

文化首都圏プロジェクト「はなやか関西～文化首都年～」の取組について

佐藤 幸浩¹・仲林 研²

^{1,2}近畿地方整備局 建政部 計画管理課 (〒540-8586大阪府大阪市中央区大手前1-5-44)

近畿圏広域地方計画では、関西に存在するわが国を代表する有形無形の資産（人・モノ・活動）『本物』を、保全・継承し、新たな地域づくり、ものづくり等において活用し、その成果をブランドとして発信することで、日本の文化首都となることを目指す「文化首都圏プロジェクト」が位置づけられている。「はなやか関西～文化首都年～」は、この文化首都圏プロジェクトにおいて位置づけられている「関西ブランドの創造」を実現する手段として、関西各地の「本物」を活用したブランド戦略の取組に対する連携促進・総合的支援モデルである。

キーワード 本物、関西ブランド、文化首都圏

1. はじめに

関西を取り巻く現状は、一部に明るい兆しが見えるものの、リーマンショック等により地域経済や雇用が悪化している状況にある。また少子高齢化や人口減少が加速し人材や企業の流出が加速している。そんな中でも輝き続け、自立的に発展できる関西、国と地方・官と民の適切な役割分担の基、各主体が緊密に連携・協働することにより関西が1つになる「知と文化を誇り力強く躍動する関西」を目指して、「近畿圏広域地方計画」が2009年8月に策定された。

近畿圏広域地方計画は、国土形成計画法に基づき近畿圏（滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県）を対象にした概ね10ヶ年の計画であり、目標達成のための7つの戦略と11の主要プロジェクトにより構成される(図-1)。

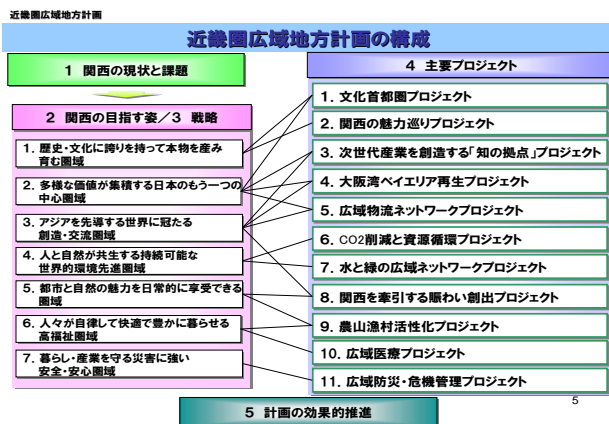


図-1 近畿圏広域地方計画の構成

その主要プロジェクトの1つに「文化首都圏プロジェクト」がある。関西は古くから都が置かれ日本の伝統的な歴史・文化・産業の拠点として発展してきた地域であり、そのような関西の強みである「本物」の文化を生かした取組を通じて、日本を代表する「本物」を大事にし、まちづくり・ものづくり・ひとづくりに活かし新たな「本物」を生み出す風土を醸成する(内部の求心力を高める)、また関西に特色のある資源を活かした広域的な取組を展開し、「本物」の魅力や美しさを国内外に発信し「本物」を求め訪れる人を増加させる(外部への訴求力を高める)ことにより、「文化首都圏・関西」を形成するというものである(図-2)。「はなやか関西～文化首都年～」とは、この文化首都圏プロジェクトを達成するための方法である。

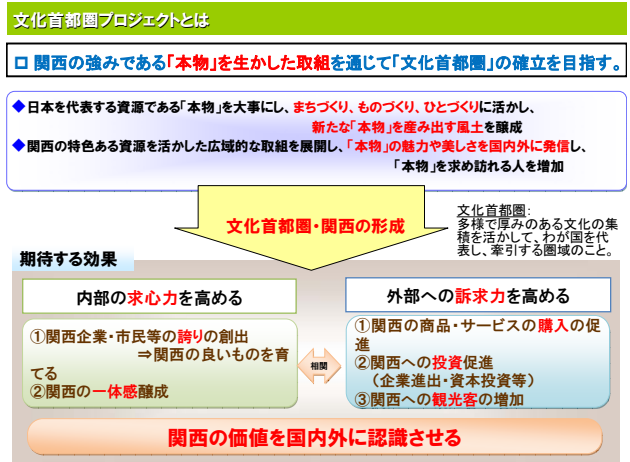


図-2 文化首都圏プロジェクトの概要

2. 「はなやか関西～文化首都年～」の取組

(1) 実施体制

「はなやか関西～文化首都年～」は、以下の体制により進められる(図-3)。

(a) 関西のブランド力向上推進のための準備会

(以下「準備会」という。)

関西のブランド力向上の取組の実施に向けた準備を行うことを目的として、2010年7月9日に設立された。府県・政令市・経済団体等・国の地方支分部局により構成される。

(b) 関西のブランド力向上推進有識者委員会

(以下「有識者委員会」という。)

関西のブランド力向上の取組に対する専門的見地からの各種助言や、取組テーマ及びテーマに関する参加団体の決定を行う。2010年9月2日組成。委員は以下の通りである(表-1)。

表-1 関西のブランド力向上推進有識者委員会委員

河内 厚郎	神戸夙川学院大学特任教授
坂上 英彦	京都嵯峨芸術大学教授
千田 稔	奈良県立図書情報館館長
橋爪 紳也	大阪府立大学特別教授
堀井 良殷	(財)大阪21世紀協会理事長
村田 省三	アートコポレーション(株)専務取締役

(c) 実行委員会

有識者委員会により決定されたテーマに対し、具体的な取組の検討や実施準備を行う。有識者、準備会構成機関及びテーマに対する参加団体の有志により構成される。

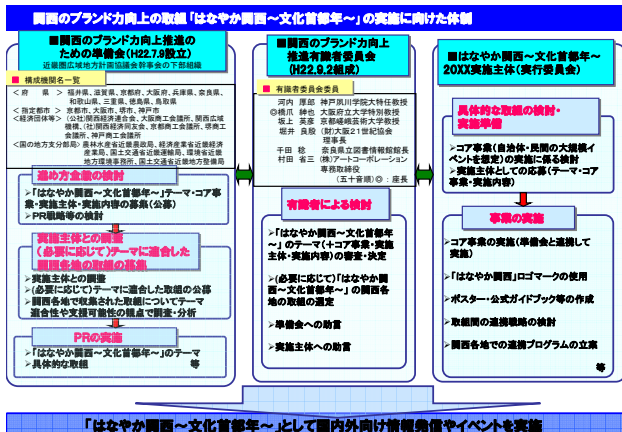


図-3 「はなやか関西～文化首都年～」の実施体制

(2) 2011年度(平成23年度)のテーマ

「はなやか関西～文化首都年～」のテーマは、毎年設定される予定である。関西には各地に「本物」を生かした取組が点在しているが十分に知られていない現状であり、そのような関西を源泉とする「本物」を毎年度取り上げ、各地域の取組をつなぎ国内外へ発信するとともに日本独自の文化を継承・

発展させていく取組が「はなやか関西～文化首都年～」である(図-4)。

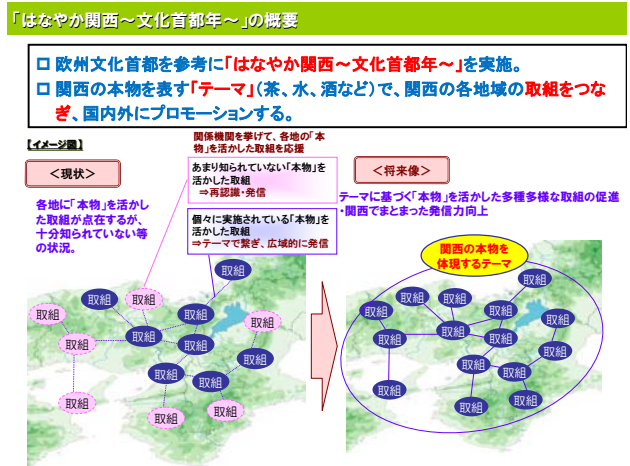


図-4 「はなやか関西～文化首都年～」の概要

初年度の取組となる2011年度(平成23年度)はモデル事業として「茶の文化」のテーマが設定された。日本の生活に深く根ざしている「茶の文化」は、千利休が大成した茶道をはじめ、茶器や茶菓子、茶花などその多くが関西にルーツがあり、茶の文化は現在の日本のもてなしの文化の起点とも言えるものである。

このモデル事業を実施するために、堀井良殷氏を委員長に、また寺本益英氏(関西学院大学教授)・岩崎正彌氏(皇學館大学准教授)をアドバイザーにして実行委員会を組成し、お茶にまつわる各地域の取組をつなぎ、国内外に発信していくための取組(以下「シンボル事業」という。)の実施及びその効果を検証することが決定された(図-5)。

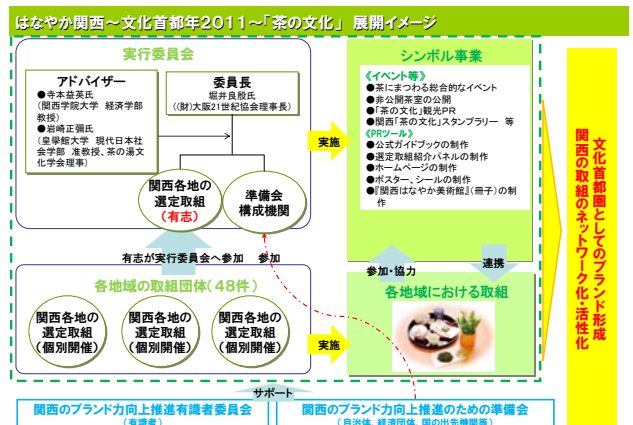


図-5 はなやか関西～文化首都年2011「茶の文化」

シンボル事業の主なプログラムは以下の通りである。

(a) PRツールの制作

- 公式ガイドブック及び「関西はなやか美術館」(冊子)の制作
- ホームページの制作
- ポスター等の制作 等

- (b) イベント等の実施
 - ・茶にまつわる総合的なイベント
 - ・非公開茶室の公開
 - ・「茶の文化」スタンプラリー 等

3. シンボル事業の実施

(1) PRツールの制作

「はなやか関西～文化首都年～」のホームページを制作し、「茶の文化」の情報発信を行った。また、核となる広報ツールとして「公式ガイドブック」及び「関西はなやか美術館」の冊子を作成し、各方面へ配付しイベント等の周知を行った(図-6)

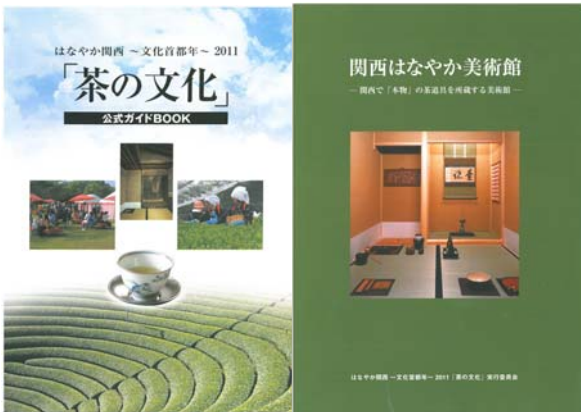


図-6 公式ガイドブック等の広報ツール

(2) イベント等の実施

(a) 茶にまつわる総合的なイベント

はなやか関西～文化首都年～「茶の文化」のシンボルイベントとして、千利休等、茶の歴史に大きく関わる大阪城を舞台とした総合イベント「はなやか関西茶会記-秀吉と利休の大阪城を舞台として-」(以下「はなやか関西茶会記」という。)をタイトルに2011年11月に3部構成で実施した。

■第1部 「黄金の茶室」プレビュー

大阪城天守閣にある「黄金の茶室」を使用し、茶道2流派によるデモンストレーション及び解説を以下の各対象者を招待し、披露することで国内外への情報発信を行った。

【第1夜】2011年11月4日(武者小路千家):対象者は抽選により決定した一般見学者30名

【第2夜】2011年11月9日(裏千家):対象者は関西領事館の総領事等

■第2部 「茶の文化」フォーラム

関西の本物である茶の文化や本物を活かした地域づくりについて各界有識者にご議論いただき、広く人々に知っていただくことで「文化首都圏・関西」の形成に向け「茶の文化」に関連する地域づくり活動の活発化や取組間の連携を力強く推進させることを目的に、2011年11月18日大阪歴史博物館にて実施した(図-7)。

図-7 「茶の文化」フォーラム概要

■第3部 関西大茶会

日本・関西の茶の文化を日本人・外国人に幅広く伝えることを目的に、2011年11月19日～20日の2日間にわたって大規模な茶会・茶マルシェ・茶の文化展(以下「関西大茶会」という。)を大阪城西の丸庭園及び豊國神社を使用し実施した。実施にあたっては、茶道流派や製茶会社、茶葉産地等、また茶道部等の学生の参画を得ながら、産学官連携して行った(図-8)。

図-8 大阪城を使用した関西大茶会

(b) 非公開茶室の公開

普段非公開の茶室を公開し、そこで茶のふるまいや茶の心の説明を行うことで、一般の方への「茶の心」の啓発を図ることを目的として実施した。その際、数寄屋建築の権威である中村昌生氏(京都工芸繊維大学名誉教授)による解説や周囲の寺社仏閣・庭、露地などの空間についても説明を行い、参加者が「茶の文化」に興味を持つような工夫も行った。

非公開茶室の見学ツアーは、2011年6月6日(大徳寺コース)、2011年10月5日(東山コース)、そして2012年2月24日(山崎コース)の計3回実施した(図-9)。



図-9 山崎コースの非公開茶室「妙喜庵 茶室待庵(国宝)」見学の様子

(c) 「茶の文化」スタンプラリー

関西各地の「茶の文化」ゆかりの地を巡り、関西の本物の資源のすばらしさ体験してもらうことで、関西のブランド力向上を目指すとともに取組に参加する各地の観光振興を図ることを目的として「茶の文化」スタンプラリーを2011年6月1日から2012年1月31日まで実施した(図-10)。



図-10 「茶の文化」スタンプ押印場所

4. 効果の検証及び課題の抽出

上記の様々なモデル実施に関して、以下の視点から効果の検証及び課題の抽出を行った(図-11)。



図-11 「茶の文化」効果の検証の視点

(1) モデル実施の効果について

(a) モデル事業として、各プログラムともに一定の成果を残せた

主要プログラムの参加者数は、「非公開茶室の見学ツアー」が延べ92名(3回計)、「茶の文化」フォーラムが71名、「関西大茶会」が6,287名(2日間計)であった(表-2)。

モデル実施として、各プログラムともに一定の成果を残すことができたと考える。

表-2 主要プログラムの参加者数

	参加者数
●非公開茶室の見学	延べ92名(3回計)
●「茶の文化」フォーラム	71名
●関西大茶会	6,287名(2日間計)

(b) 来訪者に「関西の文化」を知ってもらうきっかけとなった

「非公開茶室の見学ツアー」については、毎回、定員を大幅に上回る応募があった。中村氏による解説付きの見学は非常に好評であった。普段、見学できない茶室が見学できるとあって、茶の文化のコアなファンの参加が目立った。

「関西大茶会」については、初日は天候に恵まれなかったが、2日目は秋らしい晴天で多くの来場者があった(1日目・2日目、合計約6千名)。一般客でも気軽に参加できる茶道の流派による「茶会・野点席」は人気であり、普段、本物の茶の文化に触れる機会が少ない方々にとって、茶の文化を知ってもらう良い機会となった。また、ブースで、各地域の茶に関する様々な品(茶葉、茶菓子、茶道具、菊炭等)を販売する「茶マルシェ」では、商品が販売者の「こだわり」の説明つきで販売され、来場者の関心を引きつけた。大学生が茶の文化に関する企画・展示を行った「茶の文化展」では、茶の文化をテーマとした観光ルートや、茶の効能に関する研究など、幅広い視点から茶の文化を捉えた展示が非常に好評であった。

このように「関西大茶会」は、特に「茶の文化」のすそ野を一般客に広げることにより成果があった取組であったと言える。

その他、「茶の文化」フォーラム、公式ガイドブック、ホームページ、茶の文化スタンプラリー等の取組についても、関西の茶の文化に対する関心の向上に寄与する取組となったのではないだろうか。

(c) 地域のネットワーク形成に大きな成果

ひとつづくりの面からは、本事業の成果として多くの取組参加団体から「地域のネットワークが形成された」との評価があった。また第5回実行委員会（意見交換会）では、引き続きネットワークを継承するよう希望が出された。

このように本事業は、参加地域のネットワーク化に一定の成果があったと考えられる。

(d) 地域の認知度向上にも成果

取組参加団体からは、本事業が認知度向上に結びついたとの回答を多くいただいた。「はなやか関西茶会記」、「非公開茶室の見学ツアー」、「スタンプラリー」、「公式ガイドブック」、「関西はなやか美術館」など、本事業で行った全ての事業の総合的な効果と言える。

また、本事業をきっかけとした新たな空間利用に関しては、「非公開茶室の公開」や「はなやか関西茶会記」における大阪城・西の丸庭園の活用などが挙げられる。非公開茶室に関しては、これまで公開されていない茶室が公開された。大阪城・西の丸庭園については、会場を提供いただいた大阪市より「利活用が限定的な大阪城・西の丸庭園のポテンシャルが認知された」との回答があった。まちづくりの面からも、本事業において「地域の認知度の向上」の面で一定の成果を残すことができたと考えられる。

(e) 参加者の一部でものづくりに関する取組が生まれた

ものづくりの面で効果が大きかったのは、「関西大茶会」と言える。関西の茶の文化に関する様々な商品が大阪城に集結し、来場者に販売された。売り切れとなる出展者も多くみられるほど盛況であった。

風習として薄れつつある「茶がゆ」づくりを学生が行ったり、「はなやか関西」ロゴマークをイメージした創作「茶菓子」の開発なども行われるなど、「本物」を活かしたものづくりに対しても一定の成果を残すことができたのではないだろうか。

(f) 関係機関にも効果が

準備会構成機関へ行ったアンケートによると、モデル実施の効果について「他地域の資源・取組に対する認識が深まる」「他地域とのネットワークが形成される」との回答が多く得られた。アンケートの自由回答においても、「連携して取組を実施できたことは、関西の魅力をPRする上で非常に意味がある」「これだけたくさんの方々が参加したことは大きな成果」との回答があった。

また今回、形成されたネットワークについて、準備会

構成機関からも継承を希望する声もみられた。

(2) 課題の抽出について

(a) 継続性のある体制構築

「はなやか関西～文化首都年～2011 茶の文化」では、モデル実施ということもあり、実行委員会事務局（近畿圏広域地方計画推進室）がアドバイザーや有識者委員会委員、準備会構成機関等の協力を得ながらも、実質的に事業の企画・調整・実施や費用面で深く関与してきた。

しかし、関西が文化首都圏を確立していく上では、オール関西による自立した取組として推進される必要がある。そのためには文化首都年を一つのコンテンツにした旅行商品の開発など、旅行代理店や鉄道事業者などの民間事業者と協力しながら進めていくことも必要である。持続可能な運営形態について、引き続き検討していく必要がある。

(b) 形成されたネットワークの継承が課題

はなやか関西～文化首都年～は年度ごとにテーマが設定されるため、2011年度（平成23年度）のテーマである「茶の文化」はひとまず終了する。

しかし、第5回実行委員会（意見交換会）や準備会構成機関からはネットワーク継承の声が上がっており、またこのような取組は数年続けることにより効果が高まっていくと考えられることから、今後は取組参加団体を中心とした自主的なネットワークを形成していくための方策を検討する必要がある。

(c) 関西全体への広がりの中で課題

「はなやか関西茶会記」、「非公開茶室の見学ツアー」など、各プログラムに参加してもらった人々には概ね良い評価を得た。しかし、関西全体の視点から見ると、まちづくり・ものづくりの面では本事業をきっかけとして進んだ取組はかなり限定的であったのではないだろうか。「はなやか関西～文化首都年～」の取組に賛同する人々を増やし、取組を拡大していく必要がある。

そのためには、現在の実行委員会事務局（近畿圏広域地方計画推進室）が中心となった事業展開では限界があり、各地域の積極的な参加が必要となる。本事業への準備会構成機関及び各地域のより一層の協力が必要不可欠である。

5. 今後の展開について

(1) 関西が文化首都圏を確立することは「意義がある」との意見が大半

「はなやか関西茶会記」の来場者、「非公開茶室の見学ツアー」の参加者、取組参加団体、準備会構成機関から聴取したアンケートの全てにおいて、関西が文化首都圏を確立することに意義があるとの回答を得た。また、「はなやか関西～文化首都年～」の取組は関西の文化首

都圏を確立していく上での手段として、有効との回答も多くあった。

このような声を踏まえ、「はなやか関西～文化首都年～」は、引き続き PDCA サイクルにより取組を継続していくことが重要である。

(2) できることを着実に積み上げて実績を残す

今後、「はなやか関西～文化首都年～」のムーブメントを拡大していくためには、知名度を上げ、各テーマに対する取組を行っている団体が積極的に参加し、主体的

に事業提案し、参加団体同士でネットワークが生まれていくような体制づくりが必要となる。

そのためには、モデル実施により得られた課題を分析し、準備会構成機関、有識者委員会委員、実行委員会アドバイザー、取組参加団体がそれぞれ協力し、可能な限り資源を持ち出し、実績を着実に積み上げ、「はなやか関西～文化首都年～」の輪を広げていくことが重要である。

また、望ましい推進体制の構築に向けて、今後も様々な形態を試行・検証していくことが重要である。