

宇都宮大学国際学部国際社会学科

2014年度 卒業論文

IT 技術を利用した地域の活性化

～宇都宮市の今後も踏まえ～

指導教官 中村祐司

学籍番号 110125A

論文執筆者名 鈴木宏章

要約

現在、財政悪化や景気低迷などの理由から、地域を取り巻く状況はあまり良くない。そのため、あらゆる地域活性化対策を行い、地域を盛り上げ、快適な暮らしを実現すべきである。時代によって、地域活性化も変わりつつある。今の時代は、国際化や高度情報化の影響が大きい。その変化に対応していくためにも、IT 技術とモバイル端末に注目した。

本論文では、IT・モバイル端末と地域活性化の関係性を軸に、IT 技術や地域活性化の特徴、展望について取り上げた。また、後半では、宇都宮の活性化のあり方について見直した。実際に、宇都宮市役所を訪問し、話を聞いてきた。宇都宮市の地域活性化を見直した上で、宇都宮の地域活性化への自分なりの考察と提案を IT・モバイル端末の観点からまとめた。最後は、今までの研究を通じた上での現状の地域活性化に対する意見と考察、これからの地域活性化に関する提案をまとめた。

第 1 章では、現在の変わりつつある地域活性化の背景についてまとめた。その後、地域活性化の変遷について調べ、テクポリス構想を基にした宇都宮テクノポリス計画について書いていった。

第 2 章では、IT 技術・モバイル端末と地域活性化の関係性を軸にまとめた。実際に、様々な地域、分野の事例を調べ、自分なりの考察を書いた。そこから地域活性化に本当に求められる事柄についてまとめた。

第 3 章では、利用される IT・モバイル端末の特徴を主に書いていった。まずは、IT の強みについて調べ、今後の可能性についてもまとめた。便利ゆえの落とし穴や課題についても書き、今後解決していくための策も考えた。そして、地域活性化に IT 技術が求められる理由を考察し、まとめた。

第 4 章では、宇都宮の地域活性化の現状を IT・モバイル端末からの観点を交えまとめた。宇都宮市役所を訪問して聞いてきた話を軸に、提案という形で、宇都宮市の地域活性化に足りない部分を言及した。それと、私が宇都宮市役所役員の話を聞いて、一番興味を持った官民連携の必要性について、自分なりの解決策も交え、まとめた。

目次

要約	i
目次	ii
図表一覧	iv
はじめに	1
第1章 変わりつつある地域活性化	
1.1 地域活性化とは	2
1.2 背景	2
1.3 まちづくりとは	3
1.4 地域活性化の変遷	3
1.5 宇都宮テクノポリス計画	4
第2章 IT・モバイル端末×地域活性化	
2.1 モバイル端末と地域活性化の関係性	5
2.2 ITを利用した活性化の事例	5
2.3 地域活性化に求められていること	9
第3章 次世代を担うIT・モバイル端末	
3.1 IT・モバイル端末の特徴	10
3.1.1 即時性	
3.1.2 広範囲な影響力	
3.1.3 プッシュ型	
3.1.4 双方向性	
3.1.5 情報の具体性	
3.2 IT・モバイル端末の可能性	11
3.3 IT・モバイル端末利用の課題	12
3.4 地域活性化にIT・モバイル端末が求められる理由	14

第4章 宇都宮市×IT

4.1	宇都宮の活性化例	15
4.2	宇都宮市役所総合政策部への聞き取り調査（10月10日）	16
4.2.1	宇都宮市中心市街地活性化基本計画について	
4.2.2	なぜ、中心市街地なのか？	
4.2.3	宇都宮市の活性化について	
4.2.4	行政と民間の連携	
4.2.5	地域活性化×ITに関して	
4.3	宇都宮市役所広聴広報課への聞き取り調査（12月10日）	18
4.3.1	IT技術の必要性	
4.3.2	SNS等について	
4.3.3	広報広聴課の現状、今後の方向性	
4.3.4	官民連携への取り組み	
4.4	宇都宮市の現状と今後の展望	21
4.4.1	栃木県の魅力度	
4.4.2	宇都宮市の官民連携の実現に向けて	
4.4.3	宇都宮市の地域活性化における今後	
	おわりに	24
	あとがき	26
	参考文献	28
	参考URL	29
	インタビュー協力	31

図表一覧

図 1	テクノポリスセンター地区	4
図 2	地域活性化における 5 つのキーワード	9
図 3	宇都宮市中心市街地区域	16
図 4	「住めば 愉快だ 宇都宮」のロゴマーク	20
表 1	「2.2 IT を利用した活性化の事例」に基づく利用方法のまとめ	12
表 2	各 SNS の特徴と懸念点	19

はじめに

現在、地域を取り巻く環境はあまりいい状況とは言えない。国や地方での財政悪化や景気低迷、少子高齢化など極めて厳しい状況にある地域が多いただろう。そのため、地域の魅力や地域の資源を活用した地域振興の取り組みが必要になってくる。

どこの地域にも、特産物や魅力がある。それを多くの人に知ってもらいたいと思っている。2020年には、東京オリンピックも開催されるので、外国人の多くが日本に訪れることになり、日本の観光をする外国人も増えるだろう。地域を盛り上げる絶好の機会だと思う。そこで廃れた日本を見てもらうより、盛り上がっている日本を見てもらいたい。

地域活性化をするにあたって、どのようにアプローチしていくかを考えたときに、モバイル端末、IT を利用すればいいのではないかと考えた。携帯電話・PHS(スマートフォンを含む)の保有率は2011年度末で94.5%であり、非常に高い割合である。また、スマートフォン単体の普及も非常に高まっており、2010年度末から比べて2011年末にはスマートフォンの保有率が9.7%から29.3%と3倍増となっている。タブレット端末も2010年末から2011年末に7.2%から8.5%と、少しではあるが増加傾向にある。スマートフォン、タブレット端末、パソコンの利用者が増加していることから、家庭内無線LANの導入や、Wi-Fiの整備などが進んでいる。これらのモバイル端末が今までよりも非常に身近な存在になってきていることがわかる¹。

現在、IT を活用した地域活性化の取り組みも増えてきている。モバイル端末を利用することで、広告・告知やデータの収集などが非常に簡単にできる。また、情報を一括して、広範囲に、即時に公開することができ、コミュニケーションもスピーディにできる。このように、多くの利点が考えられる。

この論文では、IT と地域活性化がどのように関わりあっているか、IT・モバイル端末を使うことに果たしてどのようなメリットがあるのか、IT・モバイル端末利用の今後の可能性などの面について述べていきたいと思う。また、ここ宇都宮市を調査し、宇都宮市の地域活性化の現状と今後についても書いていきたいと思う。

¹総務省 | 平成24年版情報通信白書 閲覧日 2014年4月4日
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc122310.html>

第1章 変わりつつある地域活性化

1.1 地域活性化とは

地域活性化という言葉がよく使われている。だが、地域活性化という言葉の表面だけをとりえると漠然としているように思う。そこで、地域活性化について掘り下げていきたいと考える。

地域活性化とは、地域の経済や活気、観光客数などの分野において停滞・衰退しつつある現状から再起させるというニュアンスで使われることが多い。

1.2 背景

地域活性化は昔と比べて、方法や方向性がだいぶ変わってきている。主要都市が海外に向けてもっと都市のことを知ってもらい、更なる都市の発展のために行っている地域活性化もあれば、若者たちが都会に出てしまい、少子高齢化が進み、シャッター街が多くなってきているような地域が、また昔の活気を取り戻したいと思い、行っている地域活性化もある。また、地域の発展、活気のためではなく、自然、環境の保護が目的である地域活性化もある。なぜ、このように、地域活性化の方向性や方法、目的が変わってきたのか、それについての背景について述べていこうと思う。

まずは、「国際化」である。人、物、情報の移動が今までより容易になり、要する時間や距離の制約が克服された。また、国境を越えた交流が盛んになり、社会経済の様々な局面においてボーダレス化が進んでいる。日本に多くの外国人が訪れるようになり、日本の文化・伝統や自然、生活のありさまなどが以前より重要になっている。

次に「高度情報化」だ。パソコンやスマートフォンなどの普及率が飛躍的に高くなっていて、データ通信速度も昔に比べると格段と早くなっている。情報通信基盤が整備されたことにより、ネットワーク型社会が構築されていった。今までは、紙媒体での情報発信が一般的であったが、ネットを使うことで今までより情報の浸透力や影響力は大きくなる。

そして、「少子・高齢化」である。1950年の65歳以上の人口は411万人であったが、2010年には2925万人にまで増えている。それに対して、14歳以下の人口は1950年には2943万人だったのにもかかわらず、2010年には1680万人にまで減っている²。少子高齢化の現状が目に見えてわかる。高齢者は何もせずとも増えていく。そのため、高齢者に適応した社会基盤を整備していくことが必要となっていく。

最後に、「コンパクトシティ」である。コンパクトシティとは都市計画やまちづくりの理念、あり方を示す概念である。住宅、職場、店舗、病院など、生活に必要な機能を中心部に集めることで、マイカーに頼らず、公共交通機関や徒歩で暮らせる街にすることを目指

²少子高齢化・人口減少社会 - 総務省 閲覧日 2014年4月25日
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc112120.html>

す。コンパクトシティを創ることで多くの利点生まれる。利点として、高齢者にとっても就業や買い物など多くの面でしやすい街になる、自動車交通量を減らし、エネルギー消費や大気汚染を減らすことができるなどがある。

1.3 まちづくりとは³

地域活性化とまちづくりが同じニュアンスで使われる時がよくあるが、実際の意味はこうである。公園や街路、建物などの単なる街の空間を創造するものではなく、その街や地域の経済、文化、環境など生活を支える根幹の部分も含んだ暮らしそのものの創造であると考えられる。ある街にただ単に新しい建物やレジャーパークを創れば地域活性化がうまくいくかといえば、そういうわけではない。その街の特徴や良いところを存分に活かす、その街の住民のことも考えられたまちづくりが求められているのではないか。

1.4 地域活性化の変遷

いままでどのような地域活性化の政策が行われていたか、見ていこうと思う。1980年代には、主に二つの政策が行われていた。トップダウン的な地域開発政策とボトムアップ的な地域振興策である。前者の地域開発政策⁴は、テクノポリス構想、地方拠点都市地域等々がある。テクノポリス構想⁵とは、地域経済自立化のための拠点づくりや技術立国の推進、地元の主体的な地域開発などの考え方から地域課初を目指すものである。地方拠点都市地域⁶とは、一般に、地域の中心となる都市を指す。

日本では、1992年に制定された地方拠点都市地域の整備及び産業業務施設の再配置の促進に関する法律に基づき、「拠点都市」が指定された。拠点都市は、都市機能の増進と居住環境の向上を図るための整備を促進し、地方の自立的な成長を牽引し、地方定住の核となるような地域を育成するとともに、産業業務機能の地方への分散等を進め、産業業務機能の全国的な適正配置を促進することが目的とされ、整備された。つまり、1980年代の政策は、今まであった文化・伝統に最新技術産業の力を導入し、調和を図りながらまちづくりを目指していくということが軸であったと考えられる。

³ まちづくりを考える ～“まちづくり”ってどんなこと？～ 閲覧日 2014年4月25日
<http://www.geocities.co.jp/Berkeley-Labo/5472/machidukuri.html>

⁴ トップダウン型とボトムアップ型とは？ | 地域ブランド・マーケティング専門のホームページ制作会社 閲覧日 2014年4月25日

⁵ テクノポリス構想総論 閲覧日 2014年4月25日
<http://www.e.okayama-u.ac.jp/~ryonk/lecture/tech/1.html>

⁶ 拠点都市 - Wikipedia 閲覧日 2014年4月25日
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%8B%A0%E7%82%B9%E9%83%BD%E5%B8%82>

1.5 宇都宮テクノポリス計画⁷

本事業は、宇都宮テクノポリス計画の一環として、地域の秩序ある発展に寄与することを目標に、宅地の造成及び公共公益施設の整備改善を図ることにより、産業基盤を支援する施設等の立地とも調和した健全かつ良好な居住環境を有する新市街地の形成が目的である。住宅地の愛称とマークに関しては、住民から投票して選んでもらい、「ゆいの社」に決まった。コンセプトは原風景の継承、コミュニティを育む、歩く喜びの3つである。まちの中心には住宅地があり、その周りには数多くの商業施設が設置されている。また、車の流れをスムーズにするために、異なる土地利用を分ける幹線道路を建設。住宅地内は、住民がたが安全・安心に暮らせる空間を確保するため、区画道路を幅員 6m にし、なおかつ多少複雑な線形にすることにより、通過する車は入りにくくされている。



図1 テクノポリスセンター地区 出典 UR 都市機構

⁷ UR のまちと暮らし：宇都宮テクノポリスセンター「ゆいの社」 閲覧日 2014年4月26日

http://takuchi.ur-net.go.jp/techno/concept_know.html

第2章 IT・モバイル端末×地域活性化

2.1 モバイル端末と地域活性化の関係性

なぜ、地域活性化に IT・モバイル端末なのか。IT・モバイル端末はここ最近急成長しており、まだまだ将来性があるという点も一つである。今や、ほとんどの人がスマートフォンやパソコン、タブレットのいずれかを持っている。これらを利用しないわけにはいかない。

また、地域活性化に足りないのは、告知力とデータの収集力ではないかと考えている。モバイル端末を利用することで、告知力はもちろん、データの管理に関しても解決できるのではないかと。

2.2 IT を利用した活性化の事例⁸

事例1. 愛媛県内子町

POS 情報やトレーサビリティ・システム等を活用した戦略的農業経営

「内子フレッシュパークからり」

概要

- ・特産物直売所の実施施設「内の子市場」での POS による販売管理や情報ネットワークの必要性から施設整備に合わせて、情報系の事業を導入
- ・直売所の販売管理（POS）情報を携帯電話、電話音声、ファックス等に自動配信するシステム
- ・出荷青果物は栽培履歴記帳を義務づけ、また、円滑な入力とチェックの迅速化を図るためトレーサビリティ・システムを導入し、全ての会員が取り組んでいる

POS 情報(Point Of Sale system)やトレーサビリティ・システムで管理している情報は、インターネットを利用することで簡単に見ることができる。POS 情報とは、販売時点情報管理のことで、物品販売の売上実績を単品単位で集計する経営の実務手法⁹である。また、トレーサビリティ・システムとは、食品の流通経路情報（食品の流通した経路及び所在等を記録した情報）を活用して食品の追跡と遡及を可能とする仕組み¹⁰である。そのため、消

⁸資料2 地域活性化のための IT 利活用先進事例集 [PDF] - 中部経済産業局
www.chubu.meti.go.jp/kikaku/.../10shiryo2jireishu.pdf 閲覧日 2014.5.26

⁹販売時点情報管理 - Wikipedia 閲覧日 2014.12.3

<http://ja.wikipedia.org/wiki/販売時点情報管理>

¹⁰ トレーサビリティ・システム（流通経路情報把握システム）とは - コトバンク 閲覧日 2014.12.3 [https://kotobank.jp/word/トレーサビリティ・システム\(流通経路情報把握システム\)-809333](https://kotobank.jp/word/トレーサビリティ・システム(流通経路情報把握システム)-809333)

費者は簡単に栽培履歴を見ることができ、安心して成果物を購入することができる。また、生産過程、履歴も見られるので、適正な肥料農薬の使用を再確認でき、利用量を制限することでコスト削減につながる。また、品質の管理にもつながる。

事例 2. 静岡県

防災クラウドを活用した総合防災情報システム

「FUJISAN」

概要

- ・ 国、県の出先機関、市町及び防災関係機関からの気象情報や被害情報などをクラウドコンピュータの活用により迅速かつ的確に収集し、情報の共有化を図る
- ・ GIS(geographic information system)、気象庁防災情報 XML(Extensible Markup Language)フォーマット、携帯電話のエリアメールなどと連携

クラウド機能を利用することで、情報の配信、収集、管理などが、今までよりはるかにしやすくなる。また、情報を配信する際に、広範囲に、かつ即座に配信できる。今までは、震災などがあったときは、防災スピーカーから流れる放送やテレビからしか情報を得ることができなかった。しかし、クラウド機能を利用することで、たとえ防災スピーカーからの放送が聞こえないエリアにいる人たちや、外出してテレビから情報が得られない人たちでも情報を得ることができる。IT やインターネットの開発がより進むことで、非常に便利な世の中になっていると思う。

事例 3. 石川県

Wi-Fi を活用した地域情報提供によるスマート観光

「能登スマート・ドライブ・プロジェクト」

概要

- ・ 能登を訪れた観光客らは、レンタカーで PHV 車の利用が可能
- ・ Wi-Fi 機能を併せ持つ電気自動車・プラグインハイブリッド車用充電スタンドを能登地域主要な観光拠点やトヨタサービスショップに設置
- ・ 充電スタンド付近では、Wi-Fi が利用可能

いまの時代、データ通信や Wi-Fi の設備もだいぶ整備されており、日本のどこにいてもインターネットが使えるようになっている。観光客の中には、当然外国人もいる。外国人にとっては、Wi-Fi が使える環境は非常に便利である。私も海外に旅行に行った時に、その便利さを感じた。また、その地域に特化したアプリを作成し、宣伝することで、より多くの観光客の誘致につながる。観光客の誘致をすることで、街の経済や街の活気など様々な面から地域活性化につながる。

事例 4. 長野県駒ヶ根市・飯島町・中川村

多機能型地域電子カードの活用による商店街活性化

「つれてってカード」

概要

- ・「つれてってカード」は、地域の商店街で電子マネー機能による商品の購入、ポイントの貯蓄ができる IC カード
駒ヶ根市、飯島町、中川村のエリア一体で展開している
- ・住民基本台帳カードのサービス機能に「つれてってカード」の機能を搭載し、IC カードとしての付加価値を高めている
- ・市内の商店や病院、高速バス、金融機関などで利用可能なほか、一部の行政サービスの決済にも利用可能

日本でも、Suica や PASMO などの IC カードが普及し始めた。これらの IC カード¹¹にお金をチャージしておき、利用することで、現金を払わずに買い物などをすることができる。カードを機会にかざすだけで、支払いができるのでとても簡単で、便利である。また、クレジット機能、キャッシュ機能もついたスイカなども登場している。もちろん、それらの機能を合わせ持つ携帯も登場している。最近、某携帯会社の CM で「グッバイ、おサイフ」を謳っている。近い将来本当に、IC カードや携帯だけを持ち、小銭や現金を持たないようになるかもしれない。

セブン&アイグループが発行している nanaco カードは買い物をするとポイントが貯まる機能もついている。また、そのポイントを買い物の際にマネーとして利用することもできる。カードを利用することによる、ボーナスポイントや割引などもあるので、非常にお得で便利である。これを、地方の商店街に応用することで、経済回復や地域の活性化に繋がると考えられる。

問題としては、カードやその機器のかかる費用、カードのシェア率が考えられる。

¹¹知っておきたい IC カードのタイプと使われ方 - IT

<http://www.atmarkit.co.jp/fsecurity/special/73ic/ic01.html> 閲覧日 2014.5.27

事例 5. 茨城県つくば市

学校 ICT 教育推進プログラム

「つくばオンラインスタディ」

概要

- ・市施策及び教育方針として「教育日本一」を目指し、IT・ICT の情報通信技術の視点にとどまらず、幅広い教育活動に利用するため、ICT の「C」に 4 つの意味(協働 Community、言語力 Communication、思考・判断力 Cognition、知識・理解力 Comprehension)を持たせ、「4C 学習」として ICT 教育を推進している
- ・テレビ会議システム、スタディノート、電子黒板、デジタル教科書、つくばオンラインスタディ、校務の情報化のシステムを導入

ノートや教科書をデジタル化し、タブレットなどを利用することで、管理・保管が容易になる。プリントや連絡網も紙媒体にせずとも、一括してデータを送ることも可能になる。期末テスト前には、一年間勉強した内容を復習することが必要になる。手書きでノートをとっている場合、ノートが二、三冊になってしまい、テスト範囲の箇所を探すのも一苦勞である。だが、データで管理し、フォルダで別で保存しておくことで、探す場合も一目瞭然である。また、授業を欠席してしまい、ノートが取れなかった場合、友達から、データを貰えば容易に済む。これは、生徒側のメリットである。

教師側にももちろんメリットはある。電子黒板を使うことで、授業で使うデータを一度作っておけば、他の授業にも使い回しがきき、時間の短縮につながる。そのため、空いた時間をほかの業務に回すこともできる。また、Skype などを利用し、わざわざどこかで集まらずとも、学校や家でテレビ会議ができる。遠方の学校とも、簡単に情報交換や話をできる。

2.3 地域活性化に求められていること

IT を活用した地域活性化の事例を見てきたが、多くの分野からの活性化というのがあるのだとわかった。今回見ただけでも、食分野、防災分野、観光分野、商店街分野、教育分野の 5 分野があった。単に活性化といっても、様々な分野からのアプローチができるのだと改めて感じた。そして、分野ごとに、IT の活用法も違っている。しかし、IT の活用方法が似ている部分もあった。

こういった事例を調べて、地域活性化に関する重要なキーワードとは何かと考えた。そこで、私が思いついたキーワードは五つである。それは、経済、活気、利便性、環境、時代だ。

まずは、「経済」である。やはり、地域活性化、地域を元気づけるためには、まずは地域経済を発展させるのが必要であると考えた。

次に「活気」だ。その地域が豊かになる、全国的に注目されることで、その住民たちはより活気づくと考える。地域活性化の結果が街の活気につながるとも考えられる。

そして、「利便性」である。これらの事例を調べていて思ったが、目的が、生活を快適にする、もっと便利な生活にする、といったものが多かった。ただ、生活を楽にするだけでなく、必要不可欠な情報を得やすいようにしたり、お得な情報やサービスをより多くの人に届くようにしたりする制作が多い。

「環境」に関しては、生活の快適さ、経済回復を目指すばかりに、環境面をおろそかにしてはいけないと感じた。だが、今まで紙媒体であった情報を、データにし配信することで、紙の使用量を抑えることができ、それだけでも環境面に配慮していると考えられる。

最後に「時代」だ。時代に取り残される地域であってはいけない。研究を通して、そう思った。インターネット、モバイル端末の 開発・発展が進んでおり、誰もが多くの情報を得られる時代になってきている。活かせるものは活かしていきたいと考える。やはり、時代の流れを上手く取り入れていくべきである。



図 2 地域活性化における 5 つのキーワード

第3章 次世代を担う IT・モバイル端末

3.1 IT・モバイル端末の特徴

食分野、防災分野、観光分野、商店街分野、教育分野などのあらゆる分野の活性化事例を見てきたが、モバイル端末や IT の利用方法が様々であると改めて感じた。ここで、IT についてもう少し詳しく見ていこうと思う。IT・モバイル端末にはどのような特徴があるか、IT やモバイル端末の利用方法にどのような方向性があるか、また IT やモバイル端末にどのような可能性があるかについてである。それとともに、IT の課題についても見ていく。

3.1.1 即時性

スマートフォンやパソコンは、情報を発信する際に時間がかからない。情報を発信したい時に即座に多くの人に情報を届けることができる。例えば、災害情報や天候の情報などである。モバイル端末を利用することで、今知りたい情報をすぐを知ることができる。新聞や雑誌などの紙媒体だとどうしても、情報の発信に時間がかかる。情報を載せる紙媒体を制作してから、紙媒体自体が相手に届くまで情報を手に入れることができない。現在、今までよりデータの通信速度が格段にあがってきており、情報の発信・受信がスピーディになってきている。

3.1.2 広範囲な影響力

Web 上で情報が発信されることで、モバイル端末を持っていれば、世界中のどこにいてもその発信された情報を得ることができる。SNS 等では、GPS 機能と連携しているものもあり、だれがどこで何をしているのかという情報をどこにいても知ることができる。Web 上の広告でもそうである。地域・地方限定のイベントであっても、Web 上で告知することで、全国の人たちが知ることできる。また、SNS 等では、自分が気になったニュースや、知ってもらいたい情報を簡単に拡散できる。モバイル端末の成長により、今までよりもはるかに情報が広範囲に行き届くようになった。

3.1.3 プッシュ型

今は「プッシュ型」と呼ばれる情報の発信の仕方が主流となってきている。今までは、知りたい情報は自分で探さなければ見つからないというのは当たり前であった。今までのホームページを見ていてもわかる。カテゴリ別に分かれている情報から、自分の知りたい情報を探し、またリンク先に飛んで知りたい情報を探すということの繰り返しであった。だが、「プッシュ型」の情報発信は、自分が知りたい、興味のある情報が自然に入ってくる発信方法である。通販サイトにおいて、登録情報や検索ワード、購入履歴といった情報から、データを集計・解析し、各個人がほしい商品や、気になっている商品の情報を流して

いる。つまり、モバイル端末が成長、普及し、データ管理が簡単になったことで、結果的に、広告・告知する側がそれぞれの人に合った情報を流すようになり、今までよりもはるかに、情報が得やすい環境になってきている。

3.1.4 双方向性

モバイル端末が普及したことにより、情報伝達やコミュニケーションの双方向性が高まった。SNS等の投稿内容に関して簡単にやり取りができる。また、SNSで情報を受け取るとはもちろん、自ら情報を発信することも安易である。テレビでも同じことが言える。今までは、テレビは見るだけのものであり、情報を受信することしかできなかった。だが、今やテレビはスマートフォンなどと連携しており、テレビの内容にリアルタイムでコメントしたり、アンケートに答えたりとテレビ番組に参加できるようになり、情報の発信もできるようになった。

3.1.5 情報の具体性

雑誌などの紙媒体だと、商品の情報として画像とコメントしかなく、情報の具体性に欠けていた。だが、パソコンやスマートフォンでは、動画や音声を聞くことができるため、その商品の動画や音声を加えた情報を発信していける。それに加えて、最近では3Dで映像を見ることができるようになってきたため、立体的な情報も発信でき、より分かりやすい情報を届けることができる。

3.2 IT・モバイル端末の可能性¹²

今はまだ、ITの技術は、進展途中であり、今後の進化、展開が期待できる。IT技術が進展していくことで、利用できる領域も広がっていく。既存の分野はもちろん、今まで手を出せていなかった分野にも普及させることが可能になる。ここ最近やっと、IT技術が普及し始めているが、まだまだ利用していない人、地域は少なくはないだろう。今後、IT技術の進展、利用領域の拡大とともに、ITの利用が社会へ定着するように、あらゆる地域で成果を出していく必要がある。

IT、モバイル端末が我々の日常生活に必要不可欠になることで、社会をより豊かにしていくことが可能であると考えられる。そのためにも、社会活動や経済活動などの生産性・効率性の向上、新たなサービスや利便性等の付加価値提供、交通、電力等の社会インフラの効率的な運用等、地域活性化のための万能なツールとして戦略的な利活用が重要である。

¹²第1編 IT 利活用による地域活性化方策等の策定

http://www.chubu.meti.go.jp/kikaku/itrikatsuyou_torimatome/4houkousei.pdf#search='第1編+IT+利活用による地域活性化方策等の策定' 閲覧日 2014 7/4

3.3 IT・モバイル端末利用の課題

ここでは、活性化の事例を元に、IT技術、モバイル端末が分野ごとにどのように利用されているかまとめていこうと思う。

表1 「2.2 ITを利用した活性化の事例」に基づく利用方法のまとめ

分野名	利用したIT技術	利用方法
食分野	POS情報、トレーサビリティ・システム	情報の配信、管理
防災分野	クラウド、その他のアプリ、システムとの連携	情報の共有、配信、収集、管理、情報共有領域の拡大
観光分野	Wi-Fi	データ通信、観光客誘致、地域の宣伝
商店街分野	ICカード	電子マネー、ポイント機能、あらゆる団体、機関と提携
教育分野	eラーニング、モバイル端末全般	情報の共有、配信、管理、デジタル化

出典：地域活性化のためのIT利活用先進事例集より（筆者作成）

ITの利用方法としては、圧倒的に情報に関することが多い。やはり、情報をデジタル化にすることで、情報の共有、配信、収集、管理が簡単になることは言うまでもない。昔みたいに、情報源が新聞、雑誌、テレビだった時代からすると、格段的な発展である。他にも、IT技術はあらゆる方法で多くの領域に普及している。だが、何事にも良い面と悪い面があり、やはり、IT技術にも問題視される面はある¹³。

まずは、「情報の増加」に関することである。情報をデジタル化することで、情報を保管することが容易になってしまった。そのため、今までよりはるかに情報の量が増加している。その結果、いらぬデータなどが増えていき、欲しい情報が埋もれてしまいかねない。データが多ければ多いほど、情報を探しにくくなる。つまり、検索効率の低下につながる。企業の場合は、業務効率にまで影響を与えてしまう。

また、「情報の漏えい」のリスクの高まりもある。不適切な場所にデータがあれば情報漏えいのリスクにつながる。今の時代、誰もがモバイル端末を所持しており、SNSもだいぶ普及していて、情報が流れやすい。そのため、一度情報が漏えいしてしまえば、すぐに広まってしまう。その、広がった情報を完全に消去するのも難しくなる。当たり前であるが、セキュリティの強化や情報の保管先などが課題である。

¹³ @IT Special PR：「情報漏えい対策」「コスト削減」「情報統制」の一石三鳥を実現
<http://www.atmarkit.co.jp/ad/nec/0912document/nec01.html> 閲覧日 2014 7/5

「情報の信憑性」も問題になってきている。情報が多すぎるがために、どれが本物の情報であるか見分けにくくなっている。誰もが簡単に情報の発信者になれるからこそ、あらゆる情報が流れてしまい、本当の情報がどれかわからなくなり、翻弄されてしまう。そのため、目の前にある情報を鵜呑みにしてはいけない。情報を受け取る側も、情報の真偽の判断をできるようにならなければならないと考える。

次に「デジタルデバイド」¹⁴である。パソコンやインターネットを使いこなせるに越したことはないが、使いこなせない人も当然いる。使える者と使えない者の間に生じる待遇や貧富、機会の格差のことをデジタルデバイドと言う。個人間の格差の他に、国家間、地域間の格差をさす場合もある。その差が、一番顕著に表れているのが、若者と高齢者の間である。若者は、日常生活でモバイル端末にふれることが多い。携帯電話はもちろんのこと、学校や企業で電子黒板やタブレットが導入されている場合もあり、IT技術と非常に身近な存在であると言える。

それに比べて、高齢者はそれらの端末にふれることが少ないと思える。もちろん中には、パソコン使いこなしている人もいるだろうが、使いこなせていない高齢者のほうが多いだろう。また、先進工業国が情報技術によりますますの発展をとげる一方で、アフリカなどの途上国が資金難や人材不足、インフラの未整備などで情報技術を活用できず、置き去りにされ、経済格差が拡大するのは、国家間、地域間のデジタルデバイドと言える。今では、携帯販売会社などで、高齢者向けのスマホ講座などが開催されている。このように、モバイル端末にふれる機会、きっかけを増やしていくのも一つの策である。

ここまでは、情報に関する問題点を挙げてきた。情報に関する以外では「コミュニケーション」の問題が挙げられる。IT技術とモバイル端末が発展したことにより、機械を通じたコミュニケーションが劇的に増えた。代表的なのはSNSの「Twitter」や「Facebook」、「LINE」である。SNSでは、いつでもどこにいても簡単に情報を発信・受信できる。そのため、友達や知り合いの人たちのプライベートを常に垣間見ることができる。また、コメント、情報の共有がしやすい。やはり、携帯電話やパソコンでやり取りする場合は、相手を特定できない場合もあり、誹謗中傷しやすいという面もある。今は、何かあるごとに「LINE」でグループを作り、連絡しあう人たちがよくいる。グループに招待されず、仲間外れにされても気づかないことも多々あるようだ。また、大事な情報を「LINE」でやり取りしている人も少なくない。

「LINE」は便利であるが、アプリであり、情報漏えいの危険性がないわけではない。それに加え、特に感じていることが、IT技術とモバイル端末が発展したことにより、今までよりも人間関係が希薄になってきていることだ。近くにいるのにも関わらず、会話せずに携帯電話などで連絡し合っている人たちもいる。相手と顔を合わせて会話する、みんなで

¹⁴ デジタルデバイドとは - IT用語辞典 e-Words
<http://e-words.jp/w/E38387E382B8E382BFE383ABE38387E38390E382A4E38389/htm>
1 閲覧日 2014 7/5

集まって会議をする機会が減ってしまっているように感じる。だからと言って、使うなどは言っていない。便利なものは使いこなせた方がいい。ただ、使い分けを意識した方がいいのではと思う。

3.4 地域活性化に IT・モバイル端末が求められる理由

なぜ、地域活性化に IT・モバイル端末が求められるのか。自分なりに考えてみたところ、やはり生活を快適にするというのが第一に求められる要素であると考え。IT 技術を利用することで、地域活性化の幅を広げてくれる。さらに、地域活性化のさらなる発展に貢献してくれるであろうと考える。現在、SNS 等を利用している地方公共団体は多い。SNS を利用し、主に、イベントの告知や災害情報などの情報発信を行っている。SNS を利用することで、一般ユーザーもその団体の投稿に対し意見やコメントをすることができる。このように、IT 技術の向上によりネット環境が発達し、住民と地方公共団体は、お互いに今までよりも身近な関係になりつつあると感じる。住民にとっては、地方公共団体に対して意見が言いやすい環境ができ、地方公共団体にとっては、今までよりも住民の意見を聞き取りやすくなったと言える。民間と行政の距離が近くなることで、より理想に近い地域活性化の実現ができるのではと考える。

また、IT 技術の向上により、情報の発信受信、コミュニケーションをより活かせる様になった。そのことで、たとえどこにいても情報を知ることができるようになり、そのため、離れた地域の実情をいつでもすぐに把握することができるようになった。過疎地である地域が情報発信を通して、人を呼び込み地域活性化につなげていることもあることから、地域活性化の有効なツールであるとも考えられる。

これらの理由から、IT 技術、モバイル端末は今の時代地域活性化には必要なツールであると言える。今の地域活性化で不足している面を IT 技術が補う、そして地域活性化が変化していく。それが、国民の快適な生活につながるのではないだろうか。

4 章 宇都宮市×IT

4.1 宇都宮の活性化例¹⁵

ここまで、地位活性化と IT の関係性、IT の可能性について調べてきた。そこで、気になったのが宇都宮市内では、IT を活かした地域活性化は行われているのか。宇都宮市は今後どのような方向性で地域活性化を進めていくのか、この章で述べていきたいと思う。

・事業名 「宇都宮おもてなし情報発信事業」

・概要 産業基盤の確立を行い、宇都宮市固有の文化創出を喚起支援する事業

1. 観光スポットやお店や地元商品などの地域資源をユニークな ID (ucode) で管理し、それらの情報を発信するインフラ構築を行う
また、ucode で管理された地域資源情報を QR コード化し、携帯電話の QR コードリーダーとの連携も図る
2. ポータルサイトや Push 型情報（携帯電話へのメール配信）には広告欄を設け、掲載料が獲得できる仕組みを用意する
3. 携帯電話用 Web サイトは会員制とし、情報をタイムリーにお届けし、地域産業の活性化、地元商品の購買や地元サービス享受に繋ぐ

・期待される効果

1. 宇都宮市の魅力を発信するポータルサイトによる新規来訪者の獲得を行う。また、来訪者に対しても携帯電話を用いて、きめ細かい情報を発信し、満足度向上に繋ぐ
2. 地域資源情報の紹介時に掲載される広告の掲載料で事業の継続性を維持する
3. 携帯電話および携帯電話用会員制 Web サイトにてポイント管理などを行い、宇都宮ファンの獲得を図る

QR コードを用いて、モバイル端末と連携することはいい考えだと思える。QR コードとは、携帯などで読み取りができる二次元コードのことである。より簡単に情報を取得することができ、より詳しい情報を得ることができる。やはり、IT を用いた地域活性化は、情報を発信していくという方法が多いように思える。情報を発信するインフラを構築する際のコストもあまりかからないように思える。さらに、サイトを会員制にする、広告の掲載料で事業の継続性を維持するなど、現実的なプランであり、将来性のある事業である。

¹⁵総務省 | 地域情報化の推進 | 事例紹介 | 宇都宮おもてなし情報発信事業

http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/local_support/ict/jirei/thema/210309060.html 閲覧日 2014.10.2

4.2 宇都宮市役所総合政策部への聞き取り調査（10月10日）

4.1 で述べた事業の運営の主体は指定管理者等の地元団体によるものだった。地域活性化といっても、運営している団体もさまざまであり、その内容も様々である。運営している団体によって、考え方も異なれば、方向性も違うだろう。そこで、町の代表である行政機関に話を聞きに行こうと思い、2014年10月10日に宇都宮市役所の総合政策部の地域政策室を訪問し、話を聞いてきた。質問した内容は、宇都宮市の地域活性化について、ITと地域活性化についてなどである。

4.2.1 宇都宮市中心市街地活性化基本計画について

宇都宮市役所が取り組んでいる活性化は、中心市街地の活性化が主である。宇都宮市は、2010年3月に「宇都宮市中心市街地活性化基本計画」を策定した。2010年4月から2015年3月まで行われる5ヵ年の計画である。今年が計画最後の年であり、来年からは新しい計画が実施されるということであり、その計画の内容は現在練られているようだ。目標の達成状況に関してだが、①は事業所数、②は歩行者・自転車通行量、③居住人口を目安に見たところ、①、②、③ともに数値は上昇しているが、まだ目標数値に達していないものもあると指摘していた。

「宇都宮市中心市街地活性化基本計画」

目的：50万都市にふさわしい活力と魅力ある中心市街地を形成するため。

計画期間：2010年4月から2015年3月（5ヵ年）

計画地域：宇都宮市江野町、曲師町、馬場通り1～4年など

目標：①商業地が様々な顔を持つ賑わいのあるまち～集客～

②様々な人々が行き交うまち～回避～

③便利で快適な住みたいまち～居住～



図3 宇都宮市中心市街地地域

出典 A氏から頂いた宇都宮市中心市街地活性化基本計画に関するパンフレット

4.2.2 なぜ、中心市街地なのか？

中心市街地とは図 3 でも示したが、宇都宮駅から東武駅の方面にかけての範囲である。この周辺は、古くから二荒山神社の門前町や宇都宮城の城下町として栄え、長い歴史の中で伝統や文化を育むとともに、近年においては、栃木県の政治・経済・文化の中心としても発展してきた。そのため、この範囲が中心市街地と言われている。

では、宇都宮市の中でも、なぜ中心市街地なのか。理由としては、公共交通が集積している、環境にやさしいライフスタイルが求められる、まちの安全と治安の確保、道路・水道などの都市基盤ストックを有意義に活用するためなどがある。

4.2.3 宇都宮市の活性化について

宇都宮市は、「ネットワーク型コンパクトシティ」¹⁶の形成を進めている。「ネットワーク型コンパクトシティ」とは、都市の中の多様な魅力を集約（コンパクト化）し、それを多様な交通手段で連携（ネットワーク化）した都市である。その「ネットワーク型コンパクトシティ」の拠点都市として人、もの、情報が集積・交流する宇都宮の顔となるようなまちづくりをするために、中心市街地の活性化を行っている。中心市街地の現状としては、歩行者・自転車の通行量、居住人口はともに減少、空き店舗の数は増加している。そのため、宇都宮市は活性化として市街地の整備改善、公共交通機関の利便性の向上、商業の活性化、街なか居住の推進、都市福祉施設の整備などに取り組んでいる。

宇都宮市の活性化の狙いとしては、人を呼び込みたい、まちづくりに市民を巻き込みたいと述べていた。日本では将来的に人口減少が起きると言われている。そのため、人を呼び込むことは重要になってくる。人口減少は地方の方がシビアに影響してくる。人口減少に伴い「自治体消滅論」は日本全国に浸透しつつある。また、宇都宮を全国に PR していくには、市役所だけではなく、市民や企業も宇都宮を PR していくことが必要だ。そのため、市民を巻き込むということが重要になってくる。

以下、宇都宮市の活性化対策である、ブランド戦略とフィルムコミッションについて述べる。

まずは、ブランド戦略について書いていく。2008 年から「宇都宮プライド」というブランド戦略事業が始まった。宇都宮のブランド・メッセージとして「住めば 愉快だ 宇都宮」を作成した。この「住めば 愉快だ 宇都宮」のロゴを作成し、様々なパターンを作成し、今では、350 種類以上のロゴができている。また、宇都宮のご当地キャラであるミヤリーも PR 活動を行っている。ミヤリーは Twitter や Facebook での宣伝活動も行っている。

次にフィルムコミッションについてだ。フィルムコミッションとは映画やドラマの撮影場所の誘致や撮影支援をすることである。映画撮影などを誘致することで、地域活性化、

¹⁶ コンパクトシティ - 宇都宮大学

http://www.cc.utsunomiya-u.ac.jp/~morimoto/homepage/lecture.files/compact_city.pdf
閲覧日 2014.10.12

文化振興、観光振興を図るのが狙いである。今まで、多くのTVドラマ、映画、TVバラエティの撮影支援実績がある。

4.2.4 行政と民間の連携

宇都宮市市役所職員のA氏は行政と民間の連携も重要であると強調していた。宇都宮市に何かイメージを定着させるには、市役所だけではなく市民も企業も宇都宮のPRする活動と一緒に取り組むことが必要となってくる。4.3.3でも述べたが、やはり市民を巻き込んだ活動が必要だ。宇都宮で、民間が行っている地域の活性化も多くある。例えば、「宮コン」や「カマガワインブルーム」などである。宇都宮市役所は、民間企業や市民たちが行っている活動に協力しているのか聞いてみたところ、全面的に協力しているわけではないとのことであった。協力しているとしても、補助金ぐらいであると述べていた。だが、A氏は、もっと民間と連携していきたいと述べていた。

4.2.5 地域活性化×ITに関して

宇都宮市役所役員のA氏に活性化とITの関連性についてどう思うか聞いてみた。いい点として、ITが発達したことで、全国で働けるようになったと指摘した。全国で働けるようになったことで、若者を呼び込みた自治体が、働き口の確保がしやすくなった。また、ITの情報発信力、拡散力は素晴らしいものだと言っていた。その点では、私が考えていることと同じである。悪い面では、行政機関がSNSを運営する場合には、個人が行う場合と責任の重さが変わってくるので難しい面もあるとのことであった。宇都宮市に関しては、SNS等の運営はミヤリーが行なっている。ミヤリーのFacebookやブログでは、宇都宮のイベントの告知や魅力の発信が主である。

宇都宮市のメディアプロモーションの媒体は何が多いのか。宇都宮市役所の情報によると、2013年の記録では、TV、新聞、雑誌、WEBのなかで、露出実績425件中WEBが206件で第一位である。思いのほか、WEBが使用されていることに驚いた。地域活性化のPR活動、情報発信にITの使用が浸透してきていることがよくわかる。

4.3 宇都宮市役所広報広聴課への聞き取り調査（12月10日）

前回インタビューをしたA氏に紹介してもらい、2014年12月10日に宇都宮市役所の広報広聴課のB氏に話を伺うことができた。今回は、より詳しい話を聞こうと思い、前回の話で聞き漏らした点や、もっと知りたい部分について質問した。広報広聴課は宇都宮市のゆるキャラであるミヤリーのTwitterやFacebookなどを運営しているので、SNSについても詳しく話を聞いた。

4.3.1 IT 技術の必要性

B 氏の IT 技術の認識としては、情報の発信・受信ツール、一般の人との意見交換のツールであった。この IT 技術をどのように活性化に利用するかと聞いたところ、IT の情報発信力を利用することで、市民に情報を広げることができると述べていた。地域活性化において、市民に情報を広げるということは大事である。例えば、イベントをやるにしても、狙いとしては、多くの人に参加してもらうことであると思う。多くの参加者を獲得するためにも、そのイベントの情報を多くの人々の目に入れることが必要となってくる。そこで、IT の情報発信力が必要となってくるわけだ。

4.3.2 SNS 等について

広報広聴課は宇都宮市のゆるキャラであるミヤリーの Twitter や Facebook などを運営しているとのことなので、SNS について、各々の SNS の特徴や懸念点について伺った。

現在、ミヤリーが扱っている SNS は、Twitter、Facebook であった。それに加えて、ブログも利用している。メインは Twitter であり、Facebook は情報発信専用となってきたと説明した。SNS を利用するうえで、そのキャラクターにあった使い方を意識しているそうだ。懸念点としては、ミヤリーはゆるキャラであり、言ってしまうと、架空の人物である。その点で、芸能人に近いところがある。ミヤリーのアカウントを芸能人に近い存在として作成してしまったため、友達申請やシェア、いいね！ができなくなってしまったのが失敗点だと述べていた。そのせいで、情報の拡散力が劣ってしまった。結果として、今は情報発信専用として Facebook を使っていると述べていた。

それぞれの SNS 特徴を聞いてみた。聞いた話から、私なりに各々の特徴と懸念点を表にまとめてみた。それが表 2 である。B 氏は、Twitter と Facebook 以外に、Line は一対一で確実に情報が相手に伝わるから、情報の宣伝のために利用していきたいと強調した。

表 2 各 SNS の特徴と懸念点

名称	特徴	懸念点
Twitter	拡散型ツール	匿名率が高い
Facebook	交流型ツール 情報の確実性	拡散力がない 未使用のアカウントが多い
Line	伝達型ツール 一対一	まだ未導入

出典 筆者作成

4.3.3 広報広聴課の現状、今後の方向性

宇都宮市にはテレビ局が少なく、チャンネルがほとんど東京都と一緒にある。最近では、ケーブルテレビが設置されたおかげで、地域密着のチャンネルもできてきた。だが、他の

大きな放送局に比べるとあまり需要がないように思える。私の地元の福島県郡山市では、多くの放送局があり、どこの放送局でも、全国の番組以外に福島県独自の番組を放送していた。都会で放送している番組がやっていないこともあったが、その分地元の情報に触れることは多かった。それに比べて、宇都宮で暮らし始めてから、テレビを見ていて宇都宮市の情報を得る機会は非常に少なく感じる。テレビで放送されている内容が東京をはじめとする都会に関することが多いため、どうしても宇都宮と東京などの都会を比べてしまう。結果的に市民の自信、誇りにつながらないのではないか。

このことから、宇都宮市役所はテレビの影響力に着目した。そこで、2009年に始まったプロジェクトが、「UTSUNOMIYA PRIDE」¹⁷である。そのプロジェクトの内容の一つとして、テレビで放映されるためのPR要素であるミヤリーや宇都宮餃子が考えられた。「住めば 愉快だ 宇都宮」というメッセージもこのプロジェクトで市民の意見を集め、作成された。宇都宮市内のアンケートで、愛着心のある市民の割合は、62.5%（2010年）から67.4%（2013年）に増えたが、宇都宮だと自信を持って言える市民の割合が45.7%（2010年）から40.8%（2013年）に減っている¹⁸。つまり、プロジェクトを行っているにもかかわらず、市民の自信、誇りの割合は伸び悩んでいる。

そこで、多くの市民が気づいていない「宇都宮の日常生活の良さ」を市外から見たメリットとして発信することで、宇都宮全体の良さに気づいてもらうとともに、地方暮らしに興味を持つ首都圏在住者に「移住せず気軽に通える画期的なライフスタイル『ダブルプレイス 地元2つ、幸せ2倍』」として発信し、宇都宮への興味を喚起していく戦略を打ち出した¹⁹。その戦略の名前は、「ダブルプレイス」である。ターゲットの中心は、家庭などを持っていて、あまり時間がない30代あたりの年齢層。今は、雑誌などで掲載しているが、将来的にはインターネットを使って発信していくとB氏は述べていた。



図4 「住めば 愉快だ 宇都宮」のロゴマーク
出典 宇都宮市ホームページ

¹⁷「宇都宮ブランド戦略（宇都宮プライド）」とは | 宇都宮市
<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/machizukuri/12150/012152.html> 閲覧日
2014.12.12

¹⁸宇都宮市役所からもらった ALL JAPAN CITY PROMOTION SUMMIT の資料 閲覧日
2014.12.12

¹⁹宇都宮市役所からもらった ALL JAPAN CITY PROMOTION SUMMIT の資料 閲覧日
2014.12.12

4.3.4 官民連携への取り組み

2014年10月10日のインタビューでは、官民連携についてあまり深く話を聞くことができなかったため、再び詳しく話を聞いた。質問した内容は、「民間と行政が連携する上で、財政的な支援以外にどのような連携をしているか」、「民間と連携していくために行っている対策などはあるか」、「民間と連携するとなったとき、どこまで協力するか」などである。

民間と連携する場合は、なんらかの形でビジネスが関わってくる。行政では行いづらい対策をやりたい場合は、民間企業や団体に業務委託する場合もあると説明した。多くの企業や団体と関わっているが、ありとあらゆる企業に支援をしていると、公平性がなくなってしまう。そのため、市の事業に参加してくれた企業や団体には、支援をするということで、公共性を保つことにしているとのことであった。

B氏は市役所に話をもちかけてきた人たちの話を聞く努力をし、門前払いをしないと述べていた。話を聞くことで、パートナーになる可能性がある人物や団体を見つけられるかもしれないが、結果的に、話を聞くことが活性化につながることもあるそうだ。

また、民間と連携するための対策として宇都宮市は「宇都宮市 UJI ターン起業促進補助金」を行っている。宇都宮市では UJI ターンにより新たに宇都宮市へ住民登録をし、市内において新規起業にチャレンジされる方を対象に、法人設立に係る経費や事業拠点、生活拠点確保に係る費用の一部助成を行っている²⁰。

UJI とは²¹

U ターン…出身地に戻る形態。

J ターン…出身地の近くの地方都市に移住する形態。

I ターン…出身地以外の地方へ移住する形態。

4.4 宇都宮市の現状と今後の展望

4.4.1 栃木県の魅力度²²

地域ブランド調査 2013 によると、栃木県の都道府県魅力度ランキングは 41 位であり、下から数えたほうが早い順位であった。一応、前年度からは順位が 3 つほど上がったようだが、喜べる結果ではなかったことは確かであろう。また、本県のイメージ想起率は 60.9% である。これは、残りの約 40% の人たちは本県に対するイメージがわからないということを表している。一方、市区町村の魅力度ランキングでは、栃木県の宇都宮市は 164 位であっ

²⁰宇都宮市 UJI ターン起業促進補助金 | 宇都宮市

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/sangyo/kigyoo/010200.html> 閲覧日 2014.12.12

²¹ UJI ターンとは - コトバンク [https://kotobank.jp/word/UJI ターン-809476](https://kotobank.jp/word/UJI%20ターン-809476) 閲覧日 2014.12.12

²² 人口 (宇都宮市、小山市、さくら市、下野市) 広域圏観光 (宇都宮 ...

http://www.city.nasushiobara.lg.jp/dbps_data/_material/_files/000/000/006/625/furusatowatching3.pdf 閲覧日 2014.12.12

た。それに比べて、日光市は 18 位という結果であった。宇都宮市市役所の人たちも日光に訪れる観光客に注目している。日光市と宇都宮市は日光線で繋がっており、宇都宮を経由する観光客をターゲットにして、宇都宮にもっと興味を持ってもらうように取り組んでいきたいと述べていた。

4.4.2 宇都宮市の官民連携の実現に向けて

宇都宮市役所の二つの部署を訪ねて、民間との連携についての必要性を強く感じた。やはり、町全体を盛り上げたいとなると、行政だけでは足りず、民間の協力が必要になってくる。行政では民間みたいに細かいところまで対応できない、民間では資金不足で大きな活動ができないなどのお互いの弱みを、カバーし合うことでより幅広い対策を行える。地域活性化のターゲットはその地域の住民であるから、民間団体や市民と協力し合うことで、理想の活性化を実現できるのではないかと考える。官民の連携のためにも民間と行政の距離を縮めることが必要だと考える。身近な存在になることで、市役所は市民の意見を聴きやすくなり、市民は市役所に意見や質問をしやすくなる。お互いのメリットは大きいと思える。市役所は話を聞く努力をしていると述べていたが、SNS 等を使うことで効率的になるのではないかと考える。SNS のコメントやメッセージは、実際に市役所に訪問し話を聞くより、気軽であるように思う。また、Facebook や Google ドライブではアンケートも容易にできるので、市民の意見収集したい時に便利である。

4.4.3 宇都宮市の地域活性化における今後

宇都宮市役所に話を聞きに行き、改めて感じたことが、地域活性化において、時代の最先端を意識することの重要性である。広報広聴課の B 氏も流行りのものは早めに取り入れるように意識していると述べていた。SNS 等がいい例だ。SNSのおかげで、情報の発信力は格段に上がったと思える。利用できるものは、うまく利用することで、地域活性化にいい影響を与える可能性は十分にある。

私は、地域活性化において、観光分野のターゲットとして外国人に注目することも一つの手だと思っている。そこで、地域政策室の A 氏に聞いてみたところ、まだ外国人訪問客に対応しきれていないと指摘していた。今の時代、海外旅行は当たり前になってきており、どこの国でも多くの外国人が行き来している。観光分野で人を呼び込みたいと考えているなら、外国人にも目を向けるのは当然である。栃木県には、歴史的文化遺産である日光東照宮があり、外国人が訪れたいスポットである。日光市を訪れるということは、宇都宮市を訪れる機会もあるだろう。

だが、国際化に対応するといっても何をすればいいのか。よく行われている対策としては、多言語表記の看板を増やすなどがある。ほかに私が思いつく IT を活かした案は、Wi-Fi の整備である。外国に訪れた際の情報源はやはり携帯電話やパソコンである。海外でも Wi-Fi が繋がれば、インターネットに接続することができる。そこを狙い、宇都宮駅の近場

に FreeWi-Fi スポットをつくってみてはどうだろうか。そして、そのスポットで Wi-Fi に接続した場合、自動的に宇都宮観光サイトに接続するように設定しておけば、宇都宮に興味を持ってもらうきっかけになると考える。もちろん多国語に対応したサイトのほうがいいだろう。

さらに、宇都宮市は、時代の流れを意識し、活用できるものは積極的に活用していき、行動に移していくことが必要なのでは。確かに、予算上厳しいこともあるかもしれないが、とにかく、最先端な対策を試していくことで、新たな活性化への道が見えてくるかもしれない。

最後に、4.4.2 でも述べたように、地域活性化には市民を巻き込むことは必要である。市民を巻き込んだ活性化をすることで、より大きな影響を与えることができるだろう。宇都宮市役所も様々な対策で民間との連携や市民を巻き込む努力はしている。だが、まだまだ市民を巻き込みきれていないように思える。そこで、IT 技術を利用し、より民間の団体や市民と身近な存在になることもひとつの策であると思う。

おわりに

本論文では、IT・モバイル端末と地域活性化の関係性という観点から、地域活性化、IT×地域活性化、IT・モバイル端末、宇都宮の地域活性化の4つの分野を取り上げた。地域活性化の分野については、地域活性化の背景、必要とされている要素について探った。IT・モバイル端末の分野は、それらの特徴や利点をあげ、また、便利ゆえに気をつけなければいけない事柄、今後のIT技術の可能性についてまとめた。宇都宮の地域活性化については、実際に宇都宮市役所に出向き、話を聞いてきた。実際に話を聞いてきたことでわかった、宇都宮市の地域活性化の現状、それに対して気づいた点、必要だと思ったことを中心に書いた。

第1章では、時代によって変わりつつある地域活性化の背景、変遷について述べた。昔と比べて地域活性化のあり方が変わってきていることに国際化や高度情報化などの要素が大きく影響していることがわかった。また、地域活性化の新しい考え方として、テクノポリス構想という概念があり、実際に宇都宮市が行った宇都宮市テクノポリス計画についてまとめた。単に、地域活性化と言っても、時代によって地域の現状が変わってくれば、求められる要素も違うということがわかった。

第2章では、IT・モバイル端末と地域活性化の関係性について、様々な地域、分野のITを利用した活性化の事例から見ていった。IT・モバイル端末にも分野によっては使い方が異なっており、活用方法の幅は非常に広いことがわかった。また、活性化の事例について自分なりの考察を述べた。メリット、デメリット、驚いた点、課題についてである。そして、これらの事例から、なぜIT・モバイル端末が求められているのか、そもそも地域活性化に求められていることは何かについて自分の考えをまとめた。

第3章では、IT・モバイル端末に焦点を当てて、特徴、課題、可能性についてまとめた。特徴に関してまとめたが、情報に関する利点が多かった。将来性については、まだまだ発展途中であるから可能性は無限にある。また、将来今まで以上にIT・モバイル端末が日常生活に定着していくことで利用範囲の幅が広がることがわかった。だが、便利であるがゆえに課題もたくさんあり、それらについてまとめた。これらの特徴などからなぜ地域活性化にIT・モバイル端末が求められるかを考えたところ、やはり生活を快適にしたい、もっと便利な暮らしをしたいという結論にたどり着いた。

第4章では、私たちが住む宇都宮市の地域活性化について詳しく調べた。実際に宇都宮市役所に訪問し、話を聞いてきた。そこで伺った話、その話からの考察を中心に書いた。宇都宮市では、行政と民間ともに様々な活性化対策を行っていることがわかった。宇都宮市の活性化の詳細を調べていたが、自分なりに多くの課題、展望について思い浮かんだ。宇都宮市はこれからも時代の流れを意識した活性化対策を行っていくべきである。目標としては、国際化の対応、IT技術の駆使、行政と民間の連携であると考えた。

この論文では、IT・モバイル端末と地域活性化の関係性について調べてきたが、自分が思っていた以上にIT・モバイル端末が利用されている活性化事例が多かった。だが、IT技術は、まだまだ発展途中であると思える。現在では、スマートフォンやタブレットが飛躍的に普及し、SNS等の利用率も格段に上がったといえる。このことをだれが予想できただろうか。IT技術はめまぐるしく発展しており、将来どのような機械・端末ができるかは予想もできない。将来は今以上に便利な機械などが発明されているだろう。地域活性化もIT技術の発展など時代の変化に合わせて変わっていくだろう。現在でもそうだが、将来的にもIT技術と地域活性化の関係はより切り離せないものとなっていくと思う。

ITを活かした地域活性化のメリットに関しては、シンプルに言うと、今までよりも快適な生活を実現できることであると思う。また、情報の波及という観点からみても、IT技術とモバイル端末は必要なツールである。IT技術の一番の利点としては、情報の発信力であると研究を通して感じた。地域活性化を行っていくうえで、情報の発信はとても重要である。イベントの開催や地元の魅力など地域活性化でアピールしたいコンテンツを人々に知ってもらう必要がある。その地域に住んでいる人なら知っていることもあるかもしれない。

だが、その地域内だけではなく、外にも発信していかななくてはならない。IT技術があれば、日本中はもちろん海外にも情報を発信できる。また、今はモバイル端末があるため、それらの情報をいつでも受信し知ることができる。発信方法も様々ある。もちろん、その地域の住民に向けての、身近な情報や便利な情報も発信できる。地域内に加えて、外にそれぞれの地域の魅力を発信することで、今まで以上の地域の盛り上がりと人の呼び込みにつながると私は考える。地元のことをよく知ること、地元が盛り上がることで、住民の地元への愛着心につながるのではないか。住民たちに、住んでいる地域のことを住みやすい、好き、快適と思ってもらうことこそ、地域活性化が目指す目標だと、私は思う。そのためにも、IT技術、モバイル端末というツールを利用していくことは必要となってくる。

地域活性化とは、簡単に目標が達成できる活動ではない。時代によって、地域の現状が変わることもある。地域の現状が変わるのであれば、それに合わせて地域活性化も変わっていくのも当然である。その地域活性化の変化に光を差してくれるのが、今の時代はIT技術とモバイル端末である。IT技術にはまだまだ課題はあるが、利用することで地域活性化の幅を広げてくれる。今後、IT・モバイル端末と地域活性化ともはどう変化していくか予想がつかないが、私たちの暮らしにプラスになることは間違いないであろう。

あとがき

本論文のテーマを IT と地域活性化の関係性にしようとしたきっかけは、3年生のときの宇都宮市まちづくり提案発表会です。もともと、地域活性化に関することを卒論のテーマにはしたいなと思っていました。ですが、ただ単に地域活性化に関してだと、ありきたりでテーマが広すぎると感じていました。私たちは、まちづくり提案発表会で SNS を利用したまちづくりをテーマにした提案を発表しました。その過程で、SNS に関して調べているときにヒントを得ました。SNS にもさまざまな使い方があり、私が思いつかないような利用方法もあり、非常に興味がわきました。SNS に注目したことから、IT 技術と地域活性化を組み合わせたら面白いのではないかと思いつき、テーマに選定することになりました。

この論文を書いていくうえで、もう一度地域活性化について詳しく調べてみることにしました。正直、もともと地域活性化については漠然とした意味しかつかめていませんでした。この論文を書いていて、地域活性化の在り方を考えさせられました。時代と共に地域の現状も変わっていき、当然地域活性化の内容も変化していつていることを改めて感じました。結論の部分で、今後の地域活性化をうまく IT ・モバイル端末と絡めて導きたかったのですが、うまくまとめきれず、提案する形になってしまったのが残念でした。IT 技術、地域の今後の変化に関して、まだまだ知識が足りず、まとめることができませんでした。

地域活性化は時代と共に課題が生まれるため、完璧に目標を達成することは難しいように思えます。ですが、課題が生まれることで、地域活性化の在り方もいい方向に変化していきます。今後も、地域活性化の活動に注目、参加していき常に地域活性化の在り方について意識していきたいと思っています。そして、自分なりに地域活性化の在り方、今後の方向性をまとめていきたいと思っています。

また、この行政学研究室に所属したことで、私は非常に行動力が身についたと思います。今までは、何かについて調べるときに、あまり聞き取り調査をしたことはありませんでした。中村先生は、研究における聞き取り調査を評価していて、それに刺激され、自ら動いて、聞き取りや、話を聞きに行くことが増えました。文献では得られない情報が、実際に話を聞くことで得ることができました。行政学研究室での活動を通して、自ら動いて情報をつかみに行く重要さを身に染みて感じました。ジョイント合宿でも、他大学のゼミ生と交流から学べることも多く、非常に為になりました。

中村先生に出会ったことで、今までよりも日本の行政問題に興味を持ちました。それが、本論文での地域活性化の研究にもつながりました。中村先生はとても行動力があり、研究していくうえで、いい刺激になりました。また、私が論文に行き詰っているときも、方向性や意見を下さり、とても感謝しています。それと、ジョイント合宿の際は迷惑をかけてしまい、大変申し訳ありませんでした。反省しています。最後に、約 2 年間ですが、本当にお世話になりました。行政学研究室に入ってよかったです。本当にありがとうございました。

ゼミ生の方々にも非常にお世話になりました。卒論で悩んでいるときは支えてくれて、方向性について悩んでいるときは、意見を差し伸べてくれました。特に、4年生のみんなは、とても行動力があり、意識も高く、とても刺激になりました。まちづくり、ジョイント合宿と一緒に取り組むことができ良かったです。本当にありがとうございました。

研究室での活動を通して、得られた経験はとても大きいです。この経験を今後の人生に生かしていきたいと思います。

参考文献

日本建築学会『中心市街地活性化とまちづくり会社』丸善 2005 年

牧瀬稔『地域魅力を高める「地域ブランド」戦略—自治体を活性化した 16 の事例』東京法令出版 2008 年

角本伸晃『観光による地域活性化の経済分析（椙山女学園大学研究叢書）』成文堂 2011 年

吉田寛『情報都市の創造—都市活性化の条件』中央経済社 1988 年

参考 URL

総務省 | 平成 24 年版情報通信白書

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc122310.html>

少子高齢化・人口減少社会 - 総務省

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc112120.html>

まちづくりを考える ～ “まちづくり” ってどんなこと?～

<http://www.geocities.co.jp/Berkeley-Labo/5472/machidukuri.html>

トップダウン型とボトムアップ型とは? | 地域ブランド・マーケティング専門のホームページ制作会社

<http://www.grand-design.org/faq/pr/post-253.html>

テクノポリス構想総論

<http://www.e.okayama-u.ac.jp/~ryonk/lecture/tech/1.html>

拠点都市 - Wikipedia

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%8B%A0%E7%82%B9%E9%83%BD%E5%B8%82>

UR のまちと暮らし : 宇都宮テクノポリスセンター「ゆいの社」

http://takuchi.ur-net.go.jp/techno/concept_know.html

資料 2 地域活性化のための IT 利活用先進事例集 [PDF] - 中部経済産業局

www.chubu.meti.go.jp/kikaku/.../10shiryo2jireishu.pdf

販売時点情報管理 - Wikipedia

<http://ja.wikipedia.org/wiki/販売時点情報管理>

トレーサビリティ・システム (流通経路情報把握システム) とは - コトバンク

[https://kotobank.jp/word/トレーサビリティ・システム\(流通経路情報把握システム\)-809333](https://kotobank.jp/word/トレーサビリティ・システム(流通経路情報把握システム)-809333)

知っておきたい IC カードのタイプと使われ方 - IT

<http://www.atmarkit.co.jp/fsecurity/special/73ic/ic01.html>

第 1 編 IT 利活用による地域活性化方策等の策定

http://www.chubu.meti.go.jp/kikaku/itrikatsuyou_torimatome/4houkousei.pdf#search='

第 1 編+IT+利活用による地域活性化方策等の策定'

@IT Special PR : 「情報漏えい対策」「コスト削減」「情報統制」の一石三鳥を実現

<http://www.atmarkit.co.jp/ad/nec/0912document/nec01.html>

デジタルデバインドとは - IT 用語辞典 e-Words

<http://e-words.jp/w/E38387E382B8E382BFE383ABE38387E38390E382A4E38389./html>

1

総務省 | 地域情報化の推進 | 事例紹介 | 宇都宮おもてなし情報発信事業

http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/local_support/ict/jirei/thema/210309060.html

コンパクトシティ - 宇都宮大学

http://www.cc.utsunomiya-u.ac.jp/~morimoto/homepage/lecture.files/compact_city.pdf

「宇都宮ブランド戦略 (宇都宮プライド)」とは | 宇都宮市

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/machizukuri/12150/012152.html>

宇都宮市 UJI ターン起業促進補助金 | 宇都宮市

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/sangyo/kigyoo/010200.html>

UJI ターンとは - コトバンク

[https://kotobank.jp/word/UJI ターン-809476](https://kotobank.jp/word/UJI%20ターン-809476)

インタビュー協力

宇都宮市役所 総合政策部 地域政策室 中心市街地活性化グループ (2014年10月10日)

宇都宮市役所 広報広聴課 (2014年12月10日)