

地域に関連性のあるもので地域活力UP！

国際学部国際社会学科3年 氏家祐太

1. 地域活力とまちおこし

地域に活力を与えるため、あるいは取り戻すためにはまちおこしを行なっていくことが効果的な手段のひとつであるだろう。中でも、行政・企業・住民が三位一体となって推し進め、地域の中で特徴のあるものに着目し、それをを用いてまちおこしを行うことは、効果的であるだろう。具体的な例をいくつかあげるとするならば、香川県のさぬきうどんや宇都宮市の餃子などが挙げられるだろう。本稿では、全国的な成功を収めたまちおこしの前例を参考にしつつ、新たなまちおこしとして、紅茶を用いたまちおこしの方法について検討していく。同時に、紅茶の専門家が、紅茶の普及にどのような取り組みを行なっているのかなど、専門家の凄さというものも、多少なりとも触れていく。

なお、今回メインのテーマとして取り上げる「活力」とは、人口や観光客数の増加、景気の向上や住民にとって暮らしやすいまちになることなども含むという、一般的な定義である「活力」と同じような意味で扱っていく。

2. 大成功を収めた宇都宮のまちおこし「餃子」の前例を探る

まちおこしが成功した例は非常に多くあるが、私が宇都宮出身ということもあり、前述した宇都宮市が行った餃子を利用したまちおこしについて取り上げ、まちおこしの経緯などについても簡単に整理しておきたい。

そもそも宇都宮市が餃子のまちとしてスタートした発端は、宇都宮市の職員が餃子の一世帯あたりの年間支出金額が全国トップであったことに着目し、研修発表会で餃子を通してのまちおこしの提案をしたことから始まった¹。その後、宇都宮餃子会を設立しテレビの人気をうまく利用したり、「おいしい餃子とふるさと情報館・来らっせ」をオープンしたり、官・民が一体となって様々な取り組みを行なってきた²。その結果として、現在では浜松市と並び餃子のまちとして全国に知られるようになり、毎年開催されている宇都宮餃子祭りでは非常に多くの人が足を運んでいる。

ところで、餃子のような官・民が一体となったまちおこしではないが、宇都宮市で長年愛されてきた「レモン牛乳」によって一過性ではあったかもしれないが、地域活性化が図られたため、この点についても簡単ではあるがどのようなものであったかを紹介したい。

レモン牛乳は、戦後間もなく誕生した飲料であり、宇都宮市の関東牛乳が販売していた。正式名称は「関東レモン牛乳」。関東牛乳が平成16年に廃業したが、栃木乳業がレモン牛

¹宇都宮市市立図書館 HP「宇都宮の餃子について知りたい。餃子が有名になった経緯を知りたい。」<https://www.lib-utsunomiya.jp/hp/page000000800/hpg000000773.htm>（2013年2月2日現在）

²街元気-まちづくり情報サイト HP「第10回 「宇都宮餃子オフィシャルMAP」(栃木県宇都宮市・後編)」<https://www.machigenki.jp/content/view/522/369/>（2013年2月2日現在）

乳を引き継ぎ、現在「関東・栃木レモン」という名称で販売している³。このレモン牛乳を用いて、レモン牛乳アイス、レモン牛乳まんじゅうやレモン牛乳味のウインナーなど様々な商品が作られた。

こうした商品が TV で紹介されたこともあり、人気は宇都宮市だけでなく全国へと広がっており、宇都宮市に住んでいる人たちも、長年親しんできたレモン牛乳が様々なコラボレーションをしていることを、楽しんでいたように見受けられる。このような、地域の企業の商品を利用して地域活性化を図ることも十分可能である。

3. 紅茶を飲んで、食べて、利用して地域活力 UP !

宇都宮の餃子消費量が全国 1 位であることに着目し、見事まちおこしが成功したことは前述のとおりであるが、実は宇都宮市は紅茶の消費量も 1 位である⁴。宇都宮には、「世界の紅茶 Y's tea」をはじめ、多くの紅茶店が存在しており、専門店は紅茶を広めるために様々な取り組みを行なっている。

そこで、以下では紅茶の専門家が、一般の人に紅茶の魅力をどのように伝え、紅茶を広めてく努力をしているのかなどの紹介をすると共に、紅茶を用いて地域活性化をはかるために、行政や住民とどのような協力をしていくことが必要なのかということについて考えていく。また、以下で述べていくことは、聞き取り調査などをしておらず、インターネット上の情報を主に利用して述べていくことであり、憶測の部分があることをあらかじめ断っておく。

宇都宮市の紅茶専門店「世界の紅茶 Y's tea」では、現在ソラマチ（東京スカイツリー付近の商業施設）で季節限定商品として「とちおとめ紅茶」を販売しており⁵、栃木県外でも栃木県の名産品であるいちごを用いた紅茶を PR している。また、「Utsunomiya Tea Story」という紅茶を通信販売することや、講演・出張紅茶教室の開催などによって、宇都宮紅茶を大勢の人にも楽しんでもらえるような取り組みを行なっているようである。また、「世界の紅茶 Y's tea」のオーナーはブログを開設しており、ここでは紅茶の紹介やオリオン通りでの清掃活動の様子など、様々な情報を発信している⁶。

現在は、ブログが若年層を中心に浸透しており、こうした情報を発信することで、安心して商品を購入することができたり、新しい商品や行事に興味をもったりすることも多くある。また、ただの店員と消費者という関係から、一歩進んだ関係になるような効果も期待できる。

このように紅茶専門店が紅茶の普及のために様々な取り組みを行なっているようであるが、紅茶を利用して地域活性化を図るとするならば、どのようなことが必要なかを以下で考えていく。

³ 栃木乳業株式会社 HP「レモン牛乳物語」<http://www.tochigimilk.co.jp/remon-story.html> (2013年2月2日現在)

⁴ 下野新聞 soon『紅茶日本一PRへ 市民ら推進ボランティア』
<http://www.shimotsuke.co.jp/news/tochigi/top/news/20120620/809647> (2013年2月2日現在)

⁵ 世界の紅茶 Y's tea HP <http://www.y-tea.com/> (2013年2月2日現在)

⁶ 紅茶で世界をハッピーに <http://ameblo.jp/y-teaowner/> (2013年2月2日現在)

4. 専門店と官・民との協力

紅茶専門店が紅茶の普及のため、紅茶を利用して地域活性化を図るために様々な取り組みを行なっていることは前述のとおりであるが、紅茶に興味がある人であれば、こうした情報は容易に入手することは可能であると考えられる。しかしながら、紅茶にあまり馴染みがない私達が何気なく日々を過ごしている中で、そうした情報はあまり入ってくることはないように感じる。そもそも、宇都宮市が紅茶の消費量全国トップだということを知っている人は少ないのではないだろうか。そのため、まずは、餃子の例に「右に倣え」になってしまうが、市民に紅茶の消費量全国トップだという情報を発信していくことと、専門店の取り組みなどの情報を私達が入手しやすくなおかつ、身近に感じることができ環境を整備することが重要になる。

前者に関しては、市と専門店とが協力して、PR 活動を行なっていくことが有効だろう。PR の方法も、ただ「宇都宮は紅茶の消費量全国トップですよ。」というような一方的なものではなく、お茶会などを開催し、実際に宇都宮の紅茶を味わいながら話をするような機会があると、興味をもつ人が多くなり認知されやすくなるだろう。

後者に関しては、専門店がメーリングリストやチラシなどを作成するといった案が考えられるが、私達消費者が情報を得ようとするきっかけがなければ、せっかくそういったものがあっても、利用することはほとんどないだろう。そのため、紅茶に興味を持ってもらうために、市の広報誌への掲載や大学等への出張茶店などを、市と行政、住民とで協力して行なっていくことで、多くの人に「おもしろそうだな。」と思ってもらえるようになり、その結果として、メーリングリストなどに登録してみようとする人も増えると予想される。

前者、後者ともに、専門店と行政そして私達住民とが、三位一体となって取り組むことで大きな効果がうまれるはずである。

5. 「紅茶のまち宇都宮」の可能性と更なる後押し

今回は、紅茶を用いて地域活性化を図るという題を選びインターネットを中心に情報を集めてきた。その結果紅茶専門店は様々な取り組みをしていることがわかり、そのいずれもが興味を惹かれるものであった。しかしながら、きっかけがなければ、そうした情報に触れる機会はあまりなく、楽しいイベントが開催されていても、情報を得ていなければ参加できないというのはもったいないと感じた。

だからこそ、行政との連携を高め、広報誌などを用いて効果的な情報発信を行なっていくことができたならば、私達が情報を得る機会も多くなり、より一層「紅茶のまち宇都宮」を後押しする原動力となるはずである。したがって、紅茶を用いて地域活性化を図ることは決して無謀なことではなく、むしろ可能性に満ちあふれているのである。

今回は紅茶に焦点を当てて考えてきたが、紅茶に限らずとも、地域の特徴のあるものを上手に利用することで地域活性化を図ることは、多くの可能性がある。その可能性の芽を育てていくためには、企業や行政そして私達住民が協力しあうことが必要なのである。