



京都がめざす創造経済と創造都市の姿

大阪市立大学大学院 教授

都市研究プラザ 所長

佐々木 雅幸

1. はじめに 創造経済と創造都市の時代

今まさに、「創造経済と創造都市の時代」が到来したと言っても過言ではないだろう。

昨年末、12月15日に同志社大学経済学部が主催したシンポジウム「創造経済の本質と社会・経済の発展戦略」はこのことを実感させる貴重な機会となった。

冒頭、「創造経済の世界的な発展動向」について、基調報告に立ったエドナ・ドス・サントス・ディーゼンベルグ氏（前・国連貿易開発会議UNCTAD創造経済計画部長）は、2008年のリーマンショックに示される世界経済危機が続く中で、OECD諸国のみならず、中国、インドも停滞が続いており、新たな成長戦略が必要不可欠になっているという。その中で、「創造経済」は革新的でクリエイティブな資本や知識を活用した新たな生産プロセスを構築し、情報新技術で世界への伝播も早く、市場も堅調であり、UNCTADのデータベースによれば2010年の創造経済の市場規模は5,590億ドルに達し、経済危機の中でもダイナミックな成長を見せているという。そして、この「創造経済」と環境保全型の「グリーン経済」とが融合すれば、エコファッション、エコクラフトなど、生物多様性と文化多様性に富んだ新たな産業、建築、サービス、工芸が芽吹いてくると述べてた。

次いで討論に立ったロンドン大学キングズカ

レッジ教授のアンディ・ブラット氏は、現時点で、創造経済の成長と享受は先進国に偏りが見られるが、文化産業や創造経済の発展に必要な知的所有権などの社会インフラが整えば、途上国でも更なる発展が見込めると指摘した。

また、経産省が2011年7月に新設したクリエイティブ産業課で課長補佐を務めた三原龍太郎氏は「クリエイティビティ（創造性）が経済成長のエンジンになる」という考え方は既に世界の共通認識になっており、独自にクリエイティブ産業を「創造性の付加価値で市場から選択されるモノ・コト・ヒト」と定義し推計すると、ファッション、食（グルメ）、コンテンツ、工芸、すまい、観光、広告、デザインを含め、64.4億円の市場規模に達しており、成長分野として積極的に推進すると発言した。

これらを受けて筆者は、「20世紀の工業経済から21世紀の創造経済への移行」について、以下の表1のようにまとめることができると述べた。

すなわち、生産・消費・流通の各システムが大規模集中型から、分散的ネットワーク型に転換し、市場に個性的文化的消費を担う「文化創造型生活者」が多数登場してくると、都市の競争要因も資本・土地・エネルギーから、知識と文化、すなわち、創造的人的資本（creative class）に変わり、その結果、都市の形も「産業都市から創造都市（クリエイティブシティ）」

に転換するのである。

表1 工業経済から創造経済への移行

	20世紀の工業経済	21世紀の創造経済
生産システム	大規模生産 トップダウン	フレキシブル生産 ボトムアップ
消費	非個人的大量消費	個性的文化的消費
流通・メディア	大量流通 マスメディア	ネットワーク ソーシャルメディア
経済の優位性	資産・土地・ エネルギー	クリエイティブ人材 知識・知恵・文化
都市の形	産業都市	創造都市

したがって、創造都市論が時代の注目を集める理由は、単に衰退都市の再生やまちづくりの方法論として期待されているのではなく、このように「世界的な創造経済の到来」を背景として、直面している世界大恐慌からの脱出方策のモデルの1つとしても期待されるからである。

こうした流れを先取りする形で、ユネスコ UNESCO（国連教育科学文化機関）は、2004年に文化産業の創造的社会経済的潜在力を解放し、文化的多様性を実現する目的で創造都市のグローバルアライアンスを呼びかけた。

具体的にユネスコの創造都市ネットワークは、文学、音楽、デザイン、メディアアート、映画、食文化、およびクラフトとフォークアートの7つの文化産業群の中から、参加を希望する都市が1分野を選択して、直接、パリのユネスコ文化局に申請するのである。現在までに認定を受けた都市に、エディンバラ（文学）、ボローニャ（音楽）、セビリャ（音楽）、ベルリン（デザイン）、モントリオール（デザイン）、ブエノスアイレス（デザイン）、ポパヤン（食文化）、サンタフェ（フォークアート）、アスワン（フォークアート）、メルボルン（文学）、リヨン（メディアアート）など34都市があり、さらに40以上の都市が申請を準備している。登録の

条件として、文化産業の集積や人材養成機関の充実などのほかに、創造都市の実現に向けた常設の推進団体の活動や、特に公共セクターと民間セクター、市民セクターの連携を重視していることが特徴的である。

日本においては、2008年10月に神戸市と名古屋市がデザイン分野で登録され、金沢市が2009年にクラフト分野での登録が認められた。この他にも浜松市、札幌市、新潟市、鶴岡市など申請中の都市があり、今後さらに文化的多様性にもとづく創造都市のグローバルネットワークが拡大していくだろう。

こうしたユネスコの取り組みに刺激されて、先の基調講演のように国連貿易開発会議 UNCTAD が2008年と2010年に、300ページを超える『創造経済レポート』 *Creative Economy Report* を発行して、市場規模を推計したのである。その報告書において、創造経済とは「社会包摂、文化多様性、人間発達を促進しながら所得と雇用を生み出す可能性を持ち」、それは先進国のみならず途上国においてもますます大きく成長しており、グローバル経済の新たな担い手になるとしている。

本稿は、この「創造経済シンポジウム」における筆者の発表に基づき、京都がめざす創造経済と創造都市の形を探るものである。

2. 代表的な創造都市論と創造クラスター

現代の創造都市論の世界的リーダーは、チャールズ・ランドリーとリチャード・フロリダの2人である。ランドリーは2000年に、*Creative City* 『創造的都市』、フロリダは2002年に *The Rise of the Creative Class* 『クリエイティブ資本論』と、いずれも21世紀を代表する

新しい都市論を携えて登場し、各国の都市関係者に大きな影響を与えてきた。

ランドリーの創造都市論は、芸術文化の持つ「創造性」を、新産業や雇用の創出に役立て、ホームレスや失業問題の解決に生かし、都市を多面的に再生させる試みとして成果を挙げてきた「欧州文化首都」(1985年～)の経験を総括する中から生み出された都市モデルである。

彼は創造都市になるための4つの条件を示している。

- (1) 芸術家と、彼らの活動を支える文化施設、つまり創造的インフラストラクチュアとが一体となった「創造の場」が多数あること。
- (2) 市場性のある創造産業が発展し、それが既存産業の創造性を高めていること。
- (3) フロリダが定義する「創造階級 creative class」が多数居住し、科学者と芸術家とが協力しつつ、日常生活をより豊かにしていること。
- (4) 行政組織も含め、すべての市民が創造性を発揮することができ、また、エンパワメントされる場であること。

こうした中で、ブレア政権時の英国・文化メディアスポーツ省は「個人の創造性、スキル、才能を源泉とし、知的財産権の活用を通じて富と雇用を創造する可能性をもった産業」を「創造産業」creative industriesと定義して、具体的には音楽、舞台芸術、映像・映画、デザイナー・ファッション、デザイン、クラフト、美術品・アンティーク市場、建築、テレビ・ラジオ、出版、広告、ゲームソフト(双方向の余暇ソフト)、コンピュータ・ソフトウェアの13業種の振興に注力した。

このような「創造産業による都市再生」の事例としてはロンドンが挙げられる。その代表例は、テムズ川の西岸にあった古い火力発電所がテイト・モダンというコンテンポラリー・ミュージアムに変わり、週末には朝から夜遅くまで公開され、多数の家族連れなども来場し、その周辺の衰退地区は「創造階級」が好む洒落たギャラリーやスタジオ、カフェやテラスが集積して「文化地区」として再生したことは有名である。当時のロンドンは、銀行など金融業の成長率よりも、創造的文化産業の成長率が上回るほどであった。

一方のフロリダは、現代経済の新しい担い手としての「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の特徴から彼ら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具体的指標で示しつつ、地域再生の鍵は工場の誘致ではなく、いかにして創造的な人材を誘引できるかに懸かっていると看做す。彼によれば、創造的コミュニティを実現するためには、「創造性の社会的構造」とりわけ、社会的文化的地理的環境が重要であり、R パットナムらが唱えるソーシャル・キャピタルよりも「^{クリエイティブキャピタル}創造資本」の方が都市再生にとって有効であるとする。

フロリダは、最も創造的な仕事として、(1) コンピュータ・数学、(2) 建築・エンジニア、(3) 生命・自然科学および社会科学、(4) 教育・訓練・図書館、そして(5) 芸術・デザイン・エンターテインメント・スポーツ・メディアの5つを挙げ「^{スーパークリエイティブコア}超創造的中核」と呼び、その周辺の(1) マネジメント、(2) ビジネス・財務、(3) 法律、(4) 保険医・技師、(5) セールス・マネジメントなどの各専門職種を

クリエイティブプロフェッショナル
「創造的専門職」と呼ぶが、この2つを合わせた「創造階級」が過去100年にわたるアメリカ社会の構造変化の中で、右肩上がりに上昇して全体の3割を超えた。その結果、彼ら創造階級を誘致することが全米の都市政策の中心になったのである。

この創造階級が好んで居住する都市や地域の特徴を3つのT—人材Talent, 技術Technology, そして寛容性Toleranceで示した。「寛容性」とは、「生活の質が高い」というだけではなく、風変わりな、新奇なライフスタイルや考え方を持つ人たちでも受け入れられるような寛容性を意味し、その指数の一つとして、ゲイの人たちと同じ地域に住んでもOKという「ゲイ指数」に注目し、その代表的な都市としてはサンフランシスコやオースチンが挙げられる。

彼の「ゲイ指数」は、欧州に伝統的なハイカルチャーを指向するエリート層ではなく、オープンマインドでアヴァンギャルドなボヘミアンと呼ばれる若手アーティストのような社会集団の創造性を強く印象付けるシンボルになっており、オペラに対するミュージカル、クラシック音楽に対するジャズやロックなどアメリカのカウンターカルチャーが持つ、欧州の既成社会に対する挑戦的態度が明瞭であり、それだけにインパクトの強いものであり、「創造階級やゲイの集まる都市が発展する」という俗説とともにフロリダの理論は世界を駆け巡った。

しかしながら、創造的人材を誘致すれば、それだけで創造都市になるわけではない。ハリウッドにおける映画産業の世界的集積状況を調査したアラン・スコット教授が主張するように、創造都市の経済的エンジンとなる創造産業

の発展のためには、独自のスキルを持った労働力やサポーティング産業の集積がなければならず、世界市場に展開するためのマーケティング機能が都市経済に備わっていなければ、持続的な発展は望めない。

また、創造産業は一般に個人オフィスやフリーランスの業態が多く、クラスターを形成する特徴を強く持っている。

3. 創造クラスターの特徴と振興政策

ここで、一般の産業クラスターと創造クラスターとの違いを明らかにしておこう。

産業クラスターとはアメリカの経営学者であるマイケル・ポーターが*Competitive Advantage*『国の競争優位』において述べたように、「特定分野における関連企業、専門性の高い供給業者、サービス提供者、関連業界に属する企業、関連機関（大学、規格団体、業界団体など）が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態」をさす概念であり、21世紀初頭の世界各国の産業政策に極めて大きな影響を与えているが、イギリス政府の創造産業報告書の作成に協力したアンディ・プラット教授は、以下の点で創造クラスターとの違いを明確にしている。

- (1) クラスターを形成する主体間のネットワークの質的な内容、特に「暗黙知」のやり取りやそのスピルオーバーのプロセスに関して従来型の産業クラスターでは創造クラスターほど重要視されていない。
- (2) クラスターを形成する企業間の取引において、人と人との信頼関係に基づく非金銭的な取引の重要性が創造クラスターで

は大きくなる。

- (3) 創造クラスターの形成においては経済的側面のみならず、社会的側面の分析が重要であり、都市や地域の文化的文脈の中で、「制度的厚み」を考慮する必要がある。

要するに、「個人の創造性、スキル、才能を源泉」とする創造産業や文化産業がクラスターを形成するためには、創造的な暗黙知が醸成される独特の時間と空間を備えた「場」の形成が重要となることが分かる。創造都市論において、「創造の場」や「創造性の社会的構造」、とりわけ社会的文化的地理的環境こそが重要であり、文化政策を軸にしつつ、産業政策や都市空間政策の政策融合が求められる理由がここにあるのである。

プラットは、具体的にロンドンにおける広告代理店、グラフィックデザイン、映画、テレビ、ゲーム産業など文化産業の集積状況を調査した結果、特に広告代理店、グラフィックデザイナーはロンドンのソーホー SOHO 地区に集積していることが明らかになり、映画やビデオのポストプロダクションについては前2者ほどではないが、やはりロンドン中心部に集中しており、他方で、ゲーム産業などの本社はロンドンに多いもののプログラマーたちはロンドン以外の地域に分散し集塊していることが示されるという。このような立地傾向の違いはそれぞれの業界の活動内容や企業組織のあり方の相違、さらには就業者に必要なとされるスキルの違いなどが反映してもたらされているのであるが、いずれにしろ、イギリスの創造産業の大半がロンドンに集中しており、このため自動車メーカーもデザイン部門をロンドンのソーホーに移動させているほどである。プラットは、ロンドンに

おける創造産業の集積は政策の結果というよりは、自発的に発展したと述べており、従来型の補助金行政だけでなく、「創造的雰囲気」を促進する柔らかな支援が必要であるとしている。

創造産業の同心円モデル

さらに、ここで、創造クラスターの振興施策をより有効に進めるために、既存の産業群と文化産業との違いを明瞭にしておこう。すでに見たように豪州の文化経済学者であるデイヴィッド・スロスビーは創造的アイデアの源泉を中心に置いた「文化産業の同心円モデル」を提案している。

図1はスロスビーを参考にして「創造産業の同心円モデル」を実際に描いてみたものであるが、これによると創造産業の独特の構造が明らかになる。この同心円モデルの中核には伝統的な音楽、ダンス、劇場、文学、視覚芸術、工芸品とともに、ビデオアート、インスタレーション、メディアアートなどの新しいメディアを媒体にした芸術活動を含む創造的芸術が位置する。後者のメディアアートは大量に複製可能な場合もあるが、この「創造的中核」の領域に含まれるものはインスタレーションなど前衛的な芸術活動であり、しばしば先端的であるがゆえに評価困難で市場性や営利性が乏しく、「非営利」の文化セクターと分類されるものが含まれ、そのため、芸術文化政策の支援対象となることが多い。

この同心円モデルにおいて、「創造的中核」のすぐ外側に位置するのが、書籍・雑誌出版、テレビ・ラジオ、新聞、映画などであり、オリジナルのコンテンツを複製し大量に流通させる産業群で、先端的な文化的価値の割合が中核芸

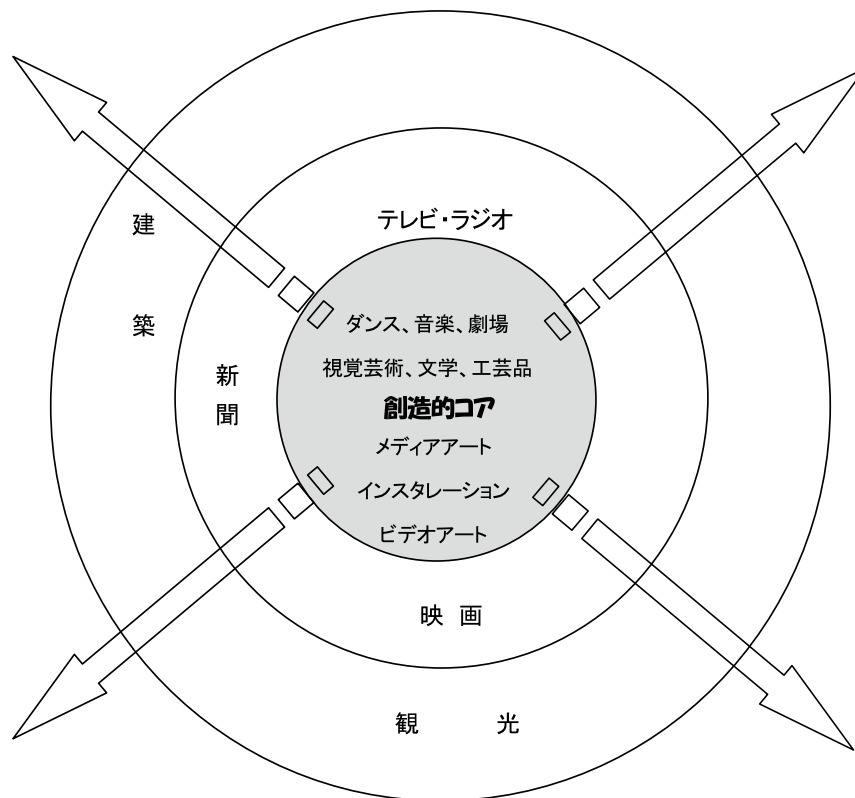


図1 創造産業同心円モデル

(注) Throsby, D. *Economics and Culture*, 2001を参考に筆者が作図した。

術に比べて相対的に低い³が、市場性と芸術性を兼ね備えた文化産業とみなされる。これらの産業では、著者と大衆的な文化消費者とをつなぐ役割をもつ出版業における編集者や、原作者と監督と俳優をコーディネートし、資金調達まで行う映画プロデューサーなど、芸術性と市場性・商業性を兼ね備えた人材が活躍する。

さらにその外側には、文化領域の外側で運営されるが、創造性や文化性が必要とされる限りで文化産業の領域に含めることができる広告や観光、建築などが位置する。広告代理店など専属のデザイナーや外部のアーティスト・クリエイターとの共同作業によってCM作品を生み出す⁴が、テレビ新聞などの巨大メディア産業と合体することで、寡占的な影響力を発揮する結果としてアーティストやクリエイターを低料金

で働かせ、創造性を阻害する可能性がある。

このように、創造産業同心円モデルは中心に創造的アイデアを置き、放射線状にそのアイデアがより広い産業部門に拡散していく様子を表現している⁵のであり、営利性に乏しいが先端的な仕事に従事するアーティストやクリエイターが個人として、または組織として自在に創造性を発揮できる条件が創造産業の発展には不可欠であることがわかる。

つまり、都市がオリジナルな文化産業を育成・振興しうるかどうかは、第1に、図1の同心円の中心に位置する創造的中核セクターに対する有効な支援施策を持ちうるか否かにかかっている⁶のである。しばしば、科学技術の振興策にあって先端的研究であればあるほど成功率は低い⁷が、巨額の研究開発助成金や優遇税制が

政府によって提供されている。また、先端的なベンチャー企業の育成策の場合にもこの歩留まりの低さは同様であるが、手厚い創造支援制度がある。技術革新の成果が社会全般に普及し、社会進歩に貢献すると考えられる、つまり経済学で正の外部性が高いとみなされるからであるが、芸術文化の分野では同様の支援や文化的インキュベーション制度が従来は無きに等しいものであり、抜本的な充実が望まれるところである。優れた芸術もまた、社会の公共財産であるからである。透明で公平な芸術文化の支援機関として、欧米のような予算配分権をもつ芸術評議会（アーツカウンシル）制度への改革が緊急の課題となっており、日本でも文化庁や東京都、大阪府・市などで試行の動きがある。

第2に、創造産業は文化的価値と経済的価値との二重の価値を持つ財やサービスを生産し、流通させる産業であることから、芸術性と市場性のバランスの取れたプロデューサーや編集者の存在がきわめて重要になる。このような人材が不足すると、創造者にとって、市場性や経済的価値は副次的な要素とみなされることが多く、低所得や生活困難に陥り、反対にしばしば、経済的価値や市場性のみを追求する結果、創造性や文化的価値が損なわれるケースも出てくることが多い。また、文化的価値と市場での評価はタイムラグもあるため、リスクを避けながら、創造を継続しうるためには創造者支援システムが不可欠となる。

第3に、先に見たように創造産業は既存産業に比べて創造性の発揮しやすい小企業にとどまるケースが多く、関連事業との間で独特の「暗黙知の取引」を密接に繰り返すために、「特定の創造的な雰囲気のある場所」を好んで集積・集塊

する傾向が強い。つまり、創造産業は本来クラスターを形成しやすいのである。

したがって、創造都市をめざす産業政策が創造性を発揮しやすい環境・雰囲気をもった空間形成を担当する都市計画サイドとの融合が必要になるのはこのためであり、後述する金沢の21世紀美術館や、横浜の創造界隈におけるBankART1929などでは産業政策と文化政策、さらには都市空間形成政策の融合が試みられている。

第4に、都市固有の文化的評価軸が確立したオープンな市場が重要である。たとえば、デザイン産業などの創造産業の分野ではとりわけ、世界的に評価される見本市の存在が重要となっている。欧米の見本市では、日本の総合商社のような力を借りずに世界各地のクリエイターやデザイナーが自由に出品し、それを業界情報誌やバイヤーが評価してビジネスが成立する。たとえば、1961年に家具の見本市として出発したミラノ・サローネは今や世界最大の総合的なデザイン産業の見本市へと発展し、ミラノは関連する情報が集積するデザイン都市となっている。後述する「金沢おしゃれメッセ」の取り組みも、都市固有の文化的評価軸の再構築をめざしたものであろう。都市文化の特徴と歴史的文脈を踏まえた創造産業の育成策が求められているのである。

また、創造経済を振興する上で、創造産業の集積が比較的に大きな大都市と、伝統工芸などのものづくりにウェイトの高い地方都市や小都市では、戦略が異なってくる。さらに、伝統的な「和」の文化と現代の「洋」の文化との断絶という日本独自の課題も存在している。

4. 日本における創造都市と創造クラスターの 取り組み—金沢と横浜

日本における創造都市政策は、金沢市と横浜市が先頭になり、急速に全国に広がり、現在では56自治体が創造都市政策を実施しており、同様の政策を実施している自治体と今後実施を予定している自治体とを合計すると117自治体に上っている（横浜市調査、2012）。このように、創造都市が都市ビジョンとして、あるいは政策概念として採り入れられることと結びついて、創造産業の振興や創造クラスターの取り組みが、日本の多くの都市自治体によって進められている。

金沢市では全国に先駆けて金沢経済同友会が市民に呼びかけ、2001年に「金沢創造都市会議」が開催され、2002年には第1回金沢学会において「美しい金沢」を理念とする都市再生プランが提案された。デジタルコンテンツ産業の振興と人材養成を目的に1995年からeAT KANAZAWAを毎年開催し、1996年には近代産業遺産を活用した金沢市民芸術村を開設し、2004年には現代アートを中心とする金沢21世紀美術館が市民の文化創造・発信拠点として整備され、成功を収めている。また、横浜市では、前・中田宏市長の下、2004年1月、「文化芸術創造都市：クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けて」を打ち出し、同時に文化芸術都市創造本部を設置、全庁的な取り組みを展開した。さらに、札幌市では、2006年3月に「創造都市サッポロ」を宣言して、新しい都市型産業としてデジタルコンテンツやメディアートの振興の取り組みが盛り上がっている。

ここまで見てきたように、創造産業の振興のためには、文化政策や創造人材の育成、創造的

な雰囲気 に満ちた空間政策など総合的に取り組むことが重要になっており、それらを総合した創造都市戦略が求められているといえよう。

金沢と横浜における「創造都市」をめざす運動の特徴とその成果を明らかにしよう。

内発的創造都市・金沢

金沢市は人口45万人のヒューマンスケールの都市であり、伝統的な町並みや、伝統芸能や伝統工芸を育む生活文化の営み、市内を流れる二つの清流と緑濃い周辺の山々とに囲まれた豊かな自然環境に恵まれるとともに、独自の経済基盤を保持しており、経済発展と文化・環境とのバランスの取れた中規模都市であり、内発的発展の視点から高く評価されてきた。

このような金沢経済の内発的発展が、外来型の大規模工業開発を抑制し産業構造や都市構造の急激な転換を回避してきたため、江戸時代以来の独特の伝統産業とともに伝統的な街並みや周辺の自然環境などを守り、アメニティが豊かに保存された都市美を誇っており、独自の都市経済構造が地域内で生み出された所得の域外への「漏出」を防ぎ、中堅企業の絶えざるイノベーションや文化的投資を可能にしたのである。

都市政策の各分野において、金沢独自の文化的視点が貫かれており、第2次大戦後、逸早く市立金沢美術工芸大学を設立し、友禅や蒔絵などの伝統工芸や芸能の後継者育成やインダストリアルデザインの導入による工芸の近代化を担う人材養成に乗り出し、全国に先駆けて「伝統環境保存条例」を制定し伝統的町並みの保存の全国的なリーダーとなった。

近年は伝統文化の保存のみならず、1997年よりデジタルアートの人材発掘を目的にeAT

KANAZAWA など新たな文化の創造に向けた取り組みにも乗り出しているが、21世紀美術館が注目される。

都心空洞化と金沢21世紀美術館

2004年10月9日、石川県庁舎の郊外への移転によって空洞化の恐れが現実のものとなった金沢市の都心部に、突如丸い円盤のような「金沢21世紀美術館」が出現した。市民が「まるびい」と呼ぶこの美術館は1980年以降のコンテンポラリーアートを中心とした世界の芸術作品を収集・展示し、著名なアーティストを招いた公開制作などを通じて、地元の伝統工芸・伝統芸能と現代アートの融合をめざす目的で建設された。「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」であるとの^{みのゆたか}養 豊 初代館長の考えにより始まった、市内の小中学生を全員招待するという「ミュージアム・クルーズ」事業の効果もあり、開館して1年で市内人口を3倍ほど上回る158万人の入場者を数え、その経済波及効果（建設投資を含む）は300億円を超過している。

金沢市は、さらにこの美術館を核にした新たな産業創造の試みとしてファッション産業やデジタルコンテンツ産業の創造支援を担うクラフトビジネス創造機構を立ち上げて、歴史的に培ってきた伝統工芸や伝統芸能とコンテンポラリーアートとの融合の中から新しい地域産業を創出する事業を開始している。2006年以降毎年10月に開催される「おしゃれメッセ“かなざわごのみ”」では、新感覚の加賀友禅や織物、工芸などが出品される一方、加賀宝生と呼ばれる能と現代音楽とのコラボレーションなどの新たなパフォーマンスや新感覚のファッション

ショーが演じられてきた。ここには、金沢固有の評価軸を探り、再構築しようという意図が込められている。

2010年からは「生活工芸プロジェクト」の展開を開始して、10月の「おしゃれメッセ」においては、「和の知恵が最先端」を基本理念として、伝統の革新、生活にとけ込む芸術・芸術を紡ぐ生活、文化の産業化・産業の文化化をテーマにして、新たな和風文化の価値創造が試みられ、国内外から来場者及びバイヤー関係者4万人が金沢へ集まった。

具体的な事業として、繊維製品、伝統工芸品をはじめとするファッション産業の内外への発信をめざして、「アパレルフェスタ」「SUTTEKI '10 かなざわ工芸物語」「生活工芸」プロジェクト等の多彩な事業により金沢ブランドの魅力を提案した。

特に、かなざわ工芸物語は、「響き合う伝統と新しい感性」をテーマに市内伝統工芸企業とデザイナーのコラボレーションで開発した新製品の発表展示と販売を行ったほか、新規の企画事業である「生活工芸プロジェクト」では、18人の暮らしの目利きたちが、どのようなモノに囲まれ生活することが気持ちよく、精神性の高い日常を送ることができるのかを問いかけるため、日常使用している「生活工芸品」約270点を一堂に展示して、金沢の工芸が持つ多様な魅力や可能性を発信した。

「文化的生産」と工芸クラスター

このように都市の文化資本の質を高め、創造性あふれる人材を養成し集積させて、都市経済の発展をめざす方式を「文化資本を生かした都市の文化的生産」と定義できる。金沢における

「文化的生産」は、ある意味で江戸時代に始まった職人的生産の復活と再構築と言えるものであろう。職人的生産(クラフト・プロダクション)→フォーディズム(マス・プロダクション)→文化的生産(新しいクラフト・プロダクション)という歴史的展開の中に位置づけられる。

金沢市の伝統工芸品は、江戸時代にこの地を治めた加賀前田家が代々奨励して、日本中から優れた職人を招いて制作にあたらせたものであり、焼き物(九谷焼、大樋焼など)、友禅染(和装着物)、漆器、金箔、象嵌など、23業種に上り、京都に並ぶ質と量を誇っている。

金沢市内の伝統工芸品に関する事業所は約820、従業者は約2,500人で、それぞれ全体の20%と5%を占めており、工芸は金沢を代表する創造産業ではあるが、きわめて小規模な事業所や工房の形をとり、店先で展示販売することも多い。このため、都心部に位置する旧金沢城から半径5kmには工芸作家139名の工房とショップ74店舗が集積して、まさに、街の中に点在する工芸クラスターを形成している。

しかしながら、伝統工芸品は現代日本の生活では徐々に使われる場面が少なくなり、販売額が減少し、従業者が減少する傾向が続いている。このため、先にみたように、21世紀美術館のコンテンポラリーアートやeAT KANAZAWAのメディアアートとの融合や、前衛的デザイナーとのコラボレーションによって、斬新な作品を生み出す「生活工芸プロジェクト」を開始して、創造産業としての再構築を急いでいるのである。

以上のように、金沢市では工芸を創造産業として振興するのみならず、文化財としても重視し、工芸工房などの所在する歴史的な町家と街

並みを文化景観として整備する都市計画を推進してきた。さらに、近年は、21世紀美術館が中心となり、多数の美術館・博物館をネットワーク化する文化政策にも取り組んでおり、これらが、連携して、「文化地区」を形成してきたといえよう。こうした、取組が高く評価されてユネスコ創造都市にクラフト分野で登録されることになったのである。

クリエイティブシティ・ヨコハマ：クリエイティブ人材の誘致戦略と創造界隈

古都のイメージが色濃く漂う金沢と対照的に、横浜は開港以来150年に満たない近代的大都市である。横浜は東京に隣接し、日本の近代工業化を担ってきた京浜工業地帯の重工業地帯を形成してきたが、20世紀末以来グローバル化の大波の中で、製造業の深刻な空洞化を経験してきた。このため「みなとみらい21」などバブル経済の頂点の時期に、大規模なウォーターフロント開発によって重工業都市からの脱却を図ろうとした横浜市は、直後のバブル経済崩壊と、さらには最近の東京都心でのオフィスビル建設ラッシュで二重の打撃を受けて停滞してきた。このような都市危機に直面した横浜市は、就任当時37歳の中田宏市長が就任すると、2004年1月、注目される都市再生ビジョン「文化芸術創造都市—クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けて」を打ち出した。

その内容は、①アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現、②創造的産業クラスターの形成による経済活性化、③魅力ある地域資源の活用、④市民が主導する文化芸術創造都市づくりの4点を挙げ、それぞれ2008年までの目標数値を次のように示している。

- ①アーティスト・クリエイターを3,071人から5,000人へ
- ②創造的産業クラスターの従業者を15,730人から30,000人へ
- ③文化・観光集客装置を85カ所から100カ所へ
- ④文化鑑賞者を248万人から350万人へ

中田前市長は同年4月、文化芸術都市創造事業本部を新設して、「クリエイティブシティ・ヨコハマ」への取り組みを全庁的に開始させた。中でも注目すべきは、「クリエイティブコアー創造界隈形成と映像文化都市への取り組み」であり、世界大恐慌の最中、1929年に建設され、文化財としての価値もある旧富士銀行と旧第一銀行、さらには臨海部の倉庫、空きオフィスを活用してこれらをアーティスト・クリエイターと市民の「創造の場」に変えようという企図で始まった実験事業、BankART1929である。

コンペで選ばれた2つのNPOが、現代アートを中心とする各種の展示、パフォーマンス、ワークショップ、シンポジウムなどイベントを展開している。東京都心と結ぶ、みなとみらい線の開通ともあいまって大きな話題を集めている。さらに、馬車道に立地する旧富士銀行には、東京藝術大学大学院映像研究科が誘致され、「映像文化都市」への弾みがついてきた。2005年秋には、横浜港の空洞化した埠頭の1つを会場にして現代アートの横浜トリエンナーレを成功させた。

また、同年度から新設された映像コンテンツ制作企業等立地促進助成制度とクリエイター等立地促進助成制度も、「創造的な雰囲気」に満ちたオフィスや界隈を形成する上で効果的に働いている。ここでは産業政策と文化政策、さら

には都市空間形成政策の融合が試みられていると言えよう。これらの創造界隈形成事業は、周辺の空きビルや空き倉庫に次々と拡大し、2007年3月までの3年間での経済波及効果は約120億円に上っている。また、2007年7月には、アーティストやクリエイターを支援するアーツコミッションの設置や財界を巻き込んだ官民共同の「創造都市横浜推進協議会」の設立など新たな段階に至り、開港150周年を迎える2009年度には世界創造都市会議を開催し、アジアにおける創造都市ネットワーク作りへと展望が広がった。2011年度からは、事業本部制から移行し、文化観光局の下に創造都市推進課が置かれることになり、文化芸術、創造都市・まちづくり、観光の取り組みを連携して進める体制に変わり、2013年1月にはアジア創造都市国際シンポジウムを成功させ、アジアにおける創造都市ネットワーク作りへさらに拍車がかかった。

こうした、積極的な創造都市政策の結果、横浜市の調査によれば、市全域における創造産業の事業所と従業者は、2006年から2009年にかけて、創造産業全体で31%と24%の増加であり、全産業の伸び率を17%と8%も上回っている。業種の内訳を見ると、事業所数では、音声情報制作業、ポストプロダクションや貸しスタジオなどの映像関連サービス業、インターネット附随サービス業、映像情報制作・配給業など、従業者数では、音声情報制作業、映画館、インターネット附随サービス業、ゲームセンターと続いている。このように、創造都市政策の効果で創造産業の集積が進み、とりわけ、創造都市センター周辺の創造界隈の形成とアーティストやクリエイターの誘致政策の結果、短期間に150以上のデザインオフィスやアトリエ、ギャ

ラリーなどが集積することになった。まさに、フロリダの「創造階級」が「創造的雰囲気」に惹きつけられるように集積が進んでいることを示している。

この創造界限で活動するアーティストやクリエイターに、この地区に進出した理由を尋ねると、「環境面では交通の便が良いこと、街に対する愛着があること、街のイメージが良いこと」が挙げられ、「体制・制度面では、民間の支援団体があること、行政による支援制度があること、イベントが頻繁に行われること」が挙げられ、「建物面では、賃料が安いこと、24時間使用可能であること、広さ、天井高などが十分にあること」であり、「ネットワーク面では、周辺の同業者、関係者とのコラボレーションや情報交換ができること、クリエイターが集積しやすいこと、知人や友人、同業者からの情報提供があったこと」などが、立地選好の理由として高い順位を示している。

このように、横浜市が進めた創造都市政策は、フロリダが述べた創造階級が好む「創造的雰囲気」を行政と、NPOとが協力して作り出し、点から面へと広がりをもったと評価できよう。

文化政策と産業政策、都市計画との融合

以上の横浜のケースで筆者がもっとも止目するのは、芸術文化の創造性を都市再生に生かす目的で、従来は縦割りであった文化政策、産業政策、まちづくりに関わる行政のセクションを横断的に再編する新組織である文化芸術都市創造事業本部と創造都市推進課を新設し、これを中核的推進組織としたことであり、NPOなどの市民の政策過程への参画を大胆に進めた点で

ある。この構想は当然、旧来の縦割りの行政機構とのコンフリクトは避けられないが、個人の創造性を生かす組織の創造性を作り出してこそ、都市は創造性を取り戻すのであるから、「行政組織の文化」を創造的に改革してこそ、ヨコハマはクリエイティブシティに近づくのであろう。

興味深いのは、金沢市では経済界と市民が主体になって「金沢創造都市会議」を開始して、行政はその提案を受ける形で着実に創造都市への歩みを始めているが、横浜の場合は「みなとみらい21」という臨海都市開発が頓挫し、その失敗を批判する形で若手の市長が登場して、それを背景として戦略が出てきたことであり、創造都市への取り組み方も都市の歴史的文脈によって多様性があるということであろう。また、金沢市は筆者やランドリーの考え方を採用して「伝統との対話」の中で創造都市への挑戦を続けているのに対して、横浜市はフロリダの創造階級論に大きく影響されているということもできよう。

以上のような問題を念頭に置きつつ、京都における創造都市の方向性を検討してみよう。

5. 京都がめざす創造都市と創造経済の形

京都市は1200年以上の歴史を擁した日本を代表する歴史都市、文化都市、そして世界的な観光都市であるが、内発的発展を遂げた有数の内陸工業都市でもあり、伝統文化・芸能とともに前衛的な芸術創造力を持つと同時に、京セラや堀場製作所、ワコール、オムロンなど個性的なハイテク産業群を擁しており、日本の創造都市のリーダーとなる高い潜在力を持っている。と同時に、逸早く、「創造都市」を都市政策に採

用する検討を行った時期もあったのである。

すなわち、「21世紀・京都のグランドビジョン」（1999年策定）を前にして、1997年4月に発表された「グランドビジョン」の中間報告では、京都市における人口の減少、工場・大学等の流出、都心の空洞化、産業の伸び悩み、そして文化力の相対的低下などの京都の現状に関する問題点がシビアに分析され、これらを背景に21世紀の京都像として、①豊かさ創造都市、②新活力創造都市、③環境創造都市、④新ストック創造都市、⑤文化創造都市の「5つの創造都市」が示されていたのである。

この5つの創造都市の相互関係は、『21世紀の時代潮流』、『京都の都市特性』を十分踏まえ、市民が人間性豊に暮らすことのできる21世紀型の新しい生活スタイルの創造を先導する『①豊かさ創造都市』をまちづくりの最大目標として位置づけ、その基盤たる『②新活力創造都市』と21世紀文明の大きな潮流となる『③環境創造都市』を、その実現にとって不可欠の要件とした。そして、これらは、京都が蓄積している多様な素材を柔軟かつ弾力的に使いこなし、後世に残る新たな資源をつくりだす『④新ストック創造都市』となることによってもたらされる。そして凝縮された歴史、文化のストック（蓄積）の活用、創造を図りつつ、こうした都市像の実現に向かって施策を推進することが、京都に、世界に通用する『⑤文化創造都市』としての途をさらに大きく開くことになる。（京都市総合企画局、1997）とあり、豊かなライフスタイルの追求を最大目標に置き、多面的な広がりを持つ「京都型創造都市」の提案として興味深い。

このビジョンの基本として重視されたのは、環境問題や人口問題などグローバルな課題に対

応した広域的、歴史的、国際的な視野から、京都の果たすべき役割を重視する一方で、ローカルな個性としての歴史や文化を活用して個性的で魅力ある都市づくりを行うことであり、多様な芸術文化に触れ、広く異質なものを受け入れ共存できる文化環境の醸成という点である。また、「京都型創造都市」を支える条件として、市民参加による市民自治の推進が重視されており、同時に多くの特色ある機能をもつ都市拠点（分都市）が相互に交通・情報手段で結ばれたコンパクトな水平ネットワーク型の都市構造や、さらには産業連関構造の緊密な持続的都市経済をめざすとしており、それが最終報告にも盛り込まれていたなら、日本における創造都市のトップリーダーになっていたことだろう。

だが、「グランドビジョン」の最終報告となる「基本構想」においては「創造都市」から一転して「華やぎ」と「安らぎ」のある「まちづくり」というソフトな内容に代わってしまい、むしろ「創造都市」をめざす試みは西陣の町家倶楽部など、繊維産業の衰退による空洞化した都心部でのアーティストやクリエイターたちのシェアハウスの動きなど草の根における多様なチャンネルで沸き起こってきた。（詳しくは拙著『創造都市への挑戦』岩波文庫185～206ページを参照。）

ここでは、行政や経済団体の注目される取り組みについて列挙しておこう。

京都市の芸術文化行政の転換と京都芸術センター、国際マンガミュージアムの設立

従来、京都市の文化行政は文化財の保存や伝統文化の振興に重点が置かれてきたが、1996年の「芸術文化振興計画」では文化創造へのウェ

イトの重視に転換した。すなわち、21世紀を展望した長期的視野にたつて、基本的視点を、①新たな芸術文化の創造をめざすこと、②世界の芸術文化交流の拠点となること、③芸術文化活動を生活や産業と連動させることに置き、芸術文化振興の方向性としては、①芸術家育成と活動の支援、②市民芸術文化活動の振興、③情報発信力の強化、④芸術文化交流の促進、⑤芸術文化環境の向上とその活用、⑥芸術文化産業の振興と相互連携の6点が示された。

その目玉として重視されるのが、芸術文化振興の拠点施設としての「京都芸術センター」（2000年）の設立であり、「国際マンガミュージアム」（2006年）の開館であった。いずれも、番組小学校として地域の文化の拠点であった施設のリノベーションによるものであり、周辺の景観ともマッチした個性的な文化拠点となっている。

「京都文化芸術都市創生条例」と京都文化祭典、KYOTO CMEXの開始

2005年京都市は、京都が歴史的に擁してきた文化芸術を通じて市民生活やまちづくりの取り組みを活性化するとともに、学術や産業との連携を図ることにより、京都をあらたな魅力に満ち溢れた世界的な文化芸術都市として創生することをめざして、「京都文化芸術都市創生条例」を制定した。その目玉事業として2005年より京都文化祭典を毎年開催し、ビエンナーレとして開催してきた京都映画祭や京都学生祭典を包摂した取組となった。これらが継続開催されることが、創造産業分野で活躍するクリエイティブプロデューサーやディレクターを養成することにつながり、創造人材の京都への集積を推進す

ることになる。

「知恵産業のまち・京都」と「新価値創造都市・京都ビジョン」（2011～2015）

経済界では、2009年に京都商工会議所が京都の特性や強みを生かした「知恵産業のまち・京都」を提唱し、京都型の創造産業の振興と創造都市づくりへの意気込みを示し、2010年には、京都に集積した映像、ゲーム、マンガ・アニメなどジャンルをまたがった創造産業のフェスティバルである、京都クロスメディアエキスペリエンスKYOTO CMEXがスタートする。単なる見本市でなく、作品の芸術的価値と経済的価値を決定する仕組みを作り出すことが重要になっている。

同年、行政では、スーパーテクノシティ計画の後継として、「新価値創造都市・京都ビジョン（2011～2015）」が策定される。ここでは、「1200年の悠久の歴史と伝統文化、豊かな自然の中で形成された京都ならではの「美」「知」「匠」といった強みを生かして、ものづくり産業における新たな技術・製品の創造やクリエイティブな産業の育成など様々な分野で新しい価値を生み出し、世界のモデルとなる」とし、京都に集積した多数の大学との連携によるイノベーションにより、創造産業を創出するとしている。

〈戦略Ⅰ〉京都企業の優れた技術や大学等の知的資源を生かしてイノベーションを創出する

〈戦略Ⅱ〉京都の知恵や感性、文化価値などソフトパワーを生かして、世界中から優れた企業・人材を呼び込む仕組みを構築し、クリエイティブ産業を創出する

〈戦略Ⅲ〉広域的視点に立った事業環境の整備等

このように、行政、経済団体において創造都市と創造経済に向かう機運が徐々に醸成されているのが最近の京都の状況であろう。

6. おわりに

京都らしい創造都市と創造経済に向けて最後に、提言風に課題を挙げておきたい。

- (1) 京都は日本の中で、伝統文化・芸能・景観、大学などの知的学術的資産など伝統と最先端の双方の文化資本の集積が最も高い都市であり、その潜在力を顕在化するため「京都創造都市政策センター」など独自の装置、工夫が必要になる。
- (2) 経済団体、産業政策、文化政策、都市計画・景観政策などそれぞれ創造都市・創造経済の方向に向かっているが、金沢や横浜のような創造都市づくりに向かう「創造都市ラウンドテーブル会議」などプラットフォームづくりが急務である。
- (3) 市民を巻き込んだ創造都市づくりのムーブメントにするうえで、ユネスコ創造都市ネットワークへの登録や、2014年から始まる東アジア文化都市への立候補など積極的な挑戦が望まれる。

参考文献

佐々木雅幸『創造都市への挑戦』岩波文庫，
2012年

同志社大学でのシンポジウムにおける佐々木雅幸の講演は以下で確認ください。

<http://www.youtube.com/watch?v=IjBcYXgM0DY>