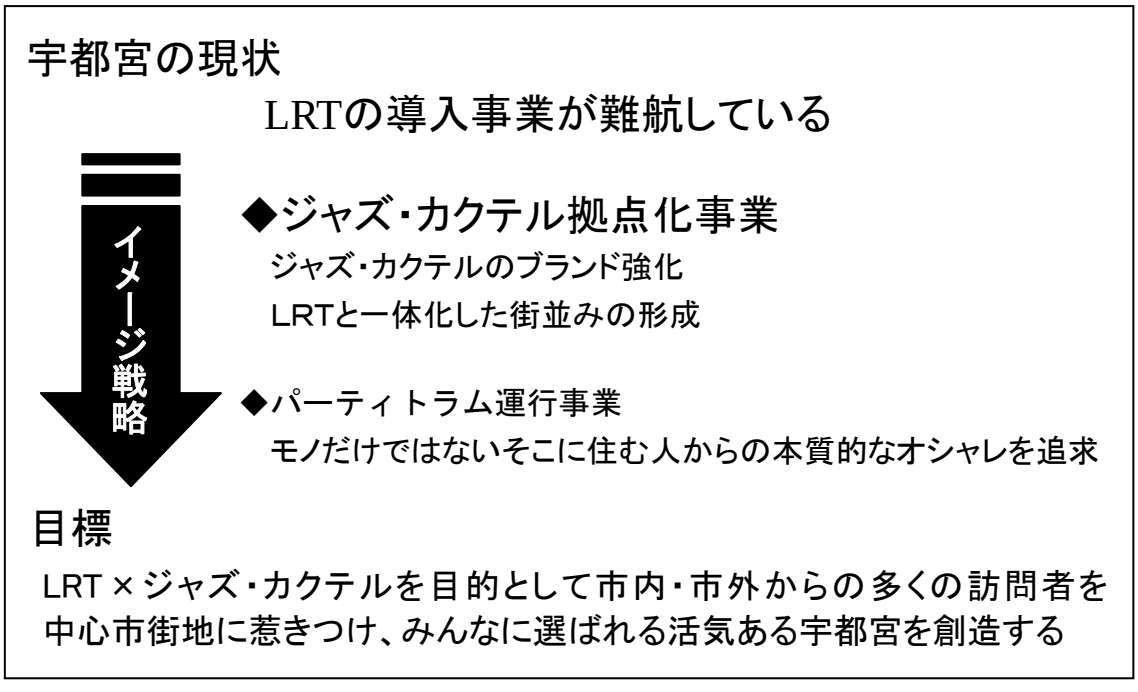
No.	提　　案　　名	提 案 団 体 名	
		代表者氏名	所　　属
11	ＬＲＴ導入による夜の中心市街地活性化 ージャズ・カクテルのブランド強化を通じてー	**宇都宮大学　森本組**	
		吉儀　和恭	宇都宮大学大学院　工学研究科

指導教員 氏　　名	**森本　章倫**

1　提案の要旨

宇都宮市は平成 9 年度に新交通システム検討委員会を設置して以降、LRT 導入へ向けて、導入基本計画をはじめとして導入課題検討や市民との合意形成を図ってきた。しかし、検討開始から十数年が経過した現在に至ってもなお答えが見出せていないのが現状である。そこで本提案では、LRT 導入に向けた新たなインセンティブを示すことを目的としている。

これまで LRT 導入の評価に関しては“昼”に着目したものが大半を占める。一方、LRT 導入の効果は、昼のみにならず夜に波及していくことが知られている。特に、LRT 導入の利点のひとつでもあるスマートな街並み形成は、夜の街を彩るのに十分な効果があると考えられる。また、現在宇都宮市では、まちの魅力創出にあたって餃子やジャズ、カクテル等をブランドの軸にしている。餃子に関しては全国的な知名度も高く、宇都宮の魅力創出に成果をあげているが、ジャズやカクテルに関しては、宇都宮市民においても未だ周知されていない状況にある。そこで本提案では、LRT 導入とジャズ・カクテルと一体化させた事業を提案し、LRT 導入時の“夜の街並みイメージ戦略”を示す。



２ 提案の目標

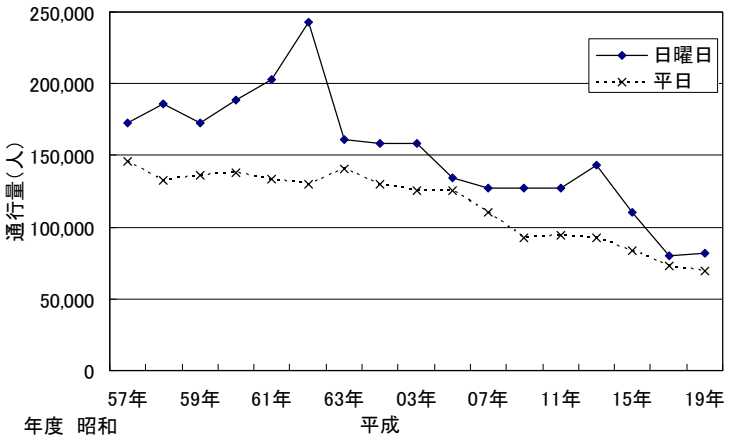
大通りには LRT を走らせ、その沿線ではジャズを奏で、カクテルを手に美しくライトアップされた街並みに酔うことができる、オシャレな雰囲気の漂う宇都宮にしたい。さらに、LRT×ジャズ・カクテルを目的として市内・市外からの多くの訪問者を中心市街地に惹きつけ、みんなに選ばれる活気ある宇都宮市を創造することを最終的な目標としている。

３ 提案の分析と課題

３－１ 地方都市における問題

近年、宇都宮市に代表される地方都市において、モータリゼーションの進展、郊外部における住宅団地の造成や大型小売店舗の出店などにより、市街地が面的に拡充し続けている。一方、都心部においては買い物客の減少、店舗の撤退による中心市街地の空洞化が進行している。図-1 に示すように、宇都宮市の中心市街地における歩行者通行量は年々減少傾向にある。

この現状を打開するための方策の一つとして、コンパクトシティの実現が挙げられる。これは、都市をコンパクトにして主要な公共施設および住宅地を都心部に集約することで、職住近接や渋滞緩和を図るものである。また、徒歩や自転車と公共交通手段を組み合わせることで、自家用車を運転する事ができない高齢者や子供であっても、安全かつ快適に移動することが可能になる。そのため、都心部での経済活動が活発になり、中心市街地の活性化に繋がることが考えられる。コンパクトシティを実現するためには、公共交通の充実が不可欠である。



図－１　中心市街地における歩行者通行量の推移

３－２　宇都宮市の取り組みと現状

(1) ＬＲＴ導入に向けた取り組み

宇都宮市が標榜するネットワーク型コンパクトシティ[1)]の構想の中には LRT（Light Rail Transit：次世代型路面電車）の導入が想定されている。LRT は低床式の新型路面電車として注目されており、比較的軽量・小型の車両を頻繁に運行する事で、1 時間当たり 2,000～15,000 人の旅客輸送が可能な中量・中距離輸送システムと位置付けられて

1） 地域、生活、産業、観光など様々な特性や機能を集約した拠点を存在させるとともに、恵まれた道路ネットワークを活用し、それらの各拠点を公共交通などで結節するまちの姿。

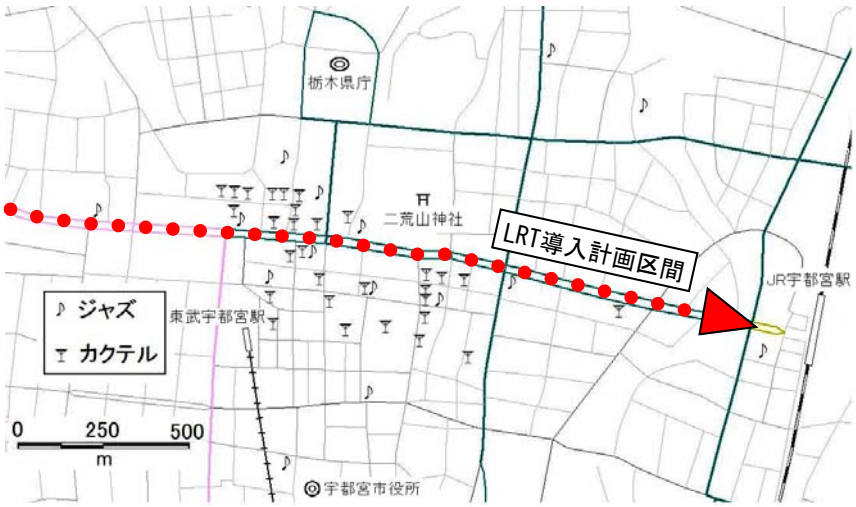
いる。LRT の利点は、定時性の確保、所要時間の短縮、環境にやさしい、低床でバリアフリー化されているなどが挙げられる。市では、平成 9 年度に新交通システム検討委員会を設置して以降、LRT 導入基本計画をはじめとして導入課題検討や市民との合意形成を図っており、LRT 導入に向けた取り組みを進めている。しかし、検討開始から十数年が経過した現在に至ってもなお答えが見出せていないのが現状である。

(2) 中心市街地活性化への課題

一方で、中心市街地の活性化のためには、幅広い世代の人に受け入れられる魅力的な都市であり続ける必要がある。宇都宮市における都市としての魅力の一つとして、宇都宮は餃子のまちであると県外においても広く認知されているように思われる。一方、宇都宮市ではジャズ・カクテルのまちとしてブランド強化を推進しているが、平成 16 年の宇都宮市観光動向調査によれば、宇都宮＝ジャズのまちと認知している市民はわずか 6%であり、浸透に限界が感じられる。この原因として、ジャズイベントの情報発信不足などが挙げられる。なお、現在宇都宮市の中心市街地における、ジャズおよびカクテルを提供する店舗数は合わせて 40 店舗以上存在し、図-2 に示すように分布している。

LRT の需要推計では、1 日あたり約 4 万人の乗客数が見込まれている。県外からも LRT 乗車を目的として、多くの人が訪れることが想定される。しかし、現在の宇都宮市では、観光客にとって魅力に乏しく、一度訪問しただけで飽きられてしまうことが懸念される。何度も訪問したい都市として人々の意識に定着させるには、来訪者に満足してもらえるサービスや魅力づくりなどのソフト対策が必要である。また、多くの人が集まり、経済活動が活発になることで、店舗の売り上げや LRT の維持運行費用の一部をまかなうことができると考えられる。

そこで、都市の魅力向上のためにジャズ・カクテルのブランド強化を図り、LRT との一貫したイメージ戦略を提案する。さらに、宇都宮市は観光都市であると人々の意識に定着させることで、永続的な発展を目指すことが必要であると思われる。以上のように、LRT 導入による集客効果を上手に活用するためには、宇都宮市としての地域特有の魅力創出をすることが課題として挙げられる。



図−２　宇都宮市中心市街地のジャズ・カクテル店舗分布図

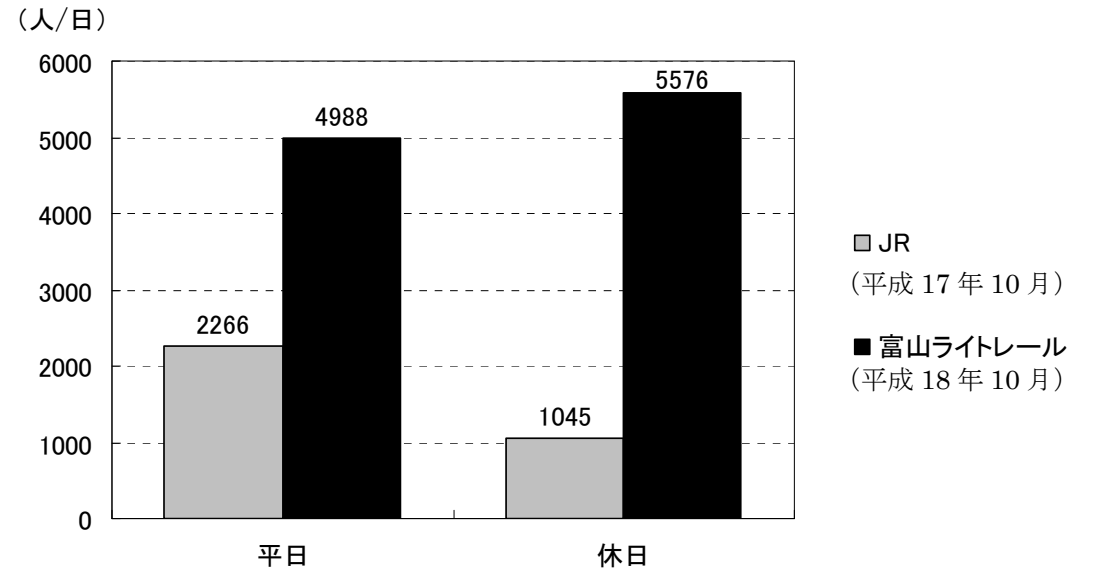
３－３　公共交通と集客効果

(1) 富山ライトレール（富山県）

富山ライトレールはJR西日本富山港線を引き継いで、平成18年4月29日に開業した。JR西日本が運営していた鉄道路線の既存区間および新設した併用軌道区間を用いて、LRTを運行している。LRT開業前後に行われた利用実態調査[2)]に基づき、富山港線の利用者数を図-3に示す。開業後において1日あたりの利用者数は、平日で4,988人、休日で5,576人となり、開業前に比べてそれぞれ2.2倍、5.3倍と大きな増加を示した。また、LRT開業初日の利用者数は12,750人となり、1日あたりの利用者数は1年目に4,901人、2年目に4,480人と当初の目標である4,000人を上回った。利用者数が維持されている理由は、日本初の試みであるため各自治体からの視察や観光目的での利用が増えた点や、富山ライトレールに関するイベントを適時開催している点が考えられる。

なお、富山市は富山ライトレール開業にともなう観光客の増加を見込み、岩瀬地区において観光地区としての整備を進めた。その結果、観光の拠点である岩瀬カナル会館には、開業前の約11倍となる73,317人が入場し、売店の売り上げが開業前の約6倍の2,915万円に達した。

同様に、富山ライトレールの開業により、沿線地域に地域活性効果がもたらされた。萩浦地区では、ライトレールの利用客が呼び込まれたことから30年ぶりに商店街が復活し賑わいを取り戻すことに成功した。



（出典：鹿島出版会 富山ライトレールの誕生）

図-３　ＬＲＴ開業前後の一日あたり利用者数の変化（富山港線）

2）　LRT整備効果の分析を目的として、JR富山港線であった平成17年10月と、
富山ライトレール開業後の平成18年10月に利用実態調査が行われた。

(2) 貴志川線（和歌山県）

和歌山県の貴志川線では、住宅開発が進んだため沿線人口は増えている一方、自動車の利用が多いため、昭和 49 年の年間約 361 万人の利用者数をピークに平成 17 年では年間約 192 万人と減少傾向が続いていた。そのため、当時運営を続けていた南海電鉄は営業分離を決定し、平成 18 年 4 月 1 日に和歌山電鐵に引き継がれた。

営業譲渡に伴い、電車の車両をリニューアルした運行が注目されており、車両ごとに統一されたテーマ感により、利用者の興味を引くサービスを展開している。現在運行中の車両のデザインには「いちご電車」と「おもちゃ電車」がある。それぞれシンボルマークが設定されており、車両の模型を販売するなどグッズ展開も行なわれている。車内のデザインおよび設備は既存の車両とは異なっており、利用者にデザイン車両の限定感および認知度を高めている。

また、平成 19 年 1 月から貴志川線の貴志駅には三毛猫の「たま」が駅長として就任した。この駅長就任のニュースはテレビや新聞など多数の国内外のメディアで取り上げられ話題になった。そのため、日本各地や国外から多くの人々がたま駅長を見るために和歌山電鐵を利用して貴志駅を訪れている。さらに、和歌山県内の観光周遊ツアーとして、前述したデザイン車両と併せてたま駅長訪問が組まれている。また、たま駅長のグッズや写真集などの販売も好調であり、新しい改装車両として「たま電車」のデザインを一般に募集するなど話題提供を欠かさない。

図−４　いちご電車の外観

図−５　おもちゃ電車内の様子

図−６　貴志駅のたま駅長

たま駅長就任までは、貴志駅の利用客は平均約 700 人/日であったが、就任後の平成19年1月には約17%増加した。年間の利用客も約19万人増えて約211万人となり、「たま駅長効果」をもたらした。また、関西大学大学院の宮本勝浩教授は、たま駅長による和歌山県への観光客増加などの経済波及効果は1年間で11億円に達したと発表した。

このように和歌山電鐵は数々の話題を提供しており、利用客の増加にも繋がっている。しかし、実際に貴志川線沿線で賑わいを見せている観光地は少なく、日本各地や国外から貴志駅を訪れた観光客の目的は、たま駅長を見ることだけになってしまっていると思われる。そこで、地域特有の観光地や物産を同時にアピールしていくことで、地域発展により大きな効果が得られると考えられる。

図-7　たま駅長目当ての観光客（貴志駅）

4 施策事業の提案

現在、宇都宮市で検討されている LRT 導入が決定したと仮定して、その後の施策事業についての提案を行なう。国内での LRT 導入事例として富山ライトレールがあるが、導入により高齢者の足を確保できるなどのアクセス性を理由に高い収益を得ることに成功している。ここでは、LRT 導入を従来の効果のみならず、ジャズ・カクテルとコラボレーションしてより一層の宣伝効果を挙げることで、市内外の人々に選ばれる宇都宮創造を狙う。以下では、ジャズ・カクテルの拠点化事業とパーティトラム導入事業の2つの提案を行なう。また、発表時にはこれらを再現したまちの動画を紹介する。

図-8 夜間ライトアップのイメージ図

（１）ジャズ・カクテルの拠点化事業

○ 事業の概要

LRT のある街並みはそれ自体で魅力を形成し、人々のこころにまちのいいイメージを持たせる。また、フルトランジットモール[3)]内においてその沿線でオープンカフェを設置し、まちを活気付かせていることが海外事例として報告されている。本事業では、LRT 沿線に拠点化されたジャズ・カクテルスペースを設けることで、オシャレで活気のあるまちづくりを行なう。大通りには LRT が走行し、LRT 沿線に集中している既存のジャズ・カクテルの店舗（図-2 参照）にアクセスしやすく、その周辺において回遊性が高まることが期待される。LRT とジャズ・カクテルの店舗のライトアップなどにより街並みを構成し、LRT と一体化したジャズ・カクテルの拠点化を行なう。

○ 行政、民間の役割

- 行政：拠点場所の提供といった財政面での援助をはじめ、参加企業の公募やジャズ・カクテルを中心としたイメージ戦略への理解を求めるなどの情報提供を行なう。
- 民間：ジャズ・カクテルを中心としたイメージ戦略への理解・協力に努めるとともに、積極的な出店を行なう。

○ 事業の効果

１）ジャズ・カクテルのブランド強化

現在の宇都宮市民の間ではジャズ・カクテルに関して認知度が低く、いかに宣伝できるかが課題となっている。そこでジャズ・カクテルを拠点化させることで、従来のそれを大きく上回る宣伝効果が見込め、市内外からの多くの来訪者を誘発することが期待できる。また、来訪者が増えることに伴い、宇都宮のジャズ・カクテルのブランド力を強化することができ、またこれによって新たな集客が生まれるなどの好循環を招くことができる。

２）LRT と一体化した街並みの形成

概要で述べたように、欧州では LRT を中心とした魅力のある街並み形成が成功を収めている。それに倣うように、LRT 沿線にオープンカフェ形式でジャズ・カクテルを提供していけば、魅力的な夜のまちを形成し、オシャレな宇都宮としての話題性を高めることができる。

○ 事業の課題

まず、拠点場所の選定を十分検討することは重要な課題である。さらに、拠点施設をただ設置するだけに終わらせることなく、まちづくりの観点から、行政や民間が十分コミュニケーションを図り、宇都宮を愛し、もって魅力創出に尽力し続けることが成功への最重要課題である。

3） 一般車両を制限し、歩行者と LRT などの公共交通機関に開放しているエリア。

（２）パーティトラム運行事業

○ 事業の概要

LRT 先進国である欧州では、LRT 沿線においてオープンカフェを展開し、かつ車内へのアルコール類の持ち込みをオープンにするなどして賑わいを呼んでいる。本事業では、民間のカクテル専門店へ公募をつのり、LRT 車内の一角をバーコーナーとして提供することで、本格的なカクテルを愉しみながら乗車できるという LRT の新たな付加価値を提案する。また、パーティトラム内の BGM として宇都宮の演奏者が作曲したジャズを公募し、優秀なものを車内に流してムーディーな雰囲気を演出する。LRT 運営組織は賃貸方式でカクテル店を招きいれる。

○ ＬＲＴ運営組織、民間、市民、行政の役割

- LRT 運営組織： バーコーナースペースを擁した列車を用意する。賃貸方式でカクテル店への参入を促す。
- 民間：積極的な参入を行なう。
- 行政：アルコールが絡んだ事業であるので、安全面に十分注意するよう留意する。
- 市民：LRT は公共交通であるので、モラルのある“drinking ride”を心がける。

○ 事業の効果

LRT とジャズ・カクテルのコラボレーション事業であるので、互いの相乗効果があると考えられる。その相乗効果として宣伝効果が挙げられ、ジャズ・カクテルについてはブランド力の強化、LRT については乗客数の増加および閑散時間帯における車両有効活用などにその効果が及ぶと考えられる。

○ 事業の課題

LRT は公共交通であるゆえ、市民の足として機能することがその役割であるということは確認すべきこと。その営業の中でアルコールを提供するというスタイルが市民にとって必要なものなのか事前に調査する必要がある。

５　おわりに

これまで、LRT とジャズやカクテルの一貫したイメージ戦略について提案してきた。この提案は、互いに魅力的な両者を活かし、うまく組み合わせてその相乗効果によるまちの活性化を狙ったものである。将来を見据えたまちづくりということで、イメージしにくい点もあるが、今回作成した CG をご覧いただければ、提案内容がイメージしやすくなるのではと考える。

今回の提案は、自分たちが思い描くまちづくりというものを具体化することができる貴重な機会であり、宇都宮について再度考える良い機会になった。この提案が、魅力ある宇都宮をつくるために少しでも活かされればと切に願う。

図-９ オープンカフェのイメージ図

図-１０ 夜間ライトアップとＬＲＴの街並み

図-１１　ＬＲＴ停留所付近

図-１２ 二荒山神社下周辺を上空から