

No	提 案 名	提 案 団 体 名		
		代表者氏名	所 属	
9	地域SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サイト）を活用した宇都宮まちづくり	帝京大学 渡辺研究室SNS研究班		
		藤岡 功史	帝京大学 理工学部	
			指導教員氏 名	渡辺 博芳

1 提案の要旨

本報告では、宇都宮のまちづくりにソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)を活用することを提案したい。SNS とは、簡単に言うと、インターネット上でコミュニケーションの取れる登録制サイトである。まちづくりに関する取り組みは色々となされているが、個別な提案になってしまうことと、限られた場のみでの意見交換になってしまうという現状がある。そこで、SNS のような多くの人たちが気軽に意見交換できる場が必要であると考えられる。私たちは SNS の有効性を確認するために、「宇都宮まちづくり SNS」を試験的に立ち上げ、運用してきた。

「宇都宮まちづくり SNS」の中での具体的な活動としては、主に、新しい地域ブランドの創出を提案することを目標とした。地域ブランドの現状としては、「餃子」「ジャズ」「カクテル」など有名になってきたブランドもあるが、ブランドの数は十分ではない。私たちは、SNS の参加者からいただいた情報や自分たちで調査した情報から、宇都宮の梨に着目した。宇都宮の新規ブランドとして宇都宮の梨を「みや梨」と呼び、ブランド化を進めることを提案する。「みや梨」を有名にする方法を考え、キャラクター「みや梨戦隊サンクス」を試作した。

このような活動は、下野新聞ととちぎテレビにおいて紹介され、SNS にも一般の方々に参加していただくことができた。SNS 参加者との意見交換や交流を通して、まちづくりに SNS が有用であると強く感じた。ただし、時間の問題で、多くの参加者を集めることができなかったため、有用性の検証は今後とも継続する必要があると考えている。

2 提案の目標

本報告の目標は、宇都宮のまちづくりにおける SNS 活用の有効性を検証することと、新規地域ブランドを提案することの2つである。

まず、まちづくり活動において SNS を有効活用することができるのではないかと考えている。SNS とは、ソーシャル・ネットワーキング・サービスの略で、人と人のつながりを促進するインターネット上のサービスである。そのサービスを提供しているサイトを指す場合は、ソーシャル・ネットワーキング・サイトと表される。分かりやすく言えば、井戸端会議のようなウェブサイトのことで、SNS の登録者同士で、いつでもどこでも気軽におしゃべりができる。

SNS の多くは招待制をとっており、会員からの招待がないと登録できない。このサイトの登録者は自分の友人、もしくは友人の招待した友人ということになるので、掲示板よりも情報源に信頼のおけるサイトとなる。SNS 内では日記機能、コミュニティ機能といった、人と人が交流するためのツールがある。日記機能は、日ごろの情報など、その SNS のメンバーに公開したいことを

日付ごとに載せることができる。コミュニティ機能は共通の趣味をもったメンバー同士が集まり、トピックと呼ばれるお題について話しあうことができる。このような機能により、人と人がつながることができる。地域、学校、会社といった、ある程度限定された環境で、SNS を使用することで、より密接なつながりをつくれるので、最近、様々な組織などで導入されている。

2 つめの目標は、新規地域ブランドの提案である。これは、実際に SNS を立ち上げ、活動する際に、今回の「まちづくり提案」のテーマ「50 万都市『新宇都宮市』のまちづくり - 都市間競争に勝ち抜くための『日本一』づくりに向けて」に関連したものを選定した。XXX と言えば宇都宮と、多くの人が宇都宮を思い浮かべるためには、都市ブランドの強化が重要であると考えた。そこで、現在、確立しつつある都市ブランドの調査と新規都市ブランドの提案を行う。