

大磯市実行委員会（神奈川県大磯町）

## 大磯全体を市（いち）にしよう！

大磯市実行委員会  
委員長

かとう たかし  
加藤 孝



### 1. 保養地として栄えた大磯

大磯町は、相模湾や高麗山、鷹取山などの豊かな自然が暮らしの場になっています。明治18（1885）年には、初代・陸軍軍医総監、松本順が医学的見地から「海水浴」を推奨し、照ヶ崎海岸に海水浴場が開設されました。明治20（1887）年には、大磯駅開業によって多くの海水浴客で賑わいました。

また初代総理大臣伊藤博文など時の政財界の重鎮たちの別荘が数多く建築され、保養地としての大磯の名が全国に広まりました。



### 2. 過去の町になってしまう！

かつて保養地として栄えた大磯も今は昔。別荘は次々に売却され、海水浴客もピーク時の7分の1にまで減少しています。高齢化も確実に進んでおり、商店は減り続けています。大磯で新たにチャレンジする若者も多くありません。大磯は市場として魅力の低い地域になってしまいました。

5年後の圏央道、さがみ縦貫道、国道134号線の4車線化と首都圏等からのアクセスが非常に便利になります。その反面、手を拱いているだけでは箱根・伊豆方面に行くのが非常に便利になるだけで、大磯町は単に通過をされるだけの町になることを意味しています。このまま大磯を

過去の町にしてしまっはいけない、もう一度魅力を創造しよう！となり、2010年4月に大磯漁協組合が大磯町をはじめ、観光協会、商工会等と協働して、直営で「めしや大磯港」をオープンしました。朝どれの魚を港で食べることが出来るこのお店は多くのメディアに取材して頂き、連日行列、初年度で4万人の来客を集めました。



海や港という場所や地産品がもつ魅力を実感した私たちは次に港で次世代を育成するためのマルシェ「大磯市」を2010年9月より開催することにしました。

### 3. Independent、Local First、まち全体で

次世代の育成を目的としていますから将来お店を持ちたいなど思っても踏み出せなかった人たちが新しく地域でお店を始めた方にまずは声がけしました。

その際大磯市では2つの選考基準を設けることにしました。ひとつは「Independent」もうひとつは「Local First」です。広く事業を行っている大手の出店はお断りし、湘南・西湘地域の個人を対象とすること、また地域の人が地域のものを使っていることを条件とし、大量生産品ではなくて手づくりされたものに限定することにしました。それにより大磯市でしか買えないものが溢れることになり、それが大磯市の一つの大きな特徴となりました。

特徴といえば会場を大磯港だけに

限定せず、名の通り大磯全体を市とすることにしました。

港をメイン会場（ミナト）としてマルシェを開催し、町内各地（マチナカ）の店舗・ギャラリー・個人邸によるイベント・ワークショップなどと徹底した連携を図ることにしました。ミナトには出て行けないけど、自分のお店でだったら参加出来る、自分のイベントにも来てもらいたいという声を当初から組み込むことにしたのです。

ついでが多いほうが出掛けてもらう可能性が高いので、点ではなく面で楽しめるようにする。大磯散策を楽しんでもらう、大磯をもっと知ってもらおう、町内に回遊性を持たせ地域活性化につなげる、そんな想いで同日に行われるマチナカイベントを積極的にHPや会場でPRしています。

### 4. 今や県下最大級の朝市に

地産品がひとつの大きな魅力になりますから、従前から行われている漁協主催の魚の「朝市」と日付を同じくし、毎月第3日曜日の9時～14時に大磯市を開催することにしました。（2012年より7,8,9月は夜市）

港で開催するのですから、まずは新鮮な魚を求めてもらうというわけです。あわせて町内でとれた野菜をJA 湘南大磯支所の協力により出品して頂きました。これにより新鮮な1次産品が並び、結果前日から並ぶ人も出るようになりました。



チャレンジショップは実に多様で

す。食品・雑貨類・マッサージや占いなど。今では毎回150店舗ほどのお店が出店しています。

毎月行われるため趣向をこらしたオリジナル商品の開発にも結びつき、「ここでしか買えない商品」が開発もされるようになる事例が多く生まれてきました。また出店者同士の結びつきも強く、コラボ商品も多数生まれています。



NPO団体や学校法人、福祉法人、その他市民活動団体にはPRブースを無料で提供しています。また大磯市を盛り上げることを条件に、パフォーマーにも発表の場として無料でブースを提供しています。港内の芝生スペースにパフォーマンスブースを設けることにより、芝生広場にシートを敷いて多くの家族連れがパフォーマンスを楽しんでいます。



「大磯うつわの日」(西行ゆかりの俳諧道場「鳴立庵」をはじめ、大磯町内の名所やカフェ、古民家など20カ所を舞台にした陶磁器展)や、個人のお庭を開放した「おおいそオープンガーデン」などミナトと連動したマチナカイイベントも成長し大磯全体を市にし

て、町全体の賑わいも創り出しています。



TwitterやFacebookといったソーシャルメディアを最大限に活用して、出店者同志のコミュニケーションを図り、来場者への告知を行っています。

今や大磯市が周辺地域の情報の通過する場として機能し始め、多様な主体が大磯市を媒介に交流しています。また、その結果、ロコミからローカル紙、Webニュースや新聞と少しずつ大きなメディアに取り上げられるようになり、FM横浜、横浜ウォーカー、散歩の達人などの雑誌やフジテレビ「もしもツアーズ」などにも取り上げられるようになりました。テレビ放映の影響は大きく、直後の大磯市では来場者が1万人と過去最高の人出を記録しました。今では毎回3,000~5,000人の来場者を集め、神奈川県下でも最大級の朝市へと成長しました。



## 5. 地域で育つ次世代の芽

大磯市に出店することで認知度が増し、商品取り扱いショップが増えたり、予約が殺到している事例も出ています。

「今までアルバイトをしながらの生活だったけれども、大磯市に出ることによって販路が増え、お客様からの直接の注文が増えた。アルバイトをやめ、作家一本で生計を立てることが出来るようになった。お客さんの9割は大磯市です!」という作家、毎回大行列を作りオープン時にはパンが売り切れている無店舗パン屋さんも出てきました。うれしいことに大磯市で確

実に次世代の芽が育ちつつあります。

町内で起業を目指している方には、実行委員会の構成団体の一つである大磯町商工会が税務指導も含めて全面的に支援もするなど、地域ぐるみでの支援体制も徐々に整備されてきています。

## 6. 自立したローカル経済圏を

回を重ねるごとに老若男女、家族連れの来場者も増えて滞在時間が長くなっています。恵まれた海と山を見ながら半日楽しめるリゾート型朝市として発展していくためには迎える側のホスピタリティの向上が重要になってきます。

これまで大磯市はイベントとして順調な発展を続け、町の賑わいの一助になってきています。しかし、今のこの現状が完成形ではありません。

当初は出店数、来場者数を増やすことを目標に行ってきました。実際に1万人の来場者を達成すると「大磯市らしさは何?」「大磯市の目的は何?」根本的な面を、大磯市の本来の趣旨を忘れず、量ではなく質の向上も考えていかないといけない時期に来ているのも事実なのです。

「うつわの日」や「おおいそオープンガーデン」のように大磯市とその他のイベントなどと連動し、街中を回遊してもらえるような仕組みを更に作っていくことも必要になります。

出店者同士のつながり、若い起業家たちのコミュニケーションの場にもなっている大磯市では、ものを売るだけではなく、人と人とのつながりで新商品など新たなおもしろいモノやコトが継続的に生まれることも期待する仕掛けづくりも必要になってきます。

「大磯市」の目指すところは「美しい街」「住みたい街」「出掛けたい街」の創出であり、地域自給が成り立つように「自立したローカル経済圏を形成」しながら、若い世代が地域で活躍できる場を創造するために、年配者が後ろ盾になり推進することです。

そして「大磯市」の開催により、少し元気の出してきた「大磯港」を周辺の海浜も含めた、一年を通じた賑わいの場の創出につながることを期待して、これからも開催し続けます。