

どんな商店街？

並木通りは、毛利輝元が広島城を築いた際に作られた運河「平田屋川」でした。昭和31年に埋め立てられ、さわぐるみの木が植えられて街ができました。その頃の町名は「新川場」と言いました。広島市の中心部にありながら、名もない裏通りに過ぎなかつた通りを昭和51年に有志10人で「並木通り」と名付けました。この通りを良くしようと、まずは掃除から取り掛かりました。また、商店街の振興を図るために道路整備を推進することを申し合わせ、昭和54年に「広島市新川場商店街振興組合」を設立しました。

組合は街の大改造を仕掛けていきました。まず、大家に働きかけてビル化を促しました。他の商店街・大型店にはない特徴を打ち出そうと、「1店・1テーマ/1店・1商品」の考えを基本とした店づくりを促し、モデル的な店舗の誘致や業種変更、業態変更を繰り返してきました。昭和63年には夢だった道路整備が叶い、「若者の街・並木通り」として急速に発展しました。平成4年には「並木通り商店街振興組合」に改称しました。



並木通り商店街は日頃から清掃、落書き消去や、地域団体と共に花壇整備をして街をキレイにしています。また、感性と芸術をはぐくむ街として、数々のアートイベントを開催してきました。

「並木通り」は流行に敏感でおしゃれな街というブランドイメージがすっかり定着しましたが、これは日々進化するイメージ戦略の賜物です。戦略の不活性化は商店街の発信力や活力の低下を招くので、新陳代謝のための「何か」がないか考えていました。

アートでイメージアップ大作戦



並木通り商店街振興組合

■アーティストが街にフレッシュな風を呼ぶ

並木通りは四季折々の風情が感じられる街路空間です。そこを若いアーティストたちのアート作品の展示、映像や音楽などの表現の場とし、シリーズで開催することでアーティストたちや彼らを目当てに訪れるファンとのコミュニティができていけば、並木通りファンの獲得につながっていくのではという、イメージアップ作戦を実行することにしました。

オープンモールの並木アートマルシェ

新たなアートイベントの開催には、テナントなどの会場設営や看板・幟・フライ



ヤーの制作、出店者やアーティストの手配などに経費がかかります。

「広島市商店街活性化事業費補助金」を活用し、初動期の3年間はその経費の一部に充て、年4回、様々なアーティストが参加するおしゃれなマルシェを開催してきました。季節や時間を変え、切り口を変え、ストリートライブや映像インスタレーション、来街者参加型のバレンタインアート展示など多彩な内容で、毎回異なります。

軌道に乗ったアートマルシェは、出店料や広告料でランニングコストをまかしながら継続して開催しています。



■意図的につながって相乗効果を狙う！

並木アートマルシェの賑わいの成果にはキラリと光る成功の鍵があります。

広島パルコ本館公開空地で開催される無印良品主催のクリエイティブ良品の見本市「つながる市」や広島市中央部商店街振興組合連合会等からなる実行委員会主催の「HIROSHIMA FASHION WEEK」との連動開催です。

また、広島市中央部エリアでまちづく

り市民活動を行うNPO法人セトラひろしまと連携し、イベント参加者やアーティストへの呼びかけの協力を得ています。

こうした日頃からの横のつながりや、サポーターの存在は商店街の活動の幅を広げていく重要なファクターになっています。街はみんなと共に盛り上げていくもので、その姿勢がポジティブなスパイラルを描いていくのです。