

## 誰でも好きって 言われるわけ ではありません

キャラクターのお話し

実は40年以上の  
歴史あり

さて「マスコット」、「シンボル」、「イメージ」の後に共通して続く言葉は何でしょう? それは、子どもは大好き、大人も好きな「キャラクター」です。63年に鉄人28号や鉄腕アトムがTVアニメ化され、83年に東京ディズニーランドが開園。日本でもすっかりキャラクター文化が浸透し、海外から見たカッコいい日本を指す「クールジャパン」という言葉にもアニメやキャラクターが含まれています。

### キャラクター 戦国時代

キャラクターにもいろいろあります。ガンダムやミッキーマウス、ポケモンのように、アニメや書籍、ゲームから人気があるもの。ペプシマンやドールくん、ソフトバンクのお父さん犬のように企業の広告用に戦略的につくられるもの。現在ではイメージアップのために行政機関でも様々なキャラクターが生まれ、まさにキャラクターの戦国時代到来です。

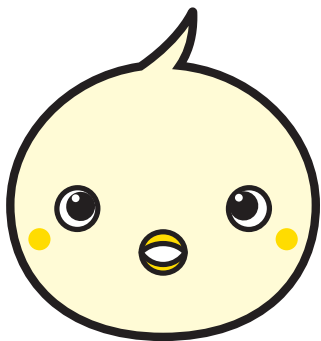
弊社でもキャラクターデザインを依頼されることがあります。英会話教室のシンボルキャラクターとして飛行機のキャラクターをデザインしたり、蕎麦のシンボルとして狐を提案したり(でも落選...)。前回の本誌で掲載した茨城大学の教育改革プログラム広報誌にデザインしたブタさんもキャラクターと言えます。

### 「好き」の先まで

ただ、全てのキャラクターが成功するわけではなく、注目されず消えていくもの、つくった方がいいが全然活用されないものもあります。キャラクターが氾濫する時代だからこそ、つくれば良いというわけにはいきませんね。さて、キャラクターの役割とは何でしょうか?

キャラクターが好きな人に理由を尋ねると、「かわいいから」、「カッコいいから」、「面白いから」といった意外と単純な答えが返ってきます。受け手にとっては単純明快。一方で、企業側にとっては、他社との差別化のために商品や企業のブランドを表現したり、新しくイメージを変えるなど、やはりシンボルとしての役割を大きく担っています。とはいえ、そもそも好感を得ることができていないキャラも世に溢れているわけで...

先日、NHK水戸放送局のキャラクターをリニューアルデザインしました。これまで「あまりかわいくない...」という声もありましたが、リニューアルデザインを見て「かわいい♡」という声が増えてきました。「好き」と言われるようになったNHKキャラは、放送局のシンボルとして本格的に展開されていきます。水戸放送局の広告が大きく変わっていく予感がします。



びっぴー



いっちー



あんじい



ローロ



わらっと

ポップにリニューアルデザインしたNHK水戸放送局のキャラクターたち。



### 受講生 募集中

学習塾にもキャラクター旋風  
リリーアカデミアにも  
キャラクターがお目見えです。

弊社が運営する小・中学生を中心とした学習塾リリーアカデミア。ここにもマスコットキャラクターが誕生しました。それぞれ性格の違うキャラクターたちが、頑張って勉強する子どもたちを応援します!

水戸市梅香 2-1-51  
TEL.029-233-6143 (担当: 高野)  
lilyacademia.com

