

# I. 事業の概要

## 1. 事業の目的

県内商店街を取り巻く環境は、少子高齢化に伴う人口減少、後継者の不在、大型店の撤退や郊外への出店等により厳しい状況下であり、空き店舗の増加や来街者の減少等のさまざまな問題にも直面している。さらに、新型コロナによって消費者のライフスタイルが変化し、個店の売上は減少傾向にある。

このような商環境の劇的な変化の中、鳥取県立美術館の2025年春のオープンに向け、ワークショップを通じて商業者自らが主体的に商店街の現状を見つめ直し、既存の取り組みや新たな取り組みを検討することで、商店街としての目標や取り組むべきことを明確にした将来ビジョンを作成することを目的とする。

## 2. 調査研究のテーマ

商店街活性化ビジョン作成に係る調査研究

## 3. 参加者の構成

	氏名	役職	所属
1	井上 裕貴	副理事長	倉吉銀座商店街振興組合
2	戸崎 隆之	専務理事	倉吉銀座商店街振興組合
3	田栗 進	理事	倉吉銀座商店街振興組合
4	増田 純吾	理事	倉吉銀座商店街振興組合
5	富盛 博是	理事	倉吉銀座商店街振興組合
6	井戸垣 昌延	理事	倉吉銀座商店街振興組合
7	小林 秀治		倉吉銀座商店街振興組合
8	米田 勝彦		倉吉銀座商店街振興組合
9	西川 浩一		倉吉銀座商店街振興組合
10	西川 美和		倉吉銀座商店街振興組合
11	福本 康子		倉吉銀座商店街振興組合
12	安藤 宏昭		倉吉銀座商店街振興組合
13	草田 敏生		倉吉銀座商店街振興組合

【オブザーバー】

	氏名	役職	所属
1	池原 真	課長補佐	鳥取県商工労働部企業支援課
2	山増 博通	係長	倉吉市経済観光部しごと定住促進課
3	藤井 一彦	課長補佐	倉吉市経済観光部しごと定住促進課
4	小林 健治	理事長	倉吉銀座商店街振興組合

【事務局】

	氏名	役職	所属
1	北浦 泰大	事務局	鳥取県商店街振興組合連合会
2	柳原 慎弥	事務局	鳥取県商店街振興組合連合会
3	石川 裕佳	事務局	鳥取県商店街振興組合連合会

4. 参加商店街の概要

倉吉市内中心市街地に位置する倉吉銀座商店街振興組合の組合員が参加した。参加商店街の概要は以下のとおり。

※組合員数は令和5年4月1日現在

倉吉銀座商店街振興組合
<p>○設立背景</p> <p>倉吉地区の商店街活動は任意団体である銀座商店会によって行われてきたが、相次ぐ大型店の進出と消費者の嗜好の変化により苦境にたたされる中、鳥取県、倉吉市、倉吉商工会議所策定による「商店街近代化計画」に沿った商店街改造と併せて組合員の事業の健全的な発展や公共の福祉の増進を目的とする倉吉銀座商店街振興組合を昭和59年に設立した。</p> <p>○理事長 小林 健治</p> <p>○組合員数 80名</p> <p>○位置、街区、概況</p> <p>鳥取県倉吉市の中心部に位置し、県道205号線沿いの「銀座商店街通り」をはじめ、玉川沿いに並ぶ倉吉白壁土蔵群は、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されており、玉川に架けられた石橋や、赤瓦に白い漆喰壁が見られる風情のある町並みが特徴で、かつての造り酒屋や醤油屋として使用されていた白壁の土蔵や建物が、物産館、喫茶店、ギャラリーなどさまざまなかたちで利用され、白壁に赤い瓦の屋根が特徴であることから店舗は赤瓦の名称で親しまれている。</p>

打吹回廊は、この区内を一望できる展望台を備え、レストランやお土産ショップ（赤瓦18号館）イベント会場など利用できる複合施設として令和元年7月21日にオープンし、近年は商店街への加盟店が増えその範囲も広がってきている。

○主な取り組み

①販売促進事業

土曜夜市、歩行者天国、共通商品券発行

②活性化事業

春まつり、打吹天女伝説まつり、福高祭、鳥取短期大学フィールドワーク受入、ぴか美化運動の実施、倉吉市若者子育て買物応援への参画、交通安全運動への参画、銀座通り環境整備（街路灯の管理・運営）、福神館の管理

③組織強化事業

観梅会の実施、労働保険業務、倉吉銀座商店街ホームページの維持・更新

（参考）倉吉銀座商店街位置図



## 5. 事業の実施結果

### （1）ワークショップの開催 《開催回数：4回》

ワークショップ形式で、目指す商店街と対応するための方向性を話し合う。株式会社コー・プラン 吉川健一郎氏を専門家に迎え、専門家のサポートのもと、商店街の組合員が主体的に話し合うことで、商店街の現状を見つめ直し、今後取り組むべきことや、「こうありたい」という商店街活性化に向けたビジョンの検討を行う。

### （2）県外先進事例調査の実施 《調査回数:1回、視察先:2地区（大分市・山口市）》

大分市アートを活かしたまちづくり推進会議事務局（大分市役所商工労働観光部商工労政課）が主体となり大分市中心市街地を舞台とする「アートを活かしたまちづくり事業」の取

り組みや大分駅前に位置する「大分市府内五番街商店街振興組合」（大分県大分市）が大分市美術館と連携した「アートを活かしたまちづくり事業」の取り組み、山口情報芸術センター（YCAM）の「アートでつなぐまちの活性化事業」の取り組みについて先進事例を学ぶことで、今後の倉吉銀座商店街活性化に向けた鳥取県立美術館との連携や集客イベント、体制づくりなど具体的な取り組みの参考とする。

#### 【実施スケジュール】

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
ワーク ショップ	10/25	→	12/5	1/23	→	3/12
県外視察			視察先 検討	→	2/21 2/22	

## II. 事業の実施結果

### 1. ワークショップの概要 <<開催回数：4回、出席延人数：60名>>

ワークショップでは、参加者各自でテーマについてアイデア出しを行った後、そのアイデアを付箋に1つずつ記載し、付箋をグループ化して情報を整理する手法（KJ法）を用いてアイデアの見える化・共有化を図った。

鳥取県商工労働部企業支援課及び倉吉市経済観光部しごと定住促進課がオブザーバーとして参加し、商店街の現状と今後の方向性について行政機関との情報共有を行った。

#### 【実施事項】

	開催年月日	開催場所	内 容	出席者数
1	5.10.25	倉吉市明治町 1032-19 「打吹回廊」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマ 「商店街をとりまく現状と課題を整理しよう」</li> <li>・講 師 (株) コー・プラン 吉川 健一郎 氏</li> </ul>	16名
2	5.12.5	倉吉市明治町 1032-19 「打吹回廊」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマ 「商店街の現状を踏まえ具体的な取り組みアイデアを出し合おう」</li> <li>・講 師 (株) コー・プラン 吉川 健一郎 氏</li> </ul>	16名

3	6. 1. 23	倉吉市明治町 1032-19 「打吹回廊」	・テーマ 「商店街の今後の取り組みの方向性を確認しよう」 ・講師 (株) コー・プラン 吉川 健一郎 氏	13名
4	6. 3. 12	倉吉市明治町 1032-19 「打吹回廊」	・テーマ 「商店街活性化プランのとりまとめ」 ・講師 (株) コー・プラン 吉川 健一郎 氏	15名

### (1) 第1回ワークショップ（商店街の現状分析）

第1回ワークショップでは、SWOT分析を活用して商店街の現状分析を行った。商店街の内部環境・外部環境の考え方を以下に示す。

内部環境
<ul style="list-style-type: none"> <li>*人材 名物店主、得意技、組織の雰囲気や団結力（組織体制）、若手や女性の存在等</li> <li>*商品・サービス 名物商品、人気の商品、有名店（人気店）、老舗等</li> <li>*商店街設備 商店街の共用設備（アーケード、会館、音響）、店舗のファサード等</li> <li>*その他 商店街の財務状況、販促活動、イベント、地域の活動等</li> </ul>

外部環境
<ul style="list-style-type: none"> <li>*行政の方針 市役所等のまちづくり計画や補助金等の施策で商店街に影響するもの</li> <li>*景気動向、価格などの社会経済状況の変化 仕入れ価格や材料費なども含め商品の値段や価値に影響しそうな変化</li> <li>*人口動向、流行など 周辺人口の増減や高齢化率、来街者の増減や商店街の利用頻度に影響しそうな変化</li> <li>*新しい技術 SNSやデジタルサイネージ、アプリ決済、クラウドファンディング等のIT技術、LEDや太陽光発電システム等のエコ関連技術等、近年導入が進んでいる技術</li> </ul>

\* 立地

周辺の河川や山等の自然環境、道路や鉄道等の交通機関等商店街への来街を促進する要因、駅や市役所、病院、大学、観光資源等の集客施設等

\* 来街客の性別や年齢、ライフスタイルや志向

どのような人の来街が多いか

\* 周辺の大型店や商業集積、話題の店舗、新規参入や撤退等

\* 外部団体・企業…自治会など地域団体、NPO、PTA（小学校）、地域の企業等

【SWOT分析の概念図】



参加者から出た意見は、**黄色の付箋**に「商店街の強み・魅力」、**ピンクの付箋**に「商店街の課題・改善点」を記載し、KJ法を用いて見える化・共有化を行った。

【参加者からの意見】

	商店街の強み・魅力	商店街の課題・改善点
内部環境	<p>○人間関係（人と人とのつながり）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・人の温かさがある</li> <li>・派閥等がなく人間関係が良好</li> <li>・人と人とのネットワーク</li> <li>・街の人々は協力的である</li> <li>・元気のある若者がいる</li> <li>・商店街加盟店の大幅増（面的な拡大）</li> <li>・イベント等を通じ地域コミュニティが少しづつ再生している</li> </ul>	<p>○人間関係人と人とのつながり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・若手経営者の参加が少ない（イベント等）</li> <li>・若い人が少ない</li> </ul> <p>○商店街の不足業種・閉店時間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・仕事が終わる時間と店が閉まる時間が一緒</li> <li>・店じまいが早い</li> <li>・アフターファイブがない</li> <li>・銀座通りのお店が少ない</li> <li>・ディスカウント等の店、業種が少ない</li> <li>・飲食関係はあるが、その他業種が寂しい</li> <li>・若者の行く店がない</li> </ul> <p>○情報発信力不足</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・専門店⇔魅力の発信力が弱い</li> <li>・商店街 Facebook（イベント時）の魅力の発信力が弱い</li> </ul> <p>○空き店舗、空き家、空き地の増加</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・空地・空き店舗の増えている</li> <li>・地震・後継者問題等がある</li> <li>・空きテナントが少ない ※人家としては使われている</li> <li>・使える空き店舗がない</li> <li>・空洞化</li> </ul> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>○今後の取り組みアイデア</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・美術館との連携</li> <li>・観光客向けスタンプラリー</li> <li>・街ぶらできるコースを考える</li> <li>・アンディウオーホル</li> </ul> <p style="text-align: right;">⇒ アートな商店街</p> </div>



○立地の良さ・周辺施設・観光資源

- ・レトロ
- ・雰囲気のある街
- ・暮らしのある街、ほどよい広さ(エリア)
- ・白壁土蔵群(来街者60万人)の隣接
- ・市役所が近い
- ・病院が多い
- ・エリアごとに観光地がある
- ・打吹回廊との動線
- ・まつりがある

○まちの分断、分散、まちが古い

- ・エリアごとに観光地エリアがある
- ・車線が少ないのに店が密集したイメージがある
- ・歩道が狭い

○交通の便、駐車場、宿泊施設

- ・道路の完成

○まちの分断、分散、まちが古い

- ・商店街のイベントと店舗が乖離している
- ・分散
- ・エリアが広域のため商店街というイメージが薄い
- ・難点：地域(新旧市街地)の分断
- ・街自体が古い

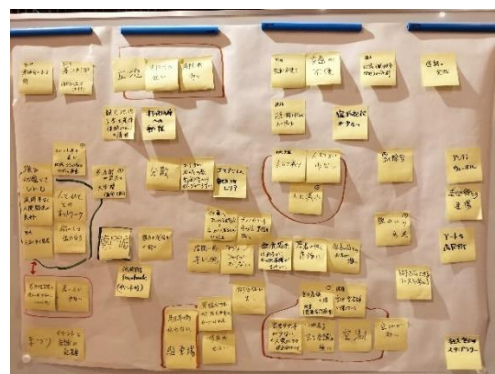
○人口の減少、来街者の減少

- ・人口減少
- ・店舗・街を訪れる人の減少
- ・にぎわいの低迷

○交通の便、駐車場、宿泊施設

- ・交通の不便さ
- ・交通が不便
- ・駐車場が少ない
- ・宿泊施設が少ない
- ・雪の除雪

【第1回ワークショップの様子】



【資料】

- ・倉吉銀座商店街をとりまく現状と課題(参考資料1)



## (2) 第2回ワークショップ（具体的な取り組みのアイデア出し）

第2回ワークショップでは、第1回ワークショップで検討した商店街の現状（強み、魅力や課題、改善点）の振り返り後、「商店街の強みを活かす・伸ばす取り組み」、「商店街をとりまく環境を活かした取り組み」、「商店街の弱みを解消するための取り組み」、「商店街をとりまく脅威を和らげるための取り組み」について検討した。

### \* 取り組みを検討する上で意識すべきポイント

- ・ 取り組みの目的（取り組むことによって、どうなりたいのか？ 何をを目指すのか？）
- ・ 主なターゲットを具体的に想定しているか？

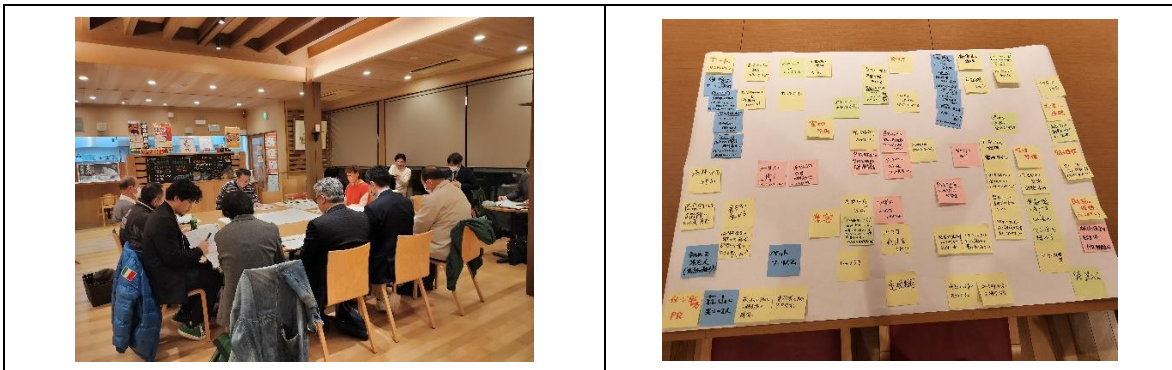
### 【参加者の意見】

<b>①アート（県立美術館）</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ アートな商店街として県立美術館来館者を呼び込む。ウォーホルの作品を目的にこれまで見られなかった欧米系インバウンド客の増加が期待される</li><li>・ 商店街一体を使ったアートイベントや福高祭など長期間のポップアート展示など</li><li>・ 空き店舗を活用したアートなワークショップや作品展示の実施</li><li>・ アート作品をウィンドウに展示するなどしてもいい</li><li>・ 商店街全体を一体感ある見せ方ができれば</li><li>・ アートな街をアピールするために空き店舗を若手アーティストの創作・展示の場として貸出す</li><li>・ 県立美術館のお客様を誘客してタイアップ企画を持ちかけては</li><li>・ 県立美術館とのタイアップ策。開館後は入場券で割引サービスなど検討、開館前にも何か企画したい</li><li>・ 美術館開館に向けて商店街ではアートな街、特にポップアートや現代美術の路線で方向性を検討しているが行政の動向をみると日本画家の作品を購入したり、買付品の一貫性もないようなので、商店街が進もうとしている方向性とズレがある気がする。コンセプトを確認するとともに、商店街としてこういうことがしたいといった意見をしていったほうがいい</li></ul>
<b>②空き地・空き店舗活用</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ 新規物件の掘り起こし</li><li>・ 空き店舗のリスト化、不動産屋のようにわかりやすく物件情報を掲示できれば</li><li>・ 外部への新規出店の促進</li><li>・ 特に県外者をターゲットにした後継者マッチングアプリのリリース</li><li>・ 中心市街地活性化協議会との連携</li><li>・ 空き地を活用したお試し出店。出店希望者に空き地スペースとテント・机を1週間限定で貸し出す</li></ul>
<b>③商店街イメージ統一、雰囲気づくり</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・ ステッカーやフラッグなど加盟店の目印をつくる</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>・倉吉銀座商店街で大型看板を設置する</li> <li>・街区にBGMを流す</li> </ul>
<b>④イメージ戦略・PRのターゲット</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・蒜山エリアからの誘客</li> <li>・倉吉本という地元向け情報誌が刊行された。⇒ 地元民に好評</li> <li>・初めて倉吉を訪れる外部の人の声を聞ける仕組みを設ける</li> <li>・ペットツーリズムの推進、ドッグランやドッグカフェ、飲食店にテラス席を置く</li> </ul>
<b>⑤発信</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・打吹回廊で定期的にイベントを開催して、イベントに合わせて街歩きをPRする</li> <li>・華やかな・アートな訪れたいくなる商店街にする ⇒ フォトスポットの設置</li> <li>・ホームページの店舗紹介ページを充実</li> <li>・SNSでの共通ハッシュタグ設置</li> <li>・街のイメージの打ち出し（アート、歴史）</li> </ul>
<b>⑥集客（イベント等）</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街に人を呼び込むには打吹回廊の活用が必須</li> <li>・イベントの継続性を持たせられるかが課題。商店街内外の若い出店者を集める</li> <li>・一括免税カウンターを案内所に設置</li> <li>・銀座ブライダルの復活</li> <li>・商店街主催のマッチングイベント（婚活イベント）を開催</li> <li>・商店街イベントが大規模化して商店街の手から離れているように感じる。ミニイベントを打吹回廊で頻回に実施しては</li> <li>・打吹回廊で月に1回日曜市を開催する</li> </ul>
<b>⑦若者の定住（Iターン、Uターン）</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者が定住するには何をどうすればいいか考える必要がある</li> <li>・Iターン、Uターンできる倉吉とは暮らしが成り立つこと</li> <li>・季節の仕事にも参加できるようにしたらどうか</li> </ul>
<b>⑧店舗間コラボ（店を知ってもらおうきっかけ）</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・まんぷく商店街。飲食店に大盛メニューを開発してもらい、相撲の街として相撲ファンや大盛グルメ好きな人をターゲットにプロモーションをかける。スタンプラリーを行いリピーター獲得</li> <li>・店舗間のコラボで顧客シェア</li> <li>・個店の魅力を強化</li> <li>・昼間に飲酒が可能な場所を作る</li> </ul>
<b>⑨環境整備</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ウォーカブルなまちにするには歩道の拡張が必要 （車道が狭くなるので一方通行になってしまう懸念もある）</li> <li>・歩いて買い物するには休憩場所が必要。ベンチを設置しては</li> <li>・打吹回廊1F インフォメーションはコロナの影響や人件費の関係で閉鎖中。マイス協会の案内所は白壁土蔵群内にありバスを降りてすぐわかる場所がない。回廊のイ</li> </ul>

<p>ンフォメーション復活が必要</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・倉吉銀座商店街という目印になるものが設置されていない。現状は店先のバナー貼り付けで対応しているが、統一した目印になるものが必要</li> <li>・観光客向けのわかりやすい標識、案内板設置、ターゲットごとの街歩きマップ作成</li> <li>・座って食べる場所が足りない。ベンチの設置</li> <li>・市内循環バスの運行</li> </ul>
<p><b>⑩財源の確保（自主事業等）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・組合の財源を確保するために街区内の空き地を活用して組合運営の駐車場を設置する</li> </ul>
<p><b>⑩官民連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・行政との連携</li> <li>・官民一体となって行動する</li> </ul>
<p><b>⑪大学・小学校との連携</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・鳥取短期大学や鳥取看護大学と連携した取り組み</li> <li>・地元アーティストの作品展示や地元小学校とコラボした作品展示</li> </ul>

**【第2回ワークショップの様子】**



**【資料】**

- ・倉吉銀座商店街における取り組みアイデア（参考資料2）

**（3）第3回ワークショップ（今後の取り組みの方向性の確認）**

第3回ワークショップでは、第2回ワークショップで検討した取り組みアイデアの振り返り後、アイデアの整理を行い、今後の取り組みの方向性を検討した。

また、それぞれの方向性について、具体的にどんなことができるのか、どんなことが必要かを話し合うことで、アイデアを具体化するとともに、鳥取県立美術館2025年春のオープンに向けて、商店街活性化の取り組みや商店街を舞台に開催するイベント企画や実施体制など県外先進事例調査先（山口市中心商店街・大分市中心商店街）の検討を行った。

**\* 取り組みアイデアを具体化する上で意識すべきポイント**

- ・県立美術館との連携を含め、アートな商店街（来てもらうきっかけ）

- ・ 商店街のイメージの統一（雰囲気づくり）
- ・ 店舗間コラボ（お店を知ってもらうきっかけ）【回遊性の向上】
- ・ 集客対策（イベント等）
  - \* ターゲットと目的の明確化
  - \* 若者の定住（Iターン、Uターン）も視野に
  - \* 大学や小学校、他団体等との連携
- ・ 空地・空店舗活用
  - \* 中心市街地活性化協議会と商店街の役割分担
- ・ 快適な環境整備
  - \* 案内サイン、ベンチ、歩きやすい歩行者空間、循環バス 等

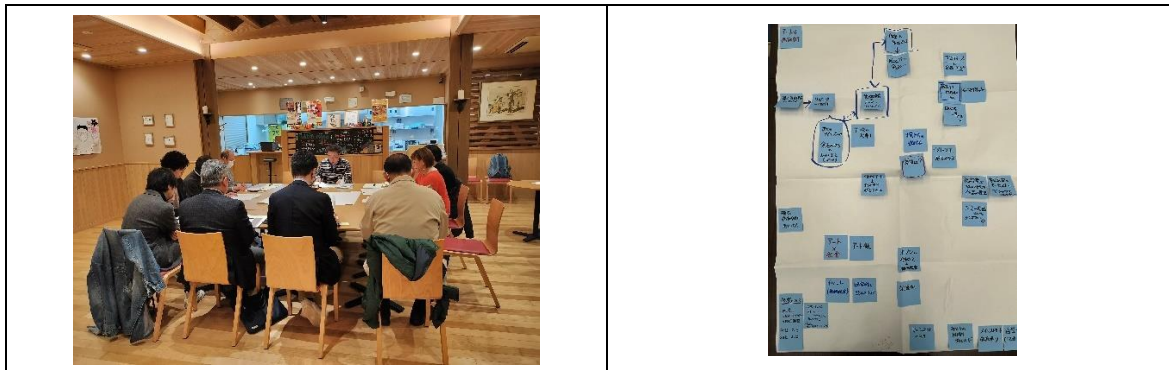
**\* 県外先進事例調査の選定の切り口**

- ・ 商店街と美術館が連携した来街者増加に向けた取り組みをしているか
- ・ アートを取り入れたイベント等を実施しているか
- ・ 美術館来街者を商店街に呼び込む仕掛けがあるか
- ・ インバウンド対応の取り組みをしているか
- ・ 倉吉市と規模感が近いか  
（人口5万人／白壁土蔵年60万人／県美術館年10万人見込む）

**【取り組みアイデアの具体化】**

<b>①県立美術館との連携を含め、アートな商店街（来てもらうきっかけ）</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商店街のリピーターになってもらう仕掛け</li> <li>・ 県立美術館のコンセプト・テーマに同調したアートな商店街づくり</li> <li>・ プロデュースできる人材を確保しアーティストを招聘する</li> </ul>
<b>②商店街のイメージの統一（雰囲気づくり）</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商店街全体のアートな雰囲気づくり（街のポテンシャル・おもしろさ）</li> <li>・ 現代アートと街並みをコラボレーションする</li> <li>・ 街の魅力を倉吉全体で作り上げる （みどりの彫刻、白壁土蔵群、銀座メインストリート）</li> </ul>
<b>③店舗間コラボ（お店を知ってもらうきっかけ）【回遊性の向上】</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 倉吉市内・飲食店の協力（アート×飲食）</li> <li>・ 倉吉銀座商店街メインストリートにある店舗の協力</li> </ul>
<b>④集客対策（イベント等）</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アーティストを中心とする枠組づくり ⇒ ジミー大西、青己はなね</li> <li>・ 福高祭りで作品を展示する</li> <li>・ アーティストにTシャツをつくってもらう</li> <li>・ 青年三団体との連携したイベント企画</li> </ul>
<b>⑤空地・空店舗活用</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ アトリエや展示スペースなど空き店舗の無料の貸し出し（場所の確保）</li> <li>・ 家賃、財源をどうするか考える</li> </ul>

### 【第3回ワークショップの様子】



#### 【資料】

- ・倉吉銀座商店街における取り組みアイデアの具体化に向けて（参考資料3）

#### （4）第4回ワークショップ（商店街活性化プランのとりまとめ）

第4回ワークショップでは、まず、令和6年2月21日～22日に実施した先進事例調査（視察先：大分市府内五番街商店街振興組合、大分市役所商工労政課、山口情報芸術センター（YCAM））について、調査員の倉吉銀座商店街振興組合・小林理事長、戸崎専務理事、草田氏、鳥取県商店街振興組合連合会・事務局より結果報告を行った後、調査を通じてアートを活かしたまちづくり等の組織体制や回遊性を高める仕掛け、まちづくり人材（アートコミュニケーター）の育成、子どもの居場所づくり等について調査先の講師より示唆を受け、今後の取り組みの参考とする。なお、調査内容の詳細や調査員の所感、吉川専門家による総括は、「2. 県外先進事例調査の概要（17頁より）」のとおり。

また、第3回ワークショップで検討した内容を「倉吉銀座商店街における取り組みアイデアの具体化に向けて」として情報共有し、現時点での商店街活性化プランについて、各参加者から追加の意見を伺った。

#### \* 商店街活性化プランの検討で意識すべきポイント

- ①商店街をとりまく現状や課題をふまえた、今後の方向性の確認
- ②具体的な取り組みアイデアの確認
- ③プランの実現に向けて必要なことは？
  - ⇒アクションプラン（何から始めるか？ 取り組み展開・優先順位 等）
  - ⇒取り組み体制（事務局機能や連絡体制 等）
  - ⇒活動資金の確保に向けて

#### プラン実現に向けて必要なこと

- ・調査先の方向性を踏まえ、商店街とは別にアートを中心とした団体を作っていく必要性がある。できれば他団体と商店街がタイアップしてイベント等を実施していくことが望ましい。
- ・資金の少ない商店街では限界があり、他団体を作って県や市から委託費として予算化し



てもらえると進めやすい。

- ・まずは県立美術館と連携して尾崎館長とつながっていく必要がある。
- ・銀座商店街周辺は地方であるにも関わらず駐車場がないのが非常にネックとなっている。県立美術館の位置から商店街まで距離もあり、歩いて来てくれるか不安に思う。県立美術館から商店街までの導線や駐車場の整備も必要ではないか。
- ・組合員に協力を求めるにも実感がなければ協力は得にくい。実感してもらうためにも組合員がアイデアを出す場所や機会を設けることが必要である。
- ・西町には若い方が集まっており、また昔からアートに取り組んでいると聞く。そういったところとの連携も必要である。
- ・商店街として何をしていくか、点ではなく面で行動していくためには個店の魅力を作っていく必要がある。
- ・実際に県立美術館に関するイベントを企画しているパートナーズに頼るのもあり。市内に住む人はどうしても自分たちの街の魅力に気づきづらく、外から来た人達の方が魅力の発見につながりやすい。
- ・調査先の報告を聞き、大分市のようなことができれば商店街の雰囲気や街が変わる。
- ・県内だけでなく県外の美大生の作品も展示してもらうことで、その卒業制作を見に県外から友人や家族などを連れてきてもらえば誰もが喜ぶものになる。
- ・市内には小中高はもちろん短大もあるが、商店街に特に学生が来てくれず、集まる場所がないと感じる。県立美術館から商店街の導線を検討する中、学生をいかに集めるか考えておくべき。
- ・イベントをすれば人が来る。観光客に元気な街だと認識してもらえれば、そのイベントを目的に再度来てくれることも考えられ、イベントを継続していくことが大事である。
- ・自分たちの中で完結せず、いろいろな人の意見を聞きながら、周囲を巻き込み進めていく必要がある。

#### ○次年度以降について（まとめ）

- ・まず鳥取県立美術館の尾崎館長と話をし商店街とパートナーズなど協議する場をスタートさせる。
- ・店舗間コラボ（アート飯、まんぷく商店街）について若手を含めたアイデア出しと組合員の参加意識を醸成する。
- ・イベントの定例化してアートな取り組みのサポーターにつなげる。
- ・倉吉市などの補助金活用と自主事業による活動資金の確保も考える。

#### 【商店街活性化プランの骨子】

##### ◆方針①アートな商店街の確立

- \*ターゲットは美術館来館者
- \*県立美術館の来館者を商店街へ誘客し、商店街のリピーターにする
- \*現代アートをまちなかで感じてもらえるようにする
- \*作家が商店街やまちなかに集まってくるように！

**◆具体的な取り組み**

- ・ イベント（ポップアート系作品展示）
- ・ 空き店舗活用（ワークショップ、作品展示）
- ・ 商店街のイメージ統一、雰囲気づくり

**◆方針②発信力の強化**

- \* 誰に何を知ってもらいたいのか？
- \* どのような媒体で発信するか？
- \* 県立美術館との連携で効果的な情報発信を！
- \* 店の強みの強化・発信

**◆具体的な取り組み**

- ・ SNSの強化（店舗紹介など）
- ・ 史跡巡り、食べ歩き等、テーマごとのガイドブック
- ・ 歩きたくなる、写真を撮りたくなる（アートなスポット）を紹介
- ・ お店を知ってもらうきっかけとしての店舗間コラボ（まんぷく商店街）
- ・ ターゲットの明確化（ターゲットに応じたテーマ）

**◆方針③商店街に来てもらうきっかけづくり（集客）**

- \* ターゲットの明確化とそれに合わせた企画立案
- \* イベントの目的、ターゲット、内容を組合員へ周知
- \* アート事業に関しては、県立美術館との連携、ボランティアサポーターを含め、いかに巻き込むか！

**◆具体的な取り組み**

- ・ アートな商店街としてのイベント（ポップアート系作品展示）
- ・ 打吹回廊の活用
- ・ 定期的なイベントで集客（日曜市の開催）
- ・ 銀座ブライダルの復活、マッチングイベントの開催（Iターン、Uターン）
- ・ 免税特区（インバウンド対応）

**◆方針④まちなかを回遊してもらうきっかけづくり**

- \* 商店街、各個店を訪れた人をどのように過ごしてもらうのか
- \* 商店街だけでなく、街の魅力スポットを含めて、まちなかを歩く楽しさ
- \* 回遊性ととも滞在時間の向上をめざす

**◆具体的な取り組み**

- ・ 各個店の個性（魅力）の強化・発信
- ・ 回遊性向上のための環境整備  
（歩道幅を広げる、ベンチの増設、案内所・案内サインなど）
- ・ 商店街運営の駐車場（地元・観光客向け）



#### ◆実現に向けたポイント

##### ①県立美術館との連携体制の構築

- ・ 県立美術館との協議の場を増やす
- ・ アート事業の実施体制の確立

##### ②参加の輪の拡大

- ・ 組合員への周知・理解・協力の推進（参加意識）
- ・ 商店街以外の参加の輪（サポーター）

##### ③活動資金（財源）の確保

- ・ 補助金の活用 ※継続性
- ・ 自主事業の検討

##### ④各種団体や行政との連携体制の構築

- ・ 日頃からの情報交換・意見交換
- ・ 地域連携（鳥取短大、看護大の学生との連携、小学生とのコラボ）

#### 【第4回ワークショップの様子】



#### 【資料】

- ・ 倉吉銀座商店街の活性化プラン（参考資料4）

## 2. 県外先進事例調査の概要 <<調査日数：2日、調査先：2地区（大分市・山口市）>>

### 【実施事項】

	開催年月日	開催場所	内 容	出席者数
1	6. 2. 21	<p>大分県大分市府内町2丁目4番5号 「府内五番街商店街振興組合（若竹園）」</p> <p>大分市荷揚町2番31号 「大分市役所商工労働観光部・商工労政課」</p>	<p>・テーマ 「アートを活かしたまちづくり事業について」</p> <p>・講師 大分市府内五番街商店街振興組合 代表理事 牧 信太郎 氏 大分市役所・商工労政課 課長 甲斐 秀樹 氏 大分市役所・商工労政課 商業にぎわい担当班 主事 藪田 真緒 氏 主事 遠山 紗矢 氏 大分県中小企業団体中央会 組織支援部 商業・サービス業支援課 清田健太氏</p> <p>・専門家 (株) コー・プラン 吉川 健一郎 氏</p> <p>・調査員 倉吉銀座商店街振興組合 代表理事 小林 健治 氏 専務理事 戸崎 隆之 氏 草田 敏生 氏 鳥取県商店街振興組合連合会 事務局 北浦 泰大</p>	10名
2	6. 2. 22	<p>山口県山口市中山園町7-7 「山口情報芸術センター」</p>	<p>・テーマ 「アートでつなぐまちの活性化事業について」</p> <p>・講師 山口情報芸術センター 学芸普及課長 会田 大也 氏 総務課総務担当 伊藤 浩平 氏 株式会社街づくり山口 タリマネージャー 青木 敬介 氏 地域おこし協力隊 中野 祥平 氏</p> <p>・専門家 (株) コー・プラン 吉川 健一郎 氏</p>	9名

			・調査員 倉吉銀座商店街振興組合 代表理事 小林 健治 氏 専務理事 戸崎 隆之 氏 草田 敏生 氏 鳥取県商店街振興組合連合会 事務局 北浦 泰大	
--	--	--	--	--

## (1) 大分県大分市中心市街地の取り組み

大分市中心市街地活性化基本計画（令和5年4月抜粋）

### 1. 概要・沿革

大分市は、県庁所在地として、また、中核市として発展を遂げ、人口は約47.4万人（令和6年1月末現在）と大分県の総人口の約4割を占め県全体の産業を支えている。本市は昭和39年の新産業都市指定以降、製造業を中心とする多様な企業の集積が進んでおり、製造品出荷額は九州1位と非常に高い水準となっている。その結果、中心市街地に大型商業施設の進出が相次ぎ、商店街には多様な商品・サービスを提供する店舗が立ち並んでいる。

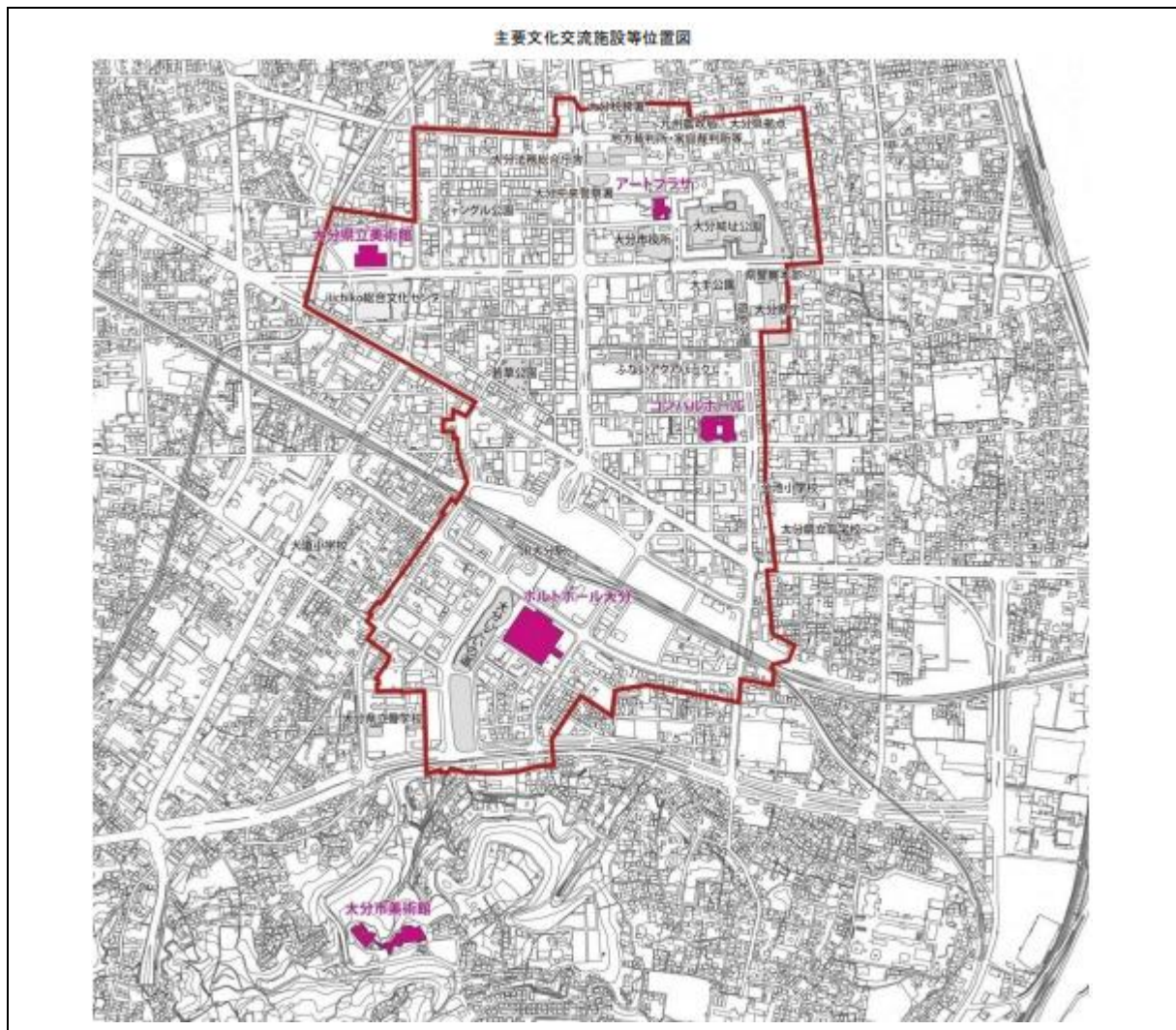
平成10年代には大分市東部、西部の郊外にもそれぞれ大型商業施設が進出し、中心部での大型商業施設の撤退もあったが、平成27年にはJRおおいたシティ、令和元年には大分オーバが開業するなど、大分市域の商業集積が進んでいる。

交通拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動車道（九州横断自動車道、東九州自動車道）</li> <li>・鉄道（日豊本線、豊肥本線、久大本線）</li> <li>・海路（フェリー：関西、四国、国際コンテナ船：中国、韓国、台湾）</li> </ul>
知的資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優秀な人材の発掘・供給、産学官連携の推進</li> </ul> 大分市産業活性化プラザ、(公財)大分県産業創造機構、大分県産業科学技術センター
都市機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>・政治、経済</li> <li>・情報、流通、教育、文化、福祉、医療など様々な都市機能の集積が進む</li> </ul>

### 2. 主要文化交流施設の年間利用者数の推移

	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3
大分市立 美術館 (H11.2)	619,057	362,497	373,288	451,689	368,925	321,573	292,660	78,392	307,286
大分県立 美術館 (H27.4)	—	—	642,508	434,518	648,223	572,001	532,307	265,105	431,357

### 3. 主要文化交流施設位置図





## (2) アートを活かしたまちづくり事業の取り組み

本事業は、文化・芸術の持つ創造性を地域活性化と産業振興に活かし、アートの力を活用して地域の魅力づくりや市民の地域を誇る気持ちの醸成、創造的な人材の育成や地域経済の活性化を図ることを目的に、2013年（平成25年）に大分市職員のアントレプレナーシップ事業（職員提案制度）として始まり、アートフェスティバルの開催やストリートに点在するパブリックアートの制作と活用などの取り組みを継続的に行うことで、アートを活かしたまちづくりの推進に努めている。



### 1. 年度別の事業内容

開催日	事業内容	
2013年	アートを活かしたまちづくり事業スタート	
2014年	パブリックアートの制作スタート	
2015年	おおいたトイレレンナーレ 2015	商店街の各店舗にトイレに関する作品を展示やイベントを行う
2018年	回遊劇場 ～ひらく・であう・めぐる～ ⇒第33回国民文化祭・おおいた2018、第18回障がい者芸術・文化祭おおいた大会を開催	大分市内中心部を劇場や美術館に見立て、まちなかのパブリックな空間や日常空間を舞台に作品を展開した。
2019年	大分アートフェスティバル 2019 回遊劇場 SPIRAL（渦） ⇒ラグビーワールドカップ 2019 日本大会を開催	ホテルや公共施設などのパブリック空間、新聞社の輪転機室など普段立ち入れない場所を使用しインスタレーション（空間全体を作品として表現する手法）展示など行う
2022年	大分アートフェスティバル 2022 回遊劇場 AFTER	空きビルを拠点として利用した会場での作品展示。飲食店との連携による作品展示やコラボメニューの提供、ウォールアートの制作、アートイベントの開催した

## 2. 大分アートフェスティバル 2022 回遊劇場 AFTER

主催：大分市アートを活かしたまちづくり推進会議

／事務局：大分市役所商工労政課内

期間：令和4年10月28日～11月27日の31日間

会場：大分市内中心市街地

主な事業

<b>①アートステーションの設置</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・NTT 府内ビル別館の活用（現在使用されていない施設）</li><li>・NTT アートシアターという名称でアーティスト13組の作品を展示</li><li>・小学生から高齢者まで幅広い世代が参加できるアートイベントの開催（20回）</li><li>・インフォメーションとして情報発信の役割 ⇒YouTube や facebook、Instagram など SNS 情報発信</li></ul>
<b>②ウォールアートの制作</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・招待アーティスト、公募で選ばれた県内ゆかりのあるアーティスト etc</li><li>・一般の人から作品を公募</li><li>・まちなかにある建物の壁面にアート作品を制作（1作品）</li><li>・店舗シャッターの壁画にアート作品を制作（1作品）</li><li>・年間2作品を制作しまちの回遊性を高める（16作品） ⇒まちづくり推進会議から各アーティストに委託（1㎡当たり） ⇒公募で選ばれた作品（制作費20万円以内） ⇒推進会議が制作する壁面等についてアーティスト・店主を調整</li></ul> <p><b>【制作の流れ】</b> 商店街（壁画）の候補 → 推進会議の承認 → アーティストの決定 → 禁止事項の共有 → アーティストから原画の提出 → 作品制作（2週間～2ヵ月） ※店主とアーティストとのコミュニケーションが生まれる ⇒過去制作した作品中で借主変更や契約期間（5年）で現状復帰したものもある</p>
<b>③アートマルシェの実施</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・中心市街地商店街の飲食店（参加9店舗）</li><li>・「アート」×「食」×「空間」によるコラボ企画</li><li>・デジタルスタンプラリーの実施</li><li>・店舗とアートの出会いにより、まちの新たな魅力を創出</li></ul>
<b>④パブリックアート（既存作品）の紹介</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・これまで制作されたまちなかのパブリックな空間を彩るウォールアート</li><li>・「回遊劇場」の舞台となるさまざまな場所に点在するアートを巡る</li><li>・都市の面白さや魅力を体感してもらう仕掛けづくり</li></ul>



### 3. 大分アートフェスティバル 2022 回遊劇場 AFTER の実績

- ・来場者：266,863人（大分市役所調べ）
- 性別：女性＞男性
- 世代：50歳代＞20歳代＞40歳代＞30歳代・60歳代
- 居住地：県内＞県外

**【主な意見】**

- ・歴史を感じる素敵な建物
- ・たくさんの作品・イベントがあつて何度も足を運んだ
- ・まちなかの作品を楽しめた
- ・子どもから大人まで楽しめるイベント
- ・ボランティアスタッフを始め人と人との出会いに感謝する
- ・空間とアート、食の融合で非日常感を味わえた

※情報収集の手段

友人・知人＞SNS＞チラシ・パンフレット＞通りがかり＞市報＞市の公式HP＞新聞

### 4. 大分アートフェスティバル 2022 回遊劇場 AFTER の特徴

- ・商店街の文化や芸術に精通し、かつアーティストとのネットワークがある人材がいる（大分市美術館・菅館長）
- ・回遊劇場など運営する事務局の体制がしっかりしている（大分市役所商工労政課）
- ・インフォメーション機能をもった情報発信の拠点を設置した
- ・アーティスト、ポール（ボランティア）さん、各商店街の関係者、大学との連携
- ・大分県、大分市からの予算補助





若竹園倉庫シャッターアート「garden」



大分市府内五番街商店街振興組合  
(若竹園) 意見交換



回遊劇場 AFTER「記録集」



大分市役所・担当者の講和

### (3) 山口情報芸術センター (YCAM) の取り組み

山口情報芸術センター (YCAM: ワイカム) は、市立中央図書館を併設し、芸術と情報の新たな創造的価値を追求する文化施設であり、平成15年の開館以来、メディア・テクノロジーを用いた新しい表現の探求を軸に活動し、展覧会や公演、映画上映、ワークショップなど、多彩なイベントを開催している。

また山口市中心市街地の一角にはJR山口駅前の空き店舗を活用し2020年にオープンした展示スペース「サテライトA」があり、インスタレーション作品(空間全体を使った作品)の展示やワークショップなど開催している。



山口情報芸術センター施設

## 1. アートでつなぐまちの活性化事業の取り組み

アートが持つ人と人をつなぐツールとしての機能を活用し、山口情報芸術センターで制作された作品の展示や文化的活動の場として中心市街地の空き店舗等を活用することで来街機会の創出を図るとともに、アートやものづくりによるまちづくり人材（アートコミュニケーター）を育成している。

### 事業のイメージ図



### 主な事業内容

#### ①アートコミュニケーターの育成 ～楽しみの場・活躍の場を創出～

- ・ 山口市の文化振興ビジョンは未来志向「文化を育む」・「人材の育成」に注力
- ・ ギャラリーツアーや展示、ワークショップを、自ら企画・運営できるスキルを身につけたまちづくり人材を育成
- ・ オリジナルの作品づくり  
⇒ くだらないものをつくらない (他の人が求める作品をつくること)
- ・ アーティストの作品を技術開発するプログラミングや電子工作できる技術スタッフがいる  
⇒ 研究・開発の知識を蓄積する
- ・ メディア技術は他のものに結びつけやすい
- ・ 事業を継続することで人材も育つ

#### ②コロガルひろばの知見を利用した遊ぶ場・回遊性向上の実証事業

##### ～あそぶ場・つくる場を創出～

- ・ コロガルあそびのひゃっかてん (山口井筒屋)  
⇒ 約1万5千人を超える人が来場

- ・山口情報芸術センターで開発したプログラムを子どもたちのルールづくりに応用
- ・子どもたちが遊びを通じて他者や社会とつながる「コミュニケーションツール」

### ③アート展示・ワークショップの開催 ～鑑賞の場・活動の場を創出～

- ・山口情報芸術センターはアート展示やワークショップなど、場所と使用は紐づいておらず、どこの場所でもアーティストが表現できる施設
- ・山口情報芸術センターが発表した作品を空き店舗へ展示し市内外からの誘客を促す
- ・アート商店街としてのブランディング
- ・外部連携チームを結成して商店街とのイベントを開催
- ・活動に参加してもらうサポートスタッフ（有償ボランティア制度）がいる
- ・エリア価値の向上
- ・商店街の活性化に寄与

## 2. アートでつなぐまちの活性化事業における商店街の活性化

- ・商店街の活性化 = いかしにしてお金を落としてもらえるか
- ・県立美術館に来た人が、お店の割引や飲食だけでは商店街に足を運ばない  
⇒まずは商店街に来てもらう仕組みが必要（空き店舗を活用した仏像の展覧会）
- ・商店街やお店の魅力づくりが大切  
⇒奈良は観光の通過点であったが、魅力のある飲食店や宿泊施設など増えている
- ・地方で文化や芸術を育てるのは難しく、商店街はアーティストと市民とをつなぐ役目が良い
- ・若い人に立地や利便性は関係ない  
⇒魅力ある店舗に出店してもらう
- ・商店街に子どもの居場所をつくってあげる（コロガルひろば）  
⇒待っている大人の滞在時間を延ばしてお店が儲けることも考える



山口市情報技術センターとの意見交換



山口駅前「サテライトA」での視察

#### (4) 県外先進事例調査の調査員所感

大分市立美術館の館長であり、回遊劇場のディレクターである菅章氏の「ひらく、であう、めぐる」の3つの視点や「CIAO Cafe」、「ウォールアート」、「パブリックアート」、「市民参加アート」の都市は劇場であると言う4つの手法をコンセプトに強力なリーダーシップを進めてこられた街づくりに感服し、ヒト、モノ、カネ、そしてタイミングを逃さない取り組みは大変参考になった。また、山口情報芸術センターのハードとソフトとも地域に対する貢献が大きく、山口情報芸術センターと山口県立美術館、山口市の商店街を結びつける人物として移住者の学芸普及課長の会田大也氏の存在が大きかった。大分市、山口市の先進事例として優れており、特にヒト、モノ、カネのそろっていることで大きなことができることを痛感した。倉吉銀座商店街との規模の大きさは比較にならないが、学ぶことも多く非常に参考となった。

(倉吉銀座商店街振興組合 代表理事 小林健治)

大分市府内五番街商店街振興組合を調査させていただき、こちらは大分市商工労働観光部とうまく連携を取られており、3年に1回のアートフェスティバルに大分市立美術館の館長をコーディネーターとして、色々なアーティストの紹介やアレンジをしていただいていることが参考となった。山口情報芸術センターはYCAMという山口市立図書館を含めた複合型芸術施設を中心に調査を行い、商店街との連携は2023年から始まっているということで、まだこれから進んでいくようにも感じ、芸術の考え方や考えるその基本がつくられていくように感じた。今回の調査は、これらのことを踏まえ倉吉銀座商店街にどうしたら良いか、商店街の理事共々考えていきたいと思う。

(倉吉銀座商店街振興組合 専務理事 戸崎隆之)

大分市「アートを活かしたまちづくり事業」の取り組みでは、大分市立美術館の菅館長という芸術作品に見識が深く、能動的に周囲への働きかける中心人物がおり、官民連携の架け橋となっている。その上、大分市や大分県から多額の補助金を確保し、3年周期とはいえアートイベントに対して積極的な資金を投入しているため、アーティストへの正当な報酬も贅沢に用意できるため、制作依頼において大物アーティストを選ばない限り資金面で制限は付きにくく、県内外の若手アーティストの成長の場にもなりえるためアートの良い循環が生まれると感じた。

山口市の山口情報芸術センター（以下、YCAM）の伊藤氏と会田氏を中心にデジタル人材の育成に力を入れており、YCAM施設内に様々な設備がそろっている。様々な活動を通じてYCAM単体でのイベントは豊富に感じたが、タウンマネージャーの青木氏の話しぶりからあまり地域の商店街とは深く関わっていない雰囲気は否めない。

しかし公益財団法人山口市文化振興財団が運営する施設にもかかわらず地元の学生たちの遊びの場としても機能しており、今後、商店街との連携次第では大きな経済効果をもたらすと感じた。

大分市、山口市と二日間にわたり感じたことは「アートでまちづくり」と同じテーマで地



域（商店街）の活性化を行っているが、倉吉市と決定的に違うのは、芸術に対して見識の深い中心人物がいるということであり、特に大分市は「美術館があるから商店街がアートでまちづくり」ではなく、「美術館と商店街が連携してまちづくり」という意識の違いが感じられた。

（倉吉銀座商店街振興組合 草田敏生）

## （５）県外先進事例調査の所見（吉川専門家による総括）

県外先進事例調査の視察の目的は、アートな取り組みをしている商店街、特に美術館と連携した取り組みを展開している商店街を訪問し、どんな取り組みをどのような連携体制で実施し、その成果や取り組みにあたっての苦労した点や工夫した点などをヒアリングし、2025年3月30日の鳥取県立美術館のオープンに向けて、今後の倉吉銀座商店街の取り組みの参考とすることである。

2月21日、22日に、①大分県大分市、②山口県山口市の2箇所の視察を行った。

### 1. 大分県大分市の中心市街地における取り組み

大分市の人口は48万人で、県立美術館の年間来場者数が50万人と、倉吉市に比べると規模感が大きい。県立美術館が平成27年にオープンし、JR大分駅から県立美術館まで徒歩約15分の動線上に商店街が立地している。

こちらの取り組みについては、商店街が主体となった取り組みではなく、中心市街地活性化の「魅力的な都市空間の創出による回遊性の向上」という目標のもと、2013年に「大分市アートを活かしたまちづくり事業」が開始され、市の商工労政課が事務局を担う「大分市アートを活かしたまちづくり推進会議」が実施主体となっている。

主な取り組み内容としては、2015年の「トイレ」を舞台としたアートフェスティバル「おおいたトイレンナーレ2015」に始まり、以降は3年ごとの大規模なアートフェスティバルとまちなかに点在するストリート（パブリック）アートの制作が柱となっている。

2018年の開催以降、アートフェスティバルのタイトルは共通して「回遊劇場」としており、それは、都市自体が芸術であり劇場であり、その都市が回遊性を持った回遊劇場であるというコンセプトに基づいており、街自体を舞台とし、回遊させるというコンセプトは、倉吉銀座商店街にも共通するコンセプトだと言える。

また、2022年に開催されたアートフェスティバルのテーマは「アート×食×まち歩き」であり、アートと食をセットとすることで魅力やモチベーションを高める効果が期待されている。さらに、アフターコロナも見据え、SNS発信により、ネット上でも展開し、実体験とWeb上での体験、広報を織り交ぜ、「アートと食とまち歩き」という新たなまちの楽しみ方を提案していることも、「アート飯」の今後の展開にも大いに参考になると思われる。飲食店とのタイアップに関しては、①料理の分野のバランス、②店舗の空間特性、③まちなかでのエリアバランスと動線、④アーティストとの相性などを考慮し、店舗を選定されたそうだが、企画の意図やアーティストとのコラボレーションの意義を丁寧に説明しながらの調整に苦慮

されたようである。

このアートフェスティバルの成功には、ディレクターとしての大分市美術館館長によるところが大きい印象を受けた。中心市街地活性化の一環でもあり、予算も含めて、推進会議の事務局としてかなり市が主導している部分はあるものの、アートフェスティバル全体のコンセプトや企画のテーマ、アーティストの選定などのディレクションがしっかりしているからの成功だと言える。

今後、倉吉銀座商店街と県立美術館との連携のもと企画を立てていく際、やはりディレクターの存在は重要である、県立美術館がディレクションするのか、あるいはディレクターを置くのか、また、美術館の事業に商店街が協力する形や商店街の事業に美術館へ協力依頼するのか、はたまた、美術館、商店街、行政等からなる実行委員会形式なのか、など、企画内容も重要だがその企画運営体制も重要な検討課題だと言える。

余談ではあるが、当初、商店街との連携を想定していた商店街に隣接している大分県立美術館ではなく、JR大分駅の反対側に立地している大分市美術館の館長の存在が大きいことが説明を受けて判明した。ただ、大分県立美術館と大分都心まちづくり委員会（商店街と大型店で構成される街づくり団体）との連携企画で「まちなかアート展 in 商店街」が実施され、大分駅から美術館までを結ぶ商店街のアーケードにアート作品を展示するイベントを実施している。

あと、回遊性の観点からは、大分市中心市街地では、2つの美術館をはじめ、劇場などの文化施設や駅などの要衝を中心市街地循環バス「大分きゃんバス」やおおいたサイクルシェアの取り組みも行われており、都市の規模の違いはあれど、倉吉でも令和5年度実証実験「打吹つながるモビリティ（通称：U-MO）」の今後の展開にも参考になると思われる。

## 2. 山口県山口市の中心市街地における取り組み

山口市の人口は20万人で、県立美術館の年間来場者数が25万人と倉吉市に比較的規模が近い。JR山口駅から県立美術館の動線上に十字型に商店街が立地し、商店街から県立美術館までは徒歩7分程度の距離である。

こちらの商店街では、山口県立美術館とのコラボ企画として、美術館での特別展開催期間中に観覧券の半券を商店街の協力店で提示するとサービスが受けられるタイアップ事業行われている。ただ、それ以外の動きとしては、大分市同様、「“まちを、楽しむ。”～日常を豊かにするまちづくり～」をテーマとした中心市街地活性化基本計画の「アートでつなぐまちの活性化事業」の一環として、商店街を舞台にアート事業が行われている。

山口市の特徴としては、「アートでつなぐまちの活性化事業」を受託した山口情報芸術センター（YCAM）が企画をしている点である。この事業には以下の3つの柱がある。

### ①商店街をアートコミュニケーターの育成の場とする。

まちなかにアート作品を置くだけでは住民は見に来ない、文脈があつてこそ見に来るという考え方のもと、ギャラリーツアーや作品に関連するワークショップなどの企画や予

算を立てるノウハウを教え、まちとアートをつなぐ人材（プレイヤー）としてアートコミュニケーターを育てる場として商店街を活用する。

②商店街の空店舗や空きスペースを活用して、アート展示やワークショップを開催し、来街者の誘客を促す。

③子どもたちの創造性を豊かにするあそび場の創出を商店街で行う。

YCAMが開発した「コロガル公園」のプログラムを活用し、商店街内の百貨店で「コロガルあそびのひやかてん」を開催することで、家族での来街機会の創出を狙う。

これらを通して、アート商店街としてのブランディングを進め、エリア価値を向上させ、中心商店街へのさらなる来街機会創出・関係人口拡大へつなげていくということである。

具体的な事業としては、前述の「コロガルあそびのひやかてん」の他、商店街の店舗を美術館に見立て、アート作品を身近なものと感じてもらうアート展示会「商店が初めて美術館になってみた」やアートコミュニケーターによるアート作品の鑑賞会やワークショップ、空店舗を改修してカフェを出店するなどの「オープンスコーレ」などが挙げられる。

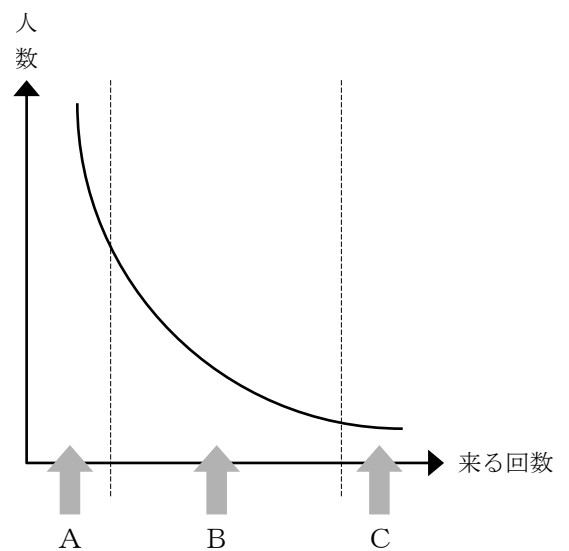
お話を伺った印象としては、商店街の主体的な事業ではなく、商店街でアート事業を展開していくYCAMの存在が非常に大きいと思われる。さらに、空店舗活用などに関しては、まちづくり会社「街づくり山口」との連携体制もとれている印象を受けた。

また、今年で20周年を迎えるYCAMのこうしたアート事業に関する地域住民の認知度はまだまだとのことだが、「同じコンセプトで15年続ければ、世代をまたぎ、人が育つ（プレイヤーになる）」との発言が印象的だった。

さらに、右図のように、瞬発的に来る人達（A）で人数を稼ぐということはあると思うが、人数は少ないものの、長くじっくり付き合ってくれる人達（C）も大事だということで、A～Cすべての層のプログラムを常に用意しているとのことだった。

一番コアなファンとしては、サポートスタッフとして有償ボランティアで関わってくれる人たちで、そういった人たちとのつながり、体制をどう構築していくかは倉吉銀座商店街でも重要な視点だと思われる。

美術館との連携に関しては、各店舗をいかに魅力的にしていけるかが重要で、商店街へ行くことを目的化していくことが理想である。つまり、YCAMの企画により商店街に親子連れ等が訪れた際に、各店舗がその人たちに向けたアピールを行い、売上につなげてほしいとのこと、その場合には、商店街を訪れた人たちがどのように時間を過ごすのかという時間の設計が大事だとの話があった。倉吉銀座商店街で今後、県立美術館と連携し、来館者を商店街に誘客した場合に、いかに滞在時間や回遊性を高め、各店舗の来客、売上につなげていくかは、各店舗の取組みも重要となってくる。





今回の視察で、アート事業を展開していく上で、ディレクターやコーディネーターといった第三者の存在が非常に重要なことが分かった。また、長いスパンで考え、取り組みに関わってもらえる参加の輪を広げていくことの重要性も理解できた。ただ、これらに関しては、商店街だけではどうしようもないので、今後の県立美術館との協議の中で検討していくことになるかと思われる。

美術館の来館者をどうやって商店街へ誘客するかという観点も重要だが、加えて、商店街として、美術館の来館者を誘客した時に、何を行っていくかについての検討も重要である。商店街に来た人たちが何を楽しみ、どのように時間を過ごしてもらうかは、当然ではあるが、店舗それぞれの魅力によるところも大きい。しかし、その魅せ方や発信などを商店街全体として面で行っていくことで、滞在時間や回遊性の向上につながり、結果、各店舗への来客・購入へつながるのではないかと考える。

### Ⅲ. 当事業の実施評価（専門家による総括）

今回、倉吉銀座商店街では、2025年3月30日の鳥取県立美術館のオープンに向けて、今後の商店街の取り組みの方向性を活性化プランとしてとりまとめた。

今一度、商店街をとりまく現状と課題を整理することから始め、今後の取り組みアイデアを出し合った。

人口の減少、来街者の減少に伴い、またコロナ禍の影響もあり賑わいの低迷や空店舗や空家、空地の増加、そして業種構成の不足や閉店時間が早いことなどが課題にあげられた。

一方、強みとしては、年間60万人の観光客が訪れる白壁土蔵群の存在や市役所や病院がある立地の良さに加え、商店街加盟店の増加やイベント等を通じたコミュニケーションなど人とのつながりがあげられた。今回の検討会にも幅広い年齢層、立場からの参加が見られた。

また、商店街メインストリートが白壁土蔵群から少し離れていることや加盟店舗がエリアに分散していることもあり、訪れた観光客をいかに回遊させるかも今後の検討課題にあげられた。

今後の取り組みアイデアとしては、来春オープンする鳥取県立美術館の来館者をいかに誘客するか、そのためにまち全体でアートを感じられるために何ができるかについての議論が中心となった。

そのため、県外の先進事例調査のテーマも美術館と連携した商店街の取り組みとなり、上述した通り、大分市と山口市の中心商店街を視察することとなった。残念ながら、視察先の両商店街とも美術館との連携イベントは行っていたものの、中心市街地活性化計画の一環として、行政や行政から委託を受けた芸術情報センターがコーディネートしている部分が大きく、商店街が主体的に行っている事業ではなく、また、予算規模も大きく、倉吉銀座商店街の状況とは若干異なる事例ではあった。ただし、今回の視察で大いに参考になった点は、以下の3点である。

ひとつは、今後、倉吉銀座商店街が美術館との連携関係を構築しながら、“アートな商店街”の取組みを展開していくにあたり、ディレクターの存在が大きいということである。鳥取県立美術館がその役割を担う場合も十分に想定されるが、アート事業の企画・運営に関しては、商店街のことをよく理解したディレクターがいることが望ましいと考えられる。検討会の場でもこれまでの取組みからディレクターの候補者も提案されていたが、空店舗や空地の活用の一環としてアーティスト・イン・レジデンスの取組み等からアーティストとの関係性を深め、その中からディレクター的な存在を担ってくれる人が出てくるという可能性も考えられる。

ふたつめは、アート事業に関わる参加の輪を広げていくことである。どちらの取組みにもサポーターの存在があり、そうした人材の育成に力を入れていた。アート事業の展開自体にサポーターの存在は非常に重要なのはもちろんだが、商店街を舞台にアート事業を展開していくにあたり、そのアート事業に関わる人が増えることは、商店街のファンが増えていくことにもつなげていけると思うからである。

3つめは、山口の視察でも指摘されていたが、アート事業で商店街を訪れた人たちに、各店舗が自店のPRや来てもらう、買ってもらうための工夫をすることである。これは、イベント等の取組みにも言えることだが、商店街へ誘客・集客した人たちに対して、どのように過ごしてもらうかの視点から、滞在時間、回遊性の向上につながる仕掛けづくりを企画する中で、各店舗が街を訪れた人に来てもらう、購入してもらうきっかけをアピールしていくことが重要である。そのためには、今後の取組みにおいて、そのターゲットや目的、内容等についての各店舗への周知に力を入れ、理解・協力する店舗を増やしていくことが求められる。

今回の研修は、来年3月の県立美術館のオープンに向けてとのタイミングでの開催だったため、アート事業の展開に関する意見が中心となったが、それも今後の取組みの一つの柱として重要ではあるが、県立美術館の来館者だけでも、アンディ・ウォーホルの作品を見に来た欧米人以外にも、アジア系のインバウンド、倉吉市民、市外からの来館者など多岐に渡ることが想定され、さらに、日常的に商店街を訪れている地域住民や倉吉市民、白壁土蔵群を訪れるインバウンドや国内観光客、蒜山を訪れる観光客など想定されるターゲットは多岐に渡る。

そのため、今回のプランの取りまとめにおいては、アートな取組みを柱にしながらも、他のターゲットも視野に入れながら以下の4つの方針とした。

- ①アートな商店街の確立
- ②発信力の強化
- ③商店街に来てもらうきっかけづくり（集客）
- ④まちなかを回遊してもらうきっかけづくり

この4つの基本方針に共通して、それぞれの事業の企画段階で、まず、ターゲットを明確にした上で、その目的や内容を企画立案していくことが重要である。

### ①アートな商店街の確立

商店街全体を使った展示や空店舗活用の一環としてのアーティスト・イン・レジデンスやワークショップの実施、ポップアートをコンセプトとした商店街のイメージの統一（バナーやフラッグ等）などのアイデアが出されたが、上述した通り、アート事業の展開にあたり、まずは県立美術館との協議の場をスタートさせることが最優先であるとのことが確認された。また、場合によっては、大分市での取り組みのディレクターである大分市美術館の館長の話聞く機会を設けることも提案された。

### ②発信力の強化

これに関しては、誰に何を知ってもらいたいのか？を明確にし、ターゲットに応じた発信媒体の検討が重要である。また、当然ながら、県立美術館の来館者への発信に関しては、県立美術館との連携が不可欠である。

また、「白壁土蔵群まち歩きMAP」、倉吉緋の「のれんの揺れるまち倉吉」、谷ロジローの「遙かな町へ 倉吉まち歩きマップ」、「福の神にあえる街」などのマップもあり、さらには、伯桜鵬や元横綱琴櫻、ひなビタ♪及びコスプレイベント、円形劇場くらよしフィギュアミュージアム、はこた人形、倉吉八犬伝、倉吉淀屋など多種多彩なコンテンツがあり、来街の動機づけ（きっかけ）は幅広く展開できることが期待できる。今後のアート事業の展開には、これらもうまく活用、連動しながら、さらなる来街へつなげていくことが望まれる。

さらには、検討会で出されたお店を知ってもらうきっかけとしての店舗間コラボ（アート飯、まんぷく商店街等）のアイデアは、組合員の参加意識の醸成の観点からも、ぜひとも具体化されることを期待している。

### ③商店街に来てもらうきっかけづくり（集客）

アートな商店街としてのイベントはもちろん、日曜日、商店街以外の出店希望者やワークショップ等の定期的なイベントについては、イベント参加者のみならず出店者自体も商店街の新たなファン、さらにはアートな取り組みのサポーターへつなげていける可能性もあり、また、定例化することで一定の来街者が見込める日として定着させられることも期待できる。

商店街が企画、運営のすべてを担うイベントはどうしても一部の人に負担が集中してしまうことは否めず、もちろん商店街内部の協力者を増やしていくことは大事ではあるが、商店街を場として提供することで第三者がイベントを行うという視点からの企画も有効だと思われる。

### ④まちなかを回遊してもらうきっかけづくり

上記3つの取り組みをうまく連動させることで、滞在時間および回遊性の向上につながると考えるが、来街者に快適に過ごしてもらうために、休憩場所（ベンチ）の設置や案内看板、

サインの設置などハード面に関する環境整備については、行政との連携が不可欠であり、日頃からの情報交換や意見交換の場を持つことが望まれる。今回の研修にも倉吉市や鳥取県の職員の参加が見られたが、今後もこのような場を定期的で開催することも提案したい。

こうした取り組みを展開していくためには、活動資金（財源）の確保が避けては通れない課題である。補助金の活用はもちろんではあるが、補助金が減額、廃止された時の継続性を考えると、自主事業による活動資金の確保も視野に入れていく必要がある。検討会で出されたアイデアとして、商店街による駐車場経営は超えるべきハードルが多いかもしれないが、福高祭でアーティストにTシャツを作ってもらい販売するなど、できそうなことから収益事業を検討することも一考の余地はあるのではと考える。また、アート事業に関しては、県立美術館のパートナーズが15年間ほどサポートされるということで、そのパートナーズとは良好な関係が築けているとのことなので、県立美術館も含めてパートナーズの事業へ商店街としての提案ができる関係性を今後も築いていくことも一案であると思われる。

最後に、今回の活性化プランは、参加者から出された意見をとりまとめた骨子のようなものである。今後、このような検討の場を継続していただき、それぞれのアイデアを掘り下げ、実現に向けて肉付けをしていっていただきたい。そして、できることから、まずは最初の一歩を踏み出し、少しずつ取り組みを展開していくプロセスで、商店街内部はもちろん、商店街以外の人たちも巻き込みながら、アートな取り組み及び商店街のファンを増やしていき、その人たちの想いを紡ぎながら、“アートな商店街”倉吉銀座商店街を確立していくことを願っている。