

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

文化観光の推進とアーティスト・クリエイター移住・定住計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

大分県別府市

3 地域再生計画の区域

大分県別府市の全域

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

現在、当市は単年度ごとにテーマを持った芸術祭を開催し、文化芸術による情報発信や観光消費額の増加につなげている。例えば、H21・24・27に開催した芸術祭では、3回を合算したメディア露出広告額約37億円、同じく観光消費額約9億5千万円を達成、ブランド総合研究所が発表する都市ブランド力調査では、H20の34位からH28には10位となるなど効果をもたらした。さらに、アートを入口にした事業を12年間継続した結果、アーティストやクリエイターの移住者が当市の人口の0.1%となる120名を超え（大分合同新聞 H29年1月18日朝刊）、一定程度の実績を上げることができた。

しかし、芸術祭が実施される時期は賑わいや交流が生まれているがそれは年間の数カ月限定されていることや、関連するイベントを通じて移住してきたアーティストやクリエイターは市内各地に広く分散し、個々のアトリエでの創作活動に留まっており、観光面において他地域との差別化を図ったり、経済・産業活動に対して強いインパクトが打ち出せていない。より効果的に彼らの力を活用し地域全体のブランド力向上につなげるためには、例えばクリエイティブ・ビレッジと呼ばれるような限定したエリアへの人的資源の集積や、年間を通じた恒常的な体験・鑑賞機会創出等の取組による観光資源化とともに、市内の中小企業やスタートアップとクリエイターとのマッチングを含めた活動の促進が必要である。そのような可視化への努力や外に開かれた活発な活動の上で、これまで以上にアーティストやクリエイターが本市に興味関心を抱き、移住が実現し、観光および市内中小企業の活力再生へとつながる好循環が生まれると考える。

また、これまでの取組で培ってきた多様な価値や新たな魅力を絶え間なく国内はもとより世界に発信していくことも課題となっている。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

当市では世界的なピアニストであるマルタ・アルゲリッチ氏の総監督のもと1998年から始めた「別府アルゲリッチ音楽祭」の開催、観光地型・文化芸術都市の実現を掲げ、当市を活動拠点とするアートNPO BEPPU PROJECTが進める優れたアートの鑑賞機会や若手作家を発掘応援する芸術祭の開催、別府市を拠点とするアーティストやクリエイターとの交流など、芸術文化を通じ市民の意識を覚醒するとともに新たな価値観の創造とまちの魅力を造成し、情報発信することで観光振興、地域の活性化を図ってきた。

しかし、当市は、現在、急激な変化の只中にある。

大型観光地である当市において苦手とするセグメント、若年層女性個人客がサービス・商品の販売において重要なターゲットとなり久しく、インバウンド需要等の観光動態の変化も著しい。県外資本の参入が相次ぐ中で、市内の中小企業の底上げや大学卒業生の定着も課題となっている。その状況下起こった新型コロナウイルスの蔓延は、より一層深刻な状況をもたらしている。VUCAと呼ばれる現代社会において、従来の観光のあり方・解決方法だけでは我々の将来を見通すことが困難になっている。

その一方、当市では、伝統的工芸品である竹工芸を中心としたクラフト作家や建築家・デザイナー等のクリエイター、アーティストなど多様な人材の移住が少しずつではあるが増えており、別府市の強みのひとつになりつつある。彼らはスキルやクリエイティビティを活かし、分野や業種を横断しながら既存の地域資源と繋がり、従来とは異なる新たな価値を創出することを得意とする。「起業・創業等の推進」、「人財育成」、「ヒト・企業とのつながり強化」の3つを柱とした『別府ツーリズムバレー構想』を掲げる本市において、アーティストやクリエイターの「既存の価値観に対する揺さぶり」をもたらす発想は、道なき荒野を切り拓き、新たな未来を作り上げていく起業家のイノベティブな精神と極めて相性が良い。アフターコロナを見据え、持続的な発展を目指すための構想力と、地域経済への貢献を果たすスピード感を伴う行動力が求められている中、彼らのスキルやマインドがもたらす影響力はますます重要となるだろう。また、これからの地域ブランディングには、他地域との差別化に繋がる取組がますます必要である。彼らの力を地域資源として活用し、全国的に類を見ない特徴を持ったエリアとしてブランドロイヤリティを醸成することで、国内はもとより国外へ発信し、世界中の人々に文化芸術のまちとして、別府市を認識させることで、交流・関係人口が増加することを狙い、それらに触発された若年層や子育て世代等の移住人口の増加に繋げることを目指す。

【数値目標】

K P I ①	アーティストやクリエイターの移住に関する相談件数							単位	件
K P I ②	アーティストやクリエイターの移住者数							単位	人
K P I ③	ベップ・アート・マンズの参加者数							単位	人
K P I ④	アーティストやクリエイターと協働して生まれた新規商品・サービス件数							単位	件
	事業開始前 (現時点)	2022年度 増加分 (1年目)	2023年度 増加分 (2年目)	2024年度 増加分 (3年目)	2025年度 増加分 (4年目)	2026年度 増加分 (5年目)	2027年度 増加分 (6年目)	K P I 増加分 の累計	
K P I ①	0.00	20.00	60.00	80.00	-	-	-	160.00	
K P I ②	120.00	10.00	30.00	40.00	-	-	-	80.00	
K P I ③	27,265.00	2,000.00	3,000.00	5,000.00	-	-	-	10,000.00	
K P I ④	0.00	0.00	10.00	30.00	-	-	-	40.00	

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

○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

文化観光の推進とアーティスト・クリエイター移住・定住計画

③ 事業の内容

当市への交通結節点となるJR別府駅に近く、飲食店が集積する中心市街地の1ブロック南側をクリエイターの集積エリアと想定し計画を組み立てる。このエリアは、本事業を中心的に推進するNPOが10年以上に亘り管理・運営を行うクリエイター専用アパート（居住および制作拠点として活用されている）も位置しており、地域住民が違和感なく受け入れやすい環境にある。また、拠点となる施設には産業連携プラットフォームとして地域起業家や企業等を結ぶ活動を推進している（一社）B-biz LINKのオフィスがあり、さらには別府市観光協会も入居予定であることから、産業振興、観光振興に面として取り組むことができ、当事業との相乗効果が期待できる。

まず、当市における文化観光のインフォメーションセンター機能や情報発信機能を持った拠点をつくることからはじめ、さらには現在当市に移住しているアーティスト等の作品や紹介、アートイベントや食文化などの情報を発信するとともに観光客及び移住希望者に向けた情報提供を行う。

また、アーティストやクリエイターの移住を一気に加速させるためには、空き家や空き店舗等を活用し、移住の入り口となるアトリエ施設などを対象エリアに絞って整備し集積させ、アーティスト・クリエイターの移住、定住促進を図り、全国でも類を見ない「(仮)スマート・クリエイティブ・ビレッジ」としてエリアの価値を高めるとともに、別府の新たな観光資源として恒常的に賑わいのある場として育てることを目指す。

また、100年にわたり年輪を刻んできた市制施行の記念として、これまでの取組で時間が育んだ当市における芸術文化の価値を、別府固有の特性とともに世界に発信する。

＜実施予定の事業＞

■当市における文化、芸術情報等の情報発信業務や観光客及び移住希望者に向けた情報提供を行う。

■市内に在住しているアーティストなどのミュージアムショップとしての販売拠点の設定

■アーティストやクリエイターのアイデアや発想、視点等と地域や地元企業などが抱える課題、SDGsの推進などに取り組むため、創造的人材とのマッチングを行う。

■芸術・文化に関する取組を公募し、市全域で展開する芸術文化祭の開催や世界的なアーティストの講演やパネルディスカッションを開催するとともに、動画、SNS、広報誌などで国内外へ情報発信する。

■市民や若手アーティストの作品展示、国際的に活躍するアーティストが製作した大型作品の恒常的な展示や市内全域をのぼりやポスター、ステッカーで装飾し、文化芸術都市として機運を醸成するとともに動画、Web、SNS、広報誌などで国内外へ情報発信する大規模なプロモーションを行う。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

民間NPO法人が運営する一定期間開催するイベントによる観光、経済への成果は実証済みである。しかし、アーティストやクリエイターが安心して定住、移住できる環境づくり、イベント開催時以外のアーティスト、クリエイターの定住策である住居や創作拠点の確保、創作品、ブランドの販路や販売拠点を設ける仕組みづくりなどは交付金事業でその下地を作り、民間NPO法人が新たに民間会社を設立したあと、交付金でできたスキームを継承して自主事業、自主財源の確保を図ることで持続性を担保していく。具体的には、アーティスト・クリエイター育成(スタートアップ)事業等で育成されたアーティスト・クリエイターの作品(NFTを想定)や製品(別府の新たな創造的ブランド商品として全国に流通)の販売手数料を想定。50種類の創出・販売を目指す。

【官民協働】

行政の予算化により、民間NPOによるアートプロジェクトを毎年開催し、交流人口や観光客数の増加や観光消費額を増加させる文化観光を推進するとともに、それを実施することにより経済、地域の活性化につなげる。また、民間事業者によるアーティスト、クリエイターの住居、拠点形成することで毎年のイベント開催と居住地域に近隣する空き家や空き店舗などを活用し、イベント期間以外での販売拠点を確保することで定住を促すことができる。こうした取り組みを行政は広報機能を使い、広く国内外に情報を発信していくことを行う。

【地域間連携】

本事業は、創造力豊かなアーティスト等を、地域や企業の課題を解決する人的資源として捉えるとともに、エリアを限定し観光資源化させることで観光地・別府の新たな魅力作りを図ることを目的とする。別府における新たな文化観光の入口であるこの集積エリアは、同時にアートを求めて大分県内・九州を訪れる方のディスティネーションとしても機能する。エリア内の拠点施設は、本市以外の地域へと旅立つ出発地となり、同施設内の観光協会とも連携し文化観光の販売を行うことで、別府への宿泊数増加に寄与させる。

【政策間連携】

定期的な芸術イベントの開催と日常行う芸術創作活動の繋がりを確立することにより、安定した収入を確保できるエリアを構築することで人口減少地域、高齢化率の高い地域の活性化につながるとともに、若年層の流出への歯止め、社会人口増加に期待ができる。

【デジタル社会の形成への寄与】

取組①

・Webサイトを造成し、アーティストやクリエイターへ情報発信を行う。また、移住したアーティスト等の紹介や地域のイベント情報を動画で配信する他、将来的に作品や商品をオンラインで販売。

・移住したアーティストへのコンサルティングを通じ、NFT化したアート作品の制作や流通をサポート。将来的に、ブロックチェーン技術（およびNFT等）を活かした観光コンテンツ

理由①

コトラーのマーケティング4.0でも指摘されている通り、デジタル化が進む現代社会において、情報を享受する従来の消費者は、自ら発信する推奨者へと変化して久しい。彼らの共感を生み、リポストされることを重視した情報発信に力を入れる。

取組②

該当なし。

理由②

取組③

該当なし。

理由③

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（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証時期】

毎年度 9 月

【検証方法】

施策効果の検証と改善については、その着実な実現に向け、市民や各種団体などの参画を得て2016年度に設置した別府市総合戦略推進委員会にて、毎年度9月までを目途にKPI達成状況などの調査・検証を行い、その結果に基づく見直し・改善を実行しながら、必要に応じて総合戦略を改訂し、持続可能なまちの創造に向けて挑戦を続ける。

【外部組織の参画者】

- （産業）別府商工会議所、別府市旅館ホテル組合連合会
- （学識）立命館アジア太平洋大学、別府大学、別府溝部学園短期大学
- （金融）大分みらい信用金庫
- （労働）連合大分東部地域協議会
- （住民）NPO法人代表、社会福祉法人代表、民間法人代表者、学生等

【検証結果の公表の方法】

検証後、速やかに別府市公式HP上で公表する。

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 152,668 千円

⑧ 事業実施期間

2022年4月1日 から 2025 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

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間
年 月 日から 年 月 日まで

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2025 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 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係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、5-2の⑥の【検証時期】に
7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。