

宇都宮まちづくり推進機構
倉沢太郎

6班 コミュニティデザイン学科 二村京花 高橋螢
建築都市デザイン学科 飯島千智 田岡さほな 石川弾
社会基盤デザイン学科 小西卓友 福和田凌 金子琢木
グループ指導教員 Thay Visal

1. オリオン通りと釜川周辺の現状

宇都宮の中心市街地は今後宇都宮駅西口へのLRT延伸計画によりLRTを基軸とした公共交通を利用した歩行者の増加が見込まれる。そのため、中心市街地では徒歩でもまちを快適に回遊できる**ウォーカブルなまちづくり**が重要であると考えられる。実際に歩いたところ、イベント開催時には通行人が多くそれなりに賑わっているものの、そうでない時には**通行人が比較的少ない**ことが課題だと感じた。

2. 「ウォーカブルな街」を目指して

中心市街地の**魅力発信と賑わいづくり**を目的とする。イルミネーションとスタンプラリーを組み合わせることで、イルミネーションを見に来た人に、普段では気づかない中心市街地の魅力を探るきっかけを提供する。

イルミネーションによって魅力を再発見しながら、街中を楽しんで歩くという体験から、**ウォーカブルなまちづくり**に繋げる。

3. 魅力発信のための活動

デジタルスタンプラリーの決定

すぐに始められる手軽さや、LINEの普及率の高さなどからMEGURYに決定

チラシの作成

・チラシのデザインとイルミネーションマップの作成
・チラシ500部配布、釜川沿いに200部ポスティング

宣伝

メディアを通じた広報（レディオバリーのラジオ番組「愉快的なサムシング」、下野新聞、宇都宮経済新聞、読売新聞、栃ナビ、ミヤラジ、SNS等）

スタンプラリーの実施

・MEGURYを用いてスタンプラリーを作成
・中心市街地に5か所のポイント設置

調査

・点灯式において200部のアンケート実施
・MEGURYの利用データ分析



▲作成したチラシ（左：表面、右：裏面）



▲レディオバリーでの様子



▲ポスティングの様子



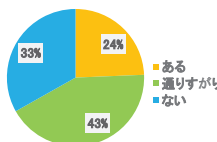
▲設営の様子



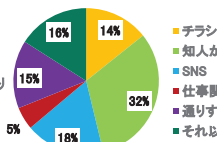
▲点灯式の様子

4. 分析結果 n=193

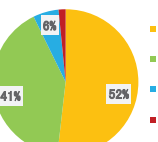
問1. 昨年度までうつのみやイルミネーションを見たことがありますか



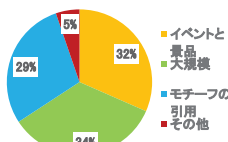
問2. 何がきっかけで知りましたか



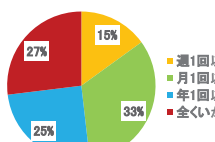
問3. うつのみやイルミネーションに興味はありますか



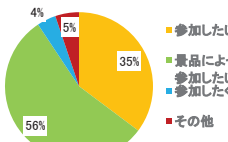
問4. どのようなものがあれば興味を持てますか



問5. 普段釜川周辺に行きますか



問6. スタンプラリーが追加されたら参加しますか



問1 うつのみやイルミネーションを通りがかりに見たことがある人が最も多い
➡昨年度まで通りますや見たことのなかった人たちにも見てもらえた

問2 全体の3分の1程度がチラシ、SNS等の活動で知ってもらえた
➡**チラシ作製、SNSの利用は有用**である

問4・6 景品を楽しみに参加する方も多い
➡ただ行うだけでは興味を引けないため、**丁寧な周知等も重要**となる

問6 スタンプラリーに興味を持ってくれている人がかなり多い
➡イルミネーションをきっかけにスタンプラリーを行うことで、**ウォーカブル推進に寄与**できると予想できる

問1と問5の相関関係は、1%水準で有意であり、相関は約0.37であった（HADでの相関分析より）。

以上から、うつのみやイルミネーションをじっくりと見たことがない人ほど釜川周辺を訪れていないことが判明した。この結果から、相関は弱いものの、**イルミネーションが来訪の動機となり、釜川を訪れる人が増加する可能性**が示唆される。

5. 最終提案

1 チラシ作製、SNS、メディアの活用による広報活動

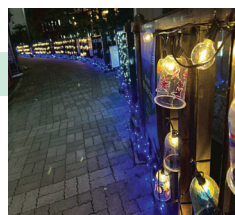
問2より、去年のデータが存在しないため断定することはできないが、私たちの広報活動が、イルミネーションの認知向上に寄与したと考えられる。来年以降も**事業の周知をさらに高め、中心市街地の魅力発信**につなげていきたい。

2 スタンプラリー活動の継続

今回導入したデジタルスタンプラリー「MEGURY」は、**景品抽選による参加動機**を備えており、アンケートの問4の結果と合致している。この仕組みにより、参加者は**楽しみながら地域を回遊し**、これまで気づかなかった中心市街地の魅力を発見する機会となった。以上のことから、「MEGURY」を継続的に実施することは、中心市街地の**回遊性向上や魅力と賑わいの創出**につながり、**ウォーカブルなまちづくりの推進に有効**であると考えられる。



▲イルミネーションの様子



▲点灯式のミヤリ

MEGURYデータ 収集結果

11月20日～12月15日 26日間実施
ログインスポット(5か所)の合計: **123回**
平日と休日のログイン回数の平均の差(点灯式当日を除く): **0.25回**
➡平日と休日の参加人数の違いはほぼないため、いつでも楽しめる仕組みとして有効