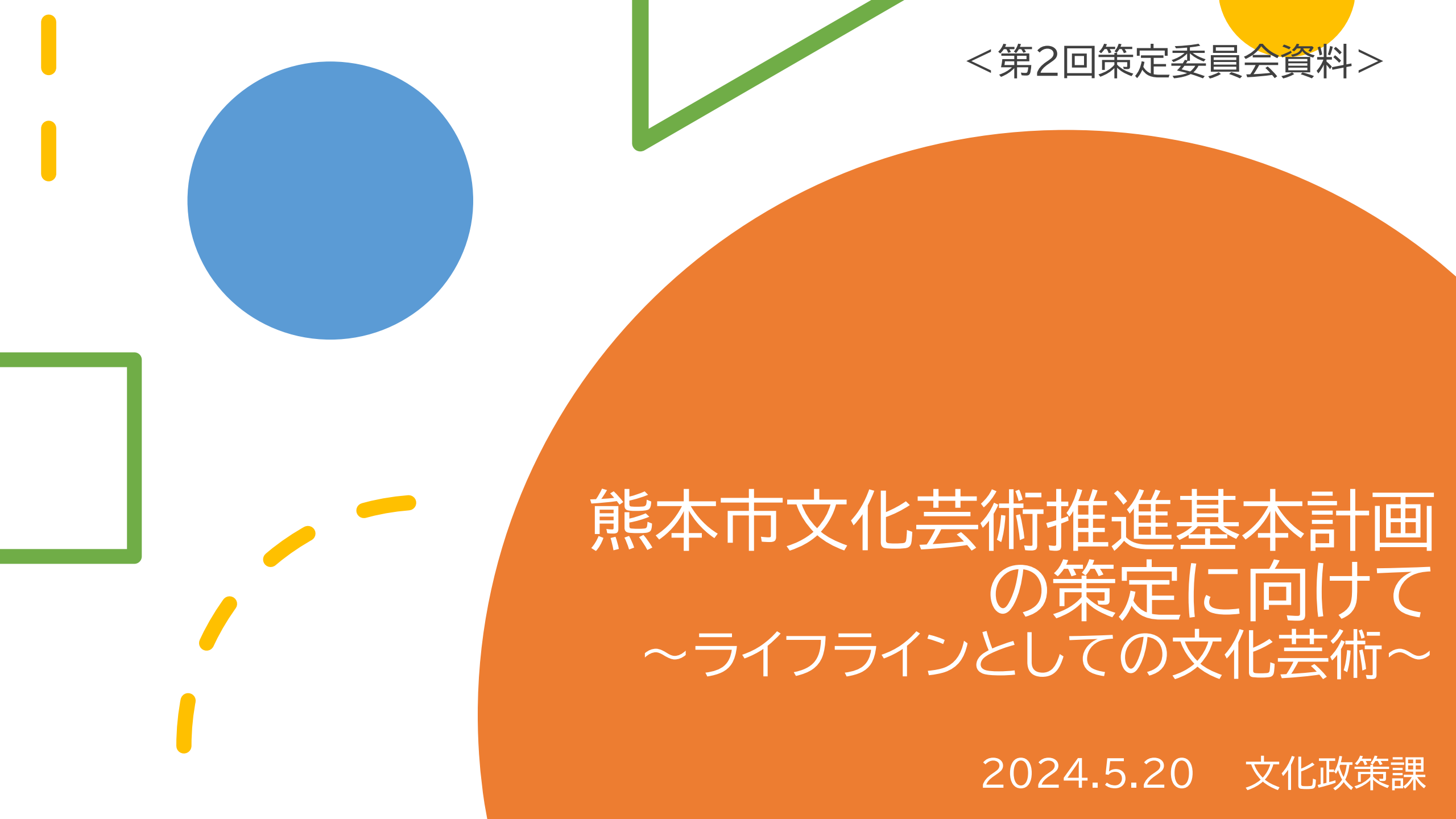




<第2回策定委員会資料>

熊本市文化芸術推進基本計画 の策定に向けて ～ライフラインとしての文化芸術～

2024.5.20 文化政策課

構 成

1 策定の趣旨

2 策定の背景

3 指針の検証

4 現状と課題

5 文化芸術の範囲

6 計画の基本方針

(1) めざす姿

「市民が身近に文化芸術に親しめるまち」

(2) 基本理念

「文化芸術の力で市民の生活を豊かにする」

(3) 計画の位置づけ

7 施策の柱

① 文化芸術の継承と活用

② 文化芸術に触れる場と機会の創出

③ 次代の文化芸術を担うこどもたちの育成

④ 文化芸術を介したつながりの創出と多様な価値の活用

策定の前提

前回のおさらい

- ・改正された文化芸術基本法（平成29年）に、地方自治体における計画の策定を努力義務と規定。
- ・現在の指針では、文化芸術における施策の方向性を定めているが、指針を計画に位置づけて、指針の検証や課題等を踏まえた上で、文化芸術基本法で定めのある文化芸術の振興と観光・まちづくり・国際交流・福祉・教育・産業など各関連分野と連携した施策の展開や、文化芸術により生み出される様々な価値の活用を新たに盛り込む。

1 策定の趣旨

- ・本市の豊かな文化資源はそれ自体が価値を持つだけでなく、住民の郷土への誇りや愛着を醸成するものであり、それらを未来につなぐことで魅力あるまちになる。
- ・文化芸術は、熊本地震や新型コロナウイルス感染症等の影響下では活動が制限されたが、人に感動を与え、生きる力をもたらすもの、また社会全体を活性化する上で大きな力を持っているものとして再認識された。
- ・また、文化芸術は、互いを受け入れ多様性を認め合い、人と人とをゆるやかにつなげ、心豊かな社会を作る力をもっている。
- ・計画では、文化芸術が創出する新たな価値を活かすとともに、文化芸術を市民の身近なもの、人々が生きる上で必要なもの（＝ライフライン）と認知してもらい、ウェルビーイングに寄与するため市民が身近に文化芸術に親しめるまちづくりを進めていく。

2 策定の背景

(1) 社会情勢

前回のおさらい

①熊本地震及び新型コロナウイルス感染症の影響

↳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

②デジタル化の急速な進歩

↳技術改革による、生活様式の変化・文化芸術の活動形態やニーズの変化

③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

④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

⑤多様性・包摂性・持続可能性への関心の高まり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 策定の背景

(2) 国の動向

前回のおさらい

①文化芸術基本法の改正(平成29年6月)

└文化芸術そのものの振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業などの関連分野の施策とも連携を図ることや、地方自治体における文化芸術の推進に関する計画を策定するよう努めることとされた。また、年齢、障がいの有無や経済的な状況に関わらず等しく文化芸術の鑑賞等ができる環境の整備を図ることとされた。

②文化芸術推進基本計画(第2期)の策定(令和5年3月)

└第2期計画では1期計画を踏襲しつつ、ポストコロナの文化芸術活動の推進、次代を担うこどもたちの育成、多様性を尊重した文化芸術の振興等に重点をおくこととされた。

③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し、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り組みを行うこととしている。

④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)

└障がいの有無に関わらず文化芸術を創造・享受できることや、障がい者による芸術上価値が高い作品等の創造支援の強化、地域で障がい者の文化芸術活動を促進することで障がい者だけでなく住民全体が心豊かに暮らせる地域社会の実現を目指し、地方自治体において地方の実情に即した計画の策定に努めることとされた。

3 指針の検証

前回のおさらい

○平成22年に策定した熊本市文化芸術振興指針に示す理念は普遍的なものであるが、時代の変化に対応した具体的な方針が定められておらず、計画への位置づけが急務。

<平成20年と令和5年の市民アンケート調査の比較>

- ・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」が多い＝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」が最も多い＝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」が最も多い＝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。しかしながら、熊本地震前までは回復していない

4 現状と課題

<現状> R5年度アンケート調査結果より

- ・熊本の文化として「まち並みや建築物」「水」を連想する人が多い(一般市民、小中学生、大学生共通)
- ・文化芸術を活かしたいと思う分野は「観光」「まちづくり」と考える人が多い
- ・「上質な文化都市」として「豊かな自然や歴史、文化に恵まれている」ことや、「市民が自分たちの暮らすまちに誇りをもっている」ことを連想する人が多い
- ・伝統文化の継承について、市民が気軽に伝統文化に接する機会の提供を望む人が多い

- ・市民の7割近くが文化芸術に関心があると答えた
- ・文化芸術の直接鑑賞または活動経験のある市民は64.7%
- ・国の調査と比較すると、文化芸術の直接鑑賞・活動経験ともに熊本市民の方が実施割合が高い
- ・文化芸術に関心はあるが、活動を行う時間がない市民が多い
- ・芸術鑑賞の機会の提供を望む市民・文化団体が多い
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で文化芸術活動を控えた市民が多い
- ・質の高い公演も必要だが、気軽に参加しやすい機会の提供も重要
- ・アーティストの課題として、活動・発表の場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

- ・小中学生の8割以上、市民の7割近くが文化芸術に関心があると答えた
- ・文化芸術団体は、担い手不足への対応として、こどもへの鑑賞機会の提供を求める声が多く、市民アンケートでもこどもへの文化体験について保育園や学校へのアウトリーチを望む人が過半数いる
- ・伝統文化の体験について、小学生で約9割、中学生で約6割の人が楽しかったと答えた

- ・幸福度と社会的なつながりは連動している
- ・文化芸術に触れる経験がある人の方がいない人よりも、社会的なつながりが多く、幸福度が高い
- ・文化団体のアンケートにてくらしの中に溢れている芸術を知ってほしいとの回答あり
- ・アーティストアンケートにて、芸術文化がQOL(生活の質向上)に役立つと実感できる機会を増やすことが望ましいという回答があった

第1回策定委員会での委員からの意見

こどもの頃から文化に触れる

- 文化芸術に関心があっても、こどもが文化芸術に触れる機会は減っているのが現実。
- 小さい頃から触れないと鑑賞の仕方がわからない。
- 小さい頃から学ぶのは難しいし、お金・時間の問題からも、教育機関との連携がポイントになってくる。親としても、保育園・幼稚園や学校など身近なところであると参加しやすい。
- 実際に文化を体験することが大事。社会的格差が文化体験の格差につながっていると思う。
- 地元アーティストだったら来訪したり、体験型だったら教えて一緒にやったりするといい。

お客さんを育てる

- アンケート結果の「熊本の文化として思い浮かぶこと」として、ワースト4に演劇・踊り・音楽などが入っており「生で見る・生で聴く」ということを知らない市民が多いのだろうと思った。また、「なぜ文化活動しなかったか」のアンケート結果の「忙しい・知らなかった関心がない」という回答も、知らなかったり興味がないから出てくる回答だと思う。そのため、「お客さんを育てる」ということがすごく課題。
- 日本の学校教育は、上手い・下手で考えてしまうが、アメリカのシカゴはプレイヤーではなくファンを育てる方針だそう。見方や楽しさをわかってもらおうと、それがスタープレイヤーを支える土壌になる。こどもに「美術って面白いよ、楽しいよ」と伝える方法を変えないといけないと思う。

場の提供・アーティストの活動支援

- 公共の場・公共施設でさえ使用するのはハードルがある。非営利だったら使いやすいが、併せてものを売るとなるといろんな許可等が必要。
- いつもの劇場・舞台でいつものように提供されているパフォーマンスはいつもの人たちが見ているが、思いもよらない場所で急に起こってそれが話題になった自治体もある。それ自体が広報にもなりうる。
- ライブハウスのようなクローズではない、オープンなふらっと過ぎるような場所で活動できるといい。
- 「ストリート・道路」を日常的に使い、知る機会・いろんなことに触れる機会につなげていけたらいい。
- 空き家・空きビルが増えている。まちを媒体と見立てて活用できると、経済活性化という点から実効性につながるのでは。
- 労力・費用的な面からも、大規模でなく小規模の活動の場がほしいとの声が多い。市民が利用できるように、施設を新設せずとも、空きスペースの見直しや活用が必要なのではないか。
- アーティストはスポンサー探し(制作・PR等)が苦手なので、そこを手伝ってほしい

第1回策定委員会での委員からの意見(つづき)

熊本の水

- 小中学生へのアンケートで、熊本の文化として思い浮かぶことが「水」であることに驚いた。
- 「熊本独自のもの、熊本といえば」というイメージからだと思われる。
- 学校現場で水に関してたくさんレクチャーや働きかけがあり、子どもたちはそれに反応しているのかもしれない。
- ブランディングの面からも「水」は重要キーワード。差別化を図るのは大事。
TSMCが来てるのも水がきれいだということも理由の1つであろうし、有明海の豊かな水資源も阿蘇山から流れ出る水からきている。
アジア太平洋水サミットの際には、天皇陛下が基調講演で「竜神伝説」のような話を用い、熊本と水との関わりについてお話しされて感動した。いろんな角度から「水」に対しての文化的なつながりを感じる。

「実効性のある戦略的な文化政策」とは

- 仲間内で「私たちの文化っていいよね」と認識するだけでなく、多文化と交流する場、他を惹きつけることも大事。
- やっていないことをするというのではなく、それぞれが現在やっていることをさらに「実効性のある戦略的な文化政策」として展開するのは難題。「アートマネジメント」を個別に行っても実効性・戦略性は生まれないと思う。
- 発信力＝企画力だと思う。
PRが大事なのはわかるが、(発信は)クリエイティブに考えて戦略的にやらないと本当に難しい。そこが強化されると強いまちになると思う。
- ここでなければ体験できないという“独自の”文化・芸術への関わりをどう生み出すのかがとても重要な観点だと思う。

<課題>

R5年度に実施した市民や関係団体へのアンケート調査及び第1回策定委員会での委員の意見等を基に次のとおり課題を整理

【伝統芸能や地域文化の保存継承・活用】

- ・伝統芸能や文化財など、受け継がれてきた人の想いも含め未来につなぐことが必要
- ・伝統芸能活動者の活動の場や活動資金不足。発表や活動しやすい機会の提供が必要
- ・市民のニーズも高い、観光資源としての文化資源の活用が必要

【文化芸術活動の環境整備】

- ・誰もが等しく文化芸術を享受できる環境が必要
- ・「鑑賞者・お客さん」を増やすことで、文化芸術活動の活性化や支援につなげる必要がある
- ・文化活動を活性化することで地域の活性化につなげる必要がある

【文化芸術における人材・担い手育成】

- ・こどもの頃から文化芸術に触れる機会が必要
- ・伝統芸能活動者の高齢化と担い手不足により、後継者の育成が必要

【文化芸術の持つ多様な価値の活用】

- ・幸福度と社会的なつながりは連動しているが、地域の中で人と人のつながりが希薄になっており、人と人とがゆるやかな関係を築くことが必要
- ・文化芸術に触れる経験がある人の方がいない人よりも、社会的なつながりが多く、幸福度が高い
- ・TSMCの進出等に伴う在住外国人の増加により、異文化理解・交流が必要
- ・市民ニーズや課題が多様化し、柔軟な思考により課題解決等を図ることが必要

5 文化芸術の範囲

文学、音楽、美術、写真、演劇、舞踊や、伝統芸能、地域文化、生活文化、国民娯楽、文化財などの文化芸術基本法に示されている内容に加え、熊本市の特色を生かした「水」などの自然由来の文化までを文化芸術の範囲とする。

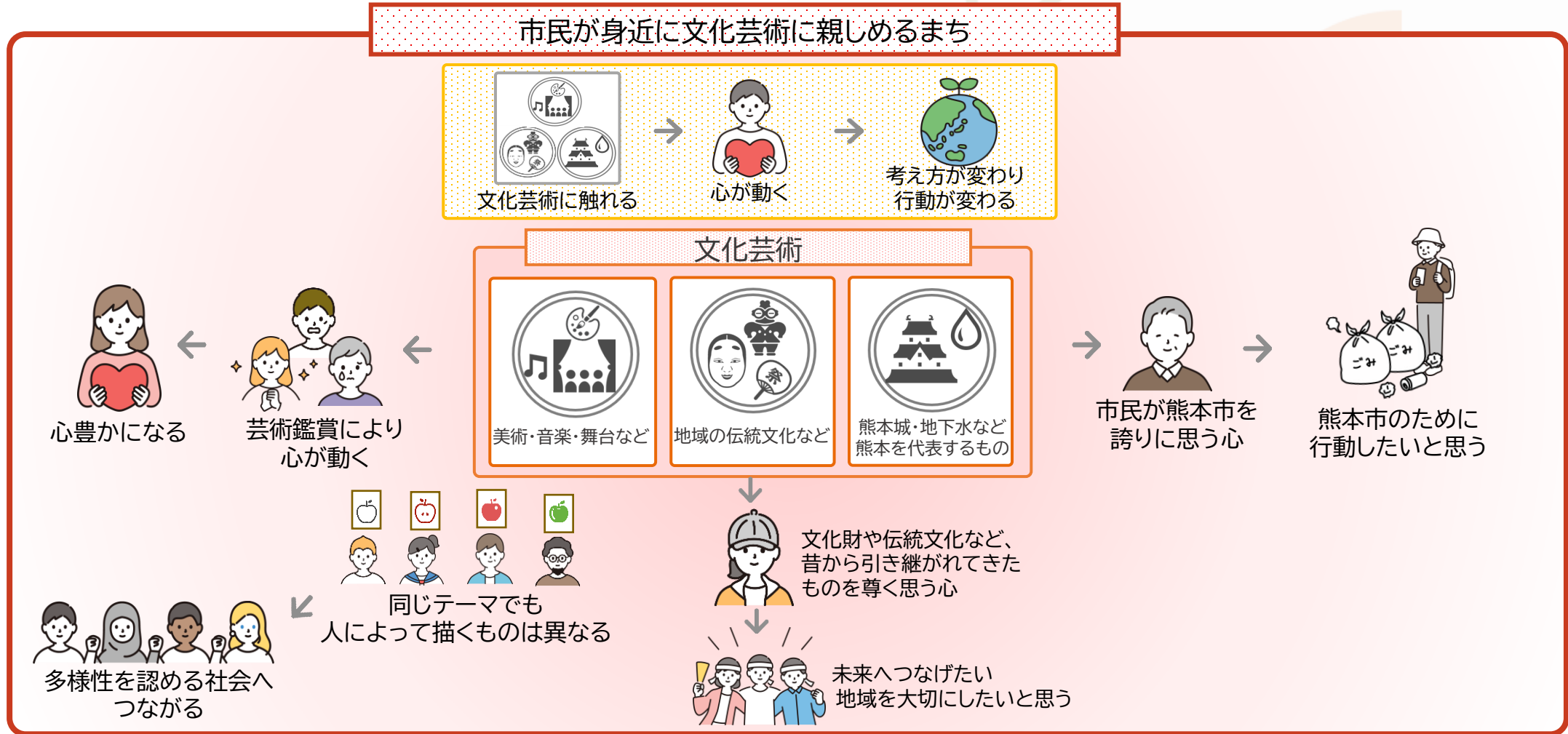
芸術	文学、音楽、美術、写真、演劇、舞踊その他の芸術
メディア芸術	映画、漫画、アニメーション及びコンピューターその他の電子機器等を利用した芸術
芸能	講談、落語、浪曲、漫談、漫才、歌唱、その他の芸能
生活文化・国民娯楽・出版物等	生活文化（茶道、華道、書道、食文化その他の生活に係る文化）、国民娯楽（囲碁、将棋その他の国民的娯楽）、出版物及びレコード等
文化財	有形及び無形の文化財並びにその保存技術
地域文化	地域固有の伝統芸能及び民族芸能
固有の自然由来の文化	水やみどりなどの自然にまつわる文化

6 計画の基本方針

(1) めざす姿

市民が身近に文化芸術に親しめるまち

身近に文化芸術に触れることで、心が豊かになり、新たなつながりや価値を生み、ひとりひとりが生き生きと暮らせるまちを目指す。



6 計画の基本方針

(2) 基本理念

文化芸術の力で市民の生活を豊かにする

「文化芸術は高尚なもの」、「文化芸術は好きな人だけが楽しむもの」だけではなく、

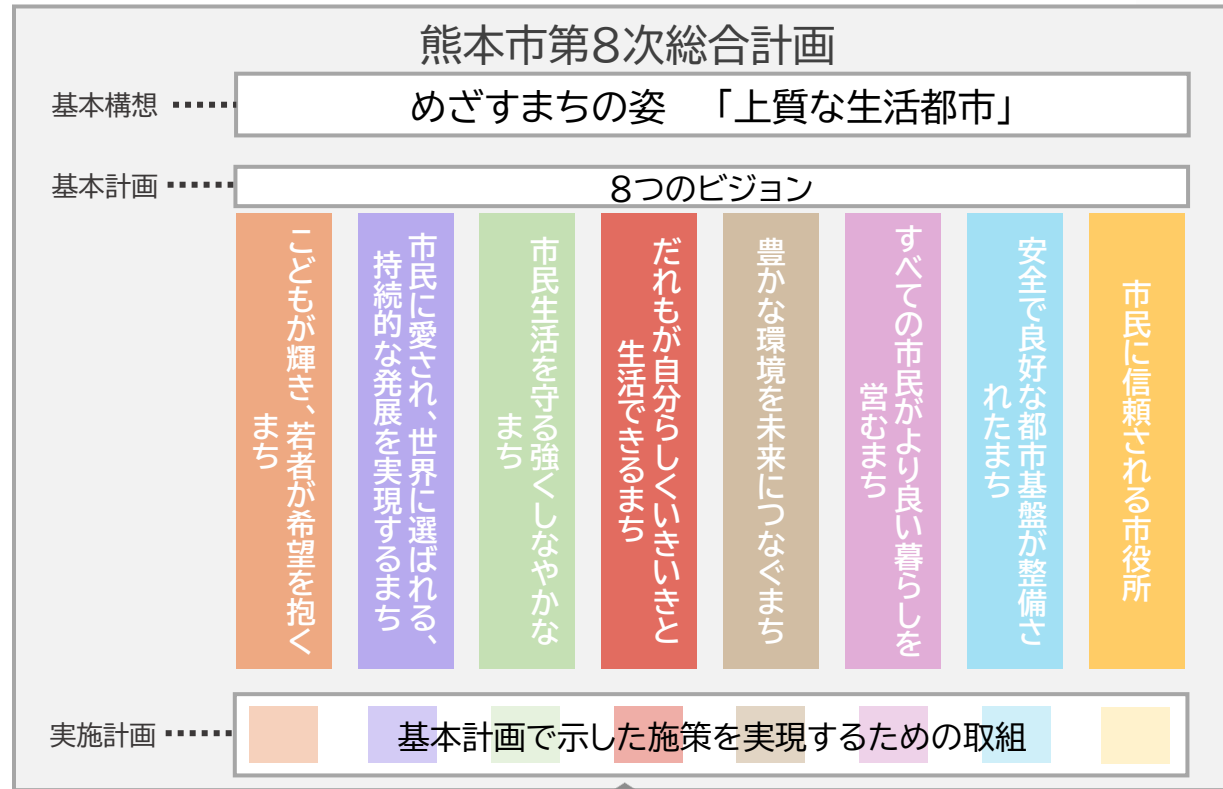
「文化芸術は我々の生活の中にあり、生きる上で必要なもの(＝ライフライン)である。」

「我々が日常の中で行っていることには文化芸術が関わっている。」ということに気づくことで、誰もが文化芸術を身近に感じ、

また、文化芸術から生み出される新たなつながりや価値(＝文化芸術の持つ力)を活かし、ウェルビーイングを向上させる。

6 計画の基本方針

(3) 計画の位置づけ



文化芸術のもつ力を活用したまちづくり

熊本市文化芸術推進基本計画

- 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
 - ・障がい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

計画制定の努力義務

※ 第8次総合計画と終期を合わせるため、令和7年度(2025年度)～令和13年度(2031年度)の7年間の計画とする。

7 施策の柱

① 文化芸術の継承と活用

【取組の方向性】

- 文化財や伝統文化等の継承のため、データ等も活用・保存するとともに、興味関心を得られる機会の充実を図る
- 地域に残る貴重な文化資源を再認識し、地域コミュニティの活性化に生かすとともに、シビックプライドの醸成に取り組む
- 大学、事業者、他自治体や他分野との連携により熊本市の文化芸術コンテンツを広く発信・活用することで、都市ブランド力を高める

【効果】

- 文化財や伝統芸能、また生活様式やしきたりなどの伝統文化は、人々の地域への誇りとなり、地域の個性（アイデンティティ）となる
- 地域の個性とそれを継承してきた人の想いに、人は惹かれ魅力を感じ、未来へつなぐ動力となる
- 本市の特色を活かした文化芸術の発信は、創造的な経済活動の需要や付加価値を生み出し、好循環させることで持続的なまちの活性化へつながる

7 施策の柱

② 文化芸術に触れる場と機会の創出

【取組の方向性】

- 様々な媒体(オンライン)を活用し、多くの人が文化芸術の情報にアクセスしやすい環境をつくる
- 多様な主体との連携により、年齢やライフステージ、国籍、障がいの有無、経済的な状況等に関わらず、あらゆる人が文化芸術に触れ、楽しむことのできる環境づくりを推進する
- 文化芸術活動者が活動しやすい環境や発表の場を創出する

【効果】

- 異なる文化や時代の価値観や表現に触れることで想像力が養われ自身の視野や理解が広がる
- 文化芸術活動を通じて表現力を発揮することができ、創造性や感性を育むことができる
- 文化芸術に触れることで人は楽しさや安らぎを感じ、人間が人間らしく生きることができる

7 施策の柱

③ 次代の文化芸術を担うこどもたちの育成

【取組の方向性】

- 文化財や伝統文化等の担い手を育成するために、文化財や伝統文化等の価値への学びを深め、興味関心を得られる機会の充実を図る
- 学校と連携し、家庭環境等に関わらず等しくこどもたちが文化芸術に親しむ機会を提供する
- 世界を舞台に活躍できる人材、専門的な技術・知識を有する人材、地域の文化を支える人材の育成に取り組む

【効果】

- 情緒の成長を促し、想像力や洞察力を養い、新しい世界を知ることができる
- 自分と他者、社会や世界とのつながりを認識し、視野が広がる
- 個性を認め合い、寛容な心を育む
- 幼少期に文化芸術に触れることで、後に立ち返ったときにその時の想いや記憶を思い出し、情緒面での成長を促す

7 施策の柱

④ 文化芸術を介したつながりの創出と多様な価値の活用

【取組の方向性】

- 文化芸術がもつ包摂的で多様な価値を持つ力を活用し、人と人をつなぐことで、多様な価値観等を尊重し、異文化理解を促進する
- 文化芸術に触れる場を設けることで地域住民のつながりを作る
- 社会課題に対し包括的で多様性を受け入れるアート思考※を用いてアプローチすることで課題解決を促進する

【効果】

- 文化芸術を介し、他者と共感し合う心を通じて意思疎通を密なものとし多様な価値感を認め合う共生社会をつくる
- 文化芸術がつなぐ社会的な関係が、人を孤独から救い、人々に生きる力を与え、ウェルビーイングの向上に寄与する
- 文化芸術に触れることで心が動き、新たな視点や柔軟な思考により課題解決力を養うことができる

※アート思考とは

文化芸術によって育まれる創造性や包摂性をもって幅広い視野で柔軟な発想をすること。また、文化芸術の持つ力により、人の心を動かし、考え方を換え、行動変容へとつながるという思考。

今後のスケジュール

項目	R6年										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)	
政策会議					●骨子案			●素案						
策定委員会	●アンケート結果		●骨子案に向けて		●骨子案・素案に向けて		●素案						●パブコメ結果(報告)	
市民参画										●パブコメ				
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