

特定非営利活動法人三鷹ネットワーク大学推進機構
令和6年度「民学産公」協働研究事業 成果報告書

三鷹市地域キャラクター「Poki®」
有効活用の実証研究

2025 年 2 月



法政大学地域研究センター

目次

1. 「民学産公」協働研究事業の概要・目的.....	1
1.1 研究事業の概要.....	1
1.2 研究事業の目的.....	1
2. 申請団体のプロフィール.....	3
2.1 プロジェクトリーダー.....	3
2.2 プロジェクトメンバー.....	3
3. 協働研究事業の期間.....	4
4. 協働研究の背景.....	5
4.1 研究の背景.....	5
4.2 研究の意義.....	6
5. 協働研究事業の詳細.....	7
5.1 基本コンセプト.....	7
5.2 特徴.....	7
5.3 フィールド.....	8
5.4 調査項目.....	10
6. 「Poki®」に関する調査（三鷹市）.....	12
6.1 株式会社まちづくり三鷹へのインタビュー.....	12
7. 他自治体の事例調査.....	16
7.1 事例調査対象先の選定.....	16
7.2 「こきんちゃん」に関する調査（小金井市役所）.....	18
7.3 「耳をすませば」に関する調査（多摩市）.....	20
7.4 「となりのトトロ」に関する調査（所沢市役所）.....	23
8. 調査結果の考察.....	26
8.1 各自治体におけるキャラクター活用状況のまとめ.....	26
8.2 考察.....	27
9. 今後の計画.....	29
参考文献.....	30

1. 「民学産公」協働研究事業の概要・目的

本項では、本研究の概要・目的について述べる。

1.1 研究事業の概要

本研究は、三鷹市の公式キャラクター「Poki®」を地域振興に活用するための方策を提案することを目的とし、2年間で実施する。初年度は現状把握と課題抽出を中心に、他自治体の類似事例との比較調査を行った。「Poki®」は市民生活に根付いた展開を行っているが、活用の課題として、使用再許諾条件の厳格さやグッズ展開における制約がある。他方、小金井市、多摩市、所沢市などでは公式キャラクター及びスタジオジブリ関連キャラクターを活用した地域振興策が実施されており、特に市民主体の活動や地域性、物語性が成功の鍵となっていることが確認された。

これらの調査結果を基に、次年度は「Poki®」の効果的な活用方針を具体化し、提言を策定する。最終的には、キャラクター活用による地域ブランドの強化と市民の更なる郷土愛醸成を目指す。

1.2 研究事業の目的

本研究は、三鷹市の公式キャラクター「Poki®」の活用可能性を多角的に探究し、地域振興への寄与度を高めるための具体的方策を提示することを目的とする。この目的を達成するため、以下の研究課題を設定する。

(1) 「Poki®」の活用における現状把握と課題抽出

行政、三鷹商工会、株式会社まちづくり三鷹、特定非営利活動法人みたか都市観光協会など、関係機関への聞き取り調査を通じて、現状の活用実態と課題を明らかにする。

(2) 他自治体における類似事例の比較分析

スタジオジブリとの関係性を有する他自治体におけるキャラクター活用事例を調査し、その成功要因と課題を分析する。具体的には、各自治体におけるキャラクター活用の権限範囲、活用手法、展開方策等について調査を行う。また、各自治体の地域特性や実施体制との関連性を分析することで、三鷹市における「Poki®」活用への応用可能性を検討する。これらの比較分析を通じて、地域振興におけるキャラクター活用の有効性と制約条件を明らかにし、三鷹市における実践的な知見を導出する。

(3) 「Poki®」を活用した地域振興施策の提言

調査研究結果を踏まえ、「第5次三鷹市基本計画（2次案）」で示された政策課題との整合性を図りながら、実現可能性の高い具体的施策を提言する。

本研究は2ヵ年計画で実施する。初年度は行政関係機関との連携のもと、現状把握と課題抽出、他自治体における類似事例の比較分析を中心に進める。次年度は、初年度の調査研究結果を踏まえ、具体的な地域振興施策の立案と実現可能性の検討を行う。これらの研究を通じて、「Poki®」の持つポテンシャルを最大限に引き出し、三鷹市の地域発展や経済振興に資する実践的な知見を提供することを目指す。

2. 申請団体のプロフィール

本研究は、法政大学地域研究センターで実施し、実施体制は以下のとおりである。

当組織は、グローバルな視点を持った地域問題研究の拠点として、行政、地方自治体、商工会議所、企業、NPO 法人等に様々な支援・政策提言を展開している。また、法政大学の持つ知識・情報や地域連携のノウハウを、地域や社会に広く還元している。

2.1 プロジェクトリーダー

松本 敦則

- ・ 法政大学地域研究センター センター長
- ・ 法政大学大学院イノベーション・マネジメント研究科 教授
- ・ 三鷹市商工振興対策審議委員会 委員（2011～2021）
- ・ 三鷹商工会 事業承継スキーム策定委員会 委員（2022～2023）
- ・ 三鷹まちづくり総合研究所 元まちづくり研究員

2.2 プロジェクトメンバー

小林 将記

- ・ 法政大学大学院 特任講師
- ・ 中小企業診断士

永田 信貴

- ・ 法政大学大学院 特任講師
- ・ 中小企業診断士

3. 協働研究事業の期間

協働研究事業の期間は 2024 年 6 月から 2026 年 2 月までの 2 ヶ年を予定しており、初年度にあたる 2024 年度の活動は、図表 1 のとおり実施した。

図表 1：2024 年度 協働研究事業の活動スケジュール

項目	6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月			3月
	18	20	30	10	20	30	10	20	30	10	20	30	10	20	30	10	18	30	10	20	30	10	20	30	10	18	21	1
「Poki®」の基礎情報収集																												
活用事例調査																												
まちづくり三鷹インタビュー																												
小金井市インタビュー																												
多摩市インタビュー																												
所沢市インタビュー																												
文献調査																												
調査結果分析																												
調査結果取りまとめ																												

(出所) 筆者作成

4. 協働研究の背景

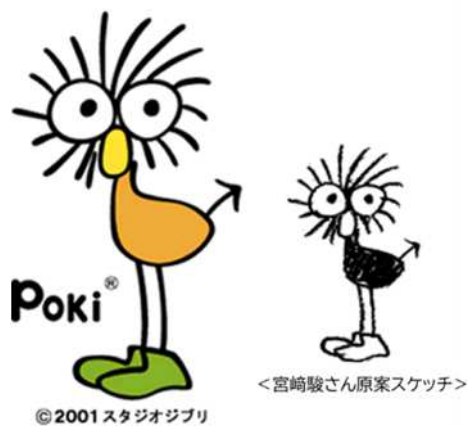
本項では、協働研究の背景、意義について述べる。

4.1 研究の背景

2001 年に開館した「三鷹の森ジブリ美術館」（正式名称：「三鷹市立アニメーション美術館」）は、三鷹市を象徴する観光スポットとして、年間 65 万人を超える来場者を国内外から集めている。東京の一住宅地として発展してきた三鷹市においては、有名な観光スポットが少なく、当美術館の開館は三鷹市のブランド力向上に大きく寄与している。

当初、行政は地域振興施策としてジブリキャラクターの活用を検討したものの、株式会社スタジオジブリ（以下、「スタジオジブリ」という。）のキャラクター管理は厳格であり、その活用は極めて困難であることが判明した。しかし、その代わりに、宮崎駿監督が三鷹市のキャラクターとして「Poki®（図表 2）」を制作したことで、新たな地域振興策の可能性が開かれている。

図表 2：三鷹のキャラクター「Poki®」



（出所）三鷹市役所ホームページ¹

現在、三鷹市は、「Poki®」を市の公式キャラクターとして位置づけ、市報への掲載やグッズ販売などを通じて市のシンボルとして普及を図っている。具体的には、三鷹市の第三セクターであり、「Poki®」の使用再許諾に関する管理等の業務を担っている株式会社まちづくり三鷹を通じて、図表 3 のとおり地元小学生のランドセルカバー、着ぐるみ、グッズ販売、4

¹ 三鷹市役所「みたかキャラクター図鑑 図鑑その 1 三鷹のキャラクター「Poki（ポキ）」
https://www.city.mitaka.lg.jp/c_service/001/001556.html

コマまんがコンテスト、マンホールマグネット、ナンバープレートなど、市民生活に密着した展開を実施している。これらの取り組みを通じて、「Poki®」は市民からの一定の認知を獲得していると推察される。

図表 3：「Poki®」の活用事例



（出所）東京新聞²、三鷹市役所³、株式会社まちづくり三鷹⁴ホームページより筆者作成

4.2 研究の意義

世界的にも著名な宮崎駿監督によるキャラクターという「Poki®」の特性は、三鷹市の地域振興における重要な地域資源としての更なる発展可能性があると考えられる。

三鷹市は「第5次三鷹市基本計画（2次案）」⁵で、地域経済の発展のための商店街支援や、都市観光の活性化のため観光資源の活用、市民がいきいきと暮らせるための市民協働の推進などを検討している。「Poki®」の有効活用による商店街個店の販売促進や、行政のブランド力向上による観光客の更なる集客、更にはそれらを通じた市民の郷土愛醸成など、これら基本計画との親和性も考慮しながら、本研究を進めることで有効な解決策となり得る。

また、キャラクターを活用した地域振興に関する先行研究の蓄積に寄与するとともに、他自治体における類似事例への有用な示唆を提供することが期待される。「Poki®」の活用可能性を探究することで、実務的示唆と学術的知見の導出を目指すものである。

² 東京新聞 <https://www.tokyo-np.co.jp/article/188252>

³ 三鷹市役所 https://www.city.mitaka.lg.jp/mitaka_album/topics2/12.html

⁴ 株式会社まちづくり三鷹 <https://www.mitaka.ne.jp/poki/>

⁵ 三鷹市役所「第5次三鷹市基本計画（2次案）」
https://www.city.mitaka.lg.jp/c_service/105/105582.html

5. 協働研究事業の詳細

本項では、協働研究事業の詳細として、基本コンセプト、特徴、フィールド、調査項目について述べる。

5.1 基本コンセプト

他地域において、スタジオジブリとコミュニケーションを取り、ジブリキャラクターやそれに類似するキャラクターを活用し、うまく地域の活動に繋げている自治体がある。それらの要素を分析し、うまく三鷹市に取り入れられれば、三鷹市においても、一段高いレベルでの「Poki®」の活用を行うことができ、同様の効果が期待できる。

5.2 特徴

本研究事業の特徴を、社会貢献性、先見性、独自性という視点から述べる。

- 社会貢献性

熊本県ではくまモンにより、2023 年において年間 1,664 億円もの利用商品売上高をたたき出し⁶、継続して県の PR を行いながら、県民の誇りとなっている。自治体の規模や予算などが違うため、単純に比べられるものではないが、「Poki®」の有効活用を研究することで、経済性・広告性の向上、そして市民の誇りになり得るのではないかと推察される。三鷹市のシンボルである「Poki®」の有効活用は、「Poki®」という無形資産を可能な限り有効活用することで、三鷹市や三鷹市民に資する高い社会貢献性を有する。

- 先見性

ジブリキャラクターの人気は国内外で根強いが、今年宮崎駿監督は 2 度目のアカデミー賞を受賞するなど、改めて注目度が高まっている。この時流に乗り、「Poki®」をうまくプロモーションできれば、今後更なる効果が期待できる。短期的な視野ではなく、5 年 10 年、更にその先になって、三鷹市民が自分のふるさとに誇りを持てるような長期的な活動を想定しており、先見性がある。

- 独自性

いわゆるご当地キャラとは異なり、世界的にもブランド力の高いスタジオジブリのキャ

⁶ 熊本県知事公室くまモングループ「報道資料 令和 6 年（2024 年）4 月 5 日」

<https://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/attachment/245832.pdf>

ラクターの地域活用に関する事例が少ない。また、各自治体が独自で行っているスタジオジブリに対するキャラクター政策を、横ぐしで比較する調査は、今まで例がなく、独自性がある。

5.3 フィールド

本研究においては、まず三鷹市の第三セクターであり、「Poki®」の使用再許諾に関する管理等の業務を担っている株式会社まちづくり三鷹にインタビューを実施した。このインタビューでは、本研究の対象である「Poki®」の活用に関する政策の現状と課題、今後の展望などについて確認を行った。

さらに、他自治体の中で、スタジオジブリと接点を持っており、スタジオジブリの関係するキャラクターやコンテンツを活用することで、地域住民や行政が裨益効果を得ている自治体を特定し、同自治体職員などに直接インタビューを行うことで分析を行った。具体的には、以下の自治体への調査・インタビューを実施した。

(1) 小金井市

小金井市は、スタジオジブリが本社を構える市であり、「こきんちゃん」という宮崎駿監督がデザインしたキャラクターを有している（図表 4）。このキャラクターの活用事例や、スタジオジブリとの関係構築について調査した。

図表 4：小金井市イメージキャラクター「こきんちゃん」



（出所）小金井市ホームページ⁷

⁷ 小金井市「こきんちゃんのページ」

<https://www.city.koganei.lg.jp/smph/shisei/kokinchan/index.html>

(2) 多摩市

多摩市は、スタジオジブリの映画「耳をすませば」のモデル地とされており、草の根レベルの市民活動が基盤となっている（図表 5）。多摩市役所の職員へのインタビューを通じて、作品に関連した地域振興の取り組みや、スタジオジブリとの関係構築、コンテンツツーリズムの現状について調査した。

図表 5：「耳をすませば」



（出所）株式会社スタジオジブリ ホームページ⁸

(3) 所沢市

所沢市は、「となりのトトロ」の構想が生まれたとされる地域であり、宮崎駿監督が在住している自治体でもある（図表 6）。所沢駅前に「となりのトトロ」のモニュメントが設置されており、また、西武線所沢駅の発車メロディーに「となりのトトロ」の楽曲が使用されているなど、他地域にはない活用事例などについて調査した。

⁸ 株式会社スタジオジブリ「スタジオジブリ作品一覧 耳をすませば（1995）」

<https://www.ghibli.jp/works/mimi/>

図表 6:「となりのトトロ」



(出所) 株式会社スタジオジブリ ホームページ⁹

これらの調査を通じて、各自治体におけるスタジオジブリとの関係構築、キャラクターやコンテンツの活用方法、地域振興への貢献などについて多角的に分析した。特に、三鷹市と小金井市という、宮崎駿監督がデザインしたキャラクターを持つ二つの自治体の比較、また、多摩市や所沢市のように作品のモデルとなった地域での取り組み事例は、本研究の重要な視点となった。

5.4 調査項目

各自治体に対し、図表 7 のインタビュー調査項目に基づき調査を実施した。これらの項目は、各自治体におけるスタジオジブリとの関係性、キャラクターやコンテンツの活用方法、地域振興への貢献を明らかにし、三鷹市での「Poki®」活用に向けた示唆を得ることを目的としている。

図表 7: インタビュー調査項目

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">・ スタジオジブリのキャラクターを扱うようになった経緯・ キャラクター活用に関連する運営体制（責任分担、承認プロセスなど）・ 行政・関係団体における人員や予算等の制約 |
|---|

⁹ 株式会社スタジオジブリ「スタジオジブリ作品一覧 となりのトトロ (1988)」

<https://www.ghibli.jp/works/totoro/>

- ・ スタジオジブリとの関係構築方法
- ・ ジブリキャラクターの著作権等の取り扱いに関する規定及び具体的な対策

(出所) 筆者作成

6. 「Poki®」に関する調査（三鷹市）

6.1 株式会社まちづくり三鷹へのインタビュー

三鷹市の「Poki®」政策の現状などを確認するため、「株式会社まちづくり三鷹」へのインタビューを行った。

<インタビュー概要>

日時：2024年9月4日（水） 10:00～11:00

会場：株式会社まちづくり三鷹本社

先方：株式会社まちづくり三鷹

当方：小林、永田

（1）運営体制

「Poki®」に関する窓口は「まちづくり三鷹」、ジブリ美術館の運営については三鷹市役所と、行政内での役割が明確に分かれている。「Poki®」の使用再許諾の申請は、スタジオジブリによるチェックが都度行われ、諾否を判断している。特に「Poki®」を使用する必要性が求められることから、非商品での使用が認められやすく、民間会社の商品への使用はハードルが高い。

（2）最近の使用事例

「Poki®」の使用再許諾の申請は、三鷹市役所からの依頼が最多である。例えば、企業のホームページにあまり目立たない形で「Poki®」を使用した事例がある。使用再許諾によるリスクとしては、風評被害が上げられ、使用した企業・商品に問題があった場合、スタジオジブリに迷惑がかかる可能性が指摘されている。

（3）グッズ

「Poki®」をグッズ化することで経済効果を期待する声があるが、三鷹市内には大規模事業者が少ないため課題が多い。以前中国で大ロット生産をお願いしたことがあったが、小ロット生産は難しいという。直近では、三鷹市職員向けの「Poki®」のピンバッジ（図表 8）製作を行っており、今後は、グッズや「みたポ（三鷹市独自の地域通貨「みたか地域ポイント」）¹⁰」をうまく活用することで、「みたポガチャ（図表 9）」を活用した回遊促進の仕組みなども検討される。

¹⁰ 三鷹市「三鷹市独自の地域通貨「みたか地域ポイント」

https://www.city.mitaka.lg.jp/c_service/099/099645.html

図表 8：「Poki®」のピンバッジ



(出所) 三鷹市ホームページ¹¹

図表 9：みたポガチャ



(出所) 筆者撮影

(4) マンホール

「Poki®」デザインのマンホール(図表 10)は、ジブリスタッフによるラフ画がきっかけで制作された。ただし、三鷹市内にはマンホールを制作できる業者が存在せず、京都の会社に発注したとの由。ジブリの非公式サイトでは、「Poki®」マンホールの説明が丁寧にされており、聖地巡礼などの三鷹市内の回遊効果を促進する効果も期待できる。

¹¹ 三鷹市「【報道発表】「Poki (ポキ) ピンバッジ」の寄贈を受けました」

https://www.city.mitaka.lg.jp/c_press/108/108648.html

図表 10：「Poki®」デザインのマンホール



(出所) みたか都市観光協会¹²

(5) 4 コマまんがコンテスト

「Poki®」をテーマにした 4 コマまんがコンテスト（図表 11）の企画はジブリ美術館とのトップレベルの雑談から始まり、2022 年に第 1 回目を開催。今年 3 年目となり、近年では、海外からの応募が増加している。特に台湾やイギリスからの応募が話題となっており、ジブリ美術館の SNS がきっかけになっているのではと推察される。

図表 11：「Poki®」の 4 コマまんがコンテスト

¹² みたか都市観光協会「三鷹市内でデザインマンホールを探してみよう！」
<https://kanko.mitaka.ne.jp/docs/2021030300012/>



(出所) 株式会社まちづくり三鷹ホームページ¹³

「まちづくり三鷹」へのインタビューを経て、現状の「Poki®」政策の裾野が広がりつつあることが確認できた。また、他自治体でどのような取組みや活用事例があるかを知りたいとのコメントを得ることができた。今後、この流れを更に加速させるためにも、インタビューの結果を取りまとめ、分析した上でフィードバックを実施する。

¹³ 株式会社まちづくり三鷹「Poki4 コマまんがコンテスト 2024 結果発表」

<https://www.mitaka.ne.jp/poki/contest/result2024.html>

7. 他自治体の事例調査

本項では、他自治体における事例調査対象先の選定について説明したうえで、小金井市役所、多摩市役所、所沢市役所へのインタビュー調査について述べる。

7.1 事例調査対象先の選定

スタジオジブリの映画のシーンに使われているエリアや、ゆかりがあると言われている街・企業などを調査したところ、図表 12 のとおりのべ 25 以上の対象先が候補に挙がった。

図表 12：スタジオジブリにゆかりがある街・企業

種別	作品	地域または関連企業
映画	天空の城ラピュタ	イギリス・ウェールズ地方
	となりのトトロ	埼玉県所沢市近郊
	火垂るの墓	兵庫県三宮市
	魔女の宅急便	スウェーデンのストックホルム、バルト海のゴトランド島ヴィスビーの町
	おもひでぽろぽろ	山形県山形市
	紅の豚	アドリア海沿岸
	海がきこえる	高知・吉祥寺など
	平成狸合戦ぽんぽこ	多摩ニュータウン
	耳をすませば	京王線の聖蹟桜ヶ丘駅周辺（東京都多摩市）
	もののけ姫	屋久島、白神山地
	千と千尋の神隠し	東京都小金井市「江戸東京たてもの園」
	猫の恩返し	横浜元町
	ハウルの動く城	フランス・アルザス地方、中央アジア
	崖の上のポニョ	広島県福山市鞆の浦
	借りぐらしのアリエッティ	青森県盛美園、小金井市はけの小路、武蔵野公園と野川
	コクリコ坂から	横浜・新橋
	風立ちぬ	東京・名古屋・軽井沢・上高地・八ヶ岳・前田家別邸(熊本県)など
キャラクター	なんだろう	日本テレビ
	かながわ・ゆめ国体「かなべえ」	神奈川県
	Poki	三鷹市

種別	作品	地域または関連企業
	えどまる	江戸東京たてもの園
	どれどれ	読売新聞
	フライデーおじさん	金曜ロードショー（日テレ）
	ガブリ	中日ドラゴンズ公式ファンクラブ
	こきんちゃん	小金井市

（出所）株式会社スタジオジブリ¹⁴、ジブリのせかいスタジオジブリ非公式ファンサイト¹⁵
より筆者作成

これらの候補地の中から、以下の基準より対象地域を絞り込んだ。

- 東京近郊の地域
アクセスの利便性を考慮し、東京都及びその近郊の自治体を優先した。
- キャラクター活用可能性が高い自治体
まず、三鷹市という自治体での活用という観点を踏まえて、調査対象先から企業を除外した。そのうえで、過去の事例や調査情報から、スタジオジブリのキャラクターやコンテンツを地域振興に活用している可能性が高い自治体を抽出した。

その結果、図表 13 のとおりスタジオジブリから「こきんちゃん」の使用を許されている小金井市、非公式ながら映画「耳をすませば」のモデル地と言われている多摩市、映画「となりのトトロ」の構想が生まれた場所である所沢市の 3 自治体を選定のうえ、インタビュー調査を実施した。

図表 13：インタビューを実施した自治体



（出所）筆者作成

¹⁴ 株式会社スタジオジブリ「Q&A」<https://www.ghibli.jp/qa/>

¹⁵ ジブリのせかい スタジオジブリ非公式ファンサイト
<https://ghibli.jp/report/miyazaki-design/>

7.2 「こきんちゃん」に関する調査（小金井市役所）

小金井市は東京都の多摩地域に位置する市で、約 12 万人の人口を抱える緑豊かな都市である。江戸時代には玉川上水が整備され、現在も桜並木や自然が魅力の「小金井公園」が市のシンボルとなっている。学術・文化施設が充実しており、東京学芸大学や東京農工大学がある。交通面では JR 中央線が市を東西に貫き、都心へのアクセスは良好である。小金井市は「こきんちゃん（図表 4）」などのキャラクターを活用し、観光や地域振興に力を入れている。

<インタビュー概要>

日時：2024 年 9 月 27 日（金） 10:00～11:00

会場：小金井市役所本庁舎

先方：小金井市役所

当方：松本、小林、永田

● 関係の始まり

小金井市にはスタジオジブリ本社があり、宮崎駿監督は小金井市の名誉市民でもある。2008 年の市制施行 50 周年記念事業の際に、宮崎駿監督に依頼し、小金井市イメージキャラクター「こきんちゃん」が制作された。「こきんちゃん」という名前は、全国公募（応募数 3,807 件）の中から決定した¹⁶。

● 運営体制

小金井市が「こきんちゃん」の管理・運営（使用申請の受付・許可など）、販売用商品の取り扱いを行っている。スタジオジブリ側は商品開発部が窓口になっている。

● 活用の工夫

市のイメージアップに繋がるかを重視している。

食品を含むグッズの商品化が進んでいる。2024 年には新商品として「こきんちゃんかき氷」が販売された（図表 14）。グッズは小金井市商工会や市内の商店で購入が可能である。

商品デザインでは、控えめな使用（例：バッグにワンポイント）を行い、ジブリの世界観を守ることを尊重している。

¹⁶ 小金井市「こきんちゃん誕生」

<https://www.city.koganei.lg.jp/smph/shisei/kokinchan/kokintanjo.html>

図表 14:「こきんちゃんかき氷」



(出所) 市報こがねい PDF 版 (令和 6 年 4 月 1 日号) ¹⁷

- 地域振興策

2009 年に市民から商品企画を募集し、投票結果を元に商品化した¹⁸。

- イベントでの活用

着ぐるみは主に子ども向けイベントで使用され、後ろ姿が特に人気となっている。

- スタジオジブリ側の判断基準

公益性があるか、キャラクターのイメージを損なわないか。

他キャラクターとの併用（コンタミネーション）がないか。

- 三鷹市との比較

三鷹市には第三者機関（例：株式会社まちづくり三鷹）があるが、小金井市では市役所に運営は一本化されている。

- スタジオジブリとの関係

定期的な交流は少なく、キャラクター使用申請時に接点を持つ程度である。

- 今後の展望

小金井市は公共性や市民との親和性を重視し、地域振興や PR にキャラクターを活用していく見込み。

¹⁷ 市報こがねい PDF 版 (令和 6 年 4 月 1 日号)「こきんちゃんグッズを紹介します」

https://www.city.koganei.lg.jp/shisei/461/530/kohokotyo/r6/20240401.files/20240401_all_a_low.pdf

¹⁸ 立川経済新聞「小金井市のイメージキャラクター「こきんちゃん」グッズが好評－宮崎駿さん制作」<https://tachikawa.keizai.biz/headline/882/>

7.3 「耳をすませば」に関する調査（多摩市）

多摩市は東京都の南西部、多摩丘陵に位置する人口約 14 万人の都市である。新都市開発により誕生した計画都市で、多摩センターを中心に商業・住宅・公共施設が整備されている。その中でも、聖蹟桜ヶ丘は、多摩川沿いの自然と調和した美しい街として有名である。落ち着いた住宅街が広がる一方で、商業施設も充実しており、生活の利便性が高いのも特徴となっている。多摩市は非公式ながら、映画「耳をすませば（図表 5）」のモデル地と言われており、聖蹟桜ヶ丘周辺はファンの訪問が多いスポットとなっている。また、教育・子育て支援にも力を入れ、住みやすい環境が特徴となっている。

<インタビュー概要>

日時：2024 年 9 月 30 日（月） 10:00～11:00

会場：多摩市役所第二庁舎

先方：多摩市役所

当方：小林、永田

● 「耳をすませば」を活用した取り組み

「耳をすませば」を活用した取り組みは、市民団体である「せいせき観光まちづくり会議」が取り組んでいる。

金比羅神社の恋みくじ（撤去済み）や、聖蹟桜ヶ丘駅前の「青春のポスト（図表 15）」を設置した。また、作品のモデルとされている場所を聖地巡礼できる「聖蹟桜ヶ丘散策マップ（図表 16）」を制作し、ガイドツアーやスタンプラリーを企画・実施している。そのほか、SNS を活用しながら情報発信を行っている。

青春のポスト

郵便ポストではありません。「青春を見守るポスト」です。

- ・あなたの夢や目標を、カードに書き綴って投函してください。
- ・配達はありません。代わりに耳を澄ましてあなたの努力を見守ります。
- ・夢を叶えたら、その報告を綴って再び出しに来てください。
- ・みんなが2回ずつ投函してくれることを願っています。

由業：聖蹟桜ヶ丘は、アニメ映画「耳をすませば」のモデルになった街とされています。
このポストは、ファンと地元有志が「耳をすませば」にオマージュを捧げる形で作りました。
「耳をすませば」は、少女が自分の出発点を確かめる、ジュニアな青春の映画です。
よって、ひとりひとりの青春を応援したいという願いを込めて建てました。

2012年春 緑ヶ丘商店会連合会・ファン有志

図表 16：聖蹟桜ヶ丘散策マップ～猫を追いかけて～



¹⁹ 桜ヶ丘商店会連合会「聖蹟桜ヶ丘散策マップ～猫を追いかけて～」 <https://seiseki-s.com/img/mimisuma2.pdf>

- スタジオジブリとの関係

スタジオジブリとは、「耳をすませば」の周年記念事業の企画の際に接触がある。

- 記念事業の実績

10 周年（2005 年）：上映会（3 か所）・パネル展示を実施。

20 周年（2015 年）：パルテノン多摩での上映会を実施（図表 17）。これが多摩市役所の初接触の機会となる。

図表 17：パルテノン多摩での上映会



（出所）パルテノン多摩 NEWS（2015.05-06）²⁰

- 観光政策の現状と課題

多摩市に観光協会はなく、観光案内所等での観光商品の販売は未実施である。

観光施策に関する方針は未策定で、2025 年度までに策定を予定している。

観光施策の拠点として、以下の 2 エリアが挙げられている。

（ア）多摩センター駅（サンリオピューロランド）

（イ）聖蹟桜ヶ丘駅（「耳をすませば」関連スポット）

- その他のアニメコンテンツ活用

サンリオキャラクターの「ハローキティに会える街」として推進している。また、スタジオジブリが市内に立地している日本アニメーション(株)と地域活性化連携協定を締結し、聖蹟桜ヶ丘駅周辺でのイベント「ぶらり謎解きまち歩き」「ラスカル子ども映画祭」を実施している。市役所では、世界名作劇場のキャラクターがデザインされた名刺を活用している。

²⁰ パルテノン多摩 NEWS「映画耳をすませば 上映会」

<https://www.parthenon.or.jp/wp-content/uploads/2021/02/1505-06.pdf>

7.4 「となりのトトロ」に関する調査（所沢市役所）

所沢市は埼玉県南西部に位置し、人口約 34 万人を擁する都市である。首都圏へのアクセスが良く、西武鉄道の拠点として発展してきた。所沢は日本の航空発祥の地として知られ、航空記念公園や所沢航空発祥記念館がその歴史を伝えている。また、スタジオジブリの映画「となりのトトロ（図表 6）」の舞台としても知られ、市内にはトトロの森と呼ばれる保全地域が広がっている。農業が盛んで、狭山茶の生産地としても有名。自然と都市機能が調和した暮らしやすい地域となっている。

<インタビュー概要>

日時：2024 年 10 月 1 日（火） 10:00～11:00

会場：所沢市役所別館

先方：所沢市役所

当方：松本、小林、永田

● 「となりのトトロ」モニュメント設置の経緯

2020 年の所沢市制 70 周年記念式典の一環として、所沢駅前に「となりのトトロ」のモニュメントを設置した（図表 18）。また、西武線所沢駅の発車メロディーに「となりのトトロ」の楽曲を使用している。これらはスタジオジブリの協力があってこそ実現したものである。

図表 18：「となりのトトロ」のモニュメント



（出所）筆者撮影

● 観光の柱

所沢市が日本における航空発祥の地であり、所沢航空記念公園の園内には、飛行機の仕組みが学べる所沢航空発祥記念館がある。

また、代表的な施設として、ところざわサクラタウン（KADOKAWA）（2020 年完成）、

西武園ゆうえんち（2021 年リニューアル）、ベルーナドーム（西武ドーム）などがある。また、新たな商業施設として、2024 年完成の「ソコラ」や「エミテラス」がある。

観光客を呼び寄せるこれらの施設を軸に、観光客の回遊性の創出が、行政課題としてあげられている。

<オンライン調査概要>

日時：2024 年 10 月 4 日（金）

「公益財団法人トトロのふるさと基金」ホームページの調査

● 基金の目的と活動

公益財団法人トトロのふるさと基金²¹（以下、「トトロのふるさと基金」という。）は、狭山丘陵の自然環境を保全することを目的とした団体である。ナショナル・トラストの手法を用いて、貴重な自然や文化財を保存し、良好な里山環境を後世に遺す活動を行っている。

1990 年の設立以来、トトロのふるさと基金は市民や企業からの寄付を募り、狭山丘陵内の土地や文化財を取得し、「トトロの森」として保全管理を行っている。

²¹ 公益財団法人トトロのふるさと基金ホームページ

<https://www.totoro.or.jp/>

図表 19：「トトロの森」



(出所) 公益財団法人トトロのふるさと基金²²

- 「となりのトトロ」の著作権等の使用

トトロのふるさと基金ホームページのよくある質問²³によると、狭山丘陵の自然を守るナショナル・トラスト運動を始めたときに、宮崎駿監督および映画会社から正式な許可を得て、トラスト取得地を「トトロの森」と名付けた、と説明している。

宮崎駿監督自身も当基金が活動を開始した際の呼びかけ人であり、また顧問でもあったとのことである。更に、基金のために宮崎駿監督が新たなイラストも描きおろしており、基金の活動に賛同し、協力を図ったことが窺えた。

以上のように、トトロのふるさと基金は「トトロ」という商標権やイラスト等の著作権を限定的に使用する許可を得ているが、それは自然保護活動という特定の目的のために、特別に認められた権利であることがわかった。

²² 公益財団法人トトロのふるさと基金「トトロの森クラウドファンディング開始！トトロの森をナラ枯れから救いたい！」<https://www.totoro.or.jp/20220614-2-2/>

²³ 公益財団法人トトロのふるさと基金「よくある質問」<https://www.totoro.or.jp/faq/>

8. 調査結果の考察

本項では、各自治体（三鷹市、小金井市、多摩市、所沢市）へのインタビュー調査及びオンライン調査の結果をまとめた上で、調査結果に関する考察を述べる。

8.1 各自治体におけるキャラクター活用状況のまとめ

三鷹市、小金井市、多摩市、所沢市におけるインタビュー調査及びオンライン調査に基づき、スタジオジブリのキャラクター活用において重要と考えられる 5 つの観点、すなわち「スタジオジブリとの連携」、「著作権保護」、「観光促進、地域振興」、「活動主体」、「活動源泉」について、図表 20 のように整理した。各自治体で背景にそれぞれの特徴が見られるものの、三鷹市にはない重要な共通要素を確認することができた。

次項では、これらの共通要素が、各自治体の取り組みと三鷹市における今後のキャラクター活用にどのように影響するかについて考察する。

図表 20：各自治体のインタビュー及びオンライン調査の結果

	スタジオジブリとの連携	著作権保護	観光促進、地域振興	活動主体	活動源泉
三鷹市 「Poki®」	2001 年(ジブリ美術館開園)から構築	「使用マニュアル」に明記	行政の広報、ノベルティなど	主に行政主導「まちづくり三鷹」	自治体における業務
小金井市 「こきんちゃん」	2008 年(市制施行 50 周年)から構築	「取扱要綱」に明記	行政の広報、販売グッズ、食品など	主に行政主導「小金井市役所」	自治体における業務
多摩市 「耳をすませば」	2005 年の上映会開始から徐々に	原則スタジオジブリ管轄	青春のポスト、聖地化スポット	「せいせき観光まちづくり会議」	草の根レベルの市民活動
所沢市 「となりのトトロ」	2020 年(市制施行 70 周年)から構築	原則スタジオジブリ管轄	モニュメント、発車メロディー	主に行政主導「所沢市役所」	自治体における業務
			環境保護	「公益財団法人トトロのふるさと基金」	自然環境保護活動

(出所) 筆者作成

8.2 考察

各自治体のキャラクター活用における実態を確認した結果、以下のとおりいくつかの重要な発見があった。

小金井市は、三鷹市を除けば宮崎駿監督が制作した市の公式キャラクターを有する国内唯一の自治体である。しかし、そのキャラクター活用の運用状況は三鷹市とは異なり、食品などの商品化にまで及んでいた。また、市民から商品企画を募集し商品化を行ったことがある²⁴など、ボトムアップ型の活動を通じて地域活性化を促進している点が特徴的である。

多摩市は、自治体としての公式キャラクターは持たないものの、スタジオジブリ作品「耳をすませば」のモデル地という利点を活用している。元々は同作品の熱心なファン層が主導するかたちで力強い地域活動を推進してきた²⁵。現在は、「せいせき観光まちづくり会議」として地域における草の根活動が根付いており、そこに自治体がサポートする形をとっている。また、「青春のポスト」設置などの独自の取組みが、ファンによる新たな物語性の創造を促している。

所沢市は、2018年に出版された宮崎駿監督が監修した書籍「トトロの生まれたところ」²⁶に記載されているとおり、トトロのふるさとであり、スタジオジブリの映画作品のモデル地という点で多摩市と共通している。宮崎駿監督が居住していることから、自治体とスタジオジブリのご縁があったと推察される。また、自然環境を守るために設立された「公益財団法人トトロのふるさと基金」が市内にあり、スタジオジブリがスポンサーになっているのも、これら伏線による何らかのシナジー効果ではなかろうか。

これらの状況を踏まえ、三鷹市が今後「Poki®」の更なる活用を進めるためには、以下の要素を考慮することが有効であると考えられる。

- (1) キャラクター商品の使用再許諾における、公共性、地域性、物語性などの要素
- (2) 自治体主導ではなく、地域によるボトムアップを促すような草の根レベルの市民活動

²⁴ 立川経済新聞『小金井市のイメージキャラクター「こきんちゃん」グッズが好評－宮崎駿さん制作』（2010.12.20）<https://tachikawa.keizai.biz/headline/882/>

²⁵ 毛利康秀（2014）「東京都多摩市におけるコンテンツツーリズム 創出活動に関する事例研究－映画「耳をすませば」にちなんだ観光まちづくり活動ならびに訪問者の意識について－」https://www.jstage.jst.go.jp/article/contentstourism/1/0/1_15/_pdf/-char/ja（編集済み）

²⁶ 公益財団法人トトロのふるさと基金「書籍報告書」<https://totoro.ocnk.net/product-list/12>

キャラクターの活用を考えたときに、単なる商業的な観点だけでなく、公共性、地域性、物語性がキーワードとなり、更に一步踏み込んだ活動に繋がっているように感じられた。また、多摩市の「せいせき観光まちづくり会議」のような草の根活動は、地域住民による自主的な取り組みであり、観光振興と地域ブランドの形成に寄与するものになっていた。さらに、所沢市における「トトロのふるさと基金」の活動は、自然環境保護と地域資源の保全を目的としており、スタジオジブリの理念に合致していると考えられる。

加えて、ここで重要となるのは、全ての活動における熱量とでもいうべきエネルギーの存在である。映画が好き、キャラクターが好きという入口から、脈々と続く地域活動に至るまで、その源泉には、やはりキャラクターや映画に対する「愛着」が存在しているのではと推察される。この想いがキャラクターによる地域活動を行う上での重要な要素となっていると考察される。

9. 今後の計画

本研究は2ヵ年の計画で実施する予定とし、初年度は三鷹市のキャラクター「Poki®」に関する現状把握と課題抽出に焦点を当てた。具体的には、三鷹市における「Poki®」の活用方針、活動状況、関連施策などを分析するとともに、他自治体におけるキャラクター活用事例を調査した。これらの調査により、三鷹市が「Poki®」の有効活用を進めるうえで必要となる要素を特定し、実証研究の計画策定に繋げることを目的とした。

次年度は、初年度の調査結果を踏まえ、三鷹市の事例研究や他自治体の草の根活動、グッズ施策などのグッドプラクティスを参考にしながら、「Poki®」の更なる有効活用に向けた具体的施策を検討する。これらの施策は提言として取りまとめ、株式会社まちづくり三鷹などの関連行政機関と連携し、実現を図る。

最終的な目標は、「Poki®」を活用した三鷹市のキャラクター戦略をより高度化させ、多くの市民の共感を呼び起こし、自治体活動の大きな推進力とすることである。そのためにも、より実践的な活動計画を策定し、次年度の活動と提言に繋げていきたい。

参考文献

- 飯田泰之ほか（2016）『地域再生の失敗学』光文社新書
- 薄上二郎（2020）『地域ブランドのグローバル・デザイン』白桃書房
- 大久保あかね（2019）『観光と地域振興』中央経済社
- 岡本健（2018）『アニメ聖地巡礼の観光社会学』法律文化社
- 岡本健（2019）『コンテンツツーリズム研究〔増補改訂版〕アニメ・マンガ・ゲームと観光・文化・社会』福村出版
- 筧裕介（2015）『人口減少×デザイナー——地域と日本の大問題を、データとデザイン思考で考える。』英治出版
- 川上徹也（2023）『ストーリーブランディング 100 の法則』日本能率協会マネジメントセンター
- 木下斉（2016）『地方創生大全』東洋経済新報社
- 木下斉（2021）『まちづくり幻想 地域再生はなぜこれほど失敗するのか』SB クリエイティブ
- コンテンツツーリズム学会（2021）『地域は物語で「10 倍」人が集まる —コンテンツツーリズム再発見—』生産性出版
- 笹尾和宏（2019）『PUBLIC HACK 私的に自由にまちを使う』学芸出版社
- 篠原匡（2023）『神山 地域再生の教科書』ダイヤモンド社
- 玉村雅敏（2013）『地域を変えるミュージアム——未来を育む場のデザイン』英治出版
- 津堅信之（2022）『日本アニメ史 手塚治虫、宮崎駿、庵野秀明、新海誠らの 100 年』中央公論新社
- バイロン・シャープ（2018）『ブランディングの科学 誰も知らないマーケティングの法則』朝日新聞出版
- 増淵敏之（2023）『韓国コンテンツはなぜ世界を席卷するのか ドラマから映画、K-POP まで知られざる最強戦略』徳間書店
- 水野学、山口周（2020）『世界観をつくる 「感性×知性」の仕事術』朝日新聞出版
- 宮崎駿監修、スタジオジブリ編（1991）『トトロの生まれたところ』徳間書店
- 宮崎駿（1996）『出発点—1979~1996』徳間書店
- 宮崎駿（2008）『折り返し点 1997~2008』岩波書店
- 宮崎駿（2013）『風の帰る場所 ナウシカから千尋までの軌跡（文春ジブリ文庫 3-3）』文藝春秋
- 村山慶輔（2020）『観光再生サステナブルな地域をつくる 28 のキーワード』プレジデント社
- 山崎亮（2011）『コミュニティデザイン』学芸出版社
- 山村高淑（2011）『アニメ・マンガで地域振興 ～まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発法～』東京法令出版