

# No.1 北アルプス国際芸術祭を起点としたブランド力向上とSDGs 未来都市の構築へ向けた産学官金連携による地域再生事業

## (1) 基本情報

交付金名	地方創生推進交付金（横展開タイプ）	担当課	まちづくり交流課
事業期間	令和2～4年度（3年間）		企画財政課
事業の全体概要	<p>疲弊した地域経済を活性化するには、これまでのような一地点を訪れる観光ではなく、個人が自由に旅行を組み立て、まちを歩くこと自体が楽しみになるよう、まち全体を新たな観光資源にするとともに、大町市を訪れたことのない層（若い世代の国内旅行者やFIT）への訴求と受入れのための取組みを官民一体となり創り上げていく必要がある。</p> <p>そこで市内全域を回遊し魅力を発見できる「芸術祭」という手法が有効と考え、重要なコンテンツとして展開してきた。しかしながら、実績に乏しい北アルプス国際芸術祭を国内トップクラスの芸術祭として国内外が認知し、ブランド化によって、大きな人の流れを生み、移住・定住に繋げていくには、世界的な作家の招聘や一流デザイナーによるディレクションなどの強化策により、東京オリンピック2020などのタイミングを活かし、世界に向けて発信していく必要がある。</p> <p>また、時を同じくして、大手飲料水メーカーの工場立地が決まり、企業側も地域の持続可能性を探るなかで、新たな人の流れを生み、交流人口・関係人口の増加に資する施策の展開が必要不可欠と認識しており、芸術祭と連動しながら協働による具体的な取組みに向け検討を進めていた。令和2年度には市が進める「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想が、内閣府によるSDGs未来都市への選定を契機に、市、サントリー、JTB、八十二銀行、商工会議所、教育委員会による推進プラットフォーム「みずのわプロジェクト」が令和2年12月に設立され、芸術祭をはじめとしたコンテンツとの協働はもとより、経済、社会、環境の三側面からの地域再生、持続可能な地域づくりを進めていくこととなった。</p> <p>北アルプス国際芸術祭は、豊かな地域資源・自然環境を背景としたサイトスペシフィック※な作品群と地域文化である「食」を見せながら、多様な人々の交流を促し、地域経済における新たな着地型コンテンツであり、地域の持続可能性を上げるための取組みであることから、SDGs未来都市の推進プラットフォームである「みずのわプロジェクト」と互いに連動しながら、協働による具体的な取組みを進めていく。</p> <p>このことから、下記にあげる施策を展開し、知名度を上げるとともに、生み出される大きな人の流れを、移住・定住に繋げ、本市を客観的に見ることができるとともに、持続可能なコミュニティの形成にも寄与していくこととする。</p> <p>※芸術作品やプロジェクトの性質を表わす用語で、その場所に帰属する作品や置かれる場所の特性を活かした作品、あるいはその性質や方法を指す。（現代美術用語辞典）</p>		

	<p>1. 【北アルプス国際芸術祭アートプロジェクト強化事業】  アートディレクター北川フラム氏が手掛ける北アルプス国際芸術祭において、一層の知名度向上とインバウンドを含めた集客の向上を目指すため、これまで日本での展示がない著名な海外作家や実績のある一流作家を招聘し、アートの質を世界レベルに引き上げるとともに、新たにデザイナー皆川明氏をビジュアルディレクターに登用することにより、これまでノウハウや繋がりの無かった首都圏や海外への広報宣伝、海外商談などを展開する。また、多様な人々がアートと地域の融合を感じることができるようアートサイトのユニバーサル化を進める。</p> <p>2. 【信濃大町食プロジェクト】  地元郷土料理研究者と地元のお母さんたちによる、郷土料理と民話の語りをコラボさせた「おこひる（農作業の合間に食べる）公堂」の開設や地元菓子店等が新たに開発するスイーツと直売所がタイアップしたマルシェカフェの展開、地元・近隣高校生と一流シェフが協働し、地域食材と地元産ワインや地ビール、地酒などをマリアージュさせる「プレミアムダイニング」の開設などにより、地域の食のPRを強化し、継続的な誘客に繋げていく。</p> <p>3. 【美術館等ネットワーク事業】  松本市、安曇野市、池田町、松川村などの周辺市町村及び松本市美術館、豊科近代美術館、アートヒルズミュージアム、北アルプス展望美術館、安曇野ちひろ美術館などと連携し、アート巡りのツアー造成や相互販売協定などを行い、これまでに誘客できなかった層に対してのコンテンツづくりを強化する。</p> <p>4. 【SDGs 未来都市 官民協働による「みずのわプロジェクト」】  持続可能な地域としてSDGs 未来都市SDGs 共創パートナーシップにより育む「水が生まれる信濃おおまち」サステナブル・タウン構想の実現に向け、住民を巻き込み、100年先を見据えた「まち・ひと・しごとづくり」を実現する。</p> <p>5. 【移住者を中心とした新たな地域おこし団体育成事業】  これまでの移住者を含め、芸術祭やアーティストインレジデンスを契機に大町サポーターとしてクリエイティブな人材が少しずつ増えてきており、現任及び歴代の地域おこし協力隊も含め、地域のまちおこしを担う団体の設立を目指す。イベント、デザイン、誘客営業、広告宣伝など、地元事業者が行えなかった分野を担い、移住者の働く場のひとつとしていくとともに、一層の移住・定住促進を図る。</p>						
<p>累計 事業費</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="316 1742 837 1877"> <p>総事業費 272,407,023円</p> </td> <td data-bbox="837 1742 1117 1877"> <p>内訳 令和2年度 令和3年度 令和4年度</p> </td> <td data-bbox="1117 1742 1444 1877"> <p>70,290,480円 184,860,935円 17,255,608円</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="316 1877 837 2027"> <p>交付金充当額 20,889,915円</p> </td> <td data-bbox="837 1877 1117 2027"> <p>内訳 令和2年度 令和3年度 令和4年度</p> </td> <td data-bbox="1117 1877 1444 2027"> <p>8,642,390円 3,619,696円 8,627,829円</p> </td> </tr> </table>	<p>総事業費 272,407,023円</p>	<p>内訳 令和2年度 令和3年度 令和4年度</p>	<p>70,290,480円 184,860,935円 17,255,608円</p>	<p>交付金充当額 20,889,915円</p>	<p>内訳 令和2年度 令和3年度 令和4年度</p>	<p>8,642,390円 3,619,696円 8,627,829円</p>
<p>総事業費 272,407,023円</p>	<p>内訳 令和2年度 令和3年度 令和4年度</p>	<p>70,290,480円 184,860,935円 17,255,608円</p>					
<p>交付金充当額 20,889,915円</p>	<p>内訳 令和2年度 令和3年度 令和4年度</p>	<p>8,642,390円 3,619,696円 8,627,829円</p>					

(2) 令和4年度事業概要

申請年	3年目
本年度の位置付け	着地型コンテンツづくりによる魅力再生、地域再生の担い手育成、官民協働による地域再生の取組みを加速させる年。
本年度の事業内容	<p>1. 北アルプス国際芸術祭アートプロジェクト強化事業  <u>対象経費計 5,813,070 円</u></p> <p>(1) 広報宣伝費 5,813,070 円          国内外への広報宣伝のためのビジュアルディレクターの招聘や写真・動画編集による記録集制作</p> <p>ア. ビジュアルディレクター招聘 500,880 円          イ. アート映像・写真編集等 499,950 円          ウ. 記録集制作費 4,812,240 円</p> <p>2. SDGs 未来都市 官民協働による「みずのわプロジェクト」  <u>対象経費計 6,412,672 円</u></p> <p>(1) みずのわ月間 2,828,003 円          持続可能な地域として SDGs 未来都市構想の実現に向け、市民とともに持続可能なまちづくりを進めるため SDGs みずのわ月間として、様々な事業と連携を図り、取組みを広く市民へ周知、広報する機会とし、市民の参加気運の醸成を図る。</p> <p>《月間中》市内で開催される事業・イベントでの普及啓発活動。          《月間上旬から中旬》オープニングイベントの開催。「水とアート」をテーマにワークショップ等を開催し普及啓発を行う。また、中心市街地で開催することにより市街地の活性化を図る。          《中旬から下旬》「SDGs と水」をテーマにシンポジウムを開催、官民を交え経済、社会、環境の三側面から地域の持続可能性を語るパネルディスカッション等を企画。また、地域資源である「水」を活用したフェスティバルを開催し地域ブランドの振興により、認知度・魅力度の向上を図る。</p> <p>(2) プロジェクト広報宣伝 1,182,909 円          「みずのわプロジェクト」の活動を広く発信し、地域ブランド力の向上とともに、地域住民のシビックプライドの醸成を図る。また、広く発信しながら、プロジェクトへの新たな参加企業等を積極的に募集していく。</p> <p>(3) プロジェクト推進研究 2,401,760 円          産学官金の連携による「みずのわプロジェクト」の事業の推進にあたり、プロジェクトのサポートを行い、将来の大町市を見据えた様々な取組みなどの研究や意見交換をしながら事業の推進を図る。</p>

	<p>3. 移住者を中心とした新たな地域おこし団体育成事業</p> <p style="text-align: right;">対象経費計 5,029,916 円</p> <p>芸術祭を契機として全国から集まる大町サポーターの支援・交流、移住・定住セミナー、相談会。</p> <p>(1) 移住・定住セミナーの開催、相談会 1,476,399 円</p> <p>(2) 現地体験ツアーの開催 空き家バンク×農業体験 450,067 円 業務委託…イベント企画・イベント告知、参加者募集に係る情報発信、イベント運営・進行</p> <p>(3) メディア経由移住・定住促進情報発信 3,082,200 円</p> <p>(4) 移住者と地域住民との交流会 21,250 円</p>
本年度 事業費	総事業費 17,255,658 円
	交付対象事業費 17,255,658 円
	交付金充当額 8,627,829 円

(3) 重要業績指標 (KPI)

指 標	基準値 (事業開始前)	累積増加分 (最終年度末)	単年度増加分 (R4年度分)		累積増加分 (R4年度末時点)	
		目標値	目標値	実績値 (達成率)	目標値	実績値 (達成率)
観光入込客延数	28,379 (百人)	12,100	100	(4,845) (4,845%)	12,100	△5,418 (△44.8%)
移住・定住者数	323 (人)	170	70	94 (134.3%)	170	279 (164.1%)
県内知名度順位	15 (位)	5	1	(0) (0%)	5	(0) (0%)

(4) 事業の評価

評価	令和4年度(単年度)事業	
	B	A 地方創生に非常に効果があった C 地方創生に効果があった B 地方創生に相当程度効果があった D 地方創生に対して効果がなかった
効果	全体(3か年度)事業	
	B	A 地方創生に非常に効果があった C 地方創生に効果があった B 地方創生に相当程度効果があった D 地方創生に対して効果がなかった
効果	<p>●令和3年に開催した第2回芸術祭は、新型コロナの流行により海外や県境を跨ぐ旅行等が自粛されるなど様々な制限を受けるなかでの開催となった。観光需要の大幅な落ち込みにより誘客等への効果は限定的となったものの、当事業を活用した広報活動やコロナ感染対策等により、来場実人数 33,892 人の内、市内 23.5%、県内 46%、県外 30.5%となり、一定程度のひとの流れの創出につな</p>	

	<p>がったものと考えている。令和4年8月、令和6年（2024）に第3回となる国際芸術祭の開催を決定し、アフターコロナでの開催となる第3回に向け、さらに効果的な広報宣伝等に努め、コロナ禍により疲弊した地域活力の再生に向け、取組みを進めていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●令和4年度の「みずのわプロジェクト」事業において、みずのわシンポジウムでは約800名、コーヒーフェスティバルでは延べ8,300名の来場者があり、大町の水の魅力やSDGsの取組みを広く市内外へ周知、啓発することができた。本交付金を活用して、令和2年度に地域ポータルサイトの構築や同サイト内のECサイトからの特産品販売などにより情報発信環境を充実させ、また、新型コロナウイルスの流行が落ち着いてきた令和4年度には広報・啓発イベント等を行ったことにより、「水が生まれる信濃おおまち」のPRを通じて地域ブランドの魅力度向上に寄与することができた。（地域ブランド調査魅力度全国順位：2020年463位⇒2022年399位）</li> <li>●都市圏で開催された全国移住フェア等への出展や、地域資源を活かした山岳ファン層をターゲットとするシティプロモーションを積極的に行った。また、相談からつながった移住検討者を、現地体験ツアーや地域住民との交流の場に案内し、人と人が繋がることできるよう、導線づくりに努めた。コロナ禍により、全国的に高まった地方回帰への意識が、本市への移住に結びつくよう、粘り強く取り組んできたことから、移住者数とともに移住相談についても増加傾向にある。アフターコロナを見据えた特色ある取組みを工夫を凝らして進めていく。</li> </ul>
<p>前年度 委員会 意見への 対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●第5次総合計画基本構想では、まちづくりを担う「ひとづくり」に重点を置いている。芸術祭を通じ、市職員が市民や来場者と直接触れ合い、大町の良さを改めて実感することは通常業務では得られない体験と考えている。職員の一体感や資質の向上、人材育成の観点からも積極的な関わりが必要であり、職員負担の分散や役割の明確化を図りながら運営体制の強化を図っていく。また、県と県教委は、美術作品の鑑賞や演劇の体験といったアート・芸術の手法を教育現場で活かす事業を進めていくとのことであり、文化芸術の特性を子供の主体性、創造性の獲得へと繋げる試みは、県の第2次文化芸術振興計画においても重点施策に位置付けられている。このような動きもあることから、今後、様々な機関との連携を図りながら、地域のひとづくりに向けた取組みを進めていく。</li> <li>●市民参加と協働の取組みとして、令和5年度には他芸術祭視察や、新たにアートサイト、実行委員会の公募を進めるほか、市民の皆様が芸術祭を理解し、積極的に参加いただける環境づくりとして、多様な人々が関わり、協力し合い、この地域ならではの特色を活かしながら価値を共有し作り上げていくとの考え方のもと、地域協創セミナー「北アルプスまほろば塾」を開催している。この「まほろば」とは、素晴らしい場所、住みやすい場所という意味の古語であり、地域資源に焦点をあて、様々なゲストを迎え大勢の方に地域資源を知り、学んでいただく機会を創出していく場とする。</li> </ul>

(5) 次年度以降の取り組み

<p>今後の方針</p>	<p>A 事業の継続（計画通りに事業を継続する）          B 事業の発展（事業が効果的であったことから取組の追加等更に発展させる）          C 事業の改善（事業の効果が不十分であったことから見直し（改善）を行う）          D 事業の中止（継続的な事業実施を予定していたが中止する）          E 事業の終了（当初予定通り事業を終了する）</p>
<p>課題</p>	<p>●第2回芸術祭開催における評価・分析により見えてきた課題</p> <p>①市民参加と協働の取組み          新潟「大地の芸術祭」では、地域住民が作品制作や運営を行うなど、市民協働の取組みが進んでいる。当市でも八坂地域など、積極的な参画をいただく好例もあることから、市内全体へこれを広げることにより、市民が地域の魅力を再認識し、多様な人々が集い協働することで、活力と元気に満ち溢れた地域とひとつづくりを目指していく。</p> <p>②ボランティアサポーターの受け入れ          芸術祭を運営するうえでサポーターは大変重要な存在となることから、募集に向け様々な機会を捉えて情報を発信するとともに、サポーター自身がそのやりがいを SNS などで発信しながら、さらに交流の輪を広げていく機会の創出を目指していく。</p> <p>●みずのわプロジェクトは、継続して市民等への普及啓発に取り組むとともに、地域ブランド力の向上を図りながら、産学官金連携によるみずのわプロジェクトの行う事業に参加・協力する地域企業や団体等のステークホルダーの拡大を図る仕組みを構築することが必要である。</p> <p>●年々増加する移住者が、地域に溶け込めるよう、地域住民との交流機会の創出。</p>
<p>今後の取組み</p>	<p>●北アルプス国際芸術祭の開催を通じ、この地域や多様な資源、生活文化を知り、繰り返し訪れていただきながら、地域との交流による心からのおもてなしに触れ、大町市のファンになっていただき、この「認知・リピート・ファンづくり」が進み、最終的には「北アルプス国際芸術祭＝信濃おおまち」というような「ブランド」がより多くの皆様の心に形成されていくことを目指し、粘り強く取り組んでいく。</p> <p>●みずのわプロジェクトでは、継続して市民等への普及啓発活動として「SDGs みずのわ月間の開催や、地域資源である「水」を活用した地域ブランド振興により認知度・魅力度の向上を図る。また、水と人と地域の関わりの歴史などを後世に伝え、水資源の価値の再認識に繋げるため水環境資源の掘り起こしと整理を行い SDGs 学習旅行のコンテンツの増強や学習教材、観光客向けアプリの開発などにつなげる。</p> <p>●コロナ禍を契機として住む場所を選ばない新たな働き方が増える状況や、全国的な地方回帰のながれを捉えながら、地域住民とともに人とのつながりを大切にし、さらなる移住推進を図る。また、将来の移住に繋がるよう関係人口の創出にも努める。</p>

(6) 総合戦略推進委員会からの意見

意見	<ul style="list-style-type: none"><li>●コロナ禍で疲弊した地域経済や活力の再生に向け、北アルプス国際芸術祭は大変重要なイベントである。継続的な取り組みとなるよう、多くの地域住民を巻き込み、人材を活用するとともに、ボランティアサポーターや来場者が当市に定着するような取り組みを充実いただきたい。</li><li>●芸術祭をより多くの方に知っていただくには、これだけを見てほしいという作品、見るものの目を惹きつける、所謂「アイキャッチャー」となる作品の制作が重要となる。今後、インバウンドの回復も見込まれることから誘客促進に向け積極的にPRいただきたい。</li><li>●アートや芸術を体験することは、子どもの主体性や創造性の涵養に結び付ける重要な試みとして今後さらに必要となっていく。未来の人材育成の観点からも、アーティストと子どもたちの交流の機会の創出に努めていただきたい。</li><li>●「水」を活用したまちづくりとして、イベントやプロモーションに注力することは良いが、地域で行われる一斉清掃や森林整備も、水を保全するうえで重要な取り組みである。その活動を首都圏等に住む人に知らせることが、大町市が「水を大切にするまち」というPRになる。様々な観点から、市の魅力を広く伝えていただきたい。</li><li>●SDGs 推進にあたり、「水」以外の取り組みが見えにくい。SDGs の 17 のゴールは、水に関わるものではなく、経済・社会・環境などのあらゆる広範な課題の解決に向け、総合的に取り組んでいただきたい。</li><li>●移住、定住の促進では、アフターコロナにおいて芸術祭等を契機とした定住や関係人口の増加に向けた取り組みを強化し、芸術や水をテーマとしたセミナーなど連携した取り組みをしていただきたい。</li></ul>
----	---