

特集 シンポジウム

「栃木県におけるMICE未来都市の創造戦略  
—産官学民によるDMOの具体的な運営を考える—」

宇都宮共和国  
大学

# 都市経済研究センター 21 年報

第21号  
May. 2021

都市経済研究センター

香貫山公園からの沼津市街地 (撮影 渡邊瑛季)

## 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

シンポジウム (2021年2月9日)

テーマ：「栃木県におけるMICE未来都市の創造戦略」

—産官学民によるDMOの具体的な運営を考える— 1

■研究ノート

- |  |       |     |
|--|-------|-----|
| ① 「「まちなかクールシェア・コンサート with コロナ」の開催について」   |       |     |
| 宇都宮共和大学教授                                | 内藤 英二 | 54  |
| ② 「次世代型まち歩きシステム“シティックエスト in 宇都宮”の開発」     |       |     |
| 宇都宮共和大学専任講師                              | 西山 弘泰 | 67  |
| ③ 「大谷地区そして大谷石文化の発展を考える～伊豆石に関する視察を通して～」   |       |     |
| 宇都宮共和大学専任講師                              | 西山 弘泰 | 96  |
| ④ 「農家による地域との連携活動の意義—都市農村交流の視点から—」        |       |     |
| 宇都宮共和大学専任講師                              | 渡邊 瑛季 | 110 |
| ⑤ 「多気地域の観光資源分析による地域振興の可能性に関する考察」         |       |     |
| 宇都宮共和大学客員研究員                             | 吉野 清史 | 123 |
| ⑥ 「大谷石の再利用からみえてきた地場産材の建造物による景観へのまなざしの転換」 |       |     |
| 宇都宮共和大学客員研究員                             | 三浦 魁斗 | 135 |

■学生提案成果報告

- |                                      |         |     |
|--------------------------------------|---------|-----|
| ○ 宇都宮市主催「大学生によるまちづくり提案2020」での研究発表    |         |     |
| ① 「あつまれ～みやのまち～」                      | 和田ゼミ2年  | 147 |
| ② 「サイクリングで宇都宮に想いを馳せる～映画を活用したまちづくり～」  |         |     |
|                                      | 田部井ゼミ3年 | 150 |
| ③ 「FAN×FUN OHYA ～グリーンツーリズムで大谷にファンを～」 |         |     |
|                                      | 渡邊ゼミ2年  | 154 |
| ④ 「若者が楽しめる「シティックエスト」                 |         |     |
| ～with&afterコロナ時代のまちあるき～              |         |     |
|                                      | 西山ゼミ3年  | 159 |
| ⑤ 「仮想空間うつのみやを擬似散歩して情報をゲットしよう」        |         |     |
|                                      | 高丸ゼミ    | 165 |

○ 「2020年度大学コンソーシアムとちぎ 研究発表要旨集」での研究発表		
⑥ 「映画を通じたまちづくり——映画館「ヒカリ座」を例に」	吉良ゼミ	169
⑦ 「栃木市を四季で感じよう～まだまだ知らない栃木市の魅力～」	今ゼミ3年	170
⑧ 「大谷景観復活プロジェクト—夜の太谷を活かした活性化の取り組み—」	西山ゼミ2年	172
⑨ 「FAN×FUN OHYA ～グリーンツーリズムで大谷にファンを～」	渡邊ゼミ2年	174
<b>■シティライフ学部各種学生顕彰</b>		175
<b>■下野新聞リレーコラム掲載</b>		176
<b>■宇都宮共和大学都市経済研究センターの主な活動報告</b>		178
<b>■専任教員の社会貢献活動一覧</b>		181
<b>■本学教員による執筆記事</b>		182
<b>■編集後記</b>		186

特集 シンポジウム (2021年2月9日)

テーマ：「栃木県におけるMICE未来都市の創造戦略」  
—産官学民によるDMOの具体的な運営を考える—



…… 要 綱 ……

1. テーマ 栃木県における「MICE 未来都市」の創造戦略  
—産官学民による DMO の具体的な運営を考える—
2. 日 時 2021年2月9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) 基調講演 1 「MICE 誘致のための DMO の役割と都市戦略」  
山下 真輝 氏 (株式会社 JTB 総合研究所 主席研究員)
  - (2) 基調講演 2 「地域に根差した MICE ビジネス開発のエンジン DMC / DMO  
～ MICE 先進地の事例に学ぶ～」  
徳田 博之 氏 (株式会社 DMC 沖縄代表取締役社長・  
株式会社 DMC Greater Yokohama 代表取締役社長)
  - (3) パネルディスカッション  
「MICE 都市間競争に打ち勝つ本県の DMO とは」

## パネリスト

鎌田 秀一 氏 (宇都宮市副市長)

西川 洋子 氏 (株式会社コンベックス代表取締役専務)

中津 正修 氏 (栃木県経済同友会筆頭代表理事)

吉田 元 氏 (宇都宮商工会議所議員 (関東自動車株式会社取締役専務執行役員))

山下 真輝 氏 (前掲)

徳田 博之 氏 (前掲)

## 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)

主 催：宇都宮共和大学都市経済研究センター・宇都宮まちづくり推進機構

共 催：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

後 援：栃木県，宇都宮市，栃木県経済同友会，宇都宮商工会議所，栃木県まちなか元気会議，  
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

それでは開会にあたりまして、はじめに主催者を代表し、宇都宮共和大学学長の須賀英之よりご挨拶を申し上げます。

## ◆須賀



皆さま、こんにちは。宇都宮共和大学学長、そして共催である宇都宮まちづくり推進機構の理事長の須賀です。

大勢の皆さまにお越しをいただきまして、また、このシンポジウムの開催に当たりまして、ご後援をいただきました栃木県、宇都宮市をはじめ、諸団体の皆さま方にも改めて感謝を申し上げます。

こうして皆さまの顔を拝見していると、やはりリアルはいいなと思います。フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションの大切さは、JR 宇都宮駅東口の新しい交流施設についても、来年 11 月には引き渡しになると思いますので、大勢のお客さまにお見えただいて、そして交流が深まればいいなと願っております。しかし、そのためには本日議論していただきます広域で連携する DMO が重要だと、私は思っています。宇都宮の会議場と県内にあ  
る自然、文化、食などの豊富な観光資源が相乗効果を発揮して、そして地域経済が活性化する、そのようなポテンシャルを宇都宮、栃木県は持っていると思います。

資料 1 に本日の議題がございます。最初に基調講演を 2 つ、JTB 総研の山下先生と DMC 沖縄、Yokohama の徳田先生の基調講演をいただき、その後休憩を挟みまして、鎌田宇都宮副市長、西川コンベックス専務、経済同友会代表の中津様、そしてまた宇都宮観光コンベンション協会の吉田様は、関東自動車の専務でいらっしゃいますけれども、加わっていただきパネルディスカッショ

ンを行います。

また、ビデオメッセージで、オーランドは全米で7,500万人の観光客、コンベンション客を迎える全米一のコンベンション都市ですが、そこにあるセントラルフロリダ大学の原准教授から、MICEとDMOについてアメリカの事例で、ビデオメッセージを約10分いただいています。

以上、パネリストの方と、また講演者の方々につきましては、資料4に登壇者のプロフィールがございます。各界でご活躍の著名な先生方でいらっしゃいますけれども、時間の関係上ご紹介はこの紙面をもって代えさせていただきたいと思っておりますので、ご覧いただければと思います。終了予定は4時45分で5時近くになりますけれども、ぜひ最後までお楽しみいただければありがたいと思います。ここにお集まりの産官学民の皆さまのお力によって、今後本県でDMOが機能を発揮して、そしてMICEと言えば栃木県と言われるように、期待をしております。皆さまのご来場に心から感謝を申し上げます。ありがとうございました。

#### ◆司会

ありがとうございました。それでは、基調講演をお二人方よりお願いします。最初に、株式会社JTB総合研究所主席研究員の山下真輝様です。「MICE誘致のためのDMOの役割と都市戦略」と題しまして、お話をいただきたいと思っております。それでは山下様、どうぞよろしくをお願いします。

## 基調講演 1



# 「MICE誘致のためのDMOの役割と都市戦略」

株式会社 JTB 総合研究所 主席研究員 山下 真輝 氏

皆さん、どうもこんにちは。久しぶりにこのような感じのセミナーがあって、非常にうれしく思います。本当にこれだけ新しい施設、それから MICE に対する期待が大きいと、いうことがとても大事なことだと思います。

結論的に言うと、MICE は都市の総力戦である意味の競争戦略で、皆さんの地域にある会議が来ることは他のまちに来ないということですから、本当にそのような意味でのチーム戦、総力戦でやらなくてはなりません。このような MICE のセミナーに人があまりいなくて、パラパラとしか会場にしか人が来ていないことになると、ちょっとこのまちは大丈夫かなと思ってしまいますが、この宇都宮、また栃木県内の関係者の方々の熱意が、やはり目標を達成することができることに、つながるのではないかと思います。私のほうは最初の講演で、時間がきょうは限られているので、自己紹介は割愛させていただいて、早速中身に入っていきたいと思います。いずれにしても、MICE と DMO の問題と都市戦略の問題、これについていろいろと現場でも関わってきましたので、そのような視点でお話をさせていただきたいと思います。

## ■ MICE の基本的な考え方

最初に、MICE の基本的な考え方についてお話をしたいと思います。ここは業界の方もいると思うので、そのような方は当然ご存じのことになりますが、あまりなじみがない方もいると思いますので、それぞれ M と I と C と E ごとに全部異なってくることで、これを総合的に「MICE」という言葉で言っています。諸説ありますがシンガポール辺りからこの言葉を使い出したこともありますし、海外では「ミーティングビジネス」や「ビジネスミーティング」などという言い方をしているケースもありますが、ミーティングといういわゆる会議、セミナーのことです。それからインセンティブトラベル、これは旅行ですが、非常にセールスマンの優秀な方々の成績優秀者を、集めてやるようなインセンティブツアーがあります。これは旅行会社が基本的には企画をするものです。それからコンベンションがあり、これはこれから新しくできる施設が、かなり学会を中心とした国際会議の誘致に、入っていくのだろうと思います。それから展示会、イベントで、これはまたその都市の特性などやマーケットに合わせてになりますが、いわゆる B to B の商談会です。イベントはこの MICE 業界ではちょっと外して考える傾向がありますが、全般的に MICE

戦略の中では、イベントについても捉えることがあります。

なぜ MICE をやるのかも、ぜひ皆さんにご理解をいただきたいのですが、結局 MICE には主催者がいるのです。その主催者が何のためにその会議や、インセンティブツアーをやるのかですが、結局そこに参加するお客さまがいて、そして例えば企業や学界の会員の方が、その会議に参加することによって、企業であればわかりやすいのですが、企業の従業員の方々が会に参加することによって、モチベーションが上がってきます。そのモチベーションが上がってくると、企業の業績がアップして目標達成が近づいてくるといふ、そのようなサイクルがあるわけです。例えば学会であれば、その学会の求心力をいかに高めていくのか、この学会に参画していることが自分の研究にも大変意味があると、その学会の求心力が上がってくることによって、結局は主催者の方々が何を實現したいかを考えて、誘致をしているホストシティ側はいわゆる主催者の問題を、いかに解決するかを考えなければいけません。この業界でも「ソリューション誘致」という言葉があったりして、いわゆる課題解決型の誘致戦略を考えていく必要があります。まず、この基本的なところを考えていただきたいと思います。

地域振興や観光振興の問題は、もちろん受け入れる側にとってはありますが、大事なことは MICE を主催している企業や組織の方々が、何の目的でそこで会議を開いているのか、その目的を達成するためにホスト側の皆さんは、何が提供できるのかを考えなければいけません。先ほどごあいさつの中で、「フェイス・トゥ・フェイス」という言葉がありました。これが世界的なキーワードになっています。コロナ禍においてなかなか人と人が会えない状況になってきて、本当に非常にフェイス・トゥ・フェイスのあのような一体感が、非常に懐かしくやはりあのような場が必要なのだという話になってきて、アメリカでも今フェイス・トゥ・フェイスミーティングが改めてフォーカスされていますが、元々これはイベント・インダストリー・カウンセラーというアメリカの組織でうたわれているものですが、「Face Time」という言葉を使っています。「Face time it matters」と英語で書いていますけれども、フェイス・トゥ・フェイスで会うことに大変意義があるのだと、うたっているのです。ここにいくつか挙げていますが、例えば「信頼と関係の構築」と書いていますが、やはりオンラインだけでは本質的な信頼関係を、構築することはできません。今はリアルでお会いしていた延長で、オンラインがありますので、基本的に信頼関係がある中でやっているだけで、元々初めての方同士が会うときの信頼関係構築は、やはりフェイス・トゥ・フェイスで、できれば飲みながらのようなことは、本当に重要だだと思います。

それから効果的な教育と研修です。やはりオンライン研修には限界があります。リアルに会うことによって教育的効果が高まります。グループワークも Zoom でもブレイクアウトルームで、分かれてグループセッションがオンラインでもできます。でも、それは限界があります。やはりグループディスカッションで集まって、みんなで議論することがより教育的効果が、高かったりするので。そのような意味で教育研修も、リアルタイムで会うことが重要です。それから「時間と経費を節減」と書いていますが、やはり会って話したほうが早いと、本当にそのようなことがたくさんあり、結果的にやはりアメリカなどでも、スタートアップ企業の人たちが自分の会社に、ぜひ出資してくださいと話をするときも、会ってプレゼンして夜に飲んでということをして

返していくことのほうが、コストがセーブされるのだという考え方です。そして、より効果的なアイデアの交換、これもとても大事です。やはり人と人が会ってアイデアを交換し合うことによって、イノベーションが創発されてきます。これはやはり会うことがとても大事なのです。それからビジネス拡大につながる人脈づくりです。これもやはり今オンラインのセミナーに参加しても、別に横に誰が座っているかわからない、誰が参加しているかもよくわかりません。もちろん Zoom の画面の中で何人かいるのは、そのようなときもありますけれども、やはりきょうもそうですが、たまたま隣になった人と名刺交換して、その場でビジネスになったり、いろいろなつながりになったという、そのようないわゆる偶然というか、そのようなものがとても大事だと思うのです。やはりリアルに会うことによる人脈づくりが、大事なのです。そして MICE をやることによって、雇用創出と経済活性化になります。やはり通常のレジャー観光に比べて1人当たりの消費額が、大きいと言われているこの MICE においては、経済の活性化になるのだと言われています。

先ほど申し上げましたように、ミーティングとインセンティブツアーと、コンベンションと展示会と4つのカテゴリーがある中で、それぞれ誘致のときにどのようなものが、ポイントになるのかがあります。例えばミーティングであれば企業ミーティングだと、ここでは自動車関連の工場があります。たくさんあることで言うと、その工場があることがそこで会議をすることの意味になってきますので、例えばそのような企業の所在地や開催規模に応じた施設の能力、快適なホテルがあるのか、アクセス、それから周辺の観光の魅力も決定要因になりますと、そのようなものがミーティングの中に入ってきたりしますし、コンベンションであれば、当然開催規模に応じた施設の能力や高水準の運営能力です。

これはオペレーションをする、いわゆるプロフェッショナルな PCO 会社さんのような存在だったりするし、ホテルの人たちのロジのノウハウや、そのようなことだと思います。それからホスピタリティのようなものも、当然大事です。このホスピタリティは例えば、駅を降りてから会場に行く間もそうですし、街の中に行っても何とか会議のお客さまと言うと、本当によくいらっしゃいましたと、みんながウエルカムしていただくようなそのような空気感は、とても大事だと思います。そのような感じで MICE のカテゴリーによって、何が決定要因になるかがありますので、これを他の地域とどう差別化していくのかを、しっかり考えていく必要があります。

この MICE を戦略するときに、先ほど競争戦略の話をしました。これはある意味都市の競争で言うと、その都市がどうユニークであるのかが問われてきます。観光政策というよりは本当に都市政策の部分が非常に強く、その都市のコンセプトを明確に持つておく必要があります。例えば、札幌市であればグリーンコンベンションをうたって、北海道では環境サミットがあったこともありますから、グリーンコンベンションをうたって、徹底的に環境に配慮した会議をやるようなことを売りにしたりしていますし、それから北九州も非常に公害に苦しんだ街ですが、そこから復活した都市として世界的に注目をされていますので、そのような意味で環境都市をうたったりしています。軽井沢であれば、リゾートカンファレンスシティといったものもありますし、沖縄であればリゾートをテーマにしています。このような形で、では、宇都宮であればどのような

コンベンションなのかと、都市の明確なコンセプトを持たないと、競争で勝てないことになるわけです。

われわれJTB総合研究所としても、MICE戦略を一緒に描くお手伝いをしていくのですが、これもやみくもに誘致に行けばいいのではなく、やはり自分たちとして必要な会議や展示会は、一体何だろうかという自分たちの戦略を、しっかり持つ必要があります。そして先ほどから申し上げていますように、非常に競争が激しい分野で、ある意味皆さんはもしかしたら後発で、このマーケットに参入するとすれば、先ほどのようなどんどん誘致戦略を展開している自治体と、肩を並べて競争するとすれば、どこに自分たちのポジションがあるのかを、見極めていく必要があります。企業戦略では当たり前ですが、3C分析をよくやるのですが、3Cと言えばCompany、自分たちの強み、弱みをしっかり機会や脅威を考えることです。それからCompetitorです。例えば宇都宮で会議を誘致しようとしたときに、主催者はどことどの都市を比べるだろうか、自分たちはどの都市と比較されるのだろうかという、Competitorをしっかり考えておく必要があります。それからCustomerです。これは皆さんが誘致したい、例えば学会であればどのような学会であるのでしょうか。非常に医療分野やヘルスケアの分野は多岐にわたりますので、そうすると主催者の方が求めているものが一体何か、企業のミーティングであればどのような企業を呼びたいかで、その相手のモチベーションを知ることです。そして誘致に多大なる影響力を持つミーティングプランナーや、PCO会社と呼ばれている会議運営会社の方々が、企業に対して指南するわけです。宇都宮でやったほうがいいです、栃木県が素晴らしいから、あそこで会議をやったら絶対うまくいきますと、意思決定に影響を持っている人たちに対しても、アプローチしなければいけませんから、その方々がこの宇都宮をどう思っているかを聞く必要があります。そのような戦略は、実は観光振興計画とは全く別物とは言いませんが、別の戦略になりますからMICE戦略をしっかり持って、組織を運営する必要があることを訴えかけて、今いろいろなところのお手伝いをしているところです。

また、これは実務的な話ですが、MICE業界にいる方にとっては、当たりの誘致の1つのある意味の、バリューチェーンと言ってもいいと思うのですが、どのような人たちがどの時点でどう関わっていくのかという、この辺りの大きな誘致の1つの流れのようなことも、これはみんなでも共有していく必要があります。例えば国際会議であれば海外に国際本部があって、そして日本側に日本の支部の学会や主催者さんがいるわけです。どこに意思決定が働くのかを考えて、誘致に走らなければいけません。大きな国際会議であれば、順番にヨーロッパ、アメリカ、オセアニア、アジアに行くと、5年後にアジアに来ます。アジアに来るのだったら、自分たちのまちに持ってきてきましょう。持ってくるためにはどこと競合するのでしょうか。福岡なのか横浜なのかで戦略を練っていき、意思決定するのが海外の本部なのか、そして国内のほうの支部がどのような役割を果たすのか、そして誘致に関わっていく人たちはDMO、街の中心になるのはDMO、いわゆるコンベンションビューローや観光協会のことを、総称して「DMO」と言います。Destination, Management, MarketingのOrganizationで、誘致組織のことを「DMO」と言います。これがMICEマーケティングの司令塔にならないといけないから、ここにプロフェッショナル人材

を何人か置いておく必要があります。海外に行くと、ここに環境のテーマや医療のテーマやそのテーマごとに、担当者を置くこともあります。それぐらい非常に専門に特化した人がその分野でネットワーキングをして、環境系の会議だったらずっと世界中の環境系の人たちのロビー活動をしたり、人脈形成をして誘致するような、そのような組織もあるぐらいです。なかなか日本の都市レベルだと、分野ごとに専門家を置くことは難しいのですが、皆さんがまちとして誘致したいテーマであれば、ある程度専門に特化したメンバーを、置く必要があるかと思っています。いずれにしても、MICEは誘致に時間がかかりますから、3年後、4年後、5年後と非常に長期的な戦略ですので、ここに人がコロコロ替わるようでは話になりません。やはりMICEは長年にわたる人脈形成が、かなり全てになってきますので、ここに人、物、金、とにかくりソースを投入します。都市戦略上これはコストではなく、これを使ってこれは投資なのです。MICEに関する組織づくりはコストではなく投資であると、このような感覚をぜひ持っていただきたいと思います。そして、国や自治体と一緒にやってこれを誘致していくと、そのような流れになってくるわけです。

## ■都市戦略としてのMICE

都市戦略の視線をちょっとお話しておきたいのですが、このMICE戦略で観光振興はある意味の副産物と言うと語弊がありますが、本質的に観光振興政策ではないわけです。本来的に言うと、これは先ほどから言うように、都市政策であり産業政策であると思ったほうがいいと思います。だから本質的にはMICE戦略は、観光課のようなところや観光行政のところではなく、産業政策部門にあることが本来の考え方です。ただ、日本の場合はどうしてもコンベンション誘致は、観光政策になってしまっているところがあります。私たちは、東京や横浜の都市戦略のようなことにも関わる機会があるのですが、これは森財団さんがやっている、GPCIという世界の都市総合ランキングがあり、東京が今世界3位になっていて、世界の都市競争力の中に人や企業を引き付ける磁力で、国際会議がどれぐらい開かれているかが、都市の競争力上とても大事になっています。このGPCIの中で、都市の力を示す主要6分野の考え方があり、経済、交通・アクセス、環境、居住、文化・交流、研究・開発と6つの主要分野があり、都市の競争力が上がるのはこの6分野の競争力が、高まらなければいけないことになっています。MICE戦略はやはりこれも全て関わってきて、それぞれのテーマごとにやはり国際会議があり、このようなさまざまな都市政策における分野を、しっかり連動していくことが大変重要かと思っています。さらにGPCIの中では5つのグローバルアクターで、都市を構成している「関係者」という言い方がいいかもしれませんが、そこには企業を経営する経営者がいて、研究者がいて、場合によってはクリエイティブな分野で、アーティストもいるわけです。それから観光客もいますし、何といてもそこに生活者がいるわけで、それぞれの方がいかに心地よいところになるかです。いわゆる住んでよし、訪れてよし、働いてよし、そして学んでよしという都市がやはり魅力的な都市であって、そこで会議をやることに意味があるのだと思います。

これは私が関わった横浜市の50年計画を、作ったときに引用させていただいたのですが、今

のようなグローバルアクターの考え方も持ち、横浜は都心部と臨海部の開発がかなりたくさんあり、その計画を作りました。そのときに企業経営者、観光客、アーティスト、クリエイター、そして生活者にとってどのようなまちになるかを考えました。先ほど申し上げましたように、住んでよし、訪れてよし、働いてよし、学んでよしというまちづくりをやるのが、結果的に観光振興になり MICE 振興になるのだと、観光政策だけの問題ではないことをずっと言ってきたわけです。これがそのような形でこれは臨海部、都市部のマスタープランで、横浜市ホームページにもアウトプットが載っていますので、先進、交流、創造、感動、快適、活躍などこのようなキーワードでそれぞれの政策があって、人がやはり常に交流するところが都市の活力になりますので、そのエンジンとしての MICE になるわけです。

海外ではとにかく MICE の KPI は、観光的ではないという話をちょっとしたいのですが、今アジアで最も進んでいると思われるのはタイです。元々シンガポールが非常に先進的だったので、今非常にタイのほうが進んでいて、タイは国策的にタイランド 4.0 という政策が動いています。非常にデジタル化も進んでいて、12 のフォーカスすべき産業があって、この産業を伸ばしていくために国際会議や展示会をやるのだという、いわゆる手段として MICE を捉えているのです。その証拠に、非常に興味深いのは、タイは MICE 戦略の KPI をどこに置いているかと言うと、例えば世界銀行が発表しているビジネス環境の現状、このランキングではビジネスのしやすさ世界第 21 位、それから物流のパフォーマンスが世界 32 位など、このような世界的なランキングを上げていくために、国際会議や展示会をやる目標になっています。それからジョーンズ・ホプキンス大学です。今コロナでよく登場しますが、ここが発表しているグローバルヘルスセキュリティインデックスがあり、これは世界第 6 位を目標にしていたりします。このようなことから見てもこれからの MICE 戦略は、例えばビジネス環境がいかにか、企業が立地しやすいかどうか、勉強しやすいかどうか、住環境としてどうか、そのようなことを実現するために、どのようにしてさまざまな世界の知見を集めてくるか、さまざまな会議を持ってくるかそのようなことで、MICE をやっていくかという話になるのです。だから会議が何人開催されたか、1 人当たりいくら消費額があったかはある意味の副産物であって、本質的に目指さなければいけないのはどこにあるかは、このようにタイなどに行くこと示されています。まだ日本はなかなかこのような目標観を、日本全体でもまだ持っていないのではないかと思います。

私は福岡にずっと長く関わってきました。出身が九州ということもあり、福岡の北九州に生まれて福岡でも働いていました。育ちは別府、湯布院がある大分県ですが長いこと九州にいて、福岡は非常に日本でも有数な MICE シティになっているのですが、ある意味福岡は「福」の字が付くので、「ハッピーシティ」とよく言われていました。要は何もしなくても会議が来たり、人が集まったり、とても幸せなところだと話があったのですが、このように結果オーライでは駄目ではないかと、戦略を作ろうとなったのです。よくよく考えると福岡は、元々平清盛の時代に日宋貿易で栄えて、日本で最初にチャイナタウンができました。それがいわゆる博多の街です。そしてその後も人の人流や貿易によって、栄えてきたことを考えたときに、現代においては MICE ではないかという話になったのです。やはり商業の街、サービス産業の街なので、人流がやはり活

性化しないと、この街の発展はないでしょうと。でも、今までのように博覧会を開いたり、箱物もなかなか難しく、MICE をやるようになりました。短期的には交流人口の増加なのですが、中期的には知識創造型産業を振興したいというのがあります。福岡はやはり「支店経済」とよく言われていて、支店はたくさんあるのですが、そこに本社があつてある意味の法人税を、どんどん落としてくれるような企業は、昔ながらの企業はありますが、新しい企業を育てていく必要があるのではないのでしょうか。それから福岡も含めて九州は全体的にそうなのですが、たくさん工場があったり、いわゆる加工や工場のものはあるのですが、例えばそこにナレッジのようなことを集めていくことが、なかなかできていないのではないかという問題意識がありました。長期的に先ほど言いましたように、支店経済からの脱却で、やはりそこから事業を生み出していこうと、MICE 戦略と併せてスタートアップ戦略を、同時に強化して今やっているわけです。いわゆる3次産業が9割のところ、これはある意味のリスクです。だから今回のコロナでものすごく福岡は、打撃を受けているわけです。

福岡はとにかく先ほど言ったように、いわゆるアジアとの交易で栄えてきたこともあって、MICE 戦略を進めていく大きな目標として、東アジアのビジネスハブになる、これを大きな錦の御旗にしました。東アジアのビジネスハブになります。今でも多くの外国人が住んでいます。そのビジネスハブになるためには常に海外、国内の人たちが福岡に来ていろいろな商談をしたり、事業開発をしているというように、常に人が集まっていることがいいのです。ですので、そのために観光、特にMICEを政策の真ん中に置いて、そして5つの重点産業分野でコンテンツです。これは、レベルファイブというゲーム関係の大変有名な会社があるのですが、このようなコンテンツ産業をもっと広げていこう、それからファッションも非常に産業としてあります。高等教育で大学がたくさんあります。そして通販の会社もあります。観光、集客交流、明太子やラーメンもそうですが、いわゆる食フードビジネスが非常に盛んです。そして生活関連ビジネス、グローバル研究機関、これの誘致です。このような8つの重点産業分野を伸ばすために、世界中からさまざまな企業に来てもらわなければいけないので、ビジネスハブになるために国際会議などを、やっていこうと掲げたわけです。できれば企業誘致につなげていきたいのです。ちなみに海外のDMOは観光客誘致、いわゆるレジャー観光客の誘致だけではなく、ビジネストラベルである会議の誘致をやりますし、加えてDMOのもう一つ大事なミッションは企業誘致です。海外でもアメリカのDMOなどは、企業誘致をもう一つ大きなミッションとして、行政がDMOに対して企業誘致のマーケティングをやってもらうように、業務委託をしたりして活動しているわけです。

このようなMICE戦略をやっていくときに都市の再生、例えば街中やウォーターフロントの開発を、どのようにしてMICE都市として、利便性を高めていくのか、そしてグローバル人材をどのように育てていくのか、環境都市として「福岡モデル」とよく言われるのですが、さまざまなインフラの活用のようなものが視察も多いので、このような環境ビジネスのようなものを伸ばしていきます。そして食のビジネスを伸ばしていきます。そのために真ん中に観光MICE政策を置きました。これは以上にユニークなところでした。これを推進するのに、福岡地域戦略協議会という協議会を立ち上げ、今麻生財務大臣のお兄さんが九州経済連合会の会長ですが、私が観光部

会の副会長をして、MICE 戦略を中心に担わせていただいて、そのときの部会長が JR 九州の石原相談役でした。石原相談役とともにこの MICE 戦略を作って、組織づくりをやろうと動いていきました。

宇都宮については非常に大きな風が吹いていて、やはり何かマイルストーンがなければ、事は動かないと思うのです。やはりそのような意味で、2022年という大きなマイルストーンの中で、一気にやっていく必要があるのだと思います。そしてこの開発があることで、みんなの心を1つにしていくことは、とても大事だと思います。北関東の交流拠点としてこれからは、機能していく必要があるのだと思います。しかしながら、宇都宮市にかかわらず多くの地方都市は、少子高齢化が加速しています。少子高齢化になってお年寄りが増えていくと、どうしても都市の購買力が落ちます。やはり生産年齢人口が増えないと、購買力が落ちていくことで言うと、やはり外からの人流はとても大事なものは、間違いのないと思います。そのようなことで、この MICE 戦略によって来訪者を増加させていくのは、とても大事な戦略だと思います。そして経済波及効果を高める戦略としても、極めて重要だと思います。何といたっても都市のブランドイメージを高めていきます。ブランドイメージを高める、これは住んでよし、訪れてよし、学んでよし、働いてよしという視点で、ブランドイメージを上げていくことによって、さまざまな活動に付加価値が付きます。宇都宮市内で行われているさまざまな活動に、付加価値が付く話になります。その戦略を具現化する手段の1つが、MICE 戦略なのだろうと思います。これが全てとは申し上げませんが、1つの大事な政策になるのだろうと思います。

いろいろとポテンシャルを考えると、これからはもちろん県全域を考えていく必要があると思いますが、まずは一番ハブになる宇都宮エリアが、しっかりコンベンション施設を活用した誘致を、徹底的にやっていきます。食、フードバレー構想もありますし、さまざまな産業の集積地もあります。また、医療などそのようなさまざまな分野についても、ここで会議をする意義があると思います。そしてその周辺を見渡したときに、例えば歴史文化の都市である日光、これはやはり企業のミーティングに大変最適な場所なのだろうと思います。外資系ホテルも進出していますから、高付加価値なインセンティブツアーが実現できると思います。また那須エリアにおいても、リゾート型のいわゆる企業ミーティングや、サイズは少し小さくなくてもリゾート型のコンベンションができると思いますので、この3つのエリアが核となって相乗効果を持ちながら、オール栃木県で MICE を推進する態勢を作ります。そのためのエンジンとしての DMO を、しっかり形成する必要があると思います。

## ■ MICE 推進組織としての DMO

DMO の話を少ししますと、やはり「マーケティングとセールス」という言葉がありますが、セールスはある意味いわゆるきょうの糧ではないですが、常に営業活動をしていきます。マーケティングは少し長期的な仕組みを、作っていく考え方になっていくわけです。やはり組織をつくったりすることもそうですし、ターゲットをしっかりと設定してやっていくこともそうですし、環境整備も含めてトータルでマーケティングという考え方になります。少し長期的で、明日の糧を考え

るマーケティング活動になります。これを両輪で考えるのがDMOの話になります。

コンベンション協会とDMOは似て非なるものであって、DMOは結局オールシーズンでビジター、観光客誘致を考えます。国内の例えばレジャー客であれば、週末や夏休みといったある特定の期間にしか人が動きませんし、インバウンドは平日の需要拡大にもなります。そして、ビジネストラベラーの人たちはこのコンベンションの誘致の中で、滞在型で会議をやっていただいて、1人当たりの消費額が高い人たちです。さらには来た人が地域の企業との取引を拡大することにもなりますので、これをトータルでやはり総合的に、やっていく必要があると思います。現状のコンベンション協会を全国的に見ると、ある意味のセールス活動はやっていますが、本当に特定のコンベンションだけを営業するというスタンスにも、なっているのではないかと思います。やはりDMOは地域の人流のハブ、もしくはエンジンにならなければいけません。やはり地域住民に対しての協力や、さまざまな事業者との協力も必要になってきますし、それから、MICEの誘致をしていただく産官学金、金融業、それから言、メディアも含めて連携していかなくてはなりませんし、また「アライアンスパートナー」と書いていますが、本当にここにいる企業や、また在京の企業と連携しながら、外にもリソースを求めながら日本版DMOが、観光振興の司令塔になっていかなければいけません。そして宇都宮市で仮にDMOがあった場合には、県のDMOや周辺のDMO、もっと言うと関東全域のDMOとも連携していくような、そのような組織になっていく必要があるのだらうと思います。

DMOに求められていることは、これはコンベンション誘致にもつながるのですが、しっかりとしたデータに基づいた戦略づくりと言われていています。やはり多くのステークホルダーの方々の合意形成を図らなければいけませんから、ある意味数字を持って語らなければ、観光業界の外にいる人たちにとっても、説得力がなかったりします。それから地域の多様な関係者との連携はとても大事で、特にMICE関係で言うと、観光協会さんの組織の会員さんではないような人たちも、たくさんいます。製造業の方や農業の方で、そのような多様な方々とのいわゆる合意形成を、図っていかなければいけないことは重要になったりします。そのような意味で、よく観光地経営という視点が重要なのだと、地域全体を経営する視点がとても重要だと、言われています。

今官公庁が言っているDMOは、最低限ここに書かれている5つのKPIを、継続的に計測してくださいと言っています。入り込み客数や延べ宿泊者数、旅行の消費額や来訪者の満足度やリピーター率、これはデジタルマーケティングで取れるデータもあれば、定期的に来訪者のアンケートを取らないとわからないものもあります。それを毎年取り続けて、経年で傾向を見て対策を打つわけですが、先ほどから申し上げているように、MICEはある意味の産業政策であることを考えると、この5つのKPIでは十分ではありません。先ほど言ったように、ビジネスの環境や企業誘致しやすいのか、住みやすさなどそのようなものを、同時にKPIとして立てていきます。もちろんDMOだけが活動すれば、そのKPIが上がっていくわけではありませんが、やはりそのようなものも目指していくのです。例えば郷土愛がどれくらい強いかなど、そのようなこともKPIになったりします。ここに書かれているように、都市によってどのようなKPIを追いかけていくことが、自分たちにとって重要なのかです。先ほど満足度と言いましたが、例えばなか

なか若者が定着しない、大学に行ったらみんな東京に行って帰ってこない、これが問題だというのであれば、大学に行ってもまたぜひ地元に戻りたいと思っている学生さんが、どれくらいいるかのアンケート調査を毎年やって、その割合が今50%しかないから、これを60%に上げようではないかというのは、これは立派なKPIになるわけです。それくらい魅力的なまちづくりをやっていけばいいのです。それはMICE誘致だけではないのですが、さまざまな観光客誘致によって、地域の魅力を発信することによって、自分の街に戻りたいと思う、このようなふるさとの郷土愛や、UターンしたいこともKPIになってきます。

通常われわれもKPIを地域の方々と一緒に作っていくのですが、最終的に目指すものは「KGI」とよく言います。キー・ゴール・インジケーター、最終的なゴールです。例えばこれは域内の消費額、売り上げのようなものをちょっとKGIに置いていますが、それをだんだんブレークダウンしながら、「KPI ツリー」とよく言いますが、これを達成するためにはどのようなものに因果関係があるかを、ブレークダウンしながらひも付けていって政策を作ります。この辺も皆さんが何を指しているかを考えながら、このようなKPIを組んでいくやり方をしているのです。これはきょう時間がないのでお話しませんが、またおいおい一緒に考える機会があればと思います。

世界のDMOはどのようなことを考えているかと言うと、もはや観光客を誘致して消費額を上げることを目標にすることは、古いと世界では言われています。海外の特にヨーロッパはSDGsと連動したDMOの活動に、既にフォーカスが当てられています。「グッバイ・イエスタデイ、ハロー・トゥモロー」という考え方があって、これはヨーロッパのDMOのネットワーク組織があって、ヨーロッパ・シティーズ・マーケティングという組織があるのですが、ここがSDGsの視点でDMOのKPIの考え方を提示しました。「グッバイ・イエスタデイ」と書いてあるほうが、今考えていることです。「ハロー・トゥモロー」は今後考えていかなければいけないことです。簡単にご紹介すると、例えば観光の目的、パーパスは何かと言うと、今までは「モア・コンサンプション・ジョブズ」と書いていますが、つまり消費拡大や雇用を生み出そうというのが、観光の目的になっていました。しかし、これからは住民にとって良い街をDMOが、最終目的に掲げておこなっては駄目だと言っています。それから、例えば目標、オブジェクティブに対して、訪問者数の増加を目標に掲げるのではなく、持続的な経済の在り方やソーシャルインパクトのようなことを、きちんと目標に掲げてくださいと書いています。それから、例えば観光客に対して何を呼び掛けるか、「Offering」と英語で書いていますが、今までは観光客に街でお金を使ってください、「Consume the City」と呼び掛けていたのが、これからは私たちの都市生活を共有してください、「Come share our city life」と書いています。まさにシティライフで、この大学の1つの考え方だと思います。シティライフを共有してほしいと、観光客に呼び掛けてくれとなっています。例えば訪問者の行動に対しても、今までは観光地を見学してもらっていました、See the sightsです。これからはLive like a local、つまり地元住民のように生活することを、観光客に呼び掛けます。そして、MICEに関してもこれまでは、MICEの開催回数を目的にしていたが、MICEが来た先に何が起きるのか、どのようなことが実現されていくのかで、「More than meetings」と書いていますが、MICEが誘致されたその先に何を實現したいかを考えてほしいと、

このような目標感を DMO が持たなくてはなりません。

## ■ 「with コロナ」を見据えた MICE 振興

ウィズコロナ時代においては、やはりこれからは安心、安全が大前提になりますので、この旅のエチケットで、これは皆さんもご存じだと思いますので、感染症対策、ソーシャルディスタンスを取ることが重要になります。この MICE 業界でも、やはりこのようなガイドラインをしっかりと作っていて、このような感染症対策ガイドラインをきちんと施設やマイスビューローが、持っておかなくてはならないことになっています。大阪のほうは、昨年の夏にこの MICE 開催ガイドラインを作って、大きなホテル、レストランショーのようなものを既にリアルで開催しています。それから、東京都も最近 JTB 総合研究所としてお手伝いしたのですが、MICE の感染症対策の開催ガイドラインを作りました。海外でも韓国では既に 4 万 5,000 万人規模の会議を、去年の春ぐらいの段階でやっていて、展示会でのさまざまな感染症対策を打って、リアルで開催を始めています。そして各助成金なども置きながら、MICE 業界を支えながら、このようなものを開催しています。タイのほうも、このような開催向けの衛生ガイドラインを作って、そのようなものをクリアしている施設などをしっかり外向けに PR していますので、新たに出来上がる施設に関しても、徹底的した感染症対策をうたっている、セーフティーな施設であることを前面に、打ち出していく必要があるのではないかと思います。

ということで、駆け足でしたがぜひきょうをきっかけに MICE 戦略を作り、それを推進する DMO の在り方を議論していただいて、オール宇都宮、オール栃木で MICE 戦略を推進していただければと思います。どうもご清聴ありがとうございました。

### ◆司会

山下様、ありがとうございました。

次のご講演をお願いします。株式会社 DMC 沖縄ならびに株式会社 DMC Greater Yokohama 代表取締役社長徳田博之様です。「地域に根差した MICE ビジネス開発のエンジン DMC / DMO ～ MICE 先進地の事例に学ぶ～」と題して、お話をいただきたいと思います。それでは徳田様、どうぞよろしくをお願いします。

## 基調講演 2



# 「地域に根差したMICEビジネス開発のエンジン」

## DMC / DMO ～MICE先進地の事例に学ぶ～

株式会社 DMC 沖縄・株式会社 DMC Greater Yokohama 代表取締役社長 徳田 博之 氏

皆さん、こんにちは。ご紹介いただきました徳田です。私はコンベンション・MICEの業界で約31年の実務をやってきました。今日は私が経験してきた実務の中から、MICE未来都市を目指す皆さまに、お役に立てる情報を共有させていただけたらと思っています。

今日、私が皆さまにお伝えしたいと思って用意してきたのは、1つは開催地がMICEで潤うために必要なことは何か、2つ目にMICEに挑んでいるDMC、DMOの先進事例、それも身近なところで私が国内で関わっている事例をご紹介しますと思います。3つ目にDMCとDMOの役割と特性について簡単にお話しできたらと思っています。[スライド1.2]

### ■横浜での経験

はじめに、恥を忍んだお話をしなければいけないのですが、私は横浜にあるパシフィコ横浜という施設の建設から関わり、そちらの開業とマーケティングセールスを経験し、17年程こちらの施設で、お世話になりました。

この施設は1991年に開業し、1,000名規模の学会系コンベンションが3つ並行で開催できる施設でした。その後5,000人のホールや展示場も増設し、昨年4月にはノースという建物ができたので、現状の施設規模で言うと1,000名規模のコンベンションが、おそらく5つぐらい並行で開催できるような施設になっています。2003年から現在まで17年連続で国際会議の開催件数が、国内1位の施設になっています。横浜のみなとみらい構想のリーディングプロジェクトとして建てられた施設なのですが、残念ながら、この施設を使っていたお客さまと地元の産業とを結び付けることができない、このような大きな課題を抱えていました。

1980年代後半から90年代前半にかけて、全国各地でコンベンションブームが起こります。このような立派な施設を造り、コンベンションビューローのような誘致機関をつくり、これからわが街の経済活性にはコンベンションだという話が、全国的に広がっていった時代です。そのころ横浜もこの施設を造り、コンベンションビューローもつくってきたわけですが、同時に地域の経済界がとても期待をしていました。ここでコンベンションが開かれると、人がたくさん集まって

くる、ここでいろいろなビジネスが展開される、われわれもいい仕事がたくさんもらえるはずだとなり、横浜にサプライヤー協会という協会が立ち上がります。これは施設の開業の少し前になります。そこで印刷会社、デザイン会社、広告代理店など地元の商工会議所のメンバーが中心になり、サプライヤー協会をつくったのですが、残念ながら数年で破綻してしまいました。

それはなぜでしょうか。先ほど見ていただいたとおり、パシフィコ横浜にはとても数多くのコンベンションがやってきましたが、地域にはお金が落ちませんでした。落ちなかったとは変な言い方でごめんなさい。参加者はしっかりと地域で消費をしてくれたのですが、実は地元の幅広い産業の皆さんが、仕事としてビジネスのチャンスをつかむためには、もう一工夫必要だったところについて、今日ご紹介したいと思っています。

## ■ MICE の経済効果

私はこのパシフィコ横浜での経験の後、ずっと言い続けていることがあります。MICE の経済効果と言ったときに、普通、皆さんは参加者がたくさん来るから、その人たちがいろいろな消費をしてくれる、だから経済効果が高い、あるいは参加者の消費単価が高いと考えます。しかし、実は MICE には2つの財布があることへの気づきが大切です。1つは大きな財布です。これは MICE を開催するために主催者が、消費するお財布です。もう一つは参加者個人が持ってくるお財布です。もちろん両方のお財布から開催地で消費をしてもらいたいわけですが、実は主催者の財布から開催地に、お金を落としてもらおうところに、かなり工夫が必要です。[スライド 1.3]

パシフィコ横浜という施設は地域への貢献度を図るために、定期的に経済効果の調査をしています。これはコロナ前の2017年度にパシフィコ横浜が実施した経済効果の調査表です。パシフィコ横浜は、年間で800件から1,000件のお客さまが利用します。そのお客さま、主催者と参加者がこの年に消費をした直接消費額が、約1,060億円です。そのうち神奈川県内で消費されたのが650億、横浜市内では600億になります。パーセンテージにするとたった60%と、56%なのです。残りの40%近くは、どこに消えたのか。経済効果、これを波及効果に換算すると、さらに率は下がるわけですが40%と、37%になります。[スライド 1.4 ~ 1.5]

## ■ MICE の開催目的と ROI (投資対効果)

残りのお金はどこに流れたのか、これから、この話を中心に進めていきたいと思います。最初のテーマは MICE 開催目的と ROI です。先ほどの山下さんのお話の中にも、主催者が一体何を目的にしてやっているのかが大事だという話がありました。私の経験では、主に2つの目的があります。1つは本来の開催目的です。例えばそれは社員のモチベーションを高めることなのか、最先端の研究情報をみんなで共有してさらに深めるためなのか、あるいは販売実績を上げるためなのか、それぞれ MICE を開催する目的があります。この目的をまず達成しなければなりません。これに加えてもう一つ、ステークホルダーとのエンゲージメントの向上があります。主催者から見たときに、MICE の参加者の満足度を向上することはとても重要です。どのようにして向上したら良いのでしょうか。この2つの目的が大きな目的として掲げられ、それに対する投資対効果

が、評価をされていくことになると考えています。[スライド 1.6]

最初に掲げた本来の開催目的の達成では、基本的に MICE のサプライヤーにもコアなビジネスがあります。例えば会場を提供する人たち、宿泊を提供する、飲食の提供、事務局の代行など、コアなサプライヤーと呼ばれる人たちがいるわけです。このうちの今赤い文字で表したところ、これは必ずしも開催地で調達しなくてもいいものです。逆に言うと、黒いところはほとんど開催地で必要とされているので、効率的に考えてもそこで消費するのが当然かもしれませんが、逆に言うと今この赤い文字で出したところ、ここについては東京やあるいは全国で、この辺にスキルを持っている事業者の方などと競争をして、仕事を取っていかなくてはならないことになります。そこに地方都市が後発で参入していくということは、いわゆるレッドオーシャンに近いようなマーケットに、殴り込みをしていかなければならないということです。ここのところの覚悟を持たないと、先ほどの横浜のサプライヤー協会のようなことになってしまいます。[スライド 1.7]

次は、ステークホルダーとのエンゲージメントの向上です。これはなぜ大事なのかと言うと、先ほど最終的な目的を達成するために、例えば社員のモチベーションや組織への求心力が、とても大事だとお話ししました。学会なども開催したときに、参加者が満足を高めていかないと、次から参加者の数が減ってしまいます。参加者の数が減ると、学会の予算が減って大変なことになります。いずれの MICE も参加者の満足度をどのようにして高めるかが、ポイントになってきます。そのとき私たちが、主に DMC のビジネスとして掲げているキーワードは、この3つです。コミュニケーション、モチベーション、ロイヤルティです。どこの組織でもコミュニケーションの問題は、非常に根深く残っています。また、組織を構成するのは人ですから、その人のモチベーションをどのようにして高めていくのかは、永遠の課題です。近年では日本でも年功序列の雇用形態が崩れており、優秀な社員ほど、他の組織に転籍をしていってしまいます。その組織に所属している、あるいはその組織の中で仕事をしていることを、いかに自分の誇りとして捉えることができるか。そのようなことをしっかりと MICE の機会を使って植え付けていく、このようなことがとても重要になってきています。そのためには何をしたらよいのか。[スライド 1.8]

MICE の中で何を提供したら、それに貢献できるのか。まず1つは、そこでしか得られない情報を共有できる仕組みです。それから人的なネットワークを構築できる仕組み、そしてこれはインセンティブトラベルでは特に求められますが、特別な体験です。そこにいることで初めて特別な体験ができて、それをみんなで共有できる。このような仕組みを、どのようにして作っていくかが重要になってきます。[スライド 1.9]

それを提供することで、MICE の2) の目的に対して、われわれがビジネスとして関わっていくチャンスが生まれてくることになります。これが MICE のプロダクトを提供していくことです。主にこの業界で言われている商品のグルーピングで言うと、聞いたことがある方もいると思いますが、ユニークベニュー、それからチームビルディング、あるいはエクスカッション、SDGs や CSR のプログラム、テクニカルビジットのような商品群があるわけです。[スライド 1.10]

## ■沖縄の事例

具体的にはどのようなことか、沖縄の事例をご紹介します。これからご紹介する事例はすべて私ども DMC 沖縄が開発をしてきた商品です。沖縄には世界遺産群がありますが、1つ目は、その中の勝連城跡という、とても城壁のきれいなお城を使ったユニークベニユのパーティーです。地元のうるま市観光物産協会さんを通じて、地域の特産品や郷土芸能などを盛り込んだパーティーメニューを作って、特別な場所でのパーティーの商品を提供しています。次はアジア系の参加者の方に人気があるビーチサイドを使ったアウトドアのパーティーです。[スライド 1.11 ~ 1.12]

それから、沖縄で一番有名な観光施設が首里城になると思いますが、この首里城公園を使ってチームビルディングというプログラムを提供しています。それから、国際通りや公設市場は聞いたことがある方がいると思いますが、そのような街中の商店の皆さんにご協力をいただいて、実際に商店のビジネスも取り込みながら、チームビルディングをつくったりいたします。[スライド 1.13 ~ 1.14]

次は離島の事例になります。竹富島という島に行くと、ここの島を1日回遊しながら展開するチームビルディングプログラムです。次の写真は、船をチャーターして小さな島に渡り、そこで丸1日のプログラムを展開したものです。[スライド 1.15 ~ 1.16]

次はテクニカルビジットです。これは地元の産業あるいは研究などが題材になってきます。例えば上の段、これは沖縄の一番東にある南大東島に渡り、小さな離島で6次産業に取り組む事業者を訪ねた事例です。この島は決して豊かな島ではありません。産業はサトウキビの生産、それとカボチャの生産、この2つがメインの産業になります。その島でサトウキビを原料にラム酒を作り、自ら世界のマーケットにラム酒を販売することで、小さな離島の特産品に付加価値を付けた商品の販売にチャレンジをしている、グレイス・ラムという会社があり、そこを訪ねてサトウキビの生産から、ラム酒の生産から販売までの1つのビジネスモデルを学習に行きました。それから下のほうは宮古島になりますが、ここは昔から水不足の島でした。雨は降るのに水不足です。なぜかと言うと、降った雨が地下にある琉球石灰岩の中を流れて、みんな海に水が出て行ってしまいます。したがってこの島も昔は、サトウキビしか作れない島でした。けれども、ある研究によって地下に水をためる方法が分かり、今は地下ダムというダムができて、地面の下の琉球石灰岩の中に水をためて、それをくみ出して農業用水や生活用水に使うようになりました。水が豊かになったことで農業のイノベーションが起きて、最近皆さんが知っている果物で言うと、例えば宮古島のマンゴーという付加価値の高い高級果物を、育てられるようになりました。そのような農業イノベーションに至る過程の勉強に行ったり、地下に水をためることから土を汚してはいけないと、循環型社会の勉強に行ったりと、その土地のフィールドで、特色のある産業や研究などが、実はテクニカルビジットという MICE の商品にもなってきます。[スライド 1.17]

このスライドは DMC が個別に開発していく商品の素、要はプロダクツにする前のもので、これがいわゆる地域資源そのものになるわけです。産業、社会貢献活動のようなもの、地域に根差しているさまざまな歴史、文化、このようなものもそのままではあくまで素材ですが、それを

MICE のお客さまがお金を払って、商品として購入する価値が生み出せるものに加工をして、用意しておきます。このようなことをしないと、ただそこに素材があるだけになってしまいます。われわれがこれから MICE のお客さまをお迎えし、地域で実際にそれをビジネス化しようとするのであれば、このような努力を重ねなければなりません。[スライド 1.18]

## ■沖縄が歩んだ道のり

私はパシフィコ横浜を 2006 年に退職し、DMC 沖縄という日本で初めての専門 DMC を沖縄で始めました。ここからは、今日までの 15 年の間で、どのようなことを沖縄で経験してきたかをご紹介します。独立した 2006 年は国土交通省の中に、MICE の研究会が立ち上がった年です。したがって日本ではまだ「MICE」という言葉も知られていない状況で、先ほど山下さんのお話で、シンガポールあたりから始まったのではないかという話もありましたが、そのシンガポールに遅れること 12 年、日本でもやっと 2006 年に MICE への取り組みが始まりました。MICE という言葉と考え方、このマーケティング用語を伴って私は沖縄に上陸しました。

沖縄県が支援をしてくれて、沖縄で起業したわけですが、この間沖縄に行ってからいろいろな方々にお会いして、とにかく啓蒙活動をしました。MICE という考え方の普及と啓蒙です。しかしながら、過去にコンベンションで痛い思いをした、ウイークデーの観光需要などは修学旅行で目いっぱいだから新しいことはやっつけられないなど、いろいろな話がありました。そのような中、MICE は将来、未来を担保するビジネスなのだということも含めて、お話をしながら約 8 カ月たち、2007 年の 5 月に「明日の MICE を考える沖縄の会」という勉強会を、立ち上げることになりました。その時、懇話会を開催して、約 120 人の参加者に集まいただきました。その中にコンベンションビューローや、沖縄県の関係の方もいらしていただいて、たまたま県の副知事も見に来てくれていました。これが実は沖縄での MICE のスタート、キックオフという形になっていました。[スライド 1.19]

おそらく今日のこの場も、栃木県にとっての新たなキックオフの 1 つになるのではないかと期待しています。これをきっかけに、2008 年度から沖縄県の観光施策の中に MICE の誘致促進という文言が入りました。地方自治体の中ではどこよりも早く、MICE を、正式に文字で施策の中に盛り込みました。その後、2008 年 7 月から、人材育成を始めていくこととなります。本来であればこの辺を、DMO がやっていくことになるビジネスだと思いますが、残念ながら当時 DMO という考え方はまだ日本には上陸していませんし、当然そのような組織もありません。ということで、県とコンベンションビューローと連携をしながら、私どもがノウハウを提供し、沖縄の MICE 人材の育成プログラムをスタートしました。[スライド 1.20]

これはその後もずっと続いて、今年も継続して開催しています。主に MICE の基礎講座を通じてすそ野を広げるとともに、その間少しずつ育ってきた方々には第一線で活躍している人たちから生の情報を教えてもらいます。加えて、先進地、特に海外の先進地を中心に実際に体験に行きます。海外の先進地での体験が参加した人たちのモチベーションにもなります。実際に自分たちがお迎えするお客さまが、今までにどのような体験をしてきたか、身をもって知ることになりま

す。それによってこのままでは駄目だ、もっと自分たちはこうならなければという工夫が始まって、どんどん成長していく感じです。[スライド 1.21]

それから 2009 年には、MICE コンテントレードショーを起こします。これも私たち明日の MICE を考える沖縄の会を中心に、民間の人間からコンベンションセンターに相談に行きました。「コンベンションセンターさん、すみません、会場をただで貸してください。その代わり展示会の中身とバイヤーは、自分たちで集めてきます」と、形上はコンベンションセンターの自主企画の形で、この展示会をやらせていただいて、それを実際に今度は沖縄県庁の皆さんなどにも見ていただいて、そうしたらこれは素晴らしいとなり、翌年からは沖縄県が主催になって、沖縄 MICE プロジェクトと題して 5 年間継続して、展示会を催しました。バイヤーも県が招聘をしてきています。その後 2016 年からは、商談会という形になって現在も継続中です。[スライド 1.22]

2017 年に、沖縄 MICE 振興戦略を策定しました。これは先ほどの山下さんのお話にもあり、沖縄の将来像に合わせて、MICE を活用する戦略になっています。その戦略を実際に推進する母体として、産官学民連携組織で沖縄 MICE ネットワークが、同じく 2017 年に発足しています。明日の MICE を考える沖縄の会などが、どんどん成長していった結果として、沖縄 MICE ネットワークができています。この沖縄 MICE ネットワークは、MICE の誘致や受け入れの課題解決も大事なテーマですが、一番大事なテーマはこのネットワークの中で、ローカルホストを育てることです。さまざまな産業団体あるいは経済団体、それから大学コンソーシアム、いろいろな方々が参加しています。この方々はみんなローカルホストに、なれる人たちばかりなのです。現在、この沖縄 MICE ネットワークに、200 団体ぐらい加盟していると思います。この人たちが年に 1 件ずつ MICE を開催出来たら、年間で 200 件の MICE を開催することになるわけです。ここにいる皆さんもそのような意味では、ローカルホストの候補生だと皆さんお一人お一人が感じてもらって、ご自身が所属している組織、団体の上部組織が全国でどのような MICE をやっているのか、それは 10 年後には一回自分たちの栃木でもやってもらおうなど、そのようなことを考えながらぜひこのプロジェクトに、参画をしてもらったらいいいのではないかと考えています。2018 年には沖縄では、MICE ブランドを構築し、タグラインを「OKINAWA Japan Where inspiration meets」としました。沖縄はそのような発想やひらめきに出会える場所なのです。[スライド 1.23]

## ■戦略的 MICE 誘致と創出

先ほどの沖縄 MICE 振興戦略なのですが、その結果としてどのようなものを誘致してきているか、沖縄で一番重視しているのが、アジア経済戦略構想という成長戦略です。アジアの活力を沖縄に、どのように持ってきて活性化させるのか、産業を成長させるのか、それに則して MICE を誘致しようという考え方の下で誘致したり、あるいは創出したりしているのが、ここに書いてあるいくつかの MICE です。例えば Routes Asia というのは、世界中の航空業界から 100 のエアラインと 200 の空港と、30 の観光団体が来場した商談会になります。沖縄は離島です。なので観光業はとても重要で、観光振興もとても重要です。そのためには、航空路線の拡大はとても重要

だと、Routes Asia という展示会、商談会を誘致してきて、地域を発展させようということです。このようなものが例えば農林水産食品加工だったら大交易会、それから IT と観光のデジタルトランスフォーメーションだったら、リゾートックのような展示会を創出しています。[スライド 1.24]

沖縄ではそのようなことをやっているわけですが、それらのノウハウを今度は横浜を軸に展開しようとしています。ここからの話は DMC Greater Yokohama という会社が、中心になってやっている話です。私たちの基本的な考え方は横浜で MICE を開催したからといって、横浜市内で完結する MICE はないと考えています。ここに書いていますとおり、横浜を起点に半径 60 キロ、これが MICE の主催者、参加者が行動したり、あるいは活動したりする領域と捉えていて、われわれはそれを勝手に「Greater Yokohama」と定義しました。なので、会社名も「DMC Greater Yokohama」となっています。その半径 60 キロの中で最も横浜に近く、隣接するリゾートエリアが三浦半島です。今、われわれは三浦半島の商品化にも注力をしているところです。2020 年 1 月には、横須賀市、鎌倉市、三浦市、逗子市、葉山町の 4 市 1 町の公認を受け、観光庁に候補法人登録をしたところです。

いろいろな活動をしていますが、ミーティング・プロフェッショナル・インターナショナル (MPI) ジャパンチャプターのセミナーを三浦半島に誘致できることになり、今年 2 月 26 日にハイブリッドの形で開催します。MPI のホームページに行ってくださいと、一般の方もオンラインで見られるようになっていきますので、もしご興味ある方は MPI ジャパンのホームページから、お申し込みをいただけたらと思います。[スライド 1.25]

ここまで、「DMO」や「DMC」などいろいろな言葉が出てきて、ややこしいと思われる方が多いのではないかと思います。観光を通じた地域づくり組織の目的や特性を、簡単な図に表してみました。縦軸に公共性、横軸に営利性の線を引き、エリアを分けてみました。DMO は特にマーケティングが中心になります。公共性のところで A のゾーンから B の一部にかけてが、DMO の機能として求められる部分です。一方、DMC としては営利性を持ちつつ、地域づくりの DMO とともに貢献をしていく二人三脚の関係にもあり、それぞれの位置関係としては、このような機能が求められているのではないかと私は考えています。[スライド 1.26]

また、ブランドコミュニケーションにおいてステークホルダー連携を強化するとともに、外に向けてブランドをどう訴求するのか、ブランドの品質を保ちエリアの中でどのように連携するのかを考えると、DMO と DMC の連携体制はとても重要なものになってきます。ブランドデリバリーでは、DMO がある程度コンベンションビューロー的な機能も持ちつつ、外に向けた活動を担っていきます。一方でそのブランドを維持する、あるいは品質を向上させるのが地域のステークホルダーたちで、DMC と一緒に具体的な商品を開発していきます。このような関係がうまく回ると、とてもいいビジネスにつながるだろうと私は思っています。[スライド 1.27]

最後に沖縄の MICE のプレーヤーたち、言い換えると沖縄の MICE のステークホルダーたちになりますが、彼らの連携を見える化したビデオをご紹介します。これは私どもが企画、制作をしました。登場人物は全員が沖縄の MICE プレーヤーたちです。2000 年に、G8 サミットを開催した万国津梁館という施設を使って、国際会議をどのようにつくっていった、どのよう

な人たちが皆さんをお迎えして MICE の開催をサポートするのかを訴えるため、裏方の人たちの顔見せビデオになっています。みんなである歌を口ずさみながら展開していくので、楽しくご覧ください。

このビデオは先程ご紹介した沖縄の MICE ブランドを訴求するために作ったものです。今視聴が YouTube で約 1 万回ぐらいでしょうか。

今日は、限られたお時間で気ぜわしくご紹介して終わってしまいまして申し訳ありません。ご清聴ありがとうございました。

## ◆本日お伝えしたいこと

- 1) 開催地がMICEで潤うために必要なこと
  - ①MICEビジネスの本質を掴む
  - ②強敵「東京」との闘いと地域資源
- 2) MICEに挑む DMC / DMO の先進事例
  - ①沖縄が歩んだ道のり
  - ②横浜・神奈川の新たな展開
- 3) DMC / DMO の役割
  - ①地域づくり組織の目的と特性
  - ②ブランドコミュニケーションの機能

(1.2)

## 栃木県における「MICE未来都市」の創造戦略

一産官学民によるDMOの具体的な運営を考えるー

基調講演②

「地域に根差したMICEビジネス開発のエンジン DMC / DMO」

～MICE先進地の事例に学ぶ～

株式会社DMC沖縄 / 株式会社 DMC Greater Yokohama

代表取締役社長 徳田博之



(1.1)

## ◆MICEの経済効果

参加者の個人財布



主催者の事業費



## ◆MICEの経済効果

指標	全国	神奈川県	横浜市
直接効果 (億円)	約1,060億円	約650億円	約600億円
経済波及効果 (億円)	約2,310億円	約950億円	約860億円
雇用効果 (人分)	約20,000人	約9,300人	約7,300人
誘発税収額 (億円)	約270億円	約22億円	約13億円

61.7%

56.6%

2017年度にパシフィック横浜で開催された催事による経済波及効果

出典) 2017年度パシフィック横浜経済波及効果測定詳細説明資料より抜粋・加工

(1.4)

(1.3)

## ◆MICEの経済効果

指標	全国	神奈川県	横浜市
直接効果 (億円)	約1,060億円	約650億円	約600億円
経済波及効果 (億円)	約2,310億円	約950億円	約860億円
雇用効果 (人分)	約20,000人	約9,300人	約7,300人
誘発税収額 (億円)	約270億円	約22億円	約13億円

41.1% (Direct Effect / Total Effect)  
37.2% (Yokohama / Total Effect)

2017年度にパシフィック横浜で開催された催事による経済波及効果

出典) 2017年度パシフィック横浜経済波及効果測定詳細説明資料より抜粋・加工

(1.5)

## ◆MICEの開催目的とROI (投資対効果)

### 1) 本来の開催目的の達成

《MICEサプライヤーのコアビジネス》

- ・会場提供 ・宿泊施設
- ・飲食提供 (店舗/ケータリング/デリバリー等)
- ・事務局代行 ・人員輸送 ・デザイン ・WEB制作
- ・会場装飾 ・備品/機材レンタル ・人材派遣
- ・物品調達 ・通訳 ・印刷 ・物品運搬 など

※東京、あるいは、全国の業者と戦えるスキルが必要

(1.7)

## ◆MICEの開催目的とROI (投資対効果)

- 1) 本来の開催目的の達成
- 2) ステークホルダーとのエンゲージメントの向上

参加者 (学会員・社員・顧客など) の満足度向上

(1.6)

## ◆MICEの開催目的とROI (投資対効果)

- 2) ステークホルダーとのエンゲージメントの向上  
参加者 (学会員・社員・顧客など) の満足度向上

☆ Communication

☆ Motivation

☆ Loyalty

(1.8)



## ◆ 沖縄の事例 Team Building Program



(1.13)

## ◆ 沖縄の事例 Team Building Program



(1.15)

## ◆ 沖縄の事例 Team Building Program



(1.14)

## ◆ 沖縄の事例 Team Building Program



(1.16)

## ◆沖縄の事例

### Technical Visit

産業視察研修：南大東島グレイラム社(さとうきびの島でラム酒を製造)



産業視察研修：宮古島地下ダム資料館(農業イノベーション)&次世代エネルギーパーク



(1.17)

## ◆沖縄が歩んだ道のり

2007年5月 明日のMICEを考える沖縄の会 発足  
MICEビジネス懇話会 開催



(1.19)

## ◆DMCが開発するプロダクツの素

### 地域資源

自然・海・山・温泉・人

文化遺産・伝統芸能・行事・社会貢献活動

町並み・景観・商店街・公園・公共施設

ものづくり産業・農水産業・飲食業・流通業

地場産業・観光産業・テクノロジー など

(1.18)

## ◆沖縄が歩んだ道のり

2008年7月 MICEビジネス人材育成プログラム 開始  
※その後、毎年開催し今日まで続く。



(1.20)

## ◆沖縄が歩んだ道のり

2009年 2月 沖縄MICEコンテンツトレードショー ←民間サブライヤーが発案  
 2009年 12月 沖縄MICEプロジェクト2009 ←県が主催・バイヤー招聘  
 2010年 9月 沖縄MICEプロジェクト2010 ←MICEコンテンツテスト  
 ※その後、5年間継続開催し、2016年から商談会方式になり今日まで継続して開催。



(1.21)

## ◆沖縄が歩んだ道のり

2017年 7月 沖縄MICE振興戦略策定  
 2017年 7月 沖縄MICEネットワーク発足 ←産官学民連携組織・MICE振興戦略の推進母体  
 2018年 3月 沖縄MICEブランド構築



(1.23)

## ◆沖縄が歩んだ道のり

国内外のトレードショー・商談会への出展



【海外のトレードショー】

◆ IMEX America ◆ IMEX Frankfurt ◆ The Meetings Show  
 ◆ Singapore Asia Business Meet ◆ ibtm World ◆ IT&CMA 等

【日本のトレードショー / 商談会】

◆ VISIT Japan MICE Mart ◆ IME ◆ JINTO 主催インセンティブセミナー 等  
 【沖縄のトレードショー / 商談会】  
 ◆ 沖縄MICEプロジェクト ◆ 沖縄MICEセミナー 等

(1.22)

## ◆戦略的MICE誘致と創出

「アジア経済戦略構想」実現のためのMICE活用

### ◇ Routes Asia 2017

【観光産業振興 - 航空路線の開拓】  
 世界中の航空業界から100のエアライン、200の空港、30の観光団体、  
 述べ900名以上の関係者が参加

### ◇ 大交易会 (2013年創出・毎年開催)

【航空物流ハブ構想 x 農林水産・食品加工産業振興】  
 日本全国の農林水産業者・食品加工業者と国内外の流通事業者に、  
 国際物流ハブ化の舞台である沖縄にご参集いただく高い国際食品商談会

### ◇ ResorTeck Okinawa (2020年創出・毎年開催)

【IT産業振興 x 観光産業振興】  
 ITソリューションと観光や都市技術を掛け合わせたDXの提案展示会  
 県内外から42団体が参加

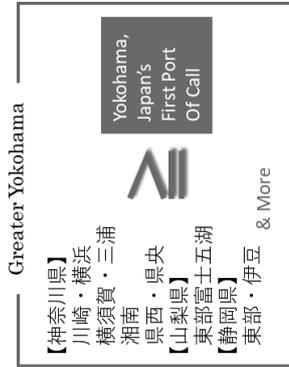
(1.24)

## ◆横浜・神奈川の新しい戦略

### 株式会社 DMC Greater Yokohama が果たす役割

#### 【Greater Yokohama の定義】

- ◆横浜・神奈川を基点に開催されるMICE顧客（主催者・参加者・出展者・同伴者等）が行動するエリアや活動する領域を総称して「Greater Yokohama」と定義します。



※横浜を起点に半径60kmが対象。

※横浜に隣接するリゾートエリア「三浦半島」の商品化に注力。

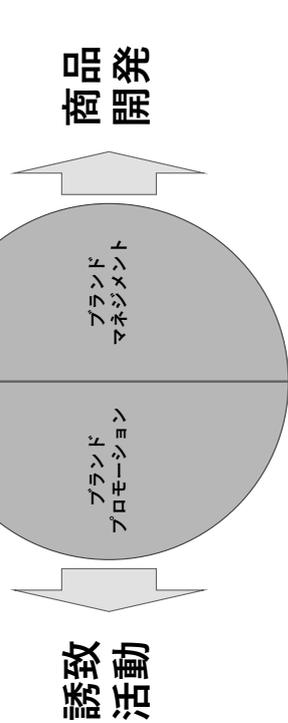
※2020年1月三浦半島地域連携DMO（横須賀市、鎌倉市、三浦市、逗子市、葉山町の4市1町公認）候補法人として観光庁に登録。

※2021年2月26日 MPI Japan セミナーを三浦半島からハイブリッドで開催決定。

(1.25)

## ◆DMC と DMO の関係

DMO DMC



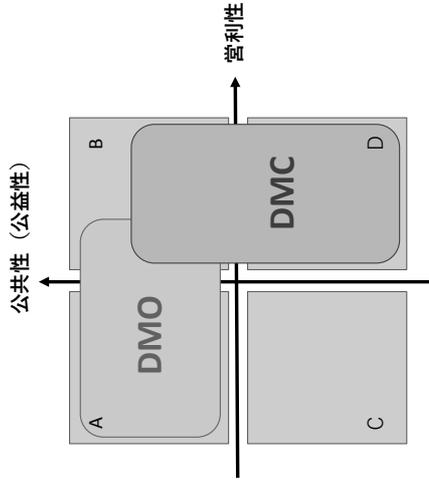
コンベンションインテグレーション機能

ステークホルダー連携

(1.27)

## ◆DMC と DMO の関係

地域づくり組織の目的と特性



(1.26)

## パネルディスカッション

# 「MICE都市間競争に打ち勝つ本県のDMOとは」

### パネリスト

- 鎌田 秀一 氏 (宇都宮市副市長)  
西川 洋子 氏 (株式会社コンベックス代表取締役専務)  
中津 正修 氏 (栃木県経済同友会筆頭代表理事)  
吉田 元 氏 (宇都宮商工会議所議員 (関東自動車株式会社取締役専務執行役員))  
山下 真輝 氏 (株式会社 JTB 総合研究所主席研究員)  
徳田 博之 氏 (株式会社 DMC 沖縄代表取締役社長・  
株式会社 DMC Greater Yokohama 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

ここからはパネルディスカッション「MICE 都市間競争に打ち勝つ本県の DMO とは」で、6名の先生方にご登壇いただきます。最初に宇都宮市の鎌田副市長から JR 宇都宮駅東口地区の整備事業と、そして MICE 誘致に関わる取り組みで、お話をいただきたいと思います。では、鎌田副市長、よろしくお願ひします。

## ■宇都宮市の取り組み

### ◆鎌田

ご紹介いただきました宇都宮市役所、副市長の鎌田です。きょうはお話させていただける時間をいただき、ありがとうございます。



宇都宮市では 2022 年度の施設の完成に向けて、MICE 施設となる交流拠点や商業施設などを、宇都宮駅東口で一体的に整備を進めているところです。本日はこの JR 宇都宮駅東口整備事業の概要と、MICE 誘致に関わる本市の取り組みについて、お話をさせていただきます。

はじめに、JR 宇都宮駅東口地区整備事業についてご紹介します。まず、地区の概況ですが、本事業は JR 宇都宮駅に隣接する中央街区と南街区を併せた、合計約 2.6 ヘクタールの私有地を対象としています。次に事業の経過ですが、2018 年に公募により選定しました、野村不動産株式会社を代表企業とするうつのみやシンフォニー、こちらの事業者決定し、その後各施設の設計や工事に順次着手しています。[スライド 2.2 ~ 2.4]

次に地区内の各施設の概要についてですが、資料の左下の平面図をご覧くださいなのですが、街区の中央には市の交流拠点施設と交流広場を整備し、この北側に商業施設やカンデオホテルズなどの施設で構成する複合施設等を整備します。また、交流拠点施設の南側には高度専門病院のほか、商業施設やホテルなどで構成する複合施設を整備しますが、こちらの複合施設については、新型コロナウイルス感染症の影響などにより、現在うつのみやシンフォニーにおいて、計画の見直しを行っているところです。そして、道路を挟んだ南街区のほうについては、2020年4月から供用を開始した市営の自転車駐車場のほか、分譲マンションを整備します。[スライド 2.5]

次に交流拠点施設の概要についてですが、この施設の特徴としてはJR宇都宮駅の改札口から徒歩わずか2分と、国内でも有数なアクセス性を有するほか、学会会議や各種大会、式典等よりもより大ホールなどにおいては、交流広場のほうと一体的に利用できるような、そのような形式で設計していますので、いろいろな多種多様な催し物に、対応できるような機能を有しています。また、この施設のデザインについては、新国立競技場の設計者である隈研吾氏の監修で、京都の玄関口にふさわしい風格を備えた施設の設計にしています。次に各施設のフロアごとの概要ですが、このような感じで大ホール、大会議室やエントランス、2階のほうからが駅と直結の入り口になっています。これは中ホールです。小会議室です。このような施設になっています。後でお手元の資料のほうを、ご覧いただければと思います。[スライド 2.6～2.10]

次に今後のスケジュールですが、今年の11月に高度専門病院のほうが供用を開始し、2022年の11月までには見直し中の複合施設を除き、全ての施設が供用開始となり、まち開きを開催する予定です。[スライド 2.11]

次にMICEの誘致に係る取り組みについて、ご説明をします。交流拠点施設への催事の誘致についてですが、施設の供用開始直後から魅力的な催事を、数多く開催できますよう現在全国の大学や企業など、約5,000の催場の主催者に対して、ダイレクトメールを送ったり、また訪問営業を行うとともに施設の利用希望者に、さらに利用意向を高めていただけるように、施設中の様子を360度閲覧可能なVRの映像や、宇都宮駅東口地区内の施設の立体の動画などの作成に、取り組んでいるところです。今後は作成した映像を用い、本年2月に行われる国内最大級のMICE商談会である、国際MICEエキスポへ出店するなど、積極的な誘致活動に取り組んでいきます。[スライド 2.12～2.13]

また、市内におけるMICE開催の支援として、宇都宮観光コンベンション協会において、コンベンション主催者からの相談に応じ、歓迎の看板やビラの掲出による参加者歓迎のサポート、あるいは懇親会やレセプションパーティー等でのアトラクションの紹介のほか、お土産品の販売コーナーの設置やコングレスバッグ、観光パンフレットの提供などの開催支援に、取り組んでいるところです。[スライド 2.14]

しかしながら本市はこれまで以上に選ばれるためには、さらなる支援の充実が今後不可欠と考えています。官民が連携してMICEの受け入れの体制の充実を図る必要があります。そこで本市においては、今年度市内の観光事業者や交通事業者さんなどが参画する宇都宮観光推進委員会が発足しました。ここでは事業者が連携、協力を行いながら既存事業の磨きあげ、新たな観光商品の

企画などに取り組んでいただいています。このコロナ禍においても、周遊クーポンや旅行商品の造成、販売などを積極的に手掛けていただいている、市内の観光をけん引する非常に心強い存在となっています。このような組織をうまく活用しながら MICE の誘致を、展開していきたいと考えています。このような取り組みをしています。[スライド 2.15]

また、本市には文化会館や総合文化センター、マロニエプラザ、ブレックスアリーナなど既存のコンベンション関連施設もあります。これらを組み合わせることにより、より大規模なコンベンションの開催も可能であることから、MICE の誘致に当たっては、今後オープンする駅東口の交流拠点施設と併せて、これらの施設についてもこれまで以上に、積極的に PR をしていきたいと考えています。さらに MICE 誘致に当たっては地域の特色を発揮し、他都市との差別化をすることが求められていることから、大谷資料館や若山農場など特別感を演出できる施設のユニークベニューとしての活用や、餃子やジャズ、カクテルなどの本市の強みとなる地域資源を活用したアフターコンベンションのメニュー作りなども、行っていきたいと考えています。[スライド 2.16～2.17]

地域の特色を発揮する意味では、県内のさまざまな魅力ある資源を活用し、栃木県全体で魅力の向上を図り、主催者に訴求していく必要があると考えています。県内の自治体間で連携を強め、宇都宮だけでなくオール栃木で誘致を推進することができれば、より多くの MICE を誘致することができ、県内経済の活性化に大きく寄与するものと考えていますので、本日お越しいただいている関係団体の皆さまにおいては、どうぞこれまで以上のご協力をお願いしたいと考えています。私からは以上です。ありがとうございます。[スライド 2.18～2.19]

#### ◆須賀

鎌田副市長、どうもありがとうございました。

ここからビデオメッセージも含めて、約 1 時間のパネルディスカッションで、宇都宮市あるいは栃木県における DMO についてのイメージを、固めていきたいと思えます。

まずは地元の経済界から、栃木県経済同友会の中津さんから、この施設に対する期待あるいは県内の産業に対する波及効果、その中での DMO の役割と、いくつか論点があるかと思えます。

### ■地元経済界からみた駅東口交流施設や DMO への期待

#### ◆中津



栃木県経済同友会の中津と申します。よろしく申し上げます。本日は業界のプロの方々にお集りいただき、素晴らしいお話を聞かせていただきました。私にはわからないことばかりで、本来であればそちらに座って聞きたい立場ですが、「広域連携のための本県 DMO の必要性」というお題で話をさせていただきます。実は私ども栃木県経済同友会には、いくつかの委員会があり、その中に地域振興委員会があります。この地域振興委員会では、現在「広域連携による観光県の構築」というテーマで、活動中で、栃木県を中心に広域で福島、茨城、群馬、

埼玉を含めて5県が連携し観光誘客を進めていこうとして調査・研究を行なっています。

実は昨年になりますが、5県の行政と観光関係者が集まりシンポジウムを開催させていただきました。そのときの基調講演を「せとうちDMO」の元総括責任者であった村木智裕様にお願いしましたが、そこでわれわれが1つ気付いたことは、広域連携は非常に難しく、先ほど5県と申し上げたのですが、これを例えば鉄道でつなぐとなるとどうなるのでしょうか。それから道路でいくと茨城、栃木、群馬は北関東横断道で1つ流れがうまくできています。せとうちDMOは瀬戸内海を中心に7つの県がうまく回遊できるのです。ですから非常にDMOとしての機能、それから誘致、いろいろなことをプレゼンテーションするのに素晴らしい環境です。それに対して栃木県としてどうするかを、やはり考えなければいけないと感じさせられました。また、その中でデジタル活用の話が出て、マーケティングやプロモーション、このような情報を世界に発信することの重要性についてお話いただきました。特にヨーロッパを中心にかかなりの反響があったとのことでした。

私の本業は住宅メーカーで、戦後40数年間にわたり営業を続けているのですが、住宅はいろいろなことで変わります。例えば阪神淡路大震災がありますと、途端に耐震強度をどう強めようかとなります。雪の多い例えば北陸地方においては、今降雪がすごいのですが、そのような地域によるとやはり多雪地帯に合ったようなものを、造り上げていくわけです。私はやはりこのDMOを考えるときに、日本の現状やこれから日本がどう変わるか、過去にどのような変化を起こしてきたか、このようなことをやはり地域単位の中でしっかり考察をして、その中でいいものをどんどん発信していく、このことが非常に重要かと考えています。

実は数十年前になるのですが、私は同友会の特定地域再生特別委員会の委員長を務めたことがあります。金融機関の不良債権処理の問題で非常に金融庁の指導が厳しくなったとき、温泉観光地の再生に向けて栃木県内の観光協会と話し合いをさせていただきました。観光課の担当者の方も来たのですが、実はそのときに私が非常にショックを受けたのは、観光協会の人たちのお考えが全て依存型なのです。助けてもらうという表現はちょっと言い過ぎかもしれませんが、そのような期待が非常に強くて、われわれ同友会でいくと同友会でお金を貸してくれるのか、お客を連れてきてくれるのかと言われ、だいぶトラブったことを覚えているのですが、やはり地域のDMOはそのようなものではないと思うのです。自分たちの力と努力は、特に栃木県の場合は世界遺産がある日光東照宮や那須など自然と歴史に非常に恵まれています。極端なことを言うと、日光であれば知名度があるので何となくお客さまが来てくれました。もっと極端なことを言うと、戦後の復興期における企業の慰安旅行と言うと、必ず鬼怒川温泉、川治温泉が入るわけです。きょういらっしゃっていただいておりますJTBさんなどの大きな旅行会社さんが、団体旅行をセッティングしていきます。そうすると、われわれはそこに行って地元の方とお話をすると、旅館など受入側が努力をした形跡があまり見えないのです。どこへ行ったら買えるのだろうと思うような薄っぺらなタオルや、お風呂から出てくるとまず大変なのが、自分の履いてきたスリッパ探します。他にも手で振るとペラペラ動くような歯磨きで、歯を磨けと言わんばかりのアメニティグッズや、朝の7時半になったら布団を上げに来るなど、サービスやホスピタリティが全く感じられ

なくて、私は本当に全国から MICE の方々をお呼びしても今の環境では、ちょっと難しいと当時感じた時期がありました。そのところは栃木県に誘客する上で重要な点ですので、敢えてお話をさせていただきました。その当時は大型の観光業者の方が、お客を連れて来る、企業単位の中で連れてきます。しかし、今は完全にニーズが変わっていて、個人のお客さまたちがどう楽しむかですのでマーケティング戦略を変えていく必要があります。

われわれの商売のマーケティングで言うと、われわれが何を提供するかという勝手な想像ではなく、お客さまが何を望むかをしっかり考えなければいけません。そうでないと、この地域において DMO の組織をつくっても機能しません。先ほどのお話の中にもありましたが、やはり公共性のある程度持ちます。しかし、かといってこの DMO はやはり収益も、ある程度考えていかなければなりません。DMC であれば収益を中心に考えていいと思うのですが、そのようなことを非常に感じました。一方で、国からは地方創生という大きな課題を背負わされているわけです。このようなことも、同時に進めていかなければいけないと思っていますので、これからの栃木県における DMO のことに関しては、われわれ経済界もどうすればうまくこれが機能するか、このようなところを一緒に考えていきたいと思っています。

#### ◆須賀

ありがとうございました。では、吉田専務、どうぞ。

#### ◆吉田



関東自動車の吉田です。今日はシンポジウムで、私自身も大変勉強させていただいているところです。

われわれはバス事業をやっているのですが、全国バス事業者大会というものが、全国のバス事業者が年に1回集まる会があるのですが、関東ブロックが担当になるときは必ず東京か神奈川でやるようになっていて、「北関東はどうなのか」と言われても、群馬も茨城もそうですが受け入れる施設がないということで、今までは受け入れてこなかったのです。ものすごく先の順番にはなるのですが、今回東口に施設ができることもあって、全国バス事業者大会を栃木で受け入れることにしたのは、やはり今回のこのような新たな施設ができることが1つの契機なのです。

単純にその施設ができるだけでなく、駅からすぐ見えるところであって、2分で施設に行けることは非常に大きいと思っています。私は横にいる中津さんと2018年の4月に全国経済同友会セミナーをやったときに運営部会で輸送の担当を任されていたのですが、ホテル東日本さんと総合文化センターに全国から集まる経営者をどのようにしてお連れするのかと散々頭を悩ませて、実際にいろいろ大変でした。帰っていただくときも地元のタクシー会社さんにかなり声を掛けてタクシーを出してもらいましたが全然足らなかつたり、自分のところでバスを出したり、路線バスが走っているので前から乗って前から降りてくださいと、全国のバスとは乗り方が違うところなどを説明して何とか乗り切りました。そういったことがあった中で、このように駅にすぐ

隣接するところに施設ができるということは、オペレーション上は非常に準備の負荷が下がると思っていて、非常に運営する側からすると手離れが良くなります。手離れが良くなるということは、その分だけ受け入れるキャパが上がってきて、多くのコンベンションをお迎えできるようになるので、非常に良いことではないかと思っています。

きょういろいろな方のお話を伺って私が思ったのは、私どもがよく担う領域としてはアフターコンベンションのエクスカージョンで、来ていただいた方を例えば那須地区や日光地区にお連れするところを実際に担ったりするわけですが、やはり宇都宮が中核都市でこのような中心的な施設を担いつつも、宇都宮市だけではやはり閉じないのではないかということです。先ほどの Greater Yokohama という考えもあるとのことでしたが、やはり栃木県のいろいろな地区との連携は非常に重要になると改めて思いましたので、宇都宮市さんと栃木県の連携がこの分野においてより一層深まっていくことが重要なのではないかと、改めて本日思いました。

#### ◆須賀

ありがとうございました。徳田さんから宇都宮あるいは後背地の栃木県を、どのようにご覧になって MICE 誘致の強み、弱みについてアドバイスいただければと思います。徳田先生、お願いします。

### ■ MICE 誘致における DMO のあり方について

#### ◆徳田

今、吉田さんのお話の中で Greater Yokohama の考え方についても話題に取り上げていただき、ありがとうございました。吉田さんのように、正にローカルホストとして、MICE を主催する決意を持たれている方がいらっしゃるの素晴らしいと思いました。

私のこれまでの経験からのお話になってしまうのですが、MICE の活動エリアは宇都宮で開催したからといって、宇都宮に限定されるわけではありません。先ほどの私の講演でもご説明させていただいた通り、私の経験上、半径 60 キロぐらいの範囲をしっかりとマネジメントしていくことが、重要になってきます。また、山下さんのご講演でも、MICE は都市の総合力で誘致するのだと話がありました。これは産業だけではなく、住民の方々も含めて、MICE が宇都宮に来る、栃木に来る、このようなことについて、われわれの生活の中のひとつの価値につながっているのだと、理解してもらうことも重要だと思います。そのようなことも含めて DMO には地域の皆さん、ステークホルダーの皆さんとのさまざまなコミュニケーションや合意形成など、とても重要な役割があるのだと思います。

また、新幹線が止まる駅のすぐ目の前に、このような素晴らしい施設ができることは、それ自体がアドバンテージだと思います。私がこれまで 15 年活動してきた沖縄には、鉄道がありません。したがって飛行機だけが唯一の移動手段で、那覇空港からの二次交通をどうするか。これは沖縄にとって長い間の課題ですが、同様に栃木にとっても広域連携、あるいは地域連携の中で、どのような対策を打たなければいけないかという課題は顕在化していることと思います。そのような

中、まずは宇都宮というこの地に集まることについての負荷が低いことは、大きなアドバンテージをお持ちになってスタートできるので、うらやましさも感じるようです。

やはり地域連携、広域連携はとても重要だと思います。先ほどの半径60kmの話にもつながりますが、関係する自治体が互いに100パーセントの力を出し合い、責任を果たし、協力し合う関係をつくるのがとても重要だと思います。例えば5つの地域をつないだときに、それぞれの地域の責任が1/5になるという考えでは、広域連携や地域連携の観光モデルは成立しないことをご助言申し上げます。

#### ◆須賀

ありがとうございました。西川専務、この地域でどのような機能を持ったDMOがあったら運営をしやすいか、実務的なことも含めて教えてください。

#### ◆西川



コンベックスの西川と申します。どうぞよろしく申し上げます。

私には2つの立場があり、1つは今先ほどご紹介したように、施設運営側の指定管理という立場、あともう一つはPCO、要するにコンベンションを開催する、その主催者とともに運営をする立場と2つあります。そのPCOの立場として、少し意見を述べさせていただきたいと思います。

私は日本全国、北海道から沖縄まで、もちろん海外、ヨーロッパ、アメリカにおいても、コンベンションの主催者とともに運営をしていくわけですが、そのときに地元は何を求めるのでしょうか。その1つの例をご紹介します。私どもは何年か前、先ほどビデオに出てきた万国津梁館で、400名ほどの国際会議を約300人海外の方を招いて開催しました。その際、一番ハードルが高かったのは何でしょうか。正直申しまして沖縄の人たちとの交流です。どうしても沖縄はこのような言い方をすると、ちょっと失礼かもしれませんが、やはり東京から来る我々にとっては壁があって、なかなか乗り越えられない雰囲気がありました。そこで私が協力を求めたのが、ここにいる徳田さんです。私がお願いしても「うん」と言ってくれないものを、徳田さんがお願いすると、なぜかスムーズにものが運びます。それがやはり地方の特色だと思います。

万国津梁館に400名近い方たちが来られての会議は、笑いが出るほどいろいろなことが起こりました。コーヒーサービスのコーヒーサーバーに、普通は紙コップでコーヒーを飲むと思うのですが、ある中国人は大きな水筒を持ってきて、そこにコーヒーをジャブジャブ入れていました。なぜこのようにコーヒーがなくなるのかと思っていたら、それが原因でした。このような驚きのことが国際会議ではよく起こります。

そのようなことを考えると、栃木、宇都宮で国際会議を開催した場合、何が起こるのか私は正直言ってまだ分かりません。もちろん自治医大、それから独協医大の先生方のご依頼を受けて、宇都宮で医学会を開催したことがあります。その中でいくつかのハードルは、確かにあったと思うのですが、やはり地元の風習、それから商習慣、そのようなものを全て理解した地元の受け入

れ体制が、必ず必要になります。たとえ東京から随分と経験を持った大きな会社の方が、例えばJTBの方にしても近畿日本ツーリストの方、またどこへ行っても大丈夫である実力を持ったPCOも含め、色々な方々が来ても地元の壁に必ずぶち当たります。その場合に地元の会社、地元の方たちとの間に入るのが、このDMOあるいはDMCだと思います。それがここのコンベンションセンターを運営する場合には、絶対必要だと私は思っています。

我々(施設運営者)がそのDMOの方たちと主催者の間に入って、調整をしていきます。その結果ここ宇都宮で会議をやって良かったと思えるようなサービスを提供するのが指定管理者であり、DMOであるのだと思います。なので、それができるようなDMOを、これからぜひこの宇都宮にはつくっていただきたいのです。それに併せてもちろん日光、那須、塩原、益子といった周りの自治体の方たち、それから県全体としてのそのような受け入れ体制を、ぜひつくっていきたいと思っています。

#### ◆須賀

山下先生も同じ質問なのですが、宇都宮あるいは栃木県におけるDMOのあり方について、アドバイスをいただければと思います。

#### ◆山下

DMOはいろいろと誤解が結構あったりするのですが、本来は1つのデスティネーションのユニットという考え方があるのです。ツーリズムデスティネーションとよく国連などでも定義されているのですが、1つの分析に耐え得るユニットがあって、これは市町村などの行政区域はあまり関係なく、基本的には宿泊施設が集積しているエリアがあって、そしてそこにゲートウェイになる駅があったり、そこで宿泊する方が周辺でアクティビティをしたり観光をしたりする形で、周辺を回遊すると思うのです。1つの観光地域のユニットの単位で、DMOが形成されなければならないと、これが基本だと思うのです。それを何とか市観光協会や何とか県観光協会は、ツーリズムのデスティネーションのユニットではありません。例えば海外などでも、例えばナパバレーのようなところでも事例が出ますが、そこに5つ、6つぐらいの市があって、そこでナパバレーという1つのエリアを形成しているわけです。ビジットナパバレーというDMOがあります。これは分かりやすいわけです。

先ほどせとうちDMOのお話がありましたが、かなり公益的なDMOで、あれはちょっと個人的には広過ぎるので、本来はあれももう少し細かい単位で、例えば私は今月しまなみジャパンさんという尾道にあるDMOのオンラインシンポジウムで、基調講演をやらせていただくのですが、あそこなどはまたちょっと小さな単位で、しまなみ海道辺りをベースとしたDMOという単位を形成していますが、まずはそのようなユニットです。

宇都宮市であればそこが軸になって、どのぐらいの単位で連携をすると、これの大事なことは旅行者目線、ユーザー目線というか、旅行者の視点に立ったときに、どのぐらいの範囲で情報提供して連携すればいいのかを、ちょっと考える必要があるのですが、なかなか日本の場合は一応

広域行政組合があったり、いろいろな単位がありますが、なかなかその単位をつくるのが結構難しいのです。そのような意味で、まず県という単位のDMOというよりは、宇都宮市を中心とした周辺のDMOで形成してほしいと思います。

MICEで言うと、実は福岡コンベンションビューローの中に、Meeting Place Fukuokaという、ある意味バーチャルなMICE組織をつくりました。そこに地元の西鉄バスさんやJTB、ヒルトンホテルの人などがいろいろな会社が、人材を派遣してお金も出してつくったのですが、基本的には福岡のためだけにMICE振興をしていません。やはり熊本や大分、長崎など広域的に連携して、アフターMICEはプログラムを作る視点でやっていますので、宇都宮のほうでMICEのDMOができたならば、周辺の地域との連携を積極的にやってほしいと思います。

#### ◆須賀

ありがとうございます。鎌田副市長にお伺いしたいのですが、この交流拠点施設のリーフレットをいただいたのですが、問い合わせ窓口が東口整備室になっていて、将来もここが誘致の窓口、運営の窓口になっていくのか、それとも何か新しい組織をつくっていくのか、それによって周辺地域の観光地との連携を図れると思うのですが、いかがでしょうか。

### ■今後のMICE誘致戦略について

#### ◆鎌田

まだ駅東口の交流施設は建設中なもので、担当しているのは駅東整備室が担当しているので、現在のところ受け付けは整備室がやっていますが、もちろん完成して運営していく時点になったら、そこにふさわしい体制でやっていくことになると思っています。

今まで伺ったお話の中で、半径60キロの話や広域で連携したほうがいいお話は、私たちとしてもそのとおりだと思います。東口でこの交流拠点施設を造って、これ1つだけで何かができるなどと、そのように私どもも思っているわけではありませんので、もちろんホテルや宿泊の受け入れ態勢もそうですし、さまざま今までご指摘いただいたアフターコンベンション、ユニークベニューの話、そのようなものを宇都宮だけで何か魅力的なものに、できるわけではないと思います。

それが強く競争だ、総力戦だという話もご指摘いただいて、そうなのだと私自身も強く思って勉強になりましたし、まさに栃木県の中でみんなでやっていく総力戦として、競争だという意識でいかにしてみんなで戦略を作って、一緒に競争に勝ち抜いていけるようなそのような方向性を、持ってやっていくことが必要だと強く思います。ただ、それに当たっていろいろな方が、ステークホルダーだというのはきょう私自身も勉強になりました。観光だけではない産業の話、住民の方、いろいろな面でステークホルダーの方々がいらっしゃるので、そのようなステークホルダーの方々が合意形成を図って1つの戦略を、他の自治体の皆さんとも一緒に戦略を作るか、これからどう深めていくかが、このMICE戦略を成功させるポイントなのかと思いました。

## ■米国の事例

### ◆須賀

ここでオーランドの原忠之先生からのメッセージを上映します。10分ほどのビデオですが、DMOの運営に関する海外事例を、お聞きいただければと思います。

### ◆原



こんにちは。セントラルフロリダ大学の原忠之と申します。本日は栃木県における MICE 未来都市の創造戦略にお招きいただきまして、大変にありがとうございます。[スライド 3.1]

きょうのテーマは5個あり、1つ目がDMOと日本の観光協会のビジネスモデルに、結構決定的な差があるのでそこをみます。それからデステーションマーケティングは何だというその基本についてもみます。それから、今観光庁などでもちょっと話題になっているDMOの持続性ある資金源確保問題、それからDMOの運営と経営、この問題はアメリカではどうなっているのでしょうか。アメリカは何といっても40年以上DMOを回していますので、かなり経験というか知識の蓄積がたまっています。それから最後はDMO、MICEの人材育成の方向性についてです。[スライド 3.2]

このDMOと観光協会の差については、私もいろいろなところで日本でもお話をしたりすることがあったのですが、そこで議論していますし、だいたい私なりに分かってきた部分を一覧表にしてみました。そうすると、こうして見ていただくとまず顧客が違う、それから顧客の国籍が違います。基本的には日本の伝統的な観光協会は、昭和の高度経済成長時代の昭和30年、40年ぐらいから出てくるビジネスモデルで、日本人の可処分所得が上がると同時に、ビジネスがどんどん伸びていったそこでできたモデルです。ただ、これからインバウンドでいわゆる令和の時代になって、インバウンドで国を回していこうと、2030年にはインバウンドの消費額15兆円を目指そう、2019年には4兆8,000億ぐらいだったのをそれをもっと増やそうという場合には、ちょっと日本型の観光協会モデルでは回らないことになります。これは議論がきれいにされておらず、観光協会の方々も横滑りでそのままDMOになれるのではないかと、なれません。替えないと駄目です。ここにポイントが全部書いてありますので、見ておいてください。[スライド 3.3]

MICE関連客は、DMOにとっては非常に重要なのですが、観光協会にとってそれは関係ありません。言語も違うし、職員の多様性、それからビジネスの成果評価基準、これも基本的には古いモデルは入れ込み観光客数、取り扱いの観光客数が増えればよかったのですが、むしろDMO型だと地域経済の経済効果で頭数ではなく支出型なのです。

デステーションマーケティングの基本です。セールスマーケティングの違いなど本当の基本の基本はあるのですが、それはちょっと時間がないので、デステーションマーケティングをどうするかと、基本的にはAwareness, Consideration, Preference, Intention, Visit, Advocacy, 認知, 考慮, 優先度合とあるわけです。これを具体的に言うと、宇都宮と外国人の人が行った場合に、外国人が宇都宮というブランドを知っているか、Awarenessがあるかです。あった場合には次にその中で宇都宮を他にも奈良、日光、広島がある中で、宇都宮を考慮して

くれるかという Consideration になります。次の段階として今言ったような他の都市と比べて、Preference です。いや、私は時間が限られているから宇都宮には行きたい、今回奈良はパス、だけれども宇都宮には行きたいと、そのような Preference です。それで往訪意図、これは実際に行くという意図ができて Intention です。実際に往訪します。JNTO なり何なりというのは、実はきちんとこの辺を調べていてビジネスモデルになっているのですが、1つ抜けているのはアドボカシーが今アメリカなどでも重要なのです。来て終わりではなく、来た後でお客さんがそこでの経験、宇都宮で餃子がおいしかった、ジャズクラブへ行ったらすごく面白かったと、短いビデオできちんと SNS, Facebook, あるいはインスタグラムの写真に載せてくれるかです。それをやることによって、宇都宮を消費者の方から唱道してくれるのは、「word of mouth」といって非常にやはり効果があるのです。ですからそこまでやりましょうと、このようなビジネスモデルが DMO としても知っておくべき内容です。[スライド 3.4]

次に、宿泊関係です。ホテルに泊まったらどのような税金がかかるのでしょうか。日本の場合は今売上税というか消費税だけです。10%でしたか。アメリカの場合は消費税、売上税もありますが他にいろいろな税金があり、一番のメインは宿泊税です。これは Lodging Tax, Bed Tax などいろいろな言い方がありますが、宿泊税です。宿泊代金に何%とかける税金です。他にも会議場税や TID アセスメントなどありますが、あくまでも宿泊税がメインの税金です。日本の一部の方と話をしていると TID、これが非常に持続性ある税金でいいのですかと聞かれますが、それは違います。やはり基本の全体を俯瞰したイメージは、日本の人たちは結構欠けている部分があるので、あくまでも中心は宿泊税、売上税、他は補完的な税金です。TID は基本的にはカリフォルニア州のように、宿泊税を取っているのですが、それが一般財源に入ってしまった、観光の産業奨励以外に流用されてしまうので、仕方ないから入れた税金が TID なのです。ですからその意味ではフロリダ州のように、最初から宿泊税は観光目的にしか使えないという目的税化していると、TID などは考える必要がありません。この辺の米国の場合、やはり税収は各州によって違うという部分の全体感、それからどこの州でどのような税金が出るか知っておかないと、なかなかこの辺の断片的な話をちょっと聞いてそれに走ったりすると、間違えてしまったりすることがあるので、お気を付けくださいという話です。アメリカの場合は平均 15% です。ということは、日本は今消費税が 10% だとすると、まだ 5% ぐらいの課税余力はあります。そのぐらい課税されてもアメリカ人からすると、別に税金が高いという話にならないという、これはポイントですから、覚えていただくと役立つと思います。[スライド 3.5 ~ 3.6]

DMO の使命、これは一言で言ってアメリカの場合は、連邦政府は "Brand USA", その下に州レベルでの DMO もあるし、その下にいわゆる市町村というか地方自治体レベルでの DMO もあります。全ての最大公約数はこれで、地域経済発展のためなのです。これが残念ながら日本のいわゆる観光協会、あるいは DMO と最近名前を付けて頑張ろうと思っても、あやふやなところが多いのです。だからお客さんを満足させる、何を何々させる、住民の満足度がどうなどそれは違うし、目的ではないのです。目的はあくまでも経済発展であり、地域住民の生活のクオリティーを上げるために観光を奨励する、だから税金を使うのです。だから観光はビジネスなので

す。そこのビジネスのところをしっかりと押さえないで、文化がどうだ、とずれてしまうと、本当に後でやりにくくなるのでここは気を付けてください。[スライド 3.7]

それで、次に経営と運営の問題をちょっと見てみましょう。アメリカの場合はすでに経営運営の問題は40年先行しているという、先行者はやはり知見がたまっているのです。ですからその部分を見ていきましょう。オーランドはアメリカで今、年間7,500万人の一番観光客が来る都市です。次はニューヨーク州でこれも6,800万人ぐらいで、ラスベガスで4,200万人、ハワイは州全体でも1,000万人ぐらいです。オーランドはフロリダの中の1つの都市ですが、そこだけで7,500万人来るということで、アメリカで一番観光客が来る場所のDMOを、見てみましょう、と執行役員の顔写真見ていただくと、ネクタイをしている人が何人いるかと言うと少ないです。女性のほうが多いです。これはアメリカのデフォルトですから、女性のほうがやはりマーケティングなどに向くのです。というのは、アメリカで40年ぐらいやって出てきた結論です。この人たちがどのような前職かと言うと、このように見ていただくように地方自治体出身者、あるいは出向者・出向役員はゼロです。理事会のほうはどうなっているかと言うと、このようにして見ていただくとわかるように、ホテル関係が多いです。ポイントは一番皆さんの画面で見て右側に、Ex-Officio Director と、Ex-Officio は投票権がない理事でオブザーバーのようなものです。そこに地元政府の市長さんなどが、ずらっと入っているわけです。彼らは投票権がないのです。ということは、アメリカのDMOはいかに地元政府から人材の面においても、投票権や経営権の面においても独立しているかが、これでわかると思います。[スライド 3.8～3.10]

それで、DMOの重要なミッションとして、これが非常に重要なのです。アメリカのDMOに入っていて、日本のDMOに抜けている仕事があります。それは何かと言うと、地域住民に観光の重要性を啓蒙する、これについてはアメリカのDMOでは、必ずミッションに入っていて日本の観光協会やDMOには入っていません。ですから、これはぜひともお忘れなくという話です。[スライド 3.11]

最後の教育の部分に来ました。ホスピタリティ、それからマネジメント、プロフェッショナルセッションとありますが、全体としてアメリカのビジネススクールはこの辺です。アメリカのホスピタリティ経営学部はこの辺です。それから、スイスの専門学校的なところはここなのです。日本の観光学部はここになってしまうのです。ですからその意味ではちょっとずれていて、もう少し真ん中に持ってこなければいけないという話です。それから基本的にはDMOとMICEは、これから人口1億2,600万人の日本が、世界人口78億の人たちに訪日経験を売る業務ですから、英語がベースなのです。そこの部分が議論にならない部分は、非常に懸念を感じます。なぜかと言うと、韓国、台湾、香港などいろいろなところと仕事をしてはいますが、みんなそれがわかっています。日本だけはまだ日本語で全部仕事をしています。[スライド 3.12]

そのようなことを言うと、「いや、そのような英語なんて無理です」と言われるので、いや、ちょっと待ってくださいと。明治維新から8年後に札幌農学校の人たちは、このようにして授業を全部英語で取っていたわけですから、インターネットもコピー機もないような時代に、つい数年前までちょんまげをしていた人たちが英語で、全部授業を取っていた歴史があるわけですから、そこ

は頑張ってください。ありがとうございました。[スライド 3.13 ~ 3.14]

## ■各パネリストからの総括コメント

### ◆須賀

ありがとうございました。それでは宇都宮、栃木県における DMO に対する期待や、宇都宮、栃木県に対してエールを送っていただければありがたいと思います。

### ◆中津

日本の観光をトータル的に考えると、インバウンドはすごく業績を上げていて、インバウンドの観光客が非常に多くなってきています。本来であれば、2020 年は国の目標値である 4,000 万人ぐらい可能だと考えますが、コロナの影響でちょっと止まってしまいました。一方、私は国内で日本の国の方が旅行で移動しているのは、あまり伸びていないのではないかという感覚を非常に持っていて、そのような意味においてはやはり日本国内の旅行客、これをどのように増やしていくか、このことも DMO として考えなければいけない分野の 1 つだと思っています。その点からいけば、われわれは企業家ですから、組織を企業的なイメージに考えを切り替えていって、収益性をどう上げていくか、これが必要だと思います。

それからコンベンションの件ですが、私は以前から宇都宮にコンベンションをつくる場合には、産業ミュージアムを造ってほしいという要望を、ずっと出し続けていました。それは栃木県が第二次産業の割合が高く、世界に誇れる技術がたくさんあります。例えばホンダさんの F1 などそうですし、キヤノンさんの工場もそうですし、それからナカニシさんやマニーさんは素晴らしいものを持っているのですがここの部分を、この宇都宮に訪ねてきた人が見て触れる機会がないので、そのようなものを一堂に見られるチャンス、これがこのコンベンションにはまた新たにあるのかと期待をしています。ぜひ今後とも MICE 誘致のためにも DMO として、われわれも参画できる点があれば頑張っていきたいと思います。

### ◆吉田

先ほど宇都宮市だけではなく、県の関与が非常に重要ではないかと申し上げましたが、やはりきょうのいろいろなお話を聞いていて、東口のコンベンション施設は指定管理者のグループの方々がこれから頑張って運営されるのだと思うのですが、やはりそこだけで MICE 未来都市、MICE を推進するには、なかなか大変なのではないかと思っています。いろいろなところを調整ないしはリーダーシップを発揮するような連絡組織体が、やはり必要ではないかと思っています。その傘の下にコンベンション施設の指定管理者や、われわれがやっている交通事業者などが一緒に参画して、この地区の MICE 未来都市、MICE 誘致を盛り上げていけたらいいのではないかと考えていて、将来もし何かお手伝いできることがあれば、ご協力させていただきたいと思います。

### ◆西川

私たち指定管理者グループとしては、この施設が宇都宮市、栃木県のランドマークとなり、皆さんに少しでも経済的波及効果ももたらすことができ、なおかつ日本全国、それから広く言えば世界各国の皆さんが、宇都宮に来られて今コロナ禍では難しくなっているセレンディピティのチャンスを与える、そのような場所になったらいいと思っています。

それにはここにいらっしゃる地元の有力者の皆さま、宇都宮市、もちろん管理に当たるセクションの方のみならず市民の方、それから広域でいったら栃木県全体として、ぜひともバックアップをしていただき、この施設が素晴らしいと言われるような施設になるように、ご協力をいただきたいと思います。よろしくお願いします。

#### ◆山下

先ほど原先生からアメリカの話があって随分先に行っていると、皆さんとてもではないですが日本ではまねできないと思われたと思うのですが、アメリカも約40年かけて苦労に苦労を重ねて、今のやり方にたどり着いているのです。ちょっと日本は今アメリカからすると、40～50年遅れていると言われていますが、元々は官が強くてやはり観光協会も日本のように、あまり機能していませんでした。そこでやはりそれでは駄目ではないかと、いろいろな改革の議論がありました。また財源も一般財源から観光予算を毎年ひねり出すことは難しいと、きちんとビジターから取らないといけないと、宿泊税を取り出したわけです。それも特にホテル関係者が財源をしっかりと持って、平日や閑散期に対しては会議誘致を、しっかりとやってくれと大いに宿泊税を取ってほしいと、民間からの声もあって今のようにたどり着いています。本当に泥臭いのです。アメリカのDMOのやり方も極めて泥臭くて、そのようなやはり地域の人との対話、観光の重要性、このようなものを丁寧に行って今のようなポジションになったので、日本においてもやはりそれをしっかりとそれを議論しながら、時間がかかっても体制を議論していく必要があるかと思っています。

いずれにしても地方都市は、人もお金もリソースが限られています。だったら無駄なことをやっている暇はないと思うのです。それぞれバラバラの組織が同じようなことをやっていたり、ダブリがあったり、漏れがあったり、そのようなことをやっている場合ではありません。だからどこかにリソースを、集中しなければいけないと思います。そこはDMOに徹底的に集中することだと思います。行政の方はお金をしっかりと出すのですが、行政が口を出すのではなく、やはりDMOの自主性を重んじる、その代わり責任と権限を渡すそのような形をやって、しっかりとそこに投資をしてMICE観光戦略を、推進していただきたいと思います。

#### ◆徳田

特にアメリカやヨーロッパのDMOの成り立ちからして、合理的にできています。関係者それぞれが得意分野をしっかりとやりましょうというのが、基本的な考え方です。つまり行政は仕組みを作りましょう。安定財源をどのようにして確保するのか、それから運営の組織をどのような形で整えるのかなど、そのような制度設計を担いましょう。そこに民間の専門人材を投入しましょう。民間の経営ノウハウを地域経営に活かしてください。お互いの得意分野を持ち寄って作って

いるのが、海外の先進的な事例として取り上げられる DMO の形なのだと思います。

宇都宮、栃木県については、MICE 施設の開発から、このような議論に膨らんできているので、私としてはぜひ B to B のビジネス、ビジネスツーリズムを中心とした取り組みから力を注いでみたらどうかと、皆さんのお話を聞いていて思ったところです。MICE はターゲットが明確です。目的もはっきりしています。そのお客さまに向けたマーケティングと商品作り、ここから始めていってその先に一般観光への筋道も、つくっていきけるのではないかと感じたところです。ぜひ頑張ってください。

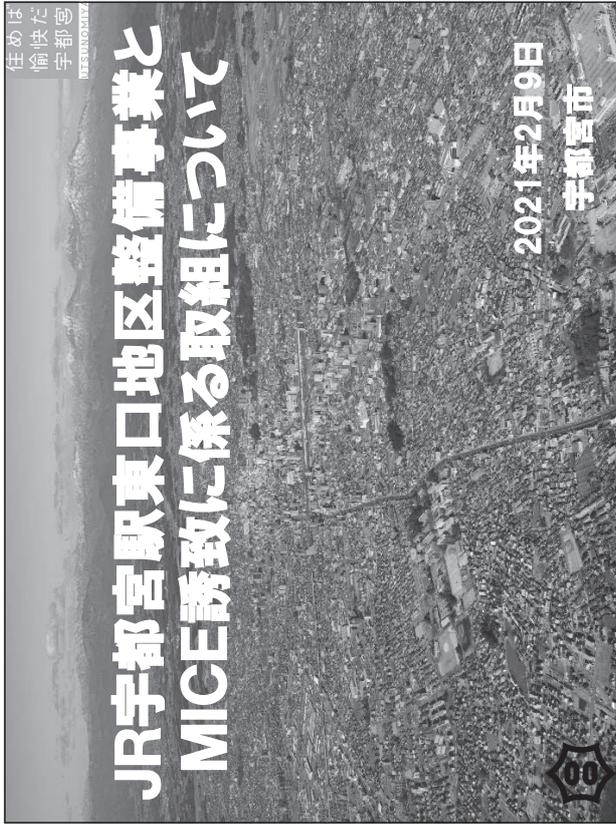
#### ◆鎌田

宇都宮市のほうで駅東口の交流拠点の整備を進めていて、これが 2022 年にオープンします。われわれとしては、本当にこの交流拠点を生かして MICE を誘致していくのは、待ったなしの状況なのです。これを良いきっかけにさせていただいて、周りの自治体の皆さま方ともっと連携を深めて、いろいろなステークホルダーの方々とも連携を深めていって、ウィン・ウインの関係、お互いに補完し合うというか、お互い協力してその地域が活性化する、その地域の産業が活性化していく本来の MICE の目標を、達成できるようなそのような一緒の取り組みをぜひ一緒にやらせていただければ、ありがたいと思いました。ぜひよろしくお願ひしたいと思います。

#### ◆須賀

ありがとうございました。きょうここにお越しいただいた皆さんは、MICE のプレーヤーであり、また MICE のステークホルダーであります。ぜひこの宇都宮市の新しい施設を契機に、より県域の活性化に役立てるよう、さまざまな分野でご協力をいただければと思います。私どもも人材育成の面で頑張っていきますので、引き続きご指導、ご鞭撻をお願いします。

それではお越しいただいた先生方、パネリストの皆さまに拍手をお送りしたいと思います。どうもありがとうございました。



(2.1)

## (1) 宇都宮駅東口地区の概況

2018年(航空写真)

事業用敷地図

所在地	宇都宮市みらい1番, 2番
敷地面積	中央街区①約1.7ha, 中央街区②約0.5ha 南街区約0.4ha 合計2.6ha
用途地域	商業地域
容積率/建ぺい率	中央街区600%・80%, 南街区400%・80%

(2.3)

# 1 JR宇都宮駅東口地区 整備事業について

(2.2)

## (2) 宇都宮駅東口地区整備事業の経過

時期	内容
2018年	宇都宮駅東口地区整備方針の策定(1月) 宇都宮駅東口地区整備事業者募集要項等の公表(事業者募集)(3月) 優先交渉権者の決定(6月) (うつのみや・シニアフォア二一, 代表企業 野村不動産㈱)
2019年	事業契約の締結, 各施設の設計に着手(1月) 自転車駐車の着工(10月)
2020年	自転車駐車の供用開始(4月) 複合施設棟①, 高度専門病院, 分譲マンションの着工(4月) 宇都宮駅東口交流拠点施設(コンベンション施設)の着工(10月)

(2.4)



**3階概要**

- 床面積：1,822㎡
- 室構成：1室 ※可動間仕切り25分割利用可
- ・中ホール(700人) 1室 ※可動間仕切り25分割利用可
- ・控室(1室) 1室 ※可動間仕切り25分割利用可
- ・エレベーター(小ホール、中ホール、10/参画) 1
- ・エレベーター(印刷部用3基、管理用1基、荷物用1基)
- ・エスカレーター 2基 (2階→3階)

■ 3階平面図

中ホール  
中ホール  
3階ホワイエ

9 (2.9)

**4階概要**

- 床面積：881㎡
- 室構成：小会議室(36人) 3室 ※可動間仕切り2室、3室の1棟利用可
- ・控室(1室) 1室 ※可動間仕切り2室、3室の1棟利用可
- ・エレベーター(利用専用2基、管理用1基)

■ 4階平面図

小会議室401~403  
小会議室401~403

10 (2.10)

○ 今後のスケジュール

2021年11月	高度専門病院供用開始
2022年 6月	分譲マンション入居開始
8月	複合施設棟①供用開始
11月	交流拠点施設・交流広場供用開始

11 (2.11)

# 2 MICE誘致に係る 取組について

12 (2.12)

## ○ 交流拠点施設への催事の誘致活動

- ・ 催事主催者への営業及びDMの送付
- ・ 施設紹介用パンフレットやPR動画等の作成
- ・ 国際MICEエクスポ(IME)への出展(2021年2月予定)

<パンフレットなど>



<昨年度の国際MICEエクスポの様子>



13

(2.13)

## ○ 宇都宮観光推進委員会について

### 宇都宮観光推進委員会

(委員構成)

宇都宮観光コンベンション協会、宇都宮ホテル旅館協同組合  
 宇都宮商工会議所、うつのみやシティガイド協会  
 協同組合 宇都宮餃子会、宇都宮カクテル倶楽部、宇都宮ジャズ協会  
 東日本旅客鉄道株式会社、東武鉄道株式会社  
 関東自動車株式会社、宇都宮タクシー事業者協議会  
 大谷資料館、株式会社フェアーマーズ・フオレスト  
 株式会社ワカヤマファーム、宇都宮市

磨き上げ

周遊・二次交通

夜の観光

インバウンド



15

(2.15)

## ○ 宇都宮観光コンベンション協会による開催支援

### 参加者歓迎サポート

(歓迎看板・ピラの掲出など)

歓迎看板やピラを  
 ご用意し、駅や宿泊施設  
 観光案内所等で掲出し、  
 お出迎えするほか、  
 宇都宮らしいパンナーズクリーンも貸出します。

【注】歓迎看板は全国大会・2,000人以上の関東大会のみ



### アトラクションの紹介

鵜飼会やレセプション  
 パーティー等での ज्या  
 スライプやウェルカム  
 カクテル、餃子の提供  
 など各種アトラクシヨ  
 ンをご紹介します。



### お土産品販売コーナーの設置

宇都宮といたら「餃子」  
 その他、地元の銘菓やお酒  
 などご希望に応じた土産品  
 をご用意します。

【注】会場により実施できない場合もあります。



### コングレスバック(手揚げ袋) 観光パンフレットの提供

当協会オリジナルの  
 コングレスバック(有・無償)  
 観光パンフレット、  
 多言語MAP(英語・中国語)など  
 参加人数分をご用意します。



14

(2.14)

## ○ 連携可能な市内コンベンション関連施設

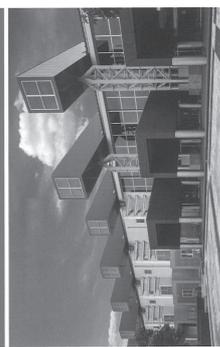
2000席(固定席)の大ホールを有する

宇都宮市文化会館



約3200㎡の広さを有する

栃木県立宇都宮産業展示館(マロニエプラザ)



1600席(固定席)のメインホールを有する

栃木県総合文化センター



宇都宮フレックスのホームコート

宇都宮市体育館(フレックスアリーナ宇都宮)



16

(2.16)



栃木県におけるMICE未来都市の創造戦略  
産官学民によるDMOの具体的な運営を考えるシンポジウム

冒頭挨拶(10分)  
MICEとDMOについて先行する米国の方向性  
Possible Directions for Strategic MICE Development and roles of a DMO,  
Suggestions from the USA

2021年2月9日(火曜日): 日本時間14:00-16:45)  
会場: 宇都宮共和国 宇都宮シティキャンパス

Tadayuki (Tad) Hara, PhD 原 忠之  
Associate Professor, Senior Research Fellow at Dick Pope Sr. Institute of Tourism Studies  
Rosen College of Hospitality Management, University of Central Florida.

米国フロリダ州・セントラルフロリダ大学ローゼン・ホスピタリティ経営学部 テニコア付准教授  
観光庁アドバイザー委員・同観光統計委員、文化庁文化政策調査アドバイザー、内閣府地方創生力  
レτζ委員、UNESCO本部統計局技術顧問委員、ICAO航空サテライト測定コンサルタント、UNWTO観光統  
計・観光サテライト測定公式コンサルタント、宇都宮共和国大学客員教授兼任。

Hospitality Management  
University of Central Florida

(3.1)

### 1. 観光協会とDMOの決定的相違点

表: 観光協会とDMOの相違点確認(筆者調査)

項目/組織	日本型観光協会	(米国型) DMO
顧客	送客してくれる旅行代理店各社(と団体客の泊まる地元宿泊産業)	個人旅行者、地域住民その他関係者(stakeholders) 場所によりMICE関連客もインバウンド個人客(場所によりMICE関連客)の獲得・増加が重要目標。*日本人
顧客回線	ほぼ全部日本人の団体中心	顧客ニーズを満たす地域観光商品を紹介し、来訪させるマーケティング
セールス/マーケティング	ほぼセールスのみ	本来はデータに基づいた定量的なマーケティングが必須。
来訪観光客子ータ収集	ほぼ無。旅行代理店送客依存で、顧客データ収集・解析不要だった昭和モデル。	人材は独立。予算も一般財源依存無で、地方特別税ベースの使途限定税収から。出向者も出身者も無。独立。
地元政府との関係	人材及び予算の両方で依存	地方特別税からエスクロー(使途限定)口塵經由。地元政府と地域納税者への負担無といふファンディングモデル
地元政府からの出向者・出身者の有無	有りの場合が多い。	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益
財源	地方政府の一般財源、少子化高齢化、税収源の環境で中長期持続性に懸念あり。	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益
財源の持続性	一般財源依存は持続性疑念あり。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益
MICE関連の重要性	ほぼ無。旅行代理店送客依存で、顧客データ収集・解析不要だった昭和モデル。	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益
顧客との業務使用言語	ほぼ全部日本人の団体中心	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益
職員回線・多様性	ほぼ全部日本人の団体中心	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益
ビジネスの成果評価基準	ほぼ無。旅行代理店送客依存で、顧客データ収集・解析不要だった昭和モデル。	一般財源依存は持続性疑念。内閣府予算完了後の持続性は大きい疑問あり。季節性回避・経済効果の為、戦略的に重要。基本英語、その他外国語。日本語も必須。特に主要市場出身者は有益

Source: made by the author, Tadayuki Hara, PhD, June, 2020

(3.3)

### 今日の内容 (Total 14 pages)

0. Overview (P2)
1. DMOと日本の既存観光協会の決定的相違 (P3)
2. DMOのマーケティング基本 (P4)
3. DMOの持続性ある資金源確保問題 (P5-7)
4. DMO運営・経営で起こり得る議論&全体像俯瞰 (P8-11)
5. DMO・MICEの人材育成方向性 (P12-13)

Hospitality Management  
University of Central Florida

(3.2)

### 2: DMO学術論文考察

Developing a new DMO Marketing evaluation framework  
学術論文考察

— 観光地マーケティングの基礎枠組み: 宇都宮は何処に位置?

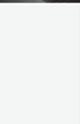
Figure 2. Relocating Visit Wales's marketing activity focus in the communication life cycle  
Source: Adapted from Visit Wales Strategic Marketing Action Plan 2010.

(3.4)



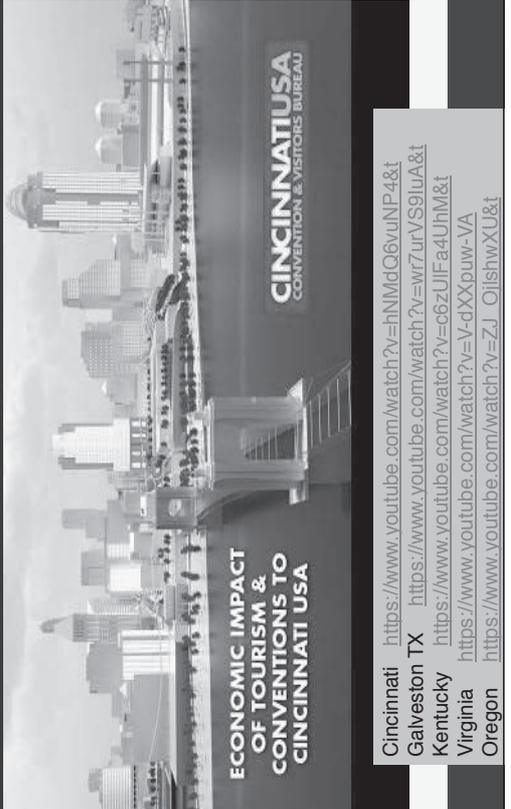
## 4-2.DMO執行役員

Visit Orlando's Executive Management Team

 前職：ホテルのSVP President & CEO E-Mail	 前職：Seaworldの部長 Vice President of Communications E-Mail	 前職：ホテルのSVP Vice President of International E-Mail	 前職：公認会計士事務所 Chief Operating Officer E-Mail	 前職：MICE Chief Financial Officer E-Mail
 前職：ホテルのSVP Associate Vice President of Travel E-Mail	 前職：人事管理 Vice President of Human Resources E-Mail	 前職：ホテル Vice President of International E-Mail	 前職：公認会計士事務所 Chief Operating Officer E-Mail	 前職：MICE Chief Financial Officer E-Mail
 前職：会計会社COO Vice President of Finance & Support Services E-Mail	 前職：Seaworldの部長 Vice President of Marketing E-Mail	 前職：ホテル Vice President of International E-Mail	 前職：公認会計士事務所 Chief Operating Officer E-Mail	 前職：MICE Chief Financial Officer E-Mail
 前職：人事管理 Vice President of Human Resources E-Mail	 前職：Seaworldの部長 Vice President of Marketing E-Mail	 前職：ホテル Vice President of International E-Mail	 前職：公認会計士事務所 Chief Operating Officer E-Mail	 前職：MICE Chief Financial Officer E-Mail
 前職：人事管理 Vice President of Human Resources E-Mail	 前職：Seaworldの部長 Vice President of Marketing E-Mail	 前職：ホテル Vice President of International E-Mail	 前職：公認会計士事務所 Chief Operating Officer E-Mail	 前職：MICE Chief Financial Officer E-Mail

(3.9)

## 4-4: DMOの重要な仕事: 地域住民に観光産業・MICEの重要性を伝える啓蒙活動



ECONOMIC IMPACT OF TOURISM & CONVENTIONS TO CINCINNATI USA

Cincinnati <https://www.youtube.com/watch?v=hNNMdQ6vuNP4&t>  
 Galveston TX <https://www.youtube.com/watch?v=vr7urV99luA&t>  
 Kentucky <https://www.youtube.com/watch?v=c6zUJFa4Uhm&t>  
 Virginia <https://www.youtube.com/watch?v=V-dXXpuw-Va>  
 Oregon [https://www.youtube.com/watch?v=ZJ\\_OjishwXU&t](https://www.youtube.com/watch?v=ZJ_OjishwXU&t)

(3.11)

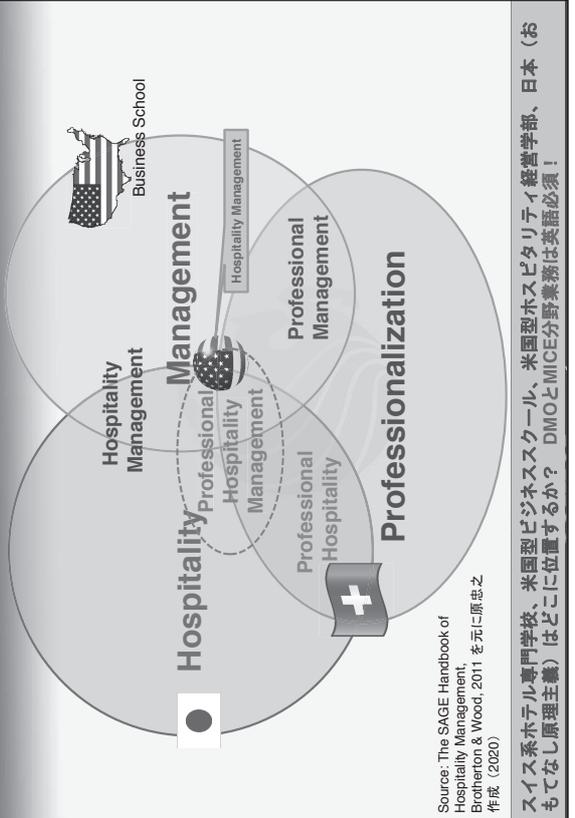
## 4-3.DMO理事会/構成員

Visit Orlando 2020 Board of Directors

<b>Executive Committee</b> (Chair) Mr. Adrian Jones Global New Concepts Development Director Helm Entertainment USA, Inc.	<b>Executive Committee</b> (Chair) Mr. Alan Shah Executive Vice President & Chief Financial Officer Xena Hotels & Resorts	<b>Executive Committee</b> (Chair) Mr. Brian Connes Hilton Orlando Hilton Orlando	<b>Executive Committee</b> (Chair) Mr. Brian Connes Hilton Orlando Hilton Orlando	<b>Executive Committee</b> (Chair) Mr. Brian Connes Hilton Orlando Hilton Orlando
<b>IT</b> Chief Executive Officer VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>IT</b> Chief Executive Officer VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>IT</b> Chief Executive Officer VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>IT</b> Chief Executive Officer VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>IT</b> Chief Executive Officer VMD Ventures Mr. Harold Mills
<b>Hotel</b> President & CEO VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>Hotel</b> President & CEO VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>Hotel</b> President & CEO VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>Hotel</b> President & CEO VMD Ventures Mr. Harold Mills	<b>Hotel</b> President & CEO VMD Ventures Mr. Harold Mills
<b>DMO</b> President & CEO Visit Orlando Mr. George Aguel	<b>DMO</b> President & CEO Visit Orlando Mr. George Aguel	<b>DMO</b> President & CEO Visit Orlando Mr. George Aguel	<b>DMO</b> President & CEO Visit Orlando Mr. George Aguel	<b>DMO</b> President & CEO Visit Orlando Mr. George Aguel

(3.10)

## 5.世界から見た日本の観光・ホスピタリティ分野の乖離



Source: The SAGE Handbook of Hospitality Management, Brotherton & Wood, 2011 を元に原忠之作成 (2020)

スイス系ホテル専門学校、米国型ビジネススクール、米国型ホスピタリティ経営学部、日本（おもてなし原理主義）はどこに位置するか？ DMOとMICE分野業務は英語必須！

(3.12)

5-2: 山本 美穂子; 井上 高聡、受諾ノート：札幌農学校生の学業記録。北海道大学文学部年報, 4, 100-169

(感懐表)

学年・学期	科目(名称)	科目(単位)	担当教官	受講ノート
1年目 B1 (Hosen 2)	算数	算数	Clark	0001
	英語	英語	Wheeler	
	英語	英語	Clark	
	代数学	代数学	Clark	
	代数学	代数学	Wheeler	
	化学	化学	Penhallow	0001
	化学	化学	Clark	
	化学	化学	Clark	
	農業学	農業学	Clark	
	農業学	農業学	Wheeler	0002
1年目 第2期	英語	英語	Wheeler	
	英語	英語	Penhallow	
	英語	英語	Penhallow	
	本学学	本学学	Penhallow	0001
	本学学	本学学	Clark	
	物理学	物理学	Wheeler	
	三角学	三角学	Clark	
	三角学	三角学	Wheeler	0005
	英語	英語	Penhallow	
	英語	英語	Penhallow	
2年目 第1期	実地化学	実地化学	Penhallow	
	数学的物理学	数学的物理学	Wheeler	
	数学的物理学	数学的物理学	Wheeler	
	農業学	農業学	Wheeler	
	実地化学	実地化学	Penhallow	
	実地化学	実地化学	Penhallow	0002
	実地化学	実地化学	Wheeler	
	実地化学	実地化学	Wheeler	
	実地化学	実地化学	Wheeler	
	実地化学	実地化学	Wheeler	0002
3年目 第1期	天文学	天文学	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
	東洋神話	東洋神話	Wheeler	
3年目 第2期	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	
	英語	英語	Center	



(3.13)



UNIVERSITY OF CENTRAL FLORIDA  
ROSEN COLLEGE OF  
HOSPITALITY MANAGEMENT

世界の観光ホスピタリティ経営学部トップ300ランキング 2020年  
<http://www.shanghairanking.com/ShanghaiRanking-Subject-Rankings/hospitality-tourism-management.html>

有難うございました。Questions? Below.  
Thank you, Tadayuki Hara, PhD, University of Central Florida  
- [tadayuki.hara@ucf.edu](mailto:tadayuki.hara@ucf.edu) or "Tadayuki Hara" in Orlando, FL in Facebook

(3.14)

# 「まちなかクールシェア・コンサート with コロナ」 の開催について

The Cool share Concert in Utsunomiya

内 藤 英 二 (宇都宮共和大学 教授)

本研究は、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所属学生による「まちなかクールシェア・コンサート with コロナ」開催に関する研究レポートです。コンサートは宇都宮市環境部、栃木県地球温暖化防止活動推進センター等の支援を得て、地域住民の方々の理解のもと、2014年から7、8月期に開催され、7年間で通算14回を迎えました。2020年の開催に当たっては新型コロナウイルスの感染拡大にともない、参加者総数や出演者数等、規模の縮小、開催時間の短縮、消毒や換気等の運営方法について、試行錯誤の末に、多くの対策が講じられました。本稿が、厳しい制約条件のなかで、地域振興のために各種のイベント開催を計画されている方々の、何らかの参考になれば幸いです。

キーワード：クールシェア、もったいない運動、新型コロナウイルス、感染防止対策

## 1 まちなかクールシェア・コンサート開催の経緯について

「クールシェア」とは、一般家庭の電力消費がピークを迎える午後に、エアコンを止めて外出し、空調の効いた公共の場所などで涼しさを分かち合おうという、省エネ、地球温暖化防止のための活動のひとつです。

宇都宮共和大学では、宇都宮市環境部が事務局を担当している「宇都宮市もったいない運動市民会議（以下、市民会議）」のメンバーとなっており、市民会議が主導する「もったいない運動」の一環として、シティライフ学部のある宇都宮シティキャンパスを活用して、2014年から毎年7月と8月に「まちなかクールシェア・コンサート（以下、コンサート）」を実施しています。

コンサート開催に至る経緯については、行政、地域、大学それぞれのニーズが関連しています。

まず、行政サイドのニーズとしては、市民会議よりメンバーとなっている市内の各種教育機関に対して、クールシェア活動普及のために具体的な対策を実施して欲しいという要請がありました。宇都宮共和大学では、これを受けて、例年、12月に宇都宮シティキャンパスの本館1階エ

ントランス・ホールで実施されてきた「まちなかクリスマス・コンサート」を参考に、7月と8月に「まちなかクールシェア・コンサート」を実施することになり、現在に至っています。

コンサート開催の第2の要因は、宇都宮シティキャンパス周辺地域の住民の方たちから寄せられた要望でした。特に、宇都宮市東地区連合自治会を通じては、周辺地域の住民の皆さんが参加している合唱やダンスなど各種の趣味のサークルや団体が日ごろの活動の成果を発表する場所を探している。また、周辺地域のプロの演奏家を目指す若いアーティストに発表の場を提供したい、という要望があり、コンサートはこれらの要望に応じる目的もあって、開催されることになりました。

第3の要因は、市民会議に委員として参加しているシティライフ学部教員（本研究ノートの執筆者内藤）が主導するゼミナールの活動目標が関連しています。内藤ゼミでは、マーケティング論の知識を活用して、宇都宮シティキャンパスの施設を利用し、周辺地域のために何ができるかを考え、実行することを活動目標の一つとして掲げており、コンサートはこの目標達成のために格好の活動として、例年、内藤ゼミ所属の学生が中心となって開催され、学生たちは例年のコンサート参加者数を計測して、節約できた電力量等を試算し、それらの結果をもとに卒業論文等を執筆するなど、自身の研究にも役立てています。

## 2 コンサート開催に際しての感染症防止対策

2020年は、新型コロナウイルスの感染拡大というかつて経験したことのない大きな問題の発生を見て、学生たちは感染防止対策を講じながらのコンサートの開催という課題達成に挑戦することになりました。事前の対策として検討されたのは以下の3点でした。

### 2.1 会場レイアウトの再検討

ソーシャルディスタンスを確保する必要上、例年、コンサート会場として活用していた本館1階エントランスホールのレイアウトを再検討する必要性がありました。3年生のゼミ生を中心にエントランスホールの計測を実施した結果、ステージから観客席の最前列までの距離と併せて観客席の前後左右にも一定の距離を確保した場合、観客席の為のスペースが不足し、観客席数が不足することが想定されたため、会場を本館2階学生ホールに移動することとなりました。

本館2階学生ホールでは、過去に数回、コンサートを実施した経験がありましたが、エントランスホールの場合と同様に、ソーシャルディスタンスを確保した場合、十分な観客席スペースを確保することは困難に思われましたが、吹き抜けで2階部分とつながっている3階学生ホールも観客席として活用することで、変則的なレイアウトではありますがある程度の観客席スペースが確保できるのではないかという結論に達しました。

新しいコンサート会場のレイアウトを図示すれば以下の図1の通りです。まず、学生ホール東側壁面から4メートルの幅で南北約9.8メートルのスペースをステージとして設定します。東側壁面から4メートルの位置には、縦・横ともに1.8メートルのビニール製の飛沫防止シールドを5基設置し、観客席との境界線とします。飛沫防止シールドから1メートル離れた位置から、学生ホールの4人掛けテーブルと椅子を設置して観客席とします。

ステージ中央，東側壁面から2メートルの位置にマイクを設置し，観客席最前列から出演者までの距離を3メートル確保し，間に飛沫防止シールドを設置するという配置で，ひとつの客席から計測して前後左右に1.8メートル以上の距離を確保した場合，20～25人程度のスペースが確保できる計算となります。

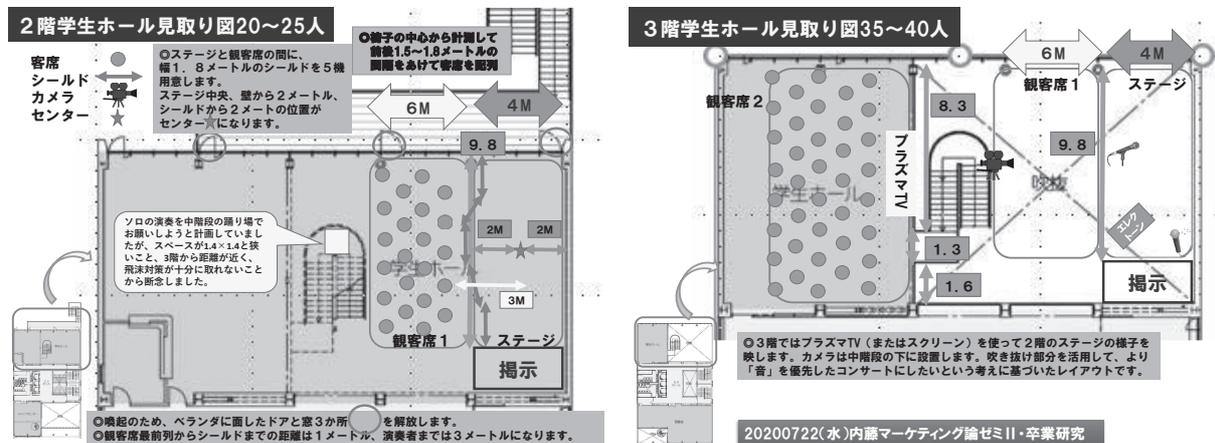


図1 第13回まちなかクールシェア・コンサート会場レイアウト図

学生ホール3階には2階のステージとつながっている吹き抜けに対して，2階観客席と同様のソーシャルディスタンスを確保した座席配置で35～40人程度のスペースが設営できる計算なので，コンサートの観客席数は最大で65人程度となることが分かりました。

3階学生ホールの手すり前には，講義室やゼミ室に設置されているプラズマディスプレイを配置して，ステージの様子を見ながら演奏を聴けるような工夫をすることにしました。

コンサート会場内の換気については，会場レイアウトの再検討の際，ゼミ2年生が学生ホール2，3階の空気の流れをシャボン玉を飛ばすことで観測し，学生ホール2階北側にあるドア1か所と窓2か所を全開としておくことで，空気の流れをある程度確保できることが確認できたので，コンサート期間中，これら3か所を常時，全開としておくことになりました。

## 2.2 飛沫防止シールドの製作

飛沫防止シールドは，第13回コンサート実施に先立つ感染防止対策の一つとして3年生ゼミ生によって製作されました。

その大きさは縦・横共に約180センチメートル。感染防止対策として購入した専用のビニール素材「タフニール」を使用し，上端に袋状の加工を施して，その中に長さ2メートルのアルミニウム製の網戸用パーツを通し，両端に太さ3ミリのナイロン製コードで作ったループを取り付けたものを，全部で5枚製作しました。(図2, 3)

シールドを支える支柱としては，かつてエントランスホールで各種の掲示物を掲示する際に活用されていた有孔ボードの支柱とその台座を流用しました。(図4, 5)

シールドの左右に2本の支柱を立て、支柱の上部にキャンプ用品であるランタンハンガーを取りつけて、シールド上部のループをかけることで自立させることができます。(図6) この方法を採用することにより、複数のシールドを連結して、設置する場所の状況に応じて様々な角度で設置することが可能となりました。



図2 飛沫防止シールド製作風景①



図3 飛沫防止シールド製作風景②



図4 シールド吊下げ用の台座と支柱



図5 ランタンハンガー



図6 シールドの設置テスト



図7 うがい用紙コップ

シールドを構成する各種のパーツのうち、感染防止のための専用品として購入したものはビニールのみであり、その他の、固定用の透明テープ、アルミ製網戸パーツ、ナイロン製コード、ランタンハンガー等は、ホームセンターや百元ショップで購入できる製品を利用したものです。

### 2.3 コンサート開催中の消毒等各種の対策

コンサート開催中の消毒等の各種対策としては、以下のとおり実施することとしました。

- ①来場者・スタッフ全員のマスクの着用。
- ②1階エントランスホール受付での来場者への検温と手指のアルコール消毒の依頼
- ③同じく受付での希望者配布用マスクの配置
- ④出演者演目終了ごとの除菌シートによる飛沫防止シールドの除菌
- ⑤来場者へのミネラルウォーターペットボトルの配布
- ⑥洗面所付近の丸テーブルへのうがい用紙コップの配置 (図7)

### ⑦退場時にも来場者への手指のアルコール消毒の依頼

このうち④飛沫防止シールドの消毒作業については、担当者に使い捨て手袋とフェイスシールドを配布し、担当者は作業に際して、常時着用しているマスクの上からさらにフェイスシールドを装着し、1回の作業が終了するたびに手袋を廃棄し、フェイスシールドも消毒するように心がけることにしました。

⑥うがい用コップの配置は、来場者への配慮として、受付にてあらかじめ配布したミネラルウォーターを使って洗面所でのうがいができるよう配慮したものです。

以上のような各種の対策を講じたうえで、2020年7月25日(土)に第13回まちなかクールシェア・コンサートを開催しました。

## 3 2020年まちなかクールシェア・コンサートの実施

### 3.1 第13回まちなかクールシェア・コンサート(ミニ)の概要

(1) 開催日程：2020年7月25日(土) 午後1時30分から2時30分

開催時間は感染防止対策の一環として1時間に短縮し、想定する参加者数も同様の目的から観客、出演者、運営スタッフを含めて100人以内とする、実験的なイベントとして位置づけ、コンサートのタイトルに(ミニ)という但し書きを付記しました。

(2) 出演者と演目

コンサートの規模も縮小しての開催となり、出演者とその演目については以下の通りの3つとなりました。

①シティライフ学部アコースティックサークル所属学生有志1名によるオープニングアクト

②宇都宮市もったいない運動市民会議事務局(宇都宮市環境部環境政策課)によるクールシェア周知活動

③音楽デュオ Tomo2Concerto (トモズコンテェルト, 栗田智水さん:フルート, 井上智美さん:エレクトーン) の演奏

(3) 会場構成

コンサートの会場は、当初の計画通りに、中心市街地大通り沿いにある宇都宮シティキャンパスの本館2階と3階の学生ホールを活用しました。(図8, 9) ソーシャルディスタンスを確保するために、3階学生ホールにも観客席を設営し、吹き抜けを介して演奏などが聞けるようにし、2階ステージの様子は拭き抜けに面した3階学生ホールの手すり付近に大型プラズマディスプレイを2台設置して、鑑賞することができるように配慮しました(図10,11)。

(4) 参加者数

コンサート当日の観客席への来場者数については、受付に配置して来場者に配布したプログラム等資料の残部から約30人と推定されました。

その後、当日に撮影した観客席の写真を拡大印刷して、ゼミ2年生が計測した結果、2階、3階の観客席に着席していた人数は31名であることが分かり、運営スタッフ、出演者を含めた参

加者総数は51名となりました。

教員	3名
事務局スタッフ	6名
学生スタッフ	5名
協力団体スタッフ	3名
出演者	3名
来場者（2・3階）	31名
合計	51名



図8 学生ホール2階



図9 学生ホール3階  
プラズマディスプレイ配置



図10 3階学生ホールから  
2階ステージ、観客席を望む



図11 3階学生ホールのプラズマ  
ディスプレイ活用の様子

#### (5) 第13回コンサートの反省点

コンサート終了後、翌週のゼミの時間に、4年生を中心にコンサートに関する反省点を話し合いました。次回8月の第14回コンサートの開催も踏まえて、主に以下のような意見がありました。

- ①3階に設置したプラズマディスプレイの画質が低く、プロの音（サウンド）に釣り合っていない。
- ②2階と3階に観客席を分ける会場レイアウトは、8月の合唱による演目の多いイベントには不向きである
- ③シールド消毒のタイミングは、出演者の交代の時間ではなく、途中の休憩時間等にしてイ

ベント全体のテンポを乱さないように工夫する必要がある。

- ④シールドの消毒にアルコール消毒液を使うと、曇りが出てきてよく見えなくなることもある。シールドの清掃、消毒にはペーパータオルでの乾拭きやガラスクリーナーを活用している事例を見たことがある。着席する位置にもよるが、視界の妨げとなる場合もある。
- ⑤検温器の数はもう少し多い方が時間の節約になったと思う。
- ⑥8月にも実施するなら、来場予定者に自宅での事前検温を依頼する文言を周知用チラシも入れておくべきだと思う。
- ⑦8月のコンサートについては、8月8日（土）まで計画立案を進め、10日（月）に、感染状況の変化に伴う、県、市、大学の対応を考慮して、実施の有無を決定する。
- ⑧実施する場合には、402大講義室を会場として活用することを検討していく。
- ⑨最前列に座る人はいなかった。
- ⑩シールドは本当に必要なのか。マスク着用ならOKなのではないか。毎回シールドを消毒する必要があるか疑問。マイクなどの使用する機材の消毒は必要だが、シールドを毎回、消毒する必要はないのではないか。
- ⑪作業のタイムスケジュールを事前にはっきりと決めておく必要があると思う。
- ⑫ポスターを多言語で作成し、外国人が良く集まる場所などで配布する。集客に効果的。
- ⑬2階に来場者が集中していたので、3階にも誘導すべきだった。

### 3.2 第14回まちなかクールシェア・コンサートの概要

(1) 開催日程：2020年8月22日（土）午後1時30分～午後3時

前回コンサートの経験を踏まえて、開催規模と開催時間にある程度の余裕を持たせての開催となりましたが、出演者、運営スタッフ、来場者からなる参加者総数については、100人を超えないように配慮しての開催となりました。

(2) 出演者と演目

第13回の経験を踏まえて、以下の4件の演目を実施しました。

- ①シティライフ学部アコースティックサークル所属学生有志1名によるオープニングアクト
- ②地元女性合唱団コール・デル・ソールによる合唱
- ③宇都宮市もったいない運動市民会議事務局（宇都宮市環境部環境政策課）によるクールシェア周知活動
- ④ヴァイオリニスト渡邊響子さんの演奏

当初は、コンサート開催以来、毎年、参加の「童謡・抒情歌を歌おう会」の出演も予定されていましたが、客席の来場者の方たちも交えた合唱という、例年の演出の方法が、今回の感染症防止対策を講じてのコンサート実施という趣旨に合わないとの判断で、観客席からの鑑賞のみの参加となりました。

(3) 会場構成

演目数と出演者数の若干の増加を考慮して、コンサート会場を本館4階の402大講義室に変更

しての開催となりました。前回よりも大きな会場であることから、感染症防止対策についても以下の14項目を設定し、実施することとしました。(図12, 13, 14, 15)

- ①受付前に来場者に手のアルコール消毒と検温を依頼する。
- ②観客・スタッフ全員がマスク着用する。
- ③エレベーターは最大5人定員での利用とする。
- ④教壇(3m×8.6m)をステージとする。
- ⑤換気の際は南側(寺町通り沿い)の窓10か所を全開にする。
- ⑥ステージと観客席の間隔を3メートル以上確保。最前列机の前に設置。
- ⑦ステージと観客席の間にシールドを設置し、休憩時間の換気を励行。  
シールドは最前列の机の上に支柱を固定して、横1列に5基、全長約9メートルの規模で設置する。
- ⑧最前列の机から数えて3列目から、横に6人ずつ着席(6人×15列=90人)
- ⑨休憩時間のアイスクリーム配食は取りやめ。
- ⑩着席位置にプログラム、うがい用ペットボトル、紙コースターを配置。
- ⑪受付検温で37.5度以上の場合は退出を依頼する。必要に応じて入場制限を行う。
- ⑫退場時も全来場者に手指のアルコール消毒を依頼する。出演者には出演後のうがいの用意。
- ⑬終了後撤収時にはテーブル・イス・シールド等の消毒を徹底する。
- ⑭県内感染状況の悪化による中止も想定して準備にあたる。



図12 コンサート会場全景



図13 最前列テーブル上へのシールド設置



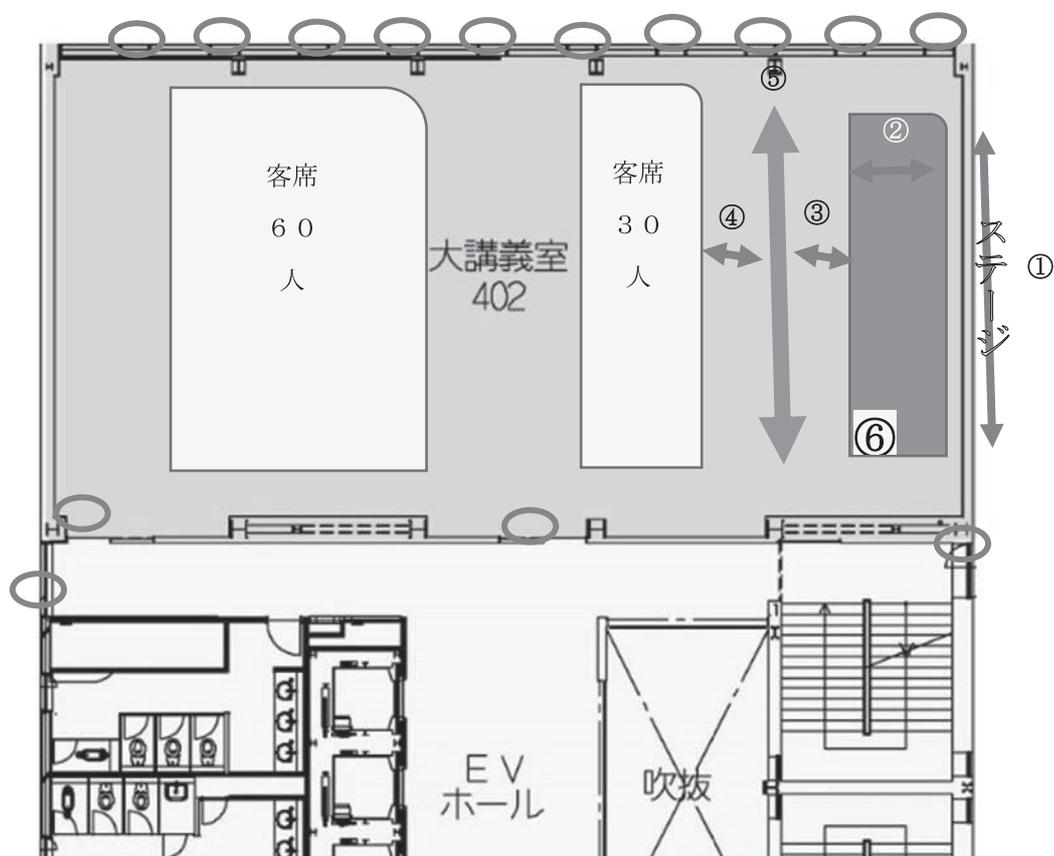
図14 コンサート会場全景(ステージからの広角撮影)

#### (4) 参加者数

コンサート開催当日の見込み参加者数は50人でしたが、後日、会場写真から計測した参加者

総数は68名となり、2020年の参加者総数は119名と、コロナ禍の影響もあり、例年の実績を下回る結果となりました。

教員	2名
事務局スタッフ	8名
学生スタッフ	5名
協力団体スタッフ	4名
出演者	15名
来場者	34名
合計	68名



○ 換気

- ①ステージ（教壇）間口 8.4メートル
- ②ステージ（教壇）奥行き 3.0メートル
- ③ステージ（教壇）⇄最前列机 1.3メートル【シールド設置位置】
- ④最前列机⇄第3列座席中央 1.0メートル
- ⑤シールド ⇄⇄⇄ 9.0メートル
- ⑥電子ピアノ

図15 第14回まちなかクールシェア・コンサートレイアウト図

#### (5) 第14回コンサートの反省点

今後、2021年度にコンサートを実施するかどうかを踏まえて、運営スタッフとして参加した学生からは、以下のような意見がありました。

- ①裏口から入場した観客に対して検温と手指の消毒を徹底できなかった。
- ②さらに換気をする必要がある。
- ③換気をする際、窓の外に身を乗り出すことになるので「危ない」と言っている人がいた。
- ④エレベーター横のうがい用の紙コップはあまり使われていないような気がした。
- ⑤来場者の視線が気になって、緊張してしまい、シールドの消毒が雑になってしまった。
- ⑥高齢者の方が座席に座るのがつらそうに見えた。(幸い、足腰が不自由な方はいなかったように思う)
- ⑦来年、家族が入学するので見に来たという高齢者の方がいた。
- ⑧出演者の方たちがステージまで行く通路が狭くて、少し大変そうだった。
- ⑨シールドの除菌・消毒は必要があるのか疑問。
- ⑩換気は頻繁に行う意味があるので続けるべきだと思う。
- ⑪スタッフの人数はちょうどよかった。
- ⑫検温担当は一人でも充分であった。
- ⑬うがい用の紙コップはトイレの洗面台近くに箱などに入れておいた方がよかった
- ⑭来場者同士の距離が近かったように感じた。
- ⑮退場時に4階エレベーターホールにエレベーターを待つ人たちが密集する可能性があったので、階段も使用できることをアナウンスした。エレベーターホールの混雑状況を見ながら、時間差をつけて退場してもらうようにすべきであったと思う。

### 3.3 シティライフ学部大学祭「すみれ祭」での活動報告

2020年11月8日(日)開催の、宇都宮共和大学シティライフ学部大学祭「すみれ祭」では、まちなかクールシェア・コンサートの活動内容を紹介するポスターを作成し、発表掲示しました。3年生セミに所属する留学生の協力を得て、ポスターは日本語、ベトナム語、中国語の3か国語で製作されました(図16)。

ポスターは、コンサート開催の目的、2014年以來の暦年の参加者総数と節電効果、2020年のコンサートの概要、2021年のコンサート開催を想定した今後の課題という4部構成で、感染症対策を考慮しての規模縮小、時間短縮の影響によって、2020年のコンサートによる節電効果が低い水準となったことが明確となる内容となっています。

## 4 今後の対策に関する考察

ポスターの結論部分にもなっている、今後の課題、対策については、コンサート運営に画携わった学生たちから様々な意見が寄せられたことは既に述べた通りです。このうち、特に重要と判断し得る4点について以下に説明をします。

#### 4.1 飛沫防止シールドの効果

ステージと観客席の間に設置した飛沫防止シートは、医学的に有効であるかどうかの確証はなく、設置と消毒については疑問とする意見もありました。ただし、出演者と観客の双方に心理的な一種の安心感を与える効果は期待できるのではないかと、という意見もあり、シールドが設置されていることで、会場内の参加者が感染防止対策により多くの関心を持つようになることを期待して、今後も、設置する方向で検討を進めることになりました。

#### 4.2 入退場時の密集対策

来場者の密集状態は、コンサートの入場開始時間に当日のプログラム等資料を受付で渡す時点と、コンサート終了時にエレベーターホールでエレベーターの到着を待つ時点で発生する可能性が高いことが、今回のコンサートで明らかになりました。これらの対策として、8月のコンサートでは、受付では検温と手指の消毒のみを来場者にお願ひし、資料と給水用のペットボトル等は観客席にソーシャルディスタンスを確保する形で予め配置することにしました。退出時には、今後、エレベーターホールの混雑状況を勘案して時間差での退出のアナウンスをする必要があります。

#### 4.3 消毒・換気対策の再検討

コンサート開催中は、出演者の交代時間を利用して、マイク、飛沫防止シールド、ステージの床等を頻繁に消毒し、会場の換気も同様の間隔で実施しました。消毒のタイミングについては、コンサートの進行等の関連も考慮して、毎回、消毒すべき個所と一定の間隔をあけて消毒する個所を区別する必要があるようです。換気のタイミングについては、会場の混雑の具合等も考慮し、高い頻度で行うことが望ましいとの意見が多くありました。

#### 4.4 着席情報の把握と管理

コンサート運営スタッフの議論の中にはありませんでしたが、コンサートやシンポジウム等のイベントでは、来場者の着席情報の把握と管理が必要な場合もあります。イベント参加者に万一、感染者があった場合には、その方の周囲、前後左右の参加者の着席情報を把握し、適切に情報提供をする必要があるからです。着席情報の把握と管理には、イベントへの参加を事前申込制とする方法、会場の座席に番号を着けて、アンケート票等に住所、氏名と併せて着席した座席番号を記入してもらう方法の2つが考えられます。

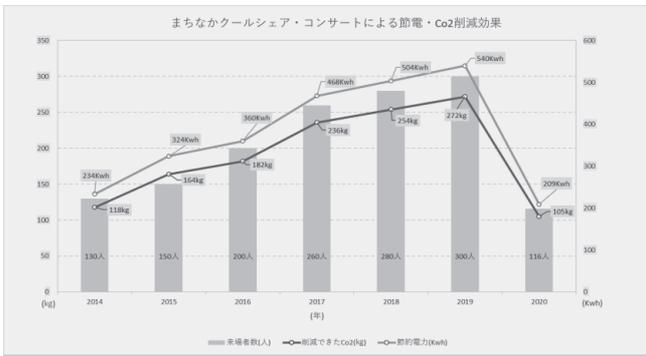
**クールシェアとは？**  
 一般家庭の電力消費がピークを迎える午後、エアコンを止めて外出し、空調の効いた公共の場所などで涼しさを分かち合うという、省エネ、地球温暖化防止のための活動のひとつ。内藤ゼミではコンサート来場者数をもとに地域の節電効果を試算する調査を続けており、その結果はゼミ生の卒業論文などにも活用されています。

**新型コロナウイルス感染防止策に配慮したまちなかクールシェア・コンサートの実施  
 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**

**1. まちなかクールシェア・コンサート開催の目的**

私たち内藤マーケティング論ゼミでは、2014年以降、まちなかクールシェア・コンサートを開催してきました。2020年は新型コロナウイルス（COVID-19）の流行によりコンサートの開催は危ぶまれましたが、感染防止対策としての新しい生活の導入や外出自粛などの生活を余儀なくされているキャンパス周辺の住民の皆さんのために、コンサートの開催を決めました。「心に染みる音楽でつづる癒しの瞬間」というテーマで、参加された皆さんに楽しい時間を過ごしていただけるように、また、安心して音楽を聴いていただけるように、複数の感染防止対策を取り入れたコンサートの開催となりました。

**2. まちなかクールシェア・コンサートの節電効果**



2019年のコンサートで削減できたCo2の量272kgは、テレビが1日に排出するCo2の量の298日分に当たります。

**272kg** ÷ **38g** ÷ 24時間 = **298日**  
2019年のコンサートで削減できたCO2量    1時間当たりのテレビのCO2排出量

**0.6kW** × **3時間** × **来場者数** = **節電効果 (kW)**  
夏日中午後2時のエアコンの電力消費量    コンサート2回分の平均的開催時間

**節電効果 (kW)** × **550g** = **削減CO2量 (kg)**  
1kWの発電で排出されるCO2量

**3. 今年のコンサートの概要について**

資料：栃木県地球温暖化防止活動推進センター



**4. 今後の課題（2021年コンサート開催に向けて）**

- ①消毒
  - ・検温や手指の消毒をしていない人も
  - ・シールドは医学的に有効か？（安心できるだけ？）
  - ・床やシールドの消毒は必要か？
 → シールド設置の必要性を再検討する
- ②換気
  - ・換気は重要
  - ・換気作業の安全性は？
 → 安全で効率的な換気方法の確立
- ③会場レイアウトと運営方法
  - ・通路の狭さ
  - ・終了後のEVHの混雑
 → 時間差でのエレベーター使用の指示

図 16 すみれ祭内藤マーケティング論ゼミ研究発表ポスター（日本語版）  
 2020年11月8日

参考付表：内藤マーケティング論ゼミ学生スタッフ役割分担（学年は2020年現在）

#### 事前準備

- ・学生ホール風向調査 2年 四家舜葵，今村詠美，グエン ティ フォン，  
ルオン スアン ドン
- ・シールド製作 3年 齊藤拓弥，小林亮太，上田綜人，福田勇佑，大金史華，  
成田歩夢，芳士戸優太，小林春樹，横森 涼，石井介士，  
グエン ティ トウエット ルー ティ ガ，邵樺

#### 第13回コンサート運営スタッフ

- ・司会進行 3年 大金史華
- ・ステージ運営 ♪ 石井介士
- ・音響 ♪ 上田綜人
- ・受付・客席担当 ♪ 成田歩夢
- ・来場者数計測 2年 四家舜葵，今村詠美，グエン ティ フォン，  
ルオン スアン ドン

#### 第14回コンサート運営スタッフ

- ・司会進行 3年 小林亮太，芳士戸優太
- ・ステージ運営 ♪ 小林春樹
- ・音響 2年 樽井龍希（渡邊ゼミ）
- ・受付・客席担当 3年 横森 涼
- ・来場者数計測 2年 四家舜葵，今村詠美，グエン ティ フォン，  
ルオン スアン ドン

#### すみれ祭ポスター発表

- ・構成 3年 小林亮太，芳士戸優太，大金史華
- ・節電効果分析 ♪ 上田綜人，横森友哉（小浜ゼミ）
- ・翻訳 ♪ グエン ティ トウエット，ルー ティ ガ，邵樺
- ・掲示設営 ♪ 福田勇佑，成田歩夢，横森 涼
- ・説明 ♪ 齊藤拓弥，小林春樹

# 次世代型まち歩きシステム “シティクエスト in 宇都宮” の開発

Study on New Excursion Systems for Next Generation

西 山 弘 泰 (宇都宮共和大学 専任講師)

本稿では 2020 年度 3 年西山ゼミにおいて行った次世代型まち歩きシステム「シティクエスト in 宇都宮」の開発過程を示すとともに、宇都宮市の事業として実施するための方策を検討した。シティクエスト in 宇都宮は、都市に潜む身近な歴史や文化がクイズになっており、それを解きながらまち歩きを行う。宇都宮市中心部の各所に設置された QR コードをスマートフォンで読み込み、クイズに回答するとともに、その解説動画を視聴することで、いつでも新型コロナウイルス感染のリスクを抑えながらまち歩きができる点に特徴がある。今後は、さまざまなジャンルのクイズをより増やし、QR コードの常設化や仮想空間との連動によって、まち歩きをさらに身近に行えるよう改良を重ねていく予定である。

キーワード: まち歩き, 新型コロナウイルス, 歴史と文化, クイズ, 動画, 宇都宮市

## 1 はじめに

本稿は 2020 年度 3 年西山ゼミにおいて学生 5 名とともに開発したシティクエスト in 宇都宮(以下、シティクエスト)の概要と開発までの軌跡、その結果をまとめた。シティクエストとは、都市に散らばる素朴な疑問をクイズにし、それを解きながらまち歩きをするとともに、クイズの答えを解説動画をみることで、誰でも楽しく、いつでもまち歩きができる次世代型のまち歩きシステムである。

シティクエストを開発するきっかけとなったのは、在籍する一人の女子学生の存在であった。彼女は小学生の頃から、親の影響もあり地域の歴史や文化に興味を持ち、栃木県に対する強い愛着を抱いていた。同学年の友人たちの多くが進学で地元を離れるのを目の当たりにし、「地元の文化や歴史を知る機会が少ない若者にそうした機会を与え、地元愛を醸成すれば、若者たちの栃木県外への流出を食い止め、栃木県を盛り上げることができるのではないか？」との発想に至るようになった。

確かに彼女が考えるように、特に中学以降において地元のことを知る機会は極端に少なくなる。

例えば、平成 29 年版の『小学校学習指導要領解説』によると、第 3 学年社会科の目標を「身近な地域や市区町村の地理的環境、地域の安全を守るための諸活動や地域の産業と消費生活の様子、地域の様子の移り変わりについて、人々の生活との関連を踏まえて理解する」とし、さらに第 4 学年では「自分たちの都道府県の地理環境の特色、地域の人々の健康と文化や地域の発展に尽くした先人の働きなどについて、人々の生活との関連を踏まえて理解する」とある。一方、第 5 学年では日本全体の地理について、第 6 学年では主に日本の歴史や公民的な内容が中心になる。つまり若者はそれ以降、ほとんど地元の魅力や歴史の奥深さに触れることなく中学、高校、そして地元を離れ、社会に出ていくのである。

学校教育以外で地域の歴史や文化に触れる機会は存在する。例えば、祖父母や親せきとの会話や地元の祭りがあげられる。また、生涯学習の観点から、「地元学」や「地域学」などの名を冠した市民講座も無料で受講することができる。しかし、核家族化の進展や地域コミュニティの弱体化が家族や地域コミュニティ内での学習の機会を失わせている。市民講座についても、開講日が平日の昼間が多いため、学校や仕事がある若者は受講できず、結果として大半がシニア層になってしまう。

実は筆者は若者が地域のことを知る機会がないことが、若者が地元に興味・関心を持たない根本的原因だとは考えていない。その原因は地域社会全体、つまり地域の大人たちにある。大人たちがそもそも地元に関心がなく、地元のことを全く知らない。さらには「ここはなんもない」「こんなところにいるしょうがない」と知りもしないで、地元の魅力がないことを子どもたちに吹聴する。こうした大人たちの「地元の魅力がない」という発言や態度が、知らず知らずのうちに若者たちに「地域の魅力がない」という意識を植え付けているのである。地元の魅力を伝えるべき対象は小学生よりもむしろこれから社会に出る高校生や大学生なのである。

以上の問題意識から、2020 年度 3 年西山ゼミでは、若者、特に 10 代から 30 代に栃木県の魅力や歴史・文化を知ってもらおうための取り組みを行っていき、5 月後半からゼミ活動が開始した。

## 2 QRコードを使ったまち歩きの実施

### 2.1 まち歩きの準備と実施

新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発令のため、本格的なゼミ活動の開始は 6 月からとなった。若者に栃木県の歴史や文化を知ってもらうためには、まず自分たちが栃木県の歴史や文化を知る必要がある。そこで 2020 年 7 月 5 日（日）に 1 年生を対象としたまち歩き<sup>1)</sup>を行い、ゼミ生がそのコンダクターを務めることとなった。

まち歩きに先立ち、6 月 21 日に宇都宮市文化財ボランティア協議会の S 氏に案内をお願いし、まち歩きの予定コースを歩くと同時に、興味深かった場所や疑問に思ったことなどについてメモを取った。その後、ゼミ内で議論した結果、以下のような方法でまち歩きを行うことが決まった。

表1 7月5日のまち歩きにおけるまち歩きのクイズと選択肢

	地点	設問	選択肢①	選択肢②	選択肢③	選択肢④
第1問	宇都宮駅西口	宇都宮駅西口の問題点は次のうちどれでしょうか。	バリアフリー対策がない	景観が悪い	古い建物が多い	土日に渋滞する
第2問	旧篠原家住宅	篠原家住宅（母屋）はいつごろ建てられた建築物でしょうか。	江戸時代	明治時代	大正時代	昭和時代
第3問	サボイヤス21	この建物は現在、どのような利用のされ方をしているでしょうか。	ギャラリー	カフェ	レストラン	美容室
第4問	上河原通り	宇都宮市の中心部やその周辺では、どうして道が筋違い（道の先がT字路）になっているのでしょうか。ここの湾曲部も以前は筋違いになっていました。どうしてでしょうか。	中国発祥の風水の考え方を取り入れたため	農道をそのまま道路にしたため	車のスピードを抑えるため	外敵の攻撃から城を守るため
第5問	清巖寺	平安時代から戦国時代末期まで宇都宮を拠点とする下野国を治めた宇都宮氏は、歴史上有名な人物と血のつながりがある。それは誰でしょうか。	ドナルド・トランプ	西郷隆盛	藤原道長	須賀栄子
第6問	餃子通り	宇都宮は皆さん餃子で有名なのはご存じでしょうか。宇都宮餃子が有名になったきっかけは何でしょうか。	餃子は宇都宮が発祥地だから	餃子屋が不思議と集まっていたから	宇都宮市民はおやつとして食べていたから	宇都宮に中国人がたくさん住んでいたから
第7問	二荒山神社	二荒山神社の鳥居や建造物にはハートマークのようなものがあります。これは何を意味するものでしょうか。	火除け	永遠の幸福	ただの模様	恋愛成就
第8問	オリオン通り	上にかかっているオリオン通り曲師町とかいてあるのれんの横のマークは何でしょうか。	曲師町のマーク	オリオン通りのマーク	宇都宮市の市章	栃木県の県章
第9問	オリオン通り	オリオン通りでは釜川を境に、アーケードのデザインが異なります。それはなぜでしょうか。	かつて釜川より南側で火災があり、消失してしまったから	オリオン通りには二つの商店街があつてここがその境目だから	商店街の発展により、南側が拡張されたから	商店街に個性を持たせたかったから
第10問	釜川	昭和40年代まで、釜川は大雨で毎年のように氾濫し、周辺の人々は困っていました。しかし、現在はそうした氾濫はありません。それはなぜでしょうか。	二層構造にして大半の水は地下を流れているから	氾濫しないよう神様をお願いしたから	地球温暖化が進み大雨が少なくなったから	上流に大きなダムを建設したから
第11問	松が峰教会	なぜ、松が峰教会のような立派な教会が出来たのでしょうか。	宇都宮市民が宇都宮のシンボルにしたかったから	大谷石が有り余っていたので、作ってみた	宇都宮市のキリスト教徒の集まれる場所を市民の思いから	神父様が「よそから見に来るような大聖堂」を念願したから
第12問	宇都宮城址公園	城に飾ってあるシャチホコは何を目的として飾られているのでしょうか。	カッコいいから	城主が魚を好きだったから	火災の魔除けとして	金運アップのため

【まち歩きの準備】

- ① まちの歴史や文化に関連したクイズを一人2～3問作成する（表1）
- ② Googleの無料コンテンツであるGoogleフォームを使ってクイズ回答フォームを作成する
- ③ 参加学生にまち歩き開始前にクイズ掲載サイトにアクセスするためのQRコードを配布する

【まち歩き中や終了後】

- ④ 各クイズ地点で参加学生にスマートフォンを使って回答してもらう（図1）
- ⑤ 参加者全員の回答が終わったら、クイズを作成したゼミ生が簡単な解説を行う
- ⑥ 後日、参加学生の正答率を集計し、表彰する

当日は1年生20名が参加した。8時50分に宇都宮駅西口の餃子像前に集合し、宇都宮駅

10第3回地域社会実習シティブエスト\_釜川

7月5日（日）に実施する地域社会実習（宇都宮中心部まち歩き）のクイズの第10問です。

\*必須

学籍番号を書いてください（下2桁のみ）。\*

回答を入力

昭和40年代まで、釜川は大雨で毎年のように氾濫し、周辺の人々は困っていました。しかし、現在はそうした氾濫はありません。それはなぜでしょうか。\*

二層構造にして大半の水は地下を流れているから

氾濫しないよう神様をお願いしたから

地球温暖化が進み大雨が少なくなったから

上流に大きなダムを建設したから

送信

図1 7月5日のまち歩きにおけるまち歩きのクイズ回答画面  
注：この画面はPC版の画面



写真1 7月5日のまち歩きの様子  
資料：2020年7月に筆者撮影

表2 7月5日のまち歩きによって得られた成果と課題

成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クイズを解くことで主体的にまち歩きに参加することができる。</li> <li>・スマートフォンを利用すると楽しく感じられる。</li> <li>・難しいことよりもむしろ身近でありふれていることの方が若者の興味を引く。</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・20名の大人で移動すると他の通行の妨げになることがあり、場合によっては危険である。</li> <li>・野外とはいえ大人数になると密集状態になり、新型コロナウイルス感染の可能性がないとは言えない。</li> <li>・大きな通りでは声が聞こえないこともあるため、解説者は大声を出さなくてはならず、これも新型コロナウイルス感染のリスクを伴う。</li> </ul>

前景観や市街地再開発事業などについてクイズに回答, それらについて解説した(写真1)。その後, 旧篠原家住宅⇒サボイヤ s21 (大谷石蔵を活用したカフェ) ⇒清巖寺⇒餃子通り⇒二荒山神社⇒オリオン通り⇒松が峰教会と周り, 13時に宇都宮城址公園で解散となった。ゼミ生が中心にクイズの解説を行ったが, 補足説明やクイズ以外の場所での解説は、筆者やS氏、知り合いの商店主などが適宜行った。

## 2.2 まち歩きから得られた成果と課題

7月5日のまち歩きを終え, 地域社会実習で参加した学生に事後レポートとアンケートを実施した。その結果, 参加者全員が「楽しかった」「まあ楽しかった」と回答し, クイズを解きながらまち歩きを行う方法に手ごたえを得た。また, まち歩き当日, 商店街の解説を依頼したオリオン通りの商店主からも「面白い取り組みだ」と好評であった。以下では, 7月のクイズ形式のまち歩きの成果と課題について記す(表2)。

### 2.2.1 ゲーム性を持たせる

参加学生がクイズの回答中, 友人同士で正誤に関して楽しそうに議論している様子が印象的であった。前年度(2019年度)も同様のまち歩きを実施したが, その時は筆者や文化財ボランティアのS氏が一方的に解説していたために, 学生が主体的に考える機会が少なかった。確かに教員などがその都度, 参加学生たちに問いかけをする方法はある。しかしそれでは問いかけに対して思考を巡らせない学生もでてくる。スマートフォンを使いクイズに参加させることにより, 学生全員を主体的にまち歩き参加させることができる。また, 学生たちもスマートフォンを使うことでゲームをやっているような感覚になる。

### 2.2.2 誰でもわかる易しい内容に工夫する

設問や選択肢も工夫した。7月5日のまち歩きは, 宇都宮市の中心部が対象であった。これらは江戸時代から市街地だった地域であり, 「都市にはどのような仕掛けが散りばめられているの

か？」を学ばせることが主眼にあった。設問の多くには、現代以前の都市には「防御」「防災」といった都市を外敵や災害から守る仕掛けがいたるところにあることを、設問を解いていくうちに徐々にわかるよう工夫した。

また選択肢は歴史的な知識がなくてもわかるよう配慮した。例えば、表1に示された設問5の選択肢に「ドナルド・トランプ」「西郷隆盛」「藤原道長」「須賀栄子」を設定した。なお、須賀栄子は本学（須賀学園）の創始者であり、宇都宮短期大学附属高校出身者が大半を占める本学において、そのことを知っている学生が多い。そのため「絶対に誤りだ」と気が付くとともに「冗談だな」と思うことを想定して選択肢にした。以上のような仕掛けを随所にちりばめることで、歴史的な知識がなくても回答でき、かつユーモアを交えることで参加学生に親近感が湧く。そして結果的にクイズの回答を積極的に考えることにつながっていく。

このようにクイズに工夫したのは、多くの史跡や行政、観光協会が発行するまち歩きマップや表示が表面的で、堅苦しく、難しいといったことに対する課題意識であった。例えば、以下は国の重要文化財に指定されている旧篠原家住宅前に設置された説明版の記載内容である。

篠原家住宅は奥州街道口の豪商で、江戸時代から第二次世界大戦までは醤油醸造業・肥料商を営んでいた。明治28年（1895）年に建てられたこの店蔵は、店舗と住居部分を一体化した蔵造りになっている。市内の店蔵の中で、改造がほとんどされておらず、かつ、石蔵を伴って残されているものは数少ない。

住宅の一階部分の両側には、厚さ8cmの大谷石が貼っており、この店蔵の特色になっている。帳場の奥に約45cm角のケヤキの大黒柱がある。これは二階の大広間（20畳敷き）の床柱を兼ね、さらに棟木まで延びており、建築的に大変珍しいものである。全体的に装飾性は少ないが、よい材料を贅沢に使っており、美しく豪華に造られている。なお、石蔵三棟のうち最も古いものは、嘉永4年（1851）年に建てられたものである。

スペースが限られていることもあるが、構造や建築年代など表面的かつ固い内容に終始している。よほど近世の歴史や建築物に興味がないかぎり、これを読んでロマンを感じたり、楽しい気分になったりすることはないだろう。上記の文章に書かれてあるのは、事実の列記である。大切なことは、事実とその事実を生んだ背景である。例えば、どうして旧篠原家住宅がここに立地していたのか、なぜ肥料商をしていたのか、なぜ大谷石貼っているのかである。こうしたことはスペースが限られる表示板やまち歩きマップでは難しい。かといって文章が多いガイドブックを多くの若者たちが読むとも思えない。歴史に関心がない人にも興味を持ってもらえるような仕組みづくりが必要であることを、7月のまち歩きやその準備を通して感じた。

### 2.2.3 まち歩きの課題

まち歩きは、参加した1年生に楽しみながら宇都宮中心部の歴史や文化を学習させることができた一方で、多くの課題も残した。

20名という大人数で街なかを歩くことになり、移動や解説の時に歩道を狭めてしまい歩行者や自転車の通行の妨げになってしまうこともしばしばであった。歩道がない道路を歩くことも多く、自動車との接触の可能性もゼロではない。また、街なかや幹線道路など騒音がひどく、解説者から離れた場所では、解説者が何を話しているのか聞き取れない学生も多い。

大人数での移動は、上記以外にも、新型コロナウイルス感染の危険性もはらむ。参加学生たちには、当日マスクの着用や事前の体温チェック、アルコール消毒を義務付けており、万全の対策は施していたが、20人が近接しているため、新型コロナウイルス感染の危険性が全くないとはいえない。また、それは解説者も同様であり、学生たちへの解説や会話によって、万が一のリスクを負ってしまうことになる。新型コロナウイルスの感染のリスクがある中、比較的大人数ではまち歩きを極力避ける必要がある。

## 3 シティクエスト in 宇都宮の準備

### 3.1 宇都宮市内の観光資源の洗い出し

7月に実施したまち歩きによって、多くの課題を残しつつも、やり方次第では若者にも楽しくまち歩きをしてもらい、地域の歴史や文化に触れてもらえる可能性があることがわかった。このまち歩きによって手ごたえを感じたことから「若者が楽しめるまち歩きの開発」をゼミ活動テーマとすることが決定した。しかしながら、まち歩きの実施方法やテーマ、コンセプトは明確になっていなかった。

そこで宇都宮の歴史や文化、観光資源について一から勉強するため、書籍や新聞記事、ネット情報、ヒアリング、現地調査など、あらゆる方法を用いた情報収集を9月中旬まで行った。

書籍に関しては、地元出版社から埴（2015）や柏村（2020）などといった一般向けのまち歩き関連書籍を出版されていることから、輪読を行いゼミ内での情報共有を行った。また、誰でも楽しめるまち歩きに近づけるため、NHKの人気バラエティー番組である「ブラタモリ」の書籍版を購入し、何が魅力なのか、どのような番組構成になっているのか、視聴者を飽きさせない工夫は何かなど、意見を出し合った。

まち歩きをより魅力的にするためには、ゼミ生たちが生の情報を得ることも不可欠である。9月14日に、宇都宮市内の主要観光資源の視察を実施した。また7月から9月にかけて宇都宮の歴史や文化に詳しい人物に対し、ヒアリング調査も実施した（写真2）。なお、図2はシティクエスト in 宇都宮の開発、そして宇都宮市主催の「大学生によるまちづくり提案」<sup>2)</sup>までの経過を示したものである。



写真2 宇都宮市内の視察（左）と市内中心部商店主へのヒアリングの様子  
資料：2020年9月に筆者撮影

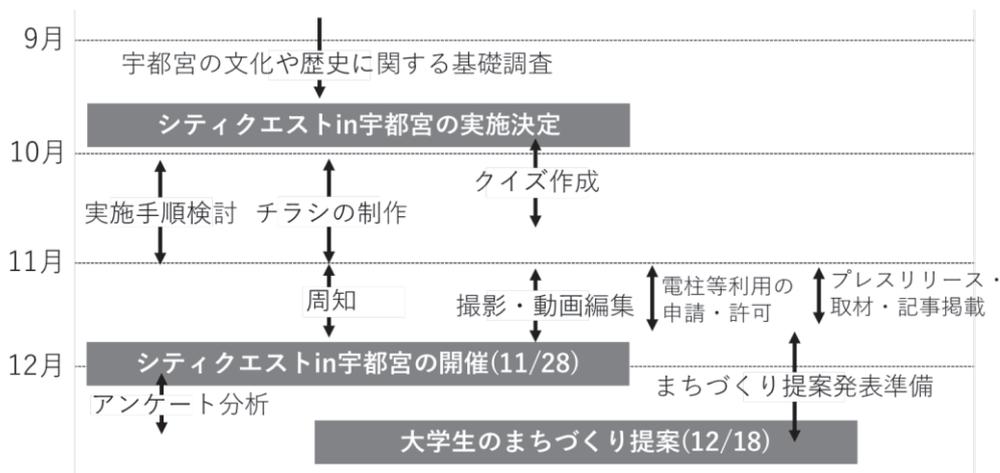


図2 シティクエスト in 宇都宮の開発の経過

### 3.2 まち歩き方法の決定とクイズの作成

#### 3.2.1 身近な疑問をクイズにするシティクエスト in 宇都宮の誕生

写真2にあるように、9月に市内中心部で古くから事務用品の卸売業を営むY氏に1時間ほどのヒアリングを行った。商店主からは、店舗や地域の歴史を中心にお話いただいた。その中でも学生たちが関心を寄せたのが、バブル経済期における宇都宮市中心部の土地の売買価格（あくまでも噂話）や暴走行為が頻発していたことなどであった。これらの話について商店主は学生たちの興味を引こうとして話しているわけではない。しかし、学生からすると自分たちが生まれる前に、土地が何億円で売れたとか、大通りで毎週土曜日に暴走行為が繰り返されギャラリーまでいたという話は興味深かったようである。このヒアリングにおける学生たちの反応から、若者たちにとって生まれる前の出来事はすべて歴史であり、もっと身近な歴史や事象に焦点を当てるこ

とで若者の興味・関心を引き付けられるのではないかと考えた。

以上のことから、若者たちに宇都宮に興味を持ってもらうには、身近な歴史には光を当てること、事実を淡々と説明するのではなく、事象の背景などをわかりやすく説明することが重要であると結論付けた。そこで書籍やガイドブックに記載されている宇都宮の歴史をクイズにするのではなく、巷に潜む身近な疑問をクイズにし、そしてクイズの正解を短い動画にして視聴しながらまち歩きをする「シティクエスト in 宇都宮」の開発に至ることとなった。

### 3.2.2 クイズの作成

10月上旬よりクイズを制作するための調査が開始された。2つの班に分かれ、それぞれ筆者と前出のS氏が同行した。クイズになりそうな素材を学生がを見つけ、それをスマートフォンで撮影し、地点を示した地図、クイズとともにゼミのグループLINEに送信する。それをリスト化し、クイズになりそうか吟味した。10月下旬まで、計5回のクイズ作成のための調査が行われ、約100のクイズ候補をリストアップした。

次に写真や位置情報とともにリストアップされたクイズを選定する作業に入った。シティクエストの対象エリアを中心市街地<sup>3)</sup>と定めたことから、その範囲に均等にクイズを設定すること、ゼミメンバーや筆者が面白いと感じたものなどの条件から30問に絞っていった。

### 3.3 イベントの企画

シティクエストの効果や課題を検証するため、11月28日(土)に市民参加型の実証実験を実施することになった。まず一般から参加者を募るために、ウェブデザイン会社にチラシの制作を

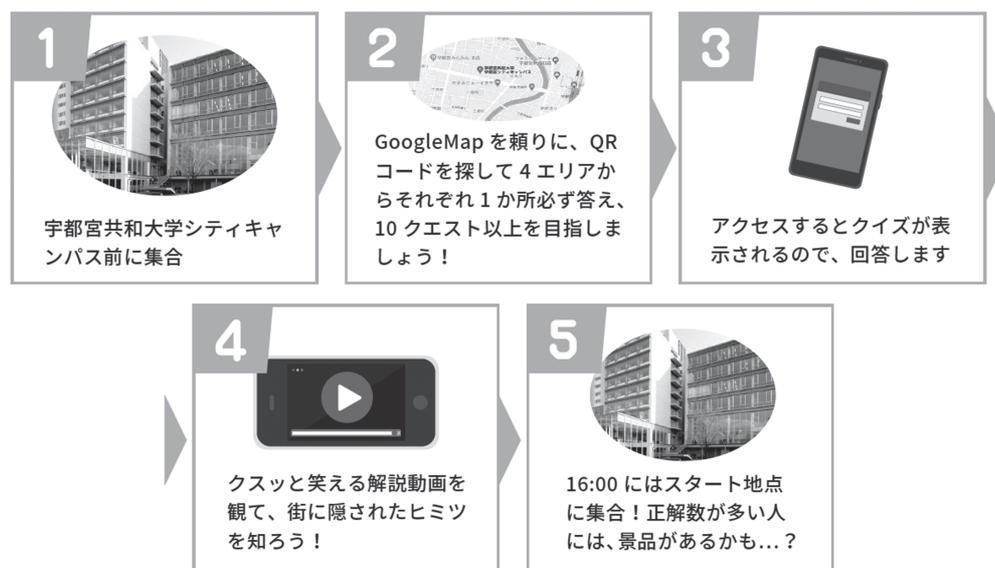


図3 11月に開催されたシティクエスト in 宇都宮実証実験の手順

資料：チラシの一部を抜粋

依頼した（補遺1）。なお、チラシの文面や内容は学生が業者に直接指示を行った。

チラシを制作するにあたり、シテイクエストの実施手順を検討した（図3）。まず参加者に大学に集合してもらい、シテイクエストの実施手順について説明する。次にあらかじめ作成したGoogleマイマップに参加者を招待し、クイズ地点の共有を行うとともに、それを頼りに任意の地点に向かってもらう。なお、広範囲をまわってもらうために、エリアを4つに区分し、すべてのエリアをまわってもらうことを条件にした。Googleマイマップで任意の地点に向かった参加者は、電柱や店舗などに貼られたQRコードを見つけ、スマートフォンでQRコードを読み込み、Googleフォームで作成したクイズ回答ページにアクセスする。回答のため送信タグをクリックすると、動画視聴画面のリンクが現れ、それを再びクリックすると解答解説動画を視聴する（補遺2）。以上の方法により、4エリア10か所を約2時間半の間にまわるという内容である。

予想外に苦労したのがQRコードの設置地点であった。半数以上のQRコードは補遺3にあるような紙を電柱に添付したが、一次利用を条件に東京電力パワーグリッド株式会社栃木総支社の許可を得ることができた。申請には実施関連の書類（チラシや実施要領）と添付電柱の番号、写真、地点の地図等の書類をそろえ、提出する必要がある。また、電柱は公道上に設置されているため、宇都宮市道路管理課に利用申請をする必要があり、電柱の使用許可とほぼ同様の書類の提出と許可が求められる。市内中心部には電柱がない地点もある。中心部の主要幹線道路を中心に電柱が地中化されており、QRコードの添付が難しい。例えば、二荒山神社では、3つのクイズを設定したが電柱がない。二荒山神社に依頼し境内に添付させてもらう方法もあったが、申請書の作成や交渉、添付の許可が下りない可能性なども勘案し、添付を断念した。苦肉の策として、ゼミメンバーを二荒山神社前に立たせる方法を採用した。一方、動画制作にご協力いただいた店舗や一般住宅の方からは、快く添付の許可をいただき、多くの課題や困難がありながらも、27地点<sup>4)</sup>にQRコードの貼る見通しが立った。

チラシが11月2日に完成し、即報道各社に対しプレスリリースを行った。地元の下野新聞社から取材が入り、11月17日付「若者支店の街歩き提案 宇都宮共和大ゼミが28日 歴史や食各地点でクイズ」との見出しで、イベントの予告記事を出していただいた。

### 3.4 動画の制作

シテイクエストを実施する上で、最も時間を要したのが、動画制作のための取材と編集作業である。10月下旬から解説者の選定やアポイントメント取りを開始し、順次動画制作のための取材を開始した。まず11月7日、8日、12日に各半日を費やし、まち歩き形式で動画を撮影した。その後、店舗や一般住民、宇都宮市役所、NPO、協同組合等の取材を個別に行っていた（表3）。

機材は市販のビデオカメラ（8万円程度）、三脚、ボイスレコーダーである。当初、ビデオカメラを手で持ちながら撮影を行っていたが、手振れが生じること、長時間持つと腕が疲れることから、持ち運びやすいよう三脚を自立させず一脚のような形式で撮影するように改善した。また、街なかでの撮影のため騒音が入り解説者の声がかき消される場面も多かったことから、ボイスレコーダーを解説者の首にかけ録音した。

表3 動画撮影のための取材場所と解説者

日にち	取材場所	解説者
11月7日	寺町、大通り、シンボルロード、一里塚、旧武家地	元宇都宮共和大学 教授 K氏
11月8日	宇都宮駅東口周辺、宝蔵寺、あさり川	宇都宮文化財ボランティア協議会 S氏
11月12日	林松寺、餃子通り、二荒山神社、釜川周辺、宇都宮城址周辺	宇都宮文化財ボランティア協議会 S氏
11月12日	池田屋	(株)池田屋 代表取締役 S氏
11月13日	café SAVOIA s-21	café SAVOIA s-21 I氏
11月14日	中心部の戦災遺構、百目鬼通り、洋館付き住宅	フリーライター S氏
11月23日	ふくべ洞	(有)ふくべ洞 代表取締役 O氏
11月23日	大通り、大工町	大工町住民 Y氏
11月23日	サムライ寿限無	(株)JcTクリエイションズ 代表取締役 K氏
11月24日	小幡・清住地区の土地区画整理事業	宇都宮市都市整備部西部・北部区画整理課 S氏
11月25日	餃子通り	協同組合 宇都宮餃子会 理事兼事務局長 S氏
11月26日	釜川	NPO法人宇都宮まちづくり推進機構 事務局長 T氏
11月26日	オリオン通り	(有)ミスズ洋装店 代表取締役 H氏

取材は固い内容を避けるため、その場の状況や成り行きで解説してもらうことを目指した。話の正確性よりも、むしろ事象の背景や物語性を重視したことから、解説内容の検証は行わなかった。ただし、行政職員など公的な立場の方に解説していただく場合は、事前に原稿を作成し、それを読み上げてもらう方式とした。また、動画を撮られることに抵抗がある解説者もいたため、音声のみのケースもあった。

11月7日は宇都宮共和大学に9時に集合し、元宇都宮共和大学教授のS氏に市内中心部をご案内いただくとともに、各地点で動画の撮影を行った。S氏は社会科の元高校教員でもあったこと、また現在でも市民大学等で講師をされており、大変雄弁な人物である。また、事実だけではなく、S氏の見解に基づく考察もお話いただいたことから、深みやロマンを感じるような内容となった。さらに説明にはユーモアも交えてもらい親しみやすさを演出することもできた。

また11月12日には、宇都宮市文化財ボランティアのS氏にご案内いただいたが、一番目に訪れた林松寺で思わぬ発見があった。当初、S氏に説明してもらう予定だったが、断られるのを承知で飛び込みでご住職に取材を申し込んだ。幸い快く取材を受けていただき、境内をまわっている時のことである。S氏が風変わりな東屋のような建物を発見した。どうやらこの建物は戦前に先々代の住職が引き取られたもののようで、S氏によるとかつて上河原交差点にあった駐在所とのことである。この思わぬ発見には、案内の坂本氏も興奮した様子であった。また住職とS氏の会話も自然のまま撮影することができ、NHKの人気番組「ブラタモリ」や「鶴瓶の家族に乾杯」のようなほのぼのとした解説動画を撮影することができた。

素材の収集と同時に、動画の編集にも多くの時間を費やした。ほとんど編集の必要がない素材もあれば、1時間収録をして、それを3分程度に編集しなくてはいけないものもある。時にははじめに撮影した内容を動画の最後に移動させる場合もあった。どのような内容にすれば、視聴者に楽しんでもらえるのか試行錯誤しながらの編集には、撮影以上に多くの時間を割いた。動画内

には、説明用の写真や地図、グラフ、テロップを入れ、より分かりやすくなるよう配慮した。

制作した動画は、動画共有サイト YouTube にアップした。タイトルは「どうして宇都宮は餃子のまち？」や「日本初！世紀の大事業」などと言うように、人の目を引き付けるような、少々大げさなタイトルを付けた。その他、YouTube の説明には、解説者の氏名（一部は秘匿）や場所（住所と Google マップの URL）を付与した。

## 4 シティクエスト in 宇都宮の開催と結果

### 4.1 当日の経過

シティクエストは、下野新聞に告知の記事を掲載していただいたこと、若年層を中心に発信力のある NPO に依頼し Facebook 等により参加者を募ったこと、そして地域社会実習 I・II のプログラムとして本学学生に参加を呼び掛けたことなどから、合計 33 名（うち一般参加者は 14 名）の参加申し込みがあった。申し込みは、スマートフォンや PC 操作に慣れていることが参加条件だったこともあり Google フォームのみとした。そのため参加希望者は、チラシに記載された QR コードを読み込むか、大学ホームページにアクセスし登録を行った。

当日、ゼミメンバー 5 名は、9 時に大学に集合し、まず QR コードや解答動画に誤りがないかチェックを行った。チェック終了後、分担し QR コードが記載された張り紙を電柱等に添付した。なお、張り紙は汚損防止のためラミネート加工するとともに、電柱などにテープの粘着物が残らないようナイロン製のひもで括り付けられるよう細工を施した。イベント開始 1 時間前の 12 時に大学 1 階に受付を設け、来場者の氏名を確認するとともに、体温チェックを実施した（写真 3）。

体調不良者が出たことなどにより、最終的に 30 名<sup>5)</sup>の参加となったが、予定通り 13 時にシティクエストが開始された。参加者にはまず大講義室に集合しイベントの趣旨やルール説明、練習問題を行ってもらった。そして参加者が Google マイマップを共有するために、参加者に共有のためのリンクを送信した後、まち歩きがスタートした。

シティクエストの間、大きなトラブルもなく予定通り 16 時に終了し、参加者は再び開会式を行った講義室に集合した。閉会式では、アンケートの記入、簡単なディスカッション、参加賞<sup>6)</sup>を配布し、16 時 40 分に解散となった（写真 4）。なお、本イベントに告知記事の取材をしていただいた下野新聞まちなか支局の記者も参加し、後日「街なかで素朴な謎を解け！歴史、食…約 30 地点 動画解説、新たな街歩きに 宇都宮共和大ゼミ生が企画」（下野新聞 2020 年 12 月 6 日）という見出しで記事が掲載された。



写真3 受付（左）と開会式（右）の様子  
資料：2020年11月筆者撮影



写真4 シティクエストの様子（上段）と事後のディスカッション（下段）  
資料：2020年11月筆者撮影

#### 4.2 事後アンケートの結果からみる課題

先述のようにシティクエスト終了後、参加者にアンケートを行った。質問項目は28項目で、参加者の属性や参加の理由、シティクエストの満足度や課題について質問した。30名の参加者のうち2名は早退したため、28名からの回答となった。

まず、回答者の属性である。参加者は「地域社会実習Ⅰ・Ⅱ」の一環で参加した学生が多かったことから、10代が半分以上を占めるが、30代を除いて、20代から70代まで幅広い。居住地はすべて栃木県で宇都宮市が20名であった（表4）。参加の理由は、学生の参加が多いことを反映し、半数が「地域社会実習を受講しているから」で最も多かった。その一方で「新しい試みで楽しそうだったから」も7名と比較的多かった（表5）。これはスマートフォンを使ったり、クイズを解きながらまち歩きをしたりするという方法が新しく、参加者の興味を引いたものと思われる。

表4 シティクエスト参加者の属性

	男性	女性	総数
10代	14	1	15
20代	3	1	4
30代			
40代	1	2	3
50代	3	1	4
60代	1		1
70代	1		1
総数	23	5	28

資料：アンケートより作成

表5 参加した理由

	10～20代	40～70代	総数
地域社会実習Ⅰ・Ⅱを受講しているから	14		14
新しい試みで楽しそうだったから	3	4	7
宇都宮の歴史や文化に興味があったから	1	3	4
もともとまち歩きが好きだから	1	2	3
自分の仕事や趣味、活動に活かそうだから			
暇だったから（暇つぶしのため）			
その他			
答えられない、答えたくない			
総数	19	9	28

資料：アンケートより作成

#### 4.2.1 シティクエストの評価

シティクエストの内容や動画、時間配分等についての評価を表6にまとめた。まず全体的な満足度では、28名中27名が「満足した」「まあ満足した」と回答し、参加者に楽しく参加してもらえたことが伺える。この結果はクイズの内容にも反映されている。一方、クイズの難易度については「ちょうどよい」が最も多かったものの、「一部難しかった」が11人と2番目に多かった。若年層（10～20代）だけではなく、中高年層（40～70代）からも「一部難しかった」との回答があった。その理由について中高年層の参加者に尋ねたところ「どの回答も正しいような問題があり難しかった」（40代女性）とのことであった。例えば、補遺4-1のB-3<sup>7)</sup>に示されている池田屋に関連したクイズである。当店は「宮乃餅」で有名な老舗和菓子店であるが、屋号の由来は「創業者のお嫁さんが池田姓だったため」である。このクイズはどれも正解の可能性があり（どれも正解のように思える）、池田屋のことをよほど知らない限り、郷土史家でもわからない。誰も解答できないような難問は、大学入試や定期試験の問題としては不適切であろう。しかしながら、シティクエストは、多く正答することが大切なわけではなく、「そうだったのか！」と思ってもらえることがねらいである。よって知識量や経験、年齢で差が出ないように工夫した結果であり、「一部難しかった」という回答が多かったことは想定範囲内である。つまり筆者らの目論見が当たったともいえる。

「動画の言葉づかいや単語の難易度」に関しては、若年層と中高年層で開きが出た。前者では半数以上が「どちらともいえない」「どちらかと言えばわかりにくかった」を選択していた。知識や経験の少ない若者にも配慮した構成や内容を心掛けたものの、一部の若年層には難しい内容もあったといえる。動画の時間については、制作した筆者らも長いと感じていた。動画の時間は3分程度を目標にしていたが、結局多くの動画が5～10分になってしまった。その理由として編集の期間が短く、内容を吟味できなかったこと、伝えたい内容を盛り込みすぎたことが要因である。

最後にイベント全体の時間配分である。「ちょうどよい」が最も多いが、「短い」「どちらかと言えば短い」との回答が12もあった。参加者からは「この時間ではクイズ地点以外のものはほとんどみられずもったいない」（50代男性）や「健脚な若者なら良いが、歩行速度が遅い高齢者には厳しい」（70代男性）との意見があった。

#### 4.2.2 シティクエストの課題と改善点

アンケートの後半では、シティクエストを行って感じた課題や問題点を記載してもらった（表7）。課題で多くあげられたのは「スマートフォンにおけるデータ容量の消費量が多い」「QRコードの添付場所がわかりづらい」「エリア設定やクイズポイントの地理的偏り」「安全性への憂慮」などである。

まず「スマートフォンにおけるデータ容量の消費量が多い」という課題であるが、動画の画質を下げた視聴してもらうことで、データ容量の消費を抑えることができる。そうした解説を事前に行うことが必要であった。さらには、動画の時間を短くするといった根本的な対策も今後求め

表6 シティクエスト評価

全体的な満足度			
	10～20代	40～70代	総数
満足した	8	7	15
まあ満足した	10	2	12
なんとも言えない	1		1
あまり満足できなかった			
全く満足できなかった			
答えたくない、答えられない			
クイズの内容について			
良い（面白い）問題が多かった	10	7	17
どちらかと言うと良い（面白い）問題が多かった	9	2	11
どちらともいえない			
どちらかと言うと良くない（面白くない）問題が多かった			
良くない（面白くない）問題が多かった			
答えられない、答えたくない			
クイズの難易度			
全体的に簡単だった	3		3
一部簡単だった			
ちょうどよい	9	4	13
一部難しかった	6	5	11
全体的に難しかった	1		1
答えられない、答えたくない			
動画の満足度			
とても満足した	4	3	7
まあ満足した	4	6	10
なんともいえない	9		9
あまり満足できなかった	2		2
全く満足できなかった			
答えたくない、答えられない			
動画の言葉づかいや単語の難易度			
わかりやすかった	4	5	9
どちらかと言えばわかりやすかった	5	4	9
どちらともいえない	8		8
どちらかと言えばわかりにくかった	2		2
わかりにくかった			
答えられない、答えたくない			
動画の時間について			
全体的に長かった	6	2	8
一部長かった	8	5	13
ちょうどよい	4	2	6
一部短かった			
全体的に短かった			
答えられない、答えたくない	1		1
全体の時間配分			
短い	4	1	5
どちらかと言えば短い	6	1	7
ちょうどよい	8	7	15
どちらかと言えば長い	1		1
長い			
答えられない、答えたくない			

資料：アンケートより作成

表7 シティクエストの課題・問題点

世代	性別	今回のシティクエストの課題・問題点
10～20代	男性	外でYouTubeが見れないのでそこが不便でした
10～20代	男性	QRコードの場所が分かりづらい所もあった
10～20代	男性	解説動画が、答えが分かりにくかったのと全体的に1分くらいの動画にした方がいいと思った。
10～20代	男性	マップが見づらかった
10～20代	男性	周りに何も無いところに問題があると、探すのが大変だし歩いていて面白くない。
10～20代	男性	もう少し地図の場所を正確にして欲しい
10～20代	男性	動画の答えがよく分からなかった。 YouTubeだと短時間でギガの消費が激しい事 時間がなかったので周りをよく見れなかった 初めての人だと迷います。
10～20代	男性	紙が分かりにくい気がしたので、もう少し派手な色彩にしないと気が付かない。 YouTubeはWi-Fi環境無しでは辛い。
10～20代	男性	解説動画が、答えが分かりにくかったのと全体的に1分くらいの動画にした方がいいと思った。
10～20代	女性	QRコードをもう少し大きく配置したほうが見やすい。
10～20代	男性	一部問題の場所が分かりにくい箇所があった点
10～20代	男性	動画で答えが出るまでが少し回りくどかった
10～20代	男性	問題が設置してある場所が分かりづらいところがあった。それと外でYouTubeを見るのはギガの問題もあり抵抗がある。
10～20代	男性	地図の場所が正確ではなかったのがあった
10～20代	男性	外でYouTubeを見るのを控えている人は厳しいのではと思った。
10～20代	男性	YouTubeによる解説だったのでギガがある人ない人でとても困るのではないかと思いました。また、地図に書いてあるところではなく少し離れたところにあったので迷ってしまいました。地図と置いてあるところは正確にして欲しかったです。
10～20代	男性	時間が短すぎたためじっくり街歩きできなかつたため、時間を伸ばすか場所を絞ってエリアごとにした方がいいと思った。
10～20代	男性	動画の答えがよく分からなかった。 YouTubeだと短時間でギガの消費が激しい事 時間がなかったので周りをよく見れなかった 初めての人だと迷います。
40～70代	女性	往来が激しい道路沿いでは、動画が聞きとりにくい場面もあった
40～70代	男性	年齢的に、もう少し狭いエリアだと、なお楽しめる。
40～70代	男性	交通量の多い所も有り、安全の配慮
40～70代	男性	ポイント間隔を短くする。 距離が離れすぎ。
40～70代	女性	学生さんがポイントの紙をまちがってました。百目鬼通りとドンキの裏手の公園。勉強、頑張れ！就職して、違う顧客のところに行ったらずいす！
40～70代	女性	清住通りは交通量が多いので、少し危険。 QRコードの紙が見つけにくい場所があった。
40～70代	男性	ポイントがうまく表示されない。手持の地図が欲しい。スマホバッテリー節約の為に
40～70代	男性	寒くない天気だったら良かったと思います。
40～70代	男性	年齢的に、もう少し狭いエリアだと、なお楽しめる。

資料：アンケートより作成

られる。

2つ目に「QRコードの添付場所がわかりづらい」との意見である。準備の時間が十分確保できず、Google マップに表示されたQRコードの地点と、実際の地点がずれている箇所もあった。QRコードの場所が簡単に発見できないと、参加者にとってストレスとなり、せっかく良い内容でも気軽に楽しんでもらうことができない。そのため、今後同様のイベントを実施する際には、細心の注意を払い正確な位置を表示することが求められる。またQRコードを発見しやすくする方法としては、QRコードを大型かつ蛍光色などにすることも一案である。

3つ目に「エリア設定やクイズポイントの地理的偏り」である。エリアはおおよそ東西に2.5km、南北に1.0kmである。しかしながら、宇都宮駅東口地域に行くためには、JRの線路を超える必要があり、負担が大きい。約2時間半で4つのエリアの10か所をまわるのは、特に年齢が高い層には少々無理があった可能性がある。また、二荒山神社周辺にクイズポイントが集中してしまった一方で、西側や南側はまばらになってしまったことも反省点である。今後は狭い範囲に高密度にポイントを増やすことが求められる。

4つ目に「安全性への憂慮」である。クイズや動画を視聴するとどうしても周辺に注意が及ばず時として他の交通の妨げになったり、参加者が危険にさらされたりすることもある。音声も流れているので、イヤホンなどを利用した場合、周りの音も聞こえずさらに危険が増す。設置した箇所では、例えば清住通りや餃子通りのように交通量が多く、かつ歩車分離が不十分な箇所もあり、数人で固まってスマートフォンを操作するのは危険である。

その他、QRコードの貼り間違いといった単純なミスや動画の質の問題などについて指摘があり、改善可能なものから、主催者側の配慮や努力では解決できない課題まで多くの課題や問題点があげられた。

#### 4.2.3 シティクエストをより楽しくするためのアイデア

前述の課題や問題点のほかに、シティクエストをより楽しく、魅力的なイベントにするためのアイデアを参加者から募った。そのアイデアをまとめたものが表8になる。課題や問題点と同様に以下のようにアイデアをいくつか分類してみた。

第1により幅広い分野や協力店舗を増やすということである。今回は歴史や文化に特化した内容になっており、建築物や自然などの分野に触れることができなかった。今後の展開を考えるならば、幅広い分野に造詣の深い、または興味関心がある方々にクイズづくりに参加してもらい、クイズの幅を広げていくことが必要である。

第2に周遊方法の充実である。その中でもポタリングと組み合わせたシティクエストの実施を求める意見が2件あった。この方法であればエリアを広げることもできるのと同時に、自転車のまち宇都宮のPRにもつながる。その他、ゆっくりまち歩きをするために休憩所を設定（店舗などと連携し休憩させてもらうなど）することも幅広い年齢に楽しんでもらうためには必要である。

表8 シティクエストをより魅力的で楽しくするためのアイデア

世代	性別	改善に向けたアイデア
10～20代	男性	景品があると若い子もやる気になるかも知れない
10～20代	男性	協力してくれる店などを増やす
10～20代	男性	街中歩く際目印となるようなものを身につけて歩いていけばその人同士の交流が増えつながりができるのではないかと感じた。
10～20代	男性	答えをYouTubeはGが少ない自分から見て少し抵抗があった
10～20代	男性	地域のお店と協力する
10～20代	男性	YouTubeで視聴をするとギガの問題で視聴するのが難しいので他のものでも何かできるようにしてほしい
10～20代	男性	アプリとかにした方がいいと思います。
10～20代	男性	ただクエストを回るだけではなく、地域の飲食店等も回ることの出来る食べ歩きがあると更に楽しそう。他県の人を呼び込むのであれば宇都宮の豆知識程度の事ではなくもっと分かりやすく有名な歴史に関わるものが良いと思う。
10～20代	男性	街中歩く際目印となるようなものを身につけて歩いていけばその人同士の交流が増えつながりができるのではないかと感じた。
10～20代	女性	問題が難しすぎなので少し難易度を下げて欲しい。
10～20代	男性	自転車を使用する
10～20代	男性	宇都宮市もこのイベントに教養していくべきだと思う。
10～20代	男性	問題の紙をもう少し見やすいように設置してほしい。それと問題の紙が端の方にポツと1つだけあるみたいなのがあり、時間制限付きの状況下で行く気にはなれないなど感じた。
10～20代	男性	あまり有名じゃない所に設置してこんな所があるんだともっと知ってもらう
10～20代	男性	動画の時間が長すぎたので短く伝えられたら色々な場所を回れるのではと思います。
10～20代	男性	今回は歩いて行ける距離だったが宇都宮は自転車でも有名なこともあるので自転車を利用した範囲のイベントでも良いのではないかと思います。
10～20代	男性	QRコードを貼る場所に休憩所のような場所を作りゆっくり解答できるようにする。動画が比較的長いのでWi-Fi環境を整備する。
10～20代	男性	アプリとかにした方がいいと思います。
40～70代	女性	PRの充実。QRコードの設置への理解が進むのでは？
40～70代	男性	イベントの最後、又は後日、各ポイントの説明会等があると、更に価値が上がるかと・・・。
40～70代	男性	イベント告知と時間毎にイベントが変化しては
40～70代	男性	スポンサーの景品やポイントゲット。テーマ別、年齢層別の設定。
40～70代	女性	文化財や通り名の看板や案内板にQRコードを埋め込む。 観光用にも、小中学生の地域学習にも、大人の生涯学習にも使えるはず。 せっかく自転車の街で売り出しているのだから、サイクリングとセットでこれをやるとそれなりの観光需要が生まれるし、中心部と大谷地区の回遊性が生まれてよいと思う。 解説の動画は可能なら多言語でつくるとよいと思う。
40～70代	女性	クエストの場所とその周辺をうまくリンクさせて、周遊性を持たせる。 長時間のまち歩きになると、トイレも気になる。コンビニはあるけれど。
40～70代	男性	範囲をもう少し限定し、ゆっくりのんびり 途中お茶でもしながら回れるといいと感じた。

資料：アンケートより作成

第3にシティクエストの内容充実やさまざまな用途への展開である。今回はシティクエストの実施のみで終了となり、クイズや動画について参加者とじっくり議論する機会がなかった。イベント終了後に別途イベントを開催し、クイズや動画について議論できれば、当イベントのPRや更なる充実を図ることができる。こうしたことを繰り返し、市民に認知されるようになってくれば、電柱や文化財関連の案内板に常時QRコードを添付することが可能となり、ひいては市民の生涯学習や小学生の地域学習に利活用してもらうことにつながっていく。

その他「街中を歩く際目印となるようなものを身につけて歩いていればその人同士の交流が増えつながりができるのではないかと感じた」(20代男性)や「もっと分かりやすく有名な歴史に関わるものが良いと思う」(10代男性)、「解説の動画は可能なら多言語でつくとよいと思う」(40代女性)、「アプリとかにした方がいいと思います」(10代男性)、「スポンサーの景品やポイントゲット。テーマ別、年齢層別の設問」(50代男性)など、参考になる意見を多数いただいた。

#### 4.3 シティクエスト in 宇都宮の今後の展開～大学生のまちづくり提案から～

シティクエストの最終目標は、毎年宇都宮市が主催している「大学生によるまちづくり提案発表会」にて当事業の結果を踏まえた政策提案を行い、当事業を宇都宮市やそれに関連した団体の事業にすることである。

11月末に発表スライドの提出が課せられていたことから、11月中旬から準備を開始した。仮の発表スライドを11月28日に実施したイベントの内容を加味した上で提出し、12月18日(金)の発表前日までブラッシュアップに腐心した。なお、発表タイトルは「若者が楽しめるシティクエスト～With & after コロナ時代のまちあるき～」である。

発表の前半ではシティクエストを提案した背景や提案の目的、提案に至るまでの経緯を説明した。後半はそれらの結果を踏まえた施策提案であるが、その内容は以下のようにになっている。

##### 4.3.1 シティクエスト本格運用に向けた行政の役割

今後シティクエストをより普及・発展させていくためには、ハード整備とクイズや動画の充実、運営主体の決定が必要と考えた。まずハード整備として、中心部における充実したWi-Fi整備が必要である。

また11月に実施したシティクエストにおいても大きな課題となったQR設置場所の確保である。その候補として市内中心部に設置されている旧町名表示板や指定文化財表示板、名所・旧跡表示板があげられる。これらは図4の左側に示されたものであり、1995～1997年に実施された「宇都宮市文化財表示板等設置計画」により設置された(宇都宮市教育委員会文化課編、1999)。宇都宮市教育委員会文化課編(1999)によると、上記の3種類を合わせ中心部に計122か所設置されている。これらの設置地点が示されているNPO法人宇都宮まちづくり推進機構(2018)をみると、場所にもよるが概ね半径100mの範囲に1つ以上設置されてある。図4に示されているように、右のようなシール式のステッカーを表示板の空きスペースに添付すれば、QRコードも発見しやすく、また旧町名表示板の記載内容も合わせて確認できる。シールであれば、低コストで



図4 ゼミで考案したQRコードと添付例

資料：大学生によるまちづくり提案発表会のスライドを転載

制作、設置もできるし、汚損してもすぐに張り替えることができる。なお、これらの表示板は教育委員会文化課が所管しており、事業の進捗状況をみながら利用について協議していきたい。その他、表示板以外にも行政が管理する看板などが中心部には多数存在し、それらも活用することで中心部の至る所にQRコードを貼り、市民や観光客が気軽に宇都宮市の文化や歴史に触れることが可能となる。

#### 4.3.2 シティクエスト in 宇都宮の実施主体

政策提案を行う上で、最も難しい課題となるのはシティクエストの実施主体である。観光的な視点から考えると経済部観光交流課か宇都宮観光コンベンション協会である。一方、歴史や文化から考えると教育委員会文化課である。中心部に事業を絞ると総合政策部地域政策室中心市街地活性化グループも対象になってくる。しかしながら、上記で記したように、シティクエストは歴史や文化に興味や関心が薄い若者をメインターゲットとしているため、むしろ系統的（教科書的）な内容を避けることが重要である。また、行政が当事業を担う場合、立場上厳密性が求められるため、検証に時間や労力、金銭的な負担がかかるとともに、固い内容になってしまうことが予想される。さらに、公平性の観点から、店舗やそこで販売する商品の紹介も難しくなり、自由度が極端に狭まってしまふ憂いがある。

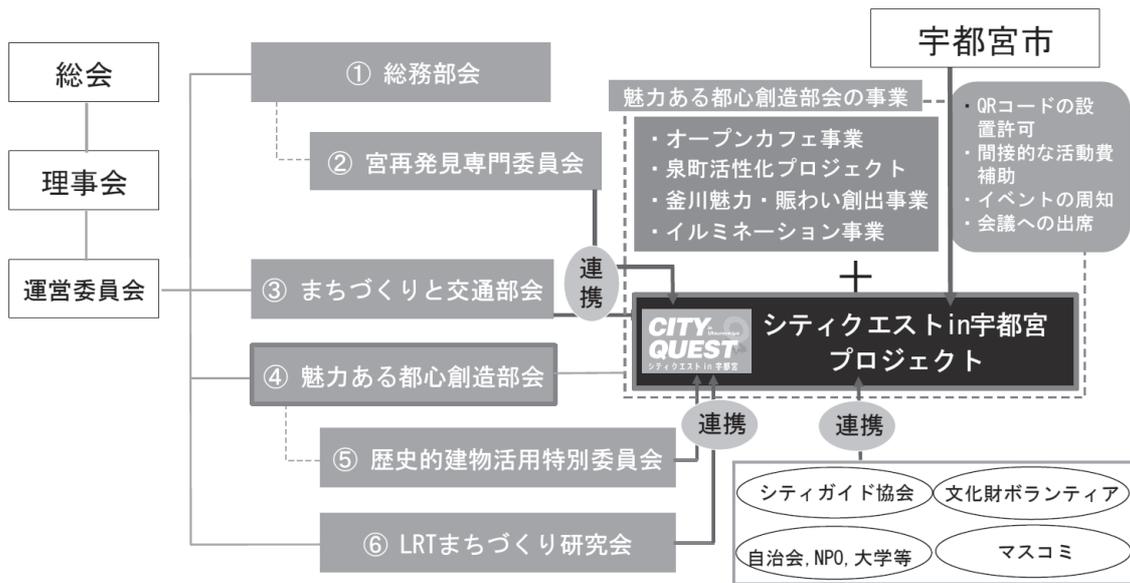


図5 まち機構の組織図とシティクエストの位置づけ  
資料：大学生によるまちづくり提案発表会のスライドを転載

そこでシティクエストの実施主体として、宇都宮市中心部の活性化を担う官民連携組織「NPO 法人宇都宮まちづくり推進機構（以下、まち機構）」（中心市街地整備推進機構<sup>8)</sup>）がふさわしいと判断した。図5はまち機構の組織構成とその中におけるシティクエストの位置づけを想定したものである。まち機構は役割ごとに4つの部会に分かれており、その中に専門的なプロジェクトを担う委員会が設置されている。シティクエストは、中心市街地の歴史・文化を発掘・利活用することで、その魅力を高めることが目的である。よって、④に示された「魅力ある都心創造部会」の事業の一つとして事業を行っていく。シティクエストが他と独立して事業を行っていくわけではなく、時には他の部会や委員会とも共同で事業を行う。さらには、シティガイド協会や自治会などとも連携しながら、クイズの作成、動画の制作を行っていく。宇都宮市からは、表示板等におけるQRコードの設置許可や間接的な活動費の補助、広報紙等でのイベント周知、関連部局の会議等への参加をお願いしたい。

以上のように、官民協働により中心市街地の活性化を目指すまち機構が当プロジェクトを担うことによって、より民間に近い、柔軟で面白いシティクエストの実現が可能になると思われる。

## 5 おわりに

2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、ゼミ活動が6月からとなり、短い時間とさまざまな制約の中で、まちを歩き、自分たちの目線で都市の魅力を発見していった。「都市の歴史や文化とは何か？」と問われた時に、多くの人は教科書に載っている人物や事象、文化財級の建物、美術品などを思い浮かべるのではないだろうか。しかしそうした権威付けされたも

のだけが歴史や文化ではなく、そこに生きた人すべてが歴史や文化の担い手であると同時に、今のこの瞬間にも歴史や文化は絶えず生み出され、地層のごとく地域に堆積し続けている。このシテイクエストは、そうした名もなき民衆が残した歴史や文化の1ページにスポットライトを当て、その価値を参加者などに伝えることができたと考えている。

「宇都宮には歴史的なものが残っていない」という言葉を頻繁に耳にする。確かに幕末の戊辰戦争や太平洋戦争の空襲によって、現在の宇都宮中心部は灰燼に帰した。度重なる都市開発によって空襲を免れた地域においても、歴史的街並みはほとんど残っていない。また、東京との近接性や東北／関東への入口といった地理的条件によって、宇都宮は古来より流通や商業で栄え、古いものを捨て、新しいものへと柔軟に変化していくことにより、発展してきたことは否定できない。では、それで「歴史・文化がない」ということにはならない。NHKの人気バラエティー番組のブラタモリでもみられるように、ちょっとした地形の変化も、都市の歴史や地理的特性を雄弁に物語っている。建物は残ってなくても、360年以上続く、企業が宇都宮にも存在している<sup>9)</sup>。「このまちには歴史や文化がない」と言い切ってしまうのではなく、様々な世代や専門や興味を持った人々が丹念に調べれば、宇都宮独自の歴史や文化を必ず発掘することができる。それは人がいる場所では、必ずその一人ひとりが歩んだ人生のドラマの痕跡が刻まれているからである。

冒頭で記したが、歴史は江戸時代よりも前のものではなく、今現時点においても絶えず生み出されている。過去に起こったことはすべて歴史なのである。今回、ゼミ生たちとクイズを作成して感じたことは「ゼミ生たちはそんなことも知らないのか!？」という驚きであった。大人が常識だと思っている史実も、最近生まれた若者たちにとっては、生まれる前に起こった歴史である。自分たちが生きていた時代に起こっている出来事も、100年後には立派な歴史になる。私たちの使命は、100年前の歴史を掘り起こすことだけではなく、むしろ自分たちが生きていた時代のことを記録し、後世に繋いでいくことであることではないだろうか。今生きる一人ひとりの市民が未来の歴史をつくる大切な担い手なのである。

2021年4月現在、まち機構においてシテイクエストが正式事業となるよう、筆者を中心に調整を行っている。今後の展開としては、まち機構以外からもオブザーバーのメンバーを加え、さまざまな視点から宇都宮の歴史・文化をクイズ・動画にしていきたいと考えている。国土交通省は2021年4～5月に全国56都市の3次元(3D)デジタル地図の公開をはじめ<sup>10)</sup>。これによって、仮想空間での買い物などへの転用が期待されているが、シテイクエストなどの全国のまち歩きにもこのサービスとの連携が可能である。今後シテイクエストを推進する上で、実体験しないと知り得ないアナログの情報とウェブサイトや3Dデータなどのデジタルを融合させ、宇都宮の魅力を発見、発信していくことができれば、宇都宮の子ども達が宇都宮に対し愛情と誇りをもち、他地域に住む人に、宇都宮の魅力を伝えられるのではないかと期待している。

## 【注】

- 1) 筆者が担当する「地域社会実習ⅠおよびⅡ」の実習の一環で実施した。
- 2) 宇都宮市が運営する自治体シンクタンクのうつのみや市政研究センターが毎年12月に行っている事業である。市内の大学等の学生（主にゼミや大学院の研究室）が宇都宮市の施策を提案する。口頭発表とポスターセッションによって評価され、1～3位が優秀賞として表彰される。なお、本事業は当発表会において第2位（10団体中）を獲得した。
- 3) 宇都宮市による「第2期宇都宮市中心市街地活性化基本計画」（2015年3月策定）における中心市街地（320ha）の範囲。
- 4) 当初30地点を目指し、クイズの作成と動画撮影・編集を行っていたが、クイズとして不適切であったり、動画の制作が間に合わなかったりした影響で、27地点にとどまった。
- 5) 体調不良や所要のため2名が早退し、事後アンケートの回答者は28名となっている。
- 6) 参加賞は今回取材でお世話になった店舗の商品や商品券にした。
- 7) 補遺3に記載されたA-1などはクイズ地点の番号である。アルファベットのA～Dはエリアを示している。
- 8) 「中心市街地の活性化に関する法律」第61条1項の規定により定められた組織。中心市街地の活性化に資する公益的な事業を行う。「まちづくり会社」とも言われることがある。
- 9) 2021年4月11日下野新聞。
- 10) 2021年4月22日日本経済新聞。

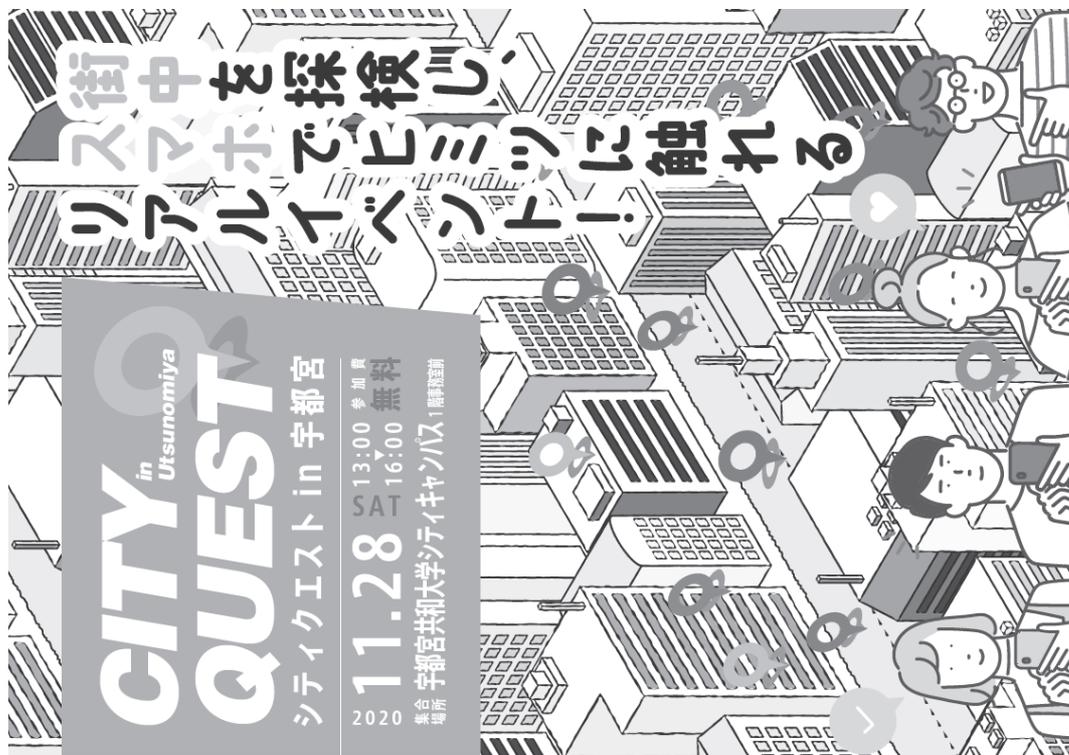
## 【参考文献・資料】

NPO法人宇都宮まちづくり推進機構（2018）『宇都宮江戸時代歩き地図』NPO法人宇都宮まちづくり推進機構。

宇都宮市教育委員会文化課編（1999）『宇都宮の軌跡改訂版—城下町宇都宮を訪ねて—』宇都宮市。

柏村祐司（2020）『なるほど宇都宮—歴史・民俗・人物百科』随想舎。

埴 静夫（2015）『うつのみやの地名と歴史散歩』下野新聞社。



スマホを片手に街を歩き、チェックポイントでクイズ&隠された動画を見つけたし、街に隠されたヒミツを知るウォークラリーイベントです

宇都宮のこと、どれだけ知っていますか？ 餃子、ジャズ、カクテル... それだけではない魅力や歴史が、この街には隠まっています。このイベントでは、街の至るところに隠されたQRコードを探し出し、街の身近なヒミツをたくさん詰め込んだ動画を探して回ります。楽しみながらこの街の裏側に触れて、ますます宇都宮を好きになってみませんか。

**イベントの流れ**

- 1 宇都宮共和国シティキャンパス前に集合
- 2 GoogleMapを頼りに、QRコードを探して4エリアからそれぞれ1か所必ず書き、10クイズ以上を目指しましょう！
- 3 アクセスするとクイズが表示されるので、回答します
- 4 クイズと見える解説動画を観て、街に隠されたヒミツを知ろう！
- 5 16:00にはスタート地点に集合！正解数が多い人には、景品があるかも...？

**参加にあたって** スマートフォンが必要で、動画や地図を見るため、1GB以上の余裕のある通信容量を用意し、バッテリーを充電してから参加してください。

**参加申し込み**  
 こちらのサイトからお申し込みください。  
 締切 11/19 (休)  
 定員 20名  
システム障害上、定員を超えても参加が可能な場合があります。応募された方は、当日は必ず事前に参加についてメールをします。

**集合場所**  
 宇都宮共和国シティキャンパス1階特設会場  
 二ツ山神社 大通り  
 宇都宮共和国シティキャンパス1階特設会場

**お問い合わせ**  
 【プロジェクトリーダー】宇都宮共和国シティキャンパス3年 須賀 未樹  
 【指導教員】宇都宮共和国シティキャンパス 兼任講師 西山 弘幸  
 Eメール nishiyama@kyowu-u.ac.jp 027-850-3331(内線)1115

補遺1 シティクエスト in 宇都宮のチラシ (左図：オモテ、右図：ウラ)

C-10\_クエスト\_シティクエストin宇都宮

\*必須

C-10\_クイズ

以下のクイズについて、4つの選択肢から正解だと思うもの一つを選んでください。

この公園は通称はなんでしょう。\*

オアシス公園

カツアゲ公園

ナンバ公園

幽霊公園

戻る 送信



C-10\_クエスト\_シティクエストin宇都宮

以下のURLから答えを確認してください。  
<https://www.youtube.com/watch?v=ClIqZAKu2Is&t=155s>

別の回答を送信



補遺2 シティクエスト in 宇都宮の回答手順

# シティクエスト in 宇都宮

## QUEST POINT A-1

以下のURコードを読み込んで、クイズに挑戦してください。  
クイズ回答後は、解説動画を視聴してください。



宇都宮共和大学シティライフ学部 西山ゼミ  
※この張り紙は所有者・施設管理者の許可を得ています。

補遺 4-1 シティクエスト in 宇都宮のクイズと選択肢

番号	場所	場所詳細QRコード	問題	選択肢_1	選択肢_2	選択肢_3	選択肢_4	動画QRコード	正解
A-1	東口飲み屋街		この周辺のコインパーキングの金額は、昼間より夜の方が高くなっていきます。それはなぜでしょうか。	飲み屋街だから夜の利用が多い	事業者が間違えて値付けをしてしまった	東京方面に新幹線で出勤する人が多いから	周辺の会社に勤める人が昼間安く停められるようにするため		選択肢_1
A-2	宇都宮中央病院		東宿郷2丁目は2015年の国調調査（政府が行っている日本の人口に関する統計調査）の結果で栃木県ナンバー1でした。それは为什么呢。	15歳未満の人口割合が最も高い場所	75歳以上の人口割合が最も高い場所	人口が最も多い場所	人口が最も少ない場所		選択肢_2
A-3	宇都宮駅東口		宇都宮駅東口で現在再開差事業が進んでいる地域は、昔どのような場所だったのでしょうか。	小さい商店や住宅が立ち並ぶ密集市街地	自衛隊の施設	大規模な紡績工場	電車や機関車の待機場		選択肢_4
A-5	林松寺		ここには元々観音様が鎮座していましたが、なぜいないのでしょうか。	戦争の時に砲弾に使用された	盗難防止で別で保管しているため	近所の子どもが遊んでいて壊してしまっただため	地震で崩れてしまっただため		選択肢_3
A-6	サボイヤs21		ここは何のお店でしょうか。	ギョーララー	カフェ	レストラン	美容室		選択肢_2
B-1	宝蔵寺		この石は何に使われていたでしょう。	棺としてミイラが入っていた	井戸として利用されていた	風呂の湯舟として利用されていた	2019年10月の台風19号による田川の氾濫で上流から流れてきたので、わからない		選択肢_1
B-2	ふくべ洞		ふくべ洞の洞はどんな意味があるのでしょうか。	ふくべ洞は元々洞窟でつくられていた。	ふくべ洞は元々洞窟で販売をしていた。	ふくべ洞は空洞にしたタビラコ製菓の材料にしているから	ふくべ洞はお腹が空いたときに、洞という空っぽの状態で作るものだから		選択肢_3
B-3	池田屋		池田屋の屋号の由来はなんですか。	おうちに池と田んぼを持っていたから	創業者が池田さんだったから	創業者がお嫁さんが池田姓だったため	創業者が池と田んぼが好きだったから		選択肢_3
B-4	あさり川		この道はどうして不自然に曲がりくねっているのでしょうか。	川の上に道路を造ったため	敵が攻めてきたときに見通しを悪くするため	道路を造るときに神社の文化財があり、それを回避したため	昔のあぜ道をそのまま道路にしたため		選択肢_1
B-5	大通り		どうして大通りは、夜間0ターンの禁止や、道路が広いのに40km制限なのでしょうか。	かつて交通事故が多かったから	かつて暴走行為が多かったから	騒音がひどく周辺住民から苦情が絶えなかったから	バスの通行が多いから		選択肢_2
C-2	餃子通り		宇都宮市はどうして餃子の街になったのでしょうか。	宇都宮の餃子屋が一致団結し「宇都宮餃子会」を結成し頑張ったから	宇都宮が餃子の街であることがバラエティ番組で放送されたから	戦前から中国人が宇都宮にはたくさん住んでいたから	満洲の引揚者が現地で覚えた餃子で商売をはじめたから		選択肢_3以外
C-3	サムライ寿限無		「サムライ寿限無」で近日売り出す予定のユニークな餃子は次のうちどれでしょう。	かんびょうを皮にしたか んびょう巻き餃子	餃子の皮を具で巻いた逆さま餃子	シモツカレが入ったシモツカレ餃子	真っ黒なタケノコ餃子		選択肢_4
C-4	表参道スクエア前		大通りはいつ頃できたでしょう。	江戸時代	明治時代	大正時代	昭和時代		選択肢_2

補遺 4-2 シェイクアウト in 宇都宮のクイズと選択肢

番号	場所	場所詳細QRコード	問題	選択肢_1	選択肢_2	選択肢_3	選択肢_4	動画QRコード	正解
C-5	二荒山神社の鳥居		二荒山神社の鳥居などについているハートマークはどのような御利益が期待されているでしょうか。	永遠の幸福	ただの模様	火除け	恋愛成就		選択肢_3
C-6	二荒山神社の階段		二荒山神社の階段は何段でしょうか。	81	88	95	102		選択肢_3
C-7	二荒山神社内の神社		どうして神社の中に、神社があるのでしょうか。	二荒山神社が神社を増やし備けたかったから	二荒山神社の御利益を得るため	他の場所から移された	住民が勝手に作ってしまった		選択肢_3
C-9	百目鬼通り		「百目鬼」は何と読むでしょうか。	どうめき	とどろき	ひやくめき	もめき		選択肢_1
C-10	かつあげ公園		この公園は通称はなんのでしょうか。	オアシス公園	カツアゲ公園	ナンバ公園	幽霊公園		選択肢_2
C-11	オリオン通り		釜川よりも西と東でアーケードのデザインが違うのはなぜでしょうか。	東側が空襲で燃えてしまったので、建て替えたから	西側と東側では商店街が違うから	デザインが同じだと面白くないので、違いを出したかったから	建て替えの時の資金が足りなくなってきたから		選択肢_2
C-12	市役所北側路地		この周辺の建物や扉はどうして傾いているのでしょうか。	東側が地盤沈下してしまっただから	東側で太平洋戦争時の不発弾が爆発したから	芸術家によるアート作品(意図的に傾かせた)	もともと東側に傾いていたところに家や扉や傾いて建っていた		選択肢_1
C-13	県庁		県庁はなぜここに来たのでしょうか。	風水からみて方がよかったから	広い土地があったから	二荒山神社に対抗して	豊富な湧水があったから		選択肢_3
C-14	枝病院門柱		この柱はどのような目的があるのでしょうか。	天皇陛下の行幸(来ること)記念	世界的ジャズシンガー渡辺貞夫生誕の地	宇都宮市政100周年記念	戦争の記念		選択肢_4
C-15	釜川		昭和40年代まで、釜川は大雨で毎年のように氾濫し、周辺の人々は困っていました。しかし、現在はそうしなくなった。これはなぜでしょうか。	二層構造にして大半の水は地下を流れているから	氾濫しないよう神様にお願いしたから	地球温暖化が進み大雨が少なくなったから	上流に大きなダムを建設したから		選択肢_1
D-2	伝馬町		ここは江戸時代、重要な施設がありました。それはなんのでしょうか。	宇都宮で最もお金があつた豪商の家	首切り場	武士が泊まる宿	奉行所		選択肢_3
D-3	本郷通り		この周辺に空き地が多いのはなぜでしょうか。	10年前に大きな火事があったから	区画整理事業が予定されているから	グセセンターができるから	不景気で売れにくくても買手がいないから		選択肢_2
D-4	一里塚		ここにはかつて「一里塚」なるものがありました。この一里塚はどのような役割があつたのでしょうか。	江戸などからの距離を旅人が知るため	旅人や地域の安全を祈願する神社	大名行列がどこにいるか知るための物見やぐら	旅の途中に行き倒れた人の共同墓地		選択肢_1
D-5	四条通りのかき型街路		この道はどうして曲がりくねっているのでしょうか。	外敵の侵入を妨げるため	川の流路上に道路を作ったため	働いた武士が住んでいて、その家を避けるため	かつて道がここまでしかなかった、その後付け加えられたため		選択肢_1

## 大谷地区そして大谷石文化の発展を考える ～伊豆石に関する視察を通して～

Considering Development of Ohya and Stone culture

西 山 弘 泰 (宇都宮共和大学 専任講師)

本稿は、2021年2月に実施した伊豆半島への視察で得られた知見を通して、大谷石や大谷地区の今後のあり方を検討した。視察では、伊豆半島で産出される伊豆石の石丁場や建築物などを見学した。また、伊豆石の文化を活用し、地域活性化を目指す団体との交流を行った。伊豆石は、凝灰岩系の軟石と安山岩・玄武岩系の堅石に分けられ、前者は現在採掘が途絶えている。軟石の文化を掘り起こし、まちづくりに活かそうと活動している伊豆石文化研究会では、任意団体ながら活発な調査、研究、情報発信を行う一方で、全国的なネットワーク構築を目指している。近年、石文化が見直され、石を通したまちづくりの機運が高まっている。大谷石や大谷の魅力をより発信していくためにも、石のまちによる一層の連携と組織づくりが必要である。

キーワード: 伊豆石, 伊豆半島, 大谷石, 大谷地区, NPO 法人大谷石研究会, 伊豆石文化研究会, ネットワーク

### 1 はじめに

宇都宮市内には、石造りの蔵や塀、擁壁などを中心にした、全国の中でも特異な石造景観が形成されている。その景観の源となっているのが、市内中心部から西に8kmほどの距離にある大谷とその周辺地区である。ここでは、凝灰岩の一種である大谷石が採掘され、現在(2019年)でも7社が採掘を営んでおり、主に内外装材として全国に石材が出荷されている(安森, 2019)。しかしながら、大谷石の採掘は、1973年の89万トンピークに、2018年には約1万トンと大幅に減少している(吉野, 2020)。また、コンクリートなどの新建材の普及によって、住宅や塀、土留めなどに大谷石が利用される機会が大幅に減ることで、大谷石の景観が宇都宮から失われつつあるのが現状である。

そのような中、2018年に大谷石文化が日本遺産に認定されたことは、市民が大谷石文化の素晴らしさを知る契機となった。宇都宮市(2020)、『市政に関する世論調査』では、市民の5割

が大谷石文化の日本遺産認定について「知っている」と回答しており、行政の広報活動などが功を奏していることが伺える。また「大谷石文化を誇りに感じるか」という質問項目について、「感じる」が33.6%、「やや感じる」が34.9%、「あまり感じない」が21.1%という結果であった。この結果をみると大谷石文化を誇りと感じている市民が約7割に達しているようにも感じられる。しかし、筆者はこの数値が大谷石景観の保護に結びついていたり、市民がかけがえのない地域資源と捉えていたりしているとは考えていない。市民の多くが大谷石景観を維持し、他地域の人々に誇りを持ってその魅力について語るができるようになるためには、より一層の情報発信が必要である。

近年、日本においても石文化について、関心が高まる兆候がみられるようになってきた。例えば、NHKの人気バラエティー番組「ブラタモリ」では、司会を務めるタレントのタモリが番組中に岩石について言及する場面が多く放送されている。また2018年4月29日にNHKスペシャル「シリーズ大江戸 第1週「世界最大！！侍が築いた“水の都”」」の放送では、当時世界最大の人口を誇った江戸成立の基礎は、伊豆半島で切り出された石材にあったことが紹介されている。これらの番組は、日本が近代化を迎える明治期以前にも、日本では石が都市開発に重要な役割を果たしていたこと、そして日本が木の文化だけではなく、石の文化に支えられていたことを如実に物語っている。

確かに島津（2007）が述べているように、石の建築物が主役のヨーロッパに比べ、日本において石は建築物の土台に利用され、脇役である。また多雨温暖な気候により草木が繁茂し、露頭が覆われ、岩盤を目にする機会も少ない。しかし、古来より建築物では土台や石垣、敷石、石段に、信仰や宗教では環状列石や古墳、石造、墓石に、そして身のまわりの道具では砥石や碁石、宝石などに利用されてきた。つまり日本は木の文化であると同時に、その木の文化を支えたり、補ったりしているのが石なのである。

以上のように、日本でも長きにわたって石が多方面で利用され、石の文化が形成されている。近年では、「房州石シンポジウム（富津市）」や「石のまちシンポジウム（宇都宮市）」などのように、地元で産出される、もしくはかつて産出されていた地場石材を地域活性化の観点から見直そうとする動きが全国に広がっている。また、大谷石文化の日本遺産認定以外にも、104件（2021年時点）中、6件<sup>1)</sup>が石文化に関連した日本遺産となっている。このことから、近年日本各地で産出されていた石やそれによって生み出された文化が注目を集めており、日本を代表する石の街宇都宮の活性化にとって、千載一遇のチャンスが到来している。

以上のように、大谷地区にはまだまだその価値が認識されていない石文化が数多く眠っている。こうした石文化をまずは地元の住民が認識し、守り育てていくことが、当地における活性化のカギになると考える。そこで本稿では、他地域における石文化の調査・研究、利用の事例をもとに、いかに大谷石の文化や歴史を大谷地区の地域活性化に結び付けていくのか検討する。

## 2 伊豆石の概要

本章では、2021年2月19日から21日に実施した伊豆半島への視察の結果を踏まえ、伊豆石

について概説する。

## 2.1 伊豆半島の地質

伊豆石とは、伊豆半島やその周辺で産出される石材の総称である。宇都宮市やその周辺で産出される石材も、総称で大谷石と呼ばれ、かつては産出地で細かく、徳次郎石や田下石、船生石などと呼ばれていた。しかし、大谷石が凝灰岩であるのに対し、伊豆石は大谷石と同じ生成過程を経てできた凝灰岩と、マグマが冷えて固まった安山岩または玄武岩に大別される点に特徴がある。

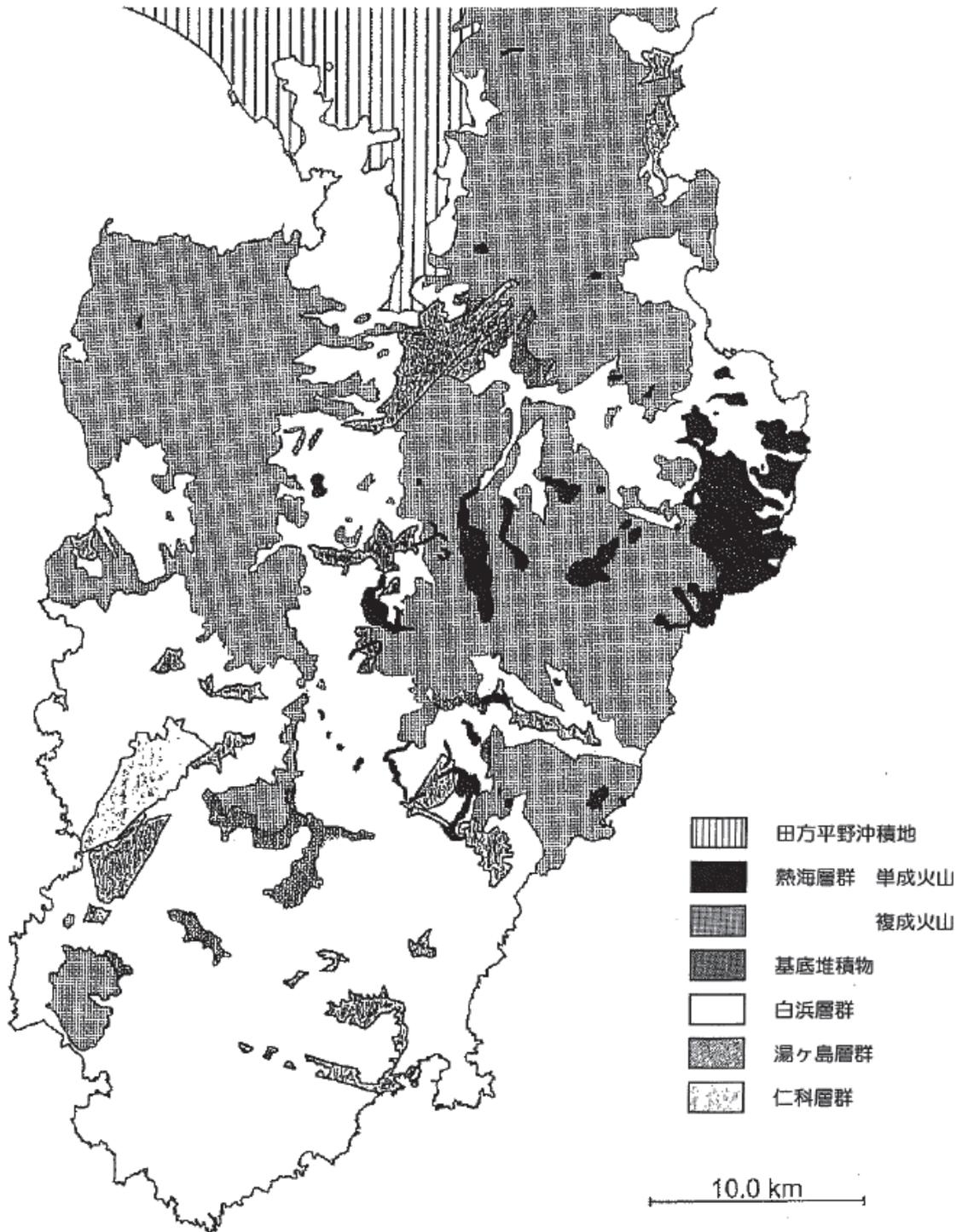


図1 伊豆半島の地質

出典：日本地質学会編（2017）『日本地方地質誌4中部地方』朝倉書店。より転載

伊豆石は、その岩質から前者を伊豆軟石、後者を伊豆堅石と称し区別することもある。そこで以下では、二つの伊豆石を区別するために、凝灰岩系の伊豆石を伊豆軟石、安山岩・玄武岩系の伊豆石を伊豆堅石と称することとする。

どうして伊豆半島には、岩質の異なる石が産出されるのであろうか。それは伊豆半島の成り立ちに起因している。伊豆半島は、伊豆・小笠原弧がフィリピン海プレートの移動によって、日本列島に向けて北上し、約200～100万年前に日本列島に衝突したことで半島となった(町田ほか編, 2006)。そのため約1,100万年前には、本州から1,000km南に位置しており、同時に大部分が海底であった。図1は伊豆半島における地質を示したものである。伊豆半島の地質は、基部に第三紀中新世(約2,300万年前～約500万年前)の仁科層群や湯ヶ島層群がある。そしてその上に1,000～200万年前に浅海の海底火山の活動によって形成された伊豆軟石が大部分を占める白浜層群が分布する。そしてさらに上部には、伊豆半島が陸地化した200万年以降の複成火山や単成火山の活動によって生まれた伊豆堅石の層となる熱海層群が覆っている(杉山, 2015)。活発な火山活動によって、火山からは多くの噴出物が周辺に堆積したが、当地域の豊富な降水や地震活動により侵食や崩壊が進んだことで、下層基盤が露出した。それにより伊豆軟石と伊豆堅石が併存する伊豆半島特有の地質構造が生み出された(静岡県教育委員会編, 2015)。

## 2.2 伊豆軟石

### 2.2.1 伊豆軟石の概要

伊豆軟石は、伊豆半島が海底だった時代に、海底火山からの噴出物が海底に堆積し、固結、生成された。分布域は白浜層群や湯ヶ島層群が露出する南部一帯および北部中央にみられる。凝灰岩系の石材は、一般的に①加工が容易なこと、②耐熱性に優れていること、③比較的軽いことが特徴としてあげられる。一方で、比較的脆く、風化しやすい点が欠点である。2020年2月に行った伊豆半島における視察においても、黄色系、青色系、灰色系、いくつかの色が混ざったものなど、地域によって見た目や質感が一様ではなく、どのような性質や見た目のものを伊豆軟石と呼ぶのかは特に定まっていない。そのため異なった地域で産出された伊豆軟石を区別する場合は、「徳倉石」や「曾我石」「多比石」「沢田石」など、産出される地域名を冠した名前と呼ばれることもある。

### 2.2.2 伊豆軟石の採掘および利用

金子(2015)によると伊豆軟石の用例は、8世紀の横穴墓への使用にさかのぼるといふ。しかし、大規模な採掘、利用は、江戸時代中期以降であり、幕末期は東京湾の台場の建設にも利用された。近代に至っても用途はさらなる広がりを見せ、皇居・官庁・工場・砲台・燈台・鉄道・造船所等の建築物に利用されるなど、近代都市の造営を支えた。

図2は伊豆軟石の採掘地を示したものである。大谷石の場合、産出される場所のことを「採掘場」と称するが、伊豆石では「丁場」や「石丁場」と呼ぶ。静岡県教育委員会編(2015)によると、石丁場遺構の研究において、伊豆堅石の丁場に比べ、伊豆軟石の丁場の研究は著しく遅れている

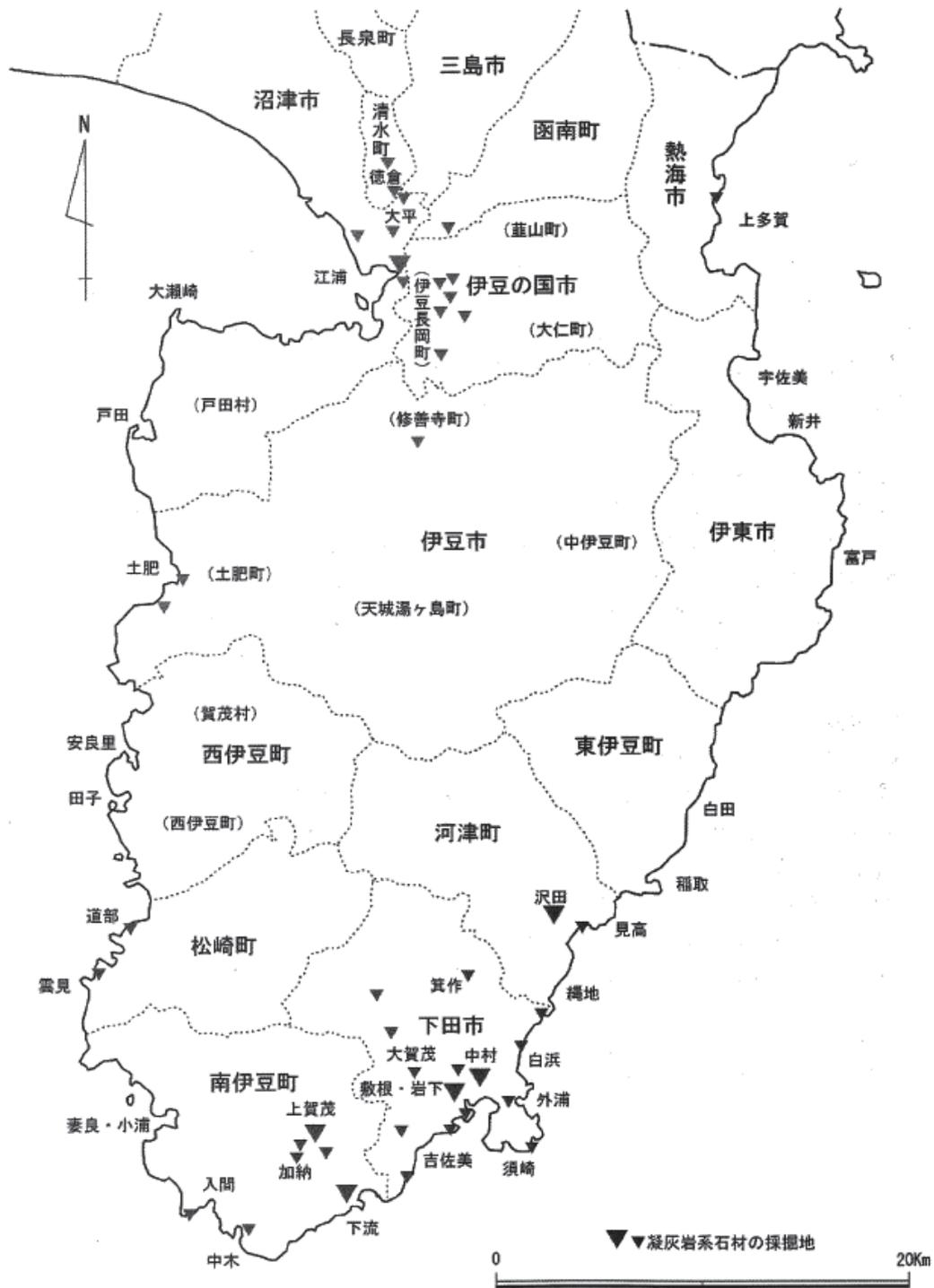


図2 伊豆半島における伊豆軟石（凝灰岩系石材）の採掘地

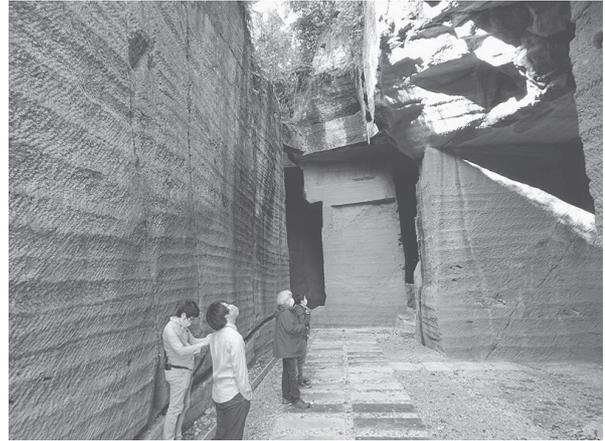
出典：静岡県教育委員会編（2015）『静岡県文化財調査報告書大 66 集 伊豆半島の石丁場遺跡』

静岡県教育委員会文化財保護課， p.82 より転載

という。そのためすべての石丁場が示されているわけではないが、伊豆石の石丁場は、図1に示された白浜層群および湯ヶ島層群の分布と重なっている。具体的な市町村名をあげると、伊豆半島南部においては、河津町、下田市、南伊豆町、北部では沼津市、伊豆市、伊豆の国市、清水町



沼津市多比地区の石丁場跡



伊豆の国市長岡の石丁場跡

### 写真1 伊豆軟石の石丁場

資料：2021年2月筆者撮影。

などに立地していた。視察においては、写真1にみられるように沼津市や伊豆の国市、さらには松崎町の室岩洞を訪れたが、その立地や規模、坑道の形状などは多様であった。

石丁場において採掘され搬出される際の石材の形状は、角柱状もしくは板状で、石垣や塀、土台、敷石、石蔵など、多様な利用がみられる。採掘は、それを主な生業とする者だけではなく、農閑期に周辺の農民が現金収入を得るために加わった<sup>2)</sup>。採掘形態は、露出した岩盤をそのまま掘る露天掘りと横に穴を掘り進める坑道掘りの2種類である。採掘技法は、かつて手掘り時代に大谷石でも用いられていたのと同様に、くさびを打ち込み割り剥がす方法をとっている。

採掘年代は、上述のように8世紀ごろからみられるが、大量に採掘されるのは江戸時代中期以降である。特に明治・大正期には地域を代表する産業まで発展し、大量の人員による採掘・輸送が展開され隆盛をみた。主な消費地は東京や横浜方面であり、建造物に留まらず鉄道、道路、港湾、河川など近代化都市基盤整備において重要な役割を果たした(静岡県教育委員会編, 2015)。また、写真2にみられるように、伊豆半島の広い地域において、伊豆軟石が用いられたと思われる蔵や商店、家屋、石塀をはじめ、土留め、トンネル、墓石、階段、石造、石柱などの建造物、土木構造物、さらには信仰や竈などの民具に至るまで、多岐にわたる利用例が確認できた。さらには、世界文化遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の構成遺産の一つである韮山反射炉の土台部分も周辺で産出された伊豆石が用いられている。伊豆半島より西側の地域では、舟運や鉄道路線によるつながりによって、静岡市や磐田市、遠くは浜松市などに伊豆軟石でできた石蔵がみられる(土屋, 2020)。

石材の輸送は、江戸期において海上輸送が主であるが、内陸の石丁場から海までは馬(馬車)や人力もあったという<sup>3)</sup>。一方、明治期以降は、海上輸送に加え鉄道輸送も加わり、大量かつ迅速に消費地に石材を運搬するシステムが構築され、消費地はさらに拡大していった。



沼津市原地区の組積造石蔵



下田市ペリーロードの商店と石蔵



沼津市西浦久連地区の石塀



沼津市多比のトンネル



下田市ペリーロード付近の墓石



沼津市西浦久連地区の石像

写真2 伊豆軟石が用いられた建築物等  
資料：2021年2月筆者撮影。

江戸時代中期から大正期ごろにかけて隆盛を誇った伊豆軟石であったが、コンクリートの普及や大谷石との産地間競争によって次第に生産が減少し、次々と石丁場が閉鎖していった。2012年まで伊豆の国市において東海採石興業が「若草石」として伊豆軟石を採掘していたが、大雨による土砂崩れと浸水によって操業を停止してしまった<sup>4)</sup>。なお、当社は操業停止前、温泉浴場の床や公園のベンチ等のための石材を採掘していたとのことである<sup>5)</sup>。これにより伊豆軟石の採掘は途絶えることになった。

## 2.3 伊豆堅石

### 2.3.1 伊豆堅石の概要

伊豆半島で産出される伊豆石といえば、安山岩系の伊豆堅石である。というのも、伊豆堅石は、江戸城大改修の天下普請においてその大部分に用いられたことでその名を広く知られているからである。また、それに関連して2007年から石丁場の調査が各地で行われ、多くの研究蓄積を生んでいる。

伊豆堅石は、安山岩や玄武岩などの火成岩によって構成される熱海層群が露出する地域で産出される。図1でも確認できるように、伊豆半島北部に広く分布する。また、かつて熱海や真鶴といった西相模における箱根外輪山由来の安山岩も伊豆石と称され、その分布域はより広大なものとなっている(杉山, 2015)。伊豆軟石同様、伊豆堅石の産地によって「本小松石」「真鶴石」「根府川石」などと呼ばれている。耐火性に優れているとともに、風化にも強い一方で、重く堅いため加工がしづらいといった欠点もある。

### 2.3.2 伊豆堅石の利用

伊豆堅石は、中世の石塔などに利用されてきたが、本格的な利用は近世以降、すなわち天下普請による江戸城の大改修からである。そもそも江戸城周辺は、低地では砂泥や礫、台地では関東ローム層が厚く堆積し、近傍での石材供給が困難な地である。そのため遠方で産出された石材を舟運によって運び入れ、石垣などに利用してきた(金子, 2015)。荒川や利根川水系から石材を運搬する方法もあるが、河川舟運では大量輸送は難しい。そこで海岸線一帯において良質かつ大量の石材を供給することができる伊豆半島に白羽の矢が立った。

江戸城は徳川家康が1590年に入府して以来、約50年かけて築造された。その間、諸国の大名が動員され、石垣用の石材だけでも59万個を数える。そのうち、伊豆堅石の占める割合は8～9割と言われている。伊豆堅石の大規模な利用は、江戸城大改修に端緒を開き、大量供給と海上輸送ルートが確立されたことで、それ以降も江戸に供給し続けられた。その結果、城下の河岸・堀の護岸、橋台、上下水道、寺社や屋敷や家屋の基礎、道路、墓石など、様々な都市構造物に利用され、巨大都市江戸の礎を築いた(金子, 2007)。そのため江戸は伊豆石によって築かれたといっても過言ではない。

その他、本稿で伊豆堅石の一部として扱っている本小松石は、徳川家代々の墓石に利用されたほか、近代以降も墓石としての採掘・利用されている。また、湯河原町で採掘されていた白丁場

石（デイサイト）は、色合いの良さや花崗岩に比べ加工が容易なことなどから、近代以降日本銀行本店本館などの外装材に利用されるなど、近代建築物の建材としても用いられた。しかしながら、後者は昭和30年代に採掘を終了している（丹治，2019）。前者についても、採掘量は減少しており、2016年時点で採掘業者、加工業者合わせて約30社が残るのみとなっている<sup>6)</sup>。

### 3 伊豆石文化探究会の活動

2021年2月に行った伊豆半島への視察は、前述した主に近世江戸の基礎を築いた伊豆石について、実際現地に赴き自分たちの目で確かめることが目的である。その一方で、伊豆半島やその周辺において、伊豆石の文化や歴史を活用し、まちづくりを目指す団体との交流やその活動実態をつかむことも大きな目的の一つであった。本章では、伊豆半島北部を中心に伊豆石の文化や歴史を調査するとともに、それらの文化を保存、活用を目指す「静岡の風景 伊豆石文化探究会（以下、探究会）」についてレポートする。

#### 3.1 伊豆石文化探究会の活動

探究会は、沼津市を拠点に、失われつつある静岡県の地域遺産「伊豆石」を研究し、その文化を伝えていくための活動を行う任意団体である<sup>7)</sup>。代表を務める剣持佳季氏が2019年7月に立ち上げ、現在会員数は27名（2021年4月時点）で各種活動を行っている。

代表の剣持氏は、地方国立大学で教育学部に所属し、西洋史を専攻した。卒業後、沼津市内の小学校教諭として教鞭をとる傍ら、伊豆石の調査を行ってきた。伊豆石に関心を寄せるようになったのは、大学時代のことである。課外授業で土蔵の街並みを観察した経験から、蔵に興味を持つようになる。静岡県に帰省した時、蔵を探していると、蔵が土ではなく、石で造られていることに気が付いた。「この石蔵はどのような石が利用され、どこで採れたものか」という素朴な疑問を持ったことがきっかけとなり、大学時代から伊豆石の調査を自主的に行うようになった。石蔵などの調査を進める中で、個人で動くよりも団体として活動した方がよいと判断し、当会を発足させた。

会のメンバーは、剣持氏がまち歩きの会や趣味（音楽演奏）、Facebook等でつながった個人一人ひとりを勧誘したという。会員の年齢層は、20～70代と幅広い。仕事は、建築家や建設会社社員、医師、ジオパーク認定ジオガイド、大学教員、主婦、大学生など多様である。

例会は月に1回、土曜日の19時半から1時間程度行われている。当初、沼津駅前のシェアオフィスを利用し会議を行っていたが、新型コロナウイルスの影響や遠方に住む会員の利便性を考慮した結果、2020年度からはWeb会議または対面とWebの併用に移行した。議題は会員個人や会が行った調査の計画・報告が中心である。これまで実施した事業は表1のとおりである。表の事業をまとめると、①石蔵をはじめとした伊豆石の調査・研究、②伊豆石や石蔵の情報発信（まち歩き、講演、パンフレット制作等）、③他地域の石関連団体との交流の3つに大別できる。以下では、①と③の事業について詳述する。

表1 伊豆石文化探究会の活動履歴

年月日	内容
2019.05	各人が個別に、それぞれの地域の興味ある「蔵」について調査
2019.05	FBで知り合った10数人がオンラインにより情報・意見交換
2019.08	月1改のオフ会開催を開始(第三日曜日午前)
2019.10.13-14	清水ミナトブンカサイにおいて伊豆石蔵を中心とした調査研究活動を展示・報告
2019.11.15	沼津市文化振興課、観光戦略家、まちづくり政策課に調査活動を報告
2019.12.13	「静岡の風景 伊豆石文化探究会」を設立
2020.02.29	第16回しずおか町並みゼミを主催(沼津市にて開催)
2020.03.01	町並みゼミの参加者41名中19名が伊豆石蔵・建造遺物石丁場跡を視察(沼津市多比・西浦、伊豆の国市古奈)
2020.03.25	沼津市文化センター職員を伊豆石蔵・建造物、石丁場跡を案内
2020.04	コロナ禍により月1改のオフ会をZoomによるオンライン会議に変更(第三土曜夕方)
2020.07.18	しずおか民家活用推進協議会総会において、剣持代表が講演「伊豆石文化圏の構想」
2020.08.15	沼津史談会主催で剣持代表が講演(コロナ禍により中止)
2020.1	伊豆の国市の旅館「頼朝の湯 本陣」から、伊豆石のパンフレット作りに関わる監修を委託。
2021.01.09	「次郎長生誕2020年記念事業 次郎長が夢見た清水港」にてパネル出展(コロナ禍により中止)
2021.03.20-21	宇都宮市共和大学を伊豆半島に招いてのフィールドワーク実施。

資料：伊豆石文化探究会提供資料より作成

### 3.2 石蔵等の調査による資源発掘事業

そもそも探究会の活動は「沼津にはどの程度石の建造物があるのか」「沼津にはどこに石の建造物があるのか」の2点からスタートしている。すなわち、前章で紹介したように、江戸城など石を送った側からの視点ではなく、送り出した側からの視点による調査が十分になされていない点に探究会の問題意識がある。つまり、伊豆石を採掘した地域で誰がどのように採掘を行い、運搬され、地元でどのように消費されていたのかを知るのが当会の大きな目標である。そのため探究会では、発足当初より沼津市を中心に伊豆石(軟石)が使われた建築物の立地調査を継続して実施している。

ユニークなのはその調査方法である。まず、会員専用のFacebookページがあり、会員は伊豆石が利用されていると思われる建築物の写真と位置情報、簡単なコメントを投稿する。それをGoogleマイマップに集約しデータベース化している。この方法には、時間はかかるが、会員がいつでもどこでも、そして気軽に調査に参加できる。筆者も探究会の正会員となり、Facebookの投稿を閲覧しているが、活発に投稿、意見交換がなされている様子が印象的であった。

調査は市内中心部からはじまり、約30棟の石造建築物が見つかった。その後、エリアを市全域に広げ調査を行ったところ、主に旧街道沿道に多く分布していることがわかってきた。2021

年4月現在、石はどこで産出され（石丁場の特定）、どのように運搬され（輸送方法と経路）、さらにはどこにどのくらい送られたのか（供給先とその量）を、古文書等を用いて解明を進めている。また2021年度の事業として、石蔵所有者へのヒアリング調査を予定している。

### 3.3 他地域における団体との交流事業

探究会の活動としてユニークなのは、他地域の石を利活用したまちづくり団体との交流を謳っている点である。探究会の公式ホームページ<sup>8)</sup>には「伊豆石パートナーシップ」というページが設けられ、そこには以下のような記述がある。

当会は、各地の石文化に関係する団体と連携をはかっていきます。当会の活動にご賛同いただける団体には、「伊豆石パートナーシップ」の認定証を発行し、お互いに情報交換する体制を作りたいと考えております。「伊豆石パートナーシップ」の輪を広げ、石文化の魅力を日本中に、そして世界に発信しましょう。関連諸団体のご参加をお待ちしております。

その他、当ページに掲載されている参加資格には「石文化に関係する団体」が、そして連携内容については「当会のホームページに、団体名を掲載、メーリングリストや会報による情報交換、各地域でのイベントの協力体制構築、伊豆石の写真や情報の提供の依頼」の4点があげられている。2021年4月時点では、パートナーシップの実績はない。しかしながら、2021年度における探究会の事業計画で、毎月の例会において「石文化に関係する団体との意見交換会」の実施を掲げている。方法は、石文化に関係する団体の主たるメンバーにWeb会議に出席してもらい、団体の紹介や石に関連した報告をしてもらうというものである。その第一弾として、5月にNPO法人大谷石研究会理事長の塩田潔氏により、大谷石に関する講義とディスカッションが実施される。また6月には伊豆石文化探究会のメンバーが宇都宮市に訪れ、本共同研究メンバーとNPO法人大谷石研究会の主だったメンバーで交流会が実施される予定である。

以上のように、探究会では他団体とのネットワーク構築と情報交換、人的交流を通して、自らの研究や活動のノウハウを蓄積するだけでなく、全国の団体と連携した石文化の発信を目指している。

## 4 「全国石のまちネットワーク」の形成の必要性

### 4.1 失われつつある石の景観

石はどのような魅力や可能性を秘めているのであろうか。それは石の土着性であると考えられる。木材と石材を比較した場合、木材は軽く、移動性に優れているが、石材は重く、遠方への輸送には不向きである。そのため石材は、極力近場での産出・利用となり、地域特有の景観が生み出される。しかも、木材のように、似通った風合いや質感ではなく、含有成分や生成時期・時間、地点によって質感、質量、配色が異なる。石材は、地域の独自性を生むには絶好の資源なのである。今後のまちづくりで重要なことは、その地域の独自性を如何に見出し、守り育てていくことであ

ろう。急激な経済成長が望めない定常化時代において、他の地域と差別化すること、すなわち地域独自の文化や芸術といった内面を磨いていくことが、将来的な地域発展の糧となるからである。筆者が大谷石に強い関心と地域活性化の可能性を見出したのは、以上の理由であった<sup>9)</sup>。

コンクリートの普及が進み、石の利用や景観が年々減少している。筆者は、仕事で東京の山の手地域に訪れることがしばしばあり、時間をみつけては路地に入り、住宅地の様子を観察している。そのときに感じるのは、近世江戸を伊豆石が造ったとするならば、近代東京は、大谷石が造ったといえる。特に関東大震災以後、急速に東京の市街地が郊外に広がる過程において、コンクリートが普及していない時代、山の手地域の開発には、石の土留めが必要不可欠であった。今後より詳細な調査が必要であるが、かつてこれらの地域では多くの土留めや塀に大谷石が利用されたと考えることができる。現在でも、東京の山の手地域や1970年代ごろまでに開発された郊外住宅地の土留めや塀は、かなり大谷石が残存している。その一方で、築年数が新しい住宅においては、建て替え時に土留めや塀をコンクリートや擬岩に置き換えるものも多く、大谷石は減少の一途を辿り、現状において東京から大谷石の景観が消えゆくのを待つのみである。

大谷石の景観が失われつつあるのは、大谷石の産地である宇都宮でもまた同じである。かつての宇都宮は、大谷石が至るところに利用され、独特の景観を形成していたという。近年開発された住宅地では、大谷石を塀や土留めに利用するケースはほとんどない。行政の補助や石材業者、建築士などの努力によって、新築住宅の壁面の一部にタイル状の大谷石を貼るケースは散見されるが、消えゆく大谷石構造物の面積に比べると微々たるものである。2018年に大谷石の文化が日本遺産に認定されたことも重なり、市や県でも地場石材の利用促進や景観保護、認知度向上に努力している。それでも大谷石の景観はかなりのスピードで失われている。日本に誇る石の街宇都宮の原風景が失われ、日本中どこにでもある、無味乾燥とした風景に変貌しつつある。現在、宇都宮は地域活性化、まちづくりの大きな資源を失おうとしている。座したまま何もせずに大きな文化資源を失うのか。それとも市民がそれに価値を見出し、守り育てていくのか。今まさにその岐路に立たされている。

## 4.2 石のまちの連携

2021年2月の視察のきっかけとなったのは、2019年12月に宇都宮市で開催された「日本遺産『大谷石文化』石のまち宇都宮シンポジウム」であった。このシンポジウムでは、大谷石、日華石（石川県）、北木石（岡山県）、札幌軟石（北海道）、房州石（千葉県）の報告とパネルディスカッションが行われた。参加者は、栃木県内の市民にとどまらず、全国の石でまちづくりを行おうとする団体や個人が集い、シンポジウム後の懇親会も盛り上がりを見せた。その中に伊豆石文化探究会のメンバーも加わっていたことが、今回の視察のきっかけとなった。また、シンポジウムに先立って、2019年6月に小樽、札幌を訪れ、小樽軟石および札幌軟石でまちづくりを行う団体との交流も、以下で示す石のまちによるネットワーク形成のヒントとなった。

これら2つの経験から「全国石のまちネットワーク」なる組織を早急に設立し、調査・研究における情報交換、石文化の発信を推進するべきと考える。その理由は、第1に相互の情報交換の

重要性である。札幌や小樽、そして探究会のメンバー、さらには2019年のシンポジウムで訪れた各団体のメンバーに共通するのは、とにかく石や地域に対し強い愛情を抱いている点である。石や地域のことを話し始めると尽きることがない。探究会のFacebookの投稿や例会がそうであるように、まちづくりや地域活性化が表向きの目的ではありながら、内心所属メンバーのほとんどは「自分が楽しいから」活動をしている。これは利益を伴わないまちづくり活動にとってキーポイントである。同じような視点や方法でまちづくりを考え、汗をかいている仲間が、地元だけではなく全国にいたることが大きな励みになり、活動継続の糧となる。

2つ目に、相互の比較である。他の石材との生成過程や見た目、利用の文化・歴史について比較したとき、はじめて各石材の特殊性を見出すことができる。その特殊性を見出すことが、各地の石文化に価値を与え、地域の人たちの誇りとなる。また相互の比較は、地域間のライバル心を芽生えさせ、石文化発展の原動力になっていく。

3つ目は、石文化の重要性を日本中に発信できることにある。これは前章で紹介した伊豆石文化探究会の公式ウェブページに記載されていたことでもある。石の文化が日本遺産に認定されている宇都宮でさえも、市民の大半は本質的に石文化の価値に気が付いていない。市民に石文化の価値について知らせようとするとき、もはや地元内で活動には限界があると言わざるを得ない。それならば全国的なネットワークを築き、全国から石文化を発信することで、地域に石文化の価値について伝える方がはるかに効率的かつ効果的である。

各地で他の石のまちを巻き込んだシンポジウム開催や書籍の出版、視察等でのつながりが生まれてきた。新型コロナウイルス感染拡大の恩恵として、ZoomなどによるWeb会議が普及、一般化しつつある。これを好機と捉え、伊豆石文化探究会のネットワーク構築事業が広がりを見せることを願い、探究会などに対しできる限りの協力をしていきたい。2021年5月のNPO法人大谷石研究会<sup>10)</sup>との交流がそのための行動第一弾となる。その意味でも、法人格を有し、会員数100名を超えるNPO法人大谷石研究会の持つ役割と可能性は大きい。当会が全国の石のまちと宇都宮をつなぐハブとなり、宇都宮や大谷の魅力を全国に、そして全国から発信していきたい。

## 【注】

- 1) 2015年からはじまった日本遺産の認定制度では、「『珠玉と歩む物語』小松?時の流れの中で磨き上げた石の文化?」(2016年4月25日認定)を皮切りに、「星降る中部高地の縄文世界—数千年を遡る黒曜石鉾山と縄文人に会う旅—」(2018年5月24日認定)、「旅人たちの足跡残る悠久の石畳道—箱根八里で辿る遥かな江戸の旅路」(2018年5月24日認定)、「400年の歴史の扉を開ける旅?石から読み解く中世・近世のまちづくり 越前・福井?」(2019年5月20日認定)、「知ってる!?悠久の時が流れる石の島?海を越え、日本の礎を築いた せとうち備讃諸島?」(2019年5月20日認定)、「八代を創造した石工たちの軌跡~石工の郷に息づく石造りのレガシー~」(2020年6月19日認定)というように、104件の日本遺産のうち、石に関連したものが少なくとも7件認定されている。
- 2) 2021年2月19~21日に行った伊豆石文化探究会代表の剣持氏への聞き取りによる。

- 3) 2021年2月19～21日に行った伊豆石文化探究会代表の剣持氏への聞き取りによる。
- 4) 住まい工房とうくり HP (<https://www.toukuri.biz>) 2021年4月20日閲覧
- 5) 日本経済新聞 2006年2月11日
- 6) 日本石材工業新聞 2017年4月7日
- 7) 伊豆石文化探究会公式 Facebook より
- 8) <https://izustonequest.wixsite.com/japan> (2021年4月20日閲覧)
- 9) 宇都宮市やその他の地域における大谷石の景観やその可能性について言及した塩田 (2018) では、宇都宮の風景におけるヴァナキュラー (土着的) な素材として大谷石をあげている。
- 10) 筆者は、当会の会員であると同時に理事を務めている。

### 【参考文献】

- 宇都宮市 (2020) 『市政に関する世論調査結果報告書—第53回 令和2年度—』宇都宮市。
- 金子浩之 (2007) 伊豆石. 『季刊考古学』第108号, pp.42-45.
- 金子浩之 (2015) 江戸へ運ばれた石材と近世史上の位置. 江戸遺跡研究会編『江戸築城と伊豆石』 pp.227-261, 吉川弘文館。
- 塩田 潔 (2018) 大谷石の風景・大谷石の文化—未来へ. 『市政研究うつのみや』第14号, pp.91-96.
- 静岡県教育委員会編 (2015) 『静岡県文化財調査報告書大66集 伊豆半島の石丁場遺跡』静岡県教育委員会文化財保護課。
- 島津光夫 (2007) 『日本の石の文化』新人物往来社。
- 杉山宏生 (2015) 西相模・東伊豆の安山岩石丁場. 江戸遺跡研究会編『江戸築城と伊豆石』 pp.33-56, 吉川弘文館。
- 丹治雄一 (2019) 近代洋風建築に使用された石材「白丁場石」の歴史. 高田祐一編『産業発展と石切場—全国の採石遺構を文化資産へ—』 pp.81-93. 戎光祥出版。
- 土屋和男 (2020) 近代初等における天竜川下流域の治山と木材流通材木と伊豆石を巡って. 『常葉大学造形学部紀要』18号, pp.19-27.
- 町田 洋・松田時彦・海津正倫・小泉武栄編 (2006) 『日本の地形5 中部』東京大学出版会。
- 安森亮雄 (2019) 栃木県宇都宮市の大谷石—産業・建築・地域における行きたれた素材—. 高田祐一編『産業発展と石切場—全国の採石遺構を文化資産へ—』 pp.43-57. 戎光祥出版。
- 吉野清史 (2020) 大谷地区の基礎的研究 (3)—大谷石産業の変遷—. 『都市経済研究センター年報』第20号, pp.183-190.

## 農家による地域との連携活動の意義 —都市農村交流の視点から—

Significance of farmer's collaborative activities with the community  
: Viewed from urban-rural exchanges

渡 邊 瑛 季 (宇都宮共和大学 専任講師)

本研究は、栃木県宇都宮市における農家と子ども食堂との交流活動の事例を新たな都市農村交流ととらえ、その意義を考察する。昭和子ども食堂を運営するキッズハウス・いろどりとH農園は2017年から農業体験プログラムを実施している。これによって、子どもに対する教育的価値の追求という実施意義がみられた。宇都宮市の近郊に位置する城山地区のような農村では、従来のような消費型の観光農園を志向するのではなく、宇都宮市の市街地に居住する都市住民が抱える教育的課題の解決の場とする新たな都市農村交流の場となる可能性がある。

キーワード: 都市農村交流, 子ども食堂, 農家, 食育, 宇都宮市

### 1 はじめに

農村は、20世紀の生産主義の下での農業生産の場から、「ポスト生産主義」の空間へと再構築されてきた。このことは、農村におけるツーリズムの発展という消費空間の拡大に顕著に示されている。農業と主業としてきた農村は、工業や建設業、観光サービス業などを通して都市との結びつき強め、経済面での非農業化が進展している(岡橋, 2020)。これにより、農村での生産機能は低下しているため、農村では農林業空間が卓越しつつも、耕作放棄地の発生や農業を基盤とする農村文化の独自性の低下がみられている。

田林(2013)は、生産空間としての性格が相対的に低下し、消費空間という性格が強くなっている状況を「農村空間の商品化」としてとらえ、現代日本における農村空間の商品化を、(1)農水産物の供給、(2)レクリエーション・観光、(3)都市住民の農村居住、(4)農村の景観・環境の維持と社会・文化の評価を通じた生活の質の向上に類型化している。農村空間の商品化は、主に都市住民が農村に消費価値を見出すことによってひきおこされる。一方で、都市住民から刺激を受けた農村居住者にも好影響をもたらすこともある。たとえば、(4)は、都市住民のみならず、古くからの農村居住者が身近な地域の自然や景観や生活様式、伝統行事や文化などに価値を見出し、それによって地域に誇りを持ち、愛着や帰属意識を強めるといったことを指している。

日本の農村地域では、都市住民をターゲットに、第一次産業を基盤にした観光事業が展開されてきた。それは観光農園のように娯楽的性格が強い形態から、教育旅行での農業体験や棚田保全活動のように学習的・地域支援的な性格が強い形態までさまざまである。とくに後者は、観光というよりも都市農村交流としてとらえられてきた。

都市農村交流は、1970年代以降の第一次産業と他産業との所得格差の拡大を背景に、国の事業として推進されてきた。すなわち、国は都市農村交流によって農村を経済的に支えようとしてきた。都市農村交流の多くは、大都市部の学校による修学旅行や林間学校などを農村で受け入れ、農作物の定植や収穫、工芸細工製作や自然観察などを体験することが中心であった。ただし、近年では、農家民泊など大人の個人旅行をターゲットとした都市農村交流も行われている。

半世紀にわたる都市農村交流によって、全国的には課題もみられていることが指摘されている。1つは、「交流疲れ」と呼ばれる受入側の労力的負担の多さ、経済的利益の少なさがあげられる（森戸，2001；徳野，2008）。教育旅行の受入の準備から片付けまでの労力に対して経済的利益が伴っていないことが大きな課題になっている。そのため、都市農村交流の先進地として名高い長野県飯山市でも、教育旅行を十数年以上にわたって受け入れてきた民宿において、冬のスキー観光の縮小の影響もあって廃業する傾向が顕著になっている（渡邊ほか，2017）。これは、学校側から民宿1軒あたりの児童・生徒の受入人数を5～6人程度に少人数化するよう求められる傾向があるため、民宿1軒あたりの収益が低下したことが背景にある。2つは、受入側のマーケティングの不足である（青木，2010；筒井・澤端，2010；河本，2014）。都市農村交流で何をするかは受入側が地域資源やゲストの要望を考慮しながら決めることができる。しかし、実際にはどこの地域でも稲刈りや田植え、野菜の収穫、里山の散策など同じような活動が行われている。そのため、体験活動面での他地域との差別化がなされず、結果的に受入地域が競合している。

このような従来型の都市農村交流とは異なり、最近では、来訪者である都市住民と受入側である農村居住者が抱える課題解決につながるような形態がみられている。例えば、地域おこし協力隊、援農ボランティア、観光農園サポーター、獣害対策補助など、都市住民を、観光者としてではなく、農村の地域づくりに対する協力的人材と捉え、住民と協働する動きがある（下平ほか，2010；図司，2013；深瀬，2013；栗林，2015；渡邊，2019）。これは、農村における農業存続という課題解決に寄与するとともに、都市住民には新鮮な体験になる。逆に、都市住民が抱える課題を解決する動きとして、子ども食堂と農家との連携があげられる。

農林水産省は、子供（原文ママ）食堂と連携した地域における食育の推進のため、生産者との連携をあげている。農林水産省の全国調査（2017年調査）によれば、個人の生産者と連携している子ども食堂は31.8%、JAなど生産者団体は13.1%あり、連携内容は食材・食材費の提供や食育への協力である。たとえば、信州子ども食堂ネットワークは、JA中野市、JAグリーン長野、個別生産者から生鮮食品の提供を受けている。そこでは、生産調整による出荷停止や悪天候による生育不良による規格外農産物が提供されている。

食材の提供だけでなく、子ども食堂側が農家を訪問し、交流する活動もある。松田・陣内（2019）は、栃木県内の子ども食堂が、子ども食堂の実施には直接関与しないものの、行政や自治会など

さまざまな地域の団体が間接的に活動を支援していることを述べた。とくに子ども食堂の実施にあたって不可欠な食材の調達のためには、フードバンクや農家など食料を子ども食堂に融通する主体との関係形成が重要であるとしている。子ども食堂が農家と連携し、農業体験を行う事例があると報告されている。

本研究はこの活動に着目し、農家と子ども食堂との連携による農業体験などの農村における活動を都市農村交流として位置づける。子ども食堂と農家との連携はこれまで農家から子ども食堂へ食料供給としての側面が考察されてきたため、交流活動に着目することは新たな研究視点になる。

本研究は、栃木県宇都宮市における交流活動の事例を新たな都市農村交流ととらえ、その意義を主に農家側から考察することを目的とする。その際に、農家と子ども食堂との交流活動に至る経緯、双方のねらい、双方への効果を分析する。

## 2 地域的条件と農業経営の特徴

### 2.1 宇都宮市城山地区の地理的条件

本研究で対象とする農家であるH農園は、宇都宮市城山地区<sup>1)</sup>内の大谷町に所在する。宇都宮市大谷町は、宇都宮市中心部から北西に約7kmの位置にあり、栃木県道70号宇都宮今市線（通称大谷街道）を經由して自動車により約20分で到達する（図1）。宇都宮市の都市計画上では、大谷町の東を南北に走る東北自動車道より東側が市街化区域で、西側は市街化調整区域に設定されている。そのため、東北自動車道を境にして建物が立ち並ぶ都市的な景観から農地や林地が卓越する農村景観に明瞭にわかれる。以上のように、大谷町は農村景観が卓越する地域でありながら、都市部である宇都宮市中心部に隣接する特性を有している。

大谷町は緑色凝灰岩である特産の大谷石の産出地また宇都宮市随一の観光地としても知られている。大谷石を採掘した地下空間を観光者向けに開放している大谷資料館や古刹大谷寺をはじめとする観光資源が集中する地域で、2019年には約76万人の観光者が来訪した。近年は、宇都宮市の政策的な後押しもあり、やや高価格帯の飲食店の出店や採石跡地に地下水がたまった空間での「地底湖クルーズ」などの観光開発が進展している（渡邊、2020）。これらの観光資源は大谷町内の西側に集中している。2022年9月には大谷町に隣接する駒生町に、東北自動車道大谷スマートインターチェンジが開通する予定であることから、自動車でのアクセス向上による観光者の増加を期待する声も聞かれる。以上のように、大谷町は観光地としての性格も有している。

### 2.2 宇都宮市城山地区における農業経営の特徴

城山地区では地区内の東西を走る大谷街道周辺に赤川、姿川などが流れ、平坦地が広がり、そこで農業がおこなわれている。これらの川沿いには田が広がり、その周辺の微高地で畑作や果樹作がおこなわれている。果樹はリンゴ、ナシ、ブドウ、クリなどが生産されており、観光農園も5カ所ある。城山地区の北側には山地が卓越し、標高583mの古賀志山、標高377mの多気山など低山が広がる。

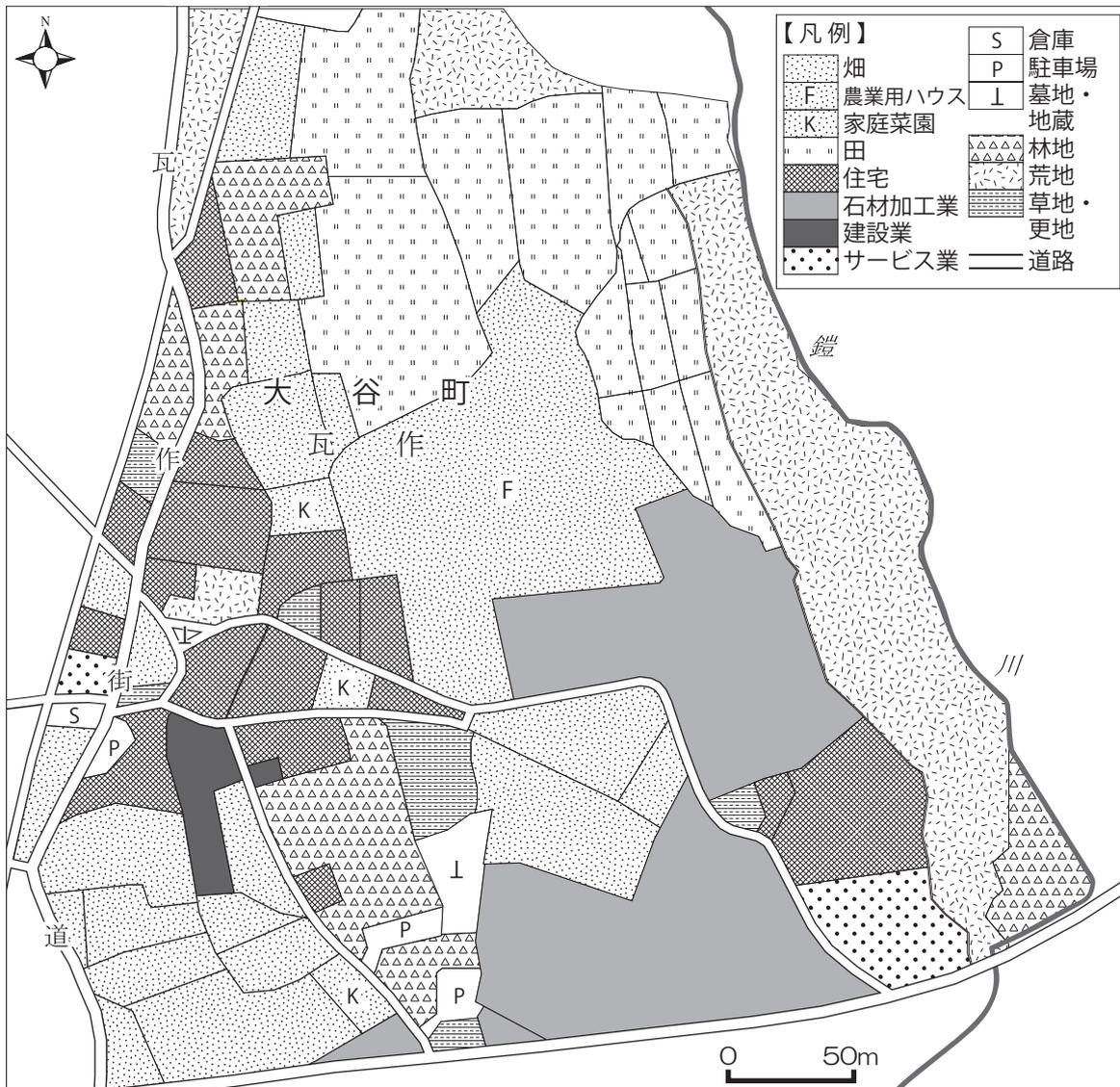
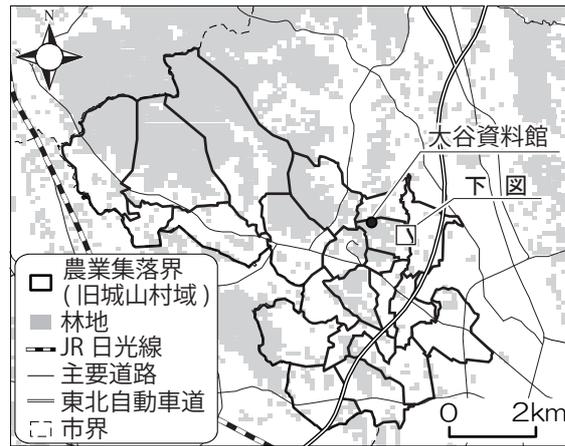


図1 瓦作集落の位置と土地利用（一部）（2021年3月）

注）農業集落境界は2015年，農地の利用形態は2020年時点。

（現地調査，聞き取り，農林水産省「農業集落境界の閲覧」ウェブサイト，平成26年国土数値情報土地利用細分メッシュデータから作成）



写真1 瓦作街道からみた瓦作集落の景観

1～2階建ての住宅や不整形の農地が広がり、大谷石などの石材加工工場や加工された石材の置場が点在している。写真中央にもブロック状に加工された大谷石が積み重ねられている。

(2021年3月筆者撮影)

表1 城山地区（旧城山村）と瓦作集落の農業経営

	総戸数(戸)		総農家数(戸)		販売農家数(戸)		販売農家の経営耕地面積(ha)	
	城山	瓦作	城山	瓦作	城山	瓦作	城山	瓦作
2005年	-	-	440	6	361	3	752	5
2010年	4,327	90	403	3	316	1	704	X
2015年	8,288	127	338	1	263	1	631	X

注)「-」は不明、「X」は秘匿値を表す。

(農林業センサスにより作成)

農林業センサスによれば、城山地区の経営耕地面積は、田が441ha、畑が65ha、樹園地が17haで計523haである。宇都宮市内の経営耕地面積のうち約5.3%を占める。1戸あたり経営面積は約2.1haである。城山地区の総戸数は、下駒生東や田野、田下、上福岡の各集落で宅地化が進んでいることから、総戸数は2010年から2015年で約2倍になった(表1)。その一方で、総農家数は2005年の440軒から2015年には338軒に減少し、同様に販売農家数も2005年の361軒から2015年には263軒に減少している。それに伴って経営耕地面積も2005年の752haから2015年の631haに減少し、これらは耕作放棄地や宅地になっている。2015年の農家人口は城山地区で1,044人おり、このうち農業従事者は681人である。2016年の経済センサスでは、農林漁業に従事しているのは33人であることから、農業従事者の多くは家族経営の農家であることがわかる。

本研究で対象とする農家であるH農園は、大谷町内の東側に位置する瓦作(かわらさく)集

落にある。瓦作では、集落内を南北に走る瓦作街道を境に、およそ東側が標高 150m 前後の平坦地、西側が標高 150～200 m 弱の御止山(おとめやま)と呼ばれる大谷石からなる山地が広がっている。集落の中に石材加工工場やその製品置場、農業用ハウス（ビニールハウス）が広い面積を占めて立地している点が特徴である。それらに隣接して農地、林地、荒地（耕作放棄地を含む）が卓越し、集落の東端に鎧川が南流している（写真 1）。図 1 からわかるように、瓦作集落には区画が整っていない農地が多くみられる。城山地区全体で見ると、赤川や姿川沿いの田では耕地整理がなされているが、それ以外の地域の農地は耕地整理や土地改良がなされていないことが多い。土地改良されていない城山地区特有の理由としては、大谷石の採石跡地が地区内の地下に点在していることから、改良事業によって陥没する可能性が否定できないためである。それゆえ瓦作集落でも、農地の形状が不整形で面積も大きく異なり、また道路と接していない農地がみられる。このことから、中規模・大規模農家以外の農家は、形状が不整形の耕地で耕作せざるを得ない。瓦作には 1970～80 年頃までは自給用の水田が多くあったものの、耕地整理がなされず、耕地整理された農地に比べ作業効率が良くないことから離農が進んだ。その結果、耕作放棄地が鎧川沿いにみられる。

瓦作集落においては、集落内に大谷石からなる山があることから、農地が限られており、総農家数は 2005 年に 6 軒あり、経営耕地面積はわずか 5 ha でこの時の主たる栽培作物は稲であった。稲作が主要な農業であるにもかかわらず、1 軒あたりの経営耕地面積が 1 ha に満たないことから、小規模な農業経営であったことがわかる。その後離農が進み、総農家数は 2015 年には 1 軒になった。

以上から、城山地区では赤川や姿川沿いに耕地整理された田が広がっており、その周辺に畑、樹園地がみられ、観光農園も大谷街道沿いに数軒立地し、主に家族経営による農業が展開されている。城山地区でも東に位置する瓦作では耕地整理があまりなされず、不整形で面積が大きく異なる畑があり、野菜作が行われている。

### 3 H 農園における子ども食堂との連携活動

#### 3.1 H 農園における農業経営の特徴

H 農園は対外的な名称として「農園」と名乗っているものの、観光農園ではなく、家族経営による専業農家で、40 歳代の経営主とその妻が農作業に従事している。自宅周辺に 5 カ所に分散する形で畑を延べ 1.5ha 耕作しており、アスパラガス、トマト、シュンギク、ネギ、タマネギ、ブロッコリー、サトイモなど少なくとも 12 種類の野菜を栽培している。このうち主要作物はアスパラガス（栽培面積 24a）、ネギ（栽培面積 20a）、トマト（栽培面積 10a）で、これら以外の野菜は、延べ 1ha の農地で連作障害を防ぐため輪作している。農業用ハウスを 11 棟設置し、アスパラガスやシュンギク、トマトなどを栽培している。なお、イネは生産していない。これらの農作物の多くは農協へ系統出荷される。それぞれの作物の播種から出荷までの年間スケジュール（図 2）をみると、大きく冬から春にかけて播種・定植し、夏に収穫する作物と、夏に播種・定植し、秋から冬にかけて収穫する作物に大きくわかれている点が特徴である。トマトとシュンギクは、同

一の農業用ハウスで時期をずらして栽培している。主要作物であるネギは畑を1区画利用して多く栽培するが、それ以外の農作物は数畝ずつ栽培する。

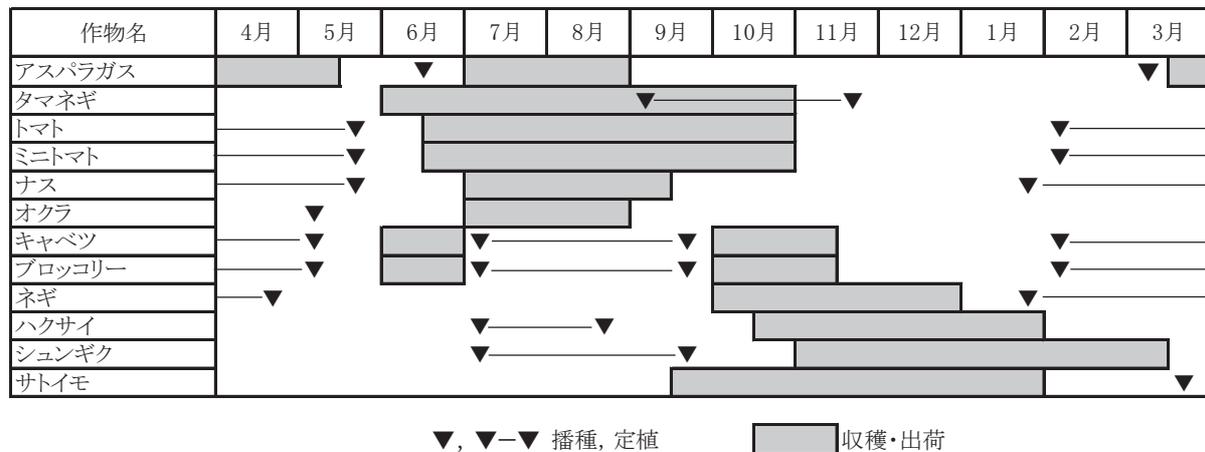


図2 H農園における主な農作物の栽培暦（2021年）

（H農園提供資料，聞き取りにより作成）

H農園の農地は自宅の至近に分散し，自宅北側に農業用ハウスが11棟とブロッコリーなどを栽培する畑，自宅東側にネギを栽培する畑，南西側にサトイモなどを栽培する畑が分布している。これらは自宅から徒歩1～2分で到達できる。

以上のように，H農園では，自宅至近に分散している農地を利用し，アスパラガス，ネギ，トマトを中心に多品種の野菜を生産し，系統出荷している。

### 3.2 H農園と子ども食堂との連携事業

H農園は，宇都宮市戸祭4丁目に拠点を置く子ども食堂である「昭和子ども食堂」から依頼を受け，子どもや保護者に対して農作物の収穫体験の場を提供している。また，規格外品など出荷できない農作物も提供している。

#### 3.2.1 キッズハウス・いろどりの事業

昭和子ども食堂は，一般社団法人栃木県若年者支援機構子ども支援局の組織であり，2016年5月に運営を開始した（表2）。2018年8月に「キッズハウス・いろどり」が発足し，子ども食堂はこの組織の事業のひとつとなった。空き家を活用し，市民からの約300万円の寄付によって現在の拠点を開設した。キッズハウス・いろどりは，子ども食堂のほかに「こども寺子屋」，生活習慣，家庭学習，体験機会，またコミュニケーションに対する支援を子どもとその保護者に対して実施する「親と子どもの居場所事業」（宇都宮市が2020年9月から開始した事業を受託運営），外国にルーツがあり，日本語学習が必要な小中学生を対象とした「日本語教室」の計4つの事業を展開している。

昭和子ども食堂は，毎週月曜日17時30分から19時30分に開設している。部屋の大きさの兼ね合いから1回につき20食まで提供し，毎回4人の職員とボランティアで運営している。来訪

を想定している子どもの層は特に定めておらず、食に困っている子どもや近隣地域の子どもなどに限ることなく、誰でも受け入れる方針である。そのため、近隣地域のみならず、自動車で20分以上離れた地域や宇都宮市外から保護者とともに来訪する子どももいる。中学生や高校生も来訪しており、自転車で毎週のように来る子どももいる。料金は大人500円、中学生以下300円であるが、支払いを免除する制度もある。可能な限り、地元の旬の食材や無添加の調味料を使用するようにしている。そのため、H農園から地元産の野菜を入手できることを有意義ととらえている。

表2 キッズハウス・いろどりの発足に至る経緯

時 期	内 容
2010年	とちぎ若年者支援機構設立 無料の学習支援活動（寺子屋）開始
2015年	生活困窮者自立支援制度による学習支援事業を 栃木県と宇都宮市から受託
2016年5月	昭和子ども食堂の運営開始
2017年	機構内に子どもの貧困対策事業部発足
2018年8月	キッズハウス・いろどり発足

（キッズハウス・いろどり提供資料，聞き取りにより作成）

キッズハウス・いろどりは、これらの定期的な事業のほか、イベントの開催を通じて子どもがさまざまな体験を行うことを重視している（表3）。これらのイベントは必ずしも子ども食堂に恒常的に来ている子どもに限定しているわけではない。H農園での農業体験プログラムはこれらイベントのひとつとして位置づけられており、キッズハウス・いろどりのホームページで広く参加者を募集している。

表3 キッズハウス・いろどりによるイベント型プログラム

イベント	内 容
サマーキャンプ	・益子町のNPO法人トチギ環境未来基地と連携し、夏季に川遊び、スイカ割り、肝試しなどを実施。
農業体験プログラム	・H農園での農業体験活動
流しそうめん	・キッズハウス・いろどりで実施
夏祭り	・宇都宮市総合福祉センターでカルビー株式会社の協賛により開催。カルビーの方が輪投げやスーパーボールすくいなどの屋台の係員を担う。子どもと料理をつくるプログラムもある。
学用品バザー	・全国からの寄付で実施

（聞き取りにより作成）

### 3.2.2 H農園での農業体験プログラム

多くの農家がある中でH農園での農業体験プログラムが実施されるようになったきっかけは、野菜廃棄問題の解決のための研究で子ども食堂を探していた宇都宮大学の学生を通じ、H農園を知ったことである。キッズハウス・いろどりでは自然・農業体験をしたいという希望があり、またH農園のH氏も子育てをする中で、子どもに対する食育の重要性を認識しており、子どもを集めてイベントをしたいという希望があり、双方の考えが一致した。このような経緯があり、2017年からじゃがいも収穫祭をH農園で開催するとともに、H農園で生産された規格外の野菜を昭和子ども食堂に定期的に融通してもらうようになった。

農業体験プログラムでは、参加者を募ってH農園に年3回訪問し、①ジャガイモ掘り（6～7月頃）、②サツマイモ掘り（11月頃）、③どんど焼き（1月）を行う。どんど焼きは瓦作自治会の行事である。①と②の実施にあたっては、実施の1カ月前から昭和子ども食堂のウェブサイト上で「農業体験★じゃがいも収穫祭」といった名称で実施を告知する。これは土曜日または日曜日の午前中に開催し、参加費（昼食代）数百円で、20～30人の親子（7家族程度）を募集する。参加者は宇都宮市内在住者が中心である。3～4歳から中学生まで参加可能である。非常に人気があり、募集開始後1～2週間で定員になることが多い。参加者は、H農園に到着後、自己紹介をし、畑へ移動し、手作業でのイモ掘りや苗の定植を1～2時間程度行う。収穫したイモは持ち帰ることができる。収穫作業の後、昼食を楽しくまたおいしく食べる。ここで使用する野菜は事前（1週間前）に獲れたものを使用している。大人のみ昼食代を300円徴収している。

参加者の保護者の中には、自然の中で子どもに何か体験させてあげたいと考える者が一定数いること、また土曜日や日曜日に参加できるイベントを探している者がいるというニーズが参加者にあると昭和子ども食堂では捉えている。

### 3.2.3 H農園における受入態勢

H農園は、観光農園ではなく一般農家であるため、不特定多数の者を受け入れることは難しい。農業体験プログラムの参加者は、現地集合も可能である。H農園は、最寄りのバス停から北に約1.5km離れ、公共交通でのアクセスも可能であるが、実際には自動車での来訪が多い。自宅敷地には数台しか駐車できないものの、偶然にも自宅至近に宇都宮市田野町にある社会福祉法人長寿栄光会が管理する「憩いの杜」と呼ばれる庭園があり、駐車スペースが10数台分2カ所に設けられており、自由に駐車することが認められている場所であることから、参加者の駐車場所を確保できている。

課題となるのは、トイレである。自宅のトイレは防犯上の観点から必ずしもすべての来訪者に使用を促しているわけではない。最も至近の公衆トイレは、H農園から西に延びる道路を1.4km走った先にあり、自動車で数分かかる。一般農家であるがゆえに、来訪者用のトイレの確保は難しく、緊急時には自宅トイレを開放することもある。

農業体験プログラムでは、ジャガイモやサツマイモの収穫や定植を行っているが、図2からもわかるように出荷するために栽培している作物ではない。とくにサツマイモは商品価値が低く、出荷しても売り物にはなりにくいため、あくまでもこのプログラムのために、1,000～2,000本の

苗を用意し約 10a の農地で栽培している。H 氏は、土や農作物に子どもが直接接触する機会が少なく、また土いじりなどは子どもにとって楽しい企画と考えたことから、イモ掘りが農業体験プログラムになっている。

農業体験プログラムの参加者が農地へ立ち入ることで、農作物への病気の発生可能性を承知しているものの、自然のままであることが重要と考えているため、特に気にはしていない。ビニールハウスの内部では、観光農園ではなく生産活動を最優先にしているため、作物によっては人が通れる最低限の幅しか確保されていないこともある。

H 氏は農業体験プログラムに際してキッズハウス・いろどりとの間で金銭的なやり取りはしていない。キッズハウス・いろどりが参加者から徴収している参加費は、あくまでもキッズハウス・いろどりが参加者に対して昼食費を提供するための費用である。キッズハウス・いろどりは、H 氏に対して謝礼金を支払うと申し出ているものの、H 氏は受け取っていない。これは、H 氏が農業体験プログラムに参加者の子どもあるいは H 氏の子どもの楽しみのための活動であり、お金の収受が発生するとプログラムが継続できなくなってくると考えているためである。

以上のように、H 農園は、一般農家であるため、観光者などの来訪者の受入れに対して整備が十分になされているわけではない。昭和子ども食堂との連携は、あくまでも H 氏の好意であり、参加者や自身の子どもにも楽しんでもらうことを基本としている。

## 4 農家による子ども食堂との交流活動の意義

### 4.1 H 農園からみた交流活動の意義

H 氏がキッズハウス・いろどりの傘下である昭和子ども食堂との農業体験プログラムを実施している理由は、参加しに来た子どもにとっての楽しみを提供するためである。H 氏は自身も子育てをする中で、自身の子どもの小さい頃にイモ掘りをしたいと言ったことや、イモ掘りの経験がない 3 歳前後から幼稚園年少くらいの子どもの対してイモ掘りをする機会を提供したいと考えた。イモ掘りは子どもにとって土いじりの延長として宝探しのような感覚で楽しんで取り組めることができる活動であり、またイモの栽培は手間がかからず枯れて失敗する可能性も低いと H 氏は考えている。イモ掘りを通じて、子どもが小さい頃から農業のことを知ることができ、また土や農作物に直接接触することができる機会を楽しんでほしいと H 氏は期待している。

H 農園がある瓦作集落は、宇都宮市立城山東小学校区に位置し、この小学校の児童数は 148 人（2020 年度）で 1 学年 1 学級である。児童数が多くないことから、多様な人と関わったりコミュニケーションをとったりする機会が必ずしも多くあるわけではない。そのため H 氏は農業体験プログラムを実施することで、自身の子どものさまざまな大人との交流する機会を得ることもできると考えている。H 氏は子どもにとっての楽しみの機会の提供であることを重視している一方で、参加した子どもが将来、農業の後継者になったり、あるいは H 農園の野菜の購入者が生まれたりしてほしいとも考えている。

H 氏がこのような考えを有するのは、その経歴にあると考えられる。H 氏は専業農家であるものの、親世代は農業を営んでいなかったことから、いわゆる新規就農者にあたる。H 氏は高校卒

業後、就業先から農業関係で東南アジアに派遣され、そこで東南アジアの人々の活気や熱量に感化された。帰国後、別の農家に就職して経験を積んだのち、30歳のときに実家にあたる現在の場所で新規就農した。その際には、他の農家から助言を得るなどして農業にかかわる知識を習得していった。このように、農業を始めるまでに多様な価値観に触れたことや、農業を新規就農で始めたことが、農業の現場を知ってもらいたいという考えとなり、さまざまな交流活動につながっていると考えられる。実際、キッズハウス・いろどりと農業体験プログラムだけでなく、大学のゼミナール活動も受け入れている。また大谷スマートインターチェンジの開業を機に観光農園の開園も検討していることから、2020年に発足した大谷グリーン・ツーリズム推進協議会にも関わっている。その際には、経済的な利益は追求されず、どちらかといえば、野菜がどのように畑で実っているのか、どのような環境で野菜が生産されているのかといった農作物の栽培環境を見てもらいたい、伝えたいという意識で取り組んでいる。そのため、農業体験プログラムの際にも、収穫だけでなく、タマネギの定植なども実施し、野菜が収穫する前までのさまざまな作業の存在を体験できないか模索している。

以上から、H農園からみた交流活動の意義は、農業そのもの、あるいは生産現場である圃場のようす、収穫体験などによる食や農作物への理解増進といった子どもに対する教育的価値を追求する点にあるといえる。

#### 4.2 子ども食堂からみた農家との交流活動の意義

キッズハウス・いろどりは、H農園との連携活動によって、子どもへの農や食に対する教育的効果の発揮を重視している。昭和子ども食堂は、キッズハウス・いろどりでできない体験としてH農園での農業体験プログラムを実施しており、食を通じた体験の場を親子に提供できていると考えている。昭和子ども食堂は決して満足な食事に恵まれない子どもばかりを受け入れているわけではないものの、野菜を食べなかつたり、食事がコンビニ弁当ばかりの家庭もあつたりするため、H農園での収穫体験を通じて野菜が育つ過程や環境を直接見て知ることで、食育や農業への関心を高める効果があるととらえている。また、そうした状況の子どもが大人になった際に、自ら野菜を購入して調理をするようになることも昭和子ども食堂は期待している。

農業体験プログラムに参加する保護者も自然の中で子どもに何か体験させてあげたいと考える者が多く、これは、子どもの食育の効果や農業や食への関心を高める効果をもたらしたいと考えているキッズハウス・いろどりの意図とも合致している。さらには、前節で示したようにH農園が期待する教育的効果とも合致している。それゆえ、低費用での農業体験プログラムが実現できており、年数回と回数も少ないことから、H農園もキッズハウス・いろどりの参加者も無理なく実施できている状態である。

## 5 おわりに

本研究の目的は、栃木県宇都宮市における農家と子ども食堂との交流活動の事例を新たな都市農村交流ととらえ、その意義を考察することであった。

昭和子ども食堂を運営するキッズハウス・いろどりとH農園との農業体験プログラムは、子どもに対する教育的価値の追求という実施意義があった。H農園は、生産活動を最優先としながらも、都市住民に対する農や食への理解を求める活動を展開していた。その活動は副業収入になるような経済的な価値を追求しておらず、農業や農作物に対する正確な理解を子どもあるいはその保護者に促す教育的な価値を追求する活動であった。

このことから、50万都市である宇都宮市の近郊に位置する城山地区のような農村では、従来のような消費型の観光農園を志向するのではなく、宇都宮市の市街地に居住する都市住民が抱える教育的課題の解決の場とする可能性が考えられる。都市への人口集中から、都市生まれ都市育ちの者が増えており、生存に不可欠な食の生産現場や農業への物理的・心理的距離は大きくなっている。子ども食堂は決して食の貧困を象徴する場ではなく、誰でも立ち寄ることができる交流の場である。家庭の所得の多寡にかかわらず、野菜を食べなかつたり、出来合いの食事ばかりだったりする家庭は実際に存在する。こうした課題は都市部・農村部にかかわらずみられるはずである。一方で、土とのふれあいができ、牧歌的風景が存在するのは農村部に限られる。それゆえ、農村景観を活用した食や農への理解を増進させる交流活動は、農村部でしか実現できないといえる。

徳野（2008）は、これまでの都市農村交流では、消費者のニーズに生産者が応じるという特質をもっていたと述べているが、すでにこうした運営モデルは「交流疲れ」といった言葉に象徴されるように限界を迎えている。宇都宮市の場合、東京大都市圏からむやみに都市農村交流の希望者を受け入れず、H農園のように、生産活動を最優先としながらも自身の農業経営の社会的意義が感じられるような農家と来訪者双方にとっての価値が両立する都市農村交流を目指すべきである。本研究の事例のような交流活動は、農村景観の存在すなわち生産活動の存続を前提として成立するものであり、生産活動を休止・縮小してまで実施するものではない。むしろ来訪者が収穫や定植に関わることで、農作業の手間が省けるといった農家側へのメリットも重視することで、持続的な都市農村交流が実現できると考えられる。

約52万の人口を抱える宇都宮市の市街化区域には約43万人が居住する<sup>2)</sup>。H農園がある城山地区は都市部と農村部が近接しており、また大谷資料館などの観光資源を抱えるがゆえ、観光者への抵抗が少なく、地域外からの都市住民を受け入れやすい素地を有している。そのため、都市農村交流には最適の場所である。市街地と農村部との結節を強め、都市住民の課題解決と農村の活性化に資するような都市農村交流を目指すことを提案する。

本研究の遂行にあたっては、一般社団法人栃木県若年者支援機構の荻野友香里様、H農園から調査にご協力を賜りました。末筆ながら厚く御礼申し上げます。

## 【注】

- 1) 城山は宇都宮市の連合自治会に基づく区分である。
- 2) 「市街化調整区域の整備及び保全の方針」平成30年3月、宇都宮市、

[https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/\\_res/projects/default\\_project/\\_page\\_/001/009/284/honpen2.pdf](https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/009/284/honpen2.pdf)

(2021年3月24日閲覧)。

## 【参考文献・情報】

- [1] 岡橋秀典 (2020) : 『現代農村の地理学』 古今書院.
- [2] 田林明 (2013) : 日本における農村空間の商品化. 地理学評論 86A, 1-13.
- [3] 森戸哲 (2001) : 都市と農村の共生を考える～交流活動の現場から～. 農村計画学会誌 20, 170-174.
- [4] 徳野貞雄 (2008) : 農山村振興における都市農村交流, グリーン・ツーリズムの限界と可能性—政策と実態の狭間で—. 日本村落研究学会編 『グリーン・ツーリズムの新展開—農村再生戦略としての都市・農村交流の課題—』 農山漁村文化協会, 43-93.
- [5] 渡邊瑛季・包慧穎・玉小・曾斌丹・武智玖海人・呉羽正昭 (2017) : 長野県飯山市太田地区におけるスキー観光地域の変化—スキー観光停滞期の就業形態に着目して—. 地域研究年報, 439, 41-63.
- [6] 青木辰司 (2010) : 『転換するグリーン・ツーリズム—広域連携と自立をめざして—』 学芸出版社.
- [7] 筒井一伸・澤端智良 (2010) : 外国人観光客を対象としたグリーン・ツーリズムの可能性と課題—マーケティング分析の視点から—. E-journal GEO 5(1), 35-49.
- [8] 河本大地 (2014) : 「都市農村交流」を中心としてきた日本のグリーンツーリズムの課題とあり方—農村地域の未来可能性を高めるために—. 神戸夙川学院大学観光文化学部紀要 5, 64-72.
- [9] 下平佳江・加藤麻樹・大橋信夫 (2010) : シニア世代による農業ボランティアへの参加意識. 長野県短期大学紀要 65, 81-90.
- [10] 関司直也 (2013) : 地域サポート人材の政策的背景と評価軸の検討. 農村計画学会誌 32, 350-353.
- [11] 深瀬浩三 (2013) : 東京都における都市農業と援農ボランティア. 新地理 61(1), 82-88.
- [12] 栗林賢 (2015) : 茨城県日立市における観光農園サポーター. 田林明編 『地域振興としての農村空間の商品化』 農林統計出版, 127-142.
- [13] 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.
- [14] 松田悠希・陣内雄次 (2019) : 栃木県内の子ども食堂の現状と地域コミュニティ形成に関する一考察. 宇都宮大学教育学部紀要第1部 69, 189-202.
- [15] 渡邊瑛季 (2020) : 大谷地区の基礎的研究 (4) —観光の発展プロセス—. 宇都宮共和大学都市経済研究センター年報 20, 191-200.

## 多気地域の観光資源分析による 地域振興の可能性に関する考察

A consideration of the possibility of regional development in Tage area  
: based on tourism resource analysis

吉野 清史 (宇都宮共和大学 客員研究員)

本稿は、宇都宮共和大学都市経済研究センターにおいて進められている「城山地区の地域・観光振興に関する共同研究」に参画し、その研究の一環として実施した城山地区の観光資源に関する調査結果をもとに、当該地区の新たな地域振興の可能性を追求するものである。

宇都宮市の観光拠点として注目を集めている大谷地域の現状や課題を把握するとともに、台風の被害やコロナ禍の影響等により、先行きが不透明となっている当該地域の現状の打開策を、近接する多気地域を含めた観光資源の活用を求めることの可能性について検討することにより、城山地区の地域振興、さらには宇都宮市全体の観光発展に資するべく考察を行った。

キーワード: 宇都宮市, 地域振興, 大谷観光, 多気地域, 観光資源

### 1 はじめに

宇都宮市の大谷地域は、観光拠点として注目され、ここ数年で順調に観光客入込客数を伸ばしているが、2019年10月に発生した令和元年東日本台風による被害や、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、先行きが不透明な状況となっている。

本稿では、大谷地域における地域振興の現状と課題を把握するとともに、近接する多気地域に焦点を当て、この地域が有する地域資源を洗い出し、観光資源としてブラッシュアップすることにより、これまでの大谷観光と連携した新たなストーリー性を有する観光動線を形成し、地域の魅力を高めることの可能性を追求する。観光による地域振興を持続可能な形で推進するためには、地域の関与が重要な要素となっていることから、城山地区における地域の取組について言及するとともに、行政・事業者・地域との効果的な連携の在り方についての検討も併せて行っている。

## 2 宇都宮市の観光政策における大谷地域の位置づけ

### 2.1 宇都宮市における政策的位置付け

#### 2.1.1 総合計画・観光振興プラン

宇都宮市は、第6次総合計画において、「将来のうつのみや像（都市像）」の実現に向けて、「6つの未来都市」の1つとして「魅力創造・交流の未来都市」を掲げ、戦略的観光事業の推進、大谷の地域資源のフル活用に向けた新たな観光スポットの創出やニューツーリズムの推進、歴史・文化資源に触れる機会の充実などに取り組むとしており、日本遺産に認定された大谷石文化の中心地でもある大谷地域をはじめとする宇都宮市の北西部地域を、重要な拠点として位置付けた。この「魅力創造・交流の未来都市」の実現に向けて、2018年3月には「第2次宇都宮市観光振興プラン」が策定され、この中で、「餃子の魅力」「大谷の魅力」「スポーツの魅力」をフル活用するプロジェクトなどの施策とともに、官民一体となって総合的・戦略的に観光を推進する具体的な手法についても示されている。

#### 2.1.2 大谷地域振興方針

さらに2018年3月、宇都宮市は「大谷地域振興方針」を公表し、この中で「地域資源の有効活用」「地域振興の基軸となる機能の充実」「持続可能な地域振興の推進」を目標に掲げ、地域資源の特色等を踏まえたエリア設定による様々な事業展開を図ることにより、概ね10年後の年間入込客数を120万人にするとの目標値を設定している。大谷資料館や大谷寺などの観光資源が集中し、多くの観光客が周遊するエリアを対象に、新たな観光機能の立地誘導を図り、観光地としての拠点性を向上させることを目指している。また、この方針では、地域振興の目標と同時に大谷観光が包含する課題等も明確にされており、この地域が取り組むべき方向性が示されている。

## 3 大谷地域における観光の現状

### 3.1 観光客入込数の推移

大谷地域では、昭和30年代頃から観光業が盛んになり、1981年には年間116万人の観光客を迎え入れるまでになっていたが、その後の大谷石産業の衰退や、1989年2月に発生した坂本地区の大谷石採取場跡地の陥没事故などの影響もあり、観光客入込数は66万人に減少し、東日本大震災が発生した2011年には、17万人まで落ち込んでいた。その後、行政や地域を中心とした観光振興に向けた取組<sup>1)</sup>が功を奏し、2016年には19年ぶりに60万人を超える62万6千人に達し、さらに2年後の2018年には77万6千人まで増加している（図1）<sup>2)</sup>。

その後も、この地域の観光客入込数は順調な伸びを示していたが、2019年10月の令和元年東日本台風により姿川が氾濫し、大谷地区コアエリアが浸水するなど、大きな被害に見舞われたことなどが影響し、年間入込数は75万8千人に減少している。さらに、2020年、感染が拡大した新型コロナウイルス感染症の影響は、地域の観光業等に大きな打撃を与えており、大谷地域もその例外ではなく、観光客の大幅な減少が見込まれている。今後、災害や感染症などの様々なりスクが存在する状況下においても、持続的な地域振興を可能とする観光の在り方が問われている。

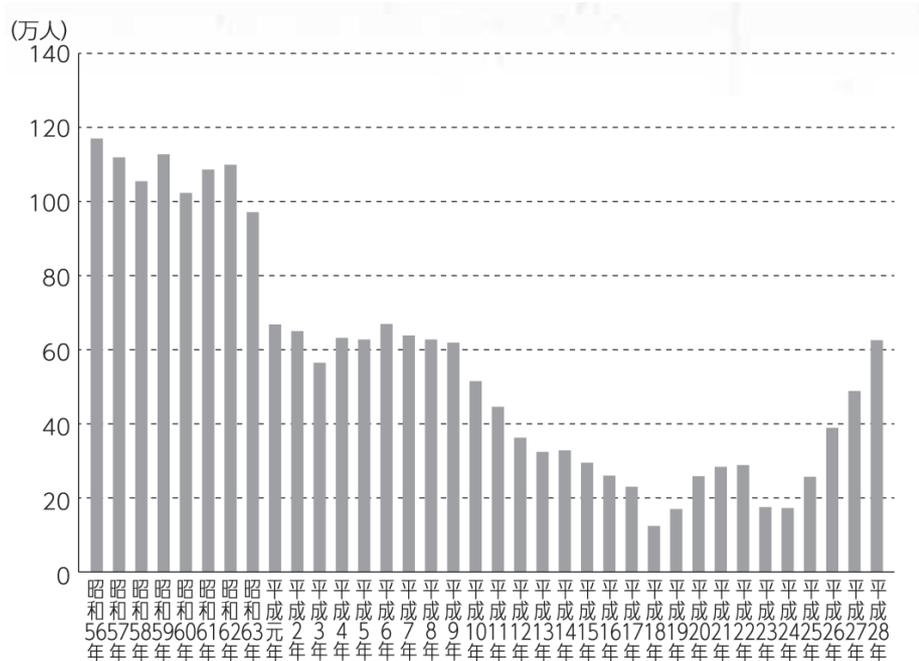


図1 大谷地区の観光客入込数推移

(宇都宮市「広報うつのみや2018年2月号」別冊3頁より転載)

### 3.2 大谷観光における課題

#### 3.2.1 周遊性の不足

大谷地域振興方針において課題の1つとして示されているのが、大谷観光の周遊性の不足である。「コアエリア」とされる大谷資料館、大谷寺、平和観音周辺エリアへの来訪者は確実に増加しているが、その周辺エリアを同時に訪れる観光客の数は増えていない。2018年10月、大谷景観公園及び大谷資料館を会場として開催されていたイベント「フェスタ in 大谷」の会場において、ヒアリング調査を実施したところ、県外からの訪れていた個人の旅行者の多くは、「宇都宮で餃子を食べ、帰りがけに大谷を見る」との回答が、また、観光バスの団体旅行参加者は、「鬼怒川温泉のチェックイン前に大谷資料館に立ち寄るプランになっている」との回答が大半を占め、この課題を裏付ける結果であった。

その一因として、このエリアに飲食ができる店舗が少ないことが、周遊性が不足する一因ではないかとの見解は以前から存在した。ここ数年、飲食店の開業が続いてはいるものの、この課題を解決するレベルには至っていないのが現状である。

そのような中、宇都宮市は、2019年からこの地域を訪れた観光客が安全かつ快適に周遊できるよう、「大谷地域観光交通社会実験」をはじめとする様々な社会実験を行っている。さらに、2021年2月に、「大谷観光周遊拠点施設(仮称)整備基本計画」を策定し、滞在型観光を促すことを目的に、国登録有形文化財の「旧大谷公会堂」を市営大谷駐車場の隣接地に移築し、ビジターセンターや多目的スペースとして活用する「大谷観光周遊拠点施設(仮称)」を2023年3月に供用開始すると公表<sup>3)</sup>した。

行政によるこれらの取組みにより、地域の賑わいの創出とともに様々な観光情報が発信されることで、周遊の促進が図られるものと期待されている。

### 3.2.2 アクセスの課題

大谷観光において以前から課題とされているのが、公共交通機関の不足によるアクセスの悪さと、エリア内での移動である。

公共交通の利用による大谷のコアエリアに直接アクセス可能なバス路線は、立岩行きの1路線のみで、本数も限定的であり、自家用車によるアクセスが中心とならざるを得ない。宇都宮市は、繁忙期限定ではあるが、周遊バスを運行するなどの対策をとっているものの、利用者は限定的である。また、エリア内を周遊できる交通手段が存在せず、結果として、徒歩圏内であるコアエリアを中心とした範囲のみの周遊にならざるを得ない。

大谷観光周遊拠点の整備に合わせて、大谷地域周辺エリアを含めた周遊を可能とする交通手段導入の検討が期待されるが、利用者数の見込みや採算性など、不透明な部分が多く、新たな仕組みの構築は困難であると思われる。そこで、この地域が主体となって運行している地域内交通(城山地区地域内交通運営協議会が、タクシー会社に委託して運行している「城山孝子号」)の仕組みを活用することに、一考の余地があるのではないかと考える。現在、日曜祝日の運行は実施していないが、年間契約を行っている車両を利用し、週末に限り観光客の利用を可能とすることで、利用登録者に影響を与えず、収益を確保することも可能になる。ただし、導入を検討する上で、公共交通運営会社等との協議を行い、宇都宮市公共交通会議などに諮問し、国土交通大臣の認可を受ける必要があるなど、様々な制約があることも事実である。地域内交通の活用は、地域・観光客双方がその恩恵を享受できる手法になり得るのではないかと考える。

### 3.2.3 時期による繁閑の格差縮小

大谷観光の課題として、時期による繁閑の差が大きいことは、以前から指摘されており、特に大型連休や夏季に観光客が集中する傾向にある。これは、年間を通して年間平均気温が8℃前後に保たれ、冷涼な空間が広がっている大谷資料館の「クールスポット」としての人気の高さが、この傾向と連動している可能性が高い。これを裏付けたのが、2019年4月27日から5月6日の大型連休に宇都宮市が実施した「大谷地域観光交通社会実験」<sup>4)</sup>において得られた期間中の大谷資料館入館者数である。これによると、対象期間の10日間だけで計43,600人(最大値は5月3日の6,000人)が入館しており、年間入館者数が約50万人であることを鑑みると、約1割がこの時期に集中していることになる。

このことは、オーバーツーリズムの課題につながる危険性を孕んでいるだけでなく、年間を通じた観光客の入込数増加にも少なからぬ影響を与えていると推測される。言い換えれば、時期による繁閑の差を縮小することができれば、新たな課題を生じさせることなく、大谷地域の入込客数を増加させることが可能になるのではないだろうか。

### 3.2.4 旅行形態の変化

かつて、大谷地域において最大116万人の観光客入込数を記録した1975年頃の旅行形態は、学校の遠足や社員旅行などの団体旅行が中心であったが、その後、個人旅行へと変容が進むとともに、観光に対するニーズの多様化やインバウンドの増加など、地域観光を取り巻く状況は大きく変化している。このような状況下において、宇都宮市が策定した「大谷地域振興方針」では、当時を超える120万人の観光客入込数の達成を目標に掲げているが、この状況の変化に留意した施策の推進が求められている。

### 3.3 課題の解決に向けて

ここまで述べてきたように、大谷観光には中長期的な多くの課題が存在している。これらの課題について、適切な対応を図り、目標である年間120万人の観光客入込数を実現するためには、大谷地区に近接する地域を含めた地域振興策を検討することも必要となってくる。これにより、大谷地域だけでなく、その周辺地域にもメリットが及ぶ取組とすることが期待できる

そこで本稿では、その可能性を大谷地域に隣接する多気地域に求め、当該地域が有する地域資源を洗い出し、磨き上げることにより、大谷観光を補完することの可能性について述べていく。

## 4 城山地区における観光資源分析

### 4.1 観光資源の洗い出し

本調査では、公益財団法人日本交通公社が作成している「観光資源台帳」の区分及びランクを参考に、多気地域・大谷地域を含む城山地区内全域を対象とした観光資源の洗い出しを行い、独自の評価基準を定め、ランク付けの作業を実施した。抽出にあたっては、宇都宮市が公表している各種資料のほか、この地域のまちづくり協議会である城山地区コミュニティ協議会や自治会の関係者、さらには地区内の小・中学校関係者、地域住民などから聴取した情報などを参考にした。その結果をまとめたものが、表1、表2のとおりである。本稿では、多気地域に所在する観光資源を対象としているため、当該地域に関係する項目については、網掛けによる表示を行っている。

表1 城山地区地域観光資源一覧<自然資源>

区分	番号	区分名	資源1		資源2		資源3	
			名称	ランク	名称	ランク	名称	ランク
自然資源	1	山岳	多気山	s+	古賀志山	s	戸室山	b+
	2	高原・湿原・原野	細野湿原	b				
	3	湖沼	赤川ダム	a+	唐沢池	b		
	4	河川・峡谷	大谷景観公園(姿川)	s				
	5	滝						
	6	海岸・岬						
	7	岩石・洞窟	大谷石奇岩群	s+	緑色凝灰岩(大谷石)	s	御止山・越路岩	s
	8	動物	ムカントンボ	a	蛍(赤川流域・戸室山麓水路)	b+	キジ(地域内各所)	b
	9	植物	孝子桜(城山西小)	s	多気山の草木	a+	大谷石奇岩群のセッコクラン	b+
	10	自然現象						

(宇都宮市が公表している各種資料を参考に筆者作成。ランクは現地ヒアリング調査により設定。)

表2 城山地区地域観光資源一覧<人文資源>

区分	番号	区分名	資源1		資源2		資源3	
			名称	ランク	名称	ランク	名称	ランク
人文資源	11	史跡	大谷磨崖仏	ss	平和観音	s+	羽下薬師	a
	12	神社・寺院・教会	大谷寺	s+	多氣山持寶院	s	能満寺	a
	13	城跡・城郭・宮殿	多氣城跡	s	北原城	b	中城	b
	14	集落・街	大谷地区の景観	a+	鉄道等の軌道跡	a		
	15	郷土景観	小野口家住宅	s	屏風岩石材	a+	大久保石材店	a
	16	庭園・公園	大谷景観公園	s	森林公園	a+		
	17	建造物	旧大谷公会堂	s				
	18	年中行事(祭り・伝統行事)	大谷石夢あかり祭	s	多氣山大火渡り祭	a+		
	19	動植物園・水族館						
	20	博物館・美術館	大谷資料館	ss	渡辺家住宅	a	大谷石細工	a+
	21	テーマ公園・テーマ施設	大谷公園	a+	大谷石採取場跡地	a+	地底湖クルーズ	s
	22	温泉						
	23	食	餃子(高橋餃子)	a	城山 耳うどん	b		
	24	芸能・興行・イベント	ジャパンカップサイクルロードレース	ss+	フェスタin大谷	a+		
	25	その他人文資源	民話(古賀志の孝子桜)	s	民話(多氣城運命の日 ほか)	b	天棚(田野、野尻・長坂ほか)	b+

(宇都宮市が公表している各種資料を参考に筆者作成。ランクは現地ヒアリング調査により設定。)

表3 観光資源分類基準

区分	番号	区分名	内 容
自然資源	1	山岳	地形図に山岳として名称が記載されているもので、観光的に魅力のあるもの。山岳の範囲は、山頂、山腹、山麓・すそ野を含めた広い範囲とする。
	2	高原・湿原・原野	地形図に、名称が記載されている高原、原野またはこれに類するものと、沼沢以外の湿原で、観光的に魅力のあるもの。
	3	湖沼	地形図に単独の湖沼として名称が記載されているもの、またはそれに類するもので、観光的に魅力のあるもの。
	4	河川・峡谷	河川風景(河川+周辺)で、観光的に魅力のあるもの。
	5	滝	地形図に滝または諸瀑として名称が記載されているもので、観光的に魅力のあるもの。
	6	海岸・岬	砂浜、砂丘、砂州、岩礁、断崖などによって構成される海岸風景(背後地、松原も含める)、および容易に見ることができる海中景観で観光的に魅力のあるもの。
	7	岩石・洞窟	岩柱、洞窟、洞穴、岩門、鍾乳洞、溶岩流、溶岩原、賽の河原、断崖、岸壁、岩礁、海蝕崖、海蝕洞などの地質及び地形上の興味対象で、観光的に魅力のあるもの。
	8	動物	日本特有の動物、日本の自然環境における特有の動物、日本著名の動物及びその生息地で、観光的に魅力のあるもの。
	9	植物	名木、巨樹、老樹、並木、森林、植物帯、植物群落、自生地、限界地などで、観光的に魅力のあるもの。
	10	自然現象	火山現象、潮流現象、気象現象などの自然現象で学術的に価値の高いもの、観光的に魅力のあるもの。
人文資源	11	史跡	生活、政治、祭、信仰、教育学芸、社会事業、産業土木、外国人などに関する遺跡(城跡は除く)で、観光的に魅力のあるもの。
	12	神社・寺院・教会	由緒ある建築的に優れた社寺、文化財を所蔵または付帯する社寺、境内(庭園を含む)が優れている社寺などで、観光的に魅力のあるもの。
	13	城跡・城郭・宮殿	古代から近世に至る軍事や行政府等の目的で建造された城跡・城郭(庭園を含む)・宮殿で、観光的魅力のあるもの。
	14	集落・街	農山漁村や歴史的街並み、繁華街、商店街などにより、その土地の自然や歴史、文化を表す特徴的な集落・街区を構成している地区で、観光的に魅力のあるもの。
	15	郷土景観	生業や風習、その土地の産業、人の織りなす風景など、その土地の自然環境や歴史、文化を表す特徴的な景観を構成している地区で、観光的に魅力のあるもの。
	16	庭園・公園	鑑賞や散策などのために作庭および造成された庭園・公園で、観光的に魅力のあるもの。
	17	建造物	建物、橋、塔などの建築物や構築物(社寺、城郭に含まれるものを除く)で観光的に魅力のあるもの。
	18	年中行事(祭り・伝統行事)	社寺や市町村あるいは各種団体が開催日を決め年中行事として行われているもののうち、観光的に魅力のあるもの。
	19	動植物園・水族館	国内外の動植物を収集、飼育、展示している施設で、観光的に魅力のあるもの。
	20	博物館・美術館	国内外の歴史的資料・科学的資料や美術作品(絵画、彫刻、工芸品等)を収集、保存、展示している施設、および歴史的事象などの記録、保存等のために作られた園地で、観光的に魅力のあるもの。
	21	テーマ公園・テーマ施設	特徴的な概念(テーマ)を表現し、それを体験するために作られた園地や施設で、観光的に魅力のあるもの。
	22	温泉	温泉浴を体験できる施設またはその場での温浴行為で、観光的に魅力のあるもの。
	23	食	日本または地域の自然や歴史、文化を表す特徴的な食事や食文化、食事環境で、観光的に魅力のあるもの。
	24	芸能・興行・イベント	日本または地域の歴史、文化を表す興行や芸能、イベントで、観光的に魅力のあるもの。
	25	その他人文資源	上記に該当しない地域固有の人文資源で、観光的に魅力のあるもの。

(公益財団法人日本交通公社「観光資源台帳」を参考に筆者作成。)

表4 観光資源評価基準

城山地区観光資源調査		観光資源台帳	
ランク	評価基準	ランク	評価基準
ss+	わが国を代表する資源であり、世界に誇示しうるもの。日本人の誇り、日本のアイデンティティを強く示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの	S	特A級資源 わが国を代表する資源であり、世界に誇示しうるもの。日本人の誇り、日本のアイデンティティを強く示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの
ss	ss++ランクの資源に準じ、わが国を代表する資源であり、日本人の誇り、日本のアイデンティティを示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの。	A	A級資源 特A級に準じ、わが国を代表する資源であり、日本人の誇り、日本のアイデンティティを示すもの。人生のうちで一度は訪れたいもの。
s+	その都道府県を代表する資源であり、その地域の誇り、地域のアイデンティティを強く示すもの。その地域を訪れた際にはぜひ立ち寄りしたいもの。	B	特別地域観光資源 その都道府県や市町村を代表する資源であり、その土地のアイデンティティを示すもの。その土地を訪れた際にはぜひ立ち寄りしたいもの。また、その土地に住んでいる方であれば一度は訪れたいもの
s	その市町村を代表する資源であり、その地域の誇り、地域のアイデンティティを強く示すもの。その地域を訪れた際にはぜひ立ち寄りしたいもの。	-	-
a+	その地域を代表する資源であり、その地域の誇り、地域のアイデンティティを示すもの。その地域を訪れた際は立ち寄りしたいもの。	-	-
a	その地域を代表する資源であり、その地域を訪れた際は立ち寄りしたいもの。	-	-
b+	その地域が有している資源であり、その地域の誇り、地域のアイデンティティを示すもの。その地域を訪れた際は立ち寄りしたいもの。	-	-
b	その地域が有している資源であり、その地域を訪れた際は立ち寄りしたいもの。	-	-

(公益財団法人日本交通公社「観光資源台帳」を参考に筆者作成)

## 4.2 観光資源の分析

この結果から、宇都宮市の観光拠点とされる北西部の城山地区には、数多くの観光資源が存在していることを改めて確認することができる。同時に、これらの観光資源が、大谷地域に近接するエリアに多数存在していることがわかる。これらの観光資源を連携させ、相互に補完する形による新たな観光のストーリーを検討することで、この地域全体の更なる発展につながるものになると考える。

本稿では、大谷観光を補完するとの視点から、「歴史的資源」と「スポーツ資源」の2点に焦点を当て、観光資源の概要を述べるとともに、地域振興に向けた活用の可能性について考察する。

## 4.3 多気地域の観光資源

### 4.3.1 多気地域の概要

本稿で対象とする「多気地域」は、宇都宮市の中心部から北西約10kmに位置し、多気山及びその山麓を含めたエリアであり、観光拠点となっている大谷地域に近接する田下町・田野町・福岡町・大谷町の一部である。この中心には、栃木百名山の1つに選定されている標高376.9mの多気山があり、1983年（昭和58年）、この山全体が「多気城跡」として、埋蔵文化財に登録されている。

この地域は、栃木県立自然公園にも指定されており、暖帯と温帯の境に位置しているため、植物の種類が豊富である<sup>6)</sup>。特に、多気山持寶院の社叢には、多くの常緑樹が茂る暖帯林の北限としても知られている。

#### 4.3.2 多気地域の歴史的資源1 多気城跡

これ以降、この地域に存在する個々の観光資源の特長を、「歴史的資源」と「スポーツ資源」の2つに分けて概説する。

多気城跡は、中世における関東最大級の山城として全国的にも知られており、宇都宮氏が一時本拠としたことでも知られている。この地域の呼称である「城山地区」の由来であるとも言われており、地域住民にとっては愛着のある場所である。

その歴史は古く、1063年（康平6年）、地形的条件を備えた多気山に、宇都宮氏の祖である藤原宗円が築城したと伝えられており、かつては山頂部に本丸があったとされ、建物があつた形跡が山頂付近の御殿平に残されている。また、山の南側には城廓が存在し、山裾部には総延長2kmに及ぶ大規模な堀が巡らされていたと言われている。その後も、改築等を経て、1597年（慶長2年）、第22代宇都宮藩主である宇都宮国綱が所領を没収されたことに伴い廃城となるまで、宇都宮氏の重臣が出城の要害地として居城しており、戦国時代末期の天正年間には、本城として機能していたことも、文献等から明らかになっている。この城が廃城に至った逸話は、若干史実とは異なる部分もあるが、「多気城運命の日」という民話として、この地区を中心に語り継がれている。

この城は、山城としての規模が大きく、中世宇都宮氏の動向を知る上で欠かすことのできない重要な城であるが、これまで発掘調査等はほとんど行われていない。1991年、林道東多気線の整備工事に伴い、外郭の堀を張り出させた曲輪部分の発掘調査が行われたのみである。今後の発掘調査によって、この山城の全体像が少しずつ紐解かれ、戦国時代の宇都宮の姿が明らかになることを期待したい。

#### 4.3.3 多気地域の歴史的資源2 多気山不動尊（多気山持寶院）

多気山の中腹に位置し、822年（弘仁13年）、日光開山勝道上人の弟子尊鎮法師により創建された、真言宗智山派の寺院である。当初、馬頭観音を本尊としていたが、1335年（建武2年）、第9代宇都宮藩主 藤原公綱により、氏家の勝山城から不動明王が本尊として遷座され、現在に至っている。

多気山不動尊は、北関東不動尊霊場第18番札所となっており、最近では御朱印を拝受する方を含め、数多くの参拝者が訪れているほか、毎年5月に開催される「多気山 大火渡り祭」には、全国各地から多くの方が訪れて渡火を行い、肌守りを授与されている。

また、多気山不動尊では、自転車の交通安全・無事故祈願が行われており、ロードバイクチーム等の安全祈願・必勝祈願なども行われており、宇都宮市を拠点として活動している自転車ロードレースチーム「宇都宮ブリッツェン」が毎年、安全祈願・必勝祈願を行っていることでも有名である。<sup>7</sup>

#### 4.3.4 多気地域のスポーツ資源1 自転車

大谷観光の周遊エリアを多気地域まで拡大することにより、屋外型アクティビティとの組み合わせによる滞在型ツーリズムの設定も可能となる。ここでは、多気地域が有する観光資源である

「自転車」と「山」の2点について概説する。

多気山の西麓は、毎年10月に開催され、UJIワールドツアーチームが参戦するアジア最高峰の国際自転車ロードレース「ジャパンカップサイクルロードレース」の森林公園周回コースの一部となっており、世界的にも知名度が向上しているエリアである。北麓の「下野萩の道」も、かつてはジャパンカップのコースの一部となっていたが、2015年の台風による被害の影響により、現在、このレースでは使用されていないが、国内のJプロツアー「宇都宮ロードレース」のコースの一部として使用されており、毎年多くの観客がこの地域を訪れているだけでなく、このコースを走行する自転車愛好家の数も多い。

多気山周辺は地形にも恵まれており、ヒルクライムを含む山岳コースを楽しむ新たな自転車ルートの設定も可能である。例えば、林道東多気線・西多気線・南多気線を利用することで、道路の幅員が公認レースを開催する基準を満たしていない部分もあるが、高低差や距離が十分確保でき、周辺道路との交差部分も少ないことから、ジュニアクラスのレースであれば、開催は十分に可能である。また、競技会を開催しなくとも、山岳周遊コースとして設定することで、自転車愛好家を呼び込む十分な魅力を有していると考えられる。

城山地区の地域住民も、その可能性を視野に入れており、城山地区連合自治会が中心となった不法投棄監視パトロールや清掃活動などの地域活動の対象エリアとしての設定を行っている。また、この地域の統合型地域スポーツクラブである「ジョイスポしろやま」の関係者は、恵まれた自転車走行環境があることを活かし、森林公園サイクリングターミナルの指定管理者である「宇都宮ブリッツェン」の運営会社であるスポーツサイクルマネジメントの協力を仰ぎ、自転車競技を団体活動の対象種目の1つとして採用することを検討する余地があると考えている。

これらの取組が実現すれば、自転車競技の聖地としての「宇都宮」の更なる発展につながるだけでなく、大谷観光の周遊性向上に寄与するものとして大きな可能性があると考えられる。

#### 4.3.5 多気地域のスポーツ資源2 登山・ハイキング

多気山（標高：376.9m）は、栃木の山100選にも選定されており、西側の市営駐車場から御殿平に至る「七曲がり登山道」及び多気山不動尊境内から山頂付近に至る2つのルートが整備されており、多くの登山愛好家が訪れている。

また、登山道としては未整備であるため一般的な登山ルートになっていないが、山頂付近と「下野萩の道」の権現神社付近にある森林公園側登山口を結ぶルートも存在している。詳細については後述するが、まちづくり協議会や多気山観光協力会などの地域が主体となった活動として、2019年度からこの登山道の整備作業が進められており、数年後には、北側からの登山道も整備される見込みである。このルートが利用できれば、北に隣接する雲雀鳥屋（ひばりがとや）標高362m、さらには森林公園につながる天狗鳥屋（てんぐとや）標高365mまでの尾根を縦走することができる低山登山ルートの設定が可能になる。

かつては、多気山不動尊の参道には、複数の飲食店や宿泊施設が軒を連ね、特に「多気山のお団子」を求めて多くの観光客が訪れていたが、現在も営業を続けているのは、市営駐車場に隣接

する「桃畑茶屋」1店舗のみとなっている。山を登った後に、おみやげとして購入するのも良いが、団子を購入し、山頂の御殿平の東屋で、多気山の四季折々の豊かな自然や深い歴史を感じながら、また、御殿平で宇都宮の遠景を楽しみながら団子を食すという時間の過ごし方も風流なものではないだろうか。

## 5 地域との連携による取組

### 5.1 城山地区の概要

本稿の対象としている多気や大谷を含むこの地域は、宇都宮市の行政区分において「城山地区」とされており、1954年（昭和29年）の市町村合併によって宇都宮市に統合された旧城山村を中心とした地域である。この地区の名称ともなっている「城山」は、前述した多気山にあった山城「多気城」に由来があるといわれている。

### 5.2 城山地区における取組み

#### 5.2.1 城山地域ビジョン

城山地区では、まちづくり協議会である城山地区コミュニティ協議会が中心となり、2015年（平成27年）8月に、「子どもから高齢者まで心豊かに安心して暮らせるまちにしたい」「これからもずっと住みたい、良さを残したい」「将来、子どもたちが誇れるまちにしたい」などの住民の想いをみんなで実現するための、長期的なまちづくりの指針として「城山地域ビジョン」を策定した。「安全・安心・教育」「健康・福祉」「地域コミュニティ」「観光・地域産業」の4つの部会を設置して、地域を主体とする様々な取組みを行っている。

宇都宮市が策定した「大谷地域振興方針」などとも連携した取組みを推進し、これまでも地域振興に向けた様々な事業を展開している。

#### 5.2.2 地域主体の各種事業

多気地域を対象として、地域が主体となって実施している事業の代表的なものに、「よみがえれ大谷プロジェクトエコ実行委員会」の活動がある。1989年（平成元年）2月の陥没事故などの影響により、衰退の一途をたどっていた大谷や多気地域を、地域住民の力で蘇らせようという目的で、まちづくり協議会である城山地区コミュニティ協議会を中心に、地域内の各種団体、学校関係者、観光協力会、地元有志、造園業者などで構成された組織であり、ここ数年は、秋と春の年2回、多気山周辺の環境整備作業が活動の中心となっており、多気不動尊参道の紫陽花の手入れ、登山道整備、山頂付近の御殿平や中腹の「しもつけの森」への桜の植栽などを行っている。

#### 5.2.3 地域との連携による体制構築に向けて

このエリアの観光を推進していく上で、連携機能の不足を感じる場面が多い。観光庁などは、行政と事業者、さらに地域との効果的な連携を実現するための機能としてDMO (Destination Management / Marketing Organization) などの設置を推奨している。このような組織が中心と

なり、構成団体の1つとして、城山地区コミュニティ協議会などの地域団体が参画することによって、地域の主体性を確保しつつ、地域観光に関する諸課題への適切な対応が可能となり、持続可能な地域振興に繋がるものとする。

## 6 まとめ

近江商人の経営理念である「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」の考え方を、地域観光に当てはめれば、ステークホルダーである「事業者」（観光を振興する立場の行政を含む）、「来訪者」、「地域住民」の「三方よし」となることが、持続可能な地域振興につながるのではないか。本稿の対象とした多気地域・大谷地域を含む城山地区においても、これらの良好な関係が構築され、地域住民とベクトルを合わせた取組が行われることで、一過性のものではない、地域に根付いた振興策とすることができるものとする。

今後、これらの動向を注視しながら、この地域の発展を見守っていきたい。

### 【注】

- 1) 当時の「第5次宇都宮市総合計画」「宇都宮市都市計画マスタープラン」などにおいて、大谷地域振興の課題として、自然景観や大谷観音などの観光資源を活用する「観光拠点としての機能向上」が挙げられており、これに基づいて策定された「大谷観光推進計画」などに沿って、「歴史・文化資源の保存と継承」「大谷石産業の振興」「観光拠点としての魅力向上」を基本テーマとして設定し、地域の活性化に向けた様々な事業が展開されていた。その主なものに「フェスタ in 大谷」「大谷石夢あかり祭」の開催や、「大谷学講座」の開講などがある。
- 2) 『広報うつのみや』2018年2月号・広報うつのみやプラス「新発見 大谷の魅力」, [https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/\\_res/projects/default\\_project/\\_page\\_/001/015/474/ooyaplus.pdf](https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/015/474/ooyaplus.pdf) (2021年3月13日閲覧)
- 3) 2021年2月22日に開かれた宇都宮市長 定例記者会見において、「大谷観光周遊拠点施設(仮称)整備基本計画」に基づき、(仮称)大谷観光周遊拠点施設を整備することが公表された。本稿の対象としている多気地域を含めた周遊拠点となりうる計画ではあるが、事業の詳細が公表されていないため、計画が公表された点についてのみ述べている。
- 4) 「大谷地域振興方針」の目標である年間120万人の観光入込客数を実現し、地域内の交通環境の向上を図るため、ゴールデンウィーク及びお盆の大型連休などに合わせて、2019年から宇都宮市が実施している社会実験であり、基軸となる安全で快適な交通インフラの構築に向けた「交通状況に関する情報発信」「パーク&バスライドの実施」「グリーンスローモビリティの運行」などの事業が試験的に実施されている。
- 5) 公益財団法人 日本交通公社 ホームページ「観光資源台帳」<https://www.jtb.or.jp/research/theme/resource/tourism-resource-list/> (2021年3月20日 閲覧)
- 6) 栃木県ホームページ「とちぎの自然公園 宇都宮県立自然公園<森と湖と奇岩の景勝地>」, <http://www.pref.tochigi.lg.jp/d04/intro/shizen/kouen/kouen.html> (2021年3月13日 閲覧)

7) 多気山不動尊ホームページ「自転車の交通安全祈願」, <https://tagesan.com/jitensya/> (2021年3月13日閲覧)

### 【参考文献・情報】

- [1] 宇都宮市 (2018) 「第6次 宇都宮市総合計画」
- [2] 宇都宮市 (2018) 「第2次 宇都宮市観光振興プラン」
- [3] 宇都宮市 (2018) 「大谷地域振興方針」
- [4] 宇都宮市 (1984) 『うつのみやの歴史』
- [5] 宇都宮市教育委員会 (2008) 「石のまち大谷の文化的景観 保存計画報告書」 pp.74-78
- [6] 宇都宮市教育委員会 (2018) 「宇都宮市 歴史文化基本構想」
- [7] 宇都宮市教育委員会 (1997) 宇都宮市埋蔵文化財調査報告書第42集「多気城跡－林道東多気線建設に伴う埋蔵文化財発掘調査－」 pp.1-6
- [8] 徳田浩淳 (1996) 『宇都宮郷土史 [再編復刻版]』 メディアハウス
- [9] 城山地区コミュニティ協議会 (2015) 「城山地域ビジョン」 pp.1-3

# 大谷石の再利用からみえてきた 地場産材の建造物による景観へのまなざしの転換

A shift in perspective to the landscape composed by local materials  
through the reuse of Oya-stone

三 浦 魁 斗 (宇都宮共和大学 客員研究員)

地場産材の建造物による景観は、全国各地において有益な文化資産として位置づけられている。持続可能な社会の実現が希求されるとともに、都市の縮小時代における建築のあり方が問われる今日、建設資材の「再利用」の可能性に高い関心が払われている。本研究の目的は、栃木県宇都宮市で産出される大谷石に着目し、再利用経験者や採石業従事者等を対象とした再利用に関するヒアリング調査を通じて、地場産材の再利用の展開に向けた指針とその景観論的な意義を考察することにある。調査の結果からは、古材に対する現代的な価値認識が示唆され、地場産材の建造物による景観へのまなざしの転換の重要性が考察された。

キーワード: 大谷石, 再利用, 地場産材, 景観, 歴史まちづくり

## 1 はじめに

### 1.1 研究の背景と位置づけ

建設資材は景観構成要素の一つであり、その産出地や周辺市街地では地場産材を用いた建造物が散見される。グローバル化の加速による市場構造の変化を受けて、画一的な建設資材の利用が進展する今日、産出地やその周辺市街地特有の地域性を反映しているとして、地場産材の建造物による景観は有益な文化的資産に位置づけられることが多数報告されている。

一般に、地場産材を用いた建造物というと、伝統的な農村集落や歴史的な教会など文化財として保存されているものを思い浮かべるであろう。あるいは、カフェとして利用される古民家や蔵など今日的な用途に改修されたものを想定するかもしれない。しかしながら、産出地やその周辺市街地ではそれら以上に、取り壊した建物の一部を古材として再利用する建築行為が日常生活の中で広く行われてきた。実際に現地を訪ねれば、新築の居宅にもかかわらず長年使われているような風合いの地場産材を用いた敷石や、敷地の端に野晒しで積み上げられた地場産材が散見されることに気づく。

ここで、建設資材の再利用に着目した言説をみると、秋山編（1998）は、木材資源を対象に、資源循環による環境負荷低減の視点から建設資材の再利用の重要性を指摘している。また、資源をリサイクルすることの意義として資源の枯渇性、生産に関するエネルギーの節約、有害物質の流出防止、投棄・保管場所の不足を挙げるとともに、古い民家の魅力が「落ち着き」にあるとして民家の現状を憂い、古木の再利用に取り組む事例を紹介している。加えて、解体木材の再利用を推進する正田（2000）や藤平（2008）につづく一連の研究は、持続可能な社会の実現が希求される近年、解体木材の再利用の重要性が認識されつつあることを報告している。以上からは、我が国の主要な建設資材である木材に関しては、ウッドチップに小さく加工するだけでなく、古木として最小限の加工で再利用する動きも進んでいると言える。

こうした建設資材の再利用に対しては、人口減少を基底とした縮小時代に突入し建築のあり方が問われる今日、既存建築が有する建築文化の継承という観点からも関心が向けられている。西洋建築を主として再生・転用の代表例を提示した土屋（2017）や加藤（2017）、伊藤ら（2020）は、既存建物の再生・利活用はあらゆる地域や時代で行われてきた普遍的な行為であり、それこそが新築主義を脱却し縮小時代の建築との付き合い方であると指摘する。また、西洋建築を読み解く過程で、「スポリア」と呼ばれる建築の部材再利用には、実用的な側面と観念的な側面がある。さらに、伊藤（2012）や高根沢（2007）をはじめとする一連の研究は、西洋建築にみられるスポリアの実態とその社会的背景を報告している。これらからは、西洋建築史の分野を皮切りに、主要な建設資材である石材に関する再利用の実態解明が進められていることがわかる。

翻って、国内に目を転じると、木材に劣らず石材の産地が存在することに気づかされる。実際、中江編（1978）によれば、安山岩、花崗岩、凝灰岩、石灰岩等を合わせ 100種以上の石材が全国各地に存在する。にもかかわらず、上述した可能性に反して、国内における石材の再利用に関する議論は十分とは言い難い。例えば、高田（2014）や西本（2020）は、近世の城郭や近代の象徴的な建造物には石材が再利用された痕跡があることを指摘している一方で、三宅（2001）は為政者以上に生活者による再利用が行われたことを推察している。実際に、地域の石材利用の実態を解明した岡田ら（2006）や國居ら（2011）、小林（2001）の研究は対象地における石材の再利用を報告している。しかしながら、その経緯や動機については明らかになっていない。張ら（2015）や三宅・鳴海（1996）による、持続的な利用および景観維持の視点から石材の再利用が有効な方法であるという指摘をふまえれば、生活者による石材の再利用についての実態の検討が必要であろう。

## 1.2 研究の目的

本研究の目的は、栃木県宇都宮市で産出される大谷石を対象に、石材の再利用を経験した居住者と採石業関係者へのヒアリング調査を通じて、石材の再利用の展開に向けた指針とその景観論的な意義を考察することにある。宇都宮市をみると、三宅（2001）が報告するように、地場産材である大谷石を用いた多様な建造物が散見される。こうした特徴から宇都宮市では、大谷石を用いた建造物を景観資源および歴史文化資源として保全・利活用する施策事業が複数展開されている。しかしながら、建造物の解体とともに大谷石が廃棄される現状は、宇都宮市においても例外

ではない。実際に、井上（2014）は大谷石建築物が時代とともに滅失されている状況を定量的に示したが、その一方で、解体された大谷石が再利用された事象を報告している。また、安森・佐原（2013）は震災時に廃棄物として集められた大谷石の再利用による建築を設計し、建築としての可能性を提示した。これらからは、大谷石の再利用に対する肯定的な価値認識や展開可能性が示唆される一方で、いまだその詳細な実態は明らかにされていないことがわかる。

### 1.3 研究の対象

本研究の対象である大谷石は、宇都宮市の大谷町で主に産出される石材である。大谷石は粘土化した火山灰による茶褐色の斑点である「ミス」を含み、その大小によって意匠特性や耐久性が異なる。図1のとおり、明治時代末期から続く大谷石採石業は、最盛期の1970年代ほどの規模ではないものの、現在も稼働している。採石業だけでなく、関連する石材加工業や造園業に従事するものも市内に多数存在する。このように大谷石の取扱いに関連する産業活動が継続する状況下で、経済状況や利用者の需要に応じて今も大谷石は複数の用途で利用され続けている。

## 2 大谷石の利用方法とその体系

### 2.1. 大谷石を「ほる」

以下では、図2に示したとおり大谷石の利用方法について大別した4つについて、順に整理していく。かつて建設材料として大規模に切り出された大谷石は、現在でも数件の採石業事業所によって切り出され、内外装材や工芸品といった方法で主に用いられている。とりわけ内外装材への大谷石の利用を促す施策として、宇都宮市による「大谷石利用促進補助金制度」や、栃木県による「とちぎ県産石材利活用促進事業補助金」がある。こうした「ほる」ことによって切り出された大谷石の変化からは、利用形態の小規模化や石材の高付加価値化が進んでいる状況がみられる。

### 2.2. 大谷石を「まもる」

一方で、既存の大谷石建造物に対しては、歴史的・文化的価値が認められたものが保存される

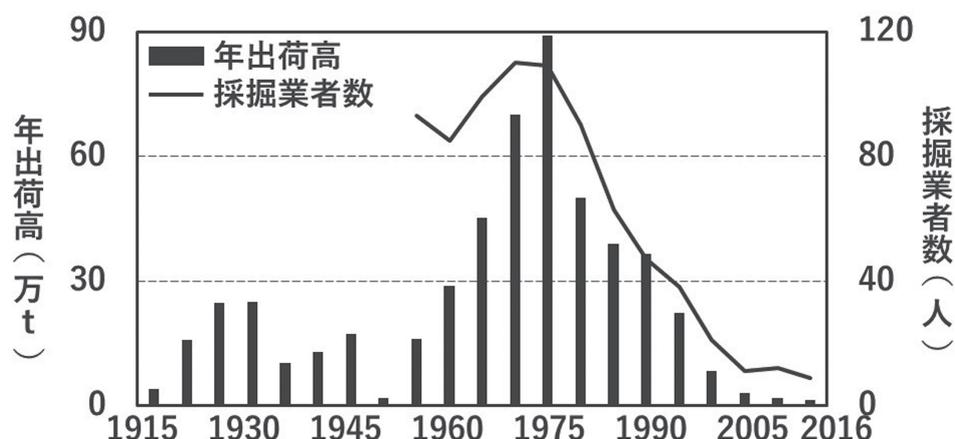


図1 大谷石採石業の変遷

(大谷石材協同組合の資料を参照に筆者作成)

動きもみられる。実際に、有形文化財のリストからは、宇都宮市内では2021年3月26日時点で16の大谷石を用いた建造物が確認された。また、2018年に日本遺産に登録された大谷石文化の構成要素の一つである大谷石の坂道は、2020年に宇都宮市の補助によって全面復元が実施された<sup>1)</sup>。これらからは、「まもる」対象が優品としての文化財だけにとどまらず拡大していることが確認される。

### 2.3. 大谷石を「いかす」

また、地域活性化や観光振興を目的として、現代的な機能を持つよう既存の大谷石建造物を改変する動きも今日みられる。こうした利活用を推進しようと、宇都宮市は2018年に「大谷石建造物の保全・活用のための耐震診断・補強ガイドライン」と「大谷石建造物の保全・活用に向けた解説集」を発行した。宇都宮市が紹介する大谷石建造物の活用例を概観すると、「いかす」用途は飲食店だけでなく、ギャラリーや複合施設など多様化していることがわかる。

### 2.4. 大谷石を「こわす」

取り壊しとなった既存の建造物の石材を再利用する場合、その手法は大きく2つに分けられる。砕石や石粉の再利用は、採石時や加工時に出る端材を廃棄せずに農業肥料や新たな建材などに利用する取組である。これらは解体された古材にも有効であり、細かく砕かれた大谷石は、農業用の複合肥料や、セメントと固めた新大谷石として用いられている。

対して、部材の再利用は取り壊した石材を最小限の加工で建造物に利用するものである。こうした動きは、東日本大震災による大谷石の廃棄が社会問題化した際に関心が集まった。例えば2011年6月の新聞記事は、震災時に廃棄された大谷石の処理方法として再利用が推進されたことを報じている。

「(前略)10日現在で災害廃棄物は(中略)県内で計17万8820<sup>ト</sup>にのぼっている。そのうち8万6082<sup>ト</sup>(48.1%)は大谷石が占める。(中略)処理方法については、仮置き場での分別の徹底をはじめとする適正な管理や、瓦や大谷石は積極的な再利用を推進する、などの留意点を示した。

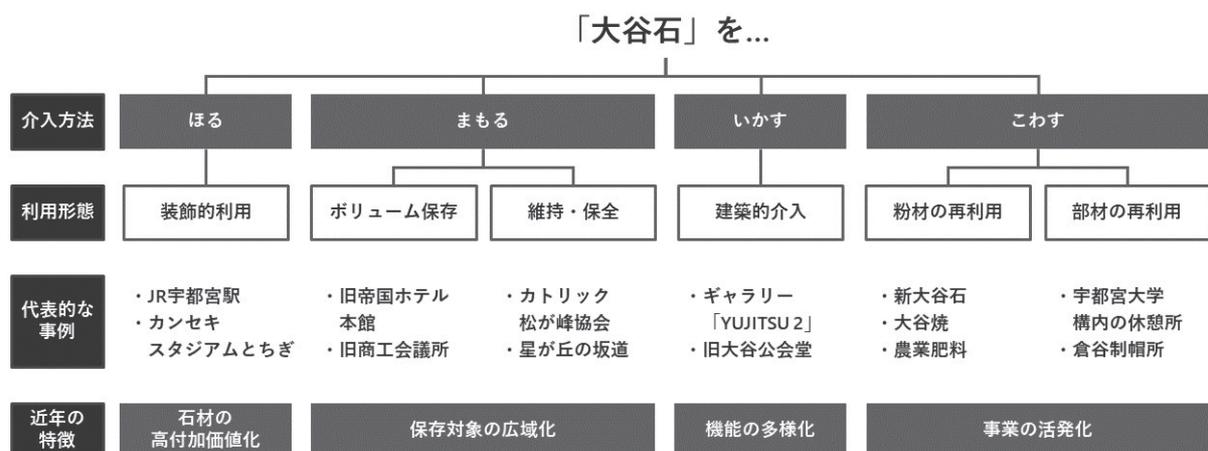


図2 大谷石の利用方法

(筆者作成)

(後略)』『朝日新聞栃木版』2011年6月22日朝刊「県が廃棄物処理計画 震災で発生 今月末までに決定」

### 3 宇都宮市における大谷石の転用・再利用の現状

前章からは、大谷石の利用方法が多面的に活発化しているものの、部材の再利用については、まちづくり活動の一環として積極的に価値づけられていない現状がうかがえる。一方で、上述の事例も含め、大谷石の再利用という事象は写真1や2のような敷石、写真3のような庭石のように複数みられる。例えば、中古品の売買や譲渡ができるWebサイト「ジモティー」では、大谷石を譲ってほしい、買い取ってほしいという投稿が複数確認される<sup>2)</sup>。また、石材業者や造園業者のWebサイトからは、大谷石の再利用施工例が散見される<sup>3)</sup>。このように、大谷石の再利用に関する事例こそ確認されるものの、その経緯や動機、施工業者の認識などは明確化されていない。そこで本章では、大谷石の再利用の実態に着目し、個別具体的な調査を実施した。

#### 3.1 調査の概要

近年の大谷石再利用の実態を捉えるため、現地調査の中で面識を得た、再利用を経験した近隣住民1名、再利用に詳しい採石業従事者2名と元採石業従事者1名、ならびに大谷石材協同組合に対し、半構造化インタビュー（実施時期：2019年11月～2021年3月）を実施した。

#### 3.2 調査の結果

##### 3.2.1 大谷石の再利用に対する認識

各対象の語りを質問項目ごとに整理した結果を表1に示した。調査の結果、多数の関係主体において大谷石の再利用を相談されたことがある事実が確認された。実際に再利用した居住者や関連する相談内容からは大谷石の再利用に求める役割として、実利的側面と観念的側面がみられた。まず、実利的側面としては、大谷石を廃棄する労力や費用を省きたいと考える利用者の存在や、業者を介さずに自ら再利用する地域住民の存在も確認された。また、実際に石材業者の一家は、新しいものよりも安価で古材を販売していたという。

一方で観念的側面については、大谷石「だからこそ」使いたいという素材性を重視する発言と、「古い」大谷石を使いたいという歴史性を重視する発言が確認された。ある石材業者は依頼人に、ツル目（ツルハシで採掘された跡が残る石目）が好きだから再利用したい、と言われたという。



写真1～3 大谷石の古材を再利用した事例

(筆者撮影)

表1 大谷石の再利用に関する調査結果

対象者	再利用経験者 (70代, 女性)	石材業者 (30代, 男性)	石材業者 (40代, 男性)	元採石業従事者 (70代, 男性)	組合 (50代, 男性)
調査情報	2019年11月 (60分)	2021年3月 (120分)	2020年8月 (120分)	2020年8月 (60分)	2020年8月 (80分)
大谷石の再利用への関与	<ul style="list-style-type: none"> <li>家を建てたとき塀を作ろうかということになり、石屋さんにお任せした。東日本大震災のとき、二段に積み重なっていた大谷石の塀が崩れてしまった。石を処理するのもお金がかかるし、家にスペースがあったので息子と孫に手伝ってもらって、庭のいろいろなところで使うことにした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>解体・廃棄される予定だった大谷石塀を再利用して、敷石や外壁にする施工に立ち会ったことはある。</li> <li>再利用の相談はくることが多いが、加工のしにくさやそのコスト、機能や構造の不安などを説明してお断りすることが多い。</li> <li>解体された大谷石を引き取ることはある。新大谷石に利用したり、他の会社に処分してもらったりしている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100年以上昔の石蔵から解体された大谷石をストックしており、ツル目が好きなので使いたいという相談を受けた。</li> <li>10年位前に、蔵から解体された大谷石を会社の倉庫に使用する依頼を受けて施工した。</li> <li>3年位前に、石蔵から解体される大谷石をネット経由で買った人から、地方移住する際その石で蔵を建てたいという相談を受けて施工した。</li> <li>解体された大谷石をストックし販売している。敷石とか簡単な土留めとかに利用されるらしい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分で作る車庫に大谷石を使いたくて、古材でいいから大谷石を売ってほしいって人がいた。</li> <li>自分の石蔵を解体するってなったときに、使いたい人がいるならその大谷石をあげてもいい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地元の建築家から、古材の大谷石を再利用したいという相談を受けた。</li> <li>移築される予定の旧大谷公会堂は、できる限り元の大谷石を再利用していく方針。</li> <li>大谷石を壊すだけでもったいないので再利用できないだろうか、という住民からの相談は来る。</li> </ul>
大谷石再利用を進めるうえでの課題・展開可能性		<ul style="list-style-type: none"> <li>石屋からしたら加工の難しさ、加工費の高さ、構造面の不安が気になってしまう。</li> <li>大谷石の古材を再利用して記念品を作る提案を聞いたこともあり、再利用のニーズはあると思う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>解体費とか廃棄物処理費とかが減るから、解体した人からしたらお得。ただ、解体業者との調整がみそになると思う。</li> <li>きれいに再利用するのなら、石屋が解体しないと難しい。運搬コストのほか、石蔵を解体するとなると足場の確保が必要だし、塀とか土留めとかも再利用を前提として解体するとなると値段が高くなる。ただ、きれいに切り出したとしても割高になることはないと思う。</li> <li>古材好きな設計士とかデザイナーとか店とかは高くても使いたいかも。</li> <li>安いのが買いたい人、高くても買いたい人がいる。両者の目的に応じたものになるとうまくいくのでは。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>供給量の確保を考慮しないため。</li> <li>石が集まれば情報が集まって、トラックの貸し出しのビジネスとかクリエイティブなことが生まれるかも。</li> <li>商品開発が重要。建物ではない使い方がよいのでは。建物にすると法律上の手続きや規制が面倒。</li> <li>使う量が多いと運搬も大変。結局高くついたりとかになると、使いたいと思う人は少ないかも。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>置き場をどう確保するか。石材置き場には重機を入れることもあるとなると、誰が管理するのか。</li> <li>大谷石は近いうちに枯渇してしまう。その先を見据えることは重要。</li> <li>材料費はタダだけど再利用を前提とすると解体する技術が必要になってくると思う。石が使えるとか診断したり、石を積んだりする技術も必要。運搬のコストもかかる。</li> <li>手掘りの石は質がいいから再利用して使い続けられると思う。</li> <li>「廃材のリサイクル」がメインだとすれば、ほかの業者ともうまくいくのではないかと。</li> </ul>

(ヒアリング調査をもとに筆者作成)

また、石蔵の移築を受けた際には、運搬費や足場の確保、丁寧な解体が必要とされ、当初想定したよりも高コストとなったが、依頼人からは承諾されたという。

### 3.2.2 大谷石の再利用に対する可能性や課題

次いで、大谷石の再利用に対する可能性や課題に関しては、需要面と供給面に分けられた。まず、需要面に関しては、コストの低廉性や古材への肯定的な価値認識を展開可能性ととらえるものがみられた。他方で、期待されるほど安くはならないのではないかと、といった懸念や、古材の特性を活かした商品開発を課題視するものもみられた。次に、供給面に関しては、今後の大谷石の採掘量を見越した肯定的な発言がうかがえた。他方で石材業者からは、高度な解体・加工技術が求められることを懸念するもの、供給量の確保や管理主体等に関する関係主体との調整を不安視するものもみられた。

### 3.3. 大谷石の再利用の展開に向けた指針

以上の結果をふまえ、本節では大谷石の再利用の展開に向けた指針を考察する。まず、需要面に関しては、古材の大谷石の現代的な役割を提案し需要喚起につなげられるかが重要である。そのためにも、木材の解体・販売・施工を目的に長野県諏訪市で開業した「リビルディングセン

ター・ジャパン」<sup>4)</sup>や、福井県福井市の地場産材である笏谷（しゃくだに）石の再利用を進める「笏谷石バンク」<sup>5)</sup>の事例をふまれば、素材性を活かすことが出来る石材業者や歴史性を活かすことが出来る造園業者・建設業者等との連携が必要であると考えられる。また、古材の大谷石にはDIYのための手ごろな資材としての役割もあることが推察されるため、そうした需要の存在を発信し共有することも重要であろう。

次いで、供給面に関しては、量・質ともに十分な供給体制の構築が重要である。例えば、兵庫県神戸市の地場産材である本御影石の地域内流通を促す「石の銀行」の取組<sup>6)</sup>や、自治体の協力が古材のストックの保存につながると指摘した土山・大影（2019）の研究をふまえ、地域社会での軋轢を生まないよう地方自治体が舵を取り、解体・加工・施工に係る事業者を含めた組織体制を構築することが望ましいと考えられる。また、置き場の規模や立地、管理主体に関しては、石の銀行のような石材業者との連携に加えて、行政と協力した市有地の暫定利用や、地域住民との連携による私有地の利用なども検討すべきと考えられる。

## 4 おわりに

### 4.1 まとめと考察

本研究では、近年の大谷石の利用方法の文脈のなかに部材の再利用を位置づけ、事業者や再利用経験者に対する調査から、再利用の実態や今後の展開可能性を明らかにした。再利用の実態については、先行研究でも指摘されているとおり実利的側面や観念的側面が存在する可能性を確認した。また、大谷石の再利用を進めるうえでの課題については、需給構造に対する肯定的な側面と否定的な側面の存在がうかがえた。こうした部材を再利用する取組は、近年においては地域の歴史に根差したまちづくりとしての役割を担う可能性がある。例えば、奈良県高取町における歴史遺産を生かしたまちづくり事業の一環である石畳の形成には、廃止された旧阪神電鉄国道線の敷石が再利用された<sup>7)</sup>。また、兵庫県佐用町における佐用川の護岸には、発掘された江戸時代初期の石垣が再利用されている<sup>8)</sup>。以上の古材の再利用に対する価値認識をふまえ、ここでは大谷石の再利用が今日の景観論に投じる2つの論点を示すことで本研究のまとめとしたい。

#### 4.1.1 地場産材の建造物による景観へのまなざしの転換

1つめは、地場産材の建造物による景観へのまなざしの転換に関するものである。全国各地に存在する地場産材の建造物による景観の多くは、それらが表出する地域性ゆえに保全対象とされてきた。しかし、三浦ら（2020）が指摘するように、地場産材の建造物保全の目的は観光振興に偏重しているようにも見受けられ、ともすればその価値が積極的に位置づけられないまま、地域の歴史や文化に根差したものが失われかねない。これに対し、再利用という文化的建築行為によって地場産材の建造物による景観が地域住民により自律的に維持されてきたことが実証されるのであれば、たとえ観光資源としての経済的利用価値が見出されなくとも、地域の産業活動や社会状況を読み解くことができる文化遺産としてそれらに積極的な価値づけが行われるべきではないだろうか。

#### 4.1.2 再利用という行為に対する景観論的な認識の再考

2つめは、上述の論点を受け、再利用という行為の景観論としての位置づけに関するものである。従来、地場産材の建造物による景観の形成を考慮する際、用いる地場産材が表出する歴史性は考慮されることは多くない。また、維持・保全については可能な限り既存建造物と同じ材料を使用することが望ましいとされているが、風化や破損等の理由でそれが難しい場合は新しい材料や代替材料を使用することとなっている。これに対して、大谷石の再利用からみえてきたのは、再利用が単に景観維持のための手法ではなく、その歴史性を継承することに与する手法である可能性であり、実際の景観計画や文化財保全の構想のなかに「再利用」を組み込むことは一考に値するのではないか、ということである。

#### 4.2 今後の検討課題

本特集では、多数の関係主体への調査にもとづく実態把握を試みたことにより、大谷石の再利用が地域特有の景観を自律的に維持してきた可能性を示した。今後の課題としては、①造園業者や建設業者といった施工業者へのヒアリング調査、②利用者を対象とした再利用の定量的な実態把握などが挙げられる。

本研究の遂行にあたっては、大谷石材協同組合の皆さまにご協力を賜りました。末筆ながら厚く御礼申し上げます。

#### 【注】

- 1) 星ヶ丘1丁目大谷石畳保存会事務局（2020）、『星ヶ丘1丁目大谷石畳道路改修復元記念誌』、星ヶ丘1丁目大谷石畳保存会事務局。
- 2) 株式会社ジモティー、「地元の掲示板 ジモティー」、<https://jmt.jp>（2021年4月5日閲覧）。
- 3) 例えば、株式会社マルオカ「Ameba ブログ」、<https://ameblo.jp/oyaishi-maruoka/entry-11750846446.html> や、株式会社イケダ「無垢空工房」、[http://www.wood-ikeda.co.jp/publics/index/24/detail=1/b\\_id=149/r\\_id=913/](http://www.wood-ikeda.co.jp/publics/index/24/detail=1/b_id=149/r_id=913/)（いずれも2021年4月5日閲覧）にみられる。
- 4) 株式会社 ReBuilding Center JAPAN「ReBuilding Center JAPAN」、<http://rebuildingcenter.jp/>（2021年4月5日閲覧）
- 5) 『朝日新聞福井版』2020年10月21日朝刊「笏谷石バンク、現代へ倍返し 1級建築士ら、再利用促進『福井の礎』新たな魅力を」
- 6) 当該記述は、2021年1月6日に実施した現地視察と関係者へのヒアリング調査にもとづく。
- 7) 『朝日新聞』1996年12月28日夕刊「廃線・震災…敷石生きた 奈良で石畳に 旧阪神電鉄国道線」
- 8) 『朝日新聞播磨版』2012年12月1日朝刊「江戸時代の石垣 佐用川の護岸に 利神城屋敷跡から出土」

## 【参考文献・情報】

- [1] 秋山俊夫編（1998）『木材のリサイクル』産調出版 木材を生かすシリーズ, 5.
- [2] 疋田洋子（2000）「解体材の再利用～循環型社会をめざして～」『木材保存』, Vol.26（1）, 4-16.
- [3] 藤平真紀子（2008）「住宅解体木材の再利用・再使用における居住者からみた現状と課題～奈良市内の二地区での調査を通じて～」『日本家政学会誌』, Vol.59（7）, 493-502.
- [4] 土屋和男（2017）「都市デザイン史から見た近代化遺産の再生・転用」『常葉大学造形学部紀要』, 16, 71-84.
- [5] 加藤耕一（2017）『時がつくる建築～リノベーションの西洋建築史～』東京大学出版会.
- [6] 伊藤喜彦ら（2020）『リノベーションからみる西洋建築史』, 彰国社.
- [7] 伊藤喜彦（2012）「サン・ミゲル・デ・エスカラダ教会堂における円柱使用法について～中世キリスト教建築とイスラーム建築における円柱の使用方法に関する研究(1)～」『日本建築学会計画系論文集』, Vol.77（675）, 1257-1264.
- [8] 高根沢均（2007）「サンタニューゼ・フォーリ・レ・ムーラ聖堂におけるスポリアの配置とその意味」『日本建築学会計画系論文集』, Vol.72（616）, 191-197.
- [9] 中江勁編（1978）『石材・石工芸大事典』, 鎌倉新書.
- [10] 高田祐一（2014）「石垣用石材の継承と再利用」『独立行政法人国立文化財機構奈良文化財研究所』, 54-55.
- [11] 西本昌司（2020）「名古屋城石垣に使われている石材の岩石種」『地質学雑誌』, Vol.126（7）, 343-353.
- [12] 三宅正弘（2001）『石の街並みと地域デザイン～地域資源の再発見～』, 学芸出版社.
- [13] 岡田幸子ら（2006）「北九州における路面電車の敷石の流通と利用に関する研究」『土木計画学研究・論文集』, Vol.23, 381-388.
- [14] 國居郁子ら（2011）「地場材料玄武岩に着目した集落景観構成に関する一考察～兵庫県豊岡市赤石集落を事例として～」『日本建築学会計画系論文集』, Vol.76（665）, 1241-1249.
- [15] 小林章（2001）「金沢における戸室石利用の意義」『ランドスケープ研究』, Vol.65（5）, 487-490.
- [16] 張平星ら（2015）「京都の寺院における白川砂の利用と維持管理」『ランドスケープ研究』, Vol.78（5）, 497-500.
- [17] 三宅正弘・鳴海邦碩（1996）「地場石材による石垣景観の形成とその特性維持に関する基礎的考察～阪神間・六甲山麓部における住宅地を事例に～」『都市計画論文集』, Vol.31, 193-198.
- [18] 井上俊邦（2014）「歴史的建造物の保存・活用とその方策に関する調査研究～大谷石建造物を事例に～」『市政研究うつのみや』, 2, 27-36.
- [19] 安森亮雄・佐原謙介（2013）「震災がれき大谷石の再利用による休憩所兼喫煙所」『日本建築学会』, 建築デザイン, 14056, 112-113.
- [20] 土山寛太・大影佳史（2019）「地場産材本御影石の現状と転用・再利用の可能性」『日本建築学会』

都市計画, 7224, 475-476.

- [21] 三浦魁斗ら (2020) 「宇都宮市の市街地に広がる産業遺産としての大谷石建築物・構造物の特徴」『都市計画論文集』, Vol.55 (3), 1402-1408.

## 学生提案 成果報告

宇都宮共和大学シティライフ学部では、「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、まちづくりの担い手となり得る資質を備えた人材を育成するための教育研究活動を行っている。学生はゼミナールにおいて、都市におけるさまざまな課題を発見し、その解決策を考案し、また解決策を現場で実践するなどして研究活動を1年間進めてきた。その活動の集大成となるのが、学外で行われている学生の提案発表会に参加し、ゼミナールでの活動を報告することである。こうした一連の教育活動は、本学の特色ともなっている。

宇都宮市の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2020」には、本学から5つのゼミナールが参加し、西山ゼミ3年が第2位に、渡邊ゼミ2年が第3位に入賞した。これらのゼミナールは、2021年1月14日に宇都宮市長との意見交換会にも出席した。

また、大学コンソーシアムとちぎが例年主催している「学生&企業研究発表会」は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で中止され、その代替として、学生の研究活動の記録のため「2020年度大学コンソーシアムとちぎ研究発表要旨集」に掲載する原稿の募集があった。本学シティライフ学部からは4つのゼミナールが原稿を投稿した。

以下では、「大学生によるまちづくり提案2020」の提案骨子の資料と、「2020年度大学コンソーシアムとちぎ研究発表要旨集」に掲載された発表資料を紹介する。なお、宇都宮市と大学コンソーシアムとちぎのウェブサイトにもそれぞれ提案の骨子資料が掲載されている。

### (1) 「大学生によるまちづくり提案2020」

(主催：うつのみや市政研究センター，2020年12月18日開催)

- ① 「あつまれ ～みやのまち～」 和田ゼミ2年
- ② 「サイクリングで宇都宮に想いを馳せる ～映画を活用したまちづくり～」  
田部井ゼミ3年
- ③ 「FAN × FUN OHYA ～グリーンツーリズムで大谷にファンを」  
渡邊ゼミ2年 (第3位)
- ④ 「若者が楽しめる「シテイクエスト」～with&after コロナ時代のまちあるき～」  
西山ゼミ3年 (第2位)
- ⑤ 「仮想空間うつのみやを疑似散歩して情報をゲットしよう」  
高丸ゼミ

(2) 「2020年度大学コンソーシアムとちぎ研究発表要旨集」

(主催：大学コンソーシアムとちぎ) 第17回学生&企業研究発表会

⑥ 「映画を通じたまちづくり——映画館「ヒカリ座」を例に」

吉良ゼミ

⑦ 「栃木市を四季で感じよう～まだまだ知らない栃木市の魅力～」

今ゼミ3年

⑧ 「大谷景観復活プロジェクト—夜の犬谷を活かした活性化の取り組み」

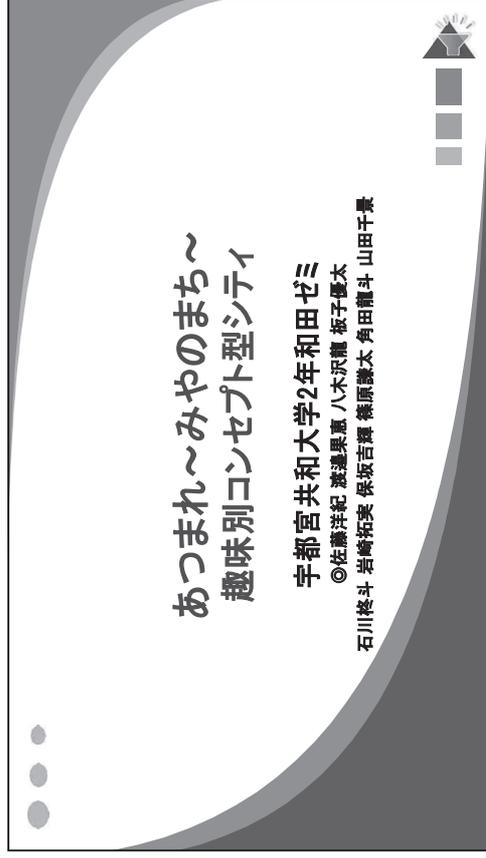
西山ゼミ2年

⑨ 「FAN × FUN OHYA ～グリーンツーリズムで大谷にファンを」

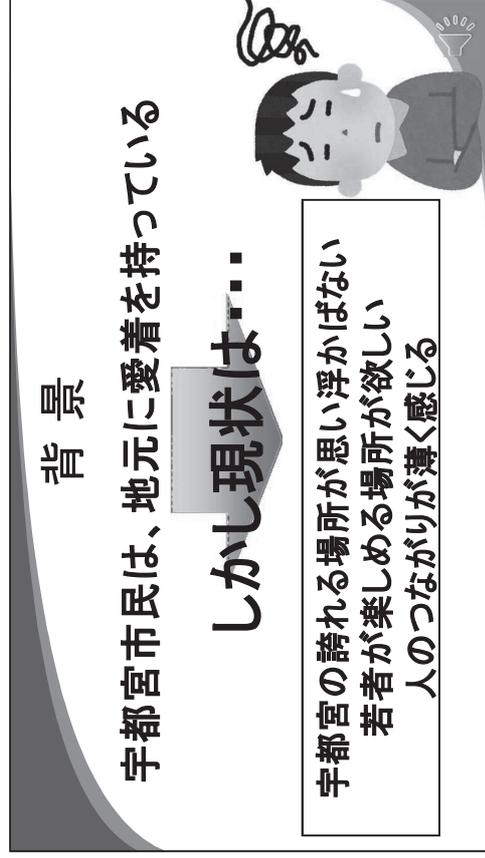
渡邊ゼミ2年

## 学生提案成果報告①

あつまれ～みやのまち～
提案団体名：宇都宮共和大学 シティライフ学部 2 年和田ゼミ
メンバー：◎佐藤 洋紀, ◎渡邊 果恵, 八木沢 龍, 板子 優太, 石川 柁斗, 岩崎 拓実, 保坂 吉輝, 篠原 謙太, 角田 龍斗, 山田 千景
指導教員：和田 佐英子



<p><b>【提案の要旨】</b>          現在、日本では少子高齢化が進行しており、歯止めがかからない。近い将来、人口がさらに減っていく、地方は若者の奪い合いになっていくと考えられる。それは宇都宮市も例外ではなく、対策は急務である。そこで我々は、宇都宮に地縁のある若者を留まらせるべく、テーマ別の施設などを一つの場所に集めて街を作ることで、同じ趣味の人を集め、つながりを深める。          同じ趣味を持つ人々を集めることで、人のつながりを増やし、つながりを作れる宇都宮へのFANを増やすことで、FUNな街にしておくことが目標となる。          コロナの影響で、インタビュー調査等の満足な調査ができずにいたが、文献等による様々な資料を集めてみたところ、転居による不安面として、人間関係、娯楽、買い物、交通などが上がった。          以上により、本提案では、宇都宮にテーマ別の施設などを一つの場所に集めて街を作ることで、同じ趣味の人を集め、人と人とのつながりを深くする「コンセプト型住宅地」を提案する。</p>
--



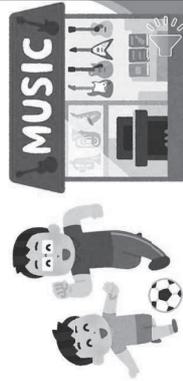
そこで私たちが提案するのが

## 趣味別コンセプト型シティ

さまざまなお店や施設、住宅などをいくつかの趣味でコンセプト化して一つのエリアを作り、集約させて一つのまちをつくること

### まちのつくり

- ①まちの中がさまざまな趣味でコンセプト化され、エリアで分けられる
- ②そのまちにある施設やお店などはすべて、人とのつながりを持つことをポイントとして作られる
- ③お店や事業の経営やイベントなどを、市民が主体となって実施する



## 解決するための目標

- ・ 宇都宮の人たちが自信をもって魅力的だといえる場所を作ること
- ・ 年齢関係なく誰でも楽しめるような場所にすること
- ・ 人とのつながりができる場所を作ること

## コンセプト別の例

### 音楽

【住宅、マンション、シェアハウス】  
音楽の練習室を完備、部屋の内装に音楽を感じさせるデザインを用いる

### 【お店】

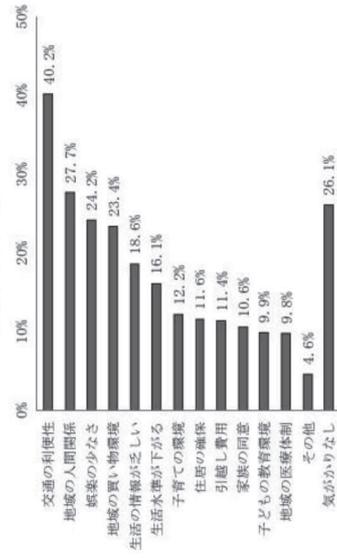
楽器屋、レコード・CDショップ、ジャズバーなどの音楽の生演奏を聴ける飲食店

### 【その他】

演奏会ができる屋外広場、レンタル練習室、ストリートピアノの設置

## 現状分析

図表4-11 転居にあたっての生活面の気がかり(複数回答)  
【地方移住者】N=909

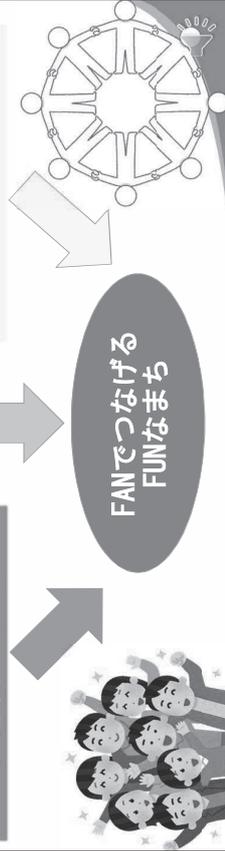


出所：独立行政法人 労働政策研究・研修機構「JILPT 調査シリーズ No.152 UIJ ターソンの底層・支那と地方の活性化 一若年層の地域移動に関する調査結果一」2016年5月12日

## この提案に伴う効果 趣味による楽しみ

市民が作り上げる  
宇都宮の魅力

まちで出会う人  
とのつながり

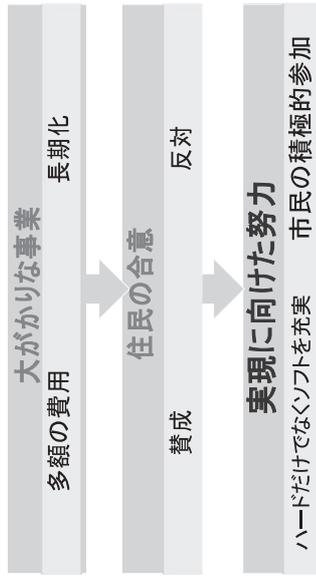


## 趣味別コンセプト型シティが作られたら・・・

- 😊 新たな宇都宮市民の魅力を生み出す場所ができる
- 😊 外部の人との関わりを持つきっかけの場所になる
- 😊 日常生活をより充実させることができる

市民の宇都宮への親しみをより深め、  
誰もがずっと住み続けたいくなる楽しさが詰まったまちへ

## 事業実現に向けての課題



## 参考文献

- ▶ 独立行政法人 労働政策研究・研修機構『UIJ』ターンの促進・支援と地方の活性化 ―若年期の地域移動に関する調査結果―』2016年5月（ JILPT 調査シリーズ No.152 ）
- ▶ 宇都宮市『宇都宮市人口ビジョン～ 100年先も誇れるまちを、みんなで。～ 令和2年3月改定版』2020年3月

## 学生提案成果報告②

<p>サイクリングで宇都宮に想いを馳せる ～映画を活用したまちづくり～</p>
<p>提案団体名：宇都宮共和大学 3 年田部井ゼミ</p>
<p>メンバー：◎大塚瑛博、荒井大輝、大平凱斗、高瀬陽也、山田拓実</p>
<p>指導教員：田部井 信芳</p>

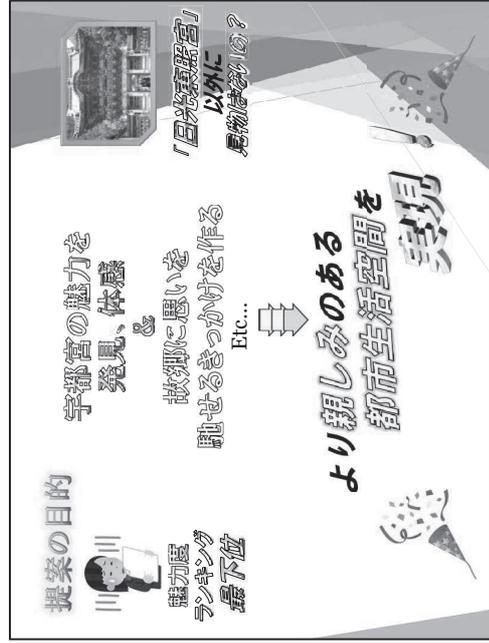
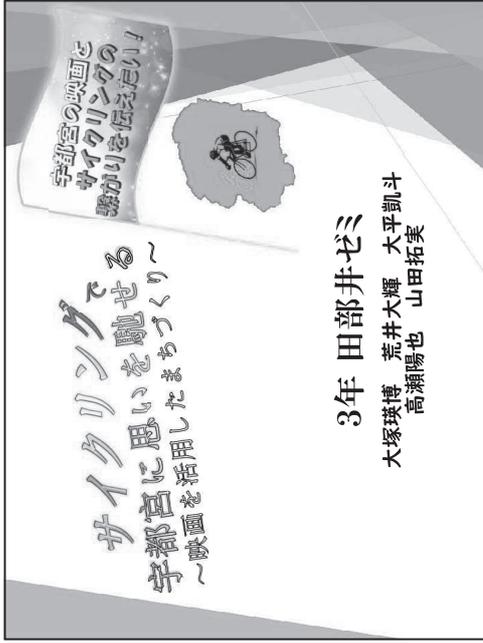
### 【提案の要旨】

映画という娯楽は人々を癒し、日々生きる糧を与えてくれるものである。宇都宮市内には数々の映画撮影地が点在しているが、その貴重な資源を活かしきれないのが現状である。地元で撮影された映画を知ることにより、愛着心を深めるということを目的とする。

この目的から、映画FANと自転車の街を絡めたサイクリングFANをつなげ、映画撮影地のコースを巡ってもらい、映画と自転車の双方からアピールを行う。観光資源の強化を図る一方で、スクリーンの中の世界に想いを巡らせられる、FUNな街として推し進めたい。我々は、宇都宮の主に市街地で撮影された映画を調べ、その中から抽出した数か所の撮影

地を結び、コース選定を行った。そして実際にコースを巡り、所要時間等を計測した。

以上から本提案では、選定したコースを「映画が愉快撮影地周遊ルート」として宇都宮自転車マップに登録すること。そして、一目でその場所が映画撮影地だと分かる「シネマスポット」と題した目印を設置するという施策事業を提案する。



提案の目標・テーマ

映画 & 自転車

「FANが繋げる 宇都宮FUNな街」

映画ファンやサイクリングファンの繋がり、より宇都宮を映画やサイクリングの街としての魅力や知名度の上昇を狙う。

映画と自転車に興味がない人でも、「あへ、こんな映画撮ってるんだ」と想ってもらえるだけで、地元に着者が湧く様にしたい。

前スライドの作品の撮影場所と地図による位置関係

遠雷コース 所要時間 30分 運動量 210kcal

シンゴジラコース 所要時間 30分 運動量 210kcal

漫画原作コース 所要時間 45分 運動量 315kcal

人気の作品からマニアックな作品まで... 宇都宮には意外と撮影地が多い！

更に絞り...

キングダム デスノート 町田くんの世界 榎山課長の七日間 ゴースト もらいちど抱きしめたい 遠雷 シン・ゴジラ 20世紀少年(最終章) 僕らの旗 海月姫 ちはやぶる

なぜ絞ったの?

デスノート 町田くんの世界 遠雷 シン・ゴジラ 海月姫

宇都宮は撮影地が豊富！

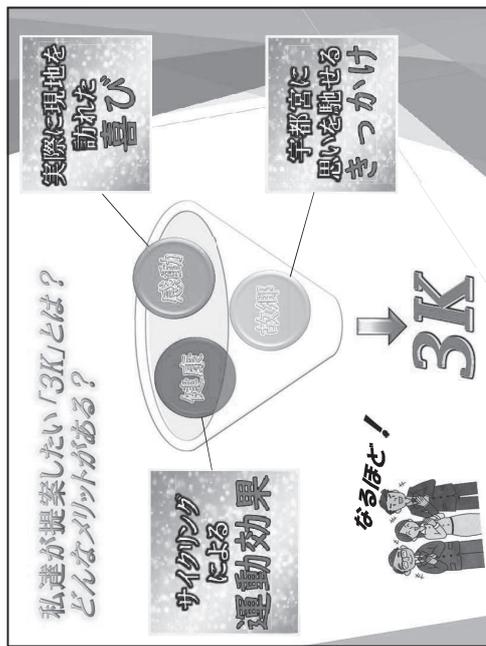
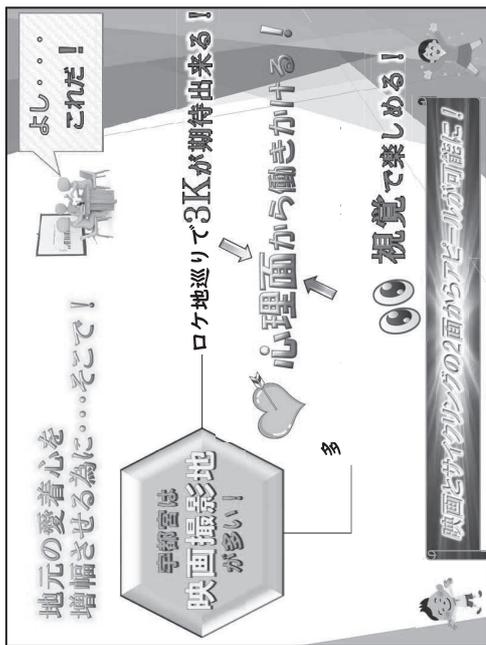
シネマロボットの説明

一目でどの場面か分かる

映画ファンの人には勿論、映画を知らない人にとっても嬉しい目印に！

追加の映画情報

※あくまで一例です



提案を実現する為の問題点 **どんな提案にも問題は付き物・・・**

周知方法  
**解決：シルバークラスや都内の大学に周知**

著作権問題  
**解決：宇都宮フィルムコミッションとの連携**

シネマスポットの設置による景観問題  
**解決：一人一人のニーズに応える**

貴方の意見で景観は守れる

以上になります

**ご清聴有難う御座いました！**

### 学生提案成果報告③

<p>FAN × FUN OHYA</p> <p>～グリーンツーリズムで大谷にファンを～</p>
<p>提案団体名：宇都宮共和国 シティライフ学部 2 年渡邊ゼミ</p>
<p>メンバー：◎松山晃廣，榎井龍希，小林勇貴，岡田萌那，長嶋伶奈， 田中悠太郎，須藤新大，ツウウシンバータル・ブルガナー</p>
<p>指導教員：渡邊 瑛季</p>



#### 【提案の要旨】

宇都宮市有数の観光スポットである大谷町の新たな観光資源をつくるため、本提案では、大谷町の豊かな自然や農業を武器にして「食と観光を組み合わせた大谷町ならではのグリーンツーリズム」を開発し、新たな観光資源として確立させ、大谷町のファンをつくることを提案する。

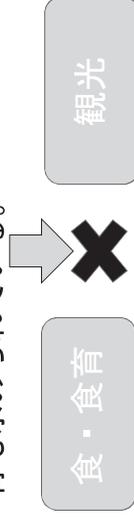
大谷町ならではの食や農業について知る機会としてグリーンツーリズムを行うことで、それに参加した人たちが大谷町の「FAN」となり、そこで得た楽しさや学びの面白さが伝播し、新たな魅力をもった「FUN」な大谷町へとつなげていくことが本提案の目標である。

この目標を達成するため、私たちが大谷グリーン・ツーリズム推進協議会の協力のもと、7 月から週 1 回程度のペースで大谷町の農家を訪問して観光資源を見つけ、食と観光を組み合わせたツアーを計画し、その準備をしてきた。このツアーを 12 月 3 日に開催した。

「大谷町ならではのグリーンツーリズム」を大谷町の新たな観光資源のひとつとして確立させ、大谷町の新たなファンづくりを目指す。

#### 経緯

- ・ 当ゼミでは現代のツーリズムについて研究している。
- ・ 現在グリーンツーリズムの多くは農作物の収穫が観光の主であり、それ以外の体験がほとんどできない。
- ・ 現代は食や農業への理解が不足し、食育も求められている。



## 経緯

宇都宮の観光地といえば...



大谷町！

## これまでの活動



6月 高橋佑知商店の視察

7月 半田貴也さんの会

8月 毎週1、2回半田農園での農作業

9月～11月 半田農園での農作業

12月 12月3日のツアー内容確定

留學生に向けてツアーを開催

## 宇都宮市の観光の課題

- SNSの活用等、時代の変化に応じた情報発信が不足している
- 産業、農業、観光を組み合わせるなどした体験型観光が不足している
- MICEの誘致活動が弱い
- 広域連携による周遊コースの開発などが不足している  
(「第2次宇都宮市観光振興プラン」(H30)より)

## 12月3日に開催したツアー詳細

対象者：宇都宮共和大学留学生  
中国人6名、ベトナム人12名  
その他2名 計20名

時間：10時～12時30分  
計2時間30分

実施内容：① 野菜の収穫  
② 大谷石の窯でピザ作り  
③ 餅つき体験



## ツアー参加者に対する狙い

1. 大谷町のFANになってほしい
2. 食・農業に関心を持ってほしい
3. 大谷町の魅力を世界中に発信してほしい
4. 大谷町を楽しんでほしい (FUN)

## 12月3日に開催したツアー

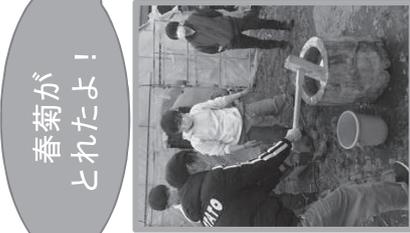


大谷石の説明の  
様子



ブロッコリー  
取れたよ～！

## 12月3日に開催したツアー



春菊が  
とれたよ！



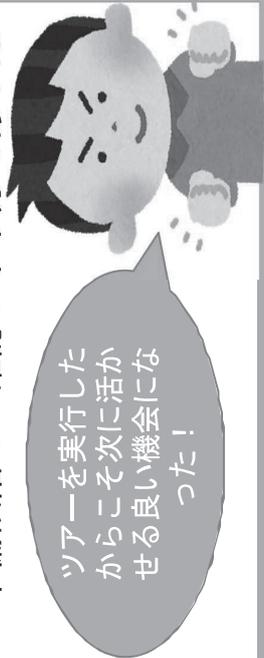
大谷石のピザ窯



お餅美味しい！

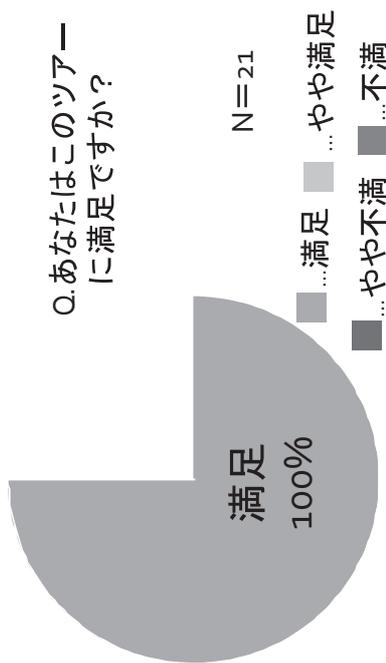
## ツアーを終えて

- ・スケジュール管理が不十分であった
- ・準備段階での確認が不十分であった



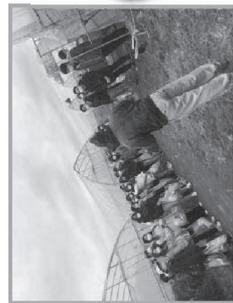
## ツアー参加者へのアンケート

Q.あなたはこのツアーに満足ですか？



## ツアー参加者の感想

- ・大谷のいろんな所に行ってみたい  
(ベトナム人 男女)
- ・よく食べる野菜を収穫できて嬉しかった  
(中国人 男性)



## 今後の予定

- ☆宇都宮市の企業と連携し、ツアーを検討
- ☆大谷町の空き家を利用したツアーリズムを検討
- ☆半田農園での活動を継続し、新しいツアーリズム実施に向けての学習を続ける
- ☆12月3日に開催されたツアーでのアンケートを分析し、ツアーによる効果を検証する

あなたは大谷町の  
ファンになりましたか？

YES

NO

## 学生提案成果報告④

<p>若者が楽しめる「シテイクエスト」 ～with&amp;after コロナ時代のまちあるき～</p>
<p>提案団体名：宇都宮共和国 シテイクエスト in 宇都宮 3年西山ゼミ</p>
<p>メンバー：◎ドアン・ホン・ハイ、遠藤 陸、木村 天、 須賀 未樹、馬宇彤</p>
<p>指導教員：西山 弘泰</p>

### 【提案の要旨】

今年度から小学校において「宇都宮学」が開始され、改めて郷土教育に注目が集まっている。その一方で、若者の県外流出は以前多く、郷土に愛着を持った若者を育て、地域に留めていくことも必要である。

提案者らは、市民（特に若者）に地域の歴史や文化などに興味を持ってもらうことを目的とした次世代型まちあるきシステム「シテイクエスト in 宇都宮」を提案する。この提案ではwith&after コロナ時代を意識している。また来街者が楽しく宇都宮を周遊することも想定している。あらゆる地点に地域を知るスポットができることによって、市民、来街者がともにコロナの影響なく楽しめる「FUNな街宇都宮」が誕生する。

本事業は本年6月からスタートした。まずは7月に本学1年生を対象にスマートフォンを使ったクイズ形式のまちあるきを実施した。その後、地域資源に関する情報収集（8・9月）

⇒イベントの企画、クイズの作成（10月）⇒イベント時の動画撮影・編集作業（11月）⇒シテイクエスト in 宇都宮の実施（11/28）を順に行ってきた。シテイクエスト in 宇都宮では計26名の大学生、市民が参加し、28のクイズ地点をまわり、クイズと解説動画を視聴した。

「シテイクエスト in 宇都宮」を宇都宮市内で広げていくためには、宇都宮市が直営で本事業を行うのではなく、市民団体が構成される協議会を設置すべきだと考える。宇都宮市は本事業の監督や人的・金銭的支援を行うことが妥当と考える。

どうして大通りは、夜間Uターン禁止や  
道路が広いのに40km制限なのか？？

スライド操作・代表者  
ドアン・ホン・  
ハイ

発表  
木村 天  
遠藤 陸  
須賀未樹  
ポスター制作  
馬 宇彤

若者が楽しめる  
「シテイクエスト」

～with&afterコロナ時代のまちあるき～

宇都宮共和国シテイクエスト in 宇都宮3年西山ゼミ

## 提案の背景

1

新型コロナウイルスの影響により人との接触を極力避けなければならぬ

観光の減退

コロナの影響なく、若者たちが楽しく、興味が持てるようなまちあるきの方法はないか？

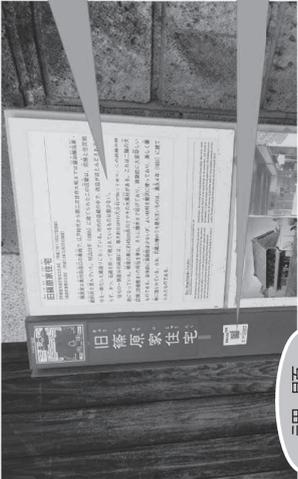
2

若者がまちの文化や歴史に興味がない、振れる機会がない

人口流出、活性化の機運減退

## 旧町名表示板や名所・旧跡表示板

外見の構造等の表面的な説明しか載っておらず、当時の状況や役割、エピソードがない



QRコードを読み込むと日本遺産のサイトに飛ぶ

### 課題

・歴史や文化の裏に秘められた背景を十分知ることができない  
⇒様々な層に対応した情報を読められないか？

## 宇都宮市の

の取り組み  
無料コンテンツが充実しておりガイドなどでも楽しめる

### 観光マップ



### 課題

・古い時代の内容が多く、歴史に興味があれば関心が持ちにくい  
・紙媒体では掲載内容が限定されてしまう、取得や持ち運びが不便

1

「FUNな宇都宮」を知ってもらうことで市民、観光客「FAN」をつくるには？

2

コロナに対応したまちあるきを提案し、安全に楽しめる環境が構築できないか？

市民（特に若者）が楽しく、わかりやすく、宇都宮の歴史や文化を知り、郷土への誇りや愛着を高める方法はないか？

### 目的

コロナ禍でも誰もが楽しめるまちあるきシステムを構築する

若者の地元定着、市民のまちづくりへの関心を高める



**CITY QUEST**  
シティクエストin宇都宮

有名場所は極力選  
たな資源・ネタを題  
面白い・好奇心をく  
ようなタイトルに  
知識や経験の差に左  
つらい問題、速攻版  
さや物語性、ロマン  
・QRコードは電柱や店  
に許可を取り添付

B-2 空洞に秘められた深〜い意味  
Q ぶくべ洞の洞はどんな  
意味があるのでしょうか？

①ぶくべ細工は元々洞窟でつくられていた  
②ぶくべ洞は元々洞窟で販売をしていた  
③ぶくべ細工は空洞にした夕顔の実を材料  
にしているから  
④ぶくべ細工はお腹が空いたときに作るも  
のだから

D-5 いじわるな道  
この道はどうして  
曲がりくねってい  
るのでしょうか？

B-3 100年以上愛さ  
れる宇都宮の歴史

② 栃木1番の地

⑤ 5 助産婦はどこ  
にいった？

ここに元々観音様が鎮  
座していましたが、なぜ  
いないのでしょうか？

Webアンケート

シテイクエストin宇都宮のアンケート結果

**CITY QUEST**  
シティクエストin宇都宮

Googleフォームによ  
るWebアンケート

参加者の属性,満足度  
・動画や内容の満足度  
・評価点,改善点,施策  
実施の可能性等  
・全体を通して高評価

参加者の年齢

性別	男性	女性	総数
10代	16	1	15
20代	3	1	4
30代	1	0	1
40代	1	2	3
50代	3	1	4
60代	1	1	2
70代	1	1	2

総合満足度

とても満足した	15
まあ満足した	12
なんとも言えない	1
あまり満足しなかつた	0
満足しなかつた	0

市の施策として取り  
組むべきか

是非取り組んでほしい	13
取り組んでもいいかも	9
どちらともいいえない	4
取り組まなくてもよい	1
その他	1

動画の総合満足度

とても満足した	7
まあ満足した	10
なんともいいえない	9
あまり満足しなかつた	2
満足しなかつた	0

その他25項目の設問を設けて回答をいただいた

Webアンケート

～自由回答などの意見～

- ・普段では、知ることの出来ない歴史や文化を楽しく学べたり、新しい視点で宇都宮を知ることができた。
- ・市民だったのに、今までは地元に興味を持てなかったがこれを機に宇都宮をもっと知りたいと思います。
- ・普段なら店主さんに話かけないが、クエストのヒントを得るために声をかけたことで交流生まれた。

**CITY QUEST**  
シティクエストin宇都宮

歴史、食…約30分  
街なかで  
謎を  
解決！  
手塚宮共知大  
生まきが企画

1 参加者の受付

2 開会式、ルール説明

3 クイズの回答と抽選抽籤

4 参加者との意見交換とアンケート

5 表彰式と記念品贈呈

6 マスコミ取材と反省会

下野新聞さんに当日の様子を取材  
していただいた。 12/16日野新聞

**CITY QUEST**  
シティクエストin宇都宮

シテイクエストin宇都宮の課題と解決案

課題

QRコード  
の設置

- ・許可申請時、複数の書類や団体。
- ・電柱が地中化、設置場所が確保×
- ・電柱では、QRコードが見つけられない。

クイズと  
動画の内容

- ・場所や解説者、分野が偏ってしまっただ。
- ・正確性に欠けるものもある。

データ容量

- ・マップと動画によりデータ容量を食う。

運営主体

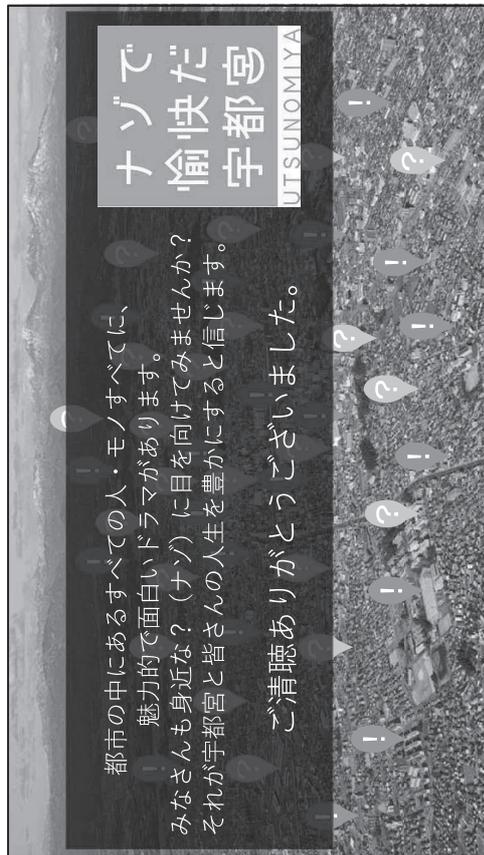
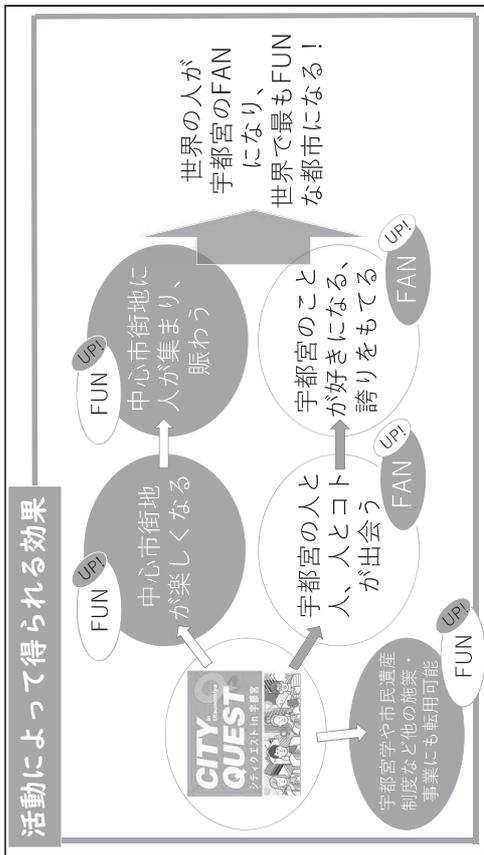
- ・行政主体だと内容が限定的になる。
- ・運営自体を行政が行うのは困難か？

解決策

- ・既存の案内表示板にQRコードを添付  
※以上が利用できない場合は新設
- ・景観・交通・電柱管理の団体と利用協定
- ・今後もポイントを増やすことで効果が  
出る。様々など人や団体の連携
- ・中心市街地からフリーWi-Fiスポットを  
増設。エイド地点に充電場所を設置。

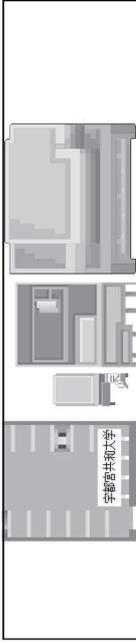
？





## 学生提案成果報告⑤

<h3>仮想空間うつのみやを疑似散歩して 情報をゲットしよう</h3>
提案団体名：宇都宮共和大学 高丸ゼミ
メンバー：◎田島龍青，川上紗季，北條智也，菊地諒，小川真極， 石塚香澄，小倉健斗，北島紗矢，久米田真衣，三品裕基
指導教員：高丸 圭一



## 仮想空間うつのみやを 疑似散歩して情報をゲットしよう

宇都宮共和大学 高丸ゼミ

◎田島龍青，川上紗季，北條智也，菊地諒，小川真極，  
石塚香澄，小倉健斗，北島紗矢，久米田真衣，三品裕基

### 【提案の要旨】

「仮想空間うつのみや」を構築し、情報伝達やコミュニケーションの場とすることが本提案の目的である。「仮想空間うつのみや」とは、宇都宮市の地図や建物をインターネット上に用意した2Dマップ上に再現し、ユーザのアバターが空間上を移動できる仕組みである。

「仮想空間うつのみや」では、以下の3つの「つなげる」を提供する。①情報と人をつなげる、②マップ（位置情報）とコンテンツをつなげる、③市外の人と宇都宮をつなげる

①情報と人をつなげる：仮想空間内で利用者の空間上の移動情報と利用者情報に合わせたお知らせを提示する。（市民には広報やHPに掲載された情報、市外の人には観光おすすめ情報など）

②マップとコンテンツをつなげる：仮想空間から、実際の宇都宮市の様子を見たり、イベントへの参加、過去のイベントのアーカイブの閲覧ができる。

③市外の人と宇都宮をつなげる：仮想空間を介して宇都宮に関心を持ってもらい、with コロナ時代の地域活性化を目指す。（仮想空間を利用することで、市に来訪したときに利用できるポイントが付与されるなど）



### 仮想空間 うつのみや

まちなみ、魅力  
情報・コンテンツ

現実の  
宇都宮

ユーザー登録

#### 仮想空間うつのみや市民

- 位置情報と紐づけした情報やコンテンツを手軽に必要な人に届けられる。
- コロナ禍で外出が難しい中、仮想的に宇都宮を体験できる。
- うつのみやFANの交流の場を提供できる。
- 仮想空間の構築に参加できる。
- ゲーム性のあるコンテンツを用意する。

ポイント制度  
称号制度

### バーチャル空間を利用した取り組み



ARCH社「オンライン就活情報交換会」



バーチャルシブヤハロウィーン



小樽商科大学バーチャルキャンパスツアー

相棒シーズン19第1・2話（仮想国家）

### 仮想空間つつのみや

テーマとの関連：3つの「つなげる」

- 情報と人をつなげる  
その人にあつた**情報提供の場**
- マップとコンテンツをつなげる  
オンラインによる**コンテンツ共有の場**
- 市外の人と宇都宮市をつなげる  
宇都宮の**魅力を体験する場**

コロナ禍での**関係人口拡大に貢献**

### ネットワークを介してつなげるとりくみ



YOUTUBE LIVE「キッチンDIVE」



eXp Realty社のバーチャル会社

サントリー-CRAFT BOSS CM：録音編

### 仮想空間宇都宮の主な機能

情報と人をつなげる

① メニューバーに情報が表示される

② 仮想空間でキャラクターに話しかけられる

マップとコンテンツをつなげる

⑤ 現実の季節や天候がマップ上に反映される

⑥ イベント開催地が分かりやすく表示される

⑦ 実際の交通ルートにあった乗り物を利用できる

市外の人と宇都宮をつなげる

③ イベントの映像が見られる

④ 飲食店にリアルタイムで入れる

⑧ 仮想空間を利用するとポイントがたまる

登録した個人データに合った情報を提供  
(リコメンデーション技術の応用)

あなたにあった情報をお知らせします。  
 ・ 社会人向け公開講座「○○○○○○○○○○」  
 ・ 日時：2020年12月18日（金）19:00  
 ・ 場所：宇都宮共和大学宇都宮キャンパス  
 【参加する】 【やめておく】

【例】

- ・ ユーザ属性：30代／会社員／男性
- ・ 社会人向け公開講座の情報が表示される

さまざまなコンテンツを見られる  
(動画配信、映像アーカイブとのリンク)

この場所の映像を探す  
この場所の現在の様子  
近くにあるものを探す

【例】

- ・ 大通りでコンテンツを探す
- ・ 毎年8月の宮まつりのこの場所の様子を映像で見られる

現在の宇都宮の様子をリアルタイムで知る  
(IoT、Webカメラ、センサ技術の利用)

この場所の情報  
宇都宮共和大学駐車場・駐輪場  
入庫台数：2  
余裕があります

【例】

- ・ 駐車場の前を通りかかる
- ・ その時点の混雑状況が表示される

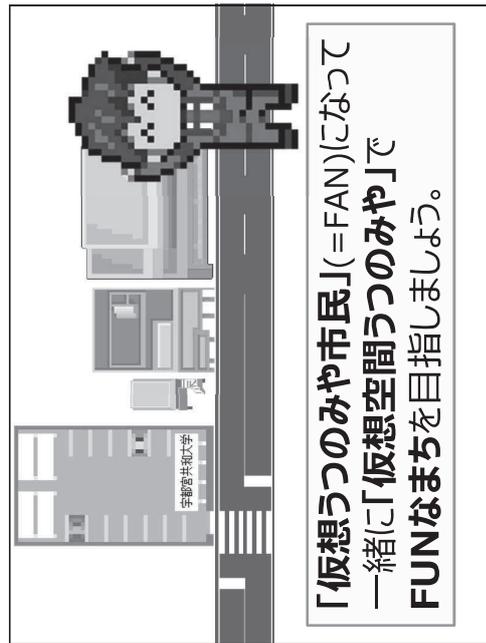
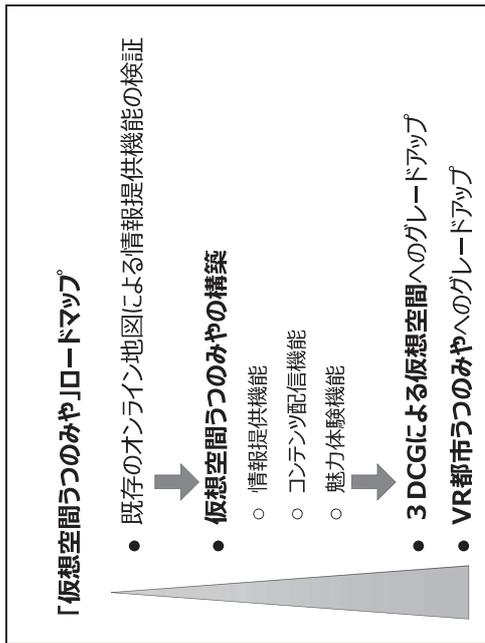
ポイント制度・称号制度  
(ゲーミフィケーション)

ログインし情報を得ると仮想空間で使えるポイントがもらえる  
 ポイントは現実の宇都宮市でも利用できるようにする。  
 (トトラカードとの連携)

⇒来訪意欲の向上を目指す

仮想空間でロコミヤコンテンツ作成にかかわると称号がもらえる  
 「仮想愉快市民」「クリエイター市民」「ヘビューザ市民」など

⇒関係人口の拡大を目指す。



映画を通じたまちづくり——映画館「ヒカリ座」を例に

宇都宮共和大学シニア学部 吉良貴之(代表)  
 大木 終芽(おおきしゅうが)  
 青木 良太  
 高村 慶弥  
 中村 駿希  
 萩原 舞

【概要】

本ゼミでは法律学を出発点に、「まちづくり」を法政策的観点から考えている。今回、本ゼミが着目したのは「映画」である。映画には、制作、上映、宣伝など、さまざまなステップがあるが、それぞれに地域特有の可能性がある。今回は宇都宮市中心部の映画館「ヒカリ座」のご協力を得て、宇都宮市立城山西小学校での統廃合の危機とそこから脱却する地域の人々の姿を描いた映画「奇跡の小学校の物語」——この学校は「なくさない！」(2019年)の上映会を企画し、全員で鑑賞した。鑑賞後は監督の我孫子亘氏や出演者の方々をお呼びし、映画製作の経緯などをインタビューした。また、映画館支配人の三井覚氏や、「ミヤラジ」パブソナリエーのみなみ亘氏のお話も聞き、映画を総合的に「まちづくり」、いわば文化政策と地域振興政策の融合したものとして捉える視点を考えることができた。そして何より痛感したのは、映画を観た後にはとにかく誰かに話したくなるという、映画の力である。一人でテレビやインターネットを見るのとでは違った、人をつなげる力が映画の最大の強みであり、まちづくりに大いに生かされると感じた。

1. 映画館「ヒカリ座」について

映画館「ヒカリ座」は、宇都宮市中心部のオリオン通りに位置する。かつて宇都宮市中心部には、5 つほどの映画館が存在したが、現在では郊外の大形映画館(シネコン)が主流となっており、中心部ではヒカリ座が孤軍奮闘している状態である。ヒカリ座は規模としては小さい映画館であるが、いわゆる「ハルワッド大作」のような大予算映画はそれほど扱わず、低予算系の通好みの作品を多く上映している。こうした映画館は全国的にも少なくなく、おり、ヒカリ座は北関東一円から多くの映画ファンが集り、独特の存在感のある映画館となっている。

ヒカリ座が位置するオリオン通りは、宇都宮市中心部の老舗商店街だが、郊外のショッピングモールに人が流れるなどして、近年、中心市街地の空洞化対策が大きな課題となっている。しかし、コンパクトな区画に多様な商店が集まっている強みを生かし、全国的に注目される試みをいくつかも成功させている。全国に波及することになった「街コン」の原型である「音コン」(2004年〜)は特に有名な例である。

ヒカリ座はそうした地域商店街にあって、映画を中心とした文化的拠点としての存在感を発揮している。栃木県内に舞台にした映画上映・PR を積極的に行うなど、映画を通じたまちづくりに積極的である。近年のヒット作として、宇都宮市を舞台にした『キスできる餃子』(2018年)などがある。



(写真左) ヒカリ座外観  
 (写真右) ヒカリ座館内  
 現在はコロナウイルス感染予防のため、席間を空けるなどの工夫がなされている。

2. 映画「奇跡の小学校の物語」について

『奇跡の小学校の物語』(2019年)は、宇都宮市立城山西小学校を舞台にしたドキュメンタリー映画である。城山西小学校は宇都宮市の北西部の古賀志町地区にあるが、ここしばらくは生徒数の減少に悩んでいた。2003年には、今後5年以上に複式学級が解消されない限り、統廃合の対象となることがされた。小学校は地域内の交流拠点であり、子どもたちがいなくなればその地域は急速に過疎化してしまう。新しく赴任した校長のもと、地区住民は団結して生徒数増加に向けた取り組みを始めた。地域住民の協力、地元文化人による出前授業、地域色あふれる給食づくりなど、多くの魅力的なアイデアが実現していった。そして、学区外からの入学を可能とする「特認校」制度を生かす形で、生徒数も増加していき、統廃合の危機を免れることになった。一時は枯れかけていた校庭の「孝子桜」も、現在では学校の再生を象徴するかのように美しい花を毎年咲きほこらせている。



https://mirufilm.jimdofree.com

2.1 監督や当事者の方々へのインタビュー

本ゼミでは、本作品を全員で鑑賞した後、「映画によるまちづくり」というテーマを意識しながら、監督の我孫子亘氏や、地元ラジオ局「ミヤラジ」パブソナリエーのみなみ氏らにインタビューを行った。特に印象に残ったのは以下のような点である(質問・回答は筆者が要約したもの)。

- トキョメントリー映画としてこの問題を扱うにあたって工夫したことは？
  - トキョメントリーは単なる記録ではなく、実際にその地域の住民と一体となって作っていくもの。地域住民に溶け込むことで、自然にできあがっていくのがトキョメントリー映画だ。しかし映画である以上、ドラマとしての面白さも必要だ。リアルタイムで起こっていることのように見せることが大切だ。
- 監督はテレビ番組制作会社のご出身だが、テレビと映画の違いは？
  - テレビと映画で最も違うのは、「体験」だ。テレビは1人または少数人数で見られるものだが、映画は大人数と一緒に見る。そうすると、終わった後について、隣の人と感想を話し合ってみたくなる。文字で読む文章よりも、直接に五感に訴えかけてくるものがあるから強力だ。それによって「人をつなげる力」がある。
- ★ 実際、監督をまじえた懇談会では、上映後の熱気そのままに、通常のゼミよりも活発な議論がなされた。「何か話したくなる映画の力」を話した。
  - 「地元」で映画を作ることの意義は？
    - 映画には人をつなげる力がある。それは観終わった後の話だけでなく、製作、上映、宣伝、多くのレベルでたくさんの人々が関わっている。特にこの映画のように、地元の問題を扱った映画は、地域の自信になる、地域を勇気づける面がある。本作は同じく過疎化に悩む多くの場所で上映されているが、映画を通して少しでも地域に力を与えられればと思う。

3. まとめ——映画を通じたまちづくりに向けて

地元で映画を製作し、地元映画館で上映する。こうした取り組みは、「ついでに何か話したくなる」という映画の力によって人をつなげていく。これは大予算映画ではなかなかできない、小規模映画ならではの強みだと思った。また、人々は映画を観て、感想を話し合うなかで変わっていく。本作品で過疎化に悩む多くの地域の人々が勇気づけられたこともそうであるが、ヒカリ座の特筆すべき試みとして、人々によく知られていない病や、性的マイリティの人々の人権問題を扱った啓発的な映画を多く上映していることがあげられる。**多様な人々にとって住みやすいまちづくりを映画によって実現**していくように思う思いを強く感じた。

# 学生提案成果報告⑦

## 栃木市を四季で感じよう～まだまだ知らない栃木市の魅力～

宇都宮共和国 シティライフ学部 今喜史ゼミナール 3年  
 小暮 並衣里・中村 万由・野澤 真奈美・黒川 奈見・熊谷 希

**【概要】**「栃木市といえば蔵の街」と、栃木市についての印象を尋ねられたら大半の人がこう答えるのではない。しかし同じ栃木県に住んではいても、栃木市と特に関わりがない人にとっては、何か他に強い印象を残すようなものは少ないだろう。

誰にでも好きな季節はある。春には桜、夏には花火、秋は紅葉、冬の雪景色など人それぞれで思い浮かぶ情景は異なるだろう。たとえば栃木市の太平山のあじさい坂(写真1)は、梅雨の時期の風物詩として知られている。本研究では、蔵の街としての印象が強い栃木市について、他にも四季折々の豊かな観光資源に恵まれていることに着目する。そのうえで、これらの資源を「食」に関連させることにより、栃木市の観光を盛り上げるために「食べ歩きのできるまち」という新たな印象付けを提案する。

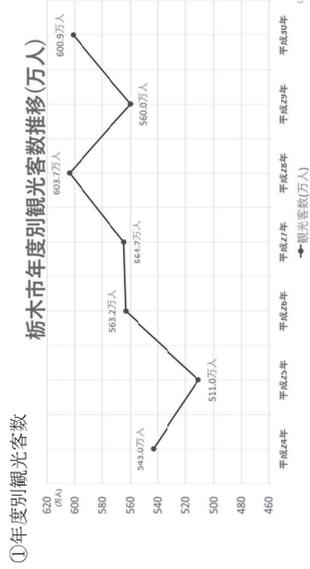
### 1. 栃木市に注目した理由・経緯

令和元年10月1日現在、栃木県では14市11町に194万2313人の人口が生活している。県庁所在地である宇都宮市は、県の人口の約4分の1の51万9255人を擁する都市である。2番目に多いのは小山市(16.8万人)、そして3番目に栃木市(15.6万人)が続いている。<sup>1)</sup> 東京から電車や車などで約1時間の距離にあり、利便性もよく、県内からも観光に訪れる人が多い。また昨年、ゼミ旅行で埼玉県川越市と千葉県香取市佐原に足を運ぶ機会があった。その際と同じく関東近郊の「小江戸」と呼ばれる栃木市も候補として挙げたが、訪れることができなかった。そこで今年には栃木市について調べ、蔵の街で知られている幕右衛門町が2012年7月に国の重要伝統建造物群保存地区に選定されたことに注目した。調査を進める中で、この歴史あるまちの魅力発信し、より多くの人々に栃木市を知ってもらいたいという思いが強まった。



写真1 太平山のあじさい坂  
(提案者撮影)

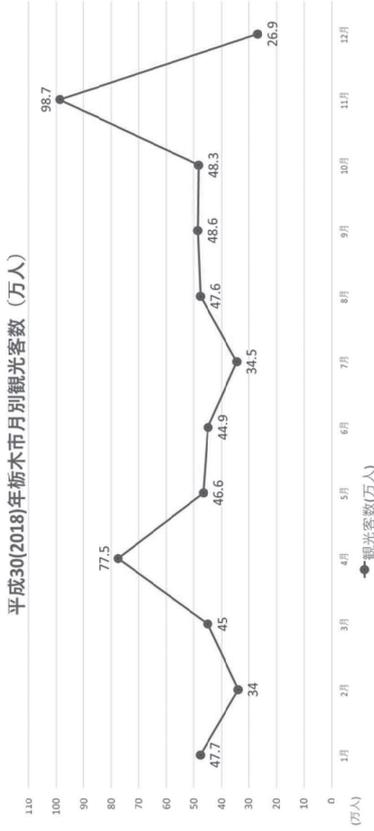
### 2. 栃木市の観光一現状分析—



栃木市全体の一年の観光客数は平成24年は543万0135人、平成30年には602万8249人と6年間で60万人近く増加している。年々上昇傾向にあるが、データを見ると数年ごとに一度、観光客数の落ち込みがみられる。<sup>2)</sup>

### ②月別観光客数の推移

栃木市を訪れる観光客数を月別で比較すると、4月や11月などイベントの多い行事シーズンには多くの観光客が訪れているが、冬(特に2月や12月)には他の月と比べ観光客数が少ないという特徴がみられる。<sup>3)</sup>



### ③栃木市の観光の問題点

客観的に見ても市内には優れた観光資源が多く存在しているにも関わらず、一部の市民は、観光資源は何もない、観光に取り組む意味はない、現在はこの程度でよいと認識している。市内には優れた観光価値のあるものが多数存在し、観光の発展の可能性が大きいこと、観光への取り組みが次第で、地域の文化や経済の振興など多面的な効果があり、まちづくりに大きく貢献することを市民一般に周知し、観光に対する理解を深めてもらうことが大切である。

蔵の街、太平山などは魅力ある観光地であるが、現状でじゅうぶんに活かされているとは言えない。また観光客にとつて、誰でも知っているような栃木市の土産物や特産品が見当たらないのが実情である。たとえば「とちおとめ」は知名度があるが、栃木市だけの特産というわけではない。太平のぶどうも甲州などに比べて知名度は低く、関東地方でも一部の人しか知られていない。これらを発掘し磨きあげて観光に供することが、栃木市の観光発展のために必要である。

### ④市内の観光スポット

栃木市は江戸時代から日光例幣使街道の宿場町として、また、江戸との舟運で栄えた間屋町として北関東の商都と呼ばれていた。今もまちなかを流れる巴波川の岸辺や市中心部を通る蔵の街大通りには、黒塗りの厚重な見世蔵や白壁の土蔵群などが残り、当時の繁栄ぶりを偲ばせている。「蔵の街」のように知名度の高いものもあるが、あまり知られていないが他に体験することができない雰囲気や趣を基調とした観光地も数多く点在している。その中でも、選りすぐりの名所を3か所ほど紹介する。

栃木市には、神社仏閣は21か所ほどある。その中でも珍しい名物があるのが出流町にある「出流山満願寺」である。ご本尊に弘法大師御作の千手観音菩薩を祀り、壮大な自然の中に鎮座する本殿は神聖な雰囲気と迫力で圧倒される。また「観音の霊窟」と呼ばれる鍾乳洞には自然の力と長い時を経て作り出された「十一観音像」があり、昔ここに籠った女性が子宝に恵まれたという伝説から子宝と安産、子育てのご利益があるとされている。<sup>3)</sup>

栃木市は歴史的な建築物が多いことも特徴のひとつである。実際に現在も使用されている施設もあり

市民の生活の一部として機能している。その中でも「旧栃木病院」と「片岡写真館」は外観がとも美ししい。歴史的建築物でありながら色褪せることなく、堂々とした佇まいである。旧栃木病院は万町にあり、大正時代に建築された歴史ある病院である。淡いエメラルドグリーンの外壁のハーフインバーとなっており、まるで物語に出てきそよな優雅な洋館である。バルコニーもあるため病院特有の閉鎖感を感じることはない。病院ということのを忘れてしまうほどの美しい洋館であれば、病院嫌いの方も少しは気が紛れるかもしれない。

片岡写真館は室町にあり、旧栃木病院とは違い赤レンガ造りである。明治時代の建設で、温かく懐かしい雰囲気がある。予約のみではあるが、セピア風の写真など様々な技法で撮影してくれる。館内には昔の栃木市を撮影した写真も展示しているため、博物館のようにいろいろと見聞を広められそうだ。<sup>4)</sup>

表1 栃木市内で開催される四季折々のイベント<sup>5)</sup>

季節	時期	行事
春	3月・4月・5月	とちぎ山車祭り「春の陣」 ヨシ焼 岩船山クリブステージ うずまの鯉のぼり 蔵の街かど映画祭 ※その他に市内各地でさくらまつりが開催
夏	6月・7月・8月	ホテル祭り なつこい サマーフェスタ in いわふね 百八燈流し つがの里ハス祭り とちぎあじさいまつり 渡良瀬遊水地フェスティバル
秋	9月・10月・11月	村曾神社例大祭 鷲宮神社例大祭(西の市) とちぎ秋まつり 出流新そばまつり 太平山もみじまつり
冬	12月・1月・2月	どんと焼き 光と音のページェント よさこい藤岡パレード

(提案者作成)

### 3. 観光プランの提案

これまでで現在栃木市には多くの観光施設があり、季節に合わせた多様なイベントが開催されていることがわかった(表1)。そこで私たちは、季節を感じながら観光を楽しんでもらい、一年に何度も栃木市を訪れてもらえるような観光促進策として、「食」に着目した観光プラン「食べ歩きのできるまち」を考案した。これは、初めて栃木市を訪れた人に向けては市内を巡るひとつの手段として、また栃木市を訪れたことのある人に向けては魅力再発見の足掛かりになれば、という目的で提案するものである。

<観光プラン・食べ歩きのできるまち>

まちを歩きたくなるためには、まち自体を物理的に整備するだけでなく、まちでさまざまな活動ができることが必要である。そのひとつとして、本研究では「食べ歩きのできるまち」を提案する。

食欲は人間の三大欲求のひとつであり、食べながら歩くことは大きな楽しみになる。観光地や行楽地では、その土地の名物の食べ物、ハンバーガー、アイスクリームやソフトクリーム、さらには焼きたての焼きたての和菓子まで、多くの食べ歩き食品が売られている。もちろん、椅子に座って食べる人もいり、歩きながら食べている人も多い。まちなかで食べ歩きをすることは、現在では当たり前の光景であり、食べ歩きのできるまちは、観光スポットともなっている。栃木市には、多くの「食」があるので

「蔵の街」のほか「食べ歩きのできるまち」として売り出すこととじゅうぶんに可能と考える。また、統一された伝統的な景観を活かして、SNS 映えを意識した商品の開発もひとつの手段である。巴波川沿いなど、まちなかのいくつつかのゾーンを「食べ歩きゾーン」として指定し、じまん焼きや団子(栃木市には多くの和菓子屋があるため)などを食べながら歩きやすいようにすることが考えられる。そのためには、ごみ箱等の配置や、気軽に座れるベンチの設置等が必要である。当然ながら、食べ歩きに適した食品をこれらのゾーンの周辺で集中的に販売することも必要になる。

さらに、栃木市の名物を食べ歩きのできるようにして販売すると、市の宣伝も兼ねることが可能である。単にパンなどに挟んで食べるのではなく、そのまま手に持って食べられるような商品を開発できれば、「食べ歩きのできる○○のまち—栃木—」という新しいイメージを作り出すことができる。たこ焼きや焼き鳥などは食べ歩きが容易であり、また、ピザも食べ歩きのできるものが開発されている。食べ歩きは菓子類だけでなく、幅広いメニューが作れると考えられるため、栃木市の季節ごとの特産品を活用したオリジナルの食べ歩き商品の開発やコラボ企画など多くの可能性がある(表2)。

表2 栃木市の主な農産物  
(提案者作成)

季節	食材・食品
春	イチゴ
夏	トマト
秋	ぶどう
冬	出流そば
通年	もやし

⇒ 季節ごとの「食べ歩き」  
幅広いメニューの可能性

↓

SNS 等での魅力発信

↓

観光客の増加

### 4. まとめ

本研究では、栃木市にこれまで以上に観光客を呼び込むためには何が必要なのかを考え、観光プランの提案を行った。現状では一年の中でも季節にともない観光客の波があり、冬季の集客が少ないことを問題点と考えた。そこで栃木市にもともと存在する観光地を活かしつつ、地域の特産品を活用した商品の開発し、食べ歩きやすいように提供するなど工夫をすることで、新たなニーズの獲得、幅広い層の観光客の呼び込みに繋げられると考えた。季節限定の商品等の開発や、SNS での宣伝・情報公開を行うことにより、国内に限らず世界に向けて、栃木市をはじめ栃木県の名前を多くの人に広められ、栃木県に観光客を呼び込むきっかけとなり、県全体が活気に溢れていくことが期待される。

【参照 URL】※いずれも 2020 年 12 月 21 日時点の情報に基づく

- 1) 栃木県ウェブページ「県政情報」より「人口・面積」  
<http://www.pref.tochigi.lg.jp/c05/kensei/aramashi/aramashi/surata/jinkou-menseki.htm>
- 2) 栃木県産業労働観光部観光交流課「平成 30 (2018) 年 栃木県観光客入込数・宿泊数 推定調査結果」  
[http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/kanko/documents/documents/irikom\\_i.pdf](http://www.pref.tochigi.lg.jp/f05/kanko/documents/documents/irikom_i.pdf)
- 3) 出流山満願寺 <https://www.idurusan.com/>
- 4) 栃木市観光協会「片岡写真館」 <https://www.tochigi-kankou.or.jp/spot/kataokakinenkan>
- 5) 栃木市観光協会「年間行事一覧」  
<https://www.tochigi-kankou.or.jp/event-schedule>

# 学生提案成果報告⑧

## 大谷景観復活プロジェクト一夜の大谷を活かした活性化の取り組み—

宇都宮共和大学シニアライク学部 2年 西山ゼミ  
 小田京祐(2年), 吉岡 真一, 関 俊太, 小松 大輔, 薄井 和翔  
 大熊 和輝, 阿久津 和彦, 漆原 黎, 中島 佑輔

**【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。今年度はコロナ対応が必要なものもあり、夜の大谷を盛り上げる活動を中心に、景観整備、イルミネーションの制作、大谷石採掘場での映画鑑賞会などを地元自治会、行政、民間事業者、他大学、NPO等と連携しながら実施した。

### 1. 研究の背景と目的

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、他には見ることのない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、机上の空論ではなく、自らの行動によって、大谷や大谷石の素晴らしい景観・文化を市民や観光客に感じてもらうこと、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。

なお、今年度からは新たに編成された3年西山ゼミが、昨年度まで活動してきた現4年生から当プロジェクトを引き継いでいる。

### 2. 大谷地区の現状

大谷地区における観光客は、2019年まで順調に増加している。それに伴って飲食店を中心として店舗の出店がみられ、以前に比べ賑わいが生まれているように見受けられる。ところが2019年10月に発生した台風19号による姿川氾濫により当地域は大きな打撃を受けた。この災害は住民や地域コミュニティに更なる困難をもたらしている。当地区は高齢化が深刻であり、そうした世帯の中には他所へ転居するものも少なくなく、地域コミュニティの更なる活力低下が懸念される。

そうした状況に拍車をかけたのが2020年2月ごろから明らかとなった新型コロナウイルスの感染拡大である。当地区の主要な観光施設が長期にわたって休館するなど、観光産業を中心に大きな打撃を受けている。感染拡大が一時的に終息した7月ごろになっても、例年の客足は戻らなかった。発表者らの活動に大きく影響したのは、地域意識である。「多くの乗客を伴うようなイベントは控えてほしい」との地域側の姿勢により、昨年度実施したような飲食を伴った大規模なイベントは実施できないという状況の中、5月下旬からゼミ活動が開始された。

### 3. 現地調査と草刈り

新型コロナウイルスによる非常事態宣言が解除された5月末以降、表1に示したような事業を展開した。まず、大谷地区の課題を発見するために、大谷グリーン・ツーリズム推進協議会(以下、大谷GT)の加藤会長にご案内いただき、現地視察(まち歩き)を実施した(写真1)。6月からはNPO法人大谷石研究会の塩田理事長に、3週にわたって大谷石や大谷地区について講義していただき、大谷石や大谷地区の基礎的事項について認識を深めた。

2020年度で3回目となる恒例の大谷草刈りは、6月14日に実施した。学生約50名に加え、大谷GT、地元2

表1 2年西山ゼミにおける2020年度の大谷地区に関連した活動

月	事業名	連携・関連団体・企業	報道の有無
5	大谷現地調査(30)	大谷グリーンツーリズム推進協議会	なし
6	塩田潔氏による大谷石に関する講演(計3回) 第1回大谷地区草刈り(6/14)	NPO法人大谷石研究会 大谷自治会、荒針自治会、大谷グリーンツーリズム推進協議会	なし
	大谷PRグッズ制作	なし	なし
7	竹あかり制作準備開始	若山農場、榊フアーマーズ・フォレスト、大谷石材協同組合	なし
	採掘場跡地の映画鑑賞会準備開始	栃木県観光実行委員会、リコージャパニウム株式会社	なし
9	栃木県立大学地域連携活動支援事業「採択	栃木県総合政策部	なし
	石あかり制作準備開始	和灯屋	なし
9-12	城山地区における大谷石産産物の立地調査	NPO法人大谷石研究会	なし
	第2回大谷地区草刈り(10/3)	なし	なし
	竹あかり制作イベント「今日から竹は！」実施(10/10)	若山農場、榊フアーマーズ・フォレスト	下野新聞、サンデーちちぎ(栃木放送)
10	大谷石採掘場跡地の映画鑑賞会(10/17)	栃木県観光実行委員会、リコージャパニウム株式会社	下野新聞、朝日新聞、東京新聞、栃木文化社のS欄集星、地域レポート
	フェスタm大谷での竹あかりと石あかりの展示(10/17-25)	若竹の杜 若山農場、榊フアーマーズ・フォレスト、大谷石材協同組合、フェスタm大谷実行委員会	東京新聞
11-12	姿川護国神社の除染作業(11月中)	大谷グリーンツーリズム推進協議会	未定
12	大谷石オブジェ設置	文學芸術大学吉田ゼミ、渡辺建設機、榊みどり	未定



写真1 5月30日に実施した大谷視察



写真2 6月14日の大谷草刈り

自治会、消防団など、総勢80名態勢の大掛かりなものとなった。主催者は、昨年度まで西山ゼミであったが、地元への移行が必要との考えから、今年度発足した大谷GTに事業を引き継いでもらった。よって本事業は、発表者らが大谷地区の草刈りを支援するからたちで実施された。

今回の草刈りでは、景観整備を行うエリアが固定された、すなわちテーマを掲げて草刈りを実施できたことも成果といえる。大谷地区には、大谷石をトロコヤやトラツグに積み上げたための「ブラットホーム」が道路沿いに点在している。利用されなくなった今日においては、夏季になると草本が繁茂し小高い山の上になり、ブラットホームの存在が景観を損ねる元凶となっていた。今回は、ブラットホームが多く点在する大谷交差点から大谷市営駐車場までの約800mを整備した(写真2)。来年以降は、当範囲のブラットホームをかつての状態で復元し、観光スポットの一つにするとともに、ジャズイベントなども開催できるようにしたいと考えている。

#### 4. 夜の大谷を活用した事業

先述のように、2020年度は新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、大谷地区における大規模な集客を伴うイベントは実施できない状況であった。5月末の現地視察後、大谷地区の課題や活動のアイデアについてディスカッションを行った。その中で「夜の大谷をイルミネーションなどでライトアップすれば面白いのではない」という意見が、ゼミメンバーから多く出た。ちょうどその頃、大谷地区の振興を担当する宇都宮市大谷振興室から「今年のアエスタ in 大谷（毎年10月に開催される大谷地区のイベント）では、ライトアップが中心になるかもしれない」との情報が届いた。これにより2020年度西山ゼミのテーマは「夜の大谷地区を盛り上げる活動」と決まった。

7月にフェスタ in 大谷の開催やイベントの内容が正式に決まると、西山ゼミでも当イベントの部会に参加するなどの設置である。このイルミネーションの制作と展示を主に発表者らが担わせていただくこととなった。

イルミネーションを制作するといっても、ノウハウや機材がない。そこで発表者らが議論した結果、当イベントの部会に参加していた㈱アーマーズ・ブオレスト（以下、F・F）と㈱ワカヤマファーム（以下、若山農場）に協力を依頼した。7月から8月上旬にかけて、3者で議論を重ね10月10日（土）に若山農場にて竹を使ったイルミネーション（以下、竹あかり）を制作するイベントを一般公募で実施し、10月17日から25日まで開催されるフェスタ in 大谷にて展示することとなった。

8月下旬からイベントの企画、チラシ制作、プレスリリースを順次行った。図1に示されているように西山ゼミ、若山農場、F・Fの共催イベントである。新型コロナウイルス感染拡大に配慮し、現地集合、現地解散、定員を40名までとした。昼食は、今年度オープンした「Puntio-大谷町食堂」に特注で依頼。申し込み窓口は、F・Fの旅行部門である「えにしトラベル」が担当していた。

**共同企画 共催**  
宇都宮共和大学 若竹の社 若山農場  
えにしトラベル

**今日から竹は!**

**竹のマイイルミネーション制作しよう!**  
若山農場の空気を活用して、イルミネーション（竹あかり）を制作するイベントです。  
若山農場の空気を活用して、イルミネーション（竹あかり）を制作するイベントです。  
若山農場の空気を活用して、イルミネーション（竹あかり）を制作するイベントです。

**開催日**  
2020年 10月10日(土)  
10時開会 17時終了

**定員**  
40名  
(乗小旅行  
人員：1名)

**参加費**  
一般 2,700円  
小学生以下 1,200円  
小学生以下のお菓子、保険料込み

**現地集合 現地解散**  
Puntio-大谷町食堂にて昼食はお客様負担

**企画・運営** 宇都宮共和大学ライオンズクラブ本部 西山ゼミ  
TEL: 028-5598-2382 18時以降はお客様負担

**お問い合わせ・運営** 若竹の社 若山農場  
TEL: 028-5658-1817 Mail: info.wakayama@gmail.com

**お申込み** 株式会社ワーマーズ・ブオレスト えにしトラベル  
お申込みは10月17日(日)正午までお申し込みください。  
お申し込みは10月17日(日)正午までお申し込みください。  
お申し込みは10月17日(日)正午までお申し込みください。

**お問い合わせ** えにしトラベル  
TEL: 028-5598-2382 18時以降はお客様負担

図1 竹あかり制作イベントのチラシ



写真3 竹あかり制作イベントの様子



写真4 フェスタ in 大谷で展示された石あかりと竹あかり

10月10日のイベントでは24名の参加申し込みがあり、10時からイベントが行われた。当日は台風が接近していたこともあり、一日を通して雨だったが、屋根付きの作業場を使って作業が行われた。作業ではゼミメンバーが各作業テーブルに張り付き、参加者に対してアドバイスや補助を行った。12時から1時間程度の休憩を挟み、午後3時ごろにはほぼすべての参加者の作業が終了し、解散となった(写真3)。

フェスタ in 大谷では、イベントで制作した竹あかりのほか、灯作家の鎌田泰二氏監修のもとゼミ生がデザインした石あかりも設置された(写真4)。フェスタ in 大谷実行委員会が行った観光客へのヒアリング調査では、竹あかりや石あかりの評価が非常に高く、当委員会でも来年度以降、竹や石を使ったイルミネーションを継続して行うことが申し合わされた。

#### 5. 大谷石採掘跡地の映画鑑賞会

大谷石採掘跡地を利用した映画鑑賞会は、2019年度から計画されていた事業であったが、2019年10月の台風19号により延期となっていた。2020年7月ごろから、4年西山ゼミの学生がリーダーとなり、連携団体である鉱毒悲歌実行委員会、リコージャパン(㈱栃木支社の協力のもと、10月17日に採掘跡地を利用して実施された。本イベントの特徴は、地面にマットを敷き、優そべりながら大谷石の天井に投影された映画を鑑賞するというもので、世界初の試みである。地域への配慮から共和大学の学生のみでの参加とし、ドキュメンタリー映画「鉱毒悲歌」を上映された。上映後は、学生と鉱毒悲歌制作委員会の間で環境問題についてディスカッションが行われた。

#### 6. おわりに

2020年度は新型コロナウイルスの影響により、当初想定していた活動を実施することが難しかった。その反面「夜の大谷を活かす」という新たな発想が生まれ、当地区に新たな価値を提示することができた。イルミネーションで当地区を盛り上げるといふ発想は、来年度以降も続いていく可能性が高い。また、西山ゼミが2018年度から続けてきた草刈りが、発表者たちの手を離れ、本来担うべき地元の手へと委ねられたことも大きな功績と考えている。発表者らは、こうした新たな発想を地元へ提供し続け、今後も当地区の地域振興をサポートしていきたい。

# 学生提案成果報告⑥

FAN×FUN OHYA ～グリーンツーリズムで大谷にファンを～

宇都宮共和大学シティアイフ学部 2 年 松山晃廣(ふなやまあきひろ)  
岡田萌那・小林勇貴・須藤新大・田中悠太郎・梅井龍希・ツウシンバータル＝ブルガナー＝長嶋侑奈

## 【概要】

宇都宮共和大学シティアイフ学部 2 年の渡邊ゼミは、令和 2 年度の活動として、宇都宮市随一の観光地であり、大谷石の採掘で知られる大谷地区における新たな観光資源の開発に取り組んだ。大谷地区では、大谷石の採掘業に関連した観光資源はよく知られているものの、それ以外の観光資源は開発途上である。また、近年、地方創生の潮流の下、住民でも観光客でもないわいわい地域と深いかわりをもつ「ファン」を生み出すことで、地域を活性化させる方策に注目が集まっている。このような背景のもと、本研究では、大谷地区に広がる農的資源に着目し、その農産物や農家ならではの食や文化を生かしたグリーンツーリズムの開発に取り組んだ。その果実として、2020 年 12 月 3 日に本学留学生を対象に、モデルツアーを企画・実行した。その結果、大谷地区の農産物や半田氏に対する留学生の興味関心が増大し、大谷の新たなファンを生み出す成果を得ることができた。

## 1. 企画の経緯

宇都宮共和大学(以下、「本学」という)シティアイフ学部 2 年渡邊ゼミは、観光学を学ぶ学生が集うゼミである。本学では、学生が地域と協力し、実践的に地域の課題を解決することを目指したゼミ活動が活発に展開されている。しかし渡邊ゼミは、具体的な連携地域やパートナーとなる方がいない状況であった。一方で、本学のほかのゼミは、2018 年度から大谷地区において、草刈りや観光活性化のためのイベントなどを地域と協力して開催していた。また、2020 年度に大谷グリーンツーリズム推進協議会が設立され、大谷地区でのグリーンツーリズム振興に取り組むこととなった際に、推進協議会から本学に研究等の面での協力の打診があった。さらに、指導教員である渡邊は、大谷地区を含む宇都宮市北西部の農村での観光振興に関する研究経験を有していた。このような背景のもと、渡邊ゼミは、大谷地区でのグリーンツーリズムによる観光振興に取り組むこととなった。

## 2. 企画立案の経緯

### (1) 準備期 (4～6 月)

令和 2 年度は、新型コロナウイルスの感染拡大により、本学では年度当初のゼミの実施がオンライン上に限られていたため、ゼミの方針をはじめとする議論は進まなかった。5 月下旬に対面授業が再開し、学生個々のゼミに対する期待や取り組みたいことを指導教員が学生に個別にヒアリングした結果、地域での実践的な活動に興味を持つ学生が多かった。そのため、指導教員から大谷地区でのグリーンツーリズム振興に実践的に取り組み、年度後半にはモデルツアーとして結果を報告する方針が示された。これを受け、学生は大谷地区に関する知識がほとんどないことを課題ととらえ、まず大谷地区を代表する産業である大谷石の採掘加工業に取り組み、大谷 KANEHON のカネホン探石場を 6 月 9 日に訪問した。ここでは、観光客の受け入れに取組んでいること、大谷石製のインテリア小物やピザ窯などの製品の存在、また製品にならない大谷石の端材について知ることとなった。この次に課題となったのは、グリーンツーリズムの基盤となる大谷地区の農業について知ることであった。まず、日本や宇都宮市の農業の特徴や課題についてゼミ生が各自調べ発表した。また、全国のグリーンツーリズムの先進地の事例を知り、収穫体験や修学旅行の受入に主眼がおかれていることを知った。そのうえで、文獻からはわからない大谷地区の農業について詳しく知るためには、現場を視察することが必要という議論に至った。

### (2) ツアー形成期 (7～11 月)

上記の学生の考えを受け、指導教員は、大谷グリーンツーリズム推進協議会に参加している半田農園の半田貴也氏にゼミ活動を受け入れるためのパートナーとして協力を依頼した。幸運なことに、半田氏は過去に別の大学のゼミ活動を引き受けた経験を有しており、また農業と観光との融合に強いご関心をお持ちであったこともあり、ご快諾いただいた。7 月 7 日に、渡邊ゼミの学生 8 名は半田農園にて半田氏と初対面し、アスパラガス、サトイモ、シュンギク、タマネギ、長ネギ、ブロッコリーなどの畑作物を栽培していること、また農機具や出荷に使う道具、枠や白なごのついでにはほとんどの農家が所有した道具などの存在を知った。半田氏からは、農家から見て観光客は何を楽しんでいると感ずるかわからないので、ツアーになりそうな魅力を見つけてほしいとの希望をかけた。こうした半田氏の提案を受け、7 月 28 日から 12 月 2 日までゼミの時間や土曜日に週 1～2 回程度(計 12 回)、長い靴と色とりどりのツナギを身に着けて半田農園に通い、農作業を体験しながら大谷ならではのツアーにふさわしい体験メニューを考案した(表 1)。また、この頃の活動を 10 月 11 日付の下野新聞で取り上げていただいた。

表 1 体験メニューの候補案(一部)

種類	体験メニュー案
食関係	もちつき、大谷石窯ピザ、流しそめん(近隣の竹を土台に使用)、竹の箸づくり、長ネギ焼きなど
生産・出荷関係	種蒔き、苗植え(シュンギクなど)、収穫作業(イモ掘りなど)、選別作業(タマネギの重さ当てクイズ)など

## 3. モデルツアーの実施と評価

新型コロナウイルスの感染防止の観点から、不特定多数を呼ぶモデルツアーの実施は困難であったため、本学留学生 20 名を無料で招くツアーを 12 月 3 日に実施することになった。1) 留学生に日本の文化を感じてもらおうと、2) 大谷らしくするために大谷石の要素を取り入れることを条件とし、もちつき、句を迎えたシュンギクとブロッコリーの収穫体験、大谷石製のピザ窯で半田農園産の野菜を盛り込んだピザの試食などを、2 時間 30 分で行った(表 2・図 1)。留学生の反応は良く、教時間の滞在ながら半田氏と再度会って話したいという学生もいた。

表 2 モデルツアーの内容と行程

時刻	ツアー内容
10:00	バス到着 ① シュンギク収穫・もちつき体験 ② 大谷石窯で焼いたピザの試食 ③ ブロッコリー収穫体験 ④ 半田氏への質疑応答
12:30	バス出発



図 1 モデルツアーの様子(筆者撮影)

学生に有益だったのは、ツアー実施までの段取り、ツアー実施前の近隣への挨拶の必要性などツアーを成り立たせるための「地ならし」の必要性を半田氏からご教示いただいたことである。例えば、ピザをご協力いただいた事業所におすそ分けするようなら心配りは教科書には書かれていないが、地域で物事をスムーズに進めるためには必要な行動である。それゆえ、ツアー本番までを終えると、物事をやり通すための「実践知」が得られた。

12 月 18 日には宇都宮市主催の「大学生によるまちづくり提案 2020」で本研究を発表し、優秀賞(第 3 位)を受賞した。市長からは今後、外国人観光客の受入にはもちつきのような体験型観光が重要とのご意見を直接頂戴し、審査委員からは他のツアーとの差別化が必要とご指摘をいただいた。また、会場で本ゼミ生が NHK 宇都宮局の取材を受けた。来年度は旅行商品化を目指して内容の拡充や改善を進め、地域に貢献してまいりたい。

## 【謝辞】

本研究の遂行に際しては、宇都宮市大谷町にある半田農園の半田貴也様をはじめ、大谷グリーン・ツーリズム推進協議会、大谷地区の住民・事業者の皆様から多大なるご支援を賜りました。また本研究には、栃木県令和 2 年度地域連携活動支援事業の補助の一部を使用しました。末筆ながら厚く御礼申し上げます。

## シティライフ学部 各種学生顕彰

宇都宮共和大学シティライフ学部 2020 年度卒業生の各種学生顕彰について報告する。

### ● 卒業論文 優秀論文奨励賞

伊佐岡 蓮斗

「宇都宮市大谷地区における体験型観光による観光振興の可能性」(指導教員 西山弘泰)

(審査の要旨: 本論文は、宇都宮市大谷地区における体験型観光の導入による活性化策について論じている。大谷の観光の現状と課題について、実践活動とヒアリング調査を通じて分析を行っており、3年間のゼミ活動の成果として評価できる。また、論文の構成及び主体性は奨励賞として一定の基準を満たしている。)

### ● 学生活動貢献賞

松岡 匠

(推薦理由: 学友会長として学生活動に貢献した。)

田代 香蓮

(推薦理由: すみれ祭実行委員長として学生活動に貢献した。)

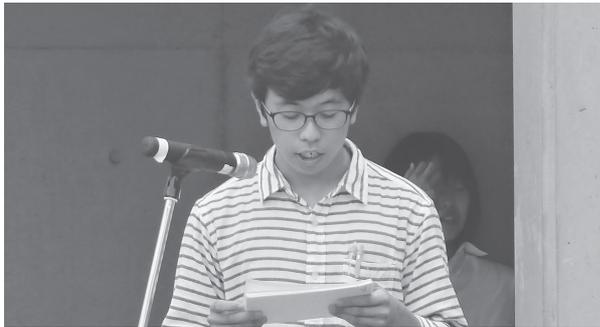
小倉 真帆

(推薦理由: 種々の行事においてアコースティッククラブのリーダーとしてオープニングアクトなどの演奏を務め、大学に貢献した。)

### ● 社会活動貢献賞

伊佐岡 蓮斗 (西山ゼミ)

(推薦理由: 西山ゼミでは大谷景観復活プロジェクト等を通して、本学の地域貢献活動を「提案」から「実践」へと発展させた。伊佐岡蓮斗君はゼミのリーダーとして、提案発表や地域コミュニティ活性化における顕著な貢献があった。)



クリエイティブシティフォーラムで西山ゼミを代表して発表する伊佐岡君



学友会長として各種行事で活躍した松岡君



すみれ祭 2018 で挨拶する田代さん



すみれ祭2019でオープニングアクトを務める小倉さん

# 下野新聞 リレーコラム掲載

宇都宮市内の大学リレーコラム「五色のレポート」が下野新聞で2020年度からスタートしました。このコラムは、各大学の特色や取り組み、学生の地元・栃木への思いなどが掲載されています。

ここでは、宇都宮共和大学シティライフ学部関係の5つの記事を紹介します。

地域を支える人材育成



市内大学リレーコラム

本学では「シティライフ学部」と「子ども生活学部」が連携して「社会をつくること」を育てることを画から一人一人の学びを支援し、地域の未来を支える人材育成を目指しています。

シティライフ学部は、「都市の生活・経済・まちづくり」を学び、個性で魅力あるライフスタイルを創造、提起すること

### 宇都宮共和大

地域の就学前施設との交流を深める子ども生活学部の学生たち



**メモ** 宇都宮市大通り1の3の18（宇都宮シティキャンパス）、宇都宮市下荒針町長坂3829（長坂キャンパス）▽創立年 1999年（前身の那須大学）▽在籍数 382人（2019年5月現在）

観光「暮らし・マーケティング」「公務員・公共」という五つの履修モデルを設け、「豊かな都市生活の実現に貢献する人材」を育成します。

子ども生活学部は、保育士資格、幼稚園教諭1種免許状を全員が取得することに加え、レクリエーション・インストラクター、リトミック、音楽療法士などさまざまな資格にチャレンジします。

「子ども心理」「子ども音楽」「子ども自然」「子育て支援」「子どもグローバル」「幼稚園・小学校教諭」という六つの履修モデルを設け、保育の実務経験のあるベテラン教員や、子育て支援の研究・教育に携わってきた優れた教員など、実践力のある教授陣が充実していることも特徴です。

(下野新聞 2020年4月12日 16面掲載)

176



# 栃木のファン 増やしたい

宇都宮共和大シティライフ学部

「はじまりのローカルコンパス」にて、益子の母大福を堪能（右から2番目が須賀さん）



私は生まれも育ちも栃木県です。栃木県には魅力的な人や自然、文化がたくさん詰まっています。しかし、栃木県にはそれを魅力的に感じ取れない人、他県にそれを自慢しようと思えない人が多いため、栃木県は生まれも育ちも栃木県で、その魅力を伝える活動を通して、豊かなまちづくりのセミに所属して、仲間と一緒に宇都宮市の観光資源を掘り起こすための調査・研究を行っています。

また、視野を広げるため課外活動にも積極的に関わっています。私が写真で栃木県が誇る良いところを伝えようと立ち上げた「ちぎカメラ部（学外サークル）」や、益子町で行われている地域密着型地方創生事業「はじまりのローカルコンパス」では、多くの経験を積み多彩な人々と出会うことができました。

今後は大学で培った質問とさまざまな体験を生かして、栃木県を盛り上げていこうと頑張っています。(シティライフ学部3年 須賀未樹)



# 心癒やす音楽への誘い

宇都宮共和大シティライフ学部



市民の皆様には、新型コロナウイルス感染症予防のための外出自粛など、今まで経験したことのない生活を強いられてきていること、そして、その中でも少しでもお役に立つことができたなら、宇都宮共和大シティライフ学部と8月22日、西口巨も土曜の午後1時半からで「シニア・コンサート」を、7月は音楽デユオとして、栗田智水さんら企画しました。

（電子オルガンのお二人）まちなかクールシニア・コンサートのポスターを持つ小林さん

内藤ゼミ3年 (下野新聞 2020年7月12日 20面掲載)



# 仮想のまちなかを「散歩」

宇都宮共和大シティライフ学部



所属する高丸ゼミでは、情報通信技術（ICT）を用いた情報の利活用方法について学んでいます。私は、昨年夏に開催された宇都宮市主催の「2020年まちづくり提案コンテスト」において、「仮想空間」のみを疑似散歩し、情報を発信しました。これは仮想現実（VR）やIoT（モノのインターネット）活用を応用し、感染拡大の影響でまち歩きが難しくなっている状況を再現実況を踏まえて、まち歩きを疑似体験できるように、という提案をいたしました。

また、まちづくり提案発表機に、これからはシティライフ学部の学びを通して、自分の住むまちにもっと興味関心を持ち、その魅力を内外の多くの方々に届けたいと考えています。(シティライフ学部2年 川上紗季)

高丸ゼミ2年 (下野新聞 2021年3月14日 20面掲載)



# 今できる学問、楽しみたい

宇都宮共和大シティライフ学部



私は観光について学ぶゼミの活動として、市内各地区でグリーンツーリズムを通じた地域活性化の活動に取り組んでいます。大学で学んだ大会の地域特産品を、実際に大台へ何度も足を運んで現地の様子を目の目で見て、地元の農家や住民の方から直接お話を聞いています。近年、注目されているフィールドワークを通して、学んだ大会の地域特産品を、実際に大台へ何度も足を運んで現地の様子を目の目で見て、地元の農家や住民の方から直接お話を聞いています。

波邊ゼミ2年 (下野新聞 2020年10月11日 22面掲載)

## 宇都宮共和大学 都市経済研究センターの主な活動報告

2020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  
副センター長 渡邊 瑛季  
運営委員長 渡邊 瑛季  
運営委員 内藤 英二, 高丸 圭一, 大石 和博, 西山 弘泰

### 2 シンポジウムの開催

テーマ 栃木県における「MICE未来都市」の創造戦略—産官学民によるDMOの具体的な運営を考える—  
期 日 2021年2月9日(火)  
会 場 宇都宮共和大学 宇都宮シティキャンパス  
参加者 118名

### 3 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2年度那須塩原市民大学運営委員会」において、内藤英二が運営委員を務めました。

### 4 講師派遣制度

#### (1) 第1回講師派遣

主 催 宇都宮市創造都市研究センター  
期 日 2020年9月25日(金)  
テーマ 「地域資源と今後の観光まちづくり」  
講 師 シティライフ学部 渡邊 瑛季 専任講師  
参加者 10名

#### (2) 第2回講師派遣

主 催 東京都福生市公民館白梅分館  
開催日 2021年1月10日(日)  
テーマ 「あなたのSNS利用は大丈夫? インターネット利用から人権問題を考えよう」  
講 師 シティライフ学部 吉良 貴之 専任講師  
参加者 10名

## 5 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 渡邊瑛季（宇都宮共和大学専任講師）
  - ・共同研究員 西山弘泰（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）
  - 〃 三浦魁斗（宇都宮共和大学客員研究員）
- (3) 研究期間 2020年4月～2021年3月
- (4) 研究成果 本誌に記載

## 6 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ホームです（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) 宇都宮市創造都市研究センター共催シンポジウム

- 主 催 宇都宮共和大学都市経済研究センター・宇都宮まちづくり推進機構
- 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
- 期 日 2021年2月9日（火）
- 会 場 宇都宮共和大学宇都宮シティキャンパス
- テーマ 栃木県における「MICE未来都市」の創造戦略—産官学民によるDMOの具体的な運営を考える—
- 参加者 118名

## 7 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が世話人を務めています。

### (1) 第77回とちぎ観光資源活用研究会

- 期 日 2020年10月30日（金）
- 会 場 宇都宮シティキャンパス教育厚生棟2階、オンライン

講 師 小野崎一氏（国民宿舎かじか荘支配人）

テーマ 新型コロナウイルス感染防止対策を踏まえた新しい観光のあり方

参加者 15名

(2) 第78回とちぎ観光資源活用研究会

期 日 2021年2月26日（金）

会 場 宇都宮シティキャンパス教育厚生棟2階，オンライン

講 師 西山弘泰・渡邊瑛季（いずれも宇都宮共和大学専任講師）

テーマ 「シテイクエスト in 宇都宮～スマホを活用したまち歩きシステムの開発～」(西山)

「地域との連携によるツアー造成活動から考える大学のゼミ」(渡邊)

参加者 7名

## 8 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）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。

## 9 出版物

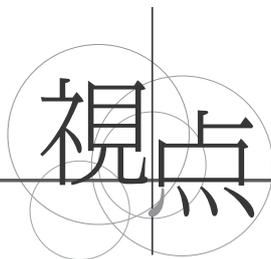
『宇都宮共和大学都市経済研究センター年報2021第21号』2021年5月発行

## 2020(令和2)・2021(令和3)年度専任教員の社会貢献活動一覧 (シティライフ学部)

宇都宮共和大学〔2021(令和3)年4月現在〕

職名	教員氏名	委嘱の内容			期間
		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	
		栃木県次期プラン策定懇談会	会長	栃木県総合政策部	
		栃木県文化功労者選考委員会	委員	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	
		とちぎテレビ放送番組審議会	会長	とちぎテレビ	
		宇都宮大学経営協議会	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			期間
		名称	職位	設置者	
教授	寺内 孝夫	那須塩原市立小中学校等通学区域審議会	会長	那須塩原市教育委員会	H30.7～継続中
特任教授	陣内 雄次	栃木県地球温暖化防止活動推進センター	運営委員	栃木県	2003.10～継続中
		とちぎの環境市民会議	会長	とちぎの環境市民会議	2010.7～継続中
		とちぎユースチャレンジ応援事業選考委員会	委員長	栃木県人権・青少年男女参画課	2014.7～継続中
		下野市市民活動補助事業選考委員会	会長	下野市総合政策部市民協働推進課	2014.10～継続中
		栃木県教育委員会	委員	栃木県	2015.4～継続中
		栃木県国体準備広報・県民運動専門委員会	委員長	栃木県	2015.4～継続中
		関東地方ESD活動支援センター	運営委員	一般社団法人環境パートナーシップ会議	2017.6～継続中
武蔵野大学環境研究所	客員研究員	武蔵野大学	2019.4～継続中		
特任教授	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	2021.4～継続中
		那須塩原市市民大学運営委員会	委員	那須塩原市教育委員会	2020.4～継続中
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	2008.3～継続中
		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	2014.4～継続中
		国土審議会専門委員(水源開発)	委員	国土交通省	2021.4～継続中
		鬼怒川・小貝川河川整備計画フォローアップ委員会	委員	国土交通省関東整備局	2020.10～継続中
		栃木県最低賃金審議会	委員	厚生労働省栃木労働局	2021.8～継続中
		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	2015.3～継続中
		栃木県行政不服審査会	部会長	栃木県経営管理部	2021.4～継続中
		栃木県国土利用計画審議会	委員	栃木県総合政策部	2014.8～継続中
		栃木県文化功労者選考委員会	委員	栃木県県民生活部	2016.9～継続中
		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	2018.9～継続中
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	2010.4～継続中		
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	2019.4～継続中
講師	吉良 貴之	那須塩原市行政不服審査会	委員	那須塩原市	2016.4～継続中
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	2017.11～継続中
		日本地理学会総務専門委員会	委員	日本地理学会	2018.4～継続中
		歴史と光のフュージョンプロジェクト実行委員会	委員	うつのみやマイルミネーション実行委員会	2018.11～継続中
		NPO法人大谷石研究会	理事	NPO法人大谷石研究会	2019.4～継続中
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	2020.12～継続中
		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	2020.4～継続中
		宇都宮市民大学講座企画運営選考委員会	委員	宇都宮市教育委員会生涯学習課	2020.9～継続中
		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	2020.4～継続中
		「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	2020.4～継続中
		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	2020.4～継続中
		日本地理学会財務専門委員会	委員	日本地理学会	2020.4～継続中
		日本地理学会選挙管理委員会	委員	日本地理学会	2021.4～継続中



あしぎん経済月報2021年2月号(あしぎん総合研究所)掲載

### 県都に広域連携のDMO創設を

宇都宮共和大学・宇都宮短期大学学長

須賀 英之 氏



JR宇都宮駅東口に2022年秋、国際的な会議場が開業する。地上4階建ての建物に2000名収容の大ホール、700席の中ホール、13の大小会議室を備えた宇都宮市のコンベンション施設である。

私は1980年代後半、日本興業銀行産業調査部で国鉄清算事業団用地を活用した新都市拠点整備事業として、当地区の開発構想にかかわった。以来、約35年を経て実現するものであり個人的な思い入れも深い。

当時、担当していた幕張メッセ（1989年開業）については、千葉県・市・地元経済界のみならず経団連会長の旗振りのもと、その名の通りオール財界ベースの協力体制により、開業3年半前に運営主体である㈱日本コンベンションセンターが設立された。まだ京葉線が全通していなかったなか幾多の困難を乗り越えて、こけら落としの東京モーターショーには、史上最高の192万人の来場者を迎えることが出来た。

ひるがえって宇都宮市のコンベンション施設については、民間の指定管理者は決まっているものの、官民挙げての誘致体制の整備はこれからである。だが全国的な会議の開催地の決定は、通常2、3年前からであり、時間的な余裕はない。北関東最大の施設であるGメッセ群馬（高崎市）も開業し、競争も激化している。

MICE（Meeting, Incentive travel, Convention/Conference, Exhibition）を、観光も含めて地域全体で誘致する観光地域づくり法人＝DMO（Destination Management/Marketing Organization）は全国で設立が相次ぎ、現在、観光庁に登録するDMOは全国で174件ある。しかし、県内では栃木県観光物産協会、DMO日光、大田原ツーリズムの3つを数えるに過ぎない。

大規模な会議を宇都宮に迎えるには、駅東口のコンベンション施設と栃木県総合文化センター・宇都宮市文化会館・マロニエプラザ（展示場）・近郊のホールとの相互利用、日光・那須・益子・大谷などの食や観光のアフターコンベンション、それらをつなぐ交通手段、ホテルや会議運営にかかわる各種のサービスなど、地域の総合力が勝負となる。県都にそれらをワンストップで手配できる、広域的に連携した官民協働の新たな組織の創設が必要だ。DMOの役割は、栃木県の魅力を訴求し、会議とアフターコンベンションを通じて地域活性化に貢献する、つまりMICE主催者と地域産業との懸け橋になることである。

また、モビリティ産業・観光ホスピタリティ産業のコンベンションや医療福祉・薬学関係の学会など、本県の強みを生かした会議誘致には、県の経済的な支援策（MICE開催助成金制度）も欠かせない。

重要なことは、DMOのための安定的な財源と優秀な人材である。米国フロリダ州オレンジ郡では、民間事業者自らの要請により課した宿泊目的税によるDMOが運営されている。MICEのマーケティングを行う人材は、地元の大学で育成している。こうして、人口28万人のオーランド市を内包するオレンジ郡（人口139万人）は全米第1位の年間7500万人の訪問客を迎えるようになった。

コロナ禍により、フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションの価値が見直されている今、5Gによる双方向の遠隔通信とともに、新しい時代のコンベンション需要が見込まれる。県都の新幹線駅に直結した利便性の高い、最新の安心安全な設備を備えた宇都宮駅東口の会議場が、県域全体に大きな経済波及効果をもたらすことを期待したい。

#### ●須賀 英之氏プロフィール

1955年生まれ、東京都出身。東京大学経済学部卒。日本興業銀行（現みずほ銀行）を経て2000年10月に須賀学園に戻る。須賀学園理事、宇都宮共和大学・宇都宮短期大学学長。宇都宮まちづくり推進機構理事長、うつのみや産業振興協議会会長、栃木県次期プラン策定懇談会会長などの公職もつとめる。



本大震災や1年の東日本でも2011

日本国憲法に「緊急事態条項」は必要か。新型コロナウイルスは県内でもクラスター(感染者集団)が発生する...

今回のパンデミック(世界的大流行)を経て、緊急時でも政府の機能を停止させないよう...

緊急時の人権保障、議論を

草案では、緊急事態条項の新設が提案されている。案による、首相が宣言した場合、内閣は国会の審議を経ることなく、法律と同じ効果を持つ...

(下野新聞 2020年7月26日掲載)



世界を基に可能性を探られる。

スーパーやコンビニのレジの前に一定の間隔で線が引いてある。新型コロナウイルス感染症拡大を防止するよう社会的距離を取るためだ。

ナジは命令ではない。罰則付きの法律とは違って従わなければならない。近年はバブリーック・コメントなどで「議論を促すナッジ」も活用されて...

身の回りのナッジ、意識を

し財政難や価値観の対立も深刻であるため、安価な手段で人々の選択の自由を守りながら政策を実現することが目指されてきた。しかしこの自由は、自分で決めたらその結果を引き受けるべきだという「自己責任」論と裏表であることに注意が必要だ。

(下野新聞 2020年8月30日掲載)





家族の一体性を保つていく

家族が多様化しつつある。それに合わせ、家族を巡る法制度も変革を迫られている。現在の日本法では婚姻時に夫婦どちらかの氏を選ばなければならない。これを夫婦同氏制といい、どちらの氏を選んでもよい。しかし現実には約96%の夫婦が夫の氏を選んでいる。氏を変えることによる仕事上の不利益や、長年親しんだ氏を変えることの苦痛が女性に一方的な負担になっていると指摘された。

法務省法制審議会は1996年、婚姻時に別々の氏を選べる選択的夫婦別氏制(いわゆる夫婦別姓)の導入を検討している。氏の変更を促すことによる仕事上の不利益や、長年親しんだ氏を変えることの苦痛が女性に一方的な負担になっていると指摘された。

家族の一体性を保つていく。氏の変更を促すことによる仕事上の不利益や、長年親しんだ氏を変えることの苦痛が女性に一方的な負担になっていると指摘された。

### 家族から社会を構想する

感が失われるといった反発が根強く、実現には至っていない。同氏制が憲法の定める個人の尊厳と両性の本質的平等に反すると争われた裁判でも、最高裁は人権問題としての訴えを退け、全国民的な議論の下、最終的に国会で決めるべきだとした。手詰まりが悲観されてきたが、2020年9月に就任した菅義偉首相は「政治家としての責任がある」と述べ、導入に前向きな姿勢を示した。保守系議員の反発もあつて難航が予想されるが、少子化が進む中で女性の活躍促進にと

(下野新聞 2020年12月13日掲載)



家族の一体性を保つていく

米国のトランプ前大統領は多くの問題発言で物議を醸した。指導者が会員制交流サイト(SNS)を通じて世界中の人々に直接発信するスタイルは、賛否はともあれ、新しい時代の政治を思わせるものではあった。トランプ氏は退任直前、大統領選の結果を認めようという人々に対し米連邦議会への突入を扇動したなどとして、米短文投稿サイトのツイッターからアカウントの永久停止処分を受けた。それにより、氏の発言を検証することも難しくなった。

ツイッター以外でも、大手SNSはトランプ支持者から民間企業が「検閲」を行う

### 不寛容の芽生えに警戒を

トランプ氏は「言論の自由」の侵害だと批判しているが、そうした人権は通常、私人から国家権力に対して主張されるものである。今回は逆に、国家権力の側が民間企業から声を奪われた形だ。民間企業が「検閲」を行うをそらえた。トランプ氏は「言論の自由」の侵害だと批判しているが、そうした人権は通常、私人から国家権力に対して主張されるものである。今回は逆に、国家権力の側が民間企業から声を奪われた形だ。民間企業が「検閲」を行うをそらえた。トランプ氏は「言論の自由」の侵害だと批判しているが、そうした人権は通常、私人から国家権力に対して主張されるものである。今回は逆に、国家権力の側が民間企業から声を奪われた形だ。民間企業が「検閲」を行うをそらえた。

(下野新聞 2021年1月24日掲載)

## 編集後記

2020年度より誌名を『宇都宮共和大学都市経済研究センター年報』とし、まちづくり活動や産官学連携分野により特化した内容になりました。

本号の巻頭の特集では、2021年2月に宇都宮シティキャンパスで開催された「〔栃木県におけるMICE未来都市の創造戦略〕—産官学民によるDMOの具体的な運営を考える—」の様相を収録しました。株式会社JTB総合研究所主席研究員の山下真輝氏、株式会社DMC沖縄代表取締役社長・株式会社DMC Greater Yokohama代表取締役社長の徳田博之氏に基調講演を、また宇都宮市副市長の鎌田秀一氏、株式会社コンベックス代表取締役専務の西川洋子氏にもJR宇都宮駅東口に開業予定のコンベンション施設についてその概要と施設運営につきましてお話しいただきました。その後、栃木県経済同友会筆頭代表理事の中津正修氏ならびに宇都宮商工会議所議員（関東自動車株式会社取締役専務執行役員）の吉田元氏を交えて、総勢6名のパネリストのもと、「MICE都市間競争に打ち勝つ本県のDMOとは」と題したパネルディスカッションを行いました。開業予定のコンベンション施設の利活用策や開業後の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。

このほか、都市の生活・経済・まちづくりを学ぶ本学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」6編が寄せられました。2年目を迎えた宇都宮市城山地区の共同研究では、大谷石の再利用や他の石材産地の事例として伊豆石の利活用状況、また大谷地区の観光史や地元での取組み状況など前年度よりも地域の実際の動向に焦点を当てた研究成果をあげることができました。

また、2020年度は、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もある中で、宇都宮市主催「大学生によるまちづくり提案」において本学シティライフ学部のゼミが2位、3位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ました。都市経済研究センターでは、発表会直前にリハーサルを行うなど学生に対する支援も行いました。本稿の「学生提案成果報告」に、本学学生からのまちづくり提案活動の成果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 渡邊瑛季）

都市経済研究センター年報・第21号

発行日	2021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 <a href="http://www.kyowa-u.ac.jp">http://www.kyowa-u.ac.jp</a>
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）



伊豆石造りの建物が並ぶペリーロード(静岡県下田市)(撮影 渡邊瑛季)