

第3回新宿区文化芸術振興会議（第8期） 議事要旨

■日 時 令和7年7月31日（木）午後2時～午後4時

■会 場 新宿区役所本庁舎6階 第三委員会室

■出席者 委 員：垣内恵美子 星山晋也 藤岡紗絵 松井千輝 梅本武文 工藤真実 大和滋
新井一輝

事務局：村上文化観光産業部長 神崎文化観光課長 原管理係長 宮川文化観光係長
岸主任

* 敬称略、文化芸術振興基本条例に規定する分野別の順

■要旨

1 開会

2 議事

(1) 前回会議の内容確認について

事務局が資料1「第2回の新宿区文化芸術振興会議議事要旨」により説明を行い、前回の第2回新宿区文化芸術振興会議の内容について確認を行った。

(2) 第8期新宿区文化芸術振興会議スケジュールについて

事務局が資料2により第8期新宿区文化芸術振興会議スケジュールについて説明した。

(3) 第8期調査審議事項について

・梅本副会長（専門部会長）が、資料3-1、資料3-2、参考資料1、参考資料2により、専門部会での検討内容について説明を行った。

・第8期の調査審議事項は資料3-1のとおりとし、資料2のスケジュールにより審議を進めることを確認した。

(4) 各論の審議について

資料3-1、特に1の「コアイベントの拡充」の3項目、「ターゲットの明確化」、「コンテンツの充実」、「認知度・集客の向上」について審議を行った。主な発言内容は次のとおり。

・コアイベントは具体的にどういうものかを確認し、そこから拡充していく。

・「コンテンツ（内容）の充実」、「認知度・集客の向上」は何をやるのかという具体性がないと考えられない。

・S FMとは何か。その概念には、新宿区の地図の上に文化施設を置いていく、それをどう活用していくのかという面的な部分もあったが、だんだんイベントのほうに集中していっている。それを頭の隅に置くとよい。

・この会議の報告書が出る2026年にS FMは15年を迎える。実績がどうでどこまで成果が上がったか、総括する。

・ターゲットは子どもか高齢者か誰なのか議論があった。施設も様々なものがあり、ジャンルも非常に広い中で、改めて区民へのサービスと考えたときに、焦点を当てるのはどのあたりか。例えば子ども向け、劇場×クラシック音楽など組合せが幾つもある。検証しながら、ニーズに合わせて継続するものもあれば、組み替えていくものもある。

・住んで税金を払って愛着を持つ区民の方々にどういうサービスを提供するのがいいのか。少子高齢化の時代、「こどもまんなか」が非常にはやるが、他にも外国人の社会包摂、アンコンシャス・バイ

アスを除くなども大きな課題。ボリュームゾーンである高齢の方々の生活の質がどんなに上がるかも重要なので、1つに絞るのは難しいが、優先順位を付けながらやっていく。

・新宿区の空間的な広がりと立地する施設の役割を考えるのも重要だが、その施設でどんな活動をするのかのソフトの部分も非常に重要

・区民が楽しめれば新宿区に来る人達も楽しむだろうし、もっと来てもらえる可能性もあり、いろいろな動きにもなっていく。

・新宿のまちに人々が集い大きな渦のようなものをつくったり、そのものを面として新しい発見があったり、そういうところがS FMの魅力のコンセプトの真ん中にあると思うが、それが分かりにくい。

・S FM協議会は144団体が参加し、それぞれが素晴らしい活動をしている。新宿の魅力として、そこを集約するようなコンセプトが発信の主軸にあると、特に区民をターゲットにすることで、文化月間中何度も出かけることができるところが魅力的。そのコンセプトは、よくよく聞くとすごいコンセプトですばらしいと思うので、分かりやすく発信できるといい。

・コアイベントについては、SHIN-ONSAIはライブハウスが会場でクローズドなイメージがあるので、もう少し開かれた感じになると行きやすい。

・コアイベントの複数化はとてもいい。SHIN-ONSAIはとても楽しいイベントだが、ターゲット層が限られて、かつ少しクローズドな印象がある。SHIN-ONSAIはチケット制であるが、そのままに何かオープン参加ができるようなものがあつていい。

・ターゲットの複数化はすごくいい。例えばこの年はメインが親子とか毎年変えることで、様々なことができるようになる。ただ、あまり括りを狭めないほうがいい。

・コアイベントの周辺イベントで、無料参加はとてもいい。よくフェスの周辺でオフ・オフやオフとかやって、すごく盛り上がる。

・今年はSHIN-ONSAIと、例えば子どもがメインでプラス誰でも参加できるイベントとして、「誰でも」イベントは毎年通年でやるのがいい。それが全ての人が楽しめるということになる。

・魅力の向上として、1つは参加型、もう1つは特別感。「SHIN-ONSAIに行くと、こんな特別ないいことがあるよ」というのが薄い。例えばSHIN-ONSAIでしか手に入らないグッズや、食べられない食事とか、何かしらの特別感があると情報も拡散していく可能性がすごく高い。

・全ての人が楽しめるので、参加型がとてもいい。例えば、いろいろな世代の方がモデルとして参加するファッショントリニティ的なこと。参加することで、自分事のイベントと捉えられるのではないか。

・誰でも無料で参加できることは、非常に重要なポイント。参加型のイベントもいろいろな方法で組めると思うし、そこに参加される方が喜んでお金を払ってくれるのであれば、御負担いただく。

・「認知度・集客の向上」は、「情報発信力の強化」とイコールだと思う。

・非常に人気の高い世界的な指揮者で名誉区民の小林研一郎さんをもっと発信してよい。指揮者というインターナショナルな職業で、世界に向けて発信していくことで、新宿に対する認知度も高まる。

・「ターゲットの明確化」について、新宿区は国内外の人が数多く集まり、非常に国際色豊かで東京を代表するような区というイメージがある。ターゲットを絞るのではなく、逆に来るもの拒まずでよいのではないか。ターゲットは様々なコンテンツの中で絞っていけばいい。

・来る者拒まずという考え方。社会分断がある今、新宿区が多様性、社会包摂を打ち出していくのは、すごくいいコンセプトになる。

・新宿文化センターはコンテンツの中心にすべき。様々な文化芸術ジャンルをやっていくと思うが、ターゲットを分野で絞っていきつつ、コンテンツを充実していく。

・サウジアラビアからファイナルファンタジー（ゲーム音楽）の経費全額負担での公演依頼があつ

た。これは日本のコンテンツとして世界に認知されてきたからである。

・オーケストラはキリスト教の文化芸術団体だが、クラシック音楽の団体がイスラム圏から招聘された。文化の面では垣根がない感じがあるので、そういう広い視野で、来る者拒まず受け入れて、どんどん発信していくべきだ。

・コアイベントを見直すのなら多様化になる。S FMのコンセプトが「多様な文化資源」である以上、複数のものを、いろいろ選択肢を設けるのがS FMの形に一番合う。だから、コアイベントという言い方ではなくなるという気がする。

・いろいろなフリー型の参加の問題。ある程度の芸術的なレベルや専門性が高まると来る人が限られる、嗜好性の問題がある。ジャンルごとにお客さんがいるので、なかなか広げられないジレンマがある。

・区の主催では、無料にするとかいろいろな手法があるが、区民だけが来るわけではない。やっている人も来る人も区民ばかりではないし、多分区民より区外のお客さんのほうが多いはず。そういう中で、専門性のあるものについて、ターゲットを区民に絞る手法は非常に問題と思う。

・フリー化したらもっと広域的に来る可能性はある。新宿区みたいな都市の宿命というか、区民ではない人たちが来ることが多い。区民だけを対象にするなら、手法の検討の要がある。

・複数事業について、23区は、みんな区境を考えずに移動していく。ライブハウスは誘客力があるから、ベルリン市は補助金出す。そういうところに焦点を当てる考え方もあるが、本来の形に戻ることでなければ、区民に楽しんでもらわなくてはならないところがある。

・「自由に来てください」というスタイルのイベントは、いろいろな方がいらっしゃる。例えば、文化センターであれば、区民はマイナカードを見せると無料や半額になるとか、そういう方法は十分あり得るので、具体的なところは実際やるときに考える。

・まずは区民というところで、ライブハウスにニーズがあり、区民がぜひやってほしいということであれば、オフ・オフをやるとか、前夜祭は周辺の方々とかいろいろな方法もある。

・オープンなイベントは、通りがかりの人が参加でき、非常に気軽さもある。映画はユニバーサルでいろいろな方々から受け入れられ、非常に適したコンテンツである。

・例えば、新大久保でいろいろな国の料理が提供されている。周辺イベントで、会場の周りにいろいろな国の屋台を出し、いろいろな国の料理に触れることで、区民も改めて新宿の多様性を実感できる。

・ルーブル美術館の上映会のように、企業に協賛をお願いするのもよい。

・魅力向上のキーワードが重要。参加型についてはかなり賛同があったので、お金をいただく住民の方に返すという立てつけであれば、ある程度の額は区で考えていただけるのでは。もう1つ、特別感は、例えば、ここでしか手に入らないという物、ここでしか食べられないという点は議論するテーマだと思う。

・魅力向上の1番目は、S FMのコンセプトでもある「多彩な新宿の文化芸術」をどう選択してどう出していくのかという点。その点から、区民をターゲットにしつつ他の方々にも魅力的に映るような、新宿区の多彩な文化芸術を生かしたもの。嗜好性があるから、できる限り多様性がある複数イベントをどう出すか。

・新宿区の外国人住民は全体の12.6%を占め全国平均の約4倍なので、住民をターゲットにすると必然的に国際色豊かになる。国籍は中国、韓国、ネパール、ベトナム、ミャンマーが多く、アジア色が新宿の特徴と思う。特徴を捉えたイベントを出すと、他所から見ても魅力的に映る。

・日本美術館系や大ヒット映画「国宝」も若い人が来ており、若い人が日本文化に興味を持ってきているようだ。

- ・多種多様な新宿文化は、周りのところから見てもある程度魅力的に映るし、メインターゲットとした区民にとっても新鮮に映るのではないか。
- ・65歳以上の高齢者は、全国平均で住民の約3割、新宿区は約2割で10%少なく、15歳～64歳の就労人口が結構厚く住む。そういう点から、メインターゲットを1回住民に置くのは的外れにはならないと思う。
- ・先が見えない時代なので、試行錯誤しつつ、盛り上がるイベントを探していく。
- ・行政はアウトプットとアウトカムを重視する。成果を検証してP D C Aサイクルを回すことが重要
- ・新宿区の魅力を高めることで、結果的に関係人口や交流人口につなげる視点も重要。23区は、地方と違い生産年齢が分厚い点がある意味活力を生むところもある。
- ・新宿区という空間、まちを楽しむことの重要性、ターゲットや事業の複数化については同意をいただけたと思う。
- ・区民が参加しやすい、誰でも気軽に参加できるオープンな事業が重要ということと併せて、来る者拒まずと。
- ・社会包摂の重要性についての指摘もあった。コアイベントのコンテンツの中でターゲットは絞っていく形で、最初からターゲットを絞るということではないというご意見と思う。
- ・新宿文化センターは、文化資源の基盤的な施設で、活用も十分念頭に置く必要もある。日本文化の魅力の活用も念頭に置くべきという意見もあった。
- ・コアイベントを複数事業でやるなら、実践の工夫。どういう形で区民を巻き込みつつ、外から来る方々に一定の負担もお願いしないと持続しないので、その辺の工夫も必要とか、映画や食文化等の可能性についての言及もあり、分かりやすいコンセプトとともに発信していく重要性も指摘された。
- ・イベントには、区だけ、施設だけでなく連携が非常に重要。区民の方々がたくさん参加され、新宿区自身の魅力も高めることであれば、企業にもご協力いただけるだろうし、商店街や地域の方々も協力いただけるのではないか。その連携がうまくいくと、また進むと思う。
- ・基盤的な文化施設があるので、うまく活用することで魅力が高まると思う。
- ・コアイベントは一定のコストを要するが、今、子どもの6人に1人が貧困と言われ、体験格差の懸念もある。お金を払うのが難しい区民にアウトリーチしていくのは行政、社会の責務と思うので、ここにはできるだけ資源を投入し、他から協力いただける、あるいは受益者に負担いただけるような仕組みを組んで、複数の財源をうまく組み合わせる。
- ・成果が上がって区民が喜んで、より魅力的なテーマでより身近な形で参加できて、「やはり区民でよかったね」とか「新宿区いいよね」というような好循環を目指したい。

(5) 「文化芸術振興に関する取組みについて」

事務局が 資料4-1、4-2、4-3により、令和6年度新宿区の文化事業や文化芸術振興関連の後援共催承認の実績等について報告した。

3 その他

- ・今回の会議をもって退任する梅本副会長（専門部会長）が退任の挨拶を行った。
- ・事務局から、次回の第4回振興会議は12月頃を予定との事務連絡があった。

4 閉会

* S F M : 新宿フィールドミュージアム