

# まちなかの遊び方・楽しみ方を考える (ID 05)

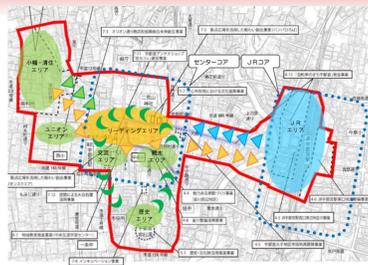
宇都宮市中心市街地  
宇都宮まちづくり推進機構

5班 コミュニティデザイン学科  
建築都市デザイン学科  
社会基盤デザイン学科

服部和司 八木澤明莉  
北村海都 長谷川新  
土屋友梨珠 山田克彦

## 背景

宇都宮市の調査において、宇都宮市中心市街地の空き店舗や事業所数、小売業年間商品販売額は年々減少傾向にあり、休日交通量は増加している一方で、平日交通量は伸び悩んでいる。また、居住人口の減少とともに居住者の高齢化も進行している。中心市街地には既に多数の店やイベントが存在するにもかかわらず、若者が集まらないことが課題であり、そのための取り組みが求められている。



## 目的

私たちの調査の目的は大きく分けて2つである。1つ目は宇都宮市の中心市街地の現在の状況を知ることである。オリオン通りを中心とした商店街の集客の様子や、年間を通してどのようなイベントが行われているか、そしてその集客はどのくらいかを把握する。

2つ目は宇都宮市の中心市街地に対する若者の印象と利用状況を知ることである。現在の中心市街地についてどのような印象を持っているのか、そして、彼らは何をするために訪れているのかなどを把握する。

以上により、若者にとって現在の宇都宮市の中心市街地にはどんな現存の魅力があるのか、また、そこに本当に賑わいが存在しているのかということ調査する。そして、その要因は何かということ調査を通して検討し、まちなかの新たな魅力や楽しみ方を私たちは提案する。

## 方法

2ndサイクルにおいて、アンケート及びヒアリング方式による調査を行った。アンケートの対象は、若者の中心市街地への意識を知りたいという目的のもと、宇都宮での生活がある程度しているため宇都宮に認知があり、生活サイクルのデータとして偏りが無いと考えられるため、文理融合である宇都宮大学地域デザイン科学部3年生を対象とした。データ数よりも回答の精密さを重視し、30人(男女比=19:11)に対して調査を行った。アンケートでは「出かけるとき、大学周囲のどの地域にどの程度の頻度で訪れるのか」「中心市街地に訪れる目的は何なのか」「中心市街地は賑わっていると思うか」「中心市街地でのイベントをどれだけ知っているか」「イベントを知る方法は何なのか」「どのような施設・イベントがあれば魅力的だと思うのか」などを質問した。

## 分析結果

地域デザイン科学部の3年生を対象に行ったアンケートより、まず中心市街地を訪れる目的が限定的であることが分かった。図1に示した通り、宇大生は日常の生活圏を近場の東口周辺やベルモール付近にとどめ、中心市街地を訪れる頻度は他のエリアよりも相対的に低くなっている。それは、目的の多くは買い物や飲食であるため、あえて中心市街地を訪れる必要性は低いからだ読み取れる。



図1. 市内エリア毎の訪れる頻度及びまちなかを訪れる目的に関する調査結果

また、図2に示した通り、中心市街地のイメージに関する調査において、意見が割れる結果となった。「賑わっていない」という意見が多数を占める結果を予想していたが、それぞれの理由を分析すると、あまり訪れたことがないことによるイメージの曖昧さがこの結果を生み出したことが分かる。しかしながら、必ずしも中心市街地のイメージが悪いということはなく、むしろ訪れたことがない人にとっては比較的良いイメージを持っていることが考えられる。

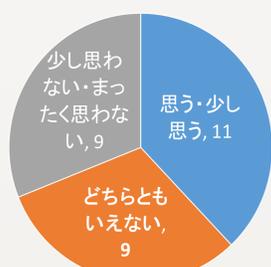


図2. 中心市街地がにぎわっているかに関する調査結果

最後に、イベントの認知方法については図3に示した通り、半数が知人の紹介や通りがかりであり自然と情報を手に入れられる状況ではないことが分かった。SNSではあまり情報が届いていないことから、身近に情報を手に入れる方法がなくイベント自体が認知されていないと考えられる。

このように、“情報が手に入らない→中心市街地についてよく知らない→知らないから行かない→情報が手に入らない”という循環に加えて、買い物や飲食は近場で事足りてしまうことが中心市街地の若者離れを加速させている。

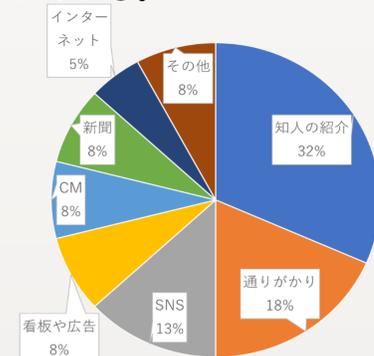


図3. イベントの認知方法に関する調査結果

## 提案

### ①【若者（宇大生）を対象とした情報提供・施策】

- ・学内での情報提供  
学生が普段目にする掲示板や宇大情報誌へイベント情報を掲示  
→中心市街地を身近に感じる
- ・SNSでの情報提供  
SNSに広告として情報提供  
→スマートフォンを日常的に利用する若者に効果的

- ・動画配信サイトからの情報提供  
知名度のある人物に中心市街地やイベントの動画を配信を依頼  
→大学生への影響力が大きく、まちなかの魅力を知ってもらう
- ・“学生限定”施策  
学生割引や、飲食店等における学生限定プラン  
→普段の行動エリアとの差別化、まちなかへ訪れるメリット作り

### ②【①の運営を行う学生団体の創設】

地域の課題解決を学ぶ特色のある学部があることで、まちづくりに興味のある学生が多いからこそ可能。①を運営する上で、掲示や広告費の創出、飲食店や著名人への依頼などを行う必要が生まれるため、これらを行う学生団体を作る。この活動の資金源として、学生から地域住民や商店街に資金を募ることや、イベント等の開催などが考えられる。調査からイベントの認知方法は「知人の紹介」が有効であることがわかったように、学生間での口コミによりまちなかに若者を呼び込めるという利点がある。さらに、まちづくりに興味のある学生がまちなかの活性化に参加でき、学びを実践できる場であることや、就職活動や交友関係が広がるなど利点がある。将来的には、宇都宮市5大学でのまちづくりインカレサークルを目指す。学生間の交友関係が広がり、学生がまちなかに目を向け、実際に訪れるという仕組みを作り出せる。

情報提供

- ・ SNS
- ・ 動画配信
- ・ 学生限定施策

運営団体

- ・ まちづくり
- ・ インカレ
- ・ 継続的な運営