

お城下町まちづくり基本構想



令和4年6月
お城下町まちづくり推進協議会

も く じ

【お城下町の現状】

- *町会別人口・世帯数の推移……………1
- *地区別・年齢別(22歳～59歳)比較……………2
- *国宝松本城入場者数の推移……………3
- *お城下町地区店舗数の推移(昭和⇒令和) ……4

【お城下町の現状における課題抽出】

- *お城下町地区ワークショップSWOT分析結果……………5
- *お城下町地区 暮らしに関するアンケート結果……………7
- 各まちにおける現状(問題)と課題(あるべき姿)……………10
- 「お城下町まちづくり基本構想」策定にあたって ……11

【お城下町まちづくり基本構想】

- *まちづくり推進活動 4 本柱×まちづくり 6 訓……………12
- *各まちの取り組み項目
 - 上土町……………13
 - 緑 町……………14
 - ナワテ通り……………15
- *推進スケジュール案……………16
- 2022～2024年度……………17
- *お城下町まちづくり基本構想の推進にあたって……………19
- *お城下町まちづくり基本構想推進全体イメージ……………20
- *お城下町まちづくり基本構想策定の経緯……………21
 - ・策定プロジェクトメンバー
 - ・あとがき

は じ め に



お城下町まちづくり推進協議会
会長 藤村 吉彦

平成元年5月、第1回目の「縄手・緑町・上土まちづくり研究会」が開催されて以来、令和4年で33年が経過します。平成6年3月にお城下町まちづくり推進協議会が発足し、今日までお城下町地区の活性化のために、松本市をはじめ行政や住民の皆様から格別なるご協力をいただき、ハード・ソフト両面にわたり、数多くの事業を成し遂げてまいりました。

しかしながら、長期にわたる景気低迷と相俟って、昨今では新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、商店街は未曾有の大打撃を受けております。この状況を打開するためには、これまで培ってまいりました豊富な経験に「新しい発想」を加味していくことが不可欠であります。そして、若い人たちの「新しい感性」が結集すれば、それが大きな活力（エネルギー）となり、お城下町地区の発展に必ずや寄与するものと信じております。

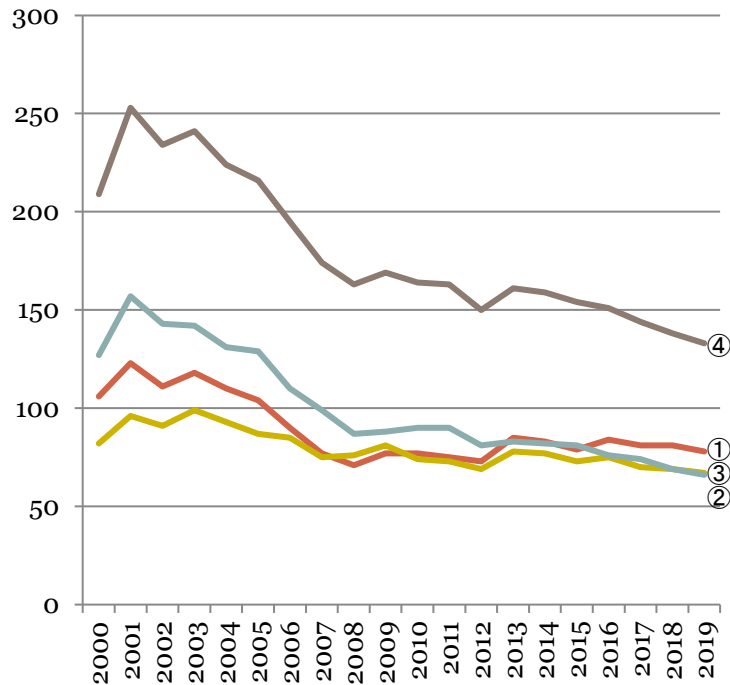
そこでこのたび、これまでの活動を踏まえ、若い人たちと共にまちづくりを推進すべく、「お城下町まちづくり基本構想」を策定いたしました。これは、あくまでも「基本構想」であり、掲げた事業を具現化していくためには多くの労力を費やさなければなりませんし、中途での見直しも必要になるうかと思いますが、皆で同じ方向を向くためには何かしらの「道しるべ」が必要です。この「基本構想」が、そのような役割を果たせたら望外の喜びであります。

お城下町の現状

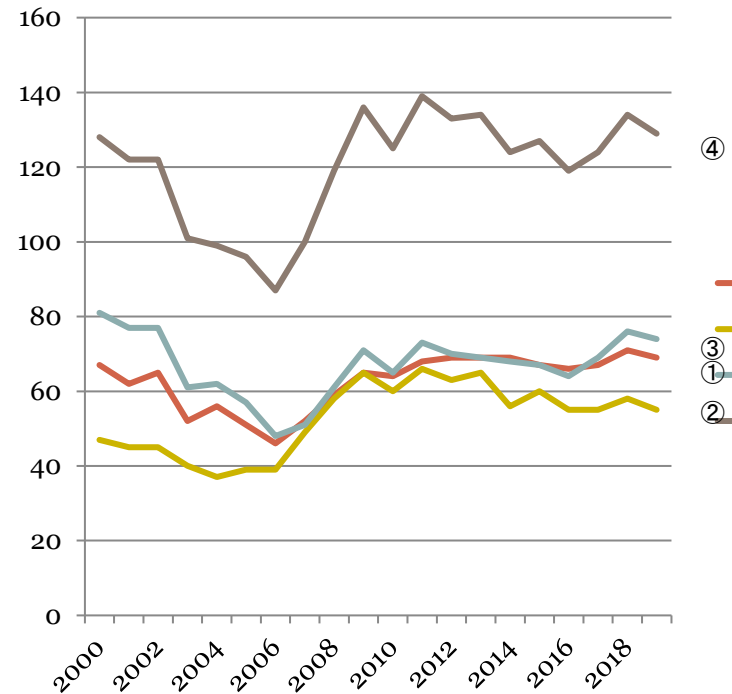
上土町・緑町 町会別世帯数・人口の推移＜平成12年(2000年)～令和元年(2019年)＞



お城下町の現状を知る上で、重要要素となる地区内の世帯数・人口の推移に注目してみました。過去20年間の世帯数・人口（男性・女性）のデータをグラフ化したのが下表です。上土町は世帯数・人口ともに下降気味で、緑町は減少した時期もありましたが、20年前と大きく変わらない数字となっています。これは地域内にマンション等の集合住宅が増設されたかどうかの差で生じたものと考えられます。



上 土 町



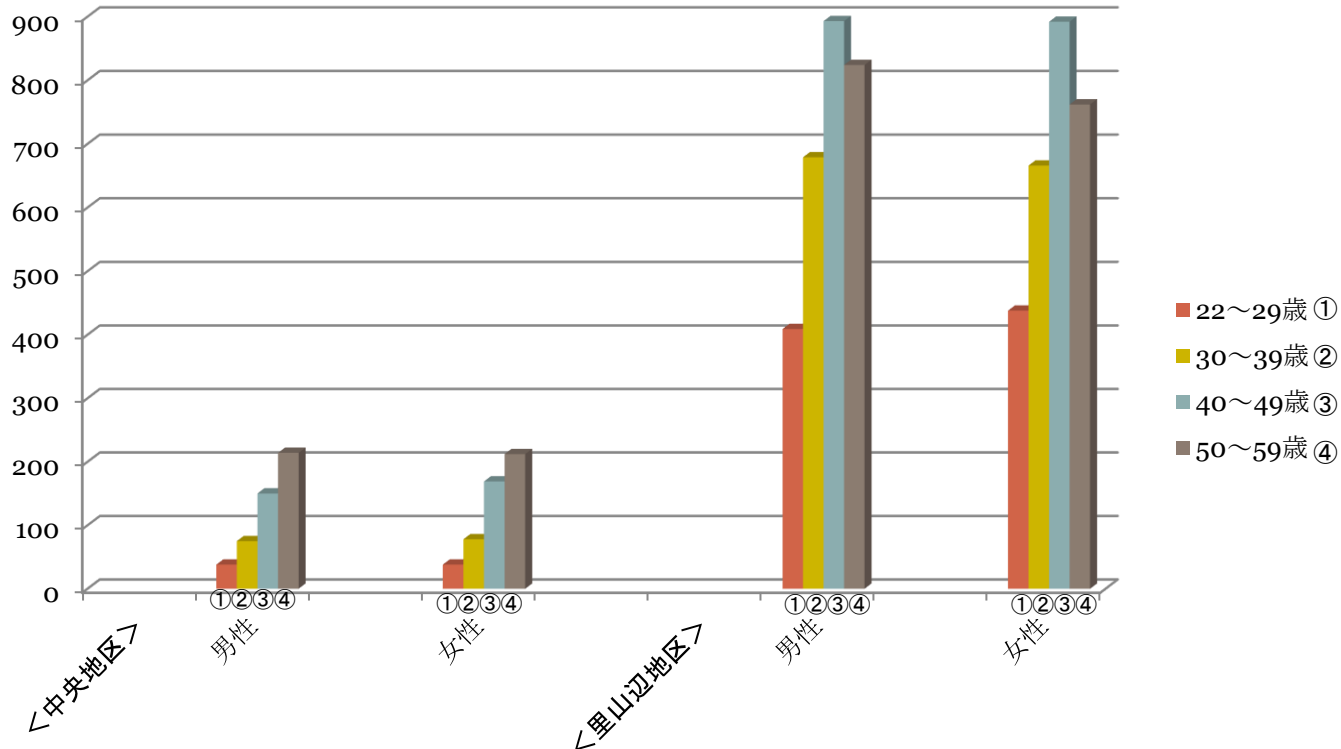
緑 町

お城下町の現状

中央地区・里山辺地区における年代別人口の比較＜令和4年(2022年)＞

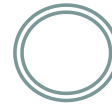


お城下町地区での若者の居住実態を探るために、松本市で公開しています地区別・年齢別人口データを集計し直して作成したのが下表です。お城下町地区としての集計はありませんでしたので、中央地区のデータを使いました。そして、市街地から若干離れている地区との人口動態の相違を知るために里山辺地区のデータと比較してみました。中央地区は里山辺地区に対し、20歳代（男性：9.2%・女性8.6%）、30歳代（男性：11.0%・女性11.7%）、40歳代（男性：16.8%・女性18.9%）、50歳代（男性：26.0%・女性27.8%）となっています。特に大学卒業年齢以降の20歳代では、里山辺地区に対し男女とも10%にも満たない居住実態となっています。

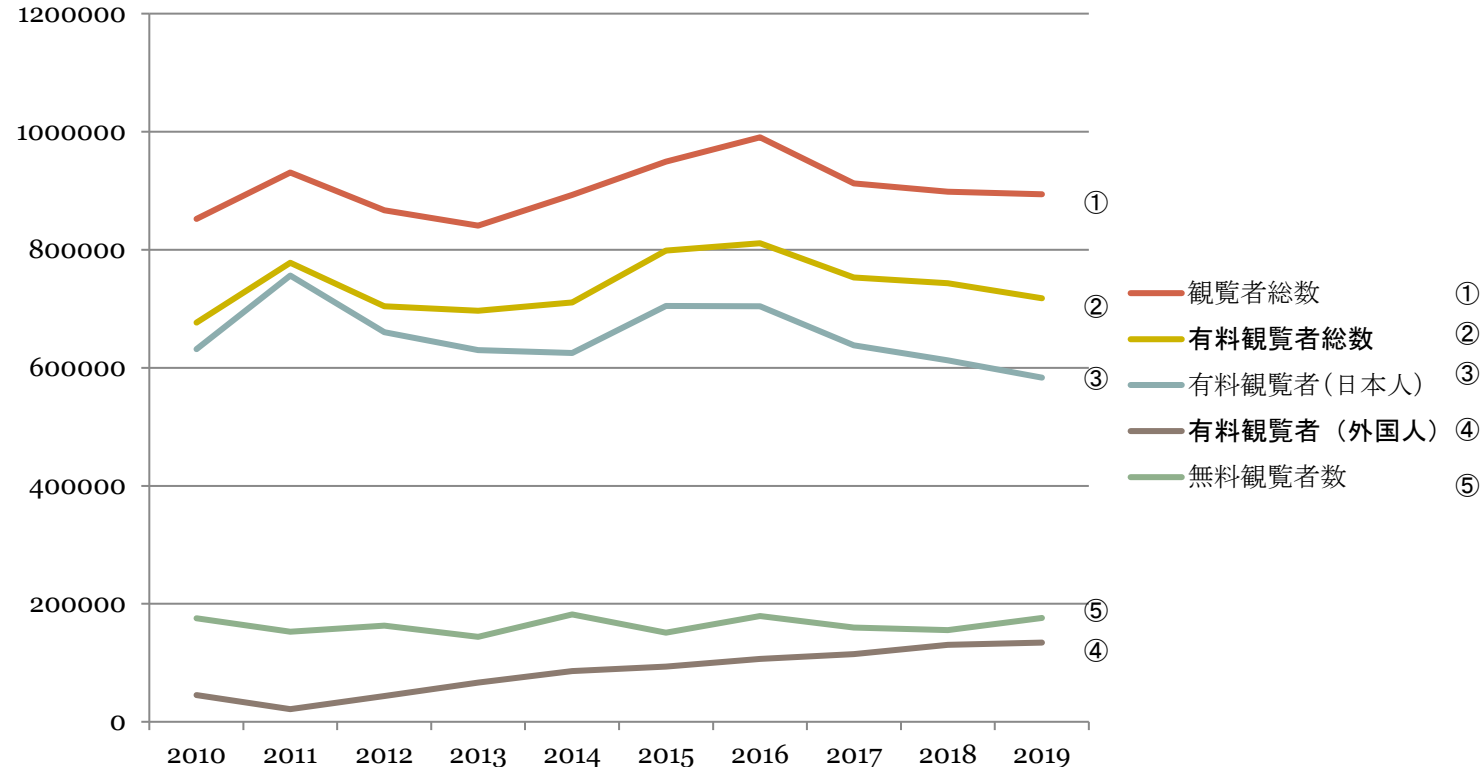


お城下町の現状

国宝松本城 入場者数の推移＜平成22年(2010年)～令和元年(2019年)＞



国宝松本城の下町に位置する「お城下町地区」は、松本城の入場者数の増減は地区内店舗にとっては大きく影響がありますので、コロナ禍で大激減する前の過去10年間（2010～2019年）の入場者数を調べてみました。この10年間では、2016年をピーク入場者数は下降線を辿っていますが、外国人入場者数はこの10年で3倍近くに伸びています。コロナ禍が明け、インバウンド需要を喚起するとともに、国内旅行者への松本城の魅力発信強化と併せて「お城下町の魅力」を積極的に情報発信することが不可欠であると考えます。



お城下町の現状

お城下町地区（周辺含む）における店舗の推移＜昭和36年(1961年)→令和4年(2022年)＞

昭和36年のお城下町地区の住宅地図（縄手一部割愛・周辺地区含む）に掲載された店舗数は270軒を超えていました。それから約60年後、お城下町地区に所在する4つの商店街組織に加盟している店舗は90店舗弱と大幅に減少しています。加盟していない店舗を含めても約110軒と、60年前の約4割ほどになっています。

【令和4年1月現在】



約60年後

昭和36年頃の「お城下町地区（周辺含む）の住宅地図

お城下町各商店街加盟店

【上土商店街振興組合】

店舗名

つた源
おもや平出酒店
想雲堂
東もん磯村
信濃毎日新聞まつもと専売所
三代澤酒店
ノセ眼鏡店
宅建協会中信支部
増田写真機店
松本ホテル花月
マサムラ
満まる
みすず商店
国界
SAKEPUB住吉
茶房・酒房やったる
髪型倶楽部
丸山鶏肉店
セラミカ
アルビコタクシー

【緑町みどり会】

店舗名

アーク ボーノ
東すし
いかるが乃里
大澤写真館
中国料理 廣東
きん万食堂（のりちゃん）
厨十兵衛
こばやし（手打そば）
喫茶コマツ

【ナワテ通り商業協同組合】

店舗名

小松パン店
居酒屋 グロー
桜家
蕎麦倶楽部 佐々木
サムシングテnder
勝利（うどん）
スナト ナワテ本店
慧星倶楽部
レストラン 鯛萬
中沢印章社
にれの樹
スナック ハーベスト
バーデン・バーデン
深酒
弁天本店（手打そば）
美容室 マーニ
フランス菓子 マサムラ
やきとりはうすまるちゃん
喫茶 山雅
素人料理 山女や
Pizza Verde
※みどり会は、現在活動休止中

【縄手商業会】

店舗名

鈴木印刷店
Story house Cafe & Bar
Pizzella Aletta
空 Coo
佐藤商会
越中屋
えん
WABI SABI
MDIアイスクリーム
スナト

【矢澤鯛焼店】

店舗名

矢澤鯛焼店
井篭商店
和装 いろは
みやげもの処 いろは
トミー
チキチキパンパン
デイスファッソ アカハネ
たい焼き ふるさと
和来-warai-
じゅげむ
鳥富
ちくま
左門
穂高クラフト
かえるのお店 RiBBit
Pino Libro
小林青果店
アレンテジャーナ
柿の木
いいてんき

【縄手商業会】

店舗名

TOCA by lifart
鈴木印刷店
Story house Cafe & Bar
Pizzella Aletta
空 Coo
佐藤商会
越中屋
えん
WABI SABI
MDIアイスクリーム
スナト

お城下町の現状における課題抽出

お城下町地区：現状分析&クロスSWOT分析を踏まえた「今後の課題・取組み」の考え方

令和3年10月8日、中央地区公民館において、お城下町まちづくり推進協議会役員並びに松本大学学生（白戸・畑井・向井・増尾各ゼミ生）の参加を得て開催しましたワークショップ「お城下町のまちづくりを考える会」にて行いました「ブレインストーミング」で抽出された強み・

弱み・機会・脅威（SWOT）をクロス分析したものが下記の表です。
これからの「お城下町のまちづくり」に対して、有用な課題が浮き彫りにされました。

			外部環境	
			機会(Opportunity)	脅威(Threat)
			・ポストコロナ時代に向けての観光行政の活発化 ・国内観光への欲求の高まり（海外旅行規制への反動） ・「松本」の魅力度の高さ：成長可能性都市ランキング 6 位/100（2017・野村総研）、市区町村魅力度ランキング 42 位/1000（2021・ブランド総研） ・地域ブランディングを行っている市町村は確実に成長している ・「歴史的なまち」「懐かしい風情のまち」「界隈性」に対するニーズがある	・新型コロナによる外出自粛 ・観光業の不振（外国人観光客の激減） ・SDGs などによる価値観の変化 ・他のエリアにおける地域ブランディングの活発化 ・中心市街地全体の衰退（消費者ニーズの変化） ・多様化・複雑化するビジネスチャンス
内部環境	強み (Strength)	【ヒトに関わる要素】 ・こだわりのある店主 ・若者の飲食店の出店 ・ゴチャゴチャ感	■ 機会×強み＝機会最大活用ゾーン「攻めの戦略」(積極攻勢) ■ 松本市は国内観光欲求の高まりに応えられる能力がある ■ 松本城三の丸エリアは歴史的価値があり、国内外に潜在的ファンが多い。積極的情報発信によりファンの顕在化が見込まれる ■ 松商学園発祥の地（上土）に因み、松本大学上土キャンパス（仮称）の誘致活動を積極的に展開する（地域から実学を学ぶ特色あるカリキュラムの構築） ■ 個店の魅力（こだわり）を打ち出すなどのキャンペーン実施で、“街の活気”を取り戻す	■ 脅威×強み＝競合に差をつけるゾーン「攻めの戦略」(徹底差異化) ■ お城下町における商店街業種・業態プロデュース戦略の構築 ■ 地産地消事業の積極的展開 ■ 都市・農村交流イベント等により、住民の消費行動のバリエーションを増やす ■ まちづくりリーダー（若手）養成への積極的投資（大学・専門家等との連携強化） ■ 先進的事例・先進ノウハウの習得・伝達のしくみづくり ■ 商店街が“遊び場”となり、いつでも“非日常”を味わえるような演出を強化する
		【コトに関わる要素】 ・松本電気館再生計画・小路、路地を活かせる・一ツ橋周辺を活かせる・歴史的回遊が魅力・かつての繁華街というポテンシャル・江戸時代からの町割り・馬出しの名残・旧市役所があった		
		【モノに関わる要素】 ・外堀の名残・大正ロマンの建物・清らかな湧き水、地下水、井戸水・ヒューマンスケールの狭い道・観光資源が充実・風情ある路地・小路	<「お城下町」をもっと魅力的にするための課題（歴史的建造物・街並みの保全・活用等）⇒取組み> ■ 松本電気館の保存再生⇒発想の転換も含め様々な観点からの再生プラン検討 ■ “お城下町歴史ゾーン”に属する歴史的建造物を再調査し、地域資源としての価値の見直しを行い、積極的な情報発信を実施⇒お城下町のブランド再構築 ■ 松本城からの“お城下町「個×味×遊」ゾーン”への回遊戦略の構築⇒「食×感動」シーンを複合的に演出	

お城下町の現状における課題抽出

お城下町地区：現状分析&クロスSWOT分析を踏まえた「今後の課題・取組み」の考え方



		外部環境	
		機会（Opportunity）	脅威（Threat）
内部環境	弱み (Weakness)	■機会×弱み=チャンス見逃し阻止ゾーン「守りの戦略」（段階的施策） ■各町内の若手事業者による「まちづくりプロジェクト」の結成が急務 ■事業活動資金の調達方法に工夫・改善を施さないと組織活動が危うくなる ■よりスムーズな合意形成（横のつながり）のしくみの構築が不可欠 ■事業承継への対応を組織（商店街）としてサポートすれば双方にとってメリットがある	■脅威×弱み=最悪警戒ゾーン「守りの戦略」（専守防衛） ■お城下町が分散すればエリアとしての総合力を失い弱体化を招く ■居住スペースの確保等による「まちなか人口」増加に向けた対策を講じないとジリ貧になる ■世代交代が遅れると「若者離れ」が起こる恐れがある ■店主の高齢化で「商店街デジタル化」への対応が遅れる
	【上土】		
	【緑町】		
	【ナワテ通り】		
【お城下町全体】		<まちづくり推進体制の基盤を強化するための課題⇒取組み> ①まちづくり組織の基盤整備を図り、お城下町まちづくり基本構想・松本城三の丸エリアビジョン等の方針に沿ったまちづくりの推進⇒三の丸プラットフォーム（仮）との連携 ②シビックプライド（街への誇り・愛着）醸成のための啓発活動実施⇒「お城下町まちづくり6訓」の浸透 ③事業活動の推進・P D C Aサイクル運用⇒継続的・持続的事業推進基盤の構築 <コミュニティ・ビジネスの課題> ①暮らしやすい・働きやすい環境づくりの手段としてのコミュニティを形成するためのビジネスモデルの構築⇒まちづくり活動資金の調達 ②WEB サイト・お城下町「個×味×遊(ユイーン)」の活用等による E C 事業への取組み⇒社会構造の変革（感染症拡大等）や商店街デジタル化への実戦的対応	

お城下町の現状における課題抽出

お城下町地区「暮らしに関するアンケート」結果（単純集計）

お城下町地区 暮らしに関するアンケート集計結果

2022. 02. 21

【アンケート調査方法】

- ・アンケート用紙は世帯・店舗単位で町会を通じ配布し、アンケートへの回答はご記入者のご家族（世帯）全体のことを考慮頂くよう依頼。
- ・調査期間は、令和3年12月1日～12月25日。回答は町会ごとに回収。

【回答者属性】回答合計数：65

- ①性別： 男性 29 (44.6%) ・ 女性 36 (55.4%)
- ②年齢： 20歳代 1 (1.5%) ・ 30歳代 4 (6.2%) ・ 40歳代 8 (12.3%) ・ 50歳代 18 (27.7%) ・ 60歳代 16 (24.6%) ・ 70歳代 11 (18.9%) ・ 80歳以上 7 (10.8%)
- ③ご家族（世帯）の構成： 単身 19 (29.2%)
夫婦 16 (24.8%)
2人以上で同居（夫婦のみを除く） 30 (46.2%)
その他（ ）
- ④お城下町地区での居住年数：10年未満 11 (27.5%) 10年以上 10 (25.0%)
20年以上 19 (47.5%) <回答総数：40>
お城下町地区での事業年数：10年未満 7 (17.0%) 10年以上 10 (24.4%)
20年以上 24 (58.6%) <回答総数：41>
- ⑤町会別： 上土町会 13 (20.0%)
緑町町会 27 (41.5%)
ナワテ通り 25 (38.5%)

Q1. 生活必需品など、普段買い物によく行かれるのは次のどれでしょうか。（あてはまるものを2つまで○をお付けください）

回答合計数＝118

- ①お城下町地区内の商店 9 (7.5%) ②お城下町地区以外の商店街 0
③スーパー（松本市内） 52 (43.3%) ④スーパー（松本郊外） 10 (8.3%)
⑤デパート 1 (0.8%) ⑥ショッピングセンター 26 (21.7%)
⑦コンビニエンスストア 18 (15.0%) ⑧その他 4 (3.3%)

Q2. Q1で選ばれた理由は、次のどれでしょうか。

（あてはまるものを2つまで○をお付けください）

回答合計数＝126

- ①求める品物がある 23 (18.3%) ②品揃えが豊富 26 (20.6%)
③営業時間 9 (7.1%) ④商品のセンス 4 (3.2%) ⑤価格が安い 6 (4.8%)
⑥品質・鮮度・新商品 10 (7.9%) ⑦接客サービス 0
⑧自宅に近い 19 (15.1%) ⑨交通の便 3 (2.4%) ⑩駐車場がある 12 (9.5%)
⑪専門店が多い 4 (3.2%) ⑫特売・イベントが多い 1 (0.8%)
⑬ポイント特典がある 1 (0.8%) ⑭なじみがある 3 (2.4%)
⑮信用がある 3 (2.4%) ⑯アフターサービスが充実 0
⑰その他 2 (1.6%) <・クレジットカードが使える 他>

Q3. これからのお城下町地区について、どうあってほしいと思いますか。（あてはまるものを最大3つまで○をお付けください）

回答合計数＝130

- ①身近な買い物の場 32 (24.6%) ②深夜でも利用できる店を増やす 3 (2.3%)
③営業時間の延長 4 (3.1%) ④飲食店を増やす 5 (3.8%)
⑤娯楽施設の充実 3 (2.3%) ⑥買い物が楽しめる施設整備 20 (15.4%)
⑦子育てや高齢者の生活をサポートする場 15 (11.5%)
⑧地域の賑わいづくりの中心 27 (20.8%)
⑨暮らしやすい街づくりの先導役 14 (10.8%) ⑩その他 7 (5.4%)
<・歩行者に安心な道路に ・小規模でいいので食品スーパー ・松本の特産品をまとめて販売する店 ・生鮮三品の店 ・観光に特化した施設
・観光客の受け入れができる街づくり ・美術品を扱う店 >

Q4. お城下町地区に必要なと思われる店舗は、次のどれでしょうか。

◆物販関係（あてはまるものを最大3つまで○をお付けください）

回答合計数＝137

- ①コンビニ 16 (11.7%) ②書店・文房具店 16 (11.7%)
③生活雑貨店 25 (18.2%) ④衣料品店 0 ⑤電気・情報家電店 1 (0.7%)
⑥惣菜・弁当店 29 (21.2%) ⑦リサイクルショップ 2 (1.5%)
⑧靴・鞆店 2 (1.5%) ⑨鮮魚店 16 (11.7%) ⑩青果店 6 (4.4%)
⑪精肉店 13 (9.5%) ⑫贈答品店 0 ⑬ベビー・子供服店 1 (0.7%)
⑭その他 10 (7.3%)
<・ドラッグストア ・お土産屋 ・観光客向けの店 ・小規模スーパー
・観光にまつわる施設 ・スーパーマーケット >

◆飲食関係（あてはまるものを最大3つまで○をお付けください）

回答合計数＝126

- ①中華・ラーメン店 18 (14.3%) ②ファミリーレストラン 12 (9.5%)
③居酒屋 9 (7.1%) ④喫茶店 9 (7.1%) ⑤洋食店 13 (10.3%)
⑥和食・寿司店 21 (16.7%) ⑦ファーストフード店 10 (7.9%)
⑧うどん店 9 (7.1%) ⑨カレー店 1 (0.8%) ⑩おにぎり店 6 (4.8%)
⑪甘味 13 (10.3%) ⑫その他 5 (4.0%)
<・カフェ・スイーツ店 ・十分にある ・食堂 ・定食屋 ・煙草の吸える場所（昼間）>

Q5. 現在、生活上の不便や課題についておたずねします。

（あてはまるものを1つに○をお付けください）

回答合計数＝64

- ①不便や課題がある 22 (34.4%)
②不便や課題はあるが気にならない 26 (40.6%)
③不便や課題はない 14 (21.9%)
④その他 2 (3.1%)
<・路駐が多い（緑町の通り） ・駐車場月極料金が高い >

お城下町の現状における課題抽出

お城下町地区「暮らしに関するアンケート」結果（単純集計）

Q 6. Q 5 で、「①不便や課題がある」を選択した方におたずねします。あなた様自身にとって、あてはまるものすべてに○をつけてください。その中で最も優先度の高いもの1つに◎をつけてください。

回答合計数＝47

- ①自分や配偶者の健康面に不安がある 5 (10.6%) ◎＝3
 - ②最近少し体が不自由になってきた 6 (12.8%) ◎＝3
 - ③日々の買い物負担になってきた 5 (10.6%) ◎＝4
 - ④在宅介護の負担が大きい 3 (6.4%) ◎＝1
 - ⑤自宅の掃除が大変になってきた 2 (4.3%) ◎＝0
 - ⑥庭の草取りや整備が大変になってきた 2 (4.3%) ◎＝0
 - ⑦家族が病気の時、家事が負担 6 (12.8%) ◎＝2
 - ⑧インターネットやWeb がよく分からない 1 (2.1%) ◎＝1
 - ⑨法律的なことで悩みが解消できない 0
 - ⑩最寄り駅へ行くのに時間がかかる 1 (2.1%) ◎＝1
 - ⑪話し相手がいない 1 (2.1%) ◎＝0
 - ⑫おいしいものを食べられる店がない 2 (4.3%) ◎＝1
 - ⑬数人で集まってお茶をする場所がない 1 (2.1%) ◎＝0
 - ⑭生活上の問題を気軽に相談できる専門家がいない 3 (6.4%) ◎＝1
 - ⑮自分の得意な知識や技術が活かせない 1 (2.1%) ◎＝1
 - ⑯自分の得意な趣味を発表できない 1 (2.1%) ◎＝0
 - ⑰何か仕事をしたいのに機会がない 0
 - ⑱大災害の時、地域での避難所が不安 4 (8.5%) ◎＝1
 - ⑲子育ての相談相手がいない 2 (4.3%) ◎＝0
 - ⑳その他 1 (2.1%) ◎＝0
- ＜・生活用品を買いに行くところが遠く、車がないと行けない＞

Q 7. コミュニティビジネスの取り組みとして、もし、買い物に不自由な方々へのサービスとしての買い物支援や宅配（有料）サービスがあったら利用しますか。（あてはまるもの1つに○をお付けください）

回答合計数＝60

- ①利用すると思う 9 (15.0%)
- ②利用しないと思う 18 (30.0%)
- ③内容を見てから判断する 33 (55.0%)
- ④その他 0

宅配希望 「①利用すると思う」を選択した方は、具体的に宅配を希望するものがあればお書きください。（例）米、酒 など

回答合計数＝9

・灯油（重いもの） ・重いもの（米・果物等） ・米や飲み物など
重いものや大きなもの ・食品、生活用品 ・重いもの、鮮度が大事な
なもの ・日用品 ・水ほか重いもの ・弁当、水、飲み物など、灯
油

＜その他意見＞

※コープを利用している

※スーパーなどへの無料買い物バスがあれば…

理由 「②利用しないと思う」を選択した方は、理由を教えてください。（あてはまるもの1つに○をお付けください）

回答合計数＝18

- ①それほど買い物頻度は多くない 7 (38.9%)
 - ②手続きが煩わしそう 1 (5.6%)
 - ③配達時刻の自由がなさそう 4 (22.2%)
 - ④その他 6 (33.3%)
- ＜・自分で買い物に行く ・ネットスーパー、コープ（宅配）を利用している
・今のところ不自由してないので ・生協宅配を利用しているから
・お金を払ってまでは必要を感じない

Q 8. アフターコロナ・ウィズコロナ時代の到来が巷間言われておりますが、コロナ禍前後での買い物行動の変化についておたずねします。

（あてはまるもの2つに○をお付けください）

回答合計数＝78

- ①オンラインで購入する機会が増えた 17 (21.8%)
- ②遠くに出かけず、お城下町の商店街で買い物する機会が増えた 5 (6.4%)
- ③近くの商店街よりも、郊外の大型店舗でまとめ買いする機会が増えた 11 (14.1%)
- ④飲食店のテイクアウトやデリバリーを利用する機会が増えた 11 (14.1%)
- ⑤特に変化はない 34 (43.6%)

【全体通してのご意見】

- ・昔のように活気のあるナワテ通りとかに戻ることはないが、もっと人の流れができるようになったら…。皆様のご努力に感謝。
- ・30分だけ無料にするPがあれば利用しやすい。道路事情がよくない。長野県内の土産がそろそろショップがあればいい。

お城下町の現状における課題抽出

お城下町地区「暮らしに関するアンケート」結果（総括）

< Q 1 ～ Q 8 の質問事項は7～8ページをご参照ください。 >

【お城下町地区 暮らしに関するアンケート集計結果からの考察】

- Q 1 : 商店街に居ても日常的な買い物場所は、スーパー・ショッピングセンター・コンビニが上位を占めた。
- Q 2 : 上記の理由としては、1 位 : 品揃えが豊富、2 位求める品物がある、が上位となっていることから、消費者ニーズに応えられている店舗が選ばれている。また、自宅に近い店が選ばれているのも住民が店を選ぶポイントとなっている。
- Q 3 : 上記のアンケートでも示されているように、お城下町地区への期待としては、「身近な買い物の場」であってほしいとの回答が最も多かった。そして、松本城の下町に位置するため「地域の賑わいづくりの中心」であってほしいと望む声も多かった。また、高齢社会を反映して「子育てや高齢者の生活をサポートする場」として機能してほしいとの期待も大きい。
- Q 4 : お城下町地区において必要と思われる店舗について伺ったところ、その答えは多岐にわたったが、物販への期待が高かった。期待する業種の上位は次の通り。
- ＜物販関係＞ 1 位 : 惣菜・弁当店 2 位 : 生活雑貨店 ③コンビニ、書店・文房具店、鮮魚店（同数） 6 位 : 精肉店
- ＜飲食関係＞ 1 位 : 和食・寿司店 2 位 : 中華・ラーメン店 3 位 : 洋食店、甘未処（同数）
- Q 5 : 生活上の不便や課題について、回答者の 4 割の方が「不便や課題はあるが気にならない」、2 割の方が「不便や課題はない」と回答し、約 6 割の方が現状を受け入れて生活している。ただ、4 割の方は「不便や課題がある」とし、その要因について次の設問で答えている。

- Q 6 : 1 位 : 最近少し体が不自由になってきた・家族が病気の時、家事が負担（同数） 3 位 : 自分や配偶者の健康面に不安がある・日々の買い物が負担になってきた（同数）が上位の回答となったが、健康面での不安とそれに伴う家事負担の増大が大きな課題となっている。この中で優先度の高いトップの項目は、「日々の買い物が負担になってきた」であった。日常生活を営む上で不可欠な買い物への負担増大は住民にとって由々しき問題となるので、商店街としての「住民の暮らしのサポート機能」の充実強化が急務であろう。
- Q 7 : お城下町エリア内でのコミュニティビジネスの可能性を探る設問であったが、具体的な内容を示していないため、約半数の方が「内容を見てから判断する」との回答だったことから考えると、少なからず興味関心はあることが伺える。また、3 割の方が「利用しないと思う」との回答があり、その理由については、次で紹介する。なお、「利用すると思う」方は、回答者の 1 割 5 分で、具体的な宅配希望品は回答の中で示した通り。
- ＜利用しない理由＞
- 約 4 割の方が「それほど買い物頻度は多くない」と答えている。また、既にコープなどの宅配業者を利用している方もおり、具体的なコミュニティ・ビジネスの事業内容を示すことにより、興味関心を喚起することも考えられる。
- Q 8 : コロナ禍において、お城下町地区での暮らしぶりに変化が起きたかを探る設問であったが、4 割強の方が「特に変化はない」との回答であった。行動変化があったという回答者は、オンラインでの購入機会が増加した・郊外的大型店でのまとめ買いが増えた・テイクアウトやデリバリーの利用が増えた、という方が合わせて半数近くになった。

お城下町の各まちにおける現状（問題）と課題（あるべき姿）

問題解決策：お城下町の強みを活かす

各まちの現状（問題）と課題（あるべき姿）

上 土	<現状> ・商店街振興組合員の大幅減少 ・商店街高度化資金の返済を進める中での組合の継続 ・来街者の大幅減少(コロナ禍以前から) <課題> ・新規組合員獲得のための組織改革 ・行政との良好な関係づくりの推進 ・「大正ロマン」への新たな挑戦(松本電気館の再生)
緑 町	<現状> ・みどり会の活動休止 ・コロナ禍による飲食店の低迷 ・来街者の大幅減少(コロナ禍以前から) <課題> ・みどり会の活動再開 ・コロナ禍対策の強化 ・昭和風情を活かした統一イメージの徹底強化
ナワテ通り	<現状> ・コロナ禍による観光客(国内外)の大幅減少 ・経営者の高齢化と後継者問題 ・通りと女鳥羽川との相乗効果不足 <課題> ・近隣住民へのアプローチ ・業種、業態転換等による事業継続へのチャレンジ ・商業会との連携強化並びに若手プロジェクト等への支援

課題解決策：お城下町の強みを活かす

■機会×強み=機会最大活用ゾーン「攻めの戦略」(積極攻勢)

- 松本市は国内観光欲求の高まりに応えられる能力がある
- 松本城三の丸エリアは歴史的価値があり、国内外に潜在的ファンが多い。積極的情報発信によりファンの顕在化が見込まれる
- 松商学園発祥の地(上土)に因み、松本大学上土キャンパス(仮称)の誘致活動を積極的に展開する(地域から実学を学ぶ特色あるカリキュラムの構築)
- 個店の魅力(こだわり)を打ち出すなどのキャンペーン実施で、“街の活気”を取り戻す

■脅威×強み=競合に差をつけるゾーン「攻めの戦略」(徹底差異化)

- お城下町における商店街業種・業態プロデュース戦略の構築
- 地産地消事業の積極的展開
- 都市・農村交流イベント等により、住民の消費行動のバリエーションを増やす
- まちづくりリーダー(若手)養成への積極的投資(大学・専門家等との連携強化)
- 先進的事例・先進ノウハウの習得・伝達のしくみづくり
- 商店街が“遊び場”となり、いつでも“非日常”を味わえるような演出を強化する

お城下町まちづくり基本構想の策定にあたって 「まちづくり推進活動 4 本柱」と「まちづくり 6 訓」の関係性

「お城下町まちづくり基本構想」の策定にあたって、課題解決の取り組み案を「基本構想」の要とし、「推進活動 4 本柱」と位置付けます。そして、この活動を支える精神的基盤として、「まちづくり 6 訓」も合わせて策定しました。

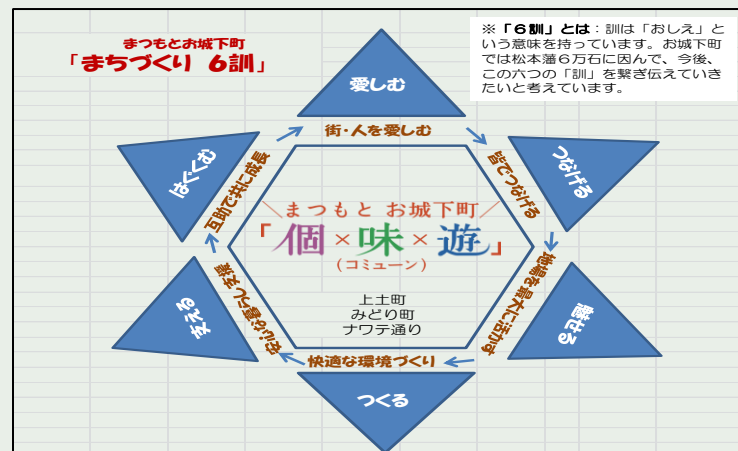
課題解決のための取り組み案

- ①松本城三の丸エリアビジョンへの取り組み
- ②歴史的まちなみ景観の保全・活用への取り組み
- ③まちづくり推進体制基盤強化への取り組み
- ④お城下町「個×味×遊(ミュン)」の活性化(コミュニティビジネス)への取り組み

まちづくり推進活動 4 本柱

まつもとお城下町「まちづくり 6 訓」

街への愛着	①愛しむ	暮らし、働く人たちが街の一員としての自覚・愛着が持てるように
連帯強化	②つなげる	暮らす人、働く人、訪れる人とのつながりを強くする
魅力向上	③魅せる	地域資源を最大限に活かした新たな“エンターテインメント”の創出
職住一体	④つくる	暮らしやすい、働きやすい快適な環境づくり(ハート・ソフト・ハード)
暮らし支援	⑤支える	高齢者・子育て世代にも優しいまちづくり
事業育成	⑥はぐくむ	商店街での起業・承継相談支援、人材育成の窓口設置



お城下町まちづくり基本構想「主な取り組み項目」

【まちづくり推進活動4本柱】×【まちづくり6訓】

		主な取り組み項目	「推進活動4本柱」×「まちづくり6訓」での取り組み項目
I	松本城三の丸 エリアビジョンへの 取り組み	①三の丸エリアビジョンに掲げられた取組方針に沿った実施プランの策定 ②お城下町まちづくりコミュニティ（仮称）の設置並びに活動推進 ③三の丸エリアを歩いて安全に回遊できる遊歩道の設置促進 ④近隣界隈との相乗効果を期待できる「魅力」の創出	①暮らす人・働く人・訪れる人がつながる「拠点（居場所）」づくり ②「魅力的な仕事のある商店街」を目指し、企業等誘致、空地・空き店舗活用など、ハート・ソフト・ハード事業の企画推進 ③進化するテクノロジーへ適応するためIT企業・松本大学等との提携による「ITサポーター（IT導入支援活動等）」の配置 ④ファミリー向けの居場所づくり（魅力ある業種・業態の開発・誘致等）
II	歴史的建造物・街 並み保全・活用	①旧松本電気館の保存再生 ②“お城下町歴史ゾーン”に属する歴史的建造物を再調査し、地域資源としての価値の見直しを行い、積極的な情報発信を実施 ③松本城からの“お城下町「個×味×遊」ゾーン”への回遊戦略の構築	①「伝統（歴史・文化）」を皆で将来につなげるため、さまざまな「コミュニティ」づくりの推進 ②「まつもとお城下町魅力再発見プロジェクト」を結成し、Withコロナ時代を見据え、「まちなか観光」に視点を置いたプロモーション（営業活動）の展開 ③安心・安全な住環境を整えるため、エリア内交通規制を強化し歩いて事足りる・子供の遊び場となる商店街の再整備
III	まちづくり推進体制 整備強化	①まちづくり組織の基盤整備を図り、まちづくり基本構想・松本城三の丸エリアビジョン等の方針に沿ったまちづくりの推進 ②シビックプライド（街への愛着）醸成のための啓発活動実施 ③まち・商店街の活性化に有用な人材育成システムの構築⇒パーパス・マネジメントの導入 ④事業活動の推進・PDCAサイクル運用	①この街に暮らし、働く人達に「街の良さ」を知ってもらうための「コミュニケーション・イベント」の積極的開催 ②住民参加型のまちづくり学習会・ワークショップ等の実施による「シビックプライド（街に対する誇りや愛着）」の醸成 ③「買物の場」から「多世代が共に暮らし、働く場」へ移行するための高齢化・少子化への対応、介護・医療関連サービス業等への転換
IV	コミュニティビジネス への取り組み	①暮らしやすい・働きやすい環境づくりの手段としてのコミュニティを形成するためのビジネスモデルの構築 ②Withコロナ時代を見据えて、WEBサイト・お城下町「個×味×遊（コミュニティ）」の活用によるEC事業への取り組み ③“夜の街”活性化のための課題抽出と解決策の構築	①「国宝松本城の下町風情」のさまざまな魅力を発信する「お城下町・個×味×遊（コミュニティ）情報センター（仮称）」の開設 ②商店街の力を結集し、「暮らしサポートセンター（仮称）」を開設（近隣住民の暮らし全般の安心サポート体制の構築） ③お城下町エリア内での起業・承継等に関わる相談窓口の開設

お城下町まちづくり基本構想「まちづくり推進活動4本柱」

各まちの取り組み項目【上土町】

【特徴・立地】

国宝松本城に隣接した地域に立地し、広域観光商業を担う地域として位置付けられている。昭和54年度に「上土商店街再開発基本構想」、昭和63年度に「上土町基本計画」、平成8年度に「新まちづくり基本計画」を策定しました。その中で、娯楽性の高い街にあって物販と飲食・サービス相互間の恒常的な相乗効果の具現化を目的として、「大正ロマンのまちづくり」をコンセプトに、ショッピング機能とコミュニティ機能の有機的融合を目指しています。

【松本城三の丸エリアビジョン/取組方針】

- 辰巳の御庭や旧映画館などを核にして、**界隈の文化・歴史の香りをより感じられる環境**をつくる。
- 若者を中心に、音楽や映画、演劇を始め現代アートや小商いなど**自由な表現活動ができる受け皿**をつくる。
- 集積する銘店の魅力が参み出し、**地元の人も訪れる人も日常的に集い楽しむことのできる場**をつくる。
- 界隈を心地よく歩き回ることのできる**歩行環境創出**に向けた取組を行う。

1.松本城三の丸エリアビジョンへの取組

- *「大正ロマンのまちづくり」のブランディング再構築 ⇒あげつち♥ヒューマンパーク構想の具体的推進
- *自動車速度制限実現→安全策強化

2.歴史的建造物・街並み保全・活用

- *現状における松本電気館再生プランの策定
- ・個×味×情報センター等の施設としての活用など短期的ビジョンの策定

3.まちづくり推進体制整備強化

- *お城下町でのまちづくり事業への積極参画
- ・若手の人材発掘
- ・松本大学との連携強化→お城下町への展開

4.コミュニティビジネスへの取組み

- *お城下町での相談・サポート体制構築への積極的参画
- *ふれあい新鮮市・野菜市の継続・拡大等農山村・商店街交流事業推進

4.コミュニティビジネスへの取組み＜補足・各まち共通＞

- *“夜の街”活性化への取組み
- ・現状における課題の抽出⇒解決策の構築
- ・周辺エリアからの誘客のしくみ（来街のための移動手段等）の構築
- ・SNS等の活用による情報発信の共同化の促進⇒顧客のエリア内回遊のための共同イベントの実施促進



お城下町まちづくり基本構想「まちづくり推進活動4本柱」

各まちの取り組み項目【緑町】

【特徴・立地】

緑町は松本市の四柱神社の東側参道の飲食店街として栄えた町。昭和の博物館のような路地や街並みが特徴的です。まるでタイムスリップしたような感覚を味わいながら、石畳のレトロな街並みを散策できます。

【松本城三の丸エリアビジョン/取組方針】

- 辰巳の御庭や旧映画館などを核にして、**界隈の文化・歴史の香りをより感じられる環境**をつくる。
- 若者を中心に、音楽や映画、演劇を始め現代アートや小商いなど**自由な表現活動ができる受け皿**をつくる。
- 集積する銘店の魅力が参み出し、**地元の人も訪れる人も日常的に集い楽しむことのできる場**をつくる。
- 界隈を心地よく歩き回ることのできる**歩行環境創出**に向けた取組を行う。

1. 松本城三の丸エリアビジョンへの取組

- * 昭和の街並みを活かし食文化と融合した様々な回遊イベントの実施
 - ・みどり食堂とのタイアップ
- * 歩行者に優しい道路の確保

2. 歴史的建造物・街並み保全・活用

- * 現在の街並みに物語を加味し、みどり町の魅力を全国発信(SNS等)

3. まちづくり推進体制整備強化

- * お城下町でのまちづくり事業への積極的参画
- ・若手の人材発掘

4. コミュニティビジネスへの取組み

- * お城下町での相談・サポート体制構築への積極的参画

4. コミュニティビジネスへの取組み<補足・各まち共通>

- * “夜の街”活性化への取組み
 - ・現状における課題の抽出⇒解決策の構築
 - ・周辺エリアからの誘客のしくみ（来街のための移動手段等）の構築
 - ・SNS等の活用による情報発信の共同化の促進⇒顧客のエリア内回遊のための共同イベントの実施促進



お城下町まちづくり基本構想「まちづくり推進活動4本柱」

各まちの取り組み項目【ナワテ通り】

【特徴・立地】

『ナワテ通り商店街』は、駅から松本城に向かう中間地点の、女鳥羽川という川筋に沿った位置にあります。明治に建立された四柱神社の参道という位置付けもあって、市民が親しみやすい商店街となっており、24時間車両通行止めという全国でも稀有な通りとなっています。

【松本城三の丸エリアビジョン/取組方針】

- 河川敷や橋、建物などで**居心地良く滞在し、多様な表現活動を行える・体感できる環境づくり**を促進する。
- ナワテ通りや河川敷、橋などを**自由に歩き回る**ことのできる**仕掛け（魅力づくりと空間整備）**をつくる。
- 水と緑の風景を守り、川辺を活かした活動を継続するため、草刈りなどの**維持管理を持続的に行う体制**を構築する。

1.松本城三の丸エリアビジョンへの取組

- *若手中心のまちづくりプロジェクトの結成と活動支援
- *ハブアーティスト in ナワテの開催を始め、路上パフォーマンスとの関係性の強化→将来的にお城下町へ拡大

2.歴史的建造物・街並み保全・活用

- *女鳥羽川の四季折々の自然とナワテ通りのイベントとのコラボレーション企画の積極的実践

3.まちづくり推進体制整備強化

- *お城下町でのまちづくり事業への積極的参画
- ・若手の人材発掘

4.コミュニティビジネスへの取組み

- *お城下町での相談・サポート体制構築への積極的参画

4.コミュニティビジネスへの取組み<補足・各まち共通>

- *“夜の街”活性化への取組み
 - ・現状における課題の抽出⇒解決策の構築
 - ・周辺エリアからの誘客のしくみ（来街のための移動手段等）の構築
 - ・SNS等の活用による情報発信の共同化の促進⇒顧客のエリア内回遊のための共同イベントの実施促進



まちづくり推進体制(案)・推進スケジュール案

16

まちづくり推進活動 4 本柱・推進スケジュール案（2022年度～2024年度）

三の丸ビジョンエリアビジョン・歴史的建造物/街並み保全活用への取り組み

「お城下町まちづくり基本構想」まちづくり推進活動 4 本柱 推進スケジュール（案）

年度ごとの推進目標		2022 年度	2023 年度	2024 年度
1. 松本城三の丸エリア ビジョンへの取組	上土町	1 「大正ロマン」ブランディング再構築のための現状把握 2 町内における交通規制と歩行環境等の改善点抽出	1 「大正ロマン」ブランディング再構築のための要点整理 2 町内における交通規制と歩行環境等の改善点提案	1 「大正ロマン」ブランディング再構築と組織体制の整備 2 町内における交通規制と歩行環境等の改善完了
	みどり町	1 町会新体制への経過説明並びに協力要請 2 みどり会活動開始に向けての諸活動	1 町内歩行環境における問題点の抽出 2 「みどり食堂」の復活	1 町内歩行環境における問題点解決策の提案 2 「みどり食堂」を核とした回遊イベントの実施
	ナワテ通り	1 リバースイトプロジェクトとのコラボイベントの企画・実施 2 松本版ヘブンアーティスト制度の企画	1 リバースイトプロジェクトとのコラボイベントの企画・実施 2 松本版ヘブンアーティスト制度の発足	1 リバースイトプロジェクトとのコラボイベントの企画・実施 2 松本版ヘブンアーティストによるイベントの実施
	お城下町（全体）	1 「三の丸エリアプラットフォーム」への参画・事業企画 2 若手メンバーによるまちづくりプロジェクトの結成	1 「三の丸エリアプラットフォーム」への事業提案 2 若手メンバーによるまちづくり事業企画	1 「三の丸エリアプラットフォーム」での事業実施 2 若手メンバーによるまちづくり事業実施
2. 歴史的建造物・街並 み保全・活用	上土町	1 旧松本電気館活用策の早期構築⇒「個×味×遊」情報センター等の施設としての運用開始	1 「個×味×遊」情報センター等の施設（電気館）を運用しながら、拠点施設としての再生プランの構築	1 拠点施設としての再生プランの実現に向け、各関係方面への働き掛けを精力的に行う。
	みどり町	1 街並み整備のための空き店舗等の実態調査 2 上記調査プロジェクトの結成	1 実態調査を踏まえた 街並み整備計画の立案 2 上記立案プロジェクトの結成	1 街並み整備計画実現に向け、各関係方面への働き掛けを精力的に行う。
	ナワテ通り	1 長屋風店舗の「江戸情緒」のアピール強化策の企画立案 2 上記企画プロジェクトの結成	1 長屋風店舗の「江戸情緒」のアピール強化策の事業化 2 上記実行プロジェクトの結成	1 長屋風店舗の「江戸情緒」のアピール強化策の事業継続 2 上記実行プロジェクトの拡大
	お城下町（全体）	1 お城下町まちなか観光的回遊戦略の構築 2 「お城下町個×味×遊」情報センター開設に向けての準備	1 「お城下町歴史再発見隊（仮称）」の結成・運用 2 上記運営プロジェクトの結成	1 お城下町歴史再発見による新たな歴史的資源の活用策の構築と実施に向け各方面への働き掛け強化

まちづくり推進活動 4 本柱・推進スケジュール案（2022年度～2024年度）

まちづくり推進基盤整備強化・コミュニティビジネスへの取り組み

「お城下町まちづくり基本構想」まちづくり推進活動 4 本柱 推進スケジュール（案）

年度ごとの推進目標		2022 年度	2023 年度	2024 年度
3.まちづくり推進体制整備強化	上土町	1 若手メンバーの発掘のための諸活動 2 各種まちづくり学習会への参加促進（各部会合同）	1 若手メンバーの人材育成 2 各種まちづくり学習会への参加促進（各部会合同）	1 若手メンバーの人材育成 2 まちづくり学習会・ワークショップ等の自主開催(各部会合同)
	みどり町	1 若手メンバーの発掘のための諸活動 2 各種まちづくり学習会への参加促進（各部会合同）	1 若手メンバーの人材育成 2 各種まちづくり学習会への参加促進（各部会合同）	1 若手メンバーの人材育成 2 まちづくり学習会・ワークショップ等の自主開催(各部会合同)
	ナワテ通り	1 若手メンバーの発掘のための諸活動 2 各種まちづくり学習会への参加促進（各部会合同）	1 若手メンバーの人材育成 2 各種まちづくり学習会への参加促進（各部会合同）	1 若手メンバーの人材育成 2 まちづくり学習会・ワークショップ等の自主開催(各部会合同)
	お城下町（全体）	1「まちづくり6 訓」醸成のための啓発活動案の立案 2 若手プロジェクトチーム結成のための諸活動(人材育成) 3 各部会合同による「まちづくり学習会」等の開催及び参加促進活動	1「まちづくり6 訓」醸成のための啓発活動案の実施 2 若手プロジェクトチームの結成⇒活動内容の策定	1「まちづくり6 訓」醸成のための啓発活動の継続的实施 2 若手プロジェクトチームによる活動⇒PDCA サイクルの活用
4.コミュニティビジネスへの取り組み	上土町	1 農山村・商店街交流事業の拡大策の検討 2 お城下町相談要員の募集・選任	1 農山村・商店街交流事業の拡大策に基づく実践 2 お城下町相談要員の要請	1 農山村・商店街交流事業の拡大策に基づく実践 2「暮らしサポートセンター（仮称）」の設置・参画
	みどり町	1 農山村・商店街交流事業への取り組み検討 2 お城下町相談要員の募集・選任	1 農山村・商店街交流事業の拡大策に基づく実践 2 お城下町相談要員の要請	1 農山村・商店街交流事業の拡大策に基づく実践 2「暮らしサポートセンター（仮称）」の設置・参画
	ナワテ通り	1 路上パフォーマンス・大道芸人等とのネットワークの構築 2 お城下町相談要員の募集・選任	1 松本版ヘンアーティストによるイベントの有料化の模索 2 お城下町相談要員の要請	1 松本版ヘンアーティストによる有料イベントの実施 2「暮らしサポートセンター（仮称）」の設置・参画
	お城下町（全体）	1EC 事業等への関心度調査の実施 2 お城下町・暮らしサポートセンター(仮称)のための諸準備（住民への暮らしに関するアンケート調査の実施等） 3 上土部会で実施中の「農山村・商店街交流事業」のお城下町地区への拡散策の検討	1EC 事業等への関心度調査結果に基づき事業プラン策定 2 暮らしアンケート調査結果に基づく事業プラン策定	1 事業プランに基づく事業開始 2 お城下町・暮らしサポートセンター(仮称)の開設⇒ニーズの高い順にビジネス化開始

「お城下町まちづくり基本構想」の推進にあたって

「パーパス・マネジメント」の導入によるまちづくり推進活動

※パーパス・マネジメント：組織のパーパス(存在意義)をすべての起点として、戦略立案や意思決定、組織内外向けの施策を実行すること。

パーパス(存在意義)の策定から組織の中でパーパスに基づく実践がなされるためには、発見・共鳴・実装の3フェーズに取り組むことが重要となります。

発見

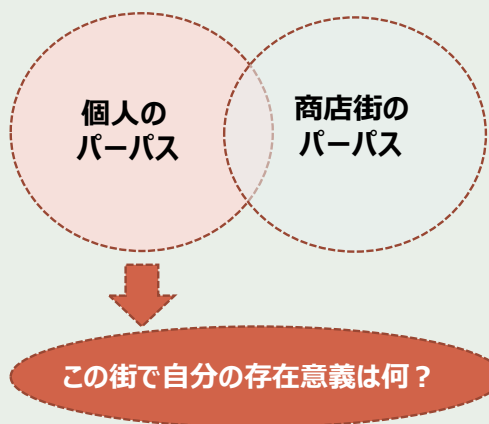
- ・「なぜ自分の商店街が存在するのか？」という根源的存在意義を見出す
- ・関係者を呼び込み策定チームを形成、納得度が高いパーパスを導き出す



私たちは〇〇〇〇のために存在します
自分の商店街 × 対象 × 対象の状態
らしい手段

共鳴

- ・自分の商店街内外でパーパスの世界観を体験できる機会を創出する
- ・個人のパーパス探求を支援しながら商店街のパーパスへの共鳴を促す



実装

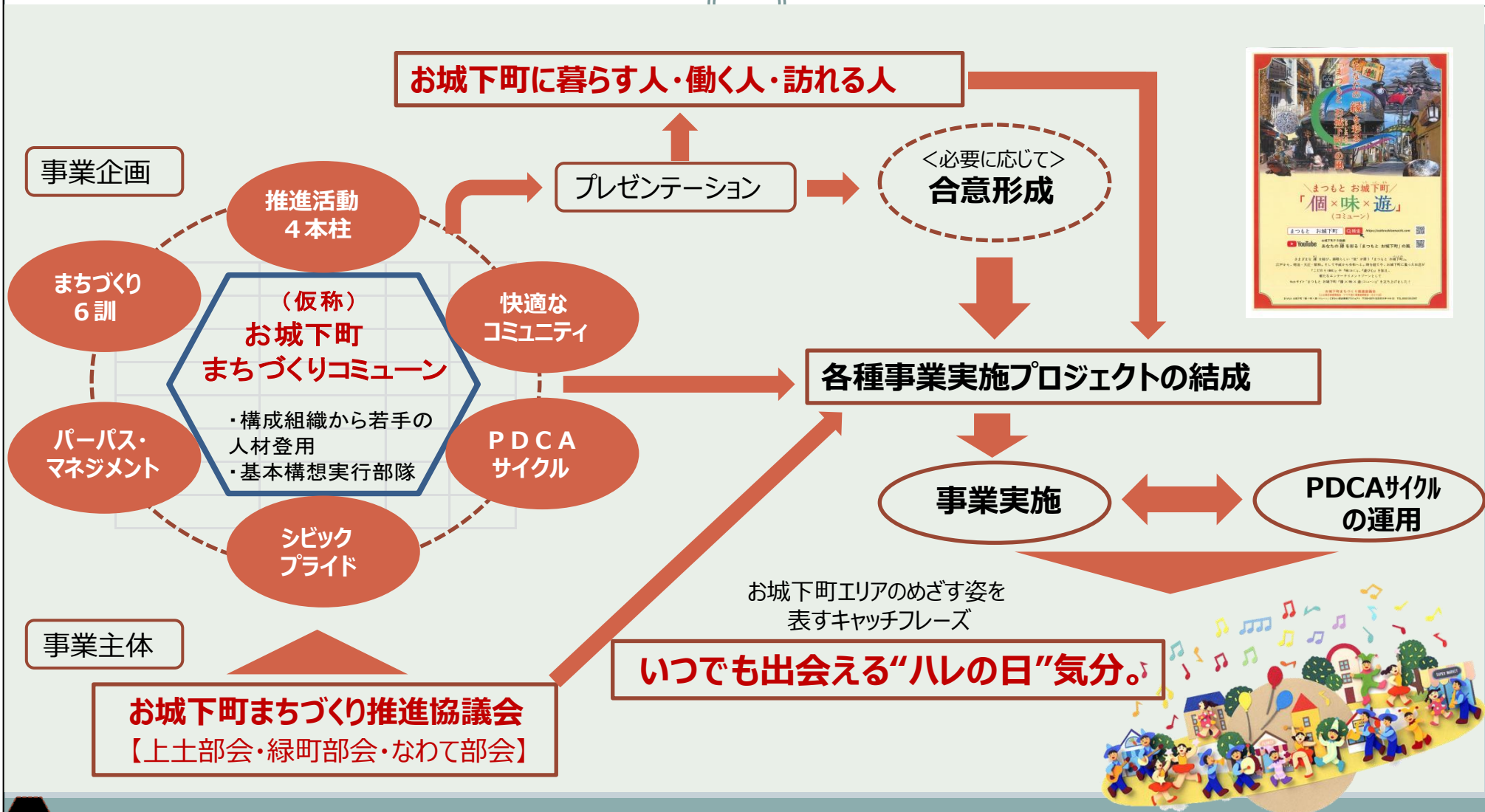
- ・「まちづくり6訓」の領域でイノベティブ(革新的)な変化をデザインする
- ・マインドセット(個々が持つ固定化された考え方)の変革を行い、変化を実現する



※実装とは：何らかの機能を実現するための具体的な装備や方法のこと。

お城下町まちづくり基本構想

まちづくり推進活動の全体イメージ



お城下町まちづくり基本構想

お城下町まちづくり基本構想策定の経緯

◆「お城下町まちづくり基本構想」策定の経緯◆

令和3年（2021年）

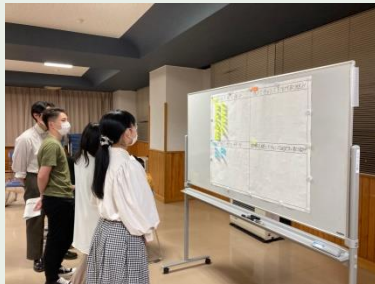
- 7月20日 お城下町まちづくり推進協議会（以下、お城下町）役員会：基本構想策定の進め方を協議
- 9月15日 お城下町役員会：各方面でのヒアリングの具体策等について協議
- 9月17日 松本大学観光ホスピタリティ学科 白戸・畑井教授へのヒアリング
- 10月8日 ワークショップ「お城下町のまちづくりを考える会」開催（於 大手公民館）
お城下町まちづくり推進協議会役員、住民有志、お城まちなみ創造本部職員、
松本大学観光ホスピタリティ学科 白戸・畑井・向井・増尾各ゼミ所属の学生
の参加を得て、「お城下町の強み・弱みを探り、これからのまちづくりを考えよう！」をテーマに協議
- 11月5日 お城下町役員会：住民へのアンケート調査実施等について協議
- 12月1日～25日 お城下町地区「暮らしに関するアンケート」実施
- 12月29日 お城下町役員に対し、基本構想案構成案を提示

令和4年（2022年）

- 1月27日 お城下町役員会：アンケート結果報告、基本構想全体イメージ等について協議
- 2月21日 お城下町役員会：基本構想住民回覧版等について協議
- 2月下旬～3月中旬 お城下町地区の住民の皆さんに基本構想案・SWOT分析結果・アンケート結果を
回覧し、意見等を収集
- 3月25日 お城下町役員会：意見収集を踏まえた基本構想案について協議
- 4月26日 お城下町役員会：お城下町各まちの将来像、今後の段取り等について協議
- 5月27日 お城まちなみ創造本部から、基本構想に関するヒアリングを受ける
- 6月8日 お城下町役員会：基本構想最終案・今後の段取り等について協議
- 6月19日 お城下町まちづくり基本構想ダイジェスト版を住民の皆さんへ配布
- 6月29日 お城下町総会にて「お城下町まちづくり基本構想」策定の報告
- 7月22日 「お城下町まちづくり基本構想」策定シンポジウムの開催



2021年10月8日開催のワークショップ「お城下町のまちづくりを考える会」の様



◆「お城下町まちづくり基本構想」策定プロジェクトメンバー◆

【お城下町まちづくり推進協議会】（敬称略）

会長	藤村 吉彦	（緑町町内会長）
副会長	藤森 典人	（上土商店街振興組合理事長）
々々	大 篤 宏	（上土町町内会長）
々々	齊 藤 勉	（ナワテ通り商業協同組合理事長）
部会長	増 田 博 志	（上土商店街振興組合副理事長）
事務局長	山 本 真 也	（ナワテ通り商業協同組合理事）
監 事	鈴 木 秀三郎	（上土商店街振興組合事務長）
会 員	渡 辺 宏	（上土商店街振興組合理事）

【アドバイザー】（敬称略）

増 尾 均	（松本大学観光ホスピタリティ学科教授）
白 戸 洋	（松本大学観光ホスピタリティ学科教授）
畑 井 治 文	（松本大学観光ホスピタリティ学科教授）
向 井 健	（松本大学観光ホスピタリティ学科准教授）
米 山 順 一	（松本市お城まちなみ創造本部長－当時－）

【ワークショップ協力】 松本大学 白戸・畑井・向井・増尾各ゼミの学生さん

【コーディネーター】（敬称略）

三 村 晃	（総合企画事務所エムエープラン代表）
-------	--------------------

あ と が き

2021年10月8日に開催したワークショップ「お城下町のまちづくりを考える会」でのブレインストーミングで行った「SWOT分析」で、松本大学の学生さんたちから出たたくさんの斬新なアイデア。それを真摯に受け止めていたお城下町の皆さん。このシーンを見ていて、これからのお城下町における「まちづくり活動の核心」を暗示されたような気がしました。つまり、町（街）にはさまざまな方が暮らし、働き、訪れます。そこには、当然さまざまな考え方が生じてきます。このさまざまな考え方をひとつの方向にまとめていくことは並大抵のことでは達成できませんが、そこに关わるひとり一人が、自分とは異なった意見であってもまずは一旦受け入れてから議論に進めば、活発な建設的な協議が実現でき、集約された“方向性”も見出せるはずだと確信した瞬間でもあります。

このたび提示されました「まちづくり基本構想」は、あくまでも一つの構想です。これが「ネタ」となって「お城下町の未来」を皆で語り合えたらいいな、と夢見ています。（三村）

あなたの縁を彩る

まつもと お城下町の風

まつもと お城下町

「個×味×遊」
(コミュニケーション)

お城下町PR動画
あなたの縁を彩る「まつもと お城下町」の風

さまざまな縁を結び、素晴らしい“気”が漂う「まつもと お城下町」。
江戸から、明治・大正・昭和。そして平成から令和へと。時を経て今、お城下町に集ったお店が
「こだわり(個性)」や「味(あじ)」、「遊び心」を加え、
新たなエンターテインメントゾーンとして
Webサイト「まつもと お城下町「個×味×遊(コミュニケーション)」」を立ち上げました！

お城下町まちづくり推進協議会
【上土商店街振興組合・ナワテ通り商業協同組合・みどり会】
まつもと お城下町「個×味×遊(コミュニケーション)」にぎわい創出事業プロジェクト 〒790-0874 松本市大字 4-8-15 TEL.0263(36)2007

お城下町まちづくり推進協議会