研究論文

オリジナルキャラクターデザインによる商品展開の研究

倉地辰幸[*1]、長谷川恵子[*1]、稲垣藤雄[*1]

Research of Merchandise Development Featuring Original Character Design

Tatsuyuki KURACHI, Keiko HASEGAWA and Fujio INAGAKI

Seto Ceramic Research Center, AITEC[*1]

平成15年度に開発したオリジナルキャラクターデザイン[1)]について、それを広く一般に認知させ、消費者の購買意欲を高めるための仕組みづくりとして、キャラクターを使用したデジタルコンテンツを開発した。コンテンツ内容については、「占い」と「学習」と「物語」から成るメインコンテンツと、各種プロモーションを目的としたCMコンテンツを製作し、容易に配布できるようにCD-ROM化した。特にメインコンテンツについては、ジャケット付CDを作成し、デジタルデータに具体的な形を与えて価値向上を図った。また､強化食器として学校給食に採用されている素地を使ってのキャラクター食器の試作､製品化を行い、当産地の活性化と、コンテンツビジネスに対する意識向上を図った。

１．はじめに

使用するキャラクターデザインがオリジナルである新規キャラクター商品は、権利関係が単純明快でコストも低いというメリットを持つが、まったく無名なキャラクターである以上、仮にデザインが水準以上に洗練されていたとしても、キャラクター自体の人気という面から見た価値は高くない。オリジナルキャラクターの人気的価値の弱さを埋めるためには、何らかの工夫が必要であり、本研究ではそれを新規開発のキャラクターコンテンツに求めた。

そもそも1990年代以前、何らかのコンテンツを開発しても、それを発信するためには出版やTV電波に乗せるなど非常な手間とコストのかかる方法しかなく、小口の商品の宣伝用としては非現実的な手法であった。しかし、インターネットの普及が状況を大きく変え、魅力あるコンテンツによる人気の獲得というコンセプトは、低資本の個人ベースでも可能なほどの極めて身近で現実的な選択肢となった。これは、インタ-ネットが全世界に向けて開かれているためである。勿論、発信すれば即宣伝効果があるというほど簡単なものではないが、発信自体にハ-ドルが殆ど無いというのは極めて重大な変化である。

以上の考察を踏まえ、コンテンツプログラムは、消費者がインターネット上で閲覧可能な形式とし、さらに利便性や取り扱いの容易さといった点を考慮して、CD-ROM化し、コンテンツ自体の価値をできる限り高めた。

次に、共同研究企業と共に、キャラクター食器の製品化を行った。食器素地は、学校給食に採用されている強化磁器素地を使い、安心して子供達が使用できるよう配慮した。

キャラクター商品とコンテンツは、それぞれの質を高めることにより、相互に影響しあって、魅力と安心感のある商品イメージを形成するが、逆にいえば、一方の質を落とすと、相互作用で両者とも低質な印象を形作ることになってしまうため、負の連鎖が生じないように、どちらについても品質の向上と管理を徹底させることが大切である。

２．コンテンツ開発

2.1 プログラム形式

コンテンツプログラムの形式については、CDによる配布とWebブラウザ上での動作を両立させうるものとしてMacromediaのFlashを選定した。Flash形式は軽量で、アニメ機能に優れ、サウンドも容易に挿入できるなどの特徴を持っており、現在Webアニメ形式の主流である。このFlashコンテンツを見るために必要なFlash Playerは、Netscape4.0、Internet Explorer4.0以降のブラウザには標準装備されており、インターネット接続環境があれば最新のPlayerをMacromediaのサイトから簡単にインストールすることができる。

インタ-ネットでの利用を第一に考えたコンテンツプログラムは、その一種類のプログラムで、ネット利用が可能なコンピュ-タすべてを、機種を選ばずに取り込むことができる。これは、今後もインタ-ネットの利用者

[*1]瀬戸窯業技術センター　応用技術室