

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

祇園祭創始から1150年～温故知新・京都文化コンテンツ創生による文化を基軸としたまちづくり・経済活性化計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

京都市

3 地域再生計画の区域

京都市の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

京都の文化は、観光業と親和性が高く、文化を生かした観光振興は功を奏し、平成29年は観光客数は年間5,362万人、観光消費額でも1兆1,268億円を生み出している。しかしながら、それに続く「文化×α」を生み出しきれていないところである。そのため、文化を生かした経済活動も、裾野を拡大するには至っていない状況であり、自立的な文化資産の保全継承を進めていくにあたって、財務面でも大きな課題が生じている。

また、マンガ専攻の学部を有する芸術系大学が存在し、日本初のマンガ関連資料を所蔵するマンガ専門の総合的な資料館である「京都国際マンガミュージアム」が存在するなど、京都は伝統的な文化芸術だけでなく、マンガ等の新たな文化、ポップカルチャー振興にも取り組んできた。こうした新しい文化は、海外等でも認知度が高く、評価を得ているものの、京都の多様な魅力を発信していくツールとして、有効活用できていない。

加えて、芸術系大学等における学生の受け皿となる業界の基盤強化が必要であり、それに向けた文化資源の積極的な活用の仕組みを産学公が連携して整えていく必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

京都の文化芸術をめぐっては、新・文化庁の京都移転、東京オリンピック・パラリンピック、大阪・関西での万国博覧会開催など、国内外に

その魅力を示し、全世界の人々に体験・体感していただける絶好の機会が迫っている。

京都は伝統文化のみならず現代アートやポップカルチャーなど、重層的で多様な文化が息づき、今なお新たな試みが生まれ続けている。この機会を捉え、今一度、京都の文化力を見つめ直し、京都の培ってきた文化力を的確に国内外に発信し、さらに強く磨き上げ、様々な分野に効果を波及させていくことで、文化を軸にした経済活性化を目指す。

加えて、京都市立芸術大学が市郊外から中心部（京都駅前）に移転してくることを契機として、受入地域をあげて芸大と連携し、文化を生かしたまちづくり・地域づくりを進めること等により、芸大生などの若い世代が「文化」をキーワードに集うまちへの転換を目指す。

【数値目標】

	事業開始前 (現時点)	2019年度 増加分 (1年目)
コンテンツ関連商品の開発数(件/年)	1,211	30
京都への訪問動機となった観光資源がマンガ、アニメ等である外国人の割合(%/年)	8.1	0.1
京都への訪問動機となった観光資源がマンガ、アニメ等である日本人の割合(%/年)	1.4	0.1

2020年度 増加分 (2年目)	2021年度 増加分 (3年目)	KPI増加分の 累計
33	36	99
0.2	0.2	0.5
0.2	0.2	0.5

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

祇園祭創始から 1150 年～温故知新・京都文化コンテンツ創生による文化を基軸としたまちづくり・経済活性化事業

③ 事業の内容

本事業では、文化活用の裾野を広げ、文化を基軸とした取組を定着させていくため、本市が強みとして有するアニメ、マンガ、映画等のクリエイティブな文化コンテンツを活かし、コンテンツ創造の中で新旧の調和、融合のイノベーションを生み出すとともに、その成果を活かした積極的な発信・交流を創造することにより、文化コンテンツ関連産業の活性化とそれを担う人材育成などを進める。京都の魅力を伝える重要ツールとして、文化コンテンツを国内外に展開していくことで、関係人口の拡大による波及効果をもたらし、文化を軸にした経済循環を創出する。

また、新・文化庁の京都移転、改正文化財保護法や京都市立芸術大学の移転など、文化を取り巻く様々な環境を踏まえた取組を組み合わせ、京都の文化を対外的に活用・発信していくための磨き上げを図る。

- 文化財をはじめとしたの様々な文化資源の保全活用に向けた産学公連携の在り方検討
- 京都市立芸術大学移転を見据えた「文化×まちづくり・コミュニティづくり」
- クリエイティブな京都創造に向けたコンテンツ産業の振興と、その成果を生かしたPR
- 京都文化の魅力の積極的な発信による海外も含めた関係人口の拡大に向けた取組
- 京都市美術館のリニューアルオープンを好機とした文化コンテンツなどを活用したまちの賑わい創出

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

京都の持つ文化力をコンテンツとして積極的に活用することにより、企業等からの協賛金を集めるとともに、広報媒体等における広告料を徴収する。また、文化を生かしたPRをインバウンドや国内誘客につなげていくことで、宿泊税による税収確保を図る。加えて、事業の実施手法等の効率化を進めることにより、一般財源の捻出に努めるなど自主財源の確保を進める。

【官民協働】

単なる文化振興に留まらず、文化を基軸とした経済の好循環にまで取組を発展させるためには、環境整備、人材育成、コンテンツの創出、ビジネスマッチングといった各段階で産官学が一体となった取組が求められる。

【政策間連携】

「文化×観光」による交流人口の増加にとどまらず、定住人口の増加や市内企業のビジネス創出などにつなげていくことで、京都のまちの基礎体力強化に資する取組ともなることを目指す。

【地域間連携】

本事業は国内のみならず国外からも新たな交流人口を呼び込むものであり、その効果は周辺自治体へも波及する。また、マンガやアニメというコンテンツの力によって、本市からさらに離れた地方にも効果を波及させ得る力を秘めている。京都が新たなポップカルチャーの発信地となることで、京都のみならず幅広い地域へ恩恵をもたらすことを目指す。

【その他の先導性】

特になし

⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（K P I）） 4－2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

京都市事務事業評価委員により、交付金事業の一体的な効果検証を行う。

【外部組織の参画者】

学識経験者や市民公募委員

【検証結果の公表の方法】

ホームページ等で公表

⑦ 交付対象事業に要する経費

法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 271,700千円

⑧ 事業実施期間

地域再生計画認定の日から2022年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

○ 祇園祭創始1150年記念事業

ア 事業概要

日本三大祭の一つとして、我が国を代表する「祇園祭」は、2019年に祇園祭の起源である「祇園御霊会（ごりょうえ）」の開始から1150年の節目を迎える。また、ユネスコ無形文化遺産登録から10年、国の重要無形民俗文化財指定から40年にも当たる。そこで、これを契機として、祇園祭の意義を再認識し、その価値を広く共有するため、連続講座や記念講演等を実施するとともに、国内外からの更なる観光誘客につなげるため、首都圏において祇園祭の囃子方（はやしかた）の実演や国内外向け情報誌やSNSへの掲載などの祇園祭の魅力の幅広い発信を行う。

イ 事業実施主体

京都市

ウ 事業実施期間

2019年4月1日から2020年3月31日まで

6 計画期間

地域再生計画認定の日から2022年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況にかかる評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況にかかる評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況にかかる評価の公表の手法

5-2の⑥に掲げる【検証結果の公表の方法】に同じ。