

文化芸術と他分野の連携活動事例 インタビューレポート

クリエイティブ・リンク・ナゴヤのミッションである「文化芸術と他分野の連携を促進、波及効果の創出」をはかるため、2024年度調査研究として、全国各地で実施されている文化芸術と観光あるいはまちづくりとの連携事業の事例について関係者にインタビューを実施した。

■事例一覧

調査先	対象事業	場所	分野	主体
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	東京都 品川区	美術×観光	民
	『アートがまちの文化的価値を上げる』 観光地域づくり法人として観光客や新しい来街者の集客のために、屋外の巨大壁画や立体作品などエリア内に点在するアートを地域の魅力として捉え、「天王洲アートフェスティバル」をはじめとした活動に取り組む。			
「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	神奈川県 川崎市	音楽×まちづくり	官
	『工場のまちから音楽のまちへ』 「音楽のまち」へのイメージ転換を図るため、2004年にスタートした同協議会と、ミューザ川崎シンフォニーホール。市内のイベントや場所、人など、充実した音楽情報を掲載するウェブサイト運営など市民活動のすそ野を広げる取り組みを実施。			
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」	石川県 金沢市	伝統工芸×観光	官
	『まちなみと暮らし体験を観光に』 伝統工芸と観光を親和させる意図や効果をねらい、金沢市観光サイト「金沢旅物語」で金沢らしい工芸体験などのコンテンツを一元化、観光客にわかりやすく情報提供している。			
一般社団法人 シアター&アーツ うえだ	犀の角	長野県 上田市	舞台芸術× 観光・まちづくり	民
	『演劇を広げる場づくりの挑戦』 劇場にカフェとゲストハウスを併設した文化施設「犀の角」。文化芸術を核として観光、福祉、地域など他分野およびその担い手とのつながりを持ちながら、まちの拠点としてコミュニティの重要な場づくりを行う。			
AKIYA LOOK BOOK	金城市場を含めた 清水・尼ヶ坂エリアの取り組み	愛知県 名古屋市	美術・音楽× まちづくり	民
	『昭和の市場が変貌 個性的な文化拠点に』 いわゆるマルシェにとどまらず常に新しい展開をしている「金城市場」を中心に、周辺の長屋や古民家等、使われなくなった建物をリノベーションして、文化的要素が点在する地域一帯でアートを活かした取り組みを行う。			
三河市民オペラ 制作委員会	三河市民オペラ	愛知県 豊橋市	音楽×まちづくり	民
	『熱い想いが共鳴する市民オペラ』 音楽の専門家ではない地域の経営者らが中心となり委員会を構成。企業や地域、行政を巻き込みながら全国からも注目される高レベルの市民オペラを開催。高い理念をかかげながら、運営努力で、毎回赤字を出さず満席の運営を継続。			

(調査協力:水辺とまちの入口ACT株式会社)

2025年3月

一般社団法人 天王洲・チャンネルサイド活性化協会

アートがまちの 文化的価値を上げる

大壁画や立体作品、ギャラリーがあちこちにあり、アートフェスティバルやプロジェクションマッピングも行われる、創造的な雰囲気が漂うまち。



天王洲アートフェスティバルをはじめとした、エリア内に点在するアート作品を活かした活動に注目し、観光地域づくり法人として、観光客や新しい来街者の集客のために、地域の魅力としてアートを捉えて実施する取り組みや反応、成果などについて、天王洲・チャンネルサイド活性化協会の和田本聡さん・千々岩優希さんにお話をうかがいました。

天王洲・チャンネルサイド活性化協会のはじまり

天王洲のまちづくりの概要を教えてください。

天王洲は島状で、北半分には高層ビル、南には居住地域と公園があります。島の東側から再開発が進みましたが、西の寺田倉庫エリアはバブル崩壊の影響で再開発が行われず、倉庫の雰囲気が残っています。

一般社団法人天王洲・チャンネルサイド活性化協会（以下「協会」）は2015年1月に設立され、天王洲だけでなく品川駅や品川宿近くまでを対象に、正会員36社、賛助会員9社、東京海洋大学との連携など多様なメンバーが参加しています。法人の理念は「文化とアートの融合により人々の心を豊かにする」であり、活動方針として「水辺とアートを活用した観光まちづくりの推進」を掲げています。2024年3月には観光地域づくり法人DMOに登録され、設立当初のオリンピックに向けた賑わい作りから、現在は「観光」が重要なテーマとなっています。

「アートになる島、ハートのある街」

アートを観光資源と捉えたまちづくりを進めるようになったきっかけを教えてください。

2000年代に都内で続々と再開発事業が完了し、天王洲からのテナント流出が激しくなりました。2011年東日本大震災の頃には、まちにチェーン店が増え、屋はオフィスに人がいるが夜は寂しいまちになり、危機感を持ったことからです。

水辺とアートを活かした特徴ある景観のまちづくりをすすめることとし、リブランディングして再スタート。初期は寺田倉庫による自社建物及び水辺のボードウォークや道路の緑化などの公共空間整備をすすめました。その後、まちがきれいになっても人が来なければ意味がないと協会を立ち上げ、活動を開始しました。まちの開発コンセプトは「アートになる島、ハートのある街」でした。

行政指導からはじまった大壁画

アートの活動について詳しく教えてください。

2015年に協会を設立し、様々なイベントに取り組みました。2015年9月に国際的アートフェスティバル「TodaysArt.JP」、10月に天王洲アートウィーク「Pow! Wow! Japan2015」を実施。「Pow! Wow! Japan2015」でアーティストが建物に壁画を描いたのですが、大きなインパクトがありこのままにしたいと、役所への手続きを知らず残したのです。そうしたら行政から毎日呼び出されて消すようにと指導されました。2016年3月にはプロジェクションマッピング実験、5月には「水上フードコート」という小舟に乗ってレストラン船に行くイベントを実施しました。船のイベントも手続き無しで実施したため運輸局に呼ばれて注意されました。7月に屋外建物壁面に投影する映画祭をやろうとしたら、映画は屋外広告にあたるから上映できないと言われて上映できず、別の映像を流すことになりました。

一般社団法人 天王洲・チャンネルサイド活性化協会

天王洲独自の景観を創造するアートのまちへ

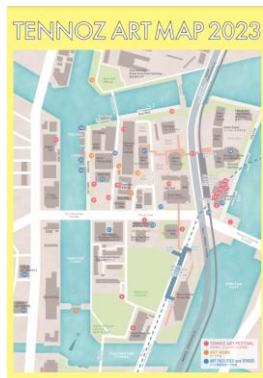
行政との関係が、どうしてまちなかアートにつながっていくのでしょうか。

転機は2018年の「天王洲水辺の芸術祭」での東横INN巨大壁画です。天王洲では景観に対して、景観法、東京都屋外広告物条例、水辺の景観形成特別地区がかかり、赤や青、ビビッドな色合いの使用不可の規定があり自由なアート作品を描けないことは「Pow! Wow! Japan2015」でわかっていたので、これを解消するために、品川区景観審議会、東京都屋外広告物審議会ですべての許可を得て実施することにしました。東京都の審議会では、まちの景観計画を作るようにと条件が付き、2018年11月「屋外広告物にかかる屋外アート活用計画」を作りました。翌年、品川区景観計画（重点地区・天王洲地区）に指定され、アートを活用したまちづくりを推進する地区として「天王洲地区景観まちづくりルール・アイディアブック」がまとめられました。重点地区指定を受けて、自主的な天王洲デザイン会議を発足、巨大壁画制作の際は品川区景観審議会の代わりにチェックする仕組みにしました。行政との協議を重ね、特別な地域であることの位置づけや仕組みを作り、結果として他では追従し難い独自性を作り出すことができました。そんな形で翌年の「TENNOZ ART FESTIVAL」を実行でき、以降毎年続いています。2020年には、東京都からプロジェクションマッピングを活用したまちの活性化やにぎわい創出を推進する「プロジェクションマッピング活用地区」にも指定されました。2021年には立体アートが増え、2022年にはアーティスト公募により8作品を作成。2024年には山口歴さんの大壁画を制作し、現在は壁画20作品、立体3作品がエリア内に点在しています。



次の狙いは、アートを観光ツールにすること

アートを観光資源と捉えて取り組まれていることを教えてください。



「天王洲アートマップ2023」の作成や、電動キックボードや電動車イスを使ってエリア内を巡る「天王洲アートツアー」を企画しています。ツアーガイドは協会のメンバーが担当しますが、ガイドの内容のばらつきや外国人への対応ができるように、会員企業にガイドシステムの開発を依頼しています。ナゾキを取り入れたアート巡り「Art Walk」も行っています。

大壁画や立体作品などのパブリックアートを目的として天王洲に来る人が増えており、イベントに来た方に再度訪れてもらうための会員登録「チャンネルID」を試みています。地域共通のIDを作り、コミュニケーションができるような環境を整えようというものです。

パブリックアートだけで観光を成立させるのは難しいとも思っており、例えば、旧東海道での和 문화体験や水辺クルーズなど、アート以外の要素を組み合わせることで、アートだけが目的ではない一般の方々の来訪を促したいと考えています。

アートがまちの文化度や価値を高める

アートをまちにとり入れた、その効果はいかがですか。

メディアでの露出が増えたことで、まちが変わったと感じる地権者や住民が増えています。新しく入居するテナントもアートのまちだからこそ来たと言います。毎年開催している「Tennoz Canal Fes.」は、当初は7,000～8,000人の来場者でしたが、今では約3万人にまで増えました。アートだけの影響とは言えませんが、いろんな効果が重なってプラスに働いています。2017年には「デヴィッド・ボウイ大回顧展『DAVID BOWIE is』」、2019年には「スター・ウォーズ展」、2023年には「ジブリパークとジブリ展」、さらに「バンクシー展」などが開催され、アートのまちとしての認知度が高まっています。これにより、10万人規模のアート系の企画が舞い込んでくるようになっていきます。海外のアーティストにも知られるようになり、高級ブランド企業がクリエイティブなイベントを開催するようになったことで、まちのイメージも向上しています。まちの文化や価値が向上する効果が出てきたと感じます。倉庫業にメディア取材が入ることは少ないですが、壁画を描かれた倉庫が注目されたり、アートのまちのブランドが定着してきたことで、テナント賃料など地域経済にも好影響が出ています。

一般社団法人 天王洲・チャネルサイド活性化協会

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

どのような環境が整ったら、アートとまちづくりが連携し、来街者が増えるまちを展開できるでしょうか。

観光やまちづくりを意図してアートで集客を目指すなら「インパクトあるもの」を目指した方がいい。アーティストは公募より一点豪華主義がいいと思います。公募で作家を見つけて、描いてもらうプロジェクトは、各地であると思いますがインパクトが弱い印象があります。きちんとしたアートでなければ誰も相手にしません。きちんとしたアートの定義はとても難しいので誤解を恐れず簡単に言うと、ある程度有名なアーティストに描いてもらうということです。有名絵画を拡大プリントして壁に貼るのはどうかという論点もありますが、綺麗ではあるがきっと集客には繋がらない。

アーティストが現地を見て、インスピレーションを得て「ここで見ることができないもの」を描く、まちの中の「ここにある意味」を追求する。そのようにアーティストがストーリーを持って描いたものを「背景や意図を含めて案内すること」がアートを取り込んだまちづくりにおいて重要です。

心に響く「インパクト」、ここで見られない「唯一性」があるアートを採用していくべきです。

壁画アートを想定するなら、景観や広告等の規制に対して、きちんと行政手続きを踏むことが資産になります。規制の枠を外して描けるというのは大きなプラス要素です。



大壁画を描くなら天王洲！
海外アーティストから
「天王洲で描きたい」と
アプローチ多数

アート活動が
プラスに働くような
ビジネスモデルが必要

「ナゾトキ街歩き」や
アートの解説を聞くことができる
アプリ「Smart Town Walker[®]」
がある

アーティストが現地を見て創発
される思いを形にしやすいよう
協会は地権者や行政との調整と
マネジメントを行う

理念や活動方針を
ビジョンにまとめ
活動をはじめている

旗を振って先頭を突っ走る人が
必要。天王洲の場合はそれが
天王洲・チャネルサイド
活性化協会

品川駅エリアの屋外上映映画と
コラボして
「緑と水辺のシネまちラリー
“映画でつながる品川”」
を開催

天王洲の
ここがすごい！

一般社団法人 天王洲・チャネルサイド活性化協会

<https://canalside.or.jp/>

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ときや文化体験、アートと文化の発信を行う。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チャネ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。



天王洲・チャネルサイド活性化協会
和田本聡さん・千々岩優希さん

「音楽のまち・かわさき」推進協議会

工場のまちから 音楽のまちへ

本格的なクラシックからジャズ、ポップスに至るまで幅広く、プロからアマチュアまでその裾野が広い。身近な暮らしの中で音楽に触れられるまち。



音楽に関わるイベントや場所、人など、充実した音楽情報が掲載された「音楽のまち・かわさき」ウェブサイト注目し、ミューザ川崎シンフォニーホールができてから20年で、それらがどのように育まれてきたのかの取り組みについて「音楽のまち・かわさき」推進協議会の前田明子さんにお話をうかがいました。

「音楽のまち・かわさき」は都市イメージの変換からはじまった

「音楽のまち・かわさき」の取り組みがはじまった、きっかけを教えてください。

ミューザ川崎シンフォニーホールは今年で開館20年を迎え、今や川崎市は「音楽のまち」としてのイメージが定着しました。しかし、かつて工業のまちとして日本の高度成長を支えた川崎は、1980年代以降は建物の老朽化が進み、川崎駅は交通の便が良いものの魅力のない駅前といわれていました。駅西口の工場跡地にクラシック専用ホールを建設する計画が進んだものの、莫大な建設費に賛否があり、ホールを無駄な箱モノとせず有効活用できるのかが問われます。調査の結果、川崎市内に4つの市民オーケストラ、100を超える合唱団、2つの音楽大学、小澤征爾さんや坂本九さんの出身地といった音楽資源が豊富で、音楽のまちとして成り立つ可能性が見えてきました。これを踏まえて、川崎市は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転換を図るとともに、中身の伴った音楽のまちを作っていくことを目指したのです。

めざすは、富士山の形をした音楽のまち

どんな音楽のまちを目指したのでしょうか。

「音楽のまち・かわさき」は、ホールができたことによって音楽活動が増えたのではなく、市民を巻き込んだまちづくりからはじまっています。川崎市は当初、音楽を通じて都市のイメージアップやアメニティを実現するため、「富士山型の音楽のまち」を目指しました。頂上にはプロが大活躍する音楽があり、中腹には地域密着のプロやアマチュアが市民の自己実現や支援する活動が広がり、ふもとには観客やアマチュアが楽しむ活動が広がっています。この「富士山型」の構図を通じて、音楽が地域全体に根付き、クラシック、ジャズ、ポップス、郷土芸能、民族音楽まで多彩な音楽が一体となり、プロからストリートミュージシャンまで、全ての音楽が川崎の特徴となっています。

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」

「音楽のまち・かわさき」推進協議会ではどんなことをしているのですか。

2004年にミューザ川崎シンフォニーホールが完成するとともに、「音楽のまち・かわさき」推進協議会（以下、「協議会」）も設立されました。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仕事です。市内音楽大学や市内イベントへの連携協力をはじめ、音楽情報誌の発行やウェブサイトの運営、相談事業など個別の事業は多岐にわたります。懇親会やセミナーなどを通じて、関係者の交流も図っています。最近ではマスコットキャラクターの「かわさきミュートン」が人気で、海外の方も買いに来られます。

「音楽のまち・かわさき」推進協議会

「音楽のまち・かわさき」サイトは、音楽資源のデータベース

「音楽のまち・かわさき」サイトに、充実した音楽情報が詰まっている理由を教えてください。

ウェブサイトや情報誌の情報はイベント主催者が登録します。私たちも新しい音楽人材や活動をここで知ることができ、登録者にイベント情報の発信もします。音楽に関わるイベントや場所、人など、川崎の音楽資源のデータベースとして機能しています。20周年事業では、20歳の人たちに向けてCMに出ませんかと発信してオーディションをし、ビジュアルを作成しました。また、ラジオやテレビ出演の声をかけることもあり、広がりを持ったネットワークになっています。



市民がみずから「音楽のまち・かわさき」と言うようになった

この20年で川崎はどう変わってきたのでしょうか。

2004年のあるアンケートで「川崎市は音楽のまちだと思う」と回答した市民はわずか3%で、全く浸透していないことが課題でした。そこで強力なプロモーションを実施。地元テレビ局やラジオ局、新聞社も協議会メンバーとして参画し、市長も「音楽のまち・かわさき」を最優先の施策として推進しました。

今では、都市イメージ調査で「音楽のまち・かわさき」を実感すると答える人が5割を超える結果が出て、市民が自発的に音楽のまちと言うようになっています。ミュージシャンや音楽関係者に限らず、市内の様々な企業や団体も、「音楽のまち」というフレーズをポジティブに活用している例が多数あります。サッカーの川崎フロンターレの新体制発表会は毎年必ず音楽ホールで行われ、市内音楽大学生による演奏もあり、スポーツと文化を融合させた楽しいイベントを作り上げているのもいい例です。「音楽のまち・かわさき」を市民が利用するようになってきたのです。東京都心に近いというメリットだけでなく、音楽や文化のあるまちだから引越してきたという方も多く、音楽が外から人を呼ぶツールになっています。

多様な主体が「音楽のまち・かわさき」を牽引する

たくさんの音楽イベントがありますが、誰が動かしているのですか。



協議会が自ら主催するよりも「音楽のまち・かわさきアジア交流音楽祭」や「かわさきジャズ」の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・後援する形が多いです。あくまで私たちは市民の音楽活動を支援するという立場ですが、昨年主催事業として実施した作詞作曲ワークショップ「8小節プロジェクト」は、授業で作詞作曲ワークショップをしていた学校の先生との交流で生まれた企画です。市内のミュージシャンに声掛けし、チームを結成して市内で16回のワークショップを実施して市民のみなさんとその人それぞれの個性を生かした曲を作りました。これは、20年間で築かれた「音楽のまち・かわさき」サイトを通じて蓄積されたデータやネットワークが、何かやろうとした時につながりを生みやすくしているおかげです。

音楽が生活の一部となり、心と暮らしが豊かになるホール

ミューザ川崎シンフォニーホールはどんな役割でしょうか。

ミューザ川崎シンフォニーホールは、「音楽のまち・かわさき」の中核施設としてクラシック音楽を中心とした質の高い公演を開催し、鑑賞の場を提供しています。海外オーケストラのコンサートや東京交響楽団の定期演奏、名曲全集コンサートだけでなく、音楽との多彩な関わり方を提案するコミュニティプログラムや、ワンコインで平日昼40分間のランチタイムコンサートなども実施しています。シニアの女性がお友達同士でコンサートに来て前後にランチに行く様子をよく見かけます。多彩な企画がコアなクラシックファンだけでなく幅広い層に浸透し、来客の幅を広げ、気軽に楽しめる企画や雰囲気づくりにより、音楽が市民にとって身近な存在となり、生活の一部になっています。クラシックをミューザ、それ以外の音楽を協議会が担い、両輪となって「音楽のまち・かわさき」の活動に取り組んでいます。音楽を愛する愛好家とそれを提供する劇場といった音楽文化振興に留まらず、音楽を振興することで文化的な社会づくりにつながっています。

「音楽のまち・かわさき」推進協議会

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

どのような環境が整ったら、音楽とまちづくりが連携し、市民に浸透した音楽のまちを展開できるでしょうか。

チケットを売る対象として市民を見るのか、ホールで得られる豊かさを市民に感じてもらいたいと考えるのか、誰にどんなアプローチをするのかという「コミュニケーション」が大切です。いつもコンサートを聴きに来る人だけを対象にするのではなく、市民の生活シーンで目にするところに広報すべきです。地域を見つめて、このまちはどんなまちで、どうありたいのかと広くとらえて伝えることが大事です。

連携や協働することが多くなりますが、行政との関係や企業との関係で、いつも一方がお願いするのでは長続きしません。「お願いではなく一緒に」できることや、互いに楽しくできることを探せると良いと思います。

「戦略的人材配置」も大切です。設立当初の協議会メンバーが産官学民の様々なメンバーで構成されていたことで、連携協力がしやすかったと言えます。

「音楽のまち・かわさき」の肝となっているのが協議会の公式サイトであり情報誌です。音楽資源がまとまっていると、情報が得やすくなり何かやろうと思った時のハードルが下がり、音楽のことならここに聞けばいいと相談先が分かりやすい状況になります。

「情報が一元化されていること」は大切です。



マスコットキャラクターの「かわさきミュートン」は、アニメ「ガールズバンドクライ」に出演して、大人気

イベントの機材準備など裏方を支えるNPOも育っている

「音楽のまち」ブランドの広報が大事。ここに行ったら楽しいぞ！って再来してもらいたい

公式サイトは「音楽のまち・かわさき」の肝。川崎の音楽資源が詰まったデータベースで、双方向の情報ツール

20周年事業「8小節プロジェクト」は素敵なエピソードを生み出している

新しい音楽企画にエントリーしたい人は？と問うと、手を挙げる協力者がたくさんいる

大活躍するプロから地域密着のアマ、応援する市民までその野が広く、身近な暮らしに音楽のまちが浸透している

「音楽のまち・かわさき」のここがすごい！

「音楽のまち・かわさき」推進協議会

<https://www.ongakunomachi.jp/>

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、ポップスと幅広く、全国各地の郷土芸能はもとより、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り、市民や企業オーケストラが活動したり、音楽大学が地域に根ざした取組みを展開しているのも川崎の大きな特徴となっており、市民の主体的な活動と連携しあいながら「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。



「音楽のまち・かわさき」推進協議会
前田明子さん

一般社団法人 金沢市観光協会

まちなみと暮らし 体験を観光に

江戸時代から変わらない「ほんもの」のまちなみと、生活に根付いた武家文化をストーリーにして伝えることが金沢らしい観光になる。



金沢市観光サイト「金沢旅物語」で、金沢らしい工芸体験などのコンテンツを一元化して、観光客にわかりやすく情報提供していることに注目し、伝統文化や工芸など文化芸術と観光を融合させる意図や効果について、一般社団法人金沢市観光協会の若林達也さんにお話をうかがいました。

観光都市ではなく文化都市

文化芸術を観光に取りいれていることについて、教えてください。

金沢には「加賀は天下の書府なり」という、往時の加賀藩蔵書の豊富さを示す言葉があります。金沢の礎を作ったのは前田利家ですが、前田家が徳川幕府に対して敵対心のないことを示すため、軍事費を文化芸術の奨励に使う伝統を築き、この文化は今も市民生活に根付いています。また、金沢のまちは戦禍や大規模災害を免れ、江戸時代から残る「ほんもの」のまちなみがあり、そこに生活する人々の様子をそのまま見ることができます。

2015年の新幹線開業以降、観光客が急増し、特に外国の方には本物の日本の雰囲気が残る金沢は高く評価されています。江戸時代にタイムスリップしたようなまちなみの中で息づく、日本人の文化的な日常生活を見ることができる。その文化を見に来る人が多いから結果的に観光都市になっているのだと思います。

コンテンツとターゲットを絞る

どんな観光を目指しているのですか。

市の「金沢市持続可能な観光振興推進計画2021」では、「市民と旅行者が共感を深め、『ほんもの』を未来へと紡いでいくまち」をテーマとしています。「ほんもの」にこだわり、前田家が育んできた文化芸術を後世に伝える、観光の取り組みをしています。金沢の培ってきた歴史、町並み、伝統文化、食文化等の個性を活かした、金沢ならではの体験ができるコンテンツを磨き上げ、金沢の魅力を志向する親和性の高い旅行者を誘客するためのマーケティングやプロモーションを展開し、ウェブサイトやSNSで情報発信を行っています。

ターゲットは欧米豪の富裕層です。「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、スペイン等に重点を置いています。彼らはモノを買うよりも、そこでしか体験できないことにお金を使う傾向が高く、食文化やサムライ、伝統芸能に絞って注力しています。コンテンツもターゲットも絞って取り組んでいます。

強みは「ほんもの」「昔らしさのある金沢」「武家文化」

ターゲットを富裕層に限定するってかなり絞っていますね。

金沢の強みは「ほんもの」や「昔らしさ」であり、その根底には「武家文化」があります。金沢は小京都とも呼ばれますが、京都が公家文化であるのに対し、金沢は武家文化が根ざしており「サムライ」に近い。それが金沢の個性です。

金沢市は中核市なのでフットワークが軽く動きやすい。その分、予算規模も小さいので、資源をどう有効活用するか、「選択と集中」をずっと続けてきています。都市には様々な要素がある中で、武家文化やサムライ、そこからつながる伝統芸能に絞って注力し、そこに響く人にターゲットを絞ってプロモーションしています。

一般社団法人 金沢市観光協会

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」やコンテンツについて教えてください。

金沢市観光サイト「金沢旅物語」は金沢市から金沢市観光協会（以下「協会」という）が受託し運営しています。その中にある「かなざわ自由時間」は体験プランやツアーを紹介するサイトで2017年に作成しました。新幹線が開通し観光客が増え、旅行者の志向がモノ消費からコト消費へと変化したタイミングです。それまで体験コンテンツの造成

に力を入れていたので、それをターゲットに響く形で発信するサイトにしました。「かなざわ自由時間」は、伝統的な金沢での暮らしを知る「日本文化」「食文化」や、伝統芸能や文化芸術を体験する「工芸・アート」「金沢芸妓」といった体験プランが検索できるようになっています。開催日を平日に設定しても充実した体験プランを探し出すことができます。

コンテンツは事業者が編集し、協会は一元管理してオール金沢で発信する役割です。利用者は「自由時間」サイトから事業者サイトに入り体験予約、最終決済までスムーズにできます。これにより事業者は、個別で発信するよりも効果的に情報を届け、事業利益につながると考えています。



選ばれる文化芸術体験

観光客の文化芸術体験に対する反応はいかがですか。



「かなざわ自由時間」に掲載していないものも含め、「ガイド付きツアー」や「アウトドア」「健康・美容」など多様な体験プランがある中で、日本人、外国人双方に共通して圧倒的に評価が高いのが「食文化」です。「工芸・アート」では、国内外問わず、金沢のイメージが強い金箔体験が人気で満足度も高い。お箸に金箔を貼る短時間でできるものから、通常非公開の金の延べ棒を窯に入れて溶かす様子を見る体験など本格的なものまで、様々なコンテンツがあります。水引でアクセサリ作りや加賀友禅体験も人気のコンテンツです。金沢芸妓体験は、お茶屋文化の継承を目的に一見さんお断りのお茶屋でお座敷遊び体験をするものですが、毎回売切れで満足度が高いです。

本格的な体験はやはり富裕層を対象にしています。学生の卒業旅行先として金沢に来られる若い方も多いので短時間・低価格の体験コンテンツはそうした方にも気軽に楽しんでもらえるようにというものです。事業者が頑張って幅広く多くのコンテンツを作り出してくれる、努力の上に成り立っています。

伝統文化や工芸を観光とつなぐ

伝統文化や工芸の関係者とどう連携をしながらコンテンツを作っているのですか。

伝統文化や工芸に携わる事業者や工房の方にも、基本的には「かなざわ自由時間」事業者として登録の上でサイト編集してもらいますが、金沢市からターゲットやコンテンツのオーダーを受けて、事業者テーマ性あるコンテンツ制作を依頼する場合があります。インバウンド向けに「サムライ」テーマのコンテンツが欲しくて、武道体験を事業者にお願いしました。以前から剣道の体験をしている団体があつたのですが、外国人が体験するのは稀でした。内容的に外国人、特にターゲットとしている富裕層に受けるのではないかと、協会がファムトリップ※を実施し反応が良かったため商品化されたものです。

事業者にとっては、地元では当たり前すぎてその素晴らしさに気づけないことがあります。武道体験はそのパターンでした。外部の視点で観光客に響く体験コンテンツを見つけて、観光につなげ発信するその視点が重要です。コンテンツ化にあたっては、金沢のコンセプトである「ほんもの」から逸脱しないように留意しています。

「かなざわ自由時間」に登録している事業者に向けたセミナーを行っており、事業者が20～30人集まるので交流機会にもなっています。優良コンテンツを体験するツアーも実施するのですが、事業者自身が、良いコンテンツを実際に体験して新しい発見に繋げる、自身で気づいてもらうための仕掛けです。人に言われるよりも自分で気づいた方が早く反応できる、そういう気づきのきっかけにと思っています。

コンテンツを掲載する事業者には家族経営や高齢の方もおり、ウェブサイトへの体験プラン編集に関して相談の問い合わせもあります。操作方法や掲載のお手伝いなど柔軟に対応しています。

※ファムトリップとは、

旅行者やメディア、インフルエンサー等、観光地への来訪者の増加に影響のある人物をプロモーション活動の一環として招待する視察旅行のこと

一般社団法人 金沢市観光協会

伝統文化や工芸を観光に展開するためのヒント

どのような環境が整ったら、文化芸術分野と観光分野の連携が進み効果が高まるとお考えですか。

誰に対して何をするかで変わると思いますが、我々はターゲットを国内外の富裕層に絞り、そこでしか体験できない価値を提供することで、旅行者も事業者もWin-Winになることを心掛けています。そこでしか体験できないことのストーリーを理解してそれが心に刺されれば、金沢に来てもらえるし、お金を使うことも躊躇しません。「なぜこのテーマでこの時期にこの場所でやるのか」という、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、ジャンルを問わず大事だと思います。

時に、外国の方に対して、そんなことまで疑問に思うのかと驚くことがあります。例えば「マンホールはなぜこの色なのか」、兼六園に置かれた器具を指して「これは何か」など、日本人は誰も疑問に思わないし、注目もしない、答えに窮するような問いかけです。彼らはそれを理解すると、それが日本のやり方で金沢のやり方なのだ、それに倣おうと理解します。富裕層の方ほど「倣う」イメージがあります。郷に入れば郷に従えといいますが、ストーリーや背景を丁寧に伝え発信していくと響くのだと思います。また、そうした質問を突き詰めると、ひょっとしたら外国人向けの良いコンテンツになるのかもしれないかもしれません。ふとした会話にヒントが隠れていると思います。

作り手等の本当の思いを可視化するのは、何においても大事なことです。海外メディアの方を作家さんの工房に連れて行くと、なぜこの仕事を始めたのかという質問が必ずあります。相手を思ってリスペクトするために、まずよく知りたいという主旨だと思います。知ってもらうために、こちらからオープンに情報を出して開放的になるスタンスも大事です。

政令指定都市・中核市の
「住民一人あたりの芸術文化費」
ランキングが第一位

能登復興応援プラン
の体験も掲載

金沢には「空から謡（うたい）
がふってくる」という言葉が
あるほど能楽が盛んだった

10年以上プロモーション
しているイタリアでは
「KANAZAWA」の認知度が高い

金沢市は伝統を
守りながら変える
べき所を変えている

金沢が生んだ仏教哲学者
鈴木大拙のZENの思想を体現した
施設「鈴木大拙館」も人気

400年以上前の江戸時代の
地図と現在の航空写真を見比べると
同じ位置に、同じ道や用水が
そのまま残っている

**金沢の観光
ここがすごい！**

一般社団法人金沢市観光協会

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

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 に選定され、交通事業者、飲食店、商工業者、宿泊施設、文化芸術団体等、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。



一般社団法人金沢市観光協会
若林達也さん

一般社団法人 シアター & アーツうえだ

演劇を広げる 場づくりの挑戦

演劇に集中できる環境を整えながら、人をつなぐ場を作り、文化芸術と普通に生きている人との接点になる。



劇場にカフェとゲストハウスを併設した文化施設「犀の角」で、文化芸術が観光、福祉、地域など他分野とのつながりを持ちながら取り組んでいることや意図、成果などについて、一般社団法人シアター&アーツうえだの荒井洋文さんにお話をうかがいました。

劇場×カフェ×ゲストハウス

「犀の角」について教えてください。

上田市の中心地・海野町商店街の一角にあり、劇場にカフェ、ゲストハウスを併設する民間の文化施設です。劇や音楽を鑑賞しながら、地域の人とアーティストや旅人が相互に交流できる、街に開かれた非日常空間です。2016年に開所したきっかけは、前職の公共劇場を辞めて地元に戻ってきたことです。劇場をやりたいという夢はあったものの具体的なイメージはなく、地元で仕事しながら演劇ができればと考えていた頃、昔から知っていたこの物件のオーナーに誘われて、活用アイディアを出すワークショップに参加しました。建物内に入った瞬間、ここなら演劇ができると小劇場にすることを提案したところ、思いがけず採用されたんです。しかし商店街の一等地のため、劇場だけでは経営的に成立しない。東日本大震災後のゲストハウスブームや大河ドラマ「真田丸」の影響による観光客増加があったので、ゲストハウスとカフェを併設することにしました。結果としてアーティスト、旅人、地域の人など多様な人が出入りする交流の場になりました。人々が交わり、新しい価値観や芸術と出会い、自分の信じてきた世界を見直す。未知なる世界との出会いが「犀の角」で生まれ、新しい価値となって上田から発信されていく、そんな場をめざしています。

劇場主になる夫婦20年の物語

人生が大きく変わりましたね。

劇場をやるにも、建物の規模が大きくゲストハウスもあり結構なお金がかかる。私の器でできることではないという思いもあったんですけど、これも演劇だと思えば面白いと思い直しました。劇場主になる夫婦の演劇を20年かけて上演すると思えばいい。妻も両親もそれで説得しました。これは本当の僕じゃなく、演劇の役が回ってきちゃったからやるしかない、そう捉えてやっています。2015年の4月から準備を始めてちょうど10年なので、今は半分が終わったところです。

多彩な演劇の場

文化事業はどんなことをしているのですか。

自主事業と貸し館事業を行っています。貸し館では「タイアップ公演」という仕組みをつくり、上演に関する相談を受けたり、広報協力をしたりしています。ゲストハウスでの宿泊をセットにして、自分たちの拠点以外の場所で公演をしたいという方に応募いただき、月に1度ペースで実施しています。自主事業は、年に1~2回、予算を確保して作品を創り発表しています。落語会など小さな自主事業も定期的にやっており「犀の夜 + オープンマイク」企画は地域で地道に活動するアーティスト発掘の機会にもなっています。



一般社団法人 シアター & アーツうえだ

「やどかりハウス」の物語

犀の角での福祉分野との連携事業について教えてください。

コロナをきっかけに、徒歩5分圏内にある、犀の角、NPO法人場作りネット、NPO法人リベルテ、NPO法人上田映劇等が集まって、街中に雨風のしのげる場所をつくって「のきした」という社会活動をはじめました。「やどかりハウス」をはじめ、子どもたちのやってみたいを応援するクラブ活動「うえだイロイロ倶楽部」や、月一回集まってみんなで食事を作って食べる「むすびの日」などの活動をしています。

「やどかりハウス」は、コロナ禍に入り、劇場やゲストハウスに人が来れなくなった頃、電話やSNSを通じた若者の生活相談を受けているNPO法人場作りネットの元島生さんから「電話やネットではなく、シェアハウスのようなリアルな現場で活動したい」という相談を受けて始めました。ちょうど劇場もゲストハウスも空いていたので、犀の角でよければ使ってみませんか、と提案したんです。しばらくして多くの人が、特に若い女性を中心に訪れるようになりました。

僕は宿泊者として彼らを受け入れて、専門的な相談はNPOのメンバーが担当する形で連携しています。今では、支援を受けた人同士のコミュニティも生まれて、お茶会や「むすびの日」で犀の角のカフェに来てくれています。



▶NPO法人場作りネット

(<https://buzzcre.net/> より)

困った時に1000円で街のゲストハウスに一時宿泊でき、生活の相談や地域コミュニティへの参加、舞台芸術や映画などの文化につながることでできる駆け込み宿「やどかりハウス」に取り組む

互いが「生きにくさ」と向き合う

「やどかりハウス」との連携は、アーティストにどのように見えているのでしょうか。



「やどかりハウス」利用者には、犀の角でのライブなどに触れて、予想以上の反応を示す人がいます。傷ついて人より苦労していたり、元々敏感だったりするから、ビビッとくるのでしょうか。アートや芸術と彼らは相性がいいんだと思います。

彼らの反応には深い孤独みたいなものがあり、僕らアーティストの側も、孤独や絶望みたいなものをベースに作品として社会に提示したり、社会と繋がったりする手段としてアート活動をしています。自分と同じような匂いの人たちが来るんだろうと思ったし、だから彼らが劇場にいても何の違和感もない。心の深いところで通じる人に出会い、互いにしんどいのは自分ひとりじゃないと思えるのは、嬉しいことです。

アートと福祉が交わって共創へ

他の団体とはどのようにつながっているのでしょうか。

犀の角から歩いてすぐのところに上田映劇というミニシアターがあります。NPO法人アイダオと上田映劇の協働事業として「うえだ子どもシネマクラブ」という取り組みをされています。僕らも「うえだイロイロ倶楽部」という子どもたちのやりたい思いを大切に大人と一緒にやってみようという活動をしているので、互いに行ったり来たり連携をしています。NPO法人リベルテは、代表の武捨和貴さんと2014年に信州大学の地域戦略プロフェッショナルゼミで出会い、障害を持つ人が社会との接点を持つ方法と

して何か一緒にできないか色々模索してきました。リベルテの利用者の方に犀の角のカフェでコーヒーを出してもらったこともあります。今は、犀の角のスタッフがリベルテ施設に通い、連携した文化事業をするようになりました。リベルテにとっては、犀の角が関わることで障害を持った方の社会との接点が増えていると思います。僕らにとっては、人の生活に近い視点で、創作や劇場の幅が広がる機会になっています。

▶NPO法人アイダオ(<https://www.aidao.jp/> より)

学校に行きにくい・行かない子どもたちの新たな「居場所」として映画館を活用する「うえだ子どもシネマクラブ」(<https://uedakodomocinema.localinfo.jp/>)に取り組む

▶NPO法人リベルテ(<https://npo-liberte.org/> より)

障害のある人々とともに「何気ない自由」や「権利」を尊重できる社会や人、そして関係づくりを進めている

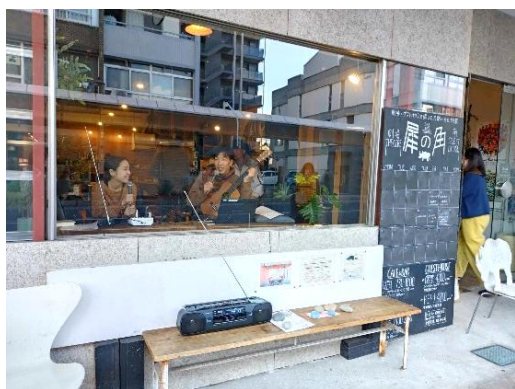
一般社団法人 シアター & アーツうえだ

文化芸術がまちに展開するためのヒント

どのような環境が整ったら、文化芸術分野とまちづくり、福祉など他分野との連携が進むと考えますか。

私たちの活動の中心は演劇ですが、経済的な理由で併設したカフェやゲストハウスが人を集める「のりしろ」みたいになりました。例えば神社は、滅多に人が入れない神殿という聖域と、外につながる参道に土産物屋などが並ぶ俗世的な領域が一体となった場です。犀の角の場合、劇場部分が聖域、カフェやゲストハウスが俗世です。

演劇作品を創る時には集中した環境が必要です。ノイズをカットして試行錯誤する作業は、神社の聖域のように閉じた場所で純度や精神性を高めて行います。一方で俗世はできるだけ門戸を開いて外につなげる。それが一緒になる場所が、この劇場のあるべき姿で、僕は間に立ってコーディネートする役割だと思っています。



「やどかりハウス」の心に重いものを背負った利用者に、舞台美術のペンキ塗りを頼んだら黙々とやってくれました。全く話さなかった人が「次は何をしましょうか」と聞いてくれる。「芝居を見てよかった」と言って帰ってくる。稽古場を見ていい反応をする。自分も演劇を始めたきっかけは、たまたま音響の手伝いをして面白いと思ったからです。そういう偶然のきっかけがすごく大切だと思うんです。演劇なんて好きじゃないと言いながらハマることだってある。そういう機会をどれだけ作れるかと考えています。

演劇や芸術が誰のものかと考えたら、普通に生きている人たちが接点を持てるようにしていくべきだと思うんです。そういう場をいかに作るか、それが芸術がその分野に閉じずに外に向かうためのヒントだと思います。

インド・ケーララ州の「サヒヤンデ劇場」と舞台作品「羽衣」を国際共同制作している

建物は元銀行で柱がなく天井も高く小劇場にぴったり

商店街の祭りには音響機材やライブセッティングの役割で参加する

犀の角がめざすのは、価値観、趣味、思考、身体的特徴を持つ様々な人間が出会い、交流する「変な人でも住みやすい街」

スタッフにユニークな人材が集まっている

劇場の2階に、共同で働く場「コワーキング・せっせよいよい」がはじまった

サントミューゼ（上田市交流文化芸術センター）との共同企画
「Before the Dawn 第二部～島崎藤村『夜明け前』を巡る旅」は地元の人に好評

犀の角の
ここがすごい！



一般社団法人シアター & アーツうえだ
荒井洋文さん

一般社団法人シアター & アーツうえだ

<http://sainotsuno.org/>

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。

AKIYA LOOK BOOK

昭和の市場が変貌 個性的な文化拠点に

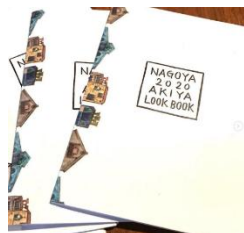
海外ミュージシャンのライブ会場にもなった個性的な
雰囲気の金城市場を核として、長屋や古民家にアート、
カルチャー人材が集まるまち。



いわゆるマルシェにとどまらず常に新しい展開をしている「金城市場」に注目し、その活動の背景や効果についてお話をうかがう。併せて、文化的要素が点在する周辺(名古屋市北区清水・尼ヶ坂エリア)の長屋や古民家等の動向について、AKIYA LOOK BOOKの小田井孝夫さん・小田井康子さんにお話をうかがいました。

「AKIYA LOOK BOOK」ができるまで

金城市場をはじめとした、名古屋市北区界隈での取り組みのきっかけを教えてください。



7～8年前に金城市場をはじめとする北区清水～尼ヶ坂エリアの古い長屋や民家、ガレージ倉庫といった不動産を所有することになりました。早い話が遺産相続です。引き継いだ古い建物は売却や駐車場にするのが簡単な選択肢でしたが、古くとも面白く改造してくれる人がいるとはずだと思っていました。以前から、味わいのある古民家を取り壊されるのを見て残念に思っていたので、自分が所有してしまった空き家を活かし、この地域に面白い店や人を増やしたいと考えました。

まず、空き家をイラストで紹介する「AKIYA LOOK BOOK」を作りました。絵の心得はないけど、こんな感じでいいんじゃない。と手描きして、コンビニでコピーした全て手作りです。市内のイベントで面白そうな人に「お店を開くなら見に来てください」と声をかけて配りました。

手書きのゆるい感じが印象に残り、渡してない人にも人づてで情報が広がる反応を感じました。名古屋の素晴らしいところは知り合いの知り合いがすぐに繋がることです。

空き家紹介に載せるべき情報もわからなかったし、家賃も決めていなかったので載せていませんが、普通の不動産情報とは違う魅力を感じてくれる人や価値観が共有できる人に届けばいいと思っていました。絶対に興味を持ってくれる人はいるはずだって確信がありました。



まちの未来像を共有できるワクワクが強い人に、来てもらいたい

空き家への入居者はどう決まっていくのでしょうか。

空き家への入居第1号は「コロッケ屋のみね」さんです。みねさんは、友人を通じて見た「AKIYA LOOK BOOK」に興味を持ち連絡をくれました。物件案内では、いきなり物件に行かず、私達が面白いと思うまちのスポットを巡りながら向かいました。岡本太郎デザインの釣鐘のある久国寺や魅力的な空き家、細い道など。物件はボロボロで自由に使っていっていいよって、普通の不動産屋とは全く違う案内が面白かったから、ここに決めたと言われました。

みねさんは美術大学出身で、古い長屋にも創作意欲を刺激されたようです。彼女が作ったお店は、古さを残しながら、新しいコロッケ屋として堂々とアピールしてみせる、まさにアートでした。「コロッケ屋みね」がオープンした後、平屋古民家を改装した「まなみ古書店」、コロッケ屋の同じ長屋に「食堂酒場ケケ」「クレープマルヤ」が次々とオープンし、空き家が埋まっていきました。「AKIYA LOOK BOOK」の雰囲気を面白いと感じる人が集まり、狙ったわけではないですが、BOOKを通じてブランディングができたように思います。ビジネスライクな問い合わせはのらりくらりとかわし、共鳴する匂いがある人に入居してもらいたいと考えていました。物件案内でまちを歩きながら、この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っていうワクワクが強い人に入ってほしいと思ってました。

AKIYA LOOK BOOK

金城市場のコミュニティとアートの融合

いわゆるマルシェではない、金城市場での活動はどうはじまったのですか。

2022年秋、金城市場で初めてイベントを開催しました。ライブと本屋とマッサージ、飲食店が参加し、20～30人の人が集まりました。この場所で何かができそうだと、金城市場の可能性を感じる機会になりました。

2023年秋、イギリスのミュージシャン・ピンクシャバブのライブが転機になりました。SNSを通じて金城市場を知り、ジャパントアーのハイライトに使いたいと連絡があったのです。お祭りのような雰囲気を出店者をたくさん呼ぶことを提案し、企画をすすめました。平日夜にイギリスの誰も知らないミュージシャンのライブに、本当に人が集まるだろうかと不安だったのですが、200人來たんです。食べて、飲んで、音楽を聴く、その雰囲気に参加者から好評の声が上がりました。

平日夜でも人が集まるのならば続けてみよう、2024年1月から月に一度「金城夜市」を開催することにしました。2月の夜市では「ファッション」をテーマに、チビっ子から高齢の方まで、地元の人たちをモデルとしたランウェイ・ショーも企画。そのときの盛り上がりから「花見」「沖縄」「健康」といった異なるテーマを毎回設定し、それに合わせて出店者さんも各々の個性を自由に発揮する。そんな金城夜市のスタイルが確立されていきました。テーマに関しては「このテーマならこんなこともできるよ」とワイワイと雑談の中で決まっています。みんなで話をしていると相乗効果で、楽しいアイデアが上乗せされていきます。私達がテーマを決めている訳ではなく「それいいね、採用！」と言うだけです。スケートボードやシルクスクリーン、プロレス、ライブ、美術大学生のインスタレーション、トークショーなど、様々な貸出しイベントも年10回以上開催しました。金城夜市のほか昨年5月に本のイベント「BOOK BOOK」を開催。その第二回が今年の5月5日に開催される予定です。

偶然同じ頃に尼ヶ坂で活動を始めたアーティスト・鷺尾友公さんとの出会い

清水・大杉・杉村地区一帯で「3月のメロディ」を実施した、鷺尾友公さんとはどういうつながりなのですか。

アーティストの鷺尾友公さんは、私たちがこの地域に來た時期と同じ頃、近所の尼ヶ坂に当時あった銭湯「日の出湯」の横にスタジオを開設し、新たな活動を始めようとしていました。偶然同じタイミングだったんです。

出会いのきっかけは「AKIYA LOOK BOOK」を渡した方が「近くに鷺尾さんのスタジオがある」と教えてくれたことでした。すぐに鷺尾さんのアトリエに訪れ「初めまして」と挨拶しました。鷺尾さんは金城市場に興味を持っていて、勝手に中に入ろうとして怒られたことがあると聞いて驚きました。訪問時には「あの金城市場の大家さんですか？すごい！」とお互いに驚きの出会いでした。

その後、鷺尾さんは私たちの物件「白サッシ倉庫」を借りることになったのですが、彼は交流関係が広く、多くのアーティストや学生を集めています。2023年には鷺尾さんがクリエイティブ・リンク・ナゴヤの助成金を使って金城市場も会場の一つとなった「3月のメロディ」を実施しています。金城市場での「金城夜市」のフライヤーデザインは鷺尾さんが担当しています。彼のデザインは本当にカッコいい。彼も面白がってやってくれています。



鷺尾さんからもコメントをいただきました。

このまちは自分が2週間いなくても誰かが「鷺尾さんは今いないよ」と伝えてくれる、人のつながりがあるまちです。月に1度の金城夜市が、仲間が顔を合わせる寄合所になっている。

個性的な金城市場の場の魅力

この地域にアート・カルチャー系のイベントが増えているのはなぜでしょうか。



金城市場や周辺エリアでアート・カルチャーの活動が増えている大きな要因は、イベントに関わるみんなが、自分たちの創意工夫で面白くしていこうとする、DIYの精神が広く根付いていることと、金城夜市の個性的で陽気な雰囲気からだと思います。私たちはできるだけ口を出さず、提案された企画に対して「ダメ」と言わず、実現できる方法を考えるようにしています。「小田井さんが好きそうだ」「頼めばやらせてくれるだろう」と思われているのかもしれない。

金城市場の「場」の空気と自由にできる許してくれる雰囲気が、この地域にアートやカルチャーを呼び込む魅力になっているのかなと思います。

AKIYA LOOK BOOK

かつて空き家だった場所に明かりが灯る

清水・尼ヶ坂エリアの印象は変わりましたか？

東京から引越して初めてこのまちや金城市場を見た時に「これはやばい」と感じました。自分世代が気軽に寄れる面白い店や場所が近くにない。静かといえば聞こえがいいですが、ある時代からまちの代謝がストップしたような停滞感に、息が詰まるような苦しさをおぼえました。そんな状況に新参者として何か刺激をもたらすことはできないか。初めの動機はそんな感じです。金城夜市の活動をはじめ、当初は混雑して売り切れになることもありましたが、最近は安定しています。実は、以前は金城市場だけでしたが、近隣の出店者のお店と連動してオープンするようにしたのです。夜市開催日に、鷲尾さんの「SUNSHINE UNDERGROUND」を開放し、出店者もその日だけ別の人に店舗を任せる形で営業を続けます。それをフライヤーに掲載して市場と周辺を回遊しやすくしました。夜市の日には、夜のまちを歩く人々の姿が見られるようになり、すごい光景になったと思います。

最初に「これはやばい」と思った頃から、まちが大きく変わりました。イベント以外はいつもと変わらないものの、かつて空き家だった場所に新しいお店ができ、明かりが灯っているのを見るのは嬉しいことです。

アートのまちづくりを展開するためのヒント

どのような環境が整ったら、ワクワクするアートとまちづくりが連携した展開ができるでしょうか。

経済学者のアダム・スミスが「良いことをしようとするな。自己利益の副産物として社会の利益が生まれる」と言っています。要は自分の欲望に忠実であってことです。こうすれば喜ぶんじゃないか、こうすれば人が来るんじゃないか、なんてことはあまり考えずに、「こうしたい」という想いに忠実にいけばいいと思います。

金城夜市のフライヤーは
アーティスト・鷲尾友公さんが
一貫して作っている

金城市場内にぶら下がる
ミラーボールは
誰がつけたものか
分からない

金城市場でライブをした
イギリスのミュージシャン
ピンクシャバブのNEWアルバム
1曲目タイトルは「金城市場」

コロッケ屋のみねさんからの
連絡は、ドイツから帰国する
機中からのメールだった

金城夜市では
ファッションショーを
したこともある

金城市場で開催される
世界のごはんと雑貨イベント
「SUKIYAKI」は1日で
来場者1000人を集める

若い頃に行った旅先で出会った
人たちの親切さを、いま自分が
自分の周りに返している
(鷲尾友公さんコメント)

金城市場と
清水・尼ヶ坂
ここがすごい！



AKIYA LOOK BOOK

小田井孝夫さん・小田井康子さん

AKIYA LOOK BOOK

https://www.instagram.com/2020_akiya_lookbook

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、空き家を改装して個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等、様々な活動が生まれている。

三河市民オペラ制作委員会

熱い想いが共鳴する 市民オペラ

三河地域の経営者たちが中心となり、質の高い本格的なオペラを運営する。舞台の情熱と観客の熱気が一体となり、感動的な市民オペラを生みだしている。



撮影・山本典義

音楽の専門家ではない経営者らが中心となり、企業や地域、行政を巻き込みながら市民オペラを制作していることに注目し、三河市民オペラ制作委員会の鈴木伊能勢さんはじめ制作委員会コアメンバーの6名に、三河市民オペラの活動や運営について、開催の意図や工夫、そして活動への想いをうかがいました。

心を震わせたことだけが生きて来た景色になる

「三河市民オペラ」の取り組みについて教えてください。

きっかけは2004年の蒲郡市制50周年記念オペラ「カルメン」です。合唱団で参加した青年会議所の先輩から、2006年の豊橋市制100周年で「魔笛」を上演したいので手伝って欲しいと頼まれたのが事の始まりです。初めての取り組みは、チケットも完売し、赤字も出さず対外的には成功でした。しかし自分の胸も、みんなの胸も熱くすることは出来なかったのが悔しかった。このままでは終われないと、名称を三河市民オペラ制作委員会（以下、「委員会」）として地域と一体になった活動に変えました。メンバーは青年会議所、ロータリークラブ、学校の先輩・後輩の繋がりで声を掛けて集めました。観客の感動だけでなく、参画した人間すべての心を動かし、歓びを分かち合い、幸せになれるような舞台と運営を目指しました。2009年の「カルメン」はカーテンコールでお客様が立ち上がり、舞台と客席が一つになってみんなが感動してくれました。2013年「トゥーランドット」、2017年「イル・トロヴァトーレ」、そして2023年「アンドレア・シェニエ」と回を重ねています。

キャスト・スタッフ・お客様・協賛企業・街は一つのカンパニー

三河市民オペラには誰がどのように関わっているのでしょうか？

オペラの上演や継続が目的ではありません。委員会是一回毎に立ち上げるプロジェクトチームで、継続は毎回の公演の結果です。またやろうよ、と言う人間が集まり、志を同じくする人をそれぞれ集めてくるのです。前回の問題点を把握し、現実を見つめ、その原因を突き詰めた上で、次は何を目指すべきか議論を重ねます。委員会はやりたい人が手を上げて、自分で考え、自分で行動するチームです。

演目は演出家・指揮者に相談し、委員会で決めます。合唱団とも相談しながら稽古日程を決めて行きます。ソリストを選ぶオーディションを公開にするのは公明正大に選ぶという意思表示です。

オペラにはキャスト、合唱団、オーケストラ、多くの裏方スタッフが関わり、何百という企業協賛や自治体の協力を得て、観客を迎えます。三河市民オペラはそういう大所帯で数年がかりのプロジェクトを共に成すカンパニーです。

両輪となって動く、経営と芸術の分業

制作委員会は舞台づくりにどのように関わっているのでしょうか？

舞台は指揮者と演出家に任せ、委員会は運営と資金調達、チケット販売に専念します。演目を選ぶ段階で指揮者・演出家とは意思の疎通が出来がっています。信頼出来るキャストとスタッフとタッグを組んでいるから出来ることです。

経営者集団である委員会がマネジメントを行い、経営と舞台制作を明確に分けてすすめることで、舞台をつくりあげる人たちにとって力強いバックアップとなっています。これは三河市民オペラの特徴になっています。

三河市民オペラ制作委員会

熱く興奮して湧きかえる舞台と客席を見るために

三河市民オペラは、単にオペラを上演するわけではなく、舞台の熱と客席の熱を大切にしています。満席でなければ客席も舞台も熱を持ちません。私達には感動を与えてくれるキャストやスタッフへの敬意があり、感動する空気を一緒に創り上げてくれるお客様への敬意があります。舞台と客席への敬意が無ければ、主催者としての資格はありません。必ず満席の客席を用意して開幕を迎えたいと取り組んでいます。

制作委員会の熱量を高め、カンパニー全体に広げるために

完売・満席はチームの掲げる必達目標です。しかし24人の委員会メンバーに販売ノルマはありません。売れる人間はどんどん売り、交友関係が狭く売れない人間は他の得意部門で自分の最善を尽くします。出演者にもチケットノルマなるものはありません。出演をお願いしながら販売を義務化するなど有り得ないと考えているからです。

委員会メンバーは「感動の舞台を創りたい」その想いをカンパニー全体に共有するため、地道に「伝える」行動を積み重ねます。



撮影・山本典義

キャストの熱量を高め、舞台制作の想いを共有するために

オーディションの募集要項には、三河市民オペラはこんな想いでオペラに取り組むつもりです、と明示しています。

1. 熱く興奮して湧きかえる見たことの無い舞台と客席を見たい。
2. オペラの魅力を幅広く深く、みんなに知らせたい。
3. 感動を生み出してくれるキャストやスタッフに敬意を払い、必ず満席の客席を用意したい(全7項目から抜粋)。

稽古が始まればキャストやスタッフの送迎、会場の手配、食事の手配は全て委員会の仕事です。稽古が進む度に仕上がって行く舞台と熱と一緒に感じながら、チケットの販売と協賛広告集めにも気合が入って行きます。稽古の休憩は地元の果物や名産のちくわやおにぎりなどで、委員会とソリスト達、合唱団とで話に花が咲きます。上演が近づくと出演者やスタッフとの決起大会を行います。上演後には盛大に打ち上げを行い二次会、三次会と続きます。

観客の熱を高め、ワクワクした気分で来場いただくために

熱い客席を創り上げるのは、熱い舞台を作り上げるための大事なポイントです。公開オーディションはそのためでもあります。お客様にソリストを選ぶ時から関わって欲しい。自分が聞いた、自分が評価したソリストが本番の舞台でどんな活躍を見せるのか、最後まで見届けて欲しい。審査員は指揮者と演出家2名だけ、そして200名のお客様は1名毎に採点し、コメントを記入します。採点表は直ちに集計され、審査員に届けられます。公演当日に客席に座って舞台に反応するのはお客様です。

上演までの事前のコンサートは6回、オペラセミナーは7回、地元紙でのリレーエッセイは14回、リレーインタビューは12回。あらゆる活動を通じて三河市民オペラのことを伝え、まちの空気を熱く盛り上げて行きます。

チケットの7割は制作委員会メンバーが手売りし「オペラに興味はないが、お前が頑張っているなら買うよ」という関係が築かれます。直接手渡しでつながった人達は、舞台の奥に頑張っている関係者の顔が浮かびます。このようなつながりが、高いアンケート回収率や「胸が熱くなった圧巻のスタンディングオベーションです」という声につながり、観客の集まりや感動を生む要因となっています。

魂が震える得がたい感動が原動力

なぜそこまで、三河市民オペラに取り組むのですか。

委員会の仕事は99%が雑用です。宿泊の手配、会場の手配、送迎、チケット販売、協賛広告集め、補助金の申請、当日の受付、プログラムの作成など。しかし、チケットが完売した瞬間の感激、スタンディングオベーションを目の当たりにした熱い想い、受賞した祝賀会での感動など、大変だったことは忘れて心を震わせてくれたことだけが蘇ります。

委員会の仲間は苦労を共にした同志であり、ともに戦った戦友にもなります。異なる職業や年齢の大人たちが集まり、想いをひとつにして取り組む、非日常の修羅場を潜った掛け替えのない友がいることは喜ばしいことです。

また、私たちは音楽の専門家ではなく経営者です。オペラ制作のマニュアルはなく各自の経験やノウハウを活かして、チケット販売や協賛獲得などの困難に挑み、舞台を作り上げていきます。マニュアルの無い、正解の無い、未知の世界を創り出したい。そんな想いも原動力になっています。

三河市民オペラ制作委員会

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

どのような環境が整ったら、質の高い芸術活動と市民活動との両立連携が進むでしょうか

三河市民オペラの成功には、妥協を排除し目標を達成する力強いリーダーの存在が不可欠であり、志を同じくする委員会のチームワークが無ければ成し遂げられなかったでしょう。

一般的なヒントというならば、「無償で、自分の時間を、このまちのために捧げる人が10人集まる」という状況が整えば実現可能かもしれません。まちづくりという言葉を口にする人はそうした活動に対して好意的で、仲間になれる可能性が高そうです。

三河市民オペラの挑戦

次回公演はあるのでしょうか。

三河市民オペラは毎回新たにプロジェクトチームを組み、舞台を作り上げてきました。その成果が5回の継続と三河地域の文化度を高め、数々の受賞につながりました。現在は制作委員会コアメンバーが前回公演「アンドレア・シェニエ」をふりかえり、次の公演を実施するか否か話し合い、想いをまとめている段階です。

「心を震わせる景色をつくる」ためのプロセスに心を砕くことがたくさんあります。収支はチケット販売や公的助成だけでは賄えず、多くの個人や企業から賛同を得て協賛金を集め、赤字を出さずに運営するのが三河市民オペラのビジネスモデルですが、物価高など社会の変化に改革が迫られています。日本人のオペラ観を変え、未来にどうつなげていくべきか、そんなことを話し合いながら先を見つめています。

天皇即位式で国歌独唱した
日本を代表するソリストが
舞台を作り上げる仲間として
すぐ横にいる

三河市民オペラの
合唱団の熱量は
ピカイチ！

横槍が入っても雑音が入っても
一切ぶれずに
純粹にまっすぐにすすむ
鈴木伊能勢委員長

合唱団の練習は
公演1年半前から毎週あり
公演4カ月前からは週2回
午後1時から8時までになる

チケットは完売・満席
をめざし、7割が制作
委員会による手売り

公演当日、最後の1枚のチケット
が完売になった瞬間
チケット責任者の頭に祝福の鐘が
カーンコーンと鳴り響いた

第26回三菱UFJ信託音楽賞受賞
地域の人々を巻き込んだ活動や
プロのオペラ歌手との共演が成功し
「たぐいまれな公演」と
高く評価された

三河市民オペラの
ここがすごい！

三河市民オペラ制作委員会

<http://www.mikawa-opera.jp/>

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。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「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」等、数々の賞を受賞している。



三河オペラ制作委員会

神尾翔さん・朝倉伸一さん・笠原元樹さん
佐藤裕彦さん・鈴木伊能勢さん・江口千尋さん