

青森県立野辺地高等学校

「青森県の活性化
～オタクが青森県を救う！？～」



平成29年度高校生模擬議会 青森県立野辺地高等学校

平成30年2月8日(木)

1

青森県の活性化について

～オタクが青森県を救う！？～

青森県立野辺地高等学校2学年

私たちは、青森県の活性化について調べました。高校生の私たちの立場から、青森県の活性化の解決策として考えやすかったので、私たちは観光産業に注目し、現状を調べ、どうすれば活性化するのか考えてみました。(1)(2)

2

1. 提案理由

私たちは、これからの青森県を活性化させるために、観光産業に着目しました。

これからの青森県をよりよいものにするために、青森県の現状について調べ、私たちの立場から解決策を考えてみました。

皆さん、ご存知のとおり、ねぶた祭りやねぶた祭りには毎年多くの観光客が集まっています。その他にも大きなイベントや祭りが開かれて、たくさんの観光客が集まります。しかし、正直、まだ活気が足りないのではないのでしょうか。(3)

3

2. 青森県の現状

○祭り・イベント

- ・ねぶた祭り 約270万人
- ・弘前さくらまつり 約20万人以上
- ・田舎館村田んぼアート 約40万人
- ・弘前ねぶた祭り 約150万人前後
- ・八戸三社大祭 約148万人



そこで私たちは、オタクに注目しました。(4)

4

そこで...

私たちはオタクに注目しました！

5

3. オタクに注目！

○オタクとは？
自分の好きな事や興味のある事に一般人よりはるかに熱中している人・詳しい人

○オタクの行動力
自分の好きなものは徹底的に追いかける。
↓
本州最北端の青森県にも追いかけてくるに違いない！



オタクとは一般の人よりも好きな事や興味のある事に、はるかに熱中している人や詳しい人です。多くのオタクの方々は、好きなものはどこまでも追いかけるほどの行動力があります。そこで、目的があれば本州最北端である青森県にも、追いかけて、お金を落としてくれるのではないかと考えました。ちなみに、これからお話ししていくオタクの 카테고리は、アイドルオタクです。(5)

6

4. ご当地アイドル

○青森県

・青森県には男性アイドルが少ない！

○名古屋

・Negicco
・BOYS AND MEN (名古屋) "男性"
・チームしゃちほこ (名古屋)



アイドルオタクの人が青森県まで来る目的づくりとして、アイドルをプロデュースしなくてはなりません。現在、青森県にはりんご娘やGMUなどの女性アイドルグループがあります。そして全国には Negicco やチームしゃちほこ、BOYS AND MEN などの有名なアイドルグループがあります。圧倒的に男性アイドルグループは少なく、青森県には代表的な男性アイドルグループがいません。(6)

7

5. アイドルを作ろう

○男性のアイドルグループをつくる！

…青森県に代表的な男性アイドルがないから
…幅広い年齢層に支持してもらえるから
↓
オーディションをする！

そこで、私たちは青森県のご当地アイドルを作ろうと考えました。田舎のアイドルは幅広い年齢層に支持してもらえるのではないかと思います、注目度も上がると考えています。アイドルを作るためにオーディションをします。私たちは、若者のアイドルとおじさんアイドルをプロデュースするためのオーディションを考えました。(7)

8

6. オーディション(若者)

絶対条件として青森県在住！ 17歳～22歳
津軽弁、下北弁、南部弁のどれかを話せる

○ダンサー
ダンスができる、運動神経がいい

○ボーカル
歌が上手い、ダンスができる、運動神経がいい

若者アイドルのオーディションの応募条件をお話します。若者アイドルのオーディション応募の絶対条件としては、青森県在住の17歳から22歳です。津軽弁、下北弁、南部弁のいずれかを話せることです。ダンスや歌など、アイドルに必要なスキルを備えている人を選びます。ちなみにオーディションは公開オーディションで、後ほどお話をします。(8)

9

オーディション(おじさん)

○条件

青森県在住で35～50歳

現在、テレビやラジオで活躍中のタレント、歌手

○審査員

県知事、スポンサーの社長、青森県内の俳優や歌手やアイドル

例・・・新井浩文など

おじさんアイドルオーディションについてです。条件は、青森県在住の35歳から50歳で、現在、テレビやラジオで活躍中のタレント、歌手です。オーディションは非公開で、芸能界に精通する人や、青森県の偉い方、もし協賛してくれる会社があるならその社長などに審査をしていただきます。

(9)

それでは若者の公開オーディションについてお話しします。公開オーディションはライブ形式です。ボーカルとダンスのポジションごとに分けて行うポジション審査、ボーカルとダンス混合のユニットを作って行うユニット審査など、何度かに分けて審査をします。公開オーディションには一般の方に見に来てもらい、誰が良かったか投票してもらいます。全ての回の累計投票数と最終投票ライブの票の合計で、票が多かった上位6名でグループを結成、デビューしてもらいます。(10)

10

7. オーディション

ライブ会場を使って実際にライブをしてもらう



お客さんに誰が一番良かったか投票してもらう
(ポジションバトル・ユニットバトル・最終投票ライブ)



全ての票の合計で上位6名でグループを結成、デビュー

11

8. SNSで広まった代表例

○SNS

Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, YouTube, MixChannel, ニコニコ動画, ツイキャスなどなど

Instagram: GENKING, mirei

Twitter: 莉音(リーめろ先輩)

YouTube: 8.6秒バズーカー, Uru, エグスプロージョン, はじめしゃちょー

MixChannel: まこみな



若者アイドルもおじさんアイドルも、デビュー後はもちろん青森県のPR活動やライブを頑張ってもらいますが、オタクの方々だけでなくアイドルに興味を持ってもらうために、多くの人々が利用するSNSで情報を発信していくのがよいと考えました。SNSでは、実際、多くの有名人が生まれています。うまく活用できれば、このアイドルたちが注目されるのではないのでしょうか。(11)

12

9. SNSを使った売り出し方

Instagram, Twitter, YouTubeを使って、写真や動画をUPする



リツイートやいいね、#(ハッシュタグ)で拡散してもらう



具体的には、ライブの告知をしたり練習の様子を動画で伝えたりすることです。その他に、個人のSNSのアカウントを開設することで個人の人気を獲得したり、一人ひとりの魅力を伝えたりすることがしやすいと考えました。また、ストーリー性のあるCMを作り、それを全国で放送することで、アイドルをもっとたくさんの方々に知ってもらうことができ、青森県にもっと人が集まると思います。(12)

13

イベントについて

次はイベントについてです。(13)

14

イベントの内容

- ◆地域別で小さなライブを行う
- ◆野外フェス
- ◆ご当地アイドルの握手会

先ほど紹介したものの効果をより引き出すために、私たちは3つのイベントについて考えました。今からその内容について紹介します。(14)

15

地域別の小さなライブ

狙い



- ◆メインイベントの野外フェスのために各市町村で小さなライブを行い、グループの知名度を上げる
- ◆グループの下積み
- ◆市町村ごとの自然などの魅力を知ってもらう。
- ◆お客さんの地域に行くことで親しみをもちってもらう

はじめに、地域別の小さなライブを紹介します。このライブはメインイベントである野外フェスの宣伝のために、各市町村の公園や広場などで小規模のライブを行います。グループの知名度を上げたり、メンバーの下積みを積んだりすることを主な目的とし、その他にも普段なかなか足を運んでもらえないような市町村で行うことにより、その土地の魅力を知ってもらうことができます。(15)

16

ライブ終了後

- ・親がライブを見ている時に子供とスタッフで食材を収穫(心配な人は保護者同伴も可能)
- ・ライブ後にグルメで腹ごしらえしてもらう
- ・地元の小学生や園児が育てた野菜をフェスの料理に使う(これによってコスパが期待される)
- ・自分達が作った野菜が青森グルメとして役に立ったことを知り、青森県に関心が湧くことが期待される

ライブ終了後にはグルメをふるまいます。提供するグルメの食材は地元の小学生や園児たちが育てた野菜を使用します。これにより子どもたちの青森県への関心が深まることや、コスパが期待されると考えました。収穫は、子ども連れの方がいらした際、保護者がライブを見ている間にスタッフと子どもで行います。そうすることで大人はライブを集中して見ることができ、子どもは最後まで飽きずに楽しむことができます。(16)

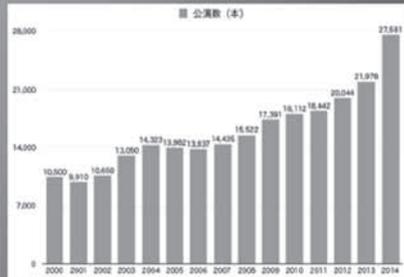
野外フェスとは

- ◆野外で行われる音楽の祭典
- ◆ライブと違い様々なアーティストが、広大な敷地でいくつかのステージに分かれて演奏
- ◆音楽を楽しむだけでなく様々な屋台の料理や、アーティストのグッズを買うなど楽しみ方は色々
- ◆キャンプができる夏フェスも！

地域別のイベントやSNSで知名度を上げたアイドルたちに野外フェスを行ってもらいます。まず野外フェスとは何か、皆さん、分かりますか。野外フェスとは、ざっくり言うと音楽の祭典です。また屋台の料理やグッズを購入したり、夏にはキャンプをしたりなど、多様な楽しみ方があります。(17)

フェスの実態(公演数)

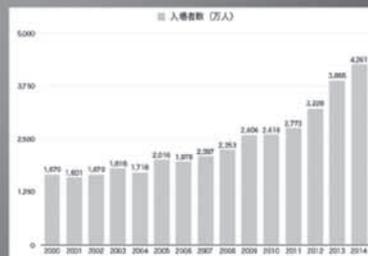
- ・公演数は2008年から年々増加
→アーティストがCDリリースよりもライブに力を入れている



そこでフェスを企画するにあたって、現在の大まかなフェスの実態を調べました。まずは公演数についてです。公演数は2008年から年々増加傾向にあります。(18)

フェスの実態(入場者数)

- ・2012年から大幅に増加
→若者が参加しやすい若者の間でメジャーに家族で参加



次に入場者数についてです。年々増加傾向にありますが、2012年から大幅な増加傾向にあります。(19)

フェスの実態(年間売上額)

- ・2011年から大幅に増加
→公演数・参加人数に伴い増加
参加料だけでなく、タオルなど、グッズを買う人が増加



最後に年間売上額についてです。2011年から増加傾向にありますが、2013年には急激な増加が見られます。このように観光客を集めたり経済力を高めるのにフェスが有効であることが分かります。私たちが野辺地駅の停車場祭りに参加してダンスとよさこいを披露した際も、地域の人々や本校生徒がたくさん集まってくれました。(20)

フェスの内容

○激突！二世世代アイドル対決！

～ご当地アイドルを獲得するのはどっちだ～
→さまざまな若い世代のグループvsさまざまなジャンルのおじさんを競わせる(歌、ダンス、ラップなど)

○青森グルメ試食会

→対決終了後、アイドルに青森グルメを配るのを協力してもらい、お客様にグルメを購入してもらう

そこで、実際にフェスを企画してみました。フェスのタイトルは、「激突！二世世代アイドル対決！～ご当地アイドルを獲得するのはどっちだ～」です。先ほどの発表にもありましたように、私たちはどうしたら幅広い年齢層の人たちが集まってくれるか、オタクが集まってくれるかを考えました。

その結果、若い世代のアイドルと中年のおじさんを競わせるという考えに辿り着きました。オーディションで決まったアイドルとおじさんを、歌やダンス、ラップなどで対決させ、投票で勝った方にご当地アイドルとして活動してもらいます。その後、青森のB級グルメを出演者アイドルたちに宣伝してもらい、売上額を伸ばしていこうと考えています。(21)

激突！二世世代アイドル対決！ ～ご当地アイドルを獲得するのはどっちだ～

狙い

↓

- おじさんと若いグループを競わせることでネットを残す、ネットをざわつかせる
- フェスで疲れてお腹がすいたところに青森のB級グルメを食べてもらうことで、より一層青森の魅力を伝えてもらう

このフェスのねらいは、中年のおじさんと若いアイドルを競わせることでインパクトを残し、SNSで拡散させてネットをざわつかせることで、青森のことをもっと知ってもらう。フェスで疲れてお腹がすいたところに青森のB級グルメを食べてもらうことで、青森の食の魅力を知らせてもらえます。(22)

会場について

モヤヒルズ

青い海公園



会場についても調べました。候補としてモヤヒルズ、青い海公園が挙がりました。どちらも広い敷地と周辺の交通環境が良好なので、十分フェスを行えると思います。(23)

ご当地アイドルの握手会

狙い

↓

- B級グルメを買った分だけ握手できる、と設定することで青森グルメの売り上げを上げる
- フェスなどで人気になったアイドルに青森の魅力を伝えてもらう

最後にご当地アイドルの握手会です。B級グルメを購入した人に特典としてチケットを配布し、このチケットと引き換えにメンバーと握手することができます。この活動をするにより、握手目当てのオタクの方がグルメを食べるきっかけにもなり、より多くの売上を上げることが期待されます。さらにメンバーとの距離が近く、短い会話ができるので、より親しみを持ってもらうことができます。(24)

25

そこで、フェスとB級グルメコンテストを組み合わせると・・・

→さらなる集客が見込める！

と考えた

ということで...

そこで、フェスと新たな形のグルメコンテストを組み合わせると、さらなる集客が見込めるのではないかと考えました。(25)

26

B級グルメで青森県を活性化！

ということで、ご当地グルメで青森県を活性化させるということについてお話しします。(26)

27

ここで疑問が...

そもそも、青森県への観光客はどのくらいいるのか？

では、実際に見てみよう！

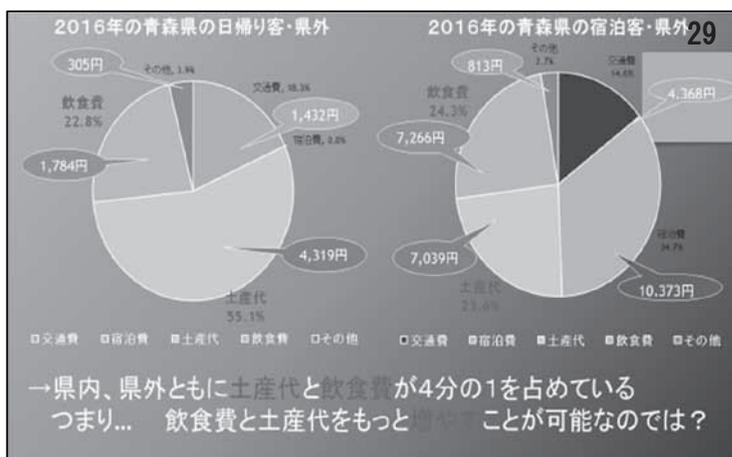
ここで疑問が生まれます。それは青森県への観光客はどれくらいいるのかということです。(27)

28

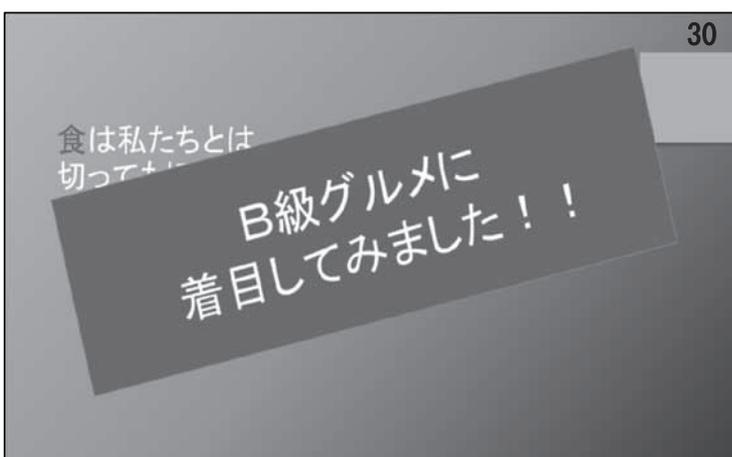
青森県の年間観光客数

延べ 3,515 万人

では実際に見てみましょう。青森県の年間観光客数は延べ3,515万人です。(28)



これは青森県の観光消費額単価のグラフです。日帰り客、宿泊客ともに飲食費と土産代の割合が大部分を占めていることから、土産代と飲食費に力を入れることで青森県の活性化につながるのではないのでしょうか。(29)



31

例えば県外では...

- ◆ 静岡県の富士宮焼きそば
...B-1グランプリ2連覇
50億円の経済波及効果
- ◆ 福島県の喜多方ラーメン
...NHKの番組で放送後、観光客が5万人から20万人に増加

では県外のB級グルメを見てみましょう。静岡県の富士宮焼きそば、福島県の喜多方ラーメンなど、全国区になり大きな経済効果をもたらしているものもあります。(31)

32

県内では

- ◆ せんべい汁
...第7回B-1グランプリ優勝/経済波及効果は563億円
- ◆ 青森味噌カレー牛乳ラーメン
...カップラーメン発売(2回)
青森県のソウルフードとして愛されている
- ◆ 黒石つゆ焼きそば
...カップラーメン発売/第10回B-1グランプリ7位
- ◆ 十和田バラ焼き
...第9回B-1グランプリ優勝(45万3000人来場)

県内には南部地方発祥のせんべい汁や青森のソウルフードとして愛されている青森味噌カレー牛乳ラーメン、黒石つゆ焼きそば、十和田バラ焼きなどといったグルメがあります。(32)

33

コンテストや商品化を通し、
有名になったグルメは数多くある

→観光客増加につながる

以上のことから...

ご当地グルメコンテストの開催で
より多くの集客が望めるのでは？

これらはコンテストや商品化、テレビに取り上げられるなどして有名になりました。

そこでご当地グルメコンテストの開催でより多くの集客が見込めるのではないかと考えました。(33)

34

ご当地グルメコンテストについて

▶スタッフ

県内の高校生、大学生のボランティア

▶順位の決定

上位3位のグルメを商品化
その他のグルメは冊子にして発表



では、ここから私たちが考えるご当地グルメコンテストについて説明します。コンテストのスタッフは青森県内の若者にも興味を持ってもらうため、高校生、大学生にボランティアをお願いします。そして上位3位のグルメを商品化、その他のグルメは冊子として発表し、長期的な人気を得られるようにします。(34)

35

ところが...

グルメコンテストやゆるキャラといった地方
活性化の方策が失敗することもしばしば...

では、失敗した原因を考えてみることにしよう

ところが、このようなグルメコンテストやゆるキャラなどの方策が失敗することもあります。そこで失敗した原因を考えてみました。(35)

36

B級グルメコンテストの失敗の原因

・すでに前例があった

＝パクリだった

・工夫、オリジナル性がなかった

失敗の原因は、既に同じようなイベントが開催されていたこと、工夫やオリジナル性がなかったなど、インパクトに欠けていたことなどが挙げられました。(36)

◆投票をビー玉で！

来場者にビー玉を1つずつ配布
お店ごとの投票箱にビー玉を入れる
ビー玉の重さで順位を決定！



37

◆出展者を高校生や大学生も対象に！

若者の視点を取り入れ、
新たな地方活性化につなげる！



そこで、私たちは投票をビー玉で行ったり、出展者を高校生や大学生も対象にしたりします。学生が出展するというのは珍しく、より多くの人に興味を持ってもらうことができ、イベントの成功につながるのではないかと考えました。(37)

オタクとB級グルメコンテスト

38

・オーディションの際、B級グルメを購入した分だけアイドルの投票権を獲得

→投票権を得ると共にB級グルメの売上も高まる

はじめに、オタクは自分の好きなものは徹底的に追いかけると説明しました。そこで、先ほど紹介したオーディションの際、オタクの行動力を利用し、グルメを買った分だけアイドルの投票権を獲得できるような制度を作れば、自然とグルメの認知度や人気も高まっていくのではないかと考えました。(38)

以上のことから...

39

オタクによって青森県に大きな経済効果をもたらし、活性化させることができるのでは？

→青森県を救う！

以上のことから、大きな経済効果をもたらし、活性化させる可能性のあるオタクは青森県を救うのではないかと考えました。(39) (40)

ご清聴ありがとうございました！

40



【質 疑】

● えびさわ まさかつ 蛭沢 正勝議員（自由民主党）

（蛭沢議員）

最初に、青森県の活性化策として観光をテーマに取り上げた理由について伺います。

（回答）

事前に学習した際、青森県の活性化策として様々な方法がある中、観光産業が一番実現しやすく、人が集まりやすいと考えたからです。

（蛭沢議員）

先ほどのプレゼンで一通りお話を聞いたわけですが、オタクとか、野外でのイベントとか、有名な方を作り上げるとか、やはり地元出身の方をというお話もありました。皆様方の住む野辺地町の防災拠点として、野辺地川の上流に清水目ダムというのがあるのをご存じだと思います。そこで毎年、8月15日に、地元でF1レーサーを目指す原田惇君が20代の若い方々を集めて、一晩中、いろんなバンドが演奏したり、飲む、食べる、騒ぐというような盛り上がるイベントを行っております。若い方々を集めて、何とか清水目ダムから上北の若さの発信をということをやっております。あと2年、20歳になれば、ちょうど8月15日が成人式ですので、その時になったら皆さん方も今の気持ちを持って、行っていただければいいんじゃないかなと思っております。

次の質問をいたしたいと思います。青森県の活性化について、男性アイドルグループによる活性化や地域別の小さなライブ、野外フェス等のイベント等、様々な提案をしていただきましたが、現在も各市町村でグルメイベント等様々なイベントが実施されています。そうした既存のイベントとの連携はどのように考えているのか、伺いたいと思います。よろしくお願いします。

（回答）

現在あるイベントとは連携していきたいと考えております。各市町村のイベントに注目を集めたアイドルが出演し、出演した場やSNS等を利用して宣伝させることで、イベントを知らなかった人たちにイベントの存在を知らせて、イベントの人气が上がったり各市町村の利益が上がったりするのではないかと考えております。

（蛭沢議員）

もっともっと皆さん方が地元の良さ、野辺地からむつ湾にかけては、室町時代の前から京の文化が入っているということでございますので、京の優しさというものを訴えながら、これからも頑張っていただければいいなと思います。私も応援していきたいと思っておりますので、頑張ってください。

（鳴海議員）

観光産業について、考えやすかった、また活気が足りないというような非常に身近な問題意識から、そこを入り口として皆さんが一生懸命考えたということは大変重要なことでもあります。まずできるものから少しずつ考えていく。その結果、アイドルグループのオーディション、グルメイベント、野外フェス、皆さんの知恵を持ち寄れば様々なアイデアが出てくるというのが今回の結果ではないかなと思っております。

そこで質問をいたしますけれども、ライブですとかアイドルオーディション、グルメイベント、本来であれば一緒にやるのが一番いいんでしょうけれども、皆さんの中で一番お薦めのイベントは何か、お聞かせいただければと思います。

（回答）

私たちが今回提案した中で一番提案したいものはフェスです。フェスには、オタクという存在は集まりやすいと私たちは考えています。このフェスの中でオタクと男性アイドルに着目したんですけれども、今回は男性アイドル、普通の若い方だけでなくおじさんアイドルグループというのも作ることで、幅広い年齢層の男女にオタクになってもらうことにより、そこから青森県の活性化につながるのではないかと思います。

（鳴海議員）

私も年齢の条件からいけばおじさんアイドルなんですが、残念ながら歌も踊りもできないものですから、もう少し応募要件を緩和していただいて、幅広く募集をすれば県内広くいろんな方が集まるんじゃないかなと思います。

2つ目の質問をしますけれども、そういったイベントをすることでより多くの方を青森県に呼ぶためには、こういったPRをすればいいか、お聞かせください。

（回答）

県外の方にはSNSを積極的に活用してアピールしていきたいと考えています。若者が多く利用しているSNSなら、情報も拡散されやすく注目を集めやすいと思います。

またイベントに関するご当地CMも作ります。これはただのCMではなく、各市町村でアピールしたいものをそれぞれ使い、ストーリー調にして全国に放送します。このようにすることでCMからイベント自体に興味を持つ人が増えると思います。そして、そのCMを青森県のホームページに載せたり、SNSにアップロードすることで、テレビ以外にもイベントをアピールしていくことができると思います。

また海外の方々には、青森県グローバルスチューデント育成事業などに参加する生徒に協力をしてもらって、外国語でのウェブCMの作成やSNSなどの投稿をしてもらいます。オタクの人はSNSを駆使して情報を集めているので、これらの方法が一番有力かなと考えています。

（鳴海議員）

何はともあれ発信力が大事だと思います。我が青森県の三村知事もいろんな場面で発信をして、自ら動画に出演したりしているのをご覧になったかと思いますが、やっぱりインパクトが必要かなと思います。

当然海外向けとなれば英語力が必要でありますから、皆さんも、今からでも遅くはないと思います。ぜひこれから皆さんが発信源となるわけですから、しっかりと頑張っていただければと思います。

例えば、アニメや映画に入れば、聖地巡礼みたいな形でどんどん、何も広告をしなくても、来てもらえるような時代になってきました。私は黒石市でありますけれども、黒石に津軽こけしというのがありまして、こけ

し大好き女子、こけ女と言いますね、好きなこけしのご当地を回って、こけしを見て、場合によっては買っていくというような、オタクでありながら経済活性化に寄与する。そういったことが全国的なブームとなっています。また、国交省では全国各地のダムを写真に撮って、ダムカードというのを作っています。これは、例えばバイクに乗る人がツーリングをして、ダムを訪れて、ダムカードを集めるという、そういう視点で各地を訪れる方法もあります。

皆さんも男性アイドル、県内各地を回って歩く広告塔になるわけですが、そこに必要なのは、やっぱり地域を知ること。地元を知って、地域を知って、青森県を知ってもらうということで、どんどんいろんな情報が必要となりますし、半端な人間を選ぶわけにはいきません。皆さんがそれぞれ何か新しいものを発掘して、それをどんどん発信していく。そういったものを行政だったり、議会は後押しをする立場にありますので、小さいことでも構わないと思います。少しずつ口コミをして青森県の魅力をどんどん発信して、観光産業に協力していただければと思います。