



＜プロフィール＞

2024年3月まで4期熊本県知事を務める。くまモンの育ての親としてくまモンによる経済効果や県民の幸福量を増大させたことが大きな成果として上げられる。

くまモンの「育ての親」として知られる蒲島先生ですが、15年前のくまモン誕生時や天皇皇后両陛下（当時）が来熊された際の秘話、イラスト使用料無料という「楽市楽座」方式によりくまモンの共有空間が広がったと世界で活躍するくまモンの姿に納得する話がありました。TSMCの誘致に尽力した蒲島先生は、今後、半導体の平和利用を実現するため

基金を設置する計画があるという熊本の未来にとっても大きな夢が広がる話がありました。くまモンも蒲島先生と再会し、大喜びでした。研究会終了後、蒲島先生のサイン待ちの行列が印象的でした。

くまモンランド化構想の新たな展開&OMO5 熊本のくまモン誕生祭プラン

熊本県では、くまモンの高い認知度・好感度をフックに世界中からヒト、モノ、企業が集まる地域となることをめざす「くまモンランド化構想」を進めておられますが、現代文化学部3年生4年生は、4つのグループにわかれて、今回、水俣・芦北地域をフィールドに、その魅力と可能性を考えました。また、OMO5熊本のくまモンの誕生祭での出展企画についても、提案しました。



現代文化学部3年生4年生



学生のプレゼンテーション



1班



マルシェで福田農場商品のおいしさを伝え、OMOカフェにくまモン15周年メニューパネルを提案

2班



くまモンランドを気軽に存分に楽しむための「くまモンのラッピングツアー」、OMO丸わかりクイズを提案

3班



ウェルネス・ヘルスツーリズムとしてバスポムづくりの体験メニュー、OMOに関するO×クイズを提案

4班



和紅茶と豊富なフルーツにくまモンを組み合わせたアフタヌーンティー、OMO風くまモンボディペイントを提案

講評



熊本県くまモン課 横山 暢久課長補佐

1班からお店や商品の良さを知ってもらってくまモンに繋げる提案、2班から地域の観光とファームのコンテンツを楽しめるバスツアーの提案、3班から美容と健康という新しいコンセプトでPRする提案、4班からアフタヌーンティーを使いコンテンツを組み合わせる提案がありましたが、くまモンを前面に押し出さなかったり、PRの切り口を変えるなど、新たな気付きを教える素晴らしい提案でした。



水俣・芦北地域雇用創造協議会 小谷 仁志主幹

水俣・芦北地域では、「くまモンランド化構想」の一環として、地域の農産物の収穫体験や食の体験をくまモンと掛け合わせた体験型コンテンツ「くまモンファーム」に取り組んでいます。今回、学生の視点から課題解決の提案をいただき本当にありがとうございました。いただいたアイデアも参考にさせていただきますながら、魅力ある地域づくり、コンテンツ作りに取り組んでいきたいと思っています。



OMO5熊本by星野リゾート 大竹陽奈子総支配人

OMO5熊本 by 星野リゾートのくまモン誕生祭実行プランを考えていただきありがとうございます。4つの班の発表を拝見し、学びを活かした個性的な発想が大変参考になりました。また、ターゲットを明確にし、ターゲットに刺さる工夫を内容に落とし込んだ提案が多く、お客様が喜んでくださる姿が目に見えました。ご提案内容を参考に、実施内容を詰めてまいります。

KUMAMON Studies News Letter

vol. 4
2025.3

くまモン学ニュースレター 4号

第4号は「くまモン学研究会2025」特集号

2025年2月9日の日曜日、尚絅大学九品寺キャンパス7201講義室において、「2025年3月にデビュー15周年を迎えるくまモン。改めてくまモンのこれまでのブランディングや持続可能な展開について一緒に考えましょう!」をテーマに、くまモン学研究会が開催されました。プレイスブランディングの研究に取組む九州産業大学の山下永子教授の基調講演に続いての4人の研究者とのセッション、後半はくまモンの育ての親である東京大学の蒲島郁夫フェローによる特別講義に続き、熊本県のくまモンランド化構想とOMO5熊本 by 星野リゾートとコラボした授業の成果としての学生たちのプレゼンテーションがあり、たくさんの参加者と共に創り上げられた研究会となりました。今回はこの研究会概要をお伝えします。



挨拶

熊本県知事
木村 敬



尚絅大学・
尚絅大学短期大学部
学長
山縣 ゆり子



〇知事ビデオメッセージ

みなさん、こんにちは。熊本県知事の木村敬でございます。今回はくまモン学ということで、皆さんもご承知のことと思いますが、このくまモン学は、尚絅大学、尚絅大学短期大学部と熊本県が、令和2年度に連携協定を結んで始まりましてくまモンに関する新しい学問分野でございます。そして、このくまモン。みなさんこれまでご承知のことと思いますが、今年でデビュー15周年を迎えます。このくまモンのブランディングについて改めて考える場として、本日、くまモン学研究会が開催されること大変うれしく思っています。当日は私の師匠であります、蒲島前知事、そして九州産業大学の山下教授をはじめ、様々な今のくまモン学に関する研究が発表されると聞いております。また、OMO5の方をはじめとした、くまモンを愛し、熊本で頑張ってもらっている様々な方が、今日、くまモン学研究会に登場すると聞いております。今回のこの研究会を通じてくまモンのブランド価値がますます上がり、くまモンによる熊本ファン、くまモンによる熊本の知名度がどんどん増幅していくことを期待しております。そして、このくまモンを通じた共有の場「くまモンの共有空間」がさらに広がっていくことを願っております。

今日はそちらに行けなくて申し訳ありませんが、県知事室から県知事の木村と県知事室にいつもいてくれるくまモンでお伝えいたしました。本日は誠にありがとうございます。

2020年4月、熊本県のくまモン担当課長を務められた柳田紀代子先生の本学現代文化学部教授への着任をきっかけに、本学を設置する尚絅学園の建学の精神（智と徳を兼ね備え社会に貢献し得る女性の育成）につながるくまモン学の教育・研究を推進すべく、「くまモン学プロジェクト」を立ち上げたのは、「くまモンデビュー10周年」の年です。それからの5年間。2020年9月、熊本県と「くまモン学」に関する連携協定の締結。10月には、くまモンの生みの親、水野学さん、小山薫堂さん、育ての親、蒲島郁夫知事との対談を記した「くまモン学はじめます」の作成。2022年3月、2年間のくまモン学の研究成果、「くまモン」のデータベースの構築や公共政策的価値分析、SNSの「くまモン」評判分析等を蒲島知事へ報告。2023年2月には、全国から550名の参加者による「くまモンのこれまで そしてこれからを考える」というテーマのくまモン学フォーラムを開催、くまモンを核にした地域振興を議論。昨年1月、OMO5熊本 by 星野リゾートと地域活性化を目指す連携協力に関する協定の締結。2月には、「くまモンのブランディングを語ろう」をテーマに「くまモン学研究会」を開催、全国の研究者による研究セッションや学生たちの学びの成果発表を行い、くまモン学の広がり象徴する研究会となり、くまモンデビュー15周年の本日の研究会につながっています。大変長丁場になりますが、興味深い研究発表や講義、学生の発表と講評をお楽しみいただければ嬉しく思います。



熊本県



尚絅大学
尚絅大学短期大学部



ホームページ



くまモン学サイト

自治体プレイスブランディング戦略の今 - 国内外の事例から -



九州産業大学地域共創学部教授 山下 永子

<プロフィール>

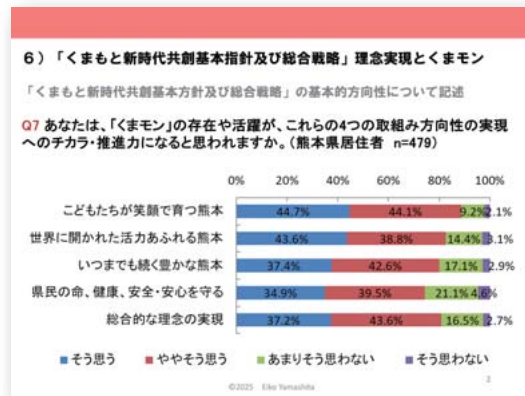
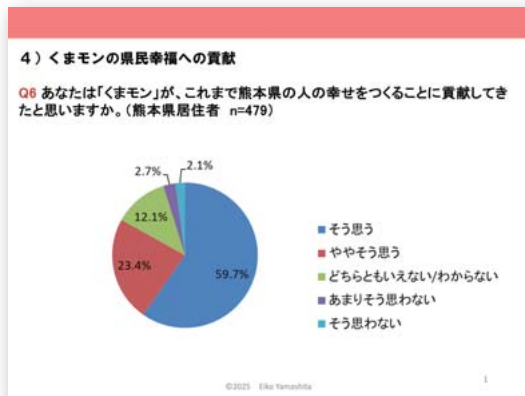
地域政策にマーケティングの視点を取り入れ、地域や都市が持続的な発展を続けるプレイスブランディングの研究に取り組んでいる

「くまモンのブランディングを考える」にあたり、「自治体施策」と「プレイスブランディング」という視点からお話しさせていただきました。居住、観光や投資など多様な目的先には選ばれる場所＝プレイスになるために、ブランディング戦略に取り組む自治体が増えています。日本では、地域ブランディングと称されることが多いのですが、世界的にはプレイスブランディングという名称で体系化されている学術領域です。

くまモンは、いまや世界で活躍するブランドキャラクターに成長しています。そこで講演の前半では、国際学会におけるプレイスブランディングの定義、海外自治体のブランディング戦略事例を紹介し、くまモンの歩みとの比較によって、熊本県のブランド資産としての現在地を考えるきっかけといたしました。

後半は、くまモンのブランディング活動成果を可視化すべく、首都圏と熊本県居住者へのアンケート結果をみていただきました。くまモンは、熊本の魅力をたくさんの人たちに伝える「営業部長」と、熊本の人たちの幸せをつくることに貢献する「しあわせ部長」としての職務・使命を背負っています。はたして、全体の88% (N=1014)の方が「魅力発信への貢献」に、熊本県居住者の83% (n=479)の方が、「幸せづくりへの貢献」に、肯定的な態度を示しました。

その他のデータもふまえた結果、くまモンが「自治体ブランディング戦略」を、誠実に実行できている可能性を確認することができました。



くまモンから地域ブランディングを考える



尚絅大学現代文化学部教授 柳田 紀代子

くまモンについては、観光統計や新聞記事等のデータ、熊本県民や観光客、台湾でのアンケート調査から、そのブームや受容度について明らかになりました。くまモンは、ゆるキャラグランプリでグランプリを取得した2011～2013年に第1回目のブーム、2016年の熊本地震の際に、2回目のブームが訪れ、現在はブームは落ち着いている状況です。

今回、2つの自治体キャラクターの地域ブランディングに関するインタビュー調査を行いました。それぞれ工夫を凝らしていました。

群馬県のぐんまちゃん、アニメや劇団でファミリー層を取り込み、海外展開はアニメが盛んなアメリカをターゲットにし、高知県須崎市のしんじょう君は、認知度よりも好感度を重視し、ふるさと納税と組み合わせてカツオなど自慢の海産物と合わせて好感度アップに努めています。

今後、自治体キャラクター運営の組織体制、戦略、その成果について、さらに研究を進めていきます。

コラム



総司会：尚絅大学現代文化学部教授 桑原 芳哉

「くまモン学研究会2025」前半では、「くまモンと地域ブランディング」をテーマに、九州産業大学山下教授の基調講演の後、4名の研究者による研究報告とセッションが行われました。地域を代表するキャラクターの存在意義や、地域活性化への貢献のあり方などについて、示唆に富んだ討論が行われたものと感じました。くまモンと地域活性化のこれからの方向性についても、学術的な観点から貢献する議論であったと考えます。

今後も多様な研究者による研究が進められ、くまモン学の発展に寄与することが期待されます。

MANGAによる地域ブランディング



合志マンガミュージアム館長、尚絅大学現代文化学部客員教授 橋本 博

MANGA とは…マンガ、アニメ、ゲームのほかマンガ関連のキャラクターグッズ、アニソン、特撮までを含む国際語

MANGAによる地域ブランディングとは…その地域の独自の魅力(歴史、人物、特産品、観光スポット、食、自然、イベントなど)をMANGAを活用して発信することとして以下の事例研究を行った。

- ①MANGAに登場した地域のスポットに観光客を呼ぶ…聖地巡礼
- ②ゆかりのMANGAの作者を顕彰するハコを作る…記念館設立
- ③地域に関連したMANGA催し物を行う…イベント開催
- ④その地域の魅力を発信するMANGAを作る
- ⑤オリジナルのキャラクターを創作する ゆるキャラ、くまモンもその一つ
- ⑥地元のMANGA 関連施設のネットワークを形成する
- ⑦ゆかりのMANGAアーカイブを作る 原画、刊本、アニメ、ゲーム、特撮、忍者、妖怪
- ⑧ゆかりのMANGA 関連グッズ、特産物、スイーツなどを作成する。

人吉球磨の観光復興と『夏目友人帳』



尚絅大学現代文化学部准教授 小野澤 泰子

熊本県の南端に位置する人吉球磨地域は、2008年に放送が開始したテレビアニメ『夏目友人帳』のモデル地として、長期間にわたりファンによりアニメツーリズムが行われてきた地域です。長年この地域は『夏目』の聖地であることを強調せず、自然体でアニメツーリズムが持続されてきました。しかし2020年7月の豪雨災害で甚大な被害を受けて以来、熊本県による復興プロジェクトの支援を受け、『夏目』を前面に出した新たなアニメツーリズム戦略が開始されました。2021年以降、『夏目』の絵柄が印刷された限定の特典グッズがもらえるスタンプラリーや各種イベントが次々に行われています。幅広い観光客層をターゲットとしたこれらの取り組みは、2024年までの来訪者数の増加傾向からみてもプラス効果に働いていることが分かりました。これも『夏目』が15年以上にわたり人吉球磨地域のイメージと結びつき、全国のファンに認識され、地域をブランディングしているためだと考えられます。

画像認識を用いたくまモン写真分析：場所、共演者、販促物との関連性に着目して



尚絅大学現代文化学部 教授 畠山 真一

Instagramには「#くまモン」を含む様々な投稿画像がアップロードされています。本研究では、2025年1月中旬にInstagramに投稿されたハッシュタグ「くまモン」が付与された画像を収集し、Googleの生成AIであるgeminiを利用して、画像内容を分析しました。

画像分析の結果、くまモンと熊本県の関連性は高いものの、画像の中には県産品や観光地に関する具体的な情報が限定的にしか含まれないことがわかりました。また、投稿画像では、「営業部長」としての役割よりもくまモンそのものの個性が際立つ傾向があり、熊本県との結びつきが弱

まっている可能性が示されています。

このように、SNSでのくまモンの人気は高いですが、今後はキャラクターの人気と地域PRのバランスを考慮した戦略が求められるとともに、SNS戦略においては、くまモンの「物語性」の再構築と熊本県の具体的な魅力発信強化が課題となることが示唆されました。

