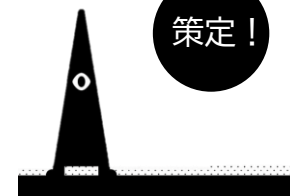


熊本市文化芸術推進基本計画策定にあたって



項目											R7年			
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
議会							●骨子案(報告)			●素案(報告)			●パブコメ結果(報告)	
策定委員会	●アンケート結果		●重点課題の抽出			●骨子案		●素案					●パブコメ結果(報告)	
市民参画										●パブコメ				
政策会議						●骨子案			●素案					
計画策定作業	●重点課題の抽出	●骨子案作成				●素案作成				●最終調整	●市長決裁			
広報						●計画デザイン・動画作成					●製本作業			●広報

策定！





- 平成22年（2010年）の熊本市文化芸術振興指針策定から10年以上が経過し、新型コロナウイルス感染症による影響などの社会情勢や時代の変化を踏まえた新たなニーズに対応する必要がある。
- 熊本市文化芸術振興指針を改め、新たな計画を策定し、これからの熊本市を見据えた実効性のある戦略的な文化政策を展開していくことが必要。

（１）社会情勢

- ▶ 熊本地震及び新型コロナウイルス感染症の影響とデジタル化対応
 - ↳ 文化芸術活動の減少、オンラインコンテンツの増加、リアルな体験の重要性の再認識
- ▶ デジタル化の急速な進歩
 - ↳ 技術革新による、生活様式の変化・文化芸術の活動形態やニーズの変化
- ▶ 外国人居住者の増加
 - ↳ 誰もが文化芸術を鑑賞・実践することができる環境整備
- ▶ 深刻な少子高齢化の進行による人口減少
 - ↳ 担い手不足のみならず、需要の減少・市場の縮小が見込まれる
- ▶ 持続可能性やウェルビーイングといった価値観の普及
 - ↳ 文化芸術のもつ本質的及び社会的・経済的価値の再認識



(2) 国の動向

▶ 劇場、音楽堂等の活性化に関する法律（平成24年6月）

└文化芸術振興基本法（平成13年12月）の基本理念に基づいて、劇場、音楽堂、文化ホールなどの機能を活性化し、音楽、舞踊、演劇、伝統芸能、演芸などの水準の向上と振興を図るために制定されたもので、劇場、音楽堂等の事業、関係者並びに国及び地方公共団体の役割、基本的施策などについて定めている。

▶ 文化芸術基本法への改正（平成29年6月）

└文化芸術振興基本法が一部改正されたもの。この改正では、少子高齢化や急速なグローバル化、情報技術の進展等社会状況が著しく変化する中、観光やまちづくり、国際交流等多様な分野との連携を視野に入れた総合的な文化芸術政策の展開を謳っているほか、食文化を「生活文化」の定義に含めるなど、文化の定義もより幅広く見直している。

▶ 文化芸術推進基本計画（第2期）の策定（令和5年3月）

└第1期計画（平成30年）では文化芸術の本質的価値や社会的・経済的価値を文化芸術の継承や創造に活用し、好循環させることで文化芸術立国の実現を目指すとし、文化芸術を通じたソーシャル・インクルージョン（社会包摂）による心豊かで多様性のある社会等、今後の文化芸術政策が目指すべき姿を定めていたが、第2期計画では1期計画を踏襲しつつ、新型コロナウイルス感染症がもたらした影響等を鑑み、文化芸術の本質的価値の再認識と、文化芸術が生み出す社会・経済的な収益が文化芸術の本質的価値向上のための再投資を生み出し好循環することで国の発展に寄与するとしている。

▶ 文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律（令和2年5月）（文化観光推進法）

└文化の振興を、観光の振興と地域の活性化につなげ、これによる経済効果が文化の振興に再投資される好循環を創出することを目的とするもの。博物館や美術館をはじめとする文化施設が観光事業者と連携し、来訪者を惹きつけるような取組みを行うこととしている。

▶ 障害者による文化芸術活動の推進に関する法律（平成30年6月）

└障害者による文化芸術活動の推進に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、文化芸術活動を通じた障がい者の個性と能力の発揮及び社会参加の促進を目的とし、障がいのある方々の鑑賞・創造機会の拡大や発表機会の確保、権利保護や販売等に係る支援など、幅広い内容を定めている。

アンケート調査



市民の文化芸術鑑賞・活動の実態や文化芸術に対する満足度、文化施設や文化政策に対するニーズ等、文化芸術団体・アーティストの活動時の課題やニーズ等を把握し、計画策定にいかすため、以下のアンケート調査を行った。

(1)市民意識調査

(1-1)一般市民

【項目】

- 文化芸術の鑑賞活動について
- 文化芸術の実践活動について
- 熊本市の文化芸術環境について
- 文化芸術を通じた共生社会の実現について
- こどもや若者など文化芸術の担い手の育成について
- 熊本市の文化芸術振興について

【調査対象】

- 熊本市在住の満18歳以上の男女
(住民基本台帳無作為抽出)5,000人
→回答1,509人

(1-2)小中学生

【項目】

- 文化芸術の鑑賞活動について
- 文化芸術の実践活動について
- 伝統文化の継承について
- 熊本の文化について

【調査対象】

- 熊本市内の小中学生 約600人
→回答588人

※伝統文化講師派遣事業の対象校のうち
小学校2校、中学校1校の児童・生徒を対象

(1-3)大学生

【項目】

- 熊本市の文化振興について

【調査対象】

- 熊本学園大学の学生 約140人
→回答36人

※熊本学園大学で文化芸術振興施策を
講義した際の受講生を対象

(2)文化団体意見聴取

【項目案】

- 団体の活動状況について
- 文化芸術に係る環境について
- 取組・課題について
- 熊本市の文化政策に関すること 等

【調査対象】

- 文化団体(県文化協会加入) 147団体
 - 伝統文化保存団体 23団体
 - A/S登録者 約250組
- 回答82件
- 回答79件

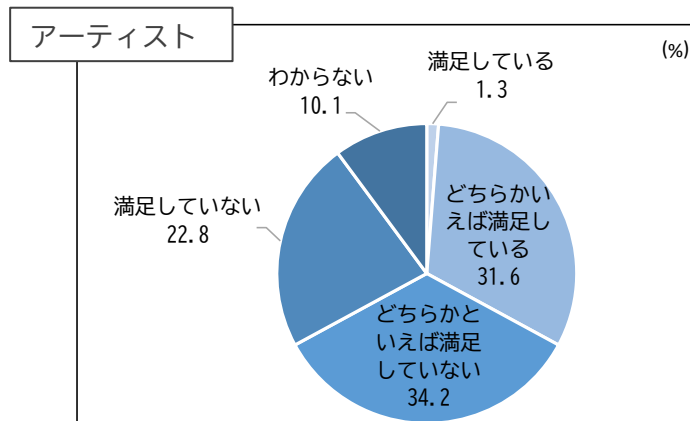
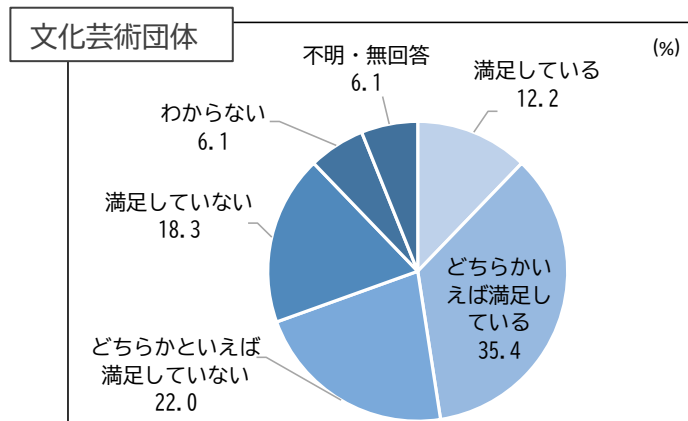
調査方法

- (1-1) 回答票を紙で送付し、紙orWEBで回答
- (1-2) 回答票を紙で配布し、その場で回収
- (1-3) WEBにて回答
- (2) 回答票を紙で送付し、紙orWEBで回答
※A/S登録者にはメールで送付、WEBで回答
- (3) 各関連分野にて集計したアンケートを提供
してもらう



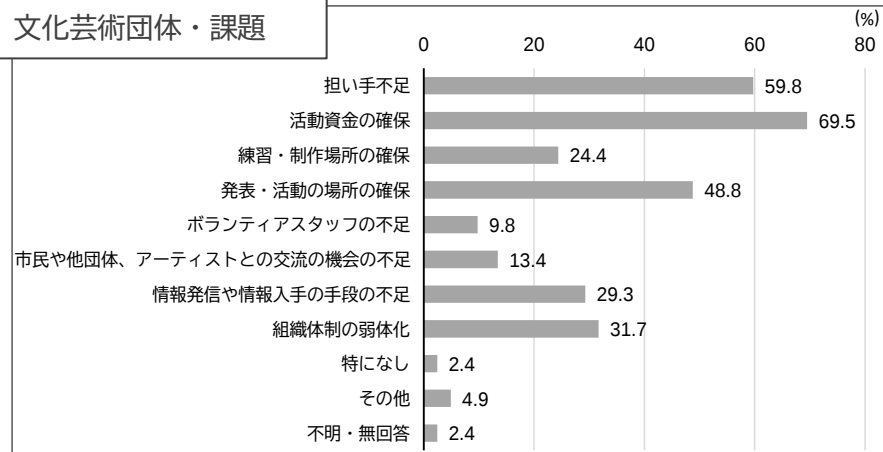
文化芸術団体・アーティストへのアンケート結果(①)

- ▶ 熊本市の文化的環境への満足度は、文化芸術団体は「満足している+どちらかといえば満足している」が47.6%、「どちらかといえば満足していない+満足していない」が40.3%だったのに対し、アーティストでは前者が32.9%、後者が57.0%と異なる結果となった。

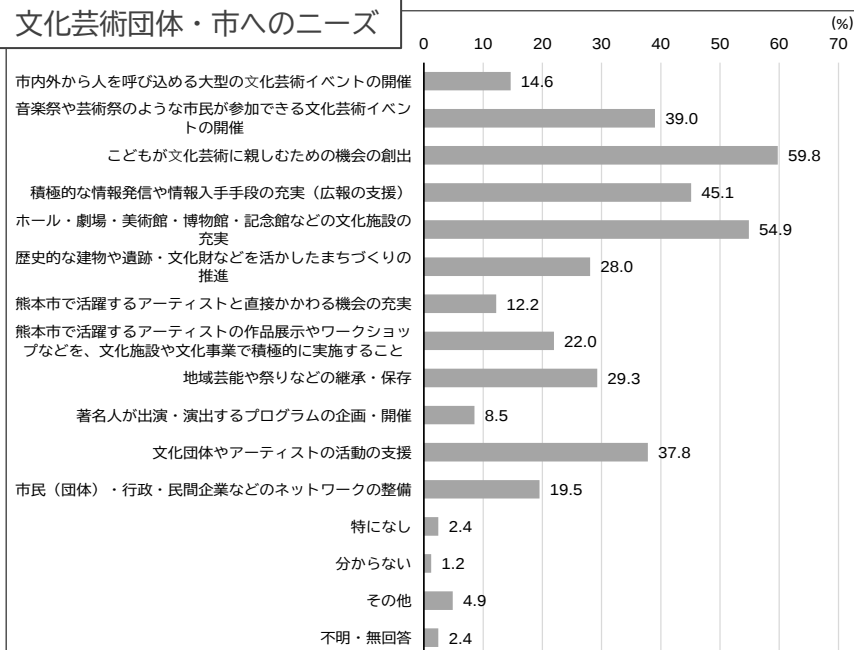


- ▶ 文化団体活動者の課題として、活動資金の確保と担い手不足が多く、市に求めることとして、こどもが文化芸術に親しむための機会の提供との声が多い

文化芸術団体・課題



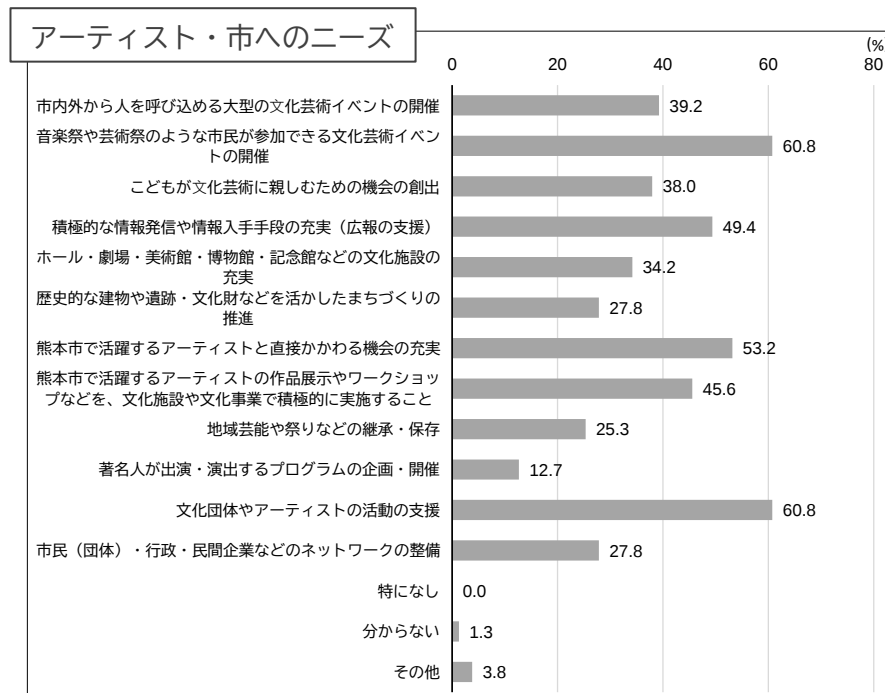
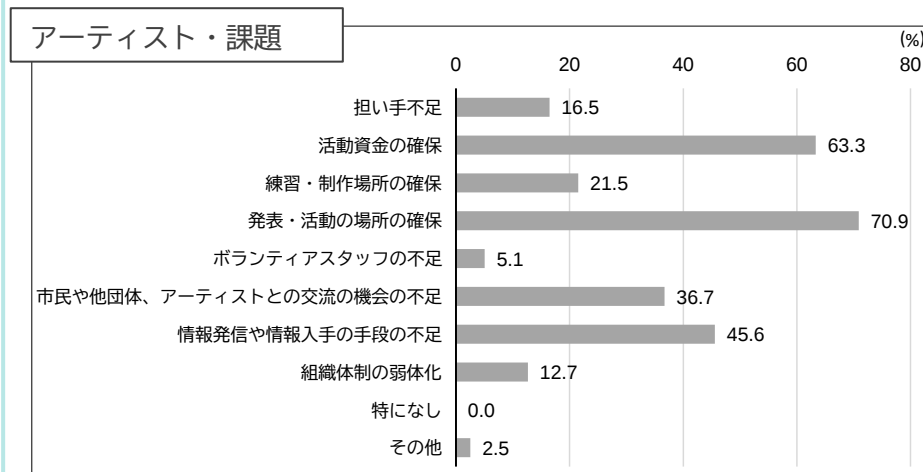
文化芸術団体・市へのニーズ





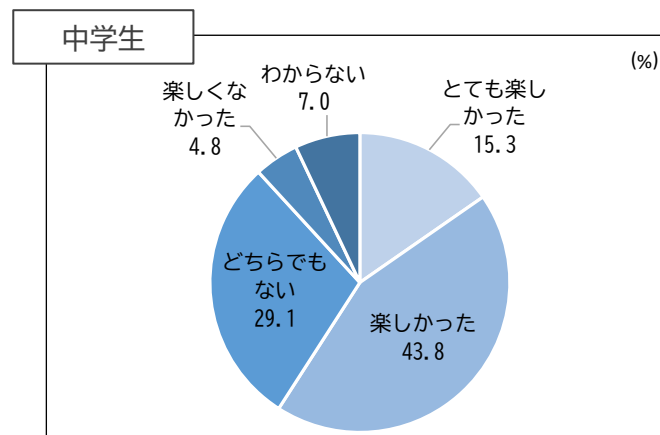
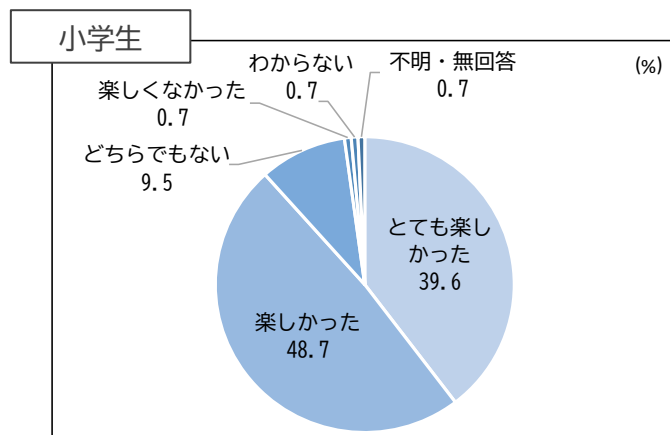
文化芸術団体・アーティストへのアンケート結果(②)

- ▶ アーティストの課題として、発表・活動場所の確保と活動資金の確保が多く、市に求めることとして、市民参加型イベントの開催及び活動の支援との声が多い

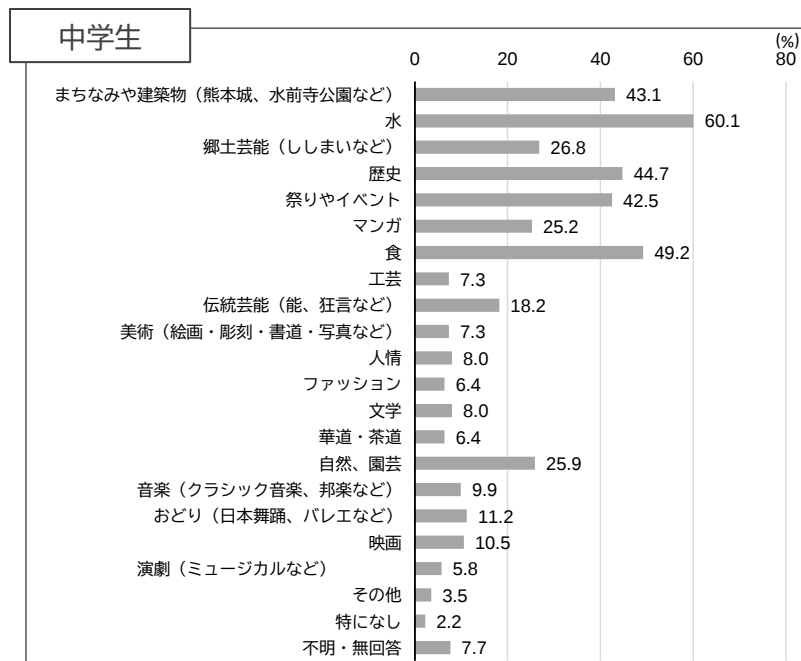
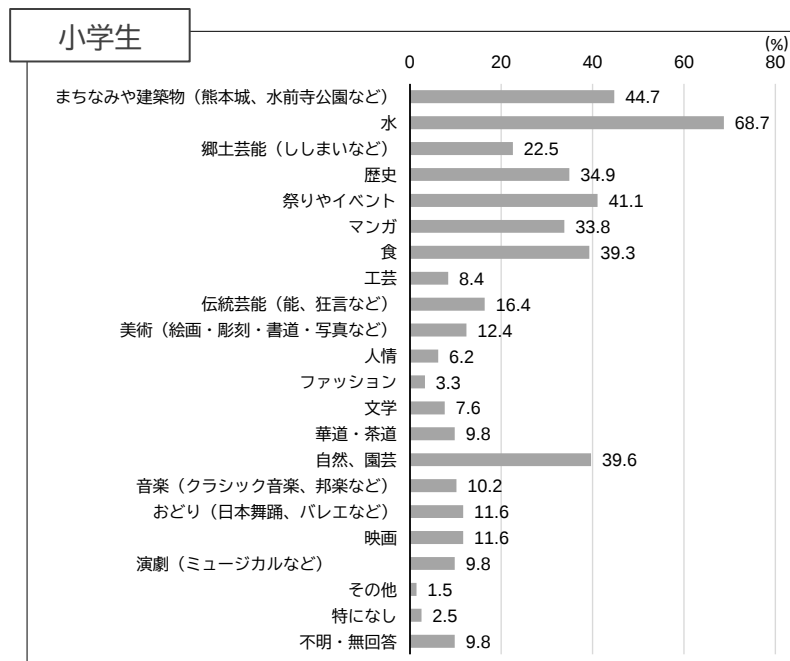


小中学生へのアンケート結果(①)

- ▶ 体験学習への満足度については、小学生の88.3%が、中学生の59.1%が「とても楽しかった・楽しかった」と回答した



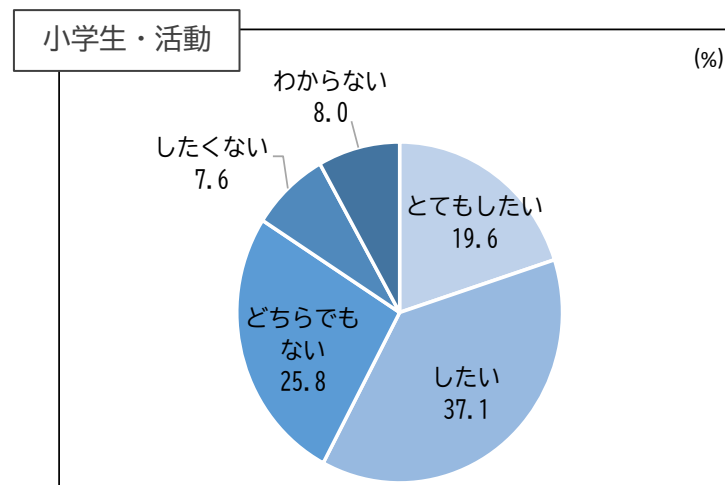
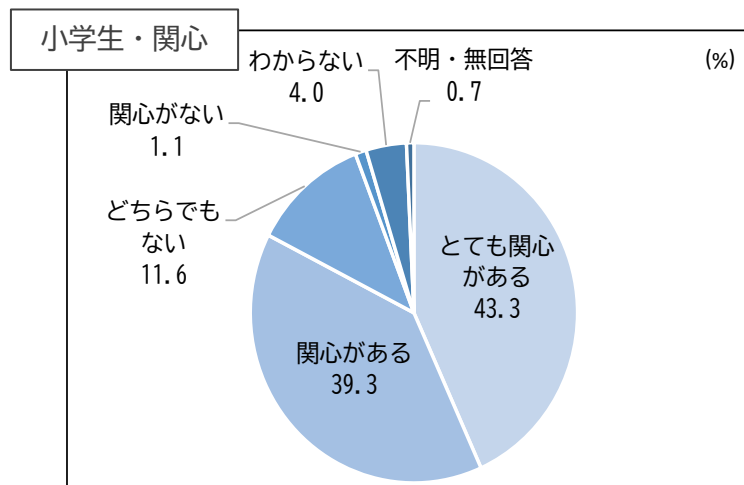
- ▶ 熊本の文化として思い浮かぶことは、小中学生ともに「水」が過半数を占めた



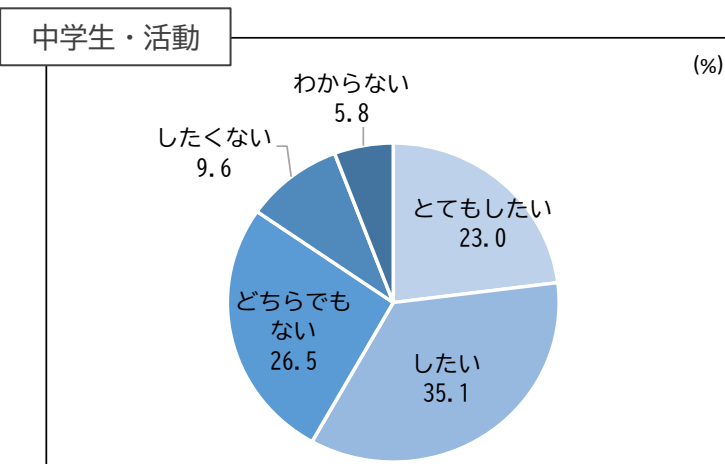
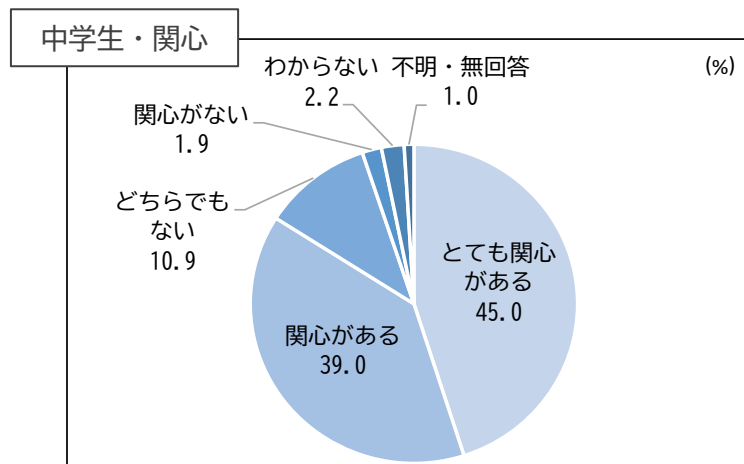


小中学生へのアンケート結果(②)

- ▶ 小学生では、文化芸術に対する関心が82.6%と高く、文化芸術活動をしたい人は56.7%だった一方でどちらでもないと答えた割合も25.8%となった



- ▶ 中学生では、文化芸術に対する関心が84%と高く、文化芸術活動をしたい人は58.1%だった一方でどちらでもないと答えた割合も26.5%となった





熊本市文化芸術振興指針

▶ 策定の趣旨

本市の文化芸術を振興するうえでの目標とその実現に向けた取り組みの方向性を明らかにし、心豊かな市民生活を実現するとともに、本市の活力と魅力を高め、「文化力」により評価される都市を目指すために策定された。

▶ 基本理念

「人とまちが元気になる文化創造都市の実現」

市民、民間団体、地域、企業、行政など様々な担い手が主体的に文化を創造し継承していくためには、そのための人づくりやその活動の舞台となる都市（まち）づくりが必要であり、それぞれの特性を活かして連携・協働しながら取り組みを進める。

▶ 3つの方針

「文化芸術が活発化し、市民の文化力を高める」

「歴史と自然を活かした熊本らしい都市文化をつくる」

「文化力で活力あるまちづくりをすすめ、都市の魅力を高める」

▶ 策定

平成22年（2010年）3月





- ▶ 指針はあるが、身近なものになっておらず、その結果長期的な視野と事業の継続性が不足し、その都度対応のようになってしまっている。
- ▶ 指針の中で、概ね3年ごとに検証を行うこととしていたが、実行されていない。
- ▶ 指針にて明記した方針の本質的なものは不変である。

<平成20年の市民アンケート調査との比較>

- ▶ 過去1年間の文化芸術鑑賞経験がある人について、55.8%→62.6%と増加
- ▶ 過去1年間の文化芸術活動経験がある人について、16.9%→18.8%と増加
- ➡ 市民が文化芸術に触れる機会は増加していると考えられる

- ▶ 「熊本の文化」からイメージするものについて、「まち並みや建築物」「水」が多く、変化なし
- ▶ 伝統文化の次世代への継承について、「市民が気軽に参加・鑑賞できる催しの実施」が最も多く、変化なし
- ▶ 文化芸術振興のための施策について、「芸術鑑賞機会の提供」が最も多く、変化なし
- ➡ 熊本の文化の強みや市民が求めていることは変わっておらず、引き続き推し進めていく必要がある

- ▶ 文化に親しんでいる市民の割合は、31.1%→30.5%（R5）とほぼ横ばい
- ➡ 熊本地震やコロナ禍の影響を受け下降したものの、現在は上昇傾向であるため、引き続き文化に触れる機会の提供に努める

指針の内容のうち、これからも市として取り組むべきところを引き継ぎながら、新たに社会情勢やニーズの変化を反映した計画を策定する



国

文化芸術基本法

劇場、音楽堂等の活性化に
関する法律

文化観光推進法

障害者による文化芸術
活動の推進に関する法律

文化財保護法

文化芸術推進基本計画

熊本市第7次総合計画



最上位計画

熊本市第8次総合計画

連携

熊本市文化芸術推進基本計画



【関連する計画】

- ・熊本城復旧基本計画
- ・特別史跡熊本城跡保存活用計画
- ・熊本市生涯学習推進計画
- ・熊本市観光マーケティング戦略
- ・熊本市国際戦略
- ・熊本市障がい者生活プラン
- ・くまもとはつらつプラン
- ・熊本市中心市街地活性化計画
- ・熊本市教育振興基本計画
- ・熊本市環境総合計画
- ・熊本市経済再建・市民生活安心プラン

地方文化芸術推進基本
計画制定の努力義務

熊本市文化芸術振興指針



第8次総合計画との関連

第8次総合計画での文化行政の位置づけ

ビジョン2 市民に愛され、世界に選ばれる、持続的な発展を実現するまち

↳ 施策2 世界を魅了する都市ブランド力の向上

↳ 基本方針3 熊本城をはじめとする文化・観光資源の活用

ビジョン6 全ての市民の生活の質の維持・向上

↳ 施策4 文化芸術が持つ多様な価値の活用

↳ 基本方針1 市民が身近に文化芸術に親しめるまちづくりの推進

2 文化財の適正な保存と活用の推進

計画期間

第8次総合計画に合わせ、計画期間は8年とする。計画初年度はR7年度とし、8総から1年遅れて策定することで、8総の内容に即したものをつくる。

指標・進捗管理

本計画にて設定する指標は8総と同様のものとし、8総（基本計画及び実施計画）にて行う進捗管理をもって、本計画での進捗管理とする。

庁内関係課との連携

本計画と関係する各課と連携し、施策の情報共有や計画策定に係る意見聴取を行う。

< 関係課（案） >

▶ 文化政策課 ▶ 文化財課 ▶ 熊本城総合事務所 ▶ 生涯学習課 ▶ 教育委員会 ▶ こども局
▶ 観光政策課 ▶ 国際課 ▶ 高齢福祉課 ▶ 障がい福祉課 ▶ 各区総務企画課 等



計画＝暮らしと文化芸術を結びつけるためのツール

どんな計画を作るのか

- ▶ 長い年月本市で受け継がれてきた郷土の文化芸術を次の世代へ引き継ぐ。
- ▶ 文化芸術に満ち溢れた暮らしから、市民の郷土への誇りと愛着を醸成することで「上質な生活・文化都市」を実現する。
- ▶ 文化芸術を暮らしに身近なものにするために誰が何をするか知ってもらう。
- ▶ 文化芸術のもつ人に楽しさや感動、心の安らぎや生きる希望をもたらす力を知ってもらう、想像力や感性を養い、豊かな人間性を育む力を知ってもらう。
- ▶ 文化芸術のもつ多様な価値を他の分野にも広く活用できることを知ってもらう。

ポイント

- ▶ 文化芸術と親和性の高い分野は多数あり、文化芸術のもつ多様な価値が、福祉・観光・国際・生涯学習・教育など幅広い分野にいかされる計画とする。
- ▶ 日比野文化顧問の考え方を取り入れ、広義の文化芸術を社会課題の解決にいかすなど、他都市にはない熊本らしい斬新な計画を作る。
- ▶ 計画を作るだけでなく、市民への見せ方にも重点を置き、手に取って見てもらえるようなPRの仕方を考えている。30秒や1分程度の動画を日常で目に入るような手法で流すことや、計画本編も初めて見る人が入り込みやすいつくりのものを考えている。
- ▶ 動画はYoutubeやInstagramにとどまらず、既存の展示スペースやイベントでも放映し、熊本の文化をPRしていく。