

上越市通年観光計画(中間とりまとめ) 参考資料

上越市 文化観光部

令和5年11月15日

— 目 次 —

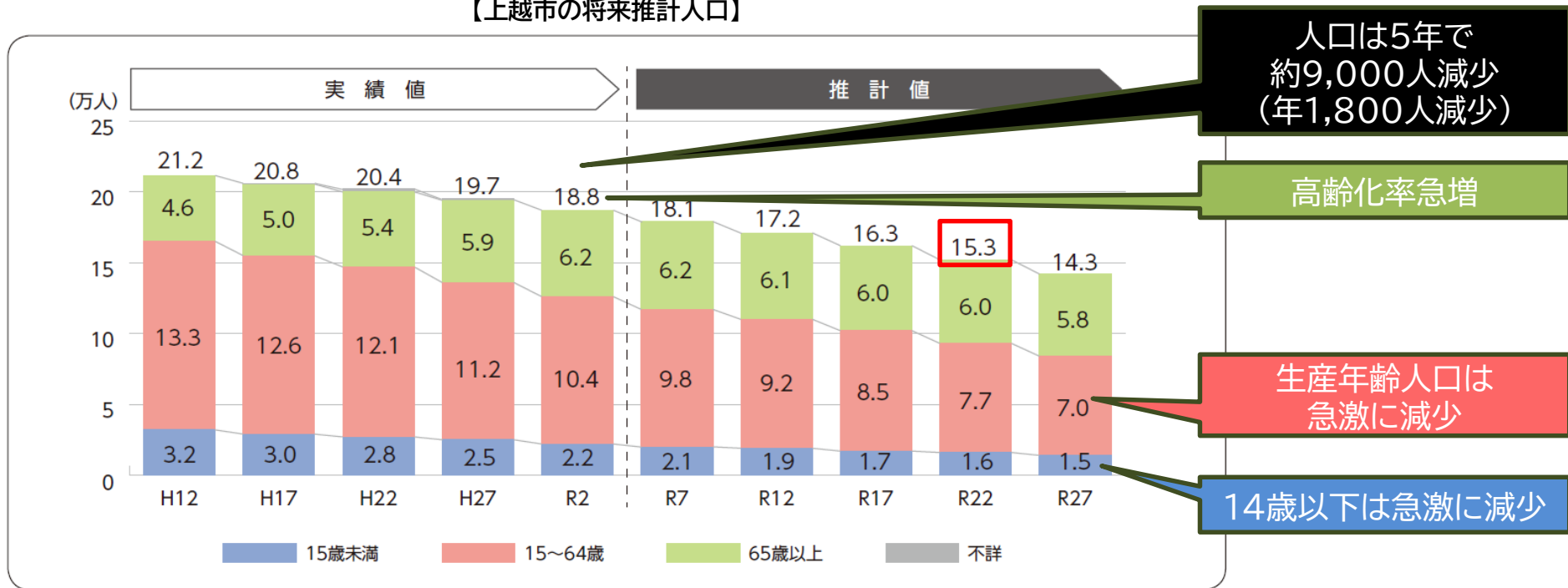
- 1 上越市が直面する課題
- 2 国の観光施策
- 3 上越市の観光の現状
- 4 各地域の現状分析
- 5 コンセプトの背景

1 上越市が直面する課題

上越市の人口減少

20年後の上越市の人口は、約15万人と予測

【上越市の将来推計人口】

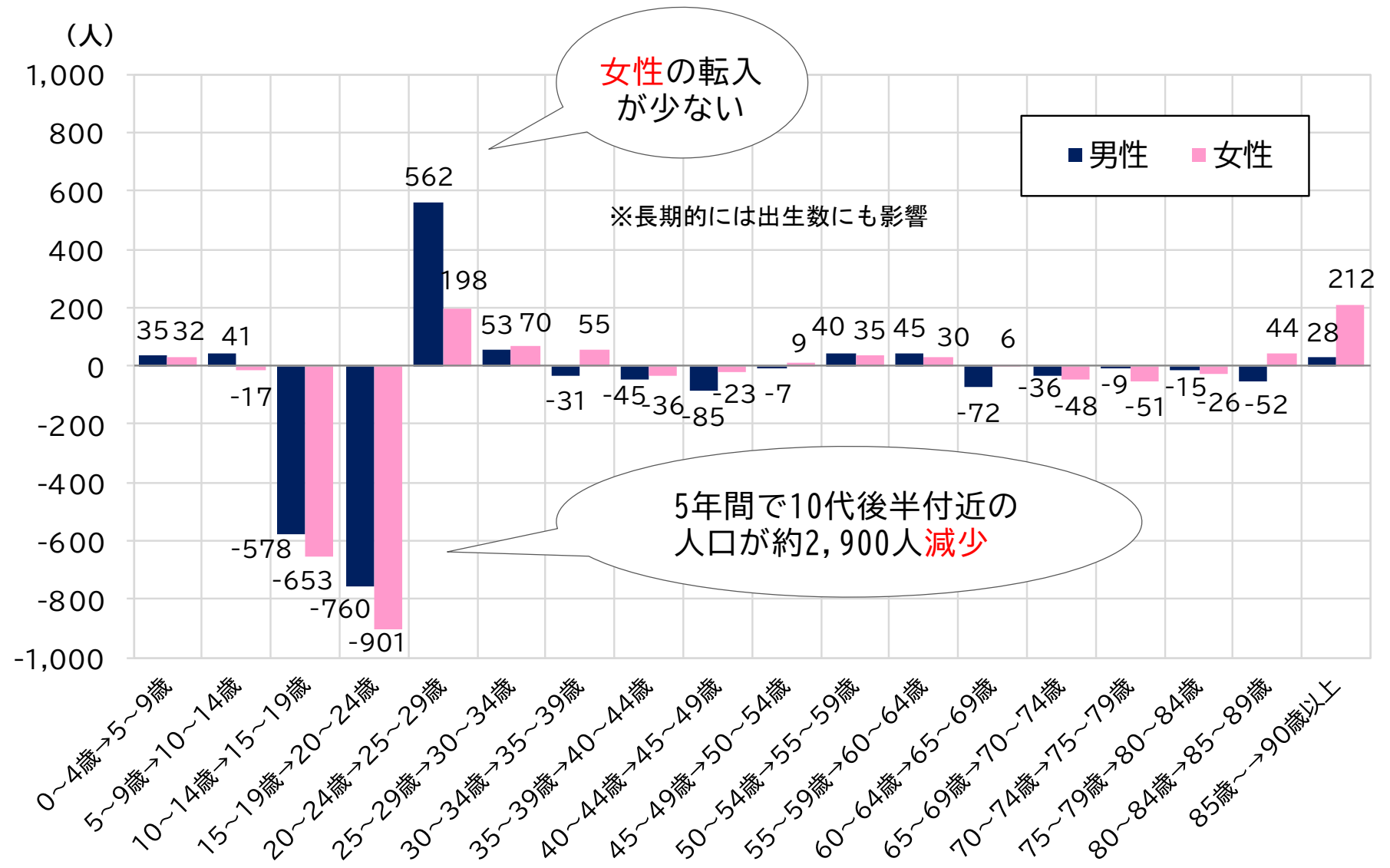


出所：総務省「国勢調査」及び、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（H30年3月推計）」により作成
備考：平成27年、令和2年の数値は不詳補完値

※上越市の人口は、現在183,334人(令和5年10月1日住民基本台帳ベース)

上越市の人口減少＝地域経済規模(地域の活力)の縮小
 定住人口消費額：130万円/人×約1,800人/年＝約23.4億円/年の減少(5年で約117億円減少)

年代別に見た5年間の転入超過・転出超過(純移動数)

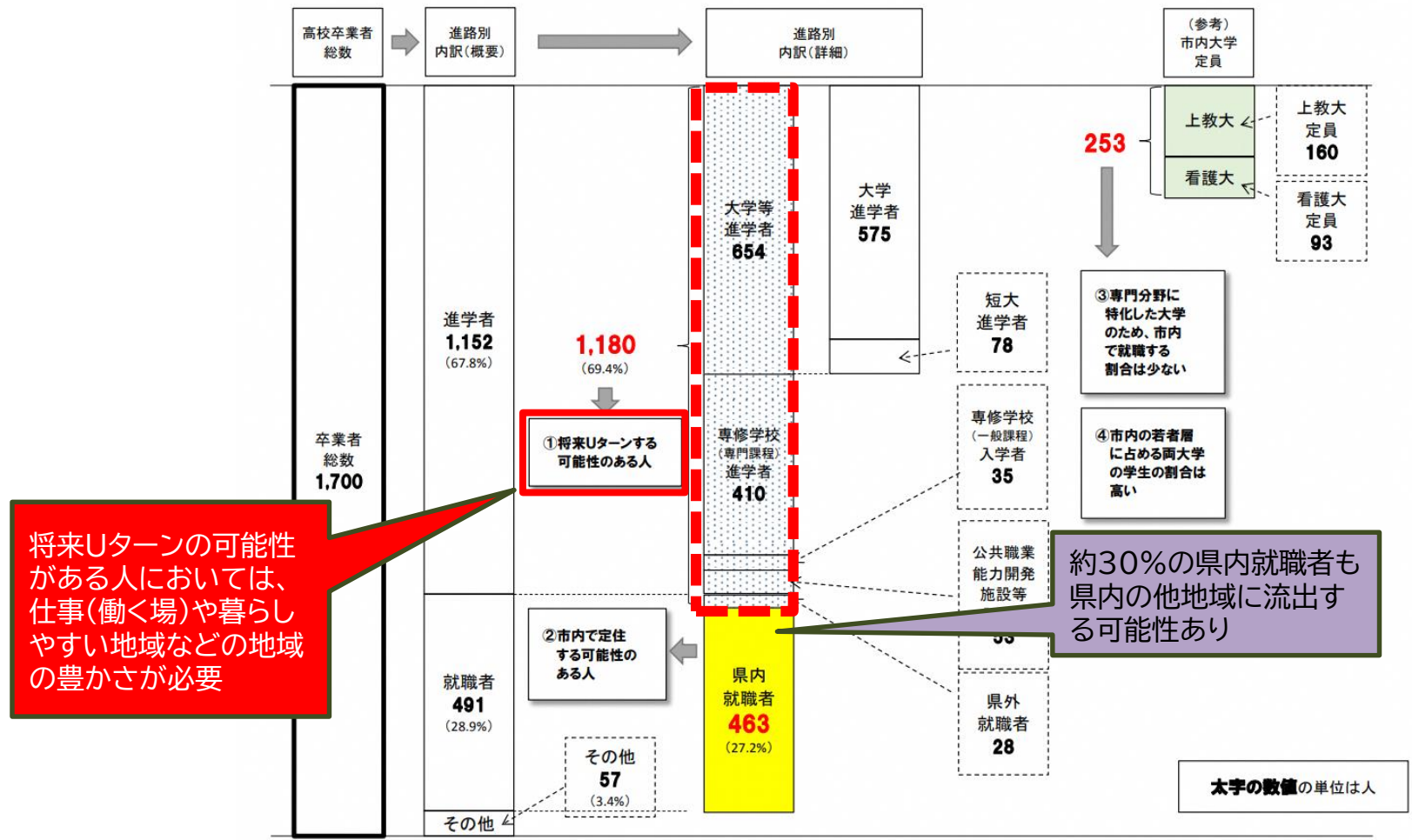


出所：純移動数は、平成22年と平成27年の総務省「国勢調査」人口と生残率を用いて推定した値

上越市の若者の流出

○ 進学を契機とした若年人口の流出が顕著である。

【上越市内の高等学校における卒業者の進路の状況】

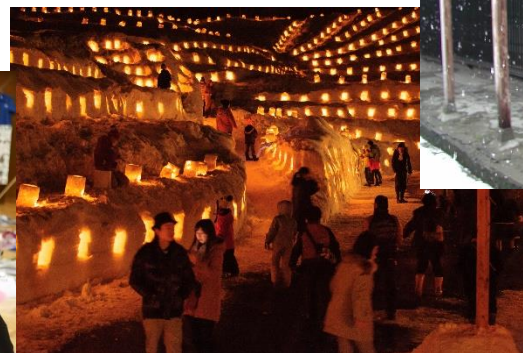
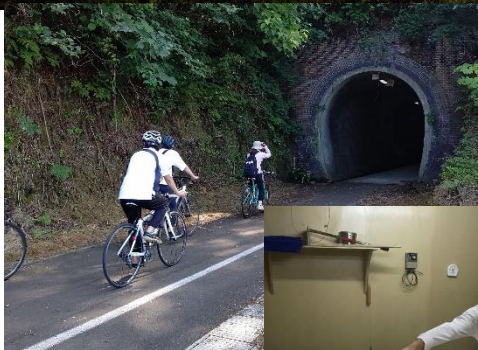


出所: 平成 26 年度学校基本調査により作成



地域資源を守り・いかす担い手が減少

地域の生業(なりわい)や
歴史文化の継承の危機



2 国の観光施策

国が目指す観光の在り方①:観光立国懇談会報告書

- 平成15(2003)年の小泉政権下の内閣官房が主導した観光立国懇談会で、観光立国の基本的な在り方が検討された。
- その後の第156回国会の小泉首相の施政方針演説で、観光の振興を政府を挙げて取り組むことが表明され現在に至る。

●「国の光を観る」-観光の原点-

「観光」の語源は、中国の古典『易経』の「国の光を観る」にあるといわれている。『易経』は、一国の治世者はくまなく領地を旅して、民の暮らしを観るべしと説いている。民の暮らしは政治の反映であり、善い政治が行われていたならば、民は生き活きと暮らすことができ、他国に対して威勢光輝を示すことができるというわけである。つまり、「国の光を観る」という行為は「国の光を示す」という国事行為につながっていたのである。

観光立国の推進に当たっては、まずはこうした「観光の原点」に立ち返ること、つまり「観光」概念の革新が必要になる。**観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、一つの地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことにある。**そのように考えると、観光は、国づくりや地域づくり、町づくりと密接に関わることが明らかになる。

●観光は住んでよし、訪れてよしの国づくり

観光立国の基本理念は、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を実現することにある。

日本に住む全ての人々が、**自らの地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしているならば、おのずとだれしもがその地を訪れたいくなるものである。**観光立国を契機にして、**美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に推進することによって、「くらしといのちの輝き」を発揮することが可能になる。**日本は長い年月をかけて独特の魅力を育ててきた。戦後における経済の高度成長、産業化の中で、多かれ少なかれ見失われ、あるいは減殺されてきた文化の魅力を再活性化させ、「光」の輝きに磨きをかけ直し、心と頭にいい旅を再び創造することが「観光の革新」の意味するところでもある。

観光は、**住む人々が地域の「光」をよりよく自覚することを可能にするだけでなく、訪れる人々にとっても地域の「光」をよりよく感じさせるものでなければならない。**さらに全ての人々が身体的条件や経済的条件にかかわらず安心して楽しめる観光が世界的に推進されていることを考えて、日本もこの点に配慮した観光立国を促進する必要がある。**従来の大量生産・大量販売型の観光に代わって、個々の観光客の主体性を尊重して、学びや癒しや遊びなど、それぞれなりの楽しみ方を可能にする「新しい型の観光」の促進も図らねばならない。**さらに、**地域の貴重な自然資源や文化資源を持続可能な方法で活用する「持続可能な観光」を念頭に、地域の人々が主導的に展開する「自律的観光」の実現化を図ることも重要**である。

観光システムの改革こそ、観光の革新のために不可欠な要素である。

観光立国懇談会報告書


—住んでよし、訪れてよしの国づくり—

2003年4月24日

観光立国懇談会

国が目指す観光の在り方②:観光庁ビジョン

- 観光立国を強化・推進するために、観光庁が平成20(2008)年に設立された。
- 観光庁の理念でも、観光立国の実現を通じた「住んでよし、訪れてよし」の豊かな地域の実現を理念に掲げている。



観光庁
Japan Tourism Agency

観光庁ビジョン
開かれた観光庁

観光庁の理念

私たちは、「観光立国の実現」を通じて、我が国経済社会の活性化、活力に満ちた地域社会の実現の促進、国際相互理解の増進や国際平和の実現、健康で文化的な生活の実現などに貢献します。

このため、具体的な目標を定めて、以下のとおり「住んでよし、訪れてよしの国づくり」に取り組みます。

- 我が国の魅力を内外に発信します。
- 国内外の交流人口を拡大し、我が国や地域を元気にします。
- 地域の自律的な観光地づくりを応援します。
- 観光関連産業を活性化します。
- すべての人が旅行しやすい環境を整備します。

観光庁の行動憲章

私たちは、国の行政の新しい姿を目指し、「開かれた観光庁」として新しい意識と組織文化の創造に職員一人一人が取り組みます。

観光庁5か条

- 民間、地方自治体、他省庁などと交流し、新しい力を発揮します。
- タテ割りに陥ることなく、無駄を省いてスピード感を持ち、迅速に成果を出します。
- 積極的に情報を発信し、仕事のプロセスや結果を公開します。
- 専門性の向上に努め、観光に関する相談には幅広く応じます。
- 壁のない自由なコミュニケーションを徹底し、働きやすい職場環境を作ります。



【観光庁の理念】

住んでよし、訪れてよしの国づくり

<目的>

観光立国の実現を通じて

「活力に満ちた地域社会の実現」

「国際相互理解の増進や国際平和の実現」

「健康で文化的な生活の実現」

などに貢献します

<目標(※抜粋)>

- ・国内外の交流人口を拡大し、我が国や地域を元気にする
- ・地域の自律的な観光地づくりを応援する
- ・観光関連産業を活性化する

【観光立国の理念】

住んでよし、訪れてよしの国づくり

①観光の原点回帰

- ・観光の原点は、ただ単に名所や風景などの「光を見る」ことだけではなく、地域に住む人々がその地に住むことに誇りをもつことができ、幸せを感じられることによって、その地域が「光を示す」ことであり、地域づくりと密接に関わるものである。

②観光の概念の革新

- ・戦後の高度成長・産業化の中で、見失われ減殺されてきた文化の魅力を再活性化させ、「光」の輝きに磨きをかけ直し、心と頭にいい旅を再び創造することが「観光の革新」である。
- ・従来の大量型の観光に代わって、個々の観光客を尊重した学びや癒しや遊びなど、各自の楽しみ方を可能にする「新しい型の観光」の促進が必要である。
- ・さらに、地域の貴重な自然資源や文化資源を持続可能な方法で活用する「持続可能な観光」を念頭に、地域の人々が主導的に展開する「自律的観光」の実現化を図ることも重要である。

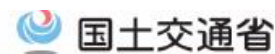
③住んでよし、訪れてよしの地域づくり(=観光は住民も観光客も豊かになる地域づくり手法である)

- ・自らの地域社会や都市を愛し、誇りを持ち、楽しく幸せに暮らしている(住んでよし)ならば、おのずとだれしものがその地を訪れたくなる(訪れてよし)ものである。
- ・観光立国を契機にして、美しい日本の再生、都市の活性化、新しい地域文化の創造などをより積極的に推進する(=観光は地域づくり)。
- ・地方衰退や人口減少・高齢化の状況下において、地域を豊かにし持続可能にしていくためには、観光による交流人口の拡大や観光産業の活性化が必須である。

観光立国推進基本計画(第4次)

- 第4次観光立国推進基本計画において「住んでよし、訪れてよしの観光地域づくり」が戦略となっている。

(参考)観光立国推進基本計画(第4次)概要 ~持続可能な形で観光立国の復活に向けて~



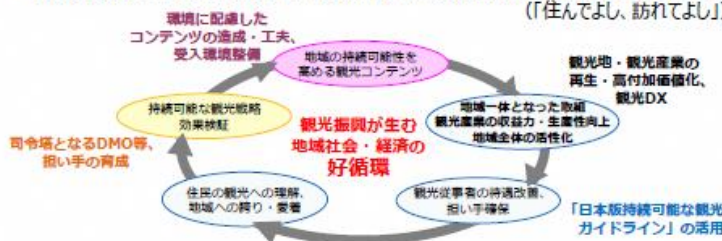
- 観光はコロナ禍を経ても**成長戦略の柱、地域活性化の切り札**。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、**我が国の観光を持続可能な形で復活させる**。
- **大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。**

計画期間：
令和5～7年度
(2023～2025年度)

基本的な方針

持続可能な観光地域づくり戦略

- 観光振興が**地域社会・経済に好循環**を生む仕組みづくりを推進する
- 観光産業の**収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善**にもつなげる
(「稼げる産業・稼げる地域」)
- **地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立**させる
(「住んでよし、訪れてよし」)



インバウンド回復戦略

- 消費額5兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する
- 消費額拡大・地方誘客促進を重視する
- アウトバウンド復活との相乗効果を目指す

国内交流拡大戦略

- 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す
- 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる**新たな交流需要の開拓**を図る

目標

- 早期達成を目指す目標：インバウンド消費5兆円、国内旅行消費20兆円
- 2025年目標（質の向上を強調し、人数に依存しない指標を中心に設定）

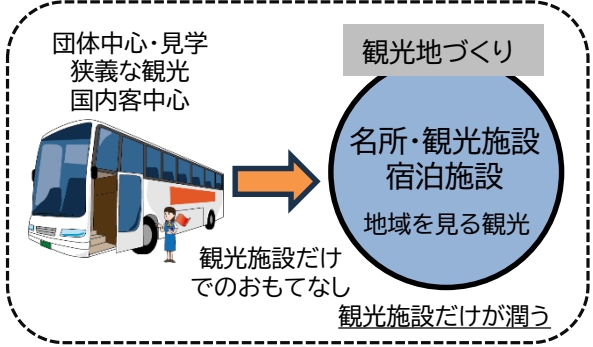
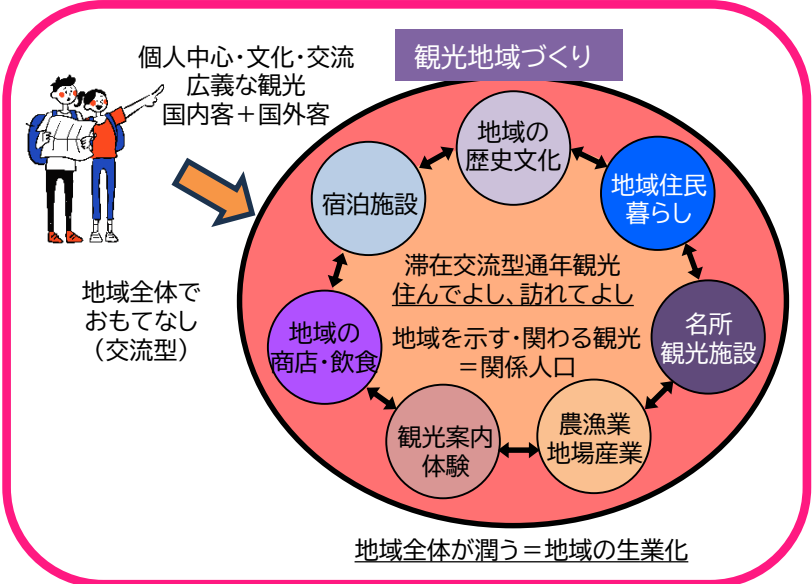
目標	数値
地域づくりの体制整備	① 持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数【新】 100地域
インバウンド回復	② 訪日外国人旅行消費額単価【新】 20万円/人
	③ 訪日外国人旅行者一人当たり地方部宿泊数【新】 2泊
	④ 訪日外国人旅行者数 2019年水準超え
国内交流拡大	⑤ 日本人の海外旅行者数 アジア最大・3割以上
	⑥ 国際会議の開催件数割合 アジア最大・3割以上
	⑦ 日本人の地方部延べ宿泊者数 3.2億人泊
	⑧ 国内旅行消費額 22兆円

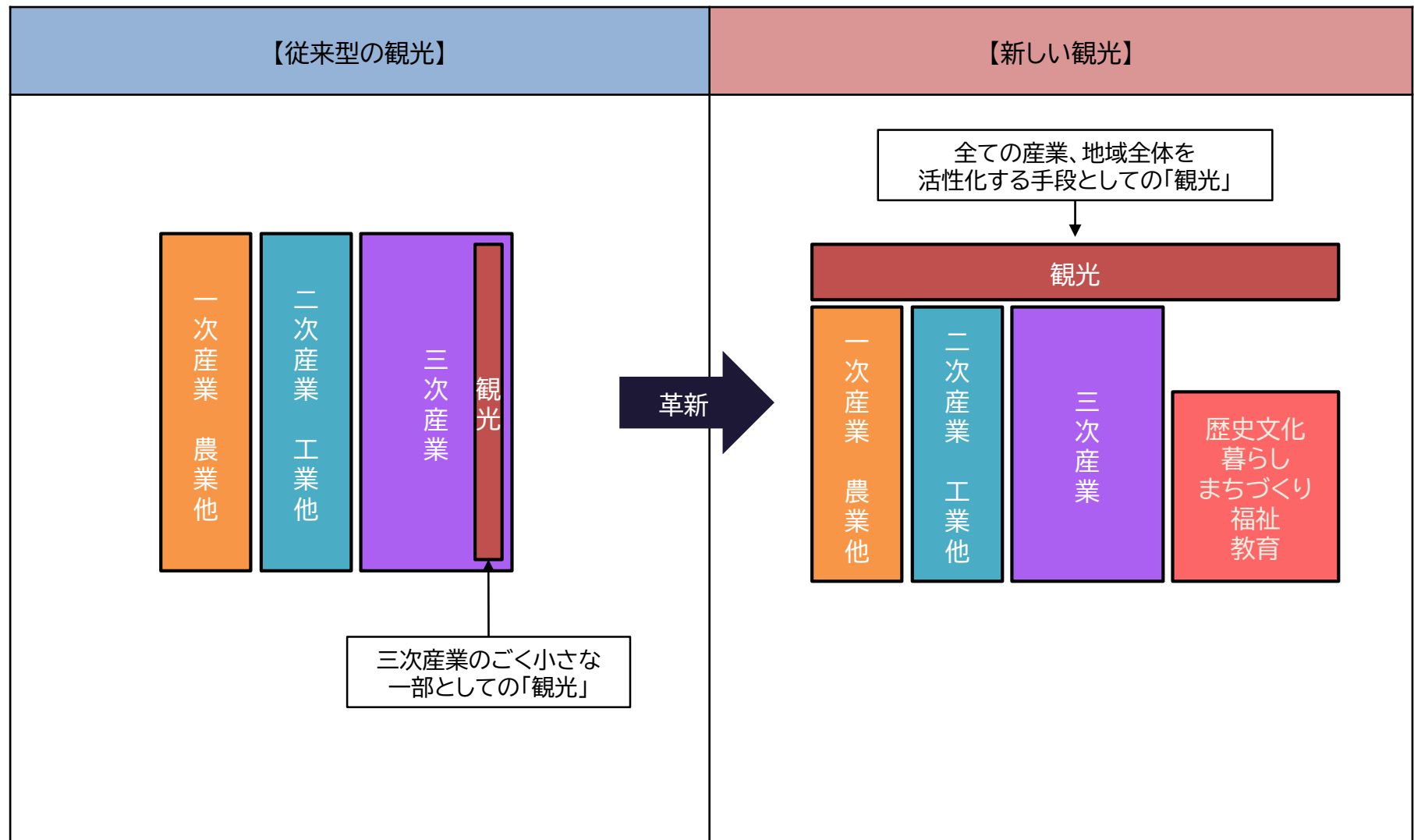
主な施策

- 観光地・観光産業の再生・高付加価値化
- 観光DX、観光人材の育成・確保
- 持続可能な観光地域づくりのための体制整備等
- コンテンツ整備、受入環境整備
- 国内需要喚起
- 高付加価値なインバウンドの誘致
- ワークーション、第2のふるさとづくり
- アウトバウンド・国際相互交流の促進
- 国内旅行需要の平準化

目指す2025年の姿

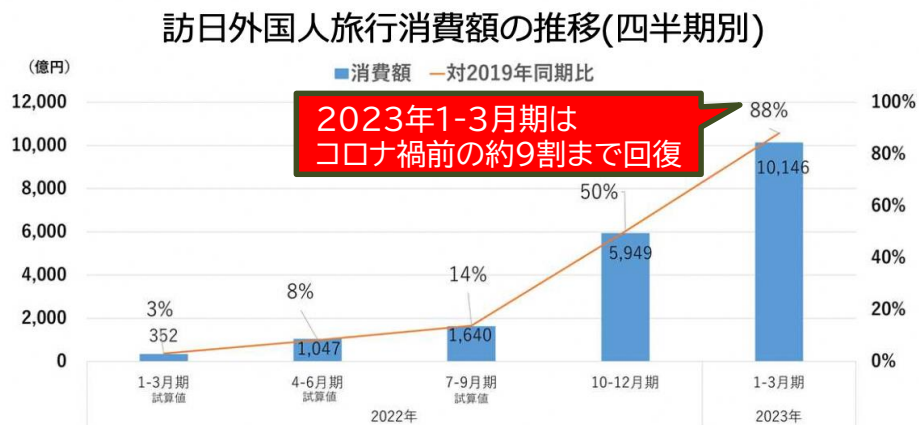
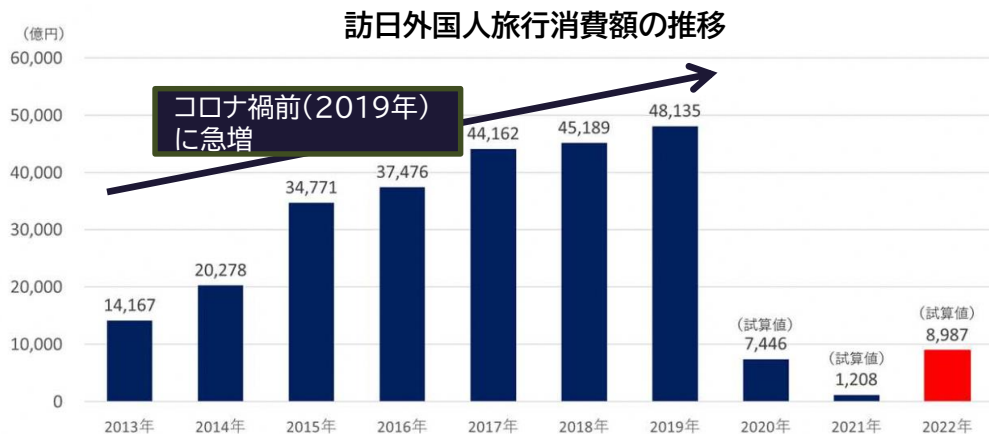
- 活力に満ちた**地域社会の実現**に向け、**地域の社会・経済に好循環**を生む「**持続可能な観光地域づくり**」が全国各地で進められ、**観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大**がコロナ前より進んだ形で**観光が復活**している
- 万博の開催地である我が国が**世界的潮流を捉えた観光地**として脚光を浴び、「**持続可能な観光**」の**先進地**としても注目されている

<p>【従来型の観光】 名所や観光施設等のスポット型な「観光地づくり」</p>	<p>【新しい観光】 住んでよし、訪れてよしの面的な「観光地域づくり」</p>
 <p>革新</p>	
<p>光を見る観光(名所や観光施設を見る)</p>	<p>光を示す観光(豊かな地域の文化や暮らしを感じ交流する)</p>
<p>狭義な観光＝観光地づくり</p>	<p>広義な観光＝観光地域づくり</p>
<p>団体旅行・国内観光客</p>	<p>個人旅行・国内に加えてインバウンド</p>
<p>観光スポットを見る・季節観光</p>	<p>地域全体に関わる・感じる・通年観光</p>
<p>観光業者が主体(施設だけのおもてなし)</p>	<p>地域・住民が主体(地域全体でおもてなし)</p>
<p>観光事業者だけが潤う</p>	<p>地域全体が潤う＝地域の生業に</p>



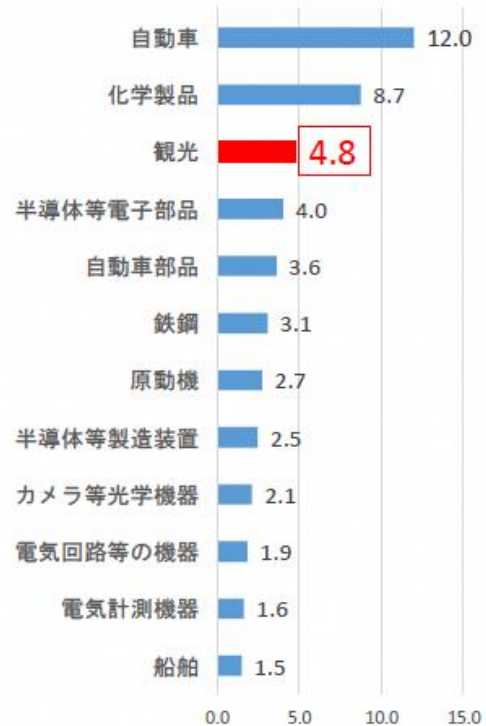
観光の経済規模①: 訪日外国人旅行消費額

- 訪日外国人旅行消費額はコロナ禍前に急増し、コロナ収束後も回復傾向にある。
- 観光は自動車、化学製品に次ぎ3番目であり、地域資源があれば地方でも成立可能である。→地域活性化の切り札



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」

2019年の訪日外国人旅行消費額
4兆8,135億円



資料：財務省「貿易統計」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき観光庁作成
※カッコ内に記載の品名は、貿易統計における品名を示す。

観光の経済規模②：日本人国内旅行消費額

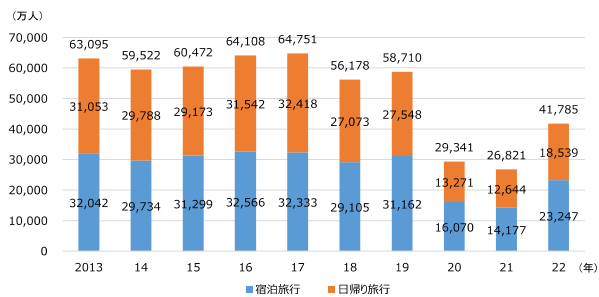
○ コロナ禍前の日本人国内旅行消費額は約22兆円と大きい。また、直近では、国内旅行消費額のうち、日本人の宿泊旅行は全体の約7割を占める。

【第I部】日本の観光の動向（国内旅行）



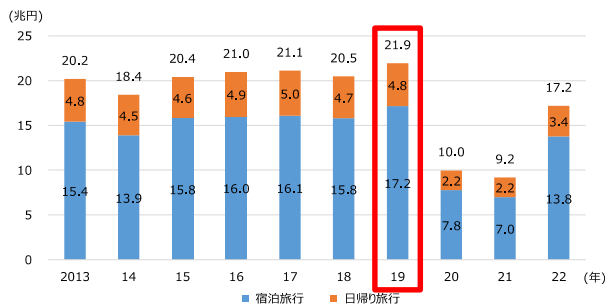
- 2022年の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は2億3,247万人（2019年比25.4%減）、日帰り旅行延べ人数は1億8,539万人（2019年比32.7%減）。
- 2022年の日本人国内旅行消費額は17.2兆円（2019年比21.6%減）。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は13.8兆円（2019年比19.8%減）、日帰り旅行の国内旅行消費額は3.4兆円（2019年比28.0%減）となった。
- 日本国内における旅行消費額は18.7兆円（2019年比33.2%減）。

（図表 I -20）日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移



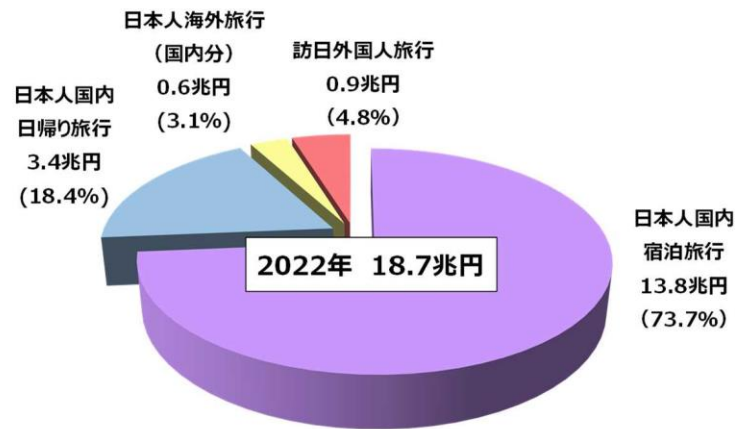
資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

（図表 I -21）日本人国内旅行消費額の推移



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

（図表 I -22）日本国内における旅行消費額



(単位：兆円)

	2013年	14	15	16	17	18	19	20	21	22
日本人国内宿泊旅行	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0	13.8
日本人国内日帰り旅行	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2	3.4
日本人海外旅行 (国内分)	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1	0.6
訪日外国人旅行	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1	0.9
合計	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4	18.7

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」に基づき作成。
注1：2020年（令和2年）から2022年（令和4年）の「日本人海外旅行（国内分）」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。
注2：2020年（令和2年）から2022年（令和4年）の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により試算値。

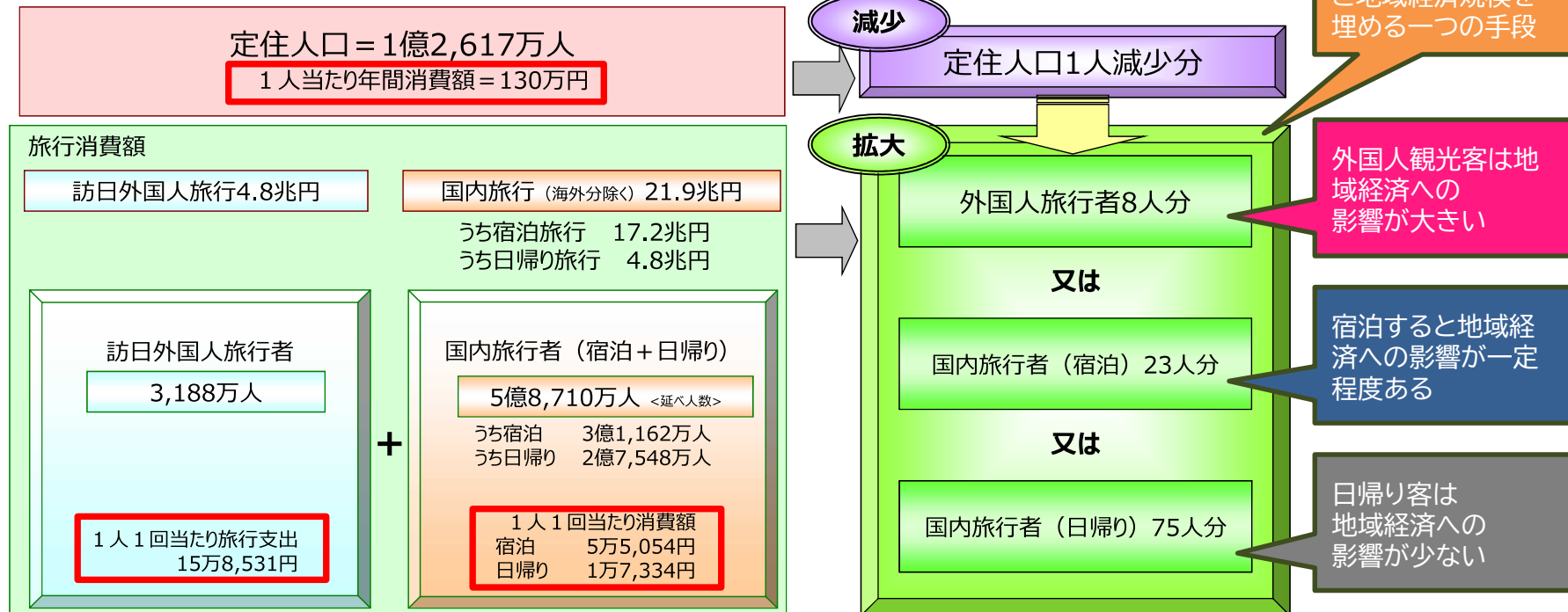
観光客(交流人口)による経済効果

- 定住人口が減少する中では、観光による経済効果を意識したまちづくりが必要である。

観光交流人口増大の経済効果 (2019年)



- **定住人口1人当たりの年間消費額** (130万円) は、旅行者の消費に換算すると**外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊) 23人分、国内旅行者(日帰り) 75人分**にあたる。



定住人口は2019年10月1日現在人口推計 (総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2019年家計調査 (総務省) による。旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査 (2019年) より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査 (2019年) より算出。訪日外国人旅行者は日本政府観光局 (2019年) 発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査 (2019年) より算出。訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査 (2019年)、国内旅行者 (宿泊/日帰り) 1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査 (2019年) より算出。定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものである。 (*観光庁資料)

3 上越市の観光の現状

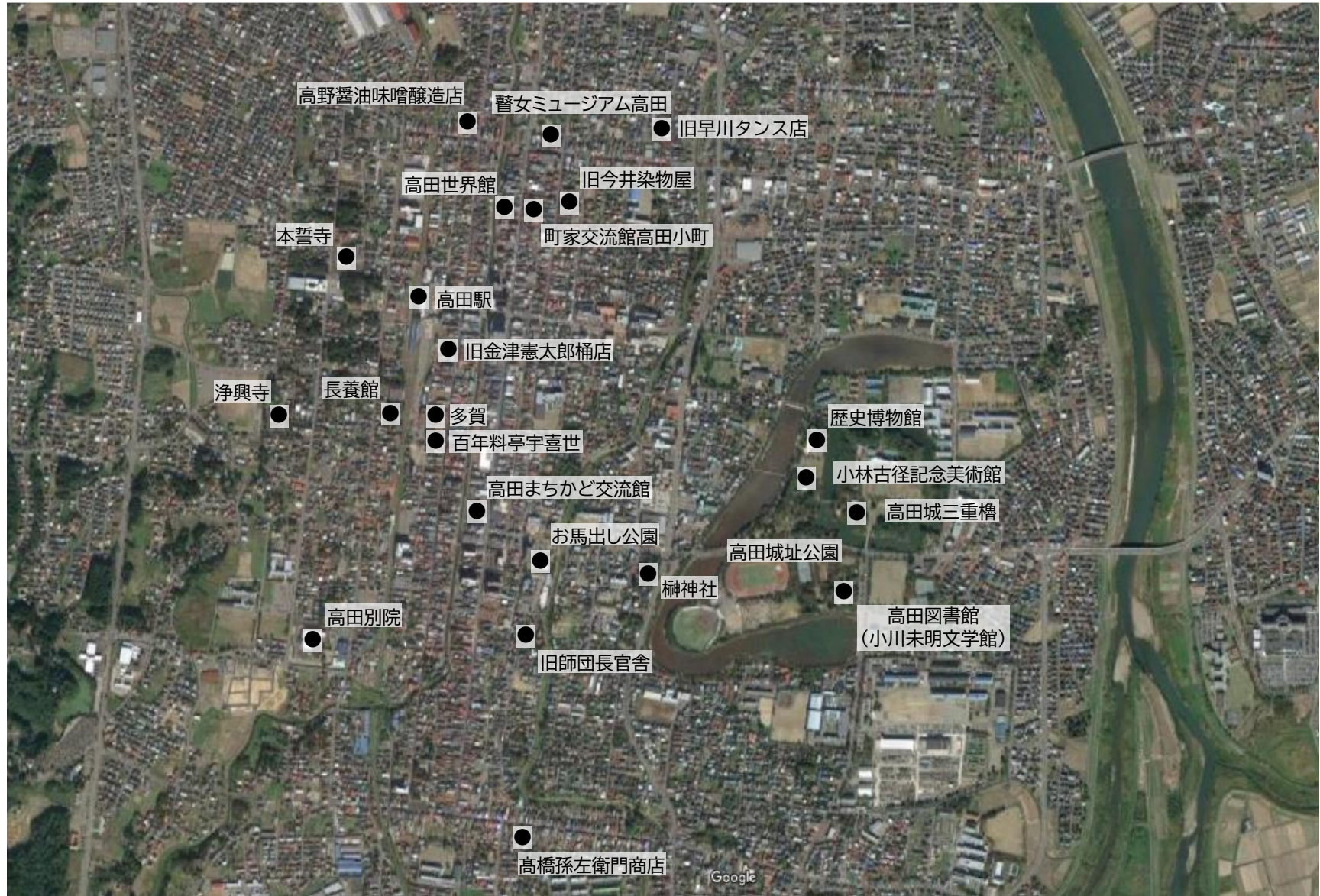
○ 主な歴史文化資源



○ 主な歴史文化資源



○ 主な歴史文化資源



旅行消費額は相対的に低い現状にある

- 旅行消費額は非常に少ない。
- 滞在場所・滞在時間が少なく、消費場所・消費機会が少ないことが予想される。

旅行消費額(円)

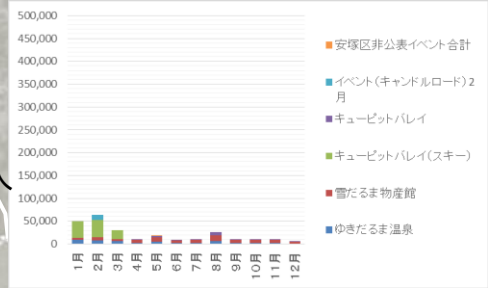
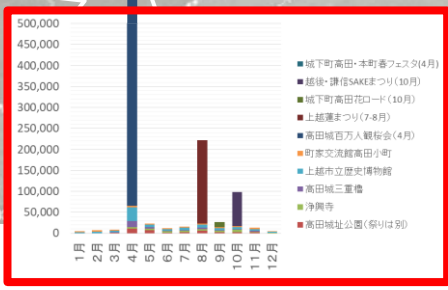
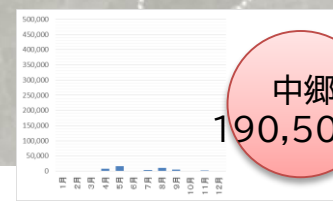
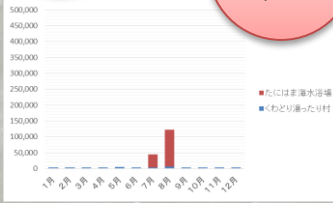
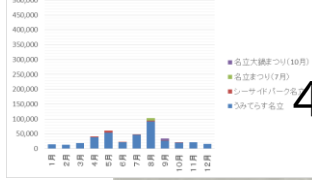
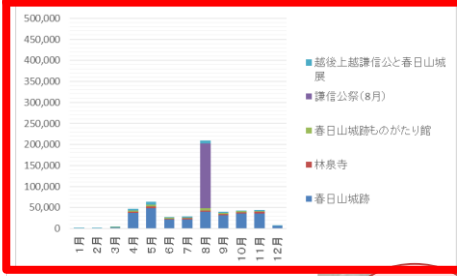
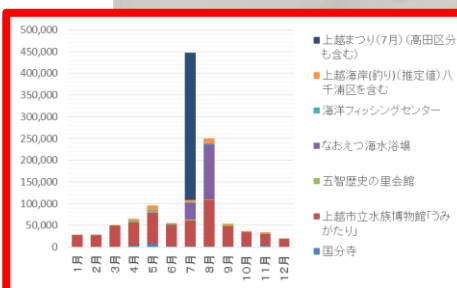
		上越市			新潟県	全国
国内旅行者	日帰り	県内	3,168		4,858	17,334
		県外	4,345	← 1/2以下 →	10,824	
	宿泊	県内	13,167	← 約1/2 →	25,133	55,054
		県外	17,380	← 約1/2 →	34,713	
外国人旅行者	宿泊		—		—	158,531

出所: 上越市観光データ
集2019

出所: 全国観光入込客統
計2019

出所: 旅行・観光消費動向
調査2019、訪日外国人
消費動向調査2019

地域別観光入込数(令和元年度)



直江津
1,164,290人

春日
518,567人

名立
417,754人

谷浜・桑取
202,167人

金谷
108,750人

和田
20,872人

中郷
190,507人

高田
1,725,439人

有田
108,508人

大潟
255,803人

柿崎
109,551人

吉川
69,501人

新道
106,468人

高士
25,500人

浦川原
19,700人

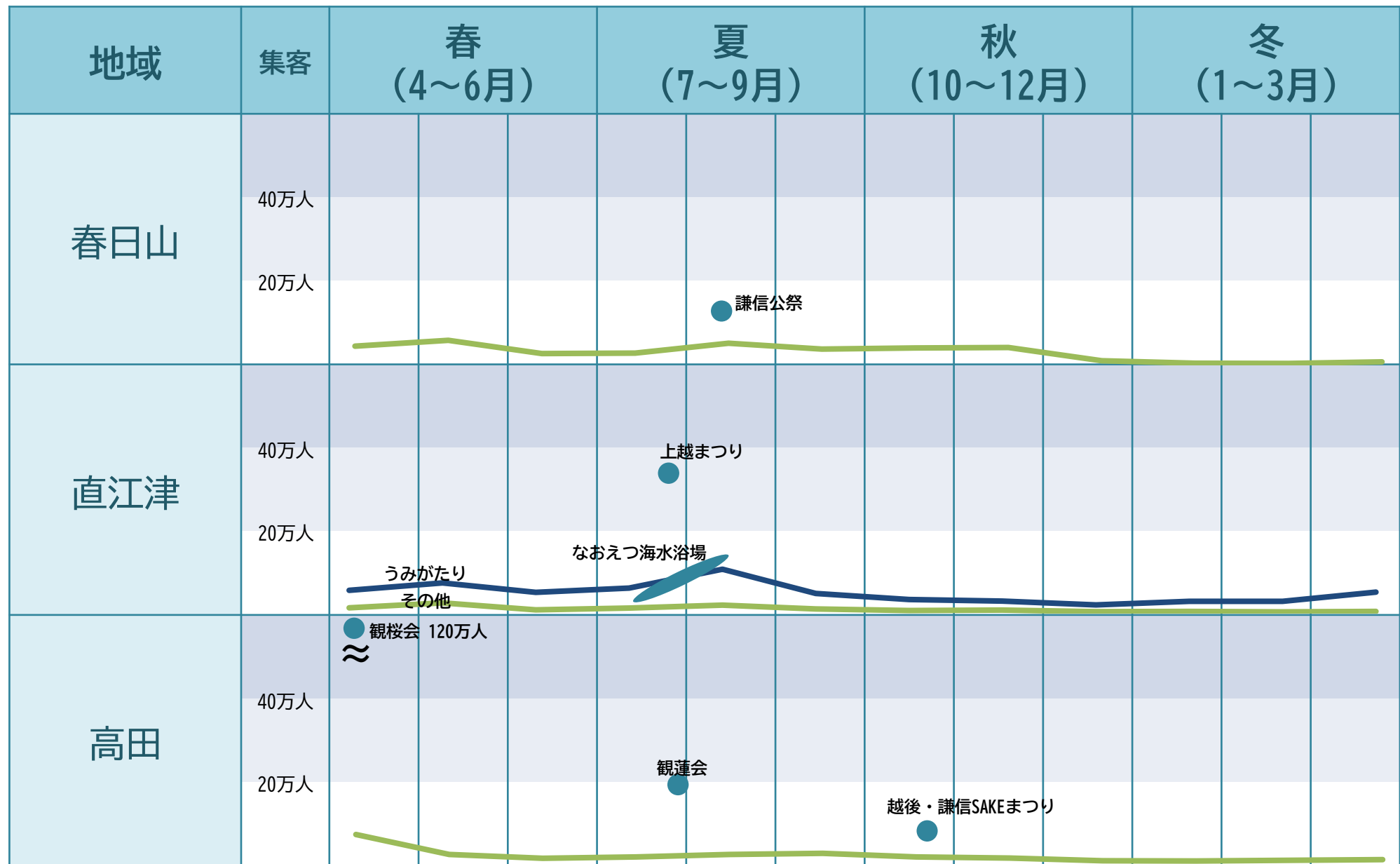
大島
11,996人

板倉
53,676人

安塚
238,509人

出所:新潟県観光入込客統計調査の共通基準を満たす市内の観光地点及びイベントを集計
※上越まつりは、直江津地域に一括計上

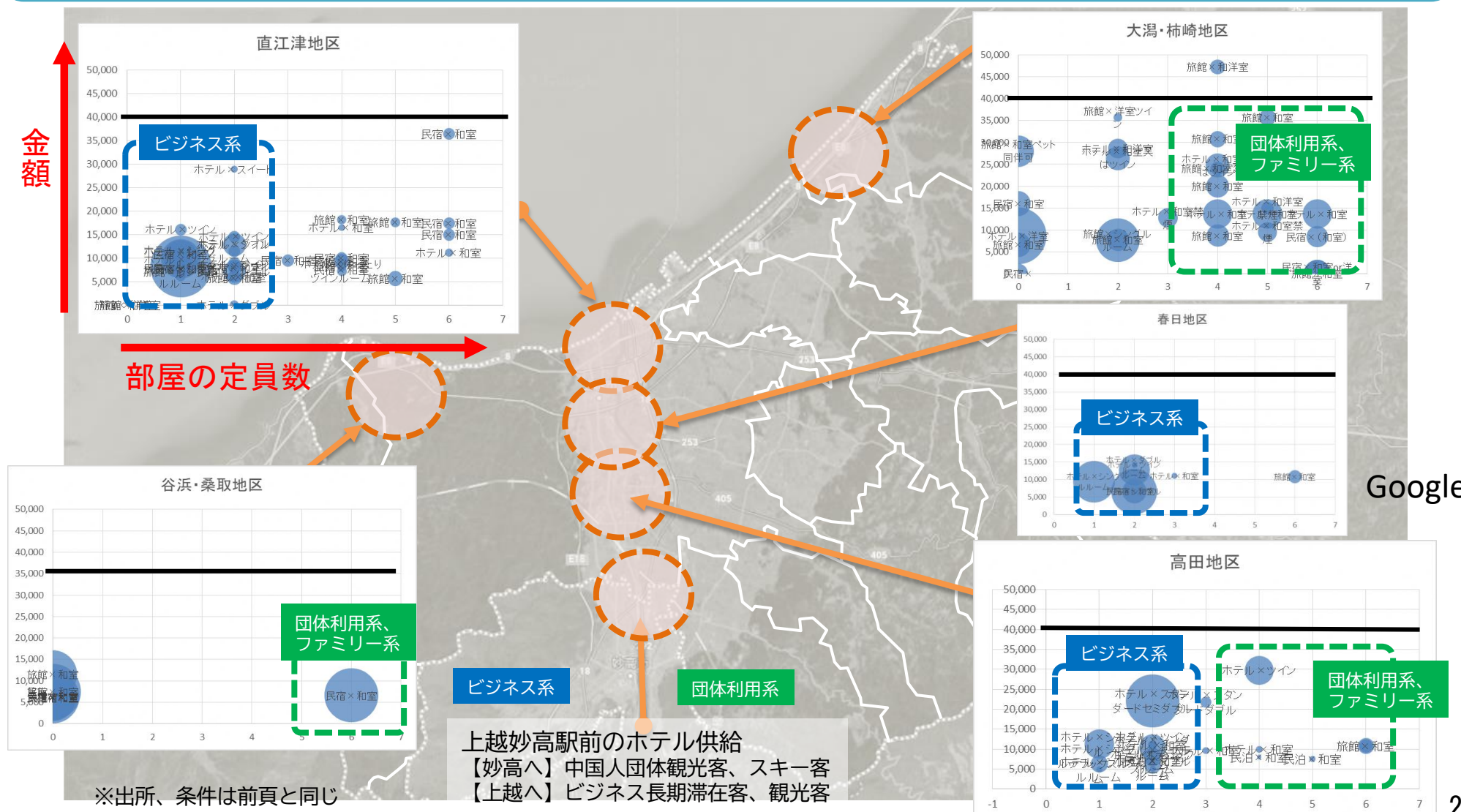
イベントへの依存傾向が課題



出所：新潟県観光入込客統計調査の共通基準を満たす市内の観光地点及びイベントを集計(令和元年)
 ※上越まつりは、直江津地域に一括計上

宿泊施設の定員と価格帯の分布(主要エリア)

- 大潟・柿崎地区には旅行客向けの施設はあるものの、直江津地区にはファミリー系が少ない。
- 高田地区にはビジネス・ファミリー系ともに立地するが、ラグジュアリー系がない。



- コンスタントな集客により民間投資が促される可能性がある。

うみがたりのオープン以降、周辺で新たに生まれた店

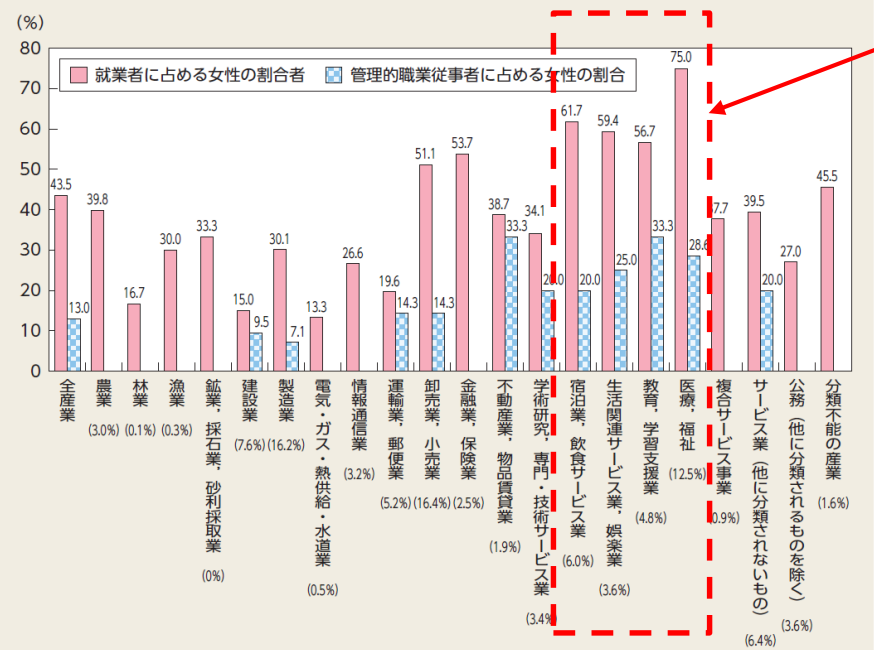


(このほか週末には周辺にキッチンカーが複数出店)

Uターン・Iターン促進の可能性

○ 観光・教育関連産業の成長は、女性が活躍しやすい環境整備につながる可能性がある。

就業者及び管理的職業従事者に占める女性の割合



就業者、管理的従事者ともに女性の割合が高い職種（≡女性の活躍が期待される職種）

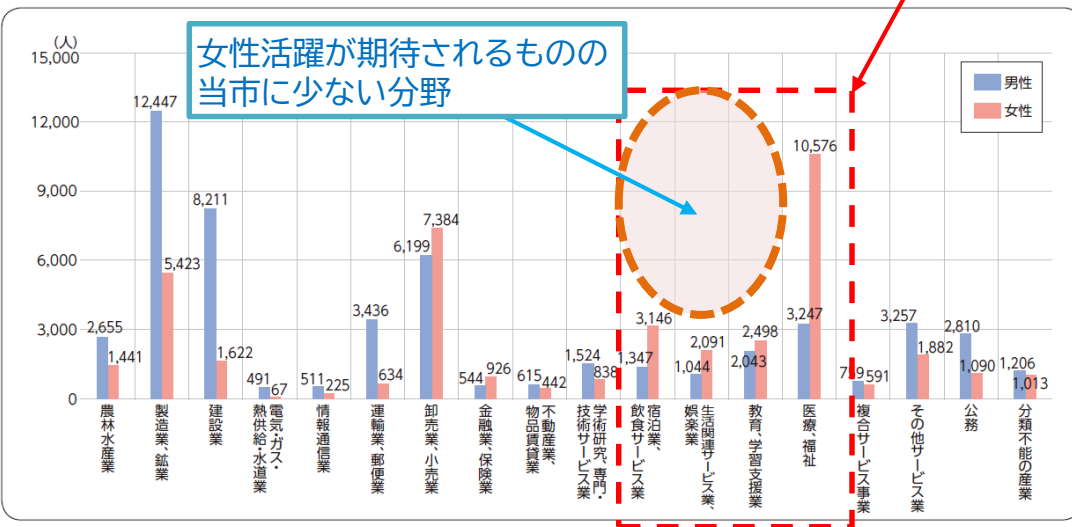
- ・宿泊業・飲食サービス業
- ・生活関連サービス業・娯楽業
- ・教育・学習支援業
- ・医療・福祉

観光関連産業

(備考) 1. 総務省「労働力調査（基本集計）」（平成28年）より作成。
 2. 管理的職業従事者とは、就業者のうち、会社役員、企業の課長相当職以上、管理的公務員等を指す。
 3. 産業名の下に記載されている（ ）内の％は、全産業の就業者に占める当該産業の就業者の割合を示す。

出所：平成29年版男女共同参画白書

上越市の性・産業別就業者数(令和2年)



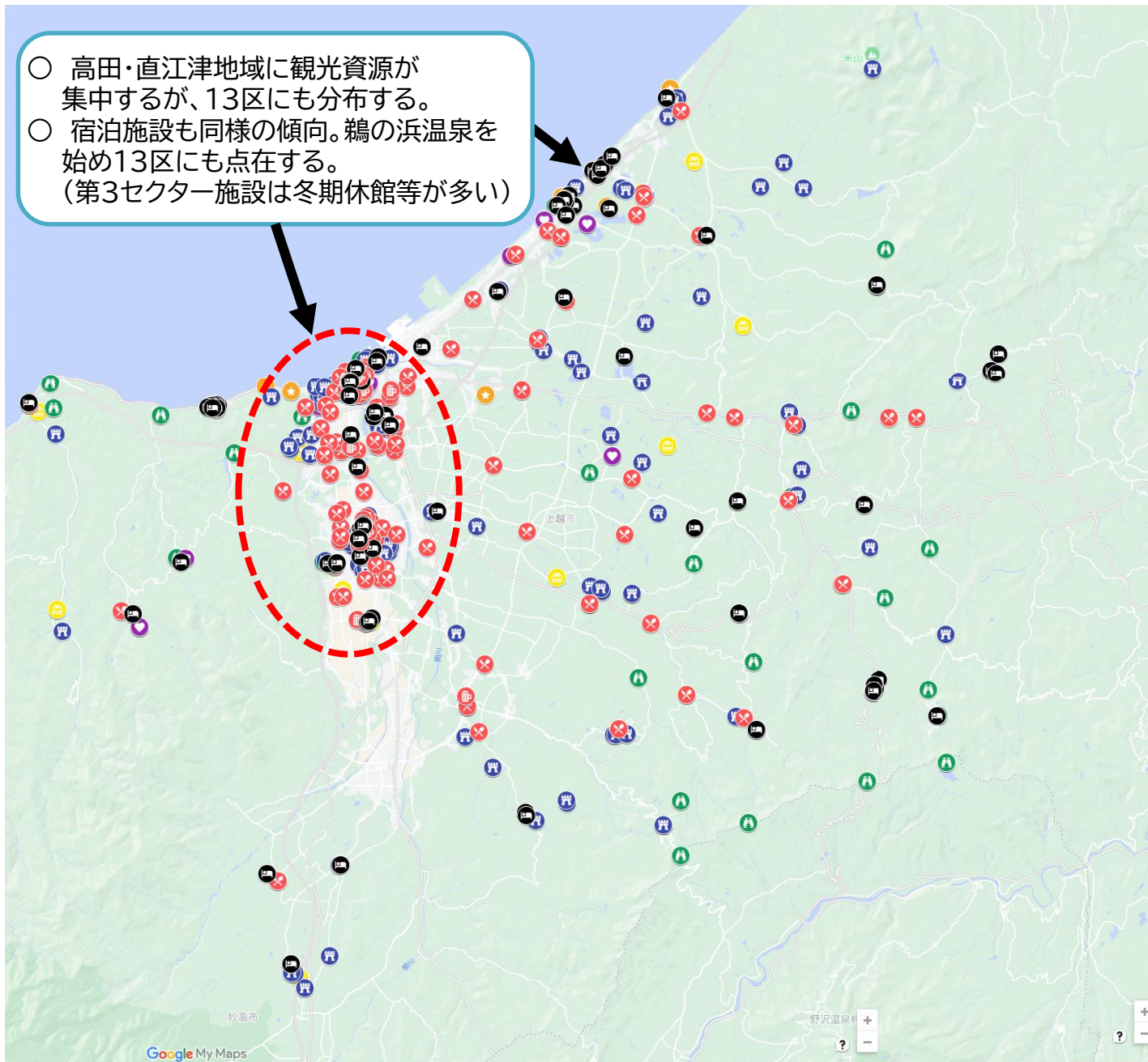
女性活躍が期待されるものの
 当市に少ない分野

出所：上越市第7次総合計画

4 各地域の現状分析

地域資源が集中する3地域

- 高田・直江津地域に観光資源が集中するが、13区にも分布する。
- 宿泊施設も同様の傾向。鵜の浜温泉を始め13区にも点在する。
(第3セクター施設は冬期休館等が多い)



凡例

-  土産・物産
-  レジャー・スポーツ
-  自然景観
-  体験
-  歴史文化
-  【地産地消】居酒屋
-  【地産地消】飲食店
-  宿泊

資源区分	施設数
①土産・物産	50
②レジャー・スポーツ	61
③自然景観	64
④体験	31
⑤歴史文化	108
⑥【地産地消】居酒屋	16
⑦【地産地消】飲食店	233
⑧宿泊	89

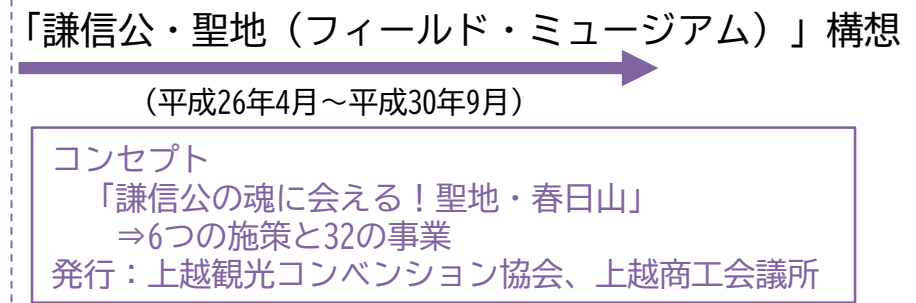
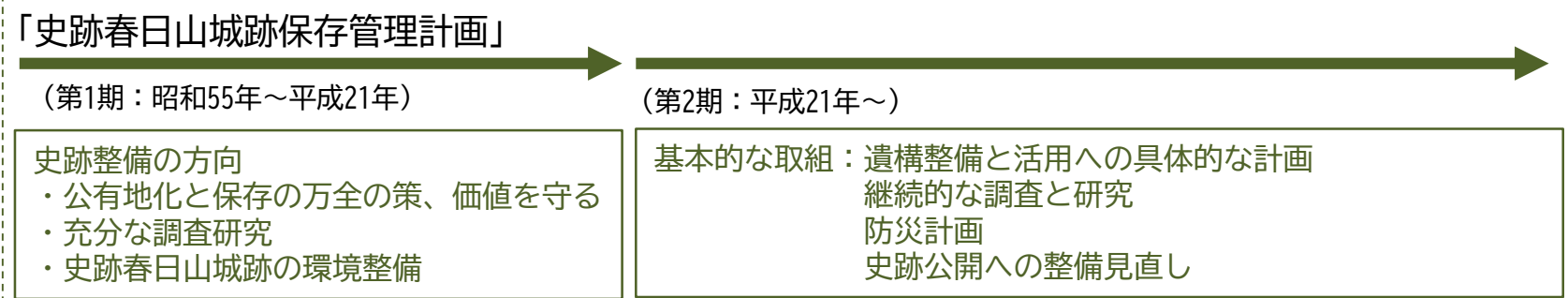
出所：⑥⑦地産地消推進の店(農政課)、
⑧市調査、その他は上越観光Navi

項目	春日山	直江津	高田
集客ポテンシャル	◎	◎	○
集客拠点施設	△	◎	○
集客拠点施設の面的広がり	-	△	○
回遊(現状)	-	-	△
移動手段(二次交通)	-	△	△
案内・誘導	△	△	△
情報発信	-	-	△
市民活動(観光案内)	-	-	○
市民活動(収益化)	-	-	△
市民活動(雇用)	-	-	△
市民活動(担い手)	-	-	-
団体間の連携	△	△	△
民間投資の誘発	-	△	△
まちのファン(関係人口)	△	○	△
ファンを増やすキーワード	上杉謙信公	海	城下町の街並みと暮らし
総合評価	<p>集客ポテンシャルはあるものの、集客する施設、滞在する施設と面的な広がりが乏しい。 ハード・ソフト共に環境整備から整えていく必要がある。 おもてなしに資する市民活動を育成していく必要がある。</p>	<p>集客施設があるものの、拠点となる箇所が少ないため、複数拠点や歩きたくなる仕掛けづくりにより回遊性を高め、滞在時間を延ばしていく必要がある。</p>	<p>知れば知るほど面白くなる要素があるものの、知ってもらうための仕掛けづくりが必要 市民団体の活動は、収益事業や雇用が生まれ始めたものの、ほとんどの団体が資金と担い手不足の課題を抱えている。</p>

地域	観光要素のある 市民活動	集客拠点施設	民間投資の誘発	観光地域づくり の事業化
春日山	→ 少数(新たな芽吹きも)	→		
		→ 目的地化が途上		
直江津	→ 少数(担い手不足)	→		
		→ 目的地となる拠点あり	→	
			→ 芽生え始め	
高田	→ 複数・収益化(資金・担い手不足)	→		
		→ 複数あり・目的地化		
			→ 芽生え始め	

施策の必要性があるところ

	昭和	平成	令和
ハード	・上杉謙信公像設置 (S44)	・春日山城史跡広場・ものがたり館オープン (H8.6) ・スギ伐採 (H11～) ・埋蔵文化財センター開館 (H14.10)	
ソフト	・NHK大河ドラマ「天と地と」放送 (S44)	・地域学習(土の一袋運動など) (H11～) ・謙信KIDSスクールプロジェクト (H18～) ・NHK大河ドラマ「天地人」放送 (H21) ・地域活動支援事業 (H22～)	



	平成26年度	平成30年度	令和3年度	令和5年度	令和6年度
ハード	<ul style="list-style-type: none"> ・新水族博物館整備 ・海浜公園整備 ・道路整備 ・観光案内看板整備 ・直江津駅前市有地利用 ・旧直江津銀行活用促進 ・中央保育園改築 	<ul style="list-style-type: none"> ・うみがたり開館 (H30. 6) ・ライオン像のある館 (H31. 4) ・直江津駅前複合施設 (R2. 3) ・直江津ショッピングセンター (R2. 7) 	<ul style="list-style-type: none"> ・直江津D51レールパーク (R3. 4) 		
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> ・まちなか水族館 ・アート修景整備(壁面作成) ・まちあるきガイドマップの改訂増刷 		<ul style="list-style-type: none"> ・なおえつ うみまちアート 		

○都市再生整備計画
(平成26～30年度)

目標：賑わいの再生、交流人口の拡大、居住人口の増加

○中心市街地活性化プログラム

(第1期：平成26～28年度)

(第2期：平成29～令和元年度)

(第3期：令和2～6年度)

目標：街のにぎわいの向上

目標：めぐる！楽しむ！直江津

○なおえつ うみまちアート
(令和3～5年度)

目標：直江津の魅力を引き出し、賑わいを創出する

【高田】近年のまちづくりの経過

別表3



市が策定した計画・実施した事業

	平成18年度	平成25年度	平成30年	令和3年度	令和6年度…
ハード	<ul style="list-style-type: none"> 町家交流館高田小町 寺町駐車場 	<ul style="list-style-type: none"> 歴史博物館 オーレンプラザ 高田駅前雁木 寺町公衆トイレ 	<ul style="list-style-type: none"> 旧師団長官舎改修 100年映画館周辺交流広場整備 高田小町駐車場 	<ul style="list-style-type: none"> 旧今井染物屋 	
ソフト	<ul style="list-style-type: none"> まちなか散策促進事業 雁木整備事業補助金制度 	<ul style="list-style-type: none"> イレブンプラザ(平成24年度) あすとぴあ高田 	<ul style="list-style-type: none"> 百年料亭のあるまち誘客・回遊強化事業 リノベーションまちづくり事業 ビジネスタウン推進事業 まちなか居住推進事業 100年映画館のあるまち誘客・回遊強化事業 		

○都市再生整備計画(高田雁木通り地区)

(平成18～22年度)

目標:城下町高田の歴史資源を活かした“まちなか回遊観光”を契機とした地域活性化

○都市再生整備計画(高田地区(都市再構築戦略事業))

(平成25～29年度)

目標:城下町高田の賑わいの再生とまちの再構築、中心拠点区域の都市機能の維持・強化

○地域再生計画(城下町高田の歴史・文化をいかした「街の再生」)

(平成25～29年度)

目標:豊かな市民生活の享受や街なかの魅力向上等によるまちなか居住の促進、歴史・文化をいかした回遊促進による交流人口増加

○都市再生整備計画(城下町高田地区(地方再生コンパクトシティ))

(平成30～令和2年度)

○上越市(高田地区)中心市街地活性化基本計画

(平成20～25年度)

目標:街のにぎわいの向上、商店街の魅力の向上、まちなか居住の推進

○中心市街地活性化プログラム

(第1期:平成26～28年度) (第2期:平成29～令和元年度)

目標:街のにぎわいの向上

(第3期:令和2～6年度)

目標:つかいたいまち・高田

住民が策定した計画・実施した事業

	平成9年度	平成16年	平成20年度	平成30年度	令和6年度…	
ハード		・駐車場(浄興寺裏手)		・ポケットパークの設置 ・公衆トイレの整備		
ソフト	・寺町まちづくりプラン策定	・浄興寺大門だより第1号 ・浄興寺大門通りまちづくりプラン策定 ・浄興寺大門通り 通り名サインボードの設置 ・あかりの小径イベント ・花の小径 ・浄興寺大根炊き ・浄興寺菊祭り ・高田寺町寺院散策マップの更新		・寺町まちづくりプラン更新 ・子ども寺町探検隊マップ ・高田寺町寺院散策マップの案内看板の整備		

浄興寺大門通りまちづくりプラン(平成17年3月)

将来像

- 祈りの道としての大門通りの確立
 - ・城下町高田を象徴する「祈りの道と寺町」
→大門通りは「西方浄土」へ向かう「祈りの道」
 - ・誰もが住みたくなるまち
→住民にとってやすらぎと誇りの持てる道

事業計画

長期	中期	短期
<ul style="list-style-type: none"> ・統一された景観と色調の町並み創出 ・全区間石畳整備と1区間から3区間までの全幅歩道化 ・電柱移設 	<ul style="list-style-type: none"> ・門前通りらしいごみステーションの設置、街頭の整備 ・ポケットパークの設置 ・仮設黒板塀による修景 ・1区間3区間交差点拡幅 	<ul style="list-style-type: none"> ・通り名サインボードの設置 ・浄興寺大門だより発行 ・あかりの小径、大根炊き菊花展等イベント実施

寺町まちづくりプラン(平成21年2月)

将来像

- 歴史とみどりが息づくやすらぎのまち・寺町
 - ・住みやすさを重視したまちづくり
→だれもがいつまでも住み続けたいまち
→住むことに誇りを持てるまち
 - ・来訪者をあたたかく受け入れるまちづくり
→もてなしの心を持ったまち
→歴史・文化を学び、大切にすまち

事業計画

長期	中期	短期
<ul style="list-style-type: none"> ・大門通り、表寺、裏寺、本町大貫線道路整備 ・境内林等の緑の保全と維持管理 ・雁木空間の保存整備 ・電柱の民地側への移設 	<ul style="list-style-type: none"> ・散策路、休憩施設の整備 ・寺の参道空間の整備、解説板の設置 ・ごみ集積所の改修・景観整備 ・交差点の角切り整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・ポケットパーク・駐車場の新設 ・公衆トイレの新設 ・高田寺町寺院散策マップの更新 ・子ども寺町探検隊マップの作成

		上越市第7次総合計画 計画期間 令和5年度～令和12年度											
		R4年度 2022	R5年度 2023	R6年度 2024	R7年度 2025	R8年度 2026	R9年度 2027	R10年度 2028	R11年度 2029	R12年度 2030	R13年度 2031	R14年度 2032	R15年度 2033
主要イベント	全国	■善光寺御開帳 (2022.4.3-6.29)		■「佐渡島の金山」世界遺産登録 (目指す) ■大阪・関西万博 (4.13~10.13)				■善光寺御開帳 (2027又は2028)					
	上越市			■合併20周年 (2005.1.1) ■観桜会第100回 (3月下旬~4月上旬)								■市制60周年 (1974.4.29)	
	謙信公関係			■うみがたり開館5年 (2018.6.26)		■謙信公祭第100回 (8月)		■謙信公没後450年 (R10.3.13)					■謙信公生誕500年 (R12.1.21)
	鉄道関係	■鉄道開業150年 (1872.10.14)		■北陸新幹線敦賀延伸 (2024.3月)	■上越妙高駅開業10周年 (2015.3.14) ■トキ鉄開業10周年 (2015.3.14)								■信越本線 (直江津-関山駅間) 開業140周年 (1886.8.15) ■ほくほく線開業30周年 (1997.3.22)

5 コンセプトの背景

○ 上越市は、越後の都の変遷の歴史から、春日山、直江津、高田の3つの特徴的なまちが隣接しており、それぞれのまちに多様な景観とともに人々の暮らしや心意気がある。新幹線や高速道路などの交通アクセスも良好である。

① 越後の都の歴史文化豊かな3つの特徴的なまち

- ・上杉謙信公ゆかりの春日山城跡の春日山、国府が置かれ交通や物流の要衝として栄えたうみまち・直江津、雁木の街並みと桜の高田城址が特徴の城下町・高田と、越後の都の変遷の長い歴史を表す特徴的な3つの歴史的地域が同じ自治体内で隣接して立地し、それぞれの歴史文化を残していることは、他地域にはない特徴である。
- ・3つの特徴的なまちは、越後の都としての変遷や時を経て醸成してきた歴史文化をそれぞれに感じることができ「新しい観光」においても魅力的な要因である。



② 3つのまちに息づく人々の暮らしと心意気

- ・3つのまちには、山城・うみまち・城下町の歴史的背景に基づいた人々の暮らしが息づいており、その心意気や精神性(義・人情・共助)もそれぞれに醸成されている。
- ・それらは「新しい観光」においても魅力的な要因である。



③ 個性豊かで多様な景観と交通アクセス

- ・地域内は日本有数の豪雪地帯であるとともに、周辺エリアも含め海から山城まで多様な景観を有している。
- ・北陸新幹線や高速道路など、関東関西どちらからもアクセスできる良好なインフラが整っている。

特徴・強み

- 越後の都の3つの特徴的なまち
 - ・春日山、直江津、高田と、越後の都の変遷を表す特徴的な3つの歴史的エリアが隣接して立地し、それぞれの文化を残している点は特徴的である。
 - ・3つの特徴的なまちは、越後の都としての変遷や時を経て醸成してきた文化をそれぞれに感じることができ「新しい観光」においても魅力的要因である。
- 人々の暮らしと心意気
 - ・3つのまちには、山城・うみまち・城下町の歴史的背景に基づいた人々の暮らしが息づいており、その心意気や精神性（義・人情・共助）もそれぞれに醸成されている。
 - ・それらは「新しい観光」においても魅力的な要因である。
- 多様な景観と交通アクセス
 - ・日本有数の豪雪地帯と多様な景観
 - ・関東関西からの恵まれた交通アクセス

課題

- 歴史ある風景、建物、文化の消失
 - ・地域衰退や時代の流れにより、地域の特徴的で貴重な風景、建物、歴史文化などが消失しつつある。
- 繁華街としての機能の衰退
 - ・繁華街の機能についても、地方都市や中心市街地の衰退により、繁華街としての魅力や活力が失われている。
- 通年の滞在交流型観光、交流人口の不足
 - ・観光の目的となる特徴的なテーマやコンテンツの不足
 - ・イベント、季節型観光中心の偏った観光となっており、通年の滞在交流型観光と、それを実現する仕組みが不足している。
 - ・人口減少や高齢化の中における多様な交流人口の確保
 - ・観光地域づくりの推進体制と、マネジメント体制の不足

地域・市場環境

- 疲弊する地方都市
 - ・人口減少、高齢化が進んでおり、それに伴い、空き家が増加している。
 - ・地方都市や中心市街地が衰退しており、商業や工業等の既存産業以外の新しい生業づくりが必要
- 外国人観光市場とコロナ収束後
 - ・国内市場はコロナ禍によって国内旅行へ回帰
 - ・コロナ禍前は外国人観光客数は伸び率が急増し滞在日数、消費額も大きく、歴史体験が人気
 - ・コロナ収束後、スタイルは変わるが、観光は歴史ある地方部の重要な成長産業
- 観光の概念の変革
 - ・観光地を巡る観光から、豊かな地域の文化や暮らしを感じる「住んでよし、訪れてよし」の滞在交流型観光が魅力となっている。



<全体計画:観光地域づくりコンセプト>

越後の都 誇れる上越の3つの暮らしと心意気

— 春日山・直江津・高田の多様な3つの暮らしと心意気を誇りを持って示す滞在交流型観光地域づくり —

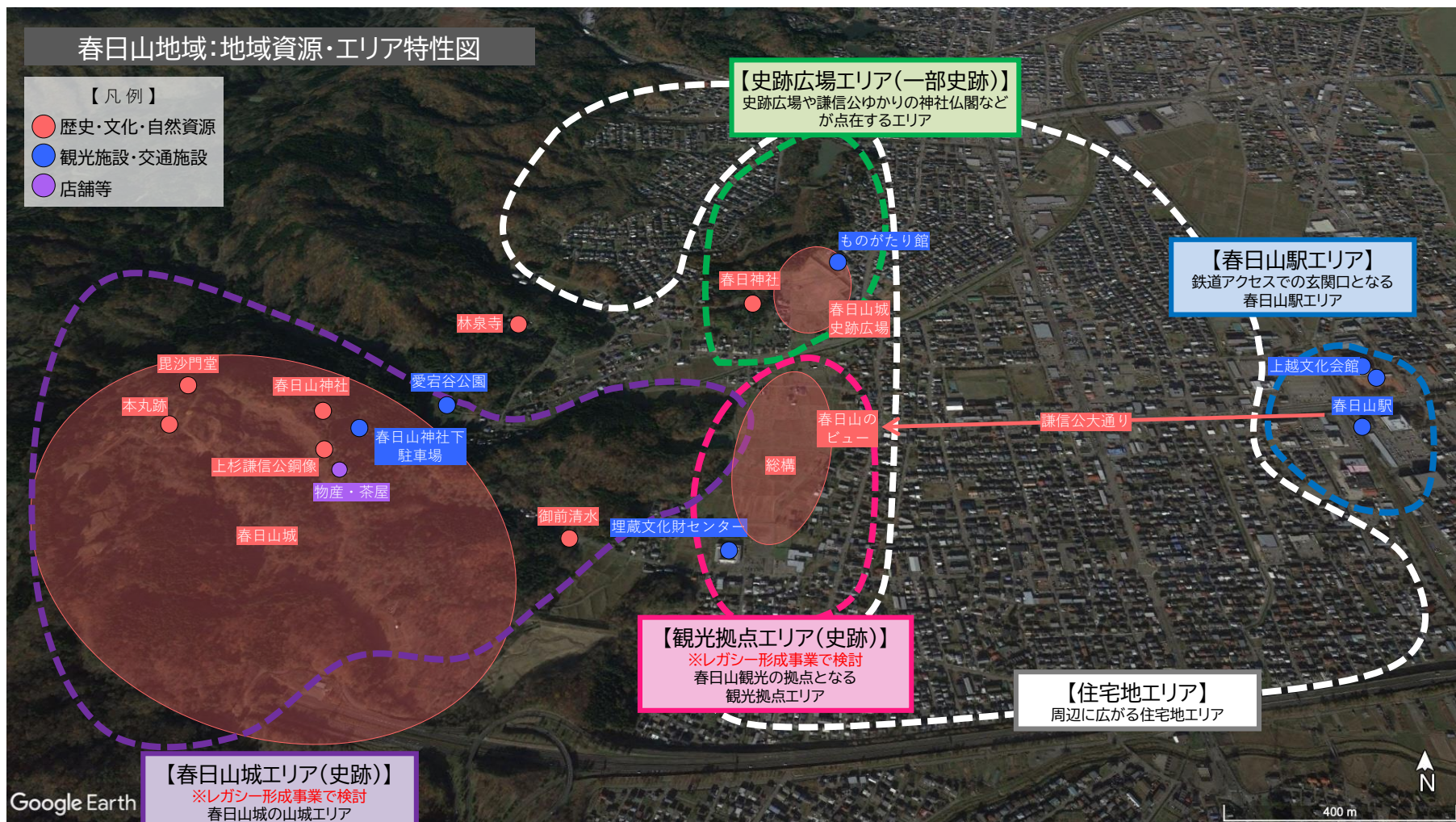
山城・うみまち・城下町、越後の都の変遷が生んだ3つのまちが隣接して歴史文化をつないでいる上越市
その特徴的で多様な歴史文化が、現代にも脈々と息づいています。

3つのまちの暮らしや歴史文化と心意気を感じて巡る「滞在交流型観光地域づくり」による新たな生業をつくる。
越後の都の3つの物語を紡ぎ、誇りある上越を次世代につなぎます。



春日山地域

- 春日山城を中心としてエリアごとに様々な特徴を有しており、エリアに沿った活性化の方向性の検討が必要
- 特徴のあるエリアごとの強みをいかながら、春日山地域全体としての魅力づくりが必要



- 春日山地域のポテンシャルをまとめると下記のとおりである。
- これらの要素は、春日山地域のコンセプト検討の核となる本質的資源であるとする。

● 上杉謙信公の居城の歴史

- ・越後府中の要塞として築かれ、謙信公・景勝公・堀氏が整備を進めた、規模が極めて大きい山城
- ・戦国の名将・上杉謙信公の居城として知名度が高い。
- ・標高180mの春日山に築かれ、東西南北に2km程度、削平地が200か所、数十か所の堀切や土塁など、日本を代表する山城



● 豊かな自然と景観の山城

- ・春日山城は歴史的な史跡であるとともに、自然豊かな山であり、規模的にも春日山神社から30分程度で本丸へ登れるなどレッキングとしても良い環境である。
- ・麓から地域のシンボルの山としても、山頂からの眺望も、どちらも美しい。



● 戦国の名将・上杉謙信公

- ・戦国武将として人気極めて高い上杉謙信公は、武田信玄と5回にも及び川中島の合戦を展開するなどの宿敵であった。
- ・信仰深い顔も持っており、毘沙門天の信仰や高野山金剛峯寺や比叡山延暦寺などへの参詣なども知られている。
- ・市民にとって地域の誇りとなっている
- ・春日山は謙信公のふるさとであり墓所である。



● 歴史と縁ある周辺の神社仏閣

- ・春日山の周辺には、上杉家の氏神の春日神社や謙信公が少年時代に修行した林泉寺、謙信公を祭神とする春日山神社を始め、謙信公ゆかりの神社仏閣や城の遺構が点在している。



● 謙信公の義の精神と勝負強さ

- ・領土的野心での戦は一度もなく、協力を請われて戦ったといわれるほど「義」に篤い武将で、敵の信玄に塩を送ったといわれている。
- ・軍神としても知られ、69戦43勝24分2敗で、負けない確率は9割7分という勝負強さを持つ武将であった。

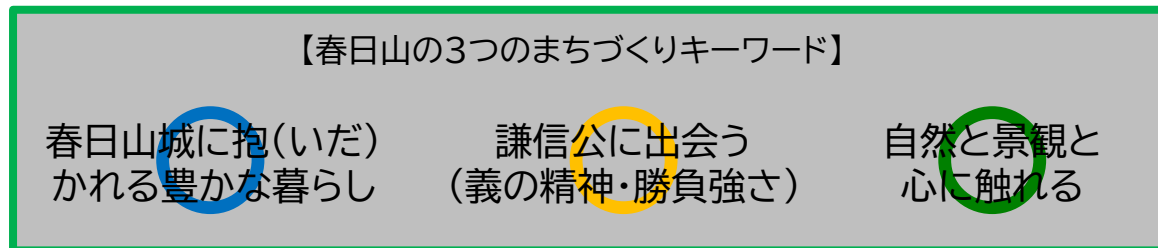
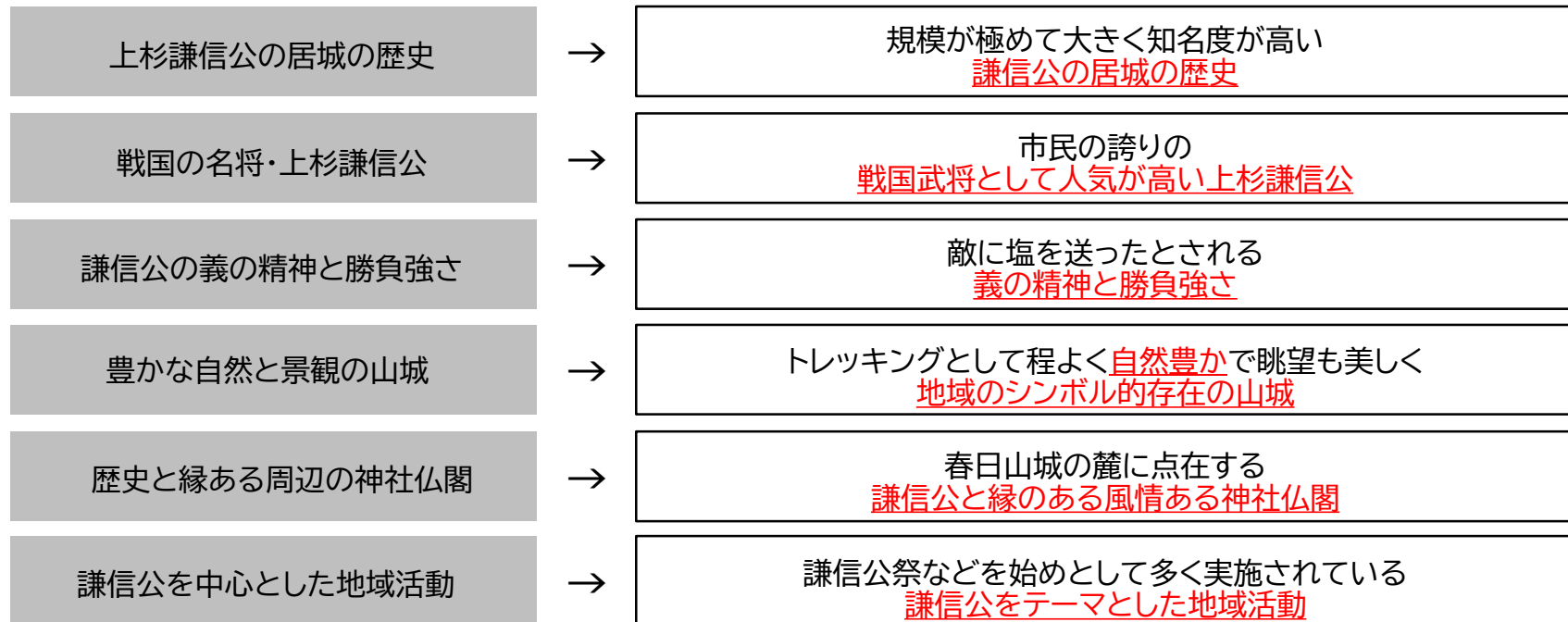


● 謙信公を中心とした地域活動

- ・謙信公祭などのイベントや越後上越 上杉おもてなし武将隊、観光ガイド、謙信公を学ぶ市民活動など、謙信公を中心とした地域活動が活発に行われている。
- ・観光庁のレガシー形成事業に採択され、春日山の保存と観光に向けた取組が加速している。



- 春日山地域のポテンシャルから導き出されるまちづくりキーワードを3つ設定した。
- この3つのキーワードを春日山のまちづくりの本質(地域のDNA)として、今後のコンセプトや計画を検討する。



まちづくりキーワード(地域のDNA)

春日山城に抱かれる
豊かな暮らし

謙信公に出会う
(義の精神・勝負強さ)

自然と景観と
心に触れる

地域ポテンシャル

- 上杉謙信公の居城の歴史
- 戦国の名将・上杉謙信公
- 謙信公の義の精神と勝負強さ
- 豊かな自然と景観の山城
- 歴史と縁ある周辺の神社仏閣
- 謙信公を中心とした地域活動

地域課題

- 全域での課題
 - ・地域文化の理解や誇りの喪失
 - ・人口減少と高齢化・若者の流出
 - ・地域経済規模の縮小(地域の活力の衰退・都市機能の低下)
 - ・地域の生業・仕事の不足
- 春日山での課題
 - ・春日山城の保全と活用
 - ・交通アクセス、駐車場などの観光動線の改善
 - ・歴史を伝えるガイダンス施設やガイドプログラムの充実
 - ・現状の観光施設の魅力化
 - ・まちづくり推進体制の強化

戦略検討の方向性

- ① 新しい概念の観光を春日山の次世代の活力をつくる「新たな地域産業(生業)」として捉えて育てる。
- ② 地域のDNAである「まちづくりキーワード」を基本とした戦略・コンセプトとする。
- ③ 豊かな春日山の実現に向けて、まちづくりキーワードを尊重しながらまちづくりを進め未来につなぐ。
- ④ まちづくりと共に新たな観光産業づくり施策を実施し、滞在交流型観光地域づくりの礎をつくる。

<春日山地域：観光地域づくりコンセプト>

義の心と強さに出会う「謙信公の春日山城」

- 春日山の豊かな自然や景観に抱かれて義の心や強さに触れる「謙信公の春日山城」-

||

戦国の名将・上杉謙信公が居城としたことで有名な春日山城
謙信公も春日山城も、上越の人々にとってシンボリックな存在です。

春日山の豊かな自然や景観に抱かれて
謙信公の生きていた時に思いを馳せ、義の心や強さに出会う。
いつの時代も生きる上で大切なものを学ぶ「謙信公の春日山城」を目指します。



春日山の情報や謙信公の歴史が学べる
ガイダンス施設



春日山の歴史や文化を学ぶ
地域ガイド



春日山を美しく望む
街路の整備



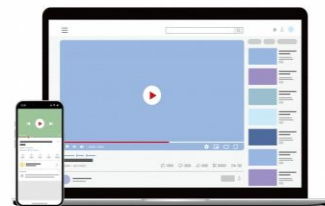
春日山城の遺構を活用した
景観づくり



戦国武将気分を体験できる
プログラム



移動を楽しむ
域内交通



観光情報を気軽に得られる
観光案内サイト



域内を自由に走り回れる
レンタサイクル



歴史とともに自然を楽しむ
グランピング



歴史ある春日山で楽しむ
アウトドアピクニック



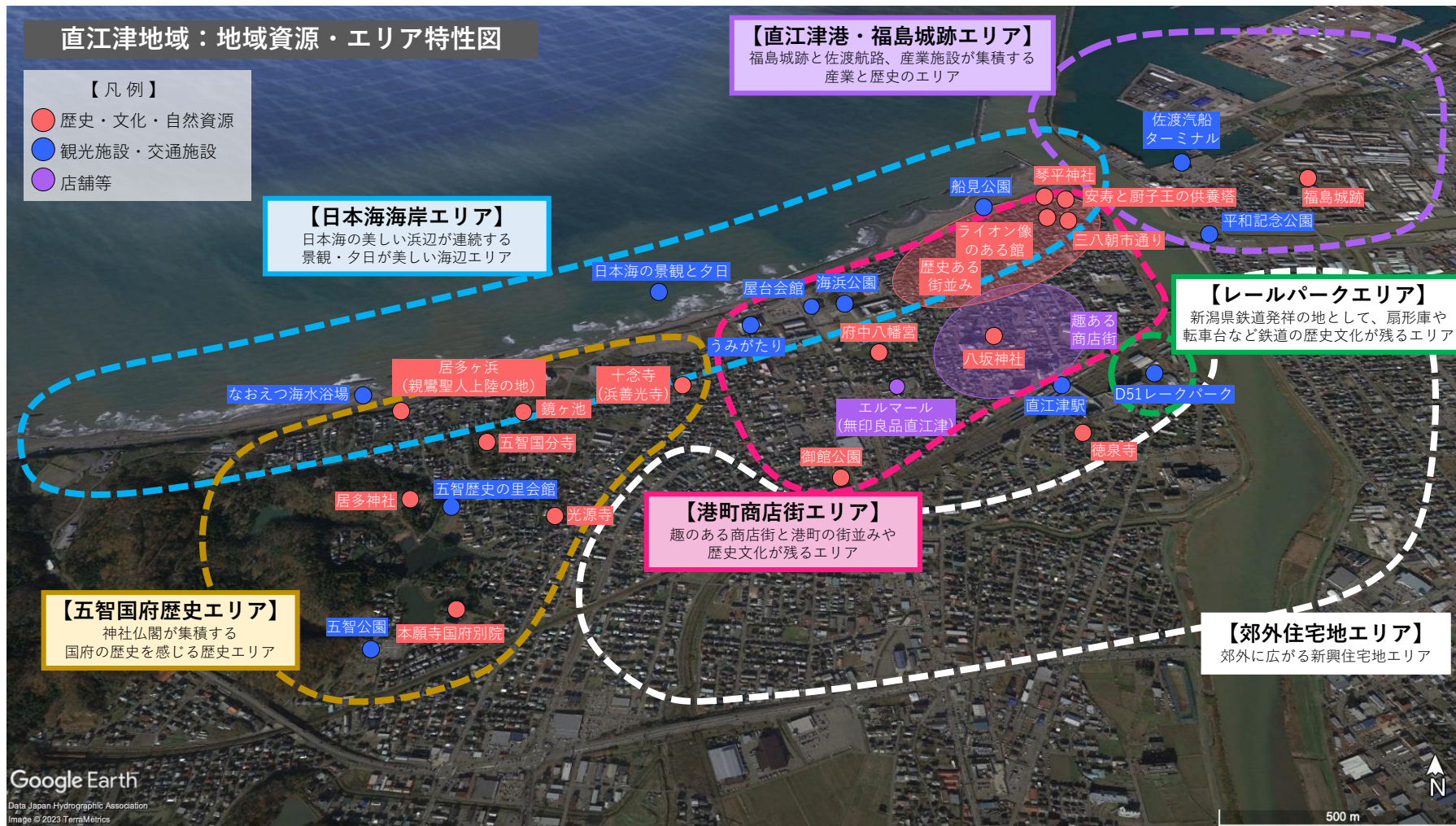
雪の春日山を楽しむ
体験プログラム



神社仏閣での
精神世界体験

直江津地域

- 歴史ある港町を中心としてエリアごとに様々な特徴を有しており、エリアに沿った活性化の方向性の検討が必要
- 特徴のあるエリアごとの強みをいかながら、直江津地域全体としての魅力づくりが必要



- 直江津地域のポテンシャルをまとめると下記のとおりである。
- これらの要素は、直江津地域のコンセプト検討の核となる本質的資源であるとする。

●日本海の豊かな海のまち

- ・日本海の美しい風景と海岸線
- ・海水浴などのマリナクティビティ
- ・日本海に沈む美しい夕日
- ・活用可能な海岸沿いと海浜公園
- ・海の文化を伝える水族博物館うみがたり
- ・首都圏から一番近い日本海
- ・世界文化遺産登録を目指す佐渡へのアクセス



●新しい直江津の拠点の活用

- ・コロナ禍前には100万人近い入場者を集め直江津の新たな顔となった海を感じる水族博物館うみがたり
- ・地域連携を掲げ、地域とさまざまな取組を行う最大級規模の無印良品直江津店
- ・鉄道発祥の歴史を今に伝え、鉄道を体験できる直江津D51レールパーク



●物流・交通の歴史港町の息づかい

- ・奈良時代(水門)や室町時代(直江の津)から物流交通の要衝の「港のまち」として名を知られていた歴史文化(三津七港)
- ・今町として、高田藩の外港や北前船の寄港地として繁栄し、その後も鉄道や港などの物流・交通の要衝として発展し、その風情を今に残す歴史文化、街並み、暮らし
- ・東西の人や文化が出会う港町で生まれた義経伝説や安寿と厨子王などの物語



●浜っ子の人情と祇園祭

- ・港町に生きる、人情に厚く我慢強いがだらかな、浜っ子の気質
- ・地域の誇りであり、まちが一つになる八坂神社の祇園祭とその文化



●越後府中・福島城の歴史風情

- ・平安時代から越後国府が移り、越後の都「越後府中」として政庁や巨大な神社仏閣が立ち並んだ歴史と風情が今も残る。
- ・親鸞聖人に関連する旧跡やストーリー
- ・東西の人や文化が出会う港町で生まれた義経伝説や安寿と厨子王などの物語
- ・7年間の短い運命の福島城の歴史

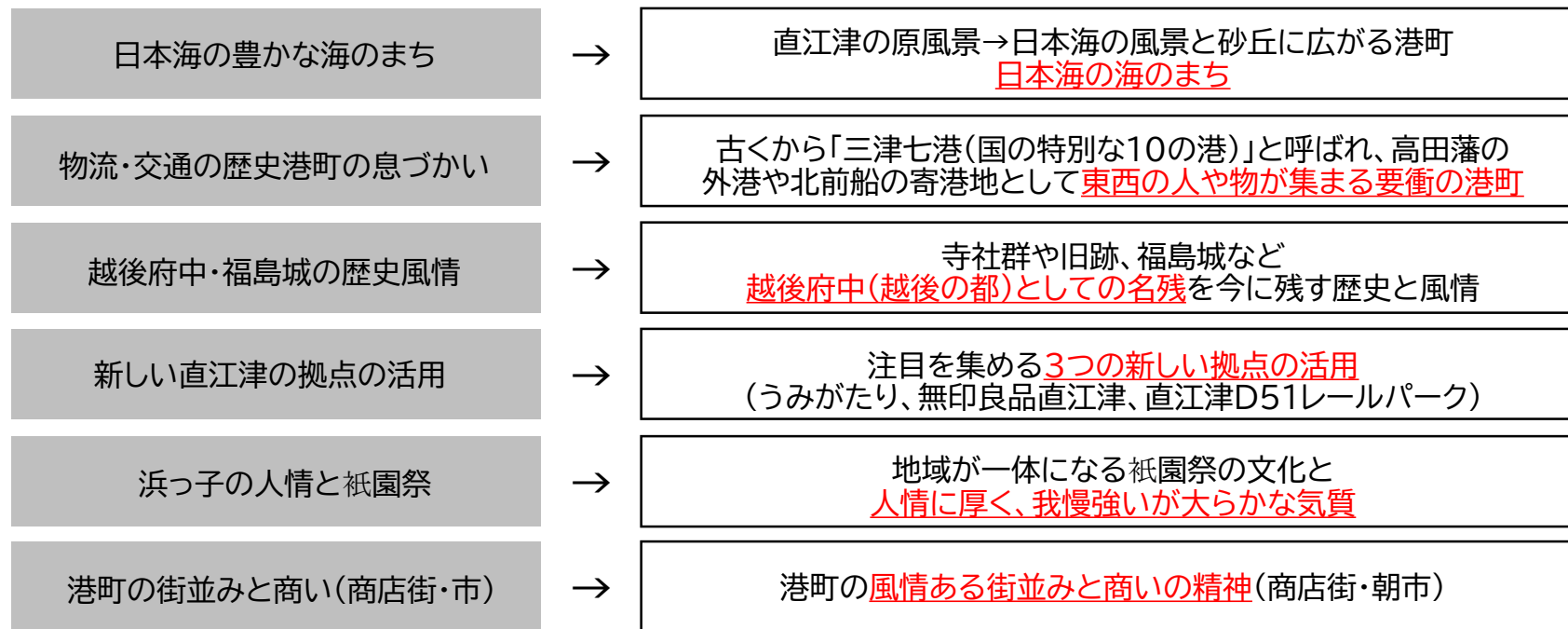


●港町の街並みと商い(商店街・市)

- ・歴史的な港町の名残を強く感じる、砂丘地に広がる、商店街や土蔵、路地などの特徴的で風情ある街並み
- ・食を始め、個性的な商店が集積する商店街と商人の心意気
- ・三・八市を象徴とする、人と物が行き交う朝市の商い



- 直江津地域のポテンシャルから導き出されるまちづくりキーワードを3つ設定した。
- この3つのキーワードを直江津のまちづくりの本質(地域のDNA)として、今後のコンセプトや計画を検討する。



【直江津の3つのまちづくりキーワード】

日本海うみまちの
新しい暮らし

人情と祭り
と商いの精神

府中と港町の
歴史と文化

まちづくりキーワード(地域のDNA)

日本海うみまちの
新しい暮らし

人情と祭り
と商いの精神

府中と港町の
歴史と文化

地域ポテンシャル

- 日本海の豊かな海のまち
- 物流交通の歴史港町の息づかい
- 越後府中・福島城の歴史風情
- 新しい直江津の拠点の活用
- 浜っ子の人情と祇園祭
- 港町の街並みと商い(商店街・市)

地域課題

- 全域での課題
 - ・地域文化の理解や誇りの喪失
 - ・人口減少と高齢化・若者の流出
 - ・地域経済規模の縮小(地域の活力の衰退・都市機能の低下)
 - ・地域の生業・仕事の不足
- 直江津の課題
 - ・直江津らしい豊かな暮らしの実現と次世代への継承
 - ・歴史的街並みの喪失と空き家の増加
 - ・商店街の活性化(空き店舗や中心市街地衰退と郊外化)
 - ・多くの人を訪れる「うみがたり」などから市街地への周遊不足
 - ・高単価・滞在型宿泊施設の不足
 - ・無印良品等の大手事業者との連携

戦略検討の方向性

- ① 新しい概念の観光を直江津の次世代の活力をつくる「新たな地域産業(生業)」として捉えて育てる。
- ② 地域のDNAである「まちづくりキーワード」を基本とした戦略・コンセプトとする。
- ③ 豊かな直江津の実現に向けて、まちづくりキーワードを尊重しながらまちづくりを進め未来につなぐ。
- ④ まちづくりとともに新たな観光産業づくり施策を実施し、滞在交流型観光地域づくりの礎をつくる。

<直江津地域：観光地域づくりコンセプト>




歴史と人情の「日本海うみまち」

- 歴史と新しさが交差する、日本海を代表する豊かな「うみまち」の暮らしと生業づくり -

II

越後府中とその港町として繁栄してきた歴史文化のまち・直江津
その繁栄を支えてきた豊かな日本海 of 自然や景観に加えて、
うみがたりや国内最大級の無印良品、うみまちアートなど、新しい文化も生まれています。
その昔から人や物が交差してきた港町の歴史や浜っ子の人情を引き継ぎながらも、
新しい文化を取り入れた、歴史と新しさが交差する日本海を代表する、
豊かな「日本海うみまち」の暮らしと生業づくりを目指します。

- 太平洋側を代表する湘南のように、直江津は日本海側を代表する「うみまち」を目指す。

うみまちの比較(日本海と太平洋)			
地域	直江津		湘南
イメージ		 <p>同いうみまち だが歴史文化 や方向性が 異なる</p>	
海	日本海		太平洋
キーワード	日本の歴史文化・本質・人情・豊かな暮らし		欧米文化・流行・洗練・おしゃれ・豊かな暮らし
目指す方向性	日本文化・日本海のうみまち		欧米文化・太平洋のうみまち



海の文化を楽しく学べる
水族博物館うみがたり



日本海を楽しむ
海水浴・体験アクティビティ



商店街の空き店舗を改修活用した
店舗やオフィス



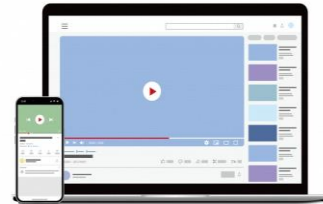
うみまちの人情を感じる
地域の商店・飲食店



日本海の景観を感じる
宿泊施設や住宅



移動を楽しむ
域内交通



観光情報を気軽に得られる
観光案内サイト



鉄道の文化を体験して学べる
直江津D51レールパーク



日本海を身近に楽しむ
海辺の公園



日本海の港町を感じる
古民家宿泊



神社仏閣での
精神世界体験

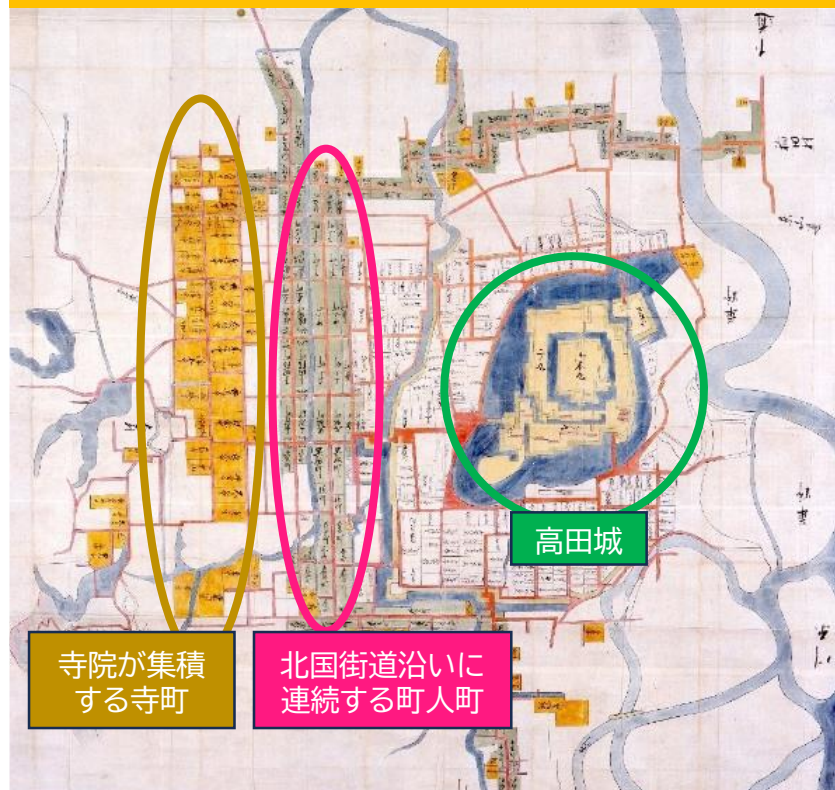


うみまちの歴史や文化を学ぶ
地域ガイド

高田地域

- 江戸時代・大正時代の絵図からも、時代は変われど城下町の構造が基本的には変わらず、現在に継承されていることが分かる。
- 大正時代の絵図を見ると「北日本第一の桜の名所」として、高田城址のほか、市街地や寺町にも桜が豊富に点在し、地域全体が桜のまちとなっていることが分かる。

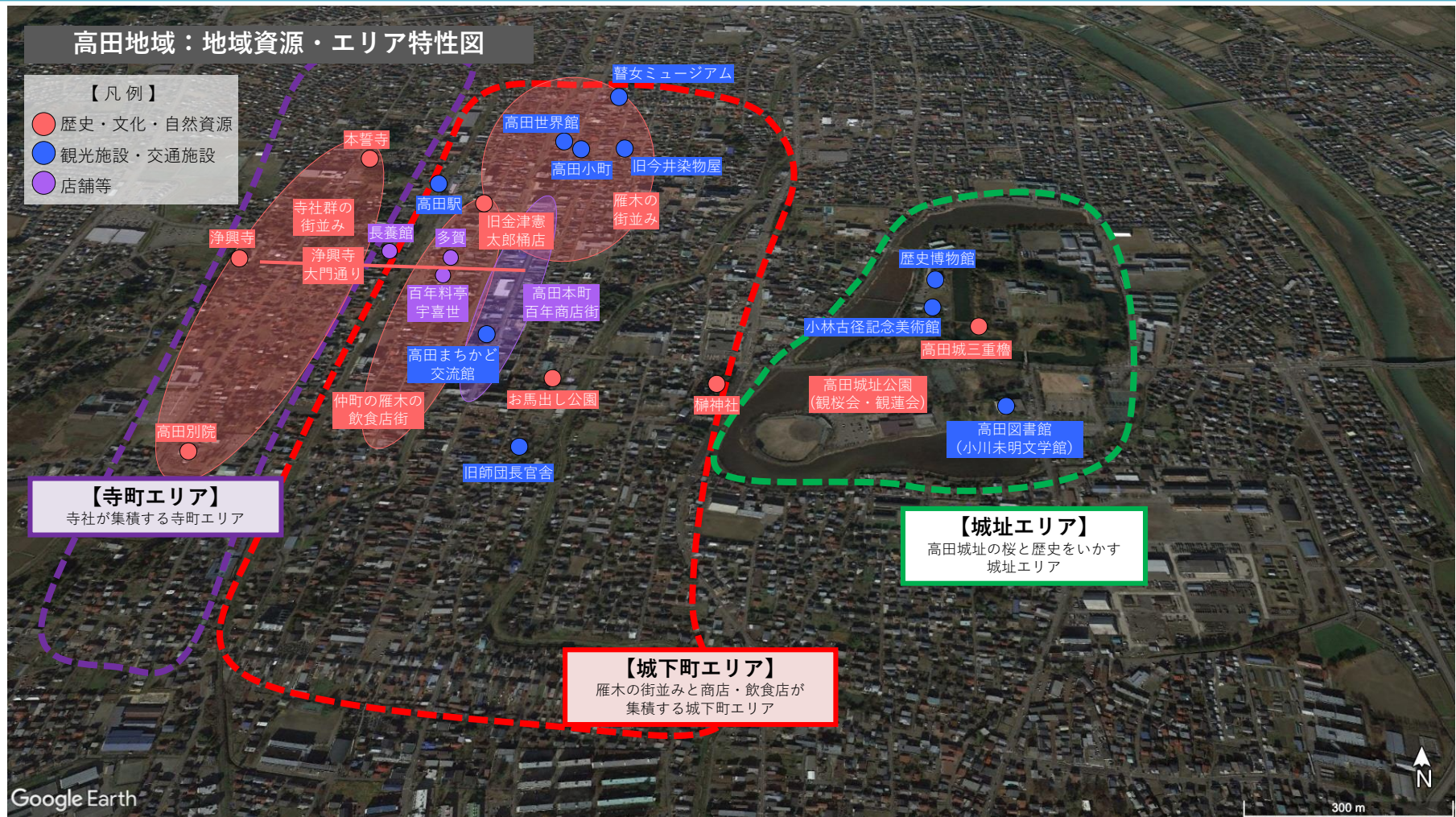
高田城下町絵図(江戸時代中期) (上越市高田図書館所蔵)
江戸時代中期の高田城下町を描いた絵図



高田名勝図絵(大正14年以降) (上越市立歴史博物館所蔵)
大正時代頃の高田の桜の名所を描いた絵図



- 歴史ある城下町を中心としてエリアごとに様々な特徴を有しており、エリアに沿った活性化の方向性の検討が必要である。
- 特徴のあるエリアごとの強みをいかながら、高田地域全体としての魅力づくりが必要である。



- 高田地域のポテンシャルをまとめると下記のとおりである。
- これらの要素は、高田地域のコンセプト検討の核となる本質的資源であるとする。

●400年の歴史ある高田城下町

- ・天下普請で築城され、今もその面影を残す400年の歴史ある城下町
- ・土塁が今も残る高田城址公園
- ・今も残る城下町の町割りや古民家等
- ・資料館など城下町の歴史を学べる施設
- ・上越妙高駅や高速道路からの良好なアクセス



●日本三大夜桜の高田城址の桜

- ・日本三大夜桜の高田城址公園の桜と蓮の美しい花のイベント
- ・絵図では「北日本第一の桜の名所」と称され、全域で花が咲く城下町であった。
- ・城址公園は、創建当時の雄大な土塁と堀が残り、歴史を知ることのできる歴史博物館や三重櫓などがある。



●全国一の雁木の街並み

- ・町家の1階から軒を張り出して店を建て、その下を誰でも通れる雁木が街道筋を中心に連続している。
- ・雁木の総合計は16kmにも及び、全国一の長さを誇っており、他にはない特徴的な町並みと都市歩行空間を形成している。



●寺密度日本一といわれる寺町

- ・一説には寺密度日本一といわれる、様々な宗派の60以上の寺院が、ほぼ全て高田城に向かって2本の通りに計画的に集積して並んでいる特徴的な寺町
- ・建物や宝物、庭園、花木など、それぞれの寺院が豊かな特徴を持っており、寺町のまちづくり活動も行われている。



●雁木が育んだ共助の雪国文化

- ・各家が私有地と家の一部を提供し、隣家と連続して設ける雁木の街並みは、厳しい雪国における心意気と、つながり・共助の文化の象徴である。
- ・共同での雪下ろしや替女の文化なども雪国の共助の文化を色濃く表している。



●商店・飲食街とまちづくり活動

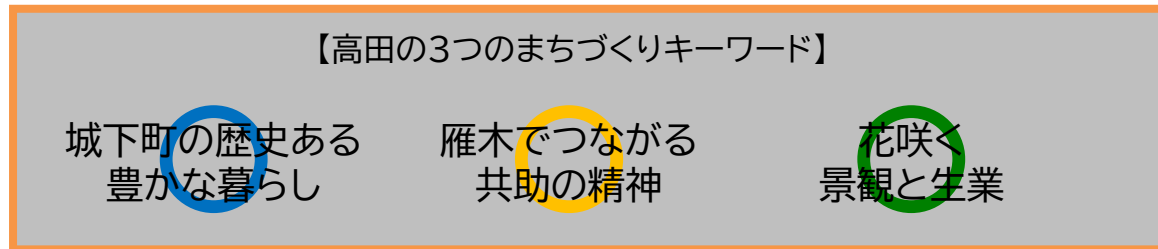
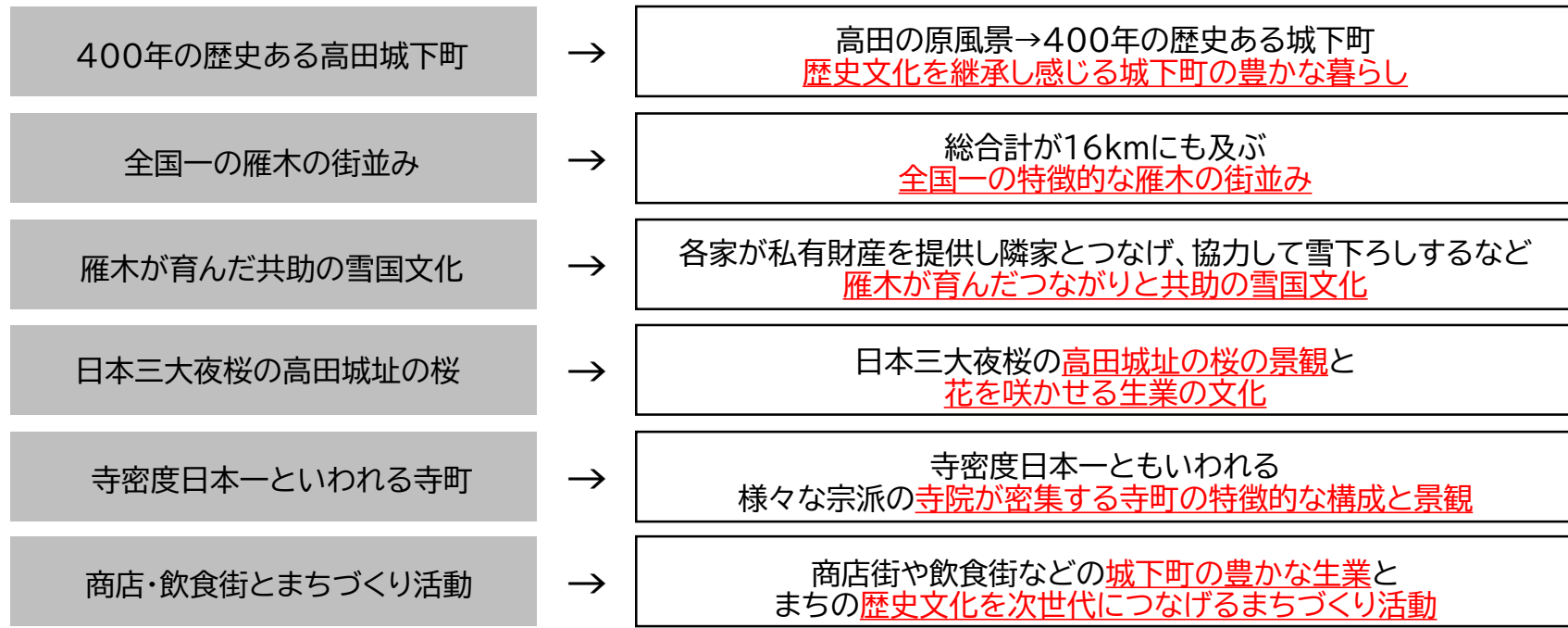
- ・城下町に形成された商店街と仲町周辺の飲食店街
- ・城下町文化を継承する多様なまちづくり
- ・町家の再生活用や新しい事業者誘致など、地域のまちづくり団体や企業などによる歴史的資源を活用したまちづくりの活動や機運が出てきている。



○ 高田地域の象徴である雁木が表す建物・景観と精神性を下記のとおりまとめた。

雁木が表す建物・景観と精神性	
建物・景観	<p>一つ一つの建物は小さく立派な建物ではないが、雁木でつながった一つの大きな建物であると考えれば、他地域で類のない巨大な一つの歴史的建造物であると考えられる。</p> 
精神性	<p>自分の建物を隣地と連続させて設ける歩行空間(雁木)は、雪国における心意気と、つながり・共助の文化を象徴している。</p> 

- 高田の地域ポテンシャルから導き出されるまちづくりキーワードを3つ設定した。
- この3つのキーワードを高田のまちづくりの本質(地域のDNA)として、今後のコンセプトや計画を検討する。



まちづくりキーワード(地域のDNA)

城下町の歴史ある
豊かな暮らし

雁木でつながる
共助の精神

花咲く
景観と生業

地域ポテンシャル

- 400年の歴史ある高田城下町
- 全国一の雁木の街並み
- 雁木が育んだ共助の雪国文化
- 日本三大夜桜の高田城址の桜
- 寺密度日本一といわれる寺町
- 商店・飲食街とまちづくり活動

地域課題

- 全域での課題
 - ・地域文化の理解や誇りの喪失
 - ・人口減少と高齢化・若者の流出
 - ・地域経済規模の縮小(地域の活力の衰退・都市機能の低下)
 - ・地域の生業・仕事の不足
- 高田での課題
 - ・高田らしい城下町の歴史を感じる豊かな暮らしと観光の実現と次世代への地域・歴史文化継承
 - ・歴史的街並みの喪失と空き家の増加
 - ・商店街の活性化(空き店舗や中心市街地衰退と郊外化)
 - ・各エリア間の周遊交通手段の不足
 - ・まちづくり推進体制の強化

戦略検討の方向性

- ① 新しい概念の観光を高田の次世代の活力をつくる「新たな地域産業(生業)」として捉えて育てる。
- ② 地域のDNAである「まちづくりキーワード」を基本とした戦略・コンセプトとする。
- ③ 豊かな高田の実現に向けて、まちづくりキーワードを尊重しながらまちづくりを進め未来につなぐ。
- ④ まちづくりと共に新たな観光産業づくり施策を実施し、滞在交流型観光地域づくりの礎をつくる。

<高田地域：観光地域づくりコンセプト>

雁木でつながる「花咲く共助の城下町」

- 雁木の共助の精神が時代や縁をつなげる「新しい生業と暮らしが花咲く城下町」づくり -

||

400年の歴史ある城下町・高田

そこには雁木でつながる共助の心意気が息づいています。

また、桜の名所として知られている高田は、花を咲かせる文化も息づいています。

それらの精神が、誇りある城下町の歴史文化を未来につなげ、
時代や人、物、情報をつなぎ、新たな生業と暮らしの花を咲かせる。

そんな「花咲く共助の城下町」を目指します。



雁木の町家で城下町を感じながら滞在することができる古民家宿泊



歴史ある公園を活用したマーケットやイベント



商店街の空き店舗を改修活用した新しい感覚の店舗



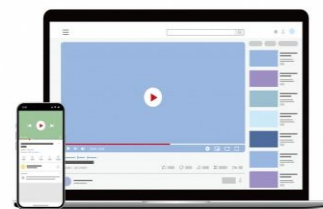
寺院での精神世界体験



歴史的な建物などを改修し古きをいかしながら快適に暮らす住宅



移動を楽しむ域内交通



観光情報を気軽に得られる観光案内サイト



歴史文化の趣きに囲まれて働くオフィス



住民も観光客も外国人も出会いが生まれる飲食店



城や桜を愛でて宿泊できる分散型宿泊



寺院ごとに異なる花が楽しめるオープンガーデン



城内から城下町までを学ぶ地域歴史ガイド