



# 新連携・地域資源活用・農工商連携

## 淡路島の商店街組合が地域資源を 活用してまちづくりに取り組む

独立行政法人中小企業基盤整備機構

新事業支援部 連携事業支援課 課長代理 二宮 健晴

### 紹介事例の概要

会社名 ウエストコーストぐんげ

商店街協同組合

認定事業区分 地域資源活用

認定事業名 伊弉諾神宮と共生した

「夫婦の郷」淡路「絆ツ

リズムプログラム」と観

光関連商品の開発・販売

認定日 平成21年2月12日

### ■淡路島の地理と震災による影響

淡路島は、南北53キロメートル、東西22キロメートル、周囲203キロメートル、本州4島を除いた国内の島の中では第7位となる面積(592キロ平方メートル)の島である。周囲を大阪湾、播磨灘等に囲まれているが、昭和60年に徳島県鳴門方面への大鳴門橋が、平成10年に兵庫県明石方面への明石海峡大橋が開通したことによって、本州と四国へのアクセスが容易になった。

平成7年に起きた阪神・淡路大震災は、淡路島北部を震源とした直下型地震であり、淡路島では一部で震度7を記録するなど、大被害を受けた。ウエストコーストぐんげ商店街協同組合(以下「組合」)が属する旧一宮町(現淡路市)の地域は島の北部で震源地に近かったため特に被害が大きく、家屋の多くが全半壊するなど壊滅的な被害を受けた地域であった。

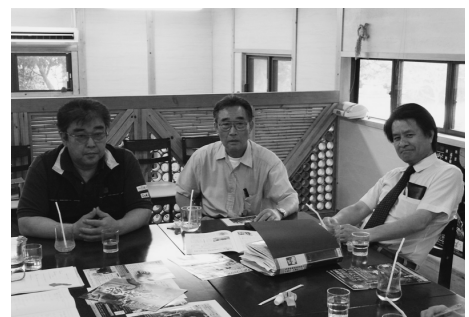
その後、住宅家屋の復興は進んだが、震災前に100程度あった店舗は約50店舗の復興に留まった。人口の減少や高齢化の加速により島内の市場規模が縮小し

たこと、明石海峡大橋の開通により消費者の神戸方面への流出が加速したこと、経営者が高齢化し後継者がなかなか見つからないこと等が理由として考えられる。震災後10年以上が経過し、商店街の求心力の低下は歯止めがかけられない状況であった。

### ■地域資源としての神宮に着目

淡路島は古事記、日本書紀の中で、伊弉諾尊(いざなぎのみこと)・伊弉冉尊(いざなみのみこと)の二神が最初に造った島とされている。そして国生み・神生みを終えた伊弉諾尊が淡路島において幽宮(かくりのみや、終焉の住居)を構えて余生を過ごした。その故地により二神を祀った日本最古の神社が伊弉諾神宮(以下「神宮」)である。神宮は全国で神宮號を宣下された格式高い23社あるお宮の一つであり、年間百数十万人の観光客が参拝に訪れる淡路島最大の地域資源であるが、初詣の時期以外は観光客が少なく、近年は初詣の参拝客も減少傾向であった。

商店街の衰退に頭を悩ましていた組合は、この地域資源の存在に着目し、単な



組合の皆さん  
左から吉岡理事長、柏木副理事長、大杖理事

る商店街振興ではなく、地域資源を核としたまちづくり全体を考え直すこととして、平成18年から神宮の歴史に由来した伝統芸能の復活等に取り組み始めた。

まず取り組んだのが日本三大神話にまつわる神楽を一堂に会して競演する「三大神話神楽祭」の企画であった。全国各地にはさまざまな伝承・逸話が伝えられているが、その中でも淡路島を舞台とする「国生み神話」、高千穂への天孫降臨を伝える「日向神話」、素戔嗚尊の八岐大蛇退治などの「出雲神話」は、その中核にあたる三大神話と言われている。一般的に知名度では高千穂神社と出雲大社に劣る神宮であったが、両社にこの企画を提案し調整していった結果、平成20年8月に淡路島の神宮へ両社の神楽を招いて競演奉納する第1回「三大神話神楽祭」が実現した。この神楽祭は素朴な伝統芸能を折り目正しく伝えるものとして好評を博し、その後毎年開催されることになった。

## ■地域資源活用事業による取組み

神楽祭の成功と継続によって、一定の集客を呼び込むことはできたが、年1回の単発的なイベントであるため、これに依存してばかりはいられず、新たなまちづくりにつながる継続的な取組みが求められていた。そこで組合は、平成21年2月に神宮等を地域資源とした「地域資源活用事業」の認定を受け、神宮と共生した観光関連商品・プログラムの開発・販売に取り組みこととした。

地域資源活用事業の認定に伴い、組合は中小機構のプロジェクトマネージャー（以下「PM」）によるハンズオン支援を受けることになり、担当した刀根浩志PMは、以下の支援を行っていった。

- ・定住人口が増えづらい地方都市においては、交流人口を増やす観点から、視野を島外そして海外へ切り替えることを促した。
- ・刀根PMが係っている他地区の観光体験プログラム等に組合員が参加してもらい、これから取り組んでいく観光事業について身をもって体験してもらった。

- ・中小機構が主催する島内の認定事業者同士による交流会に参加することになり、異業種との交流が促進され、結果的に島内の横のつながりによる観光事業のPRが行いやすくなった。
- ・刀根PMの豊富なネットワークを活用した情報発信により、広範囲にわたって神宮を周知することが可能になった。

刀根PMの地に足が着いた各種の支援を受けて、組合は地域資源の本質を見つめ直し、安易に観光PRに走ることなく、その内容を次のとおり充実させていった。

### 【開発プログラムの紹介】

#### （金婚記念式典）

- ・西洋での結婚式周年記念の習慣を取り入れ、11月22日を「いい夫婦の日」と制定し、結婚50年の夫婦を記念した「夫婦田満金婚記念式典」を開催。
- ・神話上、日本で最初の夫婦と解釈できる二神由来の神宮ならではのイベント。毎年5組程度が盛大に式典をあげるようになった。

#### （毎月22日のライトアップ）

- ・毎月22日を「夫婦の日」と定め、18時半～21時の間、ライトアップを実施。
- ・拝殿や正門、大鳥居などをライトアップし、参道には300個のろうそくを



金婚記念式

灯すことにより、幻想的な雰囲気に包まれた中での特別参拝が体験できる。

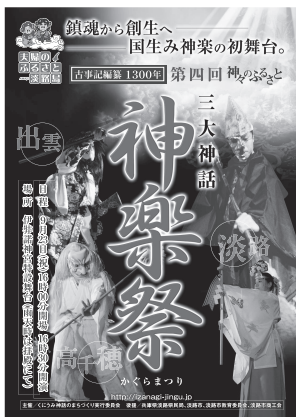
### （物産館オープンとグッズ開発）

- ・神宮内に観光物産館「せきれいの里」を平成21年4月にオープン。
- ・夫婦にちなんだグッズ、特産品等を提供。
- ・観光案内所として情報発信する拠点でもある。

### （その他）

- ・語り部の養成とその語り部と共に巡る「コンシエルジュ参拝」ツアーの実施。

これらの活動を通して、神宮を核としたまちづくりは着実に浸透していき、組合が予期していなかった反響が開始してきた。例えば、現時点で旅行代理店等と特別なタイアップは結んでいないにも拘わらず、歴史ある神宮を目当てに来訪する団体客等が増えてきているのである（ここ数年で年間100万人だった観光客が130万人まで増加）。旅行客は、組合が地道に取り組んできた神宮の情報



第4回神楽祭

今年9月23日開催 場所：伊弉諾神宮

発信を受け止めて、由緒正しい観光資源や伝統芸能を求めて訪れてきたと言えるであろう。また商店街とは直接関係ない地元の小売業者が地域での活動を誇りに思い、店舗でのPRを申し出てきたことも、組合のまちづくりが地元浸透してきた結果の一例と言える。

## ■まちづくりの成果

地域資源活用事業によって各種活動に取り組んできた結果、交流人口を増やすことに成功した。また神宮の価値を再認識し、住民が地元の歴史や活動に誇りを持つようになるなど、地域の新たな絆ができたが、課題も残っている。

ただし課題も残っている。神宮自体は賑わうようになったものの、神宮と商店街がやや離れているため、当初の想定とは異なり観光客を商店街まで誘導することができず、個々の店舗の売上増につながっていない状況である。

このような現状を踏まえて組合は、今後神宮を核として商店街や島内の他の観光資源と連携したプログラムを開発し、観光客と地域住民が一体となったまちづくりを進めていこうとしている。淡路島の今後のまちづくりに着目していきたい。

### 【これから開発していくプログラム】

- ・参拝客を商店街に呼び込めるよう空き店舗を活用した「神楽ミュージアム」の開設。
- ・淡路島の地場産業（漁業、お香作り等）を組み入れた体験プログラム