

常識の斜め上をいく

「かめおか霧の芸術祭」

～地域課題解決型の芸術祭モデル～

亀岡市／市民にとっての「霧」

はじめに

- 「京都市は晴れていて、亀岡市は曇っている」と揶揄される亀岡名物の霧。
- 亀岡市民（かめじん）にとって、地域に対する否定的なイメージの象徴。

亀岡市

- ・京都駅から快速21分
- ・京都随一の穀倉地帯



- ・人口 89,093人
(2019.1.1時点)

濃霧が発生しやすい亀岡の冬



(霧に対する市民の声)

- ・洗濯物が乾かず、髪型も崩れるなど、**朝が憂鬱**になる
- ・視界不良で車や自転車が運転しづらく、**迷惑**な存在
- ・「山を越えると別世界」と**京都市の友人から馬鹿**にされる

「かめおか霧の芸術祭」の意義

はじめに

- 霧へのイメージを変え、地域の価値を見直す芸術祭を2018年より実施。
- 3年間の実験的事業として、実行委員会形式で、芸術祭の形を模索。

霧は



かめおか霧の芸術祭

Kameoka Kiri Art Cultivation

霧が亀岡にもたらしているもの

- ・ 雄大な自然景観



- ・ 自然環境を生かした観光



- ・ 風味豊かな農産物



- ・ 伝えられてきた人々の営み



(出典) 「京都・亀岡 暮らしとところ／Hidden gem」 (2019.8発行) 他

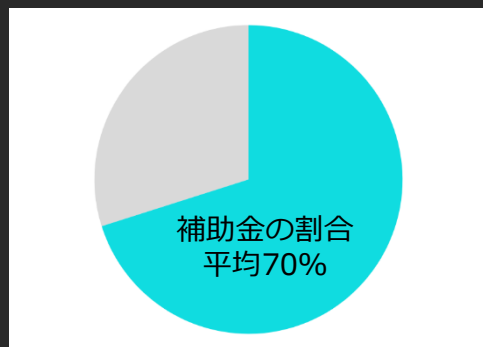
しかし全国の“芸術祭”を見てみると

はじめに

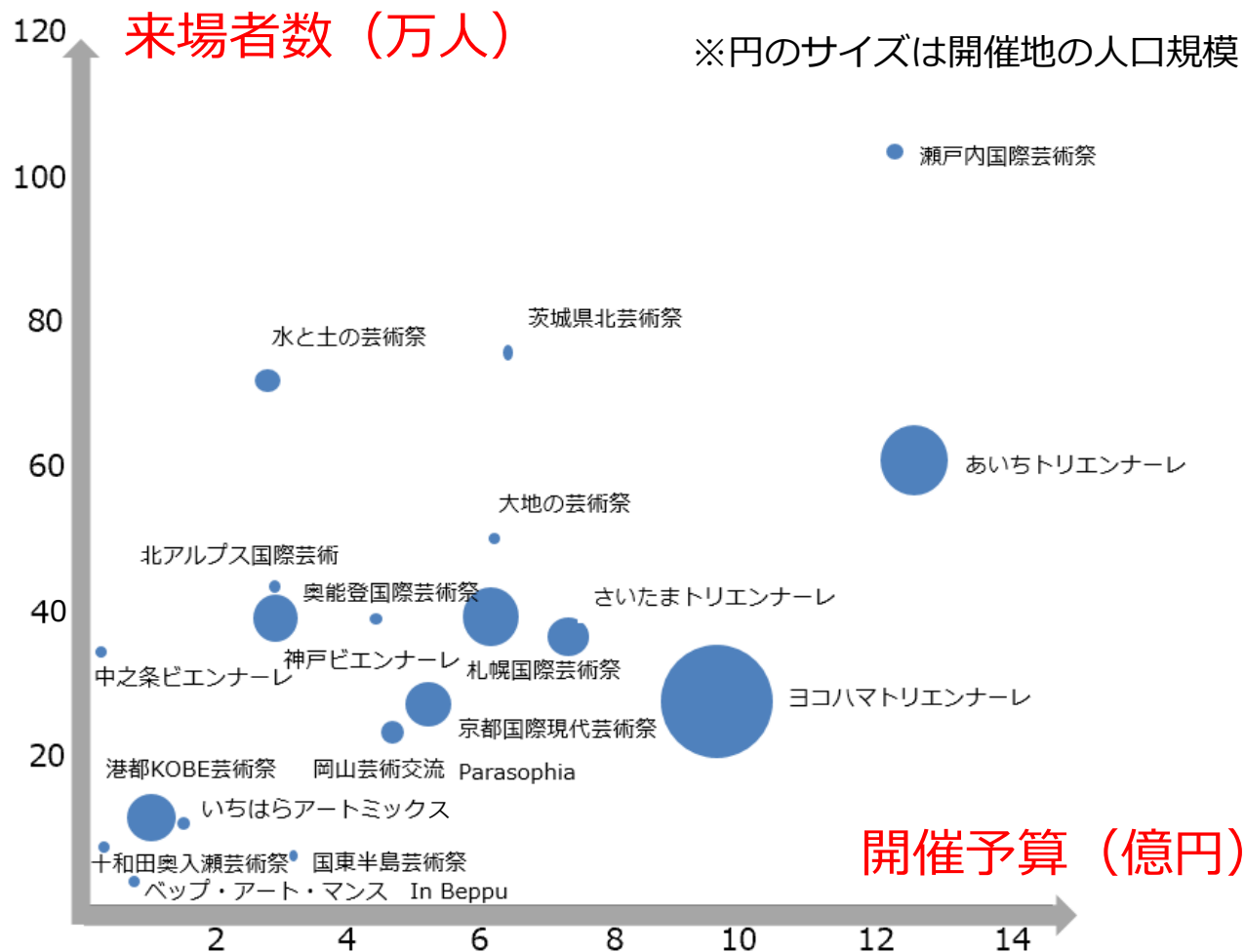
- 実のところ、田舎にとって、“芸術祭”は手の届きにくい大型事業。
- 数万人を超す集客の反面、数千万円～10億円の補助金に依存する状況。

大規模ゆえ

- ① 予算も補助金も大きい
(予算に占める補助金割合は平均70%、最大98%)



- ② 著名な芸術家や作品を招致
- ③ 2～3年ごと、期間は限定
(平均66日、最大164日)



(出典) 芸術祭はWeb上で入手可能な報告書より。人口はRESAS「人口マップ」の2015年数値

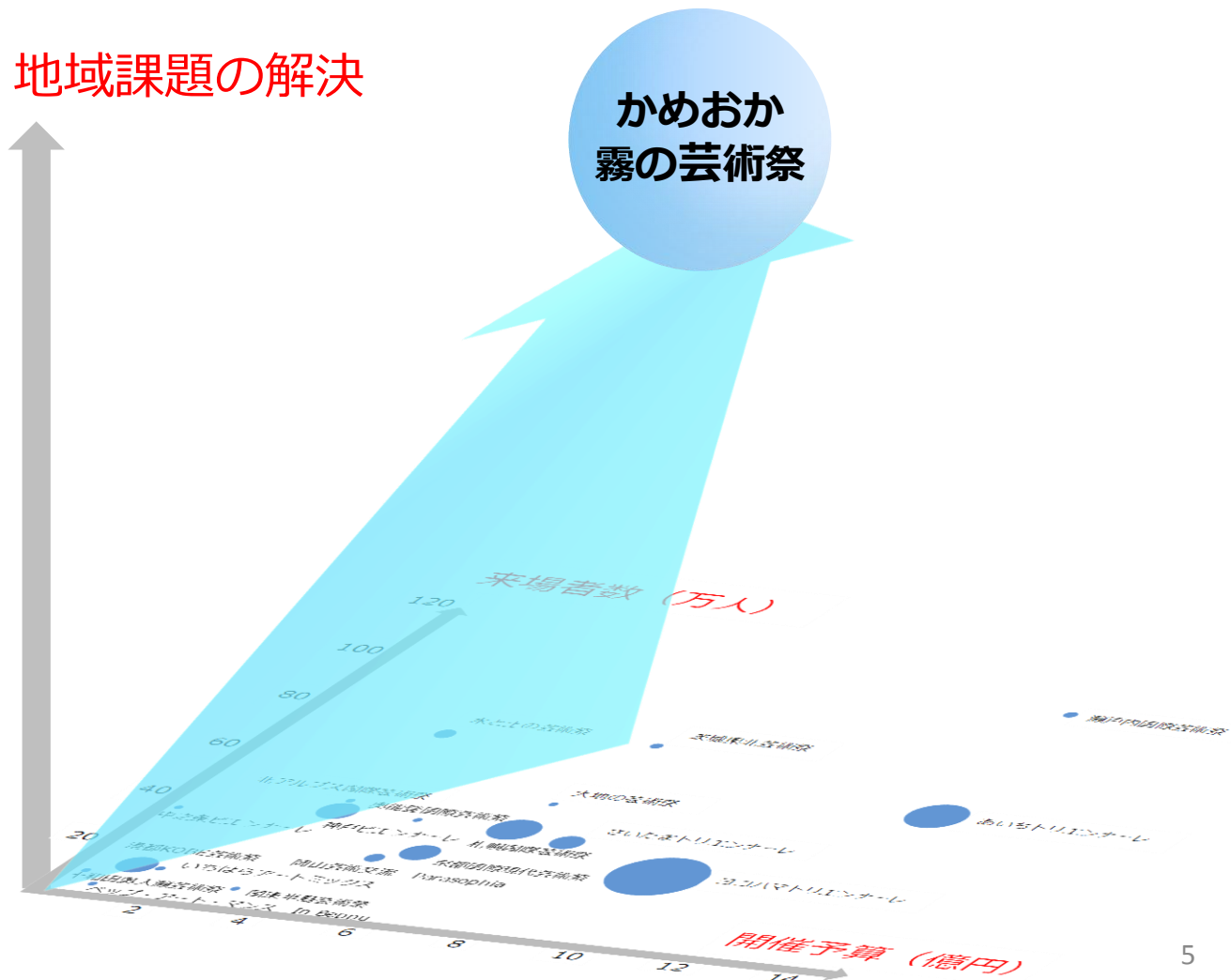
「かめおか霧の芸術祭」の方向性

はじめに

- 「かめおか霧の芸術祭」は、芸術祭の常識／定式の斜め上を目指す。
- 来場者数や財政制約のみならず、地域課題に向き合い解決する。

地方創生 に向け

- ① 補助金依存度を下げる
- ② 地域課題に光を当てる
- ③ 1年を通して取り組む



- アートの力を活かし地域課題を解決する芸術祭へ。
- 各プロジェクトを通年で行い、亀岡への見方／地域の姿を変えていく。

地域の課題

人口規模に比べ**地域経済**は不活発（p8～10）

- ・ 日中の滞在人口が平日・休日ともに少ない
- ・ 「地域で作られた商品」を買える場がない

地域を象徴する**農業**は衰退の危機（p12）

- ・ 農業所得が低く、耕作放棄地率が高まる
- ・ 後継者の獲得や販売促進策が必要

観光は主要観光地に依存（p14）

- ・ 日帰り客の消費単価が低い
- ・ 観光客数に季節性があり、1・2月に激減

環境への取組みは浸透不足（p16）

- ・ コミュニティごとに環境意識に大きな差
- ・ 「誰もがわかる環境への取組み」が必要

芸術祭の各プロジェクト

地域経済×アート（p11）

- ・ 亀岡ならではのコトとモノとを掛け合わせたマーケットづくり

農業×アート（p13）

- ・ 栽培方法にこだわる農家、丹精込めた野菜、それを買うファンが出会う場づくり

観光×アート（p15）

- ・ 「100人のファンが100回」来たくなる仕組みづくり

環境×アート（p17～18）

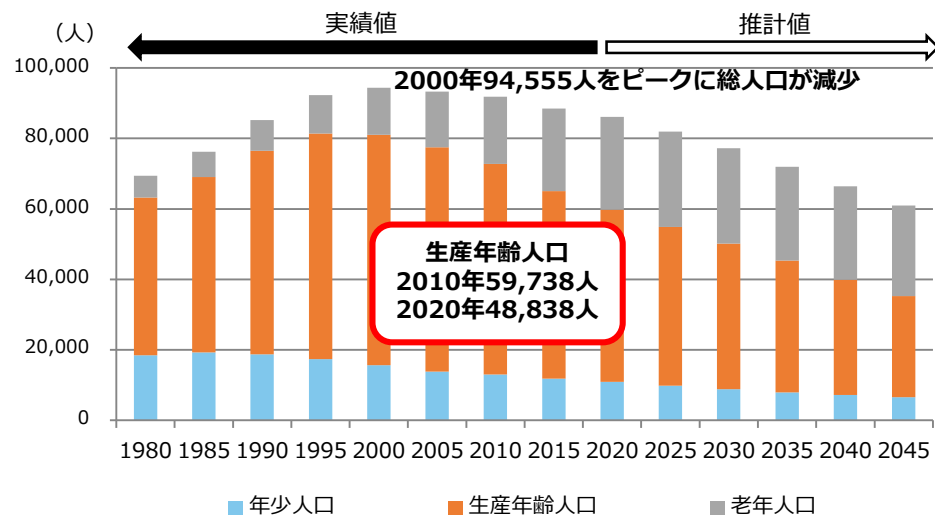
- ・ 環境をテーマにした作品とロゴマークを通じた「亀岡市のブランド」づくり

亀岡市の地域課題（1－1）

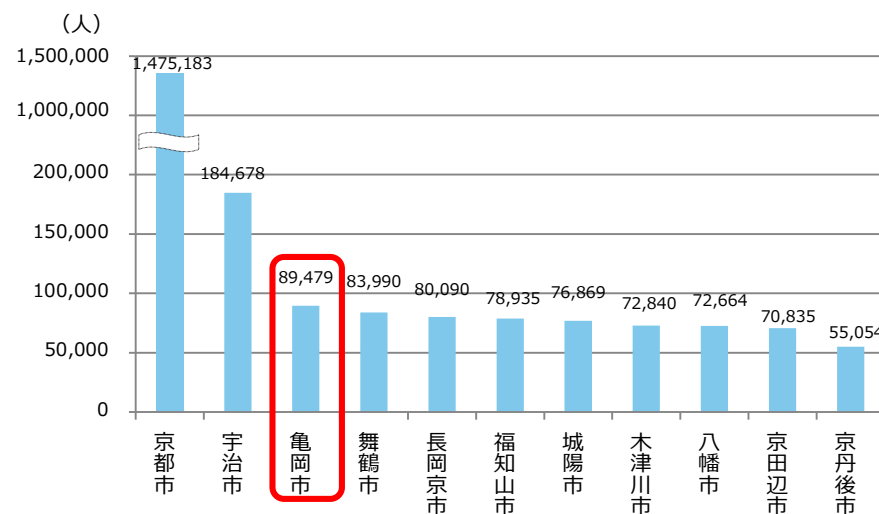
分析 1－1
人口と地域経済

- 2000年以降人口減少・少子高齢化が進み、特に生産年齢人口が大幅減。
- 人口規模は府内で3番目に大きいですが、経済力は他市に比べ小さい。

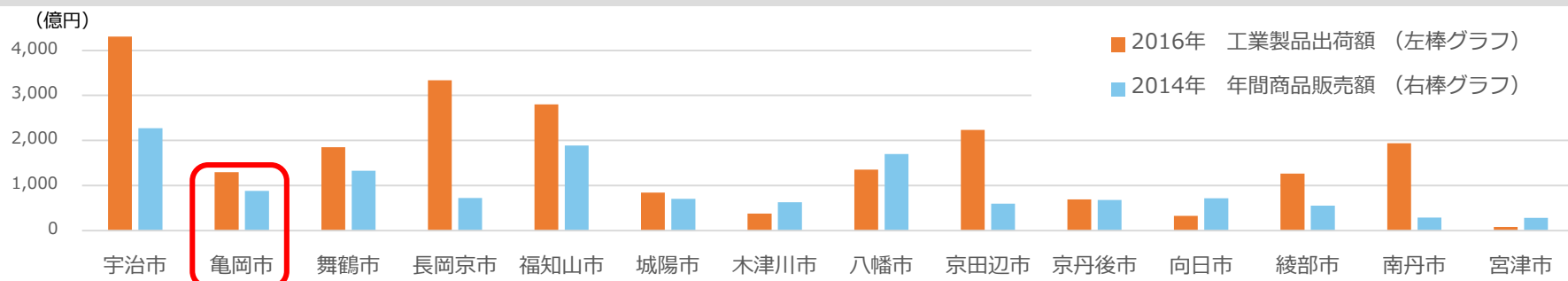
① 亀岡市の人口と人口構成の推移



② 京都府内市町村の人口 (2015)



③ 京都市を除く府内14市の工業製品出荷額・年間商品販売額



(出典) RESAS「人口マップ」、「まちづくりマップ」及び「産業構造マップ」(2019年9月13日取得)

亀岡市の地域課題（1－2）

分析1－2
人口と地域経済

- 京都市のベッドタウンゆえ、市民や企業の経済活動の中心が京都市にある。
- 人口に比べ経済力は小さくなり、人口減少下でさらに拍車がかかると予想。

① 関西二府二県（129市町村）の昼夜間人口比率

1位	京都府久御山町	177.7%
2位	滋賀県竜王町	138.8%

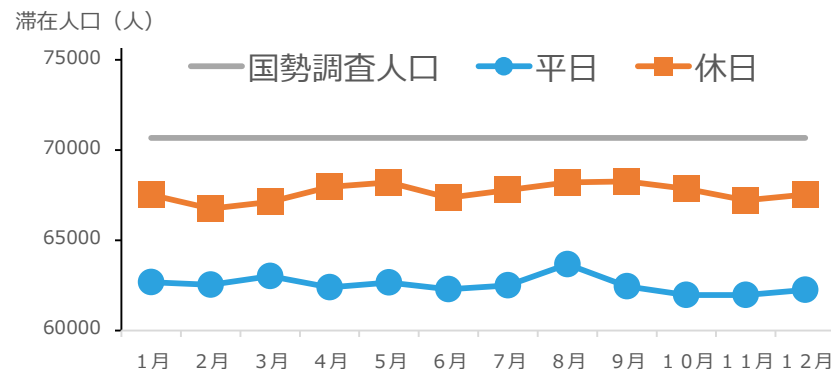
9位	京都府京都市	109.0%
10位	滋賀県草津市	107.1%

105位	京都府亀岡市	85.5%

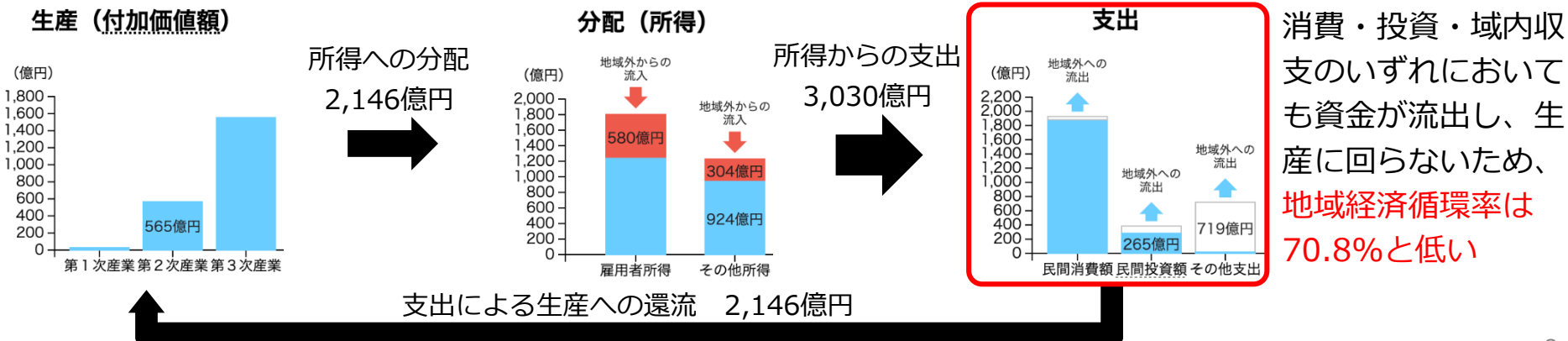
128位	大阪府島本町	76.0%
129位	大阪府豊能町	69.8%

（さらに調べると）
亀岡市人口の13.6%
（12,141人）が
京都市に日中滞在

② 亀岡市の滞在人口の月別推移（2017）

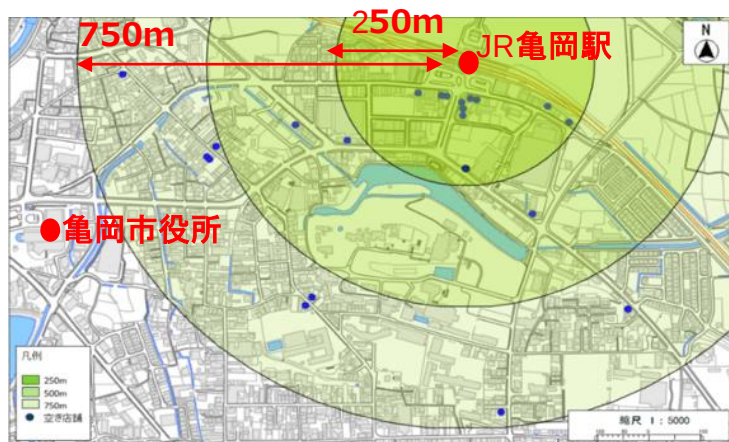


③ 地域経済循環図（2013）



- ロードサイドに比べ、市の中心部（駅前）で空き店舗が目立つ。
- 消費者からすれば、「地域で作られた商品」を買える場所が少ない。

①市の中心部における空き店舗の状況



- ・2019年9月3日フィールドワーク調査

ー市の中心部であるJR亀岡駅前から半径750m圏内で、**空き店舗は25軒**

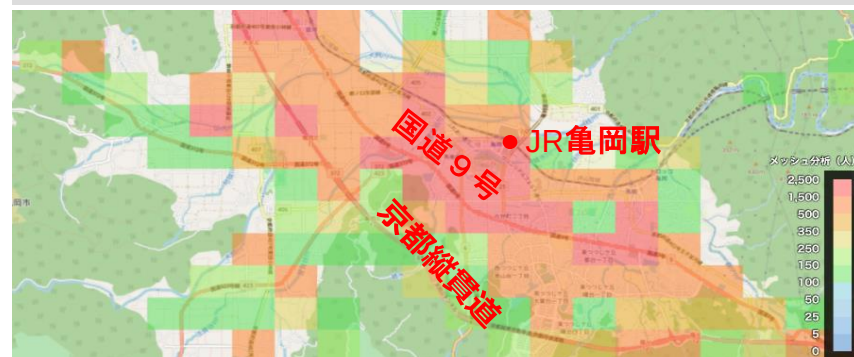
ー半径250m圏内に限っても、**空き店舗は11軒**

②関西で展開する飲食企業50社からの主な声

- ・2018年8月～2019年8月ヒアリング調査

・駅前での出店を望まない49社。理由として、
一商圈人口が小さく、採算をとることが難しい
一車の交通量も多くないため、国道9号線沿いの
ロードサイド出店の方が圧倒的に優位

③亀岡市の流動人口メッシュ



- 亀岡ならではのコトとモノとを掛け合わせたマーケット。
- 購入額4,000円以上の参加客が18%となり、コアなファンを獲得。



- ・ 地域の木材や土等から手作りされたクラフト品



- ・ 地域の食材で仕立てた料理やお菓子、保存食



- ・ 地域をめぐり自分だけの本を創るワークショップ



- ・ 食やものづくりと一緒に楽しめるライブ空間

②実施結果

	第1回 (19年3月)	第2回 (19年9月)
出店者数	36	44
総売上げ	104万円	162万円
参加者数	1,300人	1,500人

③来場者へのアンケート（9月実施。回答67名）

①同伴者	家族・友人との来場（83%）
②楽しんだテーマ	2つまたは3つ以上ある（63%）
③滞在時間	4時間以上（15%）
④購入額	4,000円以上（18%）

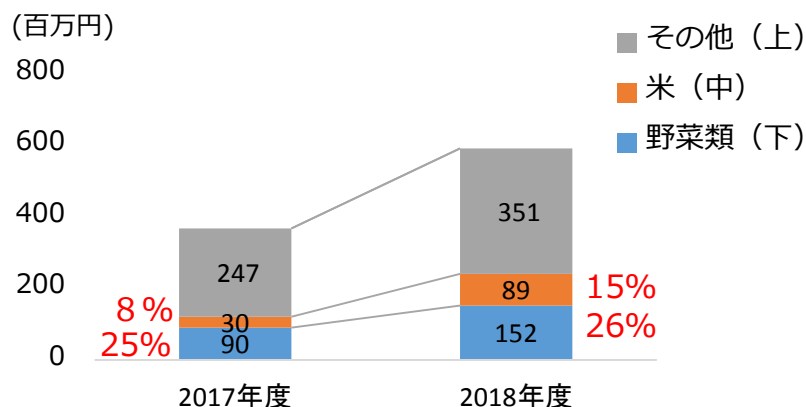
※観光客一人あたりの消費額は1,603円（2018年）

亀岡市の地域課題（2）

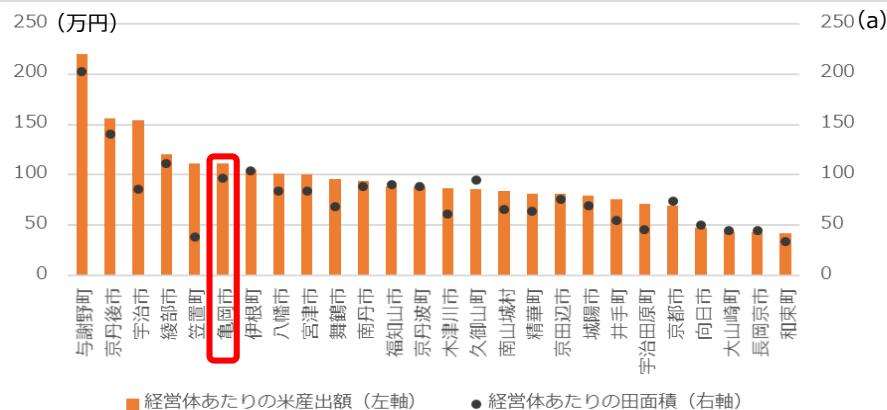
分析2
農業

- ふるさと納税で人気の「農産物の一大産地」だが、農家の所得は高くない。
- 後継者不足が進み、良好だった耕作放棄地率も上昇。

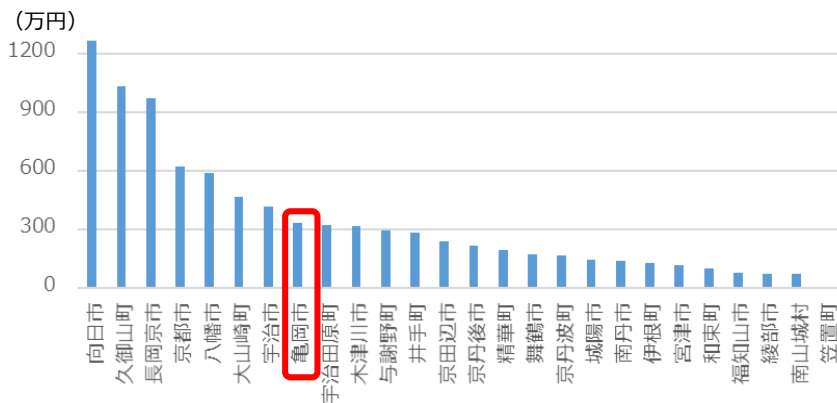
① ふるさと納税の実績（金額ベース）



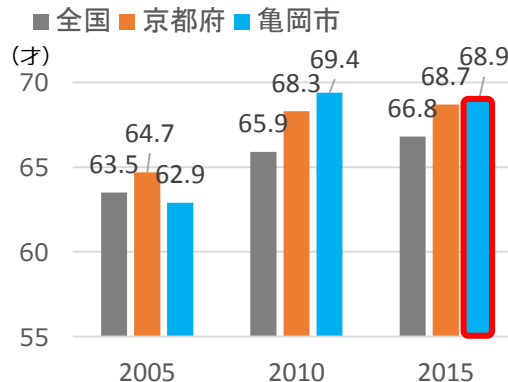
② 経営体あたりの米の産出額（2015）



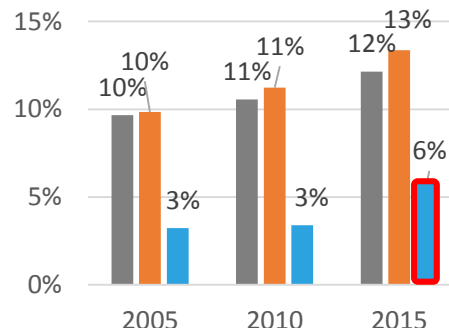
③ 経営体あたりの野菜の産出額（2015）



④ 農業従事者の平均年齢



⑤ 耕作放棄地率



- 栽培方法にこだわる農家はアーティスト、丹精込めた野菜は作品。
- 参加客が「楽しく」「おいしく」野菜の魅力を味わえる場づくり。



- ・ 有機野菜の収穫と稲刈り後、収穫した野菜で昼食会



- ・ 八百屋から近年の野菜事情や農家の変化を共有



- ・ 野菜の美味しい食べ方を知る農家のカレー



- ・ 農作業時に聴く曲、農作業後に奏でる曲の弾き語り

①実施結果（2019.8～9）

やおやおやプログラム名	参加人数	売上額
A 野菜とカレーと古本市	50人	70,000円
B 野菜収穫と稲刈りとランチ会	35人	32,000円
C 野菜と野菜のまわりの話	15人	17,000円
D 野菜と音楽	24人	16,000円
E 野菜と食堂	50人	34,000円

②亀岡産の野菜について（回答81名）

意識して購入している

55 %

■ 市内参加者（左）

7 %

■ 市外参加者（右）

割高でも美味しければ購入する

67 %

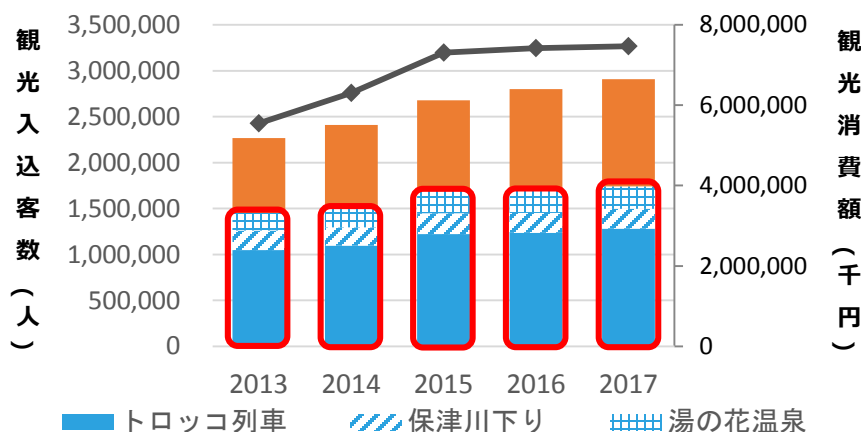
23 %

亀岡市の地域課題（3）

分析3
観光

- 観光消費は伸びているが、メジャーな三大観光に依存している状況。
- 日帰り客の消費単価が低く、また、観光客数に季節性がある点に課題。

① 亀岡市の観光客数・観光消費額の推移

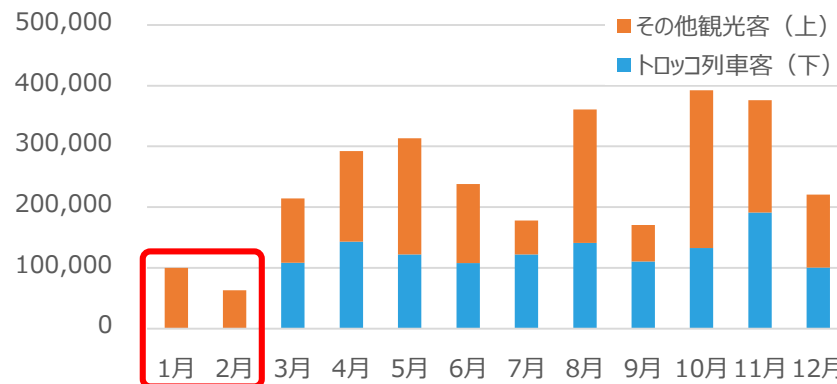


- ・ 市内の観光消費額（折線グラフ）及び観光客数（棒グラフ）は順調に上昇
- ・ 観光客数の6割を、三大観光（①トロッコ列車②保津川下り③湯の花温泉）が占める

② 観光客一人あたり消費額（2018）

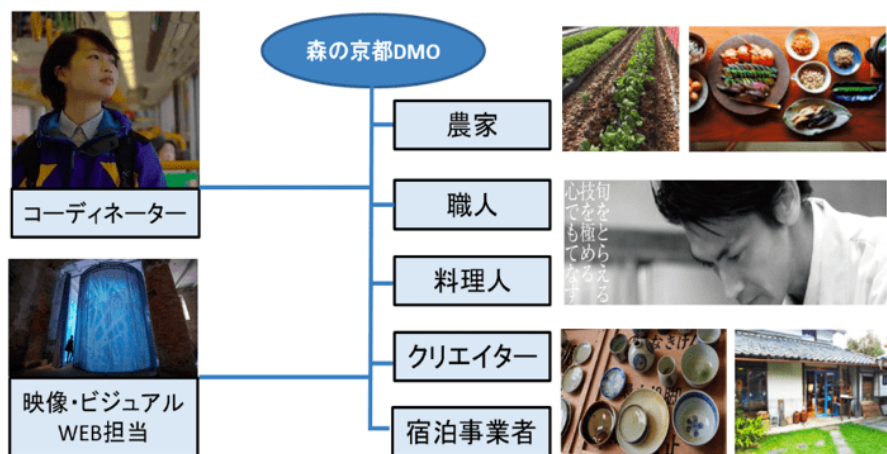
市町村名	宿泊客	日帰り客
京都市	55,986円	11,444円
宇治市	9,593円	2,348円
宮津市	9,104円	1,896円
亀岡市	23,802円	1,603円
京丹後市	12,633円	1,243円

③ 亀岡市の観光客数の月別推移（2017）



- 1万人の客が1回でなく、「100人のファンが100回」来たくなる地域へ。
- 亀岡との関わりを持ち続け、再び亀岡を訪れる仕組みづくり。

①観光コンテンツ・物販を運営する主体の立ち上げ



- ・ 亀岡アグリツーリズム振興協議会の立ち上げ（2019年9月）
- ・ 農業の繁閑や季節性も考慮しつつ、通年で複数のツアーメニューを用意し、発信予定
- ・ 滞在時間や消費を伸ばすため、農業だけでなく、「食」「ものづくり」「宿泊」と結びつけ

②芸術祭の時間をとじこめた「霧ノタマテ箱」の商品化

（箱イメージ）

（中身イメージ）

（中身の具体例）



- ・ 陶器カップと自分で作るパン用プレートをしまい、パンを探しに再訪するタマテ箱
- ・ 陶器の皿とカレーセットが入っており、木製スプーン作りに亀岡に来るタマテ箱

- コミュニティごとに環境意識や取組みへの理解に差がある。
- 幅広く環境意識を浸透させるには、「誰もが分かる取組み」が必要。

①環境先進都市をめざす亀岡市の状況



- ・ 2018年12月に「プラごみゼロ宣言」を発出
- ・ レジ袋禁止条例の制定に向けた意識調査を実施（2019）

A プラごみの知識の有無

B マイボトルの利用、C エコバッグの利用

D ごみ分別の細分化、E レジ袋の提供禁止

②意識調査の結果（A～E において「ある」「賛成する」と答えた者の割合）

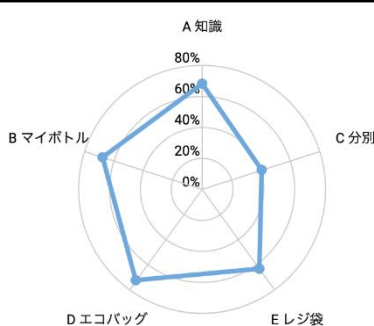
市主催の環境セミナー
※参加者19名中、市外は4割

中



子育て女性集会
※参加者22名中、市外はゼロ

高



業界団体の研修会
※参加者29名中、市外は6割

低



- アートの力で環境の取組みを「作品」に。
- 市民参加やクラウドファンディングも取り入れ、支持を増やす。

アートとコラボした環境政策—FLY BAG Project



- ・ 一定年数の経過に伴い、新品同然でも廃棄されてしまうパラグライダー生地に着目
- ・ 当生地を用いて、巨大エコバッグを制作し、本年7月に屋外展示
- ・ これに市民200人が型紙をあて、世界に一つだけのオリジナルエコバッグを10月に製作
- ・ 全行程において、若者から「かわいい」と支持を集めるデザイナーが監修・品質管理
- ・ PRもかねて、資金調達を楽天クラウドファンディングで実施（2,000万円超を獲得）



- ロゴマークを通じて環境を「亀岡市のブランド」に。
- 環境に配慮した製品やお店、環境学習やエコツーリズムにタグ付け。

デザインとコラボした環境政策—ロゴマークの作成

2020年1月に完成、お披露目予定

- ・ グリコなどのロゴマークを手掛けた奥村昭夫氏の協力
- ・ 全世代から幅広い20名の市内／市外参加者
- ・ 全4回のワークショップを行い（9月～12月）、環境をテーマにしたロゴマークを制作
- ・ 完成後は、前述のFLY BAGやアグリツーリズムと連携し、
 - ①環境に配慮した製品へのタグ付け
 - ②環境に優れた取組みを行う店のステータス化
 - ③エコツーリズムや環境学習などのサイン表示など幅広い活用を予定



- 事業費は前年度比3倍超としつつ、補助金割合を削減（96%→66%）。
- 有用性+コンテンツ性を確立させ、今後は自走資金を拡大していく必要。

2018年度決算

収入 (単位：千円)	
京都府補助金	1,000
亀岡市補助金	6,425
マルシェ出店料	110
その他	163
収入合計	7,697
支出	
研究調査 各種プロジェクト	7,697
支出合計	7,697

補助金への依存は低下
96%→66%



①地域課題に応えること（有用性）で新たに得た対価

②コンテンツとして確立し、今後拡充すべき自走資金



①②から財源を確保することで、アートプロジェクトをより充実

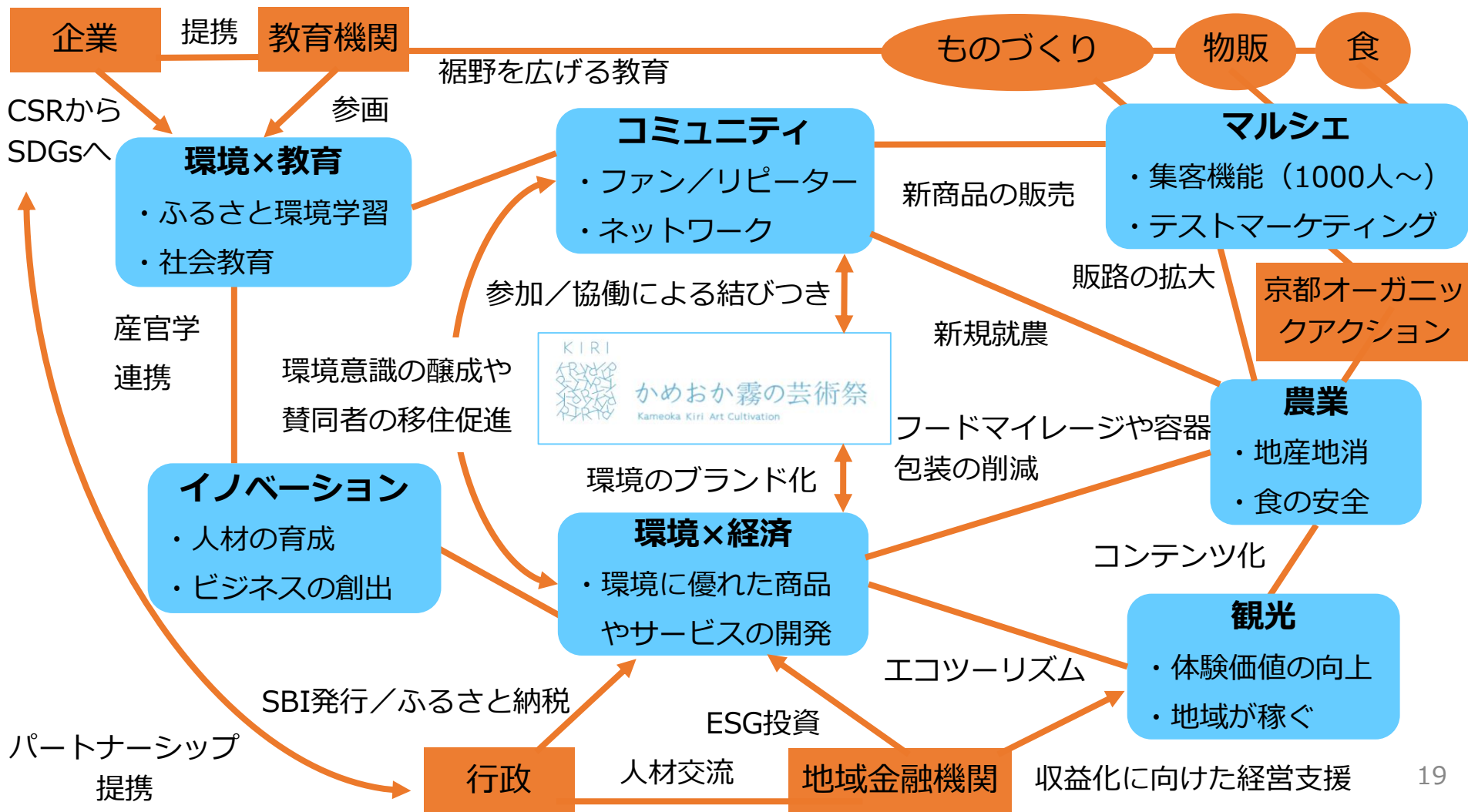
2019年度予算

収入 (単位：千円)	
京都府補助金	2,770
亀岡市補助金	13,500
環境事業委託受注	5,000
楽天クラウドF	3,000
マルシェ出店料	200
その他 (飲食収入など)	2,000
収入合計	24,470
支出	
研究調査 各種プロジェクト	24,470
支出合計	24,470

「芸術祭」から循環的なアート経済圏へ

モデル図

- 芸術祭を軸とした循環的な経済圏（エコシステム）を創り出す。
- マルシェ・農業・食・観光・環境などが有機的に結びつく。



持続可能な亀岡の未来像を示すイベント

ご案内

- 2020年1月18日～19日に、芸術祭メインイベントを実施予定。
- 循環的な地域の未来像を、楽しく、分かりやすく、形にして発信する。

①シンポジウム

- ・ みんなで「芸術祭」を分析
- ・ 意義や方向性を示す
- ・ 各プロジェクトの発表

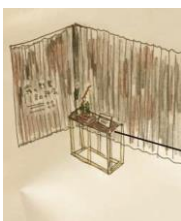
②ガレリア美術館

- ・ ゆかりの美術作家の作品を展示
- ・ アトリエから出た廃材を副産物として扱い、「素顔の亀岡」を紹介



③生ける野菜展 (B to B)

- ・ 野菜の伝え方を見直し、農家と料理人／事業者とをマッチング※京都信用金庫とのコラボ企画



④アートマーケット (B to C)

- ・ 地の物／コトを売り買いする循環的な経済の実演



⑤亀岡の風景

- ・ 芸術祭の拠点「KIRICAFFE」が行ってきた記録を映像化

⑥市内各所との連携

- ・ 市内の飲食店やギャラリー等でイベントを同時開催

⑦観光／移住との連携

- ・ 霧ノタマテ箱の試験販売
- ・ 移住希望者向け生業ツアー

⑧担い手育成／教育

- ・ 小学生うるし体験
- ・ 高校生の出店

(出典) イベント詳細については、かめおか霧の芸術祭HPより<https://kameoka-kiri.jp/calender/>

(参考) 「かめおか霧の芸術祭」の理念

(ごあいさつ)

霧は大地の呼吸である。

亀岡を包むその霧を深く吸い込み、大気の一粒一粒を身体に循環させ、人も野菜も野山も川も育ってきました。

明智光秀の鼻息、円山応挙のため息、町人や農家の寝息、いろんな吐息もまた、亀岡の盆地に消えては湧き立ち再び霧となって、私たちの体内を循環します。

「かめおか霧の芸術祭」では、この「霧」を象徴として捉え、たくましい「野良」の芸術を育てます。

「野良」とは有機的連関つまりオーガニックであるということです。

芸術家たちとの出会いが、霧の中に佇んでみないと見えない世界を見せ、ここではないどこかに連れて行ってくれ、亀岡一帯を驚きにあふれた芸術祭へと変容させす。

作品だけが芸術ではありません、生命や魂をより一層輝かす「技術」のことをそう呼びましょう。

美味しい野菜を育てることができる人、溪流を綱渡りのように舟を操ることができる人、悲しい人に寄り添える人、鳥と話せる人、へそで茶を沸かせる人、そんな芸術家がいっぱい暮らす霧の盆地で「かめおか霧の芸術祭」が始まります。

かめおか霧の芸術祭監修

松井利夫