

キーワード ネオン坂、いっぺんさん、にぎわい創出

◎私たちが行ったこと

私たちは、映画のロケ地を探すなかで、道後温泉本館から100メートルも離れていない所に、ネオン坂という歓楽街の存在を知りました。空き家となった古い木造の建物などが並ぶその地区には、人通りがほとんどなく、古い地図や資料で調べた結果、このあたりは昭和32年まで遊郭などが並ぶ花街だったことがわかりました。しかし、ネオン坂の周辺には、時宗開祖の一遍上人の生誕地「宝厳寺」や、伊佐爾波神社、道後公園、石手寺など魅力ある地域資源があります。ネオン坂は、道後を知る新たな「回遊路」としての魅力を秘めています。それは、道後温泉本館から徒歩3分という「浴衣で歩ける距離」としても現実性があります。そこで、他の助成財団の支援を受けてこの地区を核とした活性化方策を検討し、にぎわいや交流を生む青

特定非営利活動法人

# アジア・フィルム・ネットワーク

## ミッション

映画・映像制作の支援を通して、魅力ある地域づくりと映画振興をおこないます。

- 「世界の中心で、愛をさけぶ」
- 「ロード88」
- 「がんばっていきまっしょい (TV版)」
- 「HERO (TV版)」
- 「K-20 怪人二十面相」
- 「遙かなる絆」
- 「トヨタレクサス」
- など支援実績多数

設立年月 2002年4月  
メンバー数 25名  
代表者名 福岡晋也

愛媛県松山市大街道1丁目3-1  
いよぎん南ビル2階  
特定非営利活動法人  
アジア・フィルム・ネットワーク  
TEL 089-934-0310 FAX 089-934-0317

afn@asiafilm.info  
<http://www.asiafilm.info/>





空市を開催することにしました。2004年のことです。

青空市は、ネオン坂の突き当たりにある宝厳寺で行おうと寺の住職に相談し、愛称を「いっぺんさん」にしたいと相談しました。住職はこの地域がにぎわうならと、参拝客用の駐車場を快く安価で提供してくれました。そして、地域や各事業者などには、青空市の目的である「ネオン坂への集客を通して現状を共有できること」「世代や地域を問わない交流できる「場」になること」を伝えて、理解を求めました。

H&C 財団の助成対象活動では、定期開催している「いっぺんさん」の新しい出店内容を市民に企画・実施してもらうことで、より多くの人の地区への関心や人的ネットワークの拡大、にぎわい創出に持続性をもたらすことを目的としました。

#### 「いっぺんさん」の新規出店

「新規出店企画」のための話し合いを4月の例会から毎週実施しました。6月には2週にわたり、集中ミーティングを実施しました。それによりメンバー間の活動温度差を埋めることができ、「ワークショップの充実」「開催テーマを設ける」「ラジオドラマ」などの案が出てきました。これまでも市民の企画で市民の手づくり品を販売する「いっぺんさん」を開催してきましたが、今回は集客を意識した企画を募ることとしました。そして、選定された企画を7月以降の「いっぺんさん」で実施していくこととしました。結果として、メンバー自身による実験的な取り組みを7月と9月に実施し、その後市民の企画による出店を11月、1月、3月に実施しました。

#### 団体設立経緯

東京からニューヨークに留学して映像やデザインを学んでいた現在のコアメンバーが、配偶者の故郷の愛媛県を旅した際に、自然の豊かさや人の温かさに魅かれた。それが後に当地でフィルム・コミッション事業を開始するきっかけとなった。

松山市商工会議所青年部の協力や、インターンシップの学生を受け入れるなどして団体が設立された。

#### 私たちが大切にしていること

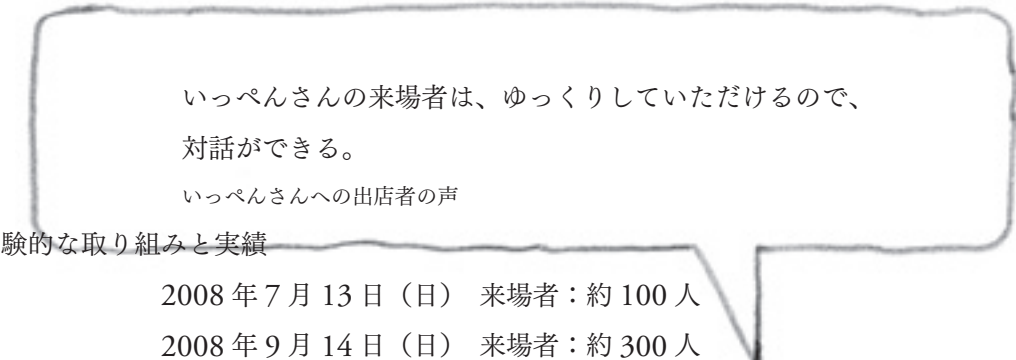
- ・活動において、社会人、学生などその人の属性に関係、影響しない風通しの良さ。
- ・常に発展、向上しようという意識と姿勢。
- ・関係者、スタッフ間のモチベーションの共有。

#### 「えひめフィルム・コミッション」

団体のコアメンバーの提案をきっかけとして、愛媛県は観光課（現在観光交流課）の中に「えひめフィルム・コミッション」を設立した。提案者であるコアメンバーが、専従職員としてこの組織に2002年から約5年間在籍した（現在も団体と県の協力体制は変わらない）。ロケーション撮影の受け入れ窓口は県で一本化されていて、道路や公共施設等の許認可申請等、公的手続きを県が担当している。その他宿泊や食事場所の紹介をはじめとした現場支援業務を団体が担っている。NPOと県の協働でのフィルム・コミッション事業は、「愛媛方式」と呼ばれ、他県から視察に訪れる。

愛媛県松山市道後温泉地区

左ページ：ネオン坂



メンバー自身による実験的な取り組みと実績

2008年7月13日（日） 来場者：約100人

2008年9月14日（日） 来場者：約300人

7月の「いっぺんさん」では、出店者のキャンセルが相次ぎ、出店が5ブースにとどまりました（通常全部で15ブース位になる）。自己出店を拡張しても、空きブースが目立ったことから、出店者からは出店料を徴収しませんでした。出店者、来場者と交流を図り、今後の方向性などを模索しました。キャンセルが相次いだ原因は、空調がきいた屋内で別の手づくり市が開催され、同じ出店額（3,000円/ブース）だったために、そちらに流れたようです。今後、別の手づくり市との差別化をより鮮明にしなければならぬと痛感しました。

9月の「いっぺんさん」でも直前まで不安定な天気が続き、来場者、出店者ともに天候に大きく左右されることがわかりました。当初の事業計画書では、アンケートの実施を予定していましたが、参加者と「直接対話」を通してこそ、率直な意見交換ができると感じました。今後も参加者の「生の声」を通し、「いっぺんさん」の魅力創出につなげたいと思います。

フリーペーパーを中心に告知していたが、10月と12月に「いっぺんさん」の来場者の中で最も多い「子ども連れ（家族）」をターゲットに「子育て系のNPOが発行している情報誌」への告知を実施しました。

#### 市民の企画による出店の実施

2008年11月9日（日） 来場者：300人以上 出店ブース：10

2008年1月11日（日） 来場者：約150人 出店ブース：9

2008年3月8日（日） 来場者：600人以上 出店ブース：15

- ・1月の「いっぺんさん」は雪混じりの天候で来場者150人程度でした。そこで、3月の第30回に照準を合わせ、翌日から地道にチラシ配布など告知活動を行いました。
- ・何度も話し合い振り返りを行なった結果、3月の「いっぺんさん」は、第30回記念を盛り上げようと「子育て世代」を対象に「参加型」「オリジナル」などをキーワードにクーポン券付チラシを作成しました。その結果、多くの来場者でにぎわい、うれしい疲れを実感しました。



左：100 Coffee Bean Cup Project のワークショップの様子  
 右：いっぺんさんのテレビ取材の様子

にぎわい創出が継続できると判断した採択新規事業案

「100 Coffee Bean Cup Project」

注目されるフェアトレード製品（コーヒー、雑貨等）の販売を11月、1月、3月に実施しました。

3月にはフェアトレードの理解促進を目的としたワークショップを開催し、18人の参加者がありました。

「おしゃれ記念日」

「いっぺんさん」の来場者に多い「親子」に着目し、「こどものハレの日」としてネイルペイントなどを施す、「こども向けネイルサロン」を11月、1月、3月に実施し、50組以上が参加しました。

「ロモ日和」

デジタル一辺倒の世の中で、「いっぺんさん」の持つ「レトロ的な雰囲気」に着目し、松山大学写真部に協力いただき、アナログカメラの代表格の「ロモ」を用いた撮影会を1月と3月に道後周辺で実施しました。



◎私たちが伝えたかったこと

- ・「いっぺんさん」が市民の出店に支えられていること、それとともに「いっぺんさん」も出店者、出店希望者を支えていること。
- ・フリーマーケットや骨董市とも異なる、市民参加型の「てづくり」というジャンルの先駆けの共有。

◎エピソード

当初、「いっぺんさん」の魅力創出はすべて「公募」としていましたが、スタッフからも『実は〇〇〇をしたら、もっと「いっぺんさん」は集客できる』など、積極的で前向きな意見が多数上がったことに驚きました。外部からの意見も頼りにしましたが、内部をよく知るスタッフだからこそ出た訴求力のある魅力創出案に、助成を受けて本当に良かったと実感しました。

地域の4つの大学からインターンシップ生の紹介を受けて、愛媛大学から2名、神戸の大学生1名を受け入れました。これまでに受け入れてきたインターンシップ生は、そのままメンバーになる確率が高いです。また、各人に1ブースを企画・実施させていることで、学生生活では接点のない大人との接し方を自然に学び、就職の際の面接試験の訓練にもなっているようです。物怖じすることなく、就職試験に合格したという話も聞きます。

◎私たちの“これから”

3月8日の第30回「いっぺんさん」は開始直後から来場者が大勢訪れ、600人以上が来場し、過去最大級となりました。来場者増により各出店者の売り上げもあがり、「天気・広報・出店者」がガッチリかみ合えば、にぎわいは創出できると改めて確信しました。

特ににぎわいに寄与できると採択した「100 Coffee Bean Cup Project」は予想以上の効果を生みました。新聞、テレビ、ラジオなどで取り上げられ、多くの話題や関心をひきました。これらの経験は提案者に実績と自信を与え、今後の協力関係もさらに深くなることでしょう。

私たちの事務所は、道後から少し離れたまちの中心部のビルの中にあります。他地域と同様に中心部の空洞化がおきていることから、活性化方策として、アート系NPOと連携して、まち中を歩いて子どものワークショップを実施する予定です。今後も市民に地域の魅力を再発見・再評価してもらえるような取り組みを、継続していきたいと考えます。

◎私たち自身で活動の評価

80点：3月の第30回記念開催が大成功し、今後の継続へ好感触を得ましたが、残りの20点は7月と1月の開催内容が今ひとつ乏しかったことです。

これまでにない来場者数の多さで、出店者が喜んでいた。  
 団体メンバーの声