

くまモン学 はじめます



「連携協力に関する協定」を締結……2

くまモン学とは何か……3

くまモン学の始まりに寄せて
一産みの親&育ての親によるスペシャル対談……4

くまモンについて……12

経済界・教育界からの期待の言葉……20

本学のくまモン学について……22

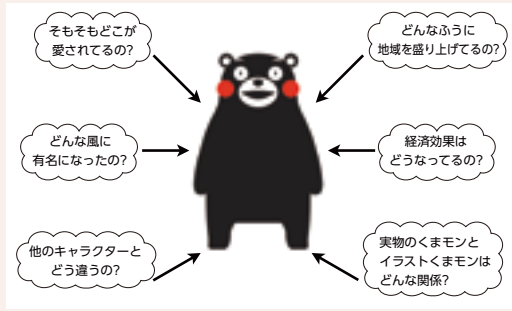
寄稿文……30

くまモンと一緒に「熊本城」をイメージしたポーズ
撮影：宮井正樹



尚絅大学
尚絅大学短期大学部

SHOKEI



くまモン学とは何か

尚綱大学現代文化学部教授

畠山 真一

くまモンは、ご存知のとおり、熊本県のいわゆる「当地キャラクター（ゆるキャラ）」です。日本全国、ご当地キャラクターは数多く存在していますが（滋賀県彦根市の「ひこにゃん」や千葉県船橋市の「ふなっしー」など）有名、くまモンは全国的に圧倒的な知名度を誇っています（第7回NRC全国キャラクター調査（2020年実施）で「ご当地キャラクター」で知名度第一位でした）。

くまモン学は、このように全国的な知名度を誇るくまモンを探究するとともに、新たな地域の文化資源（ソーシャルコンテンツ）を開発する全く新しい研究分野です。順に説明しましょう。

そもそも「くまモンを探究する」として、何をどのように探求すればよいのでしょうか。くまモン学は全く新しい研究分野ですので、素朴な疑問が出発点となります。例えば、くまモンはそもそもどこが愛されているのでしょうか。言い換えれば、くまモンの魅力はそもそもどこにあるのでしょうか。このような素朴な疑問が研究の出発点になります。

キャラクターの魅力や価値を分析する研究は、すでにさまざまな領域で実践されています。典型的には「キャラクター論」という分野がそれにあたります。

キャラクター論は、その名前のとおり「キャラクター」を分析する領域です。キャラクターとは、サンリオが開発した「マイメロ」や「キキとララ」のような図像的イメージに加え、マンガやアニメの登場人物のことを言います。キャラクター論は、このようなキャラクターを、「そもそもキャラクターとは何か」「メディア横断（マンガ、アニメ、商品、着ぐるみといった様々なメディア）に登場することはいかにして可能か」「魅力的なキャラクターとはどのようなものか」といった問題意識から分析していきます。

さらに、くまモンについては、例えば「くまモンの経済効果はどれくらい？」「くまモンは熊本でどんな風に役にたつてるの？」「くまモンが有名

九州新幹線開業の1年前の2010年、民間の皆さんと力を合わせて、特色のある地域づくりをしよう」と立ち上げた「新幹線元年委員会」で小山薫堂さんから提案されたスローガンが「くまもとサプライズ」です。

小山薫堂さんから「くまもとサプライズ」のロゴの制作を依頼された水野学さんがおまけとして「くまモン」をデザインしてくださいました。

その時点では、今日のようにここまで大きく成長するとは、想像だにしませんでした。そう考えるとくまモン自身が「くまもとサプライズ」だと言えるでしょう。

2020年、くまモンはデビューから10年という節目を迎え、これまで以上にハッピーとサプライズを世界中に届けたいとモチベーションを上げています。

今回、これまでのくまモンの活躍を熊本の研究者や学生の皆さまが学問的に研究いただく「くまモン学」という新たな分野の構築にチャレンジいただくことを心から歓迎します。

研究者や学生の皆さまには、是非、楽しみながら、そして、ワクワクしながら研究していただきたいと思

います。

熊本は、熊本地震、新型コロナウイルス、豪雨災害と、トリプルパンチに見舞われました。この「くまモン学」の研究の成果が本県とくまモンに新たな価値を生み出し、困難を乗り越える熊本のさらなる発展につながることを期待しています。

熊本県知事 蒲島 郁夫

2020年、くまモンがデビュー10周年の節目を迎えたことを契機に、これまでの活躍成果について調査・研究を行い、新たな展開に活かしたいとする熊本と、地元に関差したテーマに基づく教育・研究を通じて、地元である熊本に貢献したいと考えていた本学の思いが合致し、全国初となる「くまモン学」の第一歩となる協定締結に至りました。

くまモン学は、まさに本学の建学の精神である「智と徳を兼ね備え、社会に貢献し得る女性の育成」につながるものですので、本学教員・学生にとってもこの上ない学びをもたらすと考えます。

すでに現代文化学部において研究をスタートさせていますが、協定を契機に、県が有する多大なデータを共有することでさらに研究を進め、将来的には全学部において研究・教育に取組み、社会に還元したいと考えています。

尚綱大学 尚綱大学短期大学部学長

山 縣 ゆり子

になった経緯は？」といった様々な疑問が出てきます。これらの疑問を明示すると、図1のようになります。くまモンを探究するとは、まさにこのような疑問に答えを出していくことにあります。

さらに、くまモン学は、くまモンを越えて、「その次の現代的な文化資源」も考えていきます。

地方の文化資源とは、いわゆる名所旧跡（熊本県で言えば、熊本城や水前寺成趣園など）や地域のお祭（例大祭や八代妙見祭など）のような伝統ある建物、場所、文物、芸能を指す言葉でした。しかし、現代的な意味での「文化資源」は、地域で発生した新しい文化現象を含んでいます。例えば、熊本県の代表的なB級グルメである「ちくわサラダ」は、熊本県の新しい文化資源の一つです。ちくわサラダは、「おべんとうのヒライ立野店」で1975年頃開発され、現在では熊本を代表する「家庭の味」の一つとなっており、九州全県に知られる密かな熊本県の食文化になっています。このように、従来「文化」と見なされることがなかった、地方で出現した文化現象（食文化、服飾文化、マンガアニメなどを含む）を「ソーシャルコンテンツ」と呼ぶことにしましょう。この意味で、くまモンはまさに熊本県が誇る強力なソーシャルコンテンツなのです。

「くまモン」のようなソーシャルコンテンツは、21世紀の日本において非常に重要な地域独自の文化資源です。すなわち、地域の方々のシビックプライド（地元の誇り）であるとともに、地域に大きな経済効果をもたらすヒントモノなのです。

これまで延びてきたようにくまモン学は、熊本県におけるソーシャルコンテンツとしてどのようなものがありうるのか、という点についても追求していきます。言い換えれば、くまモン学は熊本県における新たな文化資源を開発しようとする領域でもあるのです。

私たちは、このような野心を持つ「くまモン学」を、みなさんと共に育てていきたいと願っています。



撮影：宮井正樹

くまモン学の始まりに寄せた

生みの親&育ての親によるスペシャル対談



放送作家、脚本家
小山 薫堂氏

1964年熊本県生まれ。放送作家として「料理の鉄人」「カノッサの屈辱」など斬新なテレビ番組を数多く企画。映画「おくりびと」で第81回米アカデミー賞外国語部門賞を獲得。京都芸術大学副学長、2025年大阪万博のプロデューサーなどを務める。熊本地震をきっかけに立ち上げた「FOR KUMAMOTO PROJECT」の代表理事として熊本の復興支援を続けている。



尚綱大学・尚綱大学短期大学部
山縣ゆり子学長

1952(昭和27)年生まれ、68歳。兵庫県出身。大阪大学大学院薬学研究科博士課程修了(薬学博士)。1986年同大学薬学部助手。1989年より1年間、カリフォルニア大学バークレー校客員研究員。その後、大阪大学薬学部助教授を経て2001年より熊本大学大学院薬学研究科、医学薬学研究部、生命科学研究部の教授を務める。2013年より4年間、同大学副学長(男女共同参画担当)。2018年同大学定年退職、同年同大学名誉教授。2020年4月尚綱大学尚綱大学短期大学部学長に就任。2006年から2020年まで日本学術会議連携会員。専門は構造生物学、蛋白質科学。



クリエイティブディレクター
水野 学氏

good design company 代表。ブランドや商品の企画、グラフィック、パッケージ、インテリアデザイン、広告宣伝、長期的なブランド戦略までをトータルに手がける。主な仕事に相鉄グループ、JR東日本「JRE POINT」、三井不動産、中川政七商店、久原本家「茅乃舎」、黒木本店、Oisixほか。The One Show金賞ほか国内外で受賞歴多数。著書に『センスは知識からはじまる』(朝日新聞出版)ほか。



熊本県知事
蒲島 郁夫氏

熊本県で生まれる。熊本県立鹿本高等学校卒業後、地元農協に勤務。農業研修生として渡米後、ハーバード大学大学院を修了。東京大学法学部教授を経て、平成20年(2008年)から熊本県知事に就任。現在、4期目。くま蒙ンの上司としての知名度が高く、「私がかま蒙ンの上司です」等の著書も執筆。同著は、翻訳され海外でも出版。趣味は、「読書」と「球磨焼酎」。好きな言葉は、「人生は夢」。

くま蒙ンの成果

山縣 まず、くま蒙ンの成果について、お三方からお話をいただきたいと思います。はじめに、育ての親である蒲島知事からゆり子にお願ひします。

蒲島 くま蒙ンの10周年というところで、くま蒙んがこれだけ成長してくれたことを嬉しく思います。最初にくま蒙んが登場した頃は、くま蒙んが子どもに近づくと子どもが逃げまわっていたんですね。それが今ではくま蒙んが出ていけば全ての子どもを幸せにしています。たぶんこの成長の要因は3つあるのではないかと思います。

第1に、水野学さんのデザインが最高だったこと。第2に、くま蒙んが「所懸命に頑張ったんです。くま蒙んの日々の自分を高めるための努力。これが私にとってとても大きかったと思います。第3がロイヤリティフリーの楽市楽座。多くの方々が「くま蒙んの共有空間」の中で様々な活動をしてくれたこと。この3つの要因が大きかったと思っています。

関連商品の売り上げで計ると、2019年が1,579億円であり、大事なことは、8年連続で増加していることです。これはとても大事なことで、もしちょっとでも陰りが出てくると必ずマスコミから「くま蒙ん人気が陰りが」と言われます。それで常に増加していることが大事です。今年は年間の累計1兆円を目指して、今頑張っているところです。最初見た時の印象は瘦せて可愛くなくなっただけですが、熊本のおいしいものをたくさん食べて、ちょっと太って今の姿になって、みんなから愛されたのだと思います。

私もくま蒙んと一緒に頑張ったのが、2011年に吉本新喜劇に出て、あそこでは定番のズッコケをやるんですけども、私も大きくズッコケました。政治家というものは転ぶことを

ものすごく嫌がるんですけど熊本のため、くま蒙んのためにも思っ、「所懸命にやりました。ただ私が東大で教えていた教員たちが「先生、吉本新喜劇で転ぶのだけはやめてください」と言ったんですが、やってよかったなと今思っています。

それから最もくま蒙んが成長したと思ったのは、今の上皇上皇后陛下が熊本にいらした時に、「私たちはくま蒙んに会えるでしょうか?」と直接言われまして、誰も想像していなかったと思いますが「会えますよ。」「と知事ですから言えるんですよ。そしてお会いになられて、とてもお喜びになられて。YouTubeで動画が出ていますので、皆さんも御存知だと思います。

山縣 知事が吉本新喜劇で転ばれたというのは、とても画期的で良いことだと思います。

続きまして生みの親の小山さんをお願いします。

小山 くま蒙んの成果は、僕は3つあると思っっておりまして。

まず1つ、先ほど知事が仰った経済的効果。熊本県の経済波及効果をつくったのは、すばらしい実績だと思います。

そして2つ目。僕はこっちはほうが大きかったと思うんですが、熊本地震の時の人々の希望となり心の支えとなったこと。

みなさんご存じのとおり、2011年3月11日に東日本大震災が発生、翌日のくま蒙んの誕生日と九州新幹線全線開業イベントは全てストップしました。当時のくま蒙んは、「がんばれ

東北」というバッジをずっと付けて活動していました。それがまさか、その5年後に自分が被災地の側にまわるなんて誰一人として考えていなかったと思っんですね。熊本県に大きな被害があつて、たくさんの方が傷ついた中に、くま蒙んが活動を

開始したあの時の人々の喜びや涙を見た時に、本当にくま蒙んという存在があつてよかったなと僕は思いました。

尚綱大学・尚綱大学学部では「くま蒙ん学」として、本キャラクター成立のメカニズム、広報戦略、経済効果といった「くま蒙ん」現象を総括する研究領域を立ち上げました。そこで、まずは、生みの親、育ての親にお話を聞こうと「緊急座談会」を開催しました。

本座談会は、令和2(2020)年10月27日に、新型コロナウイルス対策として、それぞれの場所から参加するリモート対談となりましたが、生みの親である小山薫堂氏、水野学氏、そして育ての親である蒲島郁夫県知事が一同に会するということまたとない機会になりました。

座談会は、くま蒙んへの愛があふれ、終始和やかな雰囲気で行いましたが、研究への示唆に富む内容もあり、不安ながらも「くま蒙ん学」に取り組み本学へのエールをいただいたと思っています。

このくま蒙んが織りなす「共有空間」に本学も加えていただき、しっかりと「くま蒙ん学」に進進し、くま蒙ん、そして熊本県のブランド価値向上にも貢献できればと考えています。

3つ目が、人と人を繋ぐ役割を担っているということです。くま蒙んは色々なブランドや会社とのコラボレーションによって、PR効果を得てきたと思っんですけども、それだけでなく、役所や県庁の中のあるゆる部署を繋いだり、あるいは、熊本県と熊本市を繋ぐきっかけになったり、色々な壁を取り払って、色々な人々の手を繋がせたんじゃないかと。そこが非常に大きくて。今思えば、SDGsという言葉がこの数年、非常にみなさんから支持を集めています。くま蒙んはSDGsを意識することなく、気づけばSDGsの色々なお手本になるようなことをたくさんやっていると思っっています。SDGsという言葉を出さずとも、そういうくま蒙んの生き方がもっと世界中に広がった方がいいと思っています。

山縣 ありがとうございます。続きまして、すばらしいくま蒙んのデザインをされた生みの親、水野さんよろしくお願ひします。

水野 くま蒙んの成果について、尊敬するお二人の先輩からそれぞれ3つの理由をあげてくださったので、それにならって、僕なりに3つお答えします。理由を本当に細かくあげていくと、ものすごくたくさん理由になります。僕が感じることをお伝えします。まずは受け入れてくださったということ。大きいです。最初はそもそもキャラクターという話ではなかったのですが、小山さんが「おもしろい」と言っただけのことから始まって県庁の皆さんに伝わって。噂によるとポカーンとされた方もいらっしゃったというところですが(笑)、「いいじゃん、いいじゃん」とどなたもやっってください方がいらついたらと聞いています。それが1つ。

2つ目は、さらに広げていってくださった熊本県庁の皆さんです。知事はもちろんのこと、職員の方々も、くま蒙んを信じて、「所懸命育ててくれた。その皆さんのお力がなければ駄

くまモンの誕生からこれまで

くまモンは、九州新幹線開業の1年前の2010年、「くまもとサプライズ」のスローガンのもと誕生しました。同年10月のくまもとサプライズ特命全権大使への就任を皮切りに、2011年11月に熊本県営業部長に、2014年1月には熊本県しあわせ部長に就任し、くまモンはとんとん拍子で出世を遂げたのです。

しかし、この出世の裏には、くまモン本人の地道な努力があります。無名時代には、他のキャラクターの後ろで一生懸命テレビに映りこもうと頑張ったり、大阪で1万枚の名刺を配ったり、東日本大震災の被災地を訪問し支援を続けたりしました。

くまモン本人の頑張りも、くまモンのイラストの利用料を無料にするという熊本県の楽市楽座の戦略が功を奏し、くまモンの名前は全国に広まり、日本全国の皆様に愛され、2011年には、ゆるキャラ・グランプリで優勝することができました。

その後も、有名企業との数多くのコラボ商品を実現したり、中国、タイなどのアジアを飛び越え、アメリカ、フランスなどの欧米まで海外出張を数多くこなすなど、多忙なスケジュールをこなしながら、日本国内にとどまることなく世界中で愛されるキャラクターへと成長していきました。

そのような中、2016年4月に発生した「熊本地震」で熊本県は大きな被害を受け、くまモンも活動を自粛することとなりました。しかしながら、世界中から「くまモン、頑張れ」という声をいただき、くまモンは熊本の復興のシンボルとして、地震からの復興支援活動を続けています。

また、熊本県南地域を襲った2020年7月豪雨からの復興支援にも奔走し、くまモンはいつでも熊本県民に寄り添う気持ちを忘れません。

現在は、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、活動に制限を受けていますが、くまモンは常に、皆様にハッピーとサプライズをお届けするために全力で頑張っています。

【熊本県知事公室くまモングループ】

くまモンについて

自己紹介

プロフィール

生まれたところ：熊本県
 誕生日：3月12日（九州新幹線全線開業の日）
 性別：オスじゃなくて男の子
 年齢：ヒミツ（5歳というのは都市伝説）
 性格：やんちゃで好奇心いっぱい
 とくいわざ：くまモン体操と
 サプライズを見つけて広げること。
 仕事：いちおう公務員。
 知事から熊本県の営業部長兼しあわせ部長に抜擢。くまもとサプライズを広めることで大好きな熊本の魅力をみんなに伝えるんだモン！
 出没するところ：だれかをハッピーにしたいという想いがあるところ



(出典) くまモンオフィシャルホームページ
<https://kumamon-official.jp/kiji0031657/index.html>

ボクの名前は「くまモン」。

2011年3月の九州新幹線全線開業をきっかけに生まれたんだモン。

ボクの仕事は、身近にあるサプライズ&ハッピーを見つけて、全国のみんなに知ってもらうこと。

熊本だけでなく関西や関東にも出張して、熊本のおいしいものや大自然を熱烈アピール中！

知事から熊本県の営業部長兼しあわせ部長に抜擢されて、ますますはりきってるんだモン。

ボクが大好きな熊本のことを、みんなにもっともっと知ってほしいから、これからもどんどん会いに行くモン！

魅力いっぱいの熊本とボクのことを、これからもよろしくま！



©2010熊本県くまモン

復興シンボルイラスト



コロナピクト



くまもとサプライズロゴとくまモン



くまモンのあゆみ

2014年

熊本県しあわせ部長に就任し、営業部長との兼務となる。

「くまもとの赤で日本を健康に、赤い健!くまもと」のテーマのために知事の業務命令でダイエットを始める。

「くまもとから元気をプロジェクト!」で秋田県を訪問。全都道府県訪問を達成する。



写真出典：
くまモンオフィシャルホームページ



写真出典：
熊本県撮影

2013年

第33回全国豊かな海づくり大会にご出席されるために熊本県庁を来庁された天皇皇后両陛下の前でダンスを披露する。

パリで開催された「ジャパンエキスポ」に初参加。アメリカのハーバード大で行われた蒲島知事の講演に同席するなど、海外へも活躍の場を広げる。

7月、熊本市中央区に活動拠点となる「くまモンスクエア」がオープン。

2010年

くまもとサプライズロゴのおまけとして生まれる。「くまモン話題化計画」で関西の人たちの注目を集める。「くまもとサプライズ」特命全権大使に就任し、1万枚の名刺を大阪で配り始めるものの、名刺配布に嫌気がさしたのか、行方不明になり「くまモンを探せキャンペーン」が行われる。

「くまモン隊」もこの年に結成。



写真出典：くまモンオフィシャルホームページ

2015

2014

2013

2012

2011

2010

くまモンの
10年

2015年

前年からの半年間のダイエットに失敗し、営業部長から営業部長代理に降格。みんなからの「くまモンを営業部長に戻してあげて」との声により、その後、営業部長に復帰する。

フランス、カンヌ国際映画祭に登場。くまモン主演のショートフィルム「くまもとで、まってる。」「ふるさとで、ずっと。」が上映される。



写真出典：くまモンオフィシャルホームページ

2012年

「くまもとから元気をプロジェクト!」の指令を受け、全国を訪問し各地に元気を届ける。

営業部長として精力的に各企業を訪問。初めて営業に行ったUHA味覚糖から「ぷっちょ晩白柚」が発売される。

熊本県産デコポンを使ったカゴメ『野菜生活100デコポンミックス』で全国CMにデビューする。



写真出典：くまモンオフィシャルホームページ



写真出典：熊本県撮影

2011年

九州新幹線が全線開業するが、前日に発生した東日本大震災の影響で、記念式典などが中止になる。被害の大きかった宮城県南三陸町や東松島市を訪問し、人々を元気づける。

熊本県営業部長に就任。11月に開催された「ゆるキャラ®グランプリ2011」で優勝する。



写真出典：熊本県撮影

2019年

中国での名称を「酷 MA 萌」から「熊本熊」に改名。
翌年のデビュー10周年に向け、「10周年記念ロゴ」を公募し、10周年記念ロゴと10周年記念イラストを発表する。

熊本で開催された2つのワールドカップ（ラグビー・ハンドボール）を世界にPR。

2018年

海外におけるくま蒙のイラスト利用が解禁され、くま蒙のイラストを利用した商品が世界中に拡大。オーストラリアを訪問し、初めて南半球の地を踏む。

小学館の学習漫画「偉人伝シリーズ」に同シリーズ史上初となるキャラクターとして登場。

Youtube チャンネル「くま蒙 TV」を開局し、ユーザーとなる。



写真出典：熊本県撮影

2016年

九州新幹線開業5周年を記念し、熊本駅が期間限定で「くま蒙駅」となる。

4月に二度にわたる大地震「熊本地震」が発生し、活動を自粛。地震発生後の3週間後の5月5日こどもの日に活動再開し、西原村や益城町の避難所などを訪問し、被災地の皆さんに元気をお届けする。

写真出典：くま蒙オフィシャルホームページ



2020

2019

2018

2017

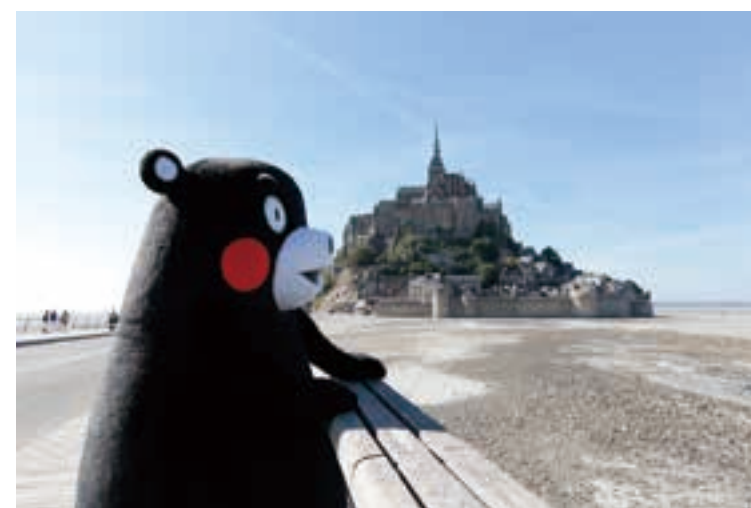
2016

2020年

3月にデビューから10年を迎える。記念ソング「かモン!くまモン!」を発表、ドイツのシュタイフ社から「シュタイフくまモン(10周年モデル)」が発売されるなど各種コラボを実現。

新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、「くまモン誕生祭2020」を中止する。「新しい生活様式」の普及啓発活動を行う。

令和2年7月豪雨で被害を受けた県南地域を訪問する。



写真出典：熊本県撮影

2017年

2016年度の「日本PR大賞 シーズン・オブ・ザ・イヤー」に選出され、表彰を受ける。

2017年度のフランス観光親善大使に任命され、モンサンミッシェルなどのフランス各都市を訪問。

大阪阪急梅田本店で第1回大くまモン展開催。

くまモンスクエア

～くまモンと日本中、世界中の人たちとの希望の懸け橋になる場所～

くまモンスクエアは、熊本県の営業部長兼しあわせ部長として全国を(時には海外も!)飛び回っている「くまモン」の活動拠点。2020年7月には7周年を迎え、8月には来館者数300万人を突破しました。そんなくまモンスクエアでは、くまモンのいろんな情報はもちろん、熊本県の観光・物産情報を発信しています。

くまモンスクエアは、くまモンを通じて、日本全国、世界各国の方々に熊本の魅力を伝え、熊本をもっと楽しんでいただく、そんな施設です。

中でも人気なのは「くまモンの営業部長室」。くまモンの仕事をリアルに表現しています。そこには、熊本発のくまモンのオリジナル商品やくまモンへの著名人の方々からのサインなどが展示されています。営業部長室内では写真撮影ができますので、フォトスポットとしても大人気です。



そして、くまモンスクエアには、ここでしか買えないオリジナルのくまモングッズや県産品を使った美味しいカフェメニューを販売しています。

さらに、くまモンスクエアの最大の魅力は「くまモンに会える場所」。くまモン在室時にはステージでダンスをしたり、お絵かきをしたり、時にはお客様と一緒に記念撮影など、くまモンと楽しい時間を過ごすことができます。また最近では、「くまモンスクエア・チャンネル」というYouTube番組を制作したり、SNSを活用するなど、様々な方法で熊本の情報発信を行っております。

くまモンスクエアのロゴである「虹」のデザインは、くまモンスクエアが、熊本及びくまモンと日本中、世界中の人たちとの希望の懸け橋(虹)になるようにデザインしました。

くまモンスクエアの活動を通じて、くまモンが世界中に「ハッピー」を届けられるように、くまモンスクエアは様々なことに取り組んでいきます。





九州産業交通ホールディングス株式会社
代表取締役社長
矢田 素史

この度は「くまモン学」構築に向けスタートされたということ、心より喜び申し上げます。

2019年9月に九州産交は新しい交通、商業の拠点としてSAKURAMACHIKumamotoを開業しました。「くまモンビルディング」はその中核施設です。

くまモンが熊本のタカラモノ探しの旅から帰ってきた、というコンセプトでくまモンが熊本の地域の観光地や物産を紹介する情報発信の場です。SAKURAMACHIERでは「タビナカ」で地域の魅力を発見し、バスに乗って新たな「旅」に出發できる場所、との思いを込めました。くまモンは「アンバサダー」として熊本ファンを増やし、熊本を訪れた国内外のお客さまと地域の魅力を共有、「交流人口」、ひいては「定住人口」をもたらしてくれる「つなぎ役」と期待しています。

熊本の地方創生のシンボル、くまモンの「謎」をぜひ解き明かしてください。



熊本商工会議所会頭
久我 彰登

2020年にデビュー10周年を迎え、阿蘇や熊本城と並んで、今や熊本を代表する存在となった「くまモン」。その人気は国内にとどまらず、海外にまで及び、くまモン利用商品売上高はこれまでの累計で1兆円に迫る勢いと聞いております。その成功の裏には、熊本県や関係者の皆様による綿密なブランド戦略やマーケティングがあったからこそと推察いたします。

自治体のPRキャラクターの枠を超え、いかにして県経済を牽引するまでになったのか。その軌跡に学問の分野から迫る試みは、これから社会に出ていく学生への実践教育として大変意義があると同時に、郷土の魅力を再発見し、これからの熊本を担う人材づくりの観点からも地域へ果たす役割は大きいと考えます。

経済界といたしましても、全国初となる「くまモン学」の研究から新たなコンテンツが生み出され、熊本のさらなる魅力向上と地域経済の発展につながることを大いに期待しております。

経済界・教育界からの期待の言葉



熊本日日新聞社株式会社
代表取締役社長
河村 邦比児

熊本県と尚綱大同大短期大学部が連携し、新たな学問の分野として、県のPRキャラクター「くまモン」の功績を学問的に掘り下げる「まモン学」の構築が進んでいるとお聞きしました。

2010年3月のデビューから11年目を迎えたくまモンは、さまざまな功績を残してきました。県の農産品やグッズなどの商品への経済効果は、県内外、海外を含め累計収益8千億円にも上ります。これまでに、熊本日日新聞に掲載されたくまモン関連の記事は、約8千件にも上り、テレビ放送や雑誌などでの登場を含め、圧倒的な発信力です。また、熊本地震では被災地支援のシンボルの役割を果たしました。

このように、多方面で想定をはるかに超える地域貢献を成し遂げてきたゆるキャラ®は、他に例が見当たりません。

くまモン学を通じて、くまモンの功績のメカニズムを詳細に解明し、後に続く新たな地域資源をつくり出すノウハウにつながることを大いに期待しています。

くまモンは、小学館の学習漫画「偉人伝シリーズ」にキャラクターとして初めて登場するなど、これまで様々な活躍をしてきましたが、今回、新たな学問分野「くまモン学」として構築され、さらに大きく飛躍することとなり、大変うれしく思います。

くまモンは、従来のゆるキャラ®やご当地キャラの概念を大きく覆す、新しいブランドの構築や、国内での利用料無料（梁市楽座）、さらには世界への展開、一方で、熊本地震をはじめとした県民に寄り添った地元への貢献など、果たしてきた功績は非常に大きいものがあります。

くまモンについて学ぶことは、「自身の新たな可能性に気づき、その成長や未来を切り拓いていくこと」と、さらには「地域貢献のきっかけとなり、熊本の発展の可能性を大いに膨らませること」につながると思います。

これから、「くまモン学」を学ぶ一人一人が、志高く邁進し、自分や周りの人を笑顔にし、県民の幸福量が高まっていくことを期待しています。



熊本県教育長
古閑 陽一

キャラクター論からみた「くまモン」

尚綱大学現代文化学部 教授 畠山 真一 ・ 准教授 三浦 知志



図1

ここでは、くまモンというキャラクターそのものについて、2つの側面から分析しようと思えます。1つは、カワイさ。そしてもう1つは、メディア横断性です。

まず、そもそもくまモンがカワイイかどうか、という点について考えてみましょう。

ジブリ映画『となりのトトロ』に登場するトトロ、スノーピー、マイメロ、熊のプーさんといったいわゆる「キャラクター」はみんなカワイイです。いつまでも触ってみたいくらい愛らしく、ずっとそばに置いておきたい親しみやすさを持っています。では、くまモンはカワイイでしょうか？

くまモンは、図1が示すように、ミッキーマウスと同様に、表情の読めない顔と真っ黒な体を持っており、実は「不気味さ」を感じさせる要素を含んでいます。

でも、この不気味になる一歩手前こそが、くまモンのカワイさではないかと思えます。私（畠山）は、ここで言う「不気味」をロボット工学で提案されている「不気味の谷」に落ちてしまっている状態であると

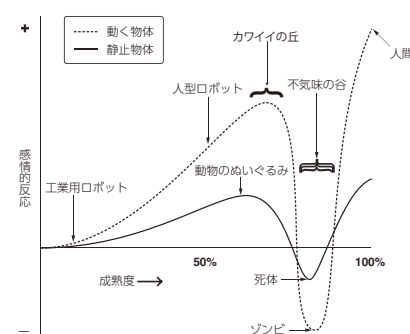


図2

であると考えています。不気味の谷とは、「人間に類似した人工物は、あるレベルの類似度までは、人間に似てくれば、似てくるほど共感度・親近感が上昇していくが、その類似度がある一定を超えると「不気味」に感じられる」という現象です。これは、アニメーション・ゲーム研究においても広く知られている現象です。一方、カワイイについては、四方田犬彦や古賀令子らの文化論的な研究から、少なくとも、(A) 不完全・未成熟であり、小さい、(B) グロテスクな要素が含まれている、(C) 装飾指向である、の3点が重要な構成要素となっているという指摘があります。ここで、先の不気味の谷現象とカワイイを結びつけて考えますと、不気味の谷に落ちる直前のピーク程度に「成熟した人間に類似した存在」こそがカワイイ、つまり不気味の谷に落ちる直前のピークが「カワイの丘」（カワイのピーク）なのではないかという見通しが得られます（図2を参照）。このような意味で、くまモンは不気味になる予感をもった最大級のカワイさを表現していると考えられるのです。

続いて、メディア横断性について考えてみましょう。メディア横断性とは、あるキャラクターが元来の場所（＝メディア）とは異なる場所に出没する様子のことです。たとえば「鬼滅の刃」の竈門炭治郎は原作のマンガだけでなくテレビや劇場のアニメに、また小説や商品パッケージにも登場します。さらにアマチュアによる

二次創作の実践がメディア横断性に拍車をかけています。人気キャラクターのイラストがウェブで無数に生産されているうえ、キャラクターが原作とは異なるストーリーを生きるマンガや小説も多いです。あるスポーツマンガを恋愛マンガとして読み替え、原作には全くないようなキャラクター同士の恋愛を描くものもあります。キャラクターは様々なストーリーの中で、その外見や性格さえも融通無碍に変化させることができます。

くまモンについてはどうでしょうか。葉山祥鼎・ハヤマテイジの絵本『くまモンとブルービーのなかまたち』や、森真理・三条和都の『学習まんが くまモン』などの存在が示すように、くまモンもメディア横断性を体現したキャラクターです。これらはいずれもくまモンを管理する熊本県の監修が入った、公式の二次創作です。一方で、くまモンのファンが自由にくまモンのストーリーを創作してよいかと言うと、これについては熊本県が制限を与えています。つまり、くまモンイラストを商業的あるいは公共的に利用する人は、くまモンに「特定のイメージ付けや性格付けを行わない」よう、熊本県が注意を促しているのです。公式プロフィールにないイメージ付け（飲酒や喫煙をするくまモン）がNGだけでなく、「ストーリーを伴う利用」を行うこともできません。くまモンが各地のゆるキャラとバトルをするといった二次創作マンガを、公の場で用いることはできないのです。たしかに、熊本県をPRするはずのキャラクターが、ストーリーを通して融通無碍に変化し熊本県を攻撃するようになってはいけません。

とはいえ、くまモンのシンプルな造形はそもそも二次創作を誘発しがちです。熊本地震の際、被災地を応援するため多くのくまモン画像がツイッターに投稿されましたが、これはくまモンが比較的容易に再現できるためでしょう。またくまモンの捉えどころのない表情も、ファンの多様な意味付けに対して開かれた二次創作向きの造形と言えます。熊本県は、できるだけ多くの人々にくまモンに親んでもらいながら、野放図な二次創作くまモンをできるだけ発生させないという対応を迫られているのです。



畠山真一プロフィール
尚綱大学現代文化学部教授
東京大学大学院総合文化研究科修了 博士(学術)
東京大学大学院総合文化研究科言語情報科学専攻助手を経て現職
専門はサブカルチャー研究と日本語研究



三浦知志プロフィール
尚綱大学現代文化学部准教授
東北大学大学院情報科学研究科修了 博士(情報科学)
東北大学文学部非常勤講師等を経て現職
専門は20世紀前半の日米マンガ史研究

「くまモン」の情報を整理・保存する意義

－「くまモン」データベース&アーカイブ構築に向けて－

尚綱大学現代文化学部 教授（学部長、司書課程担当） 桑原 芳哉

1 はじめに

「くまモン」がデビューして2020年で10周年を迎えました。この間、「くまモン」に関するさまざまな情報が多くのメディアによって提供されています。「くまモン学」の推進にあたって、これまでの「くまモン」に関する多様な情報を整理し、またその活用を図るため、「保存」を進めることの意義を考えてみたいと思います。

2 「くまモン」に関する情報資源の状況

これまで、「くまモン」に関しては、書籍・雑誌記事・新聞記事などの活字メディア、テレビなどの放送メディア、ウェブサイトなどの多様な情報が提供されてきています。また、キャラクターを活用した商品なども数多く流通しています。一例として、書籍・雑誌記事・新聞記事などの活字メディアについて、これまで公表されている件数を確認してみましょう（件数についてはいずれも2020年12月28日現在）。

2.1 書籍

「くまモン」に関する書籍の出版点数について、複数の情報源によって確認してみましょう。まず、国立国会図書館の所蔵資料について確認すると、「図書」について64件の所蔵が確認できました。次に、「出版書誌データベース」により、広義の出版物（カレンダーなどを含む）を確認すると、92件の出版物が確認できました。

2.2 雑誌記事

雑誌に掲載された記事の件数について、「国立国会図書館オンライン」による雑誌記事検索で確認すると、61件の記事が確認できました。これには、週刊誌など大衆的な記事の多くが含まれないため、実際にはさらに多くの記事が発信されているものと考えられます。

2.3 新聞記事

新聞記事については、全国紙の例として朝日新聞掲載記事を、また地元紙として熊本日日新聞掲載記事の件数を確認しました。朝日新聞記事データベース「聞蔵II」での記事件数は1,843件、熊本日日新聞掲載記事の件数は「ジーサーチ 新聞・雑誌記事横断検索」による検索結果で7,583件でした。

3 データベース化とアーカイブ構築の意義

デビューから10年が経過し、数多くの情報が発信されている「くまモン」ですが、発信された情報を集約・整理することは

行われず、言わば「情報が流れっぱなし」の状況にあります。「くまモン学」として研究の対象とすることにあたり、これまで発信された情報を整理し、活用を図ることができるよう、まず可能なものからデータベース化を進めることが必要と考えます。

「くまモン」に関する多様な情報を集約することにより、「くまモン」がどのような視点から社会で注目されているかを確認することができ、そして、今後の「くまモン」の活用にも有用と考えられます。

また、今後の研究の進展にさらに寄与するためには、これらの過去に発信された情報の利用の促進を図ることが望まれています。このため、書籍・雑誌記事・新聞記事などの活字メディアなどについての「アーカイブ」の構築を進めることを目指しています。書籍については、購入可能なものについて購入を進め、保存を行うことで活用を図ることが可能となります。雑誌記事・新聞記事については、著作権の許諾を得た上で「デジタルアーカイブ」を進めることが望ましいと考えます。

幅広い分野からの研究対象として「くまモン」の活用を図る取り組みの第一歩として、熊本県と尚綱大学・尚綱大学短期大学部との協力により、このような事業に着手し、進展させていきたいと考えています。



写真：「くまモン」に関する書籍の例



桑原芳哉プロフィール
尚綱大学現代文化学部教授(学部長、司書課程担当)
横浜市立図書館司書を経て平成24年4月から尚綱大学文化言語学部准教授、平成31年4月から現職。
専門は図書館情報学(図書館経営論、公共図書館サービス)

くまモンの世界観を広げる

尚綱大学現代文化学部講師 金 承珠

くまモンは日本リサーチセンターの調査によると日本全国のご当地キャラクター18種類の中で認知度、好感度ともに1位(2019年)であり、認知度は2014年から2019年まで9割以上、好感度は2016年から2019年まで1位をキープしており、日本人に愛されているキャラクターであると言っても過言ではありません。

このようなくまモン愛は日本国内だけでなく、海外でも人気を博しており、2017年にはくまモンに会えるマラソン大会である「くまファンラン」が、中国の蘇州、上海と香港で、大盛況で開催されました。さらに、くまモンの大ファンである韓国の人気アイドルメンバーがサプライズでくまモンに会い喜び動画は90万回以上再生されているものもあります。

そして、民間企業や団体によるくまモンのイラストを利用したグッズや食品などの商品販売による経済効果は2019年の日本国内・海外を含め1,579億円を超えており、8年連続売り売上高を更新して2011年からの売上高は累計8,100億円を超えています。このことは地域のゆるキャラとしては異例とも言える成果であると考えられます。

しかし、せっかく熊本で生まれて多くの人を魅了して愛されているキャラクターを持つ熊本だからこそできることもあるのではないのでしょうか。例えばくまモンは熊本県の営業部長兼しあわせ部長として抜擢され、熊本の魅力を伝える役割も果たしています。このような新たな役割を与えることで「くまモンが持っている世界観」を広げ、くまモンが仕事終わりや休みの日に癒しを求めて訪れる森や海に想像力を働かせ、多様な地域資源とくまモンを一つの物語化することで、くまモンに対する愛情はより深まることも期待できると考えます。

さらに、熊本にはくまモン以外に世界的に有名な「ONE PIECE」と「すこぶる動くウサギ」があります。

「ONE PIECE」のキャラクターの人気は改めて言うまでもなく、2019年から熊本復興プロジェクトの一環として熊本県庁をはじめ8地域に「麦わらの一味」のキャラクター像が設置されることになっています。

「すこぶる動くウサギ」は、熊本市にある会社が2017年に韓国のLINEともいえるカカオトークのスタンプとして制作したものが、韓国の若者の中で爆発的な人気を得て、韓国の大手企業とコラボ商品を出したり、韓国のデパートで期間限定の「すこぶる動くウサギ」関連グッズのPop-up storeが大盛況したり、「すこぶる動くウサギ」の社会現象とでも言っても良いほど大ヒットし、逆輸入の形で日本でも注目を集めるようになったキャラクターです。このように熊本は有名なキャラクターに恵まれていることを強みとして活用することもできるのではないで

しょうか。もちろん、著作権などの「大人の事情」によって各キャラクター同士のコラボが難しいことは想像できます。

ここでディズニーランドを思い浮かべてください。

ディズニーランドが愛され続ける理由はアトラクションに乗れる、キャラクターに会えるなどの楽しみがあるだけではなく、アトラクションや各エリアが持っている物語が人々に伝わり「夢の国のディズニーランド」という世界観として共有できているからです。前述したように熊本にはすでに認知度の高い「くまモン」、「ONE PIECE」、「すこぶる動くウサギ」のキャラクターが存在しています。熊本には自分が好きなキャラクターが仲間と仲良く生活し、たまにはキャラクター達が集まって熊本の美味しい物を食べながらパーティを楽しんでいる秘密の場所、癒されている場所があります。その場所はファン達にとっては物理的な場所というより物語の中であり、キャラクターの好物を食べながら想像を膨らませるそれぞれの世界観を膨らませることもできます。このようにキャラクターを熊本の各地域と連携し、それぞれの物語を作り上げ、さらにそれをひとつの大きな物語化するという、「敢えて大げさに言えば「熊本全体をディズニーランド化」することが可能であり、非常に魅力的なプロジェクトとも思われます。

そのうえ、熊本が誇れるくまモンをはじめキャラクター達を活用することで熊本における持続可能な観光の実現が期待できると考えます。



金 承珠(キム スンジュ)プロフィール
尚綱大学 現代文化学部講師
東洋大学大学院国際地域学
研究科国際地域専攻修了
博士(国際地域学)
東洋大学国際地域学部助教を経て現職
専門研究分野:「持続可能な
観光」、「地域資源活用」、
「地域コミュニティ」



2019年の尚綱祭りにコラボした「すこぶる動くウサギ」のキャラクター

100年後も愛されるくまモンであるために

尚綱大学現代文化学部教授 柳田 紀代子

「ミッキーマウスのように100年後も人気であり続けてほしい」

蒲島県知事がこう言い出された時には、「またまたご冗談を!」と受け止めていましたが、瞬間に世界に進出。今では十分あり得る話だと思えるようになりました。

2016年の熊本地震の際、「くまモン」があたかも熊本のシンボルであるかのように全国や世界中から支援が寄せられ、「くまモン」が心の支えになったと多くの県民から感謝を寄せられました。なぜ「くまモン」だけが県民にここまで受け入れられたのか、ほんとうに不可思議な存在です。その経緯やマーケティング戦略からそのメカニズムを解明したいと考えています。

税金を投入する公共政策としては、経済的効果はもちろん重要な成果であると思いますが、持続可能という点からは、むしろ県民への心理的影響や全国や海外のくまモンファンの拡大こそが大きな成果であると考えられます。

ご当地キャラクターの公共政策としての価値については、経済効果の考察は行われているものはありませんが、県民に与える心理的な効果、総合的な価値について研究したものはありません。熊本県が定義した「くまモンの共有空間」にどのような人が関わり、どのような経済的・心理的效果があったかにより、公共政策としての価値を明らかにしていきたいと思っています。

くまモンの共有空間のイメージ

県民 事業者 観光客
無償で自発的な参加
ファン 経済界 大学 産業界

開放的(国籍や年齢関係なし)、分権的(誰でも思い思いの形で参加)、
互酬的(Win-Winの関係)で参加できることが特色

本研究の目的は、「くまモン」の公共政策としての価値を解明するものですが、県庁の組織変遷を一つの変数とし、この組織の変遷やそれに伴うマーケティング戦略の変化が、「共有空間の拡大」にどのような影響を与えたかを明らかにしていきます。

その上で、売上額や観光客数といった経済的効果に加え、くまモン活用分野の広がりや関連商品の価値、心理的な影響と

いった目に見えない質的な面にアプローチし、定性的な面からも明らかにしたいと思っています。そのことにより、今後さらに活動範囲を広げ続けるくまモンが持続して活動できる大きなヒントになり、地域活性化策の次なる展開に役立つものと考えています。



柳田紀代子プロフィール
尚綱大学現代文化学部教授
熊本大学大学院社会文化科学研究科
修士課程修了 修士(公共政策学)
熊本県くまもとブランド推進課長
(いわゆるくまモン課長)、子ども・障がい福祉局長、
ホテル熊本テルサ代表を経て令和2年4月
から現職 専門は地域研究学、観光学

わたしたち、くまモンについて学んでいます

尚絅大学現代文化学部では、地域マネジメント研修Ⅰ及びⅡ(担当教員：柳田紀代子教授)において、くまモンについての学びを進めています。

少子高齢化社会が進む中、地域活性化が大きなテーマになっていますが、熊本県では九州新幹線全線開業を契機に、熊本県のPRキャラクター「くまモン」が誕生し10年、瞬く間に全国区での人気者となり、くまモングッズや関連商品の売上アップ、観光客の増、雇用機会を生み経済的な活性化につながっています。



そこで、なぜ短期間に人気者になったのかについて「ブランド戦略」を学び、マーケティング論的観点から、若い女性をターゲットにした場合のくまモン人気の現状や課題について分析を行っています。授業は講義とグループワークを組み合わせ、動画の作成、くまモンの商品開発等の実践的な学びにつなげています。

熊本に大きな成果をもたらしたくまモン、将来にわたり末永く活躍が続きまますように。

2班

桑陽菜、小佐々柚希、志賀綾寿香、新塘咲紀、菅野晴圭、高瀬美希子、増田聖、村本優紀

この講義では主にくまモンの魅力をどのように伝えるか、伝えるためにはどうすればよいのかを学びました。講義で行った活動の例を挙げる「くまモンの短いPR動画を学生主体で作成投稿サイトへアップする」「くまモンに関するアンケート調査を行い、それに基づいた商品の企画をする」等です。これらの活動を通して感じたのは、わたしたち20代の新しい視点でくまモンを見ることにより、今ある魅力をもっと伸ばすことができるということです。そして、他の大学ではまず触れることのないくまモンの商品企画やPR動画作成に携わったことで、くまモンというキャラクターの魅力を活かした商品企画することの難しさや面白さ、PR動画作成の大変さなどを知ることができました。



また、普段何気なく見ている動画や、何気なく買っている商品などもこのように誰かが考え、作りあげているということに痛感しました。この講義で行った活動はどれも簡単なものではなく、大変な思いを感じることも多々ありましたが、その大変さに見合う経験と楽しさを得ることができました。これらの活動で得た経験や気持ちを、今後とも活かしていきたいと思っています。

1班

今里明日香、榎本早姫、大橋彩乃、中山美友、深見優香、松岡あかり、山下歩、宮崎友理



前期の授業では、くまモンの認知度を上げるためにKANSAI戦略の実態やくまモンの使用料がなぜ無料なのかなどのプロモーション戦略を勉強しました。もちろん使用料を取ったほうが短期的な利益は多くなるのかもしれませんが、企業の負担を考え、また熊本県のPRにも繋がるものであることを条件に無料にすることが分かりました。くまモンの人気上がるにつれて熊本県の経済効果も一緒に上がったので、くまモンのおかげで熊本県の観光や経済が活発に動いていると実感しました。

後期の授業では、実際にくまモンと一緒に動画の作成を行い、くまモンに関するアンケート調査やグッズの商品開発の学びまで行いました。動画作成の際にくまモンと会ってみてシンプルな顔に似合わない俊敏な動きと愛らしさで自然と周囲を笑顔にする不思議な魅力があると感じ、会う前よりはるかに好きになる学生が多かったです。また、イラストよりも実物のほうが可愛いと気づきました。このことから人気でたのは戦略だけでなく、くまモン自体も魅力に溢れているからだと感じました。

また、商品開発では、「どこで何をどのように売る」のかを「から考え自分たちでプロデュースを行いました。その結果、くまモンがこれからも愛され続けるためにも若い世代に受け入れられるグッズの改良が必要であると考えました。

この授業を通してくまモンの歴史・経緯や魅力についてより深く学ぶことができました。

3班

竹割瑞希、雪丸奈菜、涌田鈴音、岩田真祈、梶原瑠花、門崎香琳、遠山悠里、村田彩乃、渡邊有美

この授業を通してくまモンの礼儀正しいところや努力を惜しまないところが人気の理由ではないかと思いました。また、くまモンは傷ついたら心を癒してくれる存在であるということが今回この授業を通してわかりました。

喋ることはできないけれど、その代わりに誰にでもわかる動きで喜怒哀楽を表しているところが子供や熊本にお越しいただいた外国の方にも人気な理由であるということがわかりました。また、私たちはくまモンと一緒に動画撮影を行いました。くまモンとの動画撮影直前まで準備や構成に時間がかかりましたが、この動画撮影を通してくまモンの魅力を身近で感じる事が出来ました。



実は、これまでくまモンのことはあまり興味がなかったのですが、くまモンと実際に交流していくうちにくまモンのことが大好きになりました。くまモンを学ぶまでは、くまモンが起す経済効果がどのくらいなのか詳しくは知らずにいましたが、今回の学びにより、これまでの経済効果は年々増加しているということがわかりましたし、この授業を通して、くまモンがフランスや海外に進出していることを知ることが出来ました。

くまモンの戦略として他のゆるキャラ®と差別化しているところも面白いなと思いました。

くまモン学プロジェクトの施設

くまモン学プロジェクトは、尚絅大学・尚絅大学短期大学部が有する2つのキャンパス（九品寺キャンパス・武蔵ヶ丘キャンパス）にまたがって遂行されます。

九品寺キャンパスには、尚絅大学生活科学部・現代文化学部および尚絅大学短期大学部総合生活学科・食物栄養学科が、武蔵ヶ丘キャンパスには、尚絅大学短期大学部幼児教育学科が配置されています。



九品寺キャンパス



武蔵ヶ丘キャンパス



くまモン学プロジェクトの運営

くまモン学プロジェクトは、山縣学長をリーダーとし、熊本県と協力しながら、2020年度～2023年度の4年間の計画で遂行される予定となっています。

尚絅大学が有する知的資源をくまモン学に投入することによって、「くまモン」という突如出現した複雑なキャラクターの謎を解明する新たな学問領域を確立するとともに、地域へとその研究成果を還元していきます。



マスコットキャラクター
花くま



フリーライター
亀山早苗

亀山早苗プロフィール

東京生まれ。明治大学卒業後、フリーライターとして活動。恋愛、結婚、不倫などを通して女性の生き方や男女関係について執筆。関連書籍多数。くまモンに魅せられて『くまモンカ〜人を惹きつける愛と魅力の秘密』（イースト・プレス）を出版し、くまモン写真集『モン・コレ』『ミラクルくまモンコレクション』（毎日新聞出版）の企画に携わる。週刊誌『サンデー毎日』で月に1度、くまモンの活動の一端を紹介するグラビア『月刊くまモン』も担当。

ねえねえ、くまモン

くまモン、デビュー10周年、おめでとうございます。今年は華やかに10周年をお祝いしたい。ファンはみんなそう思っていました。それなのに思いがけないこのコロナ禍、めったに会えなくなって。でもきっと、くまモンがいちばん菌がゆくつらいでしょうね。

仕事で訪れた熊本の街で奇跡的に出会ったのが2012年の2月ごろ。キャラクターにまったく興味のなかった私は、到着した熊本空港で等身大のあなたのパネルを見て、「ああ、この子が去年のゆるキャラ@グランプリを取ったクマね(失礼!)」と思っていたのです。その翌日、新市街でばったり遭遇。握手とハグで興奮し、その背に思わず「くまモン、がんばってね」と叫んでしまったのはなぜだったのか。人生最初で最後の一目惚れでした。

それ以来、熊本で、東京で追いかけるようになり、会えば会うほど惚れ込んでいきました。言葉は発しなけれどこミュニケーション能力が高く、いつも上機嫌で、やさしいけどやんちゃで……。そんなあなたが、人として、いや、生きものとして尊い存在だと思ったのです。自分の感動を誰かに

知らせたい。ライターとしての性分が疼き、くまモンの本を書いてしまいました。

あちこちで魅力を語っていたら、週刊誌「サンデー

毎日」がくまモンの特集を組んでくれることに。その準備に明け暮れていた2016年、あの「熊本地震」が起こったのです。夕方までくまモン関係者に取材をしていた4月14日の夜でした。そして27時間後、さらにすさまじい本震が……。うろたえました。くまモンは、友だちになった熊本の人たちはどうしているのか。あとで聞いたら、くまモンは「自分に何ができるだろう」とずっと考えていたのです。子どもの日に避難所にもなっていた保育園にあなたが飛び出して行ったとき、子どもは喜び、親たちは笑い、お年寄りはおなを拝んでいました。あなたを見だし育ててきた蒲島郁夫熊本県知事が言った言葉に泣きました。

「熊本には3つの宝があります。熊本城と阿蘇とくまモンです。熊本城と阿蘇は傷つきましたが、くまモンは元気です」

そしてあなたは見事に復興の旗手として熊本県をまとめてきたのです。毎日多忙で、プレッシャーを感じたりイヤになったりすることはないのかと尋ねたとき、あなたは「何を言ってるのかわからない」とびっくりしたような顔をして、「ありえない」と全身で表現。「みんなに笑顔とハッピーを届けたいんだモン、それがボクの元気の源だモン」と熱く語りました(語ったはず)。

仕事や人生で「どうしようかな」と迷ったとき、心の中で「ねえねえ、くまモンならどうする?」と話しかける自分がいます。あなたはいつも笑顔で「皿を割るモン!」と答えてくれる。そう、人生はいくつになってもチャレンジです。これからもずっとあなたの背中を追い続けていきます。さらなる飛躍を見たいから。

写真家
宮井正樹

宮井正樹プロフィール

Masaki Miyai

1971年生まれ。

幼少のころより写真家である父の撮影に同行し写真を学ぶ。

ライフワークとして阿蘇を中心に熊本の風景を撮り続けている。



くまモンとの出会いは2010年ポスターの隅に入れる為の撮影でした。当時はまだあまり知られていなかったくまモン。持ち前の優しさとユーモアであつと言う間にスーパースターになっていきました。

有名になっても地道に活動を続けてたくまモン。日本国内だけではなく世界に飛び出していきました。

くまモンに同行できる機会をいただきいろんなところへ撮影に行きました。くまモンは世界のどの国へ行ってもみんなを笑顔にさせてくれます。

この10年間いろいろなことがありましたがくまモンは人々に勇気を与え続けてくれています。熊本地震の時は被災者に寄り添いみんなを励ましてくれました。

ありがとうくまモン!
頑張れくまモン!

僕らはやがて歳をとりいなくなってしまうがくまモンはずっと今のまま世界の人たちに笑顔と希望を与え続けていてください。くまモンには夢と希望が詰まっていると思います。

寄稿文

Contribution

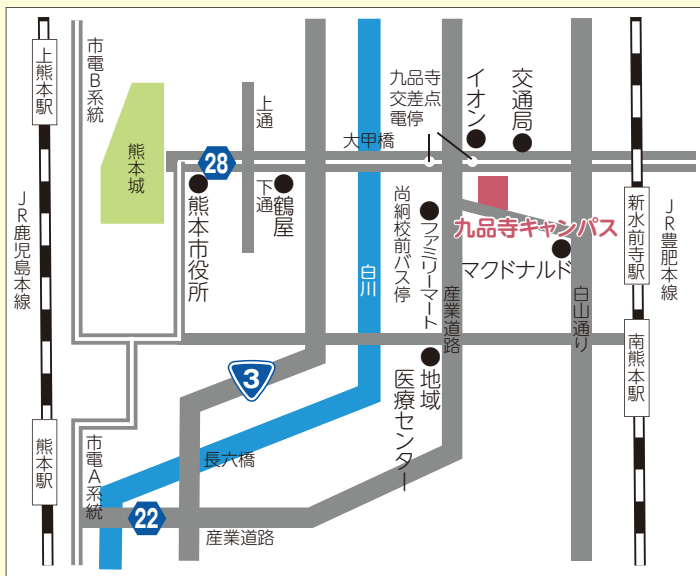
くまモンへのお手紙

今や、世界中で人気の高いくまモンですが、初めは九州新幹線全線開通により終着駅となった大阪から活動を開始しました。また無名だったくまモンは、1万枚の名刺を配るよう指令を受けて、あまりの辛さに失脚騒ぎを起したり、蒲島知事と一緒に吉本新喜劇の舞台に立ったり、お笑いの街、大阪で人気者になれるよう、表情やリアクションを工夫すべく、日夜修行を続けていきました、その努力が実り、熊本のシンボリックな存在として、日本中はもちろん世界に進出することができました。今回、デビュー直後にくまモンと衝撃的に出会い、その魅力に魅せられくまモンを見つめ続けたお二人から愛情たっぷりのお手紙が届きました。



尚綱大学・尚綱大学短期大学部 アクセスマップ

九品寺キャンパス



〒862-8678 熊本市中央区九品寺 2-6-78
TEL 096-362-2011 FAX 096-363-2975

- ◆ 現代文化学部 〈文化コミュニケーション学科〉
- ◆ 生活科学部 〈栄養科学科〉
- ◆ 短期大学部 〈総合生活学科・食物栄養学科〉

武蔵ヶ丘キャンパス



〒861-8538 熊本県菊池郡菊陽町武蔵ヶ丘北 2-8-1
TEL 096-338-8840 FAX 096-338-9301

- ◆ 短期大学部 〈幼児教育学科〉

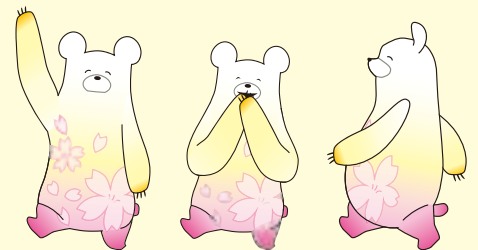


尚綱大学
尚綱大学短期大学部

SHOKEI



尚綱大学
ホームページ



マスコットキャラクター
花くま

くまモンスクエア アクセスマップ

〒860-0808 熊本市中央区手取本町 8 番 2 号
 テトリアくまもとビル 1 階

TEL 096-327-9066
E-mail info@kumamon-sq.jp

