
IV. 調査全体を踏まえてのポイントと提言

1. 今後取り込むべき次世代層(広報ターゲット)

■ 今後取り込むべき次世代層は、

北方領土問題について、詳細までは認知していないが、ある程度の興味を持っている層(①=何となく知っている程度で、北方領土問題のことを知りたがっている層)。

今回実施した「視察調査の対象層」にあたる。

- ・北方領土問題に対して詳細を認知し、興味度も高い層(②)については、北方領土のオピニオンリーダー、伝道師、コミュニケーターとなり得る層であるため、積極的に活用する。
- ・北方領土問題を全く認知せず、興味もない層(③)だけに対して、『一から説明する』広報はコミュニケーションコストがかかる。

北方領土問題が存在することの認知(Q1)

	問題の内容も知っている	問題の内容もある程度知っている	問題の内容までは知らない	問題について聞いたことがない
北方領土問題の興味度(Q4)	大変興味を持っている			③
	多少は興味を持っている	①		
	あまり興味は持っていない			
	まったく興味は持っていない			

2. 今後の広報啓発活動において発信すべき情報

今回の調査では、次世代層にとって、北方領土のロシア人との「交流」が起こっているという事実、特に根室の次世代層が交流を担っているという事実が、北方領土問題を「自分ごと化」してもらえるもの、気付き(サプライズ)を与えられるものであることが分かった。次世代層に、北方領土問題の情報を発信する上で、このことを踏まえて、提言をおこなっている。

■北方領土問題に同世代(次世代層)が関わっていることを発信。「自分ごと化」して関心をもってもらおう。根室高校や千島連盟の若者層が活動できるフィールド(地方のイベント等)を拡大させることも必要。

・北方領土問題に関わる同世代・次世代層(根室高校や千島連盟の若者層)の活動を知ってもらい、北方領土問題を近く感じてもらう

→視察調査において、根室高校、根室西高校の同世代の若者と交流できたことで、参加者の北方領土に対する「自分ごと化」が進んだ。啓発活動に対する「特別な人が取り組むもの」というイメージも薄れていた。

・次世代層の取り組みは同世代が自分ごと化しやすいこともあり、積極的に活用する。

- ・北方領土隣接地域(根室管内1市4町:根室市・別海町・中標津町・標津町・羅臼町)を修学旅行で訪れた生徒・学生が感想をまとめたもの(壁新聞など)を紹介できるWebサイトの開設。
- ・千島歯舞諸島居住者連盟(千島連盟)に所属する次世代層を北方領土問題対策協会のイベントに活用する(北方領土に関するプレゼンテーションや語り部)

■北方領土のロシア人との交流活動などの情報を発信することで、気付き(サプライズ)を与え、関心をもってもらおう

・郵送調査の対象者などは、北方領土問題に対する基礎的な内容も知らないこともあり、ロシアに不法占拠されているといった事実や北方領土のロシア人との『交流』が、気づき(サプライズ)につながっている。

・視察調査では、『交流』をテーマにした取組を行っていることは、「サプライズ」だけでなく、ネガティブイメージの払拭にもつながっている。

- 郵送調査における「次世代層が、北方領土問題で関心のある内容」、視察調査における「北方領土問題を自分ごと化するのに有効な情報」を踏まえ、北方領土問題の情報を発信する際の優先順位を考えると以下のようなになる。

● **北方領土問題の歴史・問題の経緯**

● **現在の北方領土(北方四島)の状況**

→次世代層に対して、サプライズを与えられる情報である「ロシアに不法占拠されているという事実」の他、北方領土が日本固有の領土であることの根拠を含める

● **返還交渉の状況・進捗**

→次世代層に対して、サプライズを与えられる情報である、北方領土のロシア人との『交流』が行われていることを含める

<次世代層が、北方領土問題で関心のある内容(郵送調査より)>

- ・ロシア人の北方領土問題の捉え方 (57.9%)
- ・現在の北方領土(北方四島)の状況 (54.6%)
- ・北方領土問題の歴史・問題の経緯 (52.5%)
- ・返還交渉の状況・進捗 (50.5%)
- ・北方領土が日本固有の領土であることの根拠 (47.4%)

<北方領土問題を自分ごと化するのに有効な情報(視察調査より)>

- ・ロシアに不法占拠されているという事実
- ・北方領土のロシア人との『交流』が行われていること

- 今回の「視察調査」プログラムやルートを活用したインフルエンサーツアーの展開・情報発信

- ・次世代層との接点の多いインフルエンサーを対象に今回の視察調査で巡ったルート、体験したプログラムを通じて、北方領土問題を理解してもらい、参加者が展開するWeb、SNSを通じて、情報発信してもらう。

■情報を伝える重要なタッチポイントである商品パッケージの活用は重要。

商品パッケージにおいて、「北方領土」が記載されたものが「本物の北海道意匠・マーク」（＝リアル北海道）と定義づけ、記載を働きかける。

その際に、多くの企業と包括連携協定を締結している北海道（道庁）と連携することが効果的と考えられる。

- ・北海道庁と間で包括連携協定を提携している企業に対して北方領土を記載してもらうように要請
→その際に、パッケージに北方領土のマークを記載するガイドラインたき台の提示、S社、KK社のような北方領土記載の具体的な事例紹介を行う

■自身もできる活動として、署名活動の他、北方領土問題の啓発を行っている人などのFacebookに「いいね！」を押すや、イベント・展示会となっている。北方領土問題の啓発を行っている人などのFacebookシェア、Twitterリツイートも比較的高い。

■一方、自身のブログやSNSを通じて発信する活動について、「自分もできる」という意識は弱い。ソーシャルなイメージを持つためか、署名活動に対する意向は高い。

●領土問題に関係した活動に対して、多くがソーシャルな活動として捉えている。国民皆で考えるソーシャルな活動として引き続き認識してもらう配慮が必要。

- ・領土問題に関係した活動に対して、郵送調査回答者のうち、3/4（6.0%）が、「社会活動、社会性のある活動」と捉えている。
→上述したような同世代が関わる情報、北方領土のロシア人との「交流活動」といった情報は、ソーシャルな活動というイメージ強化につながる。

郵送調査 <N=2,097>	(%)				[自分もできる+興味は持てる計]
	自分もできると思う	自分ではできないが、興味は持てる	あまり興味も持てない	無回答	
a.自身のホームページ、ブログで北方領土返還要求運動への賛意や取組の紹介などについて自ら発信する	7.8	47.8	44.0	0.4	55.6
b.自身のホームページ、ブログで北方領土の地理や自然などを紹介する	8.2	53.5	37.6	0.7	61.7
c.自身のFacebook、Twitterなどで北方領土返還要求運動への賛意や取組の紹介などについて自ら発信する	9.2	39.4	50.9	0.5	48.6
d.自身のFacebook、Twitterなどで北方領土の地理や自然などを紹介する	10.5	44.0	44.9	0.6	54.5
e.北方領土問題の広報・啓発を行っている人のFacebookをシェアする/Twitterをリツイートする	22.9	34.0	42.5	0.6	56.9
f.北方領土の地理や自然などを紹介している人のFacebookをシェアする/Twitterをリツイートする	24.9	34.1	40.2	0.8	59.0
g.「北方領土返還要求運動」など、北方領土問題の広報・啓発を行っている人のFacebookに「いいね！」を押す	33.1	29.4	36.7	0.8	62.5
h.北方領土の地理や自然などを紹介している人のFacebookに「いいね！」を押す	36.2	28.9	34.2	0.6	65.1
i.北方領土に関するイベント・展示会に参加する	33.5	39.3	26.8	0.4	72.8
j.北方領土関連施設や地域を訪問する	19.4	53.2	26.8	0.6	72.6
k.元島民の話を聞く会に参加する	20.1	50.9	28.6	0.5	71.0
l.根室などの北方領土隣接地域から北方領土を見学する	19.8	55.5	24.0	0.7	75.3
m.「北方領土返還要求運動」の署名活動に参加する	51.6	26.6	21.3	0.4	78.3
n.北方領土問題に関する啓発用政府広報キャラクター「エリちゃん」グッズを利用する	16.6	30.9	52.0	0.5	47.4

■ソーシャルメディアの活用

- ・「北方領土エリカちゃん」フェイスブックに視察調査の情報を掲載。今回の参加者にはそちらの情報を拡散してもらう。
 - 視察調査の参加者の発言にあったように、「自分が発信しても信用してもらえない」こともあり、公的なSNSやWebサイトで情報を掲載し、そちらの情報を拡散・シェアしてもらう。
- ・ツイッターも同様に、公式ツイッターで情報発信し、今回の参加者にはそちらの情報を拡散してもらう。
- ・今回の視察調査の様子や次世代層の取り組みなど、北方領土に関する情報を集約した「まとめサイト」を作成する。興味がある人は、そのまとめサイトを訪れるとどのような取り組みがなされているのか、効率的に情報に接することが可能になる。

3. イメージキャラクターをより社会へ認知させるための方策

■「エリカちゃん」に「ゆるくないゆるキャラ」としてのキャラ付けを行い、独自のポジションを確立させる。そうすることで、堅い印象の北方領土問題を効果的に発信できるポジションを強化する。

- ・北方領土問題に関する情報について、事実をありのままに発信する、空気を読まない「ゆるくないゆるキャラ」として性格付け(キャラ付け)を積極的に行い、現在、5,000人台にまで拡大したフォロワーの増加を図り、情報発信力を高める。

→「ゆるくないゆるキャラ」というキャラ付けを行うことで、キャラクターのなかでも独自のポジションを築き、他のキャラクターとの差別化にもつながる。

■「エリカちゃん」接点とした情報発信／情報接点として活用する

- ・前述した様々な広報活動を展開する上でのハブとなる機能として、「エリカちゃん」SNSやフェイスブックを活用する。

→現在、5000人以上のフォロワーを抱えているツイッターを積極的に活用

→堅い印象の行政用語を使った情報発信も可能

→商品パッケージであれば、「北方領土」が記載されている商品をツイッターで紹介(応援)するコメントを掲載するなど

- ・百貨店などで開催される「北海道展」や道内で開催されるイベント(ロックフェスなど)に「エリカちゃん」を参加させる

→「エリカちゃん」ブースの展開も考えられる

■「エリカちゃん」を有効に活用する

- ・「エリカちゃん」やその友達といったメインキャラクターの他に、「隠れキャラ」も用意する

→ゲームに馴染みのある若い世代向けに話題性・面白さで訴求

- ・「エリカちゃん」の着ぐるみをイベントなどに貸し出す