

## 「第2回宇都宮市都市観光研究会」議事録

### 1 日時・場所

平成16年1月8日 午前10時から正午  
市役所 14B 会議室

### 2 出席者

#### 【委員】

・森本章倫，笠原正人，大塚恭子，高橋信夫，結城史隆

#### 【市職員】

・商工部次長，商業観光課長，商業観光課課長補佐，観光コンベンション協会  
観光課長，事務局職員

### 3 議事

- (1) 施策事業について
  - ・「まちなか観光」の創出について
  - ・その他の施策事業について
- (2) 都市観光の特色化について
- (3) その他

### 4 会議経過

- (1) 開会
- (2) 第1回研究会協議内容の確認
- (3) 協議（下記に要旨を記載）
- (4) その他
  - ・次回開催日の設定・・・平成16年2月26日(木)とする。

### 5 傍聴者

なし

### 6 主な意見，質問等（要旨）

#### (1) 施策事業について（まちなか観光）

##### 座 長 【協議経過】

都市間競争をどのように生き抜いていくかという視点から，ぜひこの研究会の議論を深めていきたいと思えます。

委 員 成果の指標を決め，その評価をしていくという仕組みを作ることが必要だ。重点がどこにあるのかというのがわかりづらいところがある。

座 長 まちなか観光の範囲は，事務局の資料にあるものでよいですか？

**委員** JR駅と東武駅で、インフォメーション・サービスとゲート・サービスに区分されているが、なにか意味があるのか。

**事務局** JR駅については、観光案内所が配置されていることから使い分けをした。

**委員** まちなか観光を歩いてまわるという前提で考えるとJR駅から八幡山公園まで含めてしまうと距離が長くないか。

**座長** JR駅から公共交通機関を使って都心部に来て遊ぶというのが前提になるでしょう。レンタサイクルなどの活用も組合わせて考えられる。

**座長** 指標については、例えばの話ですが、まちの活性度を図るのに「うろつき度」といった手法もある。

これは、高精度の万歩計を装着して、2分毎の振動数を計測するものですが、立ち止まったりして通常のペースよりも遅くなるところが魅力的なところがあるという仮定のもの。

県内の各都市で計測したが、佐野のアウトレットモールと宇都宮がうろつき度が高かった。

楽しいところが集中していないとなかなかうろつきについてくれない。

**委員** 散策によるうろつきには、お店のづくり、色合い、イメージの統一が必要ではないか。

長い目で見て、トータルな街づくりという視点が歩行空間の楽しさにつながるものが必要だ。

**委員** 東武一番通りはすごく歩きやすくなった。シンボルロードも冬枯れしていても雰囲気が良い。

市全体の街路樹の統一を検討すればより効果的だ。

**委員** 店に入ったら何か買わなきゃならないという雰囲気は入りづらい。入っても出てきやすい店作りを提案できないか。

**委員** 店の前のディスプレイでもかなり雰囲気が変わってくる。道路の占用許可は阻害要因にならないか。

**委員** 商店街によっては、協定を結んで基準を作っているところもある。実際にはだんだんとはみ出てくるが多々あるようだが。

**委員** 街並みのファサードの統一は必要だ。本市の特色である大谷石をもっと活用すべきではないか。

**委員** 店先の日除けのテントなども、歩行空間を確保するために固定せず、可動式のものにするのがよい。極力派手な色は控えた方がよい。

**委員** ファサードについては支援の仕組みがある。わかっていても先が見えず、やる元気がないという現状もある。

**委員** 買わないお客さんにも親切なまちにする必要がある。こうした雰囲気があると店に入りやすい。

**委員** 巣鴨のとげ抜き地蔵の商店街には見習うべきところが多い。  
京王百貨店ではその手法をさっそく取り入れているが、お年寄りへの配慮が行き届いている。例えば、到るところにベンチがある。店の中にも座るところがある。どこの店にいてもお茶をだしてくれる。  
成功事例として参考にすべきだ。

**事務局** 本市においても、「おもてなし日本一」ということで取り組んでいる。  
70歳以上のお年寄りに5,000円のバスカードを提供する事業も始まったが、こうした機会に街へお年寄りが来やすくなる接遇をさせていただけるようお願いしているところ。

**委員** 長崎屋では、3,000円以上の買物をすると無料で自宅まで商品を届けてくれるサービスを実施しており、好評を博している。こうしたものもよい事例となるだろう。

また、駐車場については周辺に随分と確保したみたいだが、意外といっぱいになっていない。半径500m～1km程度の周辺住民からの評判がよい。

都市観光の振興にあたっては、車で来る若い人が対象と考えていたが、周辺部の住民やお年寄りへの配慮も街の活性には必要だ。

**委員** 確かに長崎屋は予想外に入っているようだ。その客は圧倒的にお年寄りが多い。ただし、まちなか近辺の駐車場にお年寄りが車を停めるのはかなりテクニックを必要とするのできついのではないか。

大通りの一車線を駐車帯にしてしまうなど、もっと車を止めやすくする工夫が必要だ。

**座長** まちなかへバスによる来訪者は全体の3～4%程度で、圧倒的に自家用車によるアクセスが多い。あちこちにワンコイン駐車場ができていますが、無計画に虫食い状態になるのは好ましくない。

歩行空間と車の空間を分けていく必要がある。

**委員** 歴史軸の整備なども取り上げられているが、歴史的な資料館とか併せて整

備していくことが必要ではないか。

宇都宮城址だけを作っても観光的に生きてこない。

**事務局** 歴史軸の整備については、歴史的な演出をどのようにしていくのか検討している。また、宇都宮城址においても土塁の空間を利用し、その活用策を検討している。

**座長** カクテル・ジャズの活用はいかがですか。  
ジャズはイベント的にはよくやっているようだが、常時聴ける店がどこにあるのかといわれるとよくわからない現状ですよね。

**委員** 特定のお店で、週に何回かやっているという現状だろう。

**事務局** どのお店でいつどんな演奏をやっているのか、きちんと情報伝達する仕組みができていないことは、課題と捉えている。

**委員** ミッドナイトジャズとか全国的に発信できるものがほしい。  
美術館の草地とか、大谷空間とか非常に印象的な場がある。市内においては全くモダンジャズが聴こえてこない。商店街に協力してもらって流すとかできないだろうか。

**委員** ナベサダの横顔のフラッグを掲げたり、曲師町商店街ではジャズを流している。日野町商店街には音楽を流す放送設備がない。

**委員** ミニFM放送局があって、そこから流すといったことは考えられないか。

**委員** 商店街においてもBGMの音楽をかなり意識しているところ。餃子会との連携イベントは市外からの客は呼び込めるが、市民向けのイベントではあまり集客力がない。

商店街とジャズとお互いに協力しあっていこうという雰囲気は出始めているところだ。

**委員** 下之宮では、音楽を意識したイベントがかなりできてきている。

**座長** ジャズとカクテルの連携といった視点ではいかがですか。現状、両者を併せたイベントをよくやっていると考えていいのでしょうか。

都市観光を考えていく上で、カクテルというのはとてもよい手法になり得る。飲んだら車には乗れないから公共交通機関を使わざるを得ない。

また、お酒を飲むと泊まりたくなるから滞在型の観光を進めていくうえでも使いがいのあるアイテムになる。

- 委員** 駅前の餃子像のように、カクテルをPRするものが駅にはあるのか？
- 事務局** JR駅のコンコースで昨年カクテルのPR事業を実施したことはある。
- 委員** 気軽に入ることができる雰囲気のカクテルバーにあるだろうか。
- 委員** 例えば、イギリスのパブツアーのように、一杯飲んで、気軽にまた次の店に行って一杯飲めるといった仕組みをつくるというのではないか。
- 委員** 宇都宮のビジターの多くを占めるビジネスマンが、宇都宮のカクテルに気軽に触れることができる仕組みづくりが必要だ。  
泊まったホテルで、ジャズとカクテルの組合わせのサービスを提供するなどできないだろうか。
- 委員** 体験型観光のパンフレットにもある「マイカクテルプラン」などは、非常に素晴らしいが、明らかに宣伝不足。  
餃子の場合もそうだったように、泊まったビジネスマンが食べてくちコミで会社の同僚に広がっていくというパターンの効果は実証済だ。

## (2) その他施策事業と都市観光の特色化について

- 座長** その他、全体の施策事業についてはいかがでしょうか。  
事業者がビジネスチャンスと捉えて本市に投資するような環境をどう整えればいいのでしょうか。
- 委員** 小さな店やちょっとしたお土産など、若い人が出店しやすい店舗空間を整える必要がある。ゾーンとして提供するとか、県外の人にもPRできるような仕組みができないかなと思う。
- 委員** 現在日野町通りに屋台横丁の出店計画がある。AとBの2タイプで23区画あるようだが、帯広とかで結構あまっているようだ。説明会の反応をみても多くの事業者が関心を寄せている。出店意欲はあるということ。
- 委員** ユニオン通り商店街は、商店街として個店を誘致するような伝統を持っている。店の構成が若い人が対象の特徴のあるものになっている。  
ひるがえって、まちなかの店は、なんでもありで商店街としての特徴がない。ゾーン毎の特色を設定し、飲食とか、物販とか色分けをするなかで合致するものには税制の優遇をするなど政策は考えられないか。
- 委員** 出店のためのインセンティブには、「儲かりますよ」か「出やすいですよ」のどちらかがないと難しい。出やすいですよという垣根を低くする雰囲気作

りが必要だ。

**委員** もっと市民に親しまれる場所とする必要がある。ビジネスマンは年間数百万人来ているはずだから、こうした市民にも愛され気軽に遊べる場所があればビジネスチャンスは生まれてくるはずだ。

**委員** 行政の仕事は、基本的には民間ができないこと。  
補助金による支援のほか、関係者相互の調整、エリア計画などがある。  
また、道路使用だ、警察への届出だ、保健所への申請だといった行政間の調整をまとめられる仕組みがあると格段に出やすい環境になる。

**委員** 夏季のジャズのフェスティバルとか、イベントそのものの告知力を高めることはできないか。森の中の美術館は魅力的だ。夜中まで開館し、ジャズもカクテルも楽しめるお洒落なイベント空間としての価値は高い。

**委員** PRが下手だと思う。JR駅では、公共的なものであれば大きなポスターを自前で印刷して貼り出ししてもらえという話を聞いた。  
また、いくつものイベントを細々といくつもやっても効果は薄い。一つにまとめた大きな名称にして、インパクトのあるものにするべきだ。  
春の〇〇まつりとか、夏の〇〇まつりのようにできれば、東京の大型掲示板に貼ってもらえるようなイベントにできる。

**委員** なんでもかんでもやるというのではなく、絞って効果的なものにしていくことが必要だ。

**委員** コンセプトをどうするのか。何をキャッチコピーにしていくのかというのも重要だ。  
市街地の活性化策と観光集客策とでは視点が違ってくる。観光においては非日常的なワクワクさせるものが必要だ。  
現状、よそのまちから宇都宮に来て普通のまちと変わらないと思ってしまうのではないか。  
観光というのは、非常に噂とかイメージで左右されてしまう要素が強い。テレビで宇都宮の大通りに暴走族がたむろしている映像が放映されるとそれで街のイメージが悪くなる。

**座長** 今の観光の流れとして、日常の生活空間の中に入ってきてもらい、観光客に楽しんでもらうという考えがある。  
宇都宮市民にとって餃子は日常の生活の一コマだが、市外の人からすれば非日常的な特異な文化の体験だったりする。

**委員** 宇都宮で都市観光を考える時に、東京と同じ戦略ではダメだ。

- 委員** 京都や高山とは勝負にならない。高崎や仙台と比べてこれは違うぞといえるものは何か。
- 座長** 餃子，カクテルという新しい資源，食の文化みたいなものが前面に出てくるのではないか。
- 委員** 細やかな歴史の活かし方もある。市内にある歴史文化財の表示板はおもしろいと思う。もっといっぱいあってもよいと思う。
- 委員** 歩く人のための舗道や表示があり，休めるところや食べるものさえ提供できれば，最初は少しのスペースでよいからこうしたエリアを作るべきだ。  
まちなかは歩く街，東口は車で行くまちと分けてもいい。宇都宮に来たから餃子を食べる。これは確かなことだ。
- 委員** おもてなしのまちなら，車や自転車のマナーを考えるべき。
- 委員** 市民の方々によく理解してもらっておもてなしの啓発をしていく必要がある。子どもへの啓発も考えたらどうか。お掃除隊とかやってもいい。こうした市民運動におもてなし日本一を発展させていく必要がある。
- 座長** まちのおもてなし度というのも評価できるといいですね。自己評価できる手法はないですかね
- 委員** CS調査などでしょうか。すぐには難しいですね。
- 座長** タクシーの運転手さんの評価なんかはどうですかね。
- 委員** やはりお客さんに評価してもらうしかないですよ。  
他市では，タクシーの待合所にタクシー会社毎のコールボタンがあり，呼んだ会社のタクシーに乗れるシステムを導入しているところがある。
- 委員** 夜，駅前でも時間も順番待ちをしている運転手さんに，ワンメーターの距離だと申し訳ないという気持ちになってしまうのだが，運転手さんによって態度が随分と違う。
- 委員** 玄関口で接するのだから，ワンメーターだろうときちっとした対応をしないとではならない。
- 事務局** 市場メカニズムの原理を取り入れることができるかですね。

**委員** 商店街でも月1回の清掃をやっているが、「おもてなし」はまだ徹底していない。

点字ブロック，道の案内，店舗のトイレの開放などお金をかけなくてもやれることはたくさんある。

**座長** コンビニエンスストアと地元の店とのサービスの質が違うといった問題はありませんか。

**委員** まちなかの商店街にあまりコンビニエンスストアはないが，全国チェーンの店は，独自に音楽を流していたりして，イベントをやってもうるさいからやめてくれといった苦情がきたりすることがある。

**座長** マクドナルドでジャズを流すなんてことはできるのでしょうか。  
色の統一を図っているところはありますよね。

**委員** 掛川などでは，チェーン店もファサード統一の協定を結んでいる。

**委員** BGMをあわせていくためには，商店街の合意形成が必要だ。

**委員** オリオンジャズも20年近くやっているが，ジャンジャン違う音を流している店があつたりする。現状はまだこんな状態である。

**座長** 事業を進めていく主体をどのように考えていくのかということが重要になりますね。

そろそろ時間となりましたので，これ以降の議論は次回に送りますが，  
次回は必要な施策方針が漏れ落ちないように，そのメニューの検討とともに，どれが重要なのかという比重付けを考えていきたいと思います。

以上を経て会議を終了した。