

No.●	提 案 名宇都宮市飲食活性化事業
	提案団体名：宇都宮大学 行政学研究室 A チーム
	所 属：宇都宮大学地域デザイン科学部
	代 表 者：遠藤浩輔 指 導 教 員：中村祐司
メンバー	遠藤浩輔 木塚翔子

○ 提案の要旨

スマート：バーチャル空間を活用して、新しいイベントを開催

風土とは：餃子を含めた宇都宮市の豊かな食

現状

- ・餃子とそれ以外の宇都宮のグルメに知名度の差が生じている
- ・コロナ禍で飲食店業界が大きなダメージを受けた。

提案

- ・バーチャル空間に「うまいもん通り」を作成
- ・宇都宮グルメに特化した特設通販サイトを作成

1. 提案の背景・目的

宇都宮市のご当地グルメといえば餃子であり、市外、もしくは県外から訪れる観光客の多くは宇都宮餃子を食べることが目的である。一方で、宇都宮焼きそばやカクテルなど餃子以外の食の魅力はたくさんあるが、あまり注目されていないというのが課題であると考えます。

また、2020年の新型コロナウイルス感染拡大は、市内の飲食業界に大きな影響を与えた。外出自粛によって人々は街から消えてしまい、飲食店の中では閉店の選択せざるを得なくなってしまった。イベントも相次いで中止になり、先の見通しが立っていないことも多い。

そこで、私たちは餃子以外の食の魅力をもっと発信する方法を模索し、加えてコロナ禍で厳しい現状にある飲食業界を盛り上げることが目的である。

2. 提案の目標・課題「スマート×風土 うつのみやのデザイン」との関連

スマートとの関連として、バーチャルリアリティ(以下 VR と表記する)やインターネットを活用

することで、宇都宮市に直接来なくても宇都宮グルメを堪能できる仕組みを考える。VRとは、経済産業省【報告書】令和2年度コンテンツ海外展開促進事業^{*1}によると、「多人数が参加可能で、参加者がその中で自由に行動できるインターネット上に構築される仮想の三次元空間。ユーザはアバターと呼ばれる分身を操作して空間内を移動し、他の参加者と交流する。」¹⁾VRはコロナ禍の影響で直接集まることが難しくなっている中で、多くの人が集まることができる新しい手段として注目されている。具体的には、VR上でのグルメイベント開催と宇都宮市のグルメに特化した通販サイトを提案する。

宇都宮の風土として、食文化かつ名物である餃子と宇都宮焼きそばや紅茶のような餃子以外の名物を取り上げる。宇都宮を訪れる観光客は宇都宮市イコール餃子の印象で来るため、食事限定すると周遊場所が固定されてしまうと思われる。また、リピーター観光客を増やすためには、餃子以外の食文化の知名度も上げていく必要だと考えた。餃子と同時に他の名物も味わってもらうことで、宇都宮を多面的に感じて貰うことを目指す。

3. 現状分析

3.1 宇都宮グルメの現状

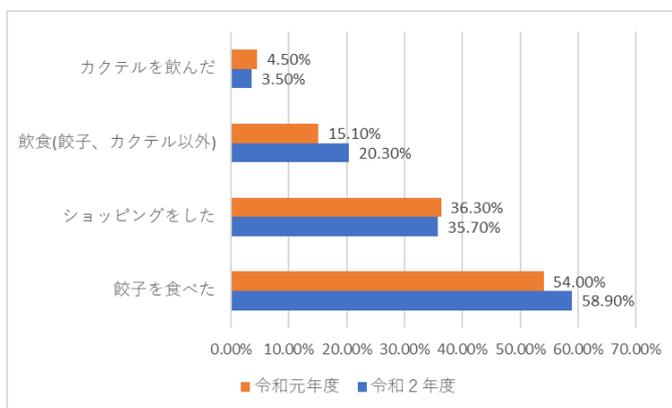


図1 本市への来訪目的(複数回答)²⁾をもとに作成

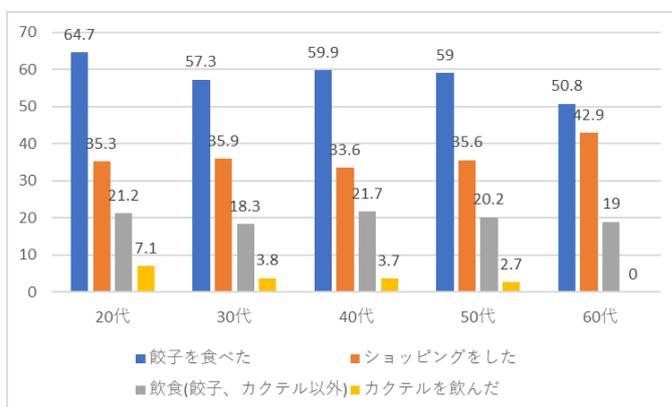


図2 年代別の本市への来訪目的(複数回答)²⁾をもとに作成

令和元年度宇都宮市観光動態調査^{*2}によると、昨年1年間に宇都宮市に来た人が楽しんだアクティビティの上位は、餃子を食べたが58.9%(54.0%)、ショッピングをしたが35.7%(36.3%)、飲食(餃子・カクテル以外)が20.3%(15.1%)となっている。²⁾やはり、餃子とそれ以外のグルメに二倍以上の差が生じている。カクテルについては、3.5%(4.5%)となっている。この値にはコロナ禍の影響が含まれていると考えられるため、平成30年度のものと比較すると当年度では4.4%(4.4%)³⁾となっている。

年代別で見ても全体として、餃子を目的に来訪している。しかし、カクテルについては20代と

60代で大きな差があることがわかる。20代は7.1%と全体よりもカクテルを目的として宇都宮市に来ているのに対し、60代は0%とカクテルを目的としている人がいなかった。つまり、若年層には宇都宮市がカクテルのまちであるというイメージが芽生えつつあるが、年齢が高くなるとそのイメージが伝わっていないと言える。

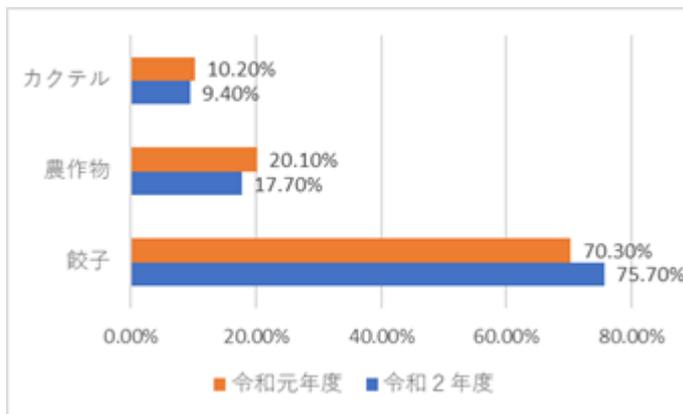


図3 本市での観光に興味のあるもの(複数回答)⁴⁾をもとに作成

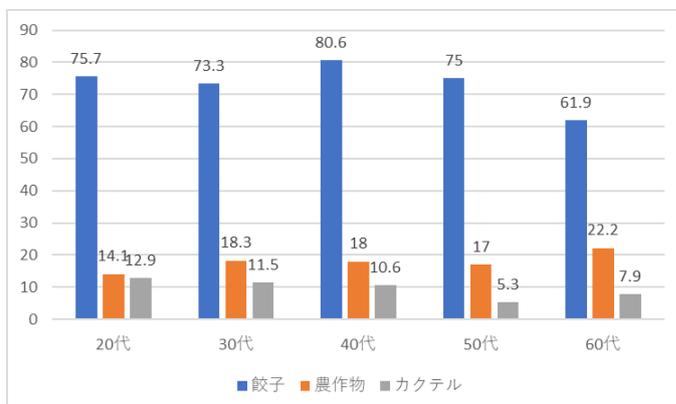


図4 年代別の本市での観光に興味のあるもの(複数回答)⁴⁾をもとに作成

また、同資料³⁾において宇都宮市で観光に興味あるものを飲食物にだけ注目してみると、餃子が75.7%(70.3%)、農産物が17.7%(20.1%)、カクテルが9.4%(10.2%)となっている。⁴⁾カクテルについては平成30年度のものを見ると、9.4%(10.2%)であった。

年齢別については、図2と同様にカクテルに関して若年層が高くなっており年齢が上がるにつれて低くなっている。しかし、図2と異なるのは、カクテルへの興味は全体では9.2%であるのに対し、20代~40代では10%を超える人がカクテルに興味を持っている点である。

以上ことから、餃子とそれ以外のグルメにはかなりの差が生じてしまっているとわかった。宇都宮市を訪れる観光客は餃子を食べることを目的とすることが考えられ、それ以外のグルメの知名度を上げることが必要であると思われる。

3.2 コロナ禍での飲食店への影響

令和年度にクズネット株式会社が行った「全国の飲食店へ新型コロナウイルスについての実態調査」の「新型コロナウイルスの発生後、店舗の売上に影響はありましたか」という質問に対して、「大きな影響が出ている」が31.0%、「多少の影響が出ている」が20.0%、「今後、多少影響が出そうだ」が20.0%となっており、全て合わせると約7割の飲食店に影響が出ていると答えている。

また、「新型コロナウイルス発生後日本人の来客数に変化はありましたか」という質問には、40.6%が減少したと答えた。⁵⁾

これは全国の飲食店に行われた調査であるが、蔓延防止処等重点処置(2021年8月8日~8月31日)や緊急事態宣言(2021年8月8日~9月30日)⁶⁾の制限があったことを考えると、市内の

飲食店も厳しい状況だと言えるだろう。宇都宮市は、その飲食店を助けるために協力を6回ほど支給している。⁷⁾

4. 施策事業の提案

4.1 提案内容

(1) 「バーチャルうまいもん通り」

VR上に宇都宮市のグルメを集めたうまいもん通りを開く。取り上げるグルメは、宇都宮焼きそば、カブト揚げ、ジェラート、フルーツサンド、紅茶、カクテルの6種類を予定している。店舗側も参加者もパソコンやスマートフォンでVR上にアクセスし、アバターを操作して接客や買い物をする。3Dの技術を活用し、実際に買い物をしているような体験が可能だ。その店舗のブースに行くと、(2)で説明する通販サイトのリンクが表示され、通販サイトを通して買い物をする。



図5 バーチャルうまいもん通りのイメージ図⁸⁾

このイベントのメリットは三つある。一つ目は、外部の影響を受けにくいことだ。コロナ禍になってから大勢が集まるイベントが開催しづらくなっている。感染者の数が減少していても、次の感染拡大がいつ起こるかかわからないからだ。しかし、VRを活用すればその問題は解決できると言える。

二つ目は、場所や時間の制約がなくなり、実世界でイベントをやるよりも費用が安くなる点だ。実世界でイベントをやる場合、自分の住んでいるところとイベント開催地との距離や移動時間などを考慮しなければならない。イベント開催地があまりにも遠ければ、参加することを諦めなくてはいけないだろう。しかし、VRのイベントはパソコンやスマートフォンなどインターネットにつながる端末さえあれば、誰もが参加できる。つまり、今まで宇都宮市は遠くて、なかなか観光することは難しいと思っていた人も、気軽に参加してくれるようになると思われる。費用については、主催者は会場を借りる必要がなく、出展者にとってもブース費用がなくなるため、費用を大きく削減することができるそうだ。また、バーチャル展示会で使用したCGなどは使い回すことができるため、二回目以降の参加は更にコスト削減が期待できると言われている。⁹⁾

(2) 「食の魅力特設通販サイト」

宇都宮餃子会が提供する公式通販サイト¹⁰⁾や栃木県内の食の魅力に特化した通販サイトは、宇都宮ケーブルテレビが提供する『通販「あるよ」』¹¹⁾などがあがあるが、私たちは餃子以外の食の魅力に特化した通販サイトを提案する。このサイトには(1)で取り上げたグルメの飲食店を一つのサイトに集めることが目的だ。宇都宮市の新たな一面を知ってもらうことで、食の魅力の知名度を上げることも狙う。また、この通販サイトで上位になった店舗は「バーチャルうまいもん通り」への出店権を獲得することができる。

4.2 市民、事業者、宇都宮市の役割

VR や通販サイトの作成は事業者が担当し、宇都宮市は出店店舗の募集や商工会議所との調整、イベントの告知などを行う。

市民(店舗側、イベント参加者)、事業者、宇都宮市の協働としては、VRに触れるワークショップの開催を考えている。VR イベントはまだ身近な存在ではないので、市民の理解を得ることが難しいと思われる。ワークショップの内容としては、店舗側向けのもはアバターを使って接客を体験する、参加者向けのもは実際にアバターで、簡易的なうまいもん通りを再現した空間を散策する。その後散策した感想を聞き、うまいもん通りの作成に取り入れていきたい。

4.3 施策事業遂行上の問題点

問題点としては主に二つ挙げられる。一点目は、デジタル化に対応できる店舗とできない店舗で参加の難易度に差ができてしまうことだ。コロナ禍になって、比較的規模の大きな店舗はデジタル化にすぐに対応できたが、中小規模の店舗は苦戦を強いられるということが起こった。私たちの提案でも同じことが起こってしまう可能性がある。また、グルメによっては通販化しやすいものとしにくいものがあり、食の魅力を集めるために店舗に負担がかかってしまうことが考えられる。

二点目は、バーチャルイベントは発展途中であるため不安定な部分が多い点だ。例えば、無線トラブルのせいで、音声が届かなくなったりアバターが止まったりする場合がある。実世界のイベントのようにスムーズにやり取りできずに、参加者に余計なストレスを与えてしまう可能性がある。

【補注】

*1 本提案では、バーチャルリアリティの訳語が仮想空間とされていることから、この調査の仮想空間をバーチャルリアリティと同意味と捉えている。

*2 文中の()内は前回調査のものを表す。

*3 文中の()は同様に前回調査のものを表す。

【参考文献】

1) 経済産業省 【報告書】令和2年度コンテンツ海外展開促進事業(仮想空間の今後の可能性と諸課題に関する調査分析事業) 4ページ(最終閲覧日 2021/21/21、以下の資料も同日)

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/contents/downloadfiles/report/kasou-ho-ukoku.pdf

2) 宇都宮市 令和元年度宇都宮市観光動態調査 19 ページ

Q7-1. 昨年 1 年間に「日帰りレジャー、飲食・娯楽など」や「宿泊を伴う旅行」で『宇都宮市』に行かれたとき、どのようなことをして楽しみましたか。あてはまるものをお選びください。(複数回答)

3) 宇都宮市 平成 30 年度宇都宮市観光動態調査 17 ページ

https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/_res/projects/default_project/_page/_001/007/262/30doutai.pdf

4) 宇都宮市 令和元年度宇都宮市観光動態調査 21 ページ

Q7-2. 宇都宮での観光に興味のあるもの(期待するものも含む)で、あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)

5) 【全国の飲食店へ新型コロナウイルスについて実態調査】 | クックビズのプレスリリース | 共同通信 PR ワイヤー (kyodonewsprwire.jp)

6) 栃木県ホームページ

県版緊急事態宣言についての知事メッセージ(8月5日)

<https://www.pref.tochigi.lg.jp/e04/20210805chijimesse-ji.html>

7) 宇都宮市 新型コロナウイルス感染拡大防止営業時間短縮協力金(第4弾～第6弾宇都宮市上乗せ分)

<https://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/sangyo/sangyo/chushokigyo/1027517.html>

8) WWDJAPAN 三越伊勢丹HDがVRアプリ 仮想の伊勢丹新宿本店で買い物やエリア散策も

<https://www.wwdjapan.com/articles/1194456>

9) DMM [SHOWBOOTH] (2020.08.12)バーチャル展示会のメリットとデメリットについて

<https://showbooth.jp/blog/2571.html>

10)宇都宮餃子会公式通販

<https://ugyozakai.thebase.in/>

11) 通販「あるよ」

<https://aruyo21.jp/>

12)BAE 会場は自宅! バーチャル空間でのイベントが受ける理由とは?

<https://bae.dentsutec.co.jp/articles/cluster/>