

概要

近年、コンテンツビジネスは目覚ましい成長を遂げ、もはやわれわれの生活になくはないものとなっていることは言うまでもない。しかしながらその中でキャラクタービジネス市場の規模は2004年以降右肩下がりの状態が続いている。既存の人気キャラクターに固執し、新規キャラクターの投入が行なわれていないことが大きな原因である。この問題を解決するために、本研究では、近年若者を中心にブームになっている萌えキャラと呼ばれるキャラクターに着目し、ブームの理由を把握することで、萌えキャラの今後の発展のビジョンや、新規キャラクターのとしての可能性を考察する事で、今後のキャラクタービジネスの手助けを行う事を目的としている。