

## 1 直島町役場（香川県香川郡直島町）

### 【調査事項】

地域資源を活用した観光振興について

### 【調査目的】

府内の地域資源を活用した観光振興の参考とするため、「まち全体が美術館」とも言われ、国内外から年間約50万人を超える観光客が訪れる同町の観光振興の取組について調査する。

### 【調査内容】

直島町は、直島を主島とする大小27の島々から成り、面積は14.22平方キロメートル（本島約8平方キロメートル）、人口は3,098人（平成30年4月1日現在）である。

同町は大きく3つのエリアに分かれており、北部は、三菱マテリアル（株）直島製錬所を中心とする産業エリア、中央部は、教育施設と各集落を中心とした住民の生活の場である教育・文化エリア、そして南部は、自然景観を生かした観光エリアとなっている。

同町が行っている観光施策は、まちづくり景観条例に基づく景観の保護や海の駅「なおしま」の整備のほか、のれんプロジェクトや屋号プロジェクトなど、住民を巻き込んだ観光施策にも取り組んでいる。

「まち全体が美術館」と言われているように、同町には、地中美術館やベネッセハウスミュージアムといった施設のほか、「南瓜」（草間彌生作）や直島銭湯「I♥湯」（大竹伸朗作）といったアート作品など、島のいたるところにアートが点在している。

ベネッセが実施している「家プロジェクト」では、本村地区の古い家屋を改修し、アーティストが家の空間そのものを作品化しており、現在、7軒が公開されている。

3年に一度、直島を含む瀬戸内海の12の島と2つの港を舞台に開催される現代アート祭典「瀬戸内国際芸術祭」が開催されており、前回の2016年は、104万人が来場した。

今後は、年々増加している外国人観光客への対応をはじめとする受入体制を充実させるとともに、他の市町村や離島と連携しながら観光事業を進めていきたいとのことであった。

### 【主な質問事項】

- ・一人当たりの観光消費額について
- ・町内の宿泊施設数について
- ・宿泊観光客の割合について
- ・まちづくり景観条例の中身について など



調査事項を聴取



家プロジェクトを視察

## 2 児島商工会議所(岡山県倉敷市)

### 【調査事項】

地場産業を核とした「児島ジーンズストリート」による商店街賑わい再生について

### 【調査目的】

府内の地場産業及び商店街の振興の参考とするため、シャッター通りとなっていた味野商店街を「児島ジーンズストリート」と名付け、空き店舗に地元ジーンズメーカーを誘致し、地場産業を核とした商店街賑わい再生に取り組んでいる同ストリートについて調査する。

### 【調査内容】

古くから綿花栽培が盛んな同市児島地区は、国産ジーンズの発祥の地として知られている。

シャッター通りとなっていた味野商店街は以前、百貨店や映画館で賑わっていたが、1988年のJR児島駅開業に伴い、駅前に多くの都市機能が集中した結果、かつての勢いが衰えてシャッター商店街になりつつあった。そこで、危機感を持った商店街や地元ジーンズメーカーや近隣企業が児島ジーンズストリート推進協議会を設立し、全長400メートルの商店街を「児島ジーンズストリート」と名付け、地場ジーンズメーカー等を誘致した結果、現在は30店を超えるジーンズ店が集積している。

ジーンズの魅力を発信するため、倉敷市では、商店街の通りのアスファルトをデニムの色合いに塗装するほか、地元の交通事業者が協力し、外装が青色で、シートやカバー等の内装にデニム生地をあしらった「ジーンズバス」やジーンズのデザインの「ジーンズタクシー」を運行している。また、JR西日本においては、児島駅に「ジーンズステーション児島」の愛称をつけ、階段や窓、壁をジーンズ柄でラッピングするなど、「まちのデニム化」を進めている。

今後は、継続的な出店誘致をはじめ、カフェや遊び場の設置など、滞在時間延長施策に取り組むとともに、ジーンズを切り口に、さまざまな繊維産業と観光を融合させた「児島産地まるごとブランド化」に取り組んでいくとのことであった。

#### 【主な質問事項】

- ・ジーンズの出荷額について
- ・同商工会議所における人材育成について など



調査事項を聴取



児島ジーンズストリートを視察

### 3 高松丸亀町商店街振興組合（香川県高松市）

#### 【調査事項】

商店街活性化事業について

#### 【調査目的】

消費者の商店街離れやシャッター通り化が進む中、商店街再興の参考とするため、シャッター通り化の流れに抗い、「医食住」をキーワードに同組合が進めている商店街活性化事業について調査する。

#### 【調査内容】

高松丸亀町商店街は、400年以上の歴史を誇る全国でも有数の商店街であるが、瀬戸大橋の開通により、大手資本（大型店）がなだれ込み、バブル期には地価の高騰等で空洞化が発生した。ピーク時には年間20万人に迫る勢いのあった通行量は、2006年にはその半数まで落ち込み、生き残った店舗にも偏りが生じ、商店街からは住民が減っていった。

かつてのように住民を商店街に呼び戻すため、商店街の再開発事業で導入されたのが、「土地の所有権と使用権の分離」である。地権者はそれぞれの土地を所有し続ける一方で、まちづくり会社と定期借地権契約を結び、土地を貸し出し、建物はまちづくり会社が所有し運営するもので、まちづくり会社は家賃収入から、建物の管理コストなど、必要な経費を除いた分を地権者に分配する仕組みとなっている。

同商店街は、全体を一つのショッピングモールに見立て、A～G街区に分け、街区ごとにテーマを設けた「街」を形成した。A街区を高級ブティック街、B及びC街区を美・健康・ファッション街、D街区をアート・カルチャー街とし、C及びF街区は店舗の上層階を高齢者住宅に、G街区には大型マンションを配置したことにより、住宅は全体で約200戸まで増加し、将来の定住人口は約300人を見込んでいる。

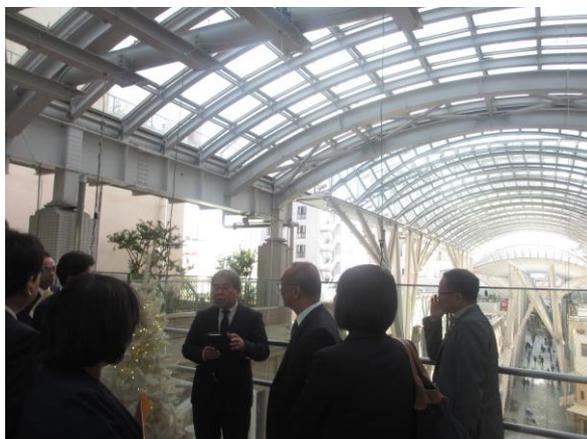
今後は、同市の中心部にかつてのように多くの市民が住み、賑わいが復活し、憩い、そして出会うという、100年先を見据えたまちづくりを進めていくとのことであった。

【主な質問事項】

- ・同事業のターゲット層について
- ・同商店街における居住者数について など



調査事項を聴取



高松丸亀町商店街を視察