

## ●まちづくり活動報告

〈1〉ICTを活用した  
市民の情報発信活動

株式会社メディアムーブメント 代表取締役

ミヤラジ～宇都宮愉快的な情報局 局長

稲葉 克明

## 1 はじめに

## (1) 地域情報の発信活動「ミヤラジ」

私たちは、市民有志が集まって「ミヤラジ～宇都宮愉快的な情報局」という地域情報の発信活動を行っている。

大方の人は「ミヤラジ」という活動名から「ラジオ」を想像されると思うが、活動の中心は、インターネット上で無料で利用できる動画配信サービス「USTREAM（ユーストリーム）」を使った「生放送番組」である。毎週水曜日夜7時から約1時間の番組で、その様子は「映像」で、つまり「テレビ番組のように」生でお届けしている。

放送は平成23年5月25日の水曜日から始まり、初回に勢いで「毎週やります」と言って以来、この4年間で休んだのは大型の台風が宇都宮を直撃したときと、年末年始に水曜日が重なったときのあわせて4回。今年（平成27年）4月上旬には200回目、5月には4周年を迎え、いよいよ活動も5年目に突入する。

ミヤラジの番組としての特徴はいくつかあるが、①市民がゲスト、②中心街の店がスタジオ、③視聴者参加型、④SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）で情報を拡散、⑤県外にも発信などの点で、以下に紹介する。

## (2) 市民がゲスト

番組には、「ゲスト」が登場し、番組内には「コーナー」が設けられている。

「ゲスト」は、市内で行われるイベントの主催

者や出演者、あるいは新規店や新商品などを紹介するオーナーや担当者など、情報を発信したい人たちだ。こちらから出演をお願いする場合もあるが、今では「出演したい」と連絡をいただくケースが多くなっており、出演希望が集中するときには時間配分に苦慮することもある。

「コーナー」は、1時間の番組のうち15～20分程度のまとまった時間の担当をお願いするもので、出演者が週替わりで登場する。毎月第1週目は、ローカルヒーローの「トチノキッド」、第3週目は、地域密着型自転車プロロードレースチーム「宇都宮ブリッツェン」と下野新聞社、第4週目には、宇都宮市の公式マスコットキャラクター「ミヤラー」と、宇都宮や栃木を拠点に活動するミュージシャンのミニライブなどである。

ゲストもコーナーも、いずれも「広く情報を発信したい人」、あるいは、私たちが「活動を応援したい人」に出演してもらう。いうまでもなく、それによって「宇都宮」や「栃木」の活気を視聴者に伝えることが重要だ。

## (3) 中心街の店が「スタジオ」

配信場所としては、市中心街の飲食店などを使わせてもらい、仮設の「スタジオ」としている。毎週水曜日の放送開始の約1時間前からマイクやカメラなどを置いて準備を始める。



写真1 ミヤラジの配信風景

現在は、オリオン通りの「宮カフェ」1階「@miya (アットミヤ)」, 同2階の「Hill's cafe」, 「下野新聞 NEWS CAFE」, 「オリオンACぷらざ」などを中心に、週替わりで転々としている。配信のたびにその場所の宣伝になったり、観覧客が店を利用したりすることが店側のメリットともいえる。

いくつかの店を配信場所にに使わせていただくことで、「中心街の一体感」を創出できれば、という思いも込めている。

#### (4) 視聴者参加型

ミヤラジでは、番組配信中にほぼリアルタイムで視聴者とコミュニケーションがとれることも特徴の1つで、番組を配信している中で最も重視していることでもある。

USTREAM の視聴画面には、視聴者からの「メッセージ」が表示される。これに対し進行役が返答をしたり、番組内でそのメッセージを紹介したりして、いわば「視聴者参加型」, 「視聴者とコミュニケーションをとりながら」番組が進行する。

ラジオやテレビでも電話で視聴者が登場したり、FAXでメッセージが紹介されたりするが、ミヤラジをご覧いただいた方は、そのいずれとも異なることを実感していただいていると思う。

#### (5) SNSで情報を拡散

ミヤラジの活動の中で、さらに特徴的なことは、このUSTREAMでの番組配信を「核」にしながら、Twitter, Facebook, YouTubeなどのいわゆる「SNS」を使って情報を「拡散」していることだ。

残念ながら、ミヤラジは「視聴数」という面ではラジオやテレビに遠く及ばない。インターネットでYouTubeなどの動画コンテンツが自由に見られるようになったとはいえ、ネットで動画を見る人の割合は、インターネット利用者のうち数%ともいわれている。

そこで私たちは、ミヤラジのホームページを開

設し、USTREAMで番組配信をしながら、同じ話題をTwitterやFacebookページにも流し、番組の録画(=アーカイブ)をYoutubeにもアップするなど、情報を「広く拡散」するようにしている。

ミヤラジHP : <http://www.miyaradi.com>

USTREAM : <http://www.ustream.tv/channel/miyaradi>

Twitter : <http://www.twitter.com/miyaradi@miyaradi>

Facebook : <https://www.facebook.com/miyaradi>

Youtube :

<https://www.youtube.com/user/miyaradi/feed>

#### (6) 県外にも発信

一方で、地元のラジオやテレビでできないことを、ミヤラジでやろうとしていることもある。情報を広く「県外に」発信することである。

県域のラジオ局やテレビ局は、放送エリアが決められていて、原則的には「栃木県内」しか情報を届けることができない。最近ではインターネットでラジオ放送を聴くことができる「radiko (ラジコ)」というサービスもあるが、これにもエリアの制限があり、有料の会員でなければ県外から聴くことはできない。

ミヤラジは、インターネット番組なので、エリアの制限などはない。実際に、全国にファンのいる「ミヤラー」や「宇都宮ブリッツェン」などが出演すると、県外の視聴者からもメッセージが寄せられる。地元ミュージシャンが出演中に、関西や沖縄など遠方からの書き込みがあり、本人がカメラ越しに手を振るという場面もよくある。

私たちの活動は、決して「マスメディア」ではないが、こうした場面に巡りあうことが、モチベーションにもつながっている。

## 2 情報の「地産地消」を

こうした「ミヤラジ」の情報発信活動だが、も

ともとは、冒頭に書いた「ラジオ」との密接な関係から生まれたものだ。

私自身、宇都宮出身ではあるが大学進学を機に県外に出て、長らく東京でサラリーマンをしていた。平成14年に宇都宮へUターンすることになり気が付いたのは、「宇都宮で見るテレビは、東京で見ていたものと同じ」ということだった。

多くの人が「テレビ」から情報を得ることも多いと思うが、その中で地元の情報がどれほど発信されているだろうか。宇都宮で見るテレビ番組は、東京のキー局からの放送で、番組内容の多くは全国向けであり、ニュースやコマーシャルも全国あるいは「関東圏」向けの内容である。

これが、たとえば静岡県では、テレビ静岡、静岡朝日テレビ、静岡第一テレビ、静岡放送、などが在京キー局の「系列局」として番組を流すが、地方ニュースやコマーシャルは自局でそろえたものが差し込まれる。キー局のドラマの途中で、地元企業や地域の土産物のお菓子などのコマーシャルが流れる、といった具合だ。

県内にある「とちぎテレビ」は、独立局で、在京キー局の番組を流す地方局とは異なる。

こうして「日々受け取る情報の発信元はどこか」という視点で考えると、多くの栃木県民・宇都宮市民が「関東圏」の情報に触れてはいても、本当に身の周りの地元の情報（ニュースやコマーシャル）をテレビから受け取る機会は少ないことがわかる。さらにいえば、そうした日々の情報源が「東京発」のものであるために、私たちは「栃木県民」「宇都宮市民」である意識や、地元を「誇り」に思う気持ちも小さくなっているのではないか。

そういうと大げさかもしれないが、私はそんな「危機感」を持ったことで、地域の情報が、地域で発信され、地域で視聴される情報の「地産地消」が必要ではないかと強く考えるようになった。

もちろん栃木県には県域ラジオ局のFM局「FM栃木（レディオベリー）」もAM局「CRT栃木

放送」もあり、地域の情報を日々流してくれている。テレビよりは、ニュースもコマーシャルもぐっと身近なものが多いが、市民の生活に必要な情報としては、「県域」では広すぎることに、「地域（＝市民）が発信する」という視点では、どうしてもハードルが高くなる。

市民や地元の商店が気軽に情報をもっと発信できるような仕組みができないだろうか。「市民が発信し、市民が受信する（聴く、見る）」、そんな媒体ができればいいなど考えるようになった。

以前から、「コミュニティFM局」<sup>1</sup>というラジオ局を知っていた私は、「宇都宮にコミュニティFM局を」という夢を持つようになった。

### 3 「ミヤラジ」の始まり

#### (1) 「コミュニティFM研究会」を発足

「宇都宮にコミュニティFM局を」、その夢を語ったのは、平成22年のこと。宇都宮市が「都市ブランド戦略」をうたい市民を集めたワークショップに参加した時、「宇都宮であなたがやりたいこと」として「コミュニティFM局」と書いたところ、偶然にも同じ思いを持っている人がいたのだ。

コミュニティFM局は全国に240局以上<sup>2</sup>もあったが、当時栃木県には1局もなかった<sup>3</sup>。

意気投合して、すぐに「宇都宮コミュニティFM研究会」をつくり、30人ほどの知り合いを集めて勉強会を始めた。メンバーには、ラジオ・パー

<sup>1</sup> 「コミュニティFM局」とは、市区町村単位の地域内に放送することが目的のFM局のこと。電波の出力が小さく、放送エリアは平地でも直径約10km程度で、その分、地域密着の情報や災害時の情報の収集発信の機能が期待される。難聴地域対策としてサイマル放送（放送と同時にインターネットでも配信すること）も可能。

<sup>2</sup> 平成22年当時。平成26年9月1日現在、284局。

<sup>3</sup> 栃木市は平成27年11月にコミュニティFMを開設する。市が設置し、栃木ケーブルテレビが業務を受託する。2月に予備免許を取得し、周波数は85.7MHz（「栃木市のコミュニティFM～国が予備免許、11月開局」下野新聞2015年1月28日22面）

ソナリティ、新聞記者、デザイナー、プロモーター、そして将来ラジオで番組を持ちたいという人など、多彩な顔ぶれが集まった。

実は、その研究会の初回で、「もし放送局をつくったらどんな名前が良いか」という話題になった。「ミヤラジ」という案を出したところ、2回目の集まりでは「ロゴ」の案まで作られてきていた。それが現在の「ミヤラジ・ロゴマーク」である。



図1 ミヤラジ・ロゴマーク

研究会は、毎月2回ほど集まっていた。それぞれの意見を集約すると「やれるものならやろう」という方向ではあったが、議論が続いた問題は、「経営が成り立つのか」と「今さらどうしてラジオなのか」の2つだった。

調べてみると各地のコミュニティFM局は、行政と災害協定などを締結し、補助金をもらっているところがほとんどであることがわかった。残念ながら宇都宮市では、市議会での答弁などを見る限り、行政側から積極的にコミュニティFM局を設置する動きはない。メンバーからも「行政に頼らない経営をめざすべき」との意見があったが、現実的には厳しい条件ではある。

もう1つの「今さらラジオなのか」という議論は、いまだに私の中でも結論は出せていない。業界の傾向としては、新聞、テレビ、ラジオ、雑誌など既存メディアは読者数、視聴数などが減っており、利用者数が伸びているのはインターネットでの情報取得というのが周知のことであった。「ラジオの利用者はメディア全体の3%程度では」と

の話もあり、ラジオ局の開設に要する免許や費用を考えると、広告収入だけで運営するのは厳しい。

一方で議論の軸になったのは、「市民の情報発信」の重要性である。情報がきちんと「伝わる」ことで、地域や市民が「つながる」こと。そして、番組や番組づくりを通して「楽しめる」こと。

地域（＝市民）の発信力を鍛えるためにも、どんな形であれ「発信」し続けることが必要だ。「ラジオでなくても」、こうした本来の目的を見失わずに活動していこうというのがメンバーの共通の認識だ。

## (2) 東日本大震災の発生で、「できることから始めよう」がスタート

こうして研究会を始めて1年が過ぎたころ、東日本大震災が発生した。これまで1年もかけて議論してきたのに、実際に災害に直面して何も行動を起こすことができなかった。

放送については何の準備もしていなかったもので、当然といえば当然だが、メンバーの中から「できることから始めよう」という声が出て、そこからの動きは速かった。

準備に要したのは1週間程度。私の仕事で使っていたパソコンやビデオカメラで USTREAM の配信設定をし、ユニオン通りにある事務所のミーティングスペースを借りて、第1回の放送を行った。これが現在のミヤラジの活動の「起点」となっており、「ミヤラジの活動を始めたのはいつか？」と聞かれると、この日（平成23年5月25日）を答えている。こうして「コミュニティラジオ局開設のための準備放送」という位置づけで、USTREAM によるミヤラジの「インターネット放送」が始まった。

## 4 活動の広がり

ネット放送を始めてみると、実際には「ネット放送」だけで完結しないことがわかった。放送を

見てもらうための、ネット上での「導線」として、Twitter や Facebook ページの活用が必須で、そのほかにも「ミヤラジ」の活動自体を知ってもらう必要があった。市民活動として、「どんな活動をしているのか」を認知してもらうことは、ほかの活動団体などにつながっていくうえでも重要だ。

1年目から2年目にかけては、「面白い」と思うことは次々に実践してみた。オリオンスクエアに畳を敷いて「ちゃぶ台」を置いて番組をやってみたり、市内のあちこちの場所から配信したり。地元のミュージシャンに登場してもらってミニライブをお願いしたのは、今でも続いている。

3年目には、もっと「ミヤラジ」という名前を街なかに出していきたいと思っていた矢先、思いがけず二荒山神社門前の大通りに設置された「大型ビジョン」を譲り受けることとなった。これはさすがに市民活動で維持することはできないので、私の会社で引き受けて、名称だけは「ミヤラジ・バンバ・ビジョン」とつけた。



写真2 ミヤラジ・バンバ・ビジョン

「ミヤラジ」という名称と「ロゴ」を浸透させるには、またとないツールだが、まだまだインターネットの生放送番組との連携はとれていないのが実情であり、今後の課題でもある。

そして4年目となった今年度は、前々から取り組んできた「みんなの経済新聞ネットワーク」

というネットニュースの全国ネットに参加し、「宇都宮経済新聞」として情報発信することとなった。法人格を持っているということが参加の条件なので、これも私の会社名で参加しているが、ネタ集めや取材、記事の執筆などは、ミヤラジのメンバーが中心に動いている。



図2 宇都宮経済新聞のページ

URL : <http://utsunomiya.keizai.biz/>

最近では、「ミヤラジに出演してもらって、宇都宮経済新聞でも記事にする」という方法も確立されてきた。ネット番組のミヤラジにゲスト出演して司会者とお話をさせていただいて、その話をもとに宇都宮経済新聞の記事にし、記事用に写真を撮ってしまうという、いわば「セット」のような形だ。こうした、「メディア連携」のような形で情報発信をするのも工夫の1つだ。

活動として最後に紹介したいのは、宇都宮市のマスコットキャラクター「ミヤリー」を使ったグッズの企画・制作である。ミヤリーはキャラクター単体では「カワイイ」だけで終わってしまい、本来の存在意義である「宇都宮市のPR」が理解されない場合も多い。そこで、ミヤラジが企画するミヤリーグッズには、ミヤリーと一緒に宇都宮の街並みやギョーザ、カクテルなどの名物を必ず入れ込むようにしている。私たちの活動の目的である「宇都宮を発信すること」とも合致し、ミヤ

リーグッズで「宇都宮は楽しいまち」というPRができるよう、楽しみながら企画している。



写真3 ミヤラーグッズ

## 5 今後の活動

こうしてミヤラジでは、「市民が情報発信する」ということを具現化してきた。その手法は、USTREAM によるネット番組、各種SNSツール、「ミヤラジ・バンパ・ビジョン」、「宇都宮経済新聞」、「ミヤラーグッズ」と広がってきたが、今後はどのような活動をめざしていくか。

現在の活動の中で「課題」と認識しているのは、①活動に参加してくれる人たちの輪を広げていきたい、②ますます多様化する発信ツールにどう対応するか、③活動を継続していくための組織や資金をどうするか、という3点である。

宇都宮をはじめ県内では、さまざまな市民活動やまちづくり活動が行われているが、それぞれの活動団体が、もっと横につながればよいと感じている。「ミヤラジ」を活用してもらうことで、ほかの団体や個人が何をやっているのか「気づき」、「つながる」きっかけになればよいと思う。

また、ミヤラジの活動を発展的に「コミュニティ・カフェ」のようなものにつなげていけないかと考えている。「情報発信拠点」を作ることが目的ではあるが、実際に飲食を提供するカフェを併設

することも視野に入れたい。そこでは、現在全国各地で行われている「ソーシャル大学」のような活動や、商店街からの情報発信なども行いたい。

課題の2点目として、今後もインターネット上のツールは多様化しさまざまなサービスが出てくる一方で、USTREAM など現在使っているツールが、今後も残っていくとは限らないという問題をあげておく。本来の「市民が情報発信する」という目的にあわせて、ツールを選ばなければならない、そのためのアンテナを高くし、常に試行錯誤を続けなければならないと感じている。

そして3点目として、これまでは、「市民サークル」的な活動であるからと甘い部分もあったと思うが、今後は自立して活動していくことで、さらなる期待に応え、いろいろなチャレンジをしていきたいと考えている。組織面や資金面でも、報酬を出せる(=雇用を生み出す)組織にしていきたい。そのためにも、これまでの取組を連携させて、広告収入やイベント収入などにもつなげていくことを考えたい。

最後になるが、「では、『コミュニティFM局』の開設はどうするのか?」という疑問を持たれた方も多いのではないだろうか。

私の個人的な意見ではあるが、将来的に「コミュニティFM局」を実現したいという気持ちは変わっていない。

市民の情報発信は、ますますSNSなどが活用される時代になるであろうが、どんなにSNSが広がっても、そこに情報発信の「核」となるものが必ず必要だと思っている。「核」があることで、情報はうまく流れ、SNSがますます活性化することにもつながる。地域の「核」には「コミュニティ放送局」が最もふさわしいと思う。

市民が気軽に情報発信する時代に、その拠り所(=「核」として、「ミヤラジ」が宇都宮地域の情報発信の一拠点になればと、「夢」を描いている。