

若者の心揺さぶる情報とは何か

平成 27 年度自主研究事業

研修交流課 中野 永吉
企画・コンサルタント業務課 近森 雄太
クリエイティブ事業室 東 佑樹
クリエイティブ事業室 大脇 瑠子
地域づくり情報課 渡瀬 航

平成 28 年 2 月

一般財団法人地域活性化センター

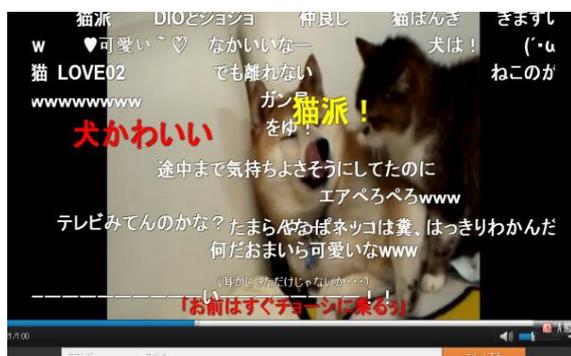
1. 本研究の目的

現在、全国各地で地域活性化に向けた様々な取り組みが行われているが、それらの活動が持続的であるためには、若者の参画が要素の一つとなる。本研究では、若者に人気のコンテンツであるニコニコ動画と、その運営会社が手掛けるイベントであるニコニコ町会議を研究し、若者の関心を引くのはどういったものかを探り、自治体の施策に活かすことができないか研究した。

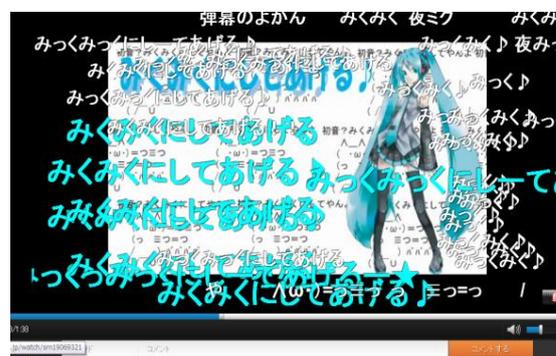
2. ニコニコ動画とは

ニコニコ動画とは、株式会社ドワンゴが提供している動画共有サービスである。動画共有サービスとは、インターネット上での動画の投稿・閲覧を専門とするサイトであり、動画投稿サイトとも言う。平成 18 年からテスト運営を踏まえてサービスを開始しており、設立会社による平成 27 年 6 月末時点の調査では、利用者の半数以上が 10 代 (14.2%)、20 代 (40.6%) の若者であり、男女別ユーザー比率は男性が 66%、女性が 34% となっており、若い男性を中心に利用されている。

動画共有サービスといえば youtube など有名なサイトが他にもいくつかあるが、ニコニコ動画が他の動画共有サービスと異なる点は、閲覧した動画に対して視聴者が入力したコメントを、画面上でスクロールさせる独自のコメント機能にある。この特徴的な機能によって、通常の動画配信サービスとは一線を画し、動画に対する盛り上がりを共有する場所として独自のコミュニティを生み出している。



動物を題材とした動画の様子。動物のかわいらしい仕草や面白い仕草を切り取ったものが多い。



ボーカロイド関連の動画の様子。ボーカロイドとは、メロディーと歌詞を入力すると歌声となってアウトプットされるソフトウェア。

3. ニコニコ町会議とは

ニコニコ町(ちょう)会議とは、ニコニコ動画上で人気を博しているコンテンツ(歌ってみた・踊ってみた・ゲーム実況等)を実際に体験できる参加型イベントである。もとは平成 24 年より毎年 4 月に千葉県幕張メッセで同様の主旨のもとに開催されていたニコニコ

超（ちょう）会議の音をもじって、地方での開催が始まった。開催地となった地域の祭り
と併催する形をとり、同じ日程で隣接又は歩いて移動が可能な会場にて行われている。



ニコニコ町会議 2015 ホームページ内説明

4. 運営会社への調査

4-1. 目的

本研究の調査対象であるニコニコ動画及びニコニコ町会議について、運営会社である株式会社ドワンゴに調査を行い、実施の趣旨及び今後の展開について調査することで、行政への活用方法を研究する。

4-2. 株式会社ドワンゴ広報部長による講演への参加

講師：株式会社ドワンゴ 広報部長 杉本誠司氏

調査者：中野・大脇・東・渡瀬

日時：平成 27 年 7 月 2 日（木）

当センターが開催する行政職員向けの講演「プロばな」にて、株式会社ドワンゴ広報部長の杉本誠司氏が講義を行われたため、ニコニコ動画の魅力について話を伺った。

○ニコニコ動画が若者に人気のある理由

現代は、一方通行の情報提供では物やサービスが売れない時代となっている。特にインターネットを用いたサービスでは、レスポンスができるというインターネットの特徴

○所感

行政においてニコニコ動画や町会議を活用していくには、単なるイベントの真似事ではなく、そこで起きている現象やロジックを理解して応用していくことが重要と感じた。行政では、他で成功している事例をそっくりそのまま自分のところへ持ってくるが多々あるが、それぞれの自治体において抱える課題や持ちうる資源、住民のニーズは異なるものであり、その地域の若者を取り込むには、ニコニコ動画やニコニコ町会議の仕組みをどのように自分達の自治体に沿うものへ変換していくかが重要であると考えた。



協議中の様子

4-4. 株式会社ドワンゴ（町会議担当者）へのヒアリング

取材相手：株式会社ドワンゴ

広報部長 杉本 誠司 氏

広報 高橋 江梨子 氏

戦略的E T C事業本部 企画政策部 部長 ニコニコ超会議 事務局長

全国ニコニコ振興会 会長 長谷川 明弘 氏

取材者：中野・近森・大脇・東・渡瀬

取材日時：平成 27 年 11 月 20 日（金）

○町会議開催の経緯

平成 24 年にニコニコ超会議をスタートした際、9 割近くが関東の参加者だったため、全国のユーザーにニコニコ動画自体が行きわたっていないと感じ、地域の皆さんへ会いに行こうと始めたのがニコニコ町会議である。通常のライブやコンサートが開催地としないようなところへ敢えて行くようにしたため、100 人から 200 人程度参加者が集まれば良いと考えていた。ただ、全く人が来ないのではどうしようもないため、いきなり何も無い日に町会議を開催するのではなく、地元のお祭りと併催であれば高校生くらいまでなら参加してくれるのではないかと考えた。

当初は実績もなく町会議のコンセプトもはっきりしていなかったため、交渉は難航。田舎に行けば行くほどニコニコ動画の認知度は低く、依頼の電話をしても 100 本に 5 本くらいしか承諾は出なかった。お祭りの実行委員会は観光協会か商工会の方で、高齢者

が多くニコニコ動画を知らなかった。3年目くらいから町会議が世間で知られ始め、地方でも熱意のある若い方には認知されるようになり、交渉もスムーズにいくようになった。

地域の祭りや併催するメリットは、集客の担保ができることや会場の場所や資材の確保が地元の協力もあって容易にできること、騒音に対しても地域の祭りとの併催なら許容してもらえ、大勢の人が集まっても地域の祭りの警備に協力してもらえ、などだという。

○地元への効果

事前に地元の新聞やテレビに周知すれば、必ず来てもらえているので地域のPRにはなっていると考える。行政側で地方創生や地域の文化継承に対して頑張っている人もいると思うが、なかなかそういった人々からは開催希望の声が届かない。できれば、そのような職種の人とユーザーと両方から声がかかると双方にとって有益だろう。

また、ドワンゴとしては、地域の祭り自体を変えたいわけではないため、介入することはない。祭りのPRはしても一緒に祭りを作っていくことはできないが、ニコニコ町会議に出演している有名な若者を地元の人と繋ぐことはできるとのこと。また、地域の祭りを知ってもらうために、町会議に参加している若者へPRすることも可能であり、祭りと隣接して開催している場所では、お互いの祭りが何をやっているのかも見られるし、地元と周辺地域の方も含めてPRすることができる。

○ニコニコ動画や町会議の魅力

ニコニコ動画では、あらゆるジャンルとカテゴリーにおいて、コアなコンテンツとユーザーが集まっている。例えば“ボーカロイド”というジャンルのカテゴリー一つを取っても、多様なコンテンツが溢れており、さらにその中のどの歌い手さんが好きかというところで輪ができていく。今はそのような文化や交流が主になっており、なかなか現実でそういった話ができる人は少ない。東京ならまだしも、地方に行けば行くほどコアな話をできる人がいないため、町会議に自然と人が集まると考えている。

ニコニコ動画や町会議でやっていることは、基本的にはコンテンツを作って見せることではなく、プラットフォームとしての強みを出すことである。例えば「踊ってみた」は、スピーカーとCDを用意してオペレーションをつけるだけのものであり、そこへユーザーが来て一緒に踊っているだけのことである。しかしながら、普段そうしたコアな話をしたり遊んだりする場所がない若者たちにとっては、町会議は貴重な場所として魅力的であり、そこが町会議の成功している理由とのことだ。

○行政が学ぶこと

地域のお祭りも、若者が好きなことを提供すれば必ず来る。行政は、看板で人が集まるか集まらないかを考えているが、人はコンテンツで集まるもの。マンガ王国は鳥取県

が行っているが、ユーザーはそのことを知らない人がほとんどであり、マンガ王国というコンテンツに魅力を感じて集まっているのである。ただ、行政の行う地域のイベントは全世代を対象とする必要があることが多いため、若者だけに特化することができない。そこが自治体においては課題であろうと杉本氏は語る。

ニコニコ動画を行政が活用するには、インターネットでしか共有できないものがあるれば、相性は良いと考える。地域の観光資源にしても、その地域でしか味わえないもの、触れられないものがネットであれば動画の投稿という形で流通できる。

また、ニコニコ動画が流行っているのは現実的なコミュニティ活動をせずとも、精神的な繋がりや安定性が保たれている「ご都合主義的な世界」だからこそである。そういった人たちがリアルなコミュニケーションを求めているかということ、一概にそうではなく、町会議は一過性のものだから盛り上がっているだけと考える。行政におけるニコニコ動画の活用を検討する際には、そうしたニコニコ動画のユーザーの特性も念頭に置く必要があると言えるだろう。

○所感

行政が行う事業は、幅広い対象に向けた目的達成のためであることが多く、ニコニコ町会議のようなコアな趣味を持つ人々の集まりを行政の事業として実践することは難しいと感じた。ただし、ニコニコ動画ほどコアな集まりで考えずに、幅広い若者が魅力を感じるコンテンツを利用することができれば、行政ならではの情報発信も可能ではないかと考えられる。

4-5. 本章のまとめ

- ・ニコニコ動画は動画投稿側と視聴者側の双方向のやり取りが可能であり、価値観を共有できる点が若者にとって魅力的である
- ・ニコニコ動画内に多様に存在するコアなコンテンツが多様なコミュニティを生み、プラットフォームとしての機能を果たしている
- ・行政においてニコニコ動画やニコニコ町会議を活用していくには、単なる真似事ではなく、起きている現象やロジックを理解し、行政に適した内容へと応用することが求められる

5. ニコニコ町会議を開催した地域への調査

5-1. 目的

ニコニコ町会議について整理した上で、過去に開催地となった地域に対して、開催までの経緯や、開催後の効果について調査を行うことで、ニコニコ町会議自体の活用方法やそのノウハウについて研究する。

5-2. ニコニコ町会議開催地（あわら市）への視察

取材相手：あわら市 政策課企画・広報グループ 主査 赤神貴幸氏

あわら湯けむり創生塾 おしえる座あ創生部会 部会長 笹原修之氏

取材者：近森・東

取材日時：平成 27 年 9 月 2 日（水）

町会議開催日：平成 26 年 8 月 9 日（土）

○あわら市とあわら湯かけ祭りの概要

あわら市は人口約 3 万 2 千人の都市である。古くから温泉街として栄えてきた街だが、現在、駅前にある商店街は空き店舗がほとんどを占めている。この地域では、8 月 9 日（わく）と温泉が“湧く”をかけて、8 月 9 日の温泉の日に「あわら湯かけ祭り」が 10 年前から開催されている。第 9 回目を迎えた平成 26 年に、ニコニコ町会議が併催された。

あわら湯かけ祭りは、地元の多様な若者を中心によって企画されており、太鼓を響かせながら巡行する花車と 20 t もの大量のお湯を盛大にかけ続ける湯かけみこしが目玉となっている。この祭りは、130 年続いてきた温泉に感謝し、子どもたちに温泉のありがたみを楽しく学んでもらうと共に、子どもたちに自分の地域に愛着を持ってもらい、人口減少抑制のきっかけとなることを目的として開催されてきた。

○昨年のニコニコ町会議について

ニコニコ町会議を開催したきっかけは、地元のニコニコ動画のユーザーがダウンゴに応募したためだった。あわら湯かけ祭り実行委員会も含め、地元でニコニコ動画を詳しく知る人は少なかったが、市内でしか PR できていなかった祭りを外部にも広めたいと考えていたため、ダウンゴが広報のノウハウ・ツールを提供してくれることをメリットと考え、受け入れを決定したという。

祭りの準備から終了まで、ダウンゴ側の対応は非常に良かったとのことだ。例えば、町会議の会場は祭り会場から 100m ほど離れた別会場に設置され、開催時間も被らないように設定された。当日は、例年の倍以上の 3,000 人が訪れ、関西や東海からの遠征組も多数来場していた。ニコニコ動画では 24 万人が視聴した。

○町会議が地元でどう活かされたか

平成 27 年度はあわら温泉の 130 周年祭だったため、前年より盛り下がった感じはないとのことだった。例年どおりであれば今年は盛り下がると推測されていたが、参加人数の多少は問題ではなく、あわらという名前を広めることができたのであれば良いと実行委員会は考えている。

また、町会議の文化祭のような“ノリ”は若者へは反響があると考え、年配の住

民が多い地方において、そういった“ノリ”を湯かけ祭りとして創り出すことは馴染まないとも考えていた。そのようなイベントは、若者が自分達で企画をし、若者同士で盛り上がりあってこそ成立するものであり、また、対象が若者であれば、開催を継続するためには若者に飽きられないよう突拍子もないことを行う必要もあり、そこへ行政が関わっていくことは困難だろうとの考えだった。

○若者の主体性の喚起方法について

実行委員会では、若者に主体性を持たせるには、資金や場所等の応援材料と課題を与えることによって自分達で考えさせ、それを超えることによって達成感を与えることが必要と考えている。あわら市は、行政からの助成金 1,500 万円を基に、何か地元でビジネスを始めるよう課題を与えた。ただし、500 万円は自己資金を準備しなければならず、10 人いれば 1 人 50 万円の赤字を抱えることになる。この時、若者内において適正のあるリーダーを見定め、そこへ声を掛けてメンバーを集めていくことによって、各自の本気度が高まり、全体もまとまってくるとのことだった。

このあわら市の例を鑑みると、いかに若者に自由にやりたいことを考えさせ、実行させる環境を作るかが大事であるとわかる。



町会議「おどってみた」の様子



出演ユーザーと参加ユーザー

5-3. ニコニコ町会議開催地（福島県三春町）への電話ヒアリング

対応者：みはる観光協会 事務局長 渡辺安博氏

実施者：渡瀬

ヒアリング日時：平成 27 年 10 月 30 日（金）

町会議開催日：平成 24 年 8 月 16 日（木）

○三春町と三春盆踊りの概要

福島県三春町は、福島県のほぼ中央部、郡山市から東へ 9km、阿武隈山地の西すそに位置している。三春町の由来は、一般的に「梅・桃・桜の花が一度に咲き、三つの春が同時に来るから三春と呼ばれるようになった」と言われているが、現在の三春の気候で、

こうした状況に逢えるのはまれなこととなっている。

町会議が併催された三春盆踊りは、江戸時代より 300 年以上続いている三春伝統の夏の風物詩である。各町の太鼓保存会の力強い太鼓と三春盆踊りに合わせ、色とりどりの浴衣を着た踊り手たちが「サンヤー」と響くうたごえや笛の音にあわせて、幾重もの踊りの輪を作り出していく。

○ニコニコ町会議開催の経緯について

開催を打診されたきっかけは、地元のニコニコ動画のユーザーがダウンゴに応募したためであった。このユーザーは廃校が決まった中学校に通う生徒で、中学最後の思い出に是非地元にて開催をしてもらいたいという思いだった。

当初、観光協会など盆踊り運営側の人間は、ニコニコ動画をよく知らなかった。そのため、とても異質な物が入り込んでくるのではないかという不信感も一部ではあった。渡辺事務局長の思いとしては、三春盆踊りへの若い世代の参加が年々減少している状況の中で、若者向けのコンテンツであるニコニコ動画、ニコニコ町会議の要素が入ってくることによって、今まで盆踊りへ来ることがなかった若い世代を取り込むことができるのではないかという狙いがあった。

当日は、盆踊り、町会議ともに同一の屋内会場（三春交流館「まほら」）で開催し、盆踊りの様子をニコニコ生放送に流された。また、町会議目当てで参加した方が盆踊りの方にも流れてくるような配慮をニコニコ側からしてもらい、ニコニコ側の対応はとても良かったとのことだ。

参加者は例年の3倍程度の14,500人で、例年ではあまり見られない町外・域外からの参加者が多く集まった。ニコニコ動画の生放送では、延べ約16万7千人が視聴した。

○町会議の効果

みはる観光協会としては町会議を偶発的ものと捉えており、町会議が開催された次年度以降は、いつもどおりの客層及び客数に戻り、若い世代の参加が少ない状況となったとのことだ。参加に対する抵抗をなくすために、盆踊りに対しての意識調査アンケートなどを実施して何が障害になっているかなどを調べようとしているが、やはり若者に盆踊り自体に興味をもってもらうことが難しい状況という。伝統ある催事であるため、抜本的な内容変更や奇をてらったような取り組みを行おうという方向にはならないが、それでも、少しでも参加を増やすために無料の浴衣レンタルを開始するなど、できることから取り組んでいこうという姿勢は持っている。ただ、予算規模の拡大は困難であるため、やれることにも限界があるということだった。

5-4. 本章のまとめ

今回調査・取材したどちらの地域でも、町会議は突発的なボーナスと捉えられていた。

あわら市では、祭りの担い手や行政に対して特別な影響はない様子であり、これは、あわら湯かけ祭り実行委員会の主体性が特に強いためだと思われる。また、「地元のことでは地元でやらなければならない」ということがあわら市では強く認識されており、町会議自体も、広報以外は地元とは別々に動いていたため、あまり地元に残すものはなかったようである。

一方、三春町は、離れてしまっている若い世代を取り込みたいという意図のもと町会議を受け入れ、思惑どおりの効果が挙げた例と言える。しかし、盆踊り自体が古くからの伝統ある催事であるため、内容を大きく変えるという方向性にはどうしてもならず、次年度以降はまた若者が離れるという状況に戻ってしまっている。伝統を守りながらも若者を惹き付ける内容の創出に苦慮しているようだった。

- ・開催地の行政が事前にニコニコ動画を知らなかった場合、ロジックを学び、すぐに生かしていくことは難しい
- ・伝統的な催事の場合、若者を惹き付けたいと考えても斬新な取り組みへの変革は難しい
- ・若者に主体性を持たせるには、課題解決を自分達で考え、実行させることによって達成感を与えることが重要である

6. ニコニコ町会議 2015 現地調査

6-1. 目的

これまでの研究をもとに、実際にニコニコ町会議の会場へ足を運び、現地の状況や参加者へ聞き取り調査を行うことによって、その影響力の本質を探る。

6-2. ニコニコ町会議 in 名古屋（愛知県名古屋市栄 久屋大通秋まつり）の視察

視察者：大脇・渡瀬

視察日時：平成 27 年 10 月 11 日（日）

○久屋大通秋まつりの概要

町会議が開催された場所は、名古屋の繁華街である栄地区にある約 2km にわたる久屋大通公園である。この公園で、名古屋のシンボルロード久屋大通を盛り上げていこうという目的のもと、久屋大通発展会が中心となって取り組む祭りの一つとして久屋大通秋まつりがある。その祭りとの併催によって、平成 24 年の町会議開催年から毎年継続してニコニコ町会議が開催されている。

今回の町会議においても、人気のユーザーによるパフォーマンスが行われ、普段はニコニコ動画を通じて見ているゲーム実況やダンスレッスンなどを生で体感することがで

きる場所となっていた。さらに、町会議会場内はすべてのエリアでコスプレのまま移動することができ、多くの参加者がコスプレを楽しんでいた。

○参加者の様子

町会議の参加者にインタビューをしたところ、10代、20代が圧倒的に多く、全体の7割を占めていたが、30代、40代もそれぞれ1割程度の参加が見られた。愛知県民の参加者が4分の1を占めていたが、名古屋という開催地のアクセスの良さもあり、岐阜県や三重県、東京都、大阪からの参加者もいた。

また、半数がニコニコ動画のユーザーであったが、誘われて来たという方も4分の1を占めていた。地元の祭りだから参加したという方は1割程度と低く、開催場所が繁華街の道路中央に位置する公園だったため、偶然祭りをやっていたので寄ってみたという参加者もいた。ユーザーは目的を持って参加している方が多く、それ以外の参加者については、比較的気軽な気持ちで参加していると感じられた。

当日の様子はニコニコ動画にて生放送され、延べ31万人の方が視聴していた。

○インタビュー結果

今回の町会議の中で、どういった部分に魅力を感じるか聞いたところ、コスプレで参加できる点や、コスプレイヤーを見たり交流したりするために参加したという意見が多かった。普段ネットで見ると有名なユーザーや、共通の趣味を持つ人に会えるということも魅力と捉えられていた。また、多種多様なブースが用意されているため、参加者のジャンルも多様であり、そういった人々が一堂に会して楽しんでいるところも非日常を感じられ、魅力の一つということだった。

さらに、こうしたイベントに興味を持つ参加者は自分自身でもイベントを作りたいと思うかどうか聞いてみたところ、7割は自分達の手でイベントを作りたいとは思わないと回答していたが、イベントの主役にはなりたいと考えているようだった。6割以上が地元のイベントには興味を持っており、日ごろから積極的に参加している参加者を含めても8割が地元のイベントに関心を持っていることがわかった。



町会議の様子



町会議の人混み

6-3. ニコニコ町会議 in うるま市（沖縄県うるま市 うるま祭り）の視察
視察者：中野・東

視察日時：平成 27 年 10 月 17 日（土）・10 月 18 日（日）

○うるま祭りの概要

うるま市は、平成 17 年 4 月 1 日に具志川市・石川市・勝連町・与那城町が合併したことによって誕生。那覇市より北東へ 25 k m、沖縄本島中部の東海岸に位置しており、東に金武湾、南に中城湾の両湾に接している。また、闘牛のメッカであり、沖縄一の規模を誇る安慶名闘牛場や石川イベント公園などで、春、秋の全島闘牛大会等が開催され、盛況を呈している。

今回ニコニコ町会議が併催されたうるま祭りは、毎年秋に行われており、市の名物である闘牛大会をはじめ、獅子舞やエイサーなどを見ることができる。そのほか有名アーティストのライブやご当地ヒーローショーなど、大人から子どもまで楽しめるイベントとなっている。

○参加者の様子

参加者は高校生が多く、名古屋で行われた町会議と同様に若者が多い印象を受けた。インタビューを行った人の中には、沖縄県民としてはうるま市民がほとんどおらず、那覇市や沖縄市の方が多く、県外からの参加者はいなかった。

町会議自体の盛り上がりはというと、ブースごとに大きな賑わいを見せており、ブースで初めて会った人と、同じ趣味のことについて語り合う場ができていた。学校の友達と参加する人が多くいる中、ネット上の友達と参加したという声も聞こえた。

一方で、併催されていたうるま祭りは町会議以上の賑わいがあった。参加人数もかなり多く感じられ、年齢層も様々で家族連れが多い印象だった。

当日の様子はニコニコ動画にて生放送され、延べ 28 万人の方が視聴していた。



会場の様子



コスプレイヤーとの 1 枚

○インタビュー結果

インタビューを行った結果、参加理由のほとんどが「ニコニコ動画のユーザーであるから」というものであり、「住まいの近くでやるので行ってみようと思った」という意見が多かった。また、コスプレができる数少ない場であるという理由や、有名なユーザー

に会えるからといった明確な目的を持つ参加者もいた。

また、町会議とは別に、地元で開催される祭りについてどのように思っているか聞いてみたところ、参加はするが理由は特になく、「なんとなく」、「友達・家族が行くから」といった目的が不明瞭な理由が多かった。町会議については、同じ趣味の人と騒げる・話せる・会えるといった理由から楽しんでいる人がほとんどであり、価値観を共有できる場を求めていることが感じられる。

その中で、インタビューを行った参加者の高校教諭の方からは、とても興味深い話を聞くことができた。学校では、同じクラスであっても、共通した価値観を持っている友達としか会話をしない生徒がほとんどであり、社会性が養われない点を非常に心配しているとのことだった。また、会話をするにあたって、スマートフォンなどの媒体がないと話が成立せず、情報に頼りすぎているところがあるという。地域イベントへも参加が見受けられないため、社会に出ると孤立するのではないかと懸念していた。しかし、町会議では活発に動いたり、話をしたりする子どもたちを見て、この町会議が子どもたちにとっていろいろなことが学べるよい機会になっていると思うとのことだった。

6-4. 本章のまとめ

町会議を開催する目的は、大規模イベントとして開催している「ニコニコ超会議」や「ニコニコ超パーティー」「闘会議」などのコンテンツの一部をそれぞれの町で気軽に楽しめるところにあり、狙い通りの効果は得られていると考える。また、町会議を地元の祭りとは併設している点については、視察した限りではそれによる参加者の交流や相乗効果はあまり感じられず、町会議で参加者数が増えたとしても一時的なものであり、地域の活性化への繋がりには限定的であるように感じられた。しかしながら、地元のイベントにおいても自分達自身でやりたいものをやることができ、参加者同士が思いを共感しあえる場であれば、若い世代の参加を促すきっかけになると考える。

うるま市のお祭りへの参加者は、参加することに対して明確な目的はないというが、それでも毎年参加するということは、普段見慣れている地元の商店街が祭りの日には賑わいを見せるといった日常から非日常へ変わる空間を、家族や友達といった親しい人達と楽しむとともに、参加することによって地域の価値観も共有しているのではないかと感じた。

今後、町会議の開催から得られる成果によっては、株式会社ドワンゴの方向性も変わってくると考えられるが、町会議の開催を地域の活性化へも効果的に繋げていくのであれば、地元の祭りの中にも特定の参加者を想定したコンテンツを設けるなど、町会議のノウハウを開催元の行政としていかに活用していくかが重要である。

・ニコニコ町会議の参加者は、共通の趣味を持つ人に会えることや多種多様なジャンルの人々が一堂に会している点に非日常さを感じられ、魅力と思っている

- ・地元の祭りであっても非日常的な空間を演出することができ、参加することによって地域の価値観も共有できる
- ・町会議を地元の祭りの活性化へ活かすためには、参加者同士が交流しやすい環境を作るとともに、町会議の参加者に対して地元の祭りを PR していくことが求められる
- ・多くの若者が、主催者にはなりたくないが、自分が主体となって参加できるイベントであれば、積極的に参加したいと思っている

6-5. 調査研究の方向性

本研究の目的は、若者に人気のコンテンツであるニコニコ動画とニコニコ町会議を調査することによって、若者の関心を引く情報を模索することだったが、情報をきっかけとして発生する若者の活動が持続的であることも必要であることがわかった。また、調査を進めるに従って、ニコニコ動画とニコニコ町会議は非常にコアなコミュニティの形成を実現していることで若者の人気を博しており、単にコアなコンテンツを用いるだけでは、若者の関心が引けるわけではないこともわかった。若者の求めるものは非日常的な空間や価値観、達成感が共有できる場であり、この点をどのように情報発信または事業に組み込むことができるかが非常に重要である。

これらの点をふまえて当研究グループで協議した結果、コアなコンテンツだけでなく、幅広い若者にとって魅力的な事業や活動についても調査することとした。そのため新たに、全国の地域づくり活動の中で若者による活性化を進めている事例について調査し、より若者を惹き付ける事業内容や情報発信の方法について検討していく。

7. 若者による事業の調査

7-1. 福井県鯖江市 JK 課への視察

取材相手：福井県鯖江市

市民協働課課長補佐 高橋 藤憲氏

地域自治・市民活動グループ参事 橋本 和久氏

JK 課 女子高校生

取材者：中野・近森・渡瀬

取材日時：平成 28 年 1 月 7 日（木）

福井県鯖江市の市民協働課を訪れ、女子高校生によるまちづくりを推進する JK 課プロジェクト（以下 JK 課）の聞き取り調査を行った。JK 課は条例に基づく市役所の常設課ではなく、提案型市民役事業のプロジェクトの一環である。

○鯖江市のまちづくり

鯖江市では、平成 7 年の世界体操競技選手権大会が開催され、その際に市民ボランテ

ィアが活躍したことを契機に、市民に自治活動の意識が芽生えた。大会終了後も市民でまちのために活動をしたいという声が挙がり、行政もそれに応じるために委員会や施設といった必要な形を整えていった。

平成 11 年に「鯖江市民活動交流センター」を開設後、平成 13 年に交流センターの法人格を取得し、センターを通じて本格的に市民活動を行う拠点ができた。さらに、市民のワークショップから生まれた提案によって、市民と行政が対等にまちづくりを進めていくために「鯖江市市民活動によるまちづくり推進条例」を策定し、基本理念を共有するための「鯖江市市民主役条例」を制定した。

こうして市民による行政への提案が更に活発化し、同条例をきっかけに誕生した市民主役条例推進委員会により様々な提案がなされるようになった。提案型市民主役事業化制度の一環である「地域活性化プランコンテスト」において、今から育っていく若者に市のことやまちづくりに興味をもってもらおうプロジェクトとして、「JK 課プロジェクト」が平成 25 年に提案された。

○新たなまちづくりプロジェクト

そもそも、なぜ女子高生にスポットを当てたのか。その理由は、市民の中にはすでにまちづくりのプロのような人材もいるが、そのような人を中心とせず、まちづくりに関心が少ない市民を主役にして活動することで、自由な発想からまちづくりができ、新たな動きが起こるのではないかと考え、まちづくりに最も遠い存在が女子高生だと考えたためである。

プロジェクト開始当初は、世間からのバッシングが多くあったという。「市役所は頭がおかしい」、「JK という言葉は隠語」、「高校生に何ができるのか」などの批判が多かった。しかし、このような批判のほとんどは東京・大阪・名古屋などの都市部ばかりで、逆に市民は「何を指すもので何をするのか」、「そもそも JK とは何か」など活動内容について関心を持ち、協力的であったという。

○JK 課の特色

JK 課は女子高生の自由な発想のもとで行われることを重視しているが、以下のことをルールとして決めて活動した。このルールは今の行政にはあまりない斬新なものと言える。

①成果よりも起きた変化を重視すること

行政の事業は必ずといっていいほど、成果を求められる。しかし、JK 課は成果目標を定めていない。成果よりも女子高生をはじめとした市民の変化を重視し、多くの市民を巻き込むまちづくりを目指す。

②まちづくりのプロが教育しない

まちづくりに多く関わっているプロが女子高生を指導してしまうことによって、

女子高生のやりたいことや自由な発想が阻害されないよう、大人は黒子に徹する。

③女子高生はまちづくりに関して大人と対等な存在

この事業は女子高生の教育を目的としたものではなく、市民協働のまちづくり事業である。大人と対等なまちづくりのパートナーとして接しているため、法令遵守に関すること以外は大人が口を出さない。例えば髪を茶髪にしようが、自身で考えて決めたことであれば尊重している。

また、前述のように「JK (Joshi Kōsei=女子高生) 課」という名称は批判の対象となったが、JK 課メンバーの談によれば、JK という言葉は自分達を指す言葉として違和感がなく、むしろ参加しやすかったという。逆に「市民協働によるまちづくり課」のような堅い名称であれば、参加の応募をする気にはならなかったとのことだ。このように、堅さを排除し、若者が呼応しやすいゆるさを備えている点も、JK 課の特色として挙げられる。

○JK 課の活動

JK 課へは、行政からミッションを与えることはしない。活動内容は全て女子高生が話し合って決めている。自分たちで集まる日を決め、雑談半分真面目な話半分でざっくりばらんにまちのためにやりたい活動を話し合っていく。

今年行った主な活動は、町の清掃活動を行うピカピカプラン、シェフとコラボしたスイーツづくり、テレビでのまちの Reporter 等がある。この他にも、マラソン大会の給水係やまち歩き（直した方が良いまちの悪いところを探す）等 20 種類以上の活動をしてきている。ピカピカプランでは、女子高生が定期的にゴミ拾いをすることでまちの景観向上に貢献したほか、「ゴミ袋がダサイ」という女子高生の素直な意見からゴミ袋のデザイン改善にも繋がった。また、まちを隅々歩くことで、女子高生が様々な鯖江の姿を発見できている。



女子高生との意見交換の様子



意見交換させていただいたJK課の皆様との写真

7-2. 福井県鯖江市JK課仕掛け人へのヒアリング

取材相手：慶應義塾大学 特任教授 若新 雄純氏

取材者：中野・近森・渡瀬

取材日時：平成28年2月8日（月）

鯖江市の視察後、JK課プロジェクトの仕掛け人である若新雄純氏に、設立のきっかけやその意義についてヒアリングを行った。

○JK課について

若新氏によるとJK課は、大人が若者を教育する（＝大人のミニチュアを作る）のではなく、女子高生がゆるい市民らしく振る舞い自分たちの意見を出して実行していく、という図式を心がけ、子どもの発案したことに対して大人が変化を与えるということを行わないよう徹底したという。そのため、JK課のメンバーは学校に言われてでもなく、バイトとしてお金をもらっているわけでもなく、“面白いからやる”という自発的なモチベーションのもと活動している。市役所が考えたプログラムを押し付けられるのではなく、実際に自分たちが提案したことを実行し、自分たちで作っていけるということに女子高生たちは価値を見出している。

○変化を生むための実験というスタンス

若新氏が鯖江市に対して持った最初の印象は、「市民ニーズの多様化を受けて行政が一方的にサービスを提供するのではなく、市民協働で作りに上げていく」という理想に対し、まちづくりについて一定の知識をもったプロ市民の声が目立っており、ごく一般のプロではない市民の声がそこまで反映できていない、というものだった。この状況が続いてもつまらないという思いから、プロではない市民の声を引き上げる方策を考えようと、JK課という事業へ思い至った。このプロではない市民からは予測不能な意見が生まれ、それによって行政に「とまどい」が生まれる。そのとまどいが、新しいアイデアの出発点になる。

また、実験というスタンスを大事にしており、現代においては予測不可能なことをいかにマネジメントするかが重要であり、予想と外れた結果の中に価値のあるものが含まれていることがある。そのため「JK課」も「ゆるい移住（若新氏が手掛ける鯖江市の体験移住事業で、目的やスタイルを限定しない自由さが特徴）」事業も、明確な成果や結果についての目標設定を行わなかった。市民ニーズを引き出すという言い方をしながらも、行政が結果や目標を固定化しているのであれば、それは「引き出す」ではなく「押し付

ける」ことになる。

一方で、この考え方は明確な目標数値が求められる議会の場では、説明に非常に苦慮した。とにかく変化を作ること为目标とし、変化が起きる余地があるということが、若者にとっては面白い・魅力がある・参加するモチベーションに繋がる、という説明を貰ってもらった。

「JK 課」や「ゆるい移住」で大事にしている、行政が一方向的に考えや価値を押し付けるのではなく参加者主体で作り上げていくというスタンスは、オープンイノベーションの考え方そのものであり、真新しい方法論や概念を取り入れたわけではないとのことだった。

○新しいことにチャレンジできる組織像

組織は評価が必ず付きまとい、評価の観点が減点評価となりがちである。特に行政の職員はこの減点評価に対して敏感であり、何が評価され何が責められるかを良く分かっているため、結果に繋がるかどうか不確かなことへのチャレンジをためらう傾向にある。新しいことへのチャレンジを評価する、すなわち結果が伴わなくとも、新しいことにチャレンジしたという事実を評価する加点評価ができるかどうか大事と考える。組織としてその空気を作るためには、やはりトップがその考えを明確に示し、そうした空気を作るよう努めることが重要であり、鯖江市長はそれができているように感じることだ。

○所感

今までまちづくりとはるか遠くに存在と思われていた女子高生が、主体的にまちのために考えて活動できている。これは、地域活動に参加してくれない理由は「若いから」「女の子だから」という偏見を打ち破る事例と言えるだろう。ただし、若者に適した環境と、息苦しさを感じさせない大人の関わり方が非常に重要である。

ヒアリングに同席してくれた女子高生達は、高校卒業まで続けていきたいと話していた。また、今後の進路もまちづくりに貢献できる分野へ進んでいきたいとも語ってくれた。これは、今の活動が本当に充実している証拠だろう。女子高生達が何に充実感を感じているかと言えば、自衛隊やふなっしーと関わったり、市の視察受け入れなどで様々な人と話すといった、普段の学校生活では体験できない様々な経験ができ、刺激をたくさん受けるとともに、自分自身の成長を実感しているからである。また、同世代の女子高生達と雑談を交えながらやりたいことを考え、それを実践できることが単純に楽しいという点も大きな魅力と考える。

「楽しそう」な場・企画があれば若者は集まり、「自由に活動できる環境」、「同じ志の仲間」、「必要な時に助けてくれる大人」、「楽しい時間」があれば若者は熱心に関わるのではないかと今回の事例から感じた。しかしながら、JK 課がのびのびと自由に活動がで

きるのも、20年続けてきた市民協働の土台を基に、女子高生を温かく見守りサポートする地域の環境があるからこそという点も念頭に入れなければならない。

また、これらの動きから、行政側にも変化が求められていることが分かる。若新氏の言う、参加者主体で作りに上げていくスタンスや、結果が伴わなくとも新しいことにチャレンジしたという事実を評価する組織の実現によって、柔軟な考え方が生まれ、行政の課題である効果的な情報発信の方法や若者を取り入れるアイデアが生まれるかもしれない。新しいことへの取り組みは、まずは組織の考え方から、といったところだろうか。

7-3. 長野県小布施町 小布施若者会議のヒアリング

取材相手：小布施若者会議代表 大宮透氏

取材者：近森・大脇

取材日時：平成28年1月18日（月）

長野県小布施町を舞台に実施されている「小布施若者会議」の実行委員長である大宮透氏に聞き取り調査を行った。

○小布施若者会議が生まれたきっかけ

小布施町では1970年代から30年の間、自然や歴史風土、特産品といった地域資源を生かしながら産学官民が協働し、小布施流のまちづくりを進めてきた。それによって中心部に小布施町の核ができ、観光者数は増加し、今では毎年100万人以上の方が訪れる町となっている。しかしながら、観光に来る人は50代以上の中高年の方がほとんどであり、若い世代はほとんど来なかった。若い世代にとって魅力的なまちづくりができず、若い世代によるネットワークづくりも進んでいなかった。

このように、これまでのまちづくりでは若い世代への発信が足りず、未来のまちづくりリーダーとなっていく層も見えてこなかった。そのため、外から新たな活力を取り入れつつ、そこから周りの人をも巻き込み一緒になって外へ発信していくことを目指し、小布施若者会議の企画がスタートした。

平成24年に開催された第1回目は、若い人への認知度が広がることを第一の目的として大規模な会議を開催。首都圏を中心に240名もの若者が参加し、まちづくりへの提案を行った。その際、会議で話したことが絵空事にならないよう、小布施町で次のまちづくりを担っていく立場の方々にもグループワークへ参加してもらい、外の若者と一緒になって実質的なまちづくりを考えていく機会とした。

○小布施若者会議の活動

この小布施若者会議は町長の考えに基づいて実施されている。企画やチームづくり、マネジメントは実行委員長である大宮透氏が主導して行い、行政は予算の確保に加えて

事務局機能を持ち、プログラム実施に必要な町内での調整も行っている。また、実行委員会へは30人程度のボランティアが加わって運営を行っている。このボランティアのメンバーは基本的には無償であるが、責任を持ってこの活動へ取り組んでおり、その関係が成り立つのは双方にとってメリットのある活動だからこそである。この会議に参加することで、多様なバックグラウンドを持った個人や企業、行政関係者と繋がることができ、多くの仲間を得る機会であるため、WIN-WINの関係を築いている。さらに、このボランティアの人脈も小布施若者会議に一役買っている。彼らがゲストとして招く個人や優秀な参加者、そして企業へと繋いでくれるため、新たな活動へと広げていくことができた。行政はそんな中で、スケジュールや場所の調整に加えて、提案された企画に対して小布施町の考えを伝える役割を担っている。

町民・民間企業・行政がそれぞれの力を出し合って実施されてきた若者会議は、平成27年に4年目を迎え、小規模なグループワークながらも、狙いである若者の力に事業を起こしたい方と民間企業がしっかりと加わり、具体的なプロジェクトを生み出す方向へと変わってきた。一方で、比較的非現実的な面白さを目的とした話し合いとしては、スポーツに関する分野のグループワークを学生中心に実施し、敢えてそのゆるさに引っかかる若者も取り込もうとしている。

今後は若者会議によって、若い人からどんどん新しいイノベーションが生み出されるような、そんな地域になってほしいと考えている。実際に新しいリーダーが生まれてきており、ボトムアップ型の人材づくりとして進めていきたいとのことだ。

○所感

地域活性化伝道師でもある大宮氏は、まちづくりをどのように実施していくか考えた際、多様なアイデアを求めて単純に多くの人を集めても意味がないと語る。そこに覚悟のある人がいなければ結局はアイデアを出すだけに終わり、実行されることがない。行政のワークショップでは担い手が不在なことが多い点が問題と言える。

また、この会議は地域のネットワークづくりや地域の若者の人材育成を目的としているものではなく、町にあるすべての課題を解決する場でもないが、行政主導の事業は、対象を幅広く設定し、1度の事業にすべての課題解決を含めようとする真逆なものがほとんどである。それによって事業目的が曖昧になってしまうことも問題の一つであろう。

今回の事例から、明確な目的に沿った企画づくりを行っていくことが重要と感じた。一概に若者向けと言っても、内外の若者への自治体PRなのか、地域内の若者のネットワークづくりや人材育成なのかといった、若者を何に活用するかによってどんなジャンルの若者を対象とするかは変わってくる。それらを企画の段階で、深く考察することが重要と考える。

7-4. 本章のまとめ

- ・女子高生の自発的なモチベーションを引き出すため、成果目標を定めず、大人は黒子に徹する
- ・女子高生を大人と対等のものとして、その考えや行動を尊重する
- ・若者の参加を促すには、若者の感覚に近い「ゆるさ」が重要である
- ・自由に活動ができ、同じ志の仲間と必要な時に助ける大人、そして楽しい時間があれば若者の主体的な行動へと結びつく
- ・コントロールされない意見や予測不可能な結果などにも価値のあるものが含まれていることがあり、それが生み出される“オープンイノベーション”の場づくりが重要
- ・組織の評価は減点評価がほとんどであるが、結果が伴わなくとも新しいことへチャレンジしたこと自体が評価される組織の体制づくりが重要
- ・会議が絵空事にならないよう、実施主体となれる覚悟のある人を話合いに加える
- ・若者と言っても一括りにはできず、事業の実施対象となる若者や、事業の達成に必要な若者がどのようなカテゴリーに属しているかを明確にする

8. 本研究のまとめと提案

8-1. まとめ

○ニコニコ動画・ニコニコ町会議の研究を経て

ニコニコ動画が若者にとって魅力的な理由は、ユーザー同士の双方向のやり取りがインターネット上で可能となったことによって多様なコンテンツが出来上がり、そこから価値観の共有を目的とした新しいコミュニティが派生していった点にある。同じ趣味・嗜好のもとで集い価値観の共有が可能なニコニコ動画は、今の若者たちにとっては非常に都合がよく居心地の良い場となっている。またニコニコ町会議については、二次元の世界を超えた三次元において、コアな価値観の共有や主役となる達成感を味わえる場であることが、若者にとって人気の理由である。

これらを踏まえて、現在行われている行政による若者向けの情報発信やイベントなどを考えると、対象を絞らず幅広い若者層に向けた定型的なものには、若者にとって魅力を感じられる要素である「価値観を共有できること」や「コアなコミュニティを楽しむこと」、「非日常的な空間であること」が少ないことが伺える。この三点を一つでも盛り込めるかが、魅力的な情報発信やイベント実施の第一歩となるのではないだろうか。

○若者による事業事例の研究を経て

若者の主体性と活動の持続性を生み出すアプローチの仕方として、2つのパターンが見えた。一つ目は、鯖江市や小布施町の事例より、行政をはじめとした大人が若者に

ミッションを与えるのではなく、若者がやりたいことを尊重してサポートしていくことで、まちづくり活動が趣味に近い領域になっていくこと。二つ目に、あわら市の事例より、大人が若者に「課題・資金・責任」だけを与え、何度も壁にぶつかりながらも事業をやり遂げた先の達成感を味わってもらうことである。いずれにも共通なのは、学校や会社のように若者を上から教育するのではなく、パートナーあるいはプレーヤーとして尊重すること。また、大人が若者の主体性を見守りながらも、若者のやりたいことをサポートしていくということである。

最後に、ニコニコ動画やニコニコ町会議、そして若者による事業事例に共通していることは、若者は自身が面白いと思わなければ反応しないということである。それは、大人が考えるような堅苦しいものだけではなく、ゆるさや新鮮さといったものも必要であり、そうした要素を行政事業へも柔軟に取り込んでいくことが鍵となってくるだろう。

以上これまでの研究内容から、行政は次の点に留意して取り組むことによって、ニーズに合った情報発信や若者にとって魅力的な事業を立案できるのではないだろうか。

- ・ イベントは非日常を感じられ、多様な人と価値観を共有できる場であるように
- ・ 事業には若者の主体性を尊重し、自分達で考え、実行させ、達成感が生まれるように
- ・ 結果が伴わなくとも、新しいことへのチャレンジが若者にとっての成長の糧
- ・ 若者への情報発信は、まじめな内容を「ゆるく」

8-2. 提案（自主研究事業からの事業化計画）

最後に本研究を元に、当センターにおける新しい広報活動を提案し、研究内容を今後活かしていきたい。

○事業目的

当センターの特色は全国の地域情報や人材ネットワークを持つ点にあり、その活動は各方面から一定の評価を得ていると考えられる。この強みをニコニコ動画の活用によって今まで以上に広範囲へ発信し、視聴者の地域への関心を高めるとともにセンターのPRへ繋げていくことを狙いとして、本研究により調査した結果を踏まえ、「堅苦しくないセンターの新たな情報発信」を提案する。

○事業概要

（1）動画投稿による情報発信

1つの動画を3分程度にまとめ、センターに興味をもつきっかけづくりを目的とする。

※定期的に動画を掲載していき、訴求力が下がらないよう工夫をする。

<動画コンテンツ（案）>

- ①当センターがどんなところで、どんな事業があるのかを説明する動画

例：センター職員をタレント化

②地域づくりに関する情報発信動画

③研修会の内容を一部放送

※セミナーや研修会へ参加してみたいと思わせるよう、一部を抜粋し、放送する。

④職員が地域を取材し、地域ならではのものを紹介していく動画

※センター職員が出張時に撮影し、各自治体より自治体のPR動画や偶然撮影できた面白動画などを募集し、日本の各地域にある面白いものを紹介していく。

例：日本の頂シリーズ「日本一高いバンジーで愛を叫んでみた」

地方出張での職員のまち歩きや交流の様子「地方の有名お祭りに参加してみた」

(2) インターネット生放送

①視聴者との対話

※地域づくりに知識のない視聴者が反応できる取りつきやすいテーマを設定し、センター主催研修の講師などとセンター職員が意見交換している様子を生放送する。出演者は視聴者のコメントに適宜反応する。

②研修会・出張先での出来事を生配信

※センター内部向けセミナーや各課の研修会を一部を配信する。

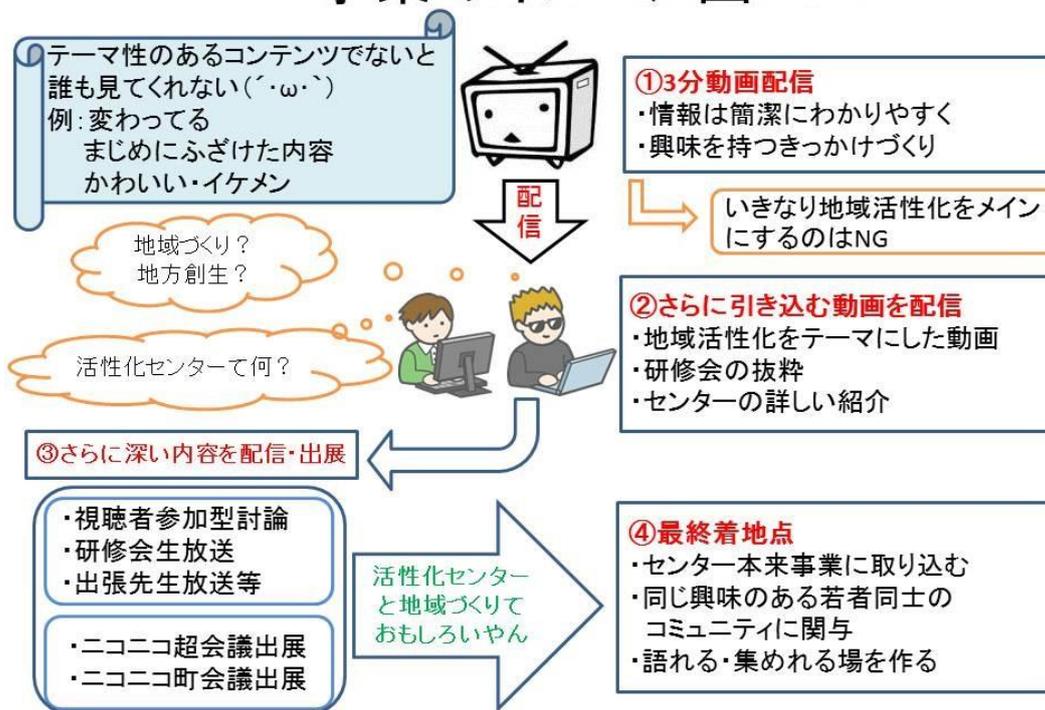
(3) イベント出展

①ニコニコ超会議及び町会議出展

※通常のフェアで行っているようなブース運営ではなく、若者が興味を持つコンテンツを検討した上で、主催者側との調整を行い、次年度以降の出展を目指す。

②その他、地域づくりに関するイベント出展

事業のイメージ図



○事業の方針

- ・ いきなり「地域活性化」を打ち出すのではなく「面白さ」から若者にプロモーションを仕掛けていく。面白くなければ見てもらえず、また見てもらえてもセンターのイメージが悪化するだけ
- ・ 動画掲載の間が空きすぎると訴求力が下がるため、コンスタントに掲載していく
- ・ 継続して動画を掲載しながら徐々にセンター色も混ぜていき、若者のファン層を獲得することを狙う
- ・ 当面は上記図の①・②を主に行い、求められるものを十分に検討した上で③・④の活動へ繋げていくこととしたい

参考URL

- ①ニコニコ超会議 <http://www.chokaigi.jp/2016/guide/>
- ②ニコニコ町会議とは <http://info.nicovideo.jp/chokaigitour/2015/about.html>
- ③ユーザー比率(ニコニコ動画とは)
<http://dic.nicovideo.jp/a/%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%83%8B%E3%82%B3%E5%8B%95%E7%94%BB>
- ④動画再生画像
ねこに怒られしゅんとなる柴犬 <http://www.nicovideo.jp/watch/sm16340666>
【初音ミク】みくみくにしてあげる♪【してやんよ】
<http://www.nicovideo.jp/watch/sm1097445>
- ⑤IT ライフハック記事
台風接近の豪雨の中、会場に 3 千人！福井県あわら市で「ニコニコ町会議」開催
<http://itlifehack.jp/archives/4530>