

音楽がもたらすまちづくり ～企業とのパートナーシップから見えてくること～

1. 研究目的

2018年、栃木県日光市「道の駅日光 日光街道ニコニコ本陣」で、「音楽」をテーマに新規事業を開始した日本コロムビア株式会社の活動に注目し、

- 『人々が行き交う文化の遊歩道』をコンセプトに、地域の入会地（文化的コモンズ）を目指す彼らの取り組みを通して、音楽がまちづくりに果たす役割を調査する。
- 企業とのパートナーシップを通して、大学での音楽教育の成果を地域に還元できる仕組みを検討する。



道の駅日光 日光街道ニコニコ本陣
ニコニコホール

2. 研究方法

- 1) フィールド調査: 「道の駅日光 日光街道ニコニコ本陣」関係者とのインタビュー、現地で音風景の収録
- 2) 「道の駅日光×城西国際大学メディア学部」の産学共同プロジェクト

3. フィールド調査①

「道の駅日光 日光街道ニコニコ本陣」の管理・運営担当、直林広高さん（日本コロムビア株式会社 地域ビジネス開発室 室長）とのインタビュー（一部）

Q. 市民と観光客双方が関わる企画が多い理由は？

A. 地域の人が集まる所に観光客が集まるのを理想にしているから。観光客しか行かない所に地域の人には行かないが、地域の人たちが集まる所は、観光客の人達も面白いと感じるもの。

Q. 新型コロナの影響で、今年度の企画の中心がYouTube配信になった際に、重点を置いたことは？

A. 公共施設で、地域を巻き込み多くの人に参加してもらう企画ができない状況で、求められる機能は、**小さい所から繋がりを作っていく**ということ。“文化的コモンズ”と言われている公共施設が、祭り、市民団体、NPOと有機的に繋がり、**地域の入会地というものを作っていく時に、入りやすい仕組みをどれだけ持てるかが重要。**



日光市民が参加したリモートコース「パブリカ」(道の駅日光 公式YouTube「ニコニコ本陣チャンネル」より)

フィールド調査②

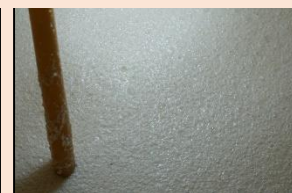
日光を音で捉える“音風景”制作のための録音
～オンライン企画『日光の名音』YouTube配信担当
野澤 茂さん（日本コロムビア）と一緒に～

その1. もろみの発酵音 ～渡辺佐平商店～

お酒作りの判断基準は、経験を積んだ杜氏による音と香り。発酵時には、泡が割れるようなブツブツとした音が、発酵期間が長くなるにつれて弱くなっていく。



発酵音の収録の様子



発酵時に発生する泡



お酒になる前段階もろみの発酵音

その2. そば打ちの音～たくみ庵～

日光産の蕎麦粉と日光の名水を使用して作る「日光あおい蕎麦」。通常よりも香りや、青みが強いのが特徴。



そば打ちの収録の様子



そば打ちの作業手順（水回し～のし(角だし)～均一に伸ばす～そば切り）

4. 道の駅日光×城西国際大学 メディア学部の産学共同プロジェクト

コロナ禍の影響で、「リアルな場」から「オンラインの場」を起点とした取り組みの一環として、音楽関連本を、著者を交えながら対談・紹介するラジオ番組を開設(月2回配信)。滝口ゼミ生ではMC、楽曲提供、録音・編集を担当。



5. 結論と今後の課題 「道の駅日光 日光街道ニコニコ本陣」が、地元住民の興味・関心に観光客を巻き込んだ取り組みに重きを置いており、その軸にあるのが音楽であることがわかった。それに対して私達が貢献できることは、彼らの活動に技術を提供すること、地元住民の生活に根差した音を残すことである。今後も、企業とのパートナーシップを大切に、活動を継続させていきたい。