

上諏訪市街地のまちづくり

『商店街の再生』と『諏訪湖畔観光』への提言

Version 2



平成16年9月

矢島義恭

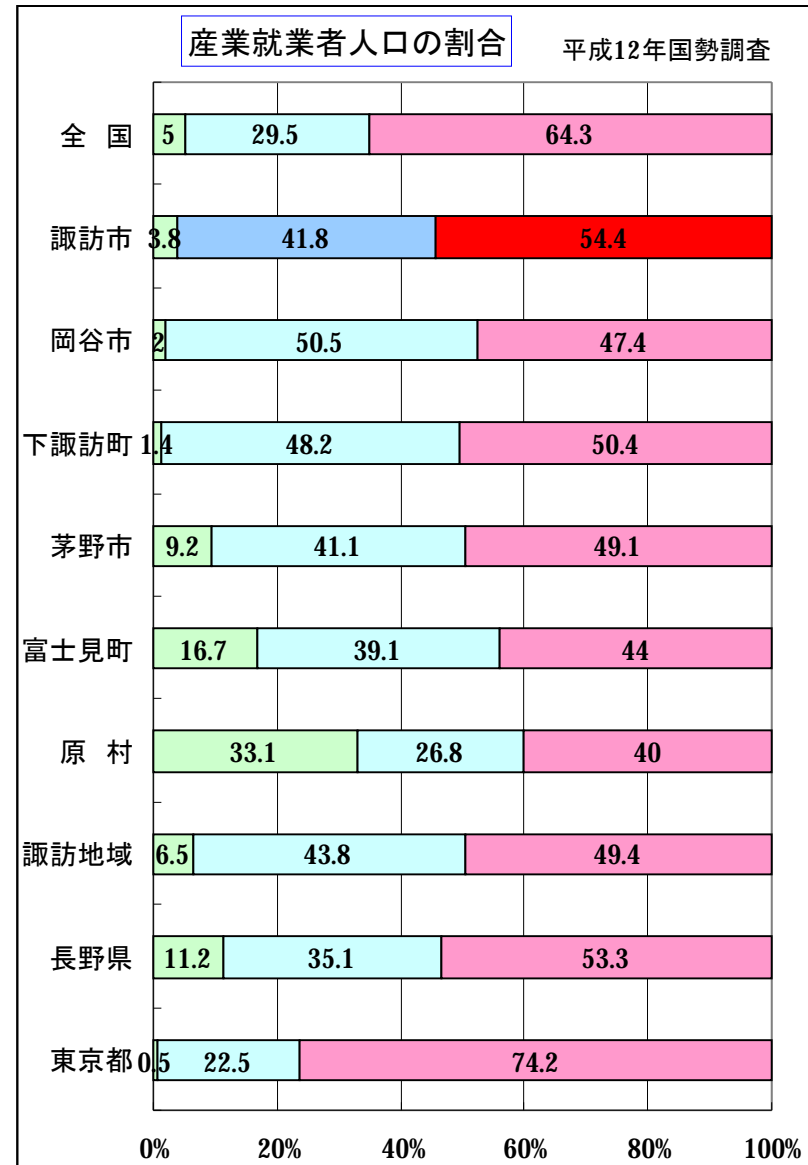
諏訪市の産業構造と課題

特色

- ▽諏訪地域は、第三次産業の比率が低いが、**諏訪市の第三次産業比率は地域内で最も高い**
- ▽東京都は経済的に豊かで、第三次産業が高い
- ▽諏訪地域では、伝統的な第二次産業が高い
- ▽八ヶ岳山麓市町村では、第一次産業が高い

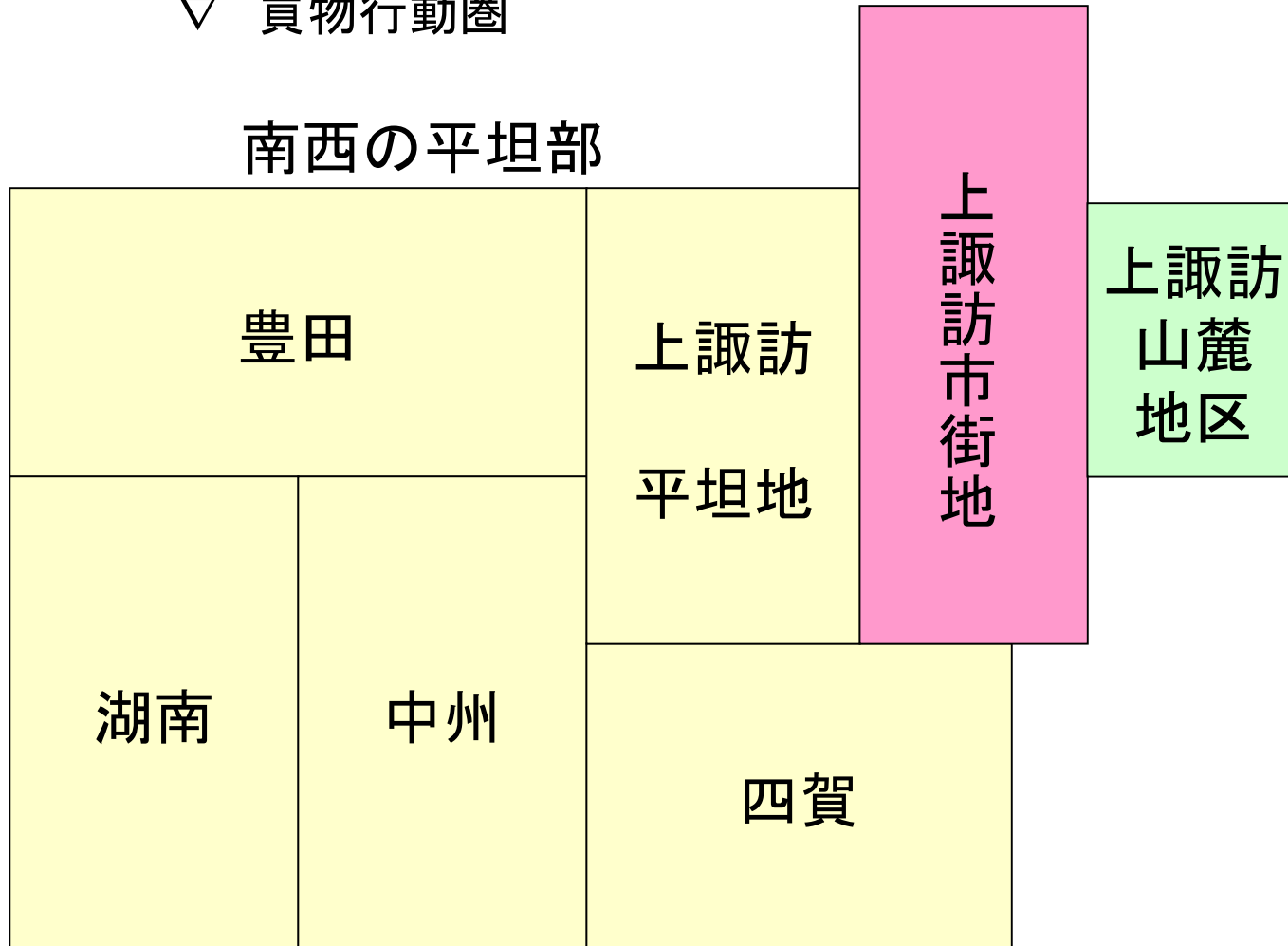
諏訪市産業の今日的な課題

- ▽伝統的に盛んだった工業(第二次産業)の強化
- ▽第三次産業分野の一層の発展
 - ・諏訪ブランドの観光産業の一層の強化
 - 新しいコンセプトの下に**特色づくり**
 - 新たな**観光ビジネス**の起業
 - ・旧市街地商業の再生と、**新商業地の整備**
 - ・福祉・医療・環境・教育分野での**新たな事業化**

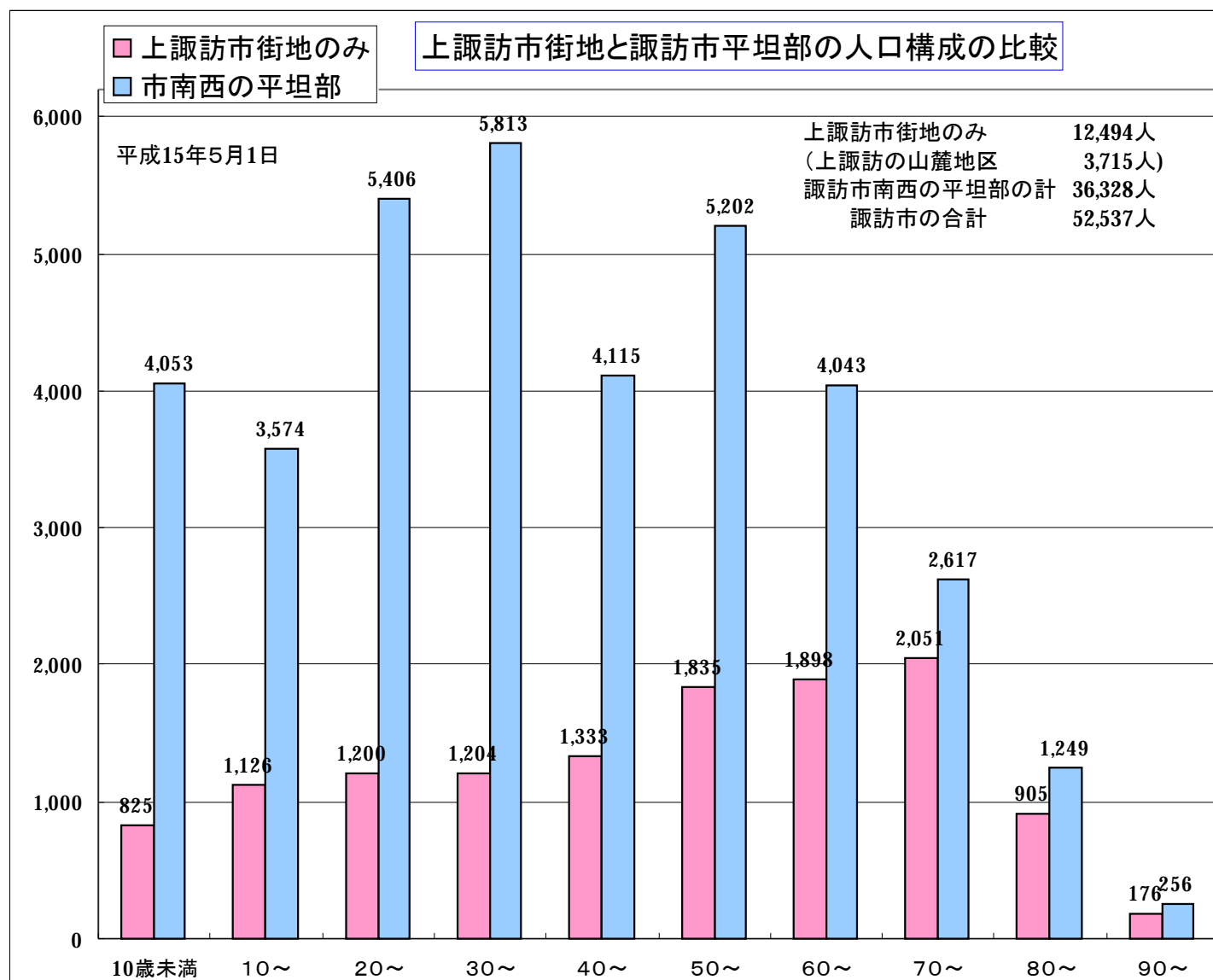


諏訪市の住宅地の3区分

- 相違点
- ▽ 高度経済成長前の人口集中・商工業地区と、農業地区
 - ▽ 高齢化の進行(高齢化率が33%)と、若年層の流入
 - ▽ 買物行動圏



超高齢化した上諏訪市街地と、若年層の多い平坦部



上諏訪市街地の特徴

- 人口構成
- * 少子高齢化と若年層の流出で人口の減少が続く
 - * 65歳以上の高齢者が33%以上を占める
 - * 50歳以上の高年齢者が55%以上を占める
 - * 高齢者の半分近くが一人暮らしや高齢者夫婦
 - * 一人暮らし高齢者の多くは女性（約85%）

工業の衰退(工場の域外移転)、商業の衰退(卸売業・小売業)

市街地の住宅地としてのメリット(とりわけ高齢者にとって)

- * 各種のインフラが集積した都市環境
電車やバス、タクシーなどの公共交通機関の利便性
- * 味わいのある町並みなどの伝統的な都市環境
- * 湖畔公園・並木通りなど豊かな自然に包まれている
- * 身近に医院、歯科医、整形・整体医、病院、薬局など
- * 歩いて出かければ、大方の暮らしの用事が足せること

上諏訪市街地の 特徴

商店街

飲食店街

ホテル街

緑地散策路

日帰り観光客
327万人

宿泊客
59万人



上諏訪のまちづくりの目標 (TMO構想をふまえ)

コンセプト「にぎわいづくり まちづくり 湯のまち諏訪市 夢づくり」

赤字部分は矢島提言

快適に住むことのできるのまち

目標① みんなが快適に住むことのできるまち

目標③ 個性ある町並みのあるまち

高齢者が安心して快適に暮らせる街づくり

諏訪湖畔温泉リゾート
(保養地)としてのブランド化

特色

- ・日帰り客は、327万人と非常に多い
- ・宿泊客は、59万人と停滞している
- ・環境や温泉街・土産物店・飲食店などの未成熟事業着手

- ・湖畔温泉リゾートとしての受け入れ体制や環境整備
- ・信州(中南信)観光の拠点としての整備とPR

上諏訪市街地商店街の活性化(再生)

目標② にぎわいのある商業のまち

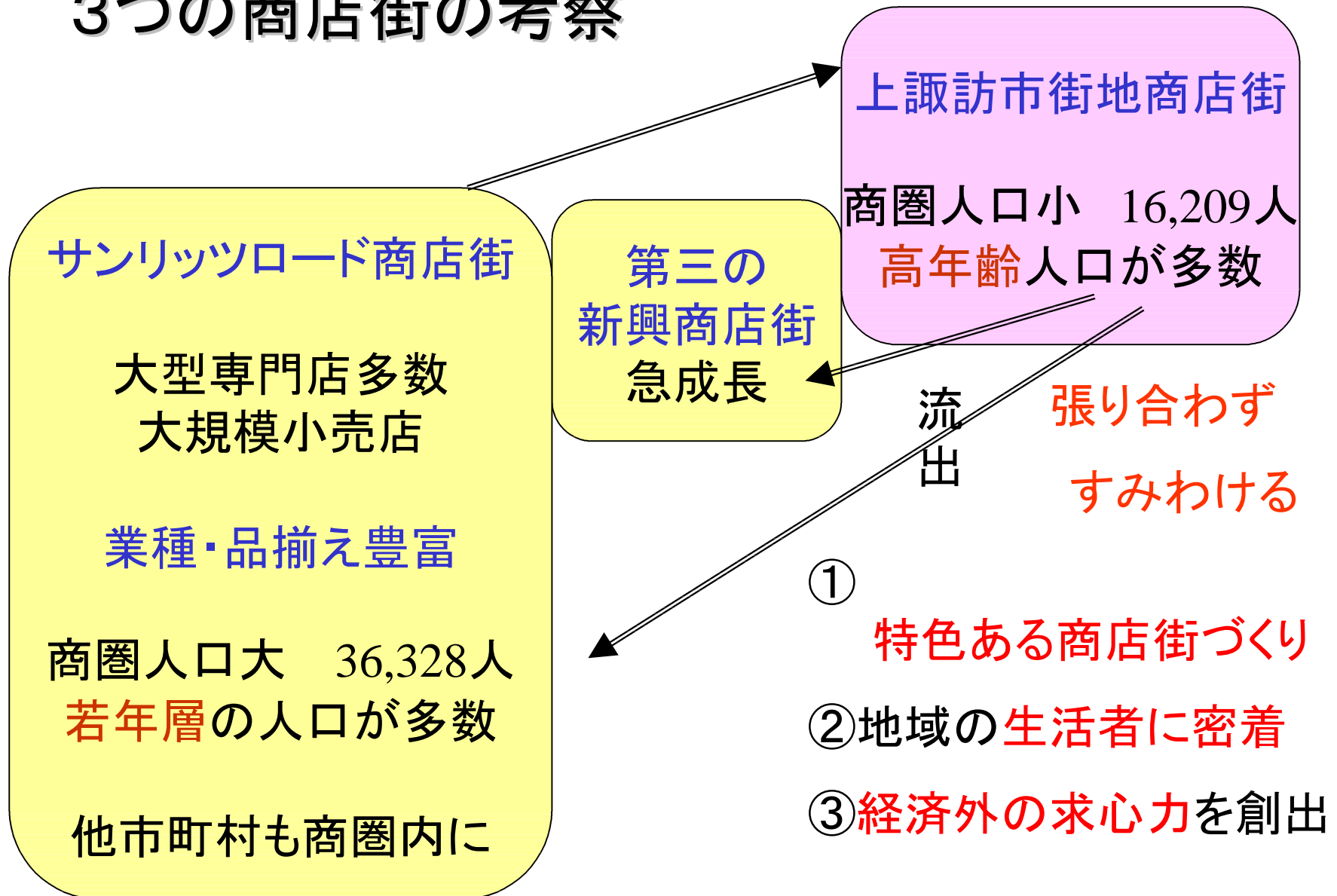
- ・街路などの商店街環境の整備
 - ・まちなか観光の振興
 - ・市民のニーズに応える商業活動
- 高年齢者のニーズやウオンツにマッチした商業・サービス業の新しい展開

業種や品揃え、広義のサービス業への需要

福祉・医療・環境・教育で新しい産業(事業)の育成

目標④ 新たな産業が生まれる創造性と活力のあるまち

3つの商店街の考察



地域密着型の魅力ある商店街めざす

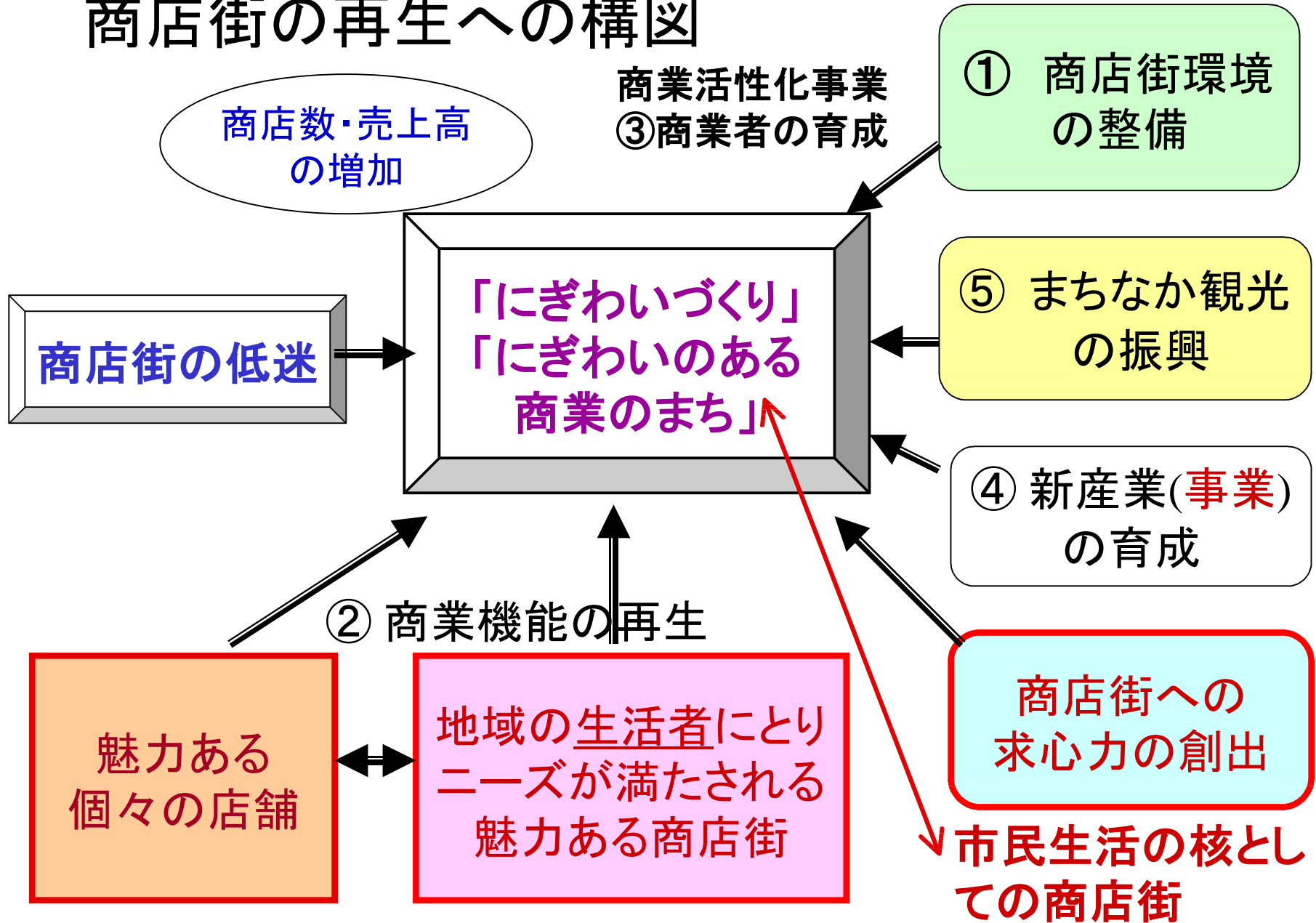
基本計画の前段階では強調されていたが、事業計画で弱体化

- ◆計画策定委員会において、「**地域に密着して地域社会に役立つ商店街**」の方向性を指摘する意見が多数あった
- ◆課題(5) **市民ニーズにあった業種業態への転換**
 - …市街地の**住民のニーズ**に対応した**地域密着形の業種・業態**に転換する必要がある
- ◆目標(2) **市民の消費生活を豊かにするにぎわいのある商業のまち**
 - …市街地に居住する**住民のニーズ**にきめ細かくあわせた **地域密着形の魅力ある商店・商店街**づくりに取り組むとともに、**商店街として……**
- ◆商業活性化のための事業 **ここで弱体化してしまう**
(2) 商業集積の促進


「活性化基本計画」と「TMO構想」の事業分析

	活性化 計画	TMO 構想	合計 129事業
商業機能の 再生	8	21	—弱い— 29(23%)
環境整備	29	15	—基盤— 44(34%)
まちなか観光	19	37	—主柱— 56(43%)

商店街の再生への構図



高齢者をターゲットにした上諏訪商店街の特色づくり

- ▽ **必要で興味ある商品やサービスがある** （重い食品は近所のスーパー）
健康商品、ユニバーサルデザイン商品、高齢者向け商品、孫向け商品
駅前市民課窓口・高齢者課窓口、整体院、美容院
気軽に立ち寄れるお休み処、店内のお休み処
 - ▽ **バリアフリーのまち** 車椅子で用がたせ、まち歩きが楽しめるまちづくり
 - ▽ **お得な買物ができたり、無料の景品が出る**
丸光の特売日や会員への無料景品、諏訪ガスの無料景品
お得なポイント制度でサービス(かりんちゃんバス乗車券など)との交換も
 - ▽ **買い回る ショッピングの楽しみ** ——商店街からは消えた魅力の復活——
デパート、コンビニ、 ホームセンター、スーパー、角上にあるもの
 - ▽ **目新しいこと、楽しいこと、面白いこと、遊びがある**
地物朝市、駅前みんなの広場、並木Deコンサートなどのイベント
くつろげる喫茶店、おいしく楽しめるレストラン、居酒屋 
電子マネー + ポイント制度 + ボラポイント （小銭が煩わしい）
 - ▽ **役にたつ情報に接することができる** Web情報検索サービス
店員との会話 化粧品、衣料品、寝具、子ども用品、介護用品
なんでも相談できる店、各種相談所、住宅関連情報(改修、活用)
- [期待]** ▽市街地の高齢者の、商店街に出る回数が増えたり、新たに出てくる
▽郊外の高齢者が、かりんちゃんバスなどで「まち」に出てくる

婦人服を キーワードにした 上諏訪商店街の 特色づくり

▽女性をターゲット
婦人服、美容院、化粧品店

▽最多店舗業種へのてこ
入れ

婦人服店 37店舗
呉服店 8店舗

▽ショッピングの楽しみ

▽他市町村商店街との差別化

[期待]女性が沢山出てくれば、
まちの人出は増え、
他業種への波及効果も



商店街への経済外的求心力の創出 —— 市民生活の核としての商店街 ——

- 低迷の背景
- ▽ 各種行政機関を商店街から排除（敷地や駐車場）
 - ▽ 市民生活に関わる各種建物を市街地の外に建造

- ◆文化活動の拠点
 - ▽ 各種サークルや団体の発表の場所や、会議場
 - ▽ 趣味やレクリエーションの集まりの活動場所

- ◆福祉・環境・教育などの市民活動の拠点
 - ▽ ボラ団体やNPO・諸団体の会議場や、イベント会場

- ◆生涯学習や健康づくりの学習会場や、イベント会場
 - ▽ 公民館の講座会場、健康づくりに関する講座や相談所

- ◆市民課の窓口(現プラザ)、高齢者福祉課の窓口(介護保険などの相談)
[福祉・保健関係の窓口] ▽Web情報検索サービス

- ◇『駅前市民交流センター』をつくる (例) 手長神社下、スワプラザ
▽多数の集会場やイベント会場 (上諏訪公民館がない)

- ◇『市民会館』の改装 ▽中小規模・複数のおしゃれなイベント会場

諏訪湖畔温泉では家族や小グループが主流に

▽大型バスで夕方乗りつけ、宴会をして、翌朝出立する**団体客は22%**にまで減少した

▽**高齢者夫婦や家族・女性仲間の2~4人が30%**を占め最多に

▽**5~14人が22%**、**15~29人が15%**と**小グループが多い**

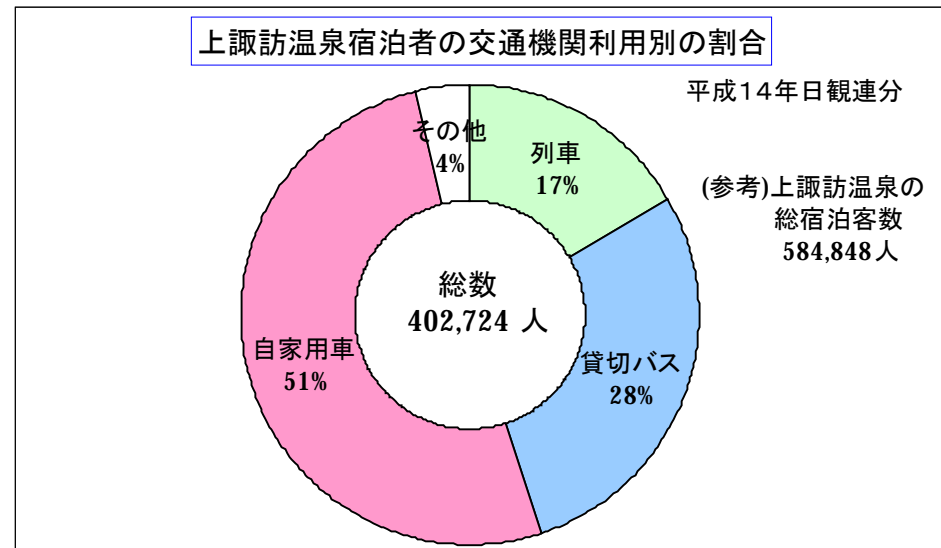
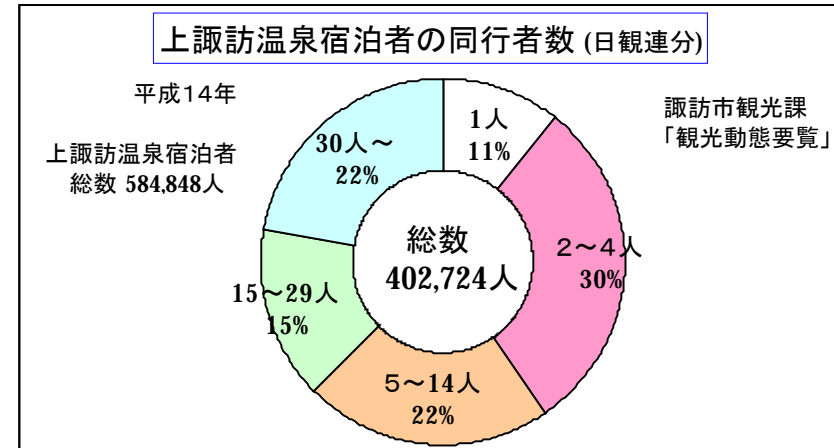
▽**自家用車が51%**と半数をこえ、**家族、小グループ化に対応**

▽大型バスー**団体客に依存していた有名温泉観光地の凋落**

▽**こだわりの(特色がある)温泉地が人気をえて伸びている**

1. 箱根 2. 湯布院 3. 湯河原・真鶴

▽**JR電車(列車)の客を伸ばしたい**



諏訪湖畔温泉の観光における問題点と提言

◆各地の温泉観光地の低迷とは異なり、日帰り客は多い（魅力がある）

◆膨大な日帰り客(327万人)があるのに、お金をあまり落とさない

湖畔旅館街に、土産品店4、飲食店9、喫茶店6、コンビニ3

◎来訪者が満足できるサービスや物産の提供、観光施設(有料)の整備を推進

- ・信州ならではの食品や物産、快適で美味しい飲食店、有料のガイドサービス
- ・新たなサービス(広義)の提供に工夫をこらし、地域経済のパイを大きくする

◆ホテル・旅館の宿泊客が低迷(59万人)

茅野市の1/3の収容人員

滞在型の観光地への模索 ⇒ 家族バカンス空間、各種イベント

「来て、来て、もっと来て」というPRだけでなく、新しいコンセプトのPRに力を

◎「高齢者や障害者を暖かくもてなす」をコンセプトに、体質の転換とPR

- ・高年齢者の夫婦、女性グループなどをターゲットに、質の高いサービス実現
- ・子ども連れ家族は、高原観光地指向なのですみわけ

◎「諏訪湖畔温泉保養地(リゾート)」をコンセプトに、環境整備をはかる

『温泉保養』と『ゆったり湖畔散策』を組み合わせたリゾート(保養)地

◎「信州の観光拠点」をコンセプトに、情報提供に工夫をこらす

◆霧ヶ峰観光との連携不足

膨大な日帰り観光客(312万人)の素通り、宿泊は車山高原や白樺湖

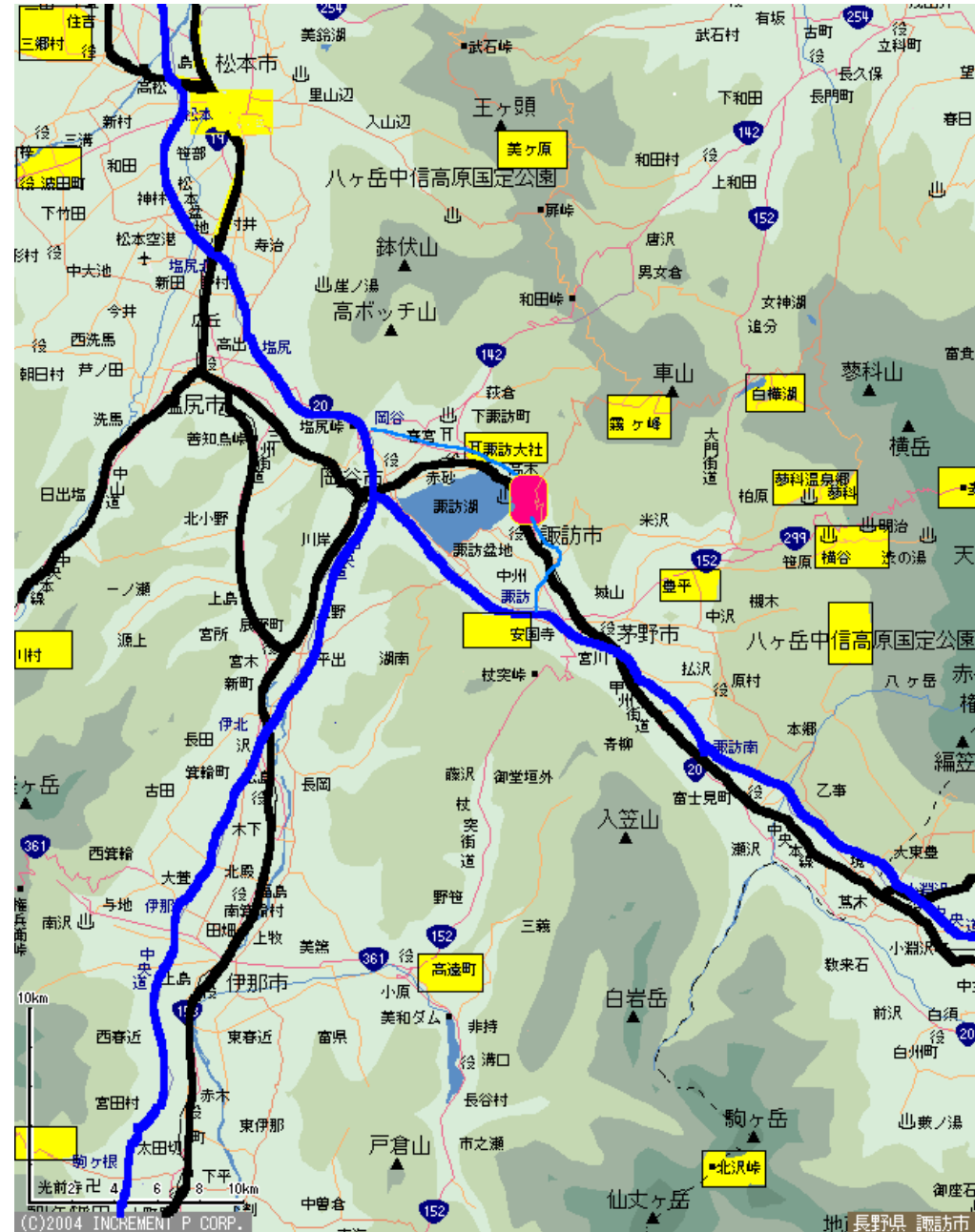
信州観光の拠点としての 諏訪湖畔温泉リゾート

- * 中央道による交通利便性
- * JR駅に近い、鉄道の利便性
- * 上質の旅館施設の集積

▽くつろげる湖畔散策と、圧倒的に人気のある温泉を結合

▽多彩な観光地が日帰り圏

高原、草原、森林、湖
山岳、ロープウェー、ドライブ
ゴルフ、スキー、トレッキング
美術館、博物館
城郭、城跡、城下町
中山道や甲州街道宿場
神社、寺院



諏訪湖畔エリアの上質な整備 —心地よいエリア的な環境整備がリゾート(保養地)の条件—

- 1 湖畔道路沿いの電柱電線の地中化
 - 2 歩道を自然石の敷石や植栽で、グレードの高い好感度のものに整備
 - 3 歩行者横断用信号機の増設と、青になるまでの待機秒数表示灯
 - 4 こぎれいな説明案内板のさりげない設置
遠来客の知的興味を満足させるもの、湖の自然と人の関わり
(例) 諏訪湖の標高、動植物、御神渡しなどの自然、浄化の取り組み、
諏訪湖湧出の温泉と市民生活、諏訪湖周辺の製糸業や精密業の
歴史の紹介、舟泊りの表示とワカサギなどの漁業の紹介 etc
- ▽「諏訪湖映像館」 有料、3~4室(20人くらい) 北斎館、伊能館を見習う
『御柱祭り』 『御神渡し』 『花火』 『湖畔散策』 15分位
- ▽健康保養地(リゾート)に求められる諸施設の整備(市民と共用)
- ▽手打ちそば店、うなぎ店、漬け物店、自然食品、健康食品などの出店促進
- ▽市営駐車場の有料化ときれいな公衆トイレの設置(少なくとも高速道並み)
- ▽素っ気ない上諏訪駅と諏訪湖畔の間の、アクセス歩道の上質な整備

高齢者や障害者を暖かくもてなす観光地

―― バリアフリーの観光地 ――

- 湖畔公園から、街路、旅館(ホテル)街を一体としたバリアフリー化
 - 1 車椅子用トイレを、清潔できれいな、使いやすいものに整備
 - 2 車椅子の使える歩道の整備、段差の解消(2cm以下)
- 諸施設のバリアフリー化
 - 1 ホテルや旅館など宿泊施設のバリアフリー化
 - 2 美術館や観光施設のバリアフリー化
 - 3 商店や飲食店のバリアフリー化
- 宿泊施設や関連施設の従業員の「暖かくもてなす」サービスを充実
- 車椅子で過ごすガイドマップの作成
- 上諏訪のまち全体が高齢者や障害者に暮らしやすいまちにであること

[期待]▽障害者ばかりでなく、高年齢者も安心できるリゾートのイメージ
▽観光地全体として、「暖かくもてなしてくれる」というイメージ

『まち歩きを楽しめる 車椅子マップ』づくり (計画中)

福祉のまちづくり市民協議会

▽散策路の図示と説明紹介

▽楽しめるポイントの表示

▽車椅子トイレの位置の図示と
きれいさや使いやすさの表示
会員で点検調査をする

▽バリアフリーのすすんでいる
施設や店舗などを紹介

「ぐるめマップ」なみの上質なものの



「諏訪湖畔温泉リゾート」中心のガイドマップの作成

諏訪湖畔散策ガイドマップ

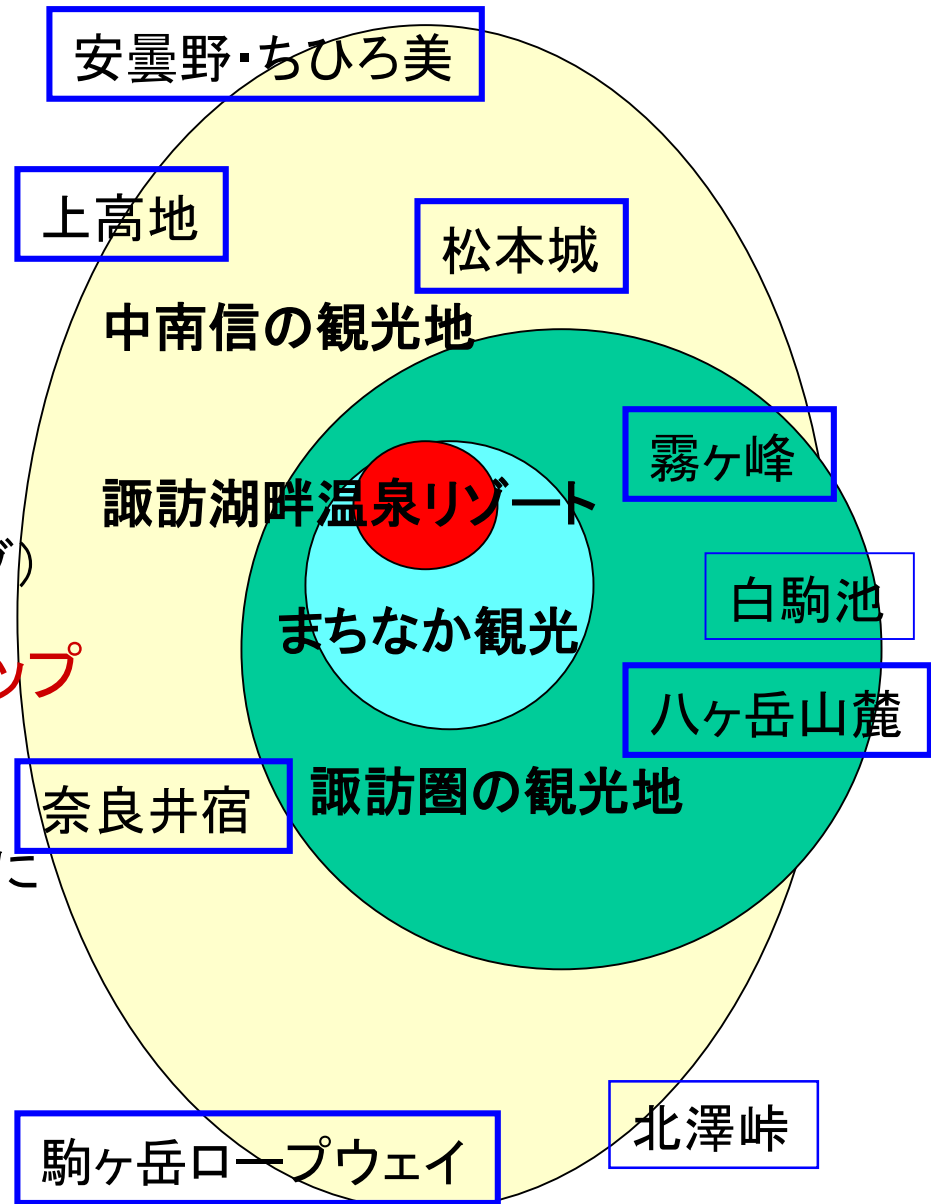
- ▽見所、施設、徒歩所要時間
- ▽見所と観光施設には写真と説明
(グルメマップ方式)

まちなか散策ガイドマップ

- ▽ミュージアム構想で見所紹介
- ▽距離感の正しいマップ
- ▽見所には写真と説明をつける(グ)

諏訪と信州観光日帰りガイドマップ

- ▽所要時間やルート・交通機関の便などの情報提供を重点に
- ▽マイカー用と交通機関利用者用に別々の情報を丁寧に提供
- ▽主要観光ポイントのみ掲載し写真や説明は少なくてよい
(他のガイド情報にゆずる)



満たされなければ、商店街ではない
楽しめなければ、観光地ではない

おわり