

芸術文化都市・東京の進むべき道

令和7年4月23日

～令和3年度

令和4年度

令和5年度

令和6年度

これから

2020大会
文化プログラム



16万件のプログラム
約3900万人の参加

区市町村
ネットワーク

- ・ホール事業の共同実施
- ・地域の文化団体と連携事業

美術館・博物館
ネットワーク

共生社会 国際会議
(アジア初)

芸術系大学
ネットワーク

- ・デフ文化プログラム (藝大)
- ・こども事業で連携・協力

こども・インクルーシブ
施策の充実

支援アーティスト
活躍・職域の拡大

世界クラスの人材輩出

東京のアートイベント
プロモーション強化

ハブ機能の強化

江戸東京文化
世界発信

コロナ禍の支援策
アートに**エール**を!

2万人・600団体
30億円超の支援

助成メニューの拡充

新人支援
(R3)

大規模フェス
(R4)

ライブステージ公演
(R5)

鑑賞サポート
(R6)

アート市場喚起
(R4)

地域文化活動
(R5)

伝統文化 (華茶道)
(R6)

芸術文化団体
ネットワーク

- ・マネジメント人材海外派遣
- ・アートノト (相談窓口)
- ・START Box (アトリエ整備)

若手活躍の場 拡大

CCBT
開設



CCBT第1期アーティスト・フェロー
SIDE CORE [rode work ver. under city]
写真: ただ (ゆかい)

- ・アートウィーク東京
- ・MEET YOUR ART FESTIVAL

現代美術の賞

Tokyo Contemporary Art Award

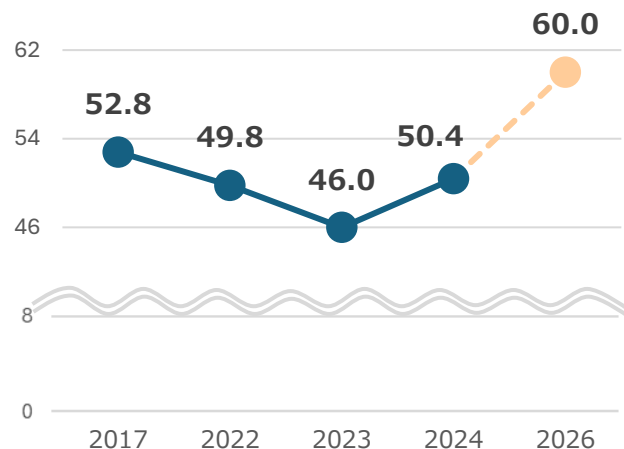
国際舞台への登竜門



下道基行 (第1回受賞)
ヴェネチアビエンナーレ2019

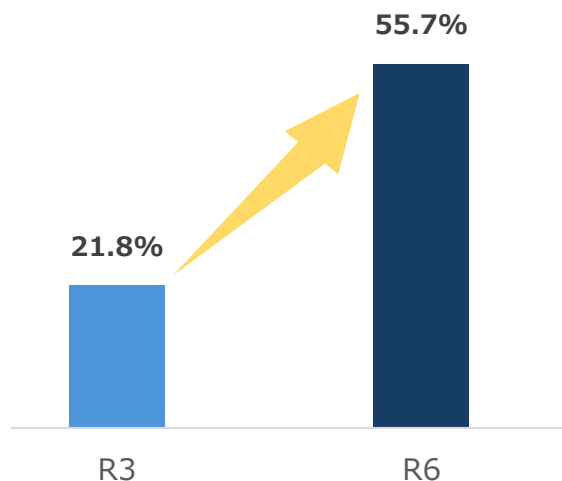
都民や芸術文化団体等における意識の経年変化を分析

■ 文化環境を楽しむ人の割合 (※)

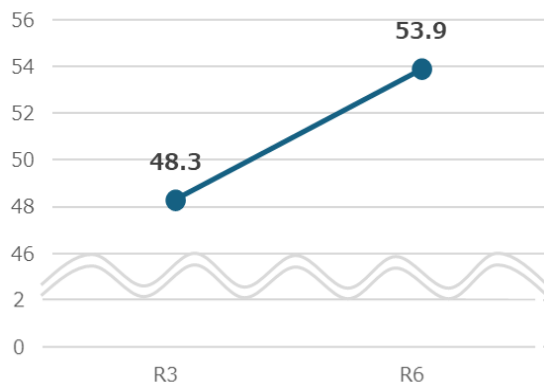


※ 「2050東京戦略」の政策目標

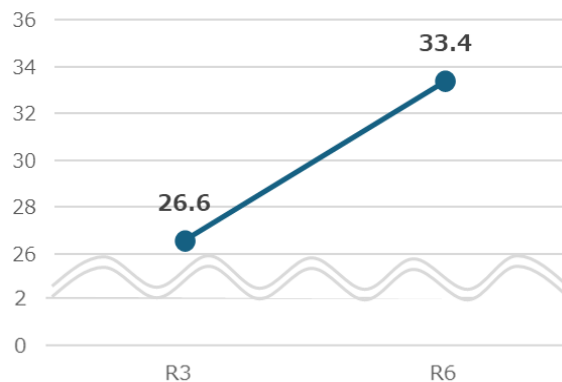
■ 若者の芸術文化鑑賞割合



■ 国内外アーティスト等の活動場所に関する東京の評価



■ 東京における国内外アーティスト等のネットワーキングの事業・インフラの充実度の評価



(東京文化戦略2030 KPI進捗調査 (結果))

国と都の文化関連予算

国 (文化庁) の予算は横ばい



都の予算は10年で1.9 倍に

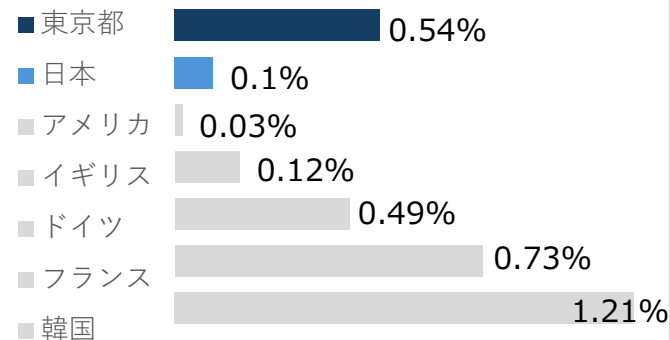


※ 国の予算の約4割は文化財関連予算

※ 都の予算は文化財関連、施設管理・改修経費を除く

※ 国と都の当初予算ベースでの対比

政府予算に占める文化予算の割合

(令和5年度文化庁と大学・研究機関等との共同研究事業
諸外国の文化政策等に関する調査・研究)

◆進行中の主なプロジェクト

for キッズ・ユース

－ 魅力的な芸術文化体験を多くの子供たちに －

子供向けのアートセンター **NEW**

- 子供事業の司令塔
 - ・子供事業の企画・開発
 - ・一体的広報・プロモーション
- 子供事業コーディネーター育成・活用
 - ・育成プログラム（講座・実践）
 - ・コーディネーター登録・活用
- 企業・関係機関との連携
 - ・協賛金の獲得
 - ・企業や工房での体験事業調整
 - ・学校での取組支援

子供文化体験の民間助成

- 文化体験格差解消に取り組む民間団体の支援

Next Creation Program

- 子供制作の大型作品を人が集まる場所で展示 **NEW**
- 美術、音楽、オペラ、ファッション、演劇
- 映画制作・編集・上演 **NEW**



鑑賞サポート

－ あらゆる人が芸術文化を楽しむ東京へ －

民間施設・公演への助成

- 東京芸術文化鑑賞サポート助成
 - ・ R7は予算規模を約3倍に拡充 **NEW**
 - ・ デフリンピック機運醸成枠を新設
- 好事例の共有・横展開
 - ・ オンライン講座
 - ・ 専門家への相談



音声によるガイド

視覚補助機器



字幕



聴覚補助機器



やさしいにほんご

文化施設ネットワーク創設

- 都内美術館・博物館ネットワーク会議創設
 - ➔ 鑑賞サポートを都内全域に普及

都立文化施設

- 補聴・視聴援助ツールの全館導入
- 障害当事者の企画への参画
- 手話通訳等の対応スタッフを配置



東京都芸術文化評議会 芸術文化プロモーション部会

監修・企画提案

東京国際芸術祭（仮）の取組案

東京国際芸術祭（仮）実行委員会

2025

2026

NEW

「多くの人を惹きつける目玉企画 各部門の専門家がプロデュース」

- 効果的なターゲティング
- 民間と共同で実施も視野
- アイコンとなるメイン会場の検討

（例）アート×光・公園・テクノロジー
・音楽・フード・エンタメ

- ・都各局主催イベントと民間イベントと連動して盛り上げ
- ・テーマエリアや統一コンセプトを設定したプロモーションを展開

NEW

「新たな国際的美術展」 ※実施時期調整中

- 水辺からアートの力で東京の賑わいを創出
- 若手アーティストの活躍の場

「舞台芸術祭（仮）」

- エンタメ性のある作品など親しみやすい演目を取り入れ都内全域でフェスティバル展開

「SaLaD音楽祭」

- 「都響」のクオリティを活かし子ども体験を充実

「江戸東京伝統芸能祭」

- 地域の伝統芸能・祭を掘り起こし江戸ブランド化事業に

2025年着手の取組例

専門事業者や
ディレクターが実施

- 街なか・交通広告
- SNS広告
- メディアタイアップ
- 特設サイト

キャンペーン・ブランディング

- アートとエンタメをつなぐ総合的なプロモーション企画
- ベニユー間の効果的な移動手段による回遊の促進
- 割引チケットなど芸術祭ならではのチケットを企画販売
- キャッチコピー等により多数のイベントが集まる芸術祭のイメージを形成
- 若手アーティスト同士やジャンル間交流を促す交流会の開催

プラットフォーム

- イベント情報をカレンダー化しイベント間連携を促進
- 継続的なオーディエンスデータの収集・分析を経年で実施

【部会長報告】芸術文化プロモーション部会

■ 委員	◎秋元 康	(作詞家)	◎部会長
	片岡 真実	(森美術館館長、国立アトリサーチセンターセンター長)	
	松任谷 正隆	(作編曲家、音楽プロデューサー)	
	宮城 聡	(演出家、SPAC-静岡県舞台芸術センター芸術総監督、静岡県コンベンションアーツセンターグランシップ館長)	
	山田 和樹	(バーミンガム市交響楽団音楽監督、モンテカルロ・フィルハーモニー管弦楽団芸術監督兼音楽監督)	
	湯浅 真奈美	(ブリティッシュ・カウンシル 東アジア地域アーツ部門ディレクター)	

- 経過 第1回部会 令和7年2月10日
- 第2回部会 令和7年3月27日

■ 東京国際芸術祭（仮）の開催に向けたプロモーション部会の意見

- ・他都市の国際芸術祭と差異化を図り、目標・成果を明確にする
- ・「東京」を世界に発信する新たな芸術祭に多くの賛同を集め、アーティストの輪を広げていく
- ・トリエンナーレの後継イベントもメインイベントとして組み込んでいくべき
- ・既存イベントの寄せ集めではなく、国内外に幅広い認知を得るため話題となる仕掛けを打つ
- ・小さなバトンを繋げていき、世界的イベントに成長させる強い気持ちでスタートを切る
- ・今すぐ実施すべきことと、今後打ち出す企画を並行して議論・検討する
- ・部会メンバーのアイデアなどを実施・主導する実行委員会を設けるべき

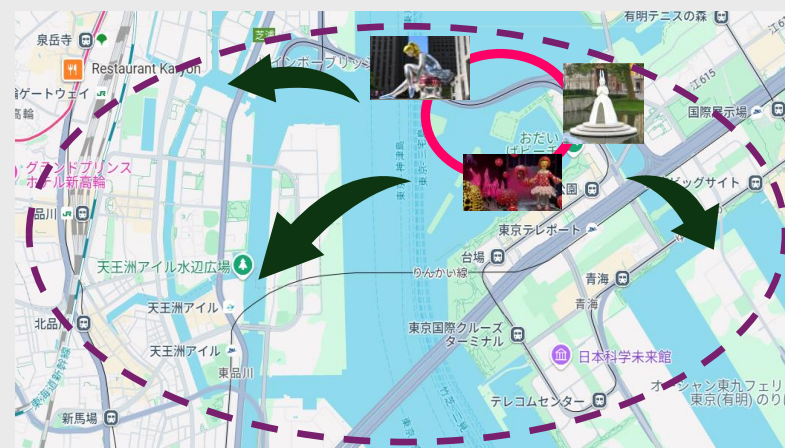
支援してきた若手アーティストの活躍、東京の芸術文化の海外発信、都民をはじめ多くの人にアートを楽しんでもいただける場となるよう、以下の方向性で新たな国際的美術展を構築

■ 会場エリアの見直し

台場公園など特徴のある都立公園は活用しつつ、臨海地域を含むエリアに拡大

■ 名称の見直し

エリア拡大や美術展のイメージ刷新に伴い名称を変更

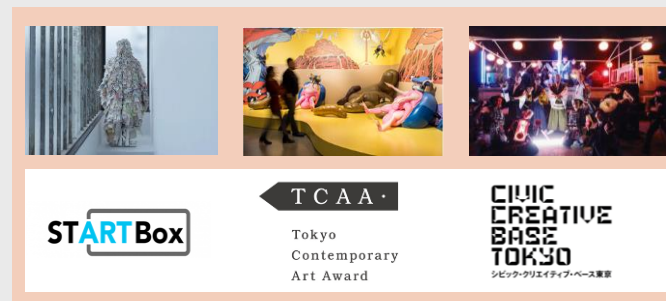


■ 都支援の若手アーティストの才能を発信する場としての位置づけを強化

都が支援してきたアーティストの作品発表の機会を設け、若手アーティストの国際発信をプロデュース

■ 周辺企業等との連携

エリア周辺企業やアートに関心のある企業との連携・協賛獲得



■ 他イベント等と一体的にプロモーション

ライトアップイベントなど都内各所とつなぎ、美術展のもつアートの力で水辺から東京の賑わいを押し上げる

「読者が選ぶベスト展覧会(美術手帖ウェブ版)」に都立文化施設の展覧会が上位ランクイン

<R5> 1位：ディオール展（現代美術館） 2位：ホックニー展（現代美術館） 3位：マティス展（都美術館）

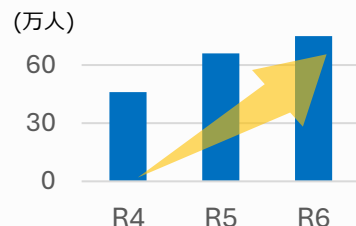
<R6> 1位：田中一村展（都美術館） 3位：高橋龍太郎コレクション展（現代美術館）

特徴的な取組

■ 現代美術館

R6年度の来館者数が過去最高の約75万人を記録

- コレクション展はR5年度に過去最高の約16万人来場
- 坂本龍一展は企画展として過去最高の約35万人来場



クリスチャン・ディオール展

高橋龍太郎
コレクション展コレクション展
MOTコレクション

■ 江戸東京博物館（リニューアル中）

- 北斎と広重展@中之島香雪美術館で来館者数過去最高を記録



■ 庭園美術館

R6年度展覧会約22万人来場（H30総合開館後最多）

- インスタフォロワー数10万人突破(R2から約3.5倍)
- グランドデザインに基づく回遊性向上策の実施（東屋・ウェルカムゾーン等）

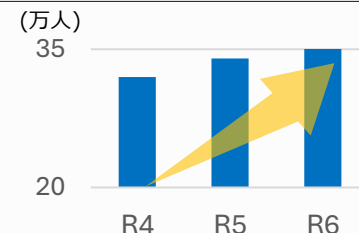


そこに光が降りてくる 展

■ 写真美術館

R6年度展覧会約38万人来場

- 恵比寿映像祭の出品作家「木村伊兵衛賞」受賞



R9年度以降の都立文化施設の運営について

- 都立文化施設（7施設）はR8年度まで東京都歴史文化財団が指定管理で運営
- R9年度以降の指定管理者の選定等について検討・準備に着手

◆ 進行中の主なプロジェクト

担い手の育成支援

■ アーティストやキュレーター等の人材バンクDB構築 **NEW**

- ・ 支援してきたアーティスト等の情報を一元管理
都事業や民間、区市町村とのマッチングに活用

■ アーティスト等の就労支援 **NEW**

- ・ アート関心層が集まるイベントを活用し
企業等とのマッチングの場を設定

■ アートコーディネーターの育成 **NEW**

- ・ 文化団体や企業等⇔アーティスト等のつなぎ手育成
- ・ 都の事業などで活用していく

■ 若手音楽家支援事業 **NEW**

- ・ 若手音楽家のステップアップを支援

世界クラスの映画人材輩出

■ ポストプロダクション支援 **NEW**

- 映像や音声の
海外規格への編集
作業経費支援



■ タレンツ・トーキョー

- 都写真美術館での作品上映企画 **NEW**
- 修了生の映画制作費の支援拡充



創作環境の充実

■ **STARTBox**

- アトリエ増設
- 舞台稽古場・作業場、交流スペース

NEW 計 15 戸 拡充



■ 著名建築家住宅の文化的活用検討

住宅保存組織や大学と連携し、
資源や所有者の意向等を調査
アトリエ活用等を検討

NEW

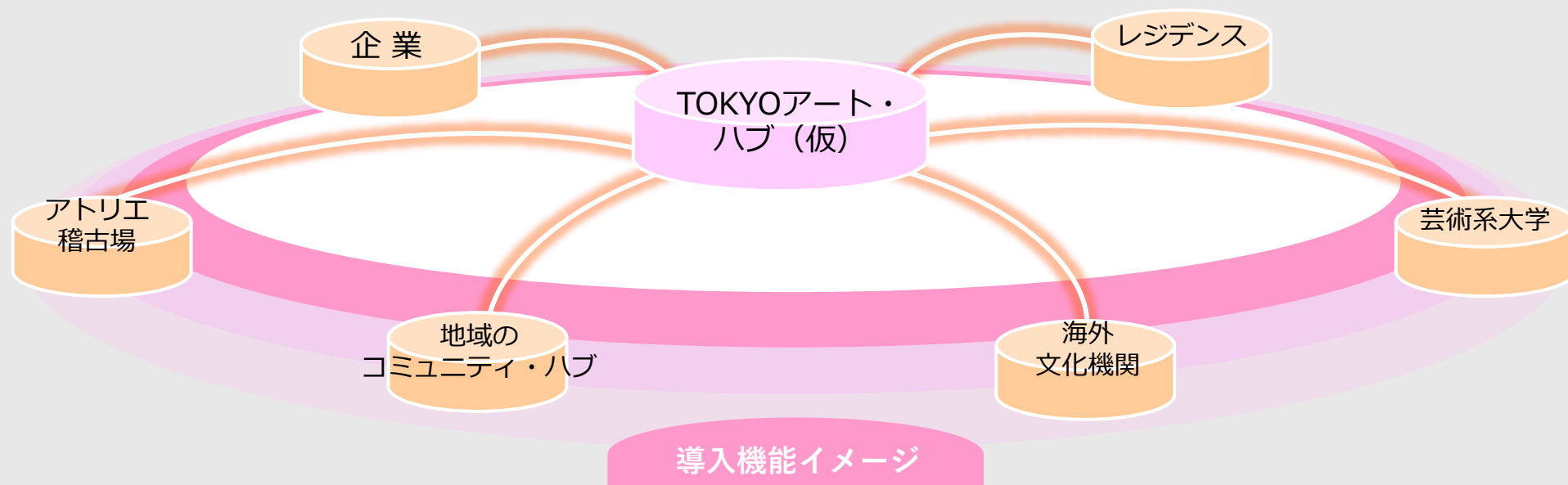
アートマネジメント人材の育成

■ 若手演出家、キュレーター等の海外派遣

- 派遣先を拡充
- ・ 映画祭への派遣を新設 **NEW**
- ・ 舞台・視覚の拡充
エジンバラフェス、
ヴェネツィアビエンナーレ など



- 渋谷区神南一丁目において、東京都渋谷公園通りギャラリーを含むエリア一体の民間再開発が計画中
- 東京に集積する多様な文化資源を結びつけ、芸術文化の一大交流・発信拠点の整備を目指す
- ハブ拠点で活躍する**アートマネジメント人材や若手アーティストの育成**、ネットワークの形成等を推進



最先端で魅力的な
アートショーケース



最新テクノロジーで
イノベーションを創造する場



交わり、新たな発想が
生まれる場(民間と連携)



担い手を育成・
支援する場



■江戸文化の魅力を整理

世界遺産を見据えて、新たに「江戸文化の魅力発信部会」を立ち上げ、江戸文化の価値と発信の方向性を議論

- 歴史的背景や文化資源同士の繋がりを深掘り
- 海外の文化資源との比較
- 発信の方向性を整理

主な意見

- ・江戸は、260年の中で、独自に形成された和風文化
- ・有形無形共に魅力が遺されており、整理・深掘りが重要
- ・海外には言語化・外国語化し、繰り返し伝える工夫が重要
- ・ロゴマークは、世界遺産への機運醸成に有効

■江戸文化発信の旗印となる新たなロゴマーク発表・江戸博リニューアルの機を捉えたPR展開

「Edo Tokyo」ロゴマーク



「江戸」の精神・文化が時代を越えて国際都市・東京の個性を形づくり、未来へとつながる原動力となっていることを、「Edo」と「Tokyo」を並べることで象徴的に表現

【PR例：ステッカー配布】

色：江戸紫

背景：江戸小紋
(鮫・青海波文様)



江戸東京博物館の取組

■江戸博リニューアルオープン1年前イベント(3/7~14実施済)

- ・都庁展望室にて、パフォーマンス、模型展示等を実施し、約3.5万人が参加



浮世絵



江戸時代の寿司模型



パフォーマンス



ロゴ発表

■R7年度以降の取組

- ・愛知県美術館における「どうぶつ百景」をはじめ、江戸博以外での館外展示を複数実施
- ・リニューアルオープンに向けた集中プロモーションを展開し、江戸博及び江戸文化の魅力を発信

