

---

# 第3期中心市街地活性化プログラム

## ～高田地区・直江津地区～

---

計画期間：令和2年度 - 4年度



令和2年3月  
上越市

# 目次

I. 中心市街地の概要	1
1. はじめに	
2. 中心市街地（高田地区・直江津地区）の区域	
II. 中心市街地の活性化に向けた現状と課題	4
1. 中心市街地の活性化に向けた取組の経緯	
2. 第1期プログラム実施以降の主なハード整備	
3. 第1期プログラム実施以降のまちの変化	
4. 統計、アンケートから見る中心市街地の現状	
5. 現状と課題	
6. 第2期プログラムの検証	
7. 第2期プログラムの課題と第3期プログラムにおける見直しの方向性	
III. 第3期中心市街地活性化プログラムについて	26
1. 目的	
2. 位置づけと期間	
3. 区域設定の考え方	
4. 地区別プログラム	
5. まちの力を維持・強化するための取組（高田地区・直江津地区共通）	
IV. 推進体制	40
1. 関係者に期待される役割	
2. 街を支えるサポーター	
3. フォローアップ体制の確立と実行	

# I. 中心市街地の概要

## 1. はじめに

中心市街地は、長い歴史の中で文化と伝統が紡がれた地域の中心都市として、政治、経済、文化、交流等の拠点とされてきた場所です。生活、都市、経済等の機能が集積され、楽しく、快適、便利で、市民みんなが憧れを抱くその場所は、「まちの顔」であり、「市民の心の拠りどころ」となってきました。

現在、中心市街地は、モータリゼーションの進展と居住者の郊外への流出、街なかにおける大規模商業施設の撤退と郊外型店舗の立地など、社会経済情勢の変化の影響を受け、衰退の道を辿りつつあります。

このまま中心市街地の衰退に歯止めがかからず、「まちの顔」が失われていくこととなれば、市全体の魅力や価値の低下につながるものと考えられます。このことを踏まえ、中心市街地の活性化は、市内の一部地域の問題にとらえることなく、市を挙げて取り組む必要があると考えます。

中心市街地の魅力や価値を取り戻し、次の世代を生きる皆さんに「快適に暮らすことができ、住み続けたい」、「いつかは住んでみたい」、「用事がなくてもふらっと訪れたい」、「この街で働いてみたい」と感じていただくことができれば、地域への誇りと愛着が高まり、さらに先の世代にまちを引き継ぎたいという気持ちが育まれていくものと考えます。

## 2. 中心市街地（高田地区・直江津地区）の区域

### (1) 高田地区（区域面積：約 143ha）

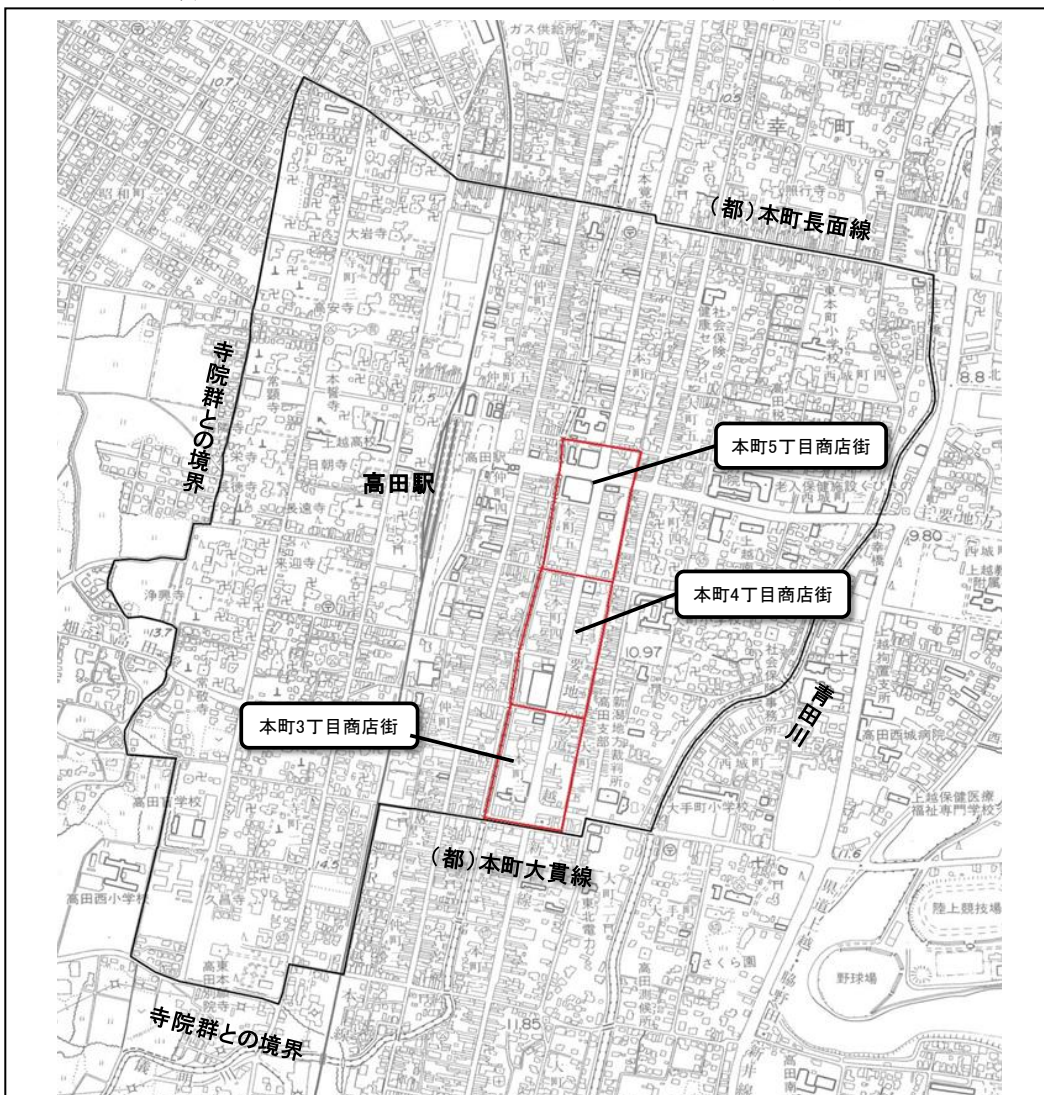
#### ① 概要

本地区は、江戸時代の高田城築城（慶長 19 年（1614 年））に伴い計画的に配置された都市骨格を継承しており、当時から上越地方の中心として発展してきました。現在も日本一長い雁木通りや町家、寺町寺院群などの歴史的資産が数多く残り、公共・公益機関や医療をはじめとした都市機能が集積しています。上越市第 6 次総合計画において、高田駅周辺は、既に集積している都市機能の活用とまちの歴史的価値をさらに高める観点から、必要な都市機能の集積や歴史的まちなみの保存・活用を促進する「都市拠点」と位置付けています。

#### ② 高田地区の区域

上越市(高田地区)中心市街地活性化基本計画（平成 20 年 11 月策定）の区域を引き継ぐものとし、次の境界内とします。

- ・ 東側：青田川
- ・ 南側：（都）本町大貫線～信越本線～東本願寺高田別院参道～高田別院の南側道路
- ・ 西側：上越市福祉交流プラザの東側道路～寺町地区の西側の道路
- ・ 北側：（都）本町長面線とその延長上にある道路（但し、一部は道路の北側街区まで含む）



## (2) 直江津地区（区域面積：約 116ha）

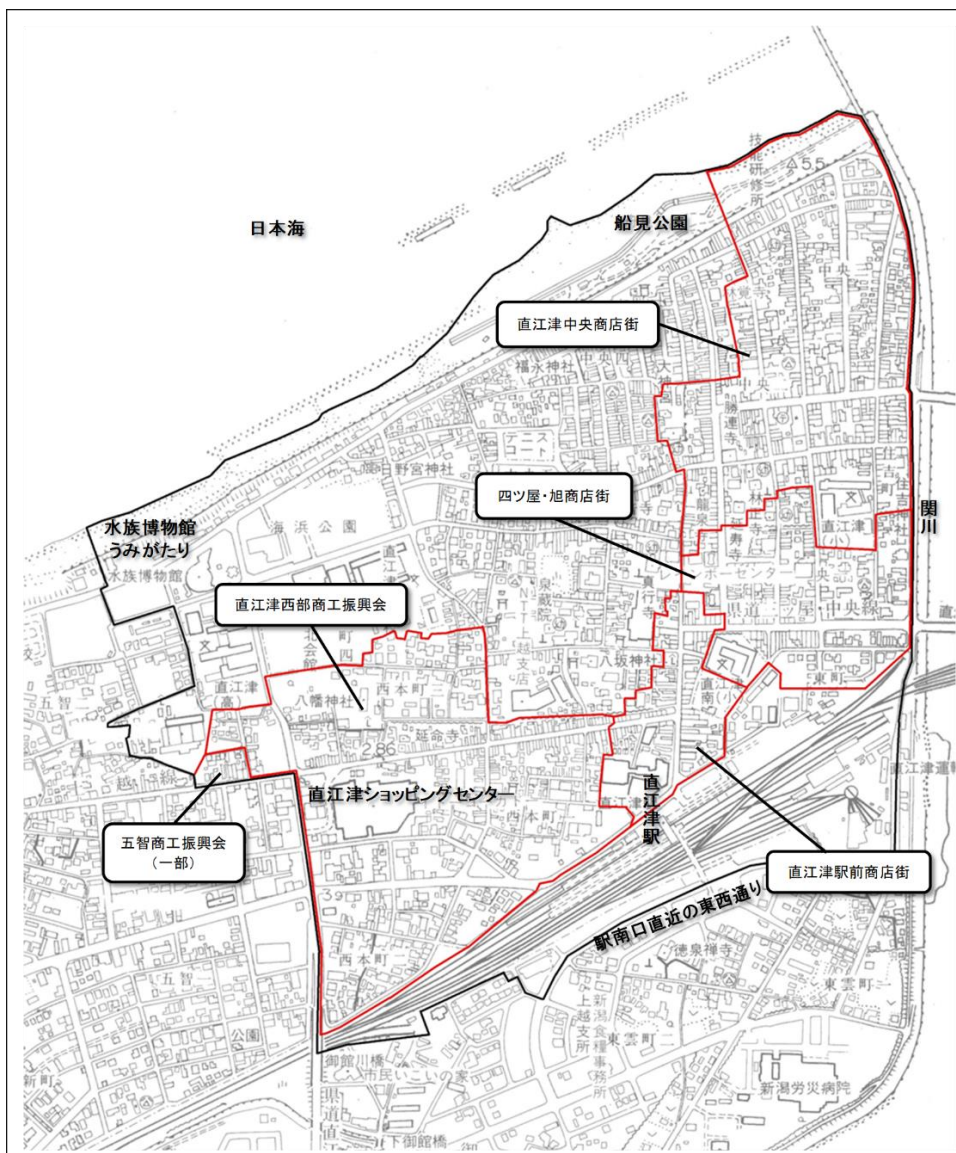
### ① 概要

本地区は、古くから海に開かれたまちとして発展し、奈良時代には越後国府の要港として、明治期の鉄道開通後は、新潟県鉄道発祥の地となり海陸交通の要衝として賑わい、近年は、製造業が集積する工業地域に近接する都市として発展しました。現在は、直江津駅を中心にまちが形成されており、上越市第6次総合計画において、直江津駅周辺は、鉄道が結節する交通の要衝としての特徴や水族博物館うみがたりの整備(平成30年6月開館)等を踏まえ、市内外からの交流促進に寄与する機能の充実を図る「都市拠点」として位置付けています。

### ② 直江津地区の区域

上越市(直江津地区)中心市街地活性化基本計画（平成20年11月策定）の区域を引き継ぐものとし、次の境界内とします。

- ・ 東側：関川
- ・ 南側：信越本線・北陸本線と、駅南口直近の東西通り
- ・ 西側：上越大通りと、有料老人ホームならびに水族博物館
- ・ 北側：日本海



## Ⅱ. 中心市街地の活性化に向けた現状と課題

### 1. 中心市街地の活性化に向けた取組の経緯

中心市街地の活性化に向けた取組は、モータリゼーションの進展に伴う、住民や公共施設などの郊外への流出、街なかにおける大規模商業施設の撤退と郊外型店舗の立地を背景とし、中心市街地の求心力の低下に歯止めをかけ、長い年月の中で蓄積されてきた都市、居住、生活、経済等の機能を有効活用していくため、民間企業、商工団体、市等の連携の下、国・県等の支援策を活用しながら進められてきました。

平成20年11月に策定した「中心市街地活性化基本計画（高田地区・直江津地区）」（平成20年11月～平成26年3月）を基に、高田地区では旧高田共同ビル再生事業及び大和跡地拠点施設整備事業を完了し、2核が再構築され、直江津地区では図書館等整備事業などを完了し、主要なハード整備が完了しました。

市では、整備されたハード施設を活かし、活性化につながる市民団体や商店街関係者等が中心となったソフト事業を推進するため、中心市街地活性化プログラム（以下、「プログラム」という。）を策定し、第1期（平成26年4月～平成29年3月）は、イベント開催や空き店舗活用などのソフト事業の展開を図りました。

平成29年3月には、第1期の成果と課題を引き継いだ第2期プログラム（平成29年4月～令和2年3月）を策定し、賑わい創出のためのイベント開催と人材育成を中心としたソフト事業の推進に取り組みました。

#### < プログラムによる取組の概要 >

	第1期プログラム	第2期プログラム
実施期間	平成26年4月～平成29年3月	平成29年4月～令和2年3月
プログラム掲載事業の実施状況	高田地区：47/55事業 直江津地区：50/57事業	高田地区：41/50事業 直江津地区：33/45事業
目 標	<b>街のにぎわいの向上（高田・直江津両地区共通）</b>	
事業実施による主な成果	【高田地区】 <ul style="list-style-type: none"><li>・町家や高田世界館などの歴史的・文化的資源を積極的に活用した各種取組の展開</li><li>・冬期間を中心に、本町商店街への外国人旅行客の来街が増加</li><li>・来街者が個店で自ら体験できるサービスを試行</li><li>・世代交代を見据えた若手商店主による事業参画</li></ul> 【直江津地区】 <ul style="list-style-type: none"><li>・新水族博物館を核とした地域活性化事業の取組によるまちなか回遊の促進や関係者による一体感の醸成</li><li>・若手商店主による地域活性化に向けた事業参画</li></ul>	

## 2. 第1期プログラム実施以降の主なハード整備

第1期プログラムの実施以降、中心市街地とその周辺地区において、民間、行政機関のそれぞれ、あるいは連携により、施設等の新設やリニューアルが進められており、中心市街地の活性化に向け、大きな力となっています。

### < 主なハード整備の状況 >

高田地区	直江津地区
<ul style="list-style-type: none"><li>・【新設】市民交流施設高田城址公園オーレンプラザ（H29.9 開館）</li><li>・歴史博物館（H30.7 開館）</li><li>・高田まちかど交流館（H30.4 開館）</li><li>・【新設】町家交流館高田小町広場（R2.3 供用）</li><li>・小林古径記念美術館（～R2）</li><li>・街なか回遊サイン（～R2）</li><li>・旧今井染物屋（R2 整備着手）</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・水族博物館うみがたり（H30.6 開館）</li><li>・ライオン像のある館（H31.4 開館）</li><li>・直江津駅前複合施設（R2.3 竣工）</li><li>・直江津ショッピングセンター（～R2）</li></ul>

## 3. 第1期プログラム実施以降のまちの変化

第1期プログラムの実施以降、プログラム掲載事業の実施やハード整備などにより、高田地区、直江津地区それぞれにまちの変化が生じています。

### < 主なまちの変化 >

#### 【高田地区】

##### ①歴史・文化への注目度が向上

高田世界館周辺の全国的な知名度向上、市民による雁木・町家を発信するイベントの開催、町家をリノベーションした事業所の開設、高田公園の名称変更（令和2年4月）

##### ②冬期間を中心とした外国人観光客の増加

近隣のスキー場を訪れた長期宿泊者の来街、商店街による外国人観光客対応の改善、外国人の観光ニーズ（歴史、文化、地域色等）への適合、新潟県による誘客

##### ③若手商店主による積極的な事業参画

商店街等の役員への若手の登用、個別店舗の世代交代、若手商店主が中心となった10年先の将来を見据えたビジョンを検討する会の開催

##### ④個別店舗の変化

キャッシュレス決済の導入促進、コト消費促進のための体験メニューの試行、店舗間の情報共有ツールの試行

## 【直江津地区】

### ①来訪者の増加

水族博物館うみがたり、ライオン像のある館、直江津ショッピングセンターなどの拠点施設の整備、新水族博物館を核とした地域活性化検討会による取組

### ②域内事業者の一体感が醸成

新水族博物館を核とした地域活性化検討会の取組、街なか回遊促進イベントの開催

### ③市民による地域資源を活かした取組

直江津の地域資源（鉄道、マゼランペンギン、水生生物、北前船、ライオン像など）をテーマやコンセプトとしたイベントや学び・体験機会の充実

### ④個別店舗の変化

水族博物館うみがたりの来館者等をターゲットとした飲食店によるランチ営業、キャッシュレス決済の導入促進



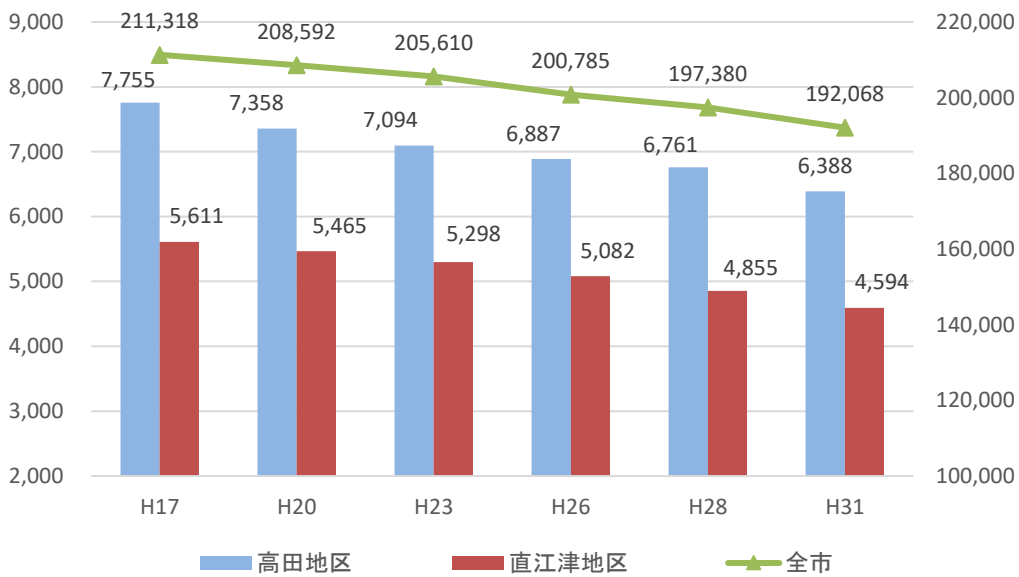
#### 4. 統計、アンケートから見る中心市街地の現状

##### ① 人口、世代別人口、高齢化率

全市は人口の減少傾向が続いており、高田地区及び直江津地区の中心市街地においても同様の傾向となっています（図表 1-1）。中心市街地における世代別人口を見ると、15歳から64歳までの年齢層の人口が大きく減少し、65歳以上の年齢層の人口がほぼ横ばいから増加する傾向にあります（図表 1-2、1-3）。高齢化率は、全市で上昇傾向にありますが、中心市街地では40%前後に達し、全市を大きく上回る状況です（図表 1-4）。

図表 1-1 人口の推移

(単位：人)

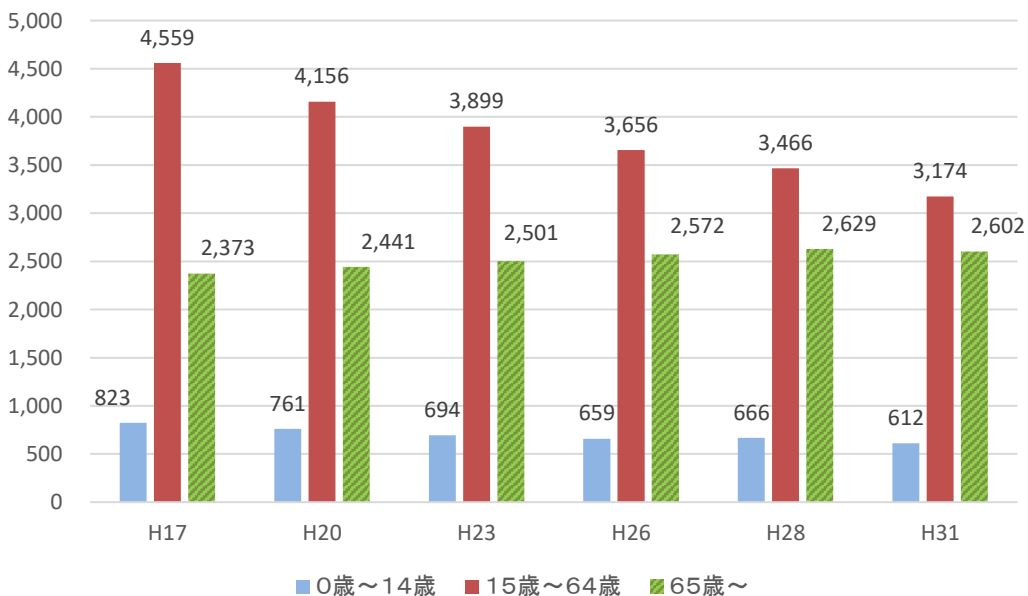


各年3月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-2 世代別人口の推移（高田地区）

(単位：人)

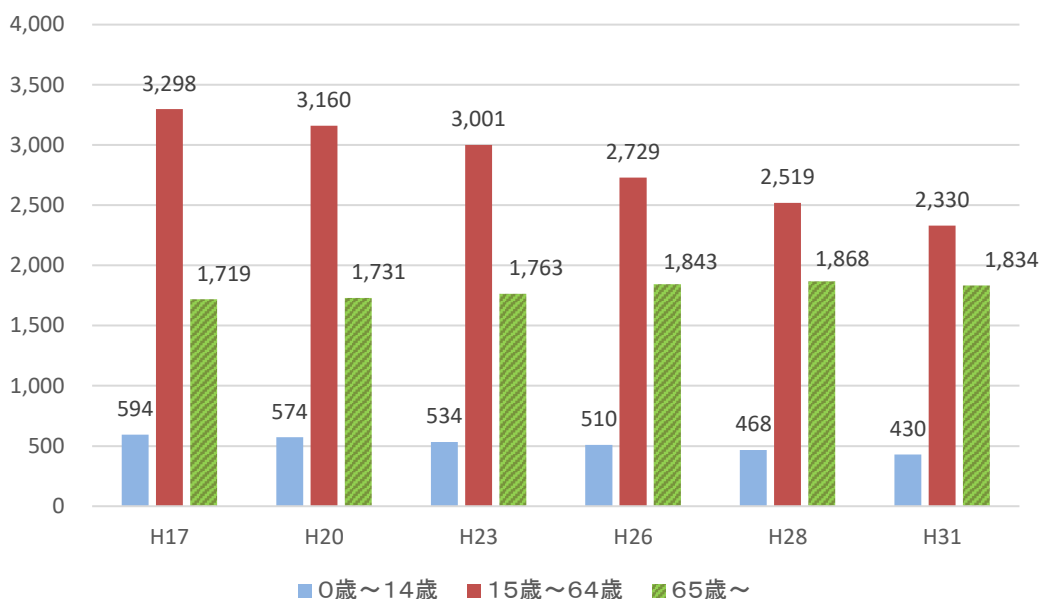


各年3月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-3 世代別人口の推移（直江津地区）

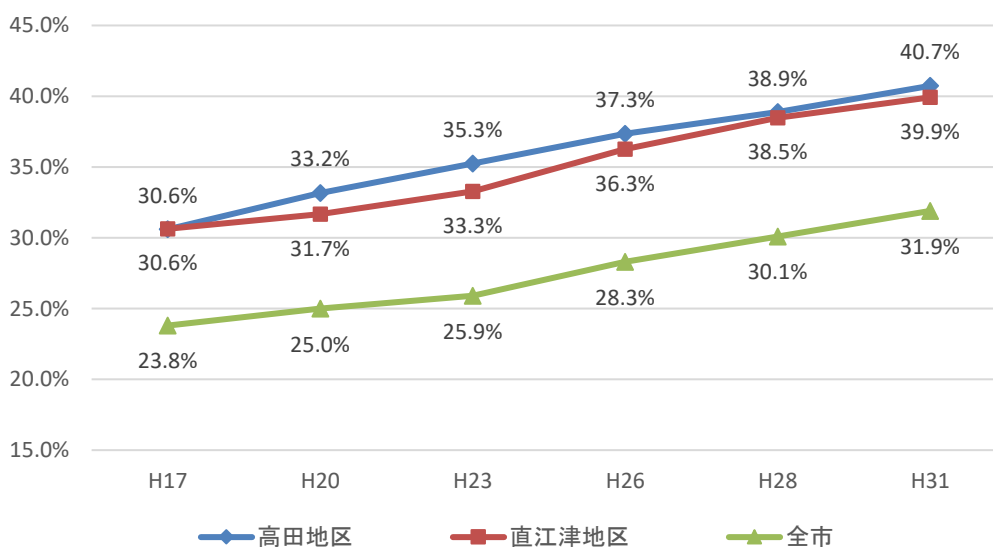
（単位：人）



各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-4 高齢化率の推移



各年 3 月末時点

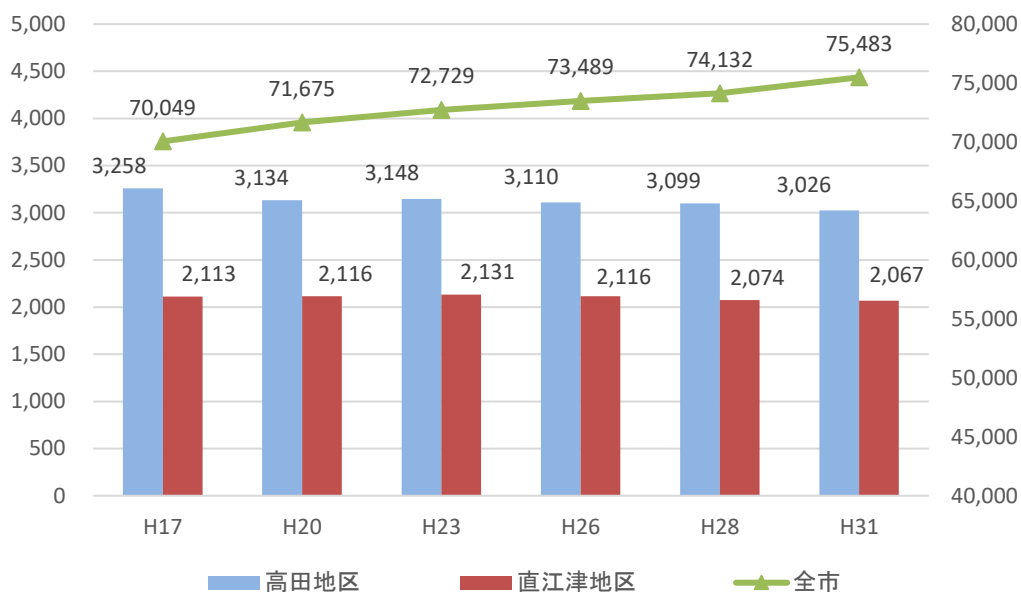
出典：上越市住民基本台帳

## ② 世帯数、1世帯当たり人口

全市の世帯数が増加傾向にある一方で、中心市街地の世帯数は、横ばいから減少傾向にあり、高田地区の減少が目立ちます（図表 1-5）。1世帯当たり人口は、全市で減少傾向にありますが、中心市街地においては、全市の平均を下回るとともに、15歳から64歳までの若い世代の減少が顕著なことから、高齢者のみの夫婦世帯や独居世帯が増加していると考えられます（図表 1-2、1-3、1-6）。

図表 1-5 世帯数の推移

(単位：世帯)

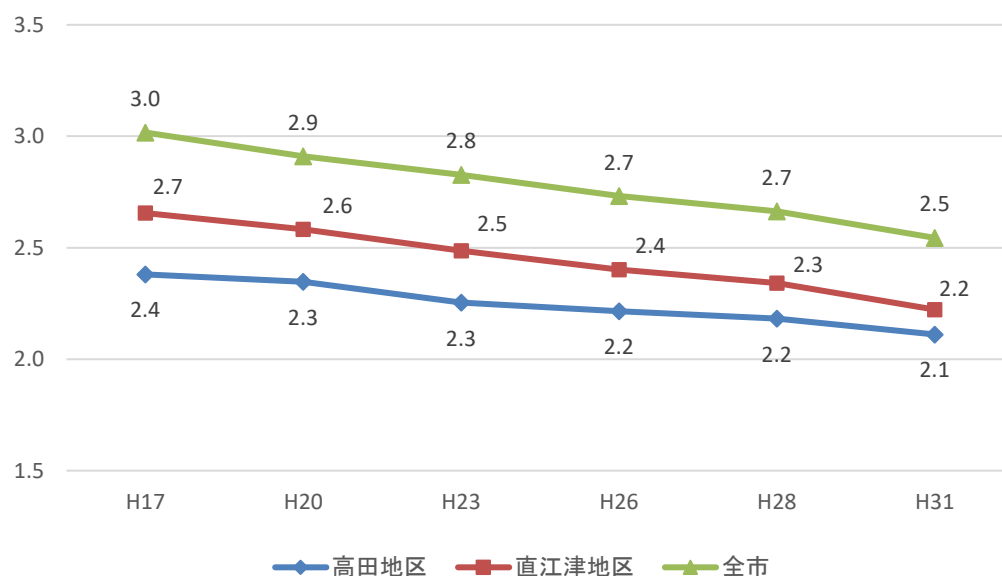


各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

図表 1-6 1世帯当たり人口の推移

(単位：人)



各年 3 月末時点

出典：上越市住民基本台帳

### ③消費動向 （出典：令和元年度上越市消費動向調査 令和元年8月実施）

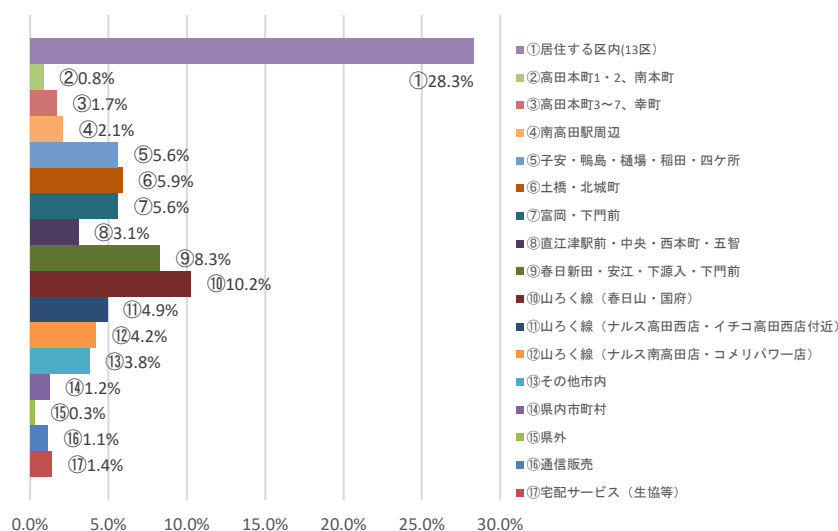
#### (1) 全市の動向

市民が「週に2、3回以上利用する買物先」として最も利用割合が高いのは、「居住する13区」となっています。その他の買物先の利用割合に大きな差はなく、また、「買物先ごとの最寄品の消費額の割合」もこれに近い傾向にあることから、市民は、日常の買物では居住地周辺や通勤経路上の買物先を利用する傾向にあるものと推察されます。

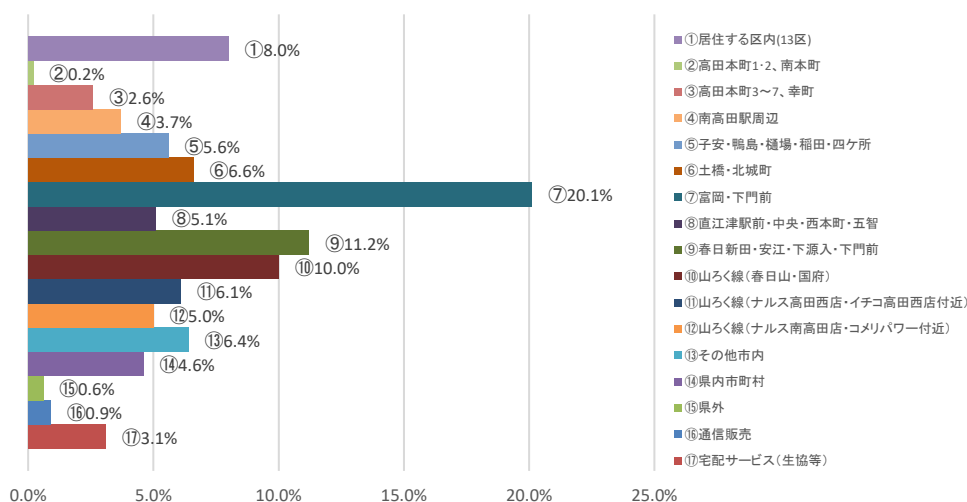
(図表1-7、図表1-8)

中心市街地については、週に2、3回以上の利用割合が、「高田本町3～7、幸町」は1.7%、「直江津駅前・中央・西本町・五智」では3.1%、最寄品消費額割合が「高田本町3～7、幸町」は2.6%、「直江津駅前・中央・西本町・五智」では5.1%にとどまり、いずれも全市の中で大きな割合を占める状況にはありません。(図表1-7、図表1-8)

図表1-7 週に2、3回以上利用する買物先（全市）



図表1-8 買物先ごとの最寄品の消費額の割合（全市）

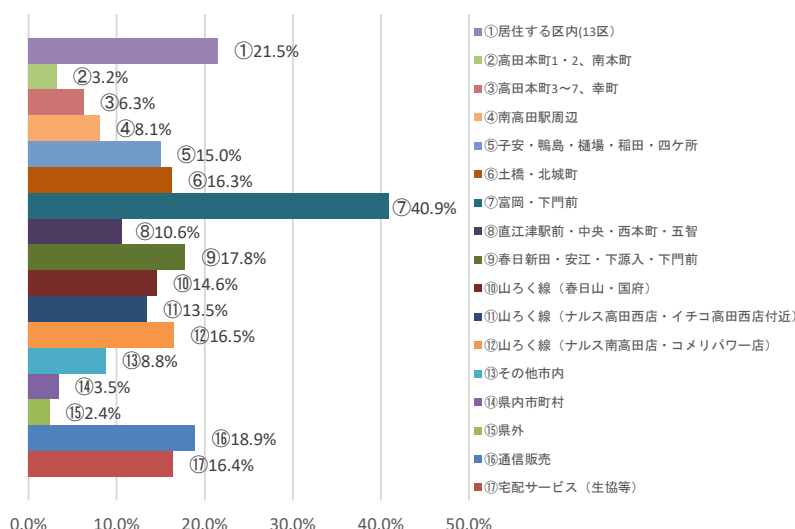


※最寄品は「日用雑貨」、「生鮮食品（肉、魚、野菜）」、「飲料及び生鮮食品以外の食料品」を集計

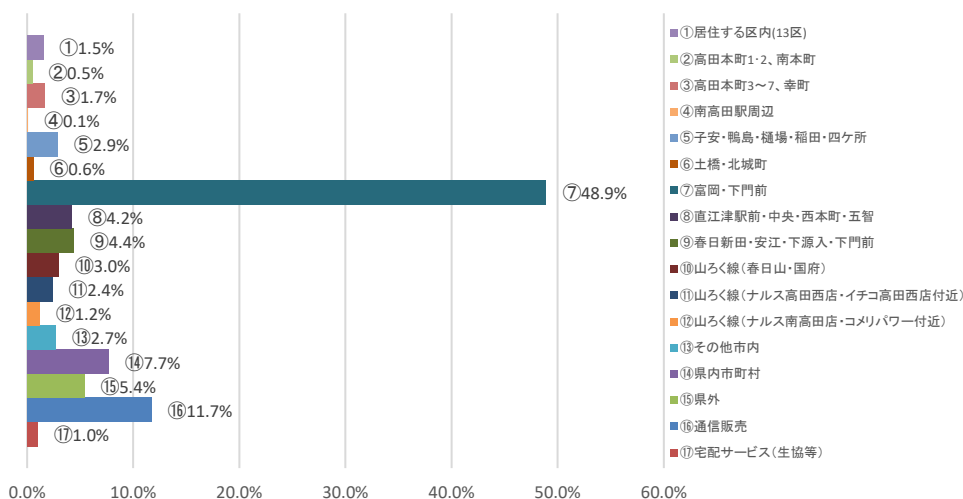
「富岡・下門前」は、市民の「月に2、3回程度利用する買物先」としての利用割合と「買物先ごとの買回品の消費額の割合」が最も高く、いずれも他の買物先を大きく上回っており、市内の買回品の買物先の中心となっています。（図表1-9、図表1-10）

中心市街地については、買回品消費額割合が、「高田本町3～7、幸町」は1.7%、「直江津駅前・中央・西本町・五智」では4.2%にとどまり、いずれも全市の中で大きな割合を占める状況にはありません。一方、「通信販売」の買回品消費額割合が全市で2番目の11.7%となっていることが目立ちます。（図表1-10）

図表1-9 月に2、3回程度利用する買物先（全市）



図表1-10 買物先ごとの買回品の消費額の割合（全市）

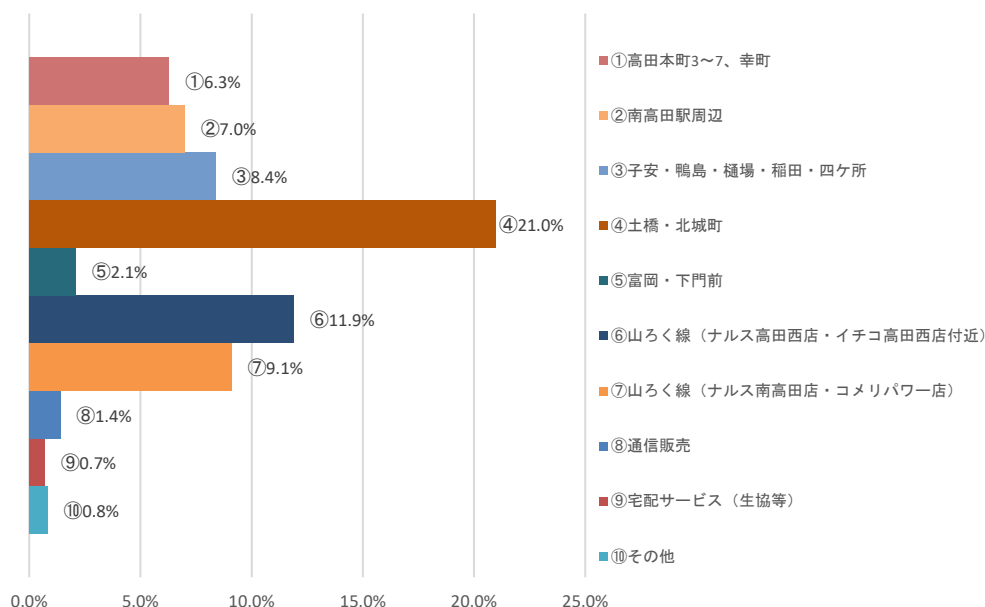


※買回品は「高級衣料」、「アクセサリー・時計・メガネ」、「靴・カバン」、「家庭用電気製品」、「家具・インテリア・寝具」、「文具・書籍」、「レジャー・スポーツ・趣味」、「贈答品」を集計

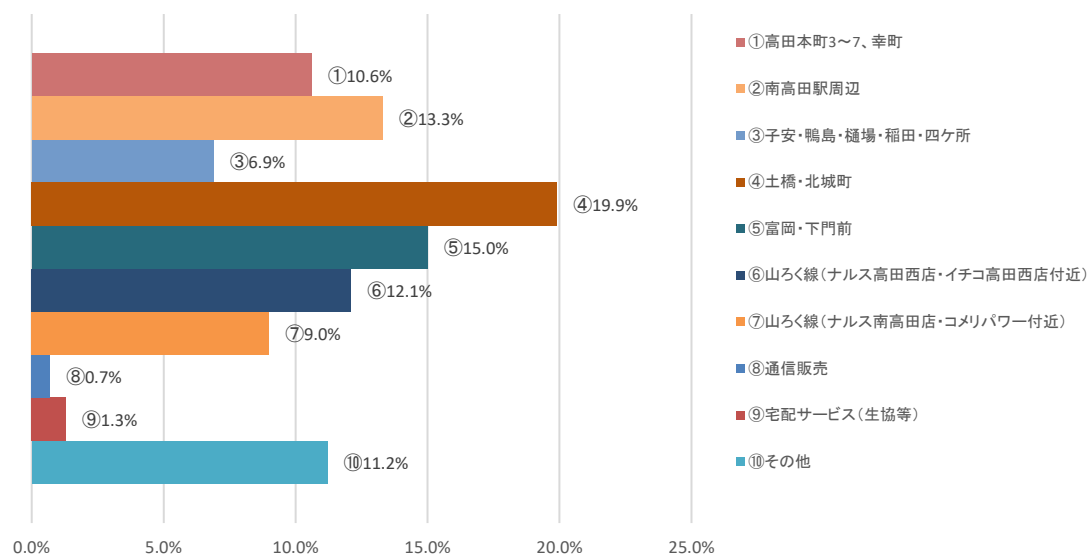
## (2) 高田区居住者の動向

高田区居住者が「週に2、3回以上利用する買物先」は、「土橋・北城町」、「山ろく線（ナルス高田西店、イチコ高田西店付近）」、「山ろく線（ナルス南高田店・コメリパワー店）」の順となりました（図表 1-11）。「買物先ごとの最寄品の消費額の割合」は「土橋・北城町」、「富岡・下門前」、「南高田駅周辺」の順となり、中心市街地（一部近接含む）の「高田本町3～7、幸町」は10.6%にとどまりました（図表 1-12）。このことから、高田区居住者は、日常的な買物では、高田区内及び近郊のスーパーが立地する買物先を多く利用する傾向にあると考えられます。

図表 1-11 週に2、3回以上利用する買物先（高田区居住者）



図表 1-12 買物先ごとの最寄品の消費額の割合（高田区居住者）



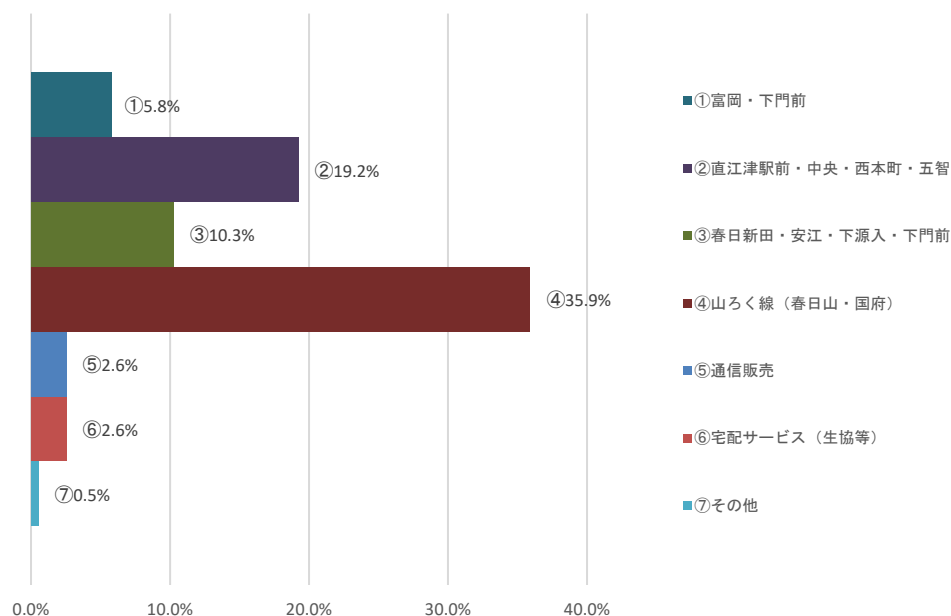
※最寄品は「日用雑貨」、「生鮮食品（肉、魚、野菜）」、「飲料及び生鮮食品以外の食料品」を集計

### (3) 直江津区居住者の動向

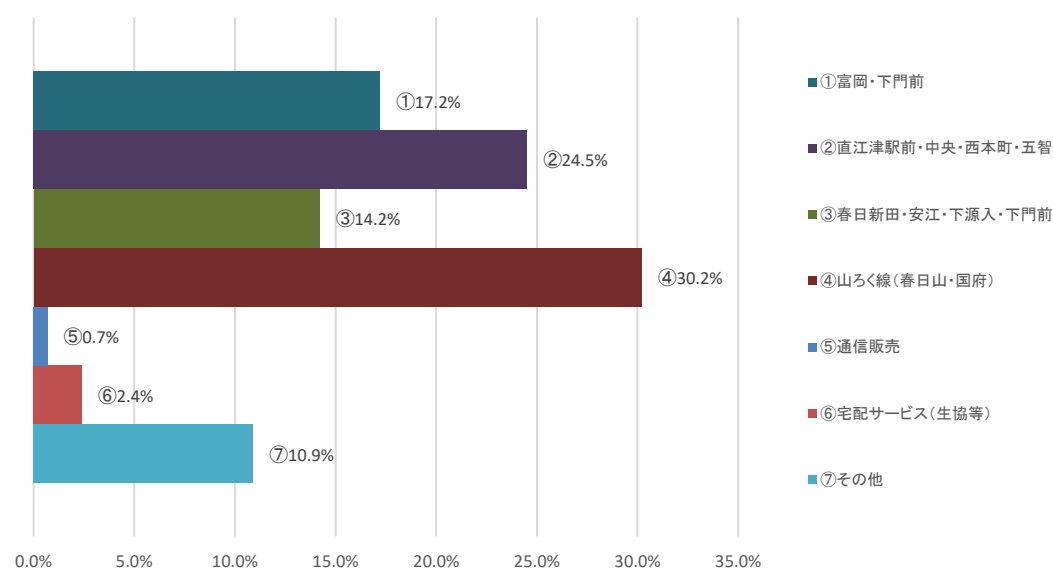
直江津区居住者が「週に2、3回以上利用する買物先」は、「山ろく線（春日山・国府）」と「直江津駅前・中央・西本町・五智」の二つで高い割合を占め（図表 1-13）、  
「買物先ごとの最寄品の消費額の割合」も同様の結果となっています（図表 1-14）。

このことから、直江津区居住者は、日常的な買物では、直江津区内の買物先を利用する傾向にあり、中心市街地（一部近接含む）の「直江津駅前・中央・西本町・五智」も比較的多く利用されています。

図表 1-13 週に2、3回以上利用する買物先（直江津区居住者）



図表 1-14 買物先ごとの最寄品の消費額の割合（直江津区居住者）



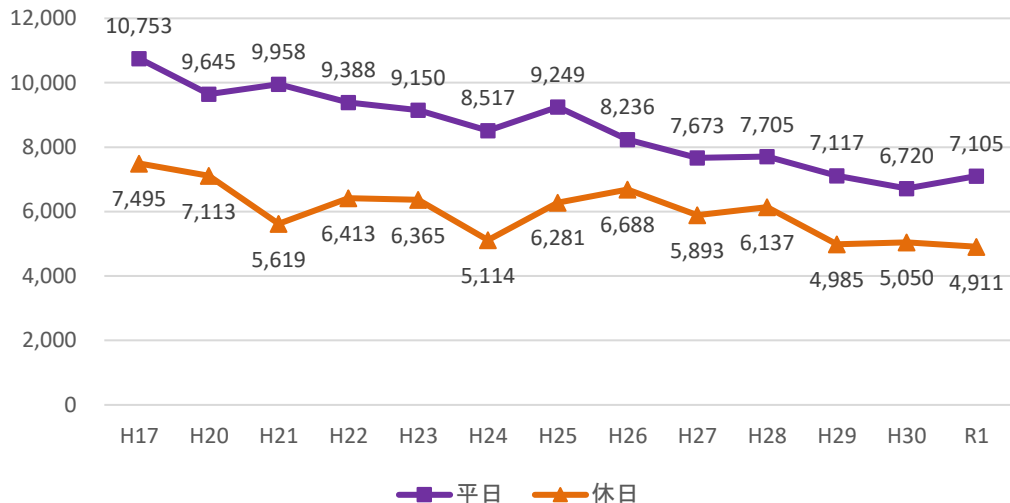
※最寄品は「日用雑貨」、「生鮮食品（肉、魚、野菜）」、「飲料及び生鮮食品以外の食料品」を集計

④ 中心市街地における平日・休日の歩行者交通量（出典：上越市中心市街地交通量調査）

【高田地区】

高田地区の歩行者交通量は、H25年度の「イレブンプラザ」と「あすとびあ高田」の整備後、平日、休日ともに増加しましたが、H26年度以降は再び減少傾向に転じ、休日の減少が顕著となりました。平成29年度以降は平日、休日ともに横ばいの状況で推移しています。

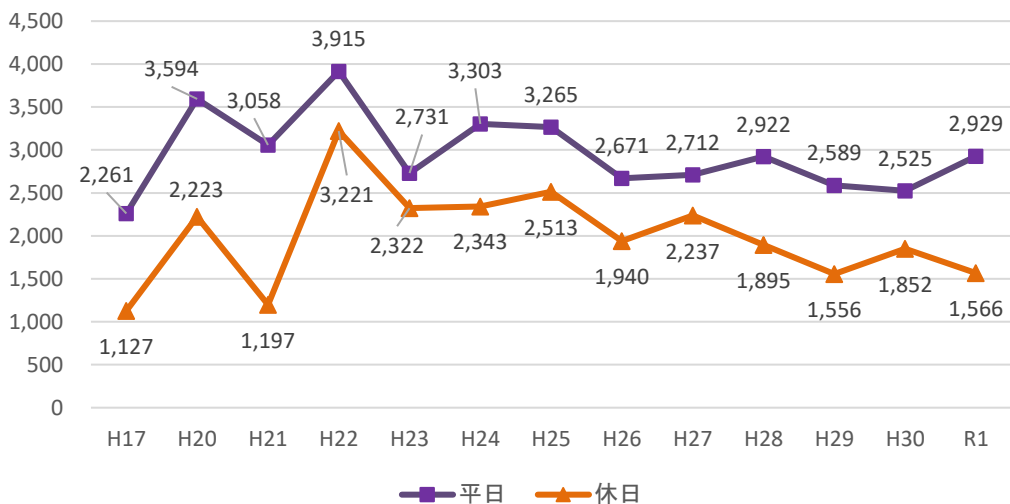
図表 1-15 高田地区の平日・休日歩行者交通量の推移（単位：人）



【直江津地区】

直江津地区の歩行者交通量は、H22年度以降、平日は減少から横ばい、休日は減少の傾向で推移してきました。H30年度の「水族博物館うみがたり」のリニューアルオープン後は、平日に増加傾向が表れました。

図表 1-16 直江津地区の平日・休日歩行者交通量の推移（単位：人）



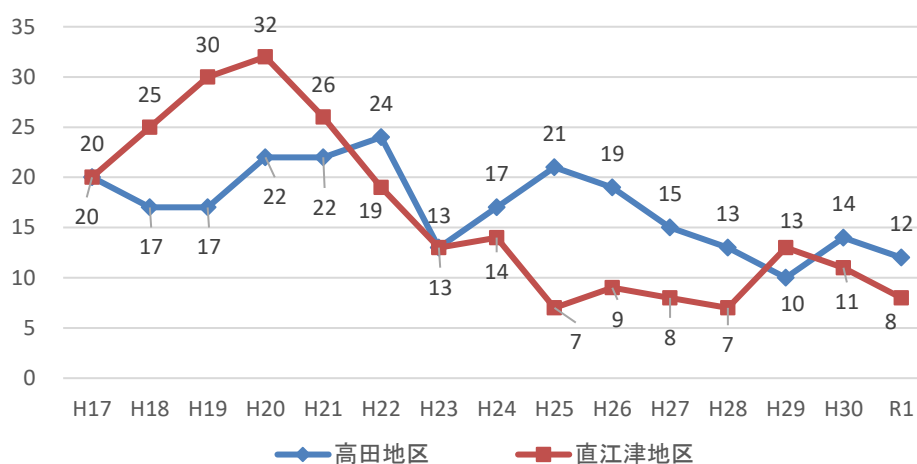


⑤ 中心市街地における空き店舗数（出典：商業・中心市街地活性化推進室調査）

中心市街地における空き店舗数は、高田地区では、H25年度以降は減少傾向で推移し、R1年度は12件、直江津地区では、H25年度に大きく減少して以降、ほぼ横ばいで推移していましたが、H29年度に増加し、R1年度は8件となっています。

図表 1-17 中心市街地における空き店舗数の推移

（単位：件）



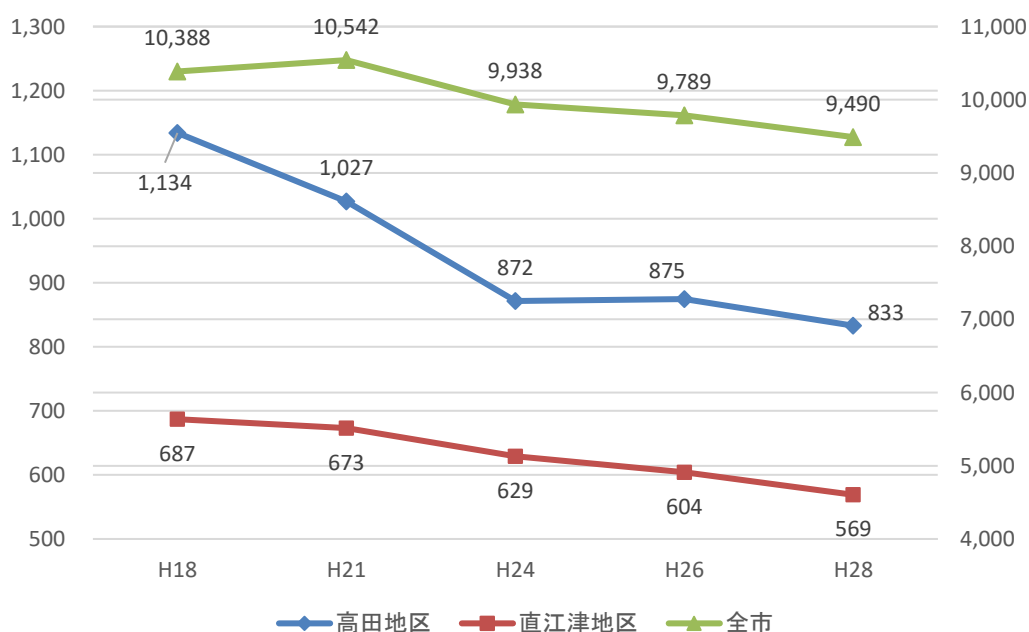
※R1年度は12月末時点の実績

⑥ 事業所数（出典：事業所・企業統計調査（H18）、経済センサス（H21～））

全市の事業所数は減少傾向が続いており、H26年度とH28年度の比較では3.1%の減少となりました。中心市街地において、同期間で比較すると、高田地区では4.8%、直江津地区は5.8%、それぞれ減少しており、減少率が全市を上回りました。

図表 1-18 事業所数の推移

（単位：件）



## 5. 現状と課題

この間のプログラムによる取組やハード整備の状況、まちの変化、統計とアンケートの結果から、高田地区、直江津地区それぞれの現状と課題が見えてきました。

### 【高田地区】

#### ○プラスの現状

- ・歴史や文化を活かした話題性のある情報発信により、高田のまちを「見る人」が増加傾向にあります。
- ・本町商店街は、近代的なアーケードをはじめ買物環境が整備されているとともに、様々な業種の店舗が営業を続けており、商店街周辺の区域（以下「街区」という。）における商業集積が維持されていることは大きな強みと考えます。

#### ○マイナスの現状

- ・高田地区における居住人口は減少傾向が続いており、また、地区内の居住者全体に占める高齢者の割合（以下「高齢化率」という。）が市全体の31.9%を大きく上回る40.7%となっています（図表 1-1、1-4）。
- ・令和元年度に実施した上越市消費動向調査において、高田本町3～7丁目及び幸町地内の店舗で週2、3回以上買物する市民の割合が1.7%（高田区居住者は6.3%）にとどまるなど、買物利用は低迷しています（図表 1-7、図表 1-11）。
- ・高田地区において、買物利用が低迷する状況の中で、居住人口の減少と高齢化率の上昇が続くことにより、強みである街区としての商業集積をいかすことがますます難しくなっていると考えます。

#### ○当面の課題

現状を踏まえ、当面は、以下の課題に取り組む必要があると考えます。

- ・長い年月をかけ、蓄積してきた都市、居住、生活、経済等の機能の有効活用
- ・外国人をはじめとする観光客の誘客促進
- ・高田世界館周辺、本町商店街、高田城址公園、寺町などの地区および周辺地区における集客
- ・エリア間の連携強化
- ・民間事業者による歴史的・文化的資源活用への投資の誘発
- ・商店街活動の活性化

## 【直江津地区】

### ○プラスの現状

- ・直江津地区では、水族博物館うみがたり（以下、「うみがたり」という。）や直江津ショッピングセンターなど集客が期待できる施設の整備が進んでおり、地区内外の皆さんの来訪を動機づける環境が整いつつあります。
- ・うみがたりのオープンを契機とし、地元商店街、教育機関、交通事業者等が一丸となって地域活性化に取り組んだ経験を通して関係者の一体感が醸成されてきたことは、今後の取組に向けた大きな強みと考えます。
- ・令和元年度に実施した上越市消費動向調査において、直江津区居住者の直江津駅前、中央、西本町、五智地内の店舗で週2、3回以上買物する割合は19.2%となり、日常的な買物は、一定程度地区内で行われています（図表1-13）。

### ○マイナスの現状

- ・直江津地区の居住人口は減少傾向が続いており、また、高齢化率が市全体の31.9%を大きく上回る39.9%となっています（図表1-1、1-4）。
- ・直江津地区では、直江津ショッピングセンター内に地元の商業店舗が集積されている一方で、既存の商店街では、店主の高齢化や後継者の不在による廃業等の影響により、街区の商業集積を欠く状況にあります。

### ○当面の課題

現状を踏まえ、当面は、以下の課題に取り組む必要があると考えます。

- ・街区の商業機能の確保
- ・まちなか散策の目玉づくり（人気店、名物、名所・旧跡等）と情報発信
- ・港町、鉄道の町、北前船、マゼランペンギンなどの多くの特色の中からテーマを絞ったまちのイメージ戦略
- ・一過性のイベントではなく、日常の来街につながる継続的な取組の実施

## 【長期的課題（高田地区・直江津地区共通）】

高田、直江津両地区に共通する長期的課題として、以下に取り組む必要があると考えます。

- ・地区内居住人口の維持・増加
- ・空き家、空き店舗、空き地の解消
- ・消費者の多様なニーズを満たす商業店舗を集積した街区の形成
- ・徒歩移動と公共交通の利便性の確保
- ・事業所（事務所、工房、作業所等）の集積 など

## 6. 第2期プログラムの検証

### 【高田地区】

#### (1) 第2期プログラムの概要

基本方針	①商店街の維持・活性化 ②地域資源を活かしたまちづくりの推進 ③次代につなぐ担い手の育成
目標	街のにぎわいの向上
掲載事業	25 団体 50 事業



#### (2) 概況及び目標達成の見通し

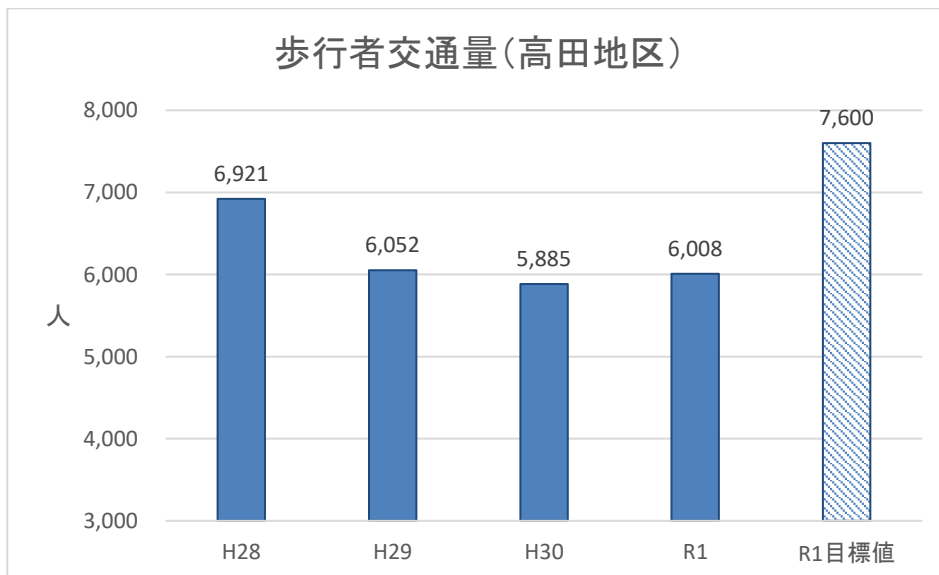
第2期プログラムに掲げた取組について、50事業のうち41事業、約80%の事業が実施されており、概ね順調に進捗が図られました。

また、各実施団体において、事業の目的や現状を踏まえた内容の見直しの動きが見られるほか、若手人材が中心となった将来を見据えた事業展開の検討も始まっており、担い手の育成につながることを期待されます。

目標指標については、「空き店舗数の減少」が目標値に近い状態にあるものの、「歩行者交通量の増加」、「イベントの集客人数の増加」は、いずれも目標値を下回る見通しであり、達成が困難と考えられます。

目標指標	第2期P策定時 (H28)	目標値 (R1)	最新値 (R1)
歩行者交通量の増加 (人/日)	6,923	7,600 (3年間で10%増加)	6,008
空き店舗数の減少 (件/年)	14	11 (3年間で20%減少)	12 (R1.12月末)
イベントの集客人数の増加 (人)	189,288	208,000 (3年間で10%増加)	111,000

#### (3) 目標指標の推移：「歩行者交通量の増加」



調査名 : 中心市街地交通量調査  
 調査月 : 各年5月～6月に実施  
 調査主体 : 上越市  
 調査対象 : 小学生以上の歩行者数  
 及び自転車通過台数、  
 平日及び休日の平均  
 調査地点 : 6地点

### (3)ー1 「歩行者交通量の増加」に寄与する主要事業の実施状況

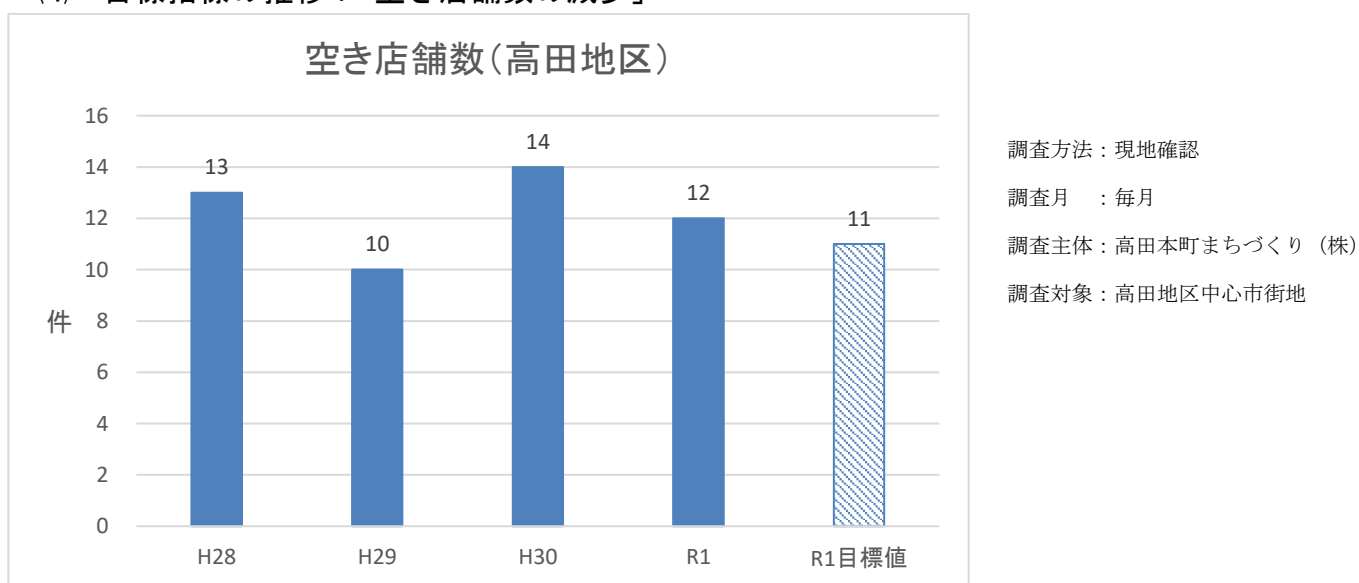
工夫を凝らした作品の展示で高田地区が彩られる「城下町・高田花ロード」や商店街の個別店舗ごとに表情の違うお雛様をめぐる「城下町高田・本町ひなめぐり」など、街なかを楽しく散策できる取組が一定期間実施されていることに加え、日本最古級の映画館である高田世界館やその周辺の街並みを活かした取組が活発に展開されています。

### (3)ー2 目標指標「歩行者交通量の増加」の成果と課題

商店街による各種事業や市民団体等が開催する街なかの散策を促すイベントには多くの皆さんが訪れていますが、日常的な来街にはつながっていないと考えます。なお、本町6丁目の調査地点においては、休日の歩行者の人数や年代等に変化が見られることから、各種事業の効果が表われてきているものと考えられます。

近年、歩行者交通量は目標値を大きく下回って横ばい傾向で推移しており、現状の人口減少や主要な交通手段が自動車であることなどを考慮すると、今後も目標指標の達成は困難と考えられ、見直す時期にきているものと考えます。

### (4) 目標指標の推移：「空き店舗数の減少」



### (4)ー1 「空き店舗数の減少」に寄与する主要事業の実施状況

#### ○ 空き店舗等への円滑な出店に資する推進体制の整備

- ・ 空き店舗調査の実施（毎月）

【実施主体：高田本町まちづくり(株)】

- ・ 「上越市中心商店街空き店舗物件情報」ホームページによる情報発信

【実施主体：中心市街地活性化協議会】

- ・ 空き店舗等利用促進補助金による店舗等改装費等の支援

【実施主体：上越市産業政策課商業・中心市街地活性化推進室】

#### (4)ー2 目標指標「空き店舗数の減少」の成果と課題

第1期プログラムでは目標を達成し、第2期プログラムでも目標値前後で推移しています。出店と廃業が同程度で繰り返されており、当面は大幅な増減が生じる状況にはないものと考えます。

高田地区の空き店舗の解消に向けては、引き続き、高田本町まちづくり(株)、地元の不動産会社や店舗オーナー等と連携し、行政機関の支援策を活用しながら、店舗、事業所等の誘致に取り組むとともに、出店場所としての地区の魅力を高める取組を推進していく必要があります。

なお、空き店舗の調査方法については、現状、貸出募集中の空き店舗の把握にとどまり、実態との乖離が見られることから、今後見直しを行います。

#### (5) 目標指標の推移：「イベントの集客人数の増加」

	H29 実績	H30 実績	R1 実績	R1 目標
本町春フェスタ	31,000	21,000	17,000	33,000
城下町高田花ロード	38,000	40,000	12,000	42,000
越後・謙信 SAKE まつり	96,000	122,000	82,000	133,000
合計	165,000	183,000	111,000	208,000

#### (5)ー1 目標指標「イベントの集客人数の増加」の成果と課題

雁木や町家、高田世界館などの地域資源を活かし、外国人を含む観光客を対象としたイベントが多数開催され、街のにぎわいが創出されるとともに、「城下町・高田」の歴史・文化を発信し、認知度の向上につなげることができました。

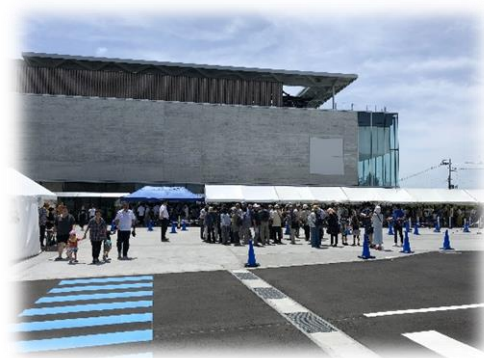
本町商店街を会場としたイベントも多数開催され、来場者の客層に合わせた工夫により商機をつかもうとする積極的な商業活動も取り組まれましたが、日常的な来街にはつながっていないため、若手の参画を促し、その視点や発想を事業に取り入れていくなど、新たな試みや工夫も必要と考えます。

目標指標については、実施団体がイベントの内容を見直したことやイベント実施日の悪天候の影響などもあり、令和元年度は、大幅に目標を下回る結果となりました。賑わい創出に向け、イベントで一定の集客を確保する必要性は認められますが、イベントの集客が恒常的な地区の活性化に結び付いてこなかった実態を踏まえ、目標指標としての有効性を検証する必要があります。

## 【直江津地区】

### (1) 第2期プログラムの概要

基本方針	①商店街の維持・活性化 ②地域資源を活かしたまちづくりの推進 ③次代につなぐ担い手の育成
目標	街のにぎわいの向上
搭載事業	28 団体 45 事業



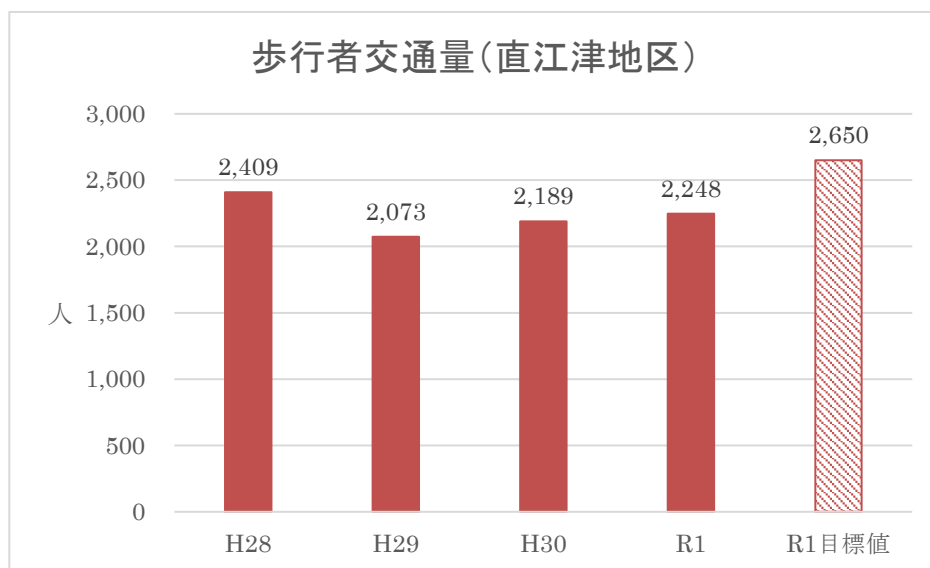
### (2) 概況及び目標達成の見通し

第2期プログラムに掲げた取組について、45事業のうち33事業が実施されています。一部実施に至らなかった事業に関しては、事業主体と関係者の間で調整が整わなかったことや事業の採算性や内容に課題が生じたことなどが理由として挙げられました。

目標指標に関しては、「イベントの集客人数の増加」は、平成30年度に目標値を上回る227,200人となりましたが、「歩行者交通量の増加」及び「空き店舗数の減少」に関してはいずれも目標値の達成が難しい見通しです。

目標指標	第2期P策定時 (H28)	目標値 (R1)	最新値 (R1)
歩行者交通量の増加 (人/日)	2,409	2,650 (3年間で10%増加)	2,248
空き店舗数の減少 (件/年)	8	6 (3年間で20%減少)	8 (R1.12月末)
イベントの集客人数の増加 (人)	205,800	226,100 (3年間で10%増加)	197,500

### (3) 目標指標の推移：「歩行者交通量の増加」



調査名 : 中心市街地交通量調査  
 調査月 : 各年5月～6月に実施  
 調査主体 : 上越市  
 調査対象 : 小学生以上の歩行者数  
 及び自転車通過台数、  
 平日及び休日の平均  
 調査地点 : 5地点

### (3)ー1 「歩行者交通量の増加」に寄与する主要事業の実施状況

#### ○ 新水族博物館を核とした地域活性化事業

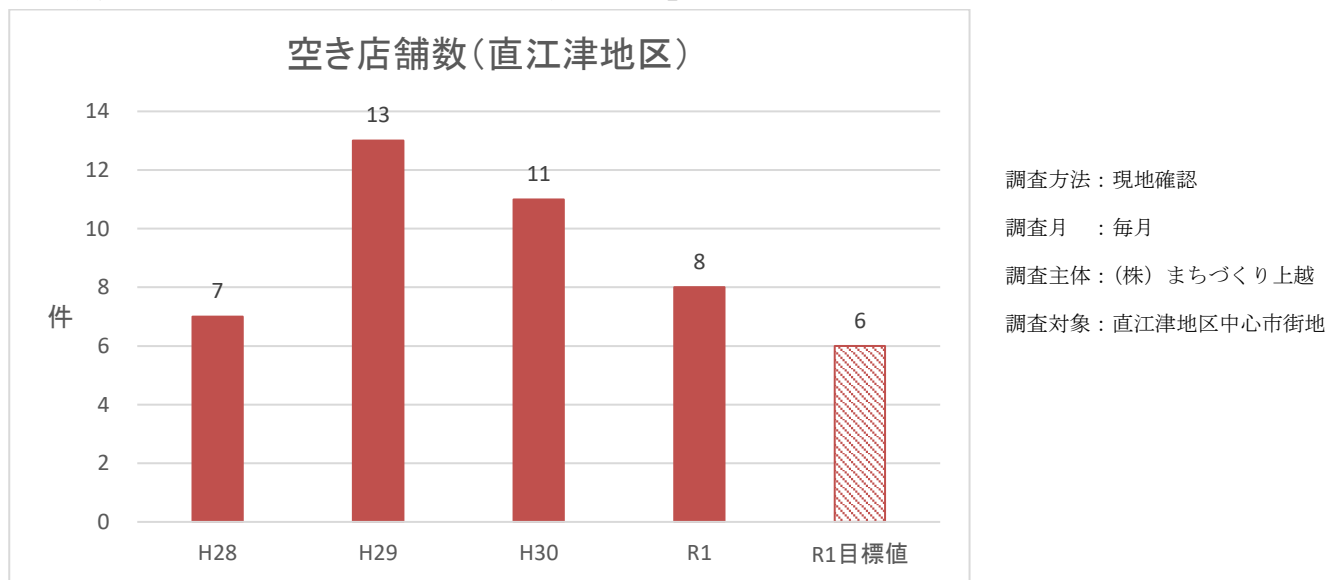
- ・新水族博物館を核とした地域活性化検討会が、うみがたりの整備を地域活性化につなげるため、街なかの店舗や公共施設などに水槽を設置する「まちなか水族館」、地元小学生がデザインした「おもてなしベンチ」の設置、商店街等で割引などの特典が受けられるクーポン券の発行などに取り組みました。

### (3)ー2 目標指標「歩行者交通量の増加」の成果と課題

平成 30 年 6 月に、うみがたり、平成 31 年 4 月には、ライオン像のある館がグランドオープンし、市内外から多くの皆さんが訪れ、街なかでランチ営業をしている飲食店では行列ができるなど、賑わいが創出されました。しかし、うみがたりの来館者の約 85%が自動車による移動であったことから、街なかを歩いて散策する動機付けとなる各種取組に一定の効果は認められるものの、第 2 期プログラムで掲載されている数値目標の達成は難しい状況です。

直江津駅前で建設されている民間の複合施設や直江津ショッピングセンターのリニューアルなどの施設整備の効果は期待されるものの、人口減少や自動車が主要な交通手段となっている現状を考慮すると、今後も目標指標を達成していくことは困難であり、見直しの時期がきているものと考えます。

### (4) 目標指標の推移：「空き店舗数の減少」





#### (4)ー1 「空き店舗数の減少」に寄与する主要事業の実施状況

##### ○ 空き店舗等への円滑な出店に資する推進体制の整備

- ・ 空き店舗調査の実施（毎月）  
【実施主体：㈱まちづくり上越】
- ・ 「上越市中心商店街空き店舗物件情報」ホームページによる情報発信  
【実施主体：中心市街地活性化協議会】
- ・ 空き店舗等利用促進補助金による店舗等改装費等の支援  
【実施主体：上越市産業政策課商業・中心市街地活性化推進室】

#### (4)ー2 目標指標「空き店舗数の減少」の成果と課題

空き店舗数に関しては、平成 29 年度以降は減少傾向にあるものの、後継者不足等を理由とする廃業、店舗物件の老朽化や来店者用駐車場の確保などが懸念材料となっています。

直江津地区の空き店舗の解消に向けては、引き続き、㈱まちづくり上越、地元の不動産会社や店舗オーナー等と連携し、行政機関の支援策を活用しながら、店舗、事業所等の誘致に取り組むとともに、出店場所としての地区の魅力を高める取組を推進していく必要があります。

なお、高田地区と同様に空き店舗の調査方法については、今後見直しを行います。

#### (5) 目標指標の推移：「イベントの集客人数の増加」

	H29 実績	H30 実績	R1 実績	R1 目標
三八朝市まつり	3,300	700	1,500	1,100
直江津祇園祭	200,000	202,000	196,000	201,000
なおえつ鉄道まつり	21,100	24,500	0 (台風により中止)	24,000
合計	224,400	227,200	197,500	226,100

#### (5)ー1 目標指標「イベントの集客人数の増加」の成果と課題

直江津地区における最大のイベントである「直江津祇園祭」や新潟県鉄道発祥の地として「鉄道のまち直江津」を発信する「なおえつ鉄道まつり」をはじめとする各種イベントが開催され、多くの皆さんが訪れており、平成 30 年度は目標指標を上回る実績となりました。

しかし、イベント開催による賑わい創出の効果は一過性にとどまっており、日常的な商店街への来街に結び付けていくための工夫や新たな試みにも取り組む必要があります。また、イベント運営に携わる人材の重複や後継者不足などへの対応も喫緊の課題と考えます。

なお、高田地区と同様に本目標指標についての検証が必要と考えます。

## 7. 第2期プログラムの課題と第3期プログラムにおける見直しの方向性

中心市街地の「現状と課題」及び第2期プログラムの掲載事業への取組、目標指標の達成状況を踏まえ、第2期プログラムの課題と第3期プログラムにおける見直しの方向性を整理します。

### (1) 第2期プログラムの課題

#### ① 目標「街のにぎわいの向上」について

- ・第2期プログラムの目標として、「街のにぎわいの向上」を目指してきましたが、「にぎわい」の状態の捉え方は個人差があり、目標として共有しづらい面があったと考えます。
- ・イベント開催時の一過性の賑わいは生まれたものの、高田地区、直江津地区ともに取組の成果が街の恒常的な賑わいや商店街等の顧客、売上にはつながっていないという課題が生じています。
- ・拠点施設等の整備状況をはじめ、まちの姿が異なる高田地区と直江津地区が共通の目標を掲げて取り組むことは難しいと考えます。

#### ② 目標指標について

- ・まちの姿が異なる高田地区と直江津地区が目標指標を共通のものとして、達成を目指すことは難しいと考えます。
- ・「歩行者交通量の増加」については、人口減少、高齢化、車社会等の地域の実情及び計測方法に起因する数値の信頼性、比較的短期間のプログラムであることなどを考慮し、指標として有効に機能していないものと考えます。
- ・「イベントの集客人数の増加」については、実績が天候に大きく影響されること、街の恒常的な賑わいへの効果などを考慮すると、指標として有効に機能していないものと考えられます。
- ・「空き店舗数の減少」については、現状は貸出募集中の空き店舗の把握にとどまり、住宅化や解体による物件総数の減少などの実態を反映していないため、指標としての信頼性を欠くものと考えられます。

#### ③ 人材育成について

- ・プログラム掲載事業の取組を継続・拡充するため、支援機関を活用した研修会の開催をはじめ、売上向上に向けた支援制度の紹介等に取り組みましたが、商店主が求める支援とのミスマッチが生じており、支援機関の活用を中心とした担い手の育成は難しい状況となっています。
- ・世代交代が進む一方で、商店街活動に意義を見出せない若手商店主の増加が懸念されます。

## (2) 第3期プログラムにおける見直しの方向性

### ① 目標、目標指標について

- ・目標は、各種取組の実施主体である商店街、商工団体、市民団体等と支援機関、行政機関が一層共有しやすいものに見直します。
- ・目標は、高田地区、直江津地区それぞれの地域の実情に合わせ、具体的な取組や成果をイメージしやすいものとしします。
- ・目標指標は、人口減少、高齢化、車社会などの社会経済情勢とプログラムの実施期間を考慮した上で、達成可能なものとしします。
- ・目標指標は、高田地区、直江津地区それぞれの目標に合わせて設定します。

### ② 人材育成について

- ・若手店主が商店街活動のメリットを考える話し合いの場づくりから始め、自ら取り組みたいと思う活動を商店街、まちづくり会社、支援機関、行政機関等の関係者が役割に応じて支援していく姿勢に転換する必要があります。
- ・市民団体等の人材育成にも同様に取り組む必要があります。

### ③ 取組、事業について

- ・イベント中心から、課題対応型のプログラムへと転換することとしします。
- ・上記に伴い、個別具体的な事業の掲載を改め、課題対応に有効と考えられる取組の例示に変更します。
- ・支援機関、行政機関による支援は、イベントも含め課題対応に有効な事業を中心に検討・実施します。

## Ⅲ. 第3期中心市街地活性化プログラムについて

### 1. 目的

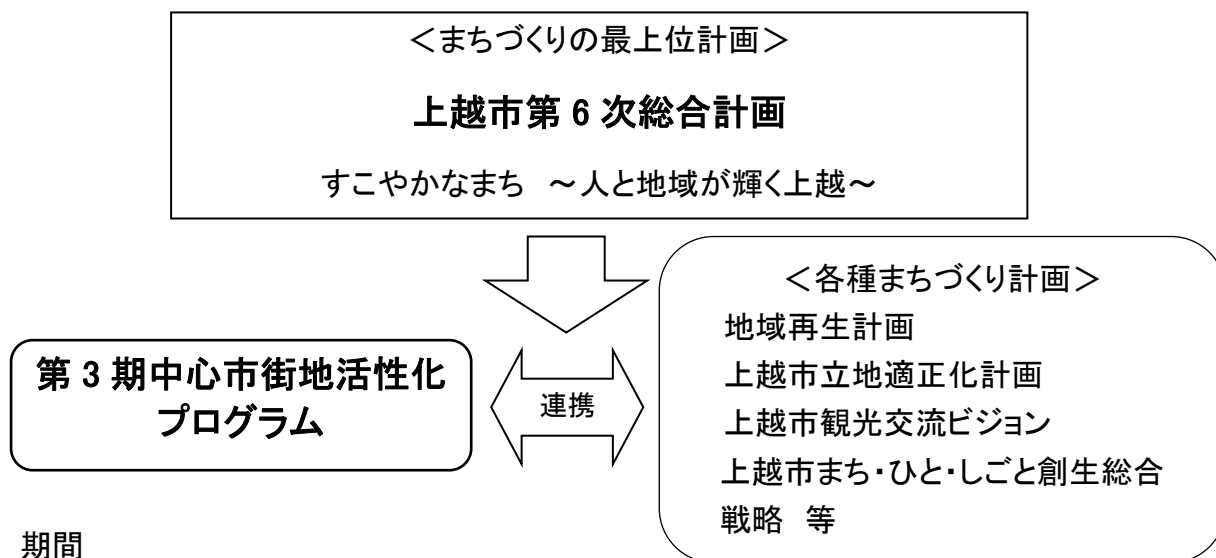
当市の最上位計画である第6次総合計画（平成27年度から令和4年度）において、高田駅周辺地区と直江津駅周辺地区は、多くの市民が居住し、市内外から人や団体が集う「都市拠点」に位置付けています。二つの「都市拠点」の機能や魅力が集まり中核をなす場所が、それぞれの中心市街地です。

第3期プログラムは、各種取組の実施主体となる商店街や商工団体、市民団体等と支援機関、行政機関が、長期的に目指すまちの姿（以下「将来像」という。）とプログラム期間の目標、基本方針などを共有し、中心市街地の機能や魅力の維持・向上に取り組むことを目的とします。

### 2. 位置づけと期間

#### (1) 位置づけ

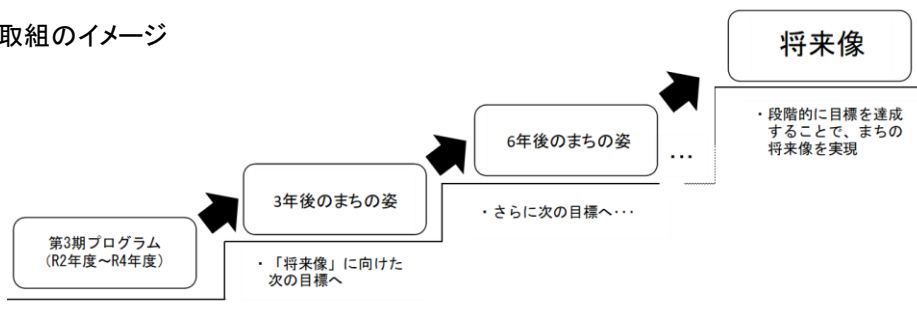
第3期プログラムは、第6次総合計画を上位計画とし、各種まちづくり計画と連携し、中心市街地の活性化に向けた取組を推進するための指針と位置付けます。



#### (2) 期間

第3期プログラムの期間は、令和2年4月から令和5年3月末までの3か年度とし、将来像の実現に向けた段階的な取組を推進します。

※段階的な取組のイメージ



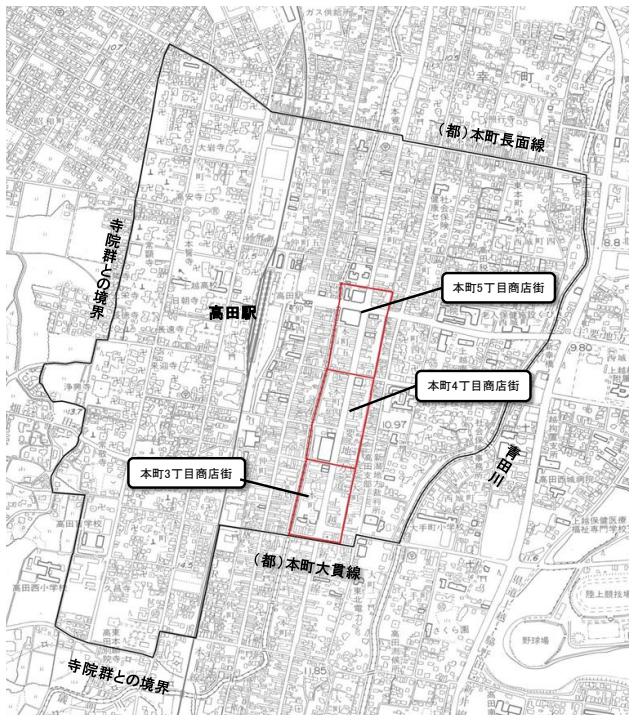
※各種まちづくり計画との関係

		H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	
上越市中心市街地活性化プログラム		第2期プログラム		第3期プログラム						
関係計画	地域再生計画	→								
	上越市立地適正化計画	→								目標年次: R16年度
	上越市観光交流ビジョン	上越市第五次観光振興計画			上越市観光交流ビジョン					
	上越市まち・ひと・しごと創生総合戦略	→			第1期	→				第2期

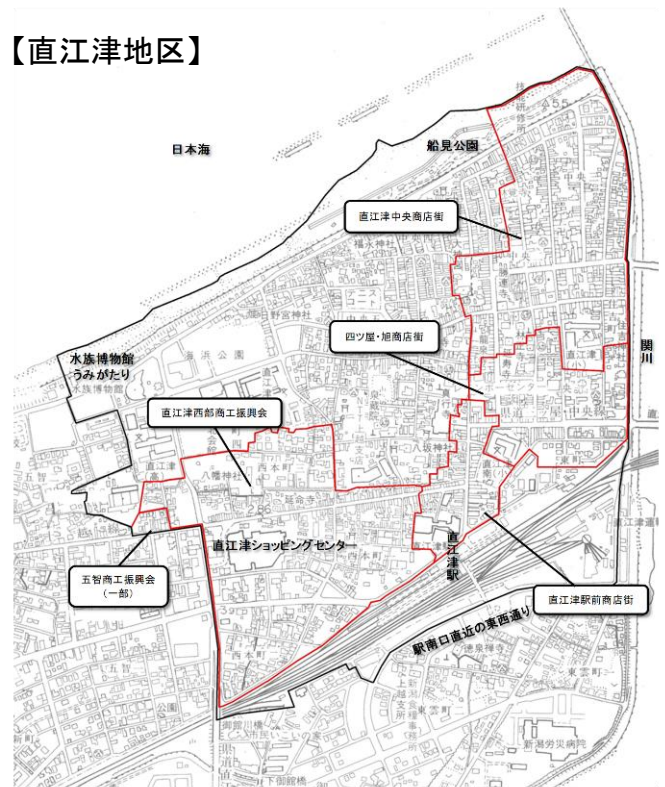
### 3. 区域設定の考え方

第3期プログラムにおける中心市街地の区域は、高田地区、直江津地区ともに上越市中心市街地活性化基本計画（平成20年11月策定）を踏襲し、次のとおり設定します。

#### 【高田地区】



#### 【直江津地区】



## 4. 地区別プログラム

高田地区と直江津地区においては、長い年月をかけて蓄積された都市、居住、生活、経済等の機能、まちの歴史・文化などの違いから、現在のまちの姿、取り組むべき課題も異なるため、将来像、目標以下の事項は地区別に定めるものとします。

### 高田地区

#### (1) 将来像

高田地区には、上越地域の政治・文化・経済の中心として、長い年月をかけ、雪国の奥深い文化が息づき、都市、居住、生活、経済等の機能が蓄積されてきました。

これまでの蓄積をいかしつつ、時代の変化に対応していくことにより、将来に渡って「上越地域の中心」、「市民の心の拠りどころ」であり続け、地域外への求心力も発揮できる中心市街地を目指します。

< 高田地区の将来像 >

**暮らしたい、訪れたい、働きたい、城下町・高田**

#### (2) 第3期プログラムの目標

高田地区においては、居住人口の減少、高齢化率の上昇、商店街の買物利用と来街者の低迷などが顕著な状況にあり、これまで蓄積されてきた都市、居住、生活、経済等の機能や歴史的・文化的資源などが十分に活用されていないと考えられます。このことを踏まえ、将来像の実現に向け、第3期プログラムの目標を次のとおり設定します。

< 目標 >

**つかいたいまち・高田**

商店街、市民団体はもとより事業者や住民の皆さんが、「つかいたくなる」をキーワードとして、街なかの利便性や居住性、魅力を高めるためのちょっとした改善や工夫に取り組むことにより、地域内外の皆さんが、街なかを訪れるだけでなく、その機能をつかいたくなる、さらには暮らしたいと感じる状態を目指します。



高齢者の居場所として…



まちの歴史や文化を体験する場として…



# つかいたいまち 高田のイメージ



町家をリノベして住居やオフィスに…



交流の場として…



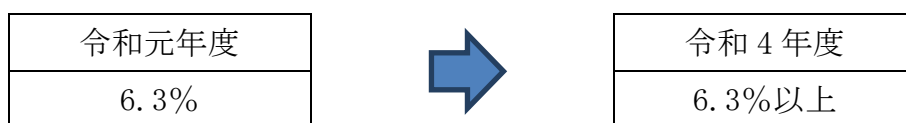
### (3) 指標

高田地区の目標達成状況を確認するための指標を次のとおり設定します。

#### 指標①：高田区居住者が本町3～7丁目、幸町で週2、3回以上買物する割合の増加

高田地区の商店街を中心に集積された商業機能を十分に活用していただくための商店街や商店による改善や工夫の成果を「上越市消費動向調査」により確認します。

第3期プログラムでは、高田区居住者による日常的な買物利用の頻度を高める取組を推進し、商店街や商店はもとより利用者からも地区内外に利便性や魅力が発信される状態につなげ、令和4年度調査において、**高田区居住者が「高田本町3～7、幸町で週2、3回以上買物する割合」を6.3%以上**とします。



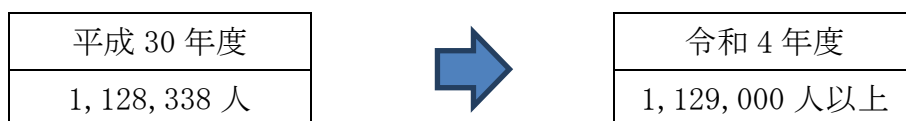
#### 指標②：主要な拠点施設の年間利用者数の増加

高田地区に整備された会議や集会、発表・イベント等の場として利用できる施設を十分に活用していただくための商店街や市民団体、施設運営者等による改善や工夫の成果を「主要な拠点施設の利用者数」で確認します。

第3期プログラムでは、拠点施設の利便性の向上や利用機会の創出、買物、飲食、休憩等の二次的な利用を組み合わせた情報発信など、街なかの拠点施設を利用する動機づけにつながる取組を推進し、3年間で**主要な拠点施設の年間利用者数の合計を、1,129千人以上**とすることを目指します。

##### 【主要な拠点施設】

町家交流館高田小町、高田まちかど交流館、あすとぴあ高田、イレブンプラザ



#### 指標③：街なか居住の促進に向けた機運の醸成

街なかの居住、生活機能を十分に活用していただくための改善や工夫に取り組み、「街なか居住の促進に向けた住民の皆さんの機運が高まった状態」を目指します。

高田地区における人口減少と高齢化率の上昇は、活性化に向けた重要かつ長期的な課題であるため、現段階で数値目標の設定は難しいと考えますが、定性目標を設定し、取組の推進を図ります。



#### (4) 基本方針（高田地区の戦略的な取組）

第3期プログラムの目標「つかいたいまち・高田」の達成に向け、商店街や商工団体、市民団体、行政機関などが各種取組を進める際の基本方針を明らかにします。

##### 【基本方針1】 商店街や店舗の魅力と利便性の向上

商業集積を維持した街区と機能を強みとし、地域内外から商店街や店舗を訪れる皆さんに、買物、まち歩き、憩い、交流、発表など、多様な目的で「つかいたい」と感じていただくための改善や工夫を促進します。

##### < 主な取組の例 >

- イベント開催やサービス提供を通じた来街機会の創出
  - ・商店街、街なかイベントの開催
  - ・希少な商品や人気グルメ等の販売
  - ・商店街、店舗、拠点施設等利用者への特典付与 など
- 時代の変化をとらえた若手店主による企画事業
  - ・将来を見据えたビジョンや商店街事業の検討・実施
  - ・若者や学生を街なかに呼び込む仕掛けの検討・実施
  - ・イベント広場の開放など商店街エリアの新たな利用目的の提案 など
- 街に来やすい、滞在しやすい環境の整備
  - ・高齢者の居場所や若者の交流の場づくり
  - ・休憩場所、待ち合わせ場所、トイレ等の提供
  - ・駐車場の利用環境の改善 など
- インバウンドの来街増加につながる仕掛けづくり
  - ・冬のスキーを主目的とした外国人観光客の受け入れ環境の充実
  - ・まちの歴史や文化をいかした誘客 など
- 個別店舗の利便性の向上
  - ・最寄品の品揃えの充実
  - ・入店・滞在しやすい店舗環境の整備
  - ・営業時間帯や休日等の見直し検討（早朝営業、夜間営業等） など
- 商店街の価値を高める繁盛店づくり
  - ・支援機関やコンサルタントを活用した店舗づくり
  - ・商店街を挙げた繁盛店の育成とPR・情報発信
  - ・地区内の不足業種・業態や人気ブランド等の誘致 など

- 商店街の力を底上げする商店間の連携
  - ・個別店舗間の情報共有（SNS、紙媒体の活用）
  - ・他店舗情報の相互発信 など

## 【基本方針 2】 エリア間の連携強化

本町商店街、仲町の飲食店街、雁木通りや歴史的建造物が残る本町 6～7 丁目・大町、寺町などの個別エリアを訪れる皆さんに、エリア間の移動を促し、高田地区全体の様々な地域資源や機能を「つかいたい」と感じていただくための改善や工夫を促進します。

### < 主な取組の例 >

- エリア全体を回遊する機会の創出
  - ・エリア間の連携によるイベント開催
  - ・エリア共通の情報発信ツール（SNS、HP 等）の供用
  - ・エリア回遊者への特典やサービス付与の検討・実施 など
- 各エリアで取組を進める商店街、商工団体、市民団体等の連携促進
  - ・情報交換や交流の場づくり
  - ・SNS を活用した地区全体の情報共有
  - ・エリアを超えた買い物、施設見学モデルコースの検討
  - ・他のエリアに関する学習会の開催 など
- 各エリアにおけるエリア内及び他エリアへの案内機能
  - ・公共施設における案内機能の強化
  - ・拠点施設を活用したエリア情報の発信
  - ・地区公認の案内場所、店舗等の設置
  - ・チラシ、情報誌等の共有と配布 など

## 【基本方針 3】 居住環境の改善

歴史・文化が息づく街なかで、蓄積された居住、生活、都市、経済等の機能を「つかいたい」、安心・快適で充実した暮らしを送りたいと感じていただくための住環境・都市基盤の改善や工夫につながる取組に着手します。

### < 主な取組の例 >

- まちの将来像や在り方についての議論・検討
  - ・モデル地区におけるワークショップの開催 など

## 直江津地区

### (1) 将来像

直江津地区には、古くからの海陸の交通の要衝として、長い年月をかけ、地域外との交流や交易を支える都市、居住、生活、経済等の機能が蓄積されてきました。

これまでの蓄積をいかしつつ、時代の変化に対応していくことにより、将来に渡って「上越地域の交流・交易の中心」、「市民の心の拠りどころ」であり続け、地域外への求心力を発揮できる中心市街地を目指します。

＜ 直江津地区の将来像 ＞  
人、モノ、情報が出会い交流する、港町・直江津

### (2) 第3期プログラムの目標

直江津地区においては、居住人口の減少、高齢化率の上昇、商店街の商業集積度の低下などが顕著な状況にあります。平成30年6月に開館したうみがたりをはじめ、地区内外からの集客が期待できる施設の整備が進んでおり、それらを一層活用することにより、地域の活性化が図られていくと考えられます。このことを踏まえ、将来像の実現に向け、第3期プログラムの目標を次のとおり設定します。

＜ 目標 ＞  
めぐる！楽しむ！直江津

中心市街地及び周辺地区（直江津中学校区）の商店街、市民団体はもとより事業者や住民の皆さんが一体となって、地区内外からの来訪者の皆さんから街のいろいろな場所を「めぐり、楽しんでいただく」ためのちょっとした改善や工夫に取り組むことにより、地域内での買物、飲食、学び、交流などの楽しみを通して直江津のファンが増え、暮らしたいと感じる皆さんが増えていく状態を目指します。



イベント開催による回遊機会の創出



名物のヒト・モノ・コトの集約・発信



高齢者の居場所や若者の交流の場として



# めぐる！楽しむ！ 直江津のイメージ



まちのイメージを共有



地区公認・案内所の設置

人気グルメ等の販売

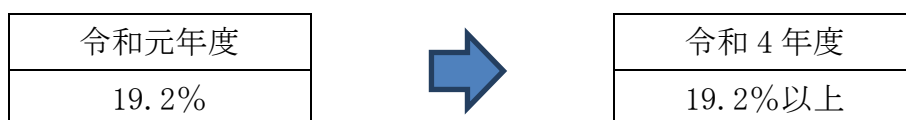
### (3) 指標

直江津地区の目標達成状況を確認するための指標を次のとおり設定します。

#### 指標①：直江津区居住者が直江津駅前、中央、西本町、五智で週2、3回以上買物する割合の増加

直江津地区の商店街や直江津ショッピングセンターなどを、地区内の皆さんがめぐり、買物を楽しんでいただくための商店街や店舗による取組の成果を「上越市消費動向調査」により確認します。

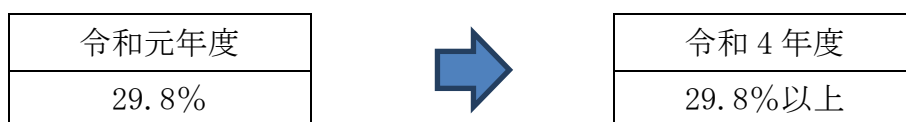
第3期プログラムでは、直江津区居住者による日常的な買物利用の頻度を更に高める取組を推進し、商店街や店舗はもとより利用者からも地区内外に直江津での買物の「楽しさ」が発信される状態につなげ、令和4年度調査において、**直江津区居住者が「直江津駅前、中央、西本町、五智で週2、3回以上買物する割合」を19.2%以上**とします。



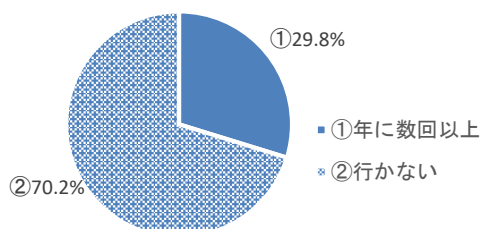
#### 指標②：直江津区に居住していない市民が直江津駅前、中央、西本町、五智で買物する割合の増加

直江津地区に整備された集客が期待される施設へ地区外から訪れた市民の皆さんに買物を楽しんでいただくための商店街や店舗による取組の成果を「上越市消費動向調査」により確認します。

第3期プログラムでは、集客が期待される施設に地区外から訪れた皆さんに、地区内で長く滞在し、より多くの「楽しさ」に触れていただくための仕組みや仕掛けづくりを推進し、地区外からの来訪者からも直江津での買物や飲食の「楽しさ」が発信される状態につなげ、令和4年度調査において、**直江津区に居住していない市民が「直江津駅前、中央、西本町、五智で買物する割合」を29.8%以上**とします。



参 考：直江津区に居住していない市民が「直江津駅前、中央、西本町、五智」で買物する割合



出典：令和元年度上越市消費動向調査  
(令和元年8月実施)

### 指標③：主要な拠点施設の年間利用者数の増加

直江津地区を「めぐり、楽しんでいただく」ための商店街や商工団体、市民団体等による取組の成果を街なか回遊の際に休憩や中継地点（地区外来訪者の二次的な目的地）等として立ち寄る機会が多いと考えられる「主要な拠点施設の年間利用者数」で確認します。

#### 【主要な拠点施設】

直江津学びの交流館、ライオン像のある館、エルマール専門店街（直江津ショッピングセンター内）

平成 30 年度	→	令和 4 年度
953,404 人		954,000 人以上

#### (4) 基本方針（直江津地区の戦略的な取組）

第3期プログラムの目標「めぐる！楽しむ！直江津」の達成に向け、商店街や商工団体、市民団体、行政機関などが各種取組を進める際の基本方針を明らかにします。

##### 【基本方針1】 拠点施設の来街者に街なか回遊を促す仕掛けの充実

地域内外からうみがたりや公共施設、商業施設などの拠点施設を訪れる皆さんに、買物、飲食、名所・旧跡巡り、休憩など、多様な目的で直江津の街をめぐる楽しさを伝えるための取組を促進します。

##### < 主な取組の例 >

###### ○イベント開催やサービス提供を通じた回遊機会の創出

- ・商店街、店舗、拠点施設等の連携による回遊者への特典付与
- ・回遊イベントの開催
- ・希少な商品や人気グルメ等の販売
- ・拠点施設をつなぐ二次交通の充実 など

###### ○拠点施設間の連携強化

- ・複数の拠点施設による連携企画の実施
- ・SNSを活用した拠点施設間の情報共有
- ・拠点施設相互の連携による街なか情報の発信 など

###### ○街なか回遊促進に向けた商店街、商工団体、市民団体等の連携促進

- ・若手人材の情報交換や学習会、交流の場づくり
- ・SNSを活用した地区全体の情報共有
- ・拠点施設を活用した買い物、施設見学モデルコースの検討 など

###### ○まちのイメージの共有と発信

- ・まちのイメージの共有化（鉄道、港、北前船、マゼランペンギンなど）
- ・イメージ戦略の検討・試行
- ・多数存在している街歩きマップの統一化の検討 など

###### ○名店・名物・名所・旧跡等のPR

- ・各店舗の魅力調査と発信方法の検討
- ・名物のヒト、モノ、コトの集約・発信
- ・名所・旧跡に関する学習会の開催 など

## 【基本方針 2】 街なかの受け入れ環境の整備

地域内外から訪れた皆さんに、街なかで快適に過ごし、回遊を楽しんでいただくための受け入れ環境の整備を促進します。

### < 主な取組の例 >

#### ○街に来やすい、滞在しやすい環境の整備

- ・高齢者の居場所や若者の交流の場づくり
- ・休憩場所、待ち合わせ場所、トイレ等の提供
- ・駐車場の利用環境の改善 など

#### ○街なかの目玉づくり

- ・互の市広場、ライオン像のある館等の有効活用
- ・アンテナショップの魅力向上と PR
- ・若者や学生を街なかに呼び込む仕掛けの検討・実施
- ・商店街を挙げた繁盛店の養成と PR・情報発信
- ・地区内の不足業種・業態や人気ブランド等の誘致 など

#### ○街なかにおける案内機能の充実

- ・公共施設における案内機能の強化
- ・拠点施設を活用した街なか情報の発信
- ・地区公認の案内場所、店舗等の設置
- ・チラシ、情報誌等の共有と配布 など

## 【基本方針 3】 居住環境の改善に向けた検討

海辺の街なかに蓄積された都市、居住、生活、経済等の機能をつかい、安心・快適で充実した暮らしを送りたいと感じていただくための住環境・都市基盤の改善や工夫につながる取組の検討を開始します。

### < 主な取組の例 >

#### ○まちの将来像や在り方についての議論・検討

- ・地区内の居住者との意見交換
- ・具体的な取組方法の検討 など



## 5. まちの力を維持・強化するための取組（高田地区・直江津地区共通）

高田地区、直江津地区の両中心市街地において、居住人口の減少、高齢化、街の空洞化などは共通する課題であり、その影響が顕著になってきていますが、これらの課題には、即効性の高い解決策はないと考えられ、長期的な視点に立ち、まちの力を維持・強化していくため、継続的に取り組んでいく必要があります。

### < 長期的な取組の例 >

#### ○地区内居住人口の維持・増加

- ・居住環境の実態把握
- ・地区内におけるモデル的な取組の実施
- ・街なか居住促進施策の具体化検討
- ・街なかへの事業所誘致による昼間人口の増加 など

#### ○商業機能の維持・拡充

- ・後継者の有無、事業承継意向の実態調査
- ・事業承継に関する個別相談会、セミナーの実施
- ・商店街における最適なテナント構成（業種業態）の実現
- ・最寄品取り扱い店舗の配置替え（利用者目線の配置バランスの適正化）
- ・地区内に不足する業種や業態の商業店舗の誘致
- ・町家の商業店舗への転用促進 など

#### ○空き地、空き家、空き店舗の解消

- ・空き地、空き家、空き店舗の詳細把握
- ・街なかへの起業、出店支援
- ・街なか居住促進施策との連携
- ・空き地、空き家、空き店舗見学会の実施 など

#### ○公共交通の利便性向上

- ・市街地を経由する公共交通の維持
- ・公共交通乗継ぎの円滑化
- ・街なかの歩行環境の改善
- ・公共交通待合所の機能拡充（憩い、娯楽、買物など）
- ・地域と公共交通機関との連携 など

#### ○まちづくり会社の機能強化

- ・事業コーディネート能力の向上
- ・地区内企業へのコンサルティング力の向上
- ・商店街、商工団体への収益事業の提案及び実施支援
- ・地区内への商業店舗、事業所誘致 など

## IV. 推進体制

### 1. 関係者に期待される役割

第3期プログラムでは、商店街や商工団体、市民団体などの関係者が、それぞれに本来的に期待される役割を果たしていくことに加え、自ら新たな行動を起こし、必要に応じて関係者間で連携・協力して取組を進めることにより、目標の達成を目指します。

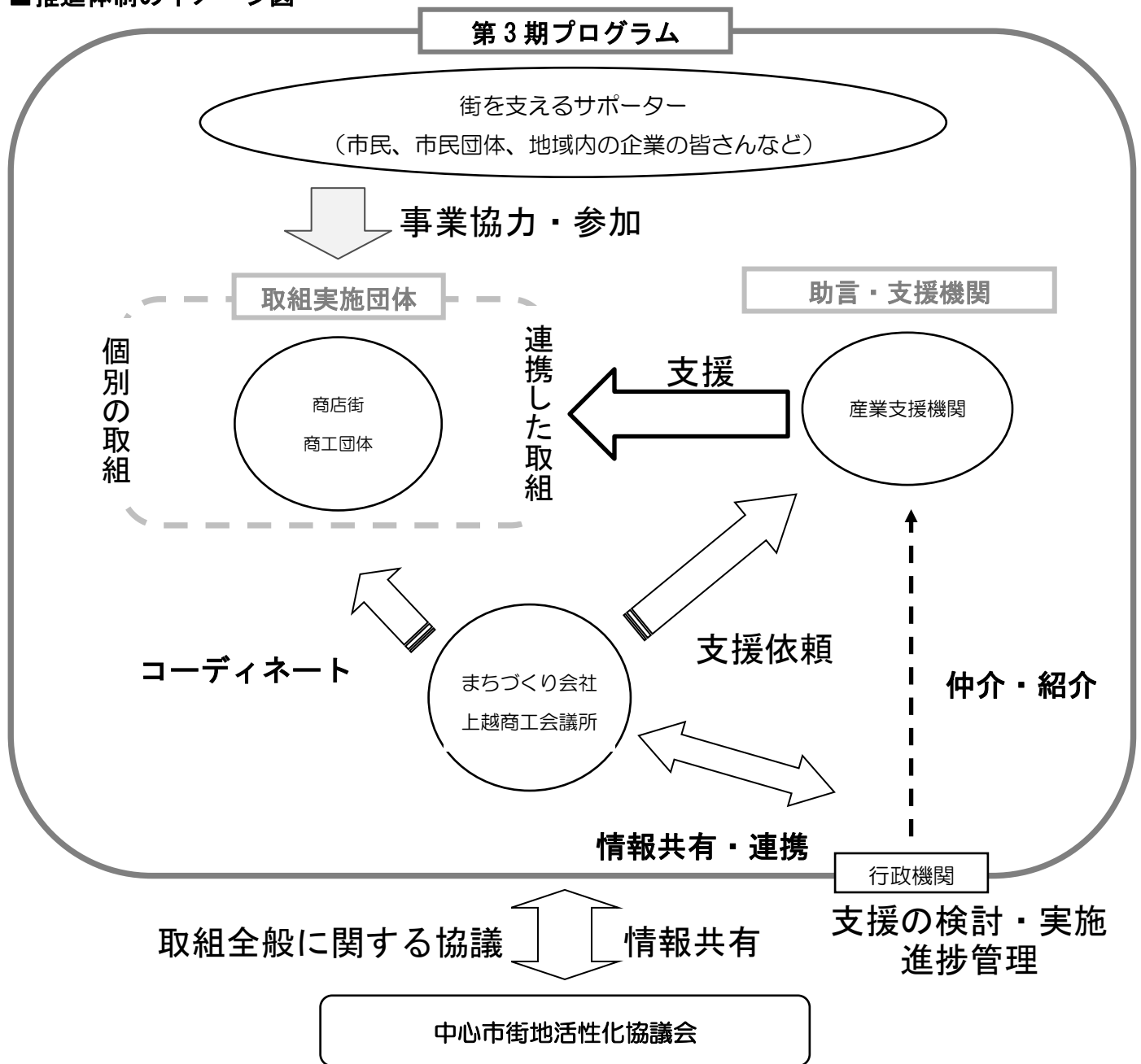
関係者	期待される役割
商店街 商工団体	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 街区や地区全体への誘客促進につながる取組の企画・実施</li> <li>・ 街区等の魅力向上につながる取組の企画・実施</li> <li>・ 街区等の利用環境の整備</li> <li>・ 個別店舗間の親睦、連携の促進のための調整</li> </ul>
産業支援機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商店街等の主体的な取組への支援</li> <li>・ 個別具体的な企業に寄り添った支援</li> </ul>
まちづくり会社 上越商工会議所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 複数の関係者間の連携のための調整</li> <li>・ 街区等の振興につながる取組の提案とコーディネート</li> <li>・ 商店街や個別店舗への指導・助言</li> <li>・ 産業支援機関や行政機関等の仲介・紹介</li> </ul>
中心市街地 活性化協議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中心市街地活性化に関わる取組全般の協議の場</li> <li>・ 第3期プログラムの推進に向けた協議・情報共有</li> </ul>
行政機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第3期プログラムの推進に必要な取組、支援の検討・実施</li> <li>・ 第3期プログラムの進捗管理</li> <li>・ 複数の関係者間の連携のための調整</li> <li>・ 産業支援機関やまちづくり会社等への仲介・紹介</li> </ul>

### 2. 街を支えるサポーター

第3期プログラムの推進のため、市民、市民団体、地域内の企業等の皆さんには、街を支える「サポーター」となっていただくことを期待します。

サポーターとして 期待すること	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 街区等に足を運び、利用し、買う、楽しむ、学ぶ</li> <li>・ 商店街等のイベントや事業に協力、あるいは参加する</li> <li>・ 街区等を使ったイベント、発表の場などを企画・運営する</li> <li>・ 街区等の魅力を知り、他の人、企業、地域などに発信する      など</li> </ul>
--------------------	--

■推進体制のイメージ図



3. フォローアップ体制の確立と実行

第3期プログラムの目標や基本方針等を、商店街、商工団体、市民団体、行政機関等の関係者が共有し、それぞれが実施主体となり、あるいは、連携して取組を進め、事後のフォローアップに取り組みます。

フォローアップは、毎年度、中心市街地活性化協議会で行うこととし、各関係者が取組の成果や課題等を持ち寄り、確認しあうとともに、目標指標をはじめとする客観データの推移、中心市街地周辺の施設等の整備状況、まちの変化などの情報共有を行います。

また、本プログラムの最終年度には、上越市消費動向調査の結果を含む数値データの分析及び目標の達成状況、取組結果等を評価し、以降のプログラムの検討に活用します。