

第4回新宿区文化芸術振興会議（第4期）議事要旨

■開催日時 平成29年11月13日 午後2時から午後4時まで

■開催場所 新宿区役所本庁舎6階 第3委員会室

■出席者

委員 高階秀爾 垣内恵美子 星山晋也 松井千輝 松島貴美子 的場美規子
大野順二 中島隆太 大和滋 舟橋香樹（欠席：沼井利枝）
*敬称略、文化芸術振興基本条例に規定する分野別の順（会長・副会長を除く）
事務局 村上文化観光産業部長 小泉文化観光課長 原文化観光係長 唯野主任

■議事の進行

1 開会

- (1) 高階会長が文化芸術振興会議の開会を宣言し、開会した。
- (2) 本日の進行について、次第に沿って進行すること及び審議を効率的に進めるため、次第の議事(1)の説明後、(2)のアを説明及び(3)の意見交換を行い、その後、(2)のイを説明及び(3)の意見交換することを確認した。

2 議事（要旨）

- (1) 前回会議の内容について

資料1に基づき、前回会議（平成29年7月10日開催）の内容の確認を行い、資料のとおり承認を受けた。

- (2) 調査審議事項

ア「新宿フィールドミュージアム・アクション2020」

資料2-1から2-4に基づき、垣内専門部会長が説明を行い、資料の詳細は事務局が説明を行った。「新宿フィールドミュージアム・アクション2020」については、新しい実行計画に本会議での検討内容を活かしていくために、本日の議論の結果を取りまとめ、区に提出することとした。

イ「新宿文化センターの運営方針」

資料3-1及び別紙に基づき、垣内専門部会長が説明を行い、資料の詳細は事務局が説明を行った。

- (3) 意見交換

- (4) 報告事項

報告事項「文化芸術振興基本法の改正」について、事務局から説明した。

【以降、意見交換】

ア 新宿フィールドミュージアム・アクション2020

- ・プログラムや期間を、拡張、増加とどんどん膨らませていっている感じがするが、例えば「ヴィレッジ構想」などを具体的にやっていくのはいいことであって、こうしないと抽象的になってしまう。

- ・漱石山房記念館ができ、漱石の弟子のことも展示されているが、文学者とか芸術家、新宿区にかつておられた方の業績を展示するというのも必要だと思う。
- ・「広く一般の方にサポーターに参加呼びかけ」をもっと具体的に考えたほうがよい。
- ・ウェブの特性というのは視覚に訴えるというところもあるので、写真を多用しているととてもわかりやすい。文字だけだと飛ばしがちになってしまう。
- ・「新宿、今日のイベント」で検索すると出てくるサイトがあるので、より皆様に認知していただく媒体として活用できればいいのではないか。
- ・「ボランティア」が「サポーター」という表現になったのはとてもいい。
- ・ガイドブック等の発行部数を減らしている点で、在庫が増えてしまうのはもったいないので、この部数にしておいて、もし、もっと必要であれば後々変更していく。時代の流れがデジタルになっているので、紙を増やす必要はないのではないか。
- ・「アイコンの設定」について、ガイドブックのアイコンの説明はもっと早目に出したほうがよい。
- ・サポーターというのはいろんな方に幅広く参加していただければいただけるほど、この事業の意味が出てくると思う。誰でも参加できるような募集の仕方をしていただけるとありがたい。
- ・認知度は30%から40%の拡充ということだが、もっといってもいいのではないか。ぜひ実現してほしい。
- ・「和を伝えるプログラム」に染色が入っているのはすごくいい。ぜひこれはいろんな分野で行ってほしい。
- ・「サポーター活動の促進」に関しては、いろんな形で入っていただくのもいい。いろんな団体とコラボしながら1つのものをつくっていくというような形にすると、興味関心が広がっていく。
- ・特に今20代、30代の方で、文化に興味を持たない方が多いというようなこともあるので、若い人たちが興味関心のあるインスタを活用して興味を持ってもらう。
- ・「情報発信の拡大」でチラシもたくさん作る形になっているが、若い人にとっては今、紙媒体よりはSNSのほうが入りやすい。高齢者などSNSになじみのない人たちには、紙媒体を高齢者施設やスーパーに持っていくというのも1つの手だと思う。
- ・「サンクチュアリの設定」は、具体的なものが少しわかりづらい。
- ・ガイドブックのイベントカレンダーは非常に字が細かすぎる。
- ・「サポーターの充実」で個人でSNSに載せても、フォロワーがないとなかなか拡散しない。新宿観光振興協会のフェイスブックやツイッターとサポーターのSNS発信を連携などできたら、より拡散していくのではないか。
- ・参加している団体がそのチラシにフィールドミュージアムのロゴを入れるというのも、とても効果的だと思う。
- ・毎年のテーマを決めて、特集のところにテーマに沿ったもの、そのテーマの見どころというのをヴィレージごとに抜き出して記載するといいと思う。
- ・プロモーションというのは、こちらからあえて誘導するようなことが必要。
- ・キーワードは毎年統一すると、必ずヒット数が増える。
- ・サポーター制度を始めるなら、ボランティア保険の問題があるので、参加される方

に事故があったときに備えて、行政としてきちんと考えるべき。

- サポーターは個々の団体が各自で呼びかけていくということにしないと、多分リアリティがない。
- 協議会の皆さんの自分の催し物で募集するのか、あるいはヴィレッジ単位なのか区単位なのか、区報でサポーターの募集をやっていただけると一番いい。
- 2018年の「東京150年」というテーマは、あまりに漠然としている。やはり2018年も新宿にふさわしいある1つのテーマを協議会で早目に決定するとやりやすいと思う。
- 2020年は「サンクチュアリ」ということで、これはもう決めて、早目にどんどんやっていかないと、意味をなさないし、取り組みは不可能だと感じる。
- 2020年までのテーマを今年度末までには決めてしまったほうがいい。
- フィールドミュージアム自体は年々、非常に工夫がされて、とても充実してどんどんよくなってきている。
- 目標設定はアウトプットの目標と、プロセス段階での目標と、それから質の目標あるいは量の目標というふうに4つのタイトルに分類されて、今回の設定ではプロセスに関しての数値目標が非常に重点的に設定されている。
- 「新宿フィールドミュージアムの実施により達成する目標」の最初のところに、「フィールドミュージアムを通じて、新宿の多様な魅力を顕在化し、広く発信して、多くの共感を得ることにより『賑わい都市・新宿の創造』に寄与する」という文言を追加しているので、これでフィールドミュージアムというのが新宿区の新しい総合計画の基本政策と明確に関係づけられていることがわかる。
- 「サポーターの充実」という項目の中で、フィールドミュージアムの参加者1人1人が新宿区の魅力としてSNS等で発信していき、その発信を見た人がさらにそれを拡散していくというような好循環が起きて、それを見た人がどんどん広がって、さらにそこで初めてフィールドミュージアムを知って新たに参加する人ができるといふ、そういう広がり循環みたいなことができると大変いいと思う。
- 新宿で今起きていること、フィールドミュージアムの現場で何が起きているのかということが世界中に発信されて拡散されるというその仕組みづくり、仕掛けづくりにチャレンジをしていくというのが大事。
- 顕彰制度は、多くの人たちが参加したくなるようなアイデアで柔軟に運用できるように、堅苦しくなく、できるだけ自由に柔軟にできるような形が望ましい。
- ロゴマークは、チラシはそれぞれデザインやトーンが違っているので、なかなか使いにくいというのはよくある。小さくしたときに視認性の問題もあるので、例えばモノクロで使う場合や縮小してこのサイズ以下になった場合、別のデザインをつくっておくなど、そういう工夫をしてもいいのではないかな。
- 区の総合計画という非常に重要な計画の3か年の実行計画にきちんと位置づけられるということは、非常に重要なことである。文化的なプロジェクトが区の総合計画の実行計画に明確に位置づけられて、しかも予算措置もきちんとされて、数字も入っているというのはものすごく大きな一歩前進である。
- ガイドブックの発行部数もあまり多くならないようにうまくハンドリングされ、ま

た一方で、ホームページはちゃんと4カ国語表記を確保するというような外向けに説明もできつつ、文化にあまり興味のない方々にも実行計画の中できちんと実行ができ、しかもそれなりに効果があるという見せ方もうまくされているのではないか。

- ・フィールドミュージアム独自の顕彰制度もいいことだと思うが、区の顕彰制度とのバランスをうまくとっていただく必要がある。
- ・フィールドミュージアムについては、新宿区はサイドサポートに徹して、プラットフォームを提供するという形で、よくここまで育ってきたというのが実感で、そうそうたる団体や施設が入ってきたことはまさにフィールドミュージアムのこれまでの成果だろうと思う。
- ・ヴィレッジが自然発生的にできてきて、そのヴィレッジの中から今度はサンクチュアリというアイデアも出てくるという、非常にうまい形で育ってきている。
- ・テーマを決めるというのも、協議会のメンバーの方々のご意見もよく聞いて、早目に決め、できれば何年か先まで周知徹底していくというのがいいと思う。
- ・協議会の人たちに、自分たちのフィールドミュージアムだと思ってもらわないと、動いていかないことなので、その点うまくハンドリングをしてほしい。
- ・デジタルが盛んだが、やはり紙媒体も必要。
- ・特集はもう少し派手にやって構わないと思う。
- ・サポーターを集めるだけではなくて、逆にサポーターのほうに実際に何をやるかということをごんごん出してもらう。
- ・チラシには住所だけではなくて地図も入れて、行き方など情報をごんごん出していったほうがいい。美術館のチラシや招待券は、必ず後ろに行き方が書いてあり、それもお客さんにとって非常に大事だと思う。
- ・目標設定をして、必要なことはもちろん区の予算をつけてぜひ進めていただきたい。
- ・この本会議の検討の報告は、来年の9月に行う予定だが、4月からスタートする新しい実行計画に本会議での検討内容を活かしていくために、本日の議論の結果をもって一度取りまとめを行い、区に提出する。

イ 新宿文化センターの運営方針

- ・「柱とする専門分野」というのがあるが、区民が参加する形の美術展とか、展覧会の場所としても使えるので、そういうところは残してほしい。
- ・パイプオルガンを今後どうするのか。
- ・安全面ということを大事にしてほしい。
- ・バリアフリーに関していろんな取り組みをしているのはとてもありがたい。まだまだ足りない部分もたくさんあるので、なるべく取り入れていただきたい。
- ・建物はトイレがきれいだと人が集まるとよく言われるので、女性向けのパウダールームとか、照明をよくしてみるとか工夫をしてみてもいいのではないかな。
- ・「20代・30代の年齢層への認知度アップ」で、最近、脱出ゲームとか謎解きが流行っているので、文化センターは広いし、階段もあつたりして、大きく使うにはとてもいいのではないかな。
- ・新宿文化センターという名前がとても長くて、近い感じがしない。新宿文化セン

- ターという、昔からの名前もありつつ、もっとキャッチーな愛称か何かが欲しい。
- 新宿区の全てのホールなどの指針をまとめてから新宿文化センターの運営方針を検討したほうがいい。
 - 「20代・30代の年齢層への認知度アップ」がやはり課題で、アンケートに答えているのは既に利用している方なので実際に来ていない、これから来て欲しい人たちの意見を聞くべき。
 - ファッションフィールドで来館するのは限られた若者であって、その方たちが別の機会に新宿文化センターに足を運ぶというのは考えにくい。その点をどう考えて若者にアプローチしていくのかというのは検討課題だと思う。
 - 多様性を確保するということはやはりターゲットが絞れないということもあって、難しくなるのではないか。多様性にこだわらないで、ターゲットを絞って方針を打ち出したほうが余計やりやすいと思う。
 - 文化センターのトイレは洋式化が進んでいない。アンケートにもトイレの改善が載っていたので、その辺は至急対応していただきたい。
 - アンケートでレストランの料理がおいしくないとか、ここで食事をする気を起こさないとある。公演に行く前や、行った後にお友達とか家族とかと食事をしながらおしゃべりをして、そういった全てがあって楽しい1日を過ごせるというような一大イベントとして行くので、その点も少し計画の中に入れていただきたい。
 - パイプオルガンは全部手づくりで、その空間に合わせてつくっているのも、どこか別のホールに持って行って備え付けるということはできない。つくる時にメンテナンスのことも考えていただきたかった。
 - 電車に乗って30分、40分、下手すると片道1時間かけて演奏会に行っても帰ってくるというのはきついで、郊外の人たちは文化センターには多分来ない。文化センターは地元に着いて、文化センター近郊の方々を取り込むような形にしないと、今は難しいと思う。
 - 近郊にいろいろなレストランがあるので、ホールにレストランというのは今ほとんどない。
 - ネーミングについては、区民から募集するのが一番早い。新宿文化センター40周年に向けて公募するとか、何かの機会に募集してみたらどうか。
 - 愛称は実際に結果が出なくても、そういう募集をやっていることで、また認知度が上がることもある。
 - 専門家を設けるとか、アドバイザー的なものを置くというのも1つの方法だと思う。
 - 主要事業を「音楽・舞踊」に絞り込むというのは、とてもいいことだと思う。
 - 若い人は決して芸術・音楽が嫌いではなく、若い人の関心を引くようなものであれば、必ず人は集まる。若い方のアイデアをもっといろんな形で集めればいいと思う。
 - 「音楽・舞踏」にジャンルを絞るとしても、年間のスケジュールの中で、ターゲットングをして、こういうバランスでやりながら使用率を高めてくれというようなことを、区としての指針というところまで少し踏み込んで投げかけてもいい。
 - ネーミングを変える瞬間は認知度がものすごく落ちる。例えば東京オリンピックのフィールドミュージアム2020に合わせて、露出度の高いときにネーミン

グを変えろというふうにしないと、一気に認知度が下がるので、いろいろな知見を集めながら進めた方がいいと思う。

- 利用の60%が今回の専門分野に入っているし、新宿にはほかにも特徴のある施設もあるので、文化センターをどうしていくかというのは、やはり明確に絞ったほうがいい時期だと思う。
- パイプオルガンは、個人的にはなくていいのではないかなと思う。都内にもいろいろあるし、メンテナンス費用をかけるのも大変でオーバーホールもできないというような状況の中で、新宿文化センターに本当に残しておくのかというところは思い切って考えてもいいのではないかな。
- 年間の利用者が50万人近く、これは全国の劇場のスタンダードからいっても1、2を争うぐらいのトップレベルの誘客力である。例えば、兵庫県立芸術文化センターは50万人で、大成功の例と言われている。佐渡裕さんが芸術監督になっているということもあり、場所もよく、地域の顔にもなっている。一方で新宿文化センターはほとんど何もしなくても、50万人来ている。
- 主催事業は収容率が低い。東京はこれだけアーティストがいて、芸術団体もあって、割と機能も音響もいいし、一定レベルの公演ができる十分な空間だと思うので、これを生かしてどんどん貸すというのがいいと思う。
- 次の指定管理の公募のときまでに、どういう方向にするのかというのを決めていくのがよい。それまでには少し時間的な余裕があるので、いろんなご意見も踏まえて決めていくことが重要。
- 劇場は、実は地方自治体の中心市街地を活性化するための誘客でありかつ住民サービスである。中心市街地に人々を滞留させるための都市の装置として使う。いろいろな世代の住民の人たちが、何らかの形で滞留できるような拠点の1つに劇場というのが考えられるようになってきている。ホールだけではなく、カフェ、レストラン、ショップなど、全部セットで用意して、展開するような動きがここ数年顕著になってきている。
- 1日で350万人乗降客があるという、世界で一番忙しい新宿駅のすぐ近くで、どういう空間をつくっていくのかというような、新宿区のまちづくりの観点も総合的に勘案しなければいけないものなのではないかな。
- 区が中心になって、いろんな意見を集約して、どういうふうにするかということ、予算措置も含めて、ある程度時間をかけて、方向を決めていったほうがいい。全体をどうするかについては、区が文化都市として検討を進めるのがいいのではないかな。

3 事務連絡等

第5回目の会議は2月～3月頃の開催予定とし、日程や会場等については、別途事務局から連絡することとした。

4 閉会

会長の挨拶をもって、午後4時に閉会した。