

「オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査」に係る「日本の魅力発信イベント構想立案・調査」調査報告書





平成 29 年度

内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局委託事業

「オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査」に係る

「日本の魅力発信イベント構想立案・調査」調査報告書

## 目次

はじめに	003
<b>I エグゼクティブ・サマリー</b>	<b>005</b>
<b>II 調査の概要</b>	<b>039</b>
1. 調査の背景	040
2. 調査の進め方	044
<b>III 基本的な考え方</b>	<b>047</b>
1. 8つのキーワード	048
2. 5つのコンセプト	050
<b>IV イベント構想</b>	<b>057</b>
1. イベント構想	058
2. アイディアソンの実施	082
<b>V 拠点となりうる場所</b>	<b>089</b>
1. 東京都5カ所の調査	090
2. 東京都以外の5カ所の調査	100
3. その他のポテンシャルのあるエリア	126
さいごに	141

## 別紙

### 関連資料リスト

1. 〈資料1〉有識者インタビュー要旨
2. 〈資料2〉調査結果データ（東京都の拠点調査）
3. 〈資料3〉調査結果データ（東京以外の拠点調査）



## はじめに

東京オリンピック・パラリンピック（以下東京 2020 大会）開催まであと 2 年。国全体、国民全員を巻き込む大規模な仕掛けを設計し実装するには、待ったなしのタイミングである。様々な選択肢や考慮すべき事象、要望などがある中で、何を指針に文化プログラムを企画実行していくのか。日本文化の魅力を発信する際、2020 年は通過点として捉え、その後に何を残せるかを考えた。

具体的には、まず現在までに実施された調査や関連事業の情報を重要なインプットとして活用し、根底に共通している方向性や、戦略としての整合性を導き出すことを意識した。そして評価軸の設計において最も重視したのは、レガシーへの貢献である。東京 2020 大会が終わったあとも、私たちの生活や文化活動は続いていく。これを機に、いかに世界とつながり、日本という国自体をアップデートできるか。私たちの大切にしている価値はどこにあるのか。このタイミングでの日本文化の再発見、そして再構成のプロセスが、今後数十年、百年を経てなお、価値として残るように、いま何をすべきか。世界的に活躍している有識者とアドバイザーからは、貴重なアドバイスや知見を惜しみなく提供してもらった。

2020 年に向けた文化の情報発信拠点の調査では、日本各地を訪問した。「会期中の数日間より、残りの 360 日にこそ目を向けてほしい」という声には、イベントはきっかけでしかなく、日々の暮らしにこそ価値があり、多くの人に共感してほしいという思いが込められていた。本当の地域の特徴、価値とは何なのか。その見直しから見えて来るものに手がかりがあるはずだ。東京 2020 大会の活動が、どれだけ開かれたものであるかも、大切にしたことの一つだ。そのためアイデアソンという形で幅広くアイデアを持つ人たちの参加のプラットフォームを設計、実装した。オリンピック・パラリンピックのオープンイノベーションとも言える。アイデアの優劣よりも、参画の機会を得ることが、どれだけ人の積極的で前向きな感情を引き出し、一体感を醸成するかを痛感した。

本調査は、ひとつの過程を示す調査に過ぎない。時間の関係もあり、具体的検証まで踏み込めなかった領域も残っている。しかしひとつのブレない方向性は指し示すことができたように思う。

株式会社ロフトワーク 代表取締役 林 千晶



The background features a series of dynamic, overlapping brushstrokes in a vibrant red and a muted gold color. The strokes vary in thickness and direction, creating a sense of movement and depth. The red strokes are more numerous and form the primary visual texture, while the gold strokes provide a subtle contrast and highlight.

結果概要

## I—調査の概要

本調査は、政府が2015年11月に閣議決定した「2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」（以下オリパラ基本方針）の推進にあたっての重点分野である「文化を通じた盛り上げ」の更なる展開に資するため、2020年に向けて日本の魅力を発信するためのイベント構想の立案・調査を行うものである。本調査では以下の2点を実施した。

- ①これまで実施してきた「オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査」の試行プロジェクトや beyond2020 プログラムの動向を踏まえ、有識者の知見を元に、2020年に向けて日本の魅力を発信するためのイベントのひな形となりうる構想（コンセプト、イベントの内容、イベントの実施場所等）を立案する。
- ②東京都（5カ所程度）及び主要地方都市等（5カ所程度）で2020年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所を、課題を含め調査する。

### 調査背景

本調査は以下①東京オリンピック・パラリンピックの動向と、②オリパラ事務局の取り組みである「オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査」（以下オリパラ基本方針推進調査）の試行プロジェクトや beyond2020 プログラムの動向を踏まえて実施した。

#### ①東京オリンピック・パラリンピックの動向

1964年東京オリンピックの主なレガシー	駒沢オリンピック公園や日本武道館等の文化施設の建設、東海道新幹線や首都高速道路を始めとするインフラ整備、「パラリンピック」という言葉を初めて使用した障がい者福祉の充実へのきっかけ、トイレやレストランを示すピクトグラムの考案などは1964年東京大会のレガシーであり、現在の文化活動の基盤となっている。
「オリパラ基本方針」の基本的な考え方	<ol style="list-style-type: none"><li>①国民総参加による「夢と希望を分かち合う大会」</li><li>②次世代に誇れる遺産（レガシー）の創出と世界への発信</li><li>③政府一体となった取組と関係機関との密接な連携の推進</li><li>④明確なガバナンスの確立と施策の効率的・効果的な実行</li></ol>
東京2020大会開会式・閉会式の基本コンセプト	基本コンセプトにある8つのキーワード 【平和】【共生】【復興】【未来】【日本・東京】【アスリート】【参画】【ワクワク感・ドキドキ感】

#### ②オリパラ事務局の取り組みの動向（2017年12月時点）

オリパラ基本方針推進調査報告書による課題	<ul style="list-style-type: none"><li>・東京2020大会に向けた機運醸成の課題（行政との調整、集客の難しさなど）</li><li>・多言語対応・バリアフリー対応への共通課題（ハード面ソフト面の課題など）</li></ul>
beyond2020プログラムの実施状況	<ul style="list-style-type: none"><li>・障がい者にとってのバリアを取り除く取り組み：736件</li><li>・外国人にとっての言語の壁を取り除く取り組み：536件</li><li>・認証事業すべて：1047件</li></ul>

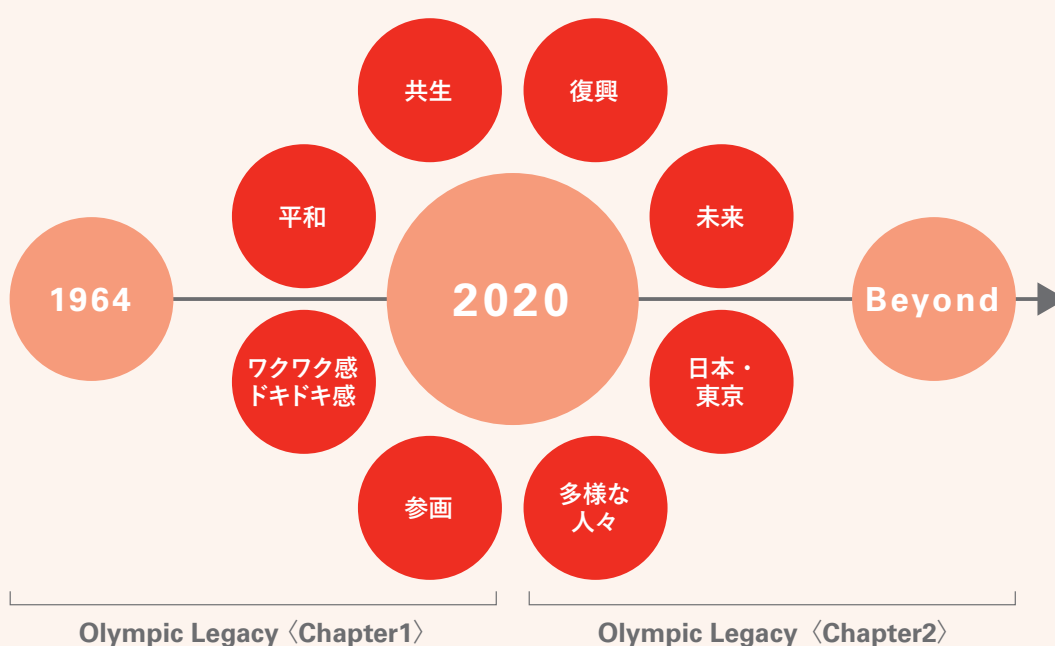
## II—基本的な考え方

イベント構想立案にあたって、調査背景を踏まえた動向の整理と16名の有識者へインタビューを実施した。この2つのアプローチから得られた結果をイベント構想を立案するための指標とした。

### 8つのキーワード

調査背景で踏まえた動向を以下の基本フロー図として整理した。1964年、2020年、Beyond（未来）の3点を時間軸で整理し、それぞれを1964年東京大会のレガシー、東京2020大会の始まりで発信されるメッセージ（開会式・閉会式の基本コンセプト）、2020年を越えて続く未来のレガシーとすると、1964年から2020年の期間をOlympic Legacy〈Chapter1〉、2020年以降の未来をOlympic Legacy〈Chapter2〉に分けられる。

Beyond（未来）に続く、分岐点である東京2020大会の始まりで発信されるメッセージは、Olympic Legacy〈Chapter2〉において考慮すべき指標として捉え、開会式・閉会式の基本コンセプトにある8つのキーワードを元にイベント構想の評価軸を設定した。



#### イベント構想の指標とする8つのキーワード

- 【平和】和を尊ぶ考え方が、分断や対立を超えた世界につながることを示す。
  - 【共生】多様な違いを認め合い、支え合い、活かし合うことで、新しい価値を生み出す共生社会を目指すことを示す。
  - 【復興】自然災害を乗り越え、諦めることなく次代を創ろうとする姿を示し、世界の人々への勇気へとつなげる。
  - 【未来】持続可能で、人間性豊かな、新しい時代のスタートラインとする。
  - 【日本・東京】歴史の中で培われ、今も生きる日本・東京の美しい感性を大切にす。
  - 【多様な人々】多様な人々が参加・体験できるイベントを目指す。
  - 【参画】多くの人々が当事者意識をもてるような仕組みをつくることを目指す。
  - 【ワクワク感・ドキドキ感】熱気や興奮を感じられ、一生に一度の体験となるような機会とする。
- ※「アスリート」の項目は、「多様な人々」に変更し、競技大会に対する限定的な枠組みを一般参加思考へと変換することで8つのキーワードをイベント構想を立案する際の指標とした。

## 5つのコンセプト

専門分野を持ちながらも領域横断的に活動している16名の有識者に、2020年に向けた機運醸成として「レガシーを想定した文化的なプログラムとはどうあるべきか」を伺った。その結果から各有識者の意見を整理し、イベント構想を立案するための5つのコンセプトを設定した。以下のコンセプトを指標にイベント構想を立案した。

- ① 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる
- ② 新しいシンボルやディステネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる
- ③ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す
- ④ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする
- ⑤ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

### 各コンセプトの参考にした有識者の発言（抜粋）

#### ① 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

##### 祭り、伝統行事、伝統技能などを、海外の目線で再編集する

日本を世界に伝える際に、もっとも大切なことが外国人目線で地方をもう一度再編集することです。その地域に暮らしていると良さが見えづらくなることがあります。だからこそ、海外からの視点でその地域が持つ普遍性や時代を超えて伝播してゆくべきメッセージを浮き彫りにする作業が必要です。例えば、その地方でずっと継続している祭り、伝統行事、伝統技能なども、他所からの目線で見直してみると、「あ、なんだこういうような価値があったんだ」と新しい価値が見つかることも多いです。メタ発想とか、ノーマライズ思考という言葉をよく使いますが、地域目線と海外目線を戦略的に掛け合わせて、普遍的な価値を文脈化する仕掛け方が重要です。革新と伝統という狭間にあるのは、異文化交流による比較文化です。地域という概念でくくらず、国境を超えて通じる価値をどうエディットするかという発想で地域をデザインすることが大切だと思っています。それこそが「発展性」につながると考えています。

##### 地域の人たちが、地域の宝物や文化を価値あるものだと認識すること

地方の人たちって、自分のところの地形の良さ、自分のところの国の良さっていうところを知らないんですよ。例えば、新潟にある野菜ってすごい貴重なんです。新潟って伝統野菜が多分京都とか金沢よりも埋もれて残っているんですよ。本物の伝統野菜。固定種、在来種と言われているやつが。日本でも極めて珍しいものがたくさん残っているんですが、そもそも固定種在来種に対して、新潟県民はそれが貴重だという認識が全くない。京都や加賀では京野菜や加賀野菜が観光資源化して、しかも付加価値がちゃんとして、農業の活性化やサービス業の活性化にもつながっているにも関わらず。新潟にはそれ以上のものがたくさんあるのに、全く生かされていない。なぜかという、その価値に気づいていないからですね。僕らが思うのは、やっぱり地域の人たちが、地域にある宝物、保有の文化とか歴史とかを考え、どこかで流行ってるとかじゃなくて、もう一回価値あるものだと認識してもらうことが最初のステップだと思っていて、これをやらないと始まらないんですよ。観光キャンペーンにしても東京2020大会にしても地方創生にしても、地方の人はどこかで流行っているものをここでもやろうとか、あそこで成功しているからうちでもやらないかって話になるんです。そうじゃなくて、まずは自分たちの文化風土歴史をちゃんと見直して、自分たちが何を持っているかっていうのを考えましょうよって。これを県民運動とか市民運動的にしていかないと、みんな他力本願な話になっちゃうんですよ。

※ この視点について主に参考とした有識者：岩佐十良、菅野薫、渡辺賢一

株式会社 XPJP  
代表取締役 社長 /  
エクスペリエンス・  
デザイナー  
一般社団法人  
元気ジャパン  
代表理事

渡辺 賢一



株式会社 自遊人  
代表取締役

岩佐 十良



映画  
プロデューサー・  
小説家

川村 元気



株式会社  
ライゾマティクス  
代表取締役 /  
クリエイティブ  
ディレクター

齋藤 精一



マサチューセッツ  
工科大学教授  
MIT メディアラボ  
所長

伊藤 穰一



## ② 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

### 人が集まるアイコンとなるものを作るという発想から始めるのも良い

ルーブル美術館のピラミッドやベルリンの国会議事堂のドームのような、象徴的なものはやっぱりみんな見に行きますよね。お金はかかるんだけど、場所に何かを建てるとアイコンになる。例えば皇居の前にこんなものが建ち、こんな人たちが集まってくる、という順番で発想する方法もあると思います。テーマの側からだけ始めると視野が狭くなったりもする。東京 2020 大会に外国人が来たときに「皇居前に面白いものが建っているらしい」みたいなことで人を呼び込んで、そこで日本が本当に見せたいものを見せる方法もあるのかなと。

### 秋葉原みたいな電気街とか、漫画の街とか、そういうブランドをしっかりと残していかないとダメ

ちゃんと地区ごとに特色を持つべきだと思っています。今開発ばかりやっていて、品川とかもやっているんですけど、ふたを開けて見られるのが 2019 年くらい。開き始めたらみんなビビると思いますね。みんな同じで、びっくりすると思う。みんな「グローバルに開け!」「グローバルから来るような街を!」「文化が育まれるアートがある街!」って言っています。だから、結局よかったものが全部なくなっていくんですね。それが露呈するのが 2019 年とか 2020 年とかだと思うんですね。秋葉原みたいな電気街とか、漫画の街とか、そういうブランドをしっかりと残していかないとダメだと思うんです。このままいくと、全部うわべが削られて特色がなくなるので、それがまずいと思っています。だから、それぞれの文化をつくっていく、もしくはイベントをつくっていく必要があると思う。

※ この視点について主に参考とした有識者：

伊藤直樹、岩佐十良、落合陽一、川村元気、齋藤精一、田根剛、名和晃平、真鍋大度、渡辺賢一、船越直人

## ③ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

### 世界に見せるべきは技術よりも、環境問題や高齢化に対する考え方

日本が世界に見せるべきは、環境問題と高齢化に対する考え方。現状、日本は産業に対して技術革新を続けようとしているが、他国に先行されている。しかも 2020 年には、その差がさらに広がっている可能性が高い。それを考えると、見せるべきは神道や伊勢神宮などの精神性や考え方。産業や技術革新を一生懸命見せるよりも、神道をルーツに高齢化と付き合っていることや、自然と一緒にうまくやっている姿の方が面白い。

今、色々なところで環境を含めた複雑なシステムをどうやってマネジメントするかっていう話が出ている中、未来のテクノロジーのことだけを話しているの違うと思う。発展していない経済の中で日本はどうやってハピネスを保つのか、神道を元に自然とどう生きていくのかという点を見せるのが一番タイムリーだと思う。



松竹株式会社  
演劇本部 執行役員  
統括部長

船越 直人



### 東京都と国、東京都と区の調整に民間が入るのは難しい

舟運の船の実験のプロジェクトを東京都さんと一緒にやっています、2年間やってわかったのが、やっぱり行政がトップダウンでやっていくとすごいやりやすい。防災船着き場っていう、いわゆる防災にしか使えない船着場も今回実験のために使わせていただいたりとか。秋葉原の和泉橋の下の今まで誰も使っていなかったところが解放されたりとか、トップダウンでやっていただけるとすごくよかったなど。船って行政間の調整が結構大変で全部絡むんです、国も東京都も。東京都の中はさらに都市整備と港湾と建設と3つの局に分かれていて。これを全部調整するとなると民間会社では絶対無理だと思う。こういう区とか国とか都を横断するには、国がトップダウンでまとめていかないとなかなか難しいのかなと思っています。東京都と国、東京都と区って横並びに近くて、その調整に民間が入ってというのは難しい。

※ この視点について主に参考とした有識者：

伊藤 穰一、岩佐 佐良、齋藤 精一、為末 大、渡辺 賢一、船越 直人、畠中 達郎

株式会社電通 CDC  
Dentsu Lab Tokyo  
エグゼクティブ・  
クリエイティブ・  
ディレクター/  
クリエイティブ・  
テクノロジスト

菅野 薫



### ④ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

#### 表現に対して寛容な場所を作る

2020年のこのタイミングだけはドローンがどれだけ飛んでもいい、ものすごい高度なプロジェクトをするなど、表現ファーストとしてアーティストに委ねることも必要ではないか。法規制などはその表現を実現するために、どんな方法であればできるかという手順で、特別扱いみたいなことを、色んなところで作った方がいいかなと思っています。今回だけの特例をやるのに、2020年は最もふさわしいタイミングだと思うんですよね。渋谷でこんなこと今までやったことないよね、と言われるような。やったことないことをやるということはアーティストにとって、非常に重要な表現のひとつ。「よくこれやったな」ということが、実は褒められることの半分くらいだったりする。だから、「よくやったな」ということを作らせてあげるような、表現に対する寛容さが重要だと思います。2020年のこの瞬間だけは東京も日本も、表現や文化に対して、全力で応援する。例えばこの数カ所だけはアーティストの言うことに委ねて協力するなど、もちろん法規制の専門家を横につけて調整はおこなうべきですが。難しいことだとは思いますが、意志を持っている人にドンとやらせてみる、というようなことも大事だと思う。

#### レギュレーションが一体どこにあるのか、誰に聞くのかをはっきりすべき

2008年なんですけど、アルスエレクトロニカというメディアアートのフェスティバルの仕事で初めて映像を街中で大きく上映するイベントに関わり、その後2009年にはニュージーランドのオークランドでプロジェクターを大量に使った、国内だと東京駅のプロジェクションマッピングと同規模のイベントを行いました。こういったものは（街中で行うため）事故が起きるリスクはあるんですよ。それで信号の色に近いものを出すとか。もちろんシミュレーション用のソフトウェアとかも作るんですけど、「この場所でこの角度から見てこういう絵を出したら信号の色に間違いやすいからやめましょう」と、検証を行いながら実現に向けて進めていくのですが、割とレギュレーションがはっきりしていて、どうやったらそれを回避できるか対策を練って、立ち向かっていくんです。日本はそのレギュレーションが一体どこにあるのかよく分からず。僕らみたいなクリエイター側は直接警察とセッションするわけじゃないので、どこが一体問題になっているのかが企画を作る時点でクリアになっていないと、面白い企画を作っていくことが難しい。

株式会社  
ライゾマティクス  
取締役/  
メディア  
アーティスト、  
Rhizomatiks  
Research  
代表

真鍋 大度





写真家、  
映画監督

蜷川 実花



### 法規制の面で若い子にチャンスを与える

上海で展覧会をやったんですけど、とにかく取材に来る子が若い。若い子たちが、自分で決められる権限を持っている。人数も違うし、年齢も違うんだけど、圧倒的に若い子たちにチャンスがある。私よりかなり年下の子が、「蜷川さんは商業とアート行き来してますけど、それについてどうお考えですか」と聞くわけですよ。そうすると「それは色々あるんだよ」「分かるか、君」と思わず前のめりになってしまう。今の中国の子たちってすごくチャンスがある、だから責任も生まれてくるし、生命力にあふれている。もちろん同じようにはできないんだけど、もう少し若い子にチャンスあげたい。例えばお金はこれ以上出なかったとしても、法規制を緩和して表現の面でチャンスを与えるというのもある。

※ この視点について主に参考とした有識者：

伊藤直樹、落合陽一、川村元気、齋藤精一、菅野薫、蜷川実花、船越直人、畠中 達郎、真鍋大度

Mistletoe  
株式会社  
Founder

孫 泰蔵



### ⑤ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

#### どこの国の人も自分の身近に感じられる仕組みを

平和という言葉の定義は難しいですが、すごくシンプルに考えると、どこの国の人であっても、自分と身近に感じられるってということだと思います。実際に会えば、どこの国の人だって同じ人間です。だけど、実際に会う機会がなかなかない。たまに、日本は内向きだって批判する人もいますが、会ったことがなければ外に関心を持ちにくいのは当たり前です。例えば、Airbnb のようなカルチャーが浸透し、ホストするという仕組みをたくさん作ることで、いろいろな国の人を身近に感じられる機会を増やすことができるのではないだろうか。ホテルに泊まって、東京 2020 大会を見て観光して帰るだけでは日本を魅力的に思うかという、そうでは無いでしょう。日本を好きになってもらうとか、もっと言えば、東京 2020 大会を通じていろんな国の人に出会って、国が違ってもしっかり同じ人間同士だと身近に感じられれば、平和に繋がっていくのではないのでしょうか。そういった意味でも、日本の多くの人たちが世界中から来る人たちをホストするような仕組みができれば良いと思います。

#### つながりにってつながるのではなく、常時接続の仕方

過去に例があると思いますが、例えばブータンのカフェと日本のカフェがずっとつながっていたら。VR をつけたときだけつながる感じではなく、ずっとつながっているイメージ。向こうでブータン人がコーヒーを飲んでてこっちも飲んでいてみたい。他の国でもいいんですけど、つながりにってつながるのではなく、常時接続の仕方が出来ると良い。本当につながっているような状況になり、意識すらされなくなったときに、そのときの感覚ってどうなのだろうと思って。地方の一角所が何の力みもなく東京やパルセロナとずっとつながって、そこになんでもないおじいちゃんたちがお茶を飲んでいて、向こうではサッカー見ているみたいな空間をつくったら面白いと思う。

※ この視点について主に参考とした有識者

伊藤穰一、岩佐十良、齋藤精一、孫泰蔵、為末大、名和晃平、真鍋大度

株式会社侍  
代表取締役

為末 大



## III イベント構想

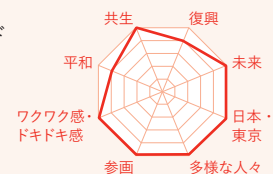
基本的な考え方を元にイベント構想を 11 案作成し、各構想に対して 5 つのコンセプトによる分類と 8 つのキーワードによる評価を行った。ここで示すイベント構想は 2020 年に向けて日本の魅力を発信するためのイベントの雛形となりうる構想である。各構想は実現性を担保するために、様々なイベント実施の知見をもつ有識者に協力いただき作成した。

### 立案したイベント構想

1. 既存の取り組みを発展させ、2020 年以降も継続するフレームとなる
  - ・ TOKYO ART WEEK
  - ・ Media Ambition Tokyo
2. 新しいディステーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる
  - ・ TOKYO CENTRAL Lighting 東京丸の内ライトアップシティドレッシング
  - ・ ジャパニガン・プロジェクト - 日本発 地球料理カフェ -
3. 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す
  - ・ 東北 Visiting Art Project 東北芸術交流
  - ・ メディアバルーンアートフェスティバル
4. 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする
  - ・ Synchronizing City
  - ・ TOKYO360
  - ・ 2020 カウントダウンイベント
5. 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す
  - ・ OMOTESANDO Mori to Michi FESTIVAL 表参道杜と道フェスティバル
  - ・ 日本の祭り・芸能のルーツを辿る～獅子舞・仮面・山車・歌垣・手踊り～

#### 8つのキーワードによる5段階評価

立案したイベント構想を「基本的な考え方の整理」にて設定した 8 つのキーワードを元にコンソーシアムメンバーにより 5 段階評価で採点し、レーダーチャートにまとめた。



# 1

## 既存の取り組みを発展させ、 2020年以降も継続するフレームとなる

2009年にスタートした商業施設や文化施設が集積する六本木を舞台に発展を続ける「六本木アートナイト」やテクノロジーと文化を通して東京を世界中の人が注目する場にしたいという想いから始まった「MEDIA AMBITION TOKYO」など東京には国際的なイベントが複数存在している。しかし、いまだ十分に国際的な規模のイベントとして認知されているというわけではない。これら既存の取り組みを2020年に向けた機運醸成を目的に発展させながら、国際的な文化発信プラットフォームとしての機能を構築する。これは日本・東京の文化が集積し、世界が注目する場所としての都市・東京を目指す構想である。

- ・ TOKYO ART WEEK
- ・ Media Ambition Tokyo

# 1. TOKYO ART WEEK



## 主な視点

既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

## 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



© 2018 Fumio Nanjo, N and A Inc. All rights reserved.

## 構想立案協力

エヌ・アンド・エー株式会社  
代表取締役 / 森美術館 館長

南條 史生

## イベント構想の概要

2005年に始まった古美術・工芸から日本画・近代美術・現代アートまで、幅広いアート作品が展示される国際的なアートフェア「アートフェア東京」や2009年にスタートした商業施設や文化施設が集積する六本木を舞台に発展を続ける「六本木アートナイト」など、東京には国際的なアートイベントが複数存在する。しかし、いまだ十分に国際的な規模のアートイベントとして認知されているというわけではない。東京をクリエイティブシーンの発信基盤としてさらに強化していくため、東京の数拠点を選定し、世界に発信する総合的な芸術文化イベントとして「TOKYO ART WEEK」を開催する。また東京で開催するクリエイティブイベントを一体的に発信するプラットフォームを構築し、イベント同士の相互連携・協力・発信を促進する。

東京全体を会場ととらえ、各所にアートを展開し、東京がアーティスティックな街であるというメッセージを発信する。東京をアジアで最も影響力のあるクリエイティブ・シティとして位置づけ、文化都市東京を目に見える形でイベント化を行う。表現メディアは、現代アートに限らず、デザイン、音楽、映像、パフォーマンス、ファッションと幅広くとらえ、会場も屋内屋外を問わず、東京の最も印象的な会場に集中させ、1週間をめぐりプログラムを展開。以後、東京2020大会のレガシーとして毎年開催することで、日本の今、そしてこれからのクリエイティブの発現の場として機能するフレームを目指す。

- ①異なる国の文化、新しい技術やテクノロジーといった多様な要素を積極的に取り入れ、クリエイティブ・ハブとしての東京の重要性を示す
- ②世界中のアーティスト、クリエイターが一堂に会する場をつくり、人的・知的交流を促す
- ③クリエイティブワークを通して、社会の様々な課題を顕在化し、共有することで、解決の糸口を探る
- ④新しい才能の発見とアートマネジメントに関する人材を育成する
- ⑤アートを通し、多様な人がつながることのできる仕組みをつくり、祝祭感醸成とともに未来の地域づくりに貢献
- ⑥多様なイベント情報を一体的に発信し、海外からの訪問者に東京の楽しさを提供
- ⑦レガシーとしてクリエイティブの発現の場となるフレームを目指す



## 2. Media Ambition Tokyo



### 主な視点

既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

### 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術

### 構想立案協力

JTQ 株式会社  
代表取締役

谷川 じゅんじ



### イベント構想の概要

テクノロジーを用いたアート表現は、2000年代以降のオリンピック・パラリンピックの演出手法としても重要度が増し、もはや欠かせないものになっていると言っているだろう。メディアアートやテクノロジーアートの分野では、世界的に高い評価を受けている日本人アーティストも多く、東京2020大会においては、日本の次代のテクノロジーとアートを総合的にアピールする機会にしなければならない。今年で6回目を迎える「MEDIA AMBITION TOKYO (以下、MAT)」は、テクノロジーと文化を通して東京を世界中の人が注目する場にしたいという思いから始まった。各国を代表する都市には、ミラノサローネやパリコレクションなど特定領域に特化した国際的イベントがあり、世界中からインフルエンサーやメディアプレスを引き寄せる求心力がある。東京にも世界中が注目するイベントを創出したい。

その思いを実現するために、国際的に競争力があり今後の発展性が見込めるメディアアートを基軸に、その本場としての日本・東京を世界に印象付けて、世界中が注目する日本となることを大きなビジョンとして掲げる。約2週間にわたり東京を舞台に最先端テクノロジーを活かしたアート、映像、音楽、パフォーマンスを一堂に集積。東京の街全体がテクノロジーカルチャーのプラットフォームとなり、世界中が注目する都市・東京となることを目指す。

- ①日本が得意とするテクノロジーによるアート表現を、東京から世界に向け発信
- ②2020年に向けたインバウンド市場を拡大するための、新しい強力なジャンルとして育成
- ③国内においてテクノロジーとアートの融合領域のさらなる啓蒙と普及
- ④次世代を担う若手アーティスト育成
- ⑤①～④を早期に実現するための資金獲得が必要

# 2

## 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、 文化の情報発信の本場をつくる

東京 2020 大会開催という歴史的な節目を迎えるにあたり、訪日外国人は 3000 万人に迫る勢いと言われている。その時日本・東京を思い描くイメージとその本場はどれだけあるだろうか。例えば「SHIBUYA」といえば誰もが「渋谷のスクランブル交差点」を思い描く。そんな場所とイメージが一致するシンボリックな場所はまだ少ない。イベントを通じて日本・東京の各地で新しいシンボルや目的となるイメージを作り上げることは、その場所がディスティネーションとして地域的な特徴を帯び、その地域全体を活性化していくことに繋がる。これらは 2020 年を契機に日本・東京に新たなシンボルやディスティネーションを作り出し、その仕組みを次世代へと継承する構想である。

- ・ TOKYO CENTRAL Lighting  
東京丸の内ライトアップシティドレッシング
- ・ ジャパニガン・プロジェクト - 日本発 地球料理カフェ -

### 3. TOKYO CENTRAL Lighting 東京丸の内ライトアップシティドレッシング



#### 主な視点

新しいシンボルやディステイネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

#### 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術

#### 構想立案協力

JTQ 株式会社  
代表取締役

谷川 じゅんじ



#### イベント構想の概要

世界の「TOKYO」にふさわしい「東京」の顔へ。ニューヨークのグランド・セントラル駅（Grand Central Station）やミラノ中央駅（Stazione Centrale di Milano）のように、世界の著名都市にある中央駅としての「TOKYO CENTRAL」を印象付けるライトアップシティドレッシング。グローバルインバウンドに向けた存在感強化とインバウンドコミュニケーション領域におけるマグネットとしての文化発信力の強化を図る。

荘厳な佇まいの東京駅から皇居の杜につながる行幸通りと美しい並木が印象的な丸の内通りを結び、東京駅から広がる象徴的なロケーションを舞台に、世界中から「本物」が集まる街「TOKYO」らしい祝祭空間を「ひかりの都市 TOKYO」としてライトアップ。体験型の新しい試みや、世界の最先端が感じられるアート、ライブ感のあるパフォーマンスやフードスタンドを組み合わせ、街と駅が一体となったダイナミックで上質であたたかい「TOKYO」らしいプログラムを開催。平日は会社帰りの人々で賑わい、週末は家族連れやインバウンド客で賑わい、街で働く人がその家族を連れて来たくなるような、また海外からここを目指して訪れたいくなるような、特別な場を創出。

「TOKYO」をマグネットに地方と東京がつながり、東京と世界がつながる。世界の文化と日本の文化を「和え」、日本らしい新しいコミュニティや文化が生まれ、成長するプロセスをイベント仕立てにして発信する。

## 4. ジャパニガン・プロジェクト - 日本発 地球料理カフェ -



### 主な視点

新しいシンボルやディ  
ステネーションを創出  
し、文化の情報発信の  
本場をつくる

### 関連する文化領域

和食・日本食などの  
食文化

### 構想立案協力

株式会社 XPJP  
代表取締役 社長 /  
エクスペリエンス・  
デザイナー  
一般社団法人  
元気ジャパン  
代表理事

渡邊 賢一



### イベント構想の概要

世界のビーガンシフトを背景に、ベジタリアンやビーガンなどの菜食主義者のオリンピック・パラリンピック選手から、日本の精進料理や野草文化、山菜料理、山伏料理などの知恵への関心が高まっている。

各地域の精進料理等の調理法を現代風にアレンジをしたカジュアルなカフェ&レストランを期間限定で展開し、日本の魅力を発信してゆく。食材選定、コンセプト、世界観などをしっかりと伝えることで、日本各地に存在する自然と一体となった山菜文化、野菜料理の魅力を発信してゆく。

\*ジャパニーズビーガン=ジャパニーズ・ビーガン（日本の精進料理をエッセンスとした地球料理）

- ① コンセプトは「自然との共生、地球料理を日本から」
- ② 日本の精進料理文化、山菜料理をモチーフとした各国向けのメニューを開発し、選手村に 200 平米ほどのレストランを新設
- ③ 地域、産地、ローカル料理人と連携した運営体制を確立し期間限定で実働
- ④ メニューはビーガン朝食（米ベース）、米粉パン、伝承野菜、ジャパニーズ・ピクルス（漬物）、豆腐&大豆ハンバーグなど
- ⑤ 壁面ボードは日本の自然循環を表現した海、山、湖、川、森と野菜、種などの関係性や水の貴重さを表現



# 3

## 行政区域を超え、 復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

復興・地方創生、社会問題へのアプローチは、東京都や各道府県が個別に考えるのではなく、文化や暮らし、考え方という軸で国や行政機関を超えて解決していくべき課題であるが、行政区域を超えた取り組みが少ないのが現状である。アートや新しいテクノロジー、文化的な祭りは横断的な取り組みを促進できる可能性がある。東京と地方、世界と日本、人と人が多様な価値観のままつながる仕組みにより、行政区間を越えた課題解決へのアプローチを示す。2020年は世界・日本が一体となることができる数少ない機会であり、これは復興・地方創生、社会問題へのアプローチに繋がる仕組みや考え方を各地に広げる構想である。

- ・ 東北 Visiting Art Project 東北芸術交流
- ・ メディアバルーンアートフェスティバル

## 5. 東北 Visiting Art Project 東北芸術交流



### 主な視点

行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

### 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



© 2018 Fumio Nanjo, N and A Inc. All rights reserved.

### 構想立案協力

エヌ・アンド・エー株式会社  
代表取締役 / 森美術館 館長

南條 史生

### イベント構想の概要

2011年3月11日に端を発する震災で大きなダメージを受けた東北地方。その東北を文化復興のシンボル事業として、アートを通じた人的・知的交流に焦点をあてた「東北芸術交流」を開催する。世界100カ国程度に呼びかけ、各国のアーティストを東北に招聘。およそ1ヶ月間東北に滞在し、地域の人々と対話交流をしつつ、制作活動を行う。滞在制作でつくられた作品は、制作拠点の各地方で発表。その後、東京に移動し、都内の主な展示拠点で作品発表を行う。東京では、協力可能な美術館などの文化施設、民間のギャラリー、商業施設を舞台に、内容も現代アートに限らず、デザイン、音楽、映像、パフォーマンス、ファッションと幅広いジャンルを対象とした展示を展開する。創造活動を通じて、東北が世界、そして東京と交流することを目的に開催。アーティストや地域住民が活動する場をつくり、地域に眠る資源や課題を発掘し、地域住民が新しい可能性を見出す地域実験の現場をつくり出す。人の往来を生み出すようなプログラムも積極的に展開。それぞれの地域の新しいアイデンティティを見つけていくような交流を推進していく。世界が東北という場を知る、地域振興の大きな機会となることを目指す。

- ① 芸術文化を通して、東北が持つ豊かな魅力を世界に紹介する
- ② 震災を風化させず、災害による復興の先進的なモデルケースとしてアピールする
- ③ アーティスト、クリエイターの活躍の場を提供する
- ④ 地域資源・人・活動・産業をつなぎ、地域社会にクリエイティブ・ハブを創出する
- ⑤ 芸術交流を通して、地方社会の様々な課題を顕在化し、共有することで、解決の糸口を探る
- ⑥ 大勢の人がつながることのできる仕組みをつくり、東京2020大会を東北から盛り上げる
- ⑦ 多言語での発信を基本とするなど、言語の整備を行い、海外からの来訪者を受け入れる体制を整える

このように、世界のアートと東北、東京をつなぎつつ、アートを楽しむことができることが重要と考える。また、これを機会に、東北各部に交流や創造活動の拠点を創出し、持続可能なビジネスモデルを将来に残すようつとめる。

## 6. メディアバルーンアートフェスティバル



### 主な視点

行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

### 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術

### 構想立案協力

エヌ・アンド・エー株式会社  
代表取締役 / 森美術館 館長

南條 史生



© 2018 Fumio Nanjo, N and A Inc. All rights reserved.

### イベント構想の概要

東京2020大会の機運醸成を目指し、東京を祝祭的な空間に変身させるバルーンアートとメディアアートの先進性をいかしたアートフェスティバルを開催する。バルーンという素材の特性を活かし、東京の主要な広場や公園を舞台に見慣れた街をダイナミックに変貌させる。

バルーン素材はアーティストやクリエイターの想像力をかきたてるとともに、瞬時に空間をダイナミックに変容させる力をもつメディアである。また、輸送も簡易に行うことができ、展示の際には軽く自立的に立ち上がり、膨らました時にはきわめて大きくなるという特徴がある。人口・構造物共に高密度で、規制の多い東京という街の中に、アートを展示する際に有利な表現素材である。

広場や公園を複数有する東京に、華やかなバルーンが同時多発的に立ち現れる、世界でも例のないイベントを開催することで、東京2020大会を盛り上げる。また、夜間には、プロジェクション・マッピングやLED、レーザーなど最新のテクノロジーを動員し、近年日本人アーティストの活躍めざましいメディアアートと組み合わせて新たなバルーンアートの表現をつくりあげる。

# 4

## 新しい技術・表現に対する 規制の整備についてアプローチする

次世代通信技術 5G や高精度 GPS など様々なテクノロジーが 2020 年に向けて開発が進んでいる。それらを使った新しい表現へのアプローチは、今までに事例の無いものであり、現在のルールに当てはめることができない。これらは実験し、検証を繰り返すことにより、ルールが整備されていくものである。

この視点の構想は、これまで見たことがないワクワク・ドキドキするような表現において、東京 2020 大会に向けた機運醸成を図りながら、新しい表現や技術に対し検証を行うことで、適切な規制の整備にアプローチできる。実施には官民が一体となった横断的なルールづくりが可能な文化催事調整機関が必要不可欠であるが、21 世紀における次世代レガシー創造の礎を築く絶好のタイミングであり、いまチャレンジすべきである。東京 2020 大会が、この先の表現や技術に対する可能性を切り開いた大会であったと評されることを目指す。

- ・ **Synchronizing City**
- ・ **TOKYO360**
- ・ **カウントダウンライティングイベント**

## 7. Synchronizing City



### イベント構想の概要

ロンドン大会開会式やリオ大会閉会式、国立競技場閉会イベントなど大型イベントの演出で使われているリモートコントロール技術。一度に数万人のオーディエンスが手に持っている光のデバイスの色を一斉に制御する演出などで数多くの人々を感動させてきた。

本プロジェクトでは、スタジアムなどの特殊空間で使われて来た演出技術をさらに進化させることで、街中などのパブリックスペース、半径 2km 程度の範囲にある光や映像のデバイスを一カ所から遅延なく正確にコントロールすることを可能とし、街一帯で共通の時間軸や、色・光などの視覚情報を参加者に与えることによって、参加者同士のコミュニケーションや、俯瞰して眺めた際には大きな都市のアートを作り出すことが可能となる。

古くは、紀元前 299 年にアレキサンドリアのファラオ（王様）たちのために建てられた灯台や、ローマ軍が使用した信号塔から発する光と煙とローマ時代、そして現代では The Lindbergh Beacon など、都市における光とコミュニケーションには長い歴史があり、その時代の通信技術によって光を用いた文化が形成されて来たが、本プロジェクトでは最先端の通信技術を用いることにより、今の時代の東京でしかできない光のインスタレーションを実施し、歴史上にも記録される大きな取り組みとなることを目指す。

また、このような特権的な演出に対して、多様なクリエイターが参加し扱えるようにするために、開発、及び制作ツールをオープンソースにし、光や映像クリエイターだけでなく、ファッションデザイナーやプロダクトデザイナーなど様々な分野のクリエイターがインスピレーションを受け、実装が楽になるような施策も行う。（※最大 10msec 程度の遅延に収めることが可能となり肉眼で識別することは難しい量に収まっている）

なお、参加型の公共イベントであり、参加者をばば広く募り、パーソナルメディアからもアクセス可能にすることで、主体的な「自分たちがつくりだすイベント」感覚を高められる強みがある。それによって、参加者どうしが SNS を使って、事前、開催中、事後のプロモーションを、国内外に向けて自主的に拡大させていく効果が予想できる。また、被写体としてのイベントの様子は、マイクロ（空中撮影、衛星写真など）～マクロ（インスタグラムなど）の両面での視覚効果を敷衍させ、イベントの多面性をアピールできるだろう。メディア表現を利用して、事後的ドキュメントもこれまでにない多彩な形式で残すことができれば、今後へのレガシーとして有効に残っていくことが予想される。

#### 主な視点

新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

#### 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、建築

#### 構想立案協力

株式会社  
ライゾマティクス  
取締役/  
メディア  
アーティスト、  
Rhizomatiks  
Research 代表

真鍋 大度



## 8. TOKYO360



### イベント構想の概要

携帯電話が登場した 1980 年代以降、データ通信の発展は飛躍的に進歩し、今ではスマホで動画視聴も当たり前の時代になっている。データ通信に関して、さらに 2020 年に向けて大きく精度・性能の向上を目指している技術が、次世代移动通信「5G」と高精度 GPS である。これらの技術をデータ通信のインフラとして、表現と合わせてその可能性を示すことは、世界が注目する 2020 年において重要であると考え、東京から日本の全方位に向けて魅力を発信する「TOKYO360」というイベントを開催する。「東京」というのはシンメトリーな文字。東京という文字を回転し、上から見ると、日の丸になる。この視点を元に、「TOKYO360」は 365 日前ではなく 360 日前から、世の中のこと、日本のこと、その魅力を余すことなく 360 度伝える。

#### 主な視点

新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

#### 関連する文化領域

デザイン、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術

#### 構想立案協力

株式会社 PARTY  
クリエイティブ  
ディレクター

伊藤 直樹

- ① 2020 年に向けた日本全国及び世界中の機運を醸成すること
- ② 次世代表現についての規制整備及び団体を促進すること
- ③ 国内外において参加型モデルへの啓蒙と普及をすること
- ④ 日本の魅力を 360 度あますところなく伝えること

## 9. カウントダウンライティングイベント



### イベント構想の概要

カウントダウンイベントは東京 2020 大会の機運情勢の重要な要素の一つである。間近になり、いよいよ始まるまで、自分には遠い存在である東京 2020 大会に対し、自分も参加できるものであることを示す方法を、カウントダウンでは実施する必要がある。カウントダウンイベントという枠組みの中で参加する仕組みを実験し、様々な手法を試すことで、東京 2020 大会の機運情勢を高めるとともに、参加型の取り組みの仕組みとしてレガシーとなることを目指す。

#### 主な視点

新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

#### 関連する文化領域

デザイン、映像・アニメーション、メディア芸術

#### 構想立案協力

株式会社  
ライゾマティクス  
代表取締役

齋藤 精一

- ① 2020 年に向けた日本全国及び世界中の機運を醸成する
- ② 次世代表現についての規制整備及び団体の促進
- ③ 国内外において参加型モデルへの啓蒙と普及

# 5

## 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、 共生へのアプローチを示す

多様な人々というのが本気で全部がまじりあうというのが文化の世界であり、特定の誰かのためではなく様々な違う人々がそのまま混じり合い楽しみながら機運醸成を図れるようなイベントが必要である。2020年は外国人、障がい者、日本・東京が一堂に会する機会であり、ほんとうの意味での共生を実際に体感し、カタチにできる瞬間でも有る。これらの構想は様々な参画をカタチにし、次世代へとつなぐものである。

### ・ OMOTESANDO Mori to Michi FESTIVAL

表参道杜と道フェスティバル

・ 日本の祭り・芸能のルーツを辿る～獅子舞・仮面・山車・歌垣・手踊り～

## 10. OMOTESANDO Mori to Michi FESTIVAL 表参道杜と道フェスティバル



### 主な視点

多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

### 関連する文化領域

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術

### 構想立案協力

JTO 株式会社  
代表取締役

谷川 じゅんじ



### イベント構想の概要

東京 2020 大会会期終了後の晩秋、明治神宮は鎮座 100 年迎える。古くから明治神宮と圏周辺の杜を中心に、表参道・青山エリアは日本屈指の文化発信エリアとして発展を遂げてきた。

地元の人々や様々な商業施設や周辺店舗を連動させる都市回遊型の祝祭プログラムを展開。2019 年秋のプレイベントを皮切りに、2020 年に第 1 回を開催。杜を育んだ先人の叡智に敬意を払いつつ、次の 100 年を示唆するイベントとして、世界中から人々が集まり参加できる国際的な都市型地域文化祝祭イベントを開催する。明治神宮の杜のように、歴史を経ることで味わいを深め、地元の人々や出来事と共に成長し、核になる心を未来へつなげていくような、一過性ではない継続的な価値創造を目指す。

#### テーマ 1 「神宮の杜を活かす」

100 年前、先人達が築いた明治神宮の荘厳な杜の自然を舞台に、ここでしかできない歴史と文化が融合したプログラムを実施。これまでの歴史に敬意を示し、次の 100 年を示唆するような新しいイベントを展開。

#### テーマ 2 「地元の環境を活かす」

日本を代表する文化発信拠点が集結する表参道の環境を活かし、商業施設やギャラリー、ホール、ショップ、飲食店等をつなぐことで街の回遊性アップを図る。表参道から世界へ最先端のライフスタイルを発信し、新しい都市型イベントを構成。

#### テーマ 3 「地元の人々を活かす」

地元の商店街振興組合原宿表参道櫛会との連動を図り、既存のイベントや地元の小学校も巻き込み商圏活性化を図る表参道らしい地域連動型の文化発信を実現。これまで築き上げられたものを次世代へとつなげる。



## 11. 日本の祭り・芸能のルーツを辿る～獅子舞・仮面・山車・歌垣・手踊り～



### 主な視点

多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

### 関連する文化領域

ファッション、音楽、演劇・舞踊、生活文化関連

### 構想立案協力

株式会社  
コムブリッジ  
代表取締役会長

三代川 透



### イベント構想の概要

日本の祭りや芸能は決して日本独自に今日まで続いてきたわけではない。悠久の時を超えて、他に類を見ない東西の世界との文化交流の末に、日本各地の伝統の祭りや民族芸能の今がある。ライオンダンス（龍舞）はアジア各地にあり、山車の起源はユダヤにあるという説もある。このように今も生きる日本各地の祭りや芸能につながるルーツが実は世界各地に存在する。スポーツの祭典、東京2020大会の開催は、日本の生活文化に残る、時空を超えた絶え間ない世界の人々との交流の歴史を知る絶好の機会となる。

芸能のテーマごとに日本各地及び世界の祭り・芸能・演者が一堂に会するプログラムを展開、世界の人々と日本の人々が共にその源流に触れることで未来につながる交流を実現する。

- ①今を生きる芸能のルーツ・発展の歴史を明らかにする
- ②地域において、世界の人々につながる注目の観光コンテンツとしてブラッシュアップする
- ③国内外の人々、特に地域と世界の人々の心の交流を促進する
- ④今を生きる世界の民族芸能のショーケースとして中心的な役割を果たす

## IV—拠点となりうる場所

東京都（5カ所程度）及び主要地方都市等（5カ所程度）、2020年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所に対して、課題を含めた調査を以下の通り実施した。

### 1. 東京都5カ所

拠点となりうる場所として、地域の特徴及びイベント実績、インターネットアンケートなどの調査を元に5カ所を挙げた。調査・評価の詳細は調査結果データ（東京都の拠点調査）〈資料2〉を参照。

<b>STEP ①：</b> 一次拠点の絞り込み	東京都の文化の情報発信拠点として調査すべき場所を、コンソーシアムメンバーにより絞り込んだ
<b>STEP ②：</b> 調査・採点	STEP ①で設定した16カ所に対して、評価基準を設定しインターネット調査、関係者ヒアリング調査、国内アンケート、コンソーシアムメンバー評価を行い各場所を採点した
<b>STEP ③：</b> 最終絞り込み	STEP ②の採点結果を元に、2020年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所をコンソーシアムメンバーとの検討により5カ所に絞り込んだ

STEP ①で絞り込んだ16カ所に対し、評価基準を元にした調査・採点を実施し、以下の5カ所を文化の情報発信拠点となりうる場所としてピックアップした。ここでは場所ごとの特徴および課題について記述する。



## 1. 表参道

明治神宮前駅から表参道駅間の通り（周辺商業施設を含む）



様々なイベント形態に対応可能なスペース活用性が高く、さらに代々木公園や神宮外苑との距離が近いいため近隣エリアとの一体的な展開が可能。「日本のファッション」や「日本の現代アート」など、ファッション・アート系のイベントを開催するのに最も相応しい場所と評価されており、代々木公園や神宮外苑と連携すれば、より幅広いテーマのイベントを開催することができる。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り	○ 代々木公園連携	日本の音楽	○ 代々木公園連携
日本の伝統文化・芸術		日本のファッション	◎
日本の現代アート	◎	日本の映像	
クールジャパン	◎	日本のパフォーマンス	
日本の食		四季に彩られた日本の自然	○ 代々木公園・神宮外苑連携

## 2. 渋谷スクランブル交差点

交差点から SHIBUYA109 までの通り



国内の認知度が非常に高く、特に 50 代以下では最も知名度が高い。また、東京の「顔」となるに相応しいシンボリックな場所と評価されている。さらに、「日本の映像」や「日本のパフォーマンス」イベントを開催する場所として最も相応しい場所とも評価されている。ここでのイベント開催は過去に 2 回のみしかなく、希少性が非常に高い。また外国人にもよく知られた話題性の高い場所である。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り	◎	日本の音楽	◎
日本の伝統文化・芸術		日本のファッション	◎
日本の現代アート		日本の映像	◎
クールジャパン		日本のパフォーマンス	◎
日本の食		四季に彩られた日本の自然	



### 3. 新宿御苑

芝生広場を中心とした庭園内



日本ならではの歴史性を8割以上の方が感じると答えており、歴史性に対する評価が極めて高く、「四季に彩られた日本の自然」や「日本の伝統文化・芸術」イベントを開催するに相応しい場所として評価されている。但し、旧皇室苑地であり、由緒ある沿革・性質に照らし、開催できるイベントの種類が制限されている。大型イベントがあまり開催されない場所であるが、開催できれば貴重な場所と言える。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り		日本の音楽	
日本の伝統文化・芸術	◎	日本のファッション	
日本の現代アート		日本の映像	
クールジャパン		日本のパフォーマンス	
日本の食		四季に彩られた日本の自然	◎

### 4. 東京駅丸の内口

行幸通り中心としたエリア



皇居を臨む日本を代表する場所であり、開催できれば希少性が非常に高い。「日本の伝統文化・芸術」イベントを開催する場所として第1位にあげられている。このエリアが持つ歴史性や、「日本の映像」イベントの開催場所としても高く評価、日本の魅力を発信するに相応しい場所と言える。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り		日本の音楽	
日本の伝統文化・芸術	◎	日本のファッション	
日本の現代アート	◎	日本の映像	◎
クールジャパン	◎	日本のパフォーマンス	◎
日本の食	◎	四季に彩られた日本の自然	

## 5. 上野公園

噴水広場を中心とした公園内



東京の「顔」としてのシンボル性、国内の認知度が非常に高い。また、エリアが持つ歴史性への評価が第1位で、「日本の伝統文化・芸術」や「四季に彩られた日本の自然」イベントを開催する場所としての評価が高い。周辺のアート館などとの連携も可能で、日本文化の発信に相応しい場所と言える。ただし大会組織委員会による活用が検討されているため、2020年に向けて通常とは異なる調整が必要ながあろう。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り	◎	日本の音楽	
日本の伝統文化・芸術	◎	日本のファッション	
日本の現代アート	◎	日本の映像	◎
クールジャパン		日本のパフォーマンス	
日本の食	◎	四季に彩られた日本の自然	◎

## 東京都5カ所の課題点

ピックアップした東京都5カ所でイベント実施を行ったことある団体などに、実施における課題のヒアリングを行った。それらの結果を以下にまとめた。

拠点	課題点
表参道	<p>① 横断導線の確保 原宿から青山方向への表参道の往来に比べ、明治通り方向への横断導線確保は難しい。横断歩道・歩道橋が主たる導線となるが、多数の来場者による一時の歩道橋利用は安全とバリアフリーの観点から課題がある</p> <p>② 全体の流動性への工夫 街路樹・低木帯・中央分離帯の存在により原宿から青山方向の道路は重層化され、対向車線側の歩道から対向面への見通しが悪い。路側帯が駐車スペースになっており、日中は多数の車が駐停車している。そのため通りでのイベント開催における見学滞留スペースが不足しがちであり、全体の流動性を毀損している。大型催事の際は道路で展開し、見学は道路路側帯の駐車スペースエリアを見学者スペースの転用するなど工夫が必要である</p> <p>③ 催事手続きに関する課題 表参道自体は渋谷区と港区にまたがることから、監督行政機関が場所によって異なり催事手続きが複雑である。見解と判断が機関によって異なるケースがあるため、会場の中で一貫性が損なわれるケースがある</p>
渋谷スクランブル交差点	<p>① スクランブル交差点の道路使用許可 前提としてスクランブル交差点は道路であるため、交通が優先される。スクランブル交差点の交通規制が実施されたのは、2016年、2017年のカウントダウンイベントのみ（渋谷盆踊り大会はスクランブル交差点の手前のみ）であり、非常にハードルが高い。カウントダウンについては、人が集中することによる年末の混乱回避のためにルール作りのイベントとして、区長からの警察への申し入れにより実現している</p> <p>② 警備 人が集中しやすいエリアであるため、警察が協力した場合でも、警備が難しい場所である。事故がないような万全な警備体制が求められる</p> <p>③ 商店街との連携 商店街との連携が必須のエリアであり、カウントダウンイベントなどは半年前から実行委員会が設立され協議を重ねた上で、開催されている</p>

新宿御苑	<p>① 新宿御苑の省内におけるルール</p> <p>旧皇室苑地であり、由緒ある沿革・性質に照らし、開催できるイベントの種類が制限されている。但し、過去イベント実績と照らし合わせたルールの整備を行うことにより、利用目的を広げることが不可能ではないと予想される</p>
東京駅丸の内口 (行幸通り+周辺 に対する意見を 含む)	<p>① 空間構成および歩道確保</p> <p>東京駅舎から皇居まで行われる宮内庁信任状捧呈式馬車列運行が優先されるエリアのため催事空間構成に工夫が必要。丸の内広場・行幸通り共に、周辺を一般道路を車両が通行しているため歩道内の滞留解消が課題とされる</p> <p>② 電源確保・荷重制限</p> <p>イベント有効面積に対するイベント用電源等の供給環境は不足している。行幸通り内は地下通路部が空洞のため積載荷重も制限が多数ある</p> <p>③ 安全確保のための導線および滞留緩和</p> <p>ミチテラスなど街の集客イベントとして定着しているものもあるが、安全確保のための導線や滞留に関する監督行政機関からの指導は慎重なようで、ロケーションの持つ空間特性を活かした事例はまだない。環境の持つ空間特性を最大に活かした利用を行うためには、誘導方法や安全確保の方法に対して新たなルールを検討検証していく必要がある</p>
上野公園	<p>① 噴水広場の重量制限</p> <p>噴水広場の床はタイルで重量制限があるため、大きな構造物をつくることはできない。TOKYO 数寄フェスで噴水の中に大型構造物をつくった事例があるが、これは特例であり、重量制限を超えるものを噴水の中に置くと白タイルの継ぎ目から水漏れする恐れがあり、事故が起きた場合は全て弁償するという契約の上で実施された</p> <p>② 音量制限</p> <p>音楽系イベントの開催実績はあるが、上野動物園が近いので音量制限がある。また音を出すのは19時までとなっている</p>

## 2. 東京都以外の5カ所

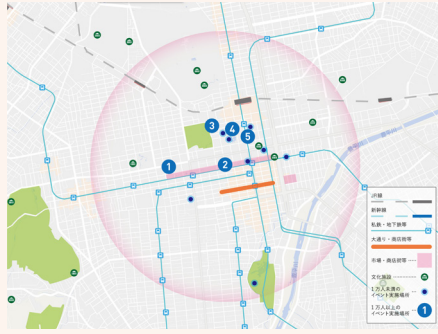
beyond2020 及び試行プロジェクトの実績、46 道府県へのアンケート、情報発信拠点事業及び施設の有無などの調査を元に文化の情報発信拠点となりうる場所 5カ所を調査した。

STEP ①： イベント実績の把握	STEP ②：把握したイベント実績の分析・調査	STEP ③： 5カ所のピックアップ
<ul style="list-style-type: none"> <li>訪日外国人への施策実績があるイベントに関するアンケート調査</li> <li>試行プロジェクト及びbeyond 2020 におけるイベント実績の整理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地図上でのイベント実績のマッピング</li> <li>イベント実績が集中している地域の絞り込み</li> <li>イベント集中地域内における規制や課題、展望等の状況調査</li> <li>国際的な芸術文化交流拠点の推進状況の把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>数値的な実績によるピックアップ</li> <li>地域のバランスを考慮した絞り込み</li> <li>最終5カ所のピックアップ</li> </ul>

上述の調査を実施した結果、以下の5カ所を文化の情報発信拠点となりうる場所として挙げた。以下、場所ごとの特徴について記述する。

- ・北海道エリア：北海道札幌市
- ・関東甲信越エリア：新潟県新潟市
- ・東海・北陸エリア：石川県金沢市
- ・関西エリア：京都府京都市
- ・瀬戸内エリア：岡山県岡山市

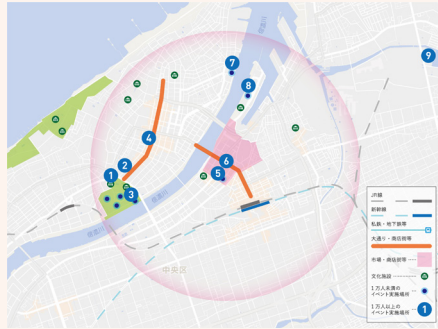
## 1. 北海道エリア：北海道 札幌市 大通公園周辺



数値的な実績による分析結果	
1万人以上のイベント実績件数	8
イベント実績件数	16
地域アーツカウンシルの有無	—
2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数	北海道（1件） 札幌市（3件） 北見市（1件） 東川町（1件）

大通公園では、観光地としての目的だけでなく、「さっぽろ夏まつり」や「さっぽろ雪まつり」など、1万人以上が参加する季節の特徴を活かしたイベントが年間を通して活発に実施されている。また、YOSAKOIソーラン祭りなどのような演舞や音楽を楽しむイベントも行われる。その他、札幌芸術の森やモエレ沼公園などの施設を活用し、芸術関連のイベントも盛んである。イベント実績件数や2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数からも、文化の情報発信拠点として2020年に向けた意欲があると判断できる。すでに世界的にも認知度の高い地域であるが、東京2020大会を機に、さらなる知名度の向上や活性化を行うことで、日本の文化の情報発信拠点となることが期待できる。

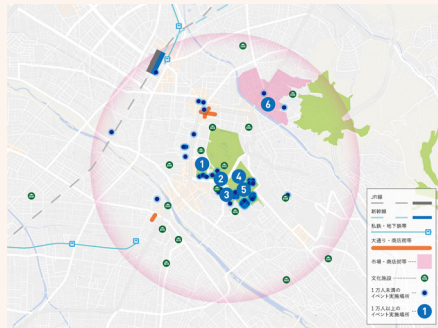
## 2. 広域関東圏エリア：新潟県 新潟市 万代通り周辺



数値的な実績による分析結果	
1万人以上のイベント実績件数	11
イベント実績件数	18
地域アーツカウンシルの有無	○
2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数	新潟県（1件）、新潟市（5件）、柏崎市（1件）、十日町市（1件）、佐渡市（1件）

万代通りや古町通り、りゅーとびあなど、屋外・屋内施設を活用し、アート、音楽、舞踊、マンガ、日本食、祭りなどといった多種多様なイベントが年間を通して開催されている。新潟の持つ豊富な自然や食文化を活かしたイベントでは、日本海地域の文化体験の発信をはじめている。また、万代通りから少し離れたエリアでも1万人以上が参加するイベントが開催されており、「わらアート」や「大凧」などといった伝統的な取り組みに対して、海外からの取材申し込みも増えてきている。beyond2020のイベント実績件数だけでなく、アーツカウンシル新潟を有し、新潟市の2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業への採択事業数も多く、東京2020大会に向けて積極的な文化の情報発信を実施している地域である。

## 3. 東海・北陸エリア：石川県 金沢市 金沢城・兼六園周辺

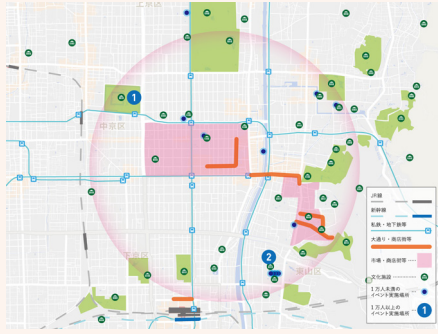


数値的な実績による分析結果	
1万人以上のイベント実績件数	7
イベント実績件数	52
地域アーツカウンシルの有無	—
2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数	石川県（2件） 金沢市（3件） 珠洲市（1件）

加賀友禅や金箔箔などをはじめ、国指定伝統的工芸品が受け継がれる金沢市では、1万人以上が参加する伝統工芸関連のイベントが実施されている。特に兼六園周辺にある金沢21世紀美術館やしいのき緑地付近に、イベントが集中しており、本調査におけるイベント実績件数では最も多い地域である。また、金沢市は国の重要伝統的建造物群保存地区に選定されている「ひがし茶屋街」や日本海の海の幸を味わうことのできる「近江町市場」などを有しており、日本文化を様々な形で体験できる場所となっている。本調査におけるイベント実績および日本文化に関する複数の軸からアプローチできるエリアであることから文化の情報発信拠点としての可能性が高い地域だと考えられる。



#### 4. 関西エリア：京都府 京都市 中心市街地（二条城～京都国立博物館を含む）

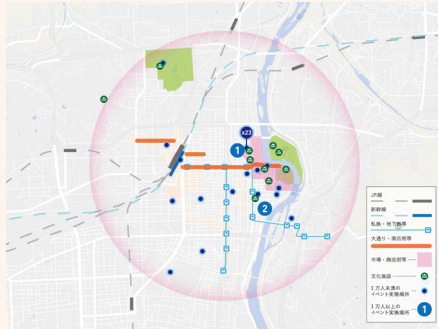


数値的な実績による分析結果	
1万人以上のイベント実績件数	3
イベント実績件数	14
地域アーツカウンシルの有無	—
2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数	京都府（1件） 京都市（7件）

京都市では「二条城」、「京都芸術センター」、「京都国際マンガミュージアム」、「京都市学校歴史博物館」といった施設での各種イベントや、「京都文化カプロジェクト」と呼ばれる東京2020大会を考慮した活動が進められており、2020年以降も歴史ある京都での文化を活動として発信していく動きがある。

また周知の事実ではあるが、古くは日本の政治・文化の中心であった背景から、二条城以外にも様々な文化財が街中に存在し、観光地として国内外の多くの人々が訪れる。葵祭、祇園祭山鉾巡行、時代祭といった伝統的な祭りや伝統工芸も様々なものがあり、日本文化を体験できる拠点となっている。伝統的な文化を残しつつ、アートや音楽などの現代文化も共存させながら、他地域と連携し、今後も文化の情報発信拠点として活動を推進していくことが望まれる。

#### 5. 瀬戸内エリア：岡山県 岡山市 桃太郎通り～岡山城周辺



数値的な実績による分析結果	
1万人以上のイベント実績件数	3
イベント実績件数	41
地域アーツカウンシルの有無	○
2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数	岡山県（1件）

イベント実績が非常に多く、岡山城周辺的美術館を使用した活動が特に活発である。2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業では、岡山県文化芸術アソシエイツ運営事業が採択されており、2016年度もアートプロジェクトおかやま推進事業や岡山芸術交流 Okayama Art Summit が採択されている。特に海外を意識した芸術関連による活動が推進されている。また岡山県は、おかやま文化芸術アソシエイツを有しており、文化芸術への支援、推進に対し特に積極的な地域であるといえる。

上記の結果と、隣接する瀬戸内海で開催されている香川県の瀬戸内国際芸術祭の存在を踏まえると、瀬戸内を中心とした中国・四国地方における芸術関連の情報発信拠点のハブ的役割を担う地域としての活躍が期待できる。



## その他のポテンシャルのあるエリア

上述の5カ所は、オリパラ事務局の取り組み（試行プロジェクト及び beyond2020）における実績と46道府県へのアンケートによる総合判断により選んだ。ただ調査を進める中で実績により調査した地域以外にも東京2020大会やレガシーに結びつく可能性のある地域や活動があるとわかった。そのため拠点調査とは別に、5つのコンセプトの視点で可能性のある地域に現地インタビューを行った。以下にエリアごとの可能性をまとめた。

### 規制整備の実験地域としての可能性：岡山城周辺

岡山城周辺エリアを歩いていると、見慣れた日常風景のなかに突如出現する現代アートに目を奪われる。これらは岡山芸術交流2016の際に作られたアート作品たちである。2016年から1年以上経った今も、その時の姿のままアートが残されている。一方、街なかでアート作品の展示やその表現を行う際に必ずぶつかってしまう規制が「広告規制」である。岡山芸術交流のアート作品も、広告規制にかかるものがあり、岡山市役所の文化振興課では、これらを残すために定期的に許可申請を行うことで街なかのアート作品の存続を維持しており、岡山城周辺エリアでは広告規制と現代アートの関係に対しアプローチが進んでいる地域であるといえる。

また文化振興課の現代アートへの姿勢も特筆すべき点がある。アーティストが提案する表現に対し、全力で実現をサポートしており、提案に対し実現できない点を指摘するのではなく、どうすれば実現できるかを考えている。また県内の小中学校に広く鑑賞を呼びかけ、事前申し込みのあった小中学校については往復バス代を助成している。それによって、子どもたちがアート作品に触れる機会を創出し、現代アートが息づくまちづくりにもアプローチしている。これは岡山城周辺及び岡山市の新たなディスティネーションになっていく可能性がある。

新たな技術や表現が生まれていく中で、2020年に向けた街なかの表現における規制へのアプローチは重要な課題の一つである。岡山城周辺及び岡山市は日本全体のルール作りのモデルとなりうる地域であり、これら既存の活動を強化・補助し、新たな次世代に残る仕組みを作っていくことは文化の情報発信として重要な取り組みである。

### 時間をかけて文化や地域ブランドを根付かせた地域：燕三条、瀬戸内の島々

今回現地調査に訪れた中で、特に時間を掛けて地域の魅力を丁寧に掘り起こし、何度も訪れたいと思わせる地域として育てた取り組みが新潟県燕三条の工場の祭典と、香川県の瀬戸内国際芸術祭である。燕三条では外部のクリエイティブチームと何を見せたいべきかを何年も考え対話を続けた結果、工場と消費者の関係性を再解釈し、ものづくりの幅をみせるという魅力を発掘した。三条市・工場・クリエイティブチームがチームとなって取り組むことで、何万人も訪れるイベントに成長し、海外からの注目も得ている。瀬戸内国際芸術祭は芸術祭を通じて「モノ」「コト」「ヒト」の発掘と発信を行っており、アートを通じた島の文化や島民との繋がりを時間を掛けて作ってきており、島に息づく食文化を発信するための塾など文化と紐づく取り組みが特徴的である。どちらの取り組みも文化や地域ブランドを根付かせ、ディスティネーションを創出した代表的な取り組みであるが、その課題を聞くと同じ回答が得られた。開催中の規模を拡大するのではなく、いかにして開催期間外に何度も来てもらう仕組みを作るかということと、継続するために取り組みの主役を地域に渡していくかという担い手の課題である。両者とも5年以上継続している活動であるが、今後も継続するには高齢化や、推進をする担い手の育成に対し対策を行っていく必要がある。瀬戸内国際芸術祭はボランティアサポーターこえび隊との連携、工場の祭典は地域の人々に仕組みをインストールするアプローチを行っている。これらは新たなディスティネーションを生み出した後の、継続性に対してアプローチを続けている取り組みであり、日本の魅力を高めていく上では、これら継続に関するサポートも重要である。

## 作り物ではない、本物の「サムライ」を感じる街：会津若松

海外で日本のことを調べる際によく検索されている言葉に“SAMURAI”がある。特に欧米では“rugby”より検索されている言葉であり、非常に人気のコンテンツとなっている。会津若松は「サムライシティ」という名称で、文化を伴った本物の「サムライ」を感じられる取り組みを始めている。作り物ではない本物を感じさせるために、本物の甲冑を着られる体験や、会津の文化や産業と紐付いたサムライを発信している。まだディスティネーションとしては、未完成では有るが、サムライ文化が残る街での本物の体験は、2020年における海外から見た日本文化の一つの本場となる可能性がある。2020年に向けて機運醸成を図るために、海外が求める日本の魅力がある地域をホストタウンとしてさらに強化していくことが必要である。会津若松はそのホストタウンの一つになり得る地域であるが、インバウンド対策や多言語対応における課題があるため、それらをサポートするような取り組みも必要である。

## 文化・産業を海外に輸出する参画プラットフォームとしての阿波おどり：徳島市

阿波おどりは、日本の誰もが知る伝統的な祭りの一つである。夏の阿波おどりでは10万人が踊り子として参加し、徳島市内の各所で賑わうイベントとなっている。400年の歴史から成るこのイベントは、“連”と呼ばれる踊り子グループが形成され、徳島県内だけでなく日本国内や海外など様々な場所に存在する。特に“連”は、地域連携の橋渡しの役割も担っている。例えば、阿波おどりの文化は高円寺、南越谷などの姉妹連を通じて、徳島の有名連が現地に教えに行き、踊りを伝承するといった活動を行っている。そのようなつながりから、関東で阿波おどりを実施する場合は、高円寺や南越谷の姉妹連などに声をかけて実施する。同様な流れで、福岡、札幌、そして海外などで阿波おどりのキャンペーンを実施することが可能となっている。このような取り組みによって、日本や世界に向けた様々な地域への文化の輸出を行い、日本文化の魅力を多くの人に浸透させていくことが今後が重要である。そのためには、今後も海外をはじめとした様々な場所で活動を展開し、“連”という参画のプラットフォームを広い分野で推進していくことが大切になってくる。

## 行政区域を超えた「SETOUCHI」による文化発信の可能性：瀬戸内

海外の旅行誌で瀬戸内地域は、“SHIKOKU-SETONAIKAI”と書かれている。その他“CHUGOKU”というくくりが多く、“SETOUCHI”という言葉は海外において未だ浸透していない。本調査における現地インタビューでは、これからTOKYOやKYOTOに次ぐ、新たな文化発信の言葉として“SETOUCHI”に可能性を感じた。特に瀬戸内国際芸術祭では、国内外に対して瀬戸内地域の情報発信をより効果的に行うために「広域連携事業」として、瀬戸内国際芸術祭2016と同時期に実施される瀬戸内地域のアートイベント事業12件と相互連携が行われている。国内で最も伝統のある現代日本彫刻展を開催している宇部市と連携協定を締結し、第27回UBEビエンナーレにおいて大賞を受賞した方を瀬戸内国際芸術祭2016に招待し、小豆島にて制作・展示が行われた。アートを通じた瀬戸内地域での地域連携が徐々に動き始めている。また、せとうちDMOでは、瀬戸内を囲む兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県の7県を対象とし、海外に向けた瀬戸内ブランドの確立を目指している。海外メディアとの連携を直接的に行っており、瀬戸内地域の様々な事業を結びつける担い手として活動を推進している。

このような行政区域を超えた地域連携によって、地名をキーワードとしてしっかり海外に向けて発信していくことは、今後多くの人に認知してもらうために重要な活動となってくることが考えられる。そのとき、活動や事業による地域連携を加速させるために、芸術祭などのような行政区域を超えたつながりをつくる機会や役割が必要となる。







## 調査の概要

# I—調査の背景

本調査の前提として1964年も含めた東京オリンピック・パラリンピックの動向と、東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局（以下オリパラ事務局）が実施しているこれまでの取り組みについて把握した。

## 1. 東京オリンピック・パラリンピックの動向

### 1.1 1964年の東京大会

1964年の東京大会は、日本の国際社会への本格的な復帰の象徴であり、敗戦から立ち上がった日本の復興を世界に示すものであった。また頑張れば世界と肩を並べることができるという自信を持つ契機となり、高度成長の弾みともなった。経済大国としての第一歩を踏み出すきっかけの大会であったといえる。1964年の東京大会を機に行われた様々な事業は、今日までの様々な文化活動の基盤となっている。

#### 1964年東京オリンピックの主なレガシー

- ・ 駒沢オリンピック公園、日本武道館等の文化施設の建設
- ・ 東海道新幹線や首都高速道路を始めとするインフラ整備
- ・ 「パラリンピック」という言葉を初めて使用した障がい者福祉の充実へのきっかけ
- ・ トイレやレストランを示すピクトグラムの考案
- ・ 上下水道、ごみ収集・焼却整備、隅田川河川浄化などの環境整備
- ・ 衛星放送によるテレビ生中継開始

### 1.2 オリパラ基本方針

2015年11月に東京2020大会の成功に向けた、オリパラ大会関連施策の立案と実行に関する「オリパラ基本方針」が閣議決定されている。

#### 「オリパラ基本方針」の基本的な考え方

- ① 国民総参加による「夢と希望を分かち合う大会」
  - ・ 大会の効果が東日本大震災の被災地を含む日本全体に波及し、国民全体に参加意識が醸成されるよう努める。
  - ・ パラリンピックをオリンピックと一体的に運営することを通じて障がい者の社会参加の拡大を図る。
- ② 次世代に誇れる遺産（レガシー）の創出と世界への発信
  - 高齡化社会、環境・エネルギー問題等多くの先進国に共通する課題を踏まえ、有形・無形の遺産（レガシー）を創出し、日本の力を世界に発信する。
- ③ 政府一体となった取組と関係機関との密接な連携の推進
  - 組織委、東京都、会場が所在する地方公共団体と密接な連携を図り、オールジャパンでの取組を推進するため、必要な措置を講ずる。
- ④ 明確なガバナンスの確立と施策の効率的・効果的な実行
  - オープンなプロセスにより意思決定を行うとともに、施策に要するコストをできる限り抑制する。

内閣官房オリパラ事務局（2015）2020年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針、[https://www.kantei.go.jp/jp/topics/2015/2020olymp\\_paralym/20151127olymp\\_gaiyo.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/topics/2015/2020olymp_paralym/20151127olymp_gaiyo.pdf)（参照 2018-02-15）

### 1.3 東京 2020 大会開会式・閉会式における演出の方向性を示す基本コンセプト

2017年12月20日に、東京2020大会の開会式・閉会式で日本・東京が世界に対して表現すべき方向性を示した基本コンセプトが発表されている。

#### 基本コンセプトにある8つのキーワード

- 【平和】和を尊ぶ考え方が、分断や対立を超えた世界につながることを示す。
- 【共生】多様な違いを認め合い、支え合い、活かし合うことで新しい価値を生み出す共生社会を目指すことを示す。
- 【復興】自然災害を乗り越え、諦めることなく次代を創ろうとする姿を示し、世界の人々への勇気へとつなげる。
- 【未来】持続可能で、人間性豊かな、新しい時代のスタートラインとする。
- 【日本・東京】歴史の中で培われ、今も生きる日本・東京の美しい感性を大切にす。
- 【アスリート】スポーツの祭典として、主役のアスリートが安心して参加できる式典を目指す。
- 【参画】多くの人々が自分も式典に関わっていると感じられるような、みんなで作る式典を目指す。
- 【ワクワク感・ドキドキ感】熱気や興奮が感じられ、一生に一度の体験となるような機会とする。

公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（2015）開会式・閉会式に関する基本コンセプト最終報告, <https://tokyo2020.org/jp/games/ceremony/concept/data/171220concept-report-jp.pdf>（参照 2018-02-15）

## 2. オリパラ事務局の取り組みに関する把握

東京2020大会の円滑な準備及び運営に関する施策を総合的かつ集中的に推進するため、オリパラ事務局が設置されており、文化を通じた東京2020大会の盛り上げに対しては以下の取り組みがある。

### 2.1 オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査の試行プロジェクト

オリパラ基本方針に盛り込まれた施策の推進にあたり、伝統的な芸術から現代舞台芸術、最先端技術を用いた各種アート、デザイン、クールジャパンとして世界中が注目するコンテンツ、地域性豊かな和食・日本酒その他の食文化、祭り、花火、伝統工芸等の文化イベントの中で、大会の機運醸成に向けて特別に実施される要素を含むイベントについて、試行プロジェクトを募集、実施している。2016年は32件、2017年は22件が実施された。2016年度の結果については、その効果・改善点が調査・分析され、オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査調査報告書に以下の課題が報告されている。

#### 東京 2020 大会に向けた機運醸成の課題

課題	内容
行政との調整、実施場所における厳格なルール	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 公共空間・文化財などの利用に当たって複数の関係先との調整が必要</li><li>・ 空港でのイベント実施時は音響の使用不可</li></ul>
オリンピック・パラリンピックとの関連性	<ul style="list-style-type: none"><li>・ オリンピック・パラリンピックという用語やエンブレムの使用不可</li><li>・ 2020年まで継続的な取り組みが必要</li></ul>
イベント告知・集客の難しさ	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 十分な告知期間の確保</li><li>・ 特に地方イベントへの集客をどう図るか</li></ul>
資金面の問題	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 今後の事業継続、発展のためには安定的な資金確保が必要</li></ul>
事業実施後の継続的な情報発信	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 事業参加者以外への関心喚起をいかに行うか</li></ul>

## 多言語対応・バリアフリー対応への共通課題

課題	内容
ハード面・ソフト面でのバリアフリー対応	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バリアフリー対応の会場確保は困難（特に野外）</li> <li>・外国語表示が少ない</li> <li>・受け入れスタッフの知識・経験不足</li> <li>・様々な障害のタイプに対する対応</li> <li>・外国人への文化や宗教上の違いへの配慮が必要</li> </ul>
人材・コストの問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対応スタッフの教育、人材の育成</li> <li>・負荷コストの負担</li> </ul>
外国人、障がい者への効果的な周知・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホームページの多言語化だけでは外国人の参加につながらない</li> <li>・障がい者向けの周知は福祉施設など経由以外では困難</li> </ul>
継続性の問題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・一過性の取り組みに終わらず、（自主事業として）いかに継続・発展させていくか</li> </ul>

独立行政法人日本貿易振興機構（2017）オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査 調査報告書 ,[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020\\_suishin\\_honbu/suishinchosa/pdf/h28houkoku1.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/suishinchosa/pdf/h28houkoku1.pdf)（参照 2018-02-15）

## 2.2 beyond2020 プログラム

日本政府が推進する 2020 年以降を見据え、我が国の地域性豊かで多様性に富んだ文化を活かし、成熟社会にふさわしい次世代に誇れるレガシーの創出に資する文化プログラムを認証する取り組み。障がい者にとってのバリアを取り除く取り組み、外国人にとっての言語の壁を取り除く取り組みなどに営利活動、非営利活動に関わらず、文化に関わる幅広い団体の活動を認証している。現在の実績は以下の通りとなっている。

### 認証事業件数：分類別（2017年12月時点）

事業分類	件数
障がい者にとってのバリアを取り除く取り組み	736 件
外国人にとっての言語の壁を取り除く取り組み	536 件
認証事業すべて	1047 件

### 認証事業件数：都道府県別（2017年12月時点）

東北	北海道	青森	岩手	秋田	山形	宮城	福島	合計
認証事業数	21	5	2	2	43	8	8	89

関東	栃木	茨城	群馬	埼玉	千葉	神奈川	東京	合計
認証事業数	20	2	2	21	36	99	212	392

北陸	富山	石川	福井	合計
認証事業数	12	62	3	77

甲信越	新潟	山梨	長野	合計
認証事業数	21	24	5	50



中部	三重	愛知	岐阜	静岡	合計
認証事業数	0	15	3	3	21

関西	滋賀	京都	奈良	大阪	和歌山	兵庫	合計
認証事業数	103	18	12	17	8	20	178

中国	岡山	広島	鳥取	島根	山口	徳島	合計
認証事業数	76	4	6	3	10	32	131

四国	徳島	高知	愛媛	香川	合計
認証事業数	32	4	3	3	42

九州・沖縄	福岡	大分	佐賀	長崎	宮崎	熊本	鹿児島	沖縄	合計
認証事業数	11	4	9	0	8	2	2	2	38

なお、「beyond2020 プログラム」を通じて、日本全国における多様な文化イベントの組成を後押しする中で、イベント主催者等から、様々な文化イベントの実施場所として公共空間を活用したいとの声が聞かれるが、公共空間の活用にあたっては、様々な制度と整合性を図る必要があり、円滑な実施が難しいケースがあることから、2017年10月に、beyond2020 プログラムを通じた多様な文化イベント作りを更に促進するため、オリパラ事務局内に、イベント主催者等から相談を受け付け、自治体等の関係部局との調整等を行う相談窓口（公共空間を活用した文化イベント促進相談窓口）を設置している。

「公共空間を活用したイベント促進相談窓口」について：

[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020\\_suishin\\_honbu/eventsoudan/](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/eventsoudan/)

## II—調査の進め方

本調査の目的と、調査遂行のための実施体制および実施プロセスは以下の通りである。

### 1. 調査目的

オリパラ基本方針推進の重点分野である「文化を通じた盛り上げ」の更なる展開に資するため、2020年に向けて日本の魅力を発信するためのイベント構想の立案・調査を行うものである。本調査では以下を実施する。

- ① これまで実施してきた「オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査」の試行プロジェクトや beyond2020 プログラムの動向を踏まえ、有識者の知見を元に、2020年に向けて日本の魅力を発信するためのイベントのひな形となりうる構想（コンセプト、イベントの内容、イベントの実施場所等）を立案する。
- ② 東京都（5カ所程度）及び主要地方都市等（5カ所程度）で2020年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所を、課題を含め調査する。

### 2. 調査体制

実施にあたり、受託事業者である株式会社ロフトワークと以下の事業者が、コンソーシアムメンバーとして体制を組み、調査事業を遂行した。また有識者の知見として、以下の16名にインタビューを実施した。

#### コンソーシアムメンバー

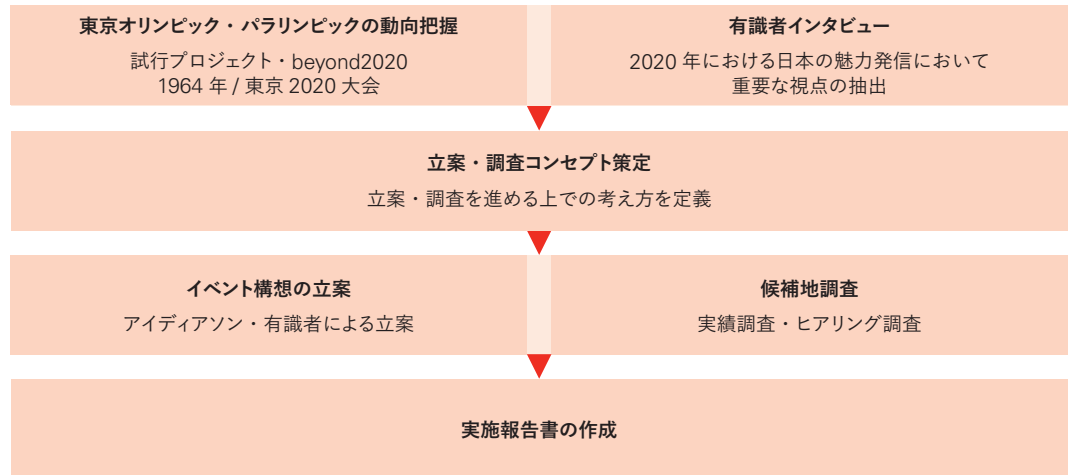
- 株式会社ロフトワーク：代表取締役 林千晶（受託事業者）
- JTQ 株式会社：代表取締役 谷川じゅんじ
- エヌ・アンド・エー株式会社 代表取締役 / 森美術館 館長：南條史生
- 株式会社コムブリッジ：代表取締役会長 三代川透
- グーグル株式会社：観光立国推進部長 陣内裕樹

#### 有識者（五十音順）

- ① 伊藤 穰一 …… マサチューセッツ工科大学教授 MIT メディアラボ所長
- ② 伊藤 直樹 …… 株式会社 PARTY クリエイティブディレクター
- ③ 岩佐 十良 …… 株式会社自遊人 代表取締役
- ④ 落合 陽一 …… 筑波大准教授・学長補佐
- ⑤ 川村 元気 …… 映画プロデューサー・小説家
- ⑥ 齋藤 精一 …… 株式会社ライゾマティクス代表取締役 / クリエイティブディレクター
- ⑦ 菅野 薫 …… 株式会社電通 CDC / Dentsu Lab Tokyo エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター / クリエイティブ・テクノロジスト
- ⑧ 孫 泰蔵 …… Mistletoe 株式会社 Founder
- ⑨ 田根 剛 …… ATELIER TSUYOSHI TANE ARCHITECTS 主宰
- ⑩ 為末 大 …… 株式会社侍 代表取締役
- ⑪ 畠中 達郎 …… 株式会社アミューズ 代表取締役 社長執行役員
- ⑫ 名和 晃平 …… 彫刻家、京都造形芸術大学教授
- ⑬ 蜷川 実花 …… 女性写真家、映画監督
- ⑭ 船越 直人 …… 松竹株式会社演劇本部 執行役員 統括部長
- ⑮ 真鍋 大度 …… 株式会社ライゾマティクス取締役 / メディアアーティスト、Rhizomatiks Research 代表
- ⑯ 渡邊 賢一 …… 株式会社 XJPJ 代表取締役 社長 / エクスペリエンス・デザイナー 一般社団法人元氣ジャパン 代表理事

### 3. 調査プロセス

目的を達成するためのプロセスは以下の通りで実施した。詳細な実施内容は各章で説明する。







基本的な考え方



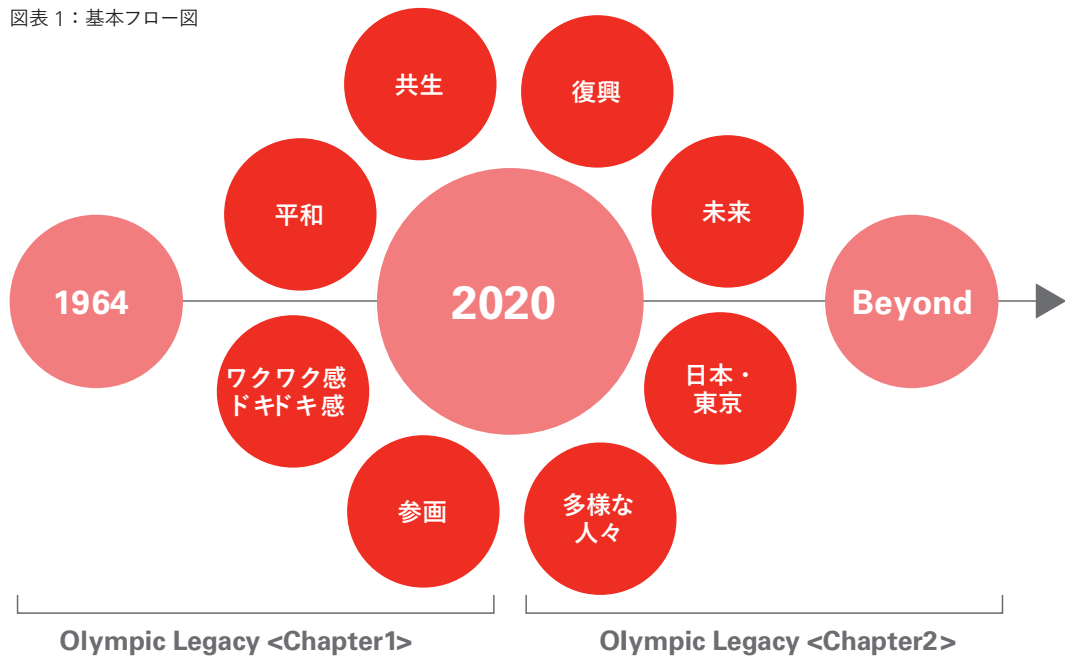


## I—8つのキーワード

調査背景で踏まえた動向を以下の基本フロー図として整理した。1964年、2020年、Beyond（未来）の3点を時間軸で整理し、それぞれを1964年東京大会のレガシー、東京2020大会の始まりで発信されるメッセージ（開会式・閉会式の基本コンセプト）、2020年を越えて続く未来のレガシーとすると、1964年から2020年の期間をOlympic Legacy〈Chapter1〉、2020年以降の未来をOlympic Legacy〈Chapter2〉に分けられる。

Beyond（未来）に続く、分岐点である東京2020大会の始まりで発信されるメッセージは、Olympic Legacy〈Chapter2〉において考慮すべき指標として捉え、開会式・閉会式の基本コンセプトにある8つのキーワードを元にイベント構想の評価軸を設定した。

図表1：基本フロー図



### Olympic Legacy〈Chapter1〉：1964年東京大会から現在まで続くレガシー

戦後復興をかけた1964年の東京大会開催により、首都高や東海道新幹線をはじめとしたハード面のインフラと、日本武道館や駒沢競技場などの文化施設が整備された。これらが1964年以降の様々な文化活動に大きな影響を与えたことは明確である。この1964年から2020年までのレガシーを「Chapter1」として捉え、その期間のなかで発展してきた日本の多様な文化を改めて見つめ直し、2020年以降の未来に向けて残すべき価値は何かを考える基軸とした。

### 分岐点としての東京2020大会開会式・閉会式

世界的なスポーツの祭典である東京2020大会において、最も注目が集まる開会式・閉会式は、2020年以降へと続くレガシーへの分岐点として捉え、その分岐点のメッセージとなる開会式・閉会式の基本コンセプトを、考慮すべき一つの視点として設定した。東京2020大会開会式・閉会式における演出の方向性を示す基本コンセプトの中で、競技大会に対する限定的なキーワードとなる「アスリート」の項目は、日本全国からの一般参加思考を促す「多様な人々」に変更。以下8つのキーワードを開会式・閉会式コンセプトとし、本調査で立案したイベント構想の方向性の一つとして設定した。

## 8つのキーワード

### 1. 平和

和を尊ぶ考え方が、分断や対立を超えた世界につながることを示す。

### 2. 共生

多様な違いを認め合い、支え合い、活かし合うことで、新しい価値を生み出す共生社会を目指すことを示す。

### 3. 復興

自然災害を乗り越え、諦めることなく次代を創ろうとする姿を示し、世界の人々への勇気へとつなげる。

### 4. 未来

持続可能で、人間性豊かな、新しい時代のスタートラインとする。

### 5. 日本・東京

歴史の中で培われ、今も生きる日本・東京の美しい感性を大切にする。

### 6. 多様な人々

多様な人々が参加・体験できるイベントを目指す。

### 7. 参画

多くの人々が当事者意識をもてるような仕組みをつくることを目指す。

### 8. ワクワク感・ドキドキ感

熱気や興奮を感じられ、一生に一度の体験となるような機会とする。

※公益財団法人 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会（2015）開会式・閉会式に関する基本コンセプト最終報告, <https://tokyo2020.org/jp/games/ceremony/concept/data/171220concept-report-jp.pdf>（参照 2018-02-15）を元に、式典に関する記述を、イベント構想への視点に置き換え作成。

## Olympic Legacy <Chapter2>：東京 2020 大会以降へ続くレガシー

東京 2020 大会から未来（beyond）へ続く期間を Olympic Legacy <Chapter2> として捉え、この期間に取り組みが残ることを、イベント構想立案の基本として設定。本調査では、レガシーを想定した文化的なプログラムがどうあるべきかを、有識者インタビューにより明らかにした上で、イベント構想を立案する。

## II-5つのコンセプト

### 1. 有識者による意見

専門分野を持ちながらも領域横断的に活動している16名の有識者に、2020年に向けた機運醸成として「レガシーを想定した文化的なプログラムとはどうあるべきか」を伺った。有識者の選定にあたっては、専門分野を持ちながらも領域横断的に活動している方を、海外・東京・日本全国など活動拠点のバランスも考慮し選定した。

- ① 伊藤 穰一 …… マサチューセッツ工科大学教授 MIT メディアラボ所長
- ② 伊藤 直樹 …… 株式会社 PARTY クリエイティブディレクター
- ③ 岩佐 十良 …… 株式会社自遊人 代表取締役
- ④ 落合 陽一 …… 筑波大准教授・学長補佐
- ⑤ 川村 元気 …… 映画プロデューサー・小説家
- ⑥ 齋藤 精一 …… 株式会社ライゾマティクス代表取締役 / クリエイティブディレクター
- ⑦ 菅野 薫 …… 株式会社電通 CDC / Dentsu Lab Tokyo エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター / クリエイティブ・テクノロジスト
- ⑧ 孫 泰蔵 …… Mistletoe 株式会社 Founder
- ⑨ 田根 剛 …… ATELIER TSUYOSHI TANE ARCHITECTS 主宰
- ⑩ 為末 大 …… 株式会社侍 代表取締役
- ⑪ 島中 達郎 …… 株式会社アミューズ 代表取締役 社長執行役員
- ⑫ 名和 晃平 …… 彫刻家、京都造形芸術大学教授
- ⑬ 蜷川 実花 …… 女性写真家、映画監督
- ⑭ 船越 直人 …… 松竹株式会社 演劇本部 執行役員 統括部長
- ⑮ 真鍋 大度 …… 株式会社ライゾマティクス取締役 / メディアアーティスト、Rhizomatiks Research 代表
- ⑯ 渡邊 賢一 …… 株式会社 XPJP 代表取締役 社長 / エクスペリエンス・デザイナー 一般社団法人 元気ジャパン 代表理事

### 2. 5つのコンセプト

整理した有識者の発言を参考に、5つのコンセプトを抽出した。以下のコンセプトを元にイベント構想の立案を実施する。各有識者の発言は有識者インタビュー要旨〈資料1〉を参照。

- ① 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる
- ② 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる
- ③ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す
- ④ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする
- ⑤ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

## 各コンセプトの参考にした有識者の発言（抜粋）

### ① 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

株式会社 XPJP  
代表取締役 社長 /  
エクスペリエンス・  
デザイナー  
一般社団法人  
元気ジャパン  
代表理事

渡邊 賢一



#### 祭り、伝統行事、伝統技能などを、海外の目線で再編集する

日本を世界に伝える際に、もっとも大切なことが外国人目線で地方をもう一度再編集することです。その地域に暮らしていると良さが見えづらくなることがあります。だからこそ、海外からの視点でその地域が持つ普遍性や時代を超えて伝播してゆくべきメッセージを浮き彫りにする作業が必要です。例えば、その地方ですっと継続している祭り、伝統行事、伝統技能なども、他所からの目線で見直してみると、「あ、なんだこういうような価値があったんだ」と新しい価値が見つかることも多いです。メタ発想とか、ノーマライズ思考という言葉をよく使いますが、地域目線と海外目線を戦略的に掛け合わせて、普遍的な価値を文脈化する仕掛け方が重要です。革新と伝統という狭間にあるのは、異文化交流による比較文化です。地域という概念でくくらず、国境を超えて通じる価値をどうエディットするかという発想で地域をデザインすることが大切だと思っています。それこそが「発展性」につながるかと考えています。

株式会社 自遊人  
代表取締役

岩佐 十良



#### 地域の人たちが、地域の宝物や文化を価値あるものと認識すること

地方の人たちって、自分のところの地形の良さ、自分のところの国の良さっていうところを知らないんですよ。例えば、新潟にある野菜ってすごい貴重なんです。新潟って伝統野菜が多分京都とか金沢よりも埋もれて残っているんですよ。本物の伝統野菜。固定種、在来種と言われているやつが、日本でも極めて珍しいものがたくさん残っているんですが、そもそも固定種在来種に対して、新潟県民はそれが貴重だという認識が全くない。京都や加賀では京野菜や加賀野菜が観光資源化して、しかも付加価値がちゃんとして、農業の活性化やサービス業の活性化にもつながっているにも関わらず。新潟にはそれ以上のものがたくさんあるのに、全く生かされていない。なぜかという、その価値に気づいていないからですね。僕らが思うのは、やっぱり地域の人たちが、地域にある宝物、保有の文化とか歴史とかを考え、どこかで流行ってるとかじゃなくて、もう一回価値あるものと認識してもらうことが最初のステップだと思っていて、これをやらないと始まらないんですよ。観光キャンペーンにしても東京2020大会にしても地方創生にしても、地方の人はどこかで流行っているものをここでもやろうとか、あそこで成功しているからうちでもやらないかって話になるんです。そうじゃなくて、まずは自分たちの文化風土歴史をちゃんと見直して、自分たちが何を持っているかっていうのを考えましょうよって。これを県民運動とか市民運動的にしていかないと、みんな他力本願な話になっちゃうんですよね。

※ この視点について主に参考とした有識者：岩佐十良、菅野薫、渡辺賢一

## ② 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

映画  
プロデューサー・  
小説家

川村 元気



株式会社  
ライゾマティクス  
代表取締役/  
クリエイティブ  
ディレクター

齋藤 精一



### 人が集まるアイコンとなるものを作るという発想から始めるのも良い

ルーブル美術館のピラミッドやベルリンの国会議事堂のドームのような、象徴的なものはやっぱりみんな見に行きますよね。お金はかかるんだけど、場所に何かを建てるとアイコンになる。例えば皇居の前にこんなものが建ち、こんな人たちが集まってくる、という順番で発想する方法もあると思います。テーマの側からだけ始めると視野が狭くなったりもする。東京 2020 大会に外国人が来たときに「皇居前に面白いものが建っているらしい」みたいなことで人を呼び込んで、そこで日本が本当に見せたいものを見せる方法もあるのかなど。

### 秋葉原みたいな電気街とか、漫画の街とか、そういうブランドをしっかりと残していかないとダメ

ちゃんと地区ごとに特色を持つべきだと思っています。今開発ばかりやっていて、品川とかもやっているんですけど、ふたを開けて見られるのが 2019 年くらい。開き始めたらみんなビビると思いますね。みんな同じで、びっくりすると思う。みんな「グローバルに開け!」「グローバルから来るような街を!」「文化が育まれるアートがある街!」って言っています。だから、結局よかったものが全部なくなっていきますよね。それが露呈するのが 2019 年とか 2020 年とかだと思えますよね。秋葉原みたいな電気街とか、漫画の街とか、そういうブランドをしっかりと残していかないとダメだと思うんです。このままいくと、全部うわべが削られて特色がなくなるので、それがまずいなと思っているんですよ。だから、それぞれの文化をつくっていく、もしくはイベントをつくっていく必要があると。

※ この視点について主に参考とした有識者：

伊藤直樹、岩佐十良、落合陽一、川村元気、齋藤精一、田根剛、名和晃平、真鍋大度、渡辺賢一、船越直人

## ③ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

マサチューセッツ  
工科大学教授  
MIT メディアラボ  
所長

伊藤 穰一



### 世界に見せるべきは技術よりも、環境問題や高齢化に対する考え方

日本が世界に見せるべきは、環境問題と高齢化に対する考え方。現状、日本は産業に対して技術革新を続けようとしているが、他国に先行されている。しかも 2020 年には、その差がさらに広がっている可能性が高い。それを考えると、見せるべきは神道や伊勢神宮などの精神性や考え方。産業や技術革新を一生懸命見せるよりも、神道をルーツに高齢化と付き合っていることや、自然と一緒にうまくやっている姿の方が面白い。

今、色々なところで環境を含めた複雑なシステムをどうやってマネージするかという話が出ている中、未来のテクノロジーのことだけを話しているの違うと思う。発展していない経済の中で日本はどうやってハビネスを保つのか、神道を元に自然とどう生きていくのかという点を見せるのが一番タイムリーだと思う。



松竹株式会社  
演劇本部 執行役員  
統括部長

船越 直人



## 東京都と国、東京都と区の調整に民間が入るのは難しい

舟運の船の実験のプロジェクトを東京都さんと一緒にやっています、2年間やってわかったのが、やっぱり行政がトップダウンでやっていくとすごいやりやすい。防災船着き場っていう、いわゆる防災にしか使えない船着場も今回実験のために使わせていただいたりとか。秋葉原の和泉橋の下の今まで誰も使っていなかったところが解放されたりとか、トップダウンでやっていただけるとすごくよかったな。船って行政間との調整が結構大変で全部絡むんですよ、国も東京都も。東京都の中はさらに都市整備と港湾と建設と3つの局に分かれていて。これを全部調整するとなると民間会社では絶対無理だと思う。こういう区とか国とか都を横断するには、国がトップダウンでまとめていかないとなかなか難しいのかなって思っています。東京都と国、東京都と区って横並びに近くて、その調整に民間が入ってってというのは難しい。

※ この視点について主に参考とした有識者：

伊藤穰一、岩佐十良、齋藤精一、為末大、渡辺賢一、船越直人、畠中 達郎

株式会社電通 CDC  
Dentsu Lab Tokyo  
エグゼクティブ・  
クリエイティブ・  
ディレクター/  
クリエイティブ・  
テクノロジスト

菅野 薫



## ④ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

### 表現に対して寛容な場所を作る

2020年のこのタイミングだけはドローンがどれだけ飛んでもいい、ものすごい高度なプロジェクトをするなど、表現ファーストとしてアーティストに委ねることも必要ではないか。法規制などはその表現を実現するために、どんな方法であればできるかという手順で、特別扱いみたいなことを、色んなところで作った方がいいかなと思っています。今回だけの特例をやるのに、2020年は最もふさわしいタイミングだと思うんですね。渋谷でこんなこと今までやったことないよね、と言われるような。やったことないことをやるということはアーティストにとって、非常に重要な表現のひとつ。「よくこれやったな」ということが、実は褒められることの半分くらいだったりする。だから、「よくやったな」ということを作らせてあげるような、表現に対する寛容さが重要だと思います。2020年のこの瞬間だけは東京も日本も、表現や文化に対して、全力で応援する。例えばこの数カ所だけはアーティストの言うことに委ねて協力するなど、もちろん法規制の専門家を横につけて調整はおこなうべきですが。難しいことだとは思いますが、意志を持っている人にドンとやらせてみる、というようなことも大事だと思う。

### レギュレーションが一体どこにあるのか、誰に聞くのかをはっきりすべき

2008年なんですけど、アルスエレクトロニカというメディアアートのフェスティバルの仕事で初めて映像を街中で大きく上映するイベントに関わり、その後2009年にはニュージーランドのオークランドでプロジェクターを大量に使った、国内だと東京駅のプロジェクションマッピングと同規模のイベントを行いました。こういったものは（街中で行うため）事故が起きるリスクはあるんですよ。それで信号の色に近いものを出すとか。もちろんシミュレーション用のソフトウェアとかも作るんですけど、「この場所でこの角度から見てこういう絵を出したら信号の色に間違えやすいからやめましょう」と、検証を行いながら実現に向けて進めていくのですが、割とレギュレーションがはっきりしていて、どうやったらそれを回避できるか対策を練って、立ち向かっていくんです。日本はそのレギュレーションが一体どこにあるのかよく分からず。僕らみたいなクリエイター側は直接警察とセッションするわけじゃないので、どこが一体問題になっているのかが企画を作る時点でクリアになっていないと、面白い企画を作っていくことが難しい。

株式会社  
ライゾマティクス  
取締役 /  
メディア  
アーティスト、  
Rhizomatiks  
Research  
代表

真鍋 大度



写真家、  
映画監督

蜷川 実花



### 法規制の面で若い子にチャンスを与える

上海で展覧会をやったんですけど、とにかく取材に来る子が若い。若い子たちが、自分で決められる権限を持っている。人数も違うし、年齢も違うんだけど、圧倒的に若い子たちにチャンスがある。私よりかなり年下の子が、「蜷川さんは商業とアート行き来してますけど、それについてどうお考えですか」と聞くわけですよ。そうすると「それは色々あるんだよ」「分かるか、君」と思わずのめりになってしまう。今の中国の子たちってすごくチャンスがある、だから責任も生まれてくるし、生命力にあふれている。もちろん同じようにはできないんだけど、もう少し若い子にチャンスをあげたい。例えばお金はこれ以上出なかったとしても、法規制を緩和して表現の面でチャンスを与えるというのもある。

※ この視点について主に参考とした有識者：

伊藤直樹、落合陽一、川村元気、齋藤精一、菅野薫、蜷川実花、船越直人、畠中 達郎、真鍋大度

Mistletoe  
株式会社  
Founder

孫 泰蔵



### ⑤ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

#### どこの国の人も自分の身近に感じられる仕組みを

平和という言葉の定義は難しいですが、すごくシンプルに考えると、どこの国の人であっても、自分と身近に感じられるってということだと思います。実際に会えば、どこの国の人だって同じ人間です。だけど、実際に会う機会がなかなかない。たまに、日本は内向きだって批判する人もいますが、会ったことがなければ外に関心を持ちにくいのは当たり前です。例えば、Airbnb のようなカルチャーが浸透し、ホストするという仕組みをたくさん作ることで、いろいろな国の人を身近に感じられる機会を増やすことができるのではないだろうか。ホテルに泊まって、東京 2020 大会見て観光して帰るだけでは日本を魅力的に思うかという、そうでは無いでしょう。日本を好きになってもらうとか、もっと言えば、東京 2020 大会を通じていろんな国の人に出会って、国が違って当たり前と同じ人間同士だと身近に感じられれば、平和に繋がっていくのではないのでしょうか。そういった意味でも、日本の多くの人たちが世界中から来る人たちをホストするような仕組みができれば良いと思います。

株式会社侍  
代表取締役

為末 大



#### つながりにってつながるのではなく、常時接続の仕方

過去に例があると思いますが、例えばブータンのカフェと日本のカフェがずっとつながっていたら。VR を着けたときだけつながる感じではなく、ずっとつながっているイメージ。向こうでブータン人がコーヒーを飲んでてこっちも飲んでいてみたい。他の国でもいいんですけど、つながりにってつながるのではなく、常時接続の仕方が出来ると良い。本当につながっているような状況になり、意識すらされなくなったときに、そのときの感覚ってどうなのだろうと思って。地方の一カ所が何の力みもなく東京やバルセロナとずっとつながって、そこになんでもないおじいちゃんたちがお茶を飲んでいて、向こうではサッカー見ているみたいな空間をつくったら面白いと思う。

※ この視点について主に参考とした有識者

伊藤直樹、岩佐十良、齋藤精一、孫泰蔵、為末大、名和晃平、真鍋大度





# IV

イベント構想



# IV

## 1 イベント構想

基本的な考え方を元にイベント構想を 11 案作成し、各構想に対して 5 つのコンセプトによる分類と 8 つのキーワードによる評価を行った。ここで示すイベント構想は 2020 年に向けて日本の魅力を発信するためのイベントの雛形となりうる構想である。各構想は実現性を担保するために、様々なイベント実施の知見をもつ有識者に協力いただき作成した。

### 1. イベント構想立案メンバー

イベント構想立案に協力いただいたコンソーシアムメンバー及び有識者は以下の通りである。

- 伊藤 直樹 …… 株式会社 PARTY クリエイティブディレクター
- 齋藤 精一 …… 株式会社ライゾマティクス代表取締役 / クリエイティブディレクター
- 谷川 じゅんじ …… JTQ 株式会社 代表取締役
- 南條 史生 …… エヌ・アンド・エー株式会社 代表取締役 / 森美術館 館長
- 真鍋 大度 …… 株式会社ライゾマティクス取締役 /  
メディアアーティスト、Rhizomatiks Research 代表
- 三代川 透 …… 株式会社コムブリッジ 代表取締役
- 渡邊 賢一 …… 株式会社 XPJP 代表取締役 社長 / エクスペリエンス・デザイナー、  
一般社団法人 元気ジャパン 代表理事

### 2. イベント構想の評価

立案したイベント構想は「基本的な考え方」にて設定した 8 つのキーワードによる採点、有識者インタビューにより得られた 5 つのコンセプトを元に行い、以下のように評価した。

#### 8つのキーワードによる 5 段階評価

イベント構想を図る指標として設定した「開会式・閉会式コンセプトと、本調査で立案したイベント構想とのリンク度」をコンセプトタイプとして 5 段階評価で採点し、レーダーチャートにまとめた。



- 【平和】和を尊ぶ考え方が、分断や対立を超えた世界につながることを示す。
- 【共生】多様な違いを認め合い、支え合い、活かし合うことで新しい価値を生み出す共生社会を目指すことを示す。
- 【復興】自然災害を乗り越え、諦めることなく次代を創ろうとする姿を示し、世界の人々への勇気へとつなげる。
- 【未来】持続可能で、人間性豊かな、新しい時代のスタートラインとする。
- 【日本・東京】歴史の中で培われ、今も生きる日本・東京の美しい感性を大切にする。
- 【多様な人々】多様な人々が参加・体験できるイベントを目指す。
- 【参画】多くの人々が当事者意識をもてるような仕組みをつくることを目指す。
- 【ワクワク感・ドキドキ感】熱気や興奮が感じられ、一生に一度の体験となるような機会とする。

## 5つのコンセプト

- ① 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる
- ② 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる
- ③ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す
- ④ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする
- ⑤ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

## 3. 立案したイベント構想

立案したイベント構想 11 案について5つのコンセプトを基準に分類した一覧は以下の通りである。各構想案の詳細は次ページ以降で記述する。

### イベント構想

#### 1. 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

- ・ TOKYO ART WEEK（立案協力：南條史生）
- ・ Media Ambition Tokyo（立案協力：谷川じゅんじ）

#### 2. 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

- ・ TOKYO CENTRAL Lighting 東京丸の内ライトアップシティドレッシング（立案協力：谷川じゅんじ）
- ・ ジャパニガン・プロジェクト-日本発 地球料理カフェ-（立案協力：渡邊賢一）

#### 3. 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

- ・ 東北 Visiting Art Project 東北芸術交流（立案協力：南條史生）
- ・ メディアパルーンアートフェスティバル（立案協力：南條史生）

#### 4. 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

- ・ Synchronizing City（立案協力：真鍋大度）
- ・ TOKYO360（立案協力：伊藤直樹）
- ・ 2020 カウントダウンイベント（立案協力：齋藤精一）

#### 5. 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

- ・ OMOTESANDO Mori to Michi FESTIVAL 表参道杜と道フェスティバル（立案協力：谷川じゅんじ）
- ・ 日本の祭り・芸能のルーツを辿る～獅子舞・仮面・山車・歌垣・手踊り～（立案協力：三代川透）

# 1. TOKYO ART WEEK



## 主な視点

既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

## 主な視点

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



© 2018 Fumio Nanjo, N and A Inc. All rights reserved.

## 構想立案協力

エヌ・アンド・エー株式会社  
代表取締役 / 森美術館 館長

## 南條 史生

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

2005年に始まった古美術・工芸から日本画・近代美術・現代アートまで、幅広いアート作品が展示される国際的なアートフェア「アートフェア東京」や2009年にスタートした商業施設や文化施設が集積する六本木を舞台に発展を続ける「六本木アートナイト」など、東京には国際的なアートイベントが複数存在する。しかし、いまだ十分に国際的な規模のアートイベントとして認知されているというわけではない。東京をクリエイティブシーンの発信基盤としてさらに強化していくため、東京の数拠点を選定し、世界に発信する総合的な芸術文化イベントとして「TOKYO ART WEEK」を開催する。また東京で開催するクリエイティブイベントを一体的に発信するプラットフォームを構築し、イベント同士の相互連携・協力・発信を促進する。

### 目的

東京全体を会場ととらえ、各所にアートを展開し、東京がアーティスティックな街であるというメッセージを発信する。東京をアジアで最も影響力のあるクリエイティブ・シティとして位置づけ、文化都市東京を目に見える形でイベント化を行う。表現メディアは、現代アートに限らず、デザイン、音楽、映像、パフォーマンス、ファッションと幅広くとらえ、会場も屋内屋外を問わず、東京の最も印象的な会場に集中させ、1週間をめどにプログラムを展開。以後、東京2020大会のレガシーとして毎年開催することで、日本の今、そしてこれからのクリエイティブの発現の場となるフレームを目指す。

- ① 異なる国の文化、新しい技術やテクノロジーといった多様な要素を積極的に取り入れ、クリエイティブ・ハブとしての東京の重要性を示す
- ② 世界中のアーティスト、クリエイターが一堂に会する場をつくり、人的・知的交流を促す
- ③ クリエイティブワークを通して、社会の様々な課題を顕在化し、共有することで、解決の糸口を探る
- ④ 新しい才能の発見とアートマネジメントに関する人材を育成する
- ⑤ アートを通し、多様な人がつながることのできる仕組みをつくり、祝祭感醸成とともに未来の地域づくりに貢献
- ⑥ 多様なイベント情報を一体的に発信し、海外からの訪問者に東京の楽しさを提供
- ⑦ レガシーとしてクリエイティブの発現の場となるフレームを目指す

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

TOKYO ART WEEK は、8つのプログラムで構成される。プログラムの概要は以下の通り。

1. アートプログラム	多様なアート作品・クリエイティブワークを街のパブリックスペースに点在させるコアコンテンツ。いくつかの作品はパーマネント展示とし、レガシーを街に残す
2. ドリーム・パワー・コンサート	日本を代表するアーティストであるオノ・ヨーコの呼びかけではじまった、教育に恵まれない子どもたちを支援する音楽イベントをモデルにしたコンサート。世界の障がい者と日本の音楽関係者が出会い、一緒に音楽をつくり出す
3. 100アーティストプログラム	世界各国からおおよそ100人のアーティストを大使館等と協力して招聘。まずは日本の各地（とりわけ東北）に滞在してもらい、そこで地域住民と交流しつつ、制作・発表。その後、TOKYO ART WEEK のメイン展示とする
4. メディアバルーン アートプロジェクト	都心部では大規模な展示会場の確保が難しいことから、バルーンを表現メディアに用いたアートプロジェクトを実施。広場や公園、大通りなどを華やかに彩る。先進的なメディアアートと組み合わせるなどの工夫を行う
5. ミュラルアートプロジェクト	世界有数の建造物が立ち並ぶ東京の街並み。それらの壁面等に若手アーティストの壁画、レリーフ等を設置
6. ラーニングプログラム	国内外のアーティストをはじめ関係者による、交流イベント、トーク、シンポジウム、多言語ツアー、手話ツアーなどを実施
7. 東京発信プロジェクト	東京の文化を幅広く一体的に発信するプラットフォームを構築。同時期に開催するクリエイティブにまつわるイベントの相互連携・相互協力を促進し、世界に対してプロモーションを行う
8. 東京フリーミュージアム	期間中、都内23区的美術館や博物館を入場無料にする。未来のオーディエンス育成の機会にも
9. 連携プログラム	地域の伝統行事との連動やさまざまなショップやレストランでの優待サービスを実施するなど東京をあげてのおもてなしを推進

## 3. 期待される効果

まず、東京のクリエイティブシーンを盛り上げるべく、TOKYO ART WEEK という枠組みを用いて、様々なプログラムを一体的に情報発信することができると考えられる。そして、アートを通して、グローバルかつローカルなネットワーキングが、目に見える形で現れ、世界と日本、さらに日本の地方をアートが結ぶという物語を打ち出すことが可能になる。また、国内外に日本の感性とクリエイティビティを発信することにより、人材や情報、資金を誘引し、アジアを牽引するクリエイティブ・ハブとしての地位を確立する。主催者が自治体、国立施設、民間企業、文化施設、地元商店街など地域の団体という異分野のステークホルダーで構成され、運営される必要があることがこのイベントの特徴。オール東京、オールジャパンの象徴として打ち出すことができる。これからの地域づくりのあり方や地域資源の活用の先進的事例として参照されつつ、エリアの拡大とともに新たなネットワークや社会システムを形成する効果が期待される。

## 4. 将来計画

- ① 2020年開催のノウハウ・体制を活かし、2020年以後も毎年 TOKYO ART WEEK を開催することを目標とする
- ② 2020年開催により構築された地方のネットワークを、様々なプログラムやイベントに展開し、新たな文化発信イベントを創出する
- ③ TOKYO ART WEEK で制作されたアート作品やモニュメントを東京に残すことで、レガシーを可視化する



## 2. メディアバルーンアートフェスティバル

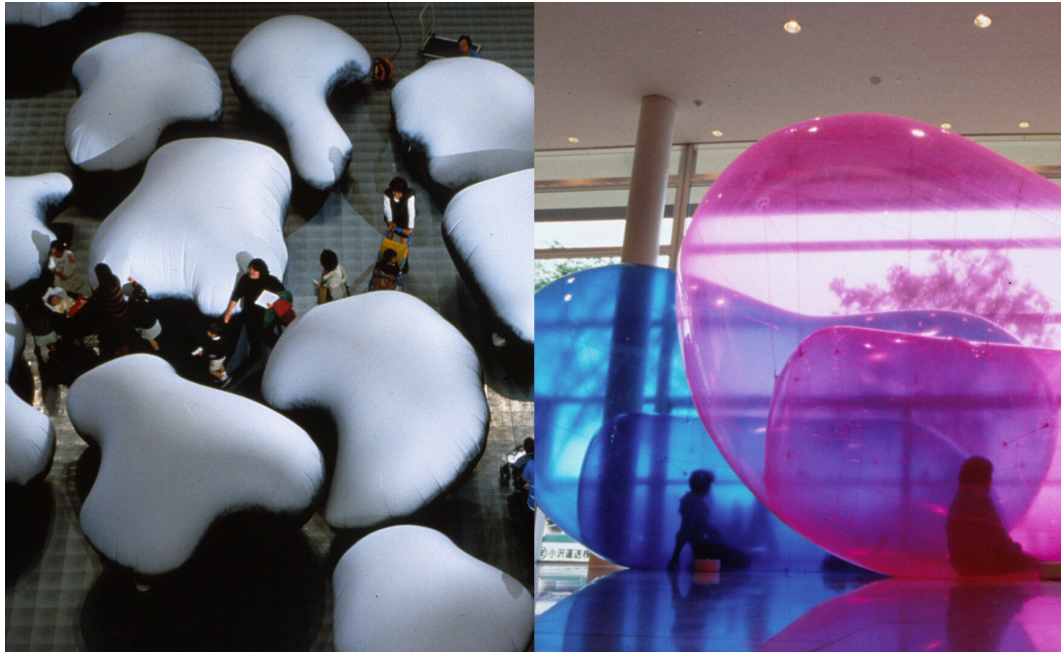


### 主な視点

行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

### 主な視点

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



© 2018 Fumio Nanjo, N and A Inc. All rights reserved.

### 構想立案協力

エヌ・アンド・エー株式会社  
代表取締役 / 森美術館 館長

南條 史生

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

東京2020大会の機運醸成を目指し、東京を祝祭的な空間に変身させるバルーンアートとメディアアートの先進性をいかしたアートフェスティバルを開催する。バルーンという素材の特性を活かし、東京の主要な広場や公園を舞台に見慣れた街をダイナミックに変貌させる。

### 目的

バルーン素材はアーティストやクリエイターの想像力をかきたてるとともに、瞬時に空間をダイナミックに変容させる力をもつメディアである。また、輸送も簡易に行うことができ、展示の際には軽く自立的に立ち上がり、膨らました時にはきわめて大きくなるという特徴がある。人口・構造物共に高密度で、規制の多い東京という街の中に、アートを展示する際に有利な表現素材である。

広場や公園を複数有する東京に、華やかなバルーンが同時多発的に立ち現れる、世界でも例のないイベントを開催することで、東京2020大会を盛り上げる。また、夜間には、プロジェクション・マッピングやLED、レーザーなど最新のテクノロジーを動員し、近年日本人アーティストの活躍めざましいメディアアートと組み合わせて新たなバルーンアートの表現をつくりあげる。



## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

メディアバルーンアートフェスティバルは、5つのプログラムで構成される。

1. メディアバルーン展示	アーティストやクリエイターによる大型バルーンを展示。メディアアートと融合した新しい表現をめざす
2. ナイトプログラム	新しい表現方法のひとつあるプロジェクション・マッピングをバルーンに投影したり、ライティングアートとコラボレーションしたりすることで、昼とは異なる景色をつくり出す
3. こどもによるデザイン 公募プログラム	世界のこどもたちからバルーンのデザインを募集し、それらを実際に制作して、展示する。この方法で、日本、そして世界のこどもたちが参加することが可能となる。デザインが採用されたこどもたちは家族と一緒に日本に招待する
4. 体験型プログラム	バルーンを使った様々なワークショップを開催すると同時に、メディアアートの特性であるインタラクティブな要素を作品に取り入れ、来場者をバルーンの世界に引き込む。外国の方も楽しめるプログラムになるよう配慮
5. 地方巡回プログラム	バルーンの良いところは簡単に移動ができること。東京での展示の前後は、地方を巡回し、世界、東京、地方を結ぶネットワークを構築する。特に東北の被災地や熊本などに巡回し、復興のイベントとして位置づける

## 3. 期待される効果

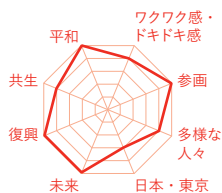
先にあげた効果の他に下記が期待される。

- ① メディアバルーンアートを通じて、世界のこどもたちの交流やネットワーク化を促進し、東京2020大会の広がりをつくり出す
- ② こどもを巻き込むことで、未来へつなぐアートというメッセージを発信することができる
- ③ 輸送や展示が簡易に行えるため、東京と地方を容易につなぐことができる
- ④ 華やかでボリュームがあるため、祝祭感を演出できる

## 4. 将来計画

事後は、2年に一度のイベントとして継続開催。東京と地方都市を会場として巡回するユニークな企画とする。また、メディアアートと組み合わせて展開することで、将来の芸術表現の発展性も見込める。

### 3. 東北 Visiting Art Project 東北芸術交流



#### 主な視点

行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

#### 主な視点

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



© 2018 Fumio Nanjo, N and A Inc. All rights reserved.

#### 構想立案協力

エヌ・アンド・エー株式会社  
代表取締役 / 森美術館 館長

#### 南條 史生

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

2011年3月11日に端を発する震災で大きなダメージを受けた東北地方。その東北を文化復興のシンボル事業として、アートを通じた人的・知的交流に焦点をあてた「東北芸術交流」を開催する。世界100カ国程度に呼びかけ、各国のアーティストを東北に招聘。およそ1ヶ月間東北に滞在し、地域の人々と対話交流をしつつ、制作活動を行う。滞在制作でつくられた作品は、制作拠点の各地方で発表。その後、東京に移動し、都内の主な展示拠点で作品発表を行う。東京では、協力可能な美術館などの文化施設、民間のギャラリー、商業施設を舞台に、内容も現代アートに限らず、デザイン、音楽、映像、パフォーマンス、ファッションと幅広いジャンルを対象とした展示を展開する。

### 目的

創造活動を通じて、東北が世界、そして東京と交流することを目的に開催。アーティストや地域住民が活動する場をつくり、地域に眠る資源や課題を発掘し、地域住民が新しい可能性を見出す地域実験の現場をつくり出す。人の往来を生み出すようなプログラムも積極的に展開。それぞれの地域の新しいアイデンティティを見つけていくような交流を推進していく。世界が東北という場を知る、地域振興の大きな機会となることを目指す。

- ① 芸術文化を通して、東北が持つ豊かな魅力を世界に紹介する
- ② 震災を風化させず、災害による復興の先進的なモデルケースとしてアピールする
- ③ アーティスト、クリエイターの活躍の場を提供する
- ④ 地域資源・人・活動・産業をつなぎ、地域社会にクリエイティブ・ハブを創出する
- ⑤ 芸術交流を通して、地方社会の様々な課題を顕在化し、共有することで、解決の糸口を探る
- ⑥ 大勢の人がつながることのできる仕組みをつくり、東京2020大会を東北から盛り上げる
- ⑦ 多言語での発信を基本とするなど、言語の整備を行い、海外からの来訪者を受け入れる体制を整える

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

東北芸術交流は、下記の視点から6つのプログラムで構成される。

- ・ Connect, Communicate, Start Up (つなぐ、対話する、始める)
- ・ 新しい文化、社会、産業のつくり方の実験
- ・ どれだけ既存の領域を横断できるか、新たな産業経済の端緒となり得るか

1. 東北レジデンスプログラム	滞在制作を通じて、多様なアート作品・クリエイティブワークを、美術館などの文化施設を中心に、コミュニティ施設、都市や自然環境の中に点在させるコアコンテンツ
2. 東京ショーケースプログラム	東北レジデンスの成果を、日本のクリエイティブシーンのショーケースである東京において東京2020大会にあわせてお披露目する。 世界・東北・東京をつなげるプロジェクト
3. 既存のアーティスト・イン・レジデンス機関とのコラボレーション	各地の地方自治体やアートNPOが担い手となり国内外のアーティスト活動を支援するレジデンス事業の発表の場とし、活動をPRする
4. インフラやシステムの整備	1. のコミュニティ施設として、シェアオフィスやFabCafe、レジデンス、コミュニティ・キッチン、民泊などを整備。東北域での様々な人や活動との連携や交流を促進
5. 地元産業との連携	アート作品の制作から産品開発、食の体験など、企業や団体と積極的な連携を行い、ものづくりを支援。各産業の新たな可能性を模索
6. ガイドブックの作成	芸術祭を契機に東北6県の観光情報も含めたガイドブックを多言語で作成。国際的な発信力を強化

## 3. 期待される効果

世界の才能を東北に呼び寄せ、多様な文化の中で、若いアーティストやクリエイターが切磋琢磨できる機会を創出することは、世界で活躍できる人材やを育成することにつながるであろう。そして、本プログラムでは新しい科学技術（デジタルテクノロジーやバイオテクノロジーなど）を用いた最先端のアート表現の紹介を積極的に行うことを考えている。この活動を通して、創造性を育成し、地域に根ざした革新の可能性を模索する。また、YouFab、ハッカソンなどを用いた新しい参加・制作方法の枠組みを取り入れることで、世界中からの参加者の募集を可能にするなど、地方の文化事業の先進的な事例として、国際的な認知度の向上に取り組む。

## 4. 将来計画

「東北芸術交流」をきっかけにつくられるコミュニティのための拠点施設（シェアオフィスやカフェなど）を、将来的にも継続可能なインフラとして整備。また、アーティストとのネットワークを通し、地域住民と諸外国の文化がつながり、将来の国際交流の端緒を開く。

## 4. OMOTESANDO Mori to Michi FESTIVAL 表参道杜と道フェスティバル



### 主な視点

新しいシンボルやディ  
スティネーションを創  
出し、文化の情報発  
信の本場をつくる

### 主な視点

デザイン、ファッショ  
ン、音楽、演劇・舞  
踊、美術・写真、映像・  
アニメーション、メデ  
ィア芸術



### 構想立案協力

JTO 株式会社  
代表取締役

谷川 じゅんじ

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景・目的

東京 2020 大会会期終了後の晩秋、明治神宮は鎮座 100 年迎える。古くから明治神宮と園周辺の杜を中心に、表参道・青山エリアは日本屈指の文化発信エリアとして発展を遂げてきた。地元の人々や様々な商業施設や周辺店舗を連動させる都市回遊型の祝祭プログラムを展開。2019 年秋のプレイベントを皮切りに、2020 年に第 1 回を開催。杜を育んだ先人の叡智に敬意を払いつつ、次の 100 年を示唆するイベントとして、世界中から人々が集まり参加できる国際的な都市型地域文化祝祭イベントを開催する。明治神宮の杜のように、歴史を経ることで味わいを深め、地元の人々や出来事と共に成長し、核になる心を未来へつなげていくような、一過性ではない継続的な価値創造を目指す。

### テーマ 1 「神宮の杜を活かす」

100 年前、先人達が築いた明治神宮の荘厳な杜の自然を舞台に、ここでしかできない歴史と文化が融合したプログラムを実施。これまでの歴史に敬意を示し、次の 100 年を示唆するような新しいイベントを展開。

### テーマ 2 「地元の環境を活かす」

日本を代表する文化発信拠点が集結する表参道の環境を活かし、商業施設やギャラリー、ホール、ショップ、飲食店等をつなぐことで街の回遊性アップを図る。表参道から世界へ最先端のライフスタイルを発信し、新しい都市型イベントを構成。

### テーマ 3 「地元の人々を活かす」

地元の商店街振興組合原宿表参道櫛会との連動を図り、既存のイベントや地元の小学校も巻き込み商圏活性化を図る表参道らしい地域連動型の文化発信を実現。これまで築き上げられたものを次世代へとつなげる。



## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

イベントは大きく4つのプログラムで構成される。

1. Mori to Michi FESTIVAL (2019 年秋)	ブレイベント表参道・青山エリアの様々な商業施設や周辺店舗を連動させ翌年のフェスティバル概要を告知
2. Mori to Michi 芸術祭 (2020 年秋)	表参道・青山エリアの様々な商業施設や周辺店舗を連動させた都市回遊型のアートイベントを開発。世界中から最先端のアーティストやクリエイターの作品やパフォーマンスが集い、世代や国を超えて表参道・青山エリアから未来へ向けてのメッセージやポテンシャルを提示
3. 日本のまつり (2020 年秋)	日本各地の祭りや地元の祭り、人や出店が明治神宮に集結し、表参道を練り歩く。祭りの伝統を通して日本文化の魅力を世界に向けて発信すると共に、周辺施設も巻き込み、各地の食や物産、旅の魅力も発信
4. 明治神宮夜間参拝 (2020 年秋)	通常はクローズされている夜間に境内を開放。神秘的な照明演出で神宮各所を演出し、明治神宮の杜の自然を楽しみながら歴史を感じてもらおう展示やパフォーマンス、地元と連動したイベント等を実施。特別な雰囲気の中でこれまでの100年とこれからの100年に思いを馳せる。

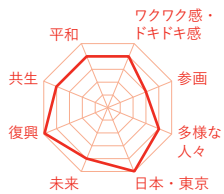
## 3. 期待される効果

地域文化の活性化、ならびに地域連携に基づくコミュニティ活動基盤の育成、世代を超えた文化継承と地域産業の連動など都市型文化圏における文化シナプスを形成し、東京2020大会開催年度における東京のローカルトピックスとして認知啓蒙していくことで、終了後も機運醸成を図りつつbeyond2020を見据えたレガシー創造を実践する。

## 4. 将来計画

2019年度のティザーイベントから始まり、2020年の開催以降はトリエンナーレ形式で3年に一回の都市中心型芸術祭としてインバウンドマグネットとして定着を目指す。

## 5. TOKYO CENTRAL Lighting 東京丸の内ライトアップシティドレッシング



### 主な視点

新しいシンボルやディステーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

### 主な視点

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



構想立案協力  
JTQ 株式会社  
代表取締役

谷川 じゅんじ

### 1. イベント構想の実施背景と目的

#### 実施背景・目的

世界の「TOKYO」にふさわしい「東京」の顔へ。ニューヨークのグランド・セントラル駅 (Grand Central Station) やミラノ中央駅 (Stazione Centrale di Milano) のように、世界の著名都市にある中央駅としての「TOKYO CENTRAL」を印象付けるライトアップシティドレッシング。グローバルインバウンドに向けた存在感強化とインバウンドコミュニケーション領域におけるマグネットとしての文化発信力の強化を図る。

荘厳な佇まいの東京駅から皇居の杜につながる行幸通りと美しい並木が印象的な丸の内仲通りを結び、東京駅から広がる象徴的なロケーションを舞台に、世界中から「本物」が集まる街「TOKYO」らしい祝祭空間を「ひかりの都市 TOKYO」としてライトアップ。体験型の新しい試みや、世界の最先端が感じられるアート、ライブ感のあるパフォーマンスやフードスタンドを組み合わせ、街と駅が一体となったダイナミックで上質であたたかい「TOKYO」らしいプログラムを開催。平日は会社帰りの人々で賑わい、週末は家族連れやインバウンド客で賑わい、街で働く人がその家族を連れて来なくなるような、また海外からここを目指して訪れたいくなるような、特別な場を創出。

「TOKYO」をマグネットに地方と東京がつながり、東京と世界がつながる。世界の文化と日本の文化を「和え」、日本らしい新しいコミュニティや文化が生まれ、成長するプロセスをイベント仕立てにして発信する。



## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

過去約 20 年の実績をベースに、次の時代を担う世界へ向けた発信力のある都市型ライトアップシティドレッシングを展開する。

【1999-2005 年】Fare Festa* 祝祭芸術"東京ミレナリオ	江戸開府以来、常に日本の中心であり、再開発の手が休むことのない丸の内地区で、21 世紀の訪れを前に、新しいミレニアム（千年紀）を 3 年越しで祝う。光の彫刻"バラトゥーラ"の輝きの中で、人々が出会い・触れ合う東京の新しい祝祭
【2006-2011 年】地球・環境・平和光都東京・LIGHTPIA	首都東京の丸の内エリアを舞台に、歴史と文化、交通と経済が交差する東京の中心地にふさわしい都市環境との共生、都市観光と文化の発展を目的とするイベントの実施
【2012-2017 年】未来を照らす、光の祝典東京ミチテラス	震災復興をテーマに開催された未来を照らす、光の祝典。日本の中心街区である東京・丸の内から、日本を元気にするメッセージを発信し「歴史、未来、希望」の光を灯すプロジェクトとして実施

## 3. 期待される効果

2017 年の東京駅丸の内駅前広場の完成、2020 年の東京 2020 大会開催という歴史的な節目を迎えるにあたり、訪日外国人が増加しており、2020 年には 3000 万人に迫る勢いと言われている。東京の玄関口として、日本の中心ともいえる東京駅周辺エリアは、観光立国のアイコンとなり、世界に向けた発信力と存在感を磨き上げていく社会的責任があるエリアだ。「SHIBUYA」といえば誰もが「渋谷のスクランブル交差点」を思い描くように、「TOKYO」といえば東京駅を思い描くような、唯一の存在を目指して街全体が一体となることを期待されている。これまで「光」をテーマに継続的にイベントを実施してきた実績と大規模な集客力を活かしつつ、ミチテラスは世界を代表する催事へと進化するべく、国内マーケットだけでなく、いかに海外に向けた発信が出来るかが鍵となる。具体的な将来像としては、「ミラノサローネ」や「Fete des Lumieres（リヨン光の祭典）」のように文化的かつ、国際的なイベントとして海外から広く集客し、街全体が一体感を持って盛り上がるような催しを目指す。その施策として、2017 年に国際的なイベントを招聘し、日本ならではの調和を図り、世界へ提示することを提案する。

## 4. 将来計画

- ① 2019 年以後、毎年開催する
- ② 国際的なライトアップシティドレッシングイベントとして世界中の主要都市で開催されるライトアップイベントとの連携を図り、ライトアップイベント嗜好層の取り込みを図る
- ③ 20 年続くひかりイベントを東京 2020 大会を契機に拡張させ、将来的なレガシー創造へとつなげる

## 6. Media Ambition Tokyo



### 主な視点

既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

### 主な視点

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術



構想立案協力  
JTO 株式会社  
代表取締役

谷川 じゅんじ

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

テクノロジーを用いたアート表現は、2000年代以降のオリンピック・パラリンピックの演出手法としても重要度が増し、もはや欠かせないものになっていると言っていいだろう。メディアアートやテクノロジーアートの分野では、世界的に高い評価を受けている日本人アーティストも多く、東京2020大会においては、日本の次代のテクノロジーとアートを総合的にアピールする機会にしなければならない。今年で6回目を迎える「MEDIA AMBITION TOKYO（以下、MAT）」は、テクノロジーと文化を通して東京を世界中の人が注目する場にしたいという想いから始まった。各国を代表する都市には、ミラノサローネやパリコレクションなど特定領域に特化した国際的イベントがあり、世界中からインフルエンサーやメディアプレスを引き寄せる求心力がある。東京にも世界中が注目するイベントを創出したい。その想いを実現するために、国際的に競争力があり今後の発展性が見込めるメディアアートを基軸に、その本場としての日本・東京を世界に印象付けて、世界中が注目する日本となることを大きなビジョンとして掲げる。約2週間にわたり東京を舞台に最先端テクノロジーを活かしたアート、映像、音楽、パフォーマンスを一堂に集積。東京の街全体がテクノロジーカルチャーのプラットフォームとなり、世界中が注目する都市・東京となることを目指す。

### 目的

- ① 日本が得意とするテクノロジーによるアート表現を、東京から世界に向け発信
- ② 2020年に向けたインバウンド市場を拡大するための、新しい強力なジャンルとして育成
- ③ 国内においてテクノロジーとアートの融合領域のさらなる啓蒙と普及
- ④ 次世代を担う若手アーティスト育成
- ⑤ ①～④を早期に実現するための資金獲得が必要

メディアアートやテクノロジーアートの分野では、「文化庁メディア芸術祭」などがある。メディア芸術祭は現在では約90もの国から4000作品を超える作品が集まり、最高7万人もの来場があるフェスティバルになっている。ますます拡張していく領域ではあるが、全てを行政に委ねるのではなく、民間ができる場所は民間が自発的に主体性を持ってやっというところから始めたのがMATだ。MATは、

2013年に立ち上がり、ジャンルの枠にとらわれない国内外のアーティストやクリエイターが、国内外の企業、ディベロッパー、アートバイヤー等とプロモーションベースではなく、直接的につながり、共に意義を共有しながら一つの作品をつくる、まさに東京という都市を舞台にしたテクノロジーカルチャーの実証実験の場として着実に回数を重ねてきた。また今後、社会のニーズが高まるロボット工学やAI技術、バイオテクノロジー等の領域も取り込むことにより、テクノロジーとアートが融合するバリエーションも多様化させると共に、新しいテクノロジーを社会に根付かせるための文化的価値をアートの力によって実現。テクノロジーが生活に組み込まれた先進都市東京を世界に印象づけ、発信していくことを目指す。

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

MATは、3つのプログラムで構成される。

1. MAT EXPOSITION	都内各所で多彩な実験的プログラムを展開。アーティストとパートナー企業によるインスタレーションや、インタラクティブに体験できる新しいスタイルのライブパフォーマンス等、都市にテクノロジーアートを実装する発信型プログラム
2. MAT TALK	時代の先端を走るアーティストやクリエイター、研究者、編集者らがテクノロジーとアートを軸に日本のネクストビジョンを見据えた刺激的なトークを展開。より深くMATを楽しんでもらうプログラム
3. MAT WORKSHOP	国内外のアーティストと企業による次世代育成、共創を目的としたプログラム。ARTとテクノロジーの掛け合わせによる新領域の価値創造実験の場

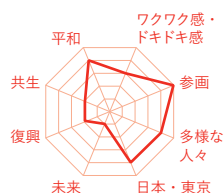
## 3. 期待される効果

MATでは東京の街を舞台に、オリンピック・パラリンピックの演出手法としても注目が高まっているテクノロジーを活用した表現技術を実体験できる場を提供。通常見ることのできない開発途中の技術や未来へつながるような先進的なアイデアを、多くの人が現実に体験できる機会をつくり、アートとテクノロジーが掛け合わされることで生まれる新たな価値を多くの人と共有。分野の枠を越えた新しい領域開発にも積極的に挑戦し、新事業を創出。企業とアーティストが協業し独自作品を開発、単純な商業プロモーションとは一線を画したアート・文化領域の文脈で高付加価値な情報発信を行う。東京の街や関連イベント、メディアを適切に結びつけることで、話題性の拡大と相互作用による送客効果を実現し、コンパクトで多様性に満ちた東京の魅力を訴求。潜在的な都市の力を強化する。

## 4. 将来計画

MATは、2013年から2018年まで過去6回2月の時期に開催。2016年には、遠藤利明東京オリンピック・パラリンピック大臣もMATの会場を視察をした。MATは、テクノロジーとアートを切り口に日本の今を知ることができるプレゼンテーションの場として期待が高まっている。2020年まで、それ以降に向けてメディアアートをジャパンコンテンツの中核に育て、海外イベント、団体との協働をさらに活性化、さらには海外マーケットへのPR戦略への転換を実現し、インバウンドマーケットの需要拡大を目指す。

## 7. 日本の祭り・芸能のルーツを辿る～獅子舞・仮面・山車・歌垣・手踊り～



### 主な視点

多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

### 主な視点

ファッション、音楽、演劇・舞踊、生活文化関連



構想立案協力

株式会社

コムブリッジ

代表取締役会長

三代川 透

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

日本の祭りや芸能は決して日本独自に今日まで続いてきたわけではない。悠久の時を超えて、他に類を見ない東西の世界との文化交流の末に、日本各地の伝統の祭りや民族芸能の今がある。ライオンダンス（龍舞）はアジア各地にあり、山車の起源はユダヤにあるという説もある。このように今も生きる日本各地の祭りや芸能につながるルーツが実は世界各地に存在する。スポーツの祭典、東京2020大会の開催は、日本の生活文化に残る、時空を超えた絶え間ない世界の人々との交流の歴史を知る絶好の機会となる。

### 目的

芸能のテーマごとに日本各地及び世界の祭り・芸能・演者が一堂に会するプログラムを展開、世界の人々と日本の人々が共にその源流に触れることで未来につながる交流を実現する。

- ①今を生きる芸能のルーツ・発展の歴史を明らかにする
- ②地域において、世界の人々につながる注目の観光コンテンツとしてブラッシュアップする
- ③国内外の人々、特に地域と世界の人々の心の交流を促進する
- ④今を生きる世界の民族芸能のショーケースとして中心的な役割を果たす

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

2019年夏	日本の歳時記に則ったスケジュールにて世界民族芸能祭をテーマを決めて連続的に実施 オリパラ以降は4年に1回のペースで継続的に展開する
2019年秋	
2020年春	

### 3. 期待される効果

日本各地の祭りを単に集積するだけでなく、世界各国の芸能や祭りと共に共演させることで新たな関心を引き起こす。今も生活文化に残る様々な交流の歴史を知ることは、同じルーツを持つ者同士の親近感を醸成し、お互いへの関心を喚起、心の交流を促進する。その波及効果は生活文化全般への若者たちの新鮮な関心をも喚起し、新しい交流のステージを提供する。

### 4. 将来計画

世界各国の民族芸能の痕跡が集積された島国日本は、まさに人類交流と平和の象徴の地として最も期待される地域となる。生きる芸能のミュージアムとして世界の文化交流の歴史をアーカイブし、世界の民族芸能のメッカ=人々の交流センターになることを目指す。



# 8. TOKYO360



### 主な視点

新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

### 主な視点

デザイン、美術・写真、映像・アニメーション、メディア芸術

### 構想立案協力

株式会社 PARTY  
クリエイティブ  
ディレクター

### 伊藤 直樹

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

携帯電話が登場した 1980 年代以降、データ通信の発展は飛躍的に進歩し、今ではスマホで動画視聴も当たり前の時代になっている。データ通信に関して、さらに 2020 年に向けて大きく精度・性能の向上を目指している技術が、次世代移動通信「5G」と高精度 GPS である。これらの技術をデータ通信のインフラとして、表現と合わせてその可能性を示すことは、世界が注目する 2020 年において重要であると考え、東京から日本の全方位に向けて魅力を発信する「TOKYO360」というイベントを開催する。「東京」というのはシンメトリーな文字。東京という文字を回転し、上から見ると、日の丸になる。この視点を元に、「TOKYO360」は 365 日前ではなく 360 日前から、世の中のこと、日本のこと、その魅力を余すことなく 360 度伝える。

### 目的

- ① 2020 年に向けた日本全国及び世界中の機運を醸成すること
- ② 次代表現についての規制整備及び団体を促進すること
- ③ 国内外において参加型モデルへの啓蒙と普及をすること
- ④ 日本の魅力を 360 度あますところなく伝えること

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

TOKYO360 は、3つの機能により構成される。

1. ヘリポートとドローン	ヘリポートの真上にドローンを常に常駐させ、100 台や 1000 台の規模で、常に東京を 360 度スキャンする状態をつくる。次世代移動通信「5G」のネットワーク回線を使うと、それらをリアルタイムで送信できる。衛星放送でなくとも、生放送に近いことができ、ドローンにより飛ばした映像やコンテンツは限りなくリアルタイムに全国・世界中に発信する。
2. 乗り物と AR	飛行機や新幹線など乗り物を使った発信を行う。現在、羽田の増便で渋谷の上を飛行機が通ることが計画されている。乗客にとって、街を見るのにすごく良い機会であるため、スキャンした東京のデータと AR を連携させて「窓」に表示させる。高精細の GPS と高速なデータ移送により、実際の東京の街並みに対して、様々な場所の情報や表現を投影できる。乗り物の窓を通して、東京の魅力や最新情報を楽しんでもらう。
3. 絵文字と漢字	日本は 1964 年の東京オリンピックの際に、グラフィックデザインが成長したと言われている。特に大きな成果としてピクトグラム、サイン関係があげられる。これは日本人が英語による案内ができなかったことに由来するが、2020 年においても同様であると考えられる。2020 年代のピクトグラムやサインが何かを考え、日本が世界に誇る文化の一つである「絵文字」、もともとピクトグラムであった「漢字」によるコンテンツを発信する。

## 3. 期待される効果

新しいテクノロジーである 5G 及び高精度 GPS、ドローンの活用をクリエイティブと内閣官房がチームを組み、表現に対する規制について検討することで、表現への規制のあり方と、最新テクノロジーに対する行政としての対応を時代に合った形で整備し、レガシーとして残す。



## 4. 将来計画

仕組み及び取り組んだチームとの関係性や、新しい場所での表現実績は2020年以降も残り、今後の活動の基盤となる。また新しいテクノロジーや技術が出た際の規制整備の方法として、アーティストの活躍を推進。多方面での文化活動の発信機会を増やす。

2018年	実験場所の調査及び選定
2019年	5G及びGPS精度の実験、ドローン飛行実験、新幹線での試行実験
2020年	100日前日本全国カウントダウンイベント
2021年	スキャンデータによる、東京の魅力再発信展示

## 9. カウントダウンライティングイベント



### 主な視点

新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

### 主な視点

デザイン、映像・アニメーション、メディア芸術

### 構想立案協力

株式会社  
ライゾマティクス  
代表取締役  
クリエイティブ  
ディレクター

齋藤 精一

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

カウントダウンイベントは東京 2020 大会の機運情勢の重要な要素の一つである。間近になり、いよいよ始まるまで、自分には遠い存在である東京 2020 大会に対し、自分も参加できるものであることを示す方法を、カウントダウンでは実施する必要があります。カウントダウンイベントという枠組みの中で参加する仕組みを実験し、様々な手法を試すことで、東京 2020 大会の機運情勢を高めるとともに、参加型の取り組みの仕組みとしてレガシーとなることを目指す。

### 目的

- ① 2020 年に向けた日本全国及び世界中の機運を醸成する
- ② 次代表現についての規制整備及び団体の促進
- ③ 国内外において参加型モデルへの啓蒙と普及

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

2020 カウントダウンイベントは、以下の機能により構成されます。

300 日前・500 日前の  
カウントダウンイベント

東京だけではなく、地方でも同時多発的にライティングを行い、オリンピック・パラリンピックに向けた機運醸成を目的とした市民参加型のイベントである。東京のメイン会場は新宿御苑。イベント会場にいる人々へのエンターテインメントとして、音楽やパフォーマンスなども同時に行うことを想定している。告知としてテレビ・ラジオ各局など主要メディアの協力を得て、イベント当日までの機運を高めていくことも重要な要素である。instagram/twitter/LINE/Facebook 等のソーシャルメディアも最大限に活用し、告知→拡散→実施→参加の様子を投稿してもらう仕掛けを検討する。

## 3. 期待される効果

2020 年という特別な節目における、新しい参加型のカウントダウンが同時多発的に全国で実施されることにより、それまで遠い存在だった東京 2020 大会を身近に感じられ、かつ平和や復興のメッセージとなる。それにより 2020 年に向けた機運醸成を行うと同時に、新たな参加型の取り組みにおける規制や課題を整理・解決していくことで、2020 年以降における様々な催事や取り組みへの機運醸成・イメージの創出を行う上での参考となる。また参加した人々とのつながりは、その地域に残るため、地域での情報発信の仕組みとしても残ることを目指す。

## 4. 将来計画

参加型の仕組みは、各地方創生及び東京のイメージ創出において、重要であると考えられる。これらの仕組みを様々な催事や、国家の節目などに合わせて行っていくことにより、日本・東京の今の姿を視覚的につたえることが可能となる。世界から見える日本のイメージを作る活動及び、表現と規制課題の整理を続けていく。

## 10. ジャパニガン・プロジェクト – 日本発 地球料理カフェ –



### 主な視点

新しいシンボルやディ  
ステイネーションを創出  
し、文化の情報発信の  
本場をつくる

### 主な視点

和食・日本食などの  
食文化



### 構想立案協力

株式会社 XPJP  
代表取締役 社長 /  
エクスペリエンス・  
デザイナー、  
一般社団法人 元氣  
ジャパン 代表理事

### 渡邊 賢一

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景

世界のビーガンシフトを背景に、ベジタリアンやビーガンなどの菜食主義者のオリンピック・パラリンピック選手から、日本の精進料理や野草文化、山菜料理、山伏料理などの知恵への関心が高まっている。

### 目的

各地域の精進料理等の調理法を現代風にアレンジをしたカジュアルなカフェ&レストランを期間限定で展開し、日本の魅力を発信してゆく。食材選定、コンセプト、世界観などをしっかりと伝えることで、日本各地に存在する自然と一体となった山菜文化、野菜料理の魅力を発信してゆく。

\*ジャパニーズビーガン=ジャパニーズ・ビーガン（日本の精進料理をエッセンスとした地球料理）

## 2. 試行プロジェクトの具体的な内容・スケジュール

本プロジェクトの具体的な内容は以下の通り。

- ① コンセプトは「自然との共生、地球料理を日本から」
- ② 日本の精進料理文化、山菜料理をモチーフとした各国向けのメニューを開発し、選手村に 200 平米ほどのレストランを新設
- ③ 地域、産地、ローカル料理人と連携した運営体制を確立し期間限定で実働
- ④ メニューはビーガン朝食（米ベース）、米粉パン、伝承野菜、ジャパニーズ・ピクルス（漬物）、豆腐&大豆ハンバーグなど
- ⑤ 壁面ボードは日本の自然循環を表現した海、山、湖、川、森と野菜、種などの関係性や水の貴重さを表現

## 想定されるスケジュール・会場など

### ① 開催時期：

2018年2月	基本構想の立案
2018年5月	プロジェクトチームの構築
2018年7月	メニュー開発、リクルーティング、店舗デザイン、ファンディング
2019年1月	プロジェクト実働、テストマーケティング、メニューブラッシュアップ
2019年4月	テストオープン
2020年4月	本オープン
2020年5月	実施期間
2020年10月	クローズ、レポート
2020年12月	事業終了

### ② 体制：鶴岡市との連携

- ・ 山伏精進料理を推進する山形県鶴岡市と強く連携。同市はユネスコ食文化創造都市に認定されており、すでに海外における連携体制を保有。
- ・ 鶴岡市にある出羽三山 月山神社の齋館が持つ精進料理の哲学と調理方法を活用したレシピ開発が可能。
- ・ 鶴岡市に本店があるアルケッチャーノの奥田政行オーナーシェフと連携し、各国の味覚に合わせてアレンジが可能。
- ・ 庄内平野に存在する80種類の伝承野菜や地域野菜を活用した食材供給が可能。
- ・ 同市以外にも全国に精進料理ネットワークが存在し、多様な地域連携型のスキーム構築が可能。

## 3. 期待される効果

- ① 日本の精進料理文化、山菜料理文化、行事食、山伏料理文化など世界が期待するビーガン・ガストロノミー層へブランディング
- ② 上記分野の地域資源を保有する地域（山形県鶴岡市ほか全域、長野県全域、山梨県全域、沖縄県全域等）の地域デザインの強化
- ③ 海外からの来場者（東京2020大会・アスリート、観客、メディア等）へのテストマーケティングによる、市場特性の分析と横展開
- ④ ジャパニガン（日本型ビーガン）の発信による日本のガストロノミー全体の底上げ
- ⑤ 料理人、アスリート、地域プロデューサー、生産者のネットワーク化の進展により、次世代への価値づくりの継承を促進

## 4. 将来計画

2020年における事業実績から、ガストロノミー分野における活動を引き続き行い、地方におけるインバウンド振興を推進する。

2020年	事業の本格実施
2021年	事業の民業化とパッケージ化によるガストロノミー分野のインバウンド振興とクールジャパン戦略の実装化
2022年	地方自治体と地域食文化資源を連携、連携した地域食文化資源を活かした地域レストランの展開

# 11. Synchronizing City



## 主な視点

新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

## 主な視点

デザイン、ファッション、音楽、演劇・舞踊、美術・写真、建築

## 構想立案協力

株式会社ライゾマティクス取締役 / メディアアーティスト、Rhizomatics Research 代表

## 真鍋 大度

## 1. イベント構想の実施背景と目的

### 実施背景・目的

ロンドン大会開会式やリオ大会閉会式、国立競技場閉会イベントなど大型イベントの演出で使われているリモートコントロール技術。一度に数万人のオーディエンスが手に持っている光のデバイスの色を一斉に制御する演出などで数多くの人々を感動させてきた。

本プロジェクトでは、スタジアムなどの特殊空間で使われて来た演出技術をさらに進化させることで、街中などのパブリックスペース、半径 2km 程度の範囲にある光や映像のデバイスを一カ所から遅延なく正確にコントロールすることを可能とし、街一帯で共通の時間軸や、色・光などの視覚情報を参加者に与えることによって、参加者同士のコミュニケーションや、俯瞰して眺めた際には大きな都市のアートを作り出すことが可能となる。古くは、紀元前 299 年にアレキサンドリアのファラオ（王様）たちのために建てられた灯台や、ローマ軍が使用した信号塔から発する光と煙とローマ時代、そして現代では The Lindbergh Beacon など、都市における光とコミュニケーションには長い歴史があり、その時代の通信技術によって光を用いた文化が形成されて来たが、本プロジェクトでは最先端の通信技術を用いることにより、今の時代の東京でしかできない光のインスタレーションを実施し、歴史上にも記録される大きな取り組みとなることを目指す。

また、このような特権的な演出に対して、多様なクリエイターが参加し扱えるようにするために、開発、及び制作ツールをオープンソースにし、光や映像クリエイターだけでなく、ファッションデザイナーやプロダクトデザイナーなど様々な分野のクリエイターがインスピレーションを受け、実装が楽になるような施策も行う。（※最大 10msec 程度の遅延に収めることが可能となり肉眼で識別することは難しい量に収まっている）

なお、参加型の公共イベントであり、参加者をはば広く募り、パーソナルメディアからもアクセス可能にすることで、主体的な「自分たちがつくりだすイベント」感覚を高められる強みがある。それによって、参加者どうしが SNS を使って、事前、開催中、事後のプロモーションを、国内外に向けて自主的に拡大させていく効果が予想できる。また、被写体としてのイベントの様子は、マイクロ（空中撮影、衛星写真など）～マクロ（インスタグラムなど）の両面での視覚効果を敷衍させ、イベントの多面性をアピールできるだろう。メディア表現を利用して、事後的ドキュメントもこれまでにない多彩な形式で残すことができれば、今後へのレガシーとして有効に残っていくことが予想される。

## 2. 試行プロジェクトの具体的内容・スケジュール

街中でイベントに参加している人たちのデバイスを、リアルタイムに一斉に同期させ、全てのひとがつながり、全参加者が一緒に盛り上げるイベントを開催。920MHz 帯の技術を利用し、街中のデバイスを通じて映像や音楽などを同期させる。技術的には、ある地点より同期信号を流すと、約半径 1～2km 以内にあるデバイス（小さな受信機を内蔵）がリアルタイムでデータを受信し、光や映像などを制御することができる。信号を数珠つなぎにしていけば 10km でも 20km でも同期することも可能。受信機さえあれば、街にあるすべてのものを同期することができるので、例えば渋谷のスクランブル交差点のディスプレイや街にある店舗の照明などを同期し、PV のような世界を作り出す。また、イベントへの参加の仕方として、参加者に受信機を内蔵したアイテムを購入したり、専用アプリをダウンロードしたりしてもらい、各自の持っているデバイスで同期させ、みんなが参加することを能動的に楽しめるようなイベントにする。

一方で、「コラボレーティブ」という視点を加えることも加味し、開発キットを展開する。そのようなオープンソースによる仕掛けによって、クリエイターなどを巻き込みながら、様々な形で、より多くの人々がイベントに参加できる状態をつくる。この開発キットによって、様々なデバイスの実装が自由になって



いく状態を目指す。例えばファッションデザイナーが本デバイスを用いて洋服を作ったり、プロダクトデザイナーが専用プロダクトを開発したり、ほかにもミュージシャンやエンジニアなど様々なクリエイターが自発的に活動に参加できる流れを作り出すことができる。

なお、イベントの実施体制として、実行委員会形式をとり、連動する機関や団体を増やしていくことを想定している。

### 3. 期待される効果

イベントとしては、スタジアムなどの限定されたエリアを飛び越えて、広域な公共空間を対象に、不特定多数のオーディエンスが、デバイスやパーソナルメディア（スマホなど）を使うだけで、アートクリエーションの参加者として、通常では存在しない、都市を舞台としたダイナミックなグルーブ感に巻き込まれ、主体的な共有感をもちえることが大きな強みである。色や光といった、個人嗜好を超えた表現メディアを起点に、グルーブを同期させることで、予想を超えた大きな一体感が生み出される。作品は、ハードの制御だけでなく、ソフトウェアのプラットフォームとしても機能しているため、開催場所の都市環境を利用して、周辺のディスプレイや照明、音響設備などを巻き込み、光や色に加えて、映像、音楽などを同期させる拡張連動的な表現が可能であり、イベントの規模を拡大することが容易である。さらに、オーディエンスのパーソナルメディアへのアプリのダウンロードなどの簡単な手続きを完了すれば、多領域のアウトプットの表現が、これらに同期させることができ、イベントの幅が広がるだけでなく、都市環境とパーソナルメディアがリアルタイムで連動する、これまでにない参加型のイベント効果を期待できる。

また、開発環境のソースコードを公開することで、多方面のクリエイターの参加を促し、多彩な表現をネットワークして同期させ、都市環境にインストールすることが可能になり、メディアテクノロジーをメインプラットフォームとするイベントならではの、これまでにない派生拡大効果をもった開催事例になることが期待される。報道メディアのマスコミの協力も得られれば、TV放映やラジオ放送の上でも、ダイナミックVR、ARなどのヴァーチャル技術によるメディア表現を中継映像に加算することが可能であり、現場に参加できない観客でも、現場にいる以上の体験をすることができる。いままでにない多方面に拡張連動されたスケール感を、東京から発信する公共イベントとしてアピールできるに違いない。

### 4. 将来計画

今回開発するソフトウェアのプラットフォームによる都市イベントは、今回の指定場所だけでなく、他の場所や地域での応用展開が可能で、その都市や環境に合わせてカスタマイズ、アップデートすることが容易になる。さらに、プラスアルファの広域展開を考えるならば、数カ所の遠隔のエリアをリアルタイムで通信させて同時にイベントを開催する、といったプランも可能である。

発展系として、光や色の演出に対して、ネットワークから一般参加者のデザインをアップロードしてもらい、限定時間内で順番に採用して公共空間に実装していくプランも実現可能である。

今回の開発ツールのオープンソース化によって、連携参加したクリエイターの多くの作品を、別の形で再集積させた展示企画なども実現できる。また、ソフトウェア開発の面では、今回のイベントを発起点として集合知的な開発が継続的にアップデートされ、各方面で応用利用されていくといった展開も可能になる。

## II アイディアソンの実施



### 1. 参画のプラットフォームとしてのアイデアソン

東京 2020 大会は日本全体が一丸となって作り上げていく大会であり、一人ひとりの関わり方も重要である。そのためには東京 2020 大会に対して様々なアイデアや強い思いがある人達の参画を促し、アイデアに共感する人達をつなげ、実現する方法を探ることができる取り組みが必要である。本調査では参画のプラットフォームとしてのアイデアソンを実施することで、アイデアを持つ人の参画の可能性と、それらの人をつなげることにより生まれる価値を検証した。

### 2. 開催概要

開催概要は以下の通りで実施した。告知は株式会社ロフトワークの公式サイト及び SNS、また会場協力の 100BANCH サイトにより行った。

イベント名	文化のオープンイノベーション Playful Japan 2020 2020 年、1 万人が参加するイベントを構想する
開催日時	2018 年 1 月 23 日（火）11:00 ~ 19:00 開場：9:30 / 終了後懇親会を 20:30 まで予定 ※参加者募集期間：2017 年 12 月 25 日（月）～ 2018 年 1 月 17 日（水）
場所	100BANCH 3F:LOFT 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 3-27-1
審査員	谷川 じゅんじ JTQ 代表 / スペースコンポーザー 南條 史生 エヌ・アンド・エー株式会社 代表取締役 林 千晶 株式会社ロフトワーク代表取締役 / MIT メディアラボ所長補佐
参加者数	45 名程度
対象	・ 熱意を持って文化活動に取り組まれている方、2020 年における日本の魅力発信するアイデアをもっている方 ・ 日本の魅力を発信するアイデアをお持ちの方 ・ これまでの活動を 2020 年に大きく展開したいと考えている方

### 3. 参加者について

2017年12月25日(月)～2018年1月17日(水)の期間にて募集。80組103名の応募があったが会場運営を考慮し抽選、最終的に45組59名に調整した。アイデアソン当日は、30組35名の参加があり、会社員、大学所属研究者、イラストレーター、ファッション、スタートアップ事業者、学生団体、フリーランス、メディア、クリエイティブ、芸能事務所など多様であった。

### 4. プログラム内容

当日は以下のプログラムを実施した。

<b>1. Keynote :</b> 株式会社ロフトワーク林千晶	2020年に向けた文化プログラムを構想するための参画のプラットフォームであるアイデアソンの意義についての説明
<b>2. オープニングディスカッション</b>	<p>東京2020大会及び文化プログラムに関する共通テーマで議論し理解を深めた。今回の共通テーマは2018年2月1日から始まる東京文化プログラムの企画アイデアの公募「Tokyo Tokyo FESTIVAL」を参加者がどう捉えているか。「Tokyo Tokyo FESTIVAL」は東京都及びアーツカウンシル東京（公益財団法人東京都歴史文化財団）が東京文化プログラムを実施する委託事業者を個人から企業まで広く公募するものであり、1月23日現在、東京2020大会を最も身近に感じるテーマであると考え、共通の議論テーマとして設定した。</p> 
<b>3. アイデアピッチ</b>	<p>オープニングディスカッションを通じて多様な経歴を持つ人の視点を取り入れながら、2020年に向けて日本の魅力として発信したいテーマでアイデアを考え、ワークシートに落とし込み、アイデアを全体に発表。一緒にアイデアを具現化したい、同じ方向性で考えたいと人同士で集まり、チームを結成した。</p> 
<b>4. アンカンファレンス &amp; イベント構想作成ワーク</b>	<p>結成したチームごとに、イベント構想のアイデアについての議論を行い、イベント構想を作成。多様な属性を持つ参加者同士が、深く議論を交わすことを目的とし、テーマは設定せず、参加者自身により議題を設定しイベント構想をまとめた。</p> 
<b>5. 審査・発表</b>	一次審査で審査員により選ばれたチームのプレゼンテーション、その後コンソーシアムメンバーの選定にてグランプリ及び審査員賞を選定した。

## 5. 実施結果

アイデアソンの実施結果は以下の通りとなった。

### ① アンカンファレンス & イベント構想作成ワークの結果

アイデアピッチにて結成したチームごとに、イベント構想のアイデアについての議論を行い、イベント構想を作成。イベント構想は 15 チームから計 26 案作成された。作成されたイベント構想と代表参加者名は以下の通り。

イベント構想タイトル	代表参加者
メトロ（鉄道）の車窓から	福島シオン
NINJA OLYMPIC 2020 in AKIHABARA	菊池映輝
プロジェクトマッピングのオリンピック	イシタミチユキ
Reul JAPAN Fashion Week(tokyo fashion week+1)	ふんどしマン
復興花火万博	オクダ・コマツ・ホンダ
Tokyo Boundless Theater	猪飼邦保
ORQUEST（オルケスト）オーケストラ（劇場）という意味とクエスト（探求）をかけあわせた造語です。	石原弘之
涼 RYO - ECO&COOL -	オオクマミヅホ
Power of Food	出雲翔
UMAMI JAPAN	竹村賢人
#T・T・T・(Tokyo.Toilet.Transformation)	浦野大輔
OCHA-lympic(オチャリンピック)	ホン スイル
Daddy Park Training-Tokyo 2020 & Beyond-パークトレーニングで社会課題を解決	Daddy Park Training 岸原直人
# 着物チャレンジ	キサブロー
♡チア（CHEER）プログラミング♡（日本を元気にするプロジェクト） （共創チアコーディネイト演出振り付けつきます）♡心育♡	浅井直子
DOHYO! ～みんなで国技をリデザインしよう～	タキザワケイタ
Karuta2020: 世界の 200 ヶ国カルタ創作プロジェクト	影谷峰雄
真のダイバーシティスポーツ	泉田隆介
Mud Land festival	アメミヤユウ
TOKYO Switch~ 一人が変われば日本が変わる	MSK(渋谷真紀子)
NEO LUNGUAGE PROJECT（仮）	義井翔大 (One and only.Creative)

※参加者による非公開希望アイデアを除く

### ② 審査結果

作成された案について、審査員（株式会社ロフトワーク：林千晶、株式会社JTQ：谷川じゅんじ、森美術館館長：南條史生）が 6 案を一次審査にて選定。その後、プレゼンテーションによる説明を通じて優秀賞を決定した。報告書ではそれらのアイデアについて概要を記載する。

## グランプリ : NINJA OLYMPIC 2020 in AKIHABARA

イベント名	NINJA OLYMPIC 2020 in AKIHABARA
代表者名	菊地映輝
イベントが担う文化(分野)	映像、メディア芸術、生活文化関連、その他(忍)
目的	日本だからこそできる、もう一つの競技大会。 ・忍者文化の発信、発展。 ・秋葉原の再興。 ・伝統×コンテンツ×テクノロジー×スポーツ。
アイデアの概要	世界中から忍者を集め、忍者世界一を決める大会 <sup>*1</sup> を実施する。 <同時開催>忍者カンファレンス 2020: 忍術の体験、秋葉原ならではのイベント(マンガ、アニメ、ゲームの販売)

\*1: VR や AR などの最新テクノロジーを駆使したゲーム

### 選定コメント(林千晶・南條史生・谷川じゅんじ)

忍者というベタなテーマではあるが、海外から見た日本の人気コンテンツであることは言うまでもなく、内容を見ていくと中身が手堅く実際に開催されているイメージや盛り上がりが見えやすい。また秋葉原という場所の選定も、日本のテクノロジーとサブカルチャーが融合する場所として忍者との相性も良い。日本の魅力を想起させるイメージの一つになるイベントアイデアである。

## 審査員賞 : Real Japan Fasion Week (Tokyo Fasion Week +1)

イベント名	Real Japan Fasion Week (Tokyo Fasion Week +1)
代表者名	星野雄三 (ふんどしマン)
イベントが担う文化(分野)	デザイン、ファッション、音楽
目的	・和ファッションを世界中に発信し、日本独自の体験イベントとして世界にインパクトを持たせる。 ・“Fasion Week”を欧米だけでなく、日本人が主人公になり渋谷全体が楽しめるようにすることで、渋谷を世界の最先端にする。
アイデアの概要	“Fasion Week+1”と題し、渋谷のファッションウィークが終わった後に、1週間の和装ウィークを設ける。“祭”“ファッション”“自己表現”これら3つを満たし、日中は世界で活躍する和ブランドのショー、夜はパーティーを行い、和装をテーマに世界中が日本(東京)を楽しむ ブランド: ふんどし部 ISSEY / GARSON / 着物 / watofu / 世界の和ブランド / KENZO

### 選定コメント(林千晶)

日本の着物は海外から、「なぜ日本は普段着として着物を着ないのか」と思われるくらい人気のある分野である。実際に訪日外国人で着物をおみやげに買って帰ろうという人がよくいるが、高くて浴衣を買ってかえることが多い。ファッションとしての和装文化はもっと発信していくべきだと思う。和装文化のコンテクストを渋谷から創っていく点も、面白く可能性があるアイデアである。



## 審査員賞 (谷川じゅんじ) : メトロ (鉄道) の車窓から

イベント名	メトロ (鉄道) の車窓から
代表者名	福島シオン
イベントが担う文化 (分野)	デザイン、音楽、演劇・舞踊、映像・アニメーション、メディア芸術、建築
目的	九州ではSL列車の中にバーやレストランがあるなど特別な列車の体験を提供している。その中、車窓はどうか。山岳地域のケーブルカーは景色や紅葉を楽しめる。東京は?電車に乗ってもやはり皆スマホを見て下を向いている。しかし、唯一子供は靴を脱いでイスに乗り外を眺めている。それは今までにない経験、新しい世界があるからではないか。このような体験を大人に対して提供する
アイデアの概要	鉄の塊の中で車窓は唯一外の世界とつながっている。車窓は決して動くことはないが、その外には様々な物・コンテンツが流れていく。車窓に対して様々なアプローチを行なっていくことで日常の中に新しい体験を提供する。 ライト表現：タイムスリップのような近未来的な空間演出 アニメーション：電車の速度を利用してパラパラ漫画のようなアニメーション演出などを行う

### 選定コメント (谷川じゅんじ)

1964年の東京大会の時に東海道新幹線開通し、新幹線と富士山という景色は、日本のイメージの一つとなっている。ただ東海道新幹線は非常にトンネルが多く、乗車時間のほとんどが真っ暗である。地下鉄も同様であることから、トンネル内での車窓は表現のプラットフォームとして非常に可能性のある場所である。また駅や地域ごとに特徴を変えてご当地のイメージを出すことも出来ることから、汎用性や展開性も想像できるアイデアである。

## 審査員賞 (南條史生) : プロジェクションマッピングのオリンピック

イベント名	プロジェクションマッピングのオリンピック
代表者名	イシタミチユキ
イベントが担う文化 (分野)	デザイン、音楽、演劇・舞踊、映像・アニメーション、メディア芸術、建築
目的	世界的なアート表現、ビジュアル表現の多様性を体験させる。一般の人にも興味関心の高いプロジェクションマッピングの大規模イベントで話題性を起こし、高い水準のアート表現に触れさせる。アートカルチャー面でも世界からの注目を集め、そこから日本の表現や新しさ・技術を発信していく
アイデアの概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・世界中から集められた質の高い国際性・多様性のある映像でコンテストを行う。</li><li>・大会テーマは「ナショナルリティ」、各国のカラーを活かす。</li><li>・日中は音楽フェスなどを同会場で行う。能や歌舞伎、日本舞踊をからめたステージ。夜は国ごとにその国のカラーの花火が打ち上がる。</li><li>・子どもや誰でも、絵を描いて参加すると、その絵がプロジェクションマッピングされ参加できる。</li><li>・映像だけでなく、音楽、照明、ドローン、その他先進技術を交える。</li></ul>

### 選定コメント (南條史生)

日本でのプロジェクションマッピングの表現は、もうやりつくされているイメージを持つ人もいるが、世界中では様々なプロジェクションマッピングの表現が行われていることを知る人は少ない。規制などにより、日本での表現は限られている面もあるが、表現としてもっと様々な方法を試すべき分野でもあり、今後の規制整備も含めアプローチしていくべきだと思う。表現に対する規制の仕組み整備と、機運情勢の2点の面で可能性があるアイデアである。



## 6. アイディアソン結果の考察

応募時のアンケートから、参加者が本アイディアソンをきっかけに2020年に向けての活動を始めたことが伺えた。参加者が取り組みたい分野についてはデザイン+その他の分野という組み合わせが多く、デザインを意識したクリエイターとのコラボレーションへの期待が読み取れた。また実際の参加者からも領域を超えた交流に対してのコメントが見られた。本アイディアソンでは、特に「2020年に向けての活動のきっかけ」、「領域の垣根を超えたコラボレーションによって広がる文化的創作活動」2点において、期待・効果が高かったと考えられる。

本アイディアソンは東京を会場として実施したが、今後日本全国で継続的な開催を行うことにより、各地にて前述した「2020年に向けての活動のきっかけ創出及び、領域の垣根を超えた文化的創作活動」の盛り上げが期待できる。

以下は募集時のアンケート及び参加者へのヒアリング結果である。

### ① 参加への動機（抜粋）

- ・2020に合わせた文化事業に興味があるため。自身で取り組みたいゲストハウスを活用したアーティスト・イン・レジデンス事業の実現のさせ方を検討中のため。
- ・2020をただのスポーツの祭典に終わらせず、人間の尊厳性と平和への意志を日本からしっかりPRする場にしたいと思い、2016年から尊厳教育の啓発活動をしているため。
- ・現在、雪国の文化に魅了されて新潟県に移住。雪国の食文化・マタギ文化・織物文化・祭りなどを海外（特にムスリム向け）に発信したいと考えており、アイディアソンに参加することで新たな視点を得たいと思ったから。
- ・2020へ向けて日々活動し様々トライをするなかで2020にむけて発信するアイデアや現在行っているコンテンツを拡大させたいという思いがとても強いです。本イベントに参加し、今後に活かしていきたいです。
- ・東京2020大会が近づく中、最近会話の中で「日本文化」について二人で話す機会があり、その折にこのイベントを見つけ二人で参加することにした。

### ② 取り組みたい分野

デザイン	31	伝統工芸	21	音楽	17
和食・日本酒	23	映像	19	ファッション	16
メディア芸術	23	演劇・舞踊	18	アニメ・漫画	13
祭り	23	美術・写真	18		

### ③ その他、当日参加した人の意見

- ・共通のテーマで他者の意見やアクションを聞くことにより、各参加者が2020年への意識の高まりがあった。
- ・領域の垣根を超えて多様な参加者ととものでイベントを構想できる機会は、個人でイベントを構想するよりも、新しい発想が広がり、実現性のある方向での検討を行えた。
- ・領域の垣根を超えて交流する機会の少ない、クリエイターやアーティストにとって、活動領域のことなる参加者との議論は、文化的な創作活動の幅が広がった。
- ・参加者同士のアイデアにより生まれたイベント構想について、2020年に向けて実際に実現しようと、アイディアソン終了後も継続的に検討を続けるチームが生まれた。





V

拠点となりうる場所



## I—東京都 5 カ所の調査

東京都の 2020 年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所に対して、課題を含めた調査を以下の通り実施した。

### 調査のアプローチ

<b>STEP1:</b> 一次候補地の絞り込み	東京都の文化の情報発信拠点として調査すべき場所を、コンソーシアムメンバーの合議により絞り込んだ。
<b>STEP2:</b> 調査・採点	STEP1 で設定した 16 カ所の候補地に対し、評価基準を設定しインターネット調査、関係者ヒアリング調査、国内アンケート、コンソーシアムメンバー評価を行い各場所を採点した。
<b>STEP3:</b> 5 カ所のピックアップ	STEP2 の採点結果を元に、2020 年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所をコンソーシアムメンバーの審査により 5 カ所をピックアップした。

### STEP 1：一次候補地の絞り込み

東京都の文化の情報発信拠点として調査すべき場所を、以下の基準に沿って、コンソーシアムメンバーの合議により絞り込んだ。イベント構想立案の前提が「1 日あたり 1 万人以上が参加するイベントであること」が条件となっているため、東京の「顔」となるようなシンボル性、文化性を形成できる可能性があり、1 万人以上の参加が見込める十分なスペースがある公園、公共空間（道路・交差点を含む）を条件として以下の 16 カ所を挙げた。

1. 表参道（明治神宮前駅から表参道駅間の通り ※周辺商業施設を含む）
2. 渋谷スクランブル交差点（交差点から SHIBUYA109 までの通り）
3. 新宿御苑（芝生広場を中心とした庭園内）
4. 東京都庁前（都庁 都民広場+新宿中央公園）
5. 銀座中央通り（銀座通り口交差点から銀座 8 丁目交差点まで）
6. 秋葉原中央通り（中央通り外神田 5 丁目交差点から万世橋交差点まで）
7. 東京駅丸の内口（行幸通りおよび周辺エリア）
8. 上野公園（噴水広場を中心とした公園内）
9. 代々木公園（中央広場を中心とした公園内）
10. 池袋西口（池袋西口公園と東京芸術劇場）
11. 神宮外苑（いちょう並木と軟式野球場等の施設）
12. 六本木けやき坂通り（六本木けやき坂通りとヒルズアリーナ）
13. お台場シンボルプロムナード公園（ウエスト・センター・イースト）
14. 東京湾岸エリア（晴海客船ターミナル・竹芝客船ターミナル）
15. 立川国営昭和記念公園（ゆめひろばを起点とする公園内）
16. 調布味の素スタジアム周辺の公園・施設（武蔵の森公園、野球場、サッカー場など）

### STEP 2：調査、採点

16 カ所に対してはハード面 5 項目、ソフト面 5 項目の計 10 項目の評価基準を設定し、それらに基づいて調査、5 段階評価を行い、レーダーチャートとしてまとめた。

個別の詳細な採点データは調査結果データ（東京都の拠点調査）〈資料 2〉を参照。

## ハード面 5 項目の評価基準

区分	評価方法	内容	得点	
① シンボル性 (フォトジェニック)  東京の「顔」となる施設や風景があるな、ビジュアルで伝わりやすいシンボル性があるか。	「国内アンケート調査」、「コンソーシアムメンバー評価」の2つの評価軸を設け、それぞれウエイトを50%:50%として、合計平均による5段階評価を行う。	国内アンケート調査	全国を対象としたアンケート調査をインターネットにて実施。名称と写真を提示し、各候補地についてシンボリックかどうかを5段階評価、各会場の評価点の平均点を算出。	5点:極めてシンボリック 4点:かなりシンボリック 3点:まあまあシンボリックではない 2点:あまりシンボリックではない 1点:シンボリックとは言えない
		コンソーシアムメンバー評価	各候補地についてシンボリック性の有無をコンソーシアムメンバーの視点で5段階評価、各会場の評価点の平均点を算出。	
② スペース活用性  様々な形式のイベントが開催できるスペース活用用途の多様性があるか。	スペース活用の多様性を評価する評価項目を設定し、それをいくつ満たしているか(〇がいくつつくか)で5段階評価を行う。	関係者ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ イベント開催ができるか</li> <li>① アート作品展示など展示会イベント</li> <li>② 飲食イベント</li> <li>③ フェスティバルイベント</li> <li>④ イルミネーション等による街のデコレーションイベント</li> <li>⑤ ハロウィンなどコスプレイベント</li> <li>⑥ 大型ステージイベント</li> <li>⑦ パレードイベント</li> <li>⑧ 打ち上げ型イベント(ランタン、花火等)</li> <li>⑨ 映像コンテンツのイベント</li> <li>⑩ 音楽イベント</li> </ul>	5点:評価項目の9~10個 4点:評価項目の7~8個 3点:評価項目の5~6個 2点:評価項目の3~4個 1点:評価項目の0~2個
③ 集客実績数  どのくらいの集客実績があるか。	候補地で今までに開催された最大規模のイベントの参加人数で5段階評価する。	インターネット調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1日あたりの来場者数</li> <li>公式サイト上に来場者数の報告があるものから最大規模のイベント1日あたりの来場者数を5段階評価する。</li> </ul>	5点:100万人以上 4点:50万人~100万人 3点:10万人~50万人 2点:1万人~10万人 1点:1万人未満
④ 警備誘導・アクセシビリティ  警備誘導はしやすいか、交通利便性は高いか。	「警備誘導のしやすさ」と、「交通利便性の高さ」の2項目を、それぞれウエイトを50%:50%として、合計平均による5段階評価を行う。	関係者ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 警備誘導のしやすさ</li> <li>警備のために道路をふさぐ交通規制が必要となるか、どのような規模で必要となるかを5段階評価する。</li> </ul>	5点:交通規制は必要ない 4点:会場の一部の車線規制が必要 3点:会場の一部の通行止めが必要 2点:会場の1/2以上の通行止めが必要 1点:会場全体の通行止めが必要
		インターネット調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 交通利便性の高さ</li> <li>「公共交通機関の路線数」と、「最も近い公共交通機関からの時間距離」の2項目を5段階評価して合計平均を算出する。</li> </ul>	
⑤ 利用可能性  イベントで使えるスケジュールに空きがどのくらいあるか。	「年間の開催可能日数」と、東京2020大会開催直前、1年前・2年前といった節目における「夏の連続開催可能日数」、「夏の週末開催可能日数」の3項目を評価項目とし、3つの項目の5段階評価点の合計平均による5段階評価を行う。通常、開催が行われない場所は評価1とする。	関係者ヒアリング調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 年間の開催可能日数</li> <li>年間でどのくらい開催可能な日数があるかを5段階評価する。</li> </ul>	5点:200日以上 4点:150日~200日 3点:100日~150日 2点:50日~100日 1点:50日未満
			<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 6~8月の連続開催可能な最大日数</li> <li>夏(6月~8月)の間に一定期間開催することを想定し、連続開催可能な最大日数を5段階評価する。</li> </ul>	5点:3週間以上 4点:2週間~3週間 3点:1週間~2週間 2点:4日~1週間 1点:3日以内
			<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 6~8月の週末の開催可能日数</li> <li>夏(6月~8月)の間の週末に開催することを想定し、どのくらい開催可能な日数があるかを5段階評価する。</li> </ul>	5点:20日以上 4点:16日~19日 3点:12日~15日 2点:8日~11日 1点:7日未満

## ソフト面 5 項目の評価基準

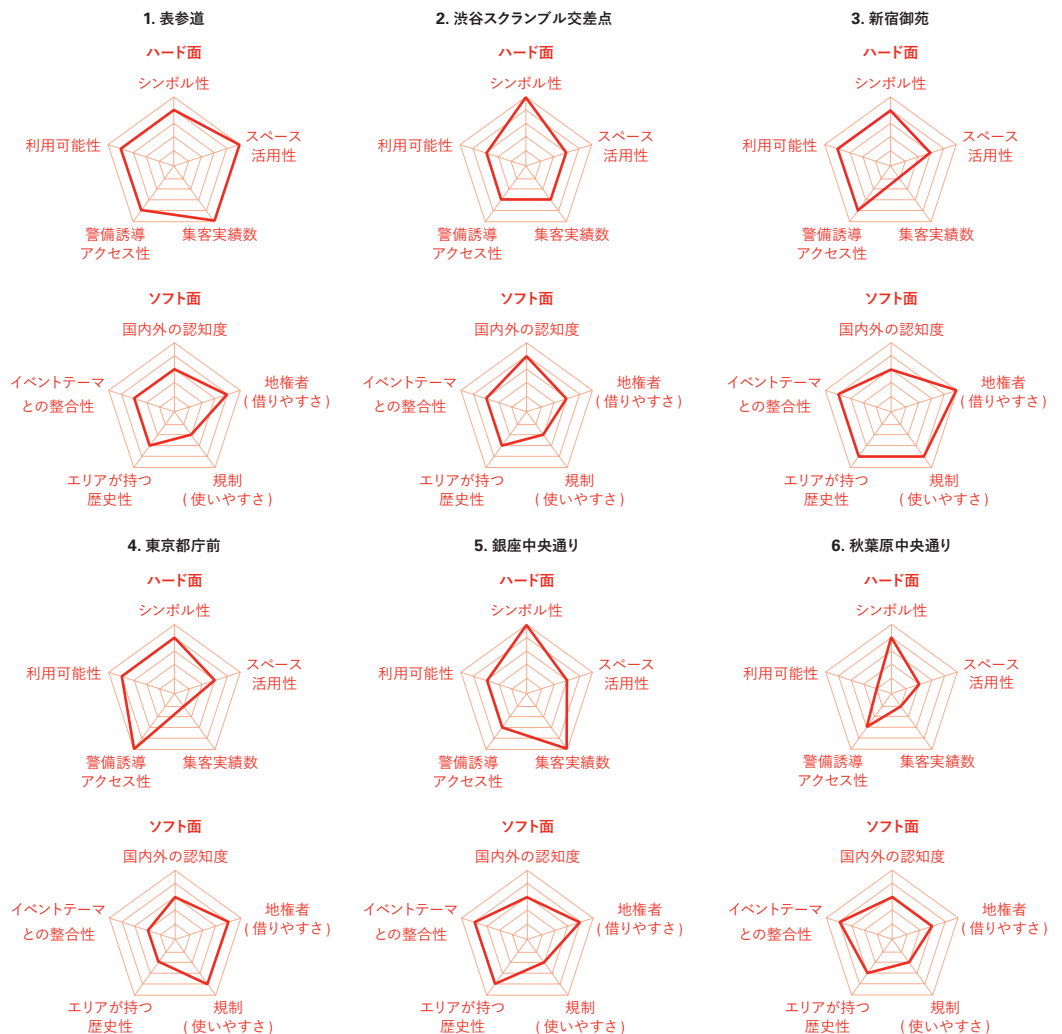
区分	評価方法	内容	得点	
① 国内外の認知度  国内及び海外での候補地の認知度は高いか。	国内及び海外（訪日客が多いアジア3カ国【韓国・中国・台湾】を対象としたアンケート調査を実施。認知度を5段階評価し、国内・海外のウエイトを50%：50%として、合計平均による5段階評価を行う。	国内アンケート調査	<p>■この場所を知っていますか？（国内用）</p> <p>国内を対象としたアンケート調査をインターネットにて実施。名称と写真を提示し、各候補地について知っているかどうかを聞き、認知度の%を5段階評価する。</p>	5点：知っている 80%以上 4点：知っている 60%～80% 3点：知っている 40%～60% 2点：知っている 20%～40% 1点：知っている 20%以下
		国内アンケート調査	<p>■この場所を知っていますか？（海外用）</p> <p>海外からの訪日観光客を対象としたアンケート調査を実施。名称と写真を提示し、各候補地について知っているかどうかを聞き、認知度の%を5段階評価する。</p>	5点：知っている 40%以上 4点：知っている 30%～40% 3点：知っている 20%～30% 2点：知っている 10%～20% 1点：知っている 10%以下
② 地権者（借りやすさ）  地権者の理解が取りやすく借りやすい場所であるか。	理解を取る必要のある地権者の対象範囲が広いかどうかを評価項目とし、地権者の対象範囲（いくつかの対象の理解を取る必要があるか）で5段階評価を行う。	関係者ヒアリング調査	<p>■理解を取る必要がある地権者の対象数</p> <p>① 国 ② 東京都 ③ 区・市 ④ 民間企業 ⑤ 公益法人</p>	5点：1つ 4点：2つ 3点：3つ 2点：4つ 1点：5つ全て
③ 規制（使いやすさ）  イベント開催における規制が厳しい場所かどうか。	規制の有無を評価する評価項目を設定し、それをいくつ満たしているか（○がいくつつか）で5段階評価を行う。	関係者ヒアリング調査	<p>■規制の項目数</p> <p>① 屋外広告物の禁止区域・禁止物件となっているか ② 区・市独自の地域ルールによる屋外広告物規制があるか ③ 「広告協定地区」・「文化財庭園等景観形成特別地区」・「水辺景観形成特別地区」に指定されているか ④ 環境確保条例、騒音規制法等における騒音制限があるか ⑤ 東京都の臨時営業・臨時出店等の規制よりも厳しい、区・市保健所独自の食品規制があるか ⑥ 道路使用許可が取れるか ⑦ 車両乗り入れ規制があるか ⑧ 利用時間規制があるか</p>	5点：0個 4点：1～2個 3点：3～4個 2点：5～6個 1点：7～8個
④ エリアが持つ歴史性  日本固有の歴史を感じ未来に残すべき地域バリューを持った場所であるか。	日本固有の歴史性（ストーリー）があって未来に残していくべき場所としての価値があるかどうか、歴史性に対する5段階評価を行い、調査対象者の平均点を算出する。「コンソーシアムメンバー評価」、「国内アンケート調査」の2つの評価軸を設け、それぞれウエイトを50%：50%として、合計平均による5段階評価を行う。	コンソーシアムメンバー評価	<p>■この場所は日本固有の歴史性と未来に残すべき場所であると感じますか？</p> <p>各候補地についてコンソーシアムメンバーの視点で5段階評価、各会場の評価点の平均点を算出する。</p>	5点：非常に感じる 4点：かなり感じる 3点：やや感じる 2点：あまり感じない 1点：まったく感じない
		国内アンケート調査	<p>■この場所は日本固有の歴史性と未来に残すべき場所であると感じますか？</p> <p>全国を対象としたアンケート調査をインターネットにて実施。名称と写真を提示し、各候補地について5段階評価、各会場の評価点の平均点を算出する。</p>	5点：非常に感じる 4点：かなり感じる 3点：やや感じる 2点：あまり感じない 1点：まったく感じない



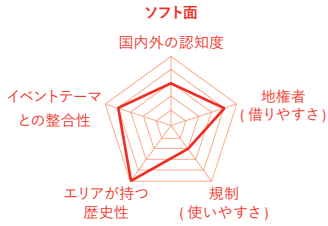
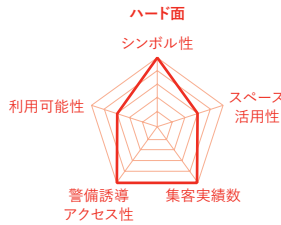
## 調査方法の詳細

<p>① 関係者ヒアリング調査</p>	<p>調査方法：電話によるヒアリング調査                  調査対象：候補地関係者                  調査期間：2017年12月25日～2018年1月19日                  ヒアリング対象：各場所でのイベント実施者、地元警察、地権者などに実施</p>
<p>② インターネット調査</p>	<p>調査方法：インターネットの情報検索による調査                  調査期間：2017年12月25日～2018年1月19日</p>
<p>③ コンソーシアムメンバー評価</p>	<p>調査方法：コンソーシアムメンバーへのアンケート調査                  調査対象：審査員4名（林千晶、谷川じゅんじ、南條史生、三代川透）</p>
<p>④ 国内アンケート調査</p>	<p>調査方法：インターネットによるアンケート調査                  調査母集団：インターネットモニターパネル 591,002人                  調査サンプル：598サンプル                  調査エリア：全国（首都圏とその他地域を50%ずつ割り付け）                  調査期間：2017年12月24日～2018年1月5日</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="794 656 986 855"> <p>【回答者 性別】</p> </div> <div data-bbox="1002 656 1193 855"> <p>【回答者 年齢】</p> </div> </div>

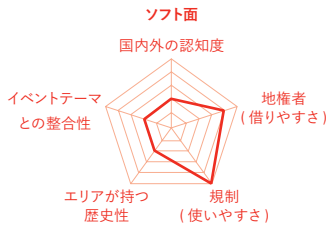
## 16カ所への採点結果



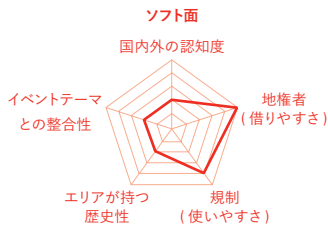
7. 東京駅丸の内口



10. 池袋西口



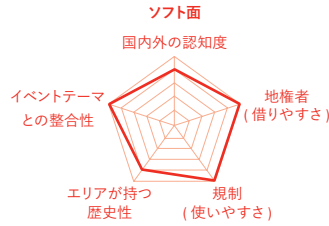
13. お台場シンボルプロムナード公園



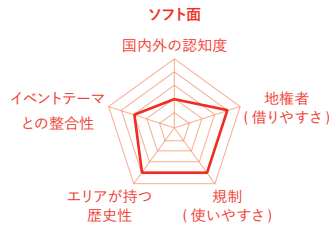
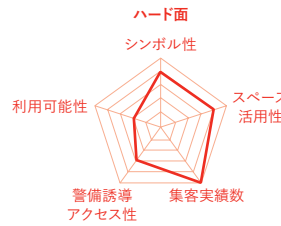
16 調布味の素スタジアム周辺



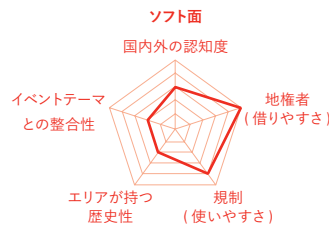
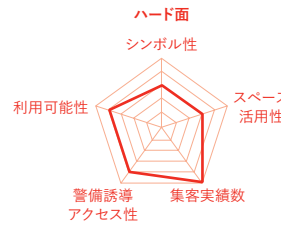
8. 上野公園



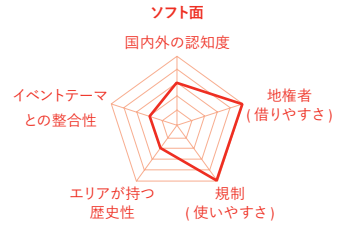
11. 神宮外苑



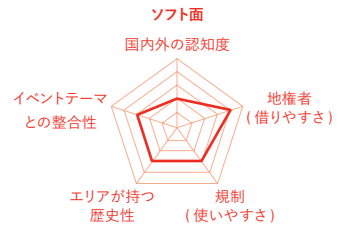
14. 東京湾岸エリア



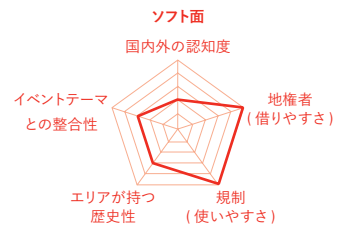
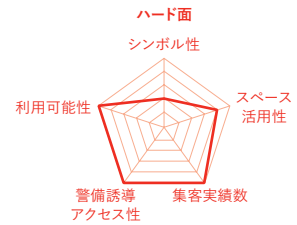
9. 代々木公園



12. 六本木けやき坂通り



15. 立川国営昭和記念公園



## シンボル性が上位の場所における評価

機運醸成の観点から、象徴的な場所であることは必須要素とし、シンボル性の評価が4点以上かつ各評価の総合点が20点を超える場所については、いくつかの課題を解決することにより、さらなる展開が望める場所として、5カ所をピックアップする際の参考とした。

シンボル性上位5位	ハード面の合計点	ソフト面の合計点
東京駅丸の内口 行幸通り (5点)	21点	18点
銀座中央通り (5点)	19点	18点
渋谷スクランブル交差点 (5点)	17点	15点
表参道 (4点)	22点	15点
秋葉原中央通り (4点)	11点	15点
上野公園 (4点)	19点	23点
東京都庁前 (4点)	16点	15点
神宮外苑 (4点)	18点	17点
新宿御苑 (4点)	17点	21点

## STEP 3：東京都5カ所のピックアップ

STEP2の採点結果を元に、以下の5カ所を文化の情報発信拠点となりうる場所としてピックアップした。場所ごとの特徴および課題については以下の通り。



## 1. 表参道

明治神宮前駅から表参道駅間の通り（周辺商業施設を含む）



様々なイベント形態に対応可能なスペース活用性が高く、さらに代々木公園や神宮外苑との距離が近いいため近隣エリアとの一体的な展開が可能。「日本のファッション」や「日本の現代アート」など、ファッション・アート系のイベントを開催するのに最も相応しい場所と評価されており、代々木公園や神宮外苑と連携すれば、より幅広いテーマのイベントを開催することができる。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り	○ 代々木公園連携	日本の音楽	○ 代々木公園連携
日本の伝統文化・芸術		日本のファッション	◎
日本の現代アート	◎	日本の映像	
クールジャパン	◎	日本のパフォーマンス	
日本の食		四季に彩られた日本の自然	○ 代々木公園・神宮外苑連携

## 2. 渋谷スクランブル交差点

交差点から SHIBUYA109 までの通り



国内の認知度が非常に高く、特に 50 代以下では最も知名度が高い。また、東京の「顔」となるに相応しいシンボリックな場所と評価されている。さらに、「日本の映像」や「日本のパフォーマンス」イベントを開催する場所として最も相応しい場所とも評価されている。ここでのイベント開催は過去に 2 回のみしかなく、希少性が非常に高い。また外国人にもよく知られた話題性の高い場所である。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り	◎	日本の音楽	◎
日本の伝統文化・芸術		日本のファッション	◎
日本の現代アート		日本の映像	◎
クールジャパン		日本のパフォーマンス	◎
日本の食		四季に彩られた日本の自然	

### 3. 新宿御苑

芝生広場を中心とした庭園内



日本ならではの歴史性を8割以上の方が感じると答えており、歴史性に対する評価が極めて高く、「四季に彩られた日本の自然」や「日本の伝統文化・芸術」イベントを開催するに相応しい場所として評価されている。但し、旧皇室苑地であり、由緒ある沿革・性質に照らし、開催できるイベントの種類が制限されている。大型イベントがあまり開催されない場所であるが、開催できれば貴重な場所と言える。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り		日本の音楽	
日本の伝統文化・芸術	◎	日本のファッション	
日本の現代アート		日本の映像	
クールジャパン		日本のパフォーマンス	
日本の食		四季に彩られた日本の自然	◎

### 4. 東京駅丸の内口

行幸通り中心としたエリア



皇居を臨む日本を代表する場所であり、開催できれば希少性が非常に高い。「日本の伝統文化・芸術」イベントを開催する場所として第1位にあげられている。このエリアが持つ歴史性や「日本の映像」イベントの開催場所としても高く評価、日本の魅力を発信するに相応しい場所と言える。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り		日本の音楽	
日本の伝統文化・芸術	◎	日本のファッション	
日本の現代アート	◎	日本の映像	◎
クールジャパン	◎	日本のパフォーマンス	◎
日本の食	◎	四季に彩られた日本の自然	



## 5. 上野公園

噴水広場を中心とした公園内



東京の「顔」としてのシンボル性、国内の認知度が非常に高い。また、エリアが持つ歴史性への評価が第1位で、「日本の伝統文化・芸術」や「四季に彩られた日本の自然」イベントを開催する場所としての評価が高い。周辺の美術館などとの連携も可能で、日本文化の発信に相応しい場所と言える。ただし大会組織委員会による活用が検討されているため、2020年に向けて通常とは異なる調整が必要ながありうる。

開催するに相応しいイベント			
日本の祭り	◎	日本の音楽	
日本の伝統文化・芸術	◎	日本のファッション	
日本の現代アート	◎	日本の映像	◎
クールジャパン		日本のパフォーマンス	
日本の食	◎	四季に彩られた日本の自然	◎

## 東京都5カ所の課題点

ピックアップした東京都5カ所でイベント実施を行ったことある団体などに、実施における課題のヒアリングを行った。それらの結果を以下にまとめた。

拠点	課題点
表参道	<p>① 横断導線の確保 原宿から青山方向への表参道の往来に比べ、明治通り方向への横断導線確保は難しい。横断歩道・歩道橋が主たる導線となるが、多数の来場者による一時の歩道橋利用は安全とバリアフリーの観点から課題がある</p> <p>② 全体の流動性への工夫 街路樹・低木帯・中央分離帯の存在により原宿から青山方向の道路は重層化され、対向車線側の歩道から対向面への見通しが悪い。路側帯が駐車スペースになっており、日中は多数の車が駐停車している。そのため通りでのイベント開催における見学滞留スペースが不足しがちであり、全体の流動性を毀損している。大型催事の際は道路で展開し、見学は道路路側帯の駐車スペースエリアを見学者スペースの転用するなど工夫が必要である</p> <p>③ 催事手続きに関する課題 表参道自体は渋谷区と港区にまたがることから、監督行政機関が場所によって異なり催事手続きが複雑である。見解と判断が機関によって異なるケースがあるため、会場の中で一貫性が損なわれるケースがある</p>
渋谷スクランブル交差点	<p>① スクランブル交差点の道路使用許可 前提としてスクランブル交差点は道路であるため、交通が優先される。スクランブル交差点の交通規制が実施されたのは、2016年、2017年のカウントダウンイベントのみ（渋谷盆踊り大会はスクランブル交差点の手前のみ）であり、非常にハードルが高い。カウントダウンについては、人が集中することによる年末の混乱回避のためにルール作りのイベントとして、区長からの警察への申し入れにより実現している</p> <p>② 警備 人が集中しやすいエリアであるため、警察が協力した場合でも、警備が難しい場所である。事故がないような万全な警備体制が求められる</p> <p>③ 商店街との連携 商店街との連携が必須のエリアであり、カウントダウンイベントなどは半年前から実行委員会が設立され協議を重ねた上で、開催されている</p>

<p>新宿御苑</p>	<p><b>① 新宿御苑の省内におけるルール</b>          旧皇室苑地であり、由緒ある沿革・性質に照らし、開催できるイベントの種類が制限されている。但し、過去イベント実績と照らし合わせたルールの整備を行うことにより、利用目的を広げることは不可能ではないと予想される。</p>
<p>東京駅丸の内口          行幸通り + 周辺</p>	<p><b>① 空間構成および歩道確保</b>          東京駅舎から皇居まで行われる宮内庁信任状捧呈式馬車列運行が優先されるエリアのため催事空間構成に工夫が必要。丸の内広場・行幸通り共に、周辺を一般道路を車両が通行しているため歩道内の滞留解消が課題とされる</p> <p><b>② 電源確保・荷重制限</b>          イベント有効面積に対するイベント用電源等の供給環境は不足している。行幸通り内は地下通路部が空洞のため積載荷重も制限が多数ある</p> <p><b>③ 安全確保のための導線および滞留緩和</b>          ミチテラスなど街の集客イベントとして定着しているものもあるが、安全確保のための導線や滞留に関する監督行政機関からの指導は慎重なようで、ロケーションの持つ空間特性を活かした事例はまだない。環境の持つ空間特性を最大に活かした利用を行うためには、誘導方法や安全確保の方法に対して新たなルールを検討検証していく必要がある</p>
<p>上野公園</p>	<p><b>① 噴水広場の重量制限</b>          噴水広場の床はタイルで重量制限があるため、大きな構造物をつくることはできない。TOKYO 数寄フェスで噴水の中に大型構造物をつくった事例があるが、これは特例であり、重量制限を超えるものを噴水の中に置くと白タイルの継ぎ目から水漏れする恐れがあり、事故が起きた場合は全て弁償するという契約の上で実施された</p> <p><b>② 音量制限</b>          音楽系イベントの開催実績はあるが、上野動物園が近いので音量制限がある。また音を出すのは19時までとなっている</p>

## II — 東京都以外の 5 カ所の調査

東京都以外の地方における 2020 年に向けて文化の情報発信拠点となりうる場所に対して、課題を含めた調査を以下の通り実施した。

### 調査のアプローチ

STEP 1 : イベント実績の把握	STEP 2 : 把握したイベント実績の分析・調査	STEP 3 : 5 カ所のピックアップ
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 訪日外国人への施策実績があるイベントに関するアンケート調査</li> <li>・ 試行プロジェクト及び beyond 2020 におけるイベント実績の整理</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地図上でのイベント実績のマッピング</li> <li>・ イベント実績が集中している地域の絞り込み</li> <li>・ イベント集中地域内における規制や課題、展望等の状況調査</li> <li>・ 国際的な芸術文化交流拠点の推進状況の把握</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 数値的な実績によるピックアップ</li> <li>・ 地域のバランスを考慮した絞り込み</li> <li>・ 最終 5 カ所のピックアップ</li> </ul>

## STEP1 : イベント実績の把握

### 1. 訪日外国人への施策実績があるイベントに関するアンケート調査

46 道府県のイベント担当者に対してアンケートを実施した結果、46 道府県中 28 県（内 2 県は該当なしの回答）から以下の回答が得られた〈表 1〉。

アンケート内容	<p>46 道府県のイベント担当者に対し、訪日外国人への施策状況を把握するためのアンケートを送付</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 訪日外国人への施策を強化したいイベントを最大 3 つ。（ただし、1 日あたりの動員数 1 万人以上、2015 年 1 月以降に実施しており、2020 年以降も継続的な展開を想定しているもの）</li> <li>・ 上記であげられたイベントにおいて、東京 2020 大会を契機とした訪日外国人へのアピール強化・海外への発信強化を目指した展開の方針や、検討に向けての課題。（法規制・人的リソース・周辺住民の理解など）</li> <li>・ 東京 2020 大会に向けた訪日外国人へのアピール強化、海外への発信強化の催事アイデア。</li> </ul>
---------	---

表 1 : アンケート回答結果

回答いただいた道府県	イベント名（場所）
① 北海道	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ さっぽろ雪まつり（札幌市）</li> <li>・ さっぽろ夏まつり「福祉協賛さっぽろ大通ビアガーデン」（札幌市）</li> <li>・ YOSAKOI ソーラン祭り（札幌市）</li> </ul>
② 秋田県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新・秋田の行事（大仙市）</li> <li>・ 秋田竿燈祭り（秋田市）</li> <li>・ 横手の雪まつりかまくら・ぼんでん（横手市）</li> </ul>
③ 岩手県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 盛岡さんさ祭り（盛岡市）</li> <li>・ 北上・みちのく芸能祭り（北上市）</li> <li>・ 春の藤原まつり（西磐井郡）</li> </ul>
④ 宮城県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 仙台・青葉祭り（仙台市）</li> <li>・ 仙台七夕祭り（仙台市）</li> <li>・ SENDAI 光のページェント（仙台市）</li> <li>・ 東北絆まつり（仙台市）</li> </ul>
⑤ 福島県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 会津まつり（会津若松市）</li> <li>・ 會津十楽（会津若松市）</li> <li>・ 鶴ヶ城大茶会（会津若松市）</li> </ul>

⑥ 栃木県	・とちぎ版文化プログラムリーディング事業（宇都宮市）
⑦ 埼玉県	・埼玉 WABI SABI 大祭典（さいたま市） ・第 5 回アニメ祭「アニメ・マンガ祭り in 埼玉」（さいたま市） ・第 40 回記念大会 日本スリーデーマーチ（東松山市）
⑧ 神奈川県	・Dance Dance Dance @YOKOHAMA 2015（横浜市） ・横浜音祭り（横浜市） ・相模原市民桜まつり（相模原市）
⑨ 新潟県	・にいがたアニメ・マンガフェスティバル 2017（新潟市） ・白根大凧合戦（新潟市） ・わらアートまつり（新潟市）
⑩ 山梨県	・信玄公祭り（甲府市）
⑪ 静岡県	・大道芸ワールドカップ in 静岡（静岡市） ・徳川家康公顕彰プロジェクト（静岡市）
⑫ 岐阜県	・ユネスコ無形文化遺産「山・鉾・屋台行事」高山祭、古川祭、大垣祭（高山市、飛騨市、大垣市） ・関ヶ原合戦まつり（不破郡関ヶ原町） ・高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン（岐阜市）
⑬ 愛知県	・世界コスプレサミット（名古屋市） ・名古屋まつり（名古屋市） ・サムライ・ニンジャフェスティバル 2017（名古屋市）
⑭ 石川県	・いしかわ・金沢 風と緑の楽都音楽祭（金沢市）
⑮ 三重県	・上野天神祭り（伊賀市） ・桑名石取祭（桑名市） ・鈴鹿サーキットF1 グランプリ（鈴鹿市）
⑯ 京都府	・二条城桜まつり 2017（京都市）
⑰ 大阪府	・OSAKA 光のルネサンス（大阪光の饗宴コアプログラム）（大阪市） ・大阪文化芸術フェス 2017（吹田市） ・御堂筋オータムパーティー 2017 御堂筋ランウェイ（大阪市）
⑱ 奈良県	・春日若宮おん祭り（奈良市）
⑲ 岡山県	・備前加茂大祭（吉備中央町） ・第 17 回おかやま桃太郎まつり、秋のおかやま桃太郎まつり（岡山市） ・藤まつり（和気町）
⑳ 広島県	・ゆかたでぎん祭り（広島市） ・ひろしまフラワーフェスティバル（広島市） ・ひろしまフードスタジアム冬の陣（広島市）
㉑ 鳥取県	・伯耆国「大山開山 1300 年祭」（米子市） ・しゃんしゃん祭り（鳥取市）
㉒ 山口県	・錦帯橋芸術祭り「今始まる千年の祭～第 1 章～」(岩国市) ・第 66 回宇部まつり（宇部市） ・All Yamagushi Ride Festa2017（美祿市、山口市）
㉓ 徳島県	・本場徳島の阿波おどり（徳島市） ・マチ★アソビ（徳島市） ・とくしま LED デジタルアートミュージアム（徳島市）
㉔ 高知県	・よさこい祭り（高知市） ・2020 よさこいで応援プロジェクト（全国）
㉕ 福岡県	・博多座船乗り込み（福岡市） ・福岡市民の祭り「博多どんたく港祭り」（福岡市） ・博多祇園山笠（福岡市）
㉖ 佐賀県	・唐津くんち（唐津市） ・かしま伝承芸能フェスティバル（唐津市） ・鹿島ガタリンピック（鹿嶋市）
㉗ 熊本県	・八代妙見祭（H28 年ユネスコ無形文化遺産）（八代市） ・山鹿灯籠まつり（山鹿市） ・牛深ハイヤ祭り（天草市）
㉘ 鹿児島県	・おはら祭（鹿児島市） ・初午祭（霧島市） ・川内大綱引き（薩摩川内市）

## 2. 試行プロジェクト及び beyond2020 におけるイベント実績の整理

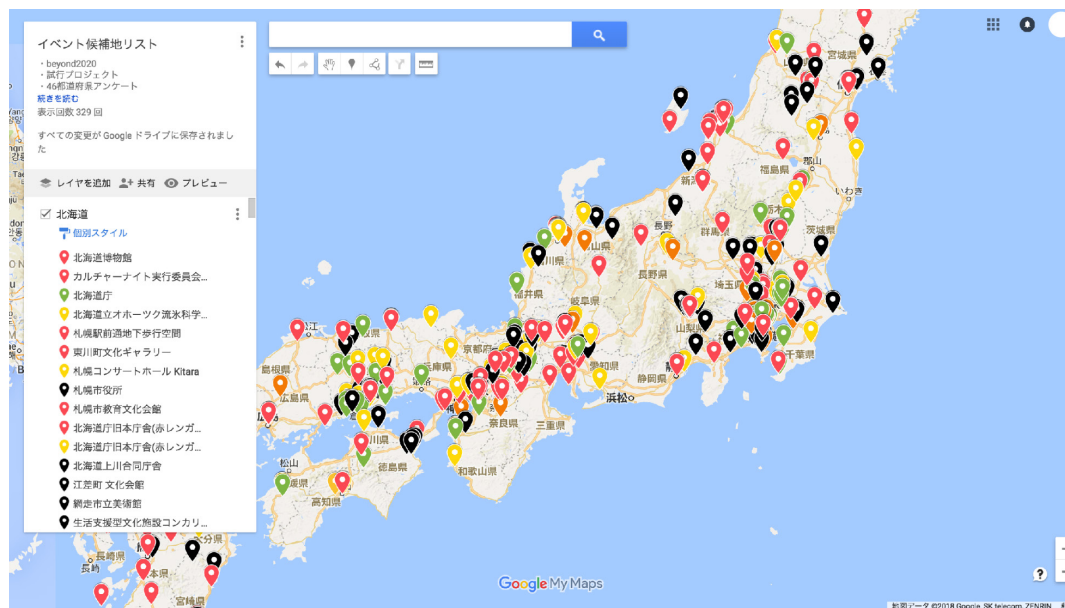
オリパラ基本方針推進調査より、試行プロジェクトから 22 件、beyond2020 から 1047 件のイベント実績を抽出した。

独立行政法人日本貿易振興機構（2017）オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査 調査報告書 ,[http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020\\_suishin\\_honbu/suishinchosa/pdf/h28houkoku1.pdf](http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/suishinchosa/pdf/h28houkoku1.pdf)（参照 2018-02-15）

オリパラ事務局（2017）beyond2020 取り組み・事例紹介 ,[https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020\\_suishin\\_honbu/beyond2020/effort/](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tokyo2020_suishin_honbu/beyond2020/effort/)（参照 2017-12）

## STEP 2：把握したイベント実績の分析・調査

### 1. 地図上でのイベント実績のマッピング



整理した過去のイベント実績に対し、各地域におけるイベント実施場所の密集度を把握するために、Google マップを活用して日本地図上にイベント実績をプロットした。なお、1 万人以上のイベントを赤のピン、10,000～5,000 人をオレンジ、5,000～1,000 人を黄色、1,000～500 人を緑、500 人未満を黒としている。1 万人規模のイベントが集中している地域やイベントが頻繁に実施されている地域など、イベント実施場所の位置関係や頻度を把握できるようにした。

以上の結果から、イベントが集中している地域が視覚化され、活発に文化の情報発信に関わる活動が行われている地域を確認することができた。

### 2. イベント実績が集中している地域の絞り込み

イベントが集中している地域に対して、人が歩いて移動することを想定した範囲として半径 2km 圏内を設定し、そのエリア内で実施されているイベント実績の件数を確認した。以下 2 つの視点を考慮し、14 カ所の地域を絞り込んだ〈表 2 参照〉。



① 1万人以上の規模で実施されているかどうか	1日あたり1万人以上が参加できるかどうかということへの実績状況やキャパシティ面を考慮した
② イベント実施件数が集中しているか	イベント実施件数によって、その数値情報から頻度について考慮した

※本調査で立案するイベント構想は、1日あたり1万人以上が参加するイベントであるという前提であることから、キャパシティについては「1万人以上」を設定している

表2：絞り込まれた14カ所の地域

道府県名	1万人以上のイベント件数	イベント実施件数
北海道 札幌市	8	16
宮城県 仙台市	5	7
栃木県 宇都宮市	3	8
神奈川県 横浜市	6	39
新潟県 新潟市	11	18
石川県 金沢市	7	52
愛知県 名古屋市	5	9
京都府 京都市	3	14
大阪府 大阪市	4	11
岡山県 岡山市	3	41
広島県 広島市	4	5
山口県 宇部市	4	5
徳島県 徳島市	4	10
徳島県 徳島市	3	4

### 3. イベント集中地域内における規制や課題、展望等の追加アンケート調査

絞り込んだいずれの地域も1万人以上が参加したイベントの実績があり、全国各地においてイベント実施件数が比較多い地域となっている。実績からは、いずれの地域も文化の情報発信拠点になりうる可能性があるということが言える。

上述の地域に対して、イベント実施にあたっての注意すべき規制や課題、展望について追加でアンケートを実施し、最終5カ所をピックアップするための参考とした。詳細については、調査結果データ（東京以外の拠点調査）〈資料3〉を参照。

### 4. 国際的な芸術文化交流拠点の推進状況の把握

国際的な文化の情報発信への実績把握として、地域アーツカウンシルの有無〈表3参照〉、2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数〈表4参照〉について調査を実施した結果、以下の通りとなった。

表 3：全国の地域アーツカウンシルの有無

設置場所	名称
青森県 青森市	アーツカウンシル青森
神奈川県 横浜市	アーツコミッション・ヨコハマ
新潟県 新潟市	アーツカウンシル新潟
静岡県 浜松市	アーツカウンシル浜松（設置中）
大阪府 大阪市	大阪アーツカウンシル
岡山県 岡山市	おかやま文化芸術アソシエイツ
香川県 高松市	アーツカウンシル高松
高知県 高知市	アーツカウンシル高知
大分県 大分市	アーツ・コンソーシアム大分
沖縄県 沖縄市	沖縄アーツカウンシル

※現在設置されている、もしくは各県庁サイトで設置について明言されているものを対象とした

表 4：2017 年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数

道府県	補助事業者ごとの採択事業数
北海道	北海道（1件）、札幌市（3件）、北見市（1件）、東川町（1件）
青森県	青森市（1件）、八戸市（1件）
岩手県	岩手県（1件）、宮古市（1件）、久慈市（1件）、釜石市（1件）、西和賀町（1件）、平泉町（1件）
宮城県	石巻市（1件）、加美町（1件）、仙南地域広域行政事務組合（1件）
秋田県	秋田県（1件）、秋田市（1件）、にかほ市（1件）
山形県	山形県（1件）、鶴岡市（1件）
福島県	会津若松市（1件）、いわき市（1件）、白河市（1件）、相馬市（1件）
茨城県	取手市（1件）
栃木県	足利市（1件）、益子市（1件）
群馬県	前橋市（1件）、桐生市（1件）
埼玉県	埼玉県（2件）、草加市（1件）、和光市（1件）
千葉県	松戸市（1件）
神奈川県	横浜市（3件）、川崎市（1件）
新潟県	新潟県（1件）、新潟市（5件）、柏崎市（1件）、十日町市（1件）、佐渡市（1件）
富山県	富山県（2件）、富山市（1件）、南砺市（1件）
石川県	石川県（2件）、金沢市（3件）、珠洲市（1件）
福井県	福井県（1件）
山梨県	山中湖村（1件）
長野県	長野市（1件）、松本市（2件）、上田市（1件）、飯田市（1件）、伊那市（1件）、大町市（1件）
岐阜県	岐阜県（2件）、可児市（1件）
静岡県	静岡県（2件）、浜松市（1件）、掛川市（1件）
愛知県	愛知県（1件）、名古屋市（2件）、豊橋市（1件）

滋賀県	滋賀県 (3 件)、守山市 (1 件)
京都府	京都府 (1 件)、京都市 (7 件)
関西広域連合	関西広域連合 (1 件)
大阪府	大阪府 (1 件)
兵庫県	兵庫県 (2 件)、神戸市 (2 件)、豊岡市 (1 件)、篠山市 (1 件)
奈良県	奈良県 (1 件)、奈良市 (2 件)
和歌山県	和歌山県 (1 件)
鳥取県	鳥取県 (3 件)
島根県	島根県 (1 件)、松江市 (1 件)、出雲市 (1 件)
岡山県	岡山県 (1 件)
広島県	広島市 (1 件)、尾道市 (1 件)
山口県	宇部市 (1 件)、山口市 (1 件)
徳島県	徳島県 (2 件)
香川県	香川県 (1 件)、小豆島市 (1 件)
愛媛県	松山市 (1 件)、内子町 (1 件)
高知県	高知県 (1 件)、香南市 (1 件)
福岡県	北九州市 (3 件)、久留米市 (1 件)
大分県	大分県 (2 件)、大分市 (2 件)
鹿児島県	南種子町 (1 件)
沖縄県	中城村 (1 件)

2017 年度「文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業」採択一覧,  
[http://www.chiikiglocal.go.jp/results/pdf/h29\\_ichiran.pdf](http://www.chiikiglocal.go.jp/results/pdf/h29_ichiran.pdf) (参照 2018-02-15)

## STEP 3：東京都以外の5カ所のピックアップ

### 1. 数値的な実績によるピックアップ

過去のイベント実績が集中している14カ所について、これまでの調査結果を統合した結果、表5の内容となった。表5において、以下の場合に背景色を追加している。

- ・1万人以上のイベント実績件数：上位5位以内である数値
- ・イベント実績件数：上位5位以内である数値
- ・地域アーツカウンシルの有無：「○」となっている地域
- ・2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数：  
絞り込まれた地域の同市内に採択事業が存在している場合

表5：イベント集中地域14カ所の分析

道府県・市町村名	1万人以上のイベント実績件数	イベント実績件数	地域アーツカウンシルの有無	2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数
北海道 札幌市	8	16	－	北海道（1件）、札幌市（3件）、北見市（1件）、東川町（1件）
宮城県 仙台市	5	7	－	石巻市（1件）、加美町（1件）、仙南地域広域行政事務組合（1件）
栃木県 宇都宮市	3	8	－	足利市（1件）、益子市（1件）
神奈川県 横浜市	6	39	○	横浜市（3件）、川崎市（1件）
新潟県 新潟市	11	18	○	新潟県（1件）、新潟市（5件）、柏崎市（1件）、十日町市（1件）、佐渡市（1件）
石川県 金沢市	7	52	－	石川県（2件）、金沢市（3件）、珠洲市（1件）
愛知県 名古屋市	5	9	－	愛知県（1件）、名古屋市（2件）、豊橋市（1件）
京都府 京都市	3	14	－	京都府（1件）、京都市（7件）
大阪府 大阪市	4	11	○	大阪府（1件）
岡山県 岡山市	3	41	○	岡山県（1件）
広島県 広島市	4	5	－	広島市（1件）、尾道市（1件）
山口県 宇部市	4	5	－	宇部市（1件）、山口市（1件）
徳島県 徳島市	4	10	－	徳島県（2件）

表5内で2つ以上背景色が追加されている地域を抽出すると、以下6カ所が、文化の情報発信関する実績が多い地域として絞り込むことができる。

- ・北海道 札幌市
- ・神奈川県 横浜市
- ・新潟県 新潟市
- ・石川県 金沢
- ・愛知県 名古屋市
- ・岡山県 岡山市

## 2. 地域のバランスを考慮した絞り込み

数値的な実績によって拠点となりうる場所をピックアップでは中部地方に偏る結果となったが、日本全体での機運醸成考えると、周辺地域を巻き込む地域連携のハブとなるような拠点としての活躍も必要があるため、日本全体をいくつかのエリアで分けした上で、エリアごとに拠点となりうる場所の絞り込みを実施した。

### 2.1. エリアによる分け

過去のイベント実績が集中している地域 14 カ所を、以下のようなエリアに分けした。

- ・ 北海道エリア：北海道 札幌市
- ・ 東北エリア：宮城県 仙台市
- ・ 広域関東圏エリア：栃木県 宇都宮市、神奈川県 横浜市、新潟県 新潟市  
(※広域関東圏とは、関東 1 都 6 県に甲信越 3 県及び静岡県を含めた 1 都 10 県)
- ・ 東海・北陸エリア：石川県 金沢市、愛知県 名古屋市
- ・ 関西エリア：京都府 京都市、大阪府 大阪市
- ・ 瀬戸内エリア：岡山県 岡山市、広島県 広島市、山口県 宇部市、徳島県 徳島市
- ・ 九州エリア：福岡県 福岡市

### 2.2. エリアごとの文化の情報発信拠点となりうる場所のピックアップ

上述した 7 エリアの中で、2 カ所以上の地域が含まれているエリアについては、各調査結果を比較し、特に拠点となりうる場所をエリアごとにピックアップした。(各エリアの詳細は調査結果データ(東京以外の拠点調査)〈資料 3〉を参照)

#### 広域関東圏エリア (ピックアップ拠点：新潟県新潟市)

すでに日本の情報発信拠点として確立している東京都と隣接する栃木県 宇都宮市、神奈川県 横浜市に加え、さらに広域に文化を情報発信していく拠点となりうる場所として新潟県新潟市を挙げる。特に 2020 に向けての活動実績が豊富な地域である東京都—神奈川県横浜市—新潟県新潟市の連携は広域関東圏の機運醸成を考える上で、重要である。

道府県・市町村名	1 万人以上のイベント実績件数	イベント実績件数	地域アーツカウンシルの有無	2017 年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数
栃木県 宇都宮市	3	8	—	足利市 (1 件)、益子市 (1 件)
神奈川県 横浜市	6	39	○	横浜市 (3 件)、川崎市 (1 件)
新潟県 新潟市	11	18	○	新潟県 (1 件)、新潟市 (5 件)、柏崎市 (1 件)、十日町市 (1 件)、佐渡市 (1 件)



### 東海・北陸エリア（ピックアップ地域：石川県 金沢市）

イベント実績や 2017 年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業採択の採択事業数が、非常に多く、東海・北陸エリアにおける、幅広い日本文化の情報発信拠点としてさらなる活躍が期待できる地域であることから、石川県金沢市を挙げる。

道府県・市町村名	1万人以上のイベント実績件数	イベント実績件数	地域アーツカウンシルの有無	2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数
石川県 金沢市	7	52	－	石川県（2件）、金沢市（3件）、珠洲市（1件）
愛知県 名古屋市	5	9	－	愛知県（1件）、名古屋市（2件）、豊橋市（1件）

### 関西エリア（ピックアップ地域：京都府京都市）

イベント実績、地域アーツカウンシルの有無、2017 年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数での比較に加えて、追加で実施したアンケートでの将来計画等の情報から、「二条城」、「京都芸術センター」、「京都国際マンガミュージアム」、「京都市学校歴史博物館」といった施設での各種イベントや「京都文化カプロジェクト」と呼ばれる東京 2020 大会を考慮した活動など、日本文化の要素をより多く含んだ機運醸成を行っている京都府京都市を関西エリアにおける拠点となりうる場所として挙げる。

道府県・市町村名	1万人以上のイベント実績件数	イベント実績件数	地域アーツカウンシルの有無	2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数
京都府 京都市	3	14	－	京都府（1件）、京都市（7件）
大阪府 大阪市	4	11	○	大阪府（1件）

### 瀬戸内エリア（ピックアップ地域：岡山県岡山市）

突出して beyond2020 のイベント実績が多い。また、岡山県文化芸術アソシエイツ運営事業が 2017 年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業で採択されており、文化の情報発信に関する取り組みが始まっているなど、東京 2020 大会に向けた機運醸成を含んだ文化の情報発信拠点となりつつある岡山県岡山市を挙げる。

道府県・市町村名	1万人以上のイベント実績件数	イベント実績件数	地域アーツカウンシルの有無	2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数
岡山県 岡山市	3	41	○	岡山県（1件）
広島県 広島市	4	5	－	広島市（1件）、尾道市（1件）
山口県 宇部市	4	5	－	宇部市（1件）、山口市（1件）
徳島県 徳島市	4	10	－	徳島県（2件）

### 3. 最終5カ所のピックアップ

各エリアでピックアップした7カ所を比較すると以下の通りとなった。

道府県・市町村名	1万人以上のイベント実績件数	イベント実績件数	地域アーツカウンシルの有無	2017年度文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業の採択事業数
北海道エリア： 北海道 札幌市	8	16	－	北海道（1件）、札幌市（3件）、北見市（1件）、東川町（1件）
東北エリア： 宮城県 仙台市	5	7	－	石巻市（1件）、加美町（1件）、仙南地域広域行政事務組合（1件）
広域関東圏エリア： 新潟県 新潟市	11	18	○	新潟県（1件）、新潟市（5件）、柏崎市（1件）、十日町市（1件）、佐渡市（1件）
東海・北陸エリア： 石川県 金沢市	7	52	－	石川県（2件）、金沢市（3件）、珠洲市（1件）
関西エリア： 京都府 京都市	3	14	－	京都府（1件）、京都市（7件）
瀬戸内エリア： 岡山県 岡山市	3	41	○	岡山県（1件）
九州エリア： 福岡県 福岡市	3	4	－	北九州市（3件）、久留米市（1件）

数値的な実績や追加アンケート調査の情報から、以下の5カ所を文化の情報発信拠点となりうる場所として挙げた。ピックアップした5カ所の過去のイベント実績、地域における将来計画、イベント実施にあたって留意すべき規制、イベント実施者・参加者・ソーシャルメディアからの評価など詳細情報を次ページに記載した。（5カ所以外の詳細情報は調査結果データ（東京以外の拠点調査）〈資料3〉を参照）

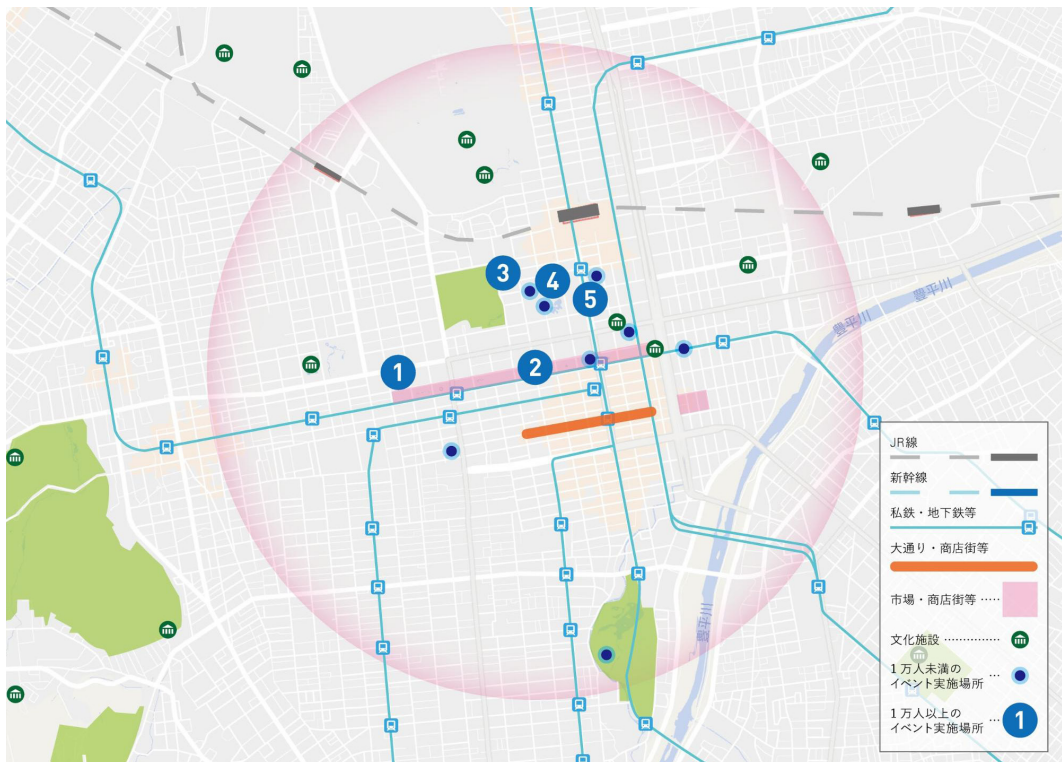
- ・ 北海道エリア：北海道札幌市
- ・ 関東甲信越エリア：新潟県新潟市
- ・ 東海・北陸エリア：石川県金沢市
- ・ 関西エリア：京都府京都市
- ・ 瀬戸内エリア：岡山県岡山市

## ピックアップした地域に関する詳細データ

「将来計画における課題・展望」や「留意すべき規制」など以下の詳細データは、2018年2月15日時点での情報を各市役所に照会し、作成した。

### 1. 北海道 札幌市 大通公園周辺

北海道エリア



### 過去のイベント実施実績

No.	イベント名	開催概要
1	札幌演劇シーズン	会場：札幌市教育文化会館 期間：2017年7月22日（土）～2017年8月23日（水）、 2018年1月20日（土）～2018年2月22日（木） Web サイト： <a href="http://s-e-season.com/">http://s-e-season.com/</a>
2-1	YOSAKOI ソーラン祭り	会場：大通公園をメイン会場として、札幌市内約20会場で開催 期間：2017年6月7日（水）から11日（日） Web サイト： <a href="http://www.yosakoi-soran.jp/">http://www.yosakoi-soran.jp/</a>
2-2	さっぽろ夏まつり「福 祉協賛さっぽろ大通ピ アガーデン」	会場：大通公園4丁目～11丁目（9丁目を除く） 期間：2017年7月20日（木）～8月15日（火） Web サイト： <a href="http://sapporo-natsu.com/">http://sapporo-natsu.com/</a>
2-3	さっぽろ雪まつり	会場：大通会場、つどいむ会場、すすきの会場 期間：大通会場：2018年2月5日（月）～12日（月・休）22時までライトアップ、 つどいむ会場：2018年2月1日（木）～12日（月・休）9時～17時、 すすきの会場：2018年2月5日（月）～12日（月・休） 23時までライトアップ（12日は22時までのライトアップ） Web サイト： <a href="http://www.snowfes.com/">http://www.snowfes.com/</a>
2-4	札幌国際芸術祭 2017	会場：札幌芸術の森、モエレ沼公園、札幌市資料館、まちなかエリア（すすきの・ 狸小路・円山）など
3	カルチャーナイト 2017	会場：札幌市内のカルチャーナイト参加施設 期間：2017年7月21日（金）17：30～22：00（※施設により異なります） Web サイト： <a href="http://www.culture-night.com/">http://www.culture-night.com/</a>
4	北海道博物館 赤れん がサテライト	会場：北海道庁赤れんが庁舎 2階 期間：2017年4月1日（土）～2018年3月31日（土） Web サイト： <a href="http://www.hm.pref.hokkaido.lg.jp/">http://www.hm.pref.hokkaido.lg.jp/</a>
5	さっぽろアートステージ	会場：札幌駅前通地下歩行空間（チ・カ・ホ）ほか 期間：2017年11月1日（水）～2017年12月3日（日） Web サイト： <a href="http://www.s-artstage.com/2017/">http://www.s-artstage.com/2017/</a>

## 地域における将来計画

### ○ 今後のイベント実施予定

- ・ さっぽろライラックまつり（5月上旬～5月下旬）
- ・ さっぽろラーメンショー（5月上旬～5月下旬）
- ・ YOSAKOI ソーラン祭り（5月下旬～6月中旬）
- ・ 花フェスタ（6月中旬～7月上旬）
- ・ サッポロ・シティ・ジャズ（7月上旬～7月中旬）
- ・ さっぽろ夏まつり（7月上旬～8月下旬）
- ・ 北海道マラソン（8月下旬）
- ・ さっぽろオータムフェスト（8月下旬～10月上旬）
- ・ さっぽろホワイトイルミネーション（10月下旬～12月下旬）
- ・ ミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo（11月上旬～12月下旬）
- ・ さっぽろ雪まつり（12月下旬～2月下旬）
- ・ 大通公園ウインタースポーツフェスティバル（2月中旬～2月下旬）

### ○ 将来計画における課題・展望

訪日外国人の増加により、英語サインおよび外国語対応スタッフの人材確保が課題となっているほか、大通公園において、憩いの空間としての公園とイベント会場としての公園の在り方が両立するようイベント実施者と公園管理機関との各種調整が必要がある。

## イベント実施にあたって留意すべき規制

規制	留意すべき内容
屋外広告物規制	大通公園及び大通公園周辺に関しては、屋外広告物掲出を禁止している「禁止区域」に当たる。ただし、大通公園でイベントを行う場合などは、イベントの性格を個別に判断し、許可が出ることとなる。なお、札幌駅周辺並びに札幌駅前通り（札幌駅～大通駅まで）は景観保全型広告整備地区として、屋外広告の掲出が制限されている。
騒音制限	大通公園及びその周辺に関しては、固定放送であれば8:00～22:00の間のみ放送でき、65db以下となる。移動放送となると8:00～19:00で放送でき、それぞれ、75db以下が基準となっている。ただし、商業放送の連続放送及び学校、病院等の周囲50m以内の区域での拡声放送が禁止されている。
食品規制（飲食不可）	食品規制などは特にない。
道路使用許可	大通公園の周辺道路を使用するならば、札幌市中央区土木部に申請が必要。大通公園自体の使用に関しては、都市公園法に基づき、公園使用許可の申請を行う必要がある。
車両乗り入れ規制	大通公園内への車両進入は原則禁止となっているが、作業車両、搬出入用車両等に関しては申請を行い、許可を取った上で進入可能である。
利用時間規制	大通公園に関してはイベントを行う使用期間に定めはないが、公園利用者や周辺住民への影響を考慮し、使用時間は公園管理者と協議を行う必要がある。
エリア内での特有害な規制	大通公園内の緑の保全のために芝生の上や、樹林帯への設置物は原則認められていない。
会場の年間スケジュールと、利用できない時期や具体的な日数	年間304日間大通公園では準備及び撤去を含めイベントが行われている。大通公園全域で行われるイベントについては準備、撤去期間を含め5月下旬から6月中旬までのYOSAKOIソーラン祭り、7月上旬から8月下旬までのさっぽろ夏まつり、8月下旬の北海道マラソン、8月下旬から10月上旬までのさっぽろオータムフェスト、10月下旬から12月下旬までのさっぽろホワイトイルミネーション、12月下旬から2月下旬までのさっぽろ雪まつりとなっている。
利用についての了承を取る必要がある地権者や団体	札幌市（建設局みどりの推進部みどりの管理課、中央区土木部維持管理課など）

## イベント実施者・参加者・ソーシャルメディアからの評価

### ○ 様々なイベント実施者から挙がっている課題・要望について

大通公園は公園であることから、法令や条例などにより車両進入や広告行為等の規制があるため、会場としての自由度が低い。イベント実施者からはその規制緩和について要望がある。

### ○ イベント参加者・利用者（訪日外国人含む）から挙がっている課題・要望について

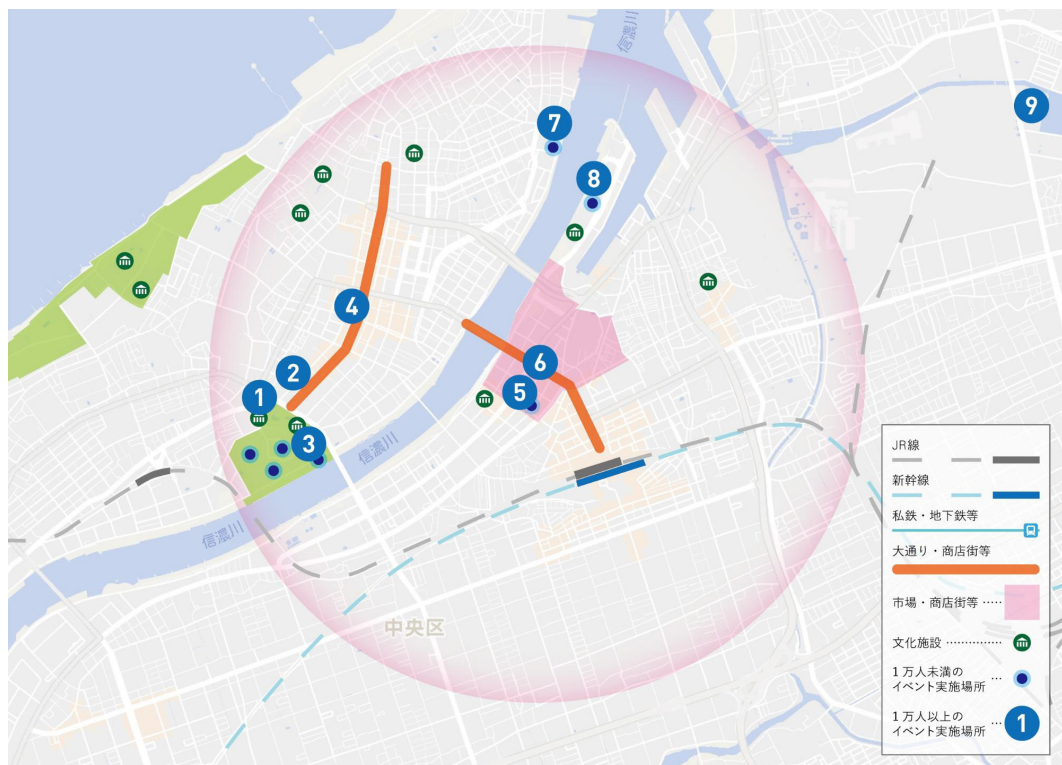
イベント開催時の混雑と特に飲食イベントにおける仮設トイレの設置が課題となっている。

### ○ エリア内において評価の高いイベント・場所について

大通公園を中心に開催されている日本三大イルミネーションに認定されたさっぽろホワイトイルミネーションや大通公園で開催されているミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo は、同時期に開催されており、雪とイルミネーションが融合した幻想的なクリスマスの雰囲気を楽しむことができるので、ソーシャルメディアでの評価が高くなっている。また、YOSAKOI ソーラン祭りにおいて、すすきの及び旧道庁前での演舞は、演舞参加者ならびに観客から好評を得ている。すすきでは、夜に演舞を行うので、繁華街という特徴もあり、観客が盛り上がっている様子を見ることができるほか、ライトアップがされており、華麗な演舞を行うことができるとの演舞参加者からの意見が寄せられている。また、旧道庁前ではスペースはあまり大きくないものの北海道の観光名所の前で演舞されているということで、観客から北海道らしさを感じることができるとの意見が寄せられている。

## 2. 新潟県 新潟市 万代通り周辺

広域関東圏エリア



### 過去のイベント実施実績

No.	イベント名	開催概要
1	新潟シティマラソン	会場：新潟市内（デンカビッグスワンスタジアム、信濃川、萬代橋、榎谷小路、新潟みなとトンネル、関屋分水路、新潟市陸上競技場） 期間：2017年10月9日（月） Web サイト： <a href="http://www.runfes-niigata.com/">http://www.runfes-niigata.com/</a>



1	新潟シティマラソン	会場：新潟市内（デンカビッグスワンスタジアム、信濃川、萬代橋、榎谷小路、新潟みなとトンネル、関屋分水路、新潟市陸上競技場） 期間：2017年10月9日（月） Web サイト： <a href="http://www.runfes-niigata.com/">http://www.runfes-niigata.com/</a>
2	水と土の芸術祭	会場：新潟市内各所（福島潟、鳥屋野潟、佐潟、上堰潟、旧二葉中学校、天寿園） 期間：2015年7月18日（土）～10月12日（月） Web サイト： <a href="http://www.mizu-tsuchi.jp/">http://www.mizu-tsuchi.jp/</a>
3-1	ラ・フォル・ジュルネ 新潟「熱狂の日」音楽祭 2017	会場：りゅーとぴあ 新潟市民芸術文化会館 他 3会場 期間：2017年4月15日（土）～2017年4月30日（日） Web サイト： <a href="http://lfjn.jp/">http://lfjn.jp/</a>
3-2	アート・ミックス・ジャパン 2017	会場：りゅーとぴあ新潟市民芸術文化会館、燕喜館、新潟駅南口広場、日本料理小三別館、北方文化博物館、新潟市民プラザ、新潟市音楽文化会館、新潟市江南区文化会館、新潟市秋葉区文化会館、新潟テルサ、知足美術館、今代司酒造、峰村醸造、旧小澤家住宅、旧笹川家住宅、新潟日報メディアシップ、シネ・ウインド 期間：2017年4月1日（土）～2017年4月23日（日） Web サイト： <a href="http://artmixjapan.com/">http://artmixjapan.com/</a>
4	にいがた冬 食の陣当 日座	会場：古町会場の5番町・6番町・7番町、万代シティ、ピア bandai、新潟ふるさと村の市内4会場 期間：2017年2月11日（土）～12日（日） Web サイト： <a href="http://www.shokuno-jin.com/">http://www.shokuno-jin.com/</a>
5-1	2017 にいがた総おどり	会場：万代シティ 他 10会場 期間：2017年9月16日（土）～2017年9月18日（月） Web サイト： <a href="http://www.soh-odori.net/">http://www.soh-odori.net/</a>
5-2	にいがたアニメ・マンガフェスティバル 2017	会場：【万代エリア】万代シティ BP2、新潟市マンガ・アニメ情報館、万代シティパーク（万代シティバスセンター2F）、NST【古町エリア】古町通5～7番町、新潟市マンガの家、JAM 日本アニメ・マンガ専門学校、NEXT21 アトリウム、新潟市民プラザ（NEXT21 ビル6F）【白山エリア】新潟県政記念館、燕喜館、上古町商店街、神明宮 期間：2017年10月21日（土）、22日（日） Web サイト： <a href="http://www.niigata-animemangafes.com/">http://www.niigata-animemangafes.com/</a>
6	新潟まつり	会場：榎谷小路～萬代橋・東大通、万代町通、昭和大橋西詰 期間：2017年8月4日（金）～6日（日） Web サイト： <a href="http://niigata-matsuri.com/">http://niigata-matsuri.com/</a>
7	みなと新潟「光の響演」	会場：新潟市歴史博物館みなとぴあ、信濃川左岸緑地（みなと・さがん） 期間：2017年9月15日（金）から18日（月・祝）18:00～21:00 Web サイト： <a href="https://www.city.niigata.lg.jp/event/shi/event_chuo/hikari2017.html">https://www.city.niigata.lg.jp/event/shi/event_chuo/hikari2017.html</a>
8	淡麗新潟 にいがた酒の陣	会場：朱鷺メッセ新潟観光コンベンションセンター「ウェーブマーケット」 期間：2017年3月11日（土）～3月12日（日） Web サイト： <a href="http://www.tokimesse.com">www.tokimesse.com</a>
9	まちごと美術館ことごと	会場：新潟県内 期間：2017年2月1日（水）～2018年1月31日（水） Web サイト： <a href="http://cotocoto-museum.com/">http://cotocoto-museum.com/</a>

## 地域における将来計画

### ○ 今後のイベント実施予定

- ・新潟まつり（毎年開催）
- ・にいがたアニメ・マンガフェスティバル（マンガ・アニメ情報館があることからイベントは毎年実施予定）
- ・にいがた総踊り祭（毎年開催）
- ・にいがた食の陣（毎年開催）

### ○ 将来計画における課題・展望

万代通り、朱鷺メッセ、りゅーとぴあといった近場の施設を活用し、4月のアート・ミックス・ジャパン、9月のにいがた総おどり、2月のにいがた冬 食の陣当日座を東京2020大会の行われる2020年は同時開催できるようにしようと検討し始めている。それによって、魅力が多様になることで、相互効果が生まれることを考えている。現在、予算規模を算出しているが、様々なイベントを統合することで広報の費用が下がることが予測される。また、そのほかに英語サイン、外国語対応スタッフの人材確保（例示のとおり）、決済環境の整備などの課題への対応が必要である。



## イベント実施にあたって留意すべき規制

規制	留意すべき内容
屋外広告物規制	新潟市屋外広告物条例の規程に従う必要がある。
騒音制限 ※確認機関： 中央区区民生活課	規制は特にないが、1998年9月30日（水）（環境庁告示第64号）公布の「騒音に係る環境基準」により、万代地区はC類型となっている。そこでは、人の健康の保護に資する上で維持されることが望ましい基準が、昼間60dB、夜間50dBと規定されている。また、新潟市生活環境の保全等に関する条例では、第64条に静穏の保持が規定されており、営業によりみだりに近隣の静穏を害する行為をしてはならないとされている。
食品規制（飲食不可） ※確認機関： 保健所食品衛生課	一般的な保健所への申請は必要だが、特別な規制はない（自治体の中では制限が少ない方）。
道路使用許可 ※確認機関：中央区建設課 （実際は警察に確認必要）	許可が必要。万代エリア、古町エリアにおいては、イベント実施実績が多いため、許可がおりる可能性は高い。
車両乗り入れ規制	いずれの場所も警察の確認が必要である。なお、古町通の一部では、ライジングポラードが設置されており、特別に車両の通行が禁止されている時間帯がある。
利用時間規制	いずれの施設や場所も警察や施設管理者に確認が必要である。
エリア内での特有な規制	みなとびあ周辺や河川の周辺は、国（港湾事務所）、県、市など、複数の管理者が管理しているエリアとなっており、区画により複数の確認が必要である。
会場の年間スケジュールと、 利用できない時期や具体的 な日数	各イベント団体に確認しないと分からない。
利用についての了承を取る 必要がある地権者や団体	使用許可関係については警察署（道路）、国（港湾）、県（河川）、中央区建設課・区民生活課（道路）、商店街（万代エリア：万代シティ商工連合会商店振興組合、古町エリア：新潟中心商店街協同組合、上古町商店街組合、古町通各番町の商店街組合）など。

## イベント実施者・参加者・ソーシャルメディアからの評価

### ○ 様々なイベント実施者から挙がっている課題・要望について

- ・新潟駅周辺で開催されているにいがたアニメ・マンガフェスティバル2017では、市内の3カ所を会場としており、移動の際にシャトルバスを運行している。しかし、シャトルバスの混雑や道路の渋滞に影響を受けるため、シャトルバスの有料化も検討しているが、旅行業法もあり、手続きにおいて難しさやリスクがある。
- ・わらアートの会場において、人数に対するキャパは問題ないが、駐車場のキャパが厳しい。そのため、現在は無料シャトルバスを出している。シャトルバスにしたことで渋滞は緩和されたが、今度はバス待ちに2時間ほどかかるという課題が出てきている。
- ・また、わらアートでは「かっぽうぎ隊」と呼ばれる10名弱のメンバーがいるが、高齢化が進んでいる。また、稲作において「とば」と呼ばれる伝統的なわらの編み方があるが、現在では機械化が進み、通常では必要の無い作業となっている。そのような理由から存続危機への懸念が生まれ始めている。

### ○ イベント参加者・利用者（訪日外国人含む）から挙がっている課題・要望について

- ・各イベント主催者に確認をしないと分からないが、外国人をお連れする際に決済環境の整備が課題となっている。

### ○ エリア内において評価の高いイベント・場所について

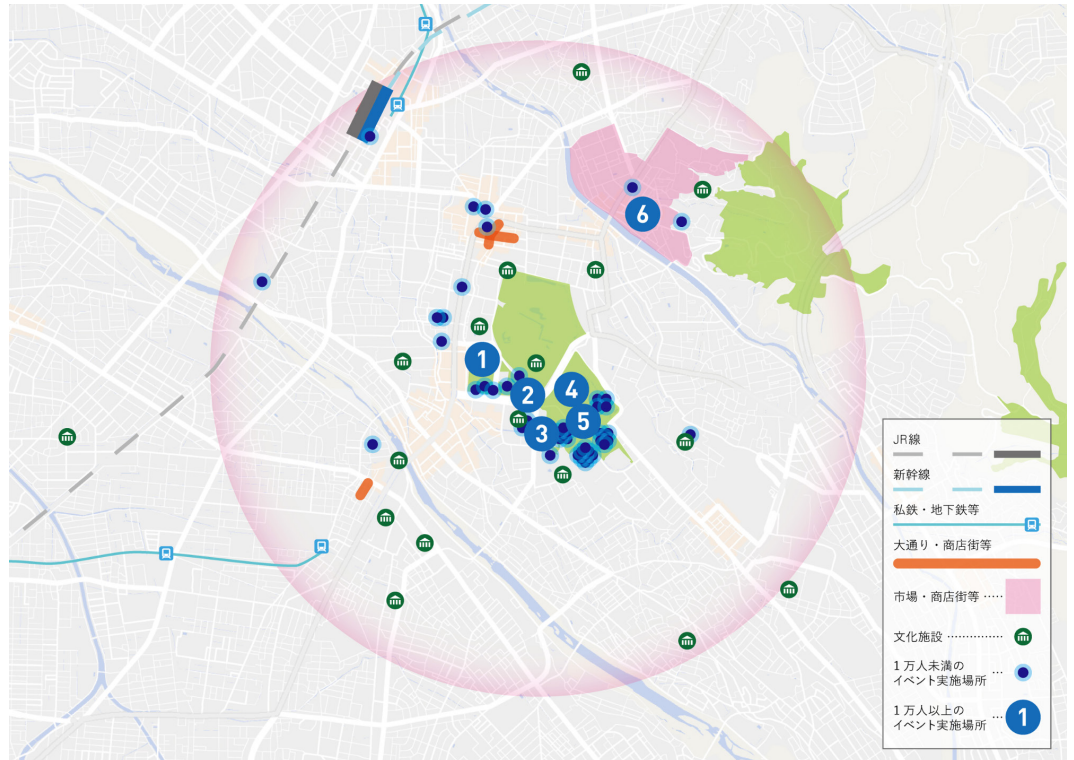
各エリアごとに、下記の施設やイベントが取り上げられることが多い。

- ・万代エリア：新潟総おどり、食の陣・居酒屋甲子園など食のイベント
- ・古町エリア：新潟県政記念館（コスプレ、舞踊・音楽イベントなど雰囲気あり）、ドカベンストリート（「けつバット」の投稿多数）
- ・西大畑エリア：旧齋藤家別邸、行形亭（いきなりや）、地獄極楽通りなど、歴史ある建物まちなみで、まち歩きイベントが盛ん。

- ・みなとぴあエリア：みなとぴあ新潟市歴史博物館（みなと新潟「光の響演」など、プロジェクションマッピングのイベントや通常のライトアップ風景がノスタルジックで SNS でも多数アップされている）
- ・信濃川河岸エリア：ミズベリング、まちなかアウトドア、まちなかピクニックなど、アウトドアイベントが SNS で取り上げられている。また、水と土の芸術祭作品などの展示期間は多くの投稿がされていた。
- ・朱鷺メッセ周辺：にいがた酒の陣

### 3. 石川県 金沢市 金沢城・兼六園周辺

東海・北陸エリア



#### 過去のイベント実施実績

No.	イベント名	開催概要
1	金沢マラソン 2017	会場：いしかわ四高記念公園、しいのき緑地、石川県西部緑地公園陸上競技場など 期間：2017年10月29日（日）8:50 スタート／15:50 終了 Web サイト： <a href="http://www.kanazawa-marathon.jp/">http://www.kanazawa-marathon.jp/</a>
2-1	百万石まちなかめぐり さくら 2017	会場：しいのき迎賓館・しいのき緑地、いしかわ四高記念公園、本多の森公園など 期間：2017年4月8日（土）、9日（日）10:00～17:00 Web サイト： <a href="http://www.shiinoki-geihinkan.jp/event/index.cgi?mode=pickup&amp;ctg=evt&amp;cord=264">http://www.shiinoki-geihinkan.jp/event/index.cgi?mode=pickup&amp;ctg=evt&amp;cord=264</a>
2-2	百万石まちなかめぐり もみじ 2017	会場：しいのき緑地、本多の森公園 期間：2017年11月4日（土）、5日（日） Web サイト： <a href="http://www.shiinoki-geihinkan.jp/event/index.cgi?mode=pickup&amp;ctg=evt&amp;cord=298">http://www.shiinoki-geihinkan.jp/event/index.cgi?mode=pickup&amp;ctg=evt&amp;cord=298</a>
3	大連工業大学・金沢美術工芸大学交流展	会場：金沢 21 世紀美術館 市民ギャラリー A、B 期間：2017年11月23日（木）～2017年12月3日（水） Web サイト： <a href="http://www.kanazawa-bidai.ac.jp/">http://www.kanazawa-bidai.ac.jp/</a>
4	兼六園周辺文化の森 「四季の文化回廊」	会場：兼六園周辺の文化施設 期間：2017年4月1日（土）～2018年3月31日（土） Web サイト： <a href="http://kenrokuen-bunkanomori.com/">http://kenrokuen-bunkanomori.com/</a>
5	21 世紀鷹峯フォーラム in 石川・金沢	会場：石川県内全域 期間：2017年10月6日（金）～11月26日（日） Web サイト： <a href="http://takagamine.jp/">http://takagamine.jp/</a>

6	金沢 21 世紀工芸祭 工芸回廊	会場：金沢町家職人工房、観音通り、ほか金沢市内および近郊の 30 カ所 期間：2017 年 10 月 14 日（土）～ 11 月 26 日（日） Web サイト：http://21c-kogei.jp/
---	------------------	---

### 地域における将来計画

#### ○ 今後のイベント実施予定

現段階では未定となっている。

#### ○ 将来計画における課題・展望

訪日外国人の増加に対応し、通訳ガイドの配置や看板の外国語表記をはじめ、クレジットカード決済の導入や公衆無線 LAN の整備など、外国人旅行者が安心して快適な旅行を楽しめる環境づくりを進めている。

### イベント実施にあたって留意すべき規制

規制	留意すべき内容
屋外広告物規制	文化財保護法の国指定史跡及び都市公園法の都市公園のため、両法律の基準による。
騒音制限	一般の来園者や周辺住民が不快に感じることはないよう注意する必要がある。
食品規制（飲食不可）	特になし。
道路使用許可	金沢城公園を使用する場合に関して、道路使用許可は不要。
車両乗り入れ規制	積載量のほか、乗り入れ可能範囲や時間帯等についても事前に相談が必要。
利用時間規制	イベントは原則開園時間内に実施する必要がある。
エリア内での特有害な規制	金沢城で実施することが適当ではないと思われるイベントは許可できない場合がある。
会場の年間スケジュールと、利用できない時期や具体的な日数	具体的な日程、企画書をもって事前に相談が必要。
利用についての了承を取る必要がある地権者や団体	利用状況によっては文化財保護法に規定する現状変更の許可が必要となる。

### イベント実施者・参加者・ソーシャルメディアからの評価

#### ○ 様々なイベント実施者から挙がっている課題・要望について

一部のイベントにおいて、スタッフ用駐車スペースの不足が課題になっており、周辺の駐車場をイベント実施者に手配してもらうなどの工夫をしている。

#### ○ イベント参加者・利用者（訪日外国人含む）から挙がっている課題・要望について

一部のイベントにおいて、駐車スペースの拡充が要望として挙がっている。

#### ○ エリア内において評価の高いイベント・場所について

##### ・ イベントについて

金沢駅周辺を中心として県内各地でさまざまな音楽プログラムを開催する「いしかわ・金沢 風と緑の楽都音楽祭」や、しいのき迎賓館及びしいのき緑地を中心として、観桜期と紅葉期に開催する「百万石まちなかめぐりさくら・もみじ」は HP、twitter、Facebook 等を通じて、情報発信を積極的に行っている。

##### ・ 施設について

金沢城・兼六園周辺は、江戸から平成に至るまで、各時代の政治、産業、教育、文化の中心として、

石川県の歴史の中で常に重要な役割を担ってきた場所であり、一帯には貴重な歴史的建造物や文化施設が数多く集積するとともに、本多の森と呼ばれる豊かな緑が茂り、都心にあって憩いと潤いのある貴重な空間を作り出している。

特に、屋外施設であるしいのき緑地は、金沢城を臨むことができる金沢都心部における開放的な緑地空間である。隣接するいしかわ四高記念公園との一体的な利用もでき、イベント実施者・参加者に人気がある。以下に時代ごとに特徴的な歴史的建造物や屋外施設のまとめを記載した。

## 1. 江戸

### ・ 金沢城公園

加賀藩前田家の居城で、国史跡として指定されている。公園内には重要文化財（石川門、三十三間長屋、鶴丸倉庫）など多くの見どころがある。

### ・ 兼六園

江戸時代の代表的な大名庭園で日本三名園の一つであり、特別名勝として国の指定を受けている。

### ・ 成巽閣

加賀藩 13 代藩主によって藩主の母のため、兼六園の一隅に建てられた。現在は国の重要文化財で、庭園は国の名勝に指定されている。

## 2. 明治

### ・ いしかわ赤レンガミュージアム（石川県立歴史博物館・加賀本多博物館）

建物は旧陸軍兵器庫の赤レンガ棟を再生しており、国の重要文化財となっている。

### ・ 旧陸軍第九師団司令部

旧金沢城内に建築されたが、1970 年に移築され、現在は国登録有形文化財になっている。

### ・ 旧陸軍偕行社

かつて北陸財務局・金沢国税局が使用。1967 年に移築され、国登録有形文化財に指定されている。

### ・ 石川四高記念文化交流館

国指定重要文化財である旧制第四高等学校本館を活用しており、四高の歴史をたどる展示や、石川ゆかりの文学資料を展示。

## 3. 大正

### ・ 県立美術館広坂別館（旧陸軍第九師団長官舎）

旧陸軍第九師団の師団長官舎として建築され、2016 年に国登録有形文化財に指定されている。

### ・ 石川県政記念しいのき迎賓館

旧石川県庁舎を活用して建築。正面は大正時代の格調高い風情を残しながら、反対側は全面ガラス張りの現代的な空間となっており、新旧が融合した建物である。

## 4. 昭和

### ・ 石川県立美術館

昭和のモダンなデザインの建築。国宝「色絵雉香炉」など、石川ゆかりの作品を中心に展示。

### ・ 石川県立伝統産業工芸館

昭和の日本を代表する建築家・谷口吉郎氏の設計による建築。県内伝統的工芸品 36 業種すべてを展示。

## 5. 平成

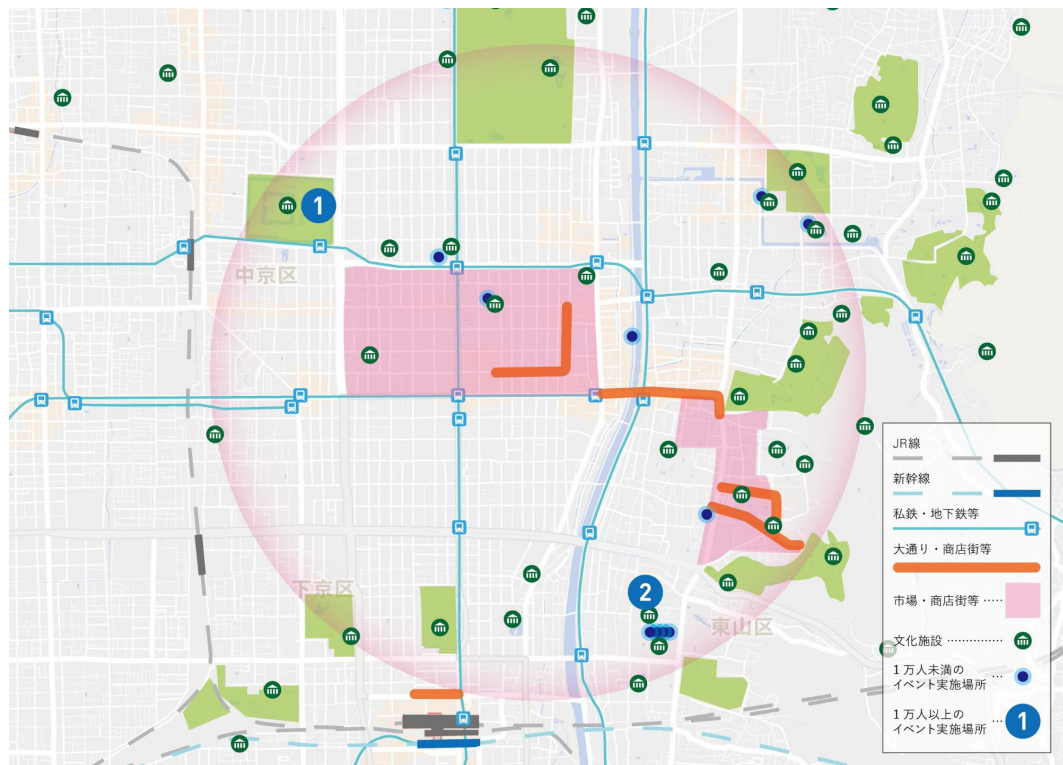
### ・ 石川県文化財保存修復工房

県庁出羽町分室の解体に伴い、県立美術館広坂別館を増築する形で 2016 年に移転リニューアル。ガラス窓越しに修復作業を常時公開している。

### ・ 金沢 21 世紀美術館

円形の現代的な建物で、「新しい文化の創造」と「新たなまちの賑わいの創出」を目的に開設。様々な作品を鑑賞できる。





## 過去のイベント実施実績

No.	イベント名	開催概要
1	二条城桜まつり 2017	会場：二条城 期間：2017年3月24日（金）～2017年4月16日（日） Web サイト： <a href="http://naked-inc.com/2017/nijijo/">http://naked-inc.com/2017/nijijo/</a>
2-1	特集展示 京都水族館 連携企画「京博すいぞくかん—どんなおさかないのかな？」	会場：京都国立博物館 平成知新館（2階展示室） 期間：2017年7月25日（火）～9月3日（日） Web サイト： <a href="http://www.kyohaku.go.jp/jp/project/2017_suizokukan.html">http://www.kyohaku.go.jp/jp/project/2017_suizokukan.html</a>
2-2	京都国立博物館開館 120周年記念特別展覧会「国宝」	会場：京都国立博物館 平成知新館（2階展示室） 期間：2017年10月3日（火）～11月26日（日） Web サイト： <a href="http://www.kyohaku.go.jp/jp/special/koremade/kyoto-kokuhou2017.html">http://www.kyohaku.go.jp/jp/special/koremade/kyoto-kokuhou2017.html</a>

## 地域における将来計画

## ○ 今後のイベント実施予定：2020年までのイベント実施予定

## 1. 京都文化博物館

・ 京都文化博物館 祇園祭展 [仮称]（2020年3月24日（火）～5月17日（日））に開催）東京 2020 大会にあわせた特別展として開催。なお、京都文化博物館は上記特別展以外にも、京都の歴史と文化をわかりやすく紹介する総合的な文化施設として、2020年まで年間を通して多彩な特別展を開催。また、京都ゆかりの優品を折々の企画に合わせた展示や、代表的な近代洋風建築として重要文化財の指定を受けている別館でもコンサート等様々なイベントを開催。

・ ARTISTS' FAIR KYOTO（2018年より開催）

## 2. 京都府庁旧本館

観桜祭（2007年より毎年春に開催）、観芸祭（2007年より毎年秋に開催）

1904年竣工し、創建時の姿をとどめる現役の官公庁建物としては日本最古の京都府庁旧本館では、上記以外にも年間を通して、民間主催も含め様々なイベントを開催。また旧知事室や旧議場等は常時公開。



### 3. 大丸京都店

味技展（1997年より開催）

### 4. 二条城

- ・桜まつり（毎年開催予定）
- ・お城まつり（毎年開催予定）

### 5. 京都芸術センター

- ・KYOTO EXPERIMENT 京都国際舞台芸術祭（毎年開催予定）
- ・KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭（毎年開催予定）
- ・ニュー・ブランシュ京都 Nuit Blanche Kyoto（毎年開催予定）

### 6. 京都国際マンガミュージアム

- ・京都国際マンガ・アニメフェア（毎年開催予定）  
京都市等が毎年9月に開催している西日本最大規模のマンガ・アニメの総合見本市の第二会場として、マンガ・アニメファンに向けた企画展等を実施（2020年以降も開催するかは未定）。

### 7. 京都市学校歴史博物館

- 2018年度は、明治150年・京都のキセキ・プロジェクトの一環として、開館20周年記念特別展を実施予定。また、2019年度 番組小学校創設150周年記念特別展を実施予定（詳細未定）。
- ・企画展「明治150年記念 京都画壇の明治」2018年4月28日（土）～6月19日（火）
  - ・企画展「明治150年記念 京都の学校史をたどる ―2014～2017年度 新収蔵品展 小学校編―」2018年10月6日（土）～12月11日（火）
  - ・開館20周年記念特別展「創造美術の画家」同時開催「近代京都の画家 一国画創作協会と上村松園を中心に―」2018年10月6日（土）～12月11日（火）
  - ・企画展「明治150年記念 京都の学校史をたどる ―2014～2017年度 新収蔵品展 旧制中学校・高等女学校・実業学校編―」2018年12月15日（土）～2019年3月31日（日）

### 8. 京都文化カプロジェクト2016－2020

東京2020大会等を契機として、京都を舞台に行っている文化と芸術の祭典。オール京都体制で、京都文化カプロジェクト実行委員会（構成：京都府、京都市、京都商工会議所等）を組織し、国内外に京都の魅力等を積極的に発信。2017年度は、舞台芸術分野のリーディング事業として、東京都等と共に「東京キャラバン in 京都・二条城」を開催。2018年度は「美術・工芸」、2019年度は「くらしの文化」のリーディング事業を開催し、2020年には、あらゆる分野を融合した総合的な祭典を開催する予定（2018年度以降のエリア内の実施については未確定）。

### 9. その他：2018年度の京都市内での関連実施事業

- ・Res Artis 2019 KYOTO ミーティング（仮）
- ・アーティスト・イン・レジデンスに関する国際会議。2019年2月開催予定。

### 10. その他：2019年度の京都市内での実施事業

- ・第25回国際博物館会議京都大会 ICOM (International Council of Museums) KYOTO 2019 25th General Conference  
3年に一度の世界大会。2019年9月1日（日）～7日（土）に開催。
- ・Visual Arts Focus 2019（仮）  
Institut français による美術の祭典。日本国内で展覧会等。
- ・ポーランド・ウィーク（仮）2019  
国交樹立100周年を記念した事業。京都は展覧会開催予定。

## 11. その他：市内で毎年開催されている祭りやイベント

- ・ 葵祭  
京都三大祭りのひとつ。毎年5月に行われ、平安貴族の姿で行列が優雅に練り歩く
- ・ 祇園祭山鉾巡行  
京都三大祭りのひとつ。7月17日に前祭、7月24日に後祭を開催。
- ・ 時代祭  
京都三大祭りのひとつ。毎年10月に行われる平安神宮の祭。各時代の装束による行列は「生きた時代絵巻」と呼ばれる。
- ・ 伝統産業の日 2018  
京都市では、春分の日を「伝統産業の日」と定め、この日を中心に京都の伝統産業に触れ親しんでいただく様々なイベントを岡崎・東山、室町、西陣など市内各地で展開している。

### ○ 今後のイベント実施予定：2020年以降のイベント実施予定

- ・ ARTISTS' FAIR KYOTO
- ・ 観桜祭
- ・ 観芸祭
- ・ 味技展
- ・ 葵祭
- ・ 祇園祭山鉾巡行
- ・ 時代祭
- ・ 伝統産業の日
- ・ 京都芸術センターでは、海外とのネットワークを強化すると同時に、地域の芸術文化を育む土壌を豊かにする地道な活動を継続して行う予定
- ・ 京都市学校歴史博物館では、京都の学校に遺された教科書・教材・教具等の教育資料や卒業生等が学校に寄贈した数々の美術工芸品を活用した企画展を開催していく予定

### ○ 将来計画における課題・展望

- ・ 京都文化カプロジェクト 2016～2020では、さらなる海外に向けての発信や若者等に参加してもらえる方法等が課題となっている。
- ・ 二条城では、文化財の活用と保存のモデルとなることを目指している。
- ・ 京都市学校歴史博物館では、保存資料の整理・データベース化（アーカイブ化）が課題。また、多言語化（2017年度に文化庁補助事業を活用して、英語・中国語・韓国語に対応したリーフレット・常設展案内パンフレット・音声ガイドを作成予定）に対応することが課題。
- ・ 伝統産業の日について、伝統産業品の普及啓発だけでなく、販売促進に繋がる取り組みが求められている。
- ・ 京都府文化スポーツ部文化交流事業課では、予算の確保、事業効果、海外発信、若年層の参加の4点において課題が挙げられた。

### イベント実施にあたって留意すべき規制

規制	留意すべき内容
屋外広告物規制	京都市屋外広告物等に関する条例により、屋外広告物は禁止されており、屋外広告物を設置するためには市長の特別な許可が必要。その他、京都市眺望景観創生条例による規制もある。

騒音制限	第1種住居地域であり、周辺に学校があるため8:00から18:00が45db、それ以外の時間が40dbとなっている。また、周辺は住宅地域であるため、規制に関係なく騒音が発生するイベントの開催時には事前に周辺住民に周知するなどの注意が必要。
食品規制（飲食不可）	屋外や一般建築物について規制はないが、指定文化財については協議が必要。なお、火気の使用については消防の手続き、文化財への配慮が必要。
道路使用許可	二条城内のイベントであれば道路使用許可は不要。なお、一般の入城者の観覧に影響がある場合は調整が必要。
車両乗り入れ規制	二条城内の乗り入れは、通路の幅員、樹木の枝等があるため、原則2トン以下となっている。また、開城時間内（8:30～17:00）は原則城内の通行ができない。
利用時間規制	二条城では、原則8:45～22:00としている。内容により協議が必要。
エリア内での特有な規制	二条城全体が文化財保護法の史跡に指定されており、文化庁等との調整や現状変更許可申請などの届出が必要。また、国宝や重要文化財に指定されている建物については柱等を傷つける設営はできない。設営計画について、事前に文化庁等との調整や届出が必要。
会場の年間スケジュールと、利用できない時期や具体的な日数	二条城は年中利用可能（年末年始の3日間は条例上の休城日）。3月下旬から4月中旬は桜まつり、10月から12月上旬はお城まつりの他、MICE利用による事業が実施されているため、事前の調整が必要。
利用についての了承を取る必要がある地権者や団体	京都市（文化市民局文化芸術都市推進室）、京都府（文化財保護課）、国（文化庁）

### イベント実施者・参加者・ソーシャルメディアからの評価

#### ○ 様々なイベント実施者から挙げられている課題・要望について

- ・ 京都文化カプロジェクト2016－2020  
文化財の保存と、年間200万人を超える来場者の中での設営や運営に工夫が必要。
- ・ 二条城  
二条城には常設の夜間照明設備がなく、夜間開催するイベントについては照明が必要となる。
- ・ 京都芸術センター  
京都芸術センターでは、一時的な美術作品の屋外展示に関しても屋外広告の規制があり、調整が必要。

#### ○ イベント参加者・利用者（訪日外国人含む）から挙げられている課題・要望について

- ・ 京都文化カプロジェクト2016－2020  
視覚障がいや聴覚障がいの人々も一緒に楽しめるパフォーマンスや誰でも通りに参加ができる会（大茶会等）の実施（「東京キャラバン in 京都・二条城」開催時アンケートより抜粋）。
- ・ 京都国際マンガミュージアム  
海外からの来館者は多いものの、京都市に訪れる外国人観光客数を踏まえると、より一層の増加を図る必要がある
- ・ 京都市学校歴史博物館  
多言語化（2017年度化庁補助事業を活用して、英語・中国語・韓国語に対応したリーフレット・常設展案内パンフレット・音声ガイドを作成予定）への要望がある。

#### ○ エリア内において評価の高いイベント・場所について

- ・ 京都文化博物館  
京都の歴史と文化をわかりやすく紹介する総合的な施設として多彩な特別展の他、「京の歴史」「京のまつり」「京の至宝と文化」の3つのゾーンに分けた常設展示では、祇園祭の懸装品や京都ゆかりの名品など「ほんまもん」の魅力を紹介。また、フィルムシアターでは、京都府所蔵の名作映画を順次上映している他、代表的な近代洋風建築として重要文化財の指定を受けた別館（旧日本銀行京都支店）など、みどころが満載で多くの来場者を集めている。

- ・ 京都府庁旧本館  
1904 年竣工・現在も執務室として使用され、創建時の姿をとどめる現役の官公庁建物としては日本最古のもので、2004 年に国の重要文化財に指定。ルネサンス様式に属する建物の外観は、西洋近世の大邸館をほうふつとさせるものがあり、内部には和風の優れた技術が巧みに取り入れられて、内部意匠は建築より、むしろ工芸品といった趣さえ感じられ、数多くの映像作品の撮影場所として活用される他、多くの方が見学にこられている。
- ・ 京都国際マンガミュージアム  
年間約 30 万人が来館しており、そのうちの約 2 割が海外からの来館者であるなど、国内外から高く評価されている。
- ・ 京都芸術センター  
若手芸術家支援拠点である京都芸術センターは、建設当時東洋一と謳われた元・明倫小学校を活用しており、今も往時が偲ばれる図書室や廊下の人気である。また、2008 年に国の有形文化財に登録されている。
- ・ 京都市学校歴史博物館  
敷地入口の元京都市立開智小学校の正門と石堀（国登録有形文化財）、展示棟入口の旧成徳小学校玄関（国登録有形文化財）で評価が高い。
- ・ 二条城  
「二条城の夜間ライトアップ」では、幻想的な写真が SNS で多く投稿されている。また、「アートアクアリウム」を二条城で開催し、多くの写真が投稿された。
- ・ 京都芸術センター  
「トラディショナル・シアター・トレーニング（T・T・T）」というイベントが例年夏に開催されている。そこでは、役者や研究者が能・狂言・邦舞の 3 分野に分かれ、3 週間学んだ後に能楽堂で発表するプログラムが実施され、世界中から毎年 20 人程度の受講生がある。2017 年度には、テレビ東京の「YOU は何しに日本へ？」（2017 年 11 月 27 日（月）放送）で受講生の一人が取り上げられた。また、「東アジア文化都市 2017 京都—アジア回廊—現代美術展」及び「建築 Symposion（シンポジオン）—日独仏の若手建築家による—」においては、周辺地域だけでなく、日中韓のメディアや建築関係の冊子にも掲載された。
- ・ 葵祭  
京都三大祭りのひとつで、毎年 5 月に行われ、平安貴族の姿で行列が優雅に練り歩く。毎年大勢が集まる代表的なイベント。
- ・ 祇園祭  
京都三大祭りのひとつで、特に宵山期間中（前祭 7 月 14 日から 17 日、後祭 7 月 21 日から 23 日）の山鉦が人気。宵山期間中、前祭では 22 基、後祭では 10 基の山鉦が鑑賞できる。場所においては、山鉦巡行ルート及び山鉦町（宵山飾りの地域）、お旅所、八坂神社等が評価が高い。
- ・ 時代祭  
京都三大祭りのひとつで、毎年 10 月に行われる平安神宮の祭。各時代の装束による行列は「生きた時代絵巻」と呼ばれ、評価が高いイベントである。
- ・ 伝統産業の日  
「伝統産業の日」は、市内各所に着物姿で行くと施設入場料が無料になる「きものでおでかけ・入場無料」が高い評価を得ている。
- ・ 錦市場商店街  
「京の台所」として 400 年の歴史があり、約 390 メートルにも及ぶ商店街。地元の方をはじめ、多くの観光客が訪れ、賑わっている場所である。
- ・ 奈良屋記念杉本家住宅  
国の重要文化財にも指定されており、町家としては市内最大規模に属し、各 1 間半の床と棚を装置した座敷、独立棟として西に張り出した仏間、大きな台所などに特色著しいものがある。保存状

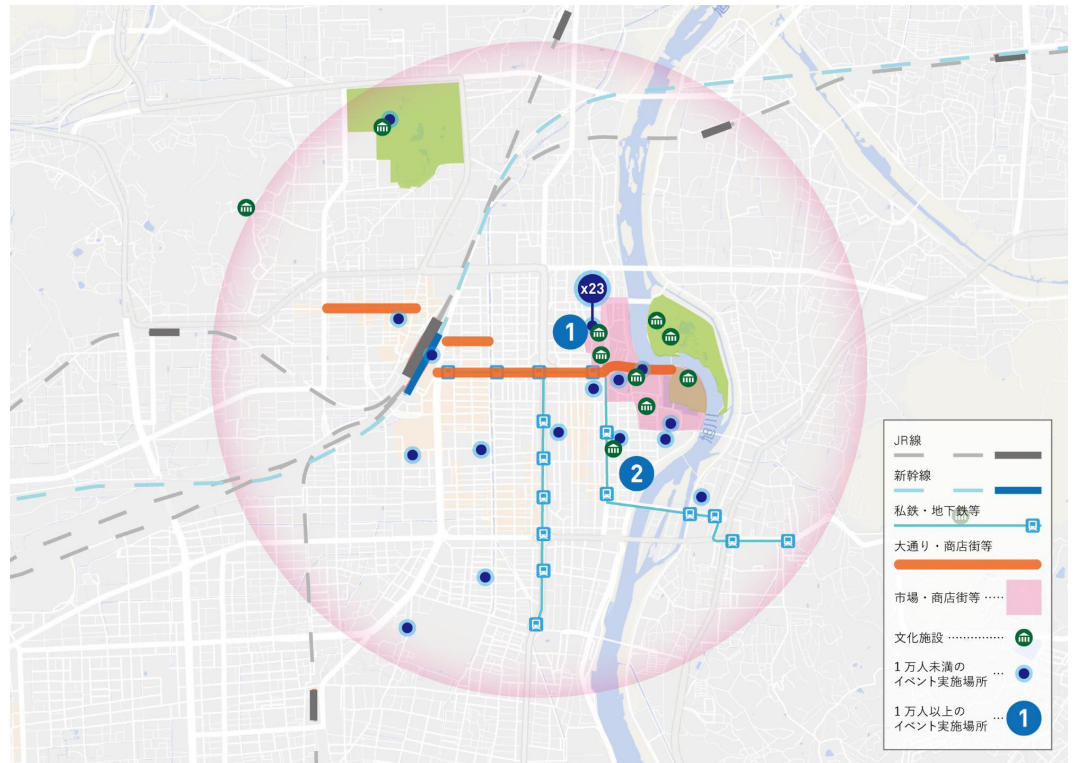
況は良好で、下京における大店の建築遺構として極めて高い価値を有する。

・ D&DEPARTMENT KYOTO by 京都造形芸術大学

本山佛光寺の境内にあり、地域のコミュニティと連動するギャラリーを併設。お茶所は季節を味わうカフェスペースとして展開している。また、定期的に勉強会を開催するなど、さまざまなデザイン活動を展開している。

5. 岡山県 岡山市 桃太郎通りから岡山城周辺

瀬戸内エリア



過去のイベント実施実績

No.	イベント名	開催概要
1	第15回おかやま県民文化祭	会場：岡山県天神山文化プラザ 1階ホール 期間：2017年8月19日（土）～2017年11月30日（木） Webサイト： <a href="http://www.o-bunren.jp/index.html">http://www.o-bunren.jp/index.html</a>
2-1	第17回おかやま桃太郎まつり・秋のおかやま桃太郎まつり	会場：納涼花火大会：旭川西中島河原一帯、うらじゃ：岡山市内各所・パレードは岡山市役所筋、秋のおかやま桃太郎まつり：岡山城 期間：第17回おかやま桃太郎まつり：2017年8月5日（土）～6日（日）、秋のおかやま桃太郎まつり：2017年10月7日（土）～9日（月） Webサイト： <a href="http://www.okayama-momotaro-fes.jp/">http://www.okayama-momotaro-fes.jp/</a>
2-2	京橋朝市、京橋朝市（全国有名朝市フェア）、京橋朝市（メ市）	会場：京橋西詰め旭川河川敷及び旭川堤防緑地一帯 期間：京橋朝市毎月第一日曜日、全国有名朝市フェア：2017年10月1日（日）、メ市：2017年12月29日（金） Webサイト： <a href="http://www.kyoubashiasaichi.com/BD/home/">http://www.kyoubashiasaichi.com/BD/home/</a>

地域における将来計画

○ 今後のイベント実施予定

2018年は、岡山城、後楽園等で以下のイベントを開催予定。

- ・ 4月下旬（岡山城：春の烏城灯源郷 岡山後楽園：春の幻想庭園）10日程度
- ・ 8月中（岡山城：夏の烏城灯源郷 岡山後楽園：夏の幻想庭園）1ヵ月程度
- ・ 8月上旬（岡山市内各公園及び市役所筋：うらじゃ 旭川河川敷：花火大会）2日程度



- ・ 10月中旬（岡山城：秋のおかやま桃太郎まつり）3日程度
- ・ 11月中旬（岡山城：秋の烏城灯源郷 岡山後楽園：秋の烏城灯源郷）10日程度
- ・ 12月上旬～中旬（岡山駅東口広場 MOMOTAROH FANTASY）1ヵ月程度

※ 2019年12月より、烏城公園（石山公園地区）は、公園施設撤去工事が開始されるため、使用不可となる予定。

### ○ 将来計画における課題・展望

- ・ おかやま桃太郎まつりに関して、外国人観光客の増加による外国語対応（案内業務、広報媒体）が課題。2017年度より、一部会場で外国語の会場アナウンスを実施するなどの対応をとっているが、反省点を活かして2018年度実施の際には外国語対応スタッフを仮設観光案内所に配置したり、外国語版の案内図等を作成して改善を図る予定で調整中。
- ・ そのほかの課題として、近年気温が高くなってきており、熱中症への対策が課題としてある。2018年度実施の際も、今年度に引き続き救護スタッフの配置や救護用品の充実を図り、引き続き安心・安全なイベント運営ができるよう調整していく予定。
- ・ おかやま桃太郎まつり運営委員会として規制を行っているのは、岡山県警に協力を仰いで実施する交通規制のみ。中心市街地で開催するまつりであることから、交通渋滞や騒音問題などまつり実施に際して様々な影響があるが、地元町内会、大型商業施設や宿泊施設等に事前の説明・協議を実施して地域協力のもとイベントを開催している。今後についても同様のスキームで実施予定。
- ・ 近年のイベントでは、歩きスマホやドローンの飛行など、時代の流れに沿って危険な行為も見受けられることから、岡山市では事前に岡山県警との協議により歩きスマホを禁止する看板を設置したり、チラシやホームページ等で会場内でのドローンの飛行を禁止するルール作りを行っている。今後についても岡山県警との協議・調整を行いながら実施予定。
- ・ おかやま桃太郎まつりでは、地元マスコミ（山陽新聞社・山陽放送・岡山放送・テレビせとうち）が運営に携わっていることから、情報発信には各地元マスコミの情報発信手段（TVCM告知、新聞掲載、ラジオ告知等）を活用して行っている。また、おかやま桃太郎まつりの公式ホームページを管理運営しており、そこで随時情報を更新しながら発信するとともに、紙媒体（チラシ、ポスター）やSNS（うらじゃ Facebook 等）での情報発信も行っている。また、市役所からのプレス発表や広報誌への掲載、市 Facebook を活用した情報発信も併せて行っている。
- ・ 2018年度で第18回目を迎えるおかやま桃太郎まつりだが、特にうらじゃに関しては第25回目を迎える年となり、岡山の代表的なまつり（踊り）として定着してきたと考える。今後は、岡山市外の観光客の方にもうらじゃの事を知っていただき、岡山市に訪れるきっかけになるように積極的に情報発信をするとともに、各種イベントを充実させながら来場者が楽しめるイベントにしていきたい。

### イベント実施にあたって留意すべき規制

規制	留意すべき内容
屋外広告物規制	屋外広告物条例 屋外広告物禁止地域、第1種許可地域及び第3種許可地域が混在しているため、それぞれの地域ごとに規制の内容が異なる。（詳しい区域分けは岡山市都市計画情報システム参照）また、桃太郎大通り、市役所筋、西側緑道公園筋・枝川筋、県庁通り沿いは屋外広告物モデル地区に指定されているため、追加の規制がある。ただし、国又は地方公共団体が公共的目的をもって表示する広告物や、祭礼等の一時的広告（2週間以内）であれば協議のうえ適用除外となる。
騒音制限	騒音規制法に係る指定地域内であるため、40～70dbの規制がかかる可能性がある。
食品規制（飲食不可）	・ 場所に関わらず、複数日にわたり、イベントを行う場合、保健所に営業許可が必要（一日のみであれば届出）。屋台で営業を行う場合は、簡易な調理品しか扱うことができない。弁当など複雑な調理を伴う食品は扱えない。また、未加熱の調理品（寿司等）の提供は原則不可。 ・ 岡山城内には国重要文化財の城の櫓があるため、火気の使用には条件がつくことがある。
道路使用許可	・ 道路を使用する場合は必要。詳細は岡山県警察署に確認が必要。 ・ 許可の可否については、実施時期・規模などで個別に判断。

<b>車両乗り入れ規制</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>『烏城公園（石山公園地区を含む）』及び旭川烏城公園緑地及び石関緑地については、原則車両の乗り入れは不可（緊急車両を除く）。ただし、イベントに付帯する資材搬入車両のみ許可申請後、公園南の橋から可能だが、構造及び幅員の関係から4t以下の車両しか進入できない。</li> <li>石山公園エリア及び旭川烏城公園緑地及び石関緑地への資材搬入のための車両乗り入れは、別途北側（旭川土手）からの進入も可能（この入り口から、烏城公園（本丸方面）へ進入走行することは不可）。車両の重量規制はない。</li> </ul>
<b>利用時間規制</b>	烏城公園（石山公園地区を含む）及び旭川烏城公園緑地及び石関緑地は、24時間開放の公園となっている。
<b>エリア内での特有害な規制</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>岡山城、岡山後楽園ともに史跡であるため、文化財保護法の適用を受け、仮設物等の設置には、埋蔵文化財保護等の観点から一定の制限がある</li> <li>烏城公園は、歴史公園となっているため、掘削等に規制がある</li> <li>烏城公園（石山公園エリア）に隣接する旭川烏城公園緑地及び石関緑地は河川法の関係より、杭の打ち込み等は不可</li> <li>後楽園は、国特別名勝であるため、その価値を損なうような使い方には配慮が必要</li> </ul>
<b>会場の年間スケジュールと、利用できない時期や具体的な日数</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○岡山城、後楽園等</li> <li>・4月下旬（岡山城：春の烏城灯源郷 岡山後楽園：春の幻想庭園）10日程度</li> <li>・8月中（岡山城：夏の烏城灯源郷 岡山後楽園：夏の幻想庭園）1ヵ月程度</li> <li>・8月上旬（岡山市内各公園及び市役所筋：うらじゃ 旭川河川敷：花火大会）2日程度</li> <li>・10月中旬（岡山城：秋のおかやま桃太郎まつり）3日程度</li> <li>・11月中旬（岡山城：秋の烏城灯源郷 岡山後楽園：秋の烏城灯源郷）10日程度</li> <li>・12月上旬～中旬（岡山駅東口広場 MOMOTAROH FANTASY）1ヵ月程度</li> </ul> ※上記を開催予定のため、別の催事は開催不可（その他、岡山城・岡山後楽園ともに年間催事あり）
<b>利用についての了承を取る必要がある地権者や団体</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国（岡山河川事務所）</li> <li>・県（観光課、都市計画課、後楽園事務所、県警等）</li> <li>・市（各区役所地域整備課、都市計画課、観光コンベンション推進課、就学課、文化財課、消防局等）</li> <li>・岡山市公園協会</li> <li>・おかやま観光コンベンション協会</li> <li>・旭川南部漁協</li> <li>・地元町内会 等</li> <li>・JR岡山駅 等</li> <li>・その他民間土地所有者 等</li> </ul>

## イベント実施者・参加者・ソーシャルメディアからの評価

### ○ 様々なイベント実施者から挙がっている課題・要望について

石山公園をはじめ、公園でのイベントの際には、電気設備は持ち込みが原則となる点がイベント実施者から課題として挙げられている。また、公園内に、臨時的に用品類を収容できる倉庫がないことも課題。設営準備の際は、もともと人が集う観光地・公園であるだけに、来場者動線と搬出入動線が重なってしまうため、これへの対応（警備員）も必須となる。来場者の駐輪場、主催者用駐車場の確保も常に課題となっている。

### ○ イベント参加者・利用者（訪日外国人含む）から挙がっている課題・要望について

岡山城でイベントを実施する際には、そもそも城目的で来た観光客にとって、イベントは「余計なもの」と受け止められることもある。特に城の天守閣前広場で何かイベントをすると、記念写真の撮影の妨げになる場合もあり、苦情となることもある。公園は市民の憩いの場でもあり、日常的に使用している市民からは、イベントが行われていると、通りにくくなったり騒々しくなったりすることで、これも苦情となることがある。

# III—その他のポテンシャルのあるエリア

## 1. 調査目的

本調査の目的である文化の情報発信拠点となりうる地域のピックアップは、オリパラ事務局の取り組み（試行プロジェクト及び beyond2020）における実績と 46 道府県へのアンケートによる総合判断によって実施した。ただ調査を進める中でイベント実績によって調査した地域以外にも東京 2020 大会やレガシーに結びつく可能性のある地域や活動があるとわかった。そのため、拠点調査とは別に、5つのコンセプトの視点で可能性のある地域に現地インタビューを実施し、今後の課題や展開の参考とした。

### 5つのコンセプト

1. 既存の取り組みを発展させ、2020 年以降も継続するフレームとなる
2. 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる
3. 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す
4. 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする
5. 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

## 2. インタビュー対象者

インタビュー対象者は 46 道府県アンケートと有識者の意見を元に、5つのコンセプトから可能性のある地域のイベント及び活動を、コンソーシアムメンバーの合議により絞り込んだ。

県	活動名称	インタビュー対象者
福島県	会津若松サムライシティプロジェクト	会津若松市役所 観光商工部観光課
	会津まつり	会津若松市役所 観光商工部観光課
	鶴ヶ城大茶会	会津若松市役所 観光商工部観光課
新潟県	燕三条 工場の祭典	「燕三条 工場の祭典」実行委員会（株式会社メソッド、株式会社 MGNET、三条市）
	庄内 ディスティネーションキャンペーン	新潟県産業労働観光部観光局 観光振興課
	アートミックスジャパン	新潟市文化創造推進課、にいがた総おどり祭り実行委員会
	白根大凧合戦	新潟市文化創造推進課、新潟市南区役所産業振興課内
	わらアートまつり	新潟市文化創造推進課、西蒲区役所産業観光課
静岡県	大道芸ワールドカップ	静岡県観光交流文化局 観光交流課、大道芸ワールドカップ実行委員会
瀬戸内地域	岡山市芸術交流	岡山市 市民生活局 文化振興課
	瀬戸内国際芸術祭	香川県 瀬戸内国際芸術祭推進課
	瀬戸内 DMO	一般社団法人せとうち推進機構
徳島県	徳島市 阿波おどり	徳島県県民環境部 とくしま文化振興課、徳島県商工労働観光部にぎわいづくり課
	徳島マチ★アソビ	徳島県県民環境部 とくしま文化振興課、徳島県商工労働観光部にぎわいづくり課

### 3. インタビュー結果

インタビュー結果について、「5つのコンセプト」に対して、得られた意見を整理し、各地域における可能性を把握した。

#### 意見の一覧

5つのコンセプト	各イベント・事業における視点
既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 新潟市文化創造推進課（P131 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本の文化や産業を世界に輸出する</li> </ul> </li> <li>② 徳島県県民環境部 とくしま文化振興課、徳島県商工労働観光部にぎわいづくり課（P137 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 踊り子グループ“連”の仕組みで、世界へ広がり、地域を越えた連携をつくる</li> </ul> </li> </ul>
新しいシンボルやディステーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 会津若松市役所 観光商工部観光課（P128 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「作り物ではない本物」を感じる体験とストーリーを意識する</li> <li>・ 民間団体と市役所の連携によるサムライシティとしての盛り上げを行う</li> <li>・ 侍の魂が今も息づく地として、海外へ情報発信を行う</li> </ul> </li> <li>② 「燕三条 工場の祭典」実行委員会（P129 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 同じようにやっても成功しない、ゼロからイチにしていくイベント構想が必要</li> <li>・ 本場に工場のことを愛してくれる「ニッチでディープなファン」を集める</li> <li>・ 工場ごとの適切な規模感によって、少人数の工場が持つ伝統技術を伝える</li> </ul> </li> <li>③ 大道芸ワールドカップ in 静岡（P132 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ これから静岡という場所が、「アジアのパフォーミングアーツのハブ」となる</li> <li>・ 日常における文化芸術の必要性への理解を浸透させ、市民の参加意識を高める</li> </ul> </li> <li>④ 香川県 瀬戸内国際芸術祭推進課（P133 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 瀬戸内に光る「モノ」「コト」「ヒト」の発掘と発信</li> </ul> </li> <li>⑤ 岡山芸術交流実行委員会（P135 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海外の参加者を意識し、アートを軸とした情報発信や街づくりを行う</li> </ul> </li> </ul>
行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 新潟県 産業労働観光部観光局 観光振興課（P130 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ これまでとこれからの発信の違い</li> <li>・ エリア MTG による若者の育成</li> <li>・ 「ガストロノミー」という言葉を徐々に浸透させていきたい</li> </ul> </li> <li>② 香川県 瀬戸内国際芸術祭推進課（P133 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 芸術祭の開催効果を瀬戸内地域に波及させるために、他地域との連携している</li> </ul> </li> <li>③ せとうち DMO（P136 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 瀬戸内の地名を世界に発信し、「せとうち」と呼ばれる場所にしていく</li> <li>・ 海外メディアとの直接的な連携による情報発信</li> </ul> </li> </ul>
新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 香川県 瀬戸内国際芸術祭推進課（P133 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 芸術祭会期中だけでなく、会期外にも多くの方が訪れる流れをつくる</li> </ul> </li> <li>② 岡山芸術交流実行委員会（P135 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 街にアートがあるということを浸透させながら、規制に対するノウハウを蓄積する</li> </ul> </li> <li>③ 徳島県県民環境部 とくしま文化振興課、徳島県商工労働観光部にぎわいづくり課（P137 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 阿波おどりの経験によって、マチ★アソビも街中を自由に行動できるイベントとなっている</li> </ul> </li> </ul>
多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 「燕三条 工場の祭典」実行委員会（P129 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 多様な視点から魅力を肌で感じてもらい、時間をかけて文化や地域ブランドを根付かせる</li> </ul> </li> <li>② 新潟市文化創造推進課（P131 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域住民や海外との連携によって、さらなるイベントの発展を目指す</li> </ul> </li> <li>③ 大道芸ワールドカップ in 静岡（P132 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 市民も、世界中の人も、障がい者も参加できる、多様なつながりのあるイベント</li> <li>・ 海外における口コミ拡大によって、海外参加者を募る</li> </ul> </li> <li>④ 香川県 瀬戸内国際芸術祭推進課（P133 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 芸術祭の様々な活動を支えるボランティアサポーター「こえび隊」</li> <li>・ 人と人、島と島、地域と世界との交流によって「つながり」を強化・拡大する</li> <li>・ 島の「滞在」を彩る担い手の育成</li> </ul> </li> <li>⑤ 岡山芸術交流実行委員会（P135 参照）               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 子どもたちに現代アートの在り方を理解してもらい、地域に根ざす継続的な活動へと取り組む</li> </ul> </li> </ul>

○ インタビューした取り組みの情報

会津若松サムライシティプロジェクト 會津十楽	蒲生氏郷公が作り上げた会津固有の制度であった経済と文化が融合した経済・文化振興策である「十楽」を復活し、例年行われている会津まつりをはじめ、JR 東日本、会津鉄道、中心市街地商店街との連携をはかり、風評被害を払拭し観光振興、地域振興を図る。平成 25 年(2013 年)より「會津十楽」を開催し、鶴ヶ城内やまちなか等で蒲生氏郷公が作り上げた会津固有の制度であった経済と文化が融合した「會津十楽」を再現し歴史的な背景を含めた新たな観光資源とし、県内外に「会津南蛮文化」を発信する事業を展開している。 <a href="http://aizu-jyuraku.jp/samuraiCP.html">http://aizu-jyuraku.jp/samuraiCP.html</a>
会津まつり 会津藩公行列	9 月下旬に 3 日間開催される会津地域最大の祭り。先祖に感謝する市全体の統一祭という意味合いから出発し、鎮魂や慰霊を目的に開催しているが、会津地域最大のイベントとして観光振興の側面もある。松平家子孫をはじめゆかりの方々も参加する全市あげての祭り。動員数：3 日で 205,000 人。メインの会津藩公行列は 180,000 人。 <a href="https://www.aizukanko.com/event/95/">https://www.aizukanko.com/event/95/</a>
鶴ヶ城大茶会	茶室麟閣が若松城本丸内移築復元 28 周年を記念し、会津茶道文化の発展を図り、その歴史を広く全国に知らしめることを目的として茶会を開催している。千利休の子少庵と蒲生氏郷の遺徳をしのび開催される会津最大級のお茶会。動員数：約 2,000 人

○ 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

「作り物ではない本物」を感じる体験とストーリーを意識する

数年前から会津若松では「サムライシティ」という言葉の商標を取得。その表現として、会津若松の基礎を作った蒲生氏郷公に焦点を当て、氏郷公がもたらしたと言われる当時最先端であった技術や文化、茶の湯・南蛮文化など当時の様子を再現するなど会津若松の歴史的ストーリーと紐付いた発信を行っている。會津十楽では鶴ヶ城の中で、楽市を再現した催しや本物の甲冑を着る体験ができ、鶴ヶ城大お茶会では様々な流派を集合するなど、「作り物ではない本物」を感じてもらう体験を意識している。会津若松を訪れた人に対し、歴史的文化和結びついた空間演出や体験の提供を行うことで、サムライシティとしてのディスティネーションを強化していきたい。ただ具体的な「作り物ではない本物」をどのように見せていくかは課題としてある。

民間団体と市役所の連携によるサムライシティとしての盛り上げを行う

會津十楽には歴史部分に関わる雰囲気作りが目的であるため、鶴ヶ城を開催場所としている。鶴ヶ城においては史跡の保護を優先するため、申請が厳しいときもあるが、運営委員会と若松市で協力して利用申請を行っており、開催実績から徐々に表現できることが増えてきている。民間団体の会津まつり協会や会津 NPO センターなどイベントの企画や運営を行う実行委員会と会津若松市役所の連携体制はできている。現在は予算面や規制面でのサポートを会津若松では補助しているが、サムライシティとして盛り上がることで民間が主体となって開催できるようになることが最も良いが、観光客の水準が震災以前に戻りつつある状態では有るが、まだ民間団体だけの開催は難しく、予算面での継続的な支援が必要である。

侍の魂が今も息づく地として、海外へ情報発信を行う

會津十楽では若松在住の留学生、海外出身の社会人とのワークショップや、新潟市と連携した台湾メディアへの PR 事業など、海外観光客への情報発信を実施している。他にも侍の魂が今も息づく地、福島として「ダイヤモンドルート」などの PR 動画発信も行っている。2020 年に向けては欧米も含めた海外への情報発信を検討している。



○ インタビューした取り組みの情報

燕三条 工場の祭典

「燕三条 工場の祭典」は、金属加工の産地である新潟県燕三条地域とその周辺地域で開催されたイベント。2017年10月5日（木）から8日（日）までの4日間で行われ、5回目の開催では約5万3千人が来場された。開催期間中、さまざまな“KOUBA”が一斉に開放され、訪れた参加者はKOUBAでのものづくりを体験することができる。また、新潟県という日本を代表する産地での特色を活かし、多種多様な製品を産み出しているKOUBA（工場）や、米どころとしても有名なこの地で農業に取り組むKOUBA（耕場）、この地でつくられた産品を手にする事ができるKOUBA（購場）の3つのKOUBAで多様なイベントが開催された。普段は閉じられている場所に訪れ、職人たちの手仕事を間近に見て、彼らと対話し、ワークショップに参加することができるイベントとなっている。  
<http://kouba-fes.jp/>

○ 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

**同じようにやっても成功しない、ゼロからイチにしていくイベント構想が必要**

瀬戸内国際芸術祭や大地の芸術祭など、すでに注目を集めている芸術関連のイベントがある。しかし、これを真似た芸術関連のイベントが国内で実施されているが、焼き直的に実施しても上手くいかないと考えている。そのため、工場の祭典では、燕三条にある工場の魅力や地域そのものの魅力について見つめ直し、「燕三条だからこそ」という魅力について深く考えた結果、現在のイベントへと繋がっている。同じようにやっても成功しないという、ゼロからイチをつくる想いでイベントが構想された。

**本当に工場のことを愛してくれる「ニッチでディープなファン」を集める**

約5万3千人が訪れる工場の祭典だが、4日間だけで全ての参加者におもてなしをすることはできない。また、地域の魅力を伝えるためには、密なコミュニケーションを取る必要がある。そのような視点から、工場の祭典では「ニッチでディープなファン」をターゲットに活動を進めている。これは、単なる興味本位での参加ではなく、本当に興味を持ってリピートしてくれる参加者を集めるということを目指している。また、イベントの4日間ではなく、残りの「361日」を意識しており、4日間のことを361日にどう活かすかをポイントとしている。それによって、顔と顔を突き合わせ、イベントの参加者が地域と深く結びつくような直接的なつながりを生み出すことを大切にしている。本当に工場のことを愛してくれる人を増やし、「また来たい」、「もっと深く知りたい」と思う人に何度も訪れてもらう場所へと地域づくりを行っている。

**工場ごとの適切な規模感によって、少人数の工場が持つ伝統技術を伝える**

工場の祭典は、三条市が行っていた越後三条鍛冶まつりがベースとなり始まったイベントである。当初の工場の祭典では、少人数の工場で丁寧につくられている金属加工品の伝統技術を伝えるものだった。そのため、第1回目の工場の祭典は、1～2人で経営している工場も参加するイベントとなっていた。しかし、会を重ねるごとにイベントの参加者が増加し、嬉しい反面で少人数の工場では参加者の訪問対応に手が回らなくなり、現在では徐々にそのような工場の参加が減少してきている課題がある。今年参加いただいた少人数の工場は非常に参加者からの評判が良く、そのような工場の伝統技術があってこそ今の燕三条の姿があるので、今後は少人数の工場の方にも参加してもらえるイベントにしていく必要がある。少人数の工場では、イベント参加者が20名ほど訪れるだけで十分で、100名の方が来てしまうと逆に驚いてしまう。工場ごとに適切な規模感や幸福度があり、そういった視点でイベントを運営していくことが今後重要になってくる。

○ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

**多様な視点から魅力を肌で感じてもらい、時間をかけて文化や地域ブランドを根付かせる**

燕三条は、金属加工の産地としての強みがあり、その中には多様な魅力が含まれている。刃物、鍋などといった金属加工品としての種類の多様性や、その金属製品を製作する過程で発生する音や火

花も五感を刺激し、生々しい現場から多様な感覚を得ることができる。また、燕三条は伝統工芸もあれば大量生産の機械部品製作もあり、伝統技術と現在の技術といったテクノロジーにおける多様性も味わうことができる。このような多様な視点をイベント参加者に体験してもらい、文化の魅力に共感できる状況をつくっている。また、そのような体験から地域に根付いた技術や文化に共感してもらうことで、継続的に燕三条の技術や文化をさらに磨き上げ、時間をかけて地域ブランドの意思を根付かせようとしている。

## 新潟県 産業労働観光部観光局 観光振興課

### ○ インタビューした取り組みの情報

#### 庄内ディスティネーション キャンペーン

新潟県・庄内エリアの両地域が共通する「食」「酒」等の魅力を中心に、食を育んだ歴史や伝統、暮らし、風土といった背景と食で地域のストーリーを伝える、仕組みづくりを日本海美食旅（日本海ガストロノミー）として進めている。2018年には新潟駅の新幹線・在来線同一ホーム乗換が実現し、新潟駅の利便性向上による新潟～庄内エリアへの周遊促進や上越・北陸の2つの新幹線を利用した沿線地域間の連携を強化し、新潟県と庄内エリアの広域観光流動の創造に繋がる取組を実施する。

訪日プロモーションにも力を入れ、東京2020大会イヤーにおける国内外からの誘客促進につなげる。ディスティネーションキャンペーンの機会を最大限に生かし、その効果を短期的なものではなく、その後に続くものとしていくことが重要であり、官民が一体となった体制を構築し、効果的な事業展開に取り組むことで、ディスティネーションキャンペーンを契機とした更なる交流人口の拡大に繋げる。

<https://www.niigata-kankou.or.jp/2019dc/index.html>

### ○ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

#### これまでとこれからの発信の違い

新潟には有名な吟醸酒とお米などの食から、スキーや温泉地一番といえる色々な旨さがあることを「うまさぎっしり」という言葉で伝えてきたが、魅力が何かと問われるとワンフレーズで出てこないのが課題となっている。わざわざ旅してまで食べたい「コト」と「トキ」を創っていかないと、埋没してしまう。そこで何を発信していくかということで山形県の鶴岡をはじめとする庄内地域と新潟県の日本海ガストロノミーでのキャンペーンを始めた。北前船を中心に育まれた国内外から質の高い文化が流入しその後、物流網が鉄道や車に変わり、日本海側にとって苦しい時代が続いたが、それゆえに日本海側には本来の日本文化、そして食文化が、タイムカプセルのごとく残っている。それらの豊かな食文化を新潟県・庄内を、行政を超えて文化という軸でくくり、京都、東京に次ぐ食文化の街を発信していく。

#### エリア MTG による若者の育成

各地域の若手担当者エリアミーティングを行い、どのように日本海ガストロノミーを発信していくかを企画している。2月に山形で開催する予定だが、最初は目につく食品をアピールすると言った企画が多かったのが、回を重ねる内に、集落ごとに残っている文化と紐付いた企画が出てくるようになってきている。それら集落の文化の発信を地元の若い担当者が担うことで、この先に続く発信につながると考えている。

#### 「ガストロノミー」という言葉を徐々に浸透させていきたい

ガストロノミーという言葉がまだまだ一般化されていないので、まずは地元の人達にガストロノミーを浸透させていくことが大事だと考えているが、時間がかかる。出来るところからじっくり行っていて、徐々にガストロノミーが浸透したところに、街中でA級、B級を問わずガストロノミーを売りにした店が出てくる。それこそが地域におけるイノベーションであり、そこまでいきたい。

○ インタビューした取り組みの情報

**わらアート** 日本のお米を象徴する「稲わら」を使って、新潟市民と武蔵野美術大学生が協働で様々な巨大オブジェを制作・展示するとともに、地元特産品の販売やわら細工の制作体験などを行う、米どころ新潟ならではのイベント。今年で開催10回目を迎え、来場者数は年々増加しているほか、SNSでのフォロワーの4割は外国人であり、多数の海外メディアにも取り上げられるなど、世界中にファンを増やしている。

**白根大凧合戦** 信濃川支流、中ノ口川の両岸に陣取った東軍と西軍が壘24枚分もある大凧を揚げ、空中で絡ませて川に落とし、相手の凧網が切れるまで引き合う世界最大スケールの凧合戦。300年以上の歴史を持つ県の無形民俗文化財。

**アート・ミックス・ジャパン 2017** “日本が誇る一流の伝統芸術を、気軽に、楽しみながら、学べる”。をテーマに、日本各地の伝統芸術の一流アーティストが新潟に集結、3週間27の公演を行う和の祭典。歌舞伎や能、狂言、神楽、和楽器などのステージとともに、和食・酒・着物・工芸品等のコンテンツも展開することで日本文化の魅力を一挙に体感できる。本公演は車いす席を完備、当日の案内担当をつけるなど、障がいをお持ちの方にも安心してご来場いただける。新潟商工会議所、新潟市、地元企業、地元文化施設等とコラボし、地域経済の活性化や社会づくりとも連動した展開を行っており、「文化都市新潟」という地域ブランド確立を目指す。「リアルジャパンを体感できる文化都市」として、酒・米と信濃川を有する新潟で、桜の美しい春の季節に、日本を丸ごと体験できるイベント。HPは日本語サイト・英語サイトに対応し外国人へも対応。  
Webサイト：<http://artmixjapan.com/>

**にいがたアニメ・マンガフェスティバル 2017** 新潟市がマンガ・アニメ一色に染まる2日間。「にいがたアニメ・マンガフェスティバル」は、多くのマンガ家・アニメクリエイターを輩出する新潟市で開催するマンガ・アニメの祭典。新潟市内の万代・古町・白山エリアを会場に、人気声優やアニソンシンガーのステージ、作品展、痛車展示、コスプレパレードなど様々なイベントを開催し、「マンガ・アニメのまちにいがた」を発信。  
Webサイト：<http://www.niigata-animemangafes.com/>

○ 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

**日本の文化や産業を世界に輸出する**

アート・ミックス・ジャパンは、2016年の東京大会開催の話題が出ていたときから、その機を意識しており、日本文化を世界に発信する先駆けとなるイベントとして進めている。また、日本人を定義づける精神性や誇りを次世代に受け継ぐために、世界の多くの人々が気軽に楽しみ、学ぶことのできる日本文化の祭典として開催されている。狂言、落語、歌舞伎、三味線、太鼓、浄瑠璃などの伝統芸術や、新潟ならではの食文化を取り入れた企画など様々な展開で行われている。このようなイベントを通して、新潟に多くの人を呼び込むことが重要だが、一方で日本の文化や産業を世界に輸出していくことも目指しており、海外へ展開するための構想を検討している。2016年にはメキシコで同様のイベントを開催しており、50,420人の来場者が訪れた。今後はアジアとの連携や欧米などへの展開も意識して、活動を推進していく。

また、白根大凧合戦においても、東京葛飾にある中学校に凧を持って行き、近くの河川敷で凧をあげた実績や、渋谷のフラワーフェスティバルで大凧を展示するなど、他地域での展開も行っている。また、フランスで大凧を持ち込む機会があり、国内外において大凧の文化を展開していくことが可能となっている。

○ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

**地域住民や海外との連携によって、さらなるイベントの発展を目指す**

にいがたアニメ・マンガフェスティバル 2017では、イベントが盛り上がるにつれて商店街からコラボグッズなどの提案が出てくるなど、徐々に地域の方々からの参加に対する歩み寄りが出てきている。また、香港でのイベントに出展する機会があり、香港では日本のマンガへの関心が高いヘビーリピーターが多い印象。また、台湾や韓国でもコンテンツ産業が盛り上がってきている。そのようなことを考慮し、香港や韓国などのアジア圏での直行便による連携を検討し始めている。

○ インタビューした取り組みの情報

大道芸ワールドカップ  
in 静岡

大道芸ワールドカップ in 静岡は、アジアでもっとも注目されているパフォーミングアーツフェスティバル。1992年スタート以来、毎年11月初旬に静岡市内で開催されている。会を重ねるごとに、その質は高まり、規模も大きくなり、今ではアジアを代表するフェスティバルに成長している。参加アーティストは90組を超え、観客動員数も150万人を超えている。まさに大道芸の聖地として、国内アーティストからは、このフェスティバルへの参加が羨望されている。近年では、海外のフェスティバルディレクターからも注目され、毎年多くの方が訪れる。イベントは、ワールドカップコンペティション部門、オン部門、フリンジ部門といった部門に分かれて実施され、スペシャルプログラムも行われている。  
<http://www.daidoge.com/>

○ 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

**これから静岡という場所が、「アジアのパフォーミングアーツのハブ」となる**

海外から知名度が低かった静岡市だが、大道芸ワールドカップを通して、特にフェスティバル関係者やアーティストのなかでは、その名が知られるようになってきている。海外からのフェスティバル参加希望は年々増えており、リピート参加も増えてきている。静岡市のバックアップのもと、シティプロモーションのひとつとして数えられる存在になっており、今後は静岡という場所が、「アジアのパフォーミングアーツのハブ」になるということを目指し活動を推進していくことを考えている。また、そのような活動を通じて、将来的にはパフォーミングアーツの学校やアーティストインレジデンスなどといったことへと繋がりが生まれる可能性があることが想像される。パフォーミングアーツの拠点として、大道芸ワールドカップの魅力や静岡という街の魅力を海外に発信していくことで、人を元気にし、街を元気にしていく。

**日常における文化芸術の必要性への理解を浸透させ、市民の参加意識を高める**

文化芸術は、人々の生活に潤いをもたらせたり、感受性を高めたり、多様性を認めたりと、様々な力があると信じている。大道芸ワールドカップでは、多岐にわたる文化芸術領域を多くの人々に楽しんでもらうことを意識している。しかし、文化芸術は難解なイメージを持たれてしまうので、もっと身近に、気軽に文化芸術の素晴らしさに触れるきっかけとして、大道芸フェスティバルをスタートした。年々県外、海外から訪れる人が増え、市民の生活になくはならない「祭り」として定着し始めている。老若男女問わず、市民の知恵や行動力を集結し、積極的に企画運営に関わってもらえるイベントとなっており、今後もさらに市民が主体となって参加する活動をしていくことが重要である。

○ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

**市民も、世界中の人も、障がい者も参加できる、多様なつながりのあるイベント**

大道芸ワールドカップでは、2000年くらいの早い段階から言語対応だけでなく、ノーマライゼーションにも積極的に取り組んでおり、すべての人がフェスティバルを楽しみ、時間と空間を共有できる状態を考慮してイベントを開催している。それによって、少しでも多くの方に大道芸ワールドカップのことを知ってもらい、観てもらい、参加してもらうことを目指してきた。特にノーマライゼーションにおいては、訪れるすべての方が不自由なくフェスティバルを楽しむことができるようサポートしており、音訳・点訳ガイドブックや車いすなどを準備している。またFMラジオによる実況中継も実施しており、イベントの臨場感をすべてのひとに理解してもらおう取り組みを行っている。

一方、市民が参画する場のひとつとして、ワールドカップコンペティション部門の審査方法で「投げ銭方式」という静岡独自のもので行われ、そこで市民が参加できる。大道芸ワールドカップは、このような多様なかたちで人と人がつながり、様々な体験を共有できるイベントとなっている。



## ○ インタビューした取り組みの情報

### 瀬戸内国際芸術祭

瀬戸内海の島々を舞台に開催される現代美術の国際芸術祭。3年に1度開催される現代アートの祭典「瀬戸内国際芸術祭」のほか、芸術祭開催年以外においても、発信・誘客の活動に取り組んでおり、その活動全体を「ART SETOUCHI」としている。現代アートの聖地として世界的に注目を集めている直島をはじめ、アート作品鑑賞と併せて島巡りや食事を楽しむことができる。瀬戸内海ははるか昔より交通の動脈として、多くの新しい文化を伝播する役割を担ってきた。島々には伝統文化や美しい自然景観が残っているが、高齢化、過疎化により活力を失いつつある。瀬戸内国際芸術祭開催で、島の住民と世界中からの来訪者が交流し、島々の活力を取り戻し、島の伝統文化や美しい自然を生かした現代美術を通して瀬戸内海の魅力を世界に発信し、地球上のすべての地域の「希望の海」となることを目指している。  
<http://setouchi-artfest.jp/>

## ○ 新しいシンボルやディスティネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

### 瀬戸内に光る「モノ」「コト」「ヒト」の発掘と発信

地域の独自文化の発信として、地域の伝統文化の中で育まれてきた「ものづくり」に焦点を当てようとしている。前回の芸術祭で、瀬戸内が誇る文化である「盆栽」や「獅子舞」に着目しています。この地域文化への関わりを、さらに独創性のある「モノ」や「コト」に広げ、地域の伝統文化の中で育まれてきた「ものづくり」を、特徴的な活動を行う「ヒト」の視点から掘り起し、世界に向けて発信していく。

これらの取り組みにより、瀬戸内国際芸術祭が当初から掲げてきたコンセプトである“縁をつくる”を具体化し、芸術祭の「来場者」がこの地域を訪れ定着する「来住者」となっていくことを目指している。

## ○ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

### 芸術祭の開催効果を瀬戸内地域に波及させるために、他地域と連携している

瀬戸内国際芸術祭 2016 の開催効果を香川県内全域や他の瀬戸内地域に波及させるため、県内や瀬戸内地域で実施されるアートイベント等で、瀬戸内国際芸術祭と連携することにより相乗効果が期待できるものについて、「パートナーシップ事業」及び「広域連携事業」が実施されている。

「パートナーシップ事業」では、香川県内全域の活性化を促進するため、県内で開催されるアートイベントを「瀬戸内国際芸術祭 2016 パートナーシップ事業」として公募し、20件の事業との相互連携が行われている。また「広域連携事業」では、国内外に対して瀬戸内地域の情報発信をより効果的に行うため、瀬戸内国際芸術祭 2016 と同時期に他の瀬戸内地域で実施されるアートイベントを「瀬戸内国際芸術祭 2016 広域連携事業」として公募し、12件の事業と相互連携が行われた。特に、国内で最も伝統のある現代日本彫刻展を開催している宇部市と連携協定を締結し、第27回 UBE ビエンナーレにおいて大賞を受賞した方を瀬戸内国際芸術祭 2016 に招待して、小豆島にて制作・展示が行われた。アートを通じた瀬戸内地域での地域連携が徐々に動き始めている。

## ○ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

### 芸術祭会期中だけでなく、会期外にも多くの方が訪れる流れをつくる

瀬戸内国際芸術祭は、他の芸術祭と違って島が会場となっているため、非日常や島の美しさを感じるイベントとなっている。一方で、交通手段が船での移動となるため、船に乗れる人数に限りがあるといった交通面の問題がある。現実的に船の数や運行本数を劇的に増やすことはできない。また、島々を活性化させるためには芸術祭の会期だけでなく、会期外に島に来てもらい、コンスタントに訪問者がいる場所にしていきたいという思いもある。島でレストランやカフェを開いても、コンスタントに訪問客が来ていない状態だと経営的に厳しい部分もある。

2016年から食体験に注力した活動を行っているが、島の活性化や継続性を考慮すると、一過性でない会期外に目を向けた活動に注力していく必要がある。例えば豊島では島キッチンのテラスなどで毎月開催している「島のお誕生会」。島を訪れたお客さんや島のみなさん、こえび隊がみんな、そ



の月にお誕生日を迎える方をお祝いするイベントで、こういった島の暮らしや文化、食を体験できる取り組みや活動を続けていけると良いと考えている。

#### ○ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

##### 芸術祭の様々な活動を支えるボランティアサポーター「こえび隊」

開催期間はもとより、芸術祭を開催していない間も、アート作品の公開や様々なイベントが島々で行われている。それらの作品制作や各島での催しの運営・補助、草刈りや掃除などはボランティアサポーター「こえび隊」が手伝っている。例えば小豆島・中山地区に設置した大きな竹のドーム『オーリーブの夢』という作品は、素材の性質から長期間保存することができないので、撤去する必要がある。その作品の撤去に参加するボランティアの方もおり、撤去の場面でも作品と関われることを通じて、島との交流をたのしんでいる。こうしたボランティアサポーターの通年活動により、島と人とのゆるやかなつながりを保っている。

##### 人と人、島と島、地域と世界との交流によって「つながり」を強化・拡大する

瀬戸内国際芸術祭 2016 では、島々でのアートや建築の展開に加え、「海でつながるアジア・世界との交流」、「瀬戸内の『食』を味わう食プロジェクト」、「地域文化の独自性発信」に取り組んでいる。それによって、アジアとのつながりを深め、「食」を通じて島々の魅力を伝え、瀬戸内地域の伝統文化の厚みを披露している。瀬戸内国際芸術祭 2019 では、これらを発展させる形で重点的に取り組むプロジェクトを検討し、強力なアート、建築のプロジェクトはもちろんのこと、アジアとの交流を促進するとともに、島の住民同士の交流や、地域住民とアーティストの交流など、さまざまな交流の機会を拡大していこうとしている。また、海外に向けて積極的に情報を発信していくとともに、各種フォーラムやパフォーマンスなど、海外の方々と交流できるイベント等を開催することにより、アジア諸国をはじめとする世界各国とのつながりを強めていくことを目指している。

##### 島の「滞在」を彩る担い手の育成

島々が高齢化、過疎化している中で、瀬戸内国際芸術祭をきっかけに島の人と来場者が触れ合い、多くの人を元気にしていくことが大切である。そのような中で、芸術祭を支える次世代の人材を育てるということを意識しており、「瀬戸内フラム塾」によって人材育成に力を入れている。瀬戸内国際芸術祭 2016 での「瀬戸内『食』のフラム塾」の成果を踏まえ、「食」のみならず、飲食・宿泊等の施設運営・経営や、アートマネジメント、ボランティアマネジメント等、地域の活性化を担う人材の育成を目的とした「新・瀬戸内フラム塾」に 2017 年度から取り組み、次回芸術祭での発展につなげ、地域と旅行者をつなぎ合わせる役割として育成することを目指している。「地域型芸術祭のつくられ方」と題して、座学研修や会期外のイベントでの体験研修などのプログラムとなっている。また、越後妻有にも協力を得ており、「大地の芸術祭 2018」での実戦経験を積みながら、幅広く学ぶことができる。そのような機会を通じて、芸術祭を様々な角度から支え、地域の活性化を担う人材育成を行っている。

その他の詳細は瀬戸内国際芸術祭の 2016 年度報告書参照  
<http://setouchi-artfest.jp/press-info/press-release/detail150.html>

○ インタビューした取り組みの情報

岡山芸術交流 2016

岡山芸術交流は、芸術を通じて国境や文化、世代を超えた様々な交流が生まれることをめざす大型国際展覧会。世界 16 カ国から 31 組のアーティストたちが集結する。第 1 回はアーティストックディレクターにイギリス出身でニューヨークを拠点に世界で活躍するアーティスト、リラム・ギリック氏を迎えた。彫刻や映像作品、屋内外での大型展示や執筆活動、展覧会の企画を通じて、常に人と社会との関係性を問い直してきたギリック氏。彼が第 1 回岡山芸術交流のテーマとして掲げたのは「開発」。見慣れた日常の風景のなかに突如出現する映像や大型インスタレーション、日本初公開となる作品や、アーティストが事前に岡山を訪れて制作した。ここでこそ生まれた貴重な作品も展示している。会場を巡るなかで、作品を見るだけでなくアーティストの思考に遭遇し、時間や歴史、国境などを行き来するような芸術交流ともいえる体験がここ岡山からはじまっている。  
<http://www.okayamaartsummit.jp/>

○ 新しいシンボルやディステイネーションを創出し、文化の情報発信の本場をつくる

海外の参加者を意識し、アートを軸とした情報発信や街づくりを行う

リラム・ギリック氏の声かけにより、岡山芸術交流では国内外 16 カ国から日本人 4 人を含む 31 組の作家が参加している。アーティストは、ベテラン・中堅・若手と幅広い世代から国際的にも評価が高い作家が集まった。このようなことから、特に海外のアーティストを意識した情報発信となっている。また、岡山城の周りは元々古い役所が多い場所で、平成に入ってから美術館として活用するようになっている。そのような街の特徴を活かし、岡山市の中心部や岡山城周辺の徒歩 15 分圏内でコンパクトに会場を集積させ、徒歩で会場を回遊できる配置としている。そのような街の特徴を活かす工夫をすることで、岡山芸術交流での作家の作品だけでなく、街の歴史・文化・建築などの資産も再発見しながら現代アートを楽しむイベントとなった。

古くから残る日本文化とアートを軸としたアプローチにより、海外の方も共感できる活動となっている。

○ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

街にアートがあるということを浸透させながら、規制に対するノウハウを蓄積する

岡山芸術交流の作品展示は、市内にある美術館や岡山城、古民家など、様々な各会場施設の特色を活かした展示を行った。また、各施設内の展示以外にも、会場をつなぐルート上に、見慣れた日常の街角風景と現代アートを融合させた大型の屋外展示 5 作品を配置した。そのような作品の制作を行っていたため、歴史文化規制や広告規制など様々な規制の確認を行い、実行する必要があった。

例えば、広告規制においては、赤や黄色などのような色の扱いに対する規制があるが、アートとして表現したい姿を実現するために岡山市が連携しながら、そのような現代アートへの色の扱いに対する適応除外の許可を 1 年間有効として、出してもらったケースがある。なお、当初は赤で想定した作品を黄色やオレンジに変更するといった作家側からの規制に対する歩み寄りもある。

このような規制に対する対応は、民間だけで実施すると NG になってしまうことが多いが、今回のように岡山市のサポートを受けることで、本来 NG になってしまう規制を徐々に緩和する流れをつくるのが可能となる場合もある。今後も街にアートがあるということを浸透させ、多くの人に理解してもらいながら、徐々に前例をつくることで規制のノウハウを蓄積していくことが重要となっている。

○ 多様な人々が参加・体験できる仕組みにより、共生へのアプローチを示す

子どもたちに現代アートの在り方を理解してもらい、地域に根ざす継続的な活動へと取り組む

県内の小中学校へ広く鑑賞を呼びかけ、42 校が来場したイベントにもなっている。このうち事前申し込みがあった 19 校の小中学校へは往復バス代の助成を行っている。これは、学校の授業で子どもたちに訪れてもらいたいと考えたが、それでは時間もお金の余裕もないため、そのサポートを実施した。

また、対話型鑑賞による鑑賞ツアーを行い、難解なイメージがある現代アートにより親しんでもらうことを推進した。それによって子どもへの認知を高め、現代アートに触れさせるだけでなく、現代美術の在り方を伝えていく場にしていくことが重要である。岡山芸術交流を地域に根ざし、浸透させていくためにも、継続してこのようなプログラムに取り組んでいく必要がある。

## せとうち DMO

### ○ インタビューした取り組みの情報

#### せとうち DMO における 事業について

2013年に瀬戸内を囲む7県（兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県）が合同して瀬戸内全体の観光ブランド化を推進するための「瀬戸内ブランド推進連合」が結成され、瀬戸内全体での観光マーケティング・プロダクト開発を推進してきたが、これをさらに推し進め、世界に比肩できる持続可能な観光地経営を目指すフロントランナーとして新たに創設されたのが「せとうち DMO」である。DMO（Destination Management/Marketing Organization）とは、観光地（Destination）を活性化させて地域全体を一体的にマネジメントしていく組織。政府が提唱する「まち・ひと・しごと創生基本方針 2015」内においては、地域内の官民協働や広域的な地域連携により魅力ある観光地域づくりを行う事業推進主体として、重要な役割が期待されている。せとうち DMO はマーケティング・プロモーションを策定実行する一般社団法人せとうち観光推進機構と『せとうち観光活性化ファンド』を活用してプロダクト開発支援を行う株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションで構成され、瀬戸内が有する幅広い観光資源を最大限活用しながら、多様な関係者とともに情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等を行い、地域の皆さまが主体となって行う観光地域づくりを推進する。

### ○ 行政区域を超え、復興・地方創生、社会問題へのアプローチを示す

#### 瀬戸内の地名を世界に発信し、「せとうち」と呼ばれる場所にしていく

せとうち DMO は、瀬戸内を囲む兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県の7県を対象とし、行政機関だけでなく金融機関と事業会社が多数参画している取り組みとなっている。また、瀬戸内ブランドの確立によって、国内では徐々に有名になってきている瀬戸内だが、今後も持続的に瀬戸内地域が潤う仕組みの構築を目指しながら、海外でも「せとうち」と認知され、呼ばれる場所へと地域を活性化させる。

#### 海外メディアとの直接的な連携による情報発信

国内外へのプロモーション活動を活発に実施しているが、特に海外メディアとの連携による海外でのプロモーションも実施している。海外では欧米やオーストラリアに PR エージェンシーを配置しており、体制を整えている。そのエージェンシーを通じて、メディアへの情報発信を行ってもらう仕組みになっている。また、世の中がデジタルに移行していることから、Web やソーシャルへ注力しており、印刷物は必要最低限にしている。なお、多言語対応は6ヶ国語まで広げていく予定だが、単純に言語対応するだけでなく、国によって異なる価値観に合わせて情報の伝え方や作り方を変えている。その制作は、海外のエージェンシーを中心に実施し、現地ユーザーの購入までに体験に合わせて検討している。

## ○ インタビューした取り組みの情報

## 徳島市 阿波おどり

阿波おどりは400年の歴史があり、徳島市の阿波おどりは毎年8月12日から15日まで4日間しており、120万人を超える人出で賑わう。また、現在は夏だけでなく、春には「はなはるフェスタ」秋には「秋の阿波おどり～阿波おどり大絵巻～」を実施し、年間を通じて開催している。徳島の街中が踊り一色となり、演舞場のみならずあらゆる場所で乱舞が繰り広げられる。世界的にも知られる阿波おどりは日本を代表する伝統芸能として海外にも出向きいろんなイベントで公演を行っている。演舞場を踊る連の中には外国人や障がい者の方も踊り込み、観光客の方も「にわか連」で踊りに参加して楽しむことも可能。期間中、阿波おどり総合案内所に通訳（英語・中国語）を配置している。有料演舞場の内、市役所前演舞場に車いす席と外国人専用席を設け、英語通訳を配置。また、仮設トイレの一部に洋式を採用。無料演舞場の内両国本町演舞場に福祉席を設けている。

動員数：【春】1日あたり約130,000人（総動員数250,000人）、【夏】1日あたり約310,000人（総動員数1,230,000人）※徳島市阿波おどり、【秋】1日あたり約8,000人（総動員数23,000人） <https://www.city.tokushima.tokushima.jp/kankou/awaodori/>

## 徳島 マチ★アソビ

「マチ★アソビ」は、クールジャパンの代名詞とも言われるアニメコンテンツを中心としたイベントで、『徳島をアソビ尽くす』ことを目的とした複合エンターテインメントとして、春と秋に開催。徳島のシンボルである眉山山頂や新町川周辺、地元商店街、JR徳島駅周辺、徳島阿波おどり空港のアニメジャックなど各地を巻き込み、各エンターテインメント関連会社や人気声優が一堂に会し、様々なイベントを実施している。動員数：春開催時の1日あたり約27,400人（総動員数82,000人）、秋開催時の1日あたり約27,700人（総動員数83,000人） <http://www.machiasobi.com/>

## ○ 既存の取り組みを発展させ、2020年以降も継続するフレームとなる

## 踊り子グループ“連”の仕組みで、世界へ広がり、地域を越えた連携をつくる

阿波おどりでは、踊り子グループを“連”と呼ぶ。徳島市阿波おどりの参加連は1,000組以上のほり、夏の阿波おどりでは、10万人が踊り子として参加している。連は、企業の社員やその家族で構成された企業連や学生による学生連などがあり、踊りの技術のある「有名連」と呼ばれる連が40から45組ほど存在する。踊り子と鳴物（三味線・鉦・太鼓・横笛等）で構成され、規模は様々で30～500人程度まである。これらの連は、徳島県内だけでなく日本国内や海外など、様々な場所に存在し、地域連携の橋渡しの役割も担っている。例えば、阿波おどりの文化は高円寺、南越谷などの姉妹連を通じて、徳島の有名連が現地に行き、踊りを伝承するといった活動を行っている。そのようなつながりから、関東で阿波おどりを活動をする場合は、高円寺や南越谷の姉妹連などに声をかけて実施する。福岡や札幌などで阿波おどりのキャンペーンを実施する場合も同様である。海外に関しても、徳島県とドイツ・ニーダーザクセン州が姉妹提携しており、そういった機会を活かしながら海外での活動も行っている。“連”を通じた地域連携を行い、日本を代表する祭りの文化として、世界へと浸透していくことが今後も重要である。

## ○ 新しい技術・表現に対する規制の整備についてアプローチする

## 阿波おどりの経験によって、マチ★アソビも街中を自由に行動できるイベントとなっている

阿波おどり開催期間中は、徳島駅南側一帯に大規模な交通規制が敷かれ、広い範囲で歩行者天国となっているイベントである。また、マチ★アソビでは、「徳島をアソビ尽くす」という目的でイベントが開催されており、眉山山頂や地元商店街など、市内各地で様々なイベントや展示が行われている。特に、アニメファンなど多くの人々が自由に行動し、様々なイベント会場をめぐるイベントとなっているため、当初予定していたプログラム通りに進まず、イベント内容が自由に変更されていく傾向がある。そのような中で、交通規制に関しては阿波おどりでの経験が豊富なこともあり、マチ★アソビのようなイベントに対しても比較的参加者が自由に街を行き来し、問題が起こらないような体制が整っている。



## 4. 各地域の可能性まとめ

ヒアリングにより得られた情報の整理から、各地域における文化の情報発信拠点としての可能性をまとめた。以下は調査の結果見えてきた考察であり、これらの地域のような特徴と文化が紐付いた取り組みと連携して、様々なイベントを実施していくことが望まれる。

### 規制整備の実験地域としての可能性：岡山城周辺

岡山城周辺エリアを歩いていると、見慣れた日常風景のなかに突如出現する現代アートに目を奪われる。これらは岡山芸術交流 2016 の際に作られたアート作品たちである。2016 年から 1 年以上経った今も、その時の姿のままアートが残されている。一方、街なかでアート作品の展示やその表現を行う際に必ずぶつかってしまう規制が「広告規制」である。岡山芸術交流のアート作品も、広告規制にかかるものがあり、岡山市役所の文化振興課では、これらを残すために定期的に許可申請を行うことで街なかのアート作品の存続を維持しており、岡山城周辺エリアでは広告規制と現代アートの関係に対しアプローチが進んでいる地域であるといえる。

また文化振興課の現代アートへの姿勢も特筆すべき点がある。アーティストが提案する表現に対し、全力で実現をサポートしており、提案に対し実現できない点を指摘するのではなく、どうすれば実現できるかを考えている。また県内の小中学校に広く鑑賞を呼びかけ、事前申し込みのあった小中学校については往復バス代を助成している。それによって、子どもたちがアート作品に触れる機会を創出し、現代アートが息づくまちづくりにもアプローチしている。これは岡山城周辺及び岡山市の新たなディスティネーションになっていく可能性がある。

新たな技術や表現が生まれていく中で、2020 年に向けた街なかの表現における規制へのアプローチは重要な課題の一つである。岡山城周辺及び岡山市は日本全体のルール作りのモデルとなりうる地域であり、これら既存の活動を強化・補助し、新たな次世代に残る仕組みを作っていくことは文化の情報発信として重要な取り組みである。

### 時間をかけて文化や地域ブランドを根付かせた地域：燕三条、瀬戸内の島々

今回現地調査に訪れた中で、特に時間を掛けて地域の魅力を丁寧に掘り起こし、何度も訪れたいと思わせる地域として育てた取り組みが新潟県燕三条の工場の祭典と、香川県の瀬戸内国際芸術祭である。燕三条では外部のクリエイティブチームと何を見せていくべきかを何年も考え対話を続けた結果、工場と消費者の関係性を再解釈し、ものづくりの幅をみせるという魅力を発掘した。三条市・工場・クリエイティブチームがチームとなって取り組むことで、何万人も訪れるイベントに成長し、海外からの注目も得ている。瀬戸内国際芸術祭は芸術祭を通じて「モノ」「コト」「ヒト」の発掘と発信を行っており、アートを通じた島の文化や島民との繋がりを時間を掛けて作ってきており、島に息づく食文化を発信するための塾など文化と紐づく取り組みが特徴的である。どちらの取り組みも文化や地域ブランドを根付かせ、ディスティネーションを創出した代表的な取り組みであるが、その課題を聞くと同じ回答が得られた。開催中の規模を拡大するのではなく、いかにして開催期間外に何度も来てもらう仕組みを作るかということと、継続するために取り組みの主役を地域に渡していくかという担い手の課題である。両者とも 5 年以上継続している活動であるが、今後も継続するには高齢化や、推進をする担い手の育成に対し対策を行っていく必要がある。瀬戸内国際芸術祭はボランティアサポーターこえび隊との連携、工場の祭典は地域の人々に仕組みをインストールするアプローチを行っている。これらは新たなディスティネーションを生み出した後の、継続性に対してアプローチを続けている取り組みであり、日本の魅力を高めていく上では、これら継続に関するサポートも重要である。

### 作り物ではない、本物の「サムライ」を感じる街：会津若松

海外で日本のことを調べる際によく検索されている言葉に“SAMURAI”がある。特に欧米では“rugby”より検索されている言葉であり、非常に人気のコンテンツとなっている。会津若松は「サム



ライシティ」という名称で、文化を伴った本物の「サムライ」を感じられる取り組みを始めている。作り物ではない本物を感じさせるために、本物の甲冑を着られる体験や、會津の文化や産業と紐付いたサムライを発信している。まだディスティネーションとしては、未完成では有るが、サムライ文化が残る街での本物の体験は、2020年における海外から見た日本文化の一つの本場となる可能性がある。2020年に向けて機運醸成を図るために、海外が求める日本の魅力がある地域をホストタウンとしてさらに強化していくことが必要である。会津若松はそのホストタウンの一つになり得る地域であるが、インバウンド対策や多言語対応における課題があるため、それらをサポートするような取り組みも必要である。

#### 文化・産業を海外に輸出し、参画プラットフォームとしての阿波おどり：徳島市

阿波おどりは、日本の誰もが知る伝統的な祭りの一つである。夏の阿波おどりでは10万人が踊り子として参加し、徳島市内の各所で賑わうイベントとなっている。400年の歴史から成るこのイベントは、“連”と呼ばれる踊り子グループが形成され、徳島県内だけでなく日本国内や海外など様々な場所に存在する。特に“連”は、地域連携の橋渡しの役割も担っている。例えば、阿波おどりの文化は高円寺、南越谷などの姉妹連を通じて、徳島の有名連が現地に教えに行き、踊りを伝承するといった活動を行っている。そのようなつながりから、関東で阿波おどりを実施する場合は、高円寺や南越谷の姉妹連などに声をかけて実施する。同様な流れで、福岡、札幌、そして海外などで阿波おどりのキャンペーンを実施することが可能となっている。このような取り組みによって、日本や世界に向けた様々な地域への文化の輸出を行い、日本文化の魅力を多くの人に浸透させていくことが今後が重要である。そのためには、今後も海外をはじめとした様々な場所で活動を展開し、“連”という参画のプラットフォームを広い分野で推進していくことが大切になってくる。

#### 行政区域を超えた「SETOUCHI」による文化発信の可能性：瀬戸内

海外の旅行誌で瀬戸内地域は、“SHIKOKU-SETONAIKAI”と書かれている。その他“CHUGOKU”というくりが多く、“SETOUCHI”という言葉は海外において未だ浸透していない。本調査における現地インタビューでは、これからTOKYOやKYOTOに次ぐ、新たな文化発信の言葉として“SETOUCHI”に可能性を感じた。特に瀬戸内国際芸術祭では、国内外に対して瀬戸内地域の情報発信をより効果的に行うために「広域連携事業」として、瀬戸内国際芸術祭2016と同時期に実施される瀬戸内地域のアートイベント事業12件と相互連携が行われている。国内で最も伝統のある現代日本彫刻展を開催している宇部市と連携協定を締結し、第27回UBEビエンナーレにおいて大賞を受賞した方を瀬戸内国際芸術祭2016に招待し、小豆島にて制作・展示が行われた。アートを通じた瀬戸内地域での地域連携が徐々に動き始めている。また、せとうちDMOでは、瀬戸内を囲む兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県の7県を対象とし、海外に向けた瀬戸内ブランドの確立を目指している。海外メディアとの連携を直接的に行っており、瀬戸内地域の様々な事業を結びつける担い手として活動を推進している。

このような行政区域を超えた地域連携によって、地名をキーワードとしてしっかり海外に向けて発信していくことは、今後多くの人に認知してもらうために重要な活動となっていくことが考えられる。そのとき、活動や事業による地域連携を加速させるために、芸術祭などのような行政区域を超えたつながりをつくる機会や役割が必要となる。



The background features a series of dynamic, curved brushstrokes in a vibrant red color. A single, prominent stroke in a muted gold or olive green color runs diagonally across the center of the composition. The strokes vary in thickness and direction, creating a sense of movement and energy.

さいごに

# さいごに

## 今後の課題と展開について

本調査では、2020年に向けた日本の魅力を発信するためのイベントの立案構想・調査を実施するに当たり、多くの方々の協力によって、様々な視点を得ることができた。

本調査報告書では2020年と次世代のレガシーを意識した実現性の高いイベント構想や、各地域における規制や取り組みの在り方等について記述し、多くの人に幅広い気づきを与えるよう情報を取り扱ってきた。様々な専門分野において造詣が深い有識者へのインタビューでは、レガシーを想定した文化的なプログラムの在り方に関する多様な視点を得ており、東京都及び地方都市等に関する調査では様々な地域におけるビジョンや課題等を把握できる内容となっている。

本調査で得られた様々な視点や事実について多くの方に知ってもらい、東京2020大会や2020年以降の活動において参考となればと幸いである。

さいごにコンソーシアムメンバーとしてイベント構想の立案から拠点調査までを進めてきたメンバーに調査を実施する中で見えてきた、今後の課題と展開についてを掲載する。

JTQ 株式会社  
代表取締役社長

谷川 じゅんじ

## 東京から TOKYO へ

国家戦略特区の示す経済特別区域構想を具体化し東京の備える「環境」と「状況」を有効活用した「都市空間メディアプログラム」を策定。特定のプロセスを経た認定文化事業に関し従来の規制を見直し、官民連携によるあらたなルール作りが考察できる特別許認可プロセスを検討したい。都市レベルでの国際セレモニーや文化イベントの開催を誘発し、積極的に国が支援できる都市コンベンションインフラを整える。国際コンベンションにおける認知向上には継続を旨とする事業性は不可欠であり、民間事業者の役割は非常に大きい。民間主導事業視点での行政区域をまたぐ指導行政機関からの許可許諾プロセスは非常に複雑で国内事業者はもとより海外事業者の参入を阻害する大きな要因になっている。許可許諾プロセスを一元化、横断的なルールづくりが可能な文化催事調整機関が国際都市間競争において今後不可欠となる。ハード的側面の建築的領域に関わる規制緩和の検討、ソフト的側面としての警備・誘導や安全管理・保健衛生に携わる当該行政機関の横断調整も必然である。パリ凱旋門にシャンゼリゼ通り、エッフェル塔周辺、ルーブル美術館広場などを利用した大きな国家プロジェクトは名称を聞くだけで情景が浮かぶ効果を生み出している。他の国際文化都市もしかり。それらに拮抗する TOKYO の顔を 21 世紀の地球規模でブランディングする。官民が一体となってあらたな文化創造発信都市としての TOKYO をデザインし世界に向けて情報プラットフォーム化させる。21 世紀における次世代レガシー創造の礎を築く絶好のタイミングをいま日本は迎えている。

エヌ・アンド・エー  
株式会社代表取締役  
/ 森美術館 館長

南條 史生

## 世界を誘引する最も重要な文化拠点へ

クリエイティブの育成、多様なプログラムの実施、広報活動、人的・知的交流、環境整備を活発に行うことで、世界中の創造的な人材や情報、資金を誘引し、日本・東京が世界で最も重要な文化の拠点となる。その目的を達成するため、下記の課題解決に早急に取り組むことが肝要と考える。

- ・ 廃ビル・廃屋などの遊休施設を利活用するにあたって関連法規（消防法や建築基準法など）の見直しと規制緩和
- ・ 車道や歩道などの道路をイベントなどに使用する場合の規制（道路交通法など）の見直しと規制緩和
- ・ 壁画、プロジェクション・マッピングなどにも対応できる、街中の広告規制とは異なる芸術文化のための環境基準づくり
- ・ イベントなど短期事業において外国人インターンや専門技術者の雇用を容易にするための労働基準法やビザの見直しと規制緩和
- ・ 海外からの寄付の免税措置を促進するなど寄付をしやすい環境づくり
- ・ 所得税法の二国間の取り決めに関する簡易的な処理の促進
- ・ アートマネジメントにまつわる人材育成の支援

株式会社  
コムブリッジ  
代表取締役会長

三代川 透

## コーディネーターの育成

ワクワクドキドキな日本の文化情報発信は定型的な枠組みの中ではなかなか生まれにくい。トライアルすることができる風土を作ることが重要だが、実際には法律や様々な権利、安全性などクリアしなければいけない問題が多々ある。日本中の映像撮影に関しても同様の課題がある中、行政とのパイプを持ち、多くの経験ノウハウを集積するフィルムコミッションの存在はとて大きい。文化情報発信のイベントに関してもワンストップの相談窓口になりかつ経験豊かな識者を擁した継続的なイベントコミッション的存在が必要になると思う。

## インフラの整備

仮設を基本にするイベントだが、レギュラー化したイベントにおいては割高な仮設インフラの常設化を推進するべきだと思う。電源、照明、給排水、トイレ、サイン、基礎等イベントに必要な不可欠な要素をイベントコミッションなどが主導して常設化することは会場の価値を高め、新たなトライアルを促進しコンテンツに注力できる効率的な予算活用の道が開けると思う。