

1. 基本構想作成の目的

あま市七宝焼アートヴィレッジ（以下「アートヴィレッジ」という）は、「七宝焼」を見て・触れて・学んで・体験できる「七宝焼ふれあい伝承館」と、利用者が緑を感じながら交流できる「ふれあい広場」からなる総合施設として、平成 16（2004）年に整備されました。令和 5（2023）年度は約 10 万人が来館し、近年は関西からの学校団体利用等も増えており、本市の商工観光の交流拠点となっています。

交流拠点として将来における持続可能な経営、さらなる賑わいや集客力の向上を実現するため、民間のもつノウハウや、資金力・経営能力・技術力の活用が必要となってきました。本構想は、アートヴィレッジの観光拠点としての集客力・魅力の向上や「文化をつなぐミュージアム」としての機能強化のため、施設全体の活用方針やふれあい広場の再整備案と官民連携の事業スキーム等を、基本構想としてとりまとめるものです。

2. 整備の必要性

アートヴィレッジの可能性を広域的な視点で見ると、**観光拠点としての集客力向上と博物館としての魅力向上**が必要であり、これからの博物館に期待される**「文化をつなぐミュージアム」としての機能強化**を図っていく必要があります。

■観光拠点としての集客力向上

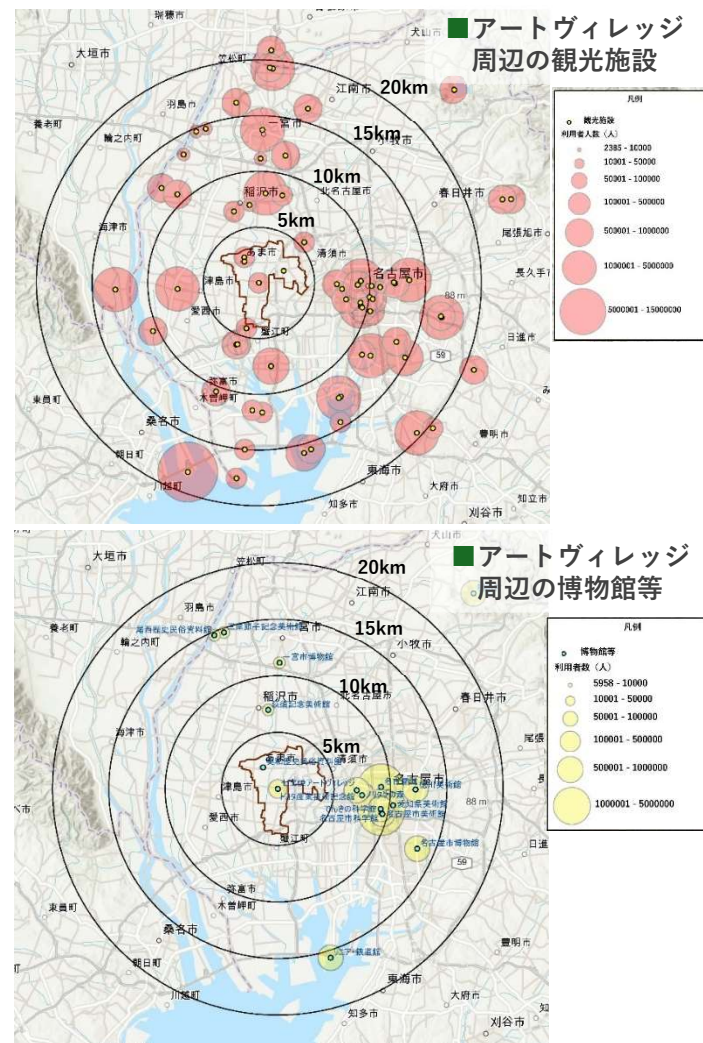
アートヴィレッジを中心とした半径 20km 圏の観光施設分布を見ると、あま市周辺の 5 km 圏には、集客力の高い観光施設がありません。アートヴィレッジを持続的に運営するためには、周辺の観光施設に引けを取らない集客力の向上により、観光拠点としての「底上げ」を目指す必要があります。

■博物館としての魅力向上

アートヴィレッジ周辺の博物館は、名古屋市内に多数分布しているものの、尾張西部地域では、アートヴィレッジが最も年間利用者数が多い施設となっています。この強みを活かし、アートヴィレッジの博物館としての魅力向上を目指すことが有効であり、他の博物館との連携、地域の多様な主体との連携・協力による広域的な文化観光の推進を図っていく必要があります。

■「文化をつなぐミュージアム」としての機能強化

これからの博物館は、「文化をつなぐミュージアム」※1 として、博物館を文化観光、まちづくり、社会的包摂※2 など、社会的・地域的課題と向き合うための場として機能強化を図っていく必要があります。

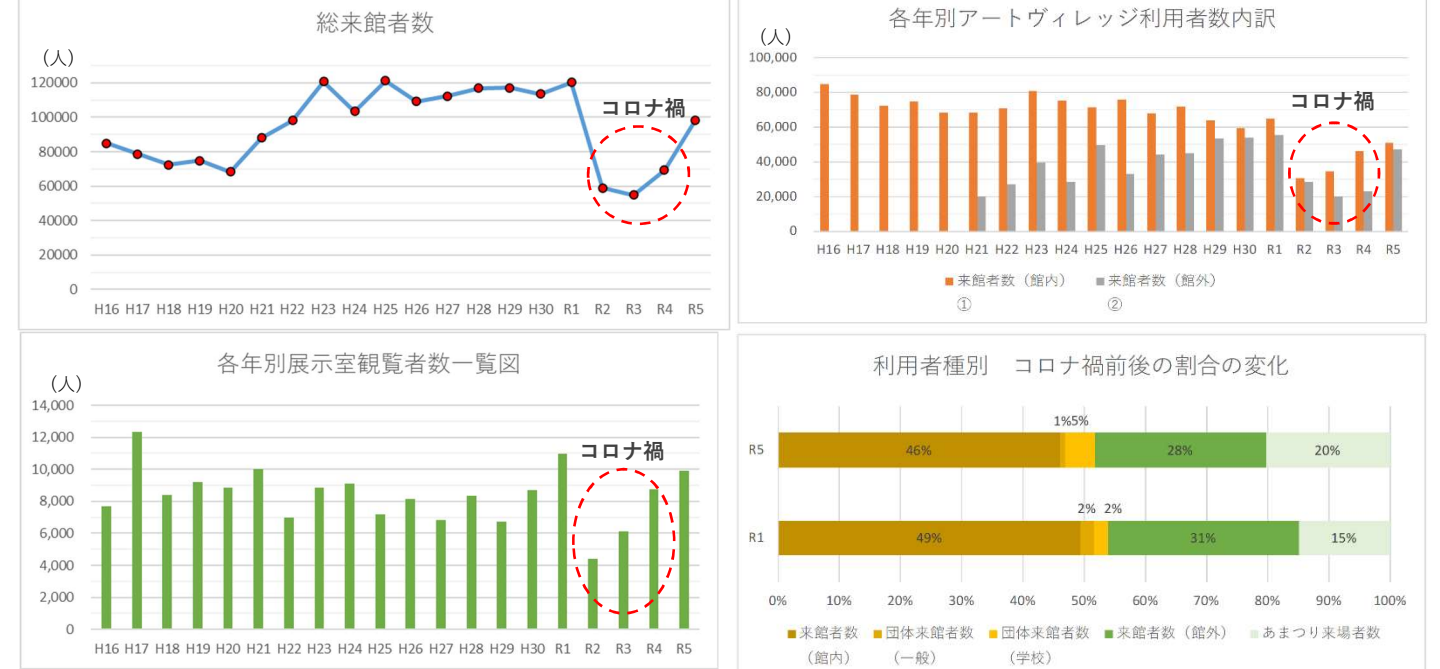


※1 補足)「文化をつなぐミュージアム」
第 25 回国際博物館会議(ICOM 京都大会：2019 年)にて《「文化をつなぐミュージアム(Museums as Cultural Hub)」の理念の徹底》が採択された。
※2 補足) 社会的包摂「ソーシャル・インクルージョン(social inclusion)」
社会的に弱い立場にある人々をも含め、市民一人ひとり、排除や摩擦、孤独や孤立から援護し、地域社会の一員として取り込み支え合う考え方。

3. アートヴィレッジ利用者数の推移

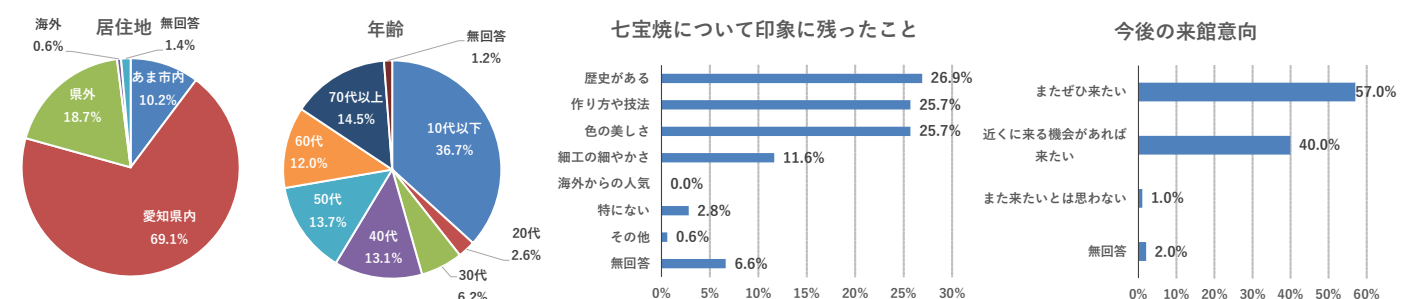
アートヴィレッジの令和 5 年度の総来館者数は約 10 万人、来館者（館内）数は約 5 万人であり、コロナ禍により減少した利用者数も、近年回復基調にあります。しかしながら未だ十分な利用者数等は回復していません。

アートヴィレッジ利用者数の館内と館外の内訳をみると、令和 5 年度は館内及び団体利用者が 52%、館外及びあまつり来場者数が 48%であり、コロナ禍前の令和元年度と大きな変化は見られません。そのため、利用者数を増やすには、館内・館外それぞれの魅力向上が必要と考えられます。



4. 施設利用者アンケートの結果

施設利用者のアンケート調査（2024 年 7 月～2025 年 1 月：498 件）によると、県内外からの多世代にわたる施設利用者が多く、また、七宝焼の評価は高く、再来館意向も高いことが確認できます。また、利用者からアートヴィレッジ充実に向けた様々な意見やアイデアをいただいています。

アートヴィレッジ
充実に向けた
アイデア

七宝焼体験メニュー：デザインと色を増やす／アクセサリや食器を作りたい
展示室の魅力向上：現代作家作品の展示／企画展の作品数を増やす／拡大鏡を使った展示
広報 PR 手法：SNS を活用した情報発信／Web サイトの充実／全国や世界への PR
欲しい空間：子どもが遊ぶスペース／写真スポット／お土産コーナー／食事できる場所
イベントへの期待：七宝焼を学ぶ講座／工場見学ツアー／いろいろなイベントの企画
エントランスホールの活用：発表会等で利用／多すぎる展示物の整理／画像・動画による展示
交通アクセスの改善：バスの運行本数増発／タクシーとの連携／駅からの散策路整備

5. 民間事業者、アートヴィレッジ運営委員会ヒアリング結果

民間活力の導入について、民間事業者より意見・アイデアをお聞きし、今後の事業構想の検討の参考にすることや、参入の関心等を把握することを目的としてヒアリングを行いました。また、運営委員会において、今後の賑わいづくりの進め方等についてご意見を伺いました。

調査対象	他都市で類似施設における官民連携事業の実績を有する民間事業者（6社）
調査方法	対面方式による個別ヒアリング

《ヒアリングの結果概要》

項目	結果概要
現状のアートヴィレッジに関する評価、課題	・民間事業者の視点においても、既存施設の意匠デザインの評価は高く、ふれあい広場やふれあいホールの魅力や価値に対する一定の評価を得ることができた。 ・エントランスホールの空間づくりの見直しや、ミュージアムショップの魅力向上、作品展示や動態展示のPR手法の工夫など、現状に対する検討課題も指摘された。
施設の運営・活用方法に関する意見	・ふれあい広場やふれあいホールのポテンシャルを活かし、七宝焼に興味のない人に、来訪のきっかけ作りとなる仕掛け（施設づくり）が重要。 ・地元の方が過ごしやすく通いやすいことが施設の継続に必要な力となる。 ・物販施設の整備や運営は、民間事業者が参入しやすい。 ・「ふれあいホール」のキッチンスペース（厨房設備）は活用できる。 ・市外事業者が参入する場合、地元事業者とのネットワークの構築が課題。
官民連携の事業手法に関する意見	・事業期間を長く設定できる Park-PFI 事業であると参入しやすい。指定管理者制度の併用により、民間側が施設全体の事業運営に関わることで、集客力・収益性の確保につなげることも考えられる。 ・施設規模が小さいと、収益性に限度があり、民間は投資しにくい。 ・建物施設を新規整備する場合、施設全体の運用を踏まえた建物の配置・設計、施設全体がつながっていることが重要。
行政への要望事項	・行政からの支援制度の活用は、事業参入のプラスの判断材料となる。 ・アートヴィレッジでの絶対的な魅力は七宝焼であり、七宝焼との連携・活用が魅力向上に繋がる。
民間事業者の参入意向	・アートヴィレッジのポテンシャル（施設の価値・魅力、立地特性など）については、一定の評価が得られており、民間事業者の参入の可能性は十分にある。 ・民間参入に当たっては、官側の不断の集客力の向上に関する取組が欠かせないことを確認した。 ・民間事業者が店舗建設等の自社投資をして独立採算で施設運営をする場合、安定した利益が得られるように、年間利用者数（現状約10万人）の「底上げ」が必要である。
民間事業者参入における留意点	・アートヴィレッジの集客力を高めるためには、展示や体験施設など伝承館自体の魅力をさらに向上し、七宝焼の知名度を上げる必要がある。 ・名古屋に近い立地を活かし、駐車場増設や公共交通でのアクセス環境の改善が求められる。 ・事業期間を長く設定できる事業スキームの設定や、指定管理者制度の併用などにより、民間事業者側の収益性が確保できるように配慮する必要がある。

《アートヴィレッジ運営委員会からの意見》

現状のアートヴィレッジに関する意見、提案	・ショップの充実が必要。 ・インバウンドを意識した体験教室の実施が必要。 ・展示内容の工夫が必要。 ・広場の周知、活用が必要
----------------------	--

6. 賑わいや集客力の向上の進め方

アートヴィレッジの整備の必要性、利用者数の推移、利用者アンケートや民間事業者ヒアリングの結果、アートヴィレッジの賑わいや集客力の向上のためには、民間のもつノウハウや、資金力・経営能力・技術力を活用する官民連携事業を推進することが有効であることを確認しました。また、アートヴィレッジでの民間活力（資金）の導入可能性は、十分にあることも確認しました。

ただし、現時点での事業者の参入意向としては、積極的な参入のためには年間利用者数の底上げが望まれていることや、施設の認知度の向上が必要だということ等も分かりました。また、現施設の空間づくりの見直しや、PR手法の工夫など、既存コンテンツに対する検討課題についても指摘されました。

そのため、官民連携事業を実施するにあたり、スケジュールを2段階に分け、【第1段階】は、民間事業者が参入しやすい基盤づくりとして、既存コンテンツのブラッシュアップや集客力向上につながるソフト施策等を推進し、【第2段階】で、官民対話（サウンディング）を行い、事業方針策定、事業者公募・選定、事業計画の作成、設計・整備工事を実施します。段階的なステップを踏むことで、多くの事業者からの参入意欲を高め、多様な提案を受けることができ、市にとってよりよい事業効果を生み出す可能性が広がります。

■重点事項

- ◇ 館内、館外それぞれでコンテンツの魅力向上を図ること。
- ◇ 館内では、七宝焼の体験ができることや、職人と直接話することができる等の強みを活かして認知度の向上を図ること。
- ◇ ふれあい広場では、館利用者だけでなく、様々な多目的空間活用を図っていくこと。
- ◇ 官民の信頼関係構築と適切なリスク分担は、第2段階以降も継続して実施していくこと。
- ◇ 第2段階では、関心を有する民間事業者との連携により新たな施設整備を進めていく。
- ◇ 地域の魅力発信、子育て支援、地域交流などを考慮し進めていく。
- ◇ 施設の持続可能性の確保には、ローカルPFIの考え方に基づく事業方針が重要になること。

《官民連携の事業方針》

官民連携事業の推進を通じ、地域経済・社会により多くのメリットをもたらすことを志向する考え方として、内閣府(民間資金等活用事業推進室)よりローカルPFIが提唱されています。そのローカルPFIの考え方に基づき、「地域課題の解決」「地域経営の視点」「公共空間の活用」の3つの観点を重視して官民連携を進めていくこととします。

《スケジュール（案）》

項目	第1段階	第2段階		管理運営段階
官民連携事業の基盤づくり	既存コンテンツの ブラッシュアップ	→		
官民対話による事業計画づくり		官民対話（サウンディング） 事業方針策定・事業者公募・ 事業者選定・基本協定	→	
官民連携の新たな拠点づくり			基本設計・実施設計 整備工事	供用開始 維持管理・運営

7. 基本構想

■基本方針

賑わいと集客力の向上をめざすための基本方針を以下のように設定します。

《基本方針》

1. 歴史・文化的資源を活かした観光・交流活動を担う場づくり
2. 学びと遊び、飲食・物販等の新たな魅力づくり
3. 子どもから大人まで楽しめる新たな拠点づくり

1. 歴史・文化的資源を活かした観光・交流活動を担う場づくり

アートヴィレッジの一番の魅力である七宝焼を活かし、七宝焼伝承機能のさらなる魅力向上、観光・交流機能の強化、快適な施設空間を維持し、観光・交流活動を担う場をつくります。

2. 学びと遊び、飲食・物販等の新たな魅力づくり

伝承館と一体的で魅力的な「ふれあい広場」、「ふれあいホール」を活用し、アートヴィレッジにふさわしい学びと遊びの場や、飲食・物販施設を整備して、新たな魅力を創造します。

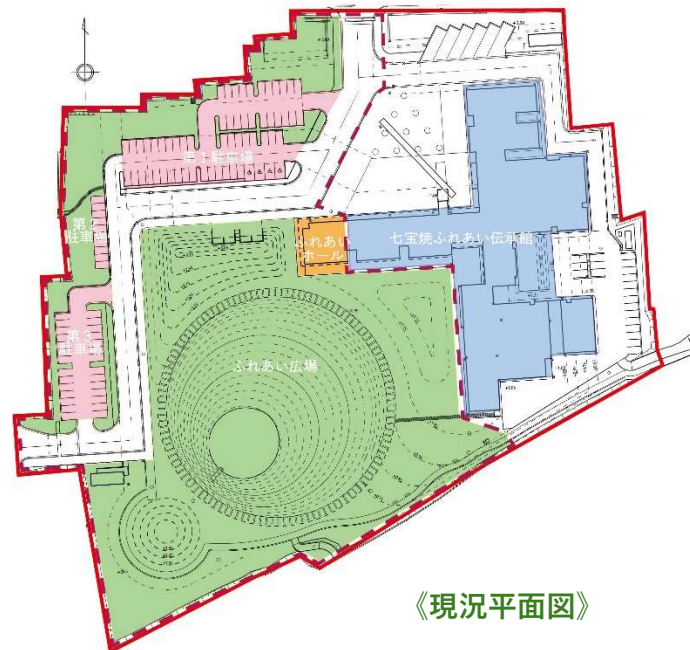
3. 子どもから大人まで楽しめる新たな拠点づくり

小さな子どもから高齢者、障がい者、在住外国人、外国人観光客、地域外からの来館者など、誰もが楽しめる『文化をつなぐミュージアム』となる新たな拠点をつくります。

■官民連携事業の対象エリア

- 「ふれあい広場」と「ふれあいホール（200 ㎡）」、「駐車場」等のエリアを、民間事業者に参加していただく官民連携事業実施想定範囲（約 22,000 ㎡）と設定します。
- 官民連携事業実施想定範囲では、民間事業者による新たな施設（建築を含む）の整備や、既存施設の改修などが可能となります。
- 「七宝焼ふれあい伝承館」は、ソフト施策を展開し、より一層の魅力向上、集客力の向上を図ります。また、民間事業者との連携により、お互いの集客力の向上や賑わい作りに関する取組を進めてまいります。

- アートヴィレッジ敷地（約 33,000 ㎡）
- 官民連携事業実施想定範囲（約 22,000 ㎡）
- 七宝焼ふれあい伝承館（約 3,300 ㎡）
- ふれあい広場（約 13,200 ㎡）
- ふれあいホール（約 200 ㎡）
- 駐車場（普通 104 台 / 内身障者用 4 台）



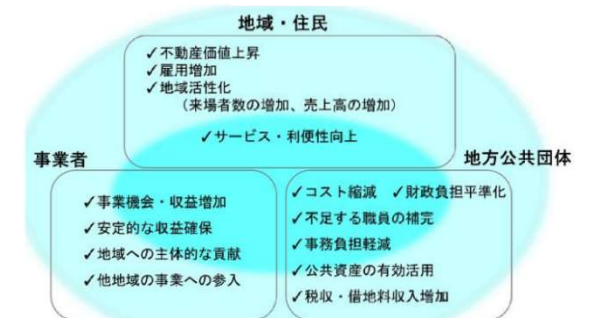
《現況平面図》

8. 官民連携事業の効果

■官民連携事業の効果

アートヴィレッジのような公共施設における官民連携事業では、良好な公共サービスの提供やコスト削減等による持続性の確保、地域活性化など、様々な効果が期待されます。

アートヴィレッジにおいて、あま市の地域産業を牽引し、博物館・観光拠点として賑わいと集客力の向上を目指す官民連携事業を推進することで、市だけでなく、地域住民と事業者側にも多くのメリットがあります。

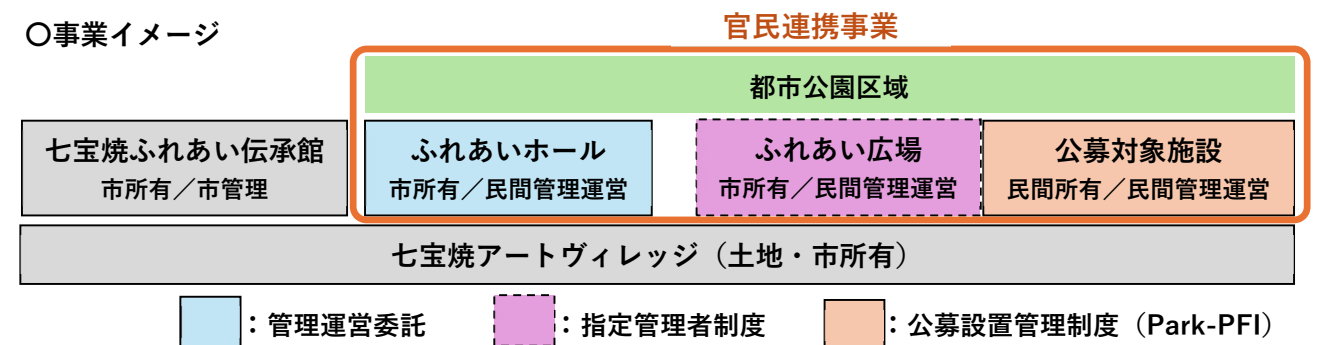


9. 事業スキーム（案）

■事業手法の考え方

官民連携事業を導入する場合、事業規模や民間事業者の参入のしやすさから、公募設置管理制度(Park-PFI)の適用が望ましいと考えられます。アートヴィレッジの官民連携事業実施想定範囲の「ふれあい広場」は機能的に公園施設と同様であり、屋外空間を都市公園に指定することで、公募設置管理制度(Park-PFI)の適用ができます。「ふれあいホール」の活用は、既存施設をそのまま利用できることから、管理運営委託（指定管理者制度含む）や施設貸与が想定されます。「ふれあい広場」は、公共施設としての維持管理だけでなく、集客力を高める運営管理においても民間活力の効果を期待して、Park-PFI と組み合わせた指定管理者制度の適用が考えられます。

○事業イメージ



《参考》PFI と Park-PFI の比較

	PFI 事業	Park-PFI（公募設置管理制度）
根拠法	PFI 法	都市公園法
事業期間の目安	10～30 年程度	20 年以内
議会の承認	必須	必須ではない
公共コスト削減	VFM（民間による効率的な整備によるコスト削減） ※包括発注、性能発注等による民間の創意工夫	特定公園施設※の整備による公共還元 ※民間事業者による公園の価値を上げるような取組を促進
事業主体	特別目的会社（SPC）を設立	民間事業者（SPC の設立は任意）
収益施設以外の施設整備の要否	必須ではない	必須（特定公園施設）
特徴	SPC の設立運営コストがかかる等の理由で、民間事業者の参入意欲の観点から、一般的には 10 億円以上の公共施設整備事業が対象となる。	周辺の園路、広場等の「特定公園施設」の整備及び譲渡を行う必要がある。特定公園施設の整備費 1 割削減を条件に「官民連携型賑わい拠点創出事業」の活用や、「賑わい増進資金」の貸付を受けることができる。

※特定公園施設：公募対象公園施設の周辺に設置する広場・園路等の公園施設

10. 基本構想図【第1段階】

【第1段階】として、官民連携事業の基盤づくりを行います。

【第1段階】

《官民連携事業の基盤づくり》

官民連携事業の基盤づくりとして、集客力向上のソフト施策を推進し、七宝焼ふれあい伝承館などの既存コンテンツのブラッシュアップ（磨き上げ）を図る。

1) 七宝焼伝承機能のさらなる魅力向上・情報発信

◆ 県西部の数少ない観光施設としての存在を目指す

- ・七宝焼体験メニューの見直し、拡充
- ・インパウンド向けメニューの開発
- ・特別体験の実施回数の増加
- ・SNS投稿者との連携

◆ 七宝焼の価値の発信

- ・企画展示室の多目的貸出活用
- ・新作展の実施方法の見直し

◆ 伝承館内施設・機能のアピール

- ・航空、鉄道、旅行会社などとの連携強化
- ・展示室の全面撮影可
- ・ショップ販売物の開発
- ・ショップ販売物の情報発信
- ・ロビー空間での発信情報の絞り込み

2) 観光交流機能の強化・情報発信

◆ 広場等空間の積極的開放

- ・広場や駐車場、遊歩道を使ったイベントやキッチンカーの許可・開放

◆ 市内他観光施設との連携

- ・企画展示室の多目的貸出活用
- ・一般向けのガイドツアー（史跡巡り）の企画開催

◆ 学校との連携

- ・芸術系大学生向けの特別な制作体験の実施
- ・地元高校と連携した事業の実施

◆ 旅行会社との連携

- ・七宝焼制作体験を含んだツアーの造成

3) 快適な施設空間の維持

◆ 施設の長寿命化

- ・適切な維持管理費、大規模施設更新費の確保

◆ ニーズに対応した取組改善

- ・利用者アンケートの継続実施によるサービス向上



基本構想図【第1段階】

【第2段階】として、官民連携の事業計画を作成し、官民連携事業を推進します。

《官民対話による事業計画づくり》

基盤づくりの成果を踏まえ、官民対話（サウンディング）を実施し、事業者公募・選定により、官民連携の事業計画を作成する。

《官民連携の新たな拠点づくり》

事業計画に基づき、設計、整備工事を行い、官民連携による新たな文化観光の拠点として、ハード・ソフトの両面から機能強化を図る。

官民連携事業により新たな魅力創出をする施設整備エリア。七宝焼ふれあい伝承館と“つながる”配置とすることで、施設全体の魅力・利便性の向上を図る。

新たな施設は、季節や天候に左右されずいつでも利用できるものとし、民間資金や運営による飲食機能、物販機能を核として、子育て支援機能、地域交流機能などの他機能配置も検討する。

市民も市外からの来訪者も、ふれあい広場を利活用できるように、バリアフリー園路・ベンチの整備、芝生広場をフラットにするための改修、築山などを活用した遊具の設置などの再整備を進める。また地域団体や民間事業者によるイベントやマルシェの開催など、ソフト・ハードの両面から賑わいを創出する。



《新たな魅力創出エリアとふれあい広場の整備イメージ》

官民連携事業による魅力向上、集客力の向上に合わせて、必要に応じて駐車場の拡大などの再整備を行う。

既存のふれあいホールを活用し、魅力創出エリアと連携し、アートヴィレッジの利用者ニーズに対応した飲食・物販施設等を導入する。



基本構想図【第2段階】



《ふれあい広場―築山などを活用した遊具のイメージ》