

特集1

宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウム
「『SDGs未来都市・うつのみや』
～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～」

特集2

宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウム
「とちぎの新インバウンド戦略
— 地域資源でおもてなし」

宇都宮共和大学

都市経済研究センター
— 年報

第20号
May. 2020

都市経済研究センター

撮影 渡邊瑛季 (東京駅丸の内口)

宇都宮共和大学の地域社会連携・社会貢献ポリシー

宇都宮共和大学は、須賀学園の教育理念を踏まえ、大学の目的として、「時代の潮流と社会の要請を見極め、常に知識と能力を向上させるとともに大学を地域社会における知的交流の場とし、さらに経済、教育、文化の振興と社会の向上に貢献できる人材を育成することを目的とする」(学則第1条)と定めている。

宇都宮共和大学は、宇都宮市内に2か所、那須キャンパスを含めて3つのキャンパスと活動拠点を有しており、学園の100年を超える伝統を生かしながら、絶えず「まち」、「ひと」に視点を当てて、栃木県央を中心とする北関東圏の地域社会や都市経済の発展に貢献することを目的とする大学である。

この目的を達成するため、本学は特に地方大学の使命として、「社会連携・社会貢献」に関する方針を次のとおり定める。

1. 大学は、地域社会と連携し、時代の要請に応え、地域社会の発展に貢献し、地域で活躍できる人材を養成することに努める。
2. 大学は、栃木県の事業者、自治体、経済・教育・文化の発展のための各種団体・組織、住民組織等と産官学の連携を行い、地域社会の発展に貢献できるように努める。
3. 大学は、教育・研究環境、関連施設、人材等を提供し、地域社会との積極的な交流を図ることによって、大学が地域の優れた経済、教育、文化活動の「知の拠点」となるように努める。
4. 大学は、教職員・学生が研究・教育の成果を地域社会に発信する活動を積極的に支援する。国、県、市の設置した数多くの審議会、会議、検討委員会等に、教員が委員、助言者として参加し、地域行政の活動に協力することを支援する。また、教職員は、「宇都宮共和大学コンプライアンス規程」を遵守し、研究者として適切に地域社会に貢献するように努める。

平成 29 年 11 月 1 日制定

■特集1

宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウム（2019年7月2日）	
テーマ：「[SDGs 未来都市・うつのみや] ～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～」	1

■特集2

宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウム（2019年12月18日）	
テーマ：「とちぎの新インバウンド戦略 — 地域資源でおもてなし」	68

■研究ノート

① 「宇都宮市創造都市研究センターの地域活性化研究プロジェクト班について」			
宇都宮共和大学教授	吉田 肇		117
② 「那須烏山市スイーツ詰め合わせによる商品開発について」			
宇都宮共和大学教授	内藤 英二		139
③ 「学生たちは地域社会貢献活動を通して何を学ぶのか—大谷地区における景観維持活動から—」			
宇都宮共和大学専任講師	西山 弘泰		147
④ 「大谷地区の基礎的研究（1）—共同研究の趣旨と目的—」			
宇都宮共和大学教授	吉田 肇		172
宇都宮共和大学専任講師	西山 弘泰		
宇都宮共和大学専任講師	渡邊 瑛季		
宇都宮共和大学客員研究員	吉野 清史		
⑤ 「大谷地区の基礎的研究（2）—統計からみた大谷地区の変化と現状—」			
宇都宮共和大学専任講師	西山 弘泰		175
⑥ 「大谷地区の基礎的研究（3）—大谷石産業の変遷—」			
宇都宮共和大学客員研究員	吉野 清史		183
⑦ 「大谷地区の基礎的研究（4）—観光の発展プロセス—」			
宇都宮共和大学専任講師	渡邊 瑛季		191

■学生提案成果報告

○ 「大学生によるまちづくり提案2019」での研究発表			
① 「魅力溢れるまちなかづくり —住み続けられるまちへ—」			
	山島ゼミ2年+都市アメニティ研究会1年		204
② 「もったいないの心（MIND）から始めるSDGsな未来都市うつのみや」			
	内藤マーケティング論ゼミ		209
③ 「オープンデータを活用して検証可能な市民参加型SDGs未来都市を実現しよう」			
	高丸ゼミ		213

④ 「まちづくりの“羅針盤” ～我々はどのようなまちづくり提案をするべきか～」	小浜ゼミ	218
⑤ 「宮染めを生かした持続可能な「コト消費」型観光の発案」	渡邊ゼミ	223
⑥ 「おいでよ宇都宮大迷宮」	1年Aチーム	227
⑦ 「fusion of LRT ～交流と利便性が両立できる都市へ！～」	1年Bチーム	232
○ 「第16回学生&企業研究発表会」での研究発表		
⑧ 「大谷景観復活プロジェクト ～宇都宮市大谷地区における空き地の景観維持と観光拠点開発の実践活動を通して～」	西山ゼミ3年	237
⑨ 「那須烏山市スイーツ詰め合わせによる商品開発」	内藤マーケティング論ゼミ3年 (共同研究：県立烏山高校1年烏山学研究チーム)	238
⑩ 「空き家活用による地域活性化」	山島ゼミ3年	239
⑪ 「オープンデータを用いたSDGsローカル指標可視化サイト「local-SDGs.com」の構築」	高丸ゼミ3年	240
⑫ 「性格診断を用いた新しい観光ガイド作成の取り組み」	小浜ゼミ2年	241
■宇都宮共和大学都市経済研究センターの主な活動報告		242
■専任教員の社会貢献活動の記録		249
■編集後記		251

特集1 シティライフ学シンポジウム (2019年7月2日)

テーマ：「SDGs 未来都市・うつのみや」
～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～



…… 要 綱 ……

1. テーマ 「SDGs 未来都市・うつのみや」～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～
2. 日 時 2019年7月2日(火) 14:00～16:45
3. 会 場 宇都宮共和大学 宇都宮シティキャンパス
4. 次 第

(1) 講演1 「SDGs 未来都市横浜のまちづくり」

信時 正人氏 (横浜国立大学都市イノベーション学府・

研究院客員教授・ヨコハマSDGsデザインセンター長)

(2) 講演2 「中心市街地と里山・水辺におけるSDGsのまちづくり」

向山 雅之氏 (株式会社竹中工務店設計本部

アドバンストデザイン部ランドスケープグループ長コンベンション)

(3) パネルディスカッション

「SDGs 未来都市・うつのみや」～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～

パネリスト

神永 正之氏 (宇都宮市総合政策部政策審議室室長)

岡田 豊子 氏（株式会社岡田建築設計事務所専務取締役

（元）宇都宮市都市計画審議会委員）

吉田 範行 氏（東京ガス株式会社宇都宮支社長）

信時 正人 氏（前掲）

向山 雅之 氏（前掲）

コーディネーター

山島 哲夫（宇都宮共和大学副学長・シティライフ学部長教授

（前）宇都宮市総合計画審議会会長）

主 催：宇都宮共和大学都市経済研究センター

共 催：宇都宮市創造都市研究センター，大学コンソーシアムとちぎ

後 援：栃木県，宇都宮市，栃木県まちなか元気会議，栃木県経済同友会，宇都宮商工会議所，
宇都宮観光コンベンション協会，栃木県宅地建物取引業協会，下野新聞社，とちぎテレビ，
栃木放送，エフエム栃木

◆司会

ただいまより，シティライフ学シンポジウムを開催いたします。本日，司会進行をさせていただきますのは，都市経済研究センターの吉田でございます。よろしくお願いいたします。

最初に，お手元の資料の確認をさせていただきます。まず1枚目でございますが，本日のシンポジウムの次第となっております。資料1のほうは登壇者のプロフィール。それから資料2，これは1枚のカラーのものです。それから資料3は2つございまして3-1，3-2となっております。3-1のほうは，「SDGs 未来都市・横浜の挑戦とヨコハマ SDGs デザインセンターのこれから」となっております。3-2は，このA3判の裏表をもって「SDGs 未来都市 横浜」という案内となっております。それから資料4のほうはレジュメとなっております。講演2の「中心市街地と里山・水辺におけるSDGsのまちづくり」，こちらがでございます。そして資料5でございますが，こちらのカラーの綴じたものでございますが，「未来都市うつのみやをめざして」，宇都宮市役所様のほうからの資料でございます。そして資料6ですが，カラーの裏表。「東京ガスグループのCSR」という資料でございます。それからアンケート，これは最後に皆さまのほうでお書きいただくものが入っております。それと，ちょっと小さなポケットブックが袋の中に入っております。こちらは宇都宮市役所様の「第6次宇都宮市総合計画のポケット版」となっております。こちらのほうも講演のお話の中で適宜参照させていただくことになっております。以上の資料をお配りさせていただいております。資料の不足がございましたら，お手数ですが近くのスタッフまでお声掛けください。よろしいでしょうか。

それでは開催にあたり，はじめに主催者を代表いたしまして宇都宮共和大学学長須賀英之よりごあいさつを申し上げます。

◆須賀



皆さま、こんにちは。

宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウムに大勢の皆さまにお越しをいただきまして、誠にありがとうございます。「SDGs 未来都市・うつのみや」持続可能な宇都宮都市圏を考えるということでもありますけれども、はからずも昨日総理大臣からですね、佐藤栄一市長が「SDGs 未来都市」に選定されたということで今日報道がございました。その取りまとめに当たっていただきました神永室長も今日おみえでいらっしゃいます。おめでとうございます。

そして、昨年第1号で認定された横浜市、先輩になりますけれども、信時先生に横浜国立大学の先生でもいらっしゃいますけれども、今日講演1をお願いしております。そして、その次に具体的なまちづくり。これは大都市だったり、水辺であったり、里山であったり具体的なまちづくりをされている、竹中工務店の向山ランドスケープアーキテクトにもお越しをいただいております。そして休憩を挟みましてその後、東京ガスの吉田支社長、また設計事務所の岡田専務をはじめ、講演者の皆さまも含めましてパネルディスカッションということになります。

SDGs、名前は聞いたことあるし、また目標も聞いたことあるけれども、それがまちづくりに都市開発にどのように適用されるのか、これから今後どのように私たちのまちづくりの中で産官学民が役割を果たしていければいいかということにつきまして、今日具体的に皆さんと考えていきたいと思います。5時少し前までと長時間になりますけれども、どうぞ最後までゆっくりお楽しみをいただきたいと思います。最後になりましたけれども、このシンポジウムの開催にあたりまして、栃木県、宇都宮市、宇都宮商工会議所はじめ大勢の皆さま方にお世話になりました。どうもありがとうございました。よろしくどうぞお願いします。

◆司会

ありがとうございました。それでは最初の講演をお願いいたします。最初のご講演は、今、ご紹介もございましたが、SDGs 未来都市の先輩でございます横浜市のほうからおいでいただきました、横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授、そしてヨコハマSDGsデザインセンター長の信時正人様です。信時先生のプロフィールにつきましては、お手元の資料1のほうにも記載されております。信時先生は和歌山県ご出身。東京大学工学部都市工学科ご卒業の後、三菱商事株式会社。2005年財団法人日本国際博覧会協会、東京大学大学院新領域創成科学研究科特任教授を経て、2007年横浜市に入庁されております。都市経営戦略担当理事、温暖化対策統括本部長を経まして、2016年エックス都市研究所理事でいらっしゃいます。コーディネーターとして各地の都市戦略を産官学民のグループで研究・ご提言されております。それでは、信時先生のほうから「SDGs 未来都市 横浜のまちづくり」と題しましてお話をいただきたいと思います。よろしくお願いします。

講演 1

「SDGs 未来都市 横浜のまちづくり」



横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授・

ヨコハマ SDGs デザインセンター長 信時 正人氏

皆さま、こんにちは。今、ご紹介いただきました信時でございますけども、まず最初に宇都宮市さん、おめでとうございます。横浜市は1年先輩になりますけども、SDGs 未来都市、実は選ばれてからが勝負でございますので、これはゴールじゃない。結婚式みたいな話ですけどね、結婚式がゴールじゃないということで、ぜひ皆さんのお力添えをぜひ市のほうにして差し上げていただいて、いい未来都市になればなと思います。今日は「SDGs 未来都市・横浜の挑戦」と書いてある。今までずっとやってきて、講演には必ず「挑戦」という言葉を題名に使っておりまして、今、申し上げましたように選定されてからが勝負でありますので、まだ“そういうもの“に”なったわけじゃないんですね。これからそうなるというふうなことです。これからどうやっていくかというところを述べたいと思います。横浜の今の現状、それから私自身ずっとまちづくり屋さんなもんですから、実はまちづくりでやってきた、こうやろうというふうに考えてきたようなところ、SDGs の流れが本当に近いと思います。[スライド 1.1]

今、司会からご紹介いただきましたけども、細かいことは言いませんが、要するに私は変な変わった人生で、一人で産官学を経験してきているということでもあります。それぞれがいかに価値観が違うかという、簡単に産官学といったって簡単には交わらんぞというの、身をもってわかっている、一番最後のほうで、ちょっとそのへんにも触れたいなと思います。このような部分がこれからの推進への生命線でもありということかもしれません。[スライド 1.2]

■環境モデル都市から SDGs 未来都市へ

横浜市の際に、どうやってきたかというところ、まず今回 SDGs 未来都市になりましたけども、そこ行くまでの段階というのがありますね、そのへんのところからお話をさせていただきたいと思います。この三角形は、いつもどこでも、どなたでも使うんですけども、一番下にあります、地方創生 SDGs 官民プラットフォームというのがあります。これはいろんな自治体さんとか民間企業さん 200 社ぐらいが集まってやっています。これがほんとに支えていただいているというかたちです。[スライド 1.3] その上に「環境モデル都市」。これは 2008 年に選定されました、2008 年度で、全国で 13 都市選ばれています。それから「環境未来都市」、これは 2011 年、いわ

ゆる震災の年の暮れですね。環境モデル都市は、いわゆる低炭素化とか地域活性化、これがテーマだったんですけど、未来都市になると、もうワンランクハードルが上がりまして超高齢化も課題として加わった。レジリエンス、グリーン成長といいますか、企業ももうけていこうというか、経済的な面も考えろということと言われて、この時は全国で11都市選ばれています。

それから、去年から始まった「SDGs 未来都市」。これはもう SDGs の追求、パリ協定、国際貢献。かなりここらへんも全部含めたかたちでやっていくということになっています。実はこの環境モデル都市とモデル都市の間に2010年に、これ3つとも今、内閣府なんですけども、2010年に経済産業省のスマートシティですね。「次世代エネルギー社会システム実証事業」といい、これは当時4地域が選ばれていますけれども、このモデル都市、スマートグリッドの実証実験ですか、未来都市、SDGs 未来都市。この4つに選ばれているのは横浜市と北九州市の2市でありますので、東と西でとりあえず張っていたというところでもあります。

モデル都市の時からお話しますけども、この時は、ちょっと細かくて非常にまずいパワーポイントの作り方なんですけど、要するに当時365万人、現在374万人の横浜市は地方自治体で人口が一番大きい都市ですね。その時にどうしようかということで、これ知の共有、選択肢の拡大・市民力の発揮で大都市型ゼロカーボン生活の実現を目指すという、これがわれわれのテーマだったんです。宇都宮市さんは、何がテーマかちょっと僕まだ不勉強で分かりませんが、例えば、今、申し上げた北九州市は、環境技術なんですね。もともと新日鉄さんと長い関係性の中で、最先端の環境技術で公害を撲滅してきたということが実績であり、それがテーマになっていまして、これは非常にはっきりしている。それから、富山市さんではLRTですね。LRTを、もうなんでもLRTから始まると。LRTの駅にコンパクトシティを駅につくっていくとか、そういうふうなことで未来都市にもなってきたといわれています。あとは、北海道の下川町も、森林経営では多分日本でナンバーワンだと思いますけども、そういうもう非常に分かりやすいのが皆さんあるんですけど、実は横浜市はそういった特徴がなんにもないんですね、でかすぎて。海のほうだけ触っていても山のほうから怒られますし、逆も真なりで、なにやろうというようなことを実はこの時かなり考えたんです。その時に、ふと、人口一番多いんじゃないかと、これを僕らの武器にしようじゃないかということになったんですね。要するに300万人余りが市場として変われば、企業も変わるはずだと。例えば、当時から少し高めの再生可能エネルギーをちょっと高くても買うぞという市民をつくっていけば社会は変わっていくんじゃないかと。それから、プラスチック製品じゃなくて、バイオマスで作っているような、そういう製品を、ちょっとこれも高いけど選んで買ってしまおうというようなこと。これ市民として非常に強い立場になるんじゃないかということで、これを「市民力」発揮という意味合いの核において考えよう。もう2006年のころからレジ袋の有料化ということを叫んでいた市民運動、自治会があったんですね。それぐらい、かなり意識の高い方が住んでいらっしゃるということもあり、われわれ市民力というのをテーマにして、それが360万人、現在370万人以上もいるということ、実はもう最初から武器にしようとしたんですね。そういうふうな歴史があります。それで、これがずっとこの後も続いていくわけです。

[スライド14～15]

さっき言いました2010年の次世代のエネルギー社会システム実証事業ですけども、この時はHEMSというHome Energy Management Systemを4,000件入れますと言って打ち出しました。太陽光パネルは、このプロジェクトで27MW。電気自動車、横浜には日産自動車がありますんで、リーフ2,000台をこの5年間で入れちゃおうということを数値的な目標にしまして、33社プラス1大学プラス横浜市、全部で35の団体で15のプロジェクトを動かしました。これはHEMSもそうですけどもBEMS。これBEMSというのは、家じゃなくてビルですね、業務棟です。それから、それを統合したCEMS (Community Energy Management System)。それから、住友電工さんのFEMS。これはファクトリーですね。工場のEnergy Management System。蓄電池SCADAってよく分からないかと思うんですけども、要するに、蓄電池を置いて、その上で電気の平準化をやっていくというふうな、ちょっと技術的なものですけども、そういうふうなものを含めて15のプロジェクトでやりました。これ4,000件って言った時に、そんな数できつこないだろうというところから言われたり、横浜市は指定を取りたいから数字を高く設定したんじゃないとか非常に揶揄されたんですけども、頑張りました。職員の人たちが一生懸命駅頭でチラシ配りとか、それがどこまで効果上がったかよく分かりませんが、そこまで職員も不動産販売みたいなことでHEMS入れましょう、HEMS入れましょうってやりました。

ちょうど2011年ですけども、例の大震災の年に省エネしなきゃいけないということで一生懸命やったんですけども、だいたい10%平均で各ご家庭のCO₂、電力の低下を実現できたんですけども、実はHEMSを入れたところ、初年度66家庭だったんですね。66家庭では、実は25%ぐらい減っているんです。「見える化」すると非常に皆さん意識が高くなるなど、そういう市民の方々の力というのをもっとPRしようということで、どんどんPRしまして、もうこれテレビ使う、ラジオ使う、JRの広告使う、もうPRをがんがんやまして、なんともう4,200件すべてトータルで3年目後半でクリアしまして、ある意味言い方悪いけど、ざまあみろ、達成したぞ、というふうなことになったわけですね。これは非常に市民の方の意識が高かったんですけども、われわれとしては、全部補助金じゃなくて実は1万円払ってもらったんです。HEMSを入れるのにだいたい全部で15~6万円かかるんですけども、全部補助金でやっちゃうと皆さん無駄に使っちゃうんじゃないかと。やっぱり1万円ぐらい負担してもらおうよという、これも最初からそういう方針でやりました。そうすると、やっぱり皆さん真剣にやられたということもありますね。入れた後の問題なんです。そういうこともあって、これだけのものを入れられたなって、これは実は世界最大の件数でありました。それからBEMSも全部で29あったんですけども、これはビルとか商業施設だけじゃなくて、横浜市の浄水場とか、下水処理場、いわゆる公共施設にも入れてBEMSをしたこと。これもあまり他に例がないんですけども、非常にこれがどれだけ人の心に響いたかと、こう入れたことによって、デマンドレスポンスということで、次の日が暑ければ、前の日から電気はちょっと節約してくださいね、みたいな情報を出したりとか、そういう情報実験もしたりして、だいたいHEMS全体で15%、それからBEMSで29%ぐらいの削減をこの実証実験で達成しました。これは京都大学の先生も今、世界で発表してくれていまして、横浜が日本最大の実証実験ということが今、もう定評になっています。そういうことができたということ

であります。これもやはり市民の方が入れていただいた結果、そうなったということですね。それが現在、民間企業さん 15 社と今まで YSCP 横浜スマートシティプロジェクトという名前だったんですけども、それがワンランク上がりまして、横浜スマートビジネス協議会 YSBA ということで、今、15 社でやっています、特に東電さんとか東芝さん、ここらへんが、このエネルギーのプロジェクトでベースに使ったノウハウを生かして、次のプロジェクトをやろうという動きに今、なっています。[スライド 1.8]

環境未来都市。未来都市の時は、この 5 つのテーマだったんです。低炭素・省エネルギーと、この超高齢化対応は、どこの都市もやれということだったんですね。あとのテーマは各都市で選べということだって、われわれは水・自然環境、クリエイティビティ、これ MICE、文化芸術と MICE ですね。チャレンジ新産業。他の都市の中で、これクリエイティビティ、文化芸術というのを挙げたのは横浜市だけだったんで、ここはかなりの特徴だったんじゃないかと思えますけども、この 5 本柱で環境未来都市を推進するというにしまして、これを横連携すると [スライド 1.9 ~ 1.10]。実はモデル都市も環境未来都市も、選定されたからといってお金ががんと下りたわけじゃないんですね。名誉みたいなものかもしれませんが、実は環境未来都市になった時に、庁内で超ローカルルールを作りました。環境未来都市になった時に市長はいろんなところで PR してくれたんですけども、環境未来都市プロジェクトになると、ちょっと予算に色が付けられるというふうなルールにしまして、ただ、環境未来都市プロジェクトという場合は 2 局以上にまたがるべき、というふうな条件を付けました。横連携するのが一番の目的です、お金をもらうことじゃなく。実はそれが実現すれば、僕はどこの自治体でも横連携すれば全然違う世界が出てくると思っていますんですけど、環境未来都市という名前を使ってそういうことを当時からトライしてきたこと。

この時みなとみらいの都心のプロジェクト、それから東急沿線の郊外型、それとスマートな住まい・住まい方プロジェクトという 3 つの柱を立ててプロジェクトとしては、やりました。エネルギー関係もありますけども、持続可能なってほんとに、これ東急電鉄のたまプラーザ駅というと私ぐらいの年代は知っていると思うんですけど、『金曜日の妻たち』という番組があったと思いますけども、あの舞台です。古谷一行さんとか、いしだあゆみさん、もう幾つでしょうかね、もう 70 歳超えていますよね。当時 30 歳ぐらいなんて、もうつまりこの沿線もそれだけ歳をとっているということです。もうなかなか人も住まない、高齢者のまちになってきて若い人も住まないですね。あのブランディングが高かったところがなぜそうやってきたか。実はこういうこともやっています。住まい・住まい方は、超高齢化と温暖化対策の掛け合わせた事業としてやっています。詳しくは言いませんけども、その 3 つのプロジェクトでやっていました [スライド 1.11]。

■なぜ、SDGs なのか

さて、SDGs 未来都市になりましたが、これもどこでも見ている絵図だと思いますけども、レビューしますと、2015 年 9 月の国連サミットで「我々の世界を変革する持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」、2030 年目標ということですね。そういうことで、実は民間企業、特に海外に

かなり展開している民間企業は、もう SDGs カンパニーと名乗らないとお仕事のできない国も出てきています。日本の方は、あんまりそれをビビッドに感じてないんですけども、もうそういうことです。環境だけじゃありません。人権だとかそういうところも含めて、ジェンダーだとかこれを標榜しないと、なかなか海外でできないですね。オーストラリアで現代奴隷法という法律が去年できたんですけども、これは人権をしっかりと守っているかということなんですけど、いわゆるそういう意味で、人権をしっかりと守っている会社でございまして。そういう意味で SDGs カンパニーでございましてと言わないと、かの国では仕事ができないですね、すでに。そういうふうなことで、民間企業は当然ながら前を走っているんですけども、自治体がどうかということで、去年最初に選ばれたんですね。SDGs を標榜する企業も、やっぱり SDGs を標榜している都市にやっぱり立地するというのも必要になってくると思います。何年か前に IPCC の総会があったんですけど、IPCC とは、世界で地球温暖化だとか、生物多様性って必要だといった世界 3,000 人の科学者が集まっている最高権威のあれですけど、その日本で初めての総会、実は横浜で開かれたんです。2011 年だったかな。僕がまだ現役の時ですけども。最終的に選ばれた理由は、横浜市が環境未来都市だからということであったと聞いています。ですから、われわれのやっていることは、MICE にも非常に大きく影響しているといえますか、いい影響を与えているというふうなことも感じた次第でありまして、やっぱりそういう会議や目的も含めて、そういう姿勢の都市というのを選んでいくというような、これ世界的な趨勢なんですね。そういうふうなことも、実はメリットとしてあるということでもあります [スライド 1.12 ~ 1.14]。

「なぜ SDGs なのか？」というところにきますけども、これは、17 Goals to Transform Our World と書いているんです。これは国連のホームページに書いてあると思いますけども Transform です。要するに変身する、変態する。変態というのは、さなぎから成虫になるというそういう意味です。イノベーションじゃないんです。もう変わらましようということを行っているんですね、変革。そうでないと、もう地球は駄目よという、そういうことを言っているわけで、国連が初めて出した非常にいいキーワードだとか、コミュニケーションツールだというようなことを言う向きもありますし、確かにそうなんだけども、その裏にあるのは、非常に深刻な問題があるということ認識しないとイケないと思います。今までの延長線上にはもう未来はないということ国連が言っているわけですね。トランスフォームしなきゃいけない、今までの延長じゃ駄目だということ言っているんです [スライド 1.15]。もう一つ、実はパリ協定って、皆さん忘れていらっしゃるんですね。2015 年、これもやはり 2015 年に気候変動枠組条約で合意されて、日本もこれは批准しています。これは世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて 2℃より十分低く保ち、1.5℃に抑える努力をするというようなことが書いてあります。できる限り早く温室効果ガス排出量をピークアウトし、うんぬんかんぬん書いています。実は SDGs とパリ協定はもう両輪なんですね。このパリ協定のことを、なかなか日本では言わないですね。SDGs ばかり、このマークのバッジを付けていますけども。これは非常に重要なことだと思っています [スライド 1.16]。

パリ協定では脱炭素をしながらも SDGs で生活のクオリティを上げていくというのが必要な

わけです。これ今まで20世紀の我々はどうだったかといいますと、エネルギーは快適になるために、どんどん使いましょうと。どんどん電化しましょうと。どんどんエネルギーを使いましょう、使い捨てましょうと、というふうな大量生産、大量消費、大量廃棄の世界を築いてきて、それがイコール豊かさだったんだけど、これからは逆です。エネルギーあんまり使うなよと、省エネですよと。それは機器だとか技術の進展が当然あるんですけど、そういうことをしながらクオリティを上げようという非常に難しい、今までわれわれは経験したことのない世界に入ったということでありまして、これも認識しないといけないことですね。だから、われわれの思っている、その快適さというのはなんなんでしょうかとこのところから考えを始めるべきではないかと思っています。これが両輪だということをぜひ覚えておいていただきたいと思います [スライド 1.17]。

今、なぜSDGsなのかということですが、結局いろんな世界で起こっている課題というのは人口減少、少子高齢化、飢餓・貧困、地球温暖化等々は、一つをテーマで取り組んだら終わりという話じゃない、全部が複雑に絡み合っているということなんですね。問題すべてが全部絡み合っているということだし、それに対していろんな人が参画して、いろんな人が力を生かしながら、問題に挑むことが必要なんです。一つのテーマに一つの技術で対応するとかいうふうなことでは、なかなか対応できませんよということが背景にあると思います。さらにそういう意味で、国もそうなんですけども、老若男女、さっき言いました産官学、市民、背景も立場も異なる人が集まって協働で問題に挑んでいく必要があるんじゃないかと。そのためにも、共通の目的、目標を定めて皆同じ方向を向いて、取り組みを進めていく必要がある。これがSDGsというのは結局ゴールではあるんですけども、一つひとつのこの17個をいかにストーリーでつなぎ合わせていくかという発想が非常に重要ではないかと思っています。ただ、いろんな方々が、いろんな立場で、いろんなことをやるんですけども、「目標は何？」といった時にSDGsが出てくると。僕はだから音楽でいえば、これはオーケストラみたいな、いろんな楽器がいて、いろんな楽器で演奏しながら、ではあるけども、一つの目標、一つのピースにまとめていくという、結局楽譜ですよ。だから、コンダクター、オーケストレーションみたいなものが、非常に必要になってくるということなんですね。別の言葉でいえばプロデューサーですけども。そういうことで、多様なステークホルダーがゴールを共有しながら、それぞれができることを行っていくことで、持続可能な社会を実現していくというのがSDGsであります。役所だけが頑張っても駄目です、企業だけでやっても駄目、市民だけでも駄目、みんなが力を合わせていくことが求められているというところ。で、その時に、みんなに共通なのがSDGsでございますという、そういう楽譜みたいに思っておいたらいいんじゃないかと思いますが、問題はコンダクターですね。どういうふうにしていくかということが重要かと思っています [スライド 1.18 ~ 1.19]。

■ヨコハマ SDGs センターの取り組み

それで、横浜市なんですけども、大都市モデル。さきほどから横浜市は人口多いからって言いましたけども、人口多いってことは、いいことばかりじゃなくて一応まとめにくいということも

ありまして、ずっと大都市モデル、大都市モデルって言っているのは、非常に足かせにもなっている部分があるんですけども、大都市に行くと、いろんな人がいるし、いろんなノウハウもある、お金もそれなりにあるということで、そういうふうなところで、だいたいそういうものを集めていくのが大都市モデルというふうに言っていますけども、経済と、社会と、環境、3つをぐるぐる回していくと。経済やっている部署もありますし、社会的なことやっている部署もあります、環境やっている部署もありますけども、今まではもう部分最適を狙っていたら最終的に全体最適に行っていた時代だと思えますが、もう今はそうじゃないですね。部分最適なんてやっても駄目です。もう全部俯瞰した中で、自分がやっている部分はここだというふうな大きなところと小さなところを自然に行ったり来たりする認識を持たないと駄目だということで、この3つをまとめていくために横浜スマート・グローバル・パートナーシップと書いていますけども、これが必要ですよ、ということで、3つの側面をつなぐ総合的取り組みを推進するためにデザインセンターをつくったということでありまして [スライド 1.20]。

今年の提案は知りませんが、去年の選ばれたところで見ますと、それまでやってらっしゃった事業だとかを強化する、あるいはまとめるというふうな提案の仕方が多かったと思いますが、横浜市だけは全く新しい提案をしたんです、これです。非常にリスクがあったと思いますけど。これはデザインセンターをつくった。デザインセンターをつくって何をやるかという、とにかくステークホルダーさんたちのニーズやシーズをまず集めて、ニーズをまたつくっていくというのもあると思うんですけども、それはマーケティングしながらコーディネートしながら、いわゆる解決策の企画・立案をこの中でやりまして、それをソリューション、イノベーションと書いています、イノベーションも必要なかしのれないけど、ソリューション提案をして、それを実装していくというようなことの、このぐるぐる回しながら実装していくという、センターというのはそういう立場ということで、一つのワンストップでそれができるようなセンターをつくりたいということで、これを提案し、これで指定を取らせていただいたということでありまして。このステークホルダーさんたちが、いかに集まるかということがみそでありましてですね。自転車ではハブとか、そういう機能を持たなきゃいけないんです。これは今度どうしていくかという中で、結局は人になると思っていますけども、いかにハブ機能を持っていけるかというのは、これからのキーポイントだと思っています [スライド 1.21]。

現在オンラインでセンターにはアクセスできるようになっています。メルマガももう今、発行させていただいております。情報収集をしながら、皆さんのほうから情報の投稿もしていただくような方向や内容に今、なっていますし、当然ながら情報交換するようなサイトの中でやっています [スライド 1.22～1.24]。今までの仕組みなんですけども、もうすでにできあがって、去年選定されてもう半年以上たっていますけども、センターができてから、本格稼働してからまだ数か月なんですけども、それまでの蓄積もあつたりして、だいたい3つか4つ、先行プロジェクトが今、走り始めています。環境と社会と経済の3つの側面の中から、低炭素化、あるいは誰もが住みたい、住み続けたいと思える住宅地は、われわれの MICE だとか文化芸術でと言っていますけども、ビジネス、アート、エンターテインメントというようなことも含めて、具体的なプロジェクトを現在

仕込み始めて、あるいは動き始めているということでもあります。そのうちの一つ、アクションプロジェクトの一つの環境なんですけども、低炭素化で、ここはまあ全部一緒なんです、コンソーシアムを組んでやっていこうということで、温室効果ガス削減の製品サービスを広く普及うんぬんとかですね。これは今まで横浜市もかなりやってきたことだし、特にエネルギー関係はもう RE100 街灯区を作るとか、再生可能エネルギー使うとか、東北の 12 都市と横浜市が連携しまして、再生可能エネルギーは横浜市だけではもうできないので、東北の都市から持ってこさせていただくという連携をしまして、問題は送電線なんですけども、一応ベースはつくったというふうなことで進めております [スライド 1.25 ~ 1.26]。

さらに市民活動ということで、ウッドストロー・プロジェクトということで、横浜市は一応海洋都市でもございますので、海がこれだけいろいろといわれている中で、何か動くほうがいいだろうと。実はストローが海洋プラスチックの、だいたい 0.1%といわれているんで、数字では大したことはないんですけども、市民の中で、やはり PR 活動は非常に必要だということで、身近なところから始めようということで、アキュラホームという新興の住宅メーカーさんが、プロデュースしながら、環境ジャーナリストの竹田有里さんという方が、PR をやりまして木のストロー。これは横浜市の水源林があります山梨県道志村あたりの杉を使いつつ、企業、地産地消でこのストローをやっていこうという動きをしています。これには 0.15 ミリの木の加工ができる工場が必要なんですけども、たまたま山梨県にありましたので、全国数か所しかないんですけどね。ちょっとコストが高いので、これをいかに安くするか、これが課題でございまして。ただ、これはもうこの前の G20 でも、このストロー吸っていた方々が大勢いらっしゃいます。横浜の場合は、横浜でもやるんだけど、地産地消でやっていこうというようなことを進めています [スライド 1.27]。

誰もが「住みたい」「住み続けたい」と思える住宅地にということで、企業の、地域のニーズということなんですけども、先ほど言いました、たまプラーザじゃないんですけども、実はこの旭区の若葉台団地というところがあるんですけど、90 ヘクタールの広さ、県営団地なんですけども、実は横浜でも交通弱者のいらっしゃる地域が実はたくさんあります。ここも若葉台団地が高齢化もあってそんな地域になってきたんですけども、そこでこの一般財団法人若葉台まちづくりセンターと MONET Technologies という、MONET ってトヨタとソフトバンクの合弁会社でありまして、今月だったかな、2 回目の実証実験が始まります。オンデマンドバスなんですけども、ゆくゆくはこれを EV にする。それから、自動運転にも近々していく方向で今、やっています。こういうことをやる時、さっきの HEMS もそうなんですけど、ハイテクがいいと思っていても、市民の方々がえてして、行政に対して、民間企業の手下かみたいなのを言われたりしちゃうんで、売り込みはしたくないんですよ。だけど、その最後のラストワンマイルを埋めるのも自治体だと思っていまして、スマートグリッドの実証実験の時もそうだったのですが、イノベーションの重要性を述べて HEMS 入れていただいたんですけど、この場合は、実は、こちらの市民の方主導という、非常に役所にとってみたら楽だったというかご自分たちでの意識がはっきりとしていらっちゃった。ここは実は 2006 年から有料のレジ袋という非常に先端的なことをやって

きた地域なんですけども、そこの人たちが、もうぜひこれをやりたいということで、もう今、始まっています。これは、もともとそのいわゆる高齢社会における足が欲しいという課題なんです。社会課題をなんとかするというので、社会課題解決することから始まって、ゆくゆく自動運転やEVとかでCO₂が下がるとか、車の数も当然減っていくと思いますけども、CO₂対策になっていく、環境課題の解決になる。さらにゆくゆくは、これが新しい事業体をつくるはずなんです。それから、地域の商業施設も活性化するという意味で、経済にも関わってくる。環境、社会、経済のいい循環ができるんじゃないかと [スライド 1.28 ~ 1.29]。

SDGs 普及。これはこの8月1日、2日、今日、日経新聞にまたPR出たところですけども、それが地元で、これ「環境絵日記」なんて、もう私も審査員やっていますけど、年間2万数千人の子どもたちが環境日記描いてきてくれて、今年はSDGsがテーマになっていますけども、それを全国の環境絵日記をやっている子供たちに来ていただいてサミットします。また、地元の中小企業の方々のアイデア博も実施していいプロジェクトを実際に社会にて実装していくかというイベントを8月、やります。もっとこれは強化していくつもりです [スライド 1.30]。

センターとして拠点も欲しいということで、一応関内のほうにこういうセンターを置きまして、ここに担当がおりまして、いつもいろんなお話を承っているという場所もできました。実はこれは、エックス都市研究所、凸版印刷、神奈川新聞、tvk、tvk コムズという5つの会社がJVでこの市民共同事業としてやっています。そういう意味でパートナーの神奈川新聞さんも、tvkさんも、いろんなかたちで市民向けの番組や新聞記事でPRしてくれています。私もこの3月はすでに、MONETさんなんかの関係でテレビに出ささせていただきましたけどもPRって重要です。それは嫌というほどやったほうがいいと思いますけども、まずSDGsが何かということをつからない市民の方が大半だと思いますので、そこからほんとは解き明かしていかなきゃいけないんですけども、そういう動きもしています。会員制度ということで、今、会員募集中でございまして、いろんなかたちで、いろんな情報のテーマを協議していただくというようなことでも、これ今、すでにネット上でも含めてやっています [スライド 1.31 ~ 1.34]。

■ SDGs の重要な視点とまちづくりの要諦

ちょっと余談になりますけども、これはちょっと私がびっくりした、タイ国の日本の大使さんが言ったんです。SDGsをタイはどう思っているかと。「Sufficiency Economy Philosophy 足るを知る経済です」というのがタイのテーマですとおっしゃったんですね。これはタイなりの解釈ですね。それから適度、節度 Moderation, 合理性 Reasonableness, 用心深さ、慎重さ Prudence。これが3本柱らしいです。それから、それを支えるのは knowledge と Virtue。Virtue になっているけど Virtue ですね。徳という、仏教国にありがちな考えなんですけど、やはりSDGsってわれわれ自分としてどう受け止めるかというのをしっかり考えていってほしいですね [スライド 1.35]。なんか日本の場合、SDGsの目標値17あるが、それを8つにしましたとか、なんかそういう要約しているぐらいの話じゃないかと思いますが、もうちょっと自分たちのものとして考える。これは私にとってみても少し考えなきゃいけないという原理だと思っています。日本

人にとってどうすればいいかというようなことを、もう少し考えつつやっていきたいと思っています。

これは重要な視点で、今までの繰り返しになりますけども、われわれセンターとしては、自分たちがハブになって、公的セクター、市場セクター、コミュニティセクターを集めていこう、ネットワークしていこうというセンターになりたい。さっき申し上げたような事業は、センターが中心になってやるものもありますけども、いろんな民間企業さんとか市民さんが中心になって、われわれは協力していくというのがありますし、あるいは触媒といいますかね、これ場として使ってくださいというふうな。われわれも何百人も職員がいるわけじゃないので、ちょっとそのへんを詳しく classify しながらやっていきたいと思っていますけども、基本は、この価値観の違う3つをいかにまとめていくか [スライド 1.36]。横浜市としても、さらに別の自治体さんなんかとも組みつつ、情報交換しつつ、事業ももしかしたら交換しつつやっていきたいという思いを持っております。ぜひ何かの関係で宇都宮市さんとも組めればうれしいなというふうに思っております。

ご清聴ありがとうございました [スライド 1.37]。

◆司会

信時先生、ありがとうございました。それでは、次のご講演をお願いいたします。ご講演は、株式会社竹中工務店設計本部アドバンスデザイン部ランドスケープグループ長、向山雅之様でございます。向山グループ長のご紹介につきましては、お手元の資料1にも記載されております。東京都ご出身で、神戸大学大学院工学研究科環境計画学専攻ご修了。1994年、竹中工務店のほうに入社されまして現在に至っております。日本造園学会関東支部副支部長、神戸大学、京都造形芸術大学非常勤講師をお務めになりまして、2011年、日本造園学会賞設計作品部門も受賞されておられます。それでは、中心市街地と里山・水辺におけるSDGsのまちづくりと題しましてお話をいただきたいと思います。向山先生、よろしくをお願いいたします。

「SDGs未来都市・うつのみや」
～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～

“SDGs未来都市・横浜の挑戦と” “ヨコハマSDGsデザインセンター” のこれから



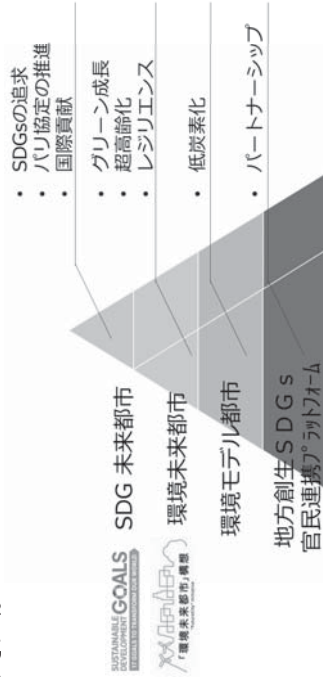
ヨコハマSDGsデザインセンター
センター長 信時正人

2019年7月2日

(1.1)

環境モデル都市・環境未来都市からSDGs未来都市へ Yokohama SDGs DESIGN CENTER

横浜市は、平成23年に環境未来都市に選定され、環境負荷を押さえながら経済的にも発展し、市民生活の質を向上させるまちづくりの取組を積極的に進めてきた。今後は、環境未来都市の取組をステージアップさせ、SDGs未来都市・横浜の実現に向けて、取組を深化させることにチャレンジしていく。



(出典) 内閣府資料などを参考にエックス都市研究所が作成

3

(1.3)

【略歴】

東京大学都市工学科→三菱商事(情報産業 開発 新規事業)
→愛・地球博政府出展事業(企画・催事室長、日本館の企画運営、ジャパンデー等の政府主催のイベントの責任者)
→東京大学大学院新領域創成科学研究科(特任教授: 柏国際キャンパス担当: 産学・地域連携)
→横浜市都市経営戦略室...戦略担当理事
→横浜市地球温暖化対策事業本部長
→横浜市環境未来都市推進担当理事
→ヨコハマSDGsデザインセンターセンター長、横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授(㈱エックス都市研究所 理事、東京ガス㈱社外監査役 東京大学まちづくり大学院非常勤講師、神戸大学客員教授、他)
☆(一社)UDCイニシアティブ理事
NPO横浜ラービークラブ理事(総合型地域スポーツクラブRSC理事)
NPO和歌浦湾海業理事、他



2

(1.2)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

環境モデル都市

(1.4)

環境未来都市

(1.9)

環境未来都市の推進のための主なプロジェクト

○みなとみらい2050プロジェクト

みなとみらい21地区を中心に、「世界を魅了する最もスマートな環境未来都市」の実現に向け、エネルギー対策やBLCPへの対応など、新しい要素を取り入れたまたまちづくりを目指す。



○持続可能な住宅地モデルプロジェクト

地域、民間事業者、行政、大学等の多様な主体が連携し、多世代交流、団地再生等の地域課題の解決に取り組み、持続可能な魅力あるまちづくりのモデルを創出。



- ・青葉区たまプラーザ駅周辺地域(東急電鉄との協働)
- ・磯子区洋光台周辺地域(UR都市機構との協働)
- ・緑区十日市場町周辺地域
- ・相鉄線いずみ野線沿線(相鉄HDとの協働) など

○スマートな住まい・住まい方プロジェクト

(1.11)

目指すべき将来ビジョンの実現に向けた課題・目標

環境	低炭素・省エネルギー	CO ₂ 排出を大きく削減する 「スマートシティ」の市域全体での実現
	水・自然環境	上下水道技術の海外展開支援/ 生活の中で自然に親しむ豊かな暮らし
地域 活性化	超高齢化対応	住み慣れた身近な地域における 全世代の「つながり」の実感
	クリエイティブ	文化芸術による賑わいの創出/ MICE都市の実現
	チャレンジ	市内企業の技術・経営革新による 成長産業の強化

10

(1.10)

SDGs未来都市・横浜

(1.12)

持続可能な世界を実現するための国際目標であり、世界を変えるための17の目標が掲げられている。



(1.13)

17 Goals to Transform Our World

The Sustainable Development Goals are a call for action by all countries – poor, rich and middle-income – to promote prosperity while protecting the planet. They recognize that ending poverty must go hand-in-hand with strategies that build economic growth and address a range of social needs including education, health, social protection, and job opportunities, while tackling climate change and environmental degradation.

(出典) 国連HP

国連では、我々の世界を「変革する」17のゴールとして、SDGsを定義

(1.15)

2015年9月の国連サミットで「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択

国連の動きに対応し、日本政府もSDGsを重要政策課題と位置づけ、地方創生政策の枠組みのもとで、自治体のSDGs導入を促進している

内閣府では、SDGsの達成に向けた優れた取組を提案する自治体である「SDGs未来都市」に横浜市は選定された。

(1.14)

2015年に国際気候変動枠組条約締約国会議で合意された温暖化対策について定めた国際協定

長期目標

世界の平均気温上昇を産業革命以前に比べて2℃より十分に低く保ち、1.5℃に抑える努力をする

できる限り早く温室効果ガス排出量をピークアウトし、21世紀後半には温室効果ガス排出量と吸収量のバランスをとる

(出典) 内閣府資料などを参考にエックス都市研究所が作成

(1.16)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

パリ協定とSDGsとの関係

脱炭素化を目指しながらも

生活の質(QOL)を向上させていく

これからの時代は、パリ協定とSDGsを両立させていくという難しい舵取りが要求される時代になる！

17 (1.17)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

なぜSDGsなのか？

人口減少

少子高齢化

飢餓・貧困

地球温暖化

地域・社会で起きている様々な問題

こうした問題は、複数の要因が絡み合っているため、何が原因で生じているのか、一つに定めることができない

だから

多くの人々が参加し、多くの人々の力を活かして問題に挑むことが重要

18 (1.18)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

なぜSDGsなのか？

背景も立場も異なる人々が集まって協働で問題に挑む

そのためにも、共通の目的、目標を定め、皆が同じ方向に向けて取組を進めていく必要がある

= SDGs (持続可能な開発目標)

多様なステークホルダーがゴールを共有しながら、それぞれができることを行っていくことで、持続可能な社会を実現していく

19 (1.19)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

“連携”による横浜型「大都市モデル」創出事業

- 横浜市では、環境を軸に、経済や文化芸術による新たな価値・賑わいを創出し続ける都市の実現に向け、SDGs未来都市計画を策定し、国から認定されました。

19 (1.19)



(1.21)

ヨコハマSDGsデザインセンター Online

情報収集

会員は運営事務局が配信するコース、サービス情報、特集コンテンツを閲覧し、ヨコハマの活動への参加が可能となります。また、イベント情報への参加申し込みを行うことができます。

22

(1.22)

ヨコハマSDGsデザインセンター Online

情報投稿

シーズ、ニーズの情報をHP上に投稿することで、会員コミュニティ内に情報を発信することができます。投稿した情報は運営事務局や会員企業・団体が閲覧することができます。

23

(1.23)

ヨコハマSDGsデザインセンター Online

情報交換

投稿したシーズ、ニーズの情報それぞれに対し、運営事務局や会員企業・団体とオンライン上で社会課題解決に向けて交流し、自主提案型取組を立ち上げることができます。

24

(1.24)

アクションプロジェクト

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

環境、社会、経済的課題の総合的解決を目指した取り組みを、課題と場所を設定の上、実施します。2019年度以降も下記取り組み以外に新たな課題設定を企業、団体、大学等と連携し、推進します。

環境

脱炭素化の実現に向けた製品・サービス・取組等の発掘・普及展開

温室効果ガス削減につながる製品・サービス・取組を発掘し、広く普及させていくことを目指すため、様々なステークホルダーが参画したコンソーシアムを立ち上げます。コンソーシアムメンバーがアイデア・ノウハウを出し合い、連携・協業して、製品化・事業化を目指して活動を進めます。



社会

誰もが「住みたい」「住み続けたい」と思える住宅地に

地域、企業、団体等の双方から、誰もが「住みたい」「住み続けたい」と思える住宅地づくりに対する提案を受け付け、デザインセンターで双方のマッチングを実施します。デザインセンターは、事業化に向けた側面支援を行います。



経済

ビジネス・アート・エンターテインメントが融合したSDGs普及啓発月間

みなとみらい地区を中心に、ビジネス・アート・エンターテインメントなどあらゆるジャンルでSDGsをテーマとした様々なイベントを実施し、学びながら、楽しみながらSDGsを体感できるキャンペーンを展開します。



25

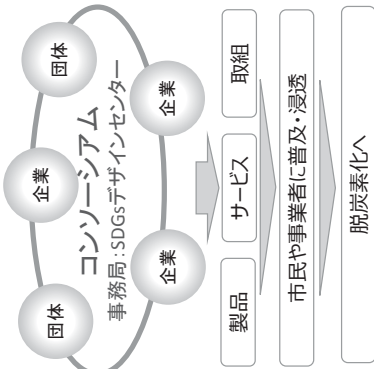
(1.25)

アクションプロジェクト

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

脱炭素化の実現に向けた製品・サービス・取組等の発掘・普及展開

温室効果ガス削減につながる製品・サービス・取組を発掘し、広く普及させていくことを目指し、脱炭素化の実現に関心をお持ちの様々なステークホルダーによるコンソーシアムを立ち上げます。



26

(1.26)

アクションプロジェクト

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

ヨコハマ・ウッドストロープロジェクト

間伐材等を原材料としたストローを普及させることで、海洋プラスチックごみ（マイクロプラスチックなど）対策への貢献するプロジェクトです。間伐材の利用促進による森林の適正管理・林業の活性化、原材料製造に関する新たなビジネス機会・雇用創出、製作に関する高齢者・障害者雇用の機会創出を目指して活動しています。また、横浜市内の間伐材等を用いたウッドストローを横浜市内で利用する地産地消型の「ヨコハマ・ウッドストロー」の実現に向けて取組を進めています。



環境ジャーナリストである竹田有里さんが2018年7月の豪雨で被災した西日本エリアを取材した際に目にした流木の利用法として「木材ストロー」を発表。「アキユラホーム」と「ザ・キャピトルホテル 東急」が賛同して、薄さ0.15ミリの木材ストローの製品化に向けての活動がスタート。

(出典)アキユラホームHP

27

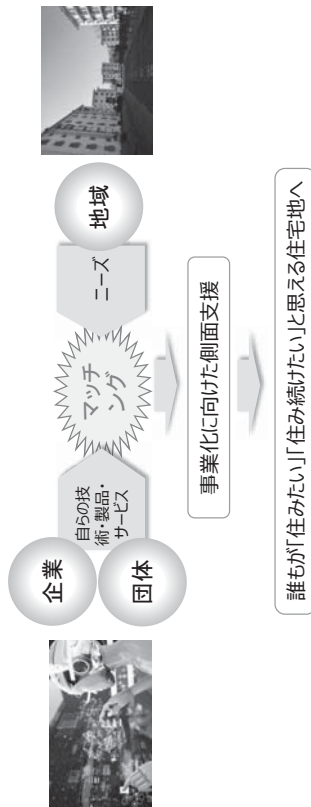
(1.27)

アクションプロジェクト

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

誰もが「住みたい」「住み続けたい」と思える住宅地に

郊外部の住宅地において、誰もが「住みたい」「住み続けたい」と思える住宅地づくりにつながるプロジェクトを展開します。郊外部の住宅地におけるまちづくりに関心をお持ちの方からの提案をお待ちしています。



28

(1.28)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

アクションプロジェクト

郊外住宅地における「ラストワンマイル」を実現するためのオンデマンドバスの走行

地域のニーズ
人口減少、少子高齢化が進む旭区若葉台団地で地域でコミュニティバス「わかば号」を運行

企業の持つシナジー
ICT技術、配車プラットフォーム

一般財団法人 若葉台まちづくりセンター

ヨコハマSDGsデザインセンター | MONET Technologies 株式会社

マッチング・実施に向けたコーディネート

付加価値のあるオンデマンドモビリティサービスの提供へ

手順1 行き先の登録

手順2 乗車日時の登録

手順3 乗車日時に乗車日時にバスを利用

29

(1.29)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

アクションプロジェクト

ビジネス・アート・エンターテインメントが融合したSDGs普及啓発月間

みなとみらい地区を中心に、ビジネス・アート・エンターテインメントなどあらゆるジャンルでSDGsをテーマとした様々なイベントを実施し、学びながら、楽しみながら、SDGsを体感できるキャンペーンを展開します。

関心のあるステークホルダー

選考会

フェスティバル

イベント

フォーラム

SDGsを体感できる多様な取組

ビジネス

アート

エンターテインメント

環境絵日記子どもサミットや、ビジネスアイデアの選考会（アイデア博）など、SDGsにかかわるイベントを進めていきます。

30

(1.30)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

ヨコハマSDGsデザインセンター拠点

デザインセンター拠点にて、コーディネーターが多様な相談に乗らせていただくほか、以下のような場を提供していきます。

Show Room Zone
SDGs未来都市・横浜の取組や連携先の取組やリユースに触れることができます。

Innovation Zone
プロモーション等スタジアム機能を中心として、工房や開発ラボとしても活用します。

Collaboration Zone
交流ラボラトリーとして利用できます。小規模のイベントやワークショップも開催します。

31

(1.31)

Yokohama SDGs DESIGN CENTER

プロモーション

神奈川新聞新紙面「SDGs横浜の挑戦」

神奈川新聞は特集紙面「SDGs横浜の挑戦」を、月2回展開しています。横浜を中心に、企業や団体などのSDGsの取り組みを発信していきます（原則第2,4水曜、カラー10段分）

神奈川新聞の各種媒体を活用した多面展開

「SDGs横浜の挑戦」に加え、神奈川新聞の本紙やウェブサイト「カナコロ」などと連動した多角的な媒体戦略が可能です。詳細はご相談ください。

32

(1.32)

プロモーション

tvk

「特別番組SDGs横浜の挑戦（仮）」
tvkでは、「横浜における企業のSDGsの取組」をテーマとした経済情報を「特別番組SDGs横浜の挑戦（仮）」にて放送配信します。



tvk「レギュラー番組 Business Link」

tvkにて毎週放送中の経済番組「Business Link」で取組を紹介。企業トップインタビューからSDGsの取組や企業としての想いを伝える。



33

(1.33)

SDGsを語る上で重要な視点(タイ国の事例)

Sufficiency Economy Philosophy



35

(1.35)

会員制度

横浜SDGsデザインセンターは、環境・経済・社会的課題の統合的解決を図る横浜型「大都市モデル」の創出に向け、パートナーとなっていたいただける会員の募集を開始いたしました。

会員サービス (一部、実費負担・有償での御提供となるサービスがあります。)

デザインセンター機能の利用

ヨコハマSDGsデザインセンター Online機能の利用	コーディネーターを介したSDGsに関する相談
デザインセンター主催の各種イベントへの優先参加	SDGsに関する個別講座・勉強会の開催
シニアアドバイザーへの相談 (デザインセンターを介した間接的な相談)	プロモーション支援 (共催、後援等の名義使用、HPへの情報掲載)

デザインセンター (交流・情報拠点) の利用

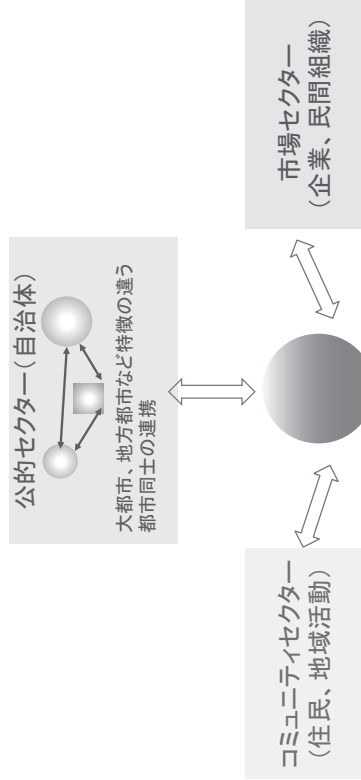
会員同士の交流の場として活用 (ドリンク割引提供)	ショールームでの製品・サービス等の紹介・展示
------------------------------	------------------------

34

(1.34)

重要な視点

多様な主体と複合的なアライアンスを実現していくこと
(ストーリーを紡いでいくこと)



36

(1.36)



(1.37)

講演 2



「中心市街地と里山・水辺における SDGs のまちづくり」

株式会社竹中工務店 設計本部アドバンストデザイン部

ランドスケープグループ長 向山 雅之氏

こんにちは。

ご紹介いただきました竹中工務店の向山と申します。よろしくお願いたします。私からは、お手元にあるレジュメの流れに沿いまして、近年の社会の動きについて説明した後、企業のSDGsの取り組みについて事例の紹介をしたいと思っております。

所属している日本造園学会の関東支部大会が偶然昨年宇都宮で開催され、大谷の景観をテーマにしたシンポジウムと見学会に参加してきました。大谷石の文化を学び、初めて大谷石の石切場などを見て感銘を受けました。今回この機会をいただき、宇都宮にご縁を感じております。

私はランドスケープの設計を仕事にしております。今までの設計業務は、与えられた設計条件に対して、いかに良い空間をつくるかがテーマでしたが、近年のプロジェクトでは、お客さまとの対話を通じ課題を明らかにして、課題解決のための設計の与条件、そこから詰めていく機会も増えてきております [スライド 2.1 ~ 2.3]。

■環境への取り組みの歴史

はじめに、環境への取り組みの歴史を俯瞰してみたいと思います。これは当社の環境建築作品の歴史です。上段に社会の動き、下段に当社の活動が書いてあります。企業は社会の動きに対して、活動の方向性を決めていきます。

環境問題が社会に取り上げられた最初のトピックとしては、1960年代から1970年代のいわゆる公害問題があります。レイチェル・カールソンの『沈黙の春』や、ローマクラブの『成長の限界』など、高度経済成長が引き起こした社会問題が明らかになりました。

1971年に、当社は「設計に緑を」というキーワードを掲げております。それ以来、当社の図面にこのマークが刻んであります。ここに示す文章は1971年当時のメッセージです。環境によって建築を評価する。「緑」を単なる植物ではなく、トータルの環境創造を意味する言葉として捉える。作品ができ上がるごとに、都市に緑のくさびが打ち込まれ、その運動が広がる。「設計に緑を」から、「建築に緑を」あるいは「心に緑を」へ、さらに「都市に緑を」と唱えています [ス

ライド 2.4～2.6]。

次に環境が社会課題になってきたのは、最近の 10 年なのではないかと思っております。2005 年に京都議定書、それから 2010 年に COP10 生物多様性に関する国際会議が名古屋で開催されました。2000 年代の 10 年間に比べると、2010 年代は社会の動きが急激に変わってきているように思います。この時期の当社の活動としては、後で紹介するプロジェクトの事例につながる、環境方針や生物多様性活動指針、あるいは「人と自然をつなぐ」という環境メッセージを策定しています。

こちらは日本の人口増減のグラフです。2004 年にピークを迎え、あとはどんどん下がっていくだけという予想になっています。よく言われております通り、今までの社会の仕組みは人口増加のトレンドでつくられてきている制度で、これから起こる人口減少の社会では通用しない、予測不可能な社会であるといえると思います。つまり、例えば持続不可能な都市とビジネスですとか、気候変動、生態系の劣化、資源枯渇。縮小する都市、超高齢化。インフラの老朽化、災害への脆弱性。財政難、人材難。格差社会の拡大、貧困ですとか、それらが、「課題先進国」といわれている日本における現代の都市を取り巻く社会課題なのではないかと思っております [スライド 2.7～2.9]。

■最近 10 年での社会の動きとトピック

これから最近 10 年、社会の動き、トピックを 2 つご紹介したいと思います。先ほどのような社会課題を解くカギが SDGs です。ビジネスの世界では、ESG 投資が急激に盛り上がり、企業の必須科目になってきています。例えば当社のビジネス領域である建設業においては、SDGs 導入のためのガイドラインが出版されています。真ん中は日能研が作っている本です。SDGs が中学受験で出てくるような世の中になってきております。一番右、これはファッション誌です。綾瀬はるかさんが SDGs を唱える時代になっています。

先ほどお示しした 17 項目がタイル状に並んだ SDGs の図柄はよく出てきますが、これを 3 層のレイヤーに分けて並べ替えると 17 項目の関係がわかりやすくなります。これは、ウェディングケーキモデルと言うそうです。経済と会を支えているのが BIOSPHERE、すなわち自然資本であるという絵になります。

この経済・社会を成り立たせる自然資本が SDGs で一番大切な基礎となります。該当するのは、17 の項目のうちの 6 番－安全な水とトイレを世界中に、13 番－気候変動に具体的な対策を、14 番－海の豊かさを守ろう、15 番－陸の豊かさを守ろう、この 4 項目が挙げられています [スライ 2.10～2.13]。

例えば、堤防のような人工構造物が従来の社会基盤になっていたわけです。これを「グレイインフラ」と称します。それに対し、例えば、自然資本を守ってその力をうまく引き出すような方策を「グリーンインフラ」と言います。これが 2 つ目のトピックになります。2015 年に国土形成計画が策定されて、この時初めてグリーンインフラという言葉が導入されています。その 2 年後 2017 年に、グリーンインフラの本が出版されました。グリーンインフラはヨーロッパやアメ

リカで非常にうまく使われ、政策策定にも活用されている概念です。遅ればせながら日本でも出版されるまでになりました。ポイントはビジネス書だということです。専門書ではなくてビジネス書で出版されています。つまり、そのグリーンインフラは、もちろん研究の対象ではありますが、実践的に世の中に実装していかなければならない概念だということです。

ところでグリーンインフラとは何か？ふわっとしていて難しいですね。いろんな定義がある中で、例えば、これは国交省のホームページから抜き書きです。安全・安心ですとか、国土の適切な管理、生活の質の向上、人口減少・高齢化。こういった課題を、自然環境が有する機能で解決していこうということになります。ただ、これでもまだわかりにくいというところはあるのではないかと思います。まずはそういうものだということを理解してください。例えば、「自然環境が有する多機能性を活用し」とありますが、先ほど申し上げたグレーインフラである堤防を考えてみますと、川があふれた時に堤防があることで洪水を防ぐ。ただ、川あふれていない時は、川とまちを分断する要素になります。機能を発揮する必要がない時に問題があるわけです。それに対し、遊水池であれば、川があふれた時にはそこに水をたたえ、洪水になっていない時は緑豊かな水辺の場所になっているという多機能性を持っているわけです。そこがグレーインフラとグリーンインフラの違いになります。

グリーンインフラは、国でもどんどん推し進めている状態で、懇談会がつくられており、今年の4月に中間整理というのが出ております。グリーンインフラの活用を推進すべき場面として、SDGs や ESG 投資が世界の潮流となる中、日本が世界をリードする立場になるためにはグリーンインフラが必要である。このグリーンインフラによって都市やエリアの付加価値を高めて、新たな投資や人材を呼び込みたいということが書かれています。グリーンインフラの特徴は3つありまして、一つは機能の多機能性ということで、先ほどご説明したような内容です。もう一つは、多様な主体の参画で、行政だけではなく地域の住民ですとか、あるいは企業、民間企業の参画が必要になってきます。当社の活動としては、このあたりがポイントになります。もう一つ最後に重要なのは、できて終わりではなく、時間の経過とともにさらに機能が発揮されてくるということです [スライド 2.14 ~ 2.16]。

今までの話を一旦まとめますと、自然資本の要素であるグリーンインフラや生物多様性というのは、経済・社会を支える基盤であるがゆえに、その地域の共通する社会課題になり得るのではないかなと思っております。つまり、何か地域の課題を議論する時に、まずは自分たちが住んでいる自然環境、自然資本を考えていくということが、コミュニケーションの手掛かりになり得ると思っております [スライド 2.17]。

当社では、建築を超え、まちづくり総合エンジニアリング企業を目指しており、ここにある30の専門領域を掲げております。これはSDGsの17項目と関連づけられており、先ほど申し上げたウェディングケーキモデルの自然資本に当たるのは、こちらの「まちの基盤をデザインする」という項目になっています。この中に「生物多様性」という項目が入っています。2010年にCOP10の国際会議が名古屋で開かれました。ちょうどそのタイミング2012年に「環境方針」の改定を行い、「生物多様性活動指針」を定めました。これを具体的なプロジェクトに落とし込

んでいくために、「生物多様性促進プログラム」を現在進めています。この活動のバックボーンとなるのが、環境メッセージ「人と自然をつなぐ」です。建築と都市、つまり、まちが人と自然をつなぐというダイアグラムで、自然を読み解く要素技術、これが必要になります。さらに大切なのは、それを享受する、あるいはそれを使う人の感性が大事なのではないかなと思っております [スライド 2.18 ~ 2.23]。

まちづくりを進めていくためには、ステークホルダーと対話を深め、課題抽出、戦略立案、ロードマップ策定、これが必要になってきます。社会の課題や企業の価値創造、さらにはまちづくり、こういった大きく複雑で多義的なミッションを達成するためには、プロジェクトの川上の段階から整理が必要になります [スライド 2.24]。

■まちづくりの事例

まちづくりのプロセスを踏まえた4つの事例を紹介したいと思います。

1つ目の事例は大阪の駅前の、うめきた2期です。昨年コンペを取りまして、そのコンペの要項の前提となるまちづくりの方針を紹介したいと思います。うめきた2期のまちづくりの方針には、比類なき魅力を備えた「みどり」と書かれております。比類なき魅力を備えた「みどり」と言われても、ピンとこないですね。ただ、ここに書かれていることを読んでみますと、グリーンインフラの機能そのものが書かれているのではないかと考え、私たちは3つの回答を出しました。1つ目は「みどり」と融合した生命力と活力あふれる都市空間ということで、つまり「みどり」がつくりだすクオリティー・オブ・ライフ (QOL) を提案しました。2つ目は、ひらめきや創造につながる多様で寛容な場づくり。つまりイノベーションを生み出す場をつくらうということです。みどり豊かな環境というのは、人がイノベティブになるといわれております。さらに良い環境というのは、優秀な人材を集める大きな要素になるといわれております。3つ目が、新たな価値がうめきたから関西へ、国内外へと拡がるマネジメントと書いてあるように、世界に発信できるグリーンインフラをつくってこうということになります。大切なことは、竣工して終わりではなくて、竣工後のマネジメントです。管理・運営、この新しい仕組みをつくってこうということ提案しています [スライド 2.25 ~ 2.29]。

2つ目は、東京江東区の事例になります。江東区というのは、水路が東西南北に張り巡らされたまちで、その水路脇に人が集まる木のデッキを作ろうというプロジェクトになります。こちらがその写真です。右が before で、左が after です。写真の左側に料亭があり、右側が水路です。水路敷に人が自由に入出りできるデッキがあります。当初どのような状態になっていたかといいますと、フェンスで水路敷と民地が分けられています。水路敷の底地は東京都の持ち物、そこにある上ものの植栽管理を江東区が行っている場所を、民間である料亭が専有している状態を作り出しています。普通だったらこんなことは認められません。それが実現できた理由としては、こちら側がこの地元の「江東区の水辺を親しむ会」という NPO 代表の方です。この方が先頭に立ち、この取組により江東区のまちが活性化するというストーリーをつくり、江東区と協議をして認められたということになります。こちらにいるのは当社の社員です。では、デッキの木材をど

こから調達しようかという時に、江東区は荒川の下流にあります。荒川の上流域にある林業のまち小川町と連携をして木材を持ってくる、こういった動きをやっています。このNPOの方たちと、プライベートなのか仕事なのか境目がないぐらい熱心に活動した結果、このプロジェクトを成功に導いています。

今話をまとめますと、川下である江東区にウッドデッキを敷きたいということで、川上にある小川町から木材を持ってきた。当然木材の代金を支払いますので、ここで資源と経済の循環が起こっています。非常に小さな話ではありますが、大きい概念でやっております。つまり、木造で造ることは資源と経済の循環を生み出すということになり、地域を活性化し社会課題を解決していく取り組みではないかということで、「森林グランドサイクル」という概念を掲げております。植えて、育てて、収穫して、それを使うという、これが一般的な森林サイクルですけども、それを発展して、木材を流通させることで都市に木造・木質のまちづくり、さらに木材を提供する林業にもお金を回して経済活性をしていこうというのがこの活動の趣旨です。森林資源の循環をする。そこから得られる、経済の循環による林業の活性化と木材産地の地域振興、それからさらにまちづくり。こういった循環を目指しているわけです [スライド 2.30 ~ 2.34]。

3つ目の事例です。今年2月に仙台で完成した集合住宅、10階建ての賃貸マンションです。ヨーロッパでは、多くの木造高層ビルが建っています。そこから10年遅れではありますが、ようやく日本でも高層の木造が実現したということになります。これは工事中の写真です。鉄骨造と木造のハイブリッド構造になっております。柱や床や壁が木で造られていることがわかります。では、森林グランドサイクルの視点でどうなっているかと申し上げますと。まず丸太、原木を直接購買しております。丸太を買ったのは大分県。この買った丸太を鹿児島県で製材をして、その材を使って仙台のまちづくりを行いました。材を取った林に利益を還元し苗木を植えて次の世代の林業に回していく。これで森林グランドサイクルをひとつ完成させ、持続可能な森林づくりに貢献しました [スライド 2.35 ~ 2.37]。

■まちづくりの事例（清和台の森づくり）

最後の4つ目に、兵庫県川西市にある当社の研修所での森づくりの活動を紹介します。大阪の郊外、ベッドタウンとして川西は位置づけられております。もともとは緑豊かな里山で、1960年代、里山を造成してニュータウンにしました。現在、当時子育て世代だった方の子どもたちは独立して親世代が残され高齢化が進んでいるという、どこのニュータウンにもある問題を抱えている場所になります。沿線の能勢電鉄は乗降客が減っています。また、ここは炭焼きで非常に有名な場所でした。今残っているのは1軒ですが、残っている里山林を使いながら茶道に使う高級炭を焼いています。また、残された里山の森づくり活動をしていこうというNPO組織がたくさんあり、その中の一つ、川西里山クラブと情報交換をしております。当社は、川西市はもちろんのこと、能勢電鉄、炭焼き屋さん、NPOの方と連携をしながら、まちの課題解決を図っていこうという活動を始めたところです。

ここは日本一の里山といわれている場所も残っています。里山にあるクヌギの林は、伐採され

たらそこから再度芽が出てどんどん成長します。約10年すると、また伐採し炭焼きの材として使えます。つまり10年周期で持続的にエネルギーが確保できる仕組みになっています。ついこのあいだまで、昭和30年代は薪を使っていました。それが石炭になり石油になり、今や、薪をエネルギーの主流で使うという人はほとんどいませんが、昔ながらの資源循環のあり方を再認識する必要があると思います。先ほど申し上げたように、ここの自然の風景に魅了された人たちが、自主的にこの里山を守ってこうという活動をされています。これは、エドヒガン。この地域では非常に貴重なサクラだそうで、このサクラを守る活動をされています [スライド 2.38 ~ 2.41]。

こちらが当社の研修所の図面です。全部で約8ヘクタールあります。敷地外周部は放置された里山林。敷地内側は研修所新築当時造成をして人工的に植栽されている場所です。まず、森づくりの活動を始めるにあたり、侵略性の高い外来種の伐採をしました。それから観察や作業ができる道をつけ、敷地外周部の里山林の整備や、人工的に植栽されているエリアに手を入れていきます。もともとグラウンドだったところは、しばらく使わない間に松林に変わっていました。松林になったグラウンドをもう1度使える場所に戻していきます。

整備に先立ち生き物の調査をすると、多くの種類がいることが分かりました。ここは自社の敷地の中なので、検証しながら自由に手を入れることができます。森の整備を行いながらどのように生き物の相が変化していくのか、継続して調べることができる場所として、非常に高いポテンシャルを持っていると思っています [スライド 2.42 ~ 2.43]。

これは Before / After の写真です。藪に埋もれた野球のバックネットが見えます。お恥ずかしい写真ですが、これを整備して、これからこのグラウンドを使って様々な活動を企画しています。また、斜面を安全に登り降りできる観察・作業路をつけています。次は、古い更衣室・トイレの周囲の藪を切って、アクセスできるようにしました。そして、建物を森づくりの参加者が使える詰め所として改修をしました。開口部を大きく開け、建物の中と外がつながって活動しやすいように作り変えています。それから、この家具は、兵庫県の県産材を使っており [スライド 2.44 ~ 2.46]。

昨年、「森づくり研修」と銘打ち社員の研修を始めました。通常の企業の研修は、同一職能や同一職層の人を集め、決められた目標に対しキャッチアップさせます。この研修の参加者に関しては希望者を手挙げ方式で集めました。その結果、多様な年齢、多様な職能の方が集まりました。これが、みどり、つまりSDGsの基礎となる自然資本の力なのではないかと思っています。研修プログラムとしては、先ほど紹介した炭焼きの所へ見学や森づくりのNPOの方との対話、そして当社研修所の敷地の植生調査をして、健全な森に導くために伐採すべき樹木の伐採などをしております。これは単に森づくりのスキルを磨くための活動をしているというわけではなく、この活動を通じて、まちづくりの基礎となる自然を学び、まちづくりに関する気づきにつながることを期待しています [スライド 2.47]。

こちらが手を入れる前の研修所の敷地の状況です。これは昨年の研修で、清和台の研修所をどのように使うか考えるワークショップをやり、そこで出た活用アイデアを絵にしたものです。実際この通りできるかどうかは別として、このような絵が、関係者が向かっていく方向を定める旗

印になるのではないかと考えています。研修では、繰り返しになりますが、単に森をきれいにするスキルを磨くわけではなくてSDGsを支える生物多様性、これを理解して、その達成に貢献できる人づくりを行う。これが大きな目的になっています [スライド 2.48~2.49]。

森づくりの活動は4つあります。ご紹介したのは、2の体験型研修になります。今年中に1の従業員主導の森づくり活動をしていくような組織づくりに着手する予定です。3の活動は、企業ですので当然発信していきます。4については、今のところ社内での活動になりますけども、準備ができ次第ステークホルダーと、川西市や能勢電鉄、地元NPOの方と課題を共有してまちづくりに進んでいきたいと考えております。

こういう話は、どうしてもPDCAが回しにくいですね。プランを一生懸命練っている前に、まずやってしまえと。やると何か得られますので、その得られたものに対して、では、どうしようと考えていく。これが大事だと思っています。同じような考え方で都市計画のやり方を、タクティカルアーバンイズムと言います。ビジョンがあって、プランを立てて、しっかりしたプランのもとでデザインができる、それを管理・運営してくというのが従来の都市計画です。それに対し、まずやってしまえ。やってしまうと何か見えてくるぞ。そして、またやってみよう。このような、やって・確認しての繰り返しが非常に重要であると思っています。これはアメリカ空軍の概念でOODAループと言います。observe 観察して、orient 方向づけをして、decide 決めて、act やるということで、軍隊ですからプランなんか立てている余裕がないわけですね。今やまちづくりは、軍隊と同様に、どんどんやってみる、どんどんやってみて、そこからフィードバックするという姿勢が大切だと思っています [スライド 2.50]。

■まとめ

最後になります。まちづくりは様々なステークホルダーとつながる必要があり、つながるための共通課題は、経済・社会を支える自然資本です。自然資本を支えるのは、自然を読み解くための技術とともに、それを受け取る人、それを使っていく人の力だと考えます [スライド 2.51]。

どうもありがとうございました。

◆司会

向山先生、どうもありがとうございました。それでは、ここで若干の休憩を挟みまして、この後パネルディスカッションを行いたいと思います。恐縮ですが、15時20分から再開いたします。今、お話をいただいたお二方の先生に、さらに3人お加わりいただきましてパネルディスカッションを行いますので、次の時間まで休憩とさせていただきます。ロビーの受付横にはお飲み物も準備してございますので、どうぞご利用ください。後ほど、よろしく申し上げます。

シテラフ学ランポロム
 「SDGsを未来都市をつつのみや」・持続可能な宇都宮都市圏を目標して〜
 14.00×16.45
 ©宇都宮共創大学 宇都宮シティアキャンパス

中心市街地と里山・水辺における SDGsのまちづくり

2019/07/02
 竹中工務店
 向山雅之

1

宇都宮市大谷の景観と地域資源の活用

平成30年7月、公益社団法人日本建築学会 関東支部大谷キャンピングウム。

開催趣旨
 平成30年5月に、宇都宮市が申請していた「大谷文化伝」が、文化庁による日本遺産に認定され、
 した。同時に景観法が施行された。景観法は「大谷伝」に関する歴史文化遺産が多数
 存在するまちとして特筆行われています。これを契機として、大谷地区では、まちづくりにおける景
 観の重要性を再認識し、景観法を契機としてまちづくりの推進を図ることが求められ
 るとしています。

一方で公益社団法人日本建築学会は、景観や地域資源の活用について学際的な連携を求めています。
 地域資源とまちづくりの連携に関する調査は大谷と考えるられます。以上を契機として、関東支部大谷キャン
 ピングウムにて調査することになり、宇都宮大学・宇都宮市と連携して、宇都宮市大谷の景観と地域資源の活
 用をテーマとしてシンポジウムを開催することになりました。

実施内容
 開催日時 平成30年12月15日(土) 13:30~16:00
 会場 宇都宮大学アカデミアホール(棟康キャンパス)
 参加者 一般、関係団体、大学関係者等150名程度

プログラム
 大谷文化の魅力
 棟本 優子(宇都宮美術系専門学校)

【パネル討論】大谷の景観・文化の価値に向けて
 石切の陽 石島 雅之(宇都宮大学教員・国際文化学専攻)
 大谷文化の魅力を再発見と活用
 松本 邦夫(宇都宮市文化課長)
 大谷の景観資源とまちづくり
 大谷 正樹(宇都宮大学教員)
 大谷の景観資源とまちづくり
 石切の陽 石島 雅之(宇都宮大学教員)
 コーディネーター 藤原 貴守(宇都宮大学教員)

主催者
 (協) 公益社団法人日本建築学会 関東支部
 (協) 宇都宮大学・宇都宮市・宇都宮市教育委員会

大谷寺
 カトリック松が峰教会
 大谷資料館
 石切の陽

2

数多くのプロジェクトに関りランドスケープ作品を設計してきました

第一生命新大井事務所・原町上町大井町(2012)
 名田原のびろろ2017・名田原を白く(2012)
 DC11村記念美術館・千歳高校新校舎(2016)
 井原第一田原町生活コミュニティ・東洋製紙会館(2009)
 日生宮公園・大田原大町(2013)
 高生学園ビル・防衛中地区(2013)
 女物成セントジョージ・山梨県北杜市(2016)
 新井中心パーク・東野町千代田区(2014)

3

環境建築作品の歴史

経緯をたどる：景観の発展を促し、社会に貢献する
 コーポレートメッセージ：思いを込め、共に未来へつなぐ

1953 昭和28年 大谷資料館
 1962 昭和37年 大谷寺
 1972 昭和47年 大谷寺
 1982 昭和57年 大谷寺
 1992 昭和67年 大谷寺
 2002 平成14年 大谷寺
 2009 平成21年 大谷寺
 2010 平成22年 大谷寺
 2011 平成23年 大谷寺
 2012 平成24年 大谷寺

1971 昭和46年 大谷寺
 1972 昭和47年 大谷寺
 1982 昭和57年 大谷寺
 1992 昭和67年 大谷寺
 2002 平成14年 大谷寺
 2009 平成21年 大谷寺
 2010 平成22年 大谷寺
 2011 平成23年 大谷寺
 2012 平成24年 大谷寺

4

(2.2)

(2.1)

(2.4)

(2.3)

現代の都市をとりまき社会課題

- 持続不可能な都市とビジネス
- 気候変動、生態系の劣化、資源枯渇
- 縮小する都市、超高齢化
- インフラの老朽化、災害への脆弱性
- 財政難、人材難
- 格差の拡大、貧困

出典：河合雅司 未来の年表

(2.9)

SDGsが急激に日本の社会に浸透中

11

(2.11)

トピック1
SDGs 持続可能な開発目標 (2015/09国連サミットで採択)
ESG投資 環境 (Environment) / 社会 (Social) / ガバナンス (Governance)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
世界を変えるための17の目標

2030年までに「持続可能な開発目標」を達成しよう

10

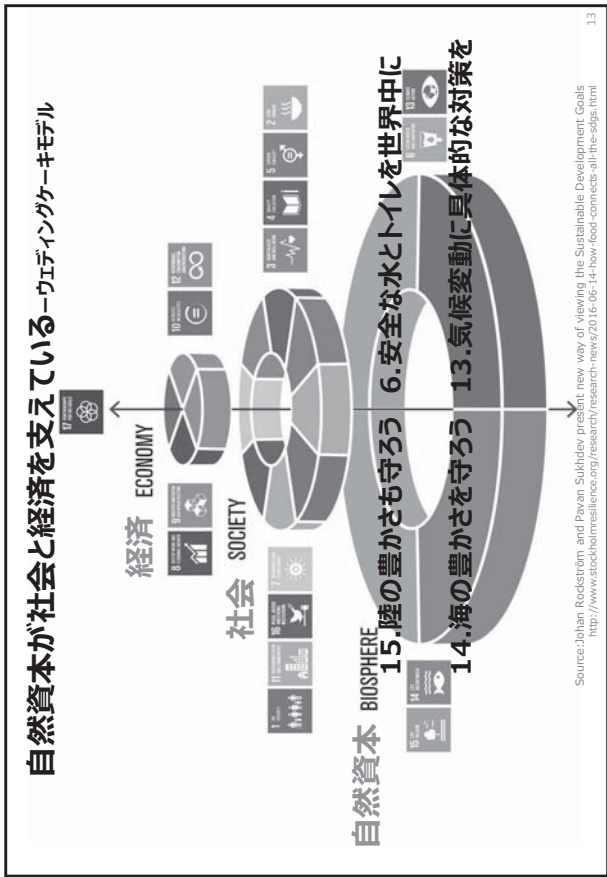
(2.10)

自然資本が社会と経済を支えているーウェディングケーキモデル

Source: Johan Foccart and Pavan Sukhtey present new way of viewing the Sustainable Development Goals
<http://www.stockintelligence.com/research/research-news/2016-11-how-floor-connects-all-the-sdgs.html>

12

(2.12)



(2.13)

グリーンインフラ本 (2017年2月) ビジネス書

トピック2 国土形成計画 (2015年8月)

第1期 生物多様性の確保及び自然環境の保全・再生・活用 140
 (1) グリーンインフラの役割と価値の確保 140
 (2) 人と野生生物等の関係の明確化 151
 (3) 自然資源や景観を活かした魅力ある都市経済圏の創出 151
 (4) 生物多様性の社会への波及 152
 (5) 環境影響評価の意義 152

第2期 物質循環の確保と循環型社会の形成 153
 第3期 地球環境の回復と回復に向けた取組 154
 (1) 自然環境の回復 154
 (2) 地球環境の回復に向けた取組 155
 (3) 自然環境の回復に向けた取組 155

第4期 国土形成計画の保全・再生 156
 (1) 国土形成計画の保全 156
 (2) 国土形成計画の再生 157

第5期 新しい景観、魅力ある国土の保全、創出と活用 157
 (1) 魅力ある国土の保全 157
 (2) 国土形成計画の活用 158
 (3) 新しい景観の活用による地域の活性化 158

第6期 多様な主体による共同社会づくりの展開に向けた基本的な取組 159
 第7期 社会資本の醸成 160
 (1) 社会資本の醸成 160
 (2) 社会資本の醸成 160
 (3) 社会資本の醸成 160

第8期 多様な主体による共同社会づくりの展開 161
 (1) 共同社会づくり 161
 (2) 共同社会づくり 161
 (3) 共同社会づくり 162

引用元: 国土交通省HP
<http://www.mlit.go.jp/common/001100233.pdf>

(2.14)

グリーンインフラとは？

社会資本整備や土地利用等のハード・ソフト両面において、自然環境が有する多様な機能を活用し、持続可能で魅力ある国土づくりや地域づくりを進めるもの

多様な効果
 防災・減災
 環境
 地域振興

社会的価値
 ◎ 安全・安心で持続可能な国土
 ◎ 国土の適切な管理
 ◎ 生活の質の向上
 ◎ 人口減少・高齢化に対応した持続可能な社会の形成

自然環境が有する機能
 ◎ 良好な景観形成
 ◎ 生物の生息・生育の場の提供
 ◎ 浸水対策 (浸透等)
 ◎ 健康・レクリエーション等文化提供
 ◎ 騒音防止
 ◎ 外気清浄、健康
 ◎ 地球温暖化緩和
 ◎ ヒートアイランド対策等

◎ 防災・減災や地域振興、生物多様性の提供への貢献等、地域課題への対応
 ◎ 持続可能な社会、自然共生社会、国土の適切な管理、質の高いインフラ投資への貢献

・グリーンインフラストラクチャーー人と自然環境のより良い関係を自覚して
 引用元: 国土交通省HP
http://www.mlit.go.jp/sosopsseisaku/environment/00_000015.html

(2.15)

グリーンインフラ懇話会「中間整理」(2019年4月17日)

1. グリーンインフラの現状

2. グリーンインフラの活用に関する課題

3. 今後の取組の方向性

4. グリーンインフラを推進するための体制整備

5. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

6. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

7. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

8. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

9. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

10. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

11. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

12. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

13. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

14. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

15. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

16. グリーンインフラ推進に関する支援の取組

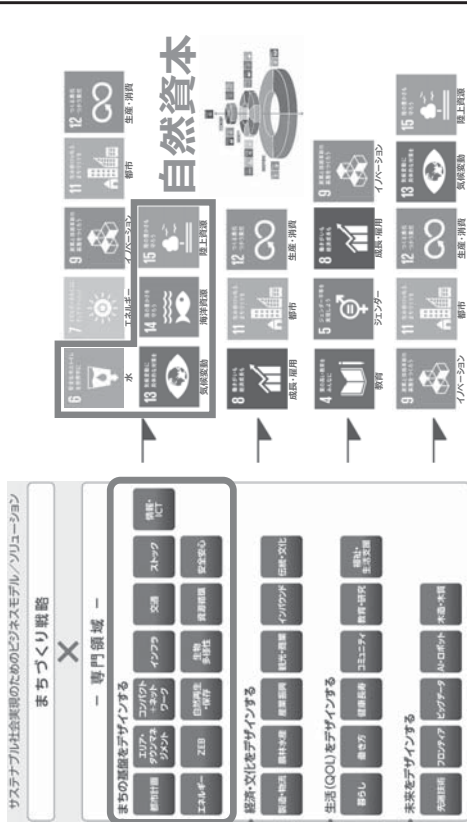
(2.16)

グリーンインフラ 生物多様性

経済・社会を支える基盤である
地域に共通する社会課題となり
その解決につながる
最良のコミュニケーションツールとなり得る

(2.17)

まちづくり総合エンジニアリング企業を目指して

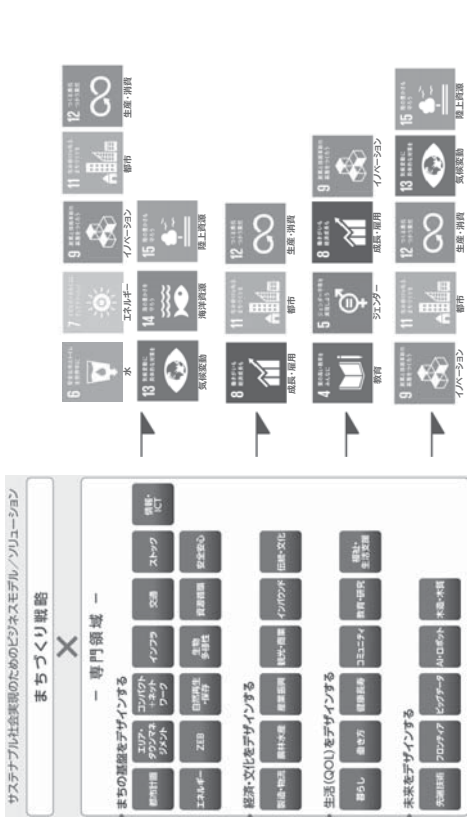


SDGs 17の目標のうち関連項目

出典：竹中コーポレートレポート2019

(2.19)

まちづくり総合エンジニアリング企業を目指して



SDGs 17の目標のうち関連項目

出典：竹中コーポレートレポート2019

(2.18)

「生物多様性活動指針」→「生物多様性促進プログラム」
環境メッセージ「人と自然をつなぐ」を踏まえ、生物多様性活動指針を具現化する取り組みの促進策を統合化したものが「生物多様性促進プログラム」である

環境方針 (2009年制定、2012年改定)	
活動指針1 (環境の5C)	環境と調和する空間創造に努め、社会の持続的発展に貢献する 自然共生社会、低炭素社会、資源循環社会の実現に向けた活動を積極的に推進する
生物多様性活動指針 (2012年制定)	
0 認識と共有	事業と生物多様性の関わりを認識し、社内で共有する
① 環境マネジメント	生物多様性を環境マネジメント上の重要な課題として位置づけ、確実に実施する
② 研究開発	生物多様性に関する知見を蓄積し、関連する研究・技術開発を推進する
③ 企画・設計	生物多様性に配慮した計画を積極的に提案する
④ 建設活動	資材やサービスの調達においては、協力会社とともに生物多様性の保全を推進する
⑤ 自社施設	施工計画の段階から生物多様性への影響を回避、低減する
⑥ 教育・啓発	生物多様性に配慮した土地利用計画と運用、管理を推進する 当社およびグループ会社の役員・社員、協力会社に対して、生物多様性に関する教育・啓発を推進する
⑦ 連携・協働	生物多様性をステークホルダーと連携、協力を推進する



出典：http://www.kikaku.takenaka.co.jp/paradigm/kyoyo4.pdf

(2.20)

21

〔環境メッセージ〕 人と自然をつなぐ (2010年)

2050

人 ← 建物・都市 → 自然

ネット、ゼロエネルギー
→カーボンニュートラル

メッセージ
人と自然をつなぐ

コンセプト

人の感性や適性を高め、自然を活かし、ネット・ゼロエネルギービルから
カーボンニュートラルな都市への実現を目指す

21

(2.21)

22

〔環境メッセージ〕 人と自然をつなぐ (2010年)

2050

人 ← 建物・都市 → 自然

ネット、ゼロエネルギー
→カーボンニュートラル

メッセージ
人と自然をつなぐ

コンセプト

人の感性や適性を高め、自然を活かし、ネット・ゼロエネルギービルから
カーボンニュートラルな都市への実現を目指す

22

(2.22)

23

〔環境メッセージ〕 人と自然をつなぐ (2010年)

2050

人 ← 建物・都市 → 自然

ネット、ゼロエネルギー
→カーボンニュートラル

メッセージ
人と自然をつなぐ

コンセプト

人の感性や適性を高め、自然を活かし、ネット・ゼロエネルギービルから
カーボンニュートラルな都市への実現を目指す

23

(2.23)

24

まちづくり戦略機能のプロセス

ステークホルダーとの対話を深め
社会課題抽出
まちづくり戦略立案
ロードマップ策定

↑

プロジェクトのより川上段階のプロセスから整理し、
社会の課題・企業の価値創造といった
より大きく複雑で、多義的なミッションを達成する

24

(2.24)

プロジェクト事例1：うめきた2期



(2.25)

「みどり」と融合した生命力と活力あふれる都市空間

活力ある多機能複合の“次世代QOL実践空間”

- 個々のエネルギーが協働する活力ある都市環境の形成
 - ・ 周辺に点在していた、みどりが散在する活力ある都市環境を形成。
 - ・ 多様な用途の複合開発を推進し、都市環境の多様な活用を促進。
 - ・ 複合開発の推進により、みどりと都市環境の融合を促進。
- 複合開発の推進により、活力ある多機能複合都市環境の形成
 - ・ 複合開発の推進により、活力ある多機能複合都市環境を形成。
 - ・ 複合開発の推進により、活力ある多機能複合都市環境を形成。
- 「みどり」に成長するイノベーションと顧客の成長
 - ・ 複合開発の推進により、イノベーションと顧客の成長を促進。
 - ・ 複合開発の推進により、イノベーションと顧客の成長を促進。
- 多様な用途の複合開発により、都市環境の多様な活用を促進
 - ・ 多様な用途の複合開発により、都市環境の多様な活用を促進。
 - ・ 多様な用途の複合開発により、都市環境の多様な活用を促進。
- 都市公園の拡がりによる行楽・観光・レジャーの促進
 - ・ 都市公園の拡がりによる行楽・観光・レジャーの促進。
 - ・ 都市公園の拡がりによる行楽・観光・レジャーの促進。



(2.27)

うめきた2期区域 まちづくりの方針

平成27年3月
大阪府・中之島・東淀川地区
都市再生開発推進協議会
次期計画協議会

<目次>

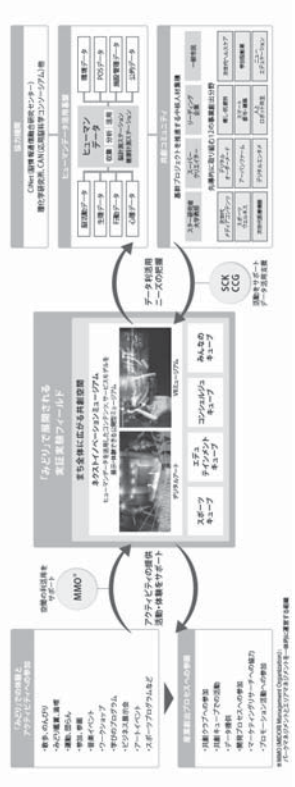
1. 2期区域のまちづくりの目標
2. 比類なき魅力を生み出した「みどり」のあり方
3. 「みどり」と融合し価値を創造・発信するイノベーション～導入する都市機能～
4. 「みどり」を体験できる空間づくり
5. 歩く楽しみ、喜びを創造するまちづくり～交通ネットワーク～
6. 速やかに災害から復元するまちづくり
7. 環境共生の新たな展開をめざしたまちづくり
8. 特長的発展をめざしたエリアマネジメント
9. 周辺とともに全体価値を向上させるまちづくり
10. 11. 12. 13. 14. 15. 16.

(2.26)

ひらめきや創造につながる多様な寛容な場づくり

「みどり」の中でシーズとニーズが融合する世界初のイノベーション創出「OSAKAモデル」

- あらゆる分野に波及するユースデータを基幹とした
ライフデザイン・イノベーション
 - ・ あらゆる分野に波及するユースデータを基幹としたライフデザイン・イノベーション。
 - ・ あらゆる分野に波及するユースデータを基幹としたライフデザイン・イノベーション。
- イノベーション活動の牽引役「共創コミュニティ」
 - ・ イノベーション活動の牽引役「共創コミュニティ」。
 - ・ イノベーション活動の牽引役「共創コミュニティ」。
- 総合コーディネーターによる「ノブ」の活用
 - ・ 総合コーディネーターによる「ノブ」の活用。
 - ・ 総合コーディネーターによる「ノブ」の活用。
- データ活用による「ノブ」の活用
 - ・ データ活用による「ノブ」の活用。
 - ・ データ活用による「ノブ」の活用。



(2.28)

新たな価値がうめきたから関西へ、国内外へと広がるマネジメント

まちと人ともに環境・防災性を高めていく「うめきたグリーンインフラ」

- 「みどりの効力を高かし、エネルギー・マネジメントを実現する「うめきたグリーンインフラ」
- ・まちづくりとエネルギー・マネジメントの両方を同時に推進し、環境負荷の低減・省資源・省コストを実現する「うめきたグリーンインフラ」を実現する
- ・「うめきたグリーンインフラ」の推進は、まちづくりとエネルギー・マネジメントの両方を同時に推進し、環境負荷の低減・省資源・省コストを実現する
- ・「うめきたグリーンインフラ」の推進は、まちづくりとエネルギー・マネジメントの両方を同時に推進し、環境負荷の低減・省資源・省コストを実現する
- ・「うめきたグリーンインフラ」の推進は、まちづくりとエネルギー・マネジメントの両方を同時に推進し、環境負荷の低減・省資源・省コストを実現する



出典：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002_000042754.html

(2.29)

プロジェクト事例2：深川川床-東京イーストベイ構想



出典：https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002_000042754.html

(2.30)

「深川川床」誕生 (2019年3月22日)



出典：https://mizbering.jp/archives/23785

(2.31)

「深川川床」誕生 (2019年3月22日)



出典：https://mizbering.jp/archives/23785

(2.32)

「森林グランドサイクル」のイメージ

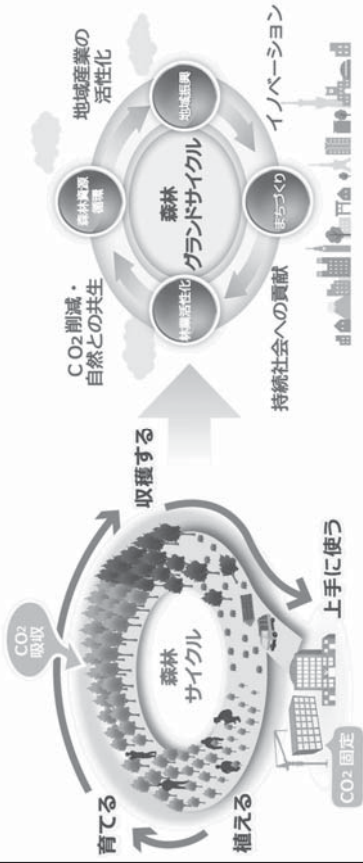
今回の木材は、江東区東側を流れる荒川上流にある小川町の森からいただいています。上流の森と下流の街をつなぎ、資源と経済を循環させる仕組みづくりの試みです。



33

(2.33)

プロジェクト事例3：森林グランドサイクル-木材利用による社会課題解決



森林サイクルから「森林グランドサイクル」へ

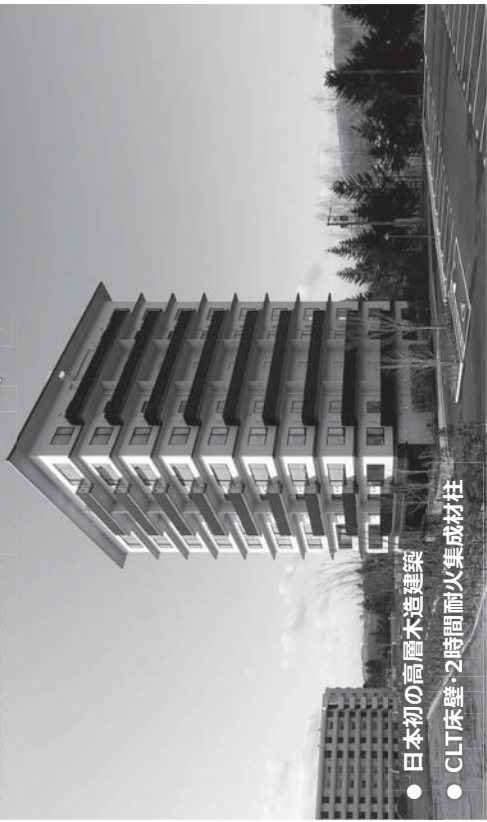
従来の森林サイクルを含んだ、森林と社会における大きな資源と経済の循環を「森林グランドサイクル」と名付け、活動している

34

(2.34)

PARK WOOD 高森 2019.2完成

宮城県仙台市・集合住宅・地上10階・延床面積 3,605m²



- 日本初の高層木造建築
- CLT床壁・2時間耐火集成材柱

35

(2.35)

鉄骨と木造のハイブリット構造+床・壁・CLT

工事状況 2018.9



36

(2.36)

PARK WOOD高森における森林グランドサイクルの実施

森林再生
「森とまちの未来づくり」の
樹記念館を建立

CO₂削減・
自然との共生

森林資源
活用

地域産業の
活性化

森林
活性化

森林
グランドサイクル

まちづくり
PARK WOOD 高森
2019年2月末竣工
(宮城県仙台市)

林業の活性化
田島山脈
(大分県中津江市)

原木

持続社会への貢献

まちづくり
PARK WOOD 高森
2019年2月末竣工
(宮城県仙台市)

地方産業の活性化
山産木材
(鹿児島県肝付町)

ラミナ加工・CLT製造

37

(2.37)

プロジェクト事例 4：清和台の森づくり

黒川地区「日本一の里山」

生物多様性

ふるさと川西戦略

川西市 大坂市 神戸市

今西海苔本家 川西里山クラブ

竹中工務店 清和台の家

能勢電線

川西地田

38

(2.38)

輪伐管理により生まれるパッチワーク景観

伐採後 1年

伐採後 2年

伐採後 3年

伐採後 8年

39

(2.39)

クヌギの萌芽再生能力の活用した 持続可能なエネルギーの確保方法

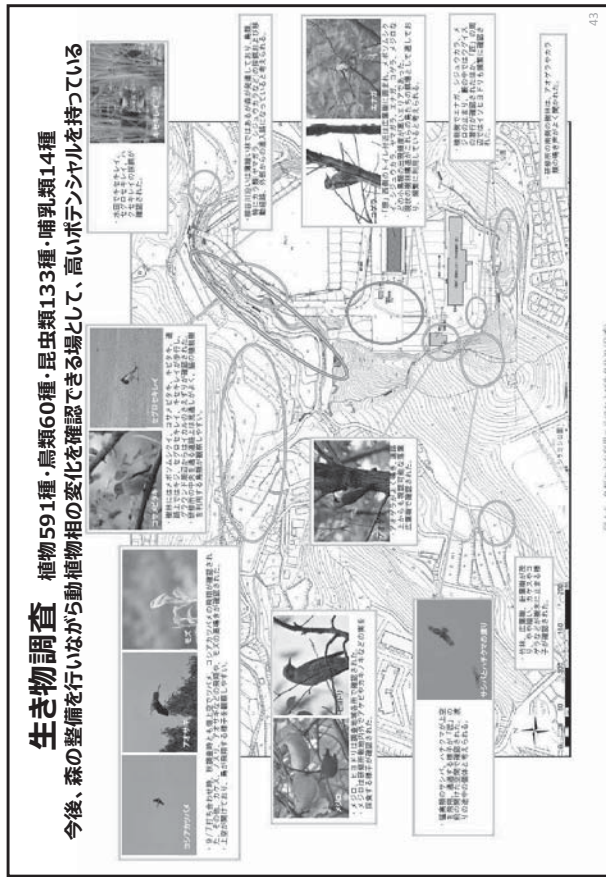
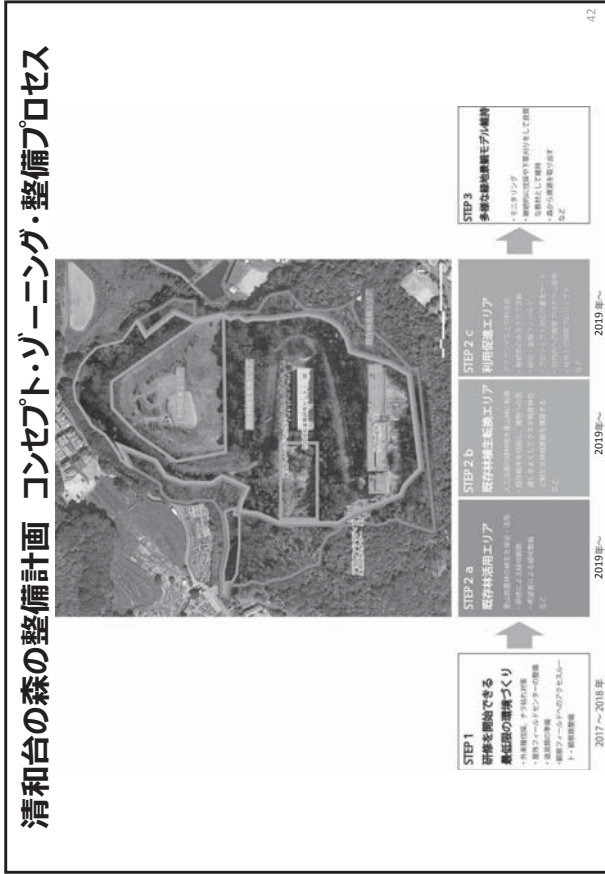
切る

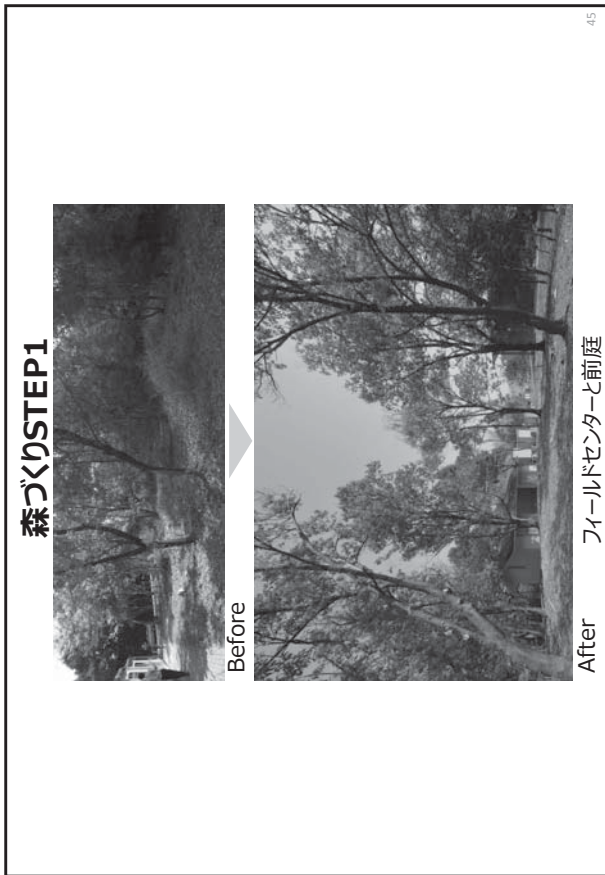
何度も
繰り返す

萌芽は10年
で収穫可能

40

(2.40)







49

(2.49)

活動目標

清和台の森づくり = 生物多様性技術を使用したまちづくり戦略の実験場
 森づくりの多義性を発見する これからのまちを思い描く
 = SDGsを支える「生物多様性」を育み、達成に貢献する「人」をつくる

人づくり・組織づくり、様々な試行の場。仲間を増やし、楽しみながら、ゆっくゆっく確実に

まず活動を始め、モニタリングしながら次の方針を定める

活動①：従業員主導による整備・保全活動
 清和台の森づくり活動を行う組織づくり
 清和台の森の将来像・スケジュール・活動内容策定
 清和台の森づくり活動の実践

活動②：体験型研修
 森づくり研修編纂、研修教材書作成 ← 受講メンバーがTA
 スピンオフ企画実施 ← 受講メンバーが企画、運営に参画
 上級研修 = 活動場所のモニタリング (2021年) ← 受講メンバーが検閲に参画

活動③：研究開発・環境技術発信
 森のモニタリング継続
 森づくりのデータ収集
 技術的試行の場 ← 仮設空間、地域素材を使ったモジュールラスト・ガーデン

活動④：ステークホルダーとの連携・協働
 川西市・能勢電鉄・川西里山クラブとの関係深化
 新たにお隣NPOとの連携
 地域観光戦略・まちづくりへの参画

5年(2014)で目に見える効果、10年(2029 = 創立130周年記念)でひとまとめ
 2030年 = SDGs 目標年

PDCA ⇄ OODA Loop → アーカイブ空間 Observe/Orient/Decide/Act

出典：http://ecombas.plaza/tactical-urbanism

ローリスカハイリタターの都市デザイン手法

VISION → PLAN → DESIGN → MANAGE MENT

タクティカルアーカイブプロセス：仮設空間指向

VISION → ACTION → MANAGE MENT

ACTION → DESIGN → MANAGE MENT

50

(2.50)

まちづくりは様々なステークホルダーとつながる必要がある
つながるための共通課題は何か？

↓

経済
 社会
 自然資本

それを支える人

51

(2.51)

パネルディスカッション

「SDGs 未来都市・うつのみや」 ～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～

パネリスト

- 神永 正之** 氏 (宇都宮市総合政策部政策審議室室長)
- 岡田 豊子** 氏 (株式会社岡田建築設計事務所専務取締役
(元) 宇都宮市都市計画審議会委員)
- 吉田 範行** 氏 (東京ガス株式会社宇都宮支社長)
- 信時 正人** 氏 (横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授・
ヨコハマSDGsデザインセンター長)
- 向山 雅之** 氏 (株式会社竹中工務店設計本部アドバンストデザイン部
ランドスケープグループ長)

コーディネーター

- 山島 哲夫** (宇都宮共和大学副学長・シティライフ学部長教授
(前) 宇都宮市総合計画審議会会長)

◆司会

お待たせいたしました。それでは、第2部のパネルディスカッションを始めたいと思います。パネルディスカッションの進行を務めますのは、宇都宮共和大学副学長・シティライフ学部長の山島哲夫教授でございます。住宅、都市政策、まちづくりを専門とされ、栃木県、宇都宮市、那須塩原市などの都市計画関係の審議会・委員会でご活躍されております。それでは山島先生、よろしく申し上げます。

◆山島



それでは、パネルディスカッションを始めたいと思います。最初に基調講演していただいた先生方は司会からプロフィールの紹介がありましたが、私のほうからは、パネラーでお三方入りしましたので簡単にご紹介をしておきたいと思います。登壇者プロフィールという資料1がございますので、詳しくはこちらをご覧くださいと思います。

まず神永さんでございますが、現在、宇都宮市の総合政策部政策審議室室長という要職についておられます。神永さんは第6次総合計画、昨年3月にできていますが、その総合計画の取りまとめの担当責任者として総合計画をまとめられておられます。宇都宮市の政

策審議室ですから、あらゆる政策に通じておられるんですね、キーマンでして、今日は市の政策すべてに通じているということで、そういう観点からお話をいただければと思います。次に、東京ガスの吉田支社長でございますが、昨年の4月から宇都宮に来ていただいております。現在、先ほどお伺いしたら宇都宮大学で経営工学などを教えておられるということです。エネルギー企業でございますので、SDGsにどうかたちで宇都宮に貢献できるかという企業の立場からお話をいただければと思います。それから最後になりましたが岡田専務でございます。岡田さんは、建築家としてご活躍中でございますが、栃木県の教育委員を歴任されておられる他、いろんな県や市の審議会などで公職を数多く歴任されておまして、現在も宇都宮市の建築審査会の委員としてもご活躍中でございます。市民の立場というか、それからまちをつくってきた建築家としての立場から今日はお話をいただければと思います。

それでは最初に、お手元の資料2をちょっとご覧ください。SDGsの中身につきましては先ほどの信時先生からも、それから向山先生からもお話がありましたが、手元にないと分かりづらいということで、裏表で簡単な資料を作っております。これは17項目と、それからその前身、このSDGsというのできる前に「ミレニアム開発目標」というのがありまして、このSDGsというのは2つの要素が重なっております。一つは途上国などを対象としたミレニアム開発目標、これは2001年にできて2015年までのものでございます。それは8項目あったわけですが、それともう一つは、ここに「環境リオプラス20」と書いてありますが、1992年のリオの環境の国際会議の20年後の2012年という意味です。1992年のリオの会議その前からずっと持続可能な開発ということで、サステイナブル・ディベロップメントということ国連の場でもいわれていたわけですが、その環境という面からの目標と、それからミレニアム開発目標、この両方が合わさって17の目標にできあがっているというものがSDGsでございます。この裏面のほうを見ていただきますと、今の17の目標について、それぞれどんなことが対象になっているかというのがごく簡単でございますが書いてありますので、これからの議論で参照していただければと思います。

それでは進め方についてですが、まず神永さんと、それから吉田さんから宇都宮市の取り組み、東京ガスの取り組みについて簡単にご説明いただきまして、その後、ディスカッションを進めていきます。できたら、企業としてどういう対応をしていくか、それから、市民としてどう考えていくべきか、それから行政としてどう対応していくかということ、3つに分けて議論を進めていけばというふうに考えています。それでは、神永室長から、宇都宮市の取り組みについて簡単にご説明をお願いします。

■宇都宮市の取り組み

◆神永

ただ今過分なご紹介をいただきました、宇都宮市政策審議室の神永です。どうぞよろしくお願いたします。早速ですがお手元にA4縦のカラー刷りで右肩に資料5と記載のあります資料がございます。『未来都市うつのみや』をめざして』をご覧ください。こちらのスライドもございますけれども、若干、



字が小さいところもありますので、できれば資料5のほうもご覧になっていただければと思います。私から宇都宮市のまちづくりの羅針盤であります、総合計画の主な取り組みとSDGsとの関係性などにつきましてご説明申し上げます。SDGs 未来都市のお話につきましては、後半戦でやらさせていただきます。

まず、1ページの下段をご覧ください。先ほど向山様のほうから、人口のお話がありましたけれども、人口のピラミッドがございます。人口のボリュームの大きな世代というのは団塊の世代と第二次ベビーブーム世代がございますけれども、下のグラフにあります通り、2050年には第二次ベビーブーム世代がすべて75歳以上となります。こうした人口の構造の変化というのは非常に重要な問題ととらえております。逆ピラミッドという形になります。右側に絵がありますけれども、現在2.8人ぐらいで高齢者を支える状況から、約1.4人で支える状況を迎えるということになりまして、さらに単身高齢者も、このように右肩上がりが増えていくという状況でございます。

2ページの上段のほうにお進みください。上段の左側でございます。こうした将来を見据えまして、先ほどご紹介にもありましたけれども、平成30年3月に宇都宮市の総合計画としては6番目となる第6次総合計画が策定されたところでございます。計画の構成といたしましては、2050年を目標とした基本構想。それから、今後10年間2027年まで、SDGsのアジェンダにちょっと近いんですけども、プランである基本計画。また、毎年見直して3年程度で作る実施計画と3層の構造で構成されております。また、この右側の図があると思いますが、これは宇都宮市の政策の6分野です。それを「子育て・教育の未来都市」から下にある「交通の未来都市」まで、これを真ん中の絵に星がありますけれども、人づくりとまちづくりを一体的に進めていく、そういった理念をイメージ化したものでございます。なお、真ん中に星があると思うんですが、宇都宮市民の方はお気づきと思いますけれども、宇都宮市の市章、市の旗ですね。亀の甲の絵柄を採用しているというものでございます。また、こちらの絵では各未来都市を3つの緑と青と赤で線をつないでいると思うんですが、これがSDGsの包摂性とか多様性、さらには統合性の理念に若干近い、横断的な取り組みを示すものでございます。2ページの下段のほうにお進みください。ここからが総合計画に掲げた基本計画の前期5年間で、それぞれの分野で重点的に取り組む施策事業を、6つの未来都市ごとに主なものを幾つか説明させていただきますが、若干、資料5のフォントが小さいもので、もしよろしければお配りしましたポケット版というものが蛇腹折りです。小さいスマートフォンサイズのもの。広げていただくと真ん中に、広げていただいた内側にですね、4つの分野がございます。お手数ですが、ちょっとご覧ください。

左側の上段が「子育て・教育の未来都市」というものでございます。下にはこんなことに取り組めますということが書いてありますが、産前・産後のサポート体制の充実や子育てと仕事の両立支援、そういったものの充実。また、一つ飛ばしまして、グローバル社会・情報社会を生き抜く力と郷土への愛情を育むような教育の推進。下の紫色の囲みでございます「健康・福祉の未来都市」では、市民一人ひとりの日常的な健康づくりや事業所と連携した健康づくりの推進。さらにその下、認知症対策や医療・介護の一体的な提供、介護予防・生活支援の充実など、高齢者が

住み慣れた地域で安心して暮らすことができる地域づくりの推進でございます。またその下の、やや緑がかったところでございますが「安全・安心の未来都市」でございます。こちらではこの後の取り組みの事業でも説明させていただくものがありますが、二つ目 ICT の活用による災害・危機に対する適切な情報発信や対応力の強化や外国人との相互理解の促進、女性が能力を発揮しやすい環境づくり、多様な生き方を尊重する社会の形成などがございます。この資料の右上をご覧ください。「魅力創造・交流の未来都市」ということで、自転車や3X3（3人制バスケットボール）の国際大会の開催など、スポーツを活用したまちづくりの推進や、こちらで一番下になります、東京圏に転出した若者が宇都宮に戻るきっかけとなる取り組みの推進などがあります。5つ目の分野「産業・環境の未来都市」では2つ目、女性の市内企業への就職の促進など、女性が働きやすい環境づくりの推進や、その2つ下でございます、農業を支える担い手の確保・育成・農産物のブランド化の促進などに努めるというものであります。さらに一番下の「交通の未来都市」でございますが、こちらはJR宇都宮駅東口の整備や中心市街地の再開発等による賑わいの創出や、LRTの整備、バス路線の充実、交通ICカードの導入などがあります。これらは主な取り組みということで、宇都宮市の事業を細分化すると800ぐらいの事業がございますが、その中の一例として重点的な事業をご紹介させていただきました。

それでは資料5の3ページの下段のほうにお戻りください。ポケット版にも記載してあるんですが、こちらは多分資料5のほうの方が字が大きいと思います。次に分野横断的な取り組みということで、3つのまちづくり好循環プロジェクトというのがございますので、そちらをご説明させていただきます。先ほどは、それぞれ教育とか、福祉とか、交通といった分野ごとの取り組みの事例をご紹介したところがございますが、こうした分野で進める取り組みに加えまして、分野間で連携したり、連動、または横断的に取り組むことで、高い政策効果を生むことができるようなプロジェクトとして3つ掲げてございます。お時間の都合上、ねらいと取り組みのイメージの説明になりますが、一つ目の「ネットワーク型コンパクトシティが支える共生社会」プロジェクトでは、宇都宮市が目指す都市構造を強め、そういった強みを生かして、福祉とコミュニティの充実した地域づくりを進めるというものでございます。そのためにイメージ図にもあります通り、多様な交通手段で移動できる環境の構築、拠点化を促進するとともに、さらには、地域包括ケアシステムの構築など、福祉や医療、地域コミュニティの充実を連携・連動して取り組んでまいりたいというものでございます。

4ページの上段にお進みください。二つ目のプロジェクトであります「ICTで暮らしもまちも元気」プロジェクトでございます。こちらではAIとかロボット、ドローンなど進化し続ける情報通信技術を、イメージ図にあります通り、様々な分野での活用を産学官が連携して取り組んでいくものでございまして、現在こうした取り組みが国におきましても、急速に進められております。新聞紙面などでご存じの方もいるかもしれませんが、宇都宮市と大学、企業などの共同提案が、国土交通省の「スマートシティモデル事業」の「先行モデルプロジェクト」にも選出されたところがございます。総合計画の具体化に向けて今、動き出しているというものであります。4ページの下段をご覧ください。3つ目のプロジェクトが「ブランド発掘・創造・発信」プ

プロジェクトというものでございます。こちらは昨年5月に日本遺産にも選ばれました大谷石文化や、アジア最高峰のジャパンカップサイクルロードレース、全国のご当地ブランドの先駆けとなりました宇都宮餃子など、様々な既存の地域資源の磨き上げを進めるとともに、まだ宇都宮市の中で眠っているような地域資源の発掘・育成・発信などに努めることによって、ブランド力、さらには求心力を高めていきたいというものであります。ここまでがプロジェクトの説明でございます。

5ページをご覧ください。ここからは宇都宮市のまちづくりとSDGsの関係についてもう少し説明させていただきます。SDGsは17のゴールということで、先ほど山島先生からご紹介がありましたが、経済、社会、環境の3側面の統合的な取り組みを進めるものと認識しておりますけれども、宇都宮市におきましては平成27年2月に、『ネットワーク型コンパクトシティ形成ビジョン』というものを作っております。こちらでは第6次総合計画に先駆けて、都市の持続可能な発展に必要な命題として、経済・社会・環境の3側面のアプローチを前提とした議論を進めた上で、5ページの下段にありますようなネットワーク型コンパクトシティというものの姿を描かせていただいているところでございます。

それでは6ページのほうへお進みください。6ページ上段には、総合計画の先ほどご説明した6つの未来都市と関連性の深い17のゴール、そうした目標に近いものを関係づけて並べてございます。また、6ページの下段から9ページの上段まで、6つの未来都市ごとに、どういった取り組みがSDGsのゴールと関係していくかというものを表しているものでございまして、こちらは本市のホームページにも載せております。お時間がある時にご確認いただければと存じます。

9ページの下段からは、SDGsに関連の強い具体的な取り組みの事例になります。4つほど掲げさせていただいております。今回これを後半戦でご説明させていただきます。ゴール1の「貧困をなくそう」につながる子どもの貧困対策の推進、またゴール13の「気候変動に具体的な対策を」につながる総合的な治水・雨水対策の推進。そして、ゴール7と17に関連する以下2つの取り組みであります。LRT沿線における低炭素化の促進と環境保全行動の推進(「もったいない」のこころを持った環境保全の推進)でございますが、こちらが「SDGs未来都市」の具体的な提案のベースとなったものでございます。こちらは、後ほどご紹介をさせていただきますが、持ち時間もありますので、山島先生のほうに、いったんお返しさせていただきます。ありがとうございました。

◆山島

どうもありがとうございました。非常に内容がたくさんあって、いっぺんに全部やると疲れてしまうので、後でまたじっくりご説明いただきたいと思います。それでは、次に、東京ガス吉田支社長から、東京ガスとしての取り組み、宇都宮との関連についてご説明をお願いいたします。

■東京ガスの取り組み

◆吉田



ご紹介ありがとうございました。東京ガス宇都宮支社の吉田と申します。本日はシティライフ学シンポジウムにお招きいただきましてありがとうございます。また、このようなプレゼンテーションの機会を頂戴しましたことを重ねて御礼を申し上げます。少しお時間をいただきましてSDGsの観点から東京ガスの取り組みの一端について、ご紹介を申し上げ、エネルギー業界、ひいては国内の企業のSDGsの取り組みの一例としてお聞きいただければ幸いです。

まず、この写真が誰かお分かりになりますでしょうか。5年後に刷新される新紙幣の顔、渋沢栄一でございます。渋沢は500社を超える企業や団体の創設に関わったとされますが、東京ガスの創設者でもございます。有名な『論語と算盤』には個人の利益となる仕事より、多くの人や社会全体の利益になる仕事をすべき、そういった渋沢の考え方が示されており、道徳経済合一説、すなわち経済と道徳の調和が説かれております。マネジメントの父と呼ばれる経営学者のドラッカーは、渋沢栄一は経営の社会的責任を論じた世界初の人物であり、彼は誰よりも早く経営の本質は責任にはかならないということを見抜いていた、そう言ったというふうに聞いております。企業においては、SDGsというものは、まさに現代版の『論語と算盤』、そう言えるのではないのでしょうか。次に東京ガスの活動の歴史とSDGsの関係について、1枚ほどスライドを用意しております。東京ガスには創業時から事業活動を通じて社会課題の解決に取り組んできた、そういった歴史がございます。これまでの主な事業活動とSDGsにおける17の目標、これを照らし合わせますと、こちらのスライドのようになります。例えば、ガス灯から一般家庭への都市ガス普及。また、都市ガスの原料について、石炭、石油系から液化天然ガスLNGへ転換してきたこと。その他にも安全対策や省エネ設備の普及などなど、社会課題を踏まえて、もしくは先取りしながらその解決に取り組んでまいりました。

こちらは東京ガスグループのCSRの基本方針でございますが、「日々の事業活動を通じて、公益的使命と社会的責任を果たす」ことをうたっています。東京ガスの経営思想は、今でも渋沢栄一の考えを忠実に実践していこうとしておりますし、また社員一人ひとりにそのDNAが引き継がれている、そのように私自身考えてございます。東京ガスがSDGsにどのように貢献していくか、その考え方として3つのポイントを紹介いたします。まず1つ目は、エネルギー事業を通じて貢献できる分野へ注力することでございます。次に、コンプライアンスの遵守や、ダイバーシティの推進、働き方改革といった基盤的取り組みにおいても、課題解決に向け貢献していくこと。そして、3つ目は今後の事業活動において、経営戦略としてSDGs貢献も念頭に置いて取り組みを拡充、実践していく、そういったことでございます。

さて、本日は宇都宮のまちづくり戦略について考えるシンポジウムということでございますので、まちづくりとエネルギー事業者の関わりについて若干紹介したいと思います。人口減少と高齢化、そして拡散した市街地、そういった都市を取り巻く課題を、都市機能の誘導と公共交通ネッ

トワークの再構築を通じてその解決を目指す。これがコンパクトシティの考え方であり、国も進めるその方向性を先取りしながら取り組まれているのが、宇都宮市の「ネットワーク型コンパクトシティ構想」、そのように理解しております。そのようなまちづくりの大きな流れの中で、東京ガスはエネルギー事業者ならではの付加価値を提供することで、低炭素で災害に強いまちづくり、これに貢献できるものと考え、いろいろな取り組みを実践しているところでございます。ここで当社が付加価値として提案するコンセプト、「スマートエネルギーネットワーク」についてご紹介いたします。スマートエネルギーネットワーク、略してスマエネと言っておりますけれども、これは分散型のエネルギーを導入し ICT を活用することで、再生可能エネルギーや未利用エネルギーを最大限活用し、そして熱と電気を面的に最適利用していくことが可能となり、それらを通じて、低炭素でセキュリティを向上したまちづくりへの貢献を目指す、そういった一つのコンセプトでございます。都市のコンパクト化に向けたまちづくりの流れの中で、スマエネをまちに導入していくことは、非常に親和性もあり、また様々な付加価値を提供できるものとそのように考えております。地域単位で多様な価値を創出するスマエネを、SDGs の視点で整理すると、経済、社会、環境、そしてガバナンスに関わる6つの目標達成に貢献できるものとそのように考えています。これらの取り組みは首都圏各地のまちづくりにおいて、すでに導入が進んでおります。例えば、東京都港区の田町駅東口地区の再開発でございます。省エネ大賞を受賞するなど、スマエネの導入によるまちづくりが高く評価されてございます。ここでは導入して終わりではなくて、運用開始した後も、エネルギーの供給者だけではなく、利用されるお客さまなど多くのステークホルダーが参加し、共通目標の達成に向けたPDCA も実践しているところでございます。

宇都宮における取り組みとしては、清原工業団地において、3つの企業の7つの事業所を対象に、電気と熱を供給するスマートエネルギーセンターと、その電気と熱の供給ネットワークの整備を進めているところでございます。この事業を通じて従来比で約20%削減となる大幅な省エネや低炭素化が期待されるとともに、各企業の事業継続計画、いわゆるBCPにも貢献できる取り組みとして期待をいただいております。いわば産業分野におけるスマエネモデルのフラッグシップを、ここ宇都宮で実現する予定でございます。

以上、大変雑駁でございますけれども、東京ガスの取り組みの一端を紹介させていただきました。ご清聴ありがとうございました。

◆山島

吉田支社長、どうもありがとうございました。それでは今まで基調講演を含めて四方から取り組みについてお話がありましたが、次に岡田さんから、今まで聞いて市民の立場からひと言あればお願いしたいと思います。

■市民のSDGsへの対応について

◆岡田



市民の立場からということで、行政・企業の方、大変大きなことやられていて、とても羨ましいなと思って見ていました。市民もいろいろな問題に関して、どうしたらいいのかと考えているのは同じだと思いました。考え方は同じでどうしようかというところも同じで、例えば、少子化問題であれば、子育て環境が大きく関わってくるのだから女性の視点を取り入れてもらいたい、そういう市民の意見を取り込んでくれるかどうかということがカギだったのです。市民がいくら声をあげても、なかなか行政と企業を動かすというところではないですが、関わってもらうそのツールがなかったのも、なかなか取り組みを取り込んでもらえるまでは生かせなかったというところがあるかと思います。それが今回、未来都市宇都宮の構想で話を伺ってまして、そこに市民の意見を取り入れるということが確約されているのかなと思っていて、これは期待したいと思います。あと、企業の取り組みを聞いてまして、地元のNPOの方々と連携をしたというところで、地元には意見を持っていらっしゃる方がたくさんいて、NPO活動とかされている方の中には、市民ながらのその小さい力でとても多くのことをやっている方がいらっしゃいます。そういうものに企業が取り組んでいただけると、そういう目線を持っていただけるとは大変いいことだなと思いました。

◆山島

ありがとうございました。それでは行政とか企業に非常に期待が高まっていますが、まず、基調講演をしていただいた信時さんも含めて、今までのところをちょっと補足なり、それからご質問とかあれば、ひととおりの話を聞きたいと思います。まず信時先生、どうぞお願いします。

◆信時

今、最後の岡田さんの話で、市民のという立場でお話されたんですけど、冒頭僕はトランスフォーメーションという言葉があるんだよって話しましたが、もう一つキーワードはNo one will be left behind、要するに「誰も取り残さない」ということもテーマなんですね。そういう意味では、分からない市民を置いておくというのは、もうあり得ないわけです、基本構想からして。ですから、そういう意味で、市民の方々がやはり自分事で、あれは行政やってくれるだろうじゃなくて、行政がやれないところは自分がやると、あるいは行政なんか放っておいてもやるというぐらいの意識というのが、やはり市民のほうにも僕は必要だと思います。僕はもう今、市民側に立っていますのでね。何か補助金をくれなきゃ、やらないということではなく、僕は市民の方々に期待したいんですね。市民の方々が逃げられないんですね、住んでいる所から。企業や行政には当然異動もあります。でも、あとに残るのは市民です、常に。ですからそういう方々が、実際ほんとに自分事で何かを始めていくというきっかけをぜひ、これを、SDGsってその一つのキーワードになるとは思いますけれども、やっていくというのは今は非常に重要だと思います。

ぜひそういうかたちで、あと研究していただければなと思うのと、もう1つ、ちょっと今日、論点として出ていないのは金融なんです。何かやる時に必ず金融が必要で、実は補助金も重要なんですけども、サステナブルにしていくためには、ずっと補助金ってあり得ないんで、そうすると、ある事業を回していくためのいわゆる金融も、実は今日金融機関の方いらっしゃるかどうか分からないんですけども、今までの金融の方法だとなかなか回らないので、ぜひいろんな事業とともに、ぜひ金融も仲間に入って工夫しながらやっていくのがいいかなというふうに思います。

◆山島

ありがとうございます。金融の方おられて意見があれば、よろしいですか。金融も頑張っていたらと思います。それでは向山さんから、一言お願いします。

◆向山

先ほど紹介した兵庫県川西市にある研修所の森づくりで、NPOの方とタイアップするという話をしましたが、実はたまたま川西市に住んでいる当社の社員もそのNPOに入っていました。別に入っていたから組んだわけではなくて、組んでみたら入っていたということです。つまり、企業人も当然家に帰れば市民ですので、そこで切り分けられるところと、切り分けられないところがあります。ですので、これからは、企業人は市民であり、市民感覚をその企業の経営の中にどう取り入れていくかというところがポイントになるはずですよ。今働き方改革とか、当社も含め社会ではいろいろ取組まれておりますが、働き方改革って、働いて疲れたから休むというよりも、やりたいことを仕事にする、その仕事がちゃんと収益につながるということになれば、必ず休みは休まなきゃいけないということではなく、やる気が出てくる仕事をするのが本質ではないかと思っております。

◆山島

ありがとうございます。それではひととおりということで神永さん、お願いします。

◆神永

私は岡田さんのご意見はまさにその通りで、「包摂性」という観点は、誰一人取り残さないということです。昔総合計画とか作る時、必ずキーワードだった「市民福祉の最大化」、誰一人取り残さないってことは、まさにその市民福祉の最大化のことであると思います。今後SDGs、先ほどスタートを切ったばかりで大変だろうという話もありましたが、当然市民の方には、目標をつくるのに参画してもらいたいというところがございます。遠い将来の目標というのは、なかなか一概に作れるものではないんですけども、短期、中期の目標という目標づくりを市民の方と一緒にすることによって、方向性、どんな取り組みをしていくかという方向性が出るんだというふうに考えています。よくトレードオフという話がありますが、Aという取り組みをす

るとBに悪影響を与えるとか、そういうことがないようにするには、やはり目標の共有化が非常に重要だというふうに考えています。

◆山島

ありがとうございます。それでは、吉田支社長。

◆吉田

ありがとうございます。先ほどのプレゼンに若干補足しながらコメントをしたいと思いますけれども、会社が世のために存在するという考え方は、先ほど弊社の歴史の中で渋沢栄一を紹介しましたけれども、近江商人の「三方良し」の精神においても、そういった考え方を見て取れると思います。日本企業は、古くからその社会課題をとらえて、その成長を実現してきた。その結果として、東京ガスも130年以上の歴史を持ちますけれども、100年以上の歴史を有する国内の企業というのは、非常にたくさんあるというふうに思います。

他方で、SDGsに関わる企業の取り組みというものが、既存の取り組みにSDGsのこの各ゴールのラベルを貼るにとどまっている、そういった部分は否めないのかなと。それは弊社の取り組みについても、そういった部分もまだまだあると思います。どうすればその既存の取り組みへのラベル貼りを乗り越えられるか、悩みを抱えながらもSDGs貢献を常に念頭に置いて、事業戦略を練って、日々の取り組みを進めていく必要があるんだろうなと。先ほど来の皆さま方のプレゼンテーション聞きながらも、その産官学連携し、また地域の方々ともディスカッションしながら、そういった取り組みを進めていく必要があるのかなというものを痛感したところでございます。

■企業のSDGsへの対応について

◆山島

ありがとうございます。今、吉田さんから企業の取り組みの話が出てきましたが、まず企業、これは先ほど信時先生からの話にもありましたが、国際的に企業を考えると、SDGsをちゃんとやっていない企業はもはや相手にされない。われわれ今年になってSDGsが急に出てきてみんなびっくりしているようなところもありますけれども、SDGsが2014年に出てから、世界的には相当早くから大きな企業はすでに取り組んでいて、そうしないと、これISOという基準があるんですね。ISOで国際標準化機構というところで、ISOの14000だとか9000だとかいろんなシリーズがあって、それで企業認証を受けて、それを受けてないと国際的な取引もなかなかいかない。そういうものとしてSDGsというのは、これから企業活動をする上で、今までCSRって先ほど出ていましたが、最近の流行りはCSVというのが出てきて、CSVとは価値を共有するということなんです。今度はSDGsというのが、企業が活動する前提になってくるということです。東京ガスも、それから竹中工務店もかなり先進的な活動をしていると思いますが、企業としてSDGsをどう考えていくかということをもうちょっと深めたいと思うので、まず向山さんからお願いします。

◆向山

みんなが、そこに寄り添うという旗印としてSDGsは非常に分かりやすいというか、みんなの同意を得やすい非常に良い言葉であり、仕組みなのではないのかなと思っております。SDGsの目標実現のために、例えば当社が持っている技術を整理してみると、単独部門だけでは物事ができない、横断型でやっていかないとできない、あと、当社だけでできない、色々なステークホルダーとつながっていかないとその課題は解けないというのがおのずと見えてくるのが、非常に良い仕組みなのではと思っております。

◆山島

ありがとうございます。それでは、吉田支社長お願いします。

◆吉田

ありがとうございます。私も家に帰れば一市民ですので市民としてまず考えると、その企業がSDGsの観点で、どのように社会に貢献しようとしているか、それを知る努力がこれから求められてくるのかなと。それを裏返せば企業からすればということになりますけれども、SDGsという共通の物差しを使って、その事業活動をお客さまだけでなく多くのステークホルダーにご理解いただける、そういった努力が求められる、そういう時代になってきたのかなと思っております。本日は資料6ということで、東京ガスのCSRレポートの一部抜粋をご用意、配布させていただいておりますが、その裏面に、東京ガスグループとしてステークホルダーエンゲージメントの考え方に基づいてエンゲージメントを行っておりますと、ちょっとカタカナが多いんですけども、こういったことを書いている表になったものでございます。要は、東京ガスを取り巻くステークホルダーの方々、お客さま、株主、地域社会、行政、取引先、大学・研究機関、そして従業員、こういった様々な皆さまと様々なコミュニケーション機会を設けていることを、このペーパーは紹介しております。本日もそうですけれども、このような機会を活用しながらSDGsの観点で当社の取り組みを紹介していく、企業としての努力が今後も求められているのではないかとそのように考えております。

◆山島

ありがとうございます。信時さんか神永さん、どちらからでも、ちょっと企業のお話を聞いてコメントください。それでは、信時さん、お願いします。

◆信時

今おっしゃったように、企業で働いている方は市民という面もあるわけで、その市民という意識でやる面と、企業としてやる面と2つあると思うんで、そこはうまくバランス取っていくといいと思います。あとは、企業と行政という意味では、最近特にコンプライアンスということで、一企業を重用することは駄目というようなことで、情報交換しないようなことがわりと普通に

なっている。僕はこれ逆だと思っていて、今こそ一緒に問題共有していくべきだと思うし、そういう意味で、うちのセンターは中間組織ですので、そこで行政と市民と企業が、いつも意見を言い合える、情報を提供し合えるという場にしていきたいと思っているんですけども、そういうお互いに言いたいことを言い合える場をつくっていくというのも、これから重要ではないかと思います。

◆山島

ありがとうございます。行政はどうしても公平性ということで、なかなか一つひとつの企業という形にはいかないと思いますが、SDGsという一つの場があって、それからいろんな組織が絡んでくると、そういう場で議論というのはやりやすくなっていく。そうじゃないとやはり役所と特定の民間というのはやりづらい、特に横浜は大変だと思うんですが、そういうかたちで。大学なども、そういうところに入ってうまくやっていきたいと思います。それで今市民の話がたくさん出てきましたが、市民はどう対応していくか、これは市民と企業とかそういう立場だけではなくて、市民というわれわれみんなが教育の問題も含めていろんな対応、例えば、消費者としてという場合もあるし、市民は企業の従業員であるということもあるし、役所の職員であるということもある、いろんな場合があり得ると思いますが、市民として岡田さんのほうから、なにか少し問題提供していただければと思います。

◆岡田

全体の話の中で、パリ協定とSDGsをこれから絡めなくてはいけないというそのような話がありましたけれども、まさにそういう分野で、そのパリ協定というと、今まで企業や行政が努力するものであって、市民はそれに対してどうなっているのかを、ただ眺めているだけだったのですが、これからは、そこに市民も参加する必要があると。そうすると、市民もいろいろな活動を広げていけばいいのではないかなと思いました。

私は建築士です。建築士会という建築士が集まって活動をしています。20年ほど前に宇都宮市のまちづくりを考えて、ちょうど20年前って宇都宮の駅前には看板が多いとかそういう状況だったので、なんとかできないのかというところから宇都宮の将来を考えるという、偉そうなことを言っていたのですが、その中で宇都宮市の文化はなんなのかとか、そういうことを考えていった時に大谷石に行き着いて、やはりこの大谷石を宇都宮市としては、なんとかするのがいいんじゃないのかということで、大谷石の文化を生かしたまちづくりを提言して、いろいろな調査をしたり、その建物、大谷石建造物の調査を継続的に実施して、その活用方法とかそういうものを、その都度行政とかに投げかけたりしていました。そうしているうちに、行政の方も関わってくれるようになって、私たちはそこにあったハード面の建物に対して、どうやっていくかということが問題になっていたのですが、そこに行政の方が加わって頂いて、またいろいろ同じ市民としてそれを活用したいという方も加わってくれて、それがつながったことによって、今の大谷石のまちづくり、観光に取り入れてくれるような、そこまで広がってきているのではないのかなと思って

います。やはり社会と環境と経済の問題とかというと、これまでは行政がやることと思っていたのを、市民発想で都市と企業を結び付けるということ、ちょっと活動してみたらいいのかなと思います。

以前少し教育に関わる機会がありました。その中で学校訪問させていただいて、改めて学校の現場、教育というか子どもたちの姿を見て、栃木県、そして宇都宮市には普通高校、農業高校、商業高校、工業高校といろいろな特徴を持った教育方針を持っていて、その中で都市を考えると、自然を考えるとかそういうことができる子どもたちがたくさんいるんですね。だからこのSDGsというものが、教育の中にも入ってくる必要もあるのではないのかなと思います。学生の視点で、そういえば宇都宮市は大学生にSDGsを考えたまちづくりでしたっけ、今年のテーマが。そういうことを大学生に考えてもらっていますけれども、小学生ぐらいからもそういうSDGsを考えたその視点というものをこれから継続的に考えていくことによって、その技術力とかも高まると思いますし、将来を考え続けるという、おとなになってから考えるというのではなくて、小さいうちから考え続けるということが可能になるのではないのかなと思いました。

◆山島

ありがとうございます。おそらく教育の中にも、このSDGsの考え方というのはSDGsの具体的な中にたくさん入っておりますので、だんだん入ってくると思います。今もう一つ重要な話として、岡田さんたちが中心になって大谷石の話を取り上げた。それが、市は今大谷石を非常に重視していますが、そういう活動の結果、市の政策としてもできました。この大谷石を使ってやっていくというのも、これも一つSDGsで、並んでいるゴールは幾つか当然ひもづける項目だと思いますが、先ほど市民の参加が必要だという神永さんから話がありましたが、逆に参加というより市民のほうから発議してやっていく例じゃないかなというふうに思います。市民の参画って、これ全員市民だと思いますので、市民の立場ということも含めて、それでは向山さんお願いします。

◆向山

先ほど紹介した、「うめきた2期」というのは、公園エリアと民間敷地の建物を建てる再開発エリアも含めて、すべて民間による開発、しかも運営が任されています。他の類似している開発と比べてみると、パブリックスペースの割合が大きすぎて、おそらくコスト的にうまく回っていかないスキームだと思います。例えば、六本木ヒルズは公園が広いように思われていますけど、上から建物配置を見ると、かなり収益施設であるビルが詰まっていることがわかります。では、そのパブリックスペースをどのように管理・運営していくのかというと、おそらく市民の力が入ってこないと企業のお金だけでは回っていかない。そもそも行政はお金がないので民間に任せているという状態です。そこで、市民参加を促すポイントとして、楽しさだとか、快適性、そういったものが大事になってくるのではないかと考えております。

■行政のSDGsへの対応について

◆山島

どうもありがとうございます。それでは時間もだんだん押してきますので、先ほど神永さんのお話が途中で終わっていますので、行政の立場として具体的にどういうことをやっていくかについてお話いただいて、行政の対応について少し議論したいと思います。よろしくお願いします。

◆神永

大変お手数をかけますが資料5の9ページ、先ほどは最後ここで終わったところでございます。4つの取り組みを、これから具体的な事例としてご紹介をさせていただきます。10ページにお進みください。17のゴールがSDGsにあるんですが、そのなかで一番最初に来るのが「貧困をなくそう」というところなんです。宇都宮市総合計画も「子育て・教育」から入ってございますが、その中で「子どもの貧困対策」というのを重要な戦略事業として位置づけてございます。この取り組みについてちょっとご紹介をさせていただきます。資料にありますように、貧困には2つの側面がございます。世帯所得など金銭的な状態、こういったものから推測できる「経済的な貧困」と、親との関係性から、誰もが享受すべき教育とか、経験とか、人のつながりが恵まれていない状態、これを「関係性の貧困」と言っております。こちらは相互に非常に関連しているんですが、その下にあります通り、貧困が世代を超えて連鎖しないように学習・経済・就労に係る支援など多様な対策を講じる必要がございます。10ページの下段のほうにお進みください。こうした中、実態調査をしてわかった宇都宮市の子どもの貧困率というのが11.9%でございます。国の貧困13.9%よりは若干低い傾向にございますが、8人に1人の子どもが「経済的貧困」の家庭で育っている状況にあります。そんな中、一番下の矢印にございますけれども、いわゆる所得（経済的貧困）だけでは測れない要因についてもっと深掘りする必要があるというふうに考えたところでございます。11ページのほうにお進みください。子どもと子育て家庭等に関する生活実態調査というものを実施させていただいております。0～39歳の子どもとその保護者、調査の時期は昨年8月から9月です。調査内容は、子どもに関しましては、生活習慣とか家庭学習の頻度、授業の理解度、物や経験・体験の剥奪状況ですね。海水浴とかに連れていってもらえないとか、ディズニーランドに連れてもらえないとかそういったことですね。あと、保護者との関係性、こういったものもやってございます。さらに保護者にも調査をかけていまして、保護者自身の子どもの頃の状況とか、今の家庭の経済状況、就労の状況や子育ての状況というものを調査させていただきました。11ページ下段にあります、回答としては、2,600人ほどのサンプルをいただきました。調査結果の一例を申し上げますと、「経済的貧困」の家庭では、子どもの勉強を見てあげて心掛けていないような傾向があると。また、子どもの頃、家庭学習の習慣がなかった親の子どももまた、家庭学習の習慣がない傾向にある。また、ニートや貧困の引きこもり状態であると回答した青年のうち、7割は過去に「関係性の貧困」であったというような傾向がみられております。その下、分析結果がございまして、2つほど、「経済的貧困」の子どもは「関係性の貧困」になりやすい傾向にある。また、「経済的貧困」でない家庭の子どもでも、「関係性の貧困」

困」の状態にあるような子どもが存在するということが分かりました。またその下です、貧困は親から子に連鎖をします。こうした貧困の連鎖を断ち切るために、分野横断的な対策を検討する必要がありますが、非常に難しい取り組みでございますが、12ページでは現在行われている貧困対策の本市の事例があります。それぞれの幾つかSDGsのゴールと一緒に並べてございますけれども、「すこやか訪問事業」といまして、乳児検診を受けに来なかった方への訪問事業でありますとか、「返還免除型の修学資金」ということで、こちらは本市に戻って5年間居住していただければ、その後の返還を免除するというものでございます。また、その下2つ目ぐらいに、「生活困窮者の就労準備支援」ということで、困窮者に対して就労できるような支援を行うものです。また、「青少年の居場所づくりの事業」でありますとか、「子どもの家の留守家庭児童会の事業」などを本市は進めてございます。先ほど申し上げました「関係性の貧困」というような、これから本格的なアプローチというものを、われわれ市のほうでは検討してまいりたいというふうに考えてございます。その下、12ページでございます。SDGsとの関係ですが、様々な分野における取り組みを一体的に推進しまして、生まれ育った環境に左右されることなく、貧困が世代を超えて連鎖しないような社会を構築していく使命がございます。

続きまして、またがらっと変わります。13番、こちらはゴールの名前も具体的で私は好きなんですけど、「気候変動に具体的な対策を」ということで、こちら先ほどウエディングケーキの話をしましたけど、「環境レイヤー」が一番近いものでございます。「総合的な治水・雨水対策の推進」ということで、市町村でできるものの、ハードの施策としては、河川の整備でありますとか、雨水幹線の整備、また道路の整備などがございます。また、ソフト施策としましては、ハザードマップ、防災マニュアル等の周知、災害情報の訓練なども行うということでもあります。また、近年非常に多くなっている局地的な豪雨災害があります。本日も九州のほうで相当な量が降っているということではありますが、ハード面の治水・雨水対策に加えて、ハザードマップ等によるソフト的な対策も含めた対応をしまいたいと考えています。下段にはグラフの通り、全国でおよそ100年で1℃ぐらい気温が上昇していますが、本市では都市化の影響で2℃ぐらい上昇しているという状況にあります。次のページにお進みください。こちら長期の変化傾向でございますけれども、やはり50ミリ以上の短時間雨量というものが、やはり右肩上がりでかなり多くなっているという事実がございます。こうした中、14ページの下段にお進みください。本市でも溢水等の被害が起きないように河川整備を進めてございますが、河川整備にあたっては、その河道、川自体を大きくするという必要がありますから、当然用地買収などが必要になります。そうすると整備にも非常に時間がかかる。ご理解いただいて買収した上で整備していくということで、しかも拡幅は下流から進めなきゃならないということで、段階的に進めていく必要があるということで、非常に時間がかかる取り組みでございます。

こうした中、次の15ページでございますが、若干力を入れようということで、雨水幹線の整備を先行して力を入れてやってみようということで、こちら雨水幹線というのは道路の下にありますので、用地買収とかはいりません。予算さえあれば一定短期間で可能ということで、整備の国庫の補助もある程度付くということで、先行して雨水貯留管を整備してはどうかというもので

あります。雨水貯留管として河川が整備されるまでは、一時的に大雨が降った時に暫定の貯留管として水をため込むというようなかたちを取って、河川の水が引いたら放流するというところでございます。過去10年で頻繁に被害もたらしている、ちょっと右に写真ありますけれども、20ミリ程度の雨水の降雨量であれば、ある程度対応ができるというものでございます。ちょっと記載がありませんが、15ページの下段のほうにお進みください。ハザードマップというのも作って配っております。これは、関東・東北豪雨のような、想定している最大の雨の量が起きた時に、どのぐらい川が氾濫して、どのぐらいの地域に浸水するかというもので、鬼怒川とか、田川とか、姿川のハザードマップを作っています。こうしたハード、ソフト両面の取り組みを進めていることが「総合的な治水・雨水対策」、いわゆる「気候変動に具体的な対策を」という取り組みにつながるのではないかと考えてございます。

続きまして、ちょっとボリュームがありますので、その先進みます。16ページでございます。ここからが昨日、国のSDGs未来都市に選定された要因ともなる取り組みでございます。主に経済のところに属します「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」ということで、「LRT沿線における低炭素化の促進」、という取り組みでございます。こちらLRTの整備に合わせまして、効果的な低炭素化の促進を図るために、トランジットセンターというのがLRTにはできますけれども、そういったところの省エネ・再エネ設備の導入、そういったものを進めていくということでございまして、課題の2番目にある通り、今年からFITによる買い取り期間が終了するというような状況もありますので、こうした対応もそのきっかけとなるものでございます。下段のほうにお進みください。現在の状況と書いてあります。再生可能エネルギーというのは、宇都宮市内でも発生しているんですが、市外に流出しているところでございます。右のほうにあります通り、せっかく作った再生可能エネルギーを使ってLRTや市の公共施設などに供給するというものでございます。17ページのほうにお進みください。こうした地域の課題に対応するために、地域のわれわれが地域新電力というものを立ち上げてやろうかというもので、最近新聞のほうにも報道があったと思うんですが、こうしたPPSといわれる地域新電力を設立しまして、地域でつくったエネルギーを、先ほどの繰り返しになりますけれども、LRTなどで供給するというものでございます。17ページの下段にも同じようなスキームの表が貼ってございますが、まず公共施設としては、川田の下水処理施設にバイオマスの発電がございまして、また茂原の清掃工場の発電もありまして、こちらで合わせて8,300キロワットぐらいの出力があるということでございます。また、この後河内にできる新北清掃センターも合わせますと1万2,000キロワットぐらいのボリュームになりまして、LRTは十分市の再生可能エネルギーで走らせることができるというものでございます。18ページにお進みください。LRT沿線でも様々な取り組みがございまして、トランジットセンターゾーンにも、こうした再エネ、太陽光とかいろんな設備を導入したり、先ほど東京ガスさんが言っていた、コジェネレーションなんかも検討しています。または、端末交通における取り組みでありますとか、LRTの貨物輸送なんかの検討も今進めておりまして、その下が先ほど説明させていただいた、地域の新電力をLRTに供給するというもので、LRTをゼロカーボン・トランスポートとさせていただくというような取り組みでございます。こちら来年度をめどとす

る会社の設立に向けて今、事業のスキームなどの詳細な検討が進められているところでございます。下段にあります通り、地域の再生可能エネルギーが地域の様々な課題解決の下支えとなり、まちづくりにおける新たな好循環を生み出す仕組みを構築するというものでございます。

続きまして19ページでございますが、もう一つの、今回SDGsの未来都市に非常に関係の深い取り組みでございます、「環境保全行動の推進」、ということで（「もったいない」のこころを持った環境保全の推進）。宇都宮市はもったいない運動というものを平成17年度から進めてございます。また先ほど岡田さんから市民参画のお話もありましたが、平成21年ですね、宇都宮市もったいない運動市民会議の設立がされてございます。こうした市民会議と宇都宮市が一体となった運動の展開が進められてございます。具体的には19ページ下段にあります通り「もったいないフェア」ですが、こちらのもったいないフェアは、もったいない関係の運動では一番の大イベントでございます、毎年9月の最終週に開催をしてございます。例年約3万人の方が来場している。もったいない運動を実現するには、たくさんのお店団体とか親子で楽しめるイベントが実施されているということでございます。

20ページにお進みください。環境配慮行動の促進ということで、「もったいない残しま10！」とさらには「もったいないAWARD」というものが実施されているところでございます。「もったいない残しま10！」は、飲み会等で最後の10分間ちゃんと席に戻って食べきるといような運動を推進しているところでございます。残さないよという観点から、そういった取り組みを推進しています。また「もったいないAWARD」、こちら東京ガスさんがエコクッキングの状況を示してございますが、日常的に実践している団体、個人の中で、地域と一体となってやってみる取り組みについて、特に顕著な活動を実施している団体を表彰するといったものでございます。また20ページ下では、昨年のSDGsカードゲームを使った勉強会ということで、こちらはまさに教育にもつながる分野でございます。SDGsカードを使って、持続可能な開発とはなんなのかと、なぜSDGsが私たちの世界に必要なのかといったことを、勉強を通して実施するものでございます。こうした最後の2つの取り組みをそれぞれ、「PPS」につきましては、その後の「まちづくり会社」への発展、さらには「もったいない運動」については、「人づくりプラットフォーム」に発展させるといったような提案を内閣府に提出させていただきまして、昨日本市が「SDGs未来都市」に30都市のうちの一つとして選定されたところでございます。

さらにこれは、ちょっと手前味噌となりますが、日経グローバルの昨年の調査でございます。横浜市さんを前におこがましいのですが、日経の調査では全国3位という評価をいただいているところでございます。さらに下段のほうにお進みください。先ほど岡田先生のほうからお話がありました、『大学生によるまちづくり提案2019』でございます。今回のテーマは「SDGsな未来都市」。私どもの市政研究センターが若干ポップな感じで“な”を入れたんだと思いますが、「SDGsな未来都市 うつのみや」ということで、もうエントリーは済んでいます、今17団体からエントリーがなされてございます。うち8チームが宇都宮共和大学様ということでございまして、現在4連覇中ということでございます。素晴らしい提案がなされることを期待しまして、いったんご説明を終わります。

これは昨日の写真でございます。菅さんの隣が、佐藤宇都宮市長でございます。昨日こういったかたちで国の「SDGs 未来都市」に選定されたということをご報告申し上げまして、私の説明を終わります。ありがとうございました。

◆山島

どうもありがとうございました。昨日の今日でなんか、このシンポジウム仕組んだようでございますが。それで、宇都宮市は、ご覧のようにいろんなことをやっています。ただ、去年は一番最初に指定を取ったところが横浜市でございます。宇都宮の今の取り組みは、いろいろな面で市が中心になってやっていますけれど、横浜はかなり市民サイドというかたちが多いと思うんですが、宇都宮市の今の取り組みについて、信時さんからコメントがあればお願いします。

◆信時

私は不勉強で今日ほんと初めてお聞きするような話が多いんですけども、一番最初に貧困対策をおっしゃった時に、きっちりと数字のエビデンスを挙げられて、だからやるんだよというふうなことがあったと思いますけれども、それが素晴らしい話でありまして、いわゆる Evidence-Based と英語で言うんですけども、数字に基づいた政策づくりというのは、なかなか今までないんですね。行政の話をしている市民のほうからしてみると、「行政はそういうけど、なぜやんなきゃいけないの？」という意見が絶対出てくるんですね。その時に挙げたのが、温暖化対策で CO₂ の排出量のグラフがどこの都市もあるんですけども、横浜の場合、実は市民オリエンテッドの CO₂ 排出量は 60 数% なんです。例えば、交通もそうですし、市民の 1 日の活動から出る CO₂ ですね。だから家庭から出るものと、それから業務で出ると、交通で出ると合わせて 60 数%。プライベートだったり、やはり仕事だったりするんですけど、毎日毎日の行動から出るのは 60 数% なんです。産業からは実は弱いんですよ。CO₂ 排出量が 10 数% しかないんですね。横浜には発電所が 5 つもあるものですから、発電所が出す CO₂ が多いんですね。これは置いて。だから、60 数% も出している市民の方ですから、市民からやるべきですよというふうな論理でご説明していったんです。実は隣の川崎市は、産業から出る CO₂ が 70% なんです。ですから、川崎は産業がやるべきなんです。都市によって政策の順位が絶対違うはずなんで、そういうものを僕らは都市格とっています、人格じゃなくて都市格なんですけど。自分たちがまず都市格を知るところから始まるというふうなことが必要だと思うんですよ。そういう意味で、今ご説明いただいたのは、LRT なんて新規の事業もありますけれども、ご自分たちの特徴に基づいてやっていってほしいという意味では、非常によろしいんじゃないかなと思います。

■会場からの質疑

◆山島

ありがとうございます。それでは、会場のほうから一人か二人、もしご質問があればここでお願いしたいと思うんですが、いかがでしょうか、誰か。小平先生、何かひと言ありますか。

◆小平

私は、宇都宮市で市議会議員をやっております小平と申します。今日は貴重な講演ありがとうございました。SDGsを私たちも進めたいと思ひまして、行政と今一緒にいろいろ考えながらやっているんですけども、ちょっと一つ困っていますのが、市民の認知度が非常に低いのです。われわれやっている側は一生懸命やっているつもりなんですけれども、なかなか市民の皆さんの認知度はだいたい今19%か20%弱ぐらいしかないですかね。ですから、どこをどうやってこれを広めていこうかなというのが、これからの話になると思うんですけども、何かアドバイスがありましたら、ぜひどなたかお聞かせいただけますか。

◆山島

市民に広めるのは、行政と市議会の議員の先生が中心になっていくということだと思いますけれども、信時先生からなにかございますか。

◆信時

SDGsは、はっきり言って説明が難しいと思うんですよね。でも、そのちょっと前の地球温暖化対策みたいな時も、それだけでも難しかったんです、実は。なぜそんなことしなきゃいけないんだ、から始まるんですよね。でも、その時は、もうほんとさっきちらっと講演でも申し上げましたけれども、もう地べたをはいつくばって、ビラは配るは、それからもう今でも横浜市はラジオ番組を持っているんですね、FM yokohama ですね、毎週1回、5分間ですけど、そこに僕も登場するけれど、関連する人、ずっともう5年やっているのかな、6年。それもある。それからtvkのテレビに出るとか、神奈川新聞さんにもお手伝いしていただくとか、さっきも言ったようにJRのデジタルサイネージなんかを使ってもやりました。これみんなお金がかかるんですけど、そういうことしてやっていくしかないなと。それと、さっき言いました、ちょっと先進的なことをやっていращる個人や団体、そういう人をフューチャーしてレポートを出すとかその人にしゃべってもらおうとかいうことを地道にやっていくしかないと思いますね。温暖化対策やらなきゃいけないけど、あしたの仕事に関係ないですからね。だから、ちょっとそこは非常に苦勞したんで。SDGsのほうはもっと複雑で高度かもしれないですけど、逆にこんなマークがあるので、言いやすい面もあるかもしれないねという感じがします。もう地道にやるしかなかったんで、そういう答えになっちゃいますけど、すいませんでした。

◆山島

ありがとうございます。どなたか、もうひとかたぐらいご質問があれば。

◆福田

本日は貴重なお話を聞かせていただきまして、ありがとうございました。宇都宮市議会議員の福田智恵と申します。私は、宇都宮市の取り組みの中で、地域包括ケアシステムの取り組みを進

めることで持続可能な開発というお話もありました。日本で一番今大きな課題という中では、高齢化、少子化の問題だと思っています。世界的には確かにこういったことをやらなくてはいけないということは目標として掲げられることは大変素晴らしいことでありますし、それに向かって行政も一つひとつ課題を解決するために何ができるかということで、施策に反映していくべきだと思います。まずはこの少子化、高齢化で取り組まなくてはならない一番大きなものとして、私が今考えているのは、やはり健康をいかに持続するか、予防をどういうふうに取り組んで身体を健康にしていけば社会的にも保険、医療を使わなくて済むか、介護にならなくて済むか、そういったところの保険を使わなくて済むか、そんなことを考えているわけなんですけれどもここを進めるにあたって、SDGsの取り組みの中で何かお考えがあるかどうかをお聞きしたい。それから、ぜひこういった様々な業種の方々が一堂に会してSDGsに向けてお話を進める中に、医療という視点を入れていただけたらいいのではないかと思います。常々医師会の先生方も、自分たちもこういうところに参画したいという話を私も耳にしておりますので、そういったことも今後お考えいただけたら大変うれしく思っています。以上、よろしく願いいたします。

◆山島

ありがとうございます。これはどなたがお答えになるかという、神永さんですかね。

◆神永

私が答えますと、市議会の一般質問や常任委員会の答弁と同じような感じになっちゃいますので、私以外でお願いします。

■パネリストからのコメント、まとめ

◆山島

私が答えるのも変なんですけど、ここでいくと健康福祉の未来都市というのは出しておまして、そこでいろんな面を取り上げて、今日のこの中にも資料も入っていますけれども、先生方もよくご存じだと思いますが、具体的な施策はこれに全部入っておりますので、これを見れば出ていますけど、これを具体的に進めていくということで、今のご質問に答えていく、これから一生懸命やっていくんじゃないかと思えます。それでは、そろそろ時間でございますので、最後におひとかたずつ、今日のいろんな議論を踏まえてコメントをお願いします。それでは、向山さんからお願いします。

◆向山

住民、行政、企業、三者に分けて議論をしておりましたが、先ほど、企業で働く方も市民ですとお話をしました。住民が今まで与えられていた役割は消費者でしたが、実は生産者でもあると思います。プロシューマーという言葉があるように、今までの固定化された役割の枠を超えてみると何かが見えてくるのではないのでしょうか。私たち企業の立場からすると、先ほどエビデンス

に基づいた政策というお話もあるように、企業は費用対効果を考えなければいけないので、そのための数値目標をつくらなくてはならない。それが、今取り組んでいることに対するエビデンスをなんとかして数値化していくことにつながる。今までの固定化された枠を超えた活動がどういう意味を持つのか説明するために、企業の立場から数値化していく。そんなことができるのではないかと考えております。先ほど出た健康という話も、ちょっと宣伝になりますけれども、健康の「健」を使って「健築」とありまして、つまり、その建物に行けば健康になれるなんてことを標榜して設計をしています。そんな取組もエビデンスの一つであるのかなと考えております。

◆山島

ありがとうございます。じゃ、岡田さん、お願いします。

◆岡田

最近、SDGsに取り組んでいる企業を就職活動の目安としているという新聞記事を目にしたんですね。それを見たら、ああ、やはり学生ももうそこに目を付けたのだと思いました。選ばれる企業、選ばれる都市なのかという観点で考えると、やはりこれはSDGsに取り組まなくてはいけない状況にあるのかなと思います。市民からすると、市民はなかなかその活動の幅が広くないのですが、その地域に必ずどなたかがいろんなことをやっていますので、そこをどういうふうに取り上げられればいいのかということがあると思います。日頃のその取り組みが成果を生んでくるということもありますので、市民グループの皆さんには、それを続けていただければと思います。あとは、その企業の方には市民向けの講座みたいな、企業で関わっているSDGsで取り上げた内容に対する講座みたいなものを取り上げていただくと、その企業の評価も高まるのではないのかなとそうのように思います。

◆山島

ありがとうございます。それでは、神永さん。

◆神永

私からはたくさんしゃべってしまいましたので、簡単にシンプルにいきたいと思います。やはり都市圏という言葉が冒頭で山島さんからいただいたところですが、宇都宮市という枠だけで考えるのではなくて、やはり周辺の自治体とか都市圏という発想で、もう少し広く物事を考えていく必要があるというふうに考えています。それが多分、SDGsのパートナーシップでその目標を達成するためには、一つの自治体とかだけでやっていくのではなくて、もう少し大きな視点でやっていく。昔、「都市間競争」という言葉が結構流行ったと思います。都市の間で競争するという考え方ですが、私は違う意味の「都市間きょうそう」というふうに思っています。その「都市間きょうそう」の後ろの「きょうそう」は、共同で協力し合って、共同で創り上げていくという意味での「都市間共創」というのが、これからのテーマになるのかなと感じております。そん

な観点で、微力ながら進めてまいりたいと考えています。ありがとうございます。

◆山島

ありがとうございます。それでは、吉田さんお願いします。

◆吉田

議論の途中でもありましたが、教育の重要性について若干触れたいと思うんですけども、私の紹介の中で、宇都宮大学で少し講義をしていると紹介していただきましたけど、先日宇都宮大学で講義させていただいた時に、学生 130 人ぐらいいらっしゃったんですけど、SDGs というキーワード知っていますか？と、教室中がシーンとなるつもりで聞いたら、100 人ぐらいが手を挙げたんですね。後で裏を聞いたら、実は 1 週間前に授業で聞いたということだったんですけども、まさにそういった教育が大事だなと。また、東京ガスの社内を振り返ると、今東京ガスは来年のオリンピック・パラリンピック東京大会のスポンサーになっているんですけども、とりわけ障害者スポーツの応援に力を入れています。社員一同で障害者スポーツの大会を応援にいたり、大会運営ボランティアに行ったりいろいろやっています。社内でアンケートを取ると、比較的若年層の 20 代のほうが、障害者スポーツに対する関心であるとか興味がすごく高いです。逆にわれわれの世代以上は少し興味が薄い、そういったところも小中高と教育受けてきた環境が違うんじゃないかというふうに見ております。

また、宇都宮市内の小学校に、われわれの宇都宮支社で年間数十校、100 校近く出張授業をさせていただいております。そういった中で、小学生中学年ぐらいのお子さんたちですね、省エネの大切さ、そういったことを 1 時間授業するとですね、ご家庭に帰ると親御さんをご指導するのがお子さんと、照明が無駄についていたら、お父さん駄目だよ、お母さん駄目だよと、お子さんがそういったかたちで親を指導すると、そういった意味でも先ほど SDGs の認知度をどうやって上げていくかという話がありましたけれども、やはり教育というのが大事なんだろうなというのを、先ほど来の議論を聞いていて感じたところでございます。

いずれにしても、私どもエネルギー事業者として、また宇都宮で仕事をさせていただく中で、ネットワーク型コンパクトシティということで、大きく都市の構造が変わろうとしているこの宇都宮のまちづくりで、当社のスマートエネルギーネットワーク、このコンセプトを一つでも具体的に実現することを通じて、持続可能な宇都宮都市圏の実現に貢献していきたいと考えております。最後に、ちょっと弊社の社長の受け売りですけども、令和の時代になります、この令和を英訳するとビューティフルハーモニーというふうになるそうです。渋沢栄一が唱えた経済と道徳の調和、SDGs が目指す経済、社会、環境の調和、まさにこの調和をぜひ大事なキーワードとして目指していきたいと思っております。以上です。

◆山島

ありがとうございます。じゃ、最後に信時さん、お願いします。

◆信時

いろいろ言いたいことがあったんですけど、さっきの最後の議員の方のご質問で、健康とか少子高齢化をSDGsで、ということで、一つエピソードがあるんですけど。

実は2015年に、もう一つ横浜は選ばれているんです。OECDで「高齢社会における持続可能な都市」ということで、日本から富山市と横浜市が選ばれたんです。それで僕が代表でOECDに行ってスピーチをしたんですけども、その横浜市が選ばれた原因は、健康福祉局がやっているウォーキングポイントという施策があったことです。要するに、各ご家庭が万歩計の送料だけ払えば、今だったら18歳以上で横浜市に住んでいれば、誰でも参加できます。そのポイントを地域商店街に行ってポイント交換して、そこの商店街で物を買う。商業も含めてやっているんですよ。それが今参加者30万人で、今そこは民間企業さんがかなりお金を負担している。これはSIB、ソーシャルインパクトボンドという何年か後に健康者が増えるということで、役所のお金がそこに使わなくていいということを計算した上での投資ということもあるわけですけども、そういう発表をした後にOECDの中にいたリスボンの市長さんからすぐ質問が出たんですね。今の話はいい話だけれども、それが都市政策とどう関係するんだと。要するに、今の話はソフトなんですけど、それが都市政策とどう関係するんだって質問が出てまして。ちょっと困ったんだけどもう3秒後に答えなきゃいけないというルールを決めていたので。行きたくなる公園や広場と、歩きたくなる道をつくっていますと答えました。これ、ある意味ウソです。ですけど、道路局や環境創造局や都市整備局はそういう道や公園をつくっているんです、健康などのために。でも、それを一つの目で俯瞰的に見る施策がないんですよ。私は、それをストーリー化しただけなんです。だから、そういうふうには、一つの目的のために健康福祉局だけが頑張るんじゃなくて、歩くことを誘発するハードウェアの整備ということも含めて考えないと、この一つの目標は絶対に達成できないんです。だから、医療とおっしゃったのは、多分医療も何とか局ってあるんでしょうけれども、それだけじゃなくて、ハードだとか、教育だとか、それらすべてを見ていかなきゃその目標は達成できないと思いますね。

横浜市の温暖化対策統括本部は実は副市長のすぐ下にあります。下に政策、総務、財政があって、全部の統括の筆頭なんですよ。上にいたからって誰も言うこと聞いてくれないので、僕ら一生懸命汗かいて働いたわけですけど、やっと最近動いてきているというふうな状況なんです。要するに全体を、それもさっきのストーリーを、ハードもソフトも含めたストーリーを作っていくということがSDGsで絶対重要なところだと思いますので、一つのエピソードとしてお伝えしました。やはり英語では縦割りのことをサイロというらしいですけど、このサイロに分けているのではなくて、横連携をですね、横串刺したとよく言いますが、それがこれからのキーワードだと思います。産官学もそうだし、老若男女もそうだし、ぜひそういう分け隔てないやり方でやるのがSDGsだと思いますので、ぜひ皆さん頑張ってください。

◆山島

どうもありがとうございます。ちょっと最後にまとめないといけないんですけど、SDGsという

言葉、これは今、信時さんもおっしゃっていましたが、全体をストーリー化してまとめていくという、そういう意味で非常にいいツールだということです。ただ、SDGsの17の目標と出ていますけど、この目標というのはゴールとなるんですけど、どちらかというと政策とかいろんな行動する方向だとか、こういう方向に進んでいくんだというのが17項目だと。具体的な目標みたいなのは169のターゲットがありますけれども、だから、いろんな人たちの話、信時さんのお話もそうですが、まとめていく方向性だと。先ほど一番最初に信時さんの話で、その方向性の自律・分散・協調という話がありまして、これはかなり重要な話だと思うんですね。いろんなステークホルダーがありますから関係者が多い中で、それぞれが自律していかないと、一つの方向で全部まとめてガシャッとやっていくということではなくて、それぞれが独立しながら、しかも結果的にある方向に向かって、その方向がSDGsだということになるんじゃないかと思います。そうすることによって、市民もいろんなかたちでそこに参画していく。もうばっちりこういう組織でこうやれ、ということじゃなくて、いろんな人がそのSDGsの方向性を見て動いていくということが重要じゃないかと。

あともう一つですね、今、横浜と富山がということになりましたが、富山は多分LRTの話だと思うんですが、これは私が自慢するのもおかしいですけども、宇都宮のLRTはもっとずっとすごいんで、これは先ほど神永さんからのお話にもありましたが、いろんなものに波及するようにLRTを考えられているわけで、これができると、もう日本の代表が宇都宮になるんじゃないかなと思っておりませんが、それはその時の楽しみにしていただいて、今日はこのSDGsというまだなんか方向性でよく分からないところもありますが、これは共通の言語として、みんないろんなことを考える方向性として一致して、いろんな人たちが、自律・分散・協調しながら、持続可能な宇都宮都市圏をつくっていくということに非常に意味があるということ、それを結論にさせていただければと思います。

それでは最後に、パネラーと講演をいただいた皆さんに大きな拍手を以って終わりにしたいと思います。どうもありがとうございました。

◆司会

先生方どうもありがとうございました。非常に有意義なパネルディスカッションになったのではないかと思います。パネリストの皆さまに、もう一度、盛大な拍手をお願いいたします。ありがとうございました。

以上をもちまして、本日のシンポジウムを終了させていただきます。皆さまのお手元にアンケート用紙が配られておりますので、ぜひご記入の上、出口のほうで回収箱にご提出いただければと思います。本日は、どうもありがとうございました。

特集2 シティライフ学シンポジウム (2019年12月18日)

テーマ：とちぎの新インバウンド戦略
—地域資源でおもてなし



…… 要 綱 ……

1. テーマ とちぎの新インバウンド戦略 — 地域資源でおもてなし
2. 日 時 2019年12月18日(水) 14:00～16:30
3. 会 場 宇都宮共和大学 宇都宮シティキャンパス
4. 次 第
 - (1) 講演1 「外国人旅行者が日本に求め、期待するホスピタリティ」
中村 裕 氏 (元社団法人日本ホテル協会会長)
 - (2) 講演2 「ザ・リッツ・カールトン日光のホスピタリティ」
細谷 真規 氏 (ザ・リッツ・カールトン日光 総支配人)
 - (3) 講演3 「農村観光DMOによるインバウンド戦略」
藤井 大介 氏 (株式会社大田原ツーリズム 代表取締役社長)
 - (4) パネルディスカッション：「地域資源を磨いておもてなしするために」
パネリスト
岡本 誠司 氏 (栃木県副知事)
音羽 和紀 氏 (オトワレストラン・オーナーシェフ)

宮地 アンガス 氏 (ジャパン・ワールド・リンク株式会社 代表取締役)

中村 裕 氏 (前掲)

細谷 真規 氏 (前掲)

藤井 大介 氏 (前掲)

主 催：宇都宮共和大学都市経済研究センター

共 催：宇都宮市創造都市研究センター，大学コンソーシアムとちぎ

後 援：栃木県，宇都宮市，栃木県まちなか元気会議，栃木県経済同友会，宇都宮商工会議所，
宇都宮観光コンベンション協会，栃木県宅地建物取引業協会，下野新聞社，とちぎテレビ，
栃木放送，エフエム栃木

◆司会

ただいまより、「とちぎの新インバウンド戦略，地域資源でおもてなしシンポジウム」を開催いたします。本日，司会進行を務めさせていただきます，宇都宮共和大学都市経済研究センターの吉田でございます。よろしく願いいたします。それでは，最初に主催者でございます，宇都宮共和大学須賀英之学長より，ご挨拶を申し上げます。

◆須賀



皆さまこんにちは。

シティライフ学シンポジウムに，大勢の皆さまにお越しいただき，ありがとうございます。今年の栃木県のキーワードは，「止まってくれない栃木県」でありました。横断歩道で歩行者がいるのに車が止まってくれない全国ワーストワンを解消しようということでした。しかしもう一つは，外国人が，「泊まってくれない栃木県」です。来年5月22日にザ・リッツ・カールトン日光が開業し，また2022年には，宇都宮駅東口に外資系ホテルが進出する計画があります。栃木県のさまざまな観光資源を生かして，外国人がアクセスしやすく，外国人に発信できる，そのような仕掛け「地域資源でおもてなし」を，栃木の新しいインバウンド戦略にしたいものです。

本日は素晴らしい6名のパネリストをお迎えいたしました。中村裕先生は，永田町のヒルトンの開業時から新宿のヒルトン，そしてヒルトングループの日本展開，また人形町のロイヤルパークホテルから始まって全国に展開する本邦高級ホテルチェーンの基礎を作られた方で，和魂洋才を体現されている立派な先生でいらっしゃいます。リッツ・カールトンの細谷真規総支配人は，スペインのバルセロナで長くお住まいでしたが，世界のリッツ・カールトンのホテルをご経験され，昨年12月に本県に赴任され，開業に向けて準備を進めていらっしゃいます。栃木県代表である，藤井大介社長は，「農村でリッツ・カールトンを超える」をスローガンにがんばっております。

休憩後は，パネルディスカッションを行います。岡本誠司副知事には，栃木県のインバウンド

戦略、アフターDCキャンペーンから国体までつなげていこうということで、陣頭指揮をとっておられます。音羽和紀先生は、大学を卒業後ヨーロッパに渡って、アラン・シャペル等で研鑽を積まれて栃木県に戻り、約40年に亘り、栃木県を訪れる外国人VIPのおもてなしをされています。食と農と観光を結ぶ幅広い活動もなさっていらっしゃいます。宮地アングスさんは、イギリスと日本を行き来しながら、北関東のインバウンドを発信するため起業された若手の経営者であります。皆さまがそれぞれのお立場でインバウンド戦略を考えるための有意義な機会となることを期待しております。

シンポジウム開催にあたりご後援をいただいた、県、市、栃木県経済同友会、宇都宮商工会議所をはじめ、マスコミの方々、各団体の方々に改めて感謝を申し上げます。

◆司会

皆さまからたくさんの資料をご提供いただいております。終了後にアンケートをお願いします。ご講演の順番に、栃木のインバウンド戦略、『外国人旅行者が日本に求め、期待するホスピタリティ』、『THE RITZ-CARLTON』、『農村観光DMOによるインバウンド戦略』、『栃木県の観光振興施策について』、『食・農・観光、テロワールを観光資源に』、『北関東のインバウンド－危機と可能性－』の各資料です。また、下野新聞、大谷石のご案内もごさいます。

それでは最初に、社団法人日本ホテル協会会長を務められた中村先生より、お話を頂戴します。

講演 1



「外国人旅行者が日本に求め、 期待するホスピタリティ」

元社団法人日本ホテル協会会長 中村 裕 氏

皆さま、こんにちは。

ただいまご紹介いただきました、中村でございます。本日はお招きいただきまして、誠にありがとうございます。30分という限られた時間でございますが、できるだけ細かくお話しできればと思っております。どうか一つ、よろしくお付き合いのほど申し上げます。レジュメを持ち帰っていただき、私が東京に帰ってからご質問いただいても結構でございますので、よろしくお願いいたします。

■日本の観光競争力

本日のお題が、『外国人旅行者が日本に求め、期待するホスピタリティ』ということでございます。おさらいを最初におきます。最近よく言われていて、日本人が忘れがちなのですが、日本は気候、自然、文化、食べ物が観光に適している国であるということです。これも外国から指摘されて、日本は四季のある国ということです。そしてなんと日本の観光の競争力、世界的にみると世界で第4位であります。1位がスペイン、2位がフランス、3位がドイツ、そして英国とかアメリカとかイタリアといった、もっぱら観光等で有名なところをパスしまして第4位にランクされているということで、世界でも日本が観光に適した国であるということを認めているということでございます。その主な理由として、四つここに掲げてございますが、まず価格の競争力があると。20年ぐらい前、皆さんご存じですか、東京は世界一高い町であると。なんであんなに高いんだ、行けないと言ってたんですが、いまや逆に、価格的にも競争力があると言われております。これはもちろん為替だけでなく、いろんな要素はあるんだと思いますが、とにかく非常にリーズナブルな料金ということ。それから、サービスが非常にいい。以前からホスピタリティの国と言われているほどサービス、それからインフラ、特に大都市、東京なんかはそうですが、地下鉄が網羅していて、外国にはないようないわゆる交通網がひかれていると、こういったインフラ。それからいま申しあげました、栃木県にもたくさんあるその自然資源です。そして、これは2003年以降に特に国が力を入れてきましたのが、国策として観光を国のリーディング産業にしようと2003年から始まりました。[レジュメ 1.1 ページ]

ここで、外国人が日本にどれくらい来ているか遍歴を見てみたいと思います。この間、学長先生とお話していて、1964年のオリンピックには何人くらい外国人が来てたんでしょうかねというので、日本政府観光局に電話して聞いてみました。要するに前のオリンピック、1964年のときには、海外からたった35万2,832人です。100万人も行ってません。35.2万人です。それが2003年に500万人になりました。この年に小泉元総理大臣が、先ほど申しましたように、初めて観光立国宣言をいたしました。私はたまたま、ある会で総理と一緒にあって、総理に、どうして観光立国宣言したんですかと聞きましたら、「中村くん、それ簡単だよと。日本は500万しか来てないと。フランスは7千万、アメリカも5千万、そしてイタリアも5千万。桁が違うよと。どうして日本がたった500万なんだ」と。単純な発想でした。それを総理がおっしゃいました。

それがあつという間に火が付きました、その10年後、2013年には国土交通省の中に観光庁が、省庁ができるまでになりました。一生懸命、観光を国の政策として成し遂げようではないかという動きがさらに加速したのが、観光庁の誕生であります。そして去年は、なんと3,200万人の外国人が訪れておまして、今年も10月まで、例の韓国の問題があつてすごく減りましたが、それでも既におおよそ2,700万人来ておまして、もちろん3千万は突破すると思いますが、3,500万という目標はちょっと苦しいかなという状態。そして、来年のオリンピックは4千万です。1964年の35万人だった外国人が、今度のオリンピックで4千万になるという、大変な莫大な数字。いかに外国からのお客さまが増えたかということ、この数字をみても物語っているのではないかと思います。外国人の日本国内での消費額はかなりの額で、2018年が4.4兆円、2020年には8兆円を予想しています。2030年には15兆円ということでございます。したがって、かなりのお金を日本に落としてくれているということで、日本の経済にも貢献しているということが言えるのではないかと思います。

さらに詳しくお話ししますと、われわれ日本人の定住人口の年間消費額は、1人当たり年間125万円だそうです。これは、去年も一昨年もあまり変わりません。2017年の数字がきちんと出ているので、去年もほとんど同じだと思いますが、外国人旅行者が使うお金が1人当たり15万4千円です。したがって、外国人旅行者8人で、日本人の定住人口の年間消費額の125万円になります。これは政府にとっては、非常に大事な収入源であります。8人分で、要するに日本人一人が1年間に消費する額と同じ額を消費してくれるということでございます。したがって、政府もなんとか外国人を増やそうとしているわけなんです、やはり大事なのは、リピート率なんですね。日本に何回来てくれるか。日本が魅力があるからリピートするわけであつて、魅力がなければリピートしないんです。2017年には既に61%になりました。去年もほとんど同じです。去年もやはり61～62%のリピート率。このリピート率をなんとか70%以上にならないかなというのが希望しているところで、それに向けてわれわれも努力しているということでございます。それで、リピート率が高い国が韓国、台湾、香港、中国ということで、韓国が一番高いんですが、いま大問題で韓国からほとんど観光客が来ないということなので、来年はこの数字は

ちょっと変わるかもしれません。2018年まででいうと、韓国のリピート率が一番高い。それから欧米諸国が13%台ということでもあります。このリピート率、これは大変重要なことで、なんとかしなければいけないということでございます。

最近、訪日外国人の質がいろいろと変わりました。いわゆる、モノの消費からコト消費へ変わりつつあります。要するに、早く言えば、買い物からほかの目的、例えば行ったことのない観光地とか、テレビのロケ地とか、ガイドブックに載っていないディープスポットに行くとか、体験できないアクティビティをやってみるとか。爆買いのピークはもう既に過ぎたんだと。なんでもかんでも買い求めるという時代は、もうとっくのとうに済んだんだということです。アニメや鉄道、特定のテーマ旅行、温泉やグルメが定番。定番になってしまって、これが新たな一つの目標にはならない。当たり前としてとらえられているというのが現状でございます。[レジュメ 1.2 ページ]

■栃木県入込外国人、宿泊者数

そこで、ちょっと栃木県のことについて調べてみました。2017年、栃木県に入ってきた入国外国人宿泊者数が23万860人ということで、一番多かったのが台湾、それから中国、そしてなんとアメリカが3番目になっておりますが、約3,200万のうち23万というのは、あまりにも少ないですね。やはりなんとかこれを増やさなきゃいけないというのは、私も同感でございます。それで、2017年に都道府県別の外国人訪問率ランキングをちょっと挙げてみますと、当然、東京がほぼ50%近くの46%。そして大阪が38.7%、千葉が36%、京都も25.9%で、残念ながら先ほど学長先生からも話がありましたが、栃木県はトップ17にも今のところ入っていない状況です。ということは、それだけポテンシャルがあると、逆に可能性があるということですので、ご心配はいらないかと思えます。

■M I C Eマーケットの動向

来年のオリンピック後が心配だという声もありますが、オリンピック後の中心になるマーケットは私はM I C Eだと思います。M I C Eというのは業界用語ですが、M I C EのMというのは、ミーティング(Meeting)、会議ですね。ミーティングのことをM。Iはインセンティブ(Incentive)、これは招待旅行でございますね。Cはコンベンション(Convention)、会議、国際会議でございますね。Eがエキシビション(Exhibition)とか、いわゆる展示会、あるいは、それに準じたような会合。このM I C Eという言葉でもって一つにまとめられておりますが、これが私は重要なマーケットになるとみております。ですので、そういった施設を持っているところでは、M I C Eを中心にセールスをすることが大事じゃないかなと思われます。去年日本で行われましたM I C Eの数が全部で3,433件ありました。そのうち一番多いのは、当然東京で、なんと2番目は神戸なんですね。神戸が419件、京都が348件、福岡が293件、名古屋が202件。この近所ですと、つくば地区、筑波大学があるつくば地区で42件ありました。それでやっと10番目であります。残念ながら、栃木県はこのランキングにも入っていないというのが現状で、これはこれからの課

題ではないかと思ひますし、来年オリンピック以降にいかにかこのマーケットを開発していくかということ是非常に楽しみでもあり、また大変でもあるなと思ひております。世界的にみましても、この国際会議の数が増加傾向にあります。経済効果の高さや都市のブランド力向上の観点から、MICEは世界的、または国内でも競争が激化しています。いわゆるこのMICEの獲得競争は日本の国内だけではなくて、国際間での獲得競争なんです。まずは国際間の競争で勝って、それから国内間の競争と、大変な競争ではありますが重要なマーケットで、取り組むのには非常に意味があるマーケットではないかと思ひます。[レジュメ 1.3 ページ]

■栃木県に必要なDMO

いくつかの方法で、観光なり、外国のお客さまというものを取り込む方法があると思ひますが、私が一つ、後ほど詳しく説明があると思ひますが、最近はやっておりますDMOの組織かと思ひます。Destination Marketing Organization。要するに、地域活性化機構とでもいうんでしょうかね。もう既に存在しているのでしたら申し訳ございませんが、このDMO、ちょっと調べてみました。これを研究していますのが、リクルートの『じゃらん』です。リクルートのじゃらんセンター長と友人ですので、どこか一つ良い例を教えてくださいと言いましたら、彼はすぐに気仙沼と言いました。これは国内マーケットですが、要するにこの地域、宇都宮なら宇都宮地域を一つの企業と見立てて、地域の中で総務部、人事部、営業本部、経営戦略部などの役割を分担して、人づくり、商品づくり、仕組みづくりの3軸で市民観光、意識醸成を図っていくということなんだそうです。要するに背景は官民一体になって観光に取り組みなさいということなんです。このDMOの重要さは最近注目されています。日本国中あちこちでDestination Marketing Organizationが進められております。

いま言った気仙沼が成功例だということで、さらにちょっと見てみましょう。気仙沼というのは人口がたった6万5,622人しかいない。それで、水産業が中心産業で、サメ、メカジキの水揚げが日本一。生鮮カツオ水揚げが18年連続日本一。サンマも全国有数の水揚げ高と、こんなふうにも言われております。そして気仙沼のDMOの取り組みのテーマは三つ。一つが人づくり、住民をわがごとく化していく。皆さんをわがごとく化していくということが一つ。二つ目は商品づくり。どういった商品を作っていくか、つまり地域資源を商品化していく。要するに、宇都宮周辺の、栃木県の地域商品を商品化していくということ。三つ目は仕組み。地域経営が継続化する仕組みを作ること、この三つ。人、商品、仕組み、これを気仙沼のDMOが三つの柱として、そして運営されているということでございます。

そうすることによって市民観光意識が醸成するわけで、市民自らが気仙沼の魅力を再発見したり、それから観光従事者を増やす、要するに観光に興味を持つ人間を拡大していくといった人づくり。人材の育成がかなうと、いわゆる観光にべったり浸かるという町全体の雰囲気醸成していくということに役立っているということでもあります。気仙沼は気仙沼一帯を町全体が暮らしと仕事のテーマパーク化。これは言葉では易しいですが、難しいと思ひます。例えば宇都宮でした

ら宇都宮一帯が、町全体が暮らしと仕事のテーマパーク化だという雰囲気醸成するということですが、大事であると言っております。これが商品づくりです。そういったDMOの必要性。もし、さらに詳しくお聞きになってみたいということでしたら、いつでもじゃらん担当の責任者をご紹介申し上げます。

■宇都宮の観光資源と発信

それに加え、宇都宮は気仙沼とは問題にならないほど素晴らしい資源がここにあります。周辺の観光資源は、例えばあとで、日光、鬼怒川の話があると思いますが。那須塩原、それから益子焼だとか、その他温泉地、それから酒造、酒蔵。私は、酒蔵がこんなに有名だとは知りませんでした。こちらに何回かお邪魔しているうちに、酒蔵が大変に有名だということが分かりました。それから温泉もある。大体、宇都宮近辺に温泉があるというのは、あまり知っている人がいないんじゃないですかね。私もこちらに来るようになってやっと分かるようになりました。それから例の佐野のプレミアムアウトレット、これも一つのいわゆる観光資源になるし、それから有名なあしがフラワーパークも一つの観光資源。これらの物をDMOを中心にいかにまとめ上げていくか、商品化していくかということ、それがDMOの仕事で、その組織を作るということをお勧めしたいと思います。

宇都宮には多くの工業団地があって、大企業の工場があります。これもまた一つの魅力であります。もちろん大企業とのタイアップということが一番大事なことで、新しいビジネスにつながります。例えば本田技研の研究所、SUBARU 航空宇宙カンパニーなど。宇都宮テクノポリスセンターなど。素晴らしい工業団地。そこにはホンダエンジニアリングさん。それから宇都宮清原工業団地があって、カルビーさん、キヤノンさん、日本たばこ産業、久光製薬さん、それから日本ペイントさん。そうそうたる企業が、こちらに工場なり、あるいは研究所というものを持っている。宇都宮工業団地。ここにも、クボタさん、パナソニックアプライアンス社、池上通信など、こういった素晴らしい工業団地をたくさん抱えているわけで、この人たちもこのDMOに参加をしていただき、なんらかのお知恵を拝借する。こんなポテンシャルがあるわけでありますので、この辺もぜひお考えになったらいいんじゃないかということで、私はぜひこのDMOを進めていくべきであると考えます。官民一体となって、本日の出席者の中にたくさん関係者の方がいらしているように先ほどお伺いしました。DMOの活用をおすすめします。

もう一つの例として、大阪がインバウンドに人気を集める理由。これは、まず利便性の良さ、LCC、ローコストキャリアがたくさん就航しているということで、成田空港よりも多いんですね。成田は18都市で、羽田は5都市、ところが大阪は31都市から飛んできているということで、いかにインフラが大事かということでもあります。それから、大阪は食の文化が抜きんできているところ。例えば、『ニューヨーク・タイムズ』によると、京都は日本の精神、東京は日本の心臓、大阪は日本の飽くなき食欲と、このように紹介されているということです。それに見るべきとこ

ろは、大阪城、USJ、あべのハルカス、通天閣など多数の観光スポットがあると。ただ、栃木県、宇都宮も、さっき申し上げたように、これに負けないほどのいわゆる観光スポットを私は持っていると思います。ただ、有効に外に出すことがまだできてないんじゃないかと思います。[レジュメ 14 ページ]

■外国人観光客誘致の3つのポイント

例としてお話し申し上げたいのは、大阪の黒門市場というのはご存じだと思うんですが、今や、1日に訪れる客の80%が外国人だそうです。どのようにして増やしたかという、アンケート調査が1番目。アンケート調査によって、ニーズの把握とサービスの改善を重ねるということですね。二つ目にフリーWi-Fiの設置。宇都宮はどうか、フリーWi-Fiはまだですか。でしたら、これもお考えになる。大阪では市場を知ったきっかけがブログや口コミ、結果として無料休憩所内にフリーWi-Fiの導入。即座のプログラムやSNSによる投稿。それをするということによって黒門市場を知ってもらおうということ。三つ目、なんととっても大事な英語研修。要するに、接客に役立てることを目的に、週に1回程度英会話の授業を行う。これは効きますよ。実は私も、日本橋のロイヤルパークホテルで実行したことなんですが、宿泊のお客さまに、日本に、あるいは当ホテルに泊まっていて、何が一番興味があるのかと聞きました。ほとんどの人が、日本人が毎日何を食べて、日本人がどういう生活をしているのか、それが知りたいと。日本人が毎日お寿司食べているわけがない。日本人が毎日すき焼きを食べているわけがない。何を食し、何をやっているのかと、要するに日本の生活が知りたい、との事でした。私は地元の約100軒のレストラン、食堂、焼き鳥屋さんや、洋食屋さん、それからラーメン屋さん等と提携しました。そして、その100軒のレストランのメニューを全部英語に訳してさしあげました。そうしたら、この100軒の店主から、それじゃ片手落ちだと。英会話を教えてくれというので、まず英会話教室を開きました。1回目はお客様の出迎えの仕方。例えばHow many of your party? 何名様ですかとか、いらっしゃいませWelcome to……なにになにレストランといったこと。そしたらなんと、それから半年たったら、今度はそれ以上に英語を教えてくれと言われるようになりました。また、英会話教室を開きました。東京都のサービスを利用して、ネイティブな英語の先生を呼んできて教室を開きました。効果大です。

その100軒の英語がしゃべれて、英語のメニューがある店の地図を作りました。宿泊客のみならず、それを聞きつけて、東京都内の住んでいる外国人までその地図をもらいに来ようになりました。そして今や、割烹料理店のカウンターに、日本人と同じように外国人が夕方になると座って、そこでお酒を飲みながら、つまみを注文して、そして楽しく日本人と会話を交わしている光景が見られるようになりました。要するに外国からのお客に一番大事なことは、いかに接するかということと、やはり日本人の生活を彼らは知りたがっている。

東京ですと、地下鉄駅に行くと必ず外人が迷っています。六本木は何番に乗ればいいんだ、銀座は何番に乗ればいいんだ。どこの地下鉄に乗ればいいか、迷っています。それをこっちからMay I help you? と声をかけるとI want to go to Ginzaとか、Ginzaとか言います。そしたらホー

ムナンバーを教えるだけで良いのです。ですから外国人が迷っていたら、黙って声をかけてください、こちらから。それがホスピタリティ、おもてなしです。怖がっちゃダメです。全然しゃべれなくていいです。May I help you? それだけで、I want to go to Nikko だとか、I want to try Sukiyaki とかね、簡単に答えます。そういう習慣を一つ付けていただくということが大事じゃないかと思います。

■ホテルの存在意義

最後に僭越ですが、私は栃木県、あるいは宇都宮でいま何が必要かということをやっと考えてみました。まず、いま、市を挙げて一生懸命取り組んでいる宇都宮東口のプロジェクトもそうですが、コンベンションシティに力を入れようとしていらっしゃる。先ほど申しましたように、私はオリンピック後はMICEが重要な中心的役割を果たすと考えますので、賢い戦略だと思います。ただ、コンベンションシティにするには大変です。競争が激しいです。ですから、コンベンションシティには、それをサポートするそれだけのホテルが不可欠です。もちろんビジネスホテルも必要ですが、フルサービスのホテルがコンベンションを支えます。フルサービスのホテルをコンベンションホールと対に。世界中コンベンションシティは皆同じです。アジア諸国でも、コンベンションセンターの近くに必ずフルサービスのホテルがついています。会議出席者は3日なり、5日なり、会議に出席する人は、ただ寝泊まりするだけでなく、食事もするし、接待もするし、そして自分たちもリラックスをします。ですから、そういった施設がなきゃいけない。いわゆるフルサービスの、早く言えばデラックスホテルが必要です。さっき申し上げた通り、コンベンションシティに選ばれるにはまず日本が選ばれなくてはならず、次に日本中のコンベンションシティで宇都宮が競争に勝たなければならない、それだけの魅力が必要になります。

先ほども学長先生から話がありましたが、日本には海外からの富裕層のお客様が少なすぎると。もちろん、一般ツーリストも必要です。ただ、富裕層が少なすぎます。東南アジアにも富裕層はたくさん存在します。この人たちは、ほとんどヨーロッパに行っています。日本にどうして来ないのか。日本で楽しめるだけの宿もなければ、楽しめるだけの施設もない等。まずはやはりそれだけの富裕層をもてなすことができるだけの宿泊施設、これがなきゃまず無理だと思います。それと、いわゆる富裕層をもてなすだけの飲食なり、もてなすだけのインフラなり、もてなすだけの観光地、そういったものを整備しなければいけない。特に食。これは大事であります。そういったものをまず準備することによって富裕層はこちらを向くと思います。実は私も知らなかったんですが、こちらでついこの間行われたワイナリーの収穫祭。私は知らなかったのですが、日本政府観光局の職員がワイナリーの収穫祭に参加したそうです。そこに多くの外国人がいらしたのでびっくりとの事。日本に在住の外国人が多かったようですが、インバウンドの旅行者も参加をしていたと聞きました。私は初めて知りましたが、いわゆる口コミでどんどん広がり、それがインバウンドに繋がります。

私が好きな言葉です。平成15年の国の観光立国懇談会の報告書に書かれているものでありま

すが、「自ら地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずと誰しもがその地を訪れたいくなる。住んでよし、まちづくり。訪れてよし、観光振興」、こういうことでもあります。ご清聴ありがとうございました。

◆司会

中村先生、ありがとうございました。次のご講演は、ザ・リッツ・カールトン日光総支配人の細谷真規様をお願いいたします。

「とちぎの新インバウンド戦略」

地域資源でもてなし」シンポジウム

一般社団法人日本ホテル協会 元会長
ヒルトン東京 元総支配人
株式会社ロイヤルバークホテル 前会長
学校法人トラベルジャーナル学園
ホスピタリティ ツーリズム専門学校
校長 中村 裕
2019年12月18日(水)

『外国人旅行者が日本に求め、 期待するホスピタリティ』

日本の観光競争力

日本は、気候・自然・文化・食・食べ物観光に適している。

日本の観光競争力—世界4位(1位スペイン・2位フランス・3位ドイツ)
英国、米国、イタリアを抜いて初めてトップ10入り

2017年世界経済フォーラム報告書より

競争力順位(世界4位)としての主な理由

- ① 価格競争力
- ② サービス・インフラ
- ③ 自然資源
- ④ 国策として観光の優先度

2018年、米国人1000人を対象に最も旅行したい国の調査

1位 日本・2位 フィンランド・タイ 英国住宅交換サービス会社の調査より

中国の国慶節を祝う10月の大型連休中の人気旅行先に日本が初めて首位

日経新聞 2018.9.20より

- 1 -

(1.1)

訪日外国人旅行者数

1964年 352,832人
2003年 5,211,725人
2018年 31,191,856人
2019年(1月～10月) 26,914,400人

2019年10月でアジアからの訪日外国人旅行者数76.8%

(2019.11.20 日本政府観光局 (JNTO))

訪日外国人旅行消費額

2018年 4.4兆円
2020年 8兆円
2030年 15兆円

(2018.12.12 国土交通省 観光庁資料)

定住人口の年間消費額は1人当たり年間1,250,000円。

(2017年家計調査(総務省))

2017年外国人旅行者は1人当たり約154,000円。

(2017年度訪日外国人消費動向調査(観光庁))

外国人旅行者数 約8人分

訪日観光客リピーター率 2017年61.4%

前年度比 300人増。

韓国30%、台湾25%、香港13%、中国18%、欧米諸国13%台

(観光庁 報道資料より)

訪日外国人の変化

- モノ消費からコト消費へ
- ガイドブックに載っていないディープスポット
- 体験できないアクティビティ
- 爆買のピークは過ぎた
- 例えばアニメや鉄道、特定のテーマ旅行、温泉やグルメが定番

- 2 -

(1.2)

2017年 栃木県入国外国人 宿泊者数

全体で230,360人 その内訳

- ・ 台湾 40,370人
- ・ 中国 28,080人
- ・ アメリカ 23,450人
- ・ タイ 15,940人
- ・ 香港 15,510人
- ・ 韓国 15,390人

(日本政府観光局(JNTO)より)

2017年都道府県別外国人訪問率ランキング

- ・ 東京 46%
- ・ 大阪 38.7%
- ・ 千葉 36%
- ・ 京都 25.9%

栃木県はトップ17にも入らず。

MICEマーケット動向

日本国内における2018年度開催された国際会議の数

3,433件(前年から3.6%(120件)増加)

- ① 東京 645件
- ② 神戸 419件
- ③ 京都 348件
- ④ 福岡 288件
- ⑤ 名古屋 202件
- ⑩ つくば地区 42件
(茨城県)

これらのランキングにも栃木県は入らず。

(日本政府観光局(JNTO)より)

日本における国際会議の数は増加傾向にある。経済効果の高さや都市のブランド力向上の観点から、MICEは世界的また国内でも競争が激化。

栃木県に必要と思われる一例

- DMO (宮城県気仙沼市の例)
- 周辺施設、観光資源とのタイアップ
 - ・ 日光・鬼怒川
 - ・ 那須・塩原
 - ・ 益子焼
 - ・ 温泉
 - ・ 酒蔵
 - ・ 佐野プレミアムアウトレット
 - ・ 足利フラワーパーク
- 宇都宮工業団地/多くの大企業の工場
 - ・ 本田技研研究所、SUBARU、航空宇宙カンパニー等
 - ・ 宇都宮テクノポリスセンター (ホンダエンジニアリング等)
 - ・ 宇都宮清原工業団地 (カルビー、キヤノン、日本たばこ産業、久光製薬、日本ペイント等)
 - ・ 宇都宮工業団地 (クボタ、パナソニック(株)アプライアンス社、池上通信機等)
- 大阪がインバウンド人気を集める理由
 - ① 利便性の良さ
 - ・ 多数のLCCが就航
 - ・ 11か国31都市を結ぶ空路が結ばれている (成田空港は18都市、羽田空港は5都市)
 - ② 食の文化で抜きんでいる所
 - ・ ニューヨーク・タイムズによると、京都は日本の精神、東京は日本の心臓、大阪は日本の飽くなき食欲と紹介
 - ③ 大阪城、USJ、あべのハルカス、通天閣などの多数の観光スポット

- 黒門市場対策事例(食を代表する商店街)
1日に訪れる客の80%が外国人

1. アンケート調査

ニーズの把握とサービスの改善を重ねる。

例えば「ごみを捨てる場所がない」「トイレが足りない」これに対して、食品持ち込みが可能な無料休憩所、多言語対応のトイレを整備、多言語対応のホームページやガイドブック等の整備を行う。

2. フリーWi-Fiの設置

黒門市場を知ったきっかけはブログや口コミ。
結果として無料休憩所内にフリーWi-Fiの導入。
即座のブログやSNSによる投稿。
無料休憩所「黒門インフォメーションセンター」に、英語・中国語スタッフの常駐、サービスの強化やトイレの増設。

3. 英語研修

接客に役立てることを目的に、週に1回程度英会話の授業を行う。
道案内に使えるフレーズなど、習った翌日から使える授業内容に加え、メニューや店頭POPに対するアドバイス。
基礎コースも新設し幅広い対応。

- コンベンションシティ
- 富裕層観光の必要性
- おもてなし戦略/ホスピタリティ
 - ・ 栃木県内ワイナリー「収穫祭」に非常に多くの外国人の来訪。
中には日本在住の外国人のみならず、日本訪問旅行者も参加していた。

自ら地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずと誰しもがその地を訪れたいくなる。
「住んでよし」=まちづくり 「訪れてよし」=観光振興
(観光立国懇談会報告書 平成15年4月24日)

講演 2



「ザ・リッツ・カールトン日光の ホスピタリティ」

ザ・リッツ・カールトン日光 総支配人 細谷 真規氏

初めまして、ザ・リッツ・カールトン日光 総支配人の細谷と申します。よろしくお願ひいたします。

栃木県を舞台に講演をさせていただくのは今回が初めてとなります。皆さまにとって、おそらくまだ秘密に覆われたホテルであると思いますが、その一部を皆さんにご紹介させていただきたいと思ひます。まずは私からの質問なんですけど、こちらで栃木県出身という方、手を挙げていただいてもよろしいでしょうか。大勢いますね。すいません、まだ挙げておいてください。日光生まれの方ってどのくらいいらっしゃるんですか。ずいぶん少なくなりましたね。では、この中で私たちが今度ホテルができる奥日光の方っていらっしゃるんですか。誰もいませんね。ホテルは奥日光中禅寺湖の目の前にできるんですが、どういったサービス、どういった商品を提供していくのか。また、どういったゲストがこの土地を訪れ、ザ・リッツ・カールトン日光に宿泊するのかということ、ご説明させていただきたいと思ひます。[スライド 2.1]

私の自己紹介をさせていただきます。実は私、ザ・リッツ・カールトン日光に着任する前も、多数の同ブランドホテルで勤務してまいりまして、今年でザ・リッツ・カールトンに携わって13年目になります。東京生まれではあるんですが、8歳のときに、スペイン、バルセロナに父親と家族と一緒に渡り25年間バルセロナで暮らしてまいりました。人生の半分以上をスペインで過ごしてまいりましたので、中身はスペイン人、でも外見は日本人という、外見以外はあまり日本人気質がない日本人で、スペイン、バルセロナで25年間、大学時代はパンプローナという牛追い祭りがすごく有名な場所にある大学で勉強しておりました。皆さん、もしかしたらホテル学校に行ったのではないのかなと想像されていると思ひますが、実はまったく畑違いの環境でもある生物化学を専攻しており、その当時は学者の道に進むことを考えていました。ただ、4年生になったときに、自分に向いていないことに気づき、そのときに、初めてサービスとは何か、サービス業に携わりたい。そしてプロとしてサービスマン、ホテルマンとしてやっていきたいという気持ちがすごく高まり、サービス業、ホテルマンという道を選びました。そこからいろいろなホテルで研修をさせていただいて、バルセロナのザ・リッツ・カールトンに就職し、そこから13年間、同ブランドホテルに携わり、日本ではザ・リッツ・カールトン東京の副総支配人、そしてブルガ

リホテルズ&リゾーツで総支配人、そして今年からザ・リッツ・カールトン日光の総支配人として着任しました。[スライド 2.2]

■ザ・リッツ・カールトン日光の3つの軸

ザ・リッツ・カールトン日光というところがどういうところか、そしてどういうサービスをこれから提供していくかというところで、3つの軸をブランドポジショニングとして作り上げました。一つ目がNATURE, 自然。その次が文化, CULTURE。そして、神社やお寺, 自然, そして人とのつながりという意味でSPRITUALITY ということを軸に設定いたしました。特に自然に関しては、中禅寺湖エリアにいるとすごく豊かに感じ、富裕層と言われているゲストがこの土地を訪れても、満足のいく体験ができるのではないかと考えております。文化的にも世界遺産があるので、東照宮なり、様々なところを巡っていただけると感じております。[スライド 2.3]

日光の魅力に関しての、デスティネーションビデオを作ったので、見ていただきます。[スライド 2.4]

(動画 The Ritz-Carlton, Nikko – A journey to spiritual and adventure-filled Nikko を放映)

2020年5月22日、ザ・リッツ・カールトン日光がオープンする日を迎えることとなります。これ何度見ても鳥肌が立つぐらい、奥日光というのは素晴らしい自然を有するデスティネーションだなど感じています。日光はまさしく体験型のデスティネーションであり、ザ・リッツ・カールトン日光を訪れていただけるような富裕層の方たちは、「体験」を目的にホテルを訪れたいというニーズが高まっていくのではないかと考えております。

■ホテルの仕様

次に、ザ・リッツ・カールトンのホテルの紹介になりますが、ホテルは中禅寺湖の目の前、そして後方には華厳の滝があるという最高のロケーションです。[スライド 2.5] 次に、レンダリングのお写真ではありますが、ARRIVAL LOBBY。ホテルの中に入るとこういったレセプションエリアが用意されております。その奥に進むと、次にLOBBY LOUNGE。ここは、ホテルのハート、ホテルの中心と言うんでしょうか、ゲストがコーヒーや紅茶を飲んだり、くつろいでいただくといったゆったりしたスペースになります。デザインを見てお分かりいただけるように、日本の和のテイストがふんだんに使われているんですが、デザインしたのは日本人ではなく、オーストラリアに拠点を置くLAYANというデザイナーチームがこのホテルのデザインを手掛けております。[スライド 2.6 ~ 2.7]

部屋数ですが、トータルで94部屋あります。94部屋中の10部屋がスイートになっています。一番スタンダード、デラックス・ルームと私たち呼んでいるんですが、マウンテン棟にあるデラックス・ルームがこのようなお部屋のデザインで、サイズが57平米。次にレイクビューのお部屋

は、中禅寺湖が本当に奥まで見える眺望が楽しめるタイプで、こちらも 57 平米でデラックス・ルームとなっております。そして、少し大きくなったスイートルームが 9 部屋あるんですが、先ほど 10 部屋と言いましたが、内訳は、9 部屋がスイート、もう 1 室がザ・リッツ・カールトンスイートとなり、9 部屋の方がスタンダードスイートと約 115 平米になっています。そしてこちらが 277 平米のザ・リッツ・カールトンスイート。何人まで泊まれるんですかとよく聞かれるんですが、ワンベッドルームなので、お二人さまとなります。どうやって楽しむかという、私にはちょっと想像がつかないんですが。広いだけでなく、付帯設備やサービスもすごく充実しているという最高のスイートルームであります。[スライド 2.8～2.12]

そのほかに、もちろん先ほど中村さんがおっしゃっていた「食」に関わるレストラン。良い料理があると、おいしい食事ができるというのがすごく大事だと考えており、洋食として、「レークハウス」というレストランと、寿司、鉄板、そして懐石が楽しめる日本食レストランが用意されております。こちらレークハウスですね。暖炉とかテラスも用意されていて、夏はすごく心地いいレストランになると思います。[スライド 2.13～2.15]

ロビーの中にはバーがあり、ここはウイスキーバーというコンセプトにする予定です。国内のレアなウイスキー、そして海外からのウイスキーをふんだんに集めたウイスキーをコンセプトとしたバーになります。そしてライブラリー。ここではお酒を飲んだり、アフタヌーンティーを楽しんだり、読書したり、好きなようにくつろいでいただける。レジデンスタイプの自分のリビングのようなかたちで使える、そういったスペースもロビーの隣に今回ご用意があります。[スライド 2.16～2.17]

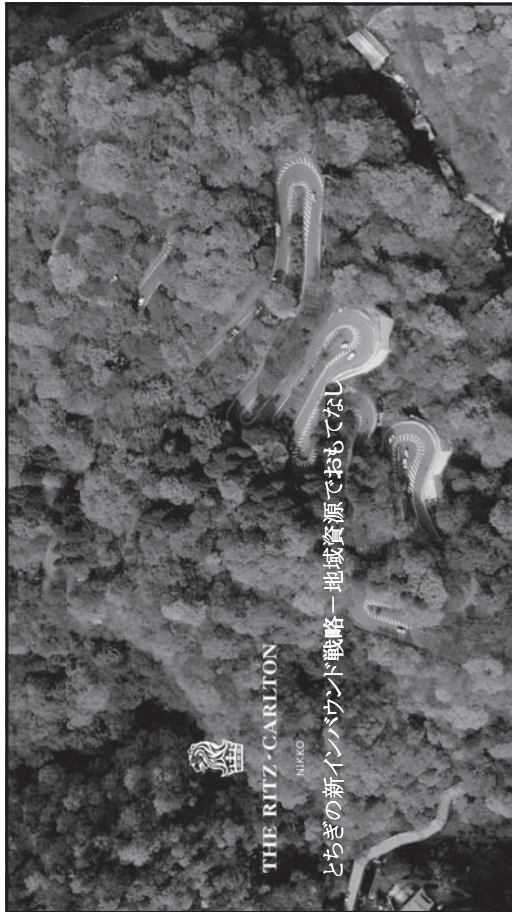
最後になりますが、やはり温泉の話をしなわけにはいかないと思います。現在約 100 軒のザ・リッツ・カールトンが世界中にありますが、温泉が入るのは日光が初めてとなります。これはほかのザ・リッツ・カールトンにはありません。日光だけです。この源泉は湯元から引っ張ってきて、露天風呂、そして内風呂として温泉を導入することになりました。[スライド 2.18]

■ロケーション、サービス、コミュニティ

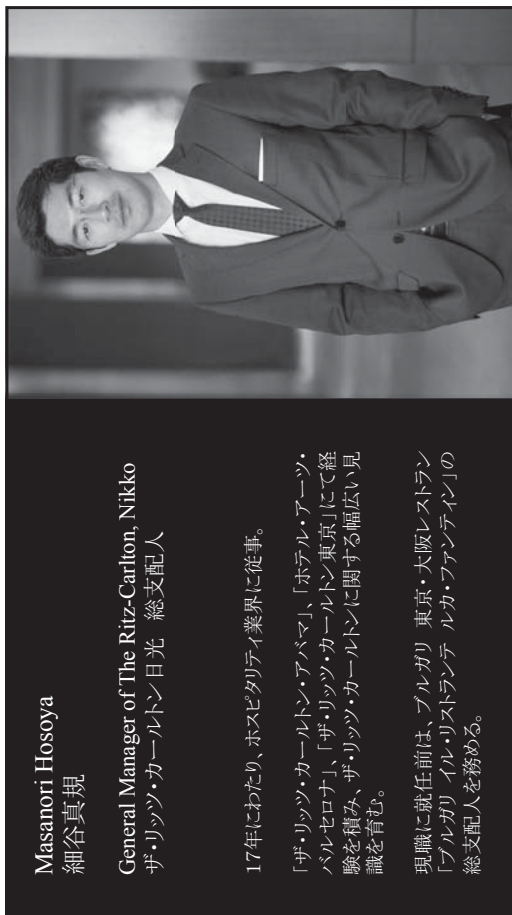
おそらく皆さんレートはいくらぐらいなのかなと疑問に思われているかと思いますが、この件はもう少し内緒にさせてください。ザ・リッツ・カールトンでステイされるゲストが、本当に素晴らしいステイだった、夢のようだと、夢の中にいるようだったと言ってチェックアウトをする……。ザ・リッツ・カールトンでは、サービスに対しては常に格別でトップを目指しています。良いホテルには、必ず不可欠な三つの点があると思っており、それは、ロケーション、そしてサービス、そしてコミュニティです。コミュニティとは人のことを指します。それは私たちスタッフだけではなく、地元の人たちと交流し地元の方々と一緒に仕事に取り組んでいくということが大切だと思っています。私はプライド（誇り）を持ってこれから先、ザ・リッツ・カールトン日光、そして日光を世界に伝えていきたいと思っております。よろしく願いいたします。ありがとうございます。[スライド 2.19]

◆司会

細谷様, ありがとうございました。基調講演の最後になりますが, 株式会社大田原ツーリズム, 代表取締役社長の藤井大介様にお願いします。



(21)



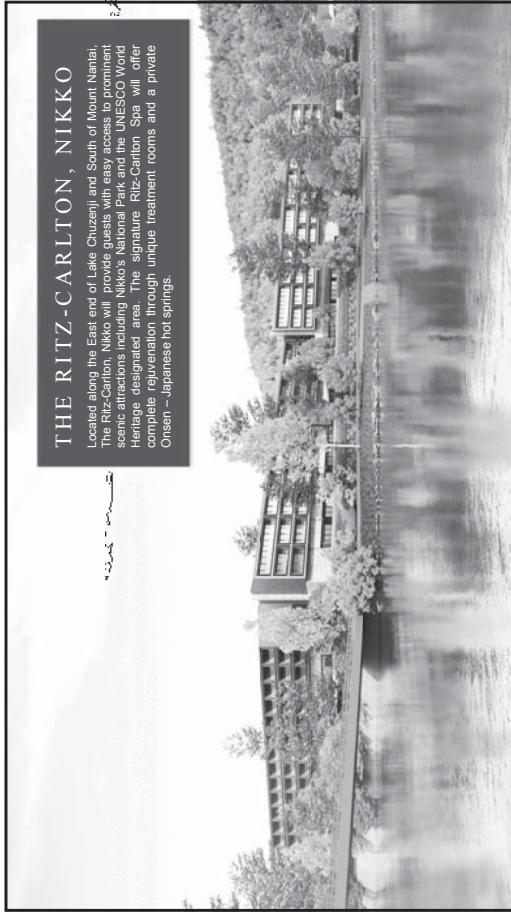
(22)



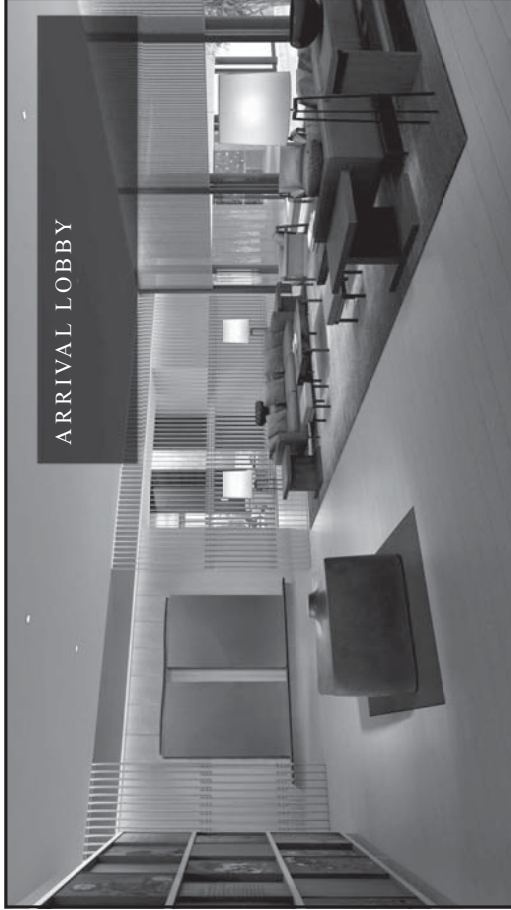
(23)



(24)



(2.5)



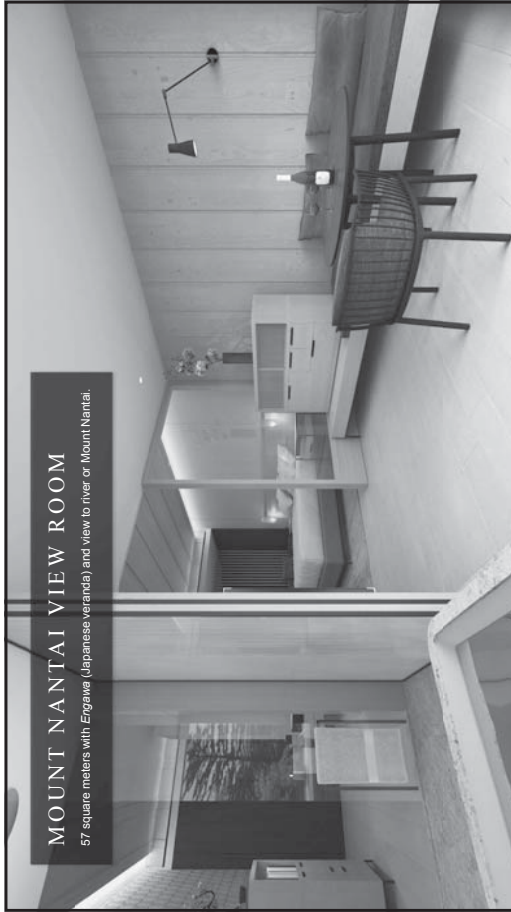
(2.6)



(2.7)



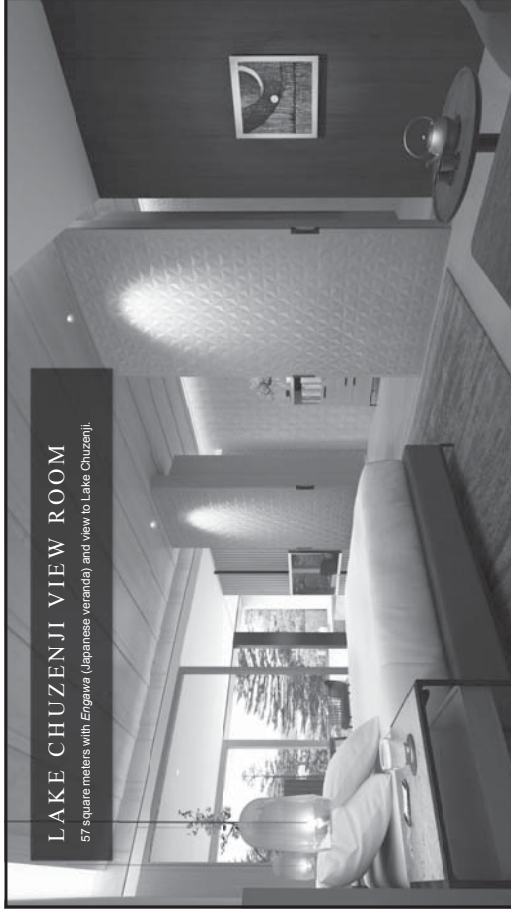
(2.8)



MOUNT NANTAI VIEW ROOM

57 square meters with *Erigawa* (Japanese veranda) and view to river or Mount Nantai.

(29)



LAKE CHUZENJI VIEW ROOM

57 square meters with *Erigawa* (Japanese veranda) and view to Lake Chuzenji.

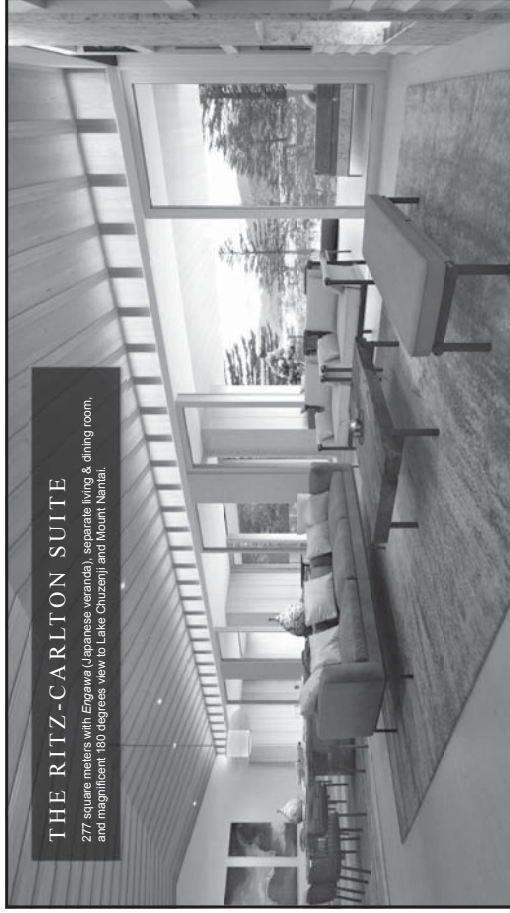
(210)



LAKE CHUZENJI VIEW SUITE

115 square meters with *Erigawa* (Japanese veranda), separate living room and view to Lake Chuzenji.

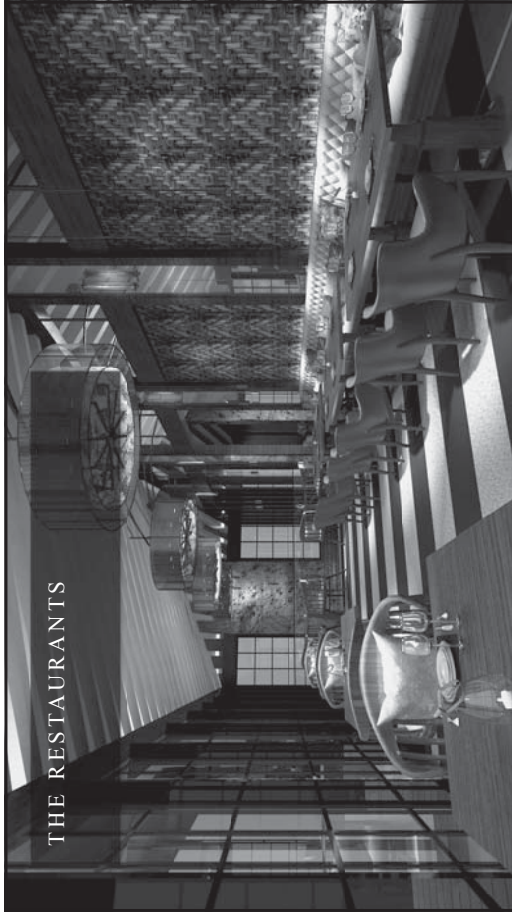
(211)



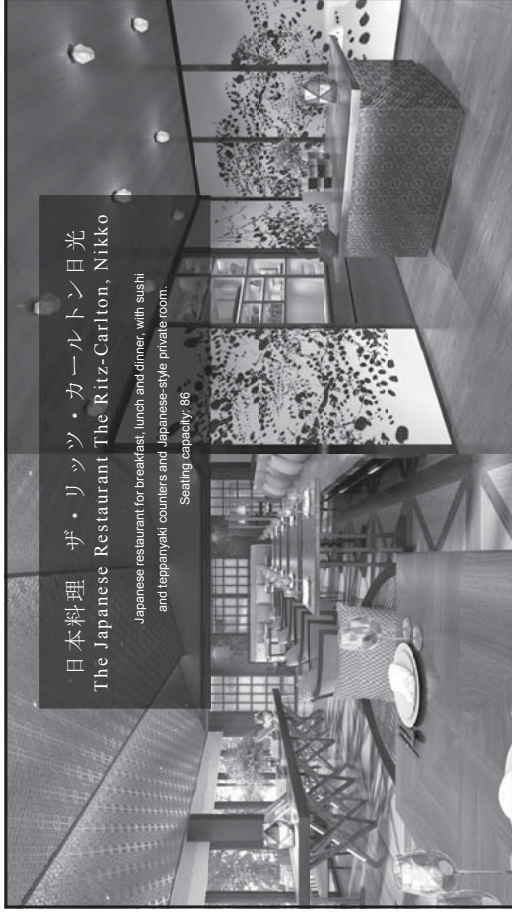
THE RITZ-CARLTON SUITE

277 square meters with *Erigawa* (Japanese veranda), separate living & dining room, and magnificent 180 degrees view to Lake Chuzenji and Mount Nantai.

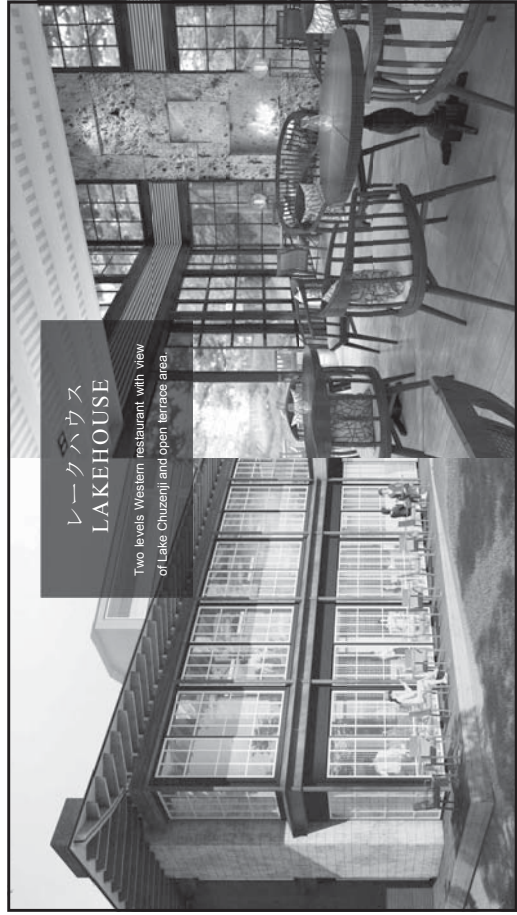
(212)



(2.13)



(2.14)



(2.15)

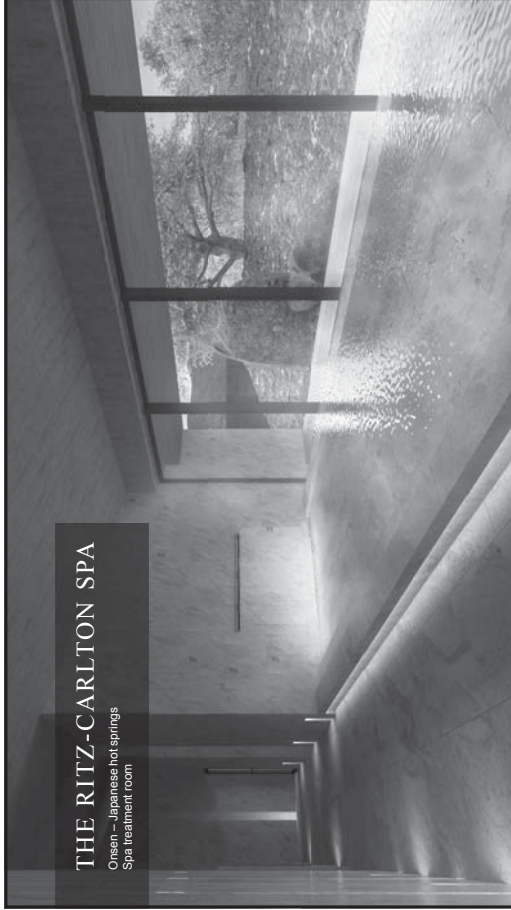


(2.16)



THE LIBRARY

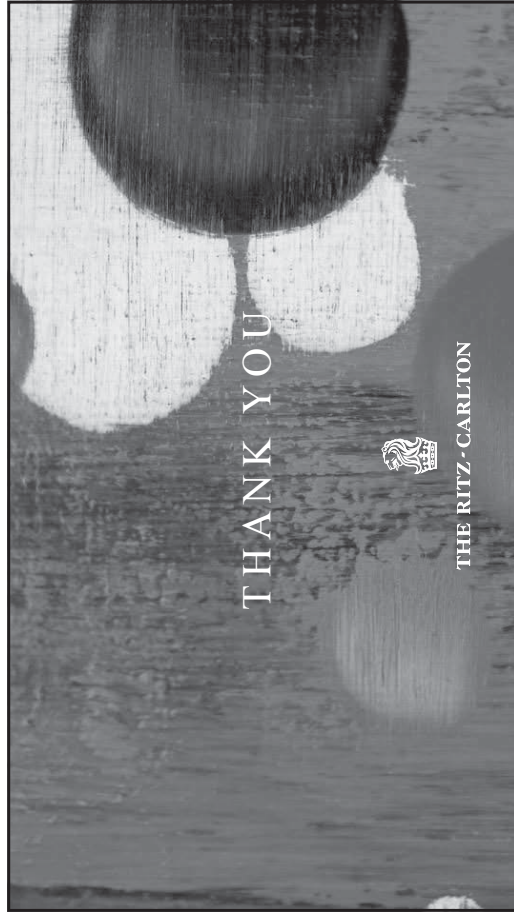
(2.17)



THE RITZ-CARLTON SPA

Open - Japanese hot springs
Spa treatment room

(2.18)



THANK YOU



THE RITZ-CARLTON

(2.19)

講演 3

「農村観光DMOによるインバウンド戦略」



株式会社大田原ツーリズム 代表取締役社長 藤井 大介氏

大田原ツーリズムの藤井です、よろしくお願いします。意義のある話ができるように頑張ります。[スライド 3.1]

最初に中村先生からありました通り、DMO、観光地域づくり法人として、いま観光庁が認定を行っております、全国に100ぐらい認定組織があるんですが、当方ではそのうちのひとつとなっております。ただ、私たちは観光地域のというよりも、農村から出たDMOとなっております。観光地域づくりとしては同じことをやっているんですが、先ほど中村先生がもう一つおっしゃられましたMICE、間違いなくMICEは重要なものだと思っています。ただ国内のDMOどこを見ても、MICEをちゃんとプロモーションかけているところは実はまだまだ少なくて、本来はDMOというのは、このMICEをちゃんとプロモートして呼び込むのが重要だと思っています。だから、宇都宮にもコンベンショナルホールができますという話があったんですが、本当は両輪で、DMOとコンベンショナルホール、こちらが両方ないと私はだめだと思っています。

■農村ツーリズムのDMO

私たちのところは、ちょっとそんなコンベンショナルホールもないんですが、まったくのまっさらの田んぼから始まっております。国内でいろんな委員もさせていただいたり、個人的にも組織的にもいろいろやらせていただいております。[スライド 3.2] もともとは宇都宮で下野農園とありますが、別会社があり、それと大田原市が合併で行っております。官民連携という話があったんですが、パブリックプライベートパートナーシップという官民連携で作ったのがこの第3セクターの大田原ツーリズムとなっております。大田原市から、この農村から農業中心とした観光を作ってほしいというお題をいただいて、始まったということでもあります。[スライド 3.3～3.4]

前段は今までやってきたことを、後半にFITを中心としたインバウンドの話をしていきたいと思えます。まず、今まで弊社の話を聞いた方々も多いかもしれませんが、栃木県で23万泊の年間インバウンドってありますけれども、うちで栃木県で誘客しているのが、大体その1%ぐらいは県内にインバウンドの団体を中心として宿泊を増やしているかなというかたちです。これは国内も含めた実績なんですけど、毎年のように左下の図のように、宿泊数も交流人口も増加させて、あとは実はうちはいま二つの事業を抱えておりまして、旅行とホテルという二つで行っておりますが、その旅行の中心として農村では宿泊場所がありませんので、農家民泊を中心として宿泊を

増やしております。大体 170 軒程度の農家民宿となっております。いま会社は、その二つの事業を中心として、15名の従業員を抱えて行っております。[スライド 3.5～3.6]

今まではターゲットとして、団体ですね、国内の教育旅行とか、海外の教育旅行を中心とした団体旅行と言われるセグメントに対して来ていただいていたところでもあります。私たちは施設という施設がなかったので、と言ったら大田原に申し訳ない言い方をしますが、農家民泊を中心にいろんな体験を、100以上の体験を作って、それをプロモーションかけて、いろいろ体験して、国内外から来ていただいて、そのうち相互交流を行って、各家庭のホストファミリーの方々も海外にどんどん行くようになってきたということでもあります。ほかに、大田原ツーリズムが国内でも実は非常に注目を浴びまして、一つは自立経営ですね。弊社、出資はしていただいたんですけども、基本、いま補助事業とかいただいでなくて、国内のDMOはほぼほぼ補助事業で行っているんですが、うちは自立経営をやっているというところで、その根本的なのは、旅行業収益性が非常に高いという部分とか、あとは人材確保で外国人も2人ほど採用しているんですけど、なんと優秀層が240人応募してくださって、その中から2人採用したり、非常に際立ったことをやっているの、注目を浴びております。

■滞在型の個人インバウンド観光

そんな中で、中心に話していきたいのが、やはり地域ブランドを作っていくために、個人旅行を行って地域をブランドしていこうと。いま団体の時代でもないのに、経済効果を出すために団体を持ってきていたんですが、あとは地域ブランドを作っていこうということで、いま個人旅行にシフトし、新しい事業を作っております。この個人旅行として行うにあたって、今までは団体に来ていただいて1泊とか2泊してたんですが、個人旅行では、私たちは農村に長期滞在の観光を作るという考え方でやっております。実はここが非常に重要であって、栃木県で外国人観光客が宿泊しないで日帰りで帰るとというのが、実際私は聞いたと思っていまして、その長期滞在の考え方をしっかりとハードを含めて作っていかないと感じております。[スライド 3.7～3.9]

よく言われる国内の旅行会社を中心として行う観光の原則というのがありまして、観光には2次交通が必要だとか、観光はルートで進むとか、あとは東京とかに長期滞在して、地方は日帰りしてしまうんですね。これを根本的に覆さないと、栃木も含めて農村の観光が本当に作れないと思っております。私は外国人ターゲットにこの概念が壊せるものと思っております。一つ、実は外国人というインバウンドにキーがあるのがなぜかという、国内の旅行者というのは、所詮1泊とか2泊なんですね。インバウンドはしっかりとここを考えないといけないんですが、日本での平均の滞在日数というものが、基本的には1週間以上で滞在しているわけなんですね。そこがまずポイントになります。[スライド 3.10～3.11]

農村でいうと、一つ農村観光にそこにキーがあるんですが、これはヨーロッパと日本のいま農村観光、いわゆる農家民泊なんですが、実はヨーロッパでこの個人旅行での農家民宿というのが非常に進んでおります。農村観光は、日本はちょっと特異で、教育旅行を中心とした市場で行わ

れておりまして、ヨーロッパでは農家型のホテル、アグリツーリズムとかグリーンツーリズムと言ったりするんですが、農家型のホテルが主流になっております。要は誰でも泊まりに行けることができるようなホテルを農家が保有しているんですね。これがイタリアには、例えば2万5千軒あります。こんなように農家が投資して、日本で言えば古民家なんですが、200年、300年たっている建物の中を思いっきり改装してホテルにしてしまうんですね。中は、場合によってこういうレストランとかプールまで作って、そのような投資を農家が行っております。[スライド 3.12]

日本で、東京ではなく地方で滞在させるために何が必要かということの一つのポイントが私はここにあると思っていて、一つは、部屋のタイプ、ヨーロッパ全体見渡しても二つあるんですね。大きく分けて。「B&Bタイプ」というベッドアンドブレイクファーストのタイプ、いわゆる日本で言えばベッドとシャワールームしかない部屋と、あともう一つはアパートメントタイプというダイニング、キッチン付きの部屋があるということなんですね。実は日本というのは、もともと団体旅行で日本人自体も1泊程度しかしないもんですから、ほとんどこのベッドと浴室しかないような部屋ばかりなんですが、実はヨーロッパ中こういうアパートメントタイプという部屋があるんですね。例えば、ファミリーが一つのホテルに3泊以上泊まるとしたら、みんなアパートメントタイプで泊まっていくんですね。実はこの滞在型のハード施設というものを、日本人は知っているようで全然知らないという部分があります。なので、こういうアパートメントタイプの部屋が日本中探しても、なかなか実は今までなかったというのがあるんですね。ちなみに、アパートメントタイプにおいては、リビング、キッチンなど、ホテルの中なんですね。ホテルの部屋の中にこういうキッチンがあったり、こういうリビングとかがあるんですね。

■拠点型観光の必要性

もう一つ考えると、例えばこれは栃木県で示した地図なんですけれども、一つの例えばファミリーが拠点型でアパートメントタイプのところに1週間滞在し始めるとどういうことが起きてくるかという、ルートではなくて、拠点型観光を始めるんですね。例えば一つの拠点にいて、今日は那須に行ったり、次の日は日光に行ったり、次の日はあしががフラワーパークに行ったり、拠点を中心としてレンタカーなどでいろんな地域を回るといって、こういう拠点型観光にしていきます。要は、今どちらかという起きてしまっている現象が、民泊を中心として、エアビーとか使って、外国人が実はホテルよりもむしろエアビーで取った民泊で東京に1週間、2週間滞在して、栃木に日帰りで来るという現象が結構起きてしまっているというのがあります。もしくは東京にホテルで泊まって、東京のホテルを拠点にして、地方を回遊するという、東京拠点型の観光をしてしまっているということがあります。なので、むしろ地方にしっかりと拠点型観光を作らなければ、1泊とかそういう単位ではなくて、1週間いてもらうためのハードをどうやって作っていくかということをしっかり考えないと、なかなかこの長期滞在で地方に泊まってくれるというものは、そんなに簡単には起きてこないと考えております。

■町一体をホテルに

イタリアで「アルベルゴ・ディフーズ」というのがあるんですけど、これは参考までになんですけれども、これもイタリアの農村観光の一つの作り方で、理屈は町の中にいろんな宿泊場所だけではなくて、飲食だとか、物販とか分散して、町一体型でホテルにしてしまおうという考え方がアルベルゴ・ディフーズとなっております。こんな概念がありまして、農村観光、ヨーロッパのこういう農村の観光というものは、農家民泊型と、このアルベルゴ・ディフーズの分散型ホテル型というものがさまざまに点在するようになってきました。私たちがいまDMOとしてやっているのはこれで、団体を誘客した農家民泊というのは既に国内外誘客できましたので次の段階に行っております。

この自主運営型の古民家ホテルをまずは作って、長期滞在型で泊ってもらって、成田から直に来てもらって、1週間滞在してもらって成田に帰るというものを外国人ターゲットにできないかということで模索して、最終的にはこのヨーロッパ型農家民泊の農家のホテルを、県北を中心に広げていこうと考えております。実はこのヨーロッパ型のこの農家民泊の話は、結構国内に広がってきております。これから、来年からさらにここが、国策でも行われていくという構想案もできております。これはまた来年以降の話として、楽しみにしていただければと思います。

実は一番、こう言ったら微妙なんですけれども、栃木県で消滅自治体と言われている那珂川町に、有形文化財がありまして、東京に住んでいる方から町にいったん無償譲渡してもらって、そこを借り受けてリノベーションしました。東日本では有形文化財をリノベーションしてホテルにしたという事例は実は初めてで、東日本で初めてのことをこの栃木でやったということでありまして。先ほど長期滞在型と申しましたが、ベッドルームだけではなくて、リビングとかキッチンですね、備え付けした部屋を3部屋、あとはショートステイ用に快適なスモールリビングとスモールキッチンを作った部屋を3部屋の合計6部屋で作ったということでありまして。飲食については、中村先生の中でも食は重要だとあったんですが、私たちはあくまでも観光地づくり法人なので、地域の中で一緒にやってもらえる飲食店といろいろ連携して、この外国人とか、国内も含めてのゲスト用の特別なディナーと朝食を準備しました。コンセプトとしては、国内もそうなんですけど、海外も本当の日本のライフスタイルを1週間の滞在で提供していこうということをコンセプトに営業を開始したということでありまして。こういう地元ならではの体験を地元の自然体験をやっている会社と作ったり、あとは海外プロモーションとかも積極的に今やっております、こちらは香港のメディア等に、有名な雑誌等に今ばんばん載ってきているということでありまして。
[スライド 3.13 ~ 3.27]

■2次交通と景観

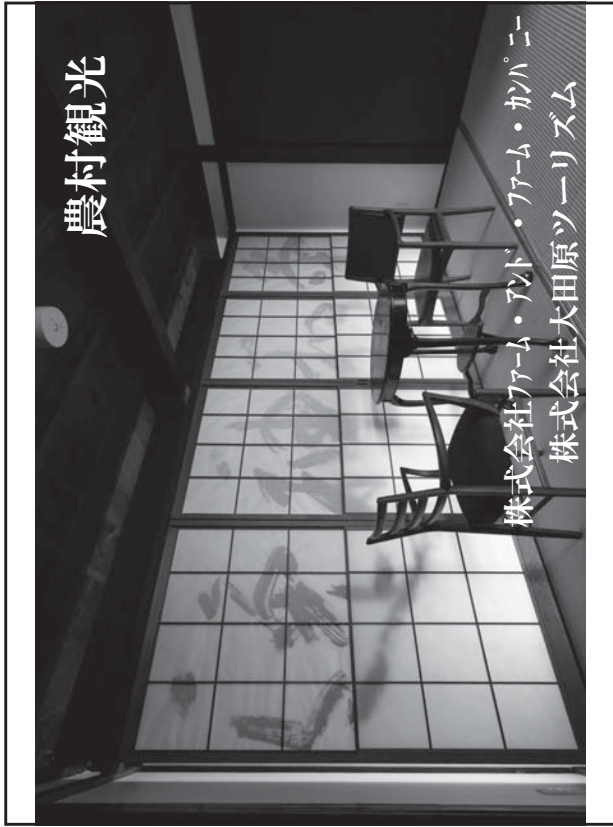
途中でお話ししました、観光には2次交通が必要ということなんですけど、実はアジアの富裕層も含めて、すでに泊まりに来てくださっております。まさに実は実証実験的に世界の市場分析をして私たちは始めたわけなんですけど、早速どこからか聞いたのか、成田から直に来て、1週間大人

4人で過ごして、1週間たってから成田に直に帰るみたいな、本当に富裕層が来てくださっております。日本人だと1泊、2泊が中心なんですけど、やはり外国人は3泊以上してくれるというようなデータも得られてきました。

世界を見ても、本当の観光地を回ろうと思ったら、どうしてもやはり車が必要でありますし、日本国内でもやはりこの車で来させるという比率を高める必要があるかなと思います。データでみるんですけども、実は香港市場でいえば、香港の観光客が毎年200万人来ております。実は200万人来ているうちの4、5年前で言えば、レンタカー比率は16%でした。ただ、直近の3か月の傾向をみると、実は24.6%。要は4人に1人なんですね。年間約50万人がレンタカーで観光しているという時代になってきていて、外国人のレンタカー比率は非常に高くなってきております。毎年毎年割合が高くなっていくところなんです。もう一つ、観光はルートで進むとありますが、本当の意味で栃木で宿泊を増やすんだったら、長期滞在としてどんどん作っていけなければ、東京とのある意味競争の部分もありますので、栃木のまさに景観とかを大事にした拠点型観光をハードともにしっかりと作って行って、マーケティングをしていくということが必要だと思っています。DMOなので自分たちで新しい市場を作って、将来的には農家民泊をこの県北で増やして、まさに外国人の長期滞在が増えていくことをやっていこうというところでもあります。どうもありがとうございました。

◆司会

藤井社長、どうもありがとうございました。



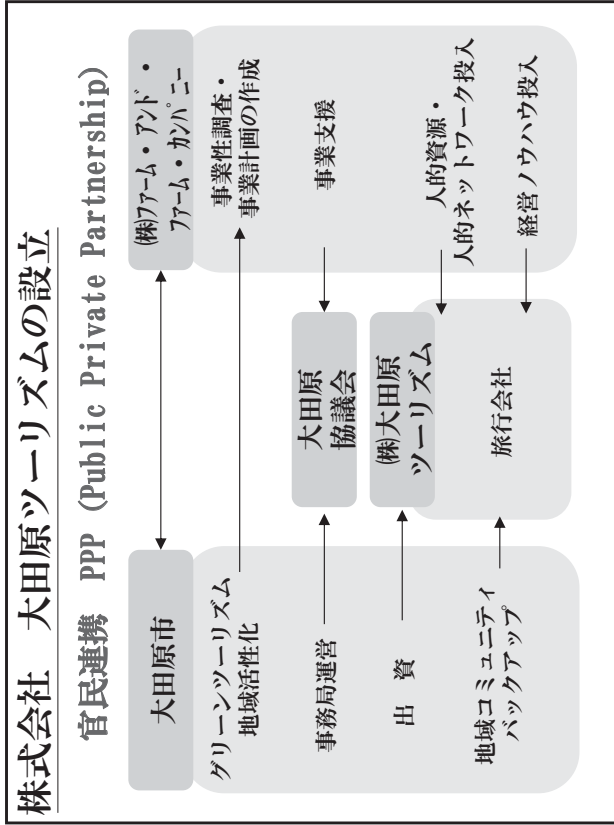
(3.1)

内閣官房	歴史的資源を活用したまちづくりタスクフォース
農林水産省	アイヌ文化ナビ検討委員会 審査員
農林水産省	日本食文化ナビ検討委員会 委員
農林水産省	農泊マニキュアル作成委員会 委員
国土交通省	まちづくり活動の担い手のあり方検討会 委員
政府	観光戦略実行推進タスクフォース 専門家として出席
政府	観光戦略実行推進会議 専門家として出席
観光庁	日本版DMO法人 (DMO先進事例モデル)
経済産業省	地域未来牽引企業選定
農林水産省	オーライニボン大賞 審査委員長賞

(3.2)



(3.3)



(3.4)

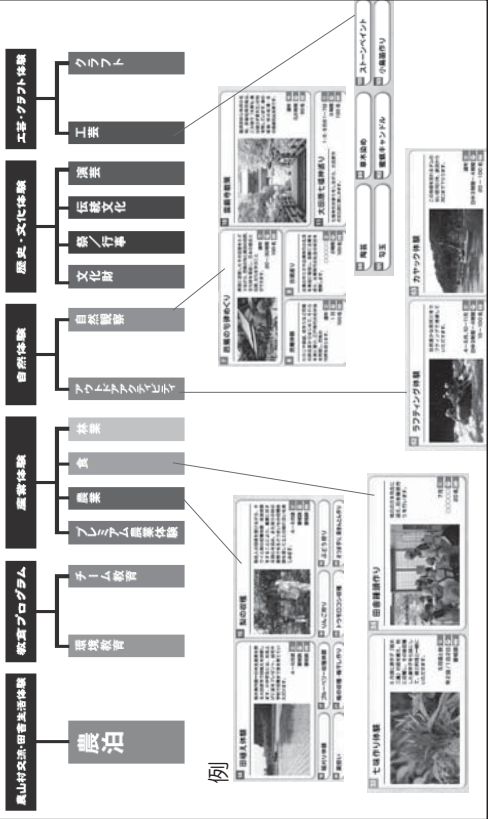
大田原



(3.5)

大田原の体験

観光地ではないこの大田原で、田舎にある、そこにある人と地域資源を活用しながら、自分達が提供できる体験を120以上のプログラムにまとめました

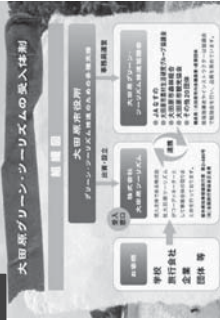


(3.7)

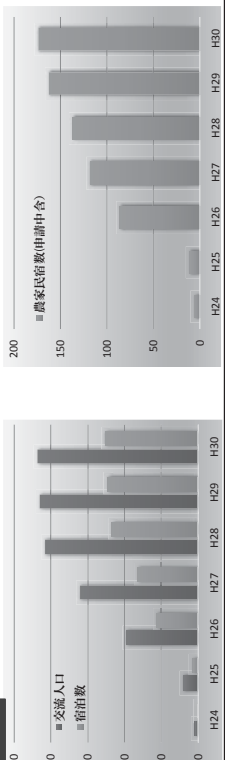
大田原ツリーズムの取組・実績

取組

- ▶ 商号 株式会社 大田原ツリーズム
- ▶ 事務所所在地 大田原市本町1丁目3番3号
- ▶ 大田原市総合文化会館2階
- ▶ 役員 8名 (常勤1名)
- ▶ 従業員 15名 (昨年度の定員は5名)
- ▶ グリーン・ツリーズム事業 3名
- ▶ ホテル事業 2名
- ▶ 経理・事務 3名
- ▶ その他パート 7名
- ▶ 出資 6,500万円 (5,000万円を大田原市が出資)



実績



(3.6)

農家民泊

一番の田舎の良さは、そこにある自然と環境、そして何よりも、気さくに話せる田舎のおじいちゃんとおばあちゃん、その交流を大切にしています。



農家の家に泊まり、農家の生活体験をしながら、農業や、環境、ふるさとの大切さを体験し、田舎の人と交流しなければ得られない感動があります。



(3.8)

文化体験



蕎麦打ち体験



茶道体験

(3.9)

観光の原則

- ・ 観光には2次交通が必要
 - ・ 観光はルートで進む
 - ・ 都市部に長期滞在、地方は日帰り
- 外国人ターゲットに
この概念を壊し、国内に新市場を作る

(3.11)

農村に長期滞在の観光を造る

(3.10)

農村観光の市場戦略

ターゲット

個人旅行

自社運営
古民家ホテル



アグリツーリズモ

農家民泊



団体旅行
(教育)

将来

(3.12)

有形文化財のリノベーション



(3.13)

有形文化財ホテル 飯塚邸



短期滞在用の宿泊部屋
3グループ宿泊可能（最大、大人3名×3グループ）
料金（案） 朝食付きプラン ¥1.8万円/名

- ◀1階の入り口 リビング、お風呂、洗面所、トイレ
- ▼2階はロフト形式でセミダブルベッド2個と机



(3.15)

有形文化財ホテル 飯塚邸

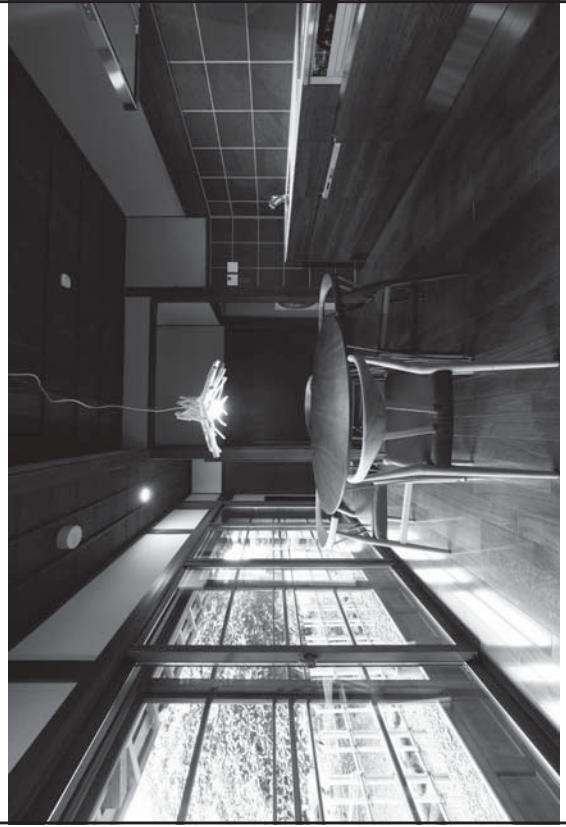


長期滞在用の宿泊部屋
3グループ宿泊可能（最大、大人5名×3グループ）
料金（案） 朝食付きプラン ¥2.8万円/名

- ◀リビング、その他、お風呂、洗面所、トイレもあり
- ▼2ベッドルーム×2つのセミダブルベッド



(3.14)



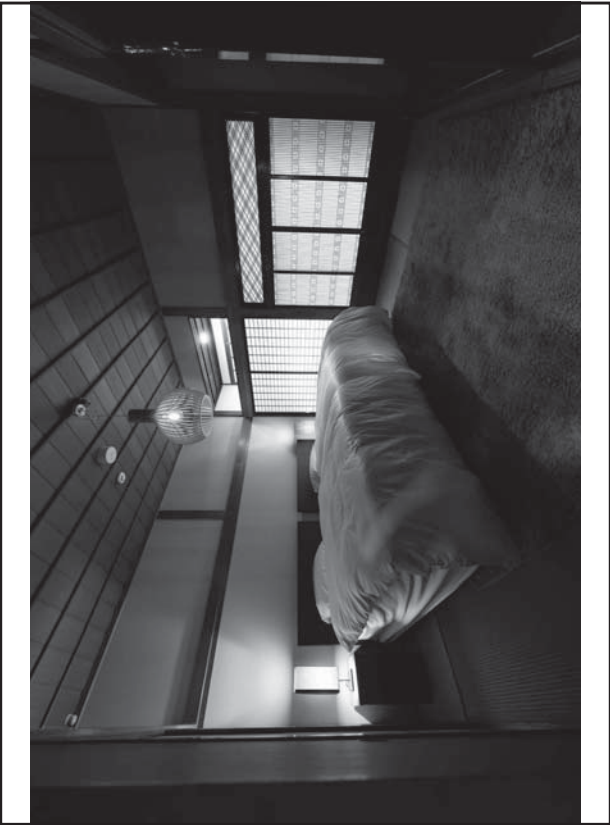
(3.16)



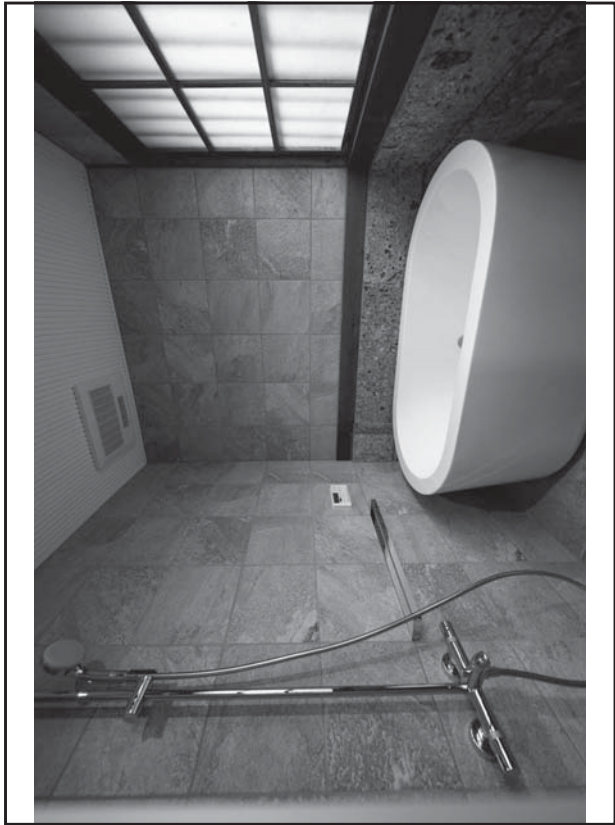
(3.18)



(3.20)



(3.17)



(3.19)



(3.21)

食事の提供方法

街の中のレストランで宿泊客用に特別な食事をご用意。
夕食は歩いて行ける飲食店や、ケータリングでホテルの部屋の中でも食事
可能となります。和食と洋食、ピータリング用の3種のタイプの夕食をご用意
しております。また、朝食はケータリングで部屋までお持ちいたします。



◀御前岩で料理された和食の食事の例
名物のそばと地元名物のトラフグのセット
綺麗な川のある観光地のスポットでもある飲食
店からのケータリングも可能

ホテルから徒歩5分であるレストラン道
写真は有名なオムライス。洋食系の食事が用意され、ホークソ
テーやハンバーガーなども名物で、今回は宿泊客用に特別な夕食が
用意される。

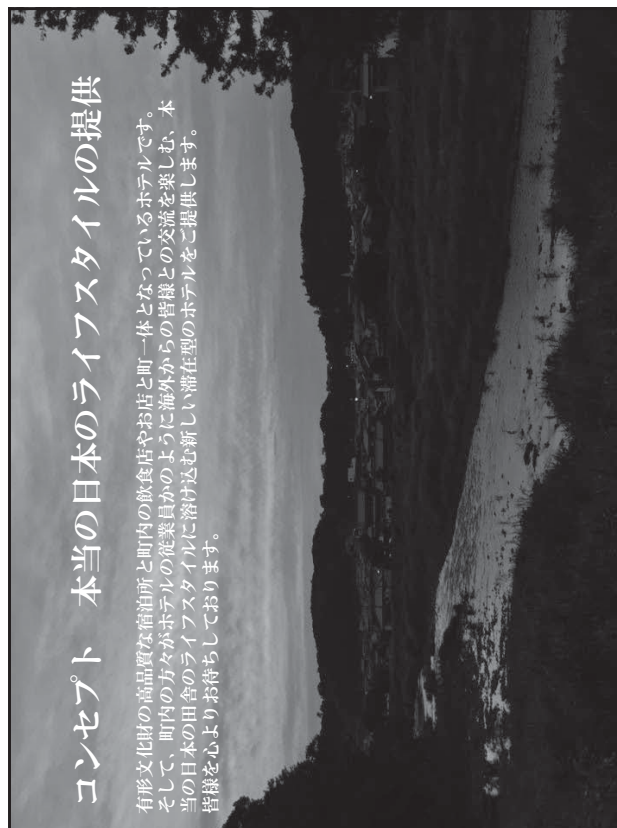
(3.23)



(3.22)

コンセプト 本当の日本のライフスタイルの提供

有形文化財の高品質な宿泊所と町内の飲食店やお店と町一体となっているホテルです。
そして、町内の方々がホテルの従業員かのように海外からの皆様との交流を楽しみ、本
当の日本の田舎のライフスタイルに溶け込む新しい滞在型のホテルをご提供します。
皆様の心よりお待ちしております。



(3.24)

Ride Experience

弊社の一般観光客（初心者）向け日帰りツアーの例

③ **あぜみち探検ライド**
 穂太タイヤの「ファットバイク」で田んぼのあぜみやエエ手道、雑木林の砂利道を探検！
 舗装路よりもより自然に近いところを走り、那須の里山の自然と季節を全身で感じながら、地域の歴史や文化にも触れる欲張りツアー。
 開催期間 4月～12月 半日ツアー（9:00～12:00 / 13:00～16:00） ¥6,000/人



© 2019 Ride Experience Inc. Confidential Page-12

(3.25)

飯塚邸 香港雑誌特集

榎木無憂邸

「日本を代表する建築家・隈研吾氏が手がけた、自然と調和する邸宅。その建築スタイルは、日本の伝統的な建築様式と、現代の建築技術を融合させた、新しい建築スタイル。その建築スタイルは、日本の伝統的な建築様式と、現代の建築技術を融合させた、新しい建築スタイル。」

「この邸宅は、自然と調和する建築スタイル。その建築スタイルは、日本の伝統的な建築様式と、現代の建築技術を融合させた、新しい建築スタイル。」



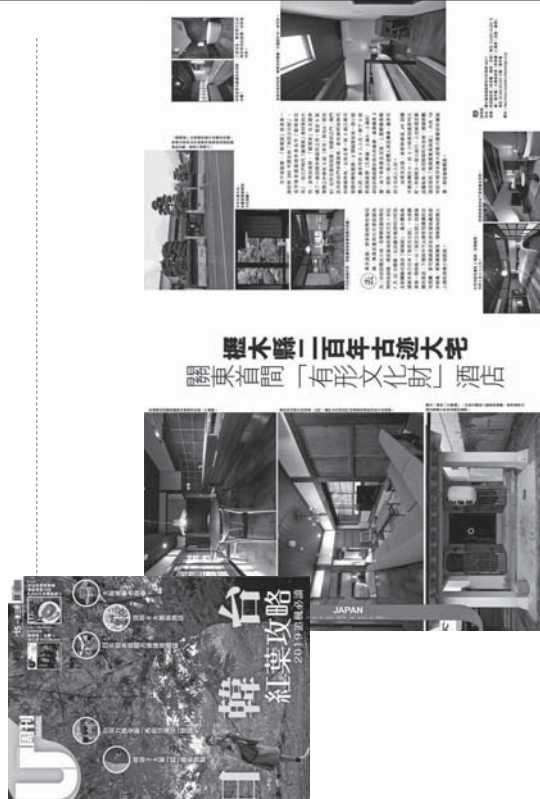
(3.26)

飯塚邸 香港雑誌特集

日韓紅葉攻略 2019 賞楓必讀

榎木縣二百年古蹟大宅
 關東首間「有形文化財」酒店

「この邸宅は、自然と調和する建築スタイル。その建築スタイルは、日本の伝統的な建築様式と、現代の建築技術を融合させた、新しい建築スタイル。」



(3.27)

パネルディスカッション

「地域資源を磨いておもてなしするために」

パネリスト

- 岡本 誠司 氏（栃木県副知事）
音羽 和紀 氏（オトワレストラン・オーナーシェフ）
宮地 アンガス 氏（ジャパン・ワールド・リンク株式会社 代表取締役）
中村 裕 氏（元社団法人日本ホテル協会会長）
細谷 真規 氏（ザ・リッツ・カールトン日光 総支配人）
藤井 大介 氏（株式会社大田原ツーリズム 代表取締役社長）

司会

- 須賀 英之 （宇都宮まちづくり推進機構理事長・宇都宮共和大学学長）

◆須賀

それでは、パネルディスカッションを始めます。最初に栃木県の観光振興施策について、岡本副知事からよろしくお願いいたします。

■栃木県の観光振興施策について

◆岡本



県の副知事の岡本でございます。ただいま放映されました栃木のPR映像いかがでしたでしょうか。栃木の美しさ、素晴らしさがあふれた映像になっていると思います。配布しました資料に沿ってご説明させていただきます。『栃木県の観光振興施策について』という資料でございます。

○DCキャンペーン

DCキャンペーン3年は無駄ではなかった、非常に成果があったという話を始めにさせていただきたいと思います。2017年にプレ、2018年・昨年本番。今年・2019年がアフターと、3年間に亘りDC、destinationキャンペーンをやってきました。多くの関係者のご努力、ご協力をいただきまして成功したと思っております。たくさんの特別企画ができましたし、1番にございます地域間の連携の強化、地域活性化の機運の高まりというのもございました。25市町すべてでイベントもやっていただきましたけれども、それまで全くやったことがなかった市、町もあったんですね。そういうところも含めて、地域で連携して取り組みがなされました。2番の交

通事業者との連携強化ということで言えば、もともとJRのキャンペーンですからJRはもちろん、東武鉄道も6月15日、県民の日に東武鉄道（宇都宮線）のフリー乗車デーなどをしていただきました。3番のおもてなし機運の醸成もなされました。その中で二次交通の充実をもっと図るべきという議論もございました。

5ページで、茂木町のミツマタは、最近話題になっていて、とても素晴らしいですし、人もいっぱい来ていました。まさに掘り起こしをしておりますし、矢板市の「おしらじの滝」も人気となっておりますし、栃木市のお祭りは2年に1回秋にやっていたわけですが、春にもお祭りをやるようになった。皆さんに真剣に取り組んでいただき、4月から6月の入込客の目標が達成されました。宿泊客も伸びました。伸びたのですがここはやはり課題で、目標は220万人でしたが、目標には届かなかった。この理由はインバウンド関係の宿泊の伸びが少ないということに尽きると思います。

8ページはインバウンドのトータルの数字で、9ページは日本人と外国人を足した延べ宿泊者数です。栃木の場合はほぼ日本人と見ていただいてもいいですが、全国17番。ちょっとランクが下がってきてはいますが、悪くはないとも言えます。ほかの県と比べても、頑張っていると言っていると思うんですね。ところが10ページの外国人宿泊客数を見ますと、栃木県は32位。これだけギャップがあるところも珍しいわけですし、栃木県は要するに国内は頑張っている、インバウンドは少ない。ゆえにその比率で出しますと11ページにあるように全国41番ということで、もはや下を探るのが難しいという状況になっています。

○インバウンドの振興

私は愛媛県松山市で、作家司馬遼太郎の小説でドラマ化された時期に「坂の上の雲」のまちということで観光のPRをしていましたし、内閣府の沖縄関係部局、もとの沖縄開発庁でも観光と沖縄振興一括交付金等を担当しており、さらに国交省の航空局にもいましたので、インバウンドをなんとしても進めたいということで、昨年7月の副知事職への就任以来、ずっと取り組んでまいりました。そこでインバウンドを進めるためにまず大きく2つのことに取り組みました。

一つ目は全庁で戦略的に進めるということでして、12ページの左上を見ていただきますと、例えば農産物の輸出促進は農政部、企業の海外展開は国際課、観光は観光交流課、教育交流は教育委員会等それぞれの課が取り組んでおり、県庁一丸となって進めるため、知事の下、国際戦略推進本部を設置いたしました。13ページは海外交流についての参考資料です。例えば栃木県は中国の浙江省と仲良しですが、政府・行政同士が仲が良いということは、観光にも民間交流にも役立つところがあるので、参考までにお配りしました。14ページは栃木県の各国別の取り組みを部局横断で作ったものです。今まさに知事は県議会、議長、民間の経済、金融、観光、農業団体、日本酒の関係者、そういう方も含めて、ベトナム、タイへ訪問中です。今までこのような部局横断でまとめた資料がなかったのです。今はこのような資料を作りながら戦略を考えて進めています。

二つ目がインバウンド予算の増加です。15 ページにあるように、栃木県のインバウンド予算は昨年度 3,645 万円、4 千万円以下だったのですが、ここをまず増やさないと次へ進めないということで、今年度は1億2千万円、3 倍まで増やすことができました。関係者に応援もいただき、増額した予算による成果の一つが、先ほど流れた動画です。また、15 ページですが、県観光物産協会では有識者を雇用することとし、台湾の方、李寧（リーネイ）さんに来ていただいて、体制を強化しています。

18 ページ・19 ページをご覧ください。3 本動画を作っていて、「Sense of Beauty - 美と、自然と、カルチャー」ということで、総集編を先ほど見ていただきましたが、587 万回再生になっております。20 ページにあるように動画の再生回数の目標は4本合わせて500万回が目標だったんですけども、4本で1,460万回再生までいきましたので、明らかに成果があがったと思っています。今回のポイントは栃木県内で行政がここまで踏み込んで行ったのは初めてだと思いますが、広告予算です。YouTube を見ると、はじめに広告が出ることがありますが、その広告の予算を投入しませんでした。そこを力を入れており、見ていただいて栃木に興味を持った方にはホームページに飛べるようになっております。YouTube を見たときに、ホームページへ飛んでいただいて、実際検索していただいた数が9万3,800回のところまでできました。実際のどの国の方がどのくらい見ていただいたのかというデータが Google から来ます。現在はベトナム、スペイン、フランス、タイ、アメリカの順になっておりますが、非常に反応がいい。我々としてはこれからもデータに基づきデジタル情報も活用して、県の観光行政を大きく変えていくんだという意気込みを持って推進してまいりたいと思っております。

21, 22 ページは、富裕層の関係事業の資料で、23 ページは、他県と連携して取り組んでいる一覧です。最後に24 ページです。華厳の滝のライトアップですが、特別保護地域なので、環境省の許可がないとライトアップができないんですが、地元がやりたいと言っているんだから絶対にやろうということで、地元、市、県一体となって働きかけて、今回はじめて実現いたしました。目標人数2,700人を大きく上回る7,500人の方が来ました。自然環境調査もあるので、来年についてはまだ決まっていますが、ぜひ継続できればと思っています。

もう一つが25ページの環境省が行っている「国立公園満喫プロジェクト」で、国立公園の関係で目標がありますが、伸びてはいるんですけどもまだ目標に足りていない。そこで、冬季を中心とした誘客を促進する。コンテンツを充実して、滞在時間を延長してもらう。特に自然ガイドさんが足りないのですが、外国の人が来てくれたときに外国語でしっかりと対応できる、富裕層、まさにリッツ・カールトンに来られるようなお客さんが満足していただけるような商品の開発、ガイドの養成が必要で、まずは登録制度を作る。また、新しい魅力づくりということで、「ユニークベニュー」と言いますが、特色ある施設で、例えば結婚式をする。沖縄では美ら海水族館で結婚式を行ったりしています。このような取り組みについて環境省の補助事業に採択をされる見込みです。

◆須賀

副知事、ありがとうございました。先ほど中村先生からMICEやDMOの大切さを、藤井さんからDMOの事例のお話がありました。2022年にJR宇都宮駅東口に市のコンベンションセンターができます。宇都宮市の駅東口整備室の方からお話いただけますか。

◆佐藤

宇都宮市東口整備室の佐藤です。コンベンション施設は、現在、基本設計を行っています。2千人の大ホールを備えるコンベンション施設の営業活動は、県内大学や企業への訪問営業がメインになっています。施設の詳細な内容がまだ固まってない状況なので、具体的な営業には至っていません。しかし、数多くの「宇都宮の施設を利用したい」というお問い合わせを受けておりますので、それに対応できるような誘致・営業活動と施設整備に取り組んでまいります。

◆須賀

大規模なコンベンションですと、3年ぐらい前から予約が入ってくるものですし、またアフターコンベンションも重要だと思うので、今から本格的に誘致に力を入れていく必要があります。今日、コンベックスの坂井社長と西川専務がお越しになっておりますので、宇都宮市ではどう対応していけばよいか示唆をお願いします。

◆西川

2022年にオープンする市のコンベンション施設のお手伝いをさせていただいております。行政のバックアップなくして施設運営はなく、コンベンション施設は市が所有し、指定管理のグループが運営をします。地域の力においてコンベンションやMICEを誘致し、そこで大きなイベントや会議が開催されることによって、地域の活性化につながる。誘致のための条件がいくつかあります。コンベンション施設があること。それを受け入れたときにお客さんが泊まれる宿泊施設があること。そこで食事やパーティーができる受け皿があること。これが最低限の三条件です。沖縄で弊社が会議を開催したときに驚きましたのは、補助金がかかりました。会場使用料の半額を県が負担してくださるという、そういう行政の大きなサポートがあり、開催ができたということもございます。DMOを、地元の皆さんの協力のもとに、主催者、コンベンション施設の運営者が良いものを開催するために、その誘致の受け皿として早急に開設できることを期待しています。

◆須賀

中村先生、いかがでしょうか。先ほど大企業もたくさんある、これからコンベンションができるということで、どうやってその誘致やおもてなしをしていくか。DMOを宿泊税による、独自の財源を作って外国人を雇って運営するということもあると思うのですが。

◆中村

結局は、バラバラで皆さんが行動してもどうしようもないんですね。皆さんが力を合わせて、官民が一つになってDMOを動かしていかないと意味がないと思います。したがって、その組織づくり。この組織づくりのリーダーシップは、やはり官の方に取っていただくかして、組織をきちんと作り、人づくりだとか、商品づくりだとか、仕組みをどうするかといったようなこと、まずは足元を固めていかないといけないのかと思います。ですから、強烈なリーダーシップを取る方が必要だと思いますし、まず官の方にそのサンプルを示していただければというようにも思いますし、それによって民間がついてくるんじゃないかなと、このようにも思います。

◆須賀

その通りですね。次に音羽先生よろしく申し上げます。

■食・農・観光—テロワールを観光資源に

◆音羽



○ブランドとは

どうしても私はヨーロッパ修行の中でフランスの影響が強いものですから、フランスを通して、ある意味でヨーロッパを通して、話させていただきます。ご存じのように、『ギド・ミシュラン』というガイドブックがあります。今、日本でもガイドブックは最初、東京、横浜などの大都市、京都、大阪とかで、つい最近奈良だけとか鳥取とか、行政の観光誘致かなと思うようなところでも、ミシュランを発刊しております。観光客を誘致できる、インターナショナルに誘致できる、一つの重要な分かりやすいガイドなのかなと思っています。それと、フランスは農のブランドA.O.C制度があります。パリはどうこうってあんまりフランスでは言わないで、地方はどうこう、自分のところはどうかという話が多いんです。その地方のA.O.C、いわゆる原産地呼称。素晴らしいブランドを強く誇ります。そのものを、地方の名店は当然すべて使っております。農のブランド、農だけでは理解しづらいんで、料理を作って食べていただく、それがどういう産物であったのかということじゃないと、一般の方に分かりませんので、そういうかたちをとっております。ブランドに対して厳しいですね。分かりやすいのでは、シャンパーニュというのは、シャンパーニュ地方から1メートル離れてもシャンパーニュという名前を付けられません。製法も同じです。その中でやはり何十もの生産者が生産をされて、最終的にシャンパーニュと名前がつけられます。ですから、ブランドはただボリュームだけを作ろうということより、品質をきちんと守って、何十年そのことを非常に大事なブランドとして、ますます強めております。

○美しい村づくり

栃木県では小砂は、フランスの「もっとも美しい村」を参考にしています。日本では、北海道の美瑛が第1号なんですけれど、小砂は今その一つになります。私も、大谷にそうなるべきかな

ということで非常に興味を持っています。フランスとスペインをまたいでいるバスク地方がありまして、サン・セバスチャンはよくテレビに出てきます。私は1970年代から、サン・セバスチャンにも何十回も行っているんですけど、そのちょっと先にビルバオというところに、1997年、グッケンハイムという世界的な美術館ができました。なんだか奇抜で、ど派手な建物ですけど、すごいのが出てきて、どうしてこんなの作っちゃったんだろうというふうに最初は見てました。作品というより、そういうものがその土地に影響があり、ヨーロッパのいろんな人にどういう影響があるのか、どういうふうに反映しているのかということに興味を持ってずっと見守っているんですけど、ヨーロッパでもっとも成功した事例と言われています。借金はとうに返したと町の人はおっしゃっています。

○食と農と観光

最近、宇都宮駅に新潟のガストロノミーというポスターがいっぱい貼ってあります。能登、または金沢、石川県あたりのカニの大きなポスターが、昔ではありえない、いわゆる食のポスターがどんどん貼られています。私は観光と言うよりは、世界どこでも食・観光というぐらいに、食を抜きでは、コンベンションも華厳の滝も、2度、3度は行かないと思います。やはり食をどういうふうに考えるかというのを原点から見ていかないと、自然にリピートするということには、いかないと思っています。

2ページを見ていただきたいと思います。栃木県の地域資源ということで、いろんな角度で書いてあります。決して1店おいしい店が大谷にあればいいとは思っていません。やはりきちんとしたマスタープランというか、ビジョンをきちんと持つということにしないと、限界があるのかなと思っております。きちんとしたビジョンのプロジェクトを組んで、各方面の方が常にそういうことを話し合っただけでキャッチボールするということが重要と思っています。素晴らしいポテンシャルをどうまとめていくのか、ということが大事です。

3ページは、ローカル・ガストロノミーというか、東京のまねをしたり、フレンチで言えばパリのまねをする時代ではないとは思っています。フランスではそもそもパリがどうこうって、地方の有名店のシェフは言いません。やはりおらが村、おらが町というふうに、自分たちの身近な食材を精いっぱい訴えながら素晴らしい食材を使って、それを大いに広げよう。地域の大事な産業として考えています。よく考えてみれば、レストランでおいしいと言われたら、それが例えばアスパラガスだったらどこのって聞きたくなるし、それがその地域であれば、やはりそのアスパラガス自体がその店でたくさん食べられる。お店でもいいし、いわゆる農のブランドとして生産者もそういうところで認められて、一流の人たちから双方から認められる、きちんとしたおいしいものを作る、提供するというのを考える必要があると思っています。

先ほど来ずっと宿泊がないとだめということがよく出てきますけれど、なぜ日帰りで帰ってしまうのかなということを考えるべきです。食に対して考える方が少なかったと思っています。宿

泊だけではだめだと思っているし、食をどういうふうにかえるかというのをきちんと見る必要があります。そのためにも、食に携わる人も育てなきゃいけないし、栃木県は立派な調理師養成施設がたくさんあります。確かに東京に行って勉強、仕事をするのも自由ですが、いつかは地元に戻ってやりたいという人も増やさないといけないので、そういうステージづくり、魅力あるまちづくりをする必要があるのかなど。栃木は素晴らしい音楽文化、益子をはじめ、いろんなアルチザン、アーティストがたくさんいます。ただ単独の益子、または小砂ではなくて、多様性に対する連携、連動をしないと弱い。うまく行政とも連携できたらいいのかなど、私は栃木県はやり方次第ですごいポテンシャルがあると思っています。

◆須賀

細谷さんにお伺いします。リッツ・カールトン日光に来られるお客さまは、どのようなエクスペリエンスをするのか。六本木や京都に泊まって日光に来るのか、中禅寺湖を起点に県内を回遊する可能性は。そのためには何が必要か。様々な体験を本県で提供することによって外国人の宿泊日数を増やしていかなくてはと思うのです。

◆細谷

どのぐらいの割合で日本人、そして外国人の宿泊者が私たちのホテルを利用されるのかという質問が多いのです。水晶玉を持っていないので分からないのですが、ポテンシャルとしては、当初はおそらく日本人の利用者が多いのではないのかなと思っています。これには一つ理由がありまして、日光のネームバリューというか、土地の認識がまだ外国人に弱いというところから、日本人が多いのではないのかなど。私たちはインターナショナルなホテルなので、いろいろなネットワークを使ってリッツ・カールトン日光、そして日光を世界の地図に載せていこうと思っています。

最初は日本のマーケットを構築し、そして少しずつ海外のゲストを増やしていくという戦略になるのではないのかなどは思います。例として、リッツ・カールトン京都が5年前にオープンしました。そのときの比率が日本人が多かったということは記憶にもありますし、データにも残っています。ただ、今、リッツ・カールトン京都の割合は約半分以上、8割にかかっているぐらい外国人のゲストが宿泊されている。必然的なことなんですけど、外国人のゲストが泊まることによって、レートが上がっていく。レートがドライブされていくということもありますので、日本人の方も泊まれる。そして外国人も泊まれるホテルにしていきたいなと思っています。

◆須賀

栃木県でどう外国人の富裕層に満足していただけるのか、アンガスさんにお話しただけだと。

■北関東のインバウンドについて

◆アンガス



「体験」という視点で考えていたのですが、「日本人にも響く体験」と、「日本人は当たり前だと思っている体験」があります。富裕層も富裕層じゃない方も一緒かもしれないですけど、意外と日本人だと当たり前だと思っていることが外国人にとって面白かったりするんです。日本人が当たり前だと思っている体験を忘れてしまうと、外国人から見て「体験」が平凡なものになってしまう。驚きとか、インパクトが減ってしまう。岐阜県に行って、外国人の間で有名な里山サイクリングを体験したときに、どうやってお米ができるのかという説明を田んぼの横で受けたんです。それって日本人にとったら当たり前のことで、季節が秋で収穫が終わっちゃった時期だったんですけど、ガイドさんがこういうふうにして米が育って、それがこういうふうにして収穫されるということを説明してくださったんです。私達視察団に外国人と同じように説明しますと言ってご説明いただいたんです。米の育ち方の説明って小さいことなんですけど、そういう説明を忘れてしまうと、体験として平凡なものになってしまう。そういう外国人が興味をもちそうなちょっとしたことを加えることで、満足度の高い体験ができるのかなというふうに感じます。外国人全般にとって、このような「体験」をもっと考えるべきだと思います。

◆須賀

北関東の観光ネットワークというのは、どういうイメージでしょうか。

◆アンガス

『北関東のインバウンド -危機と可能性-』という資料ですけれども、まず1ページ目をめくっていただくと、各県の外国人延べ宿泊者数の全国順位というものをまとめております。観光庁のデータを元にしてますので、県のデータと若干変わるところがありますが、6年前から直近までの外国人延べ宿泊者数の推移を表してます。6年前栃木県は22番目で、16万人泊泊まっていたんですが、直近1年間は、29万人泊で全国33位と、ほかの県に宿泊者を取られるかたちで、22位から33位まで下がってきています。私が危機だと感じているのはこの辺です。どこかで持ち直せばいいのですが、今後どんどん競争力が落ちてしまうのではないかと危機感を持っております。人数としては16万から29万でほぼ倍に増えてはいるんですが、この伸び率というのが、全国で47番目なんです。この期間で、2倍に達していない県はほかにないのです。2倍に達していない県は栃木県だけということが、私として非常に心配をしている点です。

○旅行者向けの情報発信

黄色でハイライトしたのが、東京以北のいわゆる北関東4県のエリアです。北関東各地は栃木県と同様の問題を抱えています。どういう理由なのか考えているんですが、理由の一つ目としては、FITの個人旅行者向けの情報発信が足りないんじゃないかと思います。団体旅行だったら

旅行会社に申し込んで、おまかせすればいいですけど、個人旅行者は3か月前からインターネットで情報を検索しますので、インターネットで検索したときに栃木県内の情報、あるいは北関東の観光情報がなければ、そこに訪れる可能性はぐんと低くなります。栃木県は知名度が低いので海外から「栃木県」という単語で日本の旅行情報を検索することはほとんどありません、そこで、東京に行こうと思っている外国人観光客に栃木県や北関東の観光情報見つけてもらえるかが、カギだと思っています。弊社では、そのような取り組みを始めたいと思っていて、NearbyTokyo.com という北関東の観光情報を発信するホームページを作成しております。次のページめくっていただくと、うちのイラストレーターに描かせた北関東の絵があるんですけども、北関東の観光資源は豊富で、周遊するには非常にいい場所というふうに思っています。

NearbyTokyo.com というサイトは、海外にいて日本、東京に行こうと思っている外国人観光客に英語の北関東の観光情報をインターネットで見つけてもらう目的のホームページです。1月に開設予定ですけども、東京でできない北関東の楽しいコンテンツだったり、今なら日本一というイベントとか、そういう観光資源は栃木県に豊富にありますので、そういうものを紹介し、北関東を周遊していただくことができると考えています。この NearbyTokyo に関連した企画というのもございます。次のページをめくっていただくと、Utsunomiya Night Guide とか、Discover Mashiko というのがありますが、宇都宮市から委託されて、日光から戻ってくる観光客に宇都宮の夜の楽しみ方を英語で発信する特設サイトを制作したり、益子の事業者さんから外国人目線で益子を発信するような特設サイトを制作しております。北関東内のいろいろな場所の魅力が海外に届かないと意味がないので、各地の魅力を届けるための事業をおこなっております。

○北関東の広域連携

なぜ栃木県とか北関東のエリアが外国人宿泊者数が伸びないかというもう一つの理由は、県境を超えた連携が少なすぎるということだと思います。民間の連携も少ないと感じており、見えない県境の壁の存在を最近強く感じています。県内の観光連絡会とか、シンポジウムとかは結構多いんですけど、県外の人が交流しながらこの北関東の地域をどうするか、北関東の広域連携を考えるという会合はあんまりないんです。弊社では3年前から北関東インバウンドアワードという会合を毎年やらせていただいております。今年は3年目になるんですけど、来年1月17日には栃木県の佐野市で北関東インバウンドサミットと名前を変えて開催し、いろいろな観光事業者さんが懇親を図り、連携のきっかけを作れる場を作りたいと思っています。連携のきっかけができれば、今度は外国人に周遊の提案ができると思います。栃木県だけで外国人に何泊もしてもらうような提案よりは、北関東エリアで周遊してもらうことが外国人観光客の宿泊につながると思います。例えば水戸に来た方に益子に来てもらう、日光に来た方に群馬に行ってもらうとか、そういうふうに各地を回ってもらうことによって宿泊数の増加が狙えると思います。

最後に、北関東エリアに関して1点質問です。皆さんの中で、ひたちなか市が外国のクルーズ船を誘致しようとしている話をご存じの方はいらっしゃいますか。海なし県の栃木県ですけど

も、ひたちなか市は海があってクルーズ船の誘致をしている。県境に壁があると、ひたちなか市と連携し、クルーズ船のお客さまに栃木県を楽しんでもらうことはできないですが、普段から行政や民間がもっと交流をしていれば、茨城県に近い市や町はクルーズ船の誘致や送客といった連携ができます。県境が壁となり情報が行き渡っていないケースは多いと思うので、もっと県境を越えた交流や連携の企画を行って北関東を盛り上げていく必要があると思っております。

◆須賀

藤井さんにお伺いします。成田から直接・連泊型の需要を取るというのはとても印象的です。成田から東京に泊まって日帰りで東照宮に行くだけでは、栃木県に外国人は泊まらないし、お金もJRと東照宮にしか入らないわけで。やはり1泊目、せっかく来たら2、3日泊まって観光してもらってから、東京に行ってもらおう。どのようにまず1泊目の需要を取って、そして2、3日滞在してもらえる、そういうルートが形成できるのか、アドバイスをお願いします。

○拠点型観光のプロモーション

◆藤井

特に新しいことというわけでもないんですけども、先ほどお話ししたケースで言うと、1週間滞在した4人の方なんですけど、日光も行きました。那須も行ったのです。1泊目、2泊目は那須に日帰りで行ってたんですね。3日目は那珂川町を回ったのです。4日目どこまで行ったかという、実は蔵王まで行ったのです、日帰りで。外国人って、こういう距離感というものを考えてほしいのです。相手の気持ちになって考えれば、私たちもイタリアに行って、フィレンツェの郊外に行って、拠点型のアグリツーリズムで泊まる時に、フィレンツェ、イコール1時間で行けるような感じで今日行ったりしても、例えば中日とかに3時間かけてもローマに行ったり、そういうことってあるわけなんですね。距離感が全然違うんです。

だから一番重要なのは、那珂川町とか那須だけではなくて、栃木県の全体的にプロモーションを。栃木とか茨城の広範囲で売っていくことと、長期滞在ができるんだよということを率直にプロモーションをかけること、この二つかなと思ってます。それをダイレクトに、アジアとか海外に仕掛けていくことですね。これからやりたいなと思うのは、レンタカーとのオプションプランという部分ですね。私のところではもう東京とかに泊まらないで直接来ってもらうことしか考えていないので、そういう需要は、実は関西とか九州では起きてきているんですよ。レンタカーで外国人が動くということは、東日本では弱いんですね。だからエリアで動くのと、ちゃんと拠点型で施設をプロモーションしていくということが重要と思っています。

■パネリストからのコメント、まとめ

◆須賀

最後に登壇者の方々から、「地域資源でおもてなし」というキーワードでこれから栃木県がやるべきこと、あるいは皆様に励ましのお言葉などをいただきます。

◆中村

栃木県には意外とたくさんの資源があるということですね。その資源を有効に活用するということが大事なことじゃないかと思います。ポテンシャルがすごくある県ではないかなと思います。ラグビーじゃありませんが、ワンチームになってこのポテンシャルを広げていっていただければ、観光でも有望な県になると思います。

◆細谷

日光に特化してしまう話にはなっていますが、私が日光に住み始めて中禅寺湖と奥日光の話をする時、皆さん異口同音に、すごく不便だということを話されている印象があります。不便というのは、人それぞれ違いがあると思いますが、やはりロジスティックであったり、いろは坂を登らなくちゃいけないとか、いろいろな高いハードル、低いハードルがあると思いますが、やはり利便性を高くする。それがこれからの観光にフィットしていくのではないのかと思います。もっと皆さんが日光、そして栃木に対するその資源にプライドを持ってもらいたいと思います。これは外から来た私を感じたことなんです、すごく素晴らしい資源があって、先ほどのビデオも皆さん見ていただいたとは思いますが、素晴らしい自然とカルチャー、文化、そして人、コミュニティがあるので、もっとプライドを持っていただければ、そのプライドが必ずビジネスチャンス、そして富裕層な外国人なり日本人の観光客がもっともっとこれから増えるんじゃないかなと思います。

◆須賀

ザ・リッツ・カールトン日光の予約のサイトは、いつからオープンされる予定ですか。

◆細谷

予約サイトは来年の2月中旬にオープンする予定です。またプレスリリースというかたちで報告させていただきますが、そろそろオープンさせていただきます。そのときに、お値段を確認していただければと思います。

◆須賀

5月22日オープンですから、ぜひご家族と一緒に訪れていただければと思います。楽しみにしております。栃木県でお客さまをお迎えする音羽先生いかがでしょうか。

◆音羽

宇都宮駅や市内にホテルが1軒、2軒、そのほか周りにいくつかホテルが建ってオープンしているところもあります。茂木にもあったり、ろまんちっく村にも出たりということがあるんです。友だちが、皆さんの大事な人を東京から、県内のいろんなところにお招きするときに、宇都宮の

方はどこにお招きしたり、ここに連れて行ったら喜んでくれるかなというところが、まだ不明瞭かなと思っています。接待するんだったらあそこあそこだよねとか、たくさんの方が集まるんだったらこうだよねとか、居酒屋でもあそこだったら間違いのないよねとか、ホスピタリティだけではなくて料理の質もいろいろ含めて。そういうことがおそらく分からないんじゃないかなと。

工業団地にいろんな企業があります。私どものところにも来ていただいていますけれど、皆さんほとんど知っていらっしゃいません。いわゆるどういうところに行ったらいいのか分かんないんだよって、言われます。わざわざ友だちに紹介したくなる、または特別な接待というわけじゃありませんけれど、また海外の人が来たときに対応できるということがどういうところにあるんだろうかというのをもうはっきりしたほうがいいんじゃないかなと。そういうグループができれば、栃木県の地産地消の、しっかりしたものを使って、きちんと対応する。そういうことが必要かなと。

ホテルと連携する必要があるとも思います。ホテルのコンシェルジュがどこに連れて行っていか分からない。たまたま知っているからあそこをご紹介するというんじゃないくて、もう少し客観的に宇都宮も知っていただかないと、結果的に、なんだ中途半端だなんて言われていくのはまずいと。そういう厳しいことをやることによって飲食関係の人たちも、もっと頑張るといふふうで切磋琢磨すると思っています。そういう連携を取れるようなことをしていきたいと思っています。

◆須賀

食は大切ですね。飯塚邸では、地元にあるレストランや、料亭を紹介してということでした。また人形町のロイヤルパークホテルのように、外人向けに飲食店や名所の地図を作ったり、ということが考えられると思います。

◆藤井

今日の感想は、栃木の未来は明るいと言えないんですけども。農村観光は数年で変わっていくと思っていますし、国策で来年から面白い挑戦がさらに発進、始まっていきますので、この3年から5年でぜひ大きく変わっていければと思います。日本は温泉があったんで、地方の観光というと温泉が中心だったんです。でも世界の観光を見て、ニュージーランドとか、オーストラリアとか、ヨーロッパでいうと、やはり農村観光が地方の観光のポイントになっているんですね。だから日本も、農村のきれいさが圧倒的にありますので、ちゃんと温泉観光とは別に作っていかなければいけないと思うし、個人旅行を中心とした農村観光が動いていくと思います。そこを中心に国内も動いていくので、栃木県の農村観光が日本で最先端に行くようにもっていかればと思います。日本で23位とか、三十何位とかじゃなくて、そっちへ頑張っていきたいと思っています。

◆須賀

アンガスさん、北関東の情報も積極的に発信してもらいたいと思います。

◆アンガス

観光資源、地域資源は栃木県に多く存在しているというお話をされていましたが、私も同感です。地域資源が足りないということはないと思っています。ただ、各観光資源の魅力が海外に伝わっていないという問題はあると思います。地域資源を発掘し、どのようにブランド化し発信するかという段階になって、隣の町をまねしちゃうことが多くあります。どの町も同じようなコンテンツにならないように注意するべきだと思います。せっかくユニークなものが多く集まっているので、皆さんの町や地域の中で、得意なものを見つけ、発信し、外国人に刺さるようなことをどんどん続けていってほしいなと思います。やれば結果は必ず出ると思います。広域で一緒に力を合わせていければ、栃木県の外国人宿泊者数が急激に伸びたみたいなニュースが期待できるのではないかと思います。

◆須賀

ご協力よろしくお願ひします。岡本副知事には、全体をまとめていただければと思います。

◆岡本

インバウンド飛躍に向けてホップ・ステップ・ジャンプが必要だとすると、明らかにホップはしたと思います。現在はステップ、足元を固めている段階で、さらに関係者が手を携えて頑張れば絶対ジャンプできるんだと私は思っておりまして、皆さまのいろいろな取り組みを聞いて心強く思ったところです。

2つ付け加えさせていただきたいと思います。一つ目は羽田空港での国際便の大幅増加です。来年の3月29日から羽田空港の新飛行ルートが実施されますが、なぜ新飛行ルートにするかというと、国際便を増やすためであって、現在羽田空港の一日80便の国際便が来年の3月末から130便になります。首都圏で国際便がこれほど増えるのは7、8年後の成田空港の第3滑走路の完成までではない大きなチャンスなので、質の向上はもちろん必要だけれど、インバウンドの受入れ、量に関してもこの機会を活かすべきと思います。私が沖縄の仕事をしていたとき、2011年の数字で見ると、沖縄への外国人観光客は28万人でした。去年はなんと300万人です。沖縄だって最近なんですよ、インバウンドが伸びたのは。栃木は残念ながら低位だけれども、将来伸びないということではなくて、絶対に大きく伸びる可能性があります。

二つ目は地方創生交付金の活用です。今回のシンポジウムには市町の行政や議会の皆さんもいらっしゃるの、考えていただきたいのが地方創生交付金をうまく使うことです。地方創生交付金は、国の補助率2分の1ですが、県のインバウンド事業はほとんどこれを活用して行っています。市町では交付金を使って熱心に取り組んでいるところがある一方、まったく活用していないところもあり、財源もあるわけですので、せっかくある交付金をうまく活用してみんなで取り組

めば、インバウンドの順位は絶対上がる、もっともっと伸びると思っております。皆さま方には、いろいろとお力添え賜ればと思います。

◆須賀

先生方には、たくさんの有意義なお話をいただき感謝申し上げます。皆様にも最後までお付き合いいただき、本当にありがとうございました。ぜひシンポジウムのご感想やアドバイスをアンケートにお書きください。それぞれの立場で栃木県のインバウンド増加に向けて努力していく、そのような心構えを今一度固める機会になったと思います。

パネリストの皆さま方に、盛大な拍手をお願いいたします。ありがとうございました。

宇都宮市創造都市研究センターの 地域活性化研究プロジェクト班について

A Report on the Regional Revitalization Research Project Group
of the Research Center for Creative City Utsunomiya

吉 田 肇 (宇都宮共和大学 教授)

宇都宮市創造都市研究センターでは、“文化のかおるまちづくり”を具体化するための研究および事業の企画・運営を行う組織として、「地域活性化研究プロジェクト班」を結成し、意見交換を重ねてきた。2019年度においては、3大学学生有志による「創造都市研究ゼミ」（3グループ）を結成し、宇都宮市の現状や課題を把握するとともに、クリエイター等のアドバイスを受けながら、創造都市化に向けたアイデアを出し合い、「第16回学生&企業研究発表会」（主催：大学コンソーシアムとちぎ）や「大学生によるまちづくり提案2019」（主催：うつのみや市政研究センター）等の場で、研究成果の発表と政策提言を行った。

キーワード：創造都市，地域活性化，シビックプライド，景観，起業

はじめに

宇都宮市創造都市研究センターは、宇都宮市内の私立4大学（宇都宮共和大学、作新学院大学、文星芸術大学、帝京大学宇都宮キャンパス）と自治体・産業界等が連携し、宇都宮都市圏の創造都市による発展を目指し、2017年10月に設立されたプラットフォームである（センター長：宇都宮共和大学長 須賀英之）。本事業は、文部科学省の「私立大学総合改革支援事業（タイプ3関連事業）」に選定されている。

1.1 活動の背景と経緯

1.1.1 地域活性化研究プロジェクト班の概要

宇都宮市創造都市研究センターの事業のうち、“文化のかおるまちづくり”を具体化するための研究および事業の企画・運営を行う独立組織として、地域活性化研究プロジェクト班（班長：宇都宮共和大学都市経済研究センター運営委員）を結成し、意見交換を重ねている。

地域活性化研究プロジェクト班の参加メンバー

①宇都宮共和大学，②作新学院大学，③文星芸術大学，④帝京大学宇都宮キャンパス，⑤宇都宮市，⑥宇都宮商工会議所，⑦宇都宮オリオン通り商店街振興組合，⑧ NPO 法人宇都宮まちづくり推進機構，⑨トヨタウッドユーホーム株式会社，⑩ NPO 法人とちぎユースサポーターズネットワーク——を基本とし，市内外の事業者や芸術家，市民（リコージャパン株式会社栃木支社，大谷石材協同組合事務局長，一般社団法人スリーアクト，脚本家，デザイナー等）もメンバーに加わっている。

1.1.2 創造都市研究ゼミによる活動

宇都宮市創造都市研究センター地域活性化研究プロジェクト班では，宇都宮都市圏の創造都市化に向けた取り組みの一つとして，3大学（宇都宮共和大学，作新学院大学，文星芸術大学）のまちづくりに関心の高い学生12名（各大学4名）を招集し，3つの「創造都市研究ゼミ」（シビックプライド研究グループ，景観研究グループ，企業研究グループ各4名）を創設した。

創造都市研究ゼミでは，約1年をかけ，ゼミ生たち自らが地域に足を運び，宇都宮市の現状や課題を把握するとともに，創造都市化に向けたアイデアを出し合い，行政や民間企業にその方策について提言を行った。

1.2 活動の経緯

(1) 第1回地域活性化研究プロジェクト班意見交換会

- ・日 時：2017年11月29日（水）10：30～12：30
- ・会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- ・主な内容：創造都市研究センターとして目指すところについて意見交換。各団体で実施している地域活性化等の事例を洗い出し。

(2) 第2回地域活性化研究プロジェクト班意見交換会

- ・日 時：2017年12月22日（金）15：30～16：30
- ・会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- ・主な内容：創造都市研究センターのスキーム案について意見交換。各団体で実施している地域活性化等の事例を洗い出し。

(3) 第3回地域活性化研究プロジェクト班意見交換会

- ・日 時：2018年2月22日（木）10：00～12：30
- ・会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- ・主な内容：各団体で実施している地域活性化等の事例について協議し，アーティスト・タレント等が住んでみたくなるまち「創造都市・宇都宮市」を形成していくことで認識が一致。

(4) 第4回地域活性化研究プロジェクト班意見交換会

- 日 時：2018年4月27日（金）10：00～12：00
- 会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- 主な内容：創造都市の実現に向けたクリエイターによるアイデア提案

提案①：「映画で愉快だ、うつのみや—映画による文化創生都市作りのご提案—」

鈴木 智 氏（脚本家）

提案②：「宇都宮市創造都市研究センターの強みと組織体制のご提案」

浅野 裕子 氏（一般社団法人スリーアクト 代表理事）

提案③：「まちづくりとデザイン」

坂内 雄二 氏（RICE 株式会社 代表取締役社長）

コーディネーター

鈴木 智 氏（有限会社メイユウ経営研究所 取締役・副社長）

(5) 第5回地域活性化研究プロジェクト班意見交換会

- 日 時：2018年9月14日（金）10：00～12：00
- 会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- 主な内容：「創造都市の実現に向けたクリエイターによるアイデア提案」の振り返り

(6) 第6回地域活性化研究プロジェクト班意見交換会

- 日 時：2019年4月5日（金）15：30～20：00
- 会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- 主な内容：「創造都市研究ゼミによるまちづくり提案にむけた研究計画発表」

提案①：「郷土愛強化のための栃木ブランドを活かしたチャレンジショップ村の開設」

提案②：「景観改善のための大谷石の活用」

提案③：「外国人が起業しやすい環境の整備『UTSUNOMIYA VALLEY 計画』」

(7) 地域活性化研究プロジェクト班報告会

- 日 時：2020年2月27日（木）15：00～17：00
- 会 場：宇都宮まちづくり交流センター イエローフィッシュ
- 主な内容：「創造都市研究ゼミによるまちづくり提案」

提案①：「宇都宮市民50万人観光大使計画 —市民が宇都宮をもっと自慢するために—」

提案②：「宇都宮駅西口大改造計画 —目でみてわかる宇都宮—」

提案③：「起業したくなるSDGsな未来都市うつのみや「UTSUNOMIYA VALLEY 計画」」

2 主な活動内容

2.1 創造都市研究ゼミの活動

2019年度においては、地域活性化研究プロジェクト班内に創設した、3大学学生有志で構成された「創造都市研究ゼミ」によるまちづくり提案活動を中心に取り組み、研究成果の発表やまちづくり提案などを行った。具体的な活動経緯は、以下の通りである。

- ・2019年2月22日：イエローフィッシュにおいて開校式、創造都市研究ゼミが始動（指導教官：宇都宮共和大学 西山弘泰専任講師，作新学院大学 春日正男特任教授）
- ・2019年3月6～8日，市内の現地視察，ディスカッションを行い，3グループ（シビックプライド研究グループ，景観研究グループ，起業研究グループ）に分かれて予備調査開始

- ・2019年4月5日：地域活性化研究プロジェクト班意見交換会において，2019年度の調査計画を発表。地域活性化研究プロジェクト班のメンバーからアドバイスや支援を取得。
- ・2019年4月以降は，テーマごとに調査開始
 - ※研究グループごとに個別に活動，月1回程度全体で集まり情報共有，ディスカッション
- ・2019年6月2日：日本建築家協会栃木地域会主催「旧日光庁舎周辺整備基本計画ワークショップ」への参加
- ・2019年6月7日：「創造都市宇都宮都市圏を考えるシンポジウム—産官学連携による創造都市を目指した“特色ある地域づくり”」（於 宇都宮共和大学）で各研究グループによる研究発表
- ・2019年8月22・29日：夏季集中ゼミを実施し，各研究グループによる調査，資料収集，ディスカッションを実施
- ・2019年11月10～11日：金沢への視察調査（金沢市役所への取材，金沢学生のまち市民交流館，金沢市街地等の視察など）。宇都宮共和大学 西山弘泰専任講師，作新学院大学 春日正男特任教授，ゼミ生12名が参加。
- ・2019年11月17日，起業研究グループの企画主催で学生向けの起業啓発イベント「『起業』という選択肢を考えてみよう」（於 イエローフィッシュ）を実施。
- ・2019年11月30日：コンソーシアムとちぎ主催「第16回学生&企業研究発表会」（於 作新学院大学）の研究発表で3ゼミとも企業冠賞を受賞。
- ・2019年12月11日，「JR宇都宮駅西口地区の再開発・再整備を考える意見交換会」（於 イエローフィッシュ）において，景観研究グループが学生提案「宇都宮駅西口大改造計画一目でみてわかる宇都宮一」を発表。
- ・2019年12月20日：うつのみや市政研究センター主催「大学生によるまちづくり提案2019」（於 宇都宮市役所）で景観研究グループ「宇都宮駅西口大改造計画 一目でみてわかる宇都宮一」が第3位に入賞。

- ・2020年1月14日：景観研究グループメンバー（作新学院大学 猿山，宇都宮共和大学 遠藤）が

ミヤラジに出演し、放送された。

・2020年1月21日：景観研究グループメンバーが宇都宮市長と対談

・2020年2月27日：地域活性化研究プロジェクト班報告会において、3つの研究グループが成果報告。プロジェクト班メンバーと意見交換

2.2 創造都市研究ゼミの研究成果

地域活性化研究プロジェクト班意見交換会のなかで、宇都宮都市圏の創造都市化を図るための方向性として、市民とのまちづくり意識の共有、創造都市を感じさせるまちづくり¹⁾、クリエイティブ産業を始めとする起業の活性化²⁾などの方向性が抽出された。そこで、地域活性化研究プロジェクト班内に創設した、3大学学生有志で構成された3つの「創造都市研究ゼミ」（各4名）では、それぞれシビックプライド研究グループ、景観研究グループ、起業研究グループとして研究を進めていくこととなった。

2019年度においては、「創造都市研究ゼミ」3グループによるまちづくり提案活動を中心に取り組み、研究成果の発表を行った。

(1) 「第16回学生&企業研究発表会」における研究発表

2019年11月30日、大学コンソーシアムとちぎが主催する「第16回学生&企業研究発表会」（於作新学院大学）で3つの創造都市研究ゼミ（景観研究グループ、シビックプライド研究グループ、起業研究グループ）が、以下のテーマで研究発表を行った。

このうち、景観研究グループが「大高商事賞」を、シビックプライド研究グループが「株式会社ファーマーズ・フォレスト賞」、起業研究グループが「栃木銀行賞」をそれぞれ受賞した。

① 「JR 宇都宮駅西口再開発構想 ～栃木県を象徴する駅前景観の創造を目指して～」

プラットフォーム共同研究プロジェクト 景観研究グループ

② 「宇都宮市民 50 万人観光大使計画 ～市民が宇都宮をもっと自慢するために～」

プラットフォーム共同研究プロジェクト シビックプライド研究グループ

③ 「UTSUNOMIYA VALLEY 計画 ～起業促進策の検討と実践をとおして～」

プラットフォーム共同研究プロジェクト 起業研究グループ

(2) 「大学生によるまちづくり提案 2019」における研究発表

2019年12月20日、うつのみや市政研究センターが主催する「大学生によるまちづくり提案 2019」（於宇都宮市役所 14 大会議室）で3つの創造都市研究ゼミ（シビックプライド研究グループ、景観研究グループ、起業研究グループ）が、以下のテーマで研究発表を行った。

このうち、景観研究グループが第3位に入賞、シビックプライド研究グループと起業研究グループ

プは奨励賞を受賞した。また、景観研究グループは、2020年1月21日に宇都宮市長との意見交換会を行った。

① 「宇都宮市民 50 万人観光大使計画 ー市民が宇都宮をもっと自慢するためにー」

プラットフォーム共同研究プロジェクト シビックプライド研究グループ

② 「宇都宮駅西口大改造計画 ー目でみてわかる宇都宮ー」

プラットフォーム共同研究プロジェクト 景観研究グループ

③ 「起業したくなる SDGs な未来都市うつのみや 「UTSUNOMIYA VALLEY 計画」」

プラットフォーム共同研究プロジェクト 起業研究グループ

ここでは、「大学生によるまちづくり提案 2019」において、3グループそれぞれがまちづくり提案を行った提案書を示す。(表-1, 表-2 及び表-3)

(出所：宇都宮市ウェブサイト「大学生によるまちづくり提案発表会 2019」

<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/kenkyu/renkei/1022243.html>, 2020/3/31
アクセス)

表一 1 学生提案成果報告 (シビックプライド研究グループ)

No.1	提案名：宇都宮市民 50 万人観光大使計画 一市民が宇都宮をもっと自慢するために
	提案団体名：プラトホーム共同研究プロジェクト シビックプライド研究グループ
	所属：宇都宮共学術学部 / 作新学院大学経営学部 / 文星芸術大学美術学部
	代表者：車塚 穂乃香 指導教員：西山弘泰、春日正男
チームメンバー	車塚 穂乃香 (文星芸術大学 3 年)、馬 宇彤 (宇都宮共学術大学 2 年)、野中相佳 (作新学院大学 3 年)、木村 天 (宇都宮共学術大学 2 年)

○ 提案の要旨 (Abstract)

本提案は、宇都宮市民すべてがシビックプライドを持ち、宇都宮市を自慢できる都市にすることを目的とする。市民の宇都宮への愛着は全国的にみても高い。ところがその理由をみてみると、「生活利便性の高さ」や「自然災害の少なさ」「東京へのアクセス」など、日常生活に根差したものが多く、それが宇都宮市への誇りや他地域居住者への自慢にはつながらないと思われる。その証左として、栃木県は 2019 年もブランド力ランキングでは 43 位と下位に甘んじている。また、宇都宮市においても「餃子」以外のイメージや観光資源に乏しく、地味な存在となっている。提案者らは、宇都宮市のブランド力向上や認知度向上、観光振興、さらには産業振興には、シビックプライドの向上が最も重要であると仮定した。宇都宮市では、ブランド推進協議会を立ち上げるなど、官民協働のシニアプロジェクトを展開している。例えば宇都宮市民向けのアンケートは「宮カフエ」や「愉快ログ」などは斬新な取り組みといえよう。一方、学校教育においては小中学校で「宇都宮学」を必修とし、子どもたちの郷土を愛する心を育む事業も来年度以降順次実施される。

以上のように、宇都宮市では市民に向けたシニアプロジェクト、郷土教育の体制が確立されつつある。ところが、提案者たちのような高校生から大学生までの学生には、宇都宮の良さを知る機会がほとんどない。そこで提案者たちは、高校生と大学生が地域をまちづくりに主体的に関わる組織、それらが活動拠点とする建物の整備を提案する。具体的な提案は以下となっている。

- **【活動拠点の整備】**どの地域の高校生でも集まりやすい中心市街地に学生の活動拠点を設置する。拠点は宇都宮の歴史や文化を感じられる場所ということから、オリオン通り近くに立地するまちづくり交流センター「イェローフィッシュ」が最適である。
- **【学生まちづくり団体の設立】**学生のまちづくり団体を設立する。その名称は「宇都宮若者まちづくり機構」である。対象年齢は高校 1 年生から大学 4 年生までで、高校 1 年生、大学 1 年生時にそれぞれ募集を行う。
- **【人的サポート体制の確立】**市の専属職員を 1 名つけ、団体のサポート、施設の管理を行う（担当部署はみんなでもまちづくり課か市政研究センターが妥当）。また、嘱託のアドバイザーを数名配置し、細かなサポートや地域住民・組織、企業との仲介を行う。
- **【学生団体の事業】**学生団体は、いくつかのプロジェクトに分かれ、さまざまなまちづくり活動に主体的に関わりつついく。例えば、商店街と連携しホームページを作成したり、マップを制作したりする。また、高齢者の見守り活動など地域課題にも取り組む。事業による効果として、学生たちがまちづくり活動を通して出会う市民や事業者との信頼関係によって宇都宮への関心と真の郷土愛が醸成される。また市が保有する施設を有効活用できる。さらに、郷土愛を持つ学生を増やすことによる優秀な若者の県外流出阻止できる。このように地域に愛着を持ち、将来宇都宮のまちづくりを担うリーダーを高校生から養成する。彼らが宇都宮の本当の良さを知り、それを他の市民、県外居住者に発信することで、やがて宇都宮市民全員が宇都宮を愛し、市民であることにプライドを持った観光大使になっていくのである。

1. 提案の背景・目的

創造都市研究ゼミは 2019 年 2 月に、宇都宮共学術大学、作新学院大学、文星芸術大学の学生各 4 名、計 12 名が集まり、結成された 3 大学連携ゼミである。2 月に集中ゼミを実施し、「創造都市とは何か」を議論した。また、市内中心部のまち歩きを実施し、宇都宮の現状や課題の把握を行った。議論やまち歩きを通して導き出された宇都宮の課題は「宇都宮の人は宇都宮に誇りを持っていない」という点であった。メンバーは、全員市外、県外出身者である。確かに宇都宮出身の人に「宇都宮って何が市の？」と尋ねると、決まって「餃子以外なものもない」という回答が帰ってくる。宇都宮が他市に比べ印象が薄かったり、ブランド力が低かったりするのは、市民自身が宇都宮を誇りに捉えて、自慢しないからではないか。創造的な都市を目指すためには、その都市特有の「個性」が重要なキーワードになってくる。その「個性」を出すためには、その都市の歴史や文化から裏打ちされた「都市への誇り」、すなわちシビックプライドが重要であると結論付けたのである。

以上のように、宇都宮市を創造都市として発展させていくためには、市民が宇都宮の歴史、文化を土台にした都市の魅力を深く理解し、それを守り、発展させようとする意志と行動が必要である。そこで私たちは、宇都宮市民すべてがシビックプライドを持ち、宇都宮市を自慢できる都市にすることを目的とした。

2. 提案の目標・SDGs との関係

本提案は、間接的に SDGs における 17 の指標すべてを包含しているものと考えられる。本提案は市民の都市への関心を高めることを第一の目的に掲げている。学生たちが地域に出れば、人との関わりを通して都市のさまざまな課題を目の当たりにすることになる。こうした課題発見が 17 の各指標に取り組む原点となる。

直接的な SDGs との関係としては、「4. 質の高い教育をみんなに」や「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」、「11. 住み続けられるまちづくりを」が該当すると思われる。本提案が実現させることで、高校生や大学生に対して、学校だけでは学べない地域という生きた教科書を提供することができる。その教科書は、すなわちまちづくり活動を通して出会う人であるが、それらの人々からは地域の歴史や文化のみならず、生き様や仕事、価値観など「生きるすべ」や「生き方」を教わることができる。また、「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」に関しては、若者が中心市街地に集い、さまざまな人々と交わることにより、新たなアイデアや気運が醸成される。まちづくり活動に関わった学生同士が起業し、地域課題の解決につながる可能性がある。こうした学生たちが誰かとなつてつながることこそが、技術革新の基盤となる。

3. 現状分析

本章では、まず宇都宮市民の愛着度や市外居住者からの評価についての、具体的なデータを提示しながら、その現状を把握する。また、シビックプライドや郷土愛の向上に向けた宇都宮市の取り組みについてまとめる。

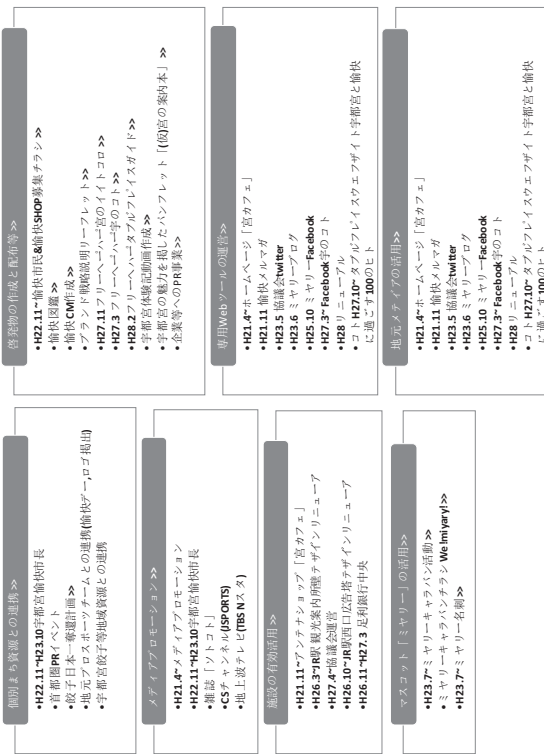
3.1 宇都宮市民の宇都宮に対する愛着度

そもそも宇都宮市民の愛着度は低いのだろうか。宇都宮市と同様に中核市である仙台市や長崎市、金沢市、姫路市などの愛着度を各都市の市民意識調査をもとにデータを収集してみた（図表 1）。宇都宮市の「とても愛着を感じている」、「どちらかといえば愛着を感じている」の割合が合わせて 90% を超えているのに対し、仙台市や長崎市の割合は 80% 台であり、他の中核市と比較しても、宇都宮市の愛着度は実はとても高かったことがわかる。宇都宮市民は決して宇都宮に対して愛着をもっていないわけではない。これは意外な結果であった。宇都宮市民の愛着度を時系列

3.3 宇都宮市の取り組み

本節では、宇都宮市民のシビックプライド向上に向けた宇都宮市の施策について「シティブロモーション事業」と「郷土教育」の2つの観点でその概要を示す。

(1) 宇都宮市におけるブランド推進の取り組み
宇都宮市では、「宇都宮ブランド」100年先も誇れるまちを、みんなで〜を合言葉に、行政と市民、企業が一体となって宇都宮の魅力を考え、発見し、形作り、発信することを目指している(宇都宮市HPの一部を引用)。それを担うのが、行政・経済・まちづくり団体、交通事業者、学識経験者、公募市民らなる「宇都宮ブランド推進協議会」である。当協議会では、上記の合言葉を実現するために、委員がアイデアを出し合い、会が発足した2009年度よりさまざまな施策を提案、推進してきた。それを図表4に示している。以下では、それらの事業の中でも、2つの事業を紹介する。

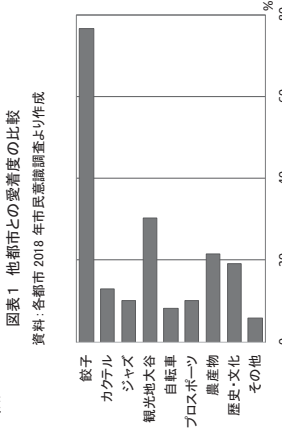
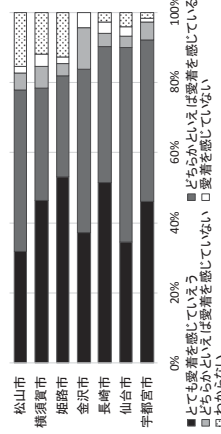
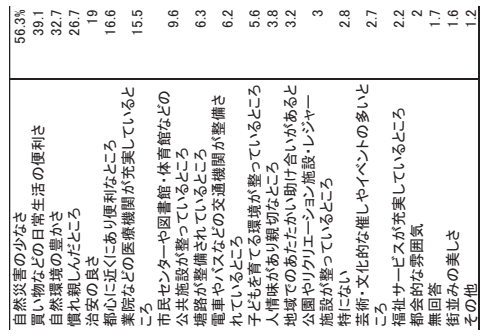


図表4 宇都宮市ブランド戦略取り組み(平成20年度～28年度)
資料:平成28年度宇都宮ブランド戦略事業報告書より作成



写真1 宮カフェの外観(左)と1階の様子
資料:2019年9月提案者ら撮影

図表2 宇都宮市を好きになる理由



でみると、2013年までは他都市と同様に90%を切っていた愛着度が、2013年以降90%を越え、その数値を維持している。これは、後述する宇都宮市のシティブロモーション事業等の効果であると推察できる。

それでは市民は宇都宮のどこに愛着を持っているのか。宇都宮市の世論調査によると宇都宮を好きな理由として日常生活の利便性や災害の少なさ、自然環境の良さが上位にあげられている(図表2)。しかし、こうしたいわば、「住みやすさ」は「宇都宮に住んでいて幸せだ」という感覚は生むものの、日常にあふれているものなので、それを他都市の人々にうまく伝えることが出来ない。つまり、「住みやすさ」は市外の人に自慢しづらい、もしくはどのように自慢すればいいかわからず、結果として「餃子以外なもの」という回答になってしまうと思われる。

一方で、栃木県のブランド力はどうか。ブランド総合研究所が毎年調査している全国3万人を対象に各地域のブランド力を評価する「地域ブランド調査」では、栃木県の魅力度(ブランド力)は43位であり全国的に見ても低い。以上のことから宇都宮市は高い愛着度があるにも関わらず、ブランド力は低いということがわかる。これは大変もったいないことであるが、今後宇都宮市のブランド力を向上させる下地を十分有しているということもなる。

3.2 市外居住者から見た宇都宮の観光資源

宇都宮市外の人、宇都宮での観光資源に興味があるものとして「餃子」が約80%と最も多い(図表3)。しかし、それ以外のものは全体的に低く、宇都宮の観光資源は餃子だけだと思われている。宇都宮には観光地大谷やジャズ、カクテルなど素晴らしい観光資源が多くあるにも関わらず、それらに興味を持ってもらえていないことがわかる。宇都宮市では宇都宮の観光資源として「ジャズ」や「カクテル」をPRしているが、それが上位にあがっていないのが残念である。

まず「愉快ロゴ」は「○○愉快だ宇都宮」という9文字で宇都宮の良さを発信しようとする取り組みで、2019年7月で1000パターンの申請があった。これは宇都宮の良さを市民が発見し、市内外に発信する良いツールである。例えば、企業や各種団体が看板にロゴを掲げたり、自動車の後方に貼り付けたりするなど、市民にかなり浸透している印象を受ける。宇都宮のさまざまな団体名や資源が文字になり、それが市民や来訪者の目に触れることができるのがユニークな点である。

次に今年で開設10年目を迎える「宮カフェ」である。宮カフェ宇都宮市中心部オリオ通りに店舗を構え、市民に対して宇都宮の特産品や情報の発信を行っている。宮カフェの1階は市内農産物や六次産業商品、大谷石グッズなど、宇都宮に縁のある商品が販売されている。また、宮カフェは「宇都宮のアンテナショップ」を標ぼうしており、餃子やカクテル、ジャズ等の様々なパレットやイベント情報の発信も行っている。2階は現在イタリアンレストランが入居し、市内の食や文化を楽しむことができる。この宮カフェは、宇都宮市中心部のオリオ通りにあり、コンセプトは宇都宮市民に宇都宮の魅力を知ってもらうというものである。提案者たちは9月にこの宮カフェにお邪魔し、店長の小野さんについてお話を伺った。宮カフェは、商店街の空き店舗を市が借り受け、民間事業者によって指定管理で運営されており、現在3つの事業者が共同運営を行っている。1階は「るまんちっく村」を運営するフアーマーズフオレストが運営し、宇都宮の魅力を発信できるように工夫されている。イベント時には多くの来場者が訪れるオリオオンスクエア向かい側という好立地でもあり、宇都宮の観光資源のPRに効果があるものと考えられる。ところが来店客を見ていると、中高年の方が多い印象を受けた。小野さんのお話でも、客層は中高年が中心のようである。以上のように宮カフェは、「宇都宮市民に向けたアンテナショップ」という点で、斬新な取り組みと言え、運営会社とのユニークな取り組み、情報発信等により効果があるといえる。とはいえ、客層を見ると中高年が中心で、若者へは至っていないと考えられる。

(2) 郷土愛を育む「宇都宮学」の取り組み

都市への愛着や誇りは、一朝一夕に意識されるものではない。その都市の成り立ちや地域の文化や歴史、先人たちが築き守ってきたものなど、総合的に学ぶことにより徐々に培われていく。都市への愛着や誇りの基礎となるのが小学校や中学校における郷土教育である。本提案の目的である宇都宮市民のシビックプライドの向上には欠かせない取り組みであることから、2019年11月19日11時より学校教育課職員の方3名に対し、宇都宮市における郷土教育について1時間程度お話を伺った。

宇都宮市では、「第2次宇都宮市教育推進計画」において「グローバル社会や情報社会などに対応できる力の育成」を掲げ、郷土教育の充実を図ろうとしている。その中で「郷土・宇都宮への誇りと愛着を育む「宇都宮学」を提唱し、それを小学校3年生から中学校3年生まで副読本を用いて（副読本の使用は小学校5年生から）学ぶ事業を2020年度から開始する。2020年度から小学校において、2021年から中学校において授業が開始される予定となっている。

ヒアリング時に配布された「郷土を育む『宇都宮学』（概要版）」によると、宇都宮学は、小学校3～4年次において身の回りの生活を支えている施設や宇都宮の観光資源や歴史資源である大谷資料館、大谷寺などの見学を通して「宇都宮のよさに気づき、親しむことができる」ということを目標としている。小学校5～6年次には副読本（小学校版）を使用し、宇都宮の地勢や自然環境、交通、伝統文化などを総合的に学習することで「宇都宮のよさを理解」する態度を身に付ける。中学校の3年間においては、小学校同様、副読本（中学校版）を用いて、宇都宮の歴史→観光資源（日本遺産大谷石の文化）→産業やLRT・ネットワーク型コンパクトシティというように、宇都宮の持つ独自性や強みを学び、それを将来のためにどう生かすのか、また将来のために自分たちは何をすればよいかなど、「宇都宮の未来を考えたり、魅力を表現したりできる」ということを目的としている。

以上のように、宇都宮市では小学生と中学生に対し、継続した郷土教育を行うことで、子どもたちの郷土に対する誇りや愛着を育もうと取り組みを行っている。しかしながら、高校以降は、

住んでいる地域について学ぶ機会が極端に減少するのが現状である。確かに、栃木県では県立高校において、総合的な学習等の時間に地域調査に取り組んでいる。しかし、多くの高校では受験対応や人的な課題から、郷土について学ぶ機会がない。そこで提案者らは、11月10日から11日にかけて先進地視察のため訪れた金沢市の取り組みを参考に、高校生から大学生がまちづくり活動を通して、地域と関わり、郷土愛やシビックプライドを育む取り組みを提案したい。

4. 施策事業の提案

4.1 金沢市の「学生のまち・金沢の推進」の取り組み

(1) 金沢視察について

まず、提案者らは他市の取り組みを参考にすべく、宇都宮市と同じく中核市であり、国際観光都市、歴史・文化が息づく都市、歴史や文化に根差した創造的な都市の金沢市に11月10日から11日にかけて視察を行った。まず10日午前中は歴史的なまちが残る長町周辺をボランティアガイドの方にご案内いただいた。午後（12時から18時）は私たちの視察先である「金沢学生のまち市民交流館」へのヒアリング（管理・運営を行う金沢市市民参画職員1名）、金沢まちづくり学生会議（学生まちづくり団体）の学生との意見交換、金沢学生のまち市民交流館が開催するイベント（カノウセイフェス）の見学と交流会への参加、そして学生たちをサポートするコーディネート2名へのヒアリングを実施した（図表5）。以下では、まず「学生のまち金沢」とは何かを概説する。

(2) “学都” 金沢の誕生と現状





金沢は、明治19年～20年（1886から1887年）に、全国五学区の各学区において官立の高等中学（金沢は第四高等中学校）が設置された5都市のうちの一つである。その後、金沢市及び近郊には、次々と高等教育機関が開学し、県外からも多く学生が来ることで「学生のまち」として発展してきた（金沢市市民局市民協働推進課提供資料より）。1970年代に大学が郊外に移転しはじめたことにより、まちもなかに学生が集まらなくなりました。しかしながら2017年のデータでは、石川県は人口1,000人当たりの学生数が全国5位、人口10万人当たりの高等教育機関数では全国1位と学都としての地位は健在である。

(3) 「金沢市における学生のまちの推進に関する条例」の制定

大学の郊外移転、学生の居住様式の変化（下宿からアパート・マンションへ）、アルバイトや余暇の過ごし方の変化などを背景に、学生の地域住民との関わりが減っていった。また、郊外化で学生たちは中心部に向いて遊びなくなり、学生と市民が日常生活の中で親しく交わり、学生が学習の場としてまちに溶け込み、生き活きと学が姿が薄まったことに、当時の市長である川出保氏が危機感を持った。そうした中で、学生がまちになかまに集い、市民との交流の中で、まちなかを学び舎とし、かつたの活気あふれる学都金沢を実現するための条例「金沢市における学生のまちの推進に関する条例」が2010年4月に施行された。当条例は、学生と市民、学生とまちとの関わりを深めることを目的としており、無論現在においても全国でただ一つの条例である。当条例の第1条では条例の目的として次のことが書かれている。「地域社会が可能性豊かな学生を育み、学生と市民との相互の交流や学生と金沢のまちとの関係を深めながら、学生のまちとしての金沢の個性と魅力をさらに磨き高めていく」。

上記の目的からは、学生とまち・市民の交流の中から、都市の魅力や活力、創造的なアイデア等が生まれ、都市を発展させていくという内容を垣間見ることができ。また、将来の都市を担っていく若者をまちぐるみで育てていくという意思を感じ取ることができる。若者を育て活躍してもらふことが、都市の繁栄につながるという信念に基づく条例である。当条例は、5章構成、21条からなっている。当条例は、学生が地域コミュニティや企業と関わるための各種施策を講じよう定めているところに特徴がある。次に当条例により金沢市が実施している学生のまち金沢を目指した取り組みを紹介する。

図表5 学生のまち金沢に関する構築の概要

金沢学生のまち市民交流館	金沢学生まちづくり会議	カノウセイフェス	交流館コオーディネーター
12:00～13:30 市民協働推進課担当職員1名による講義・質疑、交流館内案内	13:30～14:00 学生団体との学生まちづくりについての意見交換	14:30～17:00 学生団体の活動発表会の見学と交流会参加	17:00～18:00 コオーディネーターへのヒアリング
			

(4) 学生団体の設立とサポート

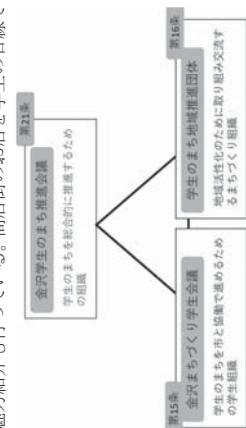
金沢市では「金沢市における学生のまちの推進に関する条例」に基づき、まちづくりを行うために3つの関係を軸とした推進体制を整えている(図表6)。

1つ目が「金沢まちづくり学生会議」という学生組織だ。これは学生のまち金沢の母体となる組織であり、学生ならではのアイデアとエネルギーを活かして創造的なまちづくり活動に取り組んでいる。「金沢まちづくり学生会議」の活動は多岐にわたり、令和元年度の第10期生は、7大学から参加した53名が所属しているという。学生会議の詳細をいくつか紹介する。まず、学生団体のメンバーを募るため、また学生に金沢の良いところを知ってもらうために「OPEN CITY in KANAZAWA」というイベントを開催している。「たった一日で金沢が好きになる。」をコンセプトに毎年100人以上の新生を招待し、先輩メンバーと金沢の名所を回るイベントで、街歩きのほか様々な体験ができる仕様になっており、現地の人と交流を深めながらまちのことを理解できるイベントになっている。

また、学生会議のメンバーが主催となって「まちなか学生まつり」という催しを行っている。運営は学生会議のメンバーのみで行い、ステージパフォーマンスのほか、学生団体による屋台、地域の名物の屋台などが出店され学生が中心になり地域住民と交流が盛んでもある。毎年商店街で開かれる「木倉町ふりゃん祭」では学生組織のメンバーがスタッフとして参加し、地域住民とのコミュニケーションの機会になっている。更に、昔から続く祭を若者が支えることにより風化を防ぐという働きも見られるだろう。商店街での交流は他にもあり、「金沢学生セレクション」と称し、Facebookを用いてまちなか商店街の魅力紹介も行っている。商店街のお店の学生目録で紹介し、街に人を集めようという企画だ。

FacebookなどのSNSを使用した宣伝は若者ならではのもので、そのような発信手段を持たない地元住民との良い連携が生まれていると考えられる。

そのほかにも、金沢まちづくり学生会議は他のまちづくり団体との交流もある。他団体と交流しつつ活動報告や情報交換を行うとお互いの知識を増やしたり、他県の大学に金沢まちづくり学生会議の活動を説明するトークライブを行ったりし、他県でまちづくりを行う学生との交流の場を設けた。



図表6 金沢市における学生のまちの推進体制
資料:金沢市市民協働推進課提供資料を参考に作成

以上のような活発なおこしや地域イベント、地域の人々との交流の場が学生による団体活動、運営されており金沢は学生が積極的に関与しているといえる。なお、本事業の年間運営資金は220万円のことである。

2つ目は学生のまち地域推進団体という団体だ。学生のまち地域推進団体とは学生、住民及び高等教育機関が地域活性化のために取り組み、交流するまちづくり組織である。上記にある金沢まちづくり学生会議の団体と相互連携を取り、さらに学生たちのサポートを担っている。主な活動としては学生と市民とのコミュニティを再生し、地域と学生がながりやすい状況にすることだ。学生と市民が共同で行うイベントを開催したり、学生が地域の活動や行事に参加し相互交流できる仕組みを作っている。また地域活性化にかかわらず、学生が住みややすらひ、暮らしやすいまちにするための定期的な協議もおこなっている。このように、まち自体が学生に協力的であり、学生は自分たちの思うまちづくりを行いやすい状況を手に入れることができる。

3つ目は金沢学生のまち推進協議の開催だ。金沢学生のまち推進協議とは学生のまちを総合的に推進するための協議を行う場である。協議内容は「学生のまち推進に向けた課題の整理や施策の検討」「学生のまち推進に向けた総合的な連絡・調整」などがあり、主に学生をいかに活性化させていくかという議題で会議を行う。この会議には参加するのは町会、婦人会及び公民館などの地域団体、高等教育機関、事業者、県、市、そして上記で紹介した金沢まちづくり学生会議と学生のまち地域推進団体の代表者だ。学生会議の代表者は今後どのような施策をおこなっていくのか提案できる場となり、学生のまち地域推進団体はそれまでの活動や課題を報告する場となる。

このような推進体制がとられているため学生はまちづくりに参加する機会が多く、また自らまちづくりに関わることができる提案することができ、その内容も県と市が管理かつサポートできるためお互いに理解を得た状況でのまちづくりとなる。

(5) 金沢学生のまち市民交流館

金沢まちづくり学生会議の活動拠点となっているのが「金沢学生のまち市民交流館」である(図表7)。この市民交流館は、学生と市民の交流の場、情報交換を通じてまちとの関係を深めるとともに自主的なまちづくり活動の場として利用され「にぎわいと活力の拠点」となることを目的に約5億円かけて改修・建設された施設である。(2)で記したように金沢は郊外に学校が多く中心街には学校が少なくない。この市民交流館は中心街に建てられた金沢市指定保存建築物を使用している。中心部にあることで、学生は集いやすくなり、また歴史の建造物であるため金沢の歴史や文化を感じられる施設となっている。市民交流館は2つの棟に分かれており、1つは学生の家も1つは交流ホールになっている。なお、当施設は、市が所有者から土地を含め購入し、運営は市が直接行っている。

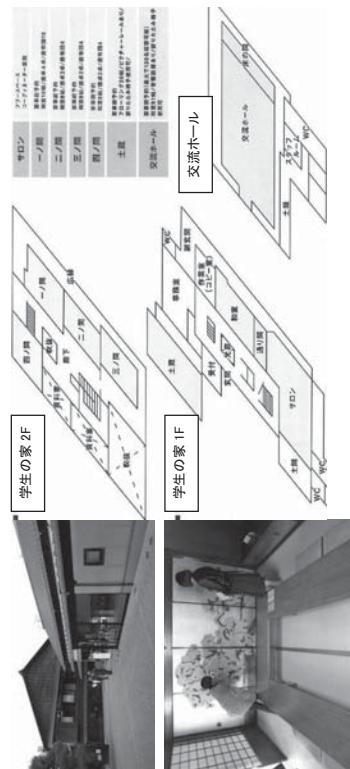
① 学生の家

学生の家には学生たちしか利用できないうちがあり、会議や打ち合わせなどで活用されている(図表7左下写真)。またサロンというフリースペースがあり、日替わりで常駐しているコオーディネーターがまちづくり活動や学生の相談に応じてくれる。コオーディネーターがいてくれることにより、学生は自分たちが考えているまちづくり活動をどのように展開させればいいのかわかる。また常に相談に応じてくれる人材がいるということが心の支えにもなるだろう。

② 交流ホール

交流のホールは最大130名収容することができ様々な活動の発表の場などに用いられている。実際、提案者たちも金沢まちづくり学生会議が参加していた「カノウセイフェス」という学生主体の企画を見ることができたのだが、開催場所はこの交流ホールであった。交流ホールは一般貸出の際は有料なのだが、学生団体の利用では無料であり金沢の学生団体の多くはこの交流ホールを活用している。

このように学生が集い、まちづくりを考えることができるスペース、また実際に企画として会場になりえる場が中心部にあることで金沢の学生は生き生きとまちづくりに取り組んでいるのではないだろうか。



図表7 金沢学生のまち市民交流館の様子
右の図は金沢学生のまち市民交流館「学生団体ガイドブック」の図表一部改変

4.2 宇都宮市の施策提案

(1) 宇都宮の高校生・大学生がまちづくりに参加できる環境づくり

① 学生団体の設立とイノベーションの活用

上記の現状分析と述べたように宇都宮の若者は宇都宮にある魅力を把握しきれきではない。しかし、愛着はある。その愛着をまちづくりに生かせないだろうか、と提案者たちは考えた。また提案者たちは金沢視察においてまちづくりに参加している学生と接した。彼等はまちづくりに通じて、さまざまな人と出会い、まちを好きになり、体験を通して得られた魅力を感じていた。このように、真の意味での都市への愛着、誇りとは地域のひととの密接なかわり合いによる良好な信頼関係から生まれるのではないかと、金沢市の視察を通して感じた。これらを受け私たちは「宇都宮若者まちづくり機構」の発足を提案する。

② 「宇都宮若者まちづくり機構」とは

「宇都宮若者まちづくり機構」とは宇都宮市が全面的なサポート体制を整えたいうえで、市内在住、もしくは市内の高校・大学生が集い、地域の課題に取り組む学生団体である。機構には、提案者たちが所属する宇都宮市創造都市研究センターも参画し、高校生、大学生のサポートを各大学の教員が担ったり、教室や機器の利用なども行えるようにしたりする。なお、本機構の担当部署は、みんなでもまちづくり課や市政研究センターが適当と思われる。

③ 学生団体の発足

宇都宮市には市が運営する学生主体のまちづくり団体というものはない。そのため宇都宮市で学生によるまちづくり団体を発足したい。市が先立って団体を発足することによって、今までまちづくりに興味があったが何から始めていいかわからなかった若者をまちづくりに導くことができる。また、まちづくりに興味があった若者は自ずと集うだろう。発足した学生団体は現在行われているまちづくりに参加したり、また企画運営をして宇都宮への理解や知識を育んでいく。団員は宇都宮にある高校、大学に募集をかけ主に高校生と大学生を主とする。様々な学校から団員を募ることで視野が広まり、企画などの幅が広がる。また金沢市では大学生のみだったが、高校生も加わることで長く宇都宮のまちづくりに関わると同時に、県外流出を防ぐことができる。

④ 市から学生団体に対するサポート

はじめから学生たちのみで一からのまちづくりに進めたいのは難しいと思われる。そのため市には学生が参加できるようなまちづくり活動の紹介、またまちづくりに行われているのかという説明など、基礎となる知識の提供の場を設けてもらいたい。学生の見識が深ま

ることで行える活動も多くなる。

⑥ 活動拠点 イノベーションの活用

学生と一言いっても、皆住んでいる場所や活動している場所は違う。そのため、まちづくりに活動の際に金沢にあった学生のみならず市民交流館のような活動拠点があると、活動がスムーズにいく。この活動拠点にイノベーションを活用できないだろうかと提案したい。イノベーションはオリオン通りの中にある、宇都宮のまちづくり研究や中心市街地の活性化に資する事業の場として、宇都宮まちづくり推進機構が宇都宮市から借りて居場所である。宇都宮市の中心部に立地するイノベーションならび学生も集まりやすく、また中心部であるため地域の人も多い。これから自分たちがまちづくりに取り組む宇都宮の中心に活動拠点があれば、地域の人々との交流もしやすく、活動もはかどるだろう。またイノベーションは発表や企画を運営するにあたって重要だ。イノベーションは様々な団体が使用するため学生のためだけにとはいかないが月に使用日を決めて学生で集うことはできるだろう。

⑥ アドバイザーのサポート

またイノベーションに集まり活動する際はまちづくりに対するアドバイザーが必要だと考える。まちづくりに学生たちだけで遂行するのは難しく、必ず県や市、地域の人々の連携が求められる。その際、アドバイザーがいることによって、学生たちが行いたいまちづくりに実現可能なか、可能であればどのような団体との協力が必要なか、など相談できる相手がいることによって学生たちは効率よく、まちづくりに活動にいきむことができる。

⑦ 活動の精査

年に2度前期後期で活動内容の精査を行う。これは学生だけでなく市や宇都宮市創造都市研究センターの先生方、地域の方、NPO等にも参加していただいで半年間の活動の進捗状況、成果などを報告し、それに対して改善点などをアドバイザーとする。

(2) 施策の効果

① 中心市街地の変化

そもそも、まちづくりに取り組むことを通年でやっている学生は少ない。もし学生団体が設立されたのであれば通年でまちづくりに行われるだろう。中心部のコミュニティは高齢化によって活気が失われている。まちづくりに常に若者がいる状況を作ることができれば活性化の芽となる。また、学生たちの中心部での消費を喚起できる。

② 学生による情報発信

学生たちがまちづくりに行う中で、その活動の様子や隠れた名店、優れた人物などを SNS で紹介することによって、宇都宮の魅力が発信できる。

③ 学生の宇都宮愛、シビックプライドの醸成

本事業最大の効果は、学生たちがまちづくりに通じて、地域の多様な人々と出会い、親密な関係から育まれる信頼関係である。まず、学生たちは地域の方々の語りや協働から、地域の歴史や文化、個々の人々の生き様、働くことの意味など様々なことを学ぶ。これにより地域の人々に対する信頼、尊敬、愛おしさが生まれ、それが最終的に地域愛、シビックプライドに変化していく。

金沢の学生団体との意見交換会で代表の学生が発した「まちづくりにとは人間関係です」という言葉が興味深い。都市とは人との連帯によって営まれ、その営みがまちづくりなのである。宇都宮若者まちづくり機構に所属する学生が地域に入り、地域の人々に対する信頼が生まれる。これが真の意味での地域愛となり、宇都宮市のことを自慢できる人間になっていく。地域を自慢するためには、誰もが知るテーマパークや世界遺産が必ずしも必要ではない。「そこにとどのよう人間関係があるのか」が重要な点である。そうした関係性をたえずつくることであれば、若者たちはもつと宇都宮のことを市外の人々に自慢するようになるはずである。本提案は、若者と地域の関係性を深めるための取り組みと見てよい。この取り組みが脈々と展開されることによつて、100年後には宇都宮に住む人すべてが、宇都宮を自慢できる観光大使になっていくことだろう。

表-2 学生提案成果報告 (景観研究グループ)

No.10	提 案 名：宇都宮駅西口大改造計画—目でみてわかる宇都宮—
	提案団体名：プラットフォーム共同研究プロジェクト 景観研究グループ
	所 属：宇都宮共和大学シテイルライフ学部／作新学院大学経営学部／文芸芸術学部
	代 表 者：遠藤 陸 指 導 教 員：西山弘泰、春日正男
チームメンバー	遠藤 陸 (宇都宮共和大学2年)、猿山 凌 (作新学院大学3年)、 浜井沙樹 (文芸芸術大学3年)、築島春菜 (文芸芸術大学3年)

○ 提案の要旨(Abtract)

本提案は、宇都宮駅西口における県都宇都宮の玄関口にふさわしい景観と誰もが楽しく・便利な駅前空間を具体的な構想図によって描き出すことを目的としている。近年、宇都宮駅東口の再開発事業の完成イメージが明確になったことや、LRTの駅西方面への延伸が示されたことにより、駅西口1街区において再開発の準備組合が発足し、再開発の機運が高まっている。この機を逃さず、市が所有するペDESTリアンデッキやその周辺を含めた一体的な再開発が求められる。

提案者たちは2019年2月と10月に宇都宮駅西口周辺の課題を明らかにするため現地調査を実施した。その結果は以下となっている。

【景観・防災・土地問題】

- 古く、形状がちぐはぐで、げげばい色の看板が目立つ
 - 大通りの両脇に老朽化した低層の古い建物が並んでおり、土地利用、防災上の問題がある
- 【交通モードの交錯】
- 歩行者、バス、タクシー、自転車、自転車が同一空間で交わり、非効率的な状態となっている
 - 歩行者が安心して利用できず、車優先の構造になっている

【利便性の欠如】

- 乗り場が多いため目的地に向かう路線がわかりづらく、また階段の上り下りも大変である
 - ペDESTリアンデッキやその周辺には利用目的が不明な空間が多数存在する
- 以上の結果をもとに宇都宮駅西口周辺における再整備・再開発のコンセプトは第一に、「一体的な再整備・再開発」、第二に「宇都宮らしい空間と景観の創造」、第三に「歩いて楽しく便利な交通の結節点」である。これをもとに描いた西口周辺の再整備・再開発は次のとおりである。
- 【再整備・再開発のエリア】駅西で再開発が行われていない街区に加え、築30年のララスクエアの第一地区も含む。また、市が所有するペDESTリアンデッキ部分、市営駐車場も一体的に行うことで、大胆な統一感ある空間が形成される。
 - 【LRTと電停】駅舎を出るとドーム型のデッキが二荒山神社方面に向かって伸びていて、中心部に竹昆の雷を鑑賞できるようにする。路面電車はデッキの上を通り、電停は駅舎を出てすぐの場所に配置し、乗り換えの利便性を高める。
 - 【デッキ内の機能】デッキの一部はオープンカフェにし、談笑しながら、竹やLRT、夏には宇都宮名物の雷を鑑賞できるようにする。デッキ上には、二階建ての犬谷石蔵を模した飲食店や観光案内所、栃木や宇都宮の土産店を配置する。
 - 【その他の交通】1階部分は、大通りに向かって広い通路がある。その両側に円形のロータリーを配置する。北側はタクシー乗り場と一般車降車場、約50台分の送迎用駐車場、同数のタクシー待機場を配置する。南側はサークル状の路線バス、高速バス、スクールバスの乗り場にする。
 - 再開発の建物には市内大学の合同キャンパス、シネコンが入った大型商業施設と総合病院、数棟の高層マンション、高級ホテルとオフィスビルの複合ビルを建設する。

1. 提案の背景・目的

提案者は、宇都宮中心部のまち歩きをする中で、建築年代や高さ、色などが統一されていないことに違和感を覚えた。どうして大手地区のように再開発が行われ、新築の高層マンションが建設される場所と、古く低層の建物が並ぶ地区があるのか、これが宇都宮の景観に着目したきっかけである。

宇都宮駅西口は、雑誌で「醜い景観 95選」に選ばれたなど、不名誉なかたちで知られたスポットでもある。確かに駅前には緑や赤の消費や金の看板が目立ち、大通り沿いの建物は高さが不揃いである。老朽化が進んでいる。こうした状況で、本館に市民や県民は郷土愛を持っているのか。また栃木県や宇都宮市にきた観光客に、当地域の魅力や感動を与えることができるのか。提案者たちは、こうした素朴な疑問や問題意識から、宇都宮駅西口地区(以下、西口地区)の再整備構想を思い立ったのである。そこで本提案は、西口地区における県都宇都宮の玄関口にふさわしい景観と誰もが楽しく・便利な駅前空間を具体的な構想図によって描き出すことを目的とする。

2. 提案の目標・SDGsとの関連

本提案とSDGsとの関連では、17の目標のうち、「3. すべての人に健康と福祉を」「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」「10.人や国の不平等をなくそう」「11.住み続けられるまちづくりを」の4つが該当するものと考えられる。

「3. すべての人に健康と福祉を」「10.人や国の不平等をなくそう」に関しては、誰もの利用しやすい駅前空間をつくることで、駅や鉄道、路面電車を利用しやすくなり、さまざまな年齢や障がいのある人々の利用を促進する。「9.産業と技術革新の基盤をつくらう」では、駅前に学生が多く集まる空間ができることで、多様な専門を持った学生間でのアイディアの交流が図られ、引いてはビジネスやまちづくりを行う素地がつくれる。また、「11.住み続けられるまちづくりを」に関しては、県や市を象徴するような空間が生み出されることによって、市民が都市への愛着や誇りを持つことができ、まちづくり・地域活性化の機運を高めることができる。

3. 現状分析

3.1 宇都宮駅西口地区における再開発とその歴史

宇都宮市では、これまでに二荒山神社周辺と、JRR宇都宮駅西口周辺で、再開発事業が行われてきた。これまでに完了しているのは図表1に示した8つの再開発地区である。宇都宮で第一号となるのが、本提案で取り上げる西口地区に含まれる宇都宮駅西口第一地区である。一方、二荒山神社周辺では、今年5月までペバル宇都宮店が入居していた宇都宮相生地区をはじめ現在までに4つの再開発事業が実施されている。近年では、栃木県最高層で注目を集めた宇都宮大手地区の宇都宮ピークスタが記憶に新しい。しかしながら、当地区においても㊸や㊹の再開発計画がまもなく、老朽化した建物が宇都宮の景観を損ねている。

さて、ここからは地区における1980年以降の動きについて概説したい。当地区における再開発の議論は、新幹線開通による駅舎の新築、駅前空間の整備にあたり、宇都宮市が出した「宇都宮駅西口周辺整備審議会」の答申であった。このことから、市は再開発に向け、各種調査、地権者との対話の場として「宇都宮駅西口地区まちづくり研究会」(その後「宇都宮駅西口再開発準備会」)を発足させ、再開発の計画が議論された。1985年、宇都宮市第一号の再開発となる宇都宮駅西口第一地区の事業着手が決定され、翌年三井不動産デベロップメントとすることで、事業が進んでいく。その結果、1990年にイトーヨーカドー系の百貨店「ロビンソン百貨店宇都宮店」が入居した商業ビルが竣工する。



図表1 宇都宮市の市街地再開発事業地域
資料：宇都宮市都市整備部『うつのみやの再開発』(発行年不明)と住宅地図を参考に作成

宇都宮駅西口第一地区の事業完了は、西口地区の再開発に大きな影響を与えた。それは地権者が再開発のイメージを持たせたこと、後押しする市が再開発のノウハウを蓄積できたことであった。そのため、大通りから図表1に示した③、④、⑦地区においては、比較的スムーズに再開発事業が進展した。一方、大通りを挟み、南北に隣接する宇都宮駅西口第二北・南地区では、不在地主の存在や一部地権者の土地売却交渉が長期化したことにより、再開発の機運が減退し、現在においても再開発が進んでいない(三田秀策 2010「地方都市における市街地再開発の合意形成—宇都宮市を事例に—」東京大学教養学部卒業論文)。

図表2 JR 宇都宮駅西口地区の主な動き

1980年	宇都宮駅西口第一地区	宇都宮駅西口周辺整備協議会」の発足
1981年	宇都宮駅西口第二北地区	宇都宮市「宇都宮駅西口周辺整備協議会」の発足
1983年	宇都宮駅西口第二南地区	ペデストリアンデッキ完成
1990年	宇都宮駅西口第一地区	宇都宮駅西口第一地区事業完了(商業施設)
2000年	宇都宮駅西口第二北地区	宇都宮駅西口第二北地区事業完了(高層マンション)
2005年	宇都宮駅西口第二南地区	宇都宮駅西口第二南地区事業完了(ホテル)
2010年	宇都宮駅西口第二北・南地区	宇都宮駅西口第二北・南地区まちづくり協議会設立
2012年	宇都宮駅西口第一・二地区	JR宇都宮駅西口地区まちづくり協議会設立
2018年	宇都宮駅西口第一・二地区	宇都宮市「JR宇都宮駅西口地区まちづくり協議会」策定
2019年	宇都宮駅西口第一・二地区	宇都宮市「JR宇都宮駅西口地区まちづくり協議会」策定

資料：宇都宮市「うつのみやの再開発」、三田秀策(2010)「地方都市における市街地再開発の合意形成—宇都宮市を事例に—」東京大学教養学部卒業論文、地権者へのヒアリング、下野新聞各記事を参考に作成

3.2 宇都宮駅西口地区の課題

提案者らは、西口地区の景観改善の提案をするにあたって、当地区の課題を明確にする必要がある。そこで10月28日(月)に西口とその周辺の現地視察を実施した。現地視察をするにあたって地権者であり、JR 宇都宮駅西口地区まちづくり協議会副会長の坂本明さんに案内をお願いし、西口地区の問題点や現状を確認していった。その結果、当地区の課題は、以下の3点にまとめられる。

(1) 景観、防災、土地利用の問題

西口地区の問題点として、まず駅前の景観問題があげられる。宇都宮駅西口の景観は、先述のように「醜い景観25選」に選ばれているなど、宇都宮において不名誉なスポットである。駅の改札から大通り方面に出ようとしたとき、ペDESTリアンデッキから見える風景は、その看板の多さである(写真1)。看板は原色系のものが多く、しかも消費者を惹きつけるようなデザインではない看板が多く掲示されている。

また先述の宇都宮駅西口第二北・南地区では、一部を除くと築50年を超えるような低層木造の建物が並び、景観だけではなく防災上でも課題がある。さらには、西口地区は有効活用を促進する高度利用地区に指定されている。再開発が進まないことは、利便性が高くさまざまな用途の需要が高い当地区の土地やせつかつかの容積率を無駄なっているといえる。

(2) 交通問題

宇都宮駅西口周辺では、さまざまな交通モードが入り乱れることによる問題が表出している(写真2)。

① 歩行者の安全問題

近年、歩行者に配慮したまちづくり、歩いて楽しめるまちづくりがトレンドになっているが、宇都宮は未だ自動車をどのように効率的に流すかに心血を注いでおり、歩行者第一の街には程遠い印象を受ける。それらの中でも同様である。

例えば、ペDESTリアンデッキを降りて、大通りに向かう場合、かなり交通量の多い信号機がない横断歩道を横断しなくてはならない。バスが多く、その多くは歩行者に配慮し停止しているが、多くの歩行者は申し訳なく足早に横断するケースが多い。朝の通勤ラッシュ時には、当地区を横断する人が絶えず、バスが駅の横断歩道まで並ぶことが日常茶飯事となり、バスの定時運行にも支障を来している。また、バスの乗降場は4つに分かれているが、それらを行き来する場合、中央の横断歩道を横断する必要がある。これも自家用車がかかりのスピードで通過することもあり、大変危険である。横断歩道ではせめて誘導員を配置するべきである。「歩行者が安全に通行できない」という意見は、市が2014年に市民が行った宇都宮駅西口に関するアンケート調査でも明らかになっている(図表3)。

自転車においては、駐輪自転車対策が進んで放置自転車は皆無である。ところが駅を降りてすぐの1階デッキ下において自転車に乗車している様子を頻繁に目にする。これは自転車の乗車が禁止されている地点であるが、こうした状況も歩行者にとって大変危険である。

② 一般車のマナー問題

西口ロータリーには一般車の乗降場が2か所設けられている。ここはあくまでも乗降用のた



写真1 駅前景観と建物
資料：提案者らが10月に撮影



写真2 駅前の交通問題
資料：提案者らが10月に撮影



バス降車場にて駐車する一般車

デッキ下の歩道を走る自転車

多くの歩行者でバスが渋滞する

写真2 駅前の交通問題
資料：提案者らが10月に撮影

めに一時利用する場所であり、長時間の駐車は許されな
い。ところが多い車は、1分以上停車し、空間を独占し
ている。中にはタクシードライバー専用バス降車場にま
で駐車している者もいる。そうしたドライバー専用一般車
が原因で、乗降場は常に混雑しており、空きを待つ一般車
が周辺に駐車したり、ロータリーを周回するなどして、余
計な通過交通を増やし、それが歩行者の安全を脅かす結
果にもなっている。

(3) 利便性の低さ

宇都宮駅西口広広場は「利用するバスがわかりにくい」
「バリアフリー化の状況」など、その利便性向上が指摘さ
れている(図表3)。路線バスに関しては、多くのバスが
宇都宮駅に集中するために、路線数が多く、バス乗場がい
くつにもわかれていて、行先がわかりにくいだけでなく、
乗り場間の行き来が非常に不便である。また、バスを降り
て駅に行くためには、エスカレーターか階段を利用しな
くてはならず、不便である。また、東口に行くためには、
駅を降りて北に50mほど移動せねばならず、初めて利用
に慣れない人にとっては、わかりづらい。大通りから
一直線に東口までの通路があれば、わかりやすく便利である。

高速バスや大学の送迎バスの乗り場も課題がある。高速バスの乗
り場は、広場南側のチサ
ンホール前にある。なぜ路線バスの乗り場がないのかわからない
が、はじめに利用する人はかわ
らないし、そもそも道路に路線バスや大学の送迎バスが停車する
のは交通混雑の原因になる。また、タクシードライバー乗場は、
タクシードライバー専用バス降車場に載せるとき、運転手
がその都度出ている。これではタクシードライバー専用バス降車
場が必要ではないだろうか。

自乗車利用も不便である。道路上に無人の駐輪場が設置されて
いるが、常に満車で駐輪する
ことができない。また、それだけでなく狭い歩道に駐輪場があ
ると歩道が狭くなり、歩行者にと
って不便で危険である。地上に駐輪場を設けると、広場内の自
乗車の通行が増える。駐輪
場の配置や収容台数に課題がある。宇都宮市は「自乗車のまち」
を標榜しているのだから、自
乗車利用の利便性を高めなくてはならない。

3.3 駅前整備に関する他市の事例

提案者たちは、目的に掲げた宇都宮駅西口像の参考にするべく、
11月11日(月)に金沢市と富山
市にヒアリングと視察を実施した。金沢市では主に駅前広場につ
いて、富山市ではLRTの効果や
LRTの南北接続についてお話を伺った。

(1) JR金沢駅東広場・西広場

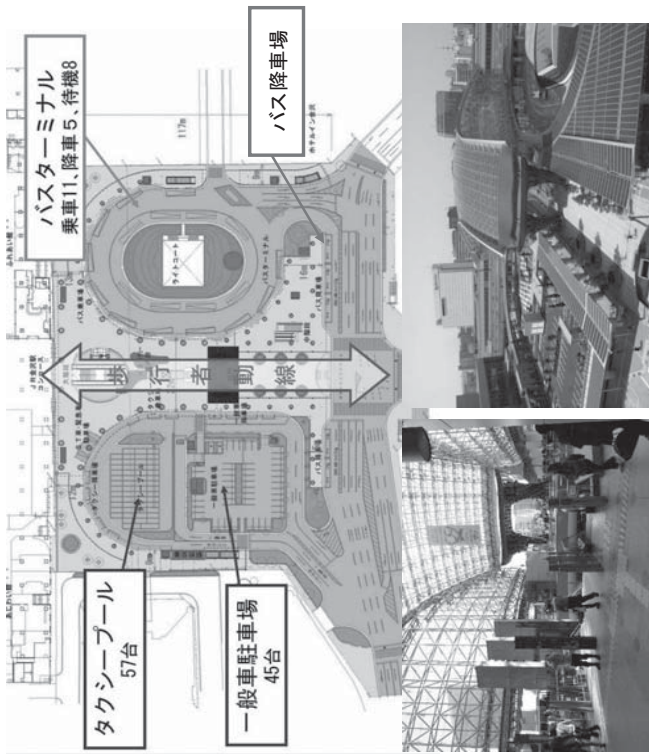
JR金沢駅は「世界で最も美しい駅14選」に日本でただ一つ選
ばれている。その象徴ともいえる
のが、東広場中央に位置する「おもてなしドーム」と「鼓門」
である(図表4)。金沢駅を出た瞬
間に現れる、天井が高く開放感があるおもてなしドームとその
先に鼓門がある景観は、観光客の
心をつかむ。実際に提案者たちもその景観に圧倒され、強い感
動を覚えた。

まず、当駅東広場は北陸新幹線延伸を見据え、2005年に完成
した。地上と地下の2層に分かれ、
地上の総面積は27,000㎡、地下は10,550㎡となっている。従
前からの駅前広場は17,800㎡
であったが、北側の北陸鉄道所有地等などを合わせた区画整理
事業を実施し、駅下に北陸鉄道金
沢駅を移設することで、地上広場の増幅を実現した。東広場の
総工費は172億円、うちおもて
なしドームが42億円、鼓門3.5億円となっている。地下は北
陸鉄道の駅とイベント広場になっ
ている。イベント広場は無料と有料のスペースに分かれており、
年300回を超える稼働率である

図表3 西口広場の改善が必要な点につ
いての市民アンケート調査の結果

駐車場の利用しやすさ	379
駅前広場の利用の円滑性	361
利用するバスの分かりやすさ	286
駅前広場、道路の安全性	284
歩行時の安全性	248
バリアフリー化の状況	243
駅前広場の一般乗降場の分かりやすさ	181
広場の大きさ	151
歩行時の快適性	143
駐輪場の利用しやすさ	141
駅前広場の一般乗降場までのアクセス性	92
自転車走行時の安全性	70
自転車走行時の快適性	55
バス乗場までのアクセス性	45
駅前広場のタクシードライバー乗場の分かりやすさ	28
駅前広場のタクシードライバー乗場までのアクセス性	13
その他	39

資料：JR平越宮駅西口周辺地区に関する市民
アンケート調査結果より作成
注：本調査は宇都宮市が2014年に市民1,000人
に対して行ったアンケート調査の結果である。



図表4 金沢駅東広場の平面図とおもてなしドーム内(左)、全景(右)
資料：平面図と右の写真は金沢市からの提供資料の一部を改変、左の写真は提案者

いう。なお、東口広場の再整備には、前市長・川出保氏の意向や思いが強かったようである。
東広場の基本構想は「伝統の広場」「歩行者優先広場」である。一方、整備方針は「金沢らし
さの創出」「充実した歩行者空間の確保・バリアフリー」「交通結節点としての合理性と機能性の
追求」「出会いとにぎわいの創出」「環境への配慮」である。まず「金沢らしさの創出」では、おも
てなしドームと鼓門がその象徴となっている。おもてなしドームは、傘をモチーフに設計されて
おり、冬季の雨が多い金沢において、金沢人のおもてなしの心を体現している。また、鼓門は加
賀宝生と言われる能の流派で使われる鼓を模している。「充実した歩行者空間の確保・バリアフ
リー」では、西側の駅前通りから、ほぼ同じ広さの通路が西広場から駅を通り東広場に出て、さら
に東広場の中心を貫いている。このように歩行者空間が中心据えられ、その軸がはっきりしてわ
れている。「出会いとにぎわいの創出」に関しては、地下の広場がその役割を果たしている。

次に「交通結節点としての合理性と機能性の追求」を詳しく紹介する。図表4の平面図にある
ように、東広場では歩行者通路を中心に、南にタクシードライバー乗場とタクシードライバー乗場
が、北にバスタクシー乗場がそれぞれ配置されている。バスと人、その他の交通が完全に分離され
ている。バス専用ミニナールはサークル状になっており、乗り場が一続きで分かりやすい。駅を出る
クルの内側にあり、スペースが無駄にならない。降車場は新幹線と並行して走る道路上に配置さ
れ、降車場と乗車場が完全分離されていて、効率的な乗降車場が実現されている。

南側のタクシードライバー乗場および一般乗降場についても工夫がなされている。タクシードライバー乗

したことにより、中心市街地に立地する2つの小学校の児童数が2007年の839人を底に、2018年には1,020人まで増加している。

すべてがルーパ化の影響ではないかもしれないが、路線を新設した沿線がかなり多くの民間投資が行われたことは興味深い。路面電車の開通は、確実に都市に投資や人口を呼び込み、活性化の起爆剤となる。宇都宮においては、市の西方面延伸への対応如何で、西口再開発が大きく動く可能性がある。また大通り周辺の民間投資、地価上昇も見込める。こうした効果は、税収の増加となり、すべての市民が恩恵を受けることにつながる。

② 路面電車の南北接続と富山駅での乗り換えの工夫
先述のように、北の富山港線と富山地方鉄道市内線が2020年3月に接続される。それに伴って、富山港線は現在運営を行っている富山ライトレール株から富山地方鉄道に業務が譲渡され、市内路面電車の運営主体は一本化される。料金もすべての路線で大人210円と一律になり、市内での移動がこれまで以上に便利になる。

富山市における路面電車南北接続事業は、北陸新幹線開業が契機となった。あらかじめ駅舎は支柱なども接続部分の間隔を広げるなど、それを見越した設計になっている。よって、既存の駅舎、軌道路線を横断しようとしている宇都宮の接続事業とは大きく異なる。

富山駅では路面電車と新幹線・在来線への接続の簡素化が図られている。路面電車のホームと新幹線・在来線の改札口が向かい合っており、双方への乗り換えがわかりやすく、便利である(図表5右図)。提案者らも金沢から新幹線で富山に向かい、新幹線改札を出ると目の前に路面電車のホームがあり、その分がわかりやすく、利便性の高さに驚いた。路面電車の中から新幹線改札方面を撮影したものが、図表5の真ん中の写真である。電車を降りて、40mほどの場所に改札がある。なお、2014年に富山駅内に路面電車駅を整備したことによって、新幹線・在来線との接続が容易になり、定期利用者が通学で27%、通勤で34%も増えたという。接続が容易になることは、利用者の増加をもたせることが実証されている。宇都宮でもバス乗り場や路側がわかりやすければ、もともと乗客を増やす可能性がある。また、西側にLRTを延伸する場合は、多少コストが高んでも駅を出てすぐの場所、すなわち2階に路面電車の駅を配置すべきである。

以上、富山のLRTによるまちづくりの例をみると、LRTを中心市街地に延伸してこそ、まちづくりや街の活性化に寄与すること、利用者を増加させるためには、他の交通モードとの接続を簡素化することが必要であることがわかった。宇都宮市においても西口方面にLRT路線網を広げることが絶対に必要である。

4. 施策事業の提案

4.1 宇都宮駅西口再整備・再開発のコンセプト

本節では3.2で示した西口地区の問題点、3.3で示した金沢市と富山市の例、さらには宇都宮市が2014年に示した「JR宇都宮駅西口周辺地区整備基本計画」などを参考に、西口地区の再整備・再開発のコンセプトを示す。

第一に「一体的な再整備・再開発」である。バラバラに再開発を進めても、結局以前と同じような景観が出現するだけである。駅前周辺の地権者と民間事業者、それから行政が一つのコンセプトをもとに、共通の認識と意思を持って、事業を進めることが重要である。宇都宮市は市営駐車場やバス乗降場を含め、地権者として再開発に取り組み、その中心的な役割を担う。

第二に、「宇都宮や栃木らしい空間と景観」である。一目で「宇都宮だ!」とわかるような、地域の資源や色を活かした空間、景観を演出すれば、宇都宮市民の都市への誇りや愛着が醸成される。金沢駅のように、誰もが感動する駅前空間が形成されれば、そこが一つの観光スポットになり、観光客増加も期待できる。さらに、駅の様子が旅行会社のパンフレットや雑誌に載ることによって、宇都宮のイメージを大きく変えることができる。駅前整備には金沢市同様、200億円かそれ以上の建設費が必要になるだろう。しかし、その投資は観光のみならず、事業立地や高度人材の確保、人口流出阻止にもつながり、長期的には宇都宮市に大きな利益をもたらすと考える。

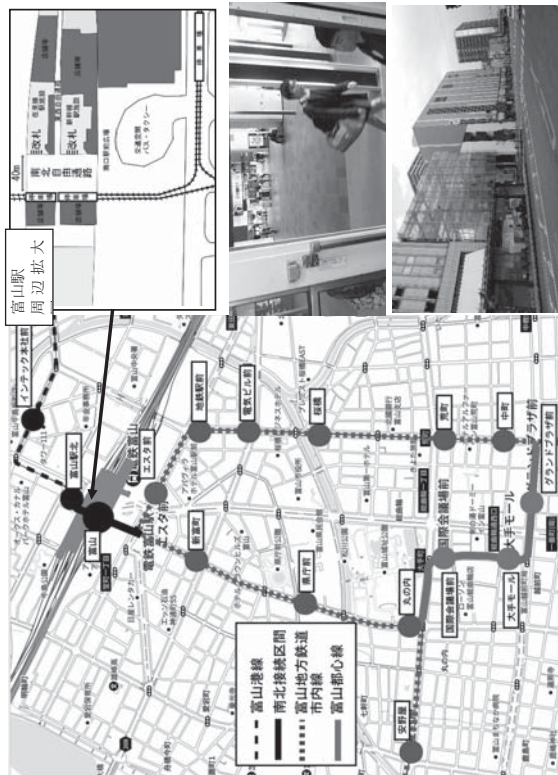
一か所、誘導員が配置され、大きな荷物などは誘導員が後部座席に収納してくれる。一般駐車場は送り迎えでの利用が中心で、20分間は無料だが、それ以降は周辺駐車場よりも高額になっている。長時間利用を抑えている。そのため、駐車車両の回転が速い。

一方、金沢駅西広場は、総工費26億円を費やし、2013年に完成した。コンセプトは「玄関口にふさわしい顔づくり」「交通機能の充実」「人や環境にやさしい広場」である。顔づくりでいうと、現代芸術の巨大なモニュメントが目玉を引く。交通機能としては、西広場に類似した設計になっているが、観光バスの発着場があるのが特徴である。北側に向かう歩行者空間1か所に信号機がない横断歩道があるが、誘導員が配置されている。

(2) 富山市におけるLRTの効果と東西接続事業
富山市には、南側に富山地方鉄道市内線と、北側にJRから営業を引き継いだ富山ライトレール富山港線の路面電車が走っている(図表5)。富山港線に続き、富山市が実施した路面電車関連施策は、2009年の富山地方鉄道線の間に路線を新設することによる乗客増加である。これにより既存の路線と合わせ、総延長3.4kmの環状線が生まれ、市内中心部の回遊性と利便性が大きく高まった。2020年3月には、JR北陸新幹線の北側を走る富山港線と南側の路線が接続される。

① LRTによる中心市街地への影響

富山市は平成19年に富山市中心市街地活性化基本計画を策定し、公共交通による中心市街地の活性化、まちなか居住を掲げる。その一環として、富山市の商業の中心である平和通り周辺地区の活性化等を目的とした路線のルーパ化を2009年に実施する。このルーパ化によって、市内路面電車利用者がルーパ化前は10,251人だったのに対し、2018年には14,601人まで増加した。また、マンションや商業施設を中心に、民間投資が相次ぎ、地価も富山駅や環状線沿線を中心に上昇し、富山市全体でも全用途平均の地価が6年連続で上昇する結果となった。図表5の最下部の写真はグランドプラザ前のものであるが、全天候型のイベントスペースが設置され、さらに奥には2つの新築マンションが建設されている。それら分譲マンションの建設によってファミリー層が増加



図表5 富山市中心部の路面電車路線とその沿線の様子
資料:地図はYahooマップをベースに作成、写真は提案者たちが撮影時に撮影

第三に、「誰もが便利で歩いて楽しい交通の結節点」である。現在の駅前は、歩行者にとってとても不便な構造である。駅から二次交通への乗り換えがスムーズで、買い物や観光案内所に行くにも迷わず、宇都宮のことを知らない人でも利用しやすい空間の創造が求められる。また歩行者と車両との接触をさげ、歩行者優先の”歩いて楽しい空間”にするべきである。さらに、一般車の侵入を極力抑え、各交通モードを分離し、どこに何ががあるのかを明確にする。そして、最後に若者が多く集い、そこで様々な情報交換が行われ、まちづくりやビジネスのアイデアが生まれる空間を創出する。

以上のコンセプトをもとに、提案者たちは西口地区再整備・再開発のキャッチフレーズを「歩いて楽しい・目で見てわかる・石の街うっけのみや」とした。

4.2 宇都宮西口地区再整備・再開発における具体像の提案

以上のコンセプトに従い西口地区の再整備・再開発構想を提案する。

(1) 再整備・再開発対象エリア

西口地区で再開発が行われていない図表1に示された⑩の範囲だけでなく、宇都宮西口第一地区（現ララスクエア）も築30年が経過するため、その対象地区とする。これにより、より壮大かつ一体的な事業が展開できる。また、市が最大の地権者となり、市の意向を最大限反映できるようにする。

(2) 駅前広場のデザイン

駅前広場はどのような天候に左右されたいかという。図表6下に示しているように、広場の内部は光を最大限取り込み明るい空間を演出するためガラス張りにする。また、夏には宇都宮名物の雷も鑑賞できる。ドームの枠は、日光街道の杉並木にちなんで、杉材を採用する。図表7にも示されているように、デッキは大通りを二葉山神社方面に延び、田川との合流地点で地上に降り、これにより、歩行者はスムーズに二葉山神社方面に徒歩で移動することができる。また、田川のせせらぎを高所より楽しむことができる。

デッキにはLRTの線路と電停が配置される。デッキの中央部分は吹き抜けになっており、そこには孟宗竹が植えられて、竹によって和の雰囲気と日影をつくり涼を演出する。なお、竹は若山農場の竹林をイメージしている。

デッキの両脇は店舗などを配置する。地産地消型の飲食店とカフェ

(内装に大谷石をふんだんに使った「石カフェ」)、観光案内所と栃木県や宇都宮市のお土産、六次産業商品、工芸品などを購入できる店舗を併設した店舗などを入居させる。店舗等の外装は大谷石舗をイメージしている。デッキ部分は敷石は、大谷石よりも固い那須町で採掘される芦野石を用いる。最後に外観のデザインだが、旧帝国ホテルを模したデザインとなっている。駅の風景が写真に収めやすいうように、また外観の広さを広げ、そこも親水広場とする。

(3) 交通機能

まず2階部分では、電停を駅舎出入口から出で、すぐの場所に配置する。これによりJR利用者は、容易に路面電車を利用できる。電停には10mおきに横断場所を設け、電車通過時には警報と光で電車の通過を知らせる。宇都宮駅内に新たに東西自由通路を設け、大通りから一直線に東口に抜けられるようにする（図表7）。

1階部分は主に自動車乗降場、南側にタクシー乗り場、一般車降車場、50台分の送迎用駐車場に配置する。なお、駐車場は10分間無料とし長時間利用させない工夫をする。バス乗り場には高速バスも乗り入れられるようにする。

(4) 再開発エリアの建物と用途

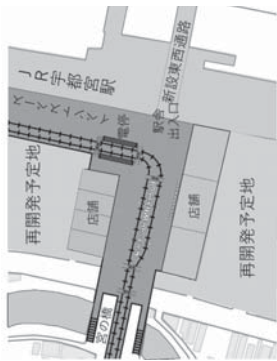
最後に再開発エリアにどのような用途の建築物が建設されれば、誰もが便利で訪れたいかという口地区になるかという点を述べていく。

まず、再開発ビルは市内4大学と8短期大学の合同キャンパスを建設してはどうか。宇都宮市の大学は、ほとんど郊外にあり、学生間の交流が少なく思うられる。これは提3大学連携ゼミである提案者たちが率直に感じた課題である。提案者たちのように分野が違った学生が、それぞれの強みを活かして、それを融合させれば自分たちでは考えもしなかったアイデアが生まれる。創造都市研究ゼミの活動を通して、学生たちが交わり、議論することの大切さを知った。また、キャンパスが駅前であれば、その学生たちが地域に出て、宇都宮の文化や歴史、さまざまな人に関わる機会が増える。学生と地域・企業が変わることによって、新たな活力や発想が生まれ、地域活性化につながっていく。

次にシネコンが入った大型商業施設がほしい。提案者たち学生は、よくシネマコンプレックスに映画を観に行く。しかしどこも郊外にあり、自家用がないと不便である。若者をもっと集めるためには、まちなかにそうした施設を含んだ商業施設があると、若者がもっと中心部を歩き、買い物をするはずである。一方で、シニアや子育て世帯などにも配慮をした施設も計画したい。再開発予定地の一部には高層マンションを数棟建設し、それに総合病院を併設したい。宇都宮市が大型の総合病院においても郊外に立地している場合がほとんどである。一方、中心部は療養型かそれに近いものがほとんどである。若者男女が安心して暮らせる空間が求められる。

最後に高層の再開発ビルに、オフィスビル、高級ホテルを同居させる。宇都宮駅東口には三星高級ホテルの建設が予定されているが、西口にはそうしたホテルがない。駅前広場の完成によって、多くの観光客が訪れる宇都宮市には、東口、西口双方に高級ホテルが必要である。

以上のように宇都宮西口地区には、居住機能、商業機能、交流機能、医療機能、そして教育機能が揃った、どの都市にもみられない便利な、魅力的で、魅力的な空間が形成される。そして、この再開発地区と東武宇都宮駅周辺地区がLRTで結ばれることにより、宇都宮の中心がより鮮明になり、宇都宮市のコンパクトシティが実現されることになる。



図表7 駅前広場の配置図

まず2階部分では、電停を駅舎出入口から出で、すぐの場所に配置する。これによりJR利用者は、容易に路面電車を利用できる。電停には10mおきに横断場所を設け、電車通過時には警報と光で電車の通過を知らせる。宇都宮駅内に新たに東西自由通路を設け、大通りから一直線に東口に抜けられるようにする（図表7）。

1階部分は主に自動車乗降場、南側にタクシー乗り場、一般車降車場、50台分の送迎用駐車場に配置する。なお、駐車場は10分間無料とし長時間利用させない工夫をする。バス乗り場には高速バスも乗り入れられるようにする。

最後に再開発エリアにどのような用途の建築物が建設されれば、誰もが便利で訪れたいかという口地区になるかという点を述べていく。

まず、再開発ビルは市内4大学と8短期大学の合同キャンパスを建設してはどうか。宇都宮市の大学は、ほとんど郊外にあり、学生間の交流が少なく思うられる。これは提3大学連携ゼミである提案者たちが率直に感じた課題である。提案者たちのように分野が違った学生が、それぞれの強みを活かして、それを融合させれば自分たちでは考えもしなかったアイデアが生まれる。創造都市研究ゼミの活動を通して、学生たちが交わり、議論することの大切さを知った。また、キャンパスが駅前であれば、その学生たちが地域に出て、宇都宮の文化や歴史、さまざまな人に関わる機会が増える。学生と地域・企業が変わることによって、新たな活力や発想が生まれ、地域活性化につながっていく。

次にシネコンが入った大型商業施設がほしい。提案者たち学生は、よくシネマコンプレックスに映画を観に行く。しかしどこも郊外にあり、自家用がないと不便である。若者をもっと集めるためには、まちなかにそうした施設を含んだ商業施設があると、若者がもっと中心部を歩き、買い物をするはずである。一方で、シニアや子育て世帯などにも配慮をした施設も計画したい。再開発予定地の一部には高層マンションを数棟建設し、それに総合病院を併設したい。宇都宮市が大型の総合病院においても郊外に立地している場合がほとんどである。一方、中心部は療養型かそれに近いものがほとんどである。若者男女が安心して暮らせる空間が求められる。

最後に高層の再開発ビルに、オフィスビル、高級ホテルを同居させる。宇都宮駅東口には三星高級ホテルの建設が予定されているが、西口にはそうしたホテルがない。駅前広場の完成によって、多くの観光客が訪れる宇都宮市には、東口、西口双方に高級ホテルが必要である。

以上のように宇都宮西口地区には、居住機能、商業機能、交流機能、医療機能、そして教育機能が揃った、どの都市にもみられない便利な、魅力的で、魅力的な空間が形成される。そして、この再開発地区と東武宇都宮駅周辺地区がLRTで結ばれることにより、宇都宮の中心がより鮮明になり、宇都宮市のコンパクトシティが実現されることになる。



図表6 駅前広場の構想図

表-3 学生提案成果報告 (起業研究グループ)

No. 14	提案名：起業しなくともSDGsな未来都市うつつのみや 「UTSUNOMIYA VALLEY 計画」
	提案団体名：プラットフォーム共同研究プロジェクト 起業研究グループ
チームメンバー	所 属：宇都宮共栄大学シティアライヴ学部／作新学院大学経営学部／ 文星芸術大学芸術学部
	代表者：松田 さりか 指導教員：西山 弘泰・春日 正男
	松田さりか (作新学院大学3年)、ドアン・ホン・ハイ (宇都宮共栄大学2年)、柳澤芳樹 (作新学院大学3年)、吉田 瞳 (文星芸術大学3年)

○ 提案の要旨

私たち起業研究グループは、宇都宮をシリコンバレーのように起業がしやすく、産業振興ができる経済特区形成を目的として、「学生アントレプレナーシップ支援制度」を提案する。すなわち、我が国の方向性を参考に、「SDGsな未来都市うつつのみや」を目指し、今後の宇都宮市の成長市場の創出を図り、地域活性化に繋げ、今後も成長し持続可能な宇都宮市を創出することである。現在、宇都宮には20団体以上の起業支援団体が存在しており、様々な方面で精力的に活動している。特に、新しい考えや熱意で今後の宇都宮を担っていく「高校生/大学生」の世代の活躍は「SDGsな未来都市うつつのみや」の実現に重要である。

しかし、現在の宇都宮市には、「高校生/大学生」には起業の知識の周知は十分であるとは言えない。支援団体には各教育機関への支援が難しいという課題もある。その結果、世界的にも開業率が低い我が国においては、日本の学生は起業という選択肢に興味関心を抱くきっかけが少なく、知識を得る機会を逃してしまっている。この点への注目が必要である。

この観点から高校・大学生の興味関心を掘り起こすため、今回、本年11月17日に、私たち学生による起業研究グループの企画主催で学生向けの起業啓発イベントを行った。この企画の前後のアンケート調査の結果、この催しによる起業への興味関心には大きな効果があげ、本イベントの有効性が高いことが分かった。この結果を踏まえ、今後は学生主体の起業支援団体を作り、市内での定期的な活動や教育機関での講義などを行っていく計画を立てている。そして、この活動事業が成功すれば、起業家精神にあふれた市民や魅力的な店や施設が集まった都市としての成長が現実のものとなり、「SDGsな未来都市うつつのみや」への道が着実に拓かれ、我が国、さらには、世界から注目される都市になることが期待される。

1. 提案の背景・目的

私たち創造都市研究グループは、昨年3月から宇都宮の活性化をテーマに活動をしてきた。その活動を通して浮かび上がってきたのは、宇都宮市では、キャノン、本田技術研究所、スバルやNTT 東日本などの大手を中心とする製造業等の産業が活発な一方で、宇都宮市を起源とするベンチャー企業が少ないという現状結果であった。

そこで、起業研究グループは「起業がしやすく、したくなる宇都宮」をテーマとして宇都

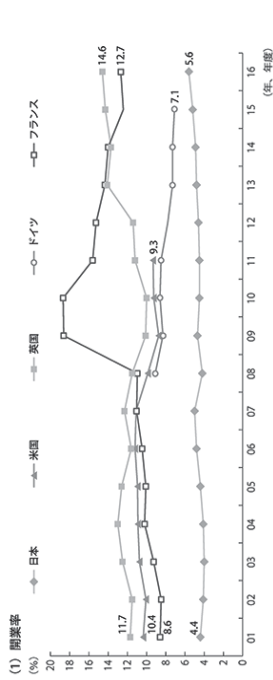
宮市の将来の成長市場の創出を図り、地域活性化に繋げ、今後も成長し持続可能な創造都市を実現できる起業に注目した研究していくことを目指した。

我が国は、図表1に示すように、世界の先進国の中でも起業を考える人の割合が少ないといわれている。これは、新卒一括採用や終身雇用制度、労働者の権利の強さなど、日本独自の労働環境によるものであり、一概に悪いこととは言えない。しかしながら、チャレンジ精神や想像力、主体性といった新たな価値を生み出す能力や資質が激烈なグローバル社会を生き抜く術として求められているなかで、日本人にそうした起業家精神が失われていき、日本の国際競争力が低下していくことも危惧される。

日本は決して起業が難しい国ではない。日本で起業が少ない直接的な要因は、そもそも日本人が起業活動をしない、自分でビジネスを興そうとする意識が希薄だからである。

こうした問題から、起業の意識がない若者に対して、卒業後の進路として「就職か進学か」という二者択一の選択肢から、「起業」という第三の選択肢を提示してさまざまな選択肢、働き方があることを広報し、起業のすばらしさを呼びかけることが本事業の目的である。

図表1 開業率の国際比較データ



資料：日本：厚生労働省「雇用関係事業年報」(年度ベース) 米国：U.S. Small Business Administration 「The Small Business Economy」 英国：Office for National Statistics 「Business Demography」 ドイツ：Statistisches Bundesamt 「Unternehmensgründungen, -schließungen, Jahrbuch, Rechtsform, Wirtschaftszweige」 フランス：INSEE 「Taux de création d'entreprises」

2. 提案の目標・SDGsとの関連

この提案の目標は、若者に「起業」という選択肢を身近にすることである。宇都宮をアメリカのシリコンバレーのような起業家精神に満ちた若者が集う都市にしたい。そこで、これまで宇都宮市経済産業政策課が行ってきた起業支援に加え、新たな支援策を提案したい。そのために、起業しやすく、したくなる環境を創ることに注目した。

この事業は、起業家の実情や行政の支援策などを周知させるための起業啓発イベントを企画し、実行する計画である。これは、ただイベントを開催して終わるものではなく、これを通して若者に起業という選択肢を与え、起業に関心を抱かせる。そして宇都宮に起業するものが増え、その起業家たちにイベント協力をしてもらおう。また起業に関心を持つ若者が増え・・・といったサイクルが望め、持続可能性が担保される。その結果、宇都宮は経済的に

活発的になり、流動人口増加が期待できる。本提案はこの計画のための‘先駆け’を目指す。

3. 現状分析

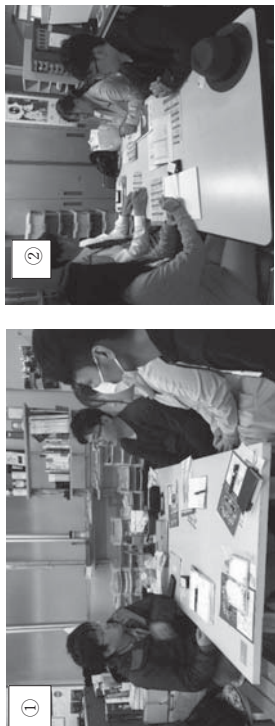
(1) 起業支援の現状

起業研究グループは、3月から4月にかけて起業支援を行っている団体と行政に起業支援の現状のヒアリング調査、意見交換を行った。その後、起業に関するイベントに参加し、11月に起業啓発イベントを起業研究グループが主催となって開催するに至った。なお、これらの活動の概要については図表2にまとめられた。

図表2 起業における調査のためのヒアリング等

3月	NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク岩井氏へのヒアリング 宇都宮市役所地域産業政策課へのヒアリング
4月	株式会社クリエーションズ 江氏へのヒアリング ベトナムダイニングジャディン グエン氏へのヒアリング セレクトショップOODAMA 今井氏へのヒアリング
8月	栃木県ブチ起業応援フェスタへの参加
9月	宇都宮アクセラレータープログラム2019への参加
10月	コンソーシアム授業「起業の実際と理論」への参加
11月	起業啓発イベント「起業という選択肢を考えてみよう」企画及び実行

写真1 起業支援調査ヒアリング（3月22日撮影）



1) 起業支援調査ヒアリングの結果

NPO法人とちぎユースサポーターズネットワーク岩井氏によると、20以上の起業支援団体がより積極的に活動しているが、あまり周知されていない、とのことである。このため、起業セミナーなどを開催しても起業に興味のある人しか来ない。したがって、起業に関心のない人にとりやってみようというアプローチをするのが課題であると話していた。また、起業支援機関の相談役に起業に関心を持つ多くの人が欲しいとも話していた。(写真1-①)

この点からも、起業のすばらしさを多くの人に訴求する活動が重要である、といえる。

宇都宮市経済産業政策課の方々は、宇都宮市は相対的に起業が少ない都市であること、高校に行政が接点を持つことが難しく、高校生や大学生にどのように起業教育をしていくかが課題であると話していた。また、大人が起業に理解がないことも要因の一つではないかと話していた。(写真1-②)

写真2 起業家へのヒアリング調査（4月撮影）



2) 起業家へのヒアリング結果

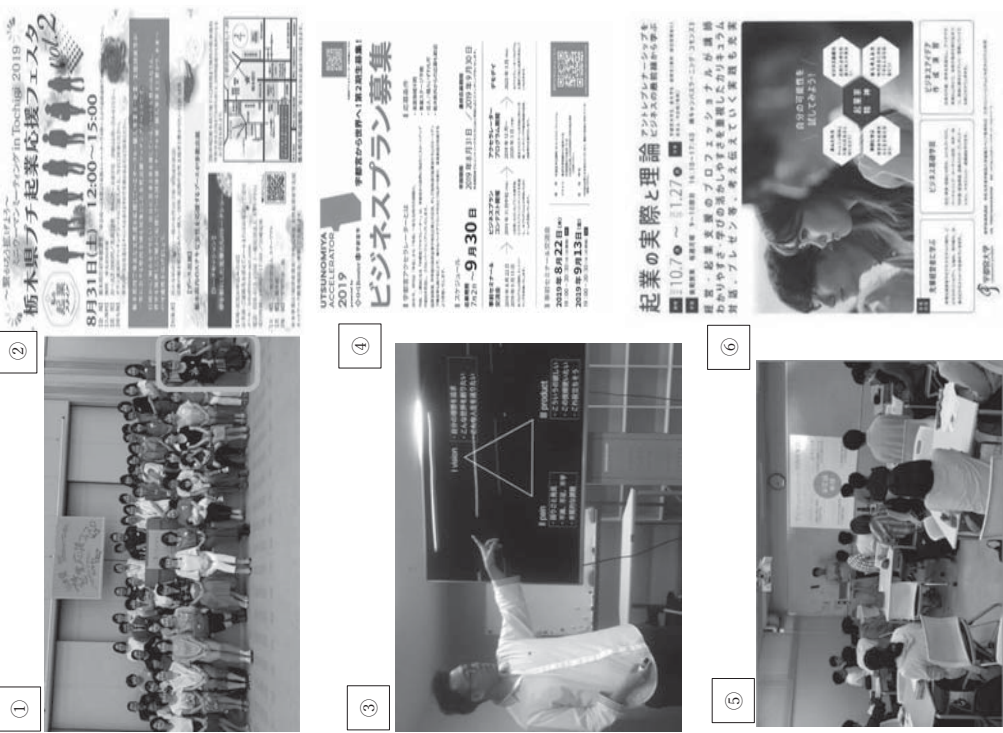
起業研究グループは、3名の起業家に起業についてのヒアリング調査を行った。セレクトショップを経営している今井氏は、起業で苦労したことについて、補助金をもらおうとしたがそのチェックに1回5万円程の費用がかかると話していた。起業支援に求めることとして、補助金をもらう際の手順と費用に問題があると話していた。起業支援に求めることとして、特定の地区で起業するならば資金2年間免除、補助金審査のハードルを低くしてほしいと意見をいただいた。(写真2-①)

サムライ寿限無を経営している江氏は、起業で苦労したことについて、外国人は日本人よりも起業のハードルが高く、特に資金面での苦労が強かったと話していた。起業支援に求めることとして、行政等公的機関がバックアップや支援をする窓口を作ってほしいとの意見をいただいた。(写真2-②)

ベトナムダイニングを営んでいるグエン氏は、起業で苦労したことについて、上記に記

したように外国人は起業のハードルが高いことを話していた。具体的に、手続きが大変で法務局に多くの書類を提出すること、保証人は日本人が2人必要で探すのが大変であった。また、補助金については条件が厳しく講習も受けなければならないと話していた。(写真2-③)

写真3 起業支援セミナー等参加



(2) 起業支援セミナー等への参加結果

1) 起業支援セミナーへの参加

上記のヒアリング調査の後、起業研究グループは8月から複数の起業支援セミナーに受講者として参加した。最初に、8月31日に行われた「栃木県ブチ起業応援フェスタ」に参加した。ここでは女性の起業支援がテーマとなっており、出展企業や来場者のほとんどが女性であった。イベントでは堅苦しい雰囲気はなく、交流会のようなものとなっており、女性ならではの和やかなムードであった。また、託児所が設置されていたり、お茶菓子も用意されていたりするなど、子供を持つ女性でも安心できる環境となっていた。(写真3-①・②)

2) ワークショップへの参加

次に、9月26日に行われた「宇都宮アクセラレータープログラム」に参加した。これは、起業のアイデアの作り方をディスカッションするというイベントであった。ここではスタートアップを応援する企業を宇都宮に呼び、ビジネスプランコンテストを開催している。しかし、応募をしなくても定期的に無料の講座を受けることができるため、明確な起業目的を持たずとも参加が可能だ。この点は宇都宮市の素晴らしい企画と感じる(写真3-③・④)

3) コンソーシアム授業への参加

10月7日から行われているコンソーシアム授業「起業の実際と論理」に参加している。この講義は、宇都宮市経済産業政策課が企画し、運営をもちぎユースサポーターネットワークが行っている。毎週宇都宮大学で講義があり、宇都宮市の学生であれば単位を取得できる制度となっている。15回の講義の中で様々な観点から起業についてゲストが講演し、参加者もアイデアを企画して発表をする。参加者は大学生だけでなく、高校生や社会人も講義を受けていた。この点は、将来の起業の布石に役立つ注目点である。(写真3-⑤・⑥)

4) 参加結果

以上のように様々なセミナーへ参加した結果、栃木県では起業をするためのイベントが数多く開催されており、繋がりを作る機会が多いということが分かった。また、この調査で宇都宮市の起業支援体制は整っており、スタートアップしやすい環境であると感じた。また、起業家も地域の活性化のために協力してくれる人が多い、と感じた。

このように起業環境が整っている中、さらなる充実と宇都宮シリコンバレー化のために起業研究グループは何をすべきか、現状での課題は何かと考えた。

そこで、起業に興味を持つ学生が少なくないという問題に気付いた。起業にはいくつかのステップがあり、無関心期から精神養成期、起業準備期を経て起業に至る。起業に関心があったり、自分で何かを創造したいという考えがあったりする人は起業に向けての活動を始める。だが、無関心期へのきっかけ作りやアプローチが難しく、どの層でも大きな課題となっている。特に、高校生や大学生は教育機関に属しているため、民間の支援団体や行政の支援が難しいとのこと。若者向けの講座やワークショップも多く行っているが、受講生はあまり多くないとのことだった。この観点から、起業研究グループは施策事業提案として学生向けの起業啓発イベント効果の重要性に注目し、これらの企画運営しようとした。

4. 施策事業の提案

(1) 起業啓発イベントの企画運営

私たち学生による起業研究グループは、様々な起業啓発イベントを企画し、主催した。このイベントは、学生に就職か進学かの二者択一の選択肢に「起業」という選択肢を示すことを目的とした。11月17日にイロエロフイッシュで開催し、起業家2人による講演、パネルディスカッション、交流会が主な内容である。

この企画には、とちぎユースサポーターズネットワーク、宇都宮市経済産業政策課の協力があり、意見交換をしながら企画を練っていた。また、このイベントの起業支援側として、㈱グリーンデザイン代表林書織氏、㈱アグクル代表小泉泰英氏を講演者としてゲストに来て頂いた。そして、起業を目指している3人の学生にパネラーとしてゲストをお願いした。イベントには30人以上が参加した。学生の参加者が多く、中には中学生もいた。参加者の7割が20代以下であった。

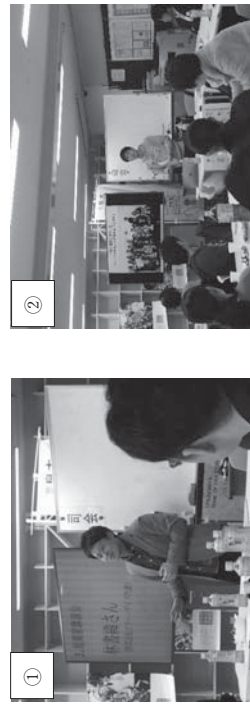
1) 講演会

2人の起業家による講演会が行われ、いかにして自分が起業に至ったのか、起業のための考え方などのお話をいただいた。

林氏は大学時代の考えを始め、サラリーマン時代から起業に至るまでの失敗からの気づきといった体験談を語った。(写真 4-①)

小泉氏は大学生時代に起業しており、自社製品を世界的商品にするという意気込みや自分の根幹にある体験談として高校時代の失恋経験などを語った。(写真 4-②)

写真 4 講演会の様子



図表 3 起業啓発イベント広告

2) パネルディスカッション

次に、「宇都宮での起業」をテーマとしたパネルディスカッションが行われた。とちぎユースサポーターズネットワークの岩井氏が進行役となり、起業についての質問を6人に投げかけていくといったスタイルであった。

パネラーの学生はそれぞれ起業するという目標を持っている。作新学院大学の安野氏は、呼吸器や香りシートといった匂いに関する商品を作りたい。宇都宮北高校の文星芸術大学の吉田氏はデザイナーをサポーターするシステムを創りたい。宇都宮北高校の山井氏は、おいしい食べ物を人幸せにしたい、宗教上食べることができないものがある人でも楽しい食事を提供するという食に関する事業を起こしたいと、皆がそれぞれ明確な起業目標を持ったプレゼンテーションしてくれた。そのため、学生たちは積極的に起業家と市の行政の方に質問をしていた。学生が起業に関心を高めてことが感じられた。(写真 5)

写真 5 パネルディスカッションの様子



3) アンケート結果

イベントが始まる前と終了した後にはアンケートを実施した。事前アンケートの質問は「現在起業に興味心があるか?」、事後アンケートの質問は「起業への興味心は高まったか?」といったものだ。事前アンケートの結果は、「とてもある」または「ある」と答えた人が44.5%であった。そして、事後アンケートの結果は、「とても高まった」または「高まった」と答えた人が71.4%となり、起業への興味心が増えた参加者が26.9%増えた。

また、「今後も起業に関するイベントに参加したいか?」という質問に、4割の参加者が積極的に回答したと答えた。

以下、図表4に、起業イベントの事前と事後の興味心結果と、記述によるアンケート結果を示す。図表4の前半部は、アンケートの事前と事後の結果を数値で示してある。後半は、記述式にして、自由にコメントを頂いた内容である。

図表4 アンケート結果



5. 今後の課題および展開

本研究では、米国のシリコンバレーを目標とし、今後の宇都宮市の成長市場の創出を図り、地域活性化に繋げ、将来にわたって成長し、持続可能な宇都宮市を創生する「SDGsな未来都市うつのみや」の実現を確実にものにする提案を目指してきた。このため、良好な起業環境の実現を支援し、そのための起業に関する新たな事業を立ち上げることを提案した。

この新しく立ち上げた事業を本研究の成果とし、これを「学生アントレプレナーシップ支援制度」と名付け、この制度を将来に向けて継続的に維持活動していく、との結果を得た。この事業の活動が、日本の、そして宇都宮の学生が起業という選択版に興味関心を抱くことに寄与できれば本研究の目的は意義あるものである、と思っている。

なお、今後の課題として、この事業を持続的に活動していくことはもちろん、さらに質の高い効果的なものにし、そして広報宣伝を強化して本事業を周知させていくことが必要である。そのためには、様々なクリエイター、起業家とのネットワークを持つ民間団体、資金面や施設面での支援サポーターとしての市の行政などの協力が必要不可欠である。具体的には、事業に必要な講師の派遣料、資機材購入のための資金調達などの公的民的支援、さらには、広報の機会の支援提供などでの協力をお願いしたい。また、宇都宮市内で成功した起業家にも起業マインドの普及促進講演会などへの講師の協力も要請したい。

最後に、本研究で結論として提案する「学生アントレプレナーシップ支援制度」は、起業に関心のない若者に「起業」という選択肢を示すイベントの企画運営であり、これにより起業家精神を高めていくことに大いに寄与できている。その結果、宇都宮市では、創造性あふれるアントレプレナーシップに満ちた若者が増え、さらに宇都宮に店や人が増えて宇都宮が創造都市としての活性化に繋がっていく、との期待も生まれる。そして、私たちのこの取り組みにより、宇都宮市が、経済的に活発な創造都市へと変化し、「宇都宮バレー」の実現へとつながることが強く期待できる。

【参考文献】

1. 日本：厚生労働省「雇用保険事業年報」（平成16年度ベース）
米国：U.S. Small Business Administration 「The Small Business Economy」、英国：Office for National Statistics 「Business Demography」、ドイツ：Statistisches Bundesamt 「Unternehmensgründungen, -schließungen: Deutschland, Jahre, Rechtsform, Wirtschaftszweige」、フランス：INSEE 「Taux de création d'entreprises」

3 今後の検討課題

地域活性化研究プロジェクト班の多様なメンバーによる意見交換，さらにはまさにクリエイティブ産業である起業支援団体，クリエイター，脚本家，芸術家等からのアドバイスを受けて，大学教員の適切な指導のもと，学生たちの柔軟な発想とあいまって，研究発表会での成果発表や創造都市研究ゼミ（景観研究グループ）と宇都宮市長との意見交換など，一定の情報発信と政策提言ができたと考えている。

宇都宮市創造都市研究センターでは，創造都市研究ゼミの研究活動など，大学，行政，事業者，市民団体，学生などが連携して，引き続き宇都宮市の創造都市づくりに向けての研究活動に取り組んでいきたい。

【注】

- 1) 宇都宮市におけるクリエイティブ産業の現状と創造都市の可能性について，丹羽（2017）は，①都市計画と建築家とのコミュニケーション，そして市民とのまちづくり意識の共有，②デザインの力を社会全体で育成，発揮する環境づくり，③IT人材養成とインキュベートへの支援，④文化活動の担い手と新たなプレイヤーの参加——を挙げている。（文献[1]）
- 2) サービス業就業者数の集積度からみた都市人口や従事者数の変動について，吉田（2019）は，圧倒的に都市部に集積している「音楽家，舞台芸術家」「著述家，記者，編集者」「美術家，デザイナー，写真家，映像撮影者」などは，芸術文化のクリエイティブ産業であり，サービス経済化に伴う都市の成長要因の一つとしている。（文献[2]）

【参考文献・情報】

- [1] 丹羽孝仁（2017）「宇都宮市におけるクリエイティブ産業と創造都市の可能性」（宇都宮市，『市政研究うつのみや』，pp.61-70）
https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/009/231/28creative.pdf
2020/3/31 アクセス
- [2] 吉田 肇（2018）「都市のサービス経済化と成長要因に関する研究」（宇都宮共和大学『宇都宮共和大学シティライフ学論叢』，pp.59-78）
- [3] 宇都宮市「大学生によるまちづくり提案発表会 2019」
<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/kenkyu/renkei/1022243.html>
2020/3/31 アクセス
- [4] 大学コンソーシアムとちぎ「学生&企業研究発表会（第16回）」
http://www.consortium-tochigi.jp/kenkyu_happyo.html
2020/3/31 アクセス
- [5] 宇都宮市創造都市研究センター
<https://www.rccc-utsunomiya.org/>
2020/3/31 アクセス

那須烏山市スイーツ詰め合わせによる 商品開発について

A Study on the Product Planning by Assorted Baked Confectionery
in Nasukarasuyama City

内 藤 英 二 (宇都宮共和大学 教授)

宇都宮共和大学シティライフ学部内藤マーケティング論ゼミでは、2017年より、栃木県立烏山高等学校1年「烏山学」研究チームとの共同研究として、那須烏山市内に道の駅『なすらすやま』の建設を想定して、研究活動を実施してきました。3年目となる2019年は、道の駅に利用客を誘引するための名物商品の開発を目指し、市内中心市街地に多数、存在する和洋菓子製造小売業に着目し、それらの小売業が製造販売している和洋焼き菓子の詰め合わせの試作品開発を実施しました。(本研究は2019年11月30日開催の大学コンサーシウム栃木主催「学生&企業研究発表会」において『未来賞』を受賞しました)

キーワード：那須烏山市，商品開発，道の駅

はじめに

「烏山学」は、栃木県立烏山高等学校が創立10周年を記念して開始した、地域課題解決型キャリア教育です。宇都宮共和大学では、長く、那須烏山市まちづくり研究会に所属している関係から、数十種ある「烏山学」講座の中の商業関連の講座の一つとして、「道の駅なすからすやまをプロデュースする」というテーマで、シティライフ学部マーケティング論ゼミ指導教員である内藤が、講師として参加してきました。

2017年には、「道の駅なすからすやま」の付属施設として、夏季限定の宿泊施設の建設を計画しました。これは世界遺産にも指定され、毎年7月に市内で開催される「山あげ祭」を目的に市内を訪れる外国人観光客を主要なターゲットとし、トレーラーハウスを客室として高い品質の各種のサービスを提供する「グランピング機能」を備えた宿泊施設という形態であり、この研究は2017年「学生&企業研究会」において『地域経済貢献賞』を受賞しました。

2018年は、「山あげ祭」鑑賞をより快適なものとし、さらに多くの観光客を市内に誘引するための道の駅の付属施設として、野外劇場を計画し、この研究は同年の「学生&企業研究発表会」

において『烏山信用金庫理事長賞』を受賞しました。

冒頭でも既述の通り、これからご紹介する2019年の研究も、同じ研究発表会で、『未来賞』を受賞しており、共同研究として同一の研究発表会での3年連続の受賞となりました。

以下に、2019年に実施された共同研究の概要を、簡単にご紹介します。内容については、別掲の「学生&企業研究発表会」予稿集と重複する部分もありますが、ゼミ生と高校の生徒さんたちが共同で実施したプレゼンテーション資料を基本として、内藤が補足説明を加えてあります。

1 食味テストの概要

1.1 5社共同による焼き菓子の詰め合わせというアイデアの誕生

共同研究は、シティライフ学部内藤マーケティング論ゼミ2年生及び3年生による那須烏山市で製造販売されている各種特産品の調査から始まりました。

市内特産品調査の目的は、道の駅「なすからすやま」の名物商品を開発し、その商品を買うために道の駅を訪れる観光客を多く獲得しようというものです。調査の結果、市内中心市街地には、JR烏山線烏山駅から徒歩圏内にインターネット上で確認しただけで、7軒の菓子製造小売業が存在することがわかりました。(後日、現地調査により、5軒の営業を確認しました。)これら7軒のほとんどは和菓子の製造販売をしており、これは、古くからの城下町であったことから、茶道で用いられる和菓子の需要が多かったことの名残ではないかと推測されました。

伝統的な菓子製造業が中心市街地に多く存在するという点に着目し、和洋菓子を活用して、他の道の駅にはない、ユニークな商品を開発しようということになりました。そして、まず、市内の和洋菓子製造小売業において、どのような種類の菓子が製造、販売されているのかを、試食を兼ねてテストすることになり、6月から7月にかけて、毎週、火曜日と水曜日のゼミの時間に、これらの和洋菓子の食味テスト、すなわち試食を実施しました。

実際に、市内、JR烏山線烏山駅から徒歩圏内で営業していることが確認できた5軒の和洋菓子製造小売業の店舗に、ほぼ、毎週、1軒ずつ訪れて、「今の季節にお勧めの焼き菓子を2種類」という注文をして、サンプルを購入しました。茶道のお点前で使用される生(なま)の和菓子製造の伝統を保ってきた業者の方たちですが、みなさん、創意工夫の末、数多くの焼き菓子も製造されており、道の駅で販売するためには、賞味期間が比較的長い焼き菓子が適当であると判断しました。

購入した10種類の焼き菓子、1個90円から130円程度の価格帯で販売されているもので、道の駅の土産物品、特産品として、単品で販売するよりは、詰め合わせて付加価値を付けて販売する方が有利であるとの意見が学生の中から出て、この意見は、それぞれの業者が自慢の商品を選んでそれをひとつの箱に入れて『詰め合わせ』として販売することで、商品に付加価値をつけることができないうか、というものに発展していきました。こうして、市内の菓子製造小売業5社による焼き菓子の詰め合わせという商品の開発のアウトラインが完成しました。

1.2 食味テストの実施

食味テストの目的は、それぞれの商品の味の優劣を判定するものではなく、それらを詰め合わせる際の基準として有効なデータを得ることにありました。

調査に際して活用したワークシートには、製造業者（アルファベットで表示）、商品名、価格、サンプルの購入日、賞味期限、テスト実施日、テスト参加者という基本的な調査項目に加えて、以下の3点を特に調査項目として追加しました。

①選好順位（Q1）：紙皿に置いた2種類の焼き菓子のどちらを先に試食したかの回答数を取り、テストに参加した学生の人数に占める回答の割合を%で示しました。詰め合わせを購入した消費者が直感的にどの商品を最初に手に取るかがわかれば、箱の中の一番、手の届きやすい位置にその商品を配置するなどの工夫ができるはずである、という意見を採用して、3つの設問の最初にこの項目を入れました。

②嗜好順位（Q2）：試食した2種類の商品について、美味しい（+2）、まあ、美味しい（+1）、どちらともいえない（0）、あまり、美味しくない（-1）、美味しくない（-2）の5段階で、美味しいか、美味しくないかの程度を回答します。算出された数値をテストに参加した学生の人数で除した平均値で表現しました。

③食味評価（Q3）：試食商品の美味しさの程度を5から1の段階で回答し、算出された数値をテスト参加学生の数で除して平均値で表示しました。

6、7月期に実施した食味テストの結果は表に示す通りですが、一連のテストを通じて、嗜好評価と食味評価の組み合わせにより、焼き菓子の詰め合わせの配列にある程度の順位をつけることができるかもしれないこと、また、季節によって、詰め合わせる商品を変える必要性のあること、などが確認されました。

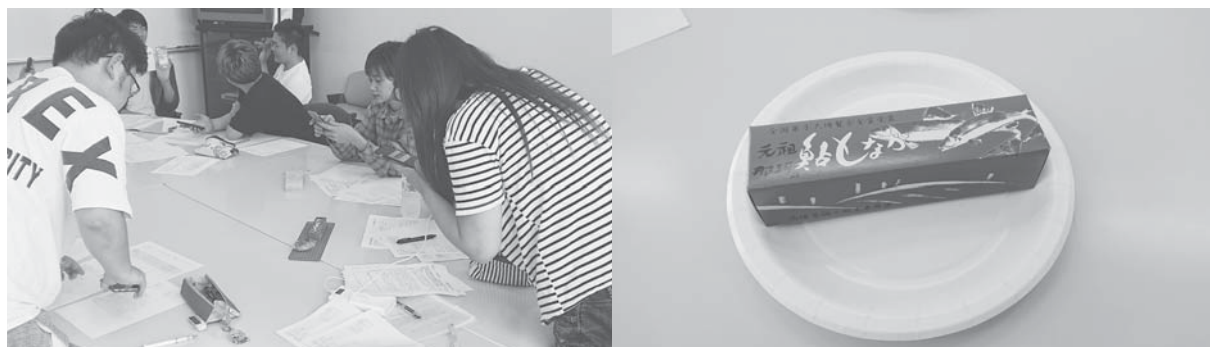
表-1 食味テスト比較表

No.	製造業者	商品名	価格	購入日	賞味期限	テスト実施日	テスト参加者	Q1. 選好順位 (%)	Q2. 嗜好評価	Q3. 食味評価
1	M堂商店	大形焼（こしあん）	120	7月8日	7月11日	7月9日	19人	52.6	1.4	3.6
2		かりんと饅頭	90	7月8日	7月8日	7月9日	9人	44.4	0.3	2.8
3	E菓子店	からす物語	110	6月17日	6月23日	6月18日	10人	40.0	0.1	2.9
4		元祖鮎最中	110	6月17日	6月23日	6月18日	10人	50.0	0.2	2.7
5	御菓子司H	山あげ	110	9月10日	9月17日	9月10日	10人	50.0	1.8	4.2
6		鮎の香	110	9月10日	9月17日	9月10日	10人	50.0	1.2	3.7
7	S屋	どらバター	130	5月20日	5月27日	5月21日	5人	60.0	1.0	3.8
8		鮎最中	130	5月20日	5月27日	5月21日	5人	20.0	0.6	3.0
9	A洋菓子店	黒豆メイプル	130	9月10日	9月19日	9月10日	10人	50.0	0.8	3.5
10		レモンケーキ	130	9月10日	9月19日	9月10日	10人	40.0	1.2	3.5

Q1. 選好順位：特定のサンプルを最初に試食したとする回答数でテスト参加者人数を序して算出し、%で表示。

Q2. 嗜好順位：試食サンプルの美味しい、おいしくないの程度を5段階（+2～-1）で計算し、テスト参加者数で除して算出し、平均値で表示。

Q3. 食味順位：試食サンプルの美味しさの程度を5段階（5～1）で計算し、テスト参加者人数で除して算出し、平均値で表示。





1.3 鮎最中詰め合わせの発想の誕生

食味テストの過程で、ゼミ生たちが注目した商品に「鮎最中」があります。那須烏山市内を流れる那珂川の清流に遊ぶ鮎をモチーフにした最中は、調査対象となった5社のうち3社によって、同様同種の製品が製造販売されており、市の特産品のひとつとしても位置づけられています。各社が製造している鮎最中を一つの箱に詰め合わせて商品化すると面白いのではないかと、というアイデアが生まれて、試作品の候補のひとつとして採用されました。

2 試作品開発のためのフィールドワーク

2.1 県立烏山高校でのフィールドワーク

食味テストを通じて得られた試作品の構想を携えて、ゼミ生は10月31日（木）に、県立烏山高校において1年生から構成された「烏山学」研究チームと合流し、試作品の開発の作業を実施しました。参加者は、内藤ゼミから3年女子1名、2年生男子2名の計3名。高校生は1年生女子13名、男子2名の計15名で、18名が二つのグループに分かれて、以下のような作業をしました。



①焼き菓子の並べ方を考える。

B4判の方眼紙の上に試食品の焼き菓子を置いて、箱の中の焼き菓子の並べ方を考えます。

②包装容器の大きさを決める。

並べた試食品の周囲を青い線で囲み、使用する容器の大きさを決めます。試食品の隙間に赤い線を引いて内装材（間仕切り）の位置を決めます。内装材には、当初から那須烏山市の特産品である『烏山和紙』を活用することを決めていました。写真で実例を示せば次のようになります。



③詰め合わせて商品名を付ける。

三番目の作業として、焼き菓子の詰め合わせの商品名を考えます。市内に「道の駅なすからすやま」が建設されることを想定として販売する特産品であることから、市場標的となる消費者のタイプを念頭に商品名を考える作業となります。

具体的な商品名としては、高齢者・家族連れを市場標的として想定した「鮎とともに」、若いカップルを対象とする「Ayu:Love Story」、高齢者を対象とした「からす物語」、外国人観光客を対象とした「純」、子供やアニメファンを対象とした「ガンダム最中」(数種類の焼き菓子をアニメのキャラクターを模して配置した商品) など、ユニークなアイデアが生まれました。

数種類の鮎最中を一つの包装容器に詰め合わせる試作品では、和紙で鮎最中を包んでから配置するという方法が採用され、「せせらぎ」、「さざなみ」、「溪流」などの川と水を意識した商品名が付けられました。

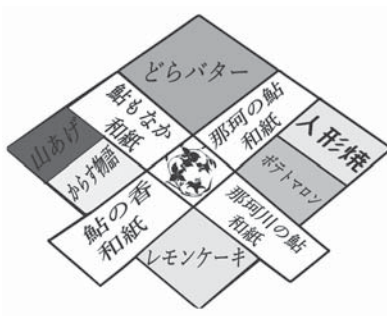
④包装容器のデザインを考える。

商品名を付けた試作品のアイデアには、そのイメージのふさわしい包装を施す必要があります。それぞれの試作品のアイデアを生かした包装用紙のデザインを、フィールドワークに参加した高校1年生の生徒さんたちに考えてもらいました。そしてそれらのアイデアは、ゼミ生が大学に持ちかえて、実際の試食品を並べたオリジナルの写真をもとに、商品の配列をコンピュータソフトで作画し、その包装用紙のデザインも同じくコンピュータソフトで制作するという作業を担当しました。

フィールドワーク
でのアイデアの写真



ゼミ生が図案化した
詰め合わせのアイデア



包装用紙のデザイン



ゼミ生によるその他の図案化された詰め合わせのアイデアと包装用紙のデザイン



⑤味のしおり（説明文）を創る。

試作品を作成するのに先立ち、詰め合わせの箱の中には、製品と製造業者の情報をまとめて記載した説明文を入れることを計画していました。

仮に「味のしおり」と名付けたこの説明文については、15人の高校1年生の生徒さんたちに作成をフィールドワークの最後の課題として託しました。

「味のしおり」の基本的構成は、表面に焼き菓子に関する情報、裏面に製造業者と販売している店舗に関する情報を記載することがわかっていましたが、その他に、烏山学研究チームの高校1年生のメンバー15人には、説明文を入れることの役割や効果も併せて考えてもらうことにしました。

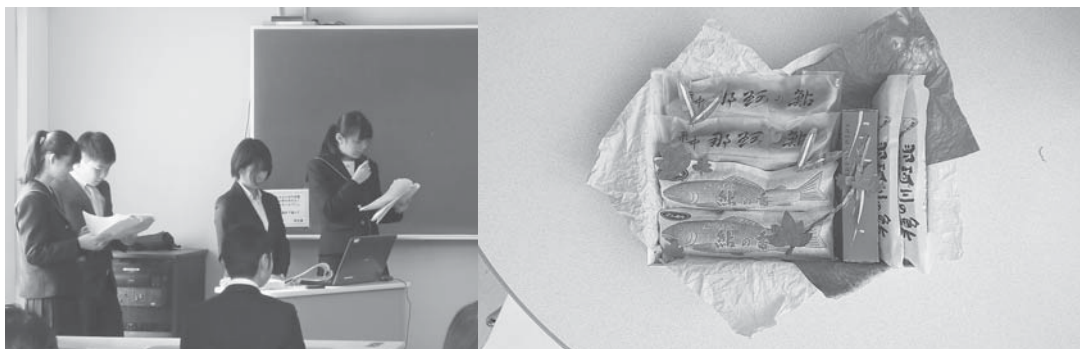
その結果、商品の情報としては、商品名と特徴、価格、原材料名、賞味期限、アレルギー物質、キャッチコピー、美味しい食べ方等の情報を、製造業者に関する情報としては、歴史や由来、店舗の住所、定休日、営業時間、電話番号（ファクシミリ）、Eメールアドレス、ホームページのURL等の情報を記載すべきであるというレポートが出来上がりました。

説明文の役割や効果については、道の駅で焼き菓子の詰め合わせを買った消費者が、特定の商品に興味を持ち、業者に個別にその商品を注文したり、直接、販売している店舗を訪れる際の情報が必要であるからという、「リピーター確保」という、当初、ゼミ生たちが想定していた考えに、生徒さんたちが議論の末にたどり着いてくれました。

2.2 学生&企業研究発表会でのプレゼンテーション

以上のようなフィールドワークの結果を持って、内藤ゼミナールと烏山学研究チームは、11月30日(土)に開催された、大学コンソーシアムとちぎ主催「学生&企業研究発表会」に参加しました。

当日は10月のフィールドワークでも作成した、鮎最中の詰め合わせである「せせらぎ」を再現した試作品をもってプレゼンテーションに臨み、その結果、企業冠賞のひとつである『未来賞』（株式会社 壮関提供）を受賞しました。冒頭にも述べたように、県立烏山高校1年烏山学研究チームとの共同研究による、「学生&企業研究発表会」での受賞は、これで3年連続となります。



学生&企業研究発表会でのプレゼンテーションの様子と鮎最中詰め合わせ試作品「せせらぎ」

2.3 県立烏山高等学校「烏山学発表会」

2020年1月16日(木)、県立烏山高校では、烏山学発表会が開催され、共同研究のパートナーである1年烏山学研究チームも「スイーツ詰め合わせ」についての最終的な発表を行いました。その中で、生徒さんたちは、地元の雇用を創出し、特産品の地産地消を促進し、地域経済を活性化するという「道の駅なすからすやまをプロデュースする」という研究テーマの本来の意義を再認識するとともに、自分たちが成人して社会人となった将来においても、那須烏山市内に住み、市内で働くことにより、故郷を豊かにしていくことができる、という明確な将来ビジョンを打ち出していました。内藤マーケティング論ゼミは、こうした自覚を持つに至った生徒さんたちと共同研究を続けてこられたことを非常に誇りとするところでもあります。

3 今後の検討課題—可能性への理解と協力の必要性

以上、簡単ではありますが、内藤マーケティング論ゼミと県立烏山高等学校1年烏山学研究チームによる1年間の共同研究の概要をご紹介します。

共同研究に参加したゼミ生のうち、今春、2020年4月から3年生となった学生の中には、試作品として構想した、鮎最中詰め合わせ「せせらぎ」を、実際に商品として販売に至るまで、研究を進めていきたいと希望しています。

一連の共同研究は、市内の菓子製造小売業の方たちには、具体的なお相談をすることなく進められた、言うなれば「ゲリラ的」な研究であり、長年の伝統の上に、ほとんど無休で和洋菓子の製造販売をしている業者の方たちの視点からすると、土足で人のビジネスに踏み込むことに近い行為であるかもしれません。

しかしながら、高校1年生や大学2年生という、若い世代の人たちが、自由で大胆な発想のもと、那須烏山市の今後の産業、経済の発展を夢見て作り上げた、これらの貴重なアイデアを、そのまま埋もれさせてしまうのは、大変、残念な気がします。

まちづくり提案や地域振興に関する学生によるプレゼンテーションに際して、講評をして下さる関係者の方たちの意見の中で多く散見され、非常に残念に思えるものとして、「予算措置ができない」、「現状からして、このアイデアの実現は不可能である」という議論から講評が始まるという状況があります。特にこうした意見が行政に近い方たちから寄せられた場合、学生たちは自分たちの意見は行政の円滑な活動を妨げる可能性があるかもしれないと感じ、委縮してしまい、議論がそれ以上進まない場合が多いように感じます。

今回の研究は、伝統的な城下町で長い歴史を持つ菓子製造小売業の皆さんに、自社の独自性を若干、犠牲にして、共同での商品開発を提案するものです。若い、アマチュアの提案に対して、辛辣な意見が多く寄せられることが、容易に想像されます。これらの意見を乗り越えて、詰め合わせのアイデアを進められるようになれば、ゼミ生の成長には欠くことのできない、課題解決能力の開発・育成に大きな効果が期待できます。

そのためには、那須烏山市民、市内関係各位の皆様、学生たちが提示するアイデアの可能性に対する理解と協力が必須の要素となると思います。

学生たちは地域社会貢献活動を通して何を学ぶのか —大谷地区における景観維持活動から—

What Students Learn through Community Contribution Activities
: From the Activities of Landscape Maintenance in Ohya Area

西山 弘 泰 (宇都宮共和大学 専任講師)

本稿は西山ゼミにおける2年間の地域社会貢献活動の記録と、その活動を通して学生たちが何を学んだのかを検討することが目的である。西山ゼミでは、人と人との関わり、すなわち連携を重視し、口だけではなく行動することをスローガンに実践的な取り組みを展開してきた。具体的には、宇都宮市大谷地区において2年間、私有地の空き地の草刈りや利活用を行い、当地区が持続的に景観を維持する方策を検討した。一連の活動から、学生たちは主体性や自己肯定感を高めたとともに、多くの人々との連携によって、人の価値観や人生観の多様性、人とつながることの大切さを知ることとなった。

キーワード: 大谷地区, 宇都宮市, 景観維持, 空き地利活用, 地域社会貢献, 地域連携

1 はじめに

本稿は2018年度から2019年度にかけて、宇都宮共和大学シティライフ学部西山ゼミが宇都宮市大谷地区で展開した景観維持活動の記録と、当事業を通して見えてきた学生の地域社会貢献活動（以下、地域活動）によって得られた学びについて論じる。

宇都宮市中心部から北西約7kmに位置する大谷地区（宇都宮市大谷町）は、かつて大谷石の採掘業で栄え、近年では採掘場跡地が観光施設として注目され、首都圏を中心に多くの観光客が訪れる、宇都宮市随一の観光地になりつつある。その一方で、採掘場の跡地や職人が暮らしていた住居跡、工場跡や石の積出場などが空き地として残され、十分な管理が行われないことによって、草木が繁茂し当地区の景観を損ねている。大谷地区には採掘や侵食作用によって形成された大谷石の露頭や奇岩、そして大谷石でできた蔵や塀、家屋も数多くみられ、独特の景観が作りだされている。こうした大谷地区特有の貴重な景観が草木の繁茂によって損なわれることは宇都宮市の観光にとって大きな損失となる。

そこで西山ゼミでは大谷地区における私有地の草刈りを行う景観維持活動「大谷景観復活プロジェクト」を2018年4月に発足させた。以下では2018年度の活動を簡単に触れるとともに、

2019年度に実施した各種事業と2年間の活動で学生たちが得られた学びについて述べていく。

2 2018年度の活動と成果

2.1 大谷景観復活プロジェクトの発足

2018年5月、大谷石の文化が日本遺産に認定されたこともあり、大谷地区が注目を集めていた。ゼミ生とのディスカッションで「どうせやるなら目立つことをやってみよう」との意見から、大谷地区の観光振興について取り組むことが決定した。

5月から7月までは大谷地区の現状やそのほか基礎的な事項を把握するために2度の現地視察と新聞や書籍の収集に取り組んだ(写真1)。特に2回目の視察(7月7日実施)において、学生たちは当地区の最大の魅力である大谷石の景観が草の繁茂によって台無しになっていることに気が付いた。そうしているうちにゼミ生の一人から「草刈りをやってみてはどうか」との意見が出た。筆者自身「口だけではなく行動で示す」ことをゼミ活動を通して伝えたいと考えていたことから、学生の意見を取り入れ草刈りを実施することとなった。

草刈りをするとは言ったものの、決定してから実施までの1ヶ月は学生、教員ともに苦労の連続であった。草を刈るのは私有地であり、所有者に許可を取る必要がある。空き地に生えているのは刈るのが容易なイネ科の雑草ばかりではなく、ツル性植物(大谷にはクズが多かった)である。繁茂がすさまじく、手作業では効率が悪い。参加者を募る方法や草の処分方法など、いくつもの課題が西山ゼミの前に立ちはだかった。

こうした課題に対し、大谷地区や行政の方々のご協力が大きな助けとなった。その中でも宇都宮市経済部都市魅力創造課大谷振興室や大谷商工観光協会には多くの場面で助けていただき、何とか8月13日に大谷街道沿い3か所で草刈り実施にこぎつけることができた(写真2)。本学からは学生約40名、地域や行政からも応援に駆けつけていただき計50名での実施となった。また、下野新聞社やとちぎテレビの取材によって、西山ゼミの活動を内外にPRすることもできた。

8月に草刈りを無事終えることができたが、その一方で多くの課題も見えてきた。9月に秋学期がはじまり、ゼミ内で草刈り継続のための課題の洗い出しを行った。その結果が表1である。草刈りでは大谷商工観光協会を通じて地元造園業者の協力が得られたことにより機材が提供されたが、今後もそれを当てにするわけにはいかない。また軍手やビニール袋などの消耗品の費用も大きな負担となる。表1に示された課題解決の糸口として、市内で美化活動を行う団体や自治体の空き地・空き家に関連した施策事例の収集を10月から11月にかけて実施した。また、景観維持を積極的に行う場所を明確にするために、11月の休日と平日の計2日間、大谷地区の主要交差点6か所にビデオカメラを設置し、自動車(バイク含む)と自転車、歩行者の数を計測した。

2.2 大谷地区における持続的な景観維持システムの検討

11月までの活動を踏まえ、西山ゼミでは「大谷地区における持続的な景観維持システム」として「石の街大谷の景観維持を市民と行政が協働で推進する条例」(以下、大谷条例)の制定を提案した。大谷条例の適用範囲は観光関連施設が多い大谷町と田下町とし、それらの地域では「住



写真1 大谷地区の視察の様子

(2018年7月筆者撮影)



①大谷振興室との打ち合わせ



②事前の現地確認



③草刈り当日の様子



④草刈り当日の様子

写真2 草刈りの様子

(2018年8月筆者撮影)

表1 草刈りの継続に向けた課題

項目	内容
草刈り機の利用	道具(特に草刈り機)の貸し出しがスムーズにできるような仕組みづくり
費用の軽減	軍手やゴミ袋などの消耗品費用の軽減
草の処理方法	草やツタを中心としたゴミ処理方法の明確化と簡素化
草刈りの許可	地権者への連絡と許可方法の仕組みづくり
周知の方法	持続的な景観維持に向けたボランティアの確保
景観維持の場所	草刈りを積極的に行っていく場所の明確化
事故の補償	草刈り作業中の事故への対応

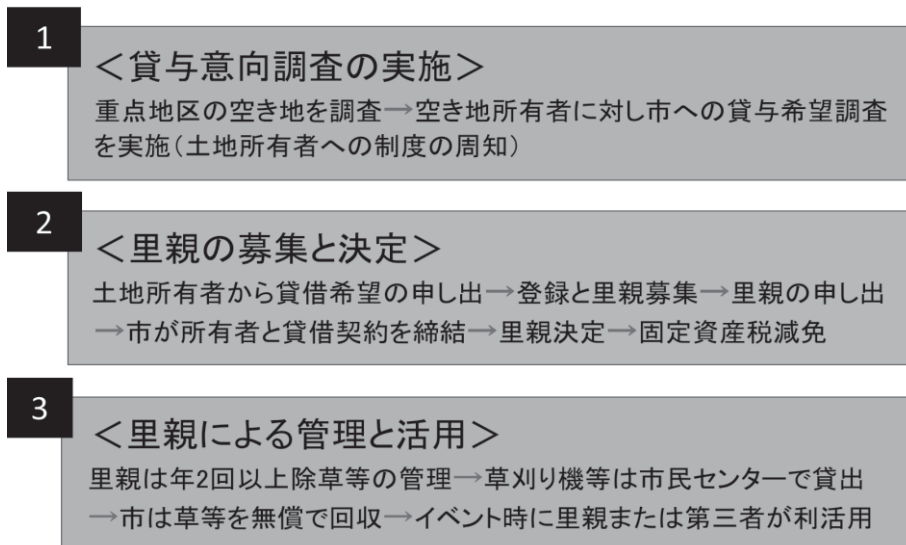


図1 西山ゼミが考案した「大谷条例」に基づく事業と実施の流れ

民や来訪者は空き地や空き家の放置、道路、広場でのごみのポイ捨て、歩きタバコ等をしないよう心掛け、観光地として相応しい環境、景観をつくり、そして維持するよう努める」こととした。

さらに自動車や人の往来が多い道路沿いを「景観保全重点地区」とし、これらの地域において、図1に示したような施策を行える範囲とした。この施策は、第一に重点地区に指定された範囲の空き地所有者に対し、土地の貸与希望調査が実施される。このアンケートは当条例に基づく制度を周知することも目的である。

第二に土地里親の募集と決定が行われる。土地所有者から土地を活用してもらいたい旨の申し出がある。市はその土地を登録し、土地里親を募る。それに応募した人や団体がいた場合、市が適切な里親であるかを審査し、審査を通過すると所有者との間で土地の使用貸借契約が交わされ、土地里親が決定する。貸与された土地の固定資産税は減免され、所有者は土地の管理に関わる費用や労力が軽減される。

第三に土地里親の空き地の管理義務と利活用についてである。里親は春季から秋季にかけて年2回以上空き地の草刈りを実施しなくてはならない。草刈り機やカマ、熊手などは城山地区市民

センターで貸し出され、草など空き地から出たゴミは市が無償で回収する。また、利活用に関しては、所有者との契約内容に応じ、決められた日数イベントや駐車場、収益活動などに利用される。

以上の施策を2018年12月20日に宇都宮市で開催された「大学生によるまちづくり提案発表会」にて発表し、第1位を獲得することができた。この成果が新聞記事などに取り上げられたことによって、大谷地区や大谷石に関わる方々に広く活動を知ってもらうきっかけとなった。またそのことで次年度の大谷地区での活動がしやすくなり、事業推進の原動力となった。

なお、上記提案の詳細については、うつのみや市政研究センター HP (<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/kenkyu/renkei/1022243.html>) にて閲覧できるので、ご参照いただきたい。

3 大谷地区における空き地利活用に関する実践活動

3.1 前年度との相違点

2018年度はゼミ生たちの発意と行動によって、大谷地区の景観を維持することを目的に草刈りが行われた。その経験をもとに大谷地区において市民や学生が持続的に景観を維持していくための方策を考案し、宇都宮市に対し施策提案を行った。その提案を再び自分たちの行動によって実証すべく、2019年度の西山ゼミが再開した。2018年度との大きな違いは、大谷景観復活プロジェクトのメンバーに3名が加わったことである。この3名は2018年度、栃木県の魅力発信のために動画を制作していた西山ゼミのメンバーであった。このように2019年度は8名のメンバーで大谷景観復活プロジェクトの事業を行っていくことになった。

前年度との第二の相違点は、前述のように2018年度の提案内容を試験的に実行することである。具体的には、草刈りを行った空き地でイベント等を実施し、大谷地区の観光振興につなげていく。そうした方向性に至ったのは、「昨年のように単純に労力と時間、お金をかけて、他人の空き地を管理するのは、持続可能性があるとは言えない」という考えからである。こうしたいわばボランティア的な事業には、「やりがい」が事業の支えとなっている。毎年同じことの繰り返しでは、いつしかマンネリ化し、事業を継続できなくなる。そこで空き地の管理に対して、何かしらのインセンティブを与えれば、持続性が生み出せる。その持続性は「利活用によって担保される」と結論付けた。以上の観点から、2019年度の西山ゼミでは、引き続き草刈りによって大谷地区の私有地の空き地管理を行うとともに、その空き地を活用し、①イベントの実施、②収益活動、③常設の施設の建設を目指し、活動を再開した。

第三の相違点は、様々な個人、団体、企業とコラボレーションすることである。前年度の草刈りにおいても、行政、地域団体、企業にご協力をいただき事業を行ってきたが、より幅広い分野の組織、個人と関わり魅力ある事業を目指すこととした。また多様な人との関わりを持ち、何らかのかたちで就職活動につなげてほしいというねらいもあった。

表2 2019年度草刈りの概要

日にち	8月4日(日)9時から
場所	6地点
周知方法	ポスター掲示と回覧板による自治会加入者への周知
機材等の準備	大学コンソーシアムとちぎの「学生活動支援事業」と栃木県の「大学地域連携活動支援事業」の補助による機材等の自前調達
廃棄物の回収	宇都宮市廃棄物対策課が無償で回収。90ℓのポリ袋100枚の提供も受ける
連携組織	大谷商工観光協力会、大谷自治会、荒針自治会、大谷石材協同組合、うつのみやシティガイド協会
その他	草刈り終了後に地域住民と学生の交流バーベキューを実施

自治会用

宇都宮共和大学主催 草刈り & バーベキュー

8月4日(日) 午前9:00開始
※8:50 大谷市営駐車場集合

1部 9:00 大谷、荒針自治会内の草刈り
11:00 終了(天気や進捗により前後)

2部 12:00 学生と地域の交流バーベキュー
※会場は福田大谷自治会長宅敷地内
(大谷景観公園向い側)

参加費 無料

【草刈りについて】

- ・地区内6か所程度の私有地の草刈りをします。
- ・草刈り機と手作業による草刈りを行います。
- ・カマや軍手、冷えた飲み物は当方で準備します。
- ・事前申し込みは不要です。

【バーベキューについて】

- ・草刈りの慰労と大学生と地域の交流が目的です。
- ・バーベキューのみの参加も可能です。
- ・参加費は無料、事前申し込みも不要です。

ご協力のほどよろしくお願いいたします

お問い合わせ
宇都宮共和大学 専任講師 西山弘泰
E-mail: [redacted] TEL: [redacted]

一般用

宇都宮共和大学主催 草刈り & バーベキュー

8月4日(日) 午前9:00開始
※8:50 大谷市営駐車場集合

1部 9:00 大谷、荒針自治会内の草刈り
11:00 終了(天気や進捗により前後)

2部 12:00 学生と地域の交流バーベキュー
※大谷景観公園向い側

参加費 無料

【草刈りについて】

- ・地区内6か所程度の私有地の草刈りをします。
- ・草刈り機と手作業による草刈りを行います。
- ・軍手、飲み物は当方で準備します。
- ・参加希望の方は下記の電話、またはメールにて事前に8月2日までにお知らせください。

【バーベキューについて】

- ・草刈りの慰労と大学生と地域の方々との交流が目的です。
- ・バーベキューの参加は草刈りに参加された方に限り、ご参加いただけます。
- ・参加ご希望の方は、草刈りの参加申し込みの際に同時にお申込みください。
- ・一般参加の方は26名を限度とし、上限に達し次第参加をお断りさせていただきます。

お申込み先
宇都宮共和大学 専任講師 西山弘泰
E-mail: [redacted] TEL: [redacted]

図2 草刈り周知のためのチラシ(左が自治会配布用、右が一般配布用)

3.2 2019年度の草刈り

新メンバーが加わったことから、4月から5月上旬にかけては大谷地区において現地視察を実施した。そして5月下旬からはいよいよ8月の草刈りに向けた準備作業に取り掛かった。前年度は企画から実行までの期間が短かったために、周知などが十分に行えなかった。それを踏まえ、2019年度は①草刈りの地点を増やす、②ポスターやチラシで周知する、③機材等は自前で準備する、④自治会などと連携する、⑤草を刈った空き地を利活用する(交流バーベキューの実施)の5点について改善・工夫を試みた(表2)。

事業の実施に当たり、表2に記載された①ポスター等の作成と周知、②機材の自前調達と訓練、

③行政との打ち合わせ（地権者への連絡と廃棄物の処分）、④バーベキューの準備を5月から7月にかけて行った。

まず①では、大谷自治会と荒針自治会の回覧板で周知を行った。また城山地区市民センターにポスターを掲示させてもらい一般市民への周知も行った（図2）。②に関しては、機材の購入に栃木県の補助金¹⁾を充てることができ4台の草刈り機を購入した。一方、本番に備え操作方法や手順を身に付けておく必要があったため、7月に3度ほど大谷地区内で操作訓練を実施した。

③に関しては宇都宮市大谷振興室に草刈りを実施する一部の地点について地権者への連絡と了承、廃棄物対策課には刈った草やゴミの無償回収について打ち合わせが行われた。廃棄物の無償回収については、私有地からでた廃棄物であったことから、昨年度協議が難航したが、昨年の実績も考慮していただきスムーズに交渉を進めることができた。また、自治会の清掃活動などの際、無償で配布されているポリ袋の提供も受けた。実績の有無によって行政の対応が全く異なるのだということを知ることができ、大変良い勉強となった。いずれにしても、私有地の草の無償回収という特例が無理なく認められたこと、行政から物的な支援を受けられたことは、本ゼミの活動が公共性の高い事業として市に認められたことを意味している。

④に関して、大きな課題となったのはバーベキューの資金集めである。地元自治会との協議に



写真3 2019年度に実施された草刈りと交流バーベキューの様子
(2019年8月筆者撮影)

において、「より多くの住民を集めるためには無料であることが重要」とのご助言をいただいた。そこで協賛金を募り、それを食材費などに充てることになり、これまで関りのあった個人や組織に協賛のお願いにまわった。大変ありがたいことに計 77,000 円を集めることができ、潤沢な資金のもと無料でバーベキューを実施できることとなった²⁾。

8月4日の草刈り当日、9時から草刈りが開始された。学生75名と地域や市民合わせて約90名の参加となった。開会式後、6つのグループに分かれ作業が開始され、11時に作業を終了した。草刈り機などの機材の不足などが原因で計画通りに草刈りを終えることができない地点もあり、多くの課題を残す結果となったが、けが人や病人も出なかったことが何よりであった(写真3)。

草刈り終了後、ゼミ生たちは草刈りの後始末とバーベキューの準備に取り掛かり、12時から住民、市民との交流バーベキューが草刈りを実施した採掘場跡地で開催された。バーベキューには参加を希望した学生が46名だったのに対し、市民と地域住民はわずか5名であった。学生と地域住民との交流が目的であったが、十分にその目的を果たすことができず、課題が残った。

3.3 大谷マイニングサイト

3.3.1 企画から当日までの経過

西山ゼミにおける2019年度最大の企画イベントが「大谷マイニングサイト」である。この事業は8月4日に草刈りを行った場所を使って収益事業を行い、空き地利活用の有効性を実証するための社会実験である。8月4日に行ったバーベキューも利活用策の一つではあったが、誰でも参加できるわけではなく開放性に欠ける。また収益活動に結び付けることが大谷地区の持続的な活性化、景観維持のためには有効であること、大谷地区には飲食する場所が依然少なく、しかも気軽に立ち寄れる場所が少ないこと、さらには北側の大谷資料館ゾーンと南の大谷寺ゾーンの回遊性を高めることなどをねらい企画、実施するに至った。開催日は8月14日、15日の多客期とし、「大谷石の採掘場跡地でジャズを聴きながら、餃子とカクテルを堪能する」をコンセプトに据えた。

当事業は草刈りと同時並行で企画・準備が進められた。6月末にチラシ兼ポスターが完成し、マスコミへのプレスリリースと地元への説明が開始された。事業をはじめるにあたりジャズを演奏してくれるグループが必要である。筆者がNPO法人宇都宮まちづくり推進機構やNPO法人大谷石研究会などで関りがあった建築家のT氏が宇都宮市民ジャズオーケストラの中心メンバーであったことから、T氏を通して当オーケストラに演奏を依頼した。ジャズはメンバーの仕事との兼ね合いにより14日19時からとした。しかし夜の開催となると照明の準備が必要である。照明はT氏の紹介により市内在住の灯作家K氏を紹介していただき、照明の設置をお願いすることとなった³⁾。

飲食については、自分たちで販売するよりもプロの事業者を担当してもらった方が効率性や安全面から適当と考え、事業者に出店してもらうことにした。本学の卒業生で市内で居酒屋と担々麺店、餃子の製造・販売を行う株式会社JcTクリエイションズ(以下、(株)JcTクリエイションズ)のK社長に餃子などの食べ物や飲み物の販売をお願いした。カクテルに関しては、株式会社横

宇都宮共和大学西山ゼミPresents

★ 大谷マイニングサイト(大谷石採掘場跡)

★ **ビアガーデン&ジャズコンサート**

2019.8.14wed

開演 19:00 20:00終了予定 会場 大谷景観公園内(旧採掘場跡地) 宇都宮市大谷1225番地(資料館入口バス停隣接)

出演 **宇都宮市民ジャズオーケストラ**

販売 8.14~15 11:00~20:00はフード&ドリンク販売会場にて宇都宮餃子会加盟「有限無餃子」の販売、各種ドリンク(ビール・酎ハイ、ソフトドリンク)、おつまみ販売、農産物直売を行っております。また、コンサート会場にてビアガーデンをお楽しみいただけます。

料金 **無料** (会場となるドリンク&フード販売会場でドリンクをお買い求めください)

お問い合わせ Tel. [REDACTED] (宇都宮共和大学 専任講師 西山弘泰) E-mail: [REDACTED]

ビアガーデン&コンサート会場




写真4 大谷マイニングサイトのチラシと当日の写真

(2019年8月筆者撮影)

倉本店が開発した「宇都宮カクテル」を準備した。

マスコミには前もってプレスリリースを行っていたことから、2つの新聞社と1つのテレビ局から取材の申し込みがあり、下野新聞社からは8月7日に前出し記事が掲載された。問い合わせ先として筆者の電話番号を記載したのだが、掲載されてから2日間の間に10件ほどの問い合わせがあり、その関心の高さがうかがえた。また、とちぎテレビには当日ビアガーデンの様子を取材していただき、計3回ニュースで放映された。

前日にテーブルや椅子、音響機材、照明の設置など会場設営を行い、14日の開催当日を迎えた。14、15日は台風が接近していたこともあり、時より強い雨が降るあいにくの天気となった。昼間は予想していたほどの集客がなかったものの、19時から始まったジャズコンサートには約200人の観客が訪れ会場は超満員となった(写真4)。15日は前日の疲れから営業開始を11時に繰り下げ、営業を開始した。夕方にはうつのみや大道芸フェスティバル実行委員会の方々に急遽来ていただけることになり、パフォーマンスを披露していただいた。

3.3.2 空き地の有効性

大谷マイニングサイトを実施した結果、集客方法をより工夫することで、収益目的であっても十分客を呼び込み、収益をあげられることが証明された。会場は大谷石の採掘場跡地であり、所有者がイベントなどに利用できるようステージを設置するなど、通常空き地とは条件が異なる。しかしながら、地区内には同様の採掘場跡地は無数に存在し、そうした場所を利活用する先駆例になったといえる。

飲食を出店した株式会社 JcT クリエーションズの K 社長も、会場に興味を持ち、今後も参加の意向を示してくれた。まだまだ実証実験を重ねる必要があるが、春季から秋季の土日・祝日など、継続的に何らかのイベントを実施し、「あそこに行けば、飲食できて楽しめる」と観光客に認知してもらうことができれば、安定した集客を見込める可能性もある。とはいえ、キッチンなどがなく同一の事業者が臨時出店する場合は、年5回程度までしか出店できないなど課題もある。その対策としては、設備を整えたキッチンカーで出店するか、異なる業者が輪番で出店するかなどの方法が考えられる。大谷マイニングサイトを実施したことによりある程度のノウハウは蓄積できた。今後も徐々に開催回数を増やしていき、民間事業者が独自にイベントを開催できるような仕組みを構築していきたい。

3.3.3 イベントで得られた教訓や課題

大谷マイニングサイトは成功した部分もある反面、大きな課題も残した。第一に駐車場の問題である。地方都市では多くの来訪者は自動車を利用する。開催前の問い合わせにも「駐車場はありますか?」といったものが多かった。大谷地区には100台程度止められる市営駐車場があるが、多客期には満車になってしまう。しかも会場からは600mほどの距離がある。周辺には大谷資料館の駐車場があるが、大谷資料館においても駐車スペースがひっ迫しているため、使わせてもらうわけにもいかない。駐車場のスペースをどのように確保するかが大きな課題である。

第二に地元への根回しが十分ではなかったことである。これが本イベント最大の失敗である。外部の人間が古く歴史のある地域で何か目立ったイベントをする場合には、地域の有力者（地域発展のために尽力されている方々）への丁寧な説明が欠かせない。筆者を含めその点に対する配慮が欠けていた。そのため新聞に掲載されてから、地元では当イベントに対して好ましく思わない意見があった。筆者らとしては「地域にとって有益なことをしている」という自負があるのだが、その前に時間をかけて丁寧に説明をし、地域の理解を得る必要があった。このことは、筆者をはじめゼミ生にとって大変良い教訓となり、今後の当地区での活動に大いに活かされることになる。事後に筆者が数人の方々に対しお詫びにまわり、理解を得ることができた。

第三に採掘場跡地における安全性への不安である。写真4などにもあるように、会場はトンネル状の採掘場跡地となっており、天井は大谷石の岩盤である。風化によって剥離が生じ、来訪者やスタッフがケガをしないとも言い切れない。また、地元には陥没事故の経験から、落盤を懸念する声も聞かれる。こうした安全対策に関しては、筆者らの範疇を超えてしまうので対処が難しいが、観光振興と採掘場跡地の安全性の両立も大きな課題である。

3.4 ポケットパークの建設

3.4.1 建設の背景

大谷マイニングサイトは実証実験という性格上、一過性のイベントであった。大谷地区をより魅力的な観光地へと発展させていくためには、観光客がいつ訪れても楽しめたり、魅力的であったりする施設やイベントが必要である。

大谷マイニングサイト時に、来店者に「大谷地区の観光振興に関するアンケートを実施した（補遺1参照）。開催両日の天候が芳しくなく、また店舗の運営に忙殺されたこともあり、24件しか回答を得ることができなかった。そうした課題はあるが、例えば「大谷地区の観光地として整備すべき点について教えて下さい」との回答で、最も多かったのが「ベンチなど休憩場所の整備」であった（表3）。また、

昨年度より計画していた「大谷を見渡せる高台」も次に多い結果となった。確かに大谷地区には大谷市営駐車場から大谷寺にかけて無料で休憩できるベンチをみかけない。また、大谷資料館においても駐車場からのアプローチが長いにも関わらず、その間に休憩できる場所がない。健脚な者であれば良いが、高齢者や子ども連れには優しくない観光地である。そこで空き地活用の第三弾として、空き地を無償で借り受け、そこに常設の休憩スペース（以下、ポケットパーク）を建設することになった。

3.4.2 建設予定地の選定

建設予定地にはこれまでに草刈りを行った場所で、かつ歩行者の往来が多い場所、景色が良い場所が最適である。そのすべての条件に当てはまる場所が大谷市営駐車場入口の空き地であった。大谷商工観光協力会のI氏に所有者の方の電話番号と住所を聞き、所有者との交渉に入った。土地の無償貸与にはポケットパーク建設予定地周辺の草刈りと定期的な清掃などを条件に土地使用貸借契約書が完成した（契約内容の詳細は補遺2を参照）。

とはいえ、9月上旬から交渉に入り、法務局での登記と公図の入手など、契約書の完成まで1か月以上もの時間を要した。また、公図に記載された土地所有者の境界が正確にどこかわからなかったことなども交渉に時間がかかった原因となった。そして最も苦労したのが、筆者らと所有者の間での認識の違いを埋めることであった。所有者は周辺に有償で土地を貸しており、無料で貸すことへの抵抗感が強かった。ポケットパーク以外の場所も草刈りを担うということなどで折り合いがついたが、土地を無償で借り受けることの難しさを思い知った。このことは昨年度提案した「土地里親制度」が簡単に実現しないことを示す結果でもあった。

表3 大谷地区にあってほしい施設や施策

	回答数	回答率
ベンチなど休憩場所の整備	6	25.0
大谷を見渡せる高台	5	20.8
草木や廃屋対策	5	20.8
道路の拡張・整備	3	12.5
歩道の整備	3	12.5
多言語表記の案内	2	8.3
路線バスの本数の拡充	2	8.3
飲食店の整備・充実	2	8.3
バス運賃減額	1	4.2
土産物店の整備・充実	1	4.2
LRT(次世代路面電車)の建設	1	4.2
電柱の地中化	1	4.2
観光案内所の整備	0	0.0
ボランティアガイドの充実	0	0.0
餃子店の整備	0	0.0
特にない	9	37.5
その他	1	4.2

(来訪者へのアンケートより作成)



図3 ポケットパークの完成イメージ

表4 ポケットパークの仕様

場 所	大谷市営駐車場入口付近
広 さ	3m×3mの正方形
工程と仕様	<ul style="list-style-type: none"> ① 施工範囲の地面を30cm程度掘削 ② 砂利を20cmほど敷きローラーで転圧 ③ 高さ180×幅300×長さ900mmの大谷石を敷き詰める ④ 石と石の間の隙間はモルタルでふさぐ ⑤ 高さ400×幅400×長さ600mmの特注大谷石を12本周囲に並べる ⑥ ベンチ用大谷石には表面強化剤を塗り、座面は5mm厚の亚克力板を貼付

3.4.3 建設業者との連携

ポケットパークという名が示すように、スペースは数人が休憩できる小規模なものとした。図3はポケットパークの完成イメージ図であるが、地面には大谷らしさを演出するために大谷石を敷き詰め、ベンチには大谷石を設置する計画であった。また表4はその仕様の詳細である。

小規模な施設ではあるが、建設には土木の知識や重機が必要であった。無論、筆者や学生たちに土木に精通している者はいない。そこで市内大手のゼネコンである渡辺建設株式会社（以下、渡辺建設㈱）に当事業への協力を要請することとなった。なお、当社とのご縁は、大谷マイニングサイトに当社の社員H氏が来場しており、その折に名刺交換させていただいたことがきっかけであった。

企画提案は9月3日午前に渡辺建設㈱で行われた。西山ゼミからは3名、渡辺建設㈱からは3名にご同席いただき、西山ゼミのこれまでの活動と本企画についてプレゼンテーションを行った（写真5）。西山ゼミと企画について専門家から建設的な意見を多数出していただいた。協力の可



写真5 渡辺建設(株)担当者に企画提案している様子(左)と現場確認の様子(右)
(2019年9月筆者撮影)

否については、後日丸一日数名の人員と重機、ダンプを提供していただけるとの連絡があった。それと同時に補遺3にあるような設計図も制作していただくなど、多大な協力を得ることができた。

建設工事に向けた最後の作業は現地の下見である。9月26日に現場担当者を含め現地で下見を行った。その結果、重機を入れるために、道路使用許可が必要なことや、モルタルなど当方の準備が必要なものなどの確認が行われ、10月16日の工事実施が決定した。

3.4.4 敷石とベンチ用石材の確保

敷石の確保については、NPO 法人大谷石研究会の関係者から「知り合いの土木業者から擁壁に使われていた大谷石が出たので利用しないか」との連絡を受け、利用することとなった。9月27日と10月5日の2日間にわけて、計50本の大谷石を現地に輸送した。大谷石を廃棄するには多額の費用が必要になるため、土木業者(株式会社みどり)にとってもメリットがある。

石材は縦90cm、横30cm、厚さ18cmのいわゆる「六十石(ろくとお)」と呼ばれるサイズで、一本100kgほどの重量がある。宇都宮短期大学附属高等学校からリフト付きの2tトラックを借用しかなりの負担軽減となったが、トラックへの積み込みは人力である。両日ともに大多数のゼミ生が講義と重なっていたことから、教員1名、ゼミ生3名で行った。1回あたりたった25本程度の輸送であったがかなりの骨の折れる重労働であった。教員を含め作業に携わった学生は手作業時代の苦勞に想いを馳せた。

他方、ベンチ用の大谷石には、擁壁に利用されていた石材は見た目や衛生上の観点から利用できない。そこで大谷石材協同組合に寄付の要請を行った。組合事務局に企画書と依頼文を受理していただき、役員会にて協議後、協力していただける旨、連絡があった。

3.4.5 台風19号による工事の延期

9月下旬に入り工事に向けて大方の準備が整ったことから、プレスリリースを行った。10月2日にはゼミ生たちに対して下野新聞社から取材があり、工事当日にも再度取材が入ることになっ



写真6 被災当日（10月13日）のポケットパーク建設予定地の様子
（2019年10月筆者撮影）

た。また、警察署に道路使用許可申請を行い10月16日の工事に向け、準備は万全となった。

ところが10月12日夜から13日未明にかけて関東地方を襲った台風19号の豪雨の影響で、姿川流域を中心に大谷地区の広い範囲で浸水が発生し、壊滅的な被害が生じた。写真6にあるように、ポケットパーク建設予定地も流水によって地面がえぐられ、周辺には瓦礫やゴミが散乱する有り様であった。当日、現場に急行しすぐさま所有者に連絡。数日後、所有者からポケットパーク建設の中止の連絡があった。大谷地区の被害状況から少なくとも数カ月は工事ができる状況ではなかったこと、また工事協力予定の渡辺建設㈱が緊急の災害復旧工事対応に追われる事態となったこともあり、中止の申し入れを受け入れることとなった⁴⁾。

3.5 11月のイベント企画

3.5.1 アジアンフードフェス in 大谷

8月に実施した大谷マイニングサイトの経験を活かすため、11月に飲食イベントを実施することになった。イベント実施が決まったのは台風被害が生じる前の9月下旬である。今回は㈱JcTクリエイションズのK社長から、社長の同業者仲間に出店を募り、エスニック料理の飲食イベントとジャズなどのステージイベントを同時に行うというアイデアが提案された。

イベントのコンセプトは「大谷の観光国際化」である。確かに大谷地区は国内では認知度が向上しているが、日光などに比べると外国人観光客は少ない。これを機会に大谷地区におけるインバウンド振興の機運を高めようと企画された。一方、K社長は、出店者に大谷地区の魅力を知ってもらい、定期的に当地区で飲食店販売をしたいというのが真のねらいであった。また、西山ゼミは8月に不完全に終わった観光客へのアンケートを取ろうと考えていた。

表5に示したようにK社長経由でアジア5か国の店舗に出店を依頼した。ステージは大谷マイニングサイトで出演してもらった宇都宮市民ジャズオーケストラに加え、宇都宮短期大学音楽科や大道芸人などに出演してもらえるよう準備を進めていた。周知方法に関しては、前回の教訓を活かし、周辺の集客施設と連携し、入場券購入時に入場券と一緒にチラシを配布してもらえるよう交渉する運びとなっていた。

表5 アジアンフードフェス in 大谷の概要

日時	2019年11月4日（月・祝日）、後に11月23日（土）に変更
場所	大谷公民館前の空き地
周知の方法	他の集客施設入口での配布
内容	アジア5か国（中国、台湾、ベトナム、インド、イラン）が出店、ジャズや大道芸などのステージイベント、来訪者アンケート
連携組織	栃木県外国人まちづくり協会、大谷自治会

ところが台風被害により、11月4日の開催は23日に延期となり、23日の開催も地域の有力者たちから「水害によりイベントをする雰囲気ではない」とのご意見を多数いただいたことにより、次年度に延期することとなった。2020年3月現在においても、開催の目途はたっていない。

3.5.2 映画観賞会

8月のマイニングサイトの時に、プロジェクターで大谷石の天井にイベントのロゴを投影した。その経験から着想を得て、映画を採掘場跡地の天井に投影し、「寝そべりながら映画を鑑賞できないか」という意見がゼミ生から出された。また同イベントで連携した灯作家のK氏とも「映画祭をやったら面白いのではないかと準備の時に話をしていたことを思い出し、アジアンフードフェス in 大谷に合わせ、夜に映画観賞会をすることとなった。

連携団体は「鉍毒悲歌」制作委員会とリコージャパン株式会社栃木支社である。まず、「鉍毒悲歌」制作委員会⁵⁾は、灯作家のK氏が「鉍毒悲歌」のリメイク版である「鉍毒悲歌そして今」の制作に関わっていたことが縁で連携が決まった。また当団体代表であるT氏の「若い人に足尾銅山鉍毒事件のことを知ってほしい」という想いから、「鉍毒悲歌そして今」の上映が決まった。

一方、リコージャパン栃木支社は、2019年4月に宇都宮市の事業をきっかけに関わりが生まれ、地域社会貢献や大学との連携を積極的に行っていたことから、高性能プロジェクターの提供を依頼し、ご協力いただけることとなった。

10月に両連携団体との打ち合わせや投影テストなどを実施したが、アジアンフードフェス in 大谷の無期延期の決定に合わせ、無期延期となってしまった。新型コロナウイルスの状況次第ではあるが、当イベントのリーダーを務めていた学生が、卒業研究の一環として取り組むことになっている。

3.6 大谷地区の復興支援

先述のように台風19号は大谷地区に未曾有の被害をもたらした。大谷景観公園南側に架かる観音橋とその上流にある乙女橋は破壊され通行できない状況となっていた。大谷街道沿いの低地に建つ家屋は床上数十センチもの浸水となり、泥水に浸った家財や畳は使用不能となっていた（写真7）。

大谷地区における被害の情報がもたらされるや否や、13日昼、ゼミ生たちに大谷地区への救援活動に向かうことを伝え、メンバーを募った。アルバイトやゼミ員の親せきが被災したことも



写真7 大谷地区の被災当日と次の日の様子

(2019年10月筆者撮影)



写真8 大谷地区の復興支援活動の様子

(2019年10月筆者撮影)

あり、2名のみの参加であったが、14時ごろ現地に到着し、作業に取り掛かった。被災当日の現地の生々しい状況は、筆者や学生たちに大きな衝撃を与えた。

ゼミ生だけでは不十分と判断し、翌14日には1年生も現地に向かわせ、総勢30名で復旧作業にあたった⁶⁾。作業内容は家財や畳などの運び出しや瓦礫、砂泥の撤去などである(写真8)。大谷地区は高齢者が多く、重いものを運べない住民も多かったため、学生たちのボランティアは地区住民の方々に大いに喜んでいただいた。

復旧作業はこの後も週2回から3回のペースで11月初旬まで行われた。また1月にはポケットパーク建設予定地であった空き地の瓦礫の撤去作業も自治会や地元建設会社、近隣のベーカリーショップと連携のもと実施された。

3.7 学生&企業研究発表会での発表

11月30日に作新学院大学において「学生&企業研究発表会」(主催:大学コンソーシアムとちぎ)が開催された。西山ゼミではこの発表会を集大成と位置づけ、金賞の受賞を目指し2年間活動してきた。そもそも「学生&企業研究発表会」とは、大学コンソーシアムとちぎに加盟する県内の大学や短大、高専などの学生が、日ごろの研究や地域・社会活動の成果を発表するもので、2年に一度会場校を替え実施されている。2019年度は11の大学、短大、高専、職業訓練校から89件の発表が行われた(うちポスター発表19件)。

まず、午前中に5つの分野に分かれて発表が行われた。西山ゼミは「地域社会貢献分野A」に割り当てられ、12の発表の中から最優秀発表に選ばれた。そして午後に各分野の最優秀発表により「最優秀賞選考会」が実施された。残念ながら最優秀賞を獲得することはできなかったが、当初の目標であった金賞を受賞することができた(写真9)。



写真9 学生&企業研究発表会での発表と授賞式の様子

(2019年11月筆者撮影)

4 大谷景観復活プロジェクトより得られた学び

筆者自身もそうであったように、学生は圧倒的に世の中のことに對して無知である。高校までの常に解がある学校教育とは異なり、社会は絶対的な解は存在せず、わからなければ主体的に動き、自分で見つけ出すしかない。

ICT 技術の発達によって、ここ 10～20 年の間に人々が手にできる情報は格段に増えた。ネットを見れば自分が欲しい情報が手に入り、あたかもネット空間に解があるかのような気にさせられる。筆者らも知らず知らずのうちにネットに解を求めるようになっていくことに注意を払う必要があるが、学生たちにそうした傾向がみられることを危惧している。学生たちがネット情報から甘んじて受け身の姿勢にならないよう軌道修正してあげる。それが筆者らの仕事である。

解は時の移ろいや場所の違い、コミュニティによって変化する不完全なものである。よって常に最適なものを探し続ける姿が解と言えるのではないだろうか。さらには何かを試行錯誤しながら解を追い求めることこそが、生きることそのものと言える。それに気づかせてくれるのが、地域である。地域とはすなわち地域にいる多様な人々である。そのような人との出会い（機会）を作る場が、筆者の役割であると考えている。

以上のような問題意識や目的のもと、筆者は学生たちと地域に入り、実行と失敗を繰り返しながら共に成長する。これが西山ゼミのスタイルである。筆者のゼミ指導における最終到達地点は、教員が学生たちの主体性に基づいて、適当な地域（人）と関わる機会を作り、指導を地域に委ね、学生たちが行き詰った時のアドバイスや事業費提供（補助金の確保）など後方支援任務に徹することだと考えている。しかし、現状では地域との関わりを築くこと、自身の経験値をあげることで精一杯となり、学生たちにそうした場を提供できているとは言い難い。

4.1 多様な人々と関わる機会を提供する

筆者自身、地域活動についてはまだまだ試行錯誤の最中のため、学生の主体性に任せた指導ができていないのが現状ではあるものの、多様な人々との関わりは多く提供したつもりである。前任の大学のゼミ生から「地域活動の中でいろんな人、特に 40 代以上の人と多く関わらせてもらったので、（就職活動の）面接のときもあまり違和感なく話すことができました」や「就職活動で話すネタが尽きませんでした」という話を多く耳にした。たとえ学生たちが、指導教員のリードのもとで地域活動に関わっていたとしても、短期的な効果としては地域活動に関わっていると、否応なく話のネタが増えたり、多様な年代の人と話したりするのに慣れる。大谷景観復活プロジェクトに関わった学生たちも、これまで目に見えてこなかった成果が就職活動に発揮されると期待している。

一方、長期的な視点に立てば、地域の人と関わることで各人の価値観や仕事観、人生観などの多様性を知るきっかけとなる。それは学生自身がどのような仕事や働き方をしたいのか、何を軸にして生きていけばよいのかなどの「生き方」を学び、考えるきっかけとなる。つまり、キャリア教育につながると考えている。当事業においても、例えば 2019 年 10 月に大谷石採掘業者である T 氏の計らいにより、地域の方々との交流会が催された。学生たちは、地域の方々と酒を酌

み交わしながら各テーブルで会話に花を咲かせていた。こうしたざっくばらんに楽しく会話ができる場を今後もより多く提供していきたい。

4.2 まずは実行してみる

西山ゼミの二つ目のキーワードは「口だけではなく行動する」である。「口だけでは地域の人に信頼してもらえない」というのが、筆者が前任校で得た知見であった。地域活動をする場合、地域の方は教員やゼミ生がどのような思考やアイデアを出すかに期待しているわけではなく、「地域のために何をしてくれるのか」を注視している。データを取るための調査は別にしても、地域に浸りイベント開催などのアクションを起こそうとした場合は、地域からの信頼は必須である。地域から求めに応じて汗をかいて、はじめて地域でアクションを起こすことができるようになる。大谷景観復活プロジェクトの一年目に草刈りや地域イベントにボランティアに参加したのは、2年目に様々なイベントをするための布石だった。

いわゆる「実行力」は、大学生よりもむしろ社会に出た時に必要な態度である。しかし、社会人と学生との大きな差は、失敗が許されるか、そうではないかである。学生は、失敗も勉強として許される。成功すれば大いに称えられ、新聞やテレビの取材が入る。社会的に許されないこと以外は何でもできる。時間があって、移動も自由にできて、ある程度のお金がある学生は、最も恵まれた特権階級なのである。だから学生には失敗を恐れず、何でもいいからアクションを起こしてほしい。その実行によって生じる様々な困難を乗り越える過程が、学生たちにとって最大の学びとなっていく。実体験を伴う学びによって獲得された知は、書籍など実体験を伴わない知と異なり、身体に染みつき色あせることはない。またその経験は、書籍などを通してフィードバックすることで体系化され、より理解が深まる。日本の学校教育において広く行われている「体系を学ばせ実践をさせる」のではなく、「実践してから体系を学ばせる」や「実践しながら体系を学ぶ」方がはるかに効果的である。

以上のことを大谷景観復活プロジェクトに当てはめてみると、学生たちはまず現地を歩き、大谷地区の課題を捉え、その解決方法を「草刈りをする」とした。そして多大なご助力をいただきながらも実行する。2019年8月に行われたバーベキューでは、77,000円が集まった。そうした大金を集められたのは、学生たちが大谷地区のために汗をかいていることを地域の方々や本学の先生方が認識し、評価してくれているからである。一口3,000円の協賛金をお願いして回ると5,000円や10,000円を何のためらいもなく出してくれる。これが実行のもつ力である。

4.3 成功体験を積ませる

とはいうものの、実行力（主体的に実行しようとする）は経験に裏打ちされた成功体験を経験し、それによって生じる高揚感や多幸福感を味わったことがあるのかないかによっても変わってくると考える。地域活動は、資格のように自分の力を計る物差しがなく、自分が何のために地域活動をしているのかがわかりにくい。経験が少ない学生にとって、成果が見えにくいとモチベーションが上がらず、活動に身が入らないことも往々にしてある。

宇都宮市の場合、当市が毎年12月に開催する「大学生によるまちづくり提案発表会」は学生たちの成果を計ることができる物差しとして非常に有意義なコンペティションである。また、11月末には大学コンソーシアムとちぎ主催の「学生&企業研究発表会」がある。前者は宇都宮市の施策に資する提案をする場であり、アイデアが求められる。一方、後者は実際に何をしてきたのかという結果が問われる。違った性格のコンペティションが揃っていて、自分たちの成果を目に見えるかたちで評価してもらえ環境があるのはありがたいことである。

先述のように、西山ゼミでは2018年度は大学生によるまちづくり提案発表会に、2019年度は学生&企業研究発表会に出場し、高い評価を得ることができた。賞を取ることで自分たちの評価を外側、特に就職活動時に面接官に理解してもらうことが容易になる。また、目標ができモチベーションを保ちやすくなる。そして何よりも賞をもらうことで、自分たちのやっていることに自信が付き、それが実行力や主体性を育む。

他人から評価をしてもらうという意味では、受賞報告に出向くことも大切な行程の一つである。1年目の時に大学生によるまちづくり提案発表会の受賞報告とお礼のために、お世話になった方々を一つ一つ訪問した。まわった先々でそれぞれの立場から良かった点をあげてもらえる。受賞することだけではなく、何が良かったのかを具体的に教えてもらえることで、評価された理由を理解することができる。これもまた成功体験となり主体性を育んでいく。

確かに地域活動は、コンペティションの結果よりも過程が最も大切ではあるが、活動のモチベーションを持続させ高めるため、そして主体性を育むためには他者からの評価が必要になる。そうしたことから、大谷景観復活プロジェクトに関わった学生たちは、大小あろうが主体性を高められたのではないだろうか。

4.4 つながる力の重要性

「産学官連携」「地域連携」など「連携」がイノベーションの源泉として注目されて久しい。西山ゼミにおいても、特に2年目は連携が事業遂行の大きな原動力となった。一般的に大学や学生は利益を求めないという前提条件があるために、多様な個人、団体と連携が容易である。

大学や学生が持っている「つながる力」「つなげる力」を改めて思い知らされたのが、大谷マイニングサイトやポケットパークの建設であった。採掘場跡地で何か面白いことをやってみようという学生たちの想いに、一人また一人と人が関わることで、小さな光が大きな光を放つようになっていく。協力者が一人増えるたびに、イベントの魅力が何倍にも高まっていく。「これがつながる力だ」と実感した。

大谷マイニングサイトの「大谷石の採掘場跡地でジャズを聴きながら、餃子とカクテルを堪能する」というコンセプトは、企画段階からそうであったわけではなく、クリエイターや事業者からのアイデアを寄せ集めた結果である。ポケットパークもアンケートの結果が発端ではなく、大谷石事業者の「大谷には休むところがなく、小さな休憩場があったらな」というつぶやきからである。一人では達成できないことでも、小さな力が寄り集まることで、化学反応が起き魅力的な大きな力に変化していくのである。これは協奏曲に似ている。一つ一つの楽器は地味でインパ

クトがなくとも、全く異なる種類の音色が合わさることで壮大で魅力的な音楽へと姿を変える。学生たちには、この「つながる力」を学んでほしかった。

当たり前のことであるが、人は全知全能ではない。しかし、人はそれぞれ得手不得手があり、各人が不足する力を補い合って組織や社会が成り立っている。より多くのことを知り、できるようになるように努力することは尊いことである。しかし、自分のできないことは、誰かを頼るのも生きるすべの一つである。そして困っている人がいれば、自分の力を貸してお返しをする。このことは、決して新しい考え方ではなく、人間がこれまで脈々と命をつないで来るために得てきた知恵である。

インターネットの普及によって、人は仮想空間の中で交流することができるようになった。筆者が学生たちに真に伝えたいことは、現実世界における様々なタイプの人間と良好な関係を築き、助け合っていくことが最も大切だということである。AIなどが今後より進化し、20年後には現在ある仕事の8割が消えるとも言われる。今後の人に求められる力は、人の感性に訴えかけるような、より強い感動を与えられる仕事である。ICT技術が発達しているからこそ、人が何を考えているのか、人が何を求めているのか、人が何に感動するのか。そのパターンを知っておくことが生きるすべとなっていく。そのチャンスを提供してあげることが、地域を教科書として扱う大学教員の仕事である。

【注】

- 1) 栃木県総合政策部「大学地域連携活動支援事業」の補助を受けた（「大谷景観復活プロジェクト—空き家・空き地を利活用した景観維持と観光振興—」）。
- 2) 宇都宮共和大学の先生方からも協賛をいただいた。
- 3) 宇都宮市民ジャズオーケストラと灯作家のK氏には、出演料と製作費をお渡しした。両者には当事業の公益性や学生のゼミ活動であることに関して深いご理解いただき、通常引き受けてもらえない金額でお願いした。また、地権者の自宅の電気や水道なども利用したことなどから、会場使用料も地権者にお支払いした。
- 4) ポケットパーク建設に最も適した地点での計画は頓挫してしまったが、2020年3月時点で新たな候補地を選定し、所有者に建設承諾を得ている。ただ、現段階では渡辺建設(株)との日程調整がつかず、建設日時は未定のままとなっている。
- 5) 足尾銅山鉍毒事件によって廃村になった旧谷中村の人々のインタビューを中心にしたドキュメンタリー映画で、それを再編集したのが『鉍毒悲歌そして今』である。
- 6) 1年生は「地域社会実習Ⅰ」の実習が14日に入っていたが、当初行う予定であった実習を取りやめ、大谷地区の復旧作業に振り替えた。

宇都宮共和大学シティライフ学部西山ゼミ

大谷地区の観光振興に関するアンケート

私たち宇都宮共和大学西山ゼミでは、観光客の皆様にご満足いただけるよう大谷周辺地域の魅力向上に努めております。つきましてはお忙しいところ恐れ入りますが、調査にご協力をお願いいたします。

問1 どちらから来られましたか。当てはまる数字に○をつけてください(以下同)。 1. 宇都宮市 2. その他の栃木県内 3. 県外⇒都道府県名をご記入ください()
問2 あなたの性別と年齢、同伴者を教えてください。 性別 1. 女性 2. 男性 3. その他 年齢 1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70歳以上 同伴者 1. なし 2. 家族 3. 友人・知人 4. 学校や会社・町内会など 5. その他()
問3 最後に(大谷に来る直前に)利用した交通手段を教えてください。 1. 自家用車 2. 路線バス 3. 観光バス(JRの定期観光バス) 4. 観光バス(JR以外) 5. タクシー 6. 自転車 7. その他()
問4 大谷の滞在時間(予定を含む)を教えてください。 1. 1時間未満 2. 1時間台 3. 2~3時間台 4. 4時間以上 5. わからない
問5 今回、大谷に来たきっかけや理由を教えてください。(複数選択可) 1. 以前に来て良かったから 2. テレビ・雑誌などで目にするから 3. 日本遺産に認定されたから 4. 大谷の景観をみたいから 5. 大谷の地下空間に行きたいから 6. 魅力的なお店があるから 7. 家族や知人に勧められたから 8. SNSやネットをみて興味を持ったから 9. このイベント(大谷マイニングサイト)に来た 10. その他()
問6 以下の中で本日巡った、または巡る予定の場所を教えてください(複数選択可) 1. 大谷資料館 2. 大谷寺 3. 平和観音 4. 大谷景観公園 5. 松が峰教会 6. 多気山不動尊 7. 宇都宮市内の餃子店 8. 道の駅ろまんちっく村 9. 宇都宮二荒山神社 10. 該当なし/未定
問7 昨晚宿泊された場所と今夜宿泊する予定の場所を教えてください。 昨晚 1. 宿泊していない 2. 日光・鬼怒川 3. 那須 4. 宇都宮市内 5. その他 今晚 1. 宿泊しない/未定 2. 日光・鬼怒川 3. 那須 4. 宇都宮市内 5. その他
問8 大谷をまわる中で、残念に思ったことを教えてください(複数選択可) 1. 奇岩を覆う草木 2. 景観に合わない色の看板や家屋 3. 殺風景な空き家や空き地 4. 魅力的な飲食店がない 5. 魅力的な土産店がない 6. 魅力的な観光スポットがない 7. 残念なことはない 8. その他()
問9 大谷地区の観光地として整備すべき点について教えてください(複数選択可) 1. 草木や廃屋対策 2. 道路の拡張・整備 3. 歩道の整備 4. 多言語表記の案内 5. 路線バスの本数の拡充 6. バス運賃減額 7. 飲食店の整備・充実 8. 大谷を見渡せる高台 9. 観光案内所の整備 10. ベンチなど休憩場所の整備 11. 土産物店の整備・充実 12. ボランティアガイドの充実 13. 餃子店の整備 14. LRT(次世代路面電車)の建設 15. 電柱の地中化 16. 特になし 17. その他()
問10 何か気が付いたことや、不便に思った点などあったらご記入ください(回答自由)

ご回答ありがとうございました。結果は栃木県や宇都宮市への政策提案等に活用させていただきます。

土地使用貸借契約書

貸主 [] (以下甲) と借主 宇都宮 共和国学学長 須賀英之 (以下乙) は間に、次の通り、土地使用貸借契約を締結する。

第1条

甲はその所有する下記表示の土地を乙に貸出し、乙はこれを借用する。

1. 所在 宇都宮市大谷町字 []
2. 地目 宅地、公衆用道路
3. 地積 (使用する面積) 82.22 m²のうち9.0 m²

第2条

使用貸借の期間は、2019年10月1日から2022年3月31日までの2年6カ月間とするが、契約期間内でも、甲乙協議の上中途解約できるものとする。

第3条

賃料はないものとする。

第4条

乙は、土地に休憩所を設置し、観光客等へ利用させる目的で使用する。

第5条

乙は次の場合には、事前に甲の書面による承諾を受けなければならない。

1. 使用目的を変更するとき
2. 本件土地の現状を変更しようとするとき

第6条

乙が次の場合に該当したとき、甲は催告をなく直ちに本契約を解除することができる。
前条又はその他本契約に違反したとき。

第7条

本契約に関する紛争については、甲の居住地の裁判所を第一審の管轄裁判所とする。

第8条

本契約が合意解除、解除その他の事由により終了したときは、乙は直ちに自己費用により構造物を除去し、本件土地を原状に回復したうえで、これを甲に明け渡さなければならない。

第9条

乙は、本件土地の明け渡しに際し、立退料その他名目の如何を問わず、甲に対し、一切金銭的な要求をしないものとする。

第10条

乙は、土地 (第1条に示した地番) に繁茂する雑草や樹木を定期的 (年2回程度) に刈り、土地の適切な維持管理に努めるものとする。また乙は、休憩所利用者が座したと思われる休憩所とその周辺の小さなゴミ (空き缶やビニールなど) は、定期的に見回りをし、回収、廃棄するものとする。

第11条

本契約に定めのない事項が生じたとき、又はこの契約条件の各条項の解釈につき疑義が生じたときは、甲乙誠意をもって協議の上解決するものとする。

以上、本契約成立の証として、本書を2通作成し、甲乙は署名押印のうえ、それぞれ1通を保管するものとする。

令和 元年 10月 1日

甲) 貸主

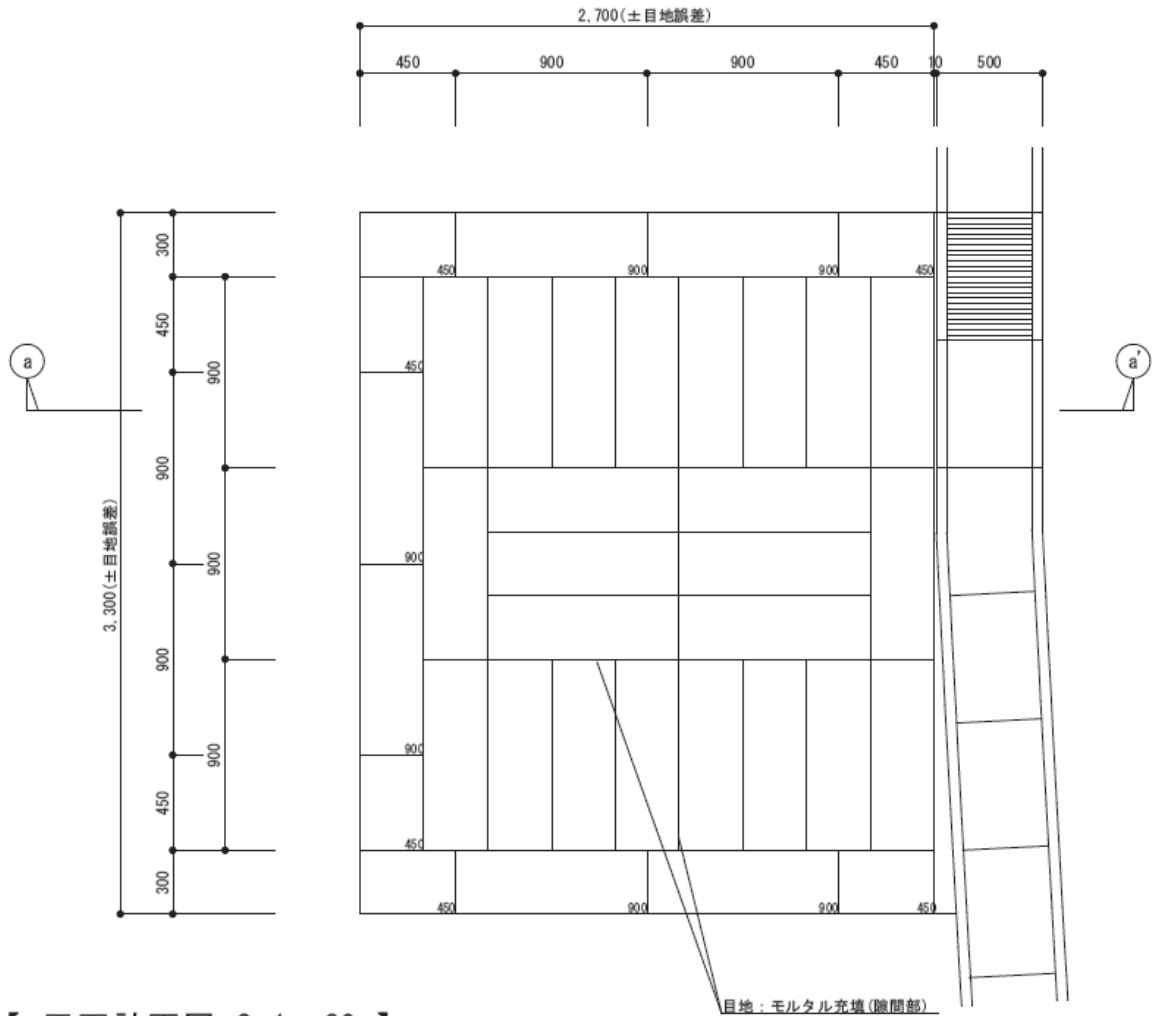
氏名

乙) 借主

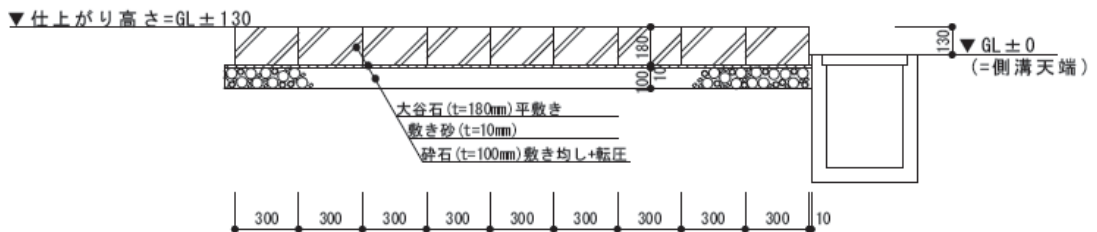
住所 宇都宮市大通り1-3-18

氏名 宇都宮共和国学学長 須賀 英之 印

補遺2 ポケットパーク建設に関する所有者との土地使用貸借契約書



【 平面計画図 S=1 : 30 】



【 a-a' 断面図 S=1 : 30 】

- ※01大谷石：t 180×300×900mmを使用した場合
- ※02敷き並べのデザイン：任意とする
- ※03目地：再使用材料の制度により、現場対応とする

補遺3 ポケットパークの設計図

(渡辺建設のH氏が制作)

補遺4 「大谷景観復活プロジェクト」に関連した主な活動

年度	月	日	内容	場所	関連組織、個人
2018	5	25	第1回大谷地区視察	大谷寺など	—
	7	7	第2回大谷地区視察	カネホン大谷石採掘場など	大谷商工観光協会、うつのみや シティガイド協会
	8	6	宇都宮市大谷振興室講義	宇都宮共和大学	宇都宮市大谷振興室
		13	第1回大谷地区草刈り	大谷街道沿い空き地	大谷商工観光協会、うつのみや シティガイド協会
		14-16	大谷地区ナンバー調査	大谷市営駐車場など	—
		28	大谷地区ナンバー調査	大谷市営駐車場など	—
	9	3	OHYA UNDERGROUNDツアー参加		チキカチ計画
		9	「クリエイティブシティ・フォーラム」研究 発表会最優秀賞	オリオンスクエア	宇都宮市創造都市研究センター
	9	22	城山あったか活動参加	大谷市営駐車場周辺	城山中学校、NPO法人ナルク栃木
	9	27	大谷振興室との草刈り反省会	宇都宮市役所	宇都宮市大谷振興室
	10	2	NPO法人ナルク栃木へのヒアリング	宇都宮共和大学	NPO法人ナルク栃木
		27	ギネス世界記録「乾杯でギネス世界記録に挑 戦!!」に参加	大谷景観公園	宇都宮ブランド推進協議会
		27	フェスタin大谷にボランティア参加	大谷資料館	フェスタin大谷実行委員会
	11	1	「学生活動支援事業」補助金採択	—	大学コンソーシアムとちぎ
		3	大谷石山の登山道整備	大谷地区遠見崎	大谷自治会長F氏
		5	大学祭ゼミ発表にて最優秀発表賞	宇都宮共和大学	—
		17	19 大谷地区通行量調査	大谷地区6地点	—
		25	第5回関東学生景観デザインコンペティショ ン参加	表参道スクエア「宇都宮市民 プラザ」	関東学生景観デザインコンペティ ション実行委員会
	12	20	大学生によるまちづくり提案発表会にて第1 位	宇都宮市役所	宇都宮市市政研究センター
		26	事業関連団体受賞報告①	宇都宮市役所など	大谷振興室など
	1	8	事業関連団体受賞報告②	城山地区市民センターなど	大谷商工観光協会など
	2	4	宇都宮市佐藤市長との意見交換会	宇都宮市役所	宇都宮市長、市政研究センター
2019	4	19	ゼミ生朝日新聞単独インタビュー	宇都宮共和大学	朝日新聞
	4	13	リコージャパン栃木支社との清掃活動	問屋町周辺	リコージャパン栃木支社
	5	11	第3回大谷地区視察	大谷資料館、遠見崎など	—
		25	大谷石研究会総会にて研究発表	ホテルニューイタヤ	NPO法人大谷石研究会
	6	7	北戸室石下石材店採掘場見学		北戸室石下石材店
	7	5	「大学地域連携活動支援事業」補助金採択	—	栃木県総合政策部
		23	「学生活動支援事業」補助金採択	—	大学コンソーシアムとちぎ
		27	小野口家住宅見学	小野口家住宅	東信堂
		29	下野新聞社取材	宇都宮共和大学	下野新聞社
	8	4	第2回大谷地区草刈り 交流バーベキュー	大谷地区6か所 遠見崎下採掘場跡地	大谷自治会、荒針自治会、大谷商 工観光協会など
	8	14-15	大谷マイニングサイト	遠見崎下採掘場跡地	JcTクリエーションズ、和灯屋、 宇都宮市民ジャズオーケストラな ど
	9	3	渡辺建設プロジェクト説明	渡辺建設本社	渡辺建設
		19	世界クオリティのとちぎオンリーワンを探る シンポジウム出席	ナカニシ新本社	「大谷」の美しい村作り協議会
		26	渡辺建設と現場下見	ポケットパーク建設予定地	渡辺建設
		27	大谷石古材移動作業	みどり資材置き場など	株式会社みどり
	10	1	大谷地区キーマンとの交流会	呑食処澁谷	大谷石材協同組合、大谷地区の各 種事業者代表者など
		2	下野新聞社取材	宇都宮共和大学	下野新聞社
		13	大谷地区災害救援活動開始	大谷地区全般	大谷自治会
		16	ポケットパーク建設工事（延期）	ポケットパーク建設予定地	渡辺建設、大谷石材協同組合
		18	「大学地域連携活動支援事業」中間報告会	宇都宮大学	栃木県総合政策部
	11	3	大学祭ゼミ発表にて最優秀発表賞	宇都宮共和大学	—
		9	宇都宮大学LRT学生団体に対し大谷案内	大谷資料館など	宇都宮大学LRT学生団体
		23	アジアフードフェスin大谷（延期）	大谷自治会集会場前空き地	
			映画観賞会（延期）	遠見崎下採掘場跡地	「鉾毒悲歌」制作委員会、リコー ジャパン栃木支社
		30	「学生&企業研究発表会」にて金賞	作新学院大学	大学コンソーシアムとちぎ
	12	11	事業関連団体受賞報告①	宇都宮市役所など	大谷振興室など
	20	事業関連団体受賞報告②	城山地区市民センターなど	大谷商工観光協会など	
1	14	ポケットパーク建設予定地瓦礫撤去作業	ポケットパーク建設予定地	大谷自治会、THE STANDARD BAKERS、大久保、イリヤマ興業	
2	14	「大学地域連携活動支援事業」最終報告会	宇都宮大学	栃木県総合政策部	

大谷地区の基礎的研究（1） —共同研究の趣旨と目的—

A Basic Study on Ohya Area #1
: Background and Purpose of This Joint Research

吉田 肇 (宇都宮共和大学 教授)
西山 弘泰 (宇都宮共和大学 専任講師)
渡邊 瑛季 (宇都宮共和大学 専任講師)
吉野 清史 (宇都宮共和大学 客員研究員)

宇都宮共和大学都市経済研究センターでは、2018年度から本学教員3名と客員研究員（本学非常勤講師）1名で「城山地区の地域・観光振興に関する共同研究」を実施している。2年目となる本年度においては、大谷地区を中心とする人口、大谷石産業、観光の歴史や現状に関する分析を行った。本稿では、本共同研究に取り組むに至った背景や目的、研究体制、今後の研究に向けた方向性を示す。

キーワード: 大谷地区, 宇都宮市, 地域振興, 観光振興

1 はじめに

衰退する地方の救世主として、多くの地域がインバウンド観光に注目し、各種の取り組みを行っている。宇都宮市では、かねてより「餃子の街」として、全国にその名を轟かせ、関東を中心に多くの観光客が有名餃子店を目指し、観光に訪れている。ところが、東京へのアクセシビリティの良さや周辺に日光や那須といった魅力的な観光地を抱えているがゆえに、多額の消費を伴う長期滞在型の観光が根付かず、観光客一人あたりの消費金額が少ないことが指摘されている（宇都宮市（2018）、文献[1]）。

そうした中で、大谷地区や大谷石が再び観光資源として注目を集めるようになってきている。潮目の変化は2018年5月に「大谷石文化」が日本遺産に認定されてからと思われるが、陥没事故や大谷石産業の衰退が負のイメージとして依然として当地区に暗い影を落としているのも現実である。また、大谷地区における最大の魅力は、大谷石がつくり出す独特の景観であるが、それをありふれた風景として評価していない地元住民も少なくない。

観光需要にインフラ整備や制度が追い付いていないのも喫緊の課題である。2018年に宇都宮

市は当地区主要道路沿いを立地誘導エリアに定め、開発許可基準の緩和を行うなど観光振興にむけた取り組みを行っているが、道路や上下水道、公共交通は脆弱なままで、今後オーバーツーリズムの影響がでることも予想される。インフラにおける課題として最も懸念されるのが、防災対策である。当地区ではこれまでも、集中豪雨によって姿川が観音橋付近の狭窄部で溢水を繰り返しており、2019年10月の台風19号では氾濫によって地区の広い範囲で床上浸水の被害を受けた。飲食店は長期の休業を余儀なくされ、中には廃業した店舗もある。2020年春に規制緩和を利用した店舗出店が見込まれていたが、その影響から未だに工事が始まっていない¹⁾。

以上のように、当地区にはハード、ソフト両面において、課題が山積している。そうした中でインバウンド振興の名のもとに、観光振興のみが行政の後押しのもと民間事業者を中心に推進され、コミュニティが置き去りにされている懸念もある。本研究では観光振興から一旦距離を置き、大谷地区の歴史や現状を整理するところからはじめた。そして、大谷地区にとって何が課題なのか、その課題をどのように乗り越え、コミュニティと観光のバランス良い発展を如何に目指していくのかを考察していく。大谷地区の現状や課題を洗い出し、今後の大谷地区におけるコミュニティ、観光振興のあるべき方向性を示すことが、本研究の目的である。

2 研究体制

宇都宮共和大学都市経済研究センターでは、「宇都宮共和大学共同研究規程」に基づき、本学教員または産官民を交えた共同研究を推進しており、本共同研究もその枠組みのもとで2019年2月に発足した。2018年度は資料収集など予備的な活動を、2019年度から2カ月に1回程度メンバーが集まり成果報告、ディスカッションを重ねてきた。

本共同研究のメンバーは表1に示した通りである。2019年度における研究代表者である吉田は、全体統括を担当した。西山は2018年度よりゼミ活動において当地区で景観維持活動を実践しており、コミュニティやまちづくりの観点から当地区の分析を行った。渡邊は観光地理学に精通し、大谷地区を含む市内北西部地域におけるグリーンツーリズムについての成果があることから、観光全般や大谷地区において期待が高まっているガストロノミーツーリズムを検討した。

また、外部から客員研究員として吉野を招聘した。吉野は現役の宇都宮市役所職員であるが、本学シティライフ学部の非常勤講師を務めている（「地方自治論」担当）。また2018年度から2019年度にかけて宇都宮市の出先機関である城山地区市民センターの副所長でもあった。つまり、大谷地区のコミュニティと最も近い距離にあり、当地区の細かな情報に精通している。吉野は当地区のコミュニティの動向や市の施策などについて助言するとともに、吉野個人の研究として大谷石産業の歴史や現状についての調査・研究を担当した。

3.1 2019年度の研究成果

『都市経済研究センター年報第20号』においては、2019年度の成果を担当分野ごとに提示する。大谷地区に関する書籍や論文・雑誌記事、報告書は多数存在するが、大谷地区全体を俯瞰的、かつ簡潔にまとめたものが少ない。実質的に共同研究1年目となる2019年度は、既存資料や統計

表1 2019年度共同研究のメンバー

氏名	所属・職位	担当分野
吉田 肇	宇都宮共和大学シティライフ学部 教授	全体統括
西山 弘泰	宇都宮共和大学シティライフ学部 専任講師	地域づくり, 空き家・空き地の利活用, コミュニティ振興
渡邊 瑛季	宇都宮共和大学シティライフ学部 専任講師	観光全般, グリーンツーリズム, ガストロノミーツーリズム
吉野 清史	宇都宮共和大学シティライフ学部 客員研究員・非常勤講師 ※城山地区市民センター (宇都宮市) 副所長 (当時)	宇都宮市の大谷振興策, 大谷石産業

などから情報を入手し、それらをまとめることとした。

まず、「大谷地区の基礎的研究(2)」は西山が担当し、統計データから大谷地区の人口動態の変化やその特徴、課題を整理した。(3)は吉野が担当し、各種資料を参考に大谷石産業やそれを支えた輸送手段の歴史と現状をまとめた。(4)は渡邊が担当し、大谷地区における観光の隆盛期とその後の動向、そして今後の当地区における観光の在り方を論じた。

3.2 2020年度の研究計画

前述の通り、本研究の目的は大谷地区の地域(コミュニティ)と観光のバランスの取れた振興を図っていくための方策を見出すことにある。本共同研究においては、大谷地区における地域振興・観光振興のキーになるのは、宇都宮市北西部地域の観光資源と個々の人的資源の連帯であると考えられる。特にイノベーションを起こすためには、多様な主体の連携が重要である。ところが、地元(長い間当地区に住んでいたり事業を行っている事業者)と非地元(近年流入してきた住民や事業者、その他の団体、個人)に関わらず、相互理解や共通認識が不足しているように思われる。それは「当地区はもともと採掘業に携わる者が多く、各採掘場が奪い合うように限りのある大谷石を採掘してきた²⁾」ということも背景にあるのかもしれない。

しかし、採掘業の衰退、地元住民の変化、新住民や事業者の流入によって、連帯を阻む意識は徐々に薄れつつあるように感じられる。そこで、2020年度の研究では、大谷地区のプレイヤーの連携の可能性について検討していくこととする。具体的には、大谷地区を一つの事業体と捉え、人材の有効な利活用方策の提示を試みる。

【注】

- 1) 2020年3月に行った株式会社ベルモール関連企業社員に対する電話取材による。水害の他にも、2020年3月頃から世界的流行となった新型コロナウイルスによる観光客の激減もその理由の一つとしている。
- 2) 2020年3月に行った大谷石採掘事業者の社員に対するヒアリング調査による。

【参考文献・資料】

- [1] 宇都宮市(2018)『第2次宇都宮市観光振興プラン』宇都宮市。

大谷地区の基礎的研究（2） —統計からみた大谷地区の変化と現状—

A Basic Study on Ohya Area #2
: Statistical Overview of its Changes and Current Situation

西山 弘 泰（宇都宮共和大学 専任講師）

本研究は大谷地区における人口動態の変遷や現状をまとめることで、来年度以降の研究の基礎とすることを目的としている。大谷地区の人口は1970年以降減少の一途を辿り、その動態は宇都宮市全体と逆行した傾向を示している。人口減少の要因は、大谷石産業の衰退による減少と2000年以降の少子高齢化に伴う減少の二つに分けることができる。今後も持続的な観光振興を目指すとするならば、同地区のコミュニティ再生は急務である。

キーワード: 大谷町, 宇都宮市, 統計, 人口動態, 大谷石産業, 少子高齢化

1 はじめに

宇都宮市大谷町（以下、大谷地区）は、古くから大谷石の採掘産業で栄えたという特性上、大谷石産業に関連した書籍、記事、報告書等が多数確認できる。また観光関連では、大谷寺への札所巡りや戦後の観光開発に伴う観光関連施設の立地などの記述も散見される。一方で、人口動態について記載したものは管見の限りではなく、その変遷や現状についてまとめることが、今後本研究を遂行していく土台になると考えた。そこで本稿では大谷地区の人口動態について、国勢調査などの統計資料を用い、その変遷と現状についてまとめてみた。

2 大谷地区の地勢

大谷地区は、宇都宮市中心部から北西に約7kmに位置する。大谷地区の面積は4.13km²と宇都宮市他地域の行政区域と比べると広い。そのため地区内は荒針、大谷、坂本、立岩、瓦作、戸室、城西ニュータウン（一部）の自治会に分かれている¹⁾。宇都宮市が定める連合自治会における地区区分では、城山地区に属する地域である。図1に示したように、大谷地区は南北に長く、中央には東西に県道70号線（宇都宮今市線）、通称大谷街道が貫いている。大谷交差点から県道188号線（大谷観音線）が分岐し、大谷寺まで続く。

地形は北側から流れる姿川と西側から流れる支流，そして地区東縁を南北に流れる鎧川流域は平地となっているが，半分以上をなだらかな丘陵地が占めている。姿川沿いには侵食作用によって生まれた大谷石の露頭や奇岩群を目にすることができる。

大谷寺付近一帯は宇都宮県立自然公園に指定されており，大谷寺北側の御止山は国の名勝に指定されている。また，約1,200年前に建立されたとされる大谷寺や大谷寺内にある磨崖仏の千手観音像は国の特別史跡，重要文化財に指定されている（埴（2015），文献 [1]）。さらに，2018年5月に大谷石の文化が「地下迷宮の機密を探る旅～大谷石文化が息づくまち宇都宮～」として日本遺産に認定され，その構成文化財として大谷地区やその周辺の奇岩群，大谷寺の文化財，採掘場やその跡地（大谷資料館など），軌道跡，大谷石採掘道具一式などが指定された。その他，大谷景観公園や平和観音，隣接地域には多気山不動尊，ろまんちっく村など文化的価値の高い施設や集客施設が多数立地している。

3 人口と世帯の変化

住民基本台帳による2020年2月末の大谷地区の人口は1,942人，世帯数は876世帯である。図2より大谷地区の人口の変遷をみていきたい。入手可能であった1975年から5年ごとの人口と世帯の変化では，1975年に4,110人だった人口はほぼ同様のペースで減り続け，現在は1975年の半分以下となっている。同じように減少し続けている人口であるが，それには2つの段階があると推察される。

まず，第一段階は1990年代半ばまでである。この時期は大谷石産業の衰退による人口減少である。特に1960年代の大谷石採掘の機械化による省力化と1970年代以降の大谷石需要の減退が，当期の人口減少に大きな影響を与えたと考えられる。産業の衰退と人口減少との関連性については「大谷石の労働者は，96%までが大谷の人間である」（栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ（1974），文献 [2]）ことから推察することができる。また，大谷石採掘関連従業者を主な顧客とする個人経営で住まいを併設した小売業や飲食業などの衰退も招くこととなり，人口を大きく減じたものと考えられる。こうした人口の変化は，旧産炭地域と類似する。

4 年齢別の人口構成

他方で2000年以降の人口減少は少子高齢化による影響，すなわち日本全体が抱えるマクロな人口動態と関連性が高い。図3は2015年国勢調査に基づく大谷地区と宇都宮市全体の5歳階級別の人口構成を示したものになる。宇都宮市全体の高齢化率は22.9%であるのに対し，大谷地区は32.3%と3人に1人が65歳以上の高齢者である。それを反映し，人口のピークは宇都宮市全体では40-44歳であるのに対し，大谷地区では60-64歳である。また，大谷地区の特徴は75歳以上の後期高齢者の割合が高いことであり，中山間地域にみられる人口構成と似ている。このことから，人口減少の第二段階は，子どもたちの離家と高齢による死亡や他出といった少子高齢化に起因しているものと思われる。

大谷地区の自治会の中には，後期高齢者の割合が50%を超えている地区もあり，コミュニティ

活動そのものの運営やひいては存続も危ぶまれる地区もある²⁾。近年の大谷地区では、大谷石の文化が日本遺産に認定されるなど、観光業が脚光を浴びつつある。その一方で、地域の存立基盤ともいえるコミュニティが運営や存続の危機に瀕している。大谷地区には民家の外壁に大谷石を貼ったり、塀が大谷石であったりする場合が多い。こうした日常生活の中にある景観、つまり生活景も大谷地区の重要な観光資源である。たとえレストランや小売店が出店しても、それを引き立たせる生活景が失われてしまったら、全国にありふれたテーマパークと大差はない。大谷地区が観光地として今後発展していく上でもコミュニティの維持が重要である。

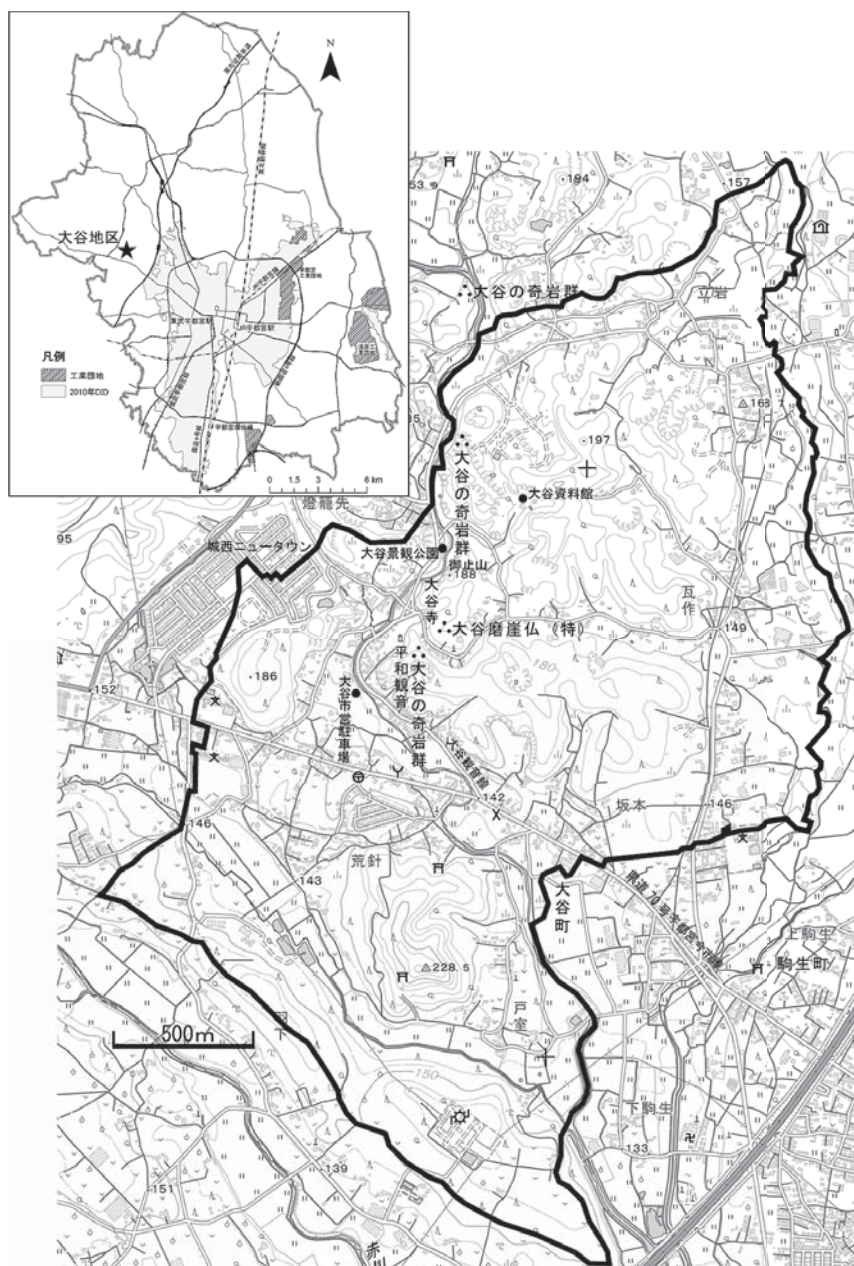


図1 大谷町の位置

資料：「地理院地図」の一部を改変し作成

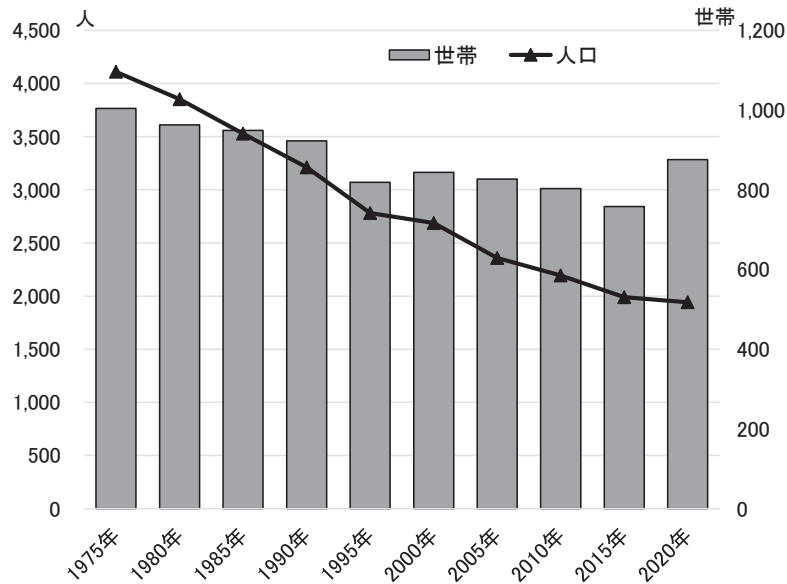


図2 大谷町の人口の変化

資料：1995～2015年は国勢調査，1990年以前，2020年は住民基本台帳人口より作成

注：住民基本台帳における人口のうち2020年は2月末，他は1月末のもの

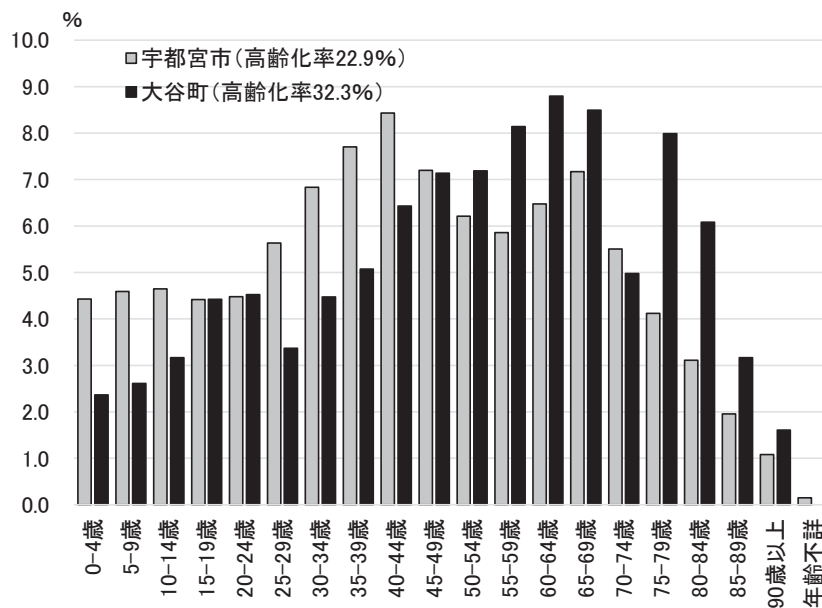


図3 大谷町と宇都宮市の人口構成

資料：2015年国勢調査より作成

図4は1995年と2015年の大谷地区における人口ピラミッドである。特徴的なのは、1941-45年生まれコーホートの男性が目立って少なくなっていることである。こうした傾向は宇都宮市全体ではみられず、大谷地区で特徴的にみられる。しかしながら、その理由については判然としない。また、2015年における75歳から84歳までの女性の数が極端に多い。確かに、日本全体の人口構成をみると、男性に比べ女性の方が長命なため85歳を超えると男性と女性の人口比は1:2と

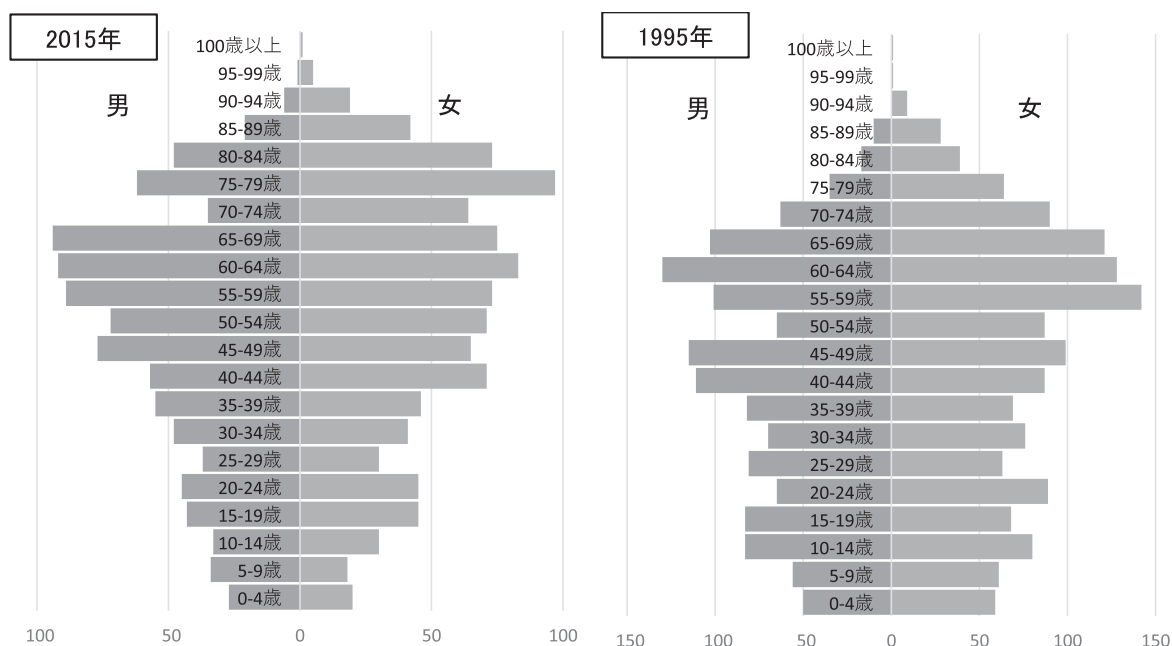


図4 大谷町の人口ピラミッド
資料：各年次国勢調査より作成

なる。ところが75歳からそうした傾向がみられることも大谷地区の特徴といえる。なお、その理由に関して高齢者施設の存在が考えられるが、大谷地区には特別養護老人ホームなど長期にわたって高齢者が居住する施設は存在せず、不明である。

5 就業者の産業

表1は大谷地区における15歳以上就業者の産業の大分類別人口を示している。分類の変化に伴って、年次により名称が異なるが、大谷石に関連した項目である「鉱業、採石業、砂利採取業」〔鉱業〕³⁾の変化をみると、1995年は50人(3.6%)が「鉱業」に分類される産業に従事していた。ところがそれより20年後の2015年には4人(0.4%)と大幅に減少している。これらすべてが大谷石の採掘に関わっているとは明言できないが、その大半がそうであることは想像に難くない。このデータからみても、地域住民と大谷石産業の関わりが希薄になっていることが伺える。なお、1995年、2015年ともに宇都宮市全体の構成比と比較したところ、大きな差異を確認することはできなかった。

6 事業所と労働人口

ここでは働く場としての大谷地区の状況、また労働人口の動態について概観する。図5は大谷地区における事業所数と従業者数の推移を示したものである。1975年には251の事業所が立地し、そして2,049人の従業者が就業していた。この資料からも、大谷地区の往時の賑わいをうかがい知ることができる。

表1 大谷町と宇都宮市の人口構成

2015年			1995年		
総数	927	100.0	総数	1406	100.0
農業	29	3.1	農業	60	4.3
林業	1	0.1	林業	0	0.0
漁業	0	0.0	漁業	0	0.0
鉱業、採石業、砂利採取業	4	0.4	鉱業	50	3.6
建設業	82	8.8	建設業	159	11.3
製造業	153	16.5	製造業	271	19.3
電気・ガス・熱供給・水道業	2	0.2	電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0
情報通信業	11	1.2	運輸・通信業	86	6.1
運輸業、郵便業	54	5.8	卸売・小売業、飲食店	381	27.1
卸売業、小売業	189	20.4	金融・保険業	41	2.9
金融業、保険業	19	2.0	不動産業	6	0.4
不動産業、物品賃貸業	10	1.1	サービス業	326	23.2
学術研究、専門・技術サービス業	15	1.6	公務(他に分類されないもの)	26	1.8
宿泊業、飲食サービス業	46	5.0	分類不能の産業	0	0.0
生活関連サービス業、娯楽業	44	4.7			
教育、学習支援業	33	3.6			
医療、福祉	84	9.1			
複合サービス事業	8	0.9			
サービス業(他に分類されないもの)	60	6.5			
公務(他に分類されるものを除く)	22	2.4			
分類不能の産業	62	6.7			

資料：各年次国勢調査より作成

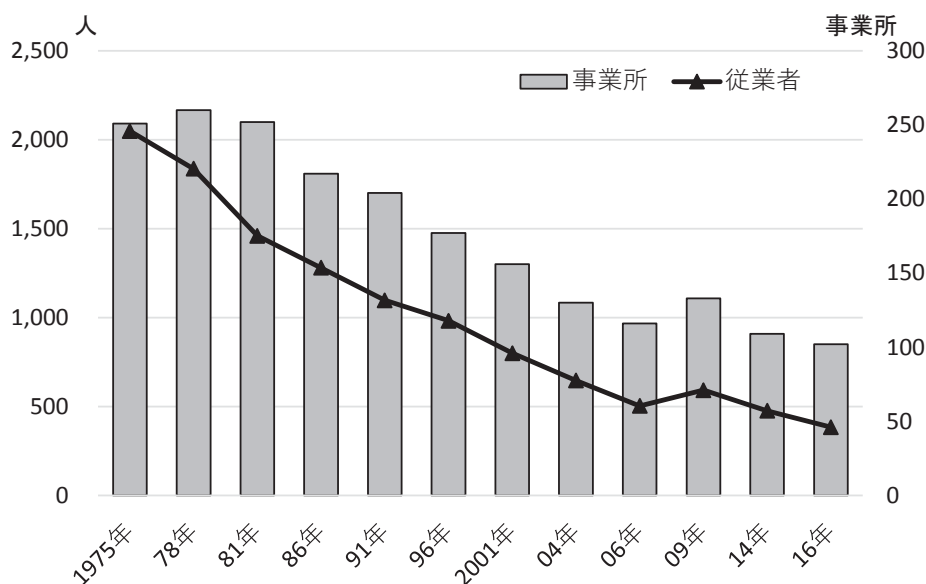


図5 大谷町における事業所と従業者の推移

資料：経済センサス、事業所・企業統計調査より作成

一方、表2は2016年の結果である。大谷石採掘事業者と思われる「鉱業、採石業、砂利採取業」はわずか3事業所、8人に過ぎない。最も多いのが「卸売業、小売業」で40事業所、132人となっているが、この構成比は、宇都宮市全体の数値よりも大幅に高く大谷地区の特徴といえる。それとは逆に「宿泊、飲食、サービス業」が3事業所、10人と少ない。2018年ごろから飲食店の開

表2 大谷町における事業所と従業者（2016年）

	宇都宮市大谷町				宇都宮市			
	事業所		従業者		事業所		従業者	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
農林漁業	0	0.0	0	0.0	79	0.4	799	0.3
鉱業、採石業、砂利採取業	3	2.9	8	2.1	9	0.0	55	0.0
建設業	17	16.7	73	19.0	2,128	9.7	16,886	7.0
製造業	9	8.8	36	9.4	1,121	5.1	32,008	13.3
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0	0	0.0	24	0.1	753	0.3
情報通信業	0	0.0	0	0.0	228	1.0	4,709	2.0
運輸業、郵便業	0	0.0	0	0.0	435	2.0	11,174	4.6
卸売業、小売業	40	39.2	132	34.4	5,934	27.1	54,163	22.4
金融業、保険業	2	2.0	15	3.9	474	2.2	8,423	3.5
不動産業、物品賃貸業	2	2.0	4	1.0	1,441	6.6	5,792	2.4
学術研究、専門・技術サービス業	3	2.9	4	1.0	1,091	5.0	8,278	3.4
宿泊業、飲食、サービス業	3	2.9	10	2.6	2,838	13.0	22,120	9.2
生活関連サービス業、娯楽業	8	7.8	23	6.0	2,117	9.7	11,532	4.8
教育、学習支援業	4	3.9	11	2.9	806	3.7	7,715	3.2
医療、福祉	3	2.9	29	7.6	1,672	7.6	26,318	10.9
複合サービス業	1	1.0	8	2.1	91	0.4	2,317	1.0
サービス業（他に分類されないもの）	7	6.9	31	8.1	1,418	6.5	28,366	11.8
総数	102	100.0	384	100.0	21,906	100.0	241,408	100.0

資料：経済センサスより作成

業は確認できるが、観光地として飲食店の少なさは課題である。

各産業別の変化を示したのが表3である。最も減少が激しい産業は、「鉱業」でその減少数は群を抜いている。また「製造業」についても減少しているが、これは大谷石の加工事業者が含まれるものと思われる。大きな変化がみられないのが「卸売・小売業、飲食業」である。ただ、事業所数が4分の1ほど減少している一方で、従業者数が増加している。これは従業者数が少ない小規模な個人店が廃業する一方で、企業の経営の事業所が増えたことによるものと考えられる。

7 今後の研究に向けて

本稿では、統計資料を用いて大谷地区の人口や産業の変遷・現状を明らかにした。人口においては、戦後増加の一途を辿った宇都宮市全体の人口とは裏腹に、大谷石産業の衰退と軌を一にして減少し続けており、高齢化によりコミュニティの維持が今後困難になっていくことが予想される。

その反面、大谷資料館など、その魅力が各種メディアを通して発信され、観光地としてのプレゼンスは年々高まっている。それにビジネスチャンスを見出した事業者による店舗の新規出店や計画も相次いでおり、観光地としてますますの発展が見込まれる。今後の大谷地区の課題は、観光地化が進む中で、いかにコミュニティを維持し、生活の場としての大谷地区を維持していくかである。今年度以降は、観光地化とコミュニティの維持を如何にバランスよく進めていき、持続可能な観光地を目指していくかについても検討していきたい。

表3 大谷町における産業大分類別の事業所と従業者の変化

	2001年				1991年			
	事業所		従業者		事業所		従業者	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
農林漁業	1	0.7	8	1.0	1	0.5	12	1.1
鉱業	4	2.6	30	3.9	24	11.8	239	21.8
建設業	16	10.5	104	13.5	19	9.3	112	10.2
製造業	19	12.4	103	13.3	38	18.6	203	18.5
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
運輸・通信業	3	2.0	33	4.3	7	3.4	48	4.4
卸売・小売業, 飲食業	75	49.0	322	41.7	76	37.3	272	24.8
金融・保険業	2	1.3	28	3.6	3	1.5	37	3.4
不動産業	3	2.0	6	0.8	2	1.0	6	0.5
サービス業	30	19.6	139	18.0	34	16.7	168	15.3
総数	153	100.0	773	100.0	204	100.0	1097	100.0
	1981年				1975年			
	事業所		従業者		事業所		従業者	
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比
農林漁業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
鉱業	52	20.6	705	48.3	58	23.4	1289	63.4
建設業	29	11.5	114	7.8	15	6.0	41	2.0
製造業	29	11.5	171	11.7	24	9.7	136	6.7
電気・ガス・熱供給・水道業	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
運輸・通信業	7	2.8	38	2.6	11	4.4	83	4.1
卸売・小売業, 飲食業	92	36.5	279	19.1	96	38.7	262	12.9
金融・保険業	2	0.8	29	2.0	2	0.8	36	1.8
不動産業	2	0.8	9	0.6	0	0.0	0	0.0
サービス業	39	15.5	115	7.9	42	16.9	185	9.1
総数	252	100.0	1460	100.0	248	100.0	2032	100.0

資料：経済センサスより作成

【注】

1) 宇都宮市「宇都宮まちかど情報マップ」

https://www.machi-info.jp/machikado/utsunomiya_city (2020年3月29日閲覧)。

2) 大谷自治会の会長であるF氏の2019年8月の語りによる。

3) 「鉱業, 採石業, 砂利採取業」と「鉱業」は同義であることから, 当該項目における1995年, 2015年の比較は可能である。

【参考文献・資料】

[1] 埜 静夫 (2015) 『うつのみやの地名と歴史散歩』 下野新聞社。

[2] 栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ (1974) 『地域総合調査報告 大谷』 栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ。

大谷地区の基礎的研究（3） —大谷石産業の変遷—

A Basic Study on Ohya Area #3
: The History of the Ohya-Stone Mining Industry

吉野清史（宇都宮共和大学 客員研究員）

大谷地区における今後の地域振興策を考える上で、大谷石の採取場跡地などの大谷石産業に関連した遺構等を、この地域固有の資源として活かすことは、欠くことのできない手法の一つである。本稿では、主に明治時代以降の大谷石産業について、石の採掘方法や輸送方法、生産量や出荷額の変遷、宇都宮を中心とする地域経済に与えてきた影響などに関する基礎的な情報とともに、現在の大谷地区が抱えている課題や、行政を中心に進められている様々な施策の動向などを整理することにより、この地域の振興策を検討する上で必要となる知見の共有を図る目的でまとめたものである。

キーワード：大谷石産業，採掘方法，輸送方法，採取場跡地，観光産業

1 はじめに

本稿では、宇都宮市の中心部から西北に約8kmに位置する大谷地区を中心に採掘されている緑色凝灰岩（グリーントフ：通称「大谷石」）について、その採掘を生業とする大谷石産業の変遷と、その流通の仕組みが地域経済に与えた影響を検証するとともに、変革期を迎えている大谷地域の今後について考察する。

2 大谷石産業の変遷

大谷石は、宇都宮市の大谷地区を中心とした東西約4km、南北約6kmのエリアを中心に採掘されている。日本国内には、大谷石と同様の凝灰岩採掘地が各地に存在しているが、いずれもその採掘規模は小さく、大規模に採掘が続けられているのは、この大谷地域だけともいわれている。その埋蔵量は、約6億トンと推定され、この規模での凝灰岩の採掘地は、世界的にもあまり例がないといわれている（宇都宮市教育委員会，2004）。

採掘が最も盛んに行われていた昭和30年代から40年代頃には、事業者は120を数え、約2,000

人が大谷石採掘関係の仕事に従事していた。大谷石材協同組合の統計によると、そのピークは1973年（昭和48年）頃で、年間の出荷高は89万トン、金額ベースでは約92億円に達していたとの記録もあり、当時の宇都宮地域における産業の一翼を「大谷石産業」が担っていたといえる。

ここでは、大谷石の採掘手法や流通方法の変遷が、生産量や出荷額、従業者数の変化とどのような関連性があるのかを明らかにするとともに、大谷石産業の盛衰が地域経済に与えてきた影響について考察する。

2.1 採掘方法の変遷と生産量の推移

2.1.1 手掘りによる採掘

大谷石の主な採掘方法は、時代によって大きく変化し、産出量に大きく影響してきた。一般的には、石の層を垂直に掘り下げていく「平場掘り」と、水平方向に掘り進む「垣根掘り」の二つの採掘方法が存在する。明治時代までは「平場掘り」が主流であったが、採掘される石の品質に関係なく、上の層から順に掘り進めなければならず、効率的な採掘方法とは言えなかった。また、当時の掘り方は、ツルハシによる「手掘り」が主流であり、基本的なサイズである「六十石」（ろくとういし：厚さ6寸×幅10寸×長さ3尺＝180×300×900mm、重さ約150kg）を一人の熟練の職人が掘り出せたのは、1日12本が限度であったといわれている。さらに、これを「小出し」と呼ばれる職人が、足元が不安定な足場を使い、背負子により一本ずつ地上に運び出すという作業もあり、転落事故等の危険性も高く、かなり非効率な採掘方法であった（大谷の文化的景観保存・活用検討委員会、2006）。この頃の大谷石の生産量は、大谷石材協同組合から提供を受けた「大谷石出荷高・従業者数年代別推移」によると、1897年（明治30年）の年間出荷高6千トンとの記載が最も古い（図1）。

その後、大正時代初期に伊豆長岡の石切職人から「垣根掘り」の技術が伝えられると、垂直方向の「平場掘り」により掘り進め、良質な層に当たったら、この方法によって水平方向に掘り進むという採掘方法が主流となり、地下における天候や昼夜を問わない採掘が可能となったことで、1916年（大正5年）の年間出荷高は、15万8千トンまで増加している。

1922年（大正11年）、アメリカの建築家フランク・ロイド・ライト設計による旧帝国ホテルに多くの大谷石が使用されて建設されたが、この翌年に発生した関東大震災において、建物がほとんど無傷であったことで、大谷石の耐火性や耐震性が高く評価され、需要の拡大につながることとなり、1928年（昭和3年）の年間出荷高は25万トンに到達した。その後、世界恐慌の影響等もあり、年間出荷高は10万トン代前半で推移し、第2次世界大戦中、地下の採取場が軍需工場として利用されていたことなどもあり、1940年（昭和15年）には、1万7千トンにまで減少した。第2次世界大戦終了後の1947年（昭和22年）になると本格的に採掘が再開され、戦後復興需要の影響等もあり、1950年（昭和25年）の出荷高は年間16万トンまで回復する。

2.1.2 採掘作業の機械化

大谷石産業に大きな転機が訪れたのは、採掘作業を「機械化」したことによる大幅な増産であ

る。1952年(昭和27年)、大谷石材協同組合内に「機械化研究委員会」が設置され、本格的な研究に着手するとともに、フランス製のチェーンソー裁断機 PPK125 を購入し、これをベースとした試作機を完成させた。1957年(昭和32年)、「大谷石採掘研究会」により、「オートメーション採掘第1号機」が完成し実用化に成功したことで、本格的な採掘作業の機械化が開始され、1959年(昭和34年)には、大谷地区のすべての採石場で採用されるようになった。(宇都宮市教育委員会、2004) この頃、鉄道から自動車へと石の輸送手段の移行が進んだことと相俟って、高度経済成長期の建設需要に対応したことにより、大幅な増産につながり、1973年(昭和48年)には、年間の出荷高は89万トン、出荷額も92億円と、ともにピークを迎えることになる。同年の大谷石の採掘事業者は約120、採掘関係の仕事に従事する者も約2,000人となり、当時の地域経済を支える主要な産業となっていた(図2)。

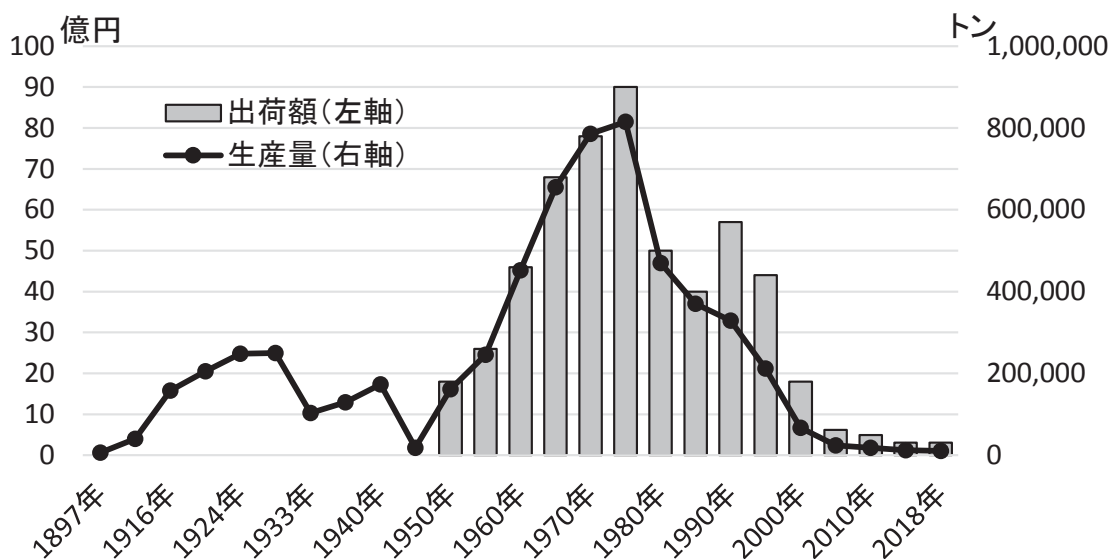


図1 大谷石採掘量と出荷額の推移
(大谷石材協同組合提供資料より作成)

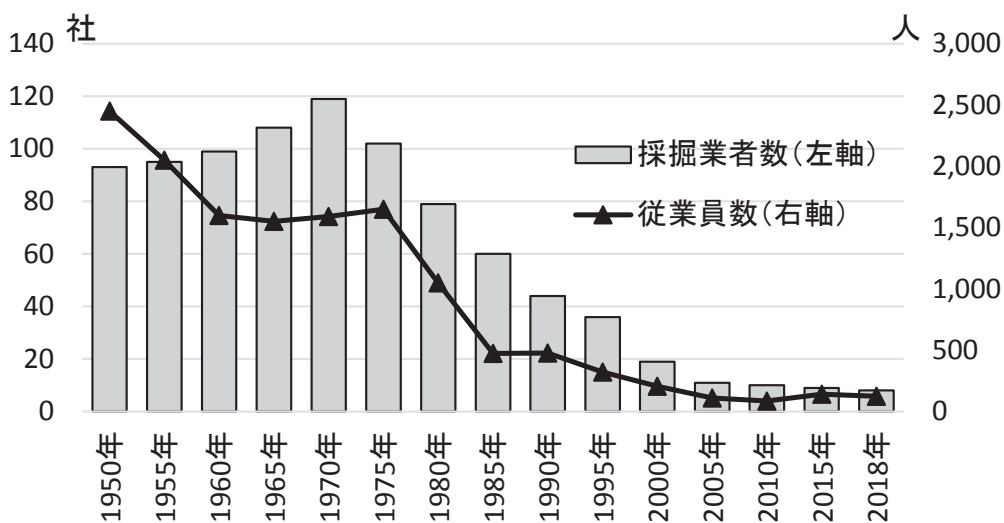


図2 大谷石採掘業者数と従業員数の推移
(大谷石材協同組合提供資料より作成)

2.1.3 採掘作業の機械化の弊害

その後、コンクリートブロックの普及などの建築資材の多様化や、建築基準法改正により、大谷石蔵等の建築が規制されたことなどの影響により、大谷石の需要は徐々に減りはじめ、次第にその採掘規模は縮小し、1985年(昭和60年)には、年間出荷高37万トン、出荷額は約40億円まで減少。ピーク時と比較すると、ほぼ半減といった状況に陥った。

また、採掘作業の機械化は、増産を成功させた一方で、粉塵による珪肺病等の罹患者の増加や、長距離輸送によるドライバーの労働環境悪化を招いたほか、採掘量増加に伴う採掘場所の深化により、坑内における落盤や崩壊、地表にも影響を及ぼす陥没などの様々な事故が多発するようになったのもこの頃である。そのような中、大谷石材協同組合において、1963年(昭和38年)、「大谷採石地域地質測量調査報告」が、1972年(昭和47年)からは「大谷石の採掘基準設定のための基礎的研究」が行われるなど、安全な採掘体制の確立に向けた調査・研究が進められ、安全基準の検討なども進められた。

2.1.4 大谷石産業の衰退

1989年(平成元年)2月、大谷町の坂本地区において大規模な陥没事故が発生すると、大谷石産業の衰退に拍車がかかることになる。この陥没事故を契機として、1990年(平成2年)3月、栃木県・宇都宮市・大谷石材協同組合を中心に、採取場跡地の安全対策を総合的に推進し、地域の発展に寄与することを目的とする「大谷地域整備公社」が設立され、採取場跡地を中心に設置された地震計による地下変動等の監視や、採石業者等が行う採取場跡地等の安全対策事業に対する債務保証などの事業を行っている。その後も、小規模な陥没の発生や、地下における振動等は観測されているが、公社のこれらの取組により、地域の安全は概ね確保されている。

坂本地区における陥没事故は、大谷石産業全体に大きな影響をもたらし、1995年(平成7年)の年間出荷高は、最盛期であった1973年(昭和48年)の約4分の1となる21万2千トンまで減少し、事業者の数も36にまで落ち込んだ。現在も、その衰退傾向に歯止めはかかっておらず、2018年(平成30年)の年間出荷高は1万300トン、出荷額は3億1千万円となっており、事業所は7¹⁾まで、従業員数も124名まで減少している。

2.2 輸送方法の変遷と生産量の関係

2.2.1 馬・馬車による輸送

大谷石は、江戸時代には既に商品化され、隅田川沿いの問屋で取り扱われており、鬼怒川(姿川との説もある)の水運により運ばれていたと伝えられている。当時は、馬で運ぶことが主流であり、産出された石の多くは宇都宮周辺で消費されていた。

明治時代になると馬車による輸送が主流となり、石の輸送量も増え始め、より多くの石を運ぶため、「人車軌道」(トロ)が使用されるようになる。

2.2.2 人車軌道による輸送

その後、大谷石の採掘量増加に伴い、より多くの石材を輸送するため、1896年(明治29年)に「宇都宮軌道運輸株式会社」が設立され、翌年、宇都宮町西原町(現在の宇都宮市桜3丁目付近)と城山村荒針(現在の大谷町:城山地区市民センター付近)を結ぶ6.3kmの軌道が完成し、営業を開始した。また、同年、荒針から北に分岐する軌道も設置され、瓦作を経て、立岩まで延長された。

さらに、大谷石のさらなる大量輸送を実現するため、鉄道との接続ルートが検討され、1906年(明治39年)に、日光線鶴田駅まで軌道が延伸された。この年、これまで軌道の整備を行ってきた宇都宮軌道運輸株式会社は「宇都宮石材軌道株式会社」と改称されるとともに、野州人車鉄道石材(株)の軌道を譲り受けたことにより、軌道の総延長は26.8kmに及んだ(宇都宮市、1980)。

2.2.3 鉄道による輸送から自動車へ

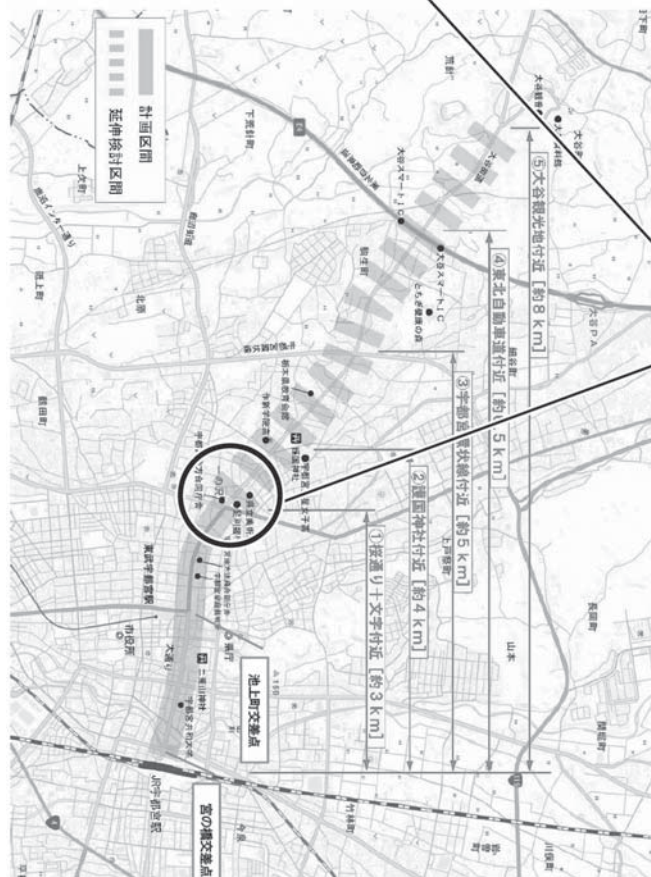
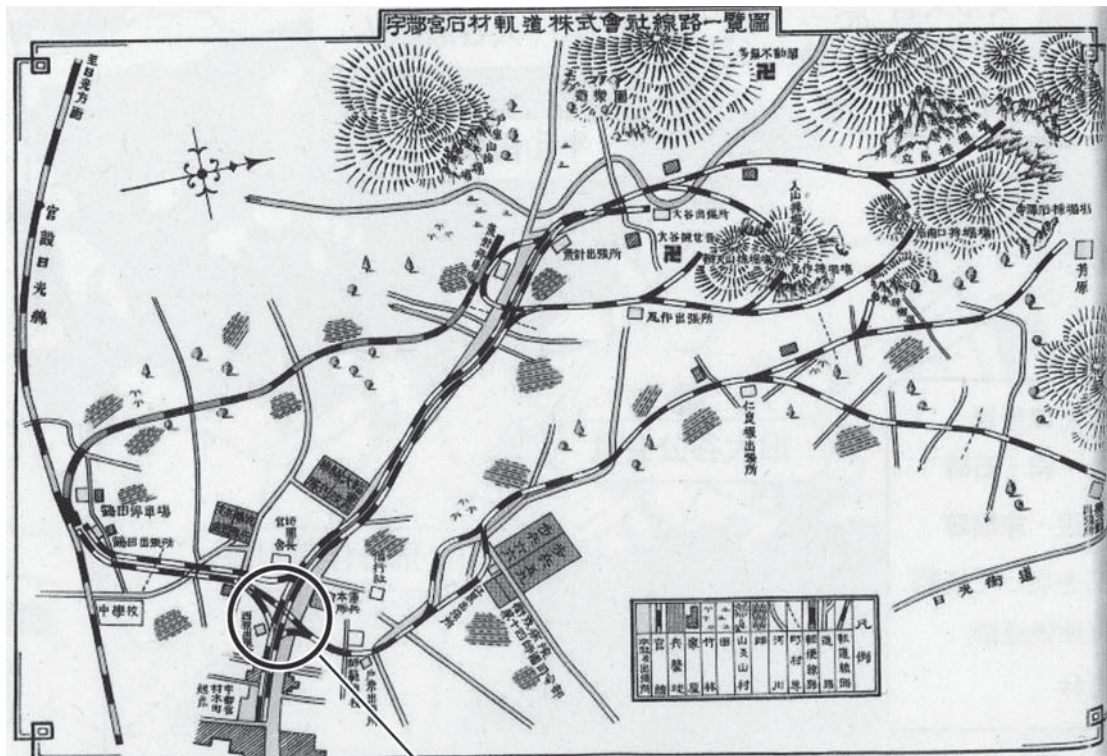
1915年(大正4年)には、日光線鶴田駅と荒針との間に「石材専用軽便鉄道」が開通し、蒸気機関車による大谷石の輸送が開始されたことにより、石材の搬出量が大幅に増加し、関東一円にその販路を拡大することになる。旧帝国ホテルが建設されたのもこの頃である。この後、鉄道を中心とした輸送体制は、トラック輸送に切り替えられる1960年代まで続くことになる。

1960年代に入ると、採掘の機械化による大谷石の増産とともに、自動車による輸送が主流となり、大谷石産業の一時代を支えてきた鉄道輸送は、駅や集積場所等における積み替え作業が生じることによる品質悪化等の課題もあり、次第に自動車に取って代わられる。その後、鉄道輸送の需要は急激に減少し、1964年(昭和39年)に軽便鉄道が廃止され、約70年間続いた歴史の幕を閉じることとなる。現在、その軌道が残されている場所は存在しないが、鹿沼インター通り付近から砥上町を経て明保通りに至るルートに、軽便鉄道の当時の面影を感じることができる。

2.2.4 宇都宮地域における「鉄道」と「大谷」

明治時代中期以降、都市鉄道の先駆的な事例として位置づけられ、主に大谷石の輸送を担っていたのは「宇都宮軌道運輸株式会社」であった。この会社の設立申請時に国に提出された「鉄道敷設願」によると、「大谷石の搬出」のほか、宇都宮の市街地から「大谷への観光客の誘致」を実現するための鉄道敷設である旨の記載がある(宇都宮市、1980)。当時から、大谷寺や多気不動尊などを訪れる市民のニーズは高く、この人車軌道は、「宇都宮人車鉄道」と呼ばれ親しまれていた。

ちなみに、現在、宇都宮市と芳賀町が2022年3月開業を目指して整備を進めているLRT(Light Rail Transit)の現在の整備計画において、JR宇都宮駅西側は、桜通り十文字までとされているが、奇しくもこの地点は、かつて大谷まで敷設されていた軌道の起点であった西原町付近とほぼ同じ場所である(図3)。2018年5月に、この地点からさらに西側へ最大で「大谷観光地付近」までLRTを延伸する案を検討することが公表されたが、敷設から1世紀以上の時を経て、かつて存在した軌道と同じ地点を起点とする路線が再び整備されようとしていることは、歴史的な背景や地形などから見ても必然性があり、非常に興味深いものがある。



人車軌道の起点であった
「桜通り十文字」付近

図3 宇都宮石材軌道「路線一覽図」(上)とJR宇都宮駅西側のLRT導入検討案(宇都宮市「JR宇都宮駅西側のLRT導入に向けた検討状況」と、宇都宮石材軌道編(1915)『営業案内 宇都宮石材軌道株式会社「線路一覽図」』の一部を筆者改変)
注) 下図は方角を合わせるため、右に90度回転させている。

3 大谷石産業の現状と展望

3.1 現在の大谷石産業

かつて、擁壁や住宅基礎等の建築資材として大量に利用されていた大谷石であるが、建築基準法の改正等の影響もあり、この分野で需要を伸ばすことは期待できない。現在では、この石の特長である「重厚なのに柔らかく暖かみのある風合い、癒しの効果」といった魅力を前面に出し、一般住宅の蔵や塀、敷石、外壁、内装材等としての利用が中心となっている。その需要も少なからず存在し、採掘事業者の数は減少しているものの、現在でも年間約1万トンを生産しており、出荷額も3億円程度の水準を維持している。また、建材としてだけでなく、大谷石の加工しやすい特長を活かし、オブジェやインテリアなどの商品開発も進んでおり、その利用の幅は広がっている。

3.2 大谷石産業関連の遺構活用

ここ数年、大谷石の採取場跡地を活用した新たな観光事業が注目を集めており、1979年（昭和54年）に開館した大谷資料館は、その先駆的な存在といえる。地下に広がる幻想的で巨大な空間は、映画やドラマ、音楽関係のプロモーション映像などの撮影に利用されており、これらのロケ地を巡る観光客が数多く訪れている。

また、この地域には、大谷資料館と同様、現在は採掘が行われていない採取場跡地が約250箇所存在しており、その約9割は水が溜まっている状態である。そのまま活用することは困難であるが、2014年、この水が溜まった地下空間を地底湖と見立て、ボートで探索する「地底湖クルーズ」が開始されると、国内外から多くの方が訪れる人気スポットとなっている。

また、この地下の貯留水は、平均で12.9℃と、一般的な地下水よりも低い温度を保持しており、これを冷熱エネルギーとして活用する研究が2012年に開始され、翌年には、大谷夏いちご研究会を組織し、貯留水を利用したクラウン冷却システムによる夏秋いちご栽培の実証実験が開始された。2015年には「大谷夏いちご」の事業化が始まり、「大谷夏いちご」が商標登録され、2018年時点で3社が参入し、産地化に向けた取組みが進められ、洋菓子店やホテルなどに販売されている。

さらに、採取場跡地の地下空間は、年間を通じて5℃から15℃程度の安定した気温が保持されており、この特長を活かした食品や酒類を貯蔵・熟成させる空間としての利用も進められている。

3.3 大谷地域のこれから

宇都宮市は、2018年（平成30年）3月、大谷地域の「安全対策」と「地域振興」を両輪に、貴重な地域資源である大谷石採取場跡地の活用を軸とした「事業と雇用の創出による永続的地域振興」を目的とする「大谷地域振興方針」を公表した。この地域ならではの「大谷石産業、観光業、農業等の活性化を図ることにより、最盛期の昭和50年代に記録した116万人を超える年間観光入込客数120万人を目指す」としている。この実現に向けて、令和2年度には、旧大谷公会堂を解体・移築し、大谷地域振興の拠点機能として整備するための検討や、地域資源を活用した体験型

コンテンツの開発・事業化の支援，日本遺産を通じた大谷石文化の魅力発信事業などが予定されている。関連事業には，大谷地区の景観重点地区指定や，（仮称）大谷スマートインターチェンジ整備などの大型事業もある。

大谷地区には，観光資源となりうる産業遺産，軌道跡などの鉄道遺産，軍需工場跡の戦争遺産など，これまでに公開されていない場所が数多く存在する。このポテンシャルが高い大谷地区を中心として，更なる地域振興策が推進されることにより，周辺地域全体が発展していくことを期待している。

【注】

- 1) 表中の事業所数と異なる理由は，鹿沼市に拠点を置く1事業所が含まれているため，本文中ではこの数字を除外した事業所数を記載している。

【参考文献・資料】

- [1] 宇都宮市（1980）『宇都宮市史 近・現代編 I』宇都宮市。
- [2] 宇都宮市「JR 宇都宮駅西側の LRT 導入に向けた検討状況」
https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/006/078/shiryo35kaitei.pdf（2020年3月25日閲覧）
- [3] 宇都宮市「大谷地域振興方針」
https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/015/899/13ooyashinnkou.pdf（2020年3月25日閲覧）
- [4] 宇都宮市教育委員会（2004）『大谷石について』宇都宮市。
- [5] 大谷の文化的景観保存・活用検討委員会（2006）『大谷の文化的景観の保存・活用事業 報告書』宇都宮市。
- [6] 公益財団法人大谷地域整備公社「大谷地域整備公社の概要」
<http://www.ooyakousya.o0o0.jp/gaiyo/jigyuu.pdf>（2020年3月25日閲覧）

大谷地区の基礎的研究（４） —観光の発展プロセス—

A Basic Study on Ohya Area #4
: Development Process as a Tourism Area

渡 邊 瑛 季 (宇都宮共和大学 専任講師)

本稿では、宇都宮市の大谷における観光の発展過程を、文献資料をもとに通時的に説明する。近世以前から、大谷寺や大谷石が形成した「奇岩」と呼ばれる独特な地質景観は、観光者をひきつけていた。第二次世界大戦後には、飲食店、土産品店やスパ施設などが立地して観光者が増加し、マストურიズム型の観光地として発展した。1979年に大谷石の採石跡地を見学できる「大谷資料館」が開業し、採石空間が観光資源として認識された。1980年代末の陥没事故は観光の衰退を招いた。しかし、最近の大谷資料館の人気増大、現役の採石地を含む採石空間の積極的な観光活用、宇都宮市による大谷振興策は、大谷の観光を再生させつつある。さらに大谷は、「美食」を観光資源として取り込むことで、再発展を目指している。

キーワード: 観光, 観光振興, 採石, 大谷町, 宇都宮市

1 はじめに

宇都宮市西部に位置する城山地区の大谷町を中心とする地域（以下、「大谷」という）は、「大谷石」と呼ばれる岩石の採石地という性格をもつ一方で、大谷資料館などの観光施設やレストランなどが点在し、年間70万人以上の観光客（以下、「観光者」という）を集める宇都宮市有数の観光空間としての性格ももつ。本稿では、大谷における観光の発展プロセスを、文献資料をもとに通時的に説明する。その際、大谷への観光者数と観光関係施設の立地状況から4つの時期区分を設定した。

4つの時期区分は、文献や新聞資料から大谷の観光者数が大きく変化すると明確に認められる年を境に設定した。それは、平和観音の建立を機に観光開発が進展し観光者数が増加した1956年、陥没事故を機に観光者数が顕著な減少傾向に転じた1989年、大谷資料館の人気増大や、宇都宮市の大谷振興策によって観光地として再整備が進み、観光者数が増加に転じた2013年である。したがって、本稿では、平和観音の建立直前の1955年までを「萌芽期」、平和観音が建立された1956年から1988年までを「発展期」、陥没事故があった1989年から2012年までを「衰退期」、

2013年の大谷資料館の営業再開から現在までを「再生期」とした。

2 萌芽期（1955年まで）

大谷には、国の特別史跡、重要文化財、名勝の3つに同時指定されている10体の大谷磨崖仏がある。これらは、日本最古の磨崖仏とされ、このうち千手観音菩薩立像は天開山大谷寺¹⁾の本尊である。磨崖仏は810（弘仁1）年に弘法大師（空海）によって建立されたという寺伝が存在する。鎌倉時代に大谷寺は坂東三十三観音霊場の第十九番札所となり、霊場として巡礼者を集めるようになった。江戸時代後期には、『坂東三十三所観音霊場記』や『日光驛程見聞雑記』などで紹介されたことで信仰や観光の場として広く知られるようになった（井上，2015）。

明治時代には、姿川西岸の山本山に「大谷遊樂園」が開園し、庭園やあずまや、茶店などが設けられ、山を階段で上って大谷の眺望を楽しむことができた（宇都宮商工会議所，2012）。また、「盤水館」など観光者向けの旅館も建設された（井上，2015）。第二次世界大戦以前から4軒の旅館が立地しており、そのうち2軒は割烹旅館として機能していた。これらの旅館は、大谷寺への巡礼者の宿泊と地元の石材業者の商売²⁾や宴会のために利用されていた（栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ，1974）。

このように、第二次世界大戦以前から、大谷石が形成した「奇岩」と呼ばれる独特な地質景観は、多くの観光者をひきつけていた。

3 発展期（1956年から1988年まで）

3.1 平和観音の建立を契機とした観光地化

発展期開始の契機となるのは、1956年4月5日に建立・開眼供養された大谷石製の平和観音である。平和観音は、太平洋戦争での戦没者の供養と世界平和を祈念する目的で、大谷の石工であった上野波造が制作を開始した。制作過程で東京芸術大学教授の飛田朝次郎の指導を仰ぎ、また大谷の石工の力を借りながら、1948年9月から1952年12月にかけて制作された（栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ，1974）。平和観音は、大谷寺の至近の採石場跡地を利用して総手彫りによって彫刻され、高さは26.93 m、胴回り20 m、顔の長さ5 m、鼻の長さ1 m、足の指1.5 m、足の親指の長さ0.75 mにも達する巨大な石像である。平和観音が建立する場所は、1956年に大谷公園として整備され、小学校の遠足の目的地としても賑わった（阿部ほか，2010）。平和観音は、制作目的であった平和祈念の場というよりもむしろ大谷の新たな観光名所として認識されるようになったために、平和観音の建立を契機として、土産物店兼レストランやドライブインがその周辺に多数立地した（栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ，1974）。

1957年6月には、それまでの手掘りに代わって、機械（チェーンソー）による大谷石の採石方法が実用化された（小林，1980）。これによって、大谷石を大量に採石することが可能になった。また、高度経済成長に伴う宅地や石塀の建設需要の増加によって、大谷石の需要が増加したため、大谷石の価格は1950年代後半に2倍以上になった（小林，1980）。以上から、大谷石の採石産業は1950年代後半に空前の好景気を迎えた。

この好景気と1956年の平和観音の建立に伴う観光者の増加を背景として、関東自動車など地元資本が中心となって「宇都宮ヘルスセンター」が1958年に建設された（阿部ほか，2010）。建物は屋上付きの木造地上2階建てで、大浴場、ステージショーを楽しめる200畳の広さの大宴会場、遊具が設置された。このような施設が建設されたのは、1955年に千葉県船橋市に開業した「船橋ヘルスセンター」が盛況で、これをモデルとしたためとされる（うつのみやシティガイド協会，2014）。宇都宮ヘルスセンターは、平和観音とともに大谷観光の目玉となり、観光者だけでなく、大谷の石材業者や宇都宮市民の憩いの場としても広く利用された（阿部ほか，2010）。ショーの中には、「大谷小唄」という大谷オリジナルの曲をかけた踊りもあった（うつのみやシティガイド協会，2014）。昭和30年代には、宇都宮ヘルスセンターと同様に浴場と宴会場を備えた「山本園大谷グランドセンター」という観光施設も大谷に建設されたが、現在では廃墟となっている。また、当時流行したスケート場も設置されていた（井上，2015）。

3.2 マスツーリズム型観光地としての発展

このような観光対象の増加は、大谷を訪問する観光者数の増加に寄与し、平和観音の境内には1967年に128万人、1972年に142万人が来訪した。この時期には、大谷寺への信仰者よりも、修学旅行や団体観光者が顕著にみられるようになった。平和観音の境内への来訪者数を月別にみると、1970年代初期には、10月が特に多く約20万人が来訪しており、また5月、6月にも16～19万人が来訪した。一方で、1月、12月を中心に冬季は観光者数が少ない傾向にある。観光者は関東地方を中心に全国各地から来訪し、日光や鬼怒川温泉を主たる目的地としながら、移動の途中で立ち寄るといった特徴をもっていた（栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ，1974）。

1973年8月の栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブによる調査によれば、大谷寺・平和観音周辺には、土産物店が8店、ドライブインが2店、石細工店が1店立地していた。当時の代表的な土産物は、大谷石製の石細工、栃木県特産のカンピョウであり、その他にはたまり漬、植木（サツキ、岩松）、益子焼などが販売されていた。石細工は1個数百円から2千円程度で、雪見灯籠、木の根灯籠、カエルやタヌキの置物などさまざまであった。カエルの置物は現在でも大谷で土産物として多数販売されている。レストランでは、マツタケご飯、シメジご飯などキノコを利用した料理が名物として提供され、店舗の看板にも「名物 松茸めし」などと大きく掲げられていた。キノコが料理に使用されたのは、地元特産³⁾であるためとされているが、マツタケは愛知県から入手していた店舗もあった。旅館については、第二次世界大戦前から4軒が立地しており、収容定員は20～60人、部屋数が8～17であり、大谷への観光や石材業者への商売²⁾を目的として、年間で約1万5千人が宿泊していた。

以上のように、大谷は日光方面への訪問を主目的とする観光者が来訪するマスツーリズム型の観光地として1950年代後半から発展してきた。

3.3 大谷資料館の開業

1979年には大谷石の坑内掘りの跡地を見学できる民間施設である「大谷資料館」が開業した。

これは、現在でも大谷観光の中核的な施設となっている。大谷資料館がある場所は、1919（大正8）年から採石がはじまったため、手掘りと機械掘りの二通りの採石方法がわかる切り出し跡が残っている。1979年の開業時から1986年までは採石を続けながら観光者を受け入れていた。

大谷資料館が開業した経緯は、文献からは管見の限り不明である。しかしながら、大谷石の採石量が1973年に89万トンとピークに達し、オイルショック以後の大規模宅地造成における擁壁需要が減少していったことで採石業者の収入も減少したこと、また多くの観光者が大谷に来訪していたことから、採石業者が採石跡地を観光施設として転用し、新たな収益源として観光事業を始めたと推測する。大谷資料館の開業は、現役の採石地また採石跡地が観光資源と住民に認識されたことを示している。すなわち、大谷固有の産業である採石業が営まれる採石空間そのものが観光資源化されたのである。

大谷資料館は映画やテレビドラマ、ミュージックプロモーションビデオなどの撮影、またコンサートや劇場としても利用されている。1981年に映画「セーラー服と機関銃」の撮影で使用され、十字架に縛り付けられた薬師丸ひろ子のシーンなどが撮影された。これ以外にも毎年多数の撮影やコンサート、イベントで使用されている。撮影の実績も大谷資料館内で写真とともに展示されている。

4 衰退期（1989年から2012年まで）

4.1 陥没事故の発生と観光への影響

1989年と1990年には陥没事故が発生し、当時全国に報道された。陥没事故によって大谷石の採石やその廃坑は安全性が懸念され、採石業者が減少した結果、大谷石の出荷量は1980年代の40万トン前後から、1990年代前半には20万トン台にまで減少した（岩村ほか、2019a）。採石業者の減少によって、大谷における労働者数も減少し、飲食店などの撤退がみられた（岩村ほか、2019b）。

観光者数は1980年代まで100～110万人台後半を推移していたが、1989年の陥没事故で急減し、1990年代中盤まで50～60万人台を推移していた（図1）。1998年からは観光者数が毎年数万人以上の単位で減少し始め、廃業する飲食店や宿泊施設もみられた。この要因は文献からは明らかにできなかったものの、バブル崩壊後の全国的な観光需要の縮小に加え、日光や鬼怒川温泉への

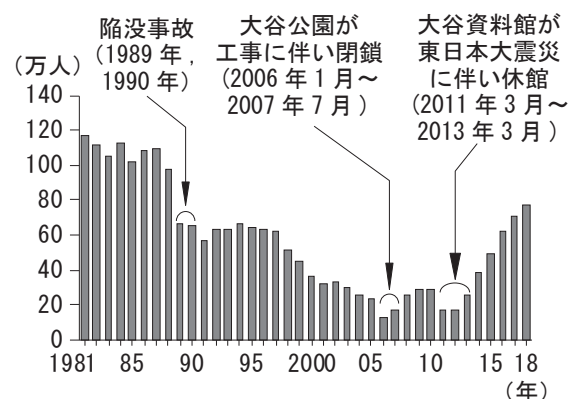


図1 大谷への観光入込客数の推移と観光入込客数減少の背景（1981～2018年）

（宇都宮市観光交流課資料，栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果から作成）

来訪者が減少したことで、その立ち寄り観光地として機能していた大谷にも観光者数の減少が及んだと推測する。

陥没事故が廃坑で起きたことから、廃坑は「危険」であり、また1960～70年代に隆盛を極めた大谷石採石業の「負の遺産」とも住民によってみなされるようになった（岩村ほか，2019b）。このことは、採石空間に対する観光資源としての認識が住民の間で薄くなっていったことを示している。

4.2 東日本大震災の追い打ち

2004年に国は宇都宮市から提出された地域再生計画である「大谷地域文化観光再生計画」を認定した。これは、①文化芸術による創造のまち支援事業、②エコツーリズムに対する支援、③案内標識に関するガイドラインの策定の3つのプログラムから成っていた（飯村，2004）。その一方で、2006年1月から2007年7月に大谷公園は工事に伴って閉鎖された。そのため、2006年の観光者数は12万4,154人となり、1981年以降では最少となった。その後、観光者数が増加傾向を示した矢先の2011年3月に東日本大震災が発生した。大谷資料館には直接的な被害こそなかったものの、観光者が抱く不安を懸念し（岩村ほか，2019c）、2013年3月まで休館した。衰退期においても、「フェスタ in 大谷」（2000年開始）、「大谷石夢あかり祭」（2007年開始）など現在も続くイベントが地元の手で開催されたものの、観光者数の大きな回復には至らず、2010年代初頭には年20万人前後で停滞した。

5 再生期（2013年から現在）

5.1 大谷資料館の人気増大

2013年4月に大谷資料館が営業を再開すると、大谷への観光者数も増加した。営業再開を機に、大谷資料館では、それまで禁止していた館内の写真撮影を許可した。これによってTwitterなどのSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）などに館内の神秘的な写真が投稿、拡散され、さらに多くの観光者が来訪するようになった。その結果、2013年に8万人であった来館者数は、2018年に46万7千人に急増した（岩村ほか，2019c）。

5.2 宇都宮市による大谷の観光振興策

大谷資料館の営業再開を受け、宇都宮市は、主要鉄道駅からの二次交通の確保と周遊の促進を目的に、路線バスを運行する関東自動車と共同で「大谷一日観光乗車券」を作成し、2014年7月から販売を開始した。これは、JR宇都宮駅から大谷間の路線バスの一日乗車券と大谷資料館、大谷寺の入場券を合わせた特別企画券であり、大人1,850円（2020年3月時点）で販売されている。2019年3月末までに47,880枚が販売された⁴⁾。

2016年11月の宇都宮市長選挙で再選した佐藤栄一氏は、大谷の観光活性化を市主導で実現することを公約に掲げ、レストランやカフェなどの飲食店整備や周遊バスの充実の考えを示していた（五月女，2016）。2017年度から宇都宮市は経済部都市魅力創造課内に大谷振興室を設置し、

2018年3月には都市計画課と共同で「大谷地域振興方針」を策定した。この方針は、おおむね10年後（2028年）を目標として、1) 地域資源の最大限の有効活用、2) 地域振興の基軸となる「観光」を支える機能の充実、3) 持続可能な地域振興の推進の3点によって、大谷の観光や諸産業の活性化を達成するとともに、年間の観光者数を120万人にすることを掲げている。また、民間事業者によるレストランやカフェなどの出店を促進するために、観光資源が集中する大谷寺周辺における開発許可基準を2018年度から緩和するとともに、建物用途、立地誘導範囲、敷地・延床面積などの基準を明確化した。

さらに宇都宮市は、大谷振興室と文化課が共同で、文化庁が2015年から展開している「日本遺産」に「大谷石文化」を申請し、2018年5月に「地下迷宮の秘密を探る旅～大谷石文化が息づくまち宇都宮～」が認定された。長い歴史を持つ大谷石の採石文化や石をつかいこなす文化が、大谷だけでなく、宇都宮市内に多数ある大谷石造の建築物などにも表れていることをストーリー化した。日本遺産申請にあたって、2018年には文化財保護行政を進めるための「宇都宮市歴史文化基本構想」も策定された。

5.3 「美食」を提供する飲食店の新規出店

宇都宮市による観光振興策もあって、大谷街道沿いに飲食店の開業が、2018年以降相次いでいる（表1）。これらの店舗の特徴は、元の建物をリノベーションして使用している点、いずれも建物や敷地内に大谷石を使用している点、また、飲食店では1食数千円以上する価格設定で、やや高級志向であったり、オーナーのこだわりが反映されたメニューであったりする点にある。例えば、2018年4月に、商業施設開発のコンサルティングを手掛ける宇都宮市のカルチャーバンクスタジオという企業は、ベーカリー兼洋食レストランの「THE STANDARD BAKERS 大谷本店」を大谷街道から平和観音に続く参道沿いに開業した。これは、1990年代末頃まで「大谷レストハウス」として利用されていた2階建ての建物を、開業にあたって全面改修したものである（鈴木、2017）。ベーカリーはフレンチの名門ジョエル・ロブションなどで修行した氏家由二氏、レストランは宇都宮市出身のフレンチシェフである音羽和紀氏が監修しており、ランチは1,000円台、ディナーコースは4,000円である。また、2018年4月にはレストラン兼カフェの「OHYA FUN TABLE」が開業した。料理には霧降高原牛やみや美豚、那須の森のチーズなど栃木県産の食材を使用しているのが特徴で、ランチセットは1,000円台後半～2,000円台で提供されている。

表1 大谷における最近の飲食店の立地状況

No	店舗名	業種	開業時期	以前の利用状況
1	OYA MUSEUM ROCKSIDE MARKET	土産物店、カフェ	2016年4月	大谷ミュージアム（土産物店）
2	THE STANDARD BAKERS 大谷本店	パン店、洋食レストラン	2018年4月	空き店舗（大谷レストハウス）
3	OHYA FUN TABLE	レストラン、カフェ	2018年4月	空き店舗（レストラン盤石）
4	Punto-大谷町食堂-	イタリアンレストラン	2020年3月	ガソリンスタンド
5	ISLAND STONE COFFEE ROASTERS	カフェ	2020年3月	個人商店

（現地調査、各施設公式ウェブサイト、ブログ「とち、フラ～」⁵⁾から作成）

5.4 採石空間の観光活用

宇都宮市にある株式会社ビルスタジオで建築設計などを手掛ける塩田大成氏は、大谷に約250あるとされる「廃坑」と呼ばれる採石跡地の活用策を模索する中で、採石跡地の地下に水がたまった空間にゴムボートを浮かべた様子を2012年にSNSで発信した。このアイデアに呼応した栃木県内のアウトドアレジャー事業者や道の駅ろまんちっく村うつのみやなどを運営する株式会社ファーマーズ・フォレストの松本謙社長を加え、有限責任事業組合（LLP）チイキカチ計画を発足させ、ゴムボートによる観光ツアーの事業化に着手した。2年間の調査期間を経て2014年に「OHYA UNDERGROUND」の名で事業化した（坂内，2019）。大谷の散策と合わせ1人8,500円のツアーであるが、予約が数カ月先まで取れない場合もあるほど人気を集めている。

大谷石の採石・販売業のKANEHONは、露天掘りと呼ばれる屋外での深さ30mにも及ぶ大谷石の現役の採石現場を2019年4月から一般向けに公開し始めた。公開されている曜日は限定されているものの、うつのみやシティガイド協会の案内で、約40分、1人500円で見学することが可能である。採石現場はテレビ番組の撮影などで使用されたことはあるものの、一般には公開していなかった。しかし、2018年5月に日本遺産の構成文化財に認定され、見学の要望があったこと、大谷を好きになってもらいたいという社長の意向から、公開が実現した（伊藤，2019）。

表2 大谷における観光関係の主な出来事

時期	年	出来事
萌芽期	明治期	庭園「大谷遊楽園」、旅館「盤水館」の建設
発展期	1956	平和観音建立、大谷公園開園
	1958	宇都宮ヘルスセンター開業
	昭和30年代	山本園大谷グランドセンター開業
	1967	観光者数128万人
	1972	観光者数142万人
	1979	大谷資料館開業
	1981	大谷資料館で映画「セーラー服と機関銃」撮影
衰退期	1981	観光者数116万人
	1989	陥没事故
	1990	陥没事故
	1993	大谷資料館の教会利用開始
	2000	「フェスタ in 大谷」開始
	2006	観光者数12万人（大谷公園工事で通年閉鎖）
再生期	2007	「大谷石夢あかり祭」開始
	2011年3月～ 2013年3月	東日本大震災に伴い、大谷資料館休館
	2014	「大谷一日観光乗車券」発売（大人1,750円）
	2014	地底湖クルージング開始
	2016	うつのみやシティガイド協会の観光案内所再設置
	2017	宇都宮市都市魅力創造課に大谷振興室設置
	2018	宇都宮市「大谷地域振興方針」策定
	2018	日本遺産「大谷石文化」認定
2021	音羽和紀氏によるオトワレストラン出店予定	
2022	大谷スマートインターチェンジ開通予定	

（本稿の2章から5章で引用した各参考文献から作成）

また、大谷景観公園の西隣にある採石跡地の稲荷山では、アーティストのコンサートやコスプレの撮影会が行なわれるようになった。稲荷山は特撮番組やプロモーションビデオの撮影には利用されたきたものの、私有地であり一般には公開されてこなかった。2019年3月には野外音楽フェス「OYA WONDER DISCO2019」が開かれた（鈴木，2019）。当日は約2,000人が来訪し、9組のアーティストのライブを楽しんだ。さらに、大谷出身の女性が宇都宮市を拠点とする「miyacos」というコスプレイベント運営団体を主宰し、稲荷山や大谷資料館、廃墟となった旧山本園大谷グランドセンターなどで2015年からコスプレ撮影会を開催している。大谷石の採石跡地や廃墟は、独特な雰囲気や他の地域にはみられないことから、背景にこだわるコスプレイヤーにとって魅力的な撮影地となっている（渡邊，2019）。

また、2018年に利用開始となった「ishikiri terrace」は、大谷石の加工場をフリースペースとして地元建築家などが再整備したもので、大谷石採石業の名残を活かした空間となっている。

以上のように、再生期においては採石業者、またアーティストや建築家などの宇都宮市に住むクリエイティブな主体が、現役の採石地や数多くの「廃坑」を活用する取り組みを活発に行うようになった。これによって、陥没事故以降、大谷の住民が観光資源ではないとみなしてきた採石空間が積極的に観光活用されるようになった。また、やや高価格帯の美食レストランやカフェなど食という魅力も大谷に加わった。表2は、2～5章で示した大谷における観光関係の主な出来事である。

6 おわりに

これまでの大谷を対象とした研究は、大谷石産業や文化財に関するものがほとんどであり、本稿では大谷の観光発展史を示すことができた。大谷の観光の発展は、採石空間の観光活用と深く関係している。第二次世界大戦後に採石とは直接関係のないレジャー施設の立地が大谷の観光発

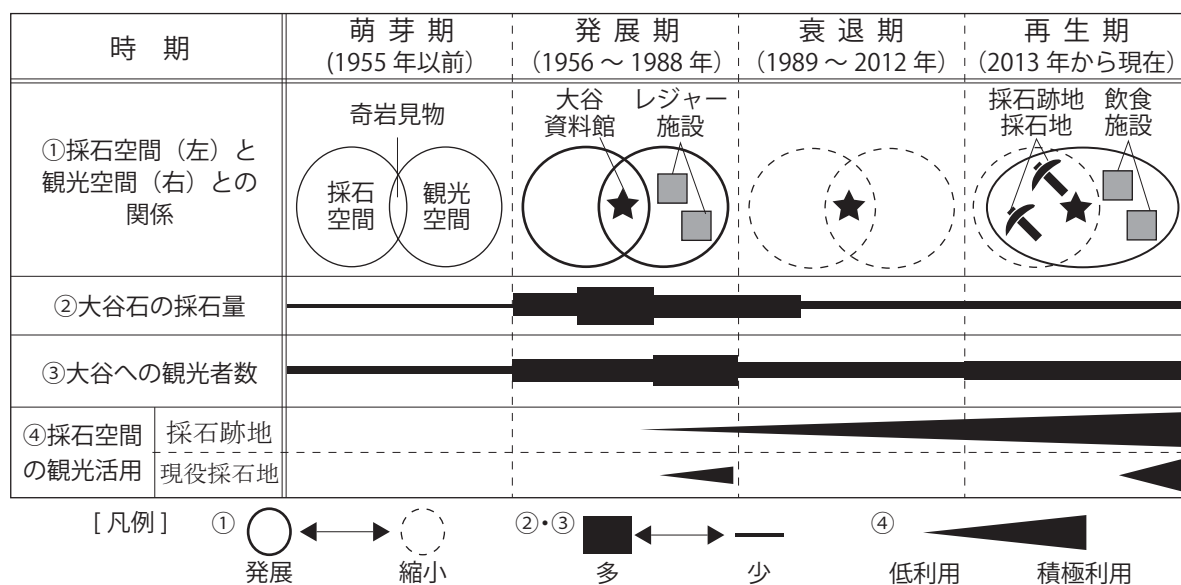


図2 大谷の観光発展プロセス

(筆者作成)

展に寄与したこともあったが、それ以外の時期においては、採石空間を観光資源として積極的に利用している時期が、大谷の観光が発展した時期と重なる（図2）。それゆえ、大谷の真正性が、固有の産業である採石業にあるとすれば、採石空間を観光にいかにつなげていくかが今後の発展の鍵となるだろう。2021年には高級フレンチを手掛ける音羽和紀氏によるオトワレストランが出店予定であり、美食を目的とした観光がさらに強化される。その際に、採石跡地での美食堪能は案として考えられる。

筆者の専門分野である観光地理学においては、先進国におけるマスツーリズム型観光地の再生過程やその要因はほとんど明らかになっていない。そのため、今後、大谷における最近の観光開発による再発展要因を検討することで、観光地の再生に関する知見を得ることもできよう。

【注】

- 1) 時期については不明であるが、坂東三十三観音霊場は関東地方の霊場群であることもあり、大谷寺の信仰者は主に関西地方から来訪していた（栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ、1974）。
- 2) 栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ（1974）には、旅館への宿泊目的について「この町の旅館の利用は、観光のためと石屋さんの商売のために泊まる」とあり、この「商売」が大谷への出張者のことなのか、石材業者による取引先への営業や接待なのかは説明がなく不明である。
- 3) 大谷寺の裏側にある御止山（おとめやま）は、「日光御用の山」と呼ばれ、輪王寺宮が毎年秋にマツタケ狩りを行うため、住民の入山を許可していなかった。このことから「御止山」の名がついた（宇都宮商工会議所、2012；埴、2015）。
- 4) 関東自動車株式会社「路線バス企画乗車券 大谷観光一日乗車券について」<http://www.mlit.go.jp/sogoseisaku/soukou/soukou-magazine/1906kantou.pdf>（2020年3月24日閲覧）。
- 5) ブログ「とち、フラ〜」<https://pool330.blog.fc2.com/>（2020年3月24日閲覧）。

【参考文献・資料】

- [1] 阿部宏美・五十嵐幸子・石井敏夫・井上俊邦・川村泰一・坂本 明・桜井 実・鈴木一志・塚越哲男・中神秀夫・増渕 昭・和氣紀夫（2010）『保存版 宇都宮今昔写真帖』郷土出版社。
- [2] 飯村 淳（2004）観光都市・大谷の再生をめざして～産学官民連携と特区の活用で再生を～。那須大学都市経済研究年報，4，165-175。
- [3] 伊藤一之（2019）大谷石露天掘り 絶景公開。下野新聞 2019年4月23日24面。
- [4] 井上俊邦（2015）石の里 大谷 人々と石との係わり。橋本優子編『大谷石をめぐる連続美術講座論集 大谷石の来し方と行方』宇都宮美術館，4-7。
- [5] 岩村由紀乃・藤田りか・稲葉雄大（2019a）大谷は今 大陥没事故30年 3 生き残りへ用途拡大。下野新聞 2019年2月17日付3面。
- [6] 岩村由紀乃・藤田りか・稲葉雄大（2019b）大谷は今 大陥没事故30年 5 「負の遺産」を活用。

- 下野新聞 2019 年 2 月 19 日付 3 面.
- [7] 岩村由紀乃・藤田りか・稲葉雄大 (2019c) 大谷は今 大陥没事故 30 年 4 神秘的地下 再興けん引. 下野新聞 2019 年 2 月 18 日付 3 面.
- [8] うつのみやシティガイド協会 (2014) 『なるほど The 大谷』うつのみやシティガイド協会.
- [9] 宇都宮商工会議所(2012)大谷遊楽園と御止山.『宇都宮商工会議所会報 天地人』2012年2月号.
- [10] 小林博彦(1980)大谷石材. 宇都宮市史編さん委員会編『宇都宮市史 近・現代編 I』宇都宮市, 763-924.
- [11] 坂内剛至 (2019) 【OHYA UNDERGROUND の取り組み】採石場跡地の新たな活用. 大谷石 (NPO 法人大谷石研究会会報), 27, 2.
- [12] 鈴木久崇 (2017) 大谷観光 始点に飲食店 魅力発信へ来春オープン. 下野新聞 2017 年 11 月 11 日 11 面.
- [13] 鈴木久崇 (2019) 大谷で初 野外音楽フェス 非公開採石跡に歌手 9 組. 下野新聞 2019 年 2 月 1 日 4 面.
- [14] 五月女裕美 (2016) 宇都宮市長選「大谷観光、市主導で」佐藤氏、公約に 5 本柱. 下野新聞 2016 年 9 月 27 日 1 面.
- [15] 栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ (1974) 『地域総合調査報告 大谷』栃木県立宇都宮中央女子高社会クラブ.
- [16] 塙 静夫 (2015) 『うつのみやの地名と歴史散歩』下野新聞社.
- [17] 渡邊瑛季 (2019) 宇都宮市北西部における地域資源の観光活用方策に関する調査研究. 市政研究うつのみや, 15, 59-68.

学生提案 成果報告

2019年度は、昨年度に引き続き、シティライフ学部学生によるまちづくり活動により多くの成果が得られた。1年間の活動期間を通じて、公的な学生提案発表会に多くのシティライフ学部学生が参加し、このうち4つのタイトルを受賞した。

具体的には、2019年11月30日、大学コンソーシアムとちぎが主催する「第16回学生&企業研究発表会」に6つのゼミナールが参加し、5件の口頭発表と1件のポスター発表を行った結果、1つのゼミナールが地域社会貢献分野の金賞を、2つのゼミナールが協賛企業冠賞を獲得した。次に2019年12月20日には、うつのみや市政研究センターが主催する「大学生によるまちづくり提案2019」に10のゼミナールが参加し、1つのゼミナールが第3位になった。このゼミナールは、2020年1月21日に宇都宮市長との意見交換会を行った。

これらのことは、「都市の生活・経済・まちづくりを学ぶ」ことを教育の目標として掲げ、まちづくりの担い手となり得る資質を備えた若い人材を輩出しようとする、シティライフ学部の教育研究活動が、着実に成果を拡げてきたことを示している。

以下のリストは、2019年度の宇都宮共和大学シティライフ学部学生による主な学生提案活動を挙げたものである。(提案書は、宇都宮市のウェブサイトで公開されている)

(1)「大学生によるまちづくり提案2019」(主催：うつのみや市政研究センター、2019年12月20日開催)での研究発表

- ① 「宇都宮駅西口大改造計画 一目でみてわかる宇都宮一」
※プラットフォーム共同研究プロジェクト 景観研究グループ
- ② 「魅力溢れるまちなかづくり 一住み続けられるまちへ」
山島ゼミ2年+都市アメニティ研究会1年
- ③ 「もったいないの心(MIND)から始めるSDGsな未来都市うつのみや」
内藤マーケティング論ゼミ
- ④ 「オープンデータを活用して検証可能な市民参加型SDGs未来都市を実現しよう」
高丸ゼミ
- ⑤ 「まちづくりの“羅針盤” ～我々はどのようなまちづくり提案をするべきか～」
小浜ゼミ
- ⑥ 「宮染めを生かした持続可能な「コト消費」型観光の発案」
渡邊ゼミ

⑦ 「おいでよ宇都宮大迷宮」

1年Aチーム

⑧ 「fusion of LRT ～交流と利便性が両立できる都市へ！～」

1年Bチーム

⑨ 「宇都宮市民 50 万人観光大使計画 ー市民が宇都宮をもっと自慢するためにー」

※プラットフォーム共同研究プロジェクト シビックプライド研究グループ

⑩ 「起業したくなる SDGs な未来都市うつのみや 「UTSUNOMIYA VALLEY 計画」」

※プラットフォーム共同研究プロジェクト 起業研究グループ

(2) 「第 16 回学生&企業研究発表会」(主催:大学コンソーシアムとちぎ, 2019 年 11 月 30 日開催)
での研究発表

⑪ 「大谷景観復活プロジェクト ～宇都宮市大谷地区における空き地の景観維持と観光拠点開発の実践活動を通して～」

西山ゼミ 3 年

⑫ 「那須烏山市スイーツ詰め合わせによる商品開発」

内藤マーケティング論ゼミ 3 年 (共同研究: 県立烏山高校 1 年烏山学研究チーム)

⑬ 「JR 宇都宮駅西口再開発構想 ～栃木県を象徴する駅前景観の創造を目指して～」

※プラットフォーム共同研究プロジェクト 景観研究グループ

⑭ 「空き家活用による地域活性化」

山島ゼミ 3 年

⑮ 「オープンデータを用いた SDGs ローカル指標可視化サイト 「local-SDGs.com」 の構築」

高丸ゼミ 3 年

⑯ 「性格診断を用いた新しい観光ガイド作成の取り組み」

小浜ゼミ 2 年

※ 「プラットフォーム共同研究プロジェクト」とは、宇都宮市内の私立 4 大学と自治体・産業界等との連携を進めるため、設立された宇都宮市創造都市研究センターの取り組みの一つとして、宇都宮のまちづくりに関心を持つ 3 大学 (宇都宮共和大学, 作新学院大学, 文星芸術大学) の学生 12 名 (各大学 4 名) を招集し, 3 つの「創造都市研究ゼミ」(各 4 名) = 景観研究グループ, シビックプライド研究グループ, 起業研究グループ を発足させたもの。3 グループの提案書は, 研究ノート 3 - 1 「宇都宮市創造都市研究センターの地域活性化研究プロジェクト班について」の表 - 1, 表 - 2 及び表 - 3 に前掲。

ここでは、「大学生によるまちづくり提案 2019」(於 宇都宮市役所 14 大会議室, 主催: うつのみや市政研究センター, 2019 年 12 月 20 日開催) において, 本学のゼミナールそれぞれがまち

づくり提案を行った提案書を示す。(前掲したプラットフォーム共同研究プロジェクトによる学生提案成果報告①, 学生提案成果報告⑨, 学生提案成果報告⑩, 学生提案成果報告⑬を除く)

【関連サイト】

宇都宮市「大学生によるまちづくり提案発表会 2019」

<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/machi/kenkyu/renkei/1022243.html>

2020/3/31 アクセス

大学コンソーシアムとちぎ「学生&企業研究発表会（第16回）」

http://www.consortium-tochigi.jp/kenkyu_happyo.html

2020/3/31 アクセス

宇都宮市創造都市研究センター

<https://www.rccc-utsunomiya.org/>

2020/3/31 アクセス

学生提案成果報告①

提案名：魅力溢れるまちなかづくり—住み続けられるまちへ—
提案団体名：宇都宮共和国山鳥ゼミ2年+都市アメニティ研究会1年
No.15
所属：宇都宮共和国 シティライフ学部
代表者：小林 亮太 指導教員：山島 哲夫
チームメンバー 小林 亮太 須賀 未樹 小暮 亜衣里 野澤 真奈美 中島 佑輔 石井 介士 中村 万由 熊谷 希 黒川 奈風 小林 春樹 李 東炫

○ 提案の要旨 (Abstract)

宇都宮を「住み続けられるまち (SDGs の 11 番目の目標)」にするためには、まちなかを幅広い年齢層の人々が、楽しめる憩いの場所にする必要がある。

そのため、魅力的なまちといわれているまちを実際に訪れて調査し、宇都宮のまちなかに、何が必要か検討した。

その結果、魅力的なまちは、「まちに変化があり、歩きたくなるまち」、「安心して歩けるまち」、「みどりや自然が豊富なまち」、「自由に憩える場所や休憩できる場所があるまち」であることが確認できた。更に、子育て世帯など多様な人々がまちなかを楽しんでもらうためには、そのためのしつらえがなければならない。

私たちは、こうした観点から、宇都宮のまちなかを魅力的にするために、いくつかの方策を考えた。

1. 提案の背景・目的

宇都宮の中心部には、幅広い年齢層が楽しく憩える場所や歩きたいと思うような場所が少ない。中心市街地の魅力は、まち全体の魅力に繋がりが、そのまちなかに住み続けたいという気持ちを高めると考える。宮祭りやクリアリウム、餃子祭り等のイベント開催時には、宇都宮市民を始め各地から非常に多くの人々が集まる。しかし普段の中心部は、多くの人々が集まれる場所が少ないために、歩いている人が少ない。中でもオリオン通りは、朝や夕方時の登下校の時間帯は多くの学生が通学路に利用し、自転車で走行している。そのため自転車の通行量が多く、歩行者にとって危険である。

また宇都宮市の人口はこれまで増加してきたものの、昨年 18 年ぶりに減少してしまった。今後は、人口減少や少子高齢化が急速に進行すると予測されている。更に、バルコの閉店に伴い中心市街地の魅力低下が懸念されている。

そこで私達は、宇都宮中



図 1 宇都宮中心部 (google マップに加工)

心部に若者から高齢者・子育て世帯等多様な人々が楽しく憩え、歩きたくなくなるような街にすることにより、宇都宮を住み続けられるまちにすべきではないかと考えた。今回の提案では、宇都宮の中心部の範囲を概ね図の枠内として、検討を行った。

2. 提案の目標・SDGs との関係

SDGs (持続可能な開発目標) で掲げられている 17 の目標のうち、「11 住み続けられるまちづくり」という目標があり、「包括的で安全かつレジリエントで持続可能な都市及び人間居住を実現する」として目的。この中に「女性、子ども、高齢者及び障害者を含め、人々に安全で包括的かつ利用が容易な緑地や公共スペースへの普遍的アクセスを提供する」というターゲットも掲げられている。

私たちは、SDGs の「住み続けられるまちづくりを」という目標に着目し、かつ、ターゲットに掲げられた、多様な人々を対象に考える、という点を考慮し、

- ◇ 住み続けられるまちにするためには、中心市街地が魅力的でなければならぬ
- ◇ 老若男女、子育て世帯など多様な人々が安心して楽しめるまちなかであればならないと考え、宇都宮のまちなかに何が必要か検討した。
- また、宇都宮市の第 6 次総合計画では、将来の都市像を「働く人の和 つながるまちの躍 魅力と夢の輪」として人・地域・つながり・産業など様々な視点でまちづくりに取り組むと記載されている。そこで、6 次総の 6 つの分野別計画の中から「子育て・教育」「安全・安心」についても、今回の提案で取り上げることとする。

- ◇ 子育てで出来る環境・支援の整備
 - ◇ 安全に配慮され安心して暮らせる
- 提案の目標は、宇都宮の中心部を魅力溢れるものとし、賑わいをもたらすことにより、宇都宮市が住み続けられるまちにすることである。

3. 現状分析

宇都宮のまちなかの状況を、魅力的な他都市のまちとの比較で検討した。比較するために実際に調査して歩いたまちは、東京の吉祥寺、神楽坂、東京丸の内、仙台市中心部の 4 か所である (なお、このうち東京地区の調査は、今夏 (8 月) に行った)。また、チームメンバーが実際に訪れたことのあるまちなかも参考にした。これらのまちなか宇都宮との違いを踏まえるとともに、SDGs の「住み続けられるまちづくりを」という目標に照らして、必要となる機能等にも着目して宇都宮の現状の問題点を分析した。

3.1 魅力的なまちなかとは

住み続けられるまちなかとするためには、中心市街地が魅力的でなければならぬ。魅力的なまちなかに、人々が集まってくる。どのようなまちであれば、人々が集まってくるのか、それは

- ・歩きやすいまち・歩きたくなるまち
- ・居心地の良い場所があるまち
- ・賑わいのあるまち

である。

(1) 宇都宮のまちなかの状況

歩きやすいまちとなるためには、文字通り、バリアや凹凸などがなく、クルマや自転車などを気にせずに、安心して自由に散策できなければならない。また、気分良く歩くためには、歩きながら、まちが変化していくことが必要である。人は、変化のない道を歩くと、実際に歩いた時間よりも長く感じ、疲れやすいといわれている。

宇都宮の現状を見ると、写真に見るように、物理的な意味でも、バリアフリーになっていないところが見かけられる。また、オリオン通りなどを猛スピードで走る自転車の存在など、安心して散策できる環境ができていない。さらに、中心商店街が一本道で、しかも変化が少ない。



図2 歩きづらい道（釜川沿いと日の町通り）及びオリオン通りの自転車

また、宇都宮の中心市街地の空き店舗は減少してきているものの、2019年11月現在24軒の空き店舗があり（宇都宮市中心市街地空き店舗情報システム https://www.d-sokko.co.jp/u_akitempo/index.php）、この改善も必要である。



図3 宇都宮中心部の空き店舗

(2) 吉祥寺（東京）

吉祥寺は、曲がり角が日本一多いまちであり、賑やかなアーケード街に様々な雰囲気のある横丁が多数交わっている。まちを歩いている、変化が楽しめ、長く歩いても疲れない。角を曲がると、違う姿があらわれてくる。アーケード街には空き店舗はなく、しかも、人が滞在する喫茶店などは2階部分が、飲食店なども地階部分などが使われている。



図4 アーケード街と井の頭公園

また、吉祥寺駅の南側には、井の頭公園があり、ゆっくりと休むこともできる。井の頭公園までの道にも、用品店や飲食店が並んでおり、独特の雰囲気を醸し出している。もちろん、アーケード街にも自転車は走っていない。アーケード街の中は、各店舗の冷房による冷風で、真夏の暑い日であったが比較的のぎやすかった。

まちなかには、分かりやすいマップがあり、商店街全体の姿が確認できるようになっていた。



図5 様々な表情を見せる吉祥寺の横丁（路地）

(3) 神楽坂（東京）

神楽坂はまちのメインの通りが坂になっている。坂は、同じ場所であっても上りの風景と下りの風景が異なっているという利点がある。メインの通りから、路地に入ると、かくれんぼ横丁、芸者小道、兵衛横丁など名前が付いた通りがあり、それぞれ違った雰囲気を味わうことができる。それぞれの横丁には、料亭だけでなく、喫茶店のような、普通に入れる店もある。

神楽坂というメインの通りの周りを人が散策できるエリアとなっている。坂の中腹には善国寺というお寺があり、少し歩くと、ラカグという商業施設もある。私たちが訪れたときは、真夏の暑い日であったが、下の写真（左）のように所々にミニストが出ており、暑さ対策も講じられていた。



図6 神楽坂・中央の写真はかくれんぼ横丁

(4) 東京丸の内

丸の内は、日本一のおオフィス街であるが、まちの中は、ビジネスとは関係ない多くの来訪者で溢れている。丸の内地区は、エリアマネジメントが行われており、地域全体として歩きたくなるまちとなっている。メインの丸の内の中通りには立派な街路樹があり、モニメントも置かれ、さらに、空きスペースや道の至る所に人々が自由に休めるベンチがある。人がちよつと座りたいと思ふ工夫が凝らされている。私たちが訪れた時も、多くの人々が、ベンチに座り、楽しんでいて、周りは、超高層のビル街であり、上層部分は事務所になっているが、1、2階部分等の低層部は、喫茶店やレストラン、ブランドショップなどとなっている。丸ビルや新丸ビルをはじめとして、多くの超高層ビルでは、5階から6階までをショップやレストラン、喫茶店としており、イベントをできる空間も用意されている。人々はビルに入ったり、街路を散策したり、自由気ままに過ごすことができる。また、下の右の写真に見られるように、中通りは、ほぼ一面ミストが出ており、暑い中であったが、心地よく歩くことができた。休日には多くの観光客が訪れる場所

あり、まちをめぐる遊覧バスも運行されている。丸の内は、緑豊かな心地よい街路が存在し、自由な休める多くの休憩場所があり、ビルの中にも人々が楽しめる仕掛けがある。



図7 丸の内の街路と三菱一号館の広場（中央の写真）

(5) 仙台

まちの中心部に、仙台駅前から続く6つのアーケード街がある。6つのアーケード街はそれぞれに特徴があり、店の構成や雰囲気も異なっており、どのアーケード街も非常に歩きやすくて活気があり、私たちが訪れたときは、空き店舗を見つけていることができなかった。アーケード街の先には緑豊かな定禅寺通りがあり、市民の憩いの場となっており、様々なイベントも行われている。下のアーケード街の写真は、ウィークデイの昼間に撮影したものであるが、様々な世代の多くの人々がまちなかを出歩いている。アーケード街以外の街路（定禅寺通り以外の街路）にも、緑豊かな街路樹が植えられており、気分良く歩くことができる。更に、緑が取り入れられているアーケード街も存在している。

アーケード街の道はきれいで歩きやすく、自転車が走っている姿は一切見かけなかった。



図8 仙台のアーケード街



図9 定禅寺通りと緑豊かな一般街路

(6) 魅力的なまちなか

- ◇ ここまで述べてきた、魅力的なまちなかの特徴をあげると、
 - ◇ 空き店舗などがなく、まちに変化があり、歩きたくなくなるまちである
 - ◇ 物理的にも整備されており、自転車なども気にしないで安心して歩ける
 - ◇ 自由に憩える場所や、緑や自然が豊富である
 - ◇ 豊富な緑やミストなどにより、夏にも快適に過ごせる
- これは、初めに述べた「歩きやすいまち・歩きたくなくなるまち」であり、「居心地のいい場所があるまち」であり、「人で賑わっているまち」ということになる。

3.2 多様な人々が楽しめるまち

住み続けられるまちにするためには、まちなかが多様な世代が楽しめるようになっていなければならない。多様な世代としては、子ども、若者、大人世代、高齢者、子育て世帯、更に車いす利用者などが考えられるが、ここでは、高齢者と子育て世帯に着目する。

宇都宮のまちなかでは、高齢者や子育て世帯が楽しく散策しているのを見かけることが少ない。ペピーカーや車いすで移動している姿を見かけることもほとんどない。まちなかの道は、人々の移動のためだけのスペースではなく、人々が歩き回り、立ち止まり、佇むことのできるスペースでなければならない。

郊外のショッピングセンター、ベルモールやインターパークなどでは、ペピーカーを押す人や小さな子ども連れを多く見かける。郊外のショッピングセンターは、子育て世帯や高齢者は、重要な顧客であり、ショッピングセンター全体で、こうした顧客を受け入れる体制が整備されているからである。託児スペースや子ども遊び場などがあり、高齢者が休める場所なども整備されている。

個々の店で構成されているまちなかでは、このようなスペースを用意することが難しい。前節で取りあげた東京のまちなかでは、ショッピングセンターのような施設があるわけではないが、まちなかに、ほっとできる休憩場所や、子どもを安心して遊ばせたり、一時預かりできるような場所があれば、多様な世帯がまちなかを楽しめる。

3.3 パルコの跡について

宇都宮のまちなかでは、その中心的な施設の一つであったパルコが閉店した。私たちは、このパルコの跡をどのように使うかが、まちなかの活性化に重要であると考え、メンバーが手分けして、30人（市内12人、市外18人）にヒアリングしてみた。

その結果、ヒアリング対象者の3分の2の20人から、映画館が欲しいとの声があった。その理由として、宇都宮の映画館のある大型ショッピング施設まで行くことが困難であり、宇都宮中心街にできれば行きたいと話す。ヒアリング調査の中の若者は、勉強スペースやカフェなどがあればよいと話す。これらを踏まえて、私たち自身がパルコ跡地に欲しいものを話し合った結果、以下のものが挙げられた。

- ・映画館 ・プラネタリウム ・託児所 ・アスレチック（高齢者用・子ども用） 図書館
- ・フードコート ・レストラン・飲食店 ・勉強スペース ・図書館 ・大学 など

これらは、パルコ活用の一例であり、現実的でないものも含まれているが、パルコの跡は、宇都宮のまちなかの中心を占めており、このままにしておくべきではなく、暫定的にでも中心市街地に不足している用途に活用することで、宇都宮のまちなかの活性化につながることを考えられる。

4. 施策事業の提案

宇都宮のまちなかを、人々が安心して楽しめる場所とするために、「安心して気分よく歩けるまち」、「開かれた空間や休憩スペースのあるまち」、「子育て世帯など多様な人々への配慮」の3項目について、具体的な施策の提案を行う。

4.1 安心して気分よく歩けるまち

安心して気分よく歩くためには、「道の構造自体が安全」で「自転車を妨げられないこと」と、「外部の環境に対してそれを緩和する仕組みがあること」、「まちが単調でないこと」が必要である。

(1) 安全な道

安全な道は、物理的に凹凸や、メクレなどが無いことは当然の前提であるが、宇都宮の独自の問題として、中心市街地を猛スピードで走る自転車の存在がある。オリオン通りでは、押しチャリを推奨しているが、これを守る人はほとんどいない。特に、下校時には大量の自転車が横並びで走っている。こうした状況を変えなければ、安心して歩くことができない。

自転車に対する対策として、押しチャリの徹底が必要である。現在、オリオン通りに設置されている押しチャリの看板は、目立たないうえに誰も意識していない。まず手始めに、押しチャリの看板を大きくし、いやでも目に付くようにする。これはマナーの問題でもあり、意識したからと言って、守られるとは限らない。

そこで、人々を押しチャリへとつなげるための工夫として、例えば、路面に自転車で走っていくと、穴に落ちてしまう、というようにトリックアートを描くというのも面白いと思う。

時間に限って、自転車の通行止めをする。この場合、オリオン通りの中に、自転車止めを数箇所設け、そのまま走っていけないような工夫も考えられる。更に、車両のスピード制限を行う（例えば時速5km）ことや、通行止めにする、という社会実験を行うことも有効である。要は、歩道では自転車を降りなければならぬという意識を醸成することである。

(2) 外部環境の緩和

今年の夏に訪れた東京のまちはいずれも、暑さ対策が行われていた。丸の内も神楽坂もミストがあり、次に、外部の環境に影響されずに快適に過ごすための工夫を考える。特に夏の暑さ対策が重要である。丸の内では中央通り全体にミスト装置が置かれ、神楽坂では人が多く集まる場所などにミストがあった。吉祥寺もアークード街は各店の冷房の冷気で、涼しく感じることで、更には、道路自体に大きく育った街路樹が、あつて心地よい日陰が形成されていたり、緑豊かな公園などもある。

・ミスト発生装置の設置

ミスト（ドライミスト）：ミストに触れても濡れない）の発生装置は、現在多くの都市で設置されており、オリオン通りなどに設置すべきと考えられる。ミストは、冷却効果だけでなく、防臭・抗菌効果、防塵効果などもあるといわれている。

・樹木等による木陰の形成

宇都宮のまちなかには、大きな街路樹が少なく、気持ちの良い木陰が多くない。しかし、宇都宮の街路樹を仙台のように増やすことは困難である。現在、釜川沿いには素晴らしい緑があるので、これを散策の際の木陰として利用しやすいように整備することは可能と考えられる。

また、釜川沿いにある駐車場などのオープンスペースに人が集まれるよう工夫すれば、外部環境の影響を植えたり、パラル風の簡単な覆いなどで日陰ができるように工夫すれば、外部環境の影響を緩和することにつながると思われる。

(3) 変化の多いまち

今回調査したまちは、どのまちも、歩いていて疲れないまち（＝飽きないまち）であった。これは、まちが単調ではなく変化が多く、歩いていて常に新しい発見があることが背景にある。どのまちも、単純な一本道ではなく、まちに広がりがあり回遊することができる。それに対して、オリオン通りは一本道で、しかも周辺地域とのつながりが少ない。通りに交わる道は一部を除いて、単なる裏道になってしまっている。そのため、まちが単調で変化が少なく、まちを回遊する人はほとんどいない。

そこで、釜川沿いに様々な施設をつくったり、城址公園とのつながりを深めること（十分な幅員の歩道のある道路の整備）により中心市街地の面的な回遊性を高めることができると考える。

4.2 広場や休憩スペースのあるまち

まちには、人々が落ち着いてくつろげるスペースが必要である。人が休めるスペースとしては、喫茶店などもあるが、屋外で誰でも自由に、好きな時にくつろげる開かれたスペースの存在が必要である。今回調査したまちでは、まちに至る所に、人が気楽に気分よく休める場所があるところが多かった。吉祥寺では、大規模な公園がすぐ近くにあり、木陰の中でゆったり過ごすことができる。

宇都宮のまちなかにも、オリオンエクスやパンやバームなどのオープンスペースがあるが、これらは、イベント時の利用に適しているが、人々が気楽に憩える場所ではない。これらの場所では、飲食している人を見かけることも少ない。広場は、広さでもかえって落ち着かないのである。広い広場では、人は、広場の端に寄ってしまい、中央部分は空いてしまう。そこで、オリオン通り周辺の駐車場スペースや釜川沿いのスペースの利用が考えられる。釜川沿いには、写真に見るような心地よい広場として整備すれば、人々を引き付けることが可能になる。このようなスペースをネットワーク化することにより、更に魅力が向上すると思われる。

宇都宮の西側にやがてLRTが延伸されてくる。そうなると、現在ある駐車場のスペースがこのまま維持できなくなる可能性が高い。LRT整備後を見据えて、まちなかのスペースの活用方法は今から検討しておくべきことと考える。

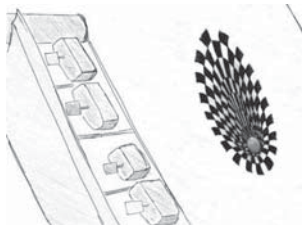


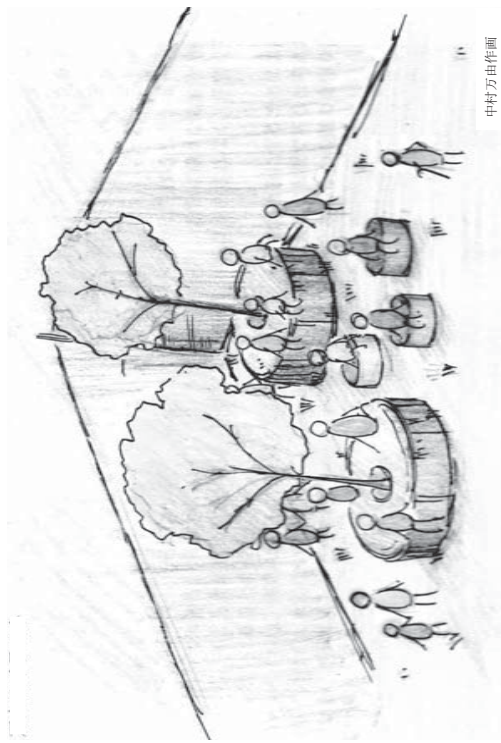
図9 トリックアートの例(吉祥寺)



図10 道路に設置されたミスト装置 (大阪の例)
(<http://atamatotc.blog119.fc2.com/blog-entry-582.html>)



図11 釜川沿いのオープンスペース(駐車場) 図12 釜川上に設けられた休憩スペース



中村万由作画

図 13 居心地の良い広場のイメージ

4.3 多様な人々が集えるまち

まちは人がいるところである。人は人がいるところに集まるといわれている。人がいなければ、如何に景観がよくとも、それは心地よいまちとは言えない。多様な人がいれば、多くの人を引き付けることができる。

まちを利用する人、まちを楽しむ人は、その人の属性や年齢により大きく異なっている。まちなかを楽しむ人で、最もハードルが高いのは、小さな子ども（子育て世帯）と高齢者・障害者である。

また、子育て世帯一つとっても、子どもの年齢、子どもの数により必要とする施設やまちなかの在り方も異なるし、母親が働いているかどうかによっても異なってくる。

しかし、多様な人々の中で、ハードルが高いと思われる人々が、まちを楽しむことができれば、全ての人がそのまち楽しめるであろう。

高齢者や障害者がまちを楽しむようにするには、まちのバリアフリー化と適度な休憩場所の存在が必要である。4.1や4.2で述べたように、まち自体が楽しい場所になれば、高齢者等もまちなかを楽しめるようになると思われる。

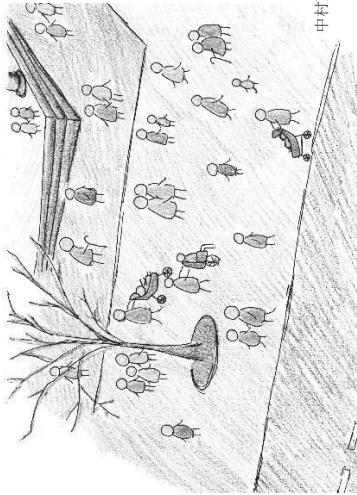
そこでここでは、最もハードルが高いと考えられる、子育て世帯に着目して、まちなかに何が必要かを考えてみる。

ヒアリングを行った子育て世帯は、子供を遊ばせる場所・預けられる場所に悩んでいる方が多かった。宇都宮市内には、12か所の子育てサロンがあるが、休日は休館日となっており、休みの日に、子育てサロンに子どもを預けてまちなかに出てくるという行動はとれない。まちなかに、子どもと一緒に楽しめるキッズシアタのような場所や保育士さんなどがいる店舗や飲食店、子どもを一時的預かってもらえる場所などがあれば、まちなかに出てきやすくなる。

郊外ショッピングセンターでは、子どものための施設が整備されている。その結果、子育て世帯も、出かけていきやすい。中心市街地にも、こうした施設があれば、出かけやすくなる。

そこで、私たちは、まちなかに、子どもと子育て世帯、高齢者、若者など多様な世代が活動できる空間をつくることを提案する。

高齢者にとっては、多様な世代と交流することによる共生ケアの状態が出来上がり、若者にとっても、子どもとの交流は教育的にも良い影響を与えると考える。多世代が交流できる場を用意することにより、様々な人々がまちなかを楽しむことができる。



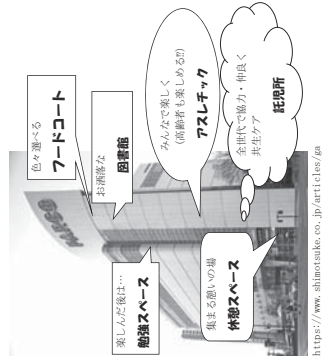
中村万由作画

図 14 多様な世代が集うまちなか

パルコの活用

子どものためのスペースを作る場所については、パルコのビル内に設けることが最も適当と考える。パルコの建物は、宇都宮中心部のシンボリックな存在であり、内部に様々な施設を設けることができる。子どもと多世代が交流できる場所を設ければ、天候に左右されなく、子育て世帯もいつでも出かけることが可能になる。

パルコのビルは、郊外のショッピングセンターなどに対抗する商業施設にすることにより再生するのではなく、まちなかに不足している機能・用途を充足する貴重な施設であると考えれば、様々な使い方が考えられる。東京丸の内では、ビルと街路が相乗効果を高めていたように、宇都宮のまちなかも回遊性が高まり、魅力を高めることができる。また、まちなかに不足している機能をパルコの建物に取り込むことにより、建物の活用の幅が広がり、建物自体の活性化につながる。



https://www.shimosake.co.jp/articles/34

図 15 パルコの利用イメージ

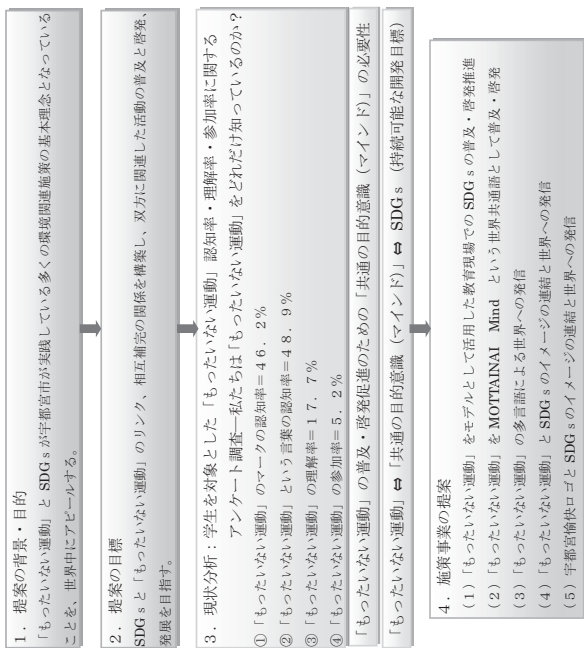
学生提案成果報告②

No.3	提案名：もったいないの心 (MIND) から始めるSDGsな未来都市うつつのみや
	提案団体名：宇都宮共和国シテライイラフ学部内藤マーカーケテイング論ゼミ
チームメンバー	所属：宇都宮共和国大学 シテライイラフ学部
	代表者：横森 涼 指導教員：内藤 英二 横森 涼 齋藤巧弥 上田緑人 福田勇佑 大金史華 成田歩夢 芳士戸慶太 グエン・ティ・トゥエツット ルー・ティ・ガ 部 構

○ 提案の要旨 (Abstract)

宇都宮市では環境に関連した多彩な施策やそれを達成するための多くの多くの活動が実践されています。「もったいない運動」は、そうした活動の代表的な事例と言えますが、市民による運動そのものの認知や、運動の内容に関する理解、運動に参加していただくことがあかどかという参加の割合等については、運動が開始されて以来、これらの割合を向上させていくことが、常に、大きな課題となっています。これは「もったいない運動」の内容が多岐にわたるためで、実際に運動に携わっている人にとっても、運動の目的や目標を明確に表現することが困難である、という課題を抱えています。

私たちの提案では、こうした課題を解決する一つの手段として、「もったいない運動」とSDGsの考え方の連携・リンクを実現したいと考えます。



施策事業の担い手：宇都宮市/宇都宮市もったいない運動市民会議/宇都宮ブランド推進協議会
/宇都宮市内の大学生

1. 提案の背景・目的

具体的には、「何のためにもったいない運動をやっているのか？」という質問に対して、「SDGsの中の特定の目標を達成するため」という答えを、「宇都宮で実践されている代表的なSDGs達成のための活動は何か？」という質問に対しては「もったいない運動がある」という答えを、運動にかかわるすべての人や多くの宇都宮市民が回答できるような雰囲気を作り出すことにより、「もったいない運動」とSDGsが宇都宮市が実践している多くの環境関連施策の基本理念となっ
ていることを、世界中にアピールします。

2. 提案の目標・SDGsとの関連

2030年に向けてのSDGs（持続可能な開発目標）達成のため、運動開始から10周年を迎えた「もったいない運動」の「もったいないの心」をSDGs達成のための中心的理念（マインド）に設定し、SDGsと「もったいない運動」のリンク、相互補完の関係を構築し、双方に関連した活
動の普及と啓発、発展を目指します。

3. 現状分析

学生を対象とした「もったいない運動」認知率・理解率・参加率に関するアンケート調査
—私たちは「もったいない運動」をどれだけ知っているのか？—

(1) もったいない運動

「もったいない運動」を普及、推進するために2009年3月27日に設立された「宇都宮市もったいない運動市民会議」のホームページによると、「もったいない運動」とは、あらゆる地球資源に対する尊敬・感謝（リスペクト）を込めたひとやものを大切にすることを様々な活動・取組を推
進する宇都宮市の活動、と定義することができます。¹⁾

その基本的な活動方針は、以下のような3つの「もったいないの約束」に見ることができます。²⁾

もったいないの約束

1. 私たちは、互いに尊重し、思いやりをもってふれあいます。
2. 私たちは、すべてのものに感謝して、その価値を十分にいかします。
3. 私たちは、宇都宮の素晴らしさを見がき、未来に誇れるまちをつくりま

また、「もったいない運動」の具体的な活動の内容については、平成31年度「第1回 宇都宮市もったいない運動市民会議」の中で示された、平成31年度「もったいない運動」に関する取
組（案）の中で、7つの普及啓発事業（意識醸成）と5つの実践促進事業という12種類の活動と
して説明されています。³⁾

1. 普及啓発事業（意識醸成）

- ①事例集の作成
- ②地域連携事業（with もったいない）
- ③もったいないフェア
- ④多様な主体と連携した情報発信
- ⑤もったいないAWARD
- ⑥もったいない4コマまんがコンクール
- ⑦節電キャンペーン

2. 実践促進事業

① 「もったいない残しま10！」運動

② もったいない体操

③ マイM・運動

④ もったいないいぶっく

⑤ もったいない・おもてなし運動

(2) アンケート調査の概要

2事業12種類にわたって展開されている「もったいない運動」ですが、私たち、大学生は10周年を迎えたこの運動について、どの程度のことを知っているか、という点について、まず、明らかにする必要があると考えました。

そこで10月11日(金)、ゼミ指導教官である内藤先生との1時限、2時限の担当科目を履修しているシライブ学部学生1年から4年の男女96名を対象に、「もったいない運動」の認知率・理解率・参加率に関するアンケート調査を実施しました。

この調査で使用している「認知」、「理解」という言葉は、DAGMAR理論(モデル)と呼ばれている広告効果測定のための広告目標の明確化(Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results)で活用される、5段階のインフォメーション・スペクトラム、未知、認知、理解、確信、行動から引用しています。⁴⁾

DAGMAR理論(モデル)は、商品やサービスの販売を目的に展開される広告の効果を測定するための考え方なので、今回は「もったいない運動」の普及・促進の効果を測るための調査であることとをこう書して、第4段階の確信、第5段階の行動については参加というキーワードに置き換えて、調査票を設計しました。

質問項目は、第1に「もったいない運動」のマークを見たことがあるか、ないか(ロゴマークの認知率)。第2に「もったいない運動」という言葉そのものを見たり聞いたりしたことがあるか、ないか(言葉の認知率)。第3に「もったいない運動」の具体的な活動内容を知っているか、知らないか(理解率)。第4に「もったいない運動」に参加したことがあるか、ないか(参加率)。以上4問であり、4問ともに「ある」と回答した場合には、具体的な「もったいない運動」のマークや言葉を見たり、聞いたりしたメディアの種類や参加した活動の内容などを自由に回答してもらうようにしました。

アンケート票は2回の授業の出席票として回収したので、回収率は100%になります。1時間目既に回答しており、2時間目の授業も履修している学生が回答をしている場合には2時間目のアンケートは無効票としました。

(3) 調査結果

① 「もったいない運動」のマークに関する認知率は46.2%

集計の結果、「もったいない運動」のマークを見たことがあると回答した人数は96人中45人で、「もったいない運動」のマークに関する認知率は46.2%であることがわかりました。

「もったいない運動」のマークを認知した場所やメディアについての自由回答では、市内の店舗(1)、大学のゼミ(3)、小学校や中学校の授業(4)などの回答がありました。

② 「もったいない運動」という言葉の認知率は48.9%

また、「もったいない運動」という言葉を読んだり、聞いたことがありますかと回答した人数は96人中47人になり、「もったいない運動」という言葉の認知率はマークの認知率とほぼ同水準の48.9%となりました。

「もったいない運動」という言葉を実際に認知した場所やメディアについては、新聞・雑誌・テレビ(二瓶山神社前のアイドビジョン?)等(3)、宇都宮市のホームページ(1)、小学生の時の授業(2)などの回答を得ました。

③ 「もったいない運動」の具体的な内容についての理解率は17.7%

これに対し、「もったいない運動」が展開している具体的な活動内容について知っていると回答した人数は、96人中17人で、「もったいない運動」の理解率は17.7%と、マークや言葉の認知率に対して半分以下の割合となることがわかりました。

「もったいない運動」の具体的な活動内容に関する自由回答では、3R(リユース、リデュース、リサイクル)に関する回答(3)、「もったいない残しま10！」運動(2)、宇都宮共和大学シテライブ学部で実施している「まちなかクールシェアコンサート」や城址公園での「もったいないフェア」などのイベント(2)、等の回答がありました。

④ 「もったいない運動」への参加率は5.2%

「もったいない運動」の一環としての何らかの活動に実際に参加したことがあると回答した人数は、96人中5人とさらに少なくなり、「もったいない運動」の参加率は5.2%にとどまっていることがわかりました。

参加したことがあるとすると回答の具体的な内容としては、中学生の時に参加した公園での空き缶拾い(1)や、まちなかクールシェアコンサート(1)などがありました。

(3) アンケート調査結果から明らかにしたこと
— 「もったいない運動」普及・啓発のための「共通の目的意識(マインド)」の必要性—

以上、宇都宮市内で学ぶ100名に満たない大学生という小さな集団に対するアンケート調査ではありましたが、このアンケート調査結果を整理し、議論することにより、「もったいない運動」の認知率、理解率、参加率を向上させるためには、次のような3点について、留意する必要があるという結論に達しました。

① 「もったいない運動」の認知や理解については、小・中学校での体験や大学での授業、あるいは社会貢献活動などがきっかけになっている。

② 「もったいない運動」の理解率が認知率と比較して低い水準にあるのは、自身が認知した運動が、何のための展開されているのか?という点が曖昧であるために、活動の内容を「もったいない運動」の一環として理解することが難しいため、言い換えると、この活動は何のために展開されているものなのかという「共通の目的意識(マインド)」が明確になっていないため、と考えられる。

③ 同様に参加率が低いのも、展開されている活動に関する「共通の目的意識(マインド)」が不正確であるため、自身が参加した活動が「もったいない運動」の一環であるという形で記憶されにくくなっているのではないかと。

以上の調査と考察から、「もったいない運動」の普及・啓発を促進するための「共通の目的意識(マインド)」の必要性が明らかになりました。

冒頭で説明したように、「もったいない運動」は、あらゆる地球資源に対する尊敬・感謝(リスベクト)を込めたひとやものを大切にすることを定義することができ、その活動内容の多くは地球環境と密接に連携・リンクするものです。このため、今回の提案のテーマとなっているSDGs(持続可能な開発目標)の考え方は、「もったいない運動」の「共通の目的意識(マインド)」として、相互補完的に、常にペアで普及・啓発を行うことができると判断しました。つまり「もったいない運動」の「共通の問題意識(マインド)」はSDGsの考え方であり、SDGsの普及・啓発のための「共通の問題意識(マインド)」も「もったいない運動」となり、というこ

4. 施策事業の提案

以上の考察をもとに、以下に私たちが考えた具体的な施策事業の提案を述べます。これらの施策事業の提案の基本は、「もったいない運動」とSDGsの双方の普及・啓発のために、両者の連携・リンクを構築することにあります。施策の範囲は宇都宮市内、日本国内だけでなく、両者の連携・

リンクの実態を広く国際社会に普及させたいことを目指しています。

(1) 「もったいない運動」をモデルとして活用した教育現場でのSDGsの普及・啓発活動
小学校や中学校での体験や大学での授業や社会貢献活動を通じて「もったいない運動」の認知や理解が始まった、というアンケート調査の結果を踏まえて、教育現場での「もったいない運動」とSDGsの普及・啓発活動の展開の強化を提案します。
現在でも、「もったいない運動」では、もったいない体験を市内の保育園、幼稚園の園児たちと保護者が一緒に踊るイベントとして「もったいない体験」の活動を展開していますが、こうした教育現場での普及・啓発活動に際して、導入部分で「もったいない運動」をモデルとしたSDGsの解説などを実施します。小学校、中学校、高等学校等においても、同様の出前授業や、イベントを積極的に展開します。大学では、学生が主導する大学祭や大学所属の研究機関が主催するシンポジウム等の様々なイベントを活用して、同様の普及・啓発活動を展開します。

(2) 「もったいない運動」をMOTTAINAI Mind という世界共通語として普及・啓発
今回の学生提案のテーマを「もったいない運動」に設定したときに、まず最初に私たちが想起したのがこの提案です。つまり、「もったいない運動」のイメージをMOTTAINAI Mind というアルファベットで表記し、世界共通語として、宇都宮市や宇都宮市もったいない運動市民会議のHPや便せん、封筒、通信用のメール文書などのレターヘッドとして活用します。

(3) 「もったいない運動」の多言語による世界への発信
宇都宮市内の外国人留学生の協力を得て、「もったいない運動」の内容を、多言語に翻訳し、市役所や宇都宮市もったいない運動市民会議のホームページに掲載します。例えば、市役所のホームページで閲覧できる「もったいないの約束」について、私たちのゼミのメンバーの留学生が母国語である中国語とベトナム語で翻訳すると、以下のような文章になります。これを各種のホームページにアップして、世界中で閲覧できるようにする、という提案です。

①中国語の翻訳事例

もったいないの約束 「珍惜」准则（约定）

宇都宮に住み、学び、働く私たちは、地球上にあるすべてのものに、尊敬と感謝の気持ちを持ち、ひとやものを大切に「もったいない」の心を育てています。/在宇都宮生活、学习和工作的我们，应对地球上存在的一切保有尊敬和感谢之情，培养一颗珍惜所有人和事物的心。このまちの古き良き歴史や恵み豊かな環境をはぐくみ、かけがえのない美しい地球を未来につないでいくため、これからは「もったいない」の心を広げ、日々、行動することを約束します。/为了更好的维护这座城市悠久的历史，富饶的环境以及将无法替代的美好地球与未来相连，现在起将「珍惜」的心扩散开来，每日付诸行动来做以下约定。

1 私たちは、互いに尊敬し、思いやりをもってふれあいます。/我们应相互尊敬，以关怀他人之意去互相接触

私たちは、多くのひととのつながりの中で、互いに支え合い、助け合いながら生活しています。様々な場面で、「ひとへの思いやり」を大切にして行動することを約束するものです。/我们要以互相关心互相体谅的心情去交往。在各种场合中，「体谅他人」是行动的重要准则。
次のことなど、できることから取り組みましょう。/以下の事項、从力所能及的开始入手吧。

- 他のひとに手をささのべ、お互いに助け合う。/向他人伸出双手，相互帮助。
 - 相手の気持ちになって考え、行動する。/站在对方的立场上去思考并付诸行动。
 - おもてなしの心でお客様をお迎えする。/用心去接待顾客。
- 2 私たちは、すべてのものに感謝して、その価値を十分にいかします。/我们应对所有的一切抱有感谢并且让它的价值得到充分的发挥。
地球上にあるすべてのものは、自然の恵みや人々のこれまでの努力が存在しています。つい忘れてしまいがちなこれらのことに感謝の気持ちを持ち、すべてのものを大切にすることを約束するものです。/地球上所存在的一切都来自于自然的恩惠和人们迄今为止所作出的努力。轻易不知不覚中忘记的事物应怀有感谢之情并且去好好珍惜。
次のことなど、できることから取り組みましょう。/以下の事項、从力所能及的开始入手吧。

完成为止所花费的时间和人们付出的精力抱之感谢，做到物尽其用。

- 地球上の限られた資源を有効活用するため、リサイクルに取り組む。/为了有效运用地球上有限的资源，采取可回收循环利用。
- 自然の恵みに感謝し、水や緑を大切にすること。/感恩大自然的恩惠，珍惜水和绿化资源。

3 私たちは、宇都宮の素晴らしさをみがき、未来に誇れるまちをつくりたい。/我们应仔细打磨宇都宮的精华处，打造未来能令人称赞的城市。

私たちが住んでいる宇都宮の豊かな自然や歴史・伝統・文化を次世代に継承しないのはもったいないことです。このような宇都宮の素晴らしさを知り、みがき、未来につないでいくことを約束するものです。/无法让后代感受到我们现在所生活的宇都宮的富饶的自然、历史、传统以及文化是一件非常可惜的事情。我们应将现有的宇都宮的精彩处传承，打磨并且和未来相连。
次のことなど、できることから取り組みましょう。/以下の事項、从力所能及的开始入手吧。

- わがまちの伝統や文化をみがき、大切にすること。/重视这座城市的历史和传统并好好打磨它。
- わがまちの歴史や文化を子どもにも伝える。/向孩子讲述这座城市的历史。
- わがまちの新たな文化を創造する。/创造出属于这座城市的新文化。

注：「もったいない」という言葉は中国語で元々「節約」を意味し、「珍惜」には「大切」という日本語の意味があります。しかし、全体から見ると、「珍惜」が最も適切だと思います。
<https://www.city.utsumomiya.tochigi.jp/kurasashi/kankyo/mottainai/1005443.html>

翻訳：宇都宮共和国シテライフ学部2年 218A509 邵博

②ベトナム語の翻訳事例

もったいない運動推進マーク (kí hiệu: thúc đẩy phong trào không lãng phí)

宇都宮では、ものを大切に「もったいない」の心と、人を思いやる「おもてなし」の心とが、行動に結びつくように、「もったいない運動」に取り組んでいます。

(ở utsumomiya đang nỗ lực hành động gắn kết phong trào không lãng phí, chúng ta cần nhiệt tình quan tâm và hướng ứng phong trào, không lãng phí rất được coi trọng ở thành phố này).

もったいないの約束 (cam kết không lãng phí)

宇都宮に住み、学び、働く私たちは、地球上にあるすべてのものに、尊敬と感謝の気持ちを持ち、ひとやものを大切に「もったいない」のこころを育てています。

(Chúng ta sống, học tập và làm việc tại utsunomiya, Tôn trọng và đánh giá cao mọi người và mọi thứ. Nâng cao tinh thần của không lãng phí.)

このまちの古き良き歴史や恵み豊かな環境をばぐみ、かけがえのない美しい地球を未来につないでいくために、これからも「もったいない」のこころを広げ、日々行動することを約束します。

(Để nuôi dưỡng lịch sử-tốt đẹp và môi trường phong phú nơi đây, Để kết nối trái đất xinh đẹp không thể thay thế với tương lai, Chúng tôi hứa sẽ mở rộng tinh thần không lãng phí và hành động mỗi ngày.)

1: 私たちは、互いに尊敬し、思いやりをもってふれあいます。

(1: Chúng tôi tôn trọng lẫn nhau và tương tác với nhau bằng lòng trắc ẩn.)

2: 私たちは、すべてのものに感謝して、その価値を十分にいかします。

(2: Chúng tôi đánh giá cao mọi thứ và tận dụng tối đa nó.)

3: 私たちは、宇都宮の素晴らしさを見がき、未来に誇れるまちをつくります。

(3: Chúng ta sẽ làm cho sự rạng rỡ của Utsunomiya và tạo ra một thành phố có thể tự hào trong tương lai.)

平成 21 年 9 月 27 日約束

(lời hứa ngày 27 tháng 9 năm 2009)

宇都宮市もったいない運動市民会議・宇都宮市

(Hội nghị Công dân Thể thao Thành phố Utsunomiya, Thành phố Utsunomiya)

一人ひとりができることは小さなことでもみんなでもやれば大きな力になります、できるところから始めよう！

(mỗi người có thể làm từ những việc nhỏ nhất, và khi chúng ta làm cùng nhau, chúng ta sẽ bắt đầu với một sức mạnh tuyệt vời!)

毎月 1 日は「もったいないの日」~日々の行動を振り返ろう~

(ngày đầu tiên của mỗi tháng là ngày 「không lãng phí」 ~hãy nhìn lại các hoạt động hàng ngày~)

翻訳：宇都宮共和大学・シテライフ学部 2 年 218A504 グインテイトウエツト

<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kurashi/kankyo/mottainai/1005443.html>

(4) 「もったいない運動」とSDG s のイメージの連結と世界への発信

第 4 の提案は、宇都宮市が「もったいない運動」とSDG s の双方の普及・啓蒙のために、両者の連携・リンクを目指しているというメッセージを、世界中のだれが見ても理解できるように、非言語で、ロゴマーク等のビジュアルイメージの組み合わせによって表現し、世界に発信する、というものです。

著作権の問題をクリアする必要がありますが、例えば「もったいない運動」マークとSDG s の17 の目標を表すカラーサークルという二つのイメージを、宇都宮市のマスコット・キャラクターであるミヤリで連結するというアイデアも出ています。

(5) 宇都宮愉快ロゴとSDG s のイメージの連結と世界への発信

第 5 の提案は、上述の 4 つの提案を考える過程で派生的に生まれました。

「もったいない運動」の推進母体である宇都宮市もったいない運動市民会議は、宇都宮市が展開している「宇都宮愉快ロゴ」にも登録し、「勿体無 愉快だ 宇都宮」というもう一つのロゴを活用しています。

「宇都宮愉快ロゴ」は、宇都宮市を全国にPR するために考案され、宇都宮市の良さや魅力をアピールするために活用されています。⁶⁾ 最初の三文字と背景の色を選択し、使用申請をすればだれでも自由に使用することが可能で、現在、宇都宮愉快ロゴを登録している団体は1017 に上ります。⁶⁾

提案では、「もったいない運動」のもう一つのロゴである「勿体無 愉快だ 宇都宮」とSDG s の17 の目標を表すロゴとの連結を考えました。宇都宮市もったいない運動市民会議では、3. 現状分析の(1)もったいない運動でも紹介した12の活動について、SDG s の17の目標を示すカラーロゴを利用して、双方の共通点を説明する工夫をしています。「もったいない運動」を展開している12の活動のひとつひとつがSDG s でかかげられている17の目標のどのどれと関連しているか、どの目標を達成するために、その活動を行うのかという、「共通の目的意識(マインド)」の説明として、大変有効な方法であると考えました。

そこで、私たちの提案では、このアイデアを発展させて、縦軸に「もったいない運動」の12の活動、横軸にSDG s の17の目標ロゴを配置して、双方の活動と目標が一致する位置にミヤリ一キャラクターを置くことで、「もったいない運動」がSDG s の目標とどのようにつながっているのか一目でわかるように配置してみました。このイメージイラストを、宇都宮市、宇都宮市もったいない運動市民会議、宇都宮ブランド推進協議会等の関連団体のホームページにアップし、世界中の人々が閲覧できるようにします。

このアイデアをさらに発展させて、宇都宮市もったいない運動市民会議を含む1017の団体が登録している1017種類の「宇都宮愉快ロゴ」の全てについて、個々の団体の活動内容とSDG s の目標との連携・リンクをイメージしたイラストとして表現し、各種のホームページにアップすることができれば、宇都宮市によるSDG s への取組に世界注目の注目が集まることとなります。

具体的には、2年間の期間を設定して、宇都宮愉快ロゴ登録団体の2年後の総数を120.0と想定し、全ての団体の活動内容と17種類のSDG s の目標との連携・リンクを表すイメージイラストを作成して、各種関連団体のHPにアップします。双方の連携とリンクの実態を明らかにするための資料収集、登録団体へのヒヤリング調査、イメージイラストの掲載許可等の作業を実施するにあたっては、宇都宮市、宇都宮市もったいない運動市民会議、宇都宮ブランド推進協議会等の関連団体と、宇都宮市内の大学生が協力することは、言うまでもありません。

【参考文献】

- 1) 宇都宮市もったいない運動市民会議、宇都宮市もったいない運動市民会議ホームページ、宇都宮市もったいない運動市民会議について、<https://www.ur.mottainai.com/>
- 2) 宇都宮市もったいない運動市民会議ホームページ、もったいない運動について？<https://www.ur.mottainai.com/>
- 3) 2019 年 4 月 5 日(金)開催、平成 31 年度「第 1 回宇都宮市もったいない運動市民会議」資料より
- 4) マーケティング用語辞典—増補版—、同文館、平成 7 年、広告理論の基礎を振り返る④「DAGMAR 理論」について、デジタルサイネージ・集客コラム、https://www.irodorinet.jp/attracting_customers/dagmar/
- 5) 宇都宮市ホームページ、ロゴマーク 住めば愉快だ宇都宮、<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/shisei/gaiyo/symbol/1007491.html>
- 6) 宇都宮ブランド推進協議会ホームページ、愉快な取り組み：宇都宮愉快ロゴ、<https://u-pride100.com/logo/>

学生提案成果報告③

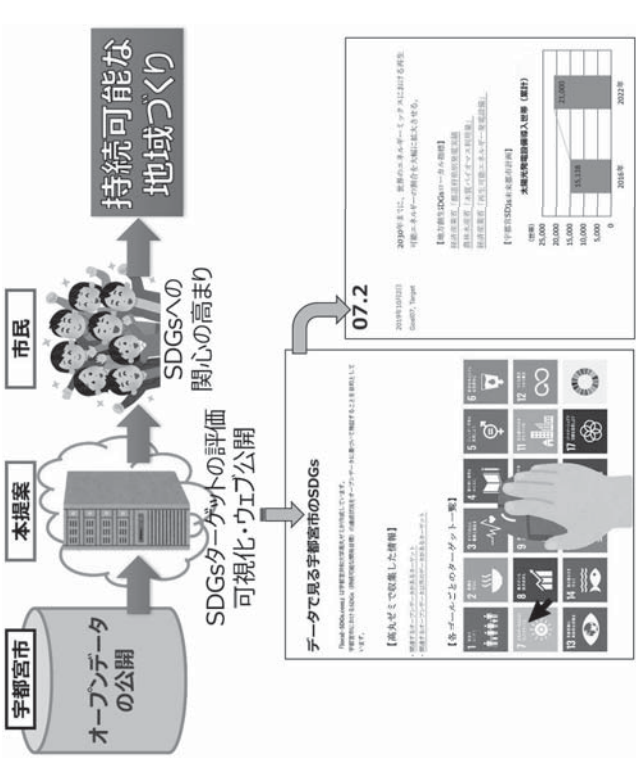
No.7	提案名:オープンデータを活用して検証可能な市民参加型SDGs未来都市を実現しよう
	提案団体名:宇都宮共和大学高丸ゼミ
所	属:宇都宮共和大学シテライフ学部
代表者	河野弘暉 指導教員:高丸圭一
チームメンバー	河野弘暉, 三上莉穂, 山口絵都, 半田菜月, 新田勇斗, 奈良あさひ



提案の要旨 (Abstract)

現在の自治体SDGsの推進における最大の課題点は「SDGsとは何か」を市民が知らない、知りたいと思っても分かりづらいということである。持続可能な開発目標 (SDGs) に示された17のゴール、169のターゲットに基づいて、宇都宮市が持続可能で豊かなまちづくりを実現するためには、市民におけるSDGsへの関心の高まりが重要である。本提案では、「SDGsの観点からのオープンデータの現状」や「宇都宮市における各ターゲットの達成状況」を、市が公開するオープンデータをもとに客観的かつ定量的に評価し、市民に提示する枠組みを構築する。

このため私たちは、宇都宮市のホームページで既に公開されているオープンデータの中から、SDGsターゲットの達成状況を測定するための評価指標 (ローカルインジケータ) として利用できるものを探し、リストを作成した。提案の有用性を示すために、SDGsローカル指標可視化サイト「local-SDGs.com」を構築したので、これについて報告する。



1. 提案の背景・目的

現在、地方自治体によるSDGsの達成に向けた「自治体SDGs」が盛んになってきている。持続可能なまちづくりのための中長期的な計画や施策をSDGsの枠組みで捉えることで、地方創生を試みる取り組みである。内閣府は優れた取り組みを提案している自治体を「SDGs未来都市」として選定している。栃木県では宇都宮市が2019年にこの「SDGs未来都市」に選定された。宇都宮市が公開している「宇都宮市SDGs未来都市計画」では、優先的に取り組むテーマについて、数値データに基づいて具体的な目標を定めている。

SDGsは2015年に国連サミットで採択された世界的な目標であるが、国連や国だけでなく、企業、自治体、そして自治体に居住する住民がその意義を理解して、自分たちの問題として主体的に取り組んでいくことが重要である。現在の自治体SDGsの推進における最大の課題点は「SDGsとは何か」を市民が知らない、知りたいと思っても分かりづらいということである。持続可能な開発目標 (SDGs) に示された17のゴール、169のターゲットに基づいて、宇都宮市が持続可能で豊かなまちであり続けるためには、市民に「SDGsそのもの」や「SDGsの観点からのオープンデータの現状」を提示する枠組みを構築する必要があると考える。

詳細に「宇都宮市におけるSDGsの達成状況を市民に知らせることができればよい」ということであれば、市がターゲットへの数値目標を定めて、その推移をホームページ等で公開すればよい。 (これは上述の「宇都宮市SDGs未来都市計画」の中で既に行われている。) しかし、市民に広く関心を持ってもらうことを長期的な視点で考えると、市はSDGs推進状況を評価するための根拠となり得る様々なデータを幅広く公開し、それを大学などの教育機関・研究機関や民間団体が多角的に分析し、市民の間で共有していくことが望ましいと考える。

私たち高丸ゼミの提案は、市が公開するオープンデータに基づいて、SDGs推進、達成の状況を客観的かつ定量的に評価し、市民と共有する枠組みを構築することである。

2. 提案の目標・SDGsとの関連

上述のように、本提案では地方自治体におけるSDGsの現状を市民が自由に入手出来るデータである「オープンデータ」を用いて総合的に可視化することを目指している。すべてのターゲットを対象とした取り組みであるが、ゴール17、特にターゲット17.18と17.19 (「データ、モニタリング、説明責任」) についてのターゲット) に寄与しているといえる。また、「宇都宮市SDGs未来都市計画」の24ページ (1.3推進体制 (3) ステークホルダーとの連携②) では、「大学生によるまちづくり提案」活動が、大学との連携によるSDGs推進活動の一つであることが明記されているため、私たちが提案に参加し、学生目録のアイデアを創出する取り組みを行うことはSDGs未来都市宇都宮の推進に関連している。

3. 現状分析

まず、自治体におけるSDGsを評価するための数値目標として提案されている「地方創生ローカル指標リスト」(3.1節)、「宇都宮市SDGs未来都市計画」における数値目標 (3.2節) についての調査結果を述べる。これを踏まえて、宇都宮市が公開するオープンデータをターゲットの評価指標として活用するための分析とウェブによる分析結果の公開 (3.3~3.5節) について述べる。

3.1. 内閣府が提案する「地方創生ローカル指標リスト」

内閣府の「自治体SDGs推進評価・調査検討会」の「自治体SDGs推進のためのローカル指標検討WG」では、SDGsに取り組む自治体が目標達成に向けた進捗状況を計測するための指標として「地方創生ローカル指標リスト」を提案している。

SDGs では、169 のターゲットに対して国際的な評価指標（グローバルインジケータ）を 232 個設定している。「地方創生ローカル指標リスト」では、これに対応させる形で日本の自治体レベルで利用可能なローカルインジケータを提案している。ローカル指標リストの例を図 1 に示す。ターゲット 1.1「2030 年までに、現在 1 日 1.25 ドル未満で生活する人々と定義されている極度の貧困をあらゆる場所で終わらせる。」のローカルインジケータとしては、総務省「住宅・土地統計調査」に基づく「相対的貧困世帯割合」（「100 万円未満の世帯/全世帯」[200 万円未満の世帯/全世帯]）を提案している。しかし、ターゲット 1.2「2030 年までに、各国定義によるあらゆる次元の貧困状態にある、全ての年齢の男性、女性、子供の割合を半減させる。」については、「指標候補を調査中」と記しており、専門家でもすべてのターゲットに対する指標を選定できないことが分かる。2019 年 4 月版の「地方創生ローカル指標リスト」では、169 個のターゲットのうち、100 個のターゲットに対するローカルインジケータを提案しているものの、69 個は「調査中」のみである。

ローカルインジケータを利用することができれば、宇都宮市における SDGs の達成状況を評価することができる。しかしながら、同リストで提示している統計資料の多くは、少なくともインターネットで公開されている資料の範囲では一市町村レベルのデータがすべて掲載されていわけではない。このため、宇都宮市における SDGs の達成状況評価にそのまま使うことはできない。

ローカル指標(LI)(案)	データ入手可能性	データソース
LI.1.1.1 相対的貧困世帯割合 (・100万円未満の世帯/全世帯	市区町村	総務省「住宅・土地統計調査」 http://www.stat.go.jp/data/jutaku/2013/you-sakei.htm
LI.1.2.1 ・300万円未満の世帯/全世帯 ・400万円未満の世帯/全世帯 ・500万円未満の世帯/全世帯)		
LI.1.2.2 指標候補を調査中		
LI.1.3.1.1 被保護世帯割合 (被保護世帯/全世帯)	都道府県	厚生労働省「被保護者調査」 http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/74-16.html

図 1:「ローカル指標リスト」におけるローカルインジケータの例（地方創生ローカル指標リストより引用）

3.2. 宇都宮市 SDGs 未来都市計画

市が策定している「宇都宮市 SDGs 未来都市計画」では、2030 年のあるべき姿の実現に向けた優先的なターゲットとして 23 個のターゲットを選び、19 種類の KPI (Key Performance Indicators, 重要業績評価指標)を設定して、評価する計画を掲げている。KPI の例を図 2 に示す。

ゴール、ターゲット番号	KPI
8. 9 指標:年間観光入込客数	現在:2016年 1,483万人
	2022年: 1,560万人
9. 2 指標:市内総生産	現在:2014年 2,719,222百万円
	2022年: 2,956,071百万円
10. 2 指標:女性就業率	現在:2016年 60.8%
	2022年: 62%

図 2:宇都宮市が掲げる経済に関する SDGs 目標（「宇都宮市 SDGs 未来都市計画」より引用）

3.3. SDGs の 169 ターゲットとオープンデータの対応の調査

宇都宮市がウェブサイトで公開しているオープンデータは「防災・安全安心情報」「公共施設情報」「人口統計情報」など 13 のカテゴリに分けられており、本研究の開始時点である 2019 年 6 月現在 379 種類である。

高丸ゼミでは、169 個のターゲットすべてを対象に、達成度合いの指標（ローカルインジケータ）として使用できるデータを、宇都宮市が公開するオープンデータの中から探す作業を行った。調査の際には、ローカル指標として使える可能性のあるオープンデータ以外のウェブ上のデータも合わせて検索した。ゴールごとにターゲットとローカルインジケータとしてのオープンデータの対応状況を以下に示す。

(1) Goal1 「貧困をなくそう」

ゴール 1 には 7 個のターゲットがある。このうち 1 個にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータがあった。
ターゲット 1.3「各国において最低限の基準を含む適切な社会保障制度及び対策を実施し、2030 年までに貧困層及び脆弱層に対し十分な保護を達成する。」のインジケータとして、「生活保護被保護人員」「扶助の種類別生活保護状況」のオープンデータを利用できる。平成 29 年度の生活保護費保護人員は 8,565 人であり、保護率は 16.47%であった。また、同年度の延人員は 102,785 人であり、保護費は 14,249,914(千円)である。

(2) Goal2 「飢餓をゼロに」

ゴール 2 には 8 個のターゲットがある。このうち 1 個にローカルインジケータとして利用可能なオープンデータがあった。
ターゲット 2.1「2030 年までに、飢餓を撲滅し、全ての人々、特に貧困層及び幼児を含む脆弱な立場にある人々が一年中安全かつ栄養のある食料を十分得られるようにする。」に関連するオープンデータとして「主要死因の死亡数及び死亡率の年次推移」が挙げられる。ただし、死因の項目に飢餓がないため、このデータだけでは、現状を可視化することはできない。

(3) Goal3 「すべての人に健康と福祉を」

ゴール 3 には 13 個のターゲットがある。このうち 2 個にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータがあった。
ターゲット 3.6「2020 年までに、世界の道路交通事故による死傷者を半減させる。」のインジケータとして「事故別救急活動状況」「交通事故の状況」「月別交通事故発生件数」「市内の交通事故発生件数」のオープンデータを利用できる。消防局の資料では交通事故による救急活動件数は 2,122 件、栃木県警の資料では交通事故発生件数は 1,497 件で死傷者数は 1,840 人となっている。

ターゲット 3.9「2030 年までに、有害化学物質、並びに大気、水質及び土壌の汚染による死亡及び疾病の件数を大幅に減少させる。」のインジケータとして「公害苦情発生状況」のオープンデータを利用できる。死亡や疾病はわからないが、苦情の総数としては年々減っている現状である。内容を見ると大気汚染は減っており、騒音や振動などは増えていることがわかる。このことから死亡件数は減少していることがわかるが、代わりに都市開発に伴う騒音問題が増えていると考えられる。大気汚染に関しては、汚染物質の種類と各場所での濃度の測定値しかわからないので、どのくらいの量でどのような影響があるのかも見られるかと思う。

(4) Goal4 「質の高い教育をみんなに」

ゴール 4 には 10 個のターゲットがある。このうち 3 個にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータがあった。

ターゲット 4.1 「2030 年までに、全ての子供が男女の区別なく、適切かつ効果的な学習成果を
もたらす、無償かつ公正で質の高い初等教育及び中等教育を修了できるようにする。」のインジケ
ータとして宇都宮の「小学校の一覧」と「中学校の一覧」のオープンデータを利用できる。現状
では各小学校、中学校ごとに名称、住所、電話番号等が記載されている。

ターゲット 4.2 「2030 年までに、全ての子供が男女の区別なく、質の高い乳幼児の発達・ケア
及び就学前教育にアクセスすることにより、初等教育を受ける準備が整うようにする。」のインジ
ケータとして、「赤ちやんの駅登録施設一覧」、「保育園一覧」、「幼稚園一覧」、「子育てサロ
ン一覧」、「子育てセンター一覧」のオープンデータを利用できる。現状では、赤ちやんの駅登録施設は 239
個、保育園は 82 個、幼稚園は 48 個、子育てサロンは 13 個、子育てセンターは 29 個である。

ターゲット 4.a 「子供、障害及びジェンダーに配慮した教育施設を構築・改良し、全ての人々に
安全で非暴力的、包摂的、効果的な学習環境を提供できるようにする。」のインジケータとして「障
がい児施設一覧」のオープンデータを利用できる。現状としては、児童発達支援事業と放課後等
デイサービスをしている施設の名称と住所が記載されている。

(5) Goal5 「ジェンダー平等を表現しよう」

ゴール 5 には 9 個のターゲットがある。このうち 3 個にローカルインジケータとして用いて
とできるオープンデータがあった。

ターゲット 5.2 「人身売買や性的、その他の種類の搾取など、全ての女性及び女兒に対する、公
共・私的空間におけるあらゆる形態の暴力を排除する。」のインジケータとして、女性相談取扱状
況のオープンデータを利用できる。このデータには相談の総数とその内訳がのっており 2017 年
度の相談総数は 2,427 件で、そのうち DV 相談が 700 件と約三分の一を占めている。

ターゲット 5.3 「未成年者の結婚、早期結婚、強制結婚及び女性器切除など、あらゆる有害な慣
行を撤廃する。」のインジケータとして、結婚、離婚件数、平均初婚年齢のオープンデータを利用
できる。このデータから、男女ともに初婚の平均年齢が大体 30 歳くらいであることがわかる。

ターゲット 5.5 「政治、経済、公共分野でのあらゆるレベルの意思決定において、完全かつ効果
的な女性の参画及び平等なリーダーシップの機会を確保する。」のインジケータとして「選挙人名
簿登録者の推移」「市職員数」のオープンデータを利用できる。このほか「市議会議員名簿」も利
用できる。宇都宮市議会議員は男性 35 人、女性 10 人である。

(6) Goal6 「安全な水とトイレを世界中に」

ゴール 6 には 8 個のターゲットがある。このうち 5 個にローカルインジケータとして用いて
とできるオープンデータがあった。

ターゲット 6.5 「2030 年までに、国境を越えた適切な協力を含む、あらゆるレベルでの統合水
資源管理を実施する。」のインジケータとして、「水質汚濁防止法に基づく特定施設の設置状況」
「水質汚濁防止法に基づく有害物質貯蔵指定施設の設置状況」「水質汚濁防止法等に基づく立入検
査結果」「上下水道施設一覧」「地下水水質測定結果」「下水道の状況」のオープンデータが利用で
きる。特定施設の設置状況は業種ごとに一日当たり何方メートル分の排水があったのかを表で
見ることができ、有害物質貯蔵指定施設の設置状況は 14 個となっている。立入検査は 105 件
で行われており、1 件で不適合が見つかったがすでに指導が行われている。上下水道施設一
覧からは 9 個の施設があることがわかる。地下水水質測定結果は監視項目について各地点での細か
い測定結果がわかる。下水道の状況からは下水道の普及率は 88.0%、水化率は 94.6%であるこ
とがわかる。

ターゲット 6.6 「2030 年までに、山地、森林、湿地、河川、帯水層、湖沼を含む水に関連する
生態系の保護・回復を行う。」のインジケータにも、6.5 と同じく「水質汚濁防止法に基づく立入
検査結果」のオープンデータが利用できる。

ターゲット 6.b 「水と衛生に関わる分野の管理向上における地域コミュニティの参加を支援・強
化する。」のインジケータとして、「酸性雨の経年変化」「公共用水域水質測定結果」「地下水水質

測定結果」「中小河川水質測定結果」のオープンデータが利用できる。しかし地域コミュニティの
参加を支援・強化するためにはただデータを見てもわからないため違う形で広めていく必要があ
ると思う。

(7) Goal7 「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」

ゴール 7 には 5 個のターゲットがあるがローカルインジケータとして用いられそうなオープン
データは見つからなかった。地方創生 SDGs ローカル指標リストにあるように、再生可能エネル
ギー発電割合や世帯当たりの太陽光設置割合、自家発電割合などのデータがあればよいと思う。

(8) Goal8 「働きがいも経済成長も」

ゴール 8 には 12 個のターゲットがある。このうち 2 つにローカルインジケータとして利用可
能なデータがあった。

ターゲット 8.5 「2030 年までに、若者や障害者を含む全ての男性及び女性の、完全かつ生産的
な雇用及び働きがいのある人間らしい仕事、並びに同一労働同一賃金を達成する。」のインジケ
ータとして、「産業別常用労働者平均月間現金給与額」、「労働力状態別 15 歳以上人口」、「男女別年
齢別労働力状態」のオープンデータが利用できる。前者 2 つのデータは栃木県全体のデータでは
あるが、給与額は全体的に上がっていることがわかる。しかし運輸業やサービス業で賃金の低さ
が目立ち、いまだ格差が大きいことがわかる。また、給与額が高い産業においては年々給与額の
上昇もみられる一方、先述のような賃金の低い産業では給与額の低下も多くみられた。しかし、
賃金の同一化には様々な問題があるため、完全な同一化は難しいと考えられる。このデータでは
労働者の性別や年齢はわからなかったが、15 歳以上人口と労働力のデータから、男性の労働力の
比率は 70.7%であり、その中で 25~59 歳において労働力率は 95%を占めていることがわかる。
また、定年である 65 歳を超えた 65~69 歳の労働力率は 53.4%と圧倒的に低下している。女性は
全体で 48.6%であり、25~54 歳において 68%、65~69 歳において 33.4%であった。

ターゲット 8.8 「移民労働者、特に女性の移民労働者や不安定な雇用状態にある労働者など、全
ての労働者の権利を保護し、安全・安心な労働環境を促進する。」のインジケータとして、「国籍
別外国人登録人口」のオープンデータが利用できる。このデータには外国人の人口総数と各国籍
と国ごとの人口が記載されていたが、外国人の雇用状況や労働人口は載っていないため、より詳
細なオープンデータが必要である。

(9) Goal9 「産業と技術革新の基盤をつくろう」

ゴール 9 には 8 個のターゲットがある。このうち 1 個にローカルインジケータとして用いて
とできるオープンデータがあった。

ターゲット 9.5 「2030 年までにイノベーションを促進させることや 100 万人当たりの研究開発
従事者数を大幅に増加させ、また官民研究開発の支出を拡大させるなど、開発途上国をはじめと
する全ての国々の産業セクターにおける科学研究を促進し、技術能力を向上させる。」のインジケ
ータとして「経済活動別市内総生産」のオープンデータが利用できる。これに加えて研究開発費
や研究者数などがわかるデータがあれば利用できると思う。

(10) Goal10 「人や国の不平等をなくそう」

ゴール 10 には 10 個のターゲットがある。この中でローカルインジケータとして用いていること
ができるオープンデータはなかったが、宇都宮市の保険や教育サービス、その他資産サービスを経
済的地位その他の状況に関わりなく、利用できる場所がわかるデータがあればよいと思った。

(11) Goal11 「住み続けられるまちづくりを」

ゴール 11 には 10 個のターゲットがある。このうち 2 個にローカルインジケータとして用いて
とできるオープンデータがある。

ターゲット 11.5 「2030 年までに、貧困層及び脆弱な立場にある人々の保護に焦点をあてながら、水関連災害などの災害による死者や被災者数を大幅に削減し、世界の国内総生産比で直接的経済損失を大幅に減らす。」のインジケータとして、「避難所一覧」のオープンデータを利用できる。

ターゲット 11.6 「2030 年までに、大気質及び一般並びにその他の廃棄物の管理に特別な注意を払うことによるものを含め、都市の一人当たりの環境上の悪影響を軽減する。」のインジケータとして、「大気汚染測定結果」のオープンデータを利用できる。宇都宮市内における二酸化硫黄(SO₂)、二酸化窒素(NO₂)、一酸化炭素(CO)などの測定結果が示されているが、平成 25 年までの値しかないで、データの更新が望まれる。

(12) Goal12 「つくる責任 つかう責任」

ゴール 12 には 11 のターゲットがある。このうち 5 個にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータがあった。

ターゲット 12.3 「2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄物を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減少させる。」のインジケータとして、「うつつのみや地産地消推進店一覧」、「食品衛生関係苦情年次推移」のオープンデータと利用できる。地産地消推進店一覧からは直売所、小売店、飲食店、食品加工事業者等合わせ 87 店が地産地消推進店であることがわかる(平成 26 年 10 月時点)。食品衛生関係の苦情は平成 20 年に 240 件で翌年は半分以下まで減ったがその後増加し続け平成 26 年には 170 件まで増えている。これらに対しては生産者、消費者共に意識的な取り組みが必要だと考える。また宇都宮市では「もったいない残しま 10!」というスローガンのもと、食品ロス減少を推進する取り組みがすでに行われている。

ターゲット 12.4 「2020 年までに、合意された国際的な枠組みに従い、製品ライフサイクルを通じ、環境上適正な化学物質や全ての廃棄物の管理を実現し、人の健康や環境への悪影響を最小化するため、化学物質や廃棄物の大気、水、土壌への放出を大幅に削減する。」のインジケータとして、「大気汚染測定結果」、「土壌監視調査結果」、「公共用水域水質測定結果」、「地下水水質測定結果」、「中小河川水質測定結果」、「水質汚濁防止法に基づく特定施設の設置状況」「水質汚濁防止法に基づく有害物質貯蔵指定施設の設置状況」のオープンデータを利用できる。大気汚染については、環境基準をすべてクリアしているものの、平成 12～16 年実施のデータしかないので最新のデータが必要である。水質汚染については、中小河川の水質を橋や高架下付近で測定した水質も、地下水の水質も異常は見られなかった。水質に関する施設の設置状況については、排水量などに分けて施設の数を分類しているのは良いと思ったが、何年に設置されたかなどの記載がないのが気がなかった。ターゲット 12.5 「2030 年までに、廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用により、廃棄物の発生を大幅に削減する。」のインジケータとして、「ごみ収集、処理状況」のオープンデータを利用できる。ごみの収集、処理数ともに総量は年々微量に減少しており、その内訳の各ごみ(可燃系、不可燃系など)の量も一部を除き、徐々に減少していることがわかる。

(13) Goal13 「気候変動に具体的な対策を」

ゴール 13 には 5 個のターゲットがある。このうち 3 個にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータがあった。

ターゲット 13.1 「全ての国々において、気候関連災害や自然災害に対する強靱性(レジリエンス)及び適応の能力を強化する。」、13.2 「気候変動対策を国別の政策、戦略及び計画に盛り込む。」、13.3 「気候変動の緩和、適応、影響軽減及び早期警戒に関する教育、啓発、人的能力及び制度機能を改善する。」のインジケータとして「一時避難場所一覧」、「広域避難場所一覧」、「避難所一覧」、「洪水ハザードマップ」、「土砂災害ハザードマップ」のオープンデータが利用できる。一時避難場所、広域避難場所、避難所一覧はその住所と電話番号、座標が書かれている。ハザードマップ

には地図のほかにも災害時の心がけなどが役立ち立つ情報が書かれている。

(14) Goal14 「海の豊かさを守ろう」

ゴール 14 には、10 個のターゲットがある。そのうち 1 個にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータがあった。

ターゲット 14.1 「2025 年までに、海洋ごみや富栄養化を含む、特に陸上活動による汚染など、あらゆる種類の海洋汚染を防止し、大幅に削減する。」のローカルインジケータとして、「水質汚濁防止法に基づく特定施設の設置状況」のオープンデータを利用できる。このデータには、一般廃棄物や産業廃棄物の施設設置状況が載っている。

(15) Goal15 「陸の豊かさを守ろう」

ゴール 15 には 12 個のターゲットがある。この中にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータは見つからなかったが、「動植物の確認状況」のオープンデータには動植物の確認種数、中でも重要種とされる種の名前が書かれており、これらを維持することが陸の豊かさを守ることにつながるのではと考える。

(16) Goal16 「平和と公正をすべての人に」

ゴール 16 には 12 個のターゲットがある。この中にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータはなかったが、犯罪がどここの地域で多く起こっていることがわかるオープンデータがあるように思う。

(17) Goal17 「パートナーシップで目標を達成しよう」

ゴール 17 には 19 個のターゲットがある。この中にローカルインジケータとして用いることのできるオープンデータはなかったが、グローバル・パートナーシップを活性化するために宇都宮市での国際的なイベントがわかるデータがあると良いと思う。

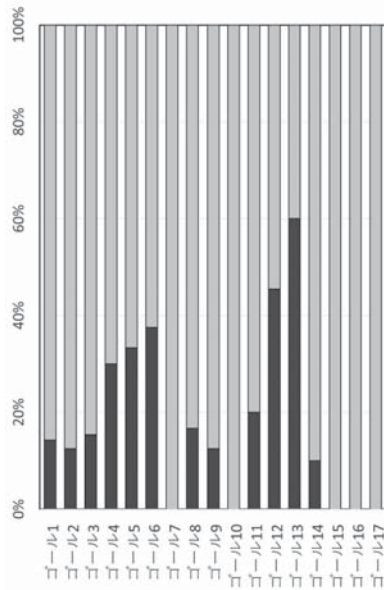


図 3 オープンデータをインジケータとして利用できたターゲットの割合

3.4. 調査のまとめ

ゴールごとのローカルインジケータとしてオープンデータを利用できるターゲットの割合を図 3 に示す。公開されているオープンデータがインジケータとして利用可能なターゲットは 169 個

中 27 個に過ぎず、現在の公開状況は不十分であるといえる。例えば、ゴール 7 のエネルギー問題について、利用できるオープンデータは見つからなかった。しかし「SDGs 未来都市計画」では、ゴール 7 に関連して「太陽光発電設備導入世帯数」を独自の数値目標として掲げているので、このようなデータがオープンデータとして公開されることが望ましいと考えられる。

3.5. 調査結果の公開「local-SDGs.com」

3.1 節で述べた内閣府が提案する「ローカル指標リスト」、3.2 節で述べた宇都宮市 SDGs 未来都市計画における KPI および高丸ゼミが独自に調査した各ターゲットの指標となるオープンデータを可視化するために、ウェブサイト「local-SDGs.com」を構築した。レンタル Web サーバを契約し、ドメイン名として「local-SDGs.com」を取得した。CMS として WordPress 5.2.3 をインストールしウェブサイトを活用する。サイトの構成は図 4 に示すとおりである。

「local-SDGs.com」では、トップページおよび 17 のゴールの見出しページを固定ページで作成し、17 のゴールの下にある 169 のターゲットごとに投稿（記事）を作成する。このターゲットごととの投稿に、上述の情報を掲載した。

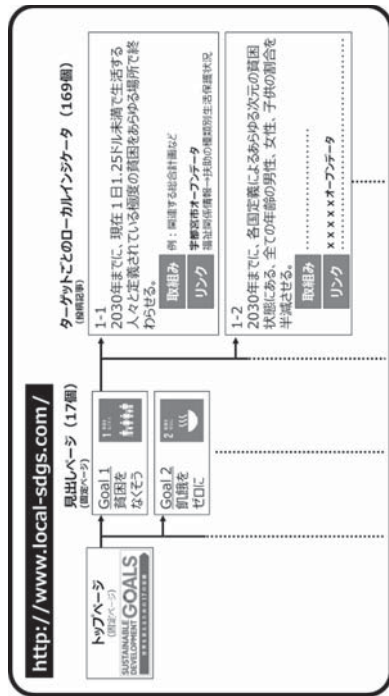


図 4 local-SDGs.com のサイト構成図

4. 施策事業の提案

4.1. SDGs 評価のためのオープンデータの公開促進

オープンデータは SDGs のみならず、まちの現状や行政の施策の状況を客観的に評価するために重要な根拠となるものである。公開データのオープン化は全国的に進んでおり、宇都宮市のホームページでも種々のデータが公開されている。しかし、3 章で述べた通り SDGs の全体的な状況を客観的に評価するために十分な情報が公開されているとはいえない。この現状を踏まえた、私たちのオープンデータの公開に関する宇都宮市への提案は以下の通りである。

提案① SDGs のターゲット達成状況を評価するのに十分なデータを幅広くオープンデータとして公開することを促進する。

提案② 現在の分野別（または部署別）のデータ公開に加えて、データを SDGs のゴール別に並べ替えて表示できるようにする。

公開されたオープンデータを、本学をはじめとする学術機関や民間団体との協働によって分析し、現状やターゲットごとの達成状況の評価を行う。これを 3.5 節のような方法で公開し、市民との情報共有を進める。

4.2. 履歴データの蓄積・予測データの作成

市役所のホームページに公開されるデータや情報は、新たな情報が公開されるたびに過去の情報は上書きされて消えてしまうことがしばしばある。たとえば、宇都宮市議会議員名簿のサイトを見ると、2019 年 4 月の選挙で選ばれた議員の一覧を見ることができているものの、過去に議員であった人の情報を探すことはできない。最新の情報だけを載せるやり方は古い情報と新しい情報を取り違えないためには有用であるが、過去と現在を比較する目的は叶われない。SDGs 推進をはじめとした、様々な施策の成果をデータに基づいて評価するためには、単にデータを公開するだけでなく（もちろん、非公開であったデータが公開されるだけでも大きな前進ではあるが）、年度別のデータを比較可能な形で公開することが重要である。オープンデータの公開に関する宇都宮市へのもう一つの提案は以下の通りである。

提案③ オープンデータは過去のデータを上書きせず、比較可能な形で残すようにする。また、電子データとして保有している、過年度のデータを整理し、公開を進める。

過去のデータが蓄積されることで、精緻な分析が可能となり、例えば過去のデータに基づいた未来の予測を作成することを市役所以外でも行えるようになる。より多角的な分析が進むことで、取り組みの優先順位や、予算配分のバランスなどを、定量的な根拠に基づいて行えるようになる可能性がある。いわゆる EBP (Evidence Based Policy Making) に向けた取り組みに貢献できると考える。

5. おわりに

自治体 SDGs の推進において、すべての課題に同時に取り組むことは困難であるが、すべてのターゲットに対する状況を明らかにすることは努力次第では可能であると考えられる。宇都宮市と大学高丸ゼミでは、まちづくり提案における活動だけで終わらずに、オープンデータを活用した SDGs の分析を進めていきたいと考えている。

【参考文献】 ※URL の最終確認日はすべて 2019 年 11 月 20 日である。

- 1) 宇都宮市：宇都宮市 SDGs 未来都市計画、
https://www.city.utsumomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_001/018/743/2019miraitoshikeikaku.pdf
- 2) 白田範史編(2019)『SDGs の実践 自治体・地域活性化編』事業構想大学院大学出版部
- 3) 地方創生 SDGs ローカル指標リスト 2019 年 4 月改訂版 (PDF 形式：1.552KB)
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/ti/iki/kankyo/kaigi/h30lwg1/shiryo1.pdf>
- 4) 宇都宮市 SDGs 未来都市計画 (PDF 2.1MB)
https://www.city.utsumomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_001/018/743/2019miraitoshikeikaku.pdf
- 5) 宇都宮市：オープンデータカタログページ
<https://www.city.utsumomiya.tochigi.jp/shisei/johokokai/opendata/1009934.html>
- 6) 宇都宮市議会 議員名簿
<https://www.city.utsumomiya.tochigi.jp/gikai/giin/meibo/index.html>

学生提案成果報告④

提案名：まちづくりの“羅針盤” ～我々はどうなるまちづくり提案をするべきか～
提案団体名：宇都宮共和国 小浜ゼミ
所属：宇都宮共和国 シティライフ学部
代表者：小林 将大 指 導 教 員：小浜 駿
チーム メンバー 渡邊駿、小林叶弥

○ 提案の要旨 (Abstract)

本提案では、具体的な施策ではなく、効果的な提案の方向性を探るメタ的な提案を行った。住民が理想的なまちとして求めるものや具体的な施策、普段まちに詳しくなくするためにやっている活動などについてアンケート調査を行い、自治体職員と比較することで、地域住民の潜在的なニーズを把握した。

データ解析の結果、住民データは「不参加・批離型」「不参加・受容型」「参加型」の3層に分けられた。こうした住民の特徴の違いを含めて自治体職員データと比較した結果、子どもの安全に関する施策や、直接的な利得を求める層にも納得できる税金の使い方、特に観光の重要性に関する説明強化が必要であることが提案された。

1. 提案の背景・目的

私たちが「大学生によるまちづくり提案2019」で提案する大きな目的はタイトルにある通り“羅針盤”つまりこれから先のまちづくり提案がどのような方向に進むべきか、また本場に住民が求めているものは何かを示すことにより来年度以降のまちづくり提案がより良いものとなり宇都宮市が活気に溢れ、たくさんの人から愛されるまちになるための提案です。

なぜ私たちがこのような提案をするのかは今までのまちづくり提案がどこか行政や指導教員の意ひそうな提案で本場にまなまをよよくするのではなく賞を取るため大人を喜ばせるための提案に感じたからです。なら私たちが反感を買ってもそれはなく賞を取らぬ進路を戻したい。この提案を聞いて来年度以降の提案がより良いものになり大学生の意識をもっと高くなり本場に自分たちが思っている提案をする、むしろ自分たちがこの宇都宮市を変える、そう思うてもらいたく今回、参加させていただきました。

2. 提案の目標・SDGsとの関連

目標として上記で申し上げた通り今回の私たちの提案を機に大学生によるまちづくり提案がより良いものとなり地域住民の皆様が住みやすいまちに宇都宮になることです。

また SDGsとの関連は SDGsの中でも私たちが何か一つを取り上げるのではなく持続可能な開発目標という大きなことに着目して考えました。この提案がこれからのまちづくりの羅針盤になることは持続的にこのまちを支えなくてはならないと導いてくれるでしょう。これは SDGsと関連していると思います。

3. 現状分析

3.1 宇都宮市民のまちに対する認識

(1) 「大好きなまち」宇都宮
宇都宮市総合政策部 によると、宇都宮市に対する宇都宮市民の評価は非常に高い。宇都宮市に対する感じ方は、「好き」が46.2%ともっとも高く、「どちらかと言えば好き」(45.9%)%と合わせると9割を超えた調査対象者が宇都宮市を好きと感じている。特に、出生時から宇都宮市に居住している者において評価が高く、95%以上が「好き」あるいは「どちらかといえば好き」と回答している。一方で、居住5年未満の層では「好き」あるいは「どちらかといえば好き」と回答した者が80%程度と相対的に低く、「どちらかといえば嫌い」「嫌いな」の合計は、居住年数が長い層ほど少なかったことから、初めて居住する者にとっては好ましくない要素があるものの、慣れるほど魅力がわかる、まさに「住めば愉快」なまちであると判断される。

(2) 宇都宮市における住民ニーズの不明確さ

前項のとおり、宇都宮市は非常に評価の高いまちであるが、課題がないわけではないと考えられる。宇都宮市総合政策部による意識調査では、24の基本施策と、その細目である85の施策に対して重要度や満足度などについて尋ねている。表1は、意識調査の集計結果の内容をまとめておとし、重要度と満足度と、満足度に関する設問の「わからない」回答および無回答の割合を示したものである。

9割が肯定的な評価を占めた宇都宮市に対する感じ方と比べると、満足度は総じて低い。こうした満足度の低さは、基本施策が作られた背景を読み解くことで理解可能となる。基本施策は、宇都宮市第6次宇都宮市総合計画に依拠するものである。第6次宇都宮市総合計画では、将来に実現すべき目標や方向性として基本施策を掲げている。満足度が高く回答されるような、既に達成済みの目標は将来目指すべき施策として妥当でないため、満足度が低くても問題ないと考えられる。

したがって、「好き」の割合と満足度の割合が数値上乖離すること自体には問題がない。一方で、「わからない」回答や無回答の割合が高いことは問題であると考えられる。なぜなら、回答には社会的望ましさに基づくバイアスが働きやすいためである。この場合には、調査主体(宇都宮市)にとつて望ましいと予想される回答が行われやすく、望ましくないと想定される態度を持つている回答者は、回答拒否や「わからない」反応によって消極的に態度を表明している可能性がある。したがって、これらの反応について精査する必要がある。

無回答の割合を見てみると、「12 相互理解の促進による共生社会を形成する」が16.2%ともっと高く、「3 生涯にわたる学習活動を促進する」が15.7%と次いで高い。「わからない」の割合を見てみると、「7 障がいのある人の生活を充実する」56.1%ともっとも高く、「8 身近な地域の福祉力を高める」が55.6%と次に高い。これらの回答から、障がいへのケアのように、当事者でないと満足度の評定が困難である設問や、“地域の福祉力”“共生社会”といった抽象的で広範な記述がみられる設問において「わからない」や無回答の割合が増えやすくと考えられる。

24 の施策に対して満足度と「わからない」の相関係数を算出したところ、-0.70 という強い負の相関が得られた。特定の選択肢に回答が偏れば、他の選択肢に対する回答が減るため、負の相関が得られることに実際的な意味がないと考える必要もある。しかし、「22 誰もが快適に移動できる総合的な交通ネットワークを構築する」(満足度28.5)における「わからない」の割合が9.7%ともっとも低かつたように、基本施策の内容を理解したうえで低い満足度を示す項目もある。

(3) 宇都宮市民のニーズをより詳細に把握するために

以上のことから、住民の中には「まちに満足していないけど意見を表明しない」消極的拒否層や、「まちのことやよくわからない」無関心層が存在すると考えられる。こうした層は、パブリック

コメントなどの場において積極的な情報発信を行わないため、ニーズがつかみづらい。そのため、どのような特徴を持つ住民がこうした消極的な層になるのかを分析し、そうした層のニーズを捉えることには一定の意味があると考えられる。

そこで、地域住民のまちに対するイメージや、普段の暮らしに対してやっやっている活動についてアンケート形式で測定を行い、消極的拒否層や無関心層について検討することとする。自治体職員についても同じ設問について測定し、公共の施策に対して詳しい層との比較を行うこととする。

表1.24の基本施策に対する重要度および満足度に関する回答割合(%)

	重要度*		満足度**		無回答
	満足度*	重要度*	満足度**	重要度**	
1 全ての子ども・若者を健やかに育成する	73.4	41.3	28.6	13.7	
2 種かな自信と志を育む学校教育を推進する	73.1	31.6	36.8	13.2	
3 生涯にわたる学習活動を推進する	61.2	22.6	46.5	15.7	
4 誰もが生涯を通じてスポーツを楽しむ社会を実現する	64.1	26.9	37.1	7.8	
5 健康づくりと地域医療を充実する	78.7	42.4	26.6	7.8	
6 高齢期の生活を充実する	72.4	23.6	42.9	6.5	
7 障がいのある人の生活を充実する	68.4	16.6	56.1	7.0	
8 身近な地域の福祉力を高める	67.7	17.0	55.6	8.5	
9 危機への備え・対応力を高める	75.6	26.6	38.4	10.6	
10 日常生活の安心感を高める	76.6	42.5	23.9	14.0	
11 市民が主役のまちづくりを推進する	63.5	27.3	38.9	13.8	
12 相互理解の促進による共生社会を形成する	58.7	23.6	45.7	16.2	
13 都市ブランドの確立と更なる魅力を創出する	63.3	32.0	28.6	11.8	
14 個性豊かな観光と交流を創出する	63.8	41.9	28.8	11.6	
15 暮らしの息づく文化の創造・活用を推進する	58.9	34.5	33.5	12.8	
16 地域産業の創造性・発展性を高める	69.9	28.2	33.8	11.8	
17 商工・サービス業の活力を高める	67.2	19.4	33.5	15.6	
18 農林業の生産力・販売力・地域力を高める	63.6	22.0	43.7	12.3	
19 環境への負荷を低減する	66.9	30.3	33.8	13.0	
20 暮らしやすさや魅力のある都市空間を形成する	73.3	35.1	22.4	11.5	
21 快適な住環境と自然豊かな都市環境を創出する	73.7	38.0	24.9	11.5	
22 誰もが快適に移動できる総合的な交通ネットワークを構築する	79.0	23.5	9.7	12.0	
23 質の高い上下水道サービスを提供する	82.2	56.0	17.3	8.9	
24 強固な行政経営基盤を確立する	57.1	18.2	42.1	14.0	

*「重要」あるいは「やや重要」と回答した者の割合

**「満足している」あるいは「どちらかといえば満足している」と回答した者の割合

3.2 方法

(1) 調査項目

住民の公共施策に対する要望や理解度を測定するため、1)理想的なまちとして有すべき性質や、2)自治体に求める具体的な施策について項目を作成し、多重回答形式で尋ねた。また、消極的拒否層について検討が可能となるよう、3)まちづくりや自治体の施策に対するイメージについて、否定的な態度やまちに対する要望を含めて項目を作成した。さらに、4)まちに詳しくなるために普段やっていることについて、ゼミ内で話し合い、先行研究⁹⁾をもとに項目を作成した。

(2) 予備調査

大学生および高校生 68 名に予備調査を行った。性別や年齢といった人口統計学的変数に加え、作成された独自調査項目について測定を行った。また、5)評価を気にする性格や、失敗に注目しがちな性格についても測定を行った。

予備調査の結果、(1)および(2)において、極端に回答数が少ない項目が除外された。また、(3)において、まちや施策に対する肯定的なイメージがひとまとまりになってしまっていることが示されたため、項目数を削ることとした。代わって、否定的なイメージやまちに対する要望を表す項目を増やすことで、多角的にイメージを測定できるように修正を行った。

(3) 本調査

2019年7月上旬から8月下旬にかけて、本調査を実施した。本調査の対象は宇都宮市を中心とした栃木県に在住する住民と、自治体職員であった。いずれの対象にも、我々ゼミ生および指導教員の知に配布を行い、郵送での回収を求める有意抽出調査であった。住民調査は147票が配布され、72票が回収された。

自治体職員調査は、部署・課単位で調査実施依頼を行い、許可を得られた組織に対して一斉配布を行い、個別郵送回収の形式で実施された。実施許可が得られた組織は栃木県外の1組織であり、30票が配布され、25票が回収された。

3.3 結果

(1) 基礎統計
理想的なまちの性質や自治体に求める施策、まちで行われていることに対する詳しさについて、単純集計を行った。表2～表4に示す。理想的なまちおよび自治体に求める施策の集計に関しては、層別集計(次項以下で詳述)についても示した。層別集計を行っていないまちに対する詳しさ(表2)について結果をまとめると、普段の(業務外の)活動として「やっていることは特にない」と回答した者は、住民データでも自治体職員データでも46%と偏りがなかった。また、活動として多くなされていたものは、住民も自治体職員ともにまちのイベントや町内会の活動であった。住民は20%弱、自治体職員は27%程度がこうした活動でまちに対する見識を深めていた。

(2) まちづくりや自治体の施策に対するイメージの基礎解析

測定された項目の構造を検討するため、因子分析を行った。因子分析は、質問項目の回答に影響を与えていると想定される性質(因子)を推定し、類似した項目に関する情報を得るための分析である。

分析の結果、質問項目は3因子構造であることが示された(表5)。第1因子には、「多くの施策は、どこか焦点がぼやけたりしないものになってしまっている」「お題目が立派なわりに、中身の無い施策が多いように思う」といった、まちづくりに対する批判的な項目がまとまったため、『まちへの批判』と解釈された。第2因子には「行政は献身的に色々なことをやってくれている」「まちづくりは、住民のニーズに添っていると思う」といった、自治体やまちづくりを肯定的に捉えるイメージがまとまったため、『まちへの評価』と解釈された。第3因子には、「前例にとらわれず、もっと幅広い施策をしたい」「公的な施策はもっと大胆なものを取り入れるべきだ」といったまちづくりに関するさらなる期待を表すイメージがまとまったため、『まちへの要望』と解釈された。

各因子にまとめられた項目の算術平均を求めることで、3種類の「まちへのイメージ」に関する得点を作成した。

表2 まちに関する単純集計結果(%)

住民	肯定率
1. まちづくりについて専門的に学べる大学・学部に通っていた(通っている)	1.45
2. 現在自治体で働いている、あるいは働いていたことがある	7.25
3. 業務で行政と関わる仕事をしている	8.70
4. まちのイベントの運営に関わったことがある	17.39
5. 町内会の活動に積極的に参加している	18.84
6. まちやNPO法人主催のボランティア活動に積極的に参加している	7.25
7. まちの専門家(市役所職員など)と話す機会が多い	8.70
8. 家族や友人とまちについて話す機会が多い	11.59
9. 県庁や市役所のホームページを見ることが多い	7.25
10. 行政が出した文書(官報や白書、パブリックコメントなど)を読むことがある	14.49
11. その他	4.35
12. まちに詳しくなるためにやっていることは特になし	46.38
自治体職員	肯定率
1. まちづくりについて専門的に学べる大学・学部に通っている(通っていた)	7.69
2. 業務外で、まちのイベントの運営に関わったことがある	26.92
3. 町内会の活動に積極的に参加している	26.92
4. 業務外で、まちやNPO法人主催のボランティア活動に積極的に参加している	11.54
5. まちの専門家(他自治体の職員や研究者など)と話す機会が多い	11.54
6. 他自治体や研究機関が主催している勉強会やシンポジウムに参加することが多い	7.69
7. まちづくりに関する専門書や論文を読んで勉強している	3.85
8. 余暇の時間に他の自治体のホームページを見ることが多い	7.69
9. 余暇の時間に他の自治体が出した文書 (官報や白書、パブリックコメントなど)を読むことがある	3.85
10. その他	3.85
11. まちに詳しくなるためにやっていることは特になし	46.15

(3) 住民の類型に関する分析

本研究によって消極的拒否層や無関心層を抽出できるを検討するため、クラスター分析を行った。クラスター分析は、測定された質問項目や回答者、回答傾向の類似性から分類する分析である。

分析対象は地域住民 72 名とし、分類のためのキーとして、まちに対するイメージの 3 得点と、まちに対する詳しくさを分析に投入した。分析の結果、回答者を 3 種に分類することが望ましいことが明らかになった。相対的な差がわかりやすくなるように得点を標準化し、グラフに示す(図 1)。

第 1 クラスターは、まちへの批判および要望が高く、まちへの評価が低い層が集まった。この層(28 名)はまちに詳しくなるために普段やっていることが少なかったことから、『不参加・批判型』と解釈された。第 2 クラスターは、まちへの批判が非常に低く、まちへの評価が最も高かった。この層(23 名)は、普段まちに関する活動は行っていないなかった。そこで、『不参加・受容型』と命名した。第 3 クラスターは、まちへの評価が高く、普段からまちづくりに参加し、まちに詳しい回答者(19 名)がまとめられたことから『参加型』と解釈された。

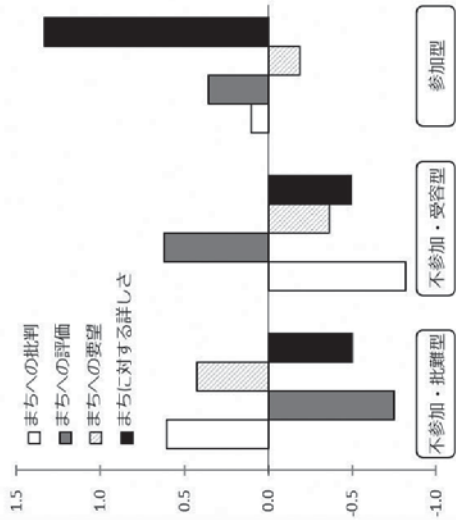


図1 まちに対する関与やイメージに基づく住民の分類

(4) 住民および自治体職員の特徴とまちへの志向性

まちへのイメージ等をもとに分類された地域住民が、どのようなまちを望んでいるのか、またそうした希望が自治体職員とどの程度乖離しているかを検討するため、前項で用いた層によって住民を 3 層に分けて集計を行った。自治体職員の集計と合わせて表 3 および表 4 に示す。

まず、理想的なまちの性質について分析したところ、「税金の使用用途が明確なまち」「税金が安いまち」といった回答が、層によらず住民が自治体職員よりも多かった。市の適切な予算活用に対して、まだ十分な理解が得られていないことを示唆する結果であった。また、「治安が良いまち」「子どもが安全に暮らせるまち」についても、住民は要望が高く 70%~90%以上の回答が得られた。自治体職員の回答も 60%程度と高かったが、それを更に上回る要望が存在すると解釈される。

「不参加・批判型」は、税金の安さや娯楽、生活上の不都合のなさを求める回答が多く、子の安全や地方らしさを求める回答が相対的に少なかった。したがって、自分に対する直接的な利得を求め層であると考えられる。この層は、「地方らしい良さ」を重要視し、する自治体職員とは回答傾向が異なり、態度が大きく乖離した層であると考えられる。

「不参加・受容型」は、「他の自治体にはない特色があるまち」「観光客でにぎわうまち」といった回答がやや高く、「移動が便利なまち」「娯楽の多いまち」が住民の中で相対的に低かった。こうした観光を重視し、直接的な利便性を求めない回答傾向は自治体職員と類似している。まちに求める内容が自治体職員と類似していることから、まちづくりや施政に関する肯定的なイメージを抱いていると推察される。

「参加型」は、「他の自治体にはない特色があるまち」や「観光客でにぎわうまち」の回答が最も少なく、「観光客の旅行マネージャーが良いまち」を求める回答が最も多かった。この層は「治安が良いまち」「子どもが安全に暮らせるまち」に対する回答が非常に多く、観光によってまちの秩序が乱れることを嫌う傾向にあった。普段からまちに関与するからこそ、自分の周辺に旅行者が入ってほしくないと感じていると予想される。

回答と大きく異なるものであった。まちに対する関与が高く、まちの実態に詳しいと考えられる「参加型」において観光に対する消極的な回答が見られたことから、外貨の獲得といった観光の利点だけでなく、観光マナーの悪化や住民の負担といった観光の欠点についても考慮する必要性が示唆されたと判断できる。

表3 理想的なまちの性質に関する層別集計結果(%)

選択肢	単純集計 (n=23)	批離型 (n=28)	受容型 (n=19)	参加型 (n=27)	公務員 (n=27)
1. 他の自治体に近い特色があるまち	15.63	14.29	17.39	10.53	18.52
2. 観光客でにぎわうまち	18.75	14.29	21.74	10.53	25.93
3. 治安が良いまち	77.08	71.43	78.26	100.00	62.96 *
4. 税金の使用用途が明確なまち	42.71	53.57	47.83	52.63	18.52 *
5. 税金が安いまち	40.63	60.71	52.17	36.84	11.11 *
6. 移動が便利なまち	57.29	60.71	47.83	78.95	44.44
7. 娯楽の多いまち	19.79	25.00	13.04	31.58	11.11
8. 子どもが安全に暮らせるまち	70.83	60.71	73.91	94.74	59.26 *
9. 外国人が来やすいまち	8.33	7.14	13.04	5.26	7.41
10. 観光客の旅行マナーが良いまち	21.88	17.86	17.39	42.11	14.81
11. 生活に不都合の少ないまち	59.38	60.71	56.52	68.42	51.85
12. 昔の良さを残しているまち	33.33	39.29	34.78	36.84	22.22
13. 活気あふれるまち	42.71	46.43	34.78	42.11	44.44
14. 地方らしい良さを活かしたまち	40.63	35.71	30.43	36.84	55.56
15. その他	2.08	0.00	0.00	0.00	7.41
16. あてはまるものはない	1.04	0.00	4.35	0.00	0.00

*各層での集計結果に偏りが見られたことが統計的に示された

次に、まちの施策として求める内容についてみると、「公務員の減給」「わがかりやすい行政サービス」「役所の休日での窓口開放」といった行政サービスに関連した項目が、どの層でも住民が自治体職員より高かった。自治体職員は「わがかりやすい行政サービス」が相対的に高く、より良いサービスを提供する志向性が読み取れる。しかし、給与や労働時間といった直接的な待遇に関わる回答は多くなかった。

また、「子どもが安全に遊べる場所の確保」は自治体職員でも回答が多かったが、住民はどの層も自治体職員より相対的に回答が多かった。理想的なまちの性質と同様に、子どもを安全を望む声が多いことが示された。

「不参加・批離型」は、「駐車場の増加」「道路の舗装・拡大」「雨天時でも遊べる場所の増加」などを求める回答が多く、理想的なまちに関する回答と同様に直接的な利得を求める傾向が見られた。また、「公務員の減給」に関する回答が最も多いなど、行政に対する不信感を示唆する回答傾向が見られた。

「不参加・受容型」は「役所の休日での窓口開放」といった、自治体職員の負担を求める回答が少なく、行政に対して好意的な層であると考えられる。しかし、「子どもが安全に遊べる場所の確保」の回答は自治体職員と乖離しており、子どもの安全だけは譲れないという態度が推測できる。

「参加型」は、「名所の新設・発掘」「新たな名産品の開発」「B級グルメの新規開発・増加」に対する回答がもっとも少なく、「観光案内情報の充実」を望む回答も少なかった。一方で、「公共交通機関の充実」「主要施設の密集化」など、市民の生活の質向上を望む回答が高かった。これらの結果は、名所や名産の発掘・開発など、地域資源の強化を志向する傾向にあった自治体職員の

表4 まちを求める施策に関する層別集計結果(%)

選択肢	単純集計 (n=23)	批離型 (n=28)	受容型 (n=19)	参加型 (n=27)	公務員 (n=27)
1. 名所の新設・発掘	23.71	25.00	17.39	10.53	37.04
2. 新たな名産品の開発	21.65	21.43	17.39	10.53	33.33
3. B級グルメの新規開発・増加	19.59	28.57	17.39	10.53	18.52
4. 地域イベントの増加	20.62	21.43	26.09	21.05	14.81
5. 公共交通機関の充実	55.67	53.57	52.17	84.21	40.74 *
6. 駐車場の増加	24.74	35.71	17.39	31.58	14.81
7. 道路の舗装・拡大	35.05	46.43	39.13	31.58	22.22
8. 主要施設の密集化	14.43	14.29	13.04	21.05	11.11
9. 景観の美化	32.99	21.43	43.48	36.84	33.33
10. 雨天時でも遊べる場所の増加	35.05	53.57	30.43	31.58	22.22
11. 子どもが安全に遊べる場所の確保	53.61	50.00	65.22	63.16	40.74
12. 観光案内情報の充実	15.46	14.29	17.39	10.53	18.52
13. 宿代の値上げ引き下げ	6.19	3.57	0.00	21.05	3.70 *
14. レンタサイクルの充実	6.19	10.71	4.35	0.00	7.41
15. バスツアーの充実	6.19	10.71	0.00	5.26	7.41
16. 公務員の減給	9.28	17.86	4.35	15.79	0.00
17. わがかりやすい行政サービス	34.02	32.14	34.78	42.11	29.63
18. 役所の休日での窓口開放	31.96	53.57	30.43	42.11	3.70 *
19. その他	14.43	21.43	13.04	26.32	0.00 *
20. あてはまるものはない	7.22	7.14	8.70	5.26	7.41

*各層での集計結果に偏りが見られたことが統計的に示された

4. 施策事業の提案

(1) 事業提案

本提案は、住民の志向性、特にまちづくりに消極的な層の志向性を分析することで、まだ見ぬまちづくりに提案のテーマを探索することを目的としていた。換言すると、多くの具体的な提案における「施策事業遂行上の問題点(例えば住民の理解など)」に関する分析を行うことで、今後の提案に関する有意義な情報提供を行うことが目的であった。

データ分析の結果、住民は総じて税金の用途を不明確であると感じており、治安、特に子ども

の安全を重視する傾向にあった。また、まちづくりにより消極的な層ほど、娯楽や移動の利便性といった直接的な利得を求める傾向があり、まちづくりに積極的な層は、地域資源を強化して観光客を誘致する施策を好まないことが示唆された。

これらの結果から、観光事業の必要性に関する説明強化が必要になると考えられる。昨年までのまちづくり提案でも、地域資源の強化や観光に関する提案が多くみられたが、こうした施策の長期的な効果が住民に十分に理解されていない可能性がある。

観光事業は、住民に直接的な恩恵を感じさせない事業であるため、直接的な利得を求める消極的な層には特に理解が得られづらい。「住民は税金を払うばかりで、よそ者にお金を使われるのはまらん」という気持ちがあり、公務員の減給を求める回答につながっている可能性がある。予算配分のような住民の関心が得られづらい内容を、適切に理解してもらうための画期的なアイデアが今後提案されれば、観光事業が長期的に住民のためであることが理解され、宇都宮市の評価がさらに上がると思われる。

観光強化の施策が好まれないもうひとつの理由は、観光マナーや治安に関する懸念である。解雇された。観光に対して特に消極的であった「参加型」は、観光マナーの強化を望む回答が多く高かった。これは、普段から町内会などで観光客に関する苦情を聞いているため、といった解雇ができる。地域の魅力を発信するだけでなく、適切な利用マナーを周知するための効果的な提案が必要になると考えられる。

また、宇都宮市民（栃木県民）は真面目で保守的で恥ずかしがりの市民性（県民性）を持つと言われている^⑩ことから、見知らぬ観光客が増えることが好まれないと予想される。生活空間と観光とのゾーニングや、観光資源の教育的再活用といったアイデアがあれば、子どもを大切に育てる宇都宮市民にとってより暮らしやすいまちなちになると考えられる。

公共交通機関の充実、道路の舗装・拡大、駐車場の増設といった交通面での要望も多くみられた。市による公式の調査でも交通面での評価が相対的に低かったことから、そうした問題点の改善を図る LRT には期待が高まる。昨年までのまちづくり提案でも LRT に関連した提案が見られたが、本提案の分析において、LRT といった交通面の改革の必要性が再確認できたと言える。

(2) 本提案における問題点

本提案は、少数のデータを基に分析を行い、分析結果から今後のまちづくりの方向性を探索した。したがって、データの信憑性が乏しく、分析結果についても事実を反映していない危険性が十分に残っている。今後は、より偏りのない多数の回答を得ることで、本提案の妥当性を確認する必要があると考えられる。

また、本提案における分析は「顔が見えない」欠点がある。すなわち、具体的にどのような層がどの層に属するかが明示されていない。今後は、より単純な変数（例えば性別や年齢）に基づいて3層の特徴を分析することで、本提案の方向性を実際の説明に活かす取り組みが必要とされる。

(3) 事業提案に伴う役割

前項で述べたように、本提案は確度の高いデータ分析ではない。そのため、これまでに示された結果と考察をすべて取り入れるべきではない。そうした前提を留意しながらも、分析結果から推測される役割について述べる。

自治体職員は、相対的に地域資源の強化を重視し、交通や治安を軽視する傾向にあった。宇都宮市の取り組み¹⁹²⁾を見ても、交通や治安に関して、宇都宮市は十分に重点的に取り組んでいる。しかし、それ以上に期待が大きい実態が明らかになった。市の施策の効果について、辛抱強く住民に説明、還元していくことが住民の満足度を高めると予想される。

住民の要望が短絡的であると解釈できる結果も見られた。例えば、観光に注力し地域資源を強化する自治体の施策は、地域経済を活性化し、総合的には住民の利益につながる。また、自治体職員の減給は行政サービスの悪化を招く。こうしたプロセスを考慮せず、とにかく自分が得をし

たいという態度は、長期的に住民自身の首を絞めることになりかねない。その点において、地域住民自身にも課題は多く残されていると考えられる。

ただし、まちに存在する人間の大部分は自治体職員でもなく、市政研究者でもなく、いわば素人である。視野や知識に限りがある消極的な層が市政を理解しやすくなる方を考えることは、有益な試みであると予想される。広報や啓蒙について、重点的な検討が望まれる。

本提案の結果から考察すると、事業者の役割は住民に短期的な満足を提供することであると考えられる。行政はより長期的、総合的な視座に立ってまちを司る必要がある。住民の直接的な要望すべてに応えることはできない。長期的な利益を追求する行政と短期的な利益を追求する住民の仲立ちとして、営利企業がサービスを提供することは重要な機能であろう。

【参考文献】

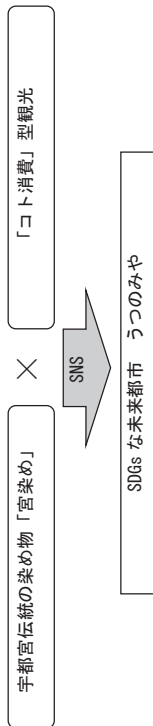
- 1) 宇都宮市総合政策部：宇都宮市に対する感じ方について（第51回世論調査）、宇都宮市ホームページ、https://www.city.utsumiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_001/017/629/kannikata.pdf, 2018. (2019年11月4日閲覧)
- 2) 宇都宮市総合政策部：宇都宮市の取組についての意識調査の結果について（第51回世論調査）、宇都宮市ホームページ、https://www.city.utsumiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_001/017/629/isikityousakaka.pdf, 2018. (2019年11月4日閲覧)
- 3) 宇都宮市総合政策部：第6次宇都宮市総合計画、宇都宮市ホームページ <https://www.city.utsumiya.tochigi.jp/shisei/machi/sougoukeikaku/1012906.html>, 2019. (2019年11月4日閲覧)
- 4) 肥田野直・柳井晴夫・塗師斌・繁例算男・高根芳雄：検査の尺度構成に関する方法論的研究、教育心理学研究, 19, 37-51, 1971.
- 5) 狭間諒多朗：地域社会におけるU・Iターナー者の意識：全国調査を用いた計量分析, 年報人間科学, 38, 121-138, 2017.
- 6) 白井義雄：宇都宮の市民性に関する調査研究, 市政研究うつのみや（平成21年度）, 35-44, 2009.

学生提案成果報告⑤

No.11	提案名：宮染めを生かした持続可能な「コト消費」型観光の発案
	提案団体名：宇都宮共和大学シテイル学部 渡邊ゼミ
	所属：宇都宮共和大学 シテイル学部
チームメンバー	代表者：小倉 真帆 小倉 真帆、小野寺 由真、神山 七海、小林 柚香、劉 玉鳳
	指導教員：渡邊 瑛季

○ 提案の要旨 (Abstract)

本提案は、宇都宮伝統の染め物である「宮染め」と現在日本で主流になりつつある体験型の観光である「コト消費」型観光と SNS によってむずびつけることで、「SDGs な未来都市 うつのみや」の実現を目指すものである。



1. 提案の背景・目的

宇都宮では「宮染め」という歴史ある染め物があるにもかかわらず、あまり広く知られることなく生産・販売されている。私たちは素晴らしい文化遺産である宮染めを存続させたいと考えている。

「コト消費」とは、まち歩きやグランピングのような体験消費型の観光である。近年では、景色や建造物を観るだけでなく、こうした体で体感することで防れた地を築きむ形の観光へと消費スタイルが変化しており、これは国の「観光立国推進基本計画」でも指摘されている。「コト消費」型観光が人々の間で急速に広まりを見せたのは、SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービスの発達と大きく関係している。文字のみならず写真や動画といった情報を、国籍問わずリアルタイムに、かつ手軽に手に入れることが可能な時代となった。SNS 上では如何に自分が充足した日々を送っているか、他人と異なる体験をしているかの発信を重視している。「コト消費」型観光を切り取った SNS は単なる風景写真よりも如実に本人が実際に体感している、充実した日々を過ごしていることを伝える力を持つ。そうした力が自分をより多くの人に発信したい人々を引き寄せたと考えられる。

以上を踏まえ、本提案の目的は、宇都宮伝統の染め物である「宮染め」と「コト消費」型観光という全く別ものを組み合わせ、それを SNS によって持続可能にしていくことである。

2. 提案の目標・SDGs との関連

本提案の目標は、宮染めと「コト消費」型観光の活用による SDGs のゴールに到達できるまちづくりの方策を提案することである。

次に、具体的な方向性・施策と SDGs のゴールとの関連を説明する。表 1 に概略をまとめた。

表 1 本提案と SDGs との関連

本提案の目標・方向性・施策	SDGs との関連 ゴール
【目標 1】観光活用による宮染め文化の持続・販路拡大	
● 宮染めの販路拡大	8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 12 つくる責任 つかう責任 17 パートナリーシップで目標を達成しよう
【目標 2】SNS の活用による観光・文化情報発信	
● SNS による宮染めを活用した体験型観光の情報拡散	4 質の高い教育をみんなに 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 11 住み続けられるまちづくりを
● 宇都宮の PR、好感度上昇	17 パートナリーシップで目標を達成しよう

(提案者作成)

(1) 宮染めの販路拡大

8. 経済成長
→宮染めを使用した観光という新しい経済成長資源の確保が可能である。観光・文化復興分野の経済成長に伴い、働きの募集が増えることで新事業のみならず、従来の宇都宮市の各業種の人材雇用に繋がる。

9. イノベーション (文化資源の保護)

12. 生産・消費
→宮染めの需要が高まりや生産数の増加は、工場の拡大に結び付けられる。継続した宮染めの生産販売は宇都宮固有の文化・芸術資源の保護となる。

17. パートナリーシップ

→宮染めの職人、宇都宮観光コンベンション協会、その他市内の企業など様々な業界の技術、人物が相互に連携し目標達成に向かう。

(2) SNS による宮染めを活用した体験型観光の情報拡散

9. イノベーション (技術革新)
→まだない新たな観光資源を生み出すことで観光産業の基盤、体験型観光のモデルをつくる。

11. 住み続けられるまち (観光振興)
→SNS を通じ、他地域に訪れる文化遺産をアピールすることで宇都宮市に興味や関心、好感を抱いてもらい市に訪れるきっかけをつくる。観光を発端として宇都宮市に住みたいという意思を芽生えさせ U ターン、I ターン移住への足掛かりとなる。

17. パートナリーシップ

→不特定多数の人間が情報発信の役割を担う。SNS の特性である国籍言語を問わない情報を届ける、あるいは拡散してもらう。

(3) 宇都宮の PR・好感度上昇

4. 教育 (宮染めを知る)
→宇都宮市に在住している人々の中でも宮染めの認知度は低い。宮染めの解説を含めた PR によって、歴史ある伝統工芸品が地元にもあることを住民は気づくことができる。

11. 住み続けられるまち (観光振興)

→自分の住む町に他地域に胸を張れる文化遺産があると認知することで、宇都宮市を誇りに思い愛着を持つ。宇都宮が好きという感情は住み続けようとする意識を生む。

17. パートナーシップ

→宇都宮市役所、市民が一体となって宇都宮のPR、より良いまちづくりに取り組む。

3. 現状分析

3.1 宮染めの現状と課題

(1) 宮染めとは

宮染めとは、江戸時代から続く宇都宮の河川の水を利用して生産される伝統的な染め物である。美しく繊細な意匠は品質も京都、大阪の染め物とも引けを取らない逸品だ。既に様々な世代から愛されている故子に続く、市の名産品となる可能性を秘めている。そのルーツは、大阪堺の染物屋とされ、江戸時代にその技術が宇都宮へと伝播した。最盛期には市内にも40軒ほどの工場が存在していた。しかし、洋装の広まりや競争を経て、現在ではわずか3軒まで減っている²⁾。

宮染めの実情を調査するために、私たちは2019年7月30日に現存している工場のひとつである中川染工場へ聞き取り調査を行った。中川染工場は、宇都宮市錦1丁目の田川沿いに建ち、明治38年創業、従業員数27名の歴史ある染め物工場である。浴衣、手ぬぐい、のれんなどをすべして手作業で丁寧に仕上げている。図1は型紙を使用し生地を染め上げている様子である。中川染工場では生地の両面に柄を出すことのできる注染という染色方法を用いている。



図1 生地を染め上げている様子

(2019年7月、提案者撮影)

中川染工場でも需要が高く、生産出荷されている製品は手ぬぐいである。卸売り先は県内では宇都宮市内のアンテナショップや商店などがメインだ。県外も対象とすると都心の百貨店や歌舞伎座など多岐に渡る。手ぬぐいのデザインはオリジナルのほか、アニメーションスタジオやイベント会社から依頼を受けて作成することも多く、宮染めならではの繊細な柄と鮮やかな色合いが大手企業メーカーにも認められている。

2009年3月にはファッションブランド「araisara」とコラボし、東京コレクションにも進出している。歴史ある伝統文化と最新ファッションの融合は宮染めの新しい可能性を示した³⁾。

(2) 宮染めの課題

宮染めの大きな課題は二つある。一つ目は知名度が低いことである。特に栃木県外ではあまり

認知されていない。その要因として、発信される情報量の少なさではないかと私たちは考えた。歴史的資料は栃木県立博物館などのごく僅かな場所に点在し、宮染めに関連したイベントも過去に開催されることがあったが一過的なものだった。普段から餃子のように市民や他地域の人々の目に宮染めが触れるためには、市民たち側から能動的に動いて情報を手に入れる必要がある。

また、インターネット上にある情報量も非常に少ない。Google 検索で“大谷石”というワードと“宮染め”というワードを調べ、検索結果件数を比較する。すると、“大谷石”に関連する記事数は約1,090万件であるのに対し、“宮染め”に関連する記事数は約355万件である。735万件もの記事数の差がある。

SNS上の検索件数だと更に大きな差が生じる。写真共有機能に特化した人気SNSである「Instagram」におけるタグ付けされた写真、動画の投稿数を比較する。これらの写真には、投稿者によって、「#」(ハッシュタグ)がつけられており、関連する写真を探すことができるとともに、多くの人が使うハッシュタグの存在は、そのワードや事柄が人気であることを反映している。「#大谷石」が付けられた写真動画の投稿は約2.6万件であるのに対し、「#宮染め」が付けられた投稿は100件にも満たなかった⁴⁾。インターネット利用率が80%を超える⁵⁾今、ネット上に情報があまり記載されていないことは観光資源をPRするのに非常に不利な状況にあると考えられる。

二つ目の課題は、卸売り先で「宮染め」の名称が使われていないことだ。中川染工場では企業向け販売の流れとして、まず卸売り先の企業からデザインを受注し手ぬぐいなどの製作をする。卸した後の完成品の扱いは相手に委ねられる。その際、例えば東京で宮染め製品を販売する場合、殆どの製品は宮染めではなく東京の染め物として販売される。宮染めの名前、ブランドが伏せられたまま商品が市場に流通していく。東京本染館によると伝統的な技法注染で染め上げた生地、中でも関東地方で染め上げたものは「東京本染」と総称される。さらに東京都産業労働局は「東京本染」を東京の伝統工芸品として指定している⁶⁾。これらの条件を満たす宮染めは、宇都宮市の染め物ではなく、東京都の染め物として売られているという。

3.2 観光振興におけるSNSの活用～Instagramに着目して～

(1) Instagramとは

現在、全世界で見えた主要なSNSのユーザー数は、Facebookが最も多く24.14億人である。そしてFacebookに続きYouTubeが19億人、Instagramの10億人である⁷⁾。このようにInstagramは世界各国の人々が利用しており、様々な企業や地方自治体も公式アカウントを作成し進出している。FacebookやYouTubeよりもリアルタイムで情報の発信が可能なこと、写真動画がメインのSNSであるため言語の壁をあまり気にする必要のないことが急速な進出の要因と考えられる。

Social Media LabのデータによるとInstagram利用者の年齢層のポリュームは20～40歳代であり⁸⁾、若年層から中年層まで比較的幅広い年代に利用されており、一定のマーケティングエリアをもつSNSであるといえる。また、男性よりも情勢のユーザー数が多いことも特徴である(図2)。

(2) Instagram活用の方向性

宇都宮市はSNSを使用したPRが非常に弱い。具体的に言うと、宇都宮市の見どころを集めた紙媒体の雑誌やパンフレットは多々あるが、スマートフォンで手軽に入手できるインターネット環境の中でどの情報量が少ない。迅速で確かな情報が求められる社会でInstagramといったSNSを今後どう使いこなしていくかが重要となる。

実際、宇都宮市のInstagram公式アカウントは存在していない。しかし、日本の地方自治体の中には福岡県福岡市のように、公式アカウントが投稿した写真によって観光客を呼び寄せることに成功している事例がある。「#fukuokapics」といったオリジナルのハッシュタグを写真や動画に添付することを推奨し、ユーザーが同じタグが付いた異なる観光地を関連して探せるように工夫している(図3)。ユーザーはタグと関連して出てきた写真動画を見て、福岡市を繰り返し訪れたいという流れがきている。

3.3 先進事例 ～衣類を使用した町おこし～
 ここでは、宮染めと同じ衣類を町おこしに活用している事例を紹介する。

(1) 岡山県倉敷市
 衣類を町おこしのメインとして据えた例として、岡山県倉敷市児島栗野の「児島ジーンズズトリー」がある。ジーンズの生産が盛んであった土地柄を生かし、ジーンズの販売から、ジーンズウェア、デニムを使ったファッションショー、デニム生地でプレスレットなどを自分で作れるワークショップ出店など、ジーンズという観光資源を中心にあらゆる催しを開いている。地域が一丸となってジーンズを宣伝しているため街のあらゆる場所にジーンズやジーンズモチーフのアイテムが存在している。

(2) 栃木県宇都宮市
 また今回、「宮魁道中」の主権を務めているコスプレ撮影会主催団体 miyacos の代表、篠原美香さんに取材を行った。「宮魁道中」とは宇都宮市で開催されている総勢 80 名の女性が華やかな着物を着てのまち歩きを行うイベントである。11 月月末のイベントの日にはオリオン通りなどに露店が開かれ、県内外から観光客が訪れる。着物を着用した人物と宇都宮の町が被写体となったフォトコンテストなども開催している。

県外からの参加者も多く、広島から宇都宮まで訪れる人もいる。由緒正しい呉服屋の着付け師が、着物の町として有名な京都や鎌倉よりも低価格で、かつ丁寧に着付けを行ってくれることが人気の一因だ。80 名の華やかな着物を着た女性が町を歩く姿は人々の目を引き、着物を宣伝するファッションショーの役目も果たしている。

4. 施策事業の提案

これまで述べてきた課題解決のために、

- 宇都宮市公式 Instagram の開設
- 宮染め着物&浴衣×宮魁道中でインスタ映えする「コト消費」型観光の二つの施策事業を提案する。

4.1 宇都宮市公式 Instagram の開設

宇都宮市の Instagram 公式アカウントを作成し、宇都宮市の魅力を人々に伝える。

<メリット>

- ・初期投資が安い
- 登録無料、公式アカウントとして申請する際も本人である証明と人気が必要だが費用は掛からない。専門業者を仲介することなく運営できる。機材は手持ちのスマートフォンのみ。
- ・写真であるため、年齢、性別、国籍、言語の者に対して宣伝できる
- 利用者の多い SNS であるため幅広い年齢や性別の人々の目に留まる。英語や中国語の文が書けなくても # (ハッシュタグ) を付けた単語の添付で海外の利用者に宣伝ができる。
- ・リアルタイムの情報発信
- 撮った瞬間と投稿までのラグがほぼない。
- ・広告は出稿料 100 円から可能、ネットショッピング機能も可能
- Instagram 上に公式ホームページやショップサイトに繋がる広告を載せることができる。非常に低額から依頼可能なため大手企業の利用も積極的である。
- ・Facebook, YouTube, Twitter 等の SNS と連携可能
- 市で管理する既存のメディアとの連携、写真や動画の共有が可能。
- 登録方法は電話番号またはメールアドレスとパスワードの入力のみ。投稿方法も 1. 写真、動画を撮る、2. コメント、タグをつける、3. 送信ボタンを押す、以上の 3 ステップで完了する。

4.2 Instagram の具体的な利用方法

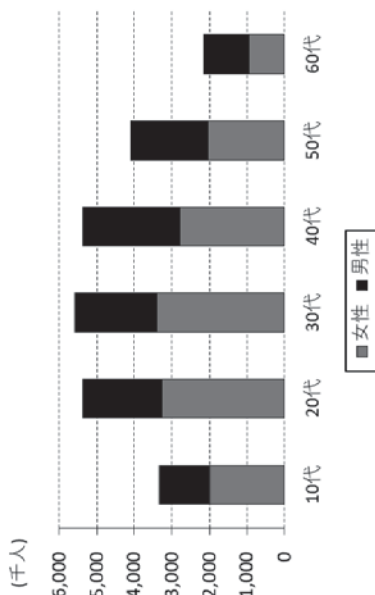


図 2 Instagram の男女別・年代別のユーザー数 (2018 年)
 (株式会社チャターストシステム「モバイル&ソーシャルメディア月次定点調査」から作成)

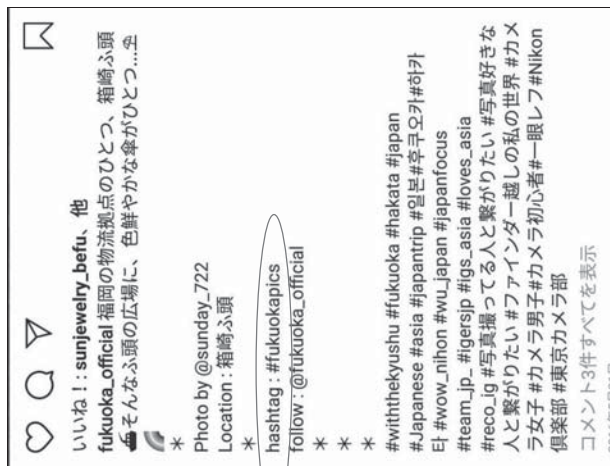


図 3 福岡市公式 Instagram のある写真投稿につけられたハッシュタグ群
 中央の丸で囲んだ「#fukuokapics」は福岡市が設定したハッシュタグである。
 (福岡市公式インスタグラムから転載・一部改変)

企業、個人事業主	・イベントを企画、運営 ・宇都宮市宣伝のための素材提供	・地域活性化への貢献 ・宮染めの販売促進、認知度向上
行政（宇都宮市）	・SNSの発信の場を設ける ・宇都宮市の魅力、イベントの宣伝	・観光振興 ・宮染めの産業振興 ・まちなかの活性化
宇都宮観光コンベンション協会	・SNSの発信の場を設ける ・観光客の誘致、情報発信	・観光振興 ・新たな宣伝ツール獲得

（提案者作成）

本提案の作成にあたっては、中川染工場の中川友輝氏、miyacos の篠原美香氏より提案の事業化に対するご助言を賜った。未筆ながら記して感謝申し上げます。

【補注】

*1 なお、検査は2019年11月に実施した。

【参考文献】

- 国土交通省：観光立国推進基本計画。～「世界を訪れたい日本」を目指して～、<https://www.mlit.go.jp/common/001177992.pdf>, 2019年。(2019年11月29日閲覧)
- 柏村祐司：宮染め、宇都宮の伝統文化、http://st0011.nas931.utsumiia.nttpc.ne.jp/ext/u_dentoubunka/u_dentoubunka_vol148_201303.html, 2013年。(2019年11月29日閲覧)
- HITOMI ITO：「全ては繋がる一つの時」 araisara interview #01, Fragments, <http://www.fragmentsmag.com/2012/04/araisara-01/>, 2012年。(2019年11月29日閲覧)
- 総務省：インターネットの利用状況、平成30年半情報通信白書, <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/n4252120.html>, 2018年。(2019年11月29日閲覧)
- 東京都産業労働局：東京本染ゆかた・てぬぐい、東京の伝統工芸品, <https://dentou-tokyo.jp/items/19.html>, 2017年。(2019年11月29日閲覧)
- Social Media Lab：11のソーシャルメディア最新動向データまとめ、ソーシャルメディア全般, <https://gaiax-social.medialab.jp/post-30833/>, 2019年。(2019年11月29日閲覧)
- 倉敷市：児島ソーシャルメディア、倉敷観光WEB, <https://www.kurashiki-tabi.jp/sec/1303/>, 2019年。(2019年11月29日閲覧)

- 公式アカウントに投稿する写真は宇都宮市役所員や市民が撮影したものを採用
→毎回、撮影者を変えることで写真の雰囲気、被写体などのテンプレート化を避ける。
- 投稿にハッシュタグ「#utsumiacity」を添付する。
- 決まったハッシュタグを付けることで検索のばらつきを防ぐ。また他のユーザーにも宇都宮市で撮った写真、動画には「#utsumiacity」を付けるように呼び掛ける。
- 一定のフォロー数を超えるまで「#utsumiacity」以外のハッシュタグも10個は添付する。
- 宇都宮市に興味を持たない人の目にも留まるようにするため、被写体となった食べ物や地名など普遍的なものを選ぶ。
- ・フォトコンテストの開催
→賞や景品を目当てに多くの人が参加するためタグを広めるために効率が良い。
- ・東京カメラ部など地域支援プロジェクトを行っている写真のプロにInstagram始動のサポートを行ってもらう。
- 上記で挙げた福岡県福岡市のInstagram開始時にも東京カメラ部のカメラマンが携わっている。

4.3 宮染め着物&浴衣×宮廻道中でインスタ映えする「コト消費」型観光

宮染め生地から作成した着物や浴衣を着用し、宇都宮市内を歩く「コト消費」を行ってもらう。

<対象>

- ・宮染めを知らない宇都宮市内内外の人々
- ・着物を着たい人々

<施案内容>

- ・着物を宮染め生地を使ったものにした宮廻道中をイメージ
→普段、見て触れる機会の少ない宮染めの魅力を体験型観光で伝える。
- ・着物の端など見える場所に一目で宮染めとわかるロゴを付ける
→華やかな着物で歩く宣伝広告の役割を果たす。実際に着物を着用していない人にも魅力が伝わる。
- ・宮染めの歴史や染色工場を紹介するブースを設ける
→宮染めを知らない市民や観光客に向けた紹介ブースを設置し、歴史背景を学んでもらう。
- ・地元商店街で宮染めの手ぬぐいやドッグズを販売
→着物姿を見て興味を抱いた一般の通行人にも販売する。
- ・宇都宮市のInstagramでフォトコンテスト開催
→写真、動画を撮影した宇都宮市の宣伝、情報の拡散に繋がる。
- ・宇都宮観光コンベンション協会で他観光地と抱き合わせたプランを紹介
→ホテル宿泊施設や大谷地区などの観光地に観光客を誘導する。着物の写真を見せた人に割引を付けるなどの関連サービスで集客をする。

以上の事業による各主体の役割と効果を表2に示した。

表2 施策実施における関係主体の役割と効果

	役割	効果
地元市民	・宇都宮市の情報をSNSで発信	・宇都宮市のまだ発見されていない魅力を 力を知る ・宮染めのことを知る
観光客	・宮染めの浴衣を着て街を歩く ・宇都宮市に來訪する ・SNSによる情報の発信・拡散	・宮染めのことを知る ・宇都宮市の認知度向上

学生提案成果報告⑥

提案名：おいでよ宇都宮大迷宮
提案団体名：宇都宮共和大学シテライイフ学部 1年Aチーム
所属：宇都宮共和大学 シテライイフ学部
代表者：須藤 新大 指導教員：渡邊 瑛季
チームメンバー 須藤 新大、四家 舜葵、天田 柗、渡邊 果恵、鈴木 聖人、長嶋 侑奈、菊地 諒、入江 悠矢、樽井 龍希、深澤 はるか、小田 京伶

○ 提案の要旨 (Abstract)

宇都宮市民や宇都宮市に訪れた人々がより宇都宮の魅力を感じてもらうよう、宇都宮市の中心市街地(まちなか)に設置されている電柱や看板などに専用の2次元バーコード(QRコード*)を配置し、宇都宮市内にある「訪れてほしい場所・店舗」を地図などの情報とともに閲覧できるウェブサイトにアクセスできるようにする。このウェブサイトには、地元住民しか知りえない情報の掲載だけでなく、編集できる機能を設けることでさまざまな人からの情報提供を促すとともに、ウェブサイトの利用者のニーズとまちなかのサービスとの接点づくりを目指す。さらに、まちなかの危険な場所など行政の対応が必要な場所があった場合に通報可能な機能も設ける。以上の取り組みによって、まちなかの魅力を発信して活性化を促し、「SDGs な未来都市 うつのみや」の実現に貢献する。

1. 提案の背景・目的

宇都宮市の中心市街地(以下、「まちなか」という)には、魅力あふれる店舗や訪れるべき場所が数多く存在している。しかし、それらの店舗の場所や特色などはまちなか知られていない。特に宇都宮市に今後長く居住する可能性のある学生などの若い世代に、こうした魅力が知られていないとしたら、大変残念であると考えた。宇都宮市のまちなかは、道路が狭い一方でそうした場所に魅力が隠れていることから、まさに迷宮のようなまちであるように思われる。それゆえ、どこにどのようなものがあるのか知る機会が少ないため、歩いて楽しめるまちなかの魅力を十分に活かしていかないと考えた。

そこで私たちのグループは、より多くの宇都宮市民や宇都宮を訪れる人に、宇都宮のまちなかの魅力と、日常生活を豊かにできる場所が数多くあることを知ってもらうため、さまざまな人が編集可能で、まちなかの魅力がまったウェブサイトに「宮リンス」による情報発信策を提案する。

2. 提案の目標・SDGsとの関連

本提案は、宇都宮市のまちなかにあるまだよく知られていない魅力を多くの人に知ってもらうためにまちなかを活性化させること、そして行政の目が行きにくいまちなかの不具合への対応を、「宮リンス」と名付けた専用のウェブサイトにそれぞれにアクセスするためのQRコードの配置によって実現することを目標としている。このウェブサイトの、主に地域住民が利用する想定であるが、多くの情報を掲載するため、観光客の利用も目指している。

まちなかの魅力が認知・発信され、来訪者が増加することで、店舗や地域に主に経済的・社会的な利益がもたらされれば、SDGsのゴールの「8 働きがいも経済成長」につながる。また、「宮リンス」によって継続的にまちなかの活性化になれば「11 住み続けられるまちづくりを」が達成

できる。また、行政の目が届きにくいまちなかの不具合への対応という、住民から行政へのこれまでにない情報提供手段が運用されれば、「11 住み続けられるまちづくりを」につながると思える。以上のゴールを目指すには、市民、行政、事業者などのさまざまな立場の人たちの協力が不可欠であることから、「17 パートナリシップで目標を達成しよう」というゴールも強く関係する。以上の本提案とSDGsとの関連を表1にまとめた。

表1 本提案とSDGsとの関連

本提案の目標・具体的施策	SDGsとの関連	
	目標	ゴール
【目標1】宇都宮市のまちなかをよく知られていない魅力を多くの人に知ってもらう		
● まちなか情報共有サイト	8 働きがいも経済成長も	
● 「宮リンス」の開発と情報発信	11 住み続けられるまちづくりを	
● 「宮リンス」にアクセスするQRコードのまちなかへの掲示	17 パートナリシップで目標を達成しよう	
【目標2】行政の目が届きにくいまちなかの不具合への対応		
● 「宮リンス」における行政への通報機能	11 住み続けられるまちづくりを	
● 「宮リンス」における行政への通報機能	17 パートナリシップで目標を達成しよう	

(提案者作成)

3. 現状分析

3.1 宇都宮市を訪れる人の情報源

表2は、観光客が宇都宮市に訪れたきっかけを宇都宮市が調査した結果である。これを見ると、「全体」では、表の一番下の「特にかきつけとなったことはない・わすれた」を除くと、「以前に訪れたことがある」が最も多く、26.0%を占めている。これは30才代以上のすべての年代でみられる傾向である。一方、20才代は、「家族や知人等からの紹介・クチコミ」が30.4%で最も

表2 宇都宮市への来訪のきっかけ

単位・%	全体 (N=834)					
	全体	20才代	30才代	40才代	50才代	60才代
旅行雑誌・ガイドブック	19.4	21.7	20.6	21.2	15.9	19.1
一般雑誌・レジャー等情報誌	8.8	18.8	11.1	8.5	5.6	5.3
新聞	3.8	7.2	3.3	3.9	3.0	4.3
テレビ	10.6	15.9	10.0	9.3	9.9	12.8
ラジオ	2.2	5.8	2.8	1.9	1.7	-
インターネット	11.6	26.1	14.4	12.7	6.5	5.3
駅や電車内のポスター・広告	2.8	2.9	3.9	1.9	2.2	4.3
旅行会社のパンフレット	2.8	5.8	2.2	3.9	2.2	-
家族や知人等からの紹介・クチコミ	18.1	30.4	23.9	13.5	15.9	16.0
現在、家族や知人等が住んでいる	12.8	15.9	15.6	11.2	8.6	20.2
以前に訪れたことがある	26.0	24.6	24.4	30.1	25.4	20.2
栃本県・宇都宮市の観光PRイベント・キャンペーン	5.8	5.8	6.1	4.6	6.0	7.4
その他	6.1	4.3	5.6	5.0	7.3	8.5
特にかきつけとなったことはない・わすれた	26.7	20.3	23.9	26.6	30.6	27.7

(『平成30年宇都宮市観光動態調査報告書』15頁から転載)

多く、「インターネット」が26.1%で次ぐ。「インターネット」は30才代以上では、あまり利用されていない傾向もみられる。

「以前に訪れたことがある」が最も多いことは、リピーターが宇都宮市の観光を支えていることを意味している。つまり、すでに何らかの魅力を知っており、その魅力を再度味わうために来訪していることが考えられる。これは例えば、餃子を食べるために宇都宮市に再度来るということと考えられる。一方で、20才代が家族などからの紹介やクオココミ、またインターネットの情報に頼っているのは、宇都宮市に来訪経験が少なく、またどんな魅力があるのか知らないということを示している。インターネットが重要なきっかけになっていることは、20才代と他の世代では情報収集の仕方が異なるということを示している。若い世代はスマートフォンで情報を得るのが一般的であるため、スマートフォンを最大限に活用した情報発信の場が必要であるといえる。

宇都宮市では、「宇都宮市観光アプリ」、また宇都宮市観光コンベンション協会では公式ウェブサイトを通じてインターネット上で情報を発信している。非常に多くの情報が掲載されており、特に本提案で対象としているまちなかの情報も多数掲載されている。また、アプリからは「栃ナビ!」にもリンクしており、ここには訪問者の口コミも掲載されている。これらのアプリやウェブページは非常に便利であるものの、当然店舗などの公式の情報は誰かが掲載するのを待たねばならず、新規開業店や直近のイベントなどの情報をリアルタイムで反映することが難しい。

若い世代はtwitterなどのSNSが情報源として重要であるにもかかわらず、栃木県を含む東京都以外の地域では、SNSに載っている観光・レジャー情報が比較的少ないため、「地方はおもしろいものがあるのに、すく上げられていない」という認識が若者にみられるという研究結果もある。これは、東京圏以外の地域には、SNSを含むインターネットには載っていない魅力を開拓し、初めて開拓した者としてSNSに発信するということにつながる。このように、現実には存在するのに、インターネット上では無いことになっている隠れた魅力を見つけ、発信できる場が地方に求められている。

3.2 宇都宮市の中心市街地の課題

本提案で課題としているまちなかの情報を得る手段は、宇都宮オリオン通り商店街振興組合やオリオン通り曲師町商業協同組合、また宇都宮市のウェブサイト、市の広報での月間のイベント情報などがある。

しかしながら、宇都宮市中心市街地の現状と課題として、宇都宮市のウェブサイト²⁾によれば、下線で示したように「文化・情報環境が未成熟」、「情報発信機能の弱さ」が掲げられている(表3)。市ではこの解決のために「ITを活用した多様な情報ネットワークづくり」を方針に掲げている³⁾。

情報の発信源は少数であるよりも多様であるほど、さまざまな人に情報が届くと考える。そのため、情報発信機能を強化していくためには、これまでは異なる形態での情報発信方法を整備していくことが有効であると考える。

3.3 他都市の事例～「ちばレポ」(千葉市)～

千葉市は、「ちばレポ」と呼ばれるICT(情報通信技術)を使って市民と市役所(行政)、市民と市民が情報共有するアプリを開発した。特に、公園や道路などの不具合などの情報を市民が自動的にアプリに投稿し、それを他の市民や行政が確認し、通報された不具合を市民が解決するか行政が解決するか検討する。

こうした困ったことを発信するだけでなく、まちのお気に入りの景観やおススメスポットなどを共有することも利用方法のひとつとして想定されている⁴⁾。

このように、身近な地域の小さな課題を他の市民や行政と共有したり、市民自らまちの良さを共有することがアプリでできるといった仕組みは、宇都宮市のまちなかの魅力を発信していくうえで、参考にすることができると考えられる。特にアプリを使うことで、若い世代にも関心を持つ

てもらえることができると考えられる。

表3 宇都宮市中心市街地の現状と課題

商業業務機能	現状	課題
商業業務機能	商業(売上高等)の衰退 ・ 来街者の減少 商業環境の変化 経済のサービス化の進展	商業機能の再編 商業環境の改善 多様な産業交流の充実
交通機能	自動車中心の交通 JR 駅東西交通の不便性	自動車依存からの脱却 幹線道路・交通結節点の整備
生活環境機能	都心のイメージの希薄 低い緑・水と都心空間の融合性 ゆったり歩ける空間や魅力ある 街並みの欠如 文化・情報環境が未成熟 ・ 高次な文化施設、情報発信機能が弱い。	都市空間形成 広場空間の形成 文化、教育等の交流機能の充実 バリアフリー等の推進
居住機能	高齢社会に対応したハード面の整備 都心部内での人口減少の進行 無秩序な住・商混在の進行	都心コミュニティの再生 多様な利便施設の立地 都市型居住地の整備 土地利用ルールの確立

(宇都宮市公式ウェブサイト²⁾から作成)

4. 施策事業の提案

4.1 まちなか情報共有サイト「宮リンス」の開発とQRコードの配置

(1) 「宮リンス」とは？

「宮リンス」とは、宇都宮市のまちなかにある宇都宮市民おススメの「訪れるべき場所」を掲載・発信するウェブサイトである。

せっかくローカルな情報を集めたウェブサイトを制作・公開しても、それが多くの人に認知され利用者が増えなければ、まちなかの魅力を知ってもらうことはできない。そこで、私たちは覚えてもらえるウェブサイトの名前を考え、「宮リンス」と名づけた。この名称は、せまい範囲にたくさんの施設や店舗が立地していてもさまざまな魅力が詰まっている宇都宮のまちなかが、まるでラビリンス(大迷宮)のようであること、また宇都宮市を表す「宮」を組み合わせることで発案した。

このウェブサイトの特徴は、多数の宇都宮市民がまちなかの情報をこのウェブサイト自由に書き込み、編集し、発信し、宇都宮市内外の人と共有するところにある。宇都宮市のまちなかに一番詳しい人は、宇都宮市民である。そうした市民が、他のメディアにはあまり情報が掲載されていない店舗や、まちなかの穴場スポット、また市民だからこそ知っているウェブサイトなどの情報を詳しく書き込んでいくことで、どこよりも宇都宮のまちなかに詳しいウェブサイトができあがる。

「集合知」という考え方があり。これは、たくさんの人の知識が蓄積し、さまざまな人の知識を膨大に集めて体系化することで、他の人が活用できる形にまとまっていくという考え方である⁵⁾。この考え方を活用してつくられているウェブサイトが、インターネット上の百科事典である「ウ

イキペディア」である。ウィキペディアに掲載されている情報は、登録すれば誰でも編集可能である。そのため、多くの人が執筆に携わることで、情報が増え、洗練され、体系化されていく。宮リンスでも集合知の考え方を利用し、多くの人にまちなかの情報を書き込んでもらうことで、まちなかのさまざまな魅力を発信していく。

市民が書き込む情報以外にも、例えば宇都宮市や宇都宮観光コンベンション協会、商店街組合などが有するまちなかのイベントや店舗情報、観光案内などの情報なども盛り込んでいくことで、さらなる情報量の増加が期待できる。

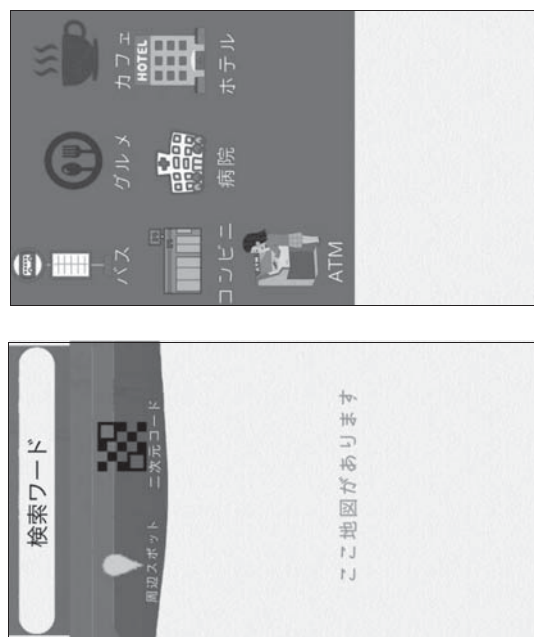


図1 アプリ版「宮リンス」の画面イメージ

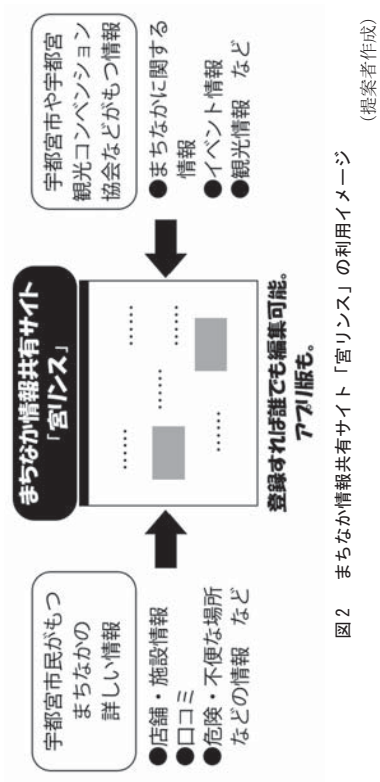


図2 まちなか情報共有サイト「宮リンス」の利用イメージ

また、宮リンスをまちなかでも手軽に利用できるようにするために、パソコンでの閲覧を前提としたウェブサイトでなく、スマートフォンで見やすいアプリ版も開発する。トップ画面に地図を大きく配置して、スポットの場所をわかりやすく示すとともに、ジャンル別での検索を容易にする画面も設計する(図1)。

以上の仕組みを概略的に示したイメージが図2である。

(2) 「宮リンス」の機能

宮リンスには主に下記の機能を持たせる。

- ① 訪れるべき場所をわかりやすく地図上に示す「マップ表示機能」
 - ……宮リンスには、大まかである宇都宮市のまちなかをわかりやすく案内する役割を持たせる。そのため、店舗や施設などの位置を示す「マップ表示機能」は、この提案の根幹を形作る機能である。大まかの中にある行ったことのない・知らない場所へ確実にたどり着くために、マップをトップ画面に設ける。
- ② 利用登録者による店舗・施設などのローカルな情報掲載、ちばレポのような「情報発信・通報機能」
 - ……誰でも編集できる宮リンスの不適切な編集を防ぐため、利用登録制度を設ける。これは、ウェブ上でユーザー名やパスワード、連絡先などを登録するものである。登録が完了し、「利用登録者」になった上で、まちなかのさまざまな情報を自由に書き込んでもらい、情報を発信する。バス停の時刻表などや店舗の外観などの写真も投稿できるようにする。また、ちばレポのような機能も設ける。例えば、道路の破損箇所などの写真などを送信する機能を設けることで、市役所に市民が簡単に通報できるようにする。
- ③ 利用登録者が自由に設定できる「ブックマーク機能」
 - ……利用登録者の好みや目線に合った情報をいつでも発信してもらうために、好きな店舗などをブックマーク(登録)できるようにする。また、道路破損などの情報を通報する際の利便性を高めるためにも利用する。
- ④ 利用登録者が任意で登録する個人情報に元にした「属性別情報検索機能」
 - ……利用登録者に対して、任意で性別、年齢などの属性を登録してもらう。属性と情報を書き込んだ店舗などをひもつけることで、年代ごとに好まれていたり店舗や注目されているイベントなどのデータをつくることのできる。これによって、宮リンスの閲覧者は、自身の性別や年代に近い人が関心を持っている情報を閲覧することが可能になる。
- ⑤ 情報掲載店舗などの割引券の配布などの「関係強化機能」
 - ……個人情報登録した利用登録者に対して、宮リンスを利用することへのインセンティブをもたせるため、協力を得られた店舗の割引券を配布する。これによって利用登録者と宮リンスとのさらなる関係の強化につなげる。

(3) 「宮リンス」にアクセスするQRコードとその配置場所

まちなかには宮リンスというウェブサイトの存在を知らない人も当然訪れる。そのため、宮リンスに簡単にアクセスできるQRコードをまちなかの随所に配置する。QRコードばかりではまちなかに人が回遊しないと考え、場所によって宮リンス内の異なるページにリンクされるように工夫する。例えば、QRコード近くの店舗のページにリンクしたり、今後開催されるイベント情報のページにリンクしたりといった具合である。

QRコードを配置する範囲は、図3のようにオリオン通りを中心にJR宇都宮駅と東武宇都宮駅を含むおよそ半径1キロメートルの円内とする。市外からの来訪者などの多くの人の目につくようにするために、範囲内にある信号機付近の電柱やバス停、地図などの看板、店舗のレジ脇を主な配置場所とする。可能な限り多くの場所に配置することで、「宮リンス」の対象エリアに入らなければならないことを来訪者に認識させる。QRコードの配置イメージは、図4に示した。



図3 QRコードを配置する範囲

(Open Street Map に提案者加筆)

4.2 「宮リンス」の実現に関わる主体の役割と効果

宮リンスを作成・運営していくにあたって関係する主体の役割と効果を表4にまとめられた。市民については、宮リンスの利用登録者、オゾン通りの商店街組合などの三者にわけられる。宮リンスの利用登録者は、まちなかの魅力を探り、情報を適切に書き込んで発信するとともに、まちなかの道路破損の情報などを市に報告する。宮リンスの利用登録者は、宮リンスを見てまちなかを訪問する。商店街組合などの地域関係者は、宮リンスに対し店舗や施設に関する情報を提供するとともに、QRコードの配置や宮リンスの周知に協力する。これらの市民また観光客などには、まちなかへの来訪機会が増加し、まちなかへの愛着度が向上するなどの効果が期待できる。

事業者は、まちなかの店舗、宮リンスのウェブサイト作成・管理に携わる企業、宇都宮観光コンベンション協会の三者がある。まちなかの店舗には先述の商店街組合と同様の役割が期待される。これによって、店舗などへの来訪者が増加し、またウェブサイトで得られる情報発信に慣れた店舗などの情報発信にもつながる。宮リンスのウェブサイト作成・管理を担う企業は、サイトの作成と適切な運用をする。これによって、サイトへのアクセスが増加し、また企業としてまちなかへのまちなかの観光イベントに関する情報を提供するとともに、宮リンスの周知も行う。これによって、宇都宮市への観光客数が増加し、また新たな情報発信手段が得られる。

行政（宇都宮市）は、宮リンスの企画やサイトの適切な運用を監督、そして周知を担うとともに、QRコードの配置、まちなかのイベントなどの情報を提供する。これによって、まちなかの活性化、情報発信手段の増加、宇都宮市への市民の愛着度の向上が期待できる。

表4 まちなか情報共有サイト「宮リンス」の実現に関わる

市民、事業者、宇都宮市の役割と効果

主体	役割	効果	
市民	宮リンス 利用登録者	<ul style="list-style-type: none"> まちなかの情報を適切に発信する まちなかの魅力を探る まちなかの道路破損部などを報告する 	<ul style="list-style-type: none"> まちなかへの来訪機会の増加 まちなかへの愛着度アップ
	宮リンス 非登録者 (観光客含む)	<ul style="list-style-type: none"> 宮リンスを見てまちなかを訪問する 	<ul style="list-style-type: none"> まちなかへの来訪機会の増加 まちなかへの愛着度アップ
	地域 (商店街組合 など)	<ul style="list-style-type: none"> 宮リンスへの情報提供 QRコードの配置 宮リンスの周知 	<ul style="list-style-type: none"> まちなかや店舗の宣伝、来訪者増加 まちなかへの関心増加
事業者	まちなかの店舗	<ul style="list-style-type: none"> 宮リンスへの情報提供 QRコードの配置 宮リンスの周知 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗の宣伝、来訪者増加 ウェブサイトを持てない店舗の情報発信
	ウェブサイト 作成・管理企業	<ul style="list-style-type: none"> 宮リンスのサイト作成 宮リンスの適切な運用 	<ul style="list-style-type: none"> サイトへのアクセス増加 地域振興への貢献

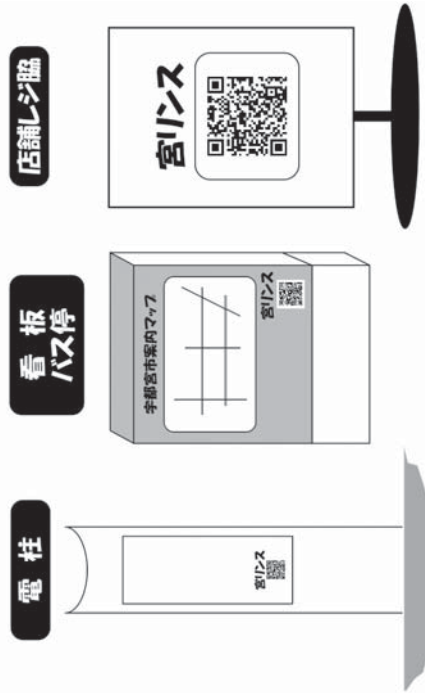


図4 「宮リンス」のウェブページへリンクするQRコードの配置イメージ
(提案者作成)

	<p>宇都宮観光 コンベンション 協会</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント、観光に 関する情報提供 ・宮リンスの周知 	<ul style="list-style-type: none"> ・市への観光客数増加 ・情報発信手段の増加
<p>行政 (宇都宮市)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・宮リンスの企画 ・宮リンスの適切な運用監督 ・QRコードの配置 ・イベント、まちなかに 関する情報提供 ・宮リンスの周知 	<ul style="list-style-type: none"> ・まちなかの活性化 ・情報発信手段の増加 ・市への愛着度向上 	<p>(提案者作成)</p>

4.3 「宮リンス」の運営上の問題点

宮リンスを運営するうえで課題と考えられる点が3点ある。

1 点目は、「荒らし」と呼ばれるウェブサイトを不適切に編集される可能性があること。宮リンスは誰でも編集できるようにすることで、多くの情報を集めることを目指している。しかし、誰でも編集できるために、サイトを荒らす者が現れる可能性は否めない。そこで、私たちは、荒らしを防ぐために、登録者に限り編集できるように対策を講じる。登録の際に、実名や連絡先などの情報を入力してもらう。これは、荒らし対策には効果が見込めるものの、インターネットの特長である匿名での書き込みには不向きである。そのため、宮リンス上で表示される名前をハンドルネームになるようにする。実名は、荒らしなどの不適切な行為があった場合に、サイト管理者が利用登録者を確認するために使用するようになる。

2 点目は、店舗などに好意的でない口コミや個人などを誹謗中傷する書き込みなどが発生する可能性がある。悪意がなくとも、利用登録者がこうした情報を書き込む可能性がある。こうした可能性や、荒らし、不適切な内容の書き込みがあるかについて、AI（人工知能）に判断させる方が考えられる。例えば、著しく掲載文字数が変化した編集行為や特定の不適切な語彙が書き込んだかを判断させることが考えられる。この技術の導入については、民間事業者の協力を得ていくことで実現していく。AI に情報内容を判断させ、店舗等が削除を要請すれば不適切な書き込みを消せるようにすることが、ウェブサイトの健全な運営に資すると考えられる。

3 点目は、利用登録者の個人情報の管理である。利用登録者には、登録のため実名やメールアドレスなどの個人情報の提供に同意してもらう必要がある。そのため、個人情報の流出に注意することがサイト運営事業者やそれを監督する行政に求められる。

以上の問題を克服することで、「宮リンス」によって大迷宮のまちなかを乗しむ人が増え、宇都宮のさらなる魅力を知ることができるようになる。これによって、宇都宮の都市としての顔であるまちなかのさらなる活性化が促進されるため、「SDGs な未来都市 うつのみや」の実現も大いに期待できる。

【補注】

*1 「QRコード」は株式会社デンソーウェブの登録商標である。

【参考文献】

- 1) 福井一喜：東京大都市圏に居住する若者の観光・レジャーにおける SNS 利用—「SNS 映え」を超克する若者たち—, E-Journal GEO, 14(1), 1-13, 2019 年.
- 2) 宇都宮市：中心市街地のまちづくり - 現状と課題, 宇都宮市役所公式 Web サイト,

<https://www.city.utsonomiya.tochigi.jp/shisei/machizukuri/chushin/glandodezign/1009305.html>, 2016 年. (2019 年 11 月 25 日閲覧)

3) 宇都宮市：中心市街地のまちづくり - 交通・情報基盤整備の方針, <https://www.city.utsonomiya.tochigi.jp/shisei/machizukuri/chushin/glandodezign/1009308.html>, 2016 年. (2019 年 11 月 29 日閲覧)

4) 千葉市：ちばレポ (ちば市民協働レポート), 総務省, http://www.soumu.go.jp/main_content/000592074.pdf, 2018 年. (2019 年 11 月 29 日閲覧)

5) コトバンク：集合知, <https://kotobank.jp/word/%E9%9B%86%E5%90%88%E7%9F%A5-683802>, (2019 年 11 月 28 日閲覧)

学生提案成果報告⑦

No.5	提案名：fusion of LRT ～交流と利便性が両立できる都市へ！～
	提案団体名：宇都宮共和国シテライフ学部 1年Bチーム
チームメンバー	所属：宇都宮共和国 シテライフ学部
	代表者：船山 晃廣 指導教員：渡邊 瑛季
	船山 晃廣、青木 良太、天田 将、入江 悠矢、岡田 萌那、小林 勇貴、佐々木 彩乃、佐藤 洋紀、四家 舜葵、須藤 新大、田中 琢登

○ 提案の要旨 (Abstract)

本提案では、開業が数年後に迫る宇都宮ライトレール (LRT) の利用促進と、さまざまな世代の市民が交流できる拠点である「多世代交流センター」の LRT 沿線への設置を結びつけることで、「SDGs な未来都市 うつのみや」を実現するためのまちづくりの方策を提案する。

多くの人に宇都宮ライトレール (LRT) に乗ってもらう！
多世代交流センターでの交流
⇒地域コミュニティの活性化

「SDGs な未来都市 うつのみや」をつくらう！

1. 提案の背景・目的

宇都宮市は、ネットワーク型コンパクトシティ政策の実現による集約型都市の形成のため、さまざまな事業を展開している。この政策の実現の要として、次世代型路面電車である LRT を新設し、都市機能を集約した拠点間のアクセスを向上させるとともに、その沿線にさまざまな都市機能や公共交通網などを誘導していくこととしている。宇都宮市は、LRT を軸とした総合的な交通ネットワークを整備することで、安全で快適な移動の実現や地域コミュニティの活性化を目指している。

新設される宇都宮ライトレール線 (以下、LRT とする) は、すでに各地で工事が進められており、2022 年に開業する予定である。そのため、私たちは LRT 開通を見据え、利用促進策 (乗車機会の増加策) を積極的に議論していく段階に来ていると考えた。

また、LRT は地域コミュニティの活性化にも寄与できると考える。現在の宇都宮市は核家族化が進み、また単身者の増加も顕著であり、さまざまな世代間の交流も徐々に薄れつつある。拠点間の移動が容易になる LRT を活用し、市民の交流を促進することで、地域コミュニティの活性化が期待できる。

以上の背景から、本提案では、LRT 開通後の利用促進と市民の交流による地域コミュニティの活性化とを融合させた方策について提案することを目的とする。

2. 提案の目標・SDGs との関連

本提案では、市民による LRT の利用を促進していくために、LRT のメリットを最大限に活用しながら、若者・高齢者などのさまざまな世代の市民が交流できる機会・拠点を LRT 沿線において

創出する方策の提示を目標とする。

本提案と SDGs との関連は、表 1 のとおりである。

1 つ目の目標である「LRT でのアクセスが容易な場所におけるさまざまな世代の市民が交流できる機会・拠点の創出」は、LRT の電停付近への「多世代交流センター」という施設を整備し、そこで多世代が交流できるイベントを開催することによって実現する。これらの取り組みは、SDGs のゴールのうち、「3 すべての人に健康と福祉を」、「4 質の高い教育をみんなに」と「17 パートナリシップで目標を達成しよう」の 3 つに関連すると考える。

多世代交流センターでは、例えば、一人暮らしの高齢者と核家族の学生がゲームや軽運動などの事業を通じて交流する。これによって、高齢者は学生に話を聞いてもらったり、軽い運動をしたりして、楽しい時間を過ごすことで、健康増進や福祉につながる。一方、学生は高齢者から知恵や話を聞くなどして学校や家庭では学べないような知識を得たり、視野を広げたりすることが可能になる。そして、こうした取り組みを繰り返していくことで、さまざまな世代・地域の人が参画し、パートナリシップが生まれ、地域コミュニティの活性化に寄与できる。

2 つ目の目標である「LRT 開通後の利用促進 (乗車機会の増加)」は、多世代交流センターやイベントを与えることで実現する。イベントとして例えば、LRT の運賃の減免や無料化、あるいは健康ポイントなどの獲得が考えられる。

多世代交流センターでの活動への参加や、LRT の利用機会の増加は、「8 働きがいも経済成長も」につながると考えられる。また、公共交通である LRT の利用促進や高齢者の移動機会・範囲の拡大は「11 住み続けられるまちづくりを」に関連すると考えられる。これを実現するためには、多世代交流センター、LRT の事業者、またポイント事業の実施主体である宇都宮市のパートナーシップが求められる。

表 1 本提案と SDGs との関連

本提案の目標・方向性・施策	SDGs との関連 ゴール
【目標 1】 LRT でのアクセスが容易な場所における さまざまな世代の市民が交流できる機会・拠点の創出	
● LRT 電停付近への「多世代交流センター」の設置	3 すべての人に健康と福祉を
● 多世代交流センターでの世代間交流事業の開催	4 質の高い教育をみんなに 17 パートナリシップで目標を達成しよう
【目標 2】 LRT 開通後の利用促進 (乗車機会の増加)	
● 多世代交流センターと LRT の利用促進策の融合 (運賃減免、無料化、ポイント獲得など)	8 働きがいも経済成長も 11 住み続けられるまちづくりを 17 パートナリシップで目標を達成しよう

(提案者作成)

3. 現状分析

3.1 LRT 開通後の利用予測と課題

宇都宮市は、平成 26 年を調査時期とした「県央広域都市圏生活行動実態調査」の結果を用いた需要予測を行った結果、平日 1 日あたりの LRT 利用者数を 16,300 人と予測している。また、平日の利用目的別では、通勤目的が約 8 割 (13,357 人) を占め、通学 (1,305 人) を含めると、通

動・通学だけで全体の約9割に達すると予測され、それ以外の需要が非常に少ないことが示されている²³⁾。時間帯別には、午前7時30分から8時30分に、下竹下から作新学院北間で1時間当たり1,885人の需要が見込まれている²⁾。休日についてみると、平日に比べて約6割以上も少なく、5,648人とされている。平日に比べ、私事による利用が増加している点が、休日の需要の特徴である。

表2 JR宇都宮駅東側区間のLRT利用見込み人数

区分	通勤	通学	業務	私事	合計
平日	13,357人	1,305人	274人	1,382人	16,318人
休日	2,671人	131人	82人	2,764人	5,648人

(宇都宮市・芳賀町(2019)：『LRT START BOOK』20頁より引用)

運行頻度は、朝夕のピークは1時間当たり6分ごと、それ以外(オフピーク時)は1時間当たり10分ごとに運行される⁴⁾。オフピーク時に10分ごとに運行されることは、便利であるものの、通勤・通学時間帯以外の利用がこのままでは少なくなると考えられる。

日中時間帯以外の利用者数やLRTの路線と似たようなルートを走る路線バスの乗車人数について調べたものの、統計資料はなく、また宇都宮市に問い合わせたところ、市でもデータを保有していないことから、時間帯に絞った公共交通機関の利用状況を把握できなかった。しかし、宇都宮駅や路線バスの利用状況を観察しても、日中時間帯の利用者は通勤・通学時間帯より明らかに少ない。そのため、日中時間帯におけるLRTの利用者数も通勤・通学時間帯より少なくなると推測する。

また、宇都宮市では、LRTの利用の定着には、沿線の土地利用の変化や市民のライフスタイルの変化、またLRTの認知に一定の時間がかかるため、需要の定着にもある程度時間がかかるとしている²⁾。沿線にある工業団地の企業との連携や従業員への周知によって、自家用車からLRTへの転換を促すものとしている²⁾。

日中時間帯における10分間隔というLRTの運行頻度を維持して利便性を保つためには、新たな利用需要を喚起していくことが課題といえる。

3.2 地域コミュニティにおける課題

(1) 宇都宮市における家族形態の変化

近年、全国的に見ても核家族化が進んでおり、宇都宮市も例外ではない。図1は、宇都宮市における家族形態別の世帯数を示したものである。宇都宮市の世帯総数はこれまで一貫して増加してきた。細かくみると、増加が顕著なのはまず核家族世帯であり、市内には平成27年に約12万世帯あり、全世帯の約57%を占めている。さらに単独世帯の増加も顕著であり、核家族世帯に次ぐ規模で、全世帯の約34%を占めている。一方で、いわゆる三世帯家族は昭和55年には12,791世帯あったものが、平成27年には8,681世帯に減少している。以上のことから、宇都宮市では三世帯家族が減少する一方、核家族世帯や単独世帯が増加している。

(2) 核家族世帯や単独世帯が多いことによる地域コミュニティの課題

現在の宇都宮市の家族形態は核家族世帯が多い。核家族が多いと多世代での交流機会が少なくなってしまうことが懸念される。例えば、高齢者と子どもと触れ合う機会が少なくなると考えられる。これによって、三世帯世帯に比べて、高齢世代から若年世代への経験談の伝承機会の減少などの課題が発生すると考えられる。

単独世帯についても課題がある。一人暮らしの高齢者は、一人で過ごす時間が長くなると生活

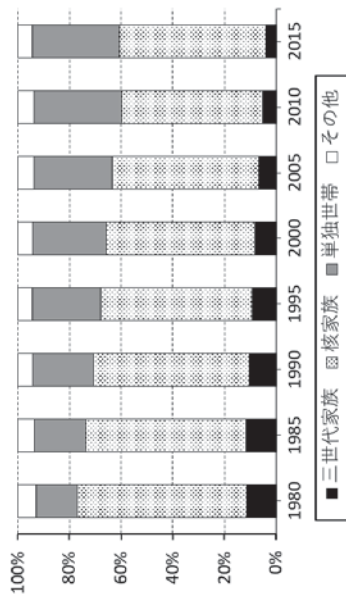


図1 宇都宮市における家族形態別の世帯数の推移
(『宇都宮市統計書』から作成)

に張り合いがなくなってしまう。会話が少なく外に出ない状況が続くことが予測される。宇都宮市でも今後単独世帯は増加し続け、2050年には全世帯の36.5%を占めると予測されている⁵⁾。また、単独世帯は転勤の影響もあり男性は20歳代で最も多く、年齢が上がるにつれて減少する。女性は逆に80歳代が最も多く、高齢になるほど増加する傾向にある⁶⁾。単身者の社会的孤立を防止するためにも、何らかの人的つながりが構築したり、外出機会を設けたことによる経済的リスクを軽減する必要がある。また、単独世帯は高齢期には貯蓄が少ないなどの経済的リスクを抱えている。こうした状況下でも、移動の機会を増加させるために、宇都宮市などが主体となって運行するLRTを活用する視点が重要になると考えられる。

3.3 他自治体の事例

(1) 高根沢町「和老会」の概要

「和老会」は高根沢町を拠点とする老人会で、高根沢町のJR烏山線仁井田駅前にある施設で定期的に活動している。和老会は、約30年前に仁井田駅北側にある高根沢高校との高齢者との交流を目的に結成され、ここから高校生と高齢者との交流会が始まった。和老会に加入しているメンバーのほとんどは高根沢高校の卒業生であり、現在の在在は高根沢町よりもむしろ、宇都宮市や那須烏山市が多くなっている(表3)。特筆すべきは、交流会に参加する際に、メンバーの多くがJR烏山線を利用してきている点である。烏山線の利用者は宇都宮市と那須烏山市に住むメンバーである。数台であれば建物の前に駐車することは可能である。それにもかかわらず、自家用車を使用しない主な理由としては、1)会場となっている施設が仁井田駅前にあり、烏山線によるアクセス

表3 「和老会」メンバーが交流会の出席時に利用する交通手段

	在 住 地		合 計
	高根沢町	宇都宮市	
自動車	約5人	0人	約5人
鉄道	0人	約8人	約8人
合計	約5人	約8人	約13人

(現地調査により作成)

スに優れていること、2) 高齢であり自家用車を自ら運転することが困難であることがあげられる。一方、高根沢町に住むメンバーは、会場となっている仁井田駅の施設の近隣に住んでいるため、軽トラックなど自家用車を運転して来訪している。和老会のメンバーのほとんどが高根沢高校の出身であることから、和老会は同窓会のような役割も持ち合わせている。

和老会との交流を行っている高根沢高校は、地域との交流が学校の特色ある活動となっており、地域の人に見守ってもらえる学校づくりを目指している。そのため、今後も交流会を続けていく方針である。交流会の日時は、担当教員が和老会の代表者と連絡をとって決めている。その後、和老会の代表者が他のメンバーに交流会の日時を伝えることでメンバーが集まっている。交流会に参加する高校生は、家庭クラブ委員会や JRC 部¹⁾の生徒が中心で、自発的に高齢者と関わりたいという生徒が多く、交流会では毎回生徒が60名近く集まる(図2)。



図2 和老会と高根沢高校との交流会の様子

(高根沢高校提供)

(2) 交流会の内容と参加者への効果

交流会では、表4に示したような企画が高根沢高校の生徒によって実施される。これらの企画

表4 交流会で高根沢高校の生徒により実施される企画

企画名	内容
都道府県当てゲーム	都道府県の形を見せて都道府県名を当てるゲーム
あと出しじゃんけん	司会者の指示に従い参加者が後出して勝つまたは負けるようにするゲーム
ボール渡しゲーム	ボールを隣の人に渡して司会者が「ストップ」と言った時にボールを持っていた人が自己紹介をするゲーム
ビンゴゲーム	3×3のマスに自分の好きな果物を書いてもらい、そのあとに司会者が言った果物があれば丸を付けて先にビンゴになった人が商品をもたえる
演奏	高根沢高校の吹奏楽部が楽器を持ち込み高齢者の前で、ディスプレイの曲や昔の曲を演奏

(現地調査により作成)

はすべて高校生が自ら企画したもので、高齢者を楽しませている。都道府県名当てやビンゴや演奏を聴くなど落ち着いた企画もあれば、あと出しじゃんけんやボール渡しなど若干体を使う企画もある。

こうした企画によって、高齢者だけでなく高校生にも良い効果が生まれている(表5)。高齢者は、高校生と交流することによって元気をもらい、話し相手が生まれ、現代の高校生の意見や考えを知ることができる。また、高校生の演奏を聴くことにより心が安らぎ、笑顔になれるのである。これらも交流会を続けてほしいと考えていた。こうした感情的な面だけでなく、外出による足腰の強化という体力的な面をあげた高齢者もいた。一方、高校生は、交流会に参加して地元の人と話をする機会を得ることで、例えば高根沢の名物を知ったり、高齢者の人生経験をたくさん聞いたりして、これからの社会に出ていくうえで参考になることを聞くことができたと感じていた。

表5 交流会に参加した高齢者と高校生にみられた良い効果の例

高齢者	高校生
<ul style="list-style-type: none"> ・若者と交流することによって元気になる。 ・演奏を聴いていてとても心が安らぐ。 ・高校生が高齢者に合わせてゲームを考えてくれることも楽しめる。 ・和老会に参加する事で外出する機会が増えることにより足腰が弱くなりにくい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・一緒に交流することによって、高根沢の名物を知ることができた。 ・高齢者は身近な存在だったのが聞わかる機会がなかったのが今参加して話すことができよかった。 ・高齢者の方の人生経験を聞くことで自分の知らない知識を得て、感じ方や考え方が豊富になった。 ・一緒にゲームしていき中で高齢者の笑顔を見ることにより自分まで嬉しくなった。

(現地調査により作成)

(3) 和老会の事例から参考とすべき点

和老会の事例を本提案に生かすうえで参考とすべき点は2点ある。

1 点目は、JR 烏山線が、交流会の会場への高齢者の主な交通手段となっている点である。これは、先述のとおり、交流会の会場となっている建物が仁井田駅の至近にあるためであること、宇都宮市や那須烏山市から来る高齢者が自家用車の運転が困難なためである。したがって、LRT が開通した際に、多世代が交流できる施設を設置する際には、電停の至近に立地させることが求められる。長い距離を歩くことが困難な高齢者向けの施設ほど、電停の近くにあることが LRT の利用促進につながるが本事例から示唆された。

2 点目は、交流会が高校生にとっても高齢者と接する良い機会となっている点である。表5の高校生に対する良い効果の中に、「高齢者は身近な存在だったのが聞わかる機会がなかったのに、今回参加して話すことができよかった。」ということがあげられている。前節で示したように、宇都宮市では、核家族で生活している世帯が大半を占めており、高齢者と三世代で一緒に住んでいる人が少ない状況にある。交流会は、外出頻度の増加による高齢者の健康増進のみならず、若者が高齢者とふれあうことで、高齢者の特性や考え方を学ぶ機会を創出している重要性も本事例から示唆された。

4. 施策事業の提案

4.1 「多世代交流センター」の設置

(1) センターの概要と設置場所

宇都宮市では、核家族化の進展や単身者・高齢者の増加がみられているため、親世代、子世代、孫世代の三世代からなる家族は少なくなっている。これによって、世代間の交流が希薄になっていることが課題といえる。一方、高根沢町の和老会の事例は、地域の老人会と高根沢高校とが世代間交流を自律的に実現している好例であり、宇都宮市が抱えるこのような課題を克服するうえで、特に参考になると考えた。

そこで、本提案では、「多世代交流センター」の設置を提案する。多世代交流センターとは、親世代、子世代、孫世代の三世代が交流できる施設のことである。その中でも、世代間の交流が特に希薄と考えられる高齢者と若者とが交流する場を創ることにより、地域コミュニティの活性化を目指す。一方、本提案は、LRTにより多くの人が乗ってもらうことが最大の目標である。そのため、多世代交流センターは、徒歩でのアクセスの利便性を高めるため、LRT トランジットセンターや電停付近に設置する。

LRT の路線の中で私たちが提案する多世代交流センターの設置場所は、宇都宮市ゆいの杜に設置予定の「テクノポリス中央」電停付近である。テクノポリス中央は、清原管理センター前と管理センター前の2つのトランジットセンターに中間に位置しているため、公共交通によって比較的行き来しやすい場所であると考えた。また、現在ゆいの杜では開発が進んで、核家族の若い世代が流入しており、地域コミュニティを活性化させていく必要があると考えられる地域である。テクノポリス中央付近には2021年に新しく公立小学校が開校する予定である。そのため、この小学校に隣接する位置に多世代交流センターを設置し、事業を連携して運営することも方策として考えられる。

また、魅力的な施設にするために、外装のデザインを重点的に工夫することを考えた。ドイツイのマルブルクという都市にあるコミュニティセンターの外装は、屋根にオレンジ色、壁に茶色のレンガが敷き詰められた目を引くデザインである⁹⁾。若者にとって魅力的な施設にするために、お洒落な外装にすることも方策として考えられる。

(2) 多世代交流センターでの交流事業

私たちが考えた取り組みは、多世代交流センターに集まる高齢者と地域住民との交流を促進することである。特に3章で示した高根沢町の和老会の事例のように、ゲームや軽い運動などの若者と高齢者が交流する取り組みを数多く設けることで、世代間交流が活発になり、多世代にとっての憩いの場にすることができる。この実現のためには、私たちが考えている多世代交流センターを、たくさんの方の地域の人に認知してもらい、カフェも併設する魅力溢れる施設にすることが重要になる。役割分担は以下のようになる。

<交流事業への参加者>

若者……幼児・小中高生を中心に、部活動の発表や課外活動を行う。その際にLRTに乗ってきてもらう。

高齢者……多くの人と交流を持ってもらう。農家の方の場合、地域で採れた野菜や果物を、併設のカフェに提供してもらう。

<交流事業の運営者>

取りまとめ……全体をとりまとめ、地域の自治会や新設されるゆいの杜の小学校のPTAの方を中心に多世代交流センターとの連携を図る。団らんができるカフェを作る(木の名産物を使用した料理を作る)。

行政……多世代交流センターを設置する。LRTの利用促進につながる立地場所を検討する。新設される小学校との連携を図る。取りまとめの立場の市民の支援をする。

4.2 多世代交流センターとLRTの利用促進策の融合

多世代交流センターの利用を、LRTの利用促進に結びつけることを提案する。繰り返しになるが本提案の最大の目標は、LRTにより多くの人が乗ってもらうことである。そのため、来訪する学生を中心とする若者や高齢者にLRTの利用を促す方策が必要になる。LRTは宇都宮市と芳賀町が建設し、宇都宮ライトレール株式会社が行う。したがって、料金や運行に関する内容の決定を、行政が関与することが可能である。LRTが適切に運行されるためには、当然採算がとれるようにすることが重要である。しかし、その一方で、3章で示したように、通勤・通学の時間帯以外の利用を促していくことも求められる。そこで、多世代交流センターの利用者に対し、LRTの料金面などでインセンティブを与え、LRTの利用促進につなげる。具体的には、以下の方策を考えた。

- ・帰りの料金を無料にする。
- ・割引券を作る。
- ・高齢者に割引カードを配布する。
- ・施設で活動したら、帰りの料金を5歳まで無料にする。
- ・健康ポイントなどの宇都宮市の事業のポイントを獲得できる。

4.3 施策事業を実施する際の市民、事業者、宇都宮市の役割と効果

本提案における各主体の役割と効果を、表6にまとめた。

市民については、若者・幼児・小中高生、高齢者、それらの取りまとめ役の三者が含まれる。若者・幼児・小中高生については、宇都宮市や芳賀町の各地からLRTで多世代交流センターに来訪し、学校での活動の練習成果を発表したり、ゲームなどの進行役を務めたりして、交流事業の担い手となる。これによって、核家族で生まれ育つことが一般的になっている現代では、普段中々交流することのない高齢者と交流することで、高齢者から生活の知恵や昔話を聞いたりして生活上の知恵を身につけることにつながり、教育的効果が得られる。また、学校が異なる友人をつくることも期待できる。

高齢者については、LRTに乗って宇都宮市や芳賀町の各地から来訪することで、外出する機会が増え、また多くの人と交流することで、若者や学生から刺激を受け健康的に過ごすことが可能になり、趣味や友人、生きがいが生まれる。農家の方の場合は、野菜や果物などを持参して提供してもらい、団らんのためのカフェで提供する料理にする。

地域の取りまとめ役としては、自治会や学校のPTAを想定する。地域コミュニティの活性化やさまざまな世代の交流のために、多世代交流センターに地区内だけでなく、LRT沿線各地から来訪者呼び込む。その際に、LRTの利用促進の案内の役割も担う。

事業者としては、LRTを運行する宇都宮ライトレールを想定する。LRTの利用促進や認知度向上を目指す。多世代交流センターの利用者を対象にした割引運賃の設定などの方策を実施する。行政は、宇都宮市と芳賀町を想定する。多世代交流センターの設置に加え、学校との連携や取りまとめ役となる住民への支援、またLRTの利用促進のための運賃設定などの役割が求められる。さらに、LRTや多世代交流センターの周知活動も必要である。多世代交流センターに訪れる人々がLRTに乗ることで、利用客が増え、認知度も高まる。また、高齢者の外出機会が多くなることで、健康増進や地域コミュニティの活性化につながる。

4.4 施策事業遂行上の問題点

本事業の実施には、多世代交流センターに人を呼び込むために、取りまとめとなる主体を明確にすることができ、また施設の利用を促すための周知活動を十分にすることが大きな課題となる。

この問題点を克服することで、LRTの利用促進と地域コミュニティの活性化が融合した「SDGsな未来都市 うつのみや」を実現することができる(図3)。

表6 施策事業を実施する際の市民、事業者、宇都宮市の役割と効果

主体	役割	効果	
市民	若者・ 幼児・小中高生	<ul style="list-style-type: none"> ・部活動の発表や課外活動を行う。 ・LRTを利用して来訪する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな世代との交流による教育的効果 ・同世代の友人づくり
	高齢者	<ul style="list-style-type: none"> ・多くの人と交流をもつ。 ・LRTを利用して来訪する。 ・カフェで使う野菜や果物の提供。 	<ul style="list-style-type: none"> ・外出機会の増加 ・交流による刺激 ・心身の健康増進 ・趣味、友人づくり ・生きがいづくり
事業者	地域 (自治会・PTAを 想定)	<ul style="list-style-type: none"> ・全体を取りまとめる。 ・地域との連携を図る。 ・団らんができるカフェを運営。 ・幼児、小中高生や高齢者にLRTの利用を促す。 	<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな世代の交流促進 ・地域コミュニティの活性化
	宇都宮 ライトレール	<ul style="list-style-type: none"> ・割引運賃等の設定。 ・多世代交流センターの利用者への割引等の対応 	<ul style="list-style-type: none"> ・LRTの利用者増 ・LRTの認知度向上
行政 (宇都宮市・芳賀町)	<ul style="list-style-type: none"> ・多世代交流センターの設置。 ・立地場所の検討。 ・新設小学校との連携。 ・取りまとめ役への支援。 ・割引運賃の設定。 ・利用促進のための周知活動。 	<ul style="list-style-type: none"> ・LRTの利用者増 ・LRTの認知度向上。 ・高齢者の健康増進 ・地域コミュニティの活性化 	

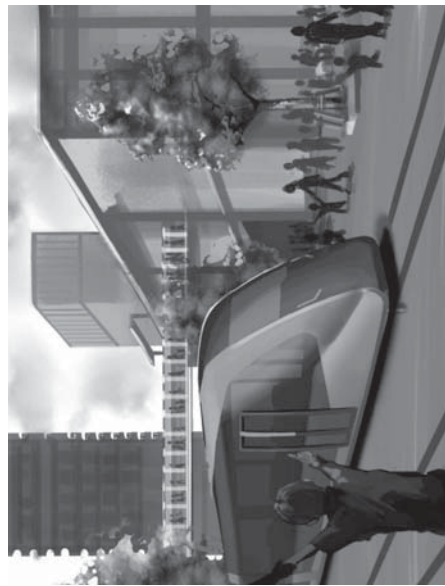


図3 LRTに乗って多世代交流センターを訪れる「SDGsな未来都市 うつのみや」のイメージ
(中野恵雄氏作成・提供)

【補注】

*1 高根沢高校のJRC部は、高校の公式Webサイトによれば、和老会との交流のほか、アルミ缶のプラタブ回収、ペットボトルキャップの回収、栃木県のJRC大会や他校との交流会への参加などを主な活動としている。

【参考文献】

- 1) 宇都宮市：全国から選ばれる「交通未来都市うつのみや」を目指して（本編），全国から選ばれる「交通未来都市うつのみや」を目指して，
https://www.city.utsonomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/01/2/662/koutumiraitosigai.youbann201612.pdf, 2016年。(2019年11月26日閲覧)
- 2) 宇都宮市：資料3 特許申請の需要予測と整備効果について，東西基幹公共交通（LRT）の実現に向けた取り組み，
https://www.city.utsonomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/006/078/151112shiryous.pdf, 2015年。(2019年11月27日閲覧)
- 3) 宇都宮市・芳賀町：LRT事業に寄せられる主な質問，LRT START BOOK，宇都宮市・芳賀町，20-21，2019年。
- 4) 宇都宮市・芳賀町：LRT車両図鑑，LRT START BOOK，宇都宮市・芳賀町，14-15，2019年。
- 5) 伊藤悠紀子：宇都宮市における車身世帯を支えるまちづくりに向けた調査研究，市政研究うつのみや，15，39-48，2019年。
- 6) Wikimedia Commons：ドイツのマルブルク・アン・デア・ラーンにあるコミュニティセンター，
File:Buergerhaus Ronhausen. jpg,
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Buergerhaus_Ronhausen.jpg, 2009年。(2019年11月26日閲覧)

学生提案成果報告⑧

大谷景観復活プロジェクト

～宇都宮市大谷地区における空き地の景観維持と観光拠点開発の実践活動を通して～

宇都宮共和大学西山ゼミ3年
伊佐高蓮斗 石川雅也 岩上善司 大場涼太郎 津久井太一 松岡 匠 谷田部皓太 和田鉄人

【概要】本プロジェクトは、栃木県を代表する観光地として脚光を浴びている宇都宮市大谷地区の景観維持と観光振興を目的とした実践活動である。発表者らは行政が手を出さず、空き地を有効活用し、地域の活性化を図ることを目指している。本プロジェクトは、地元自治会や行政、まちづくり団体、クリエーター、民間事業者などとの協働事業である。様々な主体が大谷の活性化を通して、多様な主体の協働によって地域が活性化していく一端をパイロットスタディとして示すことができた。

1. 背景

発表者らは2018年4月より、大谷地区(以下、大谷)の景観維持と観光振興に向けた空き地・空き家の活用を目的に「大谷景観復活プロジェクト」と銘打ち、活動を展開してきた。近年の大谷は、他の地域に比べて、美しい奇岩群や地下空間が人気を集めている。しかし、観光関連施設の少なさなどが影響し、観光客が大谷やその周辺に滞留せず経済効果は限定的となっている。本プロジェクトは、市上層の空論ではなく、自らの行動によって、大谷や大谷の素晴らしい景観や文化をより感じてもらいたいこと、また空き地や空き家を活用することによって、当地区の観光振興に貢献することを目的とした。

2. 大谷地区における課題

大谷の課題は、第一に交通問題である。大谷地区では観光客の増加に合わせ、感性的な交通渋滞や路線バスの混雑が大きな課題となっている。また、歩道が整備されていないことから、歩行者の安全が脅かされている。第二に、上述のように観光施設が少ないことである。観光客の多くは大谷資料館など限られた観光施設にしか立ち寄らず、他の場所へ食事や宿泊をする。これでは地域にほとんど恩恵がない。第三は景観問題である。大谷の最大の魅力は、奇岩群や大谷の露頭であるが、その多くが草木に覆われている。また、主要道路である大谷街道沿いには大谷石が多く積まれた「ホーム」と呼ばれる場所や工場の跡地などが点在しており、これもまた長い期間放置され草木に覆われている。このような場所は、そのほとんどが私有地であり、行政が除草作業を行うのが困難である。

以上の課題の中で、交通問題の解決は自治体や警察、交通事業者が担うものであり、発表者ら学生ではどうすることもできない。一方で、微力ではあるが草木で覆われた空き地の草木を刈って、景観を向上させ、さらにその空き地を活用し観光スポットを増やすことはできる。このような現状から発表者ら西山ゼミでは大谷に点在する空き地の管理とそれを活用した観光振興を進めることになった。

3. 課題解決のための事業

2018年度、大谷地区において草刈りやその他の景観維持活動を行う中で、「ただ草刈りや清掃活動を毎年繰り返すだけでは持続性がない」と結論づけた。空き地の管理主体が、そこで非営利もしくは営利のために活用することにより、はじめて持続性が担保される。この内容は2018年12月に行われた宇都宮市主催の「大学生のまちづくり提案発表会」でも提案した。そこで2019年度は空き地を管理するだけでなく、大谷地区の景観を活かした空き地の活用を行い、観光振興に結び付けることを目的に活動を再開した(プロジェクトの主な活動は表1を参照)。

2019年度活動の皮切りは、大谷街道沿い6か所の除草作業であった。約90人規模での開催となり、

表1 「大谷景観復活プロジェクト」の主な事業

年度	月	事業名	連携・関連団体・企業	報道の有無
18年度	4-7	大谷地区の現地調査	—	なし
	7-8	大谷地区に関する意見交換、ヒアリング	宇都宮市、市議会議員、大谷商工観光協力会ほか	なし
	8	第1回大谷地区草刈りの実施	宇都宮市、川出遠園、大谷商工観光協力会ほか	下野新聞、テレビ
	9	大谷のPR動画制作	宇都宮まちづくり推進機構、視覚電気商会ほか	なし
	9-11	景観維持に関する調査	茨城県庁、茨城県牛久市、長原農産局、宇都宮市	なし
	12	大学生のまちづくり提案発表会(第1位)	宇都宮市議会政策部	下野新聞
	5	大谷石研究会総会での研究発表	NPO法人大谷石研究会	なし
	6	栃木県(大学)地域連携活動支援事業(採択)	栃木県総合政策部	なし
	7	第2回大谷地区草刈りの実施	大谷自治会、大谷商工観光協力会、大谷石材協同組合	下野新聞
	8	空き地活用事業「大谷マイニングサイト」の開催	大谷自治会、宇都宮市民ジャズオーケストラ、和灯籠、新開、無名もろ(株)C(カ)E(ア)E(ア)ほか	下野新聞、テレビ
	19年度	10	ポケットパーク(無料休憩所)の開設	下野大谷石材台資会社、大谷石材協同組合、速辺建設
		Aアジアフードフェスティバル大谷の開催	株式会社外国人まちづくり協会	未定
11		映画観賞会の開催	映画「嵐華恋歌」そして今!の贈賞を呼び掛ける制作委員会、リコー・シヤパン・株	未定
		展望台の開設(予定)	未定	未定



写真1 草刈りの様子
写真2 大谷マイニングサイトの様子
写真3 ポケットパーク建設予定地に業者と設備設置を行う様子

終了後には地域住民、市民団体との交流バーベキューを実施し、空き地の活用を行った(写真1)。その後8月14、15日は大谷石の採掘跡地にて、「大谷石採掘場でカクテルと餃子を堪能しながらジャズを聴く」をコンセプトに、「大谷マイニングサイト」を開催し、多くの方に来場いただいた(写真2)。大谷マイニングサイトで来場者にアンケート調査を行った結果、大谷において無料で休憩する場所が少ないという意見が多かったことがわかった。そこで2018年度より管理している空き地を無償で借り受け(土地使用借借契約を締結)、舗装やベンチとなる石の無償提供を受け、さらに施工を市内大手建設会社に協力していただき、ポケットパーク(無料休憩所)を開設した(10月下旬開設予定、写真3)。

その他、10月以降も3つの事業の実施を予定している。その結果は、発表当日に報告する。

4. 活動で得られたこと

本プロジェクトの価値は、民間や行政に先駆けて、大谷の新たな活用方策を考え、それを口だけでなく行動で示した点にある。大谷は施設事故以降、負のイメージが付きまとい、大谷石の景観が観光資源になると考えている人はそう多くはない。地元の方々にはありふれた日常の場所、風景かもしれないが、発表者からすると多くの魅力と可能性を秘めた資源である。そうした可能性に惹かれ、実際に本事業で連携した民間事業者が大谷にレストランを開業する計画が進んでいて、その成果が表れている。このほかにも、発表者らの活動がヒントとなり、大谷の観光開発、活性化が広がることを期待している。もう一つ、本プロジェクトの成果は、大谷の景観維持と活用を通して、地元自治会や行政、まちづくり団体、クリエイター、民間事業者が協働したことで、より魅力的な事業を行うことができたことである。大谷に限ったことではないが、違った分野や立場、経験・知識を持った主体がコラボレーションすることによって、何倍もの力が発揮されるのが本事業を通して証明できた。大谷を今後より発展させていくためには、大谷内外の主体が同じベクトルを向いて連携し、新たなアイデア、価値を創造していくことで、当地域の持続的な発展が加速していくと考えている。

学生提案成果報告⑨

那須烏山市スイーツ詰め合わせによる商品開発

宇都宮共和大学シテイルライブラリー学部内藤マケテイング論ゼミ3・2年
(共同研究：県立鳥山高校1年鳥山学研チーム)

由代香蓮、趙飛燕、胡峻凱、齋藤巧弥、上田隼人、福田勇佑、大金史華

成田歩夢、芳土戸優太、横森涼、グエンティ・トワゴ、ル・ティルガ、邵 樺

【概要】那須烏山市の地域活性化を目的として2017年から取り組んできた「道の駅やすやすやま」研究の第3弾です。市内での道の駅建設を想定して、集客の誘因となるような名物商品を開発します。市内中心市街地だけで7件ある菓子製造小売業の焼き菓子の詰め合わせを、特産品の烏山和紙を活用した容器包装を施して販売するという計画です。

【栃木県を元気にするには】期間限定の宿泊設備や山あげ祭を多くの観光客が快適に鑑賞できる野外劇場などの施設を併設した全国でも例のない「道の駅」を開発することにより、那須烏山市を中心とする地域に、新しい産業と雇用の機会を創出します。本年お城下町でもあった市内に点在する菓子製造小売業の総力を結集して、地域を代表するよう新たなヒット商品を開発するきっかけを提供できればと考え、県立鳥山高校1年鳥山学研チームのメンバーと共に、試作品の開発に挑戦しました。

1. スイーツ詰め合わせの発想

那須烏山市内には、インターネットで検索しただけでも、和洋菓子を製造販売する業者が7件存在しています。「道の駅やすやすやま」が現実のものとなった場合、そこには、当然、これらの和洋菓子製造小売業者が個別に、あるいは共同で店舗を出店する可能性も十分ありうると考えました。

豊富なスイーツの店舗での品揃えは、道の駅利用客の性別や年齢と関係なく、集客の誘因となり、売上の増加に貢献することが期待できますが、練りきりやケーキのような生菓子の場合は、和洋菓子共に賞味期限が短く、道の駅の施設内での消費が主となり、土産物としての販売は向き不向きであると考えました。賞味期限がある程度長い、焼き菓子を主力商品とすると、以下の比較表にもあるように、販売単価は9.0円から11.3.0円程度であり、手軽な価格ではある反面、何らかの付加価値をつけて販売する必要があると考え、各業者が製造した製品を持ち寄り、詰め合わせ商品として販売してはどうか、という意見が採られました。

2. 試食テストの実施

那須烏山市内で製造販売されているスイーツ、正確には焼き菓子の詰め合わせの方法、あるいは商品の配列を考えるうえで、必要となる基本的な考え方や、基準となる指標を考察する目的で、実際に市内の焼き菓子の試食テストを実施しました。

写真：試食テストに際しての試食サンプル画像の撮影と試食サンプルの擺佈方法



市内で確認することができた5件の菓子製造小売業者の店頭で、「今の季節にお勧めの、日持ちのする焼き菓子」を2品購入し、試食して、「選好の順劣」、「嗜好の評価」、「食味の評価」の3点について、結果を数値化するよう調査票を作成しました。

試食テストの実施期間は5月、6月、7月、9月の4か月の間に4回、参加者は5人から19人、参加者の年齢は18歳から21歳までの男女学生が中心になっています。調査票の第1問「選好の順劣」では、1件の業者から購入してきた2品のサンプルのうち、どちらを最初に試食したかを記録しました。サンプルごとに最初に試食したという回答数をカウントして、試食テストに参加した人数に占める割合を%で表示しました。無回答があるために、1業者2品の合計が100%にならないケースもありませんが、これについては記入漏ればかりでなく、「好きなサンプルの方を後から食べたかった」という気持ちの現れも含まれていると判断することにしました。

第2問「嗜好の評価」は、試食したサンプルについて、美味しい(+2)、まあまあ(+1)、どちらともいえない

(0)、あまり美味しくない(-1)、美味しくない(-2)の5段階について回答数をカウントし、それらに()内のウェイトを乗じて点数化し、さらに試食テスト参加者数で除して、平均値で比較できるようにしました。第3問「食味の評価」では、試食したサンプルの美味しさを5段階で表した場合の回答数の点数を乗じて点数化し、この点数と第2問と同様に試食テスト参加者数で除して、平均値を比較しました。

3. 嗜好評価と食味評価の組み合わせによる商品配列の検討

試食票の裏面に当たっては、試食テストに使用した10品を各1個ずつ入れた10個入と各2個ずつ入れた20個入りの2種類を想定しており、これらの商品を一定のスペースにどのように配列していくかを検討する必要がありました。

選好順位は、サンプル7と8を比較した場合に1番最初に試食したとする回答に差が生じているだけで、その他のテストでは回答割合に大きな開きはありません。

美味しさが、美味しくない(1)から5段階評価である嗜好評価では、サンプル2の評価0.1に対するサンプル5の評価は1.8と、その差は1.8倍になります。

美味しさに関する5段階評価である食味評価の場合、サンプル4の2.7とサンプル5の4.2の差は、1.5倍になっています。

美味しさと感じるかどうかについては、個人的な嗜好の差が認められるが、美味しいの程度についての評価では、比較的结果とまとった結果となっている、ということになります。

商品の配列を検討するための基準としては、嗜好評価と食味評価を組み合わせて検討していくことにしました。

表-1 那須烏山市内菓子製造販売5業者10品目の選好順位・嗜好評価・食味評価比較表

No.	製造業者	商品名	価格	購入日	賞味期限	テスト参加者	Q1. 選好順位	Q2. 嗜好評価	Q3. 食味評価	
1	喫茶商店	人形焼(こしあか)	120	7月5日	7月11日	7月9日	19人	52.6	1.4	3.6
2	からんと製菓	かりんと製菓	90	7月5日	7月8日	7月9日	9人	44.4	0.3	2.8
3	からす物産	からす物産	110	6月17日	6月23日	6月18日	10人	40.0	0.1	2.9
4	元祖船中	山あげ	110	6月17日	6月23日	6月18日	10人	50.0	0.2	2.7
5	御菓子司	山の香	110	9月10日	9月17日	9月10日	10人	50.0	1.8	4.2
6	御菓子司	どらふた	110	9月10日	9月17日	9月10日	10人	50.0	1.2	3.7
7	8選	船屋中	130	5月20日	5月27日	5月21日	5人	60.0	1.0	3.8
8	黒島メイズル	黒島メイズル	130	9月10日	9月17日	9月10日	10人	20.0	0.6	3.0
9	洋菓子店	トモケイキ	130	9月10日	9月19日	9月10日	10人	50.0	0.8	3.5
10								40.0	1.2	3.5

Q1. 選好順位：特定のサンプルを最初に試食したとする回答数でテスト参加者数を除して算出し、%で表示。

Q2. 嗜好評価：試食サンプルの美味しさの程度を5段階(5〜1)で計算し、テスト参加者数で除して算出し、平均値で表示。

Q3. 食味評価：試食サンプルの美味しさの程度を5段階(5〜1)で計算し、テスト参加者数で除して算出し、平均値で表示。

注：この比較表はサンプル10品目の詰め合わせの配列や構成を考えるために必要な情報として適目的で作成したもので、個々の製品の優劣を評価しているものではありません。

4. 特産品烏山和紙を活用した包装容器の開発

今回の研究の第2の目的として、スイーツ詰め合わせの包装容器に、那須烏山市の特産品の一つである「烏山和紙」の活用を掲げました。烏山和紙は建保年間(1213年〜1218年)に、現在の市内向田にあたる地域に越前の国から奉書職が立で職人を招き那須奉書を創製したとされているように、そのルーツを鎌倉時代まで遡ることのできる伝統的な特産品です。(参考：合会社福田製紙所HP/烏山和紙の歴史)

スイーツ詰め合わせの、外装と内装には烏山和紙を活用します。外装と内装となる包装用紙のデザインについては、県立鳥山高校1年鳥山学研チームと内藤ゼミ生が、ワークショップを実施し、共同で制作作業を進めています。

内装には、サンプルとして試食した焼き菓子10品の解説と製造業者5社の歴史由来、店舗所在地、連絡先等を記載した「味のしお」も入れて、インターネットでの販売等を通じたリピーターの獲得を目指す計画です。さらに通常の紙製箱形の包装容器に加え、那須烏山市ならではの新しい包装容器の工夫も必要ではなにかという意見に込めて、烏山和紙を活用した新しい包装容器の開発も進める計画です。サンプル10品の中には、4.元祖船中、6. 山の香、8. 船中という、船の形をした皮で何種類かの船を包んだ、那須烏山市独特の和菓子があり、その種類は、サンプル1、2の製造業者による同様の製品を併せて4種類になります。これら4種類の船中という特産品を、那須川、山、船、[築漁]などの市内独自の地域資源と組み合わせ、魅力的な新しいスイーツ詰め合わせ商品の開発を検討します。

学生提案成果報告⑩

空き家活用による地域活性化

宇都宮共和国 山島ゼミ3年
波戸場現月 飯村浩明 須崎祐介 篠崎楓 狐塚玲奈
加藤詩菜 関口絢子 岡本悠平 牧野有沙 矢口奈央

【概要】 私たちは、空き家を除去すべき迷惑施設として捉えるのではなく、地域の活性化に活かす方策がないか検討した。このため、宇都宮市のみみじ通りや那須塩原市のSHOZO ストリートを現地調査し、どのように地域の活性化を図っているか調査した。更に、空き家を地域資源として活用している事例の調査を行い、地域の活性化のためには、地域イメージが大切であることを確認した。

【栃木を元気にするには】 空き家対策は地方だけでなく、都市部においても喫緊の課題である。空き家を地域の資源として活用することにより、空き家の多い地区を地域全体として元気にすることができる。また、空き家を使って地域の活性化を図っている事例を調査することで、栃木県内における新たな活用方法が見つかり、地域活性化に繋げることができる。

1. 空き家対策の現状

2018年の住宅土地統計調査では全国に846万戸の空き家が存在し、現在も増え続けている。空き家対策特別措置法が制定され、倒壊危機等の空き家に対する対応策がとられ始めているが、増え続ける空き家に対する有効な対策とはなっていない。その理由は、空き家は、地域に複数存在していることが多いにもかかわらず、一軒ずつの個別の除却対策であることが挙げられる。そこで私たちは、地域にある空き家を資源として考え、複数の空き家を活用することにより地域の活性化を図る方策を検討することとした。この場合、歴史的な意義等のある保存すべき古民家等は、建物の改修自体に意味があるが、こうしたものは多くないことから、私たちが検討対象とするのは、普通の住宅や店舗、事務所などどこにも存在している空き家であり、これらを活用して地域の活性化につなげているものである。

2. 宇都宮のみみじ通り

のみみじ通りは、東武宇都宮駅から300メートルほどの場所にある。建築家の塩田大成氏によって、空き家などにカフェ、総菜屋、美容室など様々な店が出店するようになり、マスコミにも大きく取り上げられるようになった。いくつかの店舗が地域にあることにより、人々が訪れ、回遊する姿を見ることができるようになった。



(もみじ図書館)

のみみじ通りは市街地の中心にあつて幹線道路に近いわりには静かである。建物の塩田大成氏によって、空き家も少ない。様々な店とともに、築50年のアパートをリノベーションした市民図書館がある。名前は「もみじ図書館」。テーブルやイスが置かれており、飲食も自由である。誰もが自由に利用できるフリーな居場所である。また、中にはキッチンがあり事前予約が必要だが貸し切りもできる。エアコンやWi-Fiも完備されている。「もみじ図書館」の存在は、地域の核になっている。のみみじ通りに住む地域の人にヒアリングすると、夜は静かで住みやすく子育てにも快適であるという声を聞くことができた。

また中の住宅地においても、人々が憩える場所を、空き家を活用しつつ少しずつ整備していくことにより、地域の魅力を高めていくことができる。

3. 那須塩原黒磯のSHOZO Street

JR黒磯駅(西口)から徒歩十数分の距離にあるアパートを改修してオープンした喫茶店「1988 Cafe SHOZO」がある。栃木県内だけでなく、遠方からも多くのファンが訪れる店である。このSHOZOの周辺には、徐々にカフェや雑貨店などができ(現在18店舗)、近年「裏那須」エリアとして注目を集めている。もとは家具店だったところには「Chus(チャウス)」という3階建ての、マルシェ、ダイニング、ゲストハウスの3つのコンセプトからなる複合施設があり、ここは地元の人も多く訪れる人気施設になっている。

那須塩原市では、「黒磯駅周辺」を舞台としたアートイベントを開催しており、黒磯駅周辺には、まちなか交流センター「くる」が整備され、更に駅前に新設の図書館の整備が進められており、自治体も黒磯駅周辺の活性化に力を入れている。アートイベントの際には、使用されていないスペース(空き家等)を活用して、アートの展示が行われていた。カフェや手作りの雑貨の店更に図書館など、全体的に良好なイメージが形成されており、この地域に残されている空き家を、こうしたイメージを強化できるように活用していけば更なる地域の活性化が期待できる。



(Cafe SHOZO)

4. 空き家活用の事例

- ◆ 兵庫県神戸市：空き家再生のプロジェクトが行われている。地元住民の協力のもと、空き家を活用した個性豊かな交流施設や飲食店などが次々に誕生し、今では観光スポットとなっている。11店舗が開店しており、飲食以外にもリラクゼーションサロンもあり多種多様である。
- ◆ 広島県尾道市：「NPO法人尾道の空き家再生プロジェクト」が中心となって、既に約100軒の空き家の再生に成功している。このプロジェクトでは、空き家を「建築」、「環境」、「コミュニティ」、「観光」、「アート」という5つの柱から捉え直し、空き家の再生を通じて尾道のまちづくりを行っている。
- ◆ 三重県伊勢市：地域資源である空き家を改修して美容院や、喫茶店、古本屋などに活用。NPO法人伊勢河崎まちづくり衆がコーディネート。上記で挙げた事例以外にも、全国各地で様々な空き家に対する対策が行われている。空き家を単に取り扱うのではなく、いづれの地域においても地域資源として活用することで地域の魅力を高めている。

5. 空き家を活用した地域活性化へ

空き家は現在進行形で増え続けており、空き家を減少させることは容易ではない。私たちは、そこで、空き家の存在を前提に、空き家を地域の資源として活用出来るようにすれば地域全体の活性化を図れるのではないかと考えた。宇都宮のみみじ通りが塩田大成氏によって今まで誰も目をつけなかった場所が活性化したように、地域全体を巻き込むことにより魅力向上が図れる。黒磯のSHOZO Street も同じである。Cafe SHOZOの存在と、アートプロジェクト等市役所の進めている施策が地域の全体的なイメージを醸成するのに役立っている。誰かが始めたことが誰かに影響を与えて、地域としてのイメージが作られ、そのイメージやコンセプトが継続することにより、地域の魅力が高まっていく。この場合、重要なことは、全体のイメージ、まちづくりのコンセプトが共有されていくことである。まちづくりは、長期的に進めていくことが大切で、地域に存在する空き家を徐々に改修し、活用を進めていくためには、核となる方向性が明確にされている必要がある。

学生提案成果報告⑪

オープンデータを用いたSDGsローカル指標可視化サイト「local-SDGs.com」の構築

宇都宮共和大学 シティライフ学部 高丸ゼミ
 河野弘暉 (かわのひろき)、猪瀬智也、荻野竜太、
 成田耕信、大柿周平、松本拓馬、河野遼風、
 五百部要、岡野レイリ、大吉栄行、三上和龍、
 山口絵都、半田菜月、新田勇斗、奈良あさひ

【概要】持続可能な開発目標 (SDGs) に示された17のゴール、169のターゲットに基づいて、地方自治体が持続可能で豊かなまちづくりを実現するために、169のターゲットに対するローカル指標を可視化し、定量的な評価をする必要がある。本発表では、自治体が公開しているオープンデータを利用して、私たちが構築しているSDGsローカル指標可視化サイト「local-SDGs.com」について報告する。

【楠木を元気にするには】宇都宮市が「SDGs未来都市」に選定されるなど、県内の自治体においてもSDGsの取り組みが盛んになりつつある。SDGsの理念に沿ったまちづくりは経済・社会・環境における新たな価値を創出するといわれている。データに基づいてSDGsの現状を総合的に可視化することで、定量的かつ客観的な形で、持続可能なまちづくりに貢献することができると考える。

1. はじめに

現在、地方自治体がSDGsの達成に向けた取り組み (自治体SDGs) が盛んになってきている。持続可能なまちづくりのための中長期的な計画や施策をSDGsの枠組みで捉えることで、地方創成を試みる取り組みである。内閣府は優れた取り組みを提案している自治体を「SDGs未来都市」として選定している。栃木県では宇都宮市が2018年にこの「SDGs未来都市」に選定された。宇都宮市が公開している「宇都宮市SDGs未来都市計画」では、優先的に取り組むテーマについて、下図のように数値データに基づいて具体的な目標を定めている。

ゴール、ターゲット番号	KPI
4.3 指標: 学習活動をしている市民の割合	2022年: 43.2%
4.7 現在: 2016年 38.4%	
17.17 指標: 「まちづくり活動に参加している」市民の割合	2022年: 25%
	現在: —

図1: 宇都宮市が掲げるSDGs目標の例 (「宇都宮市SDGs未来都市計画」より引用)

先進的な取り組みをしている宇都宮市においても、一部のターゲットに対する数値目標を定めているだけで、すべてのターゲットに対する現状や目標を網羅的に検討しているわけではない。SDGsに資する種々の目標を定める前提として、すべてのターゲットについて自治体の現状を定量的に評価することは重要である。しかし現在のところ、これを具体的に実施している自治体はない。本研究では、地方自治体におけるSDGsの現状を、オープンデータを用いて総合的に可視化することを検討する。これは自治体SDGsにおける新規性の高い取り組みであるといえる。

内閣府自治体SDGs推進評価・調査検討会が公開している「地方創生SDGsローカル指標リスト(案)」には、自治体SDGs向けのインジケータ (ローカルインジケータ) の案が提示されている。私たちはこれを参考にしながら、宇都宮市が公開しているオープンデータの中から、各ターゲットの状況を評価できるデータを探し、すべて整理した。また、オープンデータ以外でも、各

ターゲットの状況を測りうる数値データが公開されていないかを情報検索を用いて探索した。調査の結果、169のターゲットの内、オープンデータから現状を明らかにできるものは26個、オープンデータ以外で利用可能なデータは13個見つかった。ターゲットの中には海洋問題など宇都宮市に当てはまらない内容のため、データ自体が存在しないケースもあると考えられるが、それを考慮しても現在の公開状況は不十分であるといえる。

2. 情報公開ウェブサイトの構築

宇都宮市における自治体SDGsの現状を明らかにするために、収集したオープンデータ等の在処やオープンデータに基づいたグラフ (可視化資料) を公開するサイトを構築することとした。レンタルWebサーバを契約し、ドメイン名として「local-sdgs.com」を取得した。CMSとしてWordPress 5.2.3をインストールしウェブサイトを運用する。サイトの構成は下図のとおりである。

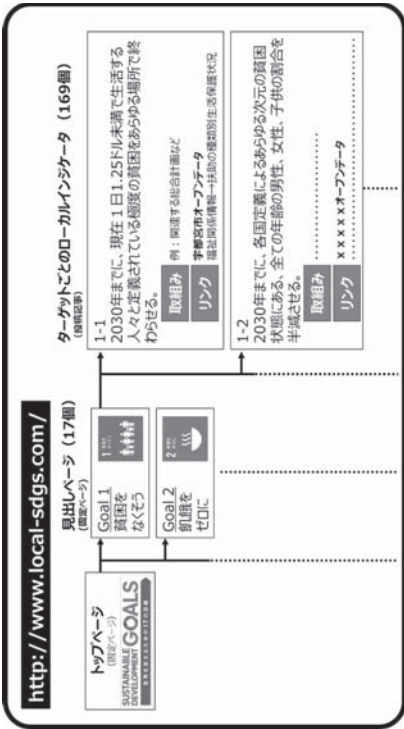


図2 local-SDGs.comのサイト構成図

「local-SDGs.com」では、トップページおよび17のゴールの見出しページを固定ページで作成し、17のゴールの下にある169のターゲットごとに投稿 (記事) を作成する。このターゲットごとの投稿に、自治体における施策や評価指標 (ローカルインジケータ) となるオープンデータへのリンク、オープンデータから作成したグラフなどを追加する。

3. まとめ

本研究では、自治体SDGsの現状を総合的に可視化するウェブサイトを構築し、その一部を実際に構築した。調査の結果、SDGsのターゲットを示す指標となるデータが十分に公開されていない現状が明らかとなった。今後、SDGsの現状把握にどのようなデータが必要であるかを明らかにしていきたい。また自治体には、SDGsに関連するデータを幅広くオープンデータとして公開することを求めている。自治体が公開するデータに基づいて、私たちが構築するサイトを通じて、市民にSDGsへの取り組みに関心を持ってもらい、持続可能な地域づくりに貢献していきたい。

【参考文献・ウェブサイト】

- 白田史編(2019)『SDGsの実践 自治体・地域活性化編』事業構想大学院大学出版部
- 地方創生SDGsローカル指標リスト2019年4月改訂版 (PDF形式: 1.552KB)
<https://www.kantei.go.jp/singou/taisaku/kankyo/kaigi/t300wg/t/shiryoo1.pdf>
- 宇都宮市SDGs未来都市計画 (PDF 2.1MB)
https://www.city.utsunomiya Tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_001/018/743/2019mairaitoshikakaku.pdf

学生提案成果報告⑫

性格診断を用いた新しい観光ガイド作成の取り組み

宇都宮共和国(シテライフ学部・小浜ゼミ) 2年
杉山梨緒(すきやまお)・齋藤 雅(さいとうみやび)

【概要】性格と旅行好きの程度や旅行の目的などについて検討することで、新たな視点に基づく観光案内を開発可能であると考え、試験的に調査分析を行った。分析の結果、社交的な性格や協調的な性格であるほど旅行好きであることが明らかになった。また、これらの性格は旅行実現のための手段(金銭や交通)の不足によって旅行を断念しやすいことが示唆された。

【栃木を元気にするには】栃木をよく知らない観光客に対しても効果的な観光を行うため、各名所・名産が持つ特徴に依存しない観光案内が必要であると考えられる。その際、人間には性格による一定の傾向性が存在することから、性格に基づいた観光案内ツールを開発することで、これまで開拓されてこなかった層を栃木に誘致可能になることが期待される。

【1. 緒言】本テーマは、人間の持つ基本的な性格と旅行の目的や栃木の地域資源との関連を検討することにより、将来的に性格診断に基づく観光案内を実現させることを試みるものである。

Eysenckの性格理論によると、性格は脳皮質の覚醒水準といった脳の気質的特徴に影響を受ける。こうした気質的特徴と嗜好品との関連が検討されており、内向的な人間は喫煙量が多いことが示されている。これは、内向的な性格が強い者は覚醒水準が高い、すなわちときどき、ビクビクした状態になりやすいことから、ニコチンの薬理作用によるリラクゼーションを図っていると解釈される。

こうした覚醒水準やリラクゼーションに関する観点は、薬理作用が期待される嗜好品だけでなく、観光資源にも適用可能であると考えられる。例えば、東京デザインランドのエレクトロカルナバルと日光東照宮では、同じ旅行でも感じられる刺激が異なり、それゆえそれぞれの観光地に対して期待する内容が異なると予想される。

そこで、本研究では Eysenck の性格検査と同様に基本的性格を診断可能な5因子性格検査(表1参照)を用い、性格と1)旅行を好きか否か、2)行きたい・食べたい・栃木県の観光資源、3)旅行に行く際の目的、4)旅行に行きたくない場合の理由との関連について検討を行った。

【2. 方法】上記に挙げられた2)~4)について、自由連想法に基づいて項目を作成した。5因子性格検査には短縮版を用いた。旅行好きか否かは、「1. とても好き」「2. やや好き」「3. あまり好きでない」「4. まったく好きでない」の4つの選択肢から回答するよう求めた。

調査は、2019年7月下旬から9月上旬にかけて実施され、発表者の知己および発表者の指導教員が受け持つ授業科目の受講生を対象に配布・回収された。全90名の回答を得た(男性28名、女性61名、無回答1名)。

【3. 結果】90名のうち、「1. とても好き」32名(35.6%)、「2. やや好き」50名(55.6%)、「3. あまり好きでない」6名(6.7%)、「4. まったく好きでない」2名(2.2%)であった。5因子性格検査と旅行好きの程度との関連についてはピアソンの積率相関係数によって検討したところ(表1)、旅行好きの程度と Extraversion($r=-.40, p<001$)および Agreeableness($r=-.37, p<001$)において有意な負の相関が得られた。それぞれの性格の得点が高くなるほど旅行好きの程度が強まる傾向が見られた。

続いて、旅行好きの程度と性格および旅行の目的について全体的な関連を検討するため、主成分分析を实

施した。主成分分析は相関係数の情報を圧縮することで、多くの変数間の関連を簡易的に表現可能な方法である。分析にあたり、回答者の割合が非常に少なかった「3. あまり好きでない」と「4. まったく好きでない」を統合して「好きでない」とリコードした。2)~4)それぞれに関する分析のうち、性格との関連が解釈可能な4)旅行に行きたくない場合の理由についてプロットした分析結果を図1に示す。

表1 5因子性格検査の測定概要と旅行好きとの積率相関係数

5因子	性格概要	r
Openness	新しい知識や経験に対して心を開ける性格	-.21
Conscientiousness	勤勉で計画的にふるまうことのできる性格	-.15
Extraversion	興味や関心が外界に向けられ、行動的で社交的な性格	-.37
Agreeableness	他者と協調的に行動できる性格	-.40
Neuroticism	不安や落ち込みといった否定的感情を感じやすい性格	.03

【考察】基礎集計から、旅行が嫌いな者は少なく、効果的な観光案内が実現されることによります。多くの観光客を栃木県に誘致することが可能であると考えられる。性格と旅行好きの程度との関連について検討したところ、社交的な性格や協調的な性格は旅行好きとの関連が示唆された。また、これらの性格は移動手段や金銭の不足によって旅行を断念しやすいことが示唆された。したがって、観光地の魅力をアピールするだけでなく、旅行を実現させるためのサポートが重要であると考えられる。一方で、Opennessが高い者は旅行に行きたくない場合の理由とは関連せず、旅行が「とても好き」である可能性が高いと解釈された。したがって、新しいもの好きな性格の者には認知度の向上が重要になると考えられる。このよびな結果は、観光における新たなセグメント開拓に性格が一定の寄与を及ぼすことを示唆していると考えられる。

本研究は、性格と観光案内という概念的に大きく離れた2つの要素を結びつける研究の予備的段階であり、本研究の結果から即座に観光案内ツールを開発することにはつながらない。今後は、2点に関する追加検討が必要であると考えられる。

第一に、幅広い層に対する多量のデータの確保と、正確な分析結果の導出が必要とされる。本研究では大生を中心として90名という少数のサンプルからデータ分析を行ったが、こうした偏った少数サンプルから一般的な結論を導くことは困難である。今後は、より正確な標本抽出に基づいたデータ分析を行い、本研究の結果に対する追加検証が必要である。第二に、インターネット上の簡易診断・フィードバックツールの開発が必要である。1)5因子性格検査の実施、2)診断結果の表示、3)おすすめ観光資源の提示、4)診断結果から推奨される具体的な観光案内、を順に表示させるツールが必要となる。

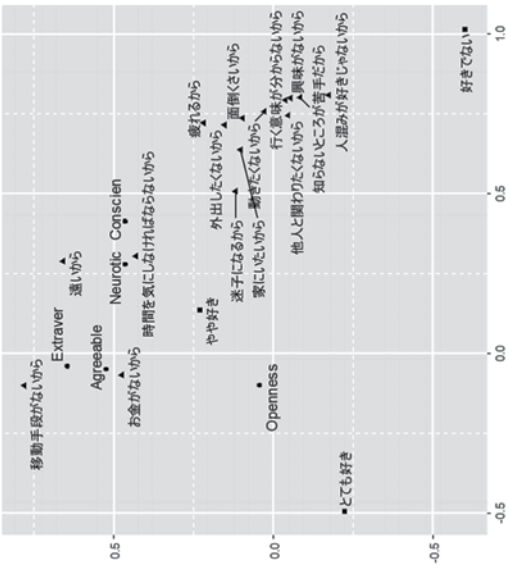


図1 旅行に行きたくない場合の理由と性格と旅行好きの程度

宇都宮共和大学都市経済研究センターの主な活動報告

2019年度における都市経済研究センターの主な活動を報告します。

1 運営体制

センター長	古池 弘隆特任教授
副センター長	吉田 肇教授
運営委員長	吉田 肇教授
運営委員	内藤 英二教授, 高丸 圭一教授, 大石 和博准教授, 西山 弘泰専任講師, 渡邊 瑛季専任講師

2 シンポジウム・講演会の開催

(1) シティライフ学シンポジウム

テーマ 「SDGs 未来都市・うつのみや」～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～

開催日 2019年7月2日(木)

会場 宇都宮共和大学 宇都宮シティキャンパス

内容

○講演1 「SDGs 未来都市 横浜のまちづくり」

横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授

・ヨコハマSDGsデザインセンター長 信時 正人氏

○講演2 「中心市街地と里山・水辺におけるSDGsのまちづくり」

株式会社竹中工務店 設計本部アドバンストデザイン部ランドスケープグループ長

向山 雅之氏

○パネルディスカッション

「SDGs 未来都市・うつのみや」～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～

・パネリスト

宇都宮市総合政策部政策審議室室長

神永 正之氏

株式会社岡田建築設計事務所専務取締役

(元)宇都宮市都市計画審議会委員

岡田 豊子氏

東京ガス株式会社宇都宮支社長

吉田 範行氏

横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授

信時 正人氏

株式会社竹中工務店設計本部アドバンストデザイン部ランドスケープグループ長

向山 雅之氏

・コーディネーター 本学シティライフ学部長・教授

山島 哲夫

参加者 170名

- 共催 宇都宮市創造都市研究センター， 大学コンソーシアムとちぎ， 宇都宮共和大学子育て支援研究センター
- 後援 栃木県， 宇都宮市， 栃木県まちなか元気会議， 栃木県経済同友会， 宇都宮商工会議所， 宇都宮まちづくり推進機構， 宇都宮観光コンベンション協会， 栃木県宅地建物取引業協会， 下野新聞社， とちぎテレビ， 栃木放送， エフエム栃木

(2) 「とちぎの新インバウンド戦略 — 地域資源でおもてなし」シンポジウム

テーマ 「とちぎの新インバウンド戦略 — 地域資源でおもてなし」

開催日 2019年12月18日(火)

会場 宇都宮共和大学 宇都宮シティキャンパス

内容

○基調講演〔外国人から見たとちぎの魅力とインフラ整備とは〕

- | | |
|----------------------|--------|
| 元社団法人日本ホテル協会会長 | 中村 裕氏 |
| ザ・リッツ・カールトン日光 総支配人 | 細谷 真規氏 |
| 株式会社大田原ツーリズム 代表取締役社長 | 藤井 大介氏 |

○パネルディスカッション「地域資源を磨いておもてなしするために」

・パネリスト

- | | |
|--------------------------|---------|
| 栃木県副知事 | 岡本 誠司氏 |
| オトワレストラン・オーナーシェフ | 音羽 和紀氏 |
| ジャパン・ワールド・リンク(株) 代表取締役 | 宮地アングス氏 |
| 元社団法人日本ホテル協会会長 | 中村 裕氏 |
| ザ・リッツ・カールトン日光 総支配人 | 細谷 真規氏 |
| 株式会社大田原ツーリズム 代表取締役社長 | 藤井 大介氏 |
| ・司会 宇都宮まちづくり推進機構理事長・本学学長 | 須賀 英之 |

参加者 200名

共催 宇都宮市創造都市研究センター， 大学コンソーシアムとちぎ

後援 栃木県， 宇都宮市， 栃木県まちなか元気会議， 栃木県経済同友会， 宇都宮商工会議所， 宇都宮観光コンベンション協会， 栃木県宅地建物取引業協会， 下野新聞社， とちぎテレビ， 栃木放送， エフエム栃木

3 那須塩原市民大学

- (1) 令和元年度那須塩原市民大学地域いきいき学部「何だろくに答える， やさしい入門講座」
(宇都宮共和大学連携講座)

【前期第1回】

テーマ 健康なまちって何だろう ～いきいき健康まちづくり～

開催日 2019年6月6日(木)
会場 宇都宮共和大学那須キャンパス
講師 シティライフ学部 古池 弘隆特任教授
参加者 30名

【前期第2回】

テーマ 安全・安心なまちって何だろう ～食の安全・安心な暮らしを求めて～
開催日 2019年6月13日(木)
会場 宇都宮共和大学那須キャンパス
講師 シティライフ学部 内藤 英二教授
参加者 15名

【後期第1回】

テーマ ワークショップ 子育てについて語り合おう
「あなたならどうする, こんなとき, あんなとき」
開催日 2019年9月19日(水)
会場 宇都宮共和大学那須キャンパス
講師 子ども生活学部 田淵 光与教授
参加者 16名

【後期第2回】

テーマ 未来を支える乳幼児期からの子どもの育ちと豊かな子育て
開催日 2019年9月26日(水)
会場 宇都宮共和大学那須キャンパス
講師 子ども生活学部 土沢 薫准教授
参加者 18名

(2) 那須塩原市民大学運営委員会

那須塩原市が設置した「令和元年度那須塩原市民大学運営委員会」において, 吉田肇教授が運営委員長を, 子ども生活学部長河田隆教授が運営委員を務めました。

4 とちぎ子どもの未来創造大学

主催者 栃木県教育委員会事務局生涯学習課
実施機関 宇都宮共和大学都市経済研究センター
テーマ 新しい路面電車(LRT)をつくってみよう
開催日 2019年8月9日(金)

会場 宇都宮共和大学宇都宮シティキャンパス
講師 シティライフ学部 古池 弘隆特任教授, 内藤英二教授
参加者 18組 35名 (小学校4～6年生とその保護者)

5 講師派遣制度

(1) 第1回講師派遣

主催者 京都府中丹広域振興局
開催日 2019年7月8日(月)
テーマ及び派遣講師 「心理学者がUターン促進のためにお伝えしたいこと」
シティライフ学部 小浜 駿専任講師
参加者 100名

(2) 第2回講師派遣

主催者 福岡市建築協定地区連絡協議会
開催日 2019年8月31日(土)
テーマ及び派遣講師 「地方都市における空き家問題と対策
～空き家に対する産・官・民による取り組みの事例～」
シティライフ学部 西山 弘泰専任講師
参加者 60名

(3) 第3回講師派遣

主催者 みやシニア活動センター (宇都宮市保健福祉部高齢福祉課)
開催日 2019年11月5日(火)
会場 宇都宮市総合福祉センター9階 9A会議室
テーマ及び派遣講師 「シニア世代の地域デビュー講座 第2回
「地域で活動したくなるこれからの交通まちづくり ～クルマ依存社
会から人が中心となる社会へ～」,
シティライフ学部 古池弘隆特任教授
参加者 20名

(4) 第4回講師派遣

主催者 西方商工会
開催日 2020年2月13日(木)
会場 西方商工会館
テーマ及び派遣講師 新春講演会「経済学の考え方 ～日常生活を考えるヒント～」,
シティライフ学部 大石和博准教授

参加者 20名

6 共同研究

(1) 件名 「城山地区の地域・観光振興に関する研究」

(2) 研究班の構成

- ・研究代表者 吉田 肇 (宇都宮共和大学教授)
- ・共同研究員 西山弘泰 (宇都宮共和大学大学専任講師)
- 〃 渡邊瑛季 (宇都宮共和大学大学専任講師)
- 〃 吉野清史 (宇都宮市城山地区市民センター副所長・宇都宮共和大学客員研究員)

(3) 研究期間 2019年4月～2020年3月

(4) 研究成果 本誌研究ノートに記載。

7 宇都宮市創造都市研究センター

宇都宮市創造都市研究センターは、宇都宮市内の私立4大学（宇都宮共和大学、作新学院大学、文星芸術大学、帝京大学宇都宮キャンパス）と自治体・産業界等が連携し、宇都宮都市圏の創造都市による発展を目指し、2017年10月に設立されたプラットフォームです（センター長：宇都宮共和大学長 須賀英之）。本事業は、文部科学省の「私立大学総合改革支援事業（タイプ3関連事業）」に選定されています。

(1) 第3回「創造都市 宇都宮都市圏」を考えるシンポジウム

主催者 宇都宮市創造都市研究センター

開催日 2019年6月7日（金）

会場 宇都宮共和大学宇都宮シティキャンパス

テーマ 産官学連携による創造都市を目指した“特色ある地域づくり”

参加者 50名

(2) 宇都宮市創造都市研究センター共催シンポジウム「SDGs 未来都市・うつのみや」

主催者 宇都宮共和大学都市経済研究センター

(宇都宮市創造都市研究センターと大学コンソーシアムとちぎが共催)

開催日 2019年7月2日（木）

会場 宇都宮共和大学宇都宮シティキャンパス

テーマ 「SDGs 未来都市・うつのみや」～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～

内容 宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウム（本誌特集1）

参加者 170名

(3) 宇都宮市創造都市研究センター共催シンポジウム「とちぎの新インバウンド戦略 ― 地域

資源でおもてなし」

主催者 宇都宮共和大学都市経済研究センター
(宇都宮市創造都市研究センターと大学コンソーシアムとちぎが共催)
開催日 2019年12月18日(水)
会場 宇都宮共和大学宇都宮シティキャンパス
テーマ 「とちぎの新インバウンド戦略 ― 地域資源でおもてなし」
内容 宇都宮共和大学シティライフ学シンポジウム(本誌特集2)
参加者 200名

(4) 2019年度創造都市フォーラム

主催者 宇都宮市創造都市研究センター, 後援: 宇都宮市教育委員会
開催日 2020年2月15日(土)
テーマ 「キャンパス体験ツアー いってこ〜 ― 地域の大学に進学しようー」
内容 4大学のキャンパスをツアー形式で見学・体験・感想発表, 交流会
参加者 中学生, 高校生, 大学生など30名

8 とちぎ観光資源活用研究会

とちぎ観光資源活用研究会は、産学官連携サテライト・オフィスが観光問題に関心を持つ栃木県内の大学等の研究者をコーディネートすることによって、2005年6月に組織されました。異分野の多種多様な人材を連携・融合して、単なるアカデミックな研究だけではなく、研究成果が政策に活かされる提言を目指しています。大学・高専の教員、シンクタンク等に勤務する研究員などを会員とし、2018年度から本学都市経済研究センターの内藤英二教授が世話人を務めています。

(1) 第74回とちぎ観光資源活用研究会

開催日 2019年4月26日(金)
会場 宇都宮シティキャンパス 教育厚生棟2階
講師 まちの駅ネットワークとちぎ代表 吉田恵子氏
テーマ 「宇都宮から発進する「まちの駅」国際化の動き」
参加者 20名

(2) 第75回とちぎ観光資源活用研究会

開催日 2019年6月28日(金)
会場 宇都宮シティキャンパス 教育厚生棟2階
講師 東京大学大学院工学系研究科都市工学専攻博士1年 三浦魁斗氏
テーマ 「地場産材「大谷石」を活用した観光のあり方に関する一考察」

参加者 17名

(3) 第76回とちぎ観光資源活用研究会

開催日 2019年12月27日(金)

会場 宇都宮シティキャンパス 教育厚生棟2階

講師 日本経済新聞社宇都宮支局 松本 萌氏

テーマ 「栃木県の観光資源としての産業施設・産業遺産」

参加者 10名

9 地域産学官連携活動

大学コンソーシアムとちぎ、とちぎ産業振興ネットワーク推進会議(事務局:栃木県産業振興センター)、うつのみや次世代産業イノベーション推進会議(事務局:宇都宮市産業政策課)等、地域産学官連携事業の対外窓口業務を展開しました。

また、「プラチナ社会研究会」(株式会社三菱総合研究所主宰。企業、自治体、大学、研究団体等172組織、全会員数497組織=2020年1月15日現在、<http://platinum.mri.co.jp/>)に賛助会員として参加し、次世代の社会モデル等に関する情報収集・交換を行いました。

10 出版物

「宇都宮共和大学都市経済研究センター年報2020第20号」2020年5月発行

専任教員の社会貢献活動の記録（シティライフ学部）2020年度

（2020年5月時点確認）

職名	教員氏名	委嘱の内容		
		名称	職位	設置者
学長	須賀 英之	[各種審議会・委員会委員等]		
		栃木県私立学校審議会	委員	栃木県経営管理部
		栃木県公立高等学校協議会	委員	栃木県経営管理部
		栃木県文化振興審議会	会長	栃木県県民生活部
		栃木県文化功労者選考委員会	委員長	栃木県県民生活部
		栃木県私立中学高等学校連合会	副会長	
		とちぎの元気な森づくり県民会議	会長	栃木県環境森林部
		栃木県信用保証協会外部評価委員会	委員長	栃木県信用保証協会
		うつのみや産業振興協議会	会長	宇都宮市経済部
		那須塩原市社会教育委員	委員	那須塩原市教育委員会
		宇都宮大学経営協議会・学長選考会議	委員	宇都宮大学
		[団体兼職]		
		栃木県交響楽団	会長	
		栃木県楽友協会	会長	
		栃木県オペラ協会	理事	
		栃木県文化協会	常任理事	
		うつのみや文化創造財団	理事	
		宇都宮まちづくり推進機構	理事長	
		「よみがえれ！宇都宮城」市民の会	会長	
		宇都宮市中心市街地活性化協議会	会長	宇都宮市総合政策部

職名	教員氏名	委嘱の内容		
		名称	職位	設置者
教授	古池 弘隆	宇都宮国道事務所総合評価審査分科会	会長	国土交通省
		国土交通省都市局企画競争有識者委員会	委員長	国土交通省
		F I T構想推進協議会	委員	福島県・茨城県・栃木県
		栃木県貨物自動車運送適正化事業実施機関評議委員会	委員長	栃木県トラック協会
		公益財団法人とちぎ建設技術センター	評議員	(公財)とちぎ建設技術センター
		栃木県駐車監視民間委託総合評価委員会	委員	栃木県警察本部
		宇都宮市交通安全審議会	会長	宇都宮市
		宇都宮市ブランド推進協議会	会長	宇都宮市
		宇都宮市自転車のまち推進協議会	会長	宇都宮市
		宇都宮市公共工事総合評価専門委員会	委員長	宇都宮市
		宇都宮駅東地区整備事業者選定委員会	委員長	宇都宮市
		芳賀・宇都宮LRT停留所名称検討委員会	委員長	宇都宮市
		一般社団法人県央まちづくり協議会	代表理事	
土木学会エネルギー委員会	委員	土木学会		
教授	田部井信芳	栃木県行政改革推進委員会	委員	栃木県行政改革推進室
教授	寺内 孝夫	那須塩原市立小中学校等通学区審議会	会長	那須塩原市教育委員会
教授	内藤 英二	宇都宮市もったいない運動市民会議	委員	宇都宮市環境部環境政策課
		那須塩原市民大学運営委員会	委員	那須塩原市教育委員会
教授	和田佐英子	公益財団法人下野奨学会	評議員	下野新聞社
		那珂川・久慈川河川整備計画有識者会議	委員	国土交通省関東地方整備局
		総務省関東管区行政評価局栃木行政監視行政相談センター行政懇談会	委員	総務省関東管区行政評価局
		栃木地方最低賃金審議会	公益委員	厚生労働省栃木労働局
		栃木県コミュニティ協会研究推進委員会	委員	栃木県コミュニティ協会
		栃木県国土利用計画審議会	委員	栃木県総合政策部
		栃木県教育委員会生涯学習審議会	委員	栃木県教育委員会生涯学習課
		宇都宮市市政研究センター企画アドバイザー	アドバイザー	宇都宮市総合政策部
専任講師	笹川 陽子	那須塩原市男女共同参画審議会	委員	那須塩原市企画部市民協働推進課
専任講師	西山 弘泰	宇都宮市創造都市研究センター運営委員会	委員	宇都宮市創造都市研究センター
		日本地理学会総務専門委員会	委員	日本地理学会
		歴史と光のフュージョンプロジェクト実行委員会	委員	うつのみやイルミネーション実行委員会
		NPO法人大谷石研究会	理事	NPO法人大谷石研究会
専任講師	渡邊 瑛季	とちぎ産業振興ネットワーク推進会議	委員	(公財)栃木県産業振興センター
		うつのみや次世代産業イノベーション会議	委員	宇都宮市経済部産業政策課
		産学官連携サテライトオフィス事業委員会	委員	大学コンソーシアムとちぎ
		第17回「学生&企業研究発表会」実行委員会	委員	大学コンソーシアムとちぎ
		宇都宮市創造都市研究センター運営委員会	委員	宇都宮市創造都市研究センター
		日本地理学会財務専門委員会	委員	日本地理学会

編集後記

新年号のスタートと合わせて、昨年より5月刊行とし、サイズもB5判からA4判へと大型化しましたが、今年より誌名を『宇都宮共和大学都市経済研究センター年報』とし、内容もまちづくり活動や産官学連携分野により特化したものにリニューアルしました。

本号の巻頭の特集1では、2019年7月に宇都宮シティキャンパスで開催されたシティライフ学シンポジウム「SDGs未来都市・うつのみや」の様相を収録しました。横浜国立大学都市イノベーション学府・研究院客員教授 信時正人氏、株式会社竹中工務店アドバンスデザイン部ランドスケープグループ長 向山雅之氏にお越しいただき、ご講演をいただいたうえで、宇都宮市政策審議室室長 神永正之氏、株式会社岡田建築設計事務所専務取締役 岡田豊子氏、東京ガス株式会社宇都宮支社長 吉田範行氏の3氏を交えて、「『SDGs未来都市・うつのみや』～持続可能な宇都宮都市圏を目指して～」と題したパネルディスカッションを行いました。「SDGs」とまちづくりを考えるという、時宜を得たテーマを採り上げることができました。

特集2では、2019年12月に宇都宮シティキャンパスで開催された「とちぎの新インバウンド戦略 — 地域資源でおもてなし」シンポジウムの様相を収録しました。基調講演では、「外国人から見たとちぎの魅力とインフラ整備とは」について、元社団法人日本ホテル協会会長 中村裕氏、ザ・リッツ・カールトン日光総支配人 細谷真規氏、株式会社大田原ツーリズム代表取締役社長 藤井大介氏に、それぞれのご専門分野からお話を頂きました。基調講演者に、栃木県副知事 岡本誠司氏、オトワレストラン・オーナーシェフ 音羽和紀氏、ジャパン・ワールド・リンク株式会社代表取締役 宮地アングス氏の3氏を加えたパネルディスカッションでは、「地域資源を磨いておもてなしするために」についてのパネルディスカッションを行い、地域資源を活用したインバウンド戦略の新たな方向性について考えることができました。

このほか、都市の生活・経済・まちづくりを学ぶシティライフ学部にあふさわしい、地域の研究活動について、「研究ノート」7編が寄せられました。お忙しいなか、玉稿をお寄せいただいた皆さま方に厚く御礼申し上げます。

また、2019年度は、シティライフ学部学生による活動報告やまちづくり提案が研究発表会で各賞を受賞するとともに、宇都宮市長と意見交換する機会を得るなど大きな成果が得られた一年でもありました。年報のうち、「学生提案成果報告」では、本学学生からのまちづくり提案等を多数掲載しましたので、ぜひご一読ください。

これからも、宇都宮共和大学都市経済研究センターは、「市民社会に開かれた大学」の一翼を担うため、都市の生活科学（シティライフ）を学際的・実証的に調査研究するとともに、まちづくり、市民公開講座、講演会、セミナー、NPOとの連携など多様な活動により、地域社会や都市の発展に貢献することを目指して活動していきたいと考えております。今後とも、ご指導・ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

(都市経済研究センター運営委員長 (2019年度) 吉田 肇)

都市経済研究センター年報・第20号

発行日	2020年5月31日
編集・発行	宇都宮共和大学都市経済研究センター 〒320-0811 栃木県宇都宮市大通り1丁目3番18号 TEL 028-650-6611 FAX 028-650-6612 E-mail rcenter@kyowa-u.ac.jp Website http://www.kyowa-u.ac.jp
印刷	株松井ピ・テ・オ・印刷 〒321-0904 栃木県宇都宮市陽東5丁目9番21号
定価	1,000円（消費税込み）

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



画像出所 国際連合広報センター (SDGsロゴの使用ガイドライン)