

2024 年 6 月 26 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（グループの場合は代表者）：小池貞利
 - ・ 年齢：
 - ・ コールサイン（局免許保有者の場合）：JF9SOM
 - ・ 連絡先 住 所：
 - メール：
 - ・（グループの場合）代表者以外の構成員の氏名・年齢：

2. 提案カテゴリー（AまたはBを選択）

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： 「君もハムになろう！」キャンペーン基金の創設

4. アイディアの概要（200 字以内）：

昭和時代には、小学生向け月刊誌を含む各種雑誌にかっこ良い無線機等の写真とともに「君もハムになろう！」と記された広告メッセージを数多く見かけたが、現代においては、このような広告は、全く出されていない。当然ながら、適切なプロモーション活動なしに自動的にハムが増えていくことなどありえない。そこで、各種プロモーション活動に必要な資金を集めるため、クラウドファンディングによる基金を設立する。

5. 詳細説明（図表を含めて 4 頁以内）：

我々シニアの世代が若かった頃には、TS520 や FT101 の並んだシャック（若い女性とその前に座っていたものも多かった。）の写真に掲載した「君もハムになろう！」と書かれた広告が数多く出されており、これらを見て、ハムという趣味に憧れを感じ、従事者免許の取得へと動機づけられた若者は多かったと思う。「私をスキーにつれてって」という映画で、松任谷由実の音楽を BGM にアマチュア無線で連絡を取りながらカッコよくスキーで滑ってくるシーンの影響も大きい、あれもプロダクト・プレイスメントと言われるマーケティング手段の一つである。

このように 1980～90 年代にかけてアマチュア無線ブームが発生したのは決して偶然ではなく、適切な広告等のマーケティング活動が行われた結果、発生したものである。

しかしながら、現代においては、全くと言ってよいほど、ハムを増やすための適切なマーケティング活動は行われていない。日本全国各地で、体験運用を実施して、一生懸命に高齢のアマチュア無線家が小中学生を勧誘している様子もあるが、70 歳前後の高齢者が、無線機の前に座って CQCQ と叫んでいるところを子供たちに

見せ、少し体験させたところで、「かっこいいなあ、おもしろそうだなあ」と思うだろうか。逆に、お年寄りのおじいちゃんたちが、わけのわからないことをやっているなあ、アマチュア無線ってお年寄りの趣味なんだなあ、と思われ、彼らをアマチュア無線から遠ざけるだけではないだろうか。

はっきり言って、体験運用程度で、アマチュア無線人口が増加に転じることなどありえない。これはB29に竹槍で戦いを挑んでいるに等しい。今、必要なのは、戦略的なマーケティング活動を実施することである。しかしながら、プロモーション動画を作るにしろ、SNS 広告を出すにしろ、これらには、かなりのコストがかかるのも事実である。

一部のアマチュア無線家は、総務省が予算をつけてアマチュア無線人口を増やす努力をすべきであるなどと主張しているが、総務省が、「ハム」という特定の趣味を活性化させるためのプロモーションに税金をつぎ込むことなどあり得ないことであり、また、あってはならないことである。

そこで、当方は、必要なマーケティング活動のための資金をクラウドファンディングにより集めることを提案する。アマチュア無線は、かなりのお金がかかる趣味であり、今のアマチュア無線人口の6割以上を占める高齢者層にも、資金的な余裕がある人達が多い。そして、現在、若いアマチュア無線家が減少していることに危機感を抱いているのも、この高齢者層である。

そこで、この高齢者層のアマチュア無線家に方々に対し、一口50,000円以上で、基金への出資を要請すればよい。当然ながら、この基金の使い道やその効果等については、透明性を維持し、出資者の期待に応えられるよう、詳細なマーケティングプランも作成する必要もあるだろう。しかしながら、若いアマチュア無線家を増やし、アマチュア無線人口を増加に転じさせるためには、一定の資金が必要であり、それを捻出するためには、このような基金を創設することが必要である。

6. 参考情報

なし