

No	提 案 名	提案団体名	
		代表者氏名	所 属
1	オリオン通りをつなげるコミュニティカフェ	宇都宮大学 行政学研究室	
		飯塚 瞳	宇都宮大学 国際学部
		指導教官 氏 名	中村 祐司

1 提案の要旨

私たちの提案の一番大きな目標は、宇都宮市の中心地として多くの人に利用されるようなオリオン通り商店街の活性化である。しかしこれまでのオリオン通りで、同じような考えから様々な活動が試されてきた。現状として「宇都宮といたらオリオン通り」と思うような場所になるまではまだまだほど遠いものがある。

そこで私たちはこれまで実際に行われたが、数年で打ち切りになってしまった事業について調べその課題の共通点を見つけ出した。また、オリオン通り商店街に何度も足を運び、2012年から始まり、実質2年間行われた空き店舗改装事業に関わってきた市の経済部商工振興課や、当時の事業主である宇都宮大学の陣内雄次教授に直接インタビューに行き、当時の様子や事業が打ち切りになってしまった理由と背景を行政と事業主の両方の立場から調査した。これらの調査よりこれまで行われてきたオリオン通り商店街の活性化の課題を、商店街側、事業主側、行政側の三つの視点から述べていく。まず商店街側の視点として、商店街側の活性化に対する興味や意志があっても、基本的に外部からの事業に対する姿勢は受身で、自らは大きな行動をせず頼り切っていることが挙げられる。そして事業主側の視点からは、学生やボランティア主体となるため、事業の継続性に限界があり、単発的な活動になりがちなために商店街の中に溶け込む前に打ち切りになり、次の活動に繋がるものに成長できないことが挙げられる。行政の視点からは、上手く事業主側と商店街側の仲介として機能しきれておらず、特に事業主とのコミュニケーション不足のために支援の仕方に限界があるということが挙げられる。

私たちはそれぞれの課題をこのように分析し、目標達成のために次のようなシステムを提案する。商店街側の活性化に対する姿勢を能動的なものにするための意識改革、事業主側の事業の展開を継続的に且つ活性化に繋がるようなものにする事業形態、行政側の商店街と事業主の仲介役としての役割を果たし、事業が良い方向へ展開していくための支援を行っていくサポート役を実現させるための媒体としての「コミュニティカフェ」を運営していく。このカフェは、3年間宇都宮市からの補助金というサポートを得ながら運営し、カフェの運営と同時に週に1.2回ミーティングとイベントを行う時間と場所を提供する。ミーティングやイベントを通して、オリオン通り商店街への新たな考えの挿入と住民の能動的なまちづくりへの参加を促す。このような場所を提案する。

2 提案の目標

我々の提案において、宇都宮中心商業地のオリオン通りでは活性化のために今まで様々な事業が計画されてきたが、根本的な解決には結びつかなかったことが前提としてある。我々の思う根本的な解決とは、通りの並びを変えることでなく、店舗運営者の意識改革をすることであると考えられる。何故ならば、オリオン通りの活性化の課題は、現場にいる人々の参画の現状と現在の店舗の運営状況、通りのイベントの進行状況などが考えられるからである。そのため私たちの提案は、オリオン通りの商店街自身へ向けたコミュニティカフェを設置することとしたい。またここではコミュニティカフェの具体的な名前や開店場所の提案ではなく、カフェの機能に重点をおいたものとする。実際の目標の到達点としては、第一にオリオン通りの人々自身がオリオン通りづくり

のきっかけを生み出せるようになること、第二に話し合い、考える場として空き店舗を利用することで賑わいを生むこと、第三にそれによってオリオン通りを新規参入が出来る場にある。

また、この提案は何年も継続するものではなくまずは三年間を目安に事業と活動を行い、常に新たな成果をあげるようなものとした。私たちは元々カフェによって、三年間でオリオン通りに一つの種を植えることを最終目標としていた。しかし、カフェが3年で終わってしまってもオリオン通りやカフェの事業主の生活は続いていく。そこで私たちはカフェの運営自体は三年間に縛らず、その後支援を受けずとも独立して経営していけるような場所にしていくことを最終目標とすることにした。このことから、実際に採用されたカフェの事業主も自分の生活を考えカフェの運営に力を入れることが出来るようになる。またこの三年間というのは LRT の開通や 2020 年東京オリンピックに関する政策にからめた期間であり、最終的には三年間で通りに関わる人々の意識改革を行い、オリオン通りを中心商業地に相応しい、外部から多くの人を集める魅力ある北関東一の商店街にしたい。

3 現状の分析と課題

3.1 オリオン通りについて

現代の日本社会では、深刻な少子高齢化や大型商業施設の増加、自動車の普及により商店街の衰退が進行している。宇都宮市のオリオン通りもその一つと言えるだろう。商店街関係者は「大型ショッピングセンターに人々が流出してしまい、昔に比べ集客が見込めない。」と不満の声を漏らした。下記の表からわかるように、オリオン通りの通行量を 2003 年から見てみると、特に休日の通行量で大幅な減少をしたが、最近は増加傾向にある。この要因として、毎週のようにオリオンスクエアなどで実施されるようになったイベントが挙げられる。人々はオリオン通りに足を運ぶことで、何かが行われているという期待感と新鮮さに魅了されているのではないだろうか。オリオン通り商業協同組合の職員へのインタビューでは「商店街には昔から出店している店が多く、店舗が固定化している。新しい風を吹かせないと客層が変わらず、現状を変えることができない。」と、現状改革の必要性を強く抱いていた。

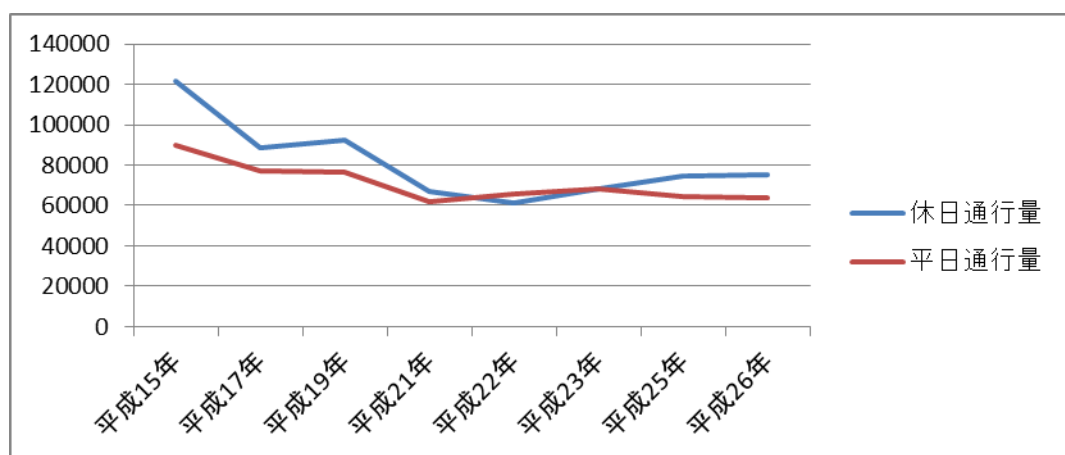


図-1 商店街通行量の推移 (参考：商店街通行量・来街者実態調査、宇都宮商工会議所調べ)

3.2 オリオン通りについての宇都宮大学生の印象

若者にとって現状のオリオン通り商店街はどのように映るのだろうか。2015年8月28日から9月3日までの間に、宇都宮大学の大学生計144人(国際学部、教育学部、農学部、工学部の一年生から四年生まで)に対して「商店街に対する印象調査」というアンケートをインターネット

にて実施した。すると現状を示す興味深いデータが得られた。オリオン通りを訪れる頻度の項目では「月に1回」が58.6%、「行かない」が30%という結果(図-2)となり、学生は商店街をあまり頻繁には訪れていないということが分かる。その理由として「宇都宮大学から遠いから」という声が非常に多かった。しかしこの声は単に物理的な要因だけで終わることではないと考える。なぜならば、人は魅力がある場所や物には少し離れていても訪れてしまうからだ。また、商店街に興味を示さない若者というのは大学生だけでなく、高校生も当てはまるだろう。下校時間にオリオン通りの調査をしていると、高校生はオリオン通り商店街をただ素通りするだけで利用していない印象を強く受けた。このことからオリオン通り商店街には、若者にとって魅力ある店舗が乏しいことがうかがえる。

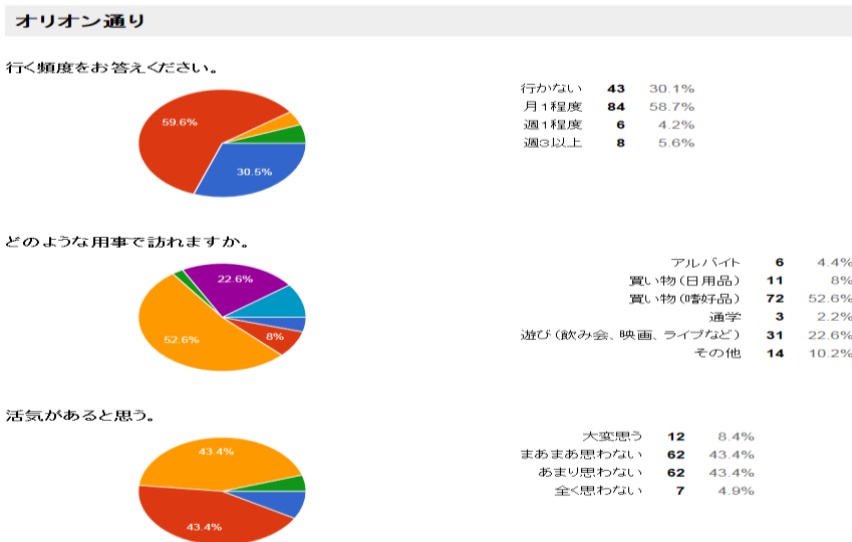


図-2 商店街に対する印象調査、オリオン通りに行く頻度、どのような用事で訪れるのか、活気が有ると思うか。

対象：宇都宮大学学部生 144 人 期間：2015 年 8 月 28 日～9 月 3 日

3.3 若者と商店街活性化事業

若い世代が何に魅力を持ち、商店街を利用しようと思決定するのは私たち自身も若い世代として、それとなく理解していると思われる。だが若者、特に学生が店舗を運営することは全く別の話である。若者主体で店舗を構えることが容易ではないことは、オリオン通り活性化事業の事例を見ることで分かる。ここでは2つの事例を列挙する。

① コミュニティカフェ「KANMAS」：2012 年から始まった学生主体の空き店舗活用プロジェクトのコンペティションの優秀計画の一つとして KANMAS は開店した。ユニオン通りの空き店舗を学生が市からの補助金を利用しカフェとして改装運営し、月に一度「KANMAS まちなかゼミ」という名前の勉強会を開催した。それにより単なるカフェで終わらせず、地域のコミュニティスペースとして人気を博した。参加者は 30～40 人集まり、主に学生、地域住民、県庁職員、議員など職業や年齢が異なった人々で賑わったが、営業日が不定期であることや新しいことをする店舗の必要性などの理由から補助金が 2 年で打ち切りになり、閉店となった。この KANMAS の他にも同じ補助金で運営していた店舗があったが、その隣の店の店主は、「頑張っていることが伝わってきて、商店街としても活気が出てきた気がした。応援したかったが、すぐに去ってしまっって勿体無いことだと感じた。」(2015 年 11 月 10 日)と、若者という新しい風が商店街に吹き込むことで、変革をもたらす可能性があることを話した。

② イエローフィッシュⁱⁱ：2002 年にまちづくり交流センターとしてまちづくり推進機構が開店

させたイエローフィッシュは、3つの大学の学生が主体になって活動を開始し、市民に開けた場としてボランティア団体のミーティング、ジャズバンドの練習場としても利用された。活動自体はMONMIYAへの記事掲載や、清掃活動、紙芝居など商店街との交流の中で運営するも、2004年9月18日のイベント以降運営がされた様子がない。活動がストップした原因には、イエローフィッシュではセンター運営を当番制としたが、学生主体であることで運営が厳しくなったこと、商店街関係者があまり協力的ではなかったことなどが理由として挙げられるのではないだろうか。また、この時点では市の協力はそこまでえられなかったと考える。その理由は、宇都宮市から中心市街地整備推進機構に2009年に指定されたためではないかと考える。実際に運営面そしてその継続を考えると学生だけではなく、社会人の考え方、商店街だけではなく、市にも運営の手助けをしてもらう必要は大いにある。例えば、市政とは金銭面の話のみに留まらず、どのようにまちづくりを進めていくべきかなど、現在の商店街に何が求められているのかを検討することが必要である。

3.4 これまでの活性化事業の課題

商店街を活性化させるためには、そこで働く人々の意識を変えなければいけない。コミュニティカフェ「KANMAS」のように、若者による商店街参入はそうした意識改革の起爆剤になる可能性が十分にあるだろう。しかし、KANMASと同様の運営システムでは打ち切りという同じ過ちを犯すことになる。学生が主体となり運営していく上での課題を整理したい。以下、KANMASの経営で浮彫となった課題を挙げる。

- ① 人数不足と学年による経営に対する情熱の差
- ② 補助金に頼りきった運営方法
- ③ 行政との連携

KANMASは学生が運営していたが、その学生が生計を支えるためのアルバイトや本業の勉強を優先したことにより、人手不足が問題となった。また大学との距離を考えると運営が容易ではなかったことも問題として挙げられる。だが、なによりも今回の問題点は、運営のシステムとして、運営資金を永遠に続くことはない補助金に頼ってしまったことだ。このことはビジネスとしてあってはいけない。しかし土地代が高いオリオン通り商店街で新たに起業して運営していくためには、自己で資金を賄うことができるシステム作りをしていく準備期間が必要であるだろう。最後に挙げた行政との連携という課題であるが、これはKANMASを運営していた側にとっては、「突然打ち切りにされたⁱⁱⁱ。」という印象が強かったにも関わらず、行政側では「そのようにしたつもりはない。」という見解の不一致が起こっていた。この不一致を無くすためにも、補助金という関わりだけでなく、プロジェクト始動後も市と共に商店街づくりを進めていく必要がある。

これまでのオリオン通り活性化事業の例に共通する課題をここで2点にまとめる。まず、1つ目に、市が支援金の給付を通して活動の後押しを行ったが、実際に実現した活動も支援金の給付後の活動の細かな市または議員と事業主との連携が上手く取れていないこと。そして2つ目にオリオン通りで現在も商売を営んでいる住民に対して良い影響を及ぼしていないことである。

そこで私たちの提案するコミュニティカフェはこの2つの問題を加味し、次のようなシステムで運営する。

4 施策事業の提案

4.1 コミュニティカフェの概要とその目標

そこで私達が提案するのは「コミュニティカフェ」である。市から3年間の補助金を得ながら運営をしていく。今回の提案の目標は、オリオン通りの人による“オリオン通りづくり”を考えるきっかけとなる場所作りである。そしてそのために、オリオン通りの関係者、地域の人や学生、県や市などの行政職員をつなぐ場所としてこのカフェを提案する。このカフェには2つの特徴が

ある。第一の特徴は、行政職員やオリオン通り関係者そして地域の方との週1回オリオン通りについて話し合う場にあること。第二に雑貨販売のスペースを設けることである。

このコミュニティカフェの「コミュニティ」とは、カフェに来店したお客様との繋がりを大切にするだけでなく、イベントや勉強会、ワークショップを通して様々な人々を繋げる場である。しかし、今回提案するコミュニティカフェはそれだけではない。このカフェの周りからまず少しずつ商店街に繋がりを作り、オリオン通りを一体化させていく場となる。そしてその後商店街内部の繋がりを取り持つ中心となる場所という意味のコミュニティカフェなのである。

今回の提案では、補助金を受ける3年間の運営について具体的に考案する。3年間の具体的な目標を述べる。まず1年目はオリオン通りになじむことである。日々の営業だけでなく様々なイベントを開催し、オリオン通りの商店街関係者を巻き込んだ活動を行い、商店街の中でネットワークを作っていく。特に後期目標とした「他の商店と共にイベント企画」については、大きなイベント開催を最終目的にしつつ、商店同士の小規模のイベントを複数回実施していき、商店街を盛り上げるとともに商店街関係者との交流を深める。2年目は地域住民を巻き込んだ形のイベントを、商店街の人たちと考案し充実させ、オリオン通りについての意見とイベント経験を蓄積する一年とする。前期目標としては、ミーティングを有効活用し、自分たちだけでなく少しでも多くのお店や人々の意見を取り込み、周辺地域を一体感のあるものにする。後期目標としては、2年間積み上げてきた経験と関係を活用し来季の運営を考えていく。支援金なしで運営をしたい気持ちを実現するため、商店街全体で考えていくのだ。そして3年目は市の支援なしで経営していけるシステムを前年に考案したものを参考に構築していくことである。1年目、2年目で培った商店街のコミュニティと、集客を見込めるイベント、そしてその2年の経験から、3年という節目に市の支援を受けずに運営を行えるような体制を築く。

表1 カフェの年・前期後期目標

年間目標	前期	後期
1年目:オリオン通りに馴染む	積極的に商店街関係者と交流	他の商店と共にイベント企画
2年目:商店街関係者の意見を集約	ミーティングを有効利用	来季の運営を商店街全体で考案
3年目:支援金なしでの運営体制を構築	前年に立てた目標に沿って運営	運営の反省・今後に向けて考案

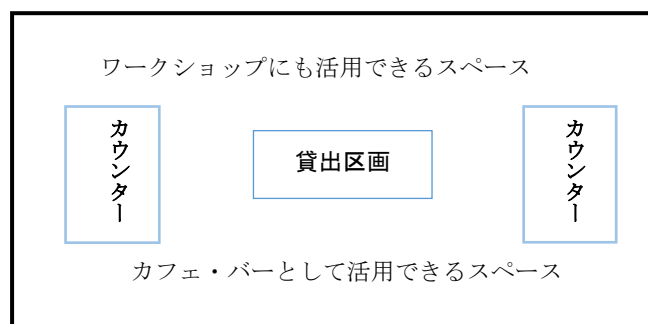


図3 カフェ内容図

4.2 具体的な運営の計画

4.2.1 一週間の流れ

カフェの経営方法は水曜日にオリオン通りの商店街の関係者商店街関係者によるミーティング、

木曜日は一般の客も交えた勉強会やワークショップなどを行うイベントの日として利用し、残りの月曜日、火曜日、金曜日、土曜日、日曜日はカフェの営業日にする。また雑貨のスペースはカフェの営業日の他、ミーティングや勉強会の日にも常設する。

表2 一週間のスケジュール (仮)

月曜日	火曜日	水曜日	
カフェ営業日 雑貨販売	カフェ営業日 雑貨販売	ミーティング	
木曜日	金曜日	土曜日	日曜日
イベント	カフェ営業 雑貨販売	カフェ営業 雑貨販売	カフェ営業 雑貨販売

水曜日の商店街関係者のためのミーティングでは、商店街をさらにぎわう場にするにはどうしたらいいのか、また今後どのような商店街にしていきたいのかという商店街の人たちの意識を高めるための勉強会や話し合いを行う。勉強会の日には、外部から講師や県や市の職員、議員を呼び、オリオン通り商店街の現状とこれからどうすれば良いのかを学び、話し合いではワークショップなどを通して個々の意見を共有して意識を高めることを行う。この講師への費用などにも補助金を活用する。

そして木曜日の一般の人向けの勉強会やイベントも同様に、外部から講師を呼び、これからの宇都宮について町づくり、若い人たちの企業についてなどの話す場とする。若い人たちの企業について不安や抱える問題を共有したり、解決策を考えたりする場としてカフェを活用するのである。そこから市や県への提案や助けてほしいことをまとめて提案する機会を設ける可能性にもつながる。そしてここに市や県の職員も含む場になるとより現実味がある。もちろん四季折々で日頃の感謝をこめたパーティーなども交流をふやしていく中で行われることもこの木曜日は利用可能である。

このカフェは日中の部と夜の部に分け、夜の部ではバーのような形にして会社帰りのサラリーマン、OL、大学生などの集まる場所にすることも出来るのではないか。

このような形で運営していくとこのカフェは新しい風、意識改革、若者ががんばる、それだけでなくオリオン通りの商店街関係者の意識改革をはじめ、その後の活動の拠点となるであろう。

4.2.2 経営面について

この章では前章のコミュニティカフェを実際に運営していく場合にかかる費用がどれくらいになるかを計算し、我々の施策を成立させるためにどれだけの補助金が必要であるのか、何故必要なのかを考える。店舗の運営費のみでは経営者の生計を立てることは出来ないことを念頭に置き、現状のテナント料などから必要な売り上げの予想などを立てる。

- ・オリオン通りで店舗を経営する場合に見込まれる収入

表3 店舗運営における一カ月の収入 (予想)

	単価×予想客数×営業日数・貸出区画	収入
平日	1000 (円) × 10 (人) × 4 日 × 4 (週)	160,000 (円)
土曜日	1000 (円) × 30 (人) × 4 (週)	120,000 (円)
日曜日	1000 (円) × 10 (人) × 4 (週)	40,000 (円)
一カ月	2,000 (円) × 4 (区画)	8,000 (円)

合計	328,000 (円)
----	-------------

少し古いデータになってしまうが、平成 23 年の中小企業診断協会によるデータivに、宇都宮中心商業地(オリオン通り含む 9 つの通り)の来店客数を示すものがある。来店客数は平日で 10 人以下が最も多く土曜日でも 10~30 人、祝祭日では 10 人以下の店舗と 10~30 人の店舗で同じくらいである、というデータである。これを元に土日と平日 4 日間営業を行った場合、飲食店であれば一人の客の単価を 1,000 円と見積もって、平日 10 人×4 日、土曜日 30 人、日曜日 10 人と計算すれば売り上げは一カ月 320,000 円ほどと見込める。さらに、一区画 2,000 円(東京では 1BOX1,500~4,500 円)で店舗の一区画を栃木県内の作家や雑貨の販売を行いたい人に貸し出すことが出来れば、それも収入となる。現在は四区画を想定している為、雑貨販売による収入は一月 8,000 円となる。これで月に約 330,000 円の売り上げとなる。

- ・オリオン通り商店街内で店舗を経営する場合に見込まれる支出

表 4 一カ月の支出 (予想)

1カ月の支出	
テナント料×1カ月	65,000 (円)
家賃×1カ月	50,000 (円)
市営駐車場×1カ月	64,800 (円)
生活費(光熱費・食費・水道代・通信費)×1カ月	100,000 (円)
諸費用(光熱費・食材費・設備費・人件費他)×1カ月	100,000 (円)
合計	379,800 (円)

現在(11月 26 日)、オリオン通りの空き店舗情報から分かる一カ月のテナント料は安くて月 6.5 万円からだ(高くて 1 フロア 25 万くらいで平均は約 16.7 万)。店舗と家を別として考えると、宇都宮中心市街地の家賃相場は 5 万円から、更に車で通勤した場合には付近の市営駐車場代(20 分 100 円)がかかる。店舗運営中 9 時~18 時まで利用(9 時間)で 2,700 円、週に六回駐車すれば 16,200 円、一カ月で 64,800 円となる。

また、マイホーム情報vによると一人暮らしの成人が生活するには光熱費、食費、水道、通信費のみで、全国平均月約 10 万円必要である。家族が居ればさらに食費、光熱費、学費などがかかることは安易に予想できる。

- ・店舗を経営するのにかかる費用

上記のことからテナント料と駐車場の代金だけを店舗運営にかかる費用としてみても、一カ月 13 万円で、ここに店舗運営の為に光熱費や食材費、設備費、人件費などを加えると一ヶ月 23 万円にはなるだろう。さらに家賃と生活費の 15 万円を考えれば 38 万円ほど必要だ。

このように予想の時点で既に売上金額を上回ってしまっていることから、このままでは私たちが考案する新規出店者の運営は困難であると言わざるを得ない。しかし先ほど述べたように、二年間ある程度の補助金があれば、週に 1.2 回行うミーティングでこのカフェの存在を知る人も増え、自立できるようなノウハウを勉強会などから身につけることが出来ると予想する。オリオン通り商店街内でカフェが話し合いの場として人々の集う場となれば、自分たちの力でオリオン通りの商店街を活性化させるための一歩として捉えてもらえるだろう。そうなれば、店舗を遠くか

ら眺めるだけでなく、参加する人も増え、運営補助金がなくなった後の継続の可能性が出てくる。

他の可能性として、その後、オリオン通りの人たちからの投資によって運営するミーティングスペースを新たに開設するというのも1つの案として提案したい。

4.3 行政の役割

このカフェの運営には行政からの支援は必要不可欠である。なぜならば、まずオリオン通りに企業するという金銭的なハードルとコミュニティへの参画のハードルが存在するからだ。そこで、宇都宮市には現在行っている「宇都宮市 UJI ターン起業促進補助金^{vi}」を応用させて補助金を捻出していただき、補助金を出してもらおうこと、そしてミーティングへの可能な限りの参加を要請したい。またカフェ経営者の募集も行政に協力をお願いする。この募集だが、宇都宮市の活性化・オリオン通りの活性化に興味があり、自ら町づくりを行いたいと強い意志を持ち、このカフェによって自立して営業していける人を募集したい。そしてカフェを経営していく上でどのようなカフェにしたいのかを、町づくりの視点を踏まえつつ書類審査、その後の面接プレゼンテーションを通して選出する。

4.4 雑貨スペースについて

このカフェ事業者の資金面での負担を減らす1つの案として、雑貨スペースを提案する。月額で雑貨を置くスペースを貸すことにより、収入を増やすことが出来る。雑貨スペースというのは、カフェの中の一部に雑貨や小物を販売するスペースを設けることである。そのスペースは個人の管理で成り立つようにし、宇都宮のアーティストや主婦の手作り雑貨、益子焼や大谷石などの栃木県の伝統工芸、特産品など食品以外のものを販売することを考えている。例えば1つのスペースを月に2千円で貸出し、そのスペースについては、レイアウトから販売する商品の品ぞろえまで、自由に展開してもらおうというものである。このスペースはカフェに訪れた客が、アーティストや主婦などの作品を見て購入するきっかけとなることが予想される。また口コミやネットで人気が出て、カフェのことが広がるだけでなく、作品の出展者が独立して店舗を構えられるようになるようなきっかけになる可能性も含んでいる。将来的にはオリオン通りに店舗を構えることも可能であるし、そうすることでオリオン通りの活気にもつながり、更に宇都宮に愛着を持って活動してくれるのではないだろうか。

4.5 この事業に伴う効果

この事業の実施に伴う効果として、3つの異なる視点からみていく。1つ目の視点はオリオン通りの商店街側の視点である。このカフェが商店街の人々の交流の場として活用されることで、40年前のこの地域が栄えていた時代から商売をしてきた人々が、今日の状況を受け止め、これからみんなで協力しようという意識変革の場所になっていくと考えられる。

2つ目の視点は行政側の視点である。これまで中心商業地であるオリオン通りという場所に何度もメスを入れたが、上手くいかないことも多かった。特に若者の意見が欲しい、と思っても若者自身が諦めてしまう、なかなか連携が取れない、意見が聞けないことなどからオリオン通り自体に若者を参入させることが上手くいかない事例が多くあった。しかし今回の提案を活用することで、外部から変える、若者の力で変えること以外の方法として、オリオン通り自身が変わるという方法があると証明出来る。そうなれば、自らで考え、実践することで活気の溢れる中心商業地として外来者から見ても寂れた印象は受けたくないようなオリオン通り商店街になるだろう。

そして最後に、3つ目の視点は事業主側の視点である。このカフェは約三年間、市からの支援金の給付により運営していく。宇都宮の町で企業したい若者や、町づくりに興味のある若者が大いに活躍できる場所となる。支援金を受け取るにより自らの力では実際にお店を持つことができなかつた若者や、雑貨スペースを使用することにより新しい一歩を踏み出す人が出てくれば、三年間という支援期間を過ぎた後でもこの場所が継続していくことができる。

このようなつながりを三年間という期間で終わらせてしまうのは「もったいない」ことであり、オリオン通りや商店街はその先も続いていくのだから、その流れに責任を取るべきだろう。したがってこのカフェの経営者に選ばれる人、雑貨スペースで出店する人たちは、自分たちこそがこの商店街を変えていくのだ、というまちづくりへの強い意志が必要になる。その効果として、このカフェはオリオン通り商店街にとって、客にもなくてはならないコミュニケーションの中核といえる場所になっていくだろう。

このように私たちの提案によって、元々あったオリオン通り内部のつながりだけではなく、新たな繋がりが生まれることは間違いない。日々の営業の中で生まれた私たちと客だけのつながりが、カフェという場を介して、全く知らなかった人、40年以上前から商店街に店を構える人、県や市など行政の人と客のつながりにもなる。そして、その様々なつながりがオリオン通りの周りの店舗にまで波及して、オリオン通り商店街全体が意識改革の必要性に気づく。

5 私たちのねがい

今回の提案を通して伝えたいことは、オリオン通りの活性化のためには、若者や外からの改革だけではなく、加えて中の住民の参加も必要であるということである。またこれまでの事業の反省を反省で終わらせず、それを生かすような活動を宇都宮市の住民が一丸となって考えることが出来る場所が形成されることを望む。

i 宇都宮大学行政学研究室が宇都宮大学学部生を対象に、宇都宮市内の4つの地域に対する意識についてのアンケート調査を行った。期間は2015年8月28日～9月3日までの7日間で、方法としてはGoogleフォームを利用し、ネット上で拡散、回答を集めた。

ii 宇都宮市まちづくり交流センターイエローフィッシュ <http://www.ucatv.ne.jp/~kibuna/> (2015年11月24日閲覧)

iii 当時の関係者へのインタビューより抜粋(11月16日実施)

iv 平成23年度調査研究事業・宇都宮中心市街空き店舗における新規開業者の現状と支援策についての調査研究、平成24年2月中小企業診断協会 (2015年11月20日閲覧)

v 一人暮らしの生活費・マイホーム情報不動産

<http://www.myhome-info.jp/to-single/mametishiki/average-cost.html> (2015年11月24日閲覧)

vi 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> (2015年11月24日閲覧)