

ポイント

## 50年間継続する「チンドン祭り」を地域とともに開催し、世代を超えた交流を進めて街を活性化

日本有数の繊維産業都市である愛知県一宮市の商店街で、チンドン屋さんによるストリートパフォーマンスの大会を50年間継続して実施。次世代を担う若者や地域団体等も運営に参画して交流を深め、市の文化的行事にまで発展させた。昭和の風情を残す街区に、多い時には3万人を超える来街客が訪れるほか、素人によるチンドン大会も開催し、地域の名物となって厳しい環境下にある商店街の活性化に一役買っている。

### 商店街情報

所在地: 愛知県一宮市萩原町萩原河原崎79  
地域の人口: 386,187人 155,870世帯(一宮市)  
商店街の類型: 近隣型商店街  
組合員数: 97名  
店舗数: 110店舗(食料品小売業、生活・日用品小売業、飲食業、サービス業等)  
TEL: 0586-68-0034 FAX: 0586-68-1014  
URL: <http://www.geocities.jp/hagiwaramall/>



商店街の風景

### 商店街の概要と近年の環境変化

一宮市は愛知県の北西部で濃尾平野の中央に位置し、県内3位の人口を有する名古屋市のベッドタウンである。当萩原商店街は、名鉄尾西線萩原駅の西口の傍から全長500mに及ぶL字型の街区に、衣料品や雑貨、食料品や飲食店・サービス業等が軒を連ねる近隣型商店街である。かつては、東海道と中山道を結ぶ美濃路の宿場町として栄え、今もその風情を感じさせる街並みを有し、明治の中頃からは一宮が毛織物など繊維産業の一大中心地として発展したことにより、商店街には数多くの織子(女工)さんが訪れて大いに賑わった。

この当時、春の売出しに合わせて、店主たちが女形など思い思いの仮装をして店の宣伝をするユニークな取り組みを実施。本業の繁忙とともに専門のチンドン屋に宣伝を依頼し、そのワザを競わせたことが現在も続く「チンドン祭り」の誕生となった。昨年は50回の記念大会を開催。プロのチンドンチームがスポンサーとなった商店の宣伝をしながら街を練り歩き自慢の腕を競った。商店街主催による祭りとしては一宮市内の最大のイベントとして、県外からも多くの客を呼び込み、3万人を超える人で街が溢れ返っている。また、10年ほど前から、商店街の秋の感謝祭において「素人チンドン大会」を開催。1年を通じて商店街のPRを展開している。

一方、地場産業である繊維産業も海外現地生産の拡大や安価な海外製品の流入等で就労者が減少、さらに交通網の整備に伴う来街環境の変化や大型量販店の進出等により来街者が大幅に減少している。加えて店主の高齢化による廃業等により商店街の基盤も弱体化しつつあり、地域コミュニティ等との連携による新たな活性化策の展開が急務となっていた。



チンドン祭りの風景

## 助成事業の概要とその成果

商店街を取り巻く環境が厳しさを増す中で、3万人を超える集客イベントを継続して実施することは組合にとっても大変な体力を要する事業である。そこで、本助成事業の実施を契機として、商店街が中心となって地元の子供会、小・中学校の校長、消防団、地域づくり協議会等からなる「チンドン祭り実行委員会」を組織。従来商店街が総出で行っていた事業に地域の人々にも参画してもらい、“町を挙げてのイベント”として取り組むこととした。

なお、チンドン祭りはプロの部門を5月の第4日曜日に、素人部門を10月の第3日曜日にそれぞれ開催しており、国の助成事業としては「秋の萩原商業感謝祭」とこれに伴う「素人チンドン大会」を実施した。

チンドン大会では、全国から集まった14～16のチンドンチームが、スポンサーとなった商店の宣伝をしながら商店街を練り歩きその腕前を披露した。また、ステージでの太鼓等演芸の披露や、サンパチームのパレード、よさこい踊り、阿波踊りの連が街を練り歩き、地元だけでなく広く市外から訪れた来場者の目を楽しませた。さらに、消防団との連携でAEDの体験講習会も開催し、高齢化社会への備えとした。

### 【平成25年度事業のポイント】

平成25年度事業では、商店街をより広く知ってもらうために「商店街マップ」を2万部作成して配布したほか、広域からの来場者確保のため新聞の折り込みチラシやタウン誌への掲載、立て看板の設置、飛行機を使って空からのイベント告知等を実施した。

当日はあいにくの雨であったため、会場を小学校の体育館に移して実施。屋外のアトラクションができなかったため約1,000名の集客となったが、参加者は大いに盛り上がった。

### 【平成26年度事業のポイント】

平成26年度事業は“高齢者に優しい商店街”をテーマに、近隣の高齢者施設に声掛けし、イベント会場に足を運んでもらうとともに買い物も楽しんでもらった。組合では、専用の休憩施設を設置する等の手配をし、高齢者の来街に配慮した。また、地元中学校美術部によるステージのバックパネルアート制作、小学生による路上清掃や法人会による税の啓発活動なども加わって地域と一体のイベントとしての性格を強め、家族連れを中心に約15,000人の人出となった。



素人チンドン大会



中学校美術部制作のバックパネル

## 助成事業以降の商店街活動

商店街が長年に亘って「チンドン祭り」を開催し、地域レベルでの活性化を図ってきたことが評価され、平成19年に愛知県の「ブランド商店街」に認定されたほか、全国信用金庫協会主催の「商店街ルネッサンス・コンテスト」大樹部門において奨励賞を、共同通信社と地方紙による「地域再生大賞」の優秀賞を受賞するなど各方面においてその取り組みが注目されてきた。

当組合では、助成事業の実施を契機として組織した「チンドン祭り実行委員会」の機能を強化し、地域住民との協同による運営の強化を図っている。多様な地域活動を実施する団体等との連携で、幅広い世代の参加を可能にしたほか、新たなアトラクションを加える等商店街が独自で運営するよりもイベントの効果を高めることに成功している。このほか、イベント時の課題である駐車場の確保に学校や公民館、金融機関等の地元企業の協力を得て成功へと導いている。さらに、チンドン屋を知らない子供たちに親しみを持ってもらうために、マスコットキャラクター「はぎチン丸」を制作し、PRの幅を広げている。

実行委員会を中心に運営した「春の商業祭」における第50回のプロのチンドン祭りでは事前のPR効果等で約3万人が会場に訪れたほか、「秋の商業祭」における素人チンドン祭りでは2万2千人が訪れている。



はぎチン丸

また、以下のように、大規模なイベントの合間を縫って販促のためのイベントを季節ごとに実施するほか、目下、新たな地域コミュニティとの連携も模索している。

#### 【販促イベントの開催】

毎年、7月下旬に「中元売り出し」、11月に「えびす講」、12月下旬に「歳末売り出し」を実施している。特に「えびす講」では、地元の関係者や小・中学生による交通安全パレードを街区で行い、安全・安心な街づくりを呼び掛けている。

#### 【コミュニティ・スペースの開設】

地域住民同士の交流促進を図るため、空き店舗を活用してコミュニティ・スペースを開設しており、イベント時は無料休憩所とするほか、住民による個展や各種講座の開催等に有効に活用されている。

## 自治体等との連携の状況



一宮市  
Ichinomiya City

一宮市は県内で第3位の人口を有するが、市域商業の中核をなす商店街の環境は厳しく、平成20年以前には26を数えた商店街振興組合は現在19となるなど、郊外に立地する商店街を中心に厳しい環境に直面している。こうした状況を踏まえ市では、商店街の重要な役割である地域住民の生活の質や利便性の向上に資する機能の強化を図るため、法人組織を対象に助成制度を設けてその活動を積極的に支援している。

#### ①共同施設事業

商店街が有するアーケード・街路灯等ハードな施設の整備等に関して支援を実施

#### ②共同事業

商店街の集客促進等のためのイベント事業等を支援

さらに、市では、住民の高齢化の進展を踏まえ、買い物弱者に対する支援策を検討しており、実際の運用に当たっては商店街のネットワークの活用等が期待されている。

## 商店街の今後の戦略

50年間に亘って商店街では「チンドン祭り」を継続して開催してきた。これまで地域の人々は“参加”する側であったが、助成事業を契機に“協働”で祭りを支えてもらい、本当の意味で「チンドンの街・萩原」が定着してきたといえる。この“繋がり”を基軸に、馴染み客だけでなく、新たな世代の住民と交流できる商店街を目指したい。

このため、現在個店ごとに行われている買い物弱者対策について、コミュニティ・スペースを活用して「買物支援窓口」を設置するほか、購入商品の共同配送システムづくり等も進めていきたい。また、商店街の裏通りが地元の小学校の通学路に指定されているので、通学時の見守り活動を実施して店主たちと触れ合う機会を増やし、次世代の商店街ファンづくりを進めていきたい。

～ 仕掛け人 ～

一宮市萩原商店街振興組合  
左: 理事長 岩田 晴季  
右: 副理事長 小川 真範



## 取材を通して明らかとなったこと

かつて繊維産業の隆盛とともに栄えた商店街が、商業環境が厳しさを増す中で、非常にユニークな「チンドン祭り」を50年に亘って継続し、地域に根付かせてきたことの努力がまず評価できる事例である。商店街の重要な役割の一つとして地域の伝統文化や祭礼の継承があるが、これは並大抵の努力では続かないものといえる。特に、地域の人々との連携が何より不可欠であり、新たな世代に引き継ぐ構造がなければ簡単にすたれてしまう恐れが大きい。

当商店街では、運営組織として「チンドン祭り実行委員会」を組織し、地域住民の参加を可能として新たな運用の領域に踏み込んでいるほか、助成事業の活用を契機にSNS等の有効なPR手法を導入する等の努力を傾注。この結果、チンドンパフォーマンスという極めてアナログな文化に若い世代が広く触れ、新たな価値観を形成するきっかけを作り、商店街と地域の発展に貢献することとなった。今後、商圏内人口の高齢化と減少が予測される中で、街の新たな魅力づくりに一層邁進されることが期待されることである。