

2024 年 6 月10日

「アマチュア無線の魅力向上アイデア」提案書

1. 提案者
 - ・氏名： 富山 至
 - ・年齢：
 - ・コールサイン： J H 4 P B Q
 - ・連絡先 住 所：
 - メール：
2. 提案カテゴリー（AまたはBを選択）
 - A 既に開局している若者や初心者にとっての魅力を一層高めるアイデア
 - ☒ B アマチュア無線を知らない若者に興味を抱かせ資格取得を動機づけるアイデア
3. アイディア名：本格的ストーリー漫画でハムの魅力を具体的に若者に発信する
4. アイディアの概要

対象年齢は小学校高学年～中学生程度とする。

過去の参考事例として ファミコン、ミニ四駆、ベイブレード、等々は何れも玩具メーカー等と出版社がタイアップして子供向け雑誌に漫画掲載し、それが起爆剤となり子供の間で大ブームとなり、20年以上も継続して玩具として定着している。これらの事例を踏まえ、関係団体が出版社とコラボし、対象年齢の子供達に、体系的にハムの魅力と奥深さを伝えるストーリー漫画を発信する。
5. 詳細説明
 - ◎詳細案 （PDF3 ページ）
6. 参考情報
 - ◎スポーツ／趣味を『主題』としたビジュアル作品一覧 概要 （PDF1 ページ）

案 詳細

1. アマ無線の魅力発信の対象年齢 ⇒ 小学校高学年～中学生程度を対象とする。

これは、現実論として高校生以上は、受験生として多忙、又はSNS等に既にはまってしまっており『今更』アマチュア無線に興味を持って貰うのは些か困難であると思われる。『無線は楽しいもの』という、自分達の信念/思い込みを一方的にPRするだけでは、若年層に興味を持って貰い、振り向いてもらうことは、現状、効率面でも労多くして益少なし、となる可能性が大であろう。

ご高承の如く（若者を夢中にさせるものとしての）我々の『敵』は、スマホ(SNS等)・ゲーム・PC等々、多岐に亘り、最早、無線交信が『非日常』ではなくなった現在、通り一遍の説明／説得ではアマチュア無線の魅力を伝える事は到底不可能であり、彼らに興味を持って貰う事は大変難しいと思われる。以前は、電波を使って遠方と交信する事は『大変カッコいいこと』であったが、今は当たり前前にスマホやネットで世界中と常時繋がる時代となっており、今の閾値に合った伝達の方法を取らねば、目標達成は困難であろう。『スマホどっぷり人間』達を、今更無線に振り向かせるのは、効率的にも良くないと思われる。

また国策としての『デジタル人材の育成』については、子供が理科系の事象に興味を持って貰うには、小学生頃が最適と思われ、また多少なりとも勉学に余裕のある年頃の子を対象にした施策でなければ、成果は難しいと思われる。

以上より、対象を一律に『若者全体』（小学生～高校生）とするより、ターゲットをもっと若年層に絞った方が、より効果的ではないか。

2. この年齢層に対し、一大ブームを生起させるのは然程困難ではないかも知れない。

☆過去の事例

◎ファミコン／スーファミ ⇒ 『ゲームセンターあらし』（作：すがやみつる）

◎ミニ四駆 ⇒ 『ダッシュ！四駆郎』（作：徳田ザウルス）

◎ベイブレード ⇒ 『爆転シュート ベイブレード』（作：青木たかお） 等々

以上は何れも、過去に玩具メーカー等と出版社がタイアップして、子供向け雑誌に漫画掲載し、それが起爆剤となって子供の間で大ブームとなり、20～30年以上の時を経た今でも、その玩具の後継機が継続して定着している。また当時熱中した子供が成人し、その子供達にもそれを伝えているとも聞き及んでいる。

☆以上の事例などを踏まえ、JARL・JARD・JAI A等、関係団体が意思統一して政府（総務省・経済産業省等）も巻き込み、雑誌出版社とコラボし、対象年齢の子供達に、体系的にハムの魅力と奥深さ、楽しさを伝えるストーリー漫画を発信する。

コミックによる発信を主軸として、YouTubeなどでも関連した動画の投稿を行い、併せてSNSを駆使して、連動した企画を、イベントクリエイターなどプロの助力を得て展開する。

3. 掲載対象となると思われる雑誌（何れか1社程度）

◎月刊コロコロコミック（小学館）

◎週刊少年ジャンプ（集英社）

○週刊少年サンデー（小学館）等

※掲載の是非についての判断は、各編集部の方針にもよると思われる。

タイアップ企画に前向きな出版社を選定すべき。

その為に『国のお墨付き』を貰う事が重要になる。

国策への協力であれば前向きな回答を得る事が、より可能となると思われる。

4. ストーリーテーマ案

◎無線を通じての電気や電波への興味から、デジタル全般に対する興味と理解の深耕

◎見知らぬ他者とのQSOを通じて、人間として必要な『コミュニケーション能力』の涵養と向上

上記を主テーマとして、小学五年生の主人公が（父親と一緒に）ハムの魅力にチャレンジし、家族との絆を深め、一人の人間として成長してゆく様を、ストーリーコミックとして発信する。

そのストーリーの中で、ハムの様々な魅力を、具体的に分かり易く読者に伝えてゆく。

a. アマチュア無線の初体験 体験会参加で初QSO 学校イベント(Ariss)への参加

b. 資格取得 4アマ講習会を受講 先生から色々なマナーなども教わる 合格通知

c. 1stQSO(第1声) 緊張と安堵と自信

d. ログの記入 ログ帳購入 記入する意味 ⇒ PC取得後は電子化(ハムログ)

e. QSLカード JARLお試し加入 初めてのカード記入と発行

f. 移動運用の体験 家族キャンプでポータブル運用

g. 電信の習得 パドル入手(OMさんから無償でプレゼントされる) 上級ハムに向け練習

h. 父親と一緒に3アマ講習会に参加 電信を覚えていた為、結構楽勝 50Wの出力が可能に

i. コンテストへの初参加 自分のコールサインが JARLNEWS に掲載される

j. アワードへのチャレンジ AJD WAJA JCC 交信に具体的な目標を持つ

k. パソコンの取得(中古ノート) 扱い方、キーボードの打ち方など習得 ハムログの導入

l. デジタルモードへのチャレンジ パソコンとの接続 FT8/FT4へのQRV (親と帯同で)

m. 電子QSLへのチャレンジ LoTW eQSL HQSL (親と帯同で)

n. ARDFへの参加 父親と一緒に走り回ってクタクタ 親子の絆も深まる

o. 非常通信を体験 OSOで人命救助

p. HFに出ていたら、いきなり外国から呼ばれた! 英語で初めてのDXQSO しどろもどろでぐったり

q. ハムイベントへの参加 8J1RL 隊員の話聞く ジャンク市の楽しさを体験

r. 記念局の運用をさせてもらう 特別コールサインでのQRV

等々、様々なテーマでのストーリー展開を行う。（話題には事欠かないと思われる）

ストーリー中で、携帯/スマホとアマチュアは何が違うのか、明確に示しておく事は必要。

※上記などのストーリーを、雑誌社を介し、原作者と漫画家を選定してもらい、依頼して製作する。

JARL/JARDは『監修』の位置付けとし、ストーリー展開等は先方のプロに任せる。

（過去、ハムでもある、すがやみつる氏がハム用の問題集も書いているが、本人も73歳とのことで、当人への依頼は本人次第？）

※今まで、ハムの紹介については、単発では、様々な漫画/イラスト等で紹介されたことはあるが、体系立ったストーリー展開のものは無かった筈であり、ハムの魅力を余さず継続して紹介するビジュアルとしての媒体は、今の時代、必須ではないか。

アニメ大国日本ならではの方法でのチャレンジが望まれる所であり、ビジュアルを中核とした、メディアミックスでの取り組みは、現代においては必然の手法と思われる。 連載コミックとして、少なくとも2年程度以上継続して掲載し、同時に SNS 等、種々の媒体でフォローをおこなう。

※別紙の如く、他の趣味やスポーツは既にビジュアル化が進んでおり、我々は最後発組でしかない。アマチュア無線の持つポテンシャルについては、ユーザーが漸増している諸外国の現状を見ても、適切な動機付けさえ行なえば、先述の様々な『遊び』や趣味・スポーツ等に比しても、より大きな潜在力があり、若年層にも、魅力的な趣味として受け入れられよう。

※数ページ～十数ページの漫画パンフレット等を単発で制作してお茶濁しをする事は全く無意味である。コミック形式としても、それをどう読者に届けるか、読んで貰うかについては、専門の雑誌社等の力を借り、人気誌に継続して連載して発信せねば、意図した効果を上げることは叶わぬであろう。

繰り返しとなるが、やはりマスメディアの力はいまだ絶大であり、その力を継続して借り、メディアミックスでの展開を行うことこそ、最小コストで最大の実効を上げる最短距離であると考えられる。

5. 予想されるコスト

上記のコラボ方式だと、こちらからの費用の追加持ち出しは無償、若しくは然程かからないと思われる。

※当初は、出版社とのジョイント方式で行うも、人気が出れば無償、となる可能性も大である。

メディアミックス展開に関しては、その質と量に応じ、主催者側の若干の持ち出しとなると思われる。

6. 普及の見込み

マスコミ誌(少年誌等でも)に掲載されれば、読者層の親達も含め、認知度は非常に上がると思われる。

また、メディアミックスで話題となれば、その上の、高校～大学生層などにも波及が見込まれる。

7. 上記実現後のフォロー策

◎小中校のイベント等で声がかかった場合、支部や地元クラブが確実にフォローし、体験会や交信イベントを積極的に実施する。

◎若年層でアマチュア無線資格取得の要望が増えた場合、学校単位で講習会を実施する事も検討。

以上

追記: 当局はこれまでJARDの3アマ/4アマ講習会講師を行ってきて、今年で20年目になります。

これまで3000名以上の生徒さんと一期一会を体験してきましたが、小学生～中学生の皆さんも結構受講に来ており、ほぼ全員合格しています。

小3以上位ならまず合格できており、この世代の皆さんがハムになる事は全く当たり前の事であり、また好奇心旺盛な年頃でもあり、小学生ハム/中学生ハムが増える事は、大変楽しみです。

中には『早過ぎないか』と思われる方がいるかも知れませんが、そのような心配は皆無であると思っております。

また、小学生が学校の授業でパソコンを使用するのは、5～6年生からの都道府県が多い模様でキーボードやマウスの使い方を学校等で学習している年頃でもあります。

そして英会話についても、小学校五年から必須となっており、お空の上で、生きた英語を使える趣味であることは、語学学習の面でも大きなメリットとなります。

当局の子供も、30年以上前の小学生時代、雑誌(コロコロコミックと記憶しています)の漫画の影響もあって、ミニ四駆やスーファミにはまっていました。コミック誌の、子供への影響力は絶大なものがあると感じておりました。

補足資料

マーケティング戦略視点でのアマチュア無線のPR展開

今回の取組みについて、アマチュア無線という『商品』を、世の中にどう『PR』して誰に『売る』か、という視点から捉えてみる事も必要であろう。

その為の試行として、『マーケティング戦略』の考えに基づき、以下私見を述べる。

1. 基本スタンス

現状において、アマチュア無線という趣味は、最早勝ち組ではなく負け組—マイナーな趣味—としての位置づけで捉えるべきであろう。90年代ならともかく、今の時代においては『忘れ去られつつある趣味』となりつつある。よって、その復権への取組みについては、総花的且つ全方向的な取組み(強者の戦略)でなく、絞り込みを行い、より効果的な部分に選定特化しそこに集中して注力する(弱者の戦略)を取るべきと考えられる。

2. ターゲット

限られた時間とリソースを最大限に生かす為には、セグメント化したターゲットの中から、より効果の上がる部分を選定し、そこに3要素を集中して取り組むべきである。

趣味嗜好がより多様化し、様々な趣味／遊び／ツールが混在している中、『激戦区』を対象とする事は、労多くして益少ない。現状、アマチュア無線は、スマホ／携帯やPC、SNSなどに比しては、より『ニッチ』な位置付けとしかならぬと思われる。

アマチュア無線が『ブルーオーシャン』として位置づけられる対象、つまり、未だ他の趣味等にどっぷりつかっていない層を、まずターゲットにすべき。『レッドオーシャン』への注力は避けるのが賢明。その面からも、取組みのメイン対象を『小中学生』の年代層に特化すべきである。

3. コア・コンピタンスの明確化

アマチュア無線が、他の趣味に比し優位な点を予め明確にし、その部分を前面に出し、全面的に訴求するスタンスが必要。

◎優位性1 人間のコミュニケーション能力(対話力・説得力・論理的思考力等)の涵養と向上が可能。アマチュアの交信は基本、片通話であり、相手の話を良く聞き、それに対する受け答えと、自分からの新たな話題を同時に考えておき、次にマイクが回って来た時、合わせてそれらを話す。その繰り返しにより、論理的思考能力や、自分の思いを確実に相手に伝える力などが自然に備わってくる。

また、QSOに慣れてくると、人前で話すことも平気になってくる。(赤面恐怖症の克服)

※スマホ／携帯は、同時双方向通話で、通常の会話と同じレベルであり、相手の話の内容を咀嚼／演繹する時間は殆ど取れず、基本、コミュニケーショントレーニングにはならない。

◎優位性2 年齢、性別、地位、職業など関係なく、誰とでも知己となれる

あらゆる趣味の中で唯一、安心して誰とでも話すことが出来る。街中で『ちょっとお話しませんか?』などと誰かに話しかけると、大抵ドン引きされてしまう世の中であるが、アマチュアは、相手の素性が明確(コールサインで個人を紐付け)で、安心して自由にCQを出したり交信したりすることが可能。

基本対面ではない為、女性や子供でも相手に威圧感を感じる事なく、安心してフラットに対話ができる。特に女性は、わざわざ化粧や身繕いをする事なく、気軽に人とコミュニケーションする事が可能。

また言葉さえ通じれば、世界中の誰とでも知り合うことが出来、実社会では全く縁もゆかりもない人とも、同じ趣味を持つ仲間として出会い、友人となることが可能。

王様やタレントなどの有名人、宇宙飛行士などとも直接話すチャンスがある。

※スマホ／携帯は、基本的に『知っている人』としか話せない。(出会い系サイト等はリスクが多すぎる)

◎優位性3 電気や電波、メカやPCなどにも知らず知らずのうちに強くなれる。

継続してアマチュア無線をやっていると、自然にそれらと接することとなり、意識せずにそれらの知識を吸収でき、興味の赴くままに『デジタルスキル』も身につけることができる。

国策としての『デジタル人材の育成』にぴったりの趣味。

◎優位性4 電波を発するには国の免許が必要であるが、アマチュア資格は制限が設けられておらず、『だれでもよい』となっており、年齢や性別、国籍も問われない。また身体にハンデキャップが生じても一生の趣味として続けることが可能。(ブラインドハム・車椅子からオンエア等)

◎優位性5 基本的に、世代の垣根が存在しない。

『コミュニケーションを取る』ことは人類社会の基本であり、家族でアマチュアを楽しんでいる人たちも多く、あらゆる世代が同じ趣味を共有することが可能。

同じ趣味を持てば、親子の絆を深めることもたやすい。

◎優位性6 趣味として必要な投資額が(ケースにもよるが)他の趣味に比し、比較的少額で済む。少ない投資で始められる。(それが、やめやすいという側面でもあるが)

◎優位性7 趣味として、大変奥が深い。

アマチュアには様々な要素があり、種々のテーマ、切り口で楽しむことが出来、一生の趣味として飽きることがない。

等々、上記のアマチュア無線が持つコア・コンピタンスを、体系的に世の中に伝えてゆく事が求められる。

4. 具体展開

◎実際は大変幅広く奥の深いアマチュア無線の魅力を、一朝一夕に伝えることは困難であると言わざるを得ず、その為には継続して種々のテーマ毎に分かり易く解説することを要す。

よって、ハムの魅力を確実に伝える為には、『継続した発信の為のプラットフォーム』が必要となる。

現代の若者は、本離れが進んでいるといわれている一方、ビジュアルな媒体には大変親和性があり、漫画／コミックやアニメなどは、物心ついた時から親しんでいる。

若者をターゲットにしたマーケティング戦略を展開するのであれば『ビジュアルでハムの魅力を継続して伝えるプラットフォームを確保する』こと、が最適と思われる。

◎プラットフォーム案 ⇒ 少年向け漫画誌に連載し、それを主軸として情報を発信。(ペイドメディア) 無線の面白さを個々に伝えるには、夫々のテーマについて、プッシュ型で知ってもらふ必要がある。

参考: 漫画制作費の概算(制作費のみ)

1話(20ページ前後) で15万円～40万円 程度 ⇒ 月刊誌2年分で、400～1000万円
との事であり、全額を当方が負担するより、モアベターな策としては、『ジョイント方式』が良いと思われる

る。

※ジョイント方式(ジョイントプレス方式)とは、製作を出版社等に依頼し、実費(印刷費等)を依頼者側が負担し、宣伝やプロモーション等は出版社側が行う方式。費用リスクを分散させる事が可能。

ストーリーテーマが読者に受け入れられ、漫画に人気が出てその雑誌の発行部数が伸びれば、出版社側も、当方への費用分担は減額、若しくはあらためては求めてこないと思われる。

(当初の契約で、その旨明記しておければベター)

※本来のジョイント方式は、単発の文芸作品等に対して出版社の方から提案して発刊するやり方であり、雑誌に掲載してもらう漫画作品に対し、それが可能か否か、相手先次第とは思われるが。

ただ世の通例として、様々なメーカー等と雑誌社がコラボするのは、枚挙に遑がない事ではある。

◎上記漫画掲載を軸に、SD 会議の『オウンドメディア』としてWEBサイトを製作し、あわせSNSやYoutube等で関連情報を体系的、意図的に発信し、メディアミックスで認知度の向上を図る。

◎プラットフォームとしての『アニメ作品』に関して

アニメで上映されれば、確かに認知度はよりアップされると思う。しかし、発信できる『総情報量』については、冊子での漫画の方がより高密度であり、費用対効果の面からも、当面は得策ではないと考えられる。

参考:アニメ制作費の概算

1クール(13話 約3ヶ月で放映) で1億5千万円~2億円 程度 とのこと

漫画で人気が出れば、先方からの逆提案でアニメ化の話もあるかも知れぬが、あくまでフロックとして考えておき、コスト面からも、当初計画には入れておくべきではない。

若しそれが実現可能となった場合は、JAIA 会員などからスポンサーを募り『製作委員会方式』として費用の分散化を図ることがベターであろう。

※オリジナルアニメの場合、製作したDVDが一定数以上売れたら、制作費が回収でき、負担はかからないそうである。

◎メディアミックス戦略展開の先行事例

(多少、年代は古くなるが)先述の

○ミニ四駆(タミヤ) ⇒ 小学館と共同のメディアミックス戦略(漫画・アニメ等)

○ベイブレード(タカラトミー) ⇒ 『コロコロコミック』や小学館学習雑誌と組み商品記事と漫画を連載
(上記参考:Wikipedia)

なども参考になると思われ、他事例について様々なベンチマークを行い、戦略展開を図ってゆくべき。

以上

スポーツ／趣味を『主題』としたビジュアル作品（一部抜粋）

※下記の如く他のスポーツ／趣味等では、既に多数がビジュアル化されており、ファン獲得に多大な効果を上げているが、なぜか アマチュア無線だけが、未だにそれを主題としたビジュアル作品が存在しない。この辺りも我々のPR不足として反省材料になるのではないか。

	項 目	漫画化	アニメ化	作品名	備 考
スポーツ	野球	◎	◎	タッチ・MAJOR・巨人の星・ダイヤのA・他	一部ゲーム化
	サッカー	◎	◎	キャプテン翼・アオアシ・ブルーロック・他	一部ゲーム化
	テニス	◎	◎	テニスの王子様・てきゅう・エースをねらえ・他	一部ゲーム化
	バスケットボール	◎	◎	スラムダンク・黒子のバスケ・あひるの空・他	一部ゲーム化
	弓道	◎	◎	ツルネ	
	柔道	◎	◎	柔道一直線・YAWARA!・もういっぽん!・他	一部ゲーム化
	剣道	◎	◎	六三四の剣・他	
	新体操		◎	バクテン!!	オリジナルアニメ
	水球		◎	RE-MAIN	オリジナルアニメ
	スカイスポーツ	◎	◎	ブルーサーマル	
	ゴルフ	◎	◎	あした天気になあれ!・オーイ!とんぼ・他	
	登山	◎	◎	ヤマノススメ・神々の山嶺	
趣味	釣り	◎	◎	釣りキチ三平・放課後ていぼう日誌・他	
	キャンプ	◎	◎	ゆるキャン△	
	自動車	◎	◎	頭文字D・よろしくメカドック・他	
	バイク	◎	◎	ばくおん!・バリバリ伝説・わんおふ-one off-	
	自転車	◎	◎	弱虫ペダル・ろんぐらいだあず!・OverDrive	
	器楽	◎	◎	響け! ユーフォニアム・青のオーケストラ	
	囲碁	◎	◎	ヒカルの碁	
	将棋	◎	◎	それでも歩は寄せてくる・りゅうおうのおしごと・他	
	百人一首	◎	◎	ちはやふる	
	ロボティクス	◎	◎	ロボティクスノーツ	PS4でゲーム化
	写真	◎	◎	たまゆら・Just Because!	キャノンとコラボ(Just Because)
	アマチュア無線				