

茨城に公式の「推しポケモン」が認定されたら、どういった地域おこしが効果的か？

1 きっかけ

旅行で福島に行った際に、浪江町の道の駅に大きなラッキーの遊具がある公園があった。これがポケモンローカルActsという、それぞれの地域において特定のキャラクターの使用料を無償とした、株式会社ポケモンの事業の一環であることを知った。

茨城県はこの「推しポケモン」が認定されていないことを知り、今後認定された際の取り組みについて、事前に考えることにした。

2 調査

①現在認定されている都道府県(※1)

北海道：ロコン
岩手県：イシツブテ
宮城県：ラプラス
福島県：ラッキー
福井県：カイリュウ
三重県：ミジュマル
鳥取県：サンド
香川県：ヤドン
高知県：ヌオー
長崎県：デンリュウ
宮崎県：ナッシー
沖縄県：ガーディ

②上記の県で行われている取り組み(※1)

A) フォトジェニックを意識したもの

ラッピングバス
ラッピング自動販売機
きぐるみ
雪像(北海道)
公園

B) イベント的なもの

スタンプラリー

C) グッズ

お菓子(お土産)
飲料
バッグ
キーホルダー
ブックカバー
バッジ(越前織)

3 考察について

本稿では、地域おこしの成功について以下の6つの観点から考えることにした

① 地域にお金が入り、それが地域内で循環する。

地域の収入が上がることは前提であるが、例えば全国区の大規模スーパーなどで販売した場合、売上が全て地域の活性化に繋がるわけではなくなる。なるべく高い割合で地域の企業にお金が入る形が望ましい。

② 住み続ける人や関わり続ける人が増える。

地域おこしが必要な地域は、基本的に少子化や高齢化、人口減少に悩まされる地域であることが多い。人口は、活性化に不可欠である。

③ 内部主導

外部のコンサルタントなどが動いた場合、まず入ったお金の一部がそのコンサルタントの収入となってしまふ。また、本来その地域の住民が望まない活動となる可能性もある。

④ 住民のQOL(生活の質)の向上

仮に地域に大きな収入があったとしても、例えばオーバーツーリズムなどで、住民が生活しにくくなった場合、成功した地域おこしとはいえない。

⑤ 町らしさの強化

ポケモンの魅力だけで収入を得てしまうと、地域およびその住民からアイデンティティを奪ってしまう可能性がある。

⑥ 持続可能性

経済資本や環境負荷などに無理がある活動は長続きしない。④の住民のQOLもこの持続可能性の軸でもって評価しなければならぬ。

4 既存の取り組みに対する評価

A) フォトジェニックを意識したもの

まず④住民のQOLに考慮し、道の駅のような観光客に集まってもらいやすい場所に設置されていることが多い。また、道の駅などの近くにあることで①のように地域にお金が入りやすくなるといえる。さらに、一度作ると劣化しにくいことから、⑥の持続可能性も高い。一方で⑤の町らしさの強化については、宮崎県のナッシーのフルーツジュース販売機のように上手に絡めていないと強化しているとは言い難くなる。同様に、③の内部主導についてもいささか疑問は残る。また、観光の種類が一時的なものになりがちなため、②の人口増加につながっているとは言い難い。

B) イベント的なもの

これは、①の地域の経済的活性化に一時的に貢献している以外の面が見られない。ただし、③の内部主導が十分に満たされていれば、それが地域の新しい祭りのような認識となり、④の住民のQOLを上げ、⑥の持続可能性を満たすような、⑤新しい地域らしさを生む可能性はある。

C) グッズ

①の地域の経済的貢献は明らかであり、越前織のバッジなどは⑤の地域らしさの強化といえる。これによりその地域の伝統芸能を継ぎたいと思う人が出てくれば、②の地域の人口増加に繋がるかもしれないが、製品を買うだけでは強くは期待できない。ただし、地域性のある製品を道の駅のような施設で売るとは、③の内部主導性や④の住民のQOLを向上させることに一役買っているといえる。恒常的な活動であれば、⑥の持続可能性も高いだろう。

5 評価の総括

全体を通して、道の駅という施設は、④住民のQOLを損耗させにくいまま、①地域の経済力向上および経済循環に貢献しやすく、また、それが③内部主導であれば、⑤地域らしさや④の住民のQOLを向上させることにつながり、⑥持続可能であることが多くなる。

一方で、②地域の人口増加に繋がる地域おこしは現状では難しいように感じる。

6 提案

②の地域の人口増加に繋がるためには、ある程度の期間、その地域(茨城県)に住んでもらう必要がある。

そのためには、県外の人が茨城県に滞在し、地域の活動に参加するメリットを創出しなければならない。

昨今「スマホ疲れ」という言葉も聞かれるように、デジタルデトックスの必要性が増してきている。茨城県はある程度都心に近いながらも「自然豊か」というイメージがある。これを利用して、デジタルデトックスの施設を打ち出すことができるのではないだろうか。

仮に茨城県の「推しポケモン」を「モクロー」として話を進める。

道の駅の近くに「モクローハウス」を数棟建て、ユーザーにはそこに滞在してもらう。その間、スマホなどの電子機器は金庫などに封印し、生活に関する支払いはプリペイド式の「モクローカード」で行う。この「モクローカード」は道の駅や県内の企業が運営する店でしか利用できないものとする。

日中、ユーザーは近隣の農業などを体験し、そこでの地域への貢献度に応じて「モクローポイント」が溜まる。

滞在終了時に獲得した「モクローポイント」に応じて、特製のモクローグッズがもらえる仕組みとする。

こうして、一定期間茨城県民として過ごし、実態を実感してもらうことで、ユーザーにデジタルデトックスを提供しつつ、潜在的な茨城県への移住の選択肢を持つ人の数を増やしていく、という取り組みである。

サービスの対象としては、スマホの使用時間が過剰になっている子供を持つ家族。もしくは一定人数以上の中高生の宿泊体験などが考えられる。また、本格的な移住を考えている人向けの、1カ月前後の長期プランもあってもよい。

7 提案に対する評価

① 地域にお金が入り、それが地域内で循環する。

宿泊費は「ハウス」を運営している茨城県の企業に入る。また、滞在時の出費をプリペイド式の「カード」に限定することで、地域での経済活動に参加してもらうことができる。

② 住み続ける人や関わり続ける人が増える。

デジタルデトックスを目的とした長期滞在は、地元の活動にも参加することで、短期的な移住と見なすことができる。6でも述べた通り、潜在的な移住の選択肢を持つ人と考えることができる。また、デジタルデトックスは、周期的に行いたくなることが予想できる。完全な移住には至らぬものの、周期的に茨城県に関わってくれる人を増やすことができる。

③ 内部主導

この提案において、最も難しい部分がこの「内部主導」である。住民が本当に県外からの参加を望むのか、それぞれの地域での話し合いが必要である。

④ 住民のQOL(生活の質)の向上

③と同様、これも住民が県外からの参入を本当に望むのか、という点にかかっている。コミュニティを維持するためには一定数の人口が不可欠であるため、長期的に見ればQOLは上がるだろうが、抵抗感が勝る場合にはその限りではない。

⑤ 町らしさの強化

地域らしい活動に参加してもらうことにより、地域らしさを担保する人の数が増える。ただし、ユーザーがその地域の文化を受け入れられる人でないと、この点での貢献は難しい。事前の十分な説明と同意が必要である。

⑥ 持続可能性

経済的に運営が成り立つのであれば、持続可能性は十分にあり得る。

8 課題

上記の通り、内部主導で地域らしさを担ってもらう人を増やす、という意識が各地域で必要であり、その認識が共有できるかが課題である。

また、ユーザー側も、その地域での文化に身を預けるという意識が必要となる。それを理解したうえで、デジタルデトックスを茨城県で行いたいというニーズがどの程度あるのか、また、それに見合う対価で活動が運営できるのか、このあたりのマーケティングも今後の課題である。

9 まとめ

「推しポケモン」の有無に関わらず、道の駅を中心とした活動は、地域おこしに大きく貢献していることが明らかになった。ただし、現状においての活動では「住み続ける人や関わり続ける人を増やす」という目標については達成しにくいと考えられ、本稿ではその目標に向けた活動の一つ提案することができた。今後、実現可能性などに向けて検証していきたい。

10 参考資料

※1 ウェブサイト「ポケモンローカルActs」

<https://local.pokemon.jp/>