

(仮称) かつしかアート・カルチャー
基本方針策定委員会
第1回検討資料

1. 基本方針の目次構成案と委員会検討範囲

第1章 基本方針策定の趣旨（案）

第2章 葛飾区の文化・芸術に係る現状と課題

- 1 区民意識調査の分析
- 2 国や東京都、区の統計データに基づく
社会環境の変化、他区との比較
- 3 区の文化・芸術振興施策における課題の提示

第一回委員会

第二回委員会

第3章 基本方針策定に向けた基本理念（コンセプト）

- 1 基本となる方向性
- 2 取組の柱

第四回委員会

第4章 基本方針（以下仮項目）

- 1 区民主体の文化・芸術活動と多角的交流による相互発展
- 2 文化・芸術による区民の生活の豊かさの向上
- 3 葛飾の文化・芸術の魅力発信と郷土愛の醸成
- 4 若いアーティストの育成
- 5 次世代の観光や産業と連動した葛飾ブランドの確立
- 6 施策展開に関連するあらゆるエコシステムの構築

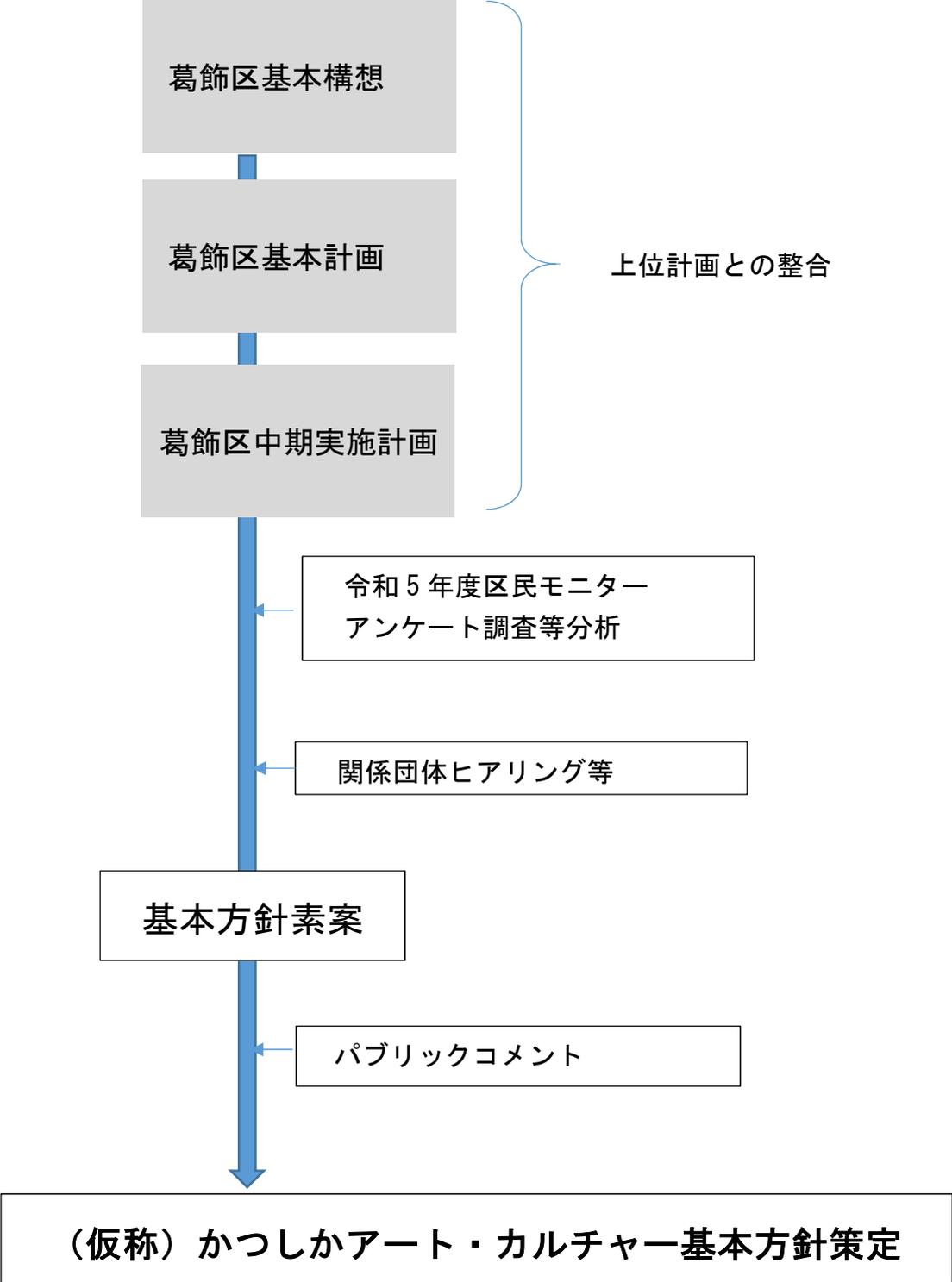
第三回委員会

※第1回委員会と第3回委員会の間に関係団体へのアンケートとヒアリングがあります。

※第3回委員会と第4回委員会の間パブリックコメントの実施があります。

※本資料の文中で示した図表は、全て参考資料編に記載しています。

2. 作業フロー



第 1 章 基本方針策定の趣旨（案）

「葛飾区基本構想」では、葛飾らしい文化や産業が輝く、笑顔とにぎわいのあふれるまちとなるために、人と人がつながり、葛飾らしさのある豊かな地域文化を育み、優れた産業などの魅力を磨き上げることができるまちづくりを進めることとしている。

そして、「葛飾区基本計画」の中で、「観光・文化のまち葛飾」を推進プロジェクトとして位置づけていることから、葛飾らしい文化芸術の振興及び文化を通じたまちづくりの基本的な考え方を明らかにすることを目的とした（仮称）かつしかアート・カルチャー基本方針を策定するもの

第2章 葛飾区の文化・芸術に係る現状と課題

1 区民意識調査の分析

1) 「葛飾区 文化振興・国際交流に関わる区民意識調査」(2012年3月)

※約10年前の調査である。

2) 「葛飾区 区民モニター アンケート調査」(2023年11月)

2 国や東京都、区の統計データに基づく社会環境の変化、他区との比較

3 区の文化・芸術振興施策における課題の提示

1 区民意識調査の分析

1) 「葛飾区 文化振興・国際交流に関わる区民意識調査」(2012年3月)より

※区内全域から無作為に抽出した1,500人の区民を対象に実施

(1) 文化・芸術に触れ、活動する機会の充実に関する課題

①区内の2施設の利用率に大きな差

「かつしかシンフォニーヒルズ」について「利用したことがある」が57.6%で、「利用したことはない」が34.3%である一方(図表1-1-1)、「かめありリリオホール」については「利用したことがある」32.1%、「利用したことはない」52.8%(図表2-1-1)と、利用率に大きな差が生じています。

②利用率が低い

「利用したことがある」と回答した中でその頻度を聞くと、月に1回以上利用している割合が「かつしかシンフォニーヒルズ」で約6%(図表1-2-2)、「かめありリリオホール」で2%(図表2-2-2)にとどまり、1年に1回以上利用している割合を見ても「かつしかシンフォニーヒルズ」でも「かめありリリオホール」でも約半分(同図表)で、低い利用率となっています。

③公演鑑賞率が少ない

区内二施設で「1年間で公演を鑑賞したことがある」と答えたのが2割にとどまっています(図表3-1-1)その理由として最も多かったのは「鑑賞を希望する演目をやっていない」となっています(図表3-4-1)。その回答者に区外での公演鑑賞の有無を聞いたところ、6割が1年に1回以上行っていると答えており(図表3-6-1)、公演鑑賞者が区外に流出していることがわかります。

④主体的な活動で利用するケースが少ない

文化芸術創造事業^{*}に参加したことがあると答えたのはわずか1割となっています（図表4-1-1）。

※「文化芸術創造事業」は、区が推進している文化芸術活動の一環で、葛飾区の文化施設である「かつしかシンフォニーヒルズ」や「かめありリリオホール」でのコンサートや公演活動の支援（「葛飾吹奏楽団」と「葛飾フィルハーモニー管弦楽団」の2団体を支援しています。また「シンフォニーヒルズ少年少女合唱団」では、区内在住の小学1年生から高校生までの団員が、毎週金曜日と土曜日に集まり活動しています。）のほか、葛飾区を題材にした小説の公募や大賞等の受賞作品の決定、受賞作品をまとめた作品集の発行、オーディションにより次年度の舞台公演に出演するキャストの選定、大賞作品の舞台化等を行っています。

（2）情報発信力に関する課題

①通信技術を生かした情報発信力が弱い

公演鑑賞に関する情報の入手方法については、「友人・知人からの情報」が約半分であり、情報誌「ミル」は4割が活用しているものの、「指定管理者のホームページ」は0%となっています（図表3-3-1）。また、文化芸術創造活動に関する情報の入手方法についても「友人・知人からの情報」が約半分であり、情報誌「ミル」は25%が活用しているものの、「指定管理者のホームページ」は0%（図表4-3-1）で、インターネット等を通じた情報発信力が弱いことがわかります。

（3）国際交流に関する課題

①外国人に対する日本語教育の機会を十分に提供できていない

外国人の多くは日本語の学習のために交流が必要と考えています（図表 1-3-1）が、日本人はあまり関心がなく、関心があっても実際に交流に参加した割合は低いことがわかります（図表 5-1-1、5-3-1）。

2) 「葛飾区 区民モニター アンケート調査」(2023年 11月)より

※無作為で選定した 18 歳以上の区民 4,000 人から公募により決定したウェブモニター500名にインターネットで回答要請(有効回収数 396)

① 区民の需要が高い一方、区内施設の利用度が低い

「文化芸術活動を鑑賞、行うことの大切さ」について、「非常に大切だと思う」「ある程度大切だと思う」との回答は約9割である(図表-31)一方、鑑賞や活動の場は4割が「自宅」となっています(図表-33)。

また文化芸術活動を行った場所については、区外の公共施設が最も多く、かつしかシンフォニーヒルズやかめありリリオホールは2割未満にとどまっています(図表-45)。

② 活用の頻度が低い

また、「この1年間で文化芸術活動を行ったか」については7割が「特にしていない」と答えています(図表-41)。また「行った」と回答した人の頻度は「年に数回」程度にとどまっています(図表-43)。

③ 文化的な環境を充実させるために重要なこと

「身近な場所で気軽に文化・芸術に触れられる機会の充実」が64.9%で最も高く、次いで「子ども、高齢者、障害者、外国人など、誰もが文化・芸術活動に親しめる機会の充実」が41.2%、「著名なアーティスト等、一流の文化芸術に触れられる機会の企画・開催」が39.4%となっています(図表-55)。

④ 国際文化交流に期待すること

国際的な文化交流に期待することについては、「相互理解が進むほか、互いに良い刺激を受けることができる」が54.3%で最も高く、次いで「国際化が進み、国際的に開かれた豊かな文化を持つ区に発展する」が45.2%、「多言語対応のほか、日本語で会話できるようになれば、外国人との共生はよりスムーズに受け入れることができる」が33.8%となっています。年代別にみると、「相互理解が進むほか、互いに良い刺激を受けることができる」では40歳代を除く全ての年代で5割以上となっています(図表-57、58)。

「その他」の内容としては、「日本のルールやマナーをよく知り理解する機会の提供」、「住んでいる人が困らないように、スーパーなどでの英語表記などのサポート」などもあります。

2 国や東京都、区の統計データに基づく社会環境の変化、他区との比較

(1) 区の人口、産業の趨勢

①人口の特徴

東京都全体の中で比較的高齢化が進んでいるものの子育て世代が多いのが特徴となっています。2015 年以降は年間 4 千～5 千人程度の社会増が見られますが、松戸市や足立区への転出が多いことも特徴となっています。

① — 1 年齢階層

東京都全体と比較すると、年少人口割合、老年人口割合は高く、生産年齢人口の割合は低くなっています。東京都全体と比べて高齢化が進んでいることが分かりますが、子育て世代（ファミリー世帯）が多いことも示しています（図表 人口—1, 2）。

① — 2 総人口

国立社会保障・人口問題研究所によれば、東京都全体としては今後も微増する予測ですが、当区は 2020 年(453,093 人)と比較し、2025 年に(433,003 人)95.6%、2035 年に(418,734 人)92.4%、2045 年に(402,831 人)88.9%になる見込みです*（図表 人口—1）。人口の自然減は 2008 年度以降顕著になってきており、東京都全体より早く起きています。他方で 2015 年度になってから年間 4 千～5 千人程度の社会増が見られます（図表 人口—3, 4）。

※区の推計では 2030 年から減少する。

① — 3 合計特殊出生率

近年（2013-2017 年）の合計特殊出生率は全国と比較して低いものの、2021 年の東京都全体と比較すると高く、子育て世代が増加しているエリアであることが分かります（図表 人口—5, 6）。

① — 4 転入・転出

都内では、江戸川区からの転入超過が最も多く、足立区への転出超過が最も多いことがわかります。都外では、千葉県成田市からの転入超過が最も多く、千葉県松戸市への転出超過が最も多くなっています（図表 人口—7）。

都道府県別では、東京都からの転入超過が最も多く、千葉県への転出超過が最も多くなっています。

② 産業の特長

葛飾区の産業は、第一次産業においては若手経営者が小規模経営を行っていることから、高付加価値のベンチャー的な経営を目指している傾向がうかがわれます。また、第二次産業は、皮革・ゴム製造の零細工場が多いことが特徴として挙げられます。従業員数から見ると労働生産性が全国平均や東京都平均より低いものの、企業単位の付加価値額は高く、他の都市に対して「稼ぐ力」を持っていることが特長となっています。製品としては高付加価値のベンチャー的な経営をしている町工場が多いことが分かります。

②—1 第一次産業の特徴

農業従事者の若年化が進んでいる。44歳以下の農業経営者の割合は、2020年と2015年と比較して4.8ポイント増加している。国全体や東京都の動向とは逆に、若手の経営者が後継していることが分かります（図表 産業-1）。

経営体あたりの経営耕地面積は、東京都平均は上回っているが、全国平均と比較すると規模が小さく、2020年における経営耕地面積が1ha未満の比較的小規模な経営体の割合は、2015年と比較して1.93ポイント増加しており、年々小規模経営化が進行していることが分かります（図表 産業-2）。

②—2 第二次産業の特徴

域内産業について、付加価値額（企業単位）・労働生産性（企業単位）・従業者数（企業単位）がそれぞれ全国と比べて特化（1を超えている）しているかを見てみると、皮革製造業やゴム製造業、道路旅客運送業が付加価値額、従業者数において著しく高いのが特徴となっています（図表 産業-4）。ただし、労働生産性が低い（図表 産業-5）のも特徴となっており、家族経営や町工場が多いことが分かります。

②—3 葛飾区産業の「雇用力」と「稼ぐ力」

域内産業について、「雇用力」（従業者比率）と「稼ぐ力」（修正特化係数）を見てみると、「雇用力」は飲食店、医療業、社保・社福・介護事業、飲食料品小売業が高い値を示していますが、他方でこれらは他地域に対して「稼ぐ力」は弱い（1を下回っている）ことが分かります（図表 産業-6）。一方、「雇用力」は強くはないものの「稼ぐ力」が強いものとして、道路旅客運送業、ゴム製品製造業、なめし革・毛皮製品業が挙げられます。

（2）文化・芸術活動（ホールの利用率）の推移

区では「かつしかシンフォニーヒルズ」と「かめありリリオホール」の2施設を拠点として、クラシック音楽、演劇、歌謡、ジャズ、落語等の公演を行っています。コロナ禍では公演中止や収容制限等を行っていたため利用者数が激減していましたが、現在はコロナ禍前の公演本数や入場状況に戻ってきています。

区の周辺には、松戸市「森のホール 21」や墨田区の「すみだトリフォニーホール」や江戸川区の総合文化センターなどの客席数の多いホールがあり、同様にコロナ禍では利用者減少がありましたが、比較的早い時期に回復傾向が見られます。

3 区の文化・芸術振興施策における課題の提示

1) 国の政策等の策定状況

①国の政策

2017年に国が定めた「文化芸術基本法」の目的は文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ、文化芸術そのものの振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の関連分野における施策を本法の範囲に取り込むとともに、文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用することとなっています。2023年3月、文化芸術推進基本計画第2期を決定。

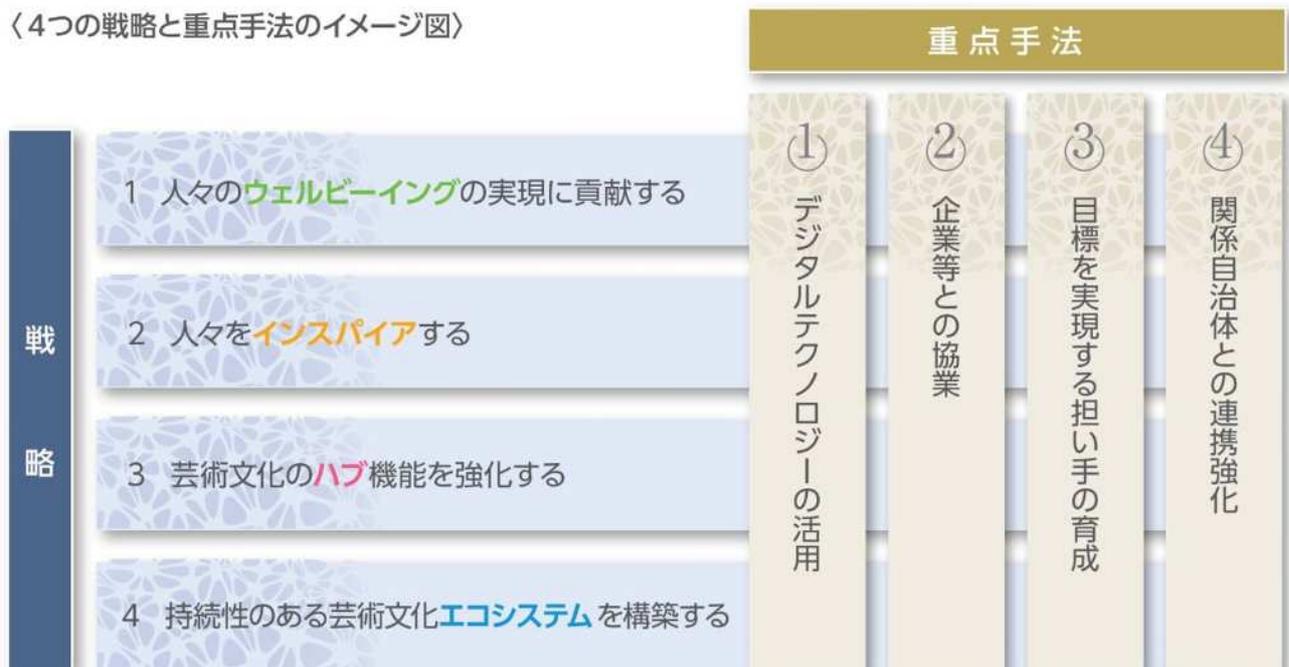
②東京都の施策

都は2022年度から2030年度までの長期計画として「東京都文化戦略2030」を策定しています。ここには4つの戦略として「(1)誰もが芸術文化に身近に触れられる環境を整え、人々の幸せに寄与する。」「(2)芸術文化の力で、人々に喜び、感動、新たな価値の発見をもたらす。」「(3)国内外のアートシーンの中心として、世界を魅了する創造性を生み出す。」「(4)アーティストや芸術文化団体等が継続的に活動できる仕組みをつくる。」を掲げています。

さらに4つの戦略をそれぞれ(1)人々のウェルビーイングの実現に貢献する、(2)人々をインスパイアする、(3)芸術文化のハブ機能を強化する、(4)持続性のある芸術文化エコシステムを構築する、と解題し、さらに4つの重点手法①デジタルテクノロジーの活用、②企業等との協業、③目標を実現する担い手の育成、④関係自治体との連携強化、と掛け合わせて10の推進プロジェクトを実施するとしています。

参考

〈4つの戦略と重点手法のイメージ図〉



- ・プロジェクト1 地域活性化プロジェクト
- ・プロジェクト2 だれもが文化でつながるプロジェクト
- ・プロジェクト3 キッズ・ユース・プロジェクト
- ・プロジェクト4 スマートカルチャー・プロジェクト
- ・プロジェクト5 「アートのある生活」プロジェクト
- ・プロジェクト6 アート&エンターテインメント・プロジェクト
- ・プロジェクト7 アート・ハブ・プロジェクト
- ・プロジェクト8 海外発信プロジェクト
- ・プロジェクト9 アーティスト・ステップアップ・プロジェクト
- ・プロジェクト10 担い手育成・支援&創作環境向上プロジェクト

③区の施策

③—1 葛飾区基本構想

区は、2021年7月に葛飾区基本構想（以下「基本構想」）を策定し、区政運営の根本を貫く考え方として三つの理念（1）人権・平和・多様性の尊重（2）持続的な発展（3）協働によるまちづくりを掲げ、多様な可能性が開花する豊かな地域社会の構築、心の豊かさや生活の質の面からも持続可能な進化・発展の追求、そこに住み、働き、学び、憩う全ての人々がまちづくりの主役として共に取り組んでいく等の方向性を示しています。

③—2 葛飾区基本計画

区ではさらに基本構想を実現するために2021年8月に2021年度から2030年度の10年間を目標年度にした基本計画を策定しています。そのなかで「観光・文化のまち葛飾」推進プロジェクトでは、「本区ゆかりのコンテンツを活用した観光事業の推進」、「おもてなしの推進」、「文化財・文化的資源の積極的な活用」、「誰もが文化・芸術を楽しめる環境づくり」を掲げながら、多元多様な来街者の満足度を高め、何度も訪れたいと思ってもらえるような取り組みを進め、区民も楽しめる観光・文化のまちづくりを進めていくとしています。

③—3 中期実施計画

区ではさらに、2024年度から2027年度を目標年度とした中期実施計画を策定し、「政策19 観光・文化」の「施策3 文化・芸術の創造」として次の施策の方向性を掲げています。

- ・地域の文化芸術活動の活性化
- ・若手アーティストの育成

- ・「ふるさと葛飾」の魅力発信
- ・葛飾ゆかりの美術品の記録・情報発信
- ・「葛飾柴又の文化的景観」保存・活用の更なる推進
- ・文化財・文化的資源の適切管理
- ・文化財・文化的資源の積極的な活用

また、その評価指標として「最近 1 年間に音楽や美術などの催し物に行ったことのある区民の割合」を令和 4 年度の 38.7%から令和 12 年度に 42.5%まで引き上げること、及び「最近 1 年間に文化・芸術活動に取り組んだことのある区民の割合」を令和 4 年度の 16.8%から令和 12 年度に 20.5%まで引き上げることとしています。

また、文化国際課が所管する計画事業として「文化芸術創造のまちかつしか推進事業」があり、作品公募、地域コンサートやアートイベントなどの公募型文化芸術事業を推進することとしています。

文化芸術創造のまちかつしか推進事業						文化国際課
多くの区民に文化芸術活動への参加機会を提供するため、区民ニーズや地域の特性を踏まえた区民参加型の事業として、かつしかオリジナル作品公募事業（かつしか文学賞）や公募型文化芸術事業（地域コンサート・アートイベント助成）を実施します。また、あらゆる世代の区民の参加意欲を高められるような、参加型・体験型事業等を展開するとともに、区民が主体的に文化・芸術活動に取り組めるよう文化芸術活動の参加者や文化芸術活動団体と連携・協力して、地域の文化・芸術活動の活性化を図ります。地域の特性を活かした葛飾らしさが感じられる独自の文化芸術を発信していきます。						
活動量（単位）	6年度	7年度	8年度	9年度	合計	
1 かつしかオリジナル作品公募事業	1（舞台発表）	1（作品募集）	1（脚本化）	1（舞台発表）	—	
2 公募型文化芸術事業（地域コンサート）（事業）	12	12	12	12	48	
3 公募型文化芸術事業（アートイベント）（事業）	1	2	2	3	8	
4 かつしかデジタル美術館（展示作品数）	335	400	485	550	1,770	
事業費（千円）	28,655	24,330	25,930	27,080	105,995	
成果・評価指標(単位)	6年度	7年度	8年度	9年度	参考 現状値 (4年度)	
1 かつしかオリジナル作品公募事業及び公募型文化芸術事業の延べ区民参加者数（人）	37,000	38,100	39,200	40,300	37,807	
2 公募型文化芸術事業の参加者満足度（%）	79.0	79.5	80.0	80.5	78.0	

出典等： 1 事業に参加した区民数 2 参加者アンケートで「満足」と回答した人の割合

2) 区の現況や区民意識調査の分析及び国の政策等を踏まえた課題の整理

(※ヒアリング等の結果を踏まえて再整理)

(区民の意識調査より)

- ・施設利用率が低い(区外の施設に流れている)
- ・主体的な参加や活動ができていない
- ・情報発信が十分にできていない(とくにWEB)
- ・外国人との語学交流ができていない

【文化芸術基本法】

…観光, まちづくり, 国際交流, 福祉, 教育, 産業その他の関連分野における施策を本法の範囲に取り込むとともに, 文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承, 発展及び創造に活用する。…

【東京都文化戦略 2030】

- (1) 人々のウェルビーイングの実現に貢献する。
- (2) 人々をインスパイアする。
- (3) 芸術文化のハブ機能を強化する。
- (4) 持続性のある芸術文化エコシステムを構築する。

【葛飾区基本構想】

- (1) 人権・平和・多様性の尊重
- (2) 持続的な発展
- (3) 協働によるまちづくり

【葛飾区基本計画】

- 観光・文化のまち葛飾 推進プロジェクト
- ・本区ゆかりのコンテンツを活用した観光事業の推進、
- ・おもてなしの推進
- ・文化財・文化的資源の積極的な活用
- ・誰もが文化・芸術を楽しめる環境づくり

【葛飾区中期実施計画】

- ・地域の文化芸術活動の活性化
- ・若手アーティストの育成
- ・「ふるさと葛飾」の魅力発信
- ・葛飾ゆかりの美術品の記録・情報発信
- ・「葛飾柴又の文化的景観」保存・活用の更なる推進
- ・文化財・文化的資源の適切管理、積極的な活用

(1) 文化・芸術の主体的活動および区民同士の連携・協働に関する課題

①区民の主体的な参加・活動、主体的な活動の連帯が弱い

葛飾区は、町工場の地として広く知られているとともに、起業家精神を持った小規模工場経営者がいます。彼らの創造性によって地域や社会の課題解決や活性化の一翼を担う可能性をもっています。しかしながら、文化・芸術活動とこれらの地域産業との結びつきが弱く、多様なシナジー効果（相乗効果）が十分に発揮できていない状況です。

②文化・芸術団体、アーティスト、作家同士の協働が少ない

区内には漫画や映画の舞台となった社会資源があり、その作家、愛好家、アーティストなどが潜在的に多いにもかかわらず、横のつながりや協働した活動が少ないことなど、区の地域特性が文化・芸術の発展性、創造性に十分に結びついていません。

(2) 拠点施設の利用率に関する課題

区では近隣自治体に比べて比較的大きなホールを有していますが、公演鑑賞の利用率が低いのが課題となっています。まだ多くの区民に知られていない事実や利用率が限られている状況があります。居住年数の浅い区民への周知や、質の高いアーティストの演目や作品を発信し、利用率増加へとつなげていくための取組が求められています。

(3) 文化創造事業の満足度に関する課題

拠点施設を使って文化創造事業を支援していますが、まだまだ参加率が低く、関心を持たせることが課題となっています。例えば区では「かつしか文学賞」の作品募集・脚本・舞台公演の公募を行っていて、毎回レベルが上がり、制作者自身の満足度も上がってきていますが、観覧者数は横ばいとなっています。これに限らず、外に向けて十分な発信をすることが求められています。

(4) 若い世代のアーティスト育成に関する課題

文化芸術の将来を担う若い層のアーティストを育成するため、「かつしか若手アートコンペティション」等を実施しており、応募は増加傾向にあります。今後もこのような機会を増やしていくことが求められます。同時に、著名なアーティストや作家を核にした若手育成のコミュニティをつくっていくことも期待されています。

(5) 文化的資源に関する課題

区内には国の重要文化的景観に選定された「葛飾柴又の文化的景観」をはじめ地域に埋もれた文化的資源が多く存在します。こうした資源を住民が適切に保存し、掘り起こし、観光やまちづくりに活かしていくことが求められています。