



本 編

1 新宿区文化芸術振興会議について

新宿区は、平成22(2010)年4月に「新宿区文化芸術振興基本条例」(以下「条例」といいます。)を施行し、区内の文化芸術振興に関する取り組みを進めています。

この条例では、文化芸術の振興に関する基本的事項について調査審議するため、区長の附属機関として文化芸術振興会議を設置すると定められていることから、同年9月に新宿区文化芸術振興会議が設置されました。



会議の様子



新宿区文化芸術振興会議(第7期)委員

2 新宿区文化芸術振興会議における調査審議事項

2-1 調査審議事項(第1期～第6期)

第1期〈平成22(2010)年9月9日～平成24(2012)年9月8日〉

新宿区における文化芸術振興を進めていくための「文化芸術の振興に関する28項目の提言」(平成21年10月 新宿区文化芸術の振興に関する懇談会)について、その進捗状況を把握し、実現状況について、審議を行いました。

また、新宿区における文化芸術振興を進めていくために必要な事項として、「文化芸術振興のためのネットワークの構築」、「文化芸術による新宿のまちの魅力の創出」、「文化芸術と『私たち区民』による取組み」が重要であるとの認識の下、それら3つをあわせて実現するために必要な事項について審議しました。

そして、具体的な取組みとしての「新宿フィールドミュージアム」の実現を提言しました。

提言

- 文化芸術の振興に関する28項目の提言への取組み状況
- 新宿フィールドミュージアムの実現

第2期〈平成24(2012)年9月9日～平成26(2014)年9月8日〉

同種の施設の開設や閉館をはじめとした新宿文化センターをめぐる種々の状況の変化の中で、新宿区における文化芸術振興の拠点として、新宿区立新宿文化センターのさらなる活用を図るため、施設の在り方と運営方針について審議し、イメージの確立、ポジショニングの明確化などについて、次の提言を行いました。

提言

- 新宿文化センターのあり方と運営方針

第3期〈平成26(2014)年9月9日～平成28(2016)年9月8日〉

開催が決定した東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を機に「文化芸術創造のまち新宿」の実現をより確実なものとし、さらに発展させるため、「東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けた新宿区の文化芸術振興」として、取組みの方向性や内容について審議し、次の提言を行いました。

提言

- 新宿の文化芸術を振興するための行動指針の策定
- これからの新宿文化センターのあり方
- 新宿フィールドミュージアムの充実
- 情報発信の工夫・多様化への対応
- 文化芸術活動を推進するための基盤・体制の整備

第4期 〈平成28(2016)年9月9日～平成30(2018)年9月8日〉

第3期の提言を踏まえて、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を好機ととらえ、大会以降にも継承する行動指針としての「新宿フィールドミュージアム・アクション2020」に定める行動目標や指標などの具体的な内容を審議し、取りまとめて提言しました。

また、新宿文化センターについては、これまでの提言の実現状況や、施設の特徴や利用状況等を十分に踏まえ、改めて新宿文化センターのイメージを確立し、ポジショニングを明確にするために必要な事項について審議し、「音楽・舞踊」を柱に据えて運営していくことを提言しました。

提言

- 新宿フィールドミュージアム・アクション2020の制定
- 新宿文化センターの運営方針の明確化

第5期 〈平成30(2018)年9月9日～令和2(2020)年9月8日〉

第4期までの提言の実現状況や、文化芸術の振興に関する28項目の提言への取組み状況の確認・検証などから、新宿区における文化芸術振興をさらに進めていくために必要な取組みとして、次の調査審議事項を「区内文化施設の情報発信基盤の整備」及び「区内文化施設間の企画連携の促進」に決定し、審議を進めました。

調査審議事項1

「区内文化施設の情報発信基盤の整備」について

提言

- 多様な情報発信ツールの活用
- 連携した広報活動と情報発信プラットフォームの整備

調査審議事項2

「区内文化施設間の企画連携の促進」について

提言

- アウトリーチ活動
- 異分野間の連携

また、第5期においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、文化芸術界は極めて大きな打撃を受けました。これを受けて、「新型コロナウイルス感染症のため、影響を受けた文化芸術施設、アーティストやアーティストの組織・団体などを、状況に応じて、柔軟な支援を検討していくこと」を緊急に追加して提言しました。

第6期〈令和2(2020)年9月9日～令和4(2022)年9月8日〉

第6期においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、令和2年4月に緊急事態宣言が発出されるなど、大きな影響を受けた文化芸術界の状況を十分に踏まえ、「新しい生活様式を見据えた文化芸術振興におけるICTの活用」を調査審議事項としました。加えて、今後大きな開発が進む新宿駅周辺地域を核にして、新宿区における文化芸術を発展させていくため、「(新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進」も、調査審議事項としました。

調査審議事項

- 新しい生活様式を見据えた文化芸術振興におけるICTの活用
- (新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

上記調査審議事項のほか、第6期では、新宿駅周辺地域の再開発、コロナ禍における文化芸術団体や施設における活動状況などについても、意見交換がなされました。

また、今回の審議の取りまとめに必要な資料として、「新型コロナウイルス感染症拡大による文化芸術界への甚大な打撃、そして再生にむけて(調査報告と提言)」(以下「調査報告と提言」といいます。)を基礎資料としました。

第6期(前期)の調査審議事項を継続して審議しましたが、調査審議事項1「新しい生活様式を見据えた文化芸術振興におけるICTの活用」については、新型コロナウイルス感染症の感染症上の位置付けが2類から5類に変更され、文化芸術活動がコロナ禍以前の活動状況を取り戻しつつあることなどを受け、調査審議事項を「文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化」と改め、審議を進めました。

また、調査審議事項2「(新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進」については、大規模な再開発が進行する新宿駅周辺地域の状況を十分に注視しつつ、審議を進めました。

調査審議事項

- 文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化
- (新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

3 新宿区文化芸術振興会議 第7期における審議事項について

3-1 調査審議事項1

文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化

新型コロナウイルス感染症により文化芸術活動は多大な影響を受けましたが、文化芸術活動の各主体は、(有料)動画配信やクラウドファンディングなどの新たな手法を活用し、コロナ禍においても活動の継続に取り組みました。

新宿区文化芸術振興会議第6期(前期)の調査審議事項「新しい生活様式を見据えた文化芸術振興におけるICTの活用」について、第7期においても継続して審議することとしましたが、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが2類から5類に変更され、文化芸術活動がコロナ禍以前の活動状況を取り戻しつつあることなどを受け、調査審議事項を「文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化」と改め、審議を進めました。

新宿区では、新宿区文化芸術振興会議(第1期)の提言に基づき、平成23年から「新宿フィールドミュージアム」事業を実施しています。

新宿フィールドミュージアムは、新宿のまちをミュージアムと見たて、区内の様々な地域や施設で開催される多彩なイベントやパフォーマンスなどを集約して年間を通じて情報発信することにより、区内の文化芸術活動を活性化していくことを目的としています。

その実施主体として、新宿区内で活動する文化芸術関係の団体、施設などにより構成される協議会組織を設けて、文化芸術活動を活性化するための取組内容を検討したり、メンバー同士でのコラボレーション企画やネットワーク作りなどを行っています。

特に、毎年10月、11月を文化月間として設定し、この2か月間に協議会メンバーが開催するイベント情報について、ガイドブック、ポスター、チラシなどにより、発信を強化しています。加えて、協議会独自のイベントとして、文化月間中に協議会メンバーによるオープニングイベントや、核となる都市型音楽フェス「SHIN-ONSAI」を開催しています。

また、協議会では、協議会メンバーからの情報をもとに、新宿フィールドミュージアム公式サイトや公式SNSにより、文化月間を含めて年間を通じた情報発信に取り組んでいます。

特に調査審議事項である新宿フィールドミュージアムの情報発信の強化については、必要性が審議され、次のような点が指摘されました。

(1)公式サイトについて

- 利用が少ない
- 掲載される情報が少ない
- イベント情報の見せ方が悪い(分野別ではなく、地域別での表示となっている)
- 検索がしづらいなど使い勝手が悪い

(2)公式SNSについて

- 利用が少ない
- フォロワーが少ない
- 発信量が少ない

こうした課題について、ICTの活用を強化することにより、新宿フィールドミュージアム事業の更なる充実につなげていくことができます。

また、こうした取組みが新宿フィールドミュージアム公式サイト等へのアクセスを向上させ、多くの方々の文化芸術体験への参加を促し、文化芸術団体の新宿フィールドミュージアム協議会への参加意識を向上させ、公式サイト・SNSの情報量の増加につながり、情報発信量が増加し、これが公式サイトやSNS等へのアクセス増加につながるというような好循環をつくり上げることになります。

以上から、コンテンツとしての新宿フィールドミュージアムの魅力の向上を図り、ICTの活用により新宿フィールドミュージアムの情報発信を強化するとともに、多様な主体と連携し、発信力を高めていくことを提言します。

【具体的な取組みの方向性】

▶ 公式サイトの改修

- 見やすさの向上(イベント情報の表示について、地域別に加えて、音楽、美術、歴史等の分野別にも表示する等)
- 必要な情報が探しやすいように、検索機能の強化
- 観光情報等の関連情報の充実
- 周辺情報(飲食店等)の表示

▶ 公式SNSの情報発信の強化

▶ 拡散してもらえることを意識した情報発信

▶ 情報発信に要する時間やスキル等がない新宿フィールドミュージアム協議会参加団体をサポートするような仕組みづくり(発信マニュアル作成、講習会の開催など)

▶ 利用者の多い新宿観光振興協会などのサイトとの連携

▶ 個々の分野について魅力を高め、分野を超えた連携を促す

なお、以上のほかにも、この新宿フィールドミュージアムについては、更なる充実を図るため、区内で活動する文化芸術関係の団体、施設等に新宿フィールドミュージアム協議会への参加の呼び掛けを強化する、既に協議会に参加している団体の参加意識や活動意欲を高める、新宿観光振興協会や、商店会等地域団体などとの連携の強化が必要との意見もありました。

3-2 調査審議事項2

(新宿区全体への展開を見据えた) 新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

新宿区内の文化芸術活動主体は、新型コロナウイルス感染症により非常に大きな影響を受けました。

新宿駅周辺等で再開発が進んでいますが、その中では広場等の公共的空間が整備される計画です。

新宿区では「新宿区まちづくり長期計画まちづくり戦略プラン」の新宿駅西口エリアの戦略の重点的な取組みにおいて、「公共空間や公開空地、民間施設等におけるイベント等の開催やオープンカフェ等による利活用を図ります。」と定めています。

海外の事例をみても、公共空間で様々なパフォーマンスが行われ、アーティストに活動の場を与え、観客を呼び込み、賑わいを創出しています。

日本においても、大都市における景観デザインも配慮した文化的まちづくりが意識されてきています。

新宿駅周辺の再開発は、民間企業等が主体になりますが、まちの賑わいや今後の将来展望等も踏まえた再開発が行われると思われるので、そこに文化的な要素を入れ込んでもらうことが大切です。

その際に、新宿に多い文化人の足跡や都市計画の遺産、歴史遺産(新宿のレガシー)は重要なポイントになります。新しいものをつくるとともに、古いものも大事にしていくことも期待します。

また、誰でもアクセスしやすいという視点も重要です。

そのため、公共的空間が、ハード的にもソフト的にも文化芸術活動が行いやすくなるような空間となるように開発事業者に働きかけるとともに、そのような公共的空間を活用した様々な文化芸術活動主体の連携を促進する取組みを進めることを提言します。

4 文化芸術振興会議 各回の審議の概要について

会議(令和4年12月20日開催)での審議について

【調査審議事項1】

新しい生活様式を見据えた文化芸術振興におけるICTの活用

方向性など

- ICTの活用はテーマを絞り込んでいく。
- アフターコロナで新宿も随分人が増えた。ビジターにフレンドリーな新宿区、それにICTを文化芸術も絡めて生かしていくことに新宿区が取り組むことは、新宿区の強みにつながる。
- 例えば、「推し」とかは実際にライブに行く。棲み分けが結構できてきている感覚もあり、ICTの活用については、前回までの審議は中間のまとめではあるが、何となく結論が出ているように思え、審議を進めるなら、情報をどう見せるかとか。ICTの活用については切り離してもいい。
- 最近の若い人はタイムパフォーマンスといい、映画でさえ飛ばし見し、得方としては情報。舞台もそうだが、映画館で見るときは実感というか。情報としての活用とは棲み分ける。

配信

- コロナ禍で公演が中止になった2020年6月から7月にかけて、ネット配信のコンサートが世界中でぽつぽつ出て、半年ほど続き、ホール定員の50%以内の集客が認められるようになったが、配信も続けた。今は観客を入れてのコンサートを配信する。実演家の団体としては、アーカイブとして保存し、特別なものを配信する方法が今後主流になるのではないか。
- 世界中に配信すると、ホールに来る人以上に見てくれるだろうが、経費の面では全くそぐわない。
- 技術が進んでいるので、非常にハンディで音響もいい配信ができるようになるかもしれないが、今は非常にコストがかかる。

リアル・ライブとの関係

- ライブのコストは、ネットでのアクセスに比べ非常に高い。ネットで文化的な活動をしようと思う方からみると、ライブにアクセスする費用が安く、逆に相対的に高く感じられるのではないかということが国際的にも非常に大きな議論になっている。
- いつでもどこでも誰でも非常に安価にアクセスできるネット情報と、チケットにかなりの額を出し、その時にその場に行ってみなければならぬライブではコスト差は大きい。その中で、来ていただく可能性を追求するにはICTの活用は必要だと思うが、具体的には様々な課題があり、中間的な取りまとめにしか至らなかった。もしこれが審議の課題、論点になるならば、新宿区がこういうことをやったらいいとか、こういう条件を揃える必要があるとか具体的なところに落とし込めるといい。
- 一般論で言うと、プラットフォームやサイトの重要性は多分ある。新宿観光振興協会等がやっているようなワンストップで、情報が集まるサイトを充実し、何らかの形で参加していただくのも一つある。

- ICTの活用は、情報、多様性や見せ方等で、後は情報の面が強く、実際に文化芸術に触れるとなると、リアルの側面が強いのではないか。
- 根本的には、新宿の文化とは何かというところから考える必要もあるが、今はコロナの感染が見通せない状況から考えなければいけない。その中で、ICTの活用と活用により取捨されるリアルな体験が出てくる。リアルな体験が芸術では特に重要なので、もっと具体的に考えていく必要があると思う。
- 文化財については、以前やっていた文化財の散歩。人を集めての散歩、見学会という行事が具体的にこれからどの程度可能になるのか。つまり今までやってきたリアルなものに接することが、これからどのように可能性が出て来るのか。そういうこともICTの活用のほかに考えてもいいのではないか。
- 情報は非常にいいが、情報ばかりになりリアルに触れられないおそれがあるのではないかということだが、同時にICT文化というものもあり得る。ICTが新しい文化を生み出す。同時に、ICTあるいはその複製によって、新しい文化で導くことができる。
- 中村彝アトリエ記念館は、上に寝床、下にアトリエがあり、アトリエで描き、くたびれると上に上がって寝たということがよく分かる。成果だけではなく、それが芸術創造のリアルだと思う。
- ICTは使い方の問題で、非常に有効な使い方ができるだろう。それにより我々がリアルに、文字どおり文化に触れることができるのではないか。

次世代

- 地域の小学生や保護者に新宿文化センターの話を知ると、一度も行ったことがない方も多いため、次世代に向けていろいろな活用をICT等を使ってやるのも1つの手と思う。

【調査審議事項2】

(新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

まちづくり

- いかに芸術振興していくかもさることながら、まちづくりの中に芸術振興がいかに役割を持つかが重要。
- まちづくりは、そこで芸術を通して新宿に来られる方や区民の活力につなげていくかという視点で、施策が生きていくようなことを一つのバロメーターに議論を進める。
- どこまで影響力があるか分からないが、西口も大きな文化的な方針を示して、まちづくりと文化という方向に関わっていくことがある。
- 新宿駅周辺にあるデパートの文化財や都庁の文化財といったものに働きかけて、美術展等の場所を獲得していくことを考えると、少し具体性を持って考える段階に来ていると思う。
- 大阪のミナミは飲食と劇場が密集したところだが、万博を控えて、なんば駅前の道路を全部塞

ぎ、広場に作り替え、文化で発信しようとしている。全国的にそういう大都市における文化によるまちづくりが意識されてきていると思います、そのような議論を重ね、その中でICTも含めて考えていければいい。

- 集客力に乏しい西口で、再開発を生かしながら、文化芸術を柱にして集客性、回遊性を上げるトライアルができるチャンスでもある。そのベースとして、この会議でいろいろなアイデアを出せればいい。
- 東急がオープンする大きなシアターの前に広場がある。必ずしも安心安全、清潔な広場ではなかったが、キッチンカーが並び、食の文化と考えれば、広場が安心安全な、清潔な場になることも、新宿区とすれば大事な視点になっていくのではないか。
- 新宿文化センターは立派なパイプオルガンがあるが行きにくいという話があった。それもリアルなもので、実際のものに触れる必要がある。その触れるためのまちづくりをどうやって考えるかは、非常に大事な問題だと思う。これは行政ともつながっている。
- 舞台芸術、舞踊、オペラ、音楽、歴史文化など全部触れていきたいが、それらは全部まちづくりと関係している。

公共的空間の規制

- 新宿で野外ライブを企画したが、公開空地の利用は中々困難な問題があり、JR新宿駅のペンギン広場1カ所だけで開催した。
- まちづくりと公共の場の規制の問題はかなり大変と思い、新たにできる西口の広場の活用方針を規制問題等との兼ね合いを議論できればよい。歌舞伎町から文化センターにかけてライブハウスや音楽の流れと、それとを結ぶ西口という形で広がっていければ、新宿のまちづくりという点でいいと思う。
- 西口が再開発され、公開空地の利用が今後の課題になる。新宿文化センターから西口までの間の公開空地、旧コマ劇前、そういう所の規制の問題。それは政治的な問題や都との問題等いろいろあると思うが、1つ1つ克服しながら、そういう所でいろいろなパフォーマンス、文化芸術振興につながるようなものができれば、次世代に文化を継承することにもつながる。
- 特に新宿駅再開発との関係は非常に重要だと思う。公開空地ではなく公園として使われるなら、一般的に誰もが使える。公園とは違い、公開空地は所有者が管理しなければならないため、所有者とウィンウィンの関係、メリットがある形での規制緩和、協力、連携等を求めることが重要になる。
- 文京シビックセンターは立派な建物で、非常に目立つ。文化センターもそうなればよいが、それはまちづくりに関わるものなので、行政や交通規制の問題と深く関わってくる。

連携

- 地域の文化芸術活動主体との連携では、SFMはずっと続いているので、そういうものを生かしながら新しいところも巻き込む。区内には個々の力が強く、素晴らしい芸術団体がたくさんあるの

で、連携できたらとても大きな洞になり、そういう中心となり得ると思うので、その連携を活用できるとよい。

- ワールドカップを見てサッカー選手になりたい子どもが増えたようだが、文化芸術も同じ。プロや地域の人等がパフォーマンスや表現することで、子ども達や色々な世代が憧れ、あの楽器が弾けるようになりたい、ああいう絵を描きたいとか思えるような新宿になればいいと思うので、そういうことを審議していきたい。

【その他のご意見等について】

調査審議の進め方等について

- Z世代がこれから増えていく中で、リアルだけでは難しく限界も来ることが第一にあり、その中で、地方自治体である新宿区が文化芸術に対してICTを使っていく役割をどういう形で果たせるのかと考えたときに、中々具体的なところまで議論が及ばなかったと思う。
- 前期もこの課題について議論したが、中々具体的なところまで落とし込めない状況があったと思う。
- ICTの活用について、中間のまとめとしても結構まとまっている印象を受けた。
- 中間のまとめとなった調査審議事項を、引き続き同じテーマで、もう少し絞り込んだ議論を進めていく、具体化していく。
- なかなか難しいテーマであり、2つともやるのかも考えたほうがいいのかもかもしれないし、両方重要なテーマなので追及してみるというのもあると思う。

【注】

コロナ…新型コロナウイルス(感染症) SFM…新宿フィールドミュージアム Z世代…生まれながらにしてデジタルネイティブである初の世代。概ね1990年代中盤から2000年代終盤又は2010年代序盤までに生まれた世代のこと

会議(令和5年7月18日開催)での審議について

【調査審議事項1】

新しい生活様式を見据えた文化芸術振興におけるICTの活用

方向性など

- SFMは核になるので、SFMの活用の中にICTも組み込んでいくようなことがある。
- フィールドミュージアムの枠組みは、区内の色々なスポットが横につながり、ある時期集中的に発信していく構造だが、事業の実態と組み方の問題と、もう1つはウェブの活用。ここが、まだ十分に生かしきれていない部分があるので、ここをどう生かしていくかが、次のICTの活用の1つとしてある。
- 人々の間で文化芸術が日常的になるために、ICTによってSFMを期間限定ではなく通年で文化芸術活動に接せられるようにできないか。そこには当然このプラットフォームやサイトをいかに作っていくことも必要になる。
- 外国人は、日本人と違う視点で興味を示すことが多く、路地裏のお店等、日本人があまり行かないようなところも探して発信する。ICTで、こういう外国人の発信したものを逆に利用するのも1つの手ではないか。
- やはりコンテンツが重要なので、コンテンツをどう作り上げていくか、あるものをどう活用するか。
- ICTの活用は、行政が関わるのは非常に難しい部分がある。今できることは、イベントなり色々なものと、集客をICTによってつなげることに於いて、新宿区がサポートすることになる。
- 新宿観光振興協会のサイトは多言語対応なので、新宿の文化にアクセスするゲートウェイになるように区として関わっていく。
- 他に資源を振り分けなければならないことが多いだろうし、政府がやらないほうがうまくいく部分もあるかもしれない。その中で、少なくとも基礎自治体はインフラづくりと規制緩和はやらなくてはいけない。
- インフラは施設と思われるかもしれないが、SFMみたいなプラットフォーム、ハードではないソフトのインフラもあっていい。
- ICTは非常に技術の進展が早く、どこまで行くか分からない部分があり、後追いするのは非常に難しい。
- 何ができるか。プラットフォームやサイトの充実は、集客や利用の促進というものについて、大きな役割を担えるかなというのがある。
- 今、最初に音楽や美術などをみるのは、自分の家で、部屋で、スマホで。その後実際に現地に行き、リアルに触れる。こういうプロセスが日常的になっている中で、最初に知ってもらわないといけないという意味で非常にお金も手間暇もかかるが、技術もどんどん進展しているので、そこをうまくそれぞれに使ってもらう。その際に支障になるところをサポートする方法がよい。

【調査審議事項2】

(新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

- 公共空間をいかに文化で生かしていくかというテーマを軸にして、SFMと西口を中心として公共空間を生かす。それを区内全域でも展開できるような事業施策が持てると、西口開発を軸にしていろいろな広がりが出てくる。
- 来れば文化芸術に触れられるという親しみのような部分で、まちづくりにうまく文化芸術が生かされていけばよい。
- 文化芸術の生きていく上での余白、大いなる無駄というようなところに人に対する優しさや余裕であったりということが文化芸術の最たる部分で、私達の重要な部分になったりするので、そういうことを感じられるようなことを、文化芸術がまちづくりに果たしていければよい。
- 公共的空間の活用は、中長期的な大きな都市計画中に、文化芸術の在り方を組み込んでいく考え方でいけばいい。
- 色々な規制はある中で、色々な文化芸術を身近に見てもらえるようにするというような視点で、公共的空間が生かせるような都市づくりに区として助言をしていければよい。
- 来ていただく方、また区民にとって新宿区は決して分かりやすいまちではない。訪れる人たちにとってフレンドリーな観光案内所が、民の力も借りながら、点在していくようになればよい。
- 新宿駅周辺の文化地域みたいなものは、新宿に来る人がつくり出す文化である。新宿駅周辺以外でも、早稲田、神楽坂とかそれぞれに文化的なものがある。こうした新宿に住む人たちの文化も考えていきたい。
- 区内各地にある特に文学者や芸術家の住んでいた所は、漱石山房記念館のような新しいものを作る拠り所になるので、発掘してもいい。こういう場を保存して、皆が共有しているというのも全国的にも非常に珍しく、新宿区が誇れるところだと思うので、もう少し増やせないか。
- SFMは、ここにこういうものがある、あそこにもああいうものがあるという発見をする場でもある。
- 新宿駅周辺再開発は2040年完成なら時間があるようでないかも。基本的な考え方に文化芸術を生かすことは大手鉄道会社を中心にすると思うので、文化や芸術を生かすことがすごくメリットがあることを理解してもらおう。
- そういう考え方に非常に親和性が出てきているのではないか。従来型の開発ではない在り方を受け入れていただく素地もある気がするので、そちらは急いだほうがいいかもしれない。

【その他のご意見等について】

調査審議の進め方等について

- もう少し日常の中に文化芸術がどう息づいていくか、接点を持てるかということを議論すべきではないか。
- 文化でもよいものなら公的支援が示されていたが、そういう時代は終りつつあり、自治体や国なり

もプレイヤーの一部であることがはっきりと見えてきた。これは、日本だけではなく、他の国も同じと思う。

- ICTと公共空間とも従来型の文化振興セクションとしては、非常にやりにくい部分が多い。
- ICTがどちらかという後追いで、公共的空間については少し積極的に出ていくというような力の配分に差をつけながら議論していくのが、限られた時間内でより効果的な結論を導けるのではないか。
- 具体的に、SFMの再定義みたいなことをやり、付随するICT、公共空間という考え方をしていくと、区がやれることが明確になる。
- 公共的空間に文化芸術を生かすところを中心に置きつつ、ICTの行方も横にらみしながら両方やっていくのが現実的と思う。

文化の意義

- 文化とは何か。1つは「空間的な広がり」。新宿があり、それをさらに広げれば、新宿から東京全体という世界につながる空間的な広がりがある。
- もう1つは「時間、過去とのつながり、歴史的な文学、歴史遺産」。新宿は、様々な文学、歴史遺産、林芙美子等の作品も残る。そういう時間的な歴史と空間的な広がり、その十字路に立つのが文化だと思う。
- その文化に立って、両方を見渡ししながら両方取り入れていくことが文化の役割だと思う。

SFMの活用

- SFMを使って演劇や音楽会等を集中的にやり、そこから発信、パフォーマンスを広げていく考えもある。
- SFMは以前は7月～11月に広げたが、まちの核となるには2カ月に絞る方がいい。その中でその年のテーマを決めるなりしながら、新宿区の文化芸術の1つの象徴的な存在になるようにしていればよい。

新宿文化センター

- 新宿文化センターは休館するが、1回お客さんが離れたら取り返すのは大変難しいので、文化センターのパイプオルガンのアピール動画などを配信する。海外の人も見られるようになれば、歌舞伎町に泊まった人が気軽に見に行こうかみたいになるのではないか。
- 芸術はその場で味わうのが最高だと思う。とりあえず少し見たい、時間が合わない、行きたくてもいけない等の方の為に、PR動画を再開館を見据えて準備する。

【注】

SFM…新宿フィールドミュージアム



SFMオープニングイベント：新宿大喜利



SFMオープニングイベント：サックス演奏



SFMオープニングイベント：蓄音機パフォーマンス



FUN MORE TIME SHINJUKU

会議(令和5年12月20日開催)での審議について

【調査審議事項1】

文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化

- 情報発信の仕方は大きく3つ。1つ目。こちらから主体的に情報発信をしていく。文化芸術は元々多様性、ダイバーシティの世界で、この世界を全て網羅的に情報発信すると受け手は混乱するので、分野というコアをある程度絞り込みながら発信していく。その他、受け手にとって分かりやすい情報発信が何かという観点が非常に重要。
- 2つ目。メディアを通じてどう発信していくかという観点が要る。主体的な情報発信はコストがかかるが、これはお金をかけずに発信できる。今は、スマホでの発信量が劇的に増えている。
- 3つ目。新宿に来る方、住む方が情報発信のターゲットになるが、来た方々が発信するSNSの量は極めて重要。第三者が写真付きで発信する形になり、賑わい創出に非常に有効
- 3つの情報の発信の仕方、ルートを意識しながら議論しないと、具体的な取組につながる提言になっていかない。そういった観点で、3つ目の新宿に来られる方、住まれる方が自ら発信しようと思うところは、各文化事業者の個別の努力も要る。
- 来た方がよかったと感じるものは、言葉だけではなく映像とともに発信する形なので、2つのテーマは個別ではなく、賑わい創出という点では、非常につながってくるものではないか。
- 情報発信はコストがかかるプライマリーインフォメーションを出すだけではなく、受け手にも拡散してもらい、そのコミュニティに浸透していくような議論をしてきたが、文化芸術団体がそこまで自身でケアできないのでは。
- 情報発信のあり方は複雑で、進化もしている。役所だけ、主催者だけが発信する時代は終わった。
- 林芙美子記念館に相当な人が来ていた。きっかけを聞いたら、インスタやXとかを見てという人が10人位で、そういう発信に変わってきている。外国人も相当来られていた。外国人が、その場でSNSに上げていたので、またお客が増えると思った。
- 我がまち、ふるさとが賑わっているという感覚を子どもも大人も持つことは、発信力にもなる。
- SFMの2か月はお祭りで、土日は今日どこに行こうかなと家族で話すぐらい定着すると、より賑わっている。それがICTの情報発信の強化である。
- 発信時に音響や映像に拘ろうと思うと本当に難しい。情報発信に特化するというふうに、強化と明言すれば、そういった形のコンテンツ、情報を作れるのではないか。
- 例えばフランスのオペラハウスでは、席からのビューの確認、チケット購入、寄附依頼、入場等いろいろなことがシステムティックに仕組みられ、スマホで完結する。タクシーも、キャッシュレス、タッチレス、ペーパーレスで、Wi-Fiが付く。そういう点でICT、情報発信の強化だけでいいのかをすごく感じる。
- ICTは、SOMPO美術館は日本の最先端をいき、国際標準になっていると思うが、それ以外のところはなかなか進んでいかないと非常に強く意識した。日本は少し危機感を持ったほうが良いと思う。

【調査審議事項1】

文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化(SFM関係)

コア(核)関係

- 新宿のまち自体が多様な文化の博物館みたいな考え方があり、これをどう表現していくか。多様性だけに焦点を当てると拡散するので、SFM参加団体の意識をつないでいくための、テーマではなく核をきちんとしていく。
- 情報発信が十分ではなく、SFMに対して参加意識もまだ薄いから核を何とかしなければいけない。
- コアを打ち出して、運営体制の強化や運営への参加を促すようなものを、意識的な面でもう一度多様性をうまく訴えていく。そのコアをどう作るかという意識を明確にするイメージチェンジの何らかの言葉が必要。
- 共通のイメージのために核が必要。
- 大分先だが、多様性を表現する場というイメージで、SFMの事業や参加団体がうまく生かせるといい。まずコアとしてそんな発想をぶつけてみる。
- それぞれの活動に関して十分情報発信されているが、SFMの発信力としての求心力というか、そこを核と表現したと思う。そこにメディアとしてウェブサイトを持つので、それをもう少し活用の仕方がないかという趣旨と理解した。その求心力をどのように作ればいいのか。今のSFMのサイトは掲示板の域を出ていない。
- 3年位前にSFMガイドブックを見て、あまりインスパイアされない感じだった。コアを決めるのは凄く大事。ガイドブックはいろいろな分野のものを載せていて幅広い。それがコンセプトだとは思いますが、もう少し絞る。

参加関係

- SFMは地区別の形だが、参加意識向上の点から、交流の濃さも考え、分野ごとの集まりを明確に打ち出す。
- 「情報発信に特化」があったが、ICTを使う場合でも共通基盤はどこもウェブで、生かされていない部分がある。この強化とそこで多様性を訴えるようなコンテンツを作り上げて継続的に発信することで、参加感を高めていく。
- 主催イベントを、ウェブやSNSとの連動性を高めるような、ここで各主体が参加できる構造を作るような立体的なつくりにしたほうがいい。これがSFMの活用という観点での1つの考え方。

ディレクション関係

- 東京ビエンナーレは、ディレクターがいて個々の活動はしっかりしている。キャップとして被せるようなコンセプトなりメッセージ性があるからこそそのSFM。SFMというフィルターを通して見るからこそ、新宿の文化の多様性や、まちの魅力が見えてくることをディレクションする機能を設けることが急務。

- ディレクションの先のどういうメディアやツールを使って発信するかの中に、SNSの活用やウェブサイトの作り方が伴う気がする。
- SFMにディレクション機能があると、そこを入口として来街者に自身でのアプローチを見つけていただき、新宿区との接点がより日常的なものになり、活性化の裾野が広がるのではないかと。

その他

- SFMのサイトを見たら、新しいものもアップされ、来年のオペラの情報もあった。オペラシティの裏話的な動画をYouTubeで公開しているが、視聴者は少ない。これを改善する。

【調査審議事項2】

(新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

- 西口は、非常に複雑なプロセスを経て都市開発されていくと思う。文化芸術が都市の中に息づきながら、賑わいに資するものになることを願うが、様々な法規も含めてのプロセスの中にうまく入っていかないことには生きていけない気がする。
- 世界では、文化芸術において都市が生き生きとしている例はいくつもある。そういうことを、然るべきタイミングで差し込むことが、プランに反映されることにも生きるようになるのでは。
- これから実現する新宿グランドターミナル構想。「主な事業者」は、行政と鉄道事業者も入ってくる。そこに新宿区ができることとすれば、こういうことをやってもらいたいとの提案ではないか。
- 公開空地での文化芸術の活用等と言うと、池袋駅の芸術劇場の野外劇等ができるスペースをイメージする。野外でできるスペースは、通りがかった人を巻き込めるという意味で賑わいにすごく効果的。
- 鉄道会社のトップの方が、これからは衣食住だけではなくて、遊ぶ、衣食住遊ということがすごく重要と言っていた。今後を考えたときに文化的なものも「遊」だから、絶対に文化が入っていると思う。
- 新宿駅周辺の再開発も、鉄道系の会社が主体になるが、まちの賑わいとか今後の将来展望等も踏まえて再開発をしようと思うので、そこに文化的な要素を入れ込む余地は非常にあり、いいタイミングで接触すれば、いい結果につながるのでは。
- パリでは、地下鉄からセーヌ川の畔までアーティストが絵を描いていたり、全身に色を塗ってパントマイム等いろいろなことが自由にできる、ある意味パブリックスペース。まさに日常に溶け込むような、そういうまちになるといい。
- 道路でのライブはいろいろ規制がかかるので自由な場が一番いいが、表現をする場を作ることができるか。
- 公園を利活用することも多分含まれると思う。公的な空間というのか、地下鉄とか通路とか、できるだけパフォーマンスができるように規制緩和をお願いしたい。
- ソラマチは大道芸が盛ん。自由度が高いスペースが確保できれば、自然発生的に湧き上がるので

はないか。

- 花園神社の西の市等、何か新宿ならではの懐の深さみたいなものを楽しめるような空間に発展していくような自由度の高いエリアがあると、とてもわくわくする。

【その他のご意見等について】

調査審議の進め方等について

- 皆でウィン・ウィンな関係を作っていく。それぞれ思惑も目的も財源も違う中で、どのようにうまくシナジー効果を上げていくのかが、行政の1つの手腕かと思う。
- 新宿駅西口再開発は、令和5年のまちづくり戦略プランの見直しで少し文化的な要素が加わった。今後開発に向けて、今期の報告書に何らかの文言を入れた場合、ある程度の参考として生かされるのか。
- 所管が違うので法律上強力な力はないと思うが、区長部局として配慮されるだろうと期待している。見込みと、どのくらい詳細を書き込んでも大丈夫か。あるいは、ある程度フリーハンドでいくのか。それによって骨子も立て付けが少し変わってくる。
- 時間のない中まとめていくことを考えると、いろいろなアイデアをいただいて、可能か否か、あるいは中長期的な課題として残すのかも含め検討したい。
- 具体的な提言に向けての考え方で、言いたいことを盛り込むだけでなく、行政としても受け入れられて、次につながるような形で議論を整理したい。
- まだいろいろなことが未決定な段階なので、こんな所があったらいいみたいなのをいくつかお示しする感じになるのか。

その他

- 子どもを対象にしたイベントでは、演奏中は撮影してはいけない。終了後に写真スポットみたいなものを作る。演者も協力して写真を撮ってくれる。発信してもらおうという思惑もあるが、満足度もすごく上がり、お互いウィンウィンになる。
- 落合の染色文化など新宿区に元々ある文化を拾い上げて、SFMに取り入れていく。
- 新宿駅西口エリア再開発について、アニメ文化と新宿区という視点から何か考えてもらいたいことと、新宿区の文化芸術を考えると、新宿区の住民の視点も必要である。
- 文化人をもう少し発掘して、その遺跡に関わるものを増やしてほしい。
- 新宿駅の周辺には百貨店や大きなホテルがあるので、百貨店やホテルの文化も何か考えてもいい。
- 新しいところには、絶対メインとなる絵がある。佐伯祐三とかそういう方の作品があってもいい。
- 現代アートは本当に受け入れられていると思うので、新宿で活動している人とかの現代アートのオブジェ等を展示する。
- 新宿は、織物とか伝統的なものも相当あるから、そういうものを展示するスペースみたいなものが点々とあるというイメージはどうか。

- (公財)メトロ文化財団は、コンサートやギャラリー、文学館、歴史教室等をやる。池袋中心だが、新宿でもプッシュすればできるのではないか。民間を巻き込むところを新宿区は都と一緒にやる。そういう方向性が一番手っ取り早い。
- そうしたら絶対賑わいのある形になるし、見たものを撮ってすぐInstagramにアップする、林芙美子記念館で見た感じになる。そうなれば賑わいもあるし、文化芸術、いろんなものも広まっていく。

【注】

SFM…新宿フィールドミュージアム

会議(令和6年3月29日開催)での審議について

【調査審議事項1】

文化芸術振興におけるICTの活用による情報発信の強化

SFM

- 新宿のいろいろな文化芸術活動を区民が享受することがすごく大事ということで、そういう活動主体が集まれるプラットフォームを作ることからSFMは始まった。
- SFMという名称もコンセプトとしてはすばらしいが、聞いただけでパッとイメージするのが難しい。ディレクションというか、上手な見せ方が入れば広がっていく可能性をすごく感じる。
- ICTの活用は、プロデューサー的な人なり形なりがあると、さらに魅力が伝わるのではないか。
- SFMのSNSの利用があまりに少ないのに驚いた。SFMを見ると新宿の文化はすごいと思わされるが、反面、SFMは訴求力がないと思う。
- SFMはある種日常的な文化だが、人を集めるのは非日常的な文化。幅広い文化がそこかしこにあることが新宿の非常に大きな魅力、エネルギーと思うが、その核となるものを考える。例えば池袋の東京芸術祭、六本木のアートナイト等いろいろな催しがある。いきなり大きなフェスティバルではなく、非日常的で祝祭的な何かを中心に据え、SFMの期間に「新宿に行ってみよう」と思わせないと、「これ、普通に新宿でやっているね」と、訴求力がないのではないか。
- SFM文化月間に普通に新宿区へ来る中で、「こういうことやっているのだったら、少し足を延ばしてみようか」と、手の届くところに音楽、美術、演劇などいろいろなことがいつもあることを分かってもらえるエリアであると思う。
- SFMの歩き方的なものを広報的なところに挟むだけでも、足を延ばす方はかなり増えるのではないか。どう情報を得て行動を起こすのかをもう少し研究すると、手法のヒントは見つかると思う。
- SFMの公式サイトは、見やすさよりも魅力をアップしなければならない。新宿の文化を単なる催事情報ではなく、価値ある情報として伝えないとアクセス数は上がらないと思う。
- サイトの魅力を高めると、参加者の参加度、情報を寄せてくる頻度も高まるし、SNSとの連携、フォーロームも上がると思う。SFMという新宿区の事業として、実際にできるのはそこかと感じた。
- SFMは6ビレッジに分けて分かりやすいが、どこでやるかよりも、音楽、美術、伝統芸能、歴史など分野別に分ける。加えて、行程図みたいなものもあるとうまく回れると思う。
- SFMの地域別にされているコンテンツをうまく因数分解しながら、分野別にも見せていく。その手法としてICTを活用するのがキーポイント。
- 因数分解をICTでやれば、AI活用でいろいろとできる部分も多いのではないか。
- 全部を新宿区という行政機関がやるのは限界がある。区は、そういう因数分解をうまく伝えるための枠組みを作る部分をやる。中身の魅力を高めていくため、分野別である程度固まりながら、個々の分野について魅力を高める動きを促す。

- ディレクションを頼んでも全部やるのは無理なので、SFMの各文化団体を分野別に分け、同時に連携する仕組みも出すほうがよい。
- イベントだけではなく、地域別ではなく分野別で、明確なメッセージを出すことが必要。
- SHIN-ONSAIはいろいろなメディアに取り上げられているので、SHIN-ONSAIを入口としてSFMに触れていただくのが最も効果的と思う。

拡散

- 新宿に来られた人に、またいらしてもらおう方向性でやり、リピートで来られた方にインフルエンサーみたいになってもらい、それが大きくなっていくのは大事と思う。
- 新宿区が自ら発信するのは限度がある。各分野のインフルエンサーの協力を得て発信すると、効率的でもっと国内外に広がっていくのではないか。発信の方向性をインフルエンサー向けに変えることも1つの方向性と思う。
- あるセグメントの100万人のフォロワーを持つ方と、5万人のフォロワーを持ついろいろなセグメントのマイクロインフルエンサーの方20人とでは、多様性がある後者をお願いするのがよとの企業の話がある。
- 職業的なインフルエンサーは問題もあり、参加者の協力を得ながらできるだけ新宿区もサポートして、新宿観光振興協会や先行しているセクションとも連携しつつやっていく。
- 発信力だけ強化しても駄目で、何を発信するかの「何を」が少し弱いのか、見えにくいのか分からないが、もう少し非日常的な何かが中心にあるといいのでは。
- ICTは非常に動きが早いことと、今まで新宿区や参加者が出すプライマリーなインフォメーションに焦点が当たっていたが、今は拡散の時代。誰がどういう形で拡散するのか等はコントロールできないので、条件整備をきちんとして、まずはそういうことがしやすいようなところを固める。
- SFM協議会参加者にもっと積極的に情報発信をしてほしいが、現場は舞台を作るなど活動に非常に手間がかかり、発信するコスト(時間、お金、スキル)がかけられない。質の高いコンテンツを作ることが難しい団体も多い。そういうことも考えて、サポートができるような条件整備を行う。

新宿の歴史・文化

- 普通に人が行き来する中に西口広場という空間があることは非常にユニークで、片やSFMはまち全体がミュージアムというコンセプトが伝わりにくいことが難しいところだが、そこが逆に非常にユニークであることを新宿区としては大切にして、その資産を生かすことが新宿の大きなブランディングにもつながる気もする。プロデューサーを立てるよりも、そういう視点自体が、新宿区の文化の捉え方の独自性につながるのではないか。
- 新宿でいろいろなイベントがあるのと同時に、普段使うもの、特にイベントとかとは意識しないものが実は重要な文化、発信源であることを知る必要がある。
- 音楽会や展覧会等イベントは大事だが、それだけではなく日常生活と非常に関わりがある。それをどう生かしていくかは大変重要で、行政でもいろいろ考えていただきたい。

- 何かイベントをやるとか、ある地区が大事とかは当然だが、日常のものが実は大変な文化の発信力を持っている。

外国人関係

- 新宿区の外国人割合は13%位だが、SFMガイドブックでは多文化に該当するものは1つしかない。外国人の発信力はすごいので、新宿多文化共生プラザや外国人の団体等も巻き込んで発信できれば、もっと賑わう本来のダイバーシティにつながる活動になると思う。
- 特に外国の人にいろいろなことを発信すると同時に、その外国の方が発信源になって、いろいろと発信することができる形になっているかは、1つの重要な視点だと思う。
- 東京フィルハーモニー交響楽団の現状は、主催公演等はほぼ満席状態で、外国人が2割以上を占めるのではないかと。それには伏線があり、2000年からプログラムを全部日英多言語表記にしている。
- 来場できない方にチケットの寄附をお願いし、留学生の団体に提供する。空席の有効活用もあるが、彼らが母国に帰った際に発信してくれるようなことが少しずつ浸透してきた。
- SOMPO美術館では、英・中・韓の3か国語でアートカードを作りながらアプローチする形で、一部の言葉だけでも、ある程度外国の方も日本人の子どもと同じような形で対応できることが大分見えてきている。
- SOMPO美術館では、美術の主な解説のQRコードを読めば、6言語の自動翻訳ができる。AIの進化はあると思う。
- 子どもたちの文化へのアクセスの問題などを考えると、多文化へのアクセスの強化が非常に重要。

子ども・若い人

- 今、子どもの体験格差もすごく社会問題になっている。一市民団体としてできることは、アウトリーチ的なことや、届きづらいところに届けること。大人の文化参加は、好みやお金を使うこと自体が選択肢になりアプローチするが、子どもは公共的なアプローチの文化体験が必要ではないか。
- 子どもにも発信すると同時に発信された子どもが自覚しないで発信源になる。それが芸術、文化の重要なポイントになるという意見は大変参考になると思う。
- SOMPO美術館は、新宿区の小中学生への対話型鑑賞教育を12年間支援している。本当に小さいときに一度体験することが、大人になってからも非常に大きいと思う。美術館に来た経験を職員が尋ねるが、ほとんど親が連れていかない状況だと理解していて、やはり子どもに来ていただく、美術だけではなく文化に接するのは重要だと思う。
- 内閣府の国民意識調査では「心の豊かさを求めますか、まだまだ物の豊かさを重視しますか」と質問し、直近30年位は心の豊かさを求める人が6割以上と多かった。
- しかしコロナで急変し、令和5年11月の時点で、まだ物の豊かさを求めたいという人がもう物の豊かさはある程度充足したので心の豊かさを求めたいという人を上回った。
- 特に10代～30代では「まだまだ物だ」という人達が6割以上いる。年代が上がると「心の豊かさが大事」と分かってくるが、若い人たちは厳しい条件にあることが心配。

- 子どもの貧困も非常に静かに進み、経済格差が体験格差、そしていわゆる非認知的スキルが十分に育たないまま社会に出なければいけないこともあると聞いている。
- これは文化施設や文化の問題を超えて、人間形成の問題。当然、文化にも関わってくる。それがものの形にも当然出てくる。

費用負担

- ルーブル美術館のように、お金を払える方からは費用を適切な価格で回収し、そうでない方々には、きちんとアクセスを確保するというメリハリをつけることもすごく重要と思う。
- 日本では、ミュージアムは博物館法で実費相当分だけになっていたと思うが、経済格差もあり、人々の意識も変わった中、やはり心の豊かさが必要で、払える方からは適切な費用を回収していかないと無理かなとつくづく感じている。
- 施設の使用料について、限られた財源の中での運営なら値上げも必要と思うが、公益性のある事業、又は弱者、子どもなどに対しては優遇措置があってよい。

【調査審議事項2】

(新宿区全体への展開を見据えた)新宿駅周辺地域を中心とする地域の文化芸術活動主体の連携の促進

広場、公共的空間

- 再開発される公開空地の中に、新宿の幅広い分野のものを月替わりの感じで展示するとか、何か月に1回パフォーマンスができるような場を設けるとか、文化芸術をまちの中に浸透させていくような新宿駅界隈になると、区民としてこんなに嬉しいことはない。
- 西口広場が歩行者のための空間になることが報道されたが、広場をもっと活用できないか。坂倉準三が立体交通通路を作った時に、広場の思想があったはず。紀伊國屋が、前川國男設計である建物を建てる時にも、採用されなかったが磯崎新の都庁の建築プランも、広場の思想はあったと思う。
- ハイカルチャー、古くからの老舗、文化の拠点だった場所、ジャズや寄席もある。新宿に混在しているいろいろな文化を、広場の思想のようなものでまとめられないかと考えた。
- いろいろな形でいろいろな所にいろいろな文化があり、それが集合体としてあるのが新宿だと思うので、広場の思想は、単にビルが立ち並ぶだけのまちとはどこか違う思想になっていかないか。
- 日本一乗降客が多い新宿駅の西口広場で、SFMの期間に面白いことがたくさんあれば、もっと外の方も新宿を面白いまちとして認識してくれるのではないか。例えば食のフェスティバル、子どものフェスティバル、若い人たちのアートのフェスティバルでもいい、西口広場が非日常的、祝祭的なようなものがあり、それを核として新宿の様々な文化に人の目が向いていくようになればいい。
- 再開発に関して、花火のようなものよりも、少し違う時間の過ごし方というか、そこの気持ちのゆとりみたいなものが日常レベルで少しずつあることのほうがしっくりくる気もした。
- 何か新宿らしいことができるような提案。作りやすいかイベントがやりやすいことでもなく、開発

事業者とか皆さん参加して、どういうイメージの空間にしようか議論する場をつくるとか、そこにアーティストが参加するとか、そういう仕組みを作るのもいい。

- アーティストに活動の場を与える意味での使いやすさ。広場を作っても一元的運用がされず、結局何もできないというようなこともあるので、運用体制も含めて、研究・提言をしたらと思う。

進め方

- 審議事項2を進めるに当たって、全体でやるのではなくて、ある程度協力を得られそうなところに声かけながら成功事例を積み上げていくところが重要ではないか。
- 公共空間の活用で連携すべきは企業体だと思う。百貨店関係や、再開発のキーになるところもそうだし、魅力あるまちづくりについては、本社部門や店舗を置く企業体は同じ方向を向いている。
- 公共空間については、具体的なところも盛り込むという議論もあったが、都市計画は非常にシステムチックに動いていく世界で、計画の大きな枠組みの中に盛り込んでもらわなければならない。
- 都市計画セクションと相談するときに、がちり固めたものだと受け入れられない可能性が非常に高いという判断もあり、文化的な要素を入れ込んでもらうところを強調することを優先した形。メリハリをつけていければいいと思う。

新宿のレガシー

- イベントとは関係なく、新宿は江戸時代以来のまちで歴史遺産が多い。歴史遺産は新宿の重要なポイントで、外国の方が見に来たがる。非常に多様性を持つ地域だから、新しいものもつくるし、古いものも大事にしていくような形を、我々も行政のほうでも考えていただきたい。
- 坂倉さん設計の西口広場は、広場の下から車がぐるりと回って上に行くのを見に外国の方がよく来る。あの空間の処理は大変に見事だと、建築家の方も来る。高速道路の入口も、入口の施設も坂倉さんで、やはり新宿の宝。
- そういうモニュメントみたいなものが出会う場所になる。會津八一の記念像で会いましょうとか、記念像よりもそこで会いましょうと。それがまちづくりなので、「こういう人がいた」などということが、文化の大変重要なポイントになる。
- 実際、実用的であるものが、同時に意識されない文化の発信になるわけで、西口広場も高速道路の入口も同じで、どう生かすか。それは我々が考え、行政にも考えていただくことは大変重要だと思う。
- 東京都庁舎は土地が3筆でL字型。1筆にしたらいいものになると思ったが、3筆のまま磯崎さんも含めていろいろ提案をもらい、丹下さんのノートルダム式みたいになった。そうでない形ができたはずだが、こういうことが話題になったことは、行政の方に知っておいていただく必要があると思う。
- いろいろと残る過去の都市計画の遺産も、重要な遺産だと思う。そういうところも大事にし、また、見やすくすることも必要だから、高齢の方が坂道をうまく行けるかどうか、そういう都市計画的なことも行政で考えていっていただくことが、提言として欲しい。

【注】

SFM…新宿フィールドミュージアム

会議(令和6年7月25日開催)での審議について

SFM関係

- SFMは「新宿のまちをミュージアムと見立てて、区内の様々な地域や施設で開催される多彩なイベントやパフォーマンス等を集約して年間を通じて情報発信することにより、区内の文化芸術活動を活性化していくことを目的としている」という認識だが、これまでは新宿のまちを幾つかに分けて考えていたと思う。
- 新宿区の中で行われるイベントを総括するような形でSFMと言っているが、むしろ、新宿駅周辺、四谷や神楽坂、落合などの各地域を1つのミュージアム会場として見立てて、あそこには何があるというような案内の仕方をSFMだとも考えた。その具体的なものが新宿plusの「新宿のまちの文化・歴史を訪ねて」。ある地域を訪ねて、そこにある歴史のいろいろなものを案内するのもSFMと言っていると思う。
- そういう意味合いが最近の議論の中で薄れてきた。何かのイベントを行うことがSFMの重要な要素であることは変わらないが、それだけになってしまった。まちをミュージアムに仕立てるという考えも残っていないのではないかな。
- 自分から見たい、行きたいというところに親のフィルターが入らないほうがいいのではないかな。SFMの冊子が学校に届くと、「自分たちはこういう文化豊かな地域で育っていくのだ」と、とてもいいのではないかと子どもを持つ側からはとても思った。
- SFMの概念について、新宿plusのSFMのページのように「ここ行ってみよう」と思えるようなものがSFMの冊子でも活用されていたら、もっとSFMの概念が分かりやすいと思った。
- SFMはコンテンツがたくさんあって素晴らしいと思うが、何が核なのかが見えてこない。それがあればいろいろな形で、それぞれが発信するので、広がっていくと思う。
- SFMは、イベントだけにこだわるとい話ではなく、まずは新宿のまちの特徴である様々な文化芸術の施設やイベントがあるという日本でも類を見ない多様性をまず冒頭で大きく打ち出していると思っており、区内の文化芸術活動を活性化していくという最終的な目的が報告書案に入っていたのは非常に明快でよかったと思う。
- 多くの区民の方や区外のお客様に来ていただくことにより、「新宿区内の文化芸術団体がよりやる気を出す」、こういった向上感をつくるようなところが、新宿区としてはとても大切な気がした。
- 報告書案のSFMの概要の部分が、今申し上げた目的やお客様に多く文化芸術を楽しんでもらえるような事業者連携を進めるところでいくと、その目的とか、後は提言の中で、地域だけではなくて分野別に見せていくとか、こういう一貫性のある方針のところがこの公式サイトやSNS又はそのイベント、あとは協議会運営のところ、一定の骨太の方針が各作り手や論議する方々のところに浸透できるような内容という点でも、今回の提言は分かりやすいと感じる。
- そういった点で言うと、この多様性を生かした形で。多様性というのは、逆に個々人の方が選べる環境があると思っているので、そういった形でこの報告書案が今後活用いただければと考えている。

- SFMは、多様な主体の新宿のまち全体をミュージアムとして見立てることを言うのであり、完全に抽象的なもの。SFM協議会が主体となって行われるものと、そして新宿区の区の事業としては公式サイト、公式SNS、文化月間というような形で考えていくのがよいと考えている。

提言内容

- ICTの活用は、論点が非常に広くて、どこに焦点を当てて提言という形でまとめるかが難しく、最終的にはSFMという、今あるコンテンツをよりよくするためにというところに焦点化した。
- 新宿駅周辺地域の再開発は民間主導で、行政としての関わり合い方というのは、都市計画という非常に大きな強力な枠組みの関わりなので、慎重に丁寧に提言をしないと受け取られないのではないかとあるところがある。SFMのICT活用に比べ具体性に欠けるかもしれないが、こういう形で要望するというか、文化の大切さをさらにリマインドする。
- 今、鉄道会社もライフスタイルについて非常に興味関心があり、文化に対してある意味追い風が吹いている状況なので、伝わるだろうという表現で取りまとめた。

情報発信

- 全体を通じて主役はやはり情報で、情報をどう発信し、誰にどういうふうを受け取られるか。それはスマホ、従来の紙媒体あるいは人間関係であったり、あらゆる手段を通じて伝達することがポイントになると思う。
- 例えば、漱石山房。漱石が好きな人はあそこにどう行ったらいいかという、スマホで、どこで何をと分かる。実は、他にも藤田嗣治の史跡があったりして、全体の中で漱石山房はここにある。藤田はここにあるし、それからおとめ山の佐伯祐三もある。全体の中でぼんぼんと幾つかある。そのどれかに行きたいのはもちろん、そこに行くという意味での全体的な情報。実際に大いに役に立っているので、そういうこともうまく考えていっていただきたいと思う。

連携

- 資料「区内における文化芸術振興の取組について」の「担当課」について、文化観光課は軸になると思うが、特別出張所、景観まちづくり課、図書館、新宿未来創造財団。子ども家庭課、学校運営課等いろいろな組織があるが、どのくらい連携しているのか。
- 報告書案にも、例えば観光振興協会等との連携とか、新宿駅が生まれ変わるが、いろいろな関係部署と「連携して」とある。連携はすごくいい言葉だが、本当に区民のことを考えてくれているのであれば、「チーム新宿」みたいな形での文化芸術振興の取組を、いろいろな部署それぞれが考えていけるような形になれば、区民としては申し分ない。

行政の役割

- 行政ができることと行政でなければできないこと、つまり民間ではなかなかできにくいところがあ

る。1つは規制緩和であり、まちづくりの方向性を示すこと。もう1つは人の育成で、まさに社会全体で行政が積極的に関わる部分であろうと思う。

- よく縦割り行政と言うが、組織を動かすために必然的で、教育に関して、人材に関して、やはり教育分野は積極的に主体的に行うというのは原則原理だから、これに対してどこまで文化のほうからアプローチができるかというところが、担当の工夫の余地のあるところと理解している。
- 人材育成もそうだし、行政のシナジー効果を最大化するための内部での連携強化と、それから外部との連携といったところも課題として見えてきたかなというのが今期の議論の流れだと思う。

子ども

- 子どもたちに関する事業をいかに発展させて広く伝えていくかが重要になると思う。
- ベネズエラは貧しい国だが、国が主導で貧困層の子どもたちを集めてオーケストラをつくった。楽器は貸与でもう20年ぐらやっていて、著名な指揮者も出てきたりしている。
- ロサンジェルス・フィルハーモニックは、貧困地域に指揮者やスタッフが出向いて、子どもたちを集めて、教えるのではなく音楽づくりを、もう10年続けてきた。貧しくて学校に行けない子、向学心がない子が参加してやる気が出て、ほぼ90%が大学に進学している。そのような実績があって、まちの人たちが寄附で支えている。これはあまり日本には当てはまらないかなと思いつながら、日本的なものがどこかにあればいいとは思いつながらも、そういう子どもの教育が必要。
- 総務省の調査では、文化より実際のお金とかという話もあったが、そういう事業。ただ、お金がかかるので、自治体やボランティアとか中心になってやる人がいないとできないという問題がある。

その他

- 新宿文化センターが休館中だが、開館時にリニューアルオープンを大々的に発信して、大きく取り上げるべきではないか。
- 何か次の展開というか、区民のことをもう少し考える時期になっているのかなという気もしている。
- 学校のクラブ活動の地域連携、地域移行が進んでいる。来年までが移行促進期間で、その次が一步進めるみたいな3年間だが、地域の受け皿が、スポーツはいっぱいあるが文化はない。
- 文化関連の団体が受け皿に試しに取り組むみたいな。国も東京都もそういう流れになっているので、何かそういうことを考えてもいい時期なのかなという気がした。
- 「大新宿区の歌」の最後に「虹を立てる」という表現がある。そんなイメージで新宿区は、音楽や美術だけではなく日常生活も文化だと思うが、よりよく文化を中心としてもっと発展していければ、こんないいことはないと思う。
- 資料の「区内の主な文化芸術関連施設」の中に「図書館」があるが、もう少しいろいろな図書館のことを考えてもいいのではないか。

- 新宿はデパートが多い。デパートも美術展等文化的ことをいろいろやっているの、デパートの存在にもう少し注目していいのではないか。
- 今後はどうするのは次の期で決めることかと思うが、これまでの議論を踏まえ、さらに発展して焦点化して次の提言につなげるというような作業までできたのではないかと思う。

【注】

SFM…新宿フィールドミュージアム

5

新宿フィールドミュージアム2023の実施概要

1

新宿フィールドミュージアム協議会の運営について

音楽、美術、演劇、多文化と多様なジャンルから7団体が新規に参加し、138団体での活動となりました。協議会は年度内に3回開催し、主な検討内容は次のとおりです。

- (1) 2023開催内容について
- (2) 広報宣伝活動について
- (3) 協議会参加団体へ依頼について
- (4) 出席団体の活動情報の共有
- (5) オープニングイベント「しんじゅくくくく」について
- (6) SHIN-ONSAI 2023について
- (7) 新宿フィールドミュージアム2024に向けて

2

文化月間の活動(2023年10月1日～11月30日)について

以下のとおり実施し、参加者は延べ277,195人(参加者数を公表しているイベントの累計)となりました。

1 アイコン、バナーの活用

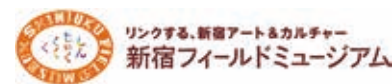
新宿フィールドミュージアムのガイドブック・チラシ・ポスターのほか、協議会参加団体の協力を得て、各関連イベントのチラシやWEBサイトにロゴ・ロゴマーク・アイコンを使用していただく等により一体感のあるイメージづくりを図りました。

▶ アイコン



参加団体による新宿フィールドミュージアムロゴ記載の協力の例

▶ バナー



2 メインビジュアルの作成

佐藤美術館にアーティストを9名ご紹介いただき、協議会において選定した画家・グラフィックデザイナーの堤岳彦氏による描きおろしの新宿の6景「染色／学問／能楽／音楽／落語／自然」をメインビジュアルとして、ガイドブック表紙、WEBバナー等として活用しました。



3 コンテンツの充実

新宿ゆかりの文化人と文化施設について特集コラムを3本作成し、公式ガイドブックや公式サイトに掲載するとともに、インタビューの様子を撮影し、動画を公開しました。

4 広報周知物の作成・配布

▶ ガイドブック

B5判変形(257×120mm)

75ページ

20,000部



表紙



裏表紙



中ページ

主な配布場所

- 協議会参加施設
- 鉄道事業者(小田急電鉄、京王電鉄、西武鉄道、東日本旅客鉄道)
- 特設展示ブース(区役所ロビー、オープニングイベント会場、SHIN-ONSAI 2023会場)
- 芸能花伝舎、新宿サブナード、西新宿各高層ビル、区内各大学、新宿未来創造財団(新宿文化センター、新宿歴史博物館、漱石山房記念館ほか)、新宿観光案内所、東京観光情報センター、新宿区(各特別出張所、地域センター、図書館ほか)

▶チラシ

A4判／10,000部

主な配布場所

- 本協議会参加団体
- 鉄道事業者（小田急電鉄、京王電鉄、西武鉄道、東日本旅客鉄道）
- 芸能花伝舎、新宿サブナード、区内各大学、新宿未来創造財団（新宿文化センター、新宿歴史博物館、漱石山房記念館ほか）、東京観光情報センター、新宿区（各特別出張所、地域センター、図書館ほか）ほか



▶ポスター

A3判／50枚

B1判／100部

B2判／50部

主な配布場所

- 協議会参加施設・団体、芸能花伝舎、新宿未来創造財団、新宿区ほか



5 WEBでの発信について（通年で実施）

▶WEBサイト

- 新宿フィールドミュージアム 公式WEBサイト
- 新宿区 公式WEBサイト
- 協議会参加団体の各WEBサイト

▶動画

- 新宿フィールドミュージアム
YouTube 公式チャンネル
- 新宿どこでもミュージアム
YouTube チャンネル

▶SNS

- 新宿フィールドミュージアム
公式X(旧 Twitter)
- 新宿フィールドミュージアム
公式Instagram
- 新宿フィールドミュージアム
公式Facebook
- 新宿区 公式X(旧 Twitter)
- 新宿区 公式Facebook

6 その他の情報発信

▶ユニカビジョンでの動画発信



▶小田急線新宿駅



▶小田急線登戸駅



▶新宿区役所本庁舎1階ロビーでの展示



7 協議会参加団体のイベント例

▶矢来能楽堂



はじめての矢来能楽堂 Special 能「安達原」

▶東京フィルハーモニー交響楽団



第157回東京オペラシティ定期シリーズ

▶佐藤美術館



木下千春日本画展～はじまりの夜、幻想の羽衣～
「陀羅尼」「間」「夜行」「序」

▶新宿パークシネマフェスティバル2023



8 新宿フィールドミュージアム協議会主催イベント

▶ オープニングイベント「しんじゅく くくく」

- 日時: 2023年9月30日(土) 11:00~16:00
- 会場: 新宿駅西口広場イベントコーナー
- 来場者数: 延べ727名
- 実施内容

	プログラム	協力していただいた協議会参加団体
ステージ	新宿大喜利	(公社)落語芸術協会
	マジックショー	(公社)日本奇術協会
	ともしびコンサート	歌声喫茶ともしび
	Yocotasax.ライブ	Yocotasax. (SHIN-ONSAI参加アーティスト)
	トークショー	ヴィヴィアン佐藤(司会)、 堤岳彦(メインビジュアル作家)
ワーク ショップ	蓄音機演奏	蓄音機の会 出演:オヤビン佐藤
	ペットボトル打楽器「しゃかたん」を 作ってみんなで合奏!	サウンドクリエイター
	藍くるみボタン染体験	(一社)染の里おちあい

● 実施状況



会場入口



新宿大喜利



藍くるみボタン染体験

▶ 新宿フィールドミュージアム

コアイベント「SHIN-ONSAI 2023」

新宿文化センター大ホール、小ホールでの合計24組のアーティストのパフォーマンスに加え、エントランスホールではライブを実施するとともに小ホールの中継ライブビューイングも合わせて実施し、会場を盛り上げました。さらに、小ホールライブの一部を無料ライブ配信し、来場できない方々にも鑑賞機会を提供しました。

- 日時：2023年10月7日(土)・8日(日)
- 会場：新宿文化センター
- 参加数：10月7日(土)1,232名
10月8日(日)821名 合計2,053名
- 配信：新宿フィールドミュージアム
公式YouTubeチャンネルでライブ配信



チラシ

▶ ZEN-ONSAI 2023

SHIN-ONSAIの趣旨に賛同する歌舞伎町のライブハウス「新宿LOFT」にSHIN-ONSAIのプライベートを開催していただきました。

- 日時：2023年10月6日(金) 18:00～
- 参加数：65名
- 会場写真



3 新宿フィールドミュージアムのWEB発信について

1 新宿フィールドミュージアム公式サイト

文化月間はもちろん、年間を通して発信を行っています。

- ①検索機能:キーワード、開催日、開催エリア、ジャンルなどからイベント情報を検索できます。
- ②多言語対応:日本語、英語、中国語(簡体字)、中国語(繁体字)、韓国語での表示が可能です。
- ③動画配信:公式YouTubeチャンネルで動画を配信しています。

2 新宿フィールドミュージアム公式SNS

イベントレポーターが各協議会参加団体・施設のイベントを訪ねて発信し、各イベントの周知を図りました。

▶ X(旧 Twitter)



フォロワー数:1,209人
インプレッション数:676,100回
(直近1年間の数値)

▶ YouTube



チャンネル登録者数:764人
チャンネル視聴回数:38,646回

▶ Instagram



フォロワー数:511人 リーチ数:2,776件

※上記実績はいずれも令和6年9月1日時点のものです。