

LINEスタンプを用いた能登地方の地域活性化

29班

要旨

近年、能登半島では人口減少や若者の流出が進み、祭りや方言などの地域文化の継承が課題となっている。そこで本研究では、若い世代に能登の魅力を発信し、地域への関心を高めることを目的として、能登の観光地や方言、伝統文化を題材としたLINEスタンプを作成した。今後は、LINEスタンプの販売に加え、SNSでの発信や公共施設にLINEスタンプに関するカードを設置することで、認知度を向上させたいと考えている。スタンプ制作を通して、私たち自身も能登の魅力を改めて認識し、自分たちの住む地域以外にも多くの魅力があることを実感した。したがって、まだ広く知られていない能登の魅力を積極的に発信していくことの重要性が明らかになった。

1. 研究背景と目的

近年、若年層が地域の文化や伝統、方言に触れる機会は減少している。特に能登半島では、令和6年能登半島地震の影響により、30代以下の人口減少が40代以上と比べ2倍超のペースで進んでいることが時事ドットコムの調査によって明らかになっている（図1）。そのため、能登半島では祭りをはじめとする地域の伝統文化の継承が困難になっている。さらに、観光地や方言など、地域の魅力を若い世代に受け継いでいく機会も減少している。

そこで、私たちは日常的に利用されているLINEスタンプを活用することで、能登の観光地や方言を身近に感じてもらい、地域への関心を高めることができるのではないかと考えた。LINEスタンプは、楽しみながら情報を発信・共有できる身近な手段であるため、若者に対して魅力を発信する効果的な手段であると考えた。



図1 奥能登4市町村（能登町、穴水町）の人口減少率

2. 調査・分析

LINEスタンプに関するアンケート調査を七尾高校の3年生を対象に実施した。その結果、LINEスタンプを購入する際に特に重視する項目は、「デザイン」「使いやすさ」「価格」の3項目であることが明らかになった（図2）。この結果を踏まえ、多くの人に利用してもらうためには、これら3つの要素を重視したスタンプを制作することが重要であると考えた。

また、LINEスタンプを使用する場面や購入時の予算、スタンプの題材として取り入れてほしい観光地や方言などについてもアンケート調査を実施し、その結果をスタンプの制作に反映させた。

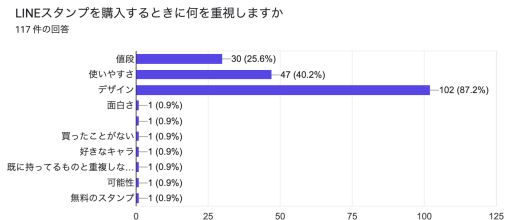


図2 LINEスタンプに関するアンケート調査の結果

3. 解決に向けた提案と実践

調査・分析の結果、若者はLINEスタンプを購入する際に「デザイン」「使いやすさ」「価格」を重視していることが明らかになった。そこで本研究では、これらの要素を取り入れながら、能登の観光地や方言、伝統文化の魅力を発信できるLINEスタンプを制作することを提案した。

提案を実現するため、能登の観光地や方言、伝統文化を題材としたLINEスタンプを制作した。具体的には、青柏祭や輪島塗などをモチーフにデザインを作成した。さらに、保護者の方から「イラストと言葉が一致していたほうが良い」「七尾高校らしさがあるとより良い」といった意見をいただいた。これらのアドバイスをふまえて、イラストと方言の組み合わせを見直し、七尾高校の校章をデザインに取り入れた。そして、イラストレーターの方からも助言を頂き、より親しみやすいものとなるように改善を行った。また、使いやすさについては、アンケート結果を参考に日常会話で使いやすい方言を採用した。さらに、価格についても、アンケート結果を踏まえ、多く

の人がスタンプ購入時の予算としていた100コイン（約300円）に設定した。

また、LINEスタンプの認知度向上を目的として、スタンプのデザインと購入ページへアクセスできるQRコードを掲載したカードを作成した。このカードを能登食祭市場、七尾駅、穴水駅、道の駅のと千里浜の4か所に設置することで、多くの人の目に触れる機会を増やし、LINEスタンプの認知度向上につなげたいと考えている。



図2 LINEスタンプのデザイン案

4. 考察

アンケートの結果において、能登をモチーフとしたLINEスタンプの購入意欲は一定数見られたものの、LINEスタンプにしたい方言やモチーフの案についての回答(任意)は、数は全体の半数に満たず、また回答の中においては方言の案が約9割を占めていた。このことから、方言は日頃から頻繁に使用するため馴染みがあり、案が多く出た

ことが考えられる一方で、観光地やモチーフとなるものについての回答が少なく、地元の魅力に対して無知である人や、地元についての興味関心が薄い人が一定数いることが考えられる。これらの結果から、LINEスタンプをはじめとする、普段の生活に密接に関係するもので能登の魅力を表現、発信し、地元について考えるハードルを下げることが、若者が地元の魅力を認識するために重要な要素となるのではないかと考えられる。

また、保護者からは、LINEスタンプを購入した人が他者とのトークで使用するにより、能登の魅力が自然に広まるのではないかという意見が寄せられた。一方で、デザインのみで能登のモチーフを表現しようとしても、一目見ただけでは能登のものだということがわかりにくいという意見や、LINEスタンプではSNS等ほどの拡散力が期待できず、能登の魅力発信のために十分とは言えないのではないかという意見も聞かれた。これらのことから、LINEスタンプは地域の魅力を発信する有効な手段の一つになりうると考えられるが、LINEスタンプの中にモチーフとしたものの名称を入れて能登のものであると分かるようにしたり、SNS等を用いた十分な宣伝をしなければ、魅力に気づくという効果が得られにくいということが考えられる。

5. 今後の課題と展望

今回の探究活動では、時間内に販売までこぎつけることができず、LINEスタンプの能登の魅力発信という目的に対する正確な効果が検証できなかった。そのため今後は、制作したLINEスタンプの審査を経て、実際に販売する予定である。また、地域住民が利用する公共施設にLINEスタンプを紹介するカードを設置するとともに、若年層の利用率が高いInstagramなどのSNSを活用し、LINEスタンプの認知度向上を図りたいと考えている。

6. 結論

LINEスタンプの制作を通して、能登では特産品のブランド化や観光地の商標登録、SNSを活用した情報発信など、地域の魅力を広めるための様々な取組が行われていることを知った。一方で、能登地域であっても、自分が住んでいない地域の観光地や文化、方言については十分に知られていない現状があり、地域の魅力の認知度には課題があることを実感した。以上のことから、まだ広く知られていない能登の魅力を継続的に発信し、その価値を次世代へ受け継いでいくことが重要であると結論付けた。

7. 参考文献・協力団体

〈Webサイト〉

時事ドットコム「能登半島地震ニュースまとめ」

<https://x.gd/rSfLt>

（最終閲覧日：2026年7月9日）

〈協力団体〉

- ・ 合同会社LUCKBAG
- ・ 西日本旅客鉄道株式会社
- ・ 道の駅のと千里浜
- ・ 能登食祭市場
- ・ 御陣乗太鼓保存会
- ・ 輪島漆器商工業協同組合