

## 第2回 文化創造都市高岡推進懇話会における委員の発言要旨

日 時：平成25年10月1日（火） 午後3時～午後5時

会 場：高岡市生涯学習センター 6階特別会議室

出席者：【委員】駒澤 義則、晒谷 和子、新谷 秀夫、武山 良三、能作 克治、  
林口 砂里、蓑島 毅、村上 隆

【プロモーション委員】松原 博

【アドバイザー】佐々木 雅幸

【当局】岡田部長、鶴谷課長

【事務局】鍋山室長、中嶋主査

### 1 開 会

### 2 委員長あいさつ

### 3 審 議

#### (1) 文化創造都市高岡プロモーションチームの取り組みについて

<松原プロモーションチーム委員長より説明>

#### 【意見交換】

委員：

報告にあるように、市内には様々な取り組みがあるが、それについて知らないという実情がある。それらをまとめ情報発信することが大切である。また、体験する・楽しむというキーワードが出ているが、鋳物工場を見学したいという申し出が会社にもある。本来であれば、鋳物の工房や体験ができる場が高岡にあるべきだと思う。体験工房など体験できる場を設けてはどうか。

委員：

楽市では金箔貼り体験や風車づくりなども人気があり、多くの方が体験していった。「体験」というキーワードは高岡の文化創造においてははずせない要素である。

委員：

一般人にとっては現場を見るということも大きな触発となる。体験は実際の工場には負担になるので、現場は見てもらうだけに抑え、体験は今ほど発言があった工房などの施設で担ってもらうことがよい。

プロモーションチームから出ているキーワード、知る、繋ぐ、見える、は大切な要素である。市民が自らおもてなしするためにも、文化や考え方を理解してもらうことが必要であり、理解・認識・共有が鍵となる。また、プロモーションチームの意見であった「子ども」も大切な要素である。

報告にあった、「見てもらうことで現場の工場の人たちの意識が向上し、自分の仕事に誇りを持ち、おもてなしについて実践するようになった」ということも優れた視点である。その結果として、自分の仕事に対する認識も変わり、自然と意識改革が始まる。また、自己紹介する機会が増えることで話すスキルも向上し、来客者の満足度も増すという好循環が生まれていく。総じて、理解・認識・共有がポイントであると考えます。

委員：

工場には見学者は一度には入れないと思うが、(株)能作の工場は何人ほど見学可能か。

委員：

最大で100人まで見学対応している。50人ずつ入れ替えしており、半分は事務所、半分は工場という対応で見学頂いている。ただこれは子供さんたちの場合で、大人だと80人が限度である。

委員：

クラフツーツリズムなどでも工房巡りを行っているが、(株)能作のように大きな工房のない所も多く、10人入るのがやっとというところもある。体験などは当然できないので、そういった部分を担う施設が存在し、実際の現場への見学は会社の負担にならない範囲で行うといった方法がとれば効率が良い。

委員：

工房を見学してもらうことのメリットは何かあるか。

委員：

知って頂くことで不思議な縁が繋がる。東京等から突然見学できないかとやってくる方もいるが、そういう方もなるべく受け入れるようにしている。見学して頂く直接的な成果は見えずとも、結果的には大きなメリットがあると実感している。

委員：

「知ってもらう」を実施していく主体がどこなのかが問題である。

委員：

個人で情報発信している方などがキーパーソンになれば良い。

委員：

情報は個人の方が面白いものが出る。個人の繋がりをどうつないでいくかが鍵である。

委員：

プロモーションチームでも情報発信をどうするか、それを行政がやるのかあるいは個人があるのか何度も意見が出ている。また、ニーズある情報を提供していくことが必要。

著名なプロダクトデザイナー等が「高岡は面白い」と各方面へ言ってくれれば、自然と情報が広がる。そういう情報発信のしかたも含め、どうやって知ってもらうかの仕組みを考える必要がある。

委員：

積極的に活動している団体の情報をリサーチして集め、発信するだけでも良い。

委員：

プロモーションチームでも、多様な事業についてまとめて共有してはという意見が出ている。

委員：

情報発信やブログの制作などが好きな方に依頼し、そういう人がそれで食べていけるような仕組みをつくれればそれがベストではないか。

委員：

お天気情報なども全国のレポーターなどが SNS に情報をあげるシステムがあったりする。そのように市民が自由に情報をあげられる SNS があってもいい。フェイスブックの情報アップは見ているだけでも面白い。

委員：

高岡のイベントについても、効果を分析していないという課題があると思う。また、イベントの方向性が市内向けなのか市外向けなのかも明確ではない。成果の実証ができないまま事業数だけが増えておりバランスを欠いている。

各事業を整理していくためにも、大きな方向性を定め、それに個人のイベントが連なるような形をつくる必要がある。その内容をこの懇話会で検討することも必要と考える。

委員：

他都市の事例では「アイラブニューヨーク」などが挙がるが、市民に対して方向性を示すことが大切である。

委員：

現在はイベントも大小さまざまなものが混在している。

委員：

イベントは単発的なものであるから、そのイベントを一度整理することが必要。行政が方向性を決め、民間もそれに沿って協力していくことで、ベクトルの方向性をそろえていくと良い。

委員：

市内のイベントを包括的に評価したものは意味がある。イベントについては、ローカルリティがあるから面白いという相反する部分もある。

委員：

ほかの小規模の都市などでは、PR するものが限られているという場合があるが、高岡は多様な要素があるため方向性が定まり難い。集約していく「核」になるものが必要。

委員：

クラフト市場街のターゲットはどのような方々なのか。

委員：

クラフト市場街の軸としては、これまで続いてきた「高岡クラフトコンペ」があり、全国でも非常に質の高いものとして自負している。質の高いクラフトを提供し、それに

ひけをとらない高岡の街並みなどを紹介している。ターゲットとしては、県外ではデザイナーやバイヤー、アート好きな方々などアンテナの高い人を想定している。地元に対しては、自分たちの豊かな文化を知って頂くために、食とコラボするなど、市民に親んでもらうことを主に考えている。いずれにしてもブログやネットを活用し、リリースを多数送ってPRしている。

アドバイザー：

クラフト市場街は海外からも人が来るか。

委員：

現状は海外には発信できていない。将来的には海外からのインバウンドを狙っていきたくと考えている。

委員：

トップページに英語版があるとキーワード検索でヒットする。優れた内容をやるからこそ、PRはすべきである。

委員：

県外からゲストとしてクリエイターを招聘している。外部の方を入れる良し悪しもあると思うが、非常に熱心に高岡にかかわっていただいております、彼らからの情報発信は効果的である。

委員：

そういう方々を高岡観光大使などに位置づけ、市場街以外でもお世話になっていただくなどご縁を広げていければ良い。また、情報の棚卸を隣県も含めてやってみることも大切。

アドバイザー：

市場街はメッセ機能を付加価値として考えていると思う。そのためにも、商売できる要素が入ってくるといい。金沢はおしゃれメッセと銘打ってイベントを行っている。

委員：

クラフトの販売でその部分を担っていきたくと考えている。

アドバイザー：

高岡で作品をつくることができ、販売、プロモーションまでやってくれるとなると、若手の作家には非常に魅力的に映り、定着するのではないかと思う。その機能をワンセットで動かしていくことができればと思う。そして、その機能をひとつのシンボルにしていくことがブランドにも繋がるのではないか。

アドバイザー：

世界中からそれを望んで、来てもらえるような流れを生み出すことが大切。

委員：

工房の話があったが、お客さんは作家さんと話をしたいという気持ちもあると思う。松本のクラフトフェアはその象徴かと思う。活動がある一定の水準を超えるとそれらの

循環は軌道にのり、販売に繋がり発展していくように思う。

アドバイザー：

その活動機能をどこかが担っていかなければならない。

委員：

それらを実行委員会等がやる場合、どこまでできるかという問題がある。いかに責任をもってやっていただける参加者を募れるかがポイントだと思う。やる気あってそれを楽しみにできる方を探し、お願いしていくことが必要。

委員：

クラフツーリズムではバイヤーと学生向けの 2 種類を実施しており、最終的にはリクルートにつなげて行きたいと考えている。学生が高岡に定着してほしいという願いがある。ハローワーク経由だと単純な作業員になってしまうので、そうではない「クリエイションしたい」という人材を直接取り込めるルートをつくることができないかと考えている。

委員：

人づくりが大切であり、産業・観光を担う人を創っていくことが大事だ。有田焼などの現場でも体験にきていた学生が卒業後就労し、そこで結婚して工房を設けるなどの展開があると聞く。高岡も後継者問題が存在すると思うが、高岡へ旅の人・よその人を呼ぶ必要があり、そのためにも市民の意識づくりが求められていると思う。市民が認識して連鎖してく流れが欲しい。

文化創造大学などと銘打って、ざっくばらんなディスカッションの場などあるとよい。交流があってそれが発露して次へフィードバックしていく場が欲しい。

高岡はものづくり文化に代表される創造性がひとつのポイントであろうと思う。なんらかの方法で選択と集中を行うことが大切だと思う。

委員：

ソフトとハードについて触れると、体験工房設置などはハードだが、町屋や空き家などを活かすとハードとソフトの両面からのアプローチとなる。双方をわけて考えるのではなく一体として考えていくことも必要と思う。

委員：

自身、高岡伝統産業青年会の会長をやっていたとき、工芸村というものを設けてはどうかという意見があり、日本中の工芸村を見学に行った。当時の高岡短大の卒業生を地元に残すため、工芸村に住まわせて、産業振興と観光に繋げようと考えたことがあった。今の話し合いはその当時の議論を実現しようとしているように感じる。

今の若い人は採算が合わないとなかなか事業に取り組もうとしないが、やはりやらなければだめだと思う。KANAYA ブランドなどもメディアが多数取材にくる。それによって外部に知ってもらい一因になっていると思う。

高岡のものづくりには 400 年の伝統がある。現代は裏打ちされた場所・モノでないと

付加価値とならない時代と思う。そのためにも行きたいまちをつくり出す必要がある。トライしてみる気持ちが大切。金屋町を始め高岡ならではの伝統で裏打ちされた街づくり・イメージづくりが大切だ。

委員：

自分たちのまちを自分たちでなんとかしていくという気運を創り出す必要がある。高岡市民が高岡の魅力を知るために何ができるか、考えていくべきと思う。

高岡では従前から才能のある人たちが東京へ行ってしまう、東京で有名になってから再評価されるという雰囲気がある。

また、金沢の人たちも市内の人が発信しているというよりは、市外から来た人たちが発信しているという印象がある。そういう流れが生み出されればと思う。

自分たちの町を自分たちで発信していくためにはイベント過多も問題かと思う。同じ日に同じようなイベントを行っているケースが多い。横の連携がないと感じる。そういういった情報について一覧できるものがあれば。ただ、それをつくる前にまずイベントを減らさなければいけない。

委員：

高岡市イベント課、まちづくり課などあっても良い。韓国は文部科学省と観光がセットになっていると聞く。イベントなどは統一していかないと力が分散してしまう。その結果、市民団体の力も分散している。

委員：

経済的な基盤がないと文化はつづかない。まず商店街の人にしっかり稼いでいただくこと、その上に文化や茶道が花開く。事業が多いという話があったが確かに、イベントが多すぎると駐車場にも困る現状がある。

## (2) 提言作成について

アドバイザー：

ユネスコの中でも「今後、文化が画一化してしまうのではないか」という危惧する意見があった。文化は多様性を持っていたほうがいい。

創造都市はそれぞれの都市にとってもアイデンティティになるとともに、交流のハブになるチャンスと思う。そのあたりもふまえ戦略的に考えていけると良い。地域が文化性を高め、都心に文化が集中しないようにしていきたい。

また、メディア・文化・スポーツなど、観光と文化を一緒にしていくのは世界的な流れである。今までの話し合いにあったように、文化創造都市というのは、文化部局だけでは終わらない。産業や観光にも繋がる、全体的な視野を持った総合的な計画である必要がある。それを生むにはこれまでの縦割りスタイルでは実践できない。この懇話会等がその主体・推進機構として動いていけばいい。

アドバイザー：

他市でもスポーツ・体育・農政・観光などを一緒にした部局を設けて進めているところもある。また、条例設置で推進協議会を設け、色々なトライアルをしている市もある。

高岡では最初、教育委員会生涯学習課で昨年事業が立ち上がり、つぎに市長部局へ移管してきた。次の展開についてしっかりと考えねばならない。

委員長：

委員の皆様には幅広い意見を頂きありがとうございました。

(「今後のスケジュール」の説明)

事務局

以上をもちまして本日の会議を終了いたします。ありがとうございました。

終了 17:00