

No.8	提 案 名：ライトキューブで新たな出会いを！	
	提案団体名：宇都宮大学 行政学研究室	
	所 属：宇都宮大学 地域デザイン科学部・コミュニティデザイン学科	
	代 表 者：奈良崎実香	指導教員：中村祐司
	メンバ－	奈良崎実香、高橋蛍、柴田敬真

○ 提案の要旨

宇都宮市における各コミュニティが気軽に集まることができる場所としてライトキューブ宇都宮を推薦し、ライトキューブ宇都宮の個人利用を推進する。

そのために現在のライトキューブ宇都宮ではどの程度個人利用が行われているか、個人利用を行う際の課題はどのようなものか、どのようにすることで個人利用がしやすい施設となるか等を調査するとともに、他の地域の住民たちのコミュニティの場となる施設を調査することで、ライトキューブ宇都宮が個人利用のしやすい施設となるための申請手続に特化した実務的提案を行う。

1. 提案の背景・目的

デジタル社会が進む現在、対面でのひととひととのつながりあいがネット上でのつながりに置き換わる場面も少なくない。人とのやり取りは便利になった一方で、地域のつながりは弱まりつつある。しかし実際に人が集まり直接話し、互いの存在を知る場はデジタルでは代替できない価値がある。デジタル社会が進む今だからこそ、ネットではないリアルな場での温かい人間関係創出が必要であり、それが地域のつながりを支えると考える。

そこで本提案では、宇都宮の新たな交流の場であるライトキューブ宇都宮を有効活用し、市民にとって身近な活動の場とすることを目指す。宇都宮駅直結という優れたアクセス性により人が集まりやすく、公共の施設であることから安心して参加できる点は交流拠点として大きな強みである。本来は宇都宮のMICE推進拠点として整備された施設であるが、その立地や設備は市民の「やりたい」を実現できるポテンシャルを十分に備えていると捉えた。一方で現状では個人利用のハードルが高く、活用しきれていないという課題もみられる。

ライトキューブ宇都宮の利用が促進されることで、インターネット上でのかかわりでは得にくい、ひととの強固な信頼関係や安心感を得ながら、地域の人同士のコミュニティを広げることが可能となる。たとえば地域の文化祭を開催することで、地域住民が自らブースを設営したり、ステージ発表などの発表を行ったりし、このような店側、演者側の住民たちで新たなコミュニティをつくることなどを目的とする。

2. 提案の目標・課題「ほっこりした宇都宮～デジタル社会における温かい人間関係～」との関連

近年、デジタル化社会の浸透により、対面で人と関わる機会が減少している。LINEやZOOM、各種SNSなど多様な連絡サービスを通じてコミュニケーションをとることが可能となった一方で、直接会う必要性が薄れていると考える。

一方で、デジタル化に伴うSNSなどを通じたコミュニティは拡大していると予測できる。これらの現状から、対面で会話する仕組みや空間を整えることで、SNSなどを通じて拡大したコミュニ

ティが対面で会うことができ、更なるコミュニティの強化を期待できる。デジタルと対面の利点を組み合わせることで、孤独感や孤立感を減少させ、安心感のあるコミュニティ形成が可能となる。

また、ライトキューブで前述のような地域の文化祭といったイベントの主催なども行うことでSNSを介さない、温かいコミュニティの形成につながる。

3. 現状分析

3.1 他の地域における交流の場の例

他の地域における類似施設を調査し、ライトキューブ宇都宮との比較を行った。

(1) おひさまテラス/千葉県旭市¹⁾

様々な人々が交流しあう場として多様な利用を促す多世代交流施設である。人々のつながりやコミュニティ、新たな活動やビジネス、市民の自己実現や活動を支援することで持続可能なまちづくりに寄与することを目指している。市民の「やりたい！」を実現する場として多彩なレンタルスペースを設けている。HP上でのレンタル予約は当日の空き状況や料金、注意事項等が視覚的にわかりやすく整理され、誰でも直感的に利用できるデザインとなっている。

(2) おだわら市民交流センターUMECO/神奈川県小田原市²⁾

市民が交流し活動する拠点として市民のほかにも市民活動単体や事業者などが交流・連携する施設である。基本コンセプトを「つながる」とし、誰でも気軽にシェアしながら、地域の課題を解決することを掲げている。各種会議や説明会、セミナー、講演会、イベント、サークル活動、習い事、物販など、幅広い用途で施設の貸し出し利用がされている。

これらの類似施設は市民が気軽に利用できる交流拠点としていくつかの共通点があり、ライトキューブ宇都宮との比較から相違点が明らかとなる。第一におひさまテラスとおだわら市民交流センターUMECOは、市民利用を前提とした設計思想が一貫している点が共通点として挙げられる。両施設は市民のやりたいことを実現する場や多世代交流を促す施設といった目的を掲げており、施設そのものの存在意義として市民活躍の場を位置づけている。一方でライトキューブ宇都宮は宇都宮駅東口交流施設拠点とされ、主にMICE推進施設とされているため、前提として市民利用が副次的扱いとなっている。これは利用動機の形成に大きく影響すると考えられる。

第二に、予約システムと情報提供の分かりやすさに大きな差がある。とくにおひさまテラスでは個人が直感的に予約しやすいよう、空き状況や利用料金が視覚的に整理され、料金・利用条件・注意事項がわかりやすく把握できる構造となっている。一方でライトキューブ宇都宮はMICE利用を主とするため情報量が多く、また会議や大規模イベント向けの説明が中心となっており、個人利用者にとっては必要情報を見つけにくいと考える。実際のライトキューブ宇都宮の予約手続き手順を図1に示した。結果として個人利用可能であること自体が市民に認知されにくく、個人利用率の低さにつながっていると考えられる。ⁱⁱⁱ

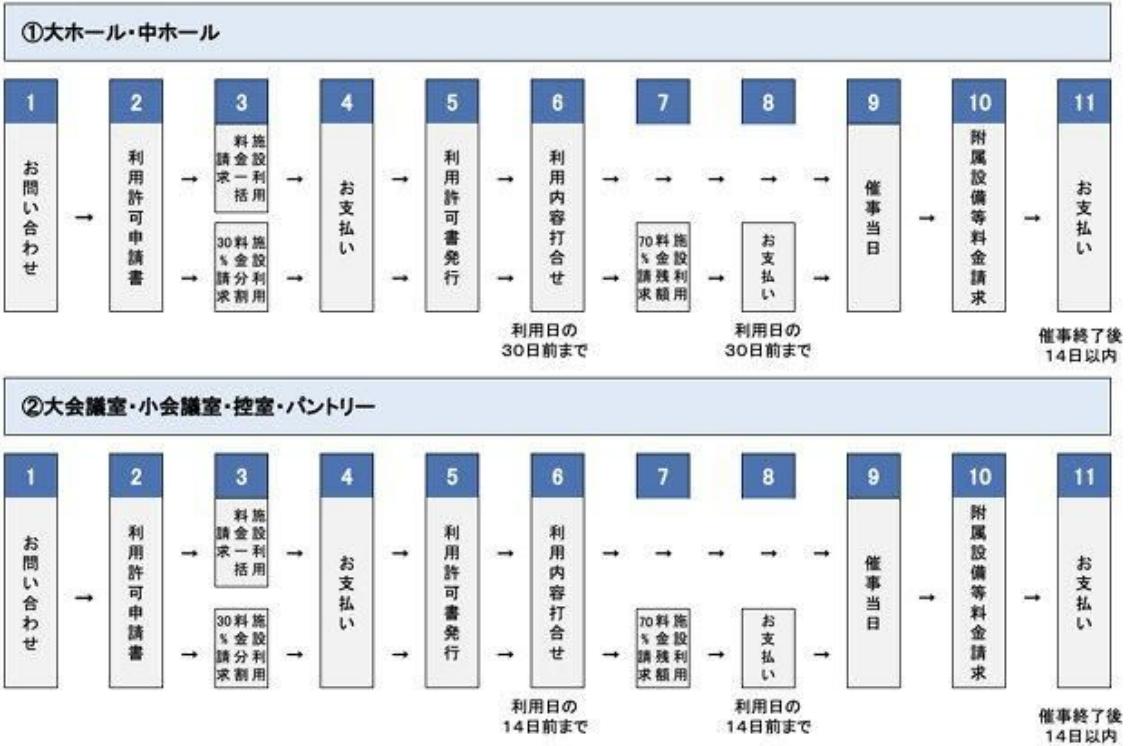


図1 現在の予約手続き方法

また、ライトキューブ活用の参考事例として広島県府中市栗生公民館で開催された「親と子の地域で過ごすサマーパケーション」³⁾を挙げる。これは子供たちの学習成果の発表の場として、地域住民を招いた発表会である。地元の小中学生だけでなく、地元から他市へ進学した高校生や大学生も凱旋して発表を行っている。また長野県松本市島立大庭公民館では「公民館居酒屋おれんち」⁴⁾と題し、公民館で月に1度地域住民による居酒屋が開かれている。月に1度開催することで定期的な住民らの顔合わせ場としての役割もあり、参加者らに愛される場となっている。

以上の比較から、ライトキューブ宇都宮には市民の「やりたい」を実現できる潜在力がある一方で、理念や情報提供といった点で個人利用につながりにくい構造的課題があるとわかる。

3.2 行政と運営側の意図

ライトキューブ宇都宮の職員A氏とB氏、宇都宮市役所職員C氏にインタビュー^{*1}を行い、行政側とライトキューブ宇都宮運営側の意図を取材した。

まずライトキューブ宇都宮運営側として、個人利用推進は施設の仕事であると捉えており今後個人利用を促すつもりはあると述べた。加えて予約の際に個人利用か企業、学会等の利用かどうかで優先順位をつけることはなく、予約は先着順であると表明している。また今後XやInstagram等のSNSを利用してライトキューブ宇都宮利用者のイベントについて、希望があれば告知するなど利用者をサポートする意思があるとのことだった。しかしあくまでも個人利用の増加も歓迎するもののあくまでMICE事業を主目的としているため、全面に押し出した積極的な推進を行う意図はないことが分かった。

また、宇都宮市役所側は現状個人利用を推進する予定ないと表明している。市役所側はライトキューブ宇都宮の位置づけとしてMICE推進を目的とした施設と捉えており、施設利用による経済波及効果の増幅を主目的と捉えている。個人利用では周辺の宿泊施設や観光施設等の利用を見込むことが難しいことから、個人利用の推進に対して消極的な立場をとっているとのことだった。

今回のインタビューで実際に行われた個人利用に関する取材ができたが、個人利用の例はピアノ教室の発表会や地元企業に所属する会社員の読書会等であり、地元住民によって利

用される傾向が強いことがわかった。したがって周辺の施設にも利益が及ぶことを期待する市役所にとって個人利用は目的に合わないと判明した。

3.3 ライトキューブ活用をめぐる課題

ライトキューブ宇都宮に関して行ったアンケートと、宇都宮大学の学生に対して行ったライトキューブの印象調査^{*2}によって2つの課題が浮き彫りになった。

1つ目の課題はライトキューブの利用状況の切迫具合である。ライトキューブ関係者へのインタビューによってライトキューブは空きが少ないことが判明した。学会や企業のような大規模な施設利用の場合は数ヶ月前、早ければ数年前から予約枠を抑えられていることが多いため、個人利用をしたいと考えても予約枠が埋まっており使用が難しい。実際に個人利用の少なさもインタビュー中に語られており、インタビューによって現在の個人利用の割合は全体の1割未満であると判明した。

2つ目の課題は市民からの印象である。宇都宮大学学生に対してライトキューブの印象を調査したところ表1の意見が得られた。これらよりライトキューブはきれいな印象があるが同時に近寄りがたい印象を抱いている市民もいるとわかる。このような印象により、個人利用を発想しにくくなっているのではないかと考察する。また調査を行った内の4分の3の生徒は個人利用が可能であることを知らなかった。したがってライトキューブは市民にとって現状身近な施設と言えないことが課題であると考える。

表1 宇都宮大学学生からの意見

綺麗、少し開放的過ぎる	綺麗な設備があるのに知られていない
利用料金が高そうなイメージがあります	綺麗な建物である
どこ？	新しい建物で綺麗
綺麗な内装。企業などフォーマルな人たちが使うイメージ	綺麗だし様々な年代の人が使っていると思うが、夜間はお酒の空き缶が転がっていたり若干治安が悪くなっている部分もよく見かける

4. 施策事業の提案

現状分析により、施設の利用はMICE事業を軸とした大規模イベントを中心であり、個人利用を前面に押し出して推進する方針は現状では取られていないことが確認された。一方で、運営側は個人利用の増加そのものには前向きであるため、日常的に市民が使いやすい仕組みづくりには改善の余地があると考えられる。そこで本提案では、大々的な個人利用推進の提案ではなく、個人で利用したい人が使いたいときに利用できる環境を整えるためのシステム改善を目的とする。

分析結果から今回提案するのは、ライトキューブ宇都宮の個人利用促進に効果的であると考える以下の3つである。

1つ目に、予約期間内にグラデーションを付け、企業・学会等の利用から個人利用の促進を行う。ライトキューブ宇都宮へのインタビューにより、本施設の主な利用者は学会や企業などの組織であることが判明した。そこで、組織利用に支障をきたさない範囲で個人利用を促進するため、空いている会議室等を効果的に個人利用へと繋げる必要があると考えた。次の図2のように学会、企業などの組織からの予約が減る1ヶ月前から段階を踏んだ個人利用の促進を提案する。図2は、予約期間内における企業利用から個人利用への意向を示したものである。1ヶ月前以降に個人利用が優先される仕組みを視覚的に示した。組織的な予約は早めに行われるため、従来の予約方法を変える必要は無い。1ヶ月から1週間前の期間には、個人利用をしやすくするために公式サイト上で予約入っていない部屋のアラウンドスを行なう。これにより、個人利用者は自分が希望する規模の部屋を予約することがより容易になると見える。また、予約調節の手間が減るため利用者とライトキューブ宇都宮側、双方の負担を減らすことが可能となる。さらに、1週間前から当日にかけては企業の利用はないと考え、この期間は完全に個人利用者を優先する。個人利用は1日や

半日という長時間利用より短時間利用に重きを置く。1時間単位での予約を可能にすることで利用者が必要な時間だけ気軽に利用できるようになる。その結果、時間が余る、必要以上の経費を出してしまう、といった問題をなくすことができる。加えて、地域住民を対象とした割引制度である地域割りを導入すれば、よりライトキューブ宇都宮の利用は活発になると予測できる。



図2 利用のイメージ

①カレンダーにて日付選択

月	火	水	木	金	土	日

②予約状況確認・選択

	朝	昼	夜
大ホール	○	×	○
中ホール	○	×	×
会議室1	○	×	○
会議室2	×	×	○
会議室3	○	×	×
会議室4	×	×	×

必要事項入力、
予約完了

図3 予約サイト考案例

2つ目はシステム面からの改善である。1つ目では予約期間の段階分けや短時間利用など、個人利用を制度面から促進する方策を示した。そのため、2つ目の提案ではその制度を利用者が実際に使いやすくするための手続き、情報提供といったシステム面での改善を扱う。現状の課題として、主に企業や学会といった大規模組織による利用を想定した設計となっており、個人利用者は必要な情報にたどり着きにくい。さらに、図1で示したように予約申請の工程が8~11通り存在し、かなり複雑である。そこで、予約申請手続きシステムの改善を提案する。まず、空き状況確認の分かりにくさを解消するため、予約可能な日程をカレンダー形式で即時確認できるシステムへの改善を提案する。現在は空き状況検索システムが公式HPに掲載されており、利用者はそこで確認することになっている。しかし、空き状況を確認するまでに施設分類や利用目的、施設選択といった複数のステップを踏む必要があり、直感的に理解しにくいデザインとなっている。そこで、先ほど提案した1ヶ月前からの個人利用促進に限定して、各部屋の空き状況を視覚的に確認できるカレンダー表示を導入する。我々が考えた予約サイト考案例を簡易的に図3に示した。図3はカレンダー形式で部屋ごとの空き状況を個人利用者が直感的に把握できる予約画面例を示している。次に、予約申請に伴う事前打ち合わせの簡略化を提案する。現在は全利用者に対して対面での打ち合わせが必須であるが、個人利用かつ小会議室利用に限り、電話やオンライン

等での当日打ち合わせに変更する。これにより、利用手続きの負担を軽減し個人利用者のハードルを下げることが可能となる。さらに利用料金の支払いを口座振替だけでなく、現金・クレジットカード等にも対応させることで利用しやすくし、利用者増加につなげることができると考える。個人利用者向けの簡略化手続き案を図4にて表した。

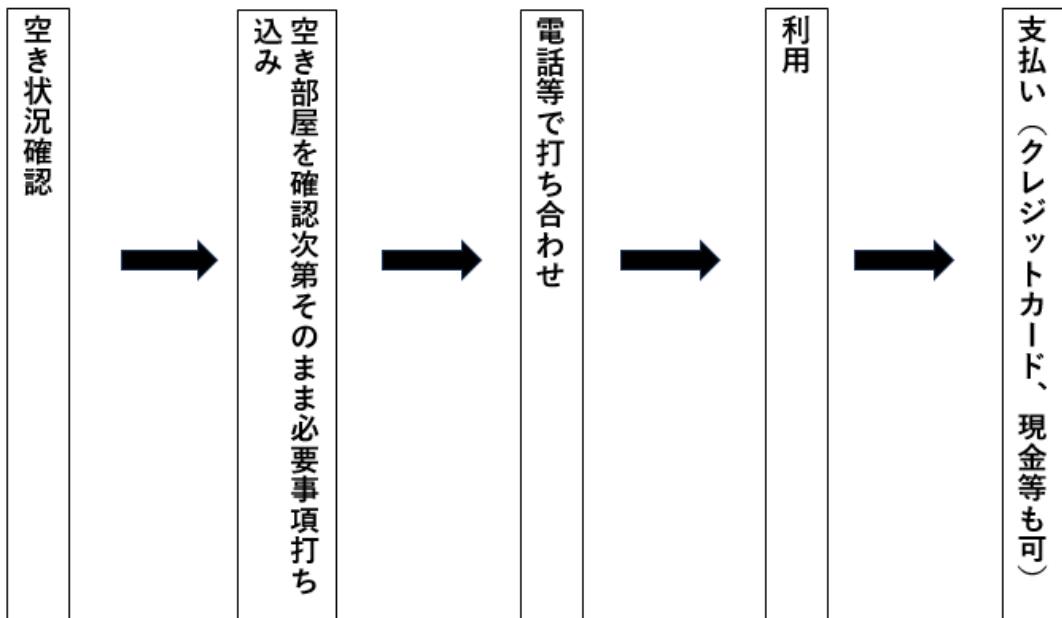


図4 個人利用者向け簡略化手続き案

図4は、個人利用者が当日中に手続きを完了できるように想定した、簡略化された手続きフローのイメージである。このように、1日で手続きが完了する仕組みが理想である。さらに、個人利用者向けの手順ガイドを作成する。企業や大規模イベント主催者を主対象とした資料とは別に、初心者にもわかりやすい簡略化された手順を示すことで、手厚いサポート体制を提供する。インタビューから、メール対応が難しい利用者や電話がつながりにくいケース、施設利用上のルールが伝わらず守られないケースがあることが分かった。これらの課題はガイド作成により解消が期待できる。加えて、SNSを活用した広報を組み合わせることでさらに効果が期待できる。部屋の空き状況や簡略化された手順、先ほど挙げた地域割りの情報などを発信することで、個人利用の周知が可能となる。例えば、空き状況カレンダーを画像で投稿したり、予約サイトのリンクをSNSで固定表示したりすることで、利用者は手軽に申請手続きを始めることができる。また、こうした情報発信により企業利用の印象をやわらげ、個人利用の障壁を下げる効果が期待できる。このように、空き状況の即時確認、打ち合わせの簡略化、個人利用者に向けたガイド作成、SNSを活用した広報といったシステム面からのアプローチで、ライトキューブ宇都宮の個人利用を推進できると考える。インタビュー結果からも、運営側は個人利用を歓迎する姿勢を示しており、システム面での改善を行うことで現状の課題解消が可能となると考えた。

3つ目に実際に行うことができるを考えるイベントを3つ提案する。1つ目は同窓会である。インタビューにてライトキューブ宇都宮はお盆休みの期間に予約が空きやすいと判明した。そのためインタビュー中に職員の方から提案があったのが同窓会の開催である。ライトキューブ宇都宮はアクセスがいいため帰省の期間中同級生が集まりやすく、また会議室は30人程度で使用可能であるため同窓会に有用だと考える。2つ目は映画の上映会である。ライトキューブ宇都宮では様々な機器を使用することができることから映画の上映会が可能であると考える。そのため主催者が好きな映画を上映し、鑑賞会を行った後感想を言い合うというイベントを行うことで新たなコミュニティの構築が期待できる。ライトキューブ宇都宮の会議室は個室であるため一般的な

店などと違い周囲に内容をばらす心配なく感想を伝え合うことができる。SNS 等を用いて上映会の告知を行うことであらかじめコミュニティが構築されていなくても映画に興味を持った参加者を呼び込むことができ、上映会後の感想会を通じてその場でコミュニティの構築が期待できる。3つ目は地域の文化祭である。会議室ではなく交流広場を使って地域の文化祭を行う。具体的には地域の店やハンドクラフトを趣味とする市民からブースとして出店したい店、個人を募り、学校で行う文化祭のように参加者が自由に周ることができるようになる。実際に現在でも交流広場を使った酒や焼き芋などのフェスが行われており、ライトキューブ宇都宮へのインタビューによって十分な集客が可能であることを確認している。この文化祭に参加する店や個人同士で交流が起きることも期待でき、新たなコミュニティの構築につながると考える。

【補注】

*1 11月7日ライトキューブ宇都宮内にてライトキューブ宇都宮の職員A氏とB氏、宇都宮市役所職員C氏へのインタビューを行った。

*2 11月13日から14日にかけて実施したライトキューブ宇都宮についてのアンケート調査である。対象は宇都宮大学地域デザイン科学部コミュニティデザイン学科3年生8名とし、ライトキューブ宇都宮の認知度、個人利用に対する考え方、施設への印象について回答を得た。

【参考文献】

- i) 旭市世代交流施設おひさまテラス,<https://ohisama-terrace.jp/>,2025年. (2025年9月2日閲覧)
- ii) おだわら市民交流センターUMECO,<https://umeco.info/>,2025年. (2025年9月2日閲覧)
- iii) ライトキューブ宇都宮：施設ご利用の手引き 3ページ, <https://light-cube.jp/assets/pdf/guide/shisetsuriyoutebiki.pdf?v=20240827>,2025年. (2025年11月20日閲覧)
- iv) 広島県公式ホームページ:地域を学ぶ一地域でつながる 地域に還す一 親と子の地域で過ごすサマーバケーション,[346987.pdf](#),2018年. (2025年9月1日閲覧)
- v) TBS NEWS DIG : オープンは月に一度 特別な「居酒屋」とは? 3年ぶり開店・名物おかみに密着 長野・松本市 <https://newsdig.tbs.co.jp/articles/-/414345>,2023年. (2025年9月1日閲覧)