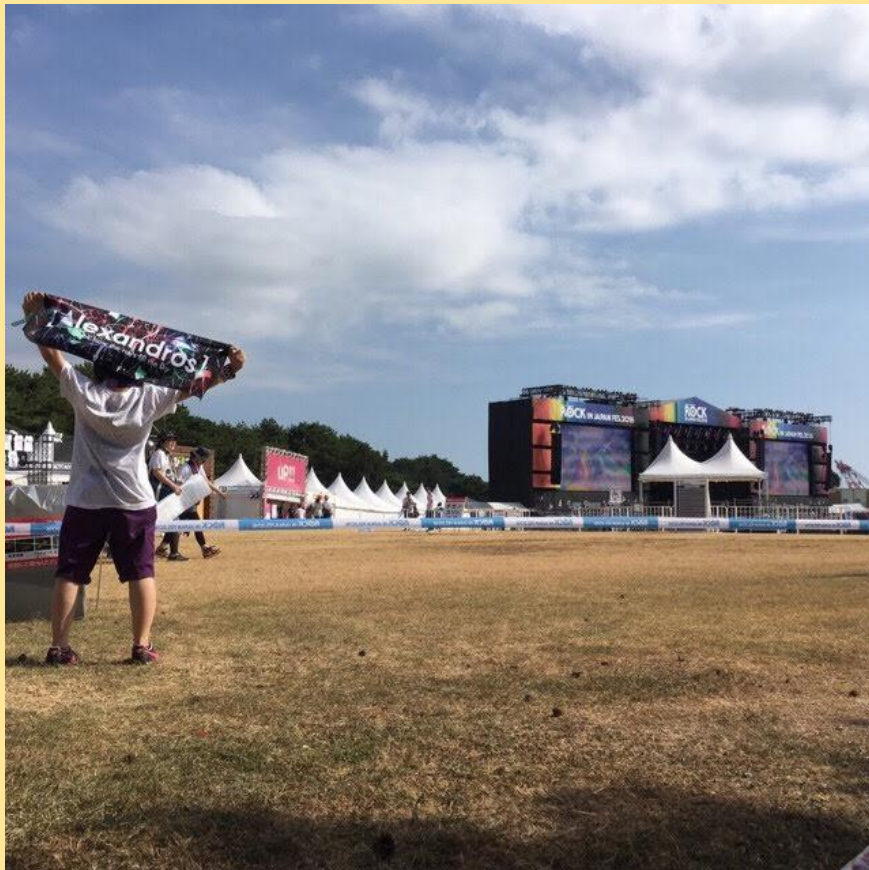


# 音 樂 班



## 1. 今回のテーマを研究するにあたって

今年度の小関ゼミでの大きなテーマは『町おこし・地域創生』に決定した。地域創生と行っても様々な切り口からのアプローチが現在行われている。その中でも私は「音楽の力」に注目してみた。理由は、音を感じる喜びを多くの人に知ってもらうことが地域創生にも生かせるのではないかと感じたからだ。音は、言語が通じる必要がない。年齢も国籍も住んでいる環境も関係なく、すべての人に平等に楽しむ権利が存在する。出来の良し悪しも気にすることもない。そこに音が生まれることで唯一無二の音楽が誕生する。この音に個性が加わったのが、音楽であり、民謡や郷土音楽、邦楽、ジャズなどの幅広いジャンルに広がっていく。ごく日常に当たり前のよう存在する音楽ではあるが、よくよく考えてみたら奥が深いかもしれない、もっとヒトとマチ、環境を動かせるような影響を生み出すことのできる力を持っているのではないかと感じたからである。そこで今回は、「音楽」を通した地域創生・町おこしを目的とした活動やアプローチに注目して研究を進めていくことにした。

## 2. 2つの大きなアプローチ視点

### (1) 音楽体験プログラムによる地域活性化

初めに、音楽による地域創生の方法は何か考えたところ、大きく2つに分けられた。

1つ目は、音楽体験プログラムによる地域活性化である。私自身幼少期に通っていたヤマハ子ども音楽教室などであれば、親子一緒に実践するプログラム等もあり親子のコミュニケーションのきっかけにつながる。また、対象者が主体となって音楽を作り出していくため、感性をはぐくむきっかけや、脳のトレーニング効果も期待できそう。また様々な人が参加できるプログラムであれば、言語を超えた多国籍間のつながりも期待できるのではないだろうか。他にも、町で開催される音楽発表イベントの開催であれば、普段他人の目に触れる機会がない人たちにもチャンスが与えられて自分たちの音楽を他の人に知ってもらえるし、一つの達成感や満足感、実際に舞台に立ったことで次の課題や向上心が芽生えるかもしれないと考えた。

### (2) 音楽ライブ・フェスティバルを通した地域活性化

2つ目は、音楽ライブ・フェスティバルを通した地域活性化である。これらを実施すると、本会場だけではなく会場周辺のお店や宿泊施設への影響も大いに考えられる。普段あまり人が密集していない場所でも、周辺で音楽イベントが行われる際には他地域から訪れる人々で溢れ、最寄り駅からさらに周辺の場所まで宿泊施設への問い合わせが殺到することも可能性としては大いにある。また、日帰りで訪れる方もいるとすれば、交通機関の利用、

特に新幹線や飛行機といった短時間で移動が可能な交通機関の利用率アップにも期待できるし、地方公演であれば、地元のローカル電車の利用も観光の一種になる一方でインフラ整備が課題になることもあるだろう。

また、音楽フェスティバル内で販売されるメニューにその地域の特産物が使用されることもある。通称フェス飯を通した地域特産物の PR 効果も期待できるため、地域の農業への新たな振興材にもなるのではないだろうか。他にもゴミやペットボトルなどの環境への取り組みも注目する点の一つである。

この2つを踏まえながら、今回は企業・公共施設・市民・NPO 団体の4つからのアプローチの例を挙げて考察してみた。

### 3 企業からのアプローチ

今回は『ヤマハミュージックジャパン 音楽の街 おとまちプロジェクト』に注目してみた。ヤマハでは、「つながり」「誇り」「オープンスペース」「共存」をコミュニティづくりのキーワードとしている。地域に関わる市民・自治体・企業などが参加し、継続して活動を行うことで地域を盛り上げ、持続可能な響きあうコミュニティを生み出すと考えており、その中でもヤマハミュージックジャパン音楽の街おとまちプロジェクトは、音楽の持つ「人と人との繋げる力」を活用した、持続可能なコミュニティづくりをコンサルティングしている。<sup>1</sup>数あるプロジェクトの中から『渋谷ズンチャカ!』を取り上げる。

渋谷ズンチャカは、渋谷を音楽の力で活性化しようという思いから企画されたイベントである。開催日は渋谷の至るところで音楽に触れるイベントが開催され、経験の有無を問わずだれでも音楽を楽しむことができるようになっている。研究に伴い、インタビューをさせていただいたのは、ヤマハミュージックジャパン ソフト事業推進部 音楽の街づくり推進課の佐藤氏だ。(2017年7月25日訪問)佐藤氏曰く、この10か条の項目を決めるところから試行錯誤をしたそうだ。「安全かつ思いっきり楽しめるような項目を設定し、それぞれの人がルールを守りながらイベントを楽しんでくれていたのがとてもよかった」と仰っていた。

渋谷ズンチャカ!では音楽体験プログラムだけでなく、防災訓練も同時に音楽の力を借りて行っているのもひとつの魅力に感じた。避難所の把握はしてある方が安心であってもなかなかその機会がないもの…それを歌で覚えてしまおうという斬新なアイデアから生まれた。文字媒体だけでは覚えづらく、抵抗も感じてしまうかもしれない。それを音楽というリズムに合わせて体感でも覚えてしまおうという発想はとてもユニークながら素敵なアイデアだと感じた。この発想は他にも応用出来そうだと強く思った。

また広報活動の一つに、プロモーションビデオも作成されている。この映像も参加してみたいという意欲がそそられるような作品となっており、YouTubeで見られることから SNS 等での拡散も期待できる。SNS での情報拡散は、現代においては拡散の速さ、手軽に情報

---

<sup>1</sup> ヤマハの音楽の街プロジェクト パンフレット

を入手できる便利さ、ハッシュタグを使えば類似の情報すらも手に入れることができるというメリットがあり、若者を中心に利用率はとても高い。情報を手に入れるだけではなく、彼ら自身も情報を発信できることが更なる情報宣伝に繋がっていることも SNS の大きな特徴である。このように現代の SNS の情報ツールを効果的に活用した広報戦略も行っていることが分かった。

#### 4. 公共施設からのアプローチ

公共施設は、夏季ゼミナール合宿で訪れた、「京都府立山城総合運動公園」を取り上げる。山城総合運動公園は京都府にある公共の運動施設である。普段はスポーツ施設などに利用されているが、夏にはロックバンドである 10-FEET 主催の音楽フェスティバル『京都大作戦』の開催地となっており、今年は開催 10 周年という記念すべき年であった。このような運動施設で音楽フェスティバルを開催するにあたり、いくつか問題点が生じるのではないかと考え、事業課係長の裏野氏に質問をさせて頂いた。(2017年9月14日訪問)

1 点目は、音漏れ・騒音問題だ。この件は事前のイベント告知を、市長をはじめ、周辺住民の方々へ訪問を行い、認知してもらうことや、当日は音量計測を行い、規定値を超えないように調節しているそうだ。

2 点目は、ごみ問題だ。音楽フェスティバルでは、ごみのポイ捨て問題が起きることも多いのだが、ここ 10 年間でごみに関しては悩まされたことはほぼないといった驚くべき答えが返ってきた。というのもファンの方々の京都大作戦を愛するパワーのためか、ごみはきちんと所定のゴミ箱にきちんと捨てられるか持ち帰っているとのことであった。実際に訪れた時も、ゴミが落ちていることはなく、タバコの吸い殻さえも落ちてなかった。普段から施設を大切にしようとする市民の温かい心がけはもちろんであるが、音楽イベントを大切に考えるファンの心得にも感心した。

3 つ目は、泥問題だ。京都大作戦が開催される期間は、よく大型台風が接近しやすい季節のため、少々悪天候の中での開催も珍しくない。その際、会場の地面が砂や土ということもあり、終演後は泥だらけということが多々ある。そのまま駅や周辺の道を利用するため、泥による汚れが深刻化してしまうとのことであった。この件に関しては今後の改善策を行政側と共に早急に考えなければならないと仰っていた。確かに公共の場での泥問題は解決策を考えなければならないのは必須である。難点としては、台風などの自然現象は音楽イベントを計画した時では確実な予測が立てづらく、開催直近になって発生するものである点であることだろうか。開催時期をずらすという案もあるだろうが、既に 10 年間という歴史を刻んでいるイベントでもあるため、難しいのではないかというのが個人的な意見である。

今回のインタビューでもう一つ大きく心を打たれたのが、施設内スタッフの意識の高さである。ただ施設を貸しだすだけではなく、主催者と共に企画を考え、公演を成功させようという思いで毎年スタッフの方々も臨んでいることは勿論、ほかにもイベントを施設側から積極的に多数企画しており、積極的に施設を活用しながら地域貢献に努めているという

姿勢にとっても好感が持てた。受け身ではなく、積極的に施設を活用しながら地域貢献に努められる要因の一つに「指定管理者制度」を取り入れ始めたことがあると仰っていた。今後も試行錯誤を繰り返しながら、地域住民が過ごしやすく、施設の利用もしやすくなるような活動を行っていききたいとのことであった。今後の更なる発展に期待したい。

## 5. 市民からのアプローチ

市民からのアプローチについては、私の実体験に基づいて3つほど紹介する。

私自身、音楽ライブに足を運ぶ機会が多い。初めは都内や周辺地域といった「近場」で行われるライブに行っていたのだが、徐々に地方観光やまだ行ったことのない地へ訪れるきっかけも兼ねて遠方でのライブにも行きたいと考えるようになった。そこで、実際に訪れた3ヶ所のライブの時のエピソードを振り返り、観光や地域活性化に繋がる要素に当てはまるものは何かを考察していく。

1つ目は、**UVERworld SUMMER TOUR 2016 長野ホクト文化ホール公演**である。先ほど述べたように、地方公演ライブは地元の人々だけでなく他方から来る人もいる。他方から訪れる方々は観光も兼ねることが多いだろう。その為、折角足を運ぶのであればメンバーが訪れたところには行ってみたい！という意識が生まれるのも少くないのではないだろうか。長野公演では、善光寺へドラムの真太郎が訪れたことをMCで報告したところ、次の日訪れたファンが多く見受けられた。また、出店や周辺商店街も栄えており、町の活気が溢れていた。街通りも色とりどりの花々で飾られ整備されており、風情を守りつつも清潔感がある素敵な場所であった。また、エキナカにある信州そば『みよた』はギターの克哉が訪れたことを発表し、同じように次の日訪れているファンが多く見受けられた。お店の方々もメンバーが来たことをご存知で、どのメニューを食べましたよ！など、会話での交流もあったのが好印象であった。



2つめは、**UVERworld SUMMER TOUR・ARENA TOUR 2016 仙台公演**である。

仙台では会場の隣町である国分町に、現在は閉店してしまったが「あいよ」という居酒屋があり、仙台付近でLIVEがあると数日前から〇〇割！といったアーティスト割引による宣伝もTwitter等のSNSを活用しながら行っていた。店内はその時のアーティストの曲の



みで BGM を流してくれるほか、最後にはサービスとしてアーティストデザインのデザートサプライズを出してくれる粋な居酒屋であり、ライブの余韻に浸りながら仲間と共に充実した時間を過ごすことが出来た。また、牛タンで有名な「利久」もメンバーの報告により、店に訪れるファンが増加していた。個人的にも、LIVE のついでに観光をして帰ることが多く、地域ならではの場所や食べ物に触れ、その地域の方々との交流も深めることも遠征の楽しみだと感じている。仙台では、日本三景である松島へ訪れたり、海鮮丼を食べたり、道に迷って地元の方に尋ねると地元の人しか知らないようなお店を紹介してもらい、思いがけない出会いに繋がることもあった。東北の人々の温かさに身を持って感じたこともかけがえのない思い出のひとつになった。



3つ目は、UVERworld TYCOON TOUR 静岡公演である。

静岡には、静岡県にしか店舗がない「さわやか」というハンバーグ屋があるので有名である。今年は live 前日にボーカルの TAKUYA∞が御殿場店に訪れたことをファンクラブ限定ブログ内で報告、二年前にはドラムの真太郎が掛川インター店に訪れたことをライブ MC で報告すると、その店舗だけ異様な待ち時間を記録するなどメンバーの影響が顕著にできていることがわかる。実際に今回訪れた際は、友人が掛川インター店での待ち時間を問い合わせると 180 分待ちであった。



また、観光地でなくてもライブ会場周辺のチェーン店やコンビニエンスストアの集客率は高く、コンビニエンスストアに関しては品切れ食品が続出してしまうことや行列ができるなどの影響も出ている。

以上をまとめると、ライブを兼ねて観光をすることでも、その地域の経済活性化をはじめ地域特産物に触れる機会もあり、メンバーの影響による集客率の増加も期待できることが分かった。今回スライドには載せきれなかったが、大型音楽フェスティバルとしては、「ROCK IN JAPAN FESTIVAL」という私の地元でもある茨城県において国内最大級のイベントが毎年夏に国営ひたち海浜公園にて行われる。実際に私が訪れたのは2016年であったが、その際に販売していた「まるごとメロンクリームソーダ」はメロン国内生産量第1位を誇る茨城県で収穫されたメロンを丸ごと1つ使ったクリームソーダであり、見た目からも「インスタ映え」をも期待できるフェス飯が販売されていた。インパクトも大きく、炎天下の中でも食べてみたい欲をそそる一品であった。



またライブ周辺の居酒屋では、アーティストにちなんだ飲み放題コースを看板で宣伝するところも多くあり、飲食店でもアーティストのグッズや半券提示で割引をするなど、ライブ開催にちなんだキャンペーンを行っているところも多く存在する。



## 6. NPO 団体からのアプローチ

今回は、NPO 団体 iPledge を取り上げる。

アイプレッジでは現在、音楽フェス等でのごみ拾い活動を中心とした、ごみゼロナビゲーションをはじめ、ライブハウスでのリユースカップの使用を実施する『LIVE ECO』、また音楽フェスにマイボトル・マイはしをもって行くことを促進した活動を行っている。

その中でも、LIVE ECO 活動に関して、私が 8 月に渋谷にある渋谷 aube というライブハウスで公演を見に行った際にリユースカップが使用されていた。その時初めてリユースカップを手にしたのだが、通常のプラスチックコップよりもしっかりしたつくりで特に違和感はありませんでした。私がよく行くライブハウスでは一番小さくてキャパシティが 300 人、大きくて 2500 人ほど収容される。もし、この人数分プラスチックコップがごみとして考えると一公演で多くのごみが発生してしまう。それをリユースコップにすることで大幅な資源節約にも貢献でき、ポイ捨て防止にもなるのではないかと強く感じた。リユースコップを採用すると、回収方法や洗浄といった課題が生まれてしまうが、ゴミを減らす方が環境への影響は少なくなるのではないだろうか。まずはリユースコップの認知度をあげて、一つでも多くのライブハウスに採用してもらえるような宣伝活動が必要かと感じた。



## 7. まとめ

今回、具体的に 4 つの異なる視点から地域創生へのアプローチを考察してきたが、企業・行政・NPO 団体・市民それぞれにおいて地域創生のためにできるアプローチの仕方があり、取り組んでいる団体が多いのだと感じた。しかし、単独で効果を発揮するよりもそれぞれが互いにかかわりあいながら企画を実施していくことでより活性化への影響をもたらせるのではないかと思った。主催者がある音楽イベントを開催企画したら、企業からの協賛や協力



を募りともに企画を練ることや、NPO 団体との連携をとって環境への配慮にも目を向けること、施設の利用に関しても施設の良さを生かしながら現場スタッフと共に構成を考えること。そして、イベントが行われる周辺地域の人々やお店も訪れる観光客集客 UP のためにどのような呼びかけ、宣伝ができるかを考え、訪れる側もその地域のことをよりよく知る機会を積極的に知ろうとすること。ひとつのイベントをとっても、考え方次第では大きな活性化に繋がる。地域住民に限ったイベントではなく、より他地方の人々までもが訪れたいと感じるような音楽空間を作り出し、宣伝することでたくさんの人々が音楽を通してその地域に触れ、町おこしに貢献できるのではないだろうか。音楽イベントを通してその観光地や特産物に触れ、気に入ればリピーターになる可能性も高まるし、ファン内でも共有されることで次回その地で再び行われるイベントにも繋がるだろう。考え方ひとつで、音楽イベントは様々な切り口から地域活性化に貢献できると私は考える。

音楽を通して、ヒトとマチをより繋げられるような機会の向上を目指すべく、今後の課題としては私の故郷である茨城県で新たな音楽フェスティバルを開催するとしたら、どのように計画・実施していくかを提案できるだろうかという内容で更に考えを深めていきたい。

# 音楽による地域創生

明治大学 小関ゼミナール

## 明治大学経営学部 小関隆志ゼミナール



- **非営利組織(NPO)**、**社会的企業(SE)**の経営を中心に研究
- 各人の関心に沿って非営利組織や社会的企業の経営の実態を調査し、組織が抱える経営課題の解決方法を探る
- 今年度のゼミナールでは『**町おこし・地域活性化**』を大きなテーマに研究
- その中から細かいグループに分かれて研究を行っている

## テーマ選択のきっかけ

- 幼少期から**音楽に触れる機会**が多く、興味関心があった
- 音を感じる**喜び**を多くの人に知ってもらいたい  
→**地域活性**に繋がらないか
- 音楽を通した**国籍**までも越えるコミュニケーションの向上



# 音楽体験プログラムを通じた 地域活性化

## 様々な音楽を通じた地域創生アプローチ①



# 音楽LIVE・フェスティバルを通じた 地域活性化



## 様々な音楽を通じた地域創生のアプローチ②

### 音楽フェスティバルの開催

開催場所と  
運営側の協働

フェス内で  
出店される  
特産物メニュー

会場周辺の商店  
街・宿泊施設等  
への影響

環境への  
取り組み  
(ゴミ・ペット  
ボトル容器)

## 企業からのアプローチ

ヤマハ・ミュージックジャパン  
音楽の街 おとまちプロジェクト



## 渋谷ズンチャカ！ 2016.9.4 sun 11:30-18:00

- 渋谷の至る所に音のワークショップやまちなかステージ、セッションエリアが出現
- まちが舞台の“参加型”音楽フェス
- 渋谷を音楽の力で活性化しようと企業と政府が協働して開催決定
- 会場周辺の商店会の皆さま、協賛・協力してくださった企業の方が多い
- 音楽フェスのタイムテーブル形式に各地でのタイムスケジュールをパンフレットに掲載



## 渋谷ズンチャカ！ 10ヶ条

### 渋谷ズンチャカ！を楽しむための10カ条

- ① 音に貴賤なし
- ② 照れずにハグ&シェイクハンス
- ③ ジャムってなんぼ
- ④ 世代、国籍、人種、性別は飛び越えちゃって
- ⑤ ルールは飛び越えないで
- ⑥ 音もスペースもハッピーもシェア
- ⑦ 遠慮は無用、配慮はヨロシク
- ⑧ 縦にも横にもノッチャって
- ⑨ シャウトは電車が通った瞬間に
- ⑩ とりあえず翌日のことは考えない

## SHIBUYA BOSAI FES 2016

- ・渋谷に集う人々がお互いの枠を超えて、いつか来る災害に立ち向かう
- ・アートや音楽、パフォーマンスなど「フェス」の力を借りて、渋谷から防災の第一歩を！
- ・祠のステージ「校歌を歌って避難所を覚えよう！」

みんなで“校歌”を歌って、音楽で新たな地縁を繋ぐきっかけに



## 渋谷ズンチャカ！ プロモーションムービー

- ・ <https://youtu.be/0ikktjnI35Y>



# 公共施設からのアプローチ

山城総合運動公園

10-FEET主催『京都大作戦』開催地



## 山城総合運動公園

- ・約108ヘクタール(甲子園球場の約27倍)の広さ
- ・東半分は陸上競技場、野球場、球技場など芝生を基調とした運動施設ゾーン
- ・西半分は既存の樹林地を保全・活用した遊びの森、冒険の森等からなるレクリエーションゾーン
- ・昭和53年に京都府より『折居官山』の地にスポーツレクリエーション活動の一大拠点となる大規模公園の設立が計画された



## 京都大作戦



## 京都大作戦を開催するにあたって

### Q 音漏れ、騒音問題

- 事前の告知、訪問を必ず行う
- 開催中も音量を計測し、基準値を超えないように調節している

### Q ごみ問題

- ゴミ箱の設置を多くする
- フェス参加民のマナーが良いので実際にごみ問題が発生することは10年間でほぼなかった
- ごみではなく泥問題が深刻化

## 京都大作戦を開催するにあたって

### Q 泥問題

- 開催日が悪天候になることが多く、終演後の駅付近が泥で汚れてしまう
- 公共の場の泥による汚れの処理問題が今後の課題

2015ver.



## 市民からのアプローチ I



UVERworld SUMMER TOUR 2016 8/30(月)～8/31(火)  
長野県 長野ホクト文化ホール 開催



## 長野市「善光寺」

- ライブ前日にDr.真太郎が観光で訪れたことをMCで報告
- 長野駅からバスも出ており、徒歩でも行きやすい立地にある
- 通り道の出店や商店街も栄えており、食べ歩きもできた



## 信州名物 信州そば「みよ田」

- ライブ前日にGt.克哉が訪れたことをMCで報告
- ランチセットはどんぶりが選べるようになっており、ボリューム満点であった



## 市民からのアプローチⅡ

UVERworld SUMMER TOUR 2016 9/6(月)～9/7(火)

UVERworld ARENA TOUR 2016 12/27(火)～12/29(木)

宮城県 仙台PIT・ゼビオアリーナ仙台 開催





## 居酒屋 あいよ(現在 閉店)

- 仙台付近で音楽ライブがある際、そのアーティストの楽曲だけをBGMで流してくれる
- 可能な限り、選曲のリクエストも承ってくれる
- 事前予約をすると、そのアーティストのデザートプレートを提供してくれた



## 牛たん 「利久」

- Gt. 克哉が仙台と言えば牛タンとのことで食べたのをMCで発表
- 食べ比で「青葉亭」も訪れるcrewが増加



## 3日目 宮城観光



海鮮丼



ずんだシェイク





## 市民からのアプローチⅢ

UVERworld TYCOON TOUR 11/11(土)~11/12(日)  
静岡県 エコパアリーナ 開催



## 静岡県名物 さわやか ハンバーグ

- ・メンバーも静岡県でライブするときには必ずと言ってもよいほど訪れる、静岡県にしか店舗がない「さわやか」
- ・今回ツアーでは、ライブ前日にVo.TAKUYA∞は御殿場店へ訪れたのをファンクラブ限定サイトのブログに報告
- ・dr. 真太郎は2年前掛川インター店に訪れたことをMCで披露したため、ファンが掛川インター店に訪れる率が高くなった
- ・今回、掛川インター店での待ち時間はおよそ180分であった



## 浜松観光



# NPO法人団体からのアプローチ

NPO団体 I Pledge



## NPO団体 I Pledge



主な実施音楽フェス: LUSHBALL, FUJI ROCK FESTIVAL, SUMMER SONIC etc.

## LIVE ECO採用事例: 渋谷Aube



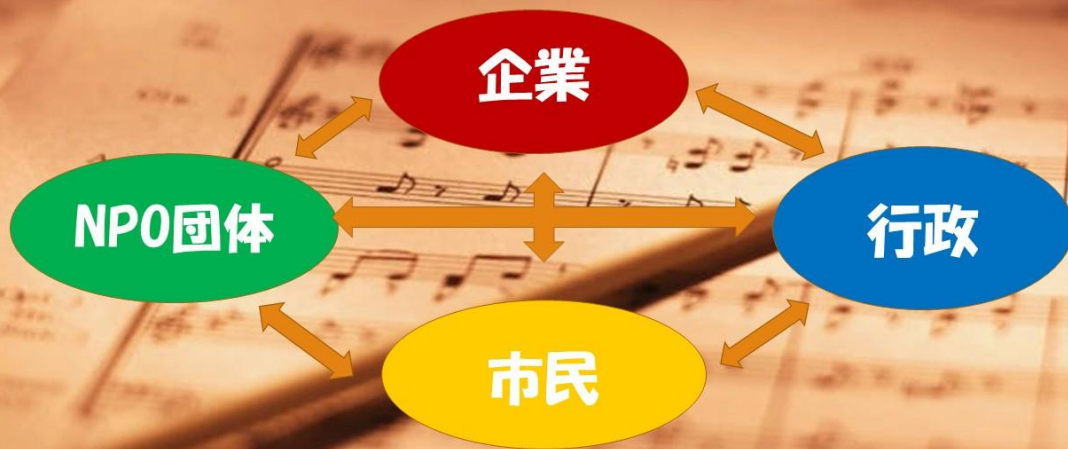
- ・コップにロゴ  
が印字されてい  
る
- ・通常のプラス  
チックのコップ  
と同じ感覚



2017/8/27 訪問



## まとめ



音楽を通して  
ヒトとマキを繋ぐ



## 参考資料

- ・渋谷ズンチャカ！ 2016 公式ホームページ
- ・ <http://shibuya-zunchaka.com/2016/>
- ・京都市立山城総合運動公園 公式ホームページ
- ・ [www.kyoto-park.or.jp/yamashiro/](http://www.kyoto-park.or.jp/yamashiro/)
- ・京都大作戦 公式ホームページ
- ・ <http://kyoto-daisakusen.kyoto/17/>
- ・iPledge 公式ホームページ <http://ipledge.jp/>