

# レトロツーリズムによる地域活性化の可能性

明治大学 経営学部 公共経営学科  
4年17組28番 南 光華

## 【目次】

第1章	はじめに……p.3
第2章	レトロツーリズムとその効果
2-1.	レトロツーリズムとは……p.4
2-2	「なつかしさ」による心的効果……p.5
第3章	豊後高田市について
3-1	豊後高田市の概要………p.7
3-2.	商店街活性化の取り組み………p.8
3-3	昭和の町の効果………p.13
3-4	課題………p.14
第4章	考察………p.15
	参考文献………p.16

## 第1章 はじめに

現在、巷では「昭和レトロ」や「レトロ」をした商品やテーマパークが作られ、イベントも開催されるなど空前のレトロブームである。

埼玉県所沢市にある「西武園ゆうえんち」では2021年に総事業費約100億円をかけ、「昭和の熱気で心を満たそう」をキャッチコピーに「昭和レトロ」を全面に打ち出したリニューアルをおこなった。2020年に開業70周年を迎えた西武園ゆうえんちは施設の老朽化や新型コロナウイルスの流行の影響もあり来場者数が大幅に減少していたが、「古い」「懐かしい」といったこれまでのイメージを逆手に取り、昭和をテーマにリニューアルしたことで来場者数はリニューアル直後から急増した。さらに以前の客層は家族連れの方が全体の約8割を占めていたが、現在ではZ世代が半分ほどを占め、若い世代にも注目されるようになった。

また、池袋の東武百貨店では定期的に「昭和レトロな世界展」を開催し、1970年代から1980年代に大ブームを巻き起こしたスペースインベーダーの体験やなつかしの学校給食などのグルメも楽しめる。

愛知県・北名古屋市では昭和日常博物館から肖像品を借り受け、週に一回高齢者向けのセミナーを開催している。昭和レトロな品々に触れることで昔を思い出し、脳が活性化され認知症予防に役立つと考えられている。

このように、「昭和レトロ」は当時を知る世代には懐かしく、当時を知らない世代には新しい魅力的なもので、様々な場面で活用されているが、レトロを取り入れた観光により観光客を増加させ地域活性化に繋がられるのではないかと考えた。

本論論文の目的は、「昭和レトロ」をテーマにした地域活性化の実態を調査し、レトロを活用した商店街の活性化、さらに地域活性化をはかる取り組みについて、その課題や可能性を見ていくことである。その中で、筆者は昭和レトロをテーマに地域活性化に成功した大分県豊後高田市の「昭和の町」を対象にしたい。

その理由は、2001年に誕生して以来20年以上の歴史があることと、これまで観光まちづくりの成功事例として国土交通省の「手づくり郷土賞」（2012年）や「2017年アジア都市景観賞」など数多くの賞を得ていることにある。

## 第2章 レトロツーリズムとその効果

### 2-1 レトロツーリズムとは

天野(2017)によれば、レトロツーリズムとは観光対象を呈示する主体が、なつかしきの表象の付与を明示的におこなっている観光のあり方、および観光客がそれらの表象の消費を目的とした行動を展開する観光のあり方である。レトロツーリズムの背景として、「昭和30年代ブーム」と「街歩き観光の一般化」の二点がある。

一点目は、2005年に公開された「Always 三丁目の夕日」を火付け役に、2007年には「週刊昭和タイムズ」(デアゴスティーニ)と「週刊昭和」(朝日新聞社)が創刊され、テレビ番組では毎回昭和時代の1年間を振り返る「ひめくりタイムトラベル」(BS-TBS、2007-2012年)、昭和の様々な文化や出来事をテーマとした「関口宏の昭和青春グラフィティ」(BS-TBS、2011-2012年)が放映され、特定のジャンルに偏らず、往時の社会・文化全般を回顧するという文化が、社会現象として定着した。二点目については、名勝や集客施設などの観光地へ赴くことだけでなく、都市や地域の街並み、裏路地などを遊歩する経験それ自体が観光の一ジャンルとして見出され、街歩きがこれまで観光とは無縁であったような地域の商店街や路地においても実践されるようになった。

レトロツーリズムとは、こうした「昭和ブーム」という時代への着目と、街歩き観光とが融合した観光形態であるといえる。

レトロツーリズムの歴史について、天野(2017)によると、「昭和30年代」を観光対象のテーマとして明確に打ち出したのは、フードテーマパーク内の空間演出からである。具体的には、1993年に梅田スカイビルの地下飲食店街である滝見小路(大阪市)が、1994年にラーメンをテーマとしたフードテーマパークである新横浜ラーメン博物館(横浜市)が開業した。昭和の街並みの中にある駄菓子屋で駄菓子を購入したり、スナックや喫茶店で飲食したり、当時の娯楽を追体験できる仕掛けが備わっており、この意味でレトロツーリズムを創り出した先行例と言える。1990年代以降、昭和の表象の観光対象としての可能性が認知され、まちづくりや観光振興における活用が模索され始めるようになる。1995年には、昭和30年代がモチーフではないが、「門司港レトロ」(福岡県北九州市)が誕生した。1999年には商家を再生した「昭和レトロ商品博物館」(東京都青梅市)が誕生し、2001年には「昭和の町」(大分県豊後高田市)の取り組みが始まった。さらに2003年には「昭和

なつかし館」(福島県会津若松市)が開業、2004年には、山形県高畠町の中央通り商店街が「昭和縁結び通り商店街」に名称変更された。その後、「Always 三丁目の夕日」が2005年に公開されると、「昭和30年代ブーム」が到来し、2010年に「湯布院昭和館」(大分県湯布院市)、高山昭和館(岐阜県高山市)が開業、2012年には飲食店街の「昭和横丁」(愛知県犬山市)、2016年に「奥飛騨おもちゃ博物館」(岐阜県飛騨市)が開業している。

## 2-2 「なつかしさ」による心的効果

レトロがもたらす「なつかしさ」という感情が観光客や地元住民にどのような心的効果を与えるのか検討していきたい。

楠見(2017)よれば、なつかしさ(ノスタルジア)とは小学校の卒業式の出来事といった自分自身体験のように個人的な出来事の記憶に基づくものと、自分自身が体験していないにも関わらず生じるなつかしさがある。前者は個人的ノスタルジア、後者は歴史的ノスタルジアと呼ばれる。昭和を知る世代が、歌謡曲のレコードを手にとったり昔の家電などが展示されている博物館に行き、当時を懐かしんだりするのは、個人的ノスタルジアであるといえる。一方、昭和レトロは昭和を知らない若者世代にも人気で西武園ゆうえんちなどのテーマパークだけではなく、クリームソーダやかつて昭和の家庭で使われていたアデリアのグラスウェアをリメイクした「アデリアレトロ」も人気となっていて街中で多く見かける。これらは歴史的ノスタルジアといえる。

### (1) 個人的ノスタルジア

個人的ノスタルジアは、エピソード記憶に基づいて形成される。イギリスの大学生を対象にした調査研究では、誰かと昔の話をすることや、匂いや音楽なども個人的ノスタルジアのきっかけになることが示されていたが、最も多かったのは否定的感情であった。孤独や悲しみを感じる時に過去に思いを馳せるといふ人が、全体の38%を占めていた。否定的な感情状態の時に自分自身の過去を振り返りやすいということがわかった。

個人的ノスタルジアの臨床的応用として、近年高齢者の心理療法として医療福祉領域で行われている回想法があげられる。回想法とは、回想を誘導する写真や音楽などを用い、認

知症高齢者でも比較的保たれる自伝的記憶の早期を活用することで、情緒の安定、意欲の向上、認知機能の維持・向上、ADL（日常生活動作）の向上などを目的とする技法である。瀧川、中（2011）によると特定の時期の懐かしい音楽を聴かせれば、その時期の記憶の想起を促進できること、またなつかしさは自己機能や社会機能など、幅広い機能を有していることがわかった。これらの知見は回想法の効果である、心理的安定や、自我統合などにつながると考えられる。

## （2） 歴史的ノスタルジア

楠見（2017）によると、歴史的ノスタルジアは、過去の時代を舞台とした小説や物語を基盤にして形成されており、理想化されている。消費者は歴史的ノスタルジアを経験することによって、歴史の延長線上に自分を位置付けてアイデンティティを確認できる。しかし、消費者は歴史の延長線上に自分を位置付けられなくても、歴史的な知識に基づいてイメージを形成し、それに照らし合わせることによってノスタルジアを感じることもあると考えられる。具体例として、アメリカの1950年代風のダイナー（食堂車の形をした大衆向けレストラン）や古めかしい雰囲気の漂うアイリッシュ・パブが日本でも増えていることが挙げられる。そうした店には外国人だけではなく、多くの日本人消費者が訪れる。また、昭和のころの雰囲気を漂わせる商店街を、外国からの観光客がノスタルジックな雰囲気を期待して、散策していることもしばしばある。こうした現象は異文化の過去へのノスタルジアも存在するということを示している。

## 第3章 豊後高田市について

### 3-1 豊後高田市の概要

豊後高田市は、大分県北部の国東半島の北西部に位置し、大分市までは約 60km、北九州市までは約 90km と両市に比較的近い距離にある。佐々木 (2004) よると、鎌倉時代から戦国時代まで、国東半島地域の武士団御瀬戸内海への拠点地として、明治以降においては関西地域への内海航路の拠点になるなど、歴史的には西瀬戸地域の交流の結節点の役割を果たしてきた。その後、高度成長に伴う日本の産業構造の変化により、都市部への人口流出や過疎化、高齢化が進行したため、新たな時代の変化に対応すべく、2005 年 3 月 31 日に 1 市 2 町が合併し、「豊後高田市」が発足した。

また、豊後高田市のある国東半島一帯には神仏習合による六郷満山文化が息づいていて、自然豊かで厳かな空気が漂う。六郷は両子山を中心とした、山稜の間に開かれた六つの郷、満山はそこに築かれた寺院群を指している。豊後高田市にある「富貴寺」は現存する九州最古の木造建築物で国宝にも指定されている。<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 昭和の町・豊後高田市公式観光サイト

図1 大分県地図



### 3-2 商店街活性化の取り組み

豊後高田市の中心商店街は、江戸時代から明治、大正、昭和 30 年代にかけて、国東半島で一番栄えた町で、江戸時代から海上運輸の要所であった。しかし、段々と時代の波に取り残され、多くの商店街と同じく寂しい街になってしまった。時代が平成に変わる頃には、商店街には人通りがなく、「犬と猫しか歩かない」と揶揄されていた。

そこで、平成 4 年度には株式会社電通の協力のもと大規模な再開発を伴う「豊後高田市商業活性化構想」を作成したが、この計画は一旦商店街を全部壊して、町の真ん中にドーム型の野球場や商業施設を作り、街を全部作り直して活性化しようというものであり、費用が莫大な費用を要するハード面重視の計画であったため、実現不可能であった。この構想の失敗

<sup>2</sup> 大分県の地図

<https://www.mapion.co.jp/map/admi44.html>



を機に地域活性化への意識が高まり、中心市街地の活性化を本気で実現させていこうと、考える商工会議所の職員と商店街で働く若手メンバーら4人が集まり、商店街の特徴を活かし活性化させるには繰り返し話し合いを進めていった。この中で、市街地のコンセプトとして「昭和」が見出された。「昭和」がコンセプトとなった理由として、商店街の建物の70%が昭和30年代以前の建物であったこと、豊後高田市が最も元気だった時代が昭和30年代であり、その頃の賑わいをもう一度取り戻したいという思いがある。メンバーたちは「昭和の町再生会議」を立ち上げ、商工会議所まちづくり協議会の一つの部門にしてもらい、最初の4人のメンバーから同じ思いを持つメンバーが増え、豊後高田市の職員や大分県の職員も参加するようになった。2001年には豊後高田市の中心商店街が本当の昭和の旗印に掲げるのにふさわしい歴史や景観を持っているのかを調べるために、国の緊急地域雇用創出特別基金事業を使って、昭和30年代の商業地図をもとに街並み実態調査を行った。商店街301店全てについて一店毎に歴史と建物の調査を行うとともに店にまつわるエピソードや資料がないかなども調べた。

また、県と市の助成金を利用して、「街並み景観統一整備事業」として、昭和30年代ごろの外観を再現し、看板を昭和の看板に戻す修景作業を行なった。<sup>3</sup>

佐々木(2004)によると、「昭和の町」を作るにあたって4つのキーワードを設定した。1つ目は、「昭和の建築再生」である。中心市街地であれば高度経済成長期にどこでも大抵は実施していた都市事業計画を豊後高田市は、ほとんど行っていなかったため、古い建物や街並みが多く残っていた。これは全国どこを訪れても個性を無くした街並みに出会うことが多くなった中で、昭和の街並みが残っているということは地域の財産となるのではないかと思われた。2つ目は「昭和の歴史再生」である。「まちかど博物館」ではそのお店の歴史を物語るような各お店に代々伝わるお宝を展示している。3つ目は、「昭和の商品再生」である。昔からこの街で愛され続けているものやここでしか買えないお店自慢の商品を開発した。4つ目は、「昭和の商人再生」である。ものではなく心を優先に血の通った商店街としての再生を目指した。

大正時代の木の看板をそのまま掲げる昔ながらのお茶屋さん「千嶋茶屋」の自慢のお宝は特大茶箱である。昔はお茶の品質を保つために、一年分のお茶を宇治から仕入れるために、特大茶箱に入れて貸車を借り切って運んでいた。また自慢の商品は昭和30年代の茶袋入

---

<sup>3</sup> 豊後高田市（大分県） 商業と観光の一体化による中心市街地の再生－「昭和の町」

りの玄米茶である。鹿児島煎茶と東松浦の玄茶を合わせた九州ブレンドである。

お菓子屋さんの「森川豊国堂」の自慢のお宝はアイスクャンデーの行商自転車である。昔は、荷台の積荷には夏はアイスクャンデーBOX、冬は和菓子の包みに変え、自転車で行商していたそうだが、現在ではお店の外に展示している。お店の商品はさっぱりミルク味の昔ながらのアイスクャンデーのほか、豊後高田産の希少な落花生もお店で丁寧に自家培養している。店主の森川さんは、昭和の時代にはひとつ商品をひとつの店が守り伝えていた、それこそが昭和の町の商店の意義だと語っている。<sup>4</sup>

2022年11月29日、大分県豊後高田市に訪問し、調査をした。

昭和の町の拠点施設である昭和ロマン蔵の中には、商店街の人々の昭和の町に対する想いやお店の歴史、自慢の商品などが紹介されている。(図2)

これらから、豊後高田市のまちづくりは、住民一人ひとりに着目したものであり、自らの町の課題に対して当事者意識を持ち解決しようとする地元住民の姿があることがわかった。



図2 豊後高田昭和の町 人物図鑑 筆者撮影

---

<sup>4</sup> 「豊後高田昭和の町から恩送り 20年のご縁をありがとう」『豊後高田市観光まちづくり株式会社』

昭和ロマン蔵の中にある「駄菓子屋の夢博物館」には、昭和のおもちゃがぎっしりと展示されていて、昭和30年代を生き抜いてきた人たちには懐かしさを、昭和を知らない子供たちには新鮮で面白い感覚を与える。(図3) また、「昭和の夢町三丁目館」は、昭和30~40年代の暮らしを再現されており、音声を利用した仕掛けがされていることで耳からも楽しむことのできる体験施設となっている。(図4)

松崎(2005)によると、昭和50年前後では民具の展示に対してつい最近まで使っていたことに懐かしさを覚える人がいる一方、「こんなもの家にもある」と、ほとんど関心を示さない人も少なくなかった。それからまた時が経過し、所謂民具も視野から見えなくなり、変化した現状に照らして過去が想起されるに至ったのかもしれない。一定の年齢に達した人にとって、それは「見知りおきの過去」とは言え、生活革命とさえ称されるほど変貌著しかっただけに、懐かしさも一入昂じて今日のようなブームの到来を見たと考えられる。<sup>5</sup>



図3 駄菓子屋の夢博物館 筆者撮影

---

<sup>5</sup> 博物館と地域活性化～昭和三〇年代ブームとのかかわりから～ 松崎憲三



さらに、豊後高田市の取り組みで注目すべきことは農業と商業の連携である。黒川(2011)によると、豊後高田市では2000年代後半から新しい農産品として「そば」を推奨している。多くの遊休農地を活用させる一つ的手段として蕎麦産業を活性化させ、さらに流通されるために商店街と連携し、空き店舗を使った「地元のそばが食べられる店」を積極的にプロデュースしている。そばを農家が生産し、地元企業がそれを商品化・加工し、地元のレストランで食べられるという「地産地消」と呼ばれる内需拡大型の経済成長モデルを体現している。



図4 昭和の夢町三丁目館 筆者撮影

### 3-3 昭和の町の効果

昭和の町は 2001 年に本格的にスタートして以来、観光客数が急増し、ここ数年は新型コロナウイルスの影響で観光客数は減少しているが、それ以外だと安定して年間 30 万人以上が訪れる人気の観光スポットとなった。(図 5)

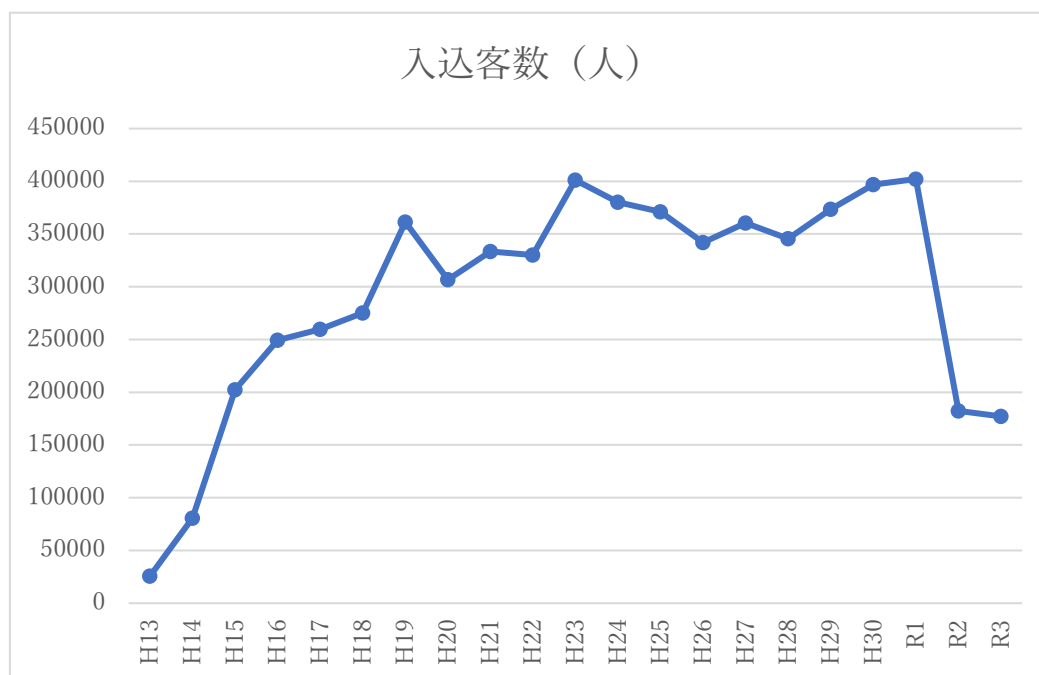


図 5 昭和の町 年別観光(入込)客数推移

豊後高田市観光まちづくり株式会社からいただいた資料をもとに筆者作成

2021 年 11 月に株式会社西日本リサーチ・センターが実施した昭和の町の訪問者および利用者における利用状況を調査した街頭インタビューによると、訪問者の年齢層は、19 歳以下は 2.6%と少ないが、それ以外だと 20 代で 18.4%、30 代で 18.4%、40 代で 19.7%、50 代で 19.7%、60 代で 12.5%、70 歳以上で 8.6%と幅広い世代の人が満遍なく訪れている。また、来街時の交通手段は自家用車が 84.2%と 8 割を超えて最も多く、訪問者の居住地は豊後高田市が 14.5%、豊後高田市近郊が 17.1%、その他の大分県からの訪問者が 24.3%と大分県だけで 50%を超えていることから比較的豊後高田市から近い距離に住んでいる人が車で観光に来ていることがわかった。さらに観光目的の対象者の宿泊予定については、「泊まりがけ」と答えた人が 22.7%で、日帰りの人が大半を占めている。滞留時間についても 60~

90分未満の割合が32.9%で最も高く、ついで90~120分の割合が25%となっている。

昭和の町の効果は観光客数の増加だけではなく人口の増加もある。

筆者が豊後高田市商工観光課の小池さんへのインタビューによると、昭和の町として商店街を活性化させてから、自分の住んでいる市が全国的にも有名になったことで地元を誇りを持ち市外に転出する人が減少した。また、多くの人が訪れる商店街ということで、昭和の町でお店を経営しようと移住者も増加し、現在豊後高田市の市街地の空き地はほとんどない状況だという。<sup>6</sup>

宝島社『田舎暮らしの本』2022年2月号の特集「住みたい田舎ベストランキング」においては、大分県豊後高田市が「人口一万人以上三万人未満の町」のうち、若者世代・単身者が住みたいまち部門第1位、子育て世代が住みたいまち部門第1位、シニア世代が住みたいまち部門第1位に選ばれた。

### 3-3 課題

地域住民が一体となって行なった商店街の活性化で、犬と猫しか歩かないと言われた商店街は年間約30万人以上が訪れる観光地となり、それに伴い住民の人口も増加した豊後高田市だが、課題もあると考えた。

一つ目は移住支援などにより商店街に新たに参入してくる人も増えたが、それに対して観光客が昭和の町に落としてくれるお金が少ないことである。筆者が豊後高田市に訪れた際に商店街で懐かしい昭和の学校給食メニューを楽しめる喫茶店「カフェ&バー ブルヴァール」を営んでいる店主にインタビューしたところ、「市は、様々な支援をして移住者を増やしていてお店自体は増えているが、それに合わせて観光客を今より増やす方法や来てもらった観光客によりお金を落としてもらえる仕組みが必要であり、昭和の町の近くにはホテルが少ないため観光客の滞在時間が少なく、それも町で使うお金の少なさと関係している。」と述べていた。<sup>7</sup>

二つ目の課題は、昭和の町を構成する一つひとつの店舗の質の維持である。筆者が豊後高

---

<sup>6</sup> 小池氏からの聞き取り(2022年11月29日)

<sup>7</sup> カフェ&バー ブルヴァールの店主の野崎氏からの聞き取り(2022年11月29日)

田市商工観光課の小池さんにインタビューしたところ、昭和の町が始まってから 20 年以上経ち、昭和を発信できる人が高齢化してきていることと、外部からの移住者が増加してきていることで、「昭和の建築再生」「昭和の歴史再生」「昭和の商品再生」「昭和の商人再生」という昭和の街を作るにあたっての目的から離れてしまいがちだという。<sup>8</sup>

#### 第 4 章 考察

豊後高田市が「昭和の町」として、レトロをテーマにした商店街の活性化に成功した理由は、二つあると考えた。一つ目は、単に近年のレトロブームに乗るのではなく、地域住民と行政職員が一体となり長い時間をかけ豊後高田市の調査を行い「昭和レトロ」という地域の魅力を見つけ出したことである。地域の有する昭和以前の歴史や生活文化が存在しているため、「生きた」昭和の町が存在している。二つ目は、一人ひとりの「人」に焦点を当てたまちづくりをおこなっていることである。住んでいる人々に見放されてしまうようなまちづくりを行うと、一時的な集客効果はあるが、長期的には地域住民の協力が得られず長続きしない。

昭和の町の効果で観光客が急激に増加し、商店街に賑わいが戻ってきたが、その一方で昭和の町で新しく商売を始める人の増加による問題点も上がってきている。筆者が商店街の人にインタビューした際には、最近では近隣との関わりも少なく昭和の町の取り組みに関心を持っていなかったり、あまり詳しく知らなかったりするお店も多いという。知らないことが増えると不安を生み、不満を生む。昭和の町に対する温度差をなくし、商店街全体としてまちづくりに取り組むためには、昭和の町の方角性を明確に整理し、商店街全体の合意形成を図れる場が必要だと考えた。

---

<sup>8</sup> 小池氏からの聞き取り(2022年11月29日)

○参考文献

- ・楠見考 (2014)「なつかしさの心理学—思い出と感情」
  
- ・天野景太「レトロツーリズムの文化論—昭和の表象が織りなす観光のアクチュアリティ—」『日本観光学会誌第 58 号 2017 年 12 月』  
[https://www.jstage.jst.go.jp/article/nihonkanko/58/0/58\\_28/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/nihonkanko/58/0/58_28/_pdf/-char/ja)
  
- ・瀧川真也 中真紀子 (2011)「懐かしさ感情が自伝的記憶の想起に及ぼす影響：反応時間を指標として」  
[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jcogpsy/9/1/9\\_1\\_65/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jcogpsy/9/1/9_1_65/_pdf/-char/ja)
  
- ・豊後高田市（大分県）商業と観光の一体化による中心市街地の再生—「昭和の町」  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000063248.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000063248.pdf)
  
- ・昭和の町・豊後高田市公式観光サイト  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000063248.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000063248.pdf)
  
- ・佐々木真治 (2004)「豊後高田「昭和の町」づくりについて」『日本不動産学会誌/第 18 巻 2 号』  
[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jares1985/18/2/18\\_2\\_62/\\_pdf/-char/ja](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jares1985/18/2/18_2_62/_pdf/-char/ja)
  
- ・松崎憲三 (2005)「博物館と地域活性化～昭和三〇年代ブームとのかかわりから～」
  
- ・豊後高田市観光まちづくり株式会社 「豊後高田昭和の町から恩送り 20 年のご縁をありがとう」
  
- ・宝島社『田舎暮らしの本』2022 年 2 月号



・黒川健人 (2011)「新しい時代の商店街の再生に向けて」

<https://www.ec.kagawa-u.ac.jp/~tetsuta/jeps/no7/Kurokawa.pdf>

○研究協力

豊後高田市観光まちづくり株式会社 小池悠介様

カフェ&バー ブルヴァール 野崎智子様