

1. 取り組みの概要について

山鹿湯町の南口、菊池川にかつて「惣門」と呼ばれる門があり、今は惣門地区と呼ばれている。米によって栄えた地区であり、今なお酒蔵・味噌蔵など米関係の商家が立ち並んでおり、そのような町並みを活かしたガイド付のまち歩きツアーとして「米米惣門ツアー」をおこなっている。

江戸時代に参勤交代のルートとして栄えた豊前街道を舞台として、その道沿いに残る酒蔵（千代の園酒造）、味噌蔵（木屋本店）などボランティアガイドである「山鹿市旅先案内人の会」と共にめぐり、山鹿の文化や歴史を紹介するツアーであり、料金は一人 500 円（お土産付）、受け入れ人数は平成 22 年現在で年間 4,000 人を超える。



【店主による説明】



【街道沿いの歴史説明】

2. 商店街概要

商店街名	下町惣門会※
所在地	熊本県山鹿市山鹿
会員数	21店舗※
URL	—

※下町惣門会が活動する下町商店街は実態として存在しないことから、下町惣門会の名称と、立地する店舗の数を示す。

3. 取り組みに至る経緯・背景

古くから阿蘇の伏流水の湧く同地域一帯は米どころとして栄えており、古くは大阪の米相場を動かす程の味であった。この「肥後米」は菊池川で運ばれ、宿場町ごとに一旦船から降ろして数を数えており、米を降ろす際の川からの入り口が「惣門」であり、この惣門が象徴するように惣門地区は米で発展した地区であった。

平成 12 年 11 月より、当時の NHK ドラマ「オードリー」の中で山鹿市が舞台の一つとして取り上げられ、人が押し寄せる期待感と「がっかりさせない為に何かしなければ」という危機感から、町並みや歴史を活かしたガイド付きのまち歩きツアー（米米惣門ツアー）を始めた。

ドラマのロケが8月下旬で、放送が11月ということもあり、たった3ヶ月の短い期間で地域を見直したことが幸いし、「米」という地域に共通するテーマを見つけることが出来た（明治29年創業の千代の園酒造の酒蔵や木屋本店の江戸時代の味噌蔵、手焼き煎餅工房、宝暦10年（1760）の米蔵を活かしたギャラリー等）。短い準備期間で資源の整理や合意形成をおこなう必要があったため、毎週会議を繰り返し、まちの特性を前面に出した取り組みとして、「米米惣門ツアー」をはじめた。

「米米惣門ツアー」のガイドは、豊前街道の歴史に詳しい、退職された方のボランティアガイド「山鹿市旅先案内人の会」にお願いすることとなり、現在では、酒蔵や味噌蔵などではその店の方に説明して頂き、出てきたらまた旅先案内人が次の場所へ案内するリレー方式となっている。案内人は現在9軒となっている。



【下町惣門地区の様子】



【下町のシンボル「惣門」】

4. 取り組み内容

平成12年11月のスタート当時は商店街のなかでも30～40歳くらいの比較的若い世代が20名ほど集まったメンバーで、未完成状態の見切り発車であったが、反応は上々であった。ただしそれぞれ本業をもっていることもあり、また、旅先案内人の方は日曜日が忙しいこともあり、当時は旅館（清流荘 鹿門亭）を受入窓口として、11時スタートの2回のみで開催であった。

客が途絶えることもあったが、代わりに日時指定での依頼が来るようになり、ツアーガイドを旅先案内人の方に受けて頂くようになってから利用者はどんどん増加していった。翌、平成13年1月には「随時受付（前日までに要予約）」とし、平日も開催するに至った。

このように利用者が増加する中で、受付をしていた旅館にも「米米惣門ツアーって何？」という問合せが増加し、観光協会での受付へと移行した。

当時、観光協会も若いメンバーに変わっていた時期でもあり、どのように受付けてどのように回すのかを明確にした。ガイドの方法も利用者のパターンに合わせて変化してきた。

利用者が増加するにつれ、ガイドの方法もレベルアップする必要があり、他の人をみたり、市史を読み直す、地域のお年寄りを呼んで歴史の勉強会を開催する等、工夫を重ねた。

このように地域の歴史を再認識する機運が高まる中、天正6年（1578）創設の光専寺が「米」との繋がりがあることを発見（山鹿一の米問屋だった宗方屋利助がお経を寄付した）するなど、ツアーの魅力は深まっていった。

順調に利用者が増え、平成 14 年に熊本県による地域づくり賞「まちづくりコンペ」で 1 位となり、その直後に「第 1 回くまもと観光賞」を受賞するなど、外部の目に変化をはじめ、視察なども増加してきた。

また、山鹿市の主要観光施設のひとつでもある、明治 44 年にこけらおとしされた歴史的な芝居小屋「八千代座」(旦那衆と呼ばれる山鹿の実業家たちの手によってつくられた芝居小屋。一時廃屋同然となったものの、昭和 62 年頃から市民寄付による復興がおこなわれ、昭和 63 年に国重要文化財指定)が大改修(平成 8 年～13 年)されており、八千代座復元がメディアに出たこともあり、利用者はますます増加していった。

米米惣門ツアーの認知度向上、八千代座復元及びまちなみ整備等の複合的な要員により来街者は増加傾向となり、一般の観光客の方が米米惣門ツアーに紛れて、終了時には倍の人数になっていることもある。

有料のツアー利用者と区別するためお土産をつけており、ツアー代金の 500 円のうち、お土産 300 円を、米せんべいや味噌汁など各店に振り分けており、「お客様が通れば、売上も上がる」という仕組みとしている。



【八千代座（国指定重要文化財）】

5. 取り組みによる成果

現在、米米惣門ツアーの正式受入数は年間約 4,000～5,000 人。味噌蔵、酒蔵の無料見学を加えるとその何倍かに人数が跳ね上がる状況である。

リピーターも増加しており、全盲の方が一度 1 人で来られたことがあり、二度目は「あんまり良かったので、パソコン教室の友達を連れてきた」と全盲の方のグループで介助の人が 1 人ずつ付いて来られたこともあった。

このように、リピーターを含め、来街者が増えただけでなく、自らの町を自らの工夫で説明することにより、ガイドが誇りをもって紹介することを楽しむようになり、仕事よりもツアーを優先的に考える店主も出てきている状況である。

「こういう年代にこう話すとうける」「これは欠かせない」など、ガイド同士での情報共有もおこなわれており、全盲の方を案内した際に手触りで歴史を認識されていることに気づくなど、観光客から新たなガイド方法(地域の魅力の発見方法)を学ぶ機会も増えている。

6. 取り組みにおける課題

米米惣門ツアーの認知度が高まるにつれ、大型バスでの観光客も多くなってきたが、バスの駐車場が限られていることや、「米」という共通テーマによるツアーなので、どこからでもツアーをスタートできることもあり、適宜時間やコースを変えることで対応は可能な状況である。

ツアー参加者への満足度を向上させる為に、案内人同士の交流や情報共有を欠かさずおこなっており、事前申込書から客の出身地や特徴から、「この話をすれば良いのでは」「自分がここまで話をしてネタ振りをするので、これ以降はそちらで話を盛り上げて欲しい」など経験に基づいた下打ち合わせが行われている。

山鹿人の気質でもあるが、「押し売りはしない」ように心がけており、「ガイドしている人が実は煎餅屋ですよ」など驚きや喜びを演出すれば購入してくれる人は多く、またツアーをおこなっている内に関係ないものなどまでどんどん売れることは多い（バスツアー客のうち一人が地域のお惣菜を購入すると、他の客までつられて購入するなど）。

また、不定期開催でお互いのガイドの質を高めるための批評会をおこなっており、上手くガイドをおこなう方法の勉強や、地域の情報等、情報交換とツアーの質の維持をおこなっている。例えば、長崎や霧島からバスが200台も来ているのに売上に繋がらなかったときには、その客が昼食をとっている場所を見に行き、なぜお金を使わないのか、自分達で原因を確かめるようにしており、このような検証と実践の積み重ねが現在の賑わいに繋がっている。

後継者問題については、各店舗に現状として若い後継者が出てきていることもあるが、ツアーの質を保つには「人と人とのやりとりであること」「コミュニケーション」が重要となる。その点でも「人間の質」は教えられるものではない為、無理に新たな後継者をどんどん入れていけば良いものではないと考えている。

ツアーの魅力を維持するには「個人のキャラクター」に負うところが大きい。そのため、一人が病気等で倒れるとツアー全体に大きな穴が開いてしまうため、若い人一人ではよいので今後の育成を考える必要はある。



【山鹿市旅先案内人の会】

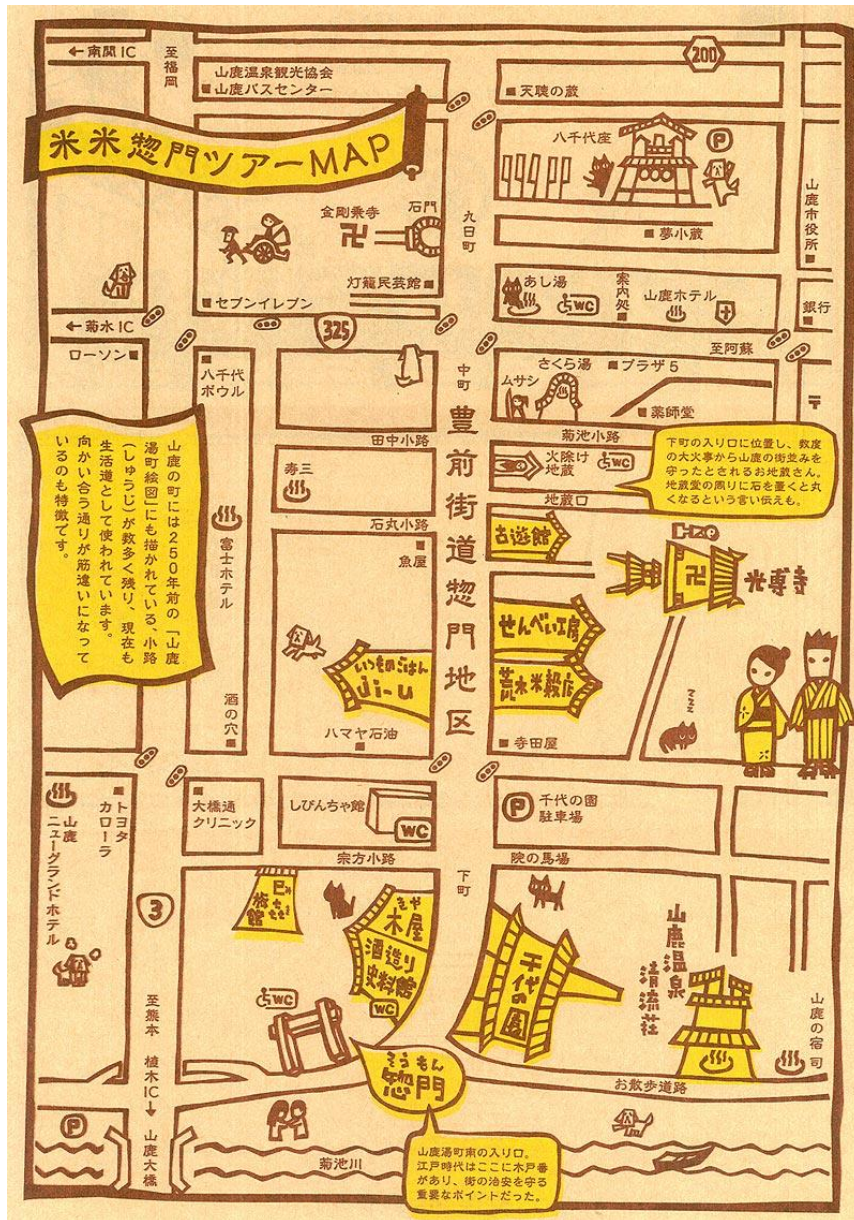


【煎餅づくり体験】

7. 連携した団体、キーパーソンについて

商店街からは当初から協力的な意見を頂いて推進しているが、これは当初の準備期間が3ヶ月という短い期間しかなく、合意形成に費やす時間がなかったこと、「やるしかない」「もう動き出している」という実情があった。しかしながら、実際の活動を始めてみると地域や商店から応援する声も上がってきた。

また、「製造業は何かのきっかけですぐ観光業にシフトできる」と考えている。米米惣門ツアーの中でも、当初製造現場や、特に大事な製造過程を見せることに対して否定的な意見（守秘義務、衛生管理等）もあったが、製造場所と別に簡単な資料コーナーを設けるなど、各店舗の努力により改善している。



【米米惣門ツアーMAP】

8. その他

平成 15 年度から新たな取り組みとして豊前街道一帯で「山鹿灯籠浪漫・百華百彩」を開催している。元々山鹿は大正時代には西日本一の和傘生産地であった。このような歴史的背景を活かし、地域の竹を切ってつくった灯籠を並べ、そこに和傘のライトアップをおこなう。

観光客が減少する冬季の新たな風物詩となっており、イベントの準備作業には観光協会や商店街だけでなく、地域住民、会議所、市観光課や県振興局、熊本市内の大学等、様々な団体・個人が参加しており、地域づくりに関わる人達の合意形成の場、将来像共有の場となっている。

当初は新たなイベントの開催に否定的な人もいたが、4 回目の開催で商店街の売上が上がると、商店の方の態度も変わってきた。これは観光協会スタッフ等が諦めずに継続したことにもよるが、5 回目の開催時には坂東玉三郎の八千代座公演の際よりも売上が増加する店舗が 2、3 軒でてきはじめ、その頃からイベント準備作業である竹切作業の参加者も増え、笑顔が多くみられるようになった。



【山鹿灯籠浪漫・百華百彩】