

2010/11/27 分科会 D (文化)

テーマ：妖精と宇都宮のまちづくり 宇都宮大学 中村佳代 秋山果歩

黒川佳美 酒井理恵

発表するにあたって

この度、私たちは「妖精と宇都宮のまちづくり」を提案する。これは宇都宮市役所が主催する施策事業提案の「もっと愉快的まち“宇都宮”をめざして」の一環である。今回のテーマにおいて注目すべき点は、妖精と宇都宮のまちづくりがどのように繋がっていて、発展できるのかという点である。ここでは主に、妖精ミュージアムの存続について具体的な策を提案する。例えば、宇都宮には、なぜ妖精ミュージアムがあり、また、「妖精のまち」として姿を現すためにはどのような施策事業を打ち立てたらよいかを題材として妖精と宇都宮のまちづくりについて考察を進めていきたい。

1. はじめに

妖精ミュージアムを妖精のまちの拠点として機能させ、次世代に伝承し、市民の人々にはもちろんのこと、市外の人々にも宇都宮が「妖精のまち」として親しまれるようになることが本提案のねらいである。そのために、妖精ミュージアムについて市民を含む多くの方々を知ってもらうことが最も重要である。また、妖精ミュージアムに人々が集まることによって、妖精に対する興味・関心の増加に繋がり、宇都宮市に妖精のまちとしての文化が根付くことが考えられる。よって、妖精ミュージアムの来場者数増加を促すための具体的な提案を推進する。

宇都宮市には、妖精ミュージアムがある。近年、妖精ミュージアムでは、妖精について知る機会を与えるため、様々な取り組みがなされている。例えば、そこには「妖精博士の部屋」というものがある。これは、悪い妖精から自分を守るために服を裏返しにするといったような昔話や伝説が宇都宮に残されているということを表している。

小学生からの妖精教育に目を向けると、先述で述べたような宇都宮妖精ミュージアムで行われている本の読み聞かせなどの読書会や、妖精について一緒に考えていく妖精講座が現在、館内で行われている点に着目したい。

妖精は「生活における安らぎの心」や「相手を思いやる心」などの道德教育にも結び付くので、目に見えるものを追いかける社会から目に見えないものを心に描き、宇都宮市のまちづくりに貢献すると考えられる。そして私たちがそれを永遠に語り継ぐことの大切さを認識し、心に映す情景をこの現実の町へ投影することを志す。

2. 宇都宮市における妖精ミュージアムの現状の分析と課題

1) 宇都宮市による妖精のまち事業の現状分析

妖精学の第一人者である井村君江氏は宇都宮出身であり、妖精に関する資料を市に寄贈した。資料の寄贈を機に、市は2004年（平成16年）3月に「妖精資料活用事業基本計画」、2005年（平成17年）6月に「妖精のまちづくり戦略と事業戦略」を策定した。

2007年（平成19年）7月31日には宇都宮市の中心市街地にあるうつのみや表参道スクエア5階に「妖精ミュージアム」がオープンした。妖精ミュージアムには井村氏から寄贈された美術品や資料が展示されている。また、妖精に関する絵本などがあり、その場で読むことができる。さらに、仕掛けがある展示物などがあり、幅広い年代の人々に楽しんでもらえる空間である。

妖精ミュージアム内に展示してある井村氏からの寄贈品は一部である。現在、多くの資料が保管されているが、書籍については、データベース化をしている段階で、今後の活用法は未定である。先述したように妖精ミュージアムでは、子供を対象とした読み聞かせや、市民を対象とした妖精学講座の開催、ワークショップなどの様々なイベントを積極的に行っている。イベントの主催は市で行い、運営は文化ボランティアや妖精の会のスタッフ・加入者で成り立っている。

このように、妖精のまちづくりへの事業が妖精ミュージアムを中心に行われている。現在は、妖精のまちを広める段階にきており、妖精ミュージアムは妖精のまちの拠点として位置づけられている。しかし妖精ミュージアムの来館者は減少していることが分かる。（図1）

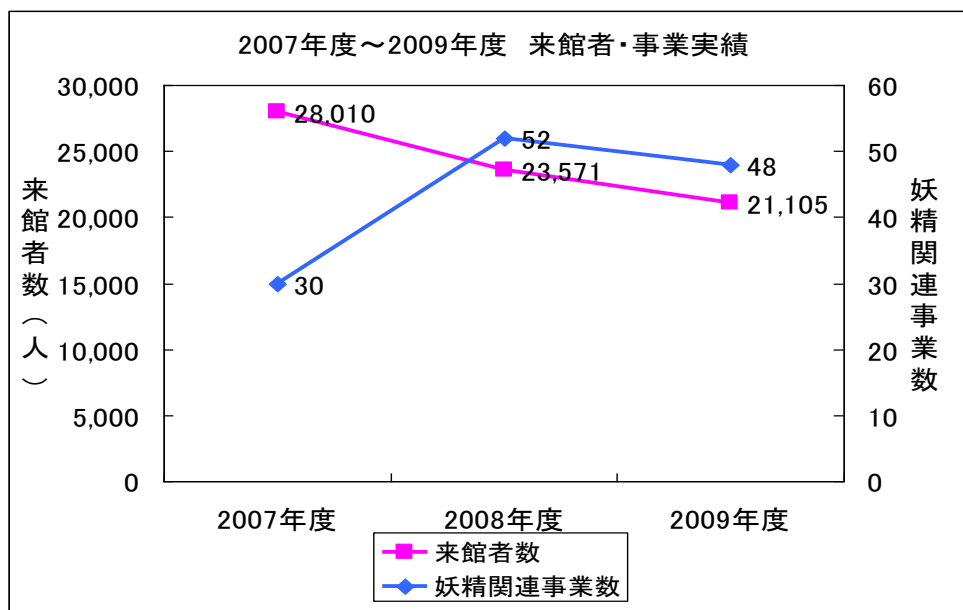


図1：平成19年度から21年度における妖精ミュージアムの来館者数と妖精関連事業数の

推移（宇都宮市資料 「妖精のまちづくり」より作成）

またこれと同様に妖精ミュージアム自体の予算額も減少傾向にある。（図2）

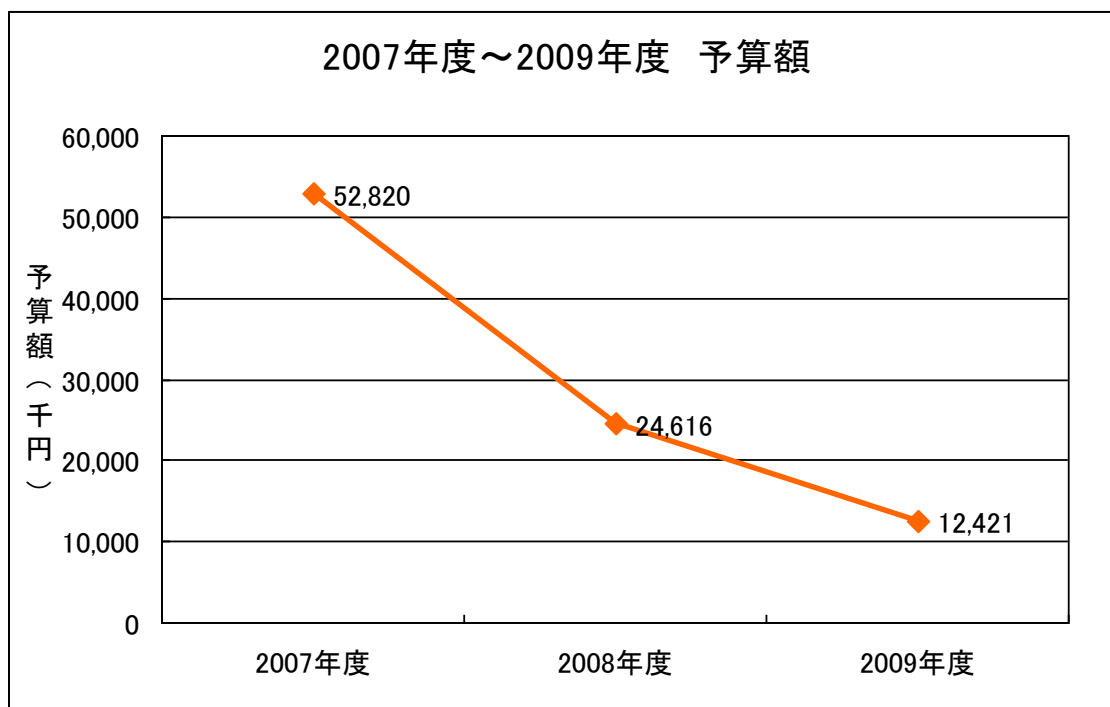


図2:平成 19 年度から 21 年度における妖精ミュージアムの予算額の推移（宇都宮市資料「妖精のまちづくり」より作成）

2) 宇都宮市による妖精のまち事業の課題

このような、来場者数の減少の要因として妖精ミュージアムの場所を特定しにくいことが考えられる。

商業施設であるうつのみや表参道スクエア 5 階に位置しているため、商業施設の外側から施設内に妖精ミュージアムがあることが分かりにくいことが原因として挙げられる。

実際に、施設のフロアガイド（案内）が施設入口にあるが、文字でしか書かれていないため、分かりにくいのである。また、妖精ミュージアム独自の看板が設置されているが、通りから見つけづらい位置に設置されている（写真1）。これは特に宇都宮駅方面から歩いて来る人々には発見しづらい位置である。

妖精ミュージアムに人々が集まらなければ、妖精ミュージアムは妖精のまちの拠点地として機能することができない。そのため、ミュージアムを妖精のまちづくりの拠点とするためにはどうすればよいか今後の課題として考えられる。



写真1 うつのみや妖精ミュージアムの看板（2010/10/20 撮影）

3. うつのみや妖精ミュージアム来館者数増加のための提案

1) 宣伝の強化

① ツイッター¹の利用

妖精ミュージアムの来場者が増加するためには、まず、中心市街地に人々が集まることが不可欠である。

先述したように、妖精ミュージアムは中心市街地に存在するため、中心市街地に人々が集まることで、妖精ミュージアム来場者数の増加が期待できる。よって、中心市街地により多くの人々を集めるためにツイッターを利用した広報活動を提案する。

2009年7月に北海道陸別町は知名度を向上させるため、ツイッターを始めた。ツイッターを利用して、イベントのPRを事前に行ったところ、イベントには全国から約7000人の観光客を集めた。また、鳥取県米市では市のキャラクターによるツイッターがあり、このキャラクターがツイッター上で前年度134人から約1067万円集まったふるさと納税の寄付をPRしたところ、PR後は868人から約1815万円集まった。

このように、ツイッターを利用してまちをPRする自治体が増えている。現在、栃木県内では那須烏山市、足利市、小山市がこれを利用している。そこで、「ミヤリーちゃん」を用いたツイッターの利用を宇都宮市に提案したい。ツイッターでは主に宇都宮市の観光やイベントの情報を中心につぶやく。そのことにより、多くの人々に宇都宮市に関心を持ってもらうきっかけを作ることができる考える。市のキャラクターである「ミヤリーちゃん」

¹ 140文字以内の短い投稿（つぶやき）を入力して、みんなで共有するサービス。ツイッターの利用登録をしなくても閲覧することができる。

は妖精をモチーフとしたキャラクターであるため、「ミヤリーちゃん」を活用することで宇都宮市が妖精のまちであることをイメージしやすくなるを考える。(2010年11月8日現在における下記参照)



図3：宇都宮市のキャラクターである「ミヤリーちゃん」は宇都宮のミヤとフェアリー（妖精）をつけてミヤリーとなっている（出展：宇都宮市役所 HP）

②施設入り口前に目印の設置

しかし中心市街地に人々が集まるだけでは、妖精ミュージアム来場者数の増加には繋がらない。初めて、宇都宮を訪れた人々にも一目でわかり、妖精ミュージアムを訪れたいと思うような看板などの目印が必要である。

先述したように、妖精ミュージアム独自の看板が設置されているが、通りから目立たない位置に設置されているため、誰にでも分かるように商業施設入口付近に何か目印となるような看板もしくはポスター等を置くことが必要であると考えます。

例えばアイランドは妖精の国と言われており、「レプラコーン横断注意」という標識が存在する。本当に妖精が身の回りにいるような気分にはさせてくれるユニークな標識である(写真2)。



写真2：アイルランドの看板の例（参考資料より引用）

このような通りがかった人々に妖精や妖精ミュージアムに興味をもってもらえるようなユニークな目印があることで、多くの人々の興味を引きミュージアム来場者数の増加を期待できる。また、このような看板の効果としては宇都宮が妖精のまちであるというイメージを強めることも期待できる。

2) 「妖精の日」の設定

もうひとつの提案としては年に1度2日から3日くらいの期間を決め、様々なイベントを行う「妖精の日」を設定することを提案する。

イベントの具体的な内容は、現在行われている妖精学講座の開催や講演会、ワークショップを行うこととする。ワークショップでは、妖精の女王が好むバラのコサージュのような妖精に関するものを作る。また、市民ギャラリーを利用し、ミュージアムに展示されていない井村氏からの寄贈品の展示、または、書籍の開放を行い資料の有効活用を図る。多目的室では、毎月映画上映が行われていることを受け、「妖精の日」にも、妖精に関連した映画の上映会を行う。

参加対象者はこどもに限らず、年齢・性別問わず多くの人々が妖精に興味を持ってもらうことを目的とする。実施場所は、妖精ミュージアムや市民ギャラリー、同階にある会議室や6階の多目的室を利用する。

4. 期待できる効果

1) 宣伝の強化について

現在、宇都宮市のイベントの広報は市の広報誌に書かれているが、ツイッターでは広報誌では伝えきれない情報を伝えることができる。さらに、リアルタイムでの情報を伝えることができるという利点がある。また、広報誌は市民へ向けた市のPRに対して、ツイッターは全国の人々を対称にPRすることができる。しかし、インターネットを利用できない人たちはツイッターを見ることができないため、紙媒体（広報誌）と電子媒体（ツイッター）の両方で、広報が必要である。この広報活動により、さらに、多くの人々に情報が行き渡り、宇都宮に興味を持つ人々の増加や中心市街地で開催されるイベント等により多くの人々が集まることが期待できる。

先述したようにユニークな目印があることで、通りがかりの人や市民に妖精について興味をひくことが期待される。その結果うつのみや妖精ミュージアムの来館者数の増加に繋がると考えられる。

2) 「妖精の日」の設定について

現在ではほとんどのイベントを不定期に行っているが、それとは別に特定の日を設定することで市民により強く妖精のインパクトを与えることができる。そのことにより、より多くの市民がイベントに参加することが期待され、宇都宮市は妖精のまちであるという認識をもつことにも繋がる。

4. 施策事業遂行上の問題点

これらの提案を遂行する上で問題となるのが資金の問題と人手不足である。

1) 資金問題

図2で表されているように、うつのみや妖精ミュージアムの予算は年々減少傾向にある。例えば商業施設の看板はひと月10万程度かかる。これを踏まえると、提案にある目印の設置には費用がかかると考えられる。また「妖精の日」に行うイベントも、一つ一つに費用がかかるため限られた予算内でいかに抑えることができるかが問題である。

2) 人手不足

「妖精の日」では多くのイベントを一度に行うため多くの人手が必要と考えられる。現在イベントを運営しているスタッフは文化ボランティアが中心であるが、その数は20名程度である。そのため一度に多くのイベントを行うためには現状では人手が足りないためイベント実施が困難である。

5. 終わりに

宇都宮市に「妖精のまち」という文化を広めていく上では、まずその拠点となるうつのみや妖精ミュージアムをより市民に広めていくことが必要であり、本提案ではそのための具体的な策を展開した。そして妖精ミュージアムを次世代に伝承し、市民の人々にはもちろんのこと、市外の人々にも宇都宮市が「妖精のまち」として親しまれるようになることを期待する。

○ 参考資料

うつのみや妖精ミュージアム(最終閲覧日 2010/11/16) <http://www2.ucatv.ne.jp/~ufairy-m/>

twitter 公式ナビゲーター<http://twinavi.jp/guide/section/twitter/step1>

読売新聞 2010/04/20 「ツイッターで街おこし」(最終閲覧日 2010/11/15)

<http://www.yomiuri.co.jp/net/report/20100420-OYT8T00428.htm>

宇都宮市役所 HP (最終閲覧日 2010/11/08)

<http://www.city.utsunomiya.tochigi.jp/gaiyo/symbol/004569.html>

【アイルランド】妖精の国でかなえる、大人ガーリーな旅(最終閲覧日 2010/11/15)

<http://www.ozmall.co.jp/trip/event/ireland200905/#con02>

宇都宮市資料「妖精のまちづくり」