

## 第4節 市民の力を町の活性化に

渡部萌子

### 1. 宇都宮の代表的な魅力

「意外に都会だな」私が宇都宮に来て1番最初に受けた印象だった。比較的大きな駅、ショッピングビルディングがあり、人も行き交っている。岐阜のド田舎から出てきた私にとっては関東圏内に位置しているだけで、かなり都会的である。大学進学のために上京してきた私だが、生活するのに宇都宮は十分な便利さだと感じていたが、中には宇都宮が不便な場所だと嘆く学生も多い。様々な地域から来た学生が集まっている宇都宮大学だが、学生によって宇都宮に対しての捉え方がかなり異なるようだ。

栃木県宇都宮市は栃木県の県庁所在地であり、人口総数が516,842人で男性が257,500人、女性が259,342人である<sup>1</sup>。(平成26年6月1日現在)東京からの交通アクセスは、東京駅、上野駅からJR東北新幹線、上野駅からの宇都宮線(東北本線)と浅草からの東武鉄道、それに加え東北自動車道がメインルートとなっている。宇都宮の公式HPを見ると「すめば愉快だ宇都宮」というキャッチフレーズと共にとてもPOPな見やすい公式HPが存在する。暮らし・教育・観光等のジャンルに分けられたトピック検索や、24時間・年中無休対応の市政情報コールセンターの電話番号もとても見やすく載っている。

宇都宮市の魅力といえ、まず思い浮かぶのは餃子ではないだろうか。しかしこの餃子が有名になった理由としては、何か宇都宮の特産物がないかと思った人がたまたま家庭での餃子の消費料が他県より1番多かったというのを見つけ、それを有名にしたという噂もある。ゆえに宇都宮に来た人は美味しさを求めて餃子を食べるが、実際のところ特に味はわからないというのが本音でもある。またジャズ・カクテルの町とも言われているが、実際のところそれを実感した記憶は宇都宮に住み始めて3年目の私にはわからない。

### 2. 若者からの視線で見える宇都宮

しかしそんな私がこの栃木県宇都宮市において一番注目したいのは市民の力、特に女性の力を生かした活動である。宇都宮市内には駅ビルのPASEO、ララスクエア、PARCO宇都宮店、インナーパーク、ベルモールなど若い女性がいり物をするために、休日に出かける身近な場所が多い。中高生、大学生からOL、主婦、家族連れまで幅広い層の女性たちがよそ行きの格好をして街に溢れる。そして駅やPARCOの周りでは土日祝日になると、雑誌はフリーペーパー、HP等のスナップ写真を撮っている人が多い。私自身、何度か声をかけられ実際にスナップ写真をとってもらったことも何度かある。スナップ写真をとる人がいて、とろうと声かけをしている人がいる時点で街として栄えている証であり、若者が多くあつまる証拠なのである。

先ほど述べたように東京からの距離感が作り出す時差は逆に宇都宮の最大の魅力となる。東京で流行ったものが何ヶ月または何年後かに遅れてやってくる。その流行りが宇都宮で適合するかしらないかによって、宇都宮でうけるかうけないかは別だが様々な企業はそのチ

<sup>1</sup>宇都宮市公式HP「宇都宮市の人口・面積など」(2014年6月26日現在)

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/gaiyo/shinogaiyo.html>

チャンスに目を光らせている。その例が2つあり、1つ目がフラッシュモブである。フラッシュモブとは街中や結婚式場で予告なしに人が踊り出し、ちょっとしたサプライズを行うもので、直接ダンサーが仕事としてオファーする場合もあるが、ダンサーと結婚式場やショッピングモール等との間をつなぐパイプ役としての会社も存在する。2つ目はカフェである。特に大学生が行きやすい大学のそばや駅の近くに少し洒落た内装で、見た目にも少しこだわり、いわゆる女性ウケの良いメニューの可愛いカフェが宇都宮には多数存在する。特に若者にとって、ちょっとご飯を食べるだけでも、友達とせっかく遊んでいる時なのだからとおしゃれなカフェでランチをし、むしろ一人でランチをするお客さんも見受けられる。こういった人生においてなくてもよいが、あったらプラスアルファになるようなことが若い女性の好物だといえる。そして私がなぜそんなに女性の力について注目しているかというと、女性には男性と違って周りを巻き込む力が強いと信じているからである。

### 3. 人の活力を使った企業

その女性の巻き込む力と遅れてくる流行りをうまく利用した事業を行っている会社がある。株式会社インターネットファクトリーは親会社がカテル株式会社とあってマーケティングサービス、デザインクリエイティブサービス、WEBサイト制作サービス、システム開発等を行っている会社であり、カテルという名には英語で「cater」という人を喜ばせる、必要な物を供給するという意味が込められており、2004年9月17日に設立された。<sup>2</sup>

この会社の一つの事業として「とちモ」がある。この事業はいわゆる広告会社等の企業とアマチュアモデルのパイプ役の企業で、具体的な活動内容としては、土日祝日に若い女性が集まりやすいショッピングモール等に出向いて特設会場を設け、そこで女性に声をかけて簡単なスナップモデルの体験をしていただき、その写真をインターネットのサイトに数秒間載せ、また体験をしたモデルは自動的に「とちモ」メンバーに登録される。「とちモ」メンバーになると、登録のメールアドレスに様々な仕事の依頼が届き、自分のスケジュールと調節して、もしその仕事ができそうであれば、仕事にエントリーをし、応募人数より募集が多かった場合、オーディションを行う場合もある。仕事内容としては、県庁委託の地方のキャラクターと一緒にリポーターをする仕事や、ファッションサイトのモデル、ミュージックビデオの出演、新しくオープンするお店の広告モデルなどである。女性に支払われる給料はさほど高くなく、いわゆるアルバイト代と同じくらいだが、ほぼすべての活動が栃木内で行われるため、わざわざ東京まで出向く必要性もないし、女性側にとっても今までしたことのないような体験をする機会が与えられる。

実際に私自身が撮影会に参加した感想としては、まさか自分が撮影なんてしてもらえるようなアマチュアであるにしてもモデルという体験ができることが新鮮で、また自分の努力次第でwebのファッション通販のモデルを実際にできるということで、自分が以前描いていたモデルというものよりも敷居が低く、手の届く微妙な距離にあり、また知人が実際にモデルをし、またプロモーションビデオに出ることによって、私自身美しく綺麗になりたいとやる気に満ち、きっと私以外の撮影体験やリポーター体験をした女の子は同じよう

<sup>2</sup>“LOGIC&MAGIC”カテル株式会社（2014年7月4日現在）

<https://www.caters.co.jp/company/>

に思うのではないのだろうか。ゆえにこの事業をきっかけに可愛くおしゃれな女の子が増えるということである。そういった女の子が増えれば、ファッションや美容に関する興味関心が増え、より情報を欲するようになる。そして女の子たちは互に刺激し合い高め合う、しかも勝手に。そこが男の子にはなく女の子の特徴なのだ。ゆえに可愛いまたは美人の周りには可愛いもしくは美人な女の子が集まるというのも理解できる。

またこの企業の中で輝いているのは「とちモ」メンバーの女性だけでなく、そこで働いている社員の女性も輝いている。この方は私がこの企業と知り合うきっかけを作ってくれた方で、もともととちモ撮影の呼び込み・声かけを担当していたのだが、次第に様々な仕事の責任者を引き受けるようになった20代の女性である。明るくておしゃべりな彼女に引き寄せられ、私も心をすんなりと開いてしまったのが仲良くなったきっかけでもある。後に何度か食事と取りながらお話を聞く機会があったのだが、彼女は仕事のお話をしている時とても生き生きとしており、とちモの女の子たちが可愛くてしょうがないとまで言っていた。人を記憶する力に優れており、一度会った子のことはたいてい覚えており、2回目以降撮影会に参加してくれた子に対しては自分の記憶をたよりに話を弾ませるといふ。以前別の仕事から転職した彼女は今の仕事が楽しくてしょうがないとまで話している。また彼女自身も整体やネイルサロンに通うようになり、やはり呼び込みをしている側もおしゃれで美しくなければならぬのではと以前より意識するようになったとのこと。やはり生き生きと仕事をしている同世代の女性から巻き込む力を通してとちモの女の子たちもまた撮影会に遊びに行きたいと思うのではないだろうか。

話は女の子から逸れるがこの企業のターゲットが若い世代であるということもあり、活動内容の発信能力に長けている。若者がよく利用するfacebookにはその日の撮影会で仲良くなった女の子の写真と一言を添えて載せ、ホームページサイトには撮影会予定を載せ、女の子たちが参加しやすいようにし、活動実績やとちモ募集ページも載せている。この企業側の発信力にプラスし、女の子たちの口コミやTwitterの更新により、自然と撮影会の存在が広まっていく。私が始めてこの企業にかかわらせてもらうきっかけとなったのも、撮影会を始めて早い段階で声をかけられ撮影されたことで、それがちょっとしたことで始まり、今では私の知り合いも多数、撮影の経験をし、また今たまたま撮影会に顔を出すと、前より女の子がたくさんいて賑わっているように感じる。

また発信力という意味で活動内容の一つである、県庁委託の仕事の話に移る。この仕事はこの企業が他の企業から勝ち取った県庁委託の仕事であり、町起こしで最近流行っているご当地キャラクターとともに若い女性リポーターが、ご当地のリポートをし、宣伝するものである。ここには様々な方向でwin-winの関係が築かれており、まず県の仕事を県庁委託という形にすることによって、より柔軟で発想力のあるものにしており、リポーター側としては、この活動を通してさらにご当地のことを知るきっかけとなり、今まで以上に興味が湧き、かつ自分自身貴重な体験ができるという、これまたwin-winの関係を作り出している。

これからの会社の活動方針としては撮影会の活動地域拡大ということで、北は那須の方に既に幅を広げており、ゆえに次は白鷗大学に近い小山駅や小山駅近くに最近できたハーベストと呼ばれるショッピングモールに進出していくとのこと。やはり若くておしゃれに関心のある年代といえ、アルバイトもしつづ時間に余裕のある大学生がターゲットとされ、

大学近くにある大学生が集まる場所を押さえておけば間違いないということである。

#### 4. 他の地域でも女性が惹かれる地域

女性の力を活用しているのは宇都宮以外にももちろんある。その例として報道番組バンキシャの特集として組まれた2040年に若い女性の人口が増加されると予想される自治体ランキングというものがある。<sup>3</sup>田舎に若者がいなくなるということは、田舎で育った子供がUターンと言って、大人になって働く場所のない田舎に帰ってこないせいで、田舎の過疎化が進むというものである。都会に出て結婚相手を見つけ家族を持った男性について田舎に行く嫁にとって、住みやすさや子供を育てる環境、また自分自身の働き口のことを考慮するとかかなり決め難い問題である。この特集のランキングによると、石川県北川町が1位となっており、理由は上水道の料金が10トンまで無料、さらに15歳以下の子供が3人以上いる家庭には3人目以降の保育料がかからず、チャイルドシートの購入に2万円の補助金がもらえ、18歳まで医療費免除など家計に優しく手厚い支援である。この背景には北川町はかつて農村地帯で金沢市や空港から近いことが理由で立地を生かし工場の誘致を進めた。2位の秋田県大潟村は農家が広大な農地を所有しており、効率的な農業が成功した地域である。機械化された農家であるゆえに家庭が農業で追われることもなく、安定した収入が村の魅力の一つであり、毎年20~30人の女性が移住してきているとのことである。3位以降の共通点としては都市への通勤通学が便利な物価の安いベットタウンである。やはり子供を産み、育てる母親にとって、家計に優しく、暮らしやすいということは何にも変えられない大切なポイントであり、それをうまく利用すれば、地方に女性が住むようになるのも夢ではないように思える。

またもう1つの事例としては、野球球団広島カープが行っている女子会ツアーである。野球球団は様々な形で地域に貢献しているが、広島カープのファンであるカープ女子のための女子が喜ぶツアーを行っている。内容としては、男性の方が同じフロアになることのない女子専用のフロアで野球観戦をすることができ、カープのマスコットキャラクターの描いてあるグッズがプレゼントしてもらえ、セルフ朝食付きなどなど様々な特典がある。<sup>14</sup>女子にとって細々した限定物がしかもタダもしくは安く手に入るのはとても嬉しい付加価値であり、また女性の性質として、やはり一人では参加することはあまりなく、同僚や友達同士を誘い合い、数人で参加するため、結局のところ都会でなく地方にあるホームに来ていただき、試合を見て楽しんでもらい、さらにその地方でお金を落としてもらうという意味もこめられている。参加する女子としては、楽しく付加価値のついた旅を楽しむことができ、球団としてはホームで試合を見てもらいファンを増やすことができ、地方としては来ていただいた観光客に地方を知ってもらい少しでもお金を落としてもらうという、win-winの関係が成立している。

---

<sup>3</sup>真相報道バンキシャ！公式HP

<http://www.ntv.co.jp/bankisha/banduke/2014/06/> (2014年7月7日現在)

<sup>4</sup>観戦チケットプラン—広島カープ

<http://www.intelligent-hotel.co.jp/main/carp.html> (2014年7月7日現在)

#### 5. 人の力は町の活性化に

まとめとしては町には人、そして企業との繋がりが必ずあり、アイデア次第でその歯車がうまく回るか回らないかが決まってくる。ここまで女性の力について書いてきたが最近では男性も、また若い世代でなく様々な世代が自ら発信することができる時代となった。そこで私は若い女性の枠にとらわれずに男性を中心として活動も有りなのではないかと思う。最近では男性向けのファッション誌が増え、また美容院も男性専門店が増えてきた。おしゃれに敏感で自分に磨きをかけたい男性は山ほどいるように思える。

町を活性化させるためにはやはり市民が自ら主体となることが良いとされる。それは町のためでもあり市民一人一人の生きがいとなればさらに win-win の関係を作り出すことができる。人とのつながりと発信力そしてアイデアからの win-win の関係は町おこしに関してなくてはならないものであり、逆に言えば町起こしだけでなく、何に対しても当てはまる大事なことのように思える。

---