

## 平成 21 年度 創造都市政策セミナー要約

### (1) 実施内容

- ① 日時 平成 22 年 1 月 8 日 (金) 13 時～9 日 (土) 13 時
- ② 場所 キャンパスポート大阪
- ③ 主催 文化庁・NPO 法人都市文化創造機構
- ④ 目的 創造都市づくりにおいて事務局の役割を担う行政職員、団体職員、研究者、NPO、市民団体等を対象に、政策づくりの知見を提供するとともに、交流を促進する。
- ⑤ 参加 1 省 1 県 17 市から 26 名の他、研究者 4 名、企業 8 名、その他 6 名の合計 44 名
- ⑥ プログラム
  - 1 月 8 日 (金)
    - 13 : 10 受付開始
    - 13 : 30 主催者あいさつ 滝波 泰 (文化庁長官官房政策課 企画調整官 文化広報・地域連携室長)
    - 13 : 35 開講あいさつ 川崎賢一 (セミナー長)
    - 13 : 40 第 1 講「創造都市と文化政策」 後藤和子 (埼玉大学教授)
    - 14 : 40 第 2 講「草の根からの創造都市づくりー市民セクターの挑戦」 水野雅男 (金沢大学教授)
    - 15 : 40 第 3 講「アジアの創造都市とその連携」 川崎賢一 (駒澤大学教授)
    - 17 : 00 ワークショップ「混浴温泉世界と別府の地域再生」 山出淳也 (NPO 法人 BEPPU PROJECT 代表理事)
  - 1 月 9 日 (土)
    - 09 : 45 受付開始
    - 10 : 00 第 4 講「創造都市と創造産業ーブリスベンと札幌の挑戦」 武邑光裕 (札幌市立大学教授)
    - 11 : 00 第 5 講「企業とのパートナーシップですすめる創造都市」 矢崎和彦 (株式会社フェリシモ社長)
    - 12 : 00 第 6 講「文化芸術創造都市の課題」 佐々木雅幸 (大阪市立大学教授)
    - 12 : 50 閉講あいさつ 佐々木雅幸 (都市文化創造機構理事長)
    - 13 : 00 セミナー修了

### (2) 内容

下記 26P～50P (講義概要、質疑応答等の文責は編集部)

## 第1講 「創造都市と文化政策」 後藤和子

《講義概要》

### § はじめに一創造都市とは何か



創造都市は、従来と全く違うパラダイムを提示している。例えば、人に関しては管理職（ホワイトカラー）からクリエイティブクラスへ、経済は製造業から知識産業へ、持続可能性について、経済から経済、文化、環境、社会、空間の統合へ、組織・制度は、ヒエラルキーから即興的連鎖反応が可能な組織へ、都市空間政策は、硬直的な計画からグラジュアリーな発展へ、と異なっている。そして、文化政策を創造都市から考えるということは、文化資本、文化的価値と創造都市との関係を問うことである。

### § 創造都市というメタファーの提起と文化政策の変化

創造都市は、ある種のメタファーであり、ものの見方である。そして、文化を広い意味で使うようになり、狭義の文化と広義の文化の相互作用を視野に入れるようになった。その結果、創造都市は様々なレベルで文化を必要としていることから、文化政策と他の政策分野との接点が増えるようになった。例えば、コンテンツ産業政策を担当する経済産業省や総務省との接点が生まれる等、教育、医療、福祉、環境、都市計画等、幅広い分野に渡っている。

また、創造都市の考え方は、都市だけでなく農村も興味を持ち、特に 80 年代以降、農業以外が大きな割合を占めていた中、公共事業を中心とした産業が縮小したことから、産業構造の転換を図ることによって農村の持続的な発展が求められるようになっている。

### § 文化政策の政策ツールの変化

文化政策の政策ツールには、法、補助金、税制があり、ヨーロッパは直接補助が主流であったが、80 年代以降、文化に対するインセンティブとして税制の活用がなされ、市民社会や私的セクターの資金を引き出す効果も認められる。例えば、オランダ・トリオドス銀行では、舞台芸術、美術、実験的なプロジェクトに対して投資した場合、他の銀行へ預けた場合と比較して、利子を含むリターンが少ない分のカバーとして、財産税を 1.2%、所得税を 1.3% 減税されて同じリターンにした結果、2009 年実績で 9 億 7,600 万円の投資があった。これは、日本の各自治体でも住民税や固定資産税の減

税と組み合わせた文化ファンド創設の可能性が考えられる。ヨーロッパでは、文化に対して低税率にすることは補助金と同じ感覚があり、文化助成は新たな産業を生み出すとの考えから「投資」と考えられている。

## § ナント市のヒアリング調査（2009年6月実施）から

### ◎創造的人材を育てる美術学校の試み

美術学校の1学年定員は50人で、授業料は年間300ユーロと安価である。夜間は市民が1.5時間/週、習いに来ていて、授業料は、150ユーロ/年、800人の市民が参加している。また、企業との連携を重視するとともに、美術学校の就学中に経済や経営を学び、卒業後はアントレプレナーになる学生が全体の20%にのぼっている。

### ◎アーティストのイニシアティブで始まったリュウ・ユニーク

リュウ・ユニークは、最初はビスケット工場が郊外に移転した後、1986年から10年間、アーティストが創作活動を行い、NPOが文化発展リサーチ・センターとして使用していた。期間中、昼夜連続で6日間行われるフェスティバルや街頭演劇団の誘致等が行われた結果、文化施設から出てアート活動を行うことで市民が関心をもつという効果があった。

97年にはナント市が建物を買収して、人を惹きつけるためにパブリック・スペース（ショップ、レストラン、バー、本、グッズ売り場等、展示とは無関係に誰でも入れる）や託児所を有したスペースを創出し、有料の舞台でも最高で7ユーロと廉価な料金設定により、現代アートを市民に広めた。また、地元のアーティストには、創造活動の場として半年間スペースを貸すことを行っている。約50人のスタッフを有するNPOの運営費は、100%助成金で賄われ、文化省、ナント市、県、地域圏から480万ユーロ/年となっている。ナント広域圏を意識した河ロプロジェクトは、観光、自転車道整備、民宿等、環境や雇用、経済とも結びついた構想である。

### ◎ナント島の再開発

ロワール川の中州のナント島にあった造船所が87年に閉鎖され、跡地の再利用について、10年間にわたり検討した結果、島全体を「川は繋げるもの」という発想で、公共空間は様々なものをつなぐものとして捉え、水との関係を回復する開発を行うことを決定した。文化と都市開発がテーマで、グラフィックやデザインを拠点に、エコ・デザインに配慮した生活様式を提案している。例えば、歩行者と自転車を優先させ、トラムを採用する。また、アイデンティティの保持のために線路等の古いものを残したり、既存のものを再利用してコストを抑えた。そして、新聞社、TV局、建築学校、デザイン会社等を誘致したり、裁判所を誘致して弁護士等のための分譲住宅を建てる一方で、低所得者向け住宅を建設し、社会的統合を図ろうとした。また、街頭演劇団・ラ・マシンの拠点としたり、公共空間にアートを取り入れるなど、公共空間は様々な

要素を繋ぐものという位置づけのもと、文化政策と都市開発をどのように連携させるかが重要となる。

そして、都市整備の中に文化を取り入れることにより、不動産会社も文化を無視できない状況とし、業者が土地を買ってナント島に来る場合、開発利益を文化への再投資に回すという循環が生まれる。例えば、造船所の跡地は開発会社である Samoa（18人の都市計画、社会学等の多様な専門家の集まり）が買収し、ナント広域圏が 1.8 億ユーロを 20 年間融資し、Samoa は開発コンセプトに沿った質を担保して経済性と両立させるために重要な役割を担う。すなわち、建築や文化の専門家によって開発の質を担保し、経済性を生むという循環が生まれる。そして、アマチュア市民だけでなく、プロも支援し、プロフェッショナルなものと市民をつなぐしかけを重視した都市開発を行っている。

#### 《質疑応答》

Q: ナント島の街中にラ・マシンの象がいるという環境に市民は、拒否反応でなく納得しているのか。

A: ナント市は 80 年代に造船所が閉鎖され、都市全体が落ち込むような危機的状況を経験していることから、街が明るくなるようなアートには好意的であると感じた。特に劇場に行かないような層にとって、街頭でやると自然に見られるという効果がある。道も半分にし、半分はカフェなどの公共空間にしている。

Q: リュー・ユニークの運営費の 100% 助成は期間が決まっているのか。また、どのような根拠でそれが成立しているのか。

A: 街頭でのパフォーマンス等、リュー・ユニークの事業等によって市民に還元されていることが実感できることから、市民も助成に納得しているようだ。

Q: 造船所の跡地の活用を決定するまでに 10 年間の検討期間があって実現した理由はなぜか。

A: ナント市の人口 56 万人のアイデンティティを固めていくのに時間は必要である。そして、アートを昼夜を問わず、街中の至るところに目に見える形で取り入れることによって市民が身近に感じる事が重要である。



## 第2講 「草の根からの創造都市づくりー市民セクターの挑戦」 水野雅男

《講義概要》

### § 事例報告 1 金沢町家の再生活用に向けた市民と行政の協働



金沢町家とは、金沢市内にある昭和 25 年以前に建てられた木造住宅（武家屋敷など様々な形がある）の総称である。金沢市は金沢町家継承・利用活性化基本計画を平成 20 年 3 月に策定した。優良な町家の保存や、集積しているエリアを認定してそこを盛り上げていこうという計画である。それに基づいて金沢町家再生活用モデル事業が、2 年間、今年度も行われた。これは空いている町家を店舗とか貸家とかに改修した後、見学・体感できるようにした場合に改修費の 2 分の 1 を補助しようというものである。

#### ◎町家研究会の活動

このような形で金沢市としても取り組んでいるが、個人の資産をどうコントロールしていくのかという課題は、行政にもなかなか難しい面がある。そこで組織を作って活動を始めた。それが町家研究会で、今 5 年目に入った。調査活動やモデル事業を活用したイベントをやって、市民に町家のことを知ってもらっている。

例えば体験宿泊という形で公開の町家に滞在して、町家の良さを体感してもらうプログラムをやった。また、日常お住まいの町家を、一日または半日、生活の様子あるいは町家のたたずまいをみてもらうということをやっている。一般市民もそうだが、近所の方も、普段は入れないがいい機会だと思って見にこられるようになった。このように町家の良さを再確認してもらうことがこの体験プログラムである。

#### ◎町家 de アート

町家では作品を展示すること、演劇を上演すること、音楽を演奏してそれを楽しんでもらう事例もある。

#### ◎町家見学会

もう一つのプログラムは修復の現場を見学することである。普通はなかなかみせてもらえないけどやっぱり直している途中をみてもらうことによって職人も見てもらえるし、一般市民の方、学生とか研究者の方もみてもらってそれでどういう風な直し方

をしているかということをお互い勉強することももうけている。

### ◎町家で楽しむ

もう一つのプログラムは町家で楽しむことである。空いている町家を借りて一日だけあるいは二日だけの食堂とか、喫茶とかやっぱり町を巡る時に休憩をするところが必要でお茶を飲んだり、食事をするということは大事な要素になっているのでこのプログラムはかなり好評である。

### ◎すみたい町家を探そう

もう一つのプログラムは‘住みたい町家を探そう’である。今、不動産物件に上がっているもの、上がっていないものの空き町はたくさんあるけれども 700 件ぐらいあるが、その中で公開してもいいよっていうところ、そこを特定日に 5 件ぐらい集中して一切に公開して関心のある人から自由に回ってもらうというプログラムである。実際空き家が活用されることになっていたが、ギャラリーとか事務所になっている所もある。

### ◎町家ドミトリープロジェクト

今年の 4 月から空き家で留学生が日本の文化を楽しめながら共同生活できるようにする計画がある。その実験として去年 10 月から学生 3 人、中国人、香港人、日本人が共同生活をしている。どういう風に周辺の方々とコミュニケーションをとれるかということも今実験中である。

### ◎ドミトリーから改修提案へ

他に、ゲストハウスというのがある。空き町家を借りて改修してそこを短期滞在するアーティストとかに貸すわけである。一泊で 1500 円～2000 円くらいである。21 世紀美術館もあるし、芸術関係の方、アーティスト方々がよくいらっしゃるのでそういう短期滞在する人が利用する。

金沢には金沢職人大学校とういがある。職人さんを再教育する場であるが、若手じゃなくて 10 年ぐらい仕事をやった人をもう一回教育する、技術を高める場として授業料免除でその職人を育てる大学校である。でも卒業、修了しても仕事がない。腕を試す場が無いわけである。性格の違う二つの組織と市が連携して職人たちが仕事をしていけるように町家の改修事業などを展開している。

5 年ぐらいやってきて、金沢町家というのが認定されてきて、やっぱり不動産としても価値があるということが少しずつわかってきた段階である。それでもまだ壊され続けているが、少しでも壊される速度をゆるめたい。市民側からできることやりましようということをやっている。

## § 事例報告 2 遊休醤油蔵をアートスペースに活用する市民活動

金沢市内の北に大野町という小さな町がある。醤油醸造業が集中しているエリアである。だんだん衰退まではいかないけど人口が増えないし伸びないし、何とかしないといけないということで焦っていたわけである。97年ぐらいから空いている醤油蔵を借りて改修して活用している。改修をして喫茶になったりアーティストに貸したりする。町の全く何にもなかった所に新しい拠点を作っていたわけである。こういう形に改修を進めていった。単に空間を作るだけじゃなくてどういう形で使えるかということを試してみたり、それはアートフェスティバルもそうだし、演劇をやるとか作品展示ももちろんやっている。無理のない形で改修している。自分たちが持っている資産を皆で出し合って共有して町を作っていくってことを実験としてやっていったわけである。

## § 事例報告 3 チャリ de アート

金沢は21世紀美術館もあるし街中にギャラリーがいっぱいある。歩いてまわるのはちょっとしんどいし、車ではまわれない。ということで「チャリ de アート」を推進しようと、去年の夏から動き出した。NPO法人を作って、仕掛けをしている。まず、アートシーンをまわるのだから放置自転車に色を塗ったようなものではだめだ、ということでデザインをした。ちょっとおしゃれなものを試作した。アートスポットやギャラリーと連携して乗り捨てできるようにしたい。また金沢は雨が多いのでレインウェアが要る、それにナビゲートシステム。これらを総合して2~3年後に実用化したいと考えている。行政はここまでできないと思うので、市民セクターでやりましようと言っている。

### 《質疑応答》

Q: ずいぶん色々のNPO法人や団体を立ち上げているが、それぞれ何人の方が関わっているのか?

A: 町家研究会の会員は60~70人で、少しずつ増えている。幹事は十数名。町家に興味がある若い人たちが入ってきて、企画に関わっている。くらくらプロジェクトのメンバーはどんどん変わって、15人か20人ぐらい。アート関係の人が中心です。「チャリ de アート」はNPO法人が10人。

Q: 町家プロジェクトは、面的・空間的に戦略を持ってやっているのか。フランスは文化財政策を面でやっているのだから、そういうエリアは非常に不動産価値が高い。つまり商業的にも成り立つような開発をしている。ところが日本の場合、町家を保存するのがNPOベースで、資金とかも結構大変。そのような印象である。商業ベースで、開発と結び付けて、面的にやっていく

戦略とリンクしないのか、しないとすればそれはなぜか。

A:今、紹介したのは面的に整備している以外の場所である。東茶屋街とか西茶屋街とか三つの茶屋街が残っており、そこは国交省、文科省の歴史的、伝統的建造物の保存地区に指定されている。国のお金も投入して修復したり残そうとしているし、商業ベースで成り立っている。しかしそれ以外の所が七千棟ある。面的には旧市街地を何とかしないといけないだろうと、市もある程度方向転換するようになった。我々も面的なことにはなかなか手を出せないが、認識を変えてもらうなど、できることをしようと思っている。



### 第3講 「アジアの創造都市とその連携」 川崎賢一

《講義概要》

#### § 文化的グローバリゼーション



創造都市、あるいはグローバル都市の分類を考える場合、国家の関与度がどうであるかが1つの問題となる。アメリカ型とは国家があまり関与せず、民間中心のものであり、その対極として、国家が中心となって文化政策を担うアジア型がある。この典型例はシンガポールや中国である。さらに、それらの中間のものとして政府と民間とをうまく組み合わせたヨーロッパ型がある。日本は基本的にヨーロッパのような中間型をとっているが、アメリカ型のものも部分的に取り入れており、複雑なものとなっている。

一般的に政府主導型のものがなかなかうまくいかない中で、シンガポールは比較的うまくいったケースである。シンガポールは政府により表現の自由が一部規制されているにもかかわらずうまくいっており、なかなか参考とされないアジアの例であり、さらに、都市国家という特徴もあることから都市政策の参考となるものである。

#### § 世界都市・グローバルシティ・クリエイティブシティ

世界都市がグローバル都市として発展していき、その中からあるいはそれと並列する形で創造都市の議論が起こってきている。グローバル都市は国家の枠組みを超えて都市間のヒエラルキーを構成している。日本ではそれぞれの都市がグローバル化の中でどのような位置を占めているかについてあまり考えられることはないが、特に1990年代以降グローバル化が進展してきた中で、自分たちの都市がどう繋がっているかが重要な問題となっている。近年では森記念財団都市戦略研究所などが世界の都市ランキングを発表しているが、世界規模での都市間競争が起こっている。

リチャード・フロリダは都市を動かしているのは創造階級であるということを示した。これはアメリカ版の創造都市といってもいいが、フロリダの理論は2002年の『*The Rise of the Creative Class*』の発表とともに世界を駆け回った。近年、フロリダは大阪-名古屋地域のようなメガ地域が世界を引っ張るのだということを著書で示している。

創造都市を考えるにあたってそれぞれの都市が世界の中でどのように位置づけるのかということがやはり重要となる。

## § シンガポール：“芸術のためのグローバルシティ”

シンガポールはグローバル化にうまく適応し、文化芸術を中心として都市のビジョンを構築したことが特徴であり、一人当たりのGDPは日本を抜いてアジア1位となっている。

シンガポールの面積は東京23区とほぼ同じ規模で人口484万人、うち永住者は364万人である。民族構成は中国系が76%、マレー系が13%、インド系が8%となっている。言語はバイリンガル政策をとっており、第一言語は英語である。バイリンガルでなければいい成績がとれないという厳しいシステムである。失業率は他国に比べて低い水準である。政権は実質的に与党である人民行動党による社会主義のような体制となっている。

### ◎シンガポールの芸術文化政策

シンガポールの文化政策はインフラの整備に始まり、1991年のナショナルアーツカウンシル設立以降、5年ごとにプラン、ロードマップを策定し、それに則る形で政策を打ち出している。ここでポイントは、そのプラン通りに忠実にやっているということである。

また、文化政策の担当部局である情報コミュニケーション芸術文化省が芸術、文化財、メディア、図書館などを一括で取り仕切っており、政府の文化芸術への関与度は高い。

文化芸術関連の統計を見ると、もともとの水準が低かったこともあり、経済に対する文化芸術の貢献度も含めてどの数値も右肩上がりの状況となっている。

さらに、1989年から各国に調査団を派遣し、先進的な施策を学ぶとともに、それを自国の政策に反映させ、シンガポールのどの政策はどの国の政策を意識したものかまでも公開している。

シンガポールの芸術文化政策はインフラ整備からナショナルアーツカウンシルの設立、また、芸術文化教育というように進んできている。そして日本との違いは、日本の場合は文化政策の中で「多文化共生」という言葉が用いられることがあるが、シンガポールはもともと多民族国家であり、待ったなしの状況ということにある。さらに、情報コミュニケーション芸術文化省は目標、ミッション、担当、手段がそれぞれ非常に明確に示されていることも特徴である。

そして、シンガポールはもともと民族が混じり合わない地域といわれたこともあったが、近年特に他民族間での結婚割合も高くなってきていることも大きな特徴である。

### ◎シンガポールから学べること

シンガポールの例から学ぶべきことの一つめは、文化芸術をいかして都市のブランディングを果たしていること。二つめには、明確な中期的・長期的目標を示し、目標

達成のために多くの予算を投入していること。三つ目にはグローバルな意識を強く持ち、政策をうちだしていることである。

#### 《質疑応答》

Q：シンガポールの政策が 20 年近くぶれなかったのは独裁体制であることと、首相が前首相の息子であることにあることに思うがどうか。

A：それもあと思うが、3 割か 4 割程度だと思う。官僚が優秀であること、国民が政策に対して理解をしめしていることなどが要因としてある。

Q：中国や韓国などシンガポール以外のアジアの成功例にあるか。

A：中国や韓国も成功例がある。クアラルンプールやバンコクも面白い例である。

Q：国と都市は権限が違うが、都市がどのような権限をもてばシンガポールのようなことが可能となるか。

A：ロードマップを策定でき、予算が十分に確保できるような体制、首長のリーダーシップの権限が必要。権限とは違うが、高いレベルの目標設定と数年後との修正できればシンガポールのようなことができるのではないか。

Q：シンガポールはユネスコの創造都市ネットワークなど都市のネットワークをどのように考えているのか。

A：各都市とのネットワークを強化しようとしており、外交を盛んに行っている。

Q：政府統計では右肩上がりということだが、市民の意識はどうなっているのか。

A：政府が強力なトップダウンの方式をとっていることもあり、一部では市民が政府に追いついてこれていない面もある。



## ワークショップ 「混浴温泉世界と別府の地域再生」 山出淳也

《講演概要》

### § 別府市における自分の立ち位置



文化庁の在外研修員としてフランスにいた2003年末か2004年はじめに、インターネットで別府のまちづくりの記事を目にした。40代、50代の若いリーダーが生まれ、コミュニティビジネスで路地裏の散策を楽しむプログラムを行っている。それが、1人でも参加者がいれば毎日しているという。自分の中にある別府のイメージは、団体客中心のサービスができあがっている大型観光地だったので、(その落差に)腰が抜けるほどびっくりした。ともかくリーダーたちに会い、一緒にアートフェスティバルの

ようなことをしたいと思い、海外で仕事を続けていこうとしていたのだが、帰国した。しかし別府には知り合いは1人しかいない。その方とともに、いろんな人を紹介してもらいながら今に至っている。

### § 別府市とは

#### ◎国際的な温泉観光地

人口約12万人、温泉の湧出量は全国1位、世界2位。源泉数も全国1位で、国内総源泉数の約10分の1をしめる。世界で発見されている11種類の泉質のうち10種類は別府にある。2005年の就業人口構成では、1次産業が1.5%、3次産業が81.8%。立命館アジア太平洋大学ができたこともあって、外国人の居住比率が六本木に次いで高いと言われる。

#### ◎湯けむり／移入文化／生活温泉文化／まち区画

別府は湯けむりをメタファーとした温泉地だが、港町でもあって、明治・大正・昭和と大阪、四国からいろんな人と文化が移入されてきた。いまではそこに海外の人たちが加わっている。また自宅から徒歩1分圏内に公共温泉があって、観光客も地元の人もいっしょに入る。つまりプライベート空間とパブリックな場所、内と外の概念が緩やかだという特徴がある。このように、地質学的に多様な資源の土地の上で、多様な人々が近い距離感で出会っていく、生活温泉文化の町である。また別府は戦災に会っていないので、古い建物が継ぎ足されながら残っていて、価値のある区画になって

いる。

## § 「混浴温泉世界」にいたるまで

### ◎2005年からの歩み

2004年10月に帰国し、別府で唯一の知人と行動をはじめた。その後の歩みは下記のようなになる。

- ・2005年⇒ BEPPU PROJECT を任意団体として発足。1年間、毎月のように市内各地でアートイベントを展開。1度も同じ場所では行わず。その中でアートフェスティバルのマニフェストをつくる。
- ・2006年⇒ 特定非営利活動法人 認可。11月「アート NPO フォーラム」を開催。会場は公共温泉の2階。ここで全国のアート NPO や関係者に向けて、フェスティバルの協働を呼びかける。
- ・2007年⇒ 10月、行政との協働で「創造都市国際シンポジウム」を開催。「星座型・面的アートコンプレックス構想」を発表。
- ・2008年⇒ 8月、場としての受け皿 “platform” をつくる。アートコンプレックス構想の一環として空き店舗コンバージョンを行った。現在8施設完成。
- ・2009年⇒ 4月～6月、「混浴温泉世界 別府現代芸術フェスティバル 2009」開催。前年に完成した「platform」を活用。交通の要である3カ所を主会場にした。

### ◎別府とつながる現代アートのキーワード

別府とつながる現代アートのキーワードは次の3つである。

- ・「インスタレーション」：展示空間と関連づける作品 = 「何を？」。単に、どこか別の場所で成功しているもの（作品）を持ち込むのではなく、何がこの場所に必要なのか？ということを考えていくということ。
- ・「サイトスペシフィック」：特定の場所でのみ有効な作品 = 「どこに？」。この場所における必然性。
- ・「リレーション」：関係性によってつくられる作品 = 「何と？／誰と？」。何と繋がることによって、何が生まれていくのか。想定していない繋ぎ方が生まれる構造をつくっていく。

### ◎BEPPU PROJECT のミッション

「芸術鑑賞機会の提供、場の開拓」ということにつきる。アートによってまちづくりをしようとは考えていない。それは、結果論である。われわれはクリエイティブ集団ではなく、アートと市民、場所をいかに繋いでいくかという「繋ぎ手」であり続けたい。

たとえば、宮島達夫と別府の出会いをつくって、8年間空き店舗だったところで展示をした。すると借り手が現れて、飲食店になっている。また、中心市街地の路地に小さなハウロウの看板をたくさんつけた。路地の名前やまつわるストーリーを書いてある。訪れた観光客がなんだろうと立ち止まると、別府のおばちゃんは大阪のおばちゃんに劣らず話し好きなので、出会いとガイドがはじまる。

## § 混浴温泉世界

会期は2009年4月11日から6月14日の65日間。別府市全域、約20会場で展開した。主催は別府市、実行委員会も組んだ。「混浴温泉世界」という名前は、芹沢さんから提案されてきた。正直言って、躊躇していたが、ある日、彼から下記のようなコンセプトの文章が届いた。それに感銘し決めた。

大地から湯が湧きだし、窪みに溜まる。それは誰のものでもない。人はそれを慈しみ、自発的に守り維持する。そして、ここに住む人も旅する人も、男も女も、服を脱ぎ、湯につかり、国籍も宗教も関係なく、武器も持たずに丸裸で、それぞれの人生のあるときを共有する。しかし、つかりつづけければ頭がのぼせ、誰もそのままではいられない。入れ替わり湯から上がり、三々五々、ここを去っていく。人は必ずここを立ち去り、再び訪れる。ゆるやかな循環。

### ◎ 「混浴温泉世界」フェスティバルの特徴

フェスティバルの特徴は次のようなもので、前述のキーワードが反映されている。

1. アーティストが別府の街のために作品制作を行う。
2. アーティストが実際に別府という街に滞在する。
3. アートやダンス音楽が複合型に繋がっていくフェスティバル。
4. 地域資源とアートをしっかりと繋げる、散策型・発見型のフェスティバル。
5. 市民主導による企画運営のフェスティバル。

具体的には次のような内容で行われた。

6. アートゲート・クルーズ⇒ 国際芸術部門。様々な場所を発見する。
7. ベップダンス⇒ ダンサーが商店の中に隠れていて、観客が探し回るなど。場所との関係。
8. ベップオンガク⇒ 別府を代表する場所でライブ。
9. わくわく混浴アパートメント⇒ 国内芸術部門。地域資源を活用するとりくみ。アーティストに短期間住んでもらって制作・発表。

## § まとめと今後の活動

別府の住民に参加してもらいたいものだったが、実際は大分県外の来場者が多く、反省点の1つである。成果としては、マイケル・リンの壁画について、大分県、別府市からの要望で残すことになった。購入や寄贈ではなく、所有はアーティスト、管理は別府市、メンテナンスは BEPPU PROJECT という方法による。またフェスティバル後に、アーティストが9名移住してきた。

今後の取組としては、星座型・面的アートコンプレックス構想、アーティストビレッジ構想、国際ネットワーク大学設立構想をすすめていく。2012年に第2回「混浴温泉世界」を開催予定。アートイベントというよりは、もう少し都市について考えていくことに繋がっていくのではないかという予感がある。

## 《質疑討論》

Q：ディレクターとプロデューサーの両輪で進めているプロジェクトは、余りないのではと思う。役割分担やなぜ芹沢さんをお願いしたのか、その辺りをお聞きしたい。

A：芹沢さんやP3というチームの活動は以前から存じ上げていた。また（僕は）ブルース・チャトウィンという小説家の大ファンで、それを翻訳している芹沢真里子さんが彼の奥様ということがあって、運命的なものを感じていた。2005年の11月に、芹沢さんがキュレーターをされていた横浜トリエンナーレの会場に行ってお挨拶させて頂いた時に、「別府に来て話をしてもらえませんか？」ということポロッと言っていた。2006年にトークイベントをやってもらい、次の日に街をご案内する道中、ずっと話が続いていたらしい。最後に芹沢さんが「俺、やるよ」と言ってくれた。改めて考えてみると、ナビゲートをしてもらいながら、一緒にやって頂ける方は、直感的に芹沢さんしかいないと思ってしまっていた。2人の関係性はどちらがどちらという役回りではない。一応の形として、プロデューサー、ディレクターと言っている。

Q：お聞きしていると、かなり別府市役所とミッションを共有して、スムーズにいったような印象を受ける。こういうスピード感でやると、行政が着いてこないのが結構多い。もし、上手くいったのであれば、上手くいったポイント、上手くいかなかったのであれば、もっとこうやれば上手くいったのではないかという点をお話頂ければ。

A：上手くいったように見えますか？platformの考え方でお伝えしたかったことは、色んなセクションを跨げていくことが僕の前提。その仕組みをつくって、後はその担当課の補佐や課長さんとかが、いかに頑張ってもらえるかになる。嬉しかったのは、platformという場所で商工会の方々が仕事を越えたコミュニケーションをし、あげくの果てにとというか、商工会の奥様がうちの職員になっている。もう1つ、どうやったら上手くいくかという最終的なことを言うと、首長の覚悟が必要。成功事例を持ってきましょうではなくて、よく分からないことに関して、飛び込んでいけて、それを部長にしても議員にしてもしっかり説明して、一緒になって考えて頂くことが重要です。

Q：若い学生もかなり関わっていると聞いた。若者のやる気を引き出すマネジメントはどうされているか。

A：学生は、APU（立命館アジア太平洋大学）や色んな学生が関わっている。BEPPU PROJECTには、あまりルールがない。ルールはないけれど、1つだ



け絶対に守って下さいというのは、「こういうことをするには、普通こうするよね」とは、絶対に言うてはいけないということ。皆好き度も違うし、経験値もアートに対する考え方も違うということを認めた上で、じゃあ自分たちはどういったアプローチが可能なのか、考え続けろと言う。モチベーションに関しては、皆悩むし、すごくブレる。僕は、企画をつくる時に、どこに帰って来ていいかを先に決めなさいとは言います。それ以外はある限り何も言わない。昔ガチガチにやったことがあって、全くよくなかったの、とても反省した。困った時は一緒に悩む。導くのではなくて、寄り添って一緒に考えるしかないと思う。



**Q:** 観光地は大きいホテルや旅館がお客さんを囲い込むというようなことがあって、なかなか外へ出ない。県外資本が経営しているホテルや旅館、地元資本のホテルや旅館がどのように協力しているのか、その辺をお聞きしたい。

**A:** まさにおっしゃる通り。昭和 50 年代、別府の評価が下がっていく時期があり、それは囲い込みなどから始まっていた。そこからいかに脱却するかということが、今の 50 代の経営者たちのテーマになっている。その方々は地元の方だが、大型ホテルが今、県外資本に変わった。旅館組合などの経営者の方々の研究会的なものをつくって、色んな勉強会を開催するようなシナリオをつくっている。

**Q:** 混浴温泉世界では、県外の方が多かったということで、実際、市民の盛り上がりはどうだったのかお聞かせ願いたい。今回は 2012 年に開催ということだが、所謂トリエンナーレ化するのかということも合わせてお聞かせいただきたい。

**A:** 色んなところで説明会をして、顔が見える範囲の方とは近い距離を保っている。別府市民あげてみたいなのは全くなく、そこはまだまだたどり着いていない。ただ、65 日間無休でやって GW ぐらいに、内部的に結構疲弊した。それはボランティアが少なかったということと、休みがほとんどない中で、中心となる人たちが疲れたから。そのタイミングで、徐々に新しい学生さんが手伝ってくれるようになり、新しい血が入って内部に活力が戻って来た。地元の方は見かけない若者が空回りしながらも何かやっている状況を見て、手伝ってくれるようになって、学生と地元住民との距離が近くなった。そのようなこともあり、会期後半に、そういう意味では盛り上がったところがある。でも、まだまだ浸透も低いし、TV 局のアン

ケートによると、5割以上の方が名前は知っているが、何をやっているのか、どこでやっているのか分からない。説明がよく分からないと言われることも多かった。それは反省点だ。継続にかんしては、色んなものを生んでいく場として4年に1回くらいこういうアートフェスティバルが行われ、そこから新たな何かが生まれ、自然と次に繋がっていけばいいなと思っている。後2回くらい「混浴温泉世界」という名前でやり、その後この名前で継続するかどうか、もう一度見直す。つまり10年スパンで考えているとしている。

## 第4講 「創造都市と創造産業ーブリスベンと札幌の挑戦」 ～創造産業 (creative industries) を実装する都市経営の観点から～ 武邑光裕

《講義概要》

### § オーストラリア第3の都市ブリスベンに見る創造産業孵化モデル



オーストラリア・ブリスベンのクイーンズランド工科大学 (QUT) は、7年前に世界ではじめて創造産業学部を創設した大学である。大学は4万人、創造産業学部には4,000人が在籍している。創造産業学部があるエリアはコンパクトなカレッジシティとなっており、シティセンターには新しい社会起業家、NPOのオフィスなどが集中している。ブリスベンは、多様な人々のライフスタイルを全環境的に支援するという都市づくりを主張し、海外移民の受け入れに積極的で人口もこの10年伸びており、経済成長率も非常に高い。アジア・パシフィックの中で重要な、世界的に注目されている都市である。アジアパシフィックトリエンナーレも開催され、六回目になる。グローバルアートエクスペリエンスイベントと呼ばれ、単に美術の鑑賞機会を提供するのではなく、その場所に多くの人たちが訪れて、気候、歴史、文化、飲食、コミュニケーションを体験しながら、都市全体を楽しんでもらうイベントとして成熟している。

### § 創造産業の再定義

昨年 QUT でまとめられた論文が重要で新鮮なものであった。この論文では、イギリスのブレア政権がクリエイティブ産業を定義した13分野を見直す時期に来ているのではないかと主張している。創造性を原資として知的財産によって産業創出、雇用創出、経済化するという創造産業の定義を、もう一度産業的分類定義から行うべきだといふのである。従来のマスメディアとは異なるソーシャル・メディアが、世界的に大きな環境をつくってきており、そこでの需要と供給をみると、オーディエンスそのものが情報を生産し発信していくという、生産と消費の包括的な経済活動として新しい定義が必要となってきたとしている。

### § 創造的人材と創造的な労働契約

#### ◎創造活動と新たな人材像

これまでの労働契約、労働という概念は、日本でも世界での成功体験をずっと引きずっており、単純な「時間＝給与」という法則に閉じこめられ、一歩も出ていない。朝一カ所に集まって夕方まで働くというこの一見効率的なフェイス・トゥ・フェイスの環境は、日本的な仕事の概念からは尊重すべしということになるのだが、本当に重要なのか。創造的な産業においては、こういった伝統的な法則性というのが創造産業の飛躍というものを停滞させているのではないか。実はこの大きな伝統的な法則の壁を崩すことからイギリスの経済的復活がもたらされた。離れた場所でも働く、情報通信を使って、様々な複数の仕事をこなしていく人たち、スモール・オフィス、自分の家がオフィスになっていく。こういったテレワーク、テレワークティヴィティというライフスタイルが、創造産業の出現や発展を促してきたといえる。

### ◎クリエイティブな契約形式とは？

こういった人たちの労働契約、あるいは契約形式はどうなっているのか。これも 20 年前から情報物々交換という言い方で、独創的な作品やコンテンツを作って無料でユーザーに提供すると更に付加価値の高い情報を報酬のような形で受け取るということが言われてきた。このようなオープンソース、リラックスの経済などが進捗している。とりわけ最近ソーシャル・ネットワーク・メディアの環境が進化し、ユーザー・ジェネレイティッド・コンテンツなどが劇的に台頭し、アマチュアとプロフェッショナルの間にあった壁がほとんど取り払われている。芸術家やカリスマ的な個人、専門家による非常に特権的な空間にあった創造性の表現といったものが日常生活の一部となり、一般市民の表現力そのものに移行してきたのが大きな変化である。

### ◎創造的人材・アルチザンからプロデューサーへ

創造性というものが文化的多様性に基づく都市の資産だと定義づけられるとすると、今までのアーティストやクリエイターという特権的な人たちだけではなくて、一般の市民の創造性というものの劇的な爆発が都市の創造性を規定していくのではないかとされている。そのとき、プロデューサー的な人材とアイデアを持つ人たちが、これからの創造産業にとって非常に重要な人材となる。

### ◎ソーシャル・メディア＝「社交メディア」

ソーシャル・メディアをひとことで言うと、情報を即時にリアルタイムに評価する仕組みを持っているニュースサイトである。ソーシャルというのは社会的という意味を持ち、社会的メディア、社会的ネットワークというように訳されている。しかし、そのニュアンスは、ソーシャルダンスを「社交」ダンスと訳すように、「社交」メディアなのである。この社交という概念は社会学的には古典的な概念で、ジンメルという社会学者が定義をした。これは諸個人間の相互作用によって集団や社会が生成される

過程、すなわち社会化に至るプロセスのことをいう。これが地球規模に瞬時にできあがってきていく社会においてソーシャル・メディアというものが形成されている。これを「社会化の遊戯的形式」とジンメルは言った。何か目的性を持ってゴールを決めて、社会のために、まちづくりのために何かを形成しましょうということではなくて、遊戯的な空間のなかでコミュニケーションされていることが、目的性も内容も持たないのだけれども、それ自体が自己目的性、社会化以前の我々が生きる生の本質的な要素を持っている。ソーシャル・メディアが進化を遂げると、社会にもなるし、ある意味では政治や経済や文化に決定的な影響を与える局面にまで成熟する。

### ◎オンライン産業

インターネットが登場する 1990 年代前半から、米国では明らかに産業の基軸がオンラインインダストリー、インターネット上のアプリケーションソフト、プラットフォーム、コンテンツを全部統合的に扱う産業に移行している。最近日本でも「ググる」という言葉があるが、アメリカではすべてが Googled と言う。これからわかるように、世界的なデファクトスタンダードをアメリカが提供している。イーコマースという巨大な市場も、アメリカは大きくリードしている。

### ◎デジタル・コンテンツ産業

日本は、マルチメディア産業を、1990 年代以降デジタルコンテンツ産業と呼び、経済産業省を中心に振興策を打ち出してきた。なぜ日本でコンテンツ産業という複数形になったのかというと、総務省と経済産業省で同じようなことをやらなければならなかったことが背景にあった。しかし今、経済産業省がやっているのは、パッケージ流通コンテンツなのである。未だに DVD とか、パッケージメディアのことをデジタルコンテンツと呼んでいる。つまり物材なのである。

### ◎News/Paper?

グーグルの最高顧問が、一昨年、今後新聞はどうあるべきかと問われたとき、「私はニューズペーパーという用語をニュースと紙の二つの部分に分けて考えるべきだと助言したい」と言った。紙があるから締め切りがある。持続的なニュースを新聞社はどんどん配信していける時代にも関わらず、紙に束縛されて朝夕刊という構造になってしまう。

## § コンテンツ対コンテンツ

### ◎二次創作文化

二次創作文化というのは 553 億円の市場をつくっている。これは著作権的に問題があるとされているが、同人誌の市場は新しい物語をつくるクリエイターをどんどん

育てている。従来のレコード会社や出版社、放送局といったものが変化を遂げていく時代のなかで、単に音楽を聴いていた、映像を見ていた人たちがどんどん発信者になっていく前例のない時代のなかで、こういう人たちが創造産業をつくり出し、決定している。

### ◎文化景観の革命的变化

2016年ぐらいになると、40歳以下の人たちはパソコンなしで世界を記憶することはまずない。20歳以下の人には電子メールやWebサイトがなかった時代を想像することすら困難になる。DVDやCDというものはこの時代にはなくなっていると言われている。コンテンツ産業が日本の創造産業にならない理由は、情報通信政策・コンテンツ産業政策・文化芸術政策の連携が足りなかったことにある。しかし今はもうやる以外ない。全く新しい環境をつくっていく以外はない。それを地域的にやっていかなければならないだろう。

### § 東京から遠く離れて一札幌の挑戦

東京には未だに世界最大級のCDストアが多くある。いいのではなく、まだあるということである。もうアメリカやヨーロッパにタワーレコードなどはない。東京にしか残っていない。札幌は、支店経済が及ばなくなってきているがゆえに、ソーシャル・メディア経済の萌芽が台頭している。クリプトン・フューチャー・メディアやIOSYSなど、有名な企業が二つ札幌から生まれている。ソーシャル・メディアと極めて親和性の高い札幌が目指す創造都市、創造産業にこれからは是非ご期待いただきたい。

### 《質疑応答》

Q：ツーリズム分野でも現在クリエイティブ・ツーリズムということで、ツーリストは単なる消費者として旅行商品を購入するのではなくて、地域コミュニティを訪ねて、そこの人たちと社交し、地域文化の創造にも何らかの役割を果たすことが議論されている。聞きたいのは、生産者と消費者というものが実はそれぞれが別人ではなくて、というお話があったか、これについてももう少し補っていただけないだろうか。

A：主張し行動・活動する市民に支えられた都市が創造都市の基本的な姿である。なかでも地域の人たちが作り出していくコンテンツが、地域文化の創造や公共財にどれだけ大きな貢献をしているのかということ、おそらくツーリズムにおいても重要な要因である。今までの観光資源、あるいは従来型の観光的な動員力などではなく、twitterひとつとっても、それによって一万人二



万人の動員が行われるという現象が起こっている。その即日的なソーシャル・メディアを自在に駆使するようなアクティブな市民、消費者をいかに行政や企業が味方につけるかという戦略が必要になってくるだろう。ただそのときに、単純に自分たちに利益になるような情報を作り出していくような従来型の広告代理店の発想は、即座に見破られるということもあるので、ソーシャル・メディアとのつきあい方も行政や企業がリテラシーとして持つ必要があるだろう。

## 第5講 「企業とのパートナーシップですすめる創造都市」 矢崎和彦

《講義概要》

### § フェリシモ紹介



フェリシティ（英語）＋シモ（イタリア語）から作った造語。「最大級の幸せを提案できる企業になろう」という願いからつけた。1965年創業。衣料品、生活雑貨、書籍等、独自に開発した商品を自分たちのメディア（カタログ、ウェブ等）で生活者にダイレクトマーケティングしている。元は大阪に本社があったが、1995年に神戸に移転した。昨年の調査によると、兵庫県的女子学生には就職希望No.1だった。

### § 企業にとって神戸の魅力とは

私の目から見た神戸の魅力とは、「海と山に囲まれた自然と文化の融合した都市、国際的な未来都市、さりげない洗練性が生活に溶け込んだ都市、他の日本の自治体とは異なる先進性に富んだ都市……。これらの全てが我々の独自資源と重なり合い、フェリシモの魅力さをさらに高度化させる事が可能になる」ことである。

よく横浜と比較されるが、近いとは思わない。横浜は輸出に軸足があったが、神戸は輸入に軸足。産品とともに生活文化そのものが持ち込まれてきた。ゴルフ、映画、パン、コーヒー、サイダー、自動車タイヤ、喫茶店、サッカー、ジャズ、ソースなどが神戸発で全国に広まったといわれる。

神戸には、資産的・知識的ゆとりを持った文化創造型の生活者が大勢いて、その人たちが欧米の生活文化様式を取り込みながら独自文化を形成してきた。文化を単に消費したり通過させるだけでなく、生成・発展させて産業化し、維持する力量があった。

ところが今に至っては、「日本的異国文化」は全国に伝搬し、神戸の存在理由は希薄化してきた。見せ物小屋のような異人館でソフトクリームを売るのはもう通用しない。そこからデザインに着目するようになった。

### § 神戸がデザインを都市経営の中核価値に据えるべきだと考えた理由

直接のきっかけは2003年から2年間に、神戸大学の大学院でデザインと経営の結びつきを研究したこと。デザインは価格、機能以上に購買意思決定要因となる。それは有形の消費財だけでなく、無形のサービス財、生産財にも及ぶ。さらには企業経営、都市経営、国家経営にも対象領域が及ぶ。ところが日本においては、デザインの重要性



は認めるものの、デザインマネジメントについてきちんと理解されていない。

GDP に占めるデザインの市場規模は日本が 0.5%、韓国が 1.2%、英国が 2.6%である。製造業の経営者を対象にした調査で、これから何を重視するかをたずねると、いまだに技術の向上が 91%、デザインの活用が 12%、IT が 11%、ブランド 21%と、重要なのにあまり重視されていない。ヨーロッパでは、「日本製は、品質はいいがデザインが悪い。いいデザインは韓国だ」という評価が定着してきているという。

デザインは経営側の意図とお客様をつなぐインターフェース・文化資源である。それは色・形を表すだけのものではなく、意図としてのデザイン・設計（仕組）としてのデザイン・形のデザインが重なりあって構成されている。

（さて）神戸には行くところが少ないとよく言われる。神戸のシンボリックオブジェはソフトクリームを売る異人館ではなく、長い歴史の中で培われた生活文化そのもの。しかし生活文化を外部の人に伝えるのはむずかしい。その見えない価値を見えるようにするのがデザインの役割である。

日本のセイクツブナカは世界に広がっている。アニメ、ファッション、食べ物など。トンカツソースはアメリカで「クール」と言われる。（神戸の生活文化をデザインによって可視化できれば）神戸を世界に対する日本の新しいセイクツブナカの拠点にできる。そうすると神戸の経済も元気になり、観光も増える。これがデザインを都市経営の中核価値に据えるべきだと考えた理由である。

## § 「デザイン都市・神戸」への経済界の取り組み

95年に神戸に行ってから、4年ほどして、ロックフィールドの社長とアンリ・シヤリバンティエの社長が中心になって「神戸オリジナリティ研究会」が発足し、そこに私も呼ばれた。2年ほど続いた中で、今までのハイカラにしがみついている神戸ではダメ、デザインで都市を再生しなければという気運が高まってきた。

その後、機会があって矢田市長にそのことを話したら、経済界全体の意見としてまとめてくれとおっしゃる。そこで 2005 年に商工会議所の「都市再生委員会」でこのテーマをとりあげてもらい、私も加わって 2006 年 7 月に『デザイン都市・神戸』の実現に向けて」という提言をまとめ、市長に提出した。

それを受けて市の中にも同じような委員会ができた。私も参加し、1年ほどやったが、その頃ユネスコの方から創造都市ネットワークに立候補して欲しいと誘いがあった。ところが委員会では、立候補するかどうかはなかなか決まらず、最後の最後の会議でやっと決まった。大急ぎで申請書類を作って、提出したら、たまたま名古屋も同じ日に出したという。2008 年 10 月に（デザイン部門で）同時認定された。

それからもう少しデザイン都市・神戸を現実的なものにするロードマップを作ろうということで、私が代表幹事をしていた神戸経済同友会で、神戸大学の栗木先生に協力いただいて、経済界が中心になって『デザイン都市・神戸』のロードマッ

プ」を2009年2月にまとめた。

経済界の関わりということでは、「デザイン都市・神戸推進会議」がある。市と会議所が事務局を送り込んでいるが、いろんな分野の人たちが集まって、いろんなことを実行したり提案したりしている。あとは市長のアドバイザーボードということで、私や何人かが参加している。

## § 経済界と自治体とのパートナーシップについて

公と民の創造的パートナーシップがないと神戸の未来はない。しかし1つのものごとを決めるのにずいぶん時間がかかったり、実行するときに動かなかったりする。明確なビジョンを持って、それを実現していくための戦略、公と民それぞれの役割の確認が必要だ。それがないと、委員会があっても、いつも同じ人たちが集まって、同じことを言って終わることになる。

### 《質疑応答》

**Q:** 横浜市でも企業ネットワークがあり、いろいろなプロジェクトを組んでいる。その中でアーティストとのコラボレーションを考えているが、神戸ではそのような取組はどうなっているか。

**A:** デザイン都市の文脈とは別に、アーティストにステージを与えとか、サポートはしている。ビエンナーレなどもそうだ。最近では、同友会の提言をある意味受ける形で、旧生糸検査所を「クリエイティブセンター」としてアーティストのために活用することになった。他に、六甲山にある、使われていない企業保養所や、海岸の倉庫群をアーティストの滞留施設として活用したらどうかと言っている。

**Q:** 経済界と自治体のパートナーシップも大事だが、市民をどう巻き込むかが大きな課題だと思う。先月、ミラノの文化担当と話す機会があった。ミラノではイベントでも若い人のボランティアを何割か組織するようになっているなど、文化に対する市民参加を重視しているという。市民参加について考えがあれば伺いたい。

**A:** 矢崎 お祭りがあったとして、こちら側に主催する人がいて、そっち側に市民がいて、「見においで」にするのではなく、主体的に参画できるものでなければと言っている。公が持っているものは使い方によってステージになる。たとえば地下鉄のきっぷを子どもに毎月コンテストでデザインしてもらって、それを5年10年20年とつづけると、その子たちが大人になったときに、市民のリテラシーを上から目線で引き上げるのと違って、もっと自発的・能動的に参画できていくのではないかな。

**Q:** 宮崎県延岡からきた。延岡市は旭化成の企業城下町。企業とのパートナーシップということでは、製造業がどんな形で参加しているのか、事例

があればご紹介いただきたい。

A：神戸も重厚長大産業の歴史がある。商工会議所の会頭は神戸製鋼から来ているが、生活者対象の企業に比べると、デザインには反応が鈍かった。この頃はデザイン都市とっていただいている。3年前に比べると理解も広がりつつあり、これからだと思う。

## 第6講 「文化芸術創造都市の課題」 佐々木雅幸

《講義概要》

### § 社会システム転換のモデルとしての創造都市



創造都市論が世界各都市で大きな注目を集める理由は、都市再生やまちづくりの方法論や政策論としてのみではなく、直面している世界大恐慌からの脱出方策のモデルの1つとして期待されるからである。

今次の世界恐慌の原因は、第1に、20世紀の経済社会の基底をなした、自動車・ハイテク家庭電化製品などの耐久消費財の大量生産＝大量消費システムが欧米や日本など先進国において完全に行き詰まったこと、第2に、实体经济の危機を覆い隠すように、金融工学を駆使したマネー資本主義のグローバルな暴走を引き起こし、巨額の擬制資本が世界

各都市でバブル現象を引き起こし、实体经济を攪乱して危機をさらに深くしたこと、第3に、これらの経済危機が財政危機に帰結して、福祉国家システムから市場原理主義的競争社会への政策体系の転換を引き起こし、不安定就業の拡大とセーフティネットの縮小によって、社会的排除や限界集落の危機を増幅させていることにあり、短期的には解決困難な社会システム危機に陥っているのである。

それゆえ、本格的にシステム転換を企てるのであれば、第1に、金融を中心とした市場原理主義的グローバリゼーションから、文化的多様性を認め合うグローバリゼーションへの転換、第2に、大量生産＝大量消費システムから脱大量生産の文化的生産に基づく創造経済への転換、第3に、文化的価値に裏打ちされた「本物の価値」を生み出す創造的仕事の復権と、偽りの消費ブームを超えて自ら生活文化を創造する「文化創造型生活者」の登場、第4に、従来型の福祉給付でなく、ベーシックインカムを保障しながら、市民一人一人の創造性を発揮できる包摂型、全員参画型社会への制度設計などが検討課題になるものと思われる。つまり、創造都市の理論と実践が切り開く地平は、ポスト大恐慌の新たな社会システムを構想する上で、不可欠なものとなっていると言えよう。

### § 広がる創造都市ネットワーク

2001年9月11日の連続テロ事件によりグローバル都市への富の集中に対する反感が示され、2008年の9月15日の証券大手リーマン・ブラザーズの破綻が世界金融恐慌の

引き金を引くことで、「グローバル都市」への幻想が白日の下に晒されて、「グローバル都市から創造都市へ」のパラダイムの転換が確実のものとなる中で、「創造都市ネットワークの構想」は、ユネスコによってグローバルに展開されることになった。

ユネスコ文化局は2004年に文化産業の創造的社会的経済的潜在力を解放し、文化的多様性を実現する目的で創造都市のグローバルアライアンスを呼びかけた。

創造都市のグローバルアライアンス、つまりネットワークは、参加を希望する都市が文学、音楽、デザイン、メディアアート、映画、食文化、およびクラフトとフォークアートの7つの文化産業群の中から1分野を選択して、国（中央政府）に仲介してもらうのではなく直接、ユネスコ理事会（パリ）に申請するものである。現在までに認定を受けた都市に、エディンバラ（文学）、ボローニャ（音楽）、セビリア（音楽）、ベルリン（デザイン）、モントリオール（デザイン）、ブエノスアイレス（デザイン）、ポパヤン（食文化）、サンタフェ（フォークアート）、アスワン（フォークアート）、メルボルン（文学）、リヨン（メディアアート）など19都市がある。ネットワークへ加入した都市は、創造産業を育成する上で、経験、ノウハウ、技能訓練と技術を互いに共有し、特に発展途上国の都市を支援する計画に加わることが求められる。また、登録の条件として、文化産業の集積や人材養成機関の充実などのほかに、創造都市の実現に向けた常設の推進団体の活動や、特に公共セクターと民間セクター、市民セクターの連携を重視していることが特徴的である。

このように、創造都市のネットワークが国内外に広がってゆくとき、市場原理主義的なグローバリゼーションのもとでのグローバル都市を頂点とする文化的画一化に代わって、文化多様性に富んだ、調和の取れたグローバリゼーションへの流れが加速していくに違いない。ユネスコが進める、文化権と人間発達、文化的多様性を重視したグローバルな文化政策は、創造的な市民が主体となった創造都市がその担い手にふさわしいと考えられる。

バブル経済崩壊後の長期不況から本格的に脱出できないまま、アメリカ発の世界恐慌に巻き込まれた日本においても、「創造都市」や「文化と創造性による都市再生」への関心がますます高まっている。金沢では2001年より経済界や市民が「金沢創造都市会議」を設立して創造都市をめざした運動を開始し、横浜でも2004年4月に市長が“Creative City Yokohama”プランを提案して芸術文化創造都市への取り組みを本格化させた。こうした中で、文化庁は2007年度より「文化庁長官表彰（文化芸術創造都市部門）」を開始し、同年度に横浜市、金沢市、近江八幡市、沖縄市、翌2008年度には札幌市、豊島区（東京都）、篠山市、萩市を選定し、それぞれがネットワークを組むように支援を始めている。

全世界的な創造都市ブームを概観すると、次のような特徴が指摘できる。すなわち、グローバル化と知識情報社会へ移行に加えて、世界同時不況の中で生じる深刻な失業や社会問題を解決すべく、社会包摂型の都市再生に取り組む欧州の動向と比較すると、

アメリカでは都市間競争の色彩が強く、アジアにおいても中国や韓国の創造都市・創造産業への取り組みの現状は、都市間競争の傾向が強いように思われる。日本においては競争と、協調の2つの傾向がみられるが、今後、競争から協調へと、創造都市のネットワークがますます重要性を帯びてくると考えられる。また、各都市においても、行政、経済界、市民、アーティストの連携と相互交流が重要になってくるように思われる。

## § 創造都市ネットワークの課題

こうした中で当 NPO 法人都市文化創造機構は創造都市論の第一人者であるチャールズ・ランドリー氏や、文化産業論のリーダーであるアン・マークセン教授などの研究者に加えて、ボローニャ、ベルリン、モントリオール、ベルリンなどユネスコのネットワーク加盟都市や、バルセロナ、シンガポールなど世界の創造都市の代表を日本にまねき、2005年、07年、08年に大阪市、神戸市、金沢市での世界創造都市フォーラム開催に協力してきた。

この中で、参加者が札幌、仙台、新潟、横浜、調布、浜松、京都、岡山、北九州などに拡大してきたので、全国の関係者との交流を進めるために、創造都市ラウンドテーブル会議を2回開催して、国内の創造都市ネットワークのプラットフォームを提供してきた。2009年度も、文化庁のご支援をいただきながら、横浜での文化芸術創造都市ネットワーク会議並びに、神戸、名古屋での創造都市専門家会議、そして、本創造都市セミナーを開催し、創造都市間のネットワーク構築、並びに、行政担当者のみならず、経済界や、市民、NPOそして、アーティストと多様な連携を深める機会を提供してきたところであり、更なる、連携を強めて行きたいと考えている。

ユネスコのグローバルネットワークのみならず、日本国内やアジア規模の多様な創造都市のネットワークが広がる時、深刻な経済危機を乗り越える新しい「創造的なアジア社会」が拓かれるに違いない。

### 《質疑応答》

Q：創造都市の概念は広いものだと思うが、なぜユネスコは7つのジャンルにしぼったのか。

A：多様性が大事なので、7つのジャンルで1つだけというのは、創造都市として情けないと思う。本来、多様な創造産業群があるというの



が創造都市の姿。しかし途上国の小さな都市で、すべてそろって強いというのはむずかしい。ユネスコは途上国も含めてどのような流れを作れるかと考える文化における国際政治の機関である。その立場からすると、1つだけでもあったら手を挙げて欲しいということになる。サンタフェははじめの方だったので、デザインとフォークアートの2つで受けたが、今はそんなことはなくなっている。

**Q**：デザイン事務所を仲間とやっている。このようなソーシャル活動にデザイナーはどのようにかかわっていけばいいのか、教示いただきたい。

**A**：ロンドンにはデザイナーズブロックの例がある。衰退した治安の悪い地域に、地価が安いということで若いデザイナーたちが住み着いて、次第にその周辺に面白い店ができて活性化した。つまりアーティストやデザイナーには衰退した地域をよみがえらせる力がある。またホームレスに対して「ビッグイシュー」というメディアを提供したのもデザイナーです。

**Q**：芸術が精神的エネルギーにおよぼす役割の大きさが、イギリスの政策に貢献したという点をもう少し詳しく教えていただきたい。

**A**：ブレア政権でいちばん上手くいったのではないかとされているのがクリエイティブパートナーシップである。たとえば、学校でコミュニティアートのアーティストと子どもたちとの出会いの場をつくると、集中力がなくて荒れていた教室の集中力が上がってくる。このように、アートを活かした社会実験が、ニューレーバーの時代に多く行われている。この辺が新しい文化芸術の役割ではないか。

