

## 4-2 施策展開の考え方と視点

「4-1 施策の方向性」で、基本方針と結びつく形で施策体系を示していますが、施策全体を通じて踏まえておくべき考え方や視点について整理をします。

### (1) 持続可能性を高める循環への意識

持続可能な都市経営に向けて、人材や財源など限られた経営資源を選択と集中により、効果的・効率的に配分するとともに、協働する様々な主体が持てる力を最大限に発揮できるような連携の強化が求められています。

具体的な事業を行う場合には単体の施策効果だけではなく複合的な施策効果を意識する必要があります。例えば「(3)③文化資源のブラッシュアップ」が「(2)②観光や産業」を生み出し、「(1)②伝統的、歴史的文化の保存と継承」につながるという循環が考えられます。

### (2) 継続が生み出す効果への認識

昭和56年（1981年）に始まった本市の「音楽のまちづくり」からの長い間の積み重ねが実を結び、ユネスコ創造都市ネットワークの音楽分野への加盟につながっています。文化で社会を変革するには、地道で継続的な取り組みが重要になります。短期的な実績や効果と長期的な波及効果を意識しながら取り組むことが重要です。

### (3) 文化芸術分野のマーケティング力強化

文化はそれ自身が本質的な価値を持っています。そのため、文化を守り、育て、広める取り組みはどれもが大切なものになります。しかし、限られた人的資源や財源の中で文化振興の取り組みを進めるためには、効果的な事業の選択と運営が重要になります。マーケティング<sup>15</sup>の視点をもって事業の取捨選択や組み立てを行うことで、経済的あるいは社会的に最大限の効果を目指すことが求められます。

15 企業等の組織がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための活動のこと。顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその価値を効果的に得られるようにするための活動。

また、市外から訪れた人々に本市の多様な文化を感じてもらうための外向けのプロモーションと、市民にその価値を知ってもらうためのインナープロモーションの両面を意識することも重要です。

#### **(4) 生活に密着した文化への着目**

これまでの文化行政における取り組みは、主に精神的活動から生み出された芸術などを対象として進められてきましたが、社会・地域・民族などで異なる生活様式や行動様式を含む、より幅広い意味での文化への関心が高まってきています。

衣食住をはじめとした日々の生活に根ざした伝統的な文化は、それぞれの風土や歴史を反映して形作られ、受け継がれてきたものです。これらを「くらしの文化」として捉え、保護・伝承を図るとともに活用していくことも大切です。

#### **(5) 地の利を生かす意識**

本州の中央付近に位置する本市は、古来より交通の要衝として、様々な文化が入り混じる地域でした。現在でも、東京と京阪神という二大文化圏の間であることから、ウナギの調理法などをはじめ、どちらの文化も楽しむことができる地域として知られています。そうした状況が「やらまいか」精神とも呼ばれる、異なる文化にも寛容な土地柄を生み出してきたと考えられます。

また、温暖な気候、交通の利便性、産業の集積など、この地ならではの優位性は、人々の交流を生み、文化を育てるうえでも優位性があるものと考えられます。こうした優位性を生かしていく意識も必要です。