

遠野市中心市街地の活性化に向けた企画支援 ～遠野市とぴあ・まちなか再生プロジェクト～

人文社会科学部人間文化課程（芸術文化）／教育学部中学校教育コース（美術）
ヴィジュアルデザイン研究室学生グループ
（発表者：千田彩梨・岩館実音）

指導教員：教授 本村健太（人社・芸文）

序

藩政時代には遠野南部氏の城下町だった遠野市の中心市街地は、沿岸と内陸を結ぶ要衝の地として毎月1と6の付く日に市がたち、「馬千匹・人千人」と称されほどの賑わいを見せていた。そうして、今なお「小京都」とも呼ばれる観光地として知られる遠野市の要素がかたちづくられてきた。しかしながら、中心市街地の核施設として平成元年に民間資本で整備された「中心市街地活性化センター」（とぴあ）が、その後の大手流通事業者の経営破綻によって施設の維持継続が困難となり、平成15年には遠野市が施設を所有することになった。現在、とぴあの入居店舗で構成する（協）遠野商業開発を立上げ、現在は指定管理者制度により、ショッピングセンター事業を維持している状況である。



図1：現在の遠野ショッピングセンターとぴあ（遠野市役所とぴあ庁舎）正面入口

平成19年には年間130万人だった入込数も令和3年には65万人まで減少し、今なお通減傾向が続いている。このまま中心市街地の衰退が進行すれば、遠野市全体の活気を失う懸念がある。

令和5年度地域課題解決プログラム

そこで、コロナ禍から経済活動が回復に向かう今のタイミングにおいて、岩手大学の学生による若い感覚での提案によって、遠野市の中心市街地の核となる店舗である「とぴあ」(図1)を中心に、その集客力の回復や地域再生につながる新たなアイデアを実践的に導きたい。

遠野ショッピングセンターとぴあ公式ホームページ：

<https://www.tono-topia.or.jp/>

遠野ショッピングセンター「とぴあ」は、2階フロアの東側半分が遠野市役所「とぴあ庁舎」となっており、遠野市役所本庁舎とは2階の渡り廊下で繋がっています。また1階「キクコーストア」の中には、遠野市内の農家の産直「がんせ」が入っている、行政と農家、ショッピングセンターが一体となっている施設です。

具体的な内容については、関係者との協議によって明確にしていくが、アートやデザインを学ぶ学生たちによるデザイン思考での企画アイデアの創出、実験的なイベントの実践や遠野応援キャラクターの活用などを通じて、中心市街地活性化センターとぴあや遠野市中心街の発展に寄与する企画・提案・実施・参加への新たなアプローチの糸口を探る。

(関連して、可能であればメタバースの活用や3Dキャラクターの制作・提案についても検討したい。→指導教員・本村健太が令和5年度の共同研究として活動を実施。)

本地域課題について、岩手大学人文社会科学部／教育学部のヴィジュアルデザイン研究室学生グループ、そして卒業研究として齋藤優佳の「〈遠野応援キャラクター〉をテーマとする男性キャラクターデザインの制作研究」、保科光希の「遠野物語を軸としたキャラクターの制作研究」の取り組みについて以下に報告したい。

I. 本研究課題について

(実施計画・方法)

まずは、本研究計画に興味を持って関わる担当学生を複数集めてグループを形成して、卒業研究、または関連分野の体験学修としての枠組みを明確にしていく。この学生グループを中心に現地調査を行い、遠野市産業部商工労働課の永田裕さんや浅沼勇希さんといっしょに協議を行いつつ、実施内容の詳細を詰めていくことにする。

○方法

関係者間で協議し、令和5年度の研究課題においては大きな枠組みとして次のような内容で行うことを計画した。

1. 遠野ショッピングセンターとぴあへの集客アイデア企画
2. 遠野市市街地の活性化に関するアイデア創出
3. 上記の課題に関わるキャラクターのイラスト制作・提案

以下に、今年度における研究活動の経過について報告する。

II. 今年度における研究活動の経過について

(結果・考察)

○遠野ショッピングセンターとぴあ・市街地等の現地調査(1回目)

令和5年7月22日(土)、3年生の阿部駿輝・岩館実音・笹谷成実・島田真愛・橘鈴茄・2年生の田頭由希乃、計6名の学生(引率：本村健太)が現地調査を行った。(図2)



図2：遠野ショッピングセンターとぴあ・市街地等の現地調査

当日は、遠野市の永田裕さんや浅沼勇希さんに送迎していただき、遠野市立博物館で歴史や風土を学習、道の駅遠野風の丘で昼食をとるとともに産直を見学、遠野ショッピングセンターとぴあ・市庁舎で現地の確認、駅周辺の散策、最後に旅の蔵遠野でお土産を購入、というのが主な流れであった。

[現地調査に参加した学生の感想・提案など]

遠野駅・とぴあ周辺、風の丘を見学して、地域創生・再生みたいに復興する・盛り上がるポテンシャルは大いに持ち合わせていると思った。現時点での提案というか大きな方向性・プランとして、長期短期を問わず、イベントなどを開催して、そもそもの遠野への人の入りを大きくできればいいのかなと思う。

風の丘はドライブスポットとしては強い一方で街中への誘導が課題だと感じたけれど、だからといって風の丘でできることを模索するよりは遠野駅周辺への呼び込みを強くする方が先決なように感じた。

駅前一等地なのに空き家が多いように感じたのでそれを期間限定ストアとかとして売り込むとか。

令和5年度地域課題解決プログラム

とぴあ自体、スーパー部分とテナント部分のにぎわいに差を感じた一方で、現状のテナントに難点は感じないので、スーパー(キクコー)に来た人をテナント部分に引き込める方策を考えられたらいいなと思う。多分平日の庁舎開いている時間も庁舎は賑わっていて……だと思うので。

(阿部駿輝)

遠野市を初めて訪れたのですが、まず庁舎や博物館などがとても新しく綺麗で驚きました。博物館は大変見応えがあり、デザインに取り組むうえで遠野の歴史や暮らし方をしれてよかったです。市役所の部分と「とぴあ」の新しさとレトロさをはっきりわけて、まるで昭和のデパートに迷い込んだように世界をまるっきり変えるのも面白いのではないかと思います。とぴあの建物も、紫の壁やタイル調の床、昔から変わらないであろう看板がたくさんあり、レトロな雰囲気に振り切ったら逆に若い人の集客が見込めるのではないかと感じました。「エモい」「映え」が流行しているので、作られたレトロなものでなく当時のものを使ってできるのではないかと思います。

展示できる場所では、遠野のレトロ写真、遠野アピールのレトロポスターなど、そのような公募での企画展をするのも面白いと思います。

(笹谷成実)

今回初めて遠野に行きましたが地域の伝承や自然、妖怪、とぴあ、昭和的雰囲気の街並み等地域おこしの題材にできそうなもので沢山溢れているなと思いました。現地でもあった通りとぴあや街並みの元の雰囲気を利用してレトロな映え空間を作るという案が魅力的に感じました。またマップを見ると観光地も多くあることが分かりましたが今まで知らなかったものも多かったため遠野のキャラプロジェクトに観光地紹介を組み込んでも良いのかなと思いました。遠野の現状や歴史を知ることができて楽しい時間になりました。この時間をこれからの地域課題に生かしたいです。

(島田真愛)

今回の遠野ツアー、参加させていただきありがとうございました！遠野に関してあまり知識が無く、さまざまな箇所を巡るにつれてとても興味深く、また観光資源の豊富な地域なのだと分かりました。私たちの力でもっともっと地域を活性化させたいなと感じました。個人的にまた行きたいと思います。

(橘鈴茄)

遠野市立博物館では、遠野の歴史的な文化や民俗について学んだ。やはり、遠野物語が主軸となり成り立ちや人々の生活に強く根付いていた。新しいもの好きな人達という言葉があったが、そこに郷土愛が加わり、まちづくりが為されていると感じた。音声に加えて実写とイラストの混ざった映像で分かりやすく当時の様子というものが伝わってきて、とても興味を引かれた。所々に書いてあった方言を実際に聞くことが出来たらもっと面白くなるのではないか。実際に街に出た時の雰囲気も城下町の名残とお聞きし、納得した。この昔ながらのドラマを感じさせられる雰囲気が廃れていると認識されないようになると良いと思う。また、他に興味深いと感じたのは仏、土地神、先祖、妖怪といった信仰が混合しているという点である。日本は昔から神仏習合のように同一視などで別々の神と仏を存在させていたが、遠野ではそれぞれを尊重している。そこに地域性を感じた。

道の駅は私にとって1年ぶり・2度目の訪問だったが、前回よりも遠野に詳しくなったせいかなより楽しめた。外から来た身としては、このような美味しい食事ができ、人々の姿があって、景色の良い綺麗な場所はいつまでも居続けられるようなトキメキがある。今回もお土産を買わせていただき、本当に満喫できた。

とぴあでは、まず市役所と住民の距離の近さに驚いた。物理的にも精神的にも盛岡にはない近さがあり、純粋に感銘を受けた。集客の課題としては、暗さや場所がその場所1つで完

令和5年度地域課題解決プログラム

結してしまう点、明らかな老朽化などが挙げられるのではないか。スーパーとその他が分断されすぎていて、大人は買い物、子供は中古屋や雑貨屋だけで終わってしまうように感じた。市役所の方とお話した際に、「導線」をつくるのが大事だというアイデアが出た。中古屋でカードを買って対戦する、雑貨屋で化粧品を買って雑談する、スーパーで軽食を買って食べるというように、売買の場に留めず行動をプラスしてとびあに居続けるのが当然かのような導線が欲しい。歩数計やAI、QRコードといったそれぞれ良い企画が進んでいてもバラバラだと発展がしにくいように感じる。また、レトロ感の強いアポロや中古屋にとても魅力を感じたので、これも廃れているのではなく隠れ家的な良さなどのように押し出せる部分として見て考えていきたい。そして、吊り下げられた SUMMER のみの POP のようなものも工夫できると考えた。

駅周辺の散策でも看板や店の様子から“レトロ”を感じた。とびあだけではなく、街全体で考えられそうだ。マンホールや駅前のオブジェのかっぱ・座敷わらしは思わず写真を撮りたくなるずっと売り出せる強みだと思った。

(田頭由希乃)

○デザインシンキング「遠野ショッピングセンターとびあの集客力を上げるためには」

情報を共有して、学生有志がデザインシンキングの一環として本件に関するアイデアを発想した。これからはさらなる発案につながれば幸いである。

—

定期的にイベントを開催することで、集客力を高められると考えた。ビアガーデンやスイーツ、クラフトのマーケットなど、若者にも興味を持ってもらえるようなイベントを開催することで、遠野市やとびあへの興味にもつながると思った。また、子どもやお年寄り向けのイベントも行うことで、より広い世代に魅力を発信できると感じた。

(田村唯李子)

遠野ショッピングセンター「とびあ」の集客力を上げる案を自分なりに考えてみました。

外観：

・冬はクリスマスの時期にイルミネーションをやってみて、外観を煌びやかにしてみる。もしかするとイルミネーションスポットとして人気が出るかもしれない？

内部：

・ショッピングセンター内にミニ図書館や書店を作る。夏休みに小学生が図書館で本を借りるついでにショッピングセンター内を散策したりするため、子供の集客力を上げられるかもしれない。近くに図書館がない地域の人にとっては便利になるかもしれない。

・遠野市で取れた果物を使ったスムージー屋を作る。ブルーベリーや西洋梨など。そうすることで遠野市でどのような果物が取れるのかを地元の人だけではなく、地域を超えて知ってもらえるきっかけになるかもしれないから。

(石山咲来)

私は盛岡出身であるが、「とびあ」の存在は今回の取り組みをきっかけに初めて知った。

そんな遠野市以外の出身の私から見ると、とびあが活かせる最大の魅力は「施設が遠野市に位置し、市役所とも連結している」という「THE・遠野」な点であると思う。つまりは今以上に遠野の要素を盛り込んで、全面的にアピールしていくことが市外からの集客なども考えて重要だと思う。私は、大型ショッピングセンターという点だけでは、盛岡にもイオンが2つもあり、遠野の特産品もそこで十分手に入ったりするので、正直なところ、わざわざ遠野までは行こうという考えには至らない。よって、特産品などのアピールだけでなく、イベントや遠野ならではの面白い仕掛けなどを作り、娯楽やエンタメの要素を大いに盛り込んでアピールするのが良いと思う。私は市内に遊べるテーマパークや SNS 映えするスポットがもっと

令和5年度地域課題解決プログラム

あった方が良くと長年考えていたので、とびあ内にそのアイデアを取り入れてみてはどうかと考えた。

私は遠野に関しては、遠野物語やカップのような、授業で触れられたことのある内容程度しか知識やイメージがなく、私と同世代で関心をあまり持っていなかった人たちはおそらく同程度のイメージしかもっていないだろうと感じた。

そこで、とびあの魅力を高め、集客力を上げるためのアイデアとして、例えば、妖怪ウォッチやポケモンGOが流行ったように、遠野のカップを多様な種類のキャラクターに展開し、位置情報を活用した専用のアプリやサイトを立ち上げて施設内やその周辺で利用できるようにすれば、若い世代や親子などに楽しんでもらえると思う(LINEスタンプなどで有名な様々なキャラクターのクリエイターさんにデザインを依頼したり、県内の学生がデザインしたものを随時更新して追加したりするなどすればコストも抑えられるはず)。

また、アプリだけの取り組みでは、アプリを利用しない高齢者の方々やスマホを介さないで見る現地の魅力が物足りないと感じるため、不定期に喋るカップや動くカップなどを予算の許す範囲で店内に数カ所設けてテーマパークに来たと感じる要素を入れても面白いと思う。加えて、私から見た遠野は古き良きイメージなどもあるため、台場一丁目商店街や日光江戸村を組み合わせたようなエリアを設けて、レトロでSNS映えを狙えるようなスポットを作っても良いと思う(例えば、フードコートやカフェが並ぶエリアへの活用、現在あるお店を並べ替えて改装するなど今あるものや現地のお店を極力活かすなど)。

(那須川莉帆)

とびあの集客を集めるには遠野市に来たらここだというイメージをつけたらいいと思う。

私は最初まずとびあについて知ろうとホームページを見た。そこでまず思ったのはホームページが見づらい。多くの人は最初に開いたページに営業時間だったりどういう店舗が入っているのかを知りたい。だから最初にそういう情報が入るようにするべきだ。また、全体的に文字が小さくてパッと見で理解できない。とびあサマーバーゲンを宣伝しているポスターを見たときただ貼るだけでなく特に重要な情報をわかりやすくまとめて詳しく知りたい人にPDF(ポスター)を貼ったらいいと考えた。

今はネット社会だからインスタだったりホームページといったSNSをもっと活用していくべきだ。

(瀬川純令)

実際遠野に訪問し、とびあを見てその場にいた人たちと出た意見ですがあえてとびあを新しくするのではなく看板やとびあの昭和らしい雰囲気そのまま生かして昭和レトロな雰囲気を生かしたショッピングモールにしてしまう、というのがいいと感じました。現在インスタで昭和レトロも流行っているためその雰囲気を意識したインスタ映えフォトスポットを設置したり昭和レトロをイメージしたメニューを新しく追加する(クリームソーダなど)ことで若者の集客も見込めるのではないかと感じます。

また施設は綺麗で空きスペースも広く感じたので個展などの入場料無料の展覧会を受け入れるといったこともできると思いました。その作者目当ての人がとびあに訪れとびあの知名度自体も上げていこうという作戦です。

(島田真愛)

直接現地に足を運ぶことの重要さに気づくことができた。「とびあ」の状態や、市民にとってのとびあのあり方などを直接見ることができ、商業施設としてのデパートというよりも、スーパーなどの実用的な面が重視されている場所だと感じた。おそらく客の年齢層も高く、若い人が遊ぶことが少ないと感じた。そのため、大人～年配の人は懐かしく感じられ、新しい若い人を呼び込むことを考え、「レトロ商店街」という案を提示したい。昭和のデパートを再現すれば、最近のレトロブームによって話題になるのではないかと感じた。この案は、

令和5年度地域課題解決プログラム

とぴあの内装の紫やピンクの壁、レトロな看板を見て着想したので、現地の人のニーズもはっきり聞けるという点でも、直接視察に行くことは必要だと感じた。

(笹谷成実)

私はまずは買い物客ではなく「団体」のお客を増やすという案を提案したい。この案はあるさんさ団体が普段は体育館で練習し、時折イオンで発表を行っていることから得た。

ショッピングモールには買い物を行う「買い物客」、買い物はしないが冷房や暇つぶしなど他の目的がある「来訪客」の二種類のお客がいると考えられる。私は後者を増やすことが前者を増やすことにつながると考えた。

後者を増やすにはイベントの企画などの買い物以外の魅力を用意する必要がある。それを、様々な団体、サークル、同好会の小さな「舞台」としてヤスウィーツ、肉、魚屋さんの「アピールの場」、ヴァレンタインなどの年間行事の「特設の場」としてとぴあの一 corner (もしかしたら駐車場の corner) を貸し出すのである。

イメージとしてはイオンのイベントである。基本的には団体側が予約し、とぴあはそのスケジュールの管理を行う。

一つ、イベントも提案する。イベントのなかでも女性や若者向けに「骨格診断」と「カラー診断」が初期段階では良いと思う。両者とも必要な器具はカラースケールくらいしかなく判断できる人材や最悪それについての本を無料で読むことができるようにすればいい。同時に2人を相手すると考えればスペースもとらない。はじめの一步としては用意しやすいのではないだろうか。

この案の唯一にして完全な欠点はイベントを開催するに十分な場所とスケジュール管理をする人材・費用の確保である。場所は団体やイベントの規模によるだろうから深く言及できない。後者について、イベントの設営は団体に任せればいいが、スケジュール管理やイベントの監視はとぴあ側の事情である以上、とぴあで行わなくてはならないだろう。その労力をどのように確保するのか、収支と見合わせつつ考えなければいけない。

諸々の準備が必要であり、変革をスムーズに行うことが中々難しく、効果はまずは細く長くを期待するという点がこの案の課題である。しかし、スムーズでなくともフォーマットがある程度決まっており、広告の機会を増やし、簡単に移行できる点や地元との関係を強くする点が利点である。

(吉川優良)

とぴあは遠野のショッピングセンターであり、駅から徒歩圏内という大きな特徴があります。そこで、遠野市内の人たちだけをターゲットにするのではなく、遠野に観光や仕事できた外部の人たちも惹きつけるような場所にできたらと考えました。そこで、遠野の特色が全面に押し出せるよう、地元地産の食材やお土産コーナーをつくる。また、遠野発祥のご飯屋さんを呼び寄せ、フードコートの実を充実すれば、長い時間とぴあに滞在することもできます。遠野色を押し出す商品の展開と、食事処の増設が重要だと考えました。

(菊池百花、鎌田真緒)

とぴあの魅力を高めるために、食の面での充実が効果的だと考えます。フードコートを現在より拡大させて、ショッピング以外にも来る目的を作ると、周辺地域から人を呼び込むことにつながるのではないかと思います。(遠野駅から徒歩圏内にある施設なので) その際に、遠野の個人経営の料理店やカフェの出張店舗が集合できるような空間があると魅力的だと考えます。地域の特産品をより前面に押し出したコーナーを増やすのも良いのではないかと思います。

(鎌田真緒、菊池百花)

遠野ショッピングセンター「とぴあ」の集客力を高めるために、まずは憩いの場にもなりコワーキングスペースにもなるような椅子と机の設置を提案する。周辺の化粧品や中古品、

令和5年度地域課題解決プログラム

食料をそこで見たり会話したり食べたりということに繋がれば、とぴあにいる時間が増え、他の場所への誘導やイベントの鑑賞などに繋がるのではないかと。1つの場所に長くいればいる程、愛着が湧く人も多いただろう。はじめは買い物メインじゃなくても誘導できれば良いため、来てもらうということを重視したい。加えて、照明が暗く、内装もかなりシンプルで、建物そのまま、といった感じであるため、子連れの買い物客や孫がいるお年寄りの方をターゲットにして、子供たちの絵や周辺の学校の生徒作品を展示してはどうか。また、別の観点から、「レトロ」アピールをしてはどうか。全体的な雰囲気無理に今風にしようとしても、建物の改装や中にトレンドの店を引き入れるなど予算や現実的な目で難しさを感じる。今ある良さを考えた際に、看板のレトロな雰囲気や昔馴染みといった雰囲気、どこか安心するような店などが挙げられる。例えば、遠野応援キャラと並行して「とぴあでレトロな青春を！」のようなキャッチフレーズ、応援キャラがとぴあにいるといった感じのイラストを掲示することが考えられる。アイスクリームと一緒に食べるようなイラストや、ゲームセンターで遊ぶようなイラストなど、新鮮さもあつつつ、現在のとぴあを活かせるのではないかと。もし、もう一つ加えるとすれば、万歩計での取り組みをここに絡めて見たい。ここからここまでこれくらいの歩数というのをキャラと提示すれば視覚的にもっとわかりやすいのではないかと。(田頭由希乃)

①各所に設置されたQRコードを読み取ると「遠野物語」に登場する妖怪キャラが現れる。

→「遠野応援キャラクター」でもいいのかもしれない

今後：ルートの設定（ルートに応じたキャラを集めて得点と交換）

②「とぴあ」内の動線の確保。

現状：スーパーマーケット（キクコー）は賑わっている。平日の庁舎も同様。

一方、とぴあのおもてなしテナントは閑散。

→人を呼び込む必要がある。

床に目的別に応じた誘導矢印・足跡みたいなものを貼ってみるとか。

→肴町での前例。集客効果については要検討・調査かも。

(阿部駿輝)

①学生に向けた勉強スペースの設置

近くに高校があり、駅まで徒歩2分の立地であるため、特に高校生に向けた自習できるスペースをつくるのが良いのではないかと。駅の中には勉強できる場所がなく、ホームのベンチなど座れる場所も限られている。また、遠野市立図書館があるが、図書館は一般の利用者の方もいて静かに利用しなければならないため、声を出すと迷惑になってしまう。私が高校生のとき、駅の近くに自習スペースがあってテスト勉強の時などは特に賑わっていたので需要があるのだと感じた。また電車通学だったので駅に近くて便利だった。だから、友達と教えあう、またはグループワークをするのに良い勉強スペースがあれば学生にとってのとぴあの魅力も高まるし、集客力も上がると考える。何時～何時までの間は学割でご飯が安くなるかと、このスペースだけ利用時間を長くできればなお活用される機会が増えるのではないかと。

②子供を預けられる施設の設置

トピアの隣が市役所であり、市役所に用事のある親や、トピアやその周辺で買い物をしたり、用事を済ませたい親などに向けての設置である。小さい子供(特に赤ちゃん)がいると目を離せず、周りへ迷惑をかけないように配慮するなど何をやるにも自由が利かず、かといってすぐに預けられるところもないために、親の行動の制限がなされる。以上から子供を少しの間でも、予約なしに預けられるような施設を設置することで、トピアを利用する人が増えると考えられる。

③夏期間限定の屋台祭り

遠野は神社やお寺が多く、妖怪にゆかりのある場所であり、その場所の雰囲気にあったもので、トピア内に屋台を並べて、夏祭りのイベントを行う。トピアの内装を妖怪が出てきそうなレトロな雰囲気にし、屋台についても市内の個店に協力してもらって商品を出すことで、

令和5年度地域課題解決プログラム

個店の魅力が向上し、本店の客も増やすことができる。また、外の夏祭りは暑いため、中では涼しく、老若男女問わず、地域住民がトピアに来てくれるのではないかと。

(戸島響)

・ストリートピアノの場所に、自分でスマホ撮影（定点カメラのイメージ）できるようにスマホスタンドを置いてみるのはどうか

・ヴィレッジヴァンガード（それに類似した若者人気のお店）を入れる
・展示スペースの一部をラフォーレ原宿の愛と狂気のマーケットのように、ものづくりをする人が出品できる場にする。コミュニティ作りの場になり、市外からの集客効果も期待できると考える。（↑これを一番推します！）

(永洞奈都実)

・遠野市役所と連携した取り組みを行う。（チラシ作りやCM制作など）
・遠野市の萌えキャラによる商品販売を行う。（それぞれのコーナーに萌えキャラの声を使った宣伝ラジオを置く）

(松田美咲)

一時的なものになってしまうかもしれないが、集客力をあげるために、子供をターゲットとしたイベントを開催する方法が良いと考える。基本、子供には親が付き添うため、子供を集めることで親を集めることができ、「ついでの買い物」をねらうことで、産直やショッピングセンター内の店の売上に繋げることができると思う。イベントとしては、「お化け屋敷」は人気があり夏には良いと思うが、遠野はカップが有名なためカップを関連付けた「カップ探し迷路」を提案する。少しでも店の売上をあげるために、入場券は産直で買った「きゅうり」にするのが良いと考える。そして無事にゴールできた際には、お菓子ととびあ内で利用できる10%オフクーポンなどをプレゼントすることで、とびあ内での購入に繋げることができると思う。

(遠藤珠羽)

地方における大型ショッピングモールは多くの地方が抱える問題である。近年、ネットショッピングが発達したことによって買い物の需要はネットでは世界で拡大し多くの大型ショッピングモールは危機に瀕してきた。これは岩手の中心、盛岡でも同様であり川徳は実質的な買収をされ多大な赤字を抱えている。しかし、地方の市町村にとって大型ショッピングモールはなくなるの出来ない市政と密着したものになっている。盛岡の人口で赤字なのだから、遠野市の人口と建物の維持費などを考慮すると非常に経営に難しい面があると思う。

まず、ネットショッピングがなく、店頭で出来ることはなんだろうか。

1つ目に、接客がある。ネットは基本的に自分で探索的に商品を手取るのに対し、店頭では会話を通して商品を紹介し手取ってもらえる。2つ目にイベントである。ここに今回の集客を挙げる鍵があると思う。大型ショッピングモールと言えばアクターショーなど子供が参加出来るイベントから、各地方の食材特集、特産品祭りなどである。今回はこのイベントに芸術を絡めていけないかと考えている。最近では芸術の制作過程を動画にしてSNSを通して拡散し大きなブームを作っている。つまり、今の人達は完成された作品より、その裏側に興味をもつようになってきているのである。それは芸術が身近になったことによるものであると思う。今は美術館に行かなくてもインスタや検索エンジンで芸術に触れることができ、より具体的に芸術を捉えるようになったのだろう。これをイベントとしてモールで行うことは出来ないだろうか。最近はこの制作過程を重視する芸術家も増え、エンタテインメント化している。これを生で触れてもらうことは地方の芸術文化の普及と集客、若手の芸術家の広報活動、活躍にも繋がると考える。もちろん吹き抜けの廊下は特徴の1つであるが、遠野の友人によると利便性があまり感じられず使用したことはあまりないと言っていた。今回は集客にポイントを絞って提案するならばイベントの開催が良いと思いこの結論に至った。

令和5年度地域課題解決プログラム

(宇部晃太)

今の時代、集客をするためには Instagram の活用が 1 番有効だと考える。例えば、花巻市にあるマルカンビルは古いビルであるが、その中の大食堂が昔ながらの雰囲気です。Instagram や Twitter で話題になり、若者がよく訪れている。新しいものが増えている今、昔ながらの雰囲気に惹かれる若者が増えているため、遠野物語（カップ）をモチーフとしたカフェや施設を作り、Instagram などでも広めることによって集客が期待できるのではないかと思います。

(千田祐菜)

何でもそろっている「とぴあ」だからこそできる保育園児向けの職場体験を提案する。市役所、スーパーマーケット、歯医者などがあるため一か所で様々な体験をすることができる。うえ、「とぴあ」の利用促進にもつながるのではないかと思います。

(上日向花菜)

--

以上。

○阿部駿輝による考察および提案（令和5年10月2日提出）

3年生の阿部駿輝によって、盛岡市内の事例を参考とした「遠野ショッピングセンターとぴあ」の集客力を向上させるための考察および提案～「遠野応援キャラクター」の利活用と絡めながら～が提出された。以下に概要を示す。

阿部駿輝による考察と提案：

--

遠野ショッピングセンターとぴあの現状を踏まえ、とぴあの集客力向上のため、いわゆるウィンドウショッピングを誘発する企画を考察したい。ここでは、肴町商店街やイオンモールの事例を参考にしつつ、「遠野応援キャラクター」を絡めた企画を提案する。

7月22日(土)の現地調査や私用での訪問などを経た私見であるが、とぴあ自体の実用性およびその価値は非常に高く感じられた。とぴあの実用性は非常に高く、遠野市役所が併設およびテナントとして入っていることや、多種多様なテナントが入居していることで、買い物や用事のために訪れれば基本的にほとんどの目的を果たすことが可能である。

その一方で、構造上、目的のテナントへ一直線に進める利便性が目的外のテナントへのウィンドウショッピング性を欠いており、目的外へのテナントがそもそも視界に入らずテナントとして入渠している看板的な広告効果が薄くなってしまっている。例えば現地調査の際、キクコーストアは賑わっていたが他のテナントは閑散としていたことから、キクコーストア＝スーパーマーケットを目的とする訪問者には、その他の目的外のテナントが眼中にないことがわかる。一方で、学生と思われるグループがとぴあ内で30分ほどは滞在していて、かなりの時間、主だった買い物袋などは見受けられなかった事実もあり、目的もなく訪れるような、いわゆる散策性は備えているように見受けられた。また、「健幸ポイント」というウォーキングを推進する制度があるが、とぴあ内の各テナントに訪問者を送るきっかけには残念ながら力不足だと考えられるほか、新規訪問者、いわゆる一見客、新規客への訴求力は低いように感じられる。そのため、とぴあの集客力向上のためには、目的外のテナントへと訪問者の目を向けさせることが必要であると推察した。

盛岡市内における肴町商店街の「妖怪の足跡」の取り組み、イオンモール盛岡およびイオンモール盛岡南の「イオンモールウォーキング」の事例から：

肴町商店街の事例から、他のテナントへ足を運んでもらう上で、記号による誘導を行うことは有効だが、テナントへ視線を誘導する工夫が必要であることがわかる。とぴあでも同様の工夫が求められる。妖怪の足跡をかたどった足跡は、テーマに沿った店を回るように設定

令和5年度地域課題解決プログラム

されている。この施策はいわゆる散策性は低いが、散策性が非常に低い状態から散策性を高めるための過渡的な施策としては非常に有効にはたらくと考えられる。また、目的外のテナントへと興味をもつきっかけとなるため有用だろう。

施設内を散策する事例としてのイオンモールウォーキングは、来客者の健康的なライフスタイル実現をサポートする取組として館内にコースを設定・開放しているものであり、リーフレットや歩行距離や消費カロリーが分かるサインも設置して、ウォーキングをサポートしているという点で取り上げた。とぴあで実施している「健幸ポイント」も類似した企画であるため、この事例は参考になる。

イオンモールウォーキングでは、ただコースが設定されているだけでなく、「イオンモールアプリ」内のイオンモールウォーキング機能およびスマートフォンの万歩計機能を活用し、歩数に応じて WAON ポイントがもらえる抽選にアプリ内で参加できる。チェックポイントの概念や、複数コース整備はとぴあでも参考にすることが可能である。

「遠野ショッピングセンターとぴあ」における提案：

上記の事例を参考に、とぴあ内で開催可能な企画を考察した。

必要な条件として考え得るのは、とぴあ内のほぼすべてのテナントの前を通過する、もしくは視界に入れることである。キクコースストアに訪問者が集中している現状を、とぴあ各テナントに訪問者を誘導させる施策を考える必要がある。このとき、訪問者が各テナントに誘導されることにメリットを感じるつくりにしなければ、不人気企画として終わってしまう。

まず、「健幸ポイント」のしゅみを有効活用していくことが考えられる。歩くことを推奨して万歩計の貸し出しや買い物でオトクになるしゅみが現状あるならば、これを有効活用し、「イオンモールウォーキング」の事例に沿っていくことが可能である。「健幸ポイント」が活用できれば、訪問者に施設内を散策するメリットが生まれる。一方でただコースを設定するだけでは、「健幸ポイント」の延長線上に過ぎない。「健幸ポイント」ではとぴあ内の各テナントに訪問者を誘導することは現状できていないと見えるため、何か他の方策を考える必要が生じる。

次に、視界に入る場所に訪問客を誘導するための記号を設置することだ。これの実現には、遠野応援キャラクターを活用したい。南イオンでのチェックポイントや「肴町商店街」を参考に、各所に遠野応援キャラクター関連のものを設置する。足跡の設置よりは、壁などに記号を設置することで訪問者の目線をテナントに向けることができるだろう。地域課題解決プログラムの一環として遠野応援キャラクターが増加することが見込めるため、それらのキャラクターの活躍機会としても非常に有用である。

そして、ルート策定においては、とぴあの訪問者の客層を考慮したルート策定が必須である。若者を呼び込むことも大事だが、中高年～老人世代までもが参加できる・楽しめる企画でなければならない。既存の訪問者を離れさせる企画になってはいけない。

提案する具体例「とぴあ百鬼遊行（仮）」：

（目的）

既存の訪問者を本来の目的外のテナントへと誘導し、また、話題性で新規訪問者を増加させリピーターになることを期待し、とぴあ内の活性化につなげる。

（実施方法案）

とぴあプラザ（催事場）もしくは健幸ポイントを起点として、キクコースストアの来客にもアピールをしつつ開催する。

誘導記号を含む遠野応援キャラクターを配置し、その箇所をデジタルスタンプラリーのような形式で経由することで、「健幸ポイント」プラスアルファの価値を創造し、訪問者を誘導する。デジタルスタンプラリーのような形式で集めたキャラクター数に応じて、起点の会場で特典と交換ができるようにする。

（ねらいなど）

令和5年度地域課題解決プログラム

デジタルスタンプラリーを行う上で、おすすめのルートそれぞれの特典階級および難易度順に、ソフトコース・ノーマルコース・チャレンジコースとして設定する。

1階部分のみで完結するソフトコースは、足腰の弱い層や時間のない層をターゲットとして設定。エスカレーターを経由してとびあ内全体を回るノーマルコース、そして階段を経由し、可能であれば遠野市役所側もルートに含めたチャレンジコースは、企画に意気込んで参加する層をターゲットとし、特にチャレンジコースは、遠野市役所側のスペースを自学のため利用する学生らに息抜きなどの名目で企画に参加させること、そして遠野市役所の訪問者の企画参加を狙っている。（中略：誘導記号を含む遠野キャラクターの配置場所も提案）

デジタルスタンプラリーと称するのは、ポスターのほか、QRコードを利用して読み取ることで何かしたらの画像やメッセージなどが表示される仕掛けを施すためである。矢印や足跡などを設置する地面ではなく、壁などにポスターを設置して視線を上（前）に向けることで、訪問者および企画参加者の目をテナントへと向けさせることが狙い。

--

以上。

この提案書を遠野市の永田裕さんや浅沼勇希さんに提出したところ、今年度での実現性が高いと評価をいただき、より具体的に検討を進める流れとなった。

〇ブラッシュアップ「遠野ショッピングセンターとぴあの集客力を上げるためには」

令和5年10月22日（木）、学生グループ（齋藤優佳・阿部駿輝・石山咲来・笹谷成実・島田真愛・管莉怜子・橋鈴茄・千田彩梨・長岡希歩・那須川莉帆）で、「遠野ショッピングセンターとぴあの集客力を上げるためには」のアイデアをより具体的にブラッシュアップする話し合いを行った。（図3）

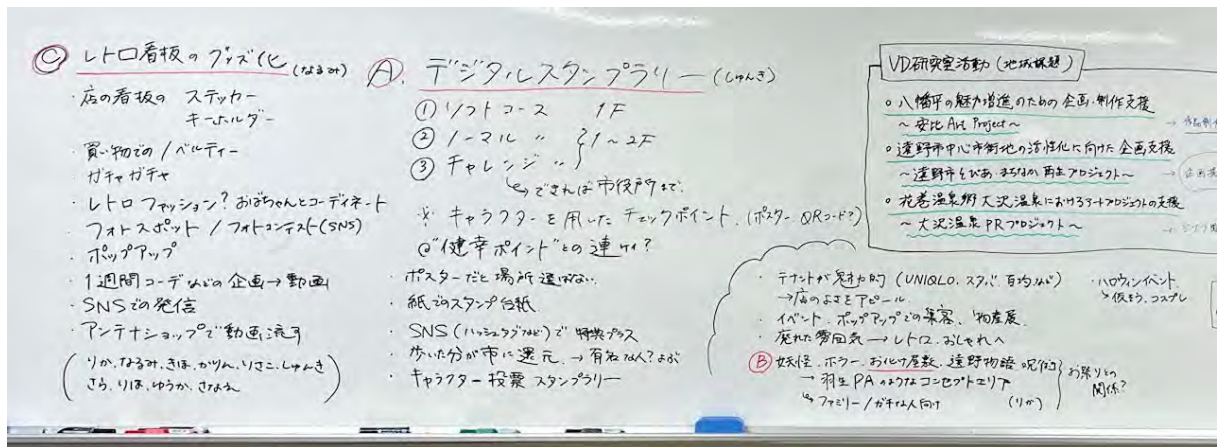


図3：アイデアのブラッシュアップ検討結果の記されたホワイトボード

〇遠野ショッピングセンターとぴあ・市街地等の現地調査（2回目）

令和5年12月3日（日）、2回目となる現地調査を行った。当日の参加者は3年生、那須川莉帆・阿部駿輝・佐藤夢華・橋鈴茄・千田彩梨・長岡希歩の6名（引率：本村健太）であった。

とぴあ内では、提案すべきウォーキングのコースを具体的に（実際に歩いて）設定するための検討を行った。（図4）



図4：遠野ショッピングセンターとびあ内でのウォーキングコースの検討

また、市街地散策においては、お食事処「伊藤家」で昼食をとった後、活性化のヒントとして、昔ながらの良さが残されている玩具店「サンホビー」（図5）と新たなスポットとして注目されている「こども本の森 遠野」（図6）を訪問した。

サンホビーは2021年夏の豪雨で被災し、一時は廃業も考えたそうであるが、遠野市に移住したグラフィックデザイナー阿部拓也さんによる「のれん」のデザインが「商店街のにぎわい創出」につながるものとして話題になっている。

サンホビーののれんは、一般社団法人岩手アートディレクターズクラブ（岩手ADC）の主催する「岩手ADC賞グランプリ2022」を獲得している。

玩具店に昭和レトロな「のれん」 遠野のサンホビー：

<https://www.iwate-np.co.jp/article/2023/7/19/146181>（岩手日報 2023.07.19）

令和5年度地域課題解決プログラム

こども本の森遠野は、東日本大震災の復興支援として建築家の安藤忠雄さんと遠野市が整備した施設であり、子育て支援と文化振興の拠点として2021年7月に開館している。そして、現在はその名誉館長に遠野市出身の芥川賞作家、若竹千佐子さんが就任している。

名誉館長に若竹千佐子さん こども本の森遠野、読書の魅力信へ：

<https://www.iwate-np.co.jp/article/2023/7/24/146547> (岩手日報 2023.07.24)

こども本の森遠野、来館5万人 子育て支援と文化振興の拠点：

<https://www.iwate-np.co.jp/article/2023/11/1/152918> (岩手日報 2023.11.01)



図5：玩具店サンホビーの「のれん」



図6：こども本の森遠野の本に囲まれた空間

[現地調査に参加した学生の感想]

今回の研修全体を通して、とぴあ計画の解像度を上げられたことに加えて、遠野の魅力が再認識できた機会となった。遠野市が元々持っている資源はどれも価値や魅力があり、発信やブランディング次第で良い方向にいくのではないかと感じている。

まずとぴあ現地調査について、頭と口だけ動かして構想を練ることに留まらず、実際に足を動かして検証してみることで見えたものもあった。この企画を実行するにあたり、本気でやらないと中途半端な企画になってしまう可能性があるのではないかと考えるため、ターゲット策定から手法、発信まで細かく考えて、より多くの人にとぴあを利用してもらえる企画に

令和5年度地域課題解決プログラム

なるようこれから詰めていきたい。構想を練る中で、車椅子の人でも楽しめるようにと長距離コースと階段を使うコースを分けたが、これに関しては、ターゲットを若者から階段利用が難しい高齢者まで広く取り過ぎると、かえって中途半端になりかねないのではないかと考えた。車椅子でも行けそうな長距離コースを実際に歩いてみたが、途中階段の利用が避けられず、あまり現実的ではないと感じた。もちろん全ての世代に楽しんでもらえる企画ができたら最高だが、それは現実的に困難であると感じたため、とりあえず今回のものは、自分の足で移動できる人にターゲットを絞り込んだ方が良さそうだと考える。あとは経路に置く仕掛けも工夫して、より多くの人々がチャレンジしてみようと思わせるものを提供できるように頑張りたい。

おもちゃ屋サンホビーは初めてお店に入ったが、まずロゴが入ったレトロ感溢れる暖簾もすごく素敵で、懐かしい雰囲気を感じた。サンホビーほどレトロなおもちゃ屋さんには盛岡にはなかなかないので、小さい頃に戻ったような、また昭和の時代にタイムスリップしたかのような気持ちになり、とても素敵なお店だった。

こども本の森遠野は、何回でも、毎日でも来たくなるような場所だと心から思う。さすが安藤さんの建築で、壁に設置された暖房器具も、格子状の木で上手く隠し、景観を美しく保っていることに気付いて感動した。息抜きのもつ場所としてもすごくリラックスできるため、また是非利用したい。

(千田彩梨)

○遠野・とぴあ地域活性化企画「健康ウォーキング～かっぱと一緒にとぴああるき～」

現地調査の後に大学に戻り、学生企画案としては以下のようにまとめ、遠野市の浅沼勇希さんに提出した。(とりまとめ：阿部駿輝)

健康ウォーキング「かっぱと一緒にとぴああるき」

①目的

遠野ショッピングセンターとぴあ(以下とぴあ)への集客力の向上を目的とする。

ルート設定とデジタルおよびアナログ併用とすることで、老若男女問わずに参加できる企画として提案する。ルート設定によって参加者をとぴあ内各所および遠野市庁舎内に誘導することで、とぴあ内の各テナントの認知度の向上を図る。

②内容

デジタルおよびアナログのスタンプラリーとして、とぴあおよび遠野市庁舎内をウォーキングし、集めたスタンプの数量に応じて特典が入手できる企画とする。(特典の内容については要検討)

ウォーキングのルートは、とぴあ1階を周回するスタンダードコースと、スタンダードコースに加えてとぴあ上階および遠野市庁舎内を周回するチャレンジコースの2種類。ウォーキングのルートによって、入手できるスタンプの種類および数量が異なる。ウォーキングルートの詳細については以下の通り。

・スタンダードコース

とぴあ1階を周回するコース。図7の緑矢印にて指示。

とぴあプラザ(催事場)を発着点とする。

・チャレンジコース

スタンダードコースに加えて、とぴあ上階および市庁舎内を周回するコース。

図7の緑矢印に加え、図7、8に赤矢印にて指示。

また、以下の2つのコンセプトルートが存在する。

なお、2つのコンセプトルートは単独で周回することも、併用して周回することも可能。

③その他

- ・ロゴおよびスタンプデザインについて（VD 研究室学生によって作成）
 ヴィジュアルには、とびあのキャラクターである「へのかっぱ五人衆」や遠野応援キャラクターを活用する。

〇とびあのキャラクター「へのかっぱ五人衆」の活用案

実は、とびあには「へのかっぱ五人衆」というキャラクター設定があり、かっぺい、かれん、まなぶ、はんぺい、げんたの5人が存在している。

へのかっぱ五人衆は、これまであまり活用されてこなかったため、現地でもこの存在を知らない人が多いようである。この機会にこれらを活かした企画をすることも遠野市の浅沼さんから要請されていた。

へのかっぱ五人衆のキャラクター設定（参照：<https://www.tono-topia.or.jp/>）：

- ・かっぺい「なんでもへのかっぱ」のきモノで天然ボケ
- ・かれん「恋愛へのかっぱ」おしゃれでおしゃべり好き、占い好き
- ・まなぶ「学問へのかっぱ」気が弱くていつもびくびく、読書が趣味、推理小説好き
- ・はんぺい「商売へのかっぱ」お酒を飲んで、みんなとワイワイ、驚くことを考える
- ・げんた「健康へのかっぱ」スポーツマン、見事なプロポーションに自信

これらのキャラクター設定を参照し、松田美咲（2年）は四コマ漫画を制作した。（図10）



図10：「へのかっぱ五人衆」の四コマ漫画（制作：松田美咲）

また、ヴィジュアルデザイン研究室学生の役割分担（ロゴマーク：石山咲来、イラスト：笹谷成実）でこれらのキャラクターのイラストとロゴを組み合わせ、5種の画像（図11）を制作した。健康ウォーキング「かっぱと一緒にとびあるき」の経路にQRコードを貼り、スマートフォンでQRコードのURLから画像を閲覧、保存できるようにするというのが「へのかっぱ五人衆」の活用法としての提案である。

また、健康ウォーキングとしてスタンプラリーが想定されるため、笹谷成実がそのためのスタンプのデザイン（図12, 19）も行った。



図 11：「かっぱと一緒にとびあるき」（ロゴマーク：石山咲来、イラスト：笹谷成実）

「かっぱと一緒にとびあるき」画像の URL：

- <http://www.art.iwate-u.ac.jp/topia/topiaruki1.jpg>
- <http://www.art.iwate-u.ac.jp/topia/topiaruki2.jpg>
- <http://www.art.iwate-u.ac.jp/topia/topiaruki3.jpg>
- <http://www.art.iwate-u.ac.jp/topia/topiaruki4.jpg>
- <http://www.art.iwate-u.ac.jp/topia/topiaruki5.jpg>



図 12：「かっぱと一緒にとびあるき」スタンプ（制作：笹谷成実）

ロゴマーク案（図 13）については笹谷成実（3年）が試作した。



図 13：「かっぱと一緒にとびあるき」ロゴマークの試作（制作：笹谷成実）

○「健康ウォーキング～かっぱと一緒にとびあるき～」の実現

結果として、学生企画の案が令和6年2月7日（水）～3月3日（日）の期間で「かっぱと一緒にとびあるき スタンプラリーイベント」（図 14）として実現することになった。



健康ウォーキング
かっぱと一緒に
とびあるき
スタンプラリーイベント

どなたでも
スタンプカード または
スマートフォン で
でカンタン参加!
抽選で豪華景品が当たる!

いっぱい歩いて豪華景品ゲットするべ!



スタンプカード でチャレンジする場合

- 1 1冊とびあプラザにカードが置いてあるよ! 必要事項を記入してね
- 2 チェックポイントを回ってかっぱいスタンプを付こう
- 3 スタンプが埋まったら、1冊とびあプラザの回収箱に入れよう!

スマートフォン でチャレンジする場合

- 1 上のQRから専用サイトを開こう! ※アカウント登録が必要! プルマークがオススメだよ!
- 2 サイトの指示に従ってかっぱいチェックポイントにあるQRを読み取って回ろう!
- 3 スタンプが埋まったら、必要事項を入力してキャンペーンに応募しよう

開催期間 2024 / **2.7(水) ~ 3.3(日)**

- 当イベントは参加無料で、「とびあ商品券」などが抽選で当たるキャンペーンに応募することができます。(1周回で1応募)
- スタンプラリーは応募含め1日1回限り可能です。スタンプカードまたはスマートフォンのどちらかでご参加ください。なお、同日に両方を使用してのご参加はできません。(抽選対象外となります。)
- 参加日数の制限はございません。全日参加することができ、たくさん参加するほど応募できる数も増えます。
- スタンプラリーのコースは全2コースあり、初心者向けのスタンダードコース(10チェックポイント)、もっと歩きたい方のためのチャレンジコース(15チェックポイント)がございます。
- 期間中、参加者の累計スタンプ数(チェックポイントを回った数)が、一定数を超えるとさらに景品がもらえるダブルチャンス抽選対象になります。(下記に記載)
- 景品の抽選日は3月5日(火)です。当せん者には遠野商業開発よりお電話またはメールでご連絡いたします。

豪華景品が当たるチャンス 抽選で **10名様に**

さらに **たくさん参加でダブルチャンス!** 複数回参加することで与えられるダブルチャンス! 期間中の累計スタンプ数が一定数を超えると自動的に抽選対象になります!(どちらか1つ・各1名様ずつ)

とびあ全店で使える商品券

5,000円分

※有効期限は5月末日までです。

スタンプ20以上

ブルーノ

BRUNO マルチスティックパントースター BOE14/アイブリー

スタンプ40以上

バルムューダ

BALMUDA The Toaster (1.8L) K11A-CW/シヨコ

スタンプ40以上

任天堂

Nintendo Switch Joy-Con(L) ネオンブルー/ (R) ネオンレッド

※Nintendo Switch 2は任天堂の登録商標です。Nintendo Switch は20周年の参加者に限り、抽選対象といたします。

TOPIA とびあ

【主催】 協同組合遠野商業開発
遠野ショッピングセンター とびあ

〒028-0522 岩手県遠野市新設町1-11 (遠野駅より約3分)
【お問合せ】 TEL.0198-62-2770 (とびあインフォメーションまで)

とびあ公式サイト



とびあ公式LINE



【営業時間】 上記イベントは9時~19時まで

とびあ館内 9:00~19:00
キックコーストア 9:00~20:00

※とびあ専門店の営業時間は店舗によって異なります。

図 14 : かっぱと一緒にとびあるき スタンプラリーイベント (とびあ)

○遠野応援キャラクターの提案について

岩手大学ヴィジュアルデザイン研究室では平成27年度の地域課題解決プログラムから遠野市の応援のためにキャラクターデザインを提案してきている。

遠野応援キャラプロジェクト（旧：遠野萌えキャラプロジェクト）

<https://twitter.com/tonomoechara>

すでに設定されている応援キャラクター

- ・綾織楓花（あやおり ふうか）：遠野風の丘
- ・早池峰あすか（はやちね あすか）：遠野ふるさと村
- ・小鳥瀬弥子（こがらせ みこ）：伝承園
- ・高室エマ（たかむろ えま）：たかむろ水光園



図15：冬のエマ・弥子・あすか・楓花（制作：鎌田真緒）

当時の「遠野萌えキャラプロジェクト」によって生まれたキャラクターについては、遠野を応援する気持ちや遠野萌えキャラへの愛情を前提として、創作や制作依頼が可能であり、許可申請をしなくても私用・商用とも自由に利用できることにしている。（図15）

関連する成果報告書：

<http://kenta.edu.iwate-u.ac.jp/moekyara.pdf>

<http://kenta.edu.iwate-u.ac.jp/moekyara2.pdf>

<http://kenta.edu.iwate-u.ac.jp/moekyara3.pdf>

<http://kenta.edu.iwate-u.ac.jp/tonoVTuber.pdf>

当時使用していた「萌え」という用語については、流行り廃りがあり、受け取られ方についても変動があるため、現在は「遠野応援キャラクター」と呼ぶことにしている。

現在は、男性の応援キャラクターについても試作・提案を続けてきており、これに関する学生の制作物は上記のX（旧Twitter）にて発信している。

男性のキャラクター試作としては、カップ、狐、狼（おいぬさま）の三者三様で設定（人の姿と変身形、ちびキャラ）している流れもある。

- ・カッパ：河内マモル（カワウチ マモル、仮名） - 小さい、かわいい、ドジ
- ・狐：氏郷シンジ（ウジサト シンジ、仮名） - スリム、クール、S、メガネ、女性的側面
- ・狼：森野リキヤ（モリノ リキヤ、仮名） - 筋肉、強い、優しい、恥ずかしがり屋

また、学生の自由な発想でのキャラクター化（図16）も奨励している。様々な考え方や好みで制作されたものから後に洗練されたり、新たな発想につながったりすることが期待されている。



図16：遠野応援キャラクター試作・提案（制作：那須川莉帆・島田真愛）

この活動に関連して、卒業研究として保科光希の「遠野物語を軸としたキャラクターの制作研究」と齋藤優佳の「〈遠野応援キャラクター〉をテーマとする男性キャラクターデザインの制作研究」の取り組みがある。

保科光希は「座敷童、河童、オシラサマ」をモチーフにしたキャラクターおよびマスコット案（図17）を、齋藤優佳は「狐、河童、天狗、マヨヒガ」をモチーフにした男性キャラクター案（図18）を制作した。



図17：遠野応援キャラクター試作・提案（制作：保科光希）



図 18：遠野応援キャラクター試作・提案（制作：齋藤優佳）

遠野応援キャラクター制作について（抜粋）：

保科光希：

制作にあたり、プロジェクト名にもある「萌え」という言葉が風化してきていることに着目した。このようなサブカルチャー文化の中で見られる、キャラクターに対する好意的な感情を表す言葉の変化のそばには、それに当てはまるようなキャラクター像自体の変化も存在している。こうした変化も踏まえて、制作したキャラクターにおいてはそれまでとは違う層をカバーするということを目標とした。

今回制作したものがこれまでとはまた違う別の層に享受され、地域活性化のための役割を果たせるよう願うばかりである。制作の中で得た経験を活かし、今後もデザインにおける思考の幅をさらに広げていき、より洗練された制作物を作ることができるよう精進していきたい。

齋藤優佳：

キャラクターデザインとキャラクターの設定に関して、キャラクターに意外性をもたせて魅力的なキャラ付けを意識しつつ、「なぜこのような設定になったのか」をデザインした側の都合とキャラクターの目線が合致するようにし、より説得力のある設定を心掛けた。

狐：山吹飴（やまぶき あめ）
イメージカラー 黄色
外見 社会人
身長 179cm
一人称 私・二人称 きみ
甘味が大好き

河童：藤喜助（ふじ きすけ）
イメージカラー 緑
外見 小学生
身長 152cm
一人称 僕・二人称 あなた
知的好奇心に満ちている

天狗：皇息吹（すめらぎ いぶき）
イメージカラー 赤
外見 高校生
身長 170cm
一人称 オレ・二人称 お前さん
喜怒哀楽が激しく情に脆い

マヨヒガ：穂積ツクシ（ほずみ つくし）
イメージカラー 青
外見 中学生
身長 164cm
一人称 オレ・二人称 きみ
自信なさげに見えるが、一度やると決めたことはやり遂げる芯の強さを持っている

今回は新しく遠野応援キャラクターに男性キャラクターを加えるとしたらどのような形が良いかというのを自分なりに考えてキャラクターを制作した。後輩たちの手でブラッシュアップされ、遠野応援キャラクターを用いた活動に新しい風を吹かせるきっかけになれば幸いである。

○本研究活動に関わった学生の感想（抜粋）

研究室のメンバーでチームとして「とぴあるき」の企画に取り組んだ。私は主にロゴなどの制作面における役割を担当したが、現地に行けたメンバーでウォーキングルートを決めるなど、計画的に企画を進めることができたと感じる。反省点としては、ロゴを決定する際に私の3つの案から選ぶ形だったので、もっと何人かが作成して、いくつかの案を組み合わせたり選んだりしてブラッシュアップできればよかったと思う。また、スタンプのデザインを作るのも、誰が制作するか決まらないままだったので、役割分担を明確にできればよかったと感じる。技術的な面では、来年度はアドビのソフト（イラストレーター、フォトショップ）を使えるように頑張りたい。

（笹谷成実）

遠野市にある遠野ショッピングセンター「とぴあ」は、2階フロアの半分が市役所となっており、その半分は市役所本庁舎と2階の渡り廊下で繋がっている。食料品の他にも散髪店や書店もあるが、利用層が偏っている点や利用者数の通減が課題となっている。そこで、とぴあのキャラクターを用いた企画を考えることで、利用者数を増やすことを目指した。まずはメンバーで現状確認とアイデアを出し合い、実現性のあるアイデアを決定した後に、各々で課題に取り組んだ。私はとぴあのキャラクターを用いたロゴデザインを、キャラクター5体分考案した。その結果、ウォーキングコースの各地点のQRコードをかざすと、その画像を保存できるようになった。

考案したデザインが、すぐに職員の方に共有されたことがとても嬉しく感じた点と、地域課題は自分の提案したことが反映されやすいという点で、達成感ややりがいを感じやすいと思った。

（石山咲来）



図19：スタンプラリー用のスタンプ試作（制作：笹谷成実）

遠野市産業部商工労働課 浅沼勇希さんよりコメント

地方自治体は近年少子高齢化が急速に進む中、「とぴあるき」を開催し、とぴあ庁舎及び本庁舎の至る所で、親子連れのご家族、市内の小学生、中高生、市外からの来場者様を見かける機会が多くなり、例年以上に街中は賑わいを見せています。

また、学生様方に作成いただいたイラストが好評を得ており、イラスト目的で各ポイントを巡るお客様もいらっしゃいました。これまで遠野市にはない「市役所×アート」という新しい切り口で少子高齢化問題に岩手大学の学生様と一緒に取り組むことができ、大変嬉しく思います。

是非今後もこの機会を得た気づきや感性を大切に、皆様のご健勝を祈念いたします。

この度は遠野市での地域課題解決プログラムを実施いただき、心より御礼申し上げます。

〔謝辞〕

本研究プロジェクトに関して、遠野市産業部商工労働課の永田裕さん、浅沼勇希さんにたいへんお世話になりました。心より御礼申し上げます。