
【研究論文】

新潟県村上市町屋再生プロジェクトに関する研究

—観光まちづくりプロセスを中心に—

Renaissance Project of Machiya (Merchants' Houses) in Murakami City, Niigata

— Focusing on Tourism Town Development Process —

バロリ ブレンディ
Barolli Blendi

Summary

村上市は、城下町としての全国的にも希少な城下町であると高い評価を受けているのにもかかわらず、地元では価値認識はきわめて低かった（吉川氏¹）。

本稿ではまず、吉川氏が近代化を進んでいく街の商店街のアイデンティティを守るための取組みを踏まえ、観光まちづくりを目指しても1人だけではできないことであり、地域住民の協力を得るための取組みと努力に着目する。

ついに、その活動を続けていくために現状と課題を把握し、まちづくりを成功しているところから継続した観光まちづくり活動の戦略を明らかにする目的である。

Key words : 町屋再生、観光まちづくり、地域活性化、住民参加、キーパーソン

目次

1. はじめに：まちづくりの定義
 2. 村上市の概要
 3. 村上市町屋再生プロジェクト
 - 3-1. 町屋再生プロジェクトの始まり
 - 3-2. まちづくりは住民自ら行うもの「下からの発想」=ボトムアップの形
 4. 活動の効果
- まとめ（結論）
- Appendix（付録）
- Endnotes（脚注）
- References（参考文献）
- Acknowledgments（謝辞）

1. はじめに：まちづくりの定義

一般的にまちづくりの定義というものは、様々な要因が絡んでくることから確実なものはないと言われている。だが、石原氏・西村氏の両名は著書「まちづくりを学ぶ」にて地域経済、地域環境、地域社会の三要素がまちづくりに必要だと論じている²。両名は同書の「下からの発想」の項でまちづくりの流れについて以下のように述べている：

まちづくりにおいてある選択をする前に可能な限りよく考え、様々な正と負の影響どちらも想定して選択する必要がある。踏み出した時に予想以上に大きな負の影響が現れたとき、何がどのように変化しているのか注意深く観察し、早期に修正手当てする方法を探さなければならない。また、まちづくりにおける決定は基本的にその問題が具体的に発生する地域の人々によって決定されなければならない。加えて、その決定方法は大方の合意が得られている必要がある³。

現場の意見を取り入れて計画を練り進めていくのがボトムアップの形であるが、トップダウンの形では多くの人々が示された最善の方法がなぜ最善なのか知らされないままに実行を担わされる。つまり、意思決定者と実行者がほぼ完全に分離してしまうことになる。こうした問題については物事が一極集中的に行われるより、点と点が繋がり面となっていくように多発的・分散的な意思決定が繰り返される必要がある。そうした試行錯誤の中からよりよい方法や工夫が発見されれば、それがより大きな流れとなって全体に広がっていく⁴。

こうした試行錯誤を含む分散的な取り組みは2つの大きな利点を持っている。

第一に意思決定者と実行者が分離しない点。現場では熱心な担い手がいなければまちづくりは進まない。しかし、意思決定者と実行者が分離した状態ではそのような担い手を確保することは難しい。担い手の多くは自らが専門分野をこえた活動に主体的にかかわり、意思決定に参加しながら実行を繰り返す、その過程から生まれる⁵。

第二に様々な取り組みを現場で総合しながら進めることができる。トップダウンは組織の発想である。組織は基本的に専門的な職能分野に従って編成されるので下位になればなるほどより細かな分野を担当することになる。縦割りの職能別組織が持つ専門性のメリットは大きいが生産の現場では「環境・経済・社会」そのすべてが密接に関連しあっている。思わぬところで暮らしの局面が分断されることにもなりかねない。従って限界を知り、総合する努力を欠かさない。現場からのそのような発想が必要である⁶。

以上のことを踏まえ、良いまちづくりとはボトムアップの考えからなるものだという仮説のもと、次項の村上市の町屋再生とまちづくりの事例と照らし合わせながら考察していく。

2. 村上市の概要

村上市は、村上藩の城下町として新潟県下越地方の中心として栄え、芭蕉が奥の細道を旅した際の出羽街道における滞在地であり、瀬波温泉等周辺の観光資源に対する評価も高い。2008年に旧村

上市と荒川町、神林村、朝日村、山北町の合併により「新村上市」が誕生した⁷。

その後、2009年12月に新市として初めて策定した第1次村上市総合計画（計画期間2009年度～2016年度）では、「守る」「育む」「輝く」という3つの言葉をキーワードとした基本理念のもと、「住んでいいまち」「訪ねていいまち」という意味を込めた「元気“e=いーまち”村上市」をまちの将来像として、豊かな地域づくりや元気で活力あるまちを目指してきた。また、重点戦略を「定住の里づくり」として、市民が元気に活躍し安心して暮らすことができる定住のまちづくりに努めてきた。第1次村上市総合計画のまちの将来像を引き継ぎながら村上市の魅力を多方面に高め、より人が輝くまちにステップアップしていくための新たな羅針盤（市政運営の総合的な基本方針）として、第2次村上市総合計画を策定した⁸。

まず、「村上市総合戦略」では、「村上市人口ビジョン」で導き出された人口減少対策に関する将来への方向性を基本としつつ、政策の立案に向けた基本的視点を次の4点として、人口減少問題に対する市の政策につなげていくものとしている。

1. 雇用を増やし活気のあるまち
2. 人をひきつけるまち
3. 若者が暮らしやすいまち
4. 地域の連携と支え合いのまち⁹

上記の4点を見ると、住みたくなるまちづくりを目指していると考えられる。いわゆる、観光まちづくりの推進である。

さらに、第2次村上市総合計画においては、次の6つの基本目標を設定し、『笑顔のまち村上』の実現を目指としている。

1. いきいき元気な笑顔輝く、支え合いのまちづくり
2. ひと、まち、自然が調和する、美しい定住のまちづくり
3. 産業が創る地域の誇り、活力みなぎる賑わいのまちづくり
4. いのちと故郷を絆で守る、安全安心なまちづくり
5. 伝統と文化を育む、すこやか郷育（さといく）のまちづくり
6. ひとりひとりが活躍する、市民が主役のまちづくり¹⁰

これからは二つの計画の方針のなかにある；人をひきつけるまち、地域の連携と支え合いのまち、伝統と文化を育む、とひとりひとりが活躍する、市民が主役のまちづくりを基にした吉川氏の町屋再生活動を解説していく。

3. 村上市町屋再生プロジェクト

日本の観光は、少子高齢化等の影響により、行動単位が夫婦、少人数グループへの移行が進んでいる。また、観光行動も「安・近・短」が定着、加えて本物志向や体験型、価値観発見・人生確認型といった観光へのシフトがすすんでいる¹¹。

全国の多くの地域と同様、今後観光以外に強調できる新産業展開が難しいため、地域が一体となって観光客＝交流人口のニーズを満たし、満足度の高い「観光まちづくり」の推進によって、これまで培った高い評価を定着させ、入り込みの安定とリピーターを確保することにより、新たなステージへとステップアップさせることが課題である¹²。

3-1. 町屋再生プロジェクトの始まり

村上にという城下町としての全国的にも希少な城下町であると高い評価を受けているのにもかかわらず、地元では価値認識はきわめて低かった（1997年頃）。当時にも町屋の多く残る町人町に道路拡幅を伴う大規模な近代化計画の話が持ち上がった。

その時「そんなことをしたら城下町の価値は失われるし、第一道路を拡げて成功した商店街は一つもない。大変なことになる、あなたがそれを食い止めなさい。」と、1998年に村上の近代化に警鐘を鳴らしてくれた会津若松の五十嵐大祐氏との出会いがあり、五十嵐氏の言葉は吉川氏にとって衝撃的だった。すぐに全国の町を歩いて見てその実態を確かめ始めたところ、「拡幅による衰退」これがまぎれもない現状であると分かった¹³。

吉川氏は近代化の見直しを唱えましたが、商店街では「近代化こそが活性化」で話が進んだ。何とか止めなければと必死の思いで近代化に反対する署名活動を展開した。しかし、この署名活動のやり方では町屋を守れないとある時気付き、方向転換をすることにした。伝統的な町屋に光を当て、町屋を活かし、町に賑わいを取り戻すことで、「これを壊すのではなく残し活かしていこう」という意識に市民が変わり、最終的に近代化を変更させようと思った¹⁴。

吉川氏は、町の店舗を巡り町屋の中を旅の人々にも公開してもらえるよう1軒1軒お願いして廻った。その呼びかけに賛同した22店舗（当初）によって「村上町屋商人（あきんど）会」を結成して町屋の常時公開を行うことができるようになった。商人会でマップ「城下町村上絵図」を作成、新聞に折り込んだところ、マップを手に町を歩く人が増え始め、人々が村上の町屋を訪れるようになり、町屋の価値が体感されるようになっていった。

この後、この取り組みが原点となり、商人会のメンバーや町人町の方々の熱意により「町屋の人形さま巡り」「町屋の屏風まつり」の催し開催へと繋がっていくことになった¹⁵。

3-2. まちづくりは住民自ら行うもの「下からの発想」＝ボトムアップの形

「村上のまちづくりはこの人から始まった」と言われるのが、中央商店街に店を構える吉川真嗣氏。観光カリスマに選ばれた第一人者だ。表に出ることのなかった町屋の生活空間の公開と、それをイベント化させた「町屋の人形さま巡り」「町屋の屏風まつり」から始まり、城下町風情を復活させる「黒塀プロジェクト」や「町屋の外観再生プロジェクト」と次から次へと展開。町屋が多く残る商店街の近代化計画を真正面から反対するのではなく、古い町屋の持つ価値を目に見える形で示すことで町の進む方向を変えようとした。町屋の公開から20年が経ち、住民に広がるまちづくりの機運について「昔、まちづくりは住民が自ら行っていたもの。行政まかせでは何も変わらない。資金がなくとも知恵と工夫でやり方を考え、まずは、できることから始めてみた。これを積み重ねていたら、やがて仲間ができて活動が広がった」と語る。イベントの費用は全て自前という、行政に頼らない市民主導のまちづくりは、全国から注目が集まっている¹⁶。

地域の課題：商店街の道路拡幅計画で城下町・村上に残る町屋が取り壊される危機に
解決：町屋が価値ある観光資源であることを当の住民に気付いてもらう¹⁷。

(地域の特徴)

城下町の魅力は城・武家屋敷・町屋・寺町消えかけていた町屋に光を当てる

新潟県下で最も古い城下町である村上市は、今なお城跡、武家屋敷、町屋、寺町の面影が残る全国的にも貴重な町。しかし、観光は武家屋敷と城跡が中心となり、今は商店街となっている旧町人町は昔ながらの町屋が数多く残されているものの、町屋の外観はアルミやサッシ、トタンなどに変わり、通りを歩くだけでは他地域の町や商店街と大きな違いはなかった。さらに、郊外型の大型店進出に伴い、商店街は活気を失い始めていた¹⁸。

(取り組み概要)

町おこしから景観づくりへ行政に頼らない市民主導による取り組み

1997年、道路拡幅を伴う大規模な近代化計画が持ち上がる中、町の貴重性に気付いた吉川氏が町屋保存の声を挙げる。近代化が時代の流れの中、町屋を保存するには、その価値に光を当てるべきと、翌年「村上町屋商人＝あきんど会」を結成。

手書きの散策地図を配布し、観光客に生活空間である町屋の内部を公開した。すると、徐々に町なかを散策する観光客が増えた。「町屋を見に人が来る」。住民たちの意識に変化が生まれると、さらなる取り組みとして、住民が大切に保管していたひな人形や武者人形、屏風を飾る「町屋の人形さま巡り」や「屏風まつり」を開催。十数万もの人が訪れる一大イベントへと成長した。

次に吉川氏は町の景観再生に着手。寺町らしさを取り戻すため、通りのブロック塀を黒塀に変え

る「黒塀1枚千円運動」を展開し、資金、製作とも住民有志によって往年の景観を復活させた。2004年になると、取り組みは町屋の外観再生に発展。全国初の市民基金を設立し、外観を町屋らしいものにする事で、町並みが整い始めた¹⁹。

地域の課題：町屋の価値は内外に認知されたが、外観は他地域の商店街、町と同じまま。

解決：町屋の内部に入りやすいイベントを開催：町屋の人形さま巡り、町屋の屏風まつり。外観再生のため：黒塀プロジェクト、むらかみ町屋再生プロジェクト。

地域資源の発掘と活用術 ①

村上に誇りを生んだ町屋への評価

村上の町屋の良さは入ってみたいとわからない。そこで吉川氏は、観光客に内部を無料で見せてくれるよう商店1軒1軒に依頼。「村上町屋商人会」を結成して公開を始めた。手描きの「城下町村上絵図」を作り、新聞に折り込んだところ、観光客が訪れ始めた。

観光客が家の中に入ることから住民との交流が生まれ、独自の取り組みとして反響を呼ぶ。反響を一過性のものにしなため、住民が保管するひな人形や武者人形を飾る「町屋の人形さま巡り」を企画。マスコミに地道にPRし、初回から3万人が集まった。次に季節を変え、屏風を飾る「屏風まつり」を秋に開催。町屋による集客力の高さを決定的なものとした²⁰。

地域資源の発掘と活用術 ②

景観を市民の手で作り、通年で町を活性化

黒塀プロジェクトは、寺町らしさを取り戻すため、通りのブロック塀を黒塀に変える取り組みだ。まずはできることから始めようと、ブロック塀を黒い板で覆う安価な方法を考案。「黒塀1枚1,000円運動」と名付け、市民から寄付を集めた。塗装などの作業は住民有志が協力し、これまでに360メートルが完成した。平成2008年からは、緑豊かな小路を目指し「緑1口1,000円運動」も展開し、60本を植樹した。さらに、町屋の外観が復活すれば観光客への訴求力がさらに増し、通年での活性化につながることから、全国初の市民基金となる町屋再生プロジェクトを起ち上げる。年会費で1年1,000万円、10年で1億円の基金を目標に、外観再生の補助を行うものだ。アーケードを撤去し、アルミやサッシの上から格子を付けて看板を変えるだけで、町並みが整うため費用負担も少ない。作業には大工、建具屋、左官屋など多くの職業が関わるため、町なかの経済活性化にも役立っている。2011年までに20軒が再生された。今では、町並みに合わせて自費で町屋風にリフォームする住民も現れ、まちづくりはますます広がっている²¹。

「町おこしの機運」ができるまで

(地域資源を観光事業に活かすまでのプロセス)

「一つのことが輝き始めると、他にも輝こうとする人が現れるものなんですよ。あそこがやっているなら、自分たちも！と輪を広げてくれる」とは吉川氏の言葉。その例が人形さま巡り2年目から始まった大町振興協会による「十輪寺えんま堂の骨董市」であり、3年目のJR東日本によるSLのイベント運行、同じ市でありながら協力体制がなかった瀬波温泉とのシャトルバス運行、個人宅でありながら吉川氏の活動に賛同し、自費で自宅を昔の姿にリフォームする商店や市民の登場だ。まちづくりが地区を越え、市民一人ひとりに広がっている²²。

4. 活動の効果

あきんど会のメンバー店の多くで雛人形その他の人形を所有していると判り、展示して人を呼ぼうと1999年秋から準備を始めた。2000年3月の約1ヶ月間に開催された、第1回「城下町村上・町屋の人形さま巡り」では、町屋商人会以外の店舗も参加し、60軒の町屋に約3千体が並んだ。男雛・女雛だけの簡単なものから、旧藩主内藤氏から譲り受けたという江戸期の何段もの豪華な雛人形、あるいは戦前の商品宣伝用のキヤラクター人形など、さまざまな人形が展示された²³。

宣伝のために、NHK本社や、各種メディアに働きかけ、新潟地域の民放4局全てが取り上げた。さらに、「新潟日報」や全国の新聞でも取り上げられ、結果として、約3万人が訪れた。一方、経費は、地図、ポスターの制作費など約35万円であった。

この活動は新潟地域で評判となった。新潟県異業種交流センターでは毎年、新潟県内の注目に値する地域おこし団体活動に対して三つを選んで大賞を出しているが、「城下町村上・町屋の人形さま巡り」は、その2000年度の大賞に選ばれた上、翌2001年度に過去9年間の受賞団体の中から最優秀団体として「ベストオブベスト賞」を与えられている²⁴。

経済効果を考えてみると新潟大学の澤村氏のアンケート結果により2002年の来訪者数は7万人とされ推計を試みると；

まず土産費と飲食費はそれぞれの中位数は1,500円と1,000円であるから：

土産費：70,000人×1,500円=105,000,000円

飲食費：70,000人×1,000円= 70,000,000円

さらに、宿泊費：70,000人×29.76%×88.16%×8,000円=146,923,930円

これらを合計すると、村上市内での直接支出は3億2千2百万円弱である²⁵。

人形さま巡りの成功は経済効果だけではなくさまざまな効果と呼んだ。

・地元の住民には見飽きた風景にすぎない古い町屋に人がやってくるのだ。地元住民は、古くさ

く不便と思っていた町屋の価値を再認識することになる。

- ・人形を展示した町屋では、請われて人形の由来などを説明するのは、高齢者であった。これまで引き込もっていた高齢者が来訪者を応対することに生き甲斐を見出す。これは市の福祉部局も評価したという。
- ・町屋が観光資源となることに気付き、2000年には4軒の店舗が町屋風に改装して新規開店し、使わなくなって閉じていた囲炉裏を再び使うようになった町屋店舗も出てきた²⁶。
- ・2001年・2002年にも、第2回・第3回と開かれ、それぞれ約5万人、7万人が来訪している。活性化につながるイベントが年に一度では物足りない、ということで2001年秋には「町屋の屏風まつり」という新企画が始まった。これは、伝統的な祭りである村上大祭のときに、旧家では表座敷に屏風を出して、おしゃぎりの巡行を見学するのがならわしであったため、さまざまな屏風が残されている。それを秋に一斉に展示するという催しである²⁷。

まとめ（結論）

新潟県の北部に位置する村上市で伝統的な鮭の加工品である塩引き鮭などを製造・販売する店「千年鮭きっかわ」がある。この店の社長である吉川氏は、城下町・村上に残る昔ながらの町屋を舞台に、生活空間である「町屋の中の公開」をはじめ「町屋の人形さま巡り」「町屋の屏風まつり」の企画や、景観の再生に取り組み、町屋の歴史的価値と魅力を全国に広め、多くの観光客が訪れるなど村上の活性化に貢献した人物である²⁸。いずれの催しにおいても、城下町・村上の家々に眠っていた宝を掘り起こすことによって、費用もかけずに、また、行政にも頼ることなく村上に多くの人々を呼ぶことに成功した。それによって村上に大きな経済効果をもたらし、まちの活性化に大きく貢献したのである。

吉川氏からは「同業者ではなく時代が敵」という言葉を教わった。これまでの歴史を継承しつつ、その時の時代の中から新しいものを取り入れることで、また新しい顔を見出せ良い影響を与えることができる気が付いた。ひとつの輝きがあると、それに影響された誰かがまた輝き始める「連鎖」が生まれ、これが地域活性化へと繋がっていくと考える。吉川氏は「まちを良くしようと思えば、まずは市民こそが行動すべきである。何かしなければと思いついた時、自分以外の『他の誰か』がそれを言い出してくれるのを待っていても『他の誰か』は現れてはくれない。思いついた本人が自ら行動をおこさなくてはならない。『人形さま巡り』や『屏風まつり』は一定の成果を挙げることができた。肝心なのはこれからだ。今後は景観形成こそやっつけなければならぬ挑戦だ。」と述べている²⁹。

最後に、これまでの研究から住民が組織を構築し、その組織が中心となって取り組むまちづくり活動において、活動を継続していくためにそこに参加する地域住民の特性を把握することが重要である。活動に取り組む地域住民の意識が統一しなくても、住民それぞれの特徴を把握できると今後継続した活動に有効的に活用できるし、参加する地域住民にとっても、一緒に参加している他の

住民の思考を把握できる。そうすると、今後の活動や取り組みに対するモチベーションの向上につながると考えられると同時に、まちづくりの持続性への貢献する有効的な手法であると考えられる。

これからは、村上市の地域のつながりと住民による活動がどのように発展していく、そして今後どのように変化していくなどについて（With Corona and After Coronaの活動、やSDGs目標達成に関する活動）、引き続き調査やヒアリングなどを行う必要であると考えられる。

Appendix（付録）

新潟経営大学観光経営学部は2016年4月に新設以来、PBL、アクティブラーニング、課題解決型教育の一環として、1年生を対象に、前期と後期に県内バスツアーを実施した。2017年10月14日に、村上市を訪れた。

本FWの目的は、観光まちづくりと集客戦略を学ぶ者として県内のいくつかの観光地あるいはそれらに関わる場所を観・聴くことにより、より問題意識を深め、且つ、今後における学修へ動機付け等を図ろうとする。

以下に当日の簡単な活動内容になる。

テーマ：村上市町屋再生プロジェクト～村上のまちづくりモデル、観光モデルをさぐる

工程

日時：2017年10月14日（土曜）

場所：新潟県村上市きっかわ株式会社および村上市内町屋

- ・参加人数：学生は19名（日本人は13名、ベトナム人留学生は6名）。
- ・当日の活動内容：キッカワ社内に3つのグループに分かれた19名の学生が(1)村上市街づくりの取り組みと(2)村上市の観光について発表（各グループは7分程度）
- ・10：30～12：00吉川社長から住民の手で再生された町屋と村上市のまちづくりの取り組みについて講和。その後、15分間Q & A
- ・13：00～学生たちがグループごとで町屋を視察14：20集合→14：30村上出発→新潟経営大学着→解散

事前準備

学生たちが事前準備とながれについて

- ・事前調査（資料収集など）を行う：村上市のまちづくりの取り組みと観光振興に関するインターネット上や図書館、雑誌、新聞などに調べて現状を調べる。
- ・現地視察（可能であればヒアリング：来場者や商店の関係者）

- ・各グループの成果発表とレポート書まとめ（授業中に行う）

内容（以下は4ページと同内容）：村上にという城下町としての全国的にも希少な城下町であると高い評価を受けているのにもかかわらず、地元では価値認識はきわめて低かった（平成9年頃）。当時にも町屋の多く残る町人町に道路拡幅を伴う大規模な近代化計画の話が持ち上がった。

その時「そんなことをしたら城下町の価値は失われるし、第一道路を拡げて成功した商店街は一つもない。大変なことになる、あなたがそれを食い止めなさい。」と、平成10年に村上の近代化に警鐘を鳴らしてくれた会津若松の五十嵐大祐氏との出会いがあり、五十嵐氏の言葉は吉川氏にとって衝撃的だった。すぐに全国の町を歩いて見てその実態を確かめ始めたところ、「拡幅による衰退」これがまぎれもない現状であると分かった。

（出典：<http://www.k-shinji.info/originate/prologue.html>）。

吉川氏は近代化の見直しを唱えたが、商店街では「近代化こそが活性化」で話が進んだ。何とか止めなければと必死の思いで近代化に反対する署名活動を展開した。しかし、この署名活動のやり方では町屋を守れないとある時気付き、方向転換をすることにした。伝統的な町屋に光を当て、町屋を活かし、町に賑わいを取り戻すことで、「これを壊すのではなく残し活かしていこう」という意識に市民が変わり、最終的に近代化を変更させようと思った。

吉川氏は、町の店舗を巡り町屋の中を旅の人々にも公開してもらえるよう1軒1軒お願いして廻った。その呼びかけに賛同した22店舗（当初）によって「村上町屋商人（あきんど）会」を結成して町屋の常時公開を行うことができるようになった。商人会でマップ「城下町村上絵図」を作成、新聞に折り込んだところ、マップを手に町を歩く人が増え始め、人々が村上の町屋を訪れるようになり、町屋の価値が体感されるようになっていった。

この後、この取り組みが原点となり、商人会のメンバーや町人町の方々の熱意により「町屋の人形さま巡り」「町屋の屏風まつり」の催し開催へと繋がっていくことになった。

（出典：<http://www.k-shinji.info/originate/prologue.html>）。

そこで課題として考えるのは：

- ・近代化を進んでいく街の商店街をどうやって守っていくのか？
- ・町を守る（町づくり）を目指しても1人だけではできないことであり、周りの人々の協力を得るため何か必要？

- ・町づくりを成功しているところで、集客戦略について（市外・県外・外国人の観光客）必要な行動や資源の活用（古民家）や情報発信、また、商店の連携をどう構築するのか？
- ・屏風まつりが行っているので、午後は自由観察を行いながら地元の方々と来訪の方々とコミュニケーションを取りながら、訪問した理由、情報の入手、などを理解し、これからは地元でどうやって活用するのは考えていく。

以下に当日の活動様子の写真（筆者撮影）

（注：当日の参加者顔写真及び吉川氏の講義写真と資料の利用について許可を得ている）

村上の千年鮭 きっかわ株式会社視察



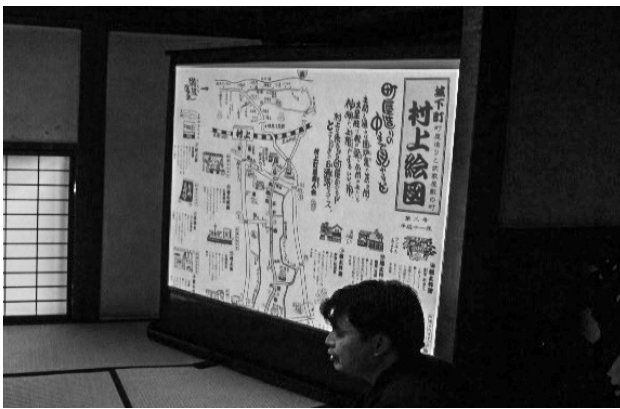
事前に準備した村上市の観光とまちづくりについて発表



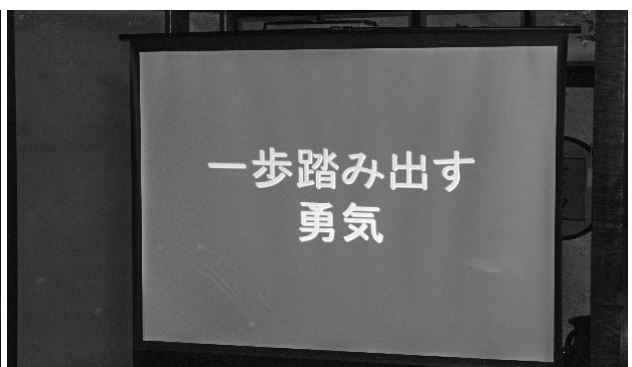
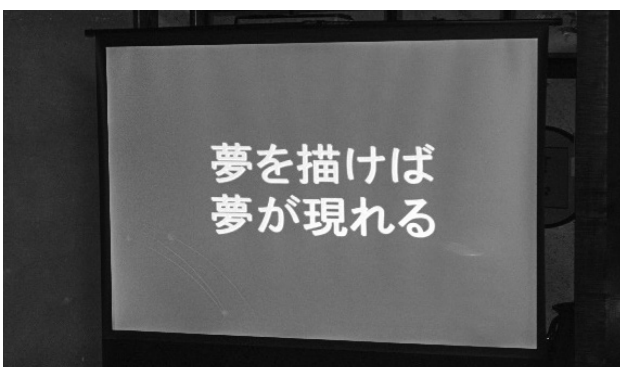
吉川氏からの講和



住民が参加する黒塀プロジェクト（活動）



最後に吉川氏からのアドバイス



Endnotes (脚注)

- 1 吉川 真嗣氏 (きっかわしんじ)、1964年生まれ。早稲田大学卒業後商社勤務。その後、家業の「味匠喜っ川」に入社。町屋を守るため村上町屋商人会を起ち上げる。その後、黒塚プロジェクト、町屋再生プロジェクトを結成し、まちづくりを開始。2004年、国土交通省の観光カリスマに認定 (<http://www.k-shinji.info/>) (閲覧日：2021年10月11日)
- 2 石原武政・西村幸夫 「街づくりを学ぶ地域再生の見取り図」発行所 株式会社有斐閣
- 3 Ibid. p.12
- 4 Ibid.
- 5 Ibid.
- 6 Ibid.
- 7 財団法人 東北活性化研究センター、村上市交流人口拡大に向けた「観光まちづくり」推進方策調査 報告書、2011年5月、p.1
- 8 第2次村上市総合計画、平成29年、p.2
- 9 まち・ひと・しごと創生、村上市総合戦略、2015年10月、p.2
- 10 第2次村上市総合計画、2017年、pp.12-14
- 11 財団法人 東北活性化研究センター、村上市交流人口拡大に向けた「観光まちづくり」推進方策調査 報告書、2011年5月、p.1
- 12 Ibid. p.2
- 13 <http://www.k-shinji.info/originate/prologue.html>、(閲覧日：2021年8月11日)
- 14 Ibid.
- 15 Ibid.
- 16 住民が共に育てる観光まちづくり事例、新潟県 村上市むらかみ町屋再生プロジェクト、<https://www.mlit.go.jp/common/000213048.pdf>、(閲覧日：2021年9月21日)
- 17 Ibid.
- 18 一般社団法人 村上市観光協会、<https://www.sake3.com/jyookamachi/>、(閲覧日：2021年9月11日)
- 19 住民が共に育てる観光まちづくり事例、新潟県 村上市むらかみ町屋再生プロジェクト、<https://www.mlit.go.jp/common/000213048.pdf>、(閲覧日：2021年9月21日)
- 20 Ibid.
- 21 Ibid.
- 22 Ibid.
- 23 澤村 明、雛人形でまちおこし－新潟県村上市の住民運動－、2002.12、p.101.
- 24 Ibid.
- 25 Ibid.
- 26 Ibid. p.102
- 27 Ibid.
- 28 Barolli, Kaneta, Nakamura, “ふるさとへの愛着と誇りを抱くために必要な取り組みについて：新潟県の中高生を中心にした研究”、新潟経営大学地域活性化ジャーナル27号、pp.52-53
- 29 観光庁、政策について 吉川 真嗣、https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/jinzai/charisma/mr_kikkawa.html (閲覧日：2021年11月2日)

References (参考文献)

- 1) 田代 理恵 (2012年)、文化的イベントが地域協働のまちづくりに果たす役割に関する研究：古い町並みを有する地方都市を事例に。龍谷大学大学院政策学研究1、pp.149-168

- 2) 大垣 直明、谷口 尚弘 (2003年)、ちょうちん制作を媒介としたまちづくり活動の継続性と評価－「手稲夏あかり」の10年間の活動を通して－、日本建築学会計画系論文集 (564)、pp.227-234
- 3) 長谷川 正樹、安田 丑作、三輪 康一、末包 伸吾、栗山 尚子、和田野 美久仁、(2006年)、商店街におけるまちづくり手法としての地域イベントの活用とその評価に関する研究：神戸市長田区の「鉄板こなもん祭」における事例分析を通して、日本建築学会近畿支部研究報告集、計画系 (46)、p.461-464
- 4) 柳井 妙子、中山 徹 (2007年)、住民参加型まちづくりのネットワークキングの研究：新潟・村上での町屋イベントによるまちおこしの事例、日本建築学会学術講演梗概集、F-1、都市計画、建築経済・住宅問題、pp.969-970
- 5) 梅宮 路子他 (2003年)、歴史的資源を活かした地域活性化における目標都市像の合意形成過程－新潟県村上市旧町人町を事例として－、日本都市計画学会学術研究論文集、No.38-3、pp. 577-582
- 6) 新潟大学工学部建設学科都市計画研究室、同意匠・計画研究室 (2003年)、村上の町家と町並みの景観、平成14年度観光資源保護調査、財団法人日本ナショナルトラスト
- 7) 内田 敦子 (2014年)、地域住民による持続可能なまちづくりについての研究－新潟県村上市の旧町人町における取り組みについて－、昭和女子大学大学院生活機構研究科紀要23巻、pp.93-108
- 8) 公益財団法人国土地理協会、都道府県別市町村変更情報：新潟県、http://www.kokudo.or.jp/marge/tdfk.php?tdfk_cd=15、(閲覧日：2021年10月5日)
- 9) 村上市、村上市史別編 絵図・地図・年表、村上市史印刷共同企業体、2000.1
- 10) 吉川 美貴 (2008年)、町家と人形さまの町おこし：地域活性化成功の秘訣、増補版第1刷、学芸出版社
- 11) 吉川 真嗣、村上のまちづくり案内人 吉川真嗣 www.kshinji.info/visitor.html、2016年4月
- 12) 吉川 美貴 (2018年)、まちづくりの非常識な教科書：35万円で10億円の経済効果を生んだメソッド、主婦の友社
- 13) 澤村 明 (2002年)、雛人形でまちおこし－新潟県村上市の住民運動－

Internet pages References

<http://www.k-shinji.info/>

<https://www.sake3.com/news/14848>

<https://www.furusato-tax.jp/gcf/702>

<http://www.hc-zaidan.or.jp/pdf/report/12/10.pdf>

https://www.pref.niigata.lg.jp/sec/murakami_kikaku/1214413734664.html

<https://www.niigata-nippo.co.jp/news/local/20211020648444.html>

https://www.mlit.go.jp/kankoch/shisaku/jinzai/charisma/mr_kikkawa.html

Acknowledgments (謝辞)

本研究は2017年度入学した学生全員により、無事にとりまとめることができました。ここに感謝の意を申し上げます。

お忙しい中、ヒアリングと本学部の視察にご協力をして下さった、村上・千年鮭きっかわ株式会社代表取締役社長吉川真嗣様、常務取締役吉川美貴様におかれましても、深く感謝の意を申し上げます。