

文化創造都市高岡推進ビジョン 進捗状況・中間評価

(文化創造都市高岡推進懇話会検討資料)

— 4つの戦略と9つの取組みの方向性から —

令和2年2月28日

高岡市文化創造課

戦略 1. 「知る」

市民一人ひとりが高岡の文化を知り、文化に親しむ機会を拡大する

市民が文化や芸術に触れ親しむ機会を充実するとともに、伝統文化及び祭礼行事の継承や、高岡の伝統工芸品を意識的に日常生活に取り入れる等の取組を通じて、高岡の多様な文化に対する市民の認知を広げると同時に、生活の質を高め、心の豊かさを育みます。

【取組みの方向性】

1. 文化・芸術に触れる機会の創出

誰もが優れた文化芸術に気軽に触れ親しむことのできる機会の充実を図ります。また、市内で実施されている文化活動やイベント情報を整理し、わかりやすく発信します。

【取組例】

- 高岡市民文化振興事業団補助事業
- 新たな芸術・文化創造推進事業費
 - ・文化創造都市高岡ホームページ運営（平成 27 年度～）
 - ・紙媒体「iku-cha!」の発行（令和元年度～）
- 高岡情報発信事業
 - ・広報紙「市民と市政」発行
 - ・高岡市ウェブサイト、高岡市フェイスブックの運営
- 日本遺産魅力発信推進事業（平成 27 年度～）

【成果】

高岡市民文化振興事業団が実施する各種コンサートやワークショップ、各文化団体の創作活動の支援等により、文化芸術に親しむ機会の創出が図られた。

市内文化施設では、魅力ある企画展や展示の工夫等により、入館者数が平成 27 年度以降増加傾向にある。なかでも高岡市万葉歴史館は、新元号「令和」の発表の 2 日後に特別展を開催するなど、企画力と話題性のある取組みが評価され、入館者が急増している。

平成 30 年 1 月に市民会館が休館したが、文化活動の停滞を招くことのないよう、他のホールや類似施設を利用し、質の高い芸術・文化に触れる機会の継続的な提供に努めている。また、まちなかの公共スペース等でパフォーマンスやワークショップが積極的に展開されるようになっており、文化施設にとらわれない新しい取組みにより、文化・芸術に親しむ層の裾野が広がった側面もある。

文化創造都市高岡ウェブサイトの P V 数は増加傾向にあり、市民が文化・芸術に関する情報を得られる環境が改善してきている。

文化施設入館者数

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
美術館	98,344 人	83,279 人	105,944 人	157,921 人
万葉歴史館	24,290 人	27,902 人	23,783 人	22,736 人
博物館	34,664 人	40,923 人	49,638 人	58,048 人
カメラ館	14,967 人	21,296 人	18,531 人	19,389 人
藤子・F・不二雄ふるさとギャラリー	3,818 人	39,932 人	41,775 人	54,281 人

ユニークベニューTAKAOKA プロジェクト

令和元年度

公演回数：30 回（年間予定）

来場者数：1,703 人（2月2日時点）

文化創造都市高岡ウェブサイトアクセス数

H28 年度	H29 年度	H30 年度
23,342P	25,134PV	26,001PV
月平均 1,945PV	月平均 2,095PV	月平均 2,167PV

【取組みの方向性】

2. 文化事業・イベント等の連携促進

高岡には、御車山祭、伏木曳山祭、戸出七夕祭等の地域の歴史と住民のパワーにより継承されてきた祭礼や、万葉まつり、金屋町楽市 in さまのこ、高岡クラフト市場街等高岡の歴史と文化に根差した質の高いイベントが多数存在します。これらのイベント等の連携促進を支援することで発信力・動員力を高め、地域文化に触れる機会の拡大につなげます。

【取組例】

- 祭行事・イベント等補助事業
- 新たな芸術・文化推進事業費
 - ・高岡クラフト市場街
- お祭りシャトルバス運行事業
- 金屋町楽市開催事業

【成果】

平成 28 年から「高岡クラフト市場街」、「ミラレ金屋町」（平成 30 年に「金屋町楽市 in さまのこ」から名称変更）、「工芸都市高岡クラフト展」の 3 つのイベントを同時期に開催し、チラシやパンフレット、イメージビジュアルの制作を合同で行っている。同時期に行われていた工芸・クラフト関係のイベントを一本化し、連携させたことにより、発信力・動員力が高まっている。

工芸都市 高岡の秋 来場者数推移

	平成 27 年	平成 28 年	平成 29 年	平成 30 年	令和元年
クラフト市場街※	18,769 人	22,631 人	22,395 人	27,613 人	24,298 人
（クラフト展）	4,003 人	3,745 人	3,429 人	3,457 人	1,582 人
ミラレ金屋町	26,000 人	26,500 人	24,789 人	20,000 人	23,800 人
銅器団地オープンファクトリー	—	—	510 人	220 人	—
日本遺産サミット	—	—	—	7,300 人	—
合計	44,769 人	49,131 人	47,694 人	55,133 人	48,098 人

※クラフト市場街来場者数にはクラフト展来場者数を含んでいる

【取組みの方向性】

3. 文化事業・イベントのリデザイン

文化的視点から事業やイベントのリデザイン（見直し、再構築）を図ることで、これまで根付いてきたものを新たな感覚で楽しみながら、市民の文化に対する意識啓発を進め、市全体で文化創造を推進していく裾野を広げます。

【取組例】

- 新たな芸術・文化推進事業
 - ・高岡クラフト市場街
- たかおかストリート整備事業
- 都市景観形成推進事業

【成果】

重要伝統的建造物群保存地区でのマルシェ開催や、歴史的建造物のライトアップなど、高岡の生活に根差した伝統文化や歴史的な町並みを、学生や若手経営者の感覚を取り入れながら、魅力ある文化資源として活用する取組みが進められている。

都市計画やストリート構想においても、「歴史的風致維持向上計画」に基づき、高岡らしい風情やたたずまいを維持・向上させるため、文化的視点からの整備等が行われている。民間の修景に対する補助実績も目標を超えるペースで進んでおり、市全体として、歴史的な町並みの保全及び良好な景観の形成につながり、歴史・文化資源を見直し、守る意識が広がっている。

景観形成重点地区内及び住民協定区内の修景実績件数

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
4 件	7 件	4 件	7 件

【取組みの方向性】

4. 地域文化への誇りと愛着の醸成

次代を担う子どもたちに対する文化・芸術の鑑賞機会の充実や活動支援などを通して、文化の体験的理解を深めることにより、子どもたちの豊かな人間性の育成と地域文化への誇り・愛着の醸成を図ります。

【取組例】

- ものづくり・デザイン科推進事業
- 新たな芸術・文化創造推進事業
 - ・未来へ繋ぐ舞台鑑賞事業
- 高岡市民文化振興事業団補助事業
 - ・小学校へのアウトリーチ事業
- 新たな万葉のふるさとづくり
 - ・高校生万葉短歌バトル in 高岡（平成 28 年度～）
- 高岡再発見プログラム事業
 - （・高岡の歴史文化に親しむ日（5月1日）（平成 29 年度～））

【成果】

平成 18 年に始まったものづくり・デザイン科の授業は、学校、伝統工芸高岡銅器（漆器）振興協同組合の連携により、児童生徒の満足度も高く、郷土に誇りを持つ心を育むことのできる質の高い事業となっており、ものづくり・デザイン科で見学に行ったことがきっかけで、地元の伝統産業にあこがれ、企業に就職する子どもが出始めている。

ユネスコの無形文化遺産に高岡御車山祭が登録されたことを契機とした「高岡の歴史文化に親しむ日」の設定、作品表彰、日本遺産をテーマにしたスタンプラリーなど、新しい取組みも始まっており、子どもたちの豊かな人間性の育成と、地域文化への誇り・愛着の醸成が図られている。

郷土に誇りをもつ心を育むことができた児童・生徒、教員の割合(アンケート)

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
児童・生徒	91.8%	91.5%	92%	92.2%
教員	96.4%	90%	96%	92.4%

戦略2.「創る」

地域固有の文化に親しみ、交流を生み出す「創造の場」を形成する

創造的な活動に携わる市民が集い、交流し、クリエイティブな発想を誘発する仕掛けとして「創造の場」を形成します。

【取組みの方向性】

5. 新たな発想を生み出す創造空間「創造の場」の創出

創造的な活動を行う市民が集い、交流することにより、それぞれの活動を認め合いながら新たな創造活動の刺激をつくりだす「創造の場」を創出し、文化創造を軸としたまちづくりについて理解を深めながら、動きが見える形で文化創造都市を推進します。

【取組例】

○新たな芸術・文化創造推進事業

- ・文化創造都市高岡市民会議（ひなフェス in 山町ヴァレー、平成 29 年度～）
- ・高岡クラフト市場街
- ・ユニークベニューTAKAOKA 事業（令和元年度～）

○まちづくり人材育成事業

- ・高岡熱中寺子屋（平成 28 年度～）
- （・山町ヴァレー整備事業（平成 29 年度 4 月開設））
- （・高岡リノベーションスクール（平成 29 年度～））

【成果】

生涯学習センターやコミュニティセンターの利用者数、市民会議参加市民の数が年々増加している。また、熱中寺子屋、リノベーションスクール、たかおか PR アンバサダーなど、まちづくりの担い手育成の動きが複数始動しており、市民同士が交流し新たな発想を生み出す創造の場が充実してきていると言える。

中心市街地においては、看護学校の開業や民間主導のマンションの竣工などの再開発が進んだことにより、平成 27 年に比べて平日歩行者通行量や居住者数も増加している。

一方で、平成 30 年 1 月に市民会館が休館しており、文化芸術の発表の場・交流の場として市民会館が果たしてきた機能をどのような形で継続していくのかが、今後の課題である。

生涯学習センター・地域コミュニティセンターの利用者数

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
生涯学習センター	254,131 人	271,582 人	238,017 人	268,144 人
地域コミュニティセンター	201,221 人	211,822 人	226,491 人	242,447 人
合計	455,352 人	483,404 人	464,508 人	510,591 人

熱中寺子屋受講者数

平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
58 人	112 人	128 人	92 人

リノベーションスクール受講者数

平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
21 名	17 名	13 名

文化創造都市高岡市民会議来場者数推移

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
ひなフェス in 山町ヴァレー 来場者	—	—	651 人	1,775 人
市民会議参加者 (アンケート記入者数)	40 人	12 人	36 人	98 人

【取組みの方向性】

6. クラフトにおける「創造の場」の形成

山町筋・金屋町をはじめとした歴史的風致が残る地域を創造エリアととらえ、文化・観光施設やギャラリー、ものづくりの現場、イベント等の有機的な連携を図るとともに、人が集まり新たな創造活動を生み出す「創造の場」を形成します。

【取組例】

- 金屋鋳物師町工房（仮称）整備事業（平成 28 年度～）
- 新たな芸術・文化創造推進事業費
 - ・高岡クラフト市場街
- 工芸都市高岡クラフトコンペティション・クラフト展開催事業
- 平成の御車山制作事業（平成 25 年度～平成 30 年度）
- 伝統工芸産業再興 1000 年プロジェクト事業
 - ・法隆寺・国宝釈迦三尊像再現事業（平成 28 年度）
 - ・薬師寺東塔相輪復元事業（平成 30 年度）

【成果】

新たな拠点施設として、金屋鋳物師町工房（仮称）の整備が進行中である。

また、「工芸都市高岡の秋」の 3 イベントは、各実行委員会が、作家、職人、住民、デザイナー、学生などと連携し、毎年内容を更新しながら、運営を行っている。

平成の御車山制作事業や法隆寺・国宝釈迦三尊像の再現、薬師寺東塔相輪復元プロジェクトは、本市の伝統産業の技術を活かした文化財の修復事業であり、新たな産業分野としての発展が期待される。また、企業の枠や分野を超えた新旧の職人が連携し、ものづくりの技を伝承する場、創造の場として機能している。

【取組みの方向性】

7. アートにおける「創造の場」の形成

市民、アーティストなど多様な人が交流し、新しいアートを生み出すことができる空間として、舞台芸術の創作・練習・発表の場を整備することにより、アートにおける「創造の場」の充実を図ります。

【取組例】

- 高岡市民文化振興事業団補助事業
- 大伴家持 1300 年記念事業（平成 29 年度）
- 新たな芸術・文化創造推進事業
 - ・ユニークベニューTAKAOKA プロジェクト
 - ・高岡クラフト市場街
 - ・文化創造都市市民会議（ひなフェス in 山町ヴァレー、平成 29 年度～）
 - ・ふるこはんフェス（勝興寺）（平成 30 年度）

【成果】

舞台芸術の創作・練習・発表の場に関しては、平成 30 年に市民会館が休館して以降、今後のあり方を検討中である。

一方で、休館中も市民の文化活動を低下させることのないよう、市民文化振興事業団、高岡市芸術文化団体協議会、市民、プロのアーティスト、学生、まちづくり会社など、多様な人が関わりながら、新しい文化・芸術の発表の場のあり方を模索している。ユニークベニューTAKAOKA プロジェクトやおでかけサロンコンサート、各文化施設におけるミニコンサートやお茶会の開催など、ホールにとらわれない新しい取組みを実施している。

大伴家持生誕 1300 年記念演劇「大伴家持—剣に歌に、夢が翔ぶ！—」(平成 29 年度事業)

高岡公演入場者 782 人

公演への市民参加者数 76 人（エキストラ 25 人、舞踊団 14 人、合唱団 37 人）

※東京・越前・金沢でも公演

ユニークベニューTAKAOKA プロジェクト

令和元年度

公演回数：30 回（年間予定）

来場者数：1,703 人（2 月 2 日時点）

戦略3. 「つなげる」

分野を超えた交流を創出し、産業など他分野の活性化へつなぐ

市民や企業、団体、地域そして行政が連動して、地域の文化力を活かした新たな価値や魅力を創出する取組を推進します。また、それら他分野が連携することにより、分野を超えた交流を生み出し、ものづくり産業の発展と地域の活性化につなげていきます。

【取り組みの方向性】

8. 文化を通じた交流・連携の促進

文化活動を通じた多様な交流を促進することにより、他分野との連携を含む新たな展開が生み出されることで、文化及び地場産業の相乗的な活性化を図ります。

また、芸術家や NPO、経済界など広範な市民相互の対話と、文化創造を軸とした創造都市づくりについて理解を深める場を設けることにより、新しい価値や魅力の創出と文化及び地場産業の相乗的な活性化を図ります。

【取組例】

- 伝統工芸産業再興 1000 年プロジェクト事業
 - ・法隆寺・国宝釈迦三尊像再現事業（平成 28 年度）
 - ・薬師寺東塔相輪復元事業（平成 30 年度）
- 新たな芸術・文化創造事業
 - ・工芸ハッカソン（平成 29 年度～）
- 大学・地域連携推進事業
- 次世代型ものづくり人材育成事業
- クリエイター向け情報発信事業（令和元年度）
 - （・日中若手職人交流事業（平成 30 年度））
 - （・高岡市歴史文化基本構想を活用した観光拠点づくり事業（平成 30 年度～））

【成果】

先端技術・伝統技術の融合による国宝・法隆寺釈迦三尊像の再現事業や、薬師寺東塔相輪の復元事業が実施されるなど、伝統産業の衰退という地域課題の解決に向けた新しい試みが行われている。平成 29 年度に、エンジニアなどと高岡の伝統工芸の職人が実施した「工芸ハッカソン」では、チームごとに現在まで自主的な活動が続いており、海外の展示会でアワードを受ける作品や、商品開発につながる作品が生まれるなどの成果を出した。

総合計画の指標でもある「創業件数」は目標を上回る成果を上げている。伝統的工芸品の生産額も低下に歯止めがかかりつつある。

観光振興においても、地場産業の工房見学や体験活動をツアーに取り入れるなど、地域の伝統や文化を活かした取組みが民間主導で活発に進められている。本市への観光客入込数、観光施設入込者数は、新幹線開業後のリバウンドはあるものの、概ね増加傾向にある。また、金屋町、山町筋などの重伝建において、空き家を改装し、観光客をターゲットにした飲食店、ギャラリーなどの新規開業店舗が増えている。

本市の歴史・文化資源を、産業振興や観光振興につなげる取組みが、一定の成果

を上げてきている。

また、富山大学芸術文化学部においても、高岡クラフト市場街やミラレ金屋町への学生の積極的な参画や、市民に開かれた講演会の開催、文化創造都市高岡の魅力を発信する冊子「都万麻」の作成など、地域の文化力を活かした取組みが進められており、産学官・異分野との連携・交流による地域活性化が進んでいる。

創業件数(創業支援事業計画を基にする創業件数より)

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
159 件	181 件	149 件	311 件

新技術・サービス開発件数(新分野開拓チャレンジ事業補助金の採択結果より)

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
7 件	11 件	11 件	14 件

伝統産業の生産額

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
未集計	12,374 百万円	11,659 百万円	11,495 百万円

主な歴史・文化施設の入込者数

	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
瑞龍寺	247,088 人	213,935 人	175,820 人	168,773 人
勝興寺	11,749 人	12,297 人	14,880 人	17,071 人
御車山会館	55,614 人	57,575 人	58,720 人	53,537 人
北前船資料館	2,938 人	3,005 人	3,850 人	4,712 人
万葉歴史館	24,290 人	27,902 人	23,783 人	22,736 人
博物館	34,664 人	40,923 人	49,638 人	58,048 人
美術館	98,344 人	83,279 人	105,944 人	157,921 人
藤子・F・不二雄ふるさとギャラリー	3,818 人	39,932 人	41,775 人	54,281 人

中心商店街・観光地周辺における新規開業店舗数

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
19 件	25 件	14 件	26 件

戦略4. 「伝える」

メディア戦略等により、高岡の認知度向上、ブランドの形成を進める

高岡固有の文化資源を再編集するとともに、高岡の高いポテンシャルを活かした取組を整理し、様々なメディアから発信します。それにより、高岡の認知度向上、ブランド形成を進めるとともに、市外からの評価を活かし市民の誇りを深めます。

【取組みの方向性】

9. 都市プロモーションの推進

文化創造都市高岡の構成要素であるものづくり、歴史、祭礼、生活文化、食等から高岡の「強み」を整理し、高岡ブランドを構築し全国に発信します。また、全国的に高岡の知名度を向上させることで、市民の高岡に対する誇りを高めることを目指します。

【取組例】

- 新たな芸術・文化創造推進事業
 - ・文化創造都市高岡テレビ番組（平成 27～30 年度）
 - ・文化創造都市高岡ウェブサイトの運営（平成 27 年度～）
 - ・CCNJ（創造都市ネットワーク日本）への加盟
- クリエイター向け情報発信事業（令和元年度）
- 日本遺産魅力発信推進事業
 - ・日本遺産サミット in 高岡の開催（平成 30 年度）
- 高岡食ブランド活性化事業
- 放送・新聞等広報事業

【成果】

日本遺産認定を契機に、本市のブランドイメージビジュアルを策定したことや、プレスツアーやプレスリリースに積極的に取り組んできたことから、平成 30 年度のメディア掲載実績は平成 25～27 年の平均値の約 3 倍に増加している。

観光客数も新幹線開業後のリバウンドを経て、再び増加傾向にある。中国メディアへの掲載が、日中若手職人交流事業に波及するなど、産業振興につながる成果も生まれている。工芸都市、歴史・文化都市としての高岡市の評価は市内外から高まっている。

しかしながら、世界的に見ても稀有な伝統産業振興の優良事例や、豊富な歴史・文化資産が存在するにも関わらず、本市の文化創造都市としての発信力はまだまだ弱い。世界的、全国的なプレゼンスの向上を図るため、発信力をどう高めていくかは、引き続きの課題である。

高岡関連 PR 記事等の掲載件数

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
163 件	127 件	308 件	277 件

観光客入込数

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
380 万人	374 万人	377 万人	385 万人

外国人宿泊者数

平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度
8,823 人	8,791 人	8,522 人	10,511 人