

地域の特徴・地場産品を活かした活性化事業の展開を図る

江 刺 商 工 会 議 所

機関名	江刺商工会議所		
所在地	岩手県江刺市大通り 3-14		
電話番号	0197-35-2514		
地域概要	(1)管内人口 3万4千人	(2)管内商店街数 9 商店街	
事業の対象となる商店街の概要	(1)商店街数 7 商店街	(2)会員数 103 商店	
	(3)空店舗率 — %	(4)大型店空き店舗 — 店	
商店街の類型	1.超広域型商店街 2.広域型商店街 3.地域型商店街 4.近隣型商店街		

【事業名と実施年度】

平成12年度	活性化対策事業 総事業費	新商品の開発、セミナーの開催 11,780 千円
平成13年度	活性化対策事業 総事業費	伝統工芸品の展示、フリーマーケット 15,763 千円

【事業実施内容】

1. 背景

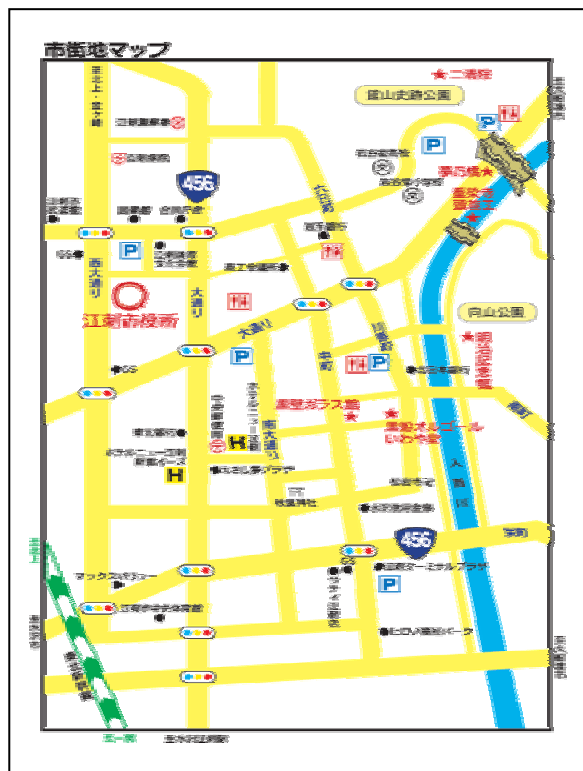
江刺市は岩手県中南部に位置した田園文化都市であり、人口は約3万4千人である。

江刺市はかつて船運が栄えたことから、蔵が多い街である。

近年では、それらを生かし特色あるまちづくりのために「音」「蔵」をテーマとすることで郊外型店舗や大型店舗との差別化を図りながら個性のある商店街の整備がすすんでいる。このことは「蔵の街・えさし」として県内外からの視察や来街者の増加をもたらしている。また、江刺市の中心商店街は古くからタンスや菓子、酒、味噌などの工場が立ち並ぶ職人の街であり、国の伝統工芸品の指定を受けている「岩谷堂筆筒」は全国的に有名である。

しかしながら、依然として中心商店街は来街者の購買意欲を高める商品や店舗の魅力に欠けており、イメージにあったオリジナル商品の充実や店舗の個性化が大きな課題となっている。

このような状況を踏まえ、江刺市の商業の伝統であった「技」に着目し伝統技術を取り入れた新商品の開発と商品製造技術を販売に生かした魅力ある個店・商店街づくりを進めるた



地域の特徴・地場産品を活かした活性化事業の展開を図る

め、平成12年、13年にそれぞれ商店街活性化事業を実施することとした。

これらの事業は、伝統的地場産業等を取り入れたオリジナル商品の開発や体験などにより、来街者の購買意欲・来街動機を高めるとともに、各個店の製造技術を最大限商品に生かしたオンリーワンの商品開発を目指した取り組み、あるいは展示を行い、商業者の顔が見える個店・商店街づくりを図ることを目的としている。

2. 事業内容

(平成12年度事業)

(1) 新商品の開発及び新商品発表展示会

江刺の特性を活かしながら、高級感に溢れ、かつ手ごろでお土産や家庭に一個欲しいと思われるような商品を開発し、新たな江刺だけのオリジナル商品としての確立を図った。開発商品は、江刺市に所縁の「鐘の鳴る丘」のテーマ曲である「とんがり帽子」のメロディが流れるオルゴールを製作した。デザインは当市において新たな産業として定着しつつあるガラスと、伝統的地場産業である岩谷堂箆笥の組み合わせで27種類の新商品開発を行った。

また、試作した新商品は新オルゴール館で発表展示会を開催した。この発表展示会において、商品についてのアンケート調査を実施しており、今後の商品開発や販売に繋げていく。



ガラスと岩屋堂タンス技術
が融合したスタンド

(2) 技術と販売ノウハウセミナー（バーナーワーク）

全国的に著名で技術レベルでは世界の最高峰にあるイタリアのガラス作家であるエンツォ・トーズ氏を招き、商業者や一般市民を対象に、専門技術を商品に取り入れるノウハウや、取組み姿勢、販売ルートの確保の条件などについての話を交えながら、ヴェネチアングラス製作の実演を行った。

(3) 技の伝承・ヴェネチアングラスの世界展

ガラスの業界において、その独自の技術を守りつつ、一方では現代にも通用する独創的な手法を用いて作品を全世界に発信しているヴェネチアングラスの世界展を実施し、全国からの集客と、他のガラス産地との差別化を図った。

(4) 手作りマーケット「楽市」

「作って売る商店街」として「技」のイメージの定着化を図るため実施した。

手作りを販売テーマとし、62店の出店があった。

(5) 「蔵」と「技」店舗を巡るマップ作成

中心市街地を巡るマップを1万部作成し、市内の観光施設に配布した。

内容は、「蔵」と「技」にスポットをあてたマップとし、主な店舗等に配布することにより来街者に情報発信した。

(平成13年度事業)

(1) 岩谷堂箆笥工芸館開設事業

商店街の伝統である職人技に着目し、「職人や工房がある街」としてアピールするため、

地域の特徴・地場産品を活かした活性化事業の展開を図る

全国に知名度のある地場産品「岩谷堂箆笥」を活用し商店街の中に工芸館を設置した。

- 1) 期間 平成 13 年 10 月 13 日～平成 14 年 3 月 20 日
- 2) 場所 佐藤幸作氏、(株)黒船所有の土地、建物
- 3) 実施内容
 - ①岩谷堂箆笥の展示
 - ②製作工程を説明したパネル展示
 - ③岩谷堂箆笥の製作実演（市内の箆笥生産業者 7 社との連携）
 - ④休日は木工、金具製作などの体験コーナーの設置

(2) 工芸市の開催

県内の工芸品を一同に集め、工芸市を開催し、「作って売る商店街」のイメージ向上と県内外からの誘客を図った。

- 1) 期間 平成 13 年 10 月 13 日・14 日
- 2) 場所 江刺市中町、川原町の「歩行者専用道路」
- 3) 実施内容 県内より 7 業者を招聘し、職人技を実演。「清衡塗、覚平こけし、陶芸、紫雲石硯、編み笠、花巻傘、大理石」等の多種多様な作品の製作工程や製作体験を実施。

(3) 環境フリーマーケット事業

歩行者専用道路を活用し、環境に配慮した商品を中心に 3 ヶ月間に 6 回開催

(4) エコセミナー

商店街や消費者が資源リサイクルにより関心をもって生活するため情報発信をおこなった。

【 効 果 】

(平成 12 年度事業)

(1) 「技」を持つ商店街としての認知度向上

事業の実施により、市内外からの来街者に当地の伝統的工芸品である岩谷堂箆笥の技術の高さや新たな産業であるステンドグラスの技術の高さを広く理解していただくことができ、商業者も含めて「技術」＝「商品価値」として再認識されるなど、「技」を持つ商店街として広く認知された。

(2) 新商品の開発と「涼やかな音色」が流れる商店街としての特色付け

また、開発した新商品は、来街者アンケートを踏まえ、人気商品を 13 年度から江刺の新しい特産品として販売を開始することを契機に、市内の各個店にオルゴール商品が置かれ、涼やかな音色が流れる商店街として、魅力と特色を持たせていく。

(3) 優秀なガラスの産地としての PR と認知

バーナーワークとヴェネチアングラスの世界展には、市外や県外からガラス技術者の見



大盛況の「楽市」（江刺市 HP より）

地域の特徴・地場産品を活かした活性化事業の展開を図る

学も多数みられるなど、優秀な技術を有するガラス商品の産地として、広範囲に PR し、製作過程を来街者に見せる販売や店舗づくりの重要性について学ぶことが出来た。

(4) 「技」にこだわった特色ある商店街として情報発信

手づくりマーケット・蔵まち「楽市」の開催では、本物の「技」が持つ素晴らしさや、中心商店街で商業者と市民・来街者が交流できる場が創出され、郊外や大型店に出来ない街づくりと商店街の再生にむけて大きな効果があった。

(5) 市外からの来街者の来街促進と事業継続への可能性

楽市は好天にも恵まれ2日間で約1万5千人の来街者があり、集客イベントも合わせて実施し、賑わいの創出を図ることができた。なお、来街者アンケートを実施した結果、市外からの来街者が45%を占めた。さらに今後の継続開催を期待している来場者が99%であった。この結果より、内容を充実して事業展開を図っていくことにより、リピーターを十分に確保できることから、今後の事業継続によりなお一層の集客が期待できると思われる。

(6) 出展者の切磋琢磨

出展者からは、「出展者同士で技術向上に向けた交流を行なうことができた」などの意見もみられた。

(平成13年度事業)

(1) 岩谷堂タンス工芸館

全国的に有名な「岩谷堂箆笥」ではあるが、これまではその製作工程や製作実演・体験をできるところがなかった。今回の事業により、新たなスポットとして来街者や市民に定着し、約150日で3,328人の入場者数（当市総人口の10%）があった。そのうち、市外が64%を占めた。このことは、新たな来街者の増加、および市民への地場産品へのPRが出来たといえ、地場産業が中心商店街に出店できる土壌を作ったといえる。

(2) 工業市

来場者も楽しむことができ、商店街の賑わい創出に貢献したが、特に「技」「体験」「逸品」が集

積することにより、来街者が日ごろ目にすることのない部分が強調され、新たな魅力が引き出された。このことは、中心商店街の小売店舗や製造直販店に好影響を与え、商店街の特徴づけができた。

(3) 環境フリーマーケット事業、エコセミナー

商店街を訪れる消費者が、日常の消費者に加え市内外からの観光客が増加した。また、こうしたイベントを行うことにより、初めて当市商店街を訪れる人が多く、これを機会に再来するお客様も見られ、大きな効果があった。



岩屋堂タンス工芸館



開店 PR チラシ

地域の特色・地場産品を活かした活性化事業の展開を図る

【課題・反省点】

(平成12年度事業)

- ①ガラス技術などの地元定着を図るためにもその実現について、具体的な方策を検討していく必要がある。
- ②継続的な開催により、出展者の高い技術力に裏打ちされた魅力ある商品が並ぶことが実現され、「技」にこだわった他にはない特色ある商業展開と商店街イメージの定着化を一層図っていくことが必要である。

(平成13年度事業)

- ①商工会議所が国、県、市などの補助金を得てやっと事業実施できるような地域であり独自予算での継続や、新規事業が難しい。
- ②商店経営者の高齢化により様々な事業を行う場合、資金、体制面でむずかしい。
- ③事業の合意形成、コンセンサスの統一に課題が残った。

【関連URL】

江刺商工会議所

<http://www.rnac.ne.jp/~esashi/>