

【助成事業：一条通りは妖怪ストリート】

ポイント

千年の古都京都の伝説に因んだ「妖怪ストリート」で街おこし

京都市の北部、学問の神様として名高い北野天満宮にほど近く、「妖怪ストリート」の別名を持つ一条通沿いの商店街。平安時代からこの街に伝わる京都の妖怪伝説「百鬼夜行」に因み、妖怪関連イベントを展開して京都の観光名所の中でも異彩を放つスポットとして注目されている。訪日観光客にも話題となっており、知名度の向上と集客に大きな成果を上げている。

商店街情報

所在地：京都市上京区一条通御前西入二丁目大上之町75番地

地域の人口：1,468,963人 715,224世帯
(京都市 平成30年3月現在)

商店街の種類：近隣型商店街

組合員数：21名

店舗数：20店舗(主な業種構成：紳士・婦人服、和装小物、日用雑貨、ホビー、飲食・サービスなど)

電話・FAX:075-461-2520

URL：<http://kyoto-taisyogun.com/>



商店街の風景

商店街の概要と近年の環境変化

(1) 商店街の概要

当商店街が位置する一条通は、京都市の主要な東西の通りの一つで、平安時代都の北端を東西に走る一条大路が開かれ、江戸期以降は商家が軒を連ねて発展してきた。片側一方通行の通り約400mには、陰陽道との関わりが深く方除の神様で知られる大將軍八神社を中心に衣料品店、寝具店、薬局、花屋、飲食店などが軒を連ねる。JR京都駅からは市バスで約30分。京福電鉄北白梅町駅を最寄り駅とする近隣型商店街で、近くには立命館大学があることから学生の在住も多い。一条通には他の商店街も連担して存在するが、当商店街は、平安時代に妖怪たちが一条大路を深夜に行進した「百鬼夜行」をもとに、妖怪をテーマとした街づくりを行って異彩を放っている。「妖怪ストリート」のペナントを街路灯に装飾し、各店先ではお店に因んだ手作りの妖怪オブジェの設置やオリジナルの妖怪商品の販売、商店街事務所の3階にお化け屋敷の開設といったユニークな演出が注目され、訪日観光客も多く訪れている。

(2) 近年の環境変化と課題

戦後、一条通と交差する千本通をぶらぶら歩く「千ブラ」がブームとなり、当商店街も北野天満宮の参拝客に加え、このブームの波及効果で一条通に多くの買い物客や店舗が集まり賑わった。当時は現在の4倍近い組合員数を誇り、地域生活者の生活基盤としての役割を担ってきた。しかし、周辺地域へのスーパーの出店ラッシュ等で生鮮をはじめとする数多くの小売店が廃業、店主の高齢化なども進む中で集客力は低下の一途を辿った。このような状況の下、地域生活者の買い物需要に対応しつつ、京都市内に訪れる観光客を取り込むための新たな観光名所としての方向性が模索されていた。



大將軍八神社



店の軒下に設置された妖怪オブジェたち

助成事業の概要とその成果

商店街の認知度向上と、観光名所としての新たな話題作りを検討している中で、学生達から“平安時代の百鬼夜行伝説に因んで「妖怪」をテーマにしてはどうか”という提案があり、境港の「水木しげるロード」等を参考に「妖怪ストリート」への取り組みを開始した。

平成25年度及び26年度の助成事業においては、「一条通りは妖怪ストリート」をテーマに以下のような事業を実施した。25年度は「大將軍八神社」の祭礼に合わせて仮装行列やフリーマーケットを実施。26年度はさらに内容を充実させ、仮装行列参加者の公募や妖怪グッズの販売等を実施。ユニークなイベントとして定着し、内外からの注目を高めることとなった。

①恒例25日売り出し大將軍

毎月25日に開催される近隣の北野天満宮の天神祭に合わせ、当商店街で売り出しを実施した。商店街への誘客を図るため、「妖怪ARカメラアプリ」を導入し、仮想現実の妖怪を街区に出没させた。妖怪アプリのダウンロード数は700件を超え、参拝客のみならず、妖怪ファンや一般観光客の来街に繋がり、妖怪ストリートの認知度向上に寄与した。



スマートフォンアプリ「妖怪カメラ」を起動して商店街を写すと妖怪が表示される

②百鬼夜行仮装行列

平安時代から百鬼夜行の通り道といわれた一条通を現代に蘇らせる妖怪仮装行列を実施。参加者については公募した結果、約130の妖怪が参加して夜の街区を練り歩いた。東京や福岡など遠方からの参加者もあって、妖怪を通じたコミュニティの輪も広がっている。また、当商店街が平成26年1月に台湾の妖怪村と友好協定を締結したことを受け、台湾の妖怪も行列に参加して国境を越えた交流を深めた。当日は大將軍八神社の秋季祭に加え、妖怪オリジナルグッズのフリーマーケット「モノケ市」も同時開催し、街区には地元客や一般観光客が約1万人詰め掛け、京都の新名所として大きな一歩を踏み出すことができた。



③妖怪オブジェコンテスト

妖怪オブジェをホームページや雑誌「フィギュア王」等を通じて広く公募し、専門家を審査員としたコンテストを開催した。13体の応募があり、入選作品を商店街事務所に併設されている百鬼資料館や会員店舗に設置することで、妖怪ストリートとしての演出効果を高め、恒常的な集客の一役を担った。



上 仮装行列「一条百鬼夜行」開催風景
下 当商店街のマスコットキャラクター“夜行童子”(中央)と台湾妖怪村の鬼の妖怪“アザブル”(左右)

④妖怪アンテナショップ

空き店舗を活用して妖怪グッズを販売するアンテナショップを約1か月間開設した。期間中、妖怪グッズを目当てに約1,000名にのぼる来店者が地域の内外から訪れた。この集客を活かし、会員店舗では妖怪ラーメンや百鬼夜行どらやきといったオリジナルの妖怪商品を販売し、観光地としての魅力向上を図った。



⑤地域再発見MAP

北野天満宮の参拝客や一般観光客に対する滞留時間や集客力の向上を狙い、商店街紹介や上京区不思議MAPを掲載した「京都一条妖怪ストリート」を作成した。3か国語に対応しており、京福電車の主要駅やタクシー会社に配布し、訪日観光客の誘導を強化した結果、妖怪ストリートへの来街数及び知名度は向上した。

<助成事業による成果等>

テレビ、新聞、雑誌などのマスコミに取り上げられ、あらゆるメディアで当商店街の取り組みが紹介された。その結果、国内のみならず海外においてもその知名度が高まった。特に、台湾の妖怪村との友好協定の効果は大きく、中国などアジア圏からの観光客は増加傾向にある。実際、商店街に数多く設置された妖怪オブジェが珍しい撮影スポットとして、観光客のSNSを通じて撮影写真が拡散され、商店街の認知度は大きく向上した。



上 妖怪アンテナショップ「百妖堂」
下 妖怪ラーメンと百鬼夜行どらやき

助成事業以降の商店街活動

助成事業終了後も、妖怪関連イベントを継続して実施しており、「妖怪ストリート」として内外の認知度が向上してきた。また、Webサイトの充実を図るほか、多言語のMAPをリニューアルするなど、PRの強化と商店街の魅力向上に努めている。

①妖怪ストリート事業

ア.妖怪仮装行列

毎年10月に開催される大將軍八神社の秋季祭に合わせて、街区を歩行者天国にして行われる妖怪仮装行列「一条百鬼夜行」、モノケ市(妖怪グッズのフリーマーケット)、さらに商店街売り出しを同時開催することで地域イベントとして定着している。例祭では大蛇の胴体に見立てた餅を断ち切る「おろち餅」など、地域の伝統的な風習も見ることができ、観光客の満足度は高い。京都の妖怪イベントとしては最大の行事となっており、商店街の認知度は地域内外に留まらず、海外にまで広がっている。



「おろち餅」は大將軍八神社の祭神スサノオミコがヤマタノオロチを退治した伝説に因んでいる

イ.モノケ市

年3回程度、全国から妖怪作家が集まり、オリジナルの妖怪グッズを商店街にある大將軍八神社の境内で販売している。今までは商店街主催事業であったが、出店希望者があまりにも多く、商店街で管理運営ができないため、前述の妖怪活動団体に運営を委託し、開催場所の確保などに協力している。さらに、市内や東京においても出張で市を開催しており、発祥の地である当商店街の取り組みをPRして京都観光の動機付けに貢献している。



「モノケ市」

上 開催風景

下 ポスター(東京＝東急ハンズ渋谷店と大阪＝あべのハルカスで出張開催された時のもの)

ウ.夜行庵(やぎょうあん)

商店街事務所が入るビルの3階に「くつろげるお化け屋敷」をコンセプトにコミュニティスペースを開設した。鬼火のように発光する木で茶室風に造作された空間にはリアルな妖怪オブジェの展示に加え、妖怪関連の書物や漫画が置かれ休憩スペースとして利用できるよう工夫されている。妖怪ストリートを楽しんでもらう拠点として10時から17時まで無料で気軽に利用でき、撮影スポットとして知名度向上に大きく寄与している。

②スタンプ事業

昭和62年から商店街の販促活動としてスタンプ事業「百鬼スタンプ」を実施しており、加盟店でお買い上げ200円ごとに1枚のスタンプを発行し、台紙に150枚貼ると500円券として利用できる。台紙には百鬼夜行の言い伝えや妖怪の種類が記載されており、地元ファンの定着に貢献している。



商店街事務所と同ビル3階にあるコミュニティスペース「夜行庵」

自治体による活性化支援等

京都市

妖怪をテーマにした京都の観光名所として定着を図るため、京都府商店街創生センターや地域住民、さらには宮司などを巻き込み、活性化準備会を立ち上げて地域の魅力を向上させるべく次なる展開を企図している。

近年の京都は多くの外国人観光客が訪れるなど活況を呈しているが、その一方で、織物など従来の基幹産業のパフォーマンスの低下に伴って、市内の商業・商店街も大きな影響を受けている。このため京都市では、商業者や商店街の創意工夫溢れる自発的な活動を尊重し、地域社会の発展に資するため、平成22年4月に「京都市商店街の振興に関する条例」を定め、これに基づいて様々な支援策を実施している。具体的には、商店街等への新規出店を促して空き店舗の解消を図るため、空き店舗所有者と出店希望者のマッチングを図り、店舗改装費等の一部を補助する「京都市商店街空き店舗解消促進事業“縁結びプロジェクト”」を創設して魅力ある店舗の誘致を行う等の施策を講じている。また、商店街活動の支援としては、策定した地域商業ビジョンに基づくソフトやハード整備等の事業に要する経費の一部を助成しており、市内の商業と商店街の活性化を推進している。

①商店街・小売市場整備計画策定事業

商店街組合等の将来の在り方について総合的なビジョンを策定するとともに、当該ビジョンの実現・推進を図るために必要となる経費の一部について助成を行っている。対象となる主な経費は講師謝金、会場使用料、調査費、計画書作成費、消耗品費等である。

②施設設備・改修事業

アーケードや街路灯などの共同施設の設置及び改修事業(原則として新設、増設又は更新する事業)に要する経費の一部を助成している。

商店街の今後の戦略

地域の魅力を観光地として発信

地域生活者の生活インフラを支えていくことで商店街と店舗の収益を図りつつ、既存の物販では競争に勝てないところを観光収益で補完していきたいと考えている。また、現在の事業については妖怪活動団体との連携をさらに強化しながら街の歴史的な資産である妖怪をテーマに事業を拡充させていきたいと考えている。その実現に向けた一つに、観光スポットとしての魅力を向上させるため、商店街の空きスペースに妖怪活動団体の店を出してもらい、体験型のアクティビティを設ける計画を進めている。ゆくゆくは修学旅行などのツアーに妖怪のワークショップを組み入れるための受け皿にしていく意向である。二つは、既存店舗における観光商品の開発を狙っている。現状では、21店舗中6店舗は妖怪をテーマにした商品を開発しているが、観光スポットとして商売していくには道半ばである。一店逸品のようにオリジナルの妖怪関連商品をお店の目玉として訴求していくことで、来店者数を増やしながらか妖怪ストリートの魅力を向上させていきたい。



～ 仕掛け人 ～

大將軍商店街振興組合

理事長 井上明



取材を通じて明らかになったこと

「百鬼夜行」は街にとって負の側面として捉われがちだったが、現在、子供向け妖怪アニメのブーム、若年層を中心に仮装やコスプレのブームといった現代風のエッセンスを取り入れて、老若男女から受け入れられるよう妖怪の設定をアレンジしている。さらに、イベント時だけでなく、平時においても妖怪に関連した取り組みを継続した結果、商店街に関心の薄かった新しい客層や観光客がお化け屋敷に行くような遊び感覚で訪れるようになったのは確かである。工夫を凝らしながら異色なイベントを展開する中で、いつ訪れても世代や国境を超えて街を楽しめるアミューズメント性を兼ね添えた街の個性が魅力につながっている。