

「豊後高田・昭和の町」づくり 過去・現在・未来

豊後高田市観光まちづくり株式会社 観光振興推進室長 水田 健二



はじめに

豊後高田市は、大分県・国東半島の西側の入口に位置する人口約2万3千人の少子高齢化の進む過疎地域です。域内には、瀬戸内海国立公園を擁し、山間部及び海岸部の自然景観や農村集落景観、六郷満山文化ゆかりの史跡等、豊かな自然と歴史文化などの地域資源が豊富なところです。



昭和30年代 活気ある新町商店街

また、古くから海路交通が盛んで、明治以降は関門地域への内海航路の拠点となるなど、海路・鉄道・バスの交通結節点となり、国東半島の需要をまかなう

商業都市として栄えてきました。桂川の東西に8つの商店街が形成され、昭和30年代の中心市街地は、「おまち」としてピークを迎えました。

しかし、昭和40年の宇佐参宮鉄道廃線やモーターゼーションの進展など、時代の流れと共に、個人商店の対面販売はスーパーマーケットに押され、そのスーパーマーケットも郊外型の大規模店の進出によって町から消えてしまい、空き店舗が増え、商店街から人通りが消えてしまいました。ついに「人通りよりも犬や猫の方が多し」とまで表現されるようになり、商店街は「昭和」の姿のまま、時代に取り残されてしまいました。



時代に取り残された商店街

「昭和の町」の取り組み 「昭和の町」誕生

1990年代になって、衰退してい

く町の流れを変えたいと、町の若者たちが議論をするために集まるようになりました。足かけ9年にわたり議論に議論を重ね、昭和30年代のにぎわいを取り戻すために、「昭和の町」をテーマに再生していくことを企画しました。商工会議所と市はこれを支援し、商店街における「建築再生」、「歴史再生」、「商業再生」、「商人再生」の4つの再生を進めていくこととなりました。



「昭和の町」オープニングセレモニー

「昭和の町」への4つの再生

1 昭和の建築再生 外観・建築

その建物が建築された当時の趣を再現

アルミ製の建具を木製や木調に復元、看板を木製やブリキ製の「昭和の看板」に改修



改修前：森川豊国堂



改修後：森川豊国堂

2 昭和の歴史再生 一店一宝

その店に代々伝わる珍しい道具等を店頭に展示



行商自転車：森川豊国堂

3 昭和の商品再生 一店一品

そのお店の自慢の逸品を販売



アイスクャンデー 森川豊国堂

4 昭和の商人再生 対面販売

客と店主が向い合い、会話をする商い

右記の4つの再生を行った店舗を「昭和の店」として認定しました。点在する「昭和の店」を巡ることにより、回遊性を高める狙いがあります。

昭和の町誕生当初は7店舗しかなく、点在していたため、訪れた観光客から「どこに昭和の町があるのか？」と苦情が寄せられたことがあります。そこでとった苦肉の策は、「昭和の町は、まだまだ工事中です。」と市長名の看板を設置するというもので、ユーモアで何とか切り抜けました。

あわせて、「昭和の町・昭和の店」の歴史や物語を観光客に伝える「ご案内人制度」、中心市街地にかつての姿のまま眠っていた「米蔵」を活用した観光拠点施設「昭和ロマン蔵」の整備、そして数々の「昭和のイベント」の企画・開催を官民一体となつて推進しました。

本物の商店街で懐かしさを再現した取り組み、時代の潮流、ご案内人によるコンセプトの説明、旅行会社へのPR活動やマスコミ等での紹介も相まって、「昭和の町」は着実に地域に浸透し、「おまち」はかつての活気を取り戻していきました。

「豊後高田・昭和の町」、目指すべき中心市街地の姿 ー現在・未来ー

「昭和の町」は、急速な時代の流れに取り残され、当時のままの寂れた商店街を逆手にとり、古き良き、懐かしいものを資源として活用し、「商業」の振興に「観光」という手法を用いた新たな取り組みでした。

本物の商店街であったため観光客数はゼロからのスタートとなった「昭和の町」。当初は、年間5万人の観光客を目標としていましたが、地元事業者、商工会議所、行政が三位一体で取り組み、戦略的・集中的な投資が相乗効果を生んだことにより、年間約35万人が訪れる観光商店街となりました。

今後は、当初の目標を見失わず、この豊後高田・昭和の町でしか味わえないノスタルジックな「昭和」にこだわり、残すもの・壊すもの・変えるものを見極めることが重要です。

世代を超えて夢がもて、多くの人に喜びを与えるさらに魅力的な「まちなか」の形成を目指し、「にぎわいと憩い」+「魅力の創出」=

「さらに愛されるまちなかへ」を実現するため、関係者が一体となつて、さらなる中心市街地の活性化に向けて『全力発展中』で取り組んでいきます。

昭和の町観光入込客数の推移

