

## 長野県諏訪地域を対象とした地域文化資源活用型の都市再生手法の研究 (概要)

研究責任者 法政大学 地域研究センター

特任教授 尾羽沢 信一

共同研究者 法政大学 大学院政策創造研究科

准教授 恩田 重直

一級建築士事務所 タステン アーキテクト

代表 山口尚之

### 1. 地域の現況と課題

長野県諏訪地域には精密機械産業が集積している。また、この地域には諏訪湖、温泉、美術館、周辺の山々など観光資源も豊富であるが、観光産業は低迷している。人口減少と高齢化が同時進行しており、中心市街地の空洞化も深刻である。そこで諏訪地域における地域振興ビジョンの形成が必要となっている。

法政大学は、諏訪市及び周辺に町村における戦略的な専門人材の育成を実施し(諏訪地域「おこし塾」)、2009年10月から2011年3月までに14名の修了生を地域おこしマイスターとして育成した。

「おこし塾」のその後の研究テーマとして、上諏訪駅前の活性化と諏訪地域の観光資源を生かした地域活性化を研究した。

### 2. 研究の目的とねらい

本研究では、諏訪地域、特に上諏訪駅周辺エリアのより具体的な再生方策を策定し、事業プラン作成を行うことをねらいとした。

上諏訪駅周辺地域は、古くからの中心市街地であり、数多くの歴史的資源にも恵まれているが、長引く不況の影響で消費は低迷し、シャッター街化している地区が目立

つ。街の顔でもある駅前通りの沈滞は、諏訪を訪れる観光客などにとってもマイナスイメージを与え、折角の歴史的資源や観光ポイントまで足を運ぶ観光客はわずかとなっている。

本研究では、地域経済論(地域活性化方法論)、都市計画論(都市景観論)の専門研究者が、諏訪地域の地元住民とともに、都市再生のハード、ソフト両面の戦略を策定することを目的とした。大学の研究者と地元住民によるコラボレーションの手法が成功すれば、他の地方都市への波及も可能になると考える。

### 3. 研究項目

- 1)上諏訪駅周辺地域の現地調査による実態把握と問題点の洗い出し
- 2)上記地域の住民、商店主、事業者などに対する聞き取り調査等
- 3)空き店舗等活用の実現可能性について
- 4)上諏訪駅周辺観光の活性化に向けて
- 5)課題の整理
- 6)調査結果に基づく建築的提案

- 1)上諏訪駅周辺地域の現地調査による実態把握と問題点の洗い出し

同地域は江戸時代からの長きにわたり商店、住宅、地場産業等の集積が見られ、1970年代までは地域の中心として活気がみなぎっていた。その後、製造業の移転や郊外のロードサイドへの大型商業施設の立地、世帯主の高齢化などにより、空き店舗、未利用地、廃屋などが目立つようになってきている。

本提案では、上諏訪駅周辺地域の重点ポイントを現地踏査し、土地・建物利用の現況と問題点を明らかにした。

地域の現況 駅前にも目立つシャッター街



## 2)上記地域の住民、商店主、事業者などに対する聞き取り調査等

特にポイントとなる土地所有者、建物所有者への聞き取り調査により、現在に至る経緯とそこに至った理由、今後の新たな街づくりのための土地・建物高度利用への協力意向を確認した。

これにより、高齢化や事業の不調などに

よる不活発な土地利用については、転用の可能性が明らかになった。

対象地域の空き店舗・未利用地などの一部について、具体的な転用方策を提案した。

### ①空き店舗実態調査

上諏訪駅周辺半径 1km 圏内の空き店舗を対象に訪問面接調査

調査対象空き店舗数 130軒

聞き取り対象者は空き店舗所有者、近隣住民など

調査項目

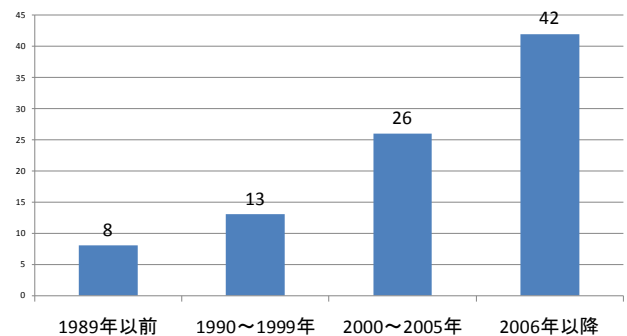
閉店時期、以前の業種、閉店理由、居住状況、貸すことへの意向、閉店までの経緯など

#### a.現在の居住状況

無人建屋と居住建屋が半々である。住んでいる場合は建屋の二階部分に居住している。居住者は高齢の夫婦、高齢者の独居、子ども家族、また貸しなどである。住んでいないケースでは、閉店後、市の内外に引っ越してしまっているケースが多いと思われる。

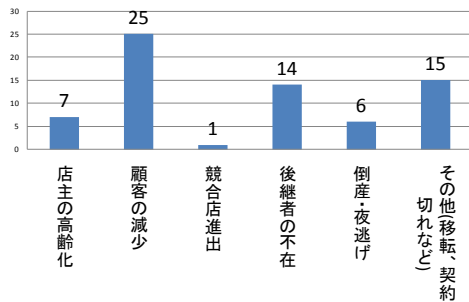
#### b.閉店時期

店舗の閉店時期は 2000 年代になってからのものが多い



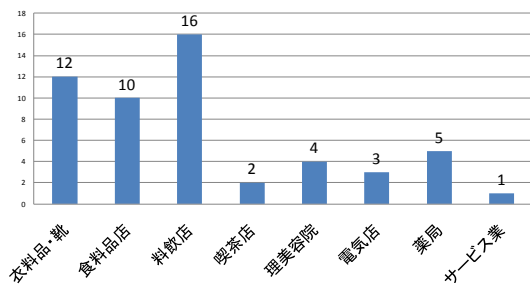
#### c.閉店の理由

顧客減少、後継者不在などに続いて店主の高齢化、倒産・夜逃げなどが挙げられている。店舗移転や賃貸契約切れなどその他の理由もある



#### d.以前の業態

生活必需品店、飲食店が多く閉店しており、中心市街地において日常の買い物や移植ができにくくなっているのが現状である。



#### e.貸すことへの意向

貸してもよいとする7件の回答については、すぐにでも貸したいというもの、荷物を片づければ貸せるなどの回答であった。貸さないという14件の回答の多くは「住んでいる」ことを理由にしている。

売却したいという回答もあったが、坪20万でも売れない状況のようである。

### 3)空き店舗等活用の実現可能性について

居住しておらず、貸してもよいとする事例がいくつか見られた。二階に居住していても交渉次第では一階活用が可能と考えられる事例も見られた。

難点として、仲介者がいない、家賃の折

り合いが見つからない、片付けが大変、居住者との調整が困難などの理由が挙げられている。

閉店した店舗について、地権者がテナントとして貸すことを決め、商工会議所が借り上げて新事業をスタートしたので以下にその事例を紹介する。法政大学でも企画・運営に関与した。

店舗は上諏訪駅徒歩2分の好立地で、二階建ての土蔵をきれいにリニューアルした建物である。

#### ■街なか創業塾のスタート

地域活性化の方法論の検討と具体的な実験の場として2010年11月～2011年3月にかけて運営スタートした。

運営委員会を設置するとともに、採用した3名の「街なか運営員」を拠点運営スタッフとした。

具体的な事業としては下記を実施した。  
ブックカフェ/アートギャラリー/絵本などの読み聞かせの会/地元住民の交流スペース/日本酒利き酒の会

ブックカフェ利用者数は400名、店舗への来店客数は1120名であった。



#### 4)上諏訪駅周辺観光の活性化に向けて

## ■上諏訪駅周辺観光客実態調査の実施

調査目的：上諏訪地域への来訪観光客の旅行実態、満足度、潜在ニーズなどを明らかにする。

調査手法：本学大学院調査員による街頭面接調査

調査対象者数：181名

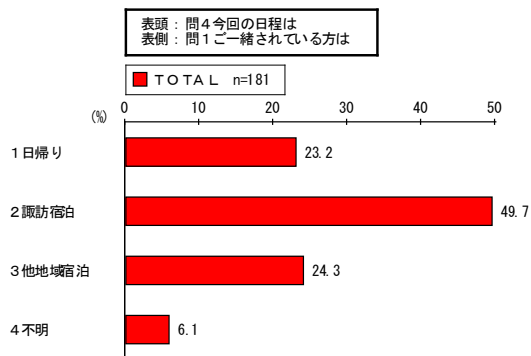
調査日時：2010年8月7,8日 10:00～17:00

### ①観光客の基本属性

家族連れ、夫婦・カップルなどの観光客が多い。ツアー形態はほとんどが個人旅行であった。ただしこれは調査地点に旅館・ホテルなどを設定しなかったことによるかもしれない。

### ②宿泊状況

観光客の約半数が諏訪に宿泊している。他地域宿泊は、日帰りは4分の1程度である。

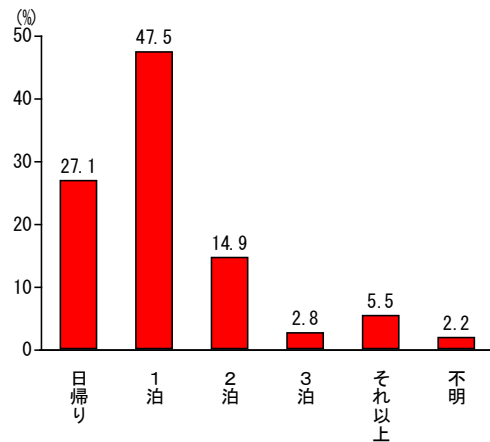


上諏訪に宿泊する観光客は全体の7割程度である。1泊が多いが、二泊以上のヘビーユーザーも2割程度いる。

これらの宿泊客をいかに駅周辺の街並みに引き込んでいくかがポイントとなる。また、複数泊する観光客は、5万円以上の予算を組んでいることが多く、地域住民だけでなく、これらの観光客に街なかでお金を使ってもらおう仕掛けが必要である。

表頭：問5上諏訪の滞在予定は  
表側：問2現在の住まいは

■ TOTAL n=181



### ③リピート状況

4回以上訪れているヘビーユーザーが多い。

### ④交通手段

大半が車、電車を利用して訪れる個人旅行者である。個人旅行者に対して、上諏訪の街の魅力を発信していく必要がある。

### ⑤観光客の居住地

首都圏からの来訪が多いが、北海道から沖縄まで、全国から観光客が訪れている。それだけの魅力がある観光地であるだけに、温泉、諏訪湖だけでなく、街なかの魅力もアピールしていきたいところである。

### ⑥諏訪を知ったきっかけ、情報誌の利用

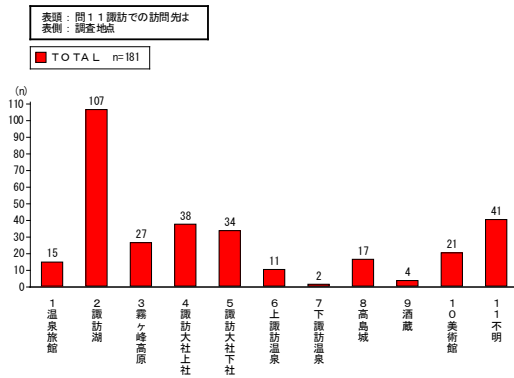
各種の情報メディアよりも、『その他』が多かった。これは、親戚がいる、以前から知っていた、出身地であるなどの回答である。

地図や情報誌を持っている人と持っていない人は半数ずつであった。

### ⑦諏訪での訪問先は

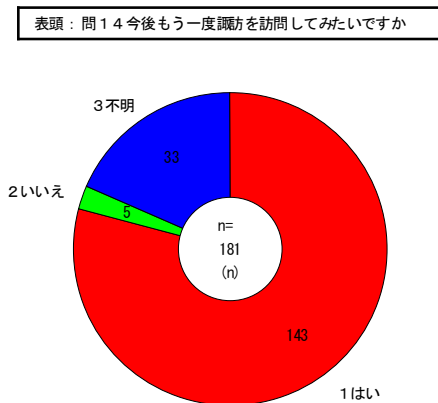
大半が諏訪湖と諏訪大社、霧ヶ峰高原などの訪問にとどまっている。街なかの酒蔵まで足を延ばす人はわずかである。そもそも

も存在自体知られていないケースが多いと思われる。



### ⑧再訪問意向

多くがもう一度諏訪に来たいと回答している。リピーターに新たな魅力を感じてもらうためにも街なかの魅力の強化が必要である。



## 5)課題の整理

以上の地域の現況を整理すると、下記のような課題が抽出される。

- ①諏訪地域においても多くの地方都市同様、人口減少と高齢化に歯止めがかかっていない。
- ②中心市街地に活力がなく、後継者難や売り上げ減少で多くの商店が閉店している。
- ③借り手の見つかった空き店舗については新規創業も若干みられる。
- ④空き店舗所有者と潜在的な創業希望者を

つなぐ仲介機関が必要である。

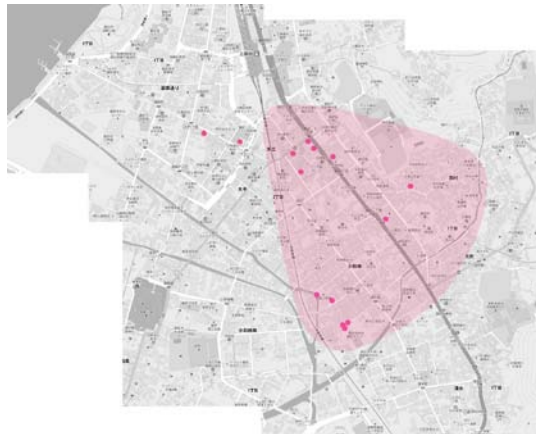
⑤観光客にもっと諏訪の町の良さを知ってもらう工夫が必要である。

これらの課題を解決する一つの考え方として、以下にいくつかの建築的提案例を作成した。

## 6)実測調査に基づく建築的提案例

### ①伝統的建築物実測調査の実施

半径 500mのなかに、歴史、文化、変化のある都市構造(中庭、路地)、水(水路、川)、湯、坂、酒等々、魅力的な資源がつまっている。



### □②ゾーニングと建築的提案

これらを酒蔵・商家エリア、末広エリア、湯小路エリア、坂のまちエリアの4つにゾーニングし、それぞれのエリアでの建築的提案を試みた。



### a.酒蔵・商家エリア

甲州街道と旧道に挟まれた街区に古くからのつくり酒屋、商家が並ぶ。・それら建築は奥行きのある敷地に建つため中庭のような外部空間を持つ。しかしそれは通りからはあまりうかがえない。

「看板建築」も多く見られる。甲州街道は交通量が多く、歩道が狭いため、街歩きを楽しむにふさわしい道路空間とはいえない。

#### 酒蔵・商家エリアの街並みと中庭



#### 参考事例 埼玉県川越 蔵づくりのまち並み



### 通りから中庭を感じることができないか



#### ぬのや本金のリノベーションイメージ

入口付近を開放的なつくりにする

- ・ベンチ、テーブルを置く/展示スペースをつくる
- /仕事の様子を見せる→中庭へのいざない/客との接点を増やす



## b.末広エリア

駅近くの繁華街として栄えた歴史があるが、現在は空き店舗が目立ち、さびしいまちという印象はぬぐえない。

「看板建築」、木造3階建ての建築、「丸広デパート」という不思議な施設。

駅からの玄関的なエリアとしてのにぎわいを取りもどせないか。



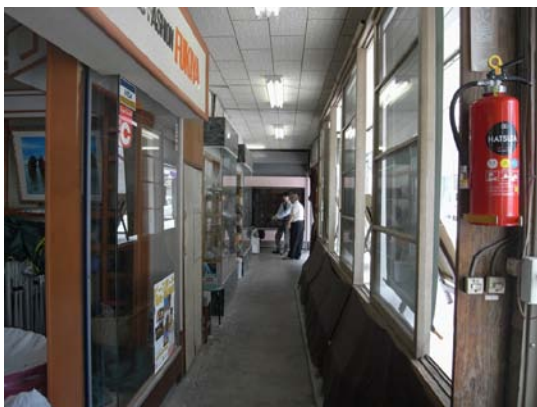
木造三階建ての食堂(すでに閉店)



現状ではこのように閉店している店舗も多いため、開放的な中庭をつくり、再び人々が集える場所をつくりたい。



『丸広デパート』のリノベーション・イメージ



『丸広デパート』内の通路

一つのまちのような建物で、バザールの通路（みち）と店舗との関係が面白い。なかなか体験することのない空間。温泉もある。

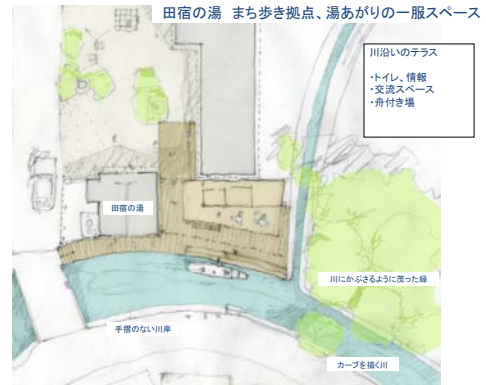
## c.湯小路エリア

エリアの特徴

- ・歩きやすい路地状の道
- ・共同浴場がいくつも。広場や公会所とセット。
- ・水路、舟運の名残の景観
- ・生活の場の雰囲気



蔵宿泊用) 等で蔵を利用。この道ににぎわいをつくる。



田宿の湯 川沿いテラス

- ・ 地元の人が湯上りに休憩
- ・ 川のほとり、まち歩きの休憩  
拠点
- ・ 情報拠点、トイレ
- ・ 舟付き場



蔵の通り

水路から直接荷揚げしていた。

- ・ 小径のギャラリー
- ・ 舟運の歴史を伝えるミニ博物館
- ・ 地域が家庭が利用するゲストルーム (親



湯小路エリアのにぎわいづくりイメージ



#### d.坂のまちエリア

##### エリアの特徴

- ・丘状都市

傾斜地に住宅がある密度で軒を連ねる景観。農村でもニュータウンでもない珍しい景観

- ・水の音が聞こえる急傾斜の川
- ・共同浴場いくつも、寺院も多い
- ・階段があり、巾が細く曲がる路地、生活通路
- ・甲州街道が湯小路エリアと分断している。



坂のまちエリア川の音と眺望を楽しむ足湯

#### 4. 研究の総括

上諏訪駅周辺において空き店舗調査、活用実験、所有者や近隣住民の意見聴取を通じて、街づくりの課題は見えてきた。交渉相手となる地権者が高齢、不在であるケースが多く、調査は難航したが、実測調査のできた建物については高度化提案に結びつけることができた。

実験事業として行った「街なか創業塾」のブックカフェは半年間の営業で1000人以上が来店し、まずまずの成果を残したが、家賃補助、人件費補助の上で成立した事業であり、自立したまちおこしの拠点とするためにはより戦略的な展開が必要である。

交流人口増加のポイントとなる観光客は、諏訪に魅力を感じているものの、街なかを回遊しておらず、観光客をひきつける市街地づくりがポイントとなりそうである。

本研究を通して、衰退する地方都市における中心市街地に共通すると思われる課題がいくつか抽出できた。それらを検討して本論を終わりたい。

①古くからの中心市街地であった上諏訪駅周辺は、戦後の高度成長期には商圈人口数十万であり、周辺の他都市からも買い物客を集める一大商業集積であった。商店街はにぎわい、焦点の営業もきわめて好調で品物は飛ぶように売れたとのことである。

②その後、周辺都市への新規商業集積の形成、郊外への大型店の進出、モータリゼーションの進展などにより、顧客は減少の一途をたどった。売り上げは減少し、店主の高齢化や後継ぎの不在などの問題が顕在化するようになった。

③上諏訪駅周辺の商店の多くにこれらの問題が生じたため、商売をづけられない店舗は営業を停止し、シャッターを閉めたままの店舗が街中に目立つようになってきた。

④日常の買い物や買回り品などの集積としての機能を果たせなくなった中心市街地からの客離れが加速した。

⑤観光客は全国から訪れているが、温泉旅館に宿泊し、諏訪湖、諏訪大社などを見ると、街なかを散策することもなく帰ってしまうため、街なかの活性化に生かすことができていない。

⑥シャッターを閉めた店舗の所有者はかつての繁栄期にかなりの蓄財をしており、新規創業者に店舗を貸そうという機運が高まっていない。しかし個別に相談してみると、貸してもよいとする所有者の半数程度いる人がわかった。

⑦今後のまちづくりの方向性としては、訪れた観光客を街中へいざなうためのストーリー作り、そのための拠点となる伝統的建築物のリノベーション、新たな演出などが必要である。また、日用品などの買い物が中心市街地ですませられるようにするために、創業希望者と店舗所有者のマッチング事業を行い、綿密なマーケティングや経営指導を行いながら新たなコンパクトシティを目指していく必要がある。本研究の終了間際に、上諏訪駅前の大型百貨店が事業不振のため閉店した。駅周辺住民、特に車の運転ができない高齢者などにとっては死活問題となる。

閉鎖店舗の一つ一つと粘り強く交渉しながら、生鮮品のマーケットなどの創業者を募り、駅周辺のにぎわいを少しでも取り戻していく方策が求められる。