

## 平成 28 年度 文化創造都市高岡推進懇話会 会議録(要旨)

日 時：平成 29 年 2 月 28 日（火） 14：00～15：30

場 所：高岡市役所 803 会議室

出席者：【座 長】武山 良三

【委 員】川島 鋼、駒澤 義則、晒谷 和子、能作 克治、村上 隆

【アドバイザー】佐々木 雅幸

【事務局】草壁部長、長井政策監、柴田課長、新田主幹、寺口主事、鍋山専門員

### 1 開 会

- ・経営企画部長あいさつ
- ・座長あいさつ

### 2 内 容

- (1) 平成 28 年度 文化創造都市高岡推進事業の内容について
- (2) 平成 29 年度 文化創造都市高岡推進事業（案）について

事務局： — 資料説明 —

座 長：文化創造都市高岡推進ビジョンを策定した際には、高岡の多くのコンテンツを記し、推進にあたることになっていたが、これまでの成果について把握されているのか。

また、市のみではなく、様々な団体の情報についても収集し、定期的にお知らせしていただくということであったが、それらの取組みを事務局は把握されているのか。月々提供されている情報、各団体の取組み等について、本懇話会で話し合うことも良いのではないのか。

事務局：これまでの成果については、この場で個々に評価することは難しいが、例えば今年度はクラフト系の事業（市場街、楽市、クラフト展）を同時期開催した。これが要因の全てではないのかもしれないが、クラフト市場街の来場者が増加したと聞いている。

情報発信については、市及び皆様方からいただいた情報を月ごとに集約し、アート&クラフトシティ推進委員会や懇話会の委員の皆様方にお送りしている。引き続き、各団体からの情報を収集するとともに、委員の皆様方にも情報提供していきたい。

座 長：委員のみではなく、広く一般市民にも情報が提供できるようになっているのか。

事務局：一般の方への情報提供については、昨年度末にウェブサイトを立ち上げ、様々な情報を提供している。次年度に向けては市の事業以外の情報も収集・掲載しながら、市民活動の場や機会の拡大につなげていきたいと考えている。

委員： これら様々な情報は、広報誌「市民と市政」に掲載しているのか。

事務局： 掲載している。

委員： ウェブのPV数が9月は増加しているが、これはクラフト市場街等のイベントがあったからか。

事務局： 今回はクラフト市場街と金屋町楽市、クラフト展が同時期開催ということもあり、関係者の閲覧も集中したのではないかと考える。

委員： ウェブについては、どこからアクセスされたかのかを明確にすれば、閲覧者の求めているものが分かるかもしれない。ウェブは、これから最大の情報発信ツールになってくるはずなので、例えばJR西日本の「おでかけネット」など、若い人が見るサイトにリンクを張ればアクセス数が増える可能性がある。情報を発信していく場合は、一方的ではなく相互にリンクさせることが重要である。閲覧者が何を知りたいのかを把握することや問い合わせ（意見）を記入できる機能を追加するなどが必要である。閲覧者が求める情報に対しての働きかけが効果的であり、例えば、市のウェブサイトのポータルビューは、文化創造都市を示すものにするとか市のウェブサイトと対になる仕様にするなど大胆な発想が必要である。

座長： 例えば、一つのイベントでも関係するウェブサイトは多くある。個々からの発信に加え、相互にリンクさせることや情報共有のために行う個々でのメールなどについても能動的な取組みを行わなければ、アクセス数は伸びないし効果も上がらない。

委員： 自社もウェブサイトを活用しており、役に立っている。アクセス数を増やすことに注力するだけでも、高岡のPRに繋がるのではないか。何万件というアクセス数があれば高岡のPRに繋がらない。

事務局： 情報発信については広報統計課で常に考えている。今後は、広報の事業とも連動させる必要があると考えている。

委員： サイトにアクセスした人が、どういうキーワードで検索してきたかを分析することも情報発信していく上で役に立つ。

委員： 文化創造都市で検索しても現在のウェブサイトには直ぐ繋がらない。ホームページに高岡ならではのキーワードを入れることも必要。これからの時代、ウェブの活用は避けて通れない。

事務局： ウェブサイトやホームページの統一性については、クラフト市場街や日本遺産等に統一的なイラストを使用している。ビジュアルのイメージは統一して情報発信ができていると思っている。

座長： 芸術文化学部のフェイスブックは、各コースから情報発信することで多くの人が見る仕組みづくりができていることから、人気のある展覧会などは直ぐに拡散されている。この様な仕組みづくりが重要である。いかに能動的に情報を掲載できるかということだ。以前、時間軸にこだわりウェブサイトを作成したが、トップページに本日のイベントが表示されていくことから、それらの関連情報については他へのリンクで対応させた。まずは、「いま」高岡でどういったことが行われているかという情報を提供していくことが重要である。

事務局： 市のフェイスブックは組織を横断した若手職員がテーマを決めて随時、情報を更新している。ウェブサイトについても、積極的な情報発信をルーチンとしていかなければならないと考えている。

座長： 知りたい情報は、ウェブサイトで得ることができる。また掲載された情報は、データベースに集約され格納されていく。このように順次情報を蓄積していくとが、現在の情報にも繋がることになる。

委員： ウェブサイトについては、ページビューとページの滞在時間のバランスを分析することが重要である。流行のキーワードは毎年変化していくため、どのページがどこまで読まれたかを分析し、内容をリニューアルしていくことが重要である。

委員： 文化を創造するためには、ソフト面とハード面が必要である。ハード面としては、拠点となる施設をしっかりと整備していく必要がある。

ソフト面については、ウェブ等の情報発信をすることも重要であるが、根本となる文化事業についてもっと考えることが重要である。市はソフト事業を企画する際には、考える体制を整えることが重要である。プロの意見を聞くことや外部委託することなども視野に入れてはどうか。

アドバイザー： 北陸新幹線が開通したことによる効果として、どのような事が揚げられるのか、市の状況はどのように変化したのか。今後の高岡市を考えていく上でも、開業前と開業後の変化を明確にする必要がある。例えば若い世代の動きについて、高岡を素通りしている状況が見られるのかなどである。

事務局： 何をもって実績とするかであるが、注目度は確かに上がった。東京方面からのアクセスが向上したことにより観光客が増加したことやメディア等に取り上げられる機会が増えた。移住に結びついた事例もあるが、北陸新幹線開業効果かどうかは評価し難い。

アドバイザー： 金沢市は 21 世紀美術館の来訪者数が増加している一方で、近江町市場は人が多すぎることや客単価が下がっていることなど、ある種の観光公害となっている。

この様な状況の中で、国際北陸工芸サミットの開催地や地方創生の事業の一環としての大きなプロジェクトである国立近代美術館工芸館移転地としての決定もなされている。また、富山県では県立美術館が新しくなる。こうした流れは 2020 年に向けた動きであり、さらなるインバウンドも期待される。

この様な中で高岡市は、どのような取組みを行っていくのか。取組みを考えていく際には、文化やアート&クラフトシティの視点が重要となるが、核を決定しなければ評価はされない。2020 年はターゲットイヤーである。金沢市に取られている部分を引っ張ってくる、という観点を持たなければ迫力がない。

座長： 取組みを進めていくためには、先ず、情報を共有することが重要である。市役所の中でも様々な文化活動関連事業があることから、それらを整理して皆で情報を共有する。事業の結果についても見えなければ、次に進むことはできない。

委員： 市民が高岡市に対して興味がないように思う。市民の意識をどのように変えていくのかという観点もある。北陸新幹線が開通して近くなったため、高岡へ来てくださると言いやすくなったが、市民が自分の住む都市の良さを伝えることができなければ説得力がない。

委員： 市の歴史を教える場がない。市民は高岡の良さや歴史を知らない。高岡の企業も歴史の中でいかに近代化に寄与してきたかということを知らない。高岡の良さを伝える必要がある。伝える場として新たに建物が必要ということではないが、今まで蓄積されてきたものを学ぶ場所が無い。市民は、高岡から情報発信するモノがないと思っているのではないか。情報発信も必要だが、精神的なものを育むなど実のあるコンテンツを作っていくことも必要である。

委員： 能作委員が百貨店でトークショーをされた時、講演中「高岡」という言葉を多く言われていた。高岡のことが好きだからだと思う。高岡が良いところだと市民が思えば、皆も集まってくる。市民が「ふるさと高岡」に対する思いの心を持つことが大切だ。市民の多くが高岡には魅力が無いと思っておられるかもしれないが、外から見れば、意外かもしれないが「あいの風とやま鉄道」などは都会の人に人気がある。そういうこともあることから来訪する人に高岡の魅力が伝わりづらいという部分があると思うが、高岡の魅力を発見し発信していくことが大切だと思う。

委員： 高岡の歴史は重みがあり、財産である。ウェブサイトのアクセス数が少ないことは、高岡を多くの人に知ってもらう上で問題である。産業で人を呼び込む場合でも、高岡を知ってもらうことが大切であるが、お知らせしていく上での華が高岡には足りない。もっと鼓舞できるものを出していかなければ、高岡は発展していかない。

委員：博物館は建設から65年経過し、老朽化している。歴史都市高岡を打ち出した際には道路などハード面での整備を行ったが、肝心の歴史をどう教えていくかという部分について明確にされなかった。現在、資料はあるが展示できない環境である。文化や歴史を大切にする気持ちを育てるためには、場所づくりが必要だと思う。

配布資料にある文化創造都市高岡市民会議は、市民に委員になってもらい会議を行うのか。

事務局：何かを議論する会議ではない。市民が参加し、高岡の文化について考えてもらう機会としている。

委員：市民会議のあり方については1回限りの開催ではなく、継続した会として会員を募集し、参加出来る人を確保した上での開催や情報発信に活用する等とするのがよいのではないか。博物館でイベントを行っていた時は、興味のある市民に博物館の会員登録してもらい3年で300人集めていた。何かを開催する場合は、人を確保するということが大事である。この市民会議がたくさんの人に来ていただき、高岡を知ってもらい、意見を出してもらう機会となれば良い。

事務局：来年度は機構改革もあり、文化振興については教育委員会から市長部局に移る。スピード感を持ってより多くの市民に高岡を知ってもらい、魅力や強みなどがより伝わるように進めていきたい。ハード面については、人口が減少していく中で公共施設を今後どのようにしていくかということが大きな課題である。現在、公共施設全体の延床面積の15%を減らすことを検討している。

委員：施設の統廃合などは必要であると考えているが、内容の充実が重要である。

座長：文化創造については、誰が主体となるのか。文化創造都市高岡の実現のためには、仕方なく事業を進めていくのではなく攻めることも必要である。事業の企画・実施にあたっては、その責任の所在をどこにするのかを明確にすることが重要である。委員は、ただ意見を出すだけではいけない。文化創造都市という事業は高岡市にとっての生命線だと思っている。高岡市は全国の中でも歴史や産業があり、様々な団体が様々な事業に取り組んでいる珍しい都市だと思っている。

委員：高岡市民は良い財産を持っているが、うまくPRできていない。PRに文化人の起用を考えても良いのではないか。文化人の中には高岡をPRする力も持っておられる高岡びいきの方もおられる。その人たちのネットワークで、文化的に優れた方の高岡ファンを増やして欲しい。

座 長 : 文化創造都市高岡のテレビ番組については、この放送を文化創造都市高岡の推進にどのように反映させていくかを考えなければならない。高岡の財産を人によってPRしていくための方策を我々委員にも意見を求めても良いのではないか。

アドバイザー: 国際北陸工芸サミットは、単年度の事業を行えば良いのではなく、2020年まで繋ぐ事業として位置付けている。また工芸だけではなく、各地方が持つ文化関連事業を2018年～2020年の間にどう展開していくのかという視点が必要である。

座 長 : そういう視点では「知る」から行動を始めることが良いのではないか。例えば今年度実施した、クラフト市場街、金屋町楽市、クラフト展の3つのクラフト系イベントを繋げ、同時開催したことは良い取り組みだった。

### 3 閉会