

地方創生における VTuber の役割と可能性

The Role and Potential of VTubers in Local Revitalization

地域キュレーションコース

岸本 麻依

Kishimoto Mai

研究背景と目的

地方創生は日本の地域社会が直面する少子高齢化や人口減少といった課題への対応策として重要視されている。特に地域の魅力を発信し、観光や地域経済の活性化を図る取り組みが求められている。近年、デジタル技術の発展とともに VTuber (バーチャル YouTuber) が地域活性化の新たな手段として注目を集めている。VTuber とは、バーチャルなアバターを用いて動画配信プラットフォームで活動するインフルエンサーのことである。彼らは 2D または 3D のキャラクターモデルを操作し、動画配信やライブストリーミング、SNS で活動している。

本研究では、VTuber が地方創生にどのように寄与するかを検証するため、ご当地ゆるキャラとの比較分析を行った。

ご当地 VTuber

ご当地 VTuber は、特定の地域をテーマにしたキャラクターであり、動画配信や SNS を通じて地域の魅力を発信する。具体例として、茨城県ご当地 VTuber の茨ひより (図 1) などが挙げられる。これらの VTuber は地域の観光地、特産品、伝統文化などをテーマにしたコンテンツを発信し、視聴者に地域の魅力を伝える役割を果たしている。ご当地 VTuber の特徴として、インターネットを活用することで地理的な制約を超えた情報発信が可能である点が挙げられる。さらに、VTuber は動画や配信に視聴者参加型の要素を組み込むことで、視聴者の関心を引きやすく、地域への関与を促進することができる。



図 1 茨城県ご当地 VTuber 茨ひより (出典: 茨城県公式サイト)

ご当地 VTuber とご当地ゆるキャラの比較結果

ご当地 VTuber とご当地ゆるキャラをデザイン、メディア展開、地域社会への影響、ファン層、ブランディング戦略といった観点から比較した結果、ご当地 VTuber の特性と課題が浮き彫りになった。ご当地 VTuber は、アニメ調のデザインが特徴で、オンラインを中心に広範囲で情報発信が可能である。このデジタル技術を活かした活動は特に若年層に支持されやすい。一方、ご当地ゆるキャラは、シンプルで親しみやすいデザインを持ち、地域イベントや観光地での対面活動を通じて幅広い世代に愛されている。ブランディング戦略では、VTuber が SNS などのデジタルコンテンツを通じて、地域内外関係なく広い範囲にアプローチでき、ゆるキャラは既存のイベントや商品展開を通じ、安定したブランド価値を構築している。

結果

本研究では、ご当地 VTuber が地方創生において果たす役割と可能性を明らかにした。VTuber はそのデジタル技術を活かし、地理的制約を超えた情報発信を行う点で大きな可能性を秘めている。一方で、コストの高さ、ターゲット層の限定性やオフライン環境での地域住民との接点の不足といった課題も明らかになった。

今後の発展においては、VTuber のキャラクターやストーリー設定を工夫し、幅広い世代が共感できる内容を提供することが重要である。また、AR/VR 技術の活用や地域イベントとの連携を強化することで、デジタルとリアルの融合を図ることができる。これにより、ご当地 VTuber は単なる地域 PR ツールにとどまらず、地域文化や伝統の発信、住民同士のコミュニケーション促進、新しい形態の地方創生を担う存在として期待される。

〈主要参考文献〉

- ・岡本健編『VTuber 学』岩波書店、2024 年
- ・茨城県公式サイト「茨ひより (ひよりん) の部屋」
<https://www.pref.ibaraki.jp/bugai/koho/koho/pr/characters/hiyorin/ibarahiyori.html>