

「文化起業家」概念とわが国における展開状況

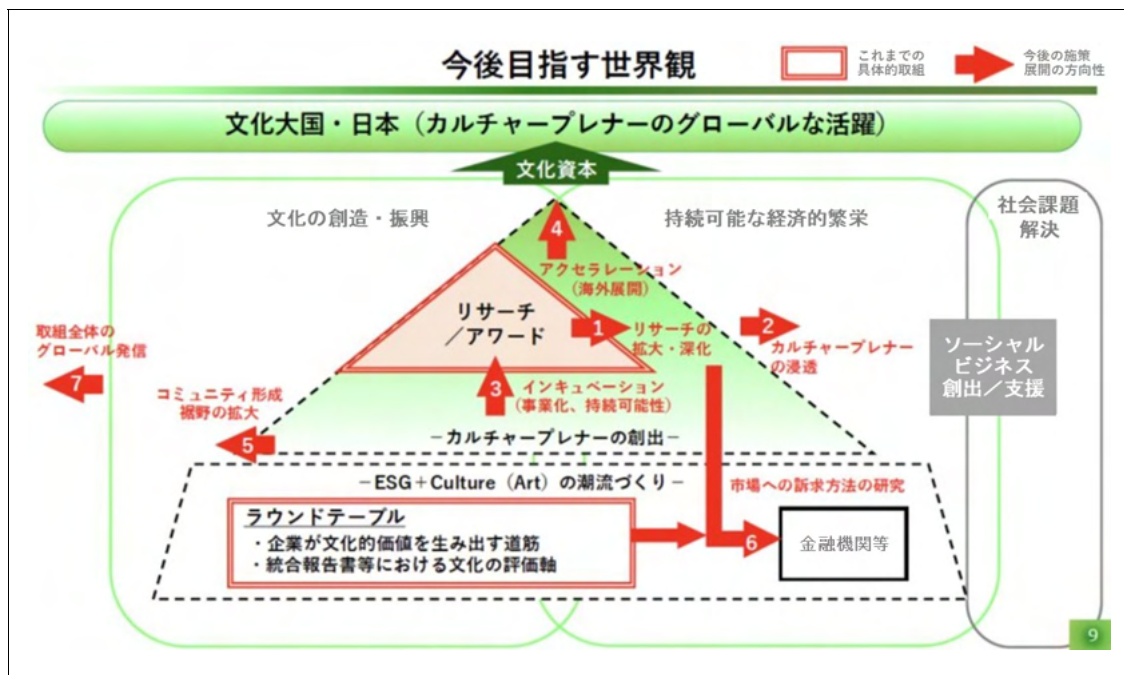
株式会社シー・ディー・アイ
cdi(at)cdij.org

1. 京都市の「カルチャープレナー」事業

京都市文化芸術企画課は2026年4月、「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナー等のコミュニティ形成・支援策に関する調査研究）」の外部委託の実施とその仕様を公示した。本稿は当社がこれへの応募を一時検討した際に収集した情報をもとに、カルチャープレナーを含む文化起業家の概念とわが国における展開状況を整理したものである。

入手できた情報を総合すると、「カルチャープレナー」は雑誌『Forbes JAPAN』（藤吉雅春編集長）が「cultural entrepreneur」という英国発祥の言葉を元に、日本の現状とこれからの可能性を鑑みて策定した造語で、「文化起業家」を訳語とし、「文化やクリエイティブ領域の活動によって、それまでになかった革新的なビジネスを展開し、豊かな世界を実現しようと試みる人たち」であるという（『Forbes JAPAN』2024年11月号、p. 28）。京都市は2023年度から同誌を刊行する株式会社リンクタイズに「カルチャープレナーアワード」の企画運営を委託し、同社は毎年「Culture-preneurs 30」として45歳以下のカルチャープレナー30組を選定してこれを顕彰している。事業には三井住友信託銀行、日本政

図1. 京都市都市経営戦略室の「カルチャープレナー」構想



柴田明「カルチャープレナーの誕生から3年、いま京都で何が起り、何が期待されているのか」(SILK, 2026.02.10)
<https://tumugu-1000nen.city.kyoto.lg.jp/feel/feel-5859/>

策金融公庫も協力する。『Forbes JAPAN』誌は例年11月号で特集し、ゆえに概念が広く知られるようになったのは最初に刊行された2023年秋であるが、京都市は判明している範囲ながら2022年6月に「カルチャープレナー」の語を用いた小規模なシンポジウムを開催しており、アワード事業の実施を含む戦略が周到に準備されたことがうかがえる。

わが国で「イノベーション」「地域イノベーション」の概念や、その手法としての「起業」「創業」が注目されるようになったのは2000年代前半である。当初は理工系の研究開発成果の事業化が中心であったが、続いて注目された「ソーシャルイノベーション」の語を用いて京都市が京都市ソーシャルイノベーション研究所（SILK）を発足させるのは2015年になる。そして具体策の一つとして、本事業で「カルチャープレナー」を中心とする文化、経済の好循環創出に着手した。図1は京都市都市経営戦略室が公表しているカルチャープレナー構想の概念図であり、市として京都が「カルチャープレナーのグローバルな活躍」の中心となることを期していることがわかる。上記の仕様書には「カルチャープレナーの聖地」という表現も現れる。

なお、京都市はカルチャープレナーを「自分たちの文化、価値観などへの愛着等をエネルギーの起点に、共感者を増やし、文化的遺伝子を残していくことを意図して事業を成立させている人々」（仕様書）としており、ビジネスという語の使用を避けている。しかし、これが地方自治体の民間事業介入に対するありうる批判を意識した結果だとすれば、市の政策の揺らぎを示すものではないだろう。表1は文化芸術企画課が2023年度以来、外部委託した「カルチャープレナーの創造活動促進事業」の一覧である。顕彰事業を担う「リンクタイズ株式会社」以外に、同年度から「株式会社ロフトワーク」「株式会社よい根」も順次起用されている。ロフトワーク社の報告書は公表されており、後に言及する。

表1. 京都市文化芸術企画課「カルチャープレナーの創造活動促進事業」の外部委託状況

年度	事業タイトル	委託先
カルチャープレナーアワード		
2023	令和5年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナーアワード（仮称））」の企画・運営業務	リンクタイズ株式会社
2024	令和6年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナーアワード）」の企画・運営業務	リンクタイズ株式会社
2025	令和7年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナーアワード）」の企画・運営業務	リンクタイズ株式会社
2026	令和8年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナーアワード）」の企画・運営業務	リンクタイズ株式会社
交流・コミュニティ創出、調査研究		
2023	令和5年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナー等の交流・コミュニティ創出）」企画運営業務	株式会社ロフトワーク
2024	令和6年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナー等の交流・コミュニティ創出）」企画運営業務	株式会社よい根
2025	令和7年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナー等の交流・コミュニティ創出）」企画運営業務	株式会社よい根
2026	令和8年度「カルチャープレナーの創造活動促進事業（カルチャープレナー等のコミュニティ形成・支援策に関する調査研究）」企画運営業務	株式会社よい根

※「京都市情報館」（京都市）サイトを参照した。

以下では「カルチャープレナー」および「cultural entrepreneur(s)」の総称として、両語の訳語でもある「文化起業家」を用いる。

2. 文化起業家に関する先行研究

日本を代表する記事・論文のデータベースサービスである「国立国会図書館サーチ」を

図2. 文化起業家に関する学術論文数～Web of Science (Core Collection) 検索～

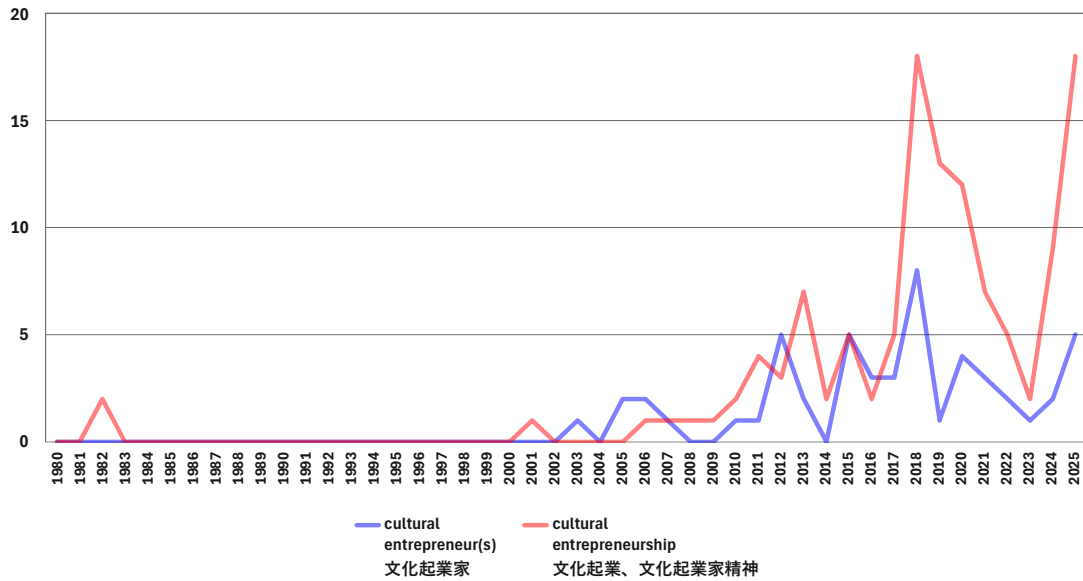


表2. 文化起業家に関する入手論文のリスト

著者	刊行年	入手	タイトル		掲載誌	巻	号	ページ
			原題	仮訳				
1. 概念論 (総説を含む)								
M Scott	2012	●	Cultural entrepreneurs, cultural entrepreneurship: Music producers mobilising and converting Bourdieu's alternative capitals	文化起業家と文化起業家精神：ブルデューの「文化資本」を動員・転換する音楽プロデューサーたち	Poetics	40	3	237-255
A Naudin	2017	●	Cultural entrepreneurs: identity and 'becoming' a cultural entrepreneur	文化起業家：そのアイデンティティと文化起業家に「なる」こと	International Journal of Entrepreneurial Venturing	9	3	209-226
G Dallaire	2020	●	The Figure of the Cultural Entrepreneur	文化起業家の形：政治的構築物	International Journal of Arts Management	22	2	39-51
HA Strøm, TH Olsen, L Foss	2020	●	Tensions for cultural entrepreneurs managing continuous innovation	継続的イノベーションに対処する文化起業家の課題：系統的文献レビュー	International Journal of Arts Management	23	1	61-78
MH Näsholm, J Eriksson	2025	●	An integrative review of challenges and strategies in the work of cultural entrepreneurs	文化起業家の活動における課題と戦略の総合的レビュー	Creativity and Innovation Management	34	2	277-296
2. 文化起業家のタクティクス、キャリア								
NC Wilson, D Stokes	2005	●	Managing creativity and innovation: The challenge for cultural entrepreneurs	創造性とイノベーションをマネージする：文化起業家の課題	Journal of Small Business and Enterprise Development	12	3	366-378
D Sardana	2018	●	What facilitates cultural entrepreneurship? A Study of Indian cultural entrepreneurs	文化起業を促進する要因とは：インドの文化起業家に関する研究	The Journal of Creative Behavior	52	1	35-51
M Murzyn-Kupisz, J Dzialek	2019	●	Economic and spatial strategies of artists as cultural entrepreneurs	文化起業家としてのアーティストの経済的・空間的戦略	Questiones Geographicae	38	4	29-47
S Poliakov	2021	●	Careers and lifestyles of young cultural entrepreneurs in St. Petersburg	サンクトペテルブルグの若手文化起業家のキャリアとライフスタイル	Creative Industries Journal	14	3	269-282
Y Krupets, Y Epanova	2023	●	Developing craft business in Russia: capitals and tactics of young cultural entrepreneurs	ロシアにおける工芸品ビジネスの発展：若手文化起業家の資本と戦略	Cultural Trends	32	1	20-34
3. 歴史、人物史								
G Gemelli	2003	●	'Leadership and mind': Frederic C. Lane as cultural entrepreneur and diplomat	「リーダーシップと精神」：文化起業家、外交官としてのフレデリック・C・レーン	International Conference on Role of American Foundations in Europe in Historical Perspective	41	2	115-132
L Stanley, H Dampier	2007	●	Cultural entrepreneurs, proto-nationalism and women's testimony writings: From the South African war to 1940	文化起業家、初期ナショナリズムおよび女性の手記：南アフリカ戦争から1940年まで	Journal of Southern African Studies	33	3	501-519
L Stanley, A Salter, H Dampier	2013	●	Olive Schreiner, epistolary practices and microhistories: A cultural entrepreneur in a historical landscape	オリブ・シュライナーの書簡実践とマイクロストーリー：歴史的展覧における文化起業家	Cultural and Social History	10	4	577-597
J Mokyr	2013	●	Cultural entrepreneurs and the origins of modern economic growth	文化起業家と近代経済成長の起源	Scandinavian Economic History Review	61	1	1-33
D Berg, G Strafella	2024	●	Author, artist, actress: China's new women cultural entrepreneurs	作家、アーティスト、女優：中国の新しい女性文化起業家たち	Journal of Current Chinese Affairs	53	2	167-190
4. 計量的分析								
F Orihuela-Gallardo, M Fernández-Alles, J Ruiz-Navarro	2018	●	The influence of the cultural entrepreneur on the performance of cultural and creative firms	文化起業家が文化・クリエイティブ企業の業績に与える影響	Academia Revista Latinoamericana de Administracion	31	2	392-409
M Höllen, C Lengfeld, ED Konrad	2020	●	Business success for creative and cultural entrepreneurs: Influences of individual- and firm-related factors on revenue and satisfaction	創造的・文化的起業家の事業成功：所得と満足度に対する個人要因、企業要因の影響	International Journal of Arts Management	22	2	52-65
DS Noonan, SM Breznitz, S Maqbool	2022	●	Flocking to the crowd: Cultural entrepreneur mobility guided by homophily, market size, or amenities?	群れへの集結：文化起業家の社会移動を導くのは同質性か、市場規模か、アメニティか？	Journal of Cultural Economics	45	4	577-611

D B : Web of Science (Core Collection)

検索式：“cultural entrepreneur”+“cultural entrepreneurs”

対象：タイトル

期間：全期間

検索日：2026年4月17日

備考：検出された53件のうち、国立国会図書館関西館とGoogle Scholarで入手できたのは27件。うち本文が英語以外の論文や書評等を除外した結果が上記18件。

用いてカルチャープレナー、文化起業家に関する先行文献を検索したが、これらの語をタイトルに含む単行本、学術論文、ジャーナリズム記事は出現しなかった（『Forbes JAPAN』は有力誌ながら、何らかの事情で記事タイトルの採録対象になっていない）。これは概念が非常に新しいことを示すが、英語論文に関しては事情が異なっていた。

図2は欧文学術論文の2大データベースの1つとして評価の高い「Web of Science (Core Collection)」(Clarivate Analytics)を用い、タイトルに「cultural entrepreneur(s)」および「cultural entrepreneurship」をそれぞれ含む論文の出現年を追ったもので、現在までの刊行数は前者53本、後者128本の計181本である（グラフは収集がほぼ収束したと思われる2025年までの173本で作成）。前者の語が史上初めて用いられたのは1979年のC・リードビーター氏（『フィナンシャル・タイムズ』元東京支局長）らによる政策提言であるとされるが（『Forbes JAPAN』2023年11月号、p.22）、学術研究において着目され始めるのはおおむね2000年代に入ってからである。文献数は2018年にピークを迎えたが、2024年から再度増加している。

本稿では「cultural entrepreneur(s)」論文53本の入手に努めたが、国立国会図書館関西館（電子ジャーナルを含む）とGoogle Scholar（Google社によるクローリングサービス）で得られたのは27本で、うち書評5本と本文が英語以外である2本、語を比喩的に用いるのみなど関連度が低い2本を除くと、表2に示す18本になった。分類では歴史的アプローチの論文のうち近代の著名人を通して文化起業家のありさまを発掘するものを「3. 歴史、人物史」に、近現代の社会史を扱ったものを「1. 概念論（総説を含む）」に収めた。文化起業家を論ずる論文は無数に存在しうが、タイトルに当該の語を含むものは代表的論文と言える。入手率は半分を超えており、そこに見られる研究動向は実際を反映していると思われる。リストは分類ごとに刊行順とし、解説にはGoogle翻訳も利用した。

本節ではまず「1.」「2.」に収めた10本の論文に注目する。それらは先行研究を渉猟、分析したり、複数の文化起業家に面談して共通点、相違点やその生ずる理由を考察している。自分の才能に基づいて後援者を求め、活動するアーティストたる中世以来の芸術起業家に対し、他者の才能を活用する文化起業家の概念がなぜ近年注目されるのかという問題を立てたDallaire (2020)（カナダ）は、文化の「経済化（economization）」に注目する。著者が指摘するのは補助金による文化振興が新自由主義によるそれに置き換わる中で、①芸術や創造のプロセスへの関心および才能を見抜く能力、②潜在的な需要者とマーケティング手法に関する知識と理解が脚光をあび、さらに、③政府もそれを前提にクリエイティブ産業を奨励することである。ここでは芸術、文化、社会の新たなつながりが求められるという。

文化起業家の実体験に焦点を当てたNaudin (2017)（英国）は都市的文脈における異なる価値観の間の相互作用と矛盾が文化起業家のアイデンティティを覆し、再解釈を余儀なくさせるとし、その様態をバーミンガムでアート、デザイン、メディア、文化関係の活動に従事する14名の文化起業家の調査から明らかにした。著者は彼らの人物像が一般に「起業家」が含意する推進力に富み、競争的なそれと異なることを示しつつ、彼らが倫理的、芸術的な目標を損なうことなく起業家の実践からアイデアを取り入れているとする。ゆえに彼らは自らの職業的アイデンティティが抱え込む矛盾と向き合い、コミュニティワーカーたるなどで起業家的側面を二次的なものとしつつ、コンフリクトをマネジメントしてい

る。やはりアイデンティティの問題にP・ブルデューの「文化資本」概念を導入するのがScott (2012) (オーストラリア)である。著者はニュージーランドのDIY (Do It Yourself) の音楽プロデューサーを対象にした調査から、彼らが身につけている文化資本が自らのアイデンティティを満たすとともに、新たな文化財の創造に使用価値(文化の解読能力が可能にする芸術的・意味的な効用)や交換価値(文化資本や社会関係資本を経済的資本に変換する能力)を提供するという。ただし主観的動機は多様である。

以上の認識を共有しつつ、文化起業家のタクティクスやキャリアを扱ったのが「2.」の諸論文である。Wilson et al. (2005) (英国)は音楽業界向けの政府助成プロジェクトに参加した文化起業家や資金提供者、業界専門家へのインタビューを実施した。著者は創造性とイノベーションを区別したうえで、「ビジネスコミュニケーション」「外部志向」「プロモーション戦略」の育成を通じて両者をそれぞれ効果的に管理すべきとする。Sardana (2018) (インド)は文化起業家を対象とする調査で、「文化的価値の創造」「内発的動機と外部からの認知」「リスクの最小化」「文脈的理解」「革新と学習」「文化活動における忍耐と倫理の追求」「ソーシャルネットワーク」という7つの側面を特定した。Murzyn-Kupisc et al. (2019) (ポーランド)は古都クラクフの独立系アーティスト企業を対象としたインタビュー調査により、①芸術系起業の動機が多様であること、②それが商品・サービス市場において克服すべき課題と密接に関連していることを明らかにした。彼らの戦略は立地以外に都市空間における可視性の違いにも関連している。

Poliakov (2021) (ロシア)はサンクトペテルブルクの若手文化起業家53名を対象とするインタビュー調査で彼らのキャリアに注目した。起業家としてキャリアを築く「アーリービジネスマン」、特定の専門分野で自律性を獲得している「独立プロフェッショナル」のほか、起業家活動と不安定な雇用の間で揺れ動き、断続的なキャリアを特徴とする「ツーリスト」や、キャリアを下降移動し、余暇やライフスタイルに集中する「ダウンシフター」もいるという。Krupets et al. (2023) (ロシア)はやはりサンクトペテルブルクの若手工芸職人57名を対象に面接調査を行ったが、上記Scott が2017年の別論文で文化起業家が仕事に意味を見出し、主体性を育み、魅力的なライフスタイルを維持しているのに対し、自身の調査対象は低所得、社会的保障の欠如、廃業リスクといった不安定な状況を経験する可能性があるとする。彼らは経済主体として「弱い」が、それを補う有益な戦略として「能動的探索」「有機的パートナーシップ」「DIY」を採用している。

文化起業家に関する現在までの研究を整理する総説が「1.」のStrøm et al. (2020) (ノルウェー)とNäsholm et al. (2025) (スウェーデン)で、前者は文化起業家がイノベーションやネットワークをマネージする際に直面するコンフリクト、後者は課題と戦略の相互作用に重点を置いてそれぞれ84本、78本の論文へのアクセスを提供している。「4. 計量的分析」の論文を見ると、まず文化起業家の属性がその率いる文化・クリエイティブ企業の業績に与える影響を80社で調べたOrihuela-Gallardo et al. (2018) (スペイン)は、①起業家の年齢が若いほど業績が高く、②過去の経験も雇用成長率に部分的な正の影響を与えるが、③資金や知識、社会的ネットワーク等のリソースの多寡は無関係であったとする。Noonan et al. (2018) (米国)はクラウドファンディングプラットフォームのデータを利用してクリエイターの移住を分析し、①一般に同質性が誘致要因となっているが、②アーティストのカテゴリによって要因が異なり、音楽家は音楽業界が盛んな地域性に

惹かれるのに対して、著述家は他者との交流を避けるという。

3. 日本の文化起業家～「Culture-Preneurs 30」の人々～

では、日本の文化起業家はどのような人々であろうか。置かれた状況や課題は何か。当面の手がかりとなるのは「Culture-Preneurs 30」の受賞者である。その数は3年間に90組（96名）に昇る。この人々を対象に分析を行うことは佐宗邦威氏らアドバイザーボード（毎年一部交代する）や『Forbes JAPAN』編集部の思想性を逆算することを意味するが、同誌のネットワークと見識およびそれを起用した京都市の戦略性は今後ともわが国の文化起業家概念に大きな影響を及ぼしていくはずであり、ゆえにこれを基準とすることは十分適切であろう（各年の特別賞受賞者は対象外とする）。

表3は2025年までの3年間に選出された90組のリストである。氏名と所属・職位等はリンクタイズ株式会社のサイトから書き写し（初年度については京都市の文化政策関連のサイトにも記載されている）、人物紹介のリード文は『Forbes JAPAN』誌から引用した。所属・職位等に基づいて分類した結果は

1. 芸術家 (artist)	9組 (9名)
2. 職人 (artisan)	4組 (4名)
3. デザイナー	4組 (4名)
4. 経営者 (自身が芸術家、職人等である場合を含む)	70組 (76名)
5. その他の専門職	3組 (3名)

で、おおむね企業名が記されている場合に「経営者」としている（代表取締役でない場合や企業内ユニット、副業であるなどで法人格を持たないと推定される場合を含む）。70社のうち、本社が東京都内に所在するものは32社、次いで京都市内は13社であり、実数においても企業集積に照らしても京都のプレゼンスは明らかであるが、京都以外が多いことはむしろ選択基準がフェアであることを意味するかもしれない。ただし東京の占める率が変わらないのに対し、京都の率は低下する傾向で（東京：33.3%→33.3%→40.0%、京都：23.3%→13.3%→6.7%）、その分が他の地域に移っている。なお京都市中京区、下京区は合わせてわずか14.20平方キロの中に9社の文化起業家が立地するという驚くべき密度である。東京都で立地の特に多い千代田区、中央区、港区、渋谷区（千代田区は皇居を除く）を合わせて1平方キロあたり0.44～0.45社であるのに対し（都下の所在地が不明な1社があるため幅が生じる）、京都市中京区、下京区は0.63社に昇る。

「経営者」には、①自身が芸術家、職人等であり、かつ事業の幅を広げることを目指していると思われる場合と、②扱っている文化や芸術に深い造詣を持つものの本人は芸術家、職人等ではなく、多くの人々と協力してクリエイティブな展開を図っている場合がある。例えば9歳から茶道に親しんできた岩本涼氏（東京都千代田区）は、2023年の受賞時点で27歳の裏千家茶道家（準教授）だったが、その数年前の早稲田大学政治経済学部在学中に茶の湯文化を軸にしたコンサルタント業を創業した。現在は各地でさまざまな形態の茶会を催すほか、お茶のブレンドや体験をプロデュースするという。一方、15歳でイタリアに

表3. 「Culture-Preneurs 30」受賞者（2023～2025年）

受賞年	氏名	所属・職位等	本社所在地	『Forbes JAPAN』誌が人物紹介記事に付したリード文
1. 芸術家 (artist)				
2023	AMIAYA	モデル / DJ / 「jouetie」クリエイティブディレクター		異世界的なキャラクターで、東京カルチャーを体現。ピンクツイーンズが生み出す、戦略的違和感の正体
2023	桑田卓郎	陶芸家 / アーティスト		伝統技法を昇華した斬新な陶芸のクリエイションに世界が注目
2023	奈良祐希	陶芸家 / 建築家		陶芸家と建築家の二刀流 「境界をほくす」工芸を世界へ
2024	伊住禮次郎	茶道総合資料館副館長 / 茶美会 主宰		本質を極め、次代へ紡ぐ「茶の湯」から文化を革新し続ける茶人
2024	牟田陽日	九谷焼作家		食器からアートワークまで 感性を揺さぶる九谷焼作家
2024	森星	tefufuteu クリエイティブディレクター		暮らしの美は、外見にも表れる モデル森星が日本の伝統に光をあてる理由
2025	古賀崇洋	陶芸家		とがったニュースタイルで日本の「侘び寂び」を新解釈
2025	寒川裕人	現代美術家		より良い未来を築くため 想像力で海を越えゆく表現者
2025	中村吉太郎	歌舞伎俳優		映画『国宝』から伝統の強さまで 文化における「真の革新」とは
2. 職人 (artisan)				
2024	幸後綿衣	鉾職人		「鉾×ワイン」のペアリングで唯一無二の存在感を放つ女性職人
2024	松崎陸	京藍染師		「ジャパン・ブルー」を世界へ アートを通じて古来の京藍染を再興
2025	Miho Okawara	ネイルアーティスト / LaShade Founder		レディー・ガガやビヨンセが顧客 新文化創造のネイルアーティスト
2025	前田哲郎	料理人		西の「薪火」と和の「発酵」で最速ミシュラン星を獲得
3. デザイナー				
2024	石上賢	丹青社 B-OWND室長 / プロデューサー		アーティストの才能を支える 日本工芸のグローバル展開仕掛け人
2025	佐野文彦	建築家		職人技と素材への審美眼で森林の資産化に挑む名匠
2025	中里唯馬	ファッションデザイナー		オートクチュールを贅沢の先へ 次代を磨くデザインリーダー
2025	前田雄亮	N's 1182 クリエイティブディレクター		西陣織の帯生地を使った世界的メゾンブランドを目指す
4. 経営者（自身が芸術家、職人等である場合を含む）				
●衣（アクセサリー、小物を含む）				
2023	大河内愛加	Dodici 代表取締役 / renacnatta ディレクター	京都府 京都市（西京区）	「文化を纏う」を売る起業家 途絶えそうな伝統の魅力を掘り起こす
2023	北川淑恵	季縁 代表取締役	京都府 京都市（中京区）	京都発の着物アップサイクルブランド 技術と思いを次世代へ
2023	榎寛郎	BUAISOU 代表取締役	徳島県 上坂町	藍の栽培から商品化まですべて手づくり 「ジャハンプルー」で世界を魅了
2023	田尻大智	Relier81 代表	神奈川県小田原市	着物と帯地をシューズやシャツへ 現代人に寄り添い大胆にアレンジ
2023	寺西俊輔	MIZEN 代表取締役	東京都 渋谷区	日本の職人こそが、ブランドそのもの 元エルメスデザイナーが紡ぐ「真の贅沢」
2023	村瀬弘行	SUZUSAN CEO兼クリエイティブ・ディレクター	愛知県 名古屋市中区	名古屋の「有松鳴海絞」をモダンに再興 海と時で伝統工芸を循環させる
2024	荒川優真	京都紋付 取締役	京都府 京都市（中京区）	極めた「黒」で洋服を蘇らせる 海外ブランドも提携「京都の伝統技術」
2025	岩田真吾	三星グループ 代表	岐阜県 羽島市	新ビジネスで国産ウールを未来へ届ける尾州イノベーター
2025	松井紀子	松井機業 代表取締役	富山県 南砺市	養蚕・機織りの伝統を紡ぐ「絁絹」の守り人
●食（菓子、酒を含む）				
2023	蜂谷潤+友廣裕一	シーベジタブル 共同代表	高知県 安芸市	食文化ごと消えつつある海藻も独自技術で栽培 海藻生産を通じて、海の生態系を育む
2023	古谷知華+木本梨絵	日本草木研究所 代表取締役	東京都 目黒区	「木を飲み、草を食す」新体験を提供 知られざる日本の里山資源を食卓へ
2023	三木アリッサ	Cashi Cake CEO (dba:MISAKY.TOKYO/OoMee)	米国カリフォルニア州 ロサンゼルス	海藻由来のオリジナル和菓子で起業 「おもてなし」の精神で頂きを目指す
2024	岡住修兵	稲とアガベ 代表取締役	秋田県 男鹿市	米ではなく田んぼを磨く 男鹿からクラフトサケ文化をつくる
2024	後閑信吾	SG Group ファウンダー	東京都 文京区	「もしも」の力で文化をミックスする世界一のバーテンダー
2024	近藤健史	京・甘納豆処 斗六屋 4代目 / SHUKA 代表	京都府 京都市（中京区）	「種菓子」という新領域を開拓 甘納豆に革新を起こす4代目の決意
2024	近本あゆみ	ICHIGO 代表取締役CEO	東京都 港区	お菓子のサブスクで越境EC起業 一箱で届けるニッポンカルチャー
2024	長沼真太郎	ユートピアアグリカルチャー 代表取締役、北海道コンフェクトグループ 代表取締役	北海道 日高町	お菓子が生み出した「新しい第一次産業」 注目の経営者が挑む山地放牧の可能性
2024	野村美紀+宮城エリ	Cabi 共同創業者	東京都	日本のテイストを米国の家庭へ 新・調味料ブランド「Cabi」の野望
2025	今西将之	今西酒造 14代目蔵主	奈良県 桜井市	歴史・風土を日本酒と結び改革精神で酒蔵を再建
●住（工芸品を含む）				
2023	秋吉浩気	VUILD CEO	神奈川県厚木市	「それは、次の時代に贈る価値がある文化か？」 デジタル技術で、地域に根ざした本来の建築を

受賞年	氏名	所属・職位等	本社所在地	『Forbes JAPAN』誌が人物紹介記事に付したリード文
2023	上町達也	secca inc. 代表取締役 / デザイナー	石川県 金沢市	文化が息づく町は何が違うのか 金沢の人、食、暮らしから生まれる「現代の上手物」
2023	片野晃輔 + 西尾耀輔	Veig	富山県 小矢部市	生物学×造園の異色タッグで鑑賞性と探索性の両立を目指す
2023	小嶋諒	小嶋商店 10代目	京都府 京都市（東山区）	200年の歴史を受け継ぐ京提灯で あらゆる場所に新たな景色を創造する
2023	小山ティナ	Pieces of Japan 代表取締役	京都府 京都市（下京区）	未来の職人たちに貢献したい 伝統技法を生かした商品を世界へ
2023	堤卓也	堤浅吉漆店 代表取締役	京都府 京都市（下京区）	アウトドアスポーツにも「漆」を活用 日本古来のサステナブル素材に新活路
2023	西島清順	office N seijun 代表取締役 / そら植物園 代表取締役	大阪府 池田市	世界中の植物で、見たことのない風景を 「共生」をテーマに植物と人をつなぐ
2023	濱渦伸次	NOT A HOTEL 代表取締役	東京都 中央区	「世界中にあなたの家を」 新たな暮らし方の概念を提案する
2023	本間貴裕	SANU ファウンダー兼ブランドディレクター	東京都 目黒区	環境配慮型「暮らしのサブスク」で都市と自然のハイブリッドライフを叶える
2023	宮浦晋哉	糸編 代表取締役	東京都 台東区	日本の「ものづくり」を全力支援 多角的キュレーションで素材と人を紡ぐ
2024	角居元成	水玄京 代表取締役社長	京都府 京都市（南区）	製造工程を紐解くSNS戦略で世界市場に日本工芸のファンを増やす
2024	小出慎平	KINTO チーフブランディングオフィサー	滋賀県 彦根市	「生活道具」で日常を豊かに 機能美とニッチを極めて海外展開
2024	高橋史好	concon 代表取締役社長 / TOKYO LOLLIPOP	東京都 港区	カラフルでポップな東京を発信 意外な広がりを見せる「だるま」
2024	武内賢太 + 大西藍	NEWBASIC CMO / CEO, goyemon	東京都 渋谷区	過去と未来をかけあわせる 快適さをアップデートさせた伝統機能美
2024	塚原龍雲	KASASAGI 代表取締役社長	東京都 中央区	価値と人をつなぐ 空間を再構築する伝統工芸
2024	菱田昌平	大工アーティスト、菱田工務店 CEO	長野県 坂城町	大工の技とベルギー建築を融合 世界にファンを広げる「菱田建築」
2024	干場健太郎	ふくへ鍛冶 4代目	石川県 能登町	公務員から鍛冶職人へ転身 独自アイデアで被災地へ能登を支える
2025	工藤桃子	MMA Inc. 代表取締役 / 一級建築士	東京都 千代田区	変わりゆく都市、消えゆく素材 建築家が挑む「文化の記憶」の活用
●生活文化、芸術文化、デザイン				
2023	岩本涼	TeaRoom 代表取締役CEO / 裏千家茶道家	東京都 千代田区	お茶の精神性が世界で共鳴するために 伝統と産業をつなぐ、茶人起業家が目指す場所
2023	藤本翔	Casie 代表取締役	京都府 京都市（下京区）	アートサブスクという茨の道で、画家と観客を育成する
2024	小島鉄平	TRADMAN'S BONSAI代表 / 松葉屋 社長	東京都 千代田区	世界を唸らせた盆栽プロデュース 「TRADMAN'S BONSAI」の守破離
2024	松田崇弥 + 松田文登	ヘラルドビー Co-CEO	岩手県 盛岡市	「新しい文化」が生まれたとき
2025	奥山純一	CACL 代表取締役	石川県 能美市	新たな価値を創出し、社会からはじかれた人やモノを救う
2025	平尾ダニエル甲斐	diorama オーナー	山梨県 北州市	「ギリギリの繊細さ」という価値 異質なギャラリーがつむぐ新文脈
2025	吉本英樹	TANGENT Founder	東京都 港区	伝統工芸から宇宙まで 「共通接線」で文化をつなぐ
●デジタル、エンタテインメント、IP				
2023	大湯俊介	AnotherBall 代表取締役	東京都 渋谷区	デジタル世界で表現する「もうひとりの自分」 “神様”が集う新時代のプラットフォームを形成する
2023	寺田悠馬	CTB 代表取締役	東京都 千代田区	日本文学を世界の舞台へ 価値ある作家と作品への評価を最大化する
2023	吉田勇也	HARTi 代表取締役	東京都 港区	起業当初から続く快進撃 NFT活用で文化産業のインフラを創造
2024	申真衣	GENDA 代表取締役社長	東京都 港区	日本は“遊び方”先進国 全米のゲームコーナーをIPの成長装置に
2024	春山慶彦	ヤママップ 代表取締役CEO	福岡県 福岡市	登山地図GPSアプリで創業 テクノロジーで人と自然をつなぐ
2024	由良浩明	AREA35、SAFEHOUSE、WHISTLER 代表取締役	東京都 千代田区	クラシック技で仮想空間に立体感 挑み続ける“神童”ヴァイオリニスト
2025	青松洸司	Wrong 創業者兼CEO	東京都 渋谷区	オリジナル3DCGアニメで飛躍する元エンジニア起業家
2025	太田貴寛	KASSEN 代表取締役	東京都 渋谷区	VFX界期待のスタートアップ スペシャリストたちの「協働」で世界へ
2025	大日方伸	積彩 CEO / デザイナー	東京都 荒川区	日本古来の色彩や工芸的価値観を3Dプリントで再構築
2025	川良謙太	VOU/棒、TAKI/焚 オーナー	京都府 京都市（下京区） 京都府 京都市（中京区）	路地裏からカルチャーを育む 京都の編集型キャリアを運営
2025	木村ミサ	KAWAII LAB.総合プロデューサー	東京都 渋谷区	自らのアイドル経験を生かし次世代“KAWAII”を世界へ発信
2025	栗俣力也	IP書店 プロデューサー	神奈川県横浜市	日本IPを渋谷から発信する「仕掛け番長」
2025	広屋佑規	NO MORE CCO	東京都 渋谷区	五感で味わうエンタメの最前線 “イマーシブ体験”の設計士
2025	松元由紀乃	Simply Native 代表	鹿児島県奄美市	日豪の理解深める交流拠点 「文化商社」をシドニーで経営
2025	守屋貴行	Aww 代表取締役	東京都 渋谷区	匠巻のバーチャルヒューマンで世界を牽引するトップランナー
2025	山本秀哉	Echoes プロデューサー	東京都 千代田区	クリエイターの熱を届ける「箱」になる YOASOBIの生みの親がつくる発信基地
●ホテル・旅館、イベント、コンサルティング				
2023	加藤優子	オマツリジャパン 代表取締役	東京都 千代田区	日本中を盛り上げる！ 「お祭り」サポートで社会課題を解決

受賞年	氏名	所属・職位等	本社所在地	『Forbes JAPAN』誌が人物紹介記事に付したリード文
2023	湊三次郎	ゆとなみ社 代表取締役	京都府 京都市（下京区）	「街のお風呂屋さん」を絶やさない！ 独自のノウハウで廃業寸前の銭湯を次々救う
2024	保妻佳江	LOOOF 代表取締役	山梨県 笛吹市	観光化より「生活文化の拡張」 古民家宿が造る小さな地域経済圏
2024	山川智嗣	コラリアルチザンジャパン 代表取締役 / 建築家	富山県 南砺市	「彫刻の街」富山県井波町発 分散型ホテルで職人技を再興
2024	米澤涉	NEO阿波踊り集団「寶船」リーダー / アプーズ 代表取締役	東京都 武蔵野市	「無礼講の祭」の精神を継承 変化を恐れぬ踊りで熱狂を呼ぶ
2024	龍崎翔子	水星 代表取締役CEO / Creative Director	京都府 京都市（下京区）	「宿泊」そのものを豊かな経験に 光るアイデアでホテルの価値を更新
2025	飯倉竜	J-CAT 代表取締役	東京都 港区	専門家と共創する“感動体験”で日本文化を世界へ届ける
2025	サトウハチロー 弘クワム	Kiraku 創業者・代表取締役CEO	京都府 京都市（東山区）	観光×文化×投資を融合する金融センスでアセット再生
2025	出村光世	Konel・知財図鑑 代表	東京都 中央区	隠れた資源を発掘し光を当てるプロジェクトデザイナー
2025	林士平	ミックスグリーン 代表取締役社長	東京都 渋谷区	漫画家の卵が集うアパートを創設 敏腕編集者が挑む次世代育成

5. その他の専門家

2023	林田聖太郎	KAMU Kanazawa 館長		現代アートは社会の一部 新感覚の私設美術館で街を潤し文化を更新する
2024	安野貴博	AIエンジニア / SF作家 / 起業家		都知事選第5位 「令和のダ・ヴィンチ」、AIを政治やアートに応用
2025	鷹島屋明	中東コーディネーター		日本の“オタクカルチャー”を中東へ届ける文化外交人

※氏名、所属・職位等はリンクタイズ株式会社WEB、リードは『Forbes JAPAN』2023～25年の各11月号から収集。本社所在地は「4. 経営者」についてのみ調査した（ユニット名、ブランド名と異なる場合は、判明した範囲で所属企業や居住地を記載）。カテゴリー内の順序は受賞年順、アイウエオ順。

渡り、デザインや広告コミュニケーションを学んだあとD2Cブランドを立ち上げた大河内愛加氏（京都市西京区）が大きく注目されたのは、但馬信用金庫が支援するプロジェクトで出会った豊岡杞柳細工の女性職人とともに創出した柳のかごバッグであった。同氏はその後も伝統工芸を継承する企業や職人と手を組んで、新製品を次々発表している。

人物紹介記事を見ていくと、経営者70組は上記①②のほか、③両面あると思われるケースが3分の1ずつ認められる印象である。分野的には衣食住から茶道、盆栽などの生活文化、IP展開を伴う絵画などの芸術文化、3Dプリントを前提とするデザイン、アニメほかのデジタル表現、地図アプリ開発、元アイドルによる「KAWAII」系楽曲のプロデュース、日本人の文学作品の海外セールス、ホテル・旅館経営、お祭りイベント、観光資源に特化し、金融に重点を置くコンサルティングなど非常に多様である。受賞者の選択が幅広く行われていることの例として、高知大学農学部在学中に大学生を対象とするビジネスプランコンテストで文部科学大臣賞とテクノロジー部門大賞を獲得した蜂谷潤氏（高知県安芸市）があげられる。同氏が経営する合同会社シーベジタブルはさまざまな海藻の種苗培養や陸上、海面での栽培を研究開発するとともに、生産から新しい食べ方の提案、加工食品の開発まで手がける。他の場面では研究開発型スタートアップと見なされるであろうこの会社も文化起業家に位置づけられ、逆にそのことを通して文化概念の拡張が試みられているとも言える。これは「その他の専門家」とした2024年受賞の安野貴博氏（後に参議院議員）らを含むいくつかのデジタル系エンジニアの事業についても同様である。

こうしてカルチャープレナーという語を通じた文化概念の拡張は文化起業家概念に回帰するが、かかるダイナミックな動きは文化起業家に関する欧米の学術論文にはまだ見られない。現在の文化概念には芸術や文化財を核としたハイエンドのそれと人間の行動様式一般を意味するいわばローエンドのそれが混在しているが、それらを越えて人々の活動の諸局面において生きられ、人生の手がかりになるという意味の文化が「カルチャープレナー」の顕彰を通してあらためてモデル化され、広く提示されていると言える。

表4. カルチャープレナーアワードを受賞した「経営者」の事業分野推移

事業分野	受賞年			
	2023	2024	2025	計
●衣（アクセサリー、小物を含む）	6 23.1%	1 4.3%	2 9.5%	9 12.9%
●食（菓子、酒を含む）	3 11.5%	6 26.1%	1 4.8%	10 14.3%
●住（工芸品を含む）	10 38.5%	7 30.4%	1 4.8%	18 25.7%
●生活文化、芸術文化、デザイン	2 7.7%	2 8.7%	3 14.3%	7 10.0%
●デジタル、エンタテインメント、IP	3 11.5%	3 13.0%	10 47.6%	16 22.9%
●ホテル・旅館、イベント、コンサルティング	2 7.7%	4 17.4%	4 19.0%	10 14.3%
計	26 100.0%	23 100.0%	21 100.0%	70 100.0%

※パーセンテージは各年の構成比

なお採択される事業分野は表4に示されるように衣住から食へ、さらにデジタル、IP、コンサルティング等へとボリュームゾーンが移っており、これが地域性の変化にも反映していると思われる。また、株式会社GENDAの申（しん）真衣氏は受賞半年後の2025年3月に代表取締役社長を、2026年3月に取締役も退任して同社を去ったことが分かっている（代表取締役社長の後任は共同創業者でもあったそれまでの代表取締役会長）。文化起業家も企業社会の一員であれば、十分起こりうることであろう。

4. 文化起業家をどう理解するか

文化起業家とは何か。定義はいかようにも可能であるが、なぜその概念が必要であるかや該当の人々の生態、論理が明らかにならない限り、十分な理解に達したとは言えない。

その点で一日の長があるのは海外の学術論文である。先に見たように、Dallaire (2020) は経済原理が新自由主義にシフトする中で、文化へのリソース供給や文化創出のあり方がさまざまな局面で変容していることを示した。それは全世界的な傾向であろう。その流れの中で失われるものは多いと思われるが、当事者もさまざまなタクティクスを発達させて対抗する。Naudin (2017) やScott (2012) は文化起業家の活動が必ずしも経済一辺倒ではなく、いわば新しい「産業文化」を通して文化も事業も維持されていることを示した。Wilson et al. (2005)、Sardana (2018) やMurzyn-Kupisc et al. (2019) はより具体的に記述するが、さらに文化起業家のキャリアに着目してドロップアウトする人々まで視野に入れるのがロシアをフィールドとするPoliakov (2021) やKrupets et al. (2023) である。Orihuela-Gallardo et al. (2018)、Noonan et al. (2018) のような企業の業績や起業者の地理的移動に関する計量的分析も始まっている。ここでさらに一石を投じるのが、京都市が推進するカルチャープレナーアワードである。

起業、創業に対する地方自治体の支援の手法はさまざまに提案、実施されており、例え

ばインキュベーション施設の設置、制度融資やクラウドファンディングスキームの提供、コーディネータの雇用、研修プログラムの開発などがあげられる。文化起業家への支援策も考えうるが、新自由主義の浸透下に企業に対する公的支援は世論の調達が困難になりつつあり、また「Culture-preneurs 30」クラスの人々への支援は意味がないか逆効果であろう。ここで考えられることの1つは彼らに続く人々がロールモデルを参照しつつ情報共有や議論ができる機会の提供であるが、ライバルが育つことが歓迎される保証はない。画期的な製品を開発した生産者が独自の販路を持たない場合、高値の在庫品を抱える流通側がどこまで協力できるかといった問題も生じうる。このようなマイクロ合理／マクロ不合理の状況があるとすれば、より高いビジョンのもとに政治や行政が解決を図らなければならない。企業の活動場面に公的リソースを投じるには公共的便益の生まれることが条件になるが、本件はそれを十分満たしているであろう。

ここで注目されるのが株式会社ロフトワークによる事業初年度の報告書『文化と経済の好循環を創出する——京都市都市戦略』（2024）である。同社は翌年の「京都市グランドビジョン」策定も念頭に、京都内外の多様なステークホルダーや学識経験者をラウンドテーブルに招いてフィロソフィーを追求した。根本に据えたのは経済学者・宇沢弘文（1928～2014）の「社会的共通資本」の概念で、カルチャープレナーに関しては「文化的観点からのアプローチを通して社会課題を解決する起業家・人財」と定義しつつ、これが「文化と経済の好循環のバランスを最適化する人材であり、構造化の仕組みである」と言う。報告書は京都では伝統的価値の継承に必要なフィルタリング機能が働くことで京都独自の持続性が構築されてきたと述べ、特に内外の界面（インターフェース）を重視する。また、界面の「穴」が広いと経済の文化に対する影響が大きくなって好循環のバランスが崩れるとして、文化と経済の再融合および「場」や「場所性」が最上位に来る界面設計を強調する。そして界面を担うのがOS（オペレーティングシステム）たるカルチャープレナーである。制度に関する結論は「“インターフェース”としての『ニジリグチコモンズ』を仮説としてデザインする」というもので、これが「大量の資金」をブロックし、「最適な資金」のみを通す。それはカルチャープレナーの機能として重視され、行政をオブザーバーとするプラットフォームへのその組み込みも期待される。かなり抽象度の高い議論であるが、このような考え方を京都で活動するカルチャープレナーや、それをモデルとする全国のカルチャープレナーに提起していくことも支援策に含まれるであろう。京都市ソーシャルイノベーション研究所（SILK）に加え、京都市内に本部を置いて2024年11月に設立された一般社団法人日本カルチャープレナー協会がその役割を果たしていくのかもしれない。株式会社よい根がSILKと進めているカルチャープレナーの交流会も人材育成の機会になっていると思われる。

京都市の『令和6年度事務事業評価結果』は、①当該事業がカルチャープレナーをビジネスモデルとして確立させること、②その成長を促進したり海外展開などに向けた支援策を推進すること、③その基盤の上に全国の創造的な人々が京都に集まり、定着することを期待している。京都市の取り組みが静かなムーブメントを起こしていることは間違いなく、それを契機としてDallaire（2020）が述べる「芸術、文化、社会の新たなつながり」が、わが国でも姿を現しつつあると考えられる。

参照WEB

●リンクタイズ株式会社【Culture-Preneurs 30】

<https://forbesjapan.com/feat/culture-preneurs30/>

<https://forbesjapan.com/feat/culture-preneurs30-2024/>

<https://forbesjapan.com/feat/culture-preneurs30-2025/>

●株式会社ロフトワーク【『文化と経済の好循環を創出する——京都市都市戦略』報告書】

https://loftwork.com/jp/kyoto_final-report_dl

●株式会社よい根、京都市ソーシャルイノベーション研究所【イベント開催報告】

<https://yoi-ne.jp/news/news-3385/>

<https://tumugu-1000nen.city.kyoto.lg.jp/feel/feel-5423/>

<https://tumugu-1000nen.city.kyoto.lg.jp/feel/feel-5859/>

●京都市産業技術研究所ユーザーズコミュニティ創造フォーラム2025【イベント開催報告】

<https://tc-kyoto.or.jp/ucf2025/>

<https://tc-kyoto.or.jp/magazine/ucf2025-eventreport/>

<https://tc-kyoto.or.jp/magazine/magazineucf2025-taishoudaigaku/>

統括：疋田正博（代表取締役）

担当：澤田芳郎（取締役主任研究員）