第1回まちづくりアワード（実績部門） 特別賞
新潟県上越市

■城下町高田の歴史・文化をいかしたコンパクトシティの推進

（活動概要）
■活動場所
・「城下町高田」は、都市計画マスタープランにおいて様々な都市機能が集積していることから都市拠点の位置付けを持ち、立地適正化計画では都市機能誘導区域を設定。上越、妙高、糸魚川を含む上越地域最大の中心市街地を抱える。
・当地の歴史は古く、約400年前に徳川家康の六男松平忠輝が高田城を築き、加賀前田家の監視役として60万石の高田藩が開府した。築城当時の高田城本丸御殿は、江戸城、大阪城次ぐ規模で、長野方面、金沢方面、新潟方面の3方向に続く北國街道の交差点があり、天領佐渡金山の金を運ぶルートとして幕府にとって重要な拠点となっていた。現在でも当時のまちなみ、町家を始めとする歴史・文化が色濃く残り、それを守ろうとする市民も多い地域である。

実施場所

事業の概略関係

■主な活動内容と効果
（1）街なか居住の促進
〇学生用町家シェアハウス市場化社会実験
・若者のまちなか居住を通じた地域活性化、空き家となった町家の市場流通・利活用方策の検討を目的としたモデル事業。築100年を超える町家を学生用シェアハウスとして整備。
→（効果）ワークショップを取り入れ、マスコミへの周知を徹底。地元職人と学生、地域住民が交流しながら土間づくりを行う等、町家保存の技術にも光を当てた。町家の不動産としての新たな価値の提案を行ったことで、民間事業者が町家シェアハウス事業を計画するなど、横展開の話が出ている。シェアハウスの整備は「まちに町家があり、新しい価値を与えて活用する」という概念が広まる効果があった。
〇まちなか居住推進事業
住んでいる方が住み続けるために、また、新たに住む人や訪れる人に魅力的なまちだと思ってもらえるために、モデル地区を定めアドバイザーを交え、地域住民が「課題」「将来像」「具体策」を整理し、認識共有を図った。
→（効果）具体策に寄り添う形で、令和4年度より市が補助メニューを事業化し、まちなか居住を促進。

（2）街を支える経済基盤の強化
➡観光の目的地の強化と拠点エリアの整備
〇「100年映画館のあるまち（高田世界館）」誘客・回遊強化
・日本最古の現役映画館「高田世界館」を観光の目的地として昇華する取組を行った。映画館を運営するNPO法人を支援し、「夫婦で映画館デート」「ベビー同伴OK上映」等の市民利用を促す取組に加え、広域誘客イベントや社会実験等交流人口拡大に向けた取組を展開。
→（効果）認知度向上、事業推進計画に基づく拠点エリアが強化され、バスツアーや市外来訪者の増加が見られる。（来場者数：H27年11,500人→H30年17,586人）
〇100映画館交流広場整備事業
市民参加型のワークショップを踏まえ高田世界館と一体的に活用可能な交流広場を整備。
→（効果）マルシェの開催で賑わいが生まれ、市民の認知度が向上。ワークショップでの検討や様々な人材との出会いから、コンサートや落語会等NPO法人を中心にのオリジナリティのある事業展開が続いている。
〇高田小町機能拡充・駐車場整備事業
・大型バスが駐車可能な駐車場を整備。
→（効果）来街者、施設利用者の利便性の向上。バスツアーの立ち寄りも増加。（入館者数：事業前8,895人→H30年14,690人）
〇旧今井染物屋体験・交流拠点整備事業
・市が所有する文化財であり、高田最古かつ最大級の町家「旧今井染物屋」を改修整備、伝統産業を継承する唯一の地元企業「吉田バテンレース」と連携し、体験コンテンツを提供する機能を創出。施設の保存とともに来訪者が高田町家や城下町高田の文化（バテンレース）を体験しながら交流できる場として再活用。
→（効果）城下町特有の施設の価値や日常文化を観光資源とした交流人口の増加もみられる。地域おこし協力隊の活動展開、手仕事体験として子どもからお年寄りまでの利用がある。

拠点エリア

活動風景

➡全国規模の料亭ブランドの育成と誘客
〇「100年料亭のあるまち（宇喜世）」誘客・回遊強化
・全国各地の「百年料亭」と連携しつつ、100年料亭の魅力等のブランド力をいかした誘客活動による、街なかの賑わい創出を支援。民間企業として飲食店の営業のみならず、周辺回遊する着地型観光を事業化している。
→（効果）全国26の料亭による百年料亭ネットワーク設立。海外旅行社モニターツアーの実施や国内外の旅行商談会に参加。コロナ禍でも城下町高田を回遊する体験型見学ツアーを企画販売し、収益としている。コロナ禍では県内住民にも魅力再発見と愛着を高める効果あり。
➡官民連携や政策間連携の取組
〇旧師団長官舎改修事業（洋館レストランの整備）
・市所有の指定文化財「旧師団長官舎」を民間レストランとして再活用。サウンディング型市場調査を活用し、実現可能なスキームで、老朽化が進む明治時代の洋館を25年振りに全面改修。テナント先付方式により、民間目線の事業採算性の担保や設計・工事に使用者の意見を反映して整備。市は使用者からテナント代を徴収。
→（効果）「稼ぐ」施設としてのスキームが確立。県外利用者や旅行社ツアーでの利用が増えている。地元食材の発信に一役買っている。
〇回遊サイン整備事業
・街なかの魅力向上や回遊促進による経済基盤強化に向け、官民連携によるサイン計画を策定、整備。
→（効果）サイン計画・回遊マップの検討に当たり、まちづくり団体や商店街等を巻き込むことで、回遊観光と消費行動を結びつける意識を高めた。サイン整備により景観が向上し、観光地としての雰囲気が高まっている。
〇旧第四銀行高田支店改修事業
・商店街の日常的な賑わい創出の施設として整備。
→（効果）空間をいかした音楽練習・コンサートでの利用等、口コミで利用者が増え、地域住民に親しまれている。

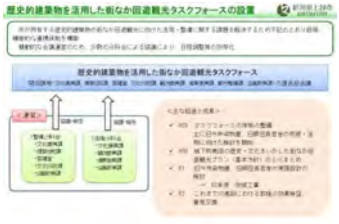
（3）街に活力を生み出す新しい交流の創出
・ビジネスタウン高田の推進
→（効果）サテライトオフィス誘致を支援。コロナ禍では、空き町家を活用したサテライトオフィスやコワーキングスペースが2件完成している。

（4）多様な担い手の連携・協働を促進するプロジェクトマネジメント
〇城下町高田リノベーションまちづくり事業
・若手人材の発掘に資する空き家等の利活用をテーマとしたワークショップの開催、物件を紹介するパンフレットの作成、SNS等を通じた情報発信等を実施。
→（効果）地域の若手人材が「Kinaiya（キナイヤ「いらっしゃい、おいで」という意味の方言）プロジェクト」を立ち上げ、主体的にワークショップの企画・運営に携わり、イベントに20～30代を中心とした参加者が集まるなど、まちの担い手の発掘・育成に寄与、空き家所有者や地域住民との連携を深めた。またリノベーションした町家等を紹介するパンフレットの作成を通じて若者のまちづくりへの参加意欲を高めた。これらの関りを契機としてUターンする若者や、町家をリノベーションした店舗開業等の事例が見られ、城下町高田の魅力向上の一助となっている。SNSで情報発信・収集する若者がDIYイベントや町家活用を話し合う活動を通して関係づくりが進み、仲間ができ、そのつながりを生かして、コロナ禍であっても空き町家や空き店舗を活用した店舗の開業事例が出ている。仲間の後押しもあり店舗改修費をクラウドファンディングで集め、さらに改修工事をDIYイベントとして若者のボランティアで賄うことで、関わった人や見守った人の愛着が生まれ、この地域の日常に寄り添う店舗開業、起業について、時代を捉えた先進的事例となっている。ショッピングセンターのテナントではなく、まちなかの活性化も狙う若者のチャレンジは、同じ課題意識を持ち、「地域を楽しみたい」若者の共感を生み、観光客に左右されない顧客の獲得が期待される。これらの市内若者の積極的な姿勢や地域課題に向き合う取組は地域にも響き、協力者が現れている。

■行政としての工夫
・地域オリジナルの魅力をいかした計画
　既存ストック、このまちにしかない魅力を最大限に引き出せる計画、事業として組み立てた。
・官民連携の推進
　市所有指定文化財の有効活用など、サウンディング型市場調査を有効活用し、民間のノウハウを最大限いかせる事業スキームの構築を図った。
・政策間連携の推進
　事業推進にあたって、課題の解決や複数の政策を連携させた事業展開を図るため、企画・観光・産業・都市・建築・文化振興・教育部局等の携体制(タスクフォース)を構築し、定期的、臨時的な会議にを開催して一体的に事業に取り組んだ。
・データに基づく施策展開
　過去紙により蓄積されていた市施設の利用者実態をデータ化し、市外来訪者の実態（季節、時間帯、出発地、グループ人数）を調査し、これをいかした事業展開を図った。
・着実な成果の発信による雰囲気づくり（民間の盛り上げ）
　イベントや、事業の過程など何かしらの話題づくりを行い、積極的かつ意識的にプレスリリースを行った。
　民間の雑誌で、町家やレトロ特集が組まれるなど、市民への地元文化への愛着が高まったものと考えている。
・どこに住むか（Uターンやそれに伴う働く場）やどんな家に住むか（大きな買い物）は人生の中でも大きな決断である。この一人一人の決断の積み重ねでまちが形成されているため、選ばれるまちとして人々が決断できる要素を増やす＝街の魅力を高める取組を継続していく。

活動風景

庁内連携体制



活動や内容に関する写真及び地図

回遊サインの計画策定、高田世界館周辺交流広場の整備等はワークショップを開催することで官民人材の参画を求め、自分事としての意識付けを行った。

城下町の魅力を磨く景観形成の促進。地域住民が景観色彩ガイドラインを作成し、運用。地元高校生の関わりは地域への愛着を高めている。

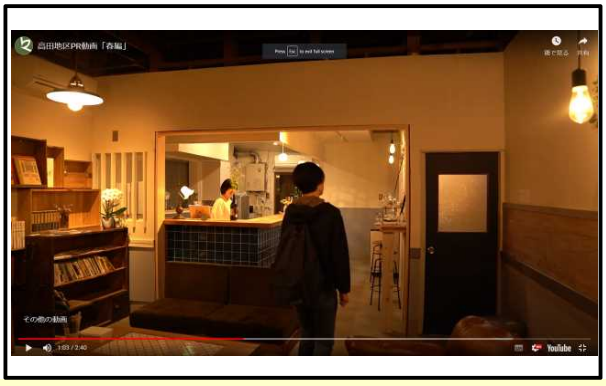
地域活性化の牽引役となる高田世界館(100年映画館)に隣接する民間駐車場を交流広場として整備。

旧今井染物屋(100年町家)を整備し、市民等が地域文化に触れる機会を創出。高田の街なかの魅力を高め、市内外からの来訪を促進するほか、地域文化である伝統産業「バテンレース」の継承につなげる。

高田市街地に所在する宇喜世(100年料亭)を活用し、全国からの誘客及び回遊の強化を図るため「百年料亭ネットワーク」設立等の取組支援。

サウンディング型市場調査を実施し地元食材を提供するフレンチレストランに改修した旧師団長官舎。民間事業者の利活用により、施設管理の収支を改善。

町家のＤＩＹイベント開催やリノベーション町家の紹介パンフレットの作成過程を通じて、次世代のまちの担い手を発掘・育成。朝市の通りで幅広い世代へ活動をPR。



SNSでの呼び掛けで集まった若者が町家リノベーションし、仲間の店舗開業につなげた。（高田PR動画で紹介される「本と日本酒の店スイミー」）