

諏訪湖まちじゅう芸術祭 2013（実施期間：H25/8/23～9/23）

取組に至る背景・事業の目的

- 諏訪湖周 16km に 17 もの美術館・博物館が集積する諏訪地域は、全国的にもめずらしく、自然と文化芸術の魅力に恵まれた地域である。しかしながら行政区分により、以前は地域一体となった観光振興に取り組むことが難しかった。
- 近年の広域観光振興に先駆け、上記の地域特性を活かして観光客を誘客しようと、平成 17 年より、美術館・博物館、商工会議所、行政、旅館組合等が共同して、施設を夜間まで周遊するイベント『諏訪の長い夜』を開催。平成 22 年より、開催期間を 2 日間から約 1 ヶ月間へと拡大し、『諏訪湖まちじゅう芸術祭』と名称を変更して開催している。
- 平成 23 年に参加美術館・博物館の共同組織「諏訪湖アートリング協議会」が発足。
- 諏訪地域を文化・芸術が身近なまちとして PR し、地域住民の関心と観光客の興味を惹きつけ、参加者の周遊を促して、観光消費額の増大や諏訪ファンの獲得を目指している。

事業内容

『諏訪湖まちじゅう芸術祭 2013』（H25/8/23～9/23）

- 共通パスポートの販売
期間中、参加美術館・博物館に入館できる共通パスポートを販売。協力店で提示すると受けられる特典を付与。
- オープニングイベント「諏訪の長い夜」
各館を 22 時まで開館し、ギャラリートークやコンサート等を実施（8/23・24）。
- 各館によるワークショップ等のプログラム
各館では週末を中心に、様々なイベントを実施。
- アートフラッグ
諏訪地域の児童を中心に、のぼり旗に自由にイラストを描いてもらい、各館や駅等に設置。参加児童にはパスポートをプレゼントし、親御さんのパスポート購入を促し、親子で参加してもらおうきっかけづくりを行った。



【美術館のギャラリートークの様子】

事業効果

- 芸術祭開催期間中の総入館者数は延 51,224 人、うち共通パスポート利用は延 11,510 人で、売上目標を上回る 1,333 枚（H24 年比 134%）を販売した。
- 参加者アンケートによると、諏訪地域からの参加は約 65%、県内 13%、県外 22%。宿泊を伴った県内参加者は 31%、県外参加者は 72%で、そのうち 21%が 3 泊以上の長期滞在であり、蓼科・塩尻周辺の別荘滞在者の参加も増えていることがわかった。諏訪地域における夏季のイベントとして、地域内外に定着しつつあると考えられる。
- 参加者アンケートには、立寄り先として、諏訪大社や霧ヶ峰といった観光名所のほか、具体的な店舗名も挙げられる等、地元企業への経済効果もわずかずつではあるが見えてきている。
- パスポート特典は、各館と協力店とのパイプづくりを行うことを目的とした。利用率は高くなかったが、協力店の反応は概ね好評であり、次年度以降も協力が見込めることになった。

工夫・苦勞した点、課題、今後の取組など

- 平成 17 年から「諏訪の長い夜」限定であった共通パスポートの有効期間を、芸術祭開催中の 1 ヶ月間へと延長したことにより、リピーターだけでなく新規購入者を増やし、大幅な売上げ増加となった。
- 補助金に頼らない事業継続の為には、安定的な売上げを確保することが非常に重要である。今後は、現在の参加者層に加え、松本や伊那といった近隣地域、アートや芸術に関心の高い若年層に対して、どのように PR し販路を確保していくのか、事業内容や告知時期、方法の再検討が重要である。
- 芸術祭実施にあたり、参画者すべての足並みを揃えることは難しいのが実情である。「地域の魅力向上、発信、誘客」という大きな目標を常に共有し、課題をクリアしていくことが大切である。

【選定のポイント】

美術館・博物館が集積する諏訪地域を文化・芸術のまちとして取り組んでいくことで、観光誘客の促進が期待される。

団体名 諏訪湖まちじゅう芸術祭実行委員会 連絡先 諏訪湖まちじゅう芸術祭実行委員会事務局 0266-52-2155（諏訪商工会議所） ホームページ http://suwako-art.jp/	事業タイプ ソフト事業 事業費 4,410,248 円 支援金額 1,232,000 円
--	--