

地域のマーケティング～豊後高田「昭和の町」の研究～

関 谷 忠

Marketing in a Community : A Study of the
“Syowa-no-Machi” in Bungotakada

Tadashi SEKIYA

1 はじめに

豊後高田市は、大分県の北東部、国東半島の西側に位置し、西は宇佐市、東は国東市、南は杵築市と接している。平成17年3月1日に旧真玉町及び香々地町との合併により、人口26,206人、総面積は206.6km²となった（図表1）。（このため、統計データの関係から、この論文では「豊後高田市」は旧市のデータを使用している。）

この地域は、奈良時代末から宇佐八幡の影響を強く受け、平安時代には宇佐八幡の荘園となり、その経済力を背景として独特の山岳仏教文化「六郷満山文化」を开花させた。鎌倉時代から戦国時代まで、豊後高田市は国東半島地域の武士団の瀬戸内海への根拠地であり、明治以降においては関門地域への内海航路の拠点となるなど歴史的には西瀬戸地域の交流の結節点の役割を果たしてきた。

こうした豊後高田市の商店街は、かつて国東半島の拠点都市の商業集積として賑わいを見せ

たものの、現状は地域住民向けに最寄品、買回品、専門品を扱う商店が混在する単なる地方都市の商店街の様相を示している。高速道路や鉄道等の高速・大量交通機関から離れており、周辺にも都市圏の核を形成する都市が存在しなかったために、これまで人口2万人を切りながらも市の中心部の商店街が存続し続けることができたと考えられる。

特色ある地域づくりの時代を迎え、昔ながらの街並みを活かしたまちづくりにより、「昭和の町」として近年脚光を浴び始めている。平成17年8月2日には内閣府で開かれた「地域再生・地域自慢大会～自主・自立・自考のアイデア合戦～」で、「昭和の町」を中心とした豊後高田市の地域再生計画が優勝し、地域再生担当大臣から表彰も受けた¹⁾。

そこで、この論文では、地域のマーケティングの観点から、豊後高田市における商業立地の状況を検討するとともに、これまでのまちづくりの取り組みと、「昭和の町」としての中心市街地活性化の推進について検証することを目的としている。

図表1 新豊後高田市の誕生

新市名	合併年月日	人 口	面 積	旧市町名	人 口	面 積
豊後高田市	H17.3.1	26,206人	206.6km ²	豊後高田市	18,506人	124.57km ²
				香々地町	3,948人	37.65km ²
				真玉町	3,752人	44.38km ²

（出典）大分県のホームページ等から作成、人口は平成12年度国勢調査

2 人口動態の推移

豊後高田市における総人口は、平成12年国政調査で18,061人、平成17年の最新データでは18,061人となっている（図表2）。昭和50年には21,611人であったことから30年間で3,105人減少している。世帯数でみると、平成12年は6,681世帯であり、若干増加傾向にある。

年齢別人口をみると、昭和50年では年少人口（0～14歳）の構成比は21.3%であり、老年人口（65歳以上）の構成比14.5%を上回っていた。平成2年からは老年人口が上回り、平

成12年には高齢化率が28.6%となっており、同時期の大分県平均21.8%をも上回り、少子高齢化の進行が著しい。

中心市街地周辺の人口を人口集中地区（DID地区²⁾）の推移でみると、昭和50年には人口6,323人、区域面積1.4km²、人口密度4,516.4人/km²であったが、平成7年には、人口5,081人、面積1.7km²、人口密度2,988.8人/km²と地区面積は拡大するものの、人口は減少傾向にある（図表3）。さらに平成12年には人口4,147人、面積1.36km²、人口密度3,049.3人/km²となり、人口集中地区の指定から準人口集中地区へと変更され、中心地の空洞化が顕著にあらわれている。

図表2 人口・人口構成比率と世帯数の推移

年 別	昭和50	昭和55	昭和60	平成 2	平成 7	平成12	平成17	
人 口	21,611	21,041	20,525	20,086	19,131	18,506	18,061	人
0~14歳	21.3	20.4	18.7	17.1	14.9	13.9		%
15~64歳	64.2	63.2	63.3	62.1	60.2	57.5		%
65~ 歳	14.5	16.4	17.9	20.8	24.9	28.6		%
世帯数	6,541	6,577	6,557	6,527	6,607	6,681		世帯

（資料）国勢調査、県統計調査課調

図表3 人口集中地区（DID地区）の推移

年	DID (A)			全市 (B)			A/B	
	人口	面積	人口密度	人口	面積	人口密度	人口	面積
	(人)	(km ²)	(人/km ²)	(人)	(km ²)	(人/km ²)	(%)	(%)
昭和50年	6,323	1.4	4,516.4	21,611	124.57	173.5	29.3	1.1
55年	5,724	1.4	4,088.6	21,041	124.57	168.9	27.2	1.1
60年	5,038	1.3	3,875.4	20,525	124.57	164.8	24.5	1.0
平成 2年	5,486	1.7	3,227.1	20,086	124.57	161.2	27.3	1.4
7年	5,081	1.7	2,988.8	19,131	124.57	153.6	26.6	1.4
12年	4,147	1.36	3,049.3	18,506	124.57	148.6	22.4	1.1

（出典）豊後高田市中心市街地活性化基本計画³⁾

3 小売商店数等の推移

（1）小売商店数等の推移

全国においては昭和57年の1,721千店をピークに小売業の商店数は減少を続け、平成14

年には1,300千店となっている（減少率24.5%）。大分県においては、昭和57年の20,918店から平成14年には15,483店まで減少し（減少率26.0%）、減少率は全国平均を上回っている。

豊後高田市における小売業の商店数、年間商

品販売額の推移は（図表3）のとおりである。
 平成3年から14年までの間に商店数は110
 店減少し（減少率26.2%）、同時期における大

分県平均の減少率24.4%を上回っている。
 年間商品販売額は平成3年から一度もマイナ
 スにならず、順調に推移している。

図表4 小売業の商店数、年間商品販売額の推移（下段は県計）

区 分	3年		6年		9年		11年		14年	
	実数	3/63	実数	6/3	実数	9/6	実数	11/9	実数	14/11
商 店 数	420	△2.8	404	△3.8	359	△11.1	351	△2.2	310	△11.7
	20,413	△1.0	17,822	△8.2	17,073	△4.2	16,549	△9.4	15,434	△6.7
年間商品販売額 億円	0.396	5.0	0.502	26.8	0.553	10.2	0.587	6.1	0.611	4.1
	12,471	20.7	12,903	3.5	13,300	3.1	12,874	△6.8	12,305	△4.4

（出典）大分県の商業から作成

(2) 産業構造の推移

豊後高田市における産業別就業者数・構成比
 の推移は（図表5）のとおりである。

昭和50年には第1次産業と第3次産業が
 41%台で均衡し、第2次産業が17.1%であっ
 たものが、25年間のうちに、第1次産業就業

者は激減し、平成12年には18.8%（△22.2%）
 となった。一方第2次産業、第3次産業は順調
 に増加し、それぞれ28.6%（+11.5%）、
 52.8%（+10.9%）となっており、産業構造
 の変化が進んでいる。

図表5 産業別就業者数・構成比の推移

年 別	昭和50	昭和55	昭和60	平成2	平成7	平成12	
人 口	21,611	21,041	20,525	20,086	19,131	18,506	人
第1次産業	41.0	33.6	28.9	25.8	20.9	18.6	%
第2次産業	17.1	21.7	23.4	27.2	28.5	28.6	%
第3次産業	41.9	44.6	47.5	47.0	50.6	52.8	%

（出典）国勢調査

4 小売業における商圈構造の推移

(1) 小売吸引力⁴の推移

大分県消費者買物動向調査報告書によると、

豊後高田市における小売吸引力の推移は（図表
 6）のとおりである。平成3年には0.83と大
 きく低下し、消費購買力の域外流出が目立った
 が、その後持ち直し、最近ではわずかながら、
 近隣地域から吸引している。

図表6 小売吸引力の推移

年 別	昭和63	平成3	平成6	平成9	平成11	平成14
小売吸引力	0.99	0.83	0.99	0.96	1.05	1.02

（出典）大分県消費者買物動向調査報告書

(2) 地元購入率の推移

豊後高田市における地元購入率の推移は（図
 表7）のとおりである。

生鮮三品を主体とした最寄品では平成6年度
 の79.4%から9年度には76.1%に低下した
 が、14年度には88.7%と大幅に上昇している。

日用衣料品や紳士・婦人・子供服を中心とした買回品では平成6年度の43.7%から9年度には38.4%まで低下し、14年度には若干上昇したが、地元購入率は40.7%に留まっている。

家電製品・家具・貴金属等を中心とした専門品では平成6年度の42.7%から9年度は41.5%にわずかながら低下したが、14年度には47.7%と大きく上昇している。

図表7 地元購入率の推移

区 分	平成6年度	平成9年度	平成14年度
最 寄 品	79.4%	76.1%	88.7%
買 回 品	43.7%	38.4%	40.7%
専 門 品	42.7%	41.5%	47.7%

(出典) 大分県消費者買物動向調査報告書

(3) 買物先出向状況

最寄品の買物先出向状況は(図表8)のとおりである。豊後高田市における地元購入率が88.7%と高いため、流出は宇佐市に5.5%とわずかである。一方近隣町村からは多く流入しており、特に真玉町(69.3%)、香々地町(52.9%)からは50%を超えて流入しており、大田村(32.3%)、国見町(26.8%)からの流入も目立っている。

買回品の買物先出向状況は(図表9)のとおりである。豊後高田市における地元購入率が40.7%と低く、大分市(16.5%)、中津市

(16.4%)、三光村(10.0%)への流出が目立つ。一方近隣町村では香々地町(37.2%)、真玉町(33.7%)から30%を超えて流入しており、大田村(23.9%)、国見町(20.6%)からの流入も目立っている。

専門品の買物先出向状況は(図表10)のとおりである。豊後高田市における地元購入率が47.7%と低く、宇佐市(26.7%)、中津市(10.4%)、大分市(8.3%)へと流出している。一方近隣町村では真玉町(30.3%)から30%を超えて流入しており、香々地町(28.3%)、国見町(26.2%)からの流入も目立っている。

図表8 最寄品買物先出向状況(地元購入率 88.7%) (%)

流 入		流 出	
真玉町	69.3	宇佐市	5.5
香々地町	52.9		
大田村	32.3		
国見町	26.8		
姫島村	10.8		
宇佐市	5.1		

(資料) 平成14年度 大分県消費者買物動向調査報告書

図表9 買回品買物先出向状況(地元購入率 40.7%) (%)

流 入		流 出	
香々地町	37.2	大分市	16.5
真玉町	33.7	中津市	16.4
大田村	23.9	三光村	10.0
国見町	20.6	別府市	5.9
姫島村	10.2	宇佐市	5.3

(資料) 平成14年度 大分県消費者買物動向調査報告書

図表10 専門品買物先出向状況（地元購入率 47.7%） (%)

流 入		流 出	
真玉町	30.3	宇佐市	26.7
香々地町	28.3	中津市	10.4
国見町	26.2	大分市	8.3
大田村	15.4		
姫島村	13.5		

(資料) 平成14年度 大分県消費者買物動向調査報告書

5 大規模小売店舗の出店状況

平成12年6月1日に施行された大規模小売店舗立地法は、大規模小売店舗の立地に関し、その周辺の地域の生活環境の保持のため、大規模小売店舗を設置する者によりその施設の配置及び運営方法について適正な配慮がなされることを確保することにより、小売業の健全な発達を図り、国民経済及び地域社会の健全な発展並びに国民生活の向上に寄与することを目的としている⁵。

通商産業大臣は、大規模小売店舗の立地に関し、その周辺地域の生活環境の保持を通じた小売業の健全な発達を図る観点から、大規模小売店舗を設置する者が配慮すべき事項に関する指針⁶を定め、これを公表するものとしている。指針は大型店の周辺的生活環境の保持を目的とする地方の条例・要綱であっても、大規模小売店舗立地法及びその指針がナショナルスタンダードを示すものであることから、法で定める手

続きや、指針の内容について大型店の設置者の負担を増大させるような規定（いわゆる「上乗せ規制」）をおくことができない旨自治体への十分に周知徹底を図り、国においても法の運用が適切になされるための体制を整えておくことが必要であるとしている⁷。

また、立地の適否判断との関係について、大型店の出店による既存中小商業者への商業上の影響を理由に大型店の出店を調整するという考え方は大規模小売店舗法の趣旨に反するものであるとし、立地の適否の判断に直接的にかかわるものについては、ゾーニング的手法で対応すべきであるとしている。つまり、この法律の施行により、中小小売業の事業活動の機会を確保することを目的に店舗面積、開店日、閉店時刻、年間休業日数といういわゆる調整四項目による商業調整を行ってきた大規模小売店舗法は完全にその役目を終え、大店立地法による周辺環境の保持を目的とした社会的調整へと大幅に政策転換されたのである。

図表11 大規模小売店舗立地法（新法）と大規模小売店舗法（旧法）

項 目	大規模小売店舗立地法	大規模小売店舗法
目 的	大型店と周辺的生活環境との調和を図っていくために店舗設置者に一定の配慮を求める。	大型店の事業活動を調整することにより、中小小売業の事業活動の機会を確保する。
対象店舗	店舗面積1,000㎡を超えるもの	店舗面積500㎡を超えるもの
調整対象	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車需要の充足 ・ 交通渋滞、交通安全 ・ その他住民、業務の利便確保 ・ 騒音防止 ・ その他生活環境悪化防止 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗面積 ・ 開店日 ・ 閉店時刻 ・ 年間休業日数
調整期間	10月以内	12月以内

運用主体	都道府県・政令指定都市	第一種店舗：通商産業大臣 (3,000㎡以上、政令指定都市6,000㎡以上) 第二種店舗：都道府県知事 (3,000㎡未満、政令指定都市6,000㎡未満)
------	-------------	--

(出典) 大分県商業・流通課資料から作成

豊後高田市における大規模小売店舗の出店状況は(図表12)のとおりである。一部の店舗を除いて、ほとんどが郊外部への出店であり、これまでの検証結果から、商店街と大型店との

域内競合が発生していると考えられる。一方、域外からの購買力の吸引にも影響を及ぼしていると考えられる。

図表12 大規模小売店舗出店状況

大規模小売店舗名	建物設置者	大型小売業者名	開店日	店舗面積	場所
(株)松屋	(株)松屋	(株)松屋	S54. 5.14	1,458	中心
アイム高田	(株)トキハインダストリー	(株)トキハインダストリー	H 2.10.24	5,040	近隣
ホームセンターセブン高田店	(株)ホームセンターセブン	(株)ホームセンターセブン	H 8. 3.19	2,233	郊外
ロックショッピングタウン豊後高田	三井住銀リース(株)	(株)大分ウエルマート外	H 9. 9.10	6,521	郊外
ファッションセンターしまむら	(株)しまむら	(株)しまむら	H12. 5.31	998	郊外
ディスカウントストアトライアル豊後高田店	(株)トライアルカンパニー	(株)トライアルカンパニー	H15.10. 8	1,810	近隣
スーパードラッグコスモス豊後高田店	ダイワロイヤル(株)	(株)コスモス薬品	H15.11.17	1,718	郊外

(出典) 大分県西高地方振興局「平成17年度業務概要書」から作成

6 中心市街地活性化への取り組み

(1) 豊後高田市総合計画

豊後高田市は平成12年3月に目標年次を平成12年度から22年度、目標人口を20,000人とした豊後高田市総合計画を策定した。この中で将来ビジョンを「やすらぎとにぎわいの交流都市をめざして」として、まちづくりの基本理念を「『ムラ』のやすらぎと『マチ』のにぎわいの実現」とした。さらに施策の大綱として、①緑と自然の快適環境都市づくり、②憩いとやすらぎの文化都市づくり、③交流とふれあいの田園都市づくり、④生きがいと活力の創造都市づくりとして商店街の活性化を計画している。

具体的な戦略プロジェクトとしては、①荘園の里リゾートプロジェクト、②温泉総合施設整備プロジェクト、③ウォーターフロント空間整備プロジェクト、④中心市街地の再活性化プロジェクトとして、従来の中心市街地が持っている

た多様な都市機能を復活させ、商業機能に特化した中心市街地を商業、都市型のサービスやものづくり、居住機能、各種公共機能施設を再び立地させることによって活力を回復させるとしている。

(2) 豊後高田市国土利用計画

豊後高田市は平成13年3月に目標年次を平成12年度から22年度、目標人口を20,000人とした豊後高田市国土利用計画を策定した。この中で地域別の概要として西部地区(高田・桂陽校区)について次の計画を掲げている。

- ① 西部地区は、中心市街地を含み国道213号と主要地方道が集中する交通の要衝であり、本庁や行政機関等の公共施設が立地する西高地域の中核を担う地域。
- ② 都市機能、都市的魅力をさらに高め、中心商店街の商業機能を高めるための市街地の再開発事業や道路、駐車場、公園の整備、住宅の整備など民間活力の活用を図る。

- ③ 居住環境向上のための道路、下水道等のインフラの効果的な整備、及び都市防災を推進する。
- ④ 大分北部中核工業団地等には、経済情勢の推移をみながら積極的に企業誘致を推進し、土地の有効利用を進める。

(3) 豊後高田市商店街・商業集積等活性化基本構想策定調査

豊後高田市は平成10年3月に『集客機能の創造』と『わざわざ性の発揮』～地域交流機能の充実～を豊後高田市商業の目標とした豊後高田市商店街・商業集積等活性化基本構想策定調査を実施した。この中で商業振興の基本的方向性として地域コミュニティとしての商店街づくりを目指し、次の諸点を計画している。

- ① 街づくりの推進体制の強化
- ② 中心市街地の整備強化
- ③ 既存商店の充実強化
- ④ 商店街の組織力の整備強化

また玉津地区と中心市街地地区を重点地区と定め、「中心市街地地区は、バスターミナルに近接した地域交流拠点であるが、桂川以外に特色を出すのが難しい地区である。従って、現有する古い建造物を活かし“レトロモダン文化”(集客ソフト)を創造した街並みを整備していくことが望ましい。」と中心市街地地区の整備の方向性を計画している。

(4) 新市建設計画

西高地域1市2町合併協議会は平成16年2月に合併後の将来都市像を「千年のロマンと自然が奏でる 交流と文化のまち」とした新市建設計画「豊後高田市まちづくり計画」を策定した。この中で重点戦略プロジェクトとして、①高速交通ネットワーク推進プロジェクト、②高速情報ネットワーク推進プロジェクト、③海辺のふれあいネットワーク推進プロジェクト、④里山観光ネットワーク推進プロジェクト、⑤教育のまちづくり推進プロジェクト、⑥健康のまちづくり推進プロジェクト、⑦若者定住対策推進プロジェクト、⑧「昭和の町」(中心市街地

活性化)推進プロジェクトを掲げている。

特に「昭和の町」(中心市街地活性化)推進プロジェクトでは、「今後、観光拠点としての『昭和の町』を訪れた人達が満足し、喜んでもらえるためには、街並み景観等の継続的整備やボンネットバスの導入といったハード整備の充実はもちろん、本来の商店街が持っている人と人とがふれあう商いや、思わず興味をそそられる品物づくりなどソフト整備も極めて重要です。

『見る』『食べる』『買う』『遊ぶ(体験する)』の要素を満たす、楽しい・魅力ある『昭和の町』づくりの取り組みを積極的に支援します。また、旧高田農業倉庫を地域の観光の入り口として観光情報発信拠点とも位置づけ、インフォメーション機能の充実と観光客の利便性向上を図るための整備を図ります。」としている。

7 中心市街地活性化法への対応

(1) 中心市街地活性化法と大分県の取り組み

平成10年7月24日に施行された中心市街地活性化法の基本的考え方は、①市町村のイニシアティブ、②「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」が車の両輪、③「都市化社会」から「都市型社会」への歴史的転換期に当たっての「都市の再構築」、④個店や商店街に着目した「点」、「線」から、「面」的な商業活性化策へ、⑤各省協議会等、関係省庁の連携による各種措置の一体的推進である⁹⁾。

具体的なスキームは、①国が「基本方針」を作成、②市町村が基本計画に即して市街地の整備改善及び商業等の活性化を中核として関連施策を総合的に実施するための「基本計画」を作成し、国及び都道府県は助言、③市町村の「基本計画」に則って中小商業の高度化を推進する機関(TMO¹⁰⁾・民間事業者等が作成する商店街整備や中核的商業施設整備事業等に関する事業計画を国が認定し、支援を実施するというものである¹¹⁾。こうした中心市街地における商業振興の考え方については産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会

議による中間とりまとめに集約されている¹²。また、国は中心市街地活性化法に基づき、市町村等が各種の事業を総合的に実施するための基本的な指針を定めている。この指針において具体的に中心市街地の活性化の意義、基本計画に基づく各種事業の一体的推進の重要性、基本計画に基づく各種事業の一体的推進に当たっての基本的視点、中心市街地の位置及び区域に関する

基本的事項等が詳しく定められている¹³。

こうした制度により現時点での中心市街地活性化基本計画は627市区町村（680地区）、TMO構想は397地区で策定されている（平成17年10月21日現在）¹⁴。

また、大分県における基本計画の策定状況は（図表13）のとおりである。

図表13 大分県における中心市街地活性化基本計画の策定状況

市町村	国への提出年月日	まちづくりの基本方針
中津市	平成11年 9月 2日	「溜」（たまる）のある街づくり
別府市	平成12年 4月28日	歩いて楽しい泉都別府の中心街
日田市	平成12年 6月23日	天領日田～時間（とき）が輝くまち
大分市	平成12年 8月 8日	胸はずむ個性ゆたかなふれあいのまち
佐伯市	平成12年 8月29日	豊かなくらしを次代につなぐふるさと
臼杵市	平成12年 9月21日	いきいき・きらきら・生涯現役の「まちなか」
竹田市	平成14年 9月27日	あるいて楽しいまち たけた
津久見市	平成14年10月 4日	“いちば”のまち津久見
宇佐市	平成14年11月21日	時が出会い、人が出会うふれあいのまち
杵築市	平成16年 4月27日	深みある歴史と心からのもてなしを体感できるまち『杵築』・再発見
豊後高田市	平成16年 5月18日	豊後高田“昭和の町”

（出典）中心市街地活性化室ホームページ¹⁵と各市の基本計画書から作成

（2）「昭和の町」づくり

豊後高田市中心市街地における商店街、商店数は（図表14）のとおりである。

中心市街地内には平和通りと桂川の間の高田地区に6つの商店街と、桂川を挟んだ玉津地区に2つの商店街が立地している。平成15年9月現在、この地域においては8商店街、商店数136（商店街会員数）があり、その内空き店舗は35となっている。

豊後高田市及び豊後高田商工会議所が中心となり、平成13年9月に「昭和」をキーワードに商店街の再生を図るため、街並み景観統一事業等を実施することにより「昭和の町」をオープンした。

当初はわずか9軒でのスタートであった。

平成14年度は昭和の町の拠点施設として、旧高田倉庫を改修し「昭和ロマン蔵」として整備した。15年度には昭和の町のメンバーによる新商品の開発や包装紙等の作成に取り組んだ。16年度は昭和ロマン蔵内に新たに「昭和の絵本美術館」も整備された。中心商店街に残る昭和の拠点施設は（図表15）のとおりであり、こうした「昭和の町」に関する関連施策等が（図表16）である。

また、こうした施設整備等により「昭和の町」への来客者数も平成13年の25,712人から14年は80,528人、15年は202,334人、16年には216,867人へと急激に増加している（図表17）。

図表14 中心市街地の商店数

商店街名	H4	H5	H6	H7	H8 (2/14現在)		H15 (9/1現在)	
					商店数	空き店舗数	商店数	空き店舗数
中町商店街	20	20	19	19	19	2	21	2
銀座街商店街	14	11	11	11	11	2	9	2
中央通り商店街	16	16	16	16	16	2	17	9
宮町商店街	25	25	25	25	25	2	25	3
新町1丁目商店街	18	18	18	16	16	16	14	2
新町2丁目商店街	15	15	15	15	15	2	13	3
駅通り商店街	15	14	14	14	14	2	12	8
稲荷通り商店街	22	24	24	26	26	4	25	6
合計	145	143	142	142	142	18	136	35

(出典) 豊後高田市 中心市街地活性化基本計画書

図表15 昭和の拠点施設概要

No.	施設等名称	現 状	所有	時期
1	昭和ロマン蔵	駄菓子屋の夢博物館等	官	S10頃
2	旧共立高田銀行	児島書店車庫	民	T10
3	旧大分合同銀行	大分県信用組合	民	S 8
4	旧中津信用金庫	進物の店シノダ車庫	民	S36
5	旧共同野村銀行	旧西日本銀行所有	民	S 8
6	野村財閥屋敷跡(大分銀行跡)	商店街駐車場	民	—
7	旧宇佐参宮鉄道豊後高田駅	高田観光バスターミナル	民	S29
8	中央公園	都市公園	官	S50
9	寿湯	未利用	民	—
10	旧豊和銀行	未利用	民	—
11	やすらぎの里ヘルパーステーション	ヘルパーステーション	民	S51
12	千代田生命跡	昭和石油	民	—
13	旧千鳥食堂	昭和ふれあい処一休亭	民	S30頃
14	宮町ロータリー	ロータリー	官	—

(出典) 日本政策投資銀行大分事務所・財団法人日本経済研究所「おまち再生計画～豊後高田“昭和の町”ステップアップのために～」

図表16 「昭和の町」関連施策等

年度	事業名	備考(補助金)
H13~14	空き店舗対策事業	商工会議所実施(国・県・市)
H13~15	街並み景観統一整備事業	22店舗(県・市)
H13~	一店一宝等展示施設整備事業	(市)
H14~15	コミュニティ施設活用商店街活性化事業	商工会議所実施(国・県・市)
H14	商店街競争力強化推進事業	商工会議所実施(県)
H14	昭和ロマン蔵整備事業	市実施(一部県)
H15	中心市街地商業等活性化基本構想作成事業	市実施(県)
H15~	店舗等ミニ修景事業	(市)

H15	若手・女性商業者グループ活動事業化支援事業	グループ実施(県・市)
H15	地場産業総合振興事業	グループ実施(国・県)
H16	街並み景観統一整備事業実施予定	7店舗
H16	商店街アーチ看板整備に伴う市道改修実施予定	
H16~	中心市街地活性化基本計画に基づく各種事業実施予定	

(出典) 豊後高田市中心市街地活性化基本計画書

図表17 「昭和の町」来客者数

期 間	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
来客者数	25,712人	80,528人	202,334人	216,867人

(出典) 豊後高田市観光動態調査

(3) 中心市街地活性化に向けた基本方針

中心市街地活性化基本計画では「豊後高田“昭和の町”」として、地域文化の再生と創造による共感できるまちづくり・賑わいづくりを行うため次の基本方針を定めている。

①「豊後高田“昭和の町”」→「昭和の町」の取り組みに学び、引き続き中心市街地を拠点に地域全体の活性化を目指す

②地域文化の再生

→地域が培ってきた伝統や生活環境等の魅力の発掘と活用

③地域文化の創造

→次世代に受け継がれる地域のいいところを追求

④共感できるまちづくり

→市民、来街者、商業者、商工会議所、行政などの中心市街地関係者間で相互に理解・体験しあえるまちづくり

また、中心市街地活性化基本計画によるまちづくりの基本的な方向性をまとめたのが(図表17)である。

図表18 まちづくりの基本的な方向性

	都市構造上の位置付け	関連する商店街	まちづくりの基本的な方向性
1 2 3 4	活性化中心軸	新町1丁目商店街 新町2丁目商店街 中央通り商店街 駅通り商店街	「豊後高田“昭和の町”」における中心市街地活性化の中心(メインストリート)的役割を果たすと共に、引き続き地域文化の再生・創造の先鞭を果たす。
5	活性化推進軸	宮町商店街	まちづくりとして面的展開を促進し、回遊性を高めるための主軸となる商店街として、活性化中心軸での不足機能を補完すると共に、現状宮町商店街が有している飲食系及び非物販生活関連機能の強化を図る。
6	広域生活支援軸	稲荷通り商店街	広域な幹線道路上に展開されたロードサイド型の商店街であり、豊後高田都市圏を中心により広域な地域の消費者ニーズに適合した商業集積を図る。 また、中心市街地の外縁部に位置することから、自動車による「豊後高田“昭和の町”」への交流人口の玄関口的な環境整備を図る。
			「豊後高田“昭和の町”」の活性化において一層の交流人口の増加と回遊による相乗効果を実現させるキーを握るエ

7	活性化戦略軸	銀座街商店街	リアの主軸である。高田側の諸機能との交流や連携に配慮した機能整備により中心市街地の魅力を一層高め、滞在時間の延長や消費単価の増加を実現するため、歴史的景観や文化の継承を果たすためのハード面での環境整備を行うとともに、店舗経営についてはソフト面での工夫なども行う。
8		中町商店街	

(出典) 豊後高田市中心市街地活性化基本計画

(4) 具体的検討テーマ

中心市街地活性化基本計画では、今後引き続き豊後高田市の中心市街地活性化を促進するため、市民のまちづくりの意識を醸成し、良好な対話の関係を作り出すきっかけとすることを目的とし、市や商業者等において具体化についての検討環境が整いつつある事業、また今後のテーマとして具体化に向けての検討を行うべき事業等について次のように提示している¹⁶。

① 具体化段階にあるテーマ

- ・昭和の町絵本美術館整備計画（主な取組主体：市，商工会議所等）
- ・昭和の町ポケットパーク整備事業（主な取組主体：市，商店街，商工会議所等）
- ・昭和の町電飾アーチ看板等整備事業（主な取組主体：市，商店街等）
- ・商店街広域カード事業（主な取組主体：商店街，商業者等）

② 具体化に向けた検討を行うべきテーマ

- ・観光振興政策との連携強化に向けた検討（主な検討主体：市，市民，商工会議所等）
- ・蠟製造の歴史を活用した取り組みの検討（主な検討主体：市，地元業者，商店街等）
- ・河川環境を活かしたまちづくりについての検討（主な検討主体：市，市民，商工会議所等）
- ・歴史(旧家、寺町など)を活かしたまちづくりについての検討（主な検討主体：市民，商店街等）
- ・家屋・まち並み調査実施についての検討（主な検討主体：市民，商店街等）
- ・自動車対策等についての検討（主な検討

主体：市，商店街，TMO等）

- ・コーディネート人材発掘についての検討（主な検討主体：市，商工会議所，TMO等）
- ・玉津エリアについての検討（主な検討主体：市，商店街，商業者，商工会議所，住民等）

(5) 「昭和の町」の取り組みの評価

豊後高田市においては、これまでも商工会議所や商店街・商業者を中心にいろいろな計画策定に取り組んできたが、具体的な事業実施には至らなかった。しかしながらこれまでの研究・検討の成果が「昭和の町」づくりに結実したものである。

こうした経緯を踏まえて、日本政策投資銀行大分事務所・財団法人日本経済研究所はその報告書の中で、次のように取り組みを評価している¹⁷。

“昭和の町”の取り組みは昭和30年代をテーマとしており、基本コンセプトである4つの再生：「建築再生」「歴史再生（一店一宝）」「商品再生（一店一品）」「商人再生」に沿った拠点商店と、ボランティアガイドによるご案内人制度、シンボル施設の「昭和ロマン蔵」のハードソフトから構成されている。これらの取り組みが高い評価を受けている要因は、次の点などが挙げられる。

- ① 商店街の衰退という事態を受け、商業者、行政（市）、商工会議所等が、皆危機意識をもち、連携して中心市街地の活性化について自ら考えていったこと。さらには、外部人材の登用、外部の人脈を活用するなど、事業の推進にあたり、人的ネットワークの拡がり

あること。

- ② 中心商店街に残っていた「昭和」という地域資源に着目し、4つの再生ということで、修景やお店のストーリー等を加えることにより、これらを磨き上げ付加価値を高めたこと。また、商人が住み着く生きた商店街が博物館のように機能し、「ご案内人」制度等により、訪れる人に本物の商店街の魅力を訴えたこと。
- ③ 昭和30年代という手に届く歴史をテーマとして選定した結果、年輩の世代を中心に受け入れられ、昭和ブームにもどり、“昭和の町”が求心力を持ったブランドとして確立したこと。
- ④ 豊後高田市、商工会議所など公的な機関が、修景事業等の支援体制を構築し、「駄菓子屋の夢博物館」等集客施設の整備により、観光客の回遊環境を整えたこと。

8 まとめ

「昭和の町」は、地方圏における中心市街地活性化、観光地域づくりの成功事例として、全国的な評価を受け、これまで国土交通省をはじめ複数の賞を得ている¹⁸。しかしながら、事業取り組みに対する個店の「質」の充実率の低下が懸念されるなど、課題も顕在化してきている。

日本政策投資銀行大分事務所・財団法人日本経済研究所はその報告書の中で「豊後高田“昭和の町”の課題」を次のようにまとめている¹⁹。

- ① “昭和の町”のブランドの維持と“昭和の町”を構成する個店の「質」の維持
- ② “昭和の町”全体をマネジメントする機能の

必要性と、観光客向け店舗と定住消費者向け店舗との間にギャップが生じていること

③ “昭和の町”をささえる拠点の整備

これからのまちづくりには個店の質の向上はもちろんであるが、地域全体をいかに経営するかというマーケティングの視点が重要となる。P. コトラーは『地域のマーケティング』の中で、どうして「まち」のマーケティングが必要なのかを次のように述べている²⁰。「まち」の開発にマーケティングアプローチを採用することは、「まち」が新しい経済において効果的に競争していくための最優先課題である。「まち」は現在そして将来の顧客のニーズを満たすような製品やサービスを作り出さなければならない。「まち」はその製品とサービスを、「まち」の内部にも外部にも、国内にも海外にも、販売しなくてはならない。「まち」のマーケティングは、刻々と変化する経済状況と新しい機会に応じて柔軟に適応すべき継続性のある行動である。

地域活性化の先進地である長浜市の商工会議所幹部が「われわれは団体観光客の増加に浮かれることなく、小グループの団体で、長浜を愛してくれるお客様の満足度を高めていかなければならない」といった言葉を思い出した。

いよいよ正念場を迎えた“昭和の町”では、町を一つの経営体ととらえたマネジメント・システムの確立が急務である。このため市役所から2人、商工会議所から1人、市観光協会から1人でチームを組みながら、観光まちづくり会社（仮称）の設立準備中とのことであり、早急な運営団体の設立と今後の活動が期待される。

1 「『昭和の町』づくり優勝 豊後高田市に大臣表彰」大分合同新聞2005年8月4日朝刊

2 DID地区とは、市町村の区域内で人口密度4,000人/km²以上の地区が、互いに隣接して、その人口が5,000人以上となる人口集中地区である。

3 豊後高田“昭和の町”活性化基本計画《豊後高田市中心市街地活性化基本計画》2004年3月、豊後高田市

4 小売吸引力＝商業人口／行政人口で表現され、1超は周辺部からの流入、1未満は流出をあらわす
(商業人口＝当該自治体における小売業年間販売額／県民一人当たり小売業年間販売額)

5 大規模小売店舗立地法第1条

6 「大規模小売店舗立地法第四条第一項の規定に基づき、大規模小売店舗を設置する者が配慮すべき事項に関する指針」(平成11年6月30日、通商産業省告示第375号)

7 産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会議『大規模小売店舗立地法第4条の指針(案)の策定に当たって』1999年5月31日、通商産業省

8 同上

9 通商産業省産業政策局中心市街地活性化室・中小企業庁小売商業課編『中心市街地活性化対策の実務』ぎょうせい、1998年、3頁。

- 10 1 TMO (Town Management Organization) は中心市街地における商業集積を一体として捉え、業種構成、店舗配置等のテナント配置、基盤整備及びソフト事業を総合的に推進し、中心市街地における商業集積の一体的かつ計画的な整備をマネージ(運営・管理)する機関です。すなわち、様々な主体が参加するまちの運営を横断的・総合的に調整し、プロデュースします。時には、施設の建設主体になることもあります
- 2 TMOの事業実施地域は、市町村の基本計画で決定されますが、TMOが具体的にどのような機関で、どのようなプロジェクトに取り組むかは、TMOになろうとする機関が策定する構想(TMO構想(中小小売商業高度化事業構想))を市町村が認定することによって決定されます。(通産省・中小企業庁編、前掲書、89頁)
- 11 通産省産業政策局中心市街地活性化室・中小企業庁小売商業課編、前掲書、3頁。
- 12 通産省産業政策局流通産業課編「産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会議中間答申(平成9年12月24日)」『これからの大店政策一大店法からの政策転換』通産省調査会、1998年、18-22頁
- 13 「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律第五条第一項の規定に基づき、中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する基本的な方針」(平成10年7月31日、農林水産省・通産省・運輸省・郵政省・建設省・自治省告示第一号)
- 14 <http://www.ias.biglobe.ne.jp/madoguchi-go/>参照
- 15 <http://chushinshigaichi-go.jp/plans/index.html> 参照
- 16 豊後高田市、前掲書、55~57頁
- 17 日本政策投資銀行大分事務所・財団法人日本経済研究所「おまち再生計画~豊後高田“昭和の町”ステップアップのために~」2005年、要旨
- 18 平成15年度半島地域活性化優良事例表彰 国土交通大臣賞
社団法人日本観光協会主催第11回優秀観光地づくり賞
テーマ賞(商店街再生)
毎日新聞社2003年度地方自治大賞 優秀賞
平成16年度手作り郷土(ふるさと)賞(地域整備部門)
国土交通大臣賞
- 19 日本政策投資銀行大分事務所・財団法人日本経済研究所、前掲書、11頁
- 20 Philip Kotler, Donald H Haider, Irving Rein著(井関利明監訳、前田正子・千野博・井関俊幸訳)『地域のマーケティング』東洋経済新報社、1996年、350頁

参考文献

- ・ Philip Kotler, Donald H Haider, Irving Rein著(井関利明監訳、前田正子・千野博・井関俊幸訳)『地域のマーケティング』東洋経済新報社、1996
- ・ 『新市将来ビジョン 千年のロマンと自然が奏でる交流と文化のまち』西高地域1市2町任意合併協議会、2002
- ・ 『新市建設計画 豊後高田市まちづくり計画』西高地域1市2町合併協議会、2004
- ・ 『平成14年度 大分県消費者買物動向調査報告書』大分県、2003
- ・ 『大分県の商業 平成14年商業統計調査結果』大分県、2004
- ・ 『平成17年度 業務概要書』大分県西高地方振興局、2005
- ・ 『九州まちづくりBOOK 元気なまちの元気な秘密は「人」にあり!』九州経済産業局、2005
- ・ 『平成13年度 中心市街地空き店舗対策事業報告書』豊後高田商工会議所、2002
- ・ 日本政策投資銀行大分事務所・財団法人日本経済研究所『おまち再生計画~豊後高田“昭和の町”ステップアップのために~』2005
- ・ 財団法人日本経済研究所『おまち再生計画の実現に向けて』2005
- ・ 通産省産業政策局中心市街地活性化室・中小企業庁小売商業課編『中心市街地活性化対策の実務』ぎょうせい、1998
- ・ 通産省産業政策局流通産業課編「産業構造審議会流通部会・中小企業政策審議会流通小委員会合同会議中間答申(平成9年12月24日)」『これからの大店政策一大店法からの政策転換』通産省調査会、1998
- ・ 豊後高田“昭和の町”活性化基本計画《豊後高田市中心市街地活性化基本計画》2004年3月、豊後高田市