

擬人化キャラクターのデザインについての研究

A study on the design of anthropomorphic characters

トウサンサン

DENG SHANSHAN

宝塚大学大学院メディア芸術研究科

Abstract : The purpose of this study is to analyze the features which are easy to be accepted by the popular character of the healing system design and apply it as an element of the personification character design. The purpose of this study is to develop a series of characters and stories that can be applied to cultural PR and everyday life.

Key Word : Character design ,personification ,healing

The results of this study are applied to anthropomorphic character design of things such as urban scenery, daily life, traditional culture, and wild animals, and the attractiveness and cultural knowledge of anthropomorphic characters will become more widely known.

研究背景・動機

ここ数年、アニメ・漫画・ゲーム（以下、「二次元文化」）が好きな人は年々増えている。そのため、二次元文化の生産額、二次元文化ユーザーの規模も猛烈な勢いで増加している。その中に、「擬人化」に関する作品が多い。アニメやゲーム、またはイラストのシリーズなど「擬人化」のコンテンツには、枚挙にいとまがない。

擬人化とは、人以外のものに対して人としての性質・特徴を与える比喩の表現方法である。対象を人の姿にすることを擬人化と捉えられがちだが、動物に人の言葉を喋らせることや、「葉っぱが嬉しそうに揺れている」「対立していた二国が和解に向けて歩み寄る」などの修辞法も擬人化である。

萌え擬人化：現代の日本漫画における、同人用語として普及している概念である。この擬人化の大部分に渡る特徴は、対象物の擬人化というよりは、人間キャラクターに対象となる物のコスプレをさせているような形態となっている点である。

癒し系キャラ：『癒し系キャラ』とされる条件としては、たとえ一人で居たとしても、まるで家族や友達と一緒に居るような『和み』があって、いつの間にか元気にしてくれていて、無邪気で悪気なく、マスコット的な感覚であることが重要ようである。『癒し系キャラ』と『天然キャラ』とは似ているようでいて、多少異なる。やはり『和み』があって親しみ易い点がポイントなようだ。

ゆるキャラ：『ゆるキャラ』の条件として、『郷土愛に満ち溢れた強いメッセージ性があること』『立ち居振る舞いが不安定かつユニークであること』『愛すべき、ゆるさ、を持ち合わせていること』をあげていた。つまり、『ゆるキャラ』の発祥はあくまで地方の村おこし、地方復興のためのキャラクターとして始まったのである。

しかし、今までよく知られている擬人化作品はほとんど二次元愛好者向けであり、二次元文化愛好者以外は興味を持ってないという問題点がある。一方、日本の癒し系キャラ、例えば「くまモン」のようなゆるキャラや「ハローキティ」、「ポケモン」などは世界中に知られている。人間より動物に近く、可愛いデザインなので、老若男女を問わず、そして長い時間を経ても非常に人気がある。癒し系キャラのスタイルと特徴を擬人化キャラクターに応用すれば、より多くの人に受け入れられるのではないかと。そして、ユーザーの生活はより多彩になり、あまり詳しくない文化や知識

に興味を持つだろう。また、擬人化キャラクターとその表現手法の持続的な発展を推進することもできると考えられる。



図1 萌え擬人化の例「けものフレンズ」



図2 癒し系キャラの例「サンリオシリーズ」

研究（制作）の方法

- ①今までの擬人化の形とそのターゲットの対象について文献と資料を調査する。
- ②癒し系キャラのモデルポイントを知るために、優秀な作品に共通する特徴、色合い、活躍している領域などを中心に、表現手法とプロモーション方式から分析を行う。
- ③擬人化キャラクターデザインを作るために、既存の人気のある擬人化作品はどうやってモチーフの特徴をキャラクターに取り入れているのかを考察する。
- ④調べた資料に基づいて、擬人化程度を五段階に分けてキャラクターの試作を作る。



図3 猫の擬人化の5段階の自制作

- ⑤自分の試作を使って、人々の擬人化キャラクターに対する好みの傾向についてのアンケートを実施する。
- ⑥アンケート調査の結果を分析し、人々のキャラクターに対する好みの傾向は何に影響されているか、及び、今後の制作はどのように進めて行くのかを検討する。

研究（制作）の結果

人々の擬人化キャラクターに対する好みの傾向を知るために、自分の制作を使ってアンケートを実施した。自分の制作は、猫、鳥、金魚、ひまわり、お菓子という五つのモチーフを使用して、擬人化を5段階に分けて、1モチーフを5つのキャラクター、合計25個の擬人化キャラクターを描いた。

アンケートは日本語と中国語の二つのバージョンを用意している。実施する期間は一週間である。アンケートの内容は、性別、年齢層、職業、アニメやゲームを見る・やる頻度、好きなアニメ・ゲーム・漫画について設問している他、自分が制作したキャラクターの中でどれが一番好きなのかを質問している。

日本語のアンケートからもらった回答は65件、中国語のアンケートからもらった回答は174件である。

集めたデータの例としては、以下の通り：

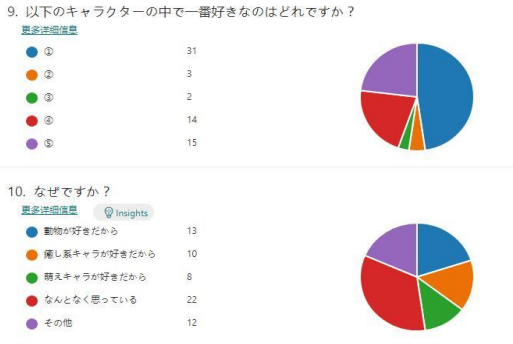


図5 アンケートの結果の例1

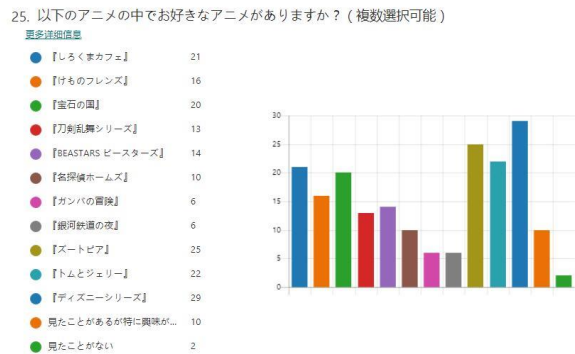


図6 アンケートの結果の例2

図4 アンケートの質問の例

調査結果のまとめは以下の通り：

- ①一番人間に近いキャラクター（萌えキャラ）と一番動物（擬人化するモチーフ）に近いキャラクターは最も人気がある。
- ②擬人化程度の実真中のキャラクターはあまり人気がない。
- ③ディズニースーパースターズや、欧米の擬人化作品は他の作品と比べて一番人気がある。
- ④各モチーフの種類によって、擬人化キャラクターに対しての好みの傾向が異なっている。
- ⑤日常用品について、キャラクターがついているものより、多くの人は普通のもの・デザインのいいものを選ぶ。

それ以外では、「全キャラが好き・全キャラが好きではない」というような意見もある。

以上の内容から見ると、人々が擬人化キャラクターに対しての好みは、モチーフの種類（動物・植物・ものなど）、作品の種類（キャラクターが何に使われているか）によって異なる。例えば、同じ動物のモチーフの中にも、猫と魚の5番目の擬人化キャラクター（一番人間に近い形）が圧倒的に人気があるが、鳥の1番目の擬人化キャラクター（一番動物に近い形）が最も人気がある。全モチーフ共通の結果として、擬人化程度の実真中のキャラクターはあまり人気がないに対して、その擬人化程度に最も近いディズニースーパースターズのキャラクターや、欧米の擬人化作品は他の作品より人気がある。従って統一的な基準で判断してはいけないことがわかる。

これからは、他の動物モチーフの結果と違う「鳥」というモチーフを典型的な例として、人気のある三段階、または全部の五段階で、鳥の種類を細かく絞って再度制作し、新たな調査を行おうと考えている。そこで、一番人気のある形、もしくは人々の好みの傾向を左右するポイントが把握できるようになることを期待している。

参考文献

- 1) 坂崎千春 『イラストのこと、キャラクターデザインのこと。』, 2011, ビー・エヌ・エヌ新社
- 2) やまだ・まさし 「キャラの印象は何で決まるの？」 『BRUTUS』2019年3月15日号, 90-91ページ
- 3) 李 穎超、菅谷充 『「かわいいキャラクター」に対するマンガ作者と読者の視点の比較』, 2021, 日本感性工学会論文誌, 2021年20巻1号 p. 75-81
- 4) Appliv 「日本が誇る、擬人化アプリ百景～みんなちがって、みんないい～」 <https://mag.app-liv.jp/archive/67955>
- 5) くっちゃん 「癒しとキャラ いろんな癒し系「キャラ」を語ろう」 <https://iyashi-to-kyara.com/>