

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

上杉謙信公から繋がる歴史・文化をいかした通年観光～越後の都 誇れる上越の3つの暮らしと心意気～

2 地域再生計画の作成主体の名称

新潟県上越市

3 地域再生計画の区域

新潟県上越市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

(歴史・文化等の伝承)

・現在、「春日山」「直江津」「高田」の3つの地域は、上越市を代表する市街地をそれぞれに形成しており、3つの地域には魅力的な歴史・文化資産や豊かな自然、そして食がある。さらに綿々と受け継がれてきた様々な伝統行事など、地域固有の資源が数多くあるにもかかわらず、市民を対象にしたアンケートの結果では、「家や建物などの街並みや景観が美しい」との設問に、59.6%の市民が「あまり感じない」「全く感じない」と回答し、「NPOやボランティア団体などの市民活動が盛んである」の設問には65.8%の市民が「あまり感じない」「全く感じない」と回答している。とりわけ「観光PRが盛んで、観光客が多い」との設問には、28の設問の中で最も高い88.2%の市民が「あまり感じない」「全く感じない」と回答しており、地域固有の資源の価値等に気づいていない市民が多く、今後それらの歴史・文化等を伝え、守り活かす取組が急務になっている。

(観光消費額、観光関連産業の活性化、生業の創出)

・当市では、これまでもイベントや季節型中心の観光から脱却すべく観光資源の磨き上げや情報発信に取り組んできた。この結果、個々の観光資源の魅力向上が図られ、一定の集客が得られ始めたものの、約974km²(東京都の約半分)という広大な市域の中で観光資源が点在していることもあり、一つの地域に長く滞在することで生まれる消費が乏しく、観光客の増加による生業の創出に課題を抱えている。このことは、当市を来訪する観光客の特徴に表れており、県外からの観光客による観光消費額は新潟県平均と比べて日帰りでは1/2未満、宿泊では約1/2となっており、加えて県内からの観光客による観光消費額も新潟県平均に満たない状況である。

・主な理由として、当市の観光がイベントや季節型中心となっているため、滞在場所や滞在時間が少なく、観光客は消費場所・消費機会が限られているためである。また、事業者にとっても通年で誘客できる特徴的なテーマやコンテンツを打ち出すことができないことや、イベントや季節型中心では一時的な集客にとどまってしまうため、安定的な経営を継続できる収入が見込めず、観光関連産業が育ちにくい土壌となっている。

・この悪循環を改善するために滞在時間を延ばし、観光消費額を高めることで、観光業のほか、飲食業やサービス業などの既存産業、地域団体等と連携しながら滞在時間の増加や、飲食等の消費や体験活動を中心とした役務の提供等の新たな生業の創出や域内回遊の促進による、観光消費額の向上が肝要である。

・RESASの産業構造マップによると、当市の全事業者数(企業単位)のうち宿泊業に従事する従業者数の割合は1.57%であり、全国の6.86%とは大きな差がある。観光関連産業は外貨を獲得する重要な産業であると同時に、女性の就業者が占める割合が多いため、人口減少を抱える当市においては、多様な雇用の創出に向けて、女性の就業者が占める割合が多い観光関連産業を活性化していく必要がある。

・また、観光に関する情報発信については、現在、市と公益社団法人上越観光コンベンション協会が分担して行っている。情報の収集と発信の双方において窓口が2つある状態であり、観光に関する全体の情報を把握しきれていない状態である。

(デジタル技術の活用による利便性向上)

・地域の飲食店等にとって、観光客等を対象にした店舗外での販売は収入を向上する手段の一つであり、観光客の満足度や観光消費額の向上につながるが、個々の事業者によるPRとなることや出店の手続きや準備が煩雑で手間がかかる問題を解消する必要がある。RESASにおいても、上越市内のキャッシュレス決済の加盟店当たりのサービス数は、6.01ポイントであり、隣接する妙高市の6.14ポイントを下回っている。観光消費額を向上していくには、キャッシュレス決済の普及も重要である。

なお、既存計画「地域資源をいかした観光誘客事業～市民が主役の観光地域づくり～」においては、地域資源の付加価値向上と丁寧な魅力発信により、一年を通じた誘客、観光の担い手不足の課題を解消していくものであるが、当事業では、地域資源をいかした新たな生業や雇用の創出、歴史・文化等を価値化し次の世代に伝承していくものである。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

(交付対象事業の背景)

・当市の人口は、この20年間、減少を続けており、平成12年から平成17年までの間は1.8%の減少であったが、平成27年から令和2年までの間は4.5%の減少に加速している。これは、出生率の低迷により若年の人口が著しく減少していることに加え、高校卒業後、進学等のため都市部に転出したまま、特に女性を中心に若者が地元に戻ってこないという背景がある。

・人口減少や少子高齢化の影響として、担い手不足やコミュニティの希薄化、消費の減少、産業活力の衰退などの課題を抱えており、将来にわたり活力ある地域を創るためには、次代を担う人づくりとともに、若者にとって魅力ある新しい仕事づくりや地域資源をいかした交流・関係人口拡大に向けて、あらゆる政策を総動員していく必要がある。

・また、本市には、全国的に知名度が高い戦国武将上杉謙信公の居城であった春日山城跡がある「春日山地域」、国府が置かれ交通や物流の要衝として栄えた「直江津地域」、町家の街並みと桜の高田城址を中心とした「高田地域」が、それぞれに市街地を形成しており、これらの市街地には、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いる。

(地方創生として目指す将来像)

・当市の総合戦略では、『若者・子育て世代にとって「選ばれるまち」「住み続けたいまち」』を、将来都市像に掲げ、若者世代が家庭を築き、心豊かな家族生活を営めるまちとしての魅力を高める取組を重点的に進めていくこととしている。

・本市には、魅力的な歴史・文化資産や豊かな自然や食、さらに様々な市民活動など、地域固有の資源が数多くあることから、本計画では、観光という手法を用いてこれらの地域資源を更に付加価値の高い観光資源として継承し、歴史・文化を伝承することにより、『「まち・暮らしづくり」と「新しい観光産業の創出」の両立』、『ビジネスが生まれやすいコンスタントな集客』、『通年観光の効果が地域全体に及ぶ取組』を進め、市民のまちへの愛着や誇りを醸成し、若者が帰ってきたくなる魅力あふれるまちを目指すほか、地域資源をいかした生業の創出により、若者や女性が働きたくなるような活気に満ちたまちづくりを目指していく。

【数値目標】

K P I ①	地域における観光消費額						単位	円/人
K P I ②	春日山地域の観光入込数						単位	人/年
K P I ③	高田小町の観光入込数						単位	人/年
K P I ④	直江津D51レールパークの観光入込客数						単位	人/年
	事業開始前 (現時点)	2024年度 増加分 (1年目)	2025年度 増加分 (2年目)	2026年度 増加分 (3年目)	2027年度 増加分 (4年目)	2028年度 増加分 (5年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	7,244.00	1,087.00	2,535.00	3,622.00	-	-	7,244.00	
K P I ②	278,083.00	16,685.00	16,685.00	16,685.00	-	-	50,055.00	
K P I ③	21,867.00	1,312.00	1,312.00	1,312.00	-	-	3,936.00	
K P I ④	10,454.00	627.00	627.00	627.00	-	-	1,881.00	

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

上杉謙信公から繋がる歴史・文化をいかした通年観光～越後の都 誇れる上越の3つの暮らしと心意気～

③ 事業の内容

・当市の特徴として、雪国の文化、交差する西日本と東日本の文化、国府として長らく栄えた文化など一見しては分からないものの、滞在し、交流することで楽しめる特徴的な地域資源が多くあることから、これらをいかした新たな観光関連産業を生むことができれば、市民活動とは違った自立的な形で歴史・文化を継承していくことが可能となる。このため、まずは飲食や宿泊などの既存産業が多くある3地域を重点的に、民間のサービスが生まれやすいコンスタントな集客を目指していくことと、地域資源をいかした観光コンテンツを磨き上げていくことに取り組んで行く。

（歴史・文化等の伝承）

・歴史・文化等の地域資源を守り活かす取組として、城下町高田の特徴である城下町の最西端に位置する60カ寺以上からなる寺院群がある寺町エリアでの観光客の回遊を促進し、市民に寺町の歴史等をPRするため寺町散策マップを作成する。直江津地域においては、新潟県の鉄道発祥の地である歴史を重要なファクターと捉え、転車台や扇形庫などの鉄道遺産が残る直江津駅において、市内各所にある鉄道遺産を集約する施設の整備に向けた基本計画を策定する。また、春日山地域では、地域の宝である戦国の名将上杉謙信公の居城「春日山」をPRする統一感のあるサインを整備する。

(観光消費額、観光関連産業の活性化、生業の創出)

- ・誘客の促進による観光消費額の向上や観光関連産業の活性化、生業の創出に向け、春日山地域においては、上杉謙信公や春日山城を観光の重要なファクターと位置づけ、これらを観光目線からみた市場調査を実施するほか、その調査結果を踏まえて訪れた人が滞在するための仕組み作りを検討する回遊戦略を策定するとともに、両ファクターを用いて各種民間媒体へのイメージ戦略の展開、グリーンスローモビリティの運行とレンタサイクルの実証実験による回遊性の向上により地域内での消費の拡大、自転車用路面標示を設置し、久比岐自転車道から直江津のまちなかにサイクリストを誘導する仕掛けを整備する。
- ・市外から多くの人を訪れている上越市立水族博物館「うみがたり」の近隣にある遊休不動産「直江津屋台会館」とそこに隣接する海浜公園を一体的に利活用することで新たな人の流れを創出する屋台会館・海浜公園賑わい創出事業では、地元の飲食店等が気軽に出店できる仕組みづくりとイベントの一体的なPRを行うとともに将来的な自主財源による自立化に向けた運営体制を構築する。
- ・3地域での本計画の推進を契機に、上越市の観光情報の発信を上越観光コンベンション協会に一元化し、全体を俯瞰的に見渡しながら情報の収集、発信をする環境を構築する。併せて、観光パンフレット（春日山、直江津、高田地域の観光マップ等）の配布・発送の管理も一元化する。

(デジタル技術の活用による利便性向上)

- ・屋台会館・海浜公園賑わい創出事業では、イベントの一体的なPRと当該施設を利用する場合の予約システムのプラットフォームの構築やキャッシュレス決済を実装する。また、レンタサイクル事業は、スマートフォン等を活用したインターネット予約システムを構築する。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- ・春日山地域においては、上杉謙信公や春日山城をイメージ戦略によってブランド化することで、観光客や何度も訪れるファンを増やし、寄付や企業版ふるさと納税などを活用することで自立化していく。
- ・直江津地域においては、屋台会館・海浜公園賑わい創出事業において、生業として継続できる事業スキームを構築し、施設を活用する事業者からの負担金により事業が賄われ、日常的に人が集まる空間づくりを行っていく。
- ・高田地域においては、寺町や近隣エリアにある企業等からの協賛金等により活動を継続していく。

【官民協働】

(具体的な内容)

- ・屋台会館・海浜公園賑わい創出事業において、民間主催イベントとの連携や直江津地域に事業所を持つ企業と連携した利活用イベントを開催する。
- (ポイント)
- ・屋台会館・海浜公園賑わい創出事業では、地域団体や地元企業が生業として継続できる事業スキームを構築し、事業拡大による投資と新たな雇用を創出する。
- ・観光誘客と地域住民の住みやすさが共存する観光地域づくりにつながる。

【地域間連携】

当市は古くから交通の結節点となってきたことから、その機能や利便性を発揮するとともに、上越地域の中心となっており、航路がある佐渡市や隣接する妙高市、糸魚川市と連携した広域観光誘客の促進を図る。これにより、各自治体の特色をいかした一体的な観光PRや情報交換が可能となるほか、当市で充足していない全国的な知名度や冬期間における誘客のツール等を補完し合うことで、当市のみならず上越地域としても全国はもとより海外からの観光誘客を促進する。

【政策・施策間連携】

観光産業は裾野が広い産業であり、地域資源を活用した観光産業を創出することにより、第一次、第二次、第三次産業の全ての分野に横断的に好循環をもたらすことから、関連する政策を総動員し、地域資源を活用した新たな観光産業の創出による市内産業の活性化や雇用の創出、チャレンジショップ等による若者の活躍の場の創出につなげる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

屋台会館・海浜公園賑わい創出事業における、AIを活用した出店予約システムのプラットフォームの構築

理由①

イベントの出店調整機能だけではなく、気軽にイベント等の出店に申し込める状態にすることで、より施設の利活用が図られるとともに、当該システムの利用料等を有料化することで将来の自立化に向けた財源確保につなげていく。

取組②

屋台会館・海浜公園賑わい創出事業における、出店店舗によるキャッシュレス決済の導入

理由②

賑わい創出事業においてキャッシュレス決済を導入することで、既存店舗へのキャッシュレス化につなげるほか、他の地域やイベントでも横展開して活用していくことで、一層の消費喚起につなげる。

取組③

3地域で整備するレンタサイクルにおける、オンライン予約システムの構築

理由③

オンライン予約システムの構築により、利用者数の向上と業務の効率化を図るほか、利用状況等のデータ分析が容易になり、効率的な運営体制を構築できる。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 6 月

【検証方法】

当市の総合戦略の策定及び推進を担う「上越市まち・ひと・しごと創生推進協議会」の会議において検証を行い、検証結果を基に、市及び本事業に参画している各事業者で組織している推進組織が協議して事業の見直しを行う。

【外部組織の参画者】

上越商工会議所、上越市商工会連絡協議会、JAえちご上越、上越公共職業安定所、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構、新潟県、国立大学法人上越教育大学、公立大学法人新潟県立看護大学、上越信用金庫、連合新潟上越地域協議会、上越市町内会長連絡協議会、上越市小中学校PTA連絡協議会 の各代表者

【検証結果の公表の方法】

市ホームページ

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 137,766 千円

⑧ 事業実施期間

2024年4月1日から 2027年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置
該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組
(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで
(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで
(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2027 年 3 月 31 日 まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。