

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

豊後高田昭和の町リ・ブランディング事業～次代へつなぐまちづくり～

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

大分県豊後高田市

### 3 地域再生計画の区域

大分県豊後高田市の区域の一部（豊後高田昭和の町地区）

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

本市の観光振興を牽引する「豊後高田昭和の町」の年間観光入り込み客数は、スタートから10周年にあたる平成23年の401,036人をピークに、減少し、平成30年には396,811人まで持ち直したものの、ここ7年間停滞している状況である。

豊後高田市での観光消費額は年間約25.9億円（H30年）であり、一人あたりの消費額は約2,054円と低い状況で、観光消費額を向上させ、主産業に育成していくことも大きな課題となっている。

「豊後高田昭和の町」がスタートしてから18年が経過し、その間、商店街には新たな事業者の参入増加（昭和の店認定店53店舗中23店舗が新規参入者）や時間の経過等により、当初のコンセプトである4つの昭和の商店再生（①昭和の建築再生②昭和の歴史再生③昭和の商品再生④昭和の商人再生）の希薄化が進んでおり、「昭和」という時代にこだわったブランドイメージの統一感が無くなりつつある。

また、「昭和」を懐かしむ団塊の世代を主要ターゲットとしてきたが、近年全国的に急増傾向にあるインバウンドや「昭和」という時代を直接的に知らない若い世代など、新たな人の流れを創出するため、時代と顧客のニーズ

の変化に対応した、「昭和の町」ブランドの再構築（リ・ブランディング）を図ることが急務となっている。

更に、「豊後高田昭和の町」への入口の観光拠点施設である「昭和ロマン蔵」は、平成19年度の入館券販売枚数104,957枚に対し、平成30年度は57,147枚で約46%も減少している状況である。

また、順調に拡大していたインバウンド客の中核であった韓国から観光客が昨年8月以降激減しており、多様な誘客先の確保が喫緊の課題となっている。

以上のことから、「豊後高田昭和の町」ブランドの再構築（リ・ブランディング）と拠点施設のリニューアルに取り組むことにより、令和3年度に20周年を迎える「豊後高田昭和の町」の魅力をさらに高め、新たな観光客の創出と拡大により、市内全体への観光入り込み客数の増加と滞在時間の延伸による観光消費額の拡大による持続可能な観光振興を図る必要がある。

#### 4-2 地方創生として目指す将来像

##### 【概要】

本市では、直接的な人口増を目指した多種多様なきめ細やかな移住・定住施策に取り組んできた結果、転入者数が転出者数を上回る「社会増」を6年連続で達成するなど、その効果が現れはじめているが、H27年国勢調査では、22,853人で5年前と比較して、1,053人減少（減少率4.4%）しており、人口減少を止めるまでには、至っていない。

本市には、地域活性化を牽引する観光資源として「豊後高田昭和の町」がある。

「豊後高田昭和の町」は、衰退する商店街にかつての賑わいを取り戻そうと、商業者、豊後高田商工会議所、行政の3者が議論に議論を重ねた結果、商店街が一番元気だった「昭和30年代」をテーマにしたまちづくりを行い、商業と観光の一体的振興をコンセプトにH13年度に「豊後高田昭和の町」としてスタートさせた。オープンから2年で約20万人の観光客が訪れ、H23年度には年間約40万人の観光客が訪れるまでに成長し、本市の観光のシンボルとして観光振興による地域活性化を牽引する重要な観光資源である。

本市の観光のシンボルであり、かつ本市の観光の入り口であるにある観光拠点施設「昭和ロマン蔵」の魅力向上を目指し、「豊後高田昭和の町」のポテンシャルを最大限に引き出した観光施設の拠点整備を図ることとしている。

今回、取り組み開始から18年が経過し、2年後には20周年という節目の年を迎える「豊後高田昭和の町」について、「昭和」をテーマとしたまちづくりの原点に立ち返りつつ、時代や顧客のニーズの変化に応じたブラッシュアップを行い、「豊後高田昭和の町」ブランドの再構築（リ・ブランディング）を図ることにより、次の20年に向けたステップアップを目指す。

本事業を推進することにより、中心市街地の交流人口の拡大を市内全域に波及させ、市内全体を魅力ある観光地としての充実と確立を図ることにより、「訪れたい」「住みたい」まちづくりを推し進め、本市が目指す地方創生の実現に向けて大きく邁進する。

#### 【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2020年度増加分 1年目	2021年度増加分 2年目
昭和の町年間来街者数(人)	376,000	5,000	15,000
昭和ロマン蔵有料施設入館者数(人)	53,000	700	2,000
インバウンド団体ツアーの客数(人)	10,000	1,000	2,000
昭和の町滞在時間(分)	99.6	5	12

2022年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
15,000	35,000
2,000	4,700
2,000	5,000
13	30

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

## 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

### ○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

#### ① 事業主体

2に同じ。

#### ② 事業の名称

豊後高田昭和の町リ・ブランディング事業～次代へつなぐまちづくり～

#### ③ 事業の内容

本市の観光振興を牽引し、地域振興のシンボルでもある「豊後高田昭和の町」を生かした交流人口の拡大による持続可能な観光地域づくりを行うため、以下の事業展開を行う。

##### 1. 「昭和の町ブランド」の再構築

「昭和」という時代にこだわった統一感ある「昭和の町」の再生を目指し、現在、各商店に目立つ「昭和」とミスマッチなコンテンツや商品等を改めるため、「昭和の町再生会議（仮称）」を設置し、店舗運営ガイドライン等の整備や事業主向け説明会等を開催することにより、「昭和の町」ブランドの再構築（リ・ブランディング）を行う。

##### 2. インバウンド客の多様化促進

全国的に増加傾向にある海外からのインバウンド客の流れに沿い、多様な国からの誘客を図るため、外国人目線による、「昭和の町」のどういった部分が外国人観光客の嗜好に響き、ユニークさと独創性を見出すのかを調査・検証・分析を行うことにより、「昭和の町」の新たな価値観を創造し、それに基づいたインバウンド向け体験コンテンツの開発や素材の磨き上げ、案内表示の多言語化整備等の受入体制の強化、そして、インバウンド向けの効果的なプロモーションを実施する。同時に、SNS等で影響力を持つインフルエンサー等を活用した効果的な情報発信を行う。

##### 3. 「昭和の町ブランド」を活かしたイベントの開催

令和3年に「豊後高田昭和の町」誕生20周年という節目の年を迎える今

、効果的にアピールできる千載一遇のチャンスを迎えている。そのため、徹底的に「昭和」というコンセプトにこだわったイベントを商工会議所や商店街と連携を図り開催するとともに、昭和時代の代名詞である「グリコ」や「ボンカレー」といった企業とのコラボレーションによる露出効果が高いイベント開催も検討する。これらにより、メディアを効果的に活用を図ることにより、「昭和の町」のブランドイメージの向上と定着を図り、次の20年へ向けたブランド力の向上を目指す。

#### 4. 観光拠点施設及び商店街の魅力アップ

「豊後高田昭和の町」の観光拠点である「昭和ロマン蔵」にある北蔵・東蔵・南蔵の3施設について、「昭和の町」リ・ブランディングにあわせ、「昭和」という時代に徹底的にこだわった施設にリニューアルするための基本計画を策定するとともに、商店街の街路アートペイント整備等により地域観光の拠点としてさらなる魅力アップ向上を図る。なお基本計画策定後は、当該計画に基づき、順次改修工事を実施する。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

1. 本事業は、「豊後高田昭和の町」の振興や、観光拠点施設である「昭和ロマン蔵」の運営、広域観光の推進を、その主要業務とする「豊後高田市観光まちづくり株式会社」が事業推進主体となり、本市の商業振興を図る「豊後高田市商工会議所」、「地元商店街連合会」、市の観光振興に深く関わる「豊後高田市観光協会」、及び「豊後高田市」と連携を図りながら事業を展開し、事業収益を増加させ自立化を図る。
2. 事業推進主体である「豊後高田市観光まちづくり株式会社」は「昭和の町」の観光拠点施設である「昭和ロマン蔵」（東蔵（駄菓子屋の夢博物館、チームラボギャラリー昭和の町）、北蔵（昭和の夢町小学校））を管理運営しており、その入館料は自立化を図る上で主要な自主運営財源となっている。本事業により、昭和の町全体のさらなる魅力アップを図ることにより、入館者増につながり、事業開始4年後の事業収入を約36,662千円と試算しており、確実な事業収入増が見込ま

れる。

3. 「豊後高田市観光まちづくり株式会社」は、「昭和の町」に訪れる団体旅行客及び個人旅行客が使用する拠点駐車場である「中央商店街駐車場」「昭和の町バス駐車場」を管理運営しており、その利用料は、自立化を図る上で主要な自主運営財源となっている。本事業により、昭和の町商店街全体の魅力が向上し、合わせて拠点施設である「昭和ロマン蔵」の魅力が高まることにより、「昭和の町」全体の来訪者増につながることから、事業開始4年後の事業収入を約52,762千円と試算しており、確実な事業収入増が見込まれる。

#### 【官民協働】

1. 本事業は、「豊後高田昭和の町」の振興や、観光拠点施設である「昭和ロマン蔵」の運営、広域観光の推進を、その主要業務とする「豊後高田市観光まちづくり株式会社」が事業推進主体となり、本市の商業振興を図る「豊後高田市商工会議所」、「地元商店街連合会」、市の観光振興に深く関わる「豊後高田市観光協会」、及び「豊後高田市」と連携を図りながら官民協働して事業を展開する。
2. 「昭和の町」ブランドの再構築と強化を図るため、「豊後高田市観光まちづくり株式会社」、「商店主」、「商工会議所」及び「豊後高田市」で構成する「昭和の町再生会議（仮称）」を立ち上げ、店舗運営ガイドライン等の整備や、事業主向け説明会など、官民一体となって取り組む。
3. 企業版ふるさと納税による寄付企業との連携

#### 【地域間連携】

他市町村と連携を図りながら、広域観光圏として各種観光振興施策を展開している。

#### 【政策間連携】

（観光・商業）「昭和の町」は、商業と観光の一体的振興策により地域経済の活性化を目指すものである。

（健康）「昭和の町」に隣接する中央公園や商店街では、健康づくり教室

やウォーキングイベントなども実施しており、「健康増進施策」との連携も行っている。

(農業) 本市は西日本有数のそば産地であり、「昭和の町」の空き店舗を活用した「手打ちそば屋」の誘致や、昭和の町での「そば祭り」、その他の特産品である「落花生祭り」なども開催して“食の観光”も推進している。

(子育て) 「昭和の町」の中に、NPO法人が子育て支援施設を運営しており、商店街や商工会議所と様々な連携を図り、まちなかの魅力向上や商店街活性化など、新たな波及効果を生みだしている。

これらの連携事業の結果、「昭和の町」の魅力が一層高まり、交流人口拡大による都市部からの「人の流れ」ができ、最終的には「定住促進施策」との連携による地方創生の実現を目指すものである。したがって、本事業は「観光」「商業」「健康」「農業」「子育て」及び「定住」の連携により実施するものである。

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度9月に、3月末時点のKPIの達成状況を企画部署が取りまとめ、外部有識者による総合戦略会議で単にKPIの達成状況だけではなく、KPI以外での事業効果についても検証を行う。

【外部組織の参画者】

産：豊後高田商工会議所 学：大分県看護協会 学：市教育委員会  
金：大分県農業協同組合 労：連合大分 士：弁護士

【検証結果の公表の方法】

毎年度、ホームページで公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 66,500千円

⑧ 事業実施期間

2020年4月1日から2023年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2023年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。