

No.1	提 案 名：みやニティラボ ～リビングラボによる学びと憩いの新たな居場所づくり～	
	提案団体名：帝京大学 経済学部 地域経済学科 島ゼミ	
	所 属：帝京大学 経済学部 地域経済学科	
	代 表 者：日高 衣織	指導教員：島 裕
メンバー	島 裕；日高 衣織；大杉 笛真；石間 雄樹；海老原 翔；木村 侑盛；山口 礼太； 佐藤 玲桜菜；亀岡 昂生；小林 優作；マン カヨ	

○ 提案の要旨

私たちは、宇都宮市内でのコミュニティの場があまり常設されていないこと、オリオン通りの中心市街地としての役割を失っていることを課題として挙げた。

これらの課題を解決するために、オリオン通りに産学官民の憩いの場を作ることを提案する。その手段としてリビングラボをオリオン通りに確立させ、人を集めて共創空間を生み出すことを目標とする。リビングラボでは、様々な企業や行政、市民の意見などを拾い上げる場や学びを通じたコミュニティスペースなどを創設しようと考えている。具体的には食事の提供をしたり、企業から学生に対する研修を行い学びの機会を作ったりしていくことを目指す。これらを実現できれば、オリオン通りに活気が生まれ新しい「まちの顔」としてイメージが浸透するだろう。産学官民が共創でき、かつ地域に貢献できるような空間づくりをメインとした提案を行う。

1. 提案の背景・目的

現在の宇都宮市には、様々な立場の人や地域住民同士が関われる場として、イベントを通じた一過性のものが各所で随時行われている。その中で私たちは、そういったイベントによってつながりを持てる場を、「持続化」させることに着目した。持続化させることで繰り返し訪れる人たちが増え、地域内でのコミュニティが生まれるのではないかと推測する。そのコミュニティの場を常設するのに、かつては商店街としての賑わいを見せていたオリオン通りを選定した。選定した理由は、オリオン通りを「商業集積の場」としてではなく、「コミュニティの場」という新しいまちの顔としての賑わいをもたらすためである。現在は人通りや店舗数が少なく、中心市街地としての「まちの顔」が消失している。私たちは従来の賑わい方を取り戻すのは難しいと考えており、別のアプローチを考えた。そこでまちの中にコミュニティ施設を常設することと、新しい形でオリオン通りに賑わいを見せることを共に解決するために、オリオン通り内にコミュニティの場を設けることに行きついた。オリオン通りに地域間の交流を通じた新しいコミュニティ空間を作ることによって賑やかにしていくことを目的とする。

2. 提案の目標・課題「まちに広がる共創の輪～新たな価値の創造を目指して～」と

の関連

学生主体のリビングラボを通じて産学官民の各主体がコミュニケーションをとり、自由な形で共創空間を生み出すことを目的としている。またそのような空間を作るのに、オリオン通り内に休憩所のような気軽に立ち寄れるスペースが必要だと考える。私たち学生が、そのような空間を大学内で例えると、学食である。理由は、学食が気軽に利用できる休憩所であり、人が賑わ

う明るい雰囲気「場」だからだ。他にも課題をしたり食事をとったりするなど多様な面を持っており、誰もが気軽に顔を合わせられるという点で大きな意味を持つといえる。オリオン通り内にはこうした人と人とのつながりによる明るさや、気軽にくつろげる役割を持つ空間を生み出したい。そのうえオリオン通りのオープンな空間は、学食の開放的なイメージと合っており気軽に立ち寄れる場所として適していると考ええる。

このようなコミュニティスペースを導入することで、オリオン通りには新しいイメージがつくと考えられる。それは昔の商業的なイメージでも、現在の昼間の寂しさや夜の賑やかさのイメージでもなく、「人と人がつながる場」というイメージだ。これが浸透することで、オリオン通りを利用する人の幅が広がり、そこを起点とした地域間の交流が活発になるだろう。

3. 現状分析

3.1 取材

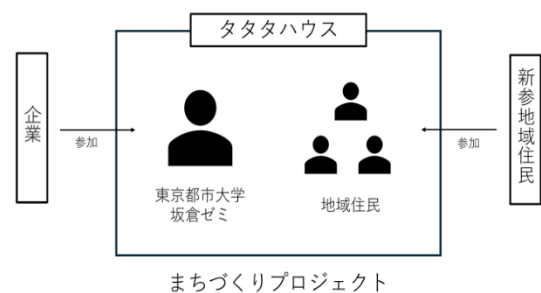
(1) おやまちリビングラボへの取材

10月11日に尾山台商店街の中にあるおやまちリビングラボへ取材に伺った。そこでは実際のプロジェクトのお話やつながりを作るプロセスなどをお聞きした。当プロジェクトは、地域間の仲間を増やすのに「つながり」をキーワードとしており、「場」を自分ごと(→当事者)とすることで他者を巻き込んでいくと話されていた。また「おやまちサイクル」という、独自の人との出会いから活動が始まるまでのサイクルがあると伺った。具体的には「新しい出会い→繰り返し会う→対話をする→共感し仲間が集まる→創造する→活動が始まる」という流れであり、これまでのプロジェクトもこの根本から枝分かれしていき様々な活動へと広がったそうだ。さらに、「持続性」に関しても、このリビングラボがゼミ活動の一環として行われているため、年次ごとに引き継ぎをすることで持続性が保たれている。また下記の図は当リビングラボのプロジェクトの一つである「タタタハウス」の仕組みをピクト図として作成したものである。タタタハウスを拠点としてたくさんのプロジェクトが進行している。「おやまちリビングラボ」を参考に、私たちもオリオン通りを拠点とした、持続性のある様々なプロジェクトを作り上げたいと考える。

世田谷区尾山台



取材の様子



(2) ミナテラスとちぎへの取材

10月24日に宇都宮市のミナテラスとちぎに取材に伺った。そこでは企業が主体となって行われている地域住民との関わり方についてお話をいただいた。ミナテラスとちぎが立地している場所は元々中古車センターであり、そこから顧客のターゲット層を若年層に変えること、交流施設を設けることを目的として建てられたのである。「学び・意見・交流」を楽しみとし、地域の方々の暮らしを豊かにする施設となっている。施設の主な内容はスペースの貸し出しであり、ダンススタジオやセミナールーム、カフェや子どもの遊び場など充実した施設が並んでいる。ミナテラ

スとちぎが大切にしていることとして、企業らしさを出しすぎないことを挙げていた。これは企業の PR をあまりしないことによって地域の方々が利用しやすい場所になっていると話されていた。私たちの提案でも、このような各主体がビジネス関係を設けず、「交流」をメインとした空間を目指していきたい。さらに以下の写真はミナテラスとちぎ内の貸しスペースの一つである、「キッチンスタジオ」である。後に提案する私たちの学食の建物内のイメージも、このように開放的で気軽に利用できるような空間を考えている。



取材の様子

3.2 アンケート調査

(1) アンケート調査①の概要

- ・調査対象：「ゴミ拾い活動&交流会」の参加者
- ・調査方法：記述式
- ・調査期間：2024/7/26
- ・回答数：52 件

(2)アンケート調査①の調査結果と分析

調査①では、オリオン通りに対する印象と改善点を尋ねた。印象について、ポジティブな意見では「人が集える場」や「開放感」といったことから、オリオン通りの広い空間が好まれているのだと思われる。一方ネガティブな意見では昼間の静けさや夜の賑やかさのイメージが強く、全体的には治安の悪さが目立つことが分かった。改善点については、先ほどのネガティブな部分を改善した方が良いという意見が多かった。「明るさ」や「子ども・家族が立ち寄れる場所」が必要という意見からは、私たちの提案内容に需要があるのではないかと考えられる。

1.オリオン通りの印象	
ポジティブ	ネガティブ
飲食店が多数あるところ	治安が良くない
人が集える場	飲み屋が増えた
開放感	シャッターが閉まっている

雨に強い	
若い人がたくさんいる	

2.オリオン通りの改善点
治安(安心・安全性)
商店が増えてほしい
明るさ
飲食店以外の子ども・家族が立ち寄れる場所
ベンチが欲しい

(3) アンケート調査②の概要

- ・調査対象：帝京大学の学生、オリオン通りを通る地域住民の方々
- ・調査方法：Google Form
- ・調査期間：2024/11/6
- ・回答数：65 件

(4)アンケート調査②の調査結果と分析

図 1 と図 2 では回答者の年齢と出身地を示している。

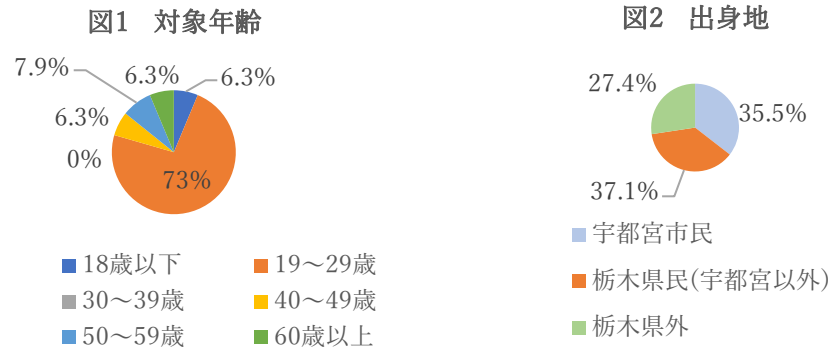


図 3～図 6 ではオリオン通りに対する関心について尋ねた。図 3 によると、オリオン通りを来訪する目的は「遊び」と「食事」が最も多かった。ここからオリオン通りを娯楽目的で利用する人が多いことが分かる。また食事については、夜の居酒屋を利用する人が多いのではないかと推測する。図 4 では「わからない」が最も多く、これは回答者の多くが学生だったことから昔と今のオリオン通りのイメージがつきにくかったのではないと思われる。図 5 ではオリオン通りでの休憩所の需要、図 6 では同所での市民間交流の参加意欲について尋ねた。休憩所は半数以上が「利用したい」と回答し、その多くが「無料なら」という条件であった。さらに市民間の交流は約 4 割が「参加意欲がある」と回答した。ここから事業採算やオリオン通りを利用するためのインセンティブを考慮する必要があるが、休憩所自体は需要度が高いことが分かった。

図3 オリオン通りの来訪目的

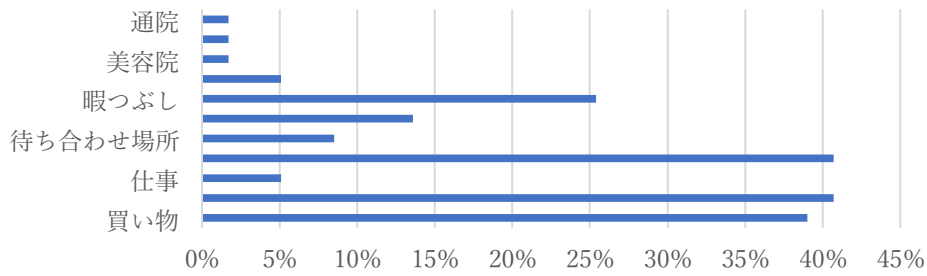


図6 昔と今のオリオン通りを比較して魅力的になったか

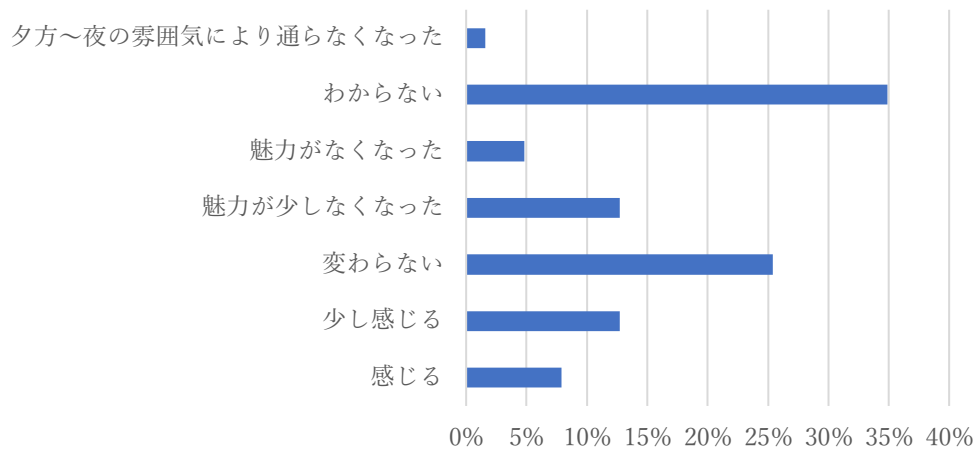
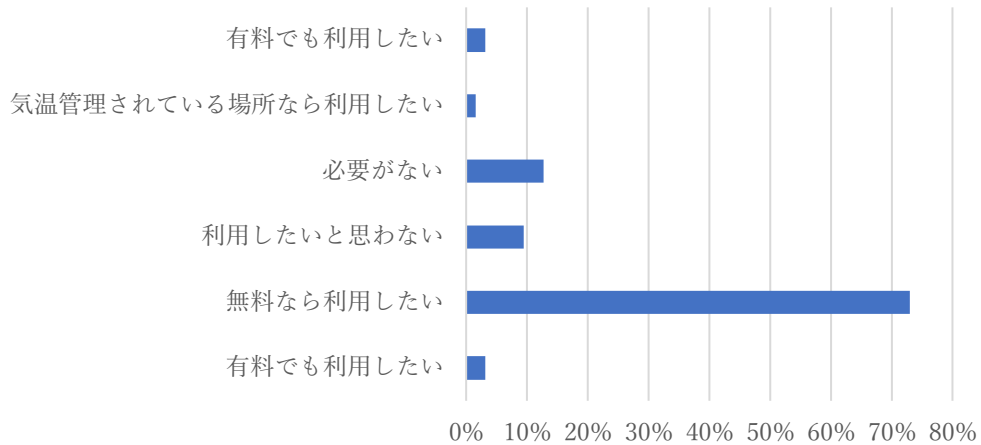


図5 オリオン通りに休憩所があれば利用したいか



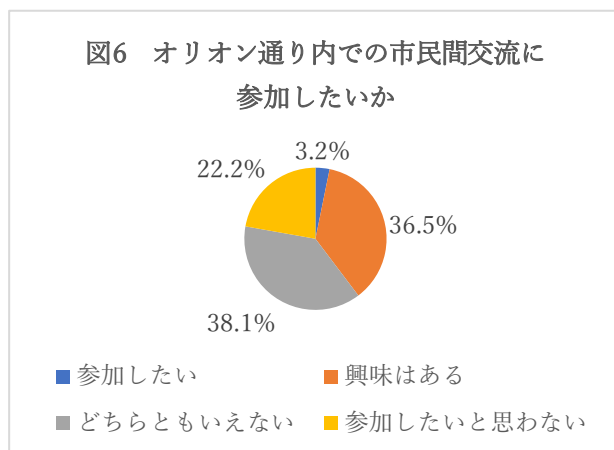
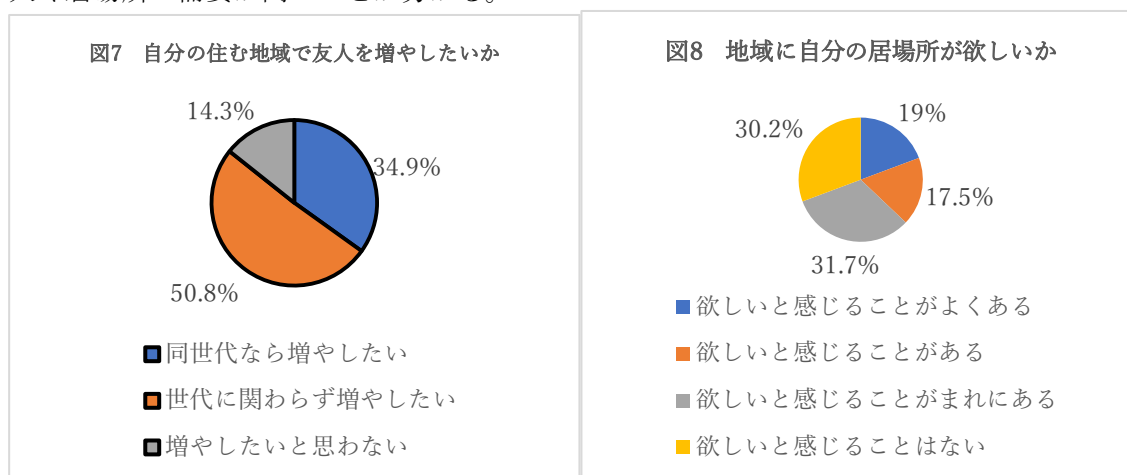


図7と図8では地域間交流の関心について尋ねた。図7では大多数が友人を増やしたいと回答し、また図8でも地域内で居場所が欲しいと回答した人がほとんどであった。ここから地域内での友人や居場所の需要が高いことが分かる。



3. 3 費用と収入

(1) 費用について

費用は、改装などの開業費用として 600 万円程度、運営管理は学生アルバイトで行い、家賃、水光熱費などは市況を目安に考えた。また、食事、研修、イベントなど様々な用途に活用できるよう、汎用性の高い施設にしたいと考えている。

(2) 収入について

収入の想定は次のとおりである。①企業の広告（宇都宮市と近隣の工業団地立地企業に協力いただき、PRのために壁面にロゴを掲示するほか、期間限定で製品やサービスなどの展示を行うことで、企業と市民の距離感を近づける）。②企業の人と学生が一緒となった人材育成事業（まちづくり、地域活性化をテーマとする研修プログラムの開催）。③ワンコイン・ランチ（学食や企業向けにランチを提供している企業に委託することを考えているが、地元食材を使ったチャレンジショップとしての活用も増やしていきたい）など簡単な飲食の提供を考えている。

研修事業は、帝京大学のほか市内の大学にも協力してもらい、夏休み、春休みといった長期休暇期間に社会人と学生が一緒になったゼミ形式のプログラムを実施する。企業や学生を横断する人材育成は、地域におけるネットワーク作りにも、インターンシップにもつながると考えている。

4. 施策事業の提案

私たちはリビングラボの確立を提案する。リビングラボがあることで地域の皆様に貢献できることが増えると確信している。産学官民のつながりができ、地域の人たちの思いや夢をかなえる懸け橋になると考えている。また、リビングラボを確立することで自信を持てる人が増えると予想する。なぜなら夢をかなえる懸け橋といったように実際にイベントとして夢を実体験することができその経験が自身につながると考える。

他の提案として市の方からもイベントを持ち込んで行いたいと考えている。具体例として就職活動に基づいたイベントとして人事部の方たちとコタツで語り合うなどを考えている。

私たちが提案するリビングラボでは、人と人とがつながる機会として、主には企業と学生が一緒になった研修事業を継続的に行い、日々の活動としてイベント開催や食堂を開き企業や学生が食事を提供したりするといった内容を考えている。

以下の表は、私たちの提案の収益モデルの概要である。初年度から営業黒字と開業 4 年目には投資回収ができ、事業として安定しつつ、リビングラボの持続性も見込めると試算している。

さらにこの事業内容は、学生や市民、企業などの各主体を当事者として巻き込むことができ、それぞれのインセンティブにも十分なり得るといえる。このようにオリオン通りをコミュニティの拠点とし、様々な人に繰り返し来訪してもらうことで知り合いを増やしていく。また、つながりが増えると同時にオリオン通りが宇都宮市内の居場所として位置づけられる。そうした共創のサイクルがオリオン通りに生まれることによって新しい価値がもたらされると考えている。

		1 年目	2 年目	3 年目	4 年目	5 年目	6 年目
売上		5,380,000	5,380,000	5,380,000	5,380,000	5,380,000	5,380,000
研修費費用		4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
広告費費用		860,000	860,000	860,000	860,000	860,000	860,000
学食費費用		520,000	520,000	520,000	520,000	520,000	520,000
費用		4,407,800	3,198,000	3,198,000	3,198,000	3,198,000	3,198,000
研修費費用		300,000	300,000	300,000	300,000	300,000	300,000
広告費費用		109,800	0	0	0	0	0
学食費費用		468,000	468,000	468,000	468,000	468,000	468,000
家賃		1,950,000	1,950,000	1,950,000	1,950,000	1,950,000	1,950,000
水光熱費		480,000	480,000	480,000	480,000	480,000	480,000
人件費		1,100,000	1,100,000	1,100,000	1,100,000	1,100,000	1,100,000
営業利益		972,200	2,182,000	2,182,000	2,182,000	2,182,000	2,182,000
初期費用回収	-6,000,000	-5,027,800	-2,845,800	-663,800	1,518,200	3,700,200	5,882,200

① 売上

- ・研修費費用:研修料¥100,000)×20 時間×年 2 回(夏と冬)
- ・広告費費用:単価×企業数(平出・清原・芳賀の工業団地に立地する企業の 3 分の 1 を見込む)
- ・学食費費用:(顧客数×1 食分)×日数

② 費用

- ・研修費費用:単価(¥50,000)×人数(3 人)×年 2 回(夏と冬)
- ・広告費費用:1 年目にのみ。単価(¥10,980)×10 枚分(部屋の壁に企業のロゴを貼るイメージ)
- ・学食費費用:学食費費用の売上の 90%を充てるとする。

- ・家賃:空き店舗の2階までを活用すると仮定する。(アットホーム)
- ・水光熱費:¥40,000(月)と見込む
- ・人件費:学生アルバイトの時給×10時間×100日
- ・初期費用:空き店舗の改装費用

【参考文献】

- ・“広告の費用相場は？ 広告媒体による相場の違いと選び方” カケレル. 2024 年.
https://kakereru.sbs-promotion.co.jp/blog/koukoku_hiyou (2024/11/15)
- ・【アットホーム】宇都宮市江野町(東武宇都宮駅)の貸店舗・事務所(一括) 4 階建【アットホーム】
宇都宮市 江野町(東武宇都宮駅)の貸店舗・事務所(一括) 4 階建(提供元:事業用賃貸専門店
テナントセレクト ((株)ルームズセレクト 宇都宮西口店)) | 宇都宮市の貸店舗
[\[6975447499\]](#)(2024/11/14)
- ・カフェ(喫茶店)にかかる光熱費の平均は?(2022/9/30) [カフェ\(喫茶店\)にかかる光熱費の平均は？
毎月のランニングコスト～節約/削減する方法を解説 | OTOMOMagazine](#)(2024/11/19)
- ・カフェや喫茶店の開業資金はいくらかかる？ [カフェや喫茶店の開業資金はいくらかかる？地域
や種類別にリアルな金額を解説](#)(2024/11/19)
- ・おやまちリビングラボ. <https://livinglab.oyamachi.org/> (2024/11/15)