

千葉県の文化・芸術： 地域資源としての現状と展望



調査結果〔概要〕

2026年3月

公益財団法人 ひまわりベンチャー育成基金
調査研究部門 千葉経済センター

(調査受託) 株式会社 ちばぎん総合研究所

文化・芸術の機能

①生活を豊かに : 喜びと感動

②教育的効果 : 創造性や表現力の醸成

③コミュニティ形成・社会的包摂

④地域資源として経済の活性化

⑤経済的なプレゼンス

文化・芸術の機能と行政の関わり

■文化・芸術は公共財またはそれに準じる

特性

- ①非競合性 : ある人が享受しても、それを他の人が享受する機会が減らない
- ②非排除性 : 一度供給されると、その恩恵から特定の人を排除することが難しい
- ③正の外部性 : 享受した人だけではなく、地域の社会・経済にプラスの効果をもたらす

国の文化・芸術振興政策の変遷

保護

「文化保護法」(1950年)や文化庁の設置(1968年)
文化財の保護・継承



振興

「文化芸術基本法」(2001年)やクールジャパン
創造活動の支援



活用・価値創造

「文化芸術振興基本法」(2017年)
地域振興・観光・産業

千葉県の文化・芸術資源



有形文化財

成田山新勝寺
(成田市)



美術館

千葉県立美術館
(千葉市)



祭り

佐原の大祭
(香取市)



食文化

勝浦の朝市
(勝浦市)



芸術祭

千葉国際芸術祭
(千葉市)



歴史的・
文化的景観

チバニアン
(市原市)

千葉県の文化・芸術振興策の変遷

■ 国と同じく「保護」から「活用・価値創造へ」

■ 「第2次千葉県文化芸術推進基本計画（2025年）」では「誰もが文化・芸術に親しめる千葉」を目指す

	千葉県文化芸術推進基本計画	第2次千葉県文化芸術推進基本計画
計画期間	令和4年度～6年度	令和7年度～13年度
目指す姿	あらゆる人々が文化芸術に親しみ、交流することで創り育む心豊かな県民生活と活力ある地域社会	誰もが文化芸術に親しめる千葉
施策の柱	あらゆる人々が文化芸術に親しむことができる環境づくり	県民が文化芸術に親しむための基盤の整備・充実
	ちばの多様な伝統文化が輝き続ける地域づくり	文化芸術を通じた連携・協働
	新たな文化芸術の価値を創造できる社会づくり	多様な伝統文化の保存・継承・活用
	次代を担う子どもや若者がちばの文化芸術に触れる機会づくり	ちばの強みを生かした文化芸術の創造・発信
	ちばの強みを生かした文化芸術の創造・発信	

アンケート調査の概要

	県民	県外民
実施時期	2025年12月12日～12月18日	
手法	アンケートモニターに対するWEBアンケート調査	
対象	千葉県在住者	東京都、神奈川県、埼玉県在住者
割付	5地域の人口按分かつ20歳代以下、30歳代～50歳代、60歳以上の3区分で均等に回収 〔東京湾岸地域(447s)、アクアライン・圏央道沿線地域(124s)、成田空港周辺・印旛地域(129s)、つくばエクスプレス沿線地域(229s)、銚子・九十九里南房総地域(71s)〕	人口按分かつ20歳代以下、30歳代～50歳代、60歳以上の3区分で均等に回収 〔東京都(462s)、神奈川県(300s)、埼玉県(238s)〕
有効回答数	1,000s	1,000s

県民の認知度や関心度、体験度

- 県内で最も認知されているのは、成田山新勝寺、犬吠埼灯台、香取神宮
- 一方、芸術祭などは、歴史が浅いこともあり、認知度などが低い
- 認知体験比（認知した人のうち体験した人の割合）は、成田山新勝寺などが高い。年中行事が体験を後押しか

(%、%pt)

		文化芸術資源	認知度(A)	関心度(B)	体験度(C)	認知体験比(C/A)
有形文化財	1	成田山新勝寺（成田市）	88.5	53.8	62.9	71.1
	2	香取神宮（香取市）	68.4	41.2	33.9	49.6
	3	飯香岡八幡宮（市原市）	12.5	21.8	6.9	55.2
	4	加曽利貝塚（千葉市）	42.9	29.0	16.3	38.0
	5	本土寺（松戸市）	23.1	29.6	14.1	61.0
	6	犬吠埼灯台（銚子市）	73.6	44.8	48.8	66.3
	7	波の伊八（各地）	10.5	21.8	4.1	39.0
美術館・博物館	8	千葉市美術館（千葉市）	36.2	25.0	17.1	47.2
	9	千葉県立美術館（千葉市）	37.4	25.2	18.8	50.3
	10	千葉県立房総のむら（栄町）	35.4	26.9	22.1	62.4
	11	千葉県立中央博物館（千葉市）	28.9	25.8	13.8	47.8
	12	千葉県立現代産業科学館（市川市）	20.0	25.5	10.6	53.0
	13	国立歴史民俗博物館（佐倉市）	41.2	32.6	26.5	64.3
祭り	14	佐原の大祭（香取市）	34.9	29.8	9.3	26.6
	15	柏まつり（柏市）	25.5	21.5	12.6	49.4
	16	茂原七夕まつり（茂原市）	33.0	26.2	11.1	33.6

		文化芸術資源	認知度(A)	関心度(B)	体験度(C)	認知体験比(C/A)
食文化	17	勝浦の朝市（勝浦市）	48.8	41.1	18.8	38.5
	18	千葉の発酵文化（野田や銚子の醤油、流山のみりん醸造、各地の日本酒）	50.6	39.1	26.2	51.8
	19	太巻き寿司（各地）	39.5	33.0	19.1	48.4
音楽・芸術祭	20	いちはらアート×ミックス（市原市）	7.5	12.7	2.2	29.3
	21	千葉国際芸術祭（千葉市）	7.4	13.8	2.0	27.0
	22	PARADISE AIR（松戸市）	3.1	11.8	0.7	22.6
	23	ROCK IN JAPAN FESTIVAL（千葉市）	21.0	19.0	2.7	12.9
歴史的・文化的景観	24	千葉交響楽団（千葉市）	15.9	20.0	4.8	30.2
	25	チバニアン〔千葉セクション〕（市原市）	48.2	32.6	7.0	14.5
	26	大山千枚田（鴨川市）	29.2	29.4	11.2	38.4
	27	北総四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町並み（佐倉・成田・佐原・銚子）	30.4	33.8	18.2	59.9
	28	鋸山の房州石切場（富津市、鋸南町）	43.3	36.4	27.3	63.0
	29	九十九里浜の景観（九十九里沿岸）	64.3	40.6	42.7	66.4

県外民の認知度や関心度、体験度

- 成田山新勝寺、九十九里浜の景観、犬吠埼灯台、香取神宮は、県外民にも広く認知
- それ以外の資源は、県外民からの認知度・体験度とも低く、いわば「知られざるもの」

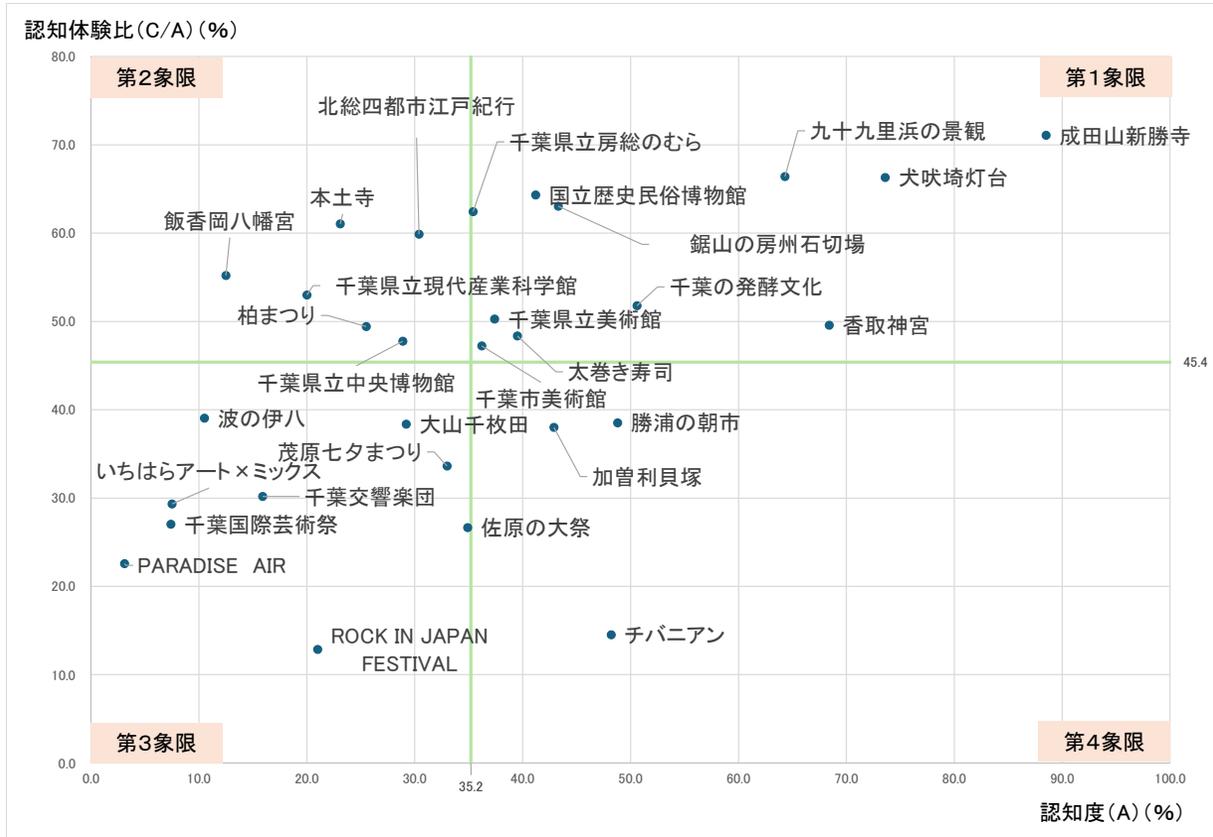
(%、%pt)

		文化芸術資源	認知度(A)	関心度(B)	体験度(C)	認知体験比(C/A)
有形文化財	1	成田山新勝寺(成田市)	75.6	54.9	32.5	43.0
	2	香取神宮(香取市)	38.9	36.0	12.2	31.4
	3	飯香岡八幡宮(市原市)	5.7	20.6	1.3	22.8
	4	加曾利貝塚(千葉市)	10.1	21.5	2.2	21.8
	5	本土寺(松戸市)	7.7	25.8	3.3	42.9
	6	犬吠埼灯台(銚子市)	53.5	42.4	25.9	48.4
	7	波の伊八(各地)	5.0	20.8	1.4	28.0
美術館・博物館	8	千葉市美術館(千葉市)	8.5	18.5	2.7	31.8
	9	千葉県立美術館(千葉市)	8.2	18.1	2.0	24.4
	10	千葉県立房総のむら(栄町)	5.2	15.7	1.8	34.6
	11	千葉県立中央博物館(千葉市)	5.2	16.0	1.6	30.8
	12	千葉県立現代産業科学館(市川市)	4.5	17.4	1.5	33.3
	13	国立歴史民俗博物館(佐倉市)	12.3	24.2	6.0	48.8
祭り	14	佐原の大祭(香取市)	11.5	25.2	2.3	20.0
	15	柏まつり(柏市)	8.4	16.6	2.5	29.8
	16	茂原七夕まつり(茂原市)	8.5	21.1	2.3	27.1

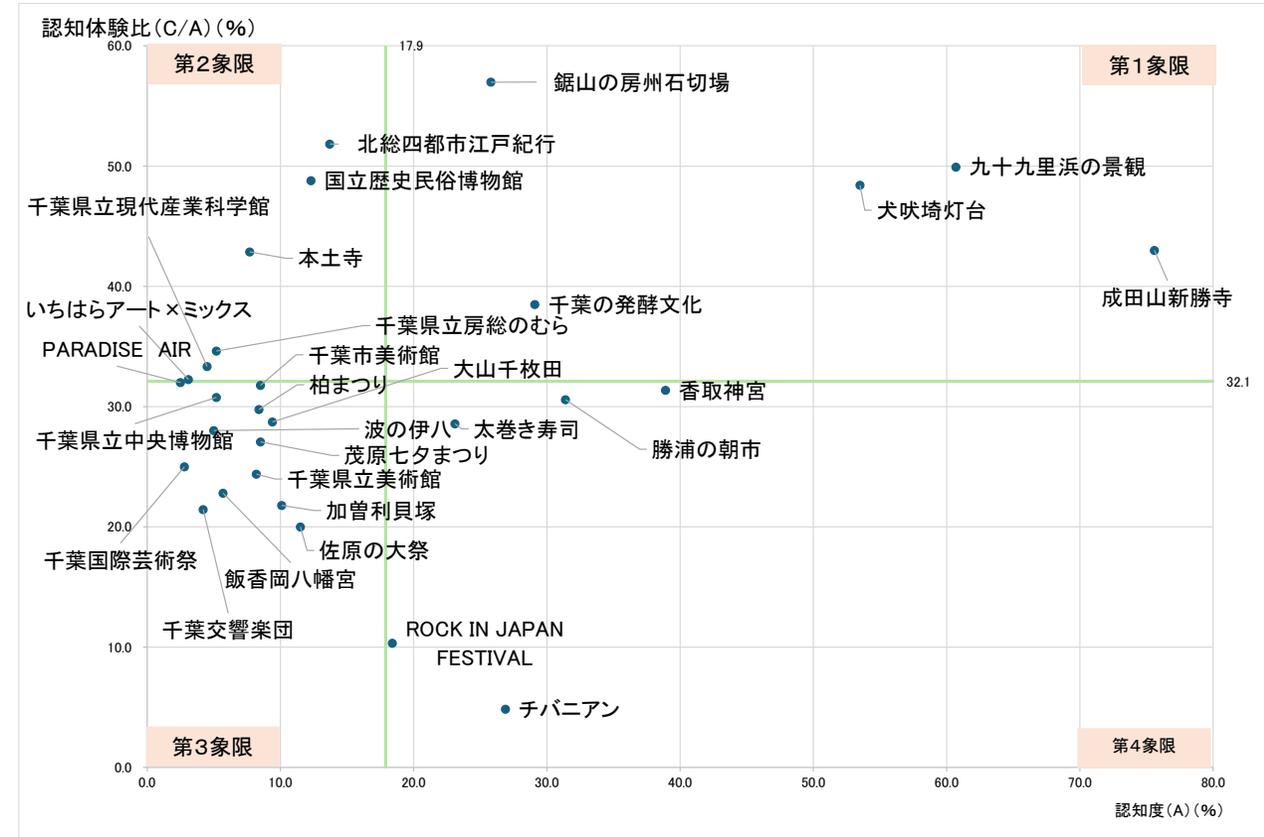
		文化芸術資源	認知度(A)	関心度(B)	体験度(C)	認知体験比(C/A)
食文化	17	勝浦の朝市(勝浦市)	31.4	40.6	9.6	30.6
	18	千葉の発酵文化(野田や銚子の醤油、流山のみりん醸造、各地の日本酒)	29.1	34.8	11.2	38.5
	19	太巻き寿司(各地)	23.1	31.5	6.6	28.6
音楽・芸術祭	20	いちほらアート×ミックス(市原市)	3.1	11.1	1.0	32.3
	21	千葉国際芸術祭(千葉市)	2.8	11.8	0.7	25.0
	22	PARADISE AIR(松戸市)	2.5	10.0	0.8	32.0
	23	ROCK IN JAPAN FESTIVAL(千葉市)	18.4	20.0	1.9	10.3
	24	千葉交響楽団(千葉市)	4.2	15.0	0.9	21.4
歴史的・文化的景観	25	チバニアン[千葉セクション](市原市)	26.9	26.7	1.3	4.8
	26	大山千枚田(鴨川市)	9.4	25.3	2.7	28.7
	27	北総四都市江戸紀行・江戸を感じる北総の町並み(佐倉・成田・佐原・銚子)	13.7	27.0	7.1	51.8
	28	鋸山の房州石切場(富津市、鋸南町)	25.8	31.6	14.7	57.0
	29	九十九里浜の景観(九十九里沿岸)	60.7	43.5	30.3	49.9

認知度と認知体験比

県民



県外民



若干の考察：特性に応じた分類

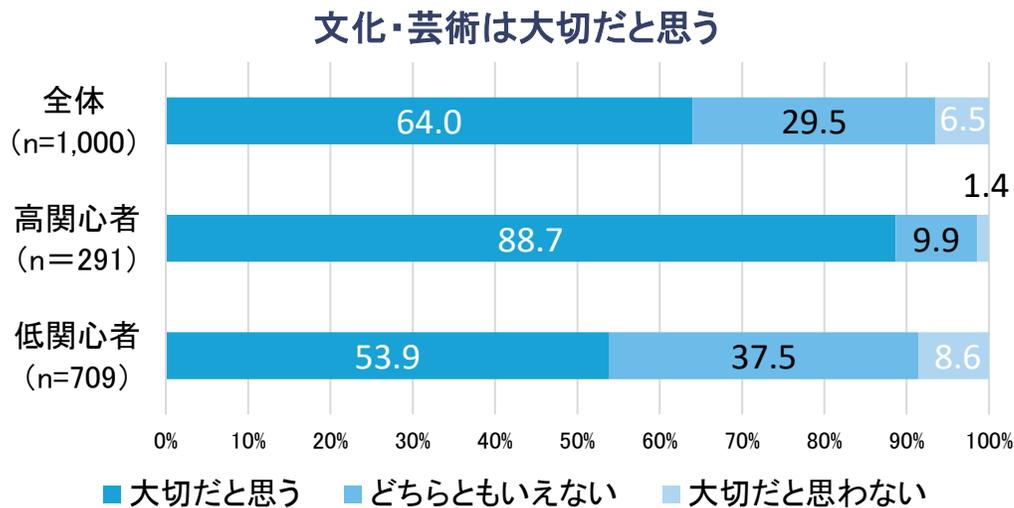
	分類条件	資源名
①メジャー資源	県民、県外民とも認知度と認知体験比が平均値よりも高い(県民、県外民とも第一象限に位置する)資源	成田山新勝寺、犬吠埼灯台、千葉の発酵文化、鋸山の房州石切場、九十九里浜の景観
②ニッチ資源	認知度は低めであるが、近隣都県からの集客が期待される資源である。県民の分布図では第二・第三象限にあり(認知度が平均以下であり)、県外民の分布図では第一・第二象限に位置する(認知体験比が高い)ことが条件	本土寺、千葉県立房総のむら、千葉県立現代産業科学館、国立歴史民俗博物館、いちほらアート×ミックス、北総四都市江戸紀行
③地域性資源	地元の人には積極的に参加・体験する一方、県外民からみれば、認知しても体験する確率が低い地域密着の資源。条件は、県民の認知体験比が高い(分布図で第一・第二象限にある)と同時に、県外民の認知体験比が低い(第三・第四象限に位置する)こと	香取神宮、飯香岡八幡宮、千葉市美術館、千葉県立美術館、千葉県立中央博物館、柏まつり、太巻き寿司
④ニッチ資源	認知はされても、参加・体験に結びつきにくい資源。条件としては、第一から第三の分類には含まれず、県民あるいは県外民の分布図で第四象限に位置すること	加曾利貝塚、勝浦の朝市、ROCK IN JAPAN、チバニアン
⑤再発見資源	県内、県外民とも認知度、認知体験比が低い(分布図の第三象限に位置する)資源	波の伊八、佐原の大祭、茂原七夕まつり、千葉国際芸術祭、PARADISE AIR、千葉交響楽団、大山千枚田

文化・芸術の大切さ

■ 県民の6割超が文化・芸術を大切と認識

■ 大切だと思う理由は、生活の潤いや教養の向上・人間的な成長

■ 分野ごとに過半の資源に興味・関心を持つ「高関心者」は、地域の社会や経済に及ぼす影響も重視



大切だと思う理由

(単位: %)

	件数 (n)	生活に潤いや感動が生まれ、つながると思うから	楽しさや感動があり、人間的な成長につながると思うから	教養が深まり、人間的な成長につながると思うから	次の世代に受け継ぐべき大切な伝統だから	誇りが育まれると思うから	地域への愛着や誇りが育まれると思うから	観光・まちの活性化につながると思うから	地域の魅力向上や育てると思うから	豊かな心や創造性を子供や若い世代の交流やつながりが広がるから	人と出会ったり一緒に活動することで	その他
全体	640	58.3	57.7	42.5	39.5	38.8	24.7	19.4	0.2			
高関心	258	68.7	64.8	46.9	53.2	52.0	34.5	27.4	0.0			
低関心	382	51.3	52.9	39.5	30.3	29.8	18.0	13.9	1.8			

文化・芸術活動を行ううえで重要なこと

- 金銭的な負担感や距離的な負担感が小さいことが上位
- 一方、同好の仲間の存在が最も低い
- 文化・芸術は、一人や少人数で楽しむものとの受け止め

(単位: %)

	件数 (n)	チケット代や参加費、 交通費などの負担が重すぎず、 気軽に参加できる料金であること	自宅や職場など生活圏の近くに、 鑑賞・活動ができる場所があること	誰もが利用しやすいサポートが 整っていること	文化を活かしたまちづくりが できていること	文化・芸術を大切にする 地域の雰囲気や、 開催されていること	平日夜間や土日など、 参加しやすい時間帯に 開催されていること	イベントやサークルなどの情報が、 わかりやすく発信されており、 探しやすいこと	一緒に鑑賞や活動を行う、 指導者や仲間、コミュニティに 出会う機会があること	その他
全体	1,000	45.0	42.5	34.6	32.2	28.9	21.5	14.2	1.9	
高関心	291	60.0	54.3	45.3	45.1	40.7	34.8	23.6	0.6	
低関心	709	38.9	37.7	30.2	26.9	24.0	16.0	10.3	2.4	

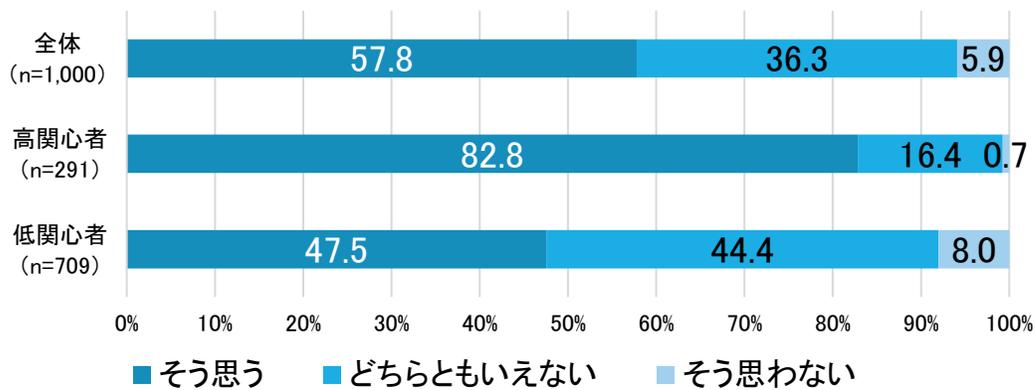
地域への影響

- 県民の過半（高関心者は8割強）が、地域にプラスの影響を及ぼすと認識
- 生きる楽しみに加えて、地域への愛着の醸成や地域社会・経済の活性化が過半
- 高関心者は、地域への影響をより高く評価

どのようなプラスの影響を与えるか

(単位：%)

地域にプラスの影響を与える

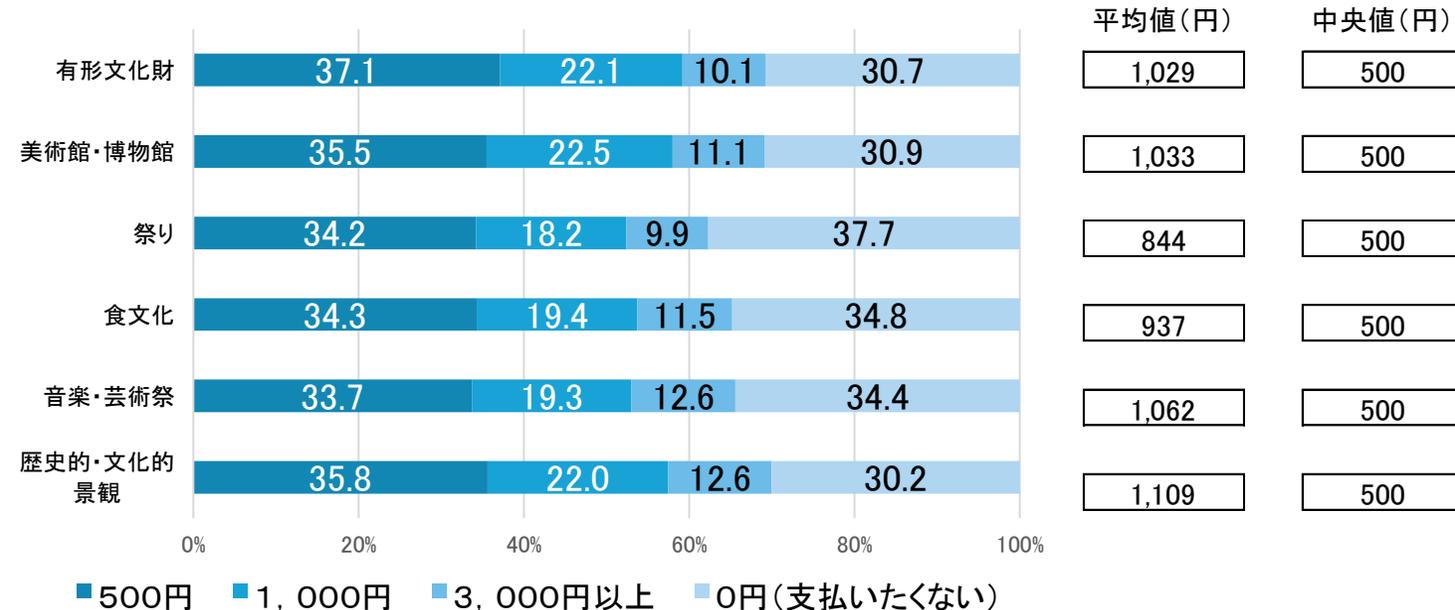
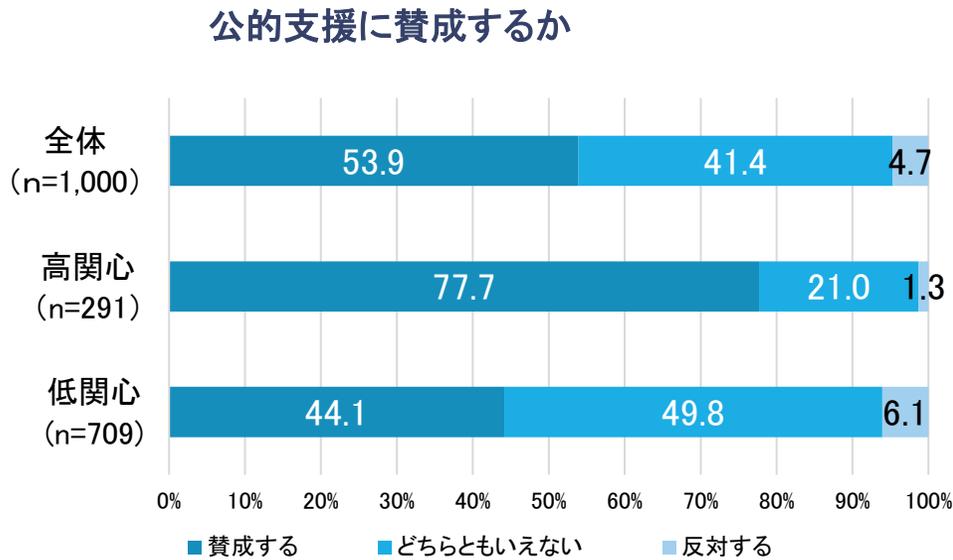


	件数 (n)	人々が生きる楽しみを見出せる	地域に対する愛着が醸成される	地域社会・経済の活性化につながる	地域のイメージが向上する	社会参加が盛んになる 人々の交流や	子供が心豊かに成長する	人々の創造性が高まる	育まれ、地域が豊かになる 個性を認め合う心が 多様な価値観や	他の地域や諸外国から訪れる人が増える	良い人材が集まる	その他
全体	578	51.6	51.4	50.3	43.9	43.3	38.4	35.8	30.3	20.9	17.6	0.2
高関心	241	52.6	55.9	56.5	49.5	47.5	45.6	40.2	38.2	26.8	24.0	0.1
低関心	337	47.7	44.8	42.6	37.1	37.5	30.7	30.5	22.5	15.3	11.8	0.3

文化・芸術への自治体の支援

- 文化・芸術に対する自治体の財政的な支援については、5割強が賛成
- 仮想的な質問で県民の意識する文化・芸術資産の金銭的価値を測ると、いずれの資源でも中央値が500円と必ずしも高くはない
- 県民は、文化・芸術資源は公共財に近いと認識

文化・芸術の金銭的価値



文化・芸術に関する情報の入手経路

- テレビが最も高く、インターネットニュース等、県・市町村の広報誌やホームページ、ポスター等が続く。自治体の紙媒体が効果的

情報の入手経路

(単位: %)

	件数 (n)	テレビ (番組・CM)	インターネット ニュース等	県・市町村の広報誌や ホームページ	ポスター・チラシ・ パンフレット	SNS (X、Insta gram等)	友人・家族・ 知人からの口コミ	動画サイト (YouTube等)	雑誌・書籍	ラジオ	その他	見聞きしたことはない
全体	1,000	45.0	26.8	21.6	15.8	13.0	10.0	8.8	5.8	4.9	1.0	29.2

文化・芸術と人々との関係

- 文化・芸術に高い関心を持つ者は、生きがいや日々の生活の充実感、居住地への愛着、定住意向がより強い
- 音楽・芸術祭や美術館・博物館、祭りへの関心が高い人ほど、その傾向は強い。生きがいや地域への愛着を強める方向性で作用している可能性

(単位: %)

	件数 (n)	生きがいを感じる			日常生活に充実感がある		
		あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない
全体	1,000	27.9	47.4	24.7	36.2	43.5	20.3
高関心	291	44.9	39.9	15.2	55.9	33.3	10.7
有形文化財	315	46.3	38.7	14.9	57.8	31.4	10.8
美術館・博物館	223	49.3	39.0	11.7	61.4	30.9	7.6
祭り	245	46.6	35.9	17.6	56.3	33.5	10.2
食文化	372	40.9	43.5	15.6	52.1	36.0	11.8
音楽・芸術祭	172	55.2	32.0	12.8	62.2	27.9	9.9
歴史的・文化的景観	418	39.7	43.5	16.7	52.2	35.9	12.0
低関心	709	21.0	50.5	28.6	28.1	47.7	24.2

(単位: %)

	件数 (n)	現在の居住地に愛着を感じる			現在の居住地にずっと住みたい		
		あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない	あてはまる	どちらともいえない	あてはまらない
全体	1000	40.9	39.0	20.1	44.8	39.0	16.2
高関心	291	62.3	27.5	10.1	62.7	27.4	9.8
有形文化財	315	62.2	27.9	9.8	63.8	26.7	9.5
美術館・博物館	223	67.7	24.2	8.1	67.2	24.7	8.1
祭り	245	65.7	25.7	8.6	64.9	25.7	9.4
食文化	372	59.4	29.8	10.7	59.4	29.8	10.8
音楽・芸術祭	172	65.7	23.3	11.1	64.5	25.0	10.5
歴史的・文化的景観	418	58.7	29.9	11.4	60.5	29.4	10.1
低関心	709	32.1	43.7	24.2	37.4	43.7	18.8

文化・芸術と幸福度

- 文化・芸術の高関心者は、幸福度が高い

(点)

	平均値	中央値	最頻値
全体	6.0	6	7
高関心	6.6	7	8
低関心	5.8	6	5

千葉県内における取り組み事例：インタビュー調査

- 文化・芸術に関する取り組み事例について、実施主体にインタビュー調査を実施
- 程度に差はあるものの、文化・芸術は地域ブランドや知名度の向上、地域経済の活性化、地域と人々とのつながりの強化という効果を発揮

取り組み事例	特徴
発酵の里こうざき酒蔵まつり	発酵文化を軸に観光・産業へ展開 神崎町の人口の10倍以上が訪問
百年後芸術祭ー内房総アートフェスー	広域連携による文化ブランド形成 体験した人は、地域への愛着や市民活動への参加意欲が高い
PARADISE AIR	滞在制作と地域交流 地域と人々とのつながりを強める機能を発揮
千葉国際芸術文化祭	市民参加型芸術祭 体験した人は、地域活動や市民活動への参加意欲が高い

おわりに

本調査で
明らかに
なったこと

- ① 文化・芸術資源は、人々に生活の豊かさや幸福度をもたらすだけでなく、地域への愛着や人々との結びつきを高める方向で作用
- ② 地域の知名度向上や経済面の活性化につながり得る
- ③ 多くの県民が自治体による文化・芸術に対する財政支援に賛成

課題

- ① 県内の文化・芸術資源は、県民、県外民とも掘り起こしの余地が大きい
- ② 文化・芸術資源が公共財に近い性格を有するため、人々の主体的な参加や貢献を促しにくい
- ③ 文化・芸術資源の存在や支援について、効果の計測が難しい

 県内の文化・芸術資源の存在感の高まりが、
千葉県全体の魅力向上と活力増大につながることを期待