

No	提 案 名	提案団体名		
		代表者氏名	所 属	
11	ブレックスアリーナ周辺 どうにかしちゃおう作戦	宇都宮大学 都市計画研究室		
		渡邊 浩大	宇都宮大学大学院 工学研究科	
			指 導 教 員	長田 哲平
			氏 名	大森 宣暁

1 提案の要旨

近年、我が国では、少子高齢化の進展や人口減少が大きな問題となっている。更に地方に限れば、若い世代が大都市に流出し、人口減少にますます拍車がかかっている。宇都宮市においても東京都市圏との間で、転出者数が転入者数を大きく上回っている状況である。宇都宮市の人口は、現在約 52 万人であるが、2017 年をピークに、その後は人口減少に転じ、2050 年の人口は 45 万人と予想されている。このことから、東京都市圏への人口流出に歯止めをかけるとともに、特に若い世代の宇都宮市の来訪・定住人口増加による地域活性化が必要である。

以上を踏まえて、本提案では、地域活性化の一案として、宇都宮の魅力の 1 つであるスポーツを取り上げる。特にバスケットボールに注目し、リンク栃木ブレックスのホームコートである、ブレックスアリーナ周辺に着目した。スポーツによる地域活性化事業の事例やプロスポーツチームの取り組みなどの事前調査を行った後、実際にブレックスアリーナにてアンケート調査を実施し、宇都宮の魅力としてのバスケットボール、リンク栃木ブレックス及びブレックスアリーナ周辺の活性化について提案する。

2 提案の目標

2050 年の宇都宮市では、人口減少が想定される。私たちは、人口減少の対策として、若い世代が宇都宮来訪時に「魅力的」「住みたい」または「住み続けたい」と感じる政策を提案する。

現在、様々な地域において、スポーツ資源を活用し観光を活性化させる、「スポーツツーリズム」が推進されている。宇都宮市は、スポーツ資源が豊富であり、その中でも栃木県内のプロバスケットボールチームであるリンク栃木ブレックスは、JR 宇都宮駅近くにブレックスアリーナと呼ばれる活動拠点を持っており、B.LEAGUE 初代王者となるなど、スポーツによる観光を活性化させる上で立地や来訪目的という面では、良い条件が揃っている。

しかし、現在のブレックスアリーナ周辺地域は、活気があるとはいい難く、試合を観戦する際、周辺に観光する場所などが少ないように感じる。

そこで、本提案では、ブレックスアリーナ周辺地域の賑わい空間を創出するため、他都市の事例を参考にし、ブレックスアリーナの来訪者への意識調査を行うことにより、効果的な施策を明らかにし、若者の来訪・定住を促すことを目標とする。

3 現状の分析と課題

3-1 宇都宮市の魅力の 1 つであるバスケットボール

バスケットボールの競技者人口は全世界で 1 位であり、日本での競技者登録人口は、1 位のサッカーに次ぐ 2 位である。B.LEAGUE では、日本全国、47 都道府県のうち 34 都道府県に 45 クラブ存在する。バスケットボールは他スポーツと比べ、若者や女性の支持率が非常に高く、今後も人気が続くスポーツであることは間違いなく考える。

日本では 2015 年、既存の NBL と bj リーグとが統合され、B.LEAGUE が新規プロバスケット

リーグとして新設された。B.LEAGUE 最初のシーズンとなる 2016-17 シーズン、初代王者に輝いたチームが栃木県宇都宮市を本拠地としたリンク栃木ブレックスである。現在のリンク栃木ブレックスは、紛れもなく宇都宮市の魅力の 1 つであり、誇りである。また、リンク栃木ブレックスでは、年間で最も多くのホームタウン活動を行っている。



図-1 リンク栃木ブレックス¹⁾

宇都宮市においては、リンク栃木ブレックスの本拠地があるほか、2016 年、2017 年と二荒山神社前バンバひろばにて国際バスケットボール連盟（FIBA）主催の 3x3（3 人制バスケットボール）国際大会、FIBA3x3 ワールドツアー宇都宮マスターズ（図-2）が開催された。2017 年には国際大会に先駆け、オリオンスクエアにおいても 7 月 8 日 - 9 日 3x3PREMIER.EXE が開催された。国際大会では、関連イベントとして、オリオンスクエア、バンバ通りにおいて大会のライブ映像を配信したパブリックビューイングが実施された他、大会オリジナルクラフトビールの販売、バンバ通りにおいて宇都宮の食材を使った飲食ブースの出店及び休憩スペースの設置が行われ、多くの人で賑わった。



図-2 FIBA3x3 ワールドツアー宇都宮マスターズの様子²⁾

3-2 他都市の事例

日本には多くのプロスポーツチームが存在し、現在様々な地域においてスポーツによる地域活性化や、プロスポーツチームの地域密着活動が行われている。また、本拠地アリーナや球場などの周辺地域（最寄り駅からアリーナ、球場までの道）が盛り上がっている地域がある。また、公園を様々なスポーツが楽しめる空間として有効利用している例もある。

(1) 広島市と広島東洋カープ（野球）

プロ野球チームの 1 つである広島東洋カープがある広島市では、2016 年広島カープ優勝の勢いもあり、市全体が盛り上がっている。広島カープの本拠地 MAZDA Zoom-Zoom スタジアム広島（以下マツダスタジアム）は、広島駅南口から南西へ徒歩 10 分の位置にあり、駅からスタジアムまでの道のりは「カープロード」（図-3,4）と呼ばれ、チームカラーの赤を基調とした赤い歩道や、広島の県花と県木であるもみじとカープのキャラクターカープ坊やがデザイン化された真っ赤なマンホール、マツダスタジアムから最も近いコンビニである真っ赤なローソンなどにより、スタジアムまでの真っ赤な道のりを楽しみながら観戦に向かうことができる。また、フェンスには監督・選手紹介のボードが連なっている。また、2017 年広島カープセントラルリーグ優勝時には、広島市内を走る路面電車、広島電鉄による「カープラッピング電車」（図-5）として「優勝記念花電車」が運転された。



図-3 カープロードの様子 (Google ストリートビューより)



図-4 カープロードを歩く人々³⁾



図-5 カープラッピング電車⁴⁾

(2) 長岡市とアルビレックス新潟 bb (バスケットボール)

新潟県長岡市のアオーレ長岡 (図-6) をホームアリーナとして持つ新潟アルビレックス bb は、B リーグ 1 部参入により、連携の広がりと発展を目指し、長岡市、長岡地区 NIIGATA ALBIREX バスケットボール協会、公益財団法人長岡市スポーツ協会との間で「バスケによる市民協働のまちづくり包括連携協定」を締結した。連携協定の主な内容として「チーム・市民・企業・行政が一体となったバスケによる地域密着モデルの形成」「バスケの普及、情報発信と子供達の競技力向上や青少年育成」「市民にとってバスケが、より身近に感じられる取り組みの実施」「国際試合の誘致、各種大会の開催やトップチーム等の合宿の誘致」がある。また、新潟アルビレックス bb は B リーグから地域活性化の事例として紹介され以下のような成果が出ている。



図-6 アオーレ長岡⁵⁾

・ホームアリーナであるアオーレ長岡の駅直結の立地を生かしたアリーナ周辺の地域を再開発化
 ・駅・アリーナ直結であり、自動車中心の地域において新たな文化が形成
 ・アリーナが市の施設と複合化しイベントスペースでは試合ごとに地域の屋台などが出店し賑わいを見せている。

- ・イベントスペースに大型ビジョンを設置することで、滞在時間が伸長
- ・アリーナ正面の商店街に行政と連携しクラブ、B リーグの装飾を実施。複数の飲食店などが新規出店。
- ・市内のみならず市外、県外からの来場者が多く、地域活性に一役かっている。

(3) ブライアント・パーク（ニューヨーク）

ブライアント・パークはアメリカ、ニューヨーク州マンハッタン区にある公園である（図-7）。タイムズスクエアとグランド・セントラル駅の間に位置し、ミッドタウンのオフィスビルに囲まれた中で緑の多いこの公園は、周辺企業の勤める人や観光客の憩いの場であり多くの人が訪れる。施設として、大芝生が中心に存在し、休憩する場所としての役割を持つほか、コンサートなどの大きな催し物の観客席や冬季の無料スケートリンクなど多くの役割を持つ。また、屋外読書室、メリーゴーランド、ペタンクコート、卓球台、チェスボード、ショップ、レストラン、カフェといった多くの施設が存在する。また、編み物教室、外国語教室、ジャグリングクラス、太極拳クラス、フェンシングクラス、ヨガレッスンなど無料で習うことができ、様々なスポーツが楽しめる。



図-7 公園の様子⁶⁾

3-3 ブレックスアリーナ周辺の現状と来訪者の意識調査

3-3-1 ブレックスアリーナ周辺の現状

ブレックスアリーナは、宇都宮駅から約1.2kmと徒歩で約20分の位置にあり、周辺の目立った施設としては、マロニエプラザや駅東公園などが挙げられる（図-8, 9, 10, 11）。飲食店やレジャー施設などは数が少なく、住宅の並ぶ落ち着いた雰囲気の地区であり、閑散としている印象を受ける。ブレックスアリーナに通じる遊歩道も同様に、落ち着いた雰囲気を醸し出している。

ブレックスアリーナ周辺で、リンク栃木ブレックスをイメージできる場所としては、TSUTAYA 宇都宮駅東店が挙げられる、栃木県内のTSUTAYA各店では、2017-2018シーズンの間ブレックスとのコラボ企画が行われており、選手の等身大ステッカーが掲出されている他、オリジナルブックカバーや、しおりなどを配布している。

ブレックスアリーナ周辺には、リンク栃木ブレックスをイメージできるものがあまり無く、宇都宮市としても、リンク栃木ブレックスを利用したまちづくりは進められていない。



図-8 宇都宮駅からブレックスアリーナまで（Google より）



図-9 TSUTAYA 宇都宮駅東店⁷⁾



図-10 駅東公園入口



図-11 駅東公園西側遊歩道

3-3-2 来訪者の意識調査

来訪者の意識調査をするために、プレ調査と本調査を実施した。

プレ調査として、8月19日のマロニエプラザでの、第7回マロニエプラザ感謝祭&第2回とちぎプロスポーツまつりにおいて、イベントの来訪者を対象にスポーツ観戦をライブビューイングしている風景の画像をいくつか見てもらい、それぞれのライブビューイングの環境がブレックスアリーナ周辺にあれば、「良いと思うか」、「来たいと思うか」の二つの質問を設け、評点をつけてもらった。このアンケートでは、性別、年齢、居住地(宇都宮市内か市外か)についても質問を設けており、個人属性による嗜好の違いも捉えられた。この結果によれば、宇都宮市内に居住する人は、バンバ通りにて設置された3x3のライブビューイングがオリオン通り周辺にあれば、良い・行きたいという回答が多く見られた。一方で、野球場の外、サッカー場の外、一般的なビアガーデンにディスプレイが敷設してあるライブビューイングについてはばらつきがあり、どちらともいえない・とてもそう思わないといったネガティブな印象を持った人がいることが明らかになった。これに対し、宇都宮市外に居住するイベントの来訪者は、いずれのライブビューイング環境についてもポジティブな印象を抱いていることが分かった。

本調査は、11月5日ブレックスアリーナにて行われたリンク栃木ブレックス対千葉ジェッツの試合にて行った。これに際し、試合来訪者に対するブレックスアリーナ周辺に関する意識を捉えるために、アンケート調査を行った。調査項目は図-12に示す。

調査項目	
Q1	性別をお答えください。
Q2	あなたの年齢をお答えください。
Q3	あなたの居住地をお答えください。
Q4	自宅からブレックスアリーナまでの交通手段をお答えください。
Q5	電車と答えた人のみ回答お願いします。駅からの交通手段を教えてください。
Q6	自宅からブレックスアリーナまでの所要時間をお答えください。
Q7	本日は、どちらのチームの応援に来ましたか？
Q8	ブレックスアリーナの利用の前後に周辺の地域に行きますか？(観光や食事、買い物など)
Q9-1	周辺の地域に行く目的をお答えください。(複数回答可)
Q9-2	周辺の地域に行かない理由をお答えください。(複数回答可)
Q10	ブレックスアリーナでのスポーツ観戦やイベント参加をより楽しくするために、どのようなサービス・施設が必要だと思いますか？(複数回答可)
Q11	次の選択肢のうち、どのようなまちづくりや工夫をすると、ブレックスアリーナ周辺に賑わいが生まれると思いますか？(複数回答可)
Q12	ブレックスアリーナやその周辺でイベントが開催される場合、どのようなイベントに参加してみたいですか？(複数回答可)
Q13	ブレックスアリーナ周辺のまちづくりに関して何かご意見がありましたらご記入をお願いします。

図-12 調査項目

次に、本調査で得られたデータの集計を以下に示す。本調査の回答数は約 80 名であった。回答者の男女比は男性 46%，女性 54%であり，30 歳～64 歳の人が 80%ほどであった。回答者の居住地分布は，宇都宮市内 45%，栃木県内宇都宮市外 29%，栃木県外 26%であった。

・ブレックスアリーナまでの交通手段は，60%の人が自動車であることが分かる。また，JR 宇都宮駅の鉄道利用者は，バスの利用者が 3 割いるものの，約 45%が徒歩でアリーナまで移動していることが分かる（図-13，14）。

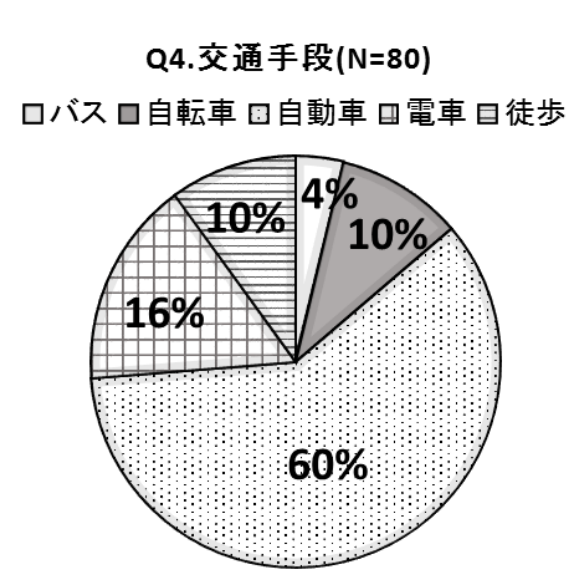


図-13 ブレックスアリーナまでの交通手段

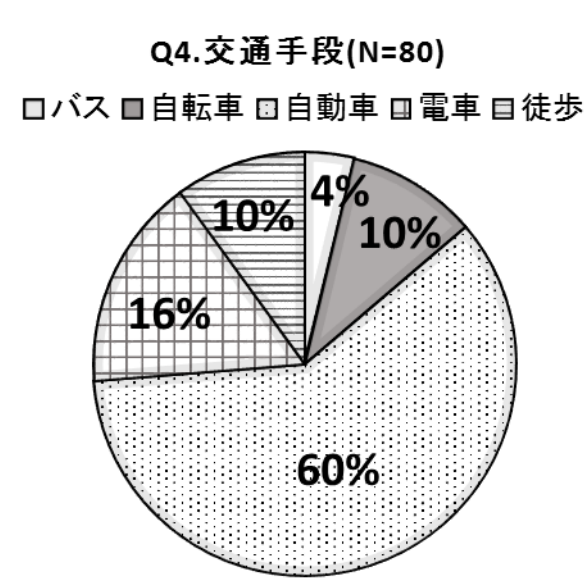


図-14 駅からの交通手段(駅までは電車)

・ブレックスアリーナの利用の前後に周辺地域に行く人が 7 割おり，ブレックスアリーナでの試合が地域貢献に大きく助力していることが見て取れる。そのうち，3 割の人が買い物を目的とし，6 割の人が飲食を目的として周辺地域に行っている。一方で，行かない理由についてみると，「試合を見に來ただけ」，「時間に余裕がない」といった回答が多く見られる。試合の前後に周辺地域に足を運んでもらうには，こういった街の魅力や施設に関心のない人たちに PR していくことが必要だと考えられる（図-15，16，17）。

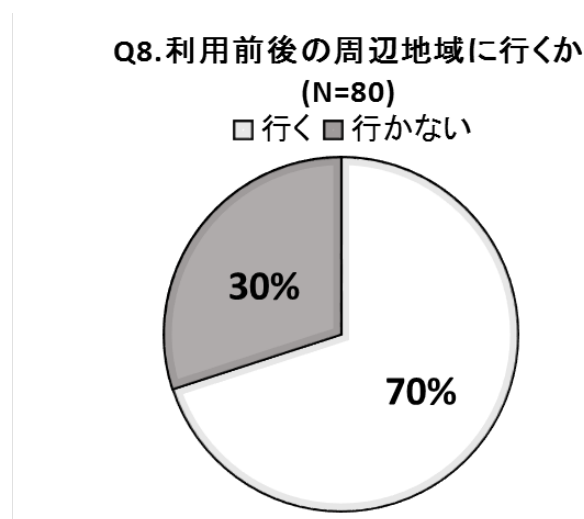


図-15 ブレックスアリーナ利用前後の周辺地域に行くか

Q9-1.行く目的(N=84)

□ 買い物 ■ 飲食(飲酒を伴う)
▨ 飲食(飲酒を伴わない) □ 観光

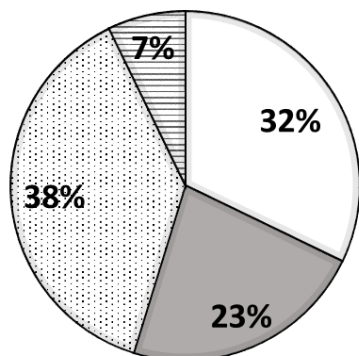


図-16 周辺地域に行く目的

Q9-2.行かない理由(N=34)

□ 興味がある施設・場所がない ■ 魅力的な店舗が無い
□ 交通アクセスが悪い ■ 場所がわからない
▨ 時間に余裕がない □ 試合を見に来ただけ
▨ 近いので寄り道しない

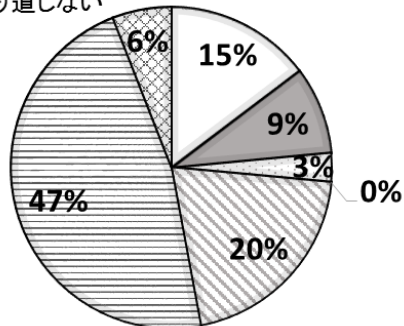


図-17 周辺地域に行かない理由

・ブレックスアリーナでの観戦やイベント参加をより楽しくするサービス・施設について、気軽に立ち寄れる店舗の充実が35%と最も多かった。パブリックビューイングや周辺地域の装飾等は2割ほどが賛同していた。次に、ブレックスアリーナ周辺に賑わいの生まれる施策としては、交通インフラの整備が最も多くの人が賛同していた。次いで、周辺の飲食店の出店、公園等でのイベント開催、アリーナの改築が多かった。ブレックスアリーナ周辺で行われていけば行きたいと思うイベントについては、パブリックビューイング、試合観戦のできるスポーツバー、食のイベントが多かった(図-18, 19, 20)。

Q10.よりよいサービス・施設(n=163)

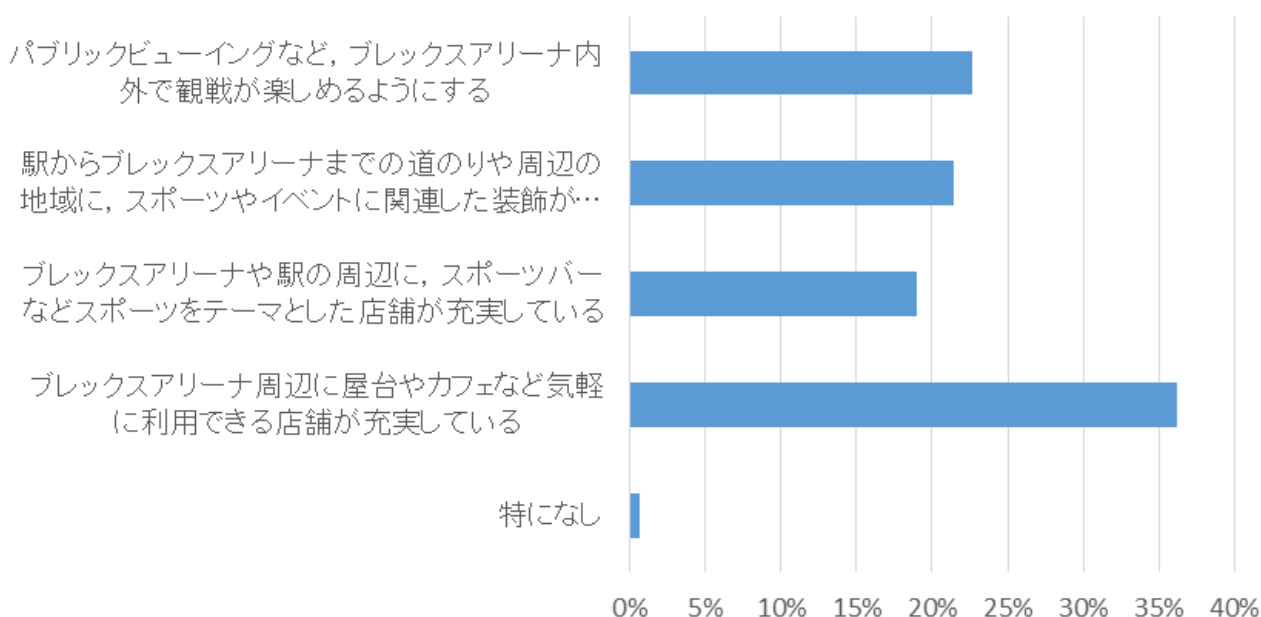


図-18 スポーツ観戦やイベント参加をより楽しくするサービス・施設(複数回答可)

Q11.ブレックスアリーナ付近に活気の出る工夫(n=199)

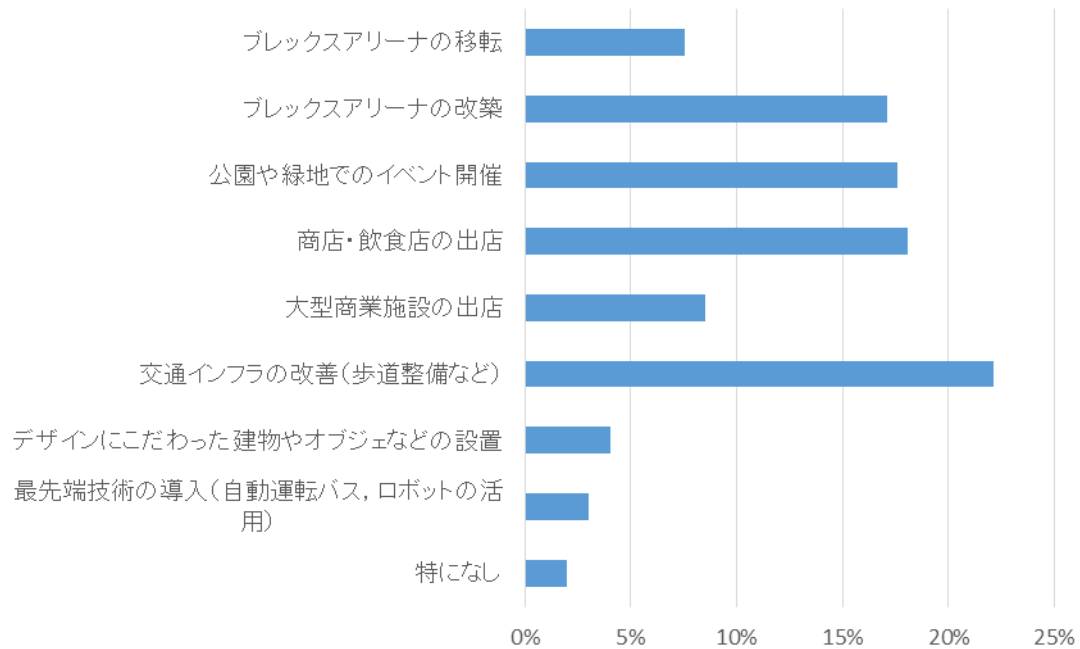


図-19 ブレックスアリーナ周辺に賑わいの生まれる工夫（複数回答可）

Q12.どのようなイベントに参加したいか(n=174)

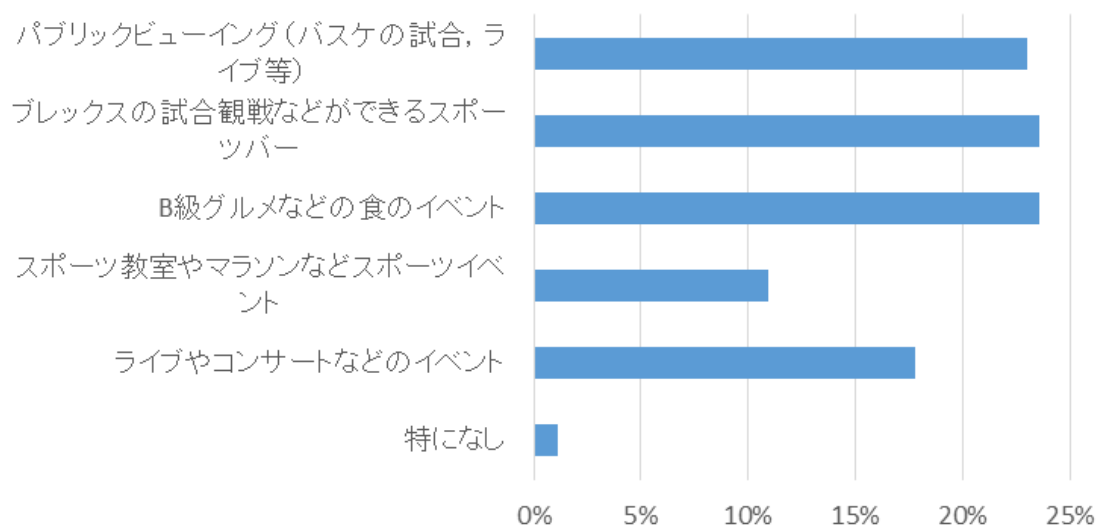


図-20 ブレックスアリーナ周辺で行われれば行きたいイベント（複数回答可）

・ Q13「ブレックスアリーナ周辺のまちづくりに関して何かご意見がありましたらご記入お願いします。」では、25名の回答を得た。以下に回答を示す。

- ・ 駐車場の足りない、整備してほしい、など（11人）
- ・ ブレックスアリーナの改築、拡大に関する意見（3人）
- ・ 周辺の地域、店舗をあげてPRするべき、など（3人）
- ・ 周辺の道路の整理に関する意見（2人）
- ・ 周辺地域の装飾に関する意見（2人）
- ・ 周辺の飲食店は夕方開店が多く試合前に食事が取りにくい（1人）
- ・ 試合の日付が判るポスターを貼ってほしい（1人）
- ・ グッズの店を出店してほしい（1人）

・ 駐車場の不足についての意見が11人と最も多かった。他には、ブレックスアリーナの改築や、周辺の地域や店舗でのPR、周辺の道路の整備などの意見も見られた。

4 施策事業の提案

4-1 飲食等サービス施設・店舗の充実

前述したブレックスアリーナでの観戦やイベント参加をより楽しくするサービス・施設として、屋台やカフェなど気軽に利用できる店舗が充実していると答えた人が最も多かった。また、Q-11の「どのようなまちづくりや工夫をすると、ブレックスアリーナ周辺に賑わいが生まれると思いますか」という質問では、商店・飲食店の出店と答えた人が2番目に多かったことから、ブレックスアリーナを訪れた人は、周辺地域での、飲食等サービス施設・店舗の充実を重視していることが分かった。

3-2の他都市の事例より、スポーツで盛り上がっている地域では、周辺の店舗も連携しており、地域全体で盛り上がっている印象を受ける。しかし、ブレックスアリーナ周辺地域は、そういった取り組みがあまり無く、試合の前後や試合中などの周辺でサポーターや試合を見に来た人が集まれる場所が少ない。

以上のことから、周辺の飲食店などの店舗を増やし、リンク栃木ブレックスとのコラボや連携などを行うことで周辺の飲食店などの店舗を、より賑わいのあるものにすることを提案する。周辺の店舗でブレックスの試合を見られたり、試合の勝敗に応じたサービスなどを展開すれば、より多くの人に楽しんでもらうことができ、周辺地域の賑わいに繋がると考える。

4-2 アリーナまでのアクセシビリティや景観

宇都宮市は自動車依存型の社会であり、ブレックスアリーナ来訪者も自動車の利用率が高い。一方で、来訪者の不満の多くはブレックスアリーナ周辺に駐車場が少ないことである。ここで、私たちはブレックスアリーナ来訪者の交通手段を、自動車からLRTに転換することを提案する。車両には、栃木ブレックスのラッピングをし、車内の掲示に選手や監督の紹介やポスターを掲示する。また、LRTの敷設に併せ、現在の最寄りとなる予定の「東宿郷」停留所の名前を「ブレックスアリーナ前」とし、電停からアリーナまでの歩道に「ブレックスアリーナまであと何メートル」といった標識や標示を施すことで、観戦前から楽しみを提供するとともに、来訪者に対する道順案内とし、広告・宣伝を兼ねたものとする。また、鉄道利用者はJR宇都宮駅からブレックスアリーナまで徒歩



図-21 JR宇都宮駅東側LRT電停⁸⁾

で来訪する人が多い。そのため、鉄道利用者に対しては、現存する遊歩道の利用を促す施策を提案する。具体的には駅構内および付近に遊歩道までの案内を掲示すること、および遊歩道の景観をより良くするものとして、電停からアリーナまでと同様に、あと何メートルという足元の標示・装飾を施す。加えて、広島市での事例のような栃木ブレックスのキャラクターであるブレッキーがデザイン化されたマンホールの設置や、歩道の色を栃木ブレックスのチームカラーである紺と黄にする、遊歩道沿いに選手・監督紹介のボードを設置するなど、周辺地域と一緒に盛り上がっている雰囲気を創出する。奇しくもコンビニエンスストアのミニストップは青と黄というブレックスカラーに類似した配色であり、遊歩道付近の TSUTAYA 宇都宮駅東店もこれに相当する。なお、TSUTAYA 宇都宮駅東店では、現状でも店頭の外壁であるガラスに栃木ブレックスの選手の等身大の写真と紹介が掲示されており、非常に目を引く広告となっている。

4-3 駅東公園の土地利用

現在、宇都宮駅東公園は約 4 万㎡もの面積がありながら利用者が少なく、利用価値があるにも関わらずイベント等での利用がされてこなかった。ここで、前述したようにスポーツ観戦やイベント参加をより楽しくするサービスや施設については、パブリックビューイングによるアリーナ内外での観戦が楽しめることも重視されている。また、ブレックスアリーナ周辺に賑わいの生まれる工夫としては、商店・飲食店の出店、公園や緑地でのイベント開催を選択した人が多かった。そこで、私たちは宇都宮駅東公園にパブリックビューイングのできる環境やブレックスアリーナでの試合開催に合わせた飲食店の出店およびビアガーデン等の設置を提案する。パブリックビューイングにおけるモニターの設置については、野外の公会堂のような完全設置型とモニターを積載したトラック等の車両の臨時設置型の 2 つのパターンが考えられる。また、来訪者にはバスケットボール好きの人が多くことが予想されることから、バスケットコートを設置を行う。これにより、視覚的に賑わいのある空間になり、観戦・飲食・プレイを同時に行える目新しさからリピーターを定着できると考える。また、宇都宮市では駅西側エリアで 3x3 の国際試合の開催がされており、大きな賑わいが見られた。3x3 の試合を駅東公園内のコートで開催することでも活性化を促すことができると思われる。

【参考文献】

- 1) 栃木ブレックス ウェブページ
<https://www.tochigibrex.jp/news/25625.html>
- 2) 宇都宮市 ウェブページ
<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/kurashi/oshiraselist/event/1014504.html>
- 3) SPOT おでかけ体験型メディア
https://travel.spot-app.jp/pato_hiroshima_carp/
- 4) 広島電鉄 Facebook ページ
<https://www.facebook.com/hirodent.co.jp/posts/713730642098711>
- 5) 長岡市 ウェブページ
<http://www.city.nagaoka.niigata.jp/shisei/cate05/ao-re/bcs.html>
- 6) NEWYORKnavi
<http://newyork.navi.com/miru/4/>
- 7) USAGIYA ウェブページ
<http://www.usagiya-web.com/news/>
- 8) 宇都宮市 ウェブページ
http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/006/079/heime_nzu2.pdf