

文化創造都市高岡 推 進 ビ ジ ョ ン

Art × Craft × City

目 次

第1章 はじめに

(1) ビジョン策定の目的及び推進体制	01
(2) 高岡市を取り巻く現状と課題	02
(3) 文化創造都市が求められる背景	02

第2章 目指す都市像とそのための戦略

(1) 高岡の文化力	06
(2) 文化力から導き出される都市像	08
(3) 文化力を発揮するにあたっての課題	10
(4) 文化力を発揮するための4つの戦略	11

第3章 文化創造都市高岡の実現に向けた取組

戦略1. “知る” 市民一人ひとりが高岡の文化を知り、文化に親しむ機会を拡大する	14
戦略2. “創る” 地域固有の文化に親しみ、交流を生み出す「創造の場」を形成する	18
戦略3. “つなげる” 文化を超えた交流を創出し、産業など他分野の活性化へつなぐ	21
戦略4. “伝える” メディア戦略等により、高岡の認知度向上、ブランドの形成を進める	23

第4章 推進体制

資料編	26
参考資料	33

第1章 はじめに

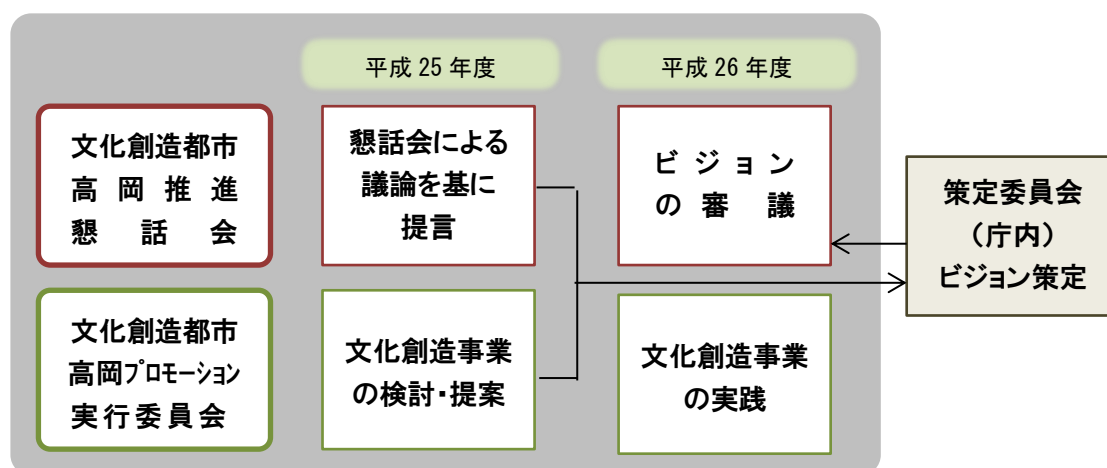
(1) ビジョン策定の目的及び推進体制

文化創造都市高岡推進ビジョン（以下「ビジョン」という。）は、高岡市が文化創造都市¹として目指すべき都市イメージを明らかにするとともに、その実現に向けて、文化、芸術、産業、観光等に関する施策を一体的に推進するため、おおむね 10 年間の基本的な指針を提示することを目的として策定するものです。

文化創造都市高岡の推進にあたっては、その実現に向けての提言や具体的な施策につながる事業等の企画の提案を行うものとして平成 25 年 4 月に文化創造都市高岡推進懇話会を設置し、平成 26 年 3 月にはそれまでの議論に基づき、今後の文化創造都市高岡推進の方向性に関する提言を取りまとめました。

また、平成 25 年 7 月より、具体的なアイデアの創出や事業企画等を提案する組織として文化創造都市高岡プロモーション実行委員会が設置され、文化創造の実践的活動として各種イベント、講演会等の企画を行ってきたところです。

本ビジョンは、文化創造都市高岡推進懇話会の提言、また、文化創造都市高岡プロモーション実行委員会によるこれまでの実践等を踏まえ、庁内に置かれた策定委員会で原案を策定し、文化創造都市高岡推進懇話会の審議、パブリックコメント²等を経て、最終的に取りまとめたものです。



（２）高岡市を取り巻く現状と課題

わが国では少子高齢化が急速に進んでいます。また、平成 17 年からは人口減少も始まり、今後は社会保障費の増大、生産年齢人口³の減少による経済への影響などが懸念されています。

高岡市の人口は 17 万 6 千人、高齢化率（65 歳以上の割合）は 30%（H26.3 末）となっており、約 10 年後の平成 37 年に人口 15 万 4 千人（12%減）、約 20 年後の平成 47 年には人口 13 万 6 千人（23%減）高齢化率 38%となると推計されています。また、それに伴い消費行動の変化や労働力不足、社会保障負担の増加が予想されることから、人口減少及び少子高齢化を前提とする取組が求められています。（推計値は国立社会保障・人口問題研究所 H25.3 推計による）

一方、高岡市は開町以来長きにわたり、銅器、漆器等の伝統産業とアルミ・化学・パルプなどの近代産業が相まった日本海沿岸を代表する工業都市・ものづくりのまちとして発展してきました。しかし、バブル経済の崩壊以降、高岡市における製造業の事業所数、従業員数、製造品出荷額はともに減少の一途を辿っており、全国的にも製造拠点の海外流出が進む中、本市における製造業の先行きは、依然不透明です。経済状況の低迷に平行して、市内中心市街地においても、モータリゼーションの進展と消費者意識の変化により、郊外における大規模な商業立地と住宅立地が進み、中心市街地への来街目的が薄れ、賑わいが失われつつあります。中心市街地の人口は、平成 13 年には 19,559 人でしたが、平成 23 年には 16,360 人と約 16%減少。また、商店数（小売業）は平成 13 年の 699 店舗から、平成 19 年には 414 店舗と約 41%減少しており、中心市街地の空洞化が急激に進んでいます。

（３）文化創造都市が求められる背景

以上のとおり、現在、わが国はこれまで経験したことのない人口減少、少子高齢化社会に突入しているとともに、経済の急速なグローバル化⁴によって国内経済の相対的地位の低下が否めなくなるなど、時代の大きな転換期にあります。このような潮流の中で、地方都市の疲弊は全国的に、また、世界的にも広くみられる現象となっており、高岡市においても切実な課題として取組が求められています。

これに対し、文化や芸術の創造性を活かした都市再生の試みである「創造都市⁵」の考え方に基づいてまちの活性化を実現した事例が、欧州を中心に、国内でも見られるようになっています。

例えば、ニューカッスル（イギリス）では、創造都市の取組により「アートが自分の人生にとって重要である」と答えた市民が 54%（イギリス平均は 37%）、「自分たちの地域

は創造的である」と答えた市民が 93%を占める⁶等、文化や芸術の力によって、市民の心の豊かさが育まれています。また、バルセロナ（スペイン）では公共空間に芸術作品を設置するパブリック・アート・プログラム⁷を展開することにより、市民のまちに対する関心が高まり、地区の治安が向上しています。このように、文化や芸術には心を豊かにする力があり、それにより社会問題を解決する力を持っています。

また、バーミンガム（イギリス）では芸術文化戦略を進め、芸術文化分野のベンチャービジネス⁸育成に成功し、ビルバオ（スペイン）では美術館整備等により年間 100 万人以上の交流人口を生み出す等、文化や芸術は企業のイノベーション⁹の促進や、交流人口拡大の力を持っています。

このような市民の自由で多様な取組に対する支援により都市の潜在力を引き出し、また、都市にクリエイティブ¹⁰な人材を呼び込み、市民の交流を促進することで、都市の発展に繋がる好循環を生み出そうとする取組に対しては、国（文化庁）やユネスコ¹¹も支援に乗り出しているところです。

一方、高岡は古くから交流・交易、また、ものづくりの拠点として栄えてきた歴史に根差した多種多様な文化を有し、それらを継承しながら発展させてきた土壌があります。このような高岡の高い文化力を活かして「文化創造都市高岡」を推進することは、高岡の活性化を図る上で適切な方向性であると考えられ、既に、実行委員会による実践的な活動の企画が動き出すとともに、高岡市が主体となって行う取組として「文化力プラスワン¹²」を進めています。この取組により、市が実施する事業に文化的な要素を取り入れ、市民の文化に対する意識の向上を図り、市全体として文化創造都市を推進しています。

このような高岡の高い文化力を活かした「文化創造都市高岡」の推進は、高岡市を魅力ある都市として存在感を高め、活性化を図るための今後のまちづくりの指針となるものです。

(参考)

創造都市ネットワーク日本 (CCNJ) ¹³は、創造都市を以下のように解説している。

■創造都市 (Creative City) とは

創造都市とは、グローバリゼーション¹⁴と知識情報経済化¹⁵が急速に進展した 21 世紀初頭にふさわしい都市のあり方の一つであり、文化芸術と産業経済との創造性に富んだ都市です。

産業空洞化と地域の荒廃に悩む欧米の都市では、1985 年に始まる「欧州文化都市¹⁶」事業など「芸術文化の創造性を活かした都市再生の試み」が成功を収めて以来、世界中で多数の都市において行政、芸術家や文化団体、企業、大学、住民などの連携のもとに進められています。

■世界の動き

ユネスコも、文化の多様性を保持するとともに、世界各地の文化産業が潜在的に有している可能性を都市間の戦略的連携により最大限に発揮させるための枠組みとして、2004 年より「創造都市ネットワーク」事業を開始し、相互の交流を推し進めています。

■文化庁の支援

文化庁では、文化芸術の持つ創造性を地域振興、観光・産業振興等に領域横断的に活用し、地域課題の解決に取り組む地方自治体を「文化芸術創造都市」と位置付け創造都市への取組を支援しています。

創造都市の思想

- **C. ランドリー**：芸術文化の持つ「創造性」を、新産業や雇用の創出に役立て、都市問題解決に活かし、都市を多面的に再生させる試みとしての「欧州文化都市」をモデルとする。
 - ・ 芸術家・クリエイター¹⁷と活動を支える文化施設が一体となった「創造の場」が多数ある
 - ・ 市場性のある創造産業¹⁸が発展し、既存産業の創造性を高めている
 - ・ 「創造階級」(芸術家、研究者、クリエイター等)が多数居住し日常生活を豊かにしている
 - ・ 全ての市民が創造的であり、お互いの刺激により能力を発揮する場
- **R. フロリダ**：アメリカにおいては 1980 年以降経済の原動力は創造性となっている。創造的な産業(科学技術、研究開発、高度技術産業、芸術、文化、デザイン、医療・健康等)は特定の地域に集積する特性を持つ。そして集積する地域は、次の 3 つを備えている。①技術の集積、②才能のある人材の集積、③寛容性(地域外の人、多様な人を受け入れる地域性)。
- **佐々木雅幸**：市民の自由で多様な取組が活発で、その活動が都市の潜在力を引き出ししているとともに、都市にクリエイティブな人材が集まり住民との交流の中で、都市の発展に繋がる好循環が生まれている都市
 - ・ 大学、専門学校、劇場、図書館等の文化施設が整備され、中小企業の権利が擁護され、創造的仕事を支援する非営利部門¹⁹が充実し「創造の場」に富んだ都市
 - ・ 産業発展が都市住民の「生活の質²⁰」を改善し、環境、福祉、芸術などの領域での新しい産業の創造と発展に刺激を与える都市
 - ・ 都市住民の創造力と感性を高める都市景観の美しさを備えた都市
 - ・ 行政に対する住民参加システムと広域行政のシステムを備えた都市
 - ・ 財政自主権と政策形成能力の高い自治体職員を擁する都市

(参考) 創造都市の取組例

● 金沢市

- ・ユネスコの創造都市ネットワークに登録されている（分野はクラフト&フォークアート²¹）。
- ・紡績工場の跡地を利用した「市民芸術村」は、365日24時間利用可能な市民のための文化施設であり、市民ディレクター²²を中心に運用され、市民の芸術・文化活動の発展を支えている。
- ・金沢21世紀美術館は、伝統文化の層が厚い金沢に、現代美術のインパクトを与えることにより新しい文化を生み出すことを目的としており、市民が新しい価値を受け入れる機会の創出に繋がるとともに、交流人口²³の増大においても効果が現れている。
- ・産業活性化の面では、伝統工芸に新しいデザインの融合を図りビジネス化を進める「(社) 金沢クラフトビジネス創造機構」の取組が進められている。



市民芸術村



金沢21世紀美術館

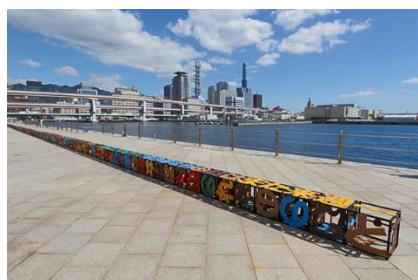


クラフトビジネスの推進

出典:金沢市民芸術村ジャーナル(左)
金沢市提供写真(中・右)

● 神戸市

- ・ユネスコの創造都市ネットワークに登録されている（分野はデザイン）。
- ・2007年より2年に1度の芸術文化の祭典「神戸ビエンナーレ」を開催することにより、市民が芸術文化に親しむ機会を拡大するとともに、デザイン産業に新しい刺激を与え、交流人口の増加にも繋がっている。
- ・市民やクリエイター、デザイナーが交流する拠点として、生糸検査所跡を利用した「デザイン・クリエイティブセンター神戸 (KIITO)」が平成24年に誕生している。一般市民も参加する＋クリエイティブゼミが定期的開催されるとともに、アーティストが滞在しながら創作活動を行うアーティスト・イン・レジデンス²⁴や、デザインやものづくりに関するワークショップが頻繁に開催されるなど、創造の場として力を発揮している。



神戸ビエンナーレ



＋クリエイティブゼミ



神戸を作品化するプログラム

出典：神戸ビエンナーレWEBサイト(左) 神戸ビエンナーレ2013「しつらいアート国際展」大賞作品
提供：デザイン・クリエイティブセンター神戸（中・右）

第2章 目指す都市像とそのための戦略

文化創造都市高岡とは、高岡の文化力を活かした取組により、新しい価値や文化、産業を創出し、市民の暮らしの質や豊かさを高めていくことを目指すものです。その推進には、市民をはじめ推進する人々が目指す都市像（目標）を明確にすることが必要となります。そこで、まず本市に存在している文化力を、「コト」、「モノ」、「ヒト」の3つの概念から整理し、目指す都市像について検討します。その上、その実現に向けた戦略について検討します。

（1）高岡の文化力

高岡の持つ コト

多様な文化の存在「文化多様性」

高岡市は歴史的に商業都市・交通の要衝として栄え、また、周辺地域においては農村地域と複数の拠点的な地域が形成されたことから、多様な祭礼行事が生み出され現在まで継承されています（高岡御車山祭、御印祭、二上射水神社の築山行事、伏木曳山祭（けんか山）、獅子舞等）。加えて、加賀藩領であった高岡では、茶道や能といった加賀藩ゆかりの伝統文化が庶民の間に深く根付いており、町家には茶室が多くみられ、それに関連して民謡や民舞、舞踊等、数多くの文化的活動が行われています。現代的な文化活動もさかんに行われており、このような文化の多様性が特徴として挙げられます。

（「コト」の例）

- ・ 能、民謡、民舞、舞踊、茶道、華道
- ・ 御車山祭、伏木曳山祭、つくりもんまつり
- ・ 金屋町楽市²⁵、クラフト市場街²⁶、短編映画「すず」²⁷
- ・ 万葉文化
- ・ 進化する森、アーティスティック・ムーブメント²⁸

ものづくりのまちとしての歴史・伝統

高岡における銅器生産のはじまりは、およそ 400 年前に加賀前田家 2 代当主前田利長の高岡入城に際し、城下の繁栄を図る産業政策の一環として 7 人の鋳物師を招き、拝領地を与えて鋳物をつくらせたことにさかのぼります。以降、山町筋・金屋町を中心とした高岡の鋳物生産・流通は、加賀藩の庇護や町民らの努力により大きな発展を遂げました。現在、高岡は全国の銅器生産の 9 割以上のシェアを占める銅器の町として知られています。

また、高岡鋳物・高岡銅器の伝統からものづくりの技と心を受け継ぐ産業が発展し、なかでも銅器の鋳物技術を基にしたアルミニウム産業は、豊富な電力を活用しつつ昭和初期から発展し、現在では全国有数の産地となっています。今日の高岡は、銅器などの伝統工芸と近代産業が融合したものづくりのまちとして認知されています。

このような歴史の上に発展してきた高岡には、山町筋・金屋町をはじめとし、瑞龍寺、勝興寺、吉久など数多くの歴史的建造物や町並みが残っており、それらを資源として有効に活用していくことが大切です。

（「モノ」の例）

- ・高岡銅器、高岡漆器、アルミ・化学・パルプ産業、越中福岡の菅笠など
…ものづくりのまち
- ・重要伝統的建造物群保存地区²⁹（山町筋・金屋町）の歴史的町並み、瑞龍寺、勝興寺

創造的な市民を育む豊かな風土

高岡は、豊かな農地と海・山・川の自然の恵みに支えられた北陸の中核都市として発展してきました。実質的な生涯所得の大きさ、良好な住宅の取得の容易さをはじめ、物質的な暮らしやすさや、強い地縁・血縁を背景とした支えあいの意識など、人間的なコミュニティ意識が息づいています。

また、進取の気風に富み、文化・芸術に親しみながら、それを生活の中に取り入れ、高岡ならではの生活文化を大切にしています。こうした気風は、加賀文化の影響を色濃く受け継ぎながら、それぞれの時代における新しい文化や価値観を取り込んで、固有の文化をかたちづくってきました。

市内には富山大学芸術文化学部等が立地しており、文化・芸術に関する研究及び新たな創造活動の拠点として高岡の文化に影響を与えています。

（「ヒト」の例）

- ・コミュニティ意識
- ・進取の気質に富む市民性
- ・生活文化の継承
- ・教育機関、文化施設の立地

（２）文化力から導き出される都市像

本市における３つの文化力「コト」、「モノ」、「ヒト」を再発見することにより、次のような都市像をイメージすることができます。



ヒト=City（創造的な市民を育む豊かな風土）が土台となり、そこから、モノ=Craft（ものづくりのまちとしての歴史・伝統）が生まれ、それが発展し、コト=Art（多様な文化の存在「文化多様性」）につながります。高岡では、コト=Art が、さらに、モノ=Craft にフィードバックし、ヒト=City のレベルアップにつながります。

高岡における3つの文化力「多様な文化の存在＝文化多様性（Art）」「ものづくりのまちとしての歴史・伝統（Craft）」「創造的な市民を育む豊かな風土（City）」の相互作用として、次のような創造的な活動が生み出される都市を目指します。

Art & Craft City 高岡

- 豊かな自然と伝統的な文化資源に溢れる都市環境が市民の創造力と感性を高め、市民一人ひとりが文化や芸術に親しみ、自らの創造性をはぐくみ発揮する。
- 創造的な活動を実践する市民が相互に連携し地域でネットワークを形成する。
- 市民の実践する創造的な文化・芸術活動が新たな価値を創出し、新たに創出された価値がさらなる活動を支えるクリエイティブで持続的な地域をつくる。

このような相互作用により、市民が高岡の素晴らしさを享受するとともに、高岡の魅力が向上し、他都市からも「行ってみたいまち、住んでみたいまち」高岡として認知されるまちとなること、また創造的な市民による自律的なまちづくりを目指します。

（３）文化力を発揮するにあたっての課題

文化創造都市高岡を推進するためには、先述の文化力を資源とし、地域振興や産業振興等における地域課題の解決へ繋ぐことが大切です。懇話会がとりまとめた「提言」（H26.3）において、課題として以下のことが指摘されています。

①高岡の誇るべき文化に対する認識

本市は古い町並みなど歴史的建造物が数多く残っており、それが都市としてのイメージづくりに大きな役割を果たしています。また、銅器や漆器など伝統工芸をはじめとするものづくり文化、雅楽や能などの伝統芸能、茶の湯や和菓子、地酒などの食文化、万葉故地としての万葉文化など、世界に誇るべきコト・モノ・ヒトが数多く存在しています。しかしながら、これらの豊かな文化に対する市民の認識は高いとは言えず、それぞれの分野に高い関心を持つ人とそれ以外の人との間で隔たりがあります。

②分野を超えた交流

市内では様々な分野における文化芸術活動が行われているものの、他分野との連携・交流が十分に行われているとは言えない状況です。このことは、高岡に固有の歴史や伝統と先端的な文化や芸術との摩擦やコラボレーション³⁰による文化の革新の機会を狭めることにもつながります。

③全国的な認知度の向上とブランド形成

前述のとおり、本市には世界に誇るべきコト・モノ・ヒトが数多く存在していますが、高岡としての統一的なイメージが形成されていると言い難く、また、全国的な認知度の向上にも十分つながっていないのが現状です。

(4) 文化力を発揮するための4つの戦略

上記の課題を踏まえ、文化創造都市高岡として文化力を発揮し、目指すべき都市像を実現するため、以下の4つの戦略を展開します。

戦略1. “知る” 市民一人ひとりが高岡の文化を知り、文化に親しむ機会を拡大する

高岡に存在する多様な文化資源に対する市民の認知を上げるため、市民生活において文化や芸術に触れる機会を増やすことが必要です。そのことにより、市民が高岡の様々な価値を改めて認識し、まちに誇りを持つとともに、日常的に文化に親しむ取組を行うことで、生活の質を高めることに繋がり、自らの心の豊かさを高めます。特に、幼少期から日常的に文化芸術に触れることで、文化に関心の高い市民を育みます。また、その思いを他者にも知らせるための取組や、高岡の文化の魅力をさらに引き立たせる取組にもつながるものと考えられます。

戦略2. “創る” 地域固有の文化に親しみ、交流を生み出す「創造の場」を形成する

市民が高岡の文化力に根ざしたコト・モノ・ヒトに触れ、集い、交流することができる拠点である「創造の場」を形成することが必要です。

市民一人ひとりが多様な文化に触れる機会を拡大することで、主体的に創造的な活動にたずさわる市民が増加するものと考えられます。また、そのような市民同士のネットワークの形成につなげることにより、地域の人たちを巻き込みながら、様々なまちづくりの課題に対しても創造性を発揮して、自律的に取り組むことが期待されます。

戦略3. “つなげる” 分野を超えた交流を創出し、産業など他分野の活性化へつなぐ

共通の目的を持つ市民同士が出会い、新たな縁を生み出すことのできるネットワークの形成が必要です。そのためには、市民や企業、団体、地域そして行政が連携して新たな魅力や価値を一緒に創りあげる取組を推進するとともに、その取組を支援する組織の育成が不可欠です。それらの取組により、文化活動の活性化を図るとともに、ものづくり、観光等文化に深く根差した産業の活性化につなげることが求められます。

戦略4. “伝える” メディア戦略³¹等により、高岡の認知度向上、ブランドの形成を進める

高岡の文化力を活かした先進的な文化や芸術を創造し、国内外に発信するとともに、高岡ならではのブランディング³²を見据えたプロモーションを継続的に展開することで、高岡の全国的な認知度向上やブランド形成を図る必要があります。また、市外からの評価を得ることで、市民自らの認知度の向上にも繋がり、地域の文化に誇りを持つ好循環を生み出すことができます。

《高岡の文化力及び目指す都市像と課題・戦略を整理》



文化力を発揮し、都市像を実現するための課題

- 高岡の誇るべき文化に対する認識
- 分野を超えた交流
- 全国的な認知度の向上とブランド形成

文化創造都市高岡の目指すべき都市像を実現するための4つの戦略

戦略1. “知る”

市民一人ひとりが高岡の文化を知り、文化に親しむ機会を拡大する

高岡の多様な文化資源を広く認知するために、日常生活において文化や芸術に触れる機会を増やすとともに、伝統文化や祭礼行事の継承や伝統工芸品を日常生活に取り入れる等の取組を通じて、自らの心の豊かさを育む。

戦略2. “創る”

地域固有の文化に親しみ、交流を生み出す「創造の場」を形成する

市民が文化や芸術に触れ、集い、交流し、クリエイティブな活動が発展していく「創造の場」を形成する。

一人ひとりが文化に触れる機会が拡大することにより、主体的に創造的活動にたずさわる市民が増加し、市民による主体的なまちづくりが推進される。

戦略3. “つなげる”

分野を超えた交流を創出し、産業など他分野の活性化へつなぐ

市民や企業、団体、地域そして行政が連携して、地域の文化力を活かした新たな価値や魅力を創出する取組を推進するとともに、それを支援する団体の育成を図る。それにより、分野を超えた交流を生み出し、ものづくり産業など他分野の発展と地域の活性化につなげる。

戦略4. “伝える”

メディア戦略等により、高岡の認知度向上、ブランドの形成を進める

高岡固有の文化資源を再編集するとともに、高岡の高い文化的ポテンシャルを活かした取組を整理し、様々なメディアから発信する。

それにより、高岡の認知度向上、ブランド形成を進めるとともに、地域外からの評価を活かし、市民の誇りを深める。

第3章 文化創造都市高岡の実現に向けた取組

高岡ならではの文化創造都市の実現に向け、前章の4つの戦略に即した取組の方向性及びその具体的なイメージを示します。

戦略1.“知る”市民一人ひとりが高岡の文化を知り、文化に親しむ機会を拡大する

市民が文化や芸術に触れ親しむ機会を充実するとともに、伝統文化及び祭礼行事の継承や、高岡の伝統工芸品を意識的に日常生活に取り入れる等の取組を通じて、高岡の多様な文化に対する市民の認知を広げると同時に、生活の質を高め、心の豊かさを育みます。

取組の方向性

1. 文化・芸術に触れる機会の創出

誰もが優れた文化芸術に気軽に触れ親しむことができる機会の充実を図ります。また、市内で実施されている文化活動やイベント情報を整理し、わかりやすく発信します。

2. 文化事業・イベント等の連携促進

高岡には、御車山祭、伏木曳山祭、戸出七夕祭等の地域の歴史と住民のパワーにより継承されてきた祭礼や、万葉まつり、金屋町楽市 in さまのこ、高岡クラフト市場街等高岡の歴史と文化に根ざした質の高いイベントが多数存在します。これらのイベント等の連携促進を支援することで発信力・動員力を高め、地域文化に触れる機会の拡大につなげます。

3. 文化事業・イベントのリデザイン³³

文化的視点から事業やイベントのリデザイン（見直し、再構築）を図ることで、これまで根付いてきたものを新たな感覚で楽しみながら、市民の文化に対する意識啓発を進め、市全体で文化創造を推進していく裾野を広げます。

4. 地域文化への誇りと愛着の醸成

次代を担う子どもたちに対する文化・芸術の鑑賞機会の充実や活動支援などを通じて、文化の体験的理解を深めることにより、子どもたちの豊かな人間性の育成と地域文化への誇り・愛着の醸成を図ります。

取組イメージ

高岡市を文化創造都市へ牽引するための取組について、先述の方向性をもとに例示します。

1. 文化・芸術に触れる機会の創出

想定される取組	内 容
①鑑賞・体験機会の充実	・文化、芸術において、幅広い市民が鑑賞・体験することができる機会の充実
②特色ある文化施設運営	・各施設の特徴を活かした展示事業の実施 ・収蔵資料のデータベース化と情報開示の推進 ・文化施設相互の連携促進
③地域の風土・歴史を活かした創造事業の充実	・ものづくり文化を活かしたイベントの実施 ・万葉故地である特徴を活かしたイベントの実施 ・地域の特色ある行事及び取組の促進
④地域固有の芸能・祭事の継承	・郷土芸能を発信・発表する機会の充実 ・有形文化遺産 ^{3 4} の保存と活用
⑤高岡発文化の発信	・高岡市出身のアーティスト、作家等による作品展の開催 ・高岡で生み出されたキャラクターの発信
⑥文化・芸術活動に関する情報発信	・祭礼や文化イベント等の行事に関する総合的な情報提供 ・文化芸術に関する人材や団体に関する情報の収集とデータベースの作成

2. 文化事業・イベント等の連携促進

想定される取組	内 容
①関連性の高い文化事業・イベント等の連携促進	・文化事業・イベント等のうち、開催時期が近接している・内容に関連性が高い等、連携することによりそれぞれの発信力を高め、相乗効果が期待されるものについて、連携のあり方を検討
②山町筋・金屋町における創造エリアの形成	・高岡の歴史と文化を象徴する地域である山町筋・金屋町を創造エリアととらえ、御車山会館、鋳物資料館等の施設やイベント、ものづくりの現場等を有機的に連携させて、Art & Craft City 高岡の魅力を発信

3. 文化事業・イベントのリデザイン

想定される取組	内 容
①既存事業への文化的要素の追加	・既存の事業、イベント等に文化の視点から新たな要素を追加することにより魅力を高める取組
②Art & Craft City を象徴する核となるイベントの実施	・アート、クラフトの分野におけるイベントについて、Art & Craft City 高岡を象徴する核となるイベントとして充実強化を図るための検討

4. 地域文化への誇りと愛着の醸成

想定される取組	内 容
①子どもが本物の文化・芸術に触れる機会の充実	・親子が一緒に文化・芸術鑑賞を行う企画の実施 ・子どもによる文化・芸術活動の発表機会の確保 ・地域固有の伝統芸能講座（能・雅楽など）の実施
②教育を通じたものづくり体験	・国の構造改革特区認定³⁵を受けて小中学校で実施する「ものづくり・デザイン科」を通じた伝統産業の工場見学や体験の実施

（参考）高岡市総合計画第2次基本計画に位置づけている事業

本市総合計画において位置づけている取組の中で、戦略1に関連するものを示します。

1. 文化・芸術に触れる機会の創出

取組名	内 容
新たな芸術・文化創造推進事業	・新たな芸術・文化創造についての検討
広報活動の充実	・新聞・放送・インターネット等広報事業
TMO活動への支援	・中心市街地活性化推進事業 （高岡七夕まつり、日本海高岡なべ祭りなど）
祭行事・イベントの活性化事業	・祭行事、イベント実施団体への事業補助
都市景観形成推進事業	・景観形成重点地区³⁶等の指定及び建物修景等の助成 ・景観重要建造物及び景観重要樹木の指定 ・景観形成市民団体の育成 ・旧北陸街道福岡地区道路修景事業
屋外広告物の規制・誘導	・屋外広告物の適正化に向けた指導・啓発
生涯学習講座の充実	・生涯学習センターやふくおか総合文化センターなどを利用した講座開設や芸術・文化公演の開催 （高岡学、ふくおかカレッジ、大学、連携講座、ウイング・ウイング祭、Uの祭典³⁷の開催など） ・生涯学習情報提供事業 ・市民大学「たかおか学遊塾」の自主運営補助
博物館施設整備事業	・万葉歴史館の増築
文化財等の保存・修理事業	・勝興寺第Ⅱ期保存修理 ・瑞龍寺の保存修理 ・御車山の保存修理 ・前田家関連史跡の調査・保存・活用 ・重要伝統的建造物群保存地区整備事業（山町筋、金屋町） ・創造工房の整備 ・伏木気象資料館復原修理 など

2. 文化事業・イベント等の連携促進

取組名	内 容
中心市街地ストリート構想整備事業	・中心市街地ストリート回遊計画・サイン計画の策定 ・道路修景整備（山町筋～金屋町等）及びサイン整備
観光関連施設等整備事業	・金屋町周辺での観光駐車場、トイレ整備 ・サイン計画に基づく大型誘導看板の設置（外国語表記を含む） ・高岡御車山会館整備に伴う誘導看板設置 ・新幹線新駅における広域観光案内所、広域の物産展示販売所の整備

3. 文化事業・イベントのリデザイン

取組名	内 容
先端技術企業誘致事業（企業立地推進事業）	・HP 等による空き工場等の情報提供 ・企業交流交歓会の開催（首都圏、近畿圏、中京圏）
新規創業等の支援（インキュベータ機能の充実等）	・空き工場等を活用するためのポストインキュベーション³⁸開業支援（創業者支援センター卒業者への支援）、次世代クリエイター工房開設支援の実施
地場産業対策事業	・高岡銅器や高岡漆器の組合等が行う後継者育成、販路開拓等への支援 ・デザインをテーマにした各種イベントへの助成（工芸都市高岡クラフトコンペティションなど）
新産業創造プラットフォーム推進事業	・新技術・新製品開発、見本市等出展、農商工等連携への支援 ・富山県ものづくり研究開発センターと連携し、中小企業の先端分野等での技術開発、産学官連携による研究開発を支援
新クラフト産業・デザイン育成支援事業	・技術・素材及び新商品の開発・研究や販路開拓への取組
クラフトマン・デザイナー育成支援事業	・デザインセミナーの開催、クラフトマン³⁹の作品展示発表の支援
伝統産業後継者育成事業	・本市伝統工芸産業従事者を対象とした後継者確保、産地技術力向上のためのスクールを開催 ・伝統産業の後継者を育成・確保するための、育成者と継承者への支援

4. 地域文化への誇りと愛着の醸成

取組名	内 容
郷土学習事業	・社会科副読本を作成し、郷土学習を進める。
ものづくり・デザイン科推進事業	・ものづくり・デザイン科の推進（小5・小6・中1）

戦略2.“創る” 地域固有の文化に親しみ、交流を生み出す「創造の場」を形成する

創造的な活動に携わる市民が集い、交流し、クリエイティブな発想を誘発する仕掛けとして「創造の場」を形成します。

取組の方向性

1. 新たな発想を生み出す創造空間「創造の場」の創出

創造的な活動を行う市民が集い、交流することにより、それぞれの活動を認め合いながら新たな創造活動の刺激をつくりだす「創造の場」を創出し、文化創造を軸としたまちづくりについて理解を深めながら、動きが見えるかたちで文化創造都市を推進します。

2. クラフトにおける「創造の場」の形成

山町筋・金屋町をはじめとした歴史的風致が残る地域を創造エリアととらえ、文化・観光施設やギャラリー、ものづくりの現場、イベント等の有機的な連携を図るとともに、人が集まり新たな創造活動を生み出す「創造の場」を形成します。

3. アートにおける「創造の場」の形成

市民、アーティストなど多様な人が交流し、新しいアートを生み出すことができる空間として、舞台芸術の創作・練習・発表の場を整備することにより、アートにおける「創造の場」の充実を図ります。

取組イメージ

1. 新たな発想を生み出す創造空間「創造の場」の創出

想定される取組	内 容
①文化創造都市高岡市民会議の開催	・創造的活動に携わる市民が集い、交流することができる「創造の場」として「文化創造都市高岡市民会議」を開催し、公開講座やワークショップ等を実施 ・市内各地域における対話型ワークショップの実施など、文化創造都市高岡への意識啓発
②データベースの作成	・市内のアーティスト、クリエイター等に関するデータベースの作成による市内外のアーティスト等とのコラボレーションの促進

2. クラフトにおける「創造の場」の形成

想定される取組	内 容
①創造工房の整備	・高岡のものづくり文化を象徴する地域である金屋町において、クラフト体験ができる工房、ギャラリー、コミュニティスペース ⁴⁰ 、カフェ等を一体的に整備
②アーティスト・イン・レジデンスの実施	・アーティストを招へいし、市内に一定期間滞在して創作活動の後、作品の展示を行うアーティスト・イン・レジデンスを実施し、創造活動の現場やアーティストに間近で触れる機会を創出

3. アートにおける「創造の場」の形成

想定される取組	内 容
①文化財等を活用した文化イベントの実施	・重要伝統的建造物群保存地区の建造物等における音楽コンサートやクラフト展示などの文化イベントの実施
②創造活動の場の創出	・市民、アーティストなど多様な人が交流し、新しいアートを生み出すことができる空間として、音楽、ダンス、演劇など舞台芸術の創作・練習・発表の場を整備



文化創造都市高岡市民会議の開催イメージ
 開放的で、創造的な会議の開催を目指す。
 (出展:京都市 Web サイト)

（参考）高岡市総合計画第2次基本計画に位置づけている事業

本市総合計画において位置づけている取組の中で、戦略2に関連するものを示します。

1. 新たな発想を生み出す創造空間「創造の場」の創出

取組名	内 容
新たな芸術・文化創造推進事業（再掲）	・新たな芸術・文化創造についての検討
市民との協働によるまちづくり事業	・まちのにぎわい創出に向けて活動している各種団体等への支援（たかまちプロムナード事業など）

2. クラフトにおける「創造の場」の形成

取組名	内 容
新たな芸術・文化創造推進事業（再掲）	・新たな芸術・文化創造についての検討
若手技術者育成事業	・空き家・空き工場を活用した工房づくり
魅力ある個店づくり事業	・観光地にふさわしい物販・飲食等店舗の開業支援（店舗改装・家賃、土地及び店舗取得等への補助）
高岡御車山会館建設事業	・高岡御車山会館の建設 ・平成の御車山制作
観光客の受け入れもてなし事業	・観光関連事業者もてなし研修会の開催 ・観光ガイドボランティア団体助成 ・観光バス受け入れ支援
文化財等の保存・修理事業	・勝興寺第Ⅱ期保存修理 ・瑞龍寺の保存修理 ・御車山の保存修理 ・重要伝統的建造物群保存地区整備事業（山町筋、金屋町） ・前田家関連史跡の調査・保存・活用 ・創造工房の整備 ・伏木気象資料館復原修理 など

戦略3. “つなげる” 分野を超えた交流を創出し、産業など他分野の活性化へつなぐ

市民や企業、団体、地域そして行政が連携して、地域の文化力を活かした新たな価値や魅力を創出する取組を推進します。

また、それら他分野が連携することにより、分野を超えた交流を生み出し、ものづくり産業の発展と地域の活性化につなげていきます。

取組の方向性

1. 文化を通じた交流・連携の促進

文化活動を通じた多様な交流を促進することにより、他分野との連携を含む新たな展開が生み出されることで、文化及び地場産業の相乗的な活性化を図ります。

また、芸術家やNPO⁴¹、経済界など広範な市民相互の対話と、文化創造を軸とした創造都市づくりについて理解を深める場を設けることにより、新しい価値や魅力の創出と文化及び地場産業の相乗的な活性化を図ります。

取組イメージ

1. 文化を通じた交流・連携の促進

想定される取組	内 容
①富山大学芸術文化学部等との連携	・ 富山大学芸術文化学部等と連携した Art & Craft City 高岡の推進のための取組 ・ 富山大学芸術文化学部等の学生による取組の促進
②文化創造都市高岡市民会議の開催（再掲）	・ 創造的活動にたずさわる市民が集い、交流することができる創造の場として「文化創造都市高岡市民会議」を開催し、公開講座、ワークショップ等を実施
③市民組織の育成	・ 様々な創造活動の担い手と行政をコーディネートする中間組織の育成
④文化と他分野の連携	・ 高岡の持つ多様な文化と産業、観光、福祉、保健などの他分野との連携により新たな価値を創出する取組

(参考) 高岡市総合計画第2次基本計画に位置づけている事業

本市総合計画において位置づけている取組の中で、戦略3に関連するものを示します。

取組名	内 容
大学・地域連携推進事業	・富山大学や高岡法科大学と連携したまちの活性化等の研究・調査活動
コンベンション誘致・支援事業	・MICE ⁴² の誘致活動と開催支援
先端技術企業誘致事業(企業立地推進事業)	・HP等による空き工場等の情報提供 ・企業交流交歓会の開催(首都圏、近畿圏、中京圏)
新規創業等の支援(インキュベータ機能の充実等)	・空き工場等を活用するためのポストインキュベーション開業支援(創業者支援センター卒業者への支援)、次世代クリエイター工房開設支援
地場産業対策事業	・高岡銅器や高岡漆器の組合等が行う後継者育成、販路開拓等への支援 ・デザインをテーマにした各種イベントへの助成(工芸都市高岡クラフトコンペティションなど)
新産業創造プラットフォーム推進事業	・新技術・新製品開発、見本市等出展、農商工等連携への支援 ・富山県ものづくり研究開発センターと連携し、中小企業の先端分野等での技術開発、産学官連携による研究開発を支援
新クラフト産業・デザイン育成支援事業	・技術・素材及び新商品の開発・研究や販路開拓への取組
クラフトマン・デザイナー育成支援事業	・デザインセミナーの開催、クラフトマンの作品展示発表の支援
伝統産業後継者育成事業	・本市伝統工芸産業従事者を対象とした後継者確保、産地技術力向上のためのスクールを開催 ・伝統産業の後継者を育成・確保するための、育成者と継承者への支援
新産業創造プラットフォーム体制の充実	・国や県などの行政機関、産業支援機関、市内金融機関、大学等研究機関との産学官協働による支援体制の充実
市民によるまちづくり支援事業	・提案制度による協働事業 ・「元気高岡」市民まちづくり事業
市民活動支援事業	・市民活動情報ポータルサイト ⁴³ ・協働よろず相談窓口の設置 ・協働アドバイザーの設置 ・市民活動支援・協働推進講座の開設
地域ぐるみで取り組む健康づくり事業	・文化と歴史再発見を取り入れた「新たな魅力発見! 楽しく気軽にウォーキングマップ」の作成 ・「新たな魅力発見! 楽しく気軽にウォーキングマップ」を活用した、各地区での歩こう会の開催

戦略4. “伝える”メディア戦略等により、高岡の認知度向上、ブランドの形成を進める

高岡固有の文化資源を再編集するとともに、高岡の高い文化的ポテンシャルを活かした取組を整理し、様々なメディアから発信します。

それにより、高岡の認知度向上、ブランド形成を進めるとともに、市外からの評価を活かし市民の誇りを深めます。

取組の方向性

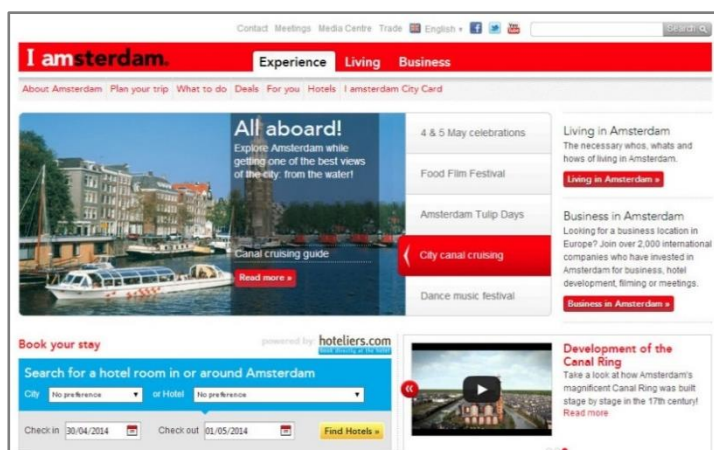
1. 都市プロモーションの推進

文化創造都市高岡の構成要素であるものづくり、歴史、祭礼、生活文化、食等から高岡の「強み」を整理し、高岡ブランドを構築し全国に発信します。また、全国的に高岡の知名度を向上させることで、市民の高岡に対する誇りを高めることを目指します。

取組イメージ

1. 都市プロモーションの推進

想定される取組	内 容
①都市プロモーションに関するメディア戦略の実施	・高岡市の文化的特性や取組を、新聞、テレビ、ラジオ、雑誌、Webサイト、映画、市報等、複数のメディアを戦略的に組み合わせ、効果的に発信
②フィルムコミッション ⁴ の推進	・歴史的景観等地域固有の文化資源を活用したフィルムコミッションの推進を図る
③創造都市ネットワークを通じた都市間交流	・創造都市ネットワーク日本への参加を通じた創造都市を推進する 他都市との交流、政策連携



都市プロモーションの web イメージ
プロモーション効果の高いアムステル
ダムではWEBサイトや写真集により
都市イメージを発信している。
(出展:I Amsterdam.com)

(参考) 高岡市総合計画第2次基本計画に位置づけている事業

本市総合計画において位置づけている取組の中で、戦略4に関連するものを示します。

取組名	内 容
広域観光推進事業	・ 広域観光協議会（富山県西部地区観光協議会、飛越能経済観光都市懇談会等）への補助 ・ 広域観光協議会での出向キャンペーン^{4 5}、物産展等の実施 ・ 各地域の観光資源情報のネットワーク化や観光ルートの策定
観光宣伝推進事業	・ 祭、イベントポスター作成 ・ 観光、観光施設パンフレットの作成 ・ ホームページによる情報発信、出向宣伝 ・ 外国人観光客の誘致 ・ 新幹線開業に伴うPR活動の強化、物産展の開催
観光資源活用事業	・ 着地型旅行商品の開発支援
ふるさと土産品(特産品)開発事業	・ 魅力ある土産品や優良土産品の開発支援 ・ 食のブランド化の支援（食の名物の開発）
世界文化遺産登録事業	・ 「近世高岡の文化遺産群」の世界文化遺産登録に向けた調査及び「高岡御車山」の世界無形文化遺産登録に向けた啓発 ・ 市民団体活動に対する支援

第4章 推進体制

本報告書の推進にあたっては、行政のみならず、市民、文化芸術団体、NPO団体、アーティスト、民間企業など垣根を越えた多様な担い手が協力・連携しながら、一定の方向性に沿った取組を進める必要があります。

そのためには、引き続き「文化創造都市高岡推進懇話会」において、文化創造に関する意見交換を行うとともに、その意見を参考としながら、関係する団体等の参加と協働により具体的な取組を推進する実行委員会を組織します。

また、広く創造の機会を提供するため、市民が気軽に参加し、集い、交流することができる「文化創造都市高岡市民会議」を開催し、公開講座やワークショップなどの実施を通じた多様な市民団体の交流ネットワーク構築を図ります。

このような推進体制により、文化創造都市に対する市民の意識や関心を高めるとともに、高岡の歴史が育んだ文化的特色である文化多様性やものづくり文化を活かした文化創造都市高岡の推進を積極的に展開していきます。

資料編 文化創造都市を取り巻く高岡の特性

(1) 高岡の歴史的特性

概況

奈良時代には伏木に越中国府が置かれ、万葉集の代表的歌人である大伴家持が国守として赴任し、当地の風光明媚な自然などについて数多くの秀歌を詠んでいる。

中世においては源氏・平氏の争乱の舞台となり、その後戦国大名の居城として守山城や木舟城が築かれた。また、仏教諸宗が広まった時代であり、特に浄土真宗の勢力が拡大し、勝興寺など真宗寺院が大きな力を持った。

近世初期には現在の中心市街地の基盤が形成された。加賀前田家2代当主前田利長は荒地であった

“関野”と呼ばれる地に高岡城と城下町を築いた。しかし一国一城令によって高岡城が廃城になると3代当主前田利常による商工振興策や町民らの努力により、商工業都市として発展を遂げた。前田利長は礪波郡の西部金屋から鋳物師を招き金屋町の地に土地を与え、税を免除した。同時に高岡漆器も始まり「ものづくりのまち」の礎となっている。

近代に入ると廻船問屋が米の流通により大きく隆盛し、その資本力により銀行の設立、紡績工場の設立等が進められ、伏木港周辺には北陸初の臨海工業地帯が生まれた。さらに河川水力による低廉な電力と鋳物の伝統技術が融合し、アルミニウム工業が起こった。



高岡城跡と市街地

ものづくりの歴史

高岡は、高岡銅器や高岡漆器などの伝統工芸と、アルミ産業などの近代産業が融合したものづくりのまちとなっている。

高岡鋳物は鍋釜や鋤鍬などの鉄鋳物が中心であったが、18世紀後半になると彫金師や仏具師と鋳物師の技が融合し、梵鐘や火鉢、燭台、かんざし等、銅鋳物が盛んになり、高岡商人がそれを流通させることにより、一大生産地として発展した。19世紀には一つの工房で鋳造から仕上げ、着色までを行っていたが、明治になると問屋が個々の職人に製造させる問屋制手工業が確立する。問屋が多様なニーズを研究し、需要に基づく製造を取り仕切ることによ



高岡銅器・梵鐘の制作

り生産地として発展していった。今日においても高岡銅器の技術は高い評価を得ており、昭和 50 年に国の伝統的工芸品の産地指定を受け、平成 23 年には「高岡鋳物の製作用具及び製品」が国の登録有形民俗文化財に登録されている。高岡漆器は江戸時代に多くの名工を輩出し、大正から昭和にかけて組合が設立され、生産と販売の近代化が進められた。昭和 50 年には銅器とともに国の伝統的工芸品の産地指定を受けている。福岡町の菅笠は室町時代に始まったと伝えられており、江戸時代には加賀藩の奨励を受けて生産が拡大し全国に販売されるに至った。

このような伝統工芸の発展には、明治期において本市出身の美術商である林忠正が欧州に日本文化を紹介し伝統工芸の海外流通に尽力するとともに、富山県工芸学校が設立され納富介次郎らの指導により意匠開発、技術向上が進んだことが大きな礎となっている。加えて高岡の職工は作家として官展に出展し、金森映位智、彼谷芳水に代表される作家活動を主とした先人が、全国の人間国宝をはじめとする優れた作家との交流の中で、高岡の工芸に大きな影響を与えたことも大きな要因となっている。また、アドレナリンの発見で有名な高峰譲吉博士は、既存の鋳造技術に加え、水力発電の立地条件に着目しており水運の利もあることから、高岡におけるアルミニウム工業の振興を勧め、産業の近代化に大きく貢献した。

祭礼行事・伝統文化

高岡では町域のみならず周辺地域も含めて多様な地域社会が形成された結果、様々な祭礼行事が生み出された。高岡町域では高岡御車山祭や御印祭が生まれ、周辺域では二上射水神社の築山行事、伏木曳山祭（けんか山）など神社の例大祭に併せた祭礼行事や、田祭り、節句など季節のお祭り、福岡町のつくりもんまつりなど地域特有の祭礼行事が今も受け継がれている。特に村落内の神社の春祭りや秋祭りで行われる獅子舞は市の全域に分布しており、現在市内に約 160 を数える。



伏木曳山祭（けんか山）

また、加賀藩領であった高岡では、茶道や能といった加賀藩ゆかりの伝統文化が庶民の間に深く根付いている。町家には茶室が多くみられ、日常的にお茶が嗜まれている。能楽では、高岡能楽会が形成され、瑞龍寺において薪能や燭光能が開催されている。

景観・町並み

高岡には多くの歴史的町並みが存在する。これらの地区は、かつての主要街道や河川の付近に位置し、多くの物や人が行き交う港町や商人町や、在郷町として発展したところである。重要伝統的建造物群保存地区としては、土蔵造商家や町家が建ち並ぶ山町筋、千本格子と呼ばれるサマノコが特徴的な町家がよく残る金屋町がある。このほかに、伏木みなと町、勝興寺寺内町、吉久、福岡町が挙げられる。



金屋町の町並み

(2) 文化創造関連産業の動向

伝統工芸産業

【高岡の銅器・鉄器】

平成 24 年度の販売額は約 120 億円であり、平成 4 年と比べると 65%減、平成 14 年と比較すると 38%減であり、減少傾向が大きい。平成 20 年以降はやや横ばいの傾向がみられる。

銅・鉄器の事業所数、従業者数を平成 2 年と平成 24 年で比較すると、問屋、鑄造、加工ともに事業所数、従業者数が半数以下になっている。

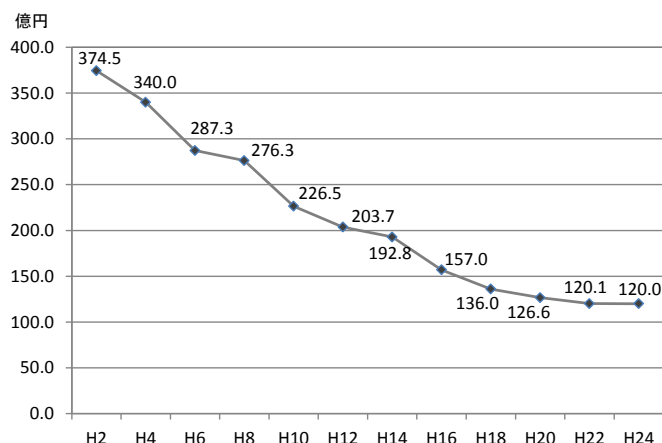
産地の特徴として工程別の分業体制が確立されており、商品開発や販売機能は問屋が担っていたが、近年産地問屋からの発注が減少しており、独自に販路開発を行う製造業者が増加している。

また、平成 23 年度より「KANAYA」ブランドが設立されるなど、新しい動きが生まれている。

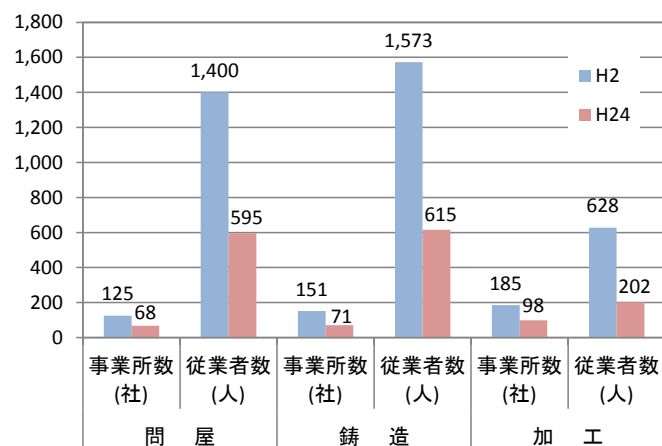
【高岡の漆器】

平成 24 年度の販売額は約 6.9 億円であり、平成 4 年と比べると 71%減、平成 14 年と比較すると 31%減であり、減少傾向が大きい。平成 20 年以降はやや横ばいの傾向がみられる。

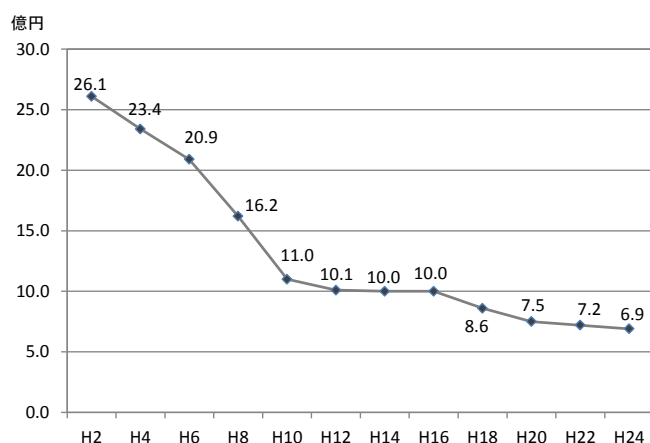
事業所規模は小さく職人集団的色彩が強いことが特徴である。近年デザイナーとのコラボレーションにより、デザイン性の高い文具、インテリア、雑貨等の商品開発、展示会、見本市への出展等、需要の掘り起こしに向けた動きが活発化している。



銅器（非鉄合金含む）販売額の推移



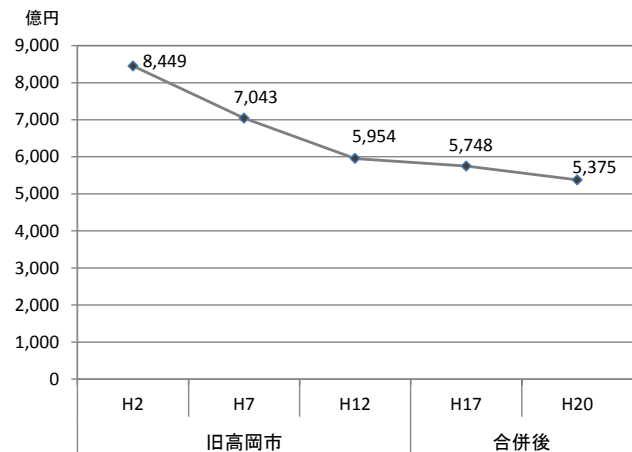
銅・鉄器の事業所数と従業者数



漆器販売額の推移

製造業

平成 2 年が製造品出荷額のピークであり約 8,449 億円である。その後、バブル経済の崩壊により減少傾向が続き、平成 20 年には出荷額が約 5,375 億円、平成 2 年との比較で 36%の減少である。

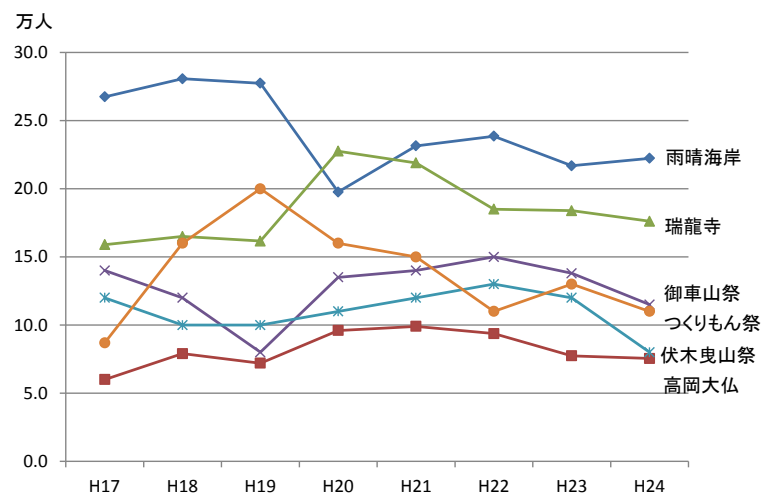


製造業・製造品出荷額の推移

観光入込客数

高岡市の主要観光地は、景勝地である雨晴海岸、歴史資源である瑞龍寺、高岡大仏、祭である御車山祭、つくりもん祭、伏木曳山祭等に対する入込が多く、歴史都市、文化都市の特性が表れている。

平成 20 年は東海北陸道の開通により瑞龍寺、御車山祭等で増加傾向がみられる。

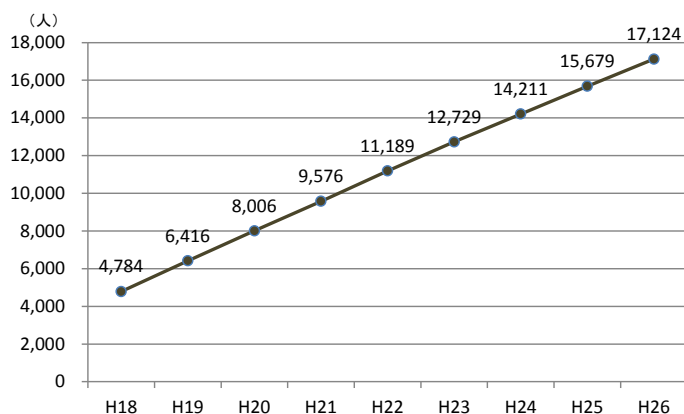


主要観光地の入込客数

ものづくり・デザイン科

国の構造改革特別区域計画「高岡市ものづくり・デザイン人材育成特区」の認定を受けて、平成 18 年 4 月から、市内の全小・中・特別支援学校で、本市の歴史や産業の特徴を生かした独自の必修教科「ものづくり・デザイン科」がスタートした。

現在までで、累計約 17,000 人の児童・生徒が、ものづくり・デザイン科の授業を受けており、工芸を身近に感じる人づくりに大きな役割を果たしている。



ものづくり・デザイン科の受講者数（累計）



授業の様子（鋳込みの体験）

（３）文化創造関連の市民の動き

伝統工芸

25年以上の歴史を持つ「工芸都市高岡クラフトコンペティション」に合わせ、クラフトに親しむイベント「高岡クラフト市場街」が民間企業、商工会議所、大学、市等の協働で2014年から開催されるなど、伝統工芸を活かしたまちづくりが進んでいる。

さらに伝統産業に関わる青年団体「高岡伝統産業青年会」による工房見学「クラフツーリズム」の開催や、映画「すず」の製作の実施など、新たな取組が行われている。



工芸都市高岡クラフト
コンペティションの開催風景

舞台芸術

高岡には国際的な評価を受けている舞踏研究所が存在し舞踏文化が根付いている。このような地域の力を活かし、2010年から『未来創造プロジェクト「進化する森」森と子どもとダンスとアート』を(財)高岡市民文化振興事業団が企画立案し実施するなど、新しい都市文化の創造的試みが進められている。

また、福岡町ではアーティスティック・ムーブメント・イン・トヤマが開催されており、学生を対象とする全国的なコンクールとして定着している。



「進化する森」の開催風景
出展：高岡市民文化振興事業団 WEB サイト

歴史的町並みと文化

山町筋では「土蔵造りのある山町筋まちづくり協議会」により、天神様祭やひなまつりが実施されている。

また、伝統工芸の職を残す金屋町では、歴史的な町屋の生活空間に工芸作品を展示・販売する「金屋町楽市 in さまのこ」が産学官と地域コミュニティの連携により開催されている。



山町筋天神様祭の開催風景
出展：高岡市観光ポータルサイト

(4) 用語集

- 1) 文化創造都市：文化の振興および文化的な産業の強化により都市の活性化を目指す都市のありかた
- 2) パブリックコメント：行政機関が制度の制定や政策決定の案を一般に公表して、コメントを求める制度
- 3) 生産年齢人口：生産活動に携わる労働力に相当する人口であり、15～64 歳を指す
- 4) グローバル化：資本や労働力の国境を越えた移動が活発化するとともに、貿易を通じた商品・サービスの取引や、海外への投資が増大することによって世界における経済的な結びつきが深まること
- 5) 創造都市：文化芸術と産業経済との創造性に富み、それによって競争力が高く生活の質が高い都市
- 6) 出典：『シビックプライド ー都市のコミュニケーションをデザインする』読売広告社都市生活研究局編，伊藤香織監修，2008 年
- 7) パブリック・アート・プログラム：美術館などの施設内ではなく、公共空間（公園、広場、道路等）において芸術作品を設置する取組
- 8) ベンチャービジネス：独自の技術と市場戦略を武器として、リスクを冒しつつ新事業分野を開拓する革新的企業
- 9) イノベーション：科学的発見や技術的発明を洞察力と融合し発展させ、新たな社会的価値や経済的価値を生み出す革新
- 10) クリエイティブ：創造的であること。価値を創造すること
- 11) ユネスコ：国際連合教育科学文化機関。教育、科学、文化の協力と交流を通じて、国際平和と人間の福祉の促進を目的とする
- 12) 文化力プラスワン：高岡市が実施する事業に文化的な要素を取り入れ、市民の文化に対する意識の向上を図る横断的な取組
- 13) 創造都市ネットワーク日本（CCNJ）：創造都市の取組を推進する地方自治体等、多様な主体を支援するとともに、国内外の創造都市間の連携・交流促進を目的として設置されたプラットフォーム。高岡市も参加している
- 14) グローバリゼーション：国際的にモノ、カネ、ヒト及び情報の移動が活発化し、国際社会における主体の多様化、国際関係の多様化等が経済分野のみならず、政治、社会、文化等の様々な分野において地球規模の影響をもたらしている現象
- 15) 知識情報経済化：通信・放送ネットワークを通じて、社会経済のあらゆる場面において、知識や情報の流通・共有・活用・蓄積が行われ、新たな価値を生み出す社会経済構造
- 16) 欧州文化都市：EU 加盟国の中から、毎年「欧州文化首都」として都市を選定し、年間を通じて様々な芸術文化に関する行事を開催する都市政策
- 17) クリエイター：創造する人。創造的な仕事（芸術、著作、制作等）を行う人
- 18) 創造産業：創造的な能力が大きく寄与する産業であり、サービス業（コンピューターソフト・サービス/広告/出版/建築/TV・ラジオ/音楽・ビデオ/映画/舞台芸術/デザイン/アート）と製造業（家具/繊維・アパレル/皮革製品/食器/玩具/ジュエリー/工芸/文具）を一般的に指す
- 19) 非営利部門：営利を追求することを目的としない非営利組織のうち、政府や自治体などを除く組織（公益法人、特定非営利活動法人、ボランティア団体等）による活動
- 20) 生活の質：身体的・心理的および社会的な満足度
- 21) クラフト&フォークアート：ユネスコのクリエイティブシティズ・ネットワークの部門のひとつ。工芸と民芸を指す

- 22) 市民ディレクター：金沢市民芸術村において、市民による自主運営のマネジメントを行う人
- 23) 交流人口：定住人口に対し、観光客や二地域居住者など他の地域から訪れる人口
- 24) アーティスト・イン・レジデンス：国内外の芸術家がある地域に一定期間滞在し、創作活動等を通じて芸術家相互及び地域との交流を深め、芸術文化の創造を図る取組
- 25) 金屋町楽市：金屋町の千本格子の町屋や石畳通り全体を使い、工芸作品の展示・販売とイベントを組み合わせたイベント
- 26) クラフト市場街：山町筋・金屋町を含む高岡の中心部において、風情ある「まち並み」や「食」を楽しみながら全国の質の高い「クラフト」に出会えるイベント
- 27) 短編映画「すず」：高岡伝統産業青年会の創立 40 周年を記念して制作された短編映画
- 28) アーティストィック・ムーブメント：高岡市福岡で行われる大学生を対象とした少人数によるダンスコンクールとエキシビション
- 29) 重要伝統的建造物群保存地区：城下町、宿場町、門前町など全国各地に残る歴史的な集落・町並みの保存を目的に、昭和 50 年の文化財保護法の改正によって定められた制度に基づき選定された地区
- 30) コラボレーション：複数の組織、人が協力、連携すること、その取組や成果
- 31) メディア戦略：伝えたい内容（メッセージ）や対象に応じ、テレビ、ラジオ、雑誌、WEB サイト等の媒体（メディア）をどのように組み合わせるかを戦略化すること
- 32) ブランディング：ブランドとは、競争相手の製品などと識別化または差別化するための、企業が独自に使用する名称やマーク（及びそこからイメージされる概念）のことであり、ブランドの価値や認知度を高める行為がブランディングと呼ばれる
- 33) リデザイン：既にあるデザイン（意匠、方法、設計など）を、さらに最適化する行為。ここでは事業を再構築する意味を含む
- 34) 有形文化遺産：文化財保護法や地方自治体の条例などで指定される文化財等のうち、建造物、美術工芸品、古文書など有形のもの
- 35) 構造改革特区認定：実情に合わなくなった国の規制について、地域を限定して改革することにより構造改革を進め、地域を活性化させることを目的として創設された構造改革特区制度により認定された事業
- 36) 景観形成重点地区：景観法に基づき特に積極的に景観誘導を行う地区を定め、詳細な基準を設定する地区
- 37) U の祭典：高岡市福岡で行われる生涯学習の祭典
- 38) ポストインキュベーション：起業や創業を促すインキュベーションの段階として、創業準備、創業支援の次として事業成長や企業発展を進める時期
- 39) クラフトマン：工芸、ものづくりに携わる職人、作家
- 40) コミュニティスペース：地域の人々が集い、憩うことや、様々な活動ができる空間
- 41) N P O：「NonProfit Organization」又は「Not for Profit Organization」の略称で、様々な社会貢献活動を行い、団体の構成員に対し収益を分配することを目的としない団体の総称
- 42) M I C E：企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字であり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称
- 43) ポータルサイト：インターネットにアクセスする際の入口となるWEB サイト
- 44) フィルムコミッション：映画やテレビドラマ、CMなどのロケーション撮影を誘致することや、実際の撮影を円滑にすすめるための支援をする非営利、公的な団体
- 45) 出向キャンペーン：主に観光や地域ブランドの宣伝のため消費地に出向いて行う宣伝活動

参考資料

(1) 文化創造都市高岡推進ビジョン策定経過

●文化創造都市高岡推進ビジョン策定委員会

	開催時期・場所	検討事項
第1回会議	平成26年5月27日(火) 高岡市役所 801 会議室	- 昨年度までの検討経緯 - 文化創造都市高岡推進ビジョン構成(案)について
第2回会議	平成26年7月22日(火) 高岡市役所 803 会議室	文化創造都市高岡推進ビジョン構成(案)について
第3回会議	平成26年12月11日(木) 高岡市役所 803 会議室	文化創造都市高岡推進ビジョン(案)について

●文化創造都市高岡推進懇話会

	開催時期・場所	検討事項
第1回会議	平成26年8月20日(火) 高岡市役所 803 会議室	- 昨年度までの検討経緯 - 文化創造都市高岡推進ビジョン(案)について
第2回会議	平成26年11月20日(木) 高岡市役所 803 会議室	文化創造都市高岡推進ビジョン(案)について
第3回会議	平成27年2月16日(月) 高岡市役所 801 会議室	- 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

●パブリックコメント

平成26年12月19日(金) ～平成27年1月9日(金)	ビジョン案に対するパブリックコメント 意見：5名 10件
---------------------------------	---------------------------------

(2) 文化創造都市高岡推進懇話会委員名簿

○文化創造都市高岡推進懇話会委員名簿

	氏名	役職
1	可西 晴香	舞踊家 可西舞踊研究所代表
2	駒澤 義則	高岡銅器協同組合 理事長
3	晒谷 和子	高岡市立博物館 館長
4	新谷 秀夫	高岡市万葉歴史館 学芸課長 上代文学会 理事、美夫君志会 理事
5	武山 良三	富山大学芸術文化学部 学部長
6	東城 祐司	(株)メディアミックスジャパン代表取締役社長
7	能作 克治	(株) 能作 代表取締役社長
8	林口 砂里	(有)エピファニーワークス代表 クリエイティブプロデューサー
9	村上 隆	学術博士（材料技術史）、高岡市美術館館長
10	川島 鋼	元(株)電通関西支社 関西マネジメント局次長

○文化創造都市高岡推進懇話会アドバイザー

1	佐々木 雅幸	文化庁・文化芸術創造都市振興室長、同志社大学教授
2	仲道 郁代	ピアニスト、(財)地域創造 理事
3	平田 オリザ	劇作家、演出家、(財)地域創造 理事

(3) 文化創造都市高岡プロモーション実行委員会委員名簿

○文化創造都市高岡プロモーション実行委員会委員名簿

	氏名	役職
1	荒井 里江	(有)フジ創ホーム 代表取締役社長
2	筏井 恵子	日本民踊研究会「華の会」代表
3	石浦 昭雄	SONGS 音創会 代表
4	大寺 康太	大寺幸八郎商店、伝統産業青年会会長
5	尾崎 迅	金工作家、かんか
6	梶原 朋子	ガラス造形作家
7	國本 耕太郎	高岡漆器(株) 取締役
8	菅野 克志	高岡ガス(株) 代表取締役社長
9	東海 裕慎	はんぶんこ 代表
10	羽田 純	富山大学芸術文化学部コーディネーター
11	広田 郁世	日本画家、舞台プロデューサー
12	松田 英昭	(株)ブルーコムブルー 代表取締役社長
13	松原 博	富山大学 客員教授
14	大氏 正嗣	富山大学芸術文化学部 教授

文化創造都市高岡推進ビジョン

発行：平成２７年３月

高岡市経営企画部 都市経営課 文化創造推進室

〒９３３-８６０１ 富山県高岡市広小路７番５０号

TEL (０７６６) ２０-１２９２ FAX (０７６６) ２０-１６７０

E-mail bunsou@city.takaoka.lg.jp