

かめおか霧の芸術祭 ^{かける} × ^{エックス} X

～持続可能性を生み出すイノベーションハブ～



京都府 亀岡市

亀岡市の概要

京都市のベッドタウン

- ・京都市のベッドタウンとして発達してきた「トカイナカ」
(2019年12月時点で人口88,555人、京都府内3位の人口規模)
- ・11月から3月の朝方に、盆地上の市域全体を包み込む濃霧が発生



風景を織りなす農業

〈市内農業の特徴〉

- ・古来より大嘗祭の奉祝田を務めてきた「京都府の穀倉地」
- ・農業生産は61億円（2015年）と府内4番目に大きい
- ・近年では圃場整備やスマート農業にも注力



京都観光＋亀岡観光

- ・京都市に隣接した立地を活かし、観光客数は年間300万人超（2019年度）
- ・トロッコ、保津川下り、湯の花温泉など自然景観や保養を楽しむ観光が中心
- ・新たな集客拠点として、京都スタジアムが2020年1月にJR亀岡駅前が開業



自然環境の豊かさ

- ・天然記念物アユモドキが「市の魚」
- ・棲息場所を保全するため、京都スタジアムの立地予定地を変更（2015年）

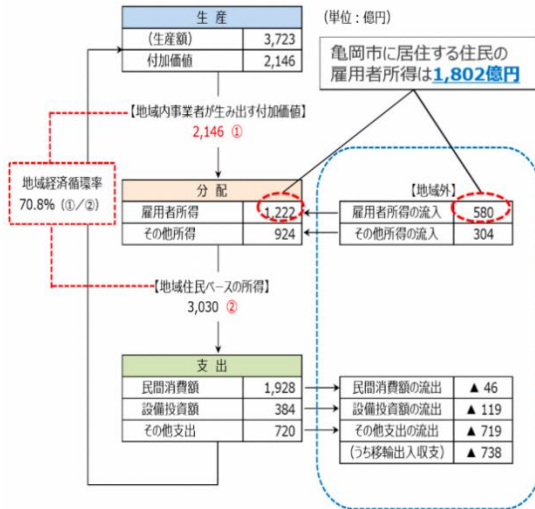


亀岡市の概要

京都市のベッドタウン

- 消費や投資が流出し、地産地消ができていない（地域経済循環率が70%）
- 他方で、人口規模に依存した業態が上位を占める産業構造になっている
- 今後の人口減少下では、こうした地域経済環境が一層厳しくなることが予想
- 市内外から消費や投資を呼び込み、地元商品・製品を販売する取組みが急務

地域経済循環（2013年）

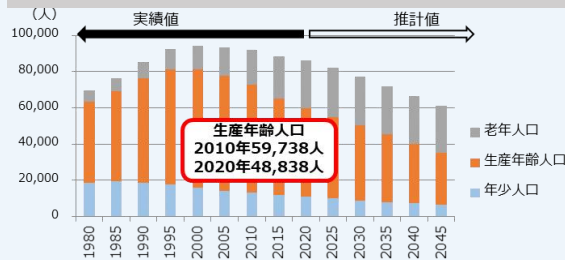


市内生産額における上位産業（2013年）

青色網掛けで、市内生産額3,723億円の46%を占める

地域内順位	産業中分類	生産額（総額ベース）
1位	住宅賃貸業	404億円
2位	公共サービス業	394億円
3位	建設業	378億円
4位	小売業	249億円
5位	電気機械業	248億円
6位	公務	247億円
7位	対個人サービス業	239億円

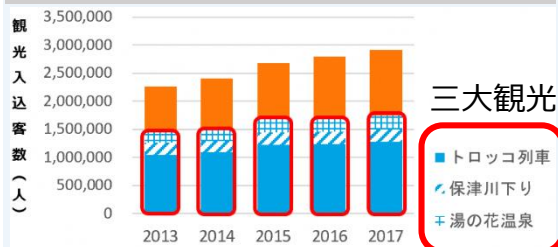
亀岡市の人口動態の推移



京都観光＋亀岡観光

- 観光客数の6割を三大観光が占め、日帰り客が大半（95%）。日帰り客の消費単価が低迷しており、滞在時間を伸ばす体験型コンテンツの開発が必要

亀岡市観光客数の推移（2013～2017年）



日帰り客の消費単価の比較（府内上位市）

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

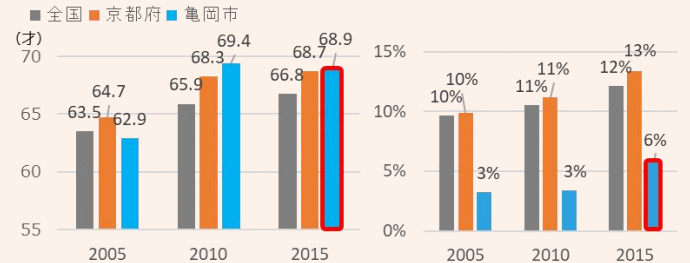
風景を織りなす農業

〈市内農業の特徴〉

- 兼業農家の割合が73%と府内最大
- 7割の経営体で農地面積が1ha未満、経営体あたりの生産性は府内19番目
- 直売所やご近所付合い（おすそ分け）を通じた農産物の調達が多い
- 経済合理性を超えて農業を支えてきたコミュニティが崩れつつあり、耕作放棄地率が上昇

農業従事者の平均年齢

耕作放棄地率



自然環境の豊かさ

- 埋立処分場の寿命が20年を切り、資源循環型社会への転換が急務
- 近年では保津川のプラごみが深刻化



モデル事業の概要



地域経済循環率が低い

日帰り客の消費が低迷

生産年齢人口が減少

耕作放棄地率が増加

プラスチックが問題化

地方創生☆政策アイデアコンテスト2019 最優秀賞

かめおか霧の芸術祭

経済

- アートマーケット
- まちなかプロジェクト
- KAMEOKA FLY BAG Project
- Harvest Journey Kameoka

地場産品や体験を市内外の客に販売するマーケット/導線の育成

社会

- やおやおや
- ダーチャ
- 地域ブランド農産物認定制度
- 知の共有
 - KIRI WISDOM
 - KIRI² 芸術大学
 - 小学校教育プロジェクト

交流の接点づくりとブランド化による新陳代謝のある農業コミュニティの実現

環境

- プラごみゼロ具体化事業
 - マイボトル普及施策
 - レジ袋禁止条例の施行
 - ポイ捨て抑止と清掃活動
- ロゴマークを活用した情報発信
- シンポジウム

市民一人ひとりに伝わるプラごみゼロ施策の実行と発信



消費や投資の呼び込み

体験型観光の定着

イノベーションの創発

コミュニティの新陳代謝

環境先進都市の実現

市民が社会的につながり商業・投資・イノベーションが活発な都市

農業や自然とともに暮らす都市

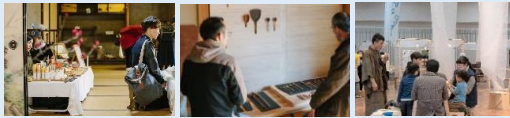
ごみを極力出さない社会

2030年のあるべき姿

地場産品や体験を販売する場の創造

1 アートマーケット

コト（体験）とモノ（地場産品）を掛け合わせたマーケット



	19年3月	19年9月	00年1月
出店者数	36	44	46
総売上額	104万円	162万円	220万円
参加者数	1,300人	1,500人	1,200人

2 まちなかプロジェクト

市内城下町の空店舗を活用した企画出店を募集(2021年2月実施予定)

意欲のある若手事業者を育成

2022年度目標

年間売上額	650万円
参加事業者数	のべ120事業者
まちなかプロジェクト参加事業者数	5事業者

KAMEOKA FLY BAG Project

芸術祭で生まれた亀岡発のアップサイクル製品の生産を支援
(2022年度目標 販売額2億円)



2019年	廃棄予定のパラシュート生地を用いたデザイン性の高いエコバッグを制作・展示
	テレビ東京「ガイアの夜明け」で放映
2020年	事業化に向けクラウドファンディングを実施し2,288万円超を獲得
	法人を設立し、地域雇用を創出しながら生産を本格化予定

Harvest Journey Kameoka

食と農を軸に、アーティストや職人と交流する体験型観光を推進



実現に向け、40超の事業者からなる地域協議会と連携し、2020年度から試走予定

2022年度目標

売上額	800万円
参加客数	400人

亀岡ならではの地場産品や体験を市内外の客に販売するマーケット・導線の育成

やおやおやプロジェクト

【キッチン付きの移動式屋台】を制作し、直売所や畑に設置



2020年に増設予定

農家はアーティスト
野菜は作品

イベントの舞台装置として使い、農家と消費者の交流の接点を作る



2019年 やおやおやプログラム	参加人数	売上額
野菜とカレーと古本市	50人	70千円
野菜収穫と稲刈りランチ会	35人	32千円
野菜と野菜のまわりの話	15人	17千円
野菜と音楽	24人	16千円
野菜と食堂	50人	34千円

小屋から見える新たな風景とダーチャプロジェクト

亀岡らしい風景の真ん中に建築家や農家らが協働して小屋を設置



農業の世界観をビジュアルに伝える装置となる

都会から亀岡に通いながら農家に弟子入りするプログラム（ダーチャ）にも活用



地域ブランド農産物の認定制度

地域で育てた農産物のブランド認定制度を確立

連携



京都オーガニックアクション

有機野菜を扱う農家・八百屋・流通業者・研究者が参加

大学共同利用機関法人
総合地球環境学研究所

持続可能な食の消費と農業システムが研究テーマの一つ

- ① 亀岡産野菜の付加価値の向上
- ② 農業コミュニティの維持拡大

知の共有

料理人、職人、農家など様々な技術（アート）をもつ講師を招聘し土地や人の知恵を共有

KIRI WISDOM

芸術のみならず日々の暮らしの叡智を深めるトークイベント

2018年度 5事業 224人
2019年度 7事業 137人

地元の風景や食に向き合うイベントを開催するなど、地域の魅力を新しい視点で再発見できる取組み

KIRI² 芸術大学

亀岡を拠点にするアーティスト、職人、農家などを講師としたワークショップ

2018年度 11事業 110人
2019年度 4事業 68人

亀岡の土から作った天然絵具で絵を描く、亀岡で採った土から粘土を作るなど、地域固有の講座を実施

アーカイブ化してHP掲載(作業中)

交流の接点づくりとブランド化による新陳代謝のある農業コミュニティの実現

※Harvest Journey Kameokaと連携することで、交流人口を積極的に取り込む

プラスチックごみゼロ具体化事業と アートの接続

2030年までにプラスチックごみゼロを目指し「かめおかプラスチックごみゼロ宣言」を発出（2018年12月）

“市民の行動変革”がキーワード

	2022年 目標
1 エコウォーカー事業 ウォーキングしながら気軽にゴミを拾う市民参加型の清掃活動	年間参加者 100人
2 リバーフレンドリーレストラン 飲食店舗にプラスチックごみを呼びかけ、消費者と協働して取組を推進	登録店舗 30店
3 マイボトル普及施策 亀岡市内の給水スポットを地図アプリ上に示し、マイボトルを普及	普及率 70%
4 レジ袋禁止条例の施行 国内初のレジ袋禁止条例を2020年3月議会で可決	マイバッグ 持参率 95%

市内在住のアーティストとの連携

- ・視認性を高く可視化
- ・市民参加型のワークショップを開催

プラスチックごみゼロ環境ブランド 認定制度とサイン表示

市民参加によるワークショップを通じてプラスチックごみゼロ理念を発信するロゴマークを作成（2019年7月～2020年1月）



- ① 使用基準を整備し、理念に合うサービスや製品にタグ付けし、価値を発信するブランドとして確立



- ② 世界に誇れる環境先進都市かめおかのシンボルとして街頭に掲示

環境施策の価値を可視化する シンポジウムの開催

芸術祭の主要事業として環境と他分野が融合するシンポジウムやインスタレーションを行い知や視点を共有（直近では2020年1月開催）



“持続可能性”がキーワード

- 「世界に誇れる環境先進都市亀岡」の未来
- 循環的経済圏を可能とする新しい芸術祭とは
- アーティストとサステナビリティ
- 持続可能な食と農がひらく新しい亀岡の未来

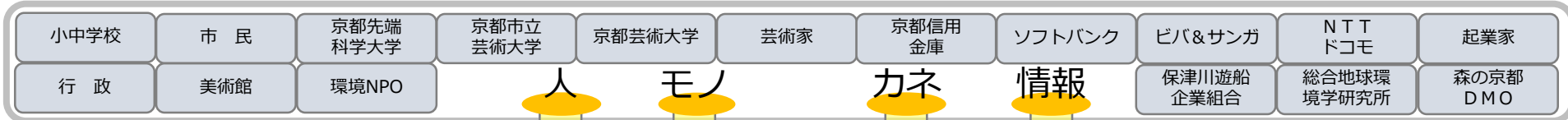
インスタレーションで価値を可視化



環境施策が芸術祭と連動することで来場者に対して伝えたい価値を視覚的・印象的に表現

市民一人ひとりに伝わるプラスチックごみゼロ施策の実行と発信

三側面をつなぐ統合的取組



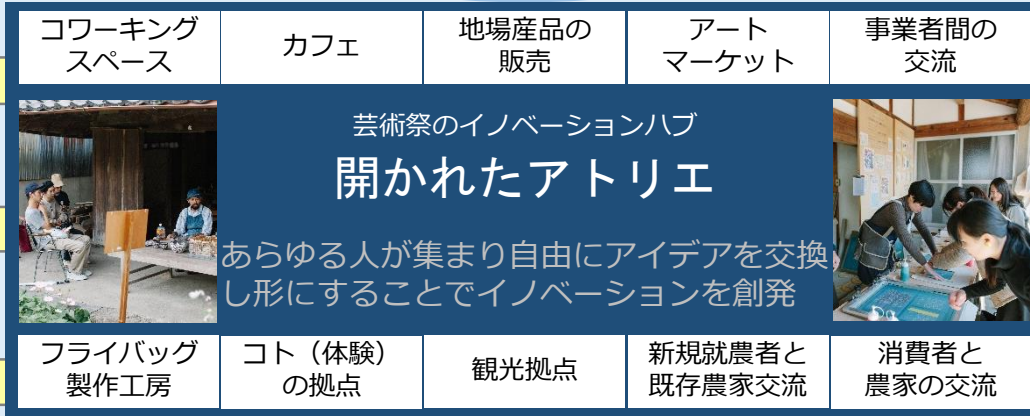
プラットフォーム

プラットフォーム機能を強化することで 人 モノ カネ 情報 が集まる

かめおか霧の芸術祭

経済
 アートマーケット
 まちなかプロジェクト
 FLY BAG Project
 Harvest Journey Kameoka

- イノベーション**
人材の育成
ビジネスの創出
- 環境×教育**
ふるさと環境学習
社会教育
- 環境×経済**
環境に優れた商品
やサービスの開発



- コミュニティ**
リピーター獲得
ネットワーク形成
- 農業**
地産地消の推進
食の安全の推進
- 観光**
体験価値の向上
稼げる観光

「芸術祭」をハブに循環的なアート経済圏を創出

環境

プラごみゼロ具体化事業
 環境ブランド認定制度
 シンポジウム

芸術祭の情報発信に向け
 HPを抜本改革中



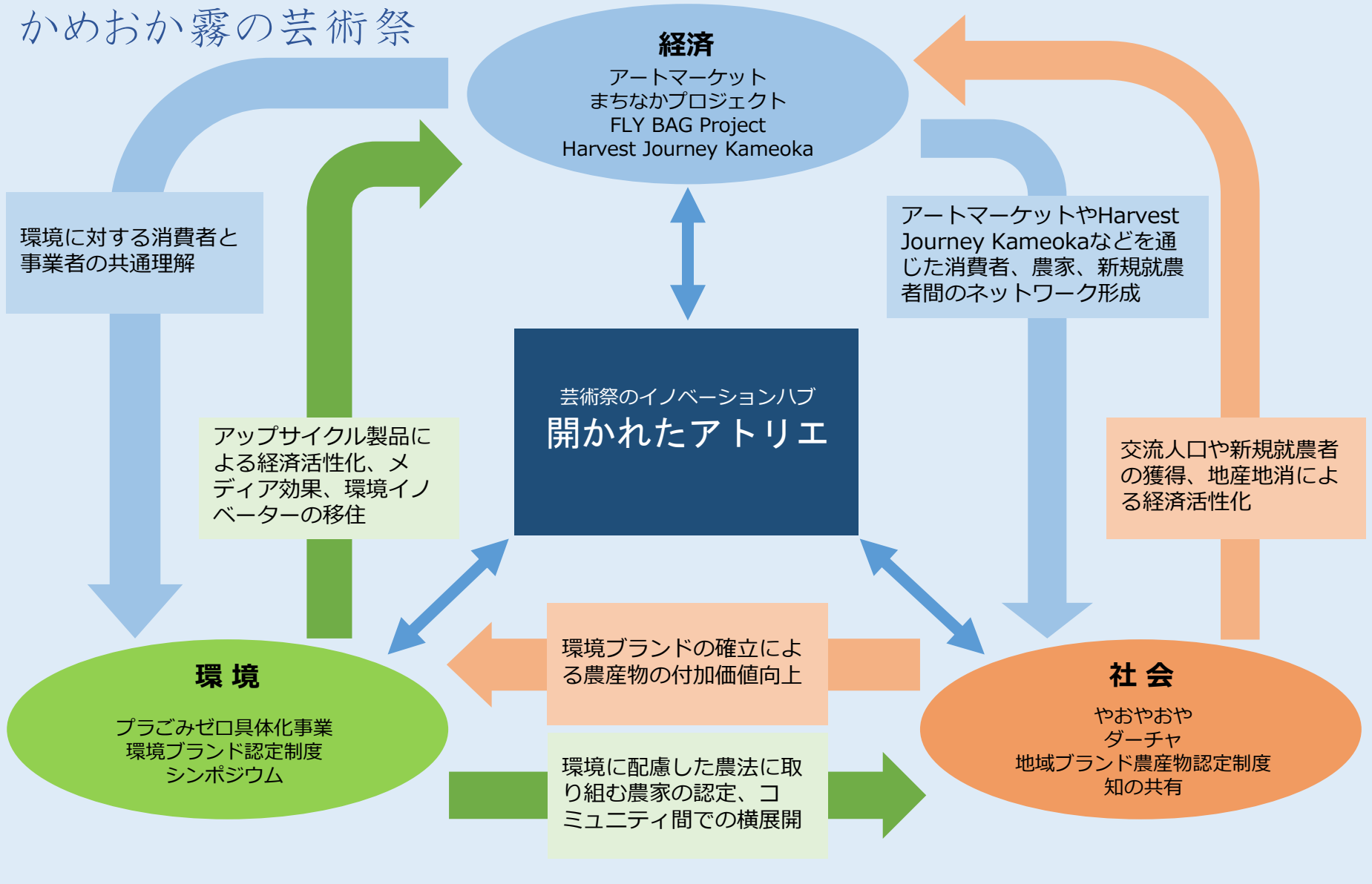
社会

やおやおや
 ダーチャ
 地域ブランド農産物認定制度
 知の共有

統合的取組によって生じる相乗効果

プラットフォーム

かめおか霧の芸術祭



自律的好循環の具体化に向けた事業

自走に向けた事業の収益化

【経済活性化を軸足に行う各種事業】

- ①アートマーケットの開催
- ②KAMEOKA FLY BAG Project
- ③Harvest Journey Kameoka

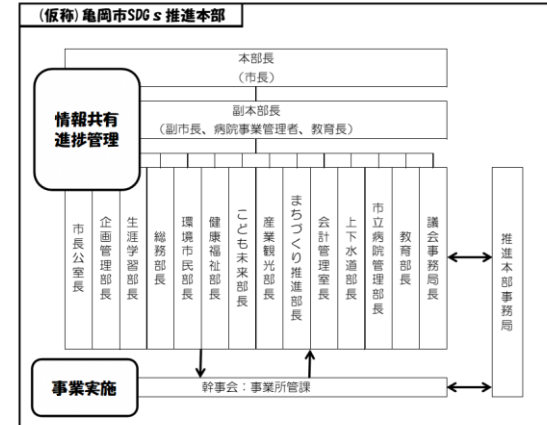
【自走に向けた取組み】

- ・事業運営を担う法人の立ち上げ（2020年～）
- ・民間資本の利用（2019年～）
- ・京都信用金庫による伴走支援（2019年～）

1 2

行政内でのマネジメント

- ・市長トップの推進本部を設置し、情報共有
- ・本部の指揮監督の下、関連政策を連動



社会関係資本の維持・拡大



【開かれたアトリエ】

- ・市内外から人々が集う拠点
- ・多様なアイデアを交換し、形にする舞台
- ・地域課題の解決プロセスが芸術祭事業になる

4 3

地域や多様な主体との連携

【主眼】

連携パートナーを市内外で増やすことで、各取組みについて波及効果を創出

小中学校	市民	京都先端科学大学	京都市立芸術大学
行政	美術館	環境NPO	保津川遊船企業組合
京都芸術大学	芸術家	京都信用金庫	ソフトバンク
総合地球環境学研究所	森の京都DMO	ピバ&サンガ	NTTドコモ

【連携に向けた取組み】

- ・実行委員会形式による芸術祭の運営
- ・地域を題材に、市民が参加する芸術祭
- ・環境ブランドマークの認定制度及び表彰制度
- ・環境未来づくりパートナー（仮称）提携制度