

出雲大社門前町神門通り活性化の歩み

山崎福太郎

I. はじめに

近年の商店街を取り巻く環境は大型商業施設の進出等による購買機会の多様化や中心市街地の人口減少などにより厳しい状況が続いている。

中小企業庁による平成 21 年度商店街実態調査報告書によると全国の商店街の平均空き店舗数は 5.6 店、空き店舗率（商店街の空き店舗数の合計／商店街の全店舗数の合計）は 10.82%（図 1）を記録した。また、今後も空き店舗は増加していきだろうと調査対象となった商店街が予想している（図 2）。さらに商店街への来客者数は「減った」と実感している商店街は有効回答件数の 76.8%に上っている。どのようにして人通りを増やし、商店街に活気を取り戻すことができるかが今日の課題となっている。

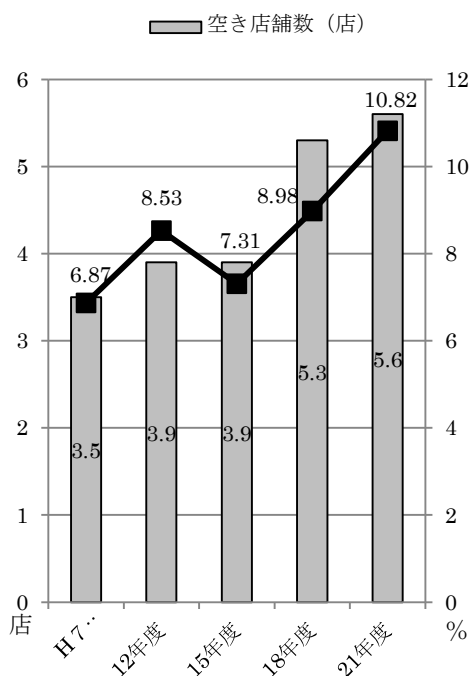


図 1 1 商店街あたりの空き店舗数及び空き店舗率の推移（平成 21 年度商店街実態調査報告書）

島根県出雲市大社町には年間 250 万人の参拝客が訪れる出雲大社が位置しており、出雲大社の勢溜せいだまりの大鳥居以南の通りは「神門通り」と呼

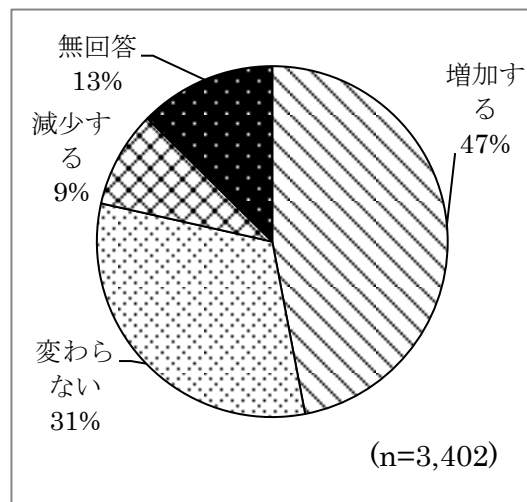


図 2 今後の空き店舗の見通し（平成 21 年度商店街実態調査報告書）（n=有効回答件数）

ばれる門前町を形成している（図 3）。この通りの両側には土産店をはじめとした様々な店舗が軒を連ねている。神門通りにはシャッターをおろしている空き店舗はほとんど見受けられず、また多くの観光客が通りを歩きながら買い物を楽しむ姿をみることができる。このように現在は活気であふれている神門通りであるが、かつて平成 2 年（1990）の JR 大社線が廃線となった頃から空き店舗が目立ち、車ばかりが通る人通りが少ない門前町となっていた（出雲市役所、2012a）。活気を失っていた神門通りはなぜ息を吹き返すことができたのだろうか。多くの商店街が客を呼び集めることに苦勞しているなかでどのようにして商店街再生までこぎつけたのだろうか。今回の調査では神門通りの活性化の理由とその歩みを明らかにするため、行政と神門通り沿いに店舗を構える事業主、さらには神門通りを訪れる観光客に対して聞き取り調査を行い、同時に行政と神門通り沿いに店舗を構える事業主には資料提供を依頼した。これらをもとに神門通り活性化への道筋をあきらかにする。



図3 調査地域概要 (其図は出雲市都市計画平面図 1:2500 に筆者が加工して作成)

II. 調査方法と調査対象

今回は先ず行政と神門通り沿いに店舗を構える事業主の二者に対して聞き取り調査と資料提供を依頼した。行政は出雲市役所のまちづくり推進課大社門前町整備室と観光交流推進課観光政策係、出雲商工会、そしてワークショップを委託された株式会社バイタルリード、神門通り沿いに店舗を構える事業主には神門通り麩りの会代表者と神門通り沿いの各店舗を対象とした。また、神門通りを歩く観光客に対しても聞き取り調査を行った。このように三者の立場から考察した理由は、行政と神門通り沿いに店舗を構える事業主それぞれ独自の取り組みと相互の協力体制の実態、そこに訪れる観光客の意識を調査するためである。

III. 神門通りの発展と衰退

本研究の調査対象である出雲市大社町神門通りが形成されたのは明治45年(1912)に旧国鉄大社線が開通し、出雲大社の参道から一直線に南に向かった位置に大社駅が設けられたことがきっかけとなる。大正時代から昭和40年代までは大阪や名古屋からの観光列車や初詣列車などが多くの参拝客を大社駅まで直通で運んできた。門前の神門通りは観光客が闊歩し大社地域の中心商店街として栄えていた(図4)。昭和5年(1930)には一畑電気鉄道(現・一畑電鉄)が川跡 - 大社神門(現・出雲大社前)間の運輸



図4 昭和初期の神門通りの様子
(出雲市役所, 2012a)

営業を開始している。

昭和40年(1965)の名神高速道路の開通以降、日本の自動車産業は国内市場の急成長と輸出拡大に伴い生産力を飛躍的に増大させ、同時に高速道路の建設が始まり、本格的なモータリゼーションが到来する(独立行政法人環境再生保全機構, 2003)。自家用車やバスによる観光が主流となり、旧大社町長の依頼により出雲大社西側の外苑に駐車場が設置された(本報告書では以下、出雲大社大駐車場とする)(図3)。その結果、出雲大社のみを参拝する観光客は門前町に立ち寄らず、通過型の観光に変化してゆくことになる。

その一方で鉄道利用者は減少し、平成2年(1990)には旧国鉄大社線は廃止となる(廃止当時はJR)。このことで大社駅から出雲大社への人の流れは途絶えてしまい、一畑電鉄出雲大社前駅から出雲大社間の流れのみになったが、それ以上に車で訪れる観光客の増加により神門通りは出雲大社大駐車場に向かう自家用車や観光バスが通過していきだけの通りになってしまった(図5)。さらに観光客は出雲大社大駐車場を利用することで参道を歩くことなく出雲大社の西側から参拝するようになったため、本格的に人通りが失われてしまう。



図5 自動車を通るだけの神門通り
(出雲市役所, 2012a)

IV. 行政の取り組み

平成 17 年（2005）に大社町は出雲市と合併し、新出雲市になったことを契機に本格的に神門通り再生にとりかかる。ここから行政の神門通りのまちづくりの取り組みについてみていく。

IV. 1-1 行政による神門通り美装化の取り組み（参道の石畳化とシェアドスペース）



図 6 石畳を敷いた神門通り（筆者撮影）

出雲市は「21 世紀出雲のグランドデザイン」において「交流人口 1,000 万人の実現」を掲げ、出雲大社とその参詣道である神門通りを一体化した魅力ある観光ゾーンと位置付け、新たな集客効果を生み、長時間滞在を狙った門前町再生に取り組んでいる。また、「古代出雲文化遺産による出雲の顔づくり」として歴史・文化のシンボル空間整備を進めてきた。施策の中で神門通りの道づくりの方針として「にぎわいづくり」を掲げ、失われたにぎわいを取り戻し、出雲大社の参道らしさを創出する事業を展開している。大きな事業の一つとして平成 22 年（2010）から平成 24 年（2012）の期間で神門通り整備事業が、島根県出雲県土整備事務所と合同で行われた。具体的な整備内容は神門通りの美装化、電線の地中化、幅員構成の変更などである。通りの美装化は出雲大社境内の参道石畳のデザインを生かし、一畑電鉄出雲大社前駅から出雲大社参道の入り口である勢溜交差点までの歩道・

車道に石畳を敷いた（図 6）。

それに伴い、景観保護のため電線をすべて地中に埋め、幅員構成を変更して歩行者にとって安心して楽しみながら歩ける道づくりとしてシェアドスペース（共有空間）を採用した（図 7）。

シェアドスペースとは、物理的境界を歩道と車道の境界に設けず、歩道、車道、沿道までを一体的空間とすることで歩行者も運転手も相互の危険意識が高まり、安全性を促すシステムのことをいう。施工前に交通社会実験を行い、道幅は変えず歩道と車道の幅員を変更して、安全性や通行性を確認した。実際に通行する車の平

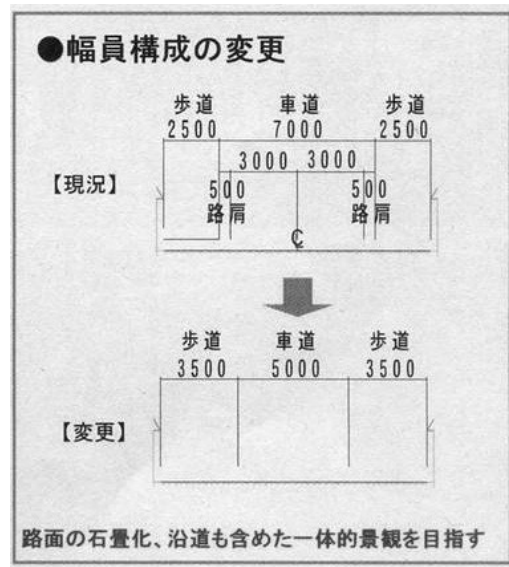


図 7 シェアドスペース実施前後の幅員構成の違い
（島根県出雲県土整備事務所都市整備グループ, 2011）



図 8 曲線を用いた柔らかなイメージのデザイン
で設計された勢溜交差点の横断歩道（筆者
撮影）

均速度は実験前と比べると 6km/h 減速した結果が得られている（島根県出雲県土整備事務所都市整備グループ, 2011）。さらに照明や信号、勢溜の横断歩道にも景観を崩さないような意匠をこらした設計が施されている（図 8）。

これらの道づくりの計画は、市や県が一方的に計画したわけではなく、住民意見を取り入れた計画づくりの徹底がなされ、平成 21 年（2009）にはアンケート調査、平成 22 年（2010）7 月から平成 23 年（2011）3 月まで 6 回の道づくりワークショップ、平成 23 年 6 月から 12 月にかけて 3 回のデザインワークショップが開かれさらにはヒアリング、広報活動などが行われた。平成 22 年（2010）における住民アンケートでは、道路拡幅の賛否に賛成 18% 反対 51% どちらでもない 31% という結果であった。これは単なる道路の美装化で済まされる問題ではないという住民たちの意識が確認され、全 9 回にわたって行われたワークショップは住民への説明や議論が繰り返された。その結果、住民の意見に沿う努力と共に事業が進められたのである。

住民や観光客に対する説明・案内活動の一環として、神門通り沿いには神門通り PR 館（現・神門通りおもてなしステーション）が設置され、道づくり PR や工事情報提供は島根県出雲県土整備事務所、まち歩き施策や観光客への参拝案内等は出雲市観光交流推進課のスタッフが担当している。このスタッフが神門通り PR 館において住民や観光客の意見を吸い上げる一端を担っていた。平成 24 年の神話博しまねに間に合わせるために美装化工事が突貫で行われたが、神門通り PR 館と住民との間で意見交換を盛んに行ったため、工事中の道路規制や施工方法など住人の理解を得ながら工事を進めることができたという。

IV. 1-2 神門通り地区まちづくり協定と 21 世紀大社門前町再生・整備事業

出雲市役所は神門通りのまちなみづくりと

して、まちなみの修景に取り組んでいる。出雲市役所と神門通り地区住民は建築物の整備基準や縁台、フラワーポット、のぼりなど道路上に置かれる占有物件に関する事項をとりまとめた「神門通り地区まちづくり協定」を結んでいる。協定に則して修景工事を実施する住民に対しては、市役所から街なみ整備助成事業補助金が補助されている。街なみ整備助成事業補助金制度は、出雲大社への参詣道としての風格ある街なみを形成することを目的としている。例えば建築物の外壁の修景であれば漆喰塗りや板張りの和風に仕上げることで、色彩を白、灰色又は茶色とするなど統一感をもたせた基準がある（図 9）。基準を満たした改装であれば、補助対象費の 3

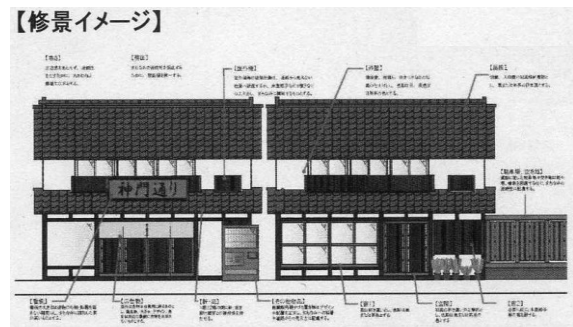


図 9 街なみ整備助成事業補助金が適用される修景イメージ（出雲市役所, 2010）

高さは二階建て以下、外壁の色彩の統一（白、灰色、茶色）、屋根は傾斜屋根（切妻、入母屋）、日本瓦（黒、茶色）玄関は和風の引き違いにするなどの指定がある

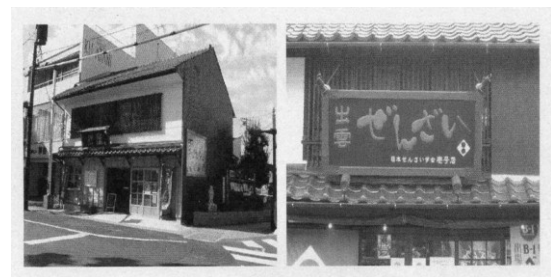


図 10 街なみ整備助成事業補助金制度適用例（出雲市役所, 2012a）

外壁の色彩の統一や、玄関を和風の引き違いとしている様子が見える

分の 2（200 万円を限度）を市が助成する仕組みとなっている。実際にこの補助金制度を用い

て改装を行った店舗が2件みられた(図10)。

空き店舗への新規店舗参入を押し進めたり、新規に店舗を出店したりすることを支援する出雲市地域商業再生支援事業補助金の制度も存在する。特に空き店舗活用事業については、家賃(2/3)と改装費(1/2)を県と市が半分ずつ補助し、支援する体制がとられている。

これ以外にも21世紀大社門前町再生・整備事業として平成21年(2009)から人通り創出のために観光バスやタクシー乗降場、駐車場兼イベント広場となる神門通り交通広場を設置、街なみ環境整備事業として神門通り以外の出雲大社周辺地区の道路美装化、無電柱化の実施、人通りを一畑電鉄出雲大社前駅以南への誘導を狙い、出雲大社前駅の南側に神門通りポケットパーク「縁結びスクエア」を設置する事業をすすめている(平成24年9月完成)。特に駐車場やイベント会場として利用することにより人通りを生み出す目的として設置した神門通り交通広場に関して歩行者満足度アンケート(出雲市役所、2010)を行っておりでは、「神門通り交通広場の整備は神門通りの賑わい創出に効果があったと思いますか」という質問に対して調査対象となった住民全体の75%の人が「あったと思う」と評価している。

図11 パンフレット内のアンケート

これらの整備事業は観光客のピークをむかえる出雲大社大遷宮と古事記編纂1300年となる平成24年(2012)に合わせて進められてきた。特に神門通り整備事業に関しては人通りが多くなると見込まれる一畑電鉄出雲大社駅前から大鳥居前の勢溜までの美装化を完了させている。出雲大社前駅から南側に位置する道の駅ご縁広場駐車場までの美装化も検討中であり、神門通り全体の人通りの活性化を図る予定である。

IV. 1-3 人通りを生み出すための観光客へのアピール

観光交流推進課観光政策係では観光客へのアピールと、ご縁広場の活用について取り組んでいる。出雲市では「出雲大社門前出雲國のまちあるきキャンペーン」として神門通りを紹介するパンフレットにアンケート用紙を添付し、回答してくれた観光客に対して神門通りの店舗で使えるクーポン券と出雲大社の正式な参拝方法などを示した出雲大社ご参拝帖をプレゼントする企画を実施している(図11)。このアンケートはパンフレットの内容を読まないで答えられ



図12 パンフレット内の参拝順序の説明

ない設問となっており、より多くの観光客に神門通りについて知ってもらいながらクーポン券を利用してもらう仕組みになっている。また、このパンフレットには「四つの鳥居をくぐっての参拝がおすすめです」という記載がある（図12）。これは神門通り沿いの店舗主達が組織する「神門通り魅りの会」による人の流れを創出するための工夫の一つをパンフレットに採用したものである。道の駅ご縁広場駐車場に自家用車やバスを停めてもらうことや、路線バス利用者に道の駅ご縁広場で降車をしてもらうことで、観光客が神門通り全体を歩いて出雲大社に向かう仕掛けになっている。このように「神門通り魅りの会」と行政が神門通りの活性化を目指して取り組んでいる姿が見受けられた。

道の駅ご縁広場には旧大社町に関する展示施設「吉兆館」がある。吉兆館は物販や飲食販売ではなく、歴史・文化の展示や観光案内をしているが、観光客の目を惹く展示品はあまり多くみられない。そのためこの施設や駐車場を利用する観光客は少ないのが現状である。今後、神門通りの人通りの活性化を図るためにご縁広場周辺の再開発が進められている（図13）。Aエリアには土地代を無償で新規事業主を募集し、コンビニエンスストアと惣菜カフェが名乗りを

上げ平成24年11月に開店が予定されている。Bエリアには出雲神話の一場面である「国引き神話」のレリーフが植栽により道路から見ることができなくなってしまっていたため、植栽等を改修した。現状のご縁広場駐車場の改修も予定しており、A、Bの整備が終わり次第着工の予定である。このように施設や駐車場を整備することでご縁広場駐車場に車を停める観光客を増やしていきたい狙いがある。

出雲市役所と島根県は、観光客が多くなる出雲大社大遷宮（平成21年～25年）と古事記編纂1300年（平成24年）に合わせる形でハード面の整備事業を進めてきた。今後の課題としては現在進行中の整備事業がすべて完了する平成26年（2014）以降の観光誘致の在り方について検討していく必要があると語っていた。

IV. 2 町歩きパンフレット

出雲商工会では、出雲市からの補助金を用いて出雲大社周辺の町歩きパンフレットを作成している（図14）。平成22年から平成24年は神門通り魅りの会からの出雲大社の正面から四つの鳥居をくぐる参拝方法などの提案を参考にしたパンフレットがつけられている。また、誘致する観光客のターゲットを従来の高齢者層から

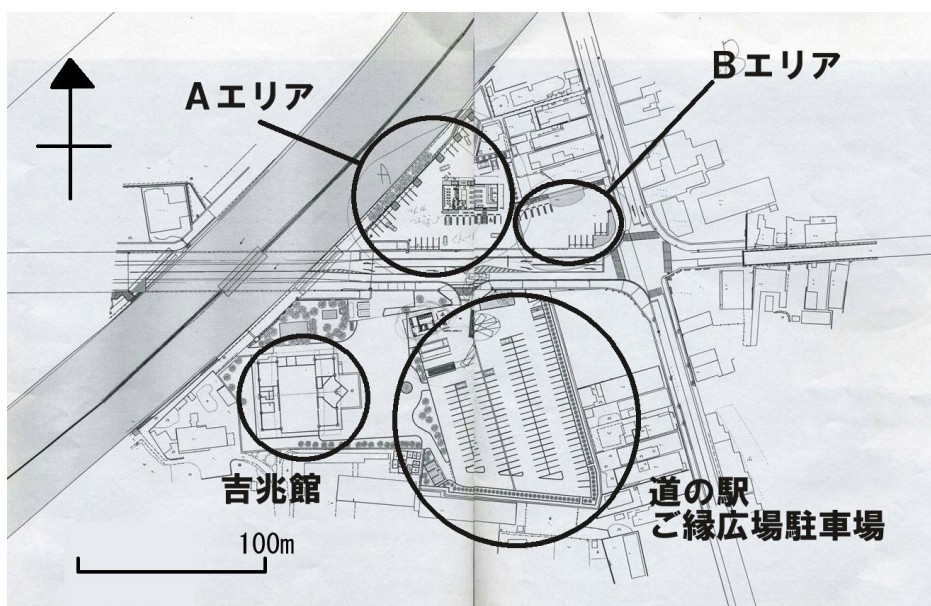


図13 道の駅ご縁広場と吉兆館周辺

若い女性層に転換したことが、観光客が戻ってきた大きな要因と考えられる。近年みられるパワースポットブームもあいまって出雲大社のご利益である「縁結び」に焦点を絞り、若い女性に手にとってもらいやすいデザインや、取り上げる内容も女性向けのパンフレット作りを行った。同時に土産店で扱う土産物も若い女性向けのとんぼ玉やメノウなどを扱うようになった結果、若い女性観光客が増加したと出雲商工会の方はいう。



図 14 出雲市商工会が発行しているパンフレット

IV. 3 住民向けワークショップの開催

株式会社バイタルリードは、コンサルティングを主たる業務とし、島根県出雲県土整備事務所から委託され、神門通り美装化に向けての住民とのワークショップを開催している。住民と行政の間に入り、ワークショップの内容を行政が行う事業に反映させていく役割を担う。ワークショップでは石畳に使用する石の種類や模様、街灯のデザインなどを住民の意見によって決定していった。また、かわら版「神門通りの道づくり」を発行し、参加できなかった住人にむけて内容説明を行ってきた(図 15)。またアンケートはがきと今後のスケジュールを記した用紙

も同時に配布し、多くの意見を取り入れる工夫がなされている。観光交流推進課において紹介したアンケート付きパンフレット作成に関してもバイタルリードが協力している。行政は民間企業力を借りながら神門通り活性化に向けて力を注いでいったことがわかる。



図 15 バイタルリードが発行していたかわら版

V. 神門通り甦りの会

V. 1 神門通り甦りの会の変遷と活動内容

平成 19 年(2007) 神門通りにお土産を扱う無料休憩所「香りプレッセ」と門前だんごの「大社門前町いづも屋」出雲ぜんざいを提供する「日本ぜんざい学会老号店」がオープンした。これをきっかけに、活力を失った神門通りを甦らせたいという動きが住民たちの間で始まった。平成 20 年(2008) に地元の商店主・住民有志 7 名により神門通り甦りの会が結成される。

その後、全国的に商店街の空き店舗化が深刻になっていくなかで神門通りは出雲市役所や出雲商工会との協力で新規出店が続き、平成 24

年現在では計 18 店が空き店舗等を利用して新たに軒を連ねるようになった（図 16）。その後も新規店舗は増え、同年 8 月 31 日には勢溜交差点のすぐ南側に出雲そば、まがたま、T シャツなどを扱う 9 店舗が「ご縁横丁」としてオープンしている。現在の会員数は 54 名となり、神門通りのほとんどの店舗を巻き込んで活動している。また、古事記編纂 1300 年にあわせた「神話博しまね」との共同企画として創作神話フィギュアスタンプラリーを実施し、神門通りで買い物をし、スタンプを集めて景品と交換するイベントが行われた。

また、平成 21 年に完成した神門通り交通広場周辺を会場に、軽自動車を利用した露店とフリーマーケットによる朝市を開催し、同時に観光案内所などの関連ブースを出店する軽四朝市を月一回開催し（図 17）、物販を行って観光客に神門通りを歩いてもらう取り組みを行っている。さらに神門通りの店舗マップの製作、おもてなしの知識や技能を学ぶ「おもてなし講習会」、出雲大社を地域住民達で歩いて改めて出雲大社の魅力を再発見する「ブラ大社」、出雲大学駅伝への協賛、神門通りで統一した日よけ暖簾（図 18）の設置など、地域住民が主体的に取り組む姿がみられた。これらの活動は神門通り麩りの



図 17 軽四朝市の様子（出雲市役所，2012a）

軽四朝市を開催することで観光客が食事や街中散策を楽しみ、かつ滞在空間を整備し、観光振興をはかる目的がある

会を主体として進めているが、事業を行うためには市や県との協力体制が不可欠であり、常にコミュニケーションをとり情報を共有している。



図 18 日よけ暖簾の一例（筆者撮影）

V. 2 神門通り各店舗における取り組み

神門通りの店舗ではどのような取り組みを行っているのか聞き取り調査を実施した。

①日本ぜんざい学会壺号店（ぜんざい）

神門通り麩りの会発足のきっかけとなった店舗のひとつであり、平成 19 年（2007）10 月オープンし出雲発祥の出雲ぜんざいを提供している。来店者数は平日 100 人／日、休日は 200 人／日ほどが訪れている。繁盛期は正月～3 月、閑散期は梅雨の時期であり、神話博しまね開催期間中である平成 24 年 9 月は昨年同月の 120%の利益があがったという。神門通り交通広場ができたおかげで出雲大社大駐車場に車を停めていた人達が南側まで流れてくるようになった。外観整備は街なみ整備助成事業補助金制度を利用して修景している（図 10 右）。神門通りの美装化によって観光客が増えていると言われていた。

②ANT WORKS GALLERY（雑貨）（図 19）



図 16 神門通り麩りの会発足以降の新規出店店舗（調査時現在）
 （其図は出雲市都市計画平面図 1:2500 に著者が加工して作成）



図 19 ANT WORKS GALLERY 外観 (筆者撮影)

平成 23 年 (2011) 9 月にオープンし、一畑電鉄出雲大社前駅より南に店を構える (図 3)。一畑電鉄出雲大社駅前以南は石畳による美装化が行われておらず、石畳までで観光客の流れは止まってしまっているように感じていた。行政による整備事業の住民に対する説明に関しては広報やメディア等に情報を載せるだけでなく、誘致をすすめている観光客と直接関わっていく神門通りの店に対して直接説明があればより理解協力しあっていくことができるのでは、と語っていた。

③いちの家 (とんぼ玉)

いちの家は玉造温泉のとんぼ玉制作を体験できる工房であり、出雲大社店として美装工事が行われた区間に平成 23 年 (2011) 7 月にオープンしている。利用客の 9 割が若い女性であり、商品はとんぼ玉やパワーストーンなど女性向きのものがほとんどである。美装工事期間の様子について聞いてみたところ、美装化自体は観光客が喜んでくれるからありがたいとしていたが、未美装化地域との差が生じてきているとのことだ。具体的な例を挙げると、神門通り麴りの会として店舗の前に宣伝用の旗のぼりを掲げることを景観保護の観点から自粛するような呼び掛けが行われているが、神門通り交通広場以南特に美装化が進んでいない通りに面した店舗の多くは旗のぼりを出している現状がみら

れる。これは、旗のぼりを掲げておかないと観光客が足を運んでくれなくなってしまうからだ、と語っていた。また、いちの家では店員が店舗の前で呼び込みを行う姿が見られた。

このように、神門通り沿いの店舗にとって通りの美装化や環境整備は集客にはプラスの作用が働いているようである。しかし、行政の事業に任せてしまうのではなく、神門通り麴りの会としてまた各店舗として集客をより多くしようと努力する姿勢をみることができた。

VI. 観光客の神門通りに対する印象

行政と地域住民たちの手によって活気を取り戻した神門通りを訪れた観光客はこの通りに対してどのような印象をいただいたのであろうか。神門通りの印象について観光客の声をヒアリングし、表にまとめた (表 1)。

表 1 神門通りを歩く観光客の声

20 歳・女性	はじめてきたが、とても綺麗。出雲大社としての雰囲気を感じることができる。
57 歳・男性	小綺麗でまとまっている印象。通り沿いの店舗も統一感があって良いと思う。
65 歳・女性	石畳の雰囲気があって良い。しかし若者向けのお店が多く、もっとお年寄り向けの商品を扱ったお店があってもよい。
19 歳・女性	縁結びにあやかっ (出雲大社に) 来た。通りも綺麗でお土産も可愛い商品が多い。機会があったらまた来たいと思う。

観光で訪れる人々は店舗の統一感や出雲大社の門前町についての雰囲気の良さに対して一定の評価をし、若い女性層をターゲットとした方針も効果がみられているようだ。一方では、年配層向けのお土産や食事処が少ないという不満の声も聞かれ、全世代に向けた対応が今後求め

られる。

Ⅶ. 行政と地域住民との協力関係からみてきたこと

出雲市役所、出雲市商工会、株式会社バイタルリード、神門通り麩りの会の関係を相関図で示した（図 20）。行政の取り組みとして、島根県出雲県土整備事務所と出雲市役所が取り組んできた神門通り整備事業による美装化が行われた。市役所が神門通り交通広場の整備、街なみ環境整備事業で神門通り以外の出雲大社周囲の美装化などの神門通り周辺のハード面の整備を行った。これらの事業は観光客が多くなる出雲大社大遷宮と古事記編纂 1300 年に合わせる形で進めてきた。同時に株式会社バイタルリードが地域住民と行政の仲介役を担う形でワークショップを開催し、意見を吸い上げ事業に反映させていくことで、整備事業に対して理解を得ることができた。住民への配慮に加えて行政と地域住民が互いに連絡をとりあうことで、両者が「神門通りの活性化」という同じ方向を見つめて歩んでくることができた。

さらに、行政からの補助金を活用して景観に統一感をもたせることを住民側に押し付けるのではなく、出雲市の観光課題の一つとして通りの修景を扱うことの理解を促した上で進めていることが特筆される。通りの美装化は勢溜から一畑電鉄出雲大社駅前までの区間で行われたが、最終的には道の駅大社ご縁広場駐車場まで美装化をおこない、人の流れを神門通り全域にまで広げていく計画であり、これは行政も地域住民も同一見解を示している。

神門通りの住民たちの思いは観光客に PR するためのパンフレットに反映されている。より多くの観光客に神門通りを歩いて買い物をしてもらうために、住民が考案した宇迦橋の大鳥居、勢溜の大鳥居、松の参道の鳥居、銅の鳥居この 4 つの鳥居（図 3）をくぐる参拝方法をパンフレットに採用し、パンフレット同封のアンケート

トに答えると神門通りの店舗で利用できるクーポン券がもらえるなど、神門通りの活性化を狙った仕掛けがあらゆるところに散りばめられている。また、出雲商工会と神門通り麩りの会によるパンフレットづくりには、若い女性にターゲットをしぼる工夫が行われている。土産品の内容も若い女性向けのメノウやとんぼ玉などのアクセサリ、出雲ぜんざいなどのスイーツを充実させたことで、実際にこの取り組みは成功し、多くの女性観光客が神門通りを訪れるようになった。これからは 2000 年以上続く出雲大社という観光資源をどのようにアピールし、観光客誘致により一層力を注いでいけるかが今後の課題となるだろう。

Ⅷ. まとめに

神門通りの活性化は行政が一方向的に進めてきただけでは成功しなかっただろう。地域住民の活動、特に神門通り麩りの会による地域活性化の取り組みが大きな役割を担っていた。店主達がより活気のある神門通りを復活させようと独自にイベントを企画・開催したり、空き店舗の解消と新規開店を支援したりする取り組みが行われてきた。このような活動に対して行政とも連絡を取りあう体制が構築されていった。その結果、地域住民は行政の取り組みに理解を示し、行政は地域住民の取り組みを後押しする仕組みが成立している。このように相互に協力しあうことで神門通りの活性化が進んでいった。これが、神門通りが活性化に至った大きな理由となるだろう。

現在は美装化や交通広場設置等のハード面の整備が終わりつつある。しかし、今後の課題として一畑電鉄出雲大社前駅以南へ観光客の動線が伸びているとは言い切れない。より多くの観光客が神門通り全体を行き交うようになるためには、整備された現状を維持、向上していくと同時に行政と地域住民両者の関係性の強化や観光客に対するサービスの向上等のソフト面の

充実、そして出雲大社がもつ「本物」を生かした観光客誘致が求められる。

○謝辞

今回の調査にあたり、出雲市役所まちづくり推進課大社門前町整備室，観光交流推進課観光政策係，出雲商工会，株式会社バイタルリード様，神門通り PR 館（現・神門通りおもてなしステーション）の皆様，神門通り甦りの会の皆様には多くの資料と有益な情報をいただきました。また，神門通り沿い各店舗の皆さん，神門通りを歩く観光客の方々には聞き取り調査に協力していただきました。心より感謝申し上げます。ありがとうございました。

○参考・引用文献

独立行政法人環境再生保全機構（2003） 自動車産業の歴史と現状「7. 日本のモータリゼーションの到来

http://www.erca.go.jp/yobou/taiki_siryoku01

（参照：2013.07.22）

消費者庁（2008）「平成 21 年度商店街実態調査報告書」 p.4

石田武（2008）出雲大社門前町の再生を目指して 新都市 vol.62 no.11 p.175-176

出雲市役所（2010）「神門通り地区街なみ整備助成事業補助金について」 p.4

島根県出雲県土整備事務所都市整備グループ（2011）「神門通りの道づくり 祈りの道、そして出会いの道」 p. 4

出雲市役所（2012a）「大社地区のまちづくりについて」 p.1-27

出雲市役所（2012b）「出雲市地域商業再生支援事業費補助金交付要綱」 p. 4

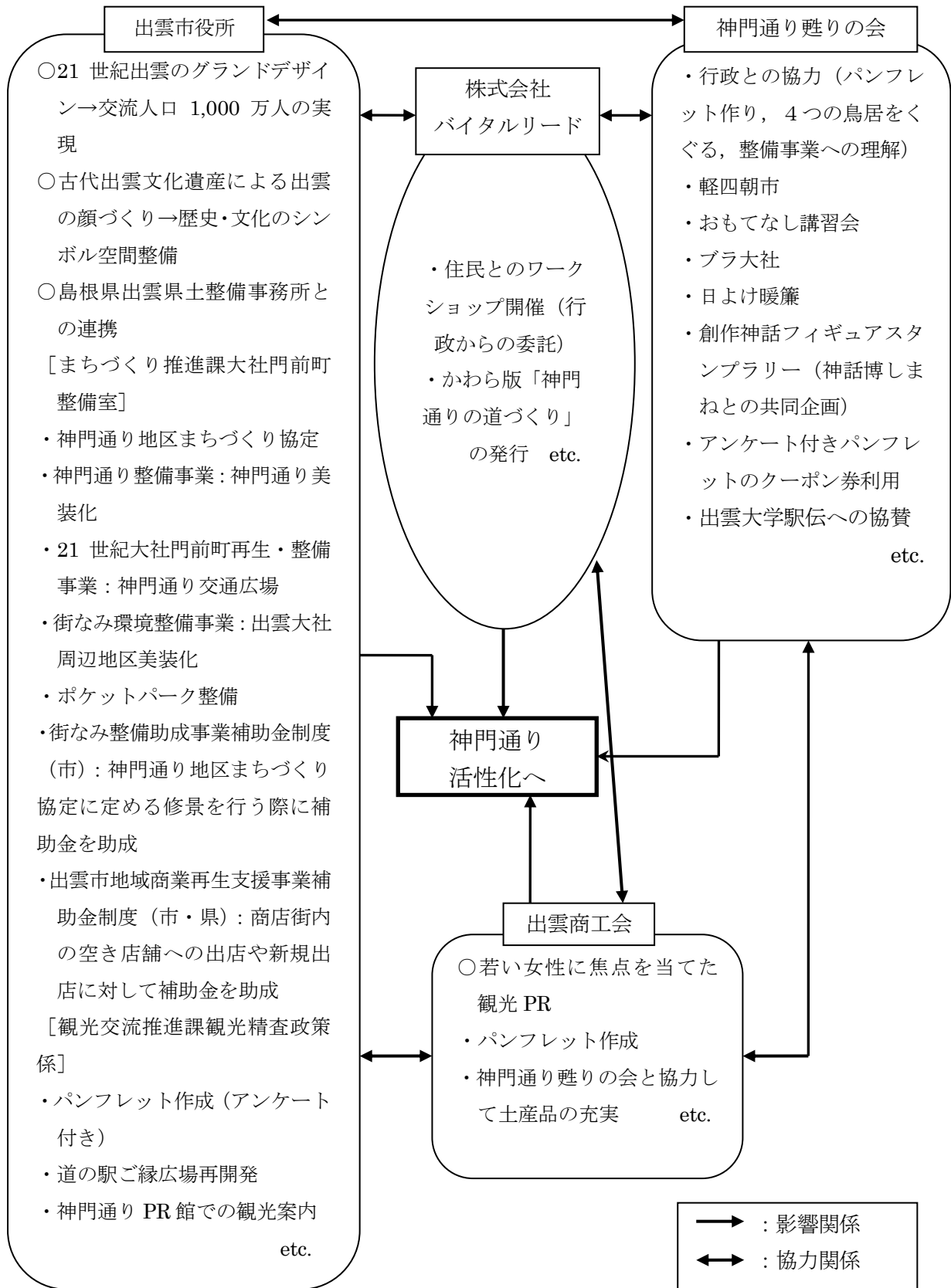


図 20 行政と地域住民による神門通り活性化に対する取り組みの構造