

## チャレンジ！！オープンガバナンス 2018 市民／学生応募用紙

地域課題タイトル (注1)	No. - (事務局用)	タイトル 八戸の魅力を伝えるプロモーションについて	自治体名 八戸市
アイデア名 (注2) (公開)	南部せんべいで八戸をカラフルにしよう！		

(注1) 地域課題タイトルは、COG2018 サイトの中に記載してある応募自治体の地域課題名を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。

### 1. 応募者情報

チーム名 (公開)	南部カガッターズ		
チーム属性 (公開)	<input type="radio"/> 1. 市民によるチーム <input checked="" type="radio"/> 2. 学生によるチーム <input type="radio"/> 3. 市民、学生の混成によるチーム		
メンバー数 (公開)	7名		
代表者情報			田島さくら
メンバー情報	氏名 (公開)	鳥屋部雅也、下館珠紀、高館京、重文字未聡、立花恵、門口瑛巳	

**(注意書き) ※ 必ず応募前にご一読ください。**

<応募の際のファイル名と送付先>

1. 応募の際は、ファイル名を COG2018\_応募用紙\_具体的チーム名\_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2018 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。 admin\_padit\_cog2018@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について：  
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY (表示) 4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC (表示—非営利) 4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。  
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
4. 上記の公開は、内容を確認した上で行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公表いたしません)
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。なお、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

## 2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

### (1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、課題解決のために、何をやる社会的なサービス（活動）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、魅力的で新規性があり、実践したり、活用したくなる、そしてその結果として、課題が解決される、そんなワクワク感のあるアイデアを期待します。2ページ以内でご記入ください。

<応募チームとして解決したい課題>

八戸名産物である南部せんべい製造業者の減少

南部せんべいの知名度が低いこと

南部せんべいをもっと若者に広めたい

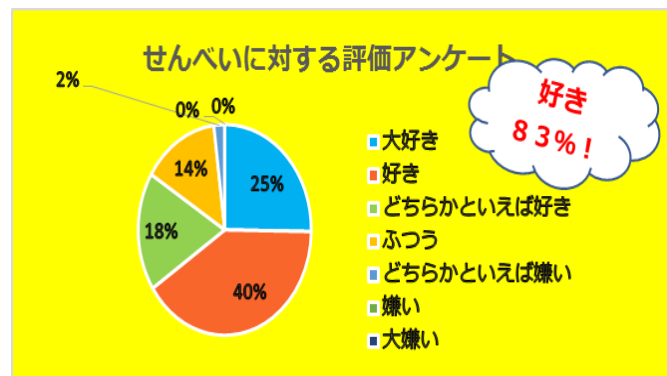
<解決アイデアの内容>

私たちは、南部せんべいの認知度に注目しました。平成28年度青森県産品ベンチマーク調査(平成29年8月総合販売戦略課)によると、南部せんべいの認知度は67.8%と低くはありませんでした。しかし、「食べたことはないが知っている」という意見もあったため、もっと多くの人に食べてもらいたいと考えました。実際八戸に観光に来た人や、東北地方の人以外にも南部せんべいをPRしてもらうに、SNSを利用することが効果的だと考えました。SNSを頻繁に利用する若者をターゲットにすることで広まるのでは、と考えました。

購入者からは「食べ方が分からない」「味があまりない」「せんべい汁に使われるせんべいとの違いが分からない」等の意見が多く、消費者の多くがお年寄りであることも分かりました。(Yahoo!知恵袋より)八戸の名物である南部せんべいを全国に広めたい！そこで私たちが考えたのは、

- ・八戸で体験型アクティビティーを開催する。
- ・若者にうけるパッケージや形、色づかいのお土産を作る。
- ・南部せんべいトリセツをつくる。
- ・パネルや宣伝ポスターをつくる。という案です。

右の表は全国でせんべいに対する評価を7つの項目に分けアンケートをとった結果です。好きという意見が83%で、嫌いという意見は2%でした。



せんべいに対する評価アンケート

出典元：<https://news.nifty.com/article/item/neta/12225-151112006423/>

(<https://news.nifty.com/> なんでも調査団 せんべいについてのアンケート・ランキング第3弾)

※南部せんべいとは、小麦粉を原料にした煎餅の一種です。八戸南部氏が藩主家であった旧八戸藩に伝承の焼成煎餅です。

具体的に、

八戸で体験型アクティビティーを開催し実際に生地を作る工程から体験してもらいます。その際、生地に好みで色を付けてもらい、丸形以外にもハートや星の型を選べるようにします。完成したせんべいはその場で食べてもらうこともでき、お土産としても持ち帰ることができます。お金を払えば、白い南部せんべいにその場で撮った写真をプリントし、記念用にラッピングしてもらうこともできます。このように自分で作ることで南部せんべいに興味を持ってもらい、知ってもらうことができます。また、写真をSNSに上げてネット上でのPRも狙えると思いました。

市外や県外の方に知ってもらうためには、

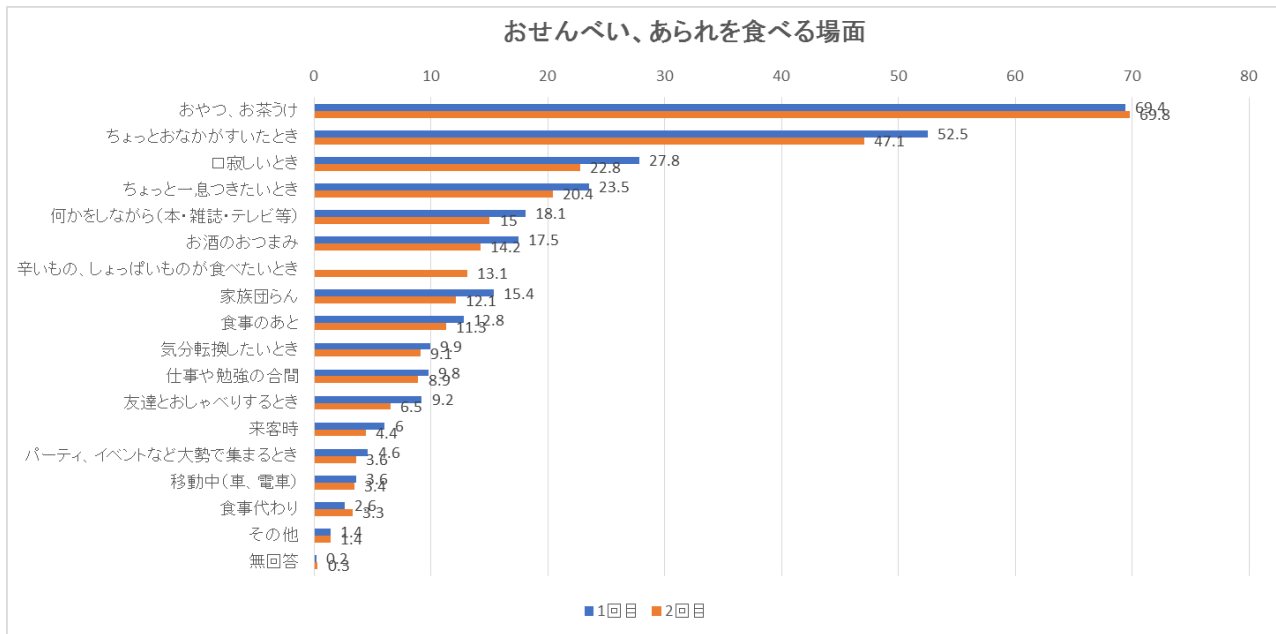
販売している南部せんべいをインパクトのあるものにします。白くて味が薄いと言われている南部せんべいをカラフルで味のあるものにしたたり、パッケージを派手にしたり、南部せんべいのキャラクターを作って印象に残るものにします。InstagramやTwitterを利用すれば、中高生の注目も狙うことができます。



## (2) アイデアの理由 (公開)

このアイデアを提案する理由について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類の数値データやアンケート・インタビューなどの資料や関連の計画、既存の施策などの定性データのことを総称します。データは出所を明らかにしてください。

## <おせんべい・あられを食べる場面>



出典元：MyVoice 自主企画アンケート調査 おせんべい2回目 (<https://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/20103/index.html>)

上のグラフは、どのような時にせんべいやあられを食べるのか調査したものです。おやつやお茶うけ・小腹がすいたとき・口寂しいときという意見が多く、おやつ感覚で食べる人がほとんどのようです。しかし、色にも味にも特徴のないせんべいだけではインパクトがありません！そこで、インパクトを出すため南部せんべいをカラフルにしようと思いました。

実際に、白くてインパクトのない商品を大ヒットさせた例がいくつもあります。

・レインボーパン  
(生徒自作)



・レインボー綿あめ  
(生徒自作)



・画像3 シリアル



・画像4 アイス



画像3 出典元：フリー素材ぱくたそ

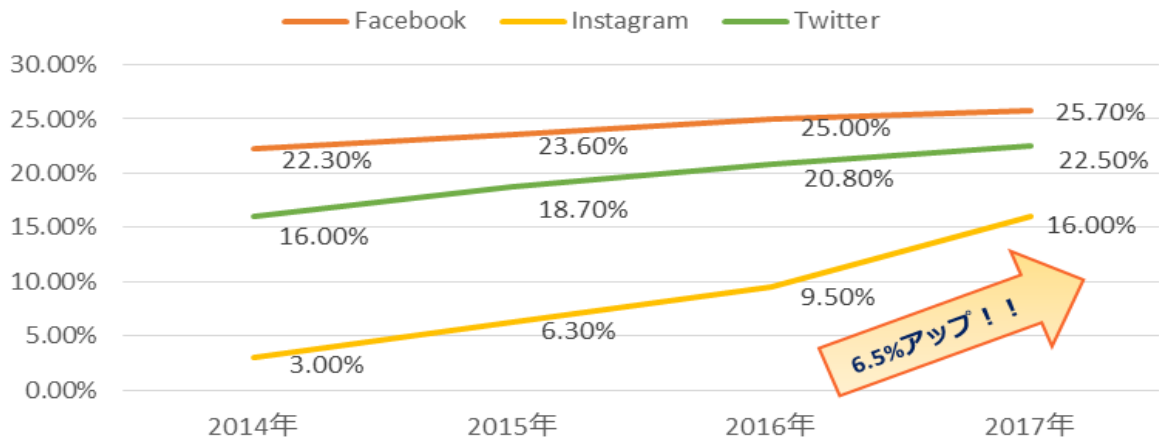
(<https://www.pakutaso.com/20120923271post-1985.html>)

画像4 出典元：ゆんフリー写真素材集

(<http://www.yunphoto.net/jp/photobase/yp14423.html>)

これらはどれも原宿で大ヒットした商品であり、若者に人気があります。また、宣伝される手段としてInstagramのストーリー機能や Twitter、FaceBook での投稿が主です。全国の SNS の利用状況を調べてみたところ次のような結果が分かりました。

### 3大SNS利用率の推移グラフ

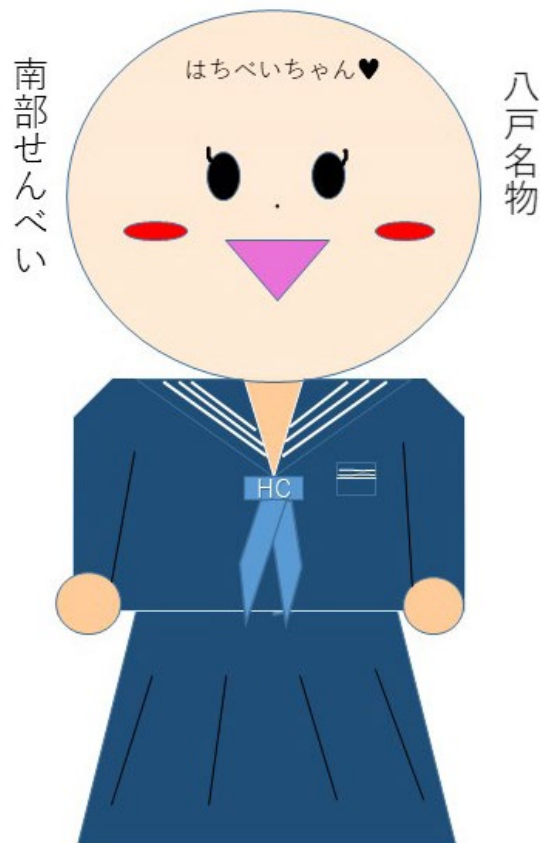


Instagram の利用推移が大幅に上がっているのが分かります。「インスタ映え」というワードが注目されているいま、若者に宣伝してもらうためには、写真に映える商品が再ヒットのカギになると考えました。

SNS の利用状況グラフ：出展元 ビデオリサーチ (<https://www.videor.co.jp/press/2017/171003.htm>)

八戸市が発祥の地である南部せんべいですが、地元の南部せんべい生産者は年々減少しつつあります。最盛期は100店舗ほどあったと言われていたのですが、現在は20店舗に満たず、「八戸のせんべいが消えてしまう」という危機にあります。そこで、南部せんべいをもっとPRしていくために、マスコットキャラクターや宣伝ポスターの制作も考えました。キャラクター商品を作ることによって認知度がよりいっそう上がると思い、南部せんべいのキャラクターを作るのが効果的だと考えました。キャラクターは商品のパッケージに印刷したり、グッズ化したりすることで売上も上がると思います。

私たちの考えた南部せんべい  
キャラクターの  
「はちべいちゃん♥」です！！



また、女子中高生がお菓子を買うときに重視していることとして

- ・食べやすさ
- ・コンパクトさ
- ・お腹を軽く満たす
- ・ファッション性、シェアのしやすさ
- ・価格

という項目が大半を占めていました。

このような情報から、「食べやすく可愛い南部せんべい」を作りたいと思いました。

具体的に、

一口サイズの南部せんべいに色を付けます。また、パッケージをカラフルにすることで、手に取りたいと思うような包装にします。商品には、南部せんべいに関する豆知識や食べ方を記載したタグを付けます。外見が良いとお土産用に買いたいと思う人も増えると考えます。また、ただの白せんべいを学校に持っていく勇気はない！という女子高生や若い女性がターゲットになるため、SNSでの宣伝も期待されます。

私たちが考えたオシャレで可愛いタグです。



### (3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを**実現する主体**、アイデアの**実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の**大まかな規模とその現実的な調達方法**、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその**解決策等**、**アイデア実現までの大まかな流れ**について、**2 ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

アイデア実現のためには

1. 県内の南部せんべい業者に体験型アクティビティを開催するにあたって協力を得ます。八戸で南部せんべい作りのできる場所を調査し、せんべい作りに必要な材料や道具の調達をします。お土産用や一般販売用の南部せんべいも作るため、協力して下さる企業と具体的な案を考える。
2. 宣伝ポスターやチラシなどの広告媒体を利用し、八戸の南部せんべいを PR します。その際、一般的な白せんべいの他にカラフルせんべいの画像や製造工程の映像を映すことで興味関心を持たせます。
3. 実際に八戸で南部せんべい作り体験を開催します。体験していただいた方には SNS での投稿発信を誘い掛けることでネット上での広まりが期待されます。

**右のようにハッシュタグをつけて投稿してもらうことで、SNS 上で南部せんべいが広まると思います→→→**

