●市町村レポート
Kurashiki City

倉敷市

市が仕掛ける「ボランティアを楽しむ」まちづくり

照明デザイナーの石井幹子氏に依頼して、美観地区をライトアップした。古い幽玄な雰囲気を醸すことに成功するとともに地元住民の安全に一役買っている

江戸の歴史をライトアップ

倉敷市は、岡山市に次いで県下第二の産業都市であるとともに、県下最大の観光都市だ。

江戸時代には天領（天皇領）だった町並みの残る「美観地区」には毎年３００万人が訪れる。昨夏には、ユニバーサルデザインに配慮した観光案内所を開設した。

従来の駅構内の観光案内所が手狭で、十分なサービスができないことから、駅西ビルの１室を改装した。ユニバーサルデザイン化にあたっては、さまざまな市民団体に参加を呼びかけ、数度のワークショップを開いてデザインを決めた。外国人への案内は、ボランティア団体の協力を得て、英語のほかにも多言語の対応が可能だ。

美観地区での車いすの貸し出しは、市の商工会議所「くらしきＴＭＯ（タウンマネージメント機関）」が中心になっており、利用者数は順調に延びている。

そのほか、昨年秋まで、夜は数件の飲食店を除いて暗くなってしまう美観地区に、石井幹子氏デザインによるライトアップを行い、夜の観光客誘致にも力を入れはじめた。

「ライトアップには３つの目的があります。ひとつには減少気味の観光客の誘致、２つめは地域住民の夜の安全を確保すること、３つめは地域経済の活性化です」と、市の観光振興課では大きな期待を寄せている。最近では、夜、カメラをもった観光客が徐々に増えはじめている。

急がれるコーディネーター養成

倉敷市のボランティア活動は盛んだ。

古市健三市長が市民活動の推進に意欲を燃やし、企画政策室内に「市民活動推進課」を創設した。ここで自治会などのコミュニティ、ＮＰＯ団体、ボランティア活動などへの施策を一元化し、ソフト面で社会資源の効率運用を支える。

「一般市民に対する行政サービスや民間サービスにはさまざまな狭間があります。その部分を埋めていくことが、新しい市民サービスのあり方」と市民活動推進課では言う。

もっとも、すべての市民活動がここに集約されているわけではない。ボランティアの種類によって市の各担当課と協働するなど活動形態はさまざま。しかし市のセクションごとの活動や市民活動のムダや重複をなくし、きめ細かく活動をコーディネートすることができる。

現在、同推進課では、まちづくりのボランティア活動のコーディネート役を一般市民の中から養成している。

「ボランティア数が少ないわけではないのです。ボランティアの組織力を高めるためのコーディネート役がまだ少ないのです」と同推進課では言う。

16年度に多く発生した台風などの災害で延べ２０００人以上のボランティアが活動した。しかし、人数がそろっただけでは効果が十分といえない。その反省から、現在、70人の災害ボランティアコーディネーターの育成を計画している。7日間で基礎講座と体験講座を修めるコースを用意し、初年度は30人の養成を行った。

防災は一般市民の協力がなければ不可能だ。特に要援護者に対する防災支援は究極のユニバーサルデザイン事業といえる。今後は市民活動の核として、喫緊の課題であることは間違いない。

市民に「ともにあること」の意識啓発

倉敷市は、ユニバーサルデザインの市民啓発にも力を注いでいる。企画振興課が中心となってユニバーサルデザイン賞を設け、小中学生や一般からユニバーサルデザインのアイデアを募集し、受賞作品を決めている。昨年からは岡山県と共催している。

保健福祉推進課に事務局を置く「いきいきふれあいフェスティバル」は、すでに昨年で12回を迎え、市内外から約4万人を集めるイベントになった。高齢の人、障害のある人、またその介護を行う人、子どもや若い夫婦など全年齢層がいっしょに楽しむイベントだ。

内容は、介護相談コーナー、健康相談コーナー、薬物乱用防止コーナー、栄養相談コーナーといった保健福祉関係の情報の「露天市」といったもの。ボランティア協会など各種ボランティア団体のほか、障害当事者団体、栄養士会、母親クラブ、老人クラブ連合会といった市民団体が総出でフェスティバルを盛り上げる。

会場には、模擬店やフリーマーケット、市民ステージ、スポーツ、レクリエーションのスペースなどが設けられ、家族連れで楽しむ市民が多い。

「誰もが、健康づくり、生き甲斐づくりなどをともにする場にしたい」というのが主催者の弁だ。

ボランティア体験、車いす体験なども、ユニバーサルデザインを理解するためのまたとない機会にもなっている。

障害のある人もない人も、健康チェック、各種健康相談、フリーマーケット、スポーツなどで終日楽しめる

市庁舎1階では戸籍、印鑑登録、税金などの窓口を一本化してサービスを向上させた

倉敷出身の実業家、社会奉仕家の大原孫三郎が自分の紡績会社社員の健康管理のためにつくった倉敷中央病院の外来待合室。バスから降りてそのまま雨に濡れずに院内に

駅前に新しくユニバーサルデザインの観光案内所を設置した。さまざまな団体の智恵を絞ってつくったもので、一般市民もときどき顔を出す

●市町村レポート
Tsuyama City

津山市

産官学による地域ブランドのUDファッション

昨年建学90周年を迎えた美作大学の教室で行われる技術交流プラザ繊維分科会の月例会議。小山氏がミポロ9号試作品を説明する

大学教室を使ってプラザをつくる

「美作（みまさか）大学技術交流プラザ」には、特別な〝プラザ（広場）〟があるわけではない。美作大学の教室を使って、津山市（人口約11万人）の企業や専門家たちが集まり、議論して〝美作ビジネス〟を発信する場だ。

産官学共同のコンソーシアムで、1999年に津山市の産業支援機関「つやま新産業開発推進機構」が仕掛け人となり、新商品開発を主目的に発足した。

津山市は古くから撚糸・縫製業で知られる。プラザには食品、建築など4つの分科会があるが、繊維分科会はそのひとつ。ユニバーサルデザインファッションをテーマにしている。記者がお邪魔すると、月1度の午後の例会がなごやかな雰囲気の中ではじまった。中島剛分科会長（東洋繊維興業社長）がはじめにスピーチする。

「今月、面白いなと思ったことがありました。うちで開発した重ね履き用のゆるゆるソックスが発売と同時に瞬く間に売れたんです。夜、寝るときに冷え性の人はソックスを重ね履きしますね。でも、体力のない人は重ね履きするとゴムがきつくなるんです。自分の生活の中で、『こういうのがあったらいいのに』と思うものが売れる。やはり自分や家族など利用者の視点が大事だと痛感しました」

その後、小山京子氏（美作大学講師）が、プラザで開発したポロシャツ、「ミポロ」9号の試作品の説明をはじめた。試作品はすでに何度もプラザで話し合い、さらに一般市民から募ったモニターの意見を聞いて修整を繰り返してきた。

進化するポロシャツ

小山氏は、毎年、改良が続けられる「ミポロ」についてこう説明する。

「6年前に、プラザがスタートしたとき、皆で話し合って、介護用のポロシャツをつくろうということに。介護施設のスタッフにも参加してもらって、試作、着用テストを何度もして、着脱のしやすさ、温かさ、乾きやすさ、耐久性を追求したポロシャツを『ミポロ』とネーミングして発売しました」

「ミポロ」とは、美作の「美」とポロシャツをかけ合わせたもの。着丈、袖丈、袖口は個別対応サービスすることにした。自信作だが、販売経路が確保できず、その後、「介護用」という限定をはずし、デザインも変えた。

「どんなに機能的な服でも、おしゃれなものじゃないと売れません。逆に、ご高齢で、『今さら、おしゃれなんて』と言っている方でも、いろいろお見せすると、『それ、ちょっと地味なんじゃないの』なんて言いながら身を乗り出すんです。この気持ちを大事にしたいですね」（小山氏）

「ミポロ」は、着脱しやすく、薄くて、温かくて、軽いというコンセプトを生かしながら生地素材や、ボタンやボタン穴の形状など機能性、デザイン性をプラザで話し合う。数ミリずつ変えながら毎年、進化させている。

「プラザの話し合いで、いろいろな人から刺激を受けながら自分のビジネスに生かします。立場が違うと視点が異なり、そこからモノやアイデアが生まれます」（中島会長）

広がるUDファッションの意味

プラザでは、アイデアをたたき出し、練り上げ、ときにはモニターを使って調査分析する。発売後の販売戦略もテーマのひとつだ。「ミフラー」は、そんな中から生まれたマフラーで、片手だけで首に巻け、体の動きや風でずれたりもしない。高齢者を中心に、3年で5万本売れたヒット商品だ。「ミフラー」の「ミ」はもちろん美作の美。

昨年販売された「ミーテミーテ」は、腹巻きのように、ふくらはぎを温める〝ふくらはぎウォーマー〟。寝ているときも着用でき、冷え性や足に痛みのある人などに喜ばれ、好調な売れ行きを見せている。名前は公募し、全国4000人の応募者の中から決めた。このネーミングの決め方も話し合った。

ファッションに、デザイン性、機能性は当然だが、さらにユニバーサルデザインとして〝美容、ヘルシー〟を強調するのが「BSファイン」を手がける島川卓也氏（加茂繊維）だ。ブラック・シリカ（BS）という北海道でしか採掘できない鉱物をナノテクノロジーで繊維の中に練り込み、「冬温かくて、夏はさわやか」な下着、腹巻き、靴下などを開発。遠赤外線効果で血行がよくなり、生活習慣病の予防や治癒などに期待できるという。1000人のテスト試用も終わり、一定の効果も検証された。発売後は2カ月で2万枚売れ、今後3年で15万枚の販売を見込んでいる。

さまざまな専門家の話し合いの中で、「UDファッション」の中身が膨らんでいく。

プラザの繊維分科会では、今後、全国に「質がよく、楽しくて、ユニークな美作ブランド」を売り出す計画を温めている。

美術大学技術交流プラザのカタログ

繊維分科会で最初に取りかかったユニバーサルデザインのポロシャツ。美作の「美」とポロシャツをかけたミポロ。すでに9号になり、さまざまな改良を重ねてきた

美作技術交流プラザから商品化されたものは少なくない。美作大学技術交流プラザ発の通信販売で、「安全、安心、健康、快適生活」を提案する

マフラーと美作の「美」をかけた「ミフラー」。片手で簡単に首に巻くことができ、風でもずれない。水洗いも可。ヒット商品のひとつ

ふくらはぎウォーマー「ミーテミーテ」。足をしめつけないので寝るときも安心して履いていられる

マフラーだが映画館などでちょっと寒いときに袖を通すことができる。おしゃれと実用を兼ねた製品。販売はこれから