

Vol. 12

2014. July

TIMS
TAIGEI FUTABA INDUSTRY CO., LTD.

販売促進情報マガジン

太成二葉通信



特 集

萌キャラの実力

- キャラクタービジネスは成功するのか? -

連 載

最新の印刷技術の動向と加飾デザイン「シークレットペーパー」

特集

萌キャラの実力 / キャラクタービジネスは成功するのか?

B to Cによって伝わり、受け入れられやすくなる? キャラクタータイアップの可能性とは。

テキスト:矢野文仁/村主江理【大阪本社】

私達の日常生活に溶け込んでいる、キャラクター。しかし、ヒット商品とそうでない商品があるのはなぜか。

今回はキャラクターを使う際のポイントと注意点をご紹介致します。

まだまだ先行きが不安定な社会情勢のなか、消費税増税や地域格差といった影響を受ける企業が少なくありません。そんな中、自社の商品やサービスをいかにPRし販売していくかといったときに、今注目されているのがキャラクタービジネスです。

キャラクターは、単なるかわいいものという存在ではなく、複雑化する現代社会において人と人がコミュニケーションをとっていくときに効率の高い「メディア」となっています。

近年では、キャラクタータイアップの商品やサービスは業種を問わず様々な企業で取り組まれています。町中でキャラクターを見かけない日はないのではないでしょうか。今後商品を展開していく際に、キャラクターとのタイアップを考えられる方も多いはず。そんな皆様に取り組む際のポイントをご紹介しようと思います。

■キャラクターとのタイアップ

企業によるキャラクター活用が増えている理由の一つは、企業が直接消費者に情報を伝える「BtoC」では伝わりにくいことも、間にキャラクターを介する「BtoC(=Character)toC」によって伝わり、受け入れられやすくなるというところです。とはいっても「人気のキャラクターを起用すれば売れる」わけではありません。起用したキャラクターや実施した展開によっては、期待通りの成果を上げられない場合もあります。キャラクタータイアップの成否には、複数の要因が関係していることが多いのです。

人気はあくまでキャラクターの人気であつ

て、起用した際の人気の獲得や話題の創出においてキャラクターと商品・サービスは決してイコールでないのです。

タイアップキャラクターを選ぶ際に重視すべきポイント

- 1、キャラクターに対する「日常的な注目度」が高まっているか
- 2、商品・サービスとキャラクターの世界観との間に親和性があるか
- 3、そのキャラクターを起用する「理由付け」や「意外性」があるか



「コップのふち子」を起用した味の素ゼネラルフーズの展開では「OL」というキャラクター設定を活かし、同社の商品のキャンペーンガールに就任させています。「キャラクターが実在の企業のキャンペーンガールになる」という意外性が話題を生み出しています。

人気と話題性の両方を兼ね備えたキャラクターでも商品・サービスの世界観との相性が悪ければファンにとって望まない展開となってしまいます。架空の存在であるキャラクターと商品・サービスは、基本的に関係性を持たないため、世界観を100%マッチさせることは難しいのです。そこで必要なのが「理由付け」や「意外性」です。商品・サービスとファンの望む世界観にある溝を他の要素で補うことで効果的な作用を生み出します。

したがって、キャラクタービジネスは成功するか?という問に対する答えは「成功する」です。

そこで注意しなければならないのが、正しい選定、使い方を行わなければならないということです。違った解釈や使い方をすると失敗してしまうこともあるのです。

キャラクター自体、様々な性質を持っておりこれ以上ない能力を秘めているのです。その実力を発揮するのもさせないのも使う側の采配次第ということ。

自社の商品・サービスを広く認知させ利用していただく際、キャラクターを使うことは有効手段でありますが、実際に起用するにあたり、既存キャラクターやオリジナルキャラクターなど、どのようなタイプのキャラクターを選択するかも成功する重要な要素になります。

■オリジナルキャラクター

既存のキャラクターを活用するのは、元々のキャラクターのファンを取り込むことができ、メリットが多いです。しかし、ライセンス使用料がかかり、一度キャラクターを活用して商品がヒットしたら、ずっと活用し続けないと効果がでないのではないかと、キャラクターに頼りっぱなしになってしまい、利益もなかなか増えません。そこで近年、企業や団体が独自にオリジナルのキャラクターを作るということが多くなっています。その代表的な例が「ゆるキャラ」です。地域活性を目的に一自治体一キャラを作り、全国へPRしていくという活動です。しかし、現在「ゆるキャラ」市場は飽和状態で「ふなっしー」のようなしゃべるキャラ、「くまモン」のように全国を行脚して地域をPR



 COCOAR
アプリをおとして、かざすだけ。

◀ ふじタン / 大阪かぶりもんVer.

もえしょくのオフィシャルキャラクター「ふじタン」の大阪かぶりもんバージョン。お持ちのスマートフォンで「ココアル」のアプリをダウンロードしていただき、「ふじたん」をスキャンしていただきますと、動画が見れます。是非一度お試し下さい。

するキャラ、見た目の奇抜なキャラ等、特出した特徴がないとなかなか人気がでません。また、「ゆるキャラグランプリ」では1000体を超えるキャラが出場し、その中でも注目を浴びるのは、ほんの一握りです。また、自治体や企業はせっかく作ったキャラクターを自社で売り出すのに策もなくキャラクターをつくるだけで終わっているところが大半となってしまっています。そんな中注目を浴びているのが「萌えキャラ」をつかったビジネスです。

■ 萌えキャラ

萌えキャラとは「萌え」を感じるキャラクターのことです。いわゆるオタク層が支持をしているキャラクターで、アニメやゲーム等2次元の世界の「かわいい」キャラクターのことを言います。

現在萌えキャラが注目されている理由

- ①ニッチな市場であるが、低コストで知名度を上げる「オタク市場」で取り上げられる
- ②キャラクター自身の服装や仕様を変えるのが容易で、イベントやキャンペーンに合わせてカスタマイズできる
- ③クールジャパンを政府が積極的に活動しており、今後海外に向けて日本のアニメ文化をPRしていく成長市場

キャラクターを付けて商品をPRするというのまずはキャラを認知してもらうことが必須ですが、そのキャラをPRするのにはかなりの広告費用と労力が必要…。そこで、「オタク」という萌えキャラに敏感で、良し悪し込みで話題にあがる市場を活用します。また、ゆるキャラと比べると、服装を自由に変えたり出来るので「クリスマス仕様」「水着仕様」等

様々なパターンをつけることが可能で、ファンを飽きさせることなく、繋ぎ止める事ができます。また、2020年に向けて、クールジャパンの活動が加速し、より日本のアニメ文化を海外へPRする機会が増えていると考えられるので、その市場へいかに参入するかが、キーポイントになります。しかし、一企業、一団体、個々でPR活動を行うのは限界があり、また不慣れな市場での活動は困難です。そこで既に出来上がっているビジネスモデル「もえしょく」が今注目を浴びています。

■ もえしょく

「もえしょく」というのは企業や商品・名所等様々なアイテムを擬人化し、もえキャラクターにすることです。そして「萌えキャラ」を24時間365日働いてくれる営業マンとして、新規顧客の獲得や、新規市場の開拓をしていくというプロジェクトです。全国に登録している約1500人の絵師さんへ一斉に公募をかけ、様々なティスト

のキャラクターの中から選ぶことができます。大企業のように有名な絵師さんに頼んでオリジナルのキャラクターを作るよりも低コストで行うことができます。そして最大の特徴がチームで活動することです。中小の企業単体での取り組みだと、取り上げられることもなかなか難しいですが、チームでイベントに参加し、活動することでマスコミ等にも取り上げられやすく、PRのためのコストを抑えられます。こちらはほんの一例ですが、他にもキャラクターをつけることで今まで知られていなかった商品が全国から世界へと広がっていったような商品が多く出てきています。

皆様も「萌えキャラ」を活用し、眠っている商品を全国へPRしていきませんか。疑問点やご相談は弊社スタッフまでお気軽にお寄せください。少し宣伝になりましたが、自社商品の魅力を少しでも多くの方に知ってもらうためのツールとして、皆様もキャラクターを活用してみてはいかがでしょうか。

■ もえしょく事例：清水のもつカレーを擬人化、萌えキャラを付けたパッケージで販売。

The diagram illustrates the success of 'Motsu Curry' (もつカレー) through character branding:

- 従来のパッケージ (Original Package):** Shows the original product packaging with a price of 1袋: 350円.
- キャラクター化 (Characterization):** An arrow points to the new character-themed packaging, which includes a sticker and costs 1袋: 500円 (Sticker付).
- 売上上げが3倍になり、年間2万食の販売に成長。 (Sales increased 3 times, reaching annual sales of 20,000 units.)**
- さらにキャラを使った展開が拡張して行く。 (Further expansion through character-based promotions.)**
- Webサイト (Website):** Shows the official website for 'Motsu Curry'.
- Facebook:** Shows the Facebook page for 'Motsu Curry'.
- イベント (Event):** Shows people holding the character-themed packages at an event.

摩訶不思議！“溶ける紙” / シークレットペーパー

遊び心をくすぐる。用途はあなた次第……。



■ 溶ける紙とは？

紙は原料である植物の纖維どうしが接着してできています。そもそも、纖維間の結合が強くなれば、紙は作れません。『水溶紙』は、その結合の強さを極限まで低くする事で生まれた紙なのです。纖維が非常に離れやすいこの紙を水に入れたら、どうなるか？ 結果は、瞬時にバラバラに溶けてしまうことになります。一般的な紙でも何日も水に浸けていれば、いつかは溶けます。しかし、極めて短時間でバラバラになってしまう紙は、水溶紙の他にありません。温水・冷水はもちろんのこと海水にも速やかに分散しますので、あらゆる分野でその機能を発揮します。

■ では使い方は……！！

- ・機密文書用紙として
 - ・玩具、ノベルティに(折り紙・ノート・メモ帳..)
 - ・海や川に流すような行事に(紙灯籠、散骨用など)
 - ・屋外用イベントとして(紙飛行機、紙吹雪など)
 - ・神社やお寺の御札やおみくじとして
 - ・ガーデニングなどの用途に(播種・ガーデニング配置図など)
- 素材はパルプ、澱粉等、純植物性なので無公害。雨や土の水分でも溶けますので、アイデアひとつでいろいろな用途に使えます。

■ 機能を付加する

モノが溢れている今日では、商品はもちろんのこと、パッケージの外観を魅力的に見せたり、陳列方法や販売促進といった商品を取り巻く様々な要素が欠かせません。今回紹介した『水溶紙』はその素材の機能を活かし、通常紙の表現力だけでは得られない部分に更なる価値を付与しています。

【水に溶ける】=「目新しさ」「かんたん」「環境にやさしい」など、今までとは違った側面を引き出すことができ、視覚効果と併せたプラス要素を持っています。“水によって自然に還る”非常にナチュラルでエコ的な印象。現代社会のキーワード(環境問題...)においてもアイデアひとつで対応できそうです。又、遊び心(ワクワク・ドキドキ・ハラハラ...)にも繋げることができ、人々の感性に訴えることで精神的な満足感を提供します。今まで使っていた素材を替えるだけで…、もしかしたら効果はそれ以上になるかも知れません。



Add value to every promotion tool

あらゆるプロモーションツールに付加価値を



■ セールスプロモーション

化粧品関連

贈答菓子関連

薬品関連

店舗関連

■ プロモーションツール + 各種サービス (印刷・表面加工)

P O P	ノベルティ	広色域印刷	ラミネーティング
ダイレクトメール	ペーパーアイテム	ハイブリッド印刷	コーティング
ポスター・リーフレット	Webデザイン	フレキソ印刷	ホットスタンプ
パッケージ	C I・VIデザイン	バリアルブル印刷	エンボス

太成二葉産業がお客さまにとって負担なこと、面倒なこと、余計な労力がかかっている業務をすべてお受け致します。

編集後記

6月からサッカーの祭典であるワールドカップが始まり筆者は寝不足日々が続いておりますが、皆様はいかがお過ごしでしょうか。試合内容もさることながら、日本人サポーターが、敗戦したにもかかわらず会場のゴミ拾いをする姿が海外メディアに取り上げられ、日本の文化（立つ鳥あとを濁さず的

こと）がうれしい話題となりました。2020年には東京オリンピックも控えており、大きな祭典に向けて、キャラも含めた色々な展開をする企業や自治体が今後も増えそうです。寝不足そして、夏バテと的にはヘビーな時期にさしかかりますが、皆様が体調を崩さずにこの夏を満喫されることを願っております。

大阪本社：村主 江理

販売促進情報マガジン

太成二葉通信

太成二葉産業株式会社

【大阪本社】大阪市東成区深江北 3-17-15 Tel:06-6976-1131

【東京支店】中央区銀座 6-14-20 香蘭社ビル 6F Tel:03-6278-7286

www.tims-net.co.jp