

大阪府におけるキャラクターを活用した広報の展開について（案）

平成26年3月28日
府民文化部府政情報室

1. キャラクターを活用した広報の必要性について

- 府においては、府民に必要な府政情報を確実に届け、効果的なPRによって関心度を高め、行動に移してもらうことをめざす「戦略的広報」を展開。
- 戦略的広報においては、短期的な認知度を高めることのみならず、中長期的な「親しみやすさ」を醸成することが重要であり、「キャラクター」の活用が効果的。
- 府においては、平成9年度に開催した「なみはや国体」のキャラクター「モッピー」をはじめ、現時点で45体（21所属）（府政情報室調べ）のキャラクターを活用した広報を展開。
- 今後、府広報媒体（WEB・広報紙等）の訴求力や、大規模イベントなど府政への府民等の参加意欲を高めるためには、府としてのキャラクター広報の方針と統一的なキャラクターの設定が必要。



（参考）他府県におけるキャラクター広報の実施状況等について（府政情報室調べ）

○統一的キャラクターを導入している都道府県：29府県（61.7%）

○主な効果

- ・イベント来場者の増加（89%）
- ・TVや新聞等メディア露出機会の増加（86%）
- ・SNSのファン等の増加（76%）
- ・府県の好感度の上昇（83%）
- ・府県産品の売上増加（59%）
- ・府県外からの観光客の増加（48%）

※上記は、平成26年3月20日時点での取りまとめ状況によるもの

2. 今後の方針と平成 26 年度の取組み

府キャラクター広報方針 (仮称)の策定

府のキャラクター広報の統一的なルールとして運用
⇒広報活動及び効果測定をもとに策定。
(H26.9末：案、H27.3末：確定版)
⇒方針に盛り込む内容は、下記の項目を予定。
H26年度から出来ることは、実施していく。

①府の統一キャラクターの設定

戦略的広報の観点から、広報方針に、「モッピー」を
府の統一キャラクターとして位置付け

⇒モッピーを広報媒体や主要イベントで活用しつつ、効果
測定等を実施

②既存のキャラクターの取扱い

広報方針に基づく、各部局での運用（キャラクター設置
の本来のテーマへの広報範囲の限定など）

⇒次のとおり、各部局と調整しつつ実施。
・存置の意向のあるものは、効果測定等を実施
・代替可能なものは、統一キャラクターに代替

③キャラクター活用指針の提示

広報媒体や主要イベント等におけるキャラクターの有効
活用のための指針の提示

⇒効果測定等をもとに、より効果的なキャラクター活用
方策を検討

④キャラクターの新設など

広報方針に基づき、キャラクター新設の際は事前協議を
ルール化

⇒キャラクター広報の戦略化を進めるため、府政情報室
に事前協議・相談

(参考)「モッピー」について

- ・設置年度：平成9年度（府直接所管キャラクターでは最古参）
- ・大阪府の鳥である「もず」がモチーフ
- ・公募により作成し、著作権は大阪府に帰属
- ・着ぐるみ5体あり
- ・スポーツ振興のキャラクターとして設置されたが、活動範囲に制限がなく、(一財)日本気象協会の熱中症予防大使に任命されているほか、民間企業の飲料TVCMでは、大阪を代表するキャラクターとして有名タレントと共演。

(参考) 府におけるキャラクター広報調査実施結果等

- ・キャラクター総数：45体（21所属）
 - 民間委託で作成：23体
 - 公募で作成：8体
 - 自主作成等：14体
 - 著作権が府に帰属するもの：28体
 - 活動分野が無制限なもの：17体
- ・イベント出演・グッズ配布の実績（H25）

あり→32体	なし→13体
--------	--------
- ・イベント出演・グッズ配布の予定（H26）

あり→31体	なし→14体
--------	--------

各都道府県におけるキャラクター広報の実態調査結果について（概要）

1. 調査概要

平成 26 年 2 月 28 日に、各都道府県へキャラクター広報 実態の調査を実施し、42 府県から回答を得た。調査結果の概要は下記のとおり。

2. 調査結果

（1）統一的キャラクターを導入している都道府県・・・29 都道府県（61.7%）

※内 3 県が 2 体導入（全 32 体）。全て着ぐるみあり。

（2）設定経緯

	～平成 12 年度	～平成 16 年度	～平成 20 年度	～平成 24 年度	平成 25 年度～
設定年度	6 体	3 体	6 体	14 体	3 体

	民間委託	公募	その他
設定方法	8 体	20 体	4 体

（3）広報効果

イベント 来場者の 増加	メディア の露出機 会増加	府県の好感 度の上昇	S N S の ファン等 の増加	府県産品 の売上増 加	府県外から の観光客の 増加	関連商品に よる収入	その他
28 体	27 体	26 体	23 体	18 体	15 体	8 体	4 体

（4）運用予算額及び収入

	平成 25 年度	平成 26 年度
予算計上の あるもの	25 体	24 体
収入（グッズ売 り上げ、出演料）	7 体	—

大阪府におけるキャラクター広報の実態調査結果について（概要）

1. 調査概要

平成 25 年 10 月 4 日と平成 26 年 2 月 13 日の 2 回にわたり各部局等へのキャラクター広報実態の調査を実施。調査結果の概要は下記のとおり。

2. 調査結果

(1) キャラクター総数および広報の対象となる施策分野数

45 体、21 所属

(2) 設定経緯

	～平成 12 年度	～平成 16 年度	～平成 20 年度	～平成 24 年度	平成 25 年度～
設定年度	7 体	9 体	11 体	12 体	6 体

	民間委託	公募	タイアップ	自主製作	その他
設定方法	23 体	8 体	3 体	9 体	2 体

(3) 活動範囲等

	府への著作権 の帰属	他分野施策の 広報活動制限	性格や振舞い 方のルール	契約等による 有効期限
あり	28 体	23 体	11 体※②	3 体
なし	15 体※①	17 体	31 体	38 体
不明	2 体	5 体	3 体	4 体

※① 府が属する委員会に帰属するものも含む

※② 「かっぱ忍者せせらぎ」は「デザインの変更不可」のため、「ルールあり」としてカウント

	着ぐるみ	配布用グッズ
あり	14 体	35 体
なし	31 体	10 体

(4) 活動実績・予定および当初予算額

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
イベント出演 又は グッズ配布 のあるもの	26 体	32 体	31 体（予定）
予算計上の あるもの	17 体	20 体	17 体