

もりおかスクエア「街ごとWi-Fi」始まる。

モリジヨビ生も奮闘中！

先月本誌で紹介した、

盛岡情報ビジネス専門学校と盛岡大通商店街協同組合の産学連携協定。

この協定締結と時期を重ねてスタートしたのが

「もりおかスクエア」街ごとWi-Fi」化事業です。

そこでも学生たちは本領を発揮し、街の魅力発信に力を注いでいます。



「街ごとWi-Fi」とは？

盛岡市内でもスマートフォン（以下スマホ）を手に持つ、若い世代の姿が多くみられます。こうした環境を受けて、昨年12月から盛岡大通商店街協同組合では「もりおかスクエア」街ごとWi-Fi」化」に動き出しました。NTT東日本が全国展開する「街ごとWi-Fi」は、商店街数カ所に無線LANアクセスポイント「光ステーション」を置き、街なかを訪れる人に対して快適なWi-Fi環境を提供するしくみ。それによって、もりおかスクエアのイベントやキャンペーン情報などをタイムリーに端末利用者に配信できるため、街への集客や回遊性アップにつながります。

全国的に観光地などでWi-Fi環境を整える街は増えていますが、まだ模索段階というのが現状です。

そうした中、盛岡情報ビジネス専門学校は、盛岡情報ビジネス専門学校の学生たちの役割は、「街ご

とWi-Fi」のポータルサイトのページデザイン制作をすること。トップページを始め、参加各店のページデザインや情報作成、パソコンに不慣れな店主の方にサービス券発行や画像更新方法を教えながらサポートするなど、普段の学習をフルに活かして「街ごとWi-Fi」化のパートナーとして動きます。

利用者の視点をWi-Fiに活かす

1月上旬、学生たちはNTT東日本岩手支店の説明会に参加し、「街ごとWi-Fi」についてのレクチャーを受けました。そして、自分たちのスマホやタブレットを使ってWi-Fiに接続し、実際にどう利用されるのかを体験しています。その後、盛岡大通商店街協同組合では事業者「街ごとWi-Fi」の案内を開始し、「光ステーション」の設置やポータルサイトへの掲載店参加を募りました。それに合わせて学生たちも情報制作に関わるメンバーを募ったところ、22人の学生が手を挙げたのだとか。4月後半から3店舗の情報ページ制作が始まっており、今後およそ30店舗の情報ページ制作に関わっていくとのこと。

4月上旬、学生たちの打ち合わせ現場を訪ねてみました。今回の企画リーダーである浅水康太さん（情報システム科2年）は、新しいプロジェクトのスタートに対して、「大通り界

大通りを歩きながらイメージを膨らませる学生たち



亀屋

限には自分が知らないだけで面白い店がまだ沢山ある。WiFiを使っている街の埋もれている魅力をどんどん発信していきたい」と考えています。

また、副リーダーの高橋慧太さん（WEBネットワーク科2年）は大通りのスーパを日々利用するそうですが、これを機にいろんな店をまわって昼のランチ情報なども探してみたいと意欲たっぷり。千葉美咲さん（情報ビジネス科2年）は、YOSA



放課後の数時間、リーダーを中心に話し合いを持つ学生たち

KOJや学園祭などでお世話になっている商店街の皆さんに感謝を込めて携わっていききたいと話してくれました。

打ち合わせを終えて、大通の街へ下見にいくと出かけた学生たち。普段からよく通る街ですが、どんな店舗が並ぶか確認しながら歩くと、日中は居酒屋やカラオケのネオンで賑わう夜と雰囲気違ってきます。さまざまな目的で行き交う人たちに街のタイムリーな情報をどう伝えていくか。学生たちはそれぞれにアイデアを育んでいる様子でした。

「盛岡大通商店街協同組合既存のホームページやポスターなど『街ごとWiFi』の宣伝も必要だし、次のイベントでWiFiを使ったゲームや遊びを盛り込んで体験してもらおうのもいいかもしれない」とメンバーの大澤裕人さん（WEBネットワーク科2年）。

4月14日に行われた「春七フエスティバル」では、学生たち企画のジャンボパイが注目を集めました。準備段階では苦戦もあつた模様です。製作のアドバイスをした盛岡せんべい店・佐々木俊幸社長に話を伺うと、「多少の課題はあつても素人こそそのアイデアがある。事業主同志で集まる機会はあつても、10代から20代前半の学生たちと話

す機会はないものです。こうした企画をきっかけに若い世代と交流するだけで新しい発見につながるのでは」と、学生たちを大らかに受け入れてくれます。

使命感と街への愛着が学生たちの原動力

ここ数年、街づくりの活動に学生が関わらただけで注目を浴びる傾向がありますが、彼らの発言を聞くと、そこには関わった過程だけでなく、どうやって成果を生むか、課題をどう次に活かすかを考える言葉が随所に登場することに気づきます。

この事業は、WiFi環境を整える一方で利用者のニーズとのマッチングが重要であり、スマホ利用世代である学生の視点がどう活かされていくかも期待される。さらに、情報を着実に消費者に届けるためには、WiFi環境に頼るだけでなく工夫や段取りも大切です。学生たちの考えを聞くと、今まで関わったイベント運営の経験から情報発信の難しさを感じていました。3月に大通りで開催した「復興産直市」担当の野村勇平さん（情報ビジネス科2年）は次のように話します。

「イベント開催に伴って、事前にラジオやTVへの取材依頼をするつもりでしたが、企画決定が間に合わず広報が遅れました。そこで、開催1週間前に急遽チラシ配布を決め、道端で配りました。WiFiのし



「どんな企画を出して動いてほしい」と盛岡せんべい店の佐々木社長（代理の看板犬「小梅ちゃん」）



1年後には卒業する学生も多いので、「いい形で後輩や他メンバーに引き継げるように頑張りたい」と声をそろえます

くみが整えば人手を必要としない方法でも広報の補強ができます。遠方にも発信できる点で集客効果も大きいと思います。

これは、実際に企画から携わったから感じる。課題は次のイベント運営に活かしたいと意気込む言葉には、街への愛着から生まれた使命感が感じられました。

取材／「SANSAN」企画編集委員会