

自治体公認 Vtuber による情報発信

取組のあらまし

- 取組団体 茨城県
- 取組内容 自治体初となる公認 Vtuber「茨ひより」を活用した多様な情報発信を行うことで、対外的なイメージアップを図る取組
- 推進体制 県営業戦略部プロモーションチーム職員 13 名（令和6年度）
（うち、「いばキラ TV」担当5名）
- 予算等 約 140,000 千円（令和6年度）※「いばキラ TV」運営に係る予算
約 140,000 千円（令和5年度）※「いばキラ TV」運営に係る予算

1 茨城県の概要

- 人口 285 万 6,690 人 令和6年1月1日現在（住民基本台帳人口）
- 職員数 4,844 人 令和6年4月1日現在（一般行政部門）
- 総面積 6,097.56 km² 令和6年1月1日現在（国土地理院「全国都道府県市区町村別面積調」）

図表 1 茨城県の位置図



出所：茨城県ホームページ

2 取組の背景・目的

茨城県は地域のイメージアップが長年の課題となっており、第2次茨城県総合計画では、「茨城に住みたい、住み続けたい」人が大いに増えるような、「活力があり、県民が日本一幸せな県」の実現に挑戦している。その実現に向けて、営業戦略部の主要事業として、魅力発信 No.1 プロジェクトに向け、対地域内住民向けに【県民総「茨城大好き！」計画】、対地域外主体向けに【「茨城の魅力」発信戦略】を展開している。具体的には、県の魅力を PR するための積極的なパブリシティ活動や県産品の PR 強化などが展開されてきた。

2018（平成30）年に開始された、自治体初となる公認 Vtuber「茨ひより」を活用した情報発信は、こうした背景のもとで、新しいメディアに着目して対外的なイメージアップを狙いとした取組である。

もともと茨城県は日本で唯一、民放の県域テレビ局がないことから、2012（平成24）年10月より、県が『いばキラTV』というインターネット動画サイトを運営していた。開設当初は生放送を中心に行っていたが、途中から方針を変え YouTube によるオンデマンド形式にしたところ若年層の視聴が広まったことから、『若い視聴者へさらに茨城の魅力をアピールするにはどうするか』と議論するなかで、『いばキラTV』の企画として『Vtuberを起用する』というアイデアが生まれたのが誕生のきっかけである。

Vtuber 茨ひよりはコンピューターグラフィックス（CG）で描かれた女性キャラクターである。2018（平成30）年8月3日付の異動で、バーチャル広報課 Vtuber チームに配属され、いばキラTVの公式アナウンサーとなった県庁職員と設定されている。ビジュアルは茨城県出身のイラストレーターによるもので、命名は公募を行い2,002件の中から選定を行った。運営を行っているのは茨城県の魅力発信を担当する茨城県営業戦略部プロモーションチームである。茨ひよりの動画等のコンテンツ制作については、茨城県と委託業者の共同で企画検討し、撮影や編集など技術的な面は委託業者が担っている。

図表 2 茨ひよりの概要



県庁に勤める県職員。
異動によりいばキラTVの
公式アナウンサーとして、
平成30年8月3日付で
“バーチャル広報課・
Vtuber チーム”に配属。

出所：茨城県ホームページ「茨ひより（ひよりんの部屋）」

3 取組内容




(1) VTuber 茨ひよりを活用した情報発信

YouTube や SNS での動画配信による茨城の魅力発信に取り組んでいるほか、eスポーツ選手権閉会式でのMCやニコニコ超会議といったイベントへの出演などの活用がなされている。また、選挙に関する啓発活動や献血の呼びかけなど、若年層向けの広報事業にも活用されている。

行政による利用だけではなく、申請を行って許可を得ることで民間事業者による商用使用が認められている。使用に当たっては、茨城県のPR、県産品の販路拡大、県の産業振興等に繋がる利用であることを満たすことを条件に、製作物等の制作者が茨城県に申請手続きを行い、許可を得る必要がある。

利用期間は最長3年間までで、利用料は無料である。「茨ひより」は登録商標であるため、「茨ひより」と商品名を直接結び付けた商品名を付けることは出来ないが、商品の特徴(柄、形等の客観的な事柄に限る)の説明やパッケージに「茨ひより」を利用していることを表示することは可能である。使用条件の詳細については、県ホームページに「茨ひより利用の手引き」として掲載されている。

図表 3 茨ひよりの利用条件例

<p style="text-align: center;">茨ひより 利用の手引き</p> <p style="text-align: center;">茨城県</p>  <p style="text-align: right; font-size: small;">2023年8月</p>	<p>1 はじめに</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 「茨ひより」のイラストを利用される場合は、報道目的の放送又は記事等に利用する場合を除き、テレビやインターネットの番組、新聞、雑誌の紙面、製作物等の制作者による申請手続きが必要です。 ○ イラストの利用に関する規程と申請用紙は、茨城県ホームページ「ひよりの部屋」からダウンロードできます。 ○ イラストをそのまま利用する場合でも、県へ申請書提出前にデザインの確認を済ませておくと、申請がスムーズに行えます。 ○ 手続きが済みましたら、県から承認通知書を送付します。 ○ 利用物件が完成しましたら、完成品の見本(場合により写真)を県に提出してください。
<p>3 イラストの利用について</p> <p>○ 「茨ひより」イラスト 禁止事項</p> <p>1 「茨ひより」の縮尺を変更することはできません。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>×</p>  </div> <div style="text-align: center;"> <p>×</p>  </div> </div> <p>2 特定の企業、団体及び商品等を推奨、公認しているような利用はできません。</p> <p>「茨ひより」を含む法人等のロゴの作成はできません。 ただし、茨城県内に拠点を置き、県の事業のPR、県の産業振興等に寄与する団体等にイラストの利用を認めることがあります。</p>	<p>3 イラストの利用について</p> <p>○ 「茨ひより」イラスト 禁止事項</p> <p>3 商品名に「茨ひより」の名称を使用する場合の原則は、以下のとおりです。 なお、「茨ひより」は登録商標です。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「茨ひより」と商品名を直接結び付けた商品名を付けることは出来ません。 ・ ただし、商品の特徴(柄、形等の客観的な事柄に限る)の説明やパッケージに「茨ひより」を利用していることを表示することは可能です。 ・ 既に利用されている商品名称及び同一デザイン商品の利用は、不正競争防止法に違反する可能性があります。(県では、名称、デザインの重複までは審査しないため、事前によく確認してください。) <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>×</p> <p>「茨ひよりチョコレート」</p> <p>「茨ひよりウーロン茶」</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p>○</p> <p>「茨ひよりのチョコレート」</p> <p>「ウーロン茶(茨ひよりパッケージ)」</p> </div> </div>

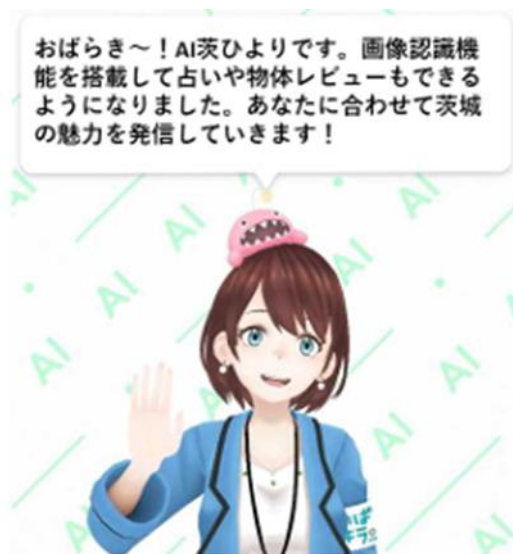
出所：茨城県ホームページ「茨ひより利用の手引き」

(2) 生成 AI を活用した音声対話システムの開発

2023 年のニコニコ超会議 2023 では、会話生成 AI「ChatGPT」と AI 音声対話のシステムを連携して AI 化した「AI 茨ひより」が公開され、話題となった。

OpenAI 社が提供する生成 AI「ChatGPT」と株式会社アドバンスト・メディアが提供する AI 音声対話アバター「AI Avatar A01」のシステムを連携して「茨ひより」に搭載したもので、「茨ひより」の性格、口ぐせ、言い回しなど本来のキャラクター設定を再現し、合成音声で応答するもので、イベントや動画配信のほか、県産品を販売する店舗「いばらき地酒バー水戸」、県アンテナショップ「IBARAKI sense」での PR に活用されている。

図表 4 AI 茨ひより



出所：茨城県プレスリリース

図表 5 AI 茨ひよりがニコニコ超会議 2023 に出展した様子



出所：NHK首都圏ナビ

4 成果・課題

(1) 取組の成果

茨ひよりの活躍もあり、いばキラ TV のチャンネル登録者数は、2019（平成31）年3月に自治体の公式 YouTube チャンネルとしては初めて10万人を突破、茨ひよりのX(Twitter)のフォロワー数は約42,000人（2025（令和7）年1月末時点）、累計の広告換算額は約14億2,700万円といったデータが挙げられる（2024（令和6）年3月時点）。

(2) 今後の課題

ア 新規コンテンツの継続的提供

初期のメディア露出は大きかったものの、時間の経過とともにその注目度が減少する可能性がある。今後も新しい企画やコンテンツを提供し、持続的なプロモーションの成功を収めることが課題である。

イ ファン層の拡大

フォロワーや視聴者は一定数いるものの、さらなるファン層の拡大が課題である。若者やインバウンド観光客向けのコンテンツを強化することで、幅広い層へのリーチが期待されている。

関連・参考資料

一般財団法人 地方自治研究機構「自治体広報戦略のあり方に関する調査研究」令和6年3月

http://www.rilg.or.jp/htdocs/uploads/protect/R5_chousa/R5_03.pdf

茨城県「ひよりの部屋」

<https://www.pref.ibaraki.jp/bugai/koho/koho/pr/characters/hiyorin/ibarahiyori.html>

茨城県「知事定例記者会見における発言要旨(2018年8月3日) バーチャル YouTuber の起用について」

<https://www.pref.ibaraki.jp/bugai/koho/hodo/press/18press/p180803.html##1>

茨城県「知事定例記者会見における発言要旨(2019年4月19日)」

<https://www.pref.ibaraki.jp/bugai/koho/hodo/press/19press/p190419.html##3>

茨城県「日本初！自治体公認 Vtuber を AI 化 ChatGPT と AI 音声対話システムを連携した「AI 茨ひより」がニコニコ超会議 2023 に登場」

<https://www.pref.ibaraki.jp/somu/hodo/hodo/pressrelease/hodohappyoushiryou/2203/documents/230420puromo.pdf>

株式会社アドバンスト・メディア「AI 音声対話アバター「AI Avatar A01」を活用した「AI 茨ひより」に画像認識を搭載し、占いやレビューなど多様なコミュニケーションを実現」

<https://www.advanced-media.co.jp/newsrelease/30720>

JIJICOM「茨城の魅力「もっと知って！」」

https://www.jiji.com/jc/v4?id=201907_vtuber0002

イーアイデム ジモコロ「茨城を魅力度ランキング最下位から救った県公認 VTuber 【経済効果 5 億円】」

<https://www.e-aidem.com/ch/jimocoro/entry/yuriika01>

NHK 首都圏ナビ 首都圏ネットワーク 「ChatGPT の「茨ひより」で茨城県 PR？ 横須賀市 農水省はどう活用」

<https://www.nhk.or.jp/shutoken/newsup/20230421b.html>