

地域活性化委員会 活動報告書

令和4(2022)年10月31日

宇都宮商工会議所
会頭 藤井昌一様

地域活性化委員会
委員長 深澤雄一

当委員会は、令和元(2019)年度から委員会が所管する重要事項の調査・研究を進めてまいりました。

このほど、次に掲げる事項について調査・研究が終了しましたので、その活動経過と結果についてご報告します。

地域活性化委員会 委員名簿

委員長	深澤 雄一	(株)フカサワ 取締役会長)
副委員長	横倉 正一	(株)横倉本店 代表取締役社長)
委員	青木 直樹	(青源味噌(株) 取締役会長)
同	仲田 俊夫	(仲田総業(株) 代表取締役会長)
同	里村 佳行	(株)ビッグツリー 代表取締役社長)
同	佐藤 剛	(アクサ生命保険(株)宇都宮支社 支社長)
同	酒井 誠	(株)酒井建築設計事務所 代表取締役社長)
同	川崎 健郎	(野村証券(株)宇都宮支店 支店長)
同	田野邊 大介	(東一宇都宮青果(株) 代表取締役社長)
同	野澤 幸司	(マルウ製菓(株) 代表取締役)
同	田嶋 宏章	(株)ホテルニューイタヤ 代表取締役専務)
同	福田 治久	(株)丸治 専務取締役)
同	藤間 勉	(宇都宮ステーション開発(株) 代表取締役社長)
同	仲代 順哉	(株)ケイエムシー 代表取締役社長)
同	柿沼 光子	(株)雅洞 相談役)
同	長島 俊夫	(宇都宮オリオン通り商店街振興組合 理事長)
同	高橋 章史	(富士通 J a p a n (株)栃木支店 支社長)
同	上野 勝弘	(上陽工業(株) 代表取締役)
同	秋本 薫	(株)アキモ 代表取締役)
同	鈴木 章弘	(協)宇都宮餃子会 専務理事兼事務局長)
同	田中 久貴	(株)関電工 北関東・北信越営業本部 栃木支店 支店長)
同	岡崎 善胤	(株)不二ドライ 代表取締役社長)
同	矢治 和之	(株)ロココ企画装飾 代表取締役)
同	金柿 説生	(有)石川印刷所 代表取締役)
同	坂本 昭一	(株)新光社 代表取締役会長)
同	伴 靖	(株)総合印刷 代表取締役)
同	小矢島 重男	(宮ビルサービス(株) 代表取締役)
同	井上 加容子	(株)井上総合印刷 代表取締役社長)
同	森田 陽子	(有)ニューみらく 代表取締役)

以上29名

目 次

I	「大谷地区・宇都宮市北西部地区の魅力発信」について－提案・要望－	1
II	委員会の活動経過	3
III	宇都宮市の地域ブランド戦略について 宇都宮市総合政策部広報広聴課 渡部淳一主幹の説明要旨	6
IV	大谷地域の振興策について 宇都宮市経済部都市魅力創造課大谷振興室 出井宏明室長の説明要旨	9
V	宇都宮市北西部の観光振興について 宇都宮市経済部観光交流課 三代浩嗣課長の説明要旨	13
VI	大谷地区および宇都宮市北西部地区の現場視察について	17
VII	委員からの主な意見	19

I 「大谷地区・宇都宮市北西部地区の魅力発信」について－提案・要望－

以下の項目について提案・要望をしますので、商工会議所が行政や関係機関と連携を密にしながら、「大谷地区・宇都宮市北西部地区の魅力発信」の実現に向けて取り組んでいただきたい。

1 宇都宮市北西部地域の環境整備

(1) さらなる観光活性化や地域振興に結びつけるための着実な環境整備

ア 歩行空間の確保

イ 観光地に相応しい景観形成の促進

ウ 多言語標記の案内版やトイレの整備

(2) 観光客の取り込みや、事業者の新規出店及び地域開発を加速化させるため、大谷地区の更なる安全対策の推進と情報発信

2 観光のモデルコース策定について

(1) 大谷地区および宇都宮市北西部地区に点在する魅力的な観光資源を巡るモデルコースを策定し、周遊性を高める取り組みの強化

(2) 「宇都宮市北西部地区」という呼称について、具体的にどのあたりの地域や観光スポットを指すのか分かりにくいいため、親しみを持ってもらえるような地域名を考案・公募するなどし、訪れたい観光地づくりの促進

(3) 県外から来た観光客等が宇都宮市北西部地区を周遊しやすくするため、観光資源である大谷地区と若山農場・ろまんちっく村方面間の移動の利便性を高めるなど、観光客の滞在時間を長くする環境づくり

3 地元への情報発信について

(1) 「マイクロツーリズム」の広がりを受け、地元の人に親しみを持ってもらい、大谷地区や宇都宮市の北西部の観光拠点に足を運んでもらえるような情報発信の強化

※注「マイクロツーリズム」：新型コロナの流行をきっかけに広がった、自家用車による移動を中心とし、自宅から1～2時間程度の移動圏内で観光する近距離旅行の形態。

(2) 地元の人に訪れてもらう取組みの創設

ア 県内小・中学生の校外学習誘致

イ 市民が「大谷検定」のように、楽しみながら大谷地域について学べるコンテンツの提供

II 委員会の活動経過

1 第1回委員会（令和2（2020）年9月28日）

(1) 内 容

ア 前期地域活性化委員会活動報告について

イ 地域活性化委員会の研究テーマについて

➡ どのような調査・研究テーマが良いか意見交換を行い、前期に引き続き、大谷地域の活性化を地域資源の観点からテーマにして進めることとなった。

(2) 出席者 13人

2 第2回委員会（令和3（2021）年3月18日）

(1) 内 容

ア 講話1

(ア)テーマ 宇都宮市の地域ブランド戦略について

(イ)講話者 宇都宮市 総合政策部 都市魅力創造課

都市ブランド担当 主幹 渡部 淳一 氏

都市ブランドグループ 総括 藤田 知明 氏

イ 講話2

(ア)テーマ 大谷地域の振興策について

(イ)講話者 宇都宮市 経済部 都市魅力創造課

大谷振興室 室長 出井 宏明 氏

大谷振興室 係長 佐藤 大地 氏

➡ 宇都宮市経済部観光交流課と都市魅力創造課の職員を招き、宇都宮市の地域ブランド戦略および大谷地区の振興策について説明と、情報提供をしていただいた。

(2) 出席者 16人

3 第3回委員会（令和3（2021）年8月5日）

(1) 内 容

ア 講 話 テーマ 宇都宮市北西部の観光振興について

イ 講話者 宇都宮市 経済部 観光交流課

課長 三代 浩嗣 氏

ウ 令和2年度委員会活動報告について

エ 令和3年度委員会活動計画（案）について

オ 意見交換

- ➡ 今後の委員会活動の参考とするため、宇都宮市経済部観光交流課の職員を招き、宇都宮市北西部の観光振興について説明および情報提供をしていただいた。その後、令和2(2020)年度活動報告および今後の委員会の進め方について、意見交換を行った。

(2) 出席者 13人

4 第4回委員会（令和3(2021)年11月25日）

(1) 内容

ア 現場視察

- (ア) ベルテラシェ大谷
- (イ) 天狗の投げ石・親子がえる・平和観音
- (ウ) 大谷寺
- (エ) 大谷資料館
- (オ) カネホン採石場
- (カ) 若山農場

- ➡ 「観光」や「産業」の切り口で活性化策を調査研究するため、大谷地域と宇都宮市北西部地区の視察を行った。

(2) 出席者 9人

5 第5回委員会（令和4(2022)年6月15日）

(1) 内容

ア 令和3(2021)年度委員会活動報告について

イ 令和4(2022)年度委員会活動計画について

ウ 大谷地区および宇都宮市北西部地区視察の振り返り

- ➡ 令和3(2021)年度委員会活動報告並びに令和4(2022)年度委員会活動計画について事務局から説明を行った。続いて、令和3(2021)年11月に行った視察のアンケート結果について事務局から説明を行い、今後の委員会活動について意見交換を行った。

(2) 出席者 17人

6 第6回委員会（令和4(2022)年10月24日）

(1) 内容

ア 地域活性化委員会活動報告書（案）について

イ 意見交換

➡ 地域活性化委員会活動報告書（案）について事務局から説明を行った。続いて、その内容について意見交換を行った。

(2) 出席者 10人

Ⅲ 宇都宮市の地域ブランド戦略について

宇都宮市総合政策部広報公聴課 渡部淳一主幹の説明要旨

(令和3(2021)年3月18日 宇都宮商工会議所大会議室於いて)

1 概要

- (1) 人口減少社会の到来などにより、都市間競争が激化し、持続可能な都市として発展し続けるためには、人や企業から「選ばれる都市」となる必要がある。宇都宮ブランド戦略により、宇都宮市の認知度や魅力が高まり、訪れたり、住んだり、企業が立地したくなる都市になることが、目指す姿である。
- (2) 交流人口を増加させていくためには、「シビックプライドの醸成」「シティブランドの向上」「観光の振興」に取り組んでいく必要がある。
- (3) シビックプライド、シティブランド、観光に資する「都市の魅力」に係る企画立案、事業実施、総合調整機能を強化するために、経済部内に「都市魅力創造課」を新たに設置するとともに、文化振興や景観整形等を含めた大谷の振興を図り、観光拠点としての魅力を高めるため、課内に「大谷振興室」を設置した。

2 宇都宮の魅力を知ってもらう取組み

- (1) 宇都宮アンテナショップ「宮カフェ」の運営物販、飲食、体験、情報発信などの機能を備え、宇都宮の地域資源の魅力を感じてもらうため、平成21年11月にオリオン通りに設置。



- (2) 宇都宮市マスコットキャラクター「ミヤリー」を活用したプロモーション年代や性別を問わず、親しみやすく、注目や関心を集めやすいミヤリーを活用したプロモーションを展開し、ブランド戦略の情報発信力を高める。



宇都宮市マスコットキャラクター

ミヤリー

市制110周年を記念して全国からの公募と市民投票によって誕生したマスコットです。市の花であるサツキの冠をかぶった妖精をモチーフとし、宇都宮の「ミヤ」と妖精フェアリーから「ミヤリー」と名づけられました。平成23年7月に宇都宮市長から「特別PR担当」に任命され、ゆるキャラ修行の旅に出ました。

(3) 様々な媒体を活用した情報発信

- ア 宇都宮ブランド推進協議会ホームページ「宇都宮プライド」や、フェイスブック「宇のコト」
- イ 人通りの多い施設や場所を活用し、デジタルサイネージなど、目を引く装飾により情報を発信。
- ウ 地域資源の魅力や暮らしの良さなどイメージアップに資するものや、関連事業を紹介する啓発物の作成費用の補助。
- エ 年代などによって情報取得ツールが異なることから、テレビやラジオ、宇都宮市の広報誌やタウン誌など様々な地元メディアを活用。
- オ 市外への情報発信は、企業誘致セミナーなどのイベントのほか、雑誌やウェブマガジン掲載などを通じて、ターゲットに応じて魅力のPRを行っている。

3 「信頼」宇都宮を好きになってもらう取組

(1) 個人が参加できる仕組み

- ア 宇都宮愉快市民（約8,900人）
宇都宮が好きで盛り上げる気持ちがあれば、市内外を問わず誰でもなれるサポーター制度。
- イ 誇れる宇都宮愉快市民（50人）
本市出身等で、各界で活躍している知名度の高い人を任命し、本市のPRに協力してもらう制度。

(2) 事業者・団体が参加できる仕組み

- ア オリジナル愉快ロゴマークの活用
- イ 愉快SHOPの認定

(3) ダブルプレイス（2地域生活の推奨）

ダブルプレイス実践者に、外からの視点で宇都宮の暮らし良さを市内外に発信してもらい、「宇都宮での暮らしの良さや価値」への気づきを促す。

(4) 市民シティプロモーション支援（自分ゴト化による宇都宮のPR）

市民や企業が自らの視点で宇都宮の魅力を発見・発信し、波及効果が期待できる活動に対して、経費の一部やPR活動などを支援する。



4 宇都宮ブランド戦略の取組の成果

(1) 市政に関する世論調査（宇都宮が好きか、嫌いか）

直近5年連続で9割を超える市民が、「好き」、「どちらかといえば好き」と回答しており、本市への愛着度は高い水準をキープしている。

(2) 宇都宮ブランド戦略第3期アクションプランに掲げる目標値（令和4年度）

ア 宇都宮市の良さを知っている人の割合 市内89%、市外59%

イ 宇都宮に良いイメージがある人の割合 市内92%、市外71%

ウ 宇都宮の魅力を知人等に薦めたい人の割合 市内86%

エ 宇都宮に住み続けたい人の割合 市内91%

オ 宇都宮に行ってみたい人の割合 市外77%

IV 大谷地域の振興策について

宇都宮市経済部 都市魅力創造課 大谷振興室 出井宏明室長の説明要旨

(令和3(2021)年3月18日 宇都宮商工会議所大会議室於いて)

1 概要

- (1) 平成30年3月に、大谷地域振興方針を策定し、令和12(2030)年に観光入込客数120万人を達成するための取り組みを行っている。
- (2) 大谷の賑わいづくりのため、開発許可基準の緩和や、「大谷夏いちご」に代表される新たな産業の創出・振興を補助している。
- (3) 今後、(仮称)大谷スマートインターチェンジや観光周遊拠点施設の整備を計画しており、賑わいの創出や、滞在・交流を促進させる。

2 大谷地域振興方針の策定(平成30年3月)

(1) 基本理念等

ア 基本理念(あるべき・目指すべき 地域の姿)

「行ってみたい 過ごしてみたい そして いつまでも暮らし続けたい 大谷」
～ 今、ふたたび色づき始めた大谷をより色鮮やかに ～

イ 基本理念実現のためのキーワード

「安全・安心」 「賑わい・憩い・楽しい」 「豊か(稼げる)」 「便利」

(2) 目標

令和12(2030)年の年間観光入込客数120万人を目指す。

(※過去の最盛期の観光入込客数は116万人(昭和56年))

(3) 取組ステップ

ア ステップ1:人が集まる(短期概ね3年)

観光客等が来る・興味を示す状態をつくる。

イ ステップ2:仕事が集まる(中期5～7年)

店・業が定着する状態をつくる。

ウ ステップ3:賑わい続けるまちになる(長期7～10年)

魅力が次々と創出される状態になる。

3 令和2年度までの「取組状況」と「変化」

(1) 観光地・大谷の賑わいづくり

ア 開発許可基準を緩和(平成30年4月～)

観る・食べる・遊ぶ・泊るといった機能の立地促進に向け、開発許可基準を緩和。

イ 立地促進に向けた補助制度を充実

観光施設整備に係る補助金の引き上げ(上限400万円)により立地を促進。

(2) 観光地インフラの向上

ア 交通環境の向上

混雑緩和や回遊性向上に向け、ソフト・ハード両面からの取組みに着手。

グリーンスローモビリティの運行等に取り組んでいる。



イ 拠点性の向上

平成29(2017)年度より、(仮称)観光周遊拠点の整備に向けた検討を開始。

ウ 観光地にふさわしい街並み景観の形成

地域団体等と連携のもと、令和3年1月、大谷地区を「景観形成重点地区」に指定。まちの基盤となる「道路」「公共施設」についても、観光地にふさわしい施設整備や維持管理が図られるよう、栃木県との検討を開始している。

エ 大谷公園の再整備

大谷の玄関口となる大谷公園の利便性等の向上に向けて、令和2年度から園路改修を開始した。

オ 観光コンテンツの創出・支援

「森林公園」を活用したアウトドアアクティビティ等の新たな事業化を支援。

(3) 新しい産業の創出・振興

ア 大谷夏いちごの産地化

宇都宮市が中心となり、大谷石採取場跡地に賦存する冷水(冷熱エネルギー)を有効活用し、平地での夏秋いちごの栽培実証実験を実施。地域と連携し、生産圃場の確保や補助制度等を通して産地化を促進している。

イ 冷熱エネルギー産業の創出・支援

平成30年に、地域内で安定的に冷熱等を供給する民間熱供給会社が設立され、大谷夏いちご圃場への供給を行っている。

また、夏いちご栽培者に対して、冷熱エネルギーを効果的に利用するための各種機器導入等を支援している。

ウ 学術研究活動の支援

宇都宮大学等が大谷石採取場跡地や、冷熱エネルギー等に係る学術研究活動を支援している。

(4) 大谷石産業の振興

ア 大谷石の利用促進

「大谷石利用促進補助金」により、市内の住宅・店舗等への普及促進。

イ 大谷石の販路拡大

大谷石の端材や粉（通称：こっば）の新たな利用方法を推進。農業分野での利用や、大谷石陶芸などの新たな商品開発を支援。

ウ 大谷石のブランド化

「大谷石文化」の日本遺産認定（平成30年5月）や、国立新美術館の企画展などを通じて、大谷石のブランド化を図る。

4 大谷の「これから」の姿

(1) 交通インフラの充実（主要交通動線・生活動線の充実、アクセス環境の向上）

ア 主要動線の両側歩道化、グリーンスローモビリティ・自転車等の走行空間確保、実装などにより、安全・安心・快適に回遊できる交通環境が充実。

イ 観光型M a a Sの実装や、(仮称)大谷スマートインターチェンジの開通により、アクセス性が向上し、広域からの来訪者が訪れる観光地となる。

(2) (仮称)観光周遊拠点施設の整備

地域内及び周辺の観光資源、さらには日光など周辺地域での情報発信等により、回遊性が高まり北西部観光圏が実現する。

(3) 飲食店等の立地誘導の促進（世界を意識した食・体験等の充実）

食や体験など質の高いコンテンツが集うエリアとなり、生活の豊かさや来訪者の賑わいが続く地域となる。

- (4) 日本を代表する景観づくり（景観形成重点地区指定、歴史的環境の保全等）
観光、生活、石産業が織りなす特異な景観の連続する街並みで、歩いて楽しい要素が充実した観光地大谷を目指す。
- (5) 観光周遊拠点施設の整備
令和3年度より、市営駐車場に「観光周遊拠点施設」の整備を行う工事に着手する。国登録有形文化財である旧大谷公会堂（令和5年3月の供用を予定）を再構築し、地域のシンボルとして活用しながら、外国人を含む来訪者への観光案内も行うビジターセンターを整備するなど、賑わいの創出や滞在・交流を促進させる。
- (6) 交通環境向上に向けた取り組み
- ア グリーンスローモビリティの早期本格運行に向け、運行期間を拡充しながら運営体制や事業採算性の確保に向けた取り組みについて実施予定。
- イ 主要幹線道路の安全・安心対策の実施
「大谷寺」「大谷資料館」などの観光施設を結ぶ主要動線について、観光地にふさわしい道路改良に着手予定。

V 宇都宮市北西部の観光振興について

宇都宮市経済部観光交流課 三代浩嗣課長の説明要旨

(令和3(2021)年8月5日 宇都宮商工会議所大会議室於いて)

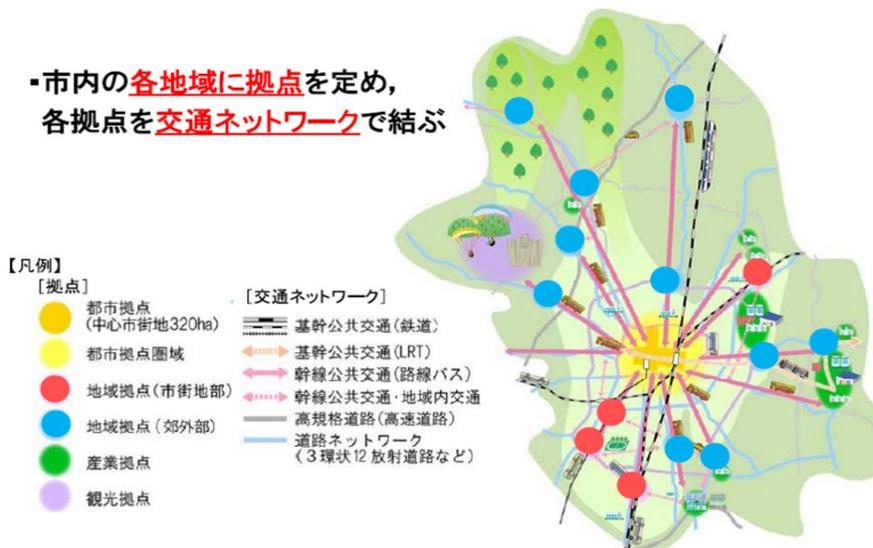
1 概要

- (1) 宇都宮市のネットワーク型コンパクトシティにおいて、北西部は観光拠点として位置付けられている。
- (2) コロナ禍において観光入込客数は減少。また、日帰り旅行と宿泊を伴う旅行の平均消費金額も減少した。
- (3) 令和2年度には、「官民連携による‘オール宇都宮’」の観光振興を継続させるため、宇都宮観光推進委員会が設立され、各種観光振興策を行っている。

2 市北西部とNCC

- (1) NCCにおける市北西部

「古賀志地域」や大谷周辺地域」を観光拠点として位置付け、地域資源、歴史や伝統・文化を生かした特色ある地域空間を創出していく。また、公共交通の利便性を確保するとともに、インターチェンジなどによる自動車でのアクセシビリティに優れた拠点を形成していく。



- (2) コロナ禍における宇都宮市の現状

令和2(2020)年の宇都宮市観光入込客数と観光消費額(令和2年度観光動態調査より抽出)は、令和元(2019)年と比較していずれもおおよそ半減した。

(3) 市北西部の現状

市北西部を来訪目的に挙げる国内観光客（H30年～令和2年度観光動態調査より抽出）はここ数年約40%台で推移しており、市内の主要な観光スポットとして認識されている。また、宇都宮市に滞在した外国人のうち約1割が、ビジネスとレジャーを兼ねた「ブレジャー」も含めて北西部を訪れており（令和元年度外国人旅行者周遊分析調査より抜粋）、北西部エリアに点在するコンテンツについて、SNS上で多く投稿している。



3 官民連携による観光振興

(1) 宇都宮市観光推進委員会の設立

「宇都宮市DC推進委員会」の官民連携により創り出されたレガシーを継続し、より一層オール宇都宮で観光振興を継続させられるよう設立された。

4 宇都宮観光推進委員会による北西部での観光振興の取組

(1) プレミアム観光クーポン宇都宮

50%のプレミアムを付け、餃子・宇都宮市北西部・宿泊施設などの市内観光の利用に繋げ、周遊を促した。購入から利用まで非接触で行う電子クーポンで実施。

(2) 大谷地区三密回避型周遊促進事業

大谷地区でのガイドツアーや、地域内の飲食・土産店等の店舗の混雑状況を表示するスマートフォンアプリの導入により、観光客が三密を回避して地域内を周遊できる環境を整備した。

- (3) 三密回避宇都宮北西部ニュー体験ツアー
若山農場や宇都宮動物園で、「ガイドレシーバー」で案内を行うツアーを実施した。

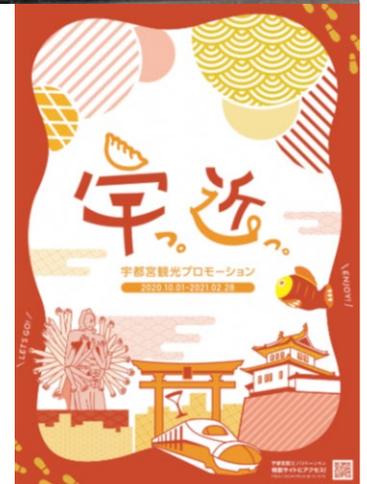
- (4) 北西部地域を中心としたニュースタイルコンテンツ事業
「フェスタ in 大谷」や「宇都宮満喫くるくるバス」と連携し、「竹あかり装飾によるライトアップを実施した。
また、「餃子通り」の更なる魅力向上のため、大谷石を用いた「のれん」の設置などを展開した。



- (5) 観光プロモーション「宇っ。近っ」展開
宇都宮市北西部等、宇都宮の魅力や取組などを全国に情報発信。また、北西部等の周遊促進につながる期間限定の特別企画やキャンペーン等を開催。

5 宇都宮市（行政）による北西部での観光振興

- (1) 観光需要回復促進事業補助金（令和2年度補正予算事業）
新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で落ち込んだ観光需要を回復させるため、観光事業者等に対し、「新しい生活様式」に対応した新たな滞在型・体験型観光メニューの企画・開発に係る費用の一部補助をした。

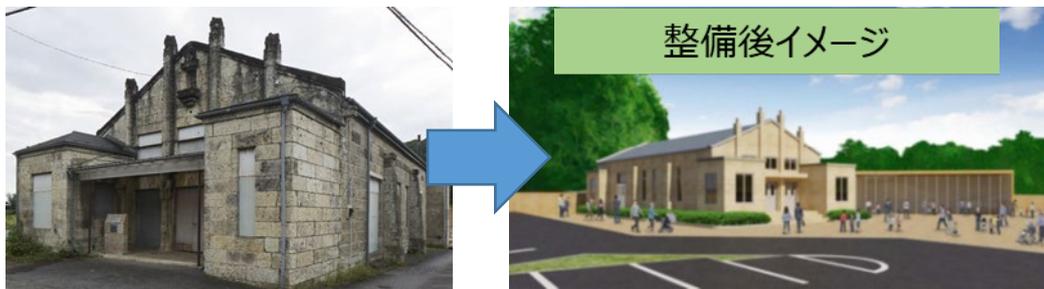


- (2) 観光振興促進事業補助金
大谷エリアにおいて、飲食店もしくは土産品の整備を促進し、観光客の利便性向上を図るための補助金制度が創設された。
- (3) 北西部周遊バス
市北西部の周遊促進と滞在時間の延長を目的に「石の里・大谷」等の観光スポットを結ぶ周遊バスが運行された。
- (4) 「フェスタ in 大谷」への開催支援
大谷観光を推進するためのイベントの開催費用の一部補助を実施した。

6 直近の北西部の主な動き

(1) (仮称) 大谷観光周遊拠点施設の整備 (令和 4 年度竣工)

「大谷観光周遊拠点施設 (仮称) 整備基本計画」に基づき、大谷地域への来訪者の滞在・交流等の促進、賑わいの創出、並びに大谷地域の活性化を図るため、移築が必要な国登録有形文化財「旧大谷公会堂」を活用し、(仮称) 大谷観光周遊拠点施設を整備する。



(2) 宇都宮市森林公園の再整備

自然に親しめる場としてより多くの市民に利用されるとともに、自然を活かした体験型観光地として観光客を誘客できるよう、森林の多面的機能の維持など自然環境の保全に努めながら、森林公園の魅力向上を図り、「大谷地域」「ろまんちっく村」との周遊性の向上につなげ、大谷周辺地域全体を活性化していく。

7 今後に向けて

(1) 官民連携による観光資源の発掘・磨き上げ

観光需要の劇的な回復に備え、官民一体となって観光資源の発掘・磨き上げに取り組む。

(2) 北西部地域の周遊促進

宇都宮市北西部へのさらなる観光客の増加、利便性の向上及び滞在時間の延長を図る。

VI 大谷地区および宇都宮市北西部地区の視察について (令和3(2021)年11月25日)

1 視察地：ベルテラシェ大谷

令和3(2021)年9月16日(木)にオープンした、飲食館・物産館・体験館の3つからなる商業施設で、大谷地区の魅力と、栃木の食材を発信している。物産館では大谷石細工などここでしか買えない商品が販売されており、体験館では大谷石クラフト体験などもできる。

2 視察地：大谷観光ルート(天狗の投げ石・親子がえる・平和観音)

大谷市営駐車場から大谷資料館までの観光スポットが点在するルートを散策した。

3 視察地：大谷寺

視察日は休館日であったため、外観のみ見学をした。10体ある石仏は国の特別史跡と重要文化財に指定されている。日本遺産の構成文化財。

4 視察地：大谷資料館

大谷石の地下採石場跡で、広さは2万平方メートル。日本遺産の構成文化財。

5 視察地：カネホン採石場

安政元年(1854年)創業。大谷石の露天掘り採掘場の見学や、天然大谷石窯でのピザ焼きや大谷石のものづくり体験などができる。日本遺産の構成文化財。

6 視察地：若山農場(若竹の杜)

映画のロケ地としても使われる東京ドーム5個分の農場。竹林散策や、週末の夜には竹林ライトアップも楽しめる。

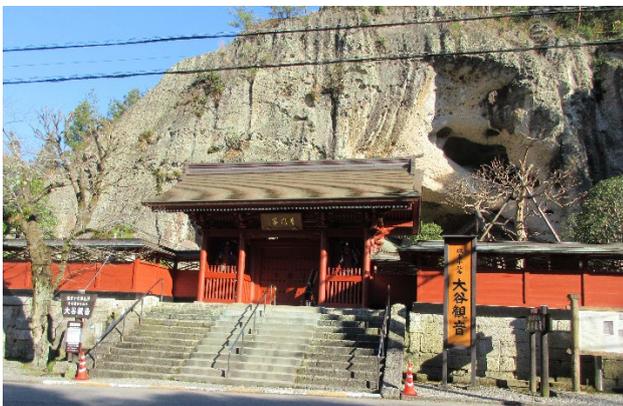
6 写真



ベルテラシェ大谷



大谷観光ルート散策



大谷寺（外観のみ見学）



大谷資料館



カネホン採石場



若山農場（若竹の杜）

Ⅶ 委員からの主な意見

1 本委員会の研究テーマについての意見

- (1) 新型コロナウイルスの感染拡大により、前期地域活性化委員会の調査内容から状況は変化していると思われる。宇都宮市外からの視点も重視し、地域活性化について検討する必要がある。
- (2) 新型コロナウイルスの影響を受け、あまり遠出できない中、首都圏からの旅行先として那須に注目が集まっていると聞く。この機会に宇都宮の魅力を積極的に発信し、とちぎ国体までに栃木県の魅力をアピールできるよう提言を行いたい。
- (3) SNSを活用した地域の魅力発信方法について検討したい。
- (4) 前期地域活性化委員会に引き続き、大谷地域について調査研究を行いたい。
- (5) 宇都宮餃子会では、宇都宮に来た観光客を「餃子から大谷へ」と周遊させることができるよう取り組みを行っている。また、地域活性化委員会の調査・研究には、宇都宮市都市魅力創造課との連携が不可欠である。行政の、宇都宮のブランド化に対する最新動向を手に入れ、調査・研究テーマを絞っていきたい。

2 大谷地区開発について

- (1) コロナで足踏みをしてしまい、大谷地域への誘致ができないという問題を抱えている。観光も大切であるが、昔から住んでいる人たちの生活を守りたいという意識があり、丁寧にやらなければいけない地域だと感じる。
- (2) 大谷の開発については慎重になりすぎており、市役所の内側だけで動いている感じがする。もっとオープンに大谷を活性化させることを発信しなければ、地元の人が乗り気にならない。
- (3) 講話において大谷の開発目標について話をしていたが、もっとデメリット等の話をして欲しかった。何が懸念されているのかをはっきりしなければ、不安なまま動くようである。

- (4) 大谷には課題が多くあるが、市役所内で横連携が取れておらず、各部分バラバラに取り組んでいるようである。
- (5) 今は大谷に熱量を注いでいるが、時間がかかりすぎると風化してしまう。大谷は北西部の枠組みの一つであり、若山農場とろまんちっく村、徳次郎を含めた一体でどうするかを考えないと、観光とブランドがリンクしないと感じる。
また、大谷だけでなんとかしようとする地域振興の中で制御をかけることにもなりかねないので、もう少し広い視点で、人の交流などを含めて考えていく必要がある。
- (6) まだまだ観光開発の余地がある。様々なイベント企画が必要だと思われる。
- (7) 整備するのは良いが、最低限度にし、自然な姿を残すことも大切。
- (8) イベントや大きなライブができるようなスペース（野外地やホール）があると良い。
- (9) 草木や廃屋対策をはじめ、道路拡張や歩道の整備、多言語標記の案内など環境面の整備が必要である。
- (10) 土産物店、飲食店をもう少し整備・充実して欲しい。
- (11) 宿泊施設の整備と駐車場やトイレの拡充が必要である。
- (12) 下野新聞でゴールデンウィークの那須への流入数はコロナ前の水準だったという記事を見たが、鉄道利用は7割くらいの戻りであったため、車移動をしている人が多かったと考えられる。大谷の状況は分からないが、おそらく公共交通機関を使う方は少ないのではないかと感じる。今後もし公共交通機関利用者が増えるのであれば、歩道の整備や路線バスの拡充が必要だと感じた。
- (13) 大谷は市街化調整区域となっており、宇都宮市の都市計画法上開発が難しい。建物を新規に作るにしても、その規制の中で何ができるのかをまず考える必要がある。観光地として盛り上げるために提案をしても、規制によって制限されてしまうのでは本末転倒であるため、そこを考慮しなければならないと思う。

3 大谷地区および宇都宮市北西部地区視察の印象について

- (1) 視察に参加し、ベルテラシェとカネホン採石場は初めて見た。この新しい観光スポットが増えるだけでも観光地の印象は変わる。
- (2) 視察に参加し、大谷地区周辺には素晴らしい場所があると再認識した。お客様に観光地を案内する機会があるので、そういう意味でも非常に良い視察だった。
- (3) 大谷地区について、地元住民には以前のイメージが残っている一方、市外・県外の方には魅力のある街だと思う。県外で大谷石が使われている建物を見かけることも多く、財産だと思う。大谷は素晴らしいという実感が湧くよう、地元の人と一緒に取り組む姿勢が大切であり、もともと住んでいる住民とうまくやる必要があるのではないかと。
大谷にインターチェンジができる予定だが、大谷に来て、その後宇都宮市中心部にも来てもらえるようになってほしい。

4 大谷地区の広報・PR方法等について

- (1) 宇都宮市民（栃木県民）に対して「大谷」地区をもっと知ってもらう活動（例えば「大谷検定」など）を実施してはどうか。
- (2) SNS（インスタグラム等）を活用した情報発信の充実を図ることが重要である。
- (3) 大谷と若山農場の観光コースは良いモデルコースになると思う。
- (4) 視察に参加し、改めてカネホンや若山農場など、良い観光資源だと再認識した一方、天狗岩付近などもう少し整理をして打ち出しても良いと感じた。
全体としては、この観光資源をもっと周知するために、様々な観光地を組み合わせたモデルコースを作ったり、SNS等で情報発信を図ったりしたほうが良いと思う。
- (5) 業界の勉強会があり、参加者たちの地元を年に1度観光する行事がある。宇都宮市を案内した際に一番喜ばれたのは大谷の採掘跡で、これだけすごいところがあると感心された。ただし、他の委員の発言にもあったように、観光が点になってしまうので、大谷のモデルコースを作ると良いと思う。また、ろまん

ちつく村などの民間業者は率先して広報しているが、行政がもっと積極的にやるべきだと思う。市民県民がこぞって行くような場所にするためには、SNSを利用して、この魅力をPRすべきだ。

(6) 大谷でお店を営んでいるためよく来ているが、今回の視察にはあえて遠足気分で行ってみようということで参加した。実際歩くと、大変な道で危険が多くあると感じた。自分が大切な時間を割いて行くかと考えると、まだ魅力を発信しきれていないと思う。

(7) 大谷にはよく自転車で走っているが、今回の視察ルートは表面的な観光地しか見ていないように思う。有名な観光地以外でも、大谷石の採掘跡やトロッコ跡、釜川の源水地、そして短い距離だがサイクリングロードが整備されている。若山農場の周辺にもまだ知られていないスポットが結構あると思うので、そこをうまく繋いで魅力的にする必要がある。

(8) 自社で受託している道の駅をオープンするにあたり、のぼり旗を上げたところ、観光バスが来てくれた。そこで、商品にならない野菜の袋詰めを安く提供したところ、こちらから営業に出向かなくとも、バス同士の連絡ルートを通じて集客ができた。お得感があれば、客は集まるのではないか。大谷でも、補助金等が活用できるか分からないが、例えば大谷石のかけらやコースター等を配りお得感を出し、観光バス同士の連絡ルート等を活用し、認知してもらえるようにすれば良い。

また、これから外国人が来るにあたって、この地域の魅力的な古民家に泊まれるようにするなど、文化のPRもできると良いのではないか。

(9) 大谷のことは地元の間でも知らないことが多くある。北西部に範囲を広げても、若山農場は行ったことがなく、宇都宮動物園も自分の子どもが小さい頃に行ったきりである。

(10) 地元の間は、大谷地区について意外とよく知らない。大谷石文化は日本遺産ではあるが、平和観音はそうではないことなどを知らなかったりする。コロナ禍ではあるものの、観光需要が回復した際には、インバウンドなども視野に入れるとともに、市民に対しても大谷についての魅力を啓蒙できるような手段が必要だと感じている。

- (11) 大谷では、多くの映画やドラマを撮影しているが、いわゆる「聖地」としてのPRが足りていないと思う。また、栃木県を舞台にしたアニメもあるがあまりヒットしていない。そういったコンテンツの仕掛けも必要ではないか。
- (12) 他の委員の話にもあったが、アニメの「聖地」化など、人を呼び込む取り組みは全国各地で行われている。例えば、LRTが開業したら、鉄道マニアが来るだろう。そうしたマニアの視点を取り入れないと、観光は盛り上がらない。過去には、有名な映画「昭和残侠传 唐獅子牡丹」を大谷で撮影した実績などもある。現在も大谷ではアーティストのミュージックビデオなどが多く撮影されているのだから、もっとPRして、人を呼び込まなければならないと思う。
- (13) 観光最盛期の昭和56年当時、おそらく大型バスがたくさん来ており、そうした観光客の受け入れ先のお土産店や食堂があったはずだ。他の委員の意見にあった、映画「唐獅子牡丹」の話もそうだが、なぜこれだけ多くの観光客が来ていたのか、その当時のPR方法を振り返り、原点回帰してみてもどうか。
- (14) 地元だが、グリーンスローモビリティも観光周遊パスも利用したことがなく、知らないことが多い。地元の人たちが昔のことを忘れており、自ら発信しているところは知られているが、そうではないところはPRされていないように思う。公共交通の問題、PR不足の問題など多いが、地元住民と連携しながら、隠れた魅力を発掘してPRしたい。

5 提案・要望について

- (1) 視察をしてから半年以上経った今考えると、行政を中心に周辺をよく整備しているように思う。その中で、本委員会は内部への発信と行政への要望を行うかと思うが、そのためには、ただ感想を述べているだけでは難しいと思う。我々のような「地元だから久しく行っていない」という人を呼び起こすための活性化策を提言・要望していくべきではないか。
- (2) ここ数日修学旅行と思われる、東京からの観光バスが大谷地区に多く来ている。自分が小学生の頃は遠足で大谷に行ったが、今の市内の子どもたちは来ないように思う。宇都宮市の子どもたちに遠足で来てもらえるよう、教育委員会に提言したらどうか。
- (3) 「宇都宮北西部地区」という名前のみでは、観光は盛り上がらないと思う。

本委員会で、奥日光や奥鬼怒のように例えば「奥大谷」といった地区名を考案したら良いと思う。「大谷資料館に行って、コーヒーを飲んで帰る」のように観光が点で終わるのではなく、散策して楽しい仕掛け（例えば「あと10分歩けばこんな観光スポットがあるよ」と案内するなど）をうまく提案できればいいのではないかと思う。

- (4) 当委員会にはこれだけ経済界の重鎮がいるのだから、ビジネスチャンスをどう活用するか、そこに雇用をどう生むかに対して、新たな材料が提示されても良いと思う。

現在、東京の芸能事務所が、地域活性化のために大谷に足を運んで開発に向けて動いている。また、大谷の地下に溜まった水を使った冷熱エネルギーの活用のため、企業誘致の動きも出ている。稲荷山も非常に価値があると思うので、本委員会を通じてビジネスプランが提案できると良い。また、提言の基礎として、大谷地区のどこが安全特区になっているのか、行政から情報が降りてこない現状があるため、商工会議所に提示してもらい、それを材料としてアイデアを出し、提言に繋げたら良いと思う。丸彦製菓の工場跡地の活用についても話が出ているが、県外の企業がただお金を投じて味気ないものを作るということにならないよう、実のある材料が提示されると良い。

- (5) 転勤してきたばかりで、先日初めて大谷資料館に行き、感動した。しかし、大谷観光一日乗車券を利用して行っただが、大谷資料館までしかパンフレットがなく、その先のカネホン採石場への行き方を自力で調べなければならなかった。

また、土地勘がないため、大谷から若山農場やろまんちっく村まで気軽に足を延ばせる距離なのかが分からず、寄らずに帰ってきてしまった。バスの路線を調べてみたところ、ろまんちっく村方面に行くためには、一度桜通り十文字まで戻らなければならず、わざわざ乗り換えることは現実的ではない。北西部地区全体を盛り上げるためには、公共交通機関での周遊性向上を図ったほうが良いと思う。

- (6) 現在の大谷資料館は1度行けば満足な場所だと思う。来館をリピートさせる仕掛けが必要ではないか。また、エリア全体のコンセプトが不足しているように思う。飲食店を含めて1日楽しめてまた行きたくなるよう、埼玉県川越市のような規模感で、近隣から来てもらうようにしたほうが良いのではないか。大谷資料館という名前もおしゃれなものに変えるとよいと思う。

- (7) 以前栃木県が北西部の活性化に力を入れており、協議会作ったり、国道 293 号沿いの団体を集めたりしたが、頓挫してしまった。うまくいかなかった理由として、大谷地区の人たちが 1 つにまとまっていなかったことがあった。最近では、外部の人が入ってきており、まとまってきたが、過去の経緯も考えながら行政とは違うアプローチができるとうい。
- (8) 本委員会の活動期間中に、大谷地区の状況は大きく変わっており、世代交代も進んでいると思う。このタイミングで、行政が旗振り役となってまとめられるのではないかと期待している。
- また、公共交通機関についても、バスの本数が少なく不便だと思う。ルートの見直しも含めて検討する必要がある。