

光演出を活用した協創活動 による繁華街の振興

学生代表： 宇都宮大学地域デザイン科学部社会基盤デザイン学科・4年 横山進乃助

宇都宮大学地域デザイン科学部社会基盤デザイン学科・4年 水野 颯希

指導教員： 宇都宮大学地域デザイン科学部・教授 大森 宣暁

宇都宮大学工学部・教授 山本 裕紹

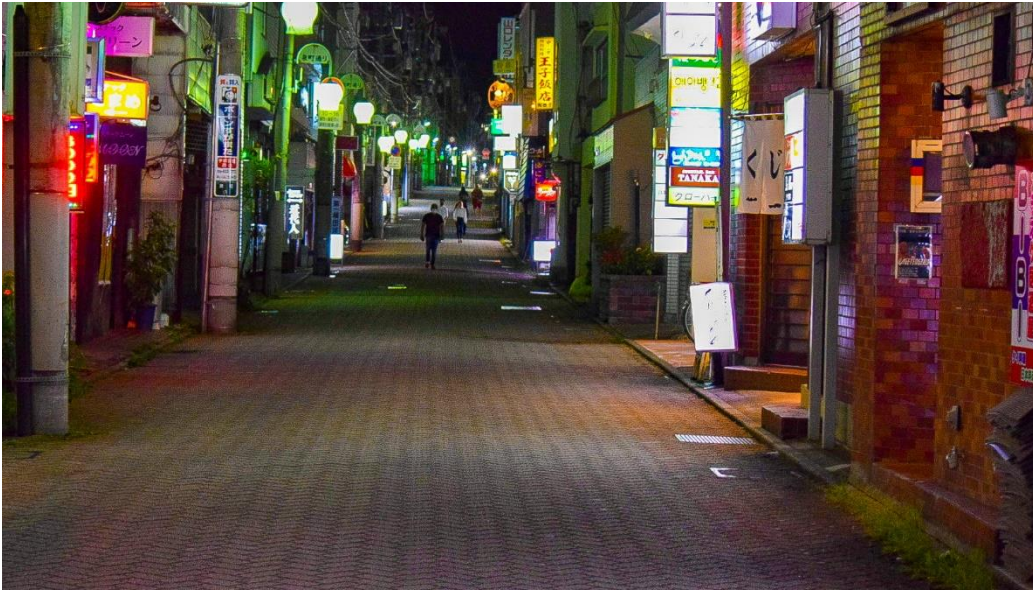
宇都宮大学地域デザイン科学部・准教授 長田 哲平

概要

光を活用した繁華街の活性化

- ◆ 対象地域: [宇都宮市泉町・本町](#)
- ◆ 繁華街としての活気が失われつつある。
- ◆ 宇都宮まちづくり推進機構と大学が共同で活性化に向け活動してきた。
- ◆ これまでの活動により[光演出](#)を用いることが有効であることが分かった。
- ◆ 新型コロナウイルス感染症の流行による[新しい繁華街の在り方](#)が必要。

泉町・本町の現状



- ◆戦後から高度成長期、バブル景気にかけて、宇都宮の中心繁華街として発展。
- ◆現在は来訪者の減少、店舗の老朽化や高齢化が進む。
- ◆低未利用地や空き店舗の増加。
- ◆コロナ禍で来街者がさらに減少。

通りの暗さや人通りの少なさが繁華街の負のイメージにつながっている。



実施内容

泉町・本町店舗営業実態・バリアフリー調査

光演出を活用した街路景観の改善

光演出を活用した新しい飲食デザインと交流機会の創出



情報発信の高度化

飲食店経営者・地域住民の意識調査



光演出を活用した新しい飲食デザインと 交流機会の創出

- ◆2022年9月16日(金)～17日(土)に、泉町のコインパーキングの敷地を借りてビアガーデン&テントサウナを開催した。
- ◆「泉町活性化プロジェクト2022」と題した。
- ◆広報として、ポスター、ホームページ、SNS、新聞、ラジオで宣伝した。
- ◆ビアガーデンは昨年も開催したものであるが、今年度は若者の来街を促進するための新たなアイデアとして、テントサウナを実施した。
- ◆日没後は、虹色LED照明やプロジェクションマッピングをコインパーキング上および沿道テナントビル壁面に照射した。
- ◆地域の酒屋からビールサーバーを調達し、地域のケーキ屋も出店した。



実施中の様子



実施中の様子

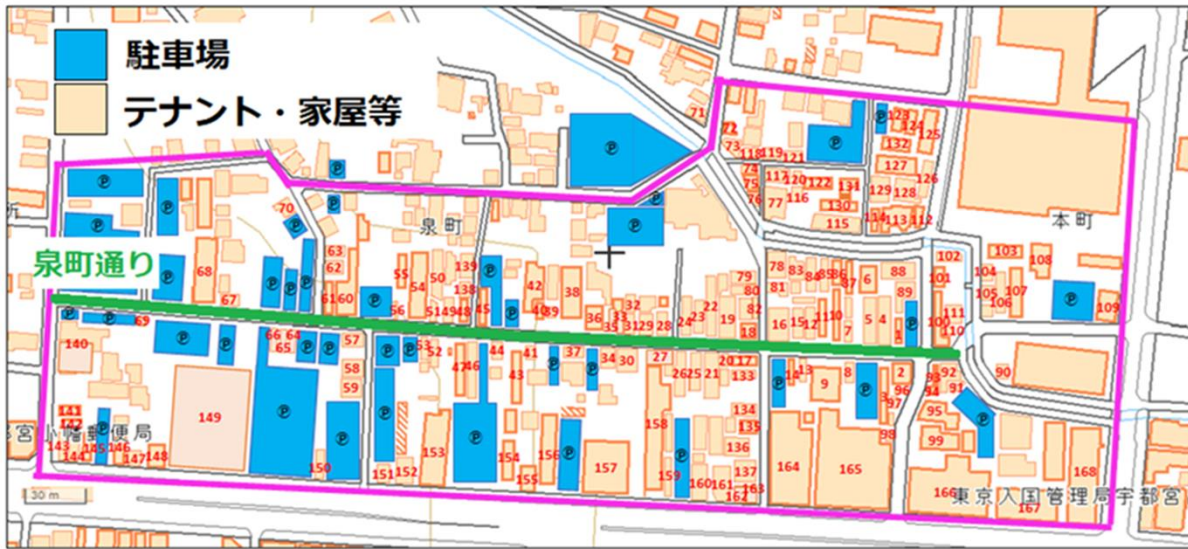
- ◆和歌山大学教授・宇都宮大学客員教授の天野敏之博士が開発したXANKYO(ざんきょう)プロジェクトマッピングを実施した。
- ◆画像や言葉だと伝えにくいですが、投影された場所で身体などを動かすと、その場所に影のようなものが遅れて動くように映し出される。



参加者の意見（一部抜粋）

- ◆ 浅草のホッピー通りのようになるとありがたい。そのため土日からでもこういうイベントを継続的にやってほしい。
- ◆ PRをもっとうまくすれば、泉町活性化になると思う。
- ◆ 地域を活性化するためには、音楽を流して人を呼び込むなどの取り組みも必要だと感じました。
- ◆ サウナもビールもサイコーでした！！
- ◆ トrendをとりいれててよいと思います！ 人がいつもより多くてにぎやか！ 楽しかったです！

飲食店営業状況調査



調査対象の泉町・本町の建築物

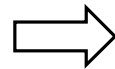
調査年	2020	2021	2022
営業店舗数	303	284	293
居酒屋	47	46	45
バー, スナック	256	239	248
空き店舗数	43	172	167
合計	346	456	460

直近3年間の調査結果



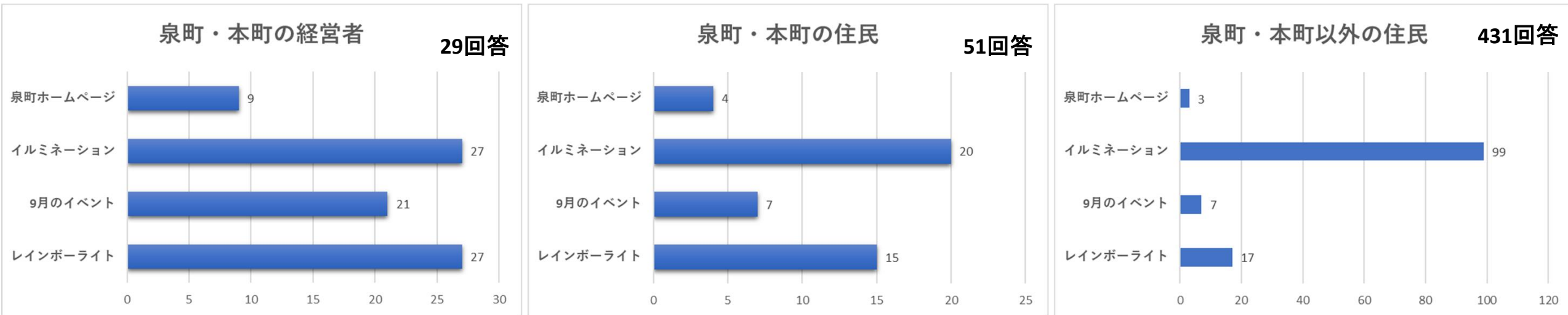
調査中の様子

- ▶2022年10月に、飲食店営業状況調査を実施
- ▶昨年から今年にかけて営業店舗数は増加！空き店舗数は減少！
- ▶バーやスナック(従業員とのコミュニケーションを主目的とした店舗)の増加がみられた。



新型コロナウイルス流行で飲食業界は大打撃を受けたが、近年はウィズコロナの意識の高まり、店舗それぞれの感染対策等によってコロナ禍前の状態に戻りつつある。

泉町活性化プロジェクトの認知度



▶ 泉町活性化プロジェクトおよび泉町に対する意識を明らかにするために、2022年11月～12月に飲食店経営者に対するアンケート&インタビュー調査、2023年1月に泉町・本町および周辺地域の住民にアンケート調査を実施。

▶ 飲食店経営者、泉町・本町の住民、泉町・本町以外の住民ともに、釜川沿いに設置したイルミネーションの認知度が高く、一方で泉町ホームページの存在はあまり知られていないことがわかった。

▶ 9月のイベント、経営者の皆様には事前にイベントのチラシを配布していた。

→ 29店舗中21店舗と多くの経営者がイベントを認知していた。

飲食店経営者・地域住民の泉町・本町に対する意見

《飲食店経営者》

- ▶人の流れがほとんどない，若者が全然いない，お店に来るお客様が増えてほしい
- ▶通りの雰囲気良くない，治安の悪いイメージになっている
- ▶外や通りが暗い，夜間の暗さが気になる，街灯を増やしてほしい

《泉町・本町の住民》

- ▶活気がなくなった，夜の街で昼はゴースタウン化している
- ▶昔のように賑わってほしい，若者が増えてほしい
- ▶治安が良く，子供連れや女性が楽しめる街になってほしい

《泉町・本町以外の住民》

- ▶怖いイメージ，女性一人では歩けない，通りが暗く治安が気になる
- ▶どんな店があるかわからない，若者も楽しめる街なのか，
- ▶夜の街のイメージ，昼夜楽しめる街に，昭和時代の活気が戻ってほしい
- ▶交通の便をよくしてほしい，無料駐車場作るなど

今後に向けて

①通りを明るくする光演出の方法の検討

▶本プロジェクトにおけるイルミネーションの認知度は高く、夜間の暗さから雰囲気が悪さが度々問題として挙げられる泉町・本町においては効果的であったといえる。冬期のみならず、年間を通して、通りが明るくなるような光演出の方法を検討する必要がある。

②さらなる認知度向上に向けた情報提供方法の検討

▶泉町・本町以外の住民は、そもそも泉町・本町にどんなお店があるのか、どのような街なのかを知らない人がまだまだ多い。ホームページには店舗情報も掲載されているが、認知度は低いため、ホームページをより充実させ、それをより多くの市民に知ってもらうこと、イベント開催時の効果的な情報提供方法を検討する必要がある。

③学生の地域活動のさらなる促進

▶学生による若者目線の発想から新しいアイデアが生まれ、学生が地域に関わりがなっている姿は地域の関係者(飲食店経営者、住民)の協力・協働につながる可能性を感じた。