

生活文化創造都市推進事業

高岡地域会議実施報告書

TO CREATE A BETTER LIFE CULTURE



2015年 3月

一般財団法人 日本ファッション協会

はじめに

一般財団法人日本ファッション協会では、地域振興事業として、平成 15（2003）年度より「生活文化創造都市推進事業」に取り組んでいます。

これは、欧米から始まり、今や世界で 100 以上の都市が取り組んでいる 21 世紀型の都市モデル「創造都市=Creative City」をベースに、「豊かな生活文化の創造」を目指す当協会として、地域独自の文化に根差した市民の活発な創造活動こそが豊かな生活文化を育み、産業の振興にもつながるとの認識のもと推進している事業です。

より多くの地域の方々にこの「生活文化創造都市」の考え方をご紹介し、ご理解いただくことを目的に、毎年、地域に赴き、シンポジウム形式の「地域会議」を開催しております。

本報告書は、2014 年 10 月 2 日（木）に、富山県高岡市で開催しました「生活文化創造都市『高岡地域会議』」の内容をご紹介するものです。

高岡市では、「文化創造都市高岡推進ビジョン」の策定を進めており、「アート&クラフト・クリエイティブシティ」をテーマに、多様な角度から、地域の中で磨き上げられてきた創造性をまちづくりにどう活かしていくかを探りました。

ぜひ本報告書をご高覧いただき、まちづくりのこれからの取組みのご参考にしていただければ幸いです。

2015 年 3 月

一般財団法人 日本ファッション協会

目 次

はじめに	3
目次	5
開催概要	6
出演者プロフィール	7
主催者挨拶	
坪田 秀治 一般財団法人 日本ファッション協会 専務理事	9
開催都市代表挨拶	
高橋 正樹氏 高岡市長	11
第1部 基調講演	
「アート&クラフト・クリエイティブシティ」	
菱川 勢一氏 クリエイティブディレクター	13
第2部 プレゼンテーション	
「生活文化創造都市と先行事例について」	
佐々木雅幸氏 同志社大学特別客員教授	20
第3部 パネルディスカッション	
「伝統文化・産業を活かした創造都市のあり方」	24
視察会記録	
高岡地域会議視察会開催概要	42
高岡クラフト市場街 ICHIBA-MACHI 訪問記録	43
株式会社 能作 訪問記録	44
「万葉集全 20 巻朗唱の会」参加記録	49

【開催概要】

開催日時：2014年10月2日（木）14：00～16：30
会場：ホテルニューオータニ高岡（富山県高岡市新横町1番地）
主催：一般財団法人 日本ファッション協会
共催：高岡市
後援：高岡商工会議所
テーマ：アート&クラフト・クリエイティブシティ
参加費：無料
参加人数：150人

【プログラム】

- 主催者挨拶 （一財）日本ファッション協会 専務理事 坪田 秀治
開催都市代表挨拶 高岡市長 高橋 正樹氏
- 第1部 基調講演「アート&クラフト・クリエイティブシティ」
クリエイティブディレクター、映像作家、写真家
DRAWING AND MANUAL ファウンダー
武蔵野美術大学教授 菱川 勢一氏
- 第2部 プレゼンテーション「生活文化創造都市と先行事例について」
同志社大学特別客員教授
文化庁文化芸術創造都市振興室長 佐々木雅幸氏
- 第3部 パネルディスカッション
「伝統文化・産業を活かした創造都市のあり方」
◆コーディネーター 佐々木雅幸氏
◆パネリスト（五十音順）
株式会社玉の湯取締役社長、
一般社団法人由布院温泉観光協会会長 桑野 和泉氏
高岡市長 高橋 正樹氏
株式会社ニッセイ基礎研究所 研究理事 吉本 光宏氏
◆コメンテーター 菱川 勢一氏

【出演者プロフィール】

<敬称略>

第1部 基調講演「アート&クラフト・クリエイティブシティ」		
	<p>菱川 勢一 クリエイティブディレクター 映像作家、写真家 DRAWING AND MANUAL ファウンダー 武蔵野美術大学教授</p>	<p>1969年東京生まれ。レコード会社、家電メーカー宣伝部、海外音楽チャンネル番組制作、ハリウッド映画予告編制作など多岐にわたる経験を持ち、TVCMやミュージックビデオの映像監督、企業ブランディングやWebサイトのアートディレクター、ファッションやイベントなどの舞台監督を歴任した。ニューヨークADC賞、ロンドン国際広告賞など国際的な受賞多数。2011年に監督を務めたNTTドコモのCM「森の木琴」がカンヌライオンズにて三冠を受賞した。 http://www.drawingandmanual.jp/</p>
第2部 プレゼンテーション「生活文化創造都市と先行事例について」		
	<p>佐々木 雅幸 同志社大学特別客員教授 文化庁文化芸術創造都市 振興室長</p>	<p>金沢大学経済学部助教授等を経て、1992年金沢大学経済学部教授、ポーランドヤ大学客員研究員。2000年立命館大学政策科学部教授。2003年より大阪市立大学大学院創造都市研究科教授。2007年同大都市研究プラザ所長。2014年4月より現職。著書『創造都市への挑戦：産業と文化の息づく街へ』など</p>
第3部 パネルディスカッション「伝統文化・産業を活かした創造都市のあり方」		
◆パネリスト (五十音順)		
	<p>桑野 和泉 株式会社玉の湯取締役社長 一般社団法人由布院温泉 観光協会会長</p>	<p>1964年大分県湯布院町（現由布市）生まれ。家業の宿「由布院玉の湯」の専務取締役を経て、2003年10月、代表取締役社長に就任。町づくりなどの市民グループの代表、世話人や、NHK経営委員を歴任し、現在、一般社団法人由布院温泉観光協会会長、公益社団法人ツーリズムおおいた副会長。また大分銀行社外取締役、九州旅客鉄道株式会社取締役（非常勤）を務める。</p>
	<p>高橋 正樹 高岡市長</p>	<p>1954年生まれ。1977年東京大学法学部卒業後、自治省入省。2001年省庁再編後、総務省で情報通信政策局地域放送課長、自治財政局財務調査課長を歴任後、2002年新潟県副知事。2006年再び総務省へ。財団法人地域創造 常務理事を経て、2009年より高岡市長。現在2期目。富山県市長会会長、全国市長会副会長を務める。</p>
	<p>吉本 光宏 株式会社ニッセイ基礎研究 所 研究理事</p>	<p>1958年徳島県生まれ。早稲田大学大学院修了（都市計画）後、社会工学研究所などを経て1989年からニッセイ基礎研究所に所属。東京オペラシティ、国立新美術館、いわきアリオス等の文化施設開発、東京国際フォーラムや電通新社屋のアートワーク計画などのコンサルタントとして活躍する他、文化政策、文化施設の運営・評価、創造都市等の調査研究に取り組む。文化審議会文化政策部会委員などを務める。</p>
撮影：杉全泰		

主催者挨拶

一般財団法人日本ファッション協会
専務理事
坪田秀治

本日は、平日の大変お忙しい中、高岡地域会議にお集まりいただき、ありがとうございます。

今、ご紹介いただきました日本ファッション協会ですが、ファッションといいますと、一般的にはアパレルや繊維など非常に狭い範囲のファッションをイメージされるのではないのでしょうか。われわれの団体はちょっと違ひまして、あくまでも一般的なアパレルではなく、生活文化、つまり衣食住の枠を超えた生活全般を高めることを目的に、平成2年、当時東急の五島昇さんが日本商工会議所の会頭だったときに設立された団体です。

当協会では、生活文化の向上に向けた事業をいくつか展開しています。一つは「日本クリエイション大賞」です。昨年は、高柳健次郎博士が日本ではじめてテレビを開発した浜松市の浜松ホトニクス株式会社が賞を受賞されました。この会社が岐阜県神岡町にある天文観測装置「カミオカンデ」の光電子管をつくり、この光電子管があることによって小柴先生が『ニュートリノ』を発見し、ノーベル賞を受賞されました。そして去年は、同社の光電子増倍管によって CERON が「ヒッグス粒子」を発見し、この発見によってノーベル賞を受賞しました。この2度のノーベル賞受賞に貢献した浜松ホトニクスに、「日本クリエイション大賞」を差し上げたわけです。そのほか、昨年、大変話題になりました近畿大学の完全養殖マグロにも「日本クリエイション賞」を贈りました。

ところで、顕彰事業は、日本ファッション協会の前身の東京ファッション協会でも「東京クリエイション大賞」として実施しておりましたが、27年前、1987年の第1回目の東京クリエイション大賞は何だったと思いますか。このころ、画期的に生活を変えたものがあつたのです。それはテレホンカードです。これが第1回目の「クリエイション大賞」でしたが、今やテレホンカードなど誰も持っていません。それだけ20年も経つと、社会がガラッと変わるのです。

さらに「シネマ夢倶楽部」では、日本で公開された映画の中から日本海外を問わずいい映画を表彰しています。

もう一つの事業が、今日、開催します「生活文化創造都市推進事業」です。今、安倍政権は地域創生という言葉掲げ、なんとか地域を活性化しようとしています。日本の人口の半分以上が三大都市圏に集中し、残りの半分は各地域にあるわけですが、高齢化が進んでいます。私は、日本ファッション協会に来る直前まで日本商工会議所で事務局長を務め、約500の都市に何度もおじゃまさせていただきましたが、どこの都市もみな困っています。一番困っていることは、働く場所がないこと。だから若い人が帰れない。これをなんとかしないと、日本の地域が疲弊することによって、日本全体の活力が減退します。日本全体の活力が下がっていることをとても心配しています。

その意味で、今日のこの機会に、生活文化に根差したまちづくりをぜひ推進していきたいと思っています。今日の会議が皆さまのなんらかの参考になれば幸いです。簡単ではありますが、ご挨拶とさせていただきます。よろしく願いいたします。

開催都市代表挨拶

高岡市
高橋正樹市長

今日は、日本ファッション協会の主催により、「生活文化創造都市高岡地域会議」を開催させていただけることを大変うれしく思っています。また、全国からたくさんの方々にお出でいただきましたことに、心からお礼を申し上げたいと思います。

今日の会議は、わたしども高岡の産業づくりで大変お世話になっております映像作家の菱川さんの基調講演、そして創造都市づくりでご指導をいただいております佐々木雅幸先生のプレゼンテーションならびにパネルディスカッションで構成されております。

今、日本ファッション協会の坪田専務理事からお話がありましたように、文化でいろいろなものをつくっていく、あるいはいろいろのものから文化をつくっていくということはとても大切なことですが、何も難しいことではありません。文化芸術というのは、絵や音楽を鑑賞したり、コンサートを開催したりということだけではなく、それをすると清々しい気分になること、人に自然と手を貸すということなど、日々の営みの中で普通に行われていることや、またそのようなことを想いながら日々暮らしていくことが生活文化であり、ひいては文化の創造であろうと思います。幸いにして高岡は、400年前の江戸時代から営々と築いてきた、歴史とものづくりの伝統や文化があり、その文化をまちづくりひいてはものづくりに活かしながら、今日までできております。しかし、伝統であるものづくりだけでは、ある種の限界があるように感じているのも事実です。

そこで創造力が、これからますます大事になってくると思います。生活文化に創造性を取り入れることで、ものの作り方や考え方が変わってくる。そういう好循環を、社会が人口減少に向かっていく中であっても追及していきたいと思っております。

その意味で、文化創造都市の実現を目指している本市にとりまして、この生活文化創造都市会議を、高岡で開催できるということは本当にありがたいことございまして、ファッション協会のみなさんはじめ、ご参加のみなさんに心からお礼を申し上げたいと思っております。

皆様方にはぜひ高岡のまちも歩いていただきたいと思っております。この週末は、文化行事が重なっており、「工芸都市高岡 2014 クラフト展」や、街中を舞台に高岡をクラフトで元気にしていこうという「高岡クラフト市場街」が開かれ、その中ではクラフトを活かして、食や生活文化といったものを考えていこうという試みもございます。

また、明日からは万葉集全 20 巻を歌い通す「万葉集全 20 巻 朗唱の会」という催しも始まります。そういうまさに高岡の文化を感じていただける時節に、皆様方をお迎えできるということを大変うれしく思います。どうぞ、今回の高岡地域会議が有意義でありますこと、そして皆様方にとってこの高岡という地で良い思い出を抱いていただくことができますことを心から願っております。

今日の会議が皆さまにとって有意義なものになることを改めてご祈念申しあげまして、私の挨拶としたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。

第1部 基調講演

アート&クラフト・クリエイティブシティ

クリエイティブディレクター
菱川 勢一氏



今日は、私の取り組んでいる地域のお仕事をいくつかご紹介します。そして最後に高岡市で昨年やらせていただいた、短編映画「すず」のお話をしたいと思います。

お手元の日本ファッション協会がつくった「生活文化創造都市」のパンフレットの中にもありますが、地域のイノベーションは「よそもの、わかもの、ばかもの」がキーワードだとよく言われます。

これを自分にあてはめると、高岡に対して「よそもの」というのは半分当たっています。よそものというよりは、自分では身内のような気分ですが。「わかもの」、残念ながら若者ではありませんね。「ばかもの」、これには自信があります。ここだなと思って、今攻めています。

今日は、高岡で去年から今年にかけて制作した映画の話のほかに、二つの地域で行った取り組みについてお話したいと思います。

まず、直近では徳島県のプロジェクトをやっています。ときどきメディアを賑わせている徳島県の神山町という過疎の町がありますが、限界集落などと言われています。そこに、今、東京の企業がサテライトオフィスをつくっています。その中の1社にわれわれも入っています。

徳島県のシルエットが出てきて、日本地図上で徳島県を指さしてと言われても、愛媛県をさす方が多いですね。それくらい知名度が低いと言われている徳島県を、県庁と一緒に盛り上げよう

というお仕事にこの2年くらいかかわっています。キーワードは「行政とクリエイティブの協働」で、今日のテーマにあっているのではないかと考えて紹介します。

このプロジェクトで、我々がつい最近外に出したキーワードは「vs 東京」です。こういうキーワードを徳島県が宣言したところ、テレビ各局で取り上げられてちょっと話題になりました。その中で大阪毎日放送がなかなかいい捉え方をしてくれたので、これをみなさんにご覧いただきたいと思います。

「ちちんぷいぷい」というタイトルの番組で紹介されました。

★★★

<紹介された内容>

徳島県が県のコンセプトとして打ち出したのが「vs 東京」。そのコンセプトに合わせた3分26秒の映像をYouTubeなどインターネットで公開しました。すると、県内外から賛否両論があったそう。感動しましたという県外の人もいれば、なんでわざわざ「vs 東京」とけんかを売ることかという意見もある。

この主人公は、タスクフォースで集められた14人の徳島県の県庁職員。徳島県のために何か新しいことをやりたいということで、部署の垣根を取り払って20代から40代の若手14人がチームを組みました。

メンバーの一人である加藤貴弘さんは言います。「東京のみなさんやその生活を批判しようというものでは当然ありません。ただ、徳島県として閉塞感の打破や発展につなげるためには象徴がいるのではないかと思ったのです。かつて地方が都会をまねし、個性がなくなったことがありました。東京の何分の一とか、東京になんとかドームがあるから、うちにもつくろうとかという縮小コピーのような時代がありました。今回、東京という指標をあえて掲げることで、県民が、そしてその前に県庁自身が、徳島県をよりよくするために挑戦するのだというメッセージを、自分たちにも向けたかったのです」

だから東京に規模で勝とうという話ではない。「vs 東京」が決まるまでは、タスクフォースで集められた職員の会議でいろいろ検討した。それぞれにプラスマイナスがある。今年の春から会議を重ねて、9月9日に発表したのが3分26秒のPRビデオです。たとえば香川県のように「うどん県」のPRに要潤などの有名人が出てくるものとは違います。制作は徳島県にサテライトオフィスを構えるドローイング&マニュアル社で、ここは大河ドラマのオープニングを手掛けるなどで有名な会社。実は徳島は日本一光ファイバー網が発達しています。電波が届きにくいところがあるからかもしれませんが、ケーブルテレビを普及させようとした結果、光ファイバーがすみずみまで伸びました。これが決め手になってIT系の会社が、東京から20社ほど、徳島に移ったり、徳島支社をつくったりしているそうです。

実は日本で最初に第九が演奏されたのは徳島で、この話は映画にもなりました。1918年にドイツ兵の捕虜たちが、捕虜の収容施設の中で演奏したそうで、だから第九といえば徳島なんだそう。ナレーションの声も徳島弁です。ただ口下手な県民性、主張しないという徳島県民の気質は、VTRでは逆になっており、自分たちの町は自信があってもこれまではそれを強く発信してこられなかったけれども、今までのその気持を変えたいという思いから「vs 東京」を宣言し、それを徳島県が高らかにうたうのは、徳島県の覚悟とチャレンジの現れです。

★★★

このムービーは実は外向きのものではないのです。共通コンセプトと言っていますが、県庁の職員向けにつくったものです。つくったので、せっかくだから YouTube に上げましょうというだけだったのです。だから別に PR としてはなんにもやっていない。飯泉徳島県知事が記者会見で共通コンセプトとしてこういうものを立てましたと発表し、県庁の中に貼るポスターとして「ゼニのないヤツあ俺ンとこへ来い。が、ホンマにある町」「家賃2万円。改装自由。インターネット完備。つまり、なんでもできるでよ。」などをつくりました。これは県庁の外には貼っていないもので、県庁の廊下にこれがずらっと貼ってあります。

「vs 東京」というのは、つまり県庁職員に対して言っているのです。廊下に貼られたり、食堂に貼られたり、あとはずうずうしくも、徳島での J リーグの試合のときに冒頭にこの映像を流させてもらっている。やはり作成にかかわった我々も PR というのはまず身内からと、ずうずうしく、凶太く、県庁の人たちが、まずは自分たちが盛り上がるためのツールとしてつくりましょうというものです。外にはまだですということだったのですけれども、YouTube に上げたとたん、「advertimes アドタイ」という広告のポータルサイトで取り上げられ、「いいね！数」が掲載2週間でぶっちぎりの年間トップになりました。今でもトップです。Yahoo でもトップになりました。そうすると、だんだん誤解が生まれて、「vs 東京」ってなんだという、賛否両論のような、なに喧嘩を売っているのだとか、税金使って何をやっているのかという批判がぱあっと出てくるのですね。そこでえらいなと思ったのは、県庁の方々が、それは自分たちで対応する、今後の広報に役立つからぜひ対応させてほしいと、これはですなといちいち説明しているのです。これはえらいなと思いました。先ほどの県庁のタスクフォースの人たちが対応しています。

実は、よく広告にはあるのですが、こういうとがった PR というのは、バーンと出したときに、クレームもしくは「なんだこれは」と文句を言う人達は、浅い理解の人達なのです。浅い理解の人達が、反射的に「なんだこれは」と言うのです。けれど、必ずといっていいほど、フォローで後から深く理解した人たちが、「これ結構いいよ」と言い始める。事前にそのパターンをいろいろなキャンペーンをもとに、徳島県庁の人達に話していました。きっとたぶんこれを出すとこうなりますよ、おそらくクレームがバーンと来る、バーンとくるけど、来るのは最初の1週間で、それが過ぎると、今度はかなりポジティブな意見が重なってきますと。狙いどおりでした。

ちなみに3日程前に福井新聞に投書が掲載されていました。「なぜ福井はやらないのか」と。こんなに徳島はがんばっているのにというような、そういうものが集まってくるというパターンですね。

もちろん我々は県庁の人達ががんばっているところに、映像をつくっただけということではなくて、ネットにアクセスしてくる男女比、年齢層、アクセス元などを拾っています。アクセス元



に関しては東京都世田谷区というところまで出ます。あとは検索の際のキーワードも拾っていません。

これができているのは、行政とクリエイティブの信頼関係があるからだと思っています。信頼関係という意味では、徳島県庁の場合はだいぶ膝突き合わせたなあと言う感があります。お互いため口で、フェイスブックの秘密のグループの中で行きかっている言葉は、「なにこれ」という友達感覚になっていますけれども、それくらい膝を突き合わせました。これは行政とクリエイティブが手を組むと、こういうこともありますという一つの事例です。

もう一つの事例は、皆様ご覧になった方もいらっしゃると思いますが、去年のNHKの大河ドラマの「八重の桜」です。私は「八重の桜」のディレクターの一人でした。福島県会津若松市を中心にロケをしていたわけですが、そのキーワードは「クリエイターと子どもたちの心意気」です。大体メディアを賑わすのは、ゴシップです。視聴率がどうしたとか、それは正直言って、NHKというような大きなメディアには必然なのですね。どうしてもそういうものがつきものなのです。そういうメディアほど、制作の現場はそんなに汚れていない。もっとピュアなのです。

当然ですが、福島には全員で行きました。全員でいろいろなお話を聞きに行っています。綾瀬はるかさんを中心とした大河ドラマ初の女性主演のドラマで、僕ももちろん新島八重のことは知らなかったのですが、そのときの会津若松駅では、ほかの観光ポスターを全部剥がして、「八重の桜」のポスターだけが貼られていました。

ややシリアスな話をすると、我々クリエイターやデザイナーは震災のようなことが起きたときには、クリエイターのようなものは役に立たないのではないかと、大いに落ち込んでいました。デザインやクリエイティブというようなものは、復興復興と言っている最中では何の役にも立たない。がれき処理のお手伝いには行きました。行ったのですが、せいぜいそんなものです。もっと本当は本業で役に立ちたいのですが、どうしたものかということになった。その時に、役に立ちたいと思っていたクリエイター12組が集まりました。僕が声をかけたのですが、何かやりたいというクリエイター達が集まってきました。

ドラマですから映像なのですが、クラフトなどのクリエイターも集まって、毎月月替わりでオープニングをつくろうということになりました。たとえば、いわゆるテキスタイルデザイナー、布のクリエイターの方がオリジナルでつくってくれたテキスタイルをきれいに撮影して、綾瀬はるかさんに羽織ってもらってオープニング映像に仕立てるといった形でした。そういう形で集まった12組のクリエイターは、押しも押されぬトップクリエイターたちです。世界的と言っていいと思います。もちろん年齢層的には、ベテランの方々も20代のクリエイターも交えた12組です。よくカンヌなどで毎年賞をとっているようなクリエイターもいます。オープニング映像は1年間、50話にわたって流れたのですが、月替わりで真中の部分が、変わっていききました。デジタルクリエイターもいましたし、12組のクリエイターによる映像が入ってさまざまに変わっていききました。

綾瀬はるかさんは、並々ならぬ決意で撮影に臨んでいました。平然と話していましたが、僕と綾瀬さんは腰から下が真水に浸かった状態で撮影に臨みました。真水で結構冷たいのです。なぜ真水に浸かっているのかというと、実はNHKのスタジオでは温水が出ないのです。綾瀬さんは真水に6時間も浸かって、最後は唇が紫色になってしまって撮影終了となったのですが、28テイクにわたってオープニングを撮影しました。これに坂本龍一さんが加わり、NHK交響楽

団が加わって、さらっと流れる 2 分間のオープニング映像になりました。

オープニングの一番最後に、象徴的に出てきましたが、子どもたちが和傘を開く場面がありました。あの子どもたち、総勢 370 名の子どもたちですが、全員被災地の子どもたちです。多くは南相馬、ほかに浪江町、飯館村の周辺の子もたちが、会津若松に移っていました。3 分の 1 くらいの子もたちはご両親を亡くしていました。そういうこどもたちに、こういうプロジェクトがあるので、ぜひとも出てもらえないかと打診したところ、出演しますということになり小学校に協力いただいて撮影しました。

あの和傘は、京都の日吉屋さんに造っていただきました。今、日本には和傘を手づくりしている会社は 2 軒しか残っていません。そのうちの 1 軒の京都の日吉屋さんのご主人にノーアポで会いに行きました。大河ドラマのスタッフですといっても、はじめは胡散臭いという顔をされて、信じていないという感じでした。それでも和傘をつくってもらいたいのですと頼んだところ、いいですよ、ちなみに何本ですかと聞かれ、400 本ですと答えた



たのですね。「えっ！400 本」と日吉屋さんにはちょっと考えさせてくれと言われて、しかも撮影が 1 カ月後に迫っていました。1 カ月で 400 本つくってくださいとお願いしたのです。1 日たって社長さんからやらせていただきますと、しかも無償で 400 本の和傘を提供してくださいと言っていて、ぎりぎりだったのですけれども、撮影前日に日吉屋さんから段ボールが何箱も届いたという感じだったのですね。

磐梯山の麓で、370 人の子どもたち、クリエイター達、綾瀬さんも一緒になって最後の 1 シーンを撮りました。そのときにせっかくなので、子どもたちに未来の夢を描いてもらったのですね。それが実は関係者だけが持っている本になっています。NHK の職員とスタッフだけが持っている限定の本なのですが、みんな今でも大事にして、ときどき心が折れそうなときに読んでいます。子どもたちにメッセージを書いてもらったというエピソードもブラウン管の後ろにはありました。

今年の 3 月の時点では、最終的に会津若松市の大河ドラマによる経済効果は 215 億円になりました。3 月の時点ですから、今はもう少し増えていると思います。会津若松市内のホテルの稼働率は、このドラマの前は 10%前後まで落ち込んでいたのが、先月の時点では約 80%にまでなっています。映像や、クリエイター、デザイナーにもやれることはあるということを実感しましたし、もちろん NHK の大河ドラマというビッグネームがあればこそとはいえ、心意気としてはスタッフの一人として並々ならぬものがあつたなと思います。これに関しては真正面から盛り上げようと一丸になっていったような気がします。

これから高岡市の話をしたと思います。高岡のプロジェクトのキーワードとして持っていたのは、「大人たちが文化的に大真面目に、世界的に遊ぶのだ」ということです。大人たちがおもしろがって遊べば、自然と人が集まるという根拠のない自信を持っています。ご存じの方もいらっしゃるかもしれませんが、「すず」という短編映画をつくりました。これは高岡の人達がつくった映画です。

ご覧になった方から、やや厳しめのご意見もいただきました。「伝統工芸が一つも出てこないではないか」「なんで高岡にはもっと観光地がたくさんあるのに」とか。だけど、観光地、たとえば瑞龍寺を前面にばんと押し出して、高岡はこういうところなのかと思って実際に来てみたら、シャッター商店街だったと、がっかりさせることになるのです。なので、僕はありのままを撮りますという目標を立てています。金屋町は撮ります。ただし、普通の住宅地も撮ります。なんてこともない人も撮ります。つまりリアリティのある、そこに居る人達を撮りますということです。

どういうきっかけからこの映画制作が始まったかという、東京の丸の内を高岡の伝統産業青年会の人たちとのトークイベントがあったのです。ここで、僕がこんな調子で正直に、高岡の伝統産業について、けちよんけちよんに言いました。これは誰が買うんですかとか、売れる気があるんですかとか、公の場で。普通ならいいですねとか、きれいですねと、ほめなければいけないところを、これは誰が買うんですかね、この iPhone ケース、幾らですか、「高っ！」とか、本音ばかり話していたら、職人さんたちから本当に嫌われてしまいました。後での話ですが、あのときは相当むかついたよ、だけど、言っていることはもっともだと思ったと言われました。そういうきれいごと抜きで、じゃあちゃんと高岡をPRしましょうよということ、もう一度東京で会って話をしました。

普通にやっけてはだめです。ちょっと web サイトをつくらただけでもだめだし、ちょっと映像を撮って、YouTube に上げたくらいでは誰も見ません。普通のことをしていたのではだめなのです。いろいろ考えて短編映画はどうですかと言ったのは、大河ドラマや映画の経験から言うと、映画制作というのは、撮られているロケ地ではお祭りごとになります。それを知っていたので、ロケ地の方々のご協力をいただいて、お祭りごとにするのはどうですか？予算もないですから、短編くらいしか撮れませんが、という形でスタートしたのです。

<メイキング映像の上映>

このメイキングも YouTube に上がっています。「すず」のつくり方とか「すず」メイキングと検索していただければすぐに出てきます。もちろん、みなさんにはなじみのある風景があると思います。これらも商店街の方々にご協力いただきました。商店街の飲み屋街で「救急車」と叫びながら走るシーンがあるのですけれども、そこに居た一般の方々が本当だと思って、救急車を呼びそうになったという、それくらいどたばたしながら町の中で撮っています。

瑞龍寺は出てきませんが、金屋町は出てきます。万葉線も出てきます。万葉線の中でもロケをしました。

これを去年制作して、YouTube で公開しました。この予算は伝統産業青年会の職人の方々皆さんが持ち寄ってくれた予算なんですね。ですので、何かチケットで興行収入を得るということではなく、一人でも多くの人に見てもらおうというのが目的でしたので、YouTube で公開しました。半分悪乗りではありましたが、主題歌をつくり、挿入歌「高岡でべろんべろん」をつくり、その主題歌をきちんとアップルの iTunes で売るということもやりながら、海外の映画祭にも出そうということに取り組みました。

その時に具体的に上げていた目標は、YouTube は1万人にぜひ見てほしいと思っていました。これはクリアしました。フェイスブックは3000人くらいはほしいよね、これはもうすぐクリアします。ちなみに高岡市のフェイスブックのページの「いいね数」は1400ですから、高岡市の

倍はいくぞという感じで、もうちょいです。

ケーブルテレビは 52 局 1032 万世帯の視聴になりました。これはよかったと思います。映画をきっかけに移住者が現れる、これはひょっとして居るかもしれませんが、調査できないのでわかりません。できればこういうものがきっかけで、若い人たちに移住してきてほしいなと思っています。海外の映画祭に出る、これは出ました。フィレンツェの映画祭、およびミラノの映画祭に出品して、しかもイタリアのあの厳しい観客からすすり泣きと拍手をいただいたというところまでいったので、グッドジョブだったのではないかと思います。

高岡の伝統産業青年会の職人たちを連れて行って、フィレンツェの石畳のど真ん中で鋳物体験をしていただきました。これは高橋市長をはじめ、高岡市の支援をいただきながら実現できたことです。これは本当にやってよかったなと思います。映画がきっかけだったのですが、目の前で工芸の実演を観てもらったのですね。イタリアのど真ん中、しかもフィレンツェというところに目を付けたのは、フィレンツェはものづくりの町だからです。主に銀製品、革製品をつくっています。そういう人たちに受けた。もう一つはミラノに持っていきました。サッカーの長友選手が応援に駆けつけてくれて、本当によかったです。僕は役得でしたけれども。

また、来週から札幌で国際短編映画祭というものがあって、インターナショナルコンペディションでは、国際的な短編映画がチョイスされてオーディエンスの投票、つまり観客の投票によって審査が通ると自動的に世界各国の映画祭で上映されます。これはぜひとも通したいなと思っているのですが、そこにノミネートされています。応募数 3000 作の中から選ばれています。

最後になりますけれども、僕が一番はじめに高岡に来て感じたことは、元気がないなということでした。「大人たちよ、もっと遊べ」で、元気になってもらいたいなと思います。一部では元気があるのです。全体的に元気になりましょうよということもありましたし、おもしろそうなまちは、画策しなくても自然に人が集まってきます。なんとなくそういう実感があります。おもしろそうだなと思うと、はでに宣伝をしなくてもじわじわと人が集まってくるような気がします。熱意のある場所には熱意のある人たちが自然に集まる。類は友を呼ぶと言いますが、そういう実感もあります。

僕は映像や広告宣伝、プロモーションを生業にしていますけれども、また何かこういう自分の本業で、さきほどの「八重の桜」ではないですけれども、本業でみなさんのお役に立てたらと思いつつ、ぜひ高岡市とは長い付き合いをさせていただけたらと思っています。

第2部 プレゼンテーション

生活文化創造都市と先行事例について

同志社大学特別客員教授

佐々木雅幸氏



菱川さんが投げかけた問題を順番に読み解いていきたいと思います。

まず、私は、新島八重さん夫妻がつくった大学・同志社大学からまいりました。前は大阪市立大学に居たのですが、今年の4月に縁あって同志社大学に移りました。この大学の創立者が新島襄、その奥さんが八重さんですから、菱川さんのお話を伺ってなにか懐かしい感じがしました。

これからお話することは、「生活文化創造都市とは何か」ということですが、これは私の本「創造都市への挑戦—産業と文化の息づく街へ」を読んでいただければと思います。岩波現代文庫から出ています。もう少ししたら初版 5000部が売り切れて再版になりますので、今のうちにお買い上げいただければと思います。

この本に何が書いてあるかというと、世界の都市を見渡して、今、最も元気な都市というのは、共通の特徴があるということです。「創造人材」と地域資源がうまくあいに掛け合わさったときに、その都市や地域が再生するということが書

「生活文化創造都市」とは何か？

■市民一人一人が
創造的に、働き、暮らし、活動する都市

「生活文化の豊かさ創造的な市民によって、新しい芸術・文化・技術・産業・生活スタイルが生まれることによって、グローバルな環境問題や地域社会の課題に対し、創造的かつ自律的に対応できるような都市である。」

創造人材 × 地域資源 = 地域再生



拙著『創造都市への挑戦』(2012年)岩波現代文庫版

いてあります。たとえば高岡の例、あるいは先ほどの会津の例をとって見たときに、地域資源はたくさんあります。職人さんたちがたくさんものをつくっている。でもそれが今の生活に合わなかったり、あるいは古いまま残っていたりして元気がない。そこにいきなり菱川勢一さんのような創造人材が現れて、「お前だめだね、元気出してね」と言いながら、地元の人達と一緒に映画をつくってしまう。そうすると、そこから新しい元気が湧いてくる、これが共通項なのですね。

創造都市、創造農村というのは、創造的な仕事をする人たちが集まってくるということが大事で、そこに目を付けてまちづくりをすればよいということになります。

アメリカ人で変な人がいまして、フロリダ出身ではないのですが、リチャード・フロリダといいます。大学の先生なのですが、ゲイの研究をしていて、同性愛者が多いまちはクリエイティブになるといって、とんでもない説を唱えました。

アメリカの中で最も同性愛者が多いのはサンフランシスコで、シリコンバレーも多い。そこはアメリカで最もハイテク産業が盛んなまちです。ハイテク人材はゲイの廻りに集まりやすいというわけです。つまり地域資源と創造人材とがうまく

具合に掛け合わさっているから、どんどんおもしろい産業が生まれてくる。このフロリダの説が今、世界に広がっていきまして、これから先は「創造経済」という時代に入っていく。つまり大量生産、大量消費の大型工場がなくても、クリエイティブな人々が地域資源を上手に活用しながら、創造都市や創造農村をつくっているということがあります。

菱川さんは、高岡で作った映画「すず」をフィレンツェに持っていかれました。できれば私の第二の故郷ボローニャにも行ってほしかったのですが、フィレンツェとボローニャはアペニン山脈をはさんで、特急電車で30分ほどの距離にあります。フィレンツェとボローニャには共通語があります。それは何かというと、職人さんたち、つまり大人たちが遊びながらものをつくっているということです。遊びながらものづくりをし、オペラを歌いながらものづくりをしているので、彼らがつくった品物はとてもおもしろいのです。人々がわくわくするようなファッションや、スーパーカーが生まれています。

たとえばボローニャというまちは、ランボルギーニやフェラーリなどの超高級車をつくっています。そこでは、職人さんたちが手づくりのような感覚で自動車もつくってしまう。もちろんファッションもつくっています。

こういう職人さんたちが遊びながらやっている仕事のことを「オペラ」と言います。イタリア語では、音楽ホールで聞く“オペラ”と、職人さんたちが遊びながらつくる“オペラ”とが同じ言葉です。ここが大事なところで、日本の職人さんたちは、しかめっ面しながらものをつくっていて、あまり楽しそうではないのだけれど、イタリアでは歌いながら、

創造人材を受け入れる寛容性(R, フロリダ)

- R.フロリダは、21世紀型都市の新しい担い手として「創造階級」の登場と勃興に注目し、そのエートスと仕事およびライフスタイル、そして彼らを選択するコミュニティの特徴を分析し、創造階級が好んで居住する都市や地域こそ、経済的パフォーマンスが優れていることをわかりやすい具体的な指標によって示した。世界の都市政策に大きな影響を与えた彼の「創造性指数」は3つのT、すなわち、
 - Talent 人材
 - Technology 技術
 - Tolerance 寛容性、雅量
- 「ゲイ指数」とはゲイの人々が隣に住んでいても排除せずに、受け入れる「寛容性」を意味している。すなわち、既成の価値観にとらわれない前衛的なアーティストのような人々を排除しないコミュニティこそ創造的で、ハイテク分野の先端的な人材が好んで住む社会的環境を特徴付ける

職人のオペラ ボローニャ



好きなように仕事をしている。だからつくったものがおもしろい。そういうものづくりをしています。

菱川さんが高岡で「すず」という映画を作られました。わたしは「すず」というのは、スズ（錫）でできた品物のことかと思っていましたが、主人公の奥さんの名前なのですね。いいネーミングですよ。まさに職人の仕事をオペラのようにしたらいいということを使ったということだと思います。

ボローニャには立派なオペラホールもありますし、さまざまなオペラをみんなと一緒にやることが“co-opera”で、職人さんたちの協同組合を“cooperativa”と言います。こういった協同組合などがまちをつくっていくということが、創造都市の特徴でもあります。

日本各地で、さまざまな小さな仕事をネットワークでつないでいるというまちづくりの事例がたくさんありまして、東京でも墨田区が「工房ネットワーク都市」を掲げ、職人のオペラというものを大事にしようとしています。北陸に羽二重というものがありましたけれども、羽二重は実は群馬県の桐生市で生み出されたものですね。桐生の産地でも工場をアートスペースに変えたり、新しい町並みを職人と一緒につくったりしています。

こういう流れは高岡のお隣の金沢でも同じで、金沢の場合は伝統工芸を活かしながら、現代アートを取り込もうと、21世紀美術館をまちの中心部につくった。それだけではなく、美術館のまわりに小さい職人工房をたくさん配置していますから、まさに町中が美術館、あるいは町中がアートの場になってきていて、こういうまちづくりをしていくことが、創造都市、生活文化創造都市づくりの一つの極意であると思います。

最近では創造農村というものも出てきました。先ほど、徳島県神山町について菱川さんが説明されましたけれども、「創造農村」というのは私の最新作でありまして、2050年には人口減少でたくさんの地域がなくなると言われていますが、それは嘘です。今、本当に過疎地で起きていることは、過疎地でこそ、最先端の創造的な仕事ができるという流れが生まれてきているのです。

それを「創造農村」というのですが、さきほどの徳島県の神山町は、NPOのリーダーの大南さんという方が、私の書いたものを読まれて「創造的過疎」という考え方を生み出して、過疎地にクリエイティブな人達が来る環境さえつくれば、地

社会協同組合Cooperativaの活躍

CADIAIとは
1974年に設立された

イタリア「最初」のAタイプの社会的協同組合
老人の家、保育所、医療センターなどを運営



現代アートによる都心再生と産業創造へ

「芸術は創造性あふれる将来の人材を養成する未来への投資」
開館1年目の入場者158万人、経済波及効果（建設投資を含む）
ミュージアムクルーズ事業の展開 →300億円以上
養豊、

「アートプラットフォーム」の展開
空き町家を活用した
伝統工芸や伝統芸能に前衛アートを融合
秋元雄史



創造的過疎：神山モデル

Knowledge ← Culture ← Arts
ワーク・イン・レジデンス ICTサテライトオフィス 新旧住民の融合 寛容性・開放性 アーティスト・イン・レジデンス 現代アート

子育て世代のクリエイティブ人材を逆指名→移住促進



域資源がたくさん眠っているので、それを掘り起こしていけばいい。地域資源の中で最高のものは豊かな自然環境であり、伝統文化ですね。それは東京にはないわけで、それを求めて遊びながら自由な仕事ができるという環境を提供すれば、どんどん東京から人が来る。今、その最先端の動きはむしろ過疎地で起きてきているということになっていると思います。

今、創造都市、創造農村をつなげてネットワークをつくっていこうという動きが生まれています。日本の社会は大震災や不況など、いろいろ苦しんできましたが、2020年に向けて東京オリンピックで、スポーツだけではなく文化でもって日本を再生したいと思っていますので、ぜひこの後のパネルディスカッションで、その辺りを深めていければいいと思っています。

今日はどうもありがとうございました。

「創造都市における地域資源活用の要点」

第1に、地域に固有の文化伝統や自然環境を現代的視点から資源として再評価し、再編集して、独自のコンセプトを確立し、政策目標を立てることが重要である。

第2に、地域固有の歴史や伝統に着目するのみならず、現代アートを持つ創造性を活用して、寛容性のあるコミュニティを創り創造人材を受け入れることが重要である。

第3に、行政や一部の大企業に依存した計画ではなく、芸術家やNPO、広範な市民など多様な主体との対話による価値創造を軸に地域づくりを進めることが重要である。

第4に、文化計画を産業振興や環境保全、都市計画と融合させて進めることが重要であり、長期的視点から創造人材を養成することが緊要である。

第3部 パネルディスカッション

伝統文化・産業を活かした創造都市のあり方



佐々木 盛り上がってきたところで、パネルディスカッションを進めていきます。最初に高橋市長よろしくお願ひいたします。

高橋 さきほどお話いただいた菱川先生、佐々木先生、それから由布院を、日本で、恐らく世界でも有名な観光地、温泉地に仕上げた桑野さん、そして文化芸術という力が本当に人を変えたり、地域を変えていったりするのだということを私に教えてくれた吉本さんという、私の尊敬するメンバーに囲まれて大変光栄でありますし、恐縮もしております。

今日は、高岡のいろいろな取り組みをご紹介しますことで、佐々木先生や菱川さんにご示唆をいただくということと、桑野さん、吉本さんにはまちづくりのヒントをいただきたいと思いますと思っております。

では、さっそく高岡の取り組みをご紹介しますので、ご存じのとおりのことかもしれませんが、まず、高岡の拠って立つところからお話したいと思います。

高岡は加賀百万石の直轄地で、他に富山藩 10



万石、七尾藩、小松藩といった分家さんがおりましたけれど、高岡は江戸時代を通じて加賀前田家の直轄地でした。加賀藩はおよそ120万石くらいあったと思いますが、そのうち高岡地域、射水から砺波まで、現在で6市ございますけれども、その地域は、当時およそ40万石ありました。加賀経済の3分の1くらいをこの地域で支えていたということであり、それを受けて、前田利長がこの高岡にお城を築きました。

その時に、米だけではなく、先端産業を誘致しなければいけないということで、当時の最先端企業であった鋳物師を、しかも大工業団地をつくって迎えるという素晴らしい施策をされました。そのことを高岡は大変感謝をしており、今でも金屋町では御印祭を執り行い、感謝の気持ちを捧げて行っています。

つまり高岡市は、生まれたときから商工業都市としての成り立ちを持っていたということであり、そのことを永く引き継いでおり、たとえば商業基盤であった山町筋という通りは、当時の経済の中心地を示す歴史的な存在として今も残っておりますし、工業基盤の中心地は先述の金屋町として残っています。今は鋳物団地が郊外にでき、主力の工場は移っていますが、400年前に移り住んだ当時の方々の子孫も今も金屋町に住んでいらっしゃいます。

大事なのは、一つにはそういう鋳物技術に、たとえば水や水力発電ということが加わって、その技術がアルミ産業に繋がっていったり、時代時代で新しいものを取り込みながら新しい産業に挑戦してきたりということが、高岡の特性であったということです。

そして町衆というのでしょうか、お殿様のための文化芸術や工芸品ではなく、町衆が自分たちで稼いだ経済力で、自分たちのために、日常で使う工芸品に文化を投入してきたということが、私は高岡の特性ではないかと思っています。そういう意味で、今日の会議は「生活文化創造都市」ということをございますけれども、まさに町衆の生活の中に文化がしみ込んでいるということであり、そういうことが高岡の随所に表れています。

例えば、立派なお茶会もちろんありますけれども、町々でお茶の文化が生きています。町内ごとに公民館がありますが、今がちょうど公民館祭りの時期にあたります。公民館ではいろいろな活動の発表会をやっておりますが、必ずどの公民館でもお茶席が立ちます。この時期は、私も日に4つ5つのお茶席に行くことがあります。立派なお茶席を、作法通りにやっていらして、もちろん奥さんたちは着物を着て、床の間にはお軸が掛り、お花が活けられている。そういうことを、地域のご婦人がそつなくこなしていらっしゃいます。時々そういう方々のお宅へお邪魔しても、玄関を開けると玄関脇にお花が飾ってあって、玄関の真正面には短冊が掛っているということが普通にされているまちです。

また、この辺り独特ですけれども、天神様のお軸をみなさんお持ちで、お正月には大体天神様のお軸が掛ります。長男が天神様を代々受け継ぐというようなことを大事に守っている。町家の中で、随所にそういう大事なことが残っています。

それから獅子舞があります。「百足（むかで獅子）」といって、5、6人でずらっと並んで胴幕の中に入り、足がぞろぞろっと出てお獅子を



舞います。これはどちらかというと、街中というより郊外の農村地帯で、毎年春は収穫を祈り、秋には収穫を祝う感謝祭の際に舞っていたようです。たくさん曲が残っていて、ストーリー仕立てになっており、私の理解では悪い悪霊をお獅子が食ってくれて、その食った獅子を殺すことで、これから悪いことが起こらないようにするというものです。この辺りだけで約 200 の獅子舞が残っていますし、富山県全体では約 700 から 800 残っているはずです。そういうことを大事に守ってきているまちであります。

ところが、今、高岡は大変厳しい状況にあります。高岡はものづくりのまちですので、製造業出荷額が大切になってきますが、平成 2 年から 20 年間で金属も、化学もパルプも高岡を支えてきた産業がずいぶん厳しい状況になってきています。これはいろいろな原因があると思います。高岡の経済力が弱まっているというよりは、産業構造がどんどん変わっている中で、高岡は引き続きものづくり続けていこうとしています。そのものづくりが非常に厳しい、特に大きな工業が非常に厳しい状況にあるということだと思います。

しかし厳しいことばかりではなく、今、大いに活用しなければいけないものもあります。その最たるものが北陸新幹線の開業です。苦節 50 年、高岡にも新幹線がようやくやってくるわけがあります。これで高岡は、高速道路が通っており、新幹線があって、飛行場も比較的近隣にあるという「高速交通三種の神器」をすべて持っているということになります。こういう社会環境は、どの町にもあるわけではありません。これをぜひ、交通革命として活かしていきたいと思います。そのポイントはやはり交流人口で、人が流れていくことが非常に容易になっていくということが、このファクターのポイントではないかと思っています。

そこで、私が今、市として一生懸命やっていきたいと思っているのが、「文化創造都市」ということであります。現在、「文化芸術創造都市」をはじめいろいろな言葉が使われています。文化と芸術はどう違うのかといった議論はあるかもしれませんが、私は、そこは本質的ではないと思っています。文化創造だと、ふわっとし過ぎるかなということで、芸術を付けたり、あるいは生活文化と表現したりということはあるかもしれませんが、要するに暮らし方などを変えていこう、新しいものを創っていこうというチャレンジングな気持ちというものが、大事だということではないでしょうか。

それは例えば音楽を聞く、音楽を口ずさむ、音楽をつくる、あるいは舞台を創るという中で培われるものが、少しずつ積み重なり循環することでいい環境ができ、進んでいくのではないかと考えています。文化芸術が持っている力は、創造力やイマジネーションですが、文化の力を活かしてものをつくっていく力、それが高岡に内在しているのではないか、高岡の中にきちんとあるのではないかと考えています。みなさんの中にお花をお活けになる奥様方もいらっしゃると思いますけれども、何本かの花があつたら、どういう花を活けようかしらと考えて、それを流派や作法なりに則って一つの作品に仕上げるということを、みなさん普通にやっていらっしゃるよね。一輪挿しだってそうです。ある一輪挿しの花瓶に、どういう花を活けてどちらに花を向けようかということを考えている。むしろ考えなくて、さっとできるところがすばらしい文化だなと思いますね。そういったところのアプローチをしていくことが大切だと思っています。

そのために必要なことが幾つかあって、先ほど、「よそのもの」という言葉がありましたけれども、そういう違う要素を受け入れていくということ、そして菱川さんのようなクリエイティブな人材を大切に育てていく、あるいは大事にしていく、このような人たちを拒絶するのではなく、受け

入れて包摂していくということが大変大事なのだと思います。このような行動を起こすことで産業がどんどん新しい産業として生まれ変わっていき、市民活動がどんどん活性化して新しい活動が膨らんでいく、そのような循環を図っていきたいと思っており、その芽吹きというものが、今起こってきていると思います。

高岡は万葉のまちでもありますので、万葉をテーマにして、街の中で万葉を楽しめる街角オペラをやったり、万葉の歌にメロディをつけてそれを歌ったり、あるいは万葉をテーマにした創作劇をやったりという動きが出てきています。

あるいは、高岡は藤子・F・不二雄さんのふるさとです。日本のアニメブームやサブカルチャーを、正面から取り上げてドラえもんトラムを走らせたり、モニュメントを作ったり、あるいはドラえもんのポストを作って、そこに入れるとドラえもんの消印が付いて届くといった事業をやっています。また、新しいアニメチックなキャラクター「あみたん娘」を作ることで、今度はそのキャラクターが小説になったり、あるいはコスプレに転換したり、いろいろな動きが出てきています。

なにか一つを投入することによって、いろいろなものが動いていくということがあります。また、ダンスのチーム、あるいは市民が第九を歌ってみようという気運の高まりを見せるなど、新しい動きがどんどん出てきているということはあるがたいと思っています。

これらをつくっていく、文化創造都市高岡を進めていく核となるものを、「文化力」という言葉でとりあえず表現したいと思います。その文化力を高岡なりに分析してみると、コト、モノ、ヒト、この3つの事柄に整理できるのかなと思います。先ほど使っていた言葉に強いて置き換えると、コトというのは「地域の再生」、モノというのは「地域の資源」、ヒトというのが「創造的人材」ということにでもなるのかもしれませんが、そういう3つに整理ができるのではないかと思います。

順番にご紹介します。高岡の「コト」、今、高岡で起こっていること、高岡の資源を活かして今、どういう状態が生じているか見つめると、高岡の文化の多様性といったものが見て取れると思います。そのことが、様々な形で実践されています。歴史をテーマにしたさまざまな創作活動、それから地域の伝統芸能があります。先ほど言いましたように、獅子舞というのは高岡地域の非常にユニークな文化ですが、そういうことが普通に行われて、大事に守られているということですね。また、今、子どもたちにもダンスが得意な子が増えています。学校でもダンスを取り上げていますが、ストリートダンスなどのフェスティバルを観に行きますと、本当にこれが子供だらうかと思うくらいしっかりとした表現をしています。大変素晴らしいことだと思っています。

次に「モノ」ですね。高岡は、モノは大変得意な分野です。ここで申し上げたいのは、ものづくりというもののDNAが、意識無意識に関わらず、高岡に沁み込んでいるのではないかということです。ものづくりは歴史のいろいろな変化の中で、折々の状況を取り込んで変わってきています。全国に鋳物の産地は多くありますが、現在では、大きな生産は行われていないところも多いのが現状です。一方、高岡は技術を受け継ぎながら400年間守り通して、現在では銅器の生産では全国シェアの8割、9割を生産しています。それは時代に応じてさまざまに受け継いできたものを、新しく変化させるDNAを持っているからではないかと思っています。

今、ものづくり企業には新しいことにどんどん挑戦をしていただいています。伝統産業の世界は大変状況が厳しいと思いますが、それをブレイクスルーしようとするエネルギーを持っ

た人たちがどんどん現れています。一つは、作っている人たち自身が、販売に出ているということですね。海外の見本市などに進出しています。今日もたまたま別の会場にシンガポールや香港のバイヤーさんたちが見に来てくれていました。そういうことが日常的に起こるようになってきています。

例えば、アルミでは、復元された東京駅の窓枠サッシはすべて高岡のアルミ産業の技術で構成されています。また、新宿伊勢丹のシャンデリアは高岡の企業がつくっているといったところに現れてきています。

他都市ではアニメによるまちづくりをやっているところもありますけれども、葛飾区亀有の「こち亀」の両さんの銅像も、桜新町のサザエさんの銅像も実は高岡で造られているということを改めて思い起こしていただけたらと思います。

問題はそれを支える創造的人材、ヒトなのですね。「ヒト」は伝統を受け継ぎながら、新しいDNAをどんどん掘り起こしていってくださり、先ほど菱川先生が取り上げられた皆さん達（高岡伝統産業青年会）も、しっかりと高岡を支えている大きな創造的人材だと思います。

市民の皆さんが今、創造的挑戦ということで、いろいろな活動に挑戦していただいています。先ほど主人公になっていた伝統産業青年会の諸君も、もちろん彼らもモノも創っていますが、映画にも出演するなど、とても創造的な活動をしていると思います。「すず」の映画では主役の二人を除けば、すべて伝統産業青年会の青年たちが出演していますよね。

それから私がすばらしいと思うのは、伝統産業青年会では自らの手の内を見せようということで、「クラフツーリズム」、つまり「クラフト」と「ツーリズム（旅行）」をかけた言葉ですが、手の内を見せる旅行を企画して、今、大変盛況だと聞いています。従前なら職人さんたちは、なかなか手の内を見せてくれないものですが、最近はいくつかの企業は、どんどん見てください、手の内を見せませうと言っています。最近ではそれを逆手にとって産業観光がはやってますが、ものづくりのプロセスをみんなで見に行く、見せていくことは大事なポイントではないかと思っています。



高岡市では職人・作家の若手の人達が集まった「かんか」というスポットができました。それは職人さんたちの梁山泊のようなところで、いろいろな技術をもった人たちが集まって、ディスカッションしながら新しい作品を生み出してきています。また、「高岡まちっこプロジェクト」という取組がありますが、これは、職人さんたちを中心に、町屋の再生を図りながら、そこで将来の職人さんの卵たちにどうやって高岡で仕事をしてもらおうか、高岡に定着して、ここを本拠地にしてもらえるかに一生懸命取り組んでいる人たちが出ています。

今お話申しあげたことをもう一度整理してみたいと思いますが、文化の力を「モノ、コト、ヒト」の3つに整理して、それがそれぞれに活動を展開していますけれども、実際に現れてくる、表現していくものとしてのArt、形で表れるものとしてのCraft、それを支えている高岡というまち、あるいはそこに住んでいるヒトという意味でCityですね。高岡を「Art&Craft City 高岡」

と呼んでいこうではないかと考えております。今、高岡としてどういうまちをつくっていくか、文化創造都市をつくっていくかということ、ビジョン策定の中で議論をさせていただいています。

その戦略として、四つのファクターで考えてみたいと思っています。「知る」「つなぐ」「創る」「知らせる」というファクターがあるということです。

「知る」ということは、文化に触れるということです。今、市として取り組んでいるのは文化に触れるということで、たとえば街角で音楽を聞くこと、芸術や文化に触れる機会というのは、ホールに行かなくてもどこでもできる、そういう雰囲気を気軽に提供していこうとしています。

本当はそういう場所を作る、「創造の場」というものが必要なと思うのですが、まずは市民のみなさんの中で、そういうことを考えてもらいながら、市民が主体で活動を展開していくことをやろうとしています。プロモーションチームを作って、元気のある人たちにやってもらっています。また、「Art&Craft City 高岡」を都市ブランドとして育ていきたいのですが、まずはメディアに載せようと、例えば菱川さんにつくっていただいているようなショートムービーを作ってアピールしていこうとしています。

これらをカタチにして見せるという意味で、「創造の場」。みなさんが活動する場を提供していくことが大切で、こちらは行政の仕事かなと思っています。御車山会館が来春にはできますが、さらに、この観点から重点事業として進めていきたいと思っているのは、「創作工房」という職人さんたちが実際にものづくりにいそしむことが、安心してできるような場所であり、そして職人さん同士が触発を受けながら、刺激し合い、新しいものをつくっていく場所であり、そこに市民の方、あるいは観光客の方々も一緒になって参加する体験ができる場所を併せ持った創作工房を創っていききたいと思っています。

金屋町にキュポラという昔の大きな工場跡がありますが、このような場所を利用しながら、かつてそこで行われていた活動をしっかり受け止めて、その雰囲気の中で新しい創作をしていただくということをぜひつくっていききたいと思っています。

この文化創造都市ということ考えると、実際には文化に触れ、市民の方々も一緒になって巻き込んで創り、やがてそれが都市ブランドとして確立するといった順序になるかと思いますが、私も行政の手順としては、ようやく創造の場を提供してブランド化を図っていくという段階にきていると思っています。

また、一つのカタチとして現れて欲しいと思っていますのは、ネットワーク型ゾーンミュージアムということでもあります。高岡は面積的に街中が

そんなに広いわけではありません。そういう中に地域文化資源といったものがたくさん詰まっています。それをどんどんネットワークしながら、地域全体がミュージアムになるというまちづくりをしていきたいと思っています。そういう意味で先ほど言いましたように、御車山会館や創作工房といった「創造の場」、そしてそれを見せるギャラリーやイベントなどを見せる場等が全体としてネットワークされてゾーンミュージアムとして成立するようにしたいと思っています。



そのためにも、駅のリニューアルや、駅の周辺に市民が気軽に利用できるステージも作ってきました。クリエイターたちを支援するソフトウェアの仕組みも進めてきております。これからの大きな課題は、「創造の場」というものをカタチに表していくということで、市民に創造の場の大切さを伝え、市民が集い、交流するような状態をつくっていきたいと思っております。

佐々木 大変夢のある姿が見えてきたと思います。ここで文化のまちづくりに、既に 30 年、40 年くらい前から取り組んできた大分県の由布院という温泉地があって、桑野さんのお父さんに私も非常に影響を受けたのですが、若い世代に引き継がれてまた新しいチャレンジをされていますので、桑野さんからその辺りのお話をお願いいたします。

桑野 みなさん改めましてこんにちは。大分県の由布院からまいりました桑野和泉です。今、高橋市長からも、佐々木先生からも由布院のことをおほめいただきましたが、こういう場で、特に「創造都市」を掲げている高岡のみなさんの前では恥ずかしい限りです。由布院は農村の温泉地です。ただ、今日のテーマである「一人ひとりの市民が創造的に働き、暮らし、活動する」、そこでみなさんをお迎えしたいという思いで 40 年近くきております。同時に私の世代、また次の世代へとずっとずっと続く町をつくりたいと思っております。というのは、町は 10 年よかったね、20 年よかったねではないですよ。

今日、実は私、高岡に来ることが本当に楽しみだったのです。と申しますのも、高岡のものづくりが、大分県の由布院の私の暮らしの中にも入ってきているからです。私の家にも、いくつか高岡のものがありますし、私の旅館は小さい旅館なのですが、その中でも高岡のものを置いています。高岡のものづくりが、この数年で急激に普通の暮らしにも入ってきていますし、また観光地においてもです。

今、由布院でも海外のお客様が増えています。高岡のものをちょっとテーブルに置きますと、みなさんすごく興味を示されます。私は高岡人ではないのですが、説明できるようになりました。日本には季節があるから、それに合わせるのですよ、梅の花も桜の花も花びらが一枚一枚違うので形をつくれるのですと言うと、日本は素晴らしい国だと、それはどこに行けば買えるのかと聞かれ、九州からは遠いのですけれども、東京からだったら飛行機で 1 時間で、車で 40 分のところの高岡にあると説明しています。

ものづくりを持っているということは、本当に素晴らしいことだと思います。しかもそのものづくりが、市長のお話のとおり、400 年の歴史の中でたえず人々の暮らしの中で変化してきた、暮らし方ということから入っていらっしゃるので、それが支持されているのだと思います。同時に菱川さんのように、怖いとは言いませんけれど、そういう人が入って怒らないとだめなものはだめですよ。田舎に住んでいますと、どうしても日常で満足してしまいがちですが、やはり刺激があると、自分たちが忘れていたこと、目指していたこと、そういうことに気づかされると思います。そこで



前を向いていたいなと思います。そういう面で高岡に来られて本当に今日はうれしくて、私の方がいろいろと学んで帰ろうと思っています。

私からは、佐々木先生からいただいたテーマ、由布院というまちはどうやってきたのかということをお伝えしたいと思います。

高岡もそうでしょうが、自分のまちの全体像を見ることがいつも大事だと思っています。どうしても日常を見てしまうと、あだこうだという目の前のことに追われるのですが、私の町は農村であり、温泉地であるということは、この形状からもそれこそ何百年も変わっていません。だからこそ、温泉地でありながら自然との共存が必要で、そこに生活している人たちの共存なくして始まらない運命共同体であり、農村なくしてこの温泉地は成り立たないんだ、そこに来ていただくということを、この地形を見ながらいつも考えています。

これは基本的なことなのですが、40年の中でどう変わったかということ、由布院の町は、私の子ども時代は「奥別府由布院」と言われていたのです。よく由布院は響きがいいですねと言われますが、響きがよかった由布院の40年前は、誰も来ていなかったのです。温泉もあるのですよ、自然環境最高ですよ、でも誰も来ないんです。そこに住んでいる人たちがどういう暮らしをして、そしてどういうふうにみなさんにつながりたいかということをお伝えしない限り、人は来てくれないということをおうちのまちで実感しています。

合併して由布院になりましたが、この盆地には人口1万人が住んでいて、年間観光客数は400万人くらい、宿泊客数は70万人で、リピーター率60%です。小さなまちで生きていくためには、何回も来ていただかないと始まらないということで、一度来ていただくよりも、何回もいらしていただけるようなつながりを持てるおもてなしを心がけています。今日の会場は元気のいい女性のみなさんがたくさんいらっしゃいますが、女性が動けば社会は変わるというくらいに、由布院は7割が女性のお客様です。小規模な旅館が多いのは、あの地形上で大きなものを作れないからです。

自分の土地のことをよくわかって、その中で最大限それを活かしていけばよいので、よそにないものを願ってもしょうがないと思っています。ですから私たちは小さな町の小さな旅館でやっていく、その代わりその中でも1泊2食6000円から6万円と幅があるんですね。由布院って高いと思われている方いませんか。そのイメージが強いですよね。高いところもちろんあるのですが、この幅があるということは、目的が違うので地域の中で競争が起きないのです。6000円でも6万円でも、由布院らしさを感じてもらえること、もちろんそれぞれが満足していただけるには何ができるか、そこを絶えず考えていくということをしております。また、私たちは環境を守るために、開発抑制の条例をつくったり、時代時代で世代を超えて一緒にやっています。

先ほど、奥別府由布院というお話をしましたが、佐々木先生とお付き合いし始めた時代から急激に由布院は観光客が増えました。25年くらい前、平成元年くらいから360万人を超えています。ここで伝えたいのは、地域型の観光地となると、おのずとさまざまなことを地域の人が考えていきますから、働く場所も多様になるのです。人口も減っていないのです。だから大きな産業はもちろんありませんが、このまちらしいものをつくっていき、そこに人をつなげていけば、必ずチャンスはあります。

市長のお話にも、まちの中での出会いということがありました。由布院は田舎です。でも絶えず自分たちが創造的でありたい、それには地域を元気にしないと始まりませんよね。元気がでる

きます。では縦軸がつながったから横は関係がないのかというと、そうではなくて、たとえば横はエリアとして、観光列車が走り、地域との物語がうまれています。

その一つが「特急ゆふいんの森号」です。これも平成元年にスタートしました。ゆふいんの森号は、今、当たり前のように観光列車の代表ですと申しあげてのですが、実は平成元年頃の由布院では、こういう列車を走らせても誰が乗るんだと言われていたのです。でも JR 九州が当時言っていたことは、地域の活性化がなによりも大事である、地域とともにということです。博多駅にいながら由布院を感じることができる列車を作ろうというコンセプトのもとに、ゆふいんの森号は生まれています。観光列車でわっと人を集めようというのではなく、そのまちのイメージ、まちが目指していること、そして沿線が伴うこと、そこにも列車の役割というものがあると思っています。

こうやって列車が入ってきて 26 年経つとどうなったか、今、菜の花畑がありますが、由布院の農家の人は昔、菜の花なんて植えなかったんですよ。田舎の人ってよく言いませんか、山に行ったらいっぱいあるから木や花なんか植えなくていいとか。でもまちの中の風景は大事じゃないですか、それを森号にふさわしい由布院にしたいということで、農家の方たちが、菜の花を植えてくれるようになりました。地域というのは、2、3 年ではもしかしたら変化が見えにくいかもしれませんが、10 年、20 年、30 年と質の高いものをつくり続けていくと、地域は必ず変わるということを、自分のまちで実感しています。

私どもは農村ですから、やはり生産現場の人とつながっていかないといけない。いいまちで、素敵な温泉地は日本中にあります。そこらしいものをどれくらい提供できるか、それがわかりやすいのが食だと思っています。由布院のクレソンが 100 円とすると、我が家のクレソンスープは 1000 円です。また、私どもで食べれば由布院の風景を思い出してくれると思うのです。季節のものをていねいに料理し、言葉を添えてお出しすると喜んでくださいます。

観光という外の力が入ってくることは、地域が主体であれば必ずつながっていきますし、その中でやはり外の人達に素敵と思われるものをどれだけ私たちがつくり続けていけるか、同時に私たちも楽しくないとだめなのです。私たちがクレソンスープを飲まない暮らしをしていて、クレソンスープを出してはいけないと思っています。自分の暮らしがあるからちゃんと言えないですか。そういうことはやはり外の人が入ってくる中、そして私たちが絶えず創造的に生きていと思う中で、変化していくことだと思っています。

伝統工芸を持たない由布院です。ものづくりがないと、地域は浅くなると思います。私どものまちは山に囲まれていて、林業が周辺にありましたから、時松辰夫先生という、木工の世界で第一人者という方が移り住んでくれました。そういう方が何も無いところでも、ものを作ってくれば、風倒木はゼロ円でもお皿になると 4000 円になる。これをていねいに使うような暮らしになっています。日常でも旅館でもレストランでもです。いろいろなところで使うと、扱いが違ってきますよ。

高岡のみなさんは昔からものづくりの場にいますから、ものを大事にするという暮らしがあると思います。ものづくりがないまちでも、ものづくりの人が入ってくることによって、地域というのは変わると思います。それが今の私どもは進化していかないといけない部分だと思っています。

これは我が家ですが、玉の湯も由布院の旅館の中の一つなので、由布院らしさを提供していかなければなりません。そのときに自分たちのまちは、「静けさ、緑、空間」でそれを出していくことが私たちが生き残っていくことだと思っています。よその真似をする必要がないんだと、自分たちが大事にしていることをやっていけばいいと思っています。ちなみに、今、どんぐりが風が吹くと飛んでくるんですよ。それで私はいいと思っています。どんぐりが飛んできて怒る人に来てもらわなくてもいい。それは無理ですもの、それを望むなら他の地域、他の宿泊施設に行ってもらえばいいと。でもうちは、風が吹いてどんぐりが頭にあたるかもしれませんが、これを味わって帰ってもらいたい、そういう宿でありたいと思っています。

それぞれが地域のものを出し、それを絶えず進化させていく、そこに私たちもつながっていきたいと思います。

これは、何も無いところにも森をつくっていくという話ですが、我が家の森の作り方は昔からあるものではなく、人がその中でどうつくっていくかで、変化はしていけるとしています。

子どもは歩いて楽しいまちにするのが一番だと思っています。静けさ、緑、空間、これが滞在型保養温泉地が一番にやるべきことだと思います。私が高岡に憧れるように、外の人たちは、そのまちがしっかりと意識を持っていることに憧れて訪れます。だからこそ地域の中で議論をし、どれくらい地域の住民が育っていくかということが、何をしていくうえでも大事だといつも思っています。

世代を超えていろいろなことをやっていく必要もあります。今日、大人がかっこいいという話をしましたが、今、まちづくりの中心人物がみな80代になりました。これもなかなかいいですよ、かっこいいもの。80のおじさん、おばさんがかっこいいとどうなるか、日本中、世界中からかっこいいその年代の人が来るんですよ。そういう人を見たら、やっぱり由布院に行ってみようと思うじゃないですか。由布院って何がいいって、かっこいい大人が居ますよという方が、はるかに観光地としても温泉地としても創造都市としてもいいのではないかと思います。

最後になりますが、私が守るべきものはこの風景ですが、この風景をただ保護するというのではなく、今日のテーマである一人ひとりが創造的に働き、暮らしにつながっていくことによってこの風景が守られると思っています。

最後になりますが、私が守るべきものはこの風景ですが、この風景をただ保護するというのではなく、今日のテーマである一人ひとりが創造的に働き、暮らしにつながっていくことによってこの風景が守られると思っています。

今日は高岡に来られてうれしかったので、由布院の宣伝までして申し訳ないのですが、先生に甘えさせていただきました。ありがとうございました。

由布院玉の湯 2



世代交代した観光まちづくりメンバー



佐々木 もっとたっぷり聞いていたいですね。とはいえ高橋市長、今、いろいろなアイデアが出ましたが、いかがですか？感想をお聞かせください。

高橋 やってみたいなと思うことを言っていただきました。最後の「大人がかっこいい」というのはとてもいい言葉ですね。80歳のおじいちゃん、おばあちゃんは腰が曲がっているかもしれませんが、みんなぴんとして前を見て生きていらっしゃるというのがよくわかりました。そういう状況が、どのような循環の中から生まれてくるのが、大事だと思います。そんな中で桑野さんが本当に由布院に愛情と誇りをもっていらっしゃるのがよくわかりました。

桑野さんのお話には、いくつかのキーワードがあったのではないかと思います。大事にするもの、そのためには守るだけではなく、積極的にアプローチしなければいけないということ、日々のおもてなし、旅館のサービスにもいろいろなクリエイティブな部分があるのだということ、本当にそれらを高岡に置き換えてみれば、高岡の方向を教えていただいたように思います。由布院も確かにここまでくるには、何十年のいろいろな努力の積み重ねがあったと思いますが、その努力をずっと続けておられたということに、まず敬意を払いたいです。

私たちも一生懸命がんばっていますけれども、由布院をものづくりのまちにしたようなまちづくりを進めていきたいと思いながらお聞きしていました。本当にありがとうございます。

佐々木 それでは、3番目のスピーカーですが、みなさんは、オリンピックというのはスポーツの国際イベントだと思っておられるかもしれませんが、実はスポーツと文化と教育が融合した国際イベントなのです。吉本さんは、2020年の東京オリンピック・パラリンピックについての文化庁の審議会に私と一緒に入って入って、今、文化庁では特に文化プログラムというものを重視しています。ロンドンオリンピックでも大変重視され、ロンドン以外、つまりイギリス全土で4年間にわたって文化プログラムに取り組み、文化でイギリスを再生するという事業を展開しました。そういうことを日本でさらに大規模にできないかと思っています。つまり、高岡が今、目指していること、あるいは由布院がこれまでやってきたこと、こういったことをさらにスケールアップして日本全国でできないかと思っています。吉本さんには、オリンピックの文化プログラムに向けた方向についてお話いただけるとと思います。

吉本 最初に菱川さんのプレゼンの中で徳島が出てきましたが、実は私は徳島の出身です。「vs東京」を知らなかったもので、映像を見ていたら、高岡なんか来ている場合じゃない、徳島に帰らなければと思いました。それはそうとしまして、今、佐々木先生からご紹介頂いたとおり、オリンピックの話をしたと思います。

みなさん、オリンピックはスポーツの祭典だと思っておられると思いますが、実はオリンピックは文化の祭典でもあります。オリンピック憲章の根本原則の第1というところに、「スポーツを文化と教育と融合させる」とはっきり明記されていて、文化プログラムをやらなければいけないということも書かれています。

実際に100年以上前から、オリンピックと一緒に文化プログラムが行われてきました。昔は、「芸術競技」と言われまして、金メダル銀メダルなどメダルが授与されていました。それが途中から「芸術展示」に変わりました。芸術は競うものではないということですよ。前回の東京五

輪、64年のときも、大規模な展覧会や芸能公演が行われ、東京国立博物館で行われた日本古美術展には40万人の人が来たという記録も残っています。

92年のバルセロナ大会からさらに文化が充実するようになりまして、2012年のロンドン大会では史上空前の文化プログラムが行われました。どんなものだったか、その概要をご紹介します。左側が組織委員会が主催した文化プログラムのパンフレット、右側がロンドン市の主催したプログラムのパンフレットです。カルチュラル・オリンピアードというのは、北京五輪の終わった翌日にスタートして、4年間ずっとやり続けました。最後の12週間でそのフィナーレとして大規模な国際フェスティバルが行われ、4年間に18万件の文化イベントを実施しました。5370の新しい作品、参加者数は4340万人、総事業費220億円でされています。非常に大規模なイベントでして、ロンドンだけでなく英国全土の1000カ所以上で、しかも自然環境の中や小さな町などいろいろなところで行われました。

アスリートと同じ204の国と地域から4万人以上のアーティストが招へいされました。テーマはここに書いてあるとおりで、若い人たちに何か新しいインスピレーションを与えるということだったのですが、「Once in a Lifetime (一生に一度きり)」というスローガンが掲げられ、そういう文化的な体験を提供するというで行われました。

特に最後のフェスティバルには6つの特徴があるとされています。一つ目はありえない場所で行われるアートイベント、二つ目は大半が無料だったことです。オリンピック競技を本番で見るには、チケットを買わなければいけないし、ロンドンにいなければいけない。でもチケットは安いわけではない。それに対し、文化であれば全国みんなが参加できるというコンセプトです。3つ目がオリンピックやパラリンピックのテーマに基づいた作品であること。それからこれまで世界を変えたアーティスト達の作品、そして新しい作品委嘱と世界初演というものが

膨大な数で行われました。そして6番目、これが大変特徴的だと思いますが、ある日突然まちの真ん中で文化イベントが始まるなど、不意に現れる、POP UP というものです。

例えば、テムズ川のロンドンアイという巨大な観覧車がありますけれども、そのスポークのところでダンサーがパフォーマンスを行いました。そのほかロンドン市庁舎の外壁を使ったパフォーマンスや自然環境の中で行われたイベントもあります。シュトックハウゼンというドイツの作

2012年ロンドン五輪の文化プログラムの概要

- 会期
 - カルチュラル・オリンピアード:2008年9月-(4年間)
 - ロンドン2012フェスティバル:2012年6月21日-9月9日(12週間)
- イベント総数:17万7,717件
- 新作委嘱:5,370作品
- 参加者数:4,340万人
- 総予算:1億2,662万ポンド(約220億円)

- 英国全土1,000箇所以上で開催:地方小都市、町村含む文化施設、歴史的建造物、公園、通り、広場、自然環境、浜辺など
- アスリートと同じ204の国と地域から4万464名のアーティストが参加

- テーマ・ビジョン
 - 英国の誰もがロンドン2012に参加するチャンスを提供し、あらゆる文化に共通する創造性を、とりわけ若者たちに、喚起させること
 - 一生に一度きり(Once in a Lifetime)

ロンドン2012フェスティバルの特徴

1. ART IN UNUSUAL PLACES
あり得ない場所でのアートプロジェクト
2. FREE
無料イベント
3. OLYMPIC & PARALYMPIC THEMES
オリンピック・パラリンピックのテーマに基づいた作品
4. ARTISTS WHO CHANGED THE WORLD
世界を変えたアーティストたち
5. COMMISSIONS AND PREMIERES
新作委嘱と世界初演
6. POP UP
前触れなく出現する文化イベント

曲家が 27 年間かけてつくった「光」というオペラがあります。これは日曜日から土曜日まで 7 つの作品でできているのですが、その水曜日の世界初演が行われました。そのスコアにはすべての演奏家は空中に浮いていなければいけないという作曲家の指示があります。そのため、オーケストラはすべて空中に浮いて演奏を行い、極めつけはヘリコプターの四重奏というのがありまして、実際にヘリコプターにバイオリニストが乗り込んで、会場の上で四重奏をやりました。そういう世界でも滅多に上演される機会のない作品も行われています。

また「Speed Of Light」というプロジェクトでは、そのために特別に開発された LED のスーツがあるのですが、それをパフォーマーが着てエディンバラでパフォーマンスをするというプログラムもあって、これは 2012 年末に横浜に来ています。

ロンドンオリンピックの期間中に改修中だったオクスフォード通りのショッピングセンターのショーウィンドーを使って写真展が行われました。ロンドンというのは、300 の言語が話されるというほど、多民族の都市で、世界中から移民が来ています。オリンピックには 204 の国からアスリートが来ることになっていましたので、その 204 の国から来た移民を一人ひとり 3 年間かけて撮影して、このショッピングセンターの 1 階や公園のイベント会場の壁面を使ってそのポートレートの展示が行われました。でも、マーシャルアイランドから来ている移民が見つからなかったのです。そのため、人物のシルエットとともに、もしあなたがマーシャルアイランドから来た方なら、写真家美術館に連絡してほしい、というメッセージが書かれたポスターが掲示されました。一人ひとりのポートレート下には、小さな QR コードがついていて、スマートフォンでそれを読み込むと、主催する写真家美術館の HP に飛んで、この人はなぜロンドンに来たのかという個人史を読むことができ、それを本人の声で聞くこともできました。

マーティン・クリードというアーティストは、開会式と同時に「国中のあらゆる鐘をできるだけ早く、できるだけ多く 3 分間鳴らせ」というプロジェクトを実施しました。イギリスは 4 つの国からできていて、ビッグベンというのはイングランドの国会ですけれども、ビッグベンの他にもウェールズ議会、北アイルランド議会、スコットランド議会の鐘が開会式に合わせて鳴らされました。国会のベルを鳴らすには、ものすごく厳格なルールがあるわけですね。それに対して粘り強く交渉をしてそれらの鐘を鳴らし、国中から 290 万人が参加して、このアーティストが作ったスマートフォン用のアプリも含め、いろいろなベルを鳴らしたと言われています。

平和をテーマとしたプロジェクト「Peace Camp」では、イギリスの 8 つの海岸に 2000 のテントを張って、光をともして、夕方この中に入ると、サウンドスケープ、風やさざ波の音、さらにポイウムスケープ（詩の景色）として、愛の詩がずっと流されるというプロジェクトが行われました。平和を考えるというアートプロジェクトです。

障害者のアートで、「UNLIMITED」という大規模なフェスティバルも行われました。Sue Austin というアーティストは、足が悪いのですけれども、水の中では私は自由になれるということで、特別な車いすで、水の中でパフォーマンスをするという映像作品をつくっています。パラリンピックのオープニングでも多くの障害者たちがパフォーマンスを行いました。

そして世界を変えたアーティストの一人に、オノヨーコさんも選ばれ、Serpentine Gallery でオノヨーコさんの展覧会が開かれました。「Wish Trees」という、オノヨーコさんが世界中で展開している、願い事を書いて木の枝に結ぶという作品も展示されました。裏庭には、白黒の別がない白だけの巨大なチェス盤と駒が展示されました。これは「Play it by trust」つまり信頼に基づ

いてゲームをしよう、敵味方はないという作品で、子どもたちが遊んでいました。

ほかにも世界初演のさまざまな作品があり、当然劇場などでもさまざまな作品が上演されていました。美術館ではイギリスを代表する Damien Hirst や David Hockney の大規模展覧会が行われていました。

テートモダンで行われていた美術展で、私が一番おもしろかったのは、Olafur Eliasson の「Tate Blackouts」というプロジェクトです。テート美術館が、毎週土曜日の夜 10 時の閉館後、全館真っ暗になった中、鑑賞者が「Little Sun」という彼の作品を手に美術館の作品鑑賞を行うというものです。「Little Sun」は太陽光による充電で 5 時間点灯し続ける LED 照明になっているのですが、これを照らしながらポスターをたどっていくと、真っ暗になったギャラリーに作品が飾られていて、それを「Little Sun」で見るというプロジェクトです。

実は彼が願っているのは、この照明具「Little Sun」を全世界に広めることです。今、地球上では 16 億人の人々が電力供給の恩恵を受けていません。環境負荷の高い燃料を使ったランプを使っています。その人達に「Little Sun」を届けるということ自体をアートプロジェクトにしまして、それを五輪のときに大々的に発表したわけです。2012 年には 25 万人、2013 年には 50 万人、そして 2020 年には 5000 万人の人々にこれを届けるということ、彼は提案したわけです。実際にこれはいろいろなところで使われていて、チリやフィリピンなど、発展途上国で「Little Sun」がどう使われているかを映像に映し、これで家族が食事をしたり、こどもが勉強したりという様子も HP にアップされています。

「ピカデリー・サーカス・サーカス」は、みなさんご存じのようにロンドンで最も賑やかな繁華街であるピカデリーサーカスで 1945 年以来という道路閉鎖を行って、1 日サーカスイベントを行ったというものです。

ジェレミー・デラーのストーンヘンジの実物大レプリカをバルーン素材で作った作品も、アーティストの夢が実現したもので、大変な人気になったと聞いています。

ドイツの自動車メーカー BMW がスポンサーをして、「Art Drive!」という展覧会が行われました。BMW は、自社の新車をアーティストに託してペイントしてもらおうということをやっと続けていて、非常に古びたパーキングタワーでそのアートカーの展覧会が行われました。お客さんはみな、自動車用のエレベーターに乗って最上階に行き、ペイントされた車を順次見て回ります。Andy Warhol など錚々たるアーティストが参加しており、日本からは加山又造さんの作品が出ていました。

そして私が一番印象に残っているプロジェクトは、「HATWARK」というプロジェクトです。ロンドンには歴史上の人物の彫刻がたくさんありますが、そのうちの 21 体の銅像に帽子をかぶせるというものです。例えばトラファルガースクウェアのネルソン提督の銅像に、帽子を被せるのです。このネルソン提督の銅像の高さは 52m あるのですが、その高さに届くクレーンはイギリスに 2 台しかないそ

オリンピック・パラリンピック招致と東京都の文化政策

- ・ 立候補ファイル文化プログラムの概要
 - 日本文化は極めて豊かで刺激的である。何百年という伝統に深く根ざし、現代のトレンドの発信源として若者に影響を及ぼしている。...
 - 開催都市決定後:文化事業、展覧会など包括的なプログラムに着手。アスリートと同規模のクリエイターが世界中から集い、大会期間中にピークを迎える。
 - 「東京文化発信プロジェクト」をさらに発展させ、すべての市民にオリンピックのメッセージを伝えていく。
 - 大会期間中:都市が劇場となる。「TOKYO2020フェスティバル・オブ・アーツ・アンド・カルチャー」の開催。未来(あした)をつかむことを目指した、世界の若手芸術家の対話。
 - 2012年ロンドン大会の「アンリミテッド」プロジェクトの成功を継承。

↓

- ・ 2013年9月:
第125回IOC総会で2020年オリンピック・パラリンピックの東京開催決定

うで、道路規制をして夜中に帽子を被せています。ネルソン提督の像の“身長”は5.5m、帽子の幅は1.6mと巨大なもので、さらに印象に残っているのは、この帽子を作ったメーカーの Lock & Co という会社は、世界最古の帽子メーカーで 200 年前に実際にネルソン提督の帽子をつくった会社なんですね。

古典的な、伝統的な帽子だけではなく、レディ・ガガやマドンナの被る帽子をデザインしているイギリスのファッションデザイナーの帽子も使われました。ボンドストリートにある有名なチャーチルとルーズベルトの彫刻にも帽子がかぶせられましたが、ルーズベルトの帽子には「SPAM」と大書されていて、イギリス特有のジョークだと思います。これらの帽子を1週間展示した後、最終的には帽子をオークションにかけて、その収益をまた文化事業に使うという非常にユニークな催しが行われました。展示が行われた翌日たまたまロンドンにいたのですが、新聞各紙が取り上げて大きなニュースになっていました。

ロンドンではこのように行われたのですが、では 2020 年の東京五輪ではどんなことをやるべきかを最後にお話したいと思います。東京が IOC に提出した立候補ファイルの中に、文化に関しての提案がありました。短いものなのですが、東京芸術文化協議会で議論をして提案しています。

今は、東京都では東京芸術文化協議会と、その下に文化プログラム部会検討部会というものをつくって、2020 年の文化プログラムに関する議論が行われています。今日、お見えの日本ファッション協会の生活文化創造都市検討会委員の太下さんと私も、そのメンバーに入っています。文化庁の方は、佐々木先生も含めて文化審議会文化政策部会でさまざまに議論しています。

ここから先は、その二つの委員会に提案したものなのですが、まったくの私案です。まず最初に何のためにやるかということを確認にすべき必要があると思います。これは平凡なのですが、日本は文化の国なのだとすることをもう一度再確認、再認識して、それを世界中にアピールするというアイデアです。そのときに、私の考えるポイントは3つです。一つ目は「アートサイト日本 2020」というものを立ち上げたらどうかということで、高岡もそうなのですが、日本には本当に様々な文化があります。伝統的なものから現代的なもの、西洋起源のものから日本起源のもの。あるいは B 級グルメやオタク文化、キャラクターそういったものすべてを対象に、各地域の代表的な文化を 1 都道府県 50 件ずつくらい選んで専用サイトをつくるというアイデアです。

イギリスの Rough Guide 社という旅行ガイド大手の会社が運営しているサイトに「日本で見逃してはいけないもの」が掲載されています。第 1 位は京都で、5 位にはアートサイト直島が登場します。こういうサイトを日本全国を対象にしてつくったらどうか。2020 年には 200 以上の国から人々がやってきますから、200 以上の国の言語に対応したサイトをつくり、ぜひ 47 都道府県のショートフィルムを菱川さんに撮っていただいて、このサイトで公開するということができな

TOKYO 2020 3

日本人は皆アーティストだ！

1. 鳴り響け1,000万台のピアノ
2. 250万人の歓喜の歌
3. 日本縦断 BON Dance !
.....

1. オリンピック開会に合わせて、日本全国の一般家庭、学校、劇場・ホール、福祉施設、病院等々のピアノを一齐に演奏(開会式セレモニーの一環)

2. パラリンピックの開会に合わせて、全国で第九を演奏。2020年はベートーベン生誕250年

3. オリンピックとパラリンピックのインターバルに全国各地で既存の盆踊り+新作(復活)盆踊りを展開

↓ ↓ ↓

高齢者、障がい者、老若男女の参加により「老いても文化で豊かに元気な日本」をアピール

日本版UNLIMITED(ロンドン五輪の障がい者アートフェスティバル)

いかということが一つです。

今、国際芸術祭やアートプロジェクトが日本全国各地で開催されていて、そういうものも素材になりますし、伝統的なお祭りなどもその素材になると思います。伝統的なものでは、8月に行われた三陸国際芸術祭のような催しも可能性があります。地元の芸能、特に金津流獅子躍の7団体の群舞というのが初めて実現しまして、私が、生まれてこの方見たパフォーマンスの中で最も感動したもののひとつとなりました。そういう伝統的な和の世界もアピールしたらどうかということです。

二つ目はクリエイティブ・フロント東京／日本と書きましたけれども、イギリスと同じように日本の文化を紹介するだけではなく、世界中のアーティストに参加のチャンスを提供して、日本で新しい作品をつくってもらう。世界中のアーティストの夢が実現する場所、それを日本や東京につくる。そのときに、今、全国でアーティスト・イン・レジデンスが非常に活発になっていて、これを活用したらどうかというアイデアです。アーティスト・イン・レジデンスというのは、アーティストが一定期間滞在して作品をつくって発表するために、さまざまな施設やサービスを提供するものです。温泉地でこれをやったらどうかというのが、先ほど名前を挙げさせていただいた太下さんのアイデアです。世界中のアーティストは日本の温泉に関心をもっていて、温泉地であるというだけでたぶん来てくれると思います。

三つ目は、日本人全員がアーティストだということをぜひ世界中にアピールしたいというものです。高岡でも明日から万葉集を全巻詠もうという壮大な催しが始まりますけれども、たとえば東京には一般家庭に83万台のピアノがあります。こういうデータを外国の人に見せると、とにかく驚かれます。日本人は芸術を鑑賞するだけでなく、日本人自身がアーティストだということを世界中にアピールするプロジェクトで、たとえば開会式に合わせて1千万台のピアノを鳴らすという案はどうでしょうか。2020年はベートーベン生誕250年なのですね。日本ほど第九を演奏しているところはありませんから、閉会式に合わせて250万人が第九を歌うといったこともひとつのアイデアです。

高岡は、先ほどの市長の話を知っていると、既に文化芸術創造都市になっていますから、高岡からオリンピックの文化プログラムをぜひアピールしてください。

そして最後に、「オリンピックはスポーツと文化の結婚だ」という Pierre de Coubertin (クーベルタン) の言葉を紹介します。ぜひそれを高岡から実現してほしいと思います。

佐々木 ありがとうございます。では、菱川さん、一言、感想をお願いします。

菱川 実は、僕はオリンピックの招致委員会と一緒にオリンピックのプレゼン映像をつくったのです。そのお話はしませんでした。オリンピックは世界一有名なイベントと言っていると思います。そのオリンピックのPR、プロモーションをやったときにすごく勉強になったのは、人種についての扱い方で、人種というものに対して、よくケアされているのです。パンフレット一つとってみても、アジア人が何人出てきて、黒人が何人出てきてという割合を出して、これでは少しアジア人が少なすぎるというふうに定義していくというものでした。

そういう目線、グローバルというような視点で高岡を見たときに、まだ全然足りてないですよという突っ込みどころがたくさんあるのです。やはり目線が日本人に向かっている、さらに突

っ込んでいけば、おいしいものを食べにくるおばさまたちに向いている、観光もそうですし、どうしても偏っているなど言わざるを得ないことが多いのです。

もう一つ、アートというのはすごくいい切り口だと思います。私も一応大学教授でして、武蔵野美術大学の教授なのですが、やはり学生たちと触れ合っているときに感じるのは、学生たちから出てくるエネルギーが、とにかくものを作りたいということに向かっていることです。ものを作りたいがって、ITやデジタルには、もう飽きてきています。今の学生たちのブームは、どちらかというと、高岡の職人さんたちがやっているような手仕事、彼らの言葉を使えばアナログなことに飢えているのです。

まさに今年の4年生の卒業制作のラインアップをみると、よくわかります。全部で60作品あるのですが、デジタル系はそのうち10作品もありません。50作品くらいが手仕事、ほとんど手づくりの作品です。そういうものに飢えている。つまりテーマを与えてあげれば、作りたいがっている人たちはいるのだなということを感じるので、市長をはじめとして高岡市がテーマとして掲げることの重要性はあると思います。正直に言って建物や箱は後でもいいのです。追いつかなくても掲げるということが、割と重要だと思っています。そういう匂いがします。ぜひよろしく願います。

佐々木 この辺でお開きにしたいと思いますが、私は「アート&クラフトシティ高岡」というのは、まさに2020年に向けて、国全体で大きな文化による日本再生を目指そうというときに、大変意味のある都市づくりの方法だと思います。

実は日本ファッション協会は、経産省のクリエイティブ産業課というところと関係をもったセクションなのですが、文化産業をクリエイティブ産業課が応援し、クラフトはクリエイティブ産業課が支援するという形になっています。そういった面で、文化と産業の両面で、国でも支援ができるようなアイデアを地元から出していただけるといいのではないかと考えています。

きょうはお忙しい中、どうもありがとうございました。



高岡地域会議特別視察会開催概要

開催日：平成26年10月2日（木）および3日（金）

行程：

日時	訪問先	概要
10月2日（木） 17：00～19：00	高岡クラフト市場街 ICHIBA-MACHI	10月2日(木)～6日（月）まで開催された「高岡クラフト市場街 ICHIBA-MACHI」は、高岡の街中を舞台に約30カ所の会場で、クラフトをテーマとしたプログラムを展開するイベント。1986年より開催されている「工芸都市高岡クラフトコンペティション」の入選作品の展示や、「作家のひきだし展」「結の美～富山、祝いの手仕事展～」などを見学した。
10月3日（金） 9：30～11：00	株式会社 能作 ヒアリング：能作克治氏 （同社 代表取締役社長）	1916年創業の高岡銅器の伝統を受け継ぐ鋳物メーカー「能作」は、近年テーブルウェア、インテリア雑貨など生活雑貨を手掛け、曲げられる錫製の食器シリーズが世界的にヒットしている。東京・大阪など国内に8店舗の直営店を持つ同社の商品開発や販路開拓の取り組みを代表取締役社長 能作克治氏に伺い、工場見学を行った。
10月3日（金） 11：30～12：30	「万葉集全20巻朗唱の会」への参加 会場：高岡古城公園 （中の島特設水上舞台）	「高岡万葉まつり」のメインイベントとして行われている「万葉集全20巻朗唱の会」は、全国から万葉集の朗唱者2000人を募集して連続3昼夜にわたり高岡古城公園の特設水上舞台で万葉集全20巻4516首をリレー方式で歌い継ぐイベント。万葉衣装に身を包み、五六番から七八番までを朗唱した。

高岡クラフト市場街 ICHIBA-MACHI 訪問記録

日時：2014年10月2日（木） 17:00～19:00

場所：大和高岡店、土蔵造りのまち資料館、芸文ギャラリーなど

見学したプログラム：「工芸都市高岡 2014 クラフト展」「虚象庵（きょしょうあん）」「作家のひきだし展」「結の美～富山、祝いの手仕事展～」など



「工芸都市高岡 2014 クラフト展」

会場：大和高岡店 4階

全国から集まった作品の中から選ばれた入賞／入選作品を見学



「虚象庵（きょしょうあん）」

会場：大和高岡店屋上

アーティスト：佐野文彦、地元工芸作家

お茶室をモチーフとしたアート作品。会期中はお茶会が開かれ、お茶室として体験できる。



「結の美～富山、祝いの手仕事展」

会場：芸文ギャラリー

富山県では結納の際、「宝船」を納めるなど、独自の文化を築いている。それら慶祝の際に用いられる祝いにまつわる品とその背景の展示を見学。



「作家のひきだし展」

会場：土蔵造りのまち資料館、金屋町・小泉家、Babooshka など

2014年の高岡クラフトコンペに入選・入賞した作家50名による展覧会。まちなかのショップや古民家をギャラリーとして活用し、味わい深いものだった。

株式会社 能作 訪問記録

日時：2014年10月3日（金） 9：30～11：00

場所：株式会社能作

ヒアリング：代表取締役社長 能作克治氏

見学：鋳物現場など

能作克治社長のお話を伺ったあと、鋳物現場などの見学を行った。

<1>能作社長のお話のポイント

★ブランド確立のきっかけ

- 「能作」は今ではパレスホテル、日本橋三越、大阪の阪急うめだなど東京・大阪・富山を中心に直営店8店舗を持つ生活雑貨の「ブランド」として知られているが、もともとは問屋を介して仏具、茶道具、花器などを製造していた鋳物メーカー。素材を加工したものを問屋に納品し、問屋がそれをさらに加工して県外で売るという分業体制で、お客様の顔が全く見えなかった。お客様の顔が見たいと思って、独自の商品を開発する新しい取り組みを始めた。
- オリジナル商品の開発に当たって、気をつけた点は、問屋の存在。メーカーが問屋を飛び越えて商品を販売しようとする波風が立つ。問屋からの発注で生産しているものには手を出さず、全く新しい分野の商品を開発した。幸い、高岡銅器は伝統産業で、流通も伝統的。新しいものは売っていないので、障壁なく販路を伸ばすことができた。
- 販路の開拓に当たっては、営業部門を持たず、展示会で売った。今も営業はせず、ギフトショーなどに出展して受注している。その際、信用を獲得するために大事なものは、定価をきちんと守ることだと思い、うちのブランドの商品はネットも含め、どこで買っても同じ値段にしている。
- テレビ、新聞、雑誌などのメディアでブレイクしたことが大きい。ブランドはつくるものではなく、認めてもらって本物のブランドになると思っている。よくどうやってブランドをつくるのかと聞かれるが、何も考えずに取り組むだけですと答えている。
- 能作さんはすごいブランドだねと言われるが、以前は仕事がないというときが何年もあった。高岡銅器もだんだん落ち込んできて、一つの注文のありがたさをよくわかっている。依頼があったときは、とにかくやりましよう返事をしている。一つのことをやると、おのずと次のことが始まり、それをクリアすると、次がくる。それを続けていたら今ようになった。

★今後の方向性

- 常にいろいろなことに興味があって、今は、医療器具の分野での商品開発を進めている。9月1日に、医療器具の製造免許が県から降りて、堂々と医療器具をつくれるようになった。錫は抗菌性が高く、錫製手術用具として自在吸引管・自在脳ヘラ・自在フックな

どを手掛けてきた。新たに、手の指などが骨折したときに使う指固定具を開発した。錫は簡単に曲がるため、指の大きさや角度に合わせて形状を調節することができる。添え木をテープや包帯で止めて固定すると一人での装着や調整は難しいが、この固定具だと自分で簡単にはめることができ、包帯が不要なので、水仕事が可能になる。錫は金属アレルギーも発症しにくい。

★「モノとコトとココロ」を伝える

- 直営店が富山県内を含めて国内に8店舗ある。なぜ直営店を増やすかという、「モノとコトとココロ」を伝えることができるから。こういう商品は置いておくだけではなく、モノがいいのは当たり前で、コトの部分、地域性や歴史、素材なども伝えなければ売れない。さらに職人さんがどんな気持ちでつくったか、デザイナーはどんな人かということも聞かれる。ココロを伝える必要がある。

★海外進出におけるポイント

- 海外に1店舗、ミラノにコンセプトショップがある。これは直営ではないが、うちの商品だけを取り扱い、ロゴも「能作」のロゴで販売する。11月13日がグランドオープン。そこでは、イタリアの風習や文化をとらえたい。5年前に商品を持っていったときは、やはり文化や風習が違うため売れなかった。それがわかったので、去年、フランス人のデザイナーにデザインしてもらったものをもっていった。いろいろなマグカップにつけてマカロンやチョコレートを載せるものだが、日本人では考えられないもの。向こうはマグカップの文化なので、そういうものが生まれた。
- 日本の伝統産業は元気がない。その大きな理由の一つは、自己表現がみな下手だから。外国の人はうまい。大したことがない商品でも、すごい表現でやるとよく見える。日本人は奥ゆかしいので、すごいのに大したことはないと言ってしまふ。特に職人さんには100点がない。一生そうやって仕事をしていって、80点でいいと思っている。ところが世界的にみると、100点。それがわからない。海外展開して一番良かったのは、うちの製品はまだまだだめで、もっとすごいものがたくさんあるだろうと思っていたが、行ってみると、うちのが一番いいということがわかった。だから堂々と表現できるようになったので、そういう経験を日本の職人さんも積んで、もっと自分に自信が持てるようになればいい。



★高岡産地の課題

- オリジナル商品を売り出して12年になるが、最初はだれもやっていなかった。今は、新しい動きが出てきて、商品開発は盛んになっているし、ギフトショーとの連携も、従来は高岡で2社、3社だったのが、8社、9社になった。錫を取り扱うメーカーさんも増えた。律儀な人は、「能作さん、うちも錫でこんなものを作りたいのだけれど、いいですか」と言いにくる。「いいよ、やったらいい」という話で、そこを押えようとは思っていない。ただ、怖いのは、価格を安くして出す人がいること。うちは「能作」というブランドで売っている部分があるのでいいが、他産地のメーカーからは「能作さんはいいよ、ブランドがあるから。うちらブランドがないから安い方に取りられてしまう」という話になってくる。高岡には価格をどんどん下げていって、最後はなくなるという傾向がある。
- これまでやってきたことは、高岡にとっても、商品開発や販路開拓などの面で貢献してきたと思う。うちは問屋ではなくメーカーで、ピラミッドでいうと一番下に位置する。ここがやったということは、同じことが自分たちにもできるのではないかと思ってもらえる。これが産地にとって大事なことだと思う。
- 高岡は封建的な土地柄で、高岡銅器の業界もそうだが、組合が多い。誰かがこういうことをやろうといっても、なかなか全員でそれをやろうということにならない。その意味では、非常に動きにくい。そこをどう変えるかが、一番大事なところだと思っていて、よく「よそもの、若者、ばかもの」というが、本当だなと思う。僕はよそものとしてやっついこうと思っている。高岡で県外からは「旅の人」と言われる。「旅の人」がやったらしょうがないという意味も半面ある。だからそこは利用させてもらっていききたい。
- もう一つは、みなさんいろいろなことをやっているのだが、幹がない。下に枝葉はたくさん出ているが、大きな幹が通っていない。高岡にまず大きな幹をつくることを目指している。
- 高岡には知名度もない。日本橋三越では「高岡能作」という名前を出ているが、出店して3カ月目に店に行ったら、「高岡さん」と呼ばれた。地名を冠したつもりが、苗字が高岡で名前が能作だと思われていた。それくらい高岡を知っている人が少ない。地域資源は山ほどあっていいものもあるのだが、知られていないというのが、高岡の現状だと思っている。

★日本の伝統産業の産地の課題

- 他産地ですごいなと思ったのは今治タオル。佐藤可士和さんが入ってブランドをつくりV字回復した。日本の産地に足りないのはこういうコーディネーターをする人。僕はただ単にうちの会社のコーディネーターをしているだけだが、やはりコーディネーターできる人材の育成が、日本の伝統産業の産地には必要だと思っている。

★工場見学について

- 工場見学に来られる方も多い。今日も中学生が自転車で見学にやってくる。大体年間4000人ぐらいの見学を受け入れている。一番大事なことは子どもたちで、伝統産業は地元でもおじいちゃん、おばあちゃんがやっている産業で、売上も減って、将来がないと思

っている人が多い。それを親が子どもたちに伝えているため、子どもたちも伝統産業は駄目だと思ってしまう。ところがうちに来て、海外展開をしているとか、キティちゃんのごい飲みなどを見せて、高岡銅器はこれからまだまだ行けるんだよという話をすると、子どもたちがうちに帰ってお父さん、お母さんにその話をしてくれる。何より子どもたちに自分の産地を好きになってもらいたい。大きくなって大学に行って、堂々と富山県の出身、高岡の出身と言ってもらえるようにしたい。

- 創業 100 年を迎える 2016 年には、南部の産業団地「高岡オフィスパーク」に本社を移転するのを機に、産業観光を踏まえて約 4000 坪、ここの 4 倍くらいの見学コースを設ける。鋳物づくりを体験する工房やレストラン、土産物を並べるショップ、映像ホールなども開設予定。



< 2 > 工場見学



中学生たちが見学に訪れて、熱心に職人さんの話を聞いていた。



磨きをかける職人

「万葉集全 20 巻朗唱の会」参加記録

日時：2014年10月3日（金） 11：30～12：30

場所：高岡古城公園（中の島特設水上舞台）

概要：万葉集全 20 巻 4516 首のうち、五六番から七八番までを 13 名で朗唱



“生活文化創造都市推進事業”
高岡地域会議 実施報告書

2015年3月発行

編集・発行 一般財団法人 日本ファッション協会
〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-5-1
神保町須賀ビル7階
TEL 03-3295-1311 FAX 03-3295-3295

