



# 伊勢河崎商人館の イノベーションを核とした 地域活性化

特定非営利活動法人 伊勢河崎まちづくり衆

設立年月……平成11年6月23日

法人化した年月……平成11年11月18日

メンバー数……75人

代表者名……高橋 徹(たかはし・とおる)

〒516-0009三重県伊勢市河崎2丁目25-32伊勢河崎商人館

電話 0596-22-4810 FAX 0596-22-4810

メールアドレス inf@isekawasaki.jp

ホームページ <http://www.isekawasaki.jp/>

<団体のミッション>

私たちは「伊勢河崎の歴史文化を守り育てる」を行動指針に、  
地区の歴史的町並みの保全を核とした、住民が町に誇りと  
愛着を持って「住みたくなる、住み続けられるまち」を目標に  
共育ち(ともそだち)のまちづくりを行っています。

## III 団体設立経緯

貴重な川沿いの歴史景観を破壊する勢田川の改修計画に対する住民(伊勢河崎の歴史と文化を育てる会)の異議申し立てから始まった伊勢河崎のまちづくり活動は、行政との長い対立(S53年～H9年頃)の歴史を経ています。

河崎の特徴である土蔵の保存活用を目的とした「伊勢河崎蔵バンクの会」の活動を進める中で、江戸時代から続く小川酒店の去就が懸念されました。水運で栄えた問屋街河崎の歴史文化を伝える貴重な文化遺産であるとして、平成9年に、それまで対立していた伊勢市に保存再生を働きかけました。

江戸時代からの代表的な商家の建物を残すことにより、河崎の歴史や当時の暮らしの記憶を伝えることができると、粘り強く話し合い、市が土地を購入し建物を修復することになりました。その過程で開館後の運営費や人件費などの負担は住民が責任を持って行なうよう確約を求められたこともあり、蔵バンクの会を中心に各種団体を結集し、「NPO法人伊勢河崎まちづくり衆」を設立しました。

## III 地域概要

伊勢河崎は室町時代後期(1487年頃)に、勢田川沿いに惣門と環濠を備えた町として起こり、勢田川の水運により、伊勢神宮門前町への物資の集散地として発展し、お伊勢参りの参拝客に物資を供給する巨大な問屋街として大きく成長しました。

しかし、戦後、物流が大きく変わり商業地河崎は徐々に衰退し、さらに昭和49年の七夕豪雨を契機になされた勢田川改修による貴重な川沿い景観の破壊で町並みの様相は大きく変貌しました。この河川改修を契機に町並み保存を核にしたまちづくり運動が始まり、今に受け継がれています。

酒問屋を再生活用した伊勢河崎商人館をはじめ、往時の様子を今にとどめる町屋、土蔵が再生活用された店等もみられますが、景観整備、地域活性化などの課題があります。地域住民が自分たちの住む町に愛着と誇りをもって「住み続けられるまち」としていくにはまだ十分ではありません。中心市街地の一角を占め歴史が色濃く残る河崎は、歴史観光都市を目指す伊勢市にとって重要な地域であり、新たなデザインによるまちづくりとブランド化が求められているエリアです。

## III 活動に至った理由や背景

平成25年に第62回伊勢神宮の式年遷宮も終えた今、河崎のまちづくりを振り返ると住民によるまちづくりも伊勢河崎商人館の開館から13年以上経過しました。この間、町並み保存などの意識は少しづつ醸成され、訪れる人も多くなりましたが、まちづくり活動も転機を迎えている状況です。

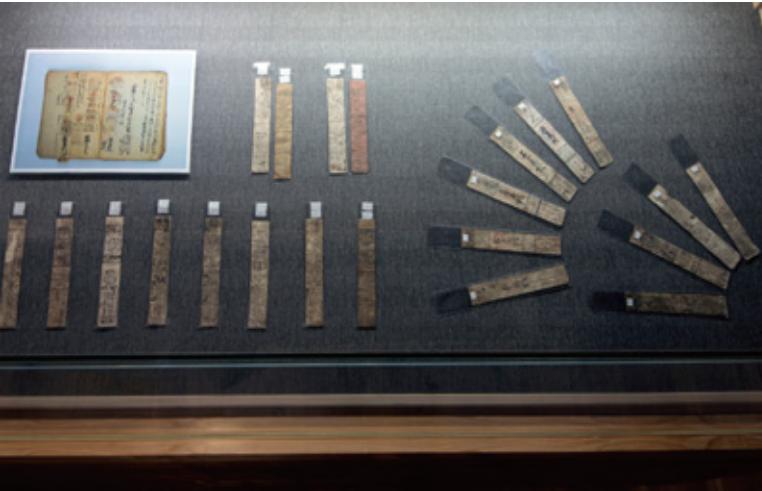
今まで歴史的景観を保全する活動を優先して取り組んできましたが、デザインによるまちづくり、新たな価値創造、特に地域の暮らしに潜む物語を生かしたまち育てが求められています。

まちづくりにおいて地域らしさを生かし、育てる取り組みが大切です。それぞれの町には先人たちが築き上げてきた町の暮らしに潜む様々な物語があり、町の記憶が時空を超えて現れることで町の新たな価値を発見することができます。多くの収蔵資料が保存されている伊勢河崎商人館の収蔵資料の調査や関係者の聞き取り等から気付かなかった地域資源、事象に光を当て地域の物語をデザインし、町の価値を高めることで地域住民の誇りを醸成し、日々是好日の共育ちのまちづくりに貢献できるものです。

## III 活動内容と成果

開館から13年余を経た商人館のイノベーションを、地域活性化のための取り組みとして位置付け、外部の目で現状を見て頂き、忌憚のない意見を拝聴することから始めました。

まちづくりにはデザイン的な視点が大切であると考え、複数のデザイナーの先生方に河崎及び伊勢地域を視察してもらい、河崎のまちづくりの現状、商人館、商人蔵の現状について手厳しい指摘も含め、様々な意見を頂きました。商人館開館時においてそれなりに検討して運営してきたつもりですが、色々な角度から見て頂き、商人館運営のコンセプト・理念が明確に感じられない、情報発信が弱い、ターゲットが明確でない等、マネジメント力が不足しているのではないかという課題を示していただきました。



## 1. デザインによる河崎地区まちづくりのブランド戦略の展開

小さいことから始めようと、まず商人館のイノベーションとしてロゴの作製とパンフレットとチケットのデザインを刷新することに取り組みました。イノベーションを図るには外部の専門家(デザイナー)からの視線を取り込む必要性を感じ、日本デザインセンター大黒研究室に依頼し、私たちと協議を重ね新たなデザインを作成しました。

河崎、伊勢のイメージとして品格、つましさ、シンプル等をキーワードに定め、ロゴ及びパンフの表紙をデザインしました。またチケットは山田羽書をもとにデザインしています。チケットから商人館収蔵品の目玉である山田羽書をガイドできるようにしました。

店舗部分である商人蔵ではマネジメントの必要性を感じ、伊勢商工会議所に相談し、ブランディングデザイナーの指導を受け、ワークショップを重ね、コーポレートメッセージの構築作業を進めることにしました。

一方、ホームページについても開館時に簡易的に作成したもののため内容、発信力等に課題が多かったにも拘らず今まで更新されていませんでした。今回のデザイン戦略に合わせて専門家と一緒にリニューアルに取り組み、商人館の情報、まちづくり活動の再整理、山田羽書コーナーやまち紹介コーナーの設置、イベント情報など最新情報を掲載するようにしました。



## 2. 伊勢河崎商人館の 価値創造による魅力アップ

### 商人館のヒストリアストーリーを紡ぐ ヒストリアサロンの開催

地域資源である商人館収蔵資料のリテラシーを高め、新たな価値創造を図るために伊勢河崎商人館&収蔵資料等の再整理を行い、潜在する物語の顕在化によって魅力を高めることを目的に山田羽書と茶室の二つの項目に焦点を絞って取り組みました。



査では、河崎には小川家だけでなく茶をたしなむ人たちがいたことを確認できました。

上記二つの項目について実験的にサロンを開催し、商人館のヒストリアストーリーを紹介し深く知る場として、参加者からは好評を得ました。今後このような取り組みを行うことで商人館ひいては河崎地区の価値を高めることができると実感しています。

歴史の研究者からは、河崎地区は昔からの家に多くの古文書が眠っている、非常に興味深い町であるとの言葉を頂いています。これを発掘、保全していくことが地域に住む人々の責任であるように思います。商人館はそのようなことを気付かせる装置であるとともに保全活用していく拠点であり、その役割を果たさなければなりません。

### 歴史資源はその本質を見抜くまで 掘り下げるところ本当の価値が見えてくる

今回の活動の総括として、伊勢河崎本通り活性化会議と共に「新・蔵くら談義XII」を「伊勢河崎商人館を活かした地域活性化～伊勢河崎商人館の新たな価値創造をめざして～」のテーマで開催しました。基調講演は学生時代から河崎地区に入り、様々な歴史資料を発掘してきた実績を持つ、中京大学文学部学芸員の千枝大志氏にお願いしました。講演では「日本最古の紙幣・山田羽書にみる伊勢町衆の暮らしとまちづくり」の中で、歴史資源はその本質を見抜くまで掘り下げることで、本当の価値が見えてくることが指摘されました。また、観光政策として外国人の求めている日本の歴史文化を正確に伝えられることが大事であり、今後の商人館への期待が語られました。

山田羽書は伊勢においても日本最初の紙幣という程度で、あまり知られていないのが実情です。たまたま商人館の元である小川家が多数の山田羽書、藩札を所蔵していることが皇學館大學の学生による収蔵品調査で判明しておりました。専門家によるとコレクターが所持しているものは出自が不明であり、歴史資料としての価値は低いが、小川家から発見されたものは、考古学の出土品と同じように価値があるとの指摘を頂いています。このことから、山田羽書は商人館の価値を高める重要な資源であると考えました。

まず専門家、皇學館大學学生学芸員の協力を得て山田羽書をさらに詳しく調査研究し、取りまとめ作業を行いました。また伊勢河崎本通り活性化会議に協力して、まちなみ館の常設展示空間にある山田羽書の展示コーナーをリニューアルするとともに、紹介のミニパンフを作成しました。ホームページにも山田羽書コーナーを設け、日本最古の紙幣の価値創造に向けた情報発信ができるようにしています。

商人館茶室については、裏千家の今日庵にある茶室、咄々斎の写しがなぜ許されたのかということが古文書などにより証明されれば商人館茶室の新たな価値創造につながるのではないかということで取り組みました。茶人であるNPO法人五十鈴塾の理事長である浅沼宗博氏の協力を得て小川家に所蔵されている古文書資料の調査を行いました。

咄々斎の写しが許されたことを示す直接的な資料は見つけられませんでしたが、多くの古文書が示すように小川家と裏千家との付き合いが深かったので、明治25年の大火のあと復興にあたって茶室をつくるときに写しを許されたのであろうことは推測されます。今回の調

## まちづくりにはマネージメントとイノベーションが求められている

パネルディスカッション(談義)では「伊勢河崎商人館を活かした地域活性化の視点」のテーマで伊勢まちづくり会社、伊勢市、ブランディングデザイナー、雑誌編集人の4名をパネラーに、外から見た商人館あるいは河崎のまちづくりについての提言を頂きました。主な提言は、「商人館は河崎の情報発信基地としての役割として物足りない」、「受信力がないと発信力もない」、「まちの回遊性の仕組みを構築する必要がある」、「地域の魅力を正確に伝えないとダメ」、「生活と観光とのバランスをどうとるか」、「商人館の色々な取り組みはどういう軸(指針)で運営しているかが明確でない」、「河崎は発見のある地域である」、「商人館ができるから面白くない、守りに入るとダメ」、「商人館は点だけでなくネットワークを組まないとダメ」、「金につながらないと活性化に繋がらない」、「まちづくり衆の会員がもう一度情熱をふりそそぐかが勝負である」、「継続していく仕組みをどうしていくかが大事」、「活動の映像のアーカイブ化を図り活かす」、等々かなり厳しいものでした。

当事業の成果として河崎のまちづくりにおけるデザイン思考による新たなイメージの構築、収蔵品の新たな価値創造への糸口が掴めました。また商人館の運営課題、まちづくり衆の課題が炙り出され、今後のまちづくり活動におけるマネージメント、イノベーションの必要性を認識し、新たな行動指針(コーポレートメッセージ)を掲げました。

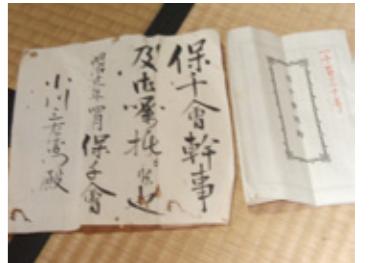
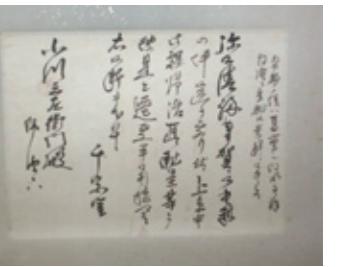
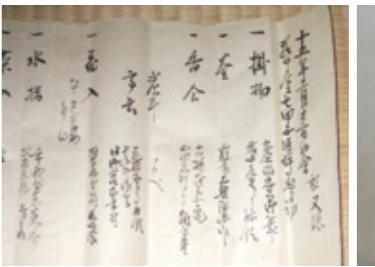
「先人の培った歴史文化を誇りに  
「住みたくなる、住み続けられるまち」を目指し、  
共育ちのまちづくりを進めます」

次世代に活動を継承していくために「まちの景観がどうなると素晴らしいか」をまちの人が身近な問題として考えられる環境が大切であると考え、伊勢神宮の常若の精神のもと、デザインによるまちづくりをテーマに「共育ち・新河崎スタイルの提案」を掲げました。

また同時に商人館のコーポレートメッセージは以下のように掲げました。

「伊勢河崎商人館は河崎の歴史文化を育み、地域の皆さんや来訪者との絆づくりと共育ちの場です」

今後も河崎地区のヘリテージセンターとしてまた、地域の皆さんと観光客の交流の場、絆づくりの場として河崎のまちづくりに貢献していきます。



## 今後の予定

今回の事業を活動の節目(イノベーションの始まり)として今後に生かしていくたいと思います。特に河崎のまちづくりを持続していくためにはマネージメント力を強化し、町の価値を高める活動をデザイン的思考のもと進めています。

例えば山田羽書を通してみた江戸時代の伊勢山田、宇治地域は、その文化的風土、経済における品性や信用力が訪れる人々に安全と安心さらには文化的期待感を実感させた町であったと思います。このような先人たちの知恵、暮らしぶりに学び、今一度、山田羽書の価値を発信し、地域に暮らす人々の誇りと愛着を醸成していくたいと思います。商業を活性化しまちづくりに活かすことで、町の価値を高めるような活動を継続し、デザイナーと連携して山田羽書を活用した商品等の開発研究などにも結び付けた活動を進めていきます。

一方まちづくり衆の今まで取り組んできたそれぞれの活動も継続し、地域の総合力で河崎ブランドが形成できるような活動を進めていきます。

特に次年度は景観法の重点地区指定に向けて正念場であり、その取り組みの両輪でもある町屋リノベーションによる活性化事業を実践していきます。地元伊勢工業高校建築科の生徒との共同により伊勢市河崎地区にある歴史的な建造物の空家・空蔵を対象にした実践的リノベーションの提案を行い、まちづくりへの次世代の参加の契機とともに、世代間交流を育む共育ちのまちづくりの実践の場と位置づけて活動します。

そして商人館が地域の活性化を牽引するように、歴史を伝える古文書、収蔵資料などの物語を活かしたソフト事業の展開を図っていきます。河崎地区のヘリテージセンターとして、地域コミュニティの創出の場としての役割が果たせるように現在の取組みをバージョンアップします。商い空間の充実を図るために商人蔵や「だいどこ市、商人市」をより魅力あるものにして、集客を増やしていきます。