

『音楽によるまちづくり』

総務課	西田 周平
広報・プロモーション課	妹尾 莉菜

目次

1. はじめに	1
(1) 調査の背景と目的	
(2) 調査事例の選定	
2. 事例調査	2
(1) 音楽のあるまちづくり推進事業（実施主体：所沢市）	2
① 調査先の概況	
② 取組に至った経緯	
③ 取組内容と効果・実績	
④ 課題と今後の展望	
(2) すみだストリートジャズフェスティバル（実施主体：すみだストリートジャズフェス ティバル実行委員会）	5
① 調査先の概況	
② 取組に至った経緯	
③ 取組内容と効果・実績	
④ 課題と今後の展望	
(3) 加賀温泉郷フェス（実施主体：加賀温泉郷フェス実行委員会）	8
① 調査先の概況	
② 取組に至った経緯	
③ 取組内容と効果・実績	
④ 課題と今後の展望	
3. おわりに	12

1. はじめに

(1) 調査の背景と目的

近年、地域密着型の音楽イベントが開催されたり、自治体が音楽団体やコンサートを支援する等、全国各地で音楽を活用したまちづくりが行われている。音楽は、人々に感動や生きる喜びをもたらし、社会全体を活性化する上で大きな力になるものと考えられる。音楽を活用したまちづくりは、音楽の力によって人々の心や生活を豊かにするだけでなく、音楽イベントやコンサート等の開催により地域外の人を地域に呼び込むことで、関係人口の拡大や地域経済活性化などの効果が得られている。また、地域密着型の音楽イベントにおいては、音楽と観光が融合した「ミュージックツーリズム」(※1)による経済効果が期待されている。

一方で、地域で音楽イベントを開催しても一過性で終わってしまう例もあるなど、音楽によるまちづくりを実現するには、ハードルがあることも確かである。

本調査では、音楽が地域の活性化や地域経済にもたらす効果について各事例の特性や成功している要因を明らかにし、行政、民間それぞれの立場の音楽による地域活性化のポイントを探ることで、音楽を未だ活用していない地域や活用しているが更なる発展を望む地域の参考となることを目的とする。

※1 ミュージックツーリズムとは

ミュージックツーリズムとは、音楽と観光が結びついた音楽観光事業で、音楽を楽しむと同時に、その土地固有の食や文化、歴史、工芸、アクティビティなどに触れながら地域の人々と交流する観光のことである。ミュージックツーリズムは、生誕地や墓地等の音楽家ゆかりの地をめぐる「聖地巡礼型ミュージックツーリズム」と、音楽イベントや音楽レッスンへの参加を目的とした「音楽体験型ミュージックツーリズム」の2つに大きく分類される。

特に、音楽イベントの目的やあり方が多様化している近年では、観光関連事業者やコンサート企画運営会社のみならず、イベント開催地を含めすそ野広く経済効果を生む音楽体験型ミュージックツーリズムに大きな注目が集まっている。

(2) 調査事例の選定

今回の調査にあたっては、行政による音楽を活用した地域活性化、市民による音楽イベントを活用した地域活性化やミュージックツーリズムに着目し、以下の3事例を調査先に選定した。

①音楽のあるまちづくり推進事業（実施主体：所沢市）

所沢市の「音楽のあるまちづくり推進事業」は、音楽を演奏する機会や聴く機会を市

民にとって身近なものとして定着させることで、市民の生活にうるおいと安らぎ、活力を与えている。行政が主導で、イベントに頼らず音楽を市民にとって日常的なものとする地域活性化の手法について見ていく。

②すみだストリートジャズフェスティバル（実施主体：すみだストリートジャズフェスティバル実行委員会）

墨田区で開催されている「すみだストリートジャズフェスティバル」は、市民ボランティアが運営する完全無料の音楽イベントで、誰もが気軽に音楽を楽しめる機会を、行政の補助金に頼らず市民が手作りで提供している。

本事例により、市民による音楽イベントを活用した地域活性化の手法について見ていく。

③加賀温泉郷フェス（実施主体：加賀温泉郷フェス実行委員会）

加賀市、小松市の温泉地からなる「加賀温泉郷」で開催されている「加賀温泉郷フェス」は、「音楽と温泉の融合」をコンセプトにした音楽イベントで、旅館の中にステージを作って行う個性的な音楽イベントである。

旅館が中心となって運営しているイベントで、地域の魅力を効果的に発信することで、地域のファンを増やすことに成功していることから、企業主体の音楽イベントを通じた地域活性化の事例として取り上げることとする。

2. 事例調査

(1) 音楽のあるまちづくり推進事業（実施主体：所沢市、所在地：埼玉県所沢市）

①調査先の概況

所沢市は、埼玉県の南西部に位置し、人口約 34.3 万人（2021 年 11 月末日現在）、面積 72.11 ㎢の市である。所沢市は、武蔵野の面影を残す雑木林、江戸時代から続く三富新田を始めとする農耕地、かつて鎌倉街道の要衝として栄えた宿場町など、歴史と文化に育まれた風土と豊かなみどりに恵まれている。また、都心から 30 ㎞圏内の立地で、約 1 時間のアクセスの良さから東京とのつながりも深く、中心都市として発展してきた。

「音楽のあるまちづくり推進事業」は、あらゆる世代の市民や所沢市を訪れる人に、音楽を演奏する機会、聴く機会を常に身近なものとして定着させ、豊かな音楽文化が持続的に発展できるよう取り組まれている。プロ、アマチュアを問わず市内音楽団体（個人）の活動の把握に努め、情報発信や連携を支援し、音楽を通じた交流や音楽環境の活性化を図っている。

②取組に至った経緯

所沢市では、幕末から明治にかけて伝統芸能「重松流祭囃子」が所沢市を中心に多摩地

域へと広がり、宿場町として栄えていたことから歌舞音曲が盛んであった歴史がある。終戦後には、駐留した米軍の影響によって市民にジャズが浸透するなど、昔から音楽を親しむ風土があった。また、所沢市長の藤本正人氏が海外のストリート音楽を聴いて感銘を受けた原体験から、街を歩けばふと音楽が聞こえてくる「音楽のあるまちづくり」を推進してきた。当時の市長施政方針には「所沢成長作戦！」の例として「若手アーティストを活かしたまちづくり」が挙げられており、2013年3月、庁内横断的に市長より任命された職員によって「音楽のあるまちづくり検討会議」が設置された。2013年4月には、市長公約の推進に関して「音楽のあるまちづくり」を全庁的な協力体制の下、さらに推進するように特命があり、現在は、文化芸術振興課を中心にした音楽に関心のある職員等のプロジェクトチームが事業に関わっている。

③取組内容と効果・実績

(ア) 音楽活動の情報発信

所沢市は「音楽のあるまち所沢」のイメージアップにつながり、ふるさと所沢に根付いて定期的・継続的に開催している音楽イベントや団体・店舗等を推奨する「音まち推奨制度」を設けている。所沢市の音楽情報発信サイト運営団体「ptoko (ピートコ)」が対象基準を満たす推奨候補を選定し、前述の「音楽のあるまちづくり検討会議」にて推奨を決定する。推奨されるとチラシ等に「音まち推奨」のロゴマークを表記できるほか、市民部文化芸術振興課が運営する「音楽のあるまちづくり」の facebook、twitter でイベント情報が発信される。また、市内で演奏を聴いたり自ら演奏したりしながら音楽を楽しむことのできる店舗や施設を紹介するガイドマップ「音まち MAP (マップ)」を2015年4月から作成し、現在は第3弾まで発行している(資料①)。「音まち MAP (マップ)」では、イベント時だけではなく日常的に演奏が行われる音楽カフェなども多く紹介されており、市民の生活に音楽が根付いていることがうかがえる。市は「ptoko (ピートコ)」と連携し、音楽情報の共有と情報発信によって、容易な情報入手と市内音楽環境の活性化に取り組んでいる。



資料①「音まち MAP (マップ) vol.3」

(イ) 市民への音楽機会の提供

所沢市では、市民に気軽に音楽を楽しんでもらうため、市が主催し、又は市民文化センター「ミューズ」を管理・運営する（公財）所沢市文化振興事業団や企業と協力し、商業施設や駅前など市民が自然に集まる場所で音楽に触れるイベントも開催している。

市及び実行委員会の主催イベントとして、音楽のあるまちとして所沢市の魅力をPRするため、所沢市にゆかりのあるミュージシャンや市民が所沢航空記念公園の緑豊かなロケーションをバックに演奏をする「空飛ぶ音楽祭」を2017年度に初めて開催したが、2021年度開催予定であった「空飛ぶ音楽祭2021」は、コロナ禍の影響で中止となった。

この他にも、「ミューズ」と共催し、所沢市役所庁内でクラシックのミニコンサートを行う「音まちコンサート」を年2回、駅前商業施設の「ワルツ所沢」や「新所沢パルコ」と共催し、店頭で若手ミュージシャンを中心にミニライブを行う「まちなかコンサート」を年10回程度開催している。

また、2021年9月からは、所沢駅の改札前広場に市民から寄付されたピアノをストリートピアノとして設置した。ピアノは誰でも、いつでも自由に演奏ができ、周辺には座って演奏を聴くことのできる椅子も設置されており、音楽に興味があるなしにかかわらず、立ち寄った人が気軽に演奏を聴いて楽しむことができる。市民には、音楽を身近に触れることのできる憩いの場として受け入れられている。

（ウ）効果・実績

「音楽のあるまちづくり」推進事業によって、音楽を演奏する機会、聴く機会が市民にとって身近なものとして定着し、市民の生活にうるおいと安らぎ、そして活力が与えられている。「音まち推奨制度」では、現在547件（2021年9月時点）が推奨決定されており、毎年件数が増加していることから、当該事業が市内施設及び市民に浸透してきていることがうかがえる。また、各種コンサートも来場者が増加傾向にある。所沢市が来場者に実施したアンケート結果では「良かった」「続けてほしい」等の声が寄せられ、出演者からも「また出たい」と好評を得ている。

日常生活には様々な音が溢れており、特に駅前や街中では広告による騒音や雑音が存在している。所沢市では、市内にある音楽に触れられる場所を数多く紹介し、市民が騒音から逃れ日常的に音楽を楽しむ場所へアクセスしやすくすることで、市民の生活に音楽を根付かせ、うるおいと安らぎを提供しているといえる。

④課題と今後の展望

2021年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、事業の核となる「空飛ぶ音楽祭2021」は中止となったが、「まちなかコンサート」など新型コロナウイルス感染症対策を行った上で開催したコンサートもあった。今後は、各種コンサート等の開催方法などを工夫し、新しい生活様式を踏まえた「音楽のあるまちづくり」を進めていきたいと担当者

は意気込む。

(2) すみだストリートジャズフェスティバル（実施主体：すみだストリートジャズフェスティバル実行委員会、所在地：東京都墨田区）

①調査先の概況

墨田区は、東京都の東部に位置する、人口約 27.6 万人（2021 年 12 月 1 日現在）、面積は 13.77 ㎢の区である。江戸時代に誕生した隅田川花火大会や両国の相撲など、江戸の文化を色濃く残しつつ、明治以降には商工業が発展し、都内有数のものづくりのまちでもある。

「すみだストリートジャズフェスティバル」（以下「すみだジャズ」という。）は、2010 年から毎年墨田区内で開催（コロナ禍である 2020 年及び 2021 年は中止）されているイベントで、2 日間の開催期間中、区内に設置された数十か所のステージでプロのアーティストやアマチュアバンドによりジャズが演奏され、街中にジャズが鳴り響く。入場料は完全無料で、誰でも気軽に参加できる。

②取組に至った経緯

リーマンショックによる世界金融危機の影響が残る 2010 年、会社経営者の能厚準（たくみこうじゅん）氏及び山田直大（やまだなおひろ）氏が「墨田区を活性化させるイベントをやりたい」という想いで「すみだジャズ」を立ち上げた。

海外のストリートで、少年たちがバイオリンの四重奏を行い、多くの人が足を止めて音楽に魅了されている光景が忘れられないという山田氏には「音楽は本来崇高なものではなく、誰でも気軽に楽しむことができる娯楽であり、人を魅了し豊かにすることができるものである」という確信があった。「いつの間にか崇高なものになってしまった音楽という素晴らしい文化を、墨田区でも気軽に楽しんでもらいたい」という想いで、音楽イベントの実施を決めた。

また、墨田区が 1988 年に「世界音楽都市構想」を掲げ、音楽によるまちづくりを推進してきたことも音楽イベントの立上げの要因のひとつである。「世界音楽都市構想」の一環で区内に設立された「すみだトリフォニーホール」では、例年「すみだ区民音楽祭」が開催され、学生のブラスバンドから区民による合唱団など多彩な団体が、オーケストラやオペラ、合唱と様々なジャンルの音楽を演奏する。

このように、区民の生活の中に音楽が息づいており、地域が音楽イベントを受け入れる土壌がある程度整っていた。音楽ジャンルとしてジャズを選んだのは、普段聞きなじみのないジャンルの音楽が街で鳴っていた方が足を止める人が多くなるというねらいと、「ジャズ=カッコいい音楽」というイメージが発起人 2 人の中にあっただけである。開催前は区民や行政から開催を疑問視する声もあったが、初年度 2 万人（主催者発表）が来場し、開催後は概ね好意的に受け入れられていった。

③取組内容と効果・実績

(ア) 市民ボランティアによる運営

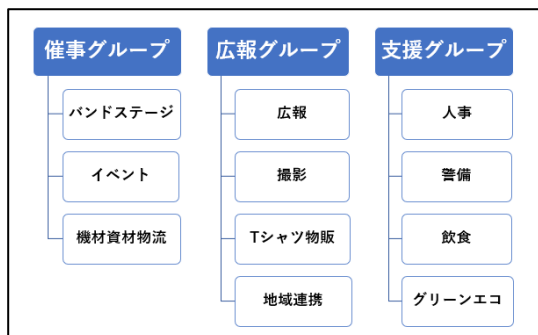
「すみだジャズ」は、イベンターの力を借りず、すべて市民ボランティアにより運営されている。ボランティアの数は1,000人を超え、国内外様々な場所から参加している。膨大な人数を擁する組織が一枚岩となって稼働できるのは、盤石な組織体制を構築しているからである。

「すみだジャズ」の実行委員会は、資料②のように、3グループ、11セクションにより組織されており、約40人のコアメンバーがそれぞれのセクションの責任者を務める。スタッフの配属については、性格や適性により決定しているという。細かい役割分担でやるべきことを明確にし、かつ適性に合った仕事を行うことで、ボランティアスタッフは迷いなく行動することができ、組織運営が安定する。ボランティアスタッフについては、あくまで「来るもの拒まず、去るもの追わず」のスタンスで募集しているとのことだが、一度ボランティアとして参加した人の多くは、次年度以降もリピーターとなって参加するのだという。

(イ) イベントの企画コンセプト

「すみだジャズ」がフェスを企画する上でのコンセプトは「自分達が楽しめることをやる」である。運営側が楽しいと思えることであれば、来場者にもきっと楽しんでもらえるという想いで運営されている。

アーティストのブッキングや、会場で実施するワークショップの企画など、自由な発想で楽しいイベントづくりをしており、ボランティアスタッフの立案によるアップデートを繰り返している。例えば、ファミリー層の増加に伴うキッズスペースの導入である。音楽だけでは、小さい子どもが楽しめない可能性があるため、ヨーヨー釣りやスイカ割り、輪投げ等ができるような場所を設けている（資料③）。



資料②「すみだジャズ」の組織図



資料③「すみだジャズ」に参加する子ども

(ウ) 運営資金の調達

前述のとおり「すみだジャズ」は入場料無料のイベントであるため、入場料による収入はない。主な収入源は区内企業等からの協賛金、オリジナル T シャツ（資料④）の販売や飲食ブースでの売上げである。T シャツは、区内のメーカーが製作している。デザイナーは、メーカーからの紹介や運営スタッフからの企画により選定しており、毎年変わる。2,500円で販売されるこの T シャツは、毎年2,000枚程度売れており「すみだジャズ」の大きな収益源になっている。

なお「すみだジャズ」は、初回開催からこれまで、行政からの補助金を運営資金として活用していない。それは、前述の企画コンセプトのとおり、自分たちが楽しめる企画を自由に実現するため、公金を財源にしたくないという意図があるからである。

音楽イベントの開催には多額の資金が必要となるが、イベンターを活用せず、市民ボランティアによる手作りのイベントである「すみだジャズ」だからこそ、資金面での自立を実現できている。



資料④「すみだジャズ」の T シャツ (2019 年度)

(エ) 効果・実績

初年度2万人だった来場者数は、2019年には10万人に達し（主催者発表）「すみだジャズ」の規模は年々拡大している。ステージの規模は最大で47にまで増加し、まさに“会場が街全体”というコンセプトどおりのイベントになっている。

ここまで規模が拡大していった要因は、人が会場に流れ、区内を周遊する仕組みができていることにある。

「すみだジャズ」のメインステージである錦糸公園の最寄り駅である錦糸町駅は、JR線及び東京メトロ半蔵門線が乗り入れる駅で、1日約15万人が利用（2020年の1日平均の合計）する。錦糸公園は駅から徒歩数分のため、たまたま駅を利用した、イベントを知らない人でも気軽に立ち寄りやすい。駅前の広場にもステージが設置され、イベント当日は駅までジャズの音が聞こえる。また、商業施設の敷地内や公園などの公共の施設、銭湯など、区内のいたるところにステージがあるため、音に誘われて立ち寄った人がそのまま区内を

周遊することも多い。

こうして、地域住民だけでなく、区外の人々が墨田区内を周遊することで、墨田区の魅力を効果的に発信することができ、関係人口・交流人口の増加につながっている。

また、「すみだジャズ」は、ゼロから市民が作り上げた音楽イベントとして注目を浴び、大学のイベント関係学科のカリキュラムの一環として、毎年30～40名程度の学生が参加するほか、日本最大級の学生ボランティア団体である、NPO法人国際ボランティア学生協会に属する学生が、毎年全国から100名程度スタッフとしてイベントに参加するなど、幅広い年代の多くの人が主体的に参加し、イベントを通じた交流を深めている。

④課題と今後の展望

今後の音楽イベントの運営に当たって、新型コロナウイルス感染症による影響については、無視することができないであろう。音楽イベントの開催は、一歩間違えると社会的な批判を浴びることにもなりかねず、多くの音楽イベントがコロナ禍での在り方を模索している。「すみだジャズ」についても例外ではなく、2020年・2021年と、リアルでのイベント開催の中止を余儀なくされている。

このような状況であるが、2021年にオンラインでプレイベントの配信を行ったり、当日の幻のタイムテーブルを発表してHP上で各アーティストの演奏動画を視聴できる環境を構築したほか、イベントを疑似的に体験できるコンテンツを作成するなど、現状でできる限りのことを行い、新しい可能性を前向きに模索している。また、ボランティアスタッフとの定期的なオンラインミーティングを行い、運営スタッフ間のコミュニケーションを絶やすことはない。

音楽イベントは、リアルで開催することに大きな価値がある一方で、昨今はオンライン配信が急速に普及し、場所や時間に縛られることなくコンテンツを発信できる土壌が整っている。「すみだジャズ」は、リアルでの開催に向けた体制を維持しつつ、今後オンラインで誰でも気軽に参加できる環境を整えていくという。ポスト・コロナ時代における市民がつくる地域の音楽イベントの在り方と地域活性化をモデルとして示すことができる力が、「すみだジャズ」にはあると感じた。

(3)加賀温泉郷フェス（実施主体：加賀温泉郷フェス実行委員会、所在地：石川県加賀市）

①調査先の概況

加賀市は、石川県の南西部に位置し、人口約6.5万人（2021年10月1日現在）、面積305.99k㎡の市である。加賀温泉郷は、同市の山代、山中、片山津、同県小松市の栗津の4つの温泉地からなっている。「加賀温泉郷フェス」は、加賀温泉郷で2012年から毎年7月に開催されている音楽イベントである（2020年・2021年度はコロナ禍の影響で中止）。

「温泉と音楽の融合」をコンセプトに開催されるこのフェスでは、旅館「瑠璃光（るりこ

う)」内の宴会場や会議場、ラウンジスペースなどを利用した複数の会場で、J ポップやロック、アイドル、ダンスミュージックなど多岐にわたるジャンルのアーティストがライブを行う。イベントの運営は、地元の観光協会や旅館組合、商工会等の若者が中心になって行っている。

②取組に至った経緯

2011年3月に発生した東日本大震災による全国的な観光自粛ムードの中、加賀温泉郷においても、観光客の減少や、高齢化に頭を悩ませていた。また、加賀温泉郷は、もともと「関西の奥座敷」と呼ばれ、関西から多くの旅行者が訪れていたため、2011年当時、2015年の北陸新幹線の開通に向けたプロモーションが行われておらず、首都圏からの観光客に訴求するものがなかった。そこで、当時石川県旅館ホテル生活衛生同業組合青年部加賀支部長であった、よろづや観光株式会社代表取締役の萬谷浩幸（よろづやひろゆき）氏が、加賀温泉郷を首都圏に向けて発信する「レディー・カガ」プロジェクトを立ち上げた。

本プロジェクトは、市内の観光施設で働く女性や芸者等が加賀温泉郷の魅力を伝え、おもてなしの心をアピールするプロジェクトである。JR 加賀温泉郷駅で「レディー・カガ」たちが来訪者をお迎えする動画を YouTube で発信したところ、再生回数は30万回を超え、大きな話題となった。

萬谷氏は、バーチャルな存在である「レディー・カガ」たちのおもてなしを体験してもらうリアルなイベントを開催したいと考え、「加賀温泉郷フェス」を開催することにした。

開催に当たり、萬谷氏は、クリエイティブディレクターの箭内道彦氏が主催する「風とロック芋煮会」という音楽イベントに影響を受けたという。同イベントは、箭内氏の地元である福島で開催されており、音楽ライブのほか、芋煮鍋、キャンプファイヤー、肝試し等、地元アーティストが中心となって企画したレクリエーションを通して、アーティスト、地元住民、全国から集まった人が交流するイベントである。萬谷氏は、2011年に同イベントに参加。萬谷氏は、地元の文化であり魅力である芋煮会と音楽を組み合わせ、地元の人と客が交流を深めるこのイベントに参加したことで、音楽イベントと観光を組み合わせることの可能性に気づき、音楽イベントを開催することに決めた。

③取組内容と効果・実績

(ア) 初回は台風により中断

2012年9月、片山津温泉の柴山潟湖畔公園で第1回の「加賀温泉郷フェス」が開催された。「レディー・カガ」プロジェクトのプロモーション効果により、1,800枚のチケットは完売だった。順調な滑り出しに見えたが、当日に台風が直撃。開催途中での中断を余儀なくされた。公園での開催はできなくなったが、出演アーティストからの申し出により、萬谷氏が経営する旅館「葉渡莉（はとり）」のナイトクラブでアコースティック形式のライブ

を継続し、アーティストと客の距離が近いライブは好評を博し、第1回は幕を閉じた。

その後、第4回まで「加賀温泉郷フェス」は柴山潟湖畔公園で開催されたが、温泉街まで1km程の距離があり、来場者の多くは温泉街を周遊することがなく、「温泉と音楽の融合」というイベントのコンセプトとかけ離れていたことから、第5回目からは会場を見直して開催されることとなる。

(イ) 旅館開催への転換

第5回から「加賀温泉郷フェス」は山代にある萬谷氏が経営する旅館「瑠璃光」での開催に変更された。旅館で開催することにより、来場者は疲れたらいつでも温泉に浸かることができ、「温泉と音楽の融合」というコンセプトに合ったイベントになった。また、来場者はマニアックな音楽ファンが中心だったが、旅館で休みながら参加でき、夏の日差しの影響もないことから、ファミリー層での参加者が増え、熱心な音楽ファン以外の人も参加しやすくなった。



資料⑤加賀温泉郷フェスの様子(外観)



資料⑥加賀温泉郷フェスの様子(ステージ)

(ウ) 行政との関わり方

第1回からこれまで県や市が後援し、第4回までは、行政からの補助金も一部活用していた。しかし、瑠璃光で開催するようになった第5回目以降は、行政からの補助金は一切活用していない。それは、萬谷氏が経営する旅館での開催ということで、公金を受け取ることが好ましくないという判断によるものだったが、イベントの特徴が色濃く出せるようになり、結果として補助金を活用しない方が上手くいくようになったという。

公金が投入されたイベントは、良くも悪くも公平性・平等性が重視され、多くの制約が加わることになる。アーティストのブッキングやイベントの運営方法について、自由に企画することができるようになり、結果として「加賀温泉郷フェス」が成功する要因になっていると考えられる。

「加賀温泉郷フェス」は、チャートをにぎわすような旬のアーティストや、誰もが知っているアーティストより、地下アイドルやインディーズのロックバンド、DJ など、ニッチ

でサブカルチャー寄りのアーティストが多く出演する。人気アーティストを呼ぶフェスは全国で乱立しており、都市部近郊で実施しないと、ブッキングコストを回収できず興行として成立しない。「加賀温泉郷フェス」は、そういったメジャーなフェスを目指すのではなく、加賀温泉郷にしかできない、地域体験型の独自のフェスを目指している。

(エ) 加賀温泉郷の魅力の発信

「加賀温泉郷フェス」の目的は、利益の追求だけではなく、地域ブランドを高めることである。フェスの開催中、九谷焼の制作や加賀棒茶を美味しく入れるコツを教えてくれるワークショップなど、加賀温泉郷の魅力を伝えるワークショップが多数開催され、県外から来た多くの客が参加する。また、大人向けのイベントだけでなく、夏休み中の子どもたちがイベントに訪れても楽しめるような図画工作や楽器体験のワークショップも開催している。「子どものころに加賀温泉郷フェスを楽しんだ人が、10年後、家庭を築いたときに、また家族で訪れてほしい」と、萬谷氏は話す。チケット代は、前売りで一般 6,000 円、学生 3,000 円と、ファミリーでも参加しやすい値段に設定されている。

(オ) 効果・実績

「加賀温泉郷フェス」には、約 2,000 人が来場する。来場者は 20 代の若者が中心で、毎年参加するリピーターや、開催後に再びこの地を訪れて観光を楽しむ人もいう。また、台湾、韓国、米国などの海外からの来場者もいる。

「加賀温泉郷フェス」では、地元の温泉旅館や大手旅行代理店と提携し、入場チケットと宿泊がセットになった東京発と大阪発のバスツアープランや、入場チケット付き宿泊プランがホームページ上で販売される。フェスが開催される 7 月は閑散期であるが、「瑠璃光」は開催当日、客室が満室となり、その他の提携旅館も多くが予約で埋まる。多くの音楽イベントは、出演アーティストを目当てにした客が訪れ、イベント終了後にはその日のうちに帰宅するか、開催地外の宿泊施設に宿泊することが多い。「加賀温泉郷フェス」は、加賀温泉郷の魅力を効果的に発信することで、アーティスト目当ての客だけでなく、加賀温泉郷のファンを着実に増やし、交流人口や関係人口の増加を実現しており、ミュージックツーリズムの成功例と言える成果を上げている。

④課題と今後の展望

新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、2020 年および 2021 年の開催は中止となった。旅館という狭い空間で密状態になるイベントの特性上、これまでと同じ方法では開催が困難であるが、萬谷氏は「目的・意義を再構築した上で、規模を縮小して年に複数回開催するなど、やり方を変えて開催していきたい」と前向きに話す。初開催から 9 年が経ち、8 回開催してきた中で、これまでも開催の仕方を柔軟に変えながら継続してきたイベン

トである。ポスト・コロナを見据えて、継続的にイベントが開催され、加賀温泉郷の魅力が発信され続けることを祈る。

2024年には、北陸新幹線の延伸により、加賀温泉駅に新幹線が停車することになる。新幹線開通に向けて、今度はどのようなアプローチでPRしていくのか。今後も目が離せないイベントである。

3. おわりに

本調査をとおして、音楽によるまちづくりの成功事例には、2つの共通点があることが分かった。

①気軽に参加でき、参加することに価値を見出すことができ継続的に参加したくなるような仕組みを作っていること

所沢市の事例では、市が音楽イベントを主催したり、音楽を気軽に聴くことができる場所の情報を提供したりすることで、市民が気軽に音楽を日常に取り入れることを可能にしている。

また、市民としては、市が主催するイベントに参加したり、市から「音まち推奨」の認証を受けて音楽を聴く機会を提供したりすることで、自らが市との関係の中で、音楽を通して市民の生活を豊かにしているという実感を持つことができる。

「すみだジャズ」の事例では、市民が気軽にボランティアとして参加でき、さらに、ボランティアのアイデアを積極的に取り入れたイベントづくりをしているため、市民は自分が参画したイベントが自分の手によって進化していくことを体験することができる。それが、ボランティアとして参加することの価値となり、継続的に参加したくなる理由になっている。

加賀温泉郷フェスでは、これまでの温泉街では聞こえてくることがなかった、地下アイドルやインディーズのロックバンド、DJなどのニッチな音楽ジャンルを温泉と融合させることで、加賀温泉郷でしか体験できない新たな価値を持つイベントを作り上げ、それが特定の人に刺さり、足を運びたくなるようなイベントになっている。

②利益を追及するのではなく、市民の生活の質の向上や地域の活性化、地域外の人に向けた地域プロモーションを主目的としていること

所沢市の事例では、音楽を演奏する機会、聴く機会を市民の間に身近なものとして定着させ、市民の生活にうるおいと安らぎ、活力を与えることを目的にしている。

「すみだジャズ」の事例では、入場料を完全無料にして、誰でも気軽に音楽を楽しめる機会を提供し、イベントを通して様々な人が交流をすることで、墨田区を活性化させるこ

とを目的としている。

加賀温泉郷フェスの事例では、ただ単に音楽イベントを開催するのではなく、来場者が温泉や九谷焼、加賀棒茶等の地域資源に触れる機会を創出し、ミュージックツーリズムを取り入れた地域プロモーションを行うことで、地域ブランドを高めることを主な目的にしている。利益を追及するために音楽イベントを実施するのであれば、人口が多い都市圏で誰もが知るメジャーなアーティストをブッキングし、高額なチケットを販売することが正解となる。しかし、そういった都市型のメジャーな音楽イベントの多くは、アーティストやイベント自体を目的に参加する客がほとんどであり、客は会場と宿泊施設以外、開催地域内を周遊することが少ない。結果として、開催地域の魅力を肌で感じるができず、地域のファンを獲得し、地域活性化に結び付いているとは言い難い。

すなわち、音楽イベントを行うことが主目的化してしまわないような仕掛けづくりが重要となる。一方で、単なる手段と完全に割り切ってしまうと、主催者・参加者にもその温度感が伝わり、結果的に一過性のものになってしまう恐れがあるため注意が必要である。

近年、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によって各種イベントの開催が制限されていたが、現在では新しい生活様式を踏まえて各種イベントや行事が徐々に再開されつつある。ポスト・コロナ時代においては、音楽をはじめとしたエンターテインメントが地域産業や地域経済を活性化させる起爆剤になると考えられる。

地域資源を活かしたミュージックツーリズムの取組みは汎用性が高く、様々な地域資源を活用することが可能である。本調査が、音楽を取り入れたまちづくりを行う上での一助になれば幸いである。