

12月9日付け日本経済新聞掲載

企業行動を象徴 消費者の「自己実現」に添う キャラクター活用論

キャラクターは 明治期から

日本では近代企業がスタートした明治期から、珍しい動物や聖獣などを企業や製品のシンボルマークに採用してきました。図案からは離れるものの、江戸時代後期の戯作者・式亭三馬が自身の手掛ける化粧水「江戸の水」を自作品「江戸水幸漸」の中でPRしています。江戸を「かっこいい」シンボルだとして、物語の中で主人公に語らせたのです。現在の企業キャラクターは、こうした土壌を受け継いだものであり、日本人は昔から広告を「文化表現物」の一つと捉えていたといえます。

高度成長期の広告では、「性能が優れている」「お値打ち価格だ」など情報を効率的に伝えることが求められました。そして、テレビや新聞、雑誌などマスメディアを通じて大量に広告を打ち出す手法が確立しました。その後、感性や高感度を打ち出す時代を經過。現在のデジタル全盛、双方向性のあるソーシャルメディア（SNS）

企業自体や製品・サービスのシンボル「企業キャラクター」。社会とのコミュニケーションを通じて企業の意思を代弁したり、行動を象徴したりして、企業の顔を鮮明にし、消費者に限らずあらゆるステークホルダーとの距離を縮める装置として活用されている。広告を「文化表現物」と捉えて記号論的に読み解く、法政大学社会学部メディア社会学科教授・青木貞茂氏に企業キャラクターの現状や活用について聞いた。



青木貞茂氏（あおき さだしげ）
法政大学社会学部メディア社会学科教授

＜略歴＞ 1956年長野生まれ。79年立教大学経済学部卒業後、広告会社勤務のかたわら法政大学非常勤講師、早稲田大学大学院商学研究科客員助教授、東京大学大学院情報学環非常勤講師、同志社大学社会学部教授などを歴任。2013年4月より現職。日本広告学会理事。専門は、広告論、ブランド論。

広 告

「心躍る」体験が キーワード

「近代マーケティングの父」といわれる米国の経営学者・フィリップ・コトラー氏は、このSNS普及期のマーケティングについて、製品中心、消費者中心、価値中心の時代を経てきた「マーケティング4・0」の時代であるとして「自己実現」をキーワードに挙げています。

4・0＝現在の消費者は物質的欲求や精神的欲求が満たされており、製品やサービスの機能や価値よりも、その製品やサービスを使うことで「これが好きだ」「心が躍る」といった体験や共感を重要視しています。よくいう「モノ消費からコト消費へ」という言葉と相通じます。このことはBtoC企業だけではなくBtoB企業や、将来を担う人材を育てる教育関連企業にとってこそ重要な理論ではないでしょうか。

近年は企業活動に「社会との共通価値創造（CSV）」が問われています。すなわち企業は商品・サービスの提供者であることを超え、ステークホルダーと目的を共有し、社会のために活動する一人格である必要があります。企業キャラクターは、その一人格の意思や行動をユーザーに分かりやすく伝え、エンゲージメント（愛着心）を強める重要な装置へと進化しているのです。

「ゆるキャラ」の名付け親、みうらじゅん氏は、ある自治体の関係者に「緩くありません。真剣に取り組んでいます」と苦言を呈されたといいます。しかし、「企業や自治体が粋（かみしも）を脱ぎ、

自分たちと同じ目線に立った」と消費者が捉えたからこそ、自分のライフステージに投影して「成長物語」を楽しむコンテンツとしてここまで受け入れられたのだと思います。

多くの企業キャラクターはネーミングがなされ、趣味や性格付けなど図案作成には関係なさそうな要素まで練り上げているのは、全ての人に「分かりやすく」「近い存在として」キャラクターを活用したいと考えているからでしょう。また、企業のDNAやストーリー、価値観をまとい、ブランドを象徴・代弁するものとして存在しているともいえます。

関連部署間で 意思統一を

ただし、キャラクターを「作って終わり」これでは、ダメな時代になってきています。

縦割りの組織の弊害に陥らないよう、関連する部門間の意思統一が必要です。せっかくの顔が当初の想定から発展していくのなら万々歳ですが、顔があいまいになってしまっってはなりません。

キャラクターを「何の目的で」「どの範囲で」利用するか、後で金銭や権利問題などにならないよう外部との調整も必須です。つまり、「図版はOKだが動画や着ぐるみは範囲外」など、これでもいいのかどうかなど想定しておくことも大切です。

また、海外展開をする場合は、しっかりその国の文化を考える必要があるでしょう。例えば宗教。神仏習合や八百万の神として自然現象も神としてあがめた日本人は寛容であり、いわばシンボルリテラシーが低い。タブー等ないかよく調査する必要があります。

さあ、企業キャラクターを通してどんな物語を紡ぎますか？