

No.1	提 案 名：宇都宮市民 50 万人観光大使計画 —市民が宇都宮をもっと自慢するために—
	提案団体名：プラットホーム共同研究プロジェクト シビックプライド研究グループ
	所 属：宇都宮共和大学シティライフ学部／作新学院大学経営学部／文星芸術大学美術学部
	代 表 者：車塚 穂乃香 指 導 教 員：西山弘泰、春日正男
チーム メンバー	車塚 穂乃香（文星芸術大学 3 年）、馬 宇彤（宇都宮共和大学 2 年）、 野中相佳（作新学院大学 3 年）、木村 天（宇都宮共和大学 2 年）

○ 提案の要旨 (Abstract)

本提案は、宇都宮市民すべてがシビックプライドを持ち、宇都宮市を自慢できる都市にすることが目的である。市民の宇都宮への愛着は全国的にみても高い。ところがその理由をみると、「生活利便性の高さ」や「自然災害の少なさ」「東京へのアクセス」など、日常生活に根差したものが多く、それが宇都宮市への誇りや他地域居住者への自慢にはつながっていないと思われる。その証左として、栃木県は 2019 年もブランド力ランキングでは 43 位と下位に甘んじている。また、宇都宮市においても「餃子」以外のイメージや観光資源に乏しく、地味な存在となっている。

提案者らは、宇都宮市のブランド力向上や認知度向上、観光振興、さらには産業振興には、シビックプライドの向上が最も重要であると仮定した。宇都宮市では、ブランド推進協議会を立ち上げるなど、官民協働のシティプロモーションを展開している。例えば宇都宮市民向けのアンテナショップ「宮カフェ」や「愉快ロゴ」などは斬新な取り組みといえよう。一方、学校教育においては小中学校で「宇都宮学」を必修とし、子どもたちの郷土を愛する心を育む事業も来年度以降順次実施される。

以上のように、宇都宮市では市民に向けたシティプロモーション、郷土教育の体制が確立されつつある。ところが、提案者たちのような高校生から大学生までの学生には、宇都宮の良さを知る機会がほとんどない。そこで提案者たちは、高校生と大学生が地域のまちづくりに主体的に関わる組織、それらが活動拠点とする建物の整備を提案する。具体的な提案は以下となっている。

- **【活動拠点の整備】**どの地域の高校生でも集まりやすい中心市街地に学生の活動拠点を設置する。拠点は宇都宮の歴史や文化を感じられる場所ということから、オリオン通り近くに立地するまちづくり交流センター“イエローフィッシュ”が最適である。
- **【学生まちづくり団体の設立】**学生のまちづくり団体を設立する。その名称は「宇都宮若者まちづくり機構」である。対象年齢は高校 1 年生から大学 4 年生までで、高校 1 年生、大学 1 年生時にそれぞれ募集を行う。
- **【人的サポート体制の確立】**市の専属職員を 1 名つけ、団体のサポート、施設の管理を行う（担当部署はみんなでまちづくり課か市政研究センターが妥当）。また、嘱託のアドバイザーを数名配置し、細かなサポートや地域住民・組織、企業との仲介を行う。
- **【学生団体の事業】**学生団体は、いくつかのプロジェクトに分かれ、さまざまなまちづくり活動に主体的に関わっていく。例えば、商店街と連携しホームページを作成したり、マップを制作したりする。また、高齢者の見守り活動など地域課題にも取り組む。

事業による効果として、学生たちがまちづくり活動を通して出会う市民や事業者との信頼関係によって宇都宮への関心と真の郷土愛が醸成させる。また市が保有する施設を有効活用できる。さらに、郷土愛を持つ学生を増やすことによる優秀な若者の県外流出阻止できる。

このように地域に愛着を持ち、将来宇都宮のまちづくりを担うリーダーを高校生から養成する。彼らが宇都宮の本当の良さを知り、それを他の市民、県外居住者に発信することで、やがて宇都宮市民全員が宇都宮を愛し、市民であることにプライドを持った観光大使になっていくのである。

1. 提案の背景・目的

創造都市研究ゼミは2019年2月に、宇都宮共和大学、作新学院大学、文星芸術大学の学生各4名、計12名が集まり、結成された3大学連携ゼミである。2月に集中ゼミを実施し、「創造都市とは何か」を議論した。また、市内中心部のまち歩きを実施し、宇都宮の現状や課題の把握を行った。議論やまち歩きを通して導き出された宇都宮の課題は「宇都宮の人は宇都宮に誇りを持っていない」という点であった。メンバーは、全員市外、県外出身者である。確かに宇都宮出身の人に「宇都宮って何があるの?」と尋ねると、決まって「餃子以外なにもない」という回答が帰ってくる。宇都宮が他市に比べ印象が薄かったり、ブランド力が低かったりするのには、市民自身が宇都宮を嘲笑的に捉え、自慢しないからではないか。創造的な都市を目指すためには、その都市特有の「個性」が重要なキーワードになってくる。その「個性」を出すためには、その都市の歴史や文化から裏打ちされた「都市への誇り」、すなわちシビックプライドが重要であると結論付けたのである。

以上のように、宇都宮市を創造都市として発展させていくためには、市民が宇都宮の歴史、文化を土台にした都市の魅力を深く理解し、それを守り、発展させようとする意志と行動が必要である。そこで私たちは、宇都宮市民すべてがシビックプライドを持ち、宇都宮市を自慢できる都市にすることを目的とした。

2. 提案の目標・SDGs との関連

本提案は、間接的にSDGsにおける17の指標すべてを包含しているものと考えられる。本提案は市民の都市への関心を高めることを第一の目的に掲げている。学生たちが地域に出れば、人との関わりを通して都市のさまざまな課題を目の当たりにすることになる。こうした課題発見が17の各指標に取り組む原点となる。

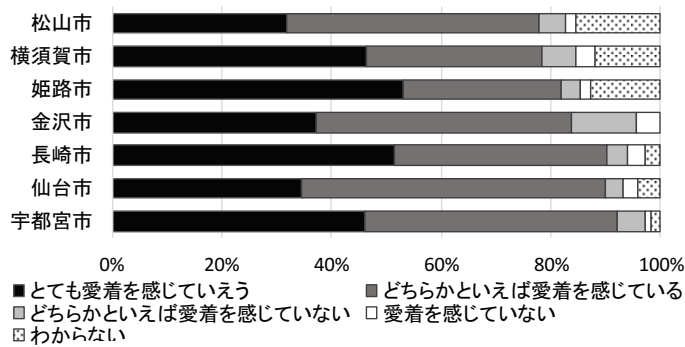
直接的なSDGsとの関連としては、「4. 質の高い教育をみんなに」や「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」、「11. 住み続けられるまちづくりを」が該当すると思われる。本提案が実現させることで、高校生や大学生に対し、学校だけでは学べない地域という生きた教科書を提供することができる。その教科書は、すなわちまちづくり活動を通して出会う人であるが、それらの人々からは地域の歴史や文化のみならず、生き様や仕事、価値観など「生きるすべ」や「生き方」を教わることができる。また、「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」に関しては、若者が中心市街地に集い、さまざまな人々と交わることにより、新たなアイデアや気運が醸成される。まちづくり活動に関わった学生同士が起業し、地域課題の解決につながる可能性がある。こうした学生たちが誰かとつながることこそが、技術革新の基盤となる。

3. 現状分析

本章では、まず宇都宮市民の愛着度や市外居住者からの評価について、具体的なデータを提示しながら、その現状を把握する。また、シビックプライドや郷土愛の向上に向けた宇都宮市の取り組みについてまとめる。

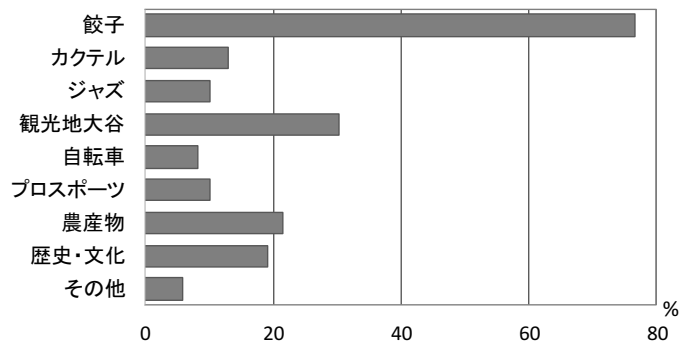
3.1 宇都宮市民の宇都宮に対する愛着度

そもそも宇都宮市民の愛着度は低いのだろうか。宇都宮市と同様に中核市である仙台市や長崎市、金沢市、姫路市などの愛着度を各都市の市民意識調査をもとにデータを収集してみた(図表1)。宇都宮市の「とても愛着を感じている」、「どちらかといえば愛着を感じている」の割合が合せて90%を超えているのに対し、仙台市や長崎市の割合は80%台であり、他の中核市と比較しても、宇都宮市の愛着度は実はとても高かったことがわかる。宇都宮市民は決して宇都宮に対して愛着をもっていないわけではない。これは意外な結果であった。宇都宮市民の愛着度を時系列



図表1 他都市との愛着度の比較

資料:各都市 2018 年市民意識調査より作成



図表3 宇都宮市で観光に興味のあるもの

資料:平成 30 年宇都宮市観光動向調査より作成

図表2 宇都宮市を好きな理由

自然災害の少なさ	56.3%
買い物などの日常生活の便利さ	39.1
自然環境の豊かさ	32.7
慣れ親しんだところ	26.7
治安の良さ	19
都心に近くにあり便利なおところ	16.6
業院などの医療機関が充実しているところ	15.5
市民センターや図書館・体育館などの公共施設が整っているところ	9.6
塘路が整備されているところ	6.3
電車やバスなどの交通機関が整備されているところ	6.2
子どもを育てる環境が整っているところ	5.6
人情味があり親切なおところ	3.8
地域でのあたたかい助け合いがあると	3.2
公園やリクリエーション施設・レジャー施設が整っているところ	3
特にない	2.8
芸術・文化的な催しやイベントの多いところ	2.7
福祉サービスが充実しているところ	2.2
都会的な雰囲気	2
無回答	1.7
街並みの美しさ	1.6
その他	1.2

資料:第 51 回「市政に関する世論調査」より作成

で見ると、2013 年までは他都市と同様に 90%を切っていた愛着度が、2013 年以降 90%を越え、その数値を維持している。これは、後述する宇都宮市のシティプロモーション事業等の効果であると推察できる。

それでは市民は宇都宮のどこに愛着を持っているのか。宇都宮市の世論調査によると宇都宮を好きな理由として日常生活の便利さや災害のなさ、自然環境の良さが上位にあげられている（図表 2）。しかし、こうしたいわば、「住みやすさ」は「宇都宮に住んでいて幸せだ」という感覚は生むものの、日常にあふれているものなので、それを他市の人々にうまく伝えることが出来ない。つまり、「住みやすさ」は市外の人に自慢しづらい、もしくはどのように自慢すればいいかわからず、結果として「餃子以外なにもない」という回答になってしまうと思われる。

一方で、栃木県のブランド力はどうだろうか。ブランド総合研究所が毎年調査している全国 3 万人を対象に各地域のブランド力を評価する「地域ブランド調査」では、栃木県の魅力度（ブランド力）は 43 位であり全国的に見ても低い。以上のことから宇都宮市は高い愛着度があるにも関わらず、ブランド力は低いということがわかる。これは大変もったいないことであるが、今後宇都宮市のブランド力を向上させる下地を十分有しているということにもなる。

3.2 市外居住者からみた宇都宮の観光資源

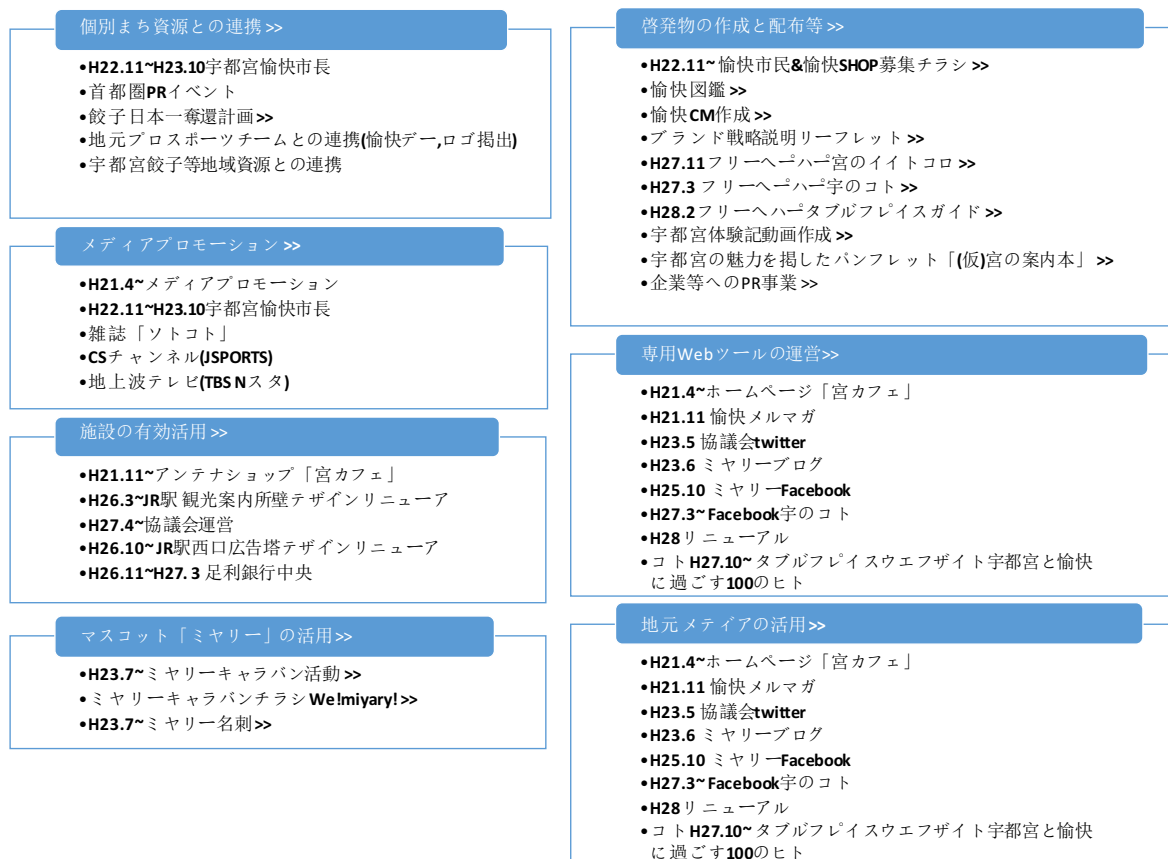
宇都宮市外からは、宇都宮のどんな観光資源に魅力があるのか。『平成 30 年宇都宮市観光動態調査』によると、宇都宮市での観光に興味があるものとして「餃子」が約 80%と最も多い（図表 3）。しかし、それ以外のものは全体的に低く、宇都宮の観光資源は餃子だけだと思われる。宇都宮には観光地大谷やジャズ、カクテルなど素晴らしい観光資源が多くあるにも関わらず、それらに興味を持ってもらえていないことがわかる。宇都宮市では宇都宮の観光資源として「ジャズ」や「カクテル」を PR しているが、それが上位にあがっていないのが残念である。

3.3 宇都宮市の取り組み

本節では、宇都宮市民のシビックプライド向上に向けた宇都宮市の施策について「シティプロモーション事業」と「郷土教育」の2つの観点でその概要を示す。

(1) 宇都宮市におけるブランド推進の取り組み

宇都宮市では、「宇都宮プライド～100年先も誇れるまちを、みんなで～」を合言葉に、行政と市民、企業が一体となって宇都宮の魅力を考え、発見し、形作り、発信することを目指している（宇都宮市HPの一部を引用）。それを担うのが、行政、経済・まちづくり団体、交通事業者、学識経験者、公募市民からなる「宇都宮ブランド推進協議会」である。当協議会では、上記の合言葉を実現するために、委員がアイディアを出し合い、会が発足した2009年度よりさまざまな施策を提案、推進してきた。それを図表4に示してある。以下では、それらの事業の中でも、2つの事業を紹介する。



図表4 宇都宮市ブランド戦略取り組み(平成20年度~28年度)

資料:平成28年度宇都宮ブランド戦略事業報告書より作成



写真1 宮カフェの外観(左)と1階の様子

資料:2019年9月提案者ら撮影

まず「愉快ロゴ」は「○○○愉快だ宇都宮」という 9 文字で宇都宮の良さを発信しようとする取り組みで、2019 年 7 月で 1000 パターンの申請があった。これは宇都宮の良さを市民が発見し、市内外に発信する良いツールである。例えば、企業や各種団体が看板にロゴを掲げていたり、自動車の後方に貼り付けていたりするなど、市民にかなり浸透している印象を受ける。宇都宮のさまざまな団体名や資源が文字になり、それが市民や来訪者の目に触れることができるのがユニークな点である。

次に今年で開設 10 年目を迎える「宮カフェ」である。宮カフェ宇都宮市中心部オリオン通りに店舗を構え、市民に対して宇都宮の特産品や情報の発信を行っている。宮カフェの 1 階は市内農産物や六次産業商品、大谷石グッズなど、宇都宮に縁のある商品が販売されている。また、宮カフェは「宇都宮のアンテナショップ」を標ぼうしており、餃子やカクテル、ジャズ等の様々なパンフレットやイベント情報の発信も行っている。2 階は現在イタリアンレストランが入居し、市内の食や文化を楽しむことができる。この宮カフェは、宇都宮市中心部のオリオン通りにあり、コンセプトは宇都宮市民に宇都宮の魅力を知ってもらうというものである。提案者たちは 9 月にこの宮カフェにお邪魔し、店長の小野さんに宮カフェについてお話をお聞きした。宮カフェは、商店街の空き店舗を市が借り受け、民間事業者によって指定管理で運営されており、現在 3 つの事業者が共同運営を行っている。1 階は「ろまんちっく村」を運営するファーマーズフォレストが運営し、宇都宮の魅力を発信できるよう工夫されている。イベント時には多くの来場者が訪れるオリオンスクエア向かい側という好立地でもあり、宇都宮の観光資源の PR に効果があるものと考えられる。ところが来店客を見ていると、中高年の方が多い印象を受けた。小野さんのお話でも、客層は中高年が中心のようである。以上のように宮カフェは、「宇都宮市民に向けたアンテナショップ」という点で、斬新な取り組みと言えるし、運営会社のユニークな取り組み、情報発信等により効果があるといえる。とはいえ、客層を見ると中高年が中心で、若者への発信には至っていないと考えられる。

(2) 郷土愛を育む「宇都宮学」の取り組み

都市への愛着や誇りは、一朝一夕に意識されるものではない。その都市の成り立ちや地域の文化や歴史、先人たちが築き守ってきたものなど、総合的に学ぶことにより徐々に培われていく。都市への愛着や誇りの基礎となるのが小学校や中学校における郷土教育である。本提案の目的である宇都宮市民のシビックプライドの向上には欠かせない取り組みであることから、2019 年 11 月 19 日 11 時より学校教育課職員の方 3 名に対し、宇都宮市における郷土教育について 1 時間程度お話をお聞きした。

宇都宮市では、「第 2 次宇都宮市教育推進計画」において「グローバル社会や情報社会などに対応できる力の育成」を掲げ、郷土教育の充実を図ろうとしている。その中で「郷土・宇都宮への誇りと愛情を育む「宇都宮学」を提唱し、それを小学校 3 年生から中学校 3 年生まで副読本を用いて（副読本の使用は小学校 5 年生から）学ぶ事業を 2020 年度から開始する。2020 年度から小学校において、2021 年から中学校において授業が開始される予定となっている。

ヒアリング時に配布された「郷土を育む『宇都宮学』」（概要版）によると、宇都宮学は、小学校 3～4 年次において身の回りの生活を支えている施設や宇都宮の観光資源や歴史資源である大谷資料館、大谷寺などの見学を通して「宇都宮のよさに気づき、親しむことができる」ようになることを目標としている。小学校 5～6 年次には副読本（小学校版）を使用し、宇都宮の地勢や自然環境、交通、伝統文化などを総合的に学習することで「宇都宮のよさを理解」する態度を身に着ける。中学校の 3 年間においては、小学校同様、副読本（中学校版）を用いて、宇都宮の歴史⇒観光資源（日本遺産大谷石の文化）⇒産業や LRT・ネットワーク型コンパクトシティというように、宇都宮の持つ独自性や強みを学び、それを将来のためにどう生かすのか、また将来のために自分たちは何をすればよいのかなど、「宇都宮の未来を考えたり、魅力を表現したりできる」ようになることを目的にしている。

以上のように、宇都宮市では小学生と中学生に対し、継続した郷土教育を行うことで、子どもたちの郷土に対する誇りや愛着を育もうと取り組みを行っている。しかしながら、高校以降は、

住んでいる地域について学ぶ機会が極端に減少するのが現状である。確かに、栃木県では県立高校において、総合的な学習等の時間に地域調査に取り組んでいる。しかし、多くの高校では受験対応や人的な課題から、郷土について学ぶ機会がない。そこで提案者らは、11月10日から11日にかけて先進地視察のため訪れた金沢市の取り組みを参考に、高校生から大学生がまちづくり活動を通して、地域と関わり、郷土愛やシビックプライドを育む取り組みを提案したい。

4. 施策事業の提案

4.1 金沢市の「学生のまち・金沢の推進」の取り組み

(1) 金沢視察について

まず、提案者らは他市の取り組みを参考にすべく、宇都宮市と同じく中核市であり、国際観光都市、歴史・文化が息づく都市、歴史や文化に根差した創造的な都市の金沢市に11月10日から11日にかけて視察を行った。まず10日午前中は歴史的まちなみが残る長町周辺をボランティアガイドの方にご案内いただいた。午後(12時から18時)は私たちの視察先である「金沢学生のまち市民交流館」へのヒアリング(管理・運営を行う金沢市市民参画課職員1名)、金沢まちづくり学生会議(学生まちづくり団体)の学生との意見交換、金沢学生のまち市民交流館が開催するイベント(カノウセイフェス)の見学と交流会への参加、そして学生たちをサポートするコーディネーター2名へのヒアリングを実施した(図表5)。以下では、まず「学生のまち金沢」とは何かを概説する。

(2) “学都”金沢の誕生と現状

金沢は、明治19年~20年(1886年から1887年)に、全国五学区の各学区において官立の高等中学(金沢は第四高等中学校)が設置された5都市のうちの一つである。その後、金沢市及び近郊には、次々と高等教育機関が開学し、県外からも多く学生が来ることで「学生のまち」として発展してきた(金沢市市民局市民協働推進課提供資料より)。1970年代に大学が郊外に移転しはじめたことにより、まちなかに学生が集まらなくなってしまった。しかしながら2017年のデータでは、石川県は人口1,000人当たりの学生数が全国5位、人口10万人当たりの高等教育機関数では全国1位と学都としての地位は健在である。

(3) 「金沢市における学生のまちの推進に関する条例」の制定

大学の郊外移転、学生の居住様式の変化(下宿からアパート・マンションへ)、アルバイトや余暇の過ごし方の変化などを背景に、学生の地域住民との関わりが減っていった。また、郊外化で学生たちは中心部に出向いて遊ばなくなり、学生と市民が日常生活の中で親しく交わり、学生が学習の場としてまちに溶け込み、生き活きと学ぶ姿が薄まったことに、当時の市長である川出保氏が危機感を持った。そうした中で、学生がまちなかに集い、市民との交流の中で、まちなかを学び舎とし、かつての活気あふれる学都金沢を実現するための条例「金沢市における学生のまちの推進に関する条例」が2010年4月に施行された。当条例は、学生と市民、学生とまちとの関わりを深めることを目的としており、無論現在においても全国でただ一つの条例である。当条例の第1条では条例の目的として次のことが書かれてある。「地域社会が可能性豊かな学生を育み、学生と市民との相互の交流や学生と金沢のまちとの関係を深めながら、学生のまちとしての金沢の個性と魅力をさらに磨き高めていく」。

上記の目的からは、学生とまち・市民の交流の中から、都市の魅力や活力、創造的なアイデア等が生まれ、都市を発展させていくという内容を垣間見ることができる。また、将来の都市を担っていく若者をまちぐるみで育てていこうという意味を感じ取ることができる。若者を育て活躍してもらおうことが、都市の繁栄につながるという信念に基づく条例である。当条例は、5章構成、21条からなっている。当条例は、学生が地域コミュニティや企業と関わるための各種施策を講じるよう定めているところに特徴がある。次に当条例により金沢市が実施している学生のまち金沢を目指した取り組みを紹介する。

図表5 学生のまち金沢に関する視察の概要

金沢学生のまち市民交流館	金沢学生まちづくり会議	カノウセイフェス	交流館コーディネーター
12:00～13:30	13:30～14:00	14:30～17:00	17:00～18:00
市民協働推進課担当職員 1名による講義・質疑、交流館内案内	学生団体との学生のまちづくりについての意見交換	学生団体の活動発表会の見学と交流会参加	コーディネーターへのヒアリング
			

(4) 学生団体の設立とサポート

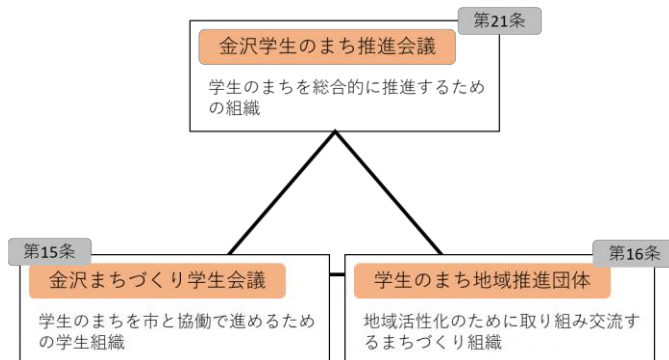
金沢市では「金沢市における学生のまちの推進に関する条例」に基づき、まちづくりを行うために3つの関係を軸とした推進体制を整えている(図表6)。

1つ目が「金沢まちづくり学生会議」という学生組織だ。これは学生のまち金沢の母体となる組織であり、学生ならではのアイデアとエネルギーを活かして創造的なまちづくり活動に取り組んでいる。「金沢まちづくり学生会議」の活動は多岐にわたり、令和元年度の第10期生は、7大学から参加した53名が所属しているという。学生会議の活動の詳細をいくつか紹介する。まず、学生団体のメンバーを募るため、また学生に金沢の良いところを知ってもらうために「OPEN CITY in KANAZAWA」というイベントを開催している。「たった一日で金沢が好きになる。」をコンセプトに毎年100人以上の新一年生を招待し、先輩メンバーと金沢の名所を回るイベントで、街歩きのほか様々な体験ができる仕様になっており現地の人と交流を深めながらまちのことを理解できるイベントになっている。

また、学生会議のメンバーが主催となって「まちなか学生まつり」という催しを行っている。運営は学生会議のメンバーのみで行い、ステージパフォーマンスのほか、学生団体による屋台、地域の名物の屋台などが出店され学生が中心になり地域住民と交流する機会を作っている。

勿論、学生主催の企画の交流だけではなく、地域の人々との交流が盛んでもある。毎年商店街で行われる「木倉町ふうりん祭」では学生組織のメンバーがスタッフとして参加し、地域住民とのコミュニケーションの機会になっている。更に、昔から続く祭を若者が支えることにより風化を防ぐという働きも見られるだろう。商店街での交流は他にもあり、「金沢学生セレクション」と称し、Facebookを用いてまちなか商店街の魅力紹介も行っている。商店街のお店を学生の目線で紹介し、街に人を集めようという企画だ。FacebookなどのSNSを使用した宣伝は若者ならではのもので、そのような発信手段を持たない地元住民との良い連携が生まれていると考えられる。

そのほかにも、金沢まちづくり学生会議は他のまちづくり団体との交流もある。他団体と交流しつつ活動報告や情報交換を行ってお互いの知識を増やしたり、他県の大学に金沢まちづくり学生会議の活動を説明するトークライブを行ったりし、他県でまちづくりを行う学生との交流の場を設けた。



図表6 金沢市における学生のまちの推進体制

資料:金沢市市民協働推進課提供資料を参考に作成

以上のような活発な町おこしや地域イベント、地域の人々との交流の場が学生による団体で活動、運営されており金沢は学生が積極的にまちづくりに参加しているといえる。なお、本事業の年間運営資金は220万円とのことである。

2つ目は学生のまち地域推進団体という団体だ。学生のまち地域推進団体とは学生、住民及び高等教育機関が地域活性化のために取り組み、交流するまちづくり組織である。上記にある金沢まちづくり学生会議の団体と相互連携を取り、さらに学生たちのサポートを担っている。主な活動としては学生と市民とのコミュニティを再生し、地域と学生がつながりやすい状況にすることだ。学生と市民が共同で行うイベントを開催したり、学生が地域の活動や行事に参加し相互交流できる仕組みを作ったりしている。また地域活性化にかかわらず、学生が住みやすく、暮らしやすいまちにするための定期的な協議もおこなっている。このように、まち自体が学生に協力的であり、学生は自分たちの思うまちづくりを行いやすい状況を手に入れることができる。

3つ目は金沢学生のまち推認会議の開催だ。金沢学生のまち推認会議とは学生のまちを総合的に推進するための協議を行う場である。協議内容は「学生のまち推進に向けた課題の整理や施策の検討」「学生のまち推進に向けた総合的な連絡・調整」などがあり、主に学生のまちをいかに活性化させていくかという議題で会議を行う。この会議には参加するのは町会、婦人会及び公民館などの地域団体、高等教育機関、事業者、県、市、そして上記で紹介した金沢まちづくり学生会議と学生のまち地域推進団体の代表者だ。学生会議の代表者は今後どのような施策をおこなっていくのか提案できる場となり、学生のまち地域推進団体はそれまでの活動や課題を報告する場となる。

このような推進体制がとられているため学生はまちづくりに参加する機会が多く、また自らまちづくりにかかわる施策を提案することができ、その内容も県と市が管理かつサポートできるためお互いに理解を得た状況でのまちづくりとなる。

(5) 金沢学生のまち市民交流館

金沢まちづくり学生会議の活動拠点となっているのが「金沢学生のまち市民交流館」である(図表7)。この市民交流館は、学生と市民の交流の場、情報交換を通じてまちとの関係を深めるとともに自主的なまちづくり活動の場として利用され「にぎわいと活力の拠点」となることを目的に約5億円かけて改修・建設された施設である。(2)で記したように金沢は郊外に学校が多く中心街には学校が少ない。この市民交流館は中心街にあった大正時代に建てられた金沢市指定保存建築物を使用している。中心部にあることで、学生は集いやすく、また歴史的建造物であるため金沢の歴史や文化を感じられる施設となっている。市民交流館は2つの棟に分かれており、1つは学生の家もう1つは交流ホールになっている。なお、当施設は、市が所有者から土地を含め購入し、運営は市が直接行っている。

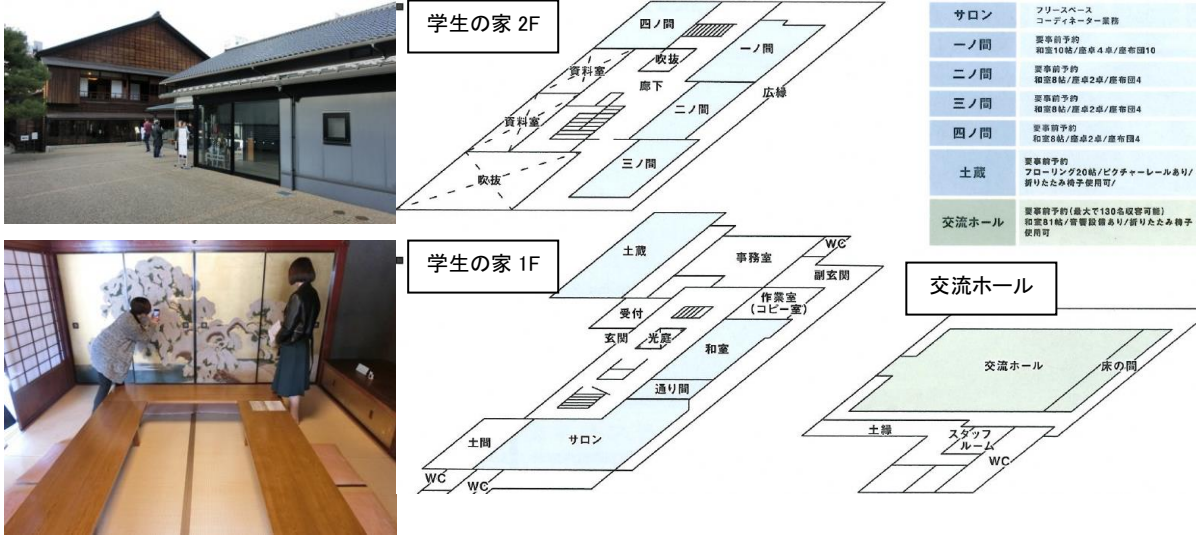
①学生の家

学生の家には学生たちしか利用できない和室があり、会議や打ち合わせなどで活用されている(図表7左下写真)。またサロンというフリースペースがあり、日替わりで常駐しているコーディネーターがまちづくり活動や学生の相談に応じてくれる。コーディネーターがいてくれることにより、学生は自分たちが考えているまちづくり活動をどのように展開させればいいのか分かる。また常に相談に応じてくれる人材がいるということが心の支えにもなるだろう。

②交流ホール

交流のホールは最大130名収容することができ様々な活動の発表の場などに用いられている。実際、提案者たちも金沢まちづくり学生会議が参加していた「カノウセイフェス」という学生主体の企画を見ることができたのだが、開催場所はこの交流ホールであった。交流ホールは一般貸出の際は有料なのだが、学生団体の利用では無料であり金沢の学生団体の多くはこの交流ホールを活用している。

このように学生が集い、まちづくりを考えることができるスペース、また実際に企画として会場になりえる場が中心部にあることで金沢の学生は生き生きとまちづくりをできるのでないだろうか。



図表7 金沢学生のまち市民交流館の様子

資料:写真は提案者ら撮影、右の図は金沢学生のまち市民交流館『学生団体ガイドブック』の図を一部改変

4.2 宇都宮市の施策提案

(1) 宇都宮の高校生・大学生がまちづくりに参加できる環境づくり

①学生団体の設立とイエローフィッシュの活用

上記の現状分析で述べたように宇都宮の若者は宇都宮にある魅力を把握しきれてはいない。しかし、愛着はある。その愛着をまちづくりに生かせないだろうか、と提案者たちは考えた。また提案者たちは金沢視察においてまちづくりに参加している学生と接した。彼等はまちづくりを通して、さまざまな人と出会い、まちのことを知り、まちを好きになり、体験を通して得られた魅力を発信していた。このように、真の意味での都市への愛着、誇りとは地域の人との密接なかかわり合いによる良好な信頼関係から生まれるのではないかと、金沢市の視察を通して感じた。これらを受け私たちは「宇都宮若者まちづくり機構」の発足を提案する。

②「宇都宮若者まちづくり機構」とは

「宇都宮若者まちづくり機構」とは宇都宮市が全面的なサポート体制を整えたいうえで、市内在住、もしくは市内の高校・大学生が集い、地域の課題に取り組む学生団体である。機構には、提案者たちが所属する宇都宮市創造都市研究センターも参画し、高校生、大学生のサポートを各大学の教員が担ったり、教室や機器の利用なども行えるようにしたりする。なお、本機構の担当部署は、みんなでまちづくり課や市政研究センターが適当と思われる。

③学生団体の発足

宇都宮市には市が運営する学生主体のまちづくり団体というものはない。そのため宇都宮市で学生によるまちづくり団体を発足したい。市が先立って団体を発足することによって、今までまちづくりに興味があったが何から始めていいかわからなかった若者をまちづくりに導くことができる。また、まちづくりに興味があった若者は自ずと集うだろう。発足した学生団体は現在行われているまちづくりに参加したり、また企画運営をして宇都宮への理解や知識を育んでいく。団員は宇都宮にある高校、大学に募集をかけ主に高校生と大学生を主とする。様々な学校から団員を募ることで視野が広まり、企画などの幅が広がる。また金沢市では大学生のみだったが、高校生も加わることで長く宇都宮のまちづくりに関わると同時に、県外流出を防ぐことができる。

④市から学生団体に対するサポート

はじめから学生たちのみで一からのまちづくりを進めていくのは難しいと思われる。そのため市には学生たちが参加できるようなまちづくり活動の紹介、またまちづくりがどのように行われているのかという説明など、基礎となる知識の提供の場を設けてもらいたい。学生の見識が深ま

ることで行える活動も多くなる。

⑤活動拠点 イエローフィッシュの活用

学生と一言にくくっても、皆住んでいる場所や活動している場は違う。そのため、まちづくり活動の際に金沢にあった学生のまち市民交流館のような活動拠点があると、活動がスムーズに行く。この活動拠点にイエローフィッシュが活用できないだろうかと提案したい。イエローフィッシュはオリオン通りの中にある、宇都宮のまちづくり研究や中心市街地の活性化に資する事業の場として、宇都宮まちづくり推進機構が宇都宮市から借りて居場所である。宇都宮市の中心部に立地するイエローフィッシュならば学生も集まりやすく、また中心部であるため地域の人も多い。これから自分たちがまちづくりしていく宇都宮の中心に活動拠点があれば、地域の人々との交流もしやすく、活動もはかどるだろう。またイエローフィッシュは発表や企画を運営するにあたって整備があるため行える。会議や打ち合わせだけでなく、実際の企画の場になるというとは非常に重要だ。イエローフィッシュは様々な団体が使用するため学生のためだけにとはいかないが月に使用日を決めて学生で集うことはできるだろう。

⑥アドバイザーのサポート

またイエローフィッシュに集まり活動する際はまちづくりに対するアドバイザーが必要だと考える。まちづくりを学生たちだけで遂行するのは難しく、必ず県や市、地域の人々の連携が求められる。その際、アドバイザーがいることによって、学生たちが行いたいまちづくりは実現可能なか、可能であればどのような団体との協力が必要なか、など相談できる相手がいることによって学生たちは効率よく、まちづくり活動にいそむことができる。

⑦活動の精査

年に2度前期後期で活動内容の精査を行う。これは学生だけでなく市や宇都宮市創造都市研究センターの先生方、地域の方、NPO等にも参加していただいて半年間の活動の進捗状況、成果などを報告し、それに対して改善点などをアドバイスする。

(2) 施策の効果

①中心市街地の変化

そもそも、まちづくりやまちおこしを通年でやっている学生は少ない。もし学生団体が設立されたのであれば通年でまちの中心部ではまちづくりが行われるだろう。中心部のコミュニティは高齢化によって活気が失われている。まちづくりで常に若者がいる状況を作ることができれば活性化の芽となる。また、学生たちの中心部での消費を喚起できる。

②学生による情報発信

学生たちがまちづくりを行う中で、その活動の様子や隠れた名店、優れた人物などをSNSで紹介することによって、宇都宮の魅力が発信できる。

③学生の宇都宮愛、シビックプライドの醸成

本事業最大の効果は、学生たちがまちづくりを通して、地域の多様な人々と出会い、親密な関係から育まれる信頼関係である。まず、学生たちは地域の方々の語りや協働から、地域の歴史や文化、個々の人々の生き様、働くことの意味など様々なことを学ぶ。これにより地域の人々に対する信頼、尊さ、愛おしさが生まれ、それが最終的に地域愛、シビックプライドに変化していく。

金沢の学生団体との意見交換会で代表の学生が発した「まちづくりとは人間関係です」という言葉が興味深い。都市とは人との連帯によって営まれ、その営みがまちづくりなのである。宇都宮若者まちづくり機構に所属する学生が地域に入り、地域の人々に対する信頼が生まれる。これが真の意味での地域愛となり、宇都宮市のことを自慢できる人間になっていく。地域を自慢するためには、誰もが知るテーマパークや世界遺産が必ずしも必要ではない。「そこにどのような人間関係があるのか」が重要なのである。そうした関係性をたくさんつくることができれば、若者たちはもっと宇都宮のことを市外の人に自慢するようになるはずである。本提案は、若者と地域の関係性（絆）を深めるための取り組みと言ってよい。この取り組みが脈々と展開されることによって、100年後には宇都宮に住む人すべてが、宇都宮を自慢できる観光大使になっていくことだろう。