

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お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。