

倉吉銀座商店街をとりまく現状と課題

商店街の強みや魅力、大事にしたいところ

- ◎立地の良さ・利便性
 - * 立地 * 市役所は近い * 病院が多い
 - * 暮らしのある街、ほどよい広さ（エリア）
 - * 道路の完成
- ◎周辺の観光地
 - * 観光地「白壁土蔵群」（来街 60 万人）の隣接 * 打吹回廊への動線 * エリアごとに観光地エリア
- ◎まちのイメージ
 - * 雰囲気のある街 * 専門店 * レトロ * 車線が少ないので店が密集したイメージがある
- ◎イベントや行事
 - * まつりがある * イベント時に商店街 Facebook で発信
- ◎人間関係（人と人のつながり）
 - * 人の温かさ * 人と人のネットワーク
 - * 商店街加盟店の大幅増（面的な拡大） * 派閥等なく人間関係が良好
 - * イベント等を通じ、地域コミュニティが少しずつ再生
 - * 街の人にとは協力的 * 元気のある若者

商店街の課題や気になっているところ

- ◎人口の減少・来街者の減少
 - * 人口減少 * 人口が少ない * 来店・街を訪れる人の減少 * 賑わいの低迷
- ◎まちの分断・分散
 - * 地域（新旧市街地）の分断 * 分散 * エリアが広域の為、商店街というイメージが薄い
- ◎まちの古さや交通等インフラの問題
 - * 街自体が古い * 歩道が狭い * 交通が不便 * 駐車場が少ない * 雪の除雪
- ◎閉店時間が早さや業種の偏り
 - * 店じまいが早い（夜） * 仕事の終わる時間と店が閉まるのがいっしょ * アフター5がない
 - * 飲食関係はあるがその他業種がさみしい * ディスカウントの店等、業種がない
 - * 若者の行く店がない * 宿泊施設が少ない
- ◎若手の不足
 - * 若い人が少ない * 若手経営者の参加が少ない（イベント等）
- ◎空店舗・空家・空地の問題
 - * 銀座通りのお店が少ない * 空き店舗の増加 * 空地・空き店舗が増えている * 空地が多い
 - * 使える空き店舗がない * 空きテナントが少ない（人家としては使われている） * 空洞化
- ◎その他の課題
 - * 魅力の発信力が弱い * イベントと店舗の乖離 * 地震・後継者問題等

商店街の強みや魅力を活かして…

商店街活性化の基本方針と具体的な取り組み

商店街の弱点や課題を解決するために…

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（欧米のインバウンド含む）
- * 県立美術館の来館者を商店街へ誘客し、商店街（まち）のリピーター（ファン）にする
- * 現代アート（ポップアート）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
 - 商店街全体を使った期間展示（ポップアート系）
- ★空き店舗活用①
 - ワークショップ、作品展示（一体感のある見せ方）
- ★空き店舗活用②
 - アーティスト in レジデンス
- ※作家が集まってくる
 - ⇒企画・アーティストの招聘等のプロデューサー
- ★商店街のイメージ統一、雰囲気づくり
 - ・ポップアートをコンセプトに
 - ・加盟店の目印（ステッカー、フラッグ、バナー等）
 - ・銀座商店街に看板（大型）設置
 - ・まちなかでBGMを流す

方針② 発信力の強化

- * 誰に何を知ってもらいたいのか？
⇒ターゲットを明確に！
- * どのような媒体（手段）で発信するか？
⇒ターゲットや発信内容に適した媒体を！
- * 県立美術館との連携で効果的な情報発信を！
- * 店の強み（魅力）の強化・発信

【具体的な取り組み】

- ★SNSの強化（店舗紹介など）
 - テーマごとに発信、効果的なハッシュタグの活用
- ★史跡巡り、食べ歩き等、テーマごとのガイドブック
 - ⇒現在ある、各種ガイドブックの整理
- ★歩きたくなる、写真を撮りたくなる
 - ・写真を撮りたくなるようなアートなスポット
- ★お店を知ってもらおうきっかけとしての店舗間コラボ
 - 例）期間限定でアート飯（アート×飲食）
 - まんぷく商店街（伯桜鵬、元横綱琴櫻PR）
 - ⇒大盛メニューを一体的なプロモーションで展開
- ★ターゲットの明確化（ターゲットに応じたテーマ）
 - 美術館来館者（日本人、欧米のインバウンド…）、倉吉市民、蒜山の観光客、ペットツーリズム等

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応じた企画立案
 - ・県立美術館の来館者（市内、県内、県外、国外）
- * イベントの目的、ターゲット、内容を組合員への周知
 - ⇒各店舗での取り組み（PR）へつなげる
- * 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も含め、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
 - ・商店街全体を使った期間展示（ポップアート系）
 - ・空店舗を活用したイベント（ワークショップや展示）
 - ・美大生の作品展示 * 福高祭等のイベント
- ★打吹回廊の活用
 - 打吹回廊で商店街だけでなくお店を出したい人やワークショップをしたい人が集まって実施（定期的）
- ★定期的なイベントで集客
 - ・日曜市の開催（月1回程度）
 - ・小さなイベントをしたい
- ★銀座ブライダルの復活、マッチングイベントの開催
 - ⇒若者の定住（Iターン、Uターン）につなげる
- ★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、各個店を訪れた人どのように過ごしてもらうのか（時間の設計）の視点からの企画
- * 商店街だけでなく、街の魅力スポットも含めて、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
 - ⇒快適な回遊空間の整備

【具体的な取り組み】

- ★各店舗の個性（魅力）の強化・発信
 - ※集客・誘客するターゲットへの各店舗のアピール
- ★イベント時における回遊性向上の仕掛けづくり
 - イベント時にまちを回ってみたいくなるメニュー（プログラム）
- ★回遊性向上のための環境整備
 - ・歩きやすい空間づくり（歩道の幅を広げる）
 - ・休憩場所（ベンチの増設等）
 - ・案内所の設置、案内サインの充実
 - 例）散歩コースの案内標識
 - ・街中、郊外に当エリアへの誘導標識の設置
 - ・循環バス（県立美術館もルートに含めて）
- ★商店街運営の駐車場（地元、観光客向け）

プランの実現に向けて

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
- 例）ディレクター、実行委員会形式等

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）の拡大
- （商店街周辺の若手にも声をかけてみる）

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）