していくことが必要と考えます。

・このためには、世界中の人々に親しまれている日本のマンガ・アニメキャラクターを用いた情報発信は実現可能なのか？

・大阪府内でのシティプロモーションにも転用可能にするべく、様々な先進事例を踏まえた上で、大阪の皆さまにも親しまれ、内外の皆さまに真の大阪を知ってもらえるような施策構築を目指していきます。



1:キャラクターとは？

キャラクターは、小説、漫画、映画、アニメ、ゲーム、広告などのフィクションに登場する人物や動物など、あるいはそれら登場人物の性格や性質のこと。また、その特徴を通じて、読者、視聴者、消費者に一定のイメージを与え、かつ、商品や企業などに対する誘引効果を高めるものの総体。（Wikipediaより引用）

→歴史上からフィクション、古典から現代の作品文学、芸術・芸能・漫画・映画・音楽・アニメ・ゲームなど、豊富なキャラクターが登場している。
→時代とともに新たな性格を帯びたり、変奏、様々なものとミックスすることで、再創造やブレイクを繰り返してきた。

1:キャラクターとは？

- ・古典文学
- ・現代文学
- ・芸術
- ・芸能
- ・漫画
- ・映画
- ・音楽
- ・アニメ
- ・ゲーム
- など

史実に基づくものから
フィクションまで、
様々なキャラクターが
生み出されている



○現在の大阪府内でよく見るキャラクター（一例）

・各地域のゆるキャラ

→もずやん、イヌナキン、滝ノ道ゆずる、トライくん

・有名作品やキャラクターとのコラボ

→鬼滅の刃、呪術廻戦、ハローキティ、ドラえもん

・戦国武将をモチーフ

→豊臣秀吉、真田幸村など

・企業や箇所で作成されたキャラクター

→ピリケン、くだおれ太郎、つぼらや



※必ずしも大阪由来のキャラクターと言えないキャラクターも存在する。

2：戦国武将『豊臣秀吉』『真田幸村』は現在まで人々に親しまれるようになったのか？

今どきの小学生が好きな戦国武将ランキング

→2021年8月、ベネッセグループがポプラ社発行の「コミック版日本の歴史」の販売部数をもとに、上位10名の武将人気ランキングを作成したもの。

| | |
|-----|------|
| 1位 | 織田信長 |
| 2位 | 伊達政宗 |
| 3位 | 徳川家康 |
| 4位 | 真田幸村 |
| 5位 | 豊臣秀吉 |
| 6位 | 柴田勝家 |
| 7位 | 武田信玄 |
| 8位 | 明智光秀 |
| 9位 | 上杉謙信 |
| 10位 | 井伊直政 |

※大阪で親しまれる武将としては豊臣秀吉、真田幸村がランクイン

①豊臣秀吉

(学習まんががどう書かれている?)

- ・天下統一を完成させた武将 (学研)
- ・日本でいちばん出世した戦国武将 (集英社)
- ・農民から太閤になった天下人 (小学館)
- ・立身出世こそ生きる道! 日本で一番成り上がった男の、サクセスストーリーのすべてがここにある! (ポプラ社)
- ・天下人にまでグングン出世していった豊臣秀吉の痛快! 出世ストーリー!! (角川書店)



| 表の功績(一例) | 負の功績(一例) |
|---------------|------------------------------------|
| 天下統一の立役者 | 謀反の罪で豊臣秀次を切腹へ追い込む(妻・子女らを京都三条河原で処刑) |
| 聚楽第の設置 | 無理のある海外進出(朝鮮出兵) |
| 大坂城築城 | 千利休への切腹命令 |
| 太閤検地・刀狩令 | |
| 方広寺大仏殿の設置 | |
| 豊国社の設置(阿弥陀ヶ峰) | |
| 大坂・京都の町割改造 | |

史実・真説太閤記(大阪城常設展示より)

→史実と創作が入り混じった形で現在のイメージに繋がっている



- ・その後も幕府の発禁処分を掻い潜り、明治以降もさまざまな太閤物コンテンツが作られる。
- ・「判官鼻眞」「出世物語」「権力への反発」が一般庶民に親しまれたと言われる。

②真田幸村

(学習まんががどう書かれている?)

- ・「日本一の兵」といわれた武将 (学研)
- ・天下人を追いつめた日本一の兵もの (集英社)
- ・日本一のつわもの・真田幸村! (小学館)
- ・時の権力者、徳川家康に対し、真っ向から立ち向かった武将、真田幸村。父から受け継いだ軍略を武器に、壮絶な戦いを繰り返す!! (ポプラ社)
- ・大阪の陣で徳川軍と戦った真田幸村。徳川家康に最も恐れられ「日本一の兵(つわもの)」とうたわれた名武将の生き方とは…!! (角川書店)



主な功績

- ・大坂冬の陣、夏の陣
- ・真田丸設置
- ・徳川家康をあと一歩まで追い詰める

なぜ現代まで人気があるの?

(1)コンテンツ人気によるもの

→太閤物の人気に伴い、一般庶民に知られる存在になる。

○秀吉の人物構成に影響を及ぼしたコンテンツ

・「甫庵・太閤記」(寛永3年1626年)

著者：小瀬甫庵

→元々豊臣秀次に仕えていた。秀次事件後は隠居の身に。信長記も制作

・「絵本太閤記」(寛政9年1797)

著者：竹内確斎、挿絵：岡田玉山

→秀吉二百回忌を迎えるにあたり大坂で出版。

一般庶民に好まれやすい形で制作

※エピソードは創作や誇張が含まれ、今日の秀吉イメージ強い影響を与えたとも

(享和2年1802年に完結したが幕府より発禁処分)



絵本太閤記
(江戸東京博物館常設展示より)

なぜ現代まで人気があるの?

(2)恣意的に作られた人気

○天皇制を護った存在としての秀吉

→尊皇攘夷思想、明治維新にも影響

○海外進出としての秀吉

→海外侵略の正当化するため豊臣秀吉の朝鮮出兵などを正当化させる。



(3)市民に愛される存在へ

○豊国社の再興

→明治元年(1868)、明治天皇の大坂御幸の際、豊国神社復興の決定、京都と大阪で

激しい誘致合戦

→明治12年に大阪・中之島に建立(当初は京都の豊国神社の別格として)

→大正元年に少し西側に移転、大正10年には京都の本社から独立、豊国(ホウコク)神社となる。

(終戦後の昭和36年に現在の大阪城二の丸付近に移転)

○大阪城天守閣の再興(2021年で復興90周年)

→昭和6年(1931)11月7日 大阪城天守閣の竣工

→事業費150万が半年で集まった。

○大坂城豊臣石垣公開プロジェクト「太閤なにわの夢募金」

→目標5億円(令和3年11月現在3億6千万円)

※大阪市民の協力があってこそ、今の大阪城がある→豊臣秀吉への信頼の表れ



なぜ現代まで人気があるの?

コンテンツ人気によるもの

・浪華戦記(寛文12年1672)

→大阪の陣についての軍記物

※架空の真田家家臣が活躍する記述も

・真田三代記(江戸中期)

→真田幸隆・昌幸・幸村の三代の軍記物(史実と異なる記述も)

※真田が徳川を懲らしめる内容のため、公には出版されず。

(密かに写本されて広まる)

・立川文庫の真田シリーズ

(明治~大正にかけて大阪の出版会社「立川文明堂」が発行)

属にいう真田十勇士の活躍を書く

→一般庶民特に若者の間で大ヒットしたという)



※現在まで多くの真田幸村の物語が制作され、これらのコンテンツの影響が色濃く残っている。

- ・真田信繁より幸村の名前が有名に。
- ・大阪市内の真田幸村の石碑の多くは大正以降に設置

3：大阪発祥ではないビリケンは何で通天閣・新世界のキャラクターになったのか？

【初代ビリケン】

⇒元々はアメリカのイラストレーター「フロレンス・ブレッツ」が制作。
幸福の神として世界的流行。

・日本へは明治42年頃に輸入
→家内和合、商売繁盛の神として日本で流行。

・現在の田村駒(神田屋田村商店)が明治44年(1911)に商標登録
→販促や商品キャラクターとして使用

・明治45年(1912)に開業したルナパークのホワイトタワー内に設けられた「ビリケン堂」にて展示
→大正12年(1923)にルナパーク閉園。
以降行方不明に。



ホワイトタワー(通天閣常設展示より)
→旧つばらや付近にホワイトタワーがあったとされる。



ビリケン堂(通天閣常設展示より)

【大阪以外にもビリケンが存在】(地元のシンボルの存在として)

①千葉県流山市

(日本最古と言われるビリケン)
・大正2年(1913)、利根運河会社の当時の社長「森田繁男」が観光に役立てようと建立。
※利根運河(江戸川と利根川をつなぐ運河、明治23年(1890)開通。淀川改修で活躍したデ・レーケ、ローウェンホルスト・ムルデルが関わる。



初代ビリケン(流山市立博物館より)
→2018年に破損被害



2代目ビリケン(2021年に設置)
→設置まで大阪から贈られたビリケン像が仮設置

②兵庫県神戸市



松尾稲荷神社
大正初期に制作



西出町鎮守稲荷神社
→昭和5年頃に制作

③山梨県富士河口湖町



1対のビリケン像(河口湖北原ミュージアムより)
→東京の古民家に所蔵、神田明神に飾られたとも。



【2代目ビリケン】

⇒昭和55年(1980)に製作
※田村駒が昭和24年(1949)に作成したビリケン像を参考。現在は通天閣近くの「新世界まちなか案内所」に設置。



【3代目ビリケン】

⇒平成24年(2012)に新世界100周年を記念して制作。現在は通天閣展望台に設置している。



【参考】

⇒田村駒の大阪本社(左)、東京本社(右)には現在もビリケン像が置かれている。

※大阪のシンボリック存在として、府民に愛され、メディア等でも紹介。大阪由来でないが、時代とともに大阪を代表とするキャラクターへと昇華。

4:大阪府民に愛される存在のキャラクターになるためには？



・大阪のあらゆる場面で功績を残している(まちづくり、観光発展)
・ヒーロー的存在
・判官鼻息→当時の権力の恣意的意図→真のヒーローとして確立

【観光戦略の要となる存在】

※様々なメディアに取り上げられることで、キャラクター自体が動いている(動き続けているコンテンツが重要)

大阪のキャラクター活用状況

・大阪のゆるキャラの状況

大阪ミュージアムに掲載のゆるキャラ全部で「115体」

Twitterフォロワー数7万超えの大阪府広報担当副知事「もずやん」から活動実態不明のキャラまで様々。

(ゆるキャラの乱立化、格差社会?)



大阪府広報担当副知事「もずやん」

Twitterフォロワー数が1万超えのゆるキャラ(2022年3月時点)
もずやん(大阪府)、Osaka Bob(大阪観光局)、すいたん(吹田市)、星のあまん(交野市星のまち観光協会)、いしきりん(東大阪市石切参道商店街)

・数が多すぎると、情報化社会において埋もれてしまう可能性大(キャラクターがゾンビにならないためには情報発信の継続などより差別化が求められる。)

唯一無二・大阪といえばこれと言えるキャラクター
→ステレオタイプなキャラクターでも良いのだろうか?

大阪の皆さまと共に成長していくキャラクター作り

・プロセスエコノミー(尾原和啓氏の著書より)

→完成品ではなく、そのプロセスに価値を乗せる作り手側がストーリーを込める
なぜ(Why)やるのかを示す
→応援していただけるファンを増やしていく。

・ファンの支持を強くする3つのアプローチ

共感→熱狂
愛着→無二
信頼→応援

・大阪でも実例あり

→(例) NMB48、大阪24区ガールズ
大阪府などとコラボレーションの実施

NMB48の基となったAKB48のコンセプト

・会いに行けるアイドル(外向きのコンセプト)
→何も加工されていない生の人間の、人並みはずれた成長を見せる(内向きのコンセプト)



NMB48劇場とオフィシャルショップ

大阪の皆さまと共に成長していくキャラクター作り

【コンセプト】

まだ大阪を知らないキャラクターを府民に愛される存在に一から育て上げる。

【なぜ既存のものではダメなのか？】

- ・大阪ゆかりのキャラクターは、既に大阪色に染まってしまっている。
- ・皆さまに愛されるキャラクターになるためには、敢えて大阪を知らない設定でも良いのではないかと？
- ・府民の皆さまがキャラクターを一から大阪に染めることで、より愛されるキャラクターになれるのではないかと？

【3次元でのイメージとして】

- ・NMB48、大阪24区ガールズ
- ⇒府民の皆さまの応援・サポートがあって成り立っている。

大阪の地名が名前に入っているキャラクターの一例



ある意味で、大阪ゆかりのキャラクターになれるのでは？
まだ大阪色に染まっていない→みんなの応援で大阪に親しまれるのでは？

「天王寺」の地名が付くキャラクター



天王寺璃奈
ラブライブ!虹ヶ咲学園
スクールアイドル同好会

- 5 → キュート系スクールアイドル感情表現に乏しい表情を補うため、ボードを活用してコミュニケーションを図る

天王寺松衛門
鬼滅の刃

- 11 → 主人公竈門炭治郎に付いている鎧鴉(かすがい)から、鬼殺隊の本部との伝令係を務める。

「天王寺」の地名がつくキャラクター

2022年以降も活躍が期待されるコンテンツ
⇒現在進行形で動いているコンテンツであるほど、注目度は大きい
大阪とのコラボで相乗効果を図るのではないかと？



【ラブライブ!虹ヶ咲学園
スクールアイドル同好会】

- ・2022年2月:京セラドーム大阪でライブイベント実施
- ・2022年4月:アニメ第2期放送開始
- ・2022年7月:オリックスパファローズとのコラボ試合



【鬼滅の刃】

- ・原作は2020年5月に完結
- ・2022年2月:アニメ遊郭編完結
- ・時期未定:刀鍛冶の里編のTVアニメ化決定

マンガ・アニメのコンテンツを活用した上で、最終的には2025年大阪・関西万博開催時、大阪の皆さまから応援していただけるよう、引き続き目指していきます。



ご清聴ありがとうございます。

つづく?