

# 平成 26 年度 第 3 回 文化創造都市高岡推進懇話会 会議録

日 時：平成 27 年 2 月 16 日（月） 10：30～12：00

会 場：高岡市役所 801 会議室

出席者：【委員長】武山 良三

【委 員】川島 鋼、駒澤 義則、晒谷 和子、新谷 秀夫、能作 克治、林口 砂里

【当 局】草壁次長、鶴谷課長

【事務局】鍋山室長、中嶋主査

## 1 開 会

## 2 審議事項

○文化創造都市高岡推進ビジョンの策定について

- ・パブリックコメントの結果報告
- ・文化創造都市高岡推進ビジョン最終案について意見交換

事務局： — 資料説明 —

委員長：パブリックコメントとして「わかるような気もするが、しっかりと腑に落ちない」という意見があった。

事務局：そのご指摘に対しては、8 ページの修正で対応させていただいている。「Art」、「Craft」、「City」それぞれの関係が不明確という指摘もあったため、3 つの文化力についての説明を補足している。また、それぞれが相互作用することが重要だという内容を、追記した 3 行で表現している。

委員長：相互作用するという部分が分かりにくいのだと思う。

また、「ヒト」に関する説明の中で、市民性と、風土や自然環境が同列になっていることについても、何か説明があったほうが良いと思う。

私の感想としては、「Art & Craft City」というスローガンの中で、「Art」が先頭にあるため、まず「コト」があり、次に「モノ」があり、「ヒト」があるという印象を与えてしまっているのだと思う。本来の順序としては、「ヒト（自然や人）」があり、そこから「モノ」が生まれ、「モノ」が発展して「コト」につながる流れかと思う。高岡の場合はさらに、「コト」がまた、「モノ」にフィードバックする。関係性としては、スパイラルを描くような形で、自然や人からはじまっていったものが、文化で花開き、町をレベルアップさせるというようなイメージがあると良いのかと思う。

並列になっており、かつ、「コト」が強く出ていることが、わかりにくくしている理由かと思う。

事務局： 「ヒト」は「モノ」や「コト」に比べて、もう一段階大きい概念と理解している。

委員： 私は、このビジョンで市民とコミュニケーションをとっていく際に、どうしたら伝わるのだろうかということを考える。このビジョンを作ってきた方の気持ちや努力が、市民に染みていくように伝われば良い。前回曼荼羅の話をしたが、コミュニケーションとしていく表現方法を工夫する必要があると思う。

昔、グラスゴーの美術学校の卒業展に行った。とても充実した内容の卒業展だった。さらに、何気なく立ち寄った喫茶店に当たり前のようにマッキントッシュの椅子が使われており驚いた。高岡においても、すごいものが普通にあるということを伝えたい。

事務局： どう市民に伝えていくか、来年度に向けて取り組んでいかななくてはいけないことだと思っている。高岡市は文化的な厚みがあるので、その土台を活かしていくというのが、文化創造都市の取組の基本的なスタンスだと思う。

委員： 人を中心にして伝えていくと良いと思う。市民がどう動けば良いのかということ伝えれば良い。市民は文化や歴史、伝統産業の重要性を知らないことが多い。あえて言うことではない部分かもしれないが、あえて言ってあげるべきだ。意識付けできる内容が必要だと思う。

委員長： 高岡にはそれなりにイベントがあるが、そこまでのアクセスなど、行間に相当する部分が弱い。例えば、松本のクラフトフェアでは、駅に表示があり、会場までの道中にバナーが吊られていたり、沿道のお店にフラッグが掲げられたりと、町全体でクラフトフェアを支援する雰囲気造成されている。しかし高岡の場合、駅を降りてから大和に行くまで、どこでクラフトコンペが行われているのかわからない。「高岡クラフト市場街」の中でその問題点を改善しようとしているが、まだまだ関係者だけが取り組んでいるという印象で、まだ市民の関心は低い。

今は連携の時代ではなく連鎖の時代であり、それぞれが自立的に考えて取り組んでいくことが、文化力につながっていくのだと思う。そういったことを市民にうまく伝えられるような形をとれたら良い。

委員： 28、29 ページにグラフが掲載されているが、右肩下がりとなっている。市民がこれを見た時に、やはりダメかという意識をもってしまいそうな気がする。

委員長： 能作さんを筆頭に、デザインを取り入れた商品が売れているなど、なんらかの右肩上がりのグラフを入れることができれば良い。

委員： 一方で、危機感を持っていないという状況もある。右肩下がりの現状と、努力している分野では伸びているその両方が見せられれば良い。

委員長： 文化を取り入れたところは生き残り、そうでないところは取り残される、と明確に明示したほうが良いのかもしれない。

委員： 私は市民に伝える難しさをこの数年で非常に感じている。積極的に活動されている方は一部に限られており、その熱がなかなか外に伝わっていかない。全国の地方都市が同様の状況にあるということ認識しておらず、さらにその中で、高岡は文化力を強みに活動していくのだということ伝えることは本当に難しい。また、市民の方は日々忙しすぎて余裕がない反面、お父さんたちは休日になるとパチンコに行ったり車を洗ったりしている。市民が地域づくりに参加できる状況を作るために、発信し、意識づけしていくしかないのだろう。

事務局： 行政などから発信しても、共感してもらえないのが現状だと思う。しかし、高岡には、文化と思って取り組んでいるかはわからないが、色々な文化活動を行っている方が大勢いる。スタートとなる点が他の地域と比べて高いということはどう伝えていくかは、もう一工夫しなくてはいけないと考えている。

委員： それぞれ異なる分野で取り組んでいる方たちが交流するきっかけを作ることが、大事だと思う。

委員： 高岡市民はもっと高岡を知るべきだ。知る機会をたくさん与えてあげれば良い。昨日、別の会合があり、そこで、富山県は創業者率が全国で一番低いという話があった。それだけ皆が安心して暮らしている地であるということでもあるが、逆に、もっと前へ前へという意識が少ないということでもある。基本は、自分の足元を知り、自信を持つということが大事だと思う。

委員長： 高岡はブロンズ肖像の設置率が高い。それらがどういった方法で作られているか、どのような作家さんが作ったかなど、市民が説明できればそれはとても良いおもてなしになると思う。

高峰譲吉や林忠正に関するものなど、駅のような皆が使う空間に、地元には素晴らしいリソースがあるのだということを標榜していくことが重要だと思う。

委員： 室崎琴月さんに関しても、生家が山町筋にあるとはあまり知られていない。

委員： 今、宝塚市役所でも高岡と同様の取り組みを行っている。今の宝塚市長は、立候補した際、宝塚歌劇団をネガティブに捉えていた。しかし当選した途端に、宝塚歌劇団は宝塚市の宝だとおっしゃっている。市長が積極的に発言していくというのは大事なことだ。「また同じことを言っている」という考え方が、だんだん、「本当にしっかり考えている」という認識に変化していく。高岡においても、この取り組みに関して、市長に積極的に発言いただければ良い。

事務局： 最近では、新幹線開業後を見据えた市政の柱として、文化創造都市を打ち出しているという流れになっており、市長も各所で文化創造都市の取組について話をしておられる。

委員長： 「ものづくり・デザイン科」についてももっとフューチャーしても良いと思う。具体的に、じわじわと成果が出てきていると思う。色々な価値観を持っている人が自由に議論する場がない中で、ものづくりやアートというのは、先入観をなくすことのできる有効なツールだ。「ものづくり・デザイン科」で何かを作っている間、子どもたちは自由に大人や先輩と交流ができる。「ものづくり・デザイン科」を経験した子どもたちは、他の子どもたちと比べて、フランクに色々な人たちと会話できる能力が身についてきているなど、そういうことを指標として掲げることができれば、まずお母さん方の理解が得られるのではないかと思う。このような取り組みが行えるのは高岡だけだ。

委員： 当社の工場にも2万人程度が見学に来ている。私は、子どもたちが見学に訪れた際は必ず鑄造を見せるようにしている。炎があがっているシーンというのは、他ではなかなか見ることができない。

委員長： このビジョンの中でも、16ページに、「知る」に関する具体的な取り組みの一つとして記載しているが、「ものづくり・デザイン科」に関する記載はもう少し目立っていても良いと思う。

また、「ヒト」についてだが、人そのものに着目したほうが良いのではないか。人自身が育っていくというか、人が学び交流し、そういった活動を通して豊かさを

享受できるということを伝えれば良いと思う。私は、交通の要衝や文化施設などが「ヒト」の例として挙げられていることに違和感を抱く。

事務局： 環境という観点で、少々強引にカテゴライズしてしまったところはある。

委員長： 詳細として本文中に記載しても良いと思うが、8ページの図においては、網羅的にすべての項目を示す必要はないと思う。特徴的なものさえ記載されていれば良い。

委員： 私も、人づくりが一番大事だと思う。私は高校1年生まで、平米校下で育ったが、銅器、捺染の見学をする校外学習が楽しみだった。そこで、高岡は日本一だと教えられた。それが「ものづくり・デザイン科」にも、「高岡クラフトコンペ」にもつながっているのだと思う。高岡市は、富山市と金沢市に挟まれているからといって、卑屈になる必要はない。文化的には高岡のほうが優れていると思うし、そのことを、子どもたちに教えていけば良い。そういう意味で私は、人づくりが最初にあり、そこから伝統産業や観光などに結びついていくと思っている。

委員： 「コト、モノ、ヒト」というのは一つの言葉として今まで使ってきた。「ヒト」が一番重要で、特徴的な部分が「コト」や「モノ」なのだと思う。一番下にある大きな土台が「ヒト=City」なのだと感じている。

現在、高岡市立博物館で高岡捺染の展示を行っている。昭和10年頃まで、高岡捺染は、銅器と肩を並べるほどの生産額が誇っていた。しかし、現在では、捺染ではなく、染物屋として2軒残っているだけだ。

28、29ページのグラフでは、不安になるような数字が出ているが、能作さんのように、芸術的、文化的かつ伝統的な仕事を成し遂げられる方が、このような現状を変えられるのだと思う。先日デザインセンターで、伝統工芸保持者の表彰があった。そこで若い方が積極的に新商品を開発されていることを知った。能作さんに続き、若い方が世界に出るような仕事をするということが、高岡の伝統産業を成り立たせることにつながるのかと思う。

私の家は15年ほど前に建てたのだが、今、どこかが壊れて修理しようとしても、部品がない。キッチンの蛇口にしても同じ製品がなく、すべて取り替えなくては行けない。10年や15年ほど使ってあとは捨ててしまうというのは、残念なことだ。物を長く使いたいというのが、今の庶民の思いとしてもあると思う。本当に良いものを直して長く使うことが、結果、良い物を生み出していくのだと思う。

自信をもつということは、高岡の歴史や伝統を子どもたちが引き継いでいくということだと思う。「ものづくり・デザイン科」の取組を続けていただきたい。私の

子どもが小さい時、現在の高岡地場産業センターで一緒にものづくりをした。自分たちで作ったものは、今でも大事にしている。

学校教育はとても影響力があると思う。博物館でものづくり体験を行っても、あまり人が来ないので伝えきれない。それでも評判は良く、自分で作ると愛着がわくという声を聞く。

委員長： 学校教育における数値や、能作さんの工場を訪れる見学者数などがグラフになるとわかりやすくて良いのではないか。積極的な活動が行われている市場について、資料で表現できればいい。

委員： 輪切りにして鑄造するという本来の作り方で作られた大仏は、奈良と鎌倉と高岡の三つしかないそうだ。だから、それらが三大大仏だということだった。知る人は知っているのであり自慢して良いことだと思う。教育の現場などでも伝えていけば良い。

地元のことを市民が知らないというのは高岡だけではないと思う。金沢の市民も金沢のことを知らない。そのため、負い目に感じることはない。ただし金沢は、市役所や地元企業、団体など、売り込み方が上手だ。そこが違いだと思う。

市民に対しては、上からの目線ではなく、「みんなで一緒に知っていきましょう」という視点が必要だと思う。一般の方は「文化は上流階級のものであり、自分たちに関係ない」と思ってしまうがちだ。まずその意識をなくさなくては、高岡の文化を知ってもらうことも、文化を高岡の自慢につなげていくことも難しいと思う。高岡には知る人ぞ知るものがあるのに、地元の人が知らない。

8ページの「ヒト」の例についてだが、市民性も自然環境もすべて風土だ。金沢の隠居所だった高岡の風土の中で、おのずともものづくりが生まれ、それが結果として、文化になった。さらにそれが伝統工芸につながっていく。また、同じ工芸でも、高岡には、芸術工芸と民芸の両方がある。そういうことを、少しずつでも市民に知ってもらう必要がある。言葉のレベルではなくて、もう少し広がった形で伝えていかなくてはならないと思う。

パブリックコメントでわかりづらいという意見があったように、言いたいことは伝わるが、「それで何なのか」と高岡の人は思うだろう。もう少し市民と同じ視線に立たないと、せっかく良いこと言っても伝わらない。

先ほど宝塚の話があったが、宝塚市に宝塚歌劇団以外に何が残るものがあるかというところは見つからない。そのことを宝塚市民はよくわかっている。同様に、高岡市民が文化や伝統産業に対し、「自分たちの町にはこれしかない、これこそ我が町の誇りだ」と思えるような方向にもっていく必要があると思う。

高岡がものづくりの町であり、万葉の町だということは、3代前の市長からおっしゃっていた。市民が同じようなことを言えるようになる方策を練るべきだ。

能作さんが鑄造の炎を見せてあげるという話があったが、幼いころに経験したことは、その後の人生に大きく影響する。「越中万葉かるた大会」で3年連続優勝したことから、万葉の学者になりたいという子がいる。大事なのはきっかけなのだと思う。体験も施設も必要かもしれないが、もう少し市民目線に立ち、市民がなぜ伝統産業に興味を持たないのかということをもう一度見直し、それを形にする視点がほしい。

委員： どの町も同じように、自分たちの足元を知らないという状況の中で、それを知ることが迫られているのだと思う。日本は、世界で誰も経験したことのない人口減少の時代に入っており、このままでは市町村が成り立たなくなっていく。これまではそんなことを考えなくても生きていたが、これからは生き残りをかけて自分たちの特徴を認識しなければいけない状況だ。押し付けではなく、子供たちの視点で学べることも大事だと思う。また、大人はまず危機感を持たないといけない。この先も変わらずに生活していけるのではないと意識した時にやっと、自分たちが取り組む必要性を感じられると思う。今は、自分の人生とは関係ないと思っている人が多い。一人ひとりに関わることだという意識を持ってもらう必要がある。

委員： 新高岡駅に新幹線の速達タイプが停車しないとなった時、市民のほとんどが停車させようとした。しかし私は、停車しないなら停車しないなりに高岡に来てもらう方策を考えるべきであって、列車を停めるための方策をとるとするのは間違っていると思う。例えば、駅弁一つを買うために、各駅停車の列車に乗る人も、たくさんいる。

山町筋や金屋町、瑞龍寺、勝興寺など、東京の人が見たらすごいと思うものが、高岡にはたくさんある。先日、テレビで能作さんのチョコレート台付きのチョコレートが意外と売れているのを見た。高岡にこういうものがあるのだということ、行政が中心になって売り込んでいけば良いと思う。高岡は誇るべきものがあるのに、知らない人たちはそれが高岡発信のものだということ、知らない。

委員： これだけ高岡だと言っている、東京に行くと「能作さんは東京の方でしょう」と言われる。

テレビの影響は大きく、放映されたのが8時過ぎだが、夕方の5時くらいまでホームページがパンクした。それほどアクセス数が増えた。

私が高岡に足りないと思うのは、大きなシンボルだ。今は低い草木がたくさん生えているような状態だと思う。新高岡駅の前に、大きなシンボルができるというこ

とが大事だ。そうすると全国ニュースは高岡に集中し、海外の方も足を運ぶようになる。また、そのシンボルの制作費の一部として、市民、子どもたちから 100 円でも良いので資金を集めれば話題性としても良い。

委員： 大きい物を作る必要はないのかもしれないが、高岡はこういう町なのだという意識を定着させるものがあれば良い。

委員： 私の会社が有名になった理由というのは、単に金属が曲がったからだ。それによってその他の商品も売れている。同様に高岡にシンボルが一つあると、今持っているその他の地域資源も光り出すと思う。

委員長： ドラえもんに関しては、キャラクターそのものもそうだが、背景にある夢を描くことをもっと強調すべきだと思う。「ドラえもんポスト」は素晴らしい取り組みだと思うし、もっとアピールすべきだ。また「どこでもドア」というコンセプトを、町の色々なところに展開できれば良いと思う。古い町家に「どこでもドア」があり、扉を開けるとインスタレーションが広がっているなど、アイデアとしては面白いと思う。

委員： 山町筋や高岡大仏など、既存のものを活用しても良いかと思う。「モノ」も「コト」も「ヒト」もあるがそれらがうまくつながっていない。

委員： 新高岡駅の階段下の広告看板を申し込んだところ当選した。高岡の場合広告費は年間 90 万円だ。一方、同じ大きさでも、富山であれば年間 200 万円、金沢の場合は年間 400 万円だそう。JR は、富山県内には金沢の半分以下しか乗降客がいないと考えているのだろう。

委員： したたかにメディア戦略を行わないと、せっかく作ったものも宝の持ち腐れになってしまう。

委員： なぜ大仏が良いかという維持費がかからないからだ。大仏は年に 1、2 回お身拭いをすれば、マスコミが大勢集まる。

委員： 「はくたか」に乗って富山県に入ると、誰もが知っている「ムヒ」の看板が出てくる。「ジャポニカ学習帳」も高岡の企業だが、あまり知られていない。

委員： 「アロンアルファ」もそう。すごいものが普通にあるが、市民には普通すぎる。



委員長： 地域の外に出れば地元の良さがわかるが、高岡の人は出不精だ。市民に知ってもらう上では、高岡に来たお客様をおもてなしするというのが重要なキーになると思う。例えば、市民一人一人が文化観光大使のような位置づけになる取組ができれば良い。講習会などを受けてもらい講習会終了後に、銅もしくはスズ製の大使カードが貰えるといったように、わかりやすく具体的に市民が高岡のことを知れる仕組みがあれば非常に良いと思う。

委員： みんなが誇りに思う町におのずと人は興味を持つ。高岡を知ってもらえる、高岡の良さがわかるという方法を今後考えていけば良い。

委員： 高岡市へのリピーターが増えている。クリエイターや作家、デザイナーや編集者などだ。私の友人も、先月は毎週高岡を訪れていた。そうになると次の段階として、彼らは自分たちが暮らす場所、仕事ができる場所を探す。実際、空き家を使いたいという人が10組ほどいる。一方、あれほど町中である源平町でも、40パーセントが空き家で、一人暮らしのお年寄りを入れると60パーセントになる。子供がいる世帯は2世帯しかない。つまり限界集落になっている。そこで、マッチングをさせたいと考えて家主に話をするが、家を貸していただけない。高岡だけではないと思うが、家を貸したり売ったりすることは恥ずかしい、めんどろ、その人がどんなふうにするかわからないから貸せない、といった理由からだ。

委員： 行政に仲介に入ってもらい、空き家バンクのような形をとる必要があるのだろう。

委員： 空き家を貸すためには、ある程度改修をしなければいけないし、物を片付けなくてはならない。そのための費用がネックになっている。その点に関して、行政が補助をしてくれれば良い。

市民側の意識が変わり、外からの人を受け入れてくれるようになれば良いと思う。

委員長： 町の顔役自ら説得いただくと良いのかもしれない。地権者同士でやりとりをしていただくことが、非常に効果的だと思う。行政だけでも、なかなかうまくいかないことが多い。

毎回のようになんご意見をいただいた。いくつかの点については反映できるかと思う。最終的な修正と確認は、事務局と委員長に一任いただくということで良いか。

一同： ー 合意 ー

委員長　：　今回は最後の懇話会となる。事務局には、ビジョンを具体化するための推進体制を継続していただきたい。具体的に「これをやっていきましょう」と進めていけるようになれば良いと思う。

### 3 その他

- ・今後のスケジュールについて

事務局　：　来年度も懇話会を設置し、文化創造都市の推進について意見交換を行う。委員の構成については来年度以降、またご連絡することとする。

### 4 閉 会

以上