
文化芸術と他分野の連携活動事例 調査報告書

2025年 3 月

クリエイティブ・リンク・ナゴヤ

(調査協力:水辺とまちの入口ACT株式会社)

目次

第1章 はじめに	1
1. 調査の趣旨	1
2. 調査の手法	1
3. 調査項目	1
4. 調査対象の選定方法・理由	1
5. 調査対象一覧	2
第2章 事例調査報告	4
1. 一般社団法人 天王洲・キャナルサイド活性化協会	4
2. 「音楽のまち・かわさき」推進協議会	7
3. 一般社団法人 金沢市観光協会	10
4. 一般社団法人シアター & アーツうえだ	12
5. AKIYA LOOK BOOK	15
6. 三河市民オペラ制作委員会	17
第3章 分析・考察	20
1. 事例からのヒント	20
2. 文化芸術の地域資源化	23
■参考資料) 文化芸術活動と他分野の連携活動事例調査 事例一覧 (事例選定にあたって参照した WEB サイトなど)	24

第1章 はじめに

1. 調査の趣旨

クリエイティブ・リンク・ナゴヤ(以下「CLN」という。)は、「文化芸術と他分野の連携を促進、波及効果の創出」をミッションのひとつとして掲げ、2022年10月の発足以来、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業などの他分野と連携する文化芸術活動を対象とする助成・支援や、パイロット事業での実証実験を実施してきた。

一方、2023年にCLNが実施した「名古屋の芸術家等の活動状況に関するアンケート調査」*では、他分野と連携した事業の経験の有無について、「ある」との回答は44%、「ない」が「やってみたいと思う」という回答は41%で、あわせて85%であった。CLNの取り組みとしては、助成金などの資金面での支援のほか、ノウハウの共有などを行うことにより、このような活動に従事する担い手を拡大できる可能性がある。

これらを踏まえ、市内の文化芸術団体やアーティストに対して、文化芸術活動と他分野の連携活動を促していく取り組みの一環、およびCLNの諸活動の参考とするために本調査を行った。全国の都市の取り組みの中で、観光・まちづくり分野における好事例を事例調査し、参考になる点を考察する。公開はCLNの公式WEBページ上に本調査報告書およびインタビューレポートを掲載する。

*「名古屋の芸術家等の活動状況に関するアンケート調査」pp.29-32
<https://creative-link-nagoya.jp/topics/3403/>

2. 調査の手法

資料調査および現地でのインタビュー調査

3. 調査項目

対象事業の構成、関係者、事業の規模、一般からの評価、報道など

4. 調査対象の選定方法・理由

文化芸術分野を「伝統芸能」「伝統工芸」「音楽」「美術」「舞台芸術」「映像」とし、それぞれの分野でまちづくりあるいは観光の取り組みを行っている事例を全国規模で洗い出し、対象事業の抽出を行った。事例調査にあたっては、国の政策で計画認定されている地域などから事例一覧*を作成し、選定した。

*別紙1「文化芸術活動と他分野の連携活動事例調査 事例一覧」(本稿末に掲載)

5. 調査対象一覧

分野	地域	調査対象者	対象事業	インタビュー実施日
美術 ×観光	東京都 品川区	一般社団法人 天王洲・ キャナルサイド活性化協会	アートと観光の魅力づくり	2025/01/24
音楽 ×まちづくり	神奈川県 川崎市	「音楽のまち・かわさき」 推進協議会	「音楽のまち・かわさき」の 取り組み	2025/01/23
伝統工芸 ×観光	石川県 金沢市	一般社団法人 金沢市観光協会	金沢市観光公式サイト 「金沢旅物語」	2025/01/31
舞台芸術 ×観光 ・まちづくり	長野県 上田市	一般社団法人 シアター&アーツうえだ	犀の角	2025/02/13
美術・音楽 ×まちづくり	愛知県 名古屋市	AKIYA LOOK BOOK	金城市場を含めた 清水・尼ヶ坂エリアの取り組み	2025/01/17
音楽 ×まちづくり	愛知県 豊橋市	三河市民オペラ制作委員会	三河市民オペラ	2025/01/15

※当報告書に掲載の URL は、すべて 2025 年 3 月に最終閲覧した



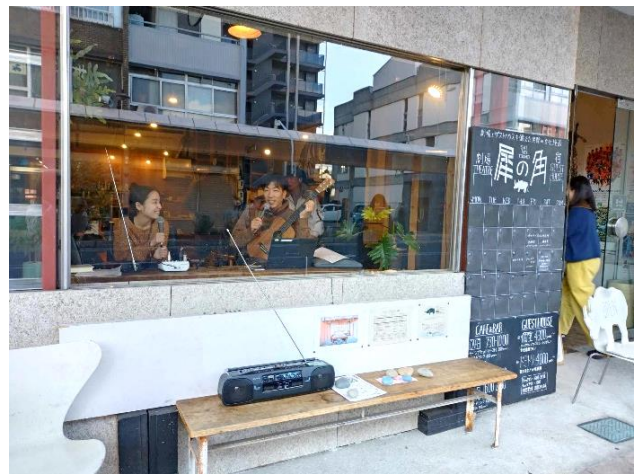
一般社団法人天王洲・チャネルサイド活性化協会



「音楽のまち・かわさき」推進協議会



一般社団法人 金沢市観光協会



一般社団法人シアター&アーツうえだ



AKIYA LOOK BOOK



三河市民オペラ制作委員会（撮影・山本典義）

第2章 事例調査報告

1. 一般社団法人 天王洲・キャナルサイド活性化協会（東京都品川区）

（1）基本データ

【調査対象者概要】

東品川周辺を中心とした運河・水辺の修景及び地域振興を通じ、社会における創造性の発展を図り豊かな地域社会づくりと新たな生活文化の創出に寄与することを目的として 2015 年 1月に設立。水辺とアートの街 天王洲の魅力を活かし、水辺で過ごす旅のひとつや文化体験、アートと文化の発信拠点を行う。水辺空間の利活用とアートによる地域活性化活動に取り組み、地域イベントである天王洲キャナルフェスや天王洲アートフェスティバルなどでは、運河背後地のビル壁面や橋梁、船着場待合所、駅通路の壁面を活用した屋外アートの展示、運河沿いのビル壁面を活用したプロジェクションマッピングによる映画投影やスポーツイベントのライブビューイングなどを実施している。

【事業構成】

運河クルーズ、天王洲キャナルフェス、プロジェクションマッピング、天王洲アートフェスティバル、観光イベント、公共施設運営管理

【関係者、組織】

- ＜構成員＞天王洲地区関連企業
- ＜連携団体・組織＞東京都、品川区、舟運事業者、大学、アーティスト、地域活動団体、住民など
- ＜利用者＞来街者、観光客、貸スペース利用者など

【事業の規模（収支、動員数など）】

- ・収入内訳：会費、業務委託費 ※インタビュー時のコメントより
- ・大壁画制作プロジェクト 収入内訳：助成金、協賛金
支出内訳：アーティストに支払う費用、画材費用、足場費用、屋外広告料
- ・天王洲キャナルフェス：天王洲運河エリアにおける年2回開催の地域イベント
2024年来訪者 46,000 人/年2回 ←2016 年来訪者 16,550 人/年 2 回
※「天王洲・キャナルサイド活性化協会アニュアルレポート 2024」より

【一般からの評価、報道など】

- ・artNIKKEI「イマーシブな浮世絵展&寄り道で、アートな天王洲を堪能！」2025/01/30
<https://art.nikkei.com/magazine/2274/>
- ・旅行新聞「ガイド付きで巨大な絵壁画を鑑賞する「アートクルーズ」実施」2024/10/31
<https://www.ryoko-net.co.jp/?p=141405>
- ・JIAM 全国市町村国際文化研修所機関誌「国際文化研修」2024 冬 vol. 122 特集
<https://www.jiam.jp/journal/pdf/122-05-02.pdf>
- ・観光経済新聞「【特集】「水辺とアートの街」天王洲エリアの活性化を目指す 天王洲・キャナルサイド活性化協会 三宅康之事務局長に聞く」2023/11/14 <https://www.kankokeizai.com/>
- ・観光経済新聞「観光で稼げる街へ キャナルサイド活性化協会らが連携」2023/05/17

【参考資料】

- ・(一社)天王洲・キャナルサイド活性化協会 <https://canalside.or.jp/>
- ・東京都第一号！天王洲アイル地区がプロジェクションマッピング活用地区に指定
<https://canalside.or.jp/pmarea2020/>
- ・TENNOZ ART FESTIVAL 2024 <https://tennoz-art-festival.com/>
- ・TOURISM MEDUA SERVICE 寄稿「観光地域づくり法人(DMO)と天王洲アイル#1～#7」
#1 観光地域づくり法人と天王洲アイル <https://tms-media.jp/posts/29844/> など
- ・TOURISM MEDUA SERVICE 寄稿「アートの街・天王洲を生んだ、巨大壁画」
<https://tms-media.jp/posts/10862/2/>

(2) ヒアリング結果

【対象事業】アートと観光の魅力づくり (美術×観光)

■事業実施の背景

【テナント流出の危機感からのリブランディング】

- ・天王洲は島状のエリアで、北に高層ビル、南に居住地域と公園がある。東側は再開発が進んだが、西側の寺田倉庫エリアはバブル崩壊の影響で開発されず倉庫の雰囲気が残っている。
- ・2000年代に天王洲からのテナント流出がすすみ、昼は人がいても夜は寂しいまちになる
- ・危機感からリブランディングして再スタート。寺田倉庫建物や公共空間整備の後、人を呼び込むために協会を設立し活動を開始。
- ・開発コンセプトは「アートになる島、ハートのある街」。

■実施体制

【協会の成り立ち】

- ・天王洲・キャナルサイド活性化協会は2015年に設立、企業や大学など多様なメンバーで構成。
- ・水辺とアートを活用した観光まちづくりを推進、2024年に観光地域づくり法人に登録され、観光を重要なテーマとして活動している。

■取り組み

【天王洲独自の景観を創造するアートのまちへ】

- ・協会設立直後の2015年から様々なイベントで壁画やプロジェクションマッピングなどの実施にあたり、諸規制に関して行政からの指導を受ける。
- ・2018年の「天王洲水辺の芸術祭」での東横INNの巨大壁画設置にあたり、自由なアート制作を可能にすべく、景観法や東京都屋外広告物条例の規制をクリアすることに取り組む。
- ・品川区や東京都の審議会で手続きを進め、景観計画重点地区に指定されたことで、区景観審議会の代わりに自主的なデザイン会議でチェックする仕組みを実現。
- ・現在、壁画20作品、立体3作品が天王洲地区内に点在する。

【観光資源としてのアートの活用】

- ・「天王洲アートマップ2023」の作成。
- ・電動キックボード・電動車イスを使った「天王洲アートツアー」。
- ・ガイドの質の統一や外国人対応のためのガイドシステムの開発。
- ・ナゾトキを取り入れたアート巡り「ArtWalk」。
- ・再訪問者を呼び込むための会員登録「キャナルID」の導入の試行。アート以外の要素を組み合わせ、一般の来訪も促す。

【取り組みの成果：アートがまちの文化度や価値を高める】

- ・メディア露出増加により地権者や住民がまちの変化を実感。
- ・イベントや「ジブリ展」などの企画展の開催により、アートのまちとしての認知度が高まる。
(10万人規模の企画、海外アーティストや高級ブランド企業の関心)
→まちのイメージや文化的価値の向上。
- ・アートのまちのブランドが定着してきたことで、テナント賃料や地域経済にも好影響。

■示唆

【まちづくりや観光を意図して、アートのまちづくりを展開するためのヒント】

- ・観光やまちづくりのためにアートを活用するなら、インパクトのある作品を重視すべき。
- ・アーティストが現地でインスピレーションを得て「ここでしか見られない唯一の作品」を制作することや、まちの中の「ここにある意味」をストーリーとして紹介することが重要。
- ・屋外の壁画を想定するなら、景観や広告などの規制に対して行政手続きを踏むことが資産になる。規制の枠を外して描けるというのは大きなプラス要素。

2. 「音楽のまち・かわさき」推進協議会（神奈川県川崎市）

（1）基本データ

【調査対象者概要】

川崎市制 80 周年の 2004 年に発足。音楽を中心とした多様な市民の多彩な文化、芸術活動の創造を通じた、活力とうるおいのある地域社会づくりをめざす。川崎市民の音楽活動分野はクラシック、ジャズ、ポップス、全国各地の郷土芸能、朝鮮半島や中国をはじめとするアジア、世界の民族音楽にかかわるものまで多様にある。また、市民や企業オーケストラの活動、音楽大学が地域に根ざした取り組みを展開したりしているのも川崎の大きな特徴で、市民の主体的な活動と連携し合いながら、「住んでよかった」「住んでみたい」<新しいふるさと・かわさき>づくりを進めることを目的とする。

【事業構成】

人材育成及び交流の場作り、市民活動の情報発信、市民活動の共催・後援など

【関係者、組織】

- <構成団体>川崎市、川崎市文化財団、ミューザ川崎シンフォニーホール、音楽大学、プロ文化団体、市民文化団体、企業、メディアなど
- <関係者(事業者)>音楽人材・団体・施設など
- <関係者(利用者)>市民など

【事業の規模（収支、動員数など）】

2023 年度事業費 20,840 千円

収入内訳 事業収入 645 千円、補助金収入(川崎市)20,185 千円、雑収入 10 千円

【一般からの評価、報道など】

・「音楽のまち・かわさき」の実感度

川崎市が実施する都市イメージ調査では、2004年時は市民が3%。直近では5割前後となっている。コロナ禍に落ち込みがあったものの、再度ポイントが上昇し、音楽文化や環境に多くの人が魅力を感じるようになっていく。

	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
川崎市民	55.0%	54.1%	43.6%	42.0%	23.1%	54.5%
市民以外	46.7%	45.3%	47.6%	46.2%	42.8%	55.3%

※川崎市都市イメージ調査 <https://www.city.kawasaki.jp/170/page/0000091292.html#index-1-1>

【参考資料】

- ・「音楽のまち・かわさき」推進協議会 <https://www.ongakunomachi.jp/>
- ・ミューザ川崎シンフォニーホールの歴史
<https://www.kawasaki-sym-hall.jp/about/history/>
- ・中村茂氏記事(川崎市前市民文化局長、現川崎市文化財団理事長)
<https://kosuginowa.com/articles/159>
- ・『『灰色のまち』から『音楽のまち』へー川崎市政大改革』2019 阿部孝夫著、時事通信社出版

(2) ヒアリング結果

【対象事業】「音楽のまち・かわさき」の取り組み（音楽×まちづくり）

■事業実施の背景

【「都市イメージの変換」が目的】

- ・1980年、工場のまちの印象が強く駅前に魅力がないとされた川崎市で、クラシック専用ホール（のちのミューザ川崎シンフォニーホール）の建設計画が挙がった。
- ・莫大な建設費に賛否があり、その有効活用が問われたが、市内調査で市内の多くの音楽資源の存在が分かり、ホール建設を推進。
- ・優れた機能を持つホールを中心に、市全体で「音楽のまちづくり」に取り組み、「音楽のまち・かわさき」というブランド戦略を立てることで都市イメージの変換を目的として、音楽関連事業の振興を推進。

■事業実施方針

【「富士山の形をした音楽のまち」へ】

- ・ホールができたから音楽活動が増えたのではなく、もともと市内にある音楽資源を活かし、市民を巻き込んだまちづくりを行う。
- ・「富士山型の音楽のまち」頂上にはハイレベルのプロ、中腹には地域密着のプロやアマチュアの活動、ふもとには観客が楽しむ活動が広がるイメージ。
- ・クラシック、ジャズ、ポップス、郷土芸能まで多彩な音楽と、プロからストリートミュージシャンまで、音楽が地域に根付いているのが川崎の特徴。

■実施体制

【多様な主体が「音楽のまち・かわさき」を牽引】

- ・構成団体は理事長職を務める2つの音楽大学トップをはじめ、川崎市の産官学民の主要プレーヤー。
- ・事務局は川崎市文化財団が担当、経費の大部分は川崎市からの補助金。
- ・協議会は、自ら主催するよりも実行委員会に関わったり、市民や企業の活動にメディア広報や出演者紹介などで協力・後援する形が多い。
- ・20年間で蓄積されたデータやネットワークを、新企画などへの協力要請などに活用。

■取り組み

【事業の柱は、「音楽のまちづくり」と「広報・コミュニケーション」】

- ・2004年にホールが完成、同年「音楽のまち・かわさき」推進協議会（以下「協議会」という）が設立。
- ・音楽を活用するまちづくりと、「音楽のまち・かわさき」の認知向上のための広報が主な事業。
市内音楽大学やイベントとの連携協力、音楽情報誌の発行、ウェブサイトの運営、相談事業、交流機会の創出など。
- ・市民活動の共催・後援。
- ・かわさきジャズ実行委員会事務局など。

【音楽資源のデータベース：ポータルサイト「音楽のまち・かわさき」】

- ・音楽資源（人材・活動・場所など）に関する情報を、ウェブサイトや情報誌を通じて吸い上げ、一元化。
- ・イベント案内やメディアでの広報機会を提供するデータベースとしても機能。

■示唆

【市民に浸透した音楽のまちづくりを展開するためのヒント】

- ・誰にどんなアプローチをするかという「コミュニケーション」が重要。
- ・「このまちがどんなまちでありたいか」を、コンサートに来る人だけでなく、市民の日常生活に浸透して、広く伝える必要がある。
- ・連携や協働が増える中で、行政や企業との関係は「お願い」ではなく「一緒に」。互いに楽しくできることを探る。
- ・音楽のまち・かわさきの肝は、協議会の公式サイトや情報誌。音楽資源が集約されることで情報が得やすくなり、相談先が明確になる。情報の一元化は非常に重要。

3. 一般社団法人 金沢市観光協会（石川県金沢市）

（1）対象者基本データ

【調査対象者概要】

金沢市において観光の振興を目的に活動する中心的団体として、行政をはじめ関係諸団体との連携のもと、金沢ならではの観光資源を活用した誘客事業や観光情報の発信などを推進している。平成29年に日本版 DMO の登録第1弾で正式登録、令和2年8月に国の重点支援 DMO に選定。交通事業者、飲食店、商工業者、宿泊施設、文化芸術団体など、地域の多様な関係者と連携し、金沢ならではの魅力あるコンテンツ創造、戦略的プロモーション、広域連携、受入環境の整備（観光人材のスキルアップ）を進めることで、観光による地域経済活性化を推進する観光地域づくりを行う地域 DMO となった。

【事業構成】

観光まちづくりマネジメント、データマーケティング、コンテンツ企画、戦略的なプロモーションの推進、広域連携、専門人材の育成、受入環境整備

【関係者、組織】

- <構成団体> 金沢市、商工会議所、芸術文化協会、宿泊・交通団体など
- <利用者(事業者)> 観光事業者、伝統文化や工芸に携わる事業者など
- <利用者(参加者)> 観光客、市民など

【事業の規模（収支、動員数など）】

2023 年事業収益:292,370 千円(受託事業収益 148,498 千円など)

【一般からの評価、報道など】

2024 米ナショナル・ジオグラフィック誌

「Best of the World 2025(2025 年に行くべき世界の旅行先 25 選)」2024/10/23

<https://www.jnto.go.jp/news/press/20241030.html>

2024 アメリカ大手旅行雑誌コンデナスト・トラベラー特集記事

「優れた取り組みを続ける旅行先」2024/11/7

北國新聞「優れた取り組みの旅行先に金沢を選出 米大手雑誌が東アジアで唯一」2024/11/16

<https://www.hokkoku.co.jp/articles/tym/1577437>

【参考資料】

・金沢旅物語 <https://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/>

・体験プラン・現地ツアー「かなざわ自由時間」

<https://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/plan/index.html>

・金沢市持続可能な観光振興推進計画 2021

<https://www4.city.kanazawa.lg.jp/soshikikarasagasu/kankoseisakuka/gyomuannai/3/1/7114.html>

・金沢観光に関する資料「【本編】かなざわ旅企画」

https://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/lsc/upfile/document/0000/0067/67_1 file.pdf

(2) ヒアリング結果

【対象事業】金沢市観光公式サイト「金沢旅物語」 （伝統工芸×観光）

■事業実施の背景

【文化都市から観光都市へ】

- ・加賀藩前田家が軍事費を文化芸術の奨励に使った伝統が、今も市民生活に根付いている。
- ・2015 年の新幹線開業以降、観光客が増加、特に外国人には、戦禍や大規模災害を免れて江戸時代からの「ほんもの」が残る金沢のまちなみと、そこに息づく日本人の文化的な日常生活を見に来る人が多く、結果的に観光都市となっている。

■事業実施方針

【コンテンツとターゲットの「選択と集中」】

- ・前田家が育んできた文化芸術を後世に伝えるため、金沢の歴史やまちなみ、伝統文化、食文化を活かした観光コンテンツを磨き、世界中から親和性の高い旅行者を誘致するマーケティングを展開。
- ・欧米豪の富裕層にターゲットに絞り、なかでも「ほんもの」の日本の歴史や文化への注目度が高いイタリア、フランス、スペインなどに重点を置いている。
- ・金沢の強みを「ほんもの」や「昔らしさ」、その根底にあるのは「武家文化」ととらえ金沢の個性とする。
- ・中核市で予算規模が小さく、金沢の強み・個性に選択と集中をし、特化してプロモーションを行う。

■取り組み

【金沢の魅力を体験する「かなざわ自由時間」WEB サイト】

- ・金沢市観光サイト「金沢旅物語」内で体験プランやツアーを紹介するサイト。
- ・日本文化や食文化、伝統芸能などの体験プランが充実。
- ・協会がサイトで情報を一元管理し、金沢全体の情報を発信。
- ・事業者はサイトのコンテンツを自身で直接編集。
- ・利用者はサイトから直接体験予約や決済が可能。
→事業者はより効果的に情報を届けることができ、事業利益の向上も期待できる。

【伝統文化や工芸を観光とつなぐ】

- ・伝統文化や工芸に携わる事業者も「自由時間」サイトのコンテンツを造成。
- ・たとえば剣道体験を提供している団体が「サムライ」をテーマにインバウンド向けにコンテンツ開発
- ・外部の視点で観光客に響く体験を観光コンテンツとし、発信する視点が重要。

■本事業からの示唆

【伝統文化や工芸を観光に展開するためのヒント】

- ・国内外の富裕層をターゲットに、そこだけの特別体験を提供することで、旅行者と事業者双方にメリットが生まれる。
- ・体験の背景をきちんと整理して「ストーリーとして伝える」ことが、ジャンルを問わず重要。
- ・外国人旅行者は思いがけない点に興味を持つことがあり、特に富裕層は「倣う」意識が強い。丁寧に説明することで、より深く理解し受け入れてもらうことが可能。
- ・自分たちの思いや背景をオープンに発信し、理解を深めてもらう姿勢が大切。

4. 一般社団法人シアター＆アーツうえだ（長野県上田市）

（1）基本データ

【調査対象者概要】

上田地域の活性化と芸術文化振興に寄与することを目的として、長野県上田市の海野町商店街に劇場、スタジオ、カフェ、ゲストハウスを備えた民間文化施設「犀の角」を 2016 年にオープン。ゲストハウスとカフェでは、日々、旅人やビジネスマン、地域の方を迎え入れ、劇場では、演劇やライブなどの表現活動を企画運営しながら、地域社会における人々の交流拠点として、芸術文化を通して新たな価値を創造する場となっている。代表の荒井洋文氏は、令和 5 年度に、第 74 回芸術選奨芸術振興部門において文部科学大臣賞を受賞。

【事業構成】

劇場運営（自主公演・貸館事業）、カフェ、ゲストハウス、コワーキングスペース

【関係者、組織】

<構成員>代表理事 荒井洋文氏

<関係者>海野町商店街、NPO 法人場作りネット、NPO 法人リベルテ、NPO 法人上田映劇、NPO 法人アイダオ、行政など

<利用者>演劇人・アーティスト、国内外旅行者、観客、地域住民、やどかりハウス利用者など

【事業の規模（収支、動員数など）】

一般社団法人シアター＆アーツうえだ：収入内訳 入場料収入、助成金、貸館料、業務委託料
合同会社犀の角：収入内訳 宿泊費、カフェ販売費、コワーキング利用料

【一般からの評価、報道など】

・読売新聞オンライン「劇場上田の『居場所』に 個性集い創造」2024/03/26

<https://www.yomiuri.co.jp/local/nagano/news/20240325-OYTNT50179/>

・東信ジャーナル「民間文化施設『犀の角』代表、荒井洋文さん(52)＝上田市＝

「芸術選奨の芸術振興部門で大臣賞」2024/4/11

<https://tjournal.co.jp/person/post-17195/>

・CULTURE.NAGANO 長野県文化芸術情報発信サイト

「creative.nagano～アートのかをつくる人びと 第 3 回 荒井洋文さん(犀の角)」2021/12/06

<https://www.culture.nagano.jp/special/6766/>

・creative.nagano～アートのかをつくる人びと第 3 回荒井洋文さん(犀の角)

<https://www.culture.nagano.jp/special/6766/>

【参考資料】

・犀の角(さいのつの) <http://sainotsuno.org/>

・のきた <https://nokiproject.webnode.jp/>

・NPO 法人 場作りネット <https://buzzcre8net.hatenablog.com/>

・うえだイロイロ倶楽部 <https://www.facebook.com/ueda.iroiro.club/>

・うえだ子どもシネマクラブ <https://uedakodomocinema.localinfo.jp/>

(2) ヒアリング結果

【対象事業】犀の角 （舞台芸術×観光・まちづくり）

■事業実施の背景

【劇場×カフェ×ゲストハウス】

- ・犀の角は、上田市の商店街にある文化施設で劇場、カフェ、ゲストハウスを併設。
- ・荒井氏が 2016 年に地元に戻ったことをきっかけに開設。劇場開設が当初の動機だったが、劇場単体では運営が難しく、他用途を併設。
- ・結果としてアーティスト、旅人、地域の人々が交流できる場となり、新しい価値観や芸術が生まれる空間を目指すことになった。

■取り組み

【多彩な演劇の場の創造】

- ・自主事業と貸館事業の実施。貸し館ではタイアップ公演を企画し、広報協力も実施。
- ・ゲストハウス宿泊をセットにした公演を月 1 回のペースで開催。
- ・自主事業では年 1～2 回の演劇作品制作・発表のほか、落語会やアーティスト発掘活動も実施。

【社会活動による連携】

- ・コロナをきっかけに、近隣の団体が集まり「のきした」という社会活動をはじめ。「やどかりハウス」や「時間銀行」、「うえだイロイロ倶楽部」など。
- ・「やどかりハウス」は、困難を抱える人々が安く宿泊できる場所としてゲストハウスを提供。きっかけは、電話や SNS を通じた生活相談を受けている NPO 法人場作りネットの「電話やネットでは解決しない。リアルな現場で活動したい」という話から。多くの方が利用、今は利用者コミュニティができ、交流イベントも定期的で開催されている。

【互いが「生きにくさ」と向き合う】

- ・「やどかりハウス」の利用者が犀の角でのライブなどに予想以上に好反応を示すなど、心が傷ついた敏感な人々には、アートや芸術が深く響く、ととらえている。
- ・利用者の反応には深い孤独があり、アーティスト側もその孤独や絶望を表現し、繋がりを求める手段としてアート活動を行う。互いが共感し合い、心の深い部分で通じる人々と出会えることは貴重な体験になっている。

【アートと福祉が交わって共創へ】

- ・NPO 法人リベルテと福祉に関する協働事業を実施。
- ・障がいを持つ人々の社会との接点としての犀の角活用のほか、犀の角スタッフが施設に通い、年に 1 回の文化事業を共催。
- ・障がいを持つ人々の社会との接点を提供する一方、福祉の視点を通じた新たな創作や劇場の可能性を広げる機会をもらっている。

■示唆

【文化芸術がまちに展開するためのヒント】

- ・活動の中心は演劇だが、経済的な理由で併設したカフェやゲストハウスが人々を集める役割を果たした。
- ・劇場は「聖域」として集中した環境で演劇制作を行い、カフェやゲストハウスは「俗世」として外部とのつながりを持つ場所になる。
- ・演劇の魅力を広めるために、演劇に関心がなかった人にも偶然のきっかけで参加し、関わりを深めてもらいたい。
- ・演劇や芸術は特定の人々だけのものではなく、誰もが接点を持てる場を作ることが重要だと考えている。

5. AKIYA LOOK BOOK（愛知県名古屋市）

（1）基本データ

【調査対象者概要】

相続した空き家物件を新しく事業をしたい人に紹介するため、名古屋市北区清水・尼ヶ坂エリアの空き家をまとめた小冊子「NAGOYA AKIYA LOOK BOOK」を制作。手描きの商品カタログ風の紙面が評判を呼び、空き家を改装して个性的なお店が次々とオープン。なかでも昭和 30 年建築の木造平屋建ての金城市場では、金城夜市をはじめとした自主企画や貸出しイベントなど、様々な活動が生まれている。

【事業構成】

不動産賃貸、レンタルスペース運用、イベント企画運営

【関係者、組織】

- ＜事業者＞小田井孝夫・康子夫妻
- ＜関係者＞周辺店舗オーナー、不動産賃貸人、イベント出店・出展者、アーティスト、イベント実施者など
- ＜利用者＞住民、エリア外からのイベント参加者など

【事業の規模（収支、動員数など）】

収入内訳 不動産賃貸料、出店料、施設使用料
※インタビューコメントより

【一般からの評価、報道など】

- ・LIFULL HOME'S PRESS「懐かしくて新しい「金城市場」。築 69 年の木造建築を蘇らせた夫婦が描く、空き家再生の可能性とは」2024/09/02
https://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_01404/
- ・朝日新聞「名古屋「金城夜市」に人波 空き家を逆手に、新たなにぎわい創出へ」2024/6/29
<https://www.asahi.com/articles/ASS6X4521S6XOIBE02CM.html#main>

【参考資料】

- ・金城市場 https://www.instagram.com/kinjo_ichiba/
- ・2020 akiya lookbook https://www.instagram.com/2020_akiya_lookbook

（2）ヒアリング結果

【対象事業】金城市場を含めた清水・尼ヶ坂エリアの取り組み（美術・音楽×まちづくり）

■事業実施の背景

【「AKIYA LOOK BOOK」ができるまで】

- ・東京からきた当初、まちに面白い店や活気がなく残念に感じた。
- ・遺産として相続した数件の古い建物（北区清水～尼ヶ坂エリア）を、面白い店や人を増やすために活用する方法を検討。
- ・空き家を手描きのイラストで紹介する「AKIYA LOOK BOOK」を作成、興味を持ちそうな人に配布したところ、情報が口コミで広がった。

■事業実施方針

【普通の不動産情報とは違う魅力や価値観を共有できる人に届ける】

- ・「AKIYA LOOK BOOK」に共感する人が集まり、物件が埋まる。場所の面白さに話がはずみ、未来像が共有できる、とにかく面白いことしたいよねというワクワクが強い、共鳴する匂いがある人に入居してもらう。
- 意図せず、結果的にブランディングに成功。

■取り組み

【まちの未来像を共有できる人が集まる】

- ・入居第1号は「コロッケ屋みね」。店主は美術大学出身で、古い長屋に創作意欲を刺激され、古さを残して改修するスタイルでコロッケ屋をオープン。
- ・アーティストの鷲尾友公氏が同じ頃に尼ヶ坂にスタジオを開設、その後小田井夫妻から「白サッシ倉庫」を借り、多くのアーティストや学生と交流。2023 年にはクリエイティブ・リンク・ナゴヤの助成事業に採択され、金城市場を会場の一つとした「3 月のメロディ」を実施。「金城夜市」のフライヤーデザインも担当。

【金城市場をきっかけとした、コミュニティとアートの融合】

- ・2023 年秋にイギリスのミュージシャン・ピンクシャバブのライブを金城市場で開催したことをきっかけに、アートやライブの場としての市場活用の可能性が広がる。
- ・2024 年 1 月から毎月「金城夜市」を開催。テーマを設定し、出店者が自由に個性を発揮するスタイルを確立。
- ・金城市場や本のイベント「BOOK BOOK」といった自主事業の他、貸し会場としてスケートボードイベントやライブ、美術展示など多彩なイベントを年間 10 回以上開催。

【個性的な金城市場の場の魅力】

- ・金城市場や周辺でアート・カルチャーの活動が活発な理由は、DIY 精神が根付いていることと、金城夜市の陽気で個性的な雰囲気にある。
- ・小田井夫妻は提案に口出しせず、否定せず、実現方法を考える姿勢をとる。その結果、自由な空気が生まれ、地域にアートやカルチャーを引き寄せる魅力となっている。

【かつて空き家だった場所に明かりが灯る】

- ・近隣店舗などと連携して金城夜市を開催することで、夜のまちを歩く人が増え、空き家だった場所に新しい店の明かりが灯るなど、まちに変化が生まれている。

■示唆

【アートのまちづくりを展開するためのヒント】

- ・「自分の欲望に忠実であること」が大切で、「人が喜ぶか」「集まるか」を考えるよりも、「自分がやりたいこと」を貫くべきと考えている。

6. 三河市民オペラ制作委員会（愛知県豊橋市）

（1）基本データ

【調査対象者概要】

愛知県豊橋市を拠点に活動する市民オペラ制作団体で、2005 年、豊橋市制 100 周年を記念して発足した「豊橋市民オペラ実行委員会」を母体とし、2008 年に現在の名称に改称した。地元経済人を中心に構成され、オペラ制作の企画・運営から資金調達、広報活動までを行っている。プロの指揮者や演出家、歌手と、アマチュアの市民合唱団を組み合わせた公演が特徴で、地域社会の活性化にも貢献している。約5年ごとに本格的グランド・オペラを開催し、直近は 2023 年の第5回「アンドレア・シュニエ」。2013 年「平成 26 年豊橋市・市勢功労者」や、2018 年「第 26 回三菱 UFJ 信託音楽賞」、2023 年の「第 10 回 JASRAC 音楽文化賞」、2024 年「令和 5 年度愛知県芸術文化選奨文化賞」など、数々の賞を受賞している。

【事業構成】

市民オペラ公演、広報事業（コンサート・セミナーなど）

＜三河市民オペラ公演実績＞

2006年「魔笛」

2009 年「カルメン」

2013 年「トゥーランドット」

2017 年「イル・トロヴァトーレ」

2023 年「アンドレア・シュニエ」

2018 年～2022 年 コンサートは6回上演

2022 年～2023 年 オペラセミナーは 7 回開催

【関係者、組織】

＜構成員＞ 豊橋市や近辺の経営者など（2023 年公演時は24人）

＜公演関係者＞ 演出家、指揮者、ソリスト、市民合唱団、オーケストラ、舞台スタッフ

＜協力団体＞ 協賛企業、行政（補助金など）、民間助成団体、豊橋市内のロータリークラブ、東三河の青年会議所・薬剤師会・医師会・教育委員会など

＜観客＞ 市民、音楽愛好家

【事業の規模（収支、動員数など）】

収入内訳： 入場料収入、公的助成や民間財団による助成金、企業や個人からの協賛金、コンサートなどの事業収入※インタビュー時のコメントより

動員数： 2 公演で 2800 人（2023 年実績）

【一般からの評価、報道など】

- ・【第10回 JASRAC 音楽文化賞受賞】三河市民オペラ制作委員会 委員長 鈴木伊能勢さん
「心を震わせたことだけが、生きてきた景色になる」2024/3/11
<https://www.jasrac.or.jp/magazine/interview/24/240311.html>
- ・東愛知新聞「心を揺さぶられた歌声 豊橋豊城中生徒の感想集」2022/09/30
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=20364>
- ・中日新聞「市民オペラ、三河で熟成 日本で独自に発達したスタイル」2023/2/11
<https://www.chunichi.co.jp/article/634196>
- ・NHK さらさらサラダ「地域でつくる!三河市民オペラ」2023/5/31 放送
- ・東愛知新聞 「三河市民オペラの冒険〈1〜7〉」
 - 〈1〉「最上のものは未来にある(制作委員長・鈴木伊能勢)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24104>
 - 〈2〉「とてつもなく熱い「何か」(NHK 名古屋放送局・吉田英司)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24151>
 - 〈3〉「「また観たい」伝わった熱量(オペラ評論家・香原斗志)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24193>
 - 〈4〉「唯一無二の魅力を確信した瞬間(バリトン・上江隼人)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24234>
 - 〈5〉「三河市民オペラはどうすごいのか(音楽評論家・河野典子)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24276>
 - 〈6〉「挑戦し続ける姿勢が道をひらく(ソプラノ・森谷真理)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24325>
 - 〈7〉「創造なくして継承無し 継承なくして創造なし(日本舞踊家 西川流四世家元・西川千雅)」
<https://higashiaichi.jp/news/detail.php?id=24374>

【参考資料】

- ・三河市民オペラ <http://www.mikawa-opera.jp/>
- ・「市民オペラ」(集英社新書) 石田麻子著
- ・「三河市民オペラの冒険 カルメンはブラーヴォの嵐」(水曜社)三河市民オペラ制作委員会編著

(2) ヒアリング結果

【対象事業】三河市民オペラ（音楽×まちづくり）

■ビジョン

【すべての関係者の心を動かす】

- ・「心を震わせたことだけが生きて来た景色になる」をスローガンに、観客の感動だけでなく、参加した人間すべての心を動かし、歓びを分かち合えるような舞台と運営を目指す。

■実施体制

【プロジェクトをひとつのカンパニーとみなして運営】

- ・青年会議所などのつながりで集まったメンバーが主体となり、無報酬で運営。
- ・継続を前提とせず、公演ごとのプロジェクトチームとして活動。
- ・演目は関係者と相談して決定、ソリストのオーディションは公正な審査のため公開で実施。
- ・数年がかりの一大プロジェクトのため、キャストやスタッフ、企業・自治体、観客を一つのカンパニーとみなして運営する。

【委員会メンバーのモチベーション維持】

- ・チケット完売やスタンディングオベーションの感動など、仲間と連帯した目標達成。
- ・経営者としての経験やノウハウを活かし、チケット販売や協賛獲得に挑戦。

■運営方針

【経営と芸術の分業】

- ・制作委員会は運営、資金調達、チケット販売に専念し、舞台はオペラの制作陣に一任。
- ・経営と制作の分離により、舞台制作陣を強力に支援できる体制を構築。

■取り組み

【舞台と客席の熱を維持するための取り組み】

- ・満席でなければ舞台も客席も熱を持たないとの考えから、必ず満席にすることを目標。
- ・メンバー、出演者に販売ノルマなし。売れる人は積極的に販売、売れない人は他の得意分野で貢献。
- ・キャストの熱を高めるために、ソリストオーディションの募集要項に舞台制作への想いを明示。
- ・メンバーは、稽古や本番の際、キャストやスタッフの送迎、会場や食事の手配を自ら担当。上演前の決起大会、終了後の打ち上げなどで交流につとめ、一体感を大切にしている。
- ・観客の熱を高めるために、ソリスト選びの公開オーディションを実施。
- ・本番までにコンサートやセミナー、地元紙での企画など多くの活動を行い、地域の関心を高める。
- ・チケットの7割はメンバーなどが手売り、観客との直接的なつながりを築くことで、舞台への関心や感動を深めている。

■示唆

【市民、企業を巻き込んだ市民オペラを展開するためのヒント】

- ・妥協を排除し目標を達成する力強いリーダーの存在。
- ・スキルや知見や人脈を持ち、自己決定権があり、ボランティアベースでまちづくりに関わる意思のあるメンバーから構成される組織体制。
- ・単なるオペラ上演が目的ではなく、目的はあくまで「まちづくり」。

第3章 分析・考察

第2章で報告した6つの事例のインタビュー調査及び資料調査を行った結果から、名古屋で行われる文化芸術と他分野との連携活動の参考になりそうな点を抽出した。(1)体制づくり、(2)官民連携、(3)資金及び資源の調達、(4)情報発信の点から「事例からのヒント」としてまとめ、「文化芸術の地域資源化」の視点で検証・分析したものを記す。

1. 事例からのヒント

(1) 体制づくり

■組織形成の工夫

新たな組織や体制を整えて活動をはじめた事例をみると、それぞれのきっかけや背景によって、組織の作り方や工夫に違いがある。

【行政や企業による、行政区域やエリアマネジメント単位での取り組みはパブリックな計画先行】

「音楽のまち・かわさき」推進協議会や天王洲・キャナルサイド活性化協会のように、自治体や企業、組織発意で活動をはじめめる場合には、行政計画やまちのビジョンといったパブリックな計画が先行して存在し、その目的を達成するために関わるべき構成員に声掛けして組織を形成し、活動時の協力を得やすい仕組みを作っている。

【個人起点では、価値観を共有できる仲間づくりが有効】

AKIYA LOOK BOOK や三河市民オペラ制作委員会、シアター&アーツうえだなど個人ベースで活動をはじめめる場合には、情報発信の方法として伝えたい相手に合わせたデザインの紙媒体を作成したり、届けたい相手に応じた SNS を選んで発信することで、効果的なブランディングを行っている。既存ネットワークを活かし口コミや紹介で想いや価値観を発信し、軽やかに行動することで、共通の価値観を共有できる人を集めることに成功している。

■文化芸術と経営・マネジメント

【制作活動とマネジメント活動の分業】

三河市民オペラ制作委員会は、委員会が経営面を担い、舞台制作を演出家や指揮者に任せることで、経営と創作の役割を分け、それぞれが役割に集中して機能できる体制を作っている。「音楽のまち・かわさき」推進協議会は、自主事業よりも市民活動の情報収集と発信、市民との接点となる活動を推進している。アーティストと、それをマネジメントするプロデューサーの組み合わせができることで、アーティストは集中して創作活動に専念することができ、マネジメント側はその役割を担うだけでなく、外部の視点や市民との接点を取り入れることで、より多角的なアプローチが可能になる。創造性の追求と、広い展開が両立し、全体の成功につながる。

【生業や他分野との共生が、芸術の場を拡張する】

シアター&アーツうえだでは、演劇作品を集中して創るシアター事業と門戸を開いて外につなげる飲食・宿泊事業を持ち、両者をコーディネートする場になっている。ひろくカルチャーやまちづくり、福祉などに携わり興味がある市民、あるいはゲストハウスがあることによる市外からの交流人口をひとつの場に呼び寄せ、コアな演劇ファンだけでなく、様々な層が集う拠点として機能している。

(2) 官民連携

■行政と民間の協力

各事例では、行政と民間の協力が重要な役割を果たしている。

【民間からの規制緩和への対応】

天王洲・キャナルサイド活性化協会の大壁画など、従来は景観の規制から展示することができなかったパブリックアートは、行政と規制をクリアするための協議や手続きを重ねることでルール作りを実現し、地域の独自性を築くことができた。

【行政からの官民協働のはたらきかけ】

「音楽のまち・かわさき」推進協議会は、産官学民が協力し合う体制を構築し、協働しやすい環境が整えられている。金沢市観光協会は、市の観光振興推進計画を方針として掲げ協力しながら活動しており、業務委託によりウェブサイト運営を担っている。いずれの事例においても官民連携が生きた形で継続し、つながりを活かした活動を行っている。

行政との連携方法としては、補助金など資金的な支援のほか、広報や後援名義、文化事業の業務委託や指定管理業務委託などの例がみられた。

(3) 資金及び資源の調達

■多様な収入源の確保

【外部からの資金調達に加え、営業収入も確保できる仕組みづくり】

資金調達の安定性を高めるためには、多様な収入源を確保することが重要である。

助成金や企業協賛、会費だけでなく、シアター&アーツうえだのように劇場以外の宿泊・飲食・コワーキングなど複合事業による収入や、天王洲・キャナルサイド活性化協会のように地域負担の仕組みを組み合わせることで安定化をめざすことが可能になる。さらに、一部コンテンツの有料化や施設利用料の導入、クラウドファンディングなど、新たな収益手段を模索することで、財政基盤の強化につながる。

■地域ネットワークやブランド価値を活かす

【資金だけでない、支援をも引き出す地域ネットワーク】

地域に根ざした活動では、ネットワークを活用しながら資金を循環させる仕組みを作ることが有効である。三河市民オペラ制作委員会は地元企業や市民との連携により、協賛金やチケット販売を促進したり、各制作委員の持つ専門性やスキルをボランティアとして実務に提供している。

【文化芸術を活かしたブランド価値の向上のアピール】

「音楽のまち・かわさき」推進協議会、天王洲・キャナルサイド活性化協会、AKIYA LOOK BOOK のようにイベントやプロジェクトを通じて地域のブランド価値を高めることで、間接的な収益や支援を得ることもつながる。地域の理解や共感を得ることが、安定した資金調達の鍵となる。

（４）情報発信

■情報の集約と発信拠点

【WEBによる情報発信の持続可能な仕組みづくり】

情報を効果的に発信するためには、金沢市観光協会や「音楽のまち・かわさき」推進協議会のように、発信拠点となるウェブサイトを整備し、情報を集約することが重要である。事業者や団体、個人など関係者が情報を登録・共有できる仕組みをウェブサイトを重ねることで、シェアによる発信力を高め、新しい人材や活動情報を集約できる土壌にもなる。さらに、発信拠点がメディアや他団体と連携することで、より広範囲な情報拡散が可能となる。

■ターゲットに響くストーリーを伝える

【単なる事実の羅列ではない、ターゲットの心に響くストーリー】

なぜこの場所で、このタイミングで、このテーマの活動を行うのか、その背景や意義を相手の関心毎に合わせて伝えることで、共感を生み、興味を引きやすくなる。金沢市観光協会のように、金沢の強みである「ほんもの」や「昔らしさ」、「武家文化」の体験の価値を明確に伝えることや、天王洲・キャナルサイド活性化協会のようにアーティストがまちの中のここにその大壁画を描く意味を伝えるといったことが、関心を高める鍵となる。

■SNS とアナログを使い分ける

【デジタルとアナログを効果的に組み合わせること】

SNS ではリアルタイムな情報発信や視覚的な魅力を活かしたプロモーションが可能であり、継続的な発信によって話題性を生み出せる。一方で、AKIYA LOOK BOOK や三河市民オペラ制作委員会のように紙媒体の冊子やチラシを活用し、対面での配布を行うことで、より深い関係性を築くことができる。直接手渡すことで記憶に残りやすくなり、口コミによる拡散も期待できる。デジタルとアナログのそれぞれの強みを理解し、ターゲットや状況に応じて使い分けることが効果的な発信につながる。

2. 文化芸術の地域資源化

■地域資源や文化資源をアピールして、文化芸術を語る

文化芸術の創作活動において、地域の自然や風土、歴史、街並み、祭り、産物、伝統行事といった「地域資源」や「文化資源」を積極的に活かし、地域とのつながりを意識することが有用である。地域の特色を反映した創作活動や住民との協力をすすめることで、芸術が地域の文化や経済、日常生活に根付いていく。そのためには、創作活動の初期から地域コミュニティとの対話や日常的な関わりを持ち続けることが大切である。

地域資源や文化資源は、まちづくりや観光分野においても重要な要素である。そのため、地域の特色を備えた文化芸術は力強いツールと捉える向きがあり、文化芸術の背景や創作意図に地域資源や文化資源があることを明確に伝えることで、より多くの人の共感を得られ、まちづくりや観光分野との連携もしやすくなる。地域性を積極的にアピールしながら、文化芸術の魅力を発信することが、他分野との融合を促すカギとなる。

■オープンな場を作り、共感を広げる

文化芸術の創作活動は閉じた世界になりがちだが、地域社会や一般の人々との接点を持つことで、異なる背景を持つ人々が関わり合い、共鳴し、新たな発想や連携、新たな価値が創出されやすくなる。外部とのつながりを持つオープンな場や機会を作ることが重要である。市民に向けた開かれた活動を行うことで、芸術活動のすそ野を広げ、より多くの人が関心を寄せることにつながる。

文化芸術をまちづくりや観光分野に広げるには、地域が望む未来像を共有し、文化芸術がその中でどのような役割を果たせるのかを考えることも必要である。地域の将来を共に描くことで、関心を持つ層が広がり、協力者が現れる。一方的に支援を求めるのではなく、双方が納得し楽しめる関わり方が求められる。地域づくりに貢献して参加できる仕組みをつくることで、多くの人が主体的に関わり、持続的な文化芸術活動へとつながっていく。

■文化芸術活動が地域で継続するために

組織でも、個人でも、活動を主体的に取り組んでいくキーパーソンの存在と、それに共鳴し、協働する地域の関係者が不可欠である。

たとえば単発のイベントでは一過性で終わりがちだが、アーティストが地域に拠点を持つことで、その土地への愛着が生まれ、継続的な活動につながる。たとえ物理的な施設がなくとも、地域の人々との関係を繰り返し築くことで、人脈が深まり、継続的なつながりが生まれる。

また、古くから受け継がれる歴史や文化など、長く続く地域資源と結びつくことも、文化芸術の持続性を高める要素である。土地の縁、人の縁、歴史の縁は、文化芸術が持続的な地域資源となるための力になる。

■参考資料）文化芸術活動と他分野の連携活動事例調査 事例一覧（事例選定にあたって参照した WEB サイトなど）

	観光分野	まちづくり分野
関連政策など	・文化庁 文化観光推進法に基づき認定した拠点計画及び地域計画 一覧 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/bunkakanko/pdf/94093402_02.pdf ・観光庁 観光地域づくり事例集～グッドプラクティス 2018～ https://www.mlit.go.jp/kankocho/jirei_shien/kankochiikizukuri.html ・文化庁「伝統文化を活かした地域おこしに向けて(概要)」 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/hokoku/chiikiokoshi_gaiyo.html	・国土交通省 歴史的資源を活用した観光まちづくり https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/kominkasupport/index.html ・国土交通省観光庁：観光地域づくり法人(DMO) https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/dmo/index.html ・総務省「伝統工芸の地域資源としての活用」 https://www.soumu.go.jp/main_content/000818479.pdf
伝統文化	・文化観光推進法認定／徳島県文化観光推進地域計画／吉野川・あわ文化(阿波藍・阿波おどり・阿波人形浄瑠璃など)フィールドを巡り、体験・体感。古民家での宿泊などを組み合わせた文化観光体験ツアーなど https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/bunkakanko/pdf/92656701_34.pdf ・イースト徳島観光文化機構／体験ツアー、地域紹介など https://www.east-tokushima.jp/ ・一般社団法人 ツーリズム徳島／徳島観光ツアー阿波乃時／ガイドボランティアが設立のきっかけ https://tokushima-tour.jp/ ・名古屋近辺の文化体験ツアー： (株)ツーリズムデザイナーズ、https://discovernagoyatours.com/ 大ナゴヤツアーズ https://dai-nagoyatours.jp/ 名古屋鉄道株式会社地域連携ツーリズム	・国土交通省歴史的資源を活用した観光まちづくり／NIPPONIA HOTEL／バリューマネジメント株式会社／町全体をひとつのホテルと見立て、古民家を宿泊施設、飲食店などとして改装、土地の文化や歴史を実感できる複合宿泊施設再生 https://www.vmc.co.jp/ 篠山 https://www.sasayamastay.jp/ ・倉敷生活デザインマーケット／林源十郎商店／民芸の精神が生きる倉敷の生活具や暮らしぶり、町家を残し、豊かな暮らしテーマの企画展や WS、勉強会を行い、地域の素材・技術力に新しい企画・デザインを加えた商品開発や販売を行う https://genjuro.jp/about/index.html ・観光庁 観光地域づくり事例集～グッドプラクティス 2018～歴史まち／ならまちエリア歴史的資源の活用／奈良市・鍋屋連絡所の保存・活用と“奈良きたまち”のまちづくりを考える会 https://www.kitamachi.info/nabekatsu/ ・名古屋近辺：やっとかめ文化祭／まちなか伝統芸能 https://yattokame.jp/
伝統工芸	・文化観光推進法認定／兼六園周辺文化の森地域計画／文化観光事業者と連携し、高付加価値体験を提供する滞在型コンテンツ造成 https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/bunkakanko/pdf/94041601_11.pdf ・一般社団法人 金沢市観光協会／金沢旅物語／金沢市観光公式サイトで事業者発信の伝統工芸体験などのプランを一元化、申し込みも可能 https://www.kanazawa-kankoukyoukai.or.jp/plan/index.html ・名古屋の伝統工芸体験：尾張七宝、有松鳴海絞、木桶、名古屋桐箆、名古屋扇子、名古屋提灯、名古屋友禅、名古屋黒紋付染、和蠟燭、名古屋仏壇、尾張仏具 https://www.city.nagoya.jp/kids/page/0000007542.html	・総務省「伝統工芸の地域資源としての活用」／東京都台東区「江戸の匠伝統の一品」／伝統工芸館、伝統工芸職人工房めぐりツアー、伝統工芸職人との交流「匠(たくみ)サロン」など https://www.soumu.go.jp/main_content/000818479.pdf https://craft.city.taito.lg.jp/ ・観光庁 観光地域づくり事例集～グッドプラクティス 2018～遊休資産／児島ジーンズストリート共同組合事務局／児島ジーンズストリート／伝統工芸錦織物、ジーンズ、商店街、空き店舗、回遊性向上 http://jeans-street.com/

音楽	・加賀温泉郷フェス実行委員会／加賀温泉郷フェス／大型旅館を全館貸切して開催される音楽イベント。温泉と音楽の融合をテーマに多彩なパフォーマンスを展開。温泉入浴が可能で、食や地酒なども対象 https://www.kaga-fes.com/2023/ ・ラ・フォル・ジュルネ TOKYO 2024 運営委員会(三菱地所株式会社／株式会社東京国際フォーラム／株式会社KAJIMOTO)／ラ・フォル・ジュルネ TOKYO／9 会場、45 分間のコンサートを 5 日間で 300 公演、フランス西部の港町ナントで誕生したクラシック音楽祭 https://www.lfj.jp/lfj_2024/history/article_01.html ・アーティストの聖地を巡る音楽観光旅行 ・音楽体験(音楽イベント、タンゴ体験レッスンなど)	・としまミュージックサークル実行委員会／としまミュージックサークル／豊島区内のいろんな施設、公園、路上で歌やリズムが鳴り響く。官民連携の音楽のまちづくりプロジェクト https://toshima-music-circle.jp/about/ ・(公社)定禅寺ストリートジャズフェスティバル協会／定禅寺ジャズフェスティバル／演奏者、観客、運営スタッフが杜の都・仙台の街なかのビル入口、商店街、公園など身近な場所で音楽を楽しむ https://www.j-streetjazz.com/ ・「音楽のまち・かわさき」推進協議会／川崎市の音楽情報探しサイト(音楽に関する施設・場所、人・団体、ライブ・イベントなどの登録)／多様な音楽文化資源、ミューザ川崎ホールができてから団体やイベントが増えてきた経緯 https://www.ongakunomachi.jp/ ・三河市民オペラ制作委員会／三河市民オペラ／地元の経済人が中心となり企画・運営から実施まで行い、楽しい音楽やオペラの楽しみ方、取り組みを提案している。地元企業や市民の顔が見える活動。 http://www.mikawa-opera.jp/ ・NPO 法人 岡崎ジャズストリート／岡崎ジャズストリート https://okazakijazzstreet.com/ ・名古屋近辺の取り組み： 栄ミナミ音楽祭、虹の音楽祭、とっておき音楽祭
美術	・(一社)天王洲・キャナルサイド活性化協会／TENNOZ ART FESTIVAL 2024 など／まちなか公共空間や建物壁面アート、アートツアー、アバターによるアート作品のガイドシステム、クルーズガイドなど https://tennoz-art-festival.com/ https://canalside.or.jp/ ・観光庁 観光地域づくり事例集～グッドプラクティス 2018～文化芸術活用／倉吉市 レトロ&クールツーリズム／街並みとフィギュア、ポップカルチャー https://www.kurayoshi-kankou.jp/category/popculture/ ・富山県・三重交通(株)／アートのまちめぐりパスポート／富山県内の美術館・博物館を巡り入館するパスポート https://toyama-art-trip.jp/	・日本芸能実演家団体協議会・新宿区／新宿フィールドミュージアム 2024／区内で実施されるイベントの主催者が協議会を立ち上げ、文化芸術イベントを集約・発信するしくみ https://www.sfm-shinjuku.jp/ ・横浜市・NPO 法人 BankART1929／BankART1929／歴史的建造物、倉庫などを文化芸術に活用しながら、街を再生していく「創造都市構想」のリーディングプロジェクト(～2024 年度) https://www.bankart1929.com/index.html ・未来へつなぐ道後まちづくり実行委員会事務局(松山市道後温泉事務所内)／道後オンセナート／道後オンセナート 2014 を皮切りに、さまざまなまちづくりアート事業。2021 年度～2023 年度の 3 年間、新たな活性化事業「みんなの道後温泉 活性化プロジェクト」を実施。温泉×アート、体験型アート https://dogoonsenart.com/about/ ・国際芸術祭：瀬戸内・直島、新潟県十日町、大町、千葉

	・名古屋近辺の取り組み： 常滑市・CROSS ART TOKONAME／アーティスト・イン・レジデンス・プログラム「TOUCH!TOKONAME」／https://www.cross-art-tokoname.com/ 西尾市・有限会社オフィス・マッチング・モウル／三河・佐久島アートプラン 21 https://www.m-mole.com/sakushima/	・名古屋近辺の取り組み： 一般社団法人中川運河キャナルアート、フォーセット名古屋／水辺とアート 錦 2 丁目まちづくり(株)、港まちづくり協議会／芸術祭 株式会社 artkake／まちなかアート展示「KANSEI SAKUMACHI」 https://www.artkake.co.jp/news/s5ayd4j7xu1 AKIYA LOOK BOOK／金城市場含め清水・尼ヶ坂エリアの取り組み https://www.instagram.com/kinjo_ichiba/
舞台芸術	・京都国際舞台芸術祭実行委員会／主催京都国際舞台芸術祭 https://kyoto-ex.jp/about/ ・能楽協会／能楽を旅する https://www.nohgaku.or.jp/special2024 ・シアター&アーツうえだ／犀の角(さいのつ角)／シアターとゲストハウスを備えた街中の文化施設。演劇や音楽を鑑賞しながら地域の人とアーティストやバックパッカーが相互に交流することができる場。他分野や市民の顔が見える活動。 http://sainotsuno.org/	
映像	・チームラボボタニカルガーデン大阪／大阪長居植物園に常設しているチームラボによる夜の野外ミュージアム https://osaka-info.jp/event/teamlab-botanicalgarden/	・宇部市／宇部回遊サウンドツアーまちじゅうエヴァンゲリオン／宇部市の街中に設置された彫刻を巡り、Sound AR アプリ「Locatone™」で見どころ紹介 https://contents-tourism.com/
その他		・青空ルネサンス https://www.instagram.com/aozora_rooftop/