

キャラクターをゼロから生み出す方法

オリジナルキャラクター制作

完全ガイドブック



▶ オリジナルキャラクターを制作するメリット

企業が自社キャラクターを保有することによりプロモーション効果を最大化することができます。キャラクター＝企業といったイメージを持たせてる企業も少なくありません。そんなキャラクターを企業が保有することによって発生する主なメリットは以下となります。



**魅力や特徴が
伝わりやすい**



親近感が湧きやすい



年を取らない



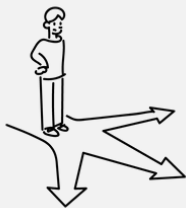
スキャンダルがない

▶ キャラクターを制作する際に明確にしておく点



キャラクターの世界観を明確にする

唯一無二のキャラクターとして自社や商品・サービスを想起してもらうためには、“キャラクターを通して、どのような印象を与えたいのか？”という点を明確にすることで、キャラクターの設定やデザインの精度が上がります。



キャラクターの制作する目的を明確にする

「人気キャラクターを生み出すこと」だけが目的ではなく「自社の取り組みを知ってもらいたい」や「キャラクターによって相談するハードルを低くする」という目的もあるはずです。目的から逆算することで、どんなキャラクターを制作する必要があるのか見えてきます。



自社商品・サービスの改善を常に計画する

自社商品・サービスの強みを知らなければ、キャラクターに託したいイメージを決めることはできません。これは、キャラクターを通してターゲット層に“どんなイメージを与えたいか？”という部分に繋がります。

▶ キャラコンセプト設定

新しくキャラクターをデザインする際は性格や 背景などの設定を決める必要があります。

右記は弊社がデザインした「Crypto Beer Punks」のELUです。

ビール×NFTのプロジェクトのメインキャラとしてデザインしました。特徴はビールコミュニティの主人公キャラにもかかわらず、ビールが苦手といった設定にしております。

基本的な必要最低項目は下記となります。

- 性別
- 年齢
- 身長
- 身体的特徴
- 趣味（好きなもの）
- 特技
- 家族構成 など。



キャラクターデザインの工程

キャラ設定やコンセプトが決まったら、イラストの描き起こしをします。

①ラフイメージ 構図や全体の印象を共有するために行う概略のみ描いたものを言います。簡単に言うと下書きです。



②線画

線だけで描いたイラストのことをいいます。アウトラインだけでなく、陰影や洋服のしわなども線で描きます。イラストのクオリティや魅力を左右する重要な工程です。

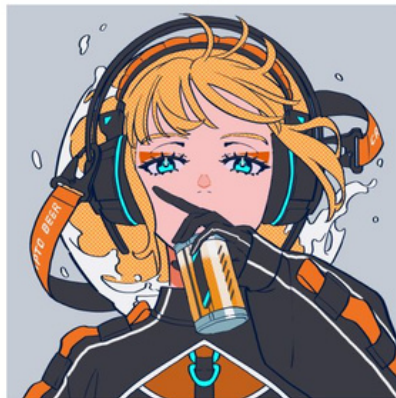


③着彩

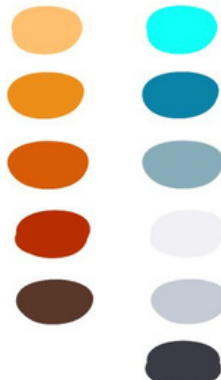
色を入れていく工程です。色彩理論に従い、色相環の色の並びに合わせた配色を行うことで、調和のとれたアートワークやデザインを作り出すことができます。

①-2 ビール × サイバーパンク 配色イメージ

マリン感の外しました。



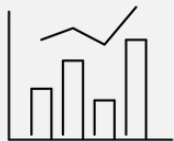
・透明な缶ビール
・ロゴが袖や服やビール缶に取り入れても格好良さそうです。



・モトーンをベースに、
ビール色・青系を
アクセントで足す。
・画面のコントラストは強めに
してスタイリッシュに。



キャラクターの活用方法一覧



①PR・販促効果



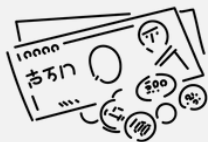
②キャラクターIP化



③SN 投稿・拡散
S



④コラボレーション



⑤収益化



⑥ファン化



⑦メディアミックス



⑧幅広い2次利用



キャラクター活用：既存コンテンツへ活用

オリジナルキャラクターを制作した際には既存の利用しているコンテンツに活用することで、現状コンテンツに対して付加価値をつけることができます。キャラクターデザインを行う際には、表情の差分を制作したり、手足や顔のレイヤーを分けて制作することをおすすめいたします。

HPのロゴ

お持ちの自社サイトの各種ページにキャラクターを貼ることでキャラクター＝企業のイメージとさせることができます。

企業BLOG

社内情報のブログや、自社サービスへ誘導するためのブログ。どちらも閲覧ハードルが上がりやすいためキャラクターが有効活用できます。

名刺

会社の第一印象＝オリジナルキャラクターを持っている企業という認識を持たれます。会社の抱いてほしいイメージに合うキャラクターを制作することが重要です。

パンフレット

受け取った人とは別の担当が後日見ることが多い資料は特に視認性が上がるキャラクターが効果的となります。

ノベルティグッズ

企業のロゴだけでは、企業イメージ向上には中々繋がりません。オリジナルキャラクターを定期的に見てもらうことにより、認知&親近感も上がります。

▶ キャラクター活用：SNSアカウント運用

キャラクターになりきったSNSアカウントの運用も効果的となります。

キャラクター独自の目線で発信することで表現の幅が広がるだけでなく、認知が増えることでブランド力も上げることができます。ニッカウヰスキーのTwitterアカウント（他社事例）では、ボトルデザインに採用されている「ヒゲのおじさん（KING of BLENDERS）」がそのままアカウントのキャラクターとなり情報を発信しております。ウイスキーやレシピについて解説してくれるため、親しみだけでなく有益な情報を取得できることも人気の要因となります。また54万を超えるフォロワーを有し、リツイートやいいねなどのエンゲージメント率が高いことからユーザーに愛されているアカウントであることが伺えます。

▼ニッカウヰスキー_Twitterアカウント（他社事例）

https://twitter.com/nikka_jp?s=20&t=pGeBvlZqeLflJF2kfRjvCQ

▼ソーシャルメディアご利用規約

https://www.asahigroup-holdings.com/privacy_policy/06/

▼ニッカウヰスキー_Facebookアカウント

<https://www.facebook.com/nikkalife>



キャラクター活用：漫画SNS運用



イラストだけでなく漫画としてキャラクターへセリフをつけることにより、**ストーリーを描くことができます。**

そのためキャラクターの内面や友達キャラクターとの関係性を知ってもらうことができます。

左記の株式会社サンリオ「ボムボムプリン」のTwitterアカウントでは、メインキャラクターであるボムボムプリンではなく、チームプリン（マフィン、スコーン、ベーグル、ホイップ、パウダーなど）の漫画を、内製にて制作されてます。

主にキャラクター達の日常をテーマにしており、かわいい関係性や性格、表現にファンから賞賛のコメントが返信きておりました。

▼ボムボムプリン_Twitterアカウント（他社事例）

https://twitter.com/purin_sanrio?s=20&t=oO6_t6WoWUHEww0ULaLL2 A

キャラクターの内面を伝えるだけでなく、自社サービスの説明する構成や、Q&Aとしてキャラクターの掛け合い漫画を制作するなど、構成次第で使用用途の幅を広げることが可能です。

活用媒体例として、Twitter、Instagram、Facebook、自社ブログなどが挙げられます。

▶ キャラクター活用：アニメ化

オリジナルキャラクターを持つことによってキャラを主人公としたアニメを制作して情報発信することができます。

弊社では右記のオリジナルキャラクターをミニキャラ化させ、バーチャル世界の不具合の解消に挑む、コント系ショートアニメ「ぷちカナデ」のアニメーション制作を担当しております。

アニメにすることにより、キャラクターの性格やサブキャラとの関係性を伝えやすくなりファンを増やす効果があります。キャラ映えさせるシナリオ構成が最も重要となるので一括して依頼できる制作会社へ頼むことがおすすめです。

▼【ぷちカナデ】クイズ迷宮からの脱出 #1話【アニメ】

<https://youtu.be/ExOTRs58IXc>

▼シオノギカナデとは（塩野義製薬HP抜粋）

シオノギカナデは、SHIONOGI初のバーチャル社員です。SHIONOGIのことを、もっと多くの人達に知ってもらいたいという想いから、バーチャルYouTuber（VTuber）として情報を発信しています。SHIONOGIグループの従業員の一人として、インターネットを通して健康で豊かな社会の実現に貢献します。

頭身を低くしたSDキャラを制作



▶ キャラクター活用：グッズ化

人気キャラクターとなった場合、グッズ展開や他社製品の宣伝等の2次利用にも 容易に活用することができ、幅広いビジネス展開が可能になります。

つまり、キャラクター自身が会社の財産になる ことが可能となります。
右記ではアメリカ・TitleMax社が制作した、複数メディアの収入を合算（メディアミックス）したランキングとなっております。

- 1位 ポケットモンスター 総収益921億ドル（約10.1兆円）
- 2位 ハローキティ 総収益800億ドル（約8.8兆円）
- 3位 くまのプーさん 総収益750億ドル（約8.3兆円）
- 4位 ミッキーマウス 総収益706億ドル（約7.8兆円）
- 5位 スターウォーズ 総収益656億ドル（約7.2兆円）
- 6位 アンパンマン 総収益603億ドル（約6.6兆円）

上位のIPはグッズの収益にて大半の収益を出していることがわかります。

ポケモンはグッズ収益以外にも、ビデオゲームやトレーディングカードの収益が大きいのも特徴となります。



(出典元
: <https://www.titlemax.com/discovery-center/money-finance/the-25-highest-grossing-media-franchises-of-all-time/>)

▶ キャラクター活用：着ぐるみ

着ぐるみを制作することによって、リアルイベントで直にコミュニケーションを取ることが可能になります。特にターゲットが子供層となる企業には勧めたい施策となります。

くまモン



参照元：<https://kumamon-official.jp/kiji0031657/index.html>

ふなっしー



参照元：
<https://274ch.com/>

株式会社NOKIDのキャラクター制作の強み

制作実績1000件以上

マーケティング視点の映像表現

**クリエイターと
コミュニティ**

自社コミュニティやクリエイターが持つコミュニティから企画・マーケティング施策をご提案いたします。

**企画力と独創的な
クリエイティブ**

良いクリエイティブには独自性があります。独自性の高いクリエイターと企画からベストな形を提供。

**制作物の評価分析
による再現性**

ただ施策を実施・制作するだけではなく、なぜ成果があったのか分析することで提案の再現性を高めます。

NOKID事業領域

コンテンツ企画・制作からクリエイティブ制作・マーケティング施策の実施までオールインワンでご提供するクリエイティブプロダクション。

企画

制作

プロモーション



キャラクターマーケティング
IP開発支援 / コミュニティ構築

自社オウンドメディア掲載
キャラクターIPコラボ



キャラクターデザイン制作
3DCG / アニメーション制作



ロゴデザイン・キービジュアル / UI・UX
パッケージデザイン / WEBデザイン



クリエイターキャスティング / グラフィック系インフルエンサーコラボ

グループ会社





NOKIDへのお問い合わせはこちら >>>

Mail : info@nokid.jp

会社名：株式会社NOKID (NOKID inc.)

所在地：〒108-0073 東京都港区三田3-9-11 808

代表取締役：漢那 徳馬
取締役 平野 広樹

事業内容：アニメーションを主軸とした映像制作・広告企画制作、クリエイティブスタジオ運営、クリエイターコミュニティ運営

設立年月日：2022年2月10日

資本金：3,000,000円