

阿蘇門前町商店街

熊本県阿蘇市

インバウンド

地域協働

新陳代謝

生産性向上

ポイント

地域の魅力を発掘し、商店街の新たな魅力としてPR。
若者世代との役割分担で商店街活動も活発化。

基本データ

所在地	熊本県阿蘇市一の宮町宮地
人口	約3万人（阿蘇市）
電話/FAX	0967-22-0017 / 0967-22-1299
会員数	19名
店舗数	51店舗（小売業22店、飲食業24店、サービス業1店、金融業2店、医療サービス業2店）
商店街の類型	観光型
主な客層	国内観光客、外国人観光客 / 40歳代、30歳代

商店街概要

阿蘇神社の参道は全国的にも珍しい横参道で、阿蘇門前町商店街はその南北に発達してきたが、国道57号線沿いへの大型店進出により、近年は衰退傾向にあった。

平成4年、参道の南北の商店や個人を中心に約60人近くが集まり、低迷する商店街の現状を打破し、地域の活性化に寄与することを目的に、「阿蘇一の宮門前町会」が設立。また、今後の門前町を引っ張っていく組織として商店の2代目を中心に「若きゃもん会」が結成され、豊かな水資源を活用した水基巡りや商店街の名物の作成を通じて阿蘇神社の参拝客等、多くの観光客を獲得することに成功。現在はさらなる活性化に向け取り組んでいる。

取組の背景

「消えゆく灯（ともしび）」と呼ばれ…

かつては地域住民を中心に栄えた商店街だったが、国道57号線沿いの大型店進出により、客足は遠のきつつあった。隣接する阿蘇神社には年間25万人の観光客が来ていたにもかかわらず、商店街では観光客向けの対応を行っておらず、一時は地元新聞に「消えゆく灯（ともしび）」と題して掲載されるまで衰退していた。

この現状を打破するために、地域の商業者等が集まり、平成4年に「阿蘇一の宮門前町会」を設立。阿蘇神社周辺の活性化に向けた検討が開始され、当時の会長を中心に、古くから地域で親しまれていた湧き水を活かした観光スポットの整備を進めることとなった。

また、平成13年には、当該地域の商店街組織の1つである仲町通り繁栄会の中に後継ぎを中心とした「若きゃもん会」が結成された。まずは、自分たちが子どもの頃の賑わう商店街の象徴的な風景として記憶に残っている夏のお祭り「金曜夜市」の賑わいを復活させることを目標に取組が始まった。

取組の内容

地域の魅力を活かした新たなまちづくり

- 湧き水を活用したまちづくり
地域資源を活用した取組として、商店街内に湧水

を活用した水基を設置。それぞれの水基には「金運の泉」「酒社の水」など、水基を管理している店舗にちなんだユニークな名前を付け、新たな観光スポットを創出した。また、商店街を緑で包むことを目指し、市の補助を活用して桜等の植栽を行ってきた。豊かな湧水を楽しむ「水基巡りの道」は人気の散策コースとなっている。

併せて、滞在時間を延ばすことを狙って、水基はもちろん、商店街、案内人、歴史などのミニ情報を広く取り入れた門前町の過ごし方を提案するマップを作成。また、阿蘇神社や水基などを中心に地域について詳しく語れる案内人を養成するため、商店街関係者を中心に案内人養成講座を開催したり、阿蘇市の遊休地を借り上げて観光客の休憩場所、観光客と地域住民の交流場所としてコミュニティ広場の整備を行うなどの取組も行った。

○後継ぎを中心とした「若きゃもん会」の取組

30年近く続いていた「金曜夜市」も最近は新しい企画がなく、来場者数も年々減っている状況であったため、「若きゃもん会」の最初の取組として、この「金曜夜市」を活性化させることを目標とした。会議を重ね、豪華景品が当たる抽選会の開催を決めたが、あくまでも大勢の人に商店街に来てもらうことが目的と考え、抽選時に会場内に当選者がいなかった場合は再抽選を行うことにした。この抽選の方法を事前に周知していた甲斐もあり、夜市会場には入りきれないほどの来場者が集まった。

そのほか、桜の満開にあわせて商店街の通りに畳200畳を敷き詰め「お座敷商店街」を開催するなど、次々に新しいイベントの開催も実施。

また、観光客に少しでも長く滞在してもらうために、熊本特産の馬肉を使用したコロッケ「馬コロッケ」、拳ほどの大きさの田舎いなり、湧き水を使った水出しコーヒーやシュークリームなどの地域性を活かしたオリジナル商品の開発も実施している。



酒社の水



金曜夜市



お座敷商店街

取組の成果

地域資源を活用した取組により来街者が急増

親世代と子世代の意思疎通や役割分担が奏功し、その土地ならではの逸品が楽しめる商店と、地域資源を活用した水基巡りがメディアに取り上げられるようになり、この10年間ほどで来街者が年間35万人にまで急増している。

平成28年の熊本地震発生時には、直後から周辺住民の安全確認や電気が復旧するまでの約1週間炊き出しを実施。地域コミュニティの下支えとして震災復興に大きく貢献した。

現在では、災害で観光客が激減したことから、国の補助を受け、空き店舗を活用したインバウンド対応や情報発信、観光案内所の機能を備えた「水の駅阿蘇門前」なる商店街の核となる拠点整備も行った。

国道開通後に来街者を80万人にすることを目標に、商店街の魅力の向上に磨きをかけている。

実施体制

阿蘇一の宮門前町会は、会費による自主財源で運営しており、年度ごとの総会で、計画の進捗と成果を報告し、会員による評価・意見を聴取している。また、外部機関である阿蘇市商工会、肥後銀行、熊本銀行、熊本県信用組合に事業の進捗状況及び事業成果を説明しており、計画の見直し・修正について意見を聴取している。総会及び外部機関から聴取した意見は、会員全員で共有及び検証し、必要に応じて計画の見直し、変更・修正を行っている。

仲町通り繁栄会も平成28年には(一社)阿蘇門前町商店街振興協会と法人化し、商店街の枠を超えた連携体制を構築。「若きゃもん会」のメンバーも理事となっており、これからは振興協会として商店街の活性化に向けたさらなる取組を検討中だ。

キーパーソンからのコメント



阿蘇一の宮門前町会
会長 桑島 元博



一般社団法人
阿蘇門前町商店街振興協会
理事長 宮本 一良

地域資源の磨き上げ

商店街活性化は地域の魅力を見直すことが大事だと思います。

私たちの商店街には湧水が豊富にありましたが、家庭内でしか利用していませんでした。身近にあり過ぎてこんなものが観光資源となるとは思っていませんでしたが、飾り付けなどをすることで、十分観光資源になりました。

地域資源を見直し、磨き上げることで、すばらしい観光資源となり、地域活性化につながることを実感しています。

次世代の迅速な行動

組織の事業実施主体を機動性のある次世代にバトンタッチし、親の世代は商店街の景観整備や次世代が活動しやすい環境づくりに努めてきました。その結果、イベント等を行うまでの意思決定が早くなり、時代の流れを敏感に組み込んだ活動ができたことが、今の商店街の活性化につながったものと確信を持っています。

今後も世代間連携を強め、若い世代が活動しやすい環境をつくっていくことがさらなる商店街活性化につながるものと感じています。