

【号数等の異なる雑誌の東京山梨県一巻】

雑誌の号数等の異なる雑誌の東京山梨県一巻

表紙の番号

雑誌名	号数
山梨県新聞	第1号
山梨県新聞	第2号
山梨県新聞	第3号
山梨県新聞	第4号
山梨県新聞	第5号
山梨県新聞	第6号
山梨県新聞	第7号
山梨県新聞	第8号
山梨県新聞	第9号
山梨県新聞	第10号
山梨県新聞	第11号
山梨県新聞	第12号
山梨県新聞	第13号
山梨県新聞	第14号
山梨県新聞	第15号
山梨県新聞	第16号
山梨県新聞	第17号
山梨県新聞	第18号
山梨県新聞	第19号
山梨県新聞	第20号

【 参 照 資 料 】

山梨県新聞

- 山梨県新聞
- 山梨県新聞
- 山梨県新聞
- 山梨県新聞

【第一期松山市文化芸術振興計画の振返り】

第一期計画では、下記の体系の下に事業を実施しています。

<5つの視点>

視点	方針
①文化芸術を知る	文化芸術を知る
	文化芸術を観る
	文化芸術を体験する
	文化芸術を受け継ぐ
②文化芸術を生み出す	文化芸術活動に参加する
	文化芸術を創造する
	文化創造の場に参加する
	文化創造活動に強くなる
③個性的な文化芸術を磨く	俳句やことば文化を研究する
	松山の文化芸術を学ぶ
	俳句を軸としたことば文化を磨く
	個性ある文化を発信し、世界に貢献する
④文化創造のまちをつくる	文化芸術回遊型のまちを学び楽しむ
	文化芸術で産業が活性化する
	生活の中に文化芸術を実感する
⑤文化創造の人をつくる	文化芸術を支援する
	文化芸術でつながる
	まつやま文化創造人になる

<3つの戦略>

- ①総合情報戦略 ～文化芸術情報を収集し提供する～
- ②文化創造戦略 ～新たな文化創造の仕組みを構築する～
- ③ことば文化発信戦略 ～全国や世界に向けた文化発信を行う～

<5つの視点>

視点①文化芸術を知る

(1) 取組方針

- ・歴史や伝統があることや芸術的に秀逸であることなどの優れた文化芸術や個性的な文化芸術があっても、そこに住む人々が知らなければ価値が薄れてしまいます。市民が鑑賞の機会などを通じて文化芸術に触れ、その価値を理解して初めて文化芸術が保護・保存されるとともに後世へ継承されていきます。

(2) 数値目標

数値目標	平成 26 年度	現状値		目標値
		コロナ以前	コロナ禍	
文化芸術を鑑賞する市民の割合 (%)	63.5	72.6	51.1	75

(3) 主な取組内容

1. 文化芸術を知る

- ・「坂の上の雲ミュージアム通信 小日本」や「子規博だより」、「文化情報松山 きらめき」などを発行し、調査研究の成果や活動内容、資料の紹介などの情報発信を広く行っています。

2. 文化芸術を観る

- ・市民参加型の「市民ミュージカル」を開催し、鑑賞環境の充実を図っています。
- ・「星の音楽会 幼児と楽しむクラシックコンサート」などの子育て中の家族や親子が共に楽しむイベントなどを開催しています。

3. 文化芸術を体験する

- ・「まつやま小中学生文化体験学習事業」や「キッズジョブまつやま」を開催し、小中学生をはじめとする子どもたちに、多様な文化芸術活動の体験機会を提供しています。
- ・「伝統文化こども伝承事業」を実施し、特に鑑賞や体験したい割合が低い能楽や伝統芸能の体験機会を拡充しています。
- ・「川柳吟行」や「ゴスペル教室」、「陶芸教室」などの市民が気軽に参加できる多様な文化芸術の取組を行っています。

4. 文化芸術を受け継ぐ

- ・「子規記念博物館」や「坂の上の雲ミュージアム」などで、松山ゆかりの貴重な文化資源を収集・収蔵・記録して一般に公開するとともに、後世へ伝える取組をしています。

(4) 今後の方向性

- ・引き続き、官民主権の違いにかかわらず、鑑賞環境の充実を図っていくことが必要であり、情報の提供・発信や身近な文化芸術活動を促進することが大切です。
- ・博物館や文化施設での収蔵・記録等に加えて、デジタルアーカイブを活用するなどして文化芸術資産のデジタル化を推進し、松山ゆかりの貴重な文化芸術資産を収集・収蔵・記録し、後世へ伝えていくことが必要です。

視点②文化芸術を生み出す

(1) 取組方針

- ・表現者の自由な創造には、自立した個人や団体によって表現されることと、行政や企業による活動を支援する考え方が必要です。また、新たな創造（表現）は多様な文化芸術から生み出されます。
- ・文化創造（表現）には、文化芸術の多様性に加えて多様な文化芸術の情報を交換できる場が必要です。この多様性は文化芸術の種類だけではなく、子どもや高齢者、障がい者などの表現する人の多様性も含みます。
- ・新たに生み出された文化芸術を評価する機会が与えられ、適切な支援や活用がされることで、創造活動（表現活動）の更なる活性化が図られる可能性があります。

(2) 数値目標

数値目標	平成 26 年度	現状値		目標値
		コロナ以前	コロナ禍	
創造活動をする市民の割合（％）	25	36.7	27.9	30

(3) 主な取組内容

1. 文化芸術活動に参加する
 - ・「松山ブンカ・ラボ」の取組や「松山シルバーコーラス」、「市民ミュージカル」などの、文化芸術活動に興味を持った人が気軽に参加できる機会を提供しています。
2. 文化芸術を創造する
 - ・「松山市民文化祭」を開催して文化創造への機運を醸成しています。
3. 文化創造の場に参加する
 - ・「松山市民文化祭」や「地球人まつり」などを開催して多様な人に発表機会を提供しています。
 - ・「松山市文化協会」や「(公財)松山市文化・スポーツ振興財団」、「松山ブンカ・ラボ」のウェブサイトなどを活用して、文化芸術活動の情報や交流の場などを提供しています。
 - ・「松山市民会館」や「北条ふるさと館」、「松山市総合コミュニティセンター」の管理運営を行い、文化芸術の練習や発表をする機会の提供を充実させています。
4. 文化創造活動に強くなる
 - ・「松山市文化協会」と「(公財)松山市文化・スポーツ振興財団」の運営補助や「文化創造支援事業」を行い、文化団体相互の連携を図っています。

(4) 今後の方向性

- ・文化芸術活動への支援制度の整備や文化団体の活性化を図り、更なる文化芸術活動の推進に取り組む必要があります。
- ・文化施設だけではなく、文化芸術活動の相談ができる場所や人などの拠点づくりが重要です。
- ・文化芸術の支援につなげるために、文化芸術に関わる人材の育成が必要です。

視点③個性的な文化芸術を磨く

(1) 取組方針

- ・江戸時代から奨励された能や茶道、俳句は、現在も脈々と市民に受け継がれています。特に俳句は、まちづくりの一環としても欠かせない存在です。また、本市は俳句や文学などの「ことばのちから」によるまちづくりの一連の取組や文化資源が評価されて文化庁長官表彰を受賞するなど、俳句やことばのまちとしての個性が全国的に認められています。

(2) 数値目標

数値目標	平成 26 年度	現状値	目標値
文学を鑑賞・体験したい割合 (%)	7.6	11.3	10

(3) 主な取組内容

1. 俳句やことば文化を研究する

- ・「子規記念博物館企画展示事業」や坂の上の雲ミュージアムの各種事業などによって俳句やことば、松山固有の文化を研究するとともに、展示などを通して成果を伝えています。

2. 松山の文化芸術を学ぶ

- ・「ふるさとふれあい塾」や「大学連携市民講座」、「カルスポ公開講座」などを実施して、松山の文化芸術を知る機会を提供しています。

3. 俳句を軸としたことば文化を磨く

- ・「群読コンクール」の実施や「俳句ポスト 365」の運用などを通して、俳句やことば事業から生まれた文化を磨いています。
- ・「糸瓜忌」や「正岡子規誕生祭」などを通して、正岡子規を身近に感じてもらい、その世界観を感じてもらっています。

4. 個性ある文化を発信し、世界に貢献する

- ・「俳都松山宣言」を行い、俳句のまちの魅力向上のために取り組んでいます。
- ・「俳句甲子園全国大会」や「子規顕彰全国俳句大会」、「野球拳全国大会」など開催して、ことば文化や郷土芸能を全国に向けてPRしています。
- ・「俳句ユネスコ無形文化遺産登録推進協議会」へ参加して「HAIKU」の知名度を高め、世界にことば文化を発信しています。

(4) 今後の方向性

- ・俳句やことば事業から生まれた個性ある文化は本市にとって貴重な宝です。
- ・松山特有の俳句やことば事業から生まれた個性的な文化を全国や世界に向けて発信していくことが重要です。
- ・俳句やことば以外の松山の文化芸術や地域文化資源を再発見・活用していく必要があります。

視点④文化創造のまちをつくる

(1) 取組方針

- ・文化芸術は豊かな人間性や他者と共感しあう心を育むとともに、昨今では、地域の様々な課題の解決手段として活用されています。本市でも、観光誘客や関係人口の拡大を図るために道後オンセナートや道後アート、俳句をいかした観光プログラム、主要商店街入口の景観デザインなどの観光やまちづくりに文化の持つ力が発揮されています。

(2) 数値目標

数値目標	平成 26 年度	現状値	目標値
松山市を文化的なまちだと思ふ市民の割合 (%)	49.6	74.8	55

(3) 主な取組内容

1. 文化芸術回遊型のまちを学び楽しむ

- ・「県指定史跡庚申庵活用事業」や「一草庵公開活用事業」などによって地域固有の建物や場所の再発見と活用を促進しています。
- ・『坂の上の雲』のまちを歩こう」などによって小説『坂の上の雲』ゆかりの地域資源や文化財等を回遊するまちづくりを行っています。

2. 文化芸術で産業が活性化する

- ・「未来へつなぐ道後まちづくり事業」などによる観光誘客やブランド力の向上を図っています。

3. 生活の中に文化芸術を実感する

- ・「街はことばのミュージアム」を行い、ことば文化を体感できるまちづくりを行っています。
- ・「松山市美しい街並みと賑わい創出事業補助金」で、民間によるまちづくりに貢献する施設整備に対して支援を行うことで、文化芸術をいかした官民連携のまちづくりを推進して美しい街並みや賑わいの創出を図っています。
- ・創造都市を目指し、官民学が連携して愛媛大学の寄附講座「松山アートまちづくり寄附講座」を実施しています。

(4) 今後の方向性

- ・引き続き、松山アーバンデザインセンターなどと連携して地域の文化資源にも着目した取組を行うなど、文化芸術を感じるまちづくりを推進していくことが大切だと考えます。
- ・高齢者や障がい者などが健康で生きがいを持った生活を送ることができるように、文化芸術による相互の交流を図ることが必要です。
- ・交流・関係人口の拡大や産業経済の活性化などの地域の課題解決のために文化芸術を活用していくことが期待されます。

視点⑤文化創造の人をつくる

(1) 取組方針

- ・文化芸術の諸活動は人が行うものであり、多様な人々が参加して成立しています。
- ・文化創造に積極的に関わる人や機関を見つけてつなげていくとともに、市民参加も含め、関わる人材を増やしていくことが求められます。

(2) 数値目標

数値目標	平成 26 年度	現状値		目標値
		コロナ以前	コロナ禍	
創造活動をしたことがない人の割合 (%)	38.8	56.3	64.0	33

(3) 主な取組内容

1. 文化芸術を支援する

- ・「ボランティアセンター」などを通して、ボランティアで文化活動を支えたい人に情報提供等を行っています。
- ・「俳句ポスト事業」を通して、台北市と本市の学生の交流を図り、国内外で松山文化を PR しています。

2. 文化芸術でつながる

- ・「松山ブンカ・ラボ」などによって文化創造活動や人材、地域との関わりなどを支援しています。
- ・「座朱薬プロジェクト」によって地域の文化資源を掘り起こすと同時に、ウェブサイトで様々なジャンルをまたいだ作品の発表や意見交換ができる場を提供しています。

3. まつやま文化創造人になる

- ・「松山ブンカ・ラボ」のウェブサイトイベント情報の提供やアーティスト・文化団体の特集記事の掲載を行うなど、ロールモデルの情報を提供しています。
- ・「ことばのちから実行委員会」設立 20 年をきっかけに、ユニバーサルデザインの観点からことばのちからのロゴマークを新たに作成してことば文化を発信しています。

(4) 今後の方向性

- ・文化芸術の創造活動（表現活動）を自分のこととして考えるきっかけとなるように、文化芸術に関する情報をウェブサイトや SNS など活用して広く市民に提供していく必要があります。
- ・情報発信をするだけでなく、個人と個人、個人と団体、団体と団体をつなぐなど、ネットワークの拡大を図り文化芸術に関わる人を増やすことで、「市民全員がまつやま文化人」という将来ビジョンに近付くことを目指します。
- ・文化芸術を活用した国際交流の促進などが必要です。

<3つの戦略>

①総合情報戦略 ～文化芸術情報を収集し提供する～

(1) 取組方針

- ・本市や文化団体などの文化芸術事業の開催予定をはじめ、アーティストバンクや文化団体の情報などを網羅した情報を収集・提供する総合情報サイトを、ウェブサイトやSNSなどの効果的な発信方法を検討しながら戦略的に構築します。

(2) 主な取組内容

- ・「松山ブンカ・ラボ」のウェブサイトでのイベント情報の提供やアーティスト・文化団体の特集記事の掲載、文化的人材や団体の紹介によってロールモデルの情報を提供してきました。
- ・「松山ブンカ・ラボ」はウェブサイト以外にも、SNS やメールマガジンを活用して情報を提供しています。
- ・市民が気軽に参加できる多様な文化芸術の取組は行っていますが、実演による情報提供を行う「文化活動見本市」の実施には至りませんでした。

②文化創造戦略 ～新たな文化創造の仕組みを構築する～

(1) 取組方針

- ・特徴的で多様性に富み、活力ある豊かな創造都市に向けては、古くからある特徴的な文化芸術の継承や現在ある文化芸術の保護に加えて、新たな文化創造の仕組みを構築することが必要です。
- ・産業や福祉などの分野に文化芸術を取り入れることで、文化芸術が息づいたまちづくりを推進するなど、様々な分野への文化芸術の活用を推進していきます。

(2) 主な取組内容

- ・文化芸術の創造者（表現者）の自主性の尊重と、その能力を最大限発揮できるような支援に加えて、新たな文化創造を評価する機会を提供するために、「松山ブンカ・ラボ」や「松山市民文化祭」、「松山市文化協会」への支援などを行っています。
- ・さらに、「未来へつなぐ道後まちづくり事業」では観光誘客やブランド力の向上を図るほか、小説『坂の上の雲』ゆかりの地域資源や文化財等を回遊するまちづくりを行い、様々な分野への文化芸術の活用を推進しています。

③ことば文化発信戦略 ～全国や世界に向けた文化発信を行う～

(1) 取組方針

- ・俳句や文学で育まれた松山の特徴あることば文化を、市民が学び広く発信していきます。
- ・俳句を軸としたことば事業を本市の文化芸術の先導的な取組として展開し、関連自治体とも協力しながら全国や世界へ向けて情報を発信することで認知度の向上とことば文化の普及を図ります。

(2) 主な取組内容

- ・ことば文化を広く発信するために「俳都松山宣言」を行い、俳句のまちの魅力向上に取り組んでいるほか、「俳句甲子園全国大会」や「子規顕彰全国俳句大会」などを開催することで、全国に向けてことば文化を発信しています。
- ・市内の外国人に松山ならではの文化体験を提供し、体験した外国人を松山文化アンバサダーに任命することとし、台湾大学と俳句を通じた交流を進めていますが、コロナ禍の影響などもあり、アンバサダーの任命には至りませんでした。

【第二期松山市文化芸術振興計画 策定懇話会】

◆目的：

第二期松山市文化芸術振興計画の策定に当たり、松山市の文化芸術振興の在り方等について外部有識者等から広く意見を聴くため、懇話会を開催。

◆期間：

令和4年7月～令和5年3月（全4回開催）

◆開催状況：

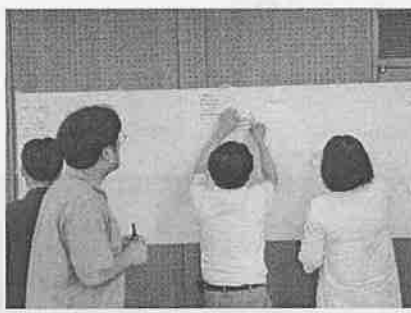
<第1回>

- ・開催日：令和4年7月15日（金）
- ・開催場所：市役所別館
- ・内容：懇話会メンバー紹介

第一期計画に基づく事業等の説明

意見交換のためのワークショップ

市民意識調査に基づく課題の抽出や大きな視点からの文化の課題などをワークショップで抽出、共有しました。



<第2回>

- ・開催日：令和4年9月22日（木）
- ・開催場所：市役所本館
- ・内容：第一期計画の振り返り

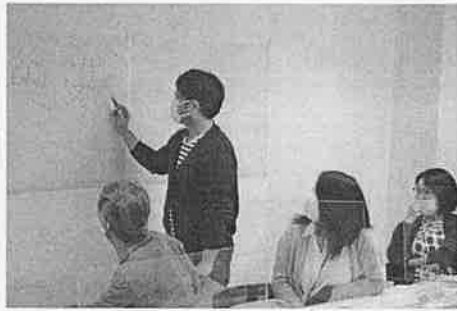
第二期計画の基本目標、取組（案）について

第二期計画の目標（案）や取組についての意見交換、ならびに、具体的取組の提案などを行いました。



<第3回>

- ・開催日：令和4年11月8日（火）
- ・開催場所：坂の上の雲ミュージアム会議室
- ・内容：第二期計画の新たな取組について
第二期計画の具体的な施策（案）について
第二期計画の基本目標1～4に対する意見交換などを行いました。



<第4回>

- ・開催日：令和5年3月3日（金）
- ・開催場所：坂の上の雲ミュージアム会議室
- ・内容：第二期計画（案）の修正について
第二期計画の推進のための意見交換などを行いました。



【文化をつくるワークショップ】

松山ブンカ・ラボのプログラムで、「文化芸術振興」について学び、対話を通して、市民の手で計画をいかしていくための方策などを考えるため、ワークショップを行い、第二期計画の策定にあたり、参考意見としました。

回	年月日	場所	参加者
第1回	令和3年 10月15日	坂の上の雲ミュージアム	25名
第2回	11月19日	坂の上の雲ミュージアム	23名
第3回	12月17日	坂の上の雲ミュージアム	18名
第4回	令和4年 5月11日	坂の上の雲ミュージアム	19名
第5回	5月18日	坂の上の雲ミュージアム	19名
総参加者			104名

松山文化芸術振興計画

シリーズ

これまでとこれからの松山の文化を考えよう

文化をつくるワークショップ 15回

松山文化芸術振興計画ってなに？

10-15, 11-19, 12-17, 1-28, 3-4

13:00-21:00

行政・財団、文化施設で働く人、学生、市民のための

文化芸術振興入門

11-20, 12-18

13:00-17:00

会場 坂の上の雲ミュージアム 企画室 3F

松山大学 社会情報学部

文化をつくるワークショップ 15回

松山文化芸術振興計画ってなに？

10-15, 11-19, 12-17, 1-28, 3-4

13:00-21:00

行政・財団、文化施設で働く人、学生、市民のための

文化芸術振興入門

11-20, 12-18

13:00-17:00

会場 坂の上の雲ミュージアム 企画室 3F

松山大学 社会情報学部

お問い合わせ 伊藤由貴 yuki@shimane-u.ac.jp

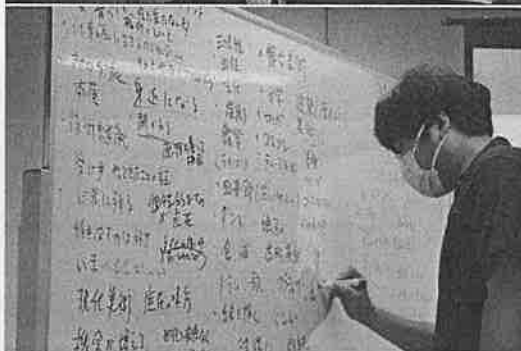
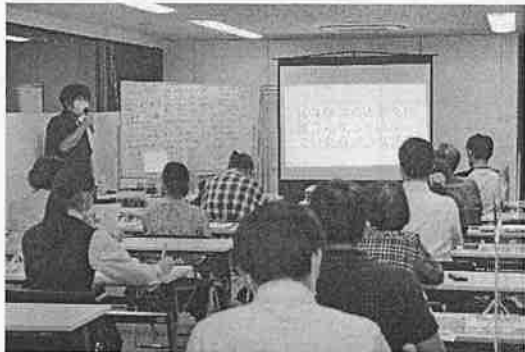
707-1101

伊藤由貴

松山大学 社会情報学部 准教授

(1) 第1回

「あなたの好きな文化はなにか?」「好きな文化が10年後どうなっていたらよいか?」という質問を切り口に、参加者同士の対話と発表を行いました。



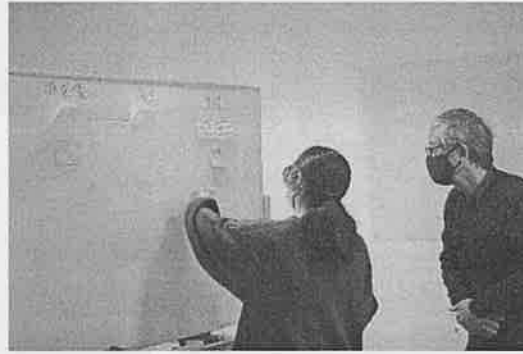
(2) 第2回

参加者から出た「気になる社会課題」を分類し、各々のテーマについて、グループごとに対話をしました。また、ゲストの文化政策研究者・伊藤裕夫さんから、社会課題と文化芸術の関わり の事例として、過去に静岡県浜松市で実施したプログラムの解説がありました。



(3) 第3回

4つの自治体の文化芸術振興計画の構造や各市が大切にしている点を解説。計画の仕組みを説明したうえで、松山市の第二期計画に盛り込みたい点について、参加者各自が考え、グループごとに意見交換し、発表しました。発表された意見を、現状把握・将来像・視点・手段の4つに分類し、次回以降掘り下げていくこととなりました。



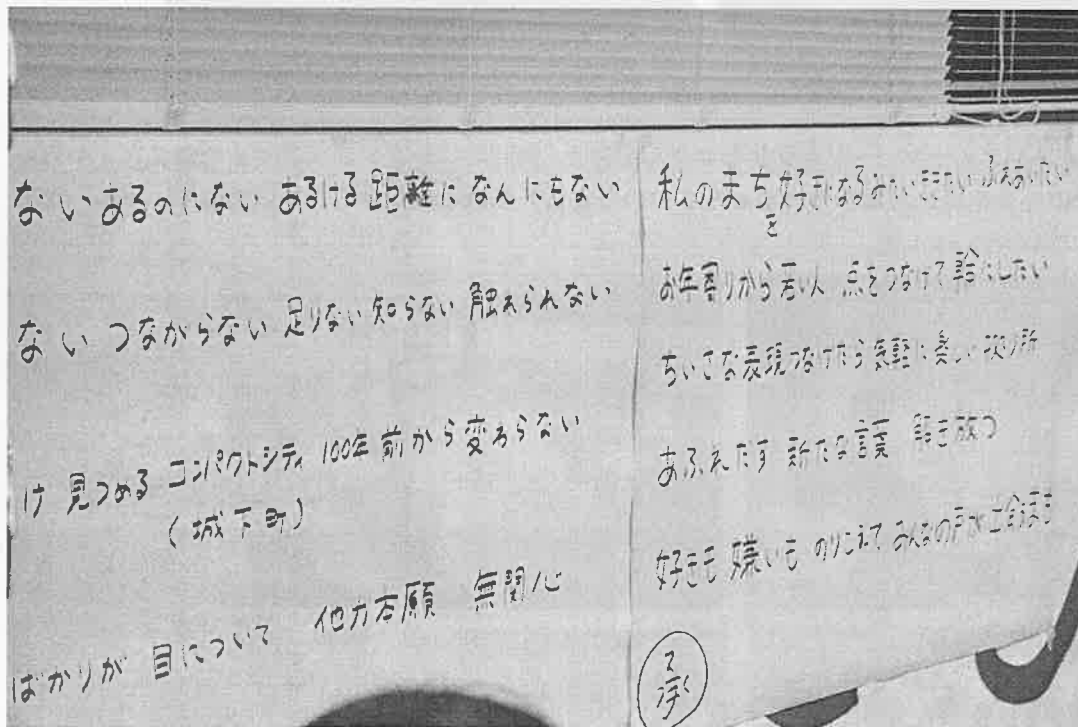
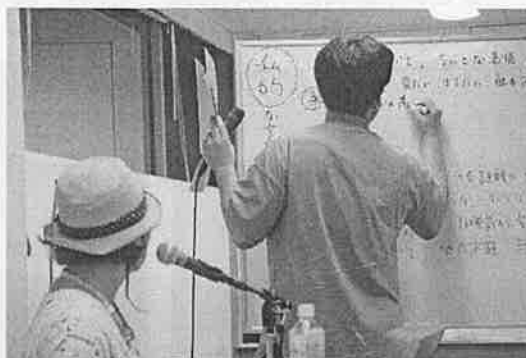
(4) 第4回

ゲストにボイスパーフォーマー・中ムラサトコさんを迎え、前回のワークショップで出した意見などから、「10年後の松山の文化はこんなふうになったらいいな宣言」の歌を創作することに決まり、グループに分かれて意見交換を行いました。



(5) 第5回

前回から引き続き、参加者から集めた文化芸術に関する意見をもとに、歌詞を考えました。現在の松山の文化芸術を再考し、参加者同士の意見や発想を組み合わせた歌詞が出来上がりました。



【松山市文化芸術に関する市民アンケート調査結果からの特徴】

第二期計画を策定するに当たって、これまでの本市の取組の満足度や第一期計画の検証、市民の文化芸術に関する考えを把握するため、「松山市文化芸術に関する市民アンケート調査」を実施しました。

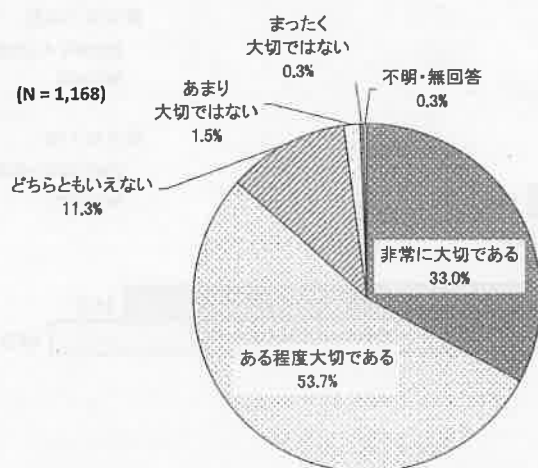
- 調査対象者：18歳以上の松山市在住の市民2,500人
- 調査期間：令和4年5月16日（月）～令和4年6月6日（月）
- 調査方法：郵送による配布・回収及びインターネット回答

調査対象者数 (配付数)		有効回収数	有効回収率
全対象者	2,500	1,168	46.7%
【性別回収状況】 ※不明・無回答を除く			
男性	1,251	484	38.7%
女性	1,249	654	52.4%
無回答		30	
【年齢別回収状況】 ※不明・無回答を除く			
18～19歳	55	20	36.4%
20歳代	352	103	29.3%
30歳代	419	163	38.9%
40歳代	428	208	48.6%
50歳代	414	198	47.8%
60歳代	423	248	58.6%
70歳以上	409	225	55.0%

(1) 文化芸術活動の推進及び支援について

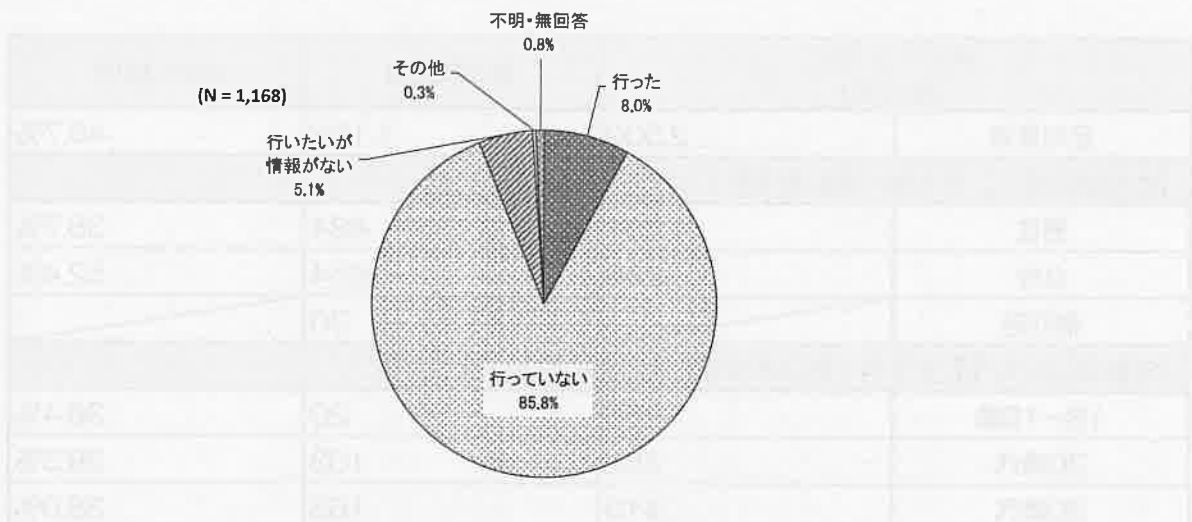
◆アンケートで文化芸術を体験することや、文化芸術活動をするということについてどう思うかを質問したところ、全体では「非常に大切である」が33.0%、「ある程度大切である」が53.7%となっています。市民の約8割以上が、文化芸術活動は大切であると考えており、文化芸術に寄せる意識は高いことがうかがえます。

(図1) 文化芸術を体験することや文化芸術活動をするということについて



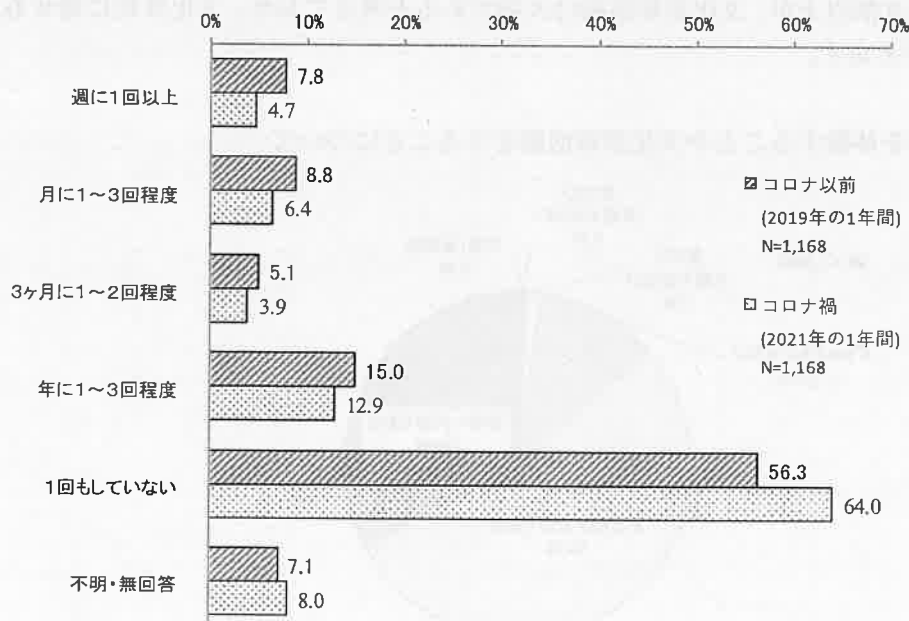
◆過去1年間の文化芸術活動への支援状況についてみると、「行っていない」が85.8%と最も高く、「行った」と答えた市民は8%にとどまっています。一方で「行いたい情報が無い」と回答した市民も一定数おり、情報を得る際の格差を作らないようにするための取組が求められます。

(図2) 過去1年間に、文化芸術活動への支援を行ったか
例) 文化施設のボランティア、子どもの文化体験支援、音楽祭の手伝い、寄附やクラウドファンディング等の金銭的支援など



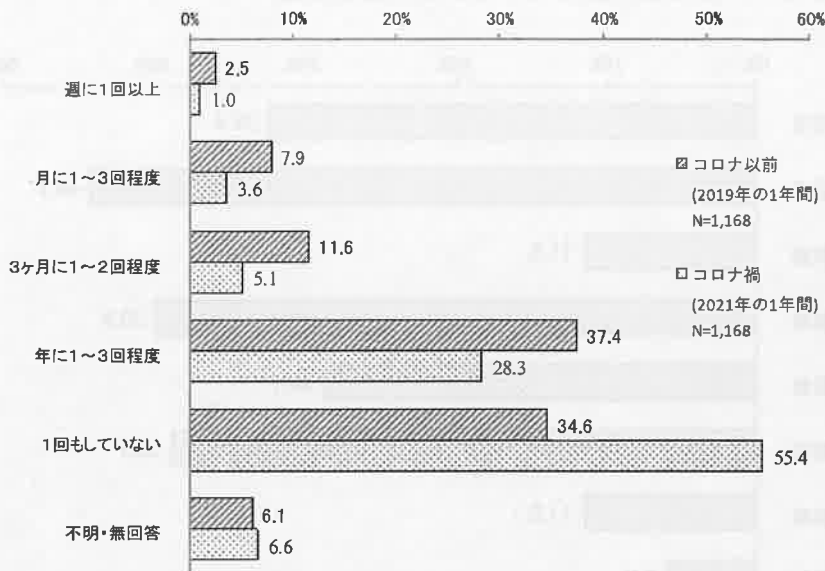
◆コロナ禍以前とコロナ禍の各1年間に、文化芸術の創造活動(表現活動)をどの程度行ったかについて質問したところ、1年間に1回以上、文化芸術の創造活動(表現活動)をした市民の割合は、コロナ禍以前で36.7%となっています。コロナ禍ではその割合がより低下しており、人材・担い手の育成が急務となっています。

(図3) 1年間に、文化芸術の創造活動(表現活動)をどの程度行ったか
例) 絵画を描く、陶芸をする、書道をする、写真を撮る、楽器演奏、合唱をする、演劇に出演する等



◆1年間の文化施設の利用状況についてみると、1年間に1回以上、文化施設を利用する市民の割合は、コロナ禍以前で59.4%となっています。市民へ多くの鑑賞機会を提供し、文化芸術活動の創造や発表の機会として活用してもらうため、適正な運営と維持管理が求められています。

(図4) 1年間に、どの程度文化施設を利用したか



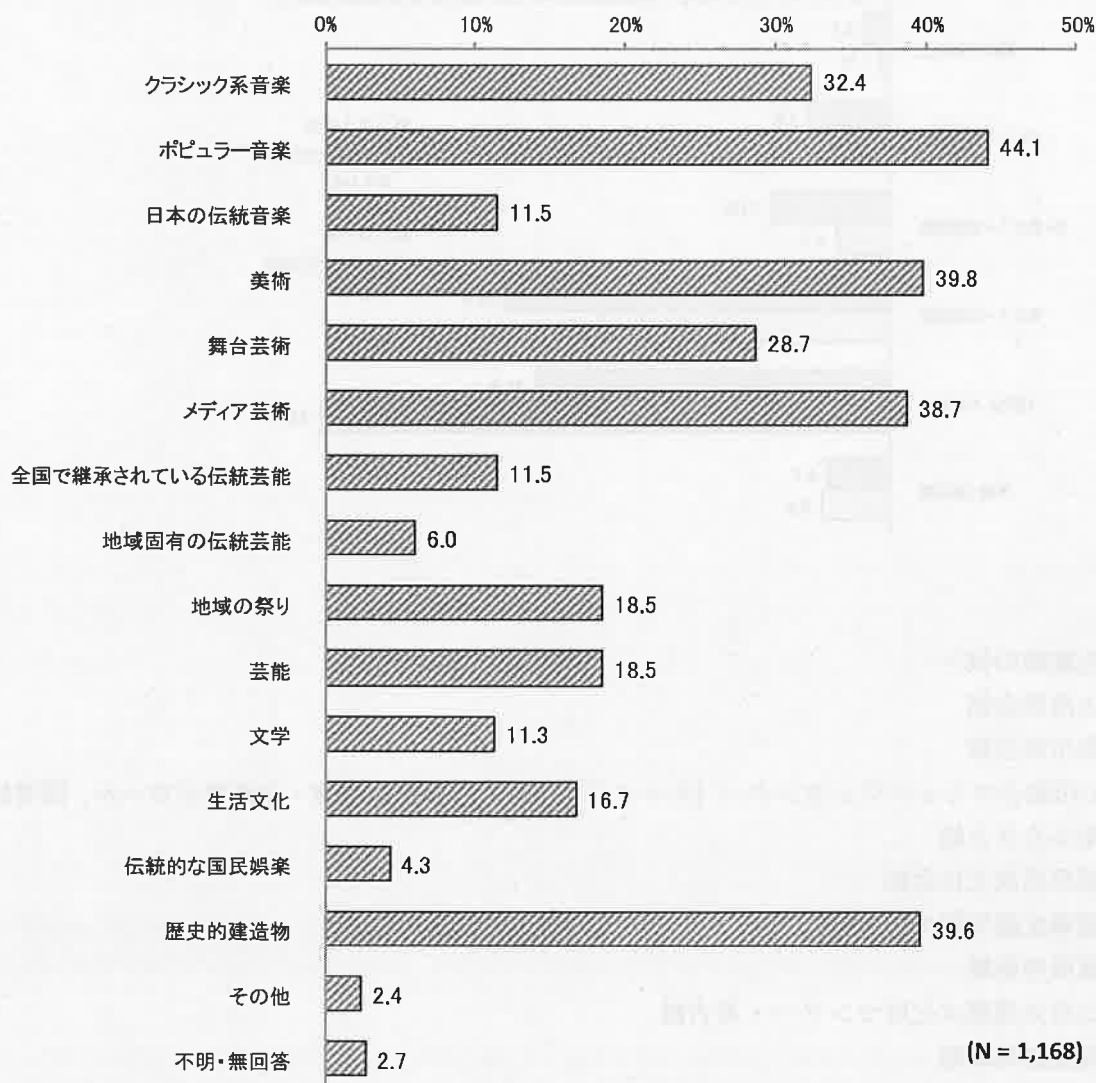
<文化施設の例>

- ・松山市民会館
- ・北条市民会館
- ・松山市総合コミュニティセンター (キャメリアホール・研修会議室・企画展示ホール、図書館)
- ・北条ふるさと館
- ・愛媛県県民文化会館
- ・愛媛県生涯学習センター
- ・愛媛県美術館
- ・松山市立埋蔵文化財センター・考古館
- ・子規記念博物館
- ・坂の上の雲ミュージアム
- ・公民館
- ・小劇場
- ・ダンススタジオ
- ・ミニシアター (単館系映画館)
- ・ライブハウス
- ・民間のギャラリー

(2) 松山特有の文化の振興について

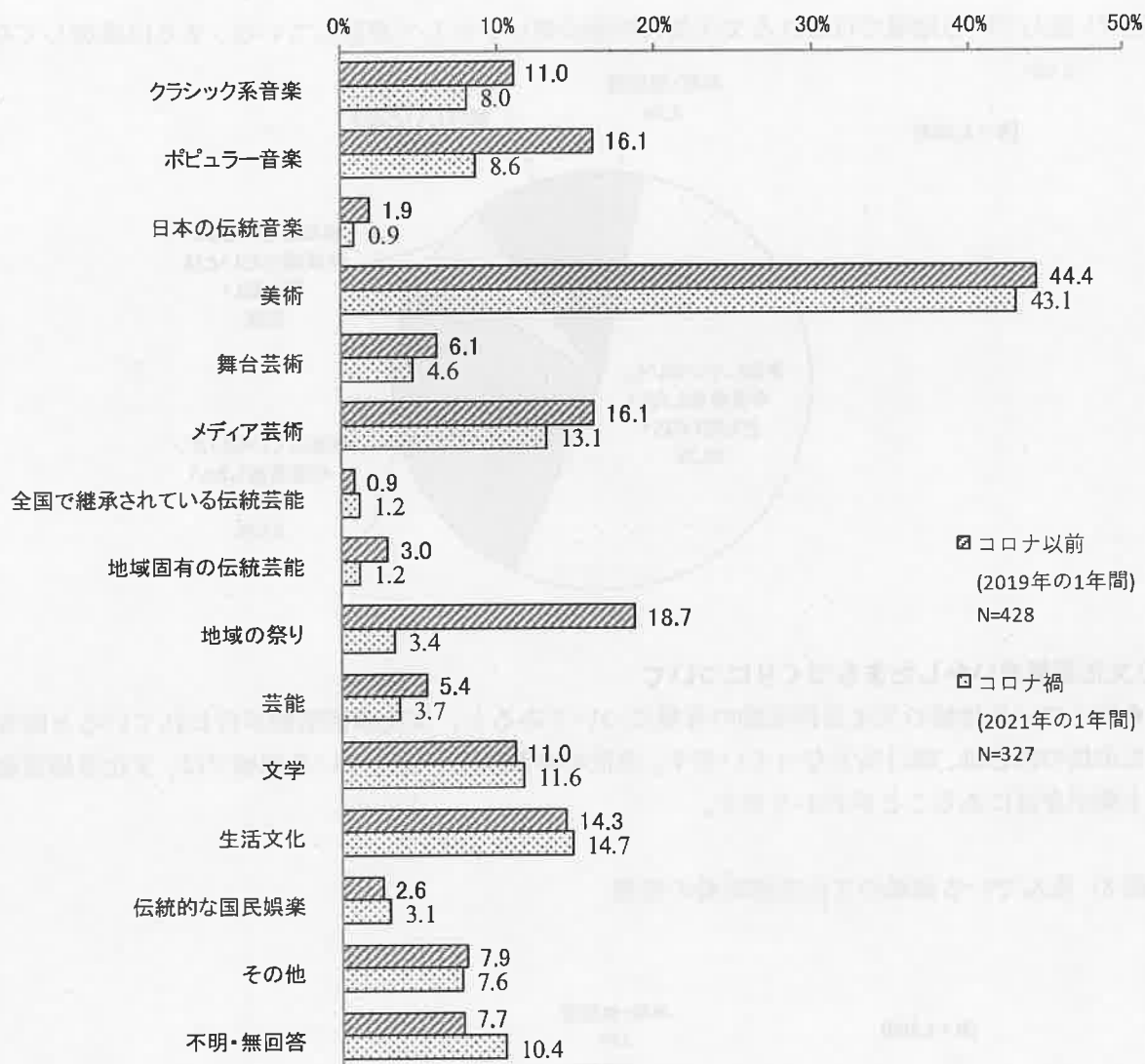
◆今後、鑑賞してみたい、または体験してみたい文化芸術活動について質問したところ、「文学」と回答した市民の割合は 11.3% となっています。平成 26 年度に行った市民アンケートでの回答割合の 7.6% から増加しており、俳句や文学などの「ことば」に関連した文化芸術活動に関心が高まっている傾向が見られます。

(図 5) 今後、鑑賞してみたい、または体験してみたい文化芸術活動



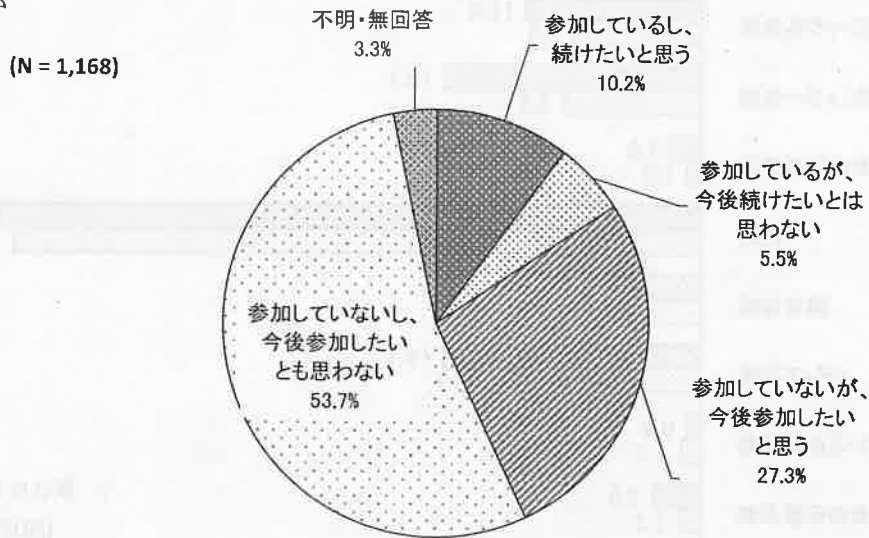
◆過去1年間に創造活動（表現活動）を行った市民のうち、文学に関する創造活動（表現活動）を行った市民の割合は、コロナ禍でも11.6%となっており、微増しています。コロナ禍においても、「ことば」に関連した文化芸術活動は定着してきたことがうかがえます。

(図6) 過去1年間に、創造活動（表現活動）をした文化芸術の分野



◆住んでいる地域で行われる文化芸術活動の担い手として参加している、または参加してみたいかについてみると、「参加している」または「参加してみたい」と回答した市民の割合は、43%となっています。年代に着目すると、40歳代以下では「参加していないが、今後参加したいと思う」と回答した市民が3割を超えており、特に「18～19歳」では5割半ばと、若年層では参加意欲が比較的高いことがうかがえます。

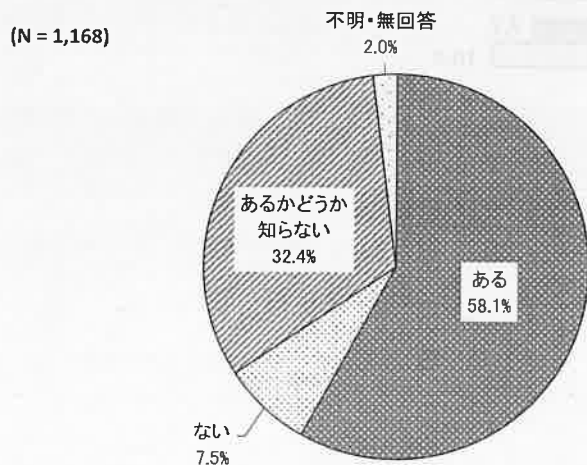
(図7) 住んでいる地域で行われる文化芸術活動の担い手として参加している、または参加してみたいか



(3) 文化芸術をいかしたまちづくりについて

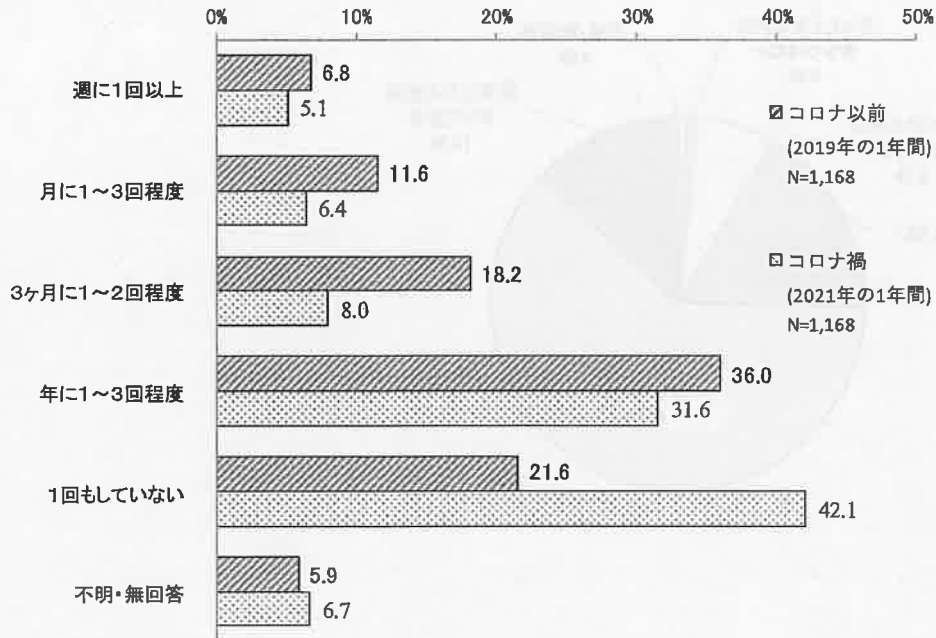
◆住んでいる地域の文化芸術活動の有無についてみると、文化芸術活動が行われていると回答した市民の割合は、58.1%となっています。市民の半数以上が住んでいる地域では、文化芸術活動の土壌が身近にあることがわかります。

(図8) 住んでいる地域の文化芸術活動の有無



◆1年間の文化芸術の鑑賞状況についてみると、1年間に1回以上、文化芸術を鑑賞する市民の割合は、コロナ禍以前で72.6%となっています。コロナ禍で全体の鑑賞頻度は減少している傾向にあります。

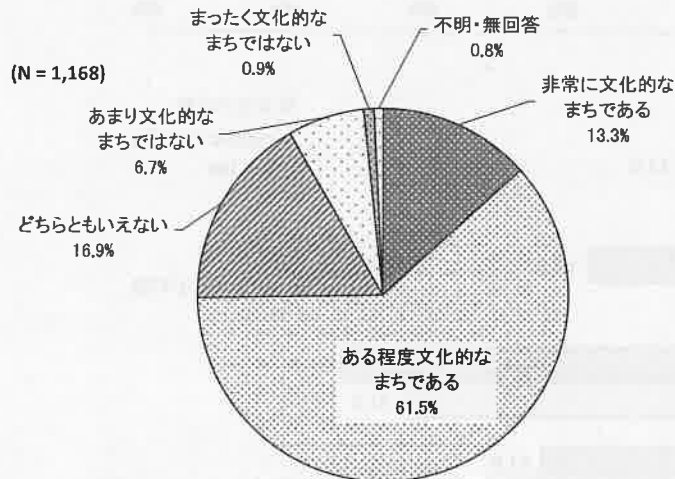
(図9) 1年間にどの程度文化芸術の鑑賞等をしたか



(4) 文化芸術の教育・福祉・産業経済等への活用について

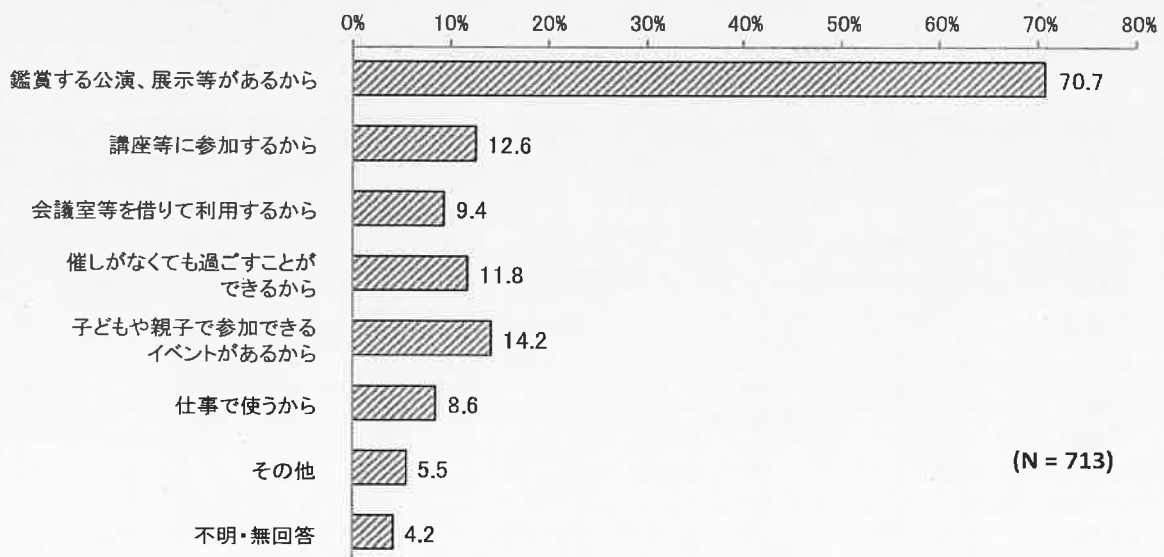
◆松山市は文化的なまちであると思うかについてみると、74.8%の市民が文化的なまちと回答しています。市民の文化芸術に寄せる意識は全体的に高いことがうかがえます。

(図 10) 松山市を文化的なまちだと思う市民の割合



◆文化施設を利用する理由についてみると、「子どもや親子で参加できるイベントがあるから」と回答した市民の割合は、14.2%となっています。文化芸術を教育分野に活用することへの市民の関心は高く、子どもたちが文化芸術に触れる機会を更に増やすことが求められています。

(図 11) 文化施設を利用する理由



第二期松山市文化芸術振興計画

発行 松山市

編集 松山市坂の上の雲まちづくり部 文化・ことば課
〒790-8571

松山市二番町四丁目 7-2

TEL 089-948-6952

FAX 089-934-1913

Email bunkakotoba@city.matsuyama.ehime.jp

令和5年3月発行



松山市