

〈ゆるい〉と〈かたい〉のあいだ：

日本の〈ゆるキャラ〉マスコットを考える

山田 奨治

要旨

2000年代以後の日本社会で「ゆるキャラ」がブームになっている。「ゆるキャラ」とは、イベントや企業をPRするためにデザインされた、「ゆるい」キャラクターのことで、その数は全国で1000種類近くあり、毎月のように増えつづけている。「ゆるキャラ」の特徴は、国や地方公共団体などの「おかたい」公的機関が積極的に作り出していることにある。日本人が政治への信頼を失っているなかで、国民をゆるやかに統治するシステムとして、「ゆるキャラ」は機能しているのではないだろうか。

1. 「ゆるキャラ」とは

2000年代に入ってから、「ゆるキャラ」ブームが日本社会に広がっている。「ゆるキャラ」とは主として行政や公的なイベントの実施主体、場合により私企業が、イベントや商品・サービスの認知度を高め、あるいは自治体や行政機関に親しみやすいイメージを付加するために創作された、「ゆるい」キャラクターのことである¹。この論文では、日本に広がる「ゆるキャラ」の概要を紹介し、その社会的背景とブームの意味・機能について若干の議論を行う。

商品やサービスの宣伝のためにキャラクターを用いることは、別に新しいことではない。宣伝のためのキャラクターには、企業が独自に創作したものもあれば、「ドラえもん」や「ポケモン」のような既存の人気キャラクターを商品に付加するものもある。「ゆるキャラ」に特徴的なことは、それが新たに創作されたものであることに加えて、「ゆるい」特徴が付加されていること、そして何よりもその多くが「おかたい」イメージのある行政機関によって利用されていることである。

「ゆるい」ということばには、「たるみ」や「すきま」があるという意味が含まれる。じっさい、「ゆるキャラ」のデザインには、「たるみ」や「すきま」のあるものが多い。しかし、デザインが「ゆるい」かどうかは多分に個人の主観にゆだねられるものであり、客観

¹ 伊藤剛の『テツカ・イズ・デッド』（NTT出版、2005年）以来、記号性の高い「キャラ」と人格的要素の高い「キャラクター」を区別する論調がある。しかし、「ゆるキャラ」の語は伊藤の研究が世に出るまえから流通していたので、この場合の「キャラ」は「キャラクター」の省略以上の含意はないとみるべきだろう。

的な基準はない。したがって、何が「ゆるキャラ」で何が「ゆるキャラ」でないかの厳密な判断は難しい。

「ゆるキャラ」の提唱者であるとされる、マンガ家でライターのみうらじゅん（1958-）によれば、「郷土愛に満ちあふ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事」「原則として着ぐるみ化されていること」が「ゆるキャラ」の条件になる²。そのデザインの傾向を分析すれば、「巨大な頭部」か「短い足」、もしくはその両方の特徴を備えているものがほとんどである。それらの要因が着ぐるみ化された場合の立居振舞の不安定さを生み、巨大な頭部とあわせて愛くるしさを生む源になっている。

「ゆるキャラ」の判断基準は、揺れ動いてもいる。一例として、2010年に奈良で開催された「平城遷都1300年祭」の公式マスコット・キャラクターの「せんとくん」をあげることができる³。「せんとくん」は、著名な彫刻家で東京藝術大学教授の藪内佐斗司（1953-）によってデザインされた。鹿の角が生えた童子の姿をしているその姿に、当初は「気持ち悪い」との強い批判があった⁴。ところがその批判報道をとおして「せんとくん」の認知度は高まり、「気持ち悪い」との評価はしだいに「きもかわいい」（気持ち悪いけどかわいい）へと変わっていった。「せんとくん」が「ゆるい」かどうかは判断がわかれるところではあるが、それを「ゆるキャラ」の一種に数えるひとは少なくない。「せんとくん」の登場によって「ゆるキャラ」の概念が広がったことは確かだろう。

イベント・プロモーションなどのためにキャラクターを作るのは、1970年代から行われていた。そういったキャラクターが「ゆるい」属性を伴いながら急速に広がったのは、2000年代に入ってからだといえるだろう。「ゆるキャラ」概念の生みの親とされるみうらは、このことばを作ったのは1990年代末だったといっている⁵。みうらは2002年11月23日に東京・後樂園ゆうえんちスカイシアターで開催された「第1回みうらじゅんのゆるキャラショー」をプロモートした。またみうらは、「週刊SPA!」2003年1月14日号から04年6月1日号まで、「ゆるキャラだヨ!全員集合」と題する連載を行い、全国の自治体等が続々と採用していた「ゆるい」マスコット・キャラクターを「ゆるキャラ」として紹介した。そしてみうらが監修して2006年4月20日にテレビ東京系列で放映された「TVチャンピオン・ゆるキャラ日本一決定戦」によって、「ゆるキャラ」は広く日本国民に認知されることとなった。

「ゆるキャラ」人気の一大転機になったのが、2007年に登場した「ひこにゃん」である。「ひこにゃん」は、同年に滋賀県彦根市で開催された「国宝・彦根城築城400年祭」のマスコット・キャラクターに採用されたものである。彦根藩の二代目藩主の命を落雷から守ったという伝説の白猫にちなんだもので、その愛くるしい姿から全国的な人気を得て、いわゆる「ゆるキャラ」ブームを決定的なものにした。

² <http://www.oricon.co.jp/news/special/71089/>

³ 「せんとくん」は2011年からは奈良県が管理するマスコット・キャラクターになった。

⁴ この論文で言及した「ゆるキャラ」の画像は、インターネットの画像検索サービスを利用すれば容易に参照できるため、後述する「ひこにゃん」以外の画像引用は割愛した。

⁵ みうらじゅん『全日本ゆるキャラ公式ガイドブック』扶桑社、2009年、350頁。

2011年2月現在、「ひこにゃん」をあしらった数々のキャラクター商品が販売されている。毎週末には彦根城において「ひこにゃん」の着ぐるみショーが開催され、大勢の家族連れで賑わっている(図1)。2008年からは、彦根市において毎年秋に「ゆるキャラまつり」が行われ、2010年の「まつり」では全国から170体の「ゆるキャラ」の着ぐるみが集結し、2日間で同市の人口の67パーセントに相当する75,000人が会場を訪れ、その経済効果は4億3000万円あったという⁶。



図1 彦根城で行われている「ひこにゃん」の着ぐるみショー(著者撮影)

では2011年2月現在、日本には何種類の「ゆるキャラ」がいるのだろうか?みうらが編集した『全日本ゆるキャラ公式ガイドブック』(2009年)⁷には、みうら自身が厳選した180種類が収録されている。『日本全国ご当地キャラクター図鑑』(2009年)、『同2』(2009年)には、450種類以上が記載されていて、それらのほとんどが「ゆるキャラ」である⁸。また「みんなのゆるキャラ」⁹というウェブサイトには、2011年2月末現在で923種類が登録されている。ただし、後2者にはみうらがあげた「ゆるキャラ」の条件のうち「原則として着ぐるみ化されていること」が満たされていない例も多い。みうらが「着ぐるみ化」を条件にあげたのは、テレビ映りのよさを戦略的に意識したものと考えられ、「ゆるキャラ」にとって本質的な条件と考えなくてもよいだろう。以上のことから、日本にいる「ゆるキャラ」の種類は、あいまいな表現ではあるがおよそ1000種類といったところだろうか¹⁰。

⁶ http://www.47news.jp/localnews/shiga/2010/11/post_20101103112233.html

⁷ みうら前掲書。

⁸ これらの図鑑にはわずかではあるが、「萌え系キャラ」や「ご当地戦隊」も含まれている。

⁹ <http://yuru.tips-top.com/>

¹⁰ 2011年2月現在、新しい「ゆるキャラ」誕生のニュースはほぼ毎月のように伝えられているので、この数字は今後も増加しつづけるだろう。

2. 「ゆるキャラ」の作られ方

「ゆるキャラ」のデザインにはいくつかのパターンがある。代表的なものをあげると、(1) 動物、(2) 特産品、(3) 自治体の形、(4) モノの形、(5) シンボルの形、(6) 歴史上の人物、(7) 伝統的なキャラクター、などがみられる。それぞれについて実例をあげよう。

(1) 動物

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原 型
ひこにゃん	国宝・彦根城築城400年祭	猫
トリピー	鳥取県	鳥
ホッキーナ&ほきのすけ	青森県三沢市	ホッキ貝

(2) 特産品

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原 型
つつむくん	宇都宮餃子会	餃子
ラッカ星人	NHK千葉放送局	落花生
すだちくん	徳島県・東四国国体	すだち

(3) 自治体の形

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原 型
アップリート君	スポレクあおもり2007	青森県
チーバくん	千葉国体	千葉県

(4) モノの形

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原 型
フントー君	静岡県峰温泉	温泉
わたる	本州四国連絡高速道路	橋
たわわちゃん	京都タワー	京都タワー

(5) シンボルの形

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原 型
石川さん	石川テレビ放送局	「石」の字
しゅうちゃん	さわやか信州旅ブログ	温泉の地図記号
カッシー	奈良県香芝市	香芝市章

(6) 歴史上の人物

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原 型
かねたん	山形県米沢市	直江兼続（武将）
ハッスル黄門	ねんりんピック茨城大会	徳川光圀（水戸藩主）
与一くん	栃木県大田原市	那須与一（武将）

(7) 伝統的なキャラクター

「ゆるキャラ」名称	制作主体	原型
ニャッパゲ	デザイン事務所ネコヤナギ	なまはげ（秋田の鬼）
つなが竜ヌウ	さいたま市	竜
親切な青鬼くん	香川県・観光客を暖かく迎える親切運動	童話『泣いた赤鬼』

3. 日本社会の「かたさ」と「ゆるキャラ」

「ゆるキャラ」はなぜ現代の日本社会でもてはやされているのだろうか？ 日本は概して「かたい」社会であるといつてよいだろう。そのさいたるものは、儒教文化の名残のある上下関係である。会社や官公庁においては、年齢と組織への加入年に基づく上下関係が、給与の多寡と人間関係を規定しているといつてよい。給与の年功序列は崩れてきているとはいっても、日本社会ではまだまだ年功がものをいう。このことは、日本社会に特有のものといわれる「先輩・後輩システム」というタイトな権力構造と無縁ではない。組織に後から加入した者は、先に加入した者に礼節を尽くさねばならず、その関係はときに組織を離脱した後も生涯にわたって継続する。

日本特有のあいさつ方法とされる「おじぎ」は、相手との関係によって角度と長さが決まっている。学校を卒業して会社に入ったばかりの新人は、まずそのルールを学び、人間関係が上位にある者に対する心のこもった「おじぎ」のしかたを、社内研修や実地のトレーニングで教えられる。

日本社会は、時間に厳格でかつ何事にもスピードが求められることでも名高い。ビジネスでは、約束の時間の10分前には訪問先に到着し、時間ぴったりに相手呼び出すことがマナーとされる。公式の場で、はめを外すことは許されず、きっちりとしていることが評価される。はめを外してよいのは、相互が暗黙に了解している決められた時間と空間の範囲においてのみである。「かたい」上下関係を一時的に解消する非日常的な宴会のことを日本では「無礼講」といい、「無礼講」の空間を共有することによって日常の人間関係はより強固なものになる。

こうした「きっちりと」した傾向は、日本の伝統芸道といわれるものに共通してあらわれている。たとえば茶道では、各種の道具を置く位置は、畳一目（およそ15ミリ）の精度で厳格に決められている。茶席における主人と客の立ち振る舞いのルールの「かたさ」はいうに及ばない。柔道や剣道などの日本の伝統スポーツが、対戦する相手への礼節を重視していることはよく知られたところである。

こうした日本社会の、とくに時間面での「かたさ」の原因は、明治時代に作られた鉄道の定時運行システムの影響が大きいといわれている¹¹。日本の鉄道運行の厳格さは、世界に類例がないだろう。日本のほとんどすべての鉄道は、分刻みダイヤを正確に守り、しかも車両を停止させる位置までが極めて厳格に決められていて、それを守る。

日本人はこうした時間的・空間的な厳密さを、よいこととして評価していた。しかし、この種のクレイジーな嗜好が、2005年に起きたJR福知山線の大事故の一因になったとも

¹¹ たとえば、橋本毅彦、栗山茂久編『遅刻の誕生 近代日本における時間意識の形成』三元社、2001年。

いわれている。死者107名、負傷者562名を出したこの事故の原因についてはまだ裁判中であるが、わずか90秒の遅れを取り戻そうとした運転手がスピードを出しすぎて、カーブを曲がりきれずに脱線したとの説が有力である。日本人がこの事故から学ぶべきことは多い。少なくとも鉄道会社においては、時間を守って鉄道を運行することに第一の価値を置かなくなったことはたしかである¹²。全国的に「ゆるキャラ」が増殖していた2000年代のなかばに、このような事故が起きたことは、日本社会に「ゆるさ」が必要なことを象徴しているのではないだろうか。

4. 議論1：「ゆるキャラ」は日本社会への「救済」か？

つづいて、「ゆるキャラ」の日本社会のなかでの役割についての議論に移りたい。「ゆるキャラ」がひろがった2000年代の日本社会は、どのようなものだったのだろうか？ 1990年代なかばにはじまった、「失われた10年」ともいわれる平成不況によって、バブル時代に築いた不動産・金融資産は価値を減らしてしまった。社会の閉塞感は雇用にあらわれ、1980年から94年まで2%台だった失業率は2002年には5.4%に達した。その後失業率は2007年にいったん3.9%まで下がったが、それからまた急速に上昇し、2010年12月時点で4.9%に達している。先進諸国のなかでは低いとはいえ、この失業率の水準は、高度経済成長後の日本が経験したことのない高さである。

雇用の悪化は若年層に大きな影響を与えた。大学・短大・高専の最終学年生の10月時点での採用内定率は、1997年には71.2%だったのが急速に下がりはじめ、2003年には57.5%になった。その後は08年の68.3%まで回復したが、09年は61%にまで下落した。この雇用悪化の直撃を受けたのが、1970年代なかば以後に生まれた世代である。彼らの多くは定職に就くことができず「フリーター」や「ニート」あるいは「派遣職員」となって生活している。そのうえ会社や官公庁は、正規職員と違ってかんたんに解雇することができる彼らを、雇用の調整弁として都合よく利用している。そのため、「派遣切り」などの問題を生みながらも、問題の解決に向けての取り組みが遅れている。

ちまたにあふれる「ゆるキャラ」は、こうした閉塞した状況にある日本人、とくに若年層の心をなごませる「救済」なのだという解釈もできよう。だが、これは安易な解釈であるとの批判はまぬがれない。まず問わなければならないことは、「ゆるキャラ」はほんとうに「ゆるい」だけのキャラクターなのかという点である。

5. 議論2：「ゆるキャラ」は「コントロールされたゆるさ」ではないのか？

「ゆるキャラ」の姿形の愛くるしさに由来する「ゆるさ」は否定できないが、「ゆるキャラ」の管理実態をみるならば、それは決して「ゆるい」ものではない。何よりも「ゆるキャラ」という単語そのものが、みうらじゅんと扶桑社によって2004年に商標登録されてい

¹² 東海道新幹線では、かつてはタイヤに遅れが生じたさいには、スピードをあげて遅れを取り戻す「回復運転」に努める旨の車内アナウンスがあったが、この事故を境にそのようなアナウンスはなくなった。

なのだ（登録番号：4821202）。したがって、「ゆるキャラ」は正確には「ゆるキャラ®」と表記しなければならない。ただし、彼らが商標権を主張して使用料を請求する事態はいつものところ発生していないようだ。だが、みうらが特別顧問を務める「(社)ゆるキャラさみつと協会」では、「ゆるキャラ」の語を商標として使用する場合は協会員になるよう呼び掛けている¹³。「ゆるキャラ」は、ことばそのものが管理されたものなのである。

「ゆるキャラ」が「ゆるい」だけのものではないことを実感させる係争が、「ゆるキャラ」の王者である「ひこにゃん」をめぐる起きています。「ひこにゃん」のデザインは、彦根城築城400年祭実行委員会が公募したものであった。それに応募して採択されたのが大阪市のイラストレーター・もへろんが描いた3枚のイラストだった(図2)。その3枚には「ひこにゃん」の「座る」「はねる」「剣をかざす」の3つのポーズが描かれていた¹⁴。実行委員会は「ひこにゃん」の著作権をもへろんと彼を雇用するデザイン会社から購入し、祭典の期間中は彦根市内の業者が「ひこにゃん」を自由に使ってよいという「コピーフリー」ポリシーをとった。祭典の終了後、実行委員会はその著作権を彦根市に移管した。ところが祭典が終わる2007年11月に原作者のもへろんは、自身の権利を侵害されたとして裁判所に訴えた。彼の主張は、実行委員会が「ひこにゃんは地元特産の近江牛が好き」といった、原作者の想定にない属性を勝手に与えたことが「著作権人格権」の侵害にあたるということ、そして「ひこにゃん」の著作権は祭典の期間中だけの使用を認めたものだという点であった。人気上昇していた「ひこにゃん」をめぐるこの騒動が全国に報道され、その愛くるしい姿がますます知れ渡ることになった。



図2 「ひこにゃん」のイラスト¹⁵

同年12月には和解が成立し、彦根市はもへろんから著作権をあらためて買い取ること、彦根市が使用できる「ひこにゃん」は最初のイラストにあった3つのポーズに限ること、もへろんは自身が創作する絵本で「ひこにゃん」を自由に利用できることになった。ただし、このとき両者は「ひこにゃん」の着ぐるみについては争っていない。

これで「ひこにゃん」をめぐる争いは落ち着いたかに思えたが、そうはならなかった。もへろんは「ひこにゃん」にそっくりのキャラクターを作り、そのグッズを「ひこねのよいにゃんこ」の名称で販売しはじめたのだ。それに立腹した彦根市は、2009年7月に「ひ

¹³ <http://kigurumisummit.org/>

¹⁴ 「ひこにゃん」の名称は、別の公募によって決められた。

¹⁵ <http://www.city.hikone.shiga.jp/kikakushinkobu/150ht/trademark01.html>より転載。

こねのよいにゃんこ」を売っている市内の土産物店に通達を出し、「よいにゃんこ」グッズを売らないように求めた¹⁶。

一連の騒動は「ひこにゃん」の知名度と人気をあきらかに加速した。佐賀県唐津市の「唐ワンくん」、福井県鯖江市の「さばにゃん」などの模倣キャラクターが生まれたばかりか、玩具メーカーのサンリオも「ひこにゃん」を意識した「ご当地ハローキティ」を販売した。

2010年7月に彦根市は「ひこにゃん」の新たな使用規定を作り、デザインルールを明示し、商業利用については商品の販売総額（販売小売価格（消費税含む））×予定生産数×3%の使用許諾料を彦根市に支払い、またすべての商品に1枚1円の証紙を貼ること、無償利用についてもその許諾番号を使用品に表示することなどを求めている¹⁷。

同種の使用規定を定めている「ゆるキャラ」は少なくない。たとえば2010年千葉国体のマスコット「チーバくん」の場合、ロイヤリティの規定はもちろんのこと、着ぐるみの貸し出し規定には「人前で脱がないこと」「声を発しないこと」「頭部は逆さまにして保管すること」などのほか、「チーバくん」をイベントに登場させるときのアナウンス内容までこと細かに示されている¹⁸。こういった現象をみていると、「ゆるキャラ」はやはりただ「ゆるい」だけのキャラクターではなく、そこには日本社会特有の「かたさ」「細かさ」「厳格さ」が隠されているように思える。これをわたしは「コントロールされたゆるさ」ととらえてみたい。

日本には「コントロールされたゆるさ」といえる文化がある。時間と空間を区切って日常の「かたさ」を「ゆるめる」システムである。しかし、どの期間、どの場所で「ゆるめて」よいかは暗黙のうちに決められている。先にあげた「無礼講」の伝統が、わかりやすい例といえよう。近年では、2005年にはじまった「クールビズ」が「コントロールされたゆるさ」といえるだろう。これは夏の暑い期間（多くは6月1日から9月30日まで）、職場での冷房費の節約のため、男性職員の「制服」であるスーツとネクタイを着用しないよう、また女性職員にも軽装を勧める運動である。「クールビズ」が実施されている期間は、軽装を奨励している旨を示した来客への断り書きがオフィスの入口に表示される。この職場ではネクタイもせず「ゆるく」みえるが、それは「コントロールされたもの」であり、職場の規律は保たれていることを周知させるためである。

真夏に「ゆるい」服装で対応するが、しかしその背後には「かたい」ルールがあるという構造は、「ゆるさ」の裏に著作権と使用規定という「かたい」ルールがある「ゆるキャラ」

¹⁶ 2010年春の調査では、ある土産物店は彦根市の通達を無視して「よいにゃんこ」の販売をつづけていたが、同年秋には店頭から撤去されていた。なお、2011年2月現在、彦根市が「よいにゃんこ」のグッズ販売差し止めを求めた裁判が進行中である。

¹⁷ <http://www.city.hikone.shiga.jp/kikakushinkobu/150ht/trademark.html>

¹⁸ 「来年2010年秋、ここ千葉県で国内最大のスポーツの祭典である『国体、ゆめ半島千葉国体』が開催されます。千葉県では、昭和48年開催の若潮国体以来37年ぶり2度目の開催になります。『今房総の風となり この一瞬に輝きを』のスローガンのもと、開会式は千葉マリスタジアムで行われます。（幟旗、横断幕等で紹介）そして、今日はマスコットキャラクターのチーバくんが、遊びに来てくれました。チーバくんは何と横から見た姿が千葉県の形をしています。（チーバくん登場！手を振る）」……。なお、「チーバくん」は2011年1月から千葉県が管理するマスコット・キャラクターになった。

のそれと似てはいないだろうか？ かりに「議論1」のように「ゆるキャラ」が日本社会にとっての「救済」であったとしても、それは「クールビズ」の軽装のように「コントロールされたゆるさ」で、ひとびとを解放するものなのではないだろうか？

6. 議論3：「ゆるキャラ」は国民統治の新しいスタイルではないか？

「コントロールされたゆるさ」というみかたは、行政によって利用されてきた「ゆるキャラ」に新しい視点を与えてくれる。それは、「ゆるキャラ」が市民の統治のための新しいスタイルとして利用され、定着してきたという事実である。

日本の政治は2000年代なかば以後、国民からの安定的な信頼を得られないでいる。5年間のあいだに安倍、福田、麻生、鳩山、菅と首相は交代し、彼らはみな首相就任時に高い支持を得ながら職務の遂行とともに支持率は急激に下落し、ついには辞職に追い込まれるという筋書きを繰り返している（図3）。いまの日本には強い政治家はおらず、マスコミも国民も首相の失態をあげつらって、短期間で権力の座から引きずり降ろすことが習慣化したかのようだ。国家レベルでそのような気分が蔓延しているなか、都道府県が実施するイベントへの参加、郷土愛や特産品の消費を、その愛くるしい姿で呼び掛ける「ゆるキャラ」は、強力なリーダーシップとは異なるスタイルで国民を統合へと導いているといえるだろう。

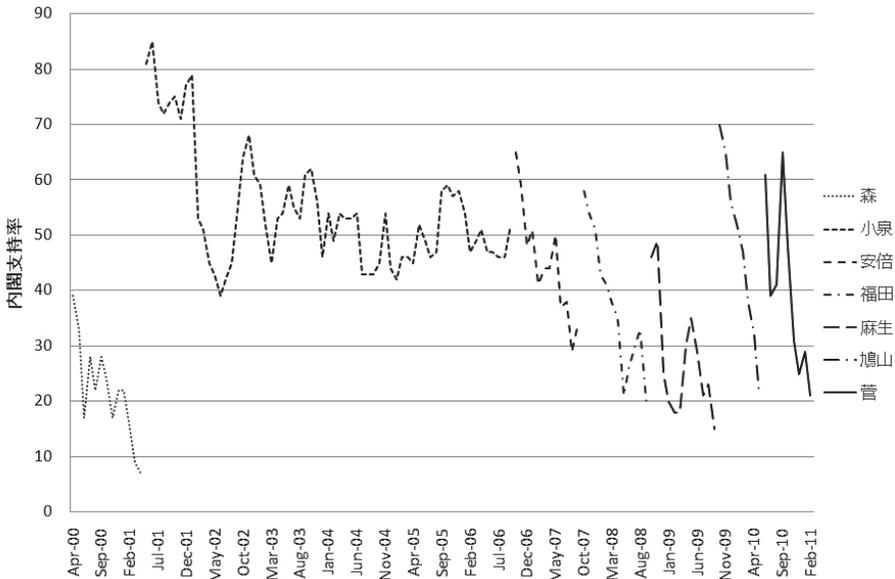


図3 日本の内閣支持率の変化

たとえば「ひこにゃん」は、「ふるさと納税制度」¹⁹による寄附を彦根市に呼び込む手

¹⁹ 好きな自治体に寄附をする制度で、5000円を超える寄附額のほぼ全額が所得税と住民税から控除される。

段として使用されている。2008年10月に彦根市は、「みんなのひこにゃん応援事業」を立ち上げ、「ひこにゃん」を応援するために彦根市に「ふるさと納税」をする呼びかけをはじめた。この事業には2009年度の1年間に276件、191万1000円の寄附が集まった。寄附者には彦根城に1年間無料で入場できる、「ひこにゃん」の写真が入ったパスポートが贈られた²⁰。彦根市はこの枠組みをさらに宣伝するために、2010年10月から「ひこにゃん」のファンクラブを立ち上げた。入会の資格は、「ふるさと納税」によって5000円以上を彦根市に寄附した者に与えられる。2010年度は8月までにすでに約400人の寄附者があり、ファンクラブの創設によって来年3月までに合計で約800人からの「ふるさと納税」を見込んでいる²¹。

特筆すべきは「かたい」イメージの強い検察庁が、積極的に「ゆるキャラ」を使っていることである。2010年現在、全国8つの高等検察庁と50の地方検察庁に72の「ゆるキャラ」がある²²。検察庁が「ゆるキャラ」を利用するにいたった背景には、2009年に導入された「裁判員制度」がある。これは重大な刑事裁判において抽選で選ばれた一般市民が合議して有罪・無罪を決定する制度で、刑事裁判制度の大改革であると同時に国民に重い義務を新たに背負わせるものであった。この新制度を周知徹底し、国民の関心を集めるために、検察庁は「ゆるキャラ」を戦略的に使った。「かたい」裁判の場での重い負担を、「ゆるい」イメージでくみ国民に負わせるために、検察庁の「ゆるキャラ」は使われている。

日本全国に「繁殖」している「ゆるキャラ」は強い政治家、警察、軍隊とは異なる国民統治のシステムとして、日本社会に作用している。そのような側面に着目すれば、「ゆるキャラ」がただの「ゆるい」存在ではないことがみえてくる。

²⁰ 京都新聞電子版、2010年4月29日。

²¹ 読売新聞電子版、2010年8月31日。

²² <http://www.kensatsu.go.jp/kakuchou/supreme/img2/kyara.html>