

平成 29 年度第 2 回ちば文化振興懇談会 開催結果概要

- 1 日 時 平成 29 年 11 月 15 日（水）午後 2 時 30 分～4 時 30 分
2 場 所 千葉県ビジネス支援センター 会議室 5（きぼーる 15 階）

3 出席委員

加藤修委員（座長）、鈴木通大委員（副座長）、飯田重行委員、影山美佐子委員、
椎名喜予委員、鈴木勲委員、安田一夫委員、
以上 7 名

4 議事の概要

（1）第 2 次ちば文化振興計画 進行管理について

「資料 1～2」により事務局から平成 28 年度実施報告（指標の報告）及び文化施設
運営状況に関する調査結果について、まとめて説明。その後、各委員から意見。

【委員】

感想であるが、これからの課題が調査（資料 2）の中から見える。

私たちの団体は毎年いろいろなホールで活動をしている。ほとんどのホールは協力的
だが、中にはご協力いただけないところもある。打ち合わせをやりたいので 8 時半に開
けてくださいとお願いしても 9 時開館なので開けることができないと断られることもあ
る。また、初めて利用するホールの場合、楽器置き場をどこにしたらいいかなどわから
ないことも多い。利用者の立場になって柔軟に運営してほしい。

【委員】

会館の運営に関しては、地域との交流や情報交換が大切だと思っている。公立文化施
設協議会の会員は 35 館であるが、さらに加盟してもらい、すべてのホールで情報交換
やスキルアップができるといい。協働事業として、「少年少女オーケストラ」は県文化会
館での定期公演の他に、東金の文化会館から声をかけてもらい、公演を行った。「親子
de オペラ」は東金市と八千代市で、そちらの会館が主催する形で実施した。予算もある
ことなので全部一度にはできないだろうが、こうした交流・連携をし、うまく続けてい
きたい。

集客について、県文化会館で「プレミアムシート」制度を設けている。先行販売し、3
公演を同じ席で聞くことができることで、集客効果があると感じている。

【座長】

資料 1 の 2 ページであるが、データの取り方について伺いたい。22 年度と 28 年度を
比較して文化会館・美術館・博物館の入館者数が 20 万人くらい増えたとのことだが、22
年度を基準にした理由はなにか。

【事務局】

第 2 次ちば文化振興計画策定当時の国の社会教育調査の最新の数値が 22 年度であっ
たので、その数字を目安として使った。

【座長】

22年度と28年度では調査に回答した文化施設が一致していないので、あくまでも参考であるとのことだったが、データを広く集めることは良いとしても、正確な比較をするためには同一の文化施設に絞って集計するべきではないか。または比較する年度を増やすべきである。また、調査対象数が音楽関係のホールと博物館・美術館の数で差があるのはなぜか。

【事務局】

そもそも県内の施設数に差がある。事務局で対象施設を絞ったわけではない。

【委員】

対象施設にこの調査をフィードバックしているのか。調査の回を重ねるごとに、データから仮説をたてて、県の見解も含めてフィードバックすることで、施設が今後どのような自主事業をしていこうかなど、マーケティングに役立つものになり、活発に情報交換できるのではないかと思う。

【事務局】

計画を立てる時点では5年前の社会教育調査を指標としたが、今後は毎年継続して調査をし、市町村や対象施設、公文協、博物館協会などにもフィードバックしていく。

【委員】

博物館や美術館、文化会館などは集客だけで価値が決まるような傾向があるが、これらの施設は地域の文化振興のセンター的機能を果たす役目ももっている。文化振興にあたっては、文化を生み出す人、サポートする人、さらにそれを支える人などいろいろな人で成り立っている。文化施設を利用することで、その様子が分かり、学芸員になろうとか、会館で運営する人になろうとかを考える次世代が育っていくと思っている。集客という観点だけでなく、地域振興のセンター的機能を果たしているかという観点で調査・評価できないか。

【委員】

佐原は普通の蔵や町屋などを舞台にして文化振興に取り組んでおり、地元の中学生・高校生にも参加してもらい、一緒になって運営している。

県民が文化にふれる機会は、文化施設以外の場でもある。文化施設以外にも調査を広げていけば、多くの人々が文化に触れていることがわかるのではないか。

【座長】

以前からお話しているが県立美術館の閉館時間が早すぎる。勤労世代が仕事帰りにも立ち寄れるようにしてほしい。

beyondを知らなかった館があるということだが、連絡したのに関心がなかったか、そもそも連絡がいつてなかったのか。連絡が遅かったことが原因なのであれば、すぐに積極的な周知をしてほしい。

【委員】

beyond を知らなかったということは、他のことに関しても知らないことがあるかもしれない。伝達方法の問題なのか、それとも別の問題なのか、なにが問題なのか追いかけていく必要があるのではないか。千葉県だけでなく他県のことなどの情報も含めて注意喚起すれば、調査も生きると思う。

【委員】

美術館の夜間延長についての話だが、他県では、働いている人でも入館できるように夜間延長営業に取り組んできた。アンケートで「8時ごろまで空いていることが適切か」と聞いたところ80%が適当との意見であった。しかし1年間試行したが、効果が出なかった。開館していたほうが良いと答えた方は多かったが、開館していたら行くかということは別問題のようである。コンサートなどで人が集まるときだけ開館時間を延長しているところはあるが、単純に夜間延長したほうが集客があがるかどうかは、判断が難しいところがある。

民俗芸能や地域芸能についてはホールではなく、神社や公園などでやっている。それを普及させるためホールで実施している。そのため、ホールの自主事業ではなく貸館事業でやる例が多い。

【座長】

時間を延ばしさえすれば人が入るなどと言っているのではなく、まず観客動員できる環境確保とその姿勢を言っている。ただいま成功しなかった例をあげられたが、美術館で夜間延長をして成功している例もある。曜日を決めて、月1回でもいいから開館してはどうか。仕掛けてほしい。

県立美術館には優れた芝庭がある。ちょうど先日、大学生と中学生によるワークショップを行い自然木による巨大な木組みオブジェを作成したのだが、たとえばそういったモノをライトアップして見せるなど、時間帯をずらしたことを効果的につなげる仕掛けはまだまだあると思う。

(2) 東京 2020 大会に向けた文化プログラムの推進について

「資料 3～5」により事務局から説明。その後、意見交換。

【委員】

音楽祭にしても文化資産にしても文化オリンピックの認証事業だということの記載が小さいので、強調したほうが良い。

【事務局】

文化オリンピックのマークの使用については認証されるまでに時間がかかり、演奏者募集のチラシを作るときには間に合わなかった。その後の演奏会開催のチラシを作るときには大きくマークをつけるようにした。マークをつけることにより反響もあるので、今後もチラシ作成の際は載せていきたい。

【座長】

beyond2020 プログラムの 17 の認証事業のうちコンサートが多い。視覚芸術がひどく少ない。

【事務局】

視覚芸術についても多少は該当がある。beyond の周知に関しては、チラシを作って配布しているが、関係施設等に行き届いていない。来週は、市町村の担当者会議もあるので PR していきたい。

【委員】

高文連では都道府県ごとでも総合文化祭を開催しているが、その様子を CD に収録し、全体像を見せて広報しているところもある。非常にいいやり方である。既存の事業に beyond や文化オリンピックアードをつけるだけでは、単品事業を集めただけで全体像が見えにくく、機運の醸成が図れないのではないか。

【委員】

文化会館は文化オリンピックアードや beyond などの冠をつけて事業を実施しているが、今までの事業と何が違うのかと聞かれたら、正直返答に困る。みんなでこんなことができるよ、こんないいことがあるよなど、アピールできるものがあつた方がいい。

【事務局】

beyond は大会を盛り上げるためのものであるが、オリンピック・パラリンピックの文言使用には色々と制約があり、beyond のチラシにはその言葉を入れていない。よって beyond の意味がなかなか広がらず、国も苦慮している。

beyond をもっと周知してもらえるように HP を充実させたり、たとえばチーバくんと beyond のコラボマークを付けたりするなど、対応を検討している。

【委員】

PR の方法はどのようになっているのか。HP のアクセスは団体で見ているのか、個人で見ているのか。県民だよりなどの広報媒体は活用されているのか。記者会見などでニュース性を得ているのか。ほかに有料広告を出すとか、県が持っているテレビ番組に情報を出すことは話題性が高い。それにより口コミで広まり、もりあがっていく。県は、どのあたりを重視しているのか。

【事務局】

演奏会と文化資産については、新事業なので、県 HP へのアップ、報道機関への投げ込みや定例記者会見を行い、3～4 紙に記事として取り上げてもらった。その際公認文化オリンピックアードのマークを入れたら反響があつた。チーバくんのツイッターや NPO 向けのメルマガ、市町村向けの会議等でも周知している。

beyond については、HP に載せている。県民だよりなどへの掲載は難しいが、経済団体などに対して説明する機会を得て周知をしている。

HP の充実も行っている。県が beyond の認証機関になったので、認証した行事は県 HP

にアップしている。

【委員】

文化オリンピックや beyond はオリンピック・パラリンピック気運の醸成のためだが、beyond がどういうものかが周知されていないのが問題。

競技実施市町村こそ、情報発信やいろいろなことをやってくれると機運醸成につながるのではないか。beyond とはこういうものだとか、オリンピック・パラリンピックは出場している人だけの祭典でなく、スポーツや文化の世界の祭典だということをさらに周知してほしい。

【委員】

経済界は、スポーツやおもてなし、ボランティアなどでオリンピック・パラリンピック大会を盛り上げていこうとしているが、文化との連携が薄いので、文化も一緒に巻き込んでほしい。

【委員】

高校でも大会に向けて今一つ盛り上がりに欠ける。競技会場の高校がオリンピック・パラリンピックに向けて企業と協力してデザインしたサンダルが校長室にあるが、だれも知らないと思う。広報が上手くないところもあるので、行政で拾い集めて広報していただければいいと思う。

大学生・高校生らが一つになって、会場に置くディスプレイを作ったりすれば、話題になるとは思う。

【委員】

ドコモが都市鉱山（携帯電話）からメダルをつくる取り組みをしている。企業とうまくコラボできたら話題性があがるのではないか。

あるホストタウンで海外の選手が合宿をした。その際、企業と連携して選手をサポートし、今は国際交流活動として続いている。そんな事例が県内でも出てくると機運醸成につながっていく。

待つだけでなく、こちらから仕掛けていくことも必要ではないか。

【座長】

県内の大学に対して、文化プログラムの話をしたらどうか。県から発信し、大学はぜひ協力すべきである。またオリンピック関連のテーマで美術展覧会を実施しても機運醸成になるのではないか。会場の確保等もあるので、計画する際は、早めに動く必要がある。

【事務局】

来週、商工会議所で文化プログラムと都市ボランティアについての説明をする。経済界にも広がればいいと思っている。

【委員】

夏に経済界が参加して初めてオリンピック・パラリンピック向けのイベントを実施し、

幕張で銚子はね太鼓と佐原囃子を披露した。経済界も少しずつ動いている。

(3) その他

【委員】

文化事業の推進という観点から、新規事業だけではなく、既存事業を充実させ、改善を図っていくことも大切ではないか。

【委員】

文化をどのように地域振興に役立てていくかについて佐原の事例を紹介したい。

一つ目は、佐原の大祭だけでなく、準備体験ツアーを計画して、普段見られない祭りの裏側を見せるツアーを実施したところ、新聞でも取り上げてくれ、予定していた倍以上の申し込みがあった。頭しかない人形に着物を着せて大きくしていく作業や、彫刻をはめていく作業などの町内が行う作業を見学し、また作業終了後山車曳きを集まった人々と町内で一緒に行った。

二つ目は、佐原文化芸術祭はまちぐるみで行っており、地元の中学生や高校生にも参加してもらい、千葉交響楽団と音楽のコラボレーションをした。千葉交響楽団の楽団員に、「1年たって子どもたちの歌が上手になった」と言われ、次も共演したいと思う子どもたちが増えた。来年につなげることができた。また、県外の方や在日外国人の方もツアーを組んで来てくれた。

三つめは、日本食文化会議というものが立ち上がり、これに佐原囃子が参加することとなり、京都で3日ほど演奏会を行う。

このような、文化を地域振興のためのツールとして取り入れ、育んでいけるような取り組みをしている。