

上諏訪エリアチャレンジ2025

スワマチ  
スロ〜ハイフ  
in すえひろ・こわた

歩いて楽しいエリアにしよう！

社会実験 効果検証結果  
スワ・マチ・ミライ

## 内容

1. スワマチ スローハイクって何？	・・・ P.2
2. 目的・検証内容の振り返り	・・・ P.7
3. 成果①実施内容	・・・ P.10
4. 成果②スローハイクの風景	・・・ P.14
5. 成果③広報関連・調査結果	・・・ P.17
6. 成果④アンケート結果	・・・ P.22
7. 調査結果サマリー	・・・ P.31
8. 課題・方向性	・・・ P.32



## 1. スワマチスローハイクって何？

# スワマチ スロ〜ハイク



いつもよりゆっくり歩いてみるだけで  
まちの風景は少し変わって見えてきます。

そんな風景の先には、  
心地よい場所や素敵なお店の発見、  
思いがけない出会いが生まれるかもしれません。

スワマチ スローハイクは  
「歩いて楽しいエリアにしよう！」を合言葉に  
愛着のわく居心地の良い場を  
ゆっくり散策しながら見つける、  
2024 年から始まった 1 か月間の参加型社会実験です。



# 1. スワマチスローハイクって何？

2023年3月、公民が一緒になって、  
10年後の将来イメージを想像し、  
まちづくりを進めるための道しるべとして  
『上諏訪駅周辺まちなか未来ビジョン』が作られました。

- ①上諏訪の資源を活かす
- ②歩いて楽しめる
- ③グランドレベルに人の活動が感じられる

という3つのテーマで  
まちの未来の姿をイメージして対話を進めています。

2024年3月、このビジョン実現を目指し、  
約1年の準備期間を経て、  
まちに関わるメンバーがあつまり、  
それぞれの課題、情報、活動を共有し、連携しながら  
まちづくりを進めるチーム『スワ・マチ・ミライ』が誕生。

上諏訪駅周辺の新しい魅力を生み出すことを目指しています。



## 1. スワマチスローハイクって何？



特にスワマチ スローハイクの  
舞台となる末広、小和田周辺は、  
歴史的な建物や空き店舗をリノベーションした  
お店や空き地や、公共スペースを活用して自由に過ごす  
風景が増えつつあるエリアです。

地域の方々、店主、関わる方と一緒に、  
滞在できる心地よい場を生むなどして、  
楽しさや懐かしさを感じながら  
歩ける界限をつくることを目指しています。



## 1. スワマチスローハイクって何？

実は、末広・小和田・大手周辺のエリアは、  
この6年ほどで、30件以上もの新しいお店が増えています！

歩きたくなる路地もあったり共同浴場もあったり、  
松本や甲府から来てくれる人や、  
東京を中心として県外から諏訪のこのエリアを楽しむために  
来てくれる人がたくさんいます。



# 1. スワマチスローハイクって何？

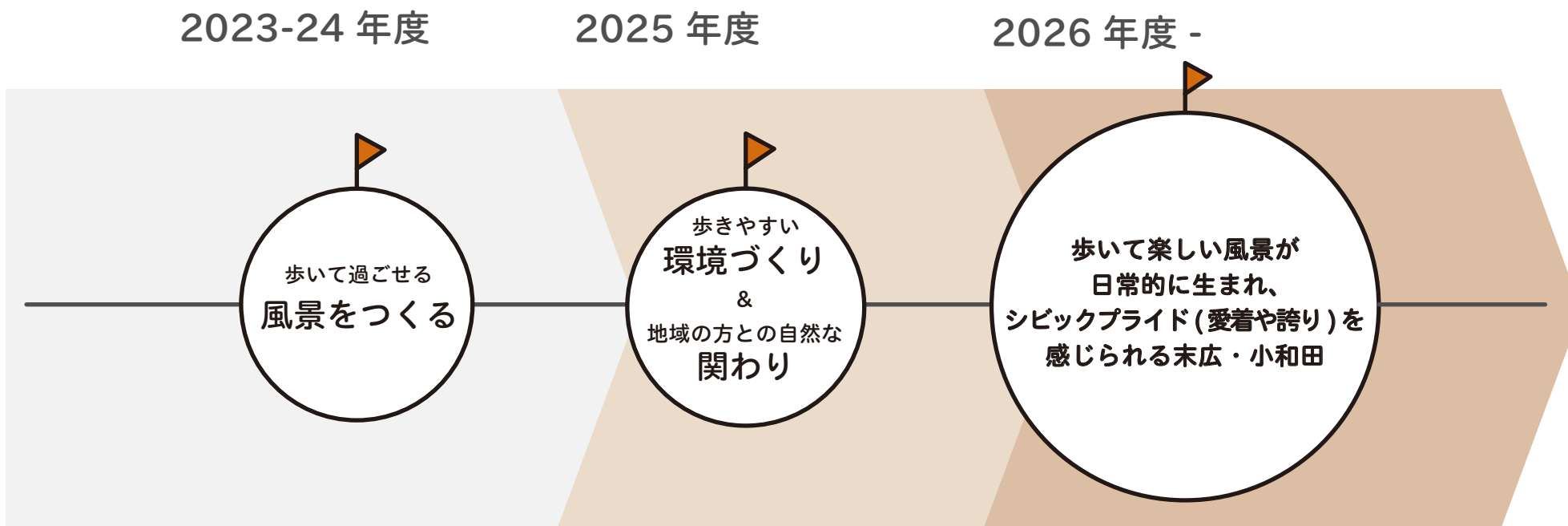


2024年のスローハイクは、  
歩いて過ごす風景をみんなでつくってみようと、4つのことを試しました。



## 2. 目的・検証内容の振り返り

スワ・マチ・ミライで目指していること



必要なこと

環境

人

- ・ 道路や駐車場の環境整備
- ・ 不動産や有休スペース活用
- ・ 広く地域連動 / 活動しやすいコミュニケーションや仕組みづくり
- ・ 理解と議論が深まり、行動しやすい体制



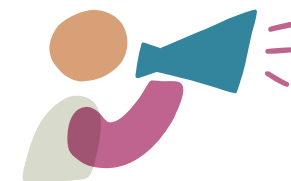
## 2. 目的・検証内容の振り返り



歩くきっかけになる  
環境を整えたい



滞留しやすい場を  
つくりたい



まちの活動を  
わかりやすく伝えたい

冬でもあたたかく  
すごせる場をつくりたい



自然な交流を  
うみたい



検証フェーズでは、「ウォーカブル」の可能性に集中する。

- ・今のリソース、できる範囲で無理なく行う。
- ・来訪者が楽しめる（疲れにくい）範囲を定める。



## 2. 目的・検証内容の振り返り

大項目	コンテンツ	検証テーマ	成果物
①歩くきっかけ	来場者特典!!500円クーポン配布 ※akippa駐車場利用者限定 駐車場の紹介 一方通行の実施	エリア内の駐車場不足を補える仕組みを作れるか 車道の狭さ、車歩共存の仕組みを作れるか	<p>定性・定量の調査データ</p>
②冬でもあたたか	軒先給湯スペース ぬくぬくヌック(暖炉やストーブがあるお店の紹介) 飲食店のあたたかメニュー紹介	冬季の人流をうむことができるか	
③滞留しやすい	ぶらタン利用者へのアンケート調査 スタンプラリー	滞留・回遊性の向上に寄与できるか	
④自然な交流ができる	出店者募集(集中期間) 出店者募集(1ヶ月)	空き店舗の利活用とマッチングに寄与できるか	
⑤まちの活動を伝える	こけら落としトークイベント 地域の方々と話す 諏訪のこと MAPの作成 SNSの活用	ビジョンや社会実験の意図を周知できるか	

### 3. 成果①実施内容



## スワマチ スロ〜ハイク

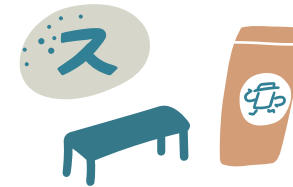
2/7(土) もっと!  
8(日) スロ〜ハイク  
な2日間



ぬくぬくメニュー

ぬくぬくマック

給湯スポット



キーワードラリー

すわっていいよベンチ

ぶらぶらタンブラー



アキッパ  
akippa & 限定クーポン  
駐車場サービス

同時開催

スロ〜にまちをたのしもう



期間中 毎週末解放している  
ぬくぬくマック



みんなの居場所  
ゆめひろ

1/31をのぞく  
土日祝  
10:00~16:00

mitaya micro hotel

毎週末  
11:00~14:00



## マップの作成



もっとまち歩きを楽しむためのマップの再編集



## 生まれたコンテンツイメージ



既存のコンテンツやエリア内の店舗と連携し、今ある魅力を大切に再編集



# 有休 / 公共スペースの活用

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
みんなの居場所  
ゆめひろ(末広1-11)

会場  
末広 2-10

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
ポーターリー●206号室 トンネル棟 2階  
(諏訪2-2-28)

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
末広 9-7

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
末広 5-13

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
末広二区公民館横  
公園

会場  
リビルディングセンタージャパン  
駐車場(小和田6)

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
ポーターリー●ウッドデッキ・Hoppe内  
(諏訪2-2-28)

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
末広二区公民館  
(末広 9-16)

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
末広 5-7  
(空き地)

会場  
末広 5-14  
(駐車場)

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
yori(末広6-12)

2/7 もっと!  
8 スロ〜ハイク  
な2日間

10:00~17:00  
空き店舗・空きスペースを  
活用したチャレンジショップ



会場  
末広 1-12

地域事業者や大家のご協力の元、13箇所の遊休 / 公共スペースを活用



## 4. 成果②スローハイクの風景

過程でみえた風景



まちの方、まちづくりに興味のある方、エリア内店舗、東京の学生やサポーターなど、盛り上げに参加



## 4. 成果②スローハイクの風景

想像を超えてしみ出てきた活動



運営での発信意外に、様々な方が独自のコンテンツを用意したり、投稿などで一緒に盛り上げ！



## 4. 成果②スローハイクの風景

### こけらと結びのスロートーク



地域の今とこれからを話す場づくりとして、トークイベントを開催

運営も地域も一体的に考えて、振り返る開かれたスワ・マチ・ミライとエリアビジョンのヒントを得ることができた



## 5. 成果③広報関連・調査結果

### 広報①ーサイン計画



## 5. 成果③広報関連・調査結果

### 広報②ーメディア

---

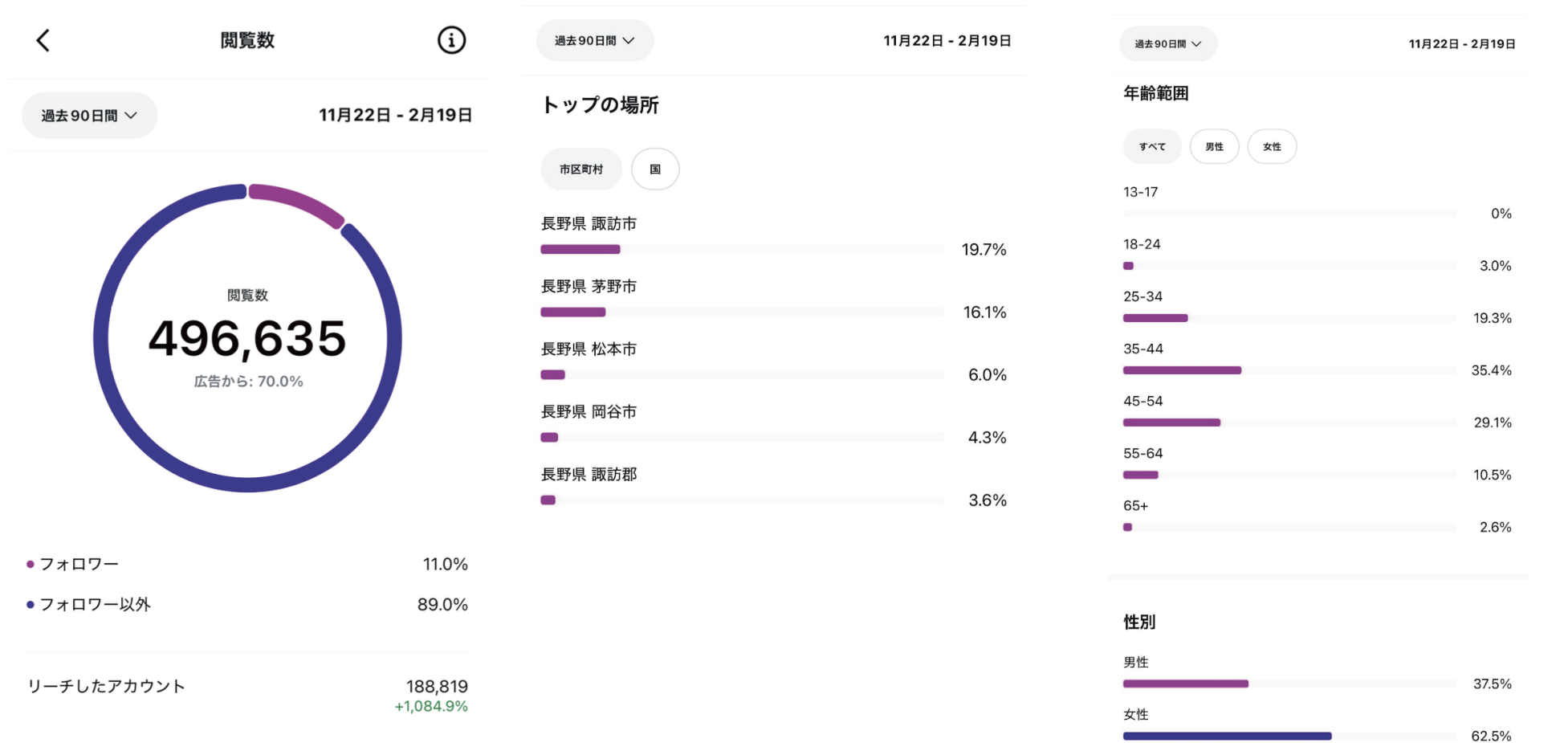
- ・ 市民新聞『歩いて楽しむ魅力を PR』
  - ・ 長野日報『歩いて楽しい場を創出』
  - ・ 長野日報『スワマチ スローハイク 来年 1 月 24 日から』
  - ・ 信濃毎日新聞『JR 上諏訪駅前の未来、散歩しながら考えませんか』
  - ・ yahoo! ニュース『マップ片手にスワマチを歩こう！』
  - ・ 公共 R 不動産『スワマチスローハイク in すえひろ・こわた』
  - ・ トコトコ諏訪
  - ・ まいぶれ
- ほか





## 5. 成果③広報関連・調査結果

### インスタ運用-②



# 5. 成果③広報関連・調査結果

## 2/7-8出店者

16箇所：37組！！



2日間限定! 2/7 もっと! 8日 スロ〜ハイク な2日間 10:00~17:00

空き店舗・空きスペースを活用したチャレンジショップ

1 みんなの居場所 ゆめひろ (東広1-11) みんなの居場所ゆめひろ (東広1-11) 入居しよう(賃貸) / 法人など商賃用(要約) @yumehiro\_sawa

2 運動市空家対策チーム 運動市空家対策チーム 空き家活用を促す列 一軒家も活用を促す一 特別企画を企画して @sawakikakashi

3 コーヒースペース / SUWANOKA / imito 朝日町センター1Fの 雑居 / 雑居ビル内の販賣 @sawakikakashi

4 会社社団法人 園芸青年会事務所 団体の運動を紹介 @sawakikakashi

5 東広2-10 ドラムサークルずわ 打楽器のリズムで かつたまろり @sawakikakashi

6 東広5-7 (雑居) 愛機総合 サービス ヤマトバイク / フランチャイズ 機材八ヶ岳店 ヤマトバイク協会 (STMA) このころから大人まで楽しめる ワンストップバイクショップ @yama\_mtb

7 東広5-13 Original Candle たけなひ 香りのいい / かわいらしい / サイネ / シェルライト製 様々なオリジナルキャンドル / キャンセルから大まで出来る 全国発送サービス @original\_candle\_tayai

8 東広5-13 耳つなぎジュエリー Temu.mil3 トリ毛ミニール 空気を吸ったジュエリー / キャンセルから大まで出来る 全国発送サービス @temu\_mil3\_kiraku

9 東広9-7 Burrito y Tacos 5884 プリト / タコス @burrito\_y\_tacos5884

10 東広二区公民館 (東広3-16) FLAT OUT 小物 / キーホルダーなどの 販賣 / キャンザイババク 野 @yuu\_aki678

11 東広二区公民館 公園 フルーツパーラーみかん 五平 / 藤原 藤原 / 藤原 @fruitparlor\_mikan

12 リビリティンセンター ジャパン 劇場場 (東広4) timeness pop store 2日限定のライブパフォーマンス / 無料入場券 / 人気アーティストも 出演も話題も盛りだくさん! @timenesspopstore

13 Hoppe 内 このか 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @kococo\_ha

14 203号室 きゅうときどきほり やざわ モクモク / ぽんぽん / ぽんぽん @nagano\_ayuzu\_hori

15 206号室 カネサカエ 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @kanesaka\_organicstyle

16 205号室 SOARE 高級お洋服 / AI 高級お洋服 / AI 高級お洋服 / AI 高級お洋服 @soare\_aroma\_school

17 205号室 古着屋 waler 洋服 / 洋服 / 洋服 @waler\_weddingthing

18 小間いサツメレキ 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ @koshimai\_yatsumireki

19 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

20 chaku chaku 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @chaku\_chaku

21 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

22 choco716 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @choco716

23 choco716 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @choco716

24 小間いサツメレキ 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ @koshimai\_yatsumireki

25 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

26 chaku chaku 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @chaku\_chaku

27 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

28 choco716 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @choco716

29 小間いサツメレキ 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ @koshimai\_yatsumireki

30 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

31 chaku chaku 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @chaku\_chaku

32 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

33 choco716 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @choco716

34 小間いサツメレキ 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ / 小間いサツメレキ @koshimai\_yatsumireki

35 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

36 chaku chaku 高級お洋服 / 高級お洋服 / 高級お洋服 @chaku\_chaku

37 206号室 suwa\_crayon カスタムステッカー / カスタムステッカー / カスタムステッカー @suwa\_crayon

みなさんの声 聴かせてください アンケートを回答していただいた方にメルマガをお送りします!

メルマガ 登録 1/24 2/22

お問い合わせ先: 0246-53-4141 内線 273

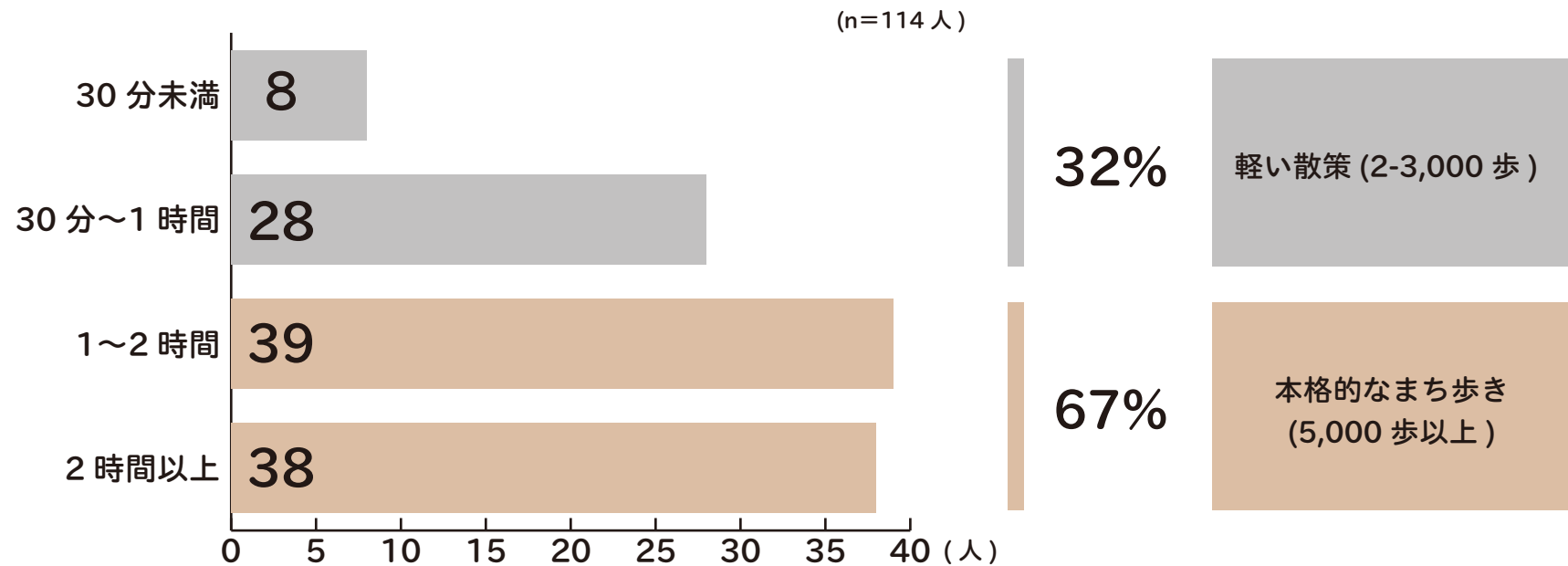
37組の出店者と、12の公共スペース / 遊休スペースをマッチングし、新たなつながりを創出



## 6. 成果④アンケート結果 (抜粋)

### ①来訪者アンケート

Q. 今日の滞在時間はどれくらいでしたか？



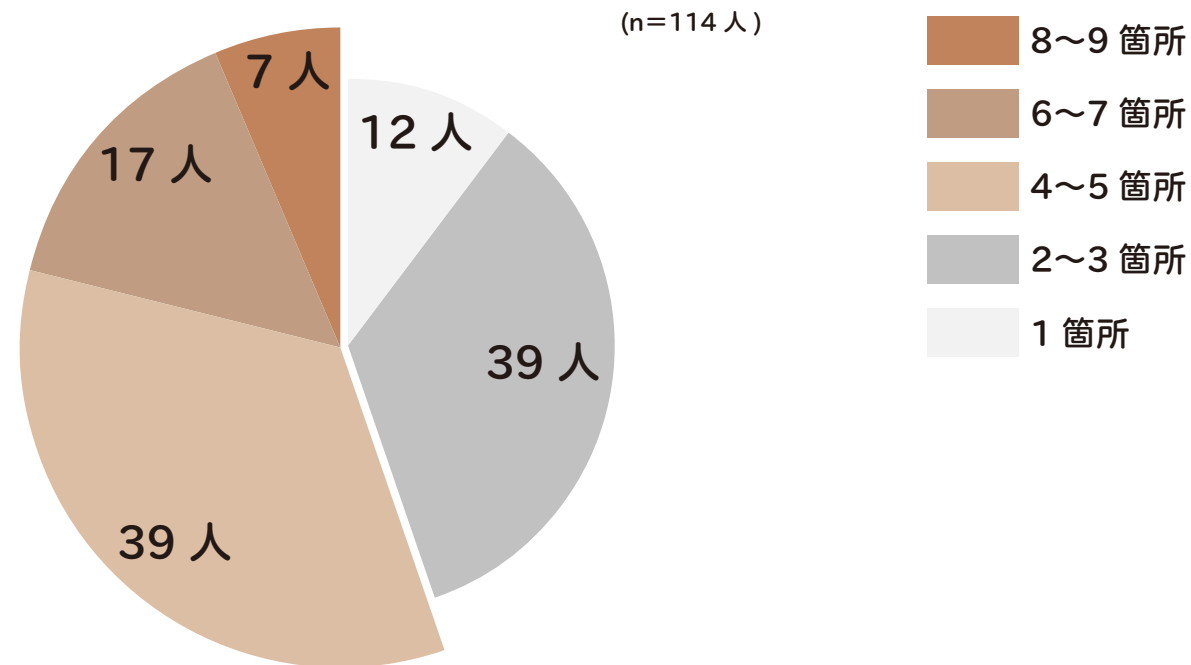
約 67% が 1 時間以上滞在  
=本格的なまち歩き型の滞在が成立する



## 6. 成果④アンケート結果 (抜粋)

### ①来訪者アンケート

Q. 今日、徒歩で回った店舗・拠点の数は？



平均3から5店舗を回遊 / 約60%が4箇所以上を回遊  
=エリア回遊型の行動が生まれている

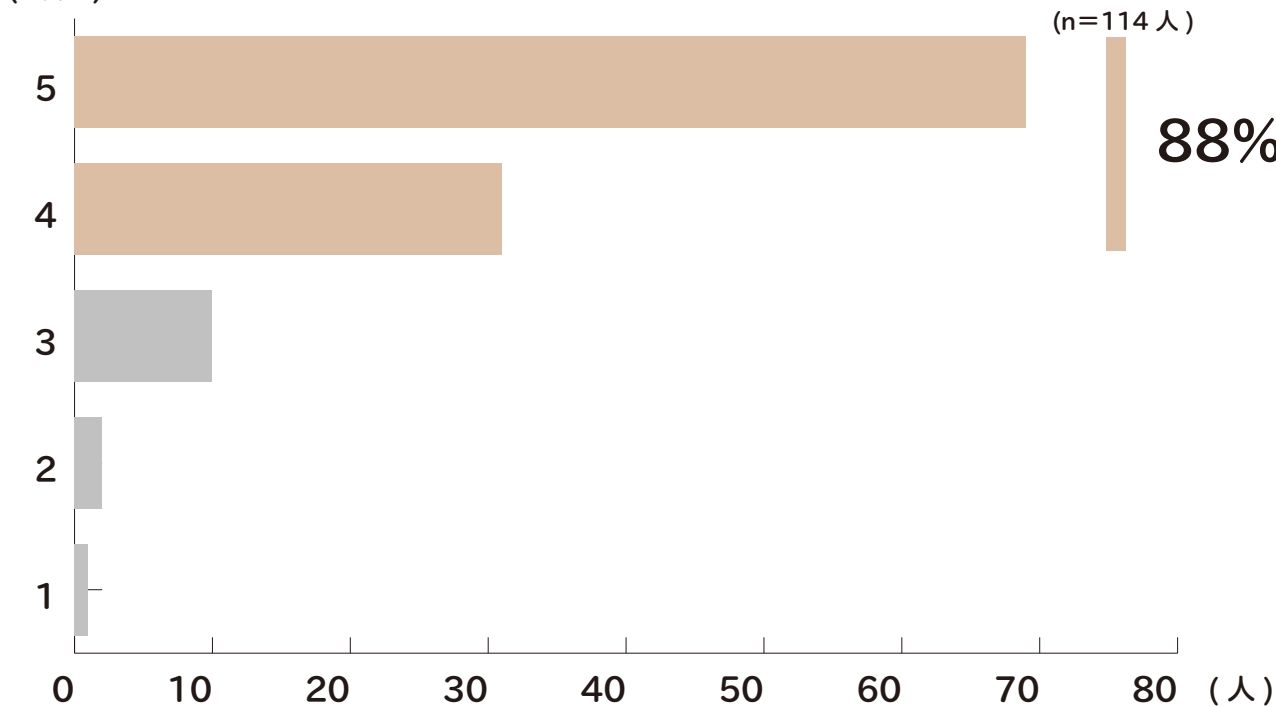


## 6. 成果④アンケート結果 (抜粋)

### ①来訪者アンケート

Q. また来たいと思いますか？

(評価)



理由 (要約)

3つの価値

- |               |      |
|---------------|------|
| ①知らない場所を知れた   | 再発見  |
| ②歩いて回るのが楽しかった | 回遊体験 |
| ③空気感がよかった     | 風景   |

= イベントそのものでない本質的な価値

『また来たい』(4以上)と感じた方が88%  
= 歩くことで既存店舗や街の魅力・価値を再認識できたこと

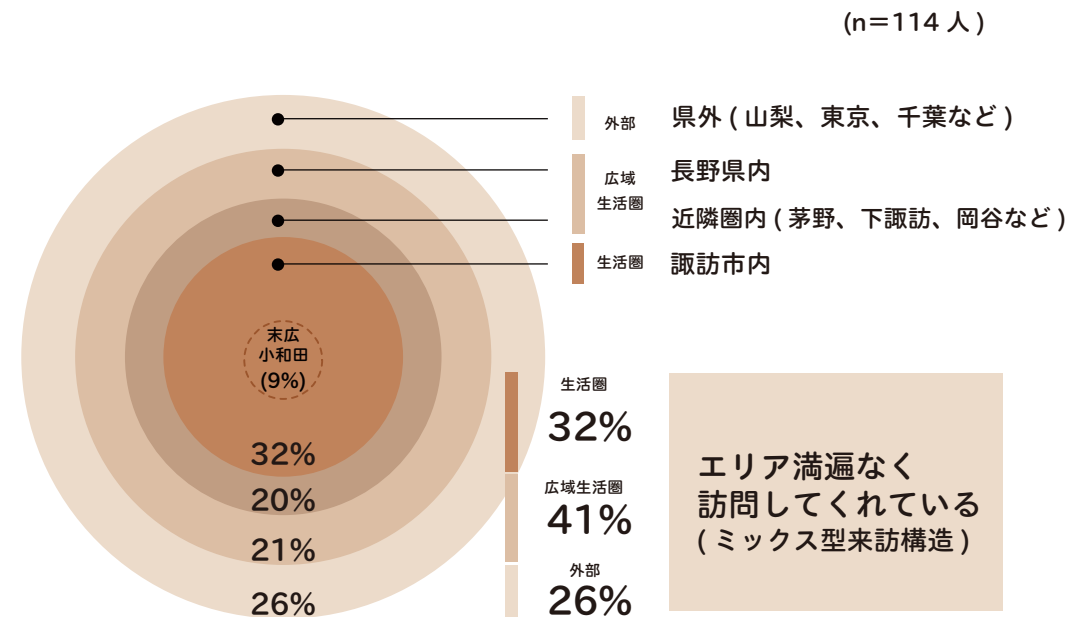
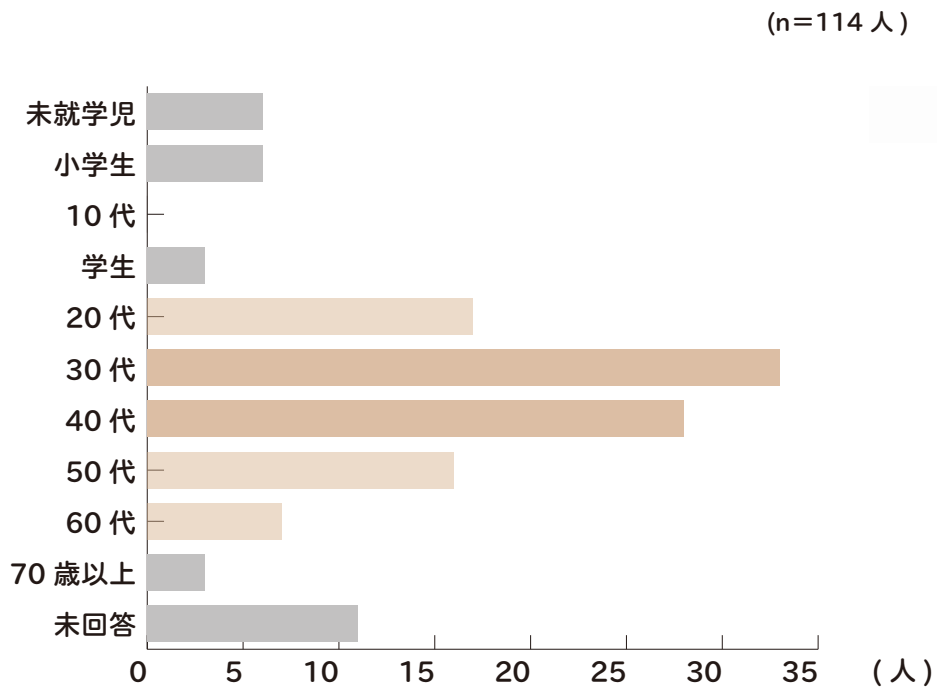


## 6. 成果④アンケート結果 (抜粋)

### ①来訪者アンケート

Q. 世代を教えてください ( 帯同者含む )

Q. どこから来ましたか？



主体層は 30-40 代で 53% / 幅広い世代 / 生活者と来訪者の混在  
 =ウォーカブル的価値の根拠となる、ミックス型来訪構造が生まれている



## 6. 成果④アンケート結果（抜粋）

### ①来訪者アンケート まとめ

①滞在時間      68% が 1 時間以上

②回遊            60% が 4 店舗以上

③再訪意向      88% が『また来たい』

・国土交通省「エリアマネジメント推進マニュアル」  
・日本都市計画学会研究  
などが評価指標として用いる基本指標

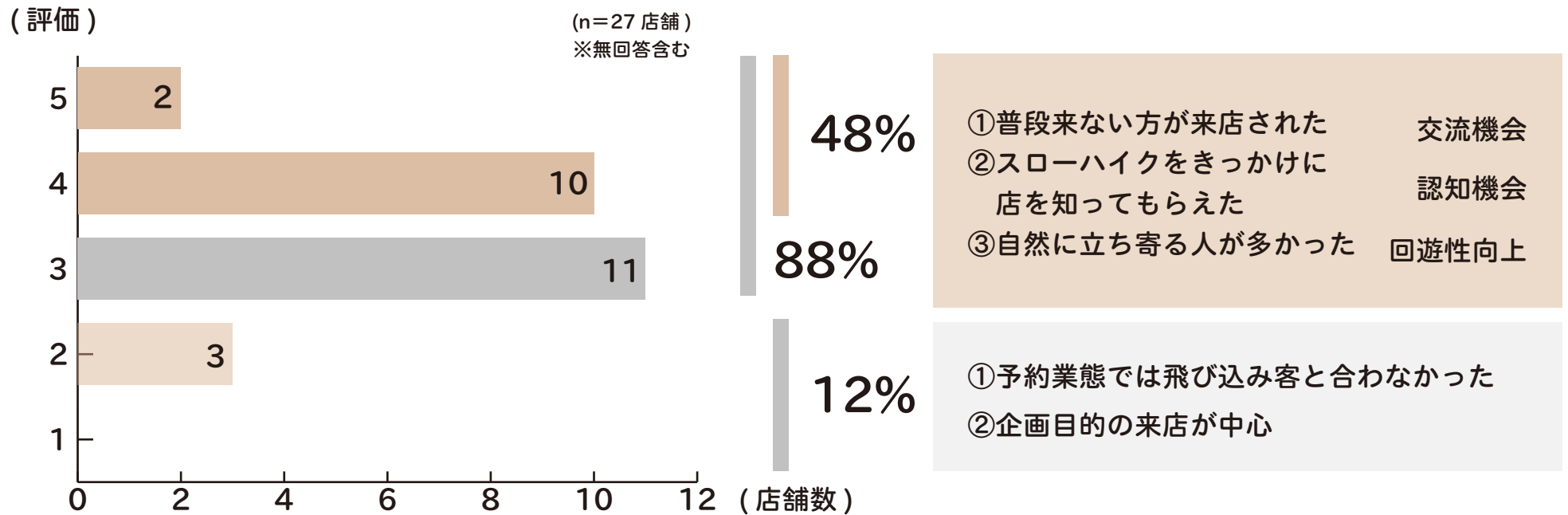
『滞在・回遊・満足』＝『愛着』  
ウォーカブルの3要素を満たす



## 6. 成果④アンケート結果 (抜粋)

### ②近隣店舗アンケート

Q. 来場者との接点を感じることができたか



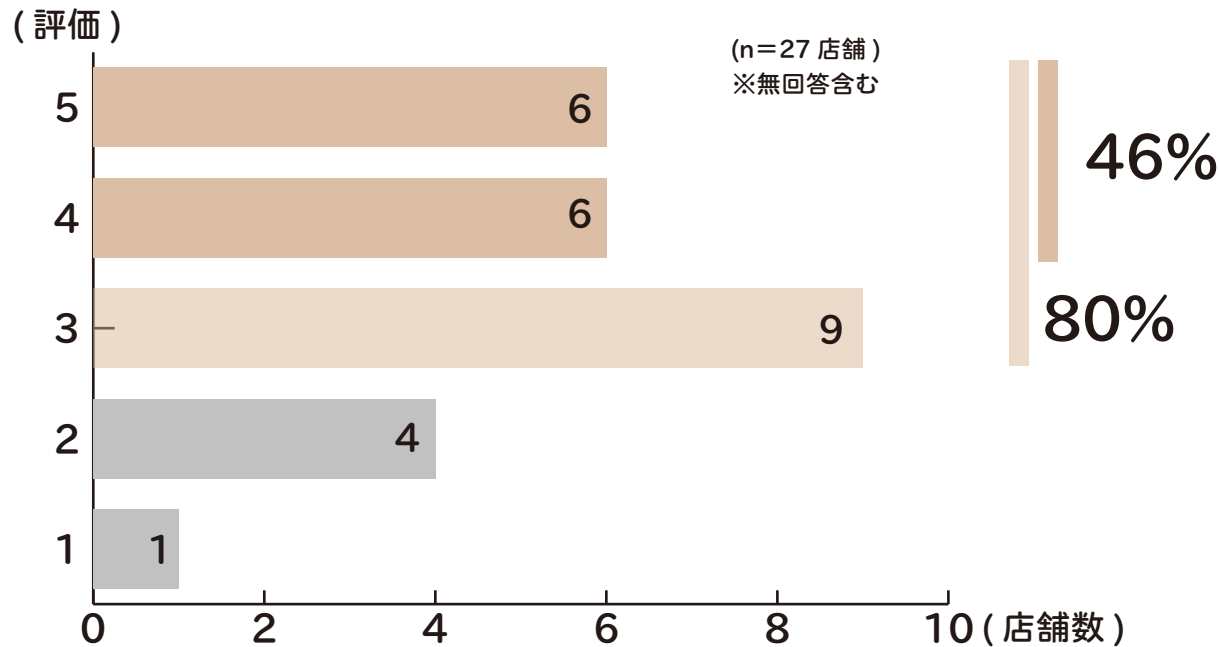
約半数が、顧客接点の多さを感じることができた  
=『回遊 → 機会創出 → 新規顧客』各フェーズごとの接点を生み出せている



## 6. 成果④アンケート結果 ( 抜粋 )

### ②近隣店舗アンケート

Q. 他店舗からの紹介 または他店舗を紹介した実績はありましたか？



#### エリアマネジメントの定義

地域の地権者・事業者・住民が主体となり、エリアの価値を維持・向上させるための自主的な取り組み

#### エリアマネジメントの重要行動

- ① 情報共有 店や事業者が互いを知る
- ② 連携行動 共同イベントなど
- ③ 相互送客 客を紹介し合う

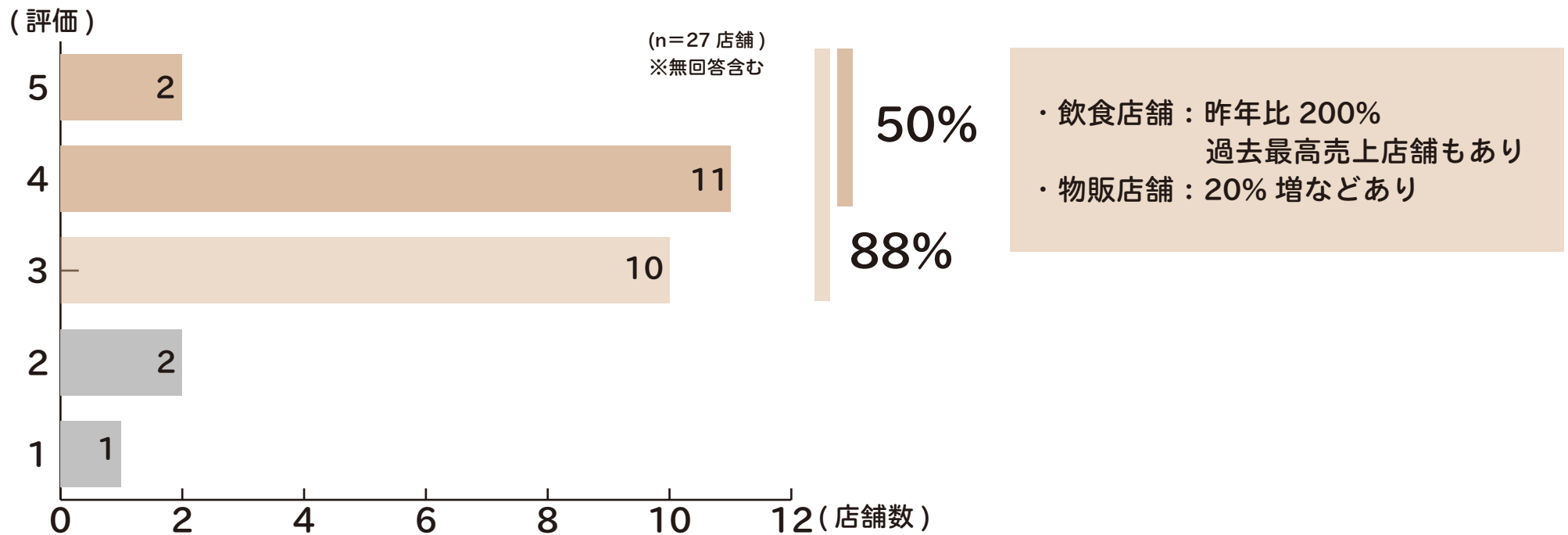
80% 「一定程度あった」 / 46% 「かなりあった」：明確な紹介行動が確認  
=人の回遊 → 店舗連携 → エリア化 の芽を感じることができる



## 6. 成果④アンケート結果 (抜粋)

### ②近隣店舗アンケート

Q. 新規顧客の来店に繋がりましたか？



88% 「一定程度あった」 / 50% 「かなりあった」  
= 総体的に見ると確実な売上増にも良い影響を与えることができている



## 6. 成果④アンケート結果（抜粋）

### ②近隣店舗アンケート

#### まとめ

①顧客接点            48%が「とても感じる」

②紹介実績            46%が「とても多い」

③新規顧客            50%が『また来たい』

・国土交通省「居心地が良く歩きたくなるまちなか」政策  
主な評価視点 ①滞在時間 ②回遊行動 ③交流 ④消費活動

『回遊・交流・経済』＝『愛着』  
ウォーカブルの3要素を満たす

・国土交通省エリアマネジメント推進マニュアル  
行動指標 ①来訪者回遊 ②店舗来店 ③店舗間連携

『回遊・来店・連携』  
良いエリマネ3要素を満たす

①回遊による新規顧客の流入 ②来訪者と店舗の接点の増加 ③店舗間の連携による自発的活動

といった効果が確認された。

これらの結果から、本取り組みは来訪者の回遊行動と店舗間連携を生み出し、

ウォーカブルエリア形成に寄与する効果があったと考えられる。



## 7. 調査結果サマリー

### 効果検証サマリ

大項目	コンテンツ	検証テーマ	結果	総合評価
①歩くきっかけ	一方通行の実施	車道の狭さ、車歩共存の仕組みを作れるか	賛成：反対=4:1	○
	来場者特典!!500円クーポン配布 ※akippa駐車場利用者限定	エリア内の駐車場不足を補える仕組みを作れるか	稼働率 12.6%	○
	駐車場の紹介	エリア内の駐車場不足を補える仕組みを作れるか	利用数図れず	—
②冬でもぬくぬく	ストーブ等の紹介	冬季の人流をうむことができるか	滞留効果あり ※アンケートなど参照	○
	給湯スポット	冬季の人流をうむことができるか	滞留効果あり ※アンケートなど参照	○
	飲食店のあたたかメニュー紹介	冬季の人流をうむことができるか	滞留効果あり ※アンケートなど参照	○
③滞留しやすい	ぶらたん利用者へのアンケート調査	滞留・回遊性の向上に寄与できるか	利用者満足度 & 回遊性高い	○
	石のキーワードラリー	滞留・回遊性の向上に寄与できるか	他エリアへ展開可能性大	○
④交流できる	出店者募集(集中期間)	空き店舗の利活用とマッチングに寄与できるか	出店検討者 50%	○
	出店者募集(集中期間)	出店者の売上や集客に寄与できるか	大寒波による売上影響大	×
⑤伝わりやすい	こけら落としトークイベント	ビジョンや社会実験の意図を周知できるか	マインドセット効果大	◎
	結びのトークイベント	ビジョンや社会実験の意図を周知できるか	来年度の方針ヒント多数	◎
	MAPの配布	ビジョンや社会実験の意図を周知できるか	5,000+増刷分=約 10,000	◎
	SNSの配信	ビジョンや社会実験の意図を周知できるか	PV50万 UU18万フォロー 635人	◎

#### ※評点基準

結果 . . . ×：想定する結果を得られなかった ○効果を得られた ◎想定を超えた結果を得られた

総合評価 . . . ×：継続なし △：方針要検討 ○：継続あり ◎：継続必至！

→総合評価は、『結果』の評点とアンケート結果 / スワ・マチ・ミライの協議を元に、総合的に分類



## 8. 課題・方向性

	政策的指標	今回の結果	必要なアクション
①歩くきっかけ	滞在	1時間以上 68%	① スローハイクの継続・差別化・拡大 ② 店舗ネットワーク形成 ③ 回遊インフラ整備
↓			
②回遊が起きる	回遊	4店舗以上 60%	
↓			
③店舗接点生まれる	交流	店舗接点 48%	
↓			
④新規顧客増える	経済	新規顧客 46%	
↓			
⑤店舗連携生まれる	連携	店舗紹介 50%	



## 8. 課題・方向性

### 1. 課題と進め方案 (新たに進める必要があること & 重要論点)

エリアリノベーションに必要な4つの要素  
「建築」「不動産」「グラフィック」「メディア」

- ①スワ・マチ・ミライの役割と体制作り(わかりやすい言語化と目線合わせ)
- ②他エリアとの連動性(1エリアだけの盛り上がりではない)
- ③各団体やエリアの活動見える化(すでに良い活動がたくさんある)
- ④一方通行の実施可否決定、ハード整備に関わる議論(本格的な成果)
- ⑤日常化するための活動(イベントではない)



## 8. 課題・方向性

### 2. 継続できること

- ①SNS：『まちの情報発信』スローハイクという、提唱を反復して発信
- ②スローハイク：期間を設定して、より近隣店舗/拠点のためになる活動へ
- ③まちなかの休憩スポットや回遊コンテンツのノウハウを、他エリアへ



## 8. 課題・方向性

### 3. やり方を変える / 検討した方がよいこと

もっと！スローハイク(集中2日間)：気候によるリスクが大きい。  
既存のマーケットとの区別  
→例えば、1,2ヶ月の空き家出店など進行する場合は方法を要検討



## 8. 課題・方向性

進行過程で特に繰り返し出てきたキーワード

「エリア全体のブランディングが重要！」

「スワ・マチ・ミライの役割とは？」

今後進め方の提案

- ・当エリアはコンテンツや取り組みが街中で渋滞しているけど、すでにいい取り組みも多い。それらを再編集、伝え方を工夫することで、もっと知ってもらい、軸を持って地域のブランディングに寄与する可能性があるのでは。
- ・今あるコンテンツを大事にすることで、他エリアや活動との連携も向上する。
- ・スワ・マチ・ミライは、「まちの活動をつなぐ・伝える」チームとして、他事業者も含めてすでにある(やっている)ことを言語化、発信してあげる、応援することが、役割として良いのではないか。そうすることで、地域の活動が見え、「このエリアならでは」につながるのではないか。
- ・個別の活動や事業体を応援する、面的な繋がりや活動をうみ、発信する「地域メディア」のような位置付けを一つの役割として捉えるのはどうか。

※上記の役割により、ニュートラルに(広く満遍なく)地域と関わっていくことができる

※上記の場合、メディア媒体も様々ある中で、いかに役割と立ち位置を明確に持つことができるかを考える必要あり



