

2. 事業内容

(1) 空き店舗活用事業

1) まちかど文化館(美保館旧館)

美保館旧館に、江戸・明治・大正時代の宿屋を再現し、美保関の歴史と文化を展示する資料館として開設した。ここでは貴重な文化財を展示するとともに、往時の面影を残す2階広間において、各種のイベントを開催した。

関の五本松節教室

地元民謡「関の五本松節」指導

ふるさと塾

美保関の古代、中世、近世、近代の歴史・文化について学ぶ。

子どもふるさと塾

夏休みの期間に合わせて、子ども向けの歴史塾を開催した。

吟行

美保関には多くの俳人が訪れ、この街の情緒をうたに詠んでいることにちなんで、美保関の名所を巡り、吟行(句会)を行った。

美保の七福神教室

美保関の地域に鎮座する神様の神話や伝説の講義。美保の「七福神」神社を巡る。



来訪者でにぎわう街角文化館

まちかど文化館入館者数 3,177名(平成12年7月20日~12月20日)

2) 体験工房(北國醤油店空き倉庫)

竹細工、鯛料理、手芸、デッサンなど、美保関の資源を活用した教室を体験工房で開催した。内容は次の通りである。

竹細工工房

美保関でかつて盛んであった竹細工の教室を開催。主に籠の制作。

鯛料理工房

えびす鯛を使った料理教室・鯛の活き造り、鯛のあら炊き、鯛の骨蒸し、その他

手芸工房

ビーズ細工、人形、袋物、箱、小物入れの製作

デッサン教室

美保の七福神を題材にデッサン教室を開催。



体験工房外観

3) 情報発信館(イベント館)

各種のイベントの主会場であり、来訪者に美保関のさまざまな情報(観光、イベント、店など)を提供する場として整備・活用した。また、美保神社の由来や回廊の縁起、美保関の歴史・文化などについての展示も行った。

4) チャレンジショップ1号館

竹箆など竹細工製品を主に取り扱うショップとして整備・開店した。また、店の一部を海の妖怪をデザインモチーフにした置物を展示した。



チャレンジショップ1号館

5) チャレンジショップ2号館

レトロ調の雰囲気演出・整備し、布製品、雑貨などを主に販売した。また、店内で気軽にコーヒーなどが飲めるように細工と古物の展示を行い、通りのイメージアップも図った。

6) その他の事業

青石畳通りの店舗(活用空き店舗及び既存店舗)の店先に、店名を記載した3連の暖簾を掲示した。店舗数は12店。また、通りを中心に「美保関青石畳通り」の幟を製作し、掲示した。併せて、法被をつくり、オープニングから各種イベントに活用し、イメージアップを図った。

7) 関連事業

史実と伝説の美保関資料館の整備

青石畳通りに空き店舗(倉庫)として現存していた中浦食品の倉庫跡を、「史実と伝説の美保関資料館」として整備してもらい、通りの核展示施設として活用した。資料館の展示内容は、主にご当主・鷓鴣家の所蔵品の展示を行い、併せて、美保関の文化的な伝統行事などの展示をした。

場所：青石畳通り中ほど、チャレンジショップ1号館筋向い

営業：10:00～17:00

入場料：無料

青石畳通り入り口アーチの整備

老朽化していた青石畳通り入り口アーチを、景観事業として木造で全面改修し、通りのイメージアップを図った。オープニングに併せて、アーチの除幕を行った。

(2) イベント事業

1) オープニングイベント

美保関青石畳通り空き店舗事業のオープニングイベントとして、町内外の関係者を招待し、オープニングイベントを開催した。

開催日：平成12年7月20日(木・海の日)



2) 俳句祭り

美保関を題材に詠んでもらい、作品を募集した。優秀な作品については青石畳通りに設置、俳句板に掲載。

3) 美保の七福神祭り

～夏休み親子妖怪談義～

ゲゲゲの鬼太郎の作者・水木しげる氏、鎌田東二氏をゲストに迎え、「美保の七福神」や「目に見えない不思議な世界」についてのトークショーを行った。参加者からの質疑も受け付け楽しく交流し、夜には美保関神社内で肝試しも行った。



会場風景（美保館旧館2階）

4) えびす祭り

えびす讃歌

美保関の文化、「ホーライエッチャ」は、北前船によって伝わった民謡と踊りである。アレンジも自由なので、参加者にはオリジナルの「ホーライエッチャ」を創作してもらい、壇尻を先頭に街を練り歩く。表現力、演技力を審査し、優秀なチームを表彰する計画を立てた。

この事業は、参加チームが少ないことから、中止した。

エビス鯛づくしツアー

美保関といえば「恵比寿様」、「恵比寿様」といえば「鯛釣り」が有名である。美保関では鯛のことを恵比寿様にちなんで「エビス鯛」と呼ぶことから、エビス鯛の一番美味しいシーズンに鯛づくし料理を賞味していただく。併せて、「～したい、～になりたい」などの願望をかなえる鯛形の特製絵馬を参加者全員にプレゼントした。



鯛づくし教室

5) 七日祭り

七日えびす

七日エビスにちなんだ幟を青石畳通りに設置した。

縁日の出店については、地区内外の個人、団体、法人に対して公募を行い、出店者を募った。

(3) キャンペーン事業

1) 街頭キャンペーン：9月30日(木)

ジャスコ日吉津店正面・東入口前、エルモール商店街アーケード内にてチラシ配りのキャンペーンを行った。

2) その他

地元CATV(マープル)及びラジオ出演(電話インタビュー)などを行った。

【 効 果 】

出店者及び実行委員会員の意識動向 ～アンケート(ヒアリング)の結果～

(1) 通りの活性化について

1) 本事業により、来訪者や通りの人通りは多くなった。

2) いろんな層の来訪者があり、全体としては成功だったと思う。

3) 通りそのものは変化していないが、門の新設やのぼりを掲出しただけでも、通りのイメージアップにつながったと思う。

(2) 来訪者について

1) 「まちかど文化館」は、貴重な資料展示で好評だった。

2) チャレンジショップなどもっと多くの店の出店を期待してきた人が多かった。

3) 「がっかりした」「悪い宣伝をしている」という声も聞こえた。

4) イベントへの参加は、近場からが多かったのでは。

(3) 事業全体について

1) 本事業で、今までほこりをかぶっていたところが磨かれて、こういうネタも使えるという要素が見えてきた。「6社参り」などがその例である。

2) 改善すべきことはあるが、本事業は好評だった。成功といえるのでは。

3) 美保神社を訪ねた人も、青石畳通りを歩いた人は少ないようだ。とおりPRとして充分効果があったのでは。

4) 空き店舗対策が当初目的であったが、閉店した店もあり、達成できていないのでは。



キャンペーン風景

【 課 題 ・ 反 省 点 】

(1) 今後の課題と方向性

1) 将来的にみると、本事業で老人のパワーが出たことが良い点だった。継続させるには大切である。

だが、これからは視点を変えないと行けない。今までは商工会の事業、観光協会の事業でやっていたものを福祉の事業の面から継続を考えると、展開の仕方を考えるべきである。

2) 所期の目的は、観光の面から「青石畳」を生かすというものだったので、それは達成した。

ただ、空き店舗対策事業という名目だったために、店舗展開が少なかったという批判が出てしまったのであろう。

(2) 反省点

本事業を終えて、美保関地区全体の活性化という視点から見れば、様々な課題が浮き彫りになった。青石畳通りを売るためには、美保神社をはじめとする地区内の全ての資源の見直しと、それらの資源を最大限利用した観光施策が必要と思われる。本事業の性格が空き店舗対策であることから、青石畳通りに商店をあてての事業展開は免れないが、将来的には、地区全体の資源に不可価値を加えていく戦略が必要である。

美保関は、古来から美保神社の門前町として、また北前船の寄港地として栄えたところである。この悠久な歴史をひもとき、核となる“町のストーリー”を作成することが必要と思われる。そのストーリーづくりの中から、他の地域にない美保関独自の特化したイメージづくりを行う。また、どこから、どのように交流客を誘致するのか、というターゲット層の設定に基づくPR戦略の必要がある。

これらの展開を行うためには、まず、地区住民の合意の形成が必要であり、本事業を契機とした個別事業(もしくは、ワークショップなど)を積極的に推進し、住民への意識啓発と人材育成を図ることが大切である。

【 教 訓 】

(1) 一過性のものでなく、継続的な事業実施が重要。

(2) 多様な事業展開も必要ではあるが、こだわりのあるオンリーワンの事業の取り組みが最重要。

【 関 連 U R L 】

美保関町商工会

<http://www.joho-shimane.or.jp/shokokai/ebisu/>