

(様式 1 - 5)

新地町 地域魅力向上・発信事業計画に基づく事業 個票

令和 5 年 5 月 8 日時点

※本様式は 1 - 3, 1 - 4 に記載した事業ごとに記載してください。

NO.	2	事業名	アートの町『新地』創造・アートの魅力発信事業	事業番号	A - 2
事業実施主体	新地町	総交付対象事業費	20,372 千円		
既配分額		千円	当該年度交付対象事業費	20,372 千円	
経費区分ごとの費用					
一 地域の魅力向上・発信事業					
①情報発信事業					
小計 20,372 千円					
i) 風評動向調査 0 千円					
ii) 体験等企画実施 20,372 千円					
iii) 情報発信コンテンツ作成 0 千円					
iv) ポータルサイト構築 0 千円					
②外部人材活用					
i) 企画立案のための外部人材の活用					
ii) 地域の語り部の育成					
二 関連施設の改修					
地域の魅力発信事業と一体的に行うための関連施設の改修					
風評の払拭に関する目標					
・ 宿泊者数 5,830 人 (平成 22 年度比で 10%増加)					
事業概要					
事業実施主体	新地町				
主な企画内容	新地町ゆかりのアーティスト作品を活用したアートイベントを開催。インフルエンサーや SNS、CM や雑誌など活用して幅広く情報発信し、アートの魅力を体験できるツアーを実施。県外からの誘客を促進する。				
主な事業の実施場所	新地町				
事業の実施期間	令和 5 年度～令和 7 年度				
企画内容					
【現状・課題】					
《現状》					
本町においては、東日本大震災からの復興に向けて、常磐自動車道や福島復興道路など首都圏や仙台圏からの交通アクセスが充実する中で、津波被害を受けた沿岸部に施設や公園を整備し、釣りやキャンプが楽しめるアウトドアフィールドを展開している。また、町の顔でもある JR 新地駅前には、445 席のホールを有する文化交流センターをオープンし、コンサートやアート展が開催されるなど文化振興の新たな拠点となっている。					
《課題》					
・ 県外ではいまだに福島県浜通りへの風評被害が消え失せない中で、ALPS 処理水の海洋放出が開始されるため、新たな風評被害による誘客減少がさらに進むことが懸念される。					
・ 風評払拭のためには、実際に新地町を来訪してもらうことで町の魅力に触れ、現状と安全性を理解してもらうことが最も効果的であるが情報発信力の充実が課題である。デジタル配信を十分に活用し、多種多様な情報を効率的で効果的に広げていく必要がある。					
・ 「齋藤研」「志賀一男」「坂元郁夫」「星茂」など多くの画家たちが、地域で培った感性や感情を優れた表現力で描いた作品を残し、町内の各施設に収蔵されており、町では、こうした貴重な文化資源を地域の魅力として全国に発信し、新たな誘客コンテンツとして活用する必要がある。					

【課題に対するこれまでの取組と成果】

【課題に対するこれまでの取組】

- ・町ではこれまで「絵になるまちづくり推進事業」に取り組み、平成4年度より福島県地域振興事業補助金等を活用して、地元画家や招待作家によるアート展「現代の絵画展」「ふれあい版画展」「観海展」「吉川コレクションふれあい絵画展」を開催してきた。
- ・平成14年度から東日本大震災前までは、町出身の齋藤研画伯が中心となり地元企業や地元関係者の協力をいただき「新地ビエンナーレ」が開催され、魅力的な多数の作品を求め県外からもたくさんのアートファンが足を運んでくれた。
- ・町制50周年となる令和3年8月には、町文化交流センターにおいて、一般財団法人が主催し町後援による「我が愛する町 齋藤研の新地」展が10日間に渡って開催され、画伯の遺した82点にもおよぶ作品を目当てに多くの人々が訪れた。
- ・今年度、県の助成事業を活用して、古い公民館を改修整備し、町内に埋もれている数多くの芸術文化・歴史に関する作品等を収集させ、その作品に適した環境で保存管理を行いながら展示を行い、町の重要な文化歴史資源を広く発信し、アートを愛する人々が集い交流する拠点づくりを進めている。

【事業実施により得られる効果】

- ・県外よりツアーに参加し、実際に町に足を運んでもらうことで、町の現状と安全な環境について理解を深め、風評被害の払拭につなげる。
- ・モニターとなった参加者の事後調査により、課題の洗い出しと評価、解決へ向けた対策と改善を図り、今後の誘客促進につなげる。加えて、アートコンテンツを生かしてインドアスタイル層をターゲットに取り入れることで誘客の幅を広げる。
- ・アートという文化芸術を通して町を訪れることで、自然豊かで歴史ある新地の魅力も体感し吸収してもらい、デジタルを活用してその魅力や取組を効果的にPRし、全国に新地ファンを増やしていく。さらには、東日本大震災の画像や模型、震災年表なども同時に見てもらい、町が受けた地震と津波の被災の状況や、復旧復興の経過などを学んでもらうことで、震災の教訓を広く伝承していく。



【今年度事業における具体的な取組内容】

(1) アートイベントの開催

- ・実施期間：R5年11月頃 1回（9日間）開催
- ・実施体制：新地町、委託事業者（プロポーザル委託）
- ・概算費用：17,488千円
- ・事業概要
 - アートの町『新地』を創造するイベントの開催。町文化交流センターにて9日間開催。
 - 文化交流センター大ホールをメイン会場として、画家「志賀一男」、「坂本郁夫」、「星茂」など、新地町ゆかりのアーティストたちの作品を100点以上展示。図録を制作し、作品の特徴などを解説する。
 - 会場のロビー（ラウンジ）では、来場者へ町をPRできるような作品（町民や学生から応募いただいた、町の自然や風景を描いた絵画や写真など）も展示、同時に来場者投票による評価。
 - 画家たちによる講演会（3回）や、アートに関連する知名度の高い著名人によるトークイベント（1回）も開催。
 - 来場者が参加して作り上げる体験型イベントとして、講師を招いて町の特産品（イチジクやリンゴなど）を描くアート教室や版画体験を実施。
 - デジタルアーカイブを導入し、本イベントの作品の一部をデジタル資料として保存することで、IT技術を活用したコンテンツの常設を可能とし、今後バーチャル美術館としての展開へつなげていく。
 - イベント開催にあわせて、新地町の“食”を体感できるイベントを現地で開催。町商工会や町観光協会と協力して「食」のブースを出店し、県外から来場した方に実際に食べてもらい、新地町の食の安全性を知ってもらう。安全安心な新地の美味しいものを体感いただき、来場者にはSNS等で情報発信してもらう。
 - 県外からの誘客はモニターツアーを実施。参加者100名。1泊2日ツアー20名×5回実施。アートイベントへの参加のほか、「海と山と大空の美術展」と題し町内各所に設置するアート拠点（新地駅、くるめがすりの家、逆さいちょう、観海堂跡、鹿狼山、釣師浜、公民館、役場、公園、寺、神社、学校などへアート作品を展示）や、町内の画家のアトリエなどを、スタンプラリー形式で巡り歩きをする。防災緑地公園や役場展望ロビーも巡り、東日本大震災を伝えるパネルや模型・語り部などにより、震災を知るスタディツアーも組み入れる。また、新地ゆかりのアーティストたちが講師となる製作教室（水彩画、仏教画、版画）の体験や、町内施設にストリートアーティストやバンクシー的な風刺絵を描く体験も実施。参加者は町内ホテルへ宿泊、昼食は地元自慢の蕎麦や海鮮を堪能。直売所にて新鮮な地元農産物や特産品をPRしお土産を購入いただく。
ツアー誘客は宮城県仙台市から3回、山形県から1回、関東圏から1回とし、参加者を募集する。募集広報はタウン誌、テレビ、ラジオCM、地域タレント、広報誌、SNSを活用。申し込み時には、SNS発信やフォローを参加条件とする。モニターとなった参加者の事後調査（アンケート）を実施、課題の洗い出しと評価、課題解決へ向けた対策と改善につなげる。

(2) アーティストやインフルエンサーによる新地体験ツアーの実施

- ・実施期間：R5年9月頃 1泊2日の1回
- ・実施体制：新地町、委託事業者（プロポーザル委託）
- ・概算費用：2,884千円
- ・事業概要
 - アートイベントに先駆けて、アーティスト、有識者、インフルエンサー、youtuber、先進地区、ITエンジニアなどを一同に集めて「アートの町新地創造に向けたワーキンググループ（仮称）」を立ち上げる。新たなアートという価値を共に創りあげるタスクフォースによって、迅速にかつ戦略的に事業を推進し、アートの町新地の礎を作る。
 - ワーキングメンバー20名程度による新地体験ツアーは1泊2日において開催し、そのツアーの中で町内現況を調査し検証したうえで、事業推進に向けて計画から実行までのプランづくりを行う。
 - 県外向けのPR戦略を策定し、インフルエンサーやYouTuberの発信力を最大限に活かして、アートの町『新地』を効果的に情報発信していく。



【今年度事業における目標】

【アウトプット】

- ・アートイベントの開催 1回
- ・モニターツアーの実施 1泊2日を5回（交通費は宿泊者負担）
- ・アーティストやインフルエンサーによる新地体験ツアーの実施 1泊2日を1回
- ・インフルエンサー活用による情報発信
- ・CM放送や雑誌掲載による広告発信
（ラジオCM告知・紹介5回、情報誌掲載1回、ポスター100枚、SNS発信10回以上）

【アウトカム】

- ・モニターツアーへの参加者100人 アンケート回収100%
- ・アートイベント来場による県外からの誘客 3000人

【今年度、事業の実施により得られる効果】

- ・町の文化資源を新たな誘客コンテンツとして造成することにより新地町の魅力が向上
- ・アートの町「新地」を効果的に情報発信することで町の認知度がアップ
- ・県外から来て見て体験することで、町の現況や安全性が理解され、風評払拭を促進

【次年度以降の取組】

本事業は継続して実施をし、アートの町としてイベントを定着させると共に県外へ安心・安全をPR。次年度は、町出身の建築家である遠藤新の作品をメインにしたイベントを実現する。今年度モニターツアー参加者の事後調査（アンケート）結果を基に、ワーキンググループにおいて課題の洗い出しや評価検証を行い、より誘客効果の高い情報発信とイベントになるよう磨き上げを行う。アートの町新地創造に向けたワーキンググループを中心に数年かけて常設展示への礎をつくり、現在整備中のアート収蔵展示館での常設展示の骨格を重ねていく。デジタルアーカイブを活用してイベントの作品の一部をデジタル化し、バーチャル美術館としての展開も可能としていく。