

博士論文

我が国における創造都市政策の現状
とその特性に関する比較考察

平成 28 年 3 月

兵庫県立大学 大学院 博士後期課程

環境人間学研究科 都市計画研究室

立花 晃

——目次——

1. 研究の概要	1
1.1. 研究の背景	...1
1.2. 研究の目的と問題意識	...2
1.3. 研究の対象と方法	...2
1.4. 研究の意義	...4
1.5. 研究の構成	...5
2. 創造都市論の系譜と政策への応用	7
2.1. 創造都市論の系譜	...7
2.2. 創造都市概念の政策への応用	...13
2.2.1. 従来の文化・芸術政策と創造都市策の違い	...13
2.2.2. 創造都市の戦略課題	...14
2.2.3. ユネスコ創造都市ネットワーク	...16
2.3. 本研究で扱う創造都市政策の概念とその範囲	...19
2.4. 都市の創造都市に関する評価指標	...20
2.5. 創造都市におけるクリエイティブ・クラスの位置付け	...22
2.5.1. クリエイティブ・クラスとはなにか	...23
2.5.2. クリエイティブ・クラスと創造都市	...29
2.5.3. クリエイティブ・クラスを惹きつける場としての都市	...30
2.5.4. クリエイティブ・クラスの諸相	...32
2.6. 創造産業に関する議論	...36
2.6.1. 創造産業の定義と範囲	...36
2.6.2. 創造産業クラスターの特徴	...38
2.6.3. 創造産業の同心円モデル	...39
2.6.4. 文化経済の視点から見る創造産業	...40
2.7. 創造都市におけるソーシャル・キャピタルに関する議論	...41
2.7.1. ソーシャル・キャピタルと都市の創造性	...41
2.7.2. ソーシャル・キャピタルが都市の創造性に与える影響	...43
2.8. 文化資本と都市の創造性に関する議論	...44
2.8.1. 文化資本の概念	...44
2.8.2. 文化資本と都市の創造性	...46

2.9. 創造都市政策の分析における各概念の応用	...50
3. 我が国における創造都市の現状	53
3.1. 我が国における創造都市概念の受容と政策への応用	...53
3.2. 我が国における創造都市に関する先行研究	...54
3.3. 我が国で実践される創造都市政策	...55
3.4. 地域創造性指標及び創造産業の現状から見た創造都市	...58
3.4.1. 地域創造性開発指標	...59
3.4.2. 地域創造性開発指標算出における創造産業の位置づけ	...60
3.4.3. 地域創造性開発指標計量値の算出	...63
3.4.4. 地域創造性開発指標から見た創造都市の現状	...64
3.4.5. 創造産業・ハイテク産業の現状から見た創造都市の現状	...67
3.5. 創造都市の特性と類型化	...69
3.5.1. 地域創造性開発指標の数値から見た創造都市の類型化	...69
3.5.2. 創造産業・ハイテク産業の特性から見た創造都市の類型化	...70
3.5.3. 特化係数から見た各都市における創造産業・ハイテク産業	...71
3.6. 対象創造都市へのアンケート調査	...75
3.6.1. アンケート調査概要	...75
3.6.2. アンケート調査結果とまとめ	...76
3.7. 創造性指標の有効性と限界	...78
4. 創造都市政策モデルからの比較考察	80
4.1. ユネスコ創造都市ネットワーク認定・加盟都市における創造都市政策の 関係性モデル	...80
4.2. 創造都市政策の関係性モデルからの比較考察	...99
4.3. ユネスコ創造都市ネットワーク認定 6 都市+1 都市へのアンケート調査	...103
4.3.1. アンケート調査概要	...103
4.3.2. アンケート調査結果とまとめ	...104
4.4. ユネスコ創造都市ネットワークと我が国の創造都市の今後の在り方	...110
4.5. 創造都市政策モデルから見た創造都市の特性についての考察	...110
5. 創造都市における市立美術館の機能と役割	112
5.1. 創造都市における市立美術館	...112

5.1.1. 都市政策と美術館に関する先行研究	...112
5.1.2 市立美術館の実践に関する考察の目的と方法	...113
5.2. ユネスコ創造都市ネットワーク認定 6 都市+1 都市における立美術館の 実践	...114
5.3. ユネスコ創造都市ネットワーク認定 6 都市+1 都市における立美術館の 関係性モデル	...115
5.4. 対象都市における市立美術館へのアンケート調査	...117
5.4.1. アンケート調査概要	...117
5.4.2. アンケート調査結果とまとめ	...117
5.5. 創造都市における市立美術館の役割	...122
5.6. 金沢 21 世紀美術館の取り組み	...122
5.7. 市立美術館と創造都市政策の関係についての考察	...123
 6. 創造都市における文化政策の役割	 125
6.1. 創造都市と文化政策の関係	...125
6.2. 対照的文化政策モデルとしての金沢市と横浜市	...127
6.2.1. 金沢市の文化政策	...127
6.2.2. 横浜市の文化政策	...128
6.2.3. 金沢市と横浜市の異なる文化政策のアプローチ	...129
6.3. 札幌市におけるメディア・アートと文化政策	...130
6.4. 創造都市におけるクリエイティブ・コモンズとその新たな関係	...133
6.4.1. クリエイティブ・コモンズ運動について	...134
6.4.2. クリエイティブ・コモンズ・ジャパンの実践	...139
6.4.3. 知識資本の共有による新たな地平	...143
6.5. 創造都市におけるクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの応用と その可能性	...145
6.5.1. ホワイトキューブへの応用：アイ・ウェイウェイ展	...147
6.5.2. コンテンツにおける応用：Into Infinity と都市空間	...148
6.5.3. 創造都市政策におけるクリエイティブ・コモンズの応用可能性	...149
6.6. 創造都市政策とメディア・アート文化政策についての考察	...153
 7. 我が国における創造都市政策についての考察	 154
7.1. 創造都市政策の現状とその特性	...154

7.2. 今後の研究課題	...160
7.3. 今後の創造都市政策の在り方	...161
7.4. 文化施設・文化政策における政策評価の意義と課題	...162
7.5. 創造都市論の限界と課題	...163
7.6. 創造都市におけるオルタナティブ・スペースの在り方への問題提起	...165
7.7. 我が国の創造都市政策の行方	...169
おわりに	173
注釈	175
参考文献・資料	188
参考 URL	199
研究業績リスト	203
その他研究活動・学会発表・研究報告等	205
謝辞	207
Appendix リスト	210
Appendix	

1. 研究の概要

1.1. 研究の背景

21 世紀を迎え、いまやかつてないほどに都市空間の均質・平俗化や、都市における基盤産業の衰退が進む中、ポスト工業化の時代における都市の再生・成長の起爆剤として、文化芸術のもつ「創造性」に焦点が当てられ始めている。そして、創造性にまつわる言説や、それにもとづく実践が氾濫する中、2000 年代に入り提唱され始めた「創造都市」^{注1}の理論に注目が集まっている。都市の規模に関わらず、優れた文化芸術や産業、情報技術等がもつ創造性を発揮する国内外の創造都市において、これまで様々な政策が進められてきた。

また、現在、世界でも 120 を超える都市が創造都市に関する政策目標を掲げており、2004 年からはそうした都市間を繋ぐ目的でユネスコによる創造都市ネットワーク（UNESCO Creative Cities Network：以下ユネスコ CCN）への認定・登録制度も始まっている。

このユネスコ CCN には、現在我が国の 6 都市（札幌市、鶴岡市、金沢市、名古屋市、浜松市、神戸市）を含む 7 分野 69 都市が認定を受け加盟を果たしている（2015 年 3 月時点）。加盟を果たした各都市は、それぞれの認定分野を軸とした都市政策を打ち出し、様々な形で施策や事業として実践している。こうした背景から、我が国において上記のユネスコ CCN 認定・加盟都市以外の幾つかの都市でも、主として提唱者である C・ランドリー（Landry, 2000）や R・フロリダ（Florida, 2002；2005）らの理論をもとに「創造都市」を目標に掲げ、それにもとづく政策が実践されている。

そのような都市は、いわゆる大都市を中心としたメガ地域における生産能力や金融資本に裏打ちされた競争ではなく、政策や施策の中に創造性という概念を盛り込み、多様性を基軸とした都市再生や成長をはかろうとしている。そして、各都市が多様性を軸として、激しさを増す都市間競争に打ち勝とうとする時代に入らる中で、「創造都市」を一つの政策目標として掲げる都市は今後ますます増加していく事が予想される。この、創造都市という概念は、21 世紀における新たな形の都市戦略、産業戦略としても注目されており、それにもとづく政策や施策にもとづく実践が各都市で始まっている。

この創造都市という概念は、21 世紀の新たな都市モデルとしてのみならず、公共政策の領域におけるひとつの都市政策の目標として、欧米をはじめ、急速に発展するアジア、あるいはポストコロニアル地域、そして発展途上地域においても急速に実践事例が増えつつある。この創造都市という政策目標が注目を集める時代的背景としては、21 世紀初頭以降のグローバル社会が「国民国家（Nation State）」から都市を中心とする「都市社会（Urban Society）」へと大きなパラダイム転換を迎え、「都市の世紀」が始まろうとしているということが挙げられる。その際、ニューヨークやロンドン、東京等のメガ地域の中心となるよ

うな「世界都市（Global City）」と呼ばれる金融・経済の覇権を独占する巨大都市のみが注目されるのではなく、人間的規模の都市でありながら独自の文化・芸術や産業を育て、革新的な経済基盤を持つ創造都市の動向に人々の関心が集まっているのである。特に、市場原理主義的なグローバリゼーションに対する反省の契機となった 9・11 テロ事件以降は、世界都市を中心とした成長型のメガ地域に対する評価はさらに厳しくなった。我が国においても、多様性を認め合い、競い合う形の新たな形のグローバルな都市間競争への移行と、地域主権、地方創生を軸とした分権化が進んできた。そうした中、我が国のいくつかの都市においても同様に、文化芸術の創造性を高めることで市民の活力を引き出し、都市経済の再生を多様に競いあう都市政策の方向に向かっているのである。

1.2. 研究の目的と問題意識

これまで先進的な創造都市では、優れた事例を多数生み出しているものの、その概念や定義については都市社会学や経済学からのアプローチが多くなされている都市理論、あるいは政策理論であるため、その応用範囲や対象は多岐にわたり、様々な実践形態として現れている。にもかかわらず、それぞれの創造都市における具体的な政策の現状を捉え、各都市の創造性に関する特性にもとづいた論考はほとんどなされておらず、その実践事例の多様さの割に研究蓄積の浅い領域であるといえる。そのため、各都市における創造都市政策にもとづく具体的な施策や事業の実態とその広がり、取り組み主体や主体間の関係性等、未だ多くの点で十分な学術的考察がなされていないのが現状である。ゆえに、今後の創造都市政策や創造都市政策にもとづく施策や事業等の諸実践への応用可能性を探るためにも、我が国における各都市の創造都市政策を体系的に整理するとともに、学術的な考察を行うことが必要であると考え。そのため、これまで個別の政策や施策を取り上げ論じられてきた創造都市政策にまつわる議論や言説が実際の都市政策やそれにもとづく実践にどのように応用され、何をもたらしているのか。本研究では、その実態を包括的にとらえ、具体的事例にも触れながら明らかにする。

1.3. 研究の対象と方法

本研究では、先行研究や文献等で取り上げられている創造都市の中でも、主に 2012 年度までに基本計画やマスタープラン～事業計画（各市位置づけのレベルや名称は異なる）の中に創造都市政策を明記し、担当所管部局を持つユネスコ創造都市ネットワーク認定・加盟 6 都市を含む全国 14 都市（札幌市、盛岡市、仙台市、鶴岡市、横浜市、新潟市、金沢市、浜松市、名古屋市、大阪市、神戸市、篠山市、高松市、北九州市）で実践される創造都市政策に関する施策、事業等の具体的実践及び、そこでの創造主体、市立美術館を中心とす

る創造拠点、実践等を対象として取り上げる。

まず、我が国の創造都市において実践されている創造都市政策を体系的に整理し、どのような位置づけ、目標、実践主体のもとに推し進められ、そうした政策の推進により具体的にどのようなアウトプットがもたらされているのか。また、それらに通底する本質的要素や特性、差異や共通項等についていくつかの側面から比較考察を行う。

まず、創造都市の理論について、その系譜や概念、都市の創造性にまつわる評価指標等を整理する。そして、創造都市にまつわる世界的な議論の動向を把握する。また、フロリダにより定義づけられ、創造都市における新たなプレイヤーとして注目されている、創造階級（Creative Class：以下クリエイティブ・クラス）や、彼らを中核的主体とする創造産業やハイテク産業についても取り上げる。

そして、具体的な分析方法は、わが国の創造都市の現状について、各都市における創造都市政策においてどのような目標や方針が掲げられ、どのような主管部局や、関係部局により創造都市としての施策や事業が実施されているのかを、各都市の計画書や統計資料により把握する。さらに、各市の創造都市政策に関する所管部局及び、各市立美術館、ユネスコ CCN 認定登録都市、そして金沢市とはしばしば対照的モデルとして取り上げられる横浜市を加えた 7 都市に対して、さらに詳細なアンケート調査を行い、これらの回答とそれに対する分析も含め、我が国の創造都市の現状と特性について、具体的かつ詳細に検討し、比較考察を行う。

次に、創造性指標をもとに各創造都市における都市の創造性に関する現状とその特性から類型化を行う。さらに、現在我が国において創造都市政策が実践されている各都市における創造的営為や、それらの発信の基幹的文化施設のひとつとなっている市立の美術館が、一つのクリエイティブ・コアとして都市に与える影響や面的広がり、各創造主体による所実践や都市政策との関連等の現状をもとにモデル化を行う。そして、それら美術館を中心として、いかにして情報やノウハウ、知識、人材等を共有しながら、地域におけるネットワークを構築し、その実践や各主体間の関係性がどのように創造クラスターを創り出しているかを明らかにしながら、それら美術館をコアとする各モデルの特性から比較考察を行う。さらに、創造都市政策の一翼を担う「文化施設」という視点に対置させる形で、創造都市における「文化政策」の側面からも創造都市政策について取り上げる。このときさらに、クリエイティブ・コモンズ運動から生まれたライセンスを文化政策における施策や事業の推進に活用し、様々な取り組みを行う事例を取り上げ考察する。そして、クリエイティブ・コモンズ自身の活動の経緯やライセンスの意義とその有り様も含めて整理し、創造都市における新たな文化政策として考察する。

ここで、本研究で扱う「政策」、「施策」、「事業」という概念について整理しておきたい。まず、「政策」とは、国または自治体として、一定の分野や問題についてどのような方針と理念で取り組むのかを示すものであり、一般に自治体の総合計画等の中で基本構想としてまとめられている部分である。基本構想では「施策大綱」という用語が使われているが、これは自治体では従来は「政策」という言葉を使っていなかったことの名残りである。政策は、法律や条例の立法目的に当たるため、法令の前書き、目的条文の内容に反映されたり、国や自治体等の責務の規定に盛り込まれたりすることは多いが、政策は法律や条例そのものではない。次に、「施策」とは、政策を実現するための様々な取り組みを、一定のグループにまとめたものである。自治体の総合計画では、「施策の体系」として列挙されていることが多い。国レベルではこの施策の具体的な形式として法律があり、自治体では条例や要綱があると考えられる。ただし、施策を実現するのは必ずしも法律や条例でなければならない訳ではない。最後に「事業」とは、特定の施策の中に含まれる具体的な取り組みのことを指す。通常は文字通り「～事業」という名称が付いており、予算もこの事業を基準に編成されている。したがって、大半の行政組織はこの事業の執行を仕事としているともいえる。事業には必ずしも明確な法形式は対応しないが、要綱等を定めることがある。特に補助事業の場合には、補助金の適正な運用のために「補助要綱」を定めるのが一般的である。

なお、事業を実際に執行する際には、さらに「業務」という単位に分解して、それぞれ担当係、担当者を決めて遂行することになるが、本研究では業務という用語は用いない。

政策・施策・事業と法令（法律・条例等の総称）との関係をまとめると、上で述べた通り、政策・施策・事業は国や自治体の問題解決や課題達成のための取り組みの体系を、目的を達成するための手段の連鎖として段階的に整理した概念であるのに対して、法令は国や自治体の取り組みを正当化し、公式化するための法形式である。ある政策を実現するために、法律を作ること Alternatively、計画を策定する場合もある。国民や住民の権利を制約するとか、一定の強制力を必要とする場合には、法律や条令が必要になるが、サービス供給や補助を提供する場合には計画や要綱で足りる。したがって、本研究では、政策・施策・事業を階層的な概念として捉えるが、法令や条例といった概念はカテゴリーの違う概念であるため、政策がすなわち法令であるとか、施策が条例の上位概念であるというような捉え方はしないこととする。

1.4. 研究の意義

本研究の意義は、これまで我が国の本領域の学術研究においてなされてこなかった、具体的な指標による都市の創造性に関する計量と、モデル化を伴う詳細な比較分析を行うと

いう点にある。また、各市担当部局及び市立の文化施設である美術館への詳細なアンケート調査を創造都市の現状と特性を明らかにすることで、今後の創造都市における創造都市政策の策定や実践に資する知見を導き出すという点に本研究の意義が存在する。

1.5. 研究の構成

本章では、1.1.で述べた創造都市理論の登場と展開という背景を受け 1.2.では、本研究の目的及び問題意識、そして 1.3.では研究の具体的方法と対象の選定方法等について述べた。これらをもとに、本研究の全体構成と流れを整理すると図-1-1 のようになる。

2 章ではまず、これまで論じられてきた創造都市にまつわる議論や概念とその系譜を整理するとともに、各都市の都市政策にどのように応用されているのかについて明らかにする。加えて、都市の創造性に関する政策評価指標や、創造都市とソーシャル・キャピタルに関する議論や、文化資本移管する議論も含めて整理した上で、本研究の立場について明らかにする。

3 章では、我が国における創造都市の現状と各市の創造都市としての特性を明らかにする。そのためにまず、各創造都市が掲げる政策目標や施策、事業、主管部局、創造都市としての取り組みや実践等に関する基本的な現状を、市の計画書や統計資料等から得られたデータにより把握する。その上で、それら基本データをもとにして、創造性指標を用い計量することで得られたスコア及び、各都市への創造産業・ハイテク産業の集積度や、各市で特化している業種の特化係数等の現状から、各創造都市の特性について明らかにする。

4 章では、対象都市のうち、ユネスコ CCN 認定登録 6 都市に横浜市を加えた 7 都市について、政策の流れや、各主体間の関係性を図式化し、モデリングを行う。それにより得られた創造都市政策の関係性モデルから類型化を行い、各創造都市のタイプそれぞれの特性について比較考察する。

5 章及び 6 章では、我が国の創造都市において、市の文化施設や文化政策が創造都市政策の推進に際してどのような機能を果たし、いかなる役割を担っているのかを明らかにする。具体的には、それぞれの創造都市における市立の美術館が担う機能と役割の側面、そして創造都市における文化政策の具体事例と新たな文化政策の仕組みの活用による創造都市の可能性という側面からの考察を行う。

7 章では、ここまで見てきた創造都市政策の現状とその特性に関する比較考察を受け、創造都市論そのものの限界と、その課題及びこれからの創造都市の行方について考察する。また、今後の創造都市政策はどのようにあるべきか、どのような方向性を目指すべきであるのか、我が国の創造都市政策の行方について考える。

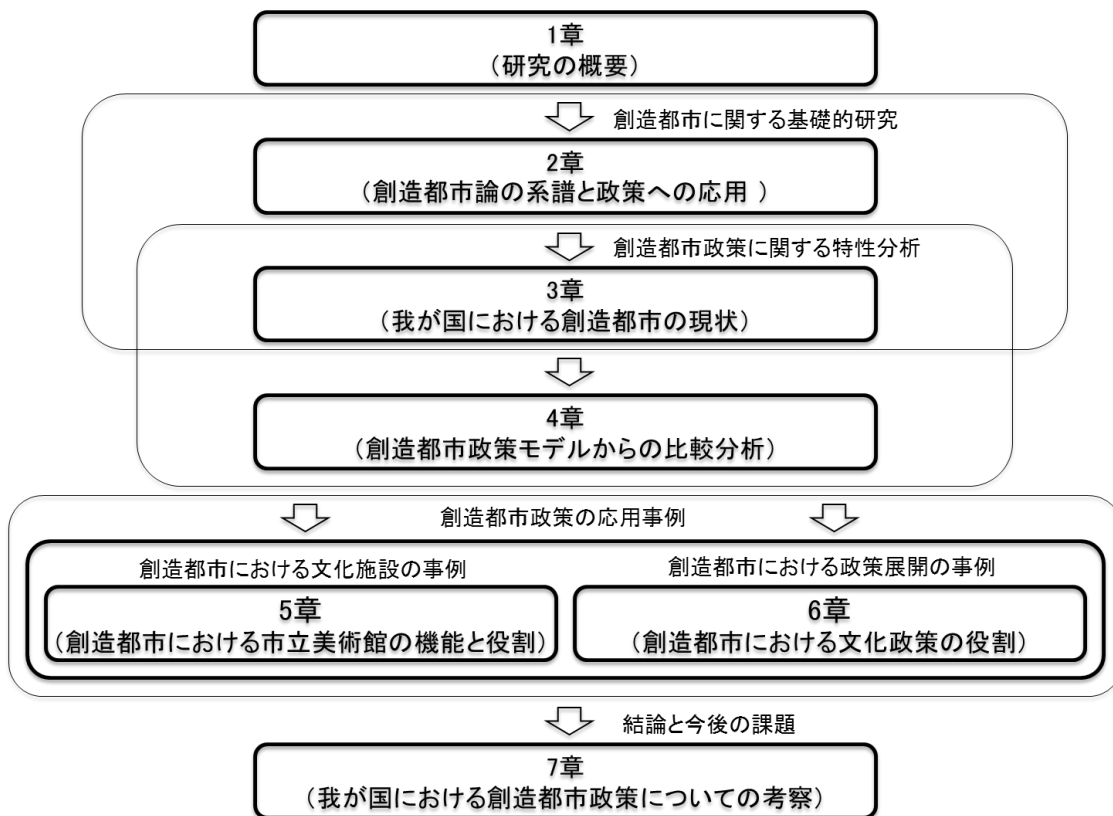


図-1-1 研究の構成と流れ

2. 創造都市論の系譜と政策への応用

本章では、まず 2.1. でこれまで行われてきた創造都市に関する議論の系譜や概念の整理を行う。2.2. では、創造都市の概念がいかに我が国の創造都市政策へと応用されているのかについて取り上げる。2.3. では、これら創造都市に関する概念整理をもとに、本研究で扱う創造都市政策の定義と範囲を規定する。2.4. では、都市の創造性に関する各評価指標について整理する。ここで整理する政策評価指標のうち、フロリダの創造性指標を元に作成された北海道未来総研（2009）における「地域創造性指標」は、本研究の 3 章での各都市における創造性の計量の及び、創造産業・ハイテク産業に関する現状値の計量に実際に用いて検討を行う。そして、2.5. ではフロリダの提唱する新たな生産主体としてのクリエイティブ・クラス概念と、彼らの実践や居住地選択の特徴とはどのようなものかについて明らかにする。創造都市に関する理論の中でも、ランドリー及びフロリダの創造都市論は、現在各国及び我が国の創造都市政策への応用の際のひとつの道標となっている一方で、多数の批判的論考もなされている。しかし本研究では、我が国における創造都市政策への応用という観点から、2.5. 以降の議論では特に各市の創造都市政策を推進する際の理論的土台とされているフロリダの議論を中心に見ていくこととする。その上で 2.6. では、ケイブズやスロスビーによる創造産業の議論について整理し、都市における創造産業クラスターとはどのようなものなのかについて明らかにする。さらに 2.7. では、創造都市とパットナムのソーシャル・キャピタルに関する議論を整理し、フロリダとは異なる視点を持つパットナムの議論も取り上げ対比させながら、その論点や差異も含めて明らかにする。2.8. では、文化資本の概念を用い、フロリダの創造都市論における創造資本の概念を批判的に読み解いたブラットの議論を取り上げ、その論点についても整理する。最後に 2.9. では、本章で整理した各概念をもとに、3 章以降で創造都市政策の分析、考察を進めるにあたりどのように応用するのかについてそれぞれ述べる。

2.1. 創造都市論の系譜

創造都市の概念について、これまで我が国では様々な領域や立場から多様な議論がかわされており、その定義も提唱者により様々である。それらのうち、代表的なものについて表-2-1 に整理した。理論としての創造都市は、古くはラスキンやモリスらの都市の創造性に関する言説にまでさかのぼるが、そこでは都市における労働の形態が、単純に生産に根ざした行動様式から、芸術をはらむ文化的生産へと変化していく過程が描かれた。さらにその後、ジェイコブズにより脱大量生産時代の都市における創造性のあり方と、人間スケールの創造性に根ざす都市経済のあり方が描かれた。そして、後の我が国における都市政

策への応用に直接の影響を及ぼしたのがホールやランドリー、フロリダらの理論である。

ここでは、創造都市に関する考察を進めるにあたり、それら代表的な提唱者や、創造都市論の系譜について触れておく。もともと、その出自が欧米の都市経済学や都市社会学の系譜に位置する創造都市の理論であるが、本研究では、政策への応用という観点からそれらについての変遷を追うとともに、そこで語られる「創造性」とは何かを明らかにしたい。

表-2-1 我が国で援用される都市の創造性に関する代表的な理論と論者

論者	創造都市理論の内容と特徴	初出
J・ラスキン	芸術経済学を提唱し、功利経済学を批判。人間の創造活動と享受能力を重視し、イタリアの都市ベネチアのゴシック建築を創造性の極地と見る。	J.Ruskin,1853, <i>The Stone of Venice</i> .
W・モリス	労働の人間化を唱え、芸術による労働の自己疎外からの回復を主張した。建築を総合芸術としたが、それは人々の共同によって創造される。	W.Morris,1888, <i>Hopes and Feas For Art</i> .
P・ゲッデス	真の地域開発、真の都市開発、真の都市設計は地方と地域の個性の表現でなければならないとした。	P.Geddes,1915 <i>Cities in evolution</i> .
F・ビアンキーニ	ランドリーらと共に「ヨーロッパ創造都市研究グループ」を組織し、各国比較研究を行った。	F.Bianchini,1933, <i>Cultural Policy And Urbain Regeneration</i> .
L・マンフォード	都市は人間文化の意味ある活動と昇華された衝撃の意識的な舞台装置であるとした。	L.Munford,1938, <i>The Culture of Cities</i> .
W・モーボル	舞台芸術:「芸術と文化のジレンマ」に示される文化産業の外部性を指摘し、非生産性問題に取り組んだ。	W.Baumol,1966, <i>Performing Arts</i> .
J・ジェイコブズ	脱大量生産時代の柔軟で創造性あふれる修正自在型の都市経済システムを持った都市を提起した。	J.Jacobs,1984, <i>Cities and the Wealth of Nations</i> .
ベカティーニ	第3のイタリアなどの命名によってポローニヤ地域を産業地区としての創造的風土を持った地域として評価した。	G.Becattini,1991, <i>The IndustrialDistrict as a Creative Milieau</i> .
P・ホール	世界の代表的都市を歴史的に研究、特に経済的繁栄と文化的関係、創造的環境を論述した。	P.Hall,1996 <i>Cities in Citizens</i> .
G・ランドリー	都市の創造性にとって大切なのは、経済、文化、組織、金融のあらゆる分野における創造的問題解決とその連鎖反応が次々と起きて既存のシステムを変化させる流動性であるとした。	G.Landry,2000 <i>The Creative City</i> .
R・フロリダ	現代経済の担い手である「創造階級」が好んで居住する都市や地域こそ、経済パフォーマンスが優れているとした。	R.Florida,2002 <i>The Rise of the Creative Class</i> .
佐々木雅幸	市民の活発な創造活動によって、先端的な芸術や豊かな文化をはぐくみ、革新的な産業を振興する『創造の場』に富んだ都市こそ、温暖化などグローバルな環境問題を地域の草の根から持続的に解決する力に満ちた都市であるとした。	佐々木雅幸(2005)『NIRA政策研究通巻216号』.
横浜市文化芸術都市創造会議	「創造都市(クリエイティブシティ)」とは、製造業の衰退と産業の空洞化、国家的な財政破綻などを背景に、都市が自立して個性的な発展を目指す考え方。近年EU諸国を中心に提唱、導入されている。特に、芸術が持つ「創造性」を生かして社会の持つ潜在力を引き出すことにより、都市問題に対して革新的な解決手法をもたらし、都市の新しい価値や魅力を創造していく事に特色があるとした。	横浜市文化芸術都市創造会議(2005)『横浜市文化芸術都市創造会議第3回資料』.
後藤和子	「創造都市」というメタファーは、物事をどのように見、どのように捉えるかという抽象的な議論でもあり、同時に、技術、産業、組織、都市デザインなど広範な実態と関わりを持つと同時に、政策論にもなりうるとした。	後藤和子(2005)『文化と都市の公共政策』.

北海道未来総合研究所（2009）をもとに筆者作成

今日、創造都市や創造産業に大きな関心もたれている主たる理由は、我が国の代表的創造都市研究者である佐々木によれば、製造業を中心とした 20 世紀型経済から知識情報経済という 21 世紀型の経済社会への移行が明確になり、都市や地域の経済エンジンが大企業や大規模工場から、創造性を発揮する企業の活動や、個人の実践にシフトしてきた事であるという（佐々木 ,2007）。戦後、日本より一足早く製造業の衰退と空洞化に苦しんだ欧州において、創造都市への取り組みが先行しているのはこのような背景によるものである。こうした背景から生み出された創造都市の理論において、「創造性」とは一体どのような位置づけがなされるものなのか。都市の「創造性（＝Creativeness）」の重要性をいち早く指摘した代表的な研究者であるマンフォードは、都市が持続的に発展するための条件として、従来の「利潤を最重要とする金銭至上経済」から、芸術家、科学者、技術者、歌手、音楽家等が中心となる「人間の創造性を高める経済システム」への転換が重要になると同時に、多種多様な問題に対応できる「創造的な環境」を整備することが必要であるとしている。

ここでは、表-2-1 でも取り上げた創造都市理論のうち、ホール、ランドリー、フロリダという、現在我が国における創造都市論や創造都市政策に直接影響を及ぼしている三人の代表的提唱者による都市の創造性に関する議論について整理し、そこで問題にされている

都市の創造性について明らかにする。

そこでまず、三人の創造都市理論に直接的、間接的に影響を与え、都市計画の領域でいち早く都市の創造性に焦点を当てたジェイン・ジェイコブズ (Jane Butzner Jacobs , 1916～2006) についても触れておきたい。ジェイコブズは、アメリカの作家・ジャーナリストであり、近郊都市開発の反対運動家でもある。ジェイコブズの最も有名な著作『アメリカ大都市の死と生』(1977) 及び、『都市の経済学-発展と衰退のダイナミクス』(1986) は、ともに創造都市研究の重要な古典として、現在でも多くの都市理論に引用されている。また、『都市の経済学』(1986) では、アダム・スミスの古典である『諸国民の富』(原題: *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* , 1776) を念頭において、国民経済を発展させる前提は、創造的な都市経済を実現することであると主張している。そして、高度で多様な技術力を持つ企業が集積しているイタリアのボローニャやフィレンツェといったヨーロッパの都市群に着目し、変化する多様なニーズに対して柔軟かつ創造的な生産活動の展開を可能とする両都市の高度な技術力を評価し、都市の内発的発展における創造的技術力の重要性を指摘した。このような創造的技術力は、都市が直面する様々な問題に柔軟に対応するための重要な要素ともなっているのだという。

また、ジェイコブズは、著書『アメリカ大都市の死と生』において、アメリカの大都市が自動車中心になるにつれ、都市空間は均質化し、多様性を喪失した人間不在の状況になっていることに疑問を持ち、ポスト・モダン^{注2}以降の合理性にもとづく近代都市計画を批判した。以後この著作は、大規模再開発に反対するようなまちづくりの文脈で必ず引用されるといってよいほどの都市計画の古典となっている。そこでジェイコブズは、ニューヨーク等の大都市を事例として批判的に取り上げ、多様性を持つ都市の重要性を説くとともに、近代都市計画の合理至上主義を批判した。そして、従来のトップダウン型の都市計画について、ハワードの『明日の田園都市』(現代: *Garden City of Tomorrow* , 1902) や、コルビュジエの『輝く都市』(原題: *La Ville Radieuse* , 1968) に対する批判的考察が示された。

そこでジェイコブズは、遊歩道や街路でのコミュニティ形成の重要性を説いたうえで、後の創造都市の議論において重要なキーワードとなる都「多様性」が都市には必要だと主張する。このときジェイコブズは、都市における街路や地区に多様性を生み出す条件として以下の4点を挙げている (ジェイコブズ , 1992)。

- ① 地区、そして地区内部の可能な限り多くの場所において、主要な用途が2つ以上、望ましくは3つ以上存在しなければならない。そして、人々が異なる時間帯に外に出たり、異なる目的である場所にとどまったりすると同時に、人々が多くの施設を共通に利用できることを保証していなければならない。

- ② 街区の面について、その幅が短くなければならない。つまり、街路が頻繁に利用され、角を曲がる機会が頻繁に生じていなければならない。
- ③ 地区は、年代や状態の異なる様々な建物が混ざり合っていないなければならない。古い建物が適切な割合で存在することで、建物がもたらす経済的な収益が多様でなければならない。この混ざり合いは、非常にきめ細かくなされていなければならない。
- ④ 目的がなんであるにせよ、人々が十分に高密度に集積していなければならない。これには居住のために人々が高密度に集積していることも含まれる。

そしてジェイコブズは、この 4 つの条件は、どれかひとつが欠けても有効に機能しないとしており、都市的多様性が生成されるためには、4 つの条件すべてが有機的に関係し合うことが必要であるとも述べている。ジェイコブズはこれらを、創造的で魅力と活力のある都市の条件としている。しかし、近代都市計画においてはまったく顧みられなかったものであるとして、コルビュジェの近代合理性にもとづく都市計画の理念を批判した。また、翻って今日ではジェイコブズ自身に対しては、開発者と政治家によるポリティクスの存在を無視しているという点や、実際にニューヨークやデトロイト市で 1960 年代以降にスプロール化が進行した事実を挙げながら、近年の都市計画や都市社会学に関わる諸分野の研究者による反証もなされている。

この、ジェイコブズの理論をふまえ、以下に、現在に至る創造都市の概念形成に深く関わるホール、ランドリー、フロリダの都市理論について整理する。

(1) ピーター・ホール (Sir Peter Geoffrey Hall , 1932～)

ホールは、英国のタウンプランナー、アーバニスト、都市地理学者である。ホールは都市を単に政治、経済等の機能的側面だけでなく、経済、文化、経営問題といった側面から、そのような諸課題に直面する都市について政策的に分析した。ホールは、英国政府の顧問プランナーとして副首相管轄の都市タスクフォースに就任し、実際の都市計画にも深い関わりを持つ。ホールの著書『文明における都市-文化・技術革新・都市秩序』(1998)では、ジェイコブズと同様に近代都市論の古典であるマンフォードの『都市の文化』(1974)を念頭に置き、古代アテネから現代の世界都市ニューヨークやロンドンにいたる歴史上の典型都市を取り上げ、「創造的環境と革新的環境 (Creative Milieu and Innovative Milieu)」という、その後の創造都市理論の構築に大きく関わる二つの視点からの分析を加えた。そしてホールは、これらの分析をもとに芸術と技術の新たな融合による「来るべき黄金時代の都市」の展望についても述べている。これらの分析は、後にカルチュラルスタディーズや、文化人類学の分野で幅広く応用された。ホールの理論は、「文化と産業の創造性」を基軸として

人類の歴史を代表的な都市の歴史的展開に置き換えて、ダイナミックに展開した壮大なスケールの「創造都市の歴史理論」であると言える。このようにホールは、都市に対する歴史的、あるいは文化的側面にも光を当てることで都市の歴史を総括すると同時に未来都市が持つ姿についても考察を加えている点に特徴がある。

(2) チャールズ・ランドリー (Charles Landry, 1948～)

都市の文化戦略の国際的な権威であるランドリーは、都市行政の長や世界銀行のような多数国参加の組織、文化セクターのトップといった、都市政策に直接関わる様々な主体に助言をしながら、30 カ国以上で活躍し、広くヨーロッパ、アメリカ、オーストラリア周辺地域でレクチャーを行っている。そして、都市の文化戦略と再活性化において、文化の創造的な利用を政策に盛り込むことを提言した。また、78 年にはイギリスの先駆的な文化計画コンサルタントを行うシンクタンクである「コメディア (Comedia)」を設立し、ヨーロッパを代表するシンクタンクとして 35 か国で文化・創造性・都市再生・地域活性化等をキーワードに数百のプロジェクトを手掛けている。そして、改革と伝統・富の創造と社会的連帯、地方の独自性とグローバル化等、相反する課題を抱える都市問題に独創的な解決策を示した。

ランドリーは創造都市理論における代表的な著書の一つである『創造的都市-都市再生の為の道具箱』(2003)において、都市問題に対する創造的解決のための「創造的環境＝創造の場」、すなわち **Creative Milieu** をいかにして作り上げ、いかにそれを運営していくのか、そしてそのプロセスをいかにして持続的にしていくのかを問題としている。そして、これらを議論することは、実践的に「創造都市をつくるためのツール」を提供するコンセプト的な「創造都市政策論」となるのだと述べている。ランドリーが創造都市論を創造都市政策論として実践への幅広い応用を提言する際、「文化芸術のもつ創造性」に着目した理由は以下の 4 点である (ランドリー,2003)。

- ① 脱工業化都市において、マルチメディアや映像・映画や音楽、劇場等の創造産業が製造業に代わってダイナミックな成長性や雇用面での効果を示すこと。
- ② 文化芸術が都市住民に対して問題解決に向けた創造的なアイデアを刺激する等多面的にインパクトを与えること。
- ③ 文化遺産と文化的伝統が人々に都市の歴史や記憶を呼び覚まし、グローバリゼーションの中にあっても都市のアイデンティティを確固たるものとする。
- ④ 地球環境との調和をはかる「維持可能な都市」を創造するために文化が果たす役割も期待されること。

そして、いくつかの都市においては、これらの条件が達成されることにより、都市が創造的な変化を始める際の創造性のクリティカル・マス（＝臨界質量）を醸成させているのだと述べている。そしてこのとき、都市が創造的発展を遂げるためには、創造的で知的な個人の存在、地域のリーダーの意思とリーダーシップ、多様な人間の存在と多様な才能へのアクセス、しっかりとした組織的能力と開かれた統治、文化的アイデンティティの確立、個性に対する賞賛、創造的アイデアの生産地としての中心街や公共空間、都市内外における充実したネットワークが必要であるとしている。

(3) リチャード・フロリダ (Richard Florida, 1957～)

フロリダは、アメリカ合衆国の都市社会学者・経済学者である。新しい地域発展モデルの生産主体としての「クリエイティブ・クラス」に着目するとともに、その実証的研究において都市の創造性を計量する指標を開発し、体系化を行っている。フロリダの創造都市研究に関する主著とも言える *The Rise of Creative Class* (邦訳:『クリエイティブ資本論-新たな経済階級の台頭』(2008)) や *Flight of the Creative Class: the New Global Competition for Talent* (邦訳:『クリエイティブ・クラスの世紀-新時代の国・都市・人材の条件』(2007)) の中で、現代経済の新しい担い手としての「創造階級」、すなわちクリエイティブ・クラス（以降本研究ではクリエイティブ・クラスに表記を統一する）の登場と勃興に注目し、そのエートスと仕事（主として非物質的生産や知識資本にもとづく創造的営為を中心とする）及びライフスタイル、そして彼らが選択するコミュニティの特徴を分析した。そして、クリエイティブ・クラス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、ゲイ指標・ボヘミアン指標等の都市や地域の寛容性にまつわる独自の指標を用いて明らかにした（フロリダ, 2008; 2009）。またフロリダは、政策的提言として、ジェイコブズやホールらと同様に、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（≒Creative Milieu）」こそが重要であると述べている。そして、その実現のためには、ポスト・モダン以降の都市理論において重要であるとされてきた「社会関係資本（ソーシャル・キャピタル: Social Capital）」よりも「創造資本（クリエイティブ・キャピタル: Creative Capital）」を重視する方がより有効であるとしている。

都市のクリエイティブ・キャピタルを高める主体としてのクリエイティブ・クラスについてフロリダは、IT やバイオ等の自然科学系の R&D や、イノベーションに関わる職業のみならず、映像・音楽・舞台芸術・メディア・アート等芸術系の職業集団をも含めて論じている点が特徴的である。そしてこのクリエイティブ・クラスの労働形態には、これまで「ブルーカラー」と呼ばれていた層も含まれている点も特徴的である。さらに、クリエイティ

ブ・クラスの人々は、経済的クオリティと創造性の高いスキルを要する仕事をしながら 3～5 年以内に職場を変えつつ自らのタレントを生かしながら働くフリーエージェントの形をとる事が多いという。また、クリエイティブ・クラスは地理的流動性も高く、マイノリティに対して比較的高い寛容性を持つ地域に定住する事が多いと述べている（フロリダ 2009）。

フロリダは、ジェイコブズの著 *Cities and the Wealth of Nations*（1985）（邦訳：『都市の経済学』（1986））や、ジェイコブズと同様にアダム・スミスの『諸国民の富』を念頭に置き、国民経済を発展させる前提は、都市のクリエイティブ・キャピタルを高め、創造的環境の構築を通じて創造的な都市経済を実現することであると主張している（フロリダ, 2010）。そしてこれを実現しようとする際の、以下のような条件を提起している。

- ① あらゆるタイプ(年齢・性別・国籍等)の創造的人材にとって魅力ある「寛容度の高い」社会の構築。
- ② クリエイティブ・クラス(科学者、技術者、起業家、芸術家等)の存在。
- ③ 新たな富を産み出すイノベーションとハイテク産業の集積。

この後 2.4.における創造性指標の議論た、2.5.のクリエイティブ・クラスの議論でも改めて詳しく取り上げるが、フロリダは特に、都市のクリエイティブ・キャピタルが醸成されるには、寛容性がきわめて重要であるとしており、それらが生み出すイノベーションこそが、都市の創造性を高めるのだとしている。

2.2. 創造都市概念の政策への応用

ここでは、2.1.で行った、都市の創造性に関する系譜と議論の整理を受け、創造都市とはどのような概念であり、どのような特徴を持つのか、また、創造都市における都市戦略や、国際的に展開されるユネスコ CCN についても取り上げる。

2.2.1. 従来の文化・芸術政策と創造都市政策の違い

従来の一般的な文化・芸術政策と創造都市政策の大きく異なる点は、ここまで欧米における代表的な創造都市論から見てきたように、創造性を基礎とする経済による都市の発展を支える創造産業と、そのための創造的環境とを、政策の対象に含めていることである。

この点を踏まえ佐々木は「創造都市」とは、「市民の創造活動の自由な発揮に基づいて、文化と産業における創造性に富み、同時に、脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システムを備え、グローバルな環境問題や、あるいはローカルな地域社会の課題に対して、創造

的問題解決を行えるような“創造の場”に富んだ都市である」と定義している（佐々木,2001）。

このとき佐々木は、創造都市において都市のオリジナルな創造産業を育成・振興する際に以下の三つの点に重点を置く必要があるとしている（佐々木,2006a）。

- ① 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という点。すなわち、先端科学技術の振興策においては、研究開発助成金や優遇税制のようにベンチャー企業の育成策にも創造支援制度があるが、文化芸術の分野では同様の支援やインキュベーション制度がほとんど無きに等しいため、抜本的改革が必要である点。
- ② 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、関連事業との間で密接な取引を繰り返すために、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という点。すなわち、創造産業は本来クラスターを形成しやすいため、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となる点。
- ③ 都市固有の文化的評価軸の確立が必要であるという点。たとえば、デザイン産業等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が存在し、欧米の見本市では、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。このように関連する情報が集積することが必要であるという点。

こうした、産業と文化の横断的な政策という視点を都市政策に応用することで、都市の創造性は高まり、創造クラスターが形成されるというのである。これらは従来の文化・芸術政策にはあまり見られなかった視点である。

2.2.2. 創造都市の戦略課題

同じく佐々木は、金沢や横浜、大阪をはじめとする創造都市戦略への提言として、都市自治体を創造都市に転換するための取り組みを前進させるための 6 つの課題とその対応策についてまとめている（佐々木,2006b）。

- ① 直面する都市危機（アーバンクライシス）を深く分析して、市民の共通認識を広げ、「創造都市」への転換の必要性を明らかにし、将来に向けた大胆な創造都市構想を示すこと。そのために、市長をトップにした総合的な創造都市事業推進本部の設置すること。
- ② 「芸術文化の創造性」を産業、雇用、社会制度、教育、医療、環境等多面的な政策分

野にインパクトを与えるように位置づけ、文化政策を産業政策、都市計画、環境政策等と融合させて推進するために、従来の縦割りの行政機構を水平的に転換し、官僚的思考をやめ、組織の文化を創造的に転換すること。

- ③ 創造都市政策の中軸となる都市文化政策を前進させることが重要であり、産業政策や観光政策、都市開発行政に文化政策を従属させることなく促進する独立した機関として、専門家やアーティストの代表から構成される芸術文化評議会（＝アーツカウンシル）を設置すること。
- ④ 硬直化した行政組織を創造的にするためには、市民生活に密着した境域的自治の単位である「区」に権限と財源を思い切って分権化し、市民参加のもとで職員と市民の創造的な連携・協働（コラボレーション）が行えるようなシステムに転換すること。
- ⑤ 文化芸術を知識情報社会の中心的な社会インフラととらえて、市民の創造性を引き出すような制度設計に関心を集中させ、都市の中に「産業と文化の創造の場」を多様に作り出すこと、そしてその中心を担う創造的プロデューサーの育成に取り組むこと。
- ⑥ 創造都市政策を持続的に進めることは、行政内部の取り組みのみでは不可能であり、経済界・NPO 団体等広範な市民が参加する「創造都市推進市民会議」等の草の根からの横断的組織の設立と、その協力が不可欠であることを認識すること。そして、創造都市を推進する人材を養成する研究教育機関を整備すること。

その上で佐々木は、特に我が国の創造都市における創造産業や文化産業を振興するために乗り越えるべき日本独自の課題として以下の二点を挙げている。

一つ目は、伝統文化と現代文化の間にあるギャップをどのように乗り越えながら、都市における新たな文化創造に結び付けていけるのかという課題であり、伝統的なクラフトの生産をベースに現代アートを融合した「文化的生産」システムへの移行の可能性の問題である。

二つ目は、東京一極集中からの脱却という課題であり、マスメディアや出版印刷業、コンテンツ産業等主要な文化産業において、東京一極集中構造が支配的になっており、これは、大阪や横浜のような大都市はもちろんのこと、金沢のような第三の地方都市においても、その構造からいかに脱却できうるかという問題である。

これに対して佐々木は、創造都市において創造産業クラスターを形成することが重要であると述べており、創造性を刺激する独特のやわらかい支援策が有効であるとしている。

創造産業は、フロリダ（2008；2009）の都市へのクリエイティブ・クラスの集中に関する議論でも取り上げられたように、一定の地域にクラスターを形成する傾向を強く持っている。そのような創造産業クラスターが拡大していくためには、先端的デザインを生み出す

現代アートや既存の中小企業を主体とした職人的ものづくりと連携して新たな価値ある（有形無形の）財を生み出すことが必要である。このとき、佐々木が創造都市として注目するのは、例えばニューヨークや東京のような巨大都市ではなく、中部イタリアのボローニャを中心とする第3のイタリアの都市群に位置するような都市である（佐々木，1997；2001）。そこでは、特定分野に限定した中小企業群（イタリアではこれを「職人企業（Impresa degli Artigiani）」と呼ぶ）がイノベーションとインプロビゼーションを得意とし、柔軟に技術を使いこなす高度な労働の質を保持している。それらを佐々木は、大量生産システムの時代には一般的であった市場、技術、工業社会といったヒエラルキー構造の画期的な再編成をもたらすものであるとして高く評価している。そして、労働者や職人の高度に熟練・洗練された感性にもとづいて国際競争力のある個性的な商品群を生み出す共生的な小企業群が実践する「柔軟な専門特化」が、大量生産システムの行き詰まった後に来るべきポスト・フォードイズム^{注3}時代の新しい生産システムであると述べている。この点において、2.2.1.でも述べたように、重工長大型の成長モデルを前提とした都市政策と、「創造都市」という新たな政策目標とは、全く趣を異にするのである。

2.2.3. ユネスコ創造都市ネットワーク

1章で述べたような背景の中、都市の多様性と人材の流動性（フレキシビリティ）の観点から、世界的に創造都市という政策目標を共有し、創造的・文化的な産業の育成と強化により、都市の活性化を目指す世界の各都市に対し、文化の多様性の保護を重視しているユネスコが、国際的な連携・相互交流を支援し、ネットワーク化を試みているのがユネスコCCNである。これは、その前進である欧州文化首都等と同様に、認定登録制度である。そしてその認定単位は「都市」である。認定分野は文学、音楽、クラフト&フォークアート、デザイン、食文化、映画、メディア・アーツの7分野から成り、2015年3月時点での認定登録都市は69にのぼる。その創設の背景と趣旨は主に以下の4点である。ここでは、それぞれの内容について見ていく。

(1) 文化的多様性の保護

フランスの環境学者ジャック＝イブ・クストーは、1995年のユネスコ50周年記念シンポジウム「科学と文化/未来への共通の道」の基調講演において、文化的多様性の重要性を次のように表現している。「種の数が多いところでは生態系は強靱である。一方、南極のように種数が少ない場所では脆弱である。この法則は文化においても当てはまる」。

このように、グローバリゼーションの進展は、異なる地域間の経済的交流を活性化させる一方で、言語の消滅、法規範や社会構造やライフスタイルの画一化といった、固有

文化の独自性の消失の危機もはらんでいる。こうした状況への危機から、2001年の第31回ユネスコ総会において、「文化多様性に関する世界宣言」が採択された。そして、翌2002年、ユネスコ事務局により「文化的多様性のためのグローバル・アライアンス」という枠組みが立ち上げられた（なお、その後2005年にはこの考え方を更に推し進めた「文化的表現の多様性の保護と促進に関する条約」が採択されている）。

(2) 文化的多様性のためのグローバル・アライアンス

この、ユネスコ CCN という一つのグローバル・アライアンスは、世界各地の文化産業の持つ多面的かつ潜在的な可能性、創造的・社会的・経済的可能性を最大限発揮させるための公的セクターと民間セクターの新しい形の協力のモデルとして生み出された。

先進国が途上国に対して金銭的援助を行う従来型の支援は、インフラストラクチャーの整備等ハード面においては一定の効果をもたらすものの、文化産業のようにソフト面がその中核を成しているものを対象とした場合には、同様の方法をとったのでは継続的な産業の発展にはつながりにくいという問題がある。このグローバル・アライアンスの枠組みは、国・地方公共団体等の公的機関、文化産業の起業家等の民間企業、NGO等の市民団体等、これらすべての関係者の協力のもとで問題解決を目指す試みである。その際、具体的に以下の6つの項目を目標として設定している。

- ① 表現の自由や複数主義が保証されること。
- ② 著作権及び隣接権利に関する国際的規則が広く適用されること。
- ③ 文化産業が地域、世界のマーケットにより多く参加すること。
- ④ 幅広い文化に関する商品が世界中でアクセスできること。
- ⑤ 連帯にもとづく **Win-Win** の新しい協力のスタイルを確立すること。
- ⑥ 文化産業の持つ影響力を、社会及び経済発展に取り込むこと。

(3) 都市と文化

2004年、ユネスコはグローバル・アライアンスの枠組みの中に、創造都市ネットワークという都市間の戦略的な連携のためのプログラムを新たに加えた。このときなぜ「都市」なのか。その主要な理由として、以下の3点が挙げられている。

- ① 都市には創造産業を担う文化的活動が集約されている。創造的活動、製品等の製作、供給という一連の行動が都市の中で起こること。
- ② 都市は場所を提供しているという理由により、創造活動を行う人同士を結びつける

潜在的な可能性を持っていること。また、都市同士が結びつくことにより、より世界的な規模での連携の可能性も生まれてくること。

- ③ 都市というサイズは、内部の文化産業に影響を与えるには適当な小ささであり、また、国際的な市場への出口になるには十分大きいということ。

(4) 創造都市ネットワークの現状

都市を単位としながら協力関係を結び、参加することのメリットとしてユネスコは、この CCN に参加することにより、ユネスコのグローバル・アライアンスの枠組みを利用しながら、政府及び国際機関、民間企業、中小規模の文化産業、専門家団体、財団、NGO、非営利団体等との協力関係を築くことで、都市は様々なメリットを享受することが可能になるのだとしている。この際の具体的なメリットについて、以下の 6 点を挙げている。

- ① 世界に対して地域の文化資産をアピールできること。
- ② 創造活動を地域の社会的・経済的発展につなげることが可能なこと。
- ③ 世界各地の文化団体と知識を共有することができること。
- ④ ノウハウ・経験・専門家の交流を通じて、新しい文化を創生することができること。
- ⑤ ユネスコのグローバル・アライアンスの専門性やネットワークを利用可能なこと。
- ⑥ 国内及び国際マーケットにおいてさまざまな文化製品を宣伝することが可能なこと。

現在も、ユネスコ CCN への認定・登録は、文学、メディア・アート、映画、音楽、クラフト&フォークアート、デザイン、食文化（ガストロノミー）の 7 分野の中からその都市を代表する創造産業を選択して行われている。認定登録都市及び登録分野については表-2-2 に整理した（2015 年 3 月時点）。近年の特徴としては、急速に経済発展を果たしている中国をはじめ、アジア圏での認定・登録が増えてきている点が挙げられる。

欧州文化首都の認定制度から始まった CCN であるが、アジア地域における急速な成長と、成長を遂げた各都市の抱える経済の停滞に呼応する形で、各都市の創造性に注目が集まっているためであると考えられる。2013 年に認定を受け、加盟を果たした我が国の札幌市は、アジア圏では初のメディア・アーツ分野での登録となった。このように今後は、経済発展が著しく、徐々に「世界有数の消費市場」へと変貌していく可能性が高い BRICs の諸都市において、創造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としての CCN に役立てるべく認定加盟が加速することが予想される。

表-2-2 ユネスコ創造都市ネットワーク認定・加盟都市

認定・登録分野	都市名	国名	認定年	認定・登録分野	都市名	国名	認定年	認定・登録分野	都市名	国名	認定年
文学 (11都市)	エディンバラ	英国	2004	デザイン (16都市)	ブエノスアイレス	アルゼンチン	2005	音楽 (9都市)	セリビア	スペイン	2006
	メルボルン	オーストラリア	2008		ベルリン	ドイツ	2005		ボローニャ	イタリア	2006
	アイオワシティ	アメリカ	2008		モントリオール	カナダ	2006		グラスゴー	英国	2008
	ダブリン	アイルランド	2010		神戸	日本	2008		ゲント	ベルギー	2009
	レイキヤビク	アイスランド	2011		名古屋	日本	2008		ボゴタ	コロンビア	2012
	ノリッチ	イギリス	2012		深川	中国	2008		ブラザヴィル	コンゴ	2013
	クラクフ	ポーランド	2013		上海	中国	2010		浜松	日本	2014
	ダニーデン	ニュージーランド	2014		ソウル	韓国	2010		ハノーバー	ドイツ	2014
	グラナダ	スペイン	2014		サンティエゴ	フランス	2010		マンハイム	ドイツ	2014
	ハイデルベルク	ドイツ	2014		グラーツ	オーストラリア	2011	クラフト & フォークアート (12都市)	サンタフェ	アメリカ	2005
	プラハ	チェコ	2014		北京	中国	2012		アスワン	エジプト	2009
メディア・アート (8都市)	リヨン	フランス	2008		ビルバオ	スペイン	2014		金沢	日本	2009
	札幌	日本	2013		クリチバ	ブラジル	2014		利川	韓国	2010
	アンギャン・レ・バン	フランス	2013		ダンディー	イギリス	2014		杭州	中国	2012
	ダカール	セネガル	2014		ヘルシンキ	フィンランド	2014		ファブリアーノ	イタリア	2013
	光州	韓国	2014		トリノ	イタリア	2014		バデューカ	アメリカ	2013
	リンツ	オーストラリア	2014	食文化 (ガストロノミー) (8都市)	ボヤバン	コロンビア	2005		ジャクメル	ハイチ	2014
	テルアビブ・ヤッファ	イスラエル	2014		成都	中国	2010		景德鎮	中国	2014
映画 (5都市)	ヨーク	イギリス	2014		エステルスンド	スウェーデン	2010		ナッソー	バハマ	2014
	ブラッドフォード	英国	2009		全州(チョンジュ)	韓国	2012		ベカロンガン	インドネシア	2014
	シドニー	オーストラリア	2010		ザレー	レバノン	2013		蘇州	中国	2014
	釜山	韓国	2014		フロリアノーポリス	ブラジル	2014				
	ゴールウェイ	アイルランド	2014		鶴岡	日本	2014				
	ソフィア	ブルガリア	2014		順徳区(広東省佛山市)	中国	2014				

(UNESCO HP、ユネスコ・ジャパン HP、金沢市 HP、神戸市 HP、札幌市 HP、浜松市 HP 等より作成)

2.3. 本研究で扱う創造都市政策の概念とその範囲

ここまで見てきたように、創造都市の概念と範囲はその論者、提唱者によって多岐にわたり、一律の概念を用いて定義することは極めて困難である。しかしながら、一定の共通項や条件は見出せるはずである。そこで、このことを踏まえここでは、本研究における創造都市政策の定義と範囲を規定したい。

本研究において扱う「創造都市政策」とは、先行研究や各種報告書等、また我が国の創造都市研究において最も援用されているフロリダの創造都市に関する議論や、2.2.2.で見てきた佐々木による定義等を参考に、「創造都市を政策目標として標榜する諸都市において、計画書に明記があり、それに合わせる形で所管専門部局を設け、創造産業及び各創造主体に対し、適切な資金の配分と、人的・制度的な支援を通じ創造都市としての目標像の実現に向け実施される施策または事業の集合」と定義し、考察を進める(図-2-1)。このとき、個人も団体も政策の推進主体となりうるし、政府や行政主体だけでなく民間の団体も政策推進の主体になりうる。さらに、文化芸術に関する諸政策を広く含む公共政策を論じる際には考慮すべき以下の点についても留意する。

- ① 狭義の政策...何らかの問題解決をするための一般的な方針
- ② 広義の政策...狭義の政策に基づいて策定された問題解決のプログラム
- ③ 最広義の政策...広義の政策にプログラムの実施過程を含めたもの

さらに、本研究での創造性指標による各都市における創造性の計量・比較においては、我が国の政策実践プロセスに大きな影響を及ぼしているフロリダのクリエイティブ・クラスの定義（フロリダ, 2007 ; 2008）及び、「Creativity Index」（Florida , 2002）や、「International Creative Index」（Florida , 2005）の作成過程や評価・分析の過程で用いられた方法論を主に用いつつ、独自の指標を加えながら、我が国の各都市の創造性に関する具体的な分析を行った北海道未来総研（2009）で用いられた地域創造性指標を主に援用する。

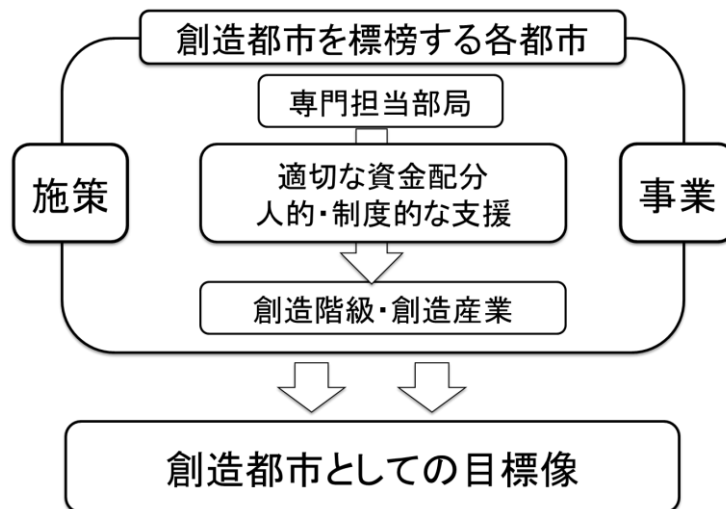


図-2-1 本研究における創造都市政策の定義

2.4. 都市の創造性に関する評価指標

2.2.2.で取り上げた佐々木（2006）において、創造産業を育成・振興する際に重視すべき点の一つとして、文化的評価軸を持つことの重要性が述べられていた。多くの地方公共団体では、政策全体に対応する評価体系を設け、その中で、文化施設を事務事業評価の対象としている。そして、文化施設や文化政策では、そうした従来型の評価方法は必ずしも適切ではない。また、文化施設の評価がなぜ困難であるのかについては、一般的な事務事業評価では、入場者数や施設の稼働率、事業収支等、効率性や経済性の指標のみが優先され、文化的な価値を評価する指標や基準は含まれていないという点が挙げられる。例えば、英国政府の監査委員会や地方政府では、地方自治体が地域の状況に応じて評価指標を自発的に選び出し、活用できるように文化政策の業績評価に関する考え方や指標を整理したものの存在し、文化政策や文化施設の行う事業に関する評価の枠組みを提供することを目的としている。

ここでは、本研究でも 3 章以降で分析に用いる「地域創造性指標」を含む都市の創造性に関する評価指標について整理する。都市の創造性や文化政策の効果についての計量手法に関しては、各国や我が国においても様々な主体によって試みられている。ここでは、創造

都市政策に関係の深い都市の創造性に関する代表的な評価指標について整理した（表-2-3）。

そして以下に、これらの指標のうち、フロリダによる「国際創造性指標」及び、我が国における創造都市研究への引用や応用も多く見られる代表的な三つの指標の概念及び評価対象について整理する（なお、これらの具体的な評価項目等の詳細は Appendix に付す）。

表-2-3 都市の創造性に関する計量指標

都市の創造性に関する指標	作成者(作成年代)	作成元・出典
文化政策評価指標	ニッセイ基礎研REPORT(2005)	英国芸術評議会(2003)「文化政策評価」
創造性指標(Creativity Index)	リチャード・フロリダ(2007)「創造性指標」	Frolida(2002)“Indicators of the Creative & Sustainable City”
フロリダの国際創造性指標 (国土交通省)	国土交通省国土計画局(2005)	Frolida(2005)“The New Global Competition for Talent”
都市の創造性・持続性指標	佐々木雅幸(2003)	Frolida(2002;2005)
生活文化創造都市指標	日本ファッション協会(2008,2009)	日本ファッション協会(2008;2009) 「生活文化創造都市指標」
地域創造性指標	北海道未来総合研究所(2009)	Frolida(2002;2005)

まず、英国芸術評議会（Arts Council England , 2003）「文化政策評価指標（Local Performance Indicators for the Arts）」における評価項目は、それぞれ戦略目標（Strategic Objectives）、経費と効率（Cost / Efficiency）、サービスの提供に伴う効果（Service Delivery Outcomes）、アクセスの公平性（Fair Access）の各項目からなり、それぞれについて、等級評価が含まれており、以下の七つの視点から評価項目が設けられている。しかしながら、応用的に用いる際は、「満足度」や「寄与度」といったやや抽象度の高い指標も含まれる点には注意が必要である。

- ① 既存のベンチマークの提供だけでなく、地方自治体の文化政策の多様性に対応すること。
- ② 施策の標準的な水準を明確にするとともに、文化政策の柔軟な自己評価を支援すること。
- ③ 芸術活動が地方公共団体の他の政策や目標達成に資する方法を明確にすること。
- ④ 芸術機関に対する報告義務を容易にするため、共同事業者が評価に取り組みやすくすること。
- ⑤ 地方自治体のニーズに応じて、一般市民が容易に理解できる業績評価指標を提供すること。
- ⑥ 定量的な評価と、定性的なアウトカムに基づく評価との間で、現実的なバランスをとること。
- ⑦ ボランティア団体、個人、営利セクター等、複雑な芸術の提供構造の中で、地方自治体の果たすべき役割を明らかにすること。

このとき、具体的な評価指標は、英国政府の監査委員会の業績評価の5つの類型にもとづいており、19種類の評価指標が設けられている。これは、定量的な評価と定性的な評価が組み合わせたものだが、戦略目標の評価指標には、教育や生涯学習、経済活動、都市計画や環境政策等、芸術以外の分野への貢献度が含まれていること、事業の質の評価指標には、利用者だけでなく、市民全体の満足度が挙げられていること、サービスの提供に伴う効果については、新しい芸術作品の創造が評価指標のひとつとなっていること等が含まれている。それぞれの評価指標について、基本的な考え方や評価指標の定義が示され、定性的な指標については、自己評価で三段階の等級評価ができる仕組みとなっている。

次にフロリダ（2007）「創造性指標」（Florida,2002）は、フロリダにより提唱されたいわゆる三つの T（Talent・Technology・Tolerance）を含む各項目を数値化し、計量することを可能にした指標である。ゲイ指標やボヘミアン指標といった独自指標のほか、人口に対する移民を含めた外国人の混合率を示すメルティング・ポット指数等も含まれる。同じくフロリダ（2008）「国際創造性指標」（Florida,2005）は、上記「創造性指標」をより幅広い国や地域における都市の創造性の軽量に適した形でフロリダ自身が改訂したものであるが、基本的には「Creativity Index」同様にいわゆる三つの T を含む各項目を数値化し、計量可能にした指標である。より国際的な計量・比較に耐えるために、ここではゲイ指標やボヘミアン指標等の項目はなくなり、ある地域におけるクリエイティブ・クラスの集中の割合等に関する項目が追加された。

米国 SAA（The National Assembly of State Arts Agency, 1993～）「政策評価ツールキット」では、個々の業績評価測定のための指標が、アウトプットとして 64 項目、効率性指標として 22 項目、アウトカム指標として 44 項目、満足度指標として 4 項目が挙げられている。また、フランスの各省庁による政策評価における文化政策評価について、フランスでは、各省庁の部局（集合体）単位ごとに「中期政策目標」を設定している。集合体はさらに部門単位ごとに「測定指標」及び各年度の「目標値」を設定し、政策目標、測定指標、目標値は毎年の予算関連資料の中で公表される。この中で、文化政策や創造都市政策に関する施策や事業もその対象になっている。このように、都市の創造性に関する計量については、多様な評価軸・項目からなる指標が存在する。

2.5. 創造都市におけるクリエイティブ・クラスの位置付け

ここでは、創造都市における新たな創造的営為の実践主体、または生産主体としてフロリダに提議されたクリエイティブ・クラスについて取り上げ、より詳細に見ていく。本研究における今後の検討に大きく関わるクリエイティブ・クラスについて、彼らの生産を含む創造的営為は、どのようなものであるのか、また、彼らを惹きつける都市の条件とは

どのようなものなのか等、いくつかの視点から検討し、明らかにしていく。

2.5.1. クリエイティブ・クラスとはなにか

政策目標としての創造都市と、そこでの創造的営為における生産主体（空間・モノ・コト）としてのクリエイティブ・クラスの議論は、それぞれ異なる文脈から現れてきた事は、これまで見てきた通りである。ではクリエイティブ・クラスとはどのような主体なのか。

フロリダは、例えば建築家・美術専門家・エンジニア・科学者・芸術家・作家・上級管理職・プランナー・アナリスト・医師・金融・法律の専門家といった高度にクリエイティブな、知的労働や非物質的労働をする人々が中心の職に就いている人々を主にクリエイティブ・クラスと呼んでいる。フロリダによれば、このクリエイティブ・クラスに属する人の数はめざましく増え続けており、アメリカでは労働者全体の約 30%にも達し、他の先進工業国でも同様の傾向にあるという（フロリダ, 2008 ; 2010）。

また、フロリダは、クリエイティブ・クラスとは今後の経済成長を牽引する人々であり、いまや国家間、都市間、企業間で世界的にクリエイティブ・クラスの獲得競争が展開されていると述べている。しかしフロリダは、クリエイティブ・クラス概念は、いわゆる「Class =階級」というヒエラルキー的なエリート主義のイメージを表すためのものではないとしている。すべての人間はクリエイティブである可能性を持ち、労働者のうちの誰が自分の持っているクリエイティビティを利用して報われているのか、あるいは報われていないのかを明らかにするためにふさわしい概念として恣意的に用いたのである。このときフロリダは、「我々の社会は、人間のクリエイティビティを部分的にしか活用できていないし、現時点でクリエイティブ・クラスを構成する幸運な 30%の労働力のやる気を引き出すことにも成功しているとはいえない。これは今後の大きな課題である」と述べている（フロリダ, 2007）。「すべての人間はクリエイティブである可能性を持つ」というこのフロリダの主張に関しては、いまだ議論の分かれるところである。しかし、フロリダは、特定の専門職に就いている人々だけを「クリエイティブ・クラス」と呼んでいるのではない。フロリダは、人間ひとり一人の、いまだ引き出し得ていない創造性を引き出すことが、人々の富の増加や繁栄や生活の向上につながるのだと主張している。これは、あくまでも都市経済学的な観点からの主張ではあるが、都市再生や、都市問題の解決という観点から鑑みれば、自然な発想であるとも言える。この点についてフロリダは、「現在、我々の経済が活用しているクリエイティブな能力は労働力の三割にすぎない。これを五割、七割、九割と広げていくことだ。遅かれ早かれそれを実現する社会が世界のどこかで現れるだろう」（Florida , 2002）と述べている。もともとフロリダは、地域経済開発論が専門であり、主として企業間ではなく、国家間、都市間の競争力について独自の指標を用いて比較研究している。こ

のときフロリダは、先にも述べたように都市の創造性を構成する要素は主に、「才能（Talent）」、「技術（Technology）」、「寛容性（Tolerance）」であり、これら三つの頭文字をとって三つの T と名付けている。フロリダは、20 世紀におけるアメリカの経済成長の鍵は、これら三つの T にもとづき、常に新しいアイデアを受け入れてきたことであり、そのことによりクリエイティブな能力を惹きつけ、育ててきたとしている。これについては、国の国際競争力が創造性の高さで説明できると論じている（フロリダ, 2007）。上記の三つの要素の中に「寛容性」が入っていることについては説明が必要であろう。一つの土地に縛られずに動き回ることのできる「技術」や「才能」、すなわちフロリダのいうクリエイティブ・キャピタルを、ある場所が他の場所よりも強力に引き寄せる条件として、開放的で包容力があるということも含め、異質な人々を受け入れる「寛容性」、すなわち移民・芸術家・ゲイ・ボヘミアン・人種間融和等への寛容性が重要であるというのがフロリダの主張である。これによれば、「寛容性」を持つ地域と、高い経済成長を経験している地域との間には強い相関関係があるという。上記の要素にもとづく総合的な国の「創造性指数：Creativity Index」（フロリダ, 2005）において、上位 20 カ国中、日本はスウェーデンに次いで 2 位となっているが、フロリダは「技術」や「才能」に関するスコアが高いという点のほかに、「寛容性」の面で、非宗教的な価値観の影響が強いこと、つまり宗教的価値観がかならずしも強くなく、価値観が多様であることが上位にランクインした理由であるとしている。フロリダは、クリエイティブ・クラスが台頭してきた現代社会において企業にできること、なすべきこととして、職場の QOL（Quality of Life＝生活の質）を高めることと、やりがいのある面白い仕事と環境を用意することが重要であると述べている。クリエイティブ・クラスを惹きつけ、育て、放さない、という都市間競争で他の都市や地域に勝つためには、そうした民間の取り組みも不可欠であるというのである。こうした観点に立脚し、フロリダは、都市が創造的な人々を魅了し、惹きつける要素として、上述の三つの「T」を評価する各項目から成る創造性指標を開発したのである。そして、具体的な業種を取り上げながら、創造産業（次章で具体的に整理する）に従事するような人々をクリエイティブ・クラスと定義した上で、彼らの集積する都市こそが、創造性の高い都市であることを、この創造性指標を用いて明らかにしている（フロリダ, 2007）。

創造産業の分類について、スロスビー（2002）によれば、「創造産業の同心円モデル」では、創造産業の独特の構造がみられるという。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・アート等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。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等前衛的な芸術活動であり、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る。そのため、文化芸術政策の支援対象となることが多い。このスロスビー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、映画等であり、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術に比べて相対的に低い、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、映画プロデューサー等、芸術性と市場性・商業性を同時に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算魚や観光産業、建築業等が位置する。広告代理店等専属のデザイナーや外部のアーティストやクリエイターとの共同作業によってコマーシャライズされた作品を生み出すが、テレビや新聞等のマス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ィアや知識資本になり得る産業を置き、放射線状にそのアイディ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ものであり、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、あるい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なのである。

そして、フロリダの創造都市理論においても、スロスビーの同心円モデルと同様に、クリエイティブ・クラスについて以下のような三つの階層的な定義がなされている。本研究では、それらをフロリダのクリエイティブ・クラスに関するする業種についても加え、スロスビーの提起する同心円モデルとしてクリエイティブ・クラスにおける創造産業を整理したのが図-2-2である。

一つ目の層は、「スーパー・クリエイティブ・コア (Super Creative Core)」と呼ばれる科学者、エンジニア、エンターテイナー、俳優、デザイナー、建築家、ノンフィクション作家、編集者、文化人、シンクタンク研究者、分析家、オピニオンメーカーといった、創造都市において自らの才能と創造性を発揮しながらクリエイティブ・クラスの中核をなし、先進的な実践やそれにもとづく発信を行う人々である。

次に、二つ目の層は、「クリエイティブ・プロフェッショナル (Creative Professional)」という幅広い知識中心産業等に従事する人々であり、例えば、ハイテクセクター、金融サービス、法律サービス、ヘルスケアサービス、ビジネス経営等特定の分野で、創造的な問題解決に従事している人々が位置する。

最後に三つ目の層は、「サービス階層 (Service Class)」、または「ワーキングクラス (Working

Class)」と呼ばれる、いわゆるサービス産業に従事し、給料も低く、自立性はあまりないが、スーパー・クリエイティブ・コアやクリエイティブ・プロフェッショナルの活動を下支えする事になる人々である。

本研究では、フロリダにより行われた分類と合わせ、3章以降で吉本（2003；2009）により定義された創造産業分類を援用し、各都市の創造性に関する分析を行う。吉本の分類については3章でその方法も含め詳述する。

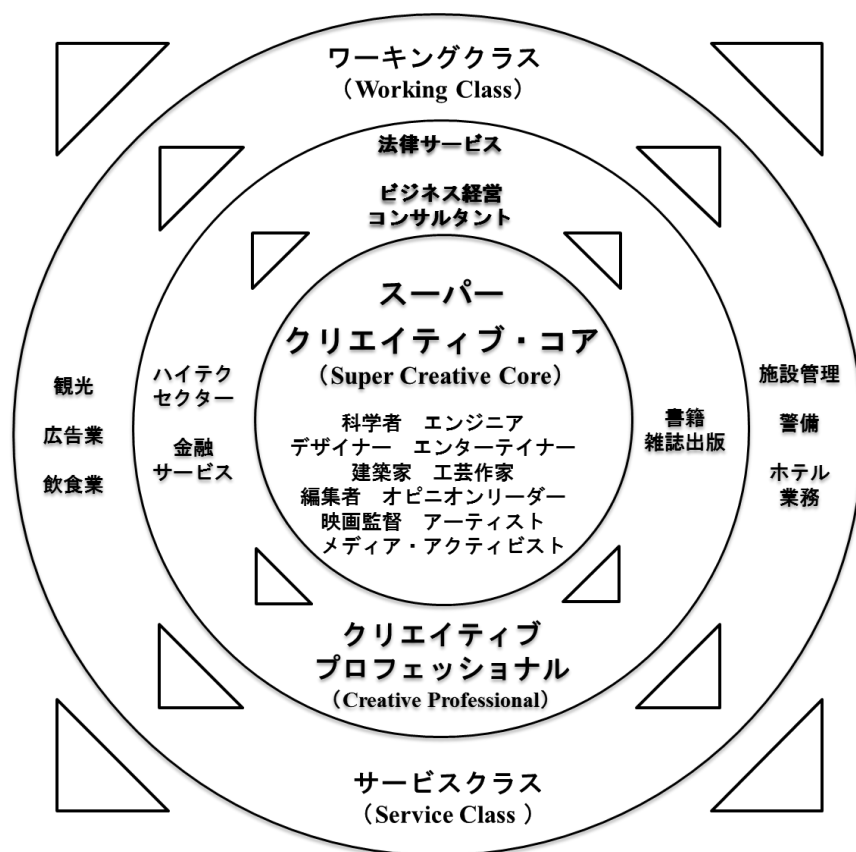


図-2-2 クリエイティブ・クラスにおける創造産業同心円モデル

スロスビー（2002）、フロリダ（2002；2005）、佐々木（2006）をもとに筆者作成

また、フロリダのクリエイティブ・クラスに関する議論を受け、我が国での創造産業・人材の定義として、経済産業省中部経済産業局（2008）「広域名古屋圏のクリエイティブ産業・人材実態調査報告書」では、「クリエイティブ産業」（経済産業省ではクリエイティブ産業と表記している）を「感性価値が製品・サービスにおける付加価値の大きな源泉となっている産業」と定義した上で、概ね次の範囲であるとしており、以降の我が国の創造産業分類にも援用されている。

- ① ものづくり系クリエイティブ産業…輸送機器・家電・OA 機器・文具・生活用品等の工業デザイン、伝統的工芸品・楽器・ジュエリー等のクラフト、陶磁器、アパレル・ファッション等。
- ② 建築・空間系クリエイティブ産業…建築・インテリア・造園・ランドスケープデザイン等の建築・空間デザイン等。
- ③ コンテンツ系クリエイティブ産業…広告、放送番組・展示コンテンツ等のコンテンツ、文化イベント等。
- ④ デザイナー/デザイン業…プロダクト・インテリア・グラフィック等のデザイナー/デザイン業等。

また、「クリエイティブ人材」については、次のとおり大きくふたつに区分される。また、各業界では様々な職種の名称が使用されるが、ここではそれらにかかわらず、役割と資質によってのみ区別するとされている。

- ① プロデューサー…クリエイティブ産業において、市場のニーズを踏まえたプロジェクトの企画、最適な人材・業者の選定・確保、実現可能な予算策定、資金調達、進捗管理等ビジネス全体をプロデュースする人材。
- ② クリエイター…それぞれの専門分野において、高い感性と創造性に裏付けされた技能を発揮することにより、デザインやコンテンツの開発、制作、編集等に携わる人材。

同じく、2.2.2.でも述べたように、フロリダのクリエイティブ・クラスに関する議論を受け、佐々木は、2.1.で取り上げたホールの理論と同様、都市の創造的環境に着目し、創造都市とは、「文化と産業の創造性を基に革新的で柔軟な都市経済システムを備え、都市の抱える諸課題に対して、創造的な問題解決を行えるような『創造の場』に富んだ都市」（佐々木，1997；2001）であるとの定義付けを行なっている。佐々木（2003）では、スロスビー（2001）における技術革新や技術変化のプロセスに不可欠な文化産業のモデルを念頭に置きながらそのフロリダのクリエイティブ・クラスの三つの階層に対応させて独自の創造産業の業種を同心円モデルに表し、各階層に関して下記のような独自の定義付けを行なっており、この再解釈の試みは、日本版の創造産業モデルの再定義の試みのひとつでもある（図-2-3）。

一層目である創造的中コア（「創造的中核」）とは、伝統的な音楽、ダンス、劇場、文学、視覚芸術、工芸品、ビデオ・アート、パフォーマンス、コンピュータ・マルチメディア・アート等の IT や双方向ネットワーク等を用いた近年登場した新しいタイプの芸術活動を含

む業種が位置する。ここには、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いために、「非営利」の文化セクターと分類されるものも含まれる。

二層目は書籍・雑誌出版、テレビ・ラジオ、新聞、映画等、オリジナルのコンテンツを複製し、大量に流通させるような産業群つまり、先端的な文化的価値の割合が中核芸術に比べて相対的に低くなっている。

三層目については、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、建築等が位置する。

この佐々木の同心円モデルでは、中心に創造的アイディアを生み出す人々を置き、放射状にそのアイディアがより広い産業部門に拡散していくモデルである。そして佐々木は、営利性には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存分に活躍できる環境が存在することが、創造産業の発展には不可欠であると述べている。

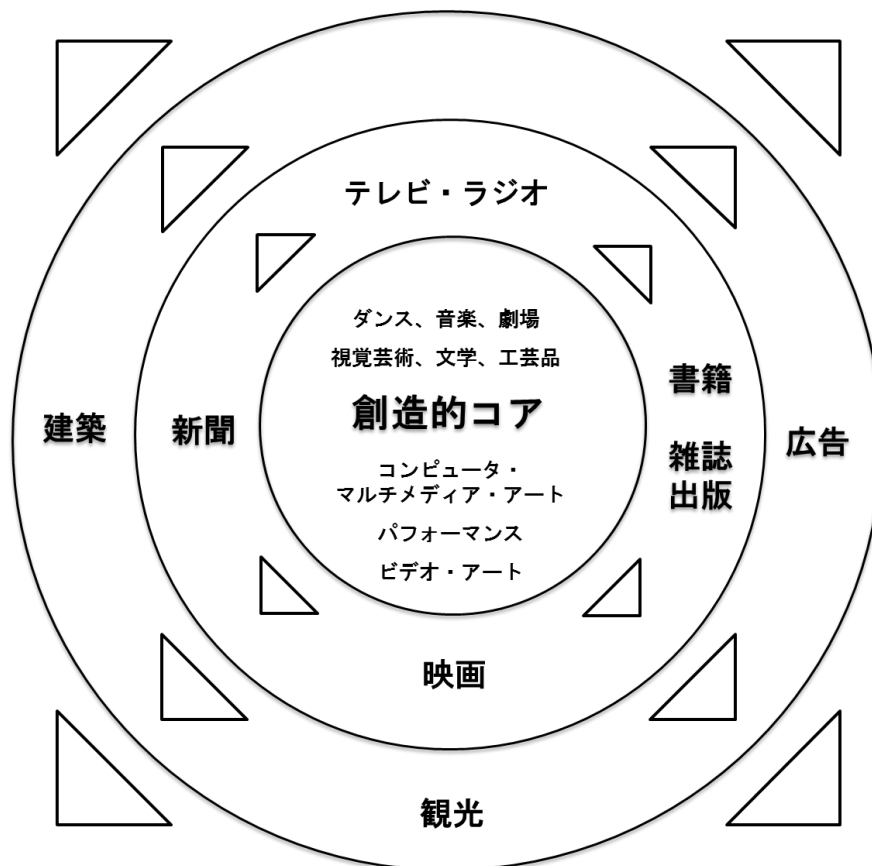


図-2-3 佐々木による創造産業同心円モデル

佐々木雅幸（2006）より引用

2.5.2. クリエイティブ・クラスと創造都市

ここでは、これまで見てきた創造都市の概念に関する議論をふまえ、クリエイティブ・クラスと創造都市の関係性について整理する。

2.5.1.でも述べたように、フロリダは、クリエイティブ・クラスの特徴について、「意義のある新しい形態をつくり出す仕事に従事していること」（フロリダ,2008）であるとして、その中核たる「スーパー・クリエイティブ・コア」には科学者、技術者、大学教授、詩人、小説家、芸術家、エンターテイナー、俳優、デザイナー、建築家のほか、現代社会の思潮をリードし、発信するノンフィクション作家や編集者、文化人、シンクタンク研究員、アナリスト、オピニオンリーダー等がこれに含まれるとした。さらにその周りには、ハイテク・金融・法律・医療・企業経営等を専門的に実践する主体である「クリエイティブ・プロフェッショナル」が配置されているとしている。

フロリダ（2011；2014）によれば、このような業種に就く人々の占める割合はアメリカにおいて過去 20 年間で急増しており、今日ではクリエイティブ・クラスはアメリカ国内の労働者のおよそ 30%強を占めるに至っているという（2010 年時点）。そして、各地にこうした人々が主流を占める社会が出来上がりつつあり、アメリカの経済や社会を根本から変化させているのだという。

こうした社会では、これまでのように企業に縛られることはなく、クリエイティブ・クラスの人々は一つの組織で出世を目指すことをせず、むしろ自分のやりたいことを求めて水平方向に会社から会社へと移動するのが特徴であり、賃金の高さだけでなく、やりがいや第一に考えて仕事を選択するという。そして、その仕事についてまわる見返り、すなわち自由な労働時間の選択や良好な人間関係、創造的な環境等の「内発的報酬」が都市における労働や居住の場の選択の大きな動機となっているという。また、フロリダはクリエイティブ・クラスの人々は職場の環境自身をも変化させるとも述べている。特に、上で挙げられているような職種では、カジュアルな服装を許容する多様等レスコード、開放的なレイアウト、柔軟な勤務時間等々を採用する職場が増えているという。職場の管理形態も上から押しつけるのではなく、従業員の感情に訴えるような「ソフトコントロール」が採用されるのである。

しかしフロリダは他方で、勤務時間は極めて長時間化しており、しかも創造性を引き出すそうとして職場のストレスはより高まる傾向にあると指摘する。この、長時間化の理由としてフロリダは、創造的な人々は結局仕事そのものが好きだからだという点を挙げている。すなわち、主として本人が望んで長時間化しているのであって、本人たちにとっては働き過ぎという感覚なのではなく、むしろやりたいことをするだけの十分な時間がないことへの不満を抱いているのだという。こうした傾向は仕事の面だけではなく、日常生活や余暇

においても大きく影響を与えている。クリエイティブ・クラスは余暇時間においても極めて活動的な層なのであり、アクティブなアウトドア活動等を高く評価する傾向があるという。主にクリエイティブ・クラスの人々が行う創造的営為は、知的労働が中心であり、仕事では頭を使うので余暇では逆に体を動かそうとするというわけである。そして、時間欠乏は余暇においても当てはまり、だからこそ、単位時間あたりのエンターテインメント性が高いアクティブな活動を好む。そして、クリエイティブ・クラスの人々は、その土地に根を張ったストリート文化や歴史、固有のローカリティにも魅せられるというのである。

では、そもそもクリエイティブ・クラスという主体を惹きつける場所とはどのようなものなのか、そしてそこにクリエイティブ・クラスが惹きつけられる要素とは何であるのかを次に見ていく事にする。

2.5.3. クリエイティブ・クラスを惹きつける場としての都市

フロリダ（2009）によれば、世界経済に君臨する 40 ほどの「メガ地域」は、世界人口の 18%を占めているにすぎないにもかかわらず、世界経済の 3 分の 2 を担い、世界のイノベーションの 85%を起こしているという。ボストン、ニューヨーク、ワシントン地域及び、東京は合わせて 5000 万人の人口を抱え、2 兆ドル相当の経済規模を持つ。注目すべきは、この経済活動の集中はますます進んでおり、しかもメガ地域ごとに専門特化していることである。例えば、ニューヨークは、金融とファッション、シリコンバレーはハイテク関連の企業が中心となっている。一方、東京は突出した専門性こそ持たないものの、あらゆる分野に強いという多様性（＝特徴）の点で他の多くのメガ地域を凌駕している。フロリダは、経済的文脈だけでみれば、世界的に勝ち残れる「何か」がなければ、その都市・地域は没落する運命にあるという。

かつては、製造業では製造の非常に限定的な部分しか担わない町工場の集まる小さな町が数多くあったが、今ではそのような形のまちづくりはほとんど期待できない。自動車産業においてトヨタ自動車を筆頭とする効率的な日系量産メーカーが他を駆逐していったように、中途半端な強みしかもたない都市・地域は淘汰され、強い都市・地域がより強くなる傾向にあるのである。

フロリダによれば、メガ地域の住民は国際的で生活の展望も開けている一方で、残された地域は単調な生活環境しか与えられておらず、富の創出の機会も少なく、健康状況も悪化しており、政治的にも偏りを見せる傾向にあるという。第二次世界大戦後、労働組合の組織化等により富と機会は広い地域にバランスよく分散されたが、今ではその富や機会が数少ない地域に集中してしまったために、行政関係者はかつてアメリカがニューディール

政策で労働者に富を再分配したように、新しい分散化の方法を早急に案出しなくてはならない状況であるといえる。

フロリダの主張によれば、その際、都市インフラに加えて教育や警察、医療機関などをただただ充実させ、小綺麗な街路を作れば事足りるわけではないという。重要なことは、創造性の持ち主が尊重され、自己表現が歓迎されるオープンな心的環境を作ることであり、場のクオリティに投資するという姿勢である。そうすることで、創造性の持ち主たちを惹きつける。その際、創造的な空間としての都市づくりにおいては、心理的許容や寛容性が重要になってくるという。そしてフロリダは、今後さらに激化と思われる都市間競争を優位に進めていくための戦略について影響を与えているのがクリエイティブ・クラスが集積であると強調する。すなわち価値を創造する人々が集積する都市こそが都市の繁栄を謳歌できる、という考え方である。

このときフロリダは、2.5.2.でも述べたように、クリエイティブ・クラスという人々がどのような人々で、どのようなことを志向するかに注目すると同時に、クリエイティブ・クラスを惹きつける都市とはどのような都市か、という点についても考えなければならないと強調する。フリードマン（2006；2010a；2010b）はICTテクノロジーの飛躍的な進展によって「フラットな世界」になったと主張している。このことは、テクノロジーによって「場所性」はあまり問題ではなくなることを意味するのだという。これに対してフロリダ（2009）は、むしろ人々にとって住むところ、活動する拠点は重要であって、実際にそれぞれの活動に応じた場所に移動し、クリエイティブな人々の集積（クラスター化）が進んでいると主張する。このことに関してフロリダは、都市や地域にクリエイティブ・クラスが惹きつけられる条件として以下の5点を挙げている。

- ① 都市の雰囲気や美観。
- ② 人種的・民族的マイノリティ、高齢者、海外からの移民を受け入れる開放性と寛容性。
- ③ 安心感をもたらす治安と経済的安定。
- ④ 教育、医療、公共交通機関等基本的サービス。
- ⑤ 市長等の地域責任者のリーダーシップ。

その上でフロリダは、これらの点とともに従来の地域振興において見落とされていた点、すなわち地域の経済発展のためには、ただ企業を誘致するだけでは足りず、創造的な人々が集まってくるような開放性や多様性が必要であり、ゲイやボヘミアンが受け入れられているような寛容性を持つ都市こそが、そうした開放性や多様性を持つ「創造都市」なのだと指摘している。フロリダは「あなたの住む地域は勝ち組か否か。勝ち組だとすれば、それは

一体どの分野においてか」と問いかける。世界の資本と権力が一握りのメガ地域に集まる中、フロリダは自分自身の望む成功を掴むためには、海外移住も厭わない姿勢がますます重要になると主張するのである。

また、フロリダは、Who's Your City?＝なぜ場所（居住地）が大事なのかという問いに対し、「あなたが最高の能力を発揮できる都市を探す方法」として、さまざまな分析結果とともに次のように説明している。「場所は、私たちが自分自身にどれだけ満足できるかも決定づける。（略）マンハッタンで成功した人が、アイダホ州のボイシでも成功するとは限らず、逆もまたしかりである。自分の性格に最も合う場所について思案をめぐらすとは、もはや「やるべきことリスト」のトップに載せてしかるべきなのである」（フロリダ, 2009）。その上で、最高の居住地を見つけるにあたり、次の二つの事柄について検討すべきであるとしている。

- ① 居住地が、仕事や職業上の成功に与える影響について考慮すること。
- ② 自分のライフスタイルに合う場所を探す際は、自分の気持ちに正直にしたがうべきであり、住みたいと思った候補地が、自分の性格に合うかどうかを考慮すること。

このように、クリエイティブ・クラスにとって、居住地や職場の選択は、単に居心地がよいということのみならず、自己実現や自己表現の重要な手段ともなっているのである。すなわち、クリエイティブ・クラスの人々は自らの創造性を最も発揮できる都市に惹きつけられ、集積するということを意味する。このとき、クリエイティブ・クラスを惹きつけるためにとられるべき都市政策の側面において重要なことは、誰に、どのような価値を提供することで都市、あるいは都市を含む地域として成長していくのかを明確化し、その上で戦略と戦術を立案し、それぞれの実施に至るのかという全体図を描けるかどうかであり、そのことが都市の創造性を決定していくのだといえる。

2.5.4. クリエイティブ・クラスの諸相

フロリダの主張する、都市へのクリエイティブ・クラスの集中を基礎とする創造都市論は、20 世紀に盛んに行われたコスト削減や効率化を進めるだけでは、今や都市間や企業間、そしてクリエイティブな人材の争奪競争に勝てない時代となった事を意味する。では、21 世紀となった今、何が都市の創造性の発揮を決定づけるポイントとなっていくのだろうか。

その回答のひとつとしてフロリダが提唱するのが「クリエイティブ資本主義」である。この、クリエイティブ資本主義を支えるクリエイティブ・クラスは、しばしばいわゆる知識労働を中心として活動する「ナレッジワーカーの中の本当に価値を創造する人々」であ

るとの評価がなされる。しかしながら、ナレッジワーカーという概念自体、明確な定義というものは存在しない。そもそも、ナレッジワーカーというのは 60 年代、経済学者であるドラッカーが用いた言葉であるが、当時の社会は工業生産中心の時代で、設備投資や天然資源の争奪、土地利用の合理化、といったものが競争の源泉であり、資本主義を強固に支えていた。

そうした中ドラッカーは、人間の頭脳こそが、これからの資本主義を支えていくものであるとしている（ドラッカー，1993）。市場経済の発達の過程で、同じものを生み出す企業が出てきたとき、その差別化をするのは天然資源でも工場でも不動産でもなく、人間の創造力であるというのが、ドラッカーのいうナレッジである。ところがその後、リエンジニアリングという概念と混同されてしまい、ホワイトカラー＝ナレッジワーカーという、誤った（もしくは狭義の）認識が流布してしまう。フロリダのいうクリエイティブ・クラスとは「ナレッジワーカーの中でも本当に価値を創造する人たちを含む創造的営為を行う人たち」なのであり、コンサルティングファームで働いていた者や、SE や MBA といった資格を持っている人等のプロフェッショナルのみを指すわけではない。むしろ、アーティスト、デザイナー、科学者など、より感覚面で優れている人々も含まれる。これから時代のキーとなっていく創造的人材とは、新たなイノベーションを生み出す力がある人々を広範に含んでいるのである。

では、21 世紀の社会の中で、世界の経済は誰がどのようにリードしていくのだろうか。巨大な人口（＝市場）を持つ中国やインドをはじめとした BRICs 地域である、というのが大方の認識だろう。しかし、これらの国や地域が、製造業や一部のサービス業で躍進を果たしているとはいえ、近いうちに次のソニーやトヨタ、Google や Apple といったシステム的インフラを作り出せるかといえ、疑問である。むしろそうした国や地域は、既存のクリエイティブな環境の中に、新たに人材を供給するような役割や位置づけとなってくるのではないだろうか。

これまでアジアや BRICs 地域が躍進した理由は、労働集約型の製造業においてブルーカラーの労働コスト、また生産現場における統制といった要素によって競争力にアドバンテージを持ったからである。これは戦後の日本の高度経済成長と同様、経済発展する上でたどる一般的な道筋でもある。しかし、経済が成熟してくるにつれ、物価や人件費は上昇し、労働コストの優位性は次第に薄れてくる。アメリカの製造業に対して日本が行ったように、あるいは今、日本に対して韓国や中国が行っているように、ノウハウの移転が起こればより労働コストの安い国がマーケットを飲み込む。さらに、生活の質が向上し安定すると、労働者も当然より多様な自己実現を求めるようになるのである。

このように社会が成熟してくると、労働集約やコストパフォーマンスの優位性は失われ、代わって専門的技能や知識、アイデアやデザイン、コンテンツ等のソフトパワーによるクリエイティブな価値が産業に及ぼす影響が決定的になる。創造性を社会の価値の中心とすることは、経済においては新規産業や事業の創造につながり、また労働者の自己実現が可能になる。教育においては、統制や規律や知識の獲得ではなく、コミュニケーションや表現や自由な創造性を重視することになる。これについてもフロリダは、その都市や地域の持つ寛容性がクリエイティブな人材をいかに惹きつけるかに密接に関連していることを強調している。

繰り返しになるが、フロリダ（2002）では「創造性指標（Creativity Index）」という都市の創造性に関する計量指標を提唱している。これにはクリエイティブ・クラスの人口に対する比率、一人あたりの特許取得件数等の指標に加えて「ゲイ指数」、つまりゲイの地域別集中度にまつわる地域の寛容性を要因として加えられている点に大きな特徴がある。これは、例えばIT産業等のハイテク企業にゲイが多いということを意味しているわけではなく、クリエイティブ・クラスの人々は開放的で多様性のある場所を好む傾向があり、開放性や多様性を重視しているということを意味する。フロリダはこのような指標を用いて、その都市や地域の寛容性について、ゲイ指数が強い相関関係を持つことを実証している。

先にも述べたように、経済成長の要因は先述の3つのT、すなわち「技術（Technology）」、「才能（Talent）」、「寛容性（Tolerance）」がその要素として挙げられているが、「ゲイ指数」というのは、このうちの「寛容性」と非常に密接に結びついている。この寛容性を計量する指標としては、ゲイ指数のほかに、「ボヘミアン指数」がある。フロリダの指摘で興味深い点は、クリエイティブ・クラスとボヘミアン（＝マイノリティ）とを結びつけて論じている点にある。ヒッピーやウッドストックに代表されるボヘミアン文化は、1960年代のアメリカ社会を席捲し、多くのコンサバティブな知識人たちから憂慮されたように、ブルジョア文化と対立してきた歴史がある。フロリダは、こうした現代の新たなボヘミアンたちのクリエイティビティを求める価値観が今日のクリエイティブ・クラスにもそうした歴史の断片が息づいているのだという。

このように、フロリダは、クリエイティブ・クラスの人々が惹かれるような開放性や多様性を持った都市こそが経済成長をもたらすのだという主張を展開する。かつては、大企業が人材のマッチングの役割を果たしていたのが、今日では、クリエイティブ・クラスの人々が集まる場所こそが、そうしたマッチングの役割を果たし、経済成長の原動力となるというのである。

そして、もう一つ重要な点は、クリエイティブ・クラスの人々は比較的「弱い絆」を好んでいるという点である。パットナムの著書『孤独なボウリング』（原題：Bowling Alone: The

Collapse and Revival of American Community, New York, 2006) によれば、ボウリング愛好会が大きく減少しているのに対しボウリング人口が増加していることから、アメリカ社会における社会の絆、すなわち先に述べたような、「社会関係資本（ソーシャル・キャピタル：Social Capital）」の衰退を指摘し、警鐘を鳴らしたわけだが、フロリダは、自らのクリエイティビティを発揮しながら活躍するような人々は、かつてパットナムが指摘したような強い社会の絆をほとんど欲しておらず、むしろ「弱い絆」こそが好まれているのだという。その方がより多くの関係を持つことができ、クリエイティブな環境にとってはこうした弱い絆の方が重要なのだというわけである。

これにより、クリエイティブ・クラスの人々が比較的弱い絆で結びついたコミュニティこそが経済成長と都市再生の鍵を握るのだというのがフロリダの主張である。ただし、フロリダ自身もこうした流れが新しい対立を引き起こす可能性についても指摘している。すなわち成長を遂げるクリエイティブ・クラスの集中する地域と、成長が伸び悩み停滞するサービス・クラスやワーキング・クラスが集中する地域のいずれかに二分されるのではないかと懸念である。フロリダも自ら指摘しているとおり、クリエイティブ・クラスの成長に呼応するように、クリエイティブ・クラスに代わって雑用をこなしてくれる末端サービス労働者が必要となってきたという側面も存在する。つまり、クリエイティブ・クラスの成長の陰に、クリエイティブ・クラスには吸収しきれない階層というものがあるのが当然存在するのであり、この問題については、フロリダ自身も以下のような解決すべき批判点が存在すると述べている。

- ① クリエイティブ・クラスは「移動の自由」を持っており、いつでも立ち去ることができるので土地への愛着が薄いという点。
- ② クリエイティブ・クラスは「多様性」を重んじるが、非白人は含まれていないという点。
- ③ クリエイティブ・クラスが集住することで地価が上昇して裕福ではない人が住めなくなり、住民の多様性が失われる（いわゆる、ジェントリフィケーションの負の側面）という点。

このとき、これらの問題をいかに克服していけるかが鍵となってくる。とはいえ、フロリダの創造都市論を語る上で、ここで取り上げた「弱い絆のコミュニティ」という指摘は重要な示唆を持つ。そこで、2.8.では、創造都市研究においてフロリダのクリエイティブ・キャピタルに対比的に取り上げられるソーシャル・キャピタルについて、パットナムの議論を中心に取り上げる。

2.6. 創造産業に関する議論

ここでは、2.5.でのクリエイティブ・クラスに関する議論を受け、創造産業の分類やそのあり方も含めた議論について整理する。創造産業（Creative Industries）とは、主として芸術、映画、ゲーム、服飾デザイン、広告等知的財産権を持った生産物の生産に関わる産業である。また、創造産業に関して、フロリダの定義するクリエイティブ・クラスとどこまで重なるのか、フロリダが取りこぼした創造性に関する産業についてどのような議論がなされているのかについて、スロスビーやケイブズ、プラットらの議論も参照しながら、創造産業と、それらがもたらす創造クラスター都はどのようなものかについて見ていきたい。

2.6.1. 創造産業の定義と範囲

創造産業に対する政策的補助は1990年代後半から各国で盛んになったが、1997年のイギリス労働党政権誕生後の「クール・ブリタニア」政策における創造産業活性化や、韓国金大中政権下で進められた映画・ゲーム等のコンテンツ産業育成に関する法整備や、コンテンツ振興院の設置、日本大衆文化開放政策と同時に進んだ韓国製コンテンツの輸出等がその一例である。同じような政策は、現在製造業の地位低下への対処や、自国製品への付加価値追加等を目的に、欧州、アメリカ、日本、台湾等各地で行われている。

今日、我が国でも推進されている文化創造都市戦略は、欧州における90年代の「文化による都市再生」論が発端といわれており、我が国でも一定低度定着してきている。また、この考え方は、2000年代初頭のランドリー（2000）の出版を契機に、世界中に広まった。「クリエイティブ産業」（文化庁による呼称）とは、我が国においては、文化創造都市戦略（クリエイティブ・シティ）のコアになる産業であり、規模的にはまだ非常に小さいとはいえ、他の産業に波及した場合の経済的ポテンシャル、さらには社会的包摂といった社会的ポテンシャルが大きい産業である、という認識が共有されている。

アメリカの経済学者リチャード・ケイブズによる創造産業（今後本研究では創造産業に統一する）の定義として、「創造と単調な労働との契約による結合」がある。これは実質、「創造と流通との契約による結合」といいかえることができる。また、オーストラリアの経済学者であるデイヴィッド・スロスビーは、ITにより複製可能となったことで文化的コンテンツが経済的な財として注目を集めるようになった、と説明している。いずれの定義でも、インプットとしての創造性が極めて重要とされる。また、知的財産や著作権が収入源として非常に重要な役割を演じていることから、知的財産産業とも捉えられている。その範囲としては、やはり、3.4.2.で詳しく取り上げる英国の文化・メディア・スポーツ省（DCMS）が定義する創造産業13業種が中心に据えられている。

ケイブズは、創造活動を担う事業や産業と、それらを複製したり、放送したりして市場に

出してゆく産業との関係を解明した。ケイブズによると、これらの創造産業の特徴は、芸術家等の創造活動を担う人々や組織と、その成果を出版、映画化、放送したりする人々や組織との間に、創造者（クリエイター）と商業者（仲介事業）との間の契約関係とも言うべきものが成立し、これが、創造産業全体として、消費者のニーズに応えた財やサービスを供給しているのだという。ケイブズは、このことは、創造産業の研究が、従来の経済学の領分を超えて、新たな領域を開拓せざるを得なくなっていることを意味すると述べている。その上で、創造産業の範囲について、以下のように述べている。

「創造産業は本や雑誌出版、ビジュアルアーツ（絵画、彫刻）、舞台芸術（演劇、オペラ、コンサート）、音楽、映画やテレビ製作、またファッションやおもちゃ、ゲームさえも含む。この分野を研究している経済学者は主に、卓越した舞台芸術への公的補助金について焦点を当てている。経済学者達が創造的活動に対する公共政策について考えをめぐらせていたとき、なぜそうした活動が現在見られるような方法で組織されているか、という疑問に対してその回答をほとんど無視してきた。どのようなタイプの芸術家であれ、『気の合った』パートナーと協力し、そしておそらくは他の芸術家とも同様に協力することによってのみ、創造的な過程による課題を達成できる。」

また、このケイブズの創造産業に関する議論は、文化経済学や文化経営学、文化経済学に及ぶ、広範囲な領域にまで影響を及ぼしている。ケイブズは「創造活動を担う事業や産業と、それらを複製したり、放送したりして市場に出してゆく産業との関係」を明らかにしたが、ケイブズによれば、これらの創造産業の特徴は「芸術家等の創造活動を担う人々や組織」と、創造の成果を享受する消費者や顧客との間に、「その成果を出版したり、映画化したり、放送したりする人々や組織」のような仲介役が存在するという。すなわち、芸術作品やデザインのよい商品等が市場で取引されるには、創造的営為を行う創造者クリエイターと、享受者（消費者であって創造性を受け止めうる能力開発を追求する人びと）の間に、商業人（仲介事業）というべき人々が介在するというのである。

さらにケイブズは、この介在なしには、創造の成果は、創造産業全体として、消費者のニーズに応えた財やサービスとして生かされることは非常に難しいと述べている。そして同時に、このような商業人が真の文化芸術を理解し、消費者の享受能力を喚起するとき、創造の成果は社会の中に定着する可能性が高いといえる。しかしこのとき問題なのは、このような裁量を持つ商業人を、いかに社会が育成し、「卓越した商業人を系統的、体系的に増加させるシステムを構築しうるか、否か」にかかっているといえる。すなわち、自らの達成した知識や技術に満足せず、常に新たな創造的営為に強い関心を持ちながら、優れたクリエイターを発見し、その創造的営為の成果やそれにより生産された商品やサービスを消費者に届ける市場をひとつの産業として開発する必要があるのである。

ケイブズは、創造産業における労働の特徴について、次のように述べている。「創造的な財やサービス、それらの生産過程、および、創造的な芸術家の選好や嗜好等は、創造性が、ほとんど役割を演じない経済の他の分野とは本質的に異なったシステムを持っているということである。こうした違いは、経済の他の分野と区別するような、創造活動の基礎となる性質が原因である」

そして、創造的なサービスの特徴として、以下の5点を挙げている。

- ① 需要の不確実性という問題。すなわち、消費者は、現実には財が生産されておらず、目の前に置かれてもいないのに、新たに生産される創造的な生産物をいかにして評価するのかという問題。それは非常に不確実であり、その財に積極的な価値を見出す顧客をほとんど見出しえないかも知れない。また、リサーチや事前の検証は全く効果がなく、創造的な財の成功は、すでに存在する何らかのニーズを満足させるかどうかによっては、ほとんど説明されないこと。
- ② ①のような現状にもかかわらず、創造活動を担う人々は、一種の「職人＝クラフツ・パーソン」であって、財が販売された後も、自分の生産物に関心を持ち続けること。
- ③ 創造の成果は、「多様なスキル」をもつ人々のコラボレーションを必要とすること。
- ④ 差異のあることを前提とした創造の成果を特徴とすること。
- ⑤ ある秩序のなかで差異をもつスキルが存在すること。
- ⑥ 時間が決定的な役割を果たすこと。
- ⑦ 創造の成果には持続性があり、クリエイターには著作権料収入という形で、持続的な収入がもたらされること。

2.6.2. 創造産業クラスターの特徴

ここでは、一般的な産業クラスターと創造クラスターとの違いについて見ていく。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・ポーターがその著書 *The Competitive Advantage*, 1990（邦訳：『国の競争優位』（1992））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、業界団体等）が地理的に集中し、競争しつつ同時に協力している状態」をさす概念である。これらは、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、英国政府の創造産業報告書の作成に協力した都市開発、文化政策を専門とする英国の経済学者であるプラットは、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点。
- 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点。
- 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点。

つまり、個人の創造性やスキル、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＝環境」の形成が重要となるのである。フロリダやランドリーをはじめとする創造都市論において、「創造の場」や、「創造的環境（Creative Milieu）」における、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、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、自発的に発展したのであって、それらを政策論に限定して分析することは困難であると述べており、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。

2.6.3. 創造産業の同心円モデル

ここではさらに、創造クラスターの振興施策に関する考察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確にしておこう。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、創造的アイディ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。

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、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のである。しばしば、科学技術の振興策にあって先端的な研究であればあるほど成功率は低い、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存在する。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、文化芸術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ためである。透明で公平な文化芸術の支援機関として、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・市等でこれを試行する動きがある。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、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でることが多い。また、文化的価値と市場での評価や、ひいては、創造都市政策におけるアウトカムが表出するまでに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。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。そして、これら小企業からなる産業間の有機的な連関が2.6.2.で述べたような創造産業クラスターを形成しているのである。

つまり、創造産業は本来クラスターを形成しやすいのだといえる。したがって、創造都市をめざす都市における産業政策が、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る。

また、都市固有の文化的評価軸が確立したオープンな市場も重要である。たとえば、デザイン産業等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。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。

2.6.4. 文化経済の視点から見る創造産業

これまでの文化にかかわる産業研究について、我が国の経済産業省では「文化産業」という言葉が80年代に使われ始めている。それが後のITやハイテク産業の発展に伴い、「創造産業」という言葉に変容してきた。「コンテンツ産業」については、わが国のコンテンツ産業振興政策(2004年～)では、IT基本法、知的財産、文化の3つがその柱となっている。そして、文化観光やまでを包括する概念として、「文化産業」がある。この、文化産業の経済学的特徴として、非常に不確実性が大きいという点、アーティストの芸術至上主義であるという点が挙げられる。アーティストやクリエイターの場合、商業的動機が作用しにくい傾向がある。そして、アーティストやクリエイター個々人の才能やスキル、スキルレベル、創造的営為が非常に多様なことから、そのようにして創造された創造物の価格変動も激しいことが、大きな特徴であるといえる。

2.7. 創造都市におけるソーシャル・キャピタルに関する議論

ここでは、これまでのフロリダのクリエイティブ・クラスに関する議論を受け、フロリダの創造都市理論では批判的側面から取り上げられてきたソーシャル・キャピタルの概念について取り上げる。そして、都市における創造性について、これまでのまちづくりや都市再生の文脈における一つのキーワードであったソーシャル・キャピタルというものがどのように影響するのかについても検討する。

2.7.1. ソーシャル・キャピタルと都市の創造性

創造都市の議論を支える「創造性」については、高度成長期以降、様々な議論が存在していた。例えば、日本創造学会（1983）によれば、「異質の情報を組み合わせ、結合したものが個人的、社会的な新しい価値を生ずること」と定義されている。他にも、北海道未来総合研究所他（2007）によれば、「誰もが創造的に生き、仕事ができること」と定義づけられており、ミクロ経済学的な側面との親和性は極めて高いと言える。創造性というものの考え方について、Landry（2000）においては、「知識と確信の中間にあり、文化芸術と産業経済をつなぐ媒介項」として位置づけられ、他方、Florida（2002）では「創造的コミュニティを実現するためには創造的人材の誘引が不可欠であり、そうした誘引のためには社会的文化的地理的環境が重要である」と指摘されている。

このように、創造都市論の文脈において創造性はおおむね、創造都市の実現を目指すことで新しい可能性を引き出すものと捉えられている。知識社会や脱工業化社会に入らる中で、創造的人材の直接的な誘引や、社会的・文化的地理的環境を整える政策を通じて都市の創造性を豊かにし、文化芸術や産業経済の活性化と独自性の高い創造的な都市や地域の形成を目指すことの重要性が増しているのである。

一方、ソーシャル・キャピタルに関しては、創造都市というキーワードに注目が集まるよりも数年早く、パットナム（1993；1995）による提起を契機として、社会関係や人間関係を「資本」として捉えるソーシャル・キャピタルに注目が集まった。ソーシャル・キャピタル（Social Capital＝社会関係資本、または人間関係資本、社交資本、市民社会資本等と訳されることもある）とは、社会学、政治学、経済学、経営学等において用いられる概念であり、人々の協調行動が活発化することにより社会の効率性を高めることができるという考え方である。パットナムは社会の信頼関係、規範、ネットワークといった社会組織の重要性を強調する。パットナムの議論におけるソーシャル・キャピタルの基本的な定義としては、人々が持つ信頼関係や人間関係（社会的ネットワーク）のことを指す。このとき、上下関係の厳しい垂直的人間関係でなく、平等主義的な、水平的人間関係を意味することが多い。ポスト・モダン以降、地域における伝統・文化に根ざした人間関係が、その地域

に何らかの影響を与えるとするソーシャル・キャピタルを醸成し、高める事で、過度にストックに依存する事をしない社会を求め、地域や都市の発展を別の文脈で捉え直そうという議論である。パットナムはこれを、「人々の協調行動を活発にすることによって社会の効率性を高めることのできる、信頼・規範・ネットワーク・といった社会組織の特徴」と定義した。さらにソーシャル・キャピタルには組織内の同質な結び付きを重視する従来の「結合型 (bonding)」と、組織外の異質な人や組織をネットワークする「橋渡し型 (bridging)」の2種類があり、ソーシャル・キャピタルの形成には後者がより重要であると述べている。

そして、都市・地域における豊かなソーシャル・キャピタルの形成は、市民の地域課題解決に向けた自主性・主体性を高め、都市・地域の新たな発展可能性を引き出すものとして捉えられたのである。

また、人と人との間の社会的関係は直接的な観察が難しいことから、ソーシャル・キャピタルの定量化については様々な手法が試みられている。例えばパットナム (2006) では、以下の4つの指標が用いられ、アメリカにおいて大規模な調査を行い、州ごとに比較している。

- ① アソシエーションの数
- ② 新聞購読率
- ③ 国民投票での投票率
- ④ 総選挙での優先投票の利用率

パットナムは他にも、アメリカの国勢調査における州別データを用いて、「共同体の組織的生活」、「ボランティア活動」、「公共的問題への参加」、「非公式な社交」、「社会的信頼」の5分野からなる14の指標を合成した指数を作成し、州を単位とした比較を行った。このようにソーシャル・キャピタルについて、定量的指標を元に計量する試みは、パットナムの研究や、我が国では内閣府国民生活局 (2003) における都市のソーシャル・キャピタルに関する研究等が広く知られている。内閣府国民生活局 (2003) の中で、ソーシャル・キャピタルの定量化にあたり3つの指数が作成された。ここでは他人に対する一般的信頼と特定の人との相互信頼相互扶助を「信頼」、ネットワークに対応するものとして、近隣でのつきあいや社会的な交流を「つきあい・交流」、そして社会規範のうち互酬性の規範のあらわれとしての社会的活動への参加を「社会参加」と捉え、個人を対象としたアンケート調査結果を都道府県ごとに集計し、都道府県を単位としたソーシャル・キャピタルの比較が行われている。また、本研究では3章で行う我が国の創造都市の創造性の計量に関し援用した北海道未来総合研究所 (2009) においても、ソーシャル・キャピタルに関する指標は

重要な位置を占めている。その中でソーシャル・キャピタルは都市の創造性に関わる CED (Community Economic Development) すなわち、コミュニティが地域共通の経済問題を自立的に解決し、それを通じて長期的にもコミュニティの能力を引き上げ、かつ経済的統合と社会的環境諸問題解決の促進をはかる際のひとつのプロセスとして捉えられている。2.2.で取り上げた、佐々木の創造都市に関する議論においてもソーシャル・キャピタルが重要であり、このとき特にパットナムのいう「橋渡し型」の創造ネットワークが鍵となるとの認識が生かされている。この点でも、佐々木とフロリダの都市の創造性に対する認識の違いが見て取れる。

2.7.2. ソーシャル・キャピタルが都市の創造性に与える影響

我が国においてソーシャル・キャピタルと創造性の関係について分析した富永・石田・藤沢（2009）では、ソーシャル・キャピタル及び創造性についてのそれぞれの三つの視点で構成される項目をまず基準化し、総合指数としてのソーシャル・キャピタル指数と創造性指数を算出している。この結果、我が国においてソーシャル・キャピタル指数が高い地域は島根県・三重県・群馬県・鳥取県・沖縄県であり、内閣府国民生活局（2003）で示されている上位あるいは平均以上の道府県においておおむね数値が高いとされている。さらに同研究では、創造性指数が高い地域は東京都・大阪市・神奈川県・愛知県・京都府であるとされた。これをもとに都道府県におけるソーシャル・キャピタル指数と創造性指数をプロットした結果によると、全体の傾向としては負の相関関係が示された。すなわち、これらの研究において、ソーシャル・キャピタル指数を採用したモデルでは、ソーシャル・キャピタルが、都市の創造性を高めるための阻害要因となる可能性があることが示唆されていた。このように、ソーシャル・キャピタルの持つ特定の側面が、創造性を高める際の阻害要因となっていることは、フロリダのクリエイティブ・クラスに関する議論でも説明されており、「寛容性」や「フレキシビリティ」の観点からみれば、ソーシャル・キャピタルの持つ負の側面として、「他者の排除」、「集団の構成員の要求が集団外にもたらす外部性や個人の自由な決定」、「規範の下方平準化」等の様々な指摘がなされている。しかしながら、このようなソーシャル・キャピタルを批判的に扱った研究が、我が国の創造都市においても同様に妥当なものと言えるのか。特に日本では、伝統的な地域社会構造や企業システムが残っており、フロリダの研究とその結論は魅力的ではあるものの、主としてアメリカの一側面を描いたものでしかないともいえる。したがって必ずしも普遍的な地域開発論とは言えない。フロリダのクリエイティブ・クラスに関する議論ではソーシャル・キャピタルにはほとんど関心を向けず、地域の成長や開発はいかに人的資源を開発するかにかかっているとされている。これらの条件を考えるとフロリダ的見解は都市におけるクリエイテ

イブ・キャピタルの一部を明らかにした研究にしか該当しないのではないかという疑問も生まれる。そもそもパットナムはソーシャル・キャピタルの増減と資本主義とを結びつけること自体に反対している。パットナムは、アメリカは何世紀もの間、絶えず市場資本主義のもとにあったものの、ソーシャル・キャピタルそのものは変化していると指摘している。したがって、両者の増減に相関性はないのだというのである(パットナム, 2000)。だが、資本主義といっても福祉国家的資本主義の時代もあれば、新自由主義^{注4}が中心となる時代もあり、決して一様ではないという点には注意すべきである。

一方、パットナムに向けられる批判としては、グローバリゼーションのもたらす影響を大規模なフィランソロピーや市民的活動が以前ほど活発でなくなることに矮小化しているのだという議論がある。このように、パットナムやフロリダらの研究を踏まえ、3章以降で行う各都市の創造性に関する分析では、実際に我が国の創造都市における現状と動向を見ていく。このとき、フロリダのいうようにソーシャル・キャピタルが本当に都市の創造性にとってひとつの阻害要因となるのか、3章及び4章では、フロリダのいうクリエイティブ・キャピタルに加え、ソーシャル・キャピタルに関する視点も加えながら、実際に創造性指標を用いて計量を行い、それをもとに検討することとする。

2.8. 文化資本と都市の創造性に関する議論

「文化」とはとりもなおさず、幅広い概念の総体である。人間が社会の成員として獲得する振る舞いの複合された概念であると言える。文化の定義としては、ユネスコでは「文化とは、特定の社会または社会集団に特有の、精神的、物質的、知的、感情的特徴をあわせたものであり、また、文化とは、芸術・文学だけではなく、生活様式、共生の方法、価値観、伝統及び信仰も含むも」とされている。また、我が国において文化という概念は、ハイカルチャーのように洗練されたもの、あるいは象徴的な思考や学習による信念やふるまいのパターン、ある社会組織に共有されている価値観等といった意味合いで用いられることが多い。現在、創造都市論をはじめ、都市や行政が自身の文化的な資産（有形・無形）の総体を「文化資本」と位置付け、その概念の意義を掘り下げようとする試みが存在する。

ここでは、2.7.でソーシャル・キャピタルに関する議論を整理したのと同様に、「文化資本」という概念に着目し、ブルデューやスロスビー、プラットの議論を参照しながら整理したい。ここでの考察は、6章でも取り上げる文化政策の射程にも関連する。

2.8.1. 文化資本の概念

これまで、主に社会学や経済学で用いられてきた「文化資本」という概念であるが、これについては、以下の2つの定義が代表的なものとして多く用いられている。

(1) ブルデューの定義

フランスの社会学者であるブルデューは文化資本について、「最も恵まれた学生たちは、自分の出身環境から、勉学に役立つようなもろもろの習慣、訓練、姿勢等を受け取るだけではない。彼らはまた、知識やノウハウ、嗜好や『良き趣味』をも受け継ぐのであり、それらは学校において、間接的ではあるが前者に劣らず確実な利益をもたらす」（ブルデュー・パスロン, 1997）と述べている。このように、文化資本が人格形成、教養の獲得、ひいては学歴等に及ぼす影響を論じた。ブルデューの理論では、文化資本は、家庭環境で自然と身につく「身体化された文化資本」、絵画や書物等の「客体化された文化資本」、資格や学歴等の「制度化された文化資本」の3つに分類される。そしてブルデューは、文化資本が社会的地位と経済的利益をもたらすことで、出身階層（高学歴層、特権階層等）による社会的・経済的格差が再生産されるとした。

(2) スロスビーの定義

オーストラリアの文化経済学者であるスロスビーは、文化資本を経済学的視点から分析し、文化資本を、「それが有する経済的価値に加え、文化的価値を具体化し、蓄積し、供給する資産」と定義した上で、「文化資本は文化的価値と経済的価値の双方を生み出すのに対して、『普通の』資本は経済的価値しかもたらさない」とした（スロスビー, 2002）。またスロスビーは、「多様性は、文化資本の重要な属性である。なぜなら、それは新しい資本を生み出す能力を持っているからである。たとえば、創造的な活動が文化資源の既存のストックを踏まえているのであれば、資源が多様であればあるほど、将来生み出される芸術作品も、より多様でより文化的に貴重なものになるだろう」と述べている。さらに、文化資本は社会や経済活動とも結びついていることから、「文化遺産を老朽化させたり、人々にアイデンティティの意味をもたらすような文化的価値を支え損ねたり、有形・無形の文化資本のストックを維持したり増大させたりするために必要とされる投資を怠ったりする等、文化資産をないがしろにすると、文化システムを危険にさらすことになるだろうし、システム崩壊を引き起こして厚生的・経済的産出の喪失という結果になるかもしれない」とも述べている。

文化資本は、経済資本と異なり、都市の構成員である市民による可塑性が高い。体文化資本は、市民自らが選び取った文化の姿なのだともいえる。また、文化資本自体が次世代の担い手を育み、都市の持続可能性を支える。市民が主体的に自治に参画しようとするのはなぜか。それは自らの地域に愛着や執着を持つ。それはすなわち地域社会への帰属意識があり、この地域でよりよく生きようとするからである。フロリダは、創造都市が創造階級によって「選ばれる」ことで、人口が流入するという論を展開したが、

確かにクリエイティブ・クラスにおけるそうした選別がなされる一方で、我が国における多くのアーティストやクリエイター（特に伝統工芸品産業の領域において顕著である）を含む市民は、住む場所を選び取るのではなく土地や集団への帰属意識によって「住み続け」ている。この帰属意識を生み出すのが、文化資本の一つの側面である。市民は文化資本を自らの望む形に変えながら、帰属意識を自ら高めつつ住み続けるのである。このとき、一般的な経済資本とは異なり、文化資本は必ずしも行政や金融による資金の投入によってのみ蓄積をもたらすわけではない。人と人とのつながりをつくろうとする市民のボランタリーな活動や民間、NPO、企業等の活動からも生み出されるし、ある視点からの位置づけを与えるだけでも蓄積される。この時、2.7.のパットナムのソーシャル・キャピタルの理論でも取り上げたが、その主たるつながりは、従来重要視されてきた「結成型」ではなく水平的つながりを持つ「橋渡し型」である。このとき、必ずしも過去の遺産や歴史文化がその必要条件とはならず、ごく最近地域に付加されたものでも、それを育てようという意欲さえあれば、後世に残す文化資本とすることができるのである。さらに言えば広義の文化を形成するための取組は、すべて文化資本の蓄積につながる。文化資本の様々な要素が、相互補完関係を構築することによって、都市は文化的多様性と多様な価値観への寛容性を獲得するのである。その際、文化芸術には特に重要な役割を持つ。文化芸術は、創造力が最も強く反映された存在であるとともに、文化資本の求心力と独自性の中核を担うことになる。文化芸術は、文化資本の全体の力を押し上げることに貢献する。その意味では、文化資本の量が多く価値が高いほど、都市としての個性や独自性が強くなるのだといえる。一方、文化資本が減少すると、市民の自発的な発意と責任にもとづく住民自治が弱まるとともに、文化資本が少ない都市は、創造性の強度も弱まることになるだろう。

この、体文化資本という概念が、多様な主体による取組の有機的な相互作用や、時間を超えて降り積もる効果等をもたらすとすれば、都市としての創造性、すなわち、文化的多様性が構築され、細やかで多層的なネットワークを備えた都市空間を形成することができるといえるだろう。

2.8.2. 文化資本と都市の創造性

ここまで見てきたような、文化資本と都市の関係についてプラットは、いまのところ、フロリダの主張するような創造経済の成長と享受は北半球を中心とする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等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。しかしこのときプラットは、フロリダのいうように、クリエイティブ・クラスをはじめとする創造的人材や創造産業を誘致すれば、そ

れだけで創造都市になるわけではないという。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、それらをサポートする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そのものに備わっていなければ、持続的な発展は望めないとしている。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。これらの主張は、2.5.1.で見たクリエイティブ・クラスの同心円モデルともある程度重ねて考えることができるだろう。では、プラットの主張におけるフロリダの創造都市論に対する批判点とはどのような点にあるのか。

まず、創造都市と創造クラスターの議論についてフロリダのアプローチでは、プレスマーケティング(宣伝集客)、ブースタリズム(推奨宣伝)に陥っているという点を挙げている。そのような展開の継続は、いずれゼロサムゲームに陥るのであり、あらゆる人々が消費者になりえるわけではないという。すなわち、勝ち組の都市であれば問題ないが、国民国家においても地域においても、それだけでは新自由主義的経済発展の補強にしかなりかねないというのである。そして、もう一つの問題点は、その捉えられ方であり、フロリダのアプローチは、アジェンダとして注目を集めるということにおいては役に立ったが、政策立案者においては、プロセスが明確なたちで特定されていないため、政策・立案にかかわっている人にとって、いったい何に荷担しようとしているのかがわからなくなってしまうというのである。プラットは、このとき重要なことは、創造性と都市における都市政策の考え方において、創造産業・経済ということを盛りこみながら、創造都市の包括的なネットワークをいかに創り出すかという点であるとしている。そして、包括的にとらえるということは、単に新自由主義的経済競争に勝ち抜くことのできるエリート的な北半球の都市だけではなく、すべての都市を対象にすることを考えなければならないという。

この時プラットは、フロリダの提唱する「創造階級」という観点で創造都市を理解するのではなく、非創造都市というのは何なのかということについても同時に考えなければならないという点を強調する。そして、創造都市の諸理論において、「文化の消費」というところには焦点があたっているものの、「文化の生産」の問題や、政策の問題にも目を向けるべきであり、さらに政策面においては、持続可能でないところにも焦点が当てられるべきなのだと述べている。

プラットは、いまや創造性という概念が手段として使われており、何らかの経済的な利点をえるため、あるいは競争優位をえるため、自分たちの都市を他の都市よりも競争力があるようにするための手段となっていると述べている。つまり、自らの都市や自らの地域が、より迅速に高い段階での発展、すなわち知識社会や創造経済における商社になろうと

する事に固執しているが、これはあくまで手段であって、文化・創造性に寄与するとは限らないという点を強調する。

一方でプラットは、創造性そのもののトランスフォーメーション（＝変化）の重要性についても述べている。創造性を一つのプロセスととらえた場合、文化的な生産が重要であるという。

このとき、文化生産とは、単にものを生産する産業、いわゆる製造業にだけ限定しているわけではなく、文化的な生産物、そこにかかわる政策、あるいは様々な形態の生産物であり、消費を通した「活動」を楽しむというところまで、すべて網羅した意味での製造業を意味するのだという。このときプラットは、場所と空間に関する地理性の重要性を強調する。場と空間というものが中心的概念を形成しており、創造性、都市における創造性やクリエイティブ・プロダクションを理解するには、単にローカルな域をこえることが重要だというのである。このプラットの議論については、ローカルからグローバルへの視野という意味では、多文化主義とか、ときにはそれをコスモポリタニズムと解釈をすることもできる。

寛容性という考え方は、ホフステード（1995；2013）によれば、その枠組みのなから出てきたものであるといえるが、お互いが違うということを認めあう寛容さのことを示す。2.5.3.でも、クリエイティブ・クラスを惹きつける場としての創造都市における一つの条件として取り上げた。フロリダもプラットと同様に、場所の重要性について述べているが、2このとき、都市や地域にクリエイティブ・クラスが惹きつけられる5つの条件における寛容性や開放性、多様性といった要素は主として職業選択の際の自己実現や自己表現に関する寛容であった。これについてプラットは、都市の創造性にとって、寛容性は必要だが、創造性をもたらすためにはそれだけでは十分ではないとしている。ただ寛容であるだけでは、創造的で文化的な環境が生まれるわけではなく、さらには生産プロセスの性質を考えなければならぬとしている。

つまり、単にグローバルということだけではなく、トランスローカルであること、すなわち、様々なローカルを横断するもの、そして様々な土地を横断するもの、そしてローカル同士のつながりを重視するということである。トランスローカルという考え方は、トランス・カルチュラルという視点にもつながる。そして、様々な解釈が文化においては可能であり、この文脈の中においてアイディア、商品（製品）、プロセスにおいて絶えずトランスフォーメーションしていくということが重要であり、これからの都市の発展については、この概念を用いていかなければならないと述べている。さらに、アイディアとは、文化であろうと、経済であろうと、生産・消費であろうと、それを単一的なカタチで定義するのではなく、むしろ何かとの関連の中においてとらえることが必要であるとしている。

これは、都市においても同様であり、単一のものとしてとらえるのではなく、都市における文化や創造性を考える際にプラットがEmbedded Activities(埋込活動)と呼ぶ社会経済的、文化的活動が特定の場に根座していくプロセスと、根を張りながら関連性をもちつつ変容していくというあり方が、社会的なネットワークとして組み込まれていくていく事が重要であると述べている。

このときプラットは、創造的経済についてはいくつかの問題があるとしている。一つは、普遍性に関する問題である。その中には文化、創造性、創造産業、文化産業も含まれ、場・時間・空間が必要な要素であるとともに、それぞれの空間性や時間性を忘れてはならないのだという。では、創造都市と文化的多様性をどのように位置づけるのか。なるべく排除するようにするのか、うまく取り込むのか。これについてプラットは、多様性や、マルチ・カルチャリズム等の言い方で、様々な文化をまずは並存させ、その中から新しいものを生産していくときに以下の点を考えなければならないとしている。まず、考新しいタイプのアイデンティティは必要であるし、それはどの文化にもある程度あてはまるようなものでなくてはグローバルなものには到達しないが、その際、アイデンティティというのは必ずしも一つではないことを認識する必要があるという。そこで必要となるのが、ナレッジワーカーと呼ばれるような知的な担い手であり、知的な担い手としての個人には、ときには行や官の中で役割を果たし、ときには新しい人材を育成して公的なエージェンシーの中で、あるいは民の中で仕事をしてもらうことが必要担ってくるとしている。しかし一方で、まったく新しい主体や組織形態をつくりだすことも必要であるという。

それでは、フロリダの定義する新たな主体としてのクリエイティブ・クラスはその十分条件たり得るのか。プラットの創造性に関する議論において最もフロリダと異なる点は、多様性について、ある種の衝突も含めた対話の関係が必要なのだという点である。この、対話の必要性ということについてプラットは、多様性とは決して楽なものではなく、これは変革を促すものであり、ときには痛みをともなうし、人に不満を抱かせるものでもあるのだという。

プラットはフロリダの寛容性の理論に対して、ときにはそれをこえて対立する場面も必要なものであり、不協和音というものが新しい調和に到達する一つのきっかけになると主張する。このとき、寛容性だけでは多様性というのは担保されないものであり、もっと革新的なイノベーションをともなったものや、超文化的なもの、多文化的ではなく文化をこえたものは、ある種のコンフリクトを伴う対話がなされたときに顕在化するのだとしている点がフロリダの議論と最も異なる点である。これについてプラットは、必要なことは変革(トランスフォーメーション)であり、新しい意味で何かをつくりだすということであるという。

その意味で、フロリダが用いるイノベーションという概念とは、近する部分も持ちながら全く異なるプロセスを経るのである。そしてプラットは、古いものが変化の影響を受けずに存在し続けるのではなく、新しいものをつくりだし、形成するということだが重要であると述べている。これは決して政策立案者にとっても容易なことではないが、寛容性だけでは十分ではなく、それを乗り越える必要があり、これからの創造都市政策においては、多様な文化的背景を持つマイノリティの参加を通じた社会包摂と仕事の創造が必要になってくるのだと述べている。

2.9. 創造都市政策の分析における各概念の応用

ここまでの議論を受け、本章で整理した各概念を 3 章以降で創造都市政策の分析・考察を進めるにあたり、どのように応用・援用するのかについてまとめる。

まず、2.1. で整理した創造都市論の系譜の中でも、フロリダの創造都市に関する議論は本研究の根幹に深くかかわっている。特に、3.4.における「地域創造性指標」による分析においては、都市へのクリエイティブ・クラスの集中の度合いを示すクリエイティブ・キャピタルの計量の際に、2.5.でも述べた「三つの T」が一つの計量項目として深く関係している。同様に、2.7.においてフロリダの議論と対置させて整理したパットナムのソーシャル・キャピタルの議論についても同様に、RCDI におけるソーシャル・キャピタルの計量の際に援用した。

また、2.2.1. において扱った従来の文化・芸術政策と創造都市政策の違いについては、佐々木の指摘する創造都市において都市のオリジナルな創造産業を育成・振興する際に重要とする三つの点を、4 章の創造都市モデルからの比較分析の際に念頭に置いて分析する。また、2.2.2. の創造都市の都市戦略における課題において整理した都市自治体を創造都市に転換するための取り組みを前進させるための 6 つの課題についても、同様に創造都市モデルのタイプごとの分析の際に参考にする。また、佐々木の同心円モデル等を参考に、本研究で独自に分類したクリエイティブ・クラスの同心円モデルは 3 章～5 章における各創造主体や創造産業の分析に利用した。2.2.3.で取り上げたユネスコ CCN については、3 章～5 章における具体的な分析対象都市の選定において、2.3.と併せて一つの切り口としている。この CCN に関する特徴のうち、(2) 文化的多様性のためのグローバル・アライアンスの枠組みにおける、問題解決に向けた 6 つの目標の中でも特に、②著作権及び隣接権利に関する国際的規則が広く適用されること、という点については、6.4.及び 6.5.において、また③文化産業が地域、世界のマーケットにより多く参加すること、や④幅広い文化に関する商品が世界中でアクセスできること、という点については、6.3.や 6.5.3.の議論における中心的テーマとなる。また、(3) 都市と文化について、創造都市ネットワークという都市間の戦略

的な連携のためのプログラムを推進する際になぜ「都市」なのか、その主要な理由として挙げられている三点については、4 章において、4.4.や 4.5.における分析の基本的な視点となる。

上述のように、これまでの都市の創造性に関する先行研究は、ランドリーらが主張するような各都市固有の文化がどれだけ存在しているかという視点と、フロリダが主張するクリエイティブ・クラスの誘引と創造産業の集積をどれだけ実現できるか、という 2 つの視点に大別することができる。従って、これまでの先行研究で提案されている都市の創造性については、以下の 4 つの「要素」およびその「形成材料」に集約できるだろう。

- ① 技術力…ハイテク・知的産業の集積
- ② 人材の存在・確保…クリエイティブ・クラスの存在・確保
- ③ 寛容性…クリエイティブ・クラスにとって寛容度の高い社会
- ④ 地域アイデンティティ…固有の文化・文化資源等の存在

これらを基本として、本研究では 3.4.において、北海道未来総研（2009）「地域創造性開発指標」を援用しての分析を行う。これは、後に詳述するが、2.4.で整理した都市の創造性に関する評価指標のうち、フロリダ（2007）及びフロリダ（2008）における「国際創造性指標」を援用しつつ、パットナムのソーシャル・キャピタルに関する指標も盛り込みながら、わが国において大規模な都市における創造性に関する調査を行ったものである。本研究において「地域創造性開発指標」を援用した理由は、各種データの取得可能な割合が 2.4.で整理した各指標の中でも比較的高かったためである。

上記④に関する議論を含む文化資本の概念を、今回の検討に含めなかったのは、文化という概念自体がその学問分野により大変広範たる概念であり、我が国における取得可能なデータが十分に取得出来なかったためである。

また、創造産業の定義についても、2.6.で取り上げたケイブズの創造産業の定義では、フロリダの定義する創造産業の範囲のようにハイテク産業は含められておらず、主として文化的生産に関する産業群が想定されていた。そのため、今回の研究ではハイテク産業についても、潜在的に創造産業を下支えするものであり、イノベーションの潜勢力となる産業と捉え、検討に加えている。また、本研究で援用した創造産業分類として援用した吉本（2003;2009）のように、日本標準産業分類から算出可能であったという点も、採用した理由のひとつである。科学技術やハイテク技術をが創造産業に含まれないとすれば、文化に寄与しない創造的営為は創造産業ではないということになる。そのため、今回の検討に関しては、創造産業・ハイテク産業に関する検討に際し、その範囲と間口をやや広めにとつ

ている。このとき逆に、文化に対する寄与度を計量することは、長期的な視点を必要とし、喫緊の現状と特性を計量することは現状極めて困難であることから、文化資本という概念については含めなかった。文化資本は、2.8.でも整理したように、教育等も含め広範な概念であり、いまだ都市の創造性に関して計量する方法論が確立されていないことから、同様に創造産業の検討の際にも除外している。この点については、今後の研究課題でもあるといえる。

以上のように、本章で整理した各概念の創造都市の分析への応用については、以降各章における議論でそれぞれ詳しく扱う。

なお本研究では、ここまで本章において整理してきたフロリダの議論に相当部分依拠しているが、パットナムのソーシャル・キャピタルに関する議論や、佐々木の社会包摂に関する議論、プラットの文化資本に関する議論等の観点から批判すべき点も多く存在しているが、これら批判点の存在も前提としながら、5章、6章における創造都市における文化施設文化政策といった、様々な側面から以降の議論を進めていくこととしたい。

3. 我が国における創造都市の現状

本章では、まず 3.1. で我が国において創造都市の概念がどのように受容され政策へと応用されているかを明らかにし、3.2. では創造都市政策に関する先行研究について取り上げる。3.3. では、各都市の創造都市政策の概要を整理する。3.4. では、地域創造性指標を用いて実際に各都市の創造性に関する指標値を算出し、3.5. において、指標より得られた結果をもとに特性の類型化を行う。そして、3.6. では、各市の創造都市政策を推進する主管部局に対して行った創造都市政策についてのアンケート調査の結果をまとめる。最後に 3.7. では、創造性指標を用いて都市の創造性を計量することの有効性と限界について考察する。

3.1. 我が国における創造都市概念の受容と政策への応用

我が国の創造都市において、創造都市政策に関わる施策や事業等を統括する主管部局はおおむね各都市とも一に集約されるが、その施策や事業の内容の多様性から、施策や事業の実施レベルにおいては、多くの部局や部署にまたがる事も少なくない。また、国政レベルでも、創造都市に関する政策を所管する省庁は多岐にわたっている。例えば、文化庁では、文化芸術の持つ創造性を地域振興、観光・産業振興など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」と位置付けた上で、文化芸術創造都市部門（2007 年度～）における文化庁長官表彰を行なっている^{注5}。また、創造都市推進事業（2009 年度～）や、創造都市モデル事業（2009 年度～）等、自治体の創造都市への取組を支援している。他にも、政府と経済産業省の推進するクールジャパン戦略における創造産業の重点産業としての位置づけ、国土交通省によるコンパクト・シティ政策への創造都市概念の応用等がある。加えて、各省庁や自治体等においては、既存の指標の他に、独自に創造都市政策に関する評価指標が作成されている場合があり、政策の策定段階や、都市の創造性を計量、評価する際に用いられている。

また、国内及び世界の創造都市間の連携・交流を促進し、我が国における創造都市の普及・発展を図るプラットフォームとして、新たにユネスコ CCN の日本版である創造都市ネットワーク日本（Creative City Network of Japan：以下 CCNJ）が平成 25 年 1 月 13 日に創設され活動を始めている^{注6}。これには、ユネスコ CCN 参加都市も数多く参加しており、現在幹事都市を金沢市が務めている。また我が国では、創造都市のコンセプトから創造農村という概念が派生し、生態系サービス等の環境産業という新しい分野の創造産業の可能性を欧米に発信している。日本景観学会理事の斎藤全彦は、「新たな産業創造には健全なコミュニティと良き景観が必須条件」と、創造都市における環境という要素の重要性を述べている。

ユネスコが推進する CCN 事業においては、基本的に地方が中央政府を介さず直接文化発

信することが望まれるが、我が国では主に文化庁が直接の所管業務としており、「地方拠点都市地域の整備及び産業業務施設の再配置の促進に関する法律」等に依存するため、国主導になりがちであるとの指摘もある（文化庁，2011）。このため、他にも国土交通省や経済産業省も独自に地方に対し独自性を打ち出しながら推進する創造都市に対する支援策をそれぞれ提唱している。こうした点から、今後は地方分権とともに、創造都市に関する重複事業の整理、統合や区分け（新産業育成なのか文化発信なのか等）が求められる。一方で東京都は 23 区全域を一つの都市（広域都市圏）として捉え、「文化創造都市」として「東京文化発信プロジェクト」を標榜しており、民間からも文化創造都市政策の提言や、2020 年に開催が決定した東京オリンピックを見据えた「東京文化都市構想」が提案される等、独自の創造都市政策を推進している。また、二子玉川が地域独自で「クリエイティブ・シティ（計画上の名称）」を名乗るといった動きもある。1 章の研究の背景でも触れたように、創造都市とはメガ地域への人口や産業、金融等の一極集中に対抗する形で現れてきた形の振興、再生施策である。しかし今後もし、現実的に東京がユネスコ CCN の認定・加盟創造都市を目指す場合、たとえば江戸工芸（経済産業省認定の伝統工芸として村山大島紬、東京染小紋、本場黄八丈、江戸木目込人形、東京銀器、東京手描友禅、多摩織、江戸指物、江戸和竿、江戸節句人形、江戸切子、江戸からかみ、江戸木版画が指定）と町工場のものづくりを主体としたクラフト部門や、無形文化遺産に登録された和食の代表格である江戸前寿司や天麩羅等江戸発祥の食文化とそこから発展した創作和食による食文化部門、あるいは「KAWAII」を世界標準語に押し上げたファッションを活かしたデザイン部門、アニメやキャラクター等、政府の推進するクールジャパン政策にも取り入れられているようなサブカルチャーを中心とするコンテンツ産業によるメディア・アート部門での申請が考えられる。しかしながら、この場合、東京というメガ地域の中心的としての巨大都市全体がスケールではなく、各区レベルでの独自性を打ち出した創造都市政策の推進を目指す方が現実的であろう。

3.2. 我が国における創造都市に関する先行研究

我が国の創造都市に関する先行研究については、国内外における創造都市論と事例に関する概観を行った佐々木（2006；2009）、国内創造都市における創造の場に関する拠点の立地事例を論じた上野（2006）、アーティストらの誘致の際の活動と居住地の選択条件を論じた上野・瀬田（2008）、横浜における創造産業クラスターの形成について論じた岡田（2006；2007）、別府市における「創造の場」を 4 類型に分類し考察を行った事例研究である萩原（2012）、「創造的環境」に着目して我が国の創造都市を分析した本郷・川島（2008）等、国内外の創造都市における実践事例に着目した研究は多く見られる。しかし、我が国にお

いて創造都市政策そのものの体系を整理し、各創造都市において実践されている施策や事業の現状を捉えながら、その特性にもとづいた比較考察を行なった研究はほとんどなされていないのが現状である。また、各都市におけるユネスコ CCN への加盟申請に際し、フロリダらの創造都市の定義も多く援用されているものの、我が国の先行研究において、フロリダの創造性指標をはじめとする各指標を用い、実際に我が国の都市の創造性に関する計量を行ったものは皆無である。

3.3. 我が国で実践される創造都市政策

まず、1.3.で対象として挙げた各都市の創造都市政策に掲げられた目標や施策、事業、その主管部局、創造都市として行う関連政策や施策に関する現状を、各都市の計画書や統計資料等により把握する。そして、後述する創造性指標をもとに各創造都市の現状とその特性から類型化し、比較考察を行う。その際の手順は以下のとおりである。

- ① 基本計画やマスタープランから事業等の実施計画に至るまでの創造都市政策の位置づけ、関係所管部局、予算の割合等の整理。
- ② 各統計データ、地域創造性指標の指標値及び創造産業・ハイテク産業の割合から創造都市としての特性と現状の把握、類型化。
- ③ 対象都市の所管部局へのアンケート調査と、そこから得られた回答をもとにした各都市の創造都市政策推進に関する現状の把握。
- ④ ②③で得られたデータをもとに、各都市の創造都市としての特性とそれにもとづく類型からの比較考察。

上記にもとづき、ここでは我が国の創造都市における創造都市政策の位置づけと概要について整理する。対象創造都市の計画書等から得られたデータ及び3.6.で改めて詳述するアンケート結果の一部をもとに、対象都市の創造都市政策の位置づけ、政策のレベル、所管部局、予算の割合等について整理し、その概要を表-3-1 のように表した。

まず、ユネスコ CCN への加盟状況について見ると、現在対象都市中 6 都市がすでにユネスコより認定を受け加盟しており、残りの都市の過半数である 3 都市が認定を目指し、それに向けた取り組みを行っていることがわかった。また、政策の位置づけ、レベルに関しては各都市でまちまちであり、目標とする都市像を実現するための具体的な施策や事業により大きく異なっている。

しかし、各市とも、基本計画のレベルから創造都市政策について位置づけており、実施計画から、施策・事業計画にまでに落とし込んでいることがわかった。そして、各市にお

ける政策目標、方向性の違いにより根拠となる政策体系やその関係所管部局も様々であることがわかった。しかしこのとき、所管する部局について見ると、主管部局に加え、多くの都市で多数の部局が創造都市政策の推進に関わっている。そのため、事業の担当専門部局に加え、創造都市に関する企画や政策推進を行う主管部局が主導的役割を果たしながら、他の関係部局との連携関係の中で政策を推し進める体制が取られているものと考えられる。その際、ほとんどの都市では企画課や企画調整課といった、他の部局の実施する事業との横串を通すような部局が主管していることが多かった。これは、創造都市政策の目標像を実現するにあたり、多数の部局にまたがる事業展開がなされるため、ワンストップ的な役目を果たす必要があるためであると考えられる。また、対象 14 都市においては、過半数の 8 都市で、19 年度より始まった「文化庁長官表彰（文化芸術創造都市部門）」（各市受賞年度は異なる）を受けている。これは、創造都市としての取り組みに国が一定の評価を与えるものであり、各市の創造都市政策への取り組みを評価し、後押しすることが主な目的である。

さらに、ユネスコ CCN 認定・加盟都市の多くは、創造都市政策の理念に関係する都市宣言を行っている。また、各市における創造都市政策に関する予算については、各市多様なレベルでの施策や事業を創造都市政策の実施対象としていることから、その計上規模についても様々であった。しかしながら、金沢市や浜松市のように、それぞれ他の都市と比較しても、予算の規模はそれほど大きくないにも関わらず、高い割合で予算を計上している都市が見られた。たとえば神戸市では、投入される予算の総額はもとより、施策、事業に関する項目の内容も他市に比べて管轄する部署や実施対象等細かい体系化はされておらず、予算もほぼ一括で投入されている。しかしながらたとえば、創造性指標による検討の際、創造産業の評価項目には入っていないため、今回は創造都市政策にもとづく事業の抽出対象には含めていないが、神戸市におけるスーパーコンピューター「京」の開発予算や、先端医療産業政策に関係する予算といったような、フロリダ（2008）におけるクリエイティブ・クラスの議論の中でも位置づけられた創造産業に従事する人々の中でも、3.2.1.で整理したスーパー・クリエイティブ・コアとして、今後創造産業の分類に加わる可能性の高いような産業群を含めれば他の都市と比較してもかなりの高水準となる点にはある程度注意する必要があるだろう（表-3-2）。これらの産業が直接都市の創造性に関わるのかという点については、2 章でも整理したプラットらによる文化資本の議論の視点から、フロリダや英国 DCMS の創造産業分類への批判も多くあるが、本研究では、あえて都市の創造性に対する潜在力として、また、スーパー・クリエイティブ・コアとクリエイティブ・プロフェッショナルの中間に存在する創造性を発揮する業種として、フロリダの説を援用し、考察している。この事からも、事業展開や創造産業の推進に関しては、その割合は小さくとも、

今後創造都市としての取り組みに関する広がり期待できるケースも存在するといえる。この点については、2.6.や 2.8.で触れたプラットヤケイブズの議論も含め、今後の創造産業の分類に関する議論における検討課題であるといえる。ゆえに、本研究で分析に用いた具体的産業分類については 3.4.2.で改めて述べるが、2 章での議論や、クリエイティブ・クラスの提唱者であるフロリダの説をはじめ、創造産業の定義や創造都市政策における事業の範囲は近年拡大、多様化する傾向があるという点には注意する必要がある。

また、現在我が国では、文化芸術の持つ創造性を福祉、教育、観光をはじめとする産業等にまで広げながら領域横断的に活用し、自治体、文化ボランティアやアートNPO等の市民団体、地域の民間企業等が協働して地域課題の解決にとりくむ先駆的かつ多様な取組を支援している。また、これらの取り組みが地域課題の解決にどのような効果を上げたのかを評価・分析することにより我が国における多様な文化芸術創造都市モデルの構築につなげるため、21年度より文化芸術創造都市推進事業に関する年次報告を発表している。

表-3-1 各都市における創造都市政策の大系と概要

構成要素/都市	札幌市	盛岡市	仙台市	鶴岡市	横浜市
ユネスコGN認定・加盟(分野)	◎(映画、メディア・アーツ:2013) ↓ 第4次札幌市長期総合計画 ↓ 第2次・第3次札幌新まちづくり計画 ↓ 「札幌市まちづくり戦略ビジョン」 ↓ 「創造都市札幌」に向けた提言 ↓ 戦略圏における6つの創造戦略 ↓ 創造都市札幌推進関連事業	— ↓ 盛岡市基本構想 ↓ 盛岡市総合計画実施計画 ↓ 盛岡ブランド推進計画 ↓ 「活力ある産業の振興(施策の柱)」 ↓ 「地域資源を生かした観光、物産の振興(施策)」	— ↓ 仙台市基本構想 ↓ 仙台市基本計画 ↓ 「創造と交流 仙台市都市ビジョン」	◎(食文化:2014年) ↓ 鶴岡市総合計画 (基本計画・基本構想) ↓ 「鶴岡食文化プロジェクト」 ↓ 鶴岡食文化創造都市推進プラン実施計画 (26・28年)	△目指す(映画、メディア・アーツ) ↓ 「横浜開港150周年～市政120周年～基本計画」 ↓ 2004年文化都市戦略 ↓ 「クリエイティブシティ・ヨコハマ」提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」 ↓ ～2010年からの方向性～
関係部局/◎主管部局(太字)	◎市長政策推進政策企画部 プロジェクト担当 ・市民まちづくり局 企画部 企画課 ・札幌市経済局 産業振興部	◎商工観光部 ブランド推進課 ・盛岡ブランド推進計画推進戦略会議	◎市民文化スポーツ部 文化振興課 ・総務企画局 企画部 企画調査課 ・企画市民局 総合政策部 政策企画課	◎政策推進課 鶴岡食文化創造都市推進協議会 ・鶴岡市食育・地産地消推進協議会	◎文化観光局 創造都市推進課 ・開港150周年創造都市事業本部
文化庁長官表彰(文化芸術創造都市部門)	20年度	—	21年度	23年度	19年度
関係する都市宣言等	創造都市さっぽろ(sapporo ideas city)宣言	—	—	—	—
創造都市に係る予算額と一般会計予算額に占める割合(24年度)	27,400千円(0.003%)	71,500千円(0.07%)	325,237千円(0.06%)	43,846千円(0.07%)	762,847千円(約0.05%)

構成要素/都市	新潟市	金沢市	浜松市	名古屋市長	大阪市
ユネスコGN認定・加盟(分野)	△目指す(食文化) ↓ 新・新潟市総合計画 ↓ 基本構想・基本計画 ↓ 第三次実施計画 ↓ 新潟市文化創造都市ビジョン	◎(クラフト&フォークアート:2009年) ↓ 金沢世界都市構想 1次・2次期本計画 ↓ 金沢市のつくり基本条例 ↓ 創造都市推進プログラム ↓ 金沢ものづくり戦略	◎(音楽:2014年) ↓ 基本構想 ↓ 第1次浜松市総合計画「はままつやまいか創造プラン 2007～2014」 ↓ 浜松市文化振興ビジョン ↓ ユネスコ創造都市ネットワーク加盟事業 ↓ みんなのはままつ創造プロジェクト	◎(デザイン:2008年) ↓ 名古屋市長基本構想 ↓ 名古屋新世紀計画2010(現在は終了) ↓ 名古屋市中期戦略ビジョン ↓ 第3次実施計画 (現在は終了、次期計画を策定中) ↓ クリエイティブデザインシティなごや推進事業	(検討中) ↓ 大阪市総合計画 ↓ 大阪市基本構想 ↓ 大阪市基本計画2008～20015 ↓ 「大阪市創造都市戦略Ver.1.0～市民主導の創造都市づくり～」 ↓ ※首長の交代により現在は明記なし、新たな文化政策を策定中
関係部局/◎主管部局(太字)	◎地域・魅力創造部 政策調整課 ・新潟市文化観光・スポーツ部 文化政策課 企画係	◎都市政策局 企画調整課 ・産業局 ものづくり支援課	◎浜松市企画調整部 企画課 創造都市推進グループ	◎市民経済局 産業部 産業経済課 ・総務局 企画部 企画課 企画係	※現在は主管部局なし ・政策企画室 経営企画室 経営企画室 (現:政策企画室 企画部)
文化庁長官表彰(文化芸術創造都市部門)	—	19年度	23年度	—	—
関係する都市宣言等	—	・世界工芸都市宣言 ・金沢ファッション産業都市宣言	—	・デザイン都市宣言	—
創造都市に係る予算額と一般会計予算額に占める割合(24年度)	12,100千円(約0.003%)	302,835千円(0.19%)	1,342,218千円(0.5%)	51,000千円(0.005%)	—

構成要素/都市	神戸市	徳山市	高松市	北九州市	—
ユネスコGN認定・加盟(分野)	◎(デザイン:2008年) ↓ 総合基本計画(マスタープラン) ↓ 第5次神戸基本計画 ↓ 神戸2010ビジョン(中期戦略:現在は終了) ↓ 神戸2015ビジョン(中期戦略) ↓ 事業計画「デザイン都市・神戸」を推進するための基本方針	△目指す(クラフト&フォークアート) ↓ 第二次総合計画 (基本計画・基本構想) ↓ 実施計画 ↓ 創造都市ネットワーク推進事業	— ↓ 第5次高松市総合計画 「新生たかまつ 人・まち 輝きビジョン」2008～2015 ↓ 基本構想 ↓ まちづくり戦略計画 ↓ 創造都市推進ビジョン	— ↓ 北九州市ルネサンス構想 ↓ 第三次実施計画 ↓ まちづくり推進計画2010 ↓ 北九州市文化振興計画	—
関係部局/◎主管部局(太字)	◎企画調整課 デザイン都市推進室 ・市民参加推進局	◎政策部企画課 徳山に住もう得るうさ ・創造都市ネットワーク推進委員会	◎商工労働課 創造都市推進局 産業経済部 商工労働課商工課 ・高松市創造都市推進審議会(設置予定) ・創造都市推進懇談会(設置予定)	◎市民文化スポーツ局 スポーツ部 文化政策課 ・市民文化スポーツ局 スポーツ部 文化振興課 ・文化財課	—
文化庁長官表彰(文化芸術創造都市部門)	22年度	20年度	—	—	—
関係する都市宣言等	・神戸文化創生都市宣言 ・ファッション都市宣言	—	—	・環境未来都市宣言	—
創造都市に係る予算額と一般会計予算額に占める割合(24年度)	156,721千円(約0.02%)	8,626千円(0.04%)	検討中のためなし	—	—

表-3-2 神戸市における先端医療・SCP 関連事業予算

を含めた創造都市政策に関する予算の割合

予算項目/予算額・割合	
先端医療都市政策予算額(千円)	3128942
先端医療都市政策の総予算に占める割合(%)	0.39
スーパーコンピュータ関連予算額(千円)	2399473
スーパーコンピュータ関連予算の割合(%)	0.3
先端医療・SCP関連予算を創造都市政策に含めた場合の予算額(千円)	5685127
先端医療・SCP関連予算を創造都市政策に含めた場合の予算の割合(%)	0.71

3.4. 地域創造性指標及び創造産業の現状から見た創造都市

ここからは、各市の創造都市としての現状を、統計データをもとに算出した地域創造性指標の計量値から明らかにする。また、創造性指標において、主としてクリエイティブ・クラスの集積の度合いを示す指標である各市の創造産業・ハイテク産業について、より詳細な現状を、各種統計データより整理・把握し、各創造都市がどのような特性を持っているかについて明らかにしていく。

創造性の指標化する事の意義についてランドリー（2002）では、創造的な都市の潜在能力を測定するには新たな指標が必要であるとして、その指標化の意義を次のように強く主張している。「指標は、複雑な情報を単純化して伝達するものである。そして、その第一の目的は、評価プロセスの道案内をして、政策立案者が行動し、その次に決定の影響を評価し測定し監督する手助けをすることにある。指標が重要な理由はいくつかある。例えば、何が目標となるべきかに関する議論は、何が都市にとって重要なのかに関する議論を起こす引き金となる。指標は、どの目標に到達したいのかを明確にすることで都市に目的と行動計画を与え、そうすることで欲求が生み出される。指標は、長所と短所とを評価する機会を、またどうやってそれらを取り上げるのかを評価する機会を与える。

最後に、数値化は活動に正当性を与える」こと、すなわち、指標を用いて都市の創造性を計量することの意義は、一つには都市の目標を市民との間で合意形成、対話議論するためのツールであり、二つ目に再帰的、反省の過程として政策を見直すためのツールであるとともに、政策の正当性の検証のためのツールであるといえる。

さらにランドリーは、指標化がもたらす都市内部の学習機能が、都市の創造的な活動を維持する重要な仕組みであると指摘し、「創造都市」よりも「学習する都市」というメタファーが将来的には着目されると論じている。この時ランドリーは同時に、創造性の概念に加え、再帰性、持続性といった学習的要素を都市の中に埋め込み、たとえ病的状態からでも、また、全くの無からでも再生していける創造力豊かな都市像を提起し、たとえ様々な

課題を抱えているとしても、都市の創造性の新たな指標化を目指すことの重要性を強く主張している。

3.4.1. 地域創造性開発指標

地域創造性開発指標（Regional Creative Development Index：以下 RCDI）とは、北海道未来総合研究所（2009）において、全国の 20 万人規模以上の都市への調査に用いられた指標であり、都市における創造性に関する特性を表す指標である。これは、先に 2.4.でも取り上げた創造性に関する指標の内、Florida（2002）において提唱された Creativity Index（改訂後の名称は International Creative Index：国際創造性指標（Florida, 2005））をもとに日本版の創造性指標として開発された。本指標は、フロリダの主張する三つの T（Talent・Technology・Tolerance）を含む各項目を数値化し、計量可能にした指標であり、都市の現状及び創造性とその特性を把握可能にするものである。RCDI は、地域コミュニティを再生の牽引力として地域の創造性のあり方を検討し、政策提言を行う目的で作成された。その計量の主軸となる指標の要素が以下の三つである。

- ① 人的資本(HC・Human Capital：ヒューマン・キャピタル)
- ② 社会関係資本(SC・Social Capital：ソーシャル・キャピタル)
- ③ 環境資本(EC・Environmental Capital：エンバイロメンタル・キャピタル)

これらの 3 要素から構成される地域創造性開発モデルが地域創造性開発指標として設定された。そして、これらのモデルにもとづいて 47 都道府県、113 主要都市を対象に順位化し、あわせてアンケートとヒアリングによる地域の創造性開発の実証的研究を行っている。

フロリダ（2007）では、創造性階級の存在が地域経済の成長を決定的にすると主張し、ヒューマン・キャピタルに主軸をおく一方、パットナムが主張するソーシャル・キャピタル論を激しく批判していた。しかし、地域創造性開発指標では、フロリダのヒューマン・キャピタルを採用する一方で、フロリダの主張がある側面においては正しいとしても、それはあくまでアメリカにおける都市理論の一つであり、我が国の都市の創造性理論に当てはまらないのではないかという点や、ソーシャル・キャピタルは経済発展と矛盾しないのみならず、遅れた地域や疲弊した地域の経済発展の切り札的要素であることを考慮して、ソーシャル・キャピタルに関する指標も採用している。また、エンバイロメンタル・キャピタルについては、通常、経済学ではナチュラル・キャピタル(Natural Capital：自然資本)として説明するのが一般的であるが、人間は自然のみならず人為的な要素を含めて地域社会やそれらをとりまく環境を捉えることが適切であるとして、選択された。

これらの指標の関係は、もともと創造都市というコンセプトが、成長社会・工業社会のもともとのやサービスの充足と、所得の向上、インフラ整備の進展を伴いながら知識社会・成熟社会へと変化し、価値観やライフスタイルが多様化し、経済的側面の相対化や、QOL・満足度(充足感)を重視し、趣味や社会参加等による自己実現、生き甲斐の実感、誇りと愛着の持てる地域社会と居住空間の重視へとシフトしてきたことが背景にある。そして、政策における個人の「満足度」の向上の重視と、社会参加度や社会とのつながり(絆、縁)の強さを示す指標の検討(企業への就労、NPO 活動、ボランティア・コミュニティ活動への参加等)は不可欠であることから、本研究では、2 章でも整理してきたような議論を包括的に含む RCDI による検討が適切であると判断した。

北海道未来総合研究所(2009)では、地域創造性開発指標を用いた国内都市の分析結果から、3つの要素のバランスに着目して都市を7つの類型(①高位バランス型、②人的資源突出型、③信頼突出型、④環境突出型、⑤環境低位型、⑥信頼低位型、⑦人的資源低位型)に分類した上で、各分類に該当する15都市を対象としてそれぞれケーススタディを行っている。

我が国における創造性に関する指標としては、他に佐々木(2003)における「都市の創造性・持続性指標」^{注7}や、日本ファッション協会(2008;2009)における「生活文化創造都市指標」^{注8}等が存在する。また、これらの指標は実際に計量する際に採取しうるデータの数やサンプル数に限りがあるため、本研究では分析には使用していない。また、2章で取り上げたプラットの文化資本の議論における各概念についても、計量可能なデータを得ることが困難であったため、今回の議論からは除外している。

ゆえに本研究では、実際に北海道未来総合研究所により大規模な都市調査に用いられた点、また、創造産業については2.6で整理したスロスビーやケイブズの議論をうけ、日本標準産業分類における各産業を当てはめての計量が可能な点等を考慮し、北海道未来総合研究所(2009)におけるRCDIを援用した。(これらの具体的な評価項目や、他の創造産業の分類等の詳細は先述のわが国以外の各創造性指標、政策評価指標のバリエーションと同様にAppendixに付す)。

3.4.2. 地域創造性開発指標算出における創造産業の位置づけ

RCDIにおける人的資本、社会関係資本、環境資本の3つの指標のうち、人的資本指標のタレント(Talent)に関する指標値を計量するに際して本研究では、これまで見てきたように、様々な分類の定義が存在する創造産業^{注9}について、吉本(2003;2009)による産業分類を援用した。創造産業の定義に関する議論は、90年欧州における文化創造都市戦略における「文化による都市再生」論が発端であるが、ランドリー(2000)が出版されたのを契

機に広まっていった。ランドリーによれば創造産業とは、文化創造都市戦略（クリエイティブ・シティ）戦略のコアになる産業であるとされた。これらの産業は今日では、規模の大小に関わらず、他の産業に波及した場合の経済的ポテンシャル、さらには社会的包摂といった社会的ポテンシャルが大きい産業である、という認識が共有されている、他の視点からの定義としては、ケイブズ（2002）によるものがあるが、これによれば「創造と単調な労働との契約による結合」すなわち実質「創造と流通との契約による結合」と言い換えが可能だという。他にも、スロスビー（2002）による定義では、IT により複製可能となったことで文化的コンテンツが経済的な財として注目を集めるようになった産業群であるとされる。いずれの定義においても、インプットとしての創造性の重要性が強調されている。

また、知的財産や著作権が収入源として非常に重要な役割を演じていることから、創造産業は総じて知的財産に関する産業であるともいえる。また、その範囲については、英国ブレア政権により、具体的に①アニメ、②映画・ビデオ・写真、③テレビ・ラジオ、④音楽、⑤ゲーム、⑥出版、⑦広告、⑧グラフィックデザイン、⑨インダストリアルデザイン、⑩デザイン（その他）⑪ファッション、⑫工芸、⑬、舞台芸術、⑭芸術の 14 分野が示された。そして、吉本の研究において提示された分類では、当該分野における創造産業の分類として先行研究や国際的な分類規格において最も多く応用されている英国の文化・メディア・スポーツ省（英国 DCMS）が定義する創造産業 13 業種¹⁰（①広告、②建築設計、③美術・骨董品・生活文化、④工芸、⑤デザイン・ファッション、⑥映画・映像・写真・ビデオ産業、⑦音楽産業、⑧舞台芸術、⑨芸術家、学術・文化団体、⑩出版、⑪コンピュータ・ソフトウェア、⑫PC 及びビデオゲーム、⑬テレビ・ラジオ放送）を、日本標準産業分類¹¹に対応させている。こちらの分類は①広告、②建築設計、③工芸・美術・骨董品・生活文化、④デザイン・ファッション、⑤映画・映像・写真、⑥音楽、⑦舞台芸術、⑧芸術・学術・文化団体、⑨出版、⑩コンピュータ・ソフトウェア、⑪テレビ・ラジオ、の 11 業種である。

吉本（2003）における創造的産業群の現状調査は、都市の創造性を指標として数値化する我が国で初めての試みであり、英国の創造産業が規定する業種設定にいて、総務省の事業所・企業統計調査とサービス業基本調査の基礎データから定量的把握を行っている。当時景気後退の中にあっても創造産業群が拡大していることを示した。また、創造産業が、拡大するサービス産業群の中でもとりわけ高い収入の伸びを示したことを報告している。これは、ポスト工業化時代における日本の産業構造の変化を創造産業の観点から捉えなおし、新たな振興策へと視点を振り向ける契機となる重要な研究であった。

しかし吉本自身も、既存の事業所・企業統計を使ったこの調査は個人ごとの職種を厳密に反映するものではなく、あくまでその業種に従事するものであること、従来の産業分野

にいた業種で集計していること、都市別の細かな小業種分類が困難なため、大都市のみの調査に設定されていること等の基礎統計自身をもつ限界を抱えており、十分に実態を反映できないという課題が残るとしている。

これを受け、後藤（2005）における「創造都市指標」では、創造性をベースにした社会資本論の再構築を目指し、上記の吉本の課題をクリアにするため、独自に開発した指標による調査を行っている。ここでは、基礎データを Yahoo! 電話帳から独自に抽出して実施し、全国 100 都市（人口上位）を対象とし、創造産業群を再分類した職種分類から算出した。これは、過去 1 年以内の最新データを反映するといった特徴をもつ。そして、この調査結果から、都市の創造性と人口規模には相関関係がないことを示し、地方都市よりも大都市周辺部において創造産業が衰退しているという問題を指摘している。

本研究ではこれを受けてブラッシュアップされた研究である吉本（2009）の産業分類に、平成 22 年経済センサス-基礎調査から得られた当該産業のデータを当てはめ算出した。このとき、19 年度改訂の際に再分類された産業については筆者が再度分類し、新たに当てはめた^{注 12}。この産業分類方法を用いた理由は、英国 DCMS による産業分類は、海外の研究調査に用いられている点や、これらを本に校正された吉本による分類は、我が国の東京都による調査等においても広く援用されている点及び、現状での我が国における創造産業に関するデータ採取可能な最新の分類となっているためである。

図-3-1 は本研究で扱う創造産業の分類について、英国の文化・メディア・スポーツ省（英国 DCMS）が定義する創造産業 13 業種を、吉本（2009；2009）における分類定義に当てはめ当該産業を規定したものである。

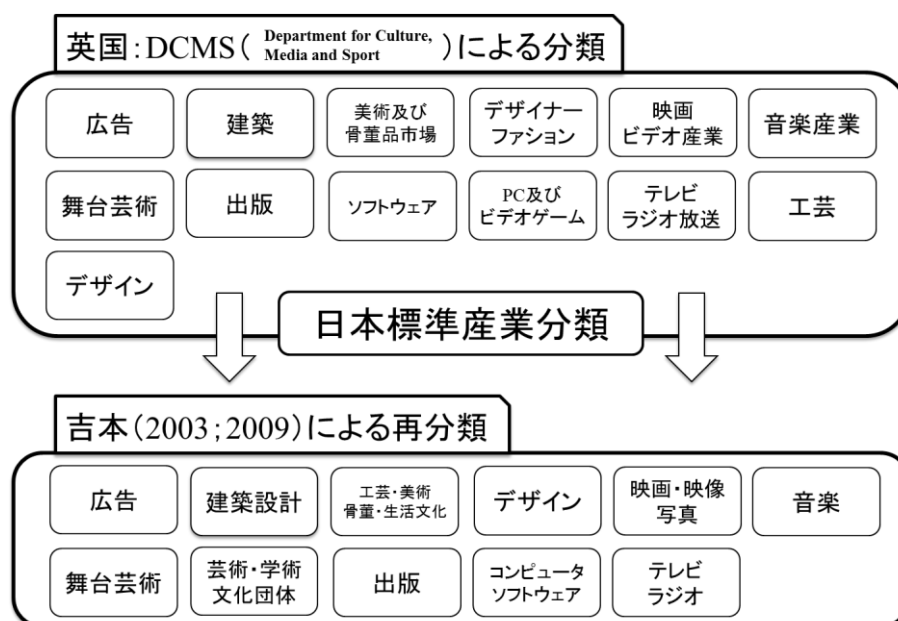


図-3-1 本研究で扱う創造産業の分類

創造産業を分類する事の困難さと問題点について吉本（2009）では、既存統計を活用するため、平成5年改定の日本標準産業分類を用いざるを得なかったため、創造産業の特定には課題が残されていたと述べている。上述の通り本研究では、H19年第12回改定で定められた日本標準産業分類にき、再度創造産業の抽出・特定を試みた。その上で、平成18年事業所・企業統計調査の結果から、わが国の創造産業全体の動向を把握している。一方創造産業と同様、1990年代後半に英国で誕生した創造都市の考え方は、世界を席卷する勢いで拡大しており、日本でも創造都市の考え方を政策に取り入れる都市が増加しており、諸外国の例を見ても、創造産業に関する都市ごとの特性を把握することは、各都市の創造都市政策の基礎になると考えられる。これらの産業分類は、既に述べたとおり、フロリダやケイブズと行った創造都市に関する諸説のすべてに該当する産業を網羅するものではない。また、今回の検討にハイテク産業を含めたのは、2.9.でも述べたように、本研究では主にフロリダのクリエイティブ・クラスが属する産業群を対象としているが、これも創造産業同様、既存統計から数値を得ル事が容易であった点及び、フロリダの指摘するように創造都市政策そのものへの直接的なアウトカムは持たずとも、それらをサポートし、創造性に関する潜勢力を担保しうるという点で、クリエイティブ・プロフェッショナルに關係する産業群や、ハイテク産業については十分に検討に含める価値があると考えたためである。

わが国でも、創造都市を政策目標に掲げる自治体は少なくないが、多くは文化芸術をまちづくりに結びつける施策にとどまっており、創造産業の振興策を明確に打ち出したり、あるいは産業振興の面で具体的な成果に結びつけたりしている例は少ないのが現状である。

このとき、創造産業の中でも、文化芸術は従来の文化政策を強化・拡充する等、政策の方向性が見えやすいが、それに対して、民間が担い手となるその他の創造産業については、自治体の具体的な政策は描きにくいといえる。そのため、各自治体の創造産業の特性を把握した上で、振興の対象となる産業を統計的に分析し、特定する事が必要であると考える。

3.4.3. 地域創造性開発指標計量値の算出

各都市の RCDI の計量値については、3.4.1.で取り上げた RCDI の三つの指標について、具体的には以下のデータから算出した。

(1) 人的資本指標（Human Capital）

タレント（Talent）指標については、全産業におけるクリエイティブ産業従事者の割合（創造産業従事者率）、学生の割合（15歳以上の高等教育機関の学生数）をそれぞれ、総務省「日本標準産業分類」、総務省「事業所・企業統計調査」、総務省「国勢調査」、文部科学省「学校基本教育調査」から把握した。また、テクノロジー（Technology）指標に

については、日本標準産業分類から当該産業を抽出した上で、総務省「事業所・企業統計調査」から得られたデータを用い算出した。寛容性（Tolerance）指標については、移動人口率と外国人登録者率を（財）国土地理協会「住民基本台帳人口要覧」、法務省「平成22年度末における外国人登録者統計について」「在留外国人統計」から把握した。

（2）社会関係資本指標（Social Capital）

社会参加支援指標については、公共の場の現状、施設や参加の現状について、総務省「統計でみる都道府県のすがた 2011」、「参議院議員通常選挙結果調査（2010）」、「平成22年版情報通信白書」、中央共同募金会、全国老人クラブ連合会、内閣府国民生活局の各ホームページから把握した。次に、社会参加ネットワークについては、各対象都市の直近の市長選挙結果、NPOについては、各市長選挙管理委員会ホームページ、各自治体統計、NPO 法人データベースより把握した。

（3）環境指標（Environmental Capital）

環境指標については、自然居住環境、循環環境指標については総務省「統計で見る都道府県のすがた 2011」、（社）日本下水道協会ホームページから把握した。

その他の関係指標に関しては、平成22年国勢調査及び各省庁、各市の公表データ（総務省統計局「統計でみる市町村の姿 2011」、農林水産省「グラフと統計でみる市町村の姿」、各市選挙管理委員会ホームページ）及びNPO 法人データベース「NPO ヒロバ」2012年12月時点）等をもとに算出した。これら指標をもとに算出した結果について、以下に詳しく見ていくことにする。

3.4.4. 地域創造性開発指標から見た創造都市の現状

表-3-3 は、RCDI を実際に用い算出した各市の計量結果をまとめたものである（このとき算出に用いた各項目に関する基礎データは Appendix に付した）。

まず、フロリダにより提唱された国際創造性指標（International Creativity Index）におけるクリエイティブ・クラスの割合を示すヒューマン・キャピタルに相当する人的資本（HC）関連指標では、タレント（Talent）指標に関する数値について見ると、域内人口対する創造産業の割合では、大阪市や名古屋市、仙台市といった製造業中心となる創造産業や、ハイテク産業を中心とする中小企業等を多く有する大都市で高し数値となった。これらの都市では同時に寛容性（Tolerance）指標の値も高くなっている事がわかる。これは、我が国における創造都市においても、フロリダが主張するように、首都圏以外の産業都市にクリエ

イティブ・クラスが集中しやすいとの論（フロリダ，2008）ともある程度符合する。また、多くの大学や研究機関を有する金沢市や仙台市では域内人口に対する学生の割合に関する値、すなわち教育に関する値が高かった。さらに、ハイテク産業では、これらの都市に加え、光電子産業等を有する浜松市で高い値を示している。

一方、寛容性指標で見ると、金沢市のようにその値がそれほど高くはない都市においても創造産業の発展及び、クリエイティブ・クラスの集中は一定程度見られた。このことから、2.7.の、ソーシャル・キャピタルの議論でも取り上げたように、フロリダの主張するような、寛容性の低い都市ではイノベーション等が起きにくいという議論や、創造性に関する数値のうち人的資本（HC）指標に関する値の向上が阻害されやすい条件となり得るという説（フロリダ 2008；2009）には必ずしも当てはまらないことが明らかとなった。逆に、日本型の創造都市では、寛容性に関する数値の高さが必ずしも創造性を阻害する条件とはならない可能性もある。この点はパットナムのソーシャル・キャピタルに関する議論と、都市の創造性に関する議論とを併せて今後の我が国の創造都市研究における検討課題の一つともなり得るだろう。

次に、社会関係資本関連指標について見てみると、歳出総額に占める民生費の割合では、生活保護世帯の増加等の福祉問題を抱える大阪市や、札幌市、高松市等、完全失業率の高い都市において高く、一方体育施設費や社会教育費の割合では、新潟市や盛岡市、金沢市、鶴岡市、といった北陸～東北地方にかけての都市、及び札幌市等で高い値が見られた。また社会参加ネットワークでは、篠山市を除き大阪市や神戸市、仙台市、横浜市のように大都市部で 1000 人あたりの NPO 数が比較的高い値を示している。

そして、環境資本（EC）関連指標について見てみると、自然居住環境の値では、大阪市や名古屋市、横浜市といった大都市等で 1000 人あたり可住面積率、森林面積、都市公園数の値が低くなっている。また、ゴミの総排出量や、循環環境の値では、環境モデル都市を掲げ、積極的に環境に関する政策を推進する北九州市や、横浜市、名古屋市等、工業やハイテク産業の集中度の高い都市において、ゴミのリサイクル率や都市公園数の割合等の値が高くなっているという特徴が見られた。

最後に、それぞれの関係性について見て見ると、図-3-2 からわかるように、総合的には仙台市、名古屋市、金沢市、横浜市といった都市で値が高く、逆に北九州市や札幌市、神戸市、高松市といった都市で値が低かった。総合的な値が低かった大都市群については EC に関する値が高いという特徴が見られたが、EC に関せ得る各指標は、基本的に環境資本に関連する都市インフラが充実していることを示すため、フロリダが述べているように、よりよい都市環境や、住みやすい地域を求め移住する傾向にあるクリエイティブ・クラスの議論から感がえれば、今後、例えば札幌市や横浜市のように高い EC を持ちながら、HC

の充実がみられるような都市群に、別の視点からの注目が集まる可能性がある。一方で、新潟市のように、高い SC 及び EC を持つ都市に関しては、創造産業の誘致や、アーティスト・クリエイターの UIJ ターンを呼び込む際に、どのような創造的環境を提供できるかといった点が新たな検討課題として浮き彫りになったといえるだろう。

表-3-3 各都市における RCDI 計量値

基本視点の3要素	指標項目	構成要素(単位)	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占める創造産業従事者率(%)	3.15	3.78	3.99	4.17	2.26	3.27	3.02	4.07
		学生の割合(15歳以上の在学者率:高等教育)(%)	6.01	5.09	6.61	7.17	4.30	4.57	3.89	10.22
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率(%)	3.67	0.33	0.32	0.53	6.20	2.69	1.51	1.99
		移動人口率(%)	0.23	1.74	-0.80	2.03	-4.05	3.05	-0.24	1.71
		外国人登録者率(%)	1.29	0.36	0.35	0.70	0.51	1.43	0.50	0.92
社会資本関係指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	歳出総額に占める民生費の割合(%)	32.1	33.41	28.15	24.61	24.49	31.98	24.44	29.45
		歳出総額に占める体育施設費の割合(%)	0.0006	0.59	0.53	0.49	0.82	0.16	1.29	0.87
		歳出総額に占める社会教育費の割合(%)	0.21	0.84	3.63	2.36	2.46	1.87	2.71	3.35
	社会参加ネットワーク	直近の市長選挙投票率(%)	—	58.54	無投票	44.72	78.85	68.76	31.04	35.93
		(人口) 1000 人当たりNPO数(団体)	0.36	0.05	0.45	0.40	0.29	0.39	0.11	0.35
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1000 人当たり可住地面積(ha)	9581.4	58.59	79.66	32.38	291.55	10.79	82.46	41.24
		(人口) 1000 人当たり森林面積(ha)	195.9	229.97	217.27	42.53	665.16	1.03	6.72	59.11
		(人口) 1000 人当たり都市公園数(箇所)	0.78	1.38	1.48	1.49	0.63	0.70	1.50	1.16
	循環環境	(人口) 1000 人当たり年間ゴミ総排出量(t)	396.2	450.63	436.54	429.77	382.73	360.71	439.27	419.21
		非水洗化人口率(%)	7.80	0.51	8.19	1.26	8.36	0.24	5.92	1.02
		下水道普及率(%)	75.1	99.7	82.7	97.8	73.0	99.8	99.8	95.6
		ゴミのリサイクル率(%)	20.3	14.9	16.8	16.9	17.09	27.3	19.4	15.6

基本視点の3要素	指標項目	構成要素(単位)	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州	—
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占める創造産業従事者率(%)	2.66	5.66	7.92	2.17	2.67	3.37	2.59	—
		学生の割合(15歳以上の在学者率:高等教育)(%)	3.63	6.01	2.93	6.58	5.87	1.24	4.26	—
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率(%)	7.48	3.38	4.60	2.88	7.02	1.60	2.24	—
		移動人口率(%)	-0.39	2.20	1.39	1.23	-4.38	0.31	-1.68	—
		外国人登録者率(%)	2.27	2.32	3.63	2.20	1.79	0.62	1.00	—
社会資本関係指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	歳出総額に占める民生費の割合(%)	24.21	27.49	35.93	31.62	16.35	32.40	28.19	—
		歳出総額に占める体育施設費の割合(%)	0.90	0.47	0.23	0.18	0.46	0.82	0.33	—
		歳出総額に占める社会教育費の割合(%)	2.39	1.56	0.84	0.88	2.23	2.00	1.24	—
	社会参加ネットワーク	直近の市長選挙投票率(%)	無投票	54.14	60.92	31.51	48.45	無投票	37.00	—
		(人口) 1000 人当たりNPO数(団体)	0.12	0.36	0.59	0.48	0.72	0.37	0.29	—
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1000 人当たり可住地面積(ha)	49.70	13.88	8.35	20.69	360.10	55.54	29.92	—
		(人口) 1000 人当たり森林面積(ha)	127.18	0.50	0.00	14.60	1063.17	33.64	20.05	—
		(人口) 1000 人当たり都市公園数(箇所)	0.62	0.62	0.37	1.03	0.64	0.37	1.68	—
	循環環境	(人口) 1000 人当たり年間ゴミ総排出量(t)	395.45	394.22	582.38	460.16	698.01	376.82	544.59	—
		非水洗化人口率(%)	5.54	0.38	0.00	0.35	12.95	10.34	1.27	—
		下水道普及率(%)	78.1	99.0	100.0	98.7	72.0	62.0	99.8	—
		ゴミのリサイクル率(%)	18.1	25.3	4.9	10.8	16.00	21.60	29.2	—

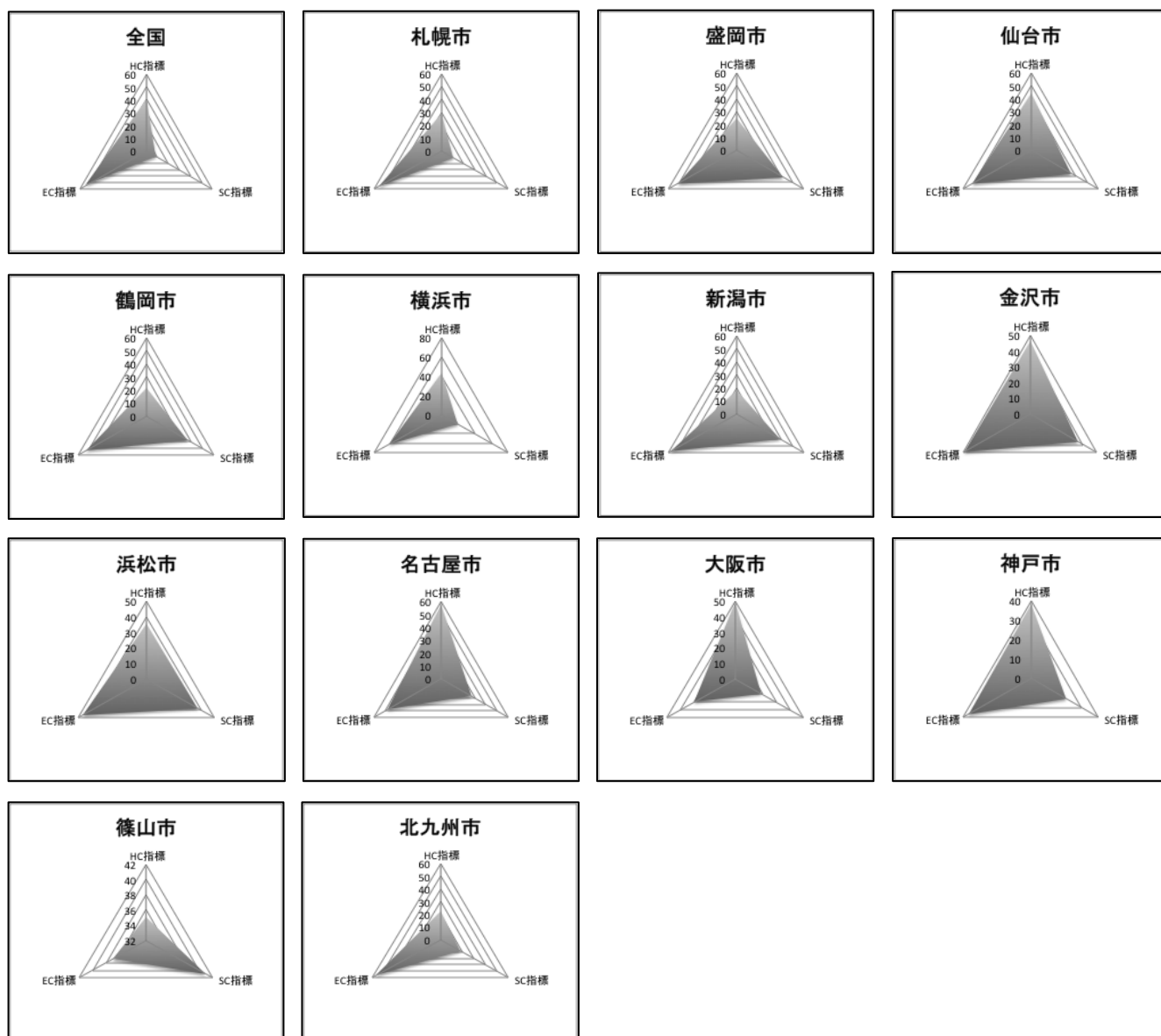


図-3-2 各都市における RCDI 値のレーダーチャート

3.4.5. 創造産業・ハイテク産業の特徴から見た創造都市の現状

ここでは、RCDI の人的資本 (HC) 指標におけるタレント (Talent) の数値に深く関係し、フロリダの創造都市論における一つの重要指標である創造産業・ハイテク産業の各都市への集中の現状について整理し、より詳細に見ていく。それに際し、全国及び対象 14 都市における創造産業の事業所数と従事者数の割合について表-3-4 に整理した。このとき創造産業については、当該地域における産業構造そのものを把握するため、RCDI 指標値算出の際に利用した 11 の創造産業を、市の人口に対する割合ではなく、全産業事業所数及び全産業従事者数に対する割合をもとに算出した。また、ハイテク産業については北海道未来総合研究所 (2009) による分類をもとに、平成 22 年経済センサス-基礎調査によって得られた

データを当あてはめ算出した（こちらも 3.4.2.と同様に 19 年改訂の際に再分類された産業については筆者が再度分類し、新たにあてはめた）。当該産業は、①化学工業、②はん用機械器具製造業、③電気機械器具製造業、④情報通信機械器具製造業、⑤電子部品・デバイス製造業、⑥輸送用機械器具製造業、⑦業務用機械製造業、⑧器具製造業生産用機械、⑨その他製造業の 9 業種である。

まず創造産業について見ると、各市とも事業所数では全国平均を下回るものの、従事者数では半数以上の都市で全国平均を上回っている事がわかる(表-3-4)。

次に、ハイテク産業について見てみると、やはり先端工業都市として知られる浜松市や、多くのニッチトップを誇る町工場をはじめとする中小企業を多数抱える名古屋市、大阪市等がほぼその上位を占めており、これらの都市は全国平均を大きく上回っている事がわかる（表-3-4）。また、金沢市や神戸市といった他のユネスコ CCN 認定・登録都市においても、それらの都市に次ぐ水準である事がわかった。ただし、3.3.でも述べたとおり、神戸市については先端医療都市政策を掲げているが、今回の創造産業及びハイテク産業の集計項目にはそうした産業群が含まれていないため、それらの条件を加味した指標の検討も今後必要になってくると思われる。RCDI の値では、人口に対する各産業の事業所数・従事者数から計算したが、ここで見たように全産業に対する割合から見た場合、名古屋市や大阪市と言った大都市圏と比較して浜松市や鶴岡市等でその値が大きく異なるが、これについては、通勤圏や昼夜間人口の差異等が一定関係しているものと考えられる。

表-3-4 各都市における創造産業・ハイテク産業の域内全産業に
対する事業所数と従事者数の割合

創造産業事業所数/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
合計(重複産業含まず)	600391	7896	1438	4714	537	11311	3237	2715
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	9.87	9.28	9.73	7.19	9.20	8.34	9.55
創造産業従事者数/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
合計(重複産業含まず)	600391	7896	1438	4714	537	11311	3237	2715
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	9.87	9.28	9.73	7.19	9.20	8.34	9.55
ハイテク産業従事者数/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
合計	163332	645	89	437	196	4016	667	720
域内全産業事業所数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	2.72	0.81	0.57	0.90	2.62	3.27	1.72	2.53
ハイテク産業従事者数/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
合計	4701091	6223	963	5556	8483	99205	12300	9182
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	7.71	0.69	0.60	0.99	13.29	6.55	3.03	3.41

創造産業事業所数/都市	全国	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
合計(重複産業含まず)	600391	3307	12730	26718	6529	138	2086	3651
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	8.39	9.63	12.76	8.89	6.28	8.59	7.66
創造産業従事者数/都市	全国	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
合計(重複産業含まず)	600391	3307	12730	26718	6529	138	2086	3651
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	8.39	9.63	12.76	8.89	6.28	8.59	7.66
ハイテク産業従事者数/都市	全国	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
合計	163332	2424	5004	7158	1629	69	430	873
域内全産業事業所数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	2.72	6.15	3.79	3.42	2.22	3.14	1.77	1.83
ハイテク産業従事者数/都市	全国	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
合計	4701091	59936	76604	122554	44499	1862	6733	21920
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	7.71	15.02	4.99	5.09	5.81	10.56	0.92	4.58

3.5. 創造都市の特性と類型化

ここでは、RCDIにより得られた値（表-3-3）を、一位を十四点満点とし、以降二位か一点ずつ減点方式で点数化し、その値をもとに類型化したもの及び、創造産業、ハイテク産業の順位、さらに各都市の創造産業・ハイテク産業に関する特化係数から得られた順位を示す。これらをふまえ、3.6.で創造都市政策の主管部局に対して行なったアンケート調査により得られた結果を各都市の創造都市としての特性についての比較考察を行う。

3.5.1. 地域創造性開発指標の数値から見た創造都市の類型化

これまで見てきた RCDI の計量結果を点数化し、順位付けを行ったもの（表-3-5）をもとに、北海道未来総合研究所（2009）における 8 つの特性分類を参考に再編成し、各都市における創造都市としての特性から高位総合型、人的資本突出型、社会関係資本突出型、環境資本突出型、中位バランス型全機能低位型、の 6 つのタイプに分類し、その類型化を試み、その結果を以下のようにまとめた。

- ① 高位総合型：HC、SC、EC の各指標の値がいずれも高い水準に位置している都市…仙台市、金沢市、名古屋市、横浜市、浜松市等。
- ② 人的資本突出型：HC 指標の割合が高い水準で位置し、人的資本に優れる都市…名古屋市、仙台市、大阪市、金沢市、横浜市等。
- ③ 社会関係資本突出型：SC 指標の割合が高い水準で位置し、社会関係資本に優れる都市…盛岡市、篠山市、新潟市、浜松市、鶴岡市、金沢市、仙台市等。
- ④ 環境資本突出型：EC 指標の割合が高い水準で位置し、環境資本に優れる都市…横浜市、新潟市、北九州市、札幌市等。
- ⑤ 中位バランス型：どの数値も比較的中位に位置し、バランスのとれている都市…盛岡市、新潟市、篠山市、鶴岡市等。
- ⑥ 全機能低位型：HC、SC、EC の各指標の値がいずれも低い水準に位置している都市…高松市、北九州市、大阪市等。

表-3-5 各都市における RCDI スコアの点数と順位

順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
都市	仙台	名古屋	金沢	横浜	浜松	盛岡	新潟	篠山	鶴岡	全国	大阪	北九州	札幌	神戸	高松
点数(総合)	132	132	131	125	120	119	115	113	111	103	98	97	96	96	91

都市	名古屋	大阪	金沢	仙台	横浜	全国	神戸	浜松	篠山	札幌	盛岡	高松	北九州	鶴岡	新潟
点数(HC指標)	57	49	46	44	43	40	38	35	35	29	25	23	22	21	18

都市	盛岡	篠山	新潟	浜松	鶴岡	仙台	金沢	名古屋	高松	神戸	横浜	大阪	北九州	札幌	全国
点数(SC指標)	42	41	39	38	37	36	36	27	27	21	20	19	18	11	9

都市	横浜	新潟	北九州	札幌	全国	鶴岡	盛岡	仙台	金沢	名古屋	浜松	高松	神戸	篠山	大阪
点数(EC指標)	62	58	57	56	54	53	52	52	49	48	47	41	37	37	30

さらに、3.4.3.で示した図-3-2 のレーダーチャートから各市の数値を見てみると、全体に環境資本（EC）指標については平均的に高い数値を示しているが、人的資本（HC）指標や社会関係資本（SC）指標については、仙台市や金沢市、浜松市で三つの指標がバランスよく位置している。しかし、HC や SC のみが突出して高いというパターンや、環境資本（EC）指標以外のその二つだけが突出しているものは見られず、対象創造都市においては、比較的バランスの取れた創造都市であるケースであることが多いという結果が明らかとなった。

3.5.2. 創造産業・ハイテク産業の特性から見た創造都市の類型化

ここでは、各創造都市における創造産業及びハイテク産業の特性について類型化を試みる。なお、ここでも RCDI の計量値についての考察と同様に、創造産業及びハイテク産業の全事業所数と従事者数の割合（表-3-6）をその得点の順位ごとに並べ替え整理した（表-3-7）。これをもとに各創造都市における創造産業・ハイテク産業の特性を産業、人材それぞれについて分類すると以下のような結果となった。

（1）産業

- ① 創造産業集中型：創造産業について、人材、事業所が、共に高い水準で集中、集積している都市…大阪市、名古屋市、札幌市等。
- ② ハイテク産業特化型：ハイテク産業について、人材、事業所が、共に高い水準で集中、集積している都市…浜松市、横浜市等。

（2）人材

- ① 創造人材集中型：クリエイティブ・クラスが高い水準で集中しているタイプの都市…大阪市、名古屋市、札幌市等。
- ② 創造産業集中型：層としての創造産業が高い水準で集積しているタイプの都市…大阪市、札幌市、仙台市等。
- ③ ハイテク人材集中型：ハイテク産業に関わる人材が高い水準で集中しているタイプの都市…浜松市、鶴岡市、篠山市等。
- ④ ハイテク産業集中型：層としてのハイテク産業が高い水準で集積している都市…浜松市、名古屋市、大阪市等。

このように、創造産業の人口及び域内全産業従事者数に対する割合では、神戸市を除いては、各市とも全国平均とほぼ同じかもしくは上回っていることがわかる。また、事業所数の割合についてはすべての都市で全国平均を下回っている。また、ハイテク産業につい

ては、各都市の人口及び域内全産業従事者数に対する割合は全体に全国平均をやや下回っており、事業所数の割合についても同様であった。

表-3-6 各都市における創造産業・ハイテク産業の域内全産業に対する事業所数と従事者数の割合

都市名	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
域内全産業従事者数に占める創造産業従事者数の割合(%)	6.61	8.06	7.49	7.75	4.84	7.95	6.04	6.99	5.34	8.36	8.77	4.37	4.01	6.23	5.28
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	9.87	9.28	9.73	7.19	9.20	8.34	9.55	8.39	9.63	12.76	8.89	6.28	8.59	7.66
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	7.71	0.69	0.60	0.99	13.29	6.55	3.03	3.41	15.02	4.99	5.09	5.81	10.56	0.92	4.58
域内全産業事業所数に占めるハイテク産業事業所数の割合(%)	2.72	0.81	0.57	0.90	2.62	3.27	1.72	2.53	6.15	3.79	3.42	2.22	3.14	1.77	1.83

表-3-7 各都市における創造産業・ハイテク産業の域内全産業に対する事業所数と従事者数の割合の順位

各産業の事業所数・従事者数の割合/順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
創造産業従事者数の割合	大阪	名古屋	札幌	横浜	仙台	盛岡	金沢	高松	新潟	浜松	北九	鶴岡	神戸	篠山
創造産業事業所数の割合	大阪	札幌	仙台	名古屋	金沢	盛岡	横浜	神戸	高松	浜松	新潟	北九州	鶴岡	篠山
ハイテク産業従事者数の割合	浜松	鶴岡	篠山	横浜	神戸	大阪	名古屋	北九州	金沢	新潟	仙台	高松	札幌	盛岡
ハイテク産業事業所数の割合	浜松	名古屋	大阪	横浜	篠山	鶴岡	金沢	神戸	北九州	高松	新潟	仙台	札幌	盛岡

3.5.3. 特化係数から見た各都市における創造産業・ハイテク産業

次に、対象都市における創造産業について、域内創造産業の事業所数及び従事者数の特化係数で見ると、大阪市を除いて事業所数では全国値を下回るものの、従業者数では高かった順に大阪市、名古屋市、札幌市、横浜市、仙台市、盛岡市、金沢市の7市で全国を上回っている（表-3-8, 3-9）。このことは、対象創造都市の多くの場合、事業所当たりの従事者数が多く、相対的に一箇所の事業所に多数のクリエイティブ・クラスが集中していることが見て取れる。

また、対象都市におけるハイテク産業の域内創造産業の事業所数及び従事者数の特化係数で見ると、事業所数は高い順に浜松市、名古屋市、大阪市、横浜市、篠山市、神戸市の6市で全国平均を上回り、逆に従業者数では高い順に浜松市、盛岡市、篠山市の3市しか上回らなかった（表-3-10, 3-11）。このことは、産業の場合とは逆に、一事業所あたりにハイテク産業の事者は比較的少ないのだと見て取れる。

さらに、各都市の産業の内訳で見ると、CCN 認定6市において、創造産業ではコンピュータ・ソフトウェア分野、次いで美術工芸、及び音楽分野で事業所、従事者数ともに比較的高い数値を示しており、ナレッジワーカーや、一般に職人的な才能を発揮するとされるような分野等に特徴が見られる。

また、ハイテク産業については、はん用機械器具製造業や電気機械器具製造業、輸送機械器具製造業、業務用機械器具製造業等、機械器具製造業関係で比較的高い数値を示しているが、これらは特に名古屋市や大阪市といった大規模な工業地域を有する都市において

顕著であった。特化係数の視点から見てみれば、対象各市の各産業の現状は、ハイテク産業よりは創造産業のほうが、より多くの都市で全国平均を上回っており、中でも上述の通り、創造産業事業所数よりも従事者数の方が数値的には高いという結果であった。このことから創造都市における創造産業に関し、特にユネスコ CCN 認定加盟都市ではクリエイティブ・クラスが集積が顕著である事が明らかとなった。また、ハイテク産業についても CCN 認定 6 都市で、高い数値を示していた。これらの都市群は、RCDI についても高い数値を示した都市群であり、2 章で整理したフロリダのクリエイティブ・クラスの集中理論の通り、創造産業、ハイテク産業の集積と都市創造性については、一定の相関があるといえるだろう。特定の地域に創造産業の集積ができる理由として、たとえば IT 産業の集積に指摘されるような製造業との近接性以外に、交通の利便性やクライアントと外注先企業との距離が挙げられる。また、とりわけ広告やデザインでは、場所のイメージが重視されている。何故なら、製造業の立地とは全く異なる誘因があるからである。他にもファッション産業に関しては、消費者が集まりやすい、すなわち情報を収集しやすいことが立地の理由となっている。そうした点を考えれば、創造産業と都市空間は非常に密接な関係にあることがわかる。すなわち創造産業の振興は、都市空間や都市政策とセットでなければならないということを意味する。クリエイティブ系人材・企業の集積形成について、さらに強調すべきことは、フリーランスのアーティスト・クリエイターの人的ネットワークが産業集積の基盤となっているということである。つまり、企業が立地する場所に人を呼び寄せるのではなく、人がいるところに企業ができるという点も創造産業の特徴であるといえる。

繰り返しになるが、これからのわが国における創造産業の振興には、クリエイターの立場を強化する政策が必要となってくる。また、国際的には、契約法、著作権、独占禁止法の整備、あるいは 6 章でも具体的に取り上げるが、コンテンツのシェアやフリーのカルチャーを推し進めるような政策の推進が重要となってくる。これは、わが国では意外にもあまり重視されていない。輸出や文化観光といった上澄みの部分だけでなく、その基盤となる「人」と「都市空間」、法的なものも含めた「都市環境」への投資が、創造都市政策を含めた今後の都市政策にとって必要となってくるといえる。

例えば、教育に非常に力をいれることで、札幌市における市民の生活の質を高める IT 技術や、金沢市における伝統工芸品産業における「わざ」の継承、神戸市や名古屋市等の「デザイン都市」におけるデザインショップの集積（デザイン・ストリート）といった創造産業の振興につながっていく。また、わが国では国際的な高等教育システムを強みに、経済省と文化省とが連携した創造産業政策が実施されている。

ゆえに創造産業は単独ではなく、地域経済社会に根ざした形で発展するものであり、都市創造性を育む環境の整備をはじめ、都市空間とセットになった政策が必要となるのである。

表-3-8 域内創造産業事業所の業種内訳と特化係数

業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①広告	14872	380	59	243	8	331	98	72	110	708	1484	178	0	88	92
②建築設計	160508	1387	243	858	69	1372	467	431	381	1571	2666	684	14	277	366
③工芸・美術・骨董品・生活文化	211321	2368	574	1643	233	4388	1406	1172	1389	4469	5742	2985	93	833	1627
④デザイン	10587	162	21	89	6	241	53	80	68	434	1393	145	0	46	63
⑤映画・映像・写真	62524	829	185	541	90	1288	394	286	402	1522	2488	829	10	271	557
⑥音楽	149200	1808	359	1214	172	3206	1109	781	1150	3570	3765	1852	37	585	994
⑦舞台芸術	5974	291	21	41	4	155	51	27	36	107	309	85	0	17	18
⑧芸術家・学術・文化団体	1757	16	6	24	3	30	8	9	4	22	69	22	2	7	4
⑨出版	13390	182	40	127	9	220	58	60	49	352	816	107	4	51	56
⑩コンピュータ・ソフトウェア	91014	1581	269	991	76	2722	540	445	635	2774	4845	1223	14	378	643
⑪テレビ・ラジオ	1931	24	10	28	2	28	13	16	10	44	108	16	0	15	11
合計(重複産業含まず)	600391	7896	1438	4714	537	11311	3237	2715	3307	12730	26718	6529	138	2086	3651
域内全産業事業所に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	9.87	9.28	9.73	7.19	9.20	8.34	9.55	8.39	9.63	12.76	8.89	6.28	8.59	7.66
域内創造産業事業所の特化係数	1.00	0.99	0.93	0.97	0.72	0.92	0.83	0.96	0.84	0.96	1.28	0.89	0.63	0.86	0.77

表-3-9 域内創造産業従事者の業種内訳と特化係数

業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①広告	159832	3397	582	2326	30	3037	733	495	762	8137	17156	1228	0	757	933
②建築設計	355208	11560	1602	6908	345	7702	3580	2701	1854	12839	21928	3578	58	1616	2064
③工芸・美術・骨董品・生活文化	929606	13478	2508	7914	977	23548	6006	4463	5461	20814	28162	13927	465	3393	7210
④デザイン	47163	670	69	430	24	974	266	245	301	2135	6034	416	0	128	300
⑤映画・映像・写真	435789	6286	1181	3774	482	11006	2766	2333	2749	12847	12514	5169	32	1788	3004
⑥音楽	725686	11674	1692	6628	832	21053	4441	3087	5563	21887	26580	10462	164	2839	5649
⑦舞台芸術	57089	1554	137	519	31	1662	415	119	316	1936	3493	805	0	129	80
⑧芸術家・学術・文化団体	8360	36	16	119	26	197	23	12	7	74	403	175	3	13	62
⑨出版	187460	3327	541	1626	103	1967	1011	1048	493	6199	12224	1335	4	538	799
⑩コンピュータ・ソフトウェア	1552295	25731	4468	17316	583	63366	7800	5828	7120	53284	96755	17088	92	4517	8554
⑪テレビ・ラジオ	71009	1642	565	1206	7	778	664	652	183	2695	4721	899	0	449	437
合計(重複産業含まず)	4033091	72381	11907	43581	3091	120483	24509	18820	21303	128207	211150	33443	708	14135	25309
域内全産業従事者数に占める創造産業従事者数の割合(%)	6.61	8.06	7.49	7.75	4.84	7.95	6.04	6.99	5.34	8.36	8.77	4.37	4.01	6.23	5.28
域内創造産業従事者の特化係数	1.00	1.22	1.13	1.17	0.73	1.20	0.91	1.06	0.81	1.26	1.37	0.66	0.61	0.94	0.80

表-3-10 域内ハイテク産業事業所の業種内訳と特化係数

業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①化学工業	10021	52	3	33	8	195	23	23	26	191	682	109	4	31	85
②はん用機械器具製造業	27069	125	7	35	21	541	78	106	262	962	1543	342	10	66	182
③電気機械器具製造業	320	2	7	66	21	533	75	83	270	486	829	144	11	41	137
④情報通信機械器具製造業	4608	23	2	16	8	241	12	8	35	70	127	30	3	6	14
⑤電子部品・デバイス製造業	11104	13	2	21	38	326	49	15	90	118	200	41	6	10	41
⑥輸送用機械器具製造業	21087	27	5	15	14	448	105	23	763	691	368	285	9	40	57
⑦業務用機械製造業	11871	41	3	33	9	314	31	27	55	307	397	80	2	15	39
⑧器具製造業生産用機械	41640	50	8	64	38	918	159	284	523	1388	1607	316	12	88	166
⑨その他製造業	35612	312	52	154	39	500	135	151	400	791	1405	282	12	133	152
合計	163332	645	89	437	196	4016	667	720	2424	5004	7158	1629	69	430	873
域内全産業事業所に占めるハイテク産業事業所数の割合(%)	2.72	0.81	0.57	0.90	2.62	3.27	1.72	2.53	6.15	3.79	3.42	2.22	3.14	1.77	1.83
域内ハイテク産業事業所の特化係数	1.00	0.30	0.21	0.33	0.96	1.20	0.63	0.93	2.26	1.39	1.26	0.82	1.15	0.65	0.67

表-3-11 域内ハイテク産業従事者の業種内訳と特化係数

業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①化学工業	483668	623	75	764	260	5219	1301	387	527	4830	43290	4795	332	555	4490
②はん用機械器具製造業	435291	1172	32	268	523	8802	1005	766	2465	7288	15209	11159	209	662	1967
③電気機械器具製造業	585573	877	79	789	1252	11264	1466	1236	5654	9079	13693	5367	314	972	3174
④情報通信機械器具製造業	330878	143	22	374	340	18194	169	806	2234	3074	5376	4022	153	71	349
⑤電子部品・デバイス製造業	575548	144	117	1194	3369	10098	1550	331	2858	1719	4267	983	159	1411	2520
⑥輸送用機械器具製造業	1051191	386	175	227	1427	24609	3133	187	34700	21826	8065	8484	287	728	2093
⑦業務用機械製造業	295401	419	20	386	165	6928	453	644	1268	8337	6317	2346	132	328	560
⑧器具製造業生産用機械	654864	1061	87	588	647	10231	2367	4089	2465	15701	16325	4422	150	1442	6013
⑨その他製造業	288677	1398	356	966	500	3860	856	736	7765	4750	10012	2921	126	564	754
合計	4701091	6223	963	5556	8483	99205	12300	9182	59936	76604	122554	44499	1862	6733	21920
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	7.71	0.69	0.60	0.99	13.29	6.55	3.03	3.41	15.02	4.99	5.09	5.81	10.56	0.92	4.58
域内ハイテク産業従事者の特化係数	1.00	0.09	0.08	0.13	1.72	0.85	0.39	0.44	1.95	0.58	0.66	0.75	1.37	0.12	0.59

ここでは、創造性指標と同様に各都市の創造産業及びハイテク産業の特性について順位付したものをレーダーチャートにまとめ、可視化した（図-3-3）。

これらについて見てみると、まず創造産業については、名古屋市・札幌市・横浜市でクリエイティブ・クラスが集積が多く見られた。特に大阪市では、創造産業の従事者数、事業所数ともに対象都市群の中では最も多く、全国でも有数のクリエイティブ・クラスが集積度であった。このことから、また、ハイテク産業では、集積度は対象都市の中でも、浜松市、鶴岡市、横浜市を除き、全国平均を下回る事がわかった。これらの結果から、対象創造都市においては、ハイテク産業よりは創造産業に顕著な特徴が表れており、やはり大阪市や名古屋市、浜松市といった工業中心都市が上位に位置しているということが明らかになった。これは、フロリダの創造都市理論において、従来型の工業都市において創造都市の一定のポテンシャルが発芽するという理論ともある程度合致しているといえる。

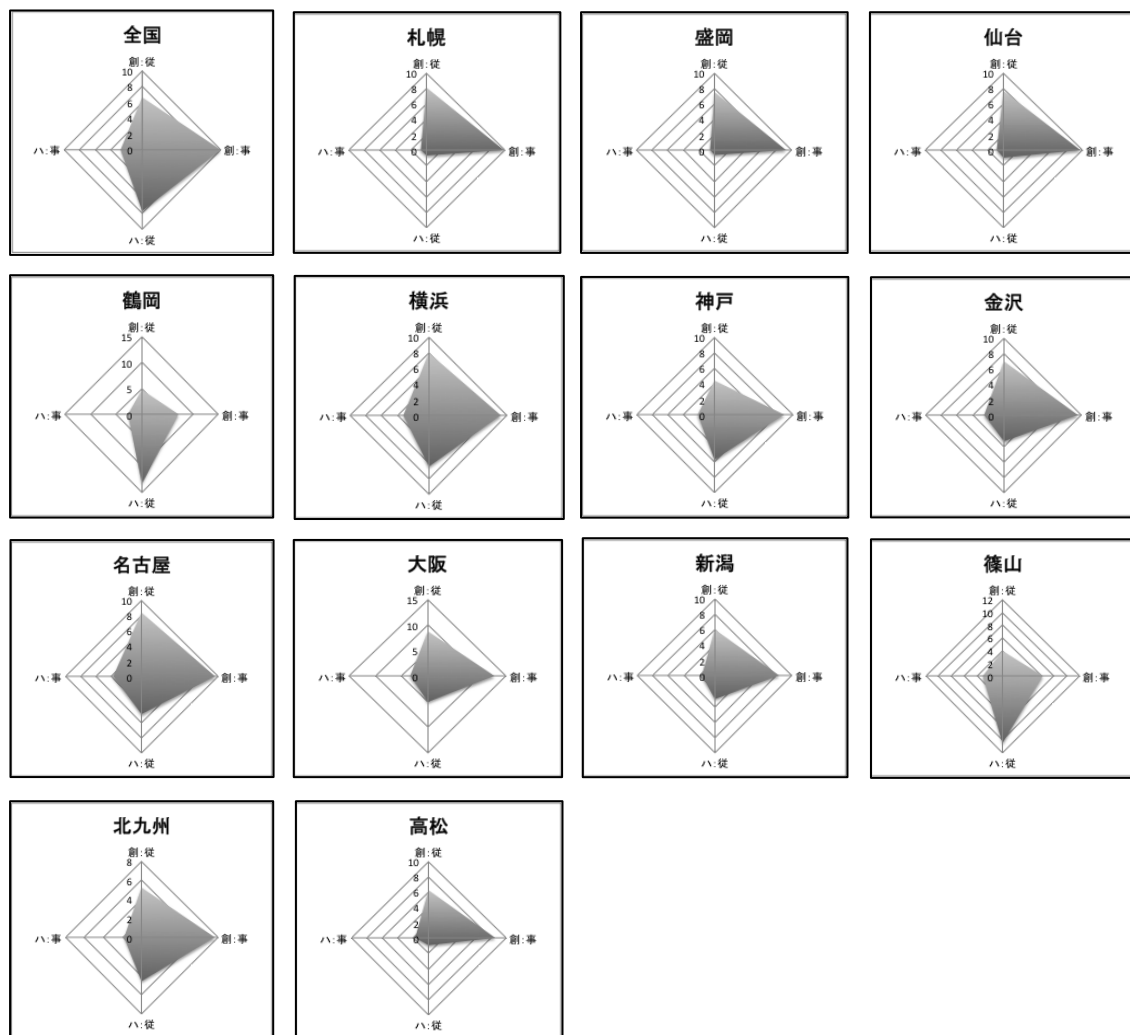


図-3-3 各都市における創造産業・ハイテク産業の
域内全産業に対する事業所数と従事者数の割合のレーダーチャート

3.6. 対象創造都市へのアンケート調査

対象 14 都市に対して、各都市における創造都市政策の実態と政策の実施・推進に対する意向を把握する目的でアンケート調査を行った。ここでは、その結果を示す。

3.6.1. アンケート調査概要

今回行ったアンケート調査の概要は以下の通りである。

① アンケート調査実施期間：平成 24 年 11 月 28 日～平成 25 年 1 月 31 日

② 調査対象：対象創造都市 14 市における創造都市政策主管部局

- ・札幌市 市長政策室 政策企画部 プロジェクト担当
- ・盛岡市 市長公室 企画調整課
- ・仙台市 市民局 文化スポーツ部 文化振興課
- ・鶴岡市 企画部 政策推進課
- ・横浜市 文化観光局 創造都市推進課
- ・新潟市 地域・魅力創造部
- ・金沢市 都市政策局 企画調整課
- ・浜松市 企画調整部 企画課 創造都市推進グループ
- ・名古屋市 市民経済局 産業部 産業経済課
- ・大阪市 政策企画室
- ・神戸市 企画調整局 デザイン都市推進室
- ・篠山市 政策部企画課
- ・高松市 創造都市推進局 産業経済部 商工労政課 商工係
- ・北九州市 市民文化スポーツ局 文化スポーツ部 文化政策課

③ 調査内容：各市の創造都市政策の現状について

今回行ったアンケートのうち、本研究で用いた質問項目は表-3-12 のとおりである
(なお、質問 3.及び質問 5.については 3.3.の表-3-1 の一部に反映させた)。

表-3-12 アンケート調査質問項目

質問項目(選択式)
質問1. 創造都市政策をとるに至ったきっかけ・契機
質問2. 創造都市政策の実践について
(1) 重点を置いている政策
(2) どのような主体と協力しているか
(3) 政策を進めるうえで困難を感じている点
質問3. 創造都市政策に関する事業費等の24年度予算の一般会計額に占める割合
質問4. 創造都市政策の継続性について
質問5. 主管部局
質問6. 政策評価指標の有無
質問項目(自由回答)
質問7. 今後期待するアウトカム・将来像

3.6.2. アンケート調査結果とまとめ

対象各都市に対して行ったアンケート結果のうち、選択式回答の結果をまとめると表-3-13 のようになった。なお、高松市については、創造都市政策の策定、本格始動は 25 年度からであるとして、質問 1.及び質問 5.のみ回答が得られた。また、大阪市については、3.3.の表-3-1 で示した通り、先の平松市長から橋本市長への首長交代に伴い創造都市政策の推進に関する計画そのものが方針転換され、創造都市に関する施策、事業が一旦白紙となっており、現在新たに文化芸術に関する方針・計画を策定中であるとして、今回は回答が得られなかった。

まず、質問 1.の創造都市政策をとるに至ったきっかけ・契機という質問については、各市の創造都市を標榜するに至った経緯や目標の違いにより、それぞれ異なる結果となっているが、「地域固有の歴史や文化資源の活用」との回答が 7 市と最も多かった。次いで「新たに地域経済再生の推進力として」という回答が 3 市となっている。

質問 2. (1) の重点を置く施策では、「地域経済の循環」と「ブランド力の向上」という回答が多く得られた。質問 2. (2) では、協働主体について、「企業（内部・外部）」、「作家・アーティスト」との回答が多く、次いで「NPO」という結果であった。これは、創造都市の推進主体として、多くの都市で創造産業を担う企業や個人の作家・アーティストを、市の創造都市政策の実践における一翼を担う主体と位置づけているためであると考えられる。質問 2. (3) では、「予算の確保」に苦心している都市が最も多く、二番目に多かった「部局間の調整」等、行政内部の組織的問題に直面していることが伺えた。また、「地元からの理解」や「専門知の確保」等、行政外部との関係構築や調整等も、今後の課題となってくることが予想される。

質問 4.に関しては、回答を得られた全ての都市で、基本的に「継続する」意志を示している。しかし、申請中（調査時点）の浜松市を始め、ユネスコ CCN 認定・加盟を目指す都市も多くあることや、創造都市政策の実践については、一定の長期的な視点を要すること等

から、このような結果になったと考えられる。

そして、質問 6.に関しては、創造都市政策や関連する文化政策等に対する政策評価指標について、「定量的指標」、「定性的指標」を共に持つ都市は 3 市と少なく、「どちらか」を持つ都市を含めても、半数の都市が評価指標を持っていなかった。創造都市政策に関しても、他の政策同様に一定のチェック機能が果たされるべきであるとの視点に立てば、今後の創造都市に関する政策の策定過程や施策、事業の実施段階での導入検討が望まれる。

最後に、自由記述回答として、創造都市政策を推進していく上で今後期待するアウトカム及び、創造都市としての将来像について尋ねた質問 7. (回答結果は表-3-14) については、「文化芸術に関する地域の固有資源を政策に盛り込み、振興することで今後の再生や発展を志向する」といった回答や、「他の創造都市との関係を深めながらネットワーキングすること」、あるいは「グローバルな都市間競争に打ち勝ってゆくこと」、また「文化のビジネス化と、創造的人材の育成、それらを通じた創造都市としての実践を世界に向け発信していくこと」等、各市の政策推進に対して多様な方向性が回答の中で示された。

表-3-13 アンケート調査回答結果（選択式）

設問1. 創造都市政策をとるに至ったきっかけ・契機	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	神戸	徳山	高松	北九州
①新たに地域経済再生の推進力として	○									○			○
②地域固有の歴史や文化資源の活用		○	○	○		○	○	○				○	
③その他					○				○			○	

設問2.(1) 重点を置いている政策	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	神戸	徳山	高松	北九州
①地域への創造産業の誘致・集積												—	
②域内経済や人材の循環				○		○				○		—	○
③地元創造産業の振興							○		○			—	
④地域のブランド力の向上		○	○		○						○	—	
⑤その他	○							○				—	

設問2.(2) どのような主体と協力しているか	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	神戸	徳山	高松	北九州
①企業(地元・外部)	○	○	○	○	○	○		○	地	○		—	○
②大学等研究機関(地元・外部)	○			○	○	○	○	○	○	外		—	
③ NPO(地元・外部)	○				○		○	○	○	地		—	○
④ボランティア								○		○		—	
⑤作家・アーティスト	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		—	○
⑥文化施設		○										—	○
⑦協働関係はない												—	
⑧その他	○	○	○				○	○				—	

設問2.(3) 政策を進める上で困難を感じている点	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	神戸	徳山	高松	北九州
①予算の確保	○	○	○	○	○		○		○	○	○	—	○
②担当職員の確保					○						○	—	
③部局間調整・連携関係の構築	○			○	○	○				○	—	—	
④専門的知識やノウハウの取得		○		○		○				○	—	—	
⑤アーティストや専門家等の協力確保			○		○	○					—	○	
⑥文化・芸術団体との連携											○	—	○
⑦NPOやボランティアとの連携												—	
⑧文化施設等との連携			○									—	
⑨地元経済界の理解	○							○			○	—	
⑩住民への周知	○							○	○	○	○	—	
⑪その他												—	

設問4. 政策の継続性について	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	神戸	徳山	高松	北九州
①確実に継続する	○	○		○	○			○				—	○
②継続の予定			○			○	○		○	○	○	—	
③継続にやや困難がある												—	
④継続は困難												—	
⑤不明												—	

設問6.政策評価指標の有無(△は検討中)	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	神戸	徳山	高松	北九州
①定量的指標	○			○				△	○	○		—	
②定性的指標	○	○	○					△	○			—	○

表-3-14 アンケート調査回答結果（自由回答）

都市	回答
札幌	・期待するアウトカム…長期目標としては、新産業の創出、創造活動（文化・芸術・科学など）の振興を目指しており、中期目標としてユネスコ創造都市ネットワークの加盟を目指している。 ・将来像…平成18年に「創造都市さっぽろ(sapporo ideas city)」宣言を行い、「創造性に富む市民が暮らし、外部との交流によって生み出された知恵が新しい産業や文化を育み、絶えず新しいコト、モノ、情報を発信していく街」を目指すこととしている。
盛岡	・期待するアウトカム…地域の個性、価値を明確にし、市民間で価値観を共有、発信し、結果として地域内外から「価値あるもの」と評価され、地域外の資金や人材を呼び込むことが出来るようになる。 ・将来像…盛岡市総合計画実施計画における「活力ある産業の振興（施策の柱）」「地域資源を生かした観光、物産の振興（施策）」に位置づけている。
仙台	・期待するアウトカム…仙台市実施計画2012-2015 ・将来像…仙台市実施計画2012-2015
鶴岡	・期待するアウトカム…地域固有の食文化を市民の豊かな創造的活動により守り育てると同時に、脱大量生産の付加価値の高い食文化産業を育てることにより、新しい食文化の創造に繋がる循環を生み出し、グローバルな換気問題の解決や地域社会の持続的発展、国際的な地域交流により相互発展に貢献すること。 ・将来像…食文化創造都市・鶴岡は、豊かな食資源の宝庫である魅力を生かし、次のような都市の将来像を描きながら、「食の理想郷」を目指す。
横浜	・期待するアウトカム…提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」～2010年からの方向性～ ・将来像…提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」～2010年からの方向性～
新潟	・期待するアウトカム… ・将来像…
金沢	・期待するアウトカム… ・将来像…文化のビジネス化、人材の育成、世界への発信という、それぞれの観点から3つの将来像を掲げている。 （参考：金沢市創造都市推進プログラム）
浜松	・期待するアウトカム・将来像…浜松のモノづくりや音楽、多文化共生などの根底にある“やらまいか精神”“柔軟で寛容な市民性”が、まちづくりや暮らしに広く生かされていく。市民が常に新しい試みにチャレンジし、次々と新しい価値を生み出していく。創造的な起業や人材が集積し、日常空間を創造空間（魅力的な都市空間）に変え、市民の暮らしに刺激を与えていく。
名古屋	・期待するアウトカム…国内外都市等とのネットワーク形成・連携・交流の促進、クリエイティブ人材の発掘・育成及びデザイン啓発等によって生まれた発想や活動を生かした地域及び産業の活性化。 ・将来像…効果的・効率的なデザイン振興施策を通じて地域の産業全体のレベルアップ及び活性化を図り、デザインをキーワードとした豊かな創造性あふれる魅力ある都市を目指す。
大阪	・期待するアウトカム… ・将来像…
神戸	・期待するアウトカム… ・将来像…
篠山	・期待するアウトカム…地域の活力、住民の誇り。 ・将来像…人・自然・文化が織りなす食と農の都篠山の時代をつくろう（総合計画より）。
高松	・期待するアウトカム…（※具体的な事業・予算については現在検討中） ・将来像…高松市のコンパクトで「つながる力のある街」という特徴を生かしながら、芸術と文化・観光・スポーツだけでなく、高松市の貴重な都市資源である伝統や漆器、庵治石といった、モノづくりなどの各分野を連帯させた「高松ブランド」を確立し、30年、50年後の人口減少・超高齢化社会の中でも、市民の人たちが心豊かに活発に活動できる様なアクティブな都市を目指している。
北九州 （文化政策全般）	・期待するアウトカム…文化芸術に力を入れている街としての全国的認知度向上。 ・将来像…文化芸術の振興に伴い、新たな産業や学校等が進出し、全国から若者が集まる街。

3.7. 創造性指標の有効性と限界

3.3.の表-3-1 等でも示したように、現在都市の創造性に関する計量指標はいくつか存在する。本章を通じて見てきたように、ある側面から指標を用いて都市の創造性を計量した上で比較考察することは可能であり、我が国における都市の創造性の検討に関して、その特性や現状を把握し、比較考察する際の一つの基本的な手法として、一定の有効性もつ事が明らかとなった。加えて、現在入手可能なデータ群からの都市の一律な比較考察及び検討が可能であるというメリットも明らかとなった。しかし、創造産業やクリエイティブ・クラスの定義に関しても、今後時代やその捉え方の変化を伴いながら変容していくことも予想される。このため、これらの指標項目そのものについて見直しを行いつつ継続的に検討、アップデートしていくことも、創造都市に関する RCDI をはじめとする各種指標を用いた検討においては必要なプロセスであると考ええる。また、今回はデータの取得可能性等の面から指標の計量には用いなかったが、文化資本や、政策へのインパクトといった評価項目のあり方についても検討すべきであろう。

さらに、3.6.で行ったように、アンケート調査や各創造主体、各市担当部局へのヒアリング調査等を通じ、各都市の実情や、固有の特性に合わせる形で、より詳細かつ有効な検討

方法を適宜組み合わせていくことが必要であると考え。

また、フロリダによる創造都市に関する先行研究（Florida, 2008 ; 2009）では創造都市を政策目標として掲げる各国都市においては、社会関係資本（SC）に関する計量値の高い地域では、HC 指標の値が比較的低いとされ、ソーシャル・キャピタルの高さが寛容性やクリエイティブな人材の流動性や産業の新陳代謝に対する阻害要因ともなりうる指摘されていた。しかし、今回の調査から得られた結果の中でも特筆すべき点として、フロリダの考察とは異なり、金沢市や仙台市、浜松市等の都市が、3.5.1.において②人的資本突出型、及び③社会関係資本突出型に分類されたように、社会関係資本（SC）の計量値が高い値を示しているにも関わらず創造産業やハイテク産業の従事者率等をはじめとした人的資本（HC）の計量値が相当程度高いという例が見られたという点である。また、これらの都市は、同時に環境資本（EC）の計量値も低いわけではなく、① 高位総合タイプとしても分類でき、総合的にもバランスのとれた高水準の創造都市であるといえる。このような結果は、日本型の創造都市の特性の一つであるとも考えられる。また、これらの都市においても一つの特徴的な結果として見て取れるのは、フロリダの論のとおり、依然として名古屋市や浜松市のような、いわゆる大規模工業都市における RCDI の各指標の総合値は高いものの、それらの都市と比較して創造都市政策に係る実際の予算額や人口等はたとえ小規模であっても、RCDI の指標値は引けを取らなかったという点である。このことはすなわち、フロリダの描くポスト工業化時代の創造的空間としての役割を担う創造都市、すなわち大都市を中心とするメガ地域への人材や金融資本の集中による成長モデルではなく、中小規模の都市群における創造産業やハイテク産業を基軸とした「多様性」というものに重心をおいた都市の再生、成長のあり方の可能性の一端を具現化したものであるといえるだろう。ただしこのとき、3.4.3.の表-3-3 でみたように RCDI の指標値でみた場合の創造産業・ハイテク産業の値は、人口に対する割合であり、都市という単位におけるクリエイティブ・クラスの集中度合いをマクロに検討するのには適しているが、その都市の産業構造の中の創造産業、ハイテク産業を見ていく場合には、3.4.4.の表-3-4 でみたように、産業に対する割合、もしくは全国平均を基準とする、当該産業に関する事業所及び従事者数の特化係数からの検討のほうがより適しているといえるだろう。それに対して人口ベースで見た場合と、事業所数及び従事者数で見た場合の両者の結果には若干のズレが生じるが、これをどのように捉えるかという点も、今後の創造都市における創造産業・ハイテク産業に関する研究に関する検討を行う際の課題の一つとなるだろう。また、RCDI をはじめとした都市の創造性に関する計量指標を用いての計量を行う際、都市の中でも特定の地域や地区におけるクリエイティブ・クラスの集中や、ある地域における創造産業の分布といったきめ細い視点からの分析を行っていくことも都市の創造性の考察に対する有効な検討材料となるだろう。

4. 創造都市モデルからの比較考察

本章では 3 章において地域創造性指標や各対象都市へのアンケート調査を用いて明らかにしてきた各創造都市における現状を受け、まず 4.1.では、ユネスコ CCN 認定・加盟都市における創造都市政策の関係性モデルを各市の計画書や統計資料、具体的な取り組みの実態より把握したデータをもとに構築する。これを受け 4.2.では、創造都市政策の関係性モデルから各モデルについて比較考察を行う。そして、4.3.ではユネスコ CCN 認定 6 都市に横浜市を加えた（理由は後述）7 都市へ CCN に関するアンケート調査を通じて、より詳細な創造都市政策の現状と各市の今後の展望について明らかにする。それをふまえ 4.4.では、ユネスコ CCN と我が国の創造都市の今後のありかたについて検討する。最後に 4.5.では、本章のまとめとして創造都市政策モデルから見た各 CCN 認定・加盟都市の特性について言及する。なお、本章での考察には、佐々木雅幸+総合研究開発機構編（2007）において、金沢市とは対照的モデルとして比較考察がなされて以降、しばしばそのような形で取り上げられる横浜市を加えた計 7 都市について、各市が創造都市政策に踏み切った背景や経緯等も含めて比較・分析を行う。

4.1. ユネスコ創造都市ネットワーク認定・加盟都市における創造都市政策の関係性モデル

3 章までに見てきたように、我が国における創造都市政策の実践事例としてのユネスコ CCN 認・加盟 6 都市は、国の推進する創造都市戦略や、佐々木（1997；2001）、北海道未来総合研究所（2009）等の先行研究においても、我が国における代表的創造都市の先進事例モデルとして扱われてきた。これらの都市では、各都市における認定要件となった分野にそれぞれ特徴が見られ、おおむねそれらの特性を活かす形で創造都政策として背作や事業への落とし込みが行われていた。本章では、各都市における具体的な創造都市政策のアウトカムとしてどのような広がりを見せているかを把握するため、各市の政策の大系を改めて整理するとともに、創造都市政策に関わる人的、制度的関連や、各主体間の関連についてモデリングを行なう。

まずは、ユネスコ CCN 認定・加盟都市における創造都市政策について整理する。各都市が創造都市政策に踏み切った背景や政策目標、実践、創造都市政策の特徴については表-4-1 に改めて整理した。そして、各市の計画書や統計資料や、具体的な取り組みの実態より把握したデータをもとにモデリングを行い、各市における特徴的な主体や具体的な事業について明らかにする。ここでの検討は、モデリングにより可視化することで、政策の流れや、各主体の関係性、また創造都市政策の広がりをより把握しやすくするとともに、各市の特性を浮かび上がらせることが目的である。

表-4-1 ユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市+1 都市における創造都市政策の概要

背景・目標・実践/都市	札幌市	鶴岡市	金沢市
創造都市政策への取り組みの背景	<ul style="list-style-type: none"> かねてからITや、デジタルコンテンツ関連の企業の集積⇒それを推進、振興する政策が取られてきた メディア・アーツを創出・活用する余地 歴史的建造物や大通りといった都市資源の保存・活用という課題に、メディア・アーツを重ね、高付加価値化を目指す 上田文雄市長による「創造都市さっぽろ Sapporo-Ideas City」宣言以降メディア・アーツを中心とした取り組みの開始 	<ul style="list-style-type: none"> 鶴岡食文化を地域振興に活かすため、広範囲にわたる食文化創造都市推進事業の実施に取り組んできた ⇒それを推進、振興する政策が取られてきた ＝食文化を創出・発信する余地 「食文化」を活用した交流人口の拡大や、生産・加工・流通・提供が連携した産業の振興、食育の推進など、さまざまな取組を推進 	<ul style="list-style-type: none"> 多くの歴史的・文化的資源を有する観光都市である ・京都に次ぐ伝統的工芸品産業が継承 ・繊維工業、繊維機械工業、アパレル、出版、印刷工業、IT関連等小規模ニッチ産業の集積とイノベーションと、大型企業誘致などが抑制されてきた ものづくり（特に伝統工芸産業）を核とした域内循環的な経済基盤をより有効に生かし、活性化させる
創造都市政策の目標	デジタル技術によって引き起こされる文化的、クリエイティブ産業を開発し、都市生活の向上につながる効果的なメディア・アーツの統合するとともに市民社会の参加を促す電子的な芸術形式の成長と、デジタル技術の開発を通じての、文化へのより広いアクセスを担保すること。	食文化創造都市にふさわしい食の提供を促すとともに相互連携等を促進するため、農林漁業・食料品製造業など、食と食文化に関わる各種産業分野を振興し食文化の担い手を育成すること。これにより、鶴岡の食文化関連産業の発展と普及を目指す。	域内のイノベーションに対する投資を推し進め、独自の伝統・文化・伝統工芸産業を後世に継承するための取り組みや、新しい文化による次世代人材の創造と、域内循環の活性化により、内発的発展を目指す
政策の実践・プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・SMAL(Sapporo Media Arts Lab)連携事業、委託事業、開設記念事業 ・クリエイティブ・コモンズの理念を反映したユーザー共有型の著作権運用の仕組みの導入 ・札幌大通地下ギャラリー「500m美術館」を開設 ⇒現在では札幌駅通地下歩行空間北2条広場の活用事業 ・パシフィックミュージックフェスティバル ・札幌国際芸術祭の実施 ・札幌アートウィレッジ地区における種々の取り組み ・札幌コンテンツ特区の推進(予定) …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・食の祭典開催事業 ・鶴岡のれん開催事業 ・実践型地域雇用創造事業 ・食文化テキスト整備事業 ・鶴岡食のミュージアム事業 ⇒食文化に関するアーカイブ(記録の保存)の制作 ・食文化調理部門高度化促進事業 ⇒食文化の店推進(重点化)事業、食文化産業創造講座の開催 ・鶴岡のれんの開催 …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・金沢市民芸術村(歴史的建造物を利用)の設立・運営 ・金沢21世紀美術館の設立と各セクター間の連携 ⇒ミュージアムクルーズの実施 ・金沢卯辰山工芸工房・金沢職人大学校による人材の育成 ⇒卯辰山工芸工房技術研修者奨励事業 ・金沢美術工芸大学での人材育成 ・伝統工芸品産業と、ファッション産業の人材循環とイノベーションの促進 ・工房立ち上げへの助成・支援 ・金沢・世界工芸トリエンナーレ開催事業 …etc

背景・目標・実践/都市	名古屋市	浜松市	神戸市
創造都市政策への取り組みの背景	<ul style="list-style-type: none"> ・日本を代表する製造業が集積し、「モノづくり」の拠点が数多く存在 ・デザインの価値や重要性を早くから認識 ⇒世界三大デザイン会議のすべてを開催 「デザイン都市宣言」「世界デザイン博覧会」を行い、デザインをキーワードとした産業の振興やまちづくりに取り組み、一定の成果をあげてきている 	<ul style="list-style-type: none"> もともと、全国でも有数の楽器の生産地であった ⇒1991年、第3次浜松市総合計画新基本計画において音楽文化都市構想が掲げられ、都市づくりの目標のひとつとして「世界の音楽文化が薫る都市づくり」の推進が位置づけた ⇒「やらまいかスピリッツ!創造都市・浜松から」をキャッチコピーに取り組みを開始 音楽文化の普及と市民参加促進に向けた取り組みの開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・震災以降の市内経済の落ち込み ・港町特有の外国文化の存在 ・外来文化を取り入れることによって育まれてきた神戸の文化資源資源や魅力 ⇒神戸的イメージとして定着 ファッションや文化、新たな価値のデザインを通じた経済の再生を都市戦略に据える
創造都市政策の目標	「デザイン意識の普及啓発」「中小企業のデザイン活用」の促進」「デザインの国際交流の推進」、を3本柱としてデザイン産業の振興を通じた地域の活性化を目指す	創造的な環境を整備することにより、「やらまいか精神」と称される市民風土を刺激し、市民一人ひとりのイマジネーション(感性)を高めることで、浜松における音楽文化の幅広い展開が促進され、音楽文化を支える人材を幅広く育成すること。	地域特有の魅力を活かしながら、創造性にあふれる人々が住み働くことで、新たな産業や文化を生み出し、都市の価値(ブランド力)を高め、都市に新しい力を与える、という好循環を目指す
政策の実践・プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン創造支援拠点、国際デザインセンターの設置 ⇒起業、愛知県との共同出資 ・デザイン啓発事業の実施 ⇒中小企業のデザインの活用を推進するため、行政がデザインの専門家企業に派遣、新商品の開発を支援 ・国際デザインセンター企業育成室「デザインラボ」に入居するデザイン関連企業に対する資料等の一部助成 ・創業者向けの小規模オフィス開設への助成 ・クリエイター向けワークショップ・コンペの開催 ・あいとりエンナーレの実施 …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・アートイベントやアートコンテストの開催 ・ストリートイベントの開催 ⇒やらまいかミュージックフェスティバル、プロムナードコンサート等 ・国際規模の音楽祭の開催 ⇒浜松国際ピアノコンクール、静岡国際オペラコンクール等の開催 ・まちなか公共空間活用制度の運用(創造拠点地区の形成) …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・創造拠点KITOによる創造的活動支援事業 ⇒デザイン・クリエイティブセンター神戸へ移行 ・官民協働による神戸ビエンナーレの開催 ⇒アートツーリズム、ワークショップなどの開催 ・デザイン系起業への助成 ・KOBE ぼっふカルチャーフェスティバル ・スーパーコンピューター開発 ・医療産業都市構想の推進・ハイテク企業の誘致 デザイン・クリエイティブセンター神戸(KITO)の運営 …etc

背景・目標・実践/都市	横浜市	-	-
創造都市政策への取り組みの背景	<ul style="list-style-type: none"> ・経済情勢の変化による「みなとみらい21」開発の停滞 ・企業などの横浜支店が東京本社に次々と統合吸収 ⇒特に開内・山下地区などの中心部でのオフィスの空洞化や空きテナントの増加が進み、経済の地盤沈下が進んだ ・歴史的建造物をどのように保存・活用するかという課題 中田市長の出現により、地盤沈下した経済を「創造都市」をキーワードに立て直す政策を打ち出す 	-	-
創造都市政策の目標	歴史的建造物や港の歴史的資源を生かしながら、創造的な活動の積極的な誘導により創造産業の集積を進め、創造産業クラスターを形成することで、中心部及び港湾地区の経済再生を目指す	-	-
政策の実践・プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨコハマトリエンナーレの実施 ・ナショナル・アートパーク構想の推進 ・BankART事業 ・創造界隈の形成事業 ⇒みなとみらい地区や都心部の歴史的建造物の活用 ・映像文化都市の推進 ⇒アーティスト・クリエイターの誘致 ・アーツコミッションの設置 ・アーティスト・イン・レジデンス事業 …etc 	-	-

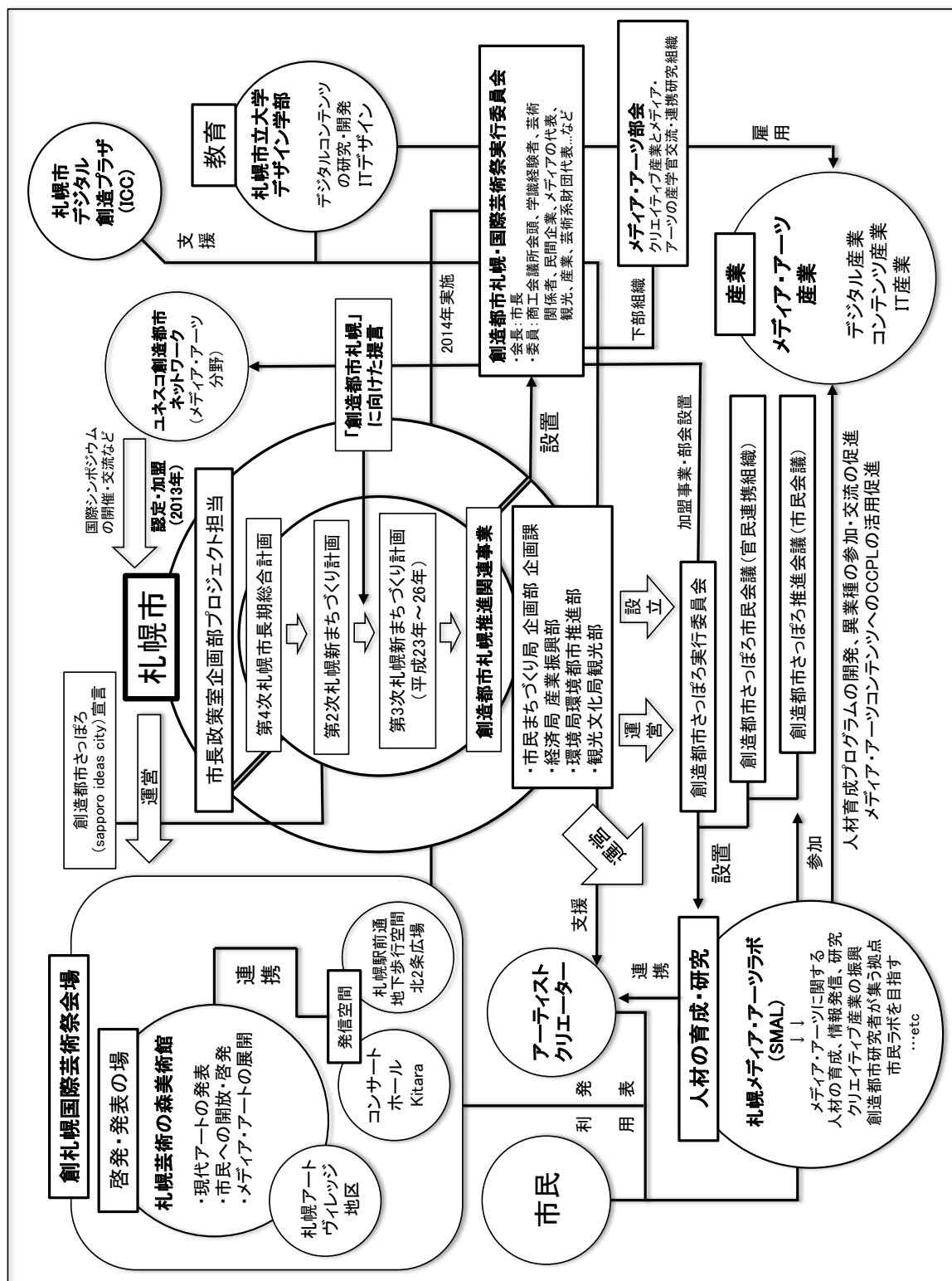
各 CCN 認定・加盟市の創造都市政策はそれぞれ異なる背景から推進されているものの、これら 7 都市においては札幌市におけるメディア・アートや IT 産業、金沢市における伝統工芸品産業、名古屋市や神戸市におけるデザイン産業といったように、何らかの柱となるキーワードをもとに関連創造産業との関係において、CCN 加盟に向けて推進体制を構築し、政策の展開が開始されている。ここからは、これら 7 都市における特徴的な創造産業や、政策の推進とそれに関係する特徴的な取り組みについて整理してみたい。

(1) 札幌市

札幌市は、もともと IT やコンテンツ産業系の企業が比較的多く集積する都市であったが、2004 頃より、ユネスコ創造都市ネットワークへの加盟へ向けた政策の展開を表明し、当時の上田市長により「Sapporo-Ideas City」宣言がなされ、コンテンツ産業の育成が計画に盛り込まれた。その後、ユネスコ CCN への加盟に向け推進会議を設置し、ついに 2013 年に認定を受け加盟を果たした。そして、認定分野であるメディア・アート（札幌では特にメディア・アーツと呼称している）を重点創造産業と位置付けた上で、上田市長を委員長とする実行委員会や、産学官協同による実行組織である札幌メディア・アーツラボ（SMAL：Sappor Media Arts Labo）が設置され、2012 年頃より札幌国際芸術祭 2014 に向けた施策や事業が本格的に計画に盛り込まれ、様々な事業展開がなされてきた。そして、現在も建物へのプロジェクションマッピング等様々なメディア・アートの手法を用いて、都市を舞台装置として展開がなされている。さらに 6 章でも詳細に取り上げるが、現 MIT メディアラボ所長である伊藤穰一や、法学者のローレンス・レッシングといったクリエイティブ・コモンズ運動を推進する主体との連携によるコンテンツ環境の構築や、伊藤博之が代表を務めるクリプトン・フューチャーメディアが構築した「ピアプロ」の有名キャラクターである「ボーカロイド」の札幌でのメディア展開における活用等を通じ、市民の情報発信を支援する「パブリックアクセス環境」の構築とメディア・アーツによる「都市のメディア化」を掲げ、メディア・アートによるコンテンツ産業の振興と創造的都市空間の形成を目指している。札幌市の創造都市政策における具体的な施策・事業としては、以下の様なものがある。

- ・ ロサンゼルスネット・ラジオ局 dublab とクリエイティブ・コモンズのライセンスを用いてリリースされるサウンドとビジュアルアートのイベント「Into Infinity」。
- ・ 「札幌国際芸術祭 2014-都市と自然」に関係する諸事業。
- ・ 札幌駅前通地下歩行空間北 2 条広場におけるメディア空間の形成。
- ・ ボーカロイドや初音ミク（クリプトン・フューチャー・メディア）をはじめとするメディア型キャラクターとのコラボレーション、札幌雪まつり等での活用。
- ・ SMAL 関連事業（メディア・アートや IT に関するシンポジウム、国際会議、プロジェクションマッピング等の都市的展開）。

このように札幌市では、創造都市政策におけるメディア・アートに関係するクリエイティブ・クラスや創造産業関連への振興施策、国際発信に向けた施策、市民を巻き込む取り組み等が行われている（図-4-1）。



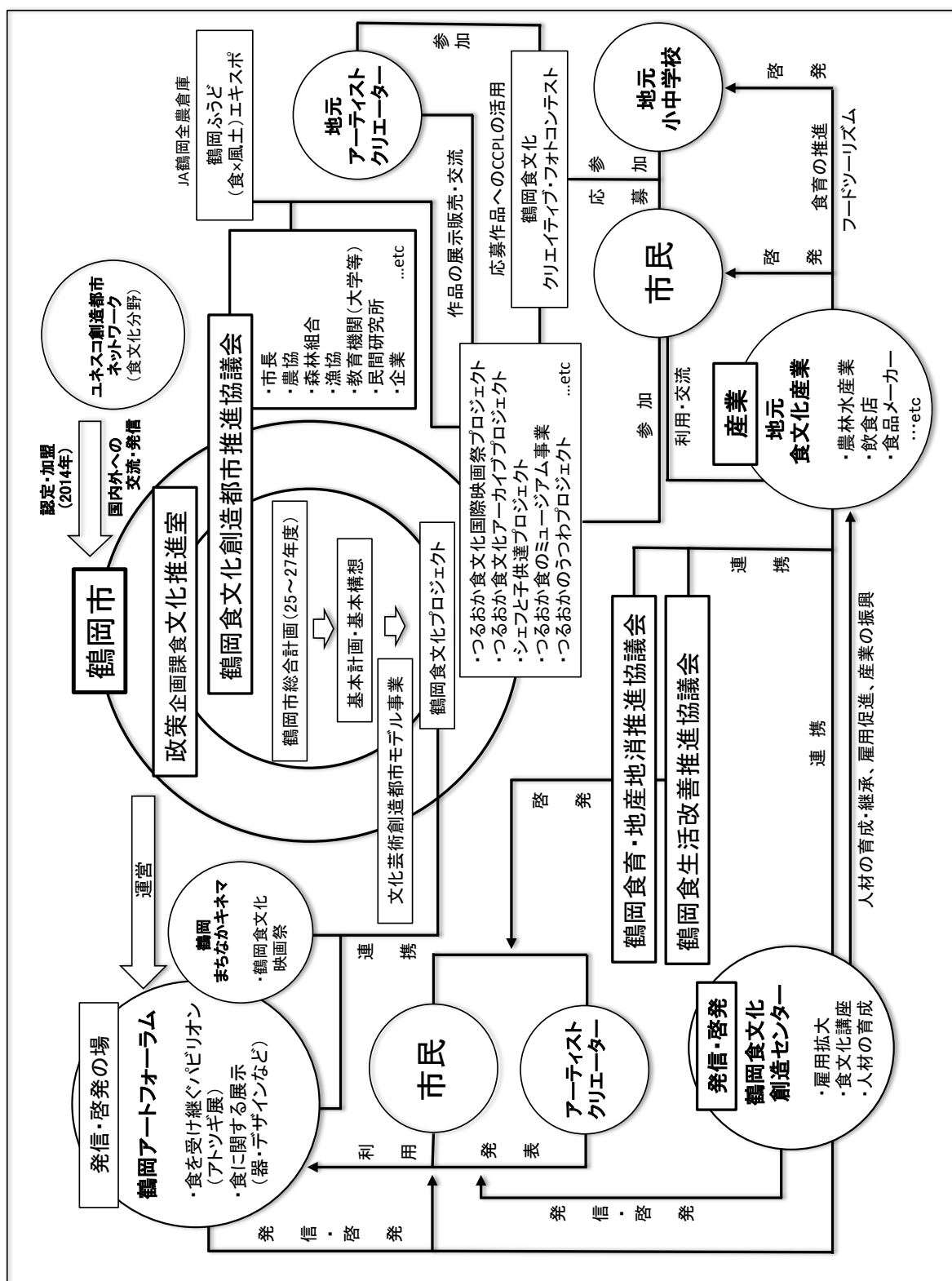
(2) 鶴岡市

鶴岡市では、鶴岡でこれまで培われてきた食文化を地域振興に活かすため、広範囲にわたる食文化創造都市推進事業の実施に取り組む一方で、当初よりユネスコ CCN の食文化分野での加盟を目指し活動を進めてきた。そして、2014 年にユネスコにより CCN への認定を受け加盟を果たした。鶴岡食文化創造都市推進協議会は、伝統農法によって守られてきた在来作物や、四季折々に受け継がれてきた郷土料理の数々といった食文化を活用した交流人口の拡大や、生産・加工・流通・提供が連携した産業の振興、食育の推進等、さまざまな取組を進めている。「食の祭典」として、産業・文化両面にわたる総合的な食文化イベントを開催・支援し、その定着をはかるとともに、観光面での活用を推進している。その際、地元食材を使用した伝統料理や創作料理等、鶴岡食文化創造都市にふさわしい食の提供を促すため、意欲的な店舗等のグループ化を図り、これを支援するとともに観光 PR にも活用している。

さらに、食文化関連産業分野での特産品等の開発を進めるとともに、地産地消推進事業の実施等を通じて農林水産物の地域内流通を促進し、地域の特産物について大消費地等地域外への販路拡大を目指している。鶴岡市における創造都市政策における具体的な施策・事業としては、以下の様なものが挙げられる。

- ・ 鶴岡ふうど（風土）エキスポや、鶴岡食文化フォトコンテストなど食文化に関する各種イベントの開催と普及啓発。
- ・ 食文化創造センター等の普及啓発の拠点の整備とアーカイブ事業。
- ・ 食文化アーカイブ事業へのクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの活用。
- ・ 地元小中学校での給食への地元の食材の活用など、食育を通じた食文化啓発事業。

このように、鶴岡市では、地域の食文化を軸とした食文化の啓発と普及を推進するような施策を中心とした政策が行われ、市内外に発信されている（図-4-2）。



(3) 金沢市

金沢市は、歴史的なまちなみが多く残り、京都に次ぐ生産額国内2位の26業種にのぼる伝統的工芸^{注13}が継承される観光都市である。これら伝統工芸品産業をはじめとする小規模ニッチ産業が集積してきたことに加え、これらニッチ産業への振興施策や、大型企業誘致等を抑制することで、そうした産業群が守られてきた。そして2001年、地元の経済同友会に金沢創造都市会議が設置されて以降、継続的に民間から創造都市への取り組みを開始した。「金沢創造都市推進プログラム」では、金沢市を「創造的な文化活動と革新的な産業活動の連環によって、まちを元気にしている都市」と位置づけ、経済団体、工芸団体、市民団体及び行政からなる金沢創造都市推進委員会が制定した「Craftism 憲章」を踏まえ、まちの将来像や取組等について取りまとめた。これらは、「金沢市民芸術村条例」により規定されている。

これにもとづき、市民が24時間利用可能な「金沢市民芸術村」の設立と、公募により選出されたディレクターによる運営されている。4棟の工房を運営するのは一般市民から選ばれた8人のディレクターであり、施設利用の活性化、独自事業の企画立案、利用者間の調整等を自律的に行っている。この、市民ディレクター制度では、総合ディレクター1名+各工房ディレクターは4~5年で交代することになっており、多くの市民を参加させることによる人材育成を行っている。また、敷地内に金沢職人大学校を併設し、建築の歴史、文化財の保存、修復に関する知識や技術等の伝承と、新たな技術の導入や新製品・新分野への展開を図っている。また、技術保存・後継者育成事業として、伝統産業の技術保存と後継者育成を図るために「金沢市の技と芸の人づくり基金」を設け、その基金を活用し、専門的な知識や技術を習得する研修者を対象に奨励金を交付しており、特に希少伝統産業の後継者や障害者または高齢者を雇用する伝統産業事業者に対しては、助成内容を充実させ、育成を支援している。さらに、新製品開発・販路拡張事業では、現代生活に適応した新しいスタイルの工芸品の開発と販路拡張を支援するため「金沢ブランド工芸品」の開発費を助成し、首都圏における工芸品のアンテナショップを開催するとともに、金箔に関する国内唯一の博物館の移転整備（2010年実施）に合わせ、産地支援や商品開発コーディネートし、アーカイブ機能を有する「金沢箔技術振興研究所」を新たに開設した。このように、ものづくりを核とした独自の伝統・文化産業を継承するための取り組みや域内のイノベーションに対する投資をさらに推し進める政策を軸に、伝統産業と新しい文化の相互連関による次世代人材の創造と、市内での雇用から域内経済の循環による活性化を目指している。具体的な施策の特徴的なものは下記のようなものがある。

- ・ 卯辰山工芸工房・金沢職人大学校による人材の育成と技術の継承。
- ・ 伝統工芸品産業とファッション産業の相互人材循環とイノベーションの促進。
- ・ 若手作家らへの工房立ち上げへの助成・支援（工房開設奨励事業）。
- ・ 金沢ブランド工芸品開発促進補助事業。

このように金沢市では、いずれも人材育成に焦点が当てられた施策や事業が中心に据えられ、(図-4-3a) 創造都市政策が推進されている。また、市内のみならず県外や海外に向けても、その実践や取り組みは発信されている(図-4-3b)。例えば、海外展開支援事業として、若手工芸家や職人の海外展開を促進するため、工芸に関する知識や技術を習得する海外への留学や、海外での展覧会・個展の開催を支援している。これについての取り組み状況を踏まえて、ユネスコへの活動報告を提出する時期に応じて、2年に一度改訂するとしている。

さらに、国内外への工芸品の普及啓発のための情報発信や、新製品の開発、販路の拡大を目的に業界団体・作家・経済団体・金沢市により金沢工芸普及推進協会を2002年に設立、運営し、現在も金沢市の伝統工芸文化の普及・啓発を推し進めている。

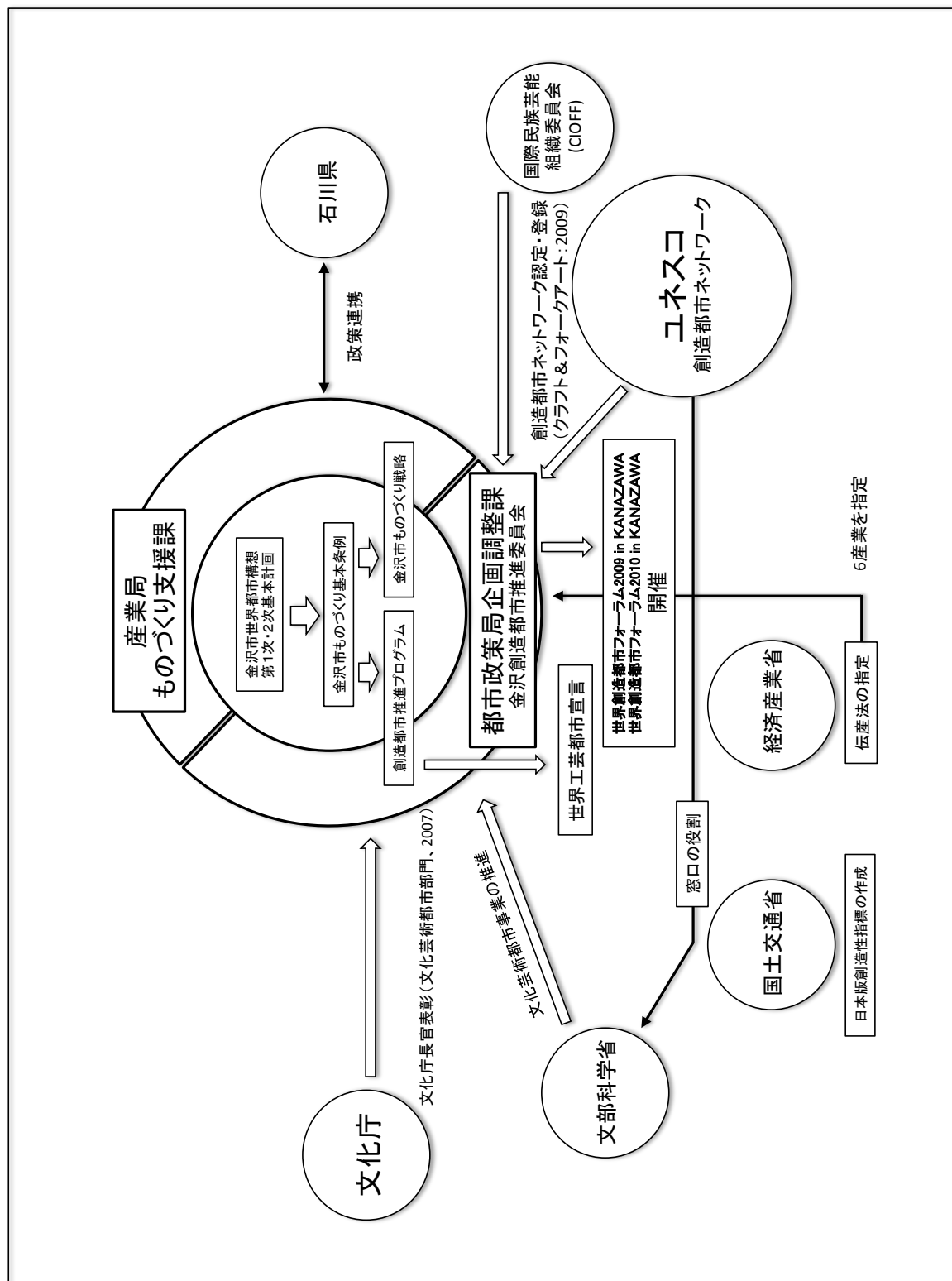


図-4-3b 金沢市を取り巻く創造都市政策の状況

(4) 浜松市

浜松市は、政令指定都市に移行した 2007 年度より、第 1 次浜松市総合計画「はままつやらまいか創造プラン」をスタートさせた。その基本理念の 1 つに、「“やらまいか精神”のもと、産業や文化をはじめ教育、福祉、環境等の様々な分野が有機的に連携し、新たな価値や人材を生み出す創造都市の確立」が謳われており、そのキャッチコピーは「やらまいかスピリッツ！創造都市・浜松から」である。

音楽のまちづくりは 90 年代より行われており、1991 年、第 3 次浜松市総合計画新基本計画において、音楽文化都市構想が掲げられ、都市づくりの目標のひとつとして「世界の音楽文化が薫る都市づくり」の推進が位置づけられた。同年の市制 80 周年を記念して、「浜松国際ピアノコンクール」や「浜松世界青少年合唱祭」等国際的なイベントが開始されている。世界の優秀な若いピアニストの発掘を目的とする「浜松国際ピアノコンクール」は以後 3 年ごとに開催されている。

また、市民への音楽文化の広がりとして、市制 80 周年(1991 年)には、記念事業として市民による音楽文化の創出を目的に、「浜松市民オペラ」が立ち上げられた。これは、総合舞台芸術であるオペラを市民の企画運営によって制作する市民のための事業である。さらに、市制 90 周年(2001 年)には、記念事業として、子どもたちの豊かな心を育成するとともに、浜松市の舞台芸術を担う人材の活用、育成を目的に「こどもミュージカル」が始められている。1994 年には、浜松の音楽・文化の拠点となる「アクトシティ浜松」がオープンしたことにより、音楽文化の幅広い展開が促進されることとなった。同年、音楽文化を担う青少年音楽団体の育成事業として、小学 3 年生から高校 3 年生までの子供たちによる管弦楽団「ジュニアオーケストラ浜松」と少年少女合唱団「ジュニアクワイア浜松」が編成され、活動を開始している。1998 年には、音楽文化を支える人材を幅広く育成することを目的に「浜松市アクトシティ音楽院」が創設された。世界で活躍できる音楽文化の担い手を育成する「アカデミーコース」と市民が気楽に参加・体験できる音楽講座等を開催する「コミュニティコース」が設けられ、幅広い音楽ソフト事業が展開されている。そして、音楽文化の普及と共に、楽器製造業を中心とした音楽産業の活性化を目指している。具体的な施策としては下記のようなものに特徴がある。

- ・ 浜松国際ピアノコンクールや浜松市民オペラの開催等音楽文化の発信の場の整備。
- ・ 地元楽器製造業への支援と発信啓発拠点との連携。

このように、浜松市では音楽産業に対する支援施策と、音楽文化に市民が触れ、参加する事が出来るようなイベント等の展開を中心とした事業行なっている（図-4-4）。

(5) 名古屋市

名古屋市を中心とする地域は、日本を代表する製造業が多く集積する「ものづくり」の拠点であり、デザインという概念の価値や重要性を早くから認識していた。そして、平成元年以降、世界三大デザイン会議（世界デザイン会議・世界インテリアデザイン会議・世界グラフィックデザイン会議）のすべてを開催している。

そして、「デザイン」をキーワードとした産業の振興や中小企業のものづくり支援に取り組み、一定の成果を挙げてきた。そして、ユネスコ CCN への加盟に向けては、名古屋商工会議所及び国際デザインセンターとともに準備を進め、2008 年に認定を受け加盟を果たした。そして、「デザイン意識の国内外への普及啓発」、「中小企業のデザイン活用の促進」、「デザインの国際交流の推進」を政策の三本柱として、デザイン産業を中心とした域内産業の連携強化と活性化を目指している。具体的な施策としては下記のようなものに大きな特徴が見て取れる。

- ・ 愛知県との共同出資によるデザイン創造支援拠点である国際デザインセンターを設置し、起業支援や、デザイン啓発事業を実施。
- ・ 中小企業のデザインの活用を推進するため、行政がデザインの専門家を企業に派遣、新商品の開発を支援、または公募によるデザイン関連企業に対する賃料等の一部の助成事業の実施。
- ・ デザインを通じた国内外のデザイン系企業の国際交流の推進と情報発信。
- ・ 株式会社国際デザインセンターにおける関連事業（国際会議、フォーラム等）。

このように、名古屋市ではデザイン産業に対する支援施策と、そうした支援の選択と集中を中心とした産業振興政策の展開、そして、国際デザインセンターを中心としたデザイン産業に関わる企業や人材の育成と支援を通じた「デザイン」概念の普及啓発への取り組みを行なっている（図-4-5）。

(6) 神戸市

神戸市では、古くから港湾部や旧居留地を中心とした、独自の異国文化とファッション産業等の優れたデザイン産業が集積していたが、震災以降、港湾部をはじめとする経済の中心となる地域において、企業移転やテナントの減少により経済の空洞化と停滞が長く続いていた。そこで、ファッション産業をはじめとするデザイン産業に焦点を当て、「デザイン」をキーワードに先の名古屋市とは異なる文脈で神戸デザインのブランディングの推進を開始した。

内外に対しデザインの普及啓発を行うとともに、デザイン産業に関連する創造産業に従事する人々を集積する事により、新たな産業や文化を生み出す事で、創造都市としての神戸市のブランドのイメージを市内外に創出しようとしている。具体的な取り組みは以下のとおりである。また、2章でも

- ・ 2012 年にオープンしたデザイン・クリエイティブセンター神戸（KIITO）を中心とした創造活動支援及び、啓発事業。
- ・ 官民協働による神戸ビエンナーレの開催、アートツーリズム、ワークショップ等の定期的開催。
- ・ デザイン系企業への助成・支援事業。
- ・ 先端医療産業やファッション産業等、地元創造産業の取り組みに対する支援事業。
- ・ スーパーコンピューター「京」の開発及び先端科学技術の振興施策。

このように、市民や芸術家等による様々なデザイン活動を通じたデザイン都市神戸ブランドイメージの創出と、その啓発・普及施策が行われている（図-4-6）。

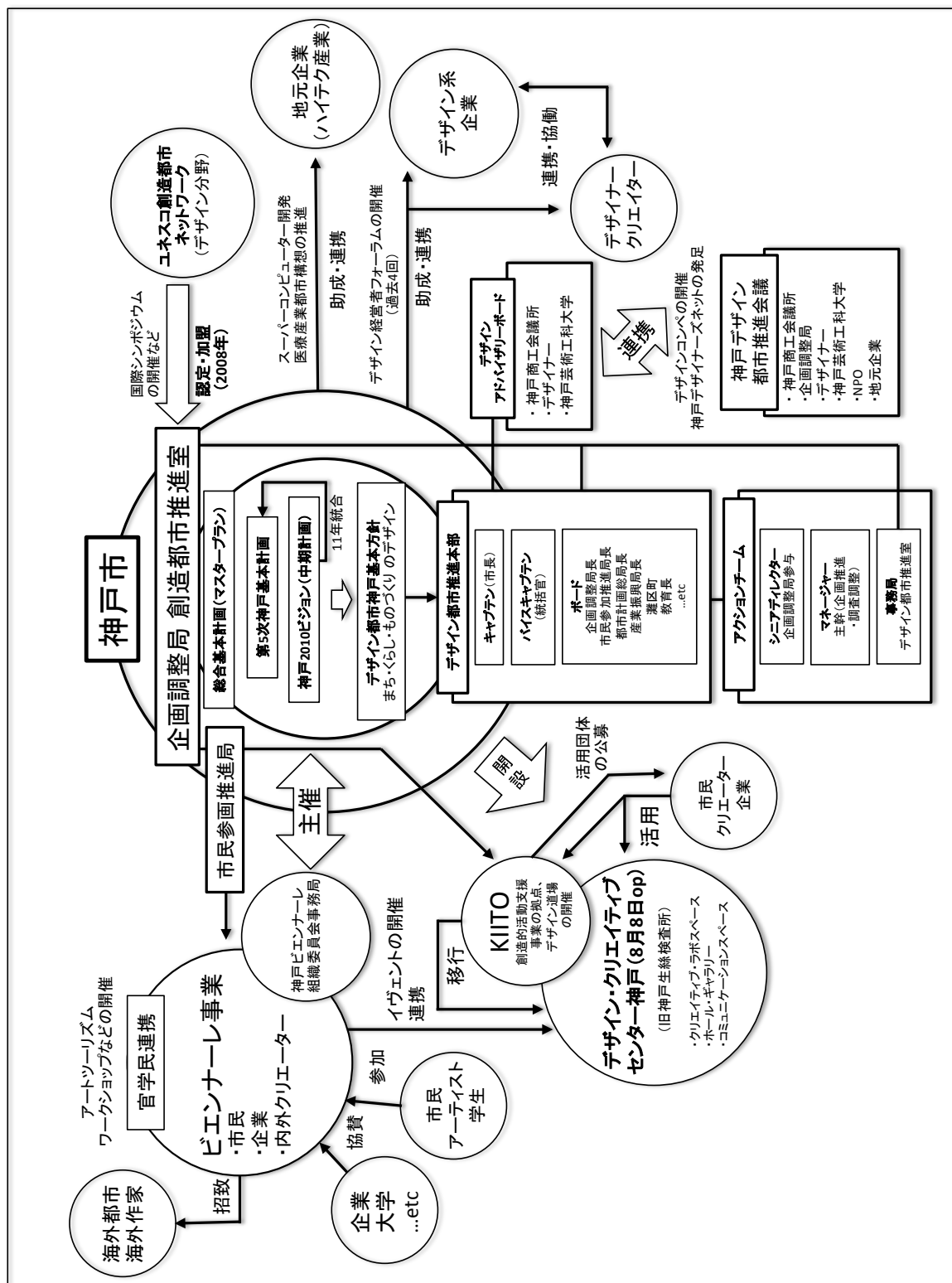


図-4-6 神戸市における創造都市政策モデル

(7) 横浜市

横浜市では、90年代より行われてきた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が、直後のバブル経済崩壊と東京都心でのオフィスビル建設ラッシュで2重の打撃を置いて停滞した。そうした中、「みなとみらい21」開発の停滞とともに、企業の東京本社への統合吸収が相次ぎ、特に関内・山下地区等中心部でのオフィスの空洞化や空きテナントの増加が進み、経済の地盤沈下が進んだことから、中心市街地における経済の再生が急務となっていた。

そして、中田市長の登場以降「創造性」をキーワードに、積極的に創造産業や人材を誘致する事で、地盤沈下した中心部経済を立て直す政策を打ち出した。そして2004年1月、横浜市の開港150年事業に合わせる形で都市再生ビジョン「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」を策定した。この中で、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、という四つの方向性が示された。そして同年4月、文化芸術創造都市事業本部を新設し、全国初の文化芸術都市創造事業本部を設置した。

さらに役所内に創造都市推進課を置き、都市計画、産業政策、文化政策を横断的に融合しながら創造都市づくりを進めている。特に、「文化芸術都市創造事業本部」の立ち上げにより従来の行政の枠組みを超えたフラットな組織で施策を推進し、行政職員の創造的なアイデアの創出能力の向上をはかっている。産業政策と文化政策、都市空間形成政策の融合の試みとして、文化芸術の創造性を都市再生に活用する目的で、従来は縦割りであった文化政策、産業政策、まちづくりにかかわる行政の各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、中核的推進組織としている。これらは、NPO等の市民の政策過程への参画を提案し、「行政組織の文化」の創造的な改革を目指したものである。

横浜市における最も特徴的な創造都市推進に関わる事業としてBankart1929がある。これは、1929年に建設された旧富士銀行と旧第一銀行や臨海部の倉庫、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である。コンペで選ばれた2つのNPOが2年間にわたり現代アートを中心とする各種展示、パフォーマンス、ワークショップ、シンポジウム等のイベントを展開した。こうした取り組みにより、港湾部の歴史的建造物等の資源を生かしながら、そこに創造的な活動を積極的に誘致し、特化した一定規模の創造産業クラスターを形成することで、中心部及び港湾地区の経済再生を狙っている。具体的な施策、事業としては下記のようなものがある。

- ・ 三年に一度の官学民の連携事業であるヨコハマトリエンナーレの実施。
- ・ 東京藝術大学映像科の誘致と地元産業の連携による映像文化都市構想の推進。
- ・ みなとみらい地区や都心部の歴史的建造物を活用した創造界限の形成事業。
- ・ 映像コンテンツ制作企業等立地促進助成事業。
- ・ クリエーター等立地促進助成事業。

このように、横浜市では近代建築遺産を積極的に保存・活用することで、都市デザイン政策するとともに、BankART1929 や ZAIM 等魅力的な創造界限を作り出すことによって、東京から若手アーティスト・クリエイターを集積させる創造人材誘致戦略を採用している。そしてこれらの事業に対してアーティストやクリエイターの誘致と創造産業の集積を目指す施策を通じ、創造産業の誘致・集積に向けた支援策が取られている（図-4-7）。

ここまで見てきた各市における創造都市政策の関係性モデルを整理する中で明らかとなってきたことは、各市の創造都市政策に関する取り組みは、その都市の目指す目標像によって大きく異なるという点である。札幌市では、かねてからメディア・アートにターゲットを定め、コンテンツ産業の育成に努めてきた。そして、金沢市では経済界と市民が主体となって「金沢創造都市会議」の運営を開始し、行政はその提案をうける形で創造都市への歩みを始めた。一方、横浜市の場合は、「みなとみらい」という臨海都市開発が頓挫し、その失敗を批判する形で首長が登場し、それを背景として都市戦略としての方向づけを行ってきた。さらに、デザインというキーワードから、デザイン産業の育成を目指す名古屋市と、ファッション産業によるブランド戦略に舵を切った神戸市といったように、創造都市政策の取り組み方は、都市の所与の歴史性や地理性、根付いた文化など固有の条件によっても異なり、多様な形態として現れている。そしてそれらの条件によって政策や施策、事業の方向づけがなされているといえる。このように、都市経済の再生、成長を目指した創造都市政策というコンセプト、あるいは都市戦略の中にも様々なバリエーションモデルが存在するという事が明らかとなった。

3章で分析に用いた RCDI や、創造産業・ハイテク産業といった各創造都市の現状を示す指標値の面から見た場合も、図-4-1～4-7 で示したような各都市の実践をもとにモデリングしたものからその政策の広がりを見た場合においても、各都市の創造都市政策は、それぞれ異なる目標や戦略のもとで推し進められており、そのアウトプットの形態や、関係する実践主体、連携の形態は実に多様であるという事がわかった。このように、創造都市というトレンドは、単一理念によるムーブメントというよりは、多様な政策の実践形態であるといえる。

4.2. 創造都市政策の関係性モデルからの比較考察

ここでは、4.1.で整理した各モデル（図-4-1～4-7 参照）をもとに、ユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市に横浜市を加えた 7 都市について、そのタイプ別に比較考察を行う。まず、ここまで見てきた 7 市の創造都市政策について改めてまとめ、整理してみたい。

まず、札幌市では、当初市長のトップダウンにより、メディア・アーツを中心とするコンテンツ産業の育成に重点を置く政策を軸に、市民の情報発信を支援するパブリックアクセス環境の構築とメディア・アーツによる、都市のメディア化の促進に取り組んでいた。そこには、国際芸術祭関連事業による各国との連携に重点を置いた施策が盛り込まれていた。これらのことから、札幌市における創造都市政策はメディア・アート振興施策中心の「国際戦略型モデル」であるといえる。

次に、鶴岡市では、鶴岡の食文化を地域振興に活かすため、当初よりユネスコ CCN の食

文化分野での加盟を目指し活動を進めてきた。そして、認定・加盟を果たした後は、食文化を活用した交流人口の拡大や、生産・加工・流通・提供が連携した産業の振興、食育の推進や啓発を行う地域の食文化を軸とした「地域文化普及啓発型モデル」であるといえる。

金沢市では、金沢 21 世紀美術館や地元芸術大学の学生、市民らとの連携や、官民協働によるプロジェクトが多数行われ、市民の活力を引き出しながら相互に刺激合いつつ成長を遂げるような自律性の高い都市経済や、創造人材の域内循環を軸とした発展を目指していた。これらの点で、金沢市の創造都市政策は域内経済循環型の「内発的発展型モデル」であるといえよう。

名古屋市では「デザイン」をキーワードに、創造産業に対する振興施策と中小企業を中心とする各産業や創造主体が創造性を発揮し、連携するための拠点の整備・活用等にその特徴が見られ、デザイン産業を中心とする「産業振興型モデル」であるといえる。

浜松市は、かねてから市の総合計画新基本計画において、「音楽文化都市構想」が掲げられ、都市づくりの目標のひとつとして音楽文化普及と市民参加の推進が位置づけられており、音楽文化の市民的展開を推進する「市民参加誘発型モデル」であるといえる。

神戸市においては、横浜と同じく港湾エリアを中心としたデザイン振興施策を中心に展開しており、市内創造産業との連携やファッション産業の振興策が行われるブランディング戦略中心の「イメージ戦略型モデル」であるといえる。ただし神戸市については 3.3.でも触れたように、フロリダの創造都市理論における創造産業の重要な中核をなすハイテク産業や、今回は創造都市政策にもとづく創造産業に関する考察の対象には含めなかったが、スーパーコンピューター「京」の開発をはじめ、先端医療産業における振興施策等にも顕著な特徴が表れていた。このことから、今後は先端医療産業をはじめとする高々度のハイテク産業群も創造産業の領域として捉えられていく可能性があるという点にも注意する必要があるだろう。

最後に横浜市では、金沢市とは対照的に 90 年代以降、経済が地盤沈下した港湾地区にクリエイターやアーティストらを誘致、アウトソーシングし、特化した一定規模の創造産業クラスターを形成することで都市経済の成長を目指している。このことから、金沢市の「内発的発展モデル」に対する「外発的発展型モデル」であるといえる。

このように、各都市の創造性に関する政策にもとづく事業の種別や実践主体は多様な様態として現れている。ただし、重要な事はそれら産業や実践における創造性というものをどのように捉えるのかという視点であり、いかにそれらを都市政策にフィードバックしながら推進することができるかという視点である。

ここまで見てきた 7 都市における創造都市としての特徴に関して、それぞれ一つのタイプとして捉え、モデリングしたものをもとに整理するとおおむね下記のような分類できた（図

4-8～図-4-14 参照)。図は、主に 4.1.で整理した各図における創造産業と人材の関係性及び、市の創造都市政策の特性についてのレイヤーに切り分け、単純化したものである。また、図-4-15 は、それぞれの創造都市政策にもとづく事業や施策に関する特徴をもとに、さらに四つの切り口で分類したものである。

表-4-1 7都市における創造都市政策の背景・目標・実践からみたタイプ

背景・目標・実践/都市	札幌市	鶴岡市	金沢市
創造都市政策への取り組みの背景	<ul style="list-style-type: none"> ・かねてからITや、デジタルコンテンツ関連の企業の集積⇒それを推進、振興する政策が取られてきた ⇒メディア・アーツを創出・活用する素地 ⇒歴史的建造物や大通りといった都市資源の保存・活用という課題に、メディア・アーツを重ね、高付加価値化を目指す ↑ ・上田文雄市長による「創造都市さっぽろ Sapporo-Ideas City」宣言以降メディア・アーツを中心とした取り組みの開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・鶴岡食文化を地域振興に活かすため、広範囲にわたる食文化創造都市推進事業の実施に取り組んできた ⇒それを推進、振興する政策が取られてきた ⇒食文化を創出・発信する素地 ↑ 「食文化」を活用した交流人口の拡大や、生産・加工・流通・提供が連携した産業の振興、食育の推進など、さまざまな取組を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・多くの歴史的・文化的資源を有する観光都市である ・京都に次ぐ伝統的工芸品産業が継承 ・繊維工業、繊維機械工業、アパレル、出版、印刷工業、IT関連等小規模ニッチ産業の集積とイノベーションと、大型企業誘致などが抑制されてきた ↑ ものづくり(特に伝統工芸産業)を核とした域内循環的な経済基盤をより有効に生かし、活性化させる
創造都市政策の目標	デジタル技術によって引き起こされる文化的、クリエイティブ産業を開発し、都市生活の向上につながる効果的なメディア・アーツの統合するとともに市民社会の参加を促す電子的な芸術形式の成長と、デジタル技術の開発を通じての、文化へのより広いアクセスを確保すること。	食文化創造都市にふさわしい食の提供を促すとともに相互連携等を促進するため、農林漁業・食料品製造業など、食と食文化に関わる各種産業分野を振興し食文化の担い手を育成すること。これにより、鶴岡の食文化関連産業の発展と普及を目指す。	域内のイノベーションに対する投資を推し進め、独自の伝統・文化・伝統工芸産業を後世に継承するための取り組みや、新しい文化による次世代人材の創造と、域内循環の活性化により、内発的発展を目指す
政策の実践・プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・SMAL(Sapporo Media Arts Lab)連携事業、委託事業、開設記念事業 ・クリエイティブ・ commons の理念を反映したユーザー共有型の著作権運用の仕組みの導入 ・札幌大通地下ギャラリー「500m美術館」を開設 ⇒現在は札幌駅前通地下歩行空間北2条広場の活用事業 ・パンフィックミュージックフェスティバル ・札幌国際芸術祭の実施 ・札幌アートウィレッジ地区における種々の取り組み ・札幌コンテンツ特区の推進(予定) …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・食の祭典開催事業 ・鶴岡のれん開催事業 ・実践型地域雇用創造事業 ・食文化キリスト整備事業 ・鶴岡食のミュージアム事業 ⇒食文化に関するアーカイブ(記録の保存)の制作 ・食文化調理学部門高度化促進事業 ⇒食文化の店推進(重点点)事業、食文化産業創造講座の開催 ・鶴岡のれんの開催 …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・金沢市民芸術村(歴史的建造物を利用)の設立・運営 ・金沢21世紀美術館の設立と各セクター間の連携 ⇒ミュージアムクルーズの実施 ・金沢卯辰山工芸工房・金沢職人大学校による人材の育成 ⇒卯辰山工芸工房技術研修者奨励事業 ・金沢美術工芸大学での人材育成 ・伝統工芸品産業と、ファッション産業の人材循環とイノベーションの促進 ・工房立ち上げへの助成・支援 ・金沢・世界工芸トリエンナーレ開催事業 …etc
背景・目標・実践/都市	名古屋	浜松市	神戸市
創造都市政策への取り組みの背景	<ul style="list-style-type: none"> ・日本を代表する製造業が集積し、「モノづくり」の拠点が数多く存在 ⇒デザインの価値や重要性を早くから認識 ⇒世界三大デザイン会議のすべてを開催 ↑ 「デザイン都市宣言」「世界デザイン博覧会」を行い、デザインをキーワードとした産業の振興やまちづくりに取り組み、一定の成果をあげてきている 	<ul style="list-style-type: none"> ・もともと、全国でも有数の楽器の生産地であった ⇒1991年、第3次浜松市総合計画新基本計画において音楽文化都市構想が掲げられ、都市づくりの目標のひとつとして「世界の音楽文化が薫る都市づくり」の推進が位置づけた ⇒「やらまいかスピリッツ」創造都市・浜松から」をキャッチコピーに取り組みを開始 ↑ 音楽文化の普及と市民参加促進に向けた取り組みの開始 	<ul style="list-style-type: none"> ・震災以降の市内経済の落ち込み ・港町特有の外国文化の存在 ・外来文化を取り入れることによって育まれてきた神戸の文化資源や魅力 ⇒神戸のイメージとして定着 ↑ ファッションや文化、新たな価値のデザインを通じた経済の再生を都市戦略に掲げる
創造都市政策の目標	「デザイン・意識の普及啓発」「中小企業のデザイン活用」の促進、「デザイン」の国際交流の推進、を中核としてデザイン産業の振興を通じた地域の活性化を目指す	創造的な環境を整備することにより、「やらまいか精神」と称される市民風土を刺激し、市民一人ひとりのイマジネーション(感性)を高めることで、浜松における音楽文化の幅広い展開が促進され、音楽文化を支える人材を幅広く育成すること。	地域特有の魅力を活かしながら、創造性にあふれる人々が住み働くことで、新たな産業や文化を生み出し、都市の価値(ブランド力)を高め、都市に新しい力を与える、という好循環を目指す
政策の実践・プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・デザイン創造支援拠点、国際デザインセンターの設置 ⇒起業、愛知県との共同出資 ・デザイン啓発事業の実施 ⇒中小企業のデザインの活用を推進するため、行政がデザインの専門家を企業に派遣、新商品の開発を支援 ・国際デザインセンター企業育成室「デザインラボ」に入居するデザイン関連企業に対する資料等の一部助成 ・創業者向けの小規模オフィス開設への助成 ・クリエイター向けワークショップ・コンペの開催 ・あいとりエンナーレの実施 …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・アートイベントやアートコンテストの開催 ・ストリートイベントの開催 ⇒やらまいかミュージックフェスティバル、プロムナードコンサート等 ・国際規模の音楽祭の開催 ⇒浜松国際ピアノコンクール、静岡国際オペラコンクール等の開催 ・まちなか公共空間利用制度の運用(創造拠点地区の形成) …etc 	<ul style="list-style-type: none"> ・創造拠点KIITOによる創造的活動支援事業 ⇒デザイン・クリエイティブセンター神戸へ移行 ・官民協働による神戸ビエンナーレの開催 ⇒アートツーリズム、ワークショップなどの開催 ・デザイン系起業への助成 ・KOBÉ ほつろカルチャーフェスティバル ・スーパーコンピュータ開発 ・医療産業都市構想の推進・ハイテク企業の誘致 デザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)の運営 …etc
背景・目標・実践/都市	横浜市	-	-
創造都市政策への取り組みの背景	<ul style="list-style-type: none"> ・経済情勢の変化による「みなとみらい21」開発の停滞 ・企業などの横浜支店が東京本社に次々と統合吸収 ⇒特に園内・山下地区などの中心部でのオフィスの空洞化や空きテナントの増加が進み、経済の地盤沈下が進んだ ⇒歴史的建造物をどのように保存・活用するかという課題 ↑ 中田市長の出現により、地盤沈下した経済を「創造都市」をキーワードに立て直す政策を打ち出す 	-	-
創造都市政策の目標	歴史的建造物や港の歴史的資源を生かしながら、創造的な活動の積極的な誘導により創造産業の集積を進め、創造産業クラスターを形成することで、中心部及び港湾地区の経済再生を目指す	-	-
政策の実践・プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨコハマトリエンナーレの実施 ・ナショナル・アートパーク構想の推進 ・BankART事業 ・創造界隈の形成事業 ⇒みなとみらい地区や都心部の歴史的建造物の活用 ⇒映像文化都市の推進 ⇒アーティスト・ハブ・クリエイターの誘致 ・アーツコミッションの設置 ・アーティスト・イン・レジデンス事業 …etc 	-	-

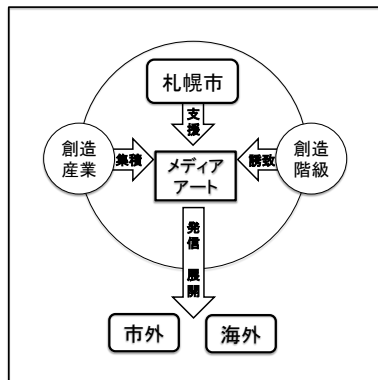


図-4-8 札幌市の創造都市政策モデル

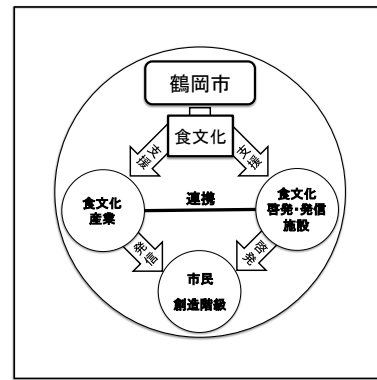


図-4-9 鶴岡市の創造都市政策モデル

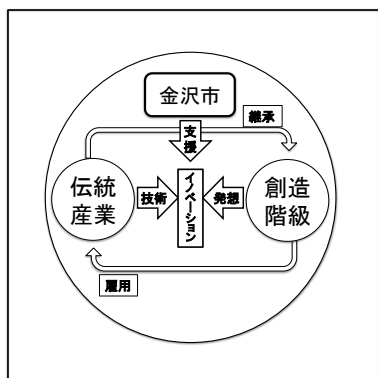


図-4-10 金沢市の創造都市政策モデル

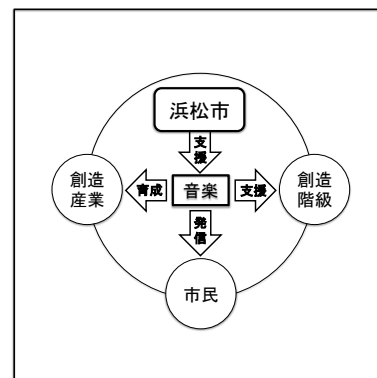


図-4-11 浜松市の創造都市政策モデル

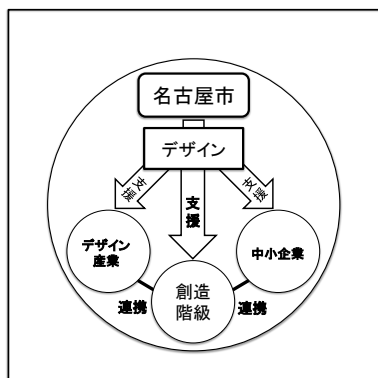


図-4-12 名古屋市の創造都市政策モデル

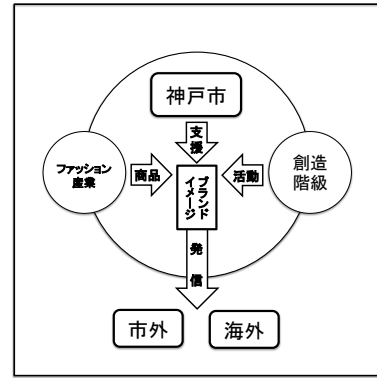


図-4-13 神戸市の創造都市政策モデル

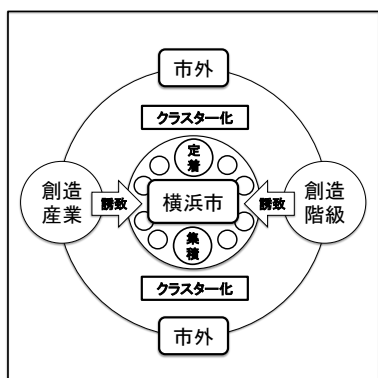


図-4-14 横浜市の創造都市政策モデル

- ・札幌市...メディア・アート振興施策中心の「国際戦略型」創造都市（図-4-8）
- ・鶴岡市...地域の食文化を軸とした「地域文化普及啓発型」創造都市（図-4-9）
- ・金沢市...域内循環型経済による「内発的発展型」創造都市（図-4-10）
- ・浜松市...音楽文化の市民的展開を推進する「市民参加誘発型」創造都市（図-4-11）
- ・名古屋市...デザイン産業を中心とする「産業振興型」創造都市（図-4-12）
- ・神戸市...ブランディング戦略中心の「イメージ戦略型」創造都市（図-4-13）
- ・横浜市...創造産業の誘致・集積による「外発的発展型」創造都市（図-4-14）

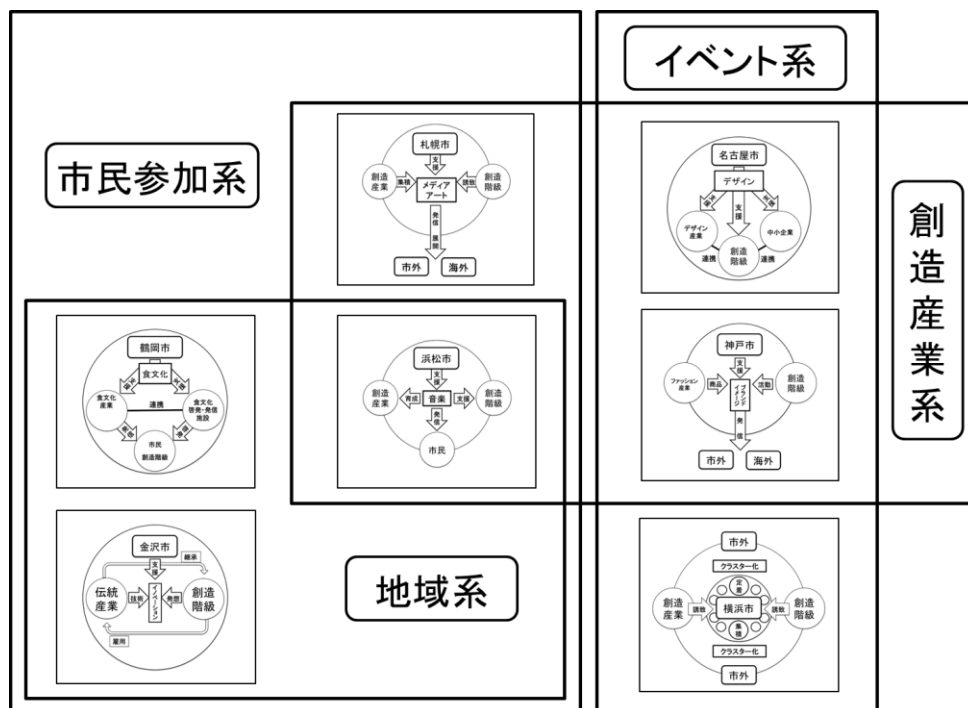


図-4-15 ユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市+1 都市における創造都市政策の特性

ここではさらに、ユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市+1 都市における各創造都市の政策の展開とその特性について、いくつかの切り口で大まかに分類してみたい。まず、多くの伝統工芸品産業を有し、地域に根付いた職人文化を持つ金沢市、地域の食文化の草の根からの発展を目指す鶴岡市、音楽文化の普及啓発をもとに、市民音楽祭等を通じて政策展開を行ってきた浜松市の三市は、「地域系」の創造都市であるといえる。また、メディア産業、音楽産業や、デザイン産業といった市の打ち出した創造産業への人的、資金的支援を主に行い、その発展と供に政策展開を行ってきた札幌市、浜松市、名古屋市神戸市、については「創造産業系」であるといえる。そして、元々あった IT やメディア・アートに関する文化をもとに地域発展を目指す札幌市、21 世紀美術館の開館を機に早くから市民やアーティスト・クリエイターへの周知・啓発を行ってきた金沢市、市民楽団等への支援を通じ、音楽

文化と供に発展してきた浜松市、食文化の普及啓発に市民を巻き込んで展開する鶴岡市は、「市民参加系」、ビエンナーレやトリエンナーレといったイベントを政策の大きな軸とし、そうした場での文化・芸術の普及啓発を重視している名古屋市、神戸市、横浜市は「イベント系」と見る事が出来る。この中でも、当然同様の政策を打ち出している市はあるが、あくまで政策の大きな特徴で見た場合、上記のような特性に関する分類が可能なのではないだろうか。また、ユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市+1 都市における創造都市政策について、市自身がどのような自覚のもと政策を展開しているのかを把握するため、次に 4.3.では、3 章で行ったアンケート調査に加え、より詳細なアンケート調査を行った。

4.3. ユネスコ創造都市ネットワーク認定 6 都市+1 都市へのアンケート調査

ユネスコ CCN 認定 6 都市+1 都市に対して、各都市が創造都市政策を推進する上でのユネスコ CCN に対する意識を把握する目的でアンケート調査を行った。ここでは、その結果をもとに、各都市の創造都市政策の推進に関するとらえ方と、それぞれの特徴についての考察を行う。

4.3.1. アンケート調査概要

今回行ったアンケート調査の概要は以下の通りである。

- ① アンケート調査実施期間：7市…平成24年11月28日～平成25年1月31日
追加調査：札幌市…平成26年9月26日～平成26年10月10日
鶴岡市…平成27年5月11日～平成25年5月26日
浜松市…平成27年5月11日～平成25年5月26日
- ② 調査対象：対象創造都市7市における創造都市政策関係管部局（ただし、結果は各都市ごとにまとめている）
- ・札幌市 市長政策室 政策企画部 創造都市推進担当係
 - ・鶴岡市 鶴岡食文化創造都市推進協議会
 - ・鶴岡市 企画部 政策企画課 食文化推進室
 - ・金沢市 都市政策局 企画調整課
 - ・金沢市 総務局 企画部 企画課企画係
 - ・浜松市 企画調整部 企画課 創造都市推進グループ
 - ・名古屋市 総務局 企画部企画課 企画係

- ・名古屋市 市民経済局 文化観光部 文化振興室 企画事業係
- ・名古屋市 市民経済局 産業部次世代産業振興課 次世代産業振興係
- ・神戸市 企画調整局 デザイン都市推進室
- ・横浜市 文化観光局 創造都市推進課

4.3.2. アンケート調査結果とまとめ

本アンケート調査の質問項目については表-4-2 のとおりである。共通の質問項目及び、ユネスコ CCN に関する内容についてそれぞれ尋ねている。それぞれの回答については、表-4-3 及び表-4-4 にまとめた。まず、表-4-2 にまとめた共通項目に対する回答のうち、創造都市を所管する部局・部署内で、専門知識や経験を持つ人の割合を尋ねた質問 1.では、いずれの都市も「いない」か「ほとんどいない」という回答であった。これは、多くの場合、創造都市政策自体が近年始まったばかりであり、専門性が醸成されるには、一定の年月が必要であるためだと考えられる。次に、文化芸術の持つ創造性を都市政策に活用するようになったきっかけについて尋ねた質問 2.では、4.2.の表-4-1 の各市における創造都市政策を推進するに至った背景でも整理したように、文化芸術を活かした創造都市政策を、もとよりその都市が持っていた創造性や固有の特性を活かす形で取り組んでいたり、これまでの政策の失敗の側面や、都市の衰退をプラスに転換する目的でとりくむ等、そのきっかけは様々であった。創造都市政策を推進する上で感じる困難さについて訪ねた質問 3.では、3.6.2.の表-3-13 の質問.2 (3) の回答と同様に、「予算の確保に苦慮している」という回答が最も多く、次いで「住民への周知に苦慮している」という回答が多かった。そして、これら乗り越えるための工夫について尋ねた質問 4.では、札幌市における「各種事業の実行・推進主体の立ち上げと整備」、名古屋市における「国の補助金や企業の協賛を募る」等の解決策や、神戸市における「予算項目の整理による選択と集中」、横浜市における「目標値の

表-4-2 ユネスコ CCN 認定 6 都市+1 都市に対するアンケート調査質問項目

質問項目 (共通)	質問項目 (ユネスコ CCN について)
質問1. 主管部署内の文化政策に関する専門性や経験を持つ人の割合	質問1. ユネスコ CCN 認定・登録に関する市民の認知度
質問2. 文化芸術の持つ創造性を都市政策に活用するようになったきっかけ	質問2. 認知度を高めるためどの様なプロモーションをしているか
質問3. 創造都市政策の推進上での困難さ	質問3. 認定・加盟分野について (1) 当該分野について、キーとなる施設や産業、事業など (2) 事業を進める上での市民や創造産業との関わり
質問4. 質問3.の困難さを乗り越える工夫	質問4. 創造都市としての今後の展望
質問5. 創造都市政策と既存事業との関係	
質問6. 市の政策方針の中の創造都市政策の位置づけと事業名	質問項目 (CCNJ について: 横浜のみ)
質問7. 主管部局以外の行政部署	質問1. CCNJ への登録に関する市民の認知度
質問8. 創造都市政策に関する事業に関係する地域主体数(単位: 団体)	質問2. 認知度を高めるためどの様なプロモーションをしているか
質問9. 質問8.の中で最も関係の深い5団体	質問3. ユネスコ CCN への認定登録について
質問10. 地域主体との関係	質問4. 創造都市としての今後の展望
質問11. 25・26年度の創造都市政策関連事業予算とその割合	

設定」、といった実務的かつ即効性の高い解決策を行っているという回答がみられた。

次に、各都市における創造都市政策と既存事業の関係について尋ねた質問 5.では、各市とも「統合型」及び「連携型」との回答であり、単独事業での独立型ではなく、政策の推進段階で様々な施策との連携が図られているものと考えられる。市の創造都市政策の推進に関する位置づけについて尋ねた質問 6.では、ほとんどの市で総合計画や重点施策に位置づけられており、各市の政策推進における創造都市政策のプライオリティの高さがうかがえる。主管部局以外の行政内部での担当部署に関して尋ねた質問 7.では、「観光や文化」、「経済」、「産業」、「デザイン」といった他の様々な部署との連携がはかられているとの回答が得られた。この点でも質問 5.の回答である創造都市政策と事業の多様な関係性がうかがえる。翻って、創造都市政策に関する施策や事業の推進に関し、行政以外の関係地域主体の数について尋ねた質問 8.及び、その中でも関係の深い団体を尋ねた質問 9.では、まず、団体数については、平均 10 の団体と何らかの連携関係があり、産学官が何らかの形で連携する地元組織や地元商工会議所、研究機関、各種文化団体、半官半民セクター等の具体名が挙げられている。これらの各主体との関係について尋ねた質問 10.では、「行政主導型」と「官民協働型」との回答が半々であった。やはり、都市政策としての創造都市を推進する上で、行政の果たす役割は大きく、また、一定のビジョンやグランドデザインを決定づけるにあたっては、市の施策や予算にもとづいた事業として推進されているのだということが考えられる。

最後に、創造都市政策に関する予算とその割合について尋ねた質問 11.では、各年度において微増減はあったものの、3.3.の表-3-1 に示した額面と大きな差異はなかった。

さらにここからは、ユネスコ CCN（横浜市のみ CCNJ）に関して尋ねた各項目について見ていく（表-4-4 参照）。まず、ユネスコ CCN に対する市民の認知度について尋ねた質問 1.では、「比較的認知されている」と答えた金沢を除き、「それほど認知されていないと思う」との回答であった。金沢市では、ユネスコ CCN の申請段階から、金沢 21 世紀美術館等と連携しながら住民への説明や周知が行われており、これらが、認定・加盟以降の認知度を高めている要因であると考えられる。次に質問 2.では、質問 1.に対して、認知度を高めるためにどのようなプロモーションを行っているかについて尋ねた。これに関しては、「シンボルやロゴマークの活用」、「ウェブ等の活用」がそれぞれ挙げられていた。この点に関しては、従来の政策周知の手法とほぼ同じであるといえる。質問 3.では、各市のユネスコ CCN 認定・登録分野に関してそれぞれ尋ねた。まず（1）では事業について、（2）ではそれら事業における市民とのかかわりについて尋ねている。各市ともキーとなる施設が存在しており、それぞれの都市の特性に関わる実践や取り組みを行っていた。そして、これら施設が、地元のクリエイティブ・コアとして、クリエイティブ・クラスを集約し、クリエイターた

ちの活動拠点や交流のハブとして多様な活用がなされていた。この点にも、創造都市としての特徴が表れているといえるだろう。この、文化施設の機能の側面については 5 章において更に詳しく取り上げる。そして、今後の創造都市としての展望について尋ねた質問 4.では、ユネスコ CCN 等におけるネットワーク関係を活かした交流の推進や、人材の育成、啓発、産業の振興を行う等、他の加盟国や都市との関係性に目を向けていこうという意味が表れていた。

最後に、CCNJ に関する質問及び、ユネスコ CCN への申請の意志等について個別に訪ねた横浜市の回答について見ていきたい。まず、他の 6 市と同様にユネスコ CCN に対する市民の認知度について尋ねた質問 1.では、「それほど認知されていないと思う」との回答であった。そして、同様に、質問 1.に対し、認知度を高めるためにどのようなプロモーションを行っているかについて尋ねた質問 2.では、「市単独ではなく、CCNJ の総体としてプロモーションを行っている」との回答であった。次に、ユネスコ CCN への認定登録へ向けた申請の意志について尋ねた質問 3.については、「現在のところ目指してはいない」としている。

最後に、創造都市としての今後の展望について尋ねた質問 4.では、「創造都市としてのネットワークの構築と、他都市との交流に重点を置いている」という回答であった。この点については、ほかのユネスコ CCN 認定・加盟都市と同様であり、ユネスコ CCN、CCNJ におけるコンセプトとしての都市間交流や、「創造性にまつわる実践に関するハブとしての都市を目指す」という理念が通底していた。

今回のアンケート調査から明らかになったことは、これら 7 都市を含むユネスコ CCN の取り組みは、2.2.3.でも取り上げたように、地域の文化の特性を活かしながら、国際的な相互連携を強く意識しており、各地域のポテンシャルを発揮すべく各事業に取り組んでいたという点である。ユネスコでは、都市を多様な創造性を発揮するクラスターであると捉えて、このネットワークを構築しているが、CCN は、既存のネットワークをさらにネットワーク化していく試みでもある。すでにある都市的な仕組みや取り組みを利用し、官民が協力し合ってクリエイティブなコミュニティとは何かを考え、実際政策の推進に活かそうとしている。そしてこのとき、都市の多様性を活かしながら、継続的に地域の持つ潜在的な文化力を高め、ネットワークを結ぶ都市間が相互に発展していくことが期待される。

表-4-3 ユネスコ CCN 認定 6 都市+1 都市に対するアンケート調査回答（共通）

質問項目（共通）	
質問1.	回答
札幌市	いない
鶴岡市	いない
金沢市	いない
浜松市	グループ職員7名中、1名がコンサートホール勤務経験あり
名古屋市	いない
神戸市	1/9名
横浜市	創造都市政策に関する専門職は居ないが、課の職員32名のうち半数以上が所属2年目～4年目である。
質問2.	回答
札幌市	2006年3月「創造都市さっぽろ(sapporo ideas city)宣言」以降。
鶴岡市	本平成22年3月策定の市総合計画実施計画において、「鶴岡ルネサンス宣言」に基づく、市政運営の重点方針として、「創造文化都市」を掲げた。同年11月には、農林漁業と商工、観光、大学等の関係15機関でつるおか農商工親連携総合推進協議会を設立し、食文化を核とした創造都市政策を開始した。（平成23年度に、同協議会を母体に鶴岡食文化創造都市推進協議会を設立）
金沢市	2001年に民間経済団体が、金沢創造都市会議を開始したこと。
浜松市	昭和56年。浜松総合計画に「音楽のまちづくり」を掲げた。
名古屋市	平成22年3月に「名古屋市文化振興計画」を策定し、文化によるまちのにぎわいづくりや、クリエイティブ・デザインシティに係る取り組みを計画中に位置づけた。
神戸市	阪神淡路大震災以降。それ以前から「ファッション都市」「アーバンリゾート都市」といった都市像を掲げていたが、震災の復興の過程の中で、「デザイン」視点で神戸を見つめなおし、新たな魅力・活力を創出し、くらしの豊かさを創造する都市戦略「デザイン都市・神戸」を進めている。
横浜市	みなとみらい地区(1983年着工)が業務施設や特色ある商業施設の整備により賑わいを増していく一方、開港以来横浜の中心となっていた関内地区などの都心部では開校当時の近代建築など歴史的建造物の消失やオフィスビルの空室率が増えるなど、経済・文化の両面での活力が失われつつあった。この状況を脱し、再び横浜の魅力を取り戻すため、2004年、有識者で構成された「文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会」からの提言により都心部の再生を目指して本市の創造都市(クリエイティブ・シティ)の取り組みが始まった。
質問3.	回答
札幌市	部局間調整・連携関係の構築、地元経済界の理解、住民への周知
鶴岡市	予算の確保、部局間調整・連携関係の構築
金沢市	予算の確保
浜松市	担当職員の確保、部局間調整・連携関係の構築、専門的知識やノウハウの取得
名古屋市	予算の確保、専門的知識やノウハウの取得、アーティストや専門家等の協力確保、文化・芸術団体との連携 地元経済界の理解
神戸市	予算の確保、住民への周知
横浜市	予算の確保、住民への周知
質問4.	回答
札幌市	・部局間連携強化のための庁内連携組織の設置、産学官連携組織である創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会の設立、実行委員会による各種創造都市・関連事業の実施、事業実施を通じた市民周知、理解の推進
鶴岡市	・予算の確保…国(文化庁、厚生労働省等)の補助金導入 ・部局間調整・連携関係の構築…関係課を構成員とする食文化創造都市推進庁内会議を定例開催
金沢市	—
浜松市	「「創造都市・浜松」推進のための基本方針」を策定し、産学官民の協働による浜松市創造都市推進会議を設置
名古屋市	財源確保のため、国の補助金の活用、協賛企業の募集等を行っている。
神戸市	・予算項目の整理、事業の選択と集中、政策会議における市長への提案 ・デザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)の周知および利用促進、同センターでのイベント実施。広報課との緊密な連携(広報誌、市政記者室の最大用) ・フリーペーパー「f. Dock」の発行、WEBサイト運営(クリエイター向け「KOBE DESIGNHUB」)、メルマガの配信など
横浜市	・創造都市政策の要である。創造界隈拠点(都心臨海部の歴史的建造物や倉庫等を活用した、アーティスト・クリエイター等の制作・滞在・発表の拠点)の認知度向上を目指し、本市の次期中期4か年計画(2014～2017)(素案)において、市内認知度の具体的数値目標を設定 ・目標達成に向けて効果的な広報活動を推進する予定。また、中期4か年計画で具体的な施策を具体的な施策を定めることにより、各年度予算確保をはかる。
質問5.	回答
札幌市	統合型(既存の事業を重要な要素としてとりこみ、それらの関連づけ・方向づけにウェイト置きながら、一定の新規事業も展開)
鶴岡市	連携型(既存の他の事業と連携しつつ、一定の独立性をもった新規体系として展開)
金沢市	連携型(既存の他の事業と連携しつつ、一定の独立性をもった新規体系として展開)
浜松市	統合型(既存の事業を重要な要素としてとりこみ、それらの関連づけ・方向づけにウェイト置きながら、一定の新規事業も展開)
名古屋市	統合型(既存の事業を重要な要素としてとりこみ、それらの関連づけ・方向づけにウェイト置きながら、一定の新規事業も展開) ※創造都市事業とその他事業の区分はしていない
神戸市	連携型(既存の他の事業と連携しつつ、一定の独立性をもった新規体系として展開)
横浜市	連携型(既存の他の事業と連携しつつ、一定の独立性をもった新規体系として展開)
質問6.	回答
札幌市	総合計画の中に位置づけられている。
金沢市	重点事業の一つとして採択されている。
名古屋市	明確に「創造都市事業」を位置づけているわけではないが、名古屋市文化振興計画重点プロジェクト(平成25～28年度) 「文化の振興による都市魅力の向上と発信」に属する事業がその趣旨に近いものと考えている。
神戸市	総合計画の中に位置づけられている。
横浜市	総合計画の中に位置づけられている。その他(「横浜市文化芸術創造都市施策の基本的な考え方」)。
質問6.	質問6.の事業名
札幌市	総合計画「札幌市まちづくり戦略ビジョン」は、ビジョン編と戦略編で構成されているが、ビジョン編で設定した目指すべき都市像を実現するため、戦略編で8つ創造戦略を設定している。
鶴岡市	鶴岡市総合計画実施計画
金沢市	世界の交流拠点都市金沢 重点戦略計画
浜松市	計画名：浜松市基本構想「浜松市未来ビジョン」、浜松市基本計画「浜松市未来ビジョン 第1次推進プラン」、浜松市戦略計画2015、 「創造都市・浜松」推進のための基本方針 事業名：創造都市推進事業 ※企画課創造都市推進グループが直接執行する事業の名称としては「創造都市推進事業」の1本となるが、このほか、文化政策課や産業振興課など関連課が行う多くの事業も創造都市推進に寄与するものである。
名古屋市	名古屋市文化振興計画重点プロジェクト(平成25～28年度)1 文化の振興による都市魅力の向上と発信。 (事業例) あいちトリエンナーレ、名古屋フィルハーモニー交響楽団、やっとかめ文化祭。 ナゴヤまちなかドアンサンプル、クリエイティブ・デザインシティネットワークの活用。
神戸市	第5次神戸市基本計画「神戸づくりの指針」「神戸2015ビジョン」
横浜市	横浜市中期4か年計画(2010～2013)および「横浜市文化芸術創造都市施策の基本的な考え方」

質問7.	回答
札幌市	観光文化局文化都市市民文化課、国際芸術祭担当部・経済局国際経済戦略室コンテンツ産業担当課
鶴岡市	上記5の庁内会議構成員 農林水産部(農政課・農山漁村振興課)、商工観光部(商工課・観光物産課) 事業によって、健康福祉部(健康課・子育て推進課)、教育委員会、農業委員会等とも連携
金沢市	都市政策局文化政策課・市長公室国際交流課・経済局クラフト政策推進課・経済局ものづくり産業支援課・経済局観光交流課
金浜松市	市民文化政策課 産業部産業振興課 産業部観光振興課 企画調整部国際課
名古屋市	市民経済局産業部次世代産業振興課
神戸市	産業振興局経済部工業化・住宅都市局計画部まちのデザイン室
横浜市	文化観光局魅力づくり室企画課
質問8.	回答
札幌市	約25団体
鶴岡市	鶴岡食文化創造都市推進協議会構成団体 22団体 [産 業 界]JA鶴岡、JA庄内たがわ、出羽庄内森林組合、温海町森林組合、山形県漁業協同組合、鶴岡商工会議所、出羽商工会、鶴岡市観光連盟、 庄内地域産業振興センター [大 学 等]山形大学農学部、鶴岡工業高等専門学校、慶應義塾大学先端生命科学研究所、東北公益文科大学 [有 識 者]食の都庄内親善大使、山形在来作物研究会、庄内浜文化伝道師協会、荘内日報社、山形新聞社 [市民団体]食育・地産地消推進協議会、食生活改善推進協議会 [行 政]山形県庄内総合支庁、鶴岡市
金沢市	約10団体
浜松市	約2団体(※) ※考え方により数が変わる。この2団体は「浜松市文化振興財団」「浜松市創造都市推進会議」を指す。楽器メーカーや合唱、吹奏楽の連盟などは、 浜松市創造都市推進会議傘下の音楽専門部会に参加しているため個々には数えず。また、文化政策課や浜松市文化振興財団が開催する大型事業は事業ごと に実行委員会を組織するので多数存在(ただし、それらは創造都市推進に寄与する事業の運営組織ではあっても、「創造都市政策」そのものを推進する団体 ではない)。なお、「事業の企画・運営」との質問であるが、「調査研究」を含めるのであれば、「静岡文化芸術大学」を加えて「3」としたい。
名古屋市	不明
神戸市	約10団体
横浜市	約5団体(※創造界隈拠点運営5団体のみ) + α
質問9.	回答
札幌市	札幌メディアアーツラボ(創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会の下部組織として、メディアアーツの研究者や企業関係者で構成する産学官研究組織であり、 メディアアーツイベント、国際会議などを開催している)。
鶴岡市	山形大学農学部、食の都庄内親善大使、山形在来作物研究会、庄内浜文化伝道師協会、鶴岡市食育・地産地消推進協議会
金沢市	金沢経済同友会・金沢市工芸協会・金沢市商工会議所・金沢クラフトビジネス創造都市機構・金沢美術工芸大学、 (これらの経済団体、工芸団体、学術の関係者と市で金沢創造都市推進委員会を組織し、事業を推進している)
浜松市	浜松市創造都市推進会議、浜松市文化振興財団、※「研究調査」も含めるのであれば「志津夫か文化芸術大学」を加える
名古屋市	公益財団法人名古屋市文化振興事業団・国際デザインセンター。
神戸市	商工会議所・KIITO(正式名:デザイン・クリエイティブセンター神戸)神戸芸術工科大学。
横浜市	・横浜芸術文化振興財団(施設等名称:ヨコハマ創造都市センター)・NPO法人BankART1929(施設等名称:BankART Studio NYK)・NPO法人アートプラットフォーム (施設等名称:急な坂スタジオ)・NPO法人黄金町エリアマネジメントセンター(施設等名称:初黄・日ノ出町文化振興拠点施設)・(株)ワコールアートセンター (施設等名称:象の鼻テラス)
質問10.	回答
札幌市	行政主導型
鶴岡市	官民協働型(鶴岡食文化創造都市推進協議会が主体となり、食文化を地域振興に活かすモデル事業の実施や、飲食店同士の連携、生産者・料理人・食品加工 等分野を超えた連携などを促進する事業を企画・運営している)
金沢市	官民協働型
浜松市	官民共同型
名古屋市	官民共同型
神戸市	行政主導型
横浜市	その他(行政主導型および地域主導型)
質問11.	回答(※は筆者算出)
札幌市	25年度 ①合計予算額 104,064千円(うち芸術祭関連74,000千円) ②比率 0.01% 26年度 ①合計予算額 487,064千円(うち芸術祭関連448,000千円) ②比率 0.06%
鶴岡市	25年度 ①合計予算額 472,258千円 ②比率 3.0% 26年度合計予算額 14,459千円 ②比率 0.02%
金沢市	25年度 ①合計予算額 472,258千円 ②比率 3.0% 26年度 ①合計予算額 450,577千円 ②比率 2.8%
浜松市	25年度 ①合計予算額 2,487,809千円 ②比率 40.8% ※0.9% 26年度 ①合計予算額 1,652,685千円 ②比率 29.0% ※0.6%
名古屋市	25年度 ①合計予算額 4,886,540千円(文化振興事業費+ユネスコ・デザイン都市なごや推進事業実行委員会予算) ②比率(創造都市政策の区分はない) 26年度 ①合計予算額 3,327,598千円 ②比率(創造都市政策の区分はない)
神戸市	25年度 ①合計予算額 182,713千円 ②比率 ※0.03% 26年度 ①合計予算額 161,220千円 ②比率 ※0.02%
横浜市	25年度 ①合計予算額 本誌歳出総予算額 1,536,901,954千円 (文化観光局予算 8,843,680千円 うち創造都市推進費 1,704,377千円) ②比率 文化観光局予算/本誌歳出予算 0.58% 26年度 ①合計予算額 本誌歳出総予算額 1,418,208,170千円 (文化観光局予算 7,201,426千円 うち創造都市推進費 1,377,442千円) ②比率 文化観光局予算/本誌歳出予算 0.51%

表-4-4 ユネスコ CCN 認定 6 都市+1 都市に対するアンケート調査質問項目回答（UCCN について）

質問項目(ユネスコCCNについて)	
質問1.	回答
札幌市	それほど認知されていないと思う
鶴岡市	比較的認知されている方である
金沢市	比較的認知されている方である
浜松市	※特に認知度を計測していない
名古屋市	それほど認知されていないと思う
神戸市	それほど認知されていないと思う
質問2.	回答
札幌市	登録分野であるメディアアーツ活用した市民に分かりやすいイベントなどを通じて、登録の意義などの周知を図っている。
鶴岡市	広報、HP、facebook、鶴岡食文化女性リポーターの組織化、鶴岡ふうどガイドの育成等
金沢市	ホームページによる広報、ロゴマーク・シンボルマークの活用等。2015年には、年次総会を開催する。
浜松市	公式ウェブサイト、フェイスブックでの情報発信、リーフレット・DVD(動画サイトへも登録)の製作、音楽事業の開催・冠付け
名古屋市	市公式ウェブサイトや「ユネスコ・デザイン都市なごや」専用のウェブサイトにおいて、イベント等各種事業のお知らせや、ネットワーク制度の説明、デザイン都市なごやの歩みなどについて紹介している。また、facebookなどのSNSでも情報を発信している。他にも、市内各局や他団体のデザイン関連事業と連携し、「ユネスコ・デザイン都市なごや」の露出の機会を増やすよう努めている。
神戸市	広報物(ポスター・チラシ・WEBサイト等)、市の封筒、名刺におけるロゴマークの最大活用。
質問3(1).	回答
札幌市	札幌駅前通地下歩行空間北2条広場メディア空間、札幌メディアアーツラボ(産学官連携組織である実行委員会下部組織)、初音ミク(クリプトン・フューチャー・メディア)など。
鶴岡市	施設は該当なし 創造産業(農林水産業、食品製造、飲食、観光等の食に関わる産業における創造性を高めることを目的とした事業を展開)事業…鶴岡食文化創造都市推進協議会事業実績、事業計画に明記。
金沢市	金沢美術工芸大学、金沢卯辰山工芸工房、金沢職人大学校、金沢21世紀美術館、金沢市民芸術村
浜松市	(施設)アクトシティ浜松、浜松楽器博物館ほか (事業)浜松国際ピアノコンクール、静岡国際オペラコンクール、アクトシティ音楽院 他多数
名古屋市	株式会社国際デザインセンター
神戸市	デザイン・クリエイティブセンター神戸(愛称:KIITO)
質問3(2).	回答
札幌市	文化芸術がもたらす感動は、人々の創造的な活動や発想へとつながり、まちの魅力向上や地域経済を牽引する源になると考えのもと、「創造都市さっぽろ」の取り組みを進めている。
鶴岡市	農林水産業、食品製造、飲食、観光等の食に関わる産業における創造性を高めることを目的とした事業を展開している
金沢市	民間の経済団体、工芸団体、学術の関係者と行政とで組織した金沢創造都市推進委員会が中心となって事業の計画・推進を行なっている。
浜松市	以下の5つの観点を柱として個別事業を推進する(「創造都市・浜松」推進のための基本方針) (1)新たな発想を喚起する創造空間の演出 (2)創造性あふれる市民活動の促進 (3)魅力ある地域資源の活用 (4)「浜松ものづくり」を原点とした創造産業の創出 (5)創造都市ネットワークを軸とした発信・交流・連携
名古屋市	名古屋市ではユネスコ・デザイン都市なごやの推進として、名古屋市、株式会社国際デザインセンター、名古屋商工会議所、中部デザイン団体協議会の4者で実行委員会を構成して事業を実施している。過去の事業においては、あいちトリエンナーレ2013 オフィシャルグッズの学生コンペティションでは提案されたグッズのうち3点が実際に商品化された。また、オーストリア・グラーツの国際イベント「デザインモナートグラーツ」に招待を受け、名古屋とグラーツ学生との交流プロジェクトでリサーチしたデザインや文化、名古屋圏のプロダクツを展示紹介した。
神戸市	デザインに関わるイベント、ワークショップ、ゼミ、セミナー等の企画を通じて、市民とクリエイターを結びつける事業を進めている。
質問4.	回答
札幌市	ユネスコが認めるメディアアーツ都市という都市ブランドや同ネットワークを生かして、文化を軸とした他の加盟都市との新たな交流や、関連事業を通じた人材育成を図り、産業振興など札幌の活性化につなげていきたい。
鶴岡市	鶴岡食文化創造都市推進プランに明記
金沢市	2015年に、ユネスコ創造都市ネットワークの世界会議を、国内ではじめて金沢で開催します。これを期に、創造都市間の交流を活性化させ、国際的な観点から、人材育成の活性化を図っていくことが出来ると考えています。
浜松市	浜松市が目指す創造都市像の姿(「創造都市・浜松」推進のための基本方針) ・浜松のものづくりや音楽、多文化共生などの根底にある「やらまいか精神」「柔軟で寛容な市民性」が、まちづくりや暮らしに広く活用されていく ・市民が常に新しい試みにチャレンジし、次々と新しい価値を生み出していく ・創造的な人材が集積し、日常空間を創造空間(魅力的な都市空間)に変え、市民の暮らしに刺激を与えていく ※浜松基本構想「浜松未来ビジョン」も参照いただきたい。(浜松公式ウェブサイトに掲載)
名古屋市	地域資源である文化と産業が相互に刺激しあい、付加価値を高めていく取り組みを促進するため、デザイン、ファッション、コンテンツ、伝統産業などのクリエイティブ産業を強化する。ユネスコ創造都市ネットワークを活かして、「デザイン都市なごや」の国際的な情報発信、人材育成・啓発などを行っていく。
神戸市	住み続けたいまち、訪れたいまち、持続的に発展するまちを目指して、文化・教育に携わる人々や企業だけではなく、すべての市民が神戸の持つ強みを活かし、デザインによって新たな魅力を“協働と参画”で創造する都市を実現するべく、「まちのデザイン」「モノづくりのデザイン」「くらしのデザイン」を基本方針に各事業を進めていく。

質問項目 (CCNJについて:横浜のみ)	
質問1.	回答
横浜市	それほど認知されていないと思う
質問2.	回答
横浜市	本市単独での活動はしていない。CCNJとして、市民向けのイベント等を通じた広報活動を実施している。
質問3.	回答
横浜市	今のところ認定は目指していない
質問4.	回答
横浜市	CCNJは、創造都市に関するあらゆる情報・知見・経験交流のハブ機能を担い、取り組み主体のサポート役に徹することを基本的な役割とし、我が国における創造都市の普及・発展を通じて日本社会の創造的な復興・再生に貢献するとともに、平和で強制的なアジア創造都市ネットワークを構築する礎となることを目指している。横浜市では、引き続きCCNJの目的達成に向け、自治体等とあらゆる交流を図っていく。

4.4. ユネスコ創造都市ネットワークと我が国の創造都市の今後の在り方

ユネスコ CCN と我が国の創造都市の関係において重要な位置を占めるユネスコ CCN の年次総会は、過去 2008 にユネスコ本部のあるパリ、サンタフェ、そして 2009 年にリヨン、2010 年に深川、2011 年にソウル、2012 年にモントリオール、2013 年にボローニャ、2014 年度に成都で開催された。そして 2015 年には金沢で行われた。これは、我が国では初の総会の開催である。そこでは主に、経験を共有するキャパシティ・ビルディングの改善、各都市の活動に関する情報の交換と更新、ネットワークのコミュニケーション戦略とオペレーション等について話し合われた。

また、将来のユネスコ CCN のガバナンスとネットワークの開発に関連し、新たな創造都市の指名手続きが確定される予定である。ここで興味深い点は、先述の近年は比較的アジア地域における認定・登録が多くなされているという点のみならず、こうした年次総会やネットワークに関する会議、シンポジウム等の国際的なイベントに関してもアジアの都市で多く開催される傾向にあるということである。

このとき重要な事は、CCNJ 等の国内のネットワークも含め、いかに各都市間の情報の共有や人材の交流が促進され、ネットワーキングしていけるかである。また、さまざまな違いを尊重しつつ受け入れ、その「違い」を積極的に活かすことが重要である。変化しつづける創造産業に関係するビジネス環境や多様化する顧客ニーズに最も効果的に対応できるクリエイティブ・クラスを育成し、競合する都市に対する優位性を創り上げること。すなわち創造都市のもつダイバシティをいかに醸成し、シナジー効果が発揮されうるのかを考えることが重要である。

4.5. 創造都市政策モデルから見た創造都市の特性

ここまで、各都市における政策モデルごとの特徴や創造主体との関係性等を明らかにし、比較しながら各市の創造都市政策を見てきた。本章の最後に、我が国における創造都市政策モデルから見た創造都市の特性に関する知見について言及しておきたい。まず、各都市における創造都市政策の政策目標や、創造都市政策を所管する部局の違いから、実践され

の際の施策や事業といったアウトプットも異なり、それらがクリエイティブ・クラス等の各創造主体による実践や、それぞれの都市の創造産業の特性の差異や重点政策推進の際の特色として現れていた。また、創造都市政策の従来文化・芸術政策と異なる点としては、明確な都市戦略の目標設定のもと、専門の所管部局をそれに合わせる形で設け、これまでそれぞれ別々なカタチで、主として行政主導でとられてきた文化・芸術政策と産業振興政策とがその多くの施策や事業のレベルにおいて、包括的に行われているという事があげられる。

また、多くの創造都市で、市民への十分な周知による連携関係の元で行われているという点が、7都市の背景を整理し、モデリングからの比較考察を行う中で明らかになった。しかしながら、様々な戦略目標のもと、多様な実践がなされている創造都市政策というものを一律の尺度で扱う事は困難である。これを踏まえ、今後の研究課題として、当該自治体におけるより詳細な事例調査や、自治体担当者及び市民、そこで活躍する各主体へのヒアリングやアンケート調査等を通じ、以下の様な点を明らかにする必要があるだろう。まず、「創造都市」を都市の政策目標の一つとして標榜するに至った要因や政策を実践する上での課題、創造産業の実態、キーとなる施設やその運営主体、といった都市のもつ歴史や文化といった固有の条件である。加えて、これらの様々な固有の条件や特性が、各創造都市政策のアウトカムとしてどのような差異や共通項として現れてくるのかを、その要因も含めてより詳細に検討を行う事が必要であろう。

本章では、国内のユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市+1 都市の創造都市政策の現状を描きだし、比較考察を試みたが、創造都市政策に関する研究の領域において、現状では一律の政策評価軸というものが存在しない。そのため、各モデルごとの違いや特性が、固有の歴史的、あるいは文化的要因に裏打ちされて積み上げてられてきたものに起因するのか、特定の人物や施設、固有の政策がトリガーとなり進展してきたものなのかといった点までは踏み込むことができなかった。創造都市への取り組み方は、その都市固有の歴史性や産業構造の違いによって多様性があり、一律の尺度で扱うことは困難であるが、予算の配分や割合、それらを所管する部局の違い等によりその方向性や目標像、狙いとするアウトカムは大きく異なることが明らかとなった。

これらを受け、創造都市政策に関する行政の取り組み以外の側面から比較考察すべく、5 章及び 6 章ではそれぞれ、創造都市政策の一翼を担う文化施設である市立美術館の機能と役割という側面と、創造都市政策にきわめて関連の深い文化政策の側面から検討し、考察を行う。

5. 創造都市における市立美術館の機能と役割

本章では、各市の推進する創造都市政策の一翼を担う文化施設である市立美術館の機能と役割という側面に焦点を当てる。まず、5.1.では創造都市における市立美術館が創造都市政策の一翼を担うに至った背景及び美術館に関する先行研究、考察の目的と方法、対象について述べる。そして、5.2.では ユネスコ CCN 認定・加盟都市における市立美術館の概要と実践について整理する。5.3.では、4.1.で行ったのと同様に構築したユネスコ CCN 認定・加盟都市における市立美術館の関係性モデルから比較考察する。5.4.では、対象都市における市立美術館へのアンケート調査の結果をまとめる。以上を受け、5.5. では、創造都市における市立美術館の機能と役割について考察する。加えて 5.6. では、対象市立美術館の中でも特に先進的事例として扱われる金沢 21 世紀美術館の取り組みについて取り上げる。最後に 5.7.では、本章のまとめとして市立美術館と創造都市政策の関係について言及する。

5.1. 創造都市における市立美術館

我が国の創造都市において、市立美術館が中心となり、芸術家やクリエイター、市民、行政、NPO といった各主体と連携をとりながら、都市における文化芸術をはじめとする創造的営為が行われる際の一つの拠点としての機能を果たすとともに、文化、芸術、産業等の相互連携を促している。収集・保存・展示や、文化に関する教育・普及・研究といった博物館法^{注14}に位置づけられた機能のみならず、都市デザインやまちづくり等の文脈においても、創造産業関連の人材の循環や、芸術と産業のイノベーションが生じる際の一つの結節点としての意味合いにおいても、市立美術館の実践と、それらが果たす役割の重要性はますます高まっている。

5.1.1. 都市政策と美術館に関する先行研究

美術館に関する研究はこれまで数多くなされてきたが、個別具体的な館の取り組み事例について扱ったものや、教育や文化芸術の普及・啓発、館そのものの建築様式等の視点からなされたものが最も多い。

また、政策との関連では、管理運営側からの視点で公立美術館の実態と課題について論じた上田・熊谷（2007；2008）をはじめ、公立美術館における芸術普及活動や空間の利用実態の視点から論じられたものは存在する。また、本研究とは比較的近い視点で論じられている田島・小川（2013）では、地方都市におけるボトムアップ型アートプロジェクトにおいて、地域の人々や各主体を繋ぐメディアとしての美術館の機能についても触れられている。

また、地域交流における拠点となる美術館の役割に関して論じた上原・山形・金（1995）や、金沢 21 世紀美術館の教育普及活動に注目し、地域における美術館の役割に関して論じた吉田（2010）や、来館者を考慮した美術館教育実践の地域的展開に関して考察を行った渡邊（2014）等がある。しかし、創造都市政策や、その他先進的な文化政策にもとづく実践が行われている我が国の各都市において、市立美術館で実践されている事業と創造都市政策との関連や、市立美術館が都市の創造性を高める創造産業や文化芸術による創造クラスターを形成する際の、一つの拠点として求められる機能と果たすべき役割について論じたものはほとんど見られない。

5.1.2. 市立美術館の実践に関する考察の目的と方法

5.1.1. で見たような現状を受け本章では、我が国の創造都市における市立美術館の実践や多様な主体との連携関係の現状とその特徴を明らかにする事で、今後の創造都市における一つの創造的営為の拠点、さらにはそのような拠点や様々な主体が都市において相互に関連し合いながら創造性を発揮する際の一つのコアとしての美術館の有り様を探る。そして、都市の再生や振興への政策的・実践的応用につながる知見を得る事を目的として、創造都市政策の一翼を担う一つの創造拠点としての市立美術館の機能と役割に関する比較考察を行う。検討の方法はまず、3 章で行ったのと同様に、各美術館における創造都市政策の現状を各館の計画書や統計データにより整理した上で、各市の市立美術館が創造的営為の一つの拠点として都市に与える影響や広がり、多様な主体との連携関係や都市政策との関連等の現状を整理し、これをもとに 5.3. では 4.1. の創造都市政策モデルと同様にモデリングを行う。加えて、各館へのアンケート調査により得られた回答と合わせ、美術館をコアとした各モデルの特性から比較考察を行う。その際、本研究で対象とする 14 都市のうち、市立の美術館を持たない盛岡市、仙台市を除く 12 市における 13 の市立美術館・博物館を対象として取り上げ、各市の創造都市政策との関連をそれぞれ整理する。さらに、4 章での比較考察同様、ユネスコ CCN 認定・加盟の 6 都市及び、金沢市とは先行研究においてしばしば対照モデルとして扱われる横浜市を加えた 7 都市における 8 館についてもより詳細に見ていく。対象美術館名は表-5-1 の通りである。このとき考察対象として、名称は美術館とは異なるが、市の創造都市政策にもとづく実践の拠点の一つとなる等、その位置付けや機能の実態面から、神戸市立博物館も加えている。このように本研究が「市立」の美術館に着目する理由は、各都市における創造都市政策推進事業の一翼を担う主体の一つとして当該政策との関連を考察するためである。例えば、神戸市には「兵庫県立美術館」も存在するが、こちらは県の施設であり、県の予算をもとに運営されている。ゆえに市の創造都市政策との直接的な関連性は見られないため、今回の検討からは除外している。

表-5-1 対象美術館名

札幌芸術の森美術館	大阪市立美術館
鶴岡アートフォーラム	神戸ファッション美術館
横浜美術館	神戸市立博物館
新潟市美術館	篠山歴史美術館
金沢21世紀美術館	高松市美術館
浜松市美術館	北九州市立美術館
名古屋市美術館	

5.2. ユネスコ創造都市ネットワーク認定 6 都市+1 都市における市立美術館の実践

ここでは、各市の美術館の予算、入場者数を含む概要と、各館の実践について対象美術館の美術館年報や統計資料等から得られたデータをもとに表-5-2 にまとめた。なお、札幌芸術の森美術館については、24 年度は改装、再整備等により半年の間休館であったため予算、入館者数は例年より少なくなっている。各館では、基本的には 3.3.1. の表-3-1 で示したような、市の創造都市政策に位置付けられた目標に沿った形で施策上の事業を展開している。その中で各美術館では、市民向けのワークショップや市内産業や商店街とのタイアップ事業等、一方向的な発信のみならず様々な主体との双方向的な関係性にもとづく事業も、市の創造都市政策にもとづく施策や事業の実践の一部として、実践されている事が分かる。加えて、民間や NPO 団体、美術館以外の文化施設等も関係しており、創造都市政策にもとづく事業への多様な主体の参画が進んでいるものと考えられる。博物館法にもとづく美術展示はもちろんのこと、金沢 21 世紀美術館や神戸ファッション美術館におけるビエンナーレ期間中の小中学生を対象としたミュージアムクルーズ等、美術教育の普及と、小中学校における学校教育との連携関係が見られた。さらに、札幌芸術の森美術館におけるメディア・アートや鶴岡アートフォーラムにおける食文化に関する展示、篠山歴史美術館における丹波立杭焼の展示等、地元の創造産業に関連した特徴的な作品の展示が行われている。

創造都市政策推進の観点からは、札幌芸術の森美術館や金沢 21 世紀美術館では、クリエイティブ・クラスの育成と発信の一環として地元映像作家や工芸作家の作品の展示を行い、他の作家への刺激を誘発するような普及プログラム等「インキュベータ(孵化器)」としての市立美術館の機能が見られる。これは、単に創造的産業を振興するという産業政策面への寄与に限らず、地域経済社会の担い手となるべき創造的人材の育成・誘致、NPO・ボランティア等の市民活動の活性化をサポートする役割である。

表-5-2 各美術館の概要と実践

美術館名	札幌芸術の森美術館	鶴岡アートフォーラム	横浜美術館	新潟市美術館	金沢21世紀美術館	浜松市美術館	名古屋市美術館
美術館の予算(千円)H24	13,405千円 (野外美術館、工房施設等の予算合計) (※24年度改修工事の為半年休館)	14,282千円	1,139,599千円	161,623千円	675,334千円 (金沢市からの指定管理料)	76,885千円 (人件費含まず)	事業予算208,466千円
入館者数(人)H24	349,176人	68,506人	662,159人	83,060人	1,487,285人	53,614人	314,257人
開館年	1986年7月	2005年8月	1989年3月	1985年10月	2004年10月	1971年7月	1988年4月
創造都市政策に関連する実践・事業	・札幌国際芸術祭2014の会場(アートヴィレッジ地区全体) ⇒様々なイベント、ワークショップ、企画展等 ⇒企画展示「都市と自然」 ⇒都市空間のサウンドコンペティション会場 …等	・食を受け継ぐ/ビリオン他食文化推進関係事業	・教育普及プログラム ヨコソコファイル設置…等 ・デモ、ワークショップ ・横浜トリエンナーレ運営 展示会場 ・近隣商業施設とのタイアップ事業 …等	・オープンギャラリー事業 ・創造都市政策における全市型文化施設としての位置付け、事業展開	・明後日朝顔プロジェクト21 ・金沢若者夢チャレンジ・アートプログラム ・ミュージアム・クルーズ ・金沢アート・プラットフォーム ・アートde まちあるき ・金沢おしやれメッセ会場 …等	・新美術館の整備構想 ⇒関連展覧会・イベントの実施 …等	・あいちトリエンナーレ会場 ・教育プログラム ⇒ワークショップ、ガイドツアー、アートペーパーの配布等 ・まるごと1日ギャラリートーク …等
美術館名	大阪市立美術館	神戸ファッション美術館	神戸市立博物館	徳山歴史美術館	高松市美術館	北九州市立美術館	—
美術館の予算(千円)H24	231,166千円(指定管理料、人件費含む)	247,980千円	230,388千円 (管理運営費は除く)	12,670千円	69,877千円 (展覧会費68,023千円＋差別教育事業費1,854円)	449,235千円	—
入館者数(人)H24	約226,500人(本館) 約299,000人(貸展示場)	170,000人 (※暫定値)	559,145人	19,237人	64,165人 (差別館主催特別展37,757人＋常設展20,029人＋貸館利用者数)	262,267人	—
開館年	1936年5月	1997年4月	1982年秋	1982年	1988年8月	1974年11月	—
創造都市政策に関連する実践・事業	※現在首長交替により創造都市政策との明言はないが、新たに下記の関連事業を行っている ・大阪ミュージアム構想 ⇒地域(市民、大学、企業等)との連携 …等	・服飾系学科を持つ各大学、専門学校との連携事業 ・神戸アートウォーク2013の主催 ・神戸ピエンナーレの一部作品展示 …等	・デザイン都市神戸シンポジウム ・神戸アートウォーク2013の主催 ・神戸ピエンナーレの一部作品展示 …等	・創造農村に関する陶器(丹波立杭焼)の展示販売 ・教育プログラム(ワークショップ等)	・まちづくりシンポジウム、生活文化創造都市推進事業「浜松地域会議」の開催 ・高松市美術館サポートショップ事業 …等	・産業、ものづくり、観光、スポーツ、国際交流開拓事業の一體的な推進	—

5.3. ユネスコ創造都市ネットワーク認定 6 都市+1 都市における立美術館の関係性モデル

ここでは、我が国におけるユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市及び、先述の通り創造都市として佐々木（2007）をはじめとした先行研究においてしばしば金沢市と対照的に論じられる横浜市を加えた 7 市における 8 つの市立美術館・博物館について、より詳細に見ていく。そこで、各美術館の事業と創造都市政策との関連を表-5-1 で整理した各美術館・博物館の概要と実践及び、各市美術館年報や表-5-2 における市の計画書等をもとにモデリングを行なったものを参考に検討する（図-5-1～5-7）。まず、各館に共通する特徴として、市の創造都市政策の一つの柱事業でもある札幌芸術の森美術館における国際芸術祭や横浜美術館や名古屋市美術館におけるトリエンナーレ事業、神戸市における二館が関係するピエンナーレ事業といった、継続的に行われる市の国際発信・交流事業の中の一会場として位置づけられていた。さらに、金沢市における伝統工芸品産業、名古屋市のデザイン産業、神戸市のファッション産業といった創造産業とクリエイターやデザイナーの関係性の中でコラボレートする中で、生み出された作品がそれぞれの美術館で展示・紹介され、後に地元企業により実際に商品化する等、イノベーションを促す動きも一部に見られた。

また、金沢 21 世紀美術館では、開館以前より行政による市民に対する意識調査や周知・啓発が徹底して行われ、現在では一部市民ボランティアによる運営もなされており、商店街や伝統産業といった地元の実践主体との協働による商品開発や交流の場ともなっている。また、横浜美術館は東京芸術大学映像学部の誘致に伴う若手クリエイターとの交流の場、教育普及プログラム等を通じた啓発や教育の場といった多様な機能も持っていることがわかった。このように各市立美術館は、市の創造都市政策や、創造的営為の一つのコアをなす機能を果たしていることが明らかになった。

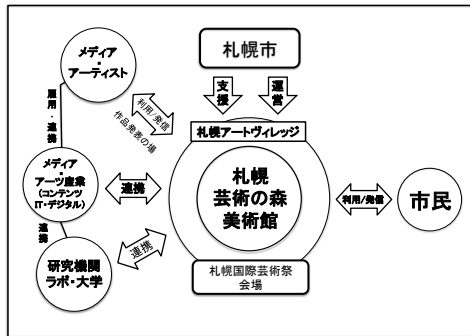


図-5-1 札幌芸術の森美術館における
関係性モデル

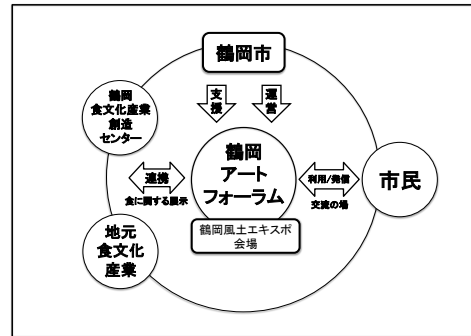


図-5-2 鶴岡アートフォーラムにおける
関係性モデル

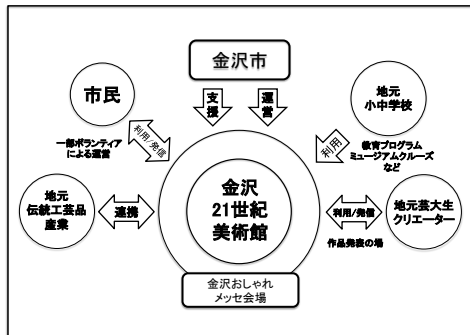


図-5-3 金沢21世紀美術館における
関係性モデル

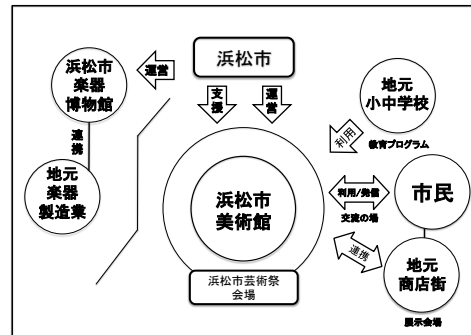


図-5-4 浜松市美術館における
関係性モデル

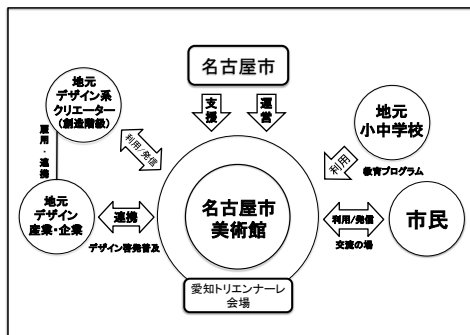


図-5-5 名古屋市美術館における
関係性モデル

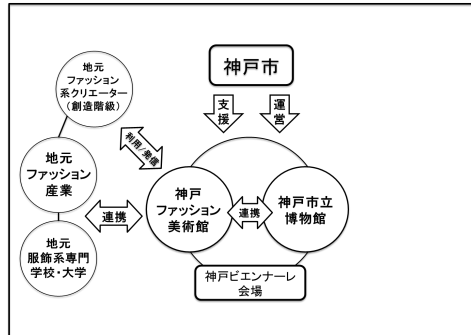


図-5-6 神戸ファッション美術館・神戸市立
博物館における関係性モデル

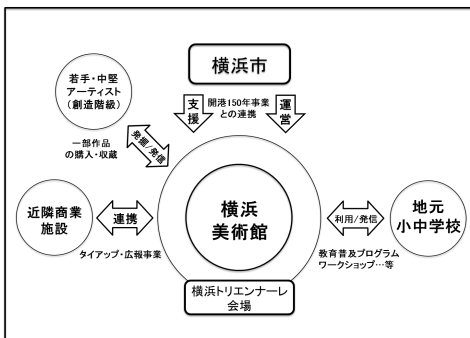


図-5-7 横浜美術館における関係性モデル

5.4. 対象都市における市立美術館へのアンケート調査

ここでは、対象都市の 13 美術館・博物館に対して、各館の推し進める事業と市の創造政策の関係や、事業を推進する上での意識や意向を把握する目的でアンケート調査を行った。ここからは、その結果をもとに考察を行う。

5.4.1. アンケート調査概要

今回行ったアンケート調査概要は以下の通りである。

- ① アンケート調査実施期間：平成 25 年 1 月 10 日～平成 25 年 1 月 31 日
- ② 調査対象：創造都市 14 市における 13 市立美術館・博物館の各担当課

- ・札幌芸術の森美術館 学芸課 学芸普及係
- ・鶴岡アートフォーラム 学芸課
- ・横浜美術館 経営管理グループ
- ・新潟市美術館
- ・金沢 21 世紀美術館 総務課
- ・浜松市美術館
- ・名古屋市美術館 総務課
- ・大阪市立美術館 総務課課長代理
- ・神戸ファッション美術館 事業課
- ・神戸市立博物館 学芸課
- ・篠山歴史美術館 篠山市教育委員会社会教育・文化財課
- ・高松市美術館 学芸課
- ・北九州市立美術館

5.4.2. アンケート調査結果とまとめ

今回行ったアンケート調査のうち、本研究で用いた項目は表-5-3 のとおりである（なお、質問 2.の関連事業及び、質問 5.の予算と入場者数については表-5-2 に反映させた）。アンケート結果のうち、選択式の設問に対する回答を表-5-4 に、自由回答の結果を表-5-5 にまとめた。新潟市美術館については、市の美術館としての統一見解を出す事は困難であるとして、質問 3. (2)、質問 5.、質問 6.、質問 8.のみ回答が得られた。

まず、市の創造都市政策に関する認知度を尋ねた質問 1.については、13 館中 7 館が「よく知っている」と答えており、その他の 5 館についても、「詳しくは知らなくとも認知はさ

表-5-3 対象美術館へのアンケート調査質問項目

選択式回答
質問1. 市の創造都市政策について知っているか
質問3. 美術館の実践について (1)美術館で重点を置いている実践 (2)どのような主体と協力、連携しているか (3)事業を進める上で困難を感じている点
質問4. 美術館の事業や実践に対する評価指標の有無 (定量的指標/定性的指標)
質問6. 市の創造都市政策との連携について
質問8. 美術館が市において果たす機能、役割
質問9. 質問8で特に重要と考える項目
自由記述式回答
質問2. 市が掲げる創造都市政策や施策に関連する事業(質問1で②と回答の美術館のみ)
質問5. 平成24年度の貴美術館の事業にかかる予算合計額・入場者数(表-7-2参照)
質問7. 質問6の回答の理由
質問10. 美術館の企画や事業を運営する中で、将来的に期待すること、今後の展開など

れている」ことがわかる。次に、質問 1.に関連する設問である質問 2.については、表-5-2でも示したように、札幌芸術の森美術館や横浜美術館、神戸ファッション美術館等で、「市の創造都市政策に位置付けられた文化芸術イベント会場になる」といった機能や、「政策そのものに位置付けられている実践を行なっている」という点に回答の特徴が見られた。美術館における実践について尋ねた設問である質問 3. (1) の重点を置く事業では、「地域や市民への啓発」という回答が最も多かった。次いで「域内の教育機関や人材といった他の主体との連携」との回答が得られた。協力、連携する具体的な主体についての質問である 3. (2) では、「企業」、「ボランティア」、「他の文化施設」という回答が最も多く、「企業や大学機関、NPO 等」と答えた美術館の中には、地元の上記主体との回答もそれぞれ 3 割弱見られた。次に、実践する上で困難さを感じている点についての質問である 3. (3) では、やはり「予算の確保」に苦心している美術館が最も多かったが、二番目に多かった「人材の確保」や、「地元からの理解や専門知の確保」等、美術館の外部との関係性の構築や調整といった点も、今後の課題となってくることが予想される。質問 4.については、政策評価指標として定量的、定性的指標共に持つ美術館は 13 館中 5 館であり、どちらかを持つ美術館を含めれば半数以上の美術館で何らかの評価指標を持っている事がわかった。質問 6.については、13 館中 8 館では今後、連携する意志を示しているが、5 館で連携の予定はないと答えている（個別の理由である質問 7.についての回答については表-5-5 参照）。しかし、金沢市のように設置当初より創造都市政策の一翼を担う主体として計画に盛り込まれており、すでに市の創造都市政策に位置づけられた事業等と一定の連携関係を構築していると考えられる場合や、館独自の事業に創造都市としての特色をもたせているという理由等も考えられるため、これらを一律に評価する事は難しい。ゆえに今後は、個別具体的内容についても検討する必要があるだろう。さらに、市立美術館が果たす役割、機能について尋ねた質問 8.では、3、2、1 と高い順に三段階でレベルを付けての回答を求めた。まず、①～④に

についてはほとんどの美術館が 3 をつけている。これは、先述の博物館法にも位置付けられている美術館の持つ基本的な機能でもある。その他については各美術館の特色が出ていたが、特に⑩「市外、国外への芸術の発信」という項目に多くの美術館が 3 をつけている。また、⑤～⑨の項目で多くの美術館が 2 としていることから、創造都市における美術館に求められる「交流や連携の結節点」という機能については、事業の優先順位の置かれ方からしても未だ検討、準備の途上段階にあるものと考えられる。質問 8.を受け、最も重要と考える実践について同項目から一つ選択してもらった質問 9.では、①が 7 館、④と⑦がそれぞれ 2 館と、美術館としての基本的な事業に力点を置いているということがわかった。

最後に自由回答である質問 10.では、横浜美術館におけるトリエンナーレ事業の継続的实践を行っていくという回答であった。また、金沢 21 世紀美術館では、金沢市を含む北陸地方における新規の新幹線開通に連動した事業等、今後始まる新たな事業展開への期待感が伺えた。また、札幌芸術の森美術館、神戸ファッション美術館及び神戸市立博物館、高松市美術館等では、美術館や博物館が本来持っている機能を堅実に実施していく事がより重要であると捉えられていることがわかった。さらに、浜松市美術館のように、質問 6.における回答のとおり今後はより連携したいとの意向はあるものの、現状ではそこまで手が回っていないという回答もあった。

表-5-4 対象美術館へのアンケート調査回答結果（選択式回答）

質問1. 市の創造都市政策について知っているか	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①よく知っている	○		○	—		○	○	○	○			○	
②詳しくは知らないが聞いたことはある		○			○					○	○		○
③知らない													
質問3. (1)美術館で重点を置いている実践	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①地域や市民への啓発	○	○		—	○		○	○		○	○		○
②域内アーティストや人材との連携				—	○	○							
③地元創造産業との連携				—									
④地元教育機関などとの連携・協働				—	○		○						
⑤地域の知名度の向上				—									
⑥その他(具体内容は別表)			○	—					○			○	
質問3. (2)どのような主体と協力、連携しているか	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①企業(地元・外部)		○	○	○	地	地		地	○	○			
②大学等研究機関(地元・外部)	○		○		○	地		地	○	○		○	
③NPO(地元・外部)			○			地		地	○		○		
④ボランティア	○	○	○	○	○					○		○	○
⑤作家・アーティスト		○			○	○			○			○	
⑥他の文化施設(具体内容は別表)		○	○	○		○	○		○		○	○	
⑦協働関係はない													
⑧その他(具体内容は別表)				○							○	○	
質問3. (2)事業を進める上で困難を感じている点	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①予算の確保	○		○	—	○	○	○	○	○	○	○		○
②人材の確保		○	○	—	○	○			○				○
③美術館内の担当課間調整				—	○			○					
④専門的知識やノウハウの取得		○		—		○							○
⑤アーティストや専門家等との協力確保				—									
⑥他の文化・芸術団体との連携				—				○	○				
⑦NPOやボランティア団体との連携				—									
⑧他の文化施設等との連携				—			○						
⑨地元からの理解				—									
⑩住民への周知		○		—			○			○			
⑪その他(具体内容は別表)			○	—		○							
質問4. 美術館の事業や実践に対する評価指標	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
定量的指標	なし	○	○	—	なし	※	○	○	○	○	○	なし	○
定性的指標	なし	○	なし	—	なし	※	なし	○	○	○	なし	なし	○
質問6. 市の創造都市政策との連携について	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①今後、より連携して取り組みたい			○	○		○		○	○	○		○	○
②今後は連携していく予定													
③連携は難しい													
④今のところ連携の予定はない	○	○			○		○				○		
質問8. 美術館が市において果たす機能、役割 (重要と考えている順に高いほうから三段階)	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①市民への芸術発信の場	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
②地元のアーティストや芸術家発掘、紹介の場	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
③アーティストや芸術家の発表の場	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	1	3	3
④教育の場	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
⑤人材と産業の交流の結節点	3	2	1	2	2	3	1	1	3	1	1	2	2
⑥創造都市政策における事業の実践の場	3	2	3	2	1	2	2	1	2	2	1	3	2
⑦市民の交流の場	3	3	2	3	3	2	1	2	1	2	2	2	3
⑧NPOや市民の連携の場	3	2	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2
⑨地域芸術や地場産業の継承、発信の場	3	2	2	3	3	3	1	1	2	2	3	2	2
⑩市外、国外への芸術の発信の場	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	2
⑪その他(具体内容は別表)			3					1				3	
質問9. 質問8で特に重要と考える項目	札 芸	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
回答番号	④	⑦	①	—	⑦	①	①	①	①	①	④	①	—

表-5-5 対象美術館へのアンケート調査回答結果（自由回答）

質問2. 市が掲げる創造都市政策や施策に関連する事業 （質問1で②と回答の美術館）	回答
札幌芸術の森美術館	創造都市さっぽろを推進事業として掲げられる「札幌国際芸術祭2014」への協力。
鶴岡アートフォーラム	・館として事業を行っていないが、展示会場として貸し出している。 ・食文化創造都市推進プロジェクト。
横浜美術館	ヨコハマトリエンナーレ2014。
浜松市美術館	創造都市として、より一層飛躍できるような展覧会・イベントの内容となるよう常に心掛けている。
大阪市立美術館	大阪ミュージアム構想等、地域との連携。
神戸ファッション美術館	ファッションもデザインの一部として、当館が行う特別展示はデザイン都市政策の関連事業として位置付けている。
神戸市立博物館	海外展など展覧会の開催。
高松市美術館	産業、ものづくり、観光、スポーツ、国際交流などに関する施策等を一体的に推進することにより高松の都市ブランドイメージの恒常を積極的かつ効果的に図りながら「瀬戸の都、高松」の魅力を全世界に発信するもの。
北九州市立美術館	本市の基本計画において「芸術・文化の振興」が掲げられ、その中で芸術文化の担い手の育成など推進することとしている。具体的に展開している事業としては、美術ボランティア制度を導入しており、市民はこのボランティア活動を通じて自己実現を図るとともに美術館の運営にも参画している。

質問7. 質問6の回答理由	回答
札幌芸術の森美術館	現在進行中の国際芸術祭は連携事業の大きなひとつとしてあるが、それ以外については特に具体的なプロジェクトや事業は見当たらないため。
鶴岡アートフォーラム	利用申し込みがないため。
横浜美術館	ヨコハマトリエンナーレという国際展を開催することは当館の強い特徴となり他館と差別化されたアイデンティティをもつこととなる。また国際的発信力も増す。
新潟市美術館	市の美術館なので政策に基づいて運営していく。
浜松市美術館	創造都市政策を推進してゆくには、文化・芸術分野における積極的な事業展開が必要不可欠であると考えため。
名古屋市美術館	地元商店街、近隣の文化施設等と連携している「芸術と科学の杜」事業に注力するため。
神戸ファッション美術館	市の公の施設として市の施策と連携していく必要がある。
神戸市立博物館	「デザイン都市神戸」は政策全体の取り組みであり、戦略の方向性は、博物館の使命と同じ。
高松市美術館	文化芸術の創造性の活用が創造都市政策においてうたわれているため。

質問10. 美術館の企画や事業を運営する中で、将来的に期待すること、今後の展開など	回答
札幌芸術の森美術館	これまで通り、意義深く、内容の充実した展覧会企画とまちがいのない文化遺産の保存・管理。そして子供から高齢者まで幅広く利用できる生涯学習の場として運営を行うこと。
鶴岡アートフォーラム	市民の芸術活動を促進する様々な企画、事業の展開。
横浜美術館	ヨコハマトリエンナーレという国際展を開催することは当館の強い特徴となり、他館と差別化されたアイデンティティをもつこととなる。また国際的発信力も増す。
金沢21世紀美術館	北陸新幹線開通を見据え、さらなる来場者の増加に結びつく様々な企画を実施する。
浜松市美術館	現在の館運営では、展覧会やワークショップなどが主となっており、市民の交流の場を創出するところまで手が回らない状態であるため、芸術発信と交流、創造とつながるよう事業展開をしてゆきたいと考えている。
名古屋市美術館	国際文化都市にふさわしく、優れた作品を紹介し、海外の美術館との連携を進めていく。
神戸市立博物館	本館は博物館であり「芸術」は現代作家のそれではなく、人類の文化遺産として理解している。
高松市美術館	時代に則した新しいことへの対応も必要だが、美術館の基本原則（充実した展覧会の開催、価値ある作品の収集）をオーソドックスに“やり続けること”。

5.5. 創造都市における市立美術館の役割

従来型の市立美術館に求められていたものとは主に、保存、修復、普及啓発、収集、教育、研究といった博物館法にもとづく一方向的な公開責任の原則に依拠していた。しかし近年、市の財政難等により美術館そのものの経営をはじめとする自助努力も必要となり、各館の特徴を打ち出していく必要性が出てきた。そうした中、ここまで各館の事業の実態の整理や、モデリング及び創造都市に対するアンケート結果から見てきたように、創造都市における市立美術館の特徴は、集いと交流の場（文化コミュニティ拠点、NPO 等の活動拠点）、表現活動の場（現代作家、地元の芸術大学学生の卒業制作展示、ビエンナーレ会場…等）、普及啓発の場（文化発信拠点）、人材育成の場、教育の場（ワークショップ、体験型学習、ツーリズム、ミュージアムクルーズ等）というように、主に各市で掲げられた創造都市としての目標像に沿った実践の中に現れていた。すなわち、創造都市における美術館に求められている役割とは、主に現代アートを念頭に置きつつ、上記のような、従来の美術館にはあまり求められてこなかった機能、つまり市民やその他の創造主体、創造産業等との双方向的関係性の構築や、多面的かつ多様な形の場としての役割である。創造都市における市立美術館は、特に金沢 21 世紀美術館の取り組みに見られたように、本来の市立美術館の持つ芸術の発表・啓発の場の機能のみならず、教育の場、各産業とのイノベーションのコア、交流の場等の機能を持ち、創造都市における市立美術館を中心とする一つのクリエイティブ・クラスターを形成している。これらの機能を通じ、市民のクリエイティブ性の向上や、ユネスコ CCN における国際関係、地域経済への貢献等を通じ、創造都市の一翼を担っている。この市立美術館と各主体との関係性は、従来型のいわゆる「ホワイトキューブ」と呼ばれる美術館の姿とは異なる、市民やクリエイター、地元産業との双方向的かつ横断的な関係性を持った創造クラスターのコアとしての美術館の役割の在り方の一つのモデルであるといえる。

5.6. 金沢 21 世紀美術館の取り組み

ここでは、いまや創造都市政策のみならず、様々な領域における文化政策にもとづく事業推進の際の公立美術館の先端的な成功事例として注目されている金沢市立 21 世紀美術館を取り上げる。そして、金沢 21 世紀美術館が、市の創造都市政策の推進の際に果たす機能と役割についてモデリングし、整理する（図-5-6）。

金沢 21 世紀美術館は、近現代を中心とした作品の展示を目的として 2004 年に設置された。開館以来、多くの市民や民間団体に利用されており、2012 年度には、147 万 1487 人が利用している。開館以前より、行政や専門家らによる市民に対する周知や芸術に関する啓発活動が徹底して行われた。現在では一部に市民ボランティアによる運営や、地元商店街

や伝統産業、大学やクリエイターとの連携、ミュージアムクルーズ等を通じた子どもたちへの文化啓発事業等、多機能的かつ多層的な役割を持つ美術館として金沢市の創造都市政策の一翼を担うに至っている。このように、金沢市立 21 世紀美術館における各主体との関係性は、本来の美術館の持つ芸術作品の展示の場としての機能のみならず、教育の場、イノベーションのコア、交流の場等の機能を持ち、従来のホワイトキューブと言われる美術館とは異なる、市民やクリエイター、地元伝統工芸品産業との双方向的な創造クラスターのコアとしての美術館の在り方の一つの指針となるモデルだといえるだろう。

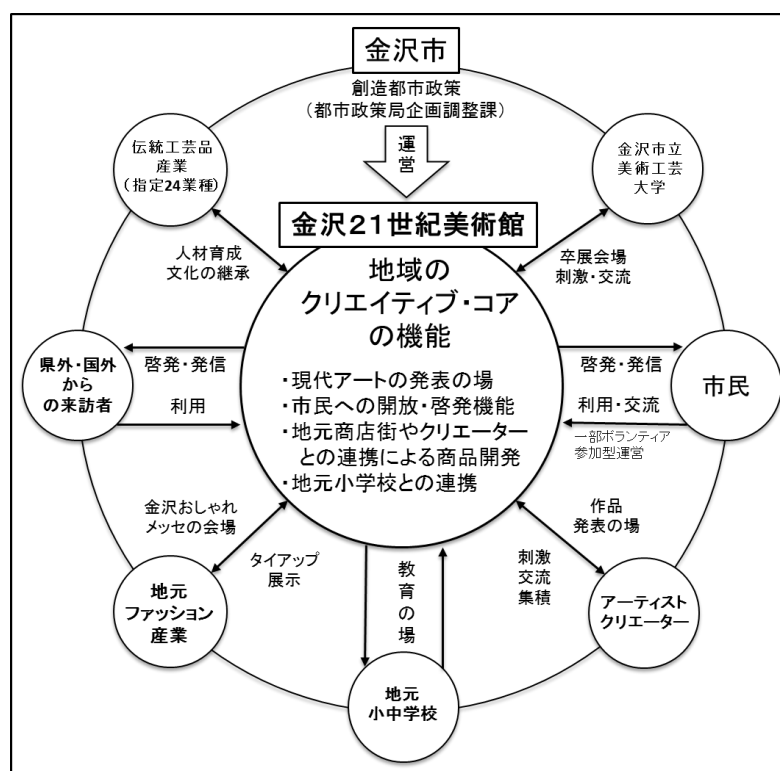


図-5-6 金沢 21 世紀美術館における各主体感の連携モデル

5.7. 市立美術館と創造都市政策の関係についての考察

本章を通じて、国内の創造都市政策を位置づけている 14 都市中 12 都市における 13 館の市立美術館・博物館の創造都市政策に関連する取り組みを整理した。そして、ユネスコ CCN 認定登録都市 6 都市+1 市における 8 市立美術館・博物館の具体的実践事例の整理とモデル化を通じて、その特徴をそれぞれ明らかにしてきた。創造都市における市立美術館では、各市の創造都市政策を基に市民や各創造主体との双方向的な事業展開がなされており、各市における創造的営為を行う際の創造クラスターのコアの一つを担っているということが明らかとなった。

今後は、これらのモデルをもとに、より詳細な具体的事例や、行政所管部局へのヒアリ

ング調査等を通じて創造都市政策との関連や、その実践における課題を明らかにするとともに、各モデルごとの特性や差異、共通項といったエッセンスを検討材料としながら、創造都市政策を推進する際に市立美術館が担うべき役割を果たすひとつの文化施設として、また地域のクリエイティブ・コアとしての機能について、より踏み込んだ検討を行なっていくことも必要であると考え。このとき重要なことは、創造都市というコンセプトが政策にもたらすアウトプットからアウトカムに至るプロセスや、どのような主体がどのような連携関係のもと創造的实践を行なっていくのかという点である。

このような点を踏まえ、次章では、創造都市における文化政策という側面から、創造都市政策との関連及び、創造都市政策をさらに強力に推進するためのさらなる可能性について考察を行う。

6. 創造都市における文化政策の役割

ここでは、文化政策の側面から創造都市政策について取り上げる。まず、6.1.では、文化政策の概念そのものについて整理する。6.2.では、4 章でも触れたように、対照的モデルとしての金沢市と横浜市におけるこれまでの文化政策を取り上げ、より詳細に検討する。6.3.では、クリエイティブ・コモンズ運動から生まれたクリエイティブ・コモンズ・ライセンスを政策上の施策や事業の推進に活用し、メディア・アートを中心に様々な取り組みを行う創造都市札幌の事例を取り上げる。これを受け、6.4.では、クリエイティブ・コモンズ自身の活動の経緯やライセンスを用いることの意義とその有り様も含め、創造都市におけるクリエイティブ・コモンズと政策の新たな関係について考察する。6.5.では、創造都市における新たな文化政策として、都市におけるクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの応用とその可能性について考察する。最後に 6.6.では本章のまとめとして、創造都市政策と文化政策の関係の中で、文化政策が今後に担っていくべき新たな役割について考察する。

6.1. 創造都市と文化政策の関係

まず、文化政策と創造都市の関係について触れてみたい。文化政策とは、一般に文化・芸術を対象とする公共政策である。狭義には芸術政策、広義には文化人類学的意味での文化を対象とした政策のことを指す。広義の文化政策には、芸術政策のほかに、言語政策・宗教政策が含まれる。学術研究においては、芸術学や音楽学、美学、哲学といった人文科学領域のほか、経済学（特に文化経済学）や、社会学（特に文化社会学）、法学、政治学、行政学等の社会科学領域を横断する学際的研究によって支えられているとされる。また、現場における実践的な知の蓄積との関わりも深い個人の生活の質（QOL）や、それらを獲得するための潜在能力や自由に関わる政策でもある。

一方、創造都市政策は、創造的な環境の構築プロセスとして、都市や産業発展の中に位置づけることができる。近年では、文化政策が対象とする文化とは、文化芸術の振興や文化財の保護だけではなく、文化産業や都市デザイン、まちづくり等を含むより広い概念として捉えられるようになってきている。この中には、創造都市政策に関する諸施策や、この後詳述するクリエイティブ・コモンズ運動が志向する、著作権に関する諸政策への対応も含まれる。

その意味で、創造産業の振興とその推進、保護等を旨とする創造都市政策は、文化政策の包括的な推進における現代的諸問題解決の一端を示唆しているものといえるだろう。これに関して、スロスビーは、『文化経済学入門』（2002）の中で、文化のもつ機能について、下記の三つの定義付けを行なっている。

- ① 関係する活動は、それらの生産において何らかの創造性を含んでいること。
- ② 象徴的な意味での生産やコミュニケーションに関係すること。
- ③ それらの生産物は、少なくとも潜在的には、ある種の知的財産を盛り込んでいること。

スロスビーによれば、「文化」とは何らかの創造性を含み、社会のコミュニケーションに関係するとともに、ある種の知的財産を盛り込んでいるという。「創造性」は、個人の生活の質や潜在力の形成に深く関わるだけでなく、主として 1990 年代以降、都市や産業発展の原動力であるとみなされるようになってきた。社会におけるコミュニケーションに関わるというのは、文化が集団のアイデンティティやコミュニティの形成と不可分の関係にあることを意味する。

そしてこのとき、知的財産は、著作権や知的所有権として、今後の経済活動の新たな基盤となるべき分野である。これは、メディア・アートのような、新興のメディアを用いたコンテンツ産業の基礎を提供するといってもいいだろう。3.4.2.で触れた創造産業についても、英国 DCMS（2006）により「広告、放送、デザイン、報道、映画、美術、イラストレーション、ゲーム開発、手芸、音楽産業、舞台芸術、出版、ソフトウェア開発等、個人の創造性や技能、才能に由来し、また知的財産権の開発を通じて、富と雇用を創出しうる産業」であると定義づけられている。

当然、文化政策に関する考え方も時代と共に常に変化してきている。第二次世界大戦後の文化政策は、1950～60 年代に芸術家や芸術団体への公的支援や文化財の保護を中心として開始された。70 年代には、文化へのアクセスを保障するために、文化施設の地方分散化や地方自治体による文化予算の増額が見られた。しかし、80 年代になると、国家の財政赤字を背景として、補助金を受け取った芸術団体の財政的運営責任が問われる中で、文化政策は、より享受者に光を当てた支援施策へと転換していった。そして同時に、都市や産業の発展にとっても重要な要素として位置づけられるようになった。60 年代に始まったコミュニティ・アート（生活の場で、アーティストと共に芸術創造活動を行う一つの実践形式）の試みが大きく広がったのも 80 年代以降である。今日では、文化政策と医療・教育・福祉・産業等他の政策分野との連携も広がってきている。文化とは、それだけで閉じられた小さな位相ではない。それゆえ文化政策も、全ての政策に文化的視点を加えること、あるいは文化的なアプローチを取り入れることによってはじめて大きな効果を発揮する。例えば、CCNJ に認定・加盟している東京都豊島区の文化振興ビジョンの策定にあたっては、文化の定義を芸術だけに限定せず、より広い意味で捉えるとともに、「生活や産業、都市空間等と密接なものなのであり、それらと一体になったもの」として考えていく必要があると位置づけられている。

豊島区文化政策懇話会（2004）『豊島区の文化政策に関する提言～としま文化特区の実現に向けて～』では、創造都市政策という文脈において、文化という用語を使う際には、以下のことに留意する必要があるとしている。

- ・これまで、当該地域にゆかりのある人々が行った文化的活動が、文化資源としてストック、継承され、新しい文化を創造する基盤となる地域の大学や市民の文化活動等、ハード的な場としての文化資源だけでなく、人やその活動、歴史にも着目した文化資源の再評価を行うこと。そして、それらを新たな文化創造に結びつける政策が求められる。つまり、文化資源を再評価して編集し、新しい創造の基盤となるよう位置づけていくこと。
- ・芸術、文化、文化産業、非営利的文化活動等の用語について、文化とは芸術を含むより広い概念であるとともに、文化産業とは、クラフト的な生産や、非営利的な文化活動を含む概念であり、商業的な文化産業のみを意味しないこと。
- ・文化の社会的循環においては、文化的活動を、生産→流通→消費といった一方向の流れとして捉えるのではなく、創造→伝達→享受→評価→蓄積→交流→学習→創造といった、一連の循環プロセスとして捉えることが必要であること。

このように、創造の成果が享受され評価されることによって次の創造へとつながっていくと捉えることにより、創造と享受の両方を視野に入れ創造産業クラスターの構想を考えることができる。そして、この循環には、市場的原理（私的・財的文化生産と消費の側面）と文化的原理（公共財的文化生産と消費の側面）の2つの側面があり、この2つの側面がうまくかみ合ってこそ、その循環が形成されるのである。

6.2. 対照的文化政策モデルとしての金沢市と横浜市

6.1.で触れた文化政策に関する議論を前提として、ここでは、佐々木（2006）等の先行研究や、2章でも取り上げた文化庁による「文化芸術創造都市推進事業」の年次報告書等において、しばしば対照的モデルとして取り上げられる金沢市と横浜市を創造都市政策における対照的文化政策モデルとしてより詳細に考察したい。

6.2.1. 金沢市の文化政策

金沢市は、人口45万人の豊かな自然環境と独自の経済基盤を待つ中規模都市であり、内発的発展（Endogenous Development）の視点からこれまで高く評価されてきた。また、その

最大の特徴は、佐々木（1997；2001）で指摘されたように、イタリアにおけるボローニャと同様職人気質に富み、イノベーションを得意とする事や、独自技術を持ち、「スキ間分野」でのトップシェア（ニッチトップ）を維持する企業が多くあり、相互に刺激し合いつつ発展を遂げる自律性の高い都市経済をもたらしている点である。

そして同時に、伝統産業とともに史的な街並みや周辺の自然環境等を守りつつ、アメニティが豊かに保存された都市美を誇っている。1955 年に「市立金沢美術工芸大学」を設立し、友禅や蒔絵等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努めている。また、全国に先駆けて「伝統環境保存条例」を制定し、史的町並みの保存における全国的な牽引者ともなっている。そして同時に、現代アート等にも目を向け、新たな文化の創造に向けた取り組みがなされてきた。例えば、金沢市民芸術村を 1996 年に設立し、「1 日 24 時間 1 年 365 日」自由に使える施設とし、各工房に一般市民から選ばれたディレクターを置いて施設利用の活性化、独自事業の企画立案、そして利用者間の調整等を市民が自主的に行っている。

他にも、5.7.でも触れた 21 世紀美術館を核に、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行っている。そして、市民の能動的な参加によって、「近代産業遺産」が「文化創造の場」に転化するとともに、新しい「文化的インフラストラクチュア」と、「芸術の創造インフラストラクチュア」とに転化しつつある。これらの創造都市政策について佐々木（2001；2006）では、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金沢の文化政策は、「文化資本を生かした都市の文化的生産方式」とされる。金沢における文化政策において創造産業は、かつての職人的生産（クラフト・プロダクション）の再構築を経て、フォーディズム式生産（マス・プロダクション）から、新たに、文化的生産（新しいクラフト・プロダクション）への歴史的展開の中に位置づけられるといえる。

6.2.2. 横浜市の文化政策

横浜市は、人口 364 万を有する、開港以来 150 年強を経た近代的大都市である。「みなとみらい 21」の失敗（これについては議論の分かれるところではあるが、経済の地盤沈下という側面から、あえて失敗と位置づけている）から新たに外的発展を目指す都市政策の先駆的モデルとなった。横浜市の特徴としては、首都東京に隣接し、横浜市を中心として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事が挙げられる。しかし、20 世紀末以来のグローバル化の中で、従来型の製造業は空洞化していった。このとき、「みなとみらい 21」等の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はかろうとしたが、直後のバブル経済崩壊と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、さらに停滞することとなる。そこで、その打開策として掲げられたのが、当時の都市再生ビジョンである「文化芸術創造都市ークリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けて」（2004）というコンセプトである。具体的な取り組み内容としては、以下の4点が挙げられる。このビジョンをもとに、現在も創造都市政策を継続的に推進している。

- 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。

そしてこれらを受け、同年4月、「文化芸術創造都市事業本部」が新設されている。さらに、「クリエイティブ・コアー創造界限形成と映像文化都市への取り組み」事業においては、BankART1929と称する、1929年に建設された旧富士銀行と旧第一銀行や臨海部の倉庫や空きオフィスをリノベーションしながら活用し、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が行われた。そこではコンペで選ばれた2つのNPOが2年間にわたり現代アートを中心とする作品展示等を行い、パフォーマンス、やワークショップ、シンポジウム等様々なイベントを展開している。

さらに、東京藝術大学大学院映像文化研究科の誘致、横浜現代アートトリエンナーレ、映像コンテンツ制作企業等立地促進助成制度、クリエイター等立地促進助成制度等の施策も行われた。そして、中田市長（当時）の独自の裁量により産業政策と文化政策、都市空間形成政策における各事業の融合と水平的横断が試みられている。このとき、文化芸術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、まちづくりにかか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」を新設している。そして横浜市は、文化政策推進に関わる中核的推進組織としてNPO等の市民の政策過程への参画を提案し、「行政的官僚的組織文化の改革」を掲げ、現在に至るまでその政策目標に設定している。

6.2.3. 金沢市と横浜市の異なる文化政策のアプローチ

上で見てきた金沢市と横浜市という二つの都市は、同じく「創造都市」を目指しながらも、全く異なる方向性の文化政策プロセスがとられている事が興味深い点である。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」を創設し、行政はその提案を受ける形で創造都市への歩みを始めたが、一方の横浜市の場合は、「みなとみらい」という臨海

都市開発が頓挫し、その失敗を批判する形で当選した中田市長が登場して以降、それを背景とした戦略が出てきている。創造都市理論の政策への応用や、創造都市政策への取り組み方は、金沢市では、「芸術文化が脱工業化都市において、文化的な産業の成長性や雇用の効果を持ち、問題解決にあたって創造的なアイデアを刺激する」というランドリーの創造都市論の考え方を主な政策推進のコンセプトとして採用していた。これに対して、横浜市では、「創造的な社会を実現するためには、社会的・文化的・地理的環境が重要であり、創造的な人材を集めることこそ有効である」というフロリダの理論に大きく影響された文化政策であるという点で好対照をなす事例であるといえよう。

このとき、金沢市における創造産業や文化産業を振興する上での日本的な課題はまず、伝統文化と現代文化の間にあるギャップをどのように乗り越えながら、都市における新たな文化創造に結び付けていけるのかという点であり、職人による伝統的なクラフト的生産をベースに現代アートを融合した「文化的生産」システムへの移行の可能性の問題である。一方の横浜市については、マスメディアや出版印刷業、コンテンツ産業等主要な創造産業において「東京一極集中構造」が支配的になっており、その構造からの脱却が大きな課題となっている点である。

佐々木（2006）では、創造産業はクラスターを形成する傾向を強く持っており、創造性を刺激する独特のやわらかい支援策が有効であると述べられている。すなわち、創造産業のクラスターが、先端的デザインをうみだす現代アートや既存の中小企業を主体とした職人的ものづくりと連携して新たな価値ある財を生み出すことができるなら、創造都市として再生することも夢ではないのだと述べられている。地方分権の推進と地域主権を基にした改革が推進される中で、今後両市を含む創造都市においても創造都市政策がどのような形で結実し、再生や振興に結びつけていけるかは、都市の歴史や文化を見直し、都市の特性とは何かを自ら分析し、その結果を政策面に生かしていくことによって、都市の個性に応じた文化政策を実践することができるかにかかっているといえる。

6.3. 札幌市におけるメディア・アートと文化政策

ここでは、メディア・アートの創造性を活かしながら、都市空間とサイバー空間のインタラクションを目指しつつ、実際の都市空間において、創造的空間を形成しつつある札幌市の文化政策を中心とした取り組みについて見ていくこととする。

2012年、ユネスコ事務局長イリナ・ボコヴァは、ユネスコ CCN の新しいメンバーとして、アンギャン＝レ＝バン市（フランス）、パデューカ市（アメリカ合衆国）、札幌市（日本）を指名した（UNESCO プレスリリース 2013 年 11 月 21 日）。

これにより、札幌市は世界 41 都市が加盟（2014 年 10 月当時）するユネスコ CCN の一員

となった。国内では、これまで見てきたように、金沢市（クラフト&フォークアート）、神戸市（デザイン）、名古屋市（デザイン）に次いで4番目、メディア・アート都市指名はアジア初となった。メディア・アート分野で認定・加盟している創造都市は、現在、リヨン市（フランス）と札幌市と同時期にユネスコ創造都市に指名されたアンギャン＝レ＝バン市（フランス）、そして札幌市の3都市である。

ユネスコから指名されたメディア・アート都市としての札幌市は、本研究でもここまで様々な論点から述べてきたように、都市そのものをメディア（媒体）として、地域産業や国際観光交流の促進に貢献する新たなメディア技術を用いた文化芸術表現や、市民の自発的な表現活動とその経済活動の促進を目指すものであった。札幌市における具体的なメディア・アートに関する取り組みとしては、「さっぽろ雪まつり」における3Dプロジェクションマッピングや、「札幌国際芸術祭 2014」における先端的なメディア・アートの展示、さらには都市の（物理的な）光や、都市環境全体を新たなメディア技術によって付加価値を付与することによる魅力づくり、ソーシャル・メディア等を基盤にしたまちづくりへの市民参加の促進等がある。これにもとづいて、都市環境問題を解決するさまざまな知恵と創意工夫を発揮し、新たな創造産業の構築と、都市空間とサイバー空間という二つの位相をインタラクションできるようなコンテンツやメディアを開発しようと試みている。これらについて、ここから札幌市における具体的な三つの試みについて時系列で見ていく。

(1) 札幌市における創造産業としてのデジタルコンテンツ産業の振興

札幌市では2001年にデジタルコンテンツ産業の振興を目的とした「札幌市デジタル創造プラザ（インタークロス・クリエイティブ・センター）」を設置し、創造的人材の育成・活用推進事業を行っている。そして、文化施設の整備とそこで育成された創造的人材を中心に、国際的な音楽イベントを多数開催した。その中で、総合芸術の創作・交流・発信の場として5章でも取り上げた「札幌芸術の森美術館」や、世界水準のコンサートホール「Kitara」等で、アーティストの創作発表の場と市民が文化芸術に親しめる場を提供している。また、「パシフィック・ミュージック・フェスティバル」（PMF）では、若い音楽家の指導育成と音楽文化の普及をはかっている。

さらに、「サッポロ・シティ・ジャズ」、「さっぽろアートステージ」など、市民が身近に音楽をはじめとする文化芸術を鑑賞できる環境を醸成している。3章及び4章でも触れてきたが、札幌市は、「創造都市宣言」（2006年3月）を行い、上記のような取組を総合的に強化しており、これらが評価され2008（平成20）年度には、「文化芸術創造都市」文化庁長官表彰を受賞している。

(2) 札幌市における産学官連携と国際イベント開催への広がり

2006年に「札幌市立大学」が開校し、同年「札幌国際短編映画祭」を開催。また、地域ブランド「札幌スタイル」など、産学官の連携によるデジタルコンテンツ産業等の創造的人材の育成と創造産業の起業が進んでいる。また、街なかに文化芸術による賑わいを創出する試みとして、PMFでは、市役所ロビー、大通公園、札幌駅、地下街等の公共空間で無料のアウトリーチコンサートが多数開催された。また、「さっぽろアートのステージ」等の開催により、プロ、アマを問わず広く参加の機会が提供されている。このように、文化芸術施策が今後の都市戦略の重要な要素として、創造産業の振興をはじめ、魅力的なまちづくりの推進、都市ブランドの構築へ発展するものとして位置づけられている。そして、映像や音楽を通じ、世界的なレベルのプロからアマチュア、子供まで裾野が広がっており、メディア・アートの領域での産業集積と雇用の創出が見られるようになってきている。

(3) 札幌市におけるクリエイティブ・コモンズとデジタルコンテンツの活用

(1)、(2) で見てきたように、札幌市では産学官で構成する「創造都市さっぽろ市民会議」が中心となり、メディア・アートを活用した新たな都市文化・都市経済の循環と、ソーシャル・メディアを活用した市民の創造活動について検討が進められている。

これまでに、後述するクリエイティブ・コモンズの国際会議「i・Summit」の誘致(2008年)をはじめ、アーティストやクリエイターの拠点づくりを通じた都市基盤の再編に取り組んできたが、その過程で、創造産業の振興やCGM(Consumer Generated Media、消費者生成メディアの意)の活性化が進み、札幌発のサブカルチャーも現れてきている。それらは、2011年3月に完成した札幌駅前地下歩行空間におけるCGMサイネージ等に反映されている。また、2014年開催の「札幌国際芸術祭 2014」のプレ企画として、「表現するファノソーサブカルチャーの表象たち」をはじめとする様々なデジタルコンテンツを用いたアートイベント等も開催された。

こうした動向を踏まえ、ソーシャル・メディア時代の市民の創造的活動と都市の未来に焦点を当てた国際シンポジウム「メディア・アートと創造都市」が、2011年11月22日に開催された。ここでは、伊藤穰一(MIT:マサチューセッツ工科大学メディアラボ所長、現クリエイティブ・コモンズ代表理事)、アンドレアス・ブレックマン(ドイツロイファナ大学リューネブルク「ロイファナ・アートプログラム」ディレクター)、伊藤博之(クリプトン・フューチャー・メディア(株)代表取締役)、水口哲也(ゲームクリエイター、プロデューサー)らメディア・アート世界における第一線で活躍する4名がパネリストとして登壇した。その後、現在に至るまで、彼らは札幌のメディア・アートの

展開におけるキーパーソンとして様々な形で創造都市政策の推進に深く関わっている。ここまで見てきたように、札幌市において実践されているメディア・アートとは、絶えず変容するトランスメディアであり、これらは次世代のコンテンツ・パワーであると位置づけられている。その中心は、異なる複数の物語を多メディアに配信するための新たな表現手法の開発である。例えば、映画やテレビドラマ、そしてゲーム等の形でさまざまな物語を複数のメディアに即して横断配信する。その過程で、複数のコンテンツの背景に共通する物語世界が明らかになるにつれ、ユーザーや観客自身が物語に双方向的に参加していく。その物語の評価は、SNS 等を通じて拡散していくという仕組みであり、その舞台装置こそが都市というわけである。消費者やユーザーの情報発信力と物語を駆動する力を最大化することで、最終的なメディアは消費者、市民、読者、観客自身のものとなる。

創造都市とトランスメディアの創造的な関係構築という観点からも、メディア・アーツ都市をめざす札幌市が、このトランスメディアとしてのメディア・アートに注目する理由がある。この点で札幌市の取り組みは、創造都市の中でも時代の先端をゆくものであるといえるだろう。次に、こうした活動を後押しするクリエイティブ・コモンズの実践について詳しく見ていく。

6.4. 創造都市におけるクリエイティブ・コモンズとその新たな関係

札幌市で実践されているような、文化政策の領域におけるコンテンツやテクノロジーをはじめとする知識資本（Knowledge Capital）の生産、流通、消費の関係性の中で、これまで様々な議論がかわされてきた。例えば、トフラーは『第三の波』（1980）^{注15}の中で、DIY^{注16}の概念等、互助的な仕組みが存在したインターネットが始まる以前の世界の、巨大な消費文化や市場は継続しないどころか衰退していくのであり、マスメディアや大量消費の文脈とは異なったメディアや大量生産の仕組みを持たないローカルなネットワークの中から、個人がエンパワーメントされる世界がその後創出されると指摘していた。すなわち既存の表現方法や価値観とは異なった文脈の、オルタナティブな創造的空間が立ち上がってくることを予測していたのである。今やこの読みは抽象レベルでは間違っていなかったといえるだろう。

そして今や、権力や資本により網の目状に張り巡らされている表現への監視と規制や、新自由主義的な市場原理への対抗的ヘゲモニーのひとつとして、クリエイティブ・コモンズ（以下 CC）運動に端を発するオープンソース運動とコンテンツの自由利用に関する実践がある。こうした流れを受け、我が国では文化庁により「コンテンツ流通の促進」という方針が打ち出され、平成 16 年より 25 年までに計 8 回に渡り CC 関連シンポジウムも開か

れている。我が国においても、知識資本に対する保護を強める政策一辺倒では、コンテンツ産業やテクノロジーの発展を妨げる要因になりかねないとの認識が共有され始めている。

ここでは、コンテンツや知識資本の流通に関する政策的枠組みが、ひとつの文化政策として創造都市政策とどのような関係を結び、今後創造都市をいかに新たなステージへと導くのかについて考察する。その際、CC の諸実践及び、我が国における知識資本の管理流通の一翼を担う NPO 法人として活動するクリエイティブ・コモンズ・ジャパン（以下 CCJP）の取り組みの意義と、CCJP を含む各国の CC が用いる独自のライセンスシステムの有効性についても取り上げ考察する。

フロリダの、創造都市のイノベーション理論における寛容性を基礎としたコンテンツやテクノロジーの流通といった創造的所産の流動性と、知識資本と呼ばれる一連のコンテンツやアイデア、情報等への自由なアクセス可能性は、今後の創造産業の振興にとって極めて重要な問題である。4.1.及び 6.3.でも触れたメディア・アーツを基礎とする札幌市の取り組みは、そうした知識資本へのアクセスの促進に関する仕組み作りを積極的に政策に盛り込んでいる。この点は、2.2.3.でも触れた、ユネスコ CCN の文化的多様性のためのグローバル・アライアンスにおける、文化の産業発展を目指す際の 6 つの条件とも密接に関係している。これに関し、以下に CC の果たす役割や意義についても取り上げ、札幌市の事例をきっかけとして、メディア・アートと創造性、そして、新しいコンテンツ産業やテクノロジーの創造性をドライビングフォースとする創造都市政策の新たな関係について考察する。

6.4.1. クリエイティブ・コモンズ運動について

ここで扱う CC 運動は、90 年代以降に盛り上がりを見せたフリーソフトウェア運動^{注17}に呼応する形でアメリカにおいて始まったウェブ（サイバー空間）上で行われているプロジェクト、またそれを実施する NPO による諸実践である。彼らは、主に著作物の流通に関する許諾権の一部解除等の法的手段を利用して、新たな著作物の創造、流通、検索の自由の担保等をもとに、様々なジャンルにおける多様性や創造性の発現に資するような独自のライセンスシステムを設計し提供している。彼らの活動の目的は、多様なコンテンツやテクノロジーといった知識資本を「共有」しようとする際、知的所有権法や著作権法といった枠組みが障害となった場合、法的問題を回避し、新たな作品の創造やコラボレーション、二次創作ひいては新たな価値を生み出す事をも想定した多様な創造のための環境を提示する事である。

以下（1）～（6）では、CC 運動展開の背景や、CC に関する先行研究、その意義や目的、理念、CCPL のシステム構成等、CC に関する基本的な概要について整理する。

(1) クリエイティブ・コモンズ運動の登場の背景

2000 年以降、インターネット環境の発達や様々なツールの技術的進歩により、誰もが自身の想いや様々な知を表現し、発信することが容易になった。また、それに伴う時間的、物質的コストはいまや極めて低くなりつつある。さらに、そのようにして生み出された様々な情報やコンテンツを共有し、社会全体で利用する事の有益性は、かつてドラッカーが予見していたように、ポスト資本主義としての情報化社会における諸活動にとって、社会資本や社会関係資本に次ぐ新しい形の資本＝「知識資本」として一層の関心を集めている（Drucker, 1993）。しかしながら、そうした「知識資本の共有」という視点に立った場合、世界的な潮流としてのフェア・ユースや、オープンコンテンツといった自由な創作に対する知識資本の解放という動きに対して先進各国では、むしろ保護の強化、管理を強める方向性を打ち出している。では、情報化社会における知的財産戦略、知識資本の共有はどのようにあるべきなのか。共有されるべき知識資本の管理・流通はどのような主体や制度のもとでなされるべきなのか。法律家・企業・クリエイター等様々な立場から、ネット上でも多くの議論が戦わされているこのテーマであるが、その回答の一つがこの CC という運動である。

CC は、著作物の創造・流通・検索をスムーズに行えるようなシステムを設計し、多様な知識資本を共有できるような環境を構築しようとするプロジェクトである。CC は、クリエイターやユーザーにとって既存の知的所有権法や著作権法といった枠組みが障害になる場合、著作者がひとつひとつの著作物に応じて柔軟な著作権を付与可能なライセンスを無料で提供する事で、自由に共有できる領域を増やし、法的問題を回避するとともに、新たな作品の創造のみならず、コラボレーションや二次創作、ひいてはコンテンツや知の共有を通じた全く新しい創造のための環境を提示している。

(2) クリエイティブ・コモンズの概要

ここでは、CC 自体の設立経緯について簡単に触れておきたい。インターネット黎明期におけるアメリカでは、(1) で触れたようにドラッカーが提唱して以降、知識資本についてハッカー文化や互酬^{注18}の論理により、自由な情報の流通とアクセスを担保すべきであるという認識が共有されていた。しかし 90 年代以降、著作物や知的財産の利用に対する管理と監視が日々強まり、石ころのようなデータやコンテンツのみならず、本来すでにパブリック・ドメイン^{注19}（以下 PD）の状態にあるべき著作物にまで著作権を主張するようになったために、自由な共有やアクセスへの制限や規制が始まった。このような市場主義的な論理が先行・加速し、自由と規制のバランスの舵取りをするはずの法的ガバナンスが適切に機能していないために、更なる混迷を深めはじめていた。そうした中、

情報の共有が生み出す利益を制限するような過剰な保護は新たなイノベーションを阻害する要因にもなるとして、CCは2001年にアメリカの法学者であるローレンス・レッシングをはじめ、サイバー・ロー^{注20}と知的財産権等の専門家、MIT（Massachusetts Institute of Technology）のコンピューター・サイエンス分野の大学教授、PDを推進するウェブ出版者らによって、非営利活動法人として設立された。

現在、CCアメリカ本部はサンフランシスコに拠点を置いている。そして彼らは、著作（権）者^{注20}が著作物の取り扱いに関する手続きの煩わしさを軽減するためのWeb上のツールを提供し、共有を推し進める活動の世界的展開を開始した。翌2002年、同プロジェクトの具体的な最初の成果として、当初4つの選択肢を複合させた11種類のライセンスであるクリエイティブ・コモンズ・パブリック・ライセンス（以下CCPL）をはじめて発表した。

さらにCCは、2003年からはこのCCPLを用いての知識資本のグローバルな取引や共有の実現と、CCPLの相互互換性を円滑化するために各国の法体系（デフォルトの著作権法）に即したものにすることを目的としたインターナショナル・コモンズ（=i・コモンズ）プロジェクトを立ち上げ、各国で共通のライセンスが使用できる枠組みを作っている。

そして現在、欧米のみならず、中国をはじめとするアジア地域や、中東も含め70あまりの国や地域とのポーティングや相互互換の作業を行なっている。

(3) クリエイティブ・コモンズに関する先行研究

現在、CCに関連する先行研究としては、発案者であるレッシング^{注22}による情報やコンテンツの共有のあり方や理念を論じた研究（レッシング, 2001）や、情報やコンテンツの共有への締め付けに対する警鐘を鳴らした研究（レッシング, 2003）をはじめ、様々な著作権の放棄制度について比較・考察した田中（2009）や、デジタル著作権に絡む法的諸問題をCCの試みから考察した土屋（2006）等、CCの理念に関する考察やシステム論的考察がなされている。しかし、CCの取り組みについては、これまでシステムそのものの有用性や著作権法上の解釈における議論は多数見られるものの、コンテンツや知識資本の流通や共有により、創造都市政策をはじめとする文化政策への応用可能性やその効果という視点、あるいは知識資本の共有と管理を通じ、文化政策の一翼を担う主体としてのCCという側面から論じられたものは皆無である。

(4) クリエイティブ・コモンズの意義

コンテンツやテクノロジーをはじめとする知識資本の共有という問題について、我が国の初期のCC運動の普及に深く関わった土屋は、以下のように述べている。「コンテン

ツの創造と共有は（これまでの）放送（業界における大企業）のような巨大な法人によって独占され、その法人だけがクリエイティブなリソースの著作権について交渉する事ができた。（それらを解放し、自由に利用することができれば）あるいは多くの消費者が、クリエイティブな活動に参加する事ができるような市場が生まれるかもしれない」（土屋 2006）。また 6.4.2.から取り上げる CCJP の初代代表を務めた中山は、CCJP シンポジウムにおける基調講演「クリエイティブ・コモンズは著作権帝国の中の自治都市」（2006）の中で 「CC は、例えて言えば著作権を堅持するべきとする大帝国の中での自由な意思によって作られる“自治都市”のような存在」であると説明している。

CC の意義は、まさにこのような自由な文化を築いていく方法を提示することである。このとき、許可や権利の文化ではない自由な文化とは、理にかなわない法律や規制を取り除くということを意味する。CC にとって真に自由にもとづいた創造性を解放できるのは、現在の知的財産権論議を縛っている「私有」と「消費主義」の過剰を打破できたときであるということになる。しかし、コンテンツ世界での自由を取り戻すということは、CC が現行の著作権制度に反対したり、その廃止を訴える事を目的とする訳ではない。むしろその逆であるといえる。なぜならば、現行の著作権制度では著作物を利用する上での権利はすべて著作者が持っている。すなわち、著作者が合意さえすれば、どんな利用法であっても可能になるということでもある。そしてこのとき、著作物の利用許諾をあらかじめ決めておき、その中ではじめから作者が利用者に対して共有を認めるようにしておくことで、利用の幅に自由度を持たせているというアプローチなのである。

(5) クリエイティブ・コモンズ運動の目的

CC の実践の中心は、スタンフォード大学のレッシング教授が会長を務める「クリエイティブ・コモンズ協会（Creative Commons Corporation）」である。同協会は、コンテンツが安価でより簡単に利用できる環境を作り出すことを目的として 2001 年に設立された。先述の通りレッシングは、スタンフォード大学のインターネット社会研究所の創立者であり、専門は憲法学及びサイバー法学である。レッシングは、著作権の拡大に対する批判で知られ、フリーソフトウェア運動も支持しており、フリーウェアソフト財団と自らが設立した CC の理事を務めた。レッシングは、ソフトウェア特許の独占がオープンソースとイノベーションの脅威になると予想しており、2002 年に行われた「OSCON（Open Source Convention）」のスピーチでは、この話題がおよそ半分を占めた。2002 年には、フリーソフトウェア財団のフリーソフトウェア推進栄誉賞を受賞し、2004 年よりフリーソフトウェア財団の理事も務めている。

CC は、知識資本が自由に共有され、利用される環境を実現するために、他人との共

有を前提に開かれたコンテンツを増やし、自由に共有可能な創作物の共有地（＝クリエイティブ・コモンズ）を作りすことを目的としている。そうすることで、その創作に刺激された、新たな創作がさらに生み出される。CCは、このような創作活動の連鎖を作り出すことで、知のイノベーションを支えようとする運動なのである。CCは、技術革新を含む創造性を殺さないために、意図的に所有権を制限して表現の自由に向けた「共有地＝Commons」を生み出すべく活動しているのである。

(6) クリエイティブ・コモンズ・パブリック・ライセンスの特徴とシステム構成

CCPLの特徴は、現行の著作権法もとづいて制作された著作物の利用許諾（一部解放）という形をとること、すなわち特別な取り決めが行われていない限り、著作権法が認める様々な（デフォルトの）権利は、著作権者と利用者のもに残されているというところにある。たとえば、利用者が持つフェア・ユース^{注23}の権利は、CCPLによって上書きされるということではなく、私的な利用を制限する訳でもない。なぜなら、共有の条件を、法的拘束力を持つ形で示すことが前提であり、利用許諾という形で表す事で、自由に共有できる範囲がどこまでなのかが明確になるからである（上村 2006）。

我が国における現行の著作権制度^{注23}においては、著作権は主張するかしないかであり、その中間的レベルが存在しない。いわば0か1かの選択である。これに対しCCPLでは、著作権を全て留保する「All Rights Reserved」といわゆるPDの状態である「No Rights Reserved」の中間の「Some Rights Reserved」の部分に、CCPLが規定する領域が存在する（表-6-1）。現在CCPLはver3.0^{注24}に移行しているが、最も普及したver.2.0を例に挙げると、著作者及び著作権者が、4項目についてそれぞれ採否を選択し、組み合わせる事になっている。なお、表のライセンスとその組み合わせはver.2.0）。これにより、6つのパターンのライセンスが作成でき、あらかじめ著作物のメタデータにライセンス情報を貼付してアーカイブし、誰もが利用し、共有できる状態を担保する。そしてそれら知識資本としてのプールが、次の新たな創作のための潜勢力（＝Potential）となり、ユーザー（すべての人々）にとっての知識資本の共有地（＝Commons）となる。

つまりCCPLは、誰もが参加し、使用することにより洗練され、自由な共有のための領域を拡大していくような陣地戦の戦略をとっているのである。各ライセンスの具体的な説明については以下のとおりである。なお、i・コモンズ参加各国のCCPLのバージョンと微細な違いを除けば、すべての国のすべてのバージョン間でコンパチビリティを保っていることになる。よって各国のCCPLについては、各国の現行著作権法に合わせる形でバランスが取られているため若干の違いは存在するが、基本的には日本語版同様、かなり専門性の高いリーガルな問題を除けば、誰でも問題なく使用可能となっている。

表-6-1 CCPL の主張領域の強弱 (CCPL ver.2.0)


C	BY-ND-NC	BY-ND	BY-ND-SA	BY-SA	BY-NC	BY	PD
すべての権利の主張 権利者の死後50年まで保護 (All Rights Reserved)	⇔					⇔	すべての権利の放棄 保護期間切れ、権利放棄 (No Rights Reserved)

- ・表示 (Attribution) ... その作品の利用に関しての著作者の表示を求めるか。
- ・非営利 (Noncommercial) ... 非営利目的に限ってその作品の利用を認めるか。
- ・改変禁止 (No Derivative Works) ... その作品の利用をそのままの形でのみ認めるか。
- ・継承 (Share Alike) ... その作品につけられたライセンスを継承することを求めるか。

以上のうち、改変禁止と継承は同時に採用できない。また、すべてを採用しない事はできず、2.0 以降のバージョンでは表示を採用する事は必須条件となる。したがって、実際にあり得る組み合わせは次の通りで、その利用範囲の強弱については表-6-2 のようになる。

- ・表示 (CC BY)
- ・表示-非営利 (CC BY-NC)
- ・表示-継承 (CC BY-SA)
- ・表示-非営利-継承 (CC BY-NC-SA)
- ・表示-改変禁止 (CC BY-ND)
- ・表示-非営利-改変禁止 (CC BY-NC-ND)

表-6-2 CCPL 要素(画像素材は CCJP の HP より)

マーク	名称	略記	説明
	表示	BY	作品のタイトル、創作した人の氏名など、作品に関する情報を表示する
	非営利	NC	作品を営利目的で使用してはならない
	継承	SA	改変することで新たに生み出された作品は、元の作品のライセンス条件を継承しなければならない
	改変禁止	ND	作品を改変してはならない

6.4.2. クリエイティブ・コモンズ・ジャパンの実践

ここからは、i・コモンズの我が国における派生プロジェクトであり、実践主体・NPO 法人である CCJP を取り上げ、彼らの理念やそれにもとづく実践が、都市というメディア・アートにおける舞台装置 (décor) に何をもたらししているのかを、札幌市の創造都市政策への応用事例も取り上げながら考察したい。

CCJP の参加者や利用者の多くは、4 章や 5 章でも取り上げた札幌市におけるメディア・アートに関係する若手アーティストやクリエイターであり、既存の枠組みにとらわれない新しいメディアやテクノロジーを利用した創造的営為を行う人々が中心である。こうしたメディア・アートを用いた活動を行うメディア・アクティビスト^{注25}や、オルタナティブ・メディアといった新興のメディア活動家達にとって、有効なツールとなるのが CCPL である。彼らは、この CCPL を用いて、わが国における知識資本の流通と共有を促進しているのである。以下に CCJP の活動について整理した。

(1) クリエイティブ・コモンズ・ジャパン設立の背景と経緯

我が国において、i・コモンズに呼応する形で国際大学 GLOCOM をホストとして 2003 年 6 月に CCJP が発足した。そして、i・コモンズの一環としては、アメリカに次いで世界で二番目となる CCPL 日本語版を発表している。そして、2007 年 7 月 25 日、東京都の認可を受け NPO 法人化した。さらに、2008 年 6 月 18 日承認の日本政府による「知的財産推進計画改訂」においては、CC の取り組み促進がはじめて明記された。CCJP は、日本国の定める著作権制度の枠組みの中にありながら、自由に共有・管理・流通できるコンテンツを増やし、知識資本の利用に対する自由度のバランスをとることを目指している。その後も著作権とコモンズに関するセミナーや、CCPL を用いた様々な試み、イベント等を実施している。なお、現在の組織構成としては、代表理事に東京大学名誉教授で弁護士の中山信弘が就いており、アドバイザリーボードをデジタルガレージ取締役、MIT メディアラボ所長でもある伊藤（穰一：Joi Ito）が務めるほか、日本の弁護士資格を持った若手弁護士を中心に、若手アーティストやクリエイター・ビジネス家・IT 系技術者等様々な分野の力者の参加を得て活動している（表-6-3）。CCJP の活動は、その後も我が国のデジタルコンテンツや、学術研究、メディア・アート等、様々な分野での広がりを見せており、写真やアートの展覧会の各作品に CC のライセンスをつけて発表し、ブログでの公開を認めたり、学術論文の中でも特にソフトウェアやシステム、オープンソースに関する研究等に CC のライセンスを適応させ、広くその応用を促している。

我が国では、民主党政権下の平成 24 年度通常国会において、改正著作権法が賛成多数で可決され、ダウンロードや情報共有に関する違法ラインが拡大された。これに対し、CCJP は、レッシングのいうように「コンテンツの共有や再利用は“可能である状態”がデフォルトであるべき」（レッシングら, 2005）、という基本的立場に立った上で、CCPL の普及や利用を推し進め、共有のための権利を解放したコンテンツを増やし、自由に利用したり、共有できる環境を作り出すという目的のため、CCPL 等のシステムのインフラの政策への応用や、CCPL の利用を促進するための啓発活動も同時に行っている。

表-6-3 CCJP におけるスタッフの属性と専門家の割合(CCJP HP より筆者作成)

CCJPにおける役職	人数	CCJPスタッフ・メンバーの社会的属性の内訳(重複有)						
		大学教員・研究者	博士・修士号取得者	弁護士	クリエイター	会社役員・運営	他のNPOに所属	民間・その他
理事 / Board of Directors	7	6	2	3	—	3	—	1
アドバイザリーボード / Advisory Board	6	1	—	1	—	2	1	4
フェロー / Fellows	2	—	—	—	—	2	—	2
事務局 / Staff	18	2	4	6	4	—	—	8
インターン / intern	2	2	—	—	—	—	—	—
フレンド / Friends	1	—	—	—	—	—	—	1
合計	36	11	6	10	4	7	1	16
割合(%)		30.5	16.7	27.8	11.1	19.4	2.8	44.4

しかしこのとき、CCJP 自身が直接舵を取ったり、強制力を持つのではなく、あくまでユーザーの参加と利用により、双方向的にシステムの洗練を目指し理念実現のための、我が国におけるひとつの社会装置となるべく活動している。その目的は、彼らの提供するライセンスを利用する著作権者が増え、それにより様々なコンテンツの利用が促進されることである。近年、英語圏では、国家レベルも含め CCPL を利用した比較的大きなプロジェクトが幾つか存在しており、これにもとづきコンテンツの公開を行っている。

わが国ではまず、アメリカ版ライセンスの発表と共にネット上で紹介が行われ、CCJP が発足してからは、各方面の専門家や研究者による論考も徐々に出て来ている。

(2) クリエイティブ・コモンズ・ジャパンの活動におけるライセンスの位置づけ

近年の CCJP は、現行制度に対するオルタナティブな仕組みづくりやイベント等、独自の啓発活動等によって知識資本の共有を推し進めているが、それら全てを下支えする仕組みが CCPL である。情報やコンテンツを共有しようとするとき、知的所有権や著作権法が障害になる場合があるが、CC 運動の基本的な狙いは、ライセンスの利用により法的問題を回避する事にある（野口, 2005 ; 2011）。これを達成するために同プロジェクトは CCPL を、著作権者が作品のリリースにあたって無料で作品に付与したり、利用できるようなライセンスとして提供している。また、CCPL は、i・コモンズ参加各国でコンパチビリティを持つ共通のフォーマットとしてユーザーにとって使いやすいよう設計されている。

(3) クリエイティブ・コモンズ・ライセンスの受容と利用

世界と我が国におけるライセンスの利用動向について見ると、最も新しい統計データの存在する 2011 年時点で、CCPL が付与され流通しているコンテンツは世界トータルで 4 億コンテンツ以上に達しており（図-6-1）、現在も増加し続けている。

例えば、ニュースコンテンツでは、2005 年 9 月 25 日以降に投稿されたテキストを CC 表示（CC BY）2.5 ライセンスで提供しているほか、2009 年 6 月 15 日からは Wikipedia や、他のウィキメディア・プロジェクトでも CC 表示—継承（CC BY-SA）3.0 のライセンスが採用されている。また、「You Tube」等への動画投稿の際にも CCPL が用いられる等、欧米において CC はメジャーな存在となりつつあるとともに、政策への応用も進んでいる。これにきコンテンツを公開したり、コンテンツ産業の振興を推し進めている。

知識資本利用の先進国である日本でも同様に、CCJP により様々なコンテンツへの CCPL の付与が促進され、その数や対象、その領域は日に日に増加している。また、世界的なユーザーの採択行動の傾向としては、自由利用のライセンスを採択する割合が増加

してきている（表-6-4）。これは CCPL を採択し、利用するクリエイターやユーザーが、金銭的インセンティブではなく、「共有や二次利用の自由」が担保されていることや、そうした条件が同じように「継承」されることにインセンティブを感じるという、ネットユーザーと同様の傾向があるためと考えられる（表-6-5）。アメリカと日本におけるユーザーの CCPL の採択行動を比較した場合、全体としては日本のほうが「改変禁止」等の厳しい条件を採択する割合が多く（表-6-5, 6-6）、世界的に自由利用の割合が増加している傾向から見れば、やや後追いする形になっている。これは、著作権やフリーのライセンスに対する文化的土壌の違いが存在するとともに、政策面においても、日米における知識資本に対する自由利用の捉え方が根本的に異なっているためであろう。

2.1.や 2.2.で触れた、ユネスコ CCN における文化的多様性のためのグローバル・アライアンスについても、文化産業の継続的な産業の発展のためには、表現の自由や複数主義が保証され、著作権及び隣接権利に関する国際的規則が広く適用されるとともに、文化産業が地域や世界のマーケットにより多く参加し、幅広い文化や知識資本に関する商品が世界中でアクセスできることの重要性が強調されている。そしてこのとき、文化産業の持つ影響力を、社会及び経済発展に取り込むと言った目標が実現されるには、このような著作権の捉え方に対する各国間のギャップが一定程度解消される必要が出てくるだろう。その意味では、今後ユネスコ CCN や CCNJ 等の枠組みを通じて、著作権という考え方が十分に浸透していない中国をはじめとする東南アジアや、イスラム圏における著作権制度と、著作権の一部解放に関する考え方の普及啓発活動は今後のグローバルな知識資本やコンテンツに関する取引や、流通を行う際に大きな課題となってくるだろう。

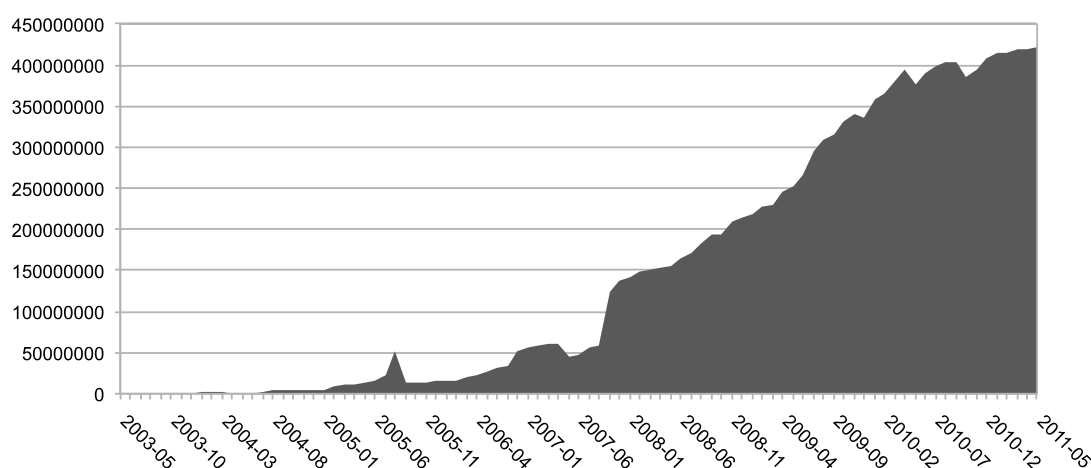


図-6-1 CCPL の利用数(CCHP より)

表-6-4 年別合計ライセンス数と自由利用ライセンスの
採択割合(CCHP を基に筆者作成)

年	合計ライセンス数	フリーライセンスのアカウント数(%)
2003	943,292	208,939 (22.15)
2004	4,541,586	1,011,650 (22.28)
2005	15,822,408	4,369,938 (27.62)
2006	50,794,048	12,284,600 (24.19)
2007	137,564,807	40,020,147 (29.09)
2008	214,970,426	68,459,952 (31.85)
2009	336,771,549	136,938,501 (40.66)
2010	407,679,266	160,064,676 (39.26)

表-6-5 2009 年時点での日本と世界のライセンスの
条件の採択の割合 出所:野口(2010)

順位	日本		世界	
1位	表示-改変禁止	32%	表示-非営利-改変禁止	26%
2位	表示-非営利-継承	21%	表示-非営利-継承	26%
3位	表示-非営利-改変禁止	21%	表示-継承	21%
4位	表示	12%	表示	13%
5位	表示-非営利	7%	表示-非営利	10%
6位	表示-継承	6%	表示-改変禁止	3%

表-6-6 世界におけるライセンス利用条件の採択の割合
出所:野口(2010)

採択条件/年.月	2005.2	2006.4	2006.6	2009.3
非営利	74%	71%	68%	62%
改変禁止	33%	28%	24%	29%
継承	49%	48%	45%	47%

6.4.3. 知識資本の共有による新たな地平

いまや、日進月歩で新しいツールが生み出されているデジタル技術によって誰もが様々なコンテンツを創作し、流通させることができる。そして、それらにより知識資本の創造のされ方も、共有のされ方も日々変化し続けている。この変化の文脈の中で、今 CCJP に求められていることは、こうした新たな技術にライセンスを適応させ、現行法の枠組みの中で、いかにクリエイターやユーザーの本来の目的、すなわち創造的営為がそのまま達成され、それにより生み出された様々な知識資本としての創作物や、コンテンツといったものを誰もが自由に利用したり共有したりできるように最適化させられるか、ということである。すなわちどのような権利の組み合わせがアーティストに作品を創造するインセンティブを最も与えるのか、新しい創造的作品を次々と生み出す効率的な競争を、アーティスト

の間で作り出せるのかという問題である。CCJP を含むすべての CC プロジェクトの目標は、まさにこのような自由な創造への地平を築いていく環境を創り出すことである。許可や権利の文化ではなく、それは「自由な文化」なのであり、規制を取り除き、理にかなわない法律を取り除くという意味での「自由」である。こうした創造性を解放できるのは、現在の知的財産権に関する論議を縛っている「私有」と「消費主義」の過剰を打破できたときである。

CC の文脈で「自由に共有できる」ということは、そのコンテンツを閲覧したり、再生できることはもちろん、利用者が自分の創作活動の中でこのコンテンツを再利用できるということを意味する。著作権は創作と同時に発生するため、世の中には膨大な数の著作物と、それに付随する著作権が存在しているが、その中で実際に権利を行使している著作物はごく僅かである。にも関わらず、膨大なコンテンツが流通するようになったデジタル時代において、著作権法という制度そのものが、著作物の有効な利用・流通を大きく妨げているという側面がある。しかし、著作権に関する法律はヴェルヌ条約^{注26}等の国際的な条約をもとに各国で定められているため、当面これを改正する事は事実上不可能に近い。しかしこのとき CCPL は、現在の著作権制度を前提としながらも、知識資本の利用を促進するための一つの手段であり法的問題を回避する迂回的な「バイパス」として存在しているのである。

そもそも CCPL は、法律が認める知的財産権のうち一部だけを行使したいという人々も存在するという認識にもとづいており、制度としての著作権そのものを破壊しようという意図によるものではなく、著作物の適正な流通・利用を促進し、著作権制度のマイナス面を自助努力で軽減しようとしているのである。

そして、NPO 法人としての CCJP は、市場システムや政治システムからは基本的に自立した問題意識をもとに、多くの場合、現行制度が問題解決に失敗した領域に自発的に取り組んできた。他にもボランティア組織、協同組合、サークル等、組織形態は異なっても、基本的には NPO のように中立非営利的で、非貨幣的な社会的サービスを現代的な文脈で行う母体が、その諸実践においてソーシャル・ガバナンスの機構を上手く構築することで、CCPL のような互換性の高いサービスを充実させることができれば、クリエイターやユーザーが本来費やしていた様々な事務的成本や、交渉に費やす取引コストは最小限で済むようになるだろう。CC の全てのプロジェクトにおけるガバナンスや舵取りは、ユーザーとの関係において絶えず双方向・相互補完的でなければならない。どのような画期的なシステムも、参加者であるユーザーに利用されなくては意味がないからである。ユーザーの立場においても、自分たちが使用し、参加することでシステムそのものもまた洗練され、より利便性は高まっていくのである。すなわち、CC プロジェクトへの参加者やユーザーも、知識資本の利用や共有について自覚的に参加することが、CCPL を一つのインフラ的な社会システムとして、より機能させる条件であるといえよう。その際、ただ利用するだけでなく、

その内容やシステムを誰もが改良することでき、皆がこの社会装置のバージョンアップの担い手となり得るという、従来の諸システムにはなかった双方向的なシステムであり実践であるのだという認識を持つことが重要である。

6.5. 創造都市におけるクリエイティブ・コモンズ・ライセンスの応用とその可能性

ここまで述べてきたように、CC の活動により、様々な形で新しい創造的価値を開くためのインフラでありツールとして CCPL は用いられてきた。そして、CC の活動は今日、デジタルコンテンツや学術研究・メディア・アート等、様々な分野での広がりを見せている（表-6-7, 6-8）。この中には、「Wikipedia」をはじめとしたウィキメディア・プロジェクトや、教育や科学に関する活用事例として国立科学研究所の成果物の CCPL を用いての公開、CC の派生プロジェクトである「Science Commons」における出版や研究成果への CCPL の利用、画像に関する活用事例として「フォト蔵」や「Flickr」の写真や動画の CCPL での公開、文章の活用事例として国立図書館・博物館が CCPL でのデータの公開や、「Ubuntu Magazine Japan」の CCPL での公開、映像の活用事例として、「Youtube」の映像コンテンツや、中東アルジャーラテレビ、ホワイトハウスのウェブサイト「Whitehouse.gov」等においても CCPL が採用されている。また、CCJP 自身も写真やアートの展覧会の各作品に CCPL をつけて発表し、ブログでの公開を認めたり、学術論文や、ソフトウェアやシステム、オープンソースに関する研究に対して CC のライセンスを適応させる等、広くその応用を促している。

次からは、CCPL のもつ特徴を最大限に活かしながら、創造都市の文脈で都市的な展開を見せた二つの事例を取り上げる。これら二つの事例はメディア・アーツ都市を掲げる札幌市のような、先端技術や新しいメディアの活用をもとにした創造都市政策を行う都市にとって、多くの示唆を与えるものである。

表-6-7 CCPL の活用・応用事例の数とジャンル

(CCJP の HP をもとに筆者作成: 2014 年 10 月時点)

ジャンル	音	教育	画像	文章	映像	科学	計
数	14	9	15	17	15	7	77

表-6-8 CCPL の活用・応用事例のジャンルと内容

(CCJP の HP をもとに筆者作成:2014 年 10 月時点)

活用事例	ジャンル	コンテンツ・活動	コンテンツ数・規模	開設・運営・実証主体
国連大学メディアスタジオ	音(コンテンツ)	教育用リソースの開発・オンラインでの共有	—	国連大学メディアスタジオ・各国大学・専門家
パークリー音楽院で音楽レッスンの動画などのCCライセンスでの公開	音・教育・文章・映像	様々な音楽レッスンのmp3や動画、PDFの教材などのインターネットでの公開	—	パークリー音楽院
OLPCのサンプリング音楽の無料公開	音・教育	様々な楽器のサンプリング音源のデータの公開	—	MITメディアラボの創立者ニコラス・ネグロポンテ 米国NPO・OLPC (One Laptop Per Child)
Nine Inch Nailsの2枚のアルバムでのCCライセンス採用	音(楽曲・映像)	CDアルバムの楽曲	—	米国のバンドNine Inch Nails
Cloud	音(音源・楽曲)	サウンドクラウドを使ったインターネット上でのリミックスプロジェクトによるリミックス楽曲 リアルイベントの展開	—	Daisuke Tanabe, Bun/Fumitake Tamura (トラック・メイカー/プロデューサー) +原雅明
World's End GirlfriendのHP「virgin babylon」での様々な音の断片の公開	音(音源)	HP上での様々な音の断片をCC-BY-NCライセンスでの公開	—	日本のポストロック、エレクトロニカアーティスト World's End Girlfriend
Into Infinity	音(音源・楽曲)	サウンド&ビジュアルのアートプロジェクト 都市でのリアルイベント	—	ロサンゼルスネット・ラジオ局 dublabとCreative Commons
Interval=audio	音(レーベル)	楽曲のネットレーベル クラブイベント	—	デュッセルドルフ、東京拠点
Beep! Beep! Back up the Truck	音(レーベル)	楽曲のネットレーベル ライブイベント	—	オランダのネットレーベル
Jamendo	音(音楽配信)	ほとんどの楽曲のCCライセンスでの配信	20000枚を超えるアルバム	ルクセンブルグを拠点に運営されるサイト Jamendo運営
SOUNDCCLICK	音(ソーシャルメディア)	音楽のダウンロード、ユーザー同士の音楽のやりとりを促進するウィジェットの作成などの様々なサービス	1ヶ月につき約6万曲のアップロード	SOUNDCCLICK運営
Magnatune	音(音楽販売)	ライセンスの使用対象により音源の 料金が変動する新しいビジネスモデル	—	Magnatune
ccMixer	音(リミックスコミュニティサイト)	ライセンス付きの素材をDLし、サンプリングやマッシュアップなど、リミックスが可能	—	ccMixer運営
ついコン	音・画像(楽曲データ配信)	はてなグループ「ついったー」ユーザー 制作の、音楽データの、CCライセンスでの公開	オリジナルコンピレーションアルバム 「ついコン2! ~realtime result for you~」 の音楽データ27曲	ついコン運営 ついったー一部
Science Commons	教育・科学	学術・科学情報分野における情報共有や研究活動のオープン化	1000以上の学術誌の学術論文	クリエイティブ・コモンズの派生プロジェクト
統合TVにおける動画へのCCライセンス付与の推奨	教育・科学・映像	科学データベースやツール等の統合、保全とともに使い方の動画での説明	—	大学共同利用機関法人情報・システム研究機構 ライフサイエンス統合データベースセンター
東京藝術大学美術学部建築科ウェブサイトへのCCライセンスの採用	教育・画像・映像	ウェブサイトの写真やテキスト等のコンテンツへの(CC BY-NC-ND)の採用	—	東京藝術大学美術学部建築科
国立情報学研究所の成果物へのCCライセンスでの公開	教育(学習コンテンツ)	「ヒカリ&つばさの情報サバイバル3択教室」の(表示-非営利-改変禁止)の条件に基づく利用	—	国立情報学研究所
ラーニング・プラットフォームGoodSemesterへのCC採用	教育(サービス)	コピー、修正可能なノートをオープンに共有し、 利用することが可能	—	GoodSemester
オープンコースウェアの取り組み	教育・文章(大学・教材)	大学の授業関係教材を全てインターネット上で公開し、幅広い知の流通を目指す取り組み	—	国内6大学(2010年6月時点)
FTEXT	教育(教材)	教育のオープンソース化を理念に、数学を中心としたオリジナルの学習教材のCC-BYライセンスで公開	—	NPO法人FTEXT
広島市現代美術館「オノ・ヨーコ展 希望の語 YOKO ONO 2011」でのCCライセンスを利用した写真撮影の採用	画像(写真)	来場者に写真撮影を許可するにあたってCCライセンスを利用	—	広島市現代美術館
東京都現代美術館における「こどものにわ」展での写真撮影と写真の利用を許可する試み	画像(写真)	展示会場において写真撮影と写真の利用を許可する際、CCライセンスを採用	—	東京都現代美術館 クリエイティブ・コモンズ・ジャパン
フォト展	画像・映像	写真や動画の投稿及び共有サービスの提供	約1億枚(2011年11月現在)にのぼる画像・多数の映像	ジنگジャパン株式会社
アイ・ウェイウェイ展での作品の二次利用を許可する取り組み	画像(写真)	2009年6月森美術館開催の「アイ・ウェイウェイ展」における、利用許諾のついた作品の展示	—	アイ・ウェイウェイ[艾未未]
初音ミクへのCCライセンスの採用	画像(キャラクター)	初音ミク)その他キャラクターのCCライセンスへの対応 メディアミックスイベント	—	クリプトン・フューチャー・メディア社
ソーシャル・チャッピン・プラットフォームGrow!のCCライセンスへの対応	画像(チャッピンボタン)	ユーザー同士がお互いの作品にチップを贈って支援することのできるチャッピンボタン	—	Grow! 運営
CREATOPS BANKの作品のCCライセンスでの公開	画像・映像(作品)	クリエイターの作品をポートフォリオの作品をCCライセンスで公開	66,500点ある作品数のうち8,600点程度	CREATOPS BANK運営
TwitPaint	画像(絵)	140字以内で絵を描いてTwitterに投稿できるサービス	—	TwitPaint
LOFTWORK	画像(ポータルサイト)	「クリエイティブを流通させること」を目標に、設立されたクリエイターのポータルサイト	—	loftwork.com
はてなフォトライフ	画像(写真)	撮影した写真や動画をアップロードして共有できるウェブアルバム	—	はてなフォトライフ運営
Flickr	映像・画像	写真や動画の投稿及び共有サービスを提供するコミュニティサイト	1億以上の写真・画像(2009年時点)	開設はカナダのルディコープ社およびFlickr 現在管理は米Yahoo!
Whitehouse.govのCCライセンスでの情報提供	映像・画像・文章	米選挙活動や、ホワイトハウスのウェブサイトにおける情報提供等のCCライセンスの利用	—	選挙活動サイトChange.gov ホワイトハウスのウェブサイト、Whitehouse.gov
星空文庫	文章	小説を中心とした文芸作品の投稿・コミュニティサービス	1683件(2011年10月時点)	© 星空文庫
ウェブアクセシビリティ基盤委員会の資料等のCCライセンスでの公開	文章	JIS X 8341-3:2010の解説資料やガイドライン、ツール等をCCライセンスで公開	—	ウェブアクセシビリティ基盤委員会

6.5.1. ホワイトキューブへの応用：アイ・ウェイウェイ展

上の表-6-7、表-6-8 における CCPL の活用・応用事例の中でも、いわゆるホワイトキューブにおける応用、すなわち美術館等の展示会場における展示作品の写真撮影や写真の利用を許可する象徴的な取り組みとして、2009 年 7 月 25 日から 11 月 8 日まで東京六本木の森美術館で開催された中国人クリエイターの写真展「アイ・ウェイウェイ展-何に因って？」が挙げられる。アイ・ウェイウェイ（艾未未）は、美術、建築、デザイン、出版等多岐にわたりクリエイティブな活躍を続けている中国のアーティストである。ウェイウェイはこれまでに 2007 年の「ドクメンタ 12」における 1001 人の中国人が参加した「《童話》プロジェクト」や、2008 年北京オリンピック・スタジアム「鳥の巣」の設計におけるヘルツォーク&ド・ムーロンとのコラボレーション等を手がけた。ウェイウェイの作品は、これまでもアートや文化と社会の関係、あるいは社会全体における個人の存在等に向けられた深い洞察を抛り所としてきたが、近年では、1999 年以降関わってきた建築プロジェクトからも距離を置き、多様な表現ジャンルの枠組みに限定されない曖昧な領域の中で、文化、歴史、政治、伝統といった人間の本質的な課題をさらに探究する方向に向かっている（なお、これらを危険視する中国政府によりウェイウェイの活動に対する圧力がかけられており、現在彼の自宅やアトリエの周りには当局により多数の監視カメラがしかけられている状態にある）。

そして、本展示会場においては、作品の写真撮影が許可されており、撮影した写真に CC ライセンスをつけて自由に利用する事が可能になる、という仕組みを採用している。本展示会では、新作 6 点を含め、1990 年代以降の主要作品 26 点を紹介しており、ウェイウェイの個展としては過去最大級のものとなった。そしてこの展示会場では、通常は著作権等の問題で写真撮影が認められない美術館が多い中、観客が作品を写真に撮る事を許可する、という取り組みを試験的に行った。撮影した写真は CC 表示-非営利-改変禁止（CC BY-NC-ND CCPLver.2.0）のライセンスのもとで、自由に利用することが可能である（図-6-2）。

この試みについて森美術館長である南条は、「日本の美術館は少し厳しすぎる。知的財産をもっと創造的に使える条件をつくりたい」と述べる等、アーティストの表現活動における意思表示と態度決定に大きな影響を与えるものとなった。

これにより、従来芸術の領域において、多くの場合権威の象徴というイメージがもたれていたホワイトキューブである美術館という都市施設を、文字どおり一時的な自律空間（T.A.Z）^{注 27}へと変えて見せた。これは、極めて都市的かつ空間的な要素が端的に顕れた取り組みとして注目すべきであろう。CCJP は今後も、このような取り組みを継続的に支援していくと表明しており、こうした事例が拡大していくことが期待される。

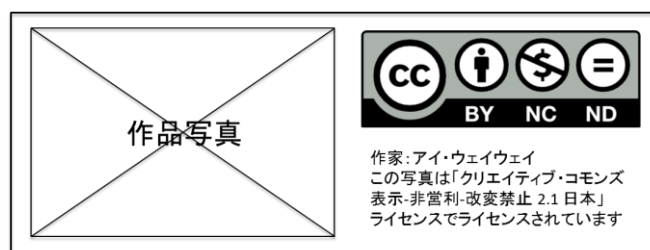


図-6-2 アイ・ウェイウェイ展で作品に付与されたキャプション

6.5.2. コンテンツにおける応用：Into Infinity と都市空間

一方、CCPL の特徴を最も強く打ち出しながら展開したのが、09 年より行われたプロジェクト「Into Infinity」であろう。これは、リアルな都市空間の中に自律空間を表出させた 6.5.1. の森ビルの事例とはやや異なり、リミックスそのものに関するライセンスの利用に主眼を置いた事例である。Into Infinity は、もともとロサンゼルスネット・ラジオ局「dublab」が立案し、アメリカの CC 本部が協力して実現した。サウンドとビジュアルの作品を、アーティストがネット上で CCPL を用いて発表し、その作品がさらにさまざまな人々によって活用されていく、というプロジェクトである。2009 年秋、Into Infinity のコンセプトに賛同した日本の若手サウンド・アーティストも多数作品を提供するとともに、「APPLIYA Studio」との共同制作で iPhone 用のアプリもリリースされた。我が国でも、dublab の創始者フロスティやアーティストの Daedelus を招き、東京と札幌で、実際に都市空間を利用して多数のライブイベント、作品展示イベント、ワークショップが開催された。日本でのイベント展開については CCJP が全面協力して実現している。

また、「Sound & Recording Magazine」の誌面と連動し、関連リンクやイベント等 Into Infinity に関連する最新情報を発信していった。Into Infinity における作品発表の仕組みは実にシンプルで、サウンドやビジュアルに関するアーティストを世界中から募り、サウンド・アーティストはわずか 8 秒間のループ音源を、また、ビジュアル・アーティストはレコード盤サイズの円盤状の紙に制作した絵等を提供する。それらは全てデジタルデータ化され、Into Infinity の Web サイトにおいて、自由に組み合わせ使用できるループと円盤のランダムな組合せとして映像とを組み合わせられて、CCPL が付与された上で公開される。ランダムにアーティストの作品を楽しむこと自体にもこの取り組みの面白さはあるが、これは単なるネット上のアート・エキシビジョンではない。この試みの最も意義深い点は、これらのアップされた作品を第三者が自由に二次的活用することを許されている、という点にある。「Infinity」、すなわち「無限（の創造性や、あらゆる創造に向けた潜勢力）」へと誘うこのプロジェクトは、参加したアーティストの作品自体が、同時に創造性を再生させる無限の素材（Material）ともなるのである。

我々は、その作品をサイトから自由にダウンロードできるとともに、CCPLの利用許諾にもとづいて、それらを自分の作品に加えたり、作り直したりすることが許されている。ただしこのとき、商業的に利用することについては一切禁じられている。それはアーティスト自身が自分の著作権の一部を開放し、再利用を許可することで成り立っているからである。つまりアーティストは、自らの作品（サウンドやビジュアル）が CCPL にもとづいて公共に提供されること、つまりその作品が公共的に、かつ永続的に、無限に使われていくことに同意をするということを意味する。そしてそれが、今後生み出されるあらゆる作品の創造への可能性の担保となる。

もし誰かがループを気に入って、それを使って新たに曲を作るのも自由であり、円盤のアートワークを気に入ってそれを T シャツに印刷して着るのも自由である。ただし、その曲自体を営利目的で使用する事や、その T シャツを販売する事は、アーティスト自らの意志において禁止できるのである。音楽コンテンツにおける CD やレコード、そして映像コンテンツにおける DVD 等の物理的商品が売れなくなってきた一方で、音楽がデジタルデータとして解き放たれていくという現実には、日本のアーティストにもリスナーにも 1 人 1 人の実感として捉えられるものとなりつつある。そうした現実には、日本よりも以前に直面し、そこから新たなアクションを起こし始めたのがアメリカの dublab であり、それを支えたのが CC や CCJP の活動である。このようにデジタルコンテンツ自体が一般に広く認識され、流通している現在だからこそ、Into Infinity には音楽やアートを巡る状況を考えるにあたっての重要なメッセージとコンセプトが込められており、これまでになかった新しい形の作品創造の可能性が我々の前に示されているのである。この事例は、デジタルコンテンツに主眼が置かれてはいるものの、実際のイベントや活動を通して、リアルな都市空間へと応用されている。その意味で Into Infinity は、コンテンツの創造を通じ、リアルな都市空間へと応用することで、創造的空間を形成したモデルの一つであると言える。

6.5.3. 創造都市政策におけるクリエイティブ・コモンズの応用可能性

ここまで、CC 運動における上の二つの事例を通じて、CC における CCPL を用いた都市空間への創造的営為の応用可能性について見てきた。ここでは、札幌市の事例や、上の CCPL に関する都市空間への応用事例のように、都市における創造的な空間を、一つのメディア（＝出会いや集合の媒介）としながら、新たな創造都市像を模索する際のキーワードとなるメディア・アートの領域に目を向けてみたい。以下に、メディア・アートの概念とその特徴、その可能性、近年の動向等について見ていきたい。

(1) メディア・アートの動向とその可能性

メディア・アートの領域は、90年代以降インターネットの急速な普及による人々とメディアや都市空間の関係性の大きな変化と、都市の公共圏や建築に依存したコミュニケーションの機会が電子ネットワーク上へと移行していったことから徐々に顕在化し始めた。今や、メディア・アートはテクノロジー・経済システム・文化と密接に関係しながら実在する空間と電子ネットワーク上の空間の両者を横断しながら都市という場において重層的に創造的空間を形成している。

そして、メディア・アートは社会空間、特に活動や情報のフローの結節点である都市に注目してきた。近年のメディア・アートは、都市空間とネットワーク上に存在する情報空間とのインタラクションに作用するメディア（＝媒介）としても注目されている。

そもそもの、メディア・アート（Media Art）という用語は、20世紀中盤より広く知られるようになったものである。これは、芸術表現に新しい技術的発明を利用する、もしくは新たな技術的発明によって生み出される芸術や作品の総称的な呼称である。特に、登場期にビデオ・アートやコンピューターアート、エレクトロニックアートと称されたような今日においてはIT技術をはめとする新技術に触発され生まれた芸術作品であり、メディア・アートはそのような新技術を積極的に使用しようとする。メディア・アートの領域は、伝統的な絵画や彫刻等、古い媒体（＝Old Media）を用いたアートとは異なる新しい媒体（＝New Media）を用いた作品群によってそれ自身を定義している。

メディア・アートは、電気通信技術、マスメディア、作品自体が含むデジタル形式の情報運搬方法といったものから生まれた。その制作活動は、コンセプチュアルアートからインターネットアート、パフォーマンスアート、インスタレーションといった範囲に及ぶ全く新しい形のアートであるといえる。

我が国におけるメディア・アートの発展はある意味で特徴的である。海外におけるビデオ・アート、あるいは現代美術の発展を背景とするアートの領域とは別に、90年代前半から特に商業芸術、デザイナー、プランナー等がコンピュータゲームや電子玩具といった姿で表現し、1990年代中盤からはインターネットが爆発的な普及していった。

このことで、技術者や研究者、特にリアルタイムコンピュータグラフィックス・ネットワーク・社会学等を専門にする人々も、アーティストらとともに、こうした新しいメディアをフィールドとした創造的営為を具現化してきたのである。特に日本では電子技術、映像技術やロボティクス・ヒューマンインターフェイス（マン・マシーン・インターフェイス）・バーチャルリアリティ技術の研究者たちが、その応用の可能性としてメディア・アーティストと共同制作を行なったり、メディア・アーティスト自身が技術を習得・駆使して自らのアイディアの具現化が特に盛んに行われてきた。

また、日本国内にはメディア・アートに関連したコンペティションや学会が数多く存在する。世界的なコンペティションとしては、「文化庁メディア芸術祭」や「国際学生対抗バーチャルリアリティコンテスト」等がある。また、国内のテレビ番組では「デジタルスタジアム」、その他国内の美術館や自治体、学会をスポンサーにした公募展が数多く開催されている。展示施設についても、「NTT インターコミュニケーションセンター」、「山口情報芸術センター」、「東京都写真美術館」、「日本科学未来館」、「パナソニックセンター」、「水戸美術館」、「せんだいメディアテーク」、「金沢 21 世紀美術館」等、メディア・アートやメディア・アートの要素を多く取り入れた活動を行なっている美術館・博物館も少なくない。

さらに、上で挙げたような研究機関や国際的な教育機関、博物館のアーカイブやコレクションのほかに、アーティストのホームページやサイト、YouTube のように誰もが作品を投稿することができ、閲覧できるような動画共有サービスといった民間のアーカイブも含めると膨大な数の作品が発表・紹介されている。2009 年には、一連のメディア・アート、商業芸術作品を中心とした、展示・資料収集・保管・調査研究等の日本の拠点機能として国立メディア芸術総合センター（仮称：当時）の施設整備が予定されていた。しかし、この施設はマスコミや当時の野党から「国営の漫画喫茶」、「税金の無駄遣い」といった批判が相次ぎ、実際には国によって建設されることはなかった。しかしながら、現在経済産業省等が推進する「クールジャパン」や、「創造産業」といったキーワードに関する政策において、メディア・アートは重要なコンテンツとして位置づけられており、この国立メディア芸術総合センターの施設整備計画は、これからの我が国の文化政策におけるメディア・アート戦略を長期的視点で捉えたとき、一概に中止すべきであったかは検討の余地が残る。

また、日本におけるメディア・アートの領域におけるコンテンツや作品の特徴として、他の絵画や写真といったファインアートと比較して、商業化・産業化の可能性が非常に高いことが挙げられる。メディア・アートは情報空間で得られたテキストや画像や動画を実際の都市空間で展示するもの、都市空間での活動やフローを情報空間や美術館等の展示室で展示するもの等がある。これが意味するところは、メディア・アート領域における作品の多くは、都市空間や情報空間での不可視のコミュニケーションを、都市という「媒介＝メディア (Media)」を通じて可視化するものであるということである。すなわち、バーチャルとリアルの両空間の関係を新たに開くインターフェイスであると考えられるのである。今やメディア・アートは、都市空間と情報空間を横断して新たな創造的空間を生産するオルタナティブな媒介となりつつある。これまで見てきた CC や CCJP の実践は、メディア・アートを制作する際の素材を提供したり、作品を共有、流通させるためのひとつのインフラとしても機能している。すなわち情報空間におけるフローと、実際の都市空間とを結びつける社会装置としての可能性を示しているのである。

(2) 都市空間とメディア・アートにおける文化政策

メディア・アートの概念は、情報空間と都市空間の創造的な関係を検討する際に極めて有効である。メディア・アートは都市空間に関わる作品やコンテンツにより、公共的かつ可視的に媒介する事が可能な領域であるといえる。都市空間と情報空間の関わりについては、情報空間（サイバー空間）の進展に伴い、都市空間（場の空間）は衰退する、すなわち都市の活力が失われるという、今日では言い古された批判もあるが、このとき都市の役割は二とおりある。

ひとつめは、情報が蓄積される記憶のアーカイブとしての都市である。そしてもうひとつは、情報が交換されるインターフェイスとしての都市である。吉田（2003）によれば、この文脈での都市とは「意見に関するコミュニケーションのためのネットワーク」であり、「コミュニケーション的行為自体によって再生産される柔軟で移動可能な開かれた地平を持つ社会的空間」であるという。アートと都市という視点で見れば、都市空間における公共的芸術の一形態として、パブリック・アートというものが挙げられるが、これにまつわる諸研究の中で、情報空間とのインタラクションにまで言及されたものは少ない。この点については、カステル（2009）ではフローの概念を引き合いに出しながら、近代以降のアートとフローの結節点としての都市空間との関わりについて論じられている。ここでは、アートの社会空間への進出は、世界が新たなフローの層で覆われ始めたときに現れるとした上で、情報フローの空間が断片化・多層化し、市場や権力の空間を生み出している現在において、アートに現れる社会関係について論じられている。

この社会関係がもつ役割とは、ひとつには非市場的な物質循環を土台とした関係であり、もうひとつは、人々を結びつけるコミュニケーション過程が市場や政治のシステムから自律し（過度に依存しない）、貨幣的關係ではない（商品化していない）、了解志向のコミュニケーションである。こうしたコミュニケーションのネットワークを担う個々のアーティストは、市場システムや行政システムから基本的には自律した問題意識をもとに、多くの場合システムが問題解決に失敗した領域に自発的に取り組んできた。これこそが、アーティストが意識的・無意識的に果たしている社会的な役割である。本来、アートにはそのような機能がある上、コミュニケーションのためのメディアテクノロジーを用いて作品を制作・発表しているメディア・アーティストには、特に人と人とのコミュニケーションや個人と社会との関係への関心が高い。また、メディア・アートは絵画や彫刻のように「一点もの」としての経済価値を持っているわけではなく、メディア・アーティストたちにとっては、むしろ多くの人々に見てもらうことにインセンティブを感じる場合が多い。さらに現代美術がたどってきた歴史として、アート全体が「一点もの」の価値から離れて、作品が見る側にどのような思考や印象を引き起こすのか

ということに価値が認められるようになってきている。加えて、そうした思考や印象という体験を共有すること自体に価値が見いだされている。

メディア・アートは、いわば社会を映す鏡としての性格を持つのは当然とも言える。このとき、都市空間という人々の出会いや交流の媒介、あるいは場としての役割はますます高まってきているといえる。また、別の文脈の媒介としては、ここまで見てきたように CC や CCPL のようなメディア・アートをはじめとする 創造的営為を行う人々のための環境の構築を潤滑に行うための社会的インフラを担う主体がある。これらは基本的には非営利的であり、非貨幣的な社会的サービスを現代的な脈絡で行う主体であるともいえる。CC の理念と CCPL システムの仕組みは都市というメディア（＝媒介）に参画するためのひとつのアクセスツールであり、その最大の意義は（都市空間での実践を含めた）多元性の担保である。

6.6. 創造都市政策とメディア・アート文化政策についての考察

札幌市では、メディア・アートの振興施策の中で CC 運動に関する取り組みや、CCPL そのものを都市の文化政策の中に応用することで、創造都市政策を新たなステージに推し進めるとともに、新たな創造産業や人材、それらによるビジネスチャンスを生み出していた。

一方、このような創造都市のありかた自体にもいくつかの課題も浮上している。札幌という都市は今、創造性をめぐる「アリーナ（闘技場）」にさえなっている。創造都市プロジェクトに関する文化政策の議論は、しばしば「創造的コミュニティ」の境界内に留まるが、創造性の卓越した優位性が都市を豊かにするという展望は絶えず討議的なコミュニケーションにより取捨選択される。札幌市の掲げるメディアとしての都市とは、包括的なのか、あるいは排他的な概念なのかは、その都市の「創造性」や、それにく創造的営為の強度によって決定づけられるはずである。

スロスビーが指摘する芸術が及ぼす多様な経済的波及効果においては、同心円状の周縁に発生する現代の産業とは、まさにメディア・アートを中心とするクリエイティブ産業であると言っても過言ではない。我が国のメディア・アート文化政策の概念も、コアとなる芸術から広告やファッションに至るクリエイティブな文化経済活動全域をカバーする広域な文化の創造を意味するとともに、このときメディア・アーツの技芸や創造性が重要な役割を担っているのだといえる。また、フロリダのいうように、創造産業を生み出す創造性がすべての人々が持ち得る「自然」な所作であることを前提とするならば、創造都市政策とは、ネットワーク社会における市民の創造性と、CCPL 等の社会装置としてのツールを活用しながら、都市というメディアへの自由なアクセスが「自然に」担保された文化政策でなければならないはずである。

7. 我が国における創造都市政策についての考察

本研究を通じて、我が国の創造都市において実践されている創造都市政策をいくつかの側面から取り上げ、その現状を明らかにしながら各都市の特性について比較考察してきた。

それらを踏まえ本章では、今後の創造都市政策の推進と、それにもとづく諸実践に資するべく、いくつかの視点から我が国の創造都市政策について改めて考察したい。

まず、7.1.では、創造都市政策の現状とその特性について本研究により得られた知見を整理するとともに、ここまでの議論を受け、7.2.では今後の研究上の課題について言及する。7.3.では創造都市政策の今後の在り方について考察する。これらを受けて 7.4.では創造都市論の限界と課題について、世界的に俗都市化が指摘される都市空間と、その処方箋としての創造都市政策という側面から論じる。さらに 7.5.では、6 章でも取り上げたような、新しい形の文化政策の展開とその可能性という視点から、創造都市におけるオルタナティブ・スペースについて考察する。最後に 7.6.では、本研究の結論として、我が国の創造都市政策の今後の行方について述べる。

7.1. 創造都市政策の現状とその特性

ここまで、我が国の創造都市における創造都市政策の現状とその特性を明らかにしてきたわけだが、ここではそれらについて改めて整理する。

① 創造都市論の系譜と政策への応用

2 章ではまず、これまで行われてきた創造都市に関する議論について、提唱者であるランドリーの「創造的環境 (Creative Milieu)」に関する議論や、フロリダの「クリエイティブ・クラス」に関する議論及び、我が国における創造都市研究における第一人者である佐々木の理論を中心として、その系譜や概念の整理を行った。加えて、都市の創造性に関する評価指標についても、その体系を整理した。中でも本研究においてこの後の分析で援用するフロリダの「創造性指標 (Creativity Index)」の中心的な視点である「三つの T (Talent・Technology・Tolerance)」の概念についてもそれぞれ取り上げた。そして、フロリダの提唱する新たな生産主体としてのクリエイティブ・クラス概念と、彼らの実践や生産の特徴、彼らを惹きつける都市とはどのような都市かを明らかにした。そこでは、「三つの T」の概念でも示された創造的人材に対する寛容性や、技術や才能の集積という条件が重要である事が明らかになった。本章では、創造都市という概念が、実際の都市政策にどのように応用されているのかについて描き出す中で、創造都市政策は、文化と産業の横断的な政策という視点を都市政策に応用することで、都市の創造性を高め、創造的環境の構築と創造ク

ラスターの形成を目指しているということが明らかとなった。加えて、英国 DCMS や、ケイブズの創造産業に関する定義を整理しながら、本研究の独自の視点で創造産業についてスロスビーの同心円モデルを参考にモデル化を試みた。また、フロリダのクリエイティブ・クラスの議論を批判的に読み解いたプラットの創造都市における文化資本の議論に関して、その視点や論点も含めて整理した。最後に、創造都市とソーシャル・キャピタルに関する議論を整理しながら、フロリダとは異なる視点を持つパットナムの議論も取り上げ対比させつつ、フロリダの創造都市の議論に対する市場主義的な資本主義の側面への批判点についても論じた。

② 我が国における創造都市の現状

3 章では、2 章での各概念の整理を受け、まず我が国において創造都市の概念がどのように受容され政策へと応用されているかを明らかにするため、対象各市の創造都市政策に掲げられた目標や施策、事業、その主管部局、創造都市として行う関連文化政策や施策に関する現状を、各都市の計画書や統計資料等により把握した。そして、我が国における創造都市政策に関する先行研究について整理した。その上で、RCDI を用いて実際に都市の創造性に関する計量値を算出し、各指標により得られた結果をもとに特性の類型化を行った。RCDI には「人的資本 (Human Capital : HC)」、「社会関係資本 (Social Capital : SC)」、「環境資本 (Environment Capital : EC)」という基本の 3 つの指標が存在する。フロリダの三つの T の概念に関して、人的資本指標における Talent および Technology に関する指標値を計量するに際し、創造産業については、吉本 (2003 ; 2009) による日本版創造産業分類を援用した。RCDI のスコアからの比較により、Talent 指標に関する数値についてみると大阪市や名古屋市、仙台市といった製造業中心の創造産業を多く有する都市で高かった。Technology 指標に関してはハイテク産業を中心とする中小企業等を多く有する大都市でその割合が高く、これらの都市では同時に Tolerance 指標の値も高くなっている事がわかった。この点は、域内人口に対する創造産業従事者数の割合で見た場合も、域内全産業の従事者数に対する創造産業の割合で見た場合もほぼ同様の結果であった。これは、我が国の創造都市においても、フロリダが主張するように、首都圏以外の産業都市にクリエイティブ・クラスが集中しやすいとの論ともある程度符合する。一方、寛容性指標でみると、金沢市のようにその値がそれほど高くはない都市においても創造産業の発展及び、クリエイティブ・クラスの集中は一定程度見られた。このことから、フロリダの主張するような、寛容性の低い都市ではイノベーションが起きにくいという議論や、創造性に関する数値のうち人的資本指標に関する値の向上が阻害されやすい条件となり得るという説には必ずしも当てはまらないことも明らかとなった。このため、日本型の創造都市ではむしろ、寛容性に関

する数値の高さが必ずしも都市の創造性を阻害する条件とはならない可能性もあり、この点はパットナムのソーシャル・キャピタルと都市の創造性に関する議論と併せて今後の我が国の創造都市研究における検討課題の一つともなり得る。また、RCDIをはじめとした都市の創造性に関する計量指標を用いての計量を行う際、都市の中でも特定の地域におけるクリエイティブ・クラスの集中や、ある地域における創造産業の分布といったきめ細かい視点からの分析を行っていくことも都市の創造性の考察に対する有効な検討材料となるだろう。本章では最後に、各市の所管部局に対してアンケート調査を行った。これにより、各市の創造都市政策の実践の現状や、課題等を明らかにした。この中で、多くの都市では地域固有の歴史や文化資源の活用を目指し創造都市政策に踏み切ったものの、予算面や部局間の調整といった庁内の内部組織的課題、地元からの理解といった外部的な課題に加え、企業（域内、域外）やアーティスト・クリエイター、NPO 等の外部主体との連携関係に関する課題、事業の評価指標の設定に関する課題をはじめとして、我が国における創造都市の現状と基本的な特性が明らかになった。

また、都市の創造性について、その特性や現状を把握し、比較考察する際の一つの手法として、RCDI は一定の有効性もつ事が明らかになったが、一方で、本研究で行ったのと同様にアンケート調査や各創造主体、各市担当部局へのヒアリング調査などを通じ、各都市の実情や、固有の特性に合わせる形で、より詳細かつ有効な検討方法を適宜組み合わせていくことの重要性も明らかとなった。

③ 創造都市モデルからの比較考察

4 章では、3 章において RCDI のスコアによる比較考察やアンケート調査を通じて明らかにしてきた各創造都市における現状と特性を受けて、各都市における具体的な創造都市政策のアウトカムとしてどのような広がりを見せているかを把握するため、ユネスコ CCN 認定・加盟 6 市及び金沢市とは佐々木雅幸+総合研究開発機構編（2007）等の先行研究においてしばしば対照的モデルとして取り上げられる横浜市を加えた 7 市について、改めて政策の大系を整理した。その上で、創造都市政策に関わる人的、制度的関連や、各主体間の関連についてモデル化を行った。結果、各都市の創造性に関する政策にもとづく事業の種別や実践主体は極めて多様な様態として現れていた。具体的には、RCDI により得られた特性及び、それぞれの都市の施策や事業からのモデル化により、札幌市はメディア・アート振興施策中心の「国際戦略型」、鶴岡市は地域の食文化を軸とした「地域文化普及啓発型」、金沢市は域内循環型経済による「内発的発展型」、名古屋市はデザイン産業を中心とする「産業振興型」、浜松市は音楽文化の市民的展開を推進する「市民参加誘発型」、神戸市はブランディング戦略中心の「イメージ戦略型」、そして横浜市は創造産業の誘致・集積による「外

発的発展型」といったようにタイプ別に分類することができた。そして、これらを踏まえ、ユネスコ CCN 認定 6 都市+1 都市へのアンケート調査を通じて、ユネスコ CCN の認定・登録（横浜市のみ CCNJ）のに現状について明らかにした。この中でまず、多くの場合、創造都市を所管する部署内で、専門知識や経験を持つ人の割合は高くないことが明らかになった。これは、創造都市政策自体が近年始まったばかりであり、専門性が醸成されるには一定の年月が必要であるためであると予想される。

また、ユネスコ CCN に対する市民の認知度について尋ねた質問では、申請段階から市民への周知を積極的に行っており、「比較的認知されている」と答えた金沢を除き、「それほど認知されていないと思う」との回答であった。さらに、認知度を高めるためにどのようなプロモーションを行っているかについては、「シンボルやロゴマーク」、「ウェブなどの活用」等がそれぞれ挙げられていた。次に、創造都市政策を推進する上で感じる困難さについては、やはり予算の確保に苦慮しているという回答が最も多く、次いで住民への周知に苦慮しているという回答が多かった。そして、これらを乗り越えるための工夫については、各種実行・推進主体の立ち上げと整備、国の補助金や企業の協賛を募る等の解決策や、予算項目の整理による選択と集中、目標値の設定、といった実務的かつ即効性の高い解決策を行っているという回答がみられた。また、各都市における創造都市政策と既存事業の関係については、各市とも「統合型」及び「連携型」との回答であり、単独事業での独立型ではなく、政策の推進段階で様々な施策との連携をはかられており、その推進にあたっては、主管部局以外の行政内部では、観光や文化、経済、産業、デザインといった他の様々な部署との連携をはかっているとの回答が得られた。創都市政策に関する施策や事業の推進に関して、行政以外の関係地域主体の数については、平均 10 の団体と何らかの連携関係があり、産学官が何らかの形で連携する地元組織や地元商工会議所、研究機関、各種文化団体、半官半民セクター等の具体名が挙げられていた。また、これらの各主体との協力関係については、「行政主導型」と「官民協働型」との回答が半々であった。さらに、各市のユネスコ CCN 認定・加盟分野に関する質問では、関連事業における市民とのかかわりについては、各市ともキーとなる施設が存在しており、それぞれの都市の特性に関わる実践や取り組みを行っているとの回答であった。そして、これらの施設が、地元のクリエイティブ・コアとして、クリエイティブ・クラスを集約し、クリエイターたちの活動拠点や交流のハブとして多様な活用がなされていた。また、今後の創造都市としての展望については、ユネスコ CCN におけるネットワーク関係を活かした交流の推進や、人材の育成、啓発、産業の振興を行うなど、他の加盟国や都市との関係性に目を向けていくとの回答があった。

本章を通じてユネスコ CCN 認定・加盟各都市における創造都市政策の政策目標や、政策が実践される際の施策や事業といったアウトプットも異なることを明らかにしてきたが、

それらがクリエイティブ・クラスなどの各主体による実践や、それぞれの都市の創造産業の特性の差異や政策推進の際の特徴として表れていた。

そして、これらアンケート結果を踏まえ、ユネスコ CCN と我が国の創造都市の今後の在り方について検討するとともに、創造都市政策モデルから見た創造都市の特性について考察した。これにより、創造都市への取り組み方は、その都市固有の歴史性や産業構造の違いによって多様性があり、一律の尺度で扱うことは困難であるが、予算の配分や割合、それらを所管する部局の違い等によりその方向性や目標像、狙いとするアウトカムは方向づけられることが明らかとなった。

④ 創造都市における市立美術館の機能と役割

5 章では、市の創造都市政策における施策や事業の一翼を担う文化施設である市立美術館の機能と役割という側面に焦点を当て、それぞれ比較考察した。まず、創造都市における市立美術館という「文化施設」が創造都市政策の一翼をいかに担っており、どのような事業を実践しているのかについて整理した。対象美術館の中でも特に、ユネスコ CCN 認定・加盟 6 都市+1 都市における 8 つの市立美術館・博物館の実践と、各主体間の関係性を 4 章と同様にモデリングし、各モデルの特性から比較考察を行った。まず、各館に共通する特徴として、市の創造都市政策の一つの柱事業でもある札幌市における「国際芸術祭」や横浜市や名古屋市における「トリエンナーレ」事業、神戸市における「ビエンナーレ」事業といった、継続的に行われる市の国際発信・交流事業の中心的会場として位置づけられていた点が挙げられる。さらに、金沢市における伝統工芸品産業、名古屋市のデザイン産業、神戸市のファッション産業といった創造産業と地元クリエイターやデザイナーとの関係性の中でコラボレートし、生み出された作品が美術館で展示・紹介され、後に実際に商品化するなど、産学民のイノベーションを探る動きも一部に見られた。金沢 21 世紀美術館では、開館以前より行政による市民に対する意識調査や周知・啓発が徹底して行われ、現在では一部市民ボランティアによる運営もなされており、商店街や伝統産業といった地元の実践主体との協働による商品開発や交流の場ともなっている。また、横浜市美術館は、東京芸術大学映像学部誘致に伴う若手クリエイターとの交流の場、教育普及プログラム等を通じた啓発や教育の場といった多様な機能も持っていることがわかった。このように各市立美術館は、市の創造都市政策や、創造的営為の一つの中心をなす機能を果たしていることが明らかになった。本章では最後に、対象都市における市立美術館に対し、どのような機能を担い、今後どのような役割を果たしてゆくのかについてアンケート調査を行った。その結果、まず市の創造都市政策に関する認知度については約半数の館で認知されており、美術館における実践の中でも重点を置く事業については、「地域や市民への啓発」という回

答が最も多く、次いで「域内の教育機関や人材といった他の主体との連携」という回答がみられた。その結果、各館では、集いと交流の場（文化コミュニティ拠点 NPO 等の活動拠点）、表現活動の場（現代作家、地元の芸術大学学生の卒業制作展示、ビエンナーレ会場等）、普及啓発の場（文化発信拠点）、人材育成の場、教育の場（ワークショップ、体験型学習、ツーリズム、ミュージアムクルーズなど）というように、主に各市で掲げられた創造都市としての目標像に沿った実践の中に特徴が現れていた。これらの結果から、創造都市における市立美術館では、各市の創造都市政策をもとに市民や各アクターとの双方向的な事業展開がなされており、様々な形で各市における創造的営為を行う際の創造クラスターのコアの一つとして創造都市政策の一翼を担っているということが明らかとなった。

また、今後市立美術館が果たす役割、機能について尋ねた質問では、博物館法にも位置づけられている美術館の持つ基本的な機能はもちろんのこと、市外、国外への芸術の発信等に重点を置いていることが分かった。一方、創造都市における美術館に求められる交流や連携の結節点という機能については、それほど重点が置かれていなかった。このことから、市の推し進める創造都市政策との連携関係の構築はいまだ中途段階であることが明らかとなった。

最後に、このような市立美術館の中でも特に先進的事例として扱われる金沢 21 世紀美術館の取り組みについて、より詳細に取り上げた。その結果、金沢 21 世紀美術館では、開館以前より行政による市民に対する意識調査や周知・啓発が徹底して行われ、現在では一部市民ボランティアによる運営もなされており、商店街や伝統産業といった地元の実践主体との協働による商品開発や交流の場など、都市における一つの創造拠点ともなっていることが明らかとなった。

本章における比較考察により、創造都市における市立美術館では、各市の創造都市政策を基に市民や各アクターとの双方向的な事業展開がなされており、各市における創造的営為を行う際の創造クラスターのコアの一つを担っているということが明らかとなった。そして、創造都市政策の推進における市立美術館と各主体との関係性は、従来型のいわゆる「ホワイトキューブ」と呼ばれる美術館の姿とは異なる、市民やクリエイター、地元産業との双方向的かつ横断的な関係性を持った創造クラスターのコアとしての美術館の役割のあり方の一つのモデルであるといえる。

⑤ 創造都市における文化政策の役割

6 章では、5 章で取り上げた創造都市政策の一翼を担う「文化施設」という視点に対置させる形で、創造都市における「文化政策」の側面から創造都市政策について取り上げた。

ここではまず、これまでの文化政策の概念そのものについて整理した。その上で、4 章で

も触れたように、対照的モデルとしての横浜市と金沢市におけるこれまでの文化政策の具体的実践を取り上げ、創造都市における文化政策の応用について、より詳細に比較考察した。その結果、金沢市では「芸術文化が脱工業化都市において、文化的な産業の成長性や雇用の効果を持ち、問題解決にあたって創造的なアイデアを刺激する」というランドリーの創造都市論の考え方を政策のコンセプトとして採用しているのに対して、横浜市では「創造的な社会を実現するためには、社会的・文化的・地理的環境が重要であり、創造的な人材を集めることこそ有効である」というフロリダの理論に大きく影響された文化政策であるという点で好対照をなす事例である事が明らかになった。

本章ではさらに、CC 運動から生み出された CCPL を文化政策における施策や事業の推進に活用し、メディア・アートを中心に様々な取り組みを行う創造都市札幌の文化政策に関する事例を取り上げた。このとき、CC 自身の活動の経緯やライセンスの意義とその有り様も含めて整理し、創造都市における CC と、創造都市政策との新たな関係について考察した。また、創造都市における新たな文化政策として、都市空間における CC ライセンスの応用とその可能性についても明らかにした。今やメディア・アートは、都市空間と情報空間とを横断して新たな創造的空間を生産するオルタナティブな媒介となりつつある。この、札幌市の事例を含む CC や CCJP の実践は、メディア・アート作品を制作する際の素材を提供したり、作品を共有、流通させるためのひとつのインフラとしても機能していた。すなわち情報空間におけるフローと、実際の都市空間とを結びつける社会装置としての可能性を示しているといえる。創造都市政策と文化政策の関係の中で、文化政策が今後担っていくべき新たな役割とは、札幌市がその政策目標に掲げたように、このような取り組みへの支援を通じて、市民の情報発信を支援するパブリックアクセス環境の構築と、メディア・アーツによる都市のメディア化（Urban Mediatization）の促進し、都市の創造性を高めていくことである。

本章を通じて考察した CC や、NPO としての CCJP の諸実践は、メディア・アートを制作する際の素材を提供したり、作品を共有、流通させるためのひとつの社会的インフラとしても機能しているということが明らかとなった。そしてこの、CC の実践及びそれらを後押しする札幌市の文化政策は、創造都市政策の中でも特に、情報空間におけるフローと、実際の都市空間とを結びつける社会装置としてのメディア・アートへの新たな可能性を示すものであったといえる。

7.2. 今後の研究課題

ここでは、主に 2~4 章までに整理してきた我が国の都市における創造都市政策の現状と特性を明らかにする中で課題として浮かび上がってきた主な研究課題について整理した。

- ① 今回用いた国勢調査等のデータには、仙台市をはじめとする東北圏の都市については震災前のデータも一部含まれるため、一定の留意が必要であること。
- ② HC の指標値と SC の指標値の間の相関性については、我が国における都市の固有の特性や、各創造都市において独自に実施される政策内容に関係していると考えられるため、今後は、具体的な政策の内容や、個別の施策についても詳細に(把握・整理しながら)見ていく必要があること。
- ③ 我が国における都市の創造性を計量する包括的、統一的な指標や枠組は未だ存在しないため、指標自体のさらなる精査が必要であり、現状では都市の創造性を統計的に数値化し、それにより一律に比較する事の一定の限界を認識する必要があること。
- ④ 大阪市のように、首長の交替に伴い大きく政策の方針転換がなされた事例があるが、創造都市政策のように総合的かつ多面的な施策や事業展開が求められる政策においては、首長はじめ、議会や行政、市民との協働レベルにおいても、長期的かつ総合的な視点で連携関係を構築しながら推進する体制が望まれ、創造都市政策に関する研究にも、一定の長期的視点を要すること。

以上の点から、現在発展途上にある創造都市研究の領域において、今後は施策や事業についての詳細な実態調査により固有の現状や特性について明らかにすることが必要である。また、より多角的な視点から、政策の実施・推進主体や、もの、ヒト、資金の流れ等、重層的なレイヤーに切り分けてのモデリングにより、創造都市政策を捉える必要がある。さらに、これらを通じて研究を深化させることで、実際の政策に効果的に応用していくことが望まれる。

今後は、これらのモデルや事例研究をもとに、より詳細な具体的実践や各アクターへのヒアリング調査等を通じて創造都市政策との関連や、その実践過程における課題を明らかにするとともに、各モデルごとの特性や差異、共通項といったエッセンスを検討材料としながら、創造都市政策を推進する際に、行政の担うべき役割と、市立美術館等の文化施設や、各地域主体が担うべきひとつの社会装置としての機能、そして市民やクリエイティブ・クラスを含む各創造主体の諸実践が、それらとどのように関係していくのかについて、より踏み込んだ検討を行なっていくことが必要であると考ええる。

7.3. 今後の創造都市政策の在り方

ここでは、今後の創造都市政策と、その在り方について言及しておきたい。現在我が国でも議論されている、「地域主権」、「地方創生」という考え方のもとで、政策決定過程に地域住民の意思を取り入れることが求められている。このとき、「パブリック・インボルブメ

ント」(Public Involvement) すなわち、「公共に関わる、巻き込む」という意味の市民参加の手法がある。特に「自治基本条例」等の中で言及されている「住民自治」を意図し、行政との対等のパートナーシップで都市や地域づくりを行うために、その過程の充実こそが制定された条例を絵に描いた餅にせず、実行され評価される条件を導き出すことが必要となる。なぜならば、地方自治はもはや自治体の力だけでなく、地域住民との協働によって担われざるを得ないからである。

しかし、残念ながら文化政策の政策決定や推進過程における住民参画は、いわゆる一時的な「はやり」のようなまだ形式だけの実態が少なくないのも事実である。この事は、基本的に都市という単位での政策実施を旨とする創造都市政策も例に漏れない。創造都市の理念を、政策に反映させる場合、クリエイティブ・クラスといった都市の創造性をなす中心的な人々のみならず、市民的な相互理解と、その後押しが不可欠である。先進的な創造都市政策の事例としての金沢市や、その他のいくつかの創造都市では、計画段階当初から創造都市に関する住民への周知や啓発、意思決定過程への市民参加が早くから盛り込まれていた。今後の創造都市政策の推進にあたっては、市民参加を促す環境の整備と、市民一人ひとりの創造性を原動力とした創造的営為を支援するとともに、継続的に市民の創造性を育む環境の整備が求められる。また、4章や5章で行ったアンケート調査において、ほとんどの都市では創造都市政策に関する市民からの認知度が低いとの回答もあったように、創造都市の取り組みを市民が認知し、理解し、協力しながら推し進める仕組み作りを行う必要があるといえる。

さらに、創造都市としての特性を決定づけているような創造産業が今後更に成長していくためには、産学や、官学、官学民といった様々な協力関係の中で、クリエイターやアーティスト等を継続的に育成し、技術等の継承をしていけるような仕組みづくりも重要である。このとき、パットナム(2006)が指摘するように市民や第三セクターがその担い手の中心となり、金沢市における創造都市政策における内的発展型の諸施策の性格がそうであったように、ネットワークの結び目の役割を果たしながら、草の根からの住民参加により、社会包摂を実現してゆくことが望まれる。

7.4. 文化施設・文化政策における施策評価の意義と課題

本研究を通じて見てきた見てきた、各指標による都市の創造性に関する計量評価や、プラットが述べているような文化政策に関する評価は、それ自体が目的ではなく、政策や施策における問題点や課題を明らかにし、その改善策を検討するために行うものである。そして、「Plan→ Do → Check → Action」というサイクルの中で、文化施設の設置目的や文化政策の目標を達成できたか、市民は事業やサービスに満足しているか、施設の運営や経営

上の問題点や課題はないか、といったことを点検し、改善の方策や戦略を検討するプロセスでもある。

例えば、英国アーツカウンシル^{注28}の文化政策の評価指標では、評価基準の中に、改善に向けた指針が示されており、我が国の創造都市政策の政策評価への参考になる点も多い。そして、政策の目標についても、本来決して普遍的なものではなく、社会経済環境の変化に対応すべきものである。評価の過程で、市民の満足度を調査したり、地域の新たな課題を発見したりすることで、文化施設や文化政策のミッションの見直しにもつながるのであり、元々、文化施設の設置目的や政策の目標が明確でない場合は、評価に取り組むことで、それらを明確にすることも期待できる。

とりわけ、地方における政策や事業の評価は、地方公共団体や政府組織だけではなく、NPO 法人や独立行政法人等の公益的な組織においても、避けられない課題となっている。このとき、政策や事業が評価されやすいものばかりに偏ってしまう、という危険性もある。画一化が進む現代社会にあって、芸術や文化の多様性は、極めて重要な意味を持つ。言い換えれば、芸術や文化は、経済活動のように画一的な評価ができないからこそ価値があるのであり、文化施設や文化政策では、評価の仕組みそのものが、創造的な要素や価値観の多様性を許容するものでなければならない。創造的な評価の仕組みづくりが、文化施設や文化政策の評価における最大の課題であるといえる。

7.5. 創造都市論の限界と課題

ここまで見てきたように、都市再生や成長の起爆剤として、あるいは21世紀の都市モデルとして、また、都市政策の目標としての「創造都市」という概念について、その有効性や実践事例等様々な側面から論じてきた。しかし、創造都市の理論も都市の創造性を高める処方箋として万能なわけではない。ここでは、いくつかの視点から、創造都市論の持つ一定の限界性や内在する課題について検討する。

近年の都市論には、グローバル化や消費社会化の影響により均質化・平板化した都市のあり方を批判的に検証したものが多くみられる。都市地理学者であるムニョス^{注29}は、著書である「俗都市化」(2004)の中で、このような流れを汲みつつ、さらに踏み込んで都市景観や人々の時間の使い方の平俗化までを省察している。「俗都市化 (Urbanalization)」とは、スペイン語の「都市化 (Urbanizacion)」と「平俗な (Banal)」を合成した造語である。

ムニョスによれば、ポスト・モダンの時代において、平俗化された大衆文化・消費は、「美味 (活発・愉快)」と「光沢 (柔和・清潔)」の二つの座標軸をもつという。つまり愉快だが清潔で危険のない平板な商品の普及は、そのまま都市景観の平俗化の定義に援用できるというのである。さらにムニョスは、今日の世界では、フロリダがその批判 (と言うより

むしろ乗り越え)の対象としてきたような巨大都市(メガロポリス)の住人ではなくとも、都市的な景観や機能をもとに築かれた社会環境を脱することは困難だと指摘している。都市はシンボルであり、生活の基盤であり、それらの生成する「過程」そのものである。再編されゆく都市イメージのただ中で、ムニョスは、この俗都市化を回避可能である都市空間について「未来の多面的で多様な社会を創造するには、活動や人口集団の多様性が空間に対して唯一性、多元性、魅力を与えるような、統合的な都市・地域モデルを擁護すれば済むのではなく、同様に多様な時間構造の存在が必ずや必要となる。観光のものカルチャー、景観の標準化、あるいは社会的エリート化の間に絡め取られた狭隘な隙間から逃れることを可能とする空間である」と述べている。

しかし、俗都市化が進んだ従来型の都市政策によって生み出された公共空間は、レジャーランドとして表出する。都市のセキュリティ・監視プログラムがお決まりのように導入され、地域あるいは都市そのものの、時間的・空間的に切り分けられ、分節化された消費が次第に広まるのである。そして、俗都市化が進んだ都市では、住宅地が増殖し、都市郊外のあらゆる方向に向かってクローン化され、ローカルな領域に属する要素を利用し、操作し、価値付けするという面も同時に併せもっている。本来、これらを乗り越える処方箋として、創造都市論は位置づけられるべきである。しかし、創造都市の理論を元に現在推し進められている創造都市政策は、都市空間を消費の舞台の一部とし、(訪問者＝観光客がある意味期待している)商品価値とみなしている。これにより創造都市は、消費・余暇・エンターテインメントへの専門特化を通じて、数ある消費財の一つになっているだけでなく、ブランドを表現する媒体と化したという側面もある。そして、都市をくり抜いて、「使用される」都市ではなく、「交換される」都市の切れ端へと変えた上で、都市の「ブランド化」の過程へと至る。このとき、ムニョスが指摘する俗都市化を特徴づける主要な要素とは、以下の三つである。

- ① 機能的専門特化
- ② 都市形態のセグリゲーション
- ③ 都市景観のテーマ特化

これは、創造都市のみならず、ポスト・モダン以降繰り返されてきた過程でもある。では、いかに都市のこの俗都市化に抗い得るのか。未来の多様で創造的な社会を創造するには、活動や人口集団の多様性が空間に対して唯一性や多元性、魅力を与えるような、統合的な都市・地域モデルを擁護すれば済むのではなく、同様に多様な時間構造の存在が必ず必要となる。観光のものカルチャー、景観の標準化、あるいは社会的エリート化の間に絡

め取られた狭隘な隙間から逃れることを可能とする空間である。逆に、高度な制度設計における創造都市では、当然高度化、専門化するのであり、（法制度が個人の内的な意識レベルの規範にまで及んだ生政治的（Bio Political）な権力だけでなく巨大資本等も含めた）権威は、このようにしてできたものや空間を誘導し、高度化、専門分化し、政策を硬直化させる。こうした側面も、創造都市の議論を進める上で自覚せねばならない。

例えば2章で取り上げたユネスコ CCN は、誤解を恐れずに言えば「欧州文化首都^{注30}」の焼き直しでありポスト世界遺産として、NPO 法人の認定と同じように要件資格の軽い認定制度によりマイルド化したものであり、それにアジアをプラスしていっただけのものであるともいえる。ならば、それは都市の時代、都市経済の時代における単なる高度化、専門化されたアイデアでしかなく、それ自体が本質的に創造性を持っている訳ではないことは自覚すべきである。むしろ、都市における創造的営為を行う空間自体が硬直的ではなく流動的な競争と協働の場、すなわち一種の創造性の闘技場（＝アリーナ）であり続けることが重要なのである。このとき、結局オルタナティブ自体がより強力になっていけば、メインストリームにいつかは回収されてしまうことが予め織り込まれているのだと自覚せねばならない。にもかかわらず、それを決定付けているのは創造都市においてもあくまで経済の循環（貨幣的・非貨幣的）であり、より経済が回るようになってしまえばメインストリームや権威となり、硬直化していくのは必然である。ただし、その闘技場としての都市を利権として一人ないし一部の人間が制覇するのではなく、常に新しいもの（＝オルタナティブ）を送り込み、供給し続けるという事が重要である。すなわち、取り込まれたかどうかではなく、いかに利権化しないように導くかが問題なのである。なぜなら、利権は排斥（閉鎖性を持って）を生み、寛容性のない独占となるからである。故に、それに抗う手段として創造都市におけるオルタナティブが絶えず供給され、循環するような仕組みを創り出すとともに、それらを政策がいかに後押しできるかということが重要なのである。

そうした観点から、次に7.6.では、都市空間におけるオルタナティブ・スペースについて取り上げることとしたい。

7.6. 創造都市におけるオルタナティブ・スペースの在り方への問題提起

6.5.1.では、創造都市における クリエイティブ・コモンズ・ライセンスの応用事例として、森ビルにおける美術館におけるウェイウェイの取り組みにおいて創り出された空間を、（一時的なものであったにせよ）都市空間におけるオルタナティブ・スペースの一つの可能性として取り上げた。オルタナティブ・スペースとは、5章で触れたような美術館における博物館法によっては「規定されない」芸術スペースであり、そこには学芸員もおらず、決まった収蔵物もない、しかしそれでいて芸術作品の展示やパフォーマンスの発表を行う場所

である。オルタナティブ・スペースは、その時々によって実践主体は異なるが、都市において主に民間やNPO 法人が運営する芸術施設であることが多い。そこでは多くの場合、王道のアートの領域における権威とは切り離されているが、それらの価値あるアートプロジェクトを行う。このとき、価値を決めるのは権威による格付けではなく、あくまでもファンやユーザーであり市場である。これらのアート作品は、既存のホワイトキューブの中の権威による格付けによって規定されたものではない。

フロリダは、創造都市における政策の展開や創造産業のダイナミクスに焦点を当てる一方、こうしたオルタナティブ・スペースで活躍するクリエイターやアーティストの実践にも大きな期待を寄せている。彼らの展開する芸術活動は、オルタナティブ・メディアともよばれる。マスメディアが断片化された視聴者に焦点を当て、読者や視聴者を広告主に売りつけるための商品としか見ていないとすれば、オルタナティブ・メディアは反対に、断片化された人々を団結させようと試みる。オルタナティブ・メディアではもともと、人種やジェンダー、セクシャリティ、障害、宗教等を理由に社会の隅に追いやられたグループが、自分たちと同じようなグループに向けたコンテンツを発信している場合が多い。メディアを作ろうという草の根の取り組みにおいても、自分たちのニーズに応える独のオルタナティブ・メディアを作ろうとする試みにおいても、都市というメディア（＝媒介）へのアクセスは、共同体の包摂や、自分達の権利の主張、市民のエンパワーメントといった目的のために不可欠な要素となる。つまり、オルタナティブ・メディアはこれらの受け手（＝ファンやユーザー）に対して、お互いにコミュニケーションをとり、必要とされている場所に情報の提供とサポートを行い、自分たち自身のニーズに応えるメディア作りに参加する方法を提供しているのである。こうしたプロジェクトが、メディア・アクティビストの性質を手に入れたならば、彼らは周縁化されたグループの視点を幅広い公衆に届ける事ができるとともに、変革のための提唱者でもあり実践でもあるようなメディア製品を作る事が可能になるだろう。このとき、作品やコンテンツ、知識資本の自由な共有や流通を阻害することを最小限に抑えたと共に、一つ流通エンジンとしてそうした人々の媒介となり、円滑に創造的営為を行える環境を提示しようと試みているのが、6.4.で取り上げた CC 運動であり、彼らの用いる CCPL というオルタナティブなインフラ的系统である。

このとき、アートの発想を都市における空間づくりに生かすというマインドは大変重要である。オルタナティブ・メディアの中には、デザインの探求や芸術的なプロセス、または創造性の実践の場としての空間そのものがその主なアートの役割となっているものがある。そこでは、アクティビストとしてのメッセージは、はっきりそれとわかるようなものでは必ずしもなくとも、その作品の中に、例えばメディア・アートとしての都市の路上におけるメディア映像の中に隠された別の主張が見い出されたり、美学的な質やその遊び心

の中にもアクティビスト的で、確かに政治的な反応や政治的な論点を引き起こすように仕掛けられたものが存在する。

例えば、「クリティカル・アート・アンサンブル^{注31}」という都市的なアート運動を展開する団体の実践においては、自分たちの活動を「タクティカル・メディア（戦略的メディア）」と位置づけている。そして、アートそれ自体よりも組織的な政治キャンペーンの一環としてのメディア行動に重点を置き、実践と理論の一致を試みている。この点は、CCにおける「理論を実践する」、または「実践を理論化する」という姿勢とも重なる。彼らによれば、アクティビズムとしてのアートはいわゆるホワイトキューブとしての美術館においても、路上においてもギャラリーにおいても、いつでも起こりうるのだという。こうした公共空間で公衆を積極的な参加者として巻き込もうとすることで、従来のまじめにリーフレットを配布したり、スローガンを繰り返し唱和するよりも、むしろこのような活動への注目を集め、広くメッセージを伝え、より実効性を伴わせようとしているのである。

さらに、CCの研究者やカステルらがその関心の中心としているサイバー空間におけるオルタナティブ・メディアの可能性について考えてみれば、サイバー空間は単一の巨大メディアの大広場ではなく、情報の流布と議論のための重なり合う複数の創造的空間である。そして、インターネットはこの理論を可視化している。ウェブサイトとディスカッショングループは文字どおりリンクし合い、サイバー空間という広大な領域において情報を連結している。ウェブ内でリンクし合うサイトやサービスのグループは、テーマごと（テーマ・コミュニティ）の場合もあれば、訪れる人やプロジェクトごとの場合もある。インターネットはその原初から、少数派の視点や社会変革の取り組みのためのメディアであるという側面を持っており、非商業的で自由参加であるという形態をとっている。そして、実践においてアクティビストであるような交流を育ててきた。

しかし、この創造的空間への参加者を「ネットサーフィン消費主義」から脱却できるような、（むしろ消費者意識は捨てて）情報の作り手となるような新たな「包摂的」で「自律的な」サイバースペースを創出する事が必要なのである。すなわち、オルタナティブ・スペースという新たな形の創造都市における創造的空間は、実際の都市空間とサイバー空間との重層的な関係を結んでいるといえる。

しかし、先にも述べたように、オルタナティブ・スペースにおけるポリティクスとは、アカデミックな言論空間、美術館、キュレーターによって管理され、規定され、そのスモールサークルの中で芸術だと認定されるようなシステムではないところに存在する。そうした状況の中で、才能ある人間が落ちこぼれるとき、それらに対し、何らかの形で価値を見いだせる場所、それこそがオルタナティブ・スペースの役割である。

ただしここには、クリエイティブ・クラスや創造産業による創造活動が例外なくそうで

あるように、受け手（＝ファンやユーザー）や消費者に受け入れられるという資本主義的な条件が（しかしその取引の媒介が必ずしも貨幣や資本とは限らない）生じる。このとき、アートが既存の硬直した権威に対して立ち向かう場合に、いかにサポートし、それを支えることができるかが創造都市政策の推進におけるタクティカルな課題といえる。

大都市の人口はおおまかに言えば半分以上が大卒で皆知的欲求を求め、博物館や美術館、あるいはまちなかに無数にある民間のギャラリーに足を運ぶ。そこで彼らは、自分の好きなデザインを探し、知的好奇心を満たす。しかし、メディア・アーティスト達の多くは、美術論壇や評論家に認められることではなく、彼らに支持されることの方が重要なのである。つまり、ブログで喜ばれる事や、Mixi で話題にあがるといった事が、彼らのインセンティブとなる。このとき、アーティストを守り、支えるのが将来のコンシューマーであり、ファンであり、ユーザーである。権威によって支えられるのではなく、自らがその成り立ちやファンによって自らの活動のための道を創ってゆく。すなわち、現在の権威的な場から生まれてくるものではないところで救われる人々や、都市空間の中で活動の場を持つ人々が増え、新たな創造性が生み出される事によって多様性や寛容性を担保していく。そうした創造的営為こそが、創造都市論の本質ではなかっただろうか。このような点にこそ、クリエイティブ・クラスのもつ、ダイバシティやイノベーションといった創造都市論の本質に関わる特徴が活きてくるのである。

このとき CC や CCJP をはじめとする、中間支援組織の役割は、ユーザーや世の中と創造性や能力のある人々を結びつける事で、より魅力的に見えるようにしていく事である。その活動の意義は、権威による価値づけや、その流通というテクノクラートのものとは別の文脈のバイパス回路を有形、無形に創り出す事であろう。このときまず対象となるのは、従来の芸術や文化にまつわる産業の硬直したフィールドから抜け出すバイパスである。だからこそ、硬直したフィールドではできない別の枠組みの経済性を生かし、新たな創造性を開拓する事ができるのである。

今後、クリエイティブ・クラスやメディア・アーティストを始めとする、創造的営為を行う人々たちに対し、彼らを取り上げられる機会が与えられるような余地を創っていくこと、そこで新しい、別の権威を常に創り続けていくことこそが重要なのである。その意味でクリエイティブ・クラスという主体は、消費されるアートや、産業資本に組み込むためのコンテンツを生み出す人々ではなく、むしろ一人一人の生き方の選択であり、社会の中で何かを発信しながら生き続ける事が出来る人々である。そうした生き方が成り立ち、食べていけるシステムの創出が、創造都市における創造都市政策が担うべき最大の役割ではないだろうか。しかし、ここで注意すべきことは、オルタナティブ・スペースの形成というとき、創造都市とは、コンペティティブなマーケットのアリーナ（闘技場）であるとい

う点である。これはすなわち、決して慣れ合いの空間ではないことを意味する。そこは、創造的諸営為における創造性が「競い合われる」空間であり、他者が認めないアーティストのアートはアートではない（選別と相対化）という非常に苛烈な競争の場なのである。

そこでは、芸術とは絶えず他者によって規定されるものとして存在する。このシステムは元々、学芸員や批評家が、美術館や博物館で作品を展示する事でそれをアートと見なし、権威づけすることで作り出したシステムである。しかし、これをうまく「転用」し、別の文脈を用いてフリーランスやインディペンデントなキュレーターでも自由に行えるようにコーディネートしていく必要がある。そうでなければ、統一化された形でのプラットフォームの中でしかイノベーションは起こらなくなる。これは、システム化され、硬直してしまった文化産業における現代的文脈での弊害であるといえる。これは多元性や多様性をもとに活動する人々にとって不幸な事であると言え、代替する次のコンピューティングがないということは、新自由主義的な資本主義における一人勝ちのような状況を生み出す。ゆえに、フロリダが言うように、ローカル（＝地域、地方）におけるリアルな都市空間でのアーティストによるトランザクションを好み、ユーザーとしてそれらを買ってくれるような人々とともに生きていくことができるという事が重要なのである。ここで生まれるアーティストとユーザーの関係性そのものが重要なのであり、それを政策がどのような形で後押しできるかで、都市の創造性は決定づけられると言ってよい。アーティストにとって、こうした創造性をせめぎ合う競争に勝たなければならないとき、質の高いところで、ノイズをなくし、流通が確定され、一つの居場所となるような空間があればそれこそがオルタナティブ・スペースになる。ここには、地方分権とか、地域主権といった問題が持つ、これまで時間とか空間という障壁によって阻まれ、実現し得なかったある種の「コスモポリタニズム^{注32}」的な人々のつながりの発芽が見られるのである。この点は、デザイン、工芸、食、といったローカルに根ざす創造性とも照らし合わせることができる。そうした魅力を持った場所（リアルな都市空間にせよ、ヴァーチャルな空間にせよ）に人々は集まり、クリエイティブ・クラスをはじめとする第四の生産階層が活躍する場となるのである。

7.7. 我が国の創造都市政策の行方

ポスト工業化社会における創造の主要な場が都市へと移行していく中、都市が備えるべき特性について戦後日本の都市の形成過程においては、「産業が都市を育てる」という側面が色濃く押し出されていた。このため、地域が抱える産業の盛衰と全国の都市の盛衰が軌を一にしていた。しかし近年では、「都市が産業を育てる」という傾向が次第に強くなってきているといえる。生産活動を支える都市という場所は、かつてジェイコブズが指摘したように、同時に生活の場として魅力ある場でなくてはならない。周辺環境の快適性はもと

より、先端の情報を発信する大学や研究機関が存在し、外部から来た人を積極的に受け入れるような寛容な風土を持ち、エンターテインメントや飲食サービスが発達しており、教育や医療・福祉の基盤が整っていること…といったような総合的な機能を持っている都市が魅力的であり、そうした所に多くの優秀な人材や企業が集まり、そしてそこで活発な産業活動が営まれる、というのが、ポスト・フォードイズム時代の新たな都市理論としての創造都市論が本来志向した都市の姿である。

また、そのような都市において、先端産業も同時に興隆し、都市空間を人間の生活の「場」として再生することが、地域社会の生産活動をも活性化させる。工業社会では生産機能が生活機能の磁場となって地域社会を発展させてきた。ところが知識社会では生活機能が生産機能の磁場となって地域社会を再生させている。優秀な人材が、環境と文化に魅了されて集まってくれば、そうした地域の産業活動も活発化してくるのである。このとき、我が国の都市が直面する構造的変化は、工業を中核とした大量生産・大量消費型の経済社会から、人間の頭脳や感性が生み出す知識、情報、サービスに重きを置く知識情報社会への転換である。情報やコンテンツ等が経済社会を動かす基軸となった時、都市の価値や創造性をいかに高められるかは、そこにどれだけの知識資本や創造的な人材を集積させるかにかかっているといえる。常に世界の最先端をいく知識・情報が行き交い、新たな知的興奮を感じるような情報交流の場を都市空間において創り出すことが求められている。大量生産・大量消費型の工業経済と、知識や感性の希少価値が問われる知識経済との決定的な違いはそこにある。その意味で、創造都市という場合は、多彩な人材がフレキシブルに交流し、刺激し合う中で互いに触発されることを通じて知識・情報が再生産される舞台装置（デコール）といえる。今後、主要な生産の舞台が工場という閉鎖された空間からストリートや、ホワイトキューブ以外の公共圏たる「都市空間」そのものに移行し、都市の属性によってその知的生産や創造的人材の集積のポテンシャルが左右されるのであれば、都市は人々の創造性を発揮する舞台装置として極めて重要な役割を担っているといえるだろう。

しかし一方で、知識社会の深化は、それに対する適切な政策の展開や、各主体による創造的営為の発展と集積等について、都市間での格差の拡大という現象をともなう。これは、フロリダが指摘するように、創造都市の理論内部に存在する新自由主義的な特性の残照でもある。

我が国の場合、これまで文化芸術の領域においても「東京一極集中」と表現されてきた。このように、首都圏が有する産業基盤の厚みや本社機能、大学等の高等教育機関の集積、研究開発機能等の頭脳立地や、美術館や劇場、シアター、ギャラリーといった文化芸術の発信や交流に関する施設が他の地域と比較してもあまりにも圧倒的であるため、相対的に地方都市の発展戦略には多くの制約が存在する。この広がり続ける格差を解消するために

採用されてきた典型的な分散政策は、主として工場誘致や、いわゆる「バラ撒き型」といわれる大規模なインフラの整備をとまなう公共事業の誘致政策であった。しかし、これらの政策は地域の雇用や所得を一時的には増大させたかに見えても、成長の持続性や内発的発展性といった観点からは、必ずしも成功した政策とは評価されていない。そこで単なる工場誘致型やバラ撒き型の都市政策からの脱却を目指す多くの都市は、大学等研究機関や、地域の基幹産業を中心とした産学官の緩やかなネットワーク型のクラスター形成を目指すこととなる。各地域の歴史や技術的基盤、大学等知的集積の状況を考慮したクラスター形成を通じて、地域の持続的で内発的な発展を模索しているのである。ただし創造的都市という概念は、単なる産学連携の成果の数や、経済偏重の産業クラスターの形成を志向するものではない。

ここまで本研究でも見てきたように、創造都市として成功をおさめている我が国の諸都市における本質的要素とは、芸術や文化が、創造的な産業の創出という産業的な側面だけでなく、教育、医療、福祉といったさまざまな分野と結びついて、あらゆる人々のエンパワーメントやコミュニティに貢献しているという点である。国内の各地でも都市に内在する様々な資源を創造的に活用することによって、内発的な都市再生の試みが生じつつあるが、横浜市や金沢市等では、創造性をひとつのキーワードとして都市づくりが進められている。知識社会における人々の個性や能力を引き出し、知的で文化的な都市を形成するためには、新たな創造を生み出す機運と、風土や地域特性に根差した「創造的環境と革新的環境（＝Creative Milieu and Innovative Milieu）」の醸成をとまなう場づくりこそが地方都市に求められるのである。

本研究では、近年注目されている都市における創造性の概念の政策への応用が、都市に与える様々な影響とともに、どのような可能性や問題点を内包しているのかについて考察してきた。しかし、創造的都市なる概念が導入されたのは比較的最近のことである。佐々木が『創造都市への展望』（2007）等で指摘しているように、我が国においても、各地で個性的な都市再生と創造的都市の構築に向けた取り組みが進められつつある。その背景には、上でも述べたように、東京一極集中やグローバリズムによるマイナスの影響を受けやすい地方都市が、自立的、内発的、持続的で生活の質の高い都市を構想する試みに他ならない。世界的な傾向としてのグローバル化の中で、地方都市が埋没せず、時代の要請に応じることのできる都市へと変貌するためには、そのアイデンティティをこそ問い直さなければならない。自らの都市の歴史や文化を振り返ることで、文脈性と独自性のある都市を構想することが可能となる。もちろん独自性があると思われる都市の特性も、多かれ少なかれ他の都市と似通ってくる点も多く、都市の完全な差別化やオリジナリティを見いだすことは難しい。ただし、その地域の優れた特性を発見し、時間をかけ醸成することで、その特性

を際だたせることは可能である。この意味で創造的都市の政策的展開は、ミクロに見れば都市ブランド戦略の一部であると捉えることもできよう。しかしこのとき、知識社会における地方都市の戦略として重要なことは、文化は創造しなければ減耗していくということを自覚することであり、財政基盤が必ずしも豊かでない地方都市が、文化を普遍化、商品化・記号化させ、消費させる権威と市場の論理に拮抗し、地方独自の文化を醸成していく方法は、地域のローカルスターを、時間をかけて見出しつつ、育成していくということを長い時間をかけながら継続的に行っていくことである。

我が国の創造都市に関する議論においては、文化政策や文化的インフラへの投資や創造産業による経済発展のみに注目されがちではある。しかしながら、それらが有効に機能し、確かなアウトカムを生み出すためにも、地域で生み出されたローカルスターを含む、様々なアクターの諸実践や、各アクター間の関係性が地域の文化を醸成し、ネットワークを作り出していけるかが重要なのである。そして、文化芸術や地域の歴史に関する都市的な資産を蓄積することによって、はじめてその都市の文化を他の都市や地域に対して差別化、差異化することが可能となる。しかしながら、この時生み出された差異は決してローカルのみにとどまるものではない。この、グローバルとローカルの関係性こそは、プラットも指摘しているように、ある種のコスモポリタニズムの発現ともいえるのではないだろうか。ここには二つの現象が存在すると見ることができる。一つ目は、従来のアメリカやヨーロッパからの普遍主義的価値観ではなく、周辺の国々や社会からのコスモポリタニズムの主張としての多元的コスモポリタニズムである。そしてもう一つが、コスモポリタニズムを単に、理想主義の文脈に置くのではなく、日々の実践の中で、具体的に実現すべきものとして考える新しいタイプの日常的に表出したコスモポリタニズムである。この、日常的なコスモポリタニズムは、より人類的な新しいコスモポリタニズムに成長していく可能性があり、創造都市におけるクリエイティブ・クラス概念を中心に、新しい複合的理念として捉えるべきであろう。このように、創造都市の文化的・経済的諸機能は、都市内部のみならず国際的な経済関係にも規定されるのであり。創造都市を取り巻く経済現象は、グローバル、リージョナル、ローカル（マクロ・メゾ・ミクロ）の3層の各レベルの枠組みの相互的な関連において捉える必要がある。

また、我が国の創造都市においては、欧州を中心とする既存の都市ネットワークに参画するだけでなく、アジアにおける創造都市の新たなネットワークの構築についても、これからは大きな課題となるであろう。今後、こうした創造都市間のネットワークの構築・拡大のプロセスとその運営において、我が国のローカルな諸都市が創造都市として、その中心的な役割を果たすことを大いに期待したい。

——おわりに——

本研究では、フォーディズム式大量生産・大量消費社会が限界を迎え、均質・平俗化する都市空間と、近代合理性が崩壊する中で登場した都市再生の契機としての「創造性」というキーワードに注目し、各都市の創造性についていくつかの視点から比較分析した。そして、これまでの市場経済優先の都市政策の乗り越えとしての「創造都市」の概念と、我が国の各都市において行われる政策目標としての創造都市政策やそれにもとづく諸実践について見てきた。そして、創造性を背景とする経済学的、社会学的な議論がなされる中、フロリダの提起するクリエイティブ・クラスや、オープンソース運動を基礎とし、都市に自律的で創造的な空間を創造しようと試みる一つの都市社会運動とも捉えられるクリエイティブ・コモンズという新たな創造主体、そして彼らが用いる社会的インフラともいえるライセンスシステム等を取り上げ、それぞれ考察した。

7章でも述べたようにクリエイティブ・クラスという主体のもつフレキシブル性（時間的・空間的）や寛容性といった要素には、新自由主義的経済システムとコインの表裏のような関係が存在する。

一方では市場経済を加速させ、もう一方では文化芸術が持つ創造性を生かして社会の潜在力を引き出そうとする性格を持つ。このとき、フロリダの創造都市に関する議論の特徴は、市場経済の発展よりも創造性を基礎とする様々な試みに注目して、知識（インテリジェンス）と革新（イノベーション）の中間にある「芸術文化と産業経済をつなぐ媒介項」として最重要に位置づけていた点である。

これをもとに、本研究では、我が国の創造都市における創造的な空間とは何か、また、それを形成する具体的な主体とはどのような人々かを明らかにした。都市再生、振興のための創造的な空間とはどのように形成されるのかを明らかにすることが必要であると考えたからである。このとき、創造的な空間とは、現在の枠組み（経済的・政治的・社会的）に対するひとつのオルタナティブを示し、実践する「場（空間）」ではないかという仮説を立てるとともに、そのような実践によって創られる空間とは、一定の条件の下、創造都市という新たな公共圏のひとつの有り様といえるのではないかと考えた。

六章でも取り上げたクリエイティブ・コモンズ運動は、中枢性や資本力ではなく、都市間の創造性をめぐる都市間競争にさらされる創造都市というアリーナ（闘技場）において多元性を指向し、オルタナティブな空間や主体といった都市の創造性を支える諸要素のもつ潜在的な創造性を高めることに資するバイパスを担保することに重点を置いた、文字どおり創造的なプロセスであったといえる。これらを通じ、今後は創造産業の中でも特に、メディア・アート等、知識資本を生かす形で創造的営為が実践されるフィールドにおいて

創造的な都市再生のプロセスを実践し、「フローの空間」とリアルな都市空間の媒介となる事が期待される。そして、メディア・アートが主戦場として展開するローカルな空間は、都市というアリーナ（＝闘技場）を舞台に創造的空間を形成するポテンシャル（＝可能性）となるとともに、多様で創造的な都市空間への道標をも可視化させるのである。このとき、ICT社会をいち早く構築しようとした創造的主体であるクリエイティブ・クラスの実践においても、彼らがメディア・アクティビストとしてクリエイティブ・コモンズ・ライセンスをはじめとする新たなメディアツールの社会的活用を促進するとともに、コンテンツや知識資本のもつ可能性を作品にして何かを発信し、確かなエフェクトを生み出す力を持てるかどうかは、創造性を持った個人や集団をいかにエンパワーメントできるかということにかかっている。

しかし、創造性とは特定の芸術の領域やアーティストによるものだけでなく、社会生活や生産行為を含めた、人間としての営み全般に関係するのであり、それぞれの創造性を活かし合える環境が、社会や産業への先駆性を与え、成長のエンジンでありドライビングフォースともなるのである。そしてそれが実現できたときに、我々は、労働中心社会を超えた新たな多様で創造的な社会を実現することになるだろう。

このとき、各都市における固有の生活文化や技術の保存と再創造を通じて、伝統文化と、現代アートやデジタルテクノロジーとの出会いと融合によるイノベーションによって、新しい産業を創造するとともに、伝統的町並み空間や近代産業遺産といった都市の持つ特性を活用することによって、その地域固有の創造環境が都市空間の中に新たな形で創り出されていくことが重要なのである。

本研究が、そのようなイノベーションと創造性の創出を志向する創造都市における都市政策の策定や推進の際に、いくばくかの道標となることを願い、締めくくりとしたい。

1 章

注1 創造都市：「創造“的”都市」とも表される事があるが、本研究では「創造都市」に統一する。

2 章

注2 ポスト・モダン：どこからどこまでをポスト・モダンとするかの線引きについては諸説ある。ハーヴェイによれば、ポスト・モダンとは事物でなく表面的な記号（スペクタクル）を重視するとされる。個々の事物とそれを取り巻く社会関係と（差異の体系としての）記号との関係は丁度、個別的な商品とそれを取り巻く社会関係とそれらを抽象化した貨幣（金商品とも交換可能な一般的等価値という性格を持った商品としての貨幣商品）との関係と同じであり、ポスト・モダンの状況にも適応（批判）可能である。

注3 ポスト・フォードイズム：フォードイズム（Fordism）とは、大量生産、大量消費を可能にした生産システムのモデルである。現代の資本主義の象徴の一つであり、社会学や経済地理学、レギュレーション理論等において言及される（グラムシの命名による）。また、フォード社の経営理念を指すこともある。その概要としては、アメリカのフォード・モーターが科学的管理方法を応用して開発した生産システムであり、ドードモデル・Tの成功を受けて1950年代から普及していった。

注4 新自由主義：政治経済の分野で「新しい自由主義」を意味する概念。主に以下の二つ意味で訳され、用いられているが、学問分野や領域により、様々な意味を持つに至る。

①「ニューリベラリズム」（New Liberalism）。初期の個人主義的で自由放任主義的な古典的自由主義に対して、より社会的公正を重視し、自由な個人や市場の実現のためには、政府による介入も必要と考え、社会保障等を提唱する立場。

②「ネオリベラリズム」（Neo liberalism）。1930年以降、社会的市場経済に対して個人の自由や市場原理を再評価し、政府による個人や市場への介入は最低限とすべきという考え方。我が国では、比較的こちらの意味で用いられることが多い。新自由主義は、ハーヴェイのラディカルな批判の展開により広く知られる事となった。ハーヴェイによれば、新自由主義化は、グローバルな資本蓄積（実際は建前、契機は実質下落して

いるためであるとしている)を再活性化するにはあまり有効ではないという。ただし、経済エリートの権力回復や、あるいはそういうエリートの創出(伝統的なエリートではない階層、ナレッジワーカー等も含む)するのにきわめて有効であったのであり、新自由主義の理論は(ユートピアとして)エリート創出という目標を達成するあらゆる手段の正当化、権威づけという役割を持つ。その意味において、フロリダのクリエイティブ・クラスとはホワイトカラーの再生産という視点からは批判されるべき側面も存在する。

3 章

注5 文化庁長官表彰：平成19年度より、文化庁長官表彰に「文化芸術創造都市部門」を設け、市民参加のもと、文化芸術の力により地域の活性化に取り組み、特に顕著な成果を挙げている市区町村を表彰している。各受賞都市については表-aの通り。

注6 CCNJ：CCNJは、創造都市の取組を推進する(または推進しようとする)地方自治体をはじめとする多様な主体を支援するとともに、国内及び世界の創造都市間の連携・交流の促進と創造都市の普及・発展させるためのプラットフォームとして平成25年1月13日に設立された。CCNJは、創造都市に関するあらゆる情報・知見・経験交流のハブ機能を担い、取組主体のサポート役に徹することを基本的な役割とし、わが国における創造都市の普及・発展を通じて日本社会の創造的な復興・再生に貢献するとともに、平和で共生的なアジア創造都市ネットワークを構築する礎となることをめざしている。参加自治体・団体は表-bの通り(2015年6月30日時点)。

注7 都市の創造性・持続性指標：佐々木雅幸(2003)「都市の創造性・持続性指標」(Indicators of the Creative & Sustainable City)の評価項目については表-cの通り。

注8 生活文化創造都市指標：日本ファッション協会(2008;2009)「生活文化創造都市指標」の評価項目については表-dの通り。

注9 創造産業：創造産業の定義や分類については、各国や、各自治体、様々な団体によりなされている。その主なバリエーションは表-eの通りである。ちなみに、佐々木(2001)は、創造産業とは「個人の創造性、スキルや才能を源泉とし、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持った産業」とであると定義している。そして、佐々木は、

広義の文化芸術産業（音楽・舞台芸術・映像・映画・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、そしてゲームソフト（双方向の余暇ソフト）及びコンピュータ・ソフトウェア関連...等）について分類し直し、その「豊さ創造能力」を引き出すための施策を検討し、各産業を創造産業として振興する事が必要なのだという。

注 10 創造産業 13 業種：英国 DCMS（Department for Culture Media & Sport:1998）では、「個人の創造性や技能、才能に由来し、また知的財産権の開発を通して富と雇用を創出する産業」として、13 の創造産業を定義している。我が国における創造産業分類については吉本（2003）において定義されたが、これを基に、吉本（2009）で見直され、再定義された。この分類の詳細は表-f を参照。これらは、日本標準産業分類（改定前）の各産業に対応している。

注 11 日本標準産業分類：創造産業分類：参考日本標準産業分類（平成 19 年 11 月改訂版）

- ・産業（小分類）、経営組織（2 区分）別事業所数及び従業者数—全国、都道府県
- ・産業（大分類）、経営組織（2 区分）別事業所数及び従業者数—全国、都道府県、市区町村
- ・産業（小分類）別民営事業所数及び従業者数—全国、都道府県、市区町村

注 12 再分類：平成 19 年度の標準産業分類改訂の際に再分類された産業については筆者が再度分類し、新たに当てはめた。この改訂に伴う創造産業の筆者による再々分類の詳細については、表-g を参照。

4 章

注 13 伝統工芸品産業：金沢市における伝統工芸品産業には、九谷焼、加賀友禅、金沢漆器、金沢箔、金沢仏壇、加賀繡の国による伝産法（伝統工芸品産業の振興に関する法律）指定 6 産業も含まれる。具体的な産業名については表-h 参照。

参考：「金沢市経済行政の概要」（平成 20 年度、21 年度）

5 章

注 14 博物館法：博物館法（昭和 26 年（1951 年）12 月 1 日法律第 285 号）により、美術館

とは、博物館の一種であり、美術作品を中心とした文化遺産や現代の文化所産を収集・保存・展示し、またそれらの文化に関する教育・普及・研究を行なう施設であると規定されている。一般的な美術館の機能・役割に関する基本要件について、博物館法によれば、美術館とは、博物館の一種であり、美術作品を中心とした文化遺産や現代の文化所産を収集・保存・展示し、またそれらの文化に関する教育・普及・研究を行なう施設であると規定される。(ギャラリーについては、公益性や公開を担保する事が必ずしもその要件でないため、位置づけが異なる)。博物館法は、社会教育法（昭和 24 年法律第 207 号）の精神にもとづき、博物館の設置及び運営に関して必要な事項を定め、その健全な発達を図り、もって国民の教育と文化の発展に寄与することを目的としている。

6 章

注 15 第三の波：アメリカの評論家、作家のアルビン・トフラー（Alvin Toffler, 1928～）による著書。トフラーによれば、第一の波は農業革命による農耕社会の到来であり、第二の波は産業革命による工業化社会の到来であった。そして、本書で指摘する第三の波は情報革命、あるいはエレクトロニクス革命による情報化社会の到来であると指摘されている。本書の執筆を機にトフラーは社会の変化と相互作用に興味を移していく。その後の関心事は 21 世紀の軍事技術、兵器や技術の増殖、資本主義の増大する力に関するものへと移っていった。

注 16 DIY：DIY とは、専門業者に任せずに自らの手で生活空間をより快適に工事しようとする概念のこと。英語で Do It Yourself の略語で、「自身で作ろう」の意。多くはもともとは住居等の部分的な補修作業が主であるが、住宅全体の補修、更には等の小屋建て、果ては一般住宅の設計・建築までも含まれる。DIY は自らで出来ることであればその規模を問わないことから、むしろより広い概念である。現在では居住環境のみならず、一部の分野では自作パソコンまでも指すこともある。また、DIY という言葉には「自身で作る」という考え方を広く生活態度そのものに適応させようとする精神性を指す場合もあり、「DIY 精神（DIY Ethic）」等として、政治運動・社会運動や音楽業界等サブカルチャーに至る多様な文脈で論じられることがある。

注 17 フリーソフトウェア運動：フリーソフトウェア運動（英: Free Software Movement, FSM, ソフトウェア自由化運動）とは、フリーソフトウェアの原則を支援する活動である。リチャード・ストールマンはその創始者の一人であり代表者でもある。彼を支持する人たち

は自分達を自由な世界に属すと考えている。この運動の参加者は、「ソフトウェアの自由」を享受することを妨害するのは情報空間における道德違反だと考えている。非フリーなソフトウェアは、そのソフトウェアを利用する人たちがそのソフトウェアについて勉強したり、その仲間を助けたりすることを妨害しているのだから非道德的である、とストールマンは主張している。

注 18 互酬：互酬制（Reciprocity）もしくは「互酬の論理」とは、文化人類学、経済学、社会学等において用いられる概念。人類学においては、義務としての贈与関係や相互扶助関係を意味する。日本語では互酬性という表記も見られる。贈与慣行の義務的性格に着目してつくられた分析概念で、個人ないし集団間で、受けた贈り物等に対して、義務として非等価の贈与を行うこと。または互いに物品や役務等を交換することである。日本では「お返し」や「結（ゆい）」等がそれに当たる。特にフリーソフトウェアの世界では、ソフト同士の交換や、何かの問題解決やトラブルの解決の例として、同じような専門性のある行為によって返す事等を俗にこう呼ぶ。

注 19 パブリック・ドメイン：パブリック・ドメイン（Public Domain）とは、著作物や発明等の知的創作物について、知的財産権が発生していない状態又は消滅した状態のことをいう。日本語訳として「公有」という語が使われることがある。パブリック・ドメインに帰した知的創作物については、その知的財産権を行使しうる者が存在しないことになるため、知的財産権の侵害を根拠として利用の差止めや損害賠償請求等を求められることはない。その結果、知的創作物を誰でも自由に利用できることと説明されることが多い。しかし、知的財産権を侵害しなくても、利用が所有権や人格権等の侵害を伴う場合は、その限りにおいて自由に利用できるわけではない。また、ある種の知的財産権が消滅したとしても、別の知的財産権が消滅しているとは限らない場合もある（著作物を商標として利用している者がいる場合、量産可能な美術工芸品のように著作権と意匠権によって保護される場合等）。

注 20 サイバー・ロー：サイバー・ロー（Cyber Law）とは、1990 年頃よりインターネットの利用が一般的になるにつれ、著作権・商標・プライバシーの保護等、生じる法律問題も多くなったことに起因するインターネットや情報空間をめぐる法律諸問題のこと。

注 21 著作権：著作権、著作（権）者とは、言語、音楽、絵画、建築、図形、映画、写真、コンピュータ・プログラム等の表現形式によって自らの思想・感情を創作的に表現

した者。そして、その者に認められる、それらの創作物の利用を支配／保護することを目的とする権利。他に「特許権」や「商標権」、「知的財産権著作権の保護」等があり、「文学的及び美術的著作物の保護に関するヴェルヌ条約」、「万国著作権条約」、「著作権に関する世界知的所有権期間条約（WIPO 著作権条約）」、「知的所有権の貿易関連の側面に関する協定（TRIPS 協定）」等により規定される。我が国の著作権法には、保護の最低要件等が定められており、これらの条約の締約国が、条約上の要件を満たす形で、国内の著作権保護法令を定めている著作者に対して付与される財産権の一種であり、著作者に対して、著作権の対象である著作物を排他的に利用する権利を認めるものである。その主な内容については以下のとおりである。

- ・ 著作者とは著作物（作品等）の作者であり、以下のような、著作物に関する権利を有する者のこと
- ・ 著作権（広義の著作権）
 1. 著作権（著作者本人の権利）
 - 著作者人格権（※他人への譲渡は不可能）
 - ⑩公表権・氏名表示権・同一性保持権
 2. 著作財産権（※他人への譲渡は可能）
 - ⑩複製権・上演権・演奏権・上映権・公衆送信権（放送権・有線放送権・自動公衆送信権・送信可能権・伝達権）口述権・展示権・頒布権・譲渡権・貸与権・二次著作物の作成に関する権利・二次著作物の利用に関する権利
 3. 著作隣接権（実演家・レコード会社・放送事業者の権利）
 - たとえば文学作品の執筆者、芸術作品の制作者、作曲家や作詞者、ラジオ番組・テレビ番組の製作著作者、演劇における戯曲の劇作家、テレビドラマ・アニメーション・映画作品の監督、脚本家、原作者等

注 22 レッシング：ローレンス・レッシング（Lawrence Lessig, 1961 年～）はアメリカの法学者。専門は憲法学及びサイバー法学。ハーバード大学法学教授及びエドモン・J・サフラ財団倫理センター所長。スタンフォード大学ロー・スクールの教授及び同大学のインターネット社会研究所を歴任している。

注 23 現行の著作権制度：我が国における著作権法として、知的財産権の一つである著作権の範囲と内容について定める法律で「著作権法（明治 32 年法律第 39 号）」や、「著作権法（琉球政府）」等の考え方を採用し、現行の著作権法の基礎としている。我が国にお

けるオルタナティブなライセンスや著作権の放棄システムについては他にも、下記のようなものが存在するが、これらについては田中（2009）、林（1999）等に詳しい。

- ・「d マーク」における著作権の放棄
- ・「自由利用マーク」における著作権の放棄
- ・「GNU（General Public License：一般公衆ライセンス、GPL）」における著作権の放棄

注 23 フェア・ユース：著作権者の許諾なく著作物を利用しても、その利用が公正と評価されれば著作権の侵害にはあたらないとされるような利用。たとえば論文における学術的な引用や図書館における書籍の複写等もこの考え方にもとづく。

注 24 ver.3.0：CCPL はこれまでも幾度かバージョンのアップデートがなされている。その際、各国の法体系やライセンスの組み合わせの利用状況等を考慮し、ヘッドクォーター（現：アメリカ）で次世代のライセンスの仕様を作り込むが、そのプロセスで、各国の CC チームからのフィードバックがあり、それらをベースにドラフトしていくことになる。その後、ある程度固まったらパブリック・コメントにかけられ、この後各国でライセンスをアップデートしていくことになっている。

注 25 メディア・アクティビスト：メディア・アクティビスト（Media Activist）とは、いまや我々の生活に、欠かせない存在になりつつあるブログや Facebook や YouTube 等のソーシャルメディア等を主に用いて活動する行動を起こした市民運動家。我が国ではジャーナリストの津田大介らがその先駆的人物として知られる。

注 26 ヴェルヌ条約：ヴェルヌ条約は、著作権に関する基本的な国際条約で、1886 年にスイスのヴェルヌで締結された。正式名称は文学的及び美術的著作物の保護に関するヴェルヌ条約。国際著作権法学会のヴィクトル・ユーゴーの発案により作成された。ヴェルヌ条約によれば、創作的作品を対象とする著作権は、著作者による明示的な主張・宣言がなくとも自動的に発生する。条約の締結国においては、著作者は、著作権を享有するために、「登録」や「申し込み」をする必要がない。作品が「完成する」、すなわち作品が書かれる（描かれる）、記録される、あるいは他の物理的な形となると、著作者はその作品や、その作品から派生した作品について、著作者が明確に否定するか、著作権の保護期間が満了しない限り、直ちに著作権を得ることができる。

注 27 T.A.Z : T.A.Z (Temporary Autonomous Zone) は一時的自律空間とも訳される。現代的文脈におけるフレキシビリティは、自律空間そのものにも作用する。そして空間の自明性をも揺るがせる。固定された空間のみならず、Temporary (一時的) にその姿を現し、固定化されない空間における自律性について、ハキム・ベイの著書、*T.A.Z. The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism* (邦訳：『一時的自律ゾーン、存在学的アナーキー、詩的テロリズム』1997) において定義された概念。すでにベラルディやネグリのアウトノミア論でも言及されている事ではあるが、自律性 (オートノミー) はそのシステムとしてのある種の普遍性をもっている。この自律性をどのように発揮するのかについて、ハキム・ベイはその発揮の場を「ゾーン」と呼び、「一時的自律ゾーン」の可能性を示そうとした。

7 章

注 28 英国アーツカウンシルによる文化政策の業績評価指標：英国アーツカウンシルにより作成された文化政策に関する業績評価指標。その内訳は、大きく分けて「戦略目標」、「経費と効率」、「サービスの提供にともなう効果」、「事業の質」、「アクセスの公平性」の 5 項目からなる。表-i 参照。

注 29 ムニョス：フランセスク・ムニョス・ラミレス (Francesc Muñoz Ramírez) は、バルセロナ自治大学地理学博士。現在、バルセロナ自治大学文学部で都市地理学・地域整備を教えるかたわら、バルセロナ市歴史博物館との連携により、景観・遺産マネジメントの専門家・実務家を養成するマスターコースのディレクターを務める。バルセロナ自治大学の研究組織、戸建住宅地区観測院の所長を兼務している。オランダ、イタリア、アルゼンチンをはじめとするヨーロッパ・中南米の大学で客員教員を務めた経歴をもち、現代都市論、都市計画、地域戦略等の分野で国際会議や展示会のディレクションを手がける。

注 30 欧州文化首都：欧州文化首都 (European Capital of Culture, Capitale Européenne de la Culture) とは、欧州連合が指定した加盟国の都市で、一年間にわたり集中的に各種の文化行事を展開する事業。「欧州文化都市」(European City of Culture, Ville Européenne de la Culture) とも呼ばれていた。この事業は、83 年にギリシャの文化大臣メリナ・メルクーリが提唱し、85 年にアテネを最初の指定都市として始まった。当初は、加盟国を一つずつ巡回する形で行なわれ、順番にあたる国の政府が開催都市を決定した。当初は各国の

首都等、文字通り欧州を文化面で代表する都市が選ばれることが多かったが、やがて単なる文化事業ではなく、観光客の誘引等経済効果も大きい事業として注目されるようになると、都市開発の契機とすることを企図して、比較的知名度やイメージが見劣りする経済的に停滞した都市等を選ぶ例が増えていった。欧州連合への加盟国が増加し、この事業の導入希望が増えたことを受け、00年には一挙に9都市が指定され、01年以降は年次によっては複数の都市が指定されるようになった。99年には、事業の改称が決定され、05年から現行の名称となった。

注31 クリティカル・アート・アンサンブル：クリティカル・アート・アンサンブル(Critical Art Ensemble) は、1987年にフロリダで結成された五人のアーティストによる団体。メンバーそれぞれがコンピューター・グラフィック、ウェブデザイン、映像、写真、テキストアート、ブックアート、パフォーマンス等さまざまなメディアの技術を有した専門家である。結成当時より、彼らはアート・批判理論・科学技術・政治的アクティビズムに関心を寄せ、展示やパフォーマンス等の活動・発表の場は街角、美術館、インターネット上と、国境を越えて多岐に渡って展開している彼らは、自分たちの活動の多くを「タクティカル・メディア（戦術的メディア）」と位置づけ、アートそれ自体というよりも、より組織的な政治キャンペーンの一環としてのメディア行動をとるメディア・アクティビスト集団である。

注 32 コスモポリタニズム：コスモポリタニズム (Cosmopolitanism) とは、全世界の人々を自分の同胞ととらえる思想。世界市民主義・世界主義・四海同胞主義とも呼ばれる。コスモポリタニズムに賛同する人々をコスモポリタン（訳語は地球市民）と呼ぶ。しかし、これはアナーキズム（無政府主義）と同一ではない。アナーキズムが政府を否定する考え方であるのに対し、コスモポリタニズムは国家や政府の存在を肯定している。

表-a. 文化庁長官（文化芸術創造都市部門）受賞都市（平成25年度時点）

平成19年度	平成20年度	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度
横浜市(神奈川県)	札幌市(北海道)	東川町(北海道)	水戸市(茨城県)	仙北市(秋田県)	新潟市(新潟県)	八戸市(青森県)
金沢市(石川県)	豊島区(東京都)	仙台市(宮城県)	津南町(新潟県)	鶴岡市(山形県)	大垣市(岐阜県)	いわき市(福島県)
近江八幡市(滋賀県)	篠山市(兵庫県)	中之条町(群馬県)	南砺市(富山県)	浜松市(静岡県)	神山市(徳島県)	千曲市(長野県)
沖縄市(沖縄県)	萩市(山口県)	別府市(大分県)	木曽町(長野県)	舞鶴市(京都府)	—	尾道市(広島県)
—	—	—	神戸市(兵庫県)	—	—	—

表-b. CCNJ 参加都市・団体（2015年現在）

自治体名	県名	幹事 (◎:現在)	創造農村	ユネスコ CCN	自治体名	県名	幹事 (◎:現在)	創造農村	ユネスコ CCN	自治体以外の団体
札幌市	北海道	○		○	名古屋	愛知県			○	一般財団法人アーツエイド東北
東川町	北海道		○		長浜市	滋賀県				NPO法人アートNPOリンク
八戸市	青森県				草津市	滋賀県				公益財団法人岡山シンフォニーホール
仙台市	宮城県				守山市	滋賀県				公益財団法人音楽文化創造
仙北市	秋田県		○		甲賀市	滋賀県				NPO法人Creative Association
山形市	山形県				京都市	京都府				滋賀次世代文化芸術センター
鶴岡市	山形県	○	○	○	舞鶴市	京都府				NPO法人 駿河地域経営支援研究所
取手市	茨城県				南丹市	京都府				大道芸ワールドカップ実行委員会
中之条町	群馬県		○		神戸市	兵庫県	○		○	NPO法人DANCE BOX
さいたま市	埼玉県				篠山市	兵庫県	○	○		NPO法人都市文化創造機構
草加市	埼玉県				奈良市	奈良市				NPO法人鳥の劇場
佐倉市	千葉県				真庭市	岡山県				一般財団法人日本ファッション協会
豊島区	東京都				尾道市	広島県				一般社団法人ノオト
横浜市	神奈川県				高松市	香川県				公益財団法人兵庫県芸術文化協会
小田原市	神奈川県				久留米市	福岡県				公益財団法人びわ湖ホール
新潟県	新潟市	○			大分市	大分県				NPO法人BEPPE PROJECT
十日町市	新潟県				CCNJに参加している県					NPO法人山形国際ドキュメンタリー映画祭
高岡市	富山県				埼玉県					公益財団法人横浜市芸術文化振興財団
南砺市	富山県				滋賀県					—
金沢市	石川県	◎		○	京都府					創造都市に関する計画はあるが未参加の自治体
木曽町	長野県		○		兵庫県					盛岡市
可児市	岐阜県				鳥取県					大阪市
静岡市	静岡県				徳島県					北九州市
浜松市	静岡県	○		○	大分県					

表-c. 都市の創造性・持続性指標

① 創造的活動	市民の中に占める芸術家、科学者、職人の割合と組織活動が環境に及ぼす影響を示すISO14000の取得状況
② 都会的生活	収入額と余暇時間、及び文化活動と娯楽のための支出額
③ 創造活動の基盤	大学・技術系教育機関、研究機関、劇場や文化施設の数と利用状況
④ 歴史的遺産、都市環境とアメニティ	公的セクターに記録された文化資産の数と保存状況、及び空気・水の質と交通渋滞の状況
⑤ 経済基盤のバランス	産業構造の転換状況、事業所の創廃業数、及びその都市における出荷量、小売額、総生産額
⑥ 市民活動	NPO 活動状況と女性の社会参加状況
⑦ 行政運営	(健全で独立性のある)財政状況と政策立案能力

表-d. 生活文化創造都市指標

区分	統計データ	母数・基準値
(a) 創造人材力	①専門職業者数	15 歳以上人口1,000 人当たり
	②技術者数	
	③文筆家・芸術家・芸能家数	
(b) 文化活動力	①趣味・娯楽の活動率	—
	②文化関連NPO 団体数	総人口1,000 人当たり
(c) 創造産業力	創造産業事業所数	全事業所数100 事業所当たり
〔参考〕 文化施設充足指数	①博物館数	総人口100 万人当たり
	②公民館数(類似施設を含む)	

表-e. 創造産業分類の定義と種類

創造産業分類の定義と種類(作成年代)
吉本光宏による創造産業の分類11分野(2009)
英国DCMS定義創造産業13分野(2006)
東京都定義14分野(2009)
北海道未来総合研究所による創造産業分類(2009)
R.フロリダが示した創造階級の該当職種(Frolida2002)
佐々木雅幸による創造階級の同心円モデル(佐々木2002)
R.フロリダによるクリエイティブ・クラスの3つの階層(Frorida2002,フロリダ2008)
自治体によ独自の分類(横浜市、北九州市…など)
経産省による分類(2013)

表-g. 日本標準産業分類改定に伴う創造産業分類の変化

改定前		改定後(平成19年11月)
化学工業	⇒	16 化学工業
一般機械器具製造業	⇒	25 はん用機械器具製造業
電気機械器具製造業	⇒	29 電気機械器具製造業
情報通信機械器具製造業	⇒	30 情報通信機械器具製造業
電子部品・デバイス製造業	⇒	28 電子部品・デバイス製造業
輸送用機械器具製造業	⇒	31 輸送用機械器具製造業
精密機械器具製造業	⇒	27 業務用機械製造業
		26 器具製造業生産用機械
		32 その他製造業

表-f. 吉本(2003;2009)における創造産業分類

業種
①広告
731 広告業
415 広告制作業
②建築設計
742 土木建築サービス業
(74A 建築設計業)
③工芸・美術・骨董品・生活文化
327 漆器製造業
609 他に分類されない小売業
821 社会教育
(82C 博物館,美術館)
824 教育・技能教授業(1)
(82G 書道教授業)
(82H 生花・茶道教授業)
(82M その他の教養・技能教授業)
④デザイン
726 デザイン業
⑤映画・映像・写真
411 映像情報制作・配給業
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(2)
(41B その他の映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業)
801 映画館
709 その他の物品賃貸業
(70A 音楽・映像記録物賃貸業)
746 写真業
799 他に分類されない生活サービス業
(79D 写真現像・焼付業)
⑥音楽
329 他に分類されない製造業
(32C 情報記録物製造業(新聞・書籍等の印刷物は除く))
412 音声情報制作業
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(1)
(60C 楽器小売業)
824 教養・技能教授業(2)
(82F 音楽教授業)
809 その他の娯楽業
(80N カラオケボックス業)
⑦舞台芸術
802 興行場(別掲を除く)、興行団
951 集会場
⑧芸術家・学術・文化団体
727 著述・芸術家業
933 学術・文化団体
⑨出版
413 新聞業
414 出版業
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(2)
(41A ニュース配給業)
⑩コンピュータ・ソフトウェア
391 ソフトウェア業
401 インターネット附随サービス業
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(2)
(60B がん具・娯楽用品・小売業)
806 遊戯場
(80L ゲームセンター)
⑪テレビ・ラジオ
381 公共放送(有線放送を除く)
382 民間放送業(有線放送業を除く)
383 有線放送業

表-h. 金沢市における伝統工芸品産業の概要

伝統産業	伝産法 指定	主要製品	産地の実態(H21年度版)		産地の実態(H22年度版)		生産額(百万円)		
			事業所数(市外含む)	従業者数(人)	事業所数(市外含む)	従業者数(人)	18年	19年	20年
1. 九谷焼	○	花器、茶器、酒器	316	1,260	300	1,180	5,300	5,160	5,060
2. 大樋焼		茶道具	10	30	10	30			
3. 加賀友禅	○	留袖、色留め袖紋付、訪問着	307	823	282	700	8,151	4,507	4,212
4. 金沢漆器	○	茶道具、調度品などの御一品生産	26	60	26	60	200	200	200
5. 金沢箔	○	金箔、銀箔	118	652	104	601	4,550	2,214	2,054
6. 加賀象嵌		花瓶、置物、装身具等	29	29	29	29			
7. 茶の湯釜		茶釜	1	2	1	2			
8. 金沢仏壇	○	仏壇(蒔絵技術と欄間彫刻)	43	110	40	105	500	500	500
9. 桐工芸		桐火鉢、茶器、灰皿、菓子器等	3	9	3	7			
10. 郷土玩具		加賀人形、獅子頭、加賀八幡起上	2	8	2	10			
11. 加賀毛針		あゆ毛針	3	13	3	13			
12. 加賀竿		漆塗りの継竿	1	1	1	1			
13. 竹工芸		網代編みの茶、華道用竹工芸	3	5	3	3			
14. 二俣和紙		工芸用紙、箔紙	3	6	3	6			
15. 水引		水引、水引人形	5	11	5	11			
16. 銅鑪		銅鑪	1	2	1	2			
17. 菓子木型		木型	-	-	-	-			
18. 和傘		和傘	1	1	1	1			
19. 提灯		提灯	3	3	4	4			
20. 太鼓		各種太鼓	1	10	1	31			
21. 琴		生田流琴	2	2	2	2			
22. 三弦		三弦	2	6	2	3			
23. 加賀繻	○	刺繻帯等	8	258	8	158	66	66	33
24. かつら・かもじ		かつら・かもじ	-	-	-	-			
25. 金沢表具		屏風、掛け軸など	15	20	38	58			
26. 手擦染型彫刻		手擦染型彫刻	-	-	-	-			

伝統産業	伝産法 指定	主要製品	生産額(百万円)		
			18年	19年	20年
1. 九谷焼	○	花器、茶器、酒器	5,300	5,160	5,060
2. 大樋焼		茶道具			
3. 加賀友禅	○	留袖、色留め袖紋付、訪問着	8,151	4,507	4,212
4. 金沢漆器	○	茶道具、調度品などの御一品生産	200	200	200
5. 金沢箔	○	金箔、銀箔	4,550	2,214	2,054
6. 加賀象嵌		花瓶、置物、装身具等			
7. 茶の湯釜		茶釜			
8. 金沢仏壇	○	仏壇(蒔絵技術と欄間彫刻)	500	500	500
9. 桐工芸		桐火鉢、茶器、灰皿、菓子器等			
10. 郷土玩具		加賀人形、獅子頭、加賀八幡起上			
11. 加賀毛針		あゆ毛針			
12. 加賀竿		漆塗りの継竿			
13. 竹工芸		網代編みの茶、華道用竹工芸			
14. 二俣和紙		工芸用紙、箔紙			
15. 水引		水引、水引人形			
16. 銅鑪		銅鑪			
17. 菓子木型		木型			
18. 和傘		和傘			
19. 提灯		提灯			
20. 太鼓		各種太鼓			
21. 琴		生田流琴			
22. 三弦		三弦			
23. 加賀繻	○	刺繻帯等	66	66	33
24. かつら・かもじ		かつら・かもじ			
25. 金沢表具		屏風、掛け軸など			
26. 手擦染型彫刻		手擦染型彫刻			

表-i. 英国アーツカウンシルによる文化政策の業績評価指標

指標の累計	評価指標の項目	測定単位・方法
戦略目標 Strategic Objectives	地方自治体が採択した文化政策や戦略、アクションプランの有無	等級評価
	アーティストや芸術団体に対する支援の幅広さ	等級評価、サービスの提供に伴う効果、事業の室にも関連
	教育目的の達成や生涯学習のための戦略に対する芸術の寄与度	等級評価
	経済的な発展のための戦略に対する芸術の寄与度	等級評価
	都市計画や環境政策に対する芸術の寄与度	等級評価
	芸術活動に少なくとも月一回は参加する人口の割合	—
	地方自治体の行政区域内における人口1,000人当たりの講演や展示スペースの規模	演奏会場、後援会場、映画館の座席数、ギャラリー、ワークショップ施設の面積
	人口1,000人当たりの自主的に芸術活動を行う団体数とその会員数	—
経費と効率 Cost / Efficiency	人口一人当たりの文化予算支出額（施設建設費は含まない）	文化施設の運営費、文化事業費、助成金支出の合計
	地方自治体の文化施設や文化事業への予算支出に伴う収益力	自己予算に対する助成金や協賛金の割合、総収入に占める事業収入の割合 参加者一人あたりに投入した予算額など
	地方自治体 が資金提供もしくは運営する文化施設の種類の稼働率	コンサートホール、劇場、映画館、アートギャラリー、アートセンターごとに算出
サービスの提供に伴う効果 Service Delivery Outcomes	地方自治体が資金提供をした芸術的な催しの1,000 人当たり件数とその参加者数	—
	地方自治体が資金提供や運営を行う文化施設における人口 1,000人当たりの参加者数	コンサートホール、劇場、映画館、アートギャラリー、アートセンターごとに算出
	人口 1,000人当たりの新しい芸術作品の委嘱件数と委嘱に支出した金額	音楽、ダンス 振付、パブリックアート、文学、脚本など
事業の質 Quality	地方自治体の運営・実施する個々の文化施設や文化事業、芸術サービスに対する利用者の満足度	—
	地方自治体が資金提供を行う芸術活動や文化施設に満足している市民の割合	市民 全体、および民族や職業、障害の有無などの属性別にも把握
アクセスの公平性 Fair Access	地方自治体は障害者や少数民族の芸術へのアクセスを促進する戦略を有していること	等級評価、戦略目標にも関連
	教育や研修、参加型の芸術活動の人口1,000人当たりの開催件数と参加者数	サービスの提供に伴う効果にも関連
	地方自治体が資金提供を行う芸術活動や文化施設における属性別市民1,000人当たりの参加者数	サービスの提供に伴う効果にも関連年齢層、障害の有無、民族などの属性別にも把握

——参考文献・資料——

- ・荒川靖弘（2004）「「クリエイティブ・コモンズ」は誰のもの? Another Volume 1.0.3」（CC-BY 表示 利用許諾による自由利用テキスト）.
- ・荒川靖弘（2005）「「クリエイティブ・コモンズ」について Rev. 2.1.0」（CC-BY 表示 利用許諾による自由利用テキスト）.
- ・アンドレ・ゴルツ著、高橋武智訳（1980）『エコロジスト宣言』技術と人間.
- ・アンドレ・ゴルツ著、杉村裕史訳（1993）『資本主義・社会主義・エコロジー』新評論.
- ・アンドレ・ゴルツ著、真下俊樹訳（1997）『労働のメタモルフォーズ 働くことの意味を求めて-経済的理性批判』緑風出版.
- ・五十嵐沙千子（2005）『情報化社会における公共性の問題 ユルゲン・ハーバマスのコミュニケーション的公共概念の再検討』東海大学紀要,文学部 83, pp.108-91.
- ・今田雅・赤川貴雄（2009）「地方都市のクリエイティブ産業に関する研究-広島市を事例として-」日本建築学会九州支部研究報告第 48 号, pp.661-664.
- ・岩戸佐智夫（2008）『著作権という魔物』アスキー・メディアワークス.
- ・上原健司・山形耕一・金利昭（1995）「地域交流における美術館の役割に関する研究」土木学会第 50 回年次学術講演会概要集, pp.478-479.
- ・上野信子（2006）「「創造の場」と都市再生に関する一考察～大阪市都心部のデザイン活動拠点の立地事例を通して」産開研論集第 18 号, pp.31-38.
- ・上野信子・瀬田史彦（2008）「創造都市におけるアーティスト・クリエイターの誘致に関する研究-練習場所・制作場所と居住地選択の条件より-」日本都市計画学会都市計画論文集, No.43-3, pp.7-12.
- ・上田輝美・熊谷昌彦（2008）「管理運営者側から見た公立美術館の課題に関する研究」日本建築学会中国支部研究報告集 31, pp.514.1-514.4.
- ・上村圭介(2006)「クリエイティブ・コモンズ：コンテンツの自由な共有のためのプラットフォーム」『情報の科学と技術』56巻6号, pp.272-276.
- ・内海ひかる・池田哲郎・坂口大洋・小野田泰明（2008）「創造都市政策における舞台芸術環境の計画に関する研究」日本建築学会大会学術講演梗概集 2008, pp.173-174.
- ・枝川明敬（2006）「文化芸術の評価に関する一考察」駿河台大学文化情報学部紀要 13(2), pp.57-68.
- ・NPO法人都市文化創造機構（2010）『文化芸術創造都市推進事業報告書』.
- ・NPO法人都市文化創造機構（2011）『文化芸術創造都市推進事業報告書』.
- ・NPO法人都市文化創造機構（2012）『平成 23 年度文化芸術創造都市推進事業報告書』.

- ・大阪市立大学大学院創造都市研究科（2010）『創造の場と都市再生』晃洋書房.
- ・岡田智博（2006）「勃興する「Y'イノベーション」 クリエイティブシティー横浜における創造クラスターの生成」文化経済学会研究大会 2006 概要集.
- ・岡田智博（2007）「文化芸術中間支援組織を用いた地域産業再生モデルー横浜市を舞台にしたメディア芸術による中小IT 製造業へのイノベーションから」文化経済学会大会 2007.
- ・岡俊明（2009）「都市の持続可能性と創造性-創造都市論とその背景を中心として-」北九州市立大紀要『地域課題研究』, pp.47-55.
- ・岡俊明・吉村英俊（2009）「創造的都市論の課題と可能性」北九州市立大学紀要『都市政策研』 究所紀要（4）, pp.65-73.
- ・川崎賢一（2010）「シンガポール：創造都市・グローバル文化政策・コスモポリタニズム」日本都市社会学会年報28, pp.75-86.
- ・城戸康彰・内田智之（2008）「ナレッジワーカーとリーダーシップ」産業能率大学紀要 29(1), pp.105-121.
- ・木下義之（2009）「創造都市バルセロナの文化政策～文化と経済が智に発展するための戦略～」季刊政策・文化研究 2009, 1(1), pp.19-54.
- ・木下義之（2009）「英国の「クリエイティブ産業」政策に関する研究～政策におけるクリエイティビティとデザイン～」季刊政策・文化研究 2009, 1(3), pp.119-158.
- ・木下義之（2009）「創造都市バルセロナの文化政策～文化と経済が智に発展するための戦略～」季刊政策・文化研究 2008, vol.1.
- ・木下義之（2009）「英国の「クリエイティブ産業」政策に関する研究～政策におけるクリエイティビティとデザイン～」季刊政策・文化研究 2009, vol.3.
- ・倉阪秀史（2009）「場所の感覚と持続可能性」千葉大学人文社会科学部研究プロジェクト報告書 194, pp.7-18.
- ・クリス・アンダーソン著、小林弘人監修・高橋則明訳（2009）『フリー～〈無料〉からお金を生みだす新戦略』日本放送出版協会.
- ・クリス・アンダーソン著、関美和訳（2012）『MAKERS-21世紀の産業革命が始まる』NHK 出版.
- ・暮沢剛己・難波裕子（2008）『ビエンナーレの現在-美術館をめぐるコミュニティの可能性』青弓社.
- ・暮沢剛己（著）太陽レクチャーブック編集部（編）（2008）『ミュージアムの仕事』平凡社.
- ・経済産業省（2012）『クリエイティブ産業海外展開強化に向けた調査報告書 平成 23 年度クール・ジャパン戦略推進事業クリエイティブ産業の海外展開強化に向けた総合的

基盤整備事業』経済産業省.

- ・『現代思想 2007 年 7 月号：特集 ポスト・フォーディズム』青土社.
- ・Caves, Richard E. (1996) , *Multinational enterprise and economic analysis*. Cambridge university press.
- ・Caves , Richard E. (2000) , *Creative industries: Contracts between art and commerce* , Harvard University Press.
- ・Caves , Richard E. (1971) , *International corporations: The industrial economics of foreign investment* , Economica , pp.1-27.
- ・Caves , Richard E. (1974) , *Multinational firms, competition, and productivity in host-country markets* , Economica , pp.176-193.
- ・Caves , Richard E. and Michael E. Porter. (1977) , *From entry barriers to mobility barriers: Conjectural decisions and contrived deterrence to new competition*, The Quarterly Journal of Economics , pp.241-261.
- ・Caves , Richard E. (1998) , *Industrial organization and new findings on the turnover and mobility of firms* , Journal of economic literature , pp.1947-1982.
- ・古賀弥生 (2008) 『芸術文化がまちをつくる』九州大学出版会.
- ・古賀弥生 (2011) 『芸術文化がまちをつくる 2』九州大学出版会.
- ・国連貿易開発会議(UNCTAD) 著、明石芳彦・中本悟訳 (2014) 『クリエイティブ経済』ナカニシヤ出版.
- ・後藤暁夫 (2005) 「日本における創造都市構築のための新たな指標の試み：クリエイティブ・インフラ論のための一考察」大阪市立大学大学院創造都市研究科都市政策専攻都市経済政策研究分野『都市経済政策』2004年度創刊号, pp.91-103.
- ・後藤和子 (1998) 『芸術文化の公共政策』勁草書房.
- ・後藤和子 (2001) 『文化政策学—法・経済・マネジメント』有斐閣.
- ・後藤和子 (2005) 『クリエイティブ産業の経済学—契約、著作権、税制のインセンティブ設計』有斐閣.
- ・後藤和子 (2013) 『文化と都市の公共政策—創造的産業と新しい都市政策の構想』有斐閣.
- ・後藤和子 (2014) 「クリエイティブ産業の産業組織と政策課題：クールジャパンに求められる視点」日本政策金融公庫論集 (22) , pp. 57-70.
- ・斎藤孝/梅田望夫 (2008) 『私塾のすすめ—ここから創造が生まれる』ちくま新書.
- ・斎藤奈保 (2008) 「クリエイティブ人材をめぐる エージェント機能の可能性」日本労働研究雑誌 50(-) , pp.79-88.

- ・財団法人地域創造（2009）「これからの公立美術館のあり方についての調査・研究報告書」財団法人地域創造.
- ・坂口大洋・森山裕理・小野田泰明（2009）「創造都市政策における創造支援施設の空間利用と運営システム」日本建築学会大会学術講演梗概集 2009, pp.119-121.
- ・坂口大洋・森山裕理・小野田泰明（2009）「創造都市政策における創造支援施設の空間利用と運営システム」日本建築学会大会学術講演梗概集 50(-) (571), pp.79-88.
- ・佐々木雅幸（1997）『創造都市の経済学』勁草書房.
- ・佐々木雅幸（2001）「創造都市の公共政策-2000年のボローニャ-」立命館大学政策科学会『政策科学』8巻3号, pp.279-300.
- ・佐々木雅幸（2001）『創造都市への挑戦-産業と文化の息づく街へ』岩波書店.
- ・佐々木雅幸（2004）『創造都市と日本の再生』公人の友社.
- ・佐々木雅幸編著（2006a）『CAFE-創造都市・大阪への序曲-』法律文化社.
- ・佐々木雅幸（2006b）「日本における創造都市の理論と政策的課題」大阪市立大学都市研究プラザ.
- ・佐々木雅幸（2009）「創造都市と文化政策の課題」『アカデミア vol.92 文化による都市・地域創造』.
- ・佐々木雅幸＋総合研究開発機構編（2007）『創造都市への展望-都市の文化政策とまちづくり』学芸出版社.
- ・佐々木雅幸著、川崎賢一・河島伸子編（2009）『文化政策のフロンティア1 グローバル化する文化政策』勁草書房.
- ・佐々木雅幸・水内敏雄編著（2009）『創造都市と社会包摂 文化多様性・市民知・まちづくり』水曜社.
- ・佐々木雅幸・川井田祥子・萩原雅也(2014)『創造農村: 過疎をクリエイティブに生きる戦略』学芸出版社.
- ・佐藤健二（1996）『21世紀の都市社会学3 都市の読解力』勁草書房.
- ・塩沢由典・長谷川一之編著（2007）『創造都市への戦略』晃洋書房.
- ・塩沢由典・長谷川一之編著（2008）『まちづくりと創造都市-基礎と応用』晃洋書房.
- ・塩沢由典・長谷川一之編著（2009）『まちづくりと創造都市〈2〉地域再生編』晃洋書房.
- ・清水たくみ・井庭 崇（2007）「Web2.0 時代における創造のマネジメント」情報社会学会 2007 年研究発表大会概要集, pp.145-159.
- ・ショウ・バーグ著、倉沢進訳（1968）『前産業型都市-都市の過去と現在』鹿島研究出版会.
- ・ジェイン・ジェイコブズ著、中村達也・谷口文子訳（1986）『都市の経済学 発展と衰退

- のダイナミクス』阪急コミュニケーションズ.
- ・ジェイン・ジェイコブズ著、黒川紀章訳（1977）『アメリカ大都市の死と再生』鹿島出版社.
 - ・ジェイン・ジェイコブズ著、山形浩生訳（2010）『アメリカ大都市の死と再生』鹿島出版社.
 - ・鈴木都司・山崎俊裕（2006）「アーティスト・イン・レジデンスの施設機能と運営に関する実態調査」日本建築学会大会学術講演梗概集 2006 , pp.465-466.
 - ・総務省（2010）「平成 22 年度経済センサス-基礎調査」.
 - ・総務省（2010）「平成 22 年度国勢調査」.
 - ・高野泰（2007）『『サイバースペース独立宣言』10 周年+α—アメリカ起源のネット文化とその行方』東京成徳大学人文学部研究紀要第 14 号, pp.77-94.
 - ・田島悠史・大西美希・小川克彦（2013）「小規模アートプロジェクトにおける持続性とコミュニケーション構造の関係：個別役割型から自発共有型へのコミュニケーション構造の変遷」情報文化学会誌 20(2) , pp.27-34.
 - ・田中宏和(2009)「著作権の放棄制度についての一考察」『岡山大学大学院社会文化科学研究科紀要』第27号, pp.193-212.
 - ・チャールズ・ランドリー 後藤和子監訳（2003）『創造的都市—都市再生の道具箱』日本評論社 .
 - ・Charles Landry（2000）, *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators*, arthscan Pubns Ltd.
 - ・土屋大洋(2006)「デジタル著作権をめぐる課題クリエイティブ・コモンズを例に」 SJC Discussion Paper : DP2006-002-J.
 - ・東京都産業労働局平成 21 年度政策調査（2010）「クリエイティブ産業の実態と課題に関する報告書」.
 - ・栃澤克次・山家京子（2006）「都市空間と情報空間とのインタラクション メディア・アートと公共圏に関する考察」総合論文誌 No4 , pp.78-84.
 - ・ダニエル・ピンク著、池村千秋訳（2002）『フリーエージェント社会の到来「雇われない生き方」は何を変えるか』ダイヤモンド社.
 - ・デイヴィッド・スロスビー著、中谷武雄・後藤和子監訳（2002）『文化経済学入門—創造性の探究から都市再生まで』日本経済新聞社.
 - ・デイヴィッド・スロスビー著、中谷武雄・後藤和子監訳（2002）『創造性の経済学「文化経済学入門:創造性の探求から都市再生まで」』日本経済新聞社.
 - ・デイヴィッド・スロスビー著、後藤和子監訳（2014）『文化政策の経済学』ミネルヴァ書房.

- ・ 栃澤克次・山家京子（2005）「メディア・アートからみた公共圏に関する考察その1 都市空間に関連する事例調査」日本建築学会大会学術講演梗概集, pp.189-190.
- ・ 栃澤克次・山家京子（2006）「都市空間と情報空間とのインタラクション メディア・アートと公共圏に関する考察」総合論文誌 No4, pp.78-84.
- ・ 栃澤克次・山家京子（2006）「メディア・アートからみた公共圏に関する考察その2 生活世界からみた公共圏形成の可能性」日本建築学会大会学術講演梗概集, pp.187-188.
- ・ トーマス・フリードマン著、伏見威蕃訳（2006）「フラット化する世界（上）」日本経済新聞社.
- ・ トーマス・フリードマン著、伏見威蕃訳（2010）「フラット化する世界（中）」日本経済新聞社.
- ・ トーマス・フリードマン著、伏見威蕃訳（2010）「フラット化する世界（下）」日本経済新聞社.
- ・ 永富聡・石田裕・藤沢由和（2009）「ソーシャル・キャピタルと創造性の関係についての一考察-定量分析の視点から-」計画行政 32(4), pp.47-52.
- ・ ドミニク・チェン（2012）『フリーカルチャーをつくるためのガイドブック クリエイティブ・コモンズによる創造の循環』フィルムアート社.
- ・ 内閣府（2003）「国民生活白書 2003」.
- ・ 内閣府（2010）「国民生活白書 2010」.
- ・ 中嶋裕・渡辺俊（2009）「アーティスト・イン・レジデンス事業の継続性の評価」日本建築学会大会学術講演梗概集 2009, pp.893-894.
- ・ 中嶋裕・渡辺俊（2010）「アーティスト・イン・レジデンスの効果と継続に向けた課題」日本建築学会大会学術講演梗概集 2010, pp.893-894.
- ・ 中村弘志（2010）「創造都市の実現に向けた指標のあり方とその開発方法～個性と魅力のあふれる都市を形成するためのツールの提案～」法政大学政策科学研究所ディスカッション・ペーパー.
- ・ 中村弘充・佐々木雅幸・総合研究開発機構（2008）『価値を創る都市へー文化戦略と創造都市』NTT 出版.
- ・ 並木誠士・中川理（2006）『美術館の可能性』学芸出版社.
- ・ 名和小太郎（2010）『著作権 2.0 ウェブ時代の文化発展をめざして』NTT 出版.
- ・ Nicholas Fyfe（1998）, *Images of the Street : Planning, Identity and Control in Public Space*, Routledge.
- ・ 西部忠（2013）「＜第1回研究会＞地域創造性開発指標の概要と展望」北海道大学地域経済経営ネットワーク研究センター年報第2号, pp.55-59.

- ・野口道彦（2005）「創造都市における共生社会の戦略的課題」大阪市立大学『共生社会研究』創刊準備号, pp.1-4.
- ・野口祐子(2006)「デジタル時代の著作権とクリエイティブ・コモンズの役割について」情報処理学会研究報告2006(65), pp.1-5.
- ・野口祐子(2011)「コモンズに関わる法的課題 Legal Issues on Commons」情報知識学会誌 2011 Vol. 21(1), 94-102.
- ・野口祐子（2010）『デジタル時代の著作権』ちくま新書.
- ・野田順康（2010）「アジアの都市化と創造都市に関する一考察」九州経済学会年報, pp.48, 131-138.
- ・パオロ・ヴィルノ著、柱本元彦訳（2008）『ポストフォーディズムの資本主義』人文書院.
- ・ハキム・ベイ、箕輪裕訳（1997）『T.A.Z 一時的自律ゾーン』インパクト出版会.
- ・萩原雅也（2009）「「創造の場」についての理論的考察-「創造の場」の4類型と「創造の場」のシステムモデル-」大阪市立大学『創造都市研究』大5巻2号, pp.99-114.
- ・萩原雅也（2012）「「創造の場」4類型による事例研究-アート NPO BEPP.U PROJECT の活動」大阪桐蔭女子大学研究紀要 2012,第2巻, pp.193-204.
- ・橋爪伸也（2009）『創造するアジア都市』NTT 出版.
- ・服部英二（2007）「文化の多様性と通底の価値-聖俗の拮抗を巡る東西対話-」*Annales de la Societe Franco-Japonaise des Sciences de l'Education* (14), pp.182-184.
- ・原陽一郎・福岡忠治・黒田明生・武澤泰・佐久田昌治・能見利彦（2002）「イノベーションに関する総合的指標開発の試み（第1報）：イノベーション・インデックスの検証と研究アクティビティ」技術計画学会年次学術大会講演要旨集, pp.563-566.
- ・野村総合研究所（2012）平成23年度知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業「クリエイティブ産業に係る知的財産権等の侵害実態調査及び創作環境等の整備のための調査報告書」株式会社野村総合研究所.
- ・林紘一郎(1999)「d マークの提唱-著作権に代わる「デジタル創作権」の構想-」*GLOCOM review* 4(4), pp.1-10.
- ・フェリックス・ガタリ著、杉村晶昭訳（2008）『三つのエコロジー』平凡社.
- ・福井健策（2005）『著作権とは何か-文化と創造のゆくえ』集英社.
- ・福井健策（2010）『著作権の世紀-変わる「情報の独占制度」』集英社.
- ・藤田邦彦・塚田恭章（2008）「クリエイティブ・コモンズ利用許諾の形式意味論」情報処理学会論文誌 49(9), pp.3165-3179.
- ・フランセスク・ムニョス・ラミレス著、竹中克行・笹野益生訳（2013）『俗都市化-あり

ふれた景観 グローバルな場所』昭和堂.

- ・ブルデュー&パスロン著、石井洋二郎監訳（1997）『遺産相続者たち学生と文化』藤原書店.
- ・ヘールト・ホフステード著、岩井紀子・岩井八郎翻訳（1995）『多文化世界-違いを学び共存への道を探る』有斐閣.
- ・ヘールト・ホフステード・ヘールト・ヤン・ホフステード・マイケル・ミンコフ著、岩井八郎、岩井紀子訳（2013）『多文化世界-違いを学び未来への道を探る 原書第3版』有斐閣.
- ・北海道未来総合研究所（2009）『地域の「創造力」向上を目指した再生の在り方』社団法人北海道未来総合研究所.
- ・本郷寛和・川島和彦（2009）「我が国における創造都市政策の実態に関する研究～「創造的環境」に着目して～」日本建築学会関東支部研究報告 II(79)2009 , pp.165-168 .
- ・ピーター・ドラッカー著、上田惇生・田代正美・佐々木実智男訳(1993)『ポスト資本主義社会-21世紀の組織と人間はどう変わるか』ダイヤモンド社.
- ・Peter Drucker (1993) , *Post Capitalist Society* (hardback), Harper Business/Harper Collins.
- ・本郷寛和・川島和彦（2008）「我が国における創造都市政策の実態に関する研究～「創造的環境」に着目して～」日本建築学会関東支部研究報告集 2009 , pp.165-168.
- ・マイケル・ポーター著、土岐坤・小野寺武夫・中辻万治・戸成富美子訳（1992）『国の競争優位 kakko 〈上〉』ダイヤモンド社.
- ・マイケル・ポーター著、土岐坤・小野寺武夫・中辻万治・戸成富美子訳（1992）『国の競争優位 kakko 〈下〉』ダイヤモンド社.
- ・Martins, M.R（1982） , *The Theory of Social Space in the Work of Henri Lefebvre*, Gower.
- ・曾田修司（2006）「アート NPO とのパートナーシップによる自治体文化政策の可能性～アート NPO の「専門性」と地方自治体の「コミットメント」をキーワードとして～」跡見学園女子大学マネジメント学部紀要 4 , pp.9-28.
- ・松本茂章（2006）「芸術創造拠点と地域ガバナンス-神戸・CAP HOUSE の試み-」同志社政策科学研究 8(2), pp.191-210.
- ・松本康（2006）「創造環境としての都市」立教大学紀要 2006 , pp.1-5.
- ・マニユエル・カステル著、山田操訳（1984）『都市問題-科学的理論と分析』恒星社厚生閣.
- ・マニユエル・カステル著、石川淳志監訳（1989）『都市・階級・権力』法政大学出版局.
- ・マニユエル・カステル著、大澤善信訳（1999）『社会学の思想2 都市・情報・グローバル経済』青木書店.

- ・ マニユエル・カステル、矢澤修次郎・小山花子訳（2009）『インターネットの銀河系ーネット時代のビジネスと社会』東信堂.
- ・ Manuel Castells（1977）, *La Question Urbaine*, Maspero.
- ・ Manuel Castells（1978）, *City Class and Power*, Macmillan.
- ・ Martins, M.R（1982）, *The Theory of Social Space in the Work of Henri Lefebvre*, Gower.
- ・ ミケーレ・ボルドリン デイヴィッド・K・レヴァイン 著 山形浩生 守岡桜 訳（2010）『〈反〉知的独占-特許と著作権の経済学』NTT 出版.
- ・ Michele Boldrin・David Levine（2008）*Against Intellectual Monopoly*, Cambridge University Press.
- ・ ミッチ・ウォルツ、神保哲生訳解説（2008）『オルタナティブ・メディア-変革のための市民メディア入門』大槻書店.
- ・ 南谷えり子・井伊あかり（2004）『東京・パリ・ニューヨーク ファッション都市論』平凡社新書.
- ・ 宮重達也 門内輝行（2011）「創造産業クラスターの分析 創造都市における創造産業「クラスターと文化都市政策の分析（その1）」日本建築学会近畿支部研究発表会研究報告集 2011, pp.421-424.
- ・ 宮重達也 門内輝行（2011）「創造産業クラスターの分析 創造都市における創造産業クラスターと文化都市政策の分析（その2）」日本建築学会近畿支部研究発表会研究報告集 2011, pp.425-428.
- ・ 宮重達也・門内輝行（2011）「創造産業クラスターの分析：創造都市における創造産業クラスターと文化都市政策の分析（その3）」日本建築学会近畿支部研究発表会学術講演梗概集 2011, pp.803-804.
- ・ 毛利嘉孝（2009）『ストリート思想 転換期としての1990年代』NHK出版.
- ・ 山崎茂雄（2009）『文化による都市再生学』アスカ文化出版.
- ・ 吉原直樹（1994）『都市空間の社会理論』東京大学出版会.
- ・ 吉村英俊・岡俊明（2008）「都市の成長と創造的人材の集積」北九州市立大紀要『地域課題研究』, pp.57-68.
- ・ 吉本光宏（2003）「創造産業の潮流 1-わが国の現状とさらなる振興に向けて-」ニッセイ基礎研 REPORT2003.
- ・ 吉本光宏（2005）「文化施設・文化政策の評価を考える」ニッセイ基礎研 REPORT2005.
- ・ 吉本光宏、国際交流基金（著）（2006）『アート戦略都市 EU・日本のクリエイティブシティ』鹿島出版会.
- ・ 吉本光宏（2008）「再考、文化政策-拡大する役割と求められるパラダイムシフト-支

援・保護される芸術文化からアートを起点としたイノベーションへ」ニッセイ基礎研究所報.

- ・吉本光宏（2009）「創造産業の潮流 2-特性が際立つ政令指定都市」ニッセイ基礎研
REPORT2009.
- ・リチャード・フロリダ著、井口典夫訳（2007）『クリエイティブ・クラスの世紀』ダイ
ヤモンド社.
- ・リチャード・フロリダ（2007）『クリエイティブ・クラスとは何か 産業革命に匹敵す
る大変化が始まっている』ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・ライブラリー.
- ・リチャード・フロリダ著、井口典夫訳（2008）『クリエイティブ資本論-新たな経済階級
の台頭』ダイヤモンド社.
- ・リチャード・フロリダ著、井口典夫訳（2009）『クリエイティブ都市論』ダイヤモンド
社.
- ・リチャード・フロリダ著、長谷川一之訳（2004）『クリエイティブ都市経済論—地域活性
化の条件』日本評論社.
- ・リチャード・フロリダ著、仙名紀訳（2011）『グレート・リセット-新しい経済と社会は大
不況から生まれる』早川書房.
- ・リチャード・フロリダ著、井口典夫訳（2014）『新クリエイティブ資本論-才能が経済と
都市の主役となる』ダイヤモンド社.
- ・Richard E. Caves (2002) , *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce (New Edition*
(2nd & Subsequent) , Harvard University Pres.
- ・Richard florida (2002) , *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure,*
Community and Everyday Life (paperback edition) , Basic Books.
- ・Richard florida (2004) , *Cities and the Creative Class* (Paperback) , Routledge.
- ・Richard Florida (2005) , *The Flight of the Creative Class : The New Global Competition for*
Talent , Harper.
- ・Richard florida (2007) , *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*
(Paperback) , Harper Paperbacks.
- ・Richard Florida (2009) , *Who's Your City?: How the Creative Economy Is Making Where to Live the*
Most Important Decision of Your Life , Basic Books.
- ・Richard Florida (2011) , *The Great Reset: How the Post-Crash Economy Will Change the Way We*
Live and Work , HarperBusiness.
- ・リベルタス・コンサルティング（2009）「文化芸術創造都市に関する調査研究調査報告書」
株式会社リベルタス・コンサルティング.

- ・ルイス・マンフォード、生田勉訳（1974）『都市の文化』鹿島出版会.
- ・ル・コルビジエ、樋口清訳（1967）『ユルバニスム』鹿島出版会.
- ・ル・コルビジエ、坂倉準三訳（1968）『輝く都市』鹿島出版会.
- ・レイチェル・ボッツマン・ルー・ロジャース著、小林弘人監修、関美和訳（2010）『シェア <共有>からビジネスを生みだす新戦略』日本放送出版協会.
- ・ローレンス・レッシング著、山形浩生（2002）『コモンズ ネット上の所有権強化は技術革新 を殺す』翔泳社.
- ・ローレンス・レッシング著、山形浩生 守岡桜（2004）『Free Culture』翔泳社.
- ・ローレンス レッシング・林鉦一郎・梶山敬士・若槻恵美・上村圭介・土屋大洋（2005）『クリエイティブ・コモンズ』NTT 出版.
- ・ローレンス・レッシング著、山形浩生訳（2007）『CODE VERSION 2.0』翔泳社.
- ・ローレンス・レッシング著、山形浩生訳（2010）『REMIX ハイブリッド経済で栄える文化と商業のあり方』翔泳社.
- ・ロバート・パットナム著、柴内康文訳（2006）『孤独なボウリング-米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房.
- ・渡邊祐子（2014）「来館者を考慮した美術館教育実践の地域的展開に関する考察-北東北地方を事例として-」東北大学大学院教育学研究科研究年報第 63 集・第 1 号, pp.71-82.

——参考 URL——

- ・ NPO 法人データベース NPO ヒロバ/2014/10/30
<http://www.npo-hiroba.or.jp>
- ・ クリエイティブ・コモンズ HP/2015/6/30
<http://www.creativecommons.org>
- ・ クリエイティブ・コモンズ・ジャパン HP/2015/6/30
<http://www.creativecommons.jp> 2015/6/30
- ・ 公益財団法人国土地理協会 HP/2014/10/30
<http://www.kokudo.or.jp>
- ・ 社団法人日本下水道協会 HP/2014/10/30
<http://www.jswa.jp>
- ・ 全国老人クラブ連合会 HP/2014/10/30
<http://www.zenrouren.com>
- ・ 総務省統計局 平成 22 年度国勢調査/2014/10/30
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/>
- ・ 総務省統計局 HP/2014/10/30
<http://www.stat.go.jp>
「事業所・企業統計調査日本標準産業分類」
http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/
「国勢調査」
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2010/>
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2011/>
<http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2012/>
「事業所・企業統計調査」
<http://www.stat.go.jp/data/jigyoku/gaiyou/>
「統計でみる市町村の姿 2011」
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000001032195>
「統計で見る都道府県のすがた 2011」
<https://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/GL08020103.do?>
「平成 22 年版情報通信白書」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h22/>
- ・ 中央共同募金会 HP/2014/10/30

<http://www.akaihane.or.jp>

- ・ 中間支援組織クリエイティブ・クラスターHP/2015/6/30

<http://creativecluster.jp>

- ・ 内閣府 HP/2014/10/30

<http://www.cao.go.jp>

- ・ 農林水産省 HP/2014/10/30

<http://www.maff.go.jp>

「わがマチ・わがムラ グラフと統計でみる市町村の姿」

<http://www.machimura.maff.go.jp/machi/>

- ・ 法務省 HP/2014/10/30

<http://www.moj.go.jp/index.html>

「平成 22 年度末における外国人登録者統計について」

http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri04_00021.html

「在留外国人統計」

http://www.moj.go.jp/nyuukokukanri/kouhou/nyuukokukanri01_00013.html

- ・ 文部科学省 HP/2014/10/30

<http://www.mext.go.jp>

「学校基本教育調査」

http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/kihon/1267995.htm

- ・ 各市 HP/2015/6/30

札幌市

<https://www.city.sapporo.jp>

盛岡市

<http://www.city.morioka.iwate.jp>

鶴岡市

<https://www.city.tsuruoka.lg.jp>

仙台市

<http://www.city.sendai.jp>

横浜市

<http://www.city.yokohama.lg.jp>

新潟市

<https://www.city.niigata.lg.jp>

金沢市

<https://www4.city.kanazawa.lg.jp>

浜松市

<https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp>

名古屋市

<http://www.city.nagoya.jp>

大阪市

<http://www.city.osaka.lg.jp>

神戸市

<http://www.city.kobe.lg.jp>

篠山市

<http://www.city.sasayama.hyogo.jp>

高松市

<http://www.city.takamatsu.kagawa.jp>

北九州市

<http://www.city.kitakyushu.lg.jp>

・各市立美術館・博物館 HP/2015/6/30

札幌芸術の森美術館

<http://sapporo-art-museum.jp>

鶴岡アートフォーラム

<http://www.t-artforum.net>

横浜美術館

<http://yokohama.art.museum>

新潟市美術館

<http://www.ncam.jp>

金沢 21 世紀美術館

<https://www.kanazawa21.jp>

浜松市美術館

<http://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/artmuse/>

名古屋市美術館

<http://www.art-museum.city.nagoya.jp/index.shtml>

大阪市立美術館

<http://www.osaka-art-museum.jp>

神戸ファッション美術館

<http://www.fashionmuseum.or.jp>

神戸市立博物館

<http://www.city.kobe.lg.jp/culture/culture/institution/museum/main.html>

篠山歴史美術館

http://plus-note.jp/REKIBUN/rekibi_top.htm

高松市美術館

<http://www.city.takamatsu.kagawa.jp/kyouiku/bunkabu/bijyutu/>

北九州市立美術館

<http://kmma.jp>

——研究業績リスト——

学位論文（発表年代順）

1. 「Anti Title」大阪芸術大学 芸術学部 工芸学科 金属工芸コース卒業制作・論文, 2006.
2. 「器官無き身体あるいは身体無き器官」大阪芸術大学大学院 芸術研究科 博士課程前期課程 芸術制作専攻修了制作・論文, 2008.
3. 「都市におけるクリエイティブな空間に関する考察ー多元的公共圏に向けた自律空間の形成とその主体を巡ってー」兵庫県立大学 大学院 環境人間学研究科 博士前期課程 環境人間学専攻 修士論文, 2010.
4. 「我が国における創造都市政策の現状に関する比較考察」兵庫県立大学 大学院 環境人間学研究科 博士後期課程 環境人間学専攻 博士論文, 2016.

研究論文等（発表年代順）

1. 「我が国における創造都市政策の現状とその特性に関する比較考察： *Comparative Study on the Urban Policy of Creative Cities Current Situation and Characteristics in Our Country*」第35回日本計画行政学会全国大会研究報告要旨集, pp241-244, 2012.（共著）
2. 「我が国における創造都市政策の現状と特性に関する比較考察： *Comparative Study on the Urban Policy of Creative Cities Current Situation and Characteristics in Our Country*」計画行政 37 巻第 1 号（通巻 118 号）ソーシャルイノベーションと地域創造, pp.65-70, 2013.（共著、査読あり）
3. 「クリエイティブ・コモンズ運動におけるライセンスシステムを用いた対抗的公共圏の形成の試み」季報唯物論研究第 124 号, pp.148-161, 2013.（単著、査読あり）
4. 「都市におけるクリエイティビティを高める要因としての創造都市政策ー創造クラスターのコアとしての美術館の実践に着目してー： *Urban Policy of Creative Cities as Factors that Enhance Creativity in City-In View of the Practice of the Museum as the Core of the Creative Cluster-*」第 36 回日本計画行政学会全国大会研究報告要旨集, pp.251-254, 2013.（共著）
5. 「我が国における創造都市政策および創造産業の現状とその特性に関する比較考察： *Comparative Study on the Current Status and Characteristics of Creative Cities in Japan, from the Viewpoints of Urban Policy and Creative Index*」兵庫県立大学紀要兵庫県立大学環境人間学部研究報告第 16 号, pp.39-57, 2014.（共著、査読あり）
6. 「知識資本の管理・流通主体としての NPO の役割ークリエイティブ・コモンズ・ジャパ

- ンを事例に－：*NPO as a Management / Circulation Subject of the Knowledge Capital in Society : A Case Study of the Creative Commons Japan*」 *Nonprofit Review* 2013vol.13/No.2/pp.47-58.
- 58,2014. (単著、査読あり)
7. 「我が国におけるクリエイティブ・コモンズ運動の受容とその可能性－都市に顕れる創造的空間を巡って－：*The Study of Potential and Acceptance of the Creative Commons License in Japan-Around the Creative Space Appearing in the City-*」 季報唯物論研究第 128 号特集：若者の現在 働く・生きる・表現する, pp.90-102, 2014. (単著、査読あり)
 8. 「わが国の創造都市におけるクリエイティブ・クラスによる実践とその広がりについての考察－創造産業・ハイテク産業に着目して－：*A Study on the Practice and Spread Through the Creative Class in the Creative Cities in Japan-With a Focus on Creative Industries and High-Tech Industries-*」 第 37 回日本計画行政学会全国大会研究報告要旨集, pp.258-261, 2014 . (共著)
 9. 「我が国の創造都市における市立美術館の実践およびその機能と役割についての考察：*A Comparative Study of the Function and Role and Practice of the Municipal Museum in Creative Cities in Japan*」 計画行政 38 巻第 3 号 (通巻 124 号) 社会的インパクト投資とガバナンス改革, pp.31-38, 2015. (共著、査読あり)
 10. 「創造都市札幌のメディア・アートにおけるクリエイティブ・コモンズ・ライセンスを用いた創造的空間形成の試み：*In Media Art of Creative City Sapporo Attempt of Creative Space Formation Using a Creative Commons License*」 第 38 回日本計画行政学会全国大会研究報告要旨集, pp.225-228, 2015. (共著)
 11. 「自由時間の生き方としてのクリエイティブ・クラス～余暇と祝祭をめぐって～」 季報唯物論研究第 134 号, pp.63-75, 2016. (単著、査読あり)

———その他研究活動・学会発表・研究報告等———

- ・季報唯物論研究第 108 号（特集：ヴァーチャルなものと現代）「カリカチュア・イラストレーション（挿絵・文）」（2009 年 5 月）
- ・兵庫県立大学大学院三研究室（都市計画・情報・建築分野）合同研究会立ち上げ（コアメンバーとして）・会憲章作成・各プログラム運営実施（2010 年 4 月～至現在）
- ・「エコロジーについて～三つのエコロジーを読み解く（エコロジー論の系譜～ゴルツからガタリまで）」2010 年度兵庫県立大学環境人間フォーラムポスターセッション（2010 年 10 月）
- ・「我が国における創造都市政策の現状とその特性に関する比較考察：*Comparative Study on the Urban Policy of Creative Cities Current Situation and Characteristics in Our Country*」第 35 回日本計画行政学会全国大会研究報告（パワーポイントを用いた口頭発表, 2012 年 9 月）
- ・「都市におけるクリエイティビティを高める要因としての創造都市政策－創造クラスターのコアとしての美術館の実践に着目して－：*Urban Policy of Creative Cities as Factors that Enhance Creativity in City-In View of the Practice of the Museum as the Core of the Creative Cluster*」日本計画行政学会第 36 回全国大会研究報告（パワーポイントを用いた口頭発表：優秀発表賞受賞, 2013 年 9 月）
- ・大阪哲学学校夏季シンポジウム：都市論をめぐって－古典の都市論、新しい都市論 研究報告「ハーヴェイ『叛乱する都市』を読む」（ハーヴェイの著書を読み解きながら、コモンズ運動等現代の運動の可能性を考える, 2013 年 6 月）
- ・大阪哲学学校春季シンポジウム：若者の現在 第三回『表現する』報告「都市に顕れる創造的空間～クリエイティブ・コモンズがもたらすもの～」（パワーポイントを用いた口頭発表, 2014 年 3 月）
- ・「わが国の創造都市におけるクリエイティブ・クラスによる実践とその広がりについての考察－創造産業・ハイテク産業に着目して－：*A Study on the Practice and Spread Through the Creative Class in the Creative Cities in Japan-With a Focus on Creative Industries and High-Tech Industries*」日本計画行政学会第 37 回全国大会研究報告（パワーポイントを用いた口頭発表, 2014 年 9 月）
- ・季報唯物論研究第 129 号（特集：私の映画この一本）「小栗康平『眠る男』 1996 年：大きなショックとともに、忘れられない作品」pp.53-55（2014 年 11 月）
- ・季報唯物論研究第 130 号（特集：ニッポンイデオロギーの発信者たち）「都市におけるオルタナティブな自立空間形成主体としてのクリエイティブ・コモンズ 渡辺智暁 CCJP 理事インタビュー（上）」pp.98-108（2015 年 3 月）

- ・季報唯物論研究第 132 号（特集：物象化論論争）「都市におけるオルタナティブな自立空間形成主体としてのクリエイティブ・コモンズ 渡辺智暁 CCJP 理事インタビュー（下）」 pp.120-131（2015 年 9 月）
- ・「創造都市札幌のメディア・アートにおけるクリエイティブ・コモンズ・ライセンスを用いた創造的空間形成の試み：In Media Art of Creative City Sapporo Attempt of Creative Space Formation Using a Creative Commons License」日本計画行政学会第 38 回全国大会研究報告（パワーポイントを用いた口頭発表,2015 年 9 月）

——謝辞——

お忙しい中アンケート調査にご協力頂いた下記の各自治体創造都市関係部局や美術館・博物館の担当者の皆様に心より御礼を申し上げます（敬称略、順不同）。

〈創造都市政策に関するアンケート調査〉

- ・札幌市 市長政策室 政策企画部 プロジェクト担当
- ・盛岡市 市長公室 企画調整課
- ・仙台市 市民局 文化スポーツ部 文化振興課
- ・鶴岡市 企画部 政策推進課
- ・横浜市 文化観光局 創造都市推進課
- ・新潟市 地域・魅力創造部
- ・金沢市 都市政策局 企画調整課
- ・浜松市 企画調整部 企画課 創造都市推進グループ
- ・名古屋市 市民経済局 産業部 産業経済課
- ・大阪市 政策企画室
- ・神戸市 企画調整局 デザイン都市推進室
- ・篠山市 政策部企画課
- ・高松市 創造都市推進局 産業経済部 商工労政課 商工係
- ・北九州市 市民文化スポーツ局 文化スポーツ部 文化政策課

〈ユネスコ CCN、CCNJ に関するアンケート調査〉

- ・札幌市 市長政策室 政策企画部 創造都市推進担当係
- ・鶴岡市 鶴岡食文化創造都市推進協議会
- ・鶴岡市 企画部 政策企画課 食文化推進室
- ・金沢市 都市政策局 企画調整課
- ・金沢市 総務局 企画部 企画課企画係
- ・浜松市 企画調整部 企画課 創造都市推進グループ
- ・名古屋市 総務局 企画部 企画課企画係
- ・名古屋市 市民経済局 文化観光部 文化振興室企画事業係
- ・名古屋市 市民経済局 産業部 次世代産業振興課次世代産業振興係
- ・神戸市 企画調整局 デザイン都市推進室
- ・横浜市 文化観光局 創造都市推進課


〈創造都市における市立美術館の現状に関するアンケート調査〉

- ・札幌芸術の森美術館 学芸課 学芸普及係
- ・鶴岡アートフォーラム 学芸課
- ・横浜美術館 経営管理グループ
- ・新潟市美術館
- ・金沢 21 世紀美術館 総務課
- ・浜松市美術館
- ・名古屋市美術館 総務課
- ・大阪市立美術館 総務課課長代理
- ・神戸ファッション美術館 事業課
- ・神戸市立博物館 学芸課
- ・篠山歴史美術館 篠山市教育委員会社会教育・文化財課
- ・高松市美術館 学芸課
- ・北九州市立美術館
- ・姫路市立美術館 学芸課

また、お忙しい中ヒアリングにご協力いただきました、国際大学 GLOCOM 研究員、クリエイティブ・コモンズ・ジャパン常務理事渡辺智暁先生に感謝の意を表します。

最後に、終始熱心なご指導を頂いた主査の福島徹教授、ならびに副査の本学奥田恭士教授、宇高雄志教授、熊本大学渡部薫教授、ならびにご助言、ご指導を頂いた本学高頭直樹名誉教授、同志社大学経済学部佐々木雅幸教授に感謝の意を表します。そして、本学環境人間学部や大学院の先生方、学生をはじめとする皆さんや、ゼミの皆さん、また、お忙しい中様々なアイデアやアドバイスを頂いき、本研究にご助言くださった方々に感謝の意を表します。そして、両親、妹、友人をはじめ、すべての皆様にはひとかたならぬお世話になりました。ここに感謝の意を表します。

※なお、本研究は、クリエイティブ・コモンズ利用許諾を採用し、以下のライセンスにおいて公表する。これは、研究者としてのひとつの態度表明であり、今後続く研究への文字通り多元性への道筋を微力ながら担保するためである。ユーザーは以下のライセンスにもとづく範囲で二次利用が可能である。

・表示（Attribution：CC-BY）

・非営利（Noncommercial：CC-NC）

・継承（Share Alike：CC-SA）

=表示—非営利—改変禁止（CC-BY-NC-SA）



（本論 6 章で引用した図表等の図表およびこれらの画像素材はすべて CC および CCJP の HP より、自由利用可能なものを引用している）

——Appendix リスト——

◎アンケート・ヒアリング関係

- ・〈創造都市政策に関するアンケート調査〉調査票（対象 14 都市）
 - ・〈創造都市政策に関するアンケート調査〉回答結果（対象 14 都市）
 - ・〈創造都市における市立美術館の現状に関するアンケート調査〉調査票
 - ・〈創造都市における市立美術館の現状に関するアンケート調査〉回答結果
 - ・〈創造都市政策に関するアンケート調査〉調査票（ユネスコ CCN 認定・加盟都市）
 - ・〈創造都市政策に関するアンケート調査〉調査票（ユネスコ CCN 認定・加盟都市）
 - ・CCJP 常務理事渡辺智明氏へのインタビュー調査項目（2009）
 - ・CCJP 常務理事渡辺智明氏へのインタビュー調査項目（2011）
 - ・CCJP へのインタビュー調査まとめ
- 「知識資本共有のための集約、管理主体である CCJP の NPO としての組織的課題及び社会的役割」

◎創造産業分類

- ・英国 DCMS 定義創造産業 13 分野
- ・東京都定義 14 分野
- ・北海道未来総合研究所による創造産業分類
- ・R・フロリダが示した創造階級の該当職種
- ・佐々木雅幸による創造階級の説明
- ・R・フロリダによるクリエイティブ・クラスの 3 つの階層
- ・吉本による創造産業の分類

◎都市の創造性に関する評価指標

- ・創造性指数（Creativity Index）
- ・R・フロリダの国際創造性指標（国土交通省）
- ・英国芸術評議会による文化政策評価指標

◎RCDI 関係

- ・14 都市における RCDI 計算値
- ・14 都市における RCDI 順位
- ・14 都市における創造産業・ハイテク産業の従事者数・事業所数

- ・ 14 都市における創造産業・ハイテク産業従事者数・事業所数の域内全産業従事者数・事業所数に対する割合
- ・ 14 都市の創造産業・ハイテク産業の割合
- ・ 14 都市における創造産業・ハイテク産業の順位

◎RCDI 算出用データ

- ・ HC 指標算出用
- ・ SC 指標算出用
- ・ EC 指標算出用

◎創造産業・ハイテク産業生データ

- ・ 創造産業事業所数
- ・ 創造産業従事者数
- ・ ハイテク産業事業所数
- ・ ハイテク産業従

◎学位論文の要旨

Appendix

〈創造都市政策に関するアンケート調査ご協力のお願い〉

現在、我が国における都市の再生・成長の起爆剤として、文化芸術をはじめとする「創造性」に焦点を当て実践されている「創造都市」政策についての研究・調査をすすめております。

その中で、本調査では、先行事例にもしばしばとりあげられ、創造都市政策や創造産業に係る実践を行われている国内各都市の政策に着目いたしました。

しかしながら、先進的な創造都市では優れた事例を多数生み出しているものの、各都市における具体的な施策の実態とその広がり、取り組み主体や主体間の関係性など、未だ多くの点で十分な検討がなされておられません。このようなことから、各都市における創造都市政策がどのような位置づけ、目標のもとに推し進められ、アウトプットとしてどのような広がりを見せているかについて、体系的に整理し、比較考察する事を目的に研究を進めております。

そこで、ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、貴市の創造都市としての取り組みや実践に関しまして、各質問項目へのご回答をお願い申し上げます。

尚、ご回答頂いた本アンケート結果は、研究論文執筆の際の貴重なデータとして活用させて頂き、学会発表や研究論文の投稿という形で反映させ、今後の創造都市政策の実践に役立つものになりたいと考えております。

また、大変お手数をおかけいたしますが、本調査票は、平成25年1月11日（金曜日）までに同封しております返信用封筒にてご郵送いただけますよう、お願い申し上げます。

平成24年12月25日

兵庫県立大学 大学院 環境人間学研究科

都市計画研究室：立花 晃

〈本調査に関するお問い合わせ先〉

兵庫県立大学環境人間学研究科

担当：立花 晃（大学院 博士後期課程）

（指導教員 福島徹教授）

〒670-0071 兵庫県姫路市新在家本町1丁目1番12号

e-mail: ne10s004@stshse.u-hyogo.ac.jp

研究室URL: <http://www.shse.u-hyogo.ac.jp/fukushima>

Tel（担当者携帯）：090-5127-7771

創造都市政策に関するアンケート

(※選択式設問は該当番号に○を入れてください。)

1. 創造都市政策をとられるに至ったきっかけ、契機は何ですか（一つ）。

- ①新たに地域経済再生の推進力として ②地域固有の歴史や文化資源を活かすため
③その他（ ）

2. 創造都市政策の実践についてお尋ねします。

(1) 創造都市政策を進める中で、どのような政策に重点を置いておられますか（一つ）。

- ①地域への創造産業の誘致・集積 ②域内経済や人材の循環 ③地元創造産業の振興
④地域のブランド力の向上 ⑤その他（ ）

(2) 創造都市政策を実践する上で、どのような主体と協働をされていますか（複数可）。

- ①企業（地元・外部） ②大学等研究機関（地元・外部） ③ NPO（地元・外部）
④ボランティア ⑤作家・アーティスト ⑥文化施設（ ）
⑦協働関係はない ⑧その他（ ）

(3) 創造都市政策を進める上で困難さを感じておられる点はどのようなことですか（複数可）。

- ①予算の確保 ②担当職員の確保 ③部局間調整・連携関係の構築 ④専門的知識やノウハウの取得
⑤アーティストや専門家等の協力確保 ⑥文化・芸術団体との連携
⑦NPO やボランティアとの連携 ⑧文化施設等との連携 ⑨地元経済界の理解

3. 創造都市政策に関する施策や事業に対する評価指標があれば、どのようなものかお書きください。

(1) 定量的指標

(2) 定性的指標

…裏面へ続く

4. 平成24年度の創造都市政策に関連する事業の予算合計額はいくらですか。またその予算全体に占める割合は何%ですか。

--

5. 創造都市政策の今後の継続性について、どのようにお考えですか（一つ）。

①確実に継続する ②継続の予定 ③継続にやや困難がある ④継続は困難 ⑤不明

6. 創造都市政策を進める上で、今後期待するアウトカムと、創造都市としての将来像などについてご自由にお書きください。

今後期待するアウトカム…

創造都市としての将来像…

7. ご回答いただいた自治体名と貴市において創造都市政策に関する施策や事業を主管されている行政部署（局・部・課・係）名をお書きください。

自治体名…

主管する行政部署…

※ご回答ありがとうございました。恐れ入りますがご回答いただきました担当者様の部署名、お名前、電話番号、e-mailアドレスを、お教え頂ける範囲でご記入頂ければ幸いです。

[部署名]

[お名前]

[電話番号]

[e-mail]

回答結果（選択式）

都市/設問	1.きっかけ・契機	2.(1)重点政策	2.(2)協働主体	2.(3)困難さ	3.(1)定量指標	3.(2)定性指標
札幌市	①	⑤ (市民の創造的 活動の活性化、 既存観光資源 の再活性化)	①、②、③、⑤、⑧(市民全般)	①、③、⑨、⑩	札幌駅前通地下歩行空間の デジタルサイネージを活用した 映像作品アワードへの投稿作品数 (平成28年度に200件)	ユネスコ創造都市ネットワーク への加盟(メディアアーツ分野)
盛岡市	②	④	①、⑥(石川啄木記念館)	①、④	なし	なし
仙台市	②	④	①、⑤、⑧(民間団体、財団法人等)	— (なし)	なし	別紙参照 ・サテライトキャンパス公開講座の受講者数 ・学校支援地域本部の設置数
鶴岡市	②	②	①、②、⑤、⑧(料理人・生産者)	①、③、④	地域課題の解決・地域住民の認知度参加度・ 文化芸術の持つ創造性の寄与	地域課題の解決・地域住民の認知度 参加度・文化芸術の持つ創造性の寄与
横浜市	③	④	①、②、③、⑤	①、②、③、⑤、⑩	なし	なし
新潟市	②	②	①、③、⑤	③、④、⑤	—	—
金沢市	②	③	②、⑤、⑥、⑧(経済団体)	①	—	—
浜松市	②	⑤	①、②、③、④、⑤	⑨、⑩	現状無し、今後検討	現状無し、今後検討
名古屋市	③ (地域のクリエイティブ 産業の振興・発展 を図るため)	③	① (株)国際デザインセンター) ③、⑧(名古屋商工会議所、 中部デザイン団体協議会)	①、⑩	名古屋市産業振興ビジョン参照	名古屋市産業振興ビジョン参照
大阪市	—	—	—	—	—	—
神戸市	①	②	①、②、③、⑤	①、③、④、⑩	「神戸2015ビジョン」に対する外部評価	—
徳山市	②	④	②(外部)、③(地元)、④、⑤	①、②、③、④、⑥、⑨、⑩	—	—
高松市	③ (①、②共に重要であり、 両者を関連付けて施策展開を 図ること、新しい魅力と活力 あふれるまちづくりが推進 出来ると考えている。)	—	—	—	—	—
北九州市 (文化政策全般)	①	②	①、③、⑤、⑥	①、⑤、⑥	—	文化芸術の振興を通じた街の魅力アップ →都市の活性化

都市/設問	4.予算とその割合	5.継続性	6.期待するアウトカム	7.主管部局
札幌市	27,400千円(0.003%)= 札幌市一般会計予算8,522億円)	①	・期待するアウトカム…長期目標としては、新産業の創出、 創造活動(文化・芸術・科学など)の振興を目指しており、 中期目標としてユネスコ創造都市ネットワークの加盟を 目指している。 ・将来像…平成18年に「創造都市さっぽろ(sapporo ideas city)」 宣言を行い、「創造性」に富む市民が暮らし、外部との交流に よって生み出された知恵が新しい産業や文化を育み、絶えず 新しいコト、モノ、情報を発信していく街」を目指すこととしている。	市長政策室政策企画部 プロジェクト担当
盛岡市	7150万円(0.07%)	①	・期待するアウトカム…地域の個性、価値を明確にし、市民間で 価値観を共有、発信し、結果として地域内外から「価値ある もの」と評価され、地域外の資金や人材を呼び込むことが 出来るようになる。 ・将来像…盛岡市総合計画実施計画における「活力ある産業 の振興(産業の柱)」に「地域資源を生かした観光、物産の振興 (産業)」に位置づけている。	商工観光部ブランド推進課
仙台市	325,237千円(0.05%) (創造都市推進事業H24年度当初予算額 仙台市H24一般会計当初予算に占める割合)	②	・期待するアウトカム…別紙(仙台市実施計画2012-2015)参照 ・将来像…別紙(仙台市実施計画2012-2015)参照	市民文化スポーツ部文化振興課
鶴岡市	43,846千円 (うち一般財源7,906千円・予算全体の0.01%)	①	期待するアウトカム…別紙 将来像…別紙	企画部 政策推進課
横浜市	762,847千円(約0.05%)	①	・期待するアウトカム…提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの 新たな展開に向けて」～2010年からの方向性～ ・将来像…提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開 に向けて」～2010年からの方向性～	文化観光局創造都市推進課
新潟市	調査研究とユネスコ加盟に向けた取組 12,100千円 市一般会計 357,300,000千円	②	・期待するアウトカム… ・将来像…	地域・魅力創造部
金沢市	302,835千円(0.19%)	②	・期待するアウトカム… ・将来像…文化のビジネス化、人材の育成、世界への発信という、 それぞれの観点から3つの将来像を描いている (参考：金沢市創造都市推進プログラム)	都市政策局企画調整課
浜松市	約1,342,218千円(0.5%)	①	期待するアウトカム…別紙 将来像…別紙	企画調整部企画課 創造都市推進グループ
名古屋市	51,000千円(0.004%)	②	・期待するアウトカム…国内外都市等とのネットワーク形成・連携・ 交流の促進、クリエイティブ人材の発掘・育成及びデザイン啓発 等によって生まれた発想や活動を生かした地域及び産業の 活性化 ・将来像…効果的・効率的なデザイン振興施策を通じて地域の 産業全体のレベルアップ及び活性化を図り、デザインを キーワードとした豊かな創造性あふれる魅力ある都市を目指す。	市民経済局産業部産業経済課
大阪市	—	—	・期待するアウトカム… ・将来像…	—
神戸市	156,721千円(約0.0009%) ※デザイン推進室分のみ	②	・期待するアウトカム… ・将来像…	企画調整局デザイン都市推進室
徳山市	860万円(0.04%)/全体212億1500万	②	・期待するアウトカム…地域の活力、住民の誇り ・将来像…人・自然・文化が織りなす食と農の都徳山の時代を つくる(総合計画より)	政策部企画課
高松市	—	—	・期待するアウトカム… ・将来像…高松市のコンバクトで「つながる力のある街」という特徴 を生かしながら、芸術と文化・観光・スポーツだけでなく、高松市 の貴重な都市資源である盆栽や漆器、磨治石といった、モノ/ づくりなどの各分野を連帯させた「高松ブランド」を確立し、30年、 50年後の人口減少・超高齢化社会の中でも、市民の人たちが 心豊かに活発に活動できる様なアクティブな都市を目指して いる。	創造都市推進局産業経済部 商工労政課商工係
北九州市 (文化政策全般)	—	①	・期待するアウトカム…文化芸術に力を入れている街としての全国的 認知度向上 ・将来像…文化芸術の振興に伴い、新たな産業や学校等が進出 し、全国から若者が集まる街	市民文化スポーツ局 文化スポーツ部文化政策課

鶴岡市			
質問3.			
(1) 定量的指標			
キーワード	プロジェクト	現状値	事業終了時の目標値
地域課題の解決			
地域住民の認知度参加度			
文化芸術の持つ創造性の寄与			
(2) 定性的指標			
キーワード	プロジェクト	現在の状態	事業終了時の目標の状態
地域課題の解決			
地域住民の認知度参加度			
文化芸術の持つ創造性の寄与			

高松市
質問4.
具体的な事業・予算については現在検討中

浜松市
質問6.
<p>浜松市が目指す創造都市の姿</p> <p>○イメージする都市の姿</p> <ul style="list-style-type: none"> ・浜松のモノづくりや音楽、多文化共生などの根底にある“やらまいか精神” “柔軟で寛容な市民性”が、まちづくりや暮らしに広く生かされていく ・市民が常に新しい試みにチャレンジし、次々と新しい価値を生み出していく ・創造的な起業や人材が集積し、日常空間を創造空間（魅力的な都市空間）に変え、市民の暮らしに 刺激を与えていく <p>○具体的な状態</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民が様々な物事にチャレンジしたり、リトライできる機会や場がある ・様々なジャンルの人が集まり、創造性を刺激するサロンの交流空間がある ・アーティストやクリエイターが浜松に活動拠点をもち、まちづくりや市民活動に深く関わっている ・地域特有の文化が反映された取り組みやイベントが各所で行われ、大勢の人々が集まってくる ・多様な文化や価値観、知識を持った人々が行き来し、情報や活動の交流が行われている ・既存の概念や価値観にとらわれず、新たな観点で物事を考える意識が市民に浸透している ・歴史の面影を残す建物や史跡が活用され、地域活性化に結びついている ・浜松の地から新たな産業や製品、ムーブメント（話題やブーム）が創出されている ・浜松を連想させ、市民が誇りに感じる魅力やアイデンティティが高まっている

鶴岡市
質問6.
<p>○今後期待するアウトカム：</p> <p>地域固有の食文化を市民の豊かな創造的活動により守り育てると同時に、脱大量生産の付加価値の高い食文化産業を育てることにより、新しい食文化の創造に繋がる循環を生み出し、グローバルな換気教問題の解決や地域社会の持続的発展、国際的な地域交流により相互発展に貢献すること。</p> <p>○アウトカム指標の具体例：</p> <p>今年度から取り組んでいる「実践型地域雇用創造事業（厚労省委託事業）」における目的とアウトカム指標は次の通り</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実践型地域雇用創造事業の目的 <ul style="list-style-type: none"> 食文化創造都市を担う多様な人材育成を積極的に推進するとともに、鶴岡食文化の強みを生かした地域産業の振興や、食と異分野が連携した新たなビジネスモデルづくりにより、雇用機会の創出を図る。 ・実践型地域雇用創出事業における雇用創出（平成24年～26年度） <ul style="list-style-type: none"> 128人（常雇89人、常雇以外34人、創業者5人） <p>○創造都市としての将来像（と目標）</p> <p>食文化都市・鶴岡 ～食の理想郷～</p> <p>食文化創造都市・鶴岡は、豊かな食資源の宝庫である魅力を生かし、次のような都市の将来像を描きながら、「食の理想郷」を目指します。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①食文化の伝統が香りたつまち <ul style="list-style-type: none"> 豊かな食文化の伝統が、訪れる人々を魅了し続ける都市づくり ②創造性あふれる食文化産業のまち <ul style="list-style-type: none"> 創造的な食文化産業を育て、地域経済が豊かになる都市づくり ③豊かな食文化コミュニティのまち <ul style="list-style-type: none"> 健康で喜びにあふれる生活・ライフスタイルを享受できる都市づくり ④食文化による世界交流のまち <ul style="list-style-type: none"> 国内や世界の地域と積極的に交流し、相互の文化の多様性を尊重しながらその発展に協力しあう都市づくり

回答結果（選択式）

設問1														
契機、きっかけ	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①新たに地域経済再生の推進力として	○									—	○			○
②地域固有の歴史や文化資源を活かすため		○	○	○		○	○	○		—		○		
③その他					○				○	—			○((①+③))	

3
7
3

設問2														
(1)重点政策	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①地域への創造産業の誘致・集積										—			—	
②域内経済や人材の循環				○		○				—	○		—	○
③地元創造産業の振興							○		○	—			—	
④地域のブランド力の向上		○	○		○					—		○	—	
⑤その他	○							○		—			—	

0
4
2
4
2

設問2														
(2)協働主体	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①企業(地元・外部)	○	○	○	○	○	○		○	○	—	○		—	○
②大学等研究機関(地元・外部)	○			○	○		○	○		—	○	○外	—	
③ NPO(地元・外部)	○				○	○		○	○	—	○	○地	—	○
④ボランティア								○		—		○	—	
⑤作家・アーティスト	○		○	○	○	○	○	○		—	○	○	—	○
⑥文化施設		○								—			—	○
⑦協働関係はない										—			—	
⑧その他	○		○	○			○		○	—			—	

10
7
8
2
10
2
0
5

設問2														
(3)進める上での困難さ	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①予算の確保	○	○	○	○	○		○		○	—	○	○	—	○
②担当職員の確保					○					—		○	—	
③部局間調整・連携関係の構築	○			○	○	○				—	○	○	—	
④専門的知識やノウハウの取得		○		○		○				—	○	○	—	
⑤アーティストや専門家等の協力確保			○		○	○				—			—	○
⑥文化・芸術団体との連携										—		○	—	○
⑦NPOやボランティアとの連携										—			—	
⑧文化施設等との連携			○							—			—	
⑨地元経済界の理解	○							○		—		○	—	
⑩住民への周知	○				○			○	○	—	○	○	—	
⑪その他										—			—	
政策の継続性	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
①確実に継続する	○	○		○	○			○		—			—	○
②継続の予定			○			○	○		○	—	○	○	—	
③継続にやや困難がある										—			—	
④継続は困難										—			—	
⑤不明										—			—	

10
2
6
5
4
2
0
1
3
6
0
6
6
0
0
0

回答結果（自由記述式）

都市	回答
札幌市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…長期目標としては、新産業の創出、創造活動（文化・芸術・科学など）の振興を目指しており、中期目標としてユネスコ創造都市ネットワークの加盟を目指している（アンケート当時）。 ・将来像…平成18年に「創造都市さっぽろ(sapporo ideas city)」宣言を行い、「創造性に富む市民が暮らし、外部との交流によって生み出された知恵が新しい産業や文化を育み、絶えず新しいコト、モノ、情報を発信していく街」を目指すこととしている。
盛岡市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…地域の個性、価値を明確にし、市民間で価値観を共有、発信し、結果として地域内外から「価値あるもの」と評価され、地域外の資金や人材を呼び込むことが出来るようになる。 ・将来像…盛岡市総合計画実施計画における「活力ある産業の振興（施策の柱）」「地域資源を生かした観光、物産の振興（施策）」に位置づけている。
仙台市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…仙台市実施計画2012-2015の通り ・将来像…仙台市実施計画2012-2015の通り
鶴岡市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム… 地域固有の食文化を市民の豊かな創造的活動により守り育てると同時に、脱大量生産の付加価値の高い食文化産業を育てることにより、新しい食文化の創造に繋がる循環を生み出し、グローバルな換気教問題の解決や地域社会の持続的発展、国際的な地域交流により相互発展に貢献すること。 ・将来像… 食文化創造都市・鶴岡は、豊かな食資源の宝庫である魅力を生かし、次のような都市の将来像を描きながら、「食の理想郷」を目指す。
横浜市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」～2010年からの方向性～ ・将来像…提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」～2010年からの方向性～
新潟市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…― ・将来像…―
金沢市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…― ・将来像…文化のビジネス化、人材の育成、世界への発信という、それぞれの観点から3つの将来像を掲げている（参考：金沢市創造都市推進プログラム）
浜松市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム・将来像…「浜松のモノづくりや音楽、多文化共生などの根底にある“やらまいか精神”“柔軟で寛容な市民性”が、まちづくりや暮らしに広く生かされていく。市民が常に新しい試みにチャレンジし、次々と新しい価値を生み出していく。創造的な起業や人材が集積し、日常空間を創造空間（魅力的な都市空間）に変え、市民の暮らしに刺激を与えていく
名古屋市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…国内外都市等とのネットワーク形成・連携・交流の促進、クリエイティブ人材の発掘・育成及びデザイン啓発等によって生まれた発信や活動を生かした地域及び産業の活性化 ・将来像…効果的・効率的なデザイン振興施策を通じて地域の産業全体のレベルアップ及び活性化を図り、デザインをキーワードとした豊かな創造性あふれる魅力ある都市を目指す。
大阪市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…― ・将来像…―
神戸市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…― ・将来像…―
篠山市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…地域の活力、住民の誇り ・将来像…人・自然・文化が織りなす食と農の都篠山の時代をつくろう（総合計画より）
高松市	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…―※具体的な事業・予算については現在検討中 ・将来像…高松市のコンパクトで「つながる力のある街」という特徴を生かしながら、芸術と文化・観光・スポーツだけでなく、高松市の貴重な都市資源である盆栽や漆器、庵治石といった、モノづくりなどの各分野を連帯させた「高松ブランド」を確立し、30年、50年後の人口減少・超高齢化社会の中でも、市民の人たちが心豊かに活発に活動できる様なアクティブな都市を目指している。
北九州市 （文化政策全般）	<ul style="list-style-type: none"> ・期待するアウトカム…文化芸術に力を入れている街としての全国的認知度向上 ・将来像…文化芸術の振興に伴い、新たな産業や学校等が進出し、全国から若者が集まる街

〈創造都市における市立美術館の現状に関する アンケート調査ご協力のお願い〉

現在、我が国における都市の再生・成長の起爆剤として、文化芸術をはじめとする「創造性」に焦点を当て実践されている「創造都市」政策についての研究・調査をすすめております。

その中で、多くの創造都市の市立美術館が芸術家やアーティスト、市民、行政、NPO団体…といった各主体と連携関係を取りながら、都市における一つのクリエイティブ・コアとしての機能を果たし、創造クラスターを形成して居るという点に着目いたしました。まちづくりの文脈においても、創造産業関連の人材の循環や、芸術と産業のイノベーションが生じる際の一つの結節点としての文脈においても、その役割の重要性はますます高まっております。

そこで、我が国の各創造都市における市立美術館の実践や各主体との連携関係の現状を明らかにすることで、今後の創造都市における一つのクリエイティブ・コア、さらには創造クラスターのコアとしての美術館の有り様を探り、都市再生、振興への（政策的・実践的）応用につながる知見を得ることを目的に調査、研究を進めております。

そこで、ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、貴市の市立美術館としての取り組みや実践に関しまして、本アンケートへのご回答をお願いできればと考えております。

なお、ご回答頂いた内容は、研究論文執筆の際の貴重なデータとして活用させて頂き、学会発表や研究論文の投稿という形で反映させ、今後の創造都市政策の策定及び、実践に役立つものとしたいと考えております。

また、大変お手数をおかけいたしますが、本調査票は、平成25年1月〇日（月曜日）までに同封しております返信用封筒にてご郵送いただければ幸いです。公務ご多用の所大変恐縮ですが、何卒よろしくお願い申し上げます。

平成24年1月10日

兵庫県立大学 大学院 環境人間学研究科

都市計画研究室:立花 晃

〈本調査に関するお問い合わせ先〉

兵庫県立大学環境人間学研究科

担当：立花 晃（大学院 博士後期課程）

（指導教員 福島徹教授）

〒670-0071 兵庫県姫路市新在家本町1丁目1番12号

e-mail: ne10s004@stshse.u-hyogo.ac.jp

研究室URL: <http://www.shse.u-hyogo.ac.jp/fukushima>

Tel（担当者携帯）：090-5127-7771

〈創造都市における美術館の現状に関するアンケート〉 調査票

1. 貴市で取り組んでおられる創造都市政策について御存知ですか。

①よく知っている ②聞いたことがある、知っているが詳しい内容は知らない ③知らない

2. 1. で①、②とご回答になった方にお尋ねします。

貴美術館では、市が掲げる創造都市政策や施策に関連する事業を行っておられますか。また、それはどのような事業ですか。具体的にお書きください。

3. 貴美術館の実践についてお尋ねします。

(1) 美術館の実践の中で、特にどのような事業に重点を置いておられますか（一つ選んで○をおつけください）。

①地域や市民への啓発 ②域内アーティストや人材との連携 ③地元創造産業の都の連携
④地元教育機関などとの連携・協働 ⑤地域の知名度の向上
⑥その他（ ）

(2) 特にどのような主体と協働や連携をされていますか（該当するもの全てに○をおつけください）。

①企業（地元・外部） ②大学等研究機関（地元・外部） ③ NPO（地元・外部）
④ボランティア ⑤作家・アーティスト ⑥他の文化施設（ ）
⑦協働関係はない ⑧その他（ ）

(3) 美術館の事業を進める上で特に困難さを感じておられる点はどのような事ですか（三つまで選んで○をおつけください）。

①予算の確保 ②人材の確保 ③美術館内の担当課間調整 ④専門的知識やノウハウの取得
⑤アーティストや専門家等の協力確保 ⑥他の文化・芸術団体との連携 ⑦NPO やボランティア団体との連携 ⑧他の文化施設等との連携 ⑨地元からの理解 ⑩住民への周知
⑪その他（具体的に： ）

4. 貴美術館の事業等に対する評価指標があれば、どのようなものかお書きください。

(1) 定量的指標…

--

(2) 定性的指標…

--

5. 平成24年度の貴美術館の事業にかかる予算合計額はいくらですか。また、入場者数は何人ですか（それらに関する資料があればご同封送付いただければ幸いです）。

--

6. 貴市の創造都市政策に位置付けられた事業と貴美術館の連携について、どのようにお考えですか。

- | |
|---|
| ①今後、より連携して取り組みたい ②今後は連携していく予定 ③連携は難しい
④今のところ連携の予定はない |
|---|

7. 6. で回答頂いた点について、その理由はどのようなことですか。

--

8. 貴市において市立美術館が果たす役割、機能とは主にどのようなものであるとお考えですか。各項目について、重要とお考えになられている順に高い方から3段階で丸をつけてご回答ください。（3…重要 ・ 2…普通 ・ 1…それほど重要ではない）

- ①市民への芸術発信の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ②地元のアーティストや芸術家発掘、紹介の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ③アーティストや芸術家の発表の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ④教育の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑤人材と産業の交流の結節点（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑥創造都市政策における事業の実践の場（ビエンナーレ会場など）（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑦市民の交流の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑧NPOや市民の連携の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑨地域芸術や地場産業の継承、発信の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑩市外、国外への芸術の発信の場（ 3 ・ 2 ・ 1 ）
- ⑪その他（ 3 ・ 2 ・ 1 ）

（内容： ）

9.8. の各項目の中でも特に重要とお考えになられているものの番号をご回答ください。

10. 最後に、美術館の企画や事業を運営する中で、将来的に期待することはなんですか？今後の展望など自由にお書きください

※ ご回答ありがとうございました。恐れ入りますが、ご回答いただいた美術館名と担当者様の部署名、お名前、ご連絡先、e-mailアドレス等を、お教え頂ける範囲でご記入頂ければ幸いです。

[部署名]

[お名前]

[電話番号]

[e-mail]

回答結果（選択式）

[illegible]

質問3. (1)美術館で重点を置いている実践	札 芸	鶴 ヶ ア	新 美 横 美	新 美 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①地域や市民への啓発	○	○	—	○			○	○		○	○		○
②域内アーティストや人材との連携			—	○	○								
③地元創造産業などの連携			—										
④地元教育機関などとの連携・協働			—	○			○						
⑤地域の知名度の向上			—										
⑥その他(具体内容は別表)			○	—					○			○	

質問3. (2)のような主体と協力、連携しているか	札 苺	鶴 岡	横 浜	新 美	金 沢	浜 美	名 美	大 美	神 戸	神 博	篠 原	高 美	北 美
①企業(地元・外部)		○	○	○	地	地		地	○				
②大学等研究機関(地元・外部)	○		○		○	地		地	○	○		○	
③NPO(地元・外部)						地		地			○		
④ボランティア	○	○	○	○	○					○		○	○
⑤作家・アーティスト					○	○			○			○	
⑥他の文化施設(具体内容は別表)		○	○	○		○	○		○		○	○	
⑦協働関係はない													
⑧その他(具体内容は別表)				○							○	○	

質問3. (2)事業を進める上で困難を感じている点	札幌 芸芸	鶴岡 ア	横濱 美	新美 美	金沢 21	浜美 美	名美 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①予算の確保	○		○	—	○	○	○	○	○	○			○
②人材の確保		○	○	—	○	○			○				○
③美術館内の担当課間調整				—	○			○					
④専門的知識やノウハウの取得		○		—		○							○
⑤アーティストや専門家等との協力確保				—									
⑥他の文化・芸術団体との連携				—				○	○				
⑦NPOやボランティア団体との連携				—									
⑧他の文化施設等との連携				—			○						
⑨地元からの理解				—									
⑩住民への周知		○		—			○			○			
⑪その他(具体内容は別表)			○	—		○							

質問4. 美術館の事業や実践に対する評価指標	札 芝	鶴 岡	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 原	高 美	北 美
定量的指標	なし	○	—	なし	※	○	○	○	○	○	なし	○
定性的指標	なし	○	なし	なし	※	なし	○	○	○	なし	なし	○

質問6. 市の創造都市政策との連携について	札 苺	鶴 ア	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 歴	高 美	北 美
①今後、より連携して取り組みたい			○	○		○		○	○	○		○	○
②今後は連携していく予定													
③連携は難しい													
④今のところ連携の予定はない	○	○			○		○				○		

質問8. 美術館が市において果たす機能、役割 (重要と考えている順に高いほうから三段階)	札 芸	鶴 美	横 美	新 美	金 21	浜 美	名 美	大 美	神 フ	神 博	篠 徑	高 美	北 美
①市民への芸術発信の場	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
②地元のアーティストや芸術家発掘、紹介の場	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
③アーティストや芸術家の発表の場	3	2	3	3	3	3	1	3	2	1	1	3	3
④教育の場	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
⑤人材と産業の交流の結節点	3	2	1	2	2	3	1	1	3	1	1	2	2
⑥創造都市政策における事業の実践の場	3	2	3	2	1	2	2	1	2	2	1	3	2
⑦市民の交流の場	3	3	2	3	3	2	1	2	1	2	2	2	3
⑧NPOや市民の連携の場	3	2	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2
⑨地域芸術や地場産業の継承、発信の場	3	2	2	3	3	3	1	1	2	2	3	2	2
⑩市外、国外への芸術の発信の場	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	2
⑪その他(具体内容は別表)			3					1				3	

質問9. 質問8で特に重要と考える項目	札幌	鶴岡	横濱	金沢	新潟	浜田	名門	大田	神戸	神奈	藤原	高松	北門
回答番号	④	⑦	①	一	⑦	①	①	①	①	①	④	①	一

回答結果（自由記述式）

質問2.市が掲げる創造都市政策や施策に関連する事業（質問1で②と回答の美術館）	回答
札幌芸術の森美術館	創造都市さっぽろを推進事業として掲げられる「札幌国際芸術祭2014」への協力
鶴岡アートフォーラム	・館として事業を行っていないが、展示会場として貸し出している ・食文化創造都市推進プロジェクト
横浜美術館	ヨコハマトリエンナーレ2014
浜松市美術館	創造都市として、より一層飛躍できるような展覧会・イベントの内容となるよう常に心掛けている
大阪市立美術館	大阪ミュージアム構想等、地域との連携
神戸ファッション美術館	ファッションもデザインの一部として、当館が行う特別展示はデザイン都市政策の関連事業として位置付けている
神戸市立博物館	海外展など展覧会の開催
高松市美術館	産業、ものづくり、観光、スポーツ、国際交流などに関する施策等を一体的に推進することにより高松の都市ブランドイメージの恒常を積極的かつ効果的に固りながら「瀬戸の都、高松」の魅力を全世界に発信するもの
北九州市立美術館	本市の基本計画において「芸術・文化の振興」が掲げられ、その中で芸術文化の担い手の育成など推進することとしている。具体的に展開している事業としては、美術ボランティア制度を導入しており、市民はこのボランティア活動を通じて自己実現を図るとともに美術館の運営にも参画している

質問7. 質問6の回答理由	回答
札幌芸術の森美術館	現在進行中の国際芸術祭は連携事業の大きなひとつとしてあるが、それ以外については特に具体的なプロジェクトや事業は見当たらないため
鶴岡アートフォーラム	利用申し込みがないため
横浜美術館	ヨコハマトリエンナーレという国際展を開催することは当館の強い特徴となり他館と差別化されたアイデンティティをもつこととなる。また国際的発信力も増す
新潟市美術館	市の美術館なので政策に基づいて運営していく
浜松市美術館	創造都市政策を推進してゆくには、文化・芸術分野における積極的な事業展開が必要不可欠であると考えため
名古屋市美術館	地元商店街、近隣の文化施設等と連携している「芸術と科学の杜」事業に注力するため
神戸ファッション美術館	市の公の施設として市の施策と連携していく必要がある
神戸市立博物館	「デザイン都市神戸」は政策全体の取り組みであり、戦略の方向性は、博物館の使命と同じ
高松市美術館	文化芸術の創造性の活用が創造都市政策においてうたわれているため

10.美術館の企画や事業を運営する中で、将来的に期待すること、今後の展開など	回答
札幌芸術の森美術館	これまで通り、意義深く、内容の充実した展覧会企画とまちがいのない文化遺産の保存・管理。そして子供から高齢者まで幅広く利用できる生涯学習の場として運営を行うこと
鶴岡アートフォーラム	市民の芸術活動を促進する様な企画、事業の展開
横浜美術館	ヨコハマトリエンナーレという国際展を開催することは当館の強い特徴となり、他館と差別化されたアイデンティティをもつこととなる。また国際的発信力も増す
金沢21世紀美術館	北陸新幹線開通を見据え、さらなる来場者の増加に結びつく様な企画を実施する
浜松市美術館	現在の館運営では、展覧会やワークショップなどが主となっており、市民の交流の場を創出するところまで手が回らない状態であるため、芸術発信と交流、創造とつながるよう事業展開をしてゆきたいと考えている
名古屋市美術館	国際文化都市にふさわしく、優れた作品を紹介し、海外の美術館との連携を進めていく
神戸市立博物館	本館は博物館であり「芸術」は現代作家のそれではなく、人類の文化遺産として理解している
高松市美術館	時代に則した新しいことへの対応も必要だが、美術館の基本原則（充実した展覧会の開催、価値ある作品の収集）をオーソドックスに“やり続けること”

〈創造都市政策の推進に関するアンケート調査ご協力のお願ひ〉

現在、我が国における都市の再生・成長の起爆剤として、文化芸術をはじめとする「創造性」に焦点を当て実践されている「創造都市」政策についての研究・調査をすすめております。

その中で、本調査では、先行事例にもしばしばとりあげられ、創造都市政策や創造産業に係る実践を行われているユネスコ創造都市ネットワーク認定登録都市に着目いたしました。

先進的な創造都市では優れた事例を多数生み出しているものの、各都市における具体的な施策の実態とその広がり、取り組み主体や主体間の関係性など、未だ多くの点で十分な検討がなされておりません。このような点から、各都市における創造都市政策がどのような位置づけ、目標のもとに推し進められ、アウトプットとしてどのような広がりを見せているのかについて、体系的に整理し、比較考察する事を目的に研究を進めております。

そこで、ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、貴市の創造都市としての取り組みや実践に関しまして、各質問項目へのご回答をお願い申し上げます。

尚、ご回答頂いた本アンケート結果は、研究論文執筆の際の貴重なデータとして活用させて頂き、学会発表や研究論文の投稿という形で反映させ、今後の創造都市政策の実践に役立つものとなしたいと考えております。

また、大変お手数をおかけいたしますが、本調査票は、平成27年5月29日（金曜日）までに同封しております返信用封筒にてご郵送いただけますよう、お願い申し上げます。

平成27年5月11日

兵庫県立大学 大学院 環境人間学研究科

都市計画研究室：立花 晃

〈本調査に関するお問い合わせ先〉

兵庫県立大学環境人間学研究科

担当：立花 晃（大学院 博士後期課程）

（指導教員 福島徹教授）

〒670-0071 兵庫県姫路市新在家本町1丁目1番12号

e-mail: ne10s004@stshse.u-hyogo.ac.jp

研究室URL: <http://www.shse.u-hyogo.ac.jp/fukushima>

Tel（担当者携帯）：080-4706-0083

〈 創造都市政策の推進に関するアンケート 〉

1. 貴市において創造都市政策を主管する行政部署（局・部・課・係）名をお書きください。

2. 上記 1.の主管部署で創造都市政策に関する施策や事業を担当されている方の中で、文化政策に関する専門性や携わった経験をお持ちの方は居られますか、またどのくらいの割合ですか。

3. 文化芸術のもつ創造性を地域づくりや活性化に活用するようになったのはいつ頃ですか。
また、そのきっかけは何ですか。

4. 創造都市政策を進める上で困難さを感じておられる点はどのようなことですか（複数可）。

- ① 予算の確保 ② 担当職員の確保 ③ 部局間調整・連携関係の構築 ④ 専門的知識やノウハウの取得 ⑤ アーティストや専門家等の協力確保 ⑥ 文化・芸術団体との連携
⑦ NPO やボランティアとの連携 ⑧ 文化施設等との連携 ⑨ 地元経済界の理解
⑩ 住民への周知 ⑪ その他（具体的に： ）

5. 上記 4.で感じておられる困難さを乗り越えるためにどのような工夫や取り組みをしておられますか。

6. 創造都市政策に関する事業は、既存事業との関係で次のどれに該当しますか（一つ）。

- ① 独立型（既存の事業とは独立して、新規体系として展開）
② 連携型（既存の他の事業と連携しつつ、一定の独立性をもった新規体系として展開）
③ 統合型（既存の事業を重要な要素としてとりこみ、それらの関連づけ・方向づけにウェイト置きながら、一定の新規事業も展開）
④ その他（ ）

12. 文化芸術創造都市事業の基幹部分は、行政とその他の地域主体のどのような関係の中で企画・運営されていますか（一つ）。

- ① 政主導型（主に行政が方針を考え、地域主体が協力して運営している）
- ② 地域主導型（主に地域主体が企画・運営し、行政がそれを支援している）
- ③ 官民共同型（行政と地域主体が共同する組織・機関を設置しそこが企画・運営している）
- ④ その他（ ）

13. 平成 25 年度、及び本年度の創造都市政策に関する事業と、それに関連する文化事業の合計予算額はそれぞれおおよそいくらですか。また予算全体に占める比率は何%ですか。

25 年度	①合計予算額	千円	②比率	%
26 年度	①合計予算額	千円	②比率	%

〈 ユネスコ創造都市ネットワークに関する質問 〉

1. 創造都市ネットワークへの認定・登録に関し、市民の認知度をどのように捉えておられますか（一つ）。

① 多くの市民に認知されていると思う ② 比較的認知されている方である ③ それほど認知されていないと思う

2. 上記 1.に関して、認知度を高めるために、どのようなプロモーションをしておられますか。

3. 認定登録分野である（クラフト&フォークアート分野）についてお尋ねします。

- (1) 当該分野について、創造都市政策を進める上でキーとなる施設（例えば美術館や商工会議所など）や創造産業、または事業はありますか。具体的にあればお書きください。

- (2) 市民や創造産業とどのような関わりの中で政策や施策・事業を進めて居られますか。

4. 最後に今後の創造都市としての貴市の将来像や展望などについてご自由にお書きください。

※ここまでのご回答誠にありがとうございました。今後、補足的に質問させていただくかも知れません。差し支えなければ、回答者のお名前と連絡先をご記入ください。

〔部署名〕

〔お名前〕

〔電話番号〕

〔e-mail〕

〈 創造都市ネットワーク日本に関する質問 〉

1. 創造都市ネットワーク日本への登録に関し、市民の認知度をどのように捉えておられますか（一つ）。

① 多くの市民に認知されていると思う ② 比較的認知されている方である ③ それほど認知されていないと思う

2. 上記 1.に関して、認知度を高めるために、どのようなプロモーションをしておられますか。

- 3.ユネスコ創造都市ネットワークへの認定・登録についてどのようにお考えですか。

①認定を目指し、実行委員会などの申請団体や推進会議等を設けている。 ②認定を目指しているが、特に担当の母体は設けていない。 ③今のところ認定は目指していない

- 4.上記 3.で①又は②とお答えになった場合、7 分野の内どの分野で目指して居られますか？

- 5.上記 4.の当該分野について、創造都市政策を進める上でキーとなる施設（例えば美術館や商工会議所など）や創造産業、または事業はありますか。具体的にあればお書きください。

6. 最後に今後の創造都市としての貴市の将来像や展望などについてご自由にお書きください。

※ここまでのご回答誠にありがとうございました。今後、補足的に質問させていただくかも知れません。差し支えなければ、回答者のお名前と連絡先をご記入ください。

〔部署名〕

〔お名前〕

〔電話番号〕

〔e-mail〕

回答結果

1. 貴市において創造都市政策を主管する行政部署（局・部・課・係）名をお書きください。	
札幌市	市長政策室政策企画部創造都市推進担当課
鶴岡市	企画部政策企画課食文化推進室
金沢市	都市政策局企画調整課
浜松市	企画調整部企画課創造都市推進グループ
名古屋市	市民経済局文化観光部文化振興室企画事業係
神戸市	企画調整局デザイン都市推進室
横浜市	横浜市文化観光局創造都市推進課

2. 上記1.の主管部署で創造都市政策に関する施策や事業を担当されている方の中で、文化政策に関する専門性や携わった経験をお持ちの方は居られますか、またどのくらいの割合ですか。	
札幌市	おりません
鶴岡市	該当ございません
金沢市	いない 0%
浜松市	グループ職員7名中、1名がコンサートホール勤務経験あり ※場を基準に専門性を計るのが不明。ほかに産業振興課や生涯学習課から異動してきた職員もありその勤務経験は創造都市推進事業に推進に充分生かされている。
名古屋市	特になし
神戸市	1/9名
横浜市	創造都市政策に関する専門職は居りませんが、当課の職員32名のうち半数以上が所属2年目～4年目です。

3. 文化芸術のもつ創造性を地域づくりや活性化に活用するようになったのはいつ頃ですか。また、そのきっかけは何ですか□	
札幌市	2006年3月「創造都市さっぽろ(sapporo ideas city)宣言」以降
鶴岡市	本市は平成22年3月策定の市総合計画実施計画において、「鶴岡ルネサンス宣言」に基づく、市政運営の重点方針として、「創造文化都市」を掲げている。そして、同年11月には、農林漁業と商工、観光、大学等の関係15機関でつるか農商工観光連携総合推進協議会を設立し、食文化を核とした創造都市政策を開始している。（平成23年度に、同協議会を母体に鶴岡食文化創造都市推進協議会を設立）
金沢市	2001年 民間経済団体が、金沢創造都市会議を開始したこと
浜松市	昭和56年。浜松総合計画に「音楽のまちづくり」を掲げた。
名古屋市	平成22年3月に「名古屋市文化振興計画」を策定し、文化によるまちのにぎわいづくりやクリエイティブ・デザインシティに係る取り組みを計画に位置づけました。
神戸市	阪神淡路大震災以降。それ以前から「ファッション都市」「アーバンリゾート都市」といった都市像を掲げていたが、震災の復興の過程の中で、「デザイン」視点で神戸を見つめなおし、新たな魅力・活力を創出し、くらしの豊かさを創造する都市戦略「デザイン都市・神戸」を進めている。
横浜市	みなとみらい地区(1983年着工)が業務施設や特色ある商業施設の整備により賑わいを増していく一方、開港以来横浜の中心となっていた関内地区などの都心部では開校当時の近代建築など歴史的建造物の消失やオフィスビルの空室率が増えるなど、経済・文化の両面での活力が失われつつありました。この状況を脱し、再び横浜の魅力を取り戻すため、2004年、有識者で構成された「文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会」からの提言により都心部の再生を目指して本誌の創造都市(クリエイティブ・シティ)の取り組みが始まりました。

4. □創造都市政策を進める上で困難さを感じておられる点はどのようなことですか（複数可）。	
札幌市	③部局間調整・連携関係の構築 ⑨ 地元経済界の理解 ⑩ 住民への周知
鶴岡市	①予算の確保 ③ 部局間調整・連携関係の構築
金沢市	①予算の確保
浜松市	②担当職員の確保 ③ 部局間調整・連携関係の構築 ④ 専門的知識やノウハウの取得
名古屋市	①予算の確保 ④ 専門的知識やノウハウの取得 ⑤ アーティストや専門家等の協力確保 ⑥ 文化・芸術団体との連携 ⑨ 地元経済界の理解
神戸市	①予算の確保 ⑩ 住民への周知
横浜市	①予算の確保 ⑩ 住民への周知

5. 上記4.で感じておられる困難さを乗り越えるためにどのような工夫や取り組みをしておられますか。	
札幌市	部局間連携強化のための庁内連携組織の設置、産学官連携組織である創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会の設立、実行委員会による各種創造都市関連事業の実施、事業実施を通じた市民周知、理解の推進
鶴岡市	①・・・国(文化庁、厚生労働省等)の補助金導入 ③・・・関係課を構成員とする食文化創造都市推進庁内会議を定例開催
金沢市	ー
浜松市	「創造都市・浜松」推進のための基本方針」を策定し、産学官民の協働による浜松市創造都市推進会議を設置。
名古屋市	財源確保のため、国の補助金の活用、協賛企業の募集等を行っています。
神戸市	○予算項目の整理、事業の選択と集中、政策会議における市長への提案。 ○デザイン・クリエイティブセンター神戸(KIITO)の周知および利用促進、同センターでのイベント実施。広報課との緊密な連携(広報誌、市政記者室の最大活用)。フリーペーパー「f. Dock」の発行WEBサイト運営(クリエイター向け「KOBE DESIGN HUB」)、メルマガの配信など。
横浜市	創造都市政策の要である、創造界隈拠点(都心臨海部の歴史的建造物や倉庫等を活用した、アーティスト・クリエイター等の制作・滞在・発表の拠点)の認知度工場を目指し、本誌の次期中期4か年計画(2014～2017)(案案)において、市内認知度の具体的数値目標を設定しました。目標達成に向けて効果的な広報活動を推進する予定です。また、中期4か年計画で具体的な施策を具体的な施策を定めることにより、各年度予算確保をはかります。

6. 創造都市政策に関する事業は、既存事業との関係で次のどれに該当しますか（一つ）。	
札幌市	③統合型
鶴岡市	③連携型
金沢市	②連携型
浜松市	③統合型
名古屋市	③統合型（創造都市事業とその他事業の区分はしておりません）
神戸市	②連携型
横浜市	②連携型 ④その他（平成23年度機構改革により事業本部から文化観光局の一課となりました。）

7. 貴市の政策方針の中で創造都市に関する事業はどのように位置づけられていますか（複数可）。	
札幌市	① 総合計画の中に位置づけられている
鶴岡市	① 総合計画の中に位置づけられている ②本年度の施策方針で重点施策とされている
金沢市	③重点事業の一つとして採択されている
浜松市	① 総合計画の中に位置づけられている ②本年度の施策方針で重点施策とされている ③重点事業の一つとして採択されている
名古屋市	④その他 明確に「創造都市事業」を位置づけているわけではありませんが、名古屋市文化振興計画重点プロジェクト（平成25～28年度）「1 文化の振興による都市魅力の向上と発信」に属する事業がその趣旨に近いものと考えています。
神戸市	① 総合計画の中に位置づけられている
横浜市	① 総合計画の中に位置づけられている ④その他（「横浜市文化芸術創造都市施策の基本的な考え方」）

8. 上記7.の計画、事業名は何ですか。	
札幌市	総合計画「札幌市まちづくり戦略ビジョン」は、ビジョン編と戦略編で構成されているが、ビジョン編で設定した目指すべき都市像を実現するため、戦略編で8つ創造戦略を設定している
鶴岡市	鶴岡市総合計画実施計画
金沢市	世界の交流拠点都市金沢 重点戦略計画
浜松市	計画名：・浜松市基本構想「浜松市未来ビジョン」 ・浜松市基本計画「浜松市未来ビジョン 第1次推進プラン」 ・浜松市戦略計画2015 ・「創造都市・浜松」推進のための基本方針 事業名：創造都市推進事業 ※企画課創造都市推進グループが直接執行する事業の名称としては「創造都市推進事業」の1本となるが、このほか、文化政策課や産業振興課など関連課が行う多くの事業も創造都市推進に寄与するものである。
名古屋市	名古屋市文化振興計画重点プロジェクト（平成25～28年度）1 文化の振興による都市魅力の向上と発信（事業例） あいちトリエンナーレ、名古屋フィルハーモニー交響楽団、やっとかめ文化祭 ナゴヤまちかどアンサンブル、クリエイティブ・デザインシティネットワークの活用
神戸市	第5次神戸市基本計画「神戸づくりの指針」「神戸2015ビジョン」
横浜市	①横浜市中期4か年計画（2010～2013） ②「横浜市文化芸術創造都市施策の基本的な考え方」

9. 主管部署以外で、創造都市政策に関係する事業の企画・実施に関与している主な行政部署（局・部・課・係）名を5つ以内でお書きください。	
札幌市	観光文化局文化都市市民文化課、国際芸術祭担当部 経済局国際経済戦略室コンテンツ産業担当課
鶴岡市	上記5の庁内会議構成員 農林水産部（農政課・農山漁村振興課）、商工観光部（商工課・観光物産課） 事業によって、健康福祉部（健康課・子育て推進課）、教育委員会、農業委員会等とも連携
金沢市	都市政策局文化政策課 市長公室国際交流課 経済局クラフト政策推進課 経済局ものづくり産業支援課 経済局観光交流課
浜松市	市民文化政策課 産業部産業振興課 産業部観光振興課 企画調整部国際課
名古屋市	市民経済局産業部次世代産業振興課
神戸市	産業振興局経済部工業化 住宅都市局計画部町のデザイン室
横浜市	文化観光局魅力づくり室企画課

10. 創造都市政策に関する事業の企画・運営に係わっている、または協力関係にある行政組織外の団体・	
札幌市	約25団体
鶴岡市	鶴岡食文化創造都市推進協議会構成団体 22団体 [産 業 界]JA鶴岡、JA庄内たがわ、出羽庄内森林組合、 温海町森林組合、山形県漁業協同組合、鶴岡商工会議所、 出羽商工会、鶴岡市観光連盟、庄内地域産業振興センター [大 学 等]山形大学農学部、鶴岡工業高等専門学校、慶應義塾大学先端生命科学研究所、 東北公益文科大学 [有 識 者]食の都庄内親善大使、山形在来作物研究会、 庄内浜文化伝道師協会、荘内日報社、山形新聞社 [市民団体]食育・地産地消推進協議会、食生活改善推進協議会 [行 政]山形県庄内総合支庁、鶴岡市
金沢市	約10団体
浜松市	約2団体（※） ※考え方により数が変わる。この2団体は「浜松市文化振興財団」「浜松市創造都市推進会議」を指す。楽器メーカーや合唱、吹奏楽の連盟などは、浜松市創造都市推進会議傘下の音楽専門部会に参加しているため個々には数えず。また、文化政策課や浜松市文化振興財団が開催する大型事業は事業ごとに実行委員会を組織するので多数存在（ただし、それらは創造都市推進に寄与する事業の運営組織ではあっても、「創造都市政策」そのものを推進する団体ではない）。なお、「事業の企画・運営」との質問であるが、「調査研究」を含めるのであれば、「静岡文化芸術大学」を加えて「3」としたい。
名古屋市	不明
神戸市	約10団体
横浜市	約5団体（※）

11. 上記10.の中でも特に関係の強い、または活発に活動を行っている団体・組織等の名前をお書き下さい（5つまで）。	
札幌市	札幌メディアアーツラボ 概要 創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会の下部組織として、メディアアーツの研究者や企業関係者で構成する産学官研究組織であり、メディアアーツイベント、国際会議などを開催している
鶴岡市	山形大学農学部、食の都庄内親善大使、山形在来作物研究会、庄内浜文化伝道師協会 鶴岡市食育・地産地消推進協議会
金沢市	金沢経済同友会 金沢市工芸教会 金沢市商工会議所 金沢クラフトビジネス創造都市機構 金沢美術工芸大学（これらの経済団体、工芸団体、学術の関係者と市で金沢創造都市推進委員会を組織し、事業を推進しています。）
浜松市	浜松市創造都市推進会議、浜松市文化振興財団、※「研究調査」も含めるのであれば「志津夫か文化芸術大学」を加える。
名古屋市	公益財団法人名古屋市文化振興事業団、国際デザインセンター
神戸市	商工会議所、KIITO（正式名：デザイン・クリエイティブセンター神戸）、神戸芸術工科大学、
横浜市	・横浜芸術文化振興財団（施設等名称：ヨコハマ創造都市センター） ・NPO法人BankART1929（施設等名称：BankART Studio NYK） ・NPO法人アートプラットフォーム（施設等名称：急な坂スタジオ） ・NPO法人黄金町エリアマネジメントセンター（施設等名称：初黄・日ノ出町文化振興拠点施設） ・（株）ワコールアートセンター（施設等名称：象の鼻テラス） （※）創造界隈拠点の運営5団体に限り回答しています。この他、創造都市施策に関する女性メニューを活用している民間主体の団体等がありますが、年度により団体数が異なるため、上記10および11の回答を5団体としています。

12. 文化芸術創造都市事業の基幹部分は、行政とその他の地域主体のどのような関係の中で企画・運営されていますか（一つ）。	
札幌市	①政主導型
鶴岡市	③官民協働型 鶴岡食文化創造都市推進協議会が主体となり、食文化を地域振興に活かすモデル事業の実施や、飲食店同士の連携、生産者・料理人・食品加工等分野を超えた連携などを促進する事業を企画・運営している。
金沢市	③官民協働型
浜松市	③官民共同型
名古屋市	③官民共同型
神戸市	①政主導型
横浜市	④その他（①と②）

13. 平成25年度、及び本年度の創造都市政策に関する事業と、それに関連する文化事業の合計予算額はそれぞれおおよそいくらですか。また予算全体（一般会計）に占める比率は何%ですか。	
札幌市	25年度 ①合計予算額 104,064千円（うち芸術祭関連74,000千円） ②比率 0.01% 26年度 ①合計予算額 487,064千円（うち芸術祭関連448,000千円） ②比率 0.06%
鶴岡市	25年度合計予算額 17,290千円 ②比率0.03% 26年度合計予算額 14,459千円 ②比率0.02%
金沢市	25年度 ①合計予算額 472,258千円 ②比率 3.0% 26年度 ①合計予算額 450,577千円 ②比率 2.8%
浜松市	25年度 ①合計予算額 2,487,809千円 ②比率 40.8% ※0.9% 26年度 ①合計予算額 1,652,685千円 ②比率 29.0% ※0.6%
名古屋市	25年度 ①合計予算額 4,886,540千円（文化振興事業費＋ユネスコ・デザイン都市なごや推進事業実行委員会予算） ②比率 創造都市政策の区分はありません。 26年度 ①合計予算額 3,327,598千円 ②比率 創造都市政策の区分はありません。
神戸市	25年度 ①合計予算額 182,713千円 ②比率 % ※0.03% 26年度 ①合計予算額 161,220千円 ②比率 % ※0.02%
横浜市	25年度 ①合計予算額 本誌歳出総予算額 1,536,901,954千円 文化観光局予算 8,843,680千円 うち創造都市推進費 1,704,377千円 ②比率 文化観光局予算/本誌歳出予算 0.58% 26年度 ①合計予算額 本誌歳出総予算額 1,418,208,170千円 文化観光局予算 7,201,426千円 うち創造都市推進費 1,377,442千円 ②比率 文化観光局予算/本誌歳出予算 0.51%

回答結果（ユネスコ CCN）

1. 「創都市ネットワークへの認定・登録に関し、市民の認知度をどのように捉えておられますか（一つ）。	
札幌市	③ それほど認知されていないと思う
鶴岡市	② 比較的認知されている方である
金沢市	② 比較的認知されている方である
浜松市	※特に認知度を計測していない
名古屋市	③ それほど認知されていないと思う
神戸市	③ それほど認知されていないと思う
2. 上記1.に関して、認知度を高めるために、どのようなプロモーションをしておられますか。	
札幌市	登録分野であるメディアアーツ活用した市民に分かりやすいイベントなどを通じて、登録の意義などの周知を図っている
鶴岡市	広報、HP、facebook、鶴岡食文化女性リポーターの組織化、鶴岡ふうどガイドの育成等
金沢市	ホームページによる広報、ロゴマーク・シンボルマークの活用等。 2015年には、年次総会を開催します。
浜松市	公式ウェブサイト、フェイスブックでの情報発信、リーフレット・DVD（動画サイトへも登録）の製作、音楽事業の開催・冠付け
名古屋市	市公式ウェブサイトや「ユネスコ・デザイン都市なごや」専用のウェブサイトにおいて、イベント等各種事業のお知らせや、ネットワーク制度の説明、デザイン都市なごやの歩みなどについて紹介しています。また、facebookなどのSNSでも情報を発信しています。他にも、庁内各局や他団体のデザイン関連事業と連携し、「ユネスコ・デザイン都市なごや」の露出の機会を増やすよう努めています。
神戸市	広報物（ポスター・チラシ・WEBサイト等）、市の封筒、名刺におけるロゴマークの最大活用
3. 認定登録分野である（メディア・アート、食文化、クラフト&フォークアート、音楽、デザイン）についてお尋ねします。	
1) 当該分野について、創造都市政策を進める上でキーとなる施設（例えば美術館や商工会議所など）や創造産業、	
札幌市	札幌駅前通地下歩行空間北2条広場メディア空間、札幌メディアアーツラボ（産学官連携組織である実行委員会下部組織）、初音ミク（クリプトン・フューチャー・メディア）など
鶴岡市	施設は該当ございません 創造産業（農林水産業、食品製造、飲食、観光等の食に関わる産業における創造性を高めることを目的とした事業を展開） 事業・・・別添 鶴岡食文化創造都市推進協議会事業実績、事業計画
金沢市	金沢美術工芸大学、金沢卯辰山工芸工房、金沢職人大学校、金沢21世紀美術館、金沢市民芸術村
浜松市	（施設）アクトシティ浜松、浜松楽器博物館ほか （事業）浜松国際ピアノコンクール、静岡国際オペラコンクール、アクトシティ音楽院 他多数
名古屋市	株式会社国際デザインセンター
神戸市	デザイン・クリエイティブセンター神戸（愛称:KIITO）
(2) 市民や創造産業とどのような関わりの中で政策や施策・事業を進めて居られますか。	
札幌市	文化芸術がもたらす感動は、人々の創造的な活動や発想へとつながり、まちの魅力向上や地域経済を牽引する源になると考えのもと「創造都市さっぽろ」の取り組みを進めている
鶴岡市	農林水産業、食品製造、飲食、観光等の食に関わる産業における創造性を高めることを目的とした事業を展開
金沢市	民間の経済団体、工芸団体、学術の関係者と行政とで組織した金沢創造都市推進委員会が中心となって事業の計画・推進を行なっています
浜松市	以下の5つの観点を柱として個別事業を推進する（「創造都市・浜松」推進のための基本方針） (1)新たな発想を喚起する創造空間の演出 (2)創造性あふれる市民活動の促進 (3)魅力ある地域資源の活用 (4)「浜松ものづくり」を原点とした創造産業の創出 (5)創造都市ネットワークを軸とした発信・交流・連携
名古屋市	名古屋市ではユネスコ・デザイン都市なごやの推進として、名古屋市、株式会社国際デザインセンター、名古屋商工会議所、中部デザイン団体協議会の4者で実行委員会を構成して事業を実施しています。過去の事業においては、あいちトリエンナーレ2013オフィシャルグッズの学生コンペティションでは提案されたグッズのうち3点が実際に商品化されました。また、オーストリア・グラーツの国際イベント「デザインモナートグラーツ」に招待を受け、名古屋とグラーツ学生との交流プロジェクトでリサーチしたデザインや文化、名古屋圏のプロダクツを展示紹介しました。
神戸市	デザインに関わるイベント、ワークショップ、ゼミ、セミナー等の企画を通じて、市民とクリエイターを結びつける事業を進めている。
4. 最後に今後の創造都市としての貴市の将来像や展望などについてご自由にお書きください。	
札幌市	ユネスコが認めるメディアアーツ都市という都市ブランドや同ネットワークを生かして、文化を軸とした他の加盟都市との新たな交流や、関連事業を通じた人材育成を図り、産業振興など札幌の活性化につなげていきたい
鶴岡市	別添 鶴岡食文化創造都市推進プラン
金沢市	2015年に、ユネスコ創造都市ネットワークの世界会議を、国内ではじめて金沢で開催します。これを期に、創造都市間の交流を活性化させ、国際的な観点から、人材育成の活性化を図っていくことが出来ると考えています。
浜松市	浜松市が目指す創造都市像の姿（「創造都市・浜松」推進のための基本方針） ・浜松のものづくりや音楽、多文化共生などの根拠にある「やままいか精神」「柔軟で寛容な市民性」が、まちづくりや暮らしに広く活用されていく ・市民が常に新しい試みにチャレンジし、次々と新しい価値を生み出していく ・創造的な人材が集積し、日常空間を創造空間（魅力的な都市空間）に変え、市民の暮らしに刺激を与えていく ※浜松基本構想「浜松未来ビジョン」も参照いただきたい。（浜松公式ウェブサイトに掲載）
名古屋市	地域資源である文化と産業が相互に刺激しあい、付加価値を高めていく取り組みを促進するため、デザイン、ファッション、コンテンツ、伝統産業などのクリエイティブ産業を強化します。ユネスコ創造都市ネットワークを活かして、「デザイン都市なごや」の国際的な情報発信、人材育成・啓発などを行っていきます。
神戸市	住み続けたいまち、訪れたいまち、持続的に発展するまちを目指して、文化・教育に携わる人々や企業だけではなく、すべての市民が神戸の持つ強みを活かし、デザインによって新たな魅力を「協働と参画」で創造する都市を実現するべく、「まちのデザイン」「モノづくりのデザイン」「くらしのデザイン」を基本方針に各事業を進めていく

回答結果（CCNJ）

1. 〇創都市ネットワーク日本への登録に関し、市民の認知度をどのように捉えておられますか（一つ）。	
横浜市	③ それほど認知されていないと思う
2. 上記1.に関して、認知度を高めるために、どのようなプロモーションをしておられますか。	
横浜市	本誌単独での活動はしていません。CCNJとして、市民向けのイベント等を通じた広報活動を実施しています (現在の代表幹事都市:金沢市)
3. ユネスコ創造都市ネットワークへの認定・登録についてどのようにお考えですか。	
横浜市	③今のところ認定は目指していない
4. 上記3. で①又は②とお答えになった場合、7分野の内どの分野で目指して居られますか？	
横浜市	—
5. 上記4. の当該分野について、創造都市政策を進める上でキーとなる施設（例えば美術館や商工会議所など）や創造産業、または事業はありますか。具体的にあればお書きください。	
横浜市	—
6. 最後に今後の創造都市としての貴市の将来像や展望などについてご自由にお書きください。	
横浜市	創造都市ネットワーク日本(CCNJ)は、創造都市の取り組みを推進する(または推進しようとする)地方自治体等、多様な主体を支援するとともに、国および世界の創造都市間の連携・交流を促進するためのプラットフォームとして、平成25年1月13日に設立されました。 CCNJは、創造都市に関するあらゆる情報・知見・経験交流のハブ機能を担い、取り組み主体のサポート役に徹することを基本的な役割とし、我が国における創造都市の普及・発展を通じて日本社会の創造的な復興・再生に貢献するとともに、平和で強制的なアジア創造都市ネットワークを構築する礎となることを目指しています。 横浜市では、引き続きCCNJの目的達成に向け、自治体等とあらゆる交流を図っていきます。

第一回 クリエイティブ・コモンズ・ジャパン 渡辺智暁氏への質問項目

インタビュアー：立花晃

インフォーマント：渡辺智暁氏

ヒアリング実施日時：2011 年 10 月 28 日 13 時～18 時 30 分

場所：東京都六本木 国際大学 GLOOCOM（グローバルコミュニケーションセンター）

- ・ 内容：都市空間の重層性に着目、自律空間としてのオルタナティブの形成とアクティビスト・メディアとしての自律空間として分析

⇒オープンソース運動をはじめとした多元主義へのまなざしと実践

- ・ 理論的土台：カステル能登における、フローの空間、重層的空間としての都市における闘争と、実践主体

1.オルタナティブな空間に関する質問

- a. クリエイティブ・コモンズの活動は、オープンソースやコモンというものに、密接に関わっておられると思われますが、それらの概念は、サイバースペース上にどのような空間を形成しているのですか。また、どのようにあるべきだとお考えですか
- b. クリエイティブ・コモンズの活動は、ひとつには実社会における法体系、あるいは経済の文脈（メイン・ヘゲモニー）に対するひとつのオルタナティブ（あるいはオルタナティブな空間）というものを目指されていると思うのですが、それはどのような戦略的目的があつての事なのでしょう
- c. クリエイティブ・コモンズは組織的にライセンスを体系化し、わかりやすい条文とシンプルなマークで表されるライセンスレベルを自由に組み合わせて設定できるようになっていますが、現状主にどのような活動に利用されているのでしょうか
- d. レッシング氏らの著書の中で、あまり多数のライセンスの乱立は使用者の間での擦り合わせや利便性の問題からあまり好ましくないとの記述がありました。例えばオルタナティブとしてコンセプトの一部が類似する“d マーク”等の、ほかのライセンスも含めてどの程度のオルタナティブが遍在する状態が好ましいとお考えですか
- e. ライセンス NP0 としてのクリエイティブ・コモンズが今後担っていくべき社会的、政治的役割（自律空間として、またそこでのポリティクスとして）と、目指すべき方向性についてお聞かせください

- f. クリエイティブ・コモンズが目指す多元性とはどのようなものですか、また、そうした多元性を担保するにはこうしたインフラ（情報的・物質的・人的）が、自律的な空間において“ある”事が必要であると思われますが、これを担保するにはどのような事が必要であるとお考えですか

2. 自律空間を形成するエージェント、あるいはアクティビストについて

- a. 創造的人材としてのソーシャルアクティビスト、メディア・アーティストやハッカーといった、新たな技術や知識、コンテンツを用いて活動するエージェントたちが、今後、どのような形でライセンスを運用していく事が望ましいでしょうか
- b. そうした主体たちが、今後どのような空間を形成し、実社会や都市の中でどのような役割を果たす（あるいは果たすべきである）とお考えでしょうか
- c. クリエイティブ・コモンズのコンセプトは、その性質上作家個人や一つ一つの作品、のみならず、より拡大された、参加を伴うアソシエーションとしての創造的人材やアクティビストというものにより重点を置かれているように感じるのですが、今後ますます生み出されるであろうそのようなアソシエーションによる集合知や集会的作品をどのように位置づけておられますか
- d. ポスト・フォードイズム社会における新たな生産主体として、クリエイティブ・クラスあるいは創造都市といった議論が国際的にも、我が国においても叫ばれていますが、彼らは、消費空間から脱し、多元性を希求するような自立空間の形成主体となりうるでしょうか
- e. クリエイティブ・クラスがそうした主体として活動するために未だ不十分である点、あるいはコミットメントすべき点（ライセンスも含めて）があればお聞かせください
- f. デジタル技術のもたらした生産や消費の形態の多様化によってアマチュアとプロフェッショナルという領域の境界は曖昧になり、中間的なアーティストはさらに増大しました、彼らが今後、自らの作品や活動に自立性を与え、様々な形でオルタナティブな自立空間を形成するためにはどのような事が必要だとお考えですか
- g. 一方、全ての人々がアーティストたりうるという議論（梅田望夫：2006, 2007 など）すなわち総表現社会についての言説にはある種の限界もあると感じるのですが、彼らの活動が自律性を担保し、いきすぎた消費と私有化の文脈に陥らないようにするにはどのような事が必要でしょうか

3.都市（又は都市的なもの：ルフェーブル）における自立空間としてのクリエイ

ティブ・コモンズの役割

- a. 芸術家や作家が企業や事業者とあらたに創造的な関係を結ぶ中、コモンズのライセンスは従来、生産や消費の文脈でとらえられていたものにどのような変化をもたらす、あるいはもたらされるべきであるとお考えでしょうか
- b. 都市社会学者カステルによれば、都市におけるフローの空間とは、「特定地域への集中配置などおかまいなしに、さまざまな場所のあいだに社会過程、経済過程、国家過程といった基礎的過程を構築している情報、資本、権力の交換システムを指している」と説明しています。すなわち「ネットワークのシステム化＝サイバースペース」がフローの空間であると述べています。コモンズの活動も主にサイバー空間のネットワークにおける活動が主であると思われますが、これが実際の空間や都市における諸活動にどのような変化をもたらしていくとお考えですか
- c. bと関連して、一つのフローの空間、さらには自律空間としてのクリエイティブ・コモンズの活動は、この、都市空間の重層性の中で、どのようにリアルスペースとしての都市や、そこでの活動主体たちに影響をもたらしていくと思われますか
- d. サイバー空間のみならず、実際の都市空間においてアクティビストたちが労働、生産中心社会を超えて、新たな共同社会、あるいは多元主義を実現のための課題とはなんでしょうか

結び

クリエイティブな活動、あるいは多元性へのまなざしとは、労働を不要とすることでは無く、消費されるためだけの労働ではない、多様で創造的な空間や社会的活動へのアクセスの担保であると思われます。この過程に参加しうる開かれた公共的自律空間の形成の為に空間的、社会的実践として、クリエイティブ・コモンズの活動のような空間形成のプロセスそのものがクリエイティブな過程であると感じます。真の自律空間とは目的を所与のものとしてその手段を選択する空間ではなく、どのような社会を選択するかという目的そのものが問題化できる空間ではないでしょうか。

第二回 クリエイティブ・コモンズ・ジャパン 渡辺智暁氏への質問項目

インタビュアー：立花晃

インフォーマント：渡辺智暁氏

ヒアリング実施日時：2011 年 10 月 14 日 13 時～18 時 30 分

場所：国際大学 GLOOCOM

【インフラとしての CC ライセンスと、それを整備する NPO という主体 (agent) としての CCJP についての質問】

1.NPO としての役割についてどのように考えておられますか？ (CCJP として、個人として)

2.主体 (組織形態) として株式会社との違いはどのような点にあるのでしょうか？

3.NPO という組織の特徴からお聞きします

...例えばオルタナティブとしての (株式会社とは異なるという意味で) コープの場合、理念も資金もあり、草の根的運動として始まり、一般化されるにつれ理念／ポリティクスは次第に薄れていった訳ですが...

・CC 本部と組織形態として異なる点はどのようなところでしょうか？

・CC が普及すると共に理念の面もきちんと継承されていますか？

(CC 本部はレッシングという強力なリーダーが牽引しているわけですが...) また、その理由、課題、何が足りないのかなどお聞かせください

4.CCJP は CC 本部とどこまで一体で、CCJP の独自性の部分は特にどのあたりに現れていますか？

...ライセンス、理念、実践...あるいは CCJP の独立性、または各 CC の独立性とコンパチビリティの関係、各国ユーザーのニーズと各 CC のコンパチビリティのバランスなど...

5.CCJP がメジャーになってゆくことでその理念や実践に変化はありましたか？

アカデミックな活動という点で CC 本部との違いのようなものがあれば (内容も含め) お聞かせください

6.CCPL 日本語版作成の際のパプコメのプロセスと、その中で最も困難だったことは何ですか？

・それはなぜ発生し、どのような解決を図られましたか？

7.CCJP は、組織として個別の案件に手は出さない (介入しない) としておられますが、その意味と、実際にはどのような方向に (CC の理念という観点から) 向かってほしいのかという点についてお聞かせください

- 8.以前にも伺いましたが、著作権自体や表現のためのツール、社会的情勢などが変化する中で、あらためて著作物やコンテンツ、学術的共有を推し進める意味とは何でしょうか？
- 9.各種イベント等について、今後新たな試みはありますか？
- 10.文化とは違法性と公共性の接点に生まれるものともいえますが、認知された社会の外部（一般に反社会的とされているもの）への CCJP の関心についてはどうでしょうか？
- 11.近年のわが国の著作権に関する政策的締め付け（特に民主党政権以降）に対してどのように思われますか？
- 12.わが国の NPO の一般的な課題として、人材と資金の不足が先行研究でもしばしば指摘されていますが、CCJP においてはどうでしょうか？

【CCPL 自体についての質問】

- 13.各バージョン、年度ごとの CCJP 登録のライセンスの普及状況とライセンス採択の内訳はどのようになっていますか？
また、ユーザーのライセンス採択行動はどのように変化してきていますか？
（実際のデータとしてはどのように現れていますか？）
- 14.あらためて、CCPL とコモンズ証、メタデータを分けたことの意義・特徴は特にどういったところにあるのでしょうか？
- 15.適宜バージョンアップし、洗練される点が特徴的な CCPL ですが、そのプロセスと各国ライセンスとの擦り合わせはどのように行っておられますか？
・携帯電話のように世界のコンパチビリティからガラパゴス化する危惧はないのでしょうか？
- 16.CC の方向性の一つにライセンスに統一したほうがユーザーにとって便利という考え方がありますが、ヘゲモニーが拡大することによる弊害はないのでしょうか？
・幾つかのバリエーションが聞き合うほうが良いという考え方がありますが、これについてはどのようにお考えでしょうか？
- 17.日本初の採用項目はありますか？（細かい違いの擦り合わせから生まれたものなど）

【CCPL を用いたコンテンツの二次利用についての質問】

- 18.作者が望まない形に二次利用されたときの対処、解決の方法、筋道はどのようになっていますか？
- 19.CC プラスについて、どこまで普及してきていますか（日本で、海外で）またその効果・有効性についてお聞かせください

- ・同様にサンプリングライセンスの普及状況についてもお聞かせください

【その他雑多な質問】

- 20.タブレット型 PC の登場と普及でライセンスの採択状況やユーザーの二次利用の動向に変化はあるとお考えでしょうか？またその理由は何ですか？
- 21.一時的（即興的）な著作物（漂泊者・らくがき・違法なもの）についてどのように捉えておられますか？
- 22.海賊版や共有ソフトなどへのライセンスの適用についてどのようにお考えでしょうか？
- ・ 21.とも関係しますが、社会として承認されない労働から生まれた作品や、（権力から見れば）反社会的な実践から生まれたコンテンツや著作物などについてはどういったお立場でしょうか？（また、その作品が社会的インパクトやエフェクトを持っていたり、優れた作品であれば特に...）
- ex：海上保安庁の流出ビデオが CC ライセンスで発表、など
- 23.（上記のような領域でこそむしろ発揮されると思われます）CC の理念から見てポルノ画像や違法にアップロードされた犯罪性の高いコンテンツに CCPL が付与されて流通している場合（オフィシャルな歴史からは抹消されるもの、またはそれに等しいかギリギリのもの）についてはどのように対応されていますか？
- ex:エロ同人、ドラえもん最終回、サザエボン、...etc
- 24.日本では（アメリカでは別ですが）原則著作人格権は手放せませんが、作品と社会をつなぐ NPO として、作品と作者の同一性をどうお考えでしょうか？
- ex：実際に表示ライセンスを 97%のユーザーが採用し、ver.up の際に必須とされたという点から...
- ⇒逆にこれを嫌って旧バージョンで利用するユーザーについてはどうでしょうか？

【インタビューのお礼】

この度はお忙しい中貴重なお時間をいただき誠にありがとうございました。

今回伺ったお話を元に、オルタナティブな主体（NPO）としてのクリエイティブ・コモンズ・ジャパンに焦点を当て、そのラディカルな部分に触れながら論文として整理し、目下、日本 NPO 学会「nonprofit review」及び「季報 唯物論研究」への投稿を考えております。また完成した暁には、本文を改めてお送りさせていただきたいと思っております。

CCJP へのインタビュー調査まとめ

「知識資本共有のための集約、管理主体である CCJP の NPO としての組織的課題及び社会的役割」

i. NPO としての CCJP の役割について（一般的な NPO の特徴から）

渡辺氏「まず、CCJP をはじめ NPO という組織はミッションドリブンな組織で、プロフィットを追求する事が目的ではなく、参加者やメンバーはミッションに共感して集まってくるという点に特徴がある。対して株式会社は、株主にもよるが、基本的にプロフィットドリブン。最近では、ソーシャルアントルプレナーシップ（social entrepreneurship）のように、社会的な問題を解決する目的でありながら、for profit で収益基盤や持続性を確保しつつ解決を試みるような場合もある。その意味で、CC のようなミッションを抱える組織が必ずしも NPO でなければならないという事はないが、プロフィットよりも理念や社会的に有益性の高いミッションを優先するという点から、CCJP は NPO という形態を選択した。CC の追求する社会的なミッションのためには、営利企業の持つ資本の集め方やマインドセットのノウハウを得ていくよりも、今は NPO という枠組みの中でできる事を追求していくべきだと考えている。」

筆者「確かに NPO の行うミッションは、社会には有益である場合が多く、経済的合理性からは外れたような

事業も可能であるというメリットは考えられるが、逆に資金や人材などのリソースをはじめ、様々な制約（一部税金を投入されている場合など）が生じる事や、それによりインディペンデントが失われ、自由な活動に支障を来す事はないのか？」

渡辺氏「例えば CCJP に対して誰が資金を出すのかというとき、特定のステークホルダーが出てきてしまう。それは、ドナーやカスタマー等いろいろな場合があるが、その意味で内部事情的な制約もないとは言えない。ゆえに NPO であれば必ず自由度が高いという訳ではないが、営利企業との程度の差としては現れている。ただし、政府との関係においては、NPO 法人は税制上の控除が与えられるので、認定 NPO 法人のような国税上の措置に対する制約が出てくる場合はある。ステークホルダーという点では、今 CCJP に与すれば儲かると考える人や、様々な考え方の人々とも対外的には付き合っていかななくてはならない。その見極めは当然必要になってくる。逆に組織内部に目を向ければ、CCJP には現状フルタイム

のスタッフは居ないので、雇用の継続を気にする必要はないため、現状のような低バジェットで、色々なものを抱え込まないがゆえの自由度は保たれている。現在 CCJP にはおよそ 40 人程度はボランティアは居るが、ミニマルに動く人から、相当アクティブに動いてくれる人まで様々。しかし、フルタイムではなくハーフタイムやパートタイムの人は居るため、そうした人にボランティアの人では関わりにくい仕事や、事務や経理などの地味な仕事をやらせてもらっている。ただ、法人の運営に関わるような、ある種の責任がかかってくるような仕事を任せる場合、ボランティアスタッフではミスがあったときに責任が取れないので、そこにはきちんと資金を投入して専門のスタッフを雇うようにしている。もし、大量に資金があるとか、たくさんの寄付をしてくれる大口のドナーが居れば別だが、現状 CCJP では正社員の存在や、十分な人的リソースがあるというわけではない。ゆえに、その都度スタッフやユーザーの興味やスキルに合わせ、時々ミッションを自由な方法でやっていけるという“メリット”と、資金不足のためにパートナーやドナーからのオファーをすべては実現できないという“制約”が同時に存在している。しかし、それを曲げてまで無理な資金集めや、リソースの拡充はしていない。」

ii. NPO セクターの日米の位置づけの違いと特徴から、CCJP という組織について

筆者「CC の本部...という表現が正確かはわからないが、アメリカの CC との違いは、どのような点に表れているか？また、日本での NPO という概念自身の捉えられ方の多くは、ボランティアの延長に近い場合が多いという印象を受けるが、この点についてはどのように捉えているか？」

渡辺氏「CCJP は法律上、国内法に規定される特定非営利活動法人だが、NPO 法はそもそも、草の根の市民活動に法人格という人格を与えやすいようにしようという事が根底にあるため、ボランティア組織や、任意団体にも法人格がついただけのようなものが多いというのは、ある意味狙い通りだともいえる。ただ、その中から市民社会の中で社会に有益なミッションの遂行を通して信用や注目を集めるような組織が育っていくという展開はもっとあっても良かったのではと思う。ゆえに、その効果はまだまだだが、基本的にアメリカの NPO のように、主に内国歳入法第 501 条 C^{注1}項に個別に規定されるような法人税の免税団体に該当する税法上の特権が得られる NPO とはそもそも異なる。我々は本部の事をヘッドクォーター（以下 HQ）と呼んでいるが、CC アメリカは非常にプロフェッショナルに運営されており、フルタイムのスタッフも多く抱えている。CCJP との一番の違いがそこであり、これについては CC の他の国のチームでも同様であり、現状では世界的な傾向。他の国の CC

では、大学のプロジェクトの一環としてや、複数の大学から専門家が集まって兼業的に運営され、法人格を持っていないケースも多いが、CCJP は独立専門的に CCJP だけを運営する組織となっている。もう一つの大きな違いは、市民団体や NPO 等への寄付の多寡がある。特にアジア地域では、その違いのために比較的シヴィックセクターが弱といわれており、プロフェッショナルな NPO にはなりにくいという土壌がある。HQ の場合、形としては日本における財団法人や公益法人により近い。すべての場合でファンドがあるわけではないが、コアなメンバーはプロの場合が多く、CC に対するバジェット（政府の予算や民間からの寄付）の規模も日本などとは段違いに大きい。それらの背景には、アメリカにはケタ違いの大富豪が存在し、彼等が CC に億単位の寄付金を出したりするような文化的土壌というものがある。例えばフォード財団や、教育分野でのオープン化のためにヒューレット財団などが CC に寄付のオファーをするなど、CC の活動のように社会的に有益な事業に資金が集まりやすいというメリットがあるが、反面で、それは貧富の格差を背景にしているという事でもある。現状で日本にそういった事がふさわしいかというとき、必ずしもそうあるべきだとは単純には言えない。」

筆者「では寄付の多寡がその組織のミッションや理念の強度を決定するものなのか？逆に言えば寄付の文化がない所では CC のようなプロジェクトは成立しないのだろうか？」

渡辺氏「寄付文化の持つ問題は、一つは個人がどれくらい活躍するか、もう一つは大手の財団法人がどれくらい活躍できるかという点。先述のような巨大な財団が活躍するという事は、ある意味では営利組織の形ではなかなかできないソリューションを可能にする事でもある。逆の側面としては、ある種のコモンズの悲劇²のような状態に陥ってしまうという問題も孕む。これは一般的に、コレクティブアクションの問題で、アメリカ社会の至る所に存在する。しかし、CC の行なっている著作権のライセンスのように、誰かがれば全ての人々が受益者になり得るプロジェクトがあり、それに対して誰が資金を出すのかというとき、手を挙げる人がアメリカには少なからず存在する。彼等はミッションの事しか考えておらず、利益であるとか、財団の持続という事には興味がない。大抵の場合、他の部分でのファンドの利潤がもともとあるため、資金面はあまり気にせず、様々な人々が行なっている多様なプロジェクトに割り振る事ができる。これはともすれば、本来誰も手を挙げないところに資金が配分されるチャンスにも成り得るような、一種のコモンズが枯渇しないようにする社会的な仕組みであるといえる。」

iii. CCJP における理念の継承について

筆者「CC が普及すると共に理念の面もきちんと継承されているのか？例えば、かつての生協運動の場合、理念も資金やリソースもある程度あった草の根的の運動だったが、一般化されるにつれ次第に理念/ポリティクスは薄れていった訳だが...。」

渡辺氏「CC の黎明期、最初期の頃は理念的に牽引していたのは HQ が中心だった。しかし i コモンズサミットを重ねるうち、知識資本や情報の共有は世界的な命題であり、もはやこれは、アメリカ一国ではなくグローバルな問題だという認識が共有された。その意味で、アメリカ中心の考え方をどこまで抜いて、現在 75 あまりの国や地域にある CC プロジェクトのチームの意見を取り入れ、うまく集約していけるかを考える必要が出てきた。現在はアメリカに HQ があるが、これは単純にアメリカが司令塔となって運営されているという事を意味しない。むしろ各国のチームがそれぞれに、組織的構造、人員、ボード構成や、実際に作成したものの構成をグローバルな問題に対応させていかなければならないという意識を i コモンズサミットで確認し、共有している。グローバルな問題として、各国の制度が枷になっているために、知識や技術によって、本来ベネフィットが受けられるはずのものが法律的には全くできなくなっているというギャップを解消する事が目的なのであり、その時 HQ に拘る理由は何も無い。現在、CC は非常にグローバルに展開しているので、そういった理念の面をこそ、むしろ強めていかなければと考えている。その意味で理念が薄れるという事はない。ただし、もはや CC の行くべき道を知っているのはレッシングではない。すなわち、カリスマ的リーダーが引っ張っていくビジョナリー先行型の運動としてやっていくには組織・運動としては大きくなりすぎているし、扱っている世界の事情は、今やビジョナリー一人で片付けられる問題ではなくなっている。それだけ複雑で、生易しくない問題が横たわっている。それをうまく集約し、戦略を立てるとき、もはやビジョンという発想ではなく、いかに分散・集約をするような方向へと転換していけるかが課題となる。様々な人の知恵を借りながら改善を重ねていくような成長のあり方が、オープンな組織には必要だと感じる。つまり、外部に向けて開き、様々な利害関係者やユーザーから、アイディアのブレイクスルーを受ける事で、複雑な問題にも柔軟に対峙する事ができる。しかしこの事は、最初の理念が薄れるという意味ではなく、別な形にシフトし、洗練されてきているという意味ではポジティブな側面だと捉えている。ただ、これだけメジャーになると、ブランドのマネジメントに関して言えば、シビアになってくる局面がこれから出てくる事になると考えられる。」

iv. CC 本部との一体性と CCJP の独自性について、どのようにそれらを担保しているか

渡辺氏「独自性という意味では、バジェットの使い方や人事については一切独立している。世界中の 70 以上ものチームを HQ が統率する事は不可能。むしろ HQ の関心は個別の組織内の事情ではなく、各チームの知恵の集積や問題意識にある。つまりユーザーが CC を採用するきっかけや懸念材料は何か、最終的な解決材料は何だったのか...などといったノウハウの共有や意識合わせ、意見集約にこそ重点を置いており、各国の人事や運営、ファイナンスにはそれほど興味はない。そのとき、独自性という意味では各国チームは独自の運営をしているわけだが、全て放任というわけではなく、HQ も含め、うまく意識合わせを行い、舵取りをしていく事が必要になる。逆に各国や個々のコミュニティからすれば CCPL は完全に最適には成り得ないが、CC はコンパチビリティを耐えず気にするため、各国で異なるバージョンを作ったり特定のステークホルダーのために軌道修正する事はない。そうでなければ、グローバルな成功や最大公約数の最適化は難しいと考えている。そのための i コモンズでもある。」

- v. 近年のわが国の著作権政策の締め付け（規制強化の傾向）について CCJP としてどのように対応しているか

渡辺氏「(規制強化などの) 締め付けは良くないと考えている。これまでの活動の中では、著作権延長問題の時に、文化庁の委員会で意見を求められた際も CCJP として反対の声明を出している^{注3}。さらに、フェア・ユースの議論ではオンラインのアンケート調査を行い、パブコメとしてまとめたものを文化庁へ提出し、自由利用の促進について提言もしている。このように、社会的に責任を持つ NPO として、コンスタントに声を上げ続けるという事は重要な役割の一つと考える。」

- vi. CCJP の社会的機能と役割について

渡辺氏「CCPL はインフラ的でありながらも、どちらかといえばビジネスフレンドリーなライセンスだが、インフラとは、本来ニーズなきところにニーズを生み出すものであり、初めは商売とは無縁の世界でこそ広まってゆくもの。そうしてインフラとして成熟していく。CC のライセンスを共有のためのインフラと捉えるからこそ、CCJP のように非営利のセクターが担う社会的役割と政治的意義がある。そして今後は、それが広がり続け、ビジネスをも内包しながらメジャーな構造をも食ってしまうような展開を期待している。」

- ・注 a. : アメリカでは 501 条 C 項 3 号で寄付金控除が認められる団体は順調に数を延ばしており、この事は、活動資金を多方面から得られやすい財政基盤の強固な NPO が増えている事を示す。
- ・注 b. : 多数者が利用できる共有資源が乱獲される事によって結果的に資源の枯渇を招いてしまうという経済学における法則。共有地の悲劇とも。
- ・注 c. : 2006 年 11 月 8 日、「著作権保護期間の延長を考える国民会議」が発足。その後、現在に至るまで議論は続いている。

英国 DCMS 定義創造産業 13 分野

広告
建築
美術及び骨董品市場
デザイナー・ファッション
映画・ビデオ産業
音楽産業
舞台芸術
出版
ソフトウェア
C(コンピュータ)ゲーム及びV(ビデオ)ゲーム
テレビ・ラジオ放送
工芸
デザイン

Department for Culture, Media and Sport(1998)より

東京都 創造産業分類

アニメ
映画・ビデオ・写真
テレビ・ラジオ
音楽
ゲーム
出版
広告
グラフィックデザイン
インダストリアルデザイン
デザイン(その他)
ファッション
工芸
舞台芸術
芸術

東京都(2009)より

東北海道未来総合研究所による創造産業分類

情報通信業
金融・保険業
医療業
学校教育
その他教育、学習支援業
専門サービス業(他に分類されないもの)
学術・開発研究機関
娯楽業
広告業
政治・経済・文化団体

北海道未来総合研究所(2009)より

R・Florida が示した創造階級の該当職種

super-creative core	computer and mathematical occupations
	srchitecture and engineering occupations
	life,physical,and social science occupations
	education,training,and library occupations
	arts,design,entertainment,sports,and media occupations
creative professional	management occupations
	buisness and final operations occupations
	legal occupations
	helthcare pracitioners and technical occupations
	high-end sales and sales management

Florida(2002)より

佐々木雅幸による創造階級の説明(同心円モデル)

第一層 (創造的コア)	コンピュータ・マルチメディア・アート
	パフォーマンス
	ビデオ・アート
	ダンス、音楽、劇場
第二層	視覚芸術、文学、工芸品
	書籍・雑誌出版
	新聞
	映画
第三層	テレビ・ラジオ
	広告
	観光
	建築

佐々木(2006)より

R・フロリダによるクリエイティブ・クラスの三つの階層

スーパークリエイティブ・コア (意義のある新しい形を作り出す仕事)	科学者・技術者・大学教授
	詩人・小説家
	芸術家
	エンターテイナー・俳優
	デザイナー
	建築家
	ノンフィクション作家・編集者・文化人・シンクタンク研究員
	アナリスト・オピニオンリーダー
	ハイテク
	金融
クリエイティブ・プロフェッショナル (知識集約型産業)	法律
	医療
	企業経営
	飲食
サービス・クラス (サービス業)	用務員
	公園管理
	介護福祉
	事務職
	警備員

Florida(2002)より

吉本光宏による創造産業分類

業種/都市
①広告
731 広告業
415 広告制作業
②建築設計
742 土木建築サービス業
(74A 建築設計業)
③工芸・美術・骨董品・生活文化
327 漆器製造業
609 他に分類されない小売業
821 社会教育
(82C 博物館・美術館)
824 教育・技能教授業(1)
(82G 書道教授業)
(82H 生花・茶道教授業)
(82M その他の教養・技能教授業)
④デザイン
726 デザイン業
⑤映画・映像・写真
411 映像情報制作・配給業
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(2)
(41B その他の映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業)
801 映画館
709 その他の物品賃貸業
(70A 音楽・映像記録物賃貸業)
746 写真業
799 他に分類されない生活サービス業
(79D 写真現像・焼付業)
⑥音楽
329 他に分類されない製造業
(32C 情報記録物製造業(新聞・書籍等の印刷物は除く))
412 音声情報制作業
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(1)
(60C 楽器小売業)
824 教養・技能教授業(2)
(82F 音楽教授業)
809 その他の娯楽業
(80N カラオケボックス業)
⑦舞台芸術
802 興行場(別掲を除く)、興行団
951 集会場
⑧芸術家、学術・文化団体
727 著述・芸術家業
933 学術・文化団体
⑨出版
413 新聞業
414 出版業
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(2)
(41A ニュース配給業)
⑩コンピュータ・ソフトウェア
391 ソフトウェア業
401 インターネット附随サービス業
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(2)
(60B がん具・娯楽用品・小売業)
806 遊戯場
(80L ゲームセンター)
⑪テレビ・ラジオ
381 公共放送(有線放送を除く)
382 民間放送業(有線放送業を除く)
383 有線放送業

吉本(2009)より

創造産業分類：参考

・日本標準産業分類(平成19年11月改訂版)

『平成21年経済センサス-基礎調査』

産業(小分類), 経営組織(2区分)別事業所数
及び従業者数-全国, 都道府県

産業(大分類), 経営組織(2区分)別事業所数
及び従業者数-全国, 都道府県, 市区町村

産業(小分類)別民営事業所数

及び従業者数-全国, 都道府県, 市区町村

・吉本(2003)『創造的産業群の潮流

-わが国の現状とさらなる振興に向けて-

・吉本(2009)『創造産業の潮流

-特性が際だつ政令指定都市-

R・Florida の Creativity Index

①人材 (Talent)	1) 創造階級 (creative class)	アーティスト、デザイナー、エンターテイナー、コンピュータ技術者、建築家、研究者などの知的、文化芸術的創造性を用いる職業の労働人口に対する割合
	2) 人的資本 (Human Capital Index)	大学卒業以上の人口に対する割合
	3) 科学技術に従事する人材 (Scientific Talent)	科学技術関連に従事する研究者の人口に対する割合
②技術 (Technology)	1) 創発性指数 (Innovation Index)	特許(特許・実用新案等)数の人口に対する割合
	2) ハイテク指数 (High-Tech Index)	ハイテク工業生産額の全国に対する地域割合
③寛容性 (Tolerance)	1) ゲイ指数 (Gay Index)	ゲイ・レズビアン人口の全国に対する地域割合(米国・カナダのみ調査)
	2) ボヘミアン指数 (Bohemian Index)	文化芸術関連に従事する人口に対する割合
	3) メルティング・ポット指数 (Melting Pot Index)	外国人登録者数の全国に対する地域割合

Florida (2002) より

R・Florida の International Creativity Index

国際許容性指標 (Tolerance)	価値観指標	ミシガン大学のアンケート結果による、各 国民の伝統あるいは宗教に対する価値観を表す指標 指標値が大きいほど、近代、世俗を、伝統、宗教より重視
	自己表現指標	同じくミシガン大学のアンケート結果による、個人の権利や自己表現に対する価値観を表す指標指標値が大きいほど、個人の 権利、自己表現を重視
国際テクノロジー 指標 (Technology)	R&D指標	世界銀行データによる、1999~2000 の各国 の研究開発費(R&D 費)の対GDP比率
	イノベーション指標	米国特許庁データによる、2001 年の各国の 人口当たり特許申請件数
国際人財指標 (Talented)	人的資本指標	各国の 25-64 歳人口に占める学士もしくは 専門学位の保持者比率
	科学技術者指標	各国の人口当たり研究科学者・技術者数
クリエイティブ・クラス	※日本は被評価国中 2位	許容性指標、テクノロジー指標、人財指標 の総合値
	※日本は評価対象と っていない	ILO の職業分類による、科学者、技術者、芸術家

Florida (2005) より

英国芸術評議会による文化政策評価指標

指標の累計	評価指標の項目	測定単位・方法
戦略目標 Strategic Objectives	地方自治体が採択した文化政策や戦略、アクションプランの有無	等級評価
	アーティストや芸術団体に対する支援の幅広さ	等級評価、サービスの提供に伴う効果、事業の室にも関連
	教育目的の達成や生涯学習のための戦略に対する芸術の寄与度	等級評価
	経済的な発展のための戦略に対する芸術の寄与度	等級評価
	都市計画や環境政策に対する芸術の寄与度	等級評価
	芸術活動に少なくとも月一回は参加する人口の割合	-
	地方自治体の行政区域内における人口1,000人当たりの講演や展示スペースの規模	演奏会場、後援会場、映画館の座席数、ギャラリー、ワークショップ施設の面積
	人口1,000人当たりの自主的に芸術活動を行う団体数とその会員数	-
経費と効率性 Cost / Efficiency	人口一人当たりの文化予算支出額(施設建設費は含まない)	文化施設の運営費、文化事業費、助成金支出の合計
	地方自治体の文化施設や文化事業への予算支出に伴う収益力	自己予算に対する助成金や協賛金の割合、 総収入に占める事業収入の割合参加者一人あたりに投入した予算額など
	地方自治体 が資金提供もしくは運営する文化施設の種類の稼働率	コンサートホール、劇場、映画館、アート ギャラリー、アートセンターごとに算出
サービスの 提供に伴う効果 Service Delivery	地方自治体 が資金提供をした芸術的な催しの1,000 人当たり件数とその参加者数	-
	地方自治体 が資金提供や運営を行う文化施設における人口 1,000人当たりの参加者数	コンサートホール、劇場、映画館、アートギャラリー、アートセンターごとに算出
	人口 1,000人当たりの新しい芸術作品の委嘱件数と委嘱に支出した金額	音楽、ダンス 振付、パブリックアート、文学、脚本 など
事業の質 Quality	地方自治体の運営・実施する個々の文化施設や文化事業、芸術サービスに対する利用者の満足度	-
	地方自治体 が資金提供を行う芸術活動や文化施設に満足している市民の割合	市民 全体、および民族や職業、障害の有無などの属性別にも把握
アクセスの公平性 Fair Access	地方自治体は障害者や少数民族の芸術へのアクセスを促進する戦略を有していること	等級評価、戦略目標にも関連
	教育や研修、参加型の芸術活動の人口1,000人当たりの開催件数と参加者数	サービスの提供に伴う効果にも関連
	地方自治体 が資金提供を行う芸術活動や文化施設における属性別市民1,000人当たりの参加者数	サービスの提供に伴う効果にも関連年齢層、障害の有無、民族などの属性別に把握

「Arts Council England(2003) Local Performance Indicators for the Arts, March 2003」より

14 都市における RCDI 計算値（元）

基本視点の3要素	指標項目	構成要素(単位)	全国	01-100 札幌市	03-100 盛岡市	04-100 仙台市	06-203 鶴岡市
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率(％:元)	0.03149441	0.037825606	0.039909769	0.041664993	0.022624301
		学生の割合(15歳以上の在学者率:高等教育)(％:元)	0.0601381	0.050854304	0.066083902	0.071692164	0.043967706
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率(％:元)	0.03671082	0.003252079	0.003227774	0.005311734	0.06209057
		寛容性	移動人口率(％:元)	0.23	1.73760662	-0.797350588	2.034871811
社会資本指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	外国人登録者率(％:元)	0.01286952	0.003590717	0.003489213	0.007036423	0.005086991
		歳出総額に占める民生費の割合(％:元)	0.32137273	0.334082708	0.281460718	0.246075817	0.244896904
		歳出総額に占める体育施設費の割合(％:元)	0.00006639927	0.005866273	0.00534546	0.004902207	0.008204585
	社会参加 ネットワーク	歳出総額に占める社会教育費の割合(％:元)	0.002107897	0.008371237	0.036254746	0.023600451	0.024634619
		直近の市長選挙投票率(％:元)	-	58.54	無投票	44.72	73.85%
		(人口) 1000人当たりNPO数(団体)	0.00036284	0.0460924	0.44578814	0.395798796	0.278137
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1人当たり可住地面積(K㎡)	9.48136425	0.05858864	0.079662005	0.032378062	0.002915541
		(人口) 1人当たり森林面積(ha)	0.1958606	0.229970029	0.217269765	0.042532118	0.665158867
		(人口) 1人当たり都市公園数(箇所)	0.000779916	0.001381206	0.001478139	0.001494283	0.000629469
	循環環境	(人口) 1人当たり年間ゴミ総排出量(t)	0.396234	0.450631158	0.436543901	0.429774394	0.382732043
		非水洗化人口率(％:元)	0.07796506	0.005133404	0.081884242	0.012612979	0.083624279
		下水道普及率(％:元)	75.1	99.7	82.7	97.8	0.73
	ゴミのリサイクル率(％:元)	20.3	14.9	16.8	16.9	17.90	

基本視点の3要素	指標項目	構成要素(単位)	14-100 横浜市	15-100 新潟市	17-201 金沢市	22-130 浜松市	23-100 名古屋市	
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率(％:元)	0.03266208	0.030176362	0.040704125	0.026599955	0.056631185	
		学生の割合(15歳以上の在学者率:高等教育)(％:元)	0.045659898	0.038935374	0.102205852	0.036289466	0.060086735	
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率(％:元)	0.026893766	0.015144202	0.019858941	0.074838986	0.033837273	
	寛容性	移動人口率(％:元)	3.049059846	-0.239111283	1.705649055	-0.393765422	2.204543259	
社会資本指標 (SC : Social Capital)		外国人登録者率(％:元)	0.014375782	0.005041911	0.009165997	0.022684194	0.023183505	
	社会参加支援	歳出総額に占める民生費の割合(％:元)	0.319846854	0.244377964	0.2945301	0.242059562	0.274892832	
			歳出総額に占める体育施設費の割合(％:元)	0.001596642	0.012859873	0.008699169	0.009024006	0.00470038
			歳出総額に占める社会教育費の割合(％:元)	0.018654558	0.027088869	0.033463612	0.023922649	0.01556975
	社会参加ネットワーク	直近の市長選挙投票率(％:元)	68.76	31.04	35.93	無投票	54.14	
			(人口) 1000人当たりNPO数(団体)	0.388747152	0.113273708	0.352538	0.116124295	0.359115753
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1人当たり可住地面積(K㎡)	0.010789495	0.082464491	0.041242665	0.049696203	0.0138836	
			(人口) 1人当たり森林面積(ha)	0.001032321	0.006722548	0.059111819	0.127179827	0.000503557
			(人口) 1人当たり都市公園数(箇所)	0.000698064	0.00150457	0.001159267	0.000621826	0.000614869
	循環環境	(人口) 1人当たり年間ゴミ総排出量(t)	0.36070612	0.439270517	0.419200581	0.395450674	0.394222962	
			非水洗化人口率(％:元)	0.002397545	0.059203981	0.010158728	0.055439986	0.003769169
			下水道普及率(％:元)	99.8	99.8	95.6	78.1	99
		ゴミのリサイクル率(％:元)	27.3	19.4	15.6	18.1	25.3	

基本視点の3要素	指標項目	構成要素(単位)	027-100 大阪市	28-100 神戸市	28-221 鎌山市	37-201 高松市	40-100 北九州市
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率(％:元)	0.079221435	0.021657168	0.026715972	0.033700578	0.025908894
		学生の割合(15歳以上の在学者率:高等教育)(％:元)	0.029250962	0.065814661	0.058714765	0.123758703	0.042557373
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率(％:元)	0.045981073	0.028816863	0.070261499	0.016052776	0.022439565
		寛容性	移動人口率(％:元)	1.388574531	1.23292817	-4.380594541	0.3118684600
社会資本指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	外国人登録者率(％:元)	0.036271523	0.022041833	0.017886117	0.006198903	0.009989292
		歳出総額に占める民生費の割合(％:元)	0.359324462	0.316177483	0.163491991	0.324009215	0.281089514
		歳出総額に占める体育施設費の割合(％:元)	0.002305541	0.001789183	0.004643662	0.00821599	0.003343591
	社会参加ネットワーク	歳出総額に占める社会教育費の割合(％:元)	0.008408321	0.008785526	0.022367569	0.020013401	0.012395934
		直近の市長選挙投票率(％:元)	60.92	31.51	48.45%	無投票	37.00
		(人口) 1000人当たりNPO数(団体)	0.593175888	0.483098044	0.716954	0.374318	0.293802707
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1人当たり可住地面積(K㎡)	0.008345358	0.020692915	0.003600996	0.000555397	0.029920785
		(人口) 1人当たり森林面積(ha)	0	0.014599145	1.063167427	0.033638589	0.020050243
		(人口) 1人当たり都市公園数(箇所)	0.000366185	0.001033544	0.000641485	0.000371934	0.001675801
	循環環境	(人口) 1人当たり年間ゴミ総排出量(t)	0.58237641	0.460163191	0.698011395	0.376821822	0.544588399
		非水洗化人口率(％:元)	0.000042021	0.003548763	0.129542281	0.103414403	0.012694938
		下水道普及率(％:元)	100	98.7	72.8	0.62	99.8
	ゴミのリサイクル率(％:元)	4.9	10.8	16.00	21.60	29.2	

14 都市における RCDI 計算値（四捨五入）

基本視点の3要素	指標項目	構成要素:単位	全国	01-100 札幌市	03-100 盛岡市	04-100 仙台市	06-203 鶴岡市
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率: %	3.15	3.78	3.99	4.17	2.26
		学生の割合 (15歳以上の在学者率: 高等教育): %	6.01	5.09	6.61	7.17	4.30
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率: %	3.67	0.33	0.32	0.53	6.20
		移動人口率: %	0.23	1.74	-0.80	2.03	-4.05
	寛容性	外国人登録者率: %	1.29	0.36	0.35	0.70	0.51
社会資本指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	歳出総額に占める民生費の割合: %	32.1	33.41	28.15	24.61	24.49
		歳出総額に占める体育施設費の割合: %	0.0006	0.59	0.53	0.49	0.82
		歳出総額に占める社会教育費の割合: %	0.21	0.84	3.63	2.36	2.46
	社会参加ネットワーク	直近の市長選挙投票率: %	—	58.54	無投票	44.72	73.85%
		(人口) 1000人当たりNPO数: 団体	0.36	0.05	0.45	0.40	0.29
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1000 人当たり可住地面積 (ha)	9581.4	58.59	79.66	32.38	291.55
		(人口) 1000 人当たり森林面積 (ha)	195.9	229.97	217.27	42.53	665.16
		(人口) 1000 人当たり都市公園数 (箇所)	0.78	1.38	1.48	1.49	0.63
	循環環境	(人口) 1000 人当たり年間ゴミ総排出量 (t)	396.2	450.63	436.54	429.77	382.73
		非水洗化人口率 (%)	7.80	0.51	8.19	1.26	8.36
		下水道普及率 (%)	75.1	99.7	82.7	97.8	73.00
		ゴミのリサイクル率 (%)	20.3	14.9	16.8	16.9	17.09
基本視点の3要素	指標項目	構成要素:単位	14-100 横浜市	15-100 新潟市	17-201 金沢市	22-130 浜松市	23-100 名古屋市
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率: %	3.27	3.02	4.07	2.66	5.66
		学生の割合 (15歳以上の在学者率: 高等教育): %	4.57	3.89	10.22	3.63	6.01
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率: %	2.69	1.51	1.99	7.48	3.38
		移動人口率: %	3.05	-0.24	1.71	-0.39	2.20
	寛容性	外国人登録者率: %	1.43	0.50	0.92	2.27	2.32
社会資本指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	歳出総額に占める民生費の割合: %	31.98	24.44	29.45	24.21	27.49
		歳出総額に占める体育施設費の割合: %	0.16	1.29	0.87	0.90	0.47
		歳出総額に占める社会教育費の割合: %	1.87	2.71	3.35	2.39	1.56
	社会参加ネットワーク	直近の市長選挙投票率: %	68.76	31.04	35.93	無投票	54.14
		(人口) 1000人当たりNPO数: 団体	0.39	0.11	0.35	0.12	0.36
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1000 人当たり可住地面積 (ha)	10.79	82.46	41.24	49.70	13.88
		(人口) 1000 人当たり森林面積 (ha)	1.03	6.72	59.11	127.18	0.50
		(人口) 1000 人当たり都市公園数 (箇所)	0.70	1.50	1.16	0.62	0.62
	循環環境	(人口) 1000 人当たり年間ゴミ総排出量 (t)	360.71	439.27	419.21	395.45	394.22
		非水洗化人口率 (%)	0.24	5.92	1.02	5.54	0.38
		下水道普及率 (%)	99.8	99.8	95.6	78.1	99.0
		ゴミのリサイクル率 (%)	27.3	19.4	15.6	18.1	25.3
基本視点の3要素	指標項目	構成要素:単位	027-100 大阪市	28-100 神戸市	28-221 鎌山市	37-201 高松市	40-100 北九州市
人的資本指標 (HC : Human Capital)	タレント	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率: %	7.92	2.17	2.67	3.37	2.59
		学生の割合 (15歳以上の在学者率: 高等教育): %	2.93	6.58	5.87	1.24	4.26
	テクノロジー	人口に占めるハイテク産業従事者率: %	4.60	2.88	7.02	1.60	2.24
		移動人口率: %	1.39	1.23	-4.38	0.31	-1.68
	寛容性	外国人登録者率: %	3.63	2.20	1.79	0.62	1.00
社会資本指標 (SC : Social Capital)	社会参加支援	歳出総額に占める民生費の割合: %	35.93	31.62	16.35	32.40	28.19
		歳出総額に占める体育施設費の割合: %	0.23	0.18	0.46	0.82	0.33
		歳出総額に占める社会教育費の割合: %	0.84	0.88	2.23	2.00	1.24
	社会参加ネットワーク	直近の市長選挙投票率: %	60.92	31.51	48.45%	無投票	37.00
		(人口) 1000人当たりNPO数: 団体	0.59	0.48	0.72	0.37	0.29
環境資本指標 (EC : Environmental Capital)	自然居住環境	(人口) 1000 人当たり可住地面積 (ha)	8.35	20.69	360.10	55.54	29.92
		(人口) 1000 人当たり森林面積 (ha)	0.00	14.60	1063.17	33.64	20.05
		(人口) 1000 人当たり都市公園数 (箇所)	0.37	1.03	0.64	0.37	1.68
	循環環境	(人口) 1000 人当たり年間ゴミ総排出量 (t)	582.38	460.16	698.01	376.82	544.59
		非水洗化人口率 (%)	0.00	0.35	12.95	10.34	1.27
		下水道普及率 (%)	100.0	98.7	72.00	62.00	99.8
		ゴミのリサイクル率 (%)	4.9	10.8	16.00	21.60	29.2

14 都市における RCDI 順位（実数値）

		1(14点)	2(13点)	3(12点)	4(11点)	5(10点)	6(9点)	7(8点)	8(7点)	9(6点)	10(5点)	11(4点)	12(3点)	13(2点)	14(1点)	15(0点)
HC指標	人口に占めるクリエイティブ産業従事者率：％	大阪市	名古屋市	仙台市	金沢市	盛岡市	札幌市	高松市	横浜市	全国	新潟市	徳山市	浜松市	北九州市	鶴岡市	神戸市
		7.92	5.66	4.17	4.07	3.99	3.78	3.37	3.27	3.15	3.02	2.67	2.66	2.59	2.26	2.17
	学生の割合（15歳以上の在学者率：高等教育）：％	金沢市	仙台市	盛岡市	神戸市	全国	名古屋市	徳山市	札幌市	横浜市	北九州市	鶴岡市	新潟市	浜松市	大阪市	高松市
		10.22	7.17	6.61	6.58	6.01	6.01	5.87	5.09	4.57	4.26	4.30	3.89	3.63	2.93	1.24
	人口に占めるハイテク産業従事者率：％	浜松市	徳山市	鶴岡市	大阪市	全国	名古屋市	神戸市	横浜市	北九州市	金沢市	高松市	新潟市	仙台市	札幌市	盛岡市
		7.48	7.02	6.20	4.60	3.67	3.38	2.88	2.69	2.24	1.99	1.60	1.51	0.53	0.33	0.32
SC指標	移動人口率：％	横浜市	名古屋市	仙台市	札幌市	金沢市	大阪市	神戸市	高松市	全国	新潟市	浜松市	盛岡市	北九州市	鶴岡市	徳山市
		3.05	2.20	2.03	1.74	1.71	1.39	1.23	0.31	0.23	-0.24	-0.39	-0.80	-1.68	-4.05	-4.38
	外国人登録者率：％	大阪市	名古屋市	浜松市	神戸市	徳山市	横浜市	全国	北九州市	金沢市	仙台市	高松市	鶴岡市	新潟市	札幌市	盛岡市
		3.63	2.32	2.27	2.20	1.79	1.43	1.29	1.00	0.92	0.70	0.62	0.51	0.50	0.36	0.35
	歳出総額に占める民生費の割合：％	徳山市	浜松市	新潟市	鶴岡市	高松市	札幌市	盛岡市	仙台市	名古屋市	徳山市	北九州市	大阪市	神戸市	横浜市	全国
		16.35	24.21	24.44	24.49	24.61	27.49	28.15	28.19	29.45	31.62	31.98	32.14	32.40	33.41	35.93
EC指標	歳出総額に占める体育施設費の割合：％	新潟市	浜松市	金沢市	鶴岡市	高松市	札幌市	盛岡市	仙台市	名古屋市	徳山市	北九州市	大阪市	神戸市	横浜市	全国
		1.29	0.90	0.87	0.82	0.82	0.59	0.53	0.49	0.47	0.46	0.33	0.23	0.18	0.16	0.006
	歳出総額に占める社会教育費の割合：％	盛岡市	金沢市	新潟市	鶴岡市	浜松市	仙台市	徳山市	高松市	横浜市	名古屋市	北九州市	大阪市	神戸市	札幌市	全国
		3.63	3.35	2.71	2.46	2.39	2.36	2.23	2.00	1.87	1.56	1.24	0.84	0.88	0.84	0.21
	直近の市長選挙投票率：％	鶴岡市	横浜市	大阪市	札幌市	名古屋市	徳山市	仙台市	北九州市	金沢市	神戸市	新潟市	盛岡市	浜松市	高松市	全国
		73.85%	68.76	60.92	58.54	54.14	48.45%	44.72	37.00	35.93	31.51	31.04	無投票	無投票	無投票	—
EO指標	（人口）1000 人当たりNPO数：団体	徳山市	大阪市	神戸市	盛岡市	仙台市	横浜市	高松市	名古屋市	全国	金沢市	鶴岡市	北九州市	浜松市	新潟市	札幌市
		0.72	0.59	0.48	0.45	0.40	0.39	0.37	0.36	0.36	0.35	0.29	0.29	0.12	0.11	0.05
	（人口）1000 人当たり可住地面積（ha）	全国	徳山市	鶴岡市	新潟市	盛岡市	高松市	札幌市	浜松市	金沢市	仙台市	北九州市	神戸市	名古屋市	横浜市	大阪市
		9581.4	360.10	291.55	82.46	79.66	55.54	58.59	49.70	41.24	32.38	29.92	20.69	13.88	10.79	8.35
	（人口）1000 人当たり森林面積（ha）	徳山市	鶴岡市	札幌市	盛岡市	全国	浜松市	金沢市	仙台市	高松市	北九州市	神戸市	新潟市	横浜市	名古屋市	大阪市
		1063.17	665.16	229.97	217.27	195.9	127.18	59.11	42.53	33.64	20.05	14.60	6.72	1.03	0.50	0.00
EO指標	（人口）1000 人当たり都市公園数（箇所）	北九州市	新潟市	仙台市	盛岡市	札幌市	金沢市	神戸市	全国	横浜市	徳山市	鶴岡市	浜松市	名古屋市	大阪市	高松市
		1.68	1.50	1.49	1.48	1.38	1.16	1.03	0.78	0.70	0.64	0.63	0.62	0.62	0.37	0.37
	（人口）1000 人当たり年間ゴミ総排出量（t）	横浜市	高松市	鶴岡市	名古屋市	浜松市	全国	金沢市	仙台市	盛岡市	新潟市	札幌市	神戸市	北九州市	大阪市	徳山市
		360.71	376.82	382.73	394.22	395.45	396.2	419.21	429.77	436.54	439.27	450.63	460.16	544.59	582.38	698.01
	非水洗化人口率（％）	大阪市	横浜市	神戸市	名古屋市	札幌市	金沢市	仙台市	北九州市	浜松市	新潟市	盛岡市	鶴岡市	高松市	徳山市	全国
		0.00	0.24	0.35	0.38	0.51	1.02	1.26	1.27	5.54	5.92	8.19	8.36	10.34	12.95	7.80
EO指標	下水道普及率（％）	大阪市	横浜市	新潟市	北九州市	札幌市	名古屋市	神戸市	仙台市	金沢市	盛岡市	浜松市	全国	鶴岡市	徳山市	高松市
		100.0	99.8	99.8	99.8	99.7	99.0	98.7	97.8	95.6	82.7	78.1	75.1	73.0	72.0	62.0
	ゴミのリサイクル率（％）	北九州市	横浜市	名古屋市	高松市	全国	新潟市	浜松市	鶴岡市	仙台市	盛岡市	徳山市	金沢市	札幌市	神戸市	大阪市
		29.2	27.3	25.3	21.60	20.3	19.4	18.1	17.09	16.9	16.8	16.00	15.6	14.9	10.8	4.9

14 都市における RCDI 順位（点数別）

点数／都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
総合	103	96	119	132	111	125	115	131	120	132	98	96	113	91	97
HC指標	40	29	25	44	21	43	18	46	35	57	49	38	35	23	22
SC指標	9	11	42	36	37	20	39	36	38	27	19	21	41	27	18
EC指標	54	56	52	52	53	62	58	49	47	48	30	37	37	41	57

順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
都市	仙台	名古屋	金沢	横浜	浜松	盛岡	新潟	徳山	鶴岡	全国	大阪	北九州	札幌	神戸	高松
点数(総合)	132	132	131	125	120	119	115	113	111	103	98	97	96	96	91

都市	名古屋	大阪	金沢	仙台	横浜	全国	神戸	浜松	徳山	札幌	盛岡	高松	北九州	鶴岡	新潟
点数(HC指標)	57	49	46	44	43	40	38	35	35	29	25	23	22	21	18

都市	盛岡	徳山	新潟	浜松	鶴岡	仙台	金沢	名古屋	高松	神戸	横浜	大阪	北九州	札幌	全国
点数(SC指標)	42	41	39	38	37	36	36	27	27	21	20	19	18	11	9

都市	横浜	新潟	北九州	札幌	全国	鶴岡	盛岡	仙台	金沢	名古屋	浜松	高松	神戸	徳山	大阪
点数(EC指標)	62	58	57	56	54	53	52	52	49	48	47	41	37	37	30

14 都市における創造産業・ハイテク産業の従事者数・事業所数

創造産業事業所数															
業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
①広告	14872	380	59	243	8	331	98	72	110	708	1494	178	0	88	92
②建築設計	160508	1387	243	858	69	1372	467	431	381	1571	2666	684	14	277	366
③工芸・美術・骨董品・生活文化	211321	2368	574	1643	233	4386	1406	1172	1389	4469	5742	2985	93	833	1627
④デザイン	10587	162	21	89	6	241	53	80	68	434	1393	145	0	46	63
⑤映画・映像・写真	62524	829	185	541	90	1288	394	286	402	1522	2488	829	10	271	557
⑥音楽	149200	1808	359	1214	172	3206	1109	781	1150	3570	3765	1852	37	585	994
⑦舞台芸術	5974	291	21	41	4	155	51	27	36	107	309	85	0	17	18
⑧芸術家、学術・文化団体	1757	16	6	24	3	30	8	9	4	22	69	22	2	7	4
⑨出版	13390	182	40	127	9	220	58	60	49	352	816	107	4	51	56
⑩コンピュータ・ソフトウェア	91014	1581	269	991	76	2722	540	445	635	2774	4845	1223	14	378	643
⑪テレビ・ラジオ	1931	24	10	28	2	28	13	16	10	44	108	16	0	15	11
合計（重複産業含まず）	600391	7896	1438	4714	537	11311	3237	2715	3307	12730	26718	6529	138	2086	3651
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合（％）	10.00	9.87	9.28	9.73	7.19	9.20	8.34	9.55	8.39	9.63	12.76	8.89	6.28	8.59	7.66

創造産業従事者数															
業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
①広告	159832	3397	582	2326	30	3037	733	495	762	8137	17156	1228	0	757	933
②建築設計	355208	11560	1602	6908	345	7702	3580	2701	1854	12839	21928	3578	58	1616	2064
③工芸・美術・骨董品・生活文化	929606	13478	2508	7914	977	23548	6006	4463	5461	20814	28162	13927	465	3393	7210
④デザイン	47163	670	69	430	24	974	266	245	301	2135	6034	416	0	128	300
⑤映画・映像・写真	435789	6286	1181	3774	482	11006	2766	2333	2749	12847	12514	5169	32	1788	3004
⑥音楽	725686	11674	1692	6628	832	21053	4441	3097	5563	21887	26580	10462	164	2839	5649
⑦舞台芸術	57089	1554	137	519	31	1662	415	119	316	1936	3493	805	0	129	80
⑧芸術家、学術・文化団体	8360	36	16	119	26	197	23	12	7	74	403	175	3	13	62
⑨出版	187460	3327	541	1626	103	1967	1011	1048	493	6199	12224	1335	4	538	799
⑩コンピュータ・ソフトウェア	1552295	25731	4468	17316	583	63366	7800	5828	7120	53284	96755	17088	92	4517	8554
⑪テレビ・ラジオ	71009	1642	565	1206	7	778	664	652	183	2695	4721	899	0	449	437
合計（重複産業含まず）	4033091	72381	11907	43581	3091	120483	24509	18820	21303	128207	211150	33443	708	14135	25309
域内全産業従事者数に占める創造産業従事者数の割合（％）	6.61	8.06	7.49	7.75	4.84	7.95	6.04	6.99	5.34	8.36	8.77	4.37	4.01	6.23	5.28

ハイテク産業事業所数															
業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
① 化学工業	10021	52	3	33	8	195	23	23	26	191	682	109	4	31	85
② はん用機械器具製造業	27069	125	7	35	21	541	78	106	262	962	1543	342	10	66	182
③電気機械器具製造業	320	2	7	66	21	533	75	83	270	486	829	144	11	41	137
④情報通信機械器具製造業	4608	23	2	16	8	241	12	8	35	70	127	30	3	6	14
⑤ 電子部品・デバイス製造業	11104	13	2	21	38	326	49	15	90	118	200	41	6	10	41
⑥ 輸送用機械器具製造業	21087	27	5	15	14	448	105	23	763	691	368	285	9	40	57
⑦ 業務用機械製造業	11871	41	3	33	9	314	31	27	55	307	397	80	2	15	39
⑧ 器具製造業生産用機械	41640	50	8	64	38	918	159	284	523	1388	1607	316	12	88	166
⑨その他製造業	35612	312	52	154	39	500	135	151	400	791	1405	282	12	133	152
合計	163332	645	89	437	196	4016	667	720	2424	5004	7158	1629	69	430	873
域内全産業事業所数に占めるハイテク産業事業所数の割合(%)	2.72	0.81	0.57	0.90	2.62	3.27	1.72	2.53	6.15	3.79	3.42	2.22	3.14	1.77	1.83

ハイテク産業従事者数															
業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	徳山	高松	北九州
① 化学工業	483668	623	75	764	260	5219	1301	387	527	4830	43290	4795	332	555	4490
② はん用機械器具製造業	435291	1172	32	268	523	8802	1005	766	2465	7288	15209	11159	209	662	1967
③ 電気機械器具製造業	585573	877	79	789	1252	11264	1466	1236	5654	9079	13693	5367	314	972	3174
④ 情報通信機械器具製造業	330878	143	22	374	340	18194	169	806	2234	3074	5376	4022	153	71	349
⑤ 電子部品・デバイス製造業	575548	144	117	1194	3369	10098	1550	331	2858	1719	4267	983	159	1411	2520
⑥ 輸送用機械器具製造業	1051191	386	175	227	1427	24609	3133	187	34700	21826	8065	8484	287	728	2093
⑦ 業務用機械製造業	295401	419	20	386	165	6928	453	644	1268	8337	6317	2346	132	328	560
⑧ 器具製造業生産用機械	654864	1061	87	588	647	10231	2367	4089	2465	15701	16325	4422	150	1442	6013
⑨その他製造業	288677	1398	356	966	500	3860	856	736	7765	4750	10012	2921	126	564	754
合計	4701091	6223	963	5556	8483	99205	12300	9182	59936	76604	122554	44499	1862	6733	21920
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	7.71	0.69	0.60	0.99	13.29	6.55	3.03	3.41	15.02	4.99	5.09	5.81	10.56	0.92	4.58

14 都市における創造産業・ハイテク産業の従事者数・事業所数の順位

都市名	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
域内全産業従事者数に占める創造産業従事者数の割合(%)	6.61	8.06	7.49	7.75	4.84	7.95	6.04	6.99	5.34	8.36	8.77	4.37	4.01	6.23	5.28
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	10.00	9.87	9.28	9.73	7.19	9.20	8.34	9.55	8.39	9.63	12.76	8.89	6.28	8.59	7.66
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	7.71	0.69	0.60	0.99	13.29	6.55	3.03	3.41	15.02	4.99	5.09	5.81	10.56	0.92	4.58
域内全産業事業所数に占めるハイテク産業事業所数の割合(%)	2.72	0.81	0.57	0.90	2.62	3.27	1.72	2.53	6.15	3.79	3.42	2.22	3.14	1.77	1.83

都市名	大阪	名古屋	札幌	横浜	仙台	盛岡	金沢	全国	高松	新潟	浜松	北九州	鶴岡	神戸	篠山
域内全産業従事者数に占める創造産業従事者数の割合(%)	8.77	8.36	8.06	7.95	7.75	7.49	6.99	6.61	6.23	6.04	5.34	5.28	4.84	4.37	4.01
都市名	大阪	全国	札幌	仙台	名古屋	金沢	盛岡	横浜	神戸	高松	浜松	新潟	北九州	鶴岡	篠山
域内全産業事業所数に占める創造産業事業所数の割合(%)	12.76	10.00	9.87	9.73	9.63	9.55	9.28	9.20	8.89	8.59	8.39	8.34	7.66	7.19	6.28
都市名	浜松	鶴岡	篠山	全国	横浜	神戸	大阪	名古屋	北九州	金沢	新潟	仙台	高松	札幌	盛岡
域内全産業従事者数に占めるハイテク産業従事者数の割合(%)	15.02	13.29	10.56	7.71	6.55	5.81	5.09	4.99	4.58	3.41	3.03	0.99	0.92	0.69	0.60
都市名	浜松	名古屋	大阪	横浜	篠山	全国	鶴岡	金沢	神戸	北九州	高松	新潟	仙台	札幌	盛岡
域内全産業事業所数に占めるハイテク産業事業所数の割合(%)	6.15	3.79	3.42	3.27	3.14	2.72	2.62	2.53	2.22	1.83	1.77	1.72	0.90	0.81	0.57

HC 指標算出用データ

H22年度 市	域内全産業事業所数A～R(S公務員除く)	域内全産業従事者数A～R(S公務員除く)
全国	6,002,730	60,991,824
01-100 札幌市	80,013	897,612
03-201 盛岡市	15,504	159,200
04-100 仙台市	48,444	562,136
06-203 鶴岡市	7,470	63,839
14-100 横浜市	122,934	1,515,104
15-100 新潟市	38,794	405,842
17-201 金沢市	28,431	269,156
22-130 浜松市	39,406	399,057
23-100 名古屋市	131,927	1,500,706
27-100 大阪市	209,338	2,407,733
28-100 神戸市	73,421	765,346
28-221 篠山市	2,196	17,632
37-201 高松市	24,290	226,534
40-100 北九州市	47,654	478,939

H22年度	人口 平成22年(a)
全国	128057352
01-100 札幌市	1913545
03-201 盛岡市	298348
04-100 仙台市	1045986
06-203 鶴岡市	136623
14-100 横浜市	3688773
15-100 新潟市	812192
17-201 金沢市	462361
22-130 浜松市	800866
23-100 名古屋市	2263894
27-100 大阪市	2665314
28-100 神戸市	1544200
28-221 篠山市	26501
37-201 高松市	419429
40-100 北九州市	976846

22年度 県	全産業事業所数A～R(S公務員除く)	全産業従事者数A～R(S公務員除く)
全国	6,043,300	62,860,514
01北海道	258,041	2,535,263
03岩手県	67,230	605,948
04宮城県	110,209	1,120,793
06山形県	63,651	531,705
14神奈川県	315,002	3,694,587
15新潟県	129,572	1,169,751
17石川県	68,035	609,917
22静岡県	194,589	1,933,029
23愛知県	344,523	4,006,646
27大阪府	449,766	4,894,353
28兵庫県	242,915	2,444,525
37香川県	53,355	476,772
40福岡県	231,566	2,421,726

H22年度	歳出総額(千円)
01-100 札幌市	826,666,999
03-201 盛岡市	107,057,760
04-100 仙台市	432,281,213
06-203 鶴岡市	63,553,000
14-100 横浜市	1,516,774,984
15-100 新潟市	357,787,103
17-201 金沢市	165,453,266
22-130 浜松市	275,688,865
23-100 名古屋市	1,030,510,544
27-100 大阪市	1,669,763,066
28-100 神戸市	803,217,769
28-221 篠山市	25,285,000
37-201 高松市	146,923,000
40-100 北九州市	533,022,096

H22年度	高校生	大学生+大学院生+短期大学	計
01-100 札幌市	33690	63622	97312
03-201 盛岡市	6989	12727	19716
04-100 仙台市	16770	58219	74989
06-203 鶴岡市	5156	851	6007
14-100 横浜市	74288	94141	168429
15-100 新潟市	16723	14900	31623
17-201 金沢市	10614		47256
22-130 浜松市	16402	12661	29063
23-100 名古屋市	32659	103371	136030
27-100 大阪市	42623	35340	77963
28-100 神戸市	22876	78755	101631
28-221 篠山市	1556	0	1556
37-201 高松市	11151	7032	18183
40-100 北九州市	15992	25580	41572

SC 指標算出用データ

	民生費		民生費				民生費			
	歳出総額(千円)	民生費全体(千円)	社会福祉費(千円)	老人福祉費(千円)	児童福祉費(千円)	生活保護費(千円)	体育施設費(千円)	社会教育費(千円)	市長選挙投票率(%)	NPO数
札幌市	826,666,999	276175150	61,078,140	42,480,369	61,717,126	110,899,515	4,846,523	6,920,226	58.54(H23年4月10日)	882
盛岡市	107,057,760	30132554	6,525,575	5,793,444	10,894,141	6,919,394	572,273	3,881,352	無投票(H23年8月21日) (前回30.94H19年8月26日)	133
仙台市	432,281,213	106373953	27,550,955	19,219,208	36,749,764	22,852,106	2,119,132	10,202,032	44.72(H21年7月26日)	414
鶴岡市	63,553,000	15,563,933	3,905,501	4,345,251	5,773,217	1,512,861	521,426	1,565,604	73.85%(2009/10/12)	38
横浜市	1,516,774,984	485135708	166,629,152	79,439,500	130,013,237	108,963,726	2,421,747	28,294,768	68.76(H21年8月30日)	1434
新潟市	357,787,103	87435284	18601183	19692096	34488095	14653910	4601097	9692048	平成22年11月14日	92
金沢市	165,453,266	48730967	11,836,747	10,129,015	19,763,474	7,001,731	1,439,306	5,536,664	35.93(H22年11月28日)	163
浜松市	275,688,865	66733126	16,659,262	16,371,826	24,624,953	9,061,170	2,487,818	6,595,208	無投票(H23年4月10日) (前回66.86H19年4月8日)	93
名古屋市	1,030,510,544	283279962	72,456,666	48,498,294	93,560,896	68,721,250	4,843,792	16,044,729	54.14(H23年2月6日)	813
大阪市	1,669,763,066	599986717	118,146,743	72,640,351	120,610,690	288,550,352	3,849,708	14,039,905	60.92(H23年11月27日)	1581
神戸市	803,217,769	253959373	74,202,237	40,707,919	61,042,200	77,799,466	1,437,104	7,056,691	31.51(H21年10月25日)	746
篠山市	25,285,000	4,133,895	1,365,299	1,179,886	1,279,651	308,164	117,415	565,564	48.45%(2011/02/13)	19
高松市	146,923,000	47,604,406	11,179,548	9,500,915	16,336,677	10,587,266	1,207,118	2,940,429	無投票(2011/04/24)	157
北九州市	533,022,096	149826922	36,712,438	26,765,074	46,904,635	39,415,811	1,782,208	6,607,307	37.00(H23年1月23日)	287

EC 指標算出用データ

	人口 平成22年 (a)	平成17年～22年の人口増減率(%) 2)	外国人人口(平成22年度時点)(人)	ゴミのリサイクル率(2007)(%)	ゴミ総排出量(2007)(t)
全国	128057352	0.226471428	1648037	20.3	50820000
札幌市	1913545	1.73760662	6871	14.9	862303
盛岡市	298348	-0.797350588	1041	16.8	130242
仙台市	1045986	2.034871811	7360	16.9	449538
鶴岡市	136623	-4.04610068	695	17.90	52290
横浜市	3688773	3.049059846	53029	27.3	1330563
新潟市	812192	-0.2%	4095	19.4	356,722
金沢市	462361	1.705649055	4238	15.6	193822
浜松市	800866	-0.393765422	18167	18.1	316703
名古屋市	2263894	2.204543259	52485	25.3	892479
大阪市	2665314	1.388574531	96675	4.9	1552216
神戸市	1544200	1.23292817	34037	10.8	710584
篠山市	26501	-4.380594541	474	16.00	18498
高松市	419429	0.3118684600	2,600	21.60	158050
北九州市	976846	-1.678770036	9758	29.2	531979

	非水洗化人口(2007年)(人)	都市公園数(2008)(箇所)	森林(林野)面積割合(2010)(%)	下水道普及率(2011)(%)	可住地面積(2009)(Km ²)
全国	9984000	99874	65.70%	75.1	12214658ha
札幌市	9823	2643	68090ha(61%)	99.7	440.58
盛岡市	24430	441	64822ha(73%)	87.2	237.67
仙台市	13193	1563	44488ha(57%)	97.8	338.67
鶴岡市	11425	86	90,876 ha(14.0%)	0.73	398.33
横浜市	8844	2575	3808ha(9%)	99.8	398.00
新潟市	48,085	1222	5460ha (0.7%)	77.10%	669.77
金沢市	4697	536	27331ha(58%)	95.6	190.69
浜松市	44400	498	101854ha(67%)	78.1	485.78
名古屋市	8533	1392	1140ha(3%)	99	314.31
大阪市	112	976	0ha(0%)	100	222.43
神戸市	5480	1596	22544ha(41%)	98.7	319.54
篠山市	3433	17	28,175 ha(5.0%)	0.72	95.43
高松市	43375	156	14,109 ha(16.1%)	0.62	232.95
北九州市	12401	1637	19,586 ha(8.9%)	99.8	292.28

創造産業事業所数

業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	岡山	高松	北九州
①広告	14872	380	59	243	8	331	98	72	110	708	1494	178	0	88	92
731 広告業	11540	278	48	190	6	264	78	67	76	568	1053	134	0	65	76
415 広告制作業	3332	102	11	53	2	67	20	5	34	140	441	39	0	23	16
②建築設計	180508	1387	243	858	69	1372	467	431	381	1571	2666	684	14	277	368
742 土木建築サービス業	60508	1387	243	858	69	1372	467	431	381	1571	2666	684	14	277	366
(74A 建築設計業)	47072	1041	181	663	53	1111	341	352	310	1353	2404	587	9	233	293
③工芸・美術・骨董品・生活文化	211321	2368	574	1643	233	4386	1406	1172	1389	4469	5742	2985	93	833	1627
327 漆器製造業	1945	1	4	6	0	3	5	14	41	11	8	0	0	29	1
609 他に分類されない小売業	118309	1321	307	851	128	2330	664	560	661	2389	3931	1764	65	467	1036
821 社会教育	3650	39	15	18	5	49	21	75	17	34	62	53	2	10	52
(82C 博物館、美術館)	1881	15	7	8	4	17	17	24	8	17	19	28	2	5	14
824 教育・技能教授業(1)	87417	1007	248	768	100	2004	771	523	670	2035	1741	1168	26	327	538
(82G 書道教授業)	11919	75	19	95	20	177	92	57	146	272	161	145	4	62	75
(82H 生花・茶道教授業)	6534	47	37	71	13	66	91	59	36	130	81	55	4	19	43
(82M その他の教養・技能教授業)	23881	342	80	237	25	739	179	140	158	622	658	392	8	100	166
④デザイン	10587	162	21	89	6	241	53	80	68	434	1393	145	0	46	63
726 デザイン業	10578	162	21	89	6	241	53	80	68	434	1393	145	0	46	63
⑤映画・映像・写真	62524	829	185	541	90	1288	394	286	402	1522	2488	829	10	271	557
411 映像情報制作・配給業	4706	92	13	44	4	97	19	27	20	140	345	36	0	15	13
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(1)	5910	53	15	54	3	115	21	21	18	147	336	47	2	26	29
(41B その他の映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業)	2971	28	3	19	0	97	6	10	6	84	142	30	0	5	12
801 映画館	674	11	4	4	0	16	5	5	7	20	30	14	0	5	5
709 その他の物品賃貸業	11656	191	37	107	15	233	78	55	80	306	364	165	2	66	110
(70A 音楽・映像記録物賃貸業)	3668	72	12	26	6	88	14	7	24	101	93	49	0	14	43
746 写真業	11822	166	36	107	27	212	91	55	89	282	502	125	3	61	101
799 他に分類されない生活サービス業	27756	316	80	225	41	615	180	123	188	627	911	442	3	98	299
(79D 写真現像・焼付業)	9338	98	26	75	12	205	86	32	65	205	273	117	1	26	70
⑥音楽	149200	1808	359	1214	172	3206	1109	781	1150	3570	3785	1852	37	585	994
329 他に分類されない製造業	17661	224	7	105	16	348	89	98	176	500	688	143	1	76	102
(32C 情報記録物製造業(新聞・書籍等の印刷物は除く))	288	3	0	3	0	11	0	0	1	11	9	2	0	0	0
412 音声情報制作業	776	14	0	2	0	37	3	1	1	12	48	8	0	1	2
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(1)	29360	342	86	263	32	549	168	120	239	661	900	382	8	129	213
(60C 楽器小売業)	4529	71	18	38	8	104	39	25	39	138	176	77	1	15	33
824 教養・技能教授業(2)	87417	1007	248	768	100	2004	771	523	670	2035	1741	1168	26	327	538
(82F 音楽教授業)	21527	264	71	187	31	401	263	136	146	406	253	258	7	60	104
809 その他の娯楽業	13986	221	18	76	24	268	78	39	64	362	388	151	2	52	139
(80N カラオケボックス業)	7044	89	9	46	8	119	34	13	26	99	170	76	0	36	106
⑦舞台芸術	5974	291	21	41	4	155	51	27	36	107	309	85	0	17	18
802 興行場(別掲を除く)・興行団	3333	53	2	34	1	94	14	7	18	89	182	33	0	6	12
951 集会場	2641	238	19	7	3	61	37	20	18	18	127	52	0	11	6
⑧芸術家・学術・文化団体	1757	16	6	24	3	30	8	9	4	22	69	22	2	7	4
727 著述・芸術家業	886	6	2	3	0	17	4	3	4	10	30	10	2	3	0
933 学術・文化団体	871	10	4	21	3	13	4	6	0	12	39	12	0	4	4
⑨出版	13390	182	40	127	9	220	58	60	49	352	816	107	4	51	56
413 新聞業	1701	34	7	20	3	13	12	11	5	47	143	19	2	7	8
414 出版業	5779	95	18	53	3	92	25	28	26	158	337	41	0	18	19
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(2)	5910	53	15	54	3	115	21	21	18	147	336	47	2	26	29
(41A ニュース配給業)	2939	25	12	35	3	18	15	11	12	63	194	17	2	21	17
⑩コンピュータ・ソフトウェア	91014	1581	269	991	76	2722	540	445	635	2774	4845	1223	14	378	643
391 ソフトウェア業	31031	752	93	438	18	1393	202	180	209	1267	2510	409	2	138	183
401 インターネット附属サービス業	5924	140	17	67	5	203	32	46	43	196	475	105	0	28	25
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(2)	29360	342	86	263	32	549	168	120	239	661	900	382	8	129	213
(60B がん具・娯楽用品・小売業)	7563	62	24	73	19	132	30	28	61	203	273	106	4	78	55
806 遊戯場	24699	347	73	223	21	577	138	99	144	650	960	327	4	83	222
(80L ゲームセンター)	4567	67	18	49	5	110	36	16	29	107	127	72	1	21	36
⑪テレビ・ラジオ	1931	24	10	28	2	28	13	16	10	44	108	16	0	15	11
381 公共放送(有線放送を除く)	75	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1
382 民間放送業(有線放送業を除く)	824	14	5	18	1	7	7	11	5	20	74	7	0	9	6
383 有線放送業	1032	9	4	9	0	19	5	4	4	22	33	8	0	5	4
合計(重複含む)	723078	9298	1787	5799	672	13979	4197	3379	4234	15573	23695	8126	174	2568	4431
☆合計(重複含まず)全体-(2)	600391	7896	1438	4714	537	11311	3237	2715	3307	12730	26718	6529	138	2086	3651
重複産業について該当産業のみ積算	373509	6068	1133	3642	521	8576	2992	2041	2395	9650	16735	4978	132	1964	2648
(416.607.824は重複)															

創造産業従事者数

業種/都市	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢	浜松	名古屋	大阪	神戸	熊本	高松	北九州
①広告	159832	3397	582	2326	30	3037	733	495	762	8137	17156	1228	0	757	933
731 広告業	133674	2802	510	1783	27	2774	658	473	519	7003	13742	1038	0	655	819
415 広告制作業	26158	595	72	543	3	299	75	22	243	1134	3414	190	0	102	114
②建築設計	355208	11560	1602	6908	345	7702	3580	2701	1854	12839	21928	3578	58	1616	2064
742 土木建築サービス業	355208	11560	1602	6908	345	7702	3580	2701	1854	12839	21928	3578	58	1616	2064
(74A 建築設計業)	259577	8714	1194	5314	212	5303	2209	2180	1383	10324	19120	3068	22	1271	1536
③工芸・美術・貴重品・生活文化	929806	13478	2508	7914	977	23548	6006	4463	5461	20814	28162	13927	465	3393	7210
327 漆器製造業	6988	2	10	27	0	5	17	39	5	45	16	0	0	77	1
609 他に分類されない小売業	594227	8933	1633	5086	711	12990	3780	2686	3317	11734	17564	8005	373	2100	5001
821 社会教育	40981	502	123	160	41	1052	267	384	248	566	556	874	8	91	178
(82C 博物館、美術館)	16576	105	50	65	35	226	152	162	72	140	198	174	8	43	61
824 教育・技能教授業(1)	287410	4041	742	2641	225	9501	1942	1354	1891	8469	10026	5048	84	1125	2030
(82G 書道教授業)	17211	214	45	122	25	284	120	73	202	482	285	237	4	89	103
(82H 生花・茶道教授業)	8168	55	38	98	14	83	108	67	40	178	177	119	4	23	55
(82M その他の教養・技能教授業)	94067	1375	226	1137	69	3536	506	505	545	2718	4234	2208	41	303	438
④デザイン	47163	670	69	430	24	974	266	245	301	2135	6034	416	0	128	300
726 デザイン業	47163	670	69	430	24	974	266	245	301	2135	6034	416	0	128	300
⑤映画・映像・写真	435789	6286	1181	3774	482	11008	2766	2333	2749	12847	12514	5169	32	1788	3004
411 映像情報制作・配給業	64360	1106	99	390	29	684	274	421	122	1704	4250	208	0	198	106
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(1)	38808	367	67	360	4	912	120	140	112	1134	2330	302	2	138	154
(41B その他の映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業)	23493	182	9	158	0	791	37	93	36	709	1077	172	0	40	71
801 映画館	23576	306	16	95	0	708	198	176	252	519	869	266	0	74	149
709 その他の物品賃貸業	117600	1964	385	1161	126	3062	777	539	857	3415	3991	1831	10	588	1185
(70A 音楽・映像記録物賃貸業)	54601	854	171	416	67	1620	194	139	356	1627	1312	831	0	250	593
746 写真業	53803	821	183	483	83	1134	386	295	345	1672	2699	580	10	247	546
799 他に分類されない生活サービス業	137642	1722	431	1285	240	4506	1011	762	1061	4403	4895	1982	10	543	864
(79D 写真現像・焼付業)	38249	471	174	405	34	1035	405	122	268	970	1242	468	3	121	306
⑥音楽	725686	11674	1692	6628	832	21053	4441	3097	5583	21887	26580	10462	164	2839	5649
329 他に分類されない製造業	135645	1036	118	806	376	2817	630	533	1539	3042	4660	753	15	362	562
(32C 情報記録物製造業(新聞・書籍等の印刷物は除く))	6627	21	0	249	0	32	0	0	1	70	169	3	0	0	0
412 音声情報制作業	7158	82	0	15	0	110	5	2	6	37	357	41	0	1	12
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(1)	170188	2566	573	2184	120	4394	1134	679	1503	5037	6464	2534	24	769	1599
(60C 楽器小売業)	32434	623	346	633	52	857	295	142	212	974	1251	489	3	77	169
824 教養・技能教授業(2)	287410	4041	742	2641	225	9501	1942	1354	1891	8469	10026	5048	84	1125	2030
(82F 音楽教授業)	46576	563	138	425	68	1379	388	230	411	1131	935	554	32	218	245
809 その他の娯楽業	125285	3949	259	982	111	4231	730	529	624	5302	5073	2086	9	582	1446
(80N カラオケボックス業)	66730	1547	123	819	55	2001	376	308	389	1241	1755	723	0	382	735
⑦舞台芸術	57089	1554	137	519	31	1662	415	119	316	1936	3493	805	0	129	80
802 興行場(別掲を除く)・興行団	37907	685	8	455	22	909	123	26	99	1780	2649	447	0	24	38
951 集会場	19182	869	129	64	9	753	292	93	217	156	844	358	0	105	42
⑧芸術家・学術・文化団体	8360	36	16	119	26	197	23	12	7	74	403	175	3	13	62
727 著述・芸術家業	1517	11	3	5	0	32	4	5	7	17	49	14	3	5	0
933 学術・文化団体	6843	25	13	114	26	165	19	7	0	57	354	161	0	7	62
⑨出版	167460	3327	541	1626	103	1967	1011	1048	493	6199	12224	1335	4	538	799
413 新聞業	58349	1889	346	618	91	459	541	542	120	2402	5644	875	2	212	460
414 出版業	90303	1071	119	648	8	596	350	366	261	2663	4250	330	0	188	185
416 映像・音声・文字情報制作に付帯するサービス業(2)	38808	367	76	360	4	912	120	140	112	1134	2330	130	2	138	154
(41A ニュース配給業)	15315	185	67	202	4	121	83	47	76	425	1253	130	2	98	83
⑩コンピュータ・ソフトウェア	1552295	25731	4468	17316	583	63366	7800	5828	7120	53284	96755	17088	92	4517	8554
391 ソフトウェア業	914407	15550	2297	10669	105	48536	3903	3691	2906	36492	73403	9610	3	1917	3587
401 インターネット附属サービス業	64924	1175	84	508	11	932	290	170	440	1830	4180	515	0	168	108
607 スポーツ用品・がん具・娯楽用品・楽器小売業(2)	170188	2566	573	2184	120	4394	1134	679	1503	5037	6464	2534	24	769	1599
(60B がん具・娯楽用品・小売業)	43714	420	116	547	12	1250	215	106	500	1111	1600	483	8	187	339
806 遊戯場	402776	6440	1514	3955	347	9504	2473	1288	2271	9925	12708	4429	65	1663	3260
(80L ゲームセンター)	65088	1260	353	676	27	1880	568	356	490	1579	1944	1266	4	298	528
⑪テレビ・ラジオ	71009	1642	565	1206	7	778	664	652	183	2695	4721	899	0	449	437
381 公共放送(有線放送を除く)	14733	329	135	319	3	127	143	135	17	494	703	144	0	123	106
382 民間放送業(有線放送業を除く)	32782	1071	378	731	4	238	405	430	88	1662	3033	272	0	225	85
383 有線放送業	23494	242	52	156	0	413	116	87	78	539	985	483	0	101	246
合計(重複含む)	4529497	79355	13298	48766	3440	135290	27705	20993	24809	142847	229970	41155	818	16167	29092
☆合計(重複含まず)全体-(2)	4033091	72381	11907	43581	3091	120483	24509	18820	21303	128207	211150	33443	708	14135	25309
重複産業について該産業のみ積算	3009974	65227	9143	34405	2986	93200	23065	14441	12941	97754	175071	20951	692	13138	17229
(416,607,824は重複)															

ハイテク産業事業所

	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
16 化学工業	10021	52	3	33	8	195	23	23
25 はん用機械器具製造業	27069	125	7	35	21	541	78	106
29 電気機械器具製造業	320	2	7	66	21	533	75	83
30 情報通信機械器具製造業	4608	23	2	16	8	241	12	8
28 電子部品・デバイス製造業	11104	13	2	21	38	326	49	15
31 輸送用機械器具製造業	21087	27	5	15	14	448	105	23
27 業務用機械製造業	11871	41	3	33	9	314	31	27
26 器具製造業生産用機械	41640	50	8	64	38	918	159	284
32 その他製造業	35612	312	52	154	39	500	135	151
合計	163332	645	89	437	196	4016	667	720

	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
16 化学工業	26	191	682	109	4	31	85
25 はん用機械器具製造業	262	962	1543	342	10	66	182
29 電気機械器具製造業	270	486	829	144	11	41	137
30 情報通信機械器具製造業	35	70	127	30	3	6	14
28 電子部品・デバイス製造業	90	118	200	41	6	10	41
31 輸送用機械器具製造業	763	691	368	285	9	40	57
27 業務用機械製造業	55	307	397	80	2	15	39
26 器具製造業生産用機械	523	1388	1607	316	12	88	166
32 その他製造業	400	791	1405	282	12	133	152
合計	2424	5004	7158	1629	69	430	873

ハイテク業従事者数

	全国	札幌	盛岡	仙台	鶴岡	横浜	新潟	金沢
16 化学工業	483668	623	75	764	260	5219	1301	387
25 はん用機械器具製造業	435291	1172	32	268	523	8802	1005	766
29 電気機械器具製造業	585573	877	79	789	1252	11264	1466	1236
30 情報通信機械器具製造業	330878	143	22	374	340	18194	169	806
28 電子部品・デバイス製造業	575548	144	117	1194	3369	10098	1550	331
31 輸送用機械器具製造業	1051191	386	175	227	1427	24609	3133	187
27 業務用機械製造業	295401	419	20	386	165	6928	453	644
26 器具製造業生産用機械	654864	1061	87	588	647	10231	2367	4089
32 その他製造業	288677	1398	356	966	500	3860	856	736
合計	4701091	6223	963	5556	8483	99205	12300	9182

	浜松	名古屋	大阪	神戸	篠山	高松	北九州
16 化学工業	527	4830	43290	4795	332	555	4490
25 はん用機械器具製造業	2465	7288	15209	11159	209	662	1967
29 電気機械器具製造業	5654	9079	13693	5367	314	972	3174
30 情報通信機械器具製造業	2234	3074	5376	4022	153	71	349
28 電子部品・デバイス製造業	2858	1719	4267	983	159	1411	2520
31 輸送用機械器具製造業	34700	21826	8065	8484	287	728	2093
27 業務用機械製造業	1268	8337	6317	2346	132	328	560
26 器具製造業生産用機械	2465	15701	16325	4422	150	1442	6013
32 その他製造業	7765	4750	10012	2921	126	564	754
合計	59936	76604	122554	44499	1862	6733	21920

学 位 論 文 の 要 旨

論文題目

「我が国における創造都市政策の現状とその特性に関する比較考察」

Comparative Study on the Current Status and Characteristics of Creative Cities in Japan.

1. 研究の概要

・ 研究の背景

21世紀を迎え、いまやかつてないほどに都市空間の均質・平俗化や、都市における産業の衰退が進む中、ポスト工業化の時代における都市の再生や成長の起爆剤として、文化芸術のもつ「創造性」に焦点が当てられ始めている。そうした中、都市の創造性に基礎を置く都市政策、あるいは政策目標としての「創造都市」の理論に注目が集まっている。都市の規模に関わらず、優れた文化芸術や産業、情報技術等がもつ創造性を発揮する国内外の創造都市において、これまで様々な政策がとられてきた。現在、世界でも120を超える都市が創造都市に関する政策目標を掲げており、2004年からはユネスコによる創造都市ネットワーク（Creative Cities Network：以下CCN）への認定・登録制度も始まっている。このユネスコCCNには、現在我が国の6都市（札幌市、鶴岡市、金沢市、名古屋市、浜松市、神戸市）を含む7分野69都市が認定を受け加盟を果たしている（2015年3月時点）。加盟各都市は、それぞれの認定分野を軸とした政策を打ち出し、様々な形で施策や事業として実践している。こうした背景から、我が国においてもいくつかの都市で、提唱者であるC・ランドリー（Landry,2000）やR・フロリダ（Florida,2002；2005）らの理論をもとに創造都市を目標に掲げ、それらにもとづく政策が実践されている。そして、多様性を競い合う新たな形のグローバルな都市間競争への移行と、地域主権を軸とした分権化が進んできた中で、文化芸術の創造性を高めることで市民の活力を引き出し、都市経済の再生を目指している。そして、各都市の創造都市政策は、社会包摂を伴った地域の再生と、創造産業を基軸とする創造経済による多様な形での発展に向け実践されている。

・ 研究の目的と問題意識

これまで、我が国の先進的な創造都市では、優れた事例を多数生み出しているものの、それぞれの創造都市における具体的な政策の現状を捉え、各都市の特性にもとづいた論考はほとんどなされておらず、その実践事例の多様さの割に研究蓄積の浅い領域であると言える。各都市における創造都市政策にもとづく具体的な施策や事業の実態とその広がり、取り組み主体や各主体間の関係性など、未だ多くの点で十分な学術的考察がなされていないのが現状である。そのため本研究では、これまで個別の政策や施策を取り上げ論じられてきた創造都市政策にまつわる議論や言説が、実際の都市政策やそれにもとづく諸実践にどのように応用され、何をもたらしているのか、その実態を包括的にとらえ、各市の具体的実践事例にも触れながら各創造都市の特性を比較考察しつつ明らかにする。

・ 研究の対象

本研究では、先行研究や文献等で取り上げられている創造都市の中でも、主として2012年度までに基本計画やマスタープラン～事業計画（各市位置づけのレベルや名称は異なる）の中に創造都市政策を明記し、担当所管部局を持つユネスコCCN認定・加盟6都市を含む全国14都市（札幌市、盛岡市、仙台市、鶴岡市、横浜市、新潟市、金沢市、浜松市、名古屋市、大阪市、神戸市、篠山市、高松市、北九州市）で推進される創造都市政策に関する施策、事業などの実践及び、創造産業を中心とする創造主体、創造都市政策の一翼を担う一つの創造拠点となる文化施設である市立美術館、各市における文化政策を対象とする。

・ 研究の意義

本研究の意義は、これまで我が国の創造都市研究の領域においてほとんどなされてこな

かった、具体的な指標による都市の創造性に関する計量と、モデル化を伴いながらそれぞれの特性をもとに比較考察を行うという点にある。また、創造都市における文化政策や創造産業の現状と特性を明らかにすることで、今後の創造都市における創造都市政策の策定や実践に資する知見を導き出すという点に本研究の意義を見いだすことが出来る。

2. 創造都市論の系譜と政策への応用

本章ではまず、これまで行われてきた創造都市に関する議論について、提唱者であるランドリーの「創造的環境（Creative Milieu）」に関する議論や、フロリダの「クリエイティブ・クラス」に関する議論及び、我が国における創造都市研究における第一人者である佐々木の理論を中心としてその系譜や概念の整理を行った。加えて、都市の創造性に関する評価指標についても、その体系を整理した。中でも本研究においてこの後の分析で援用するフロリダの「創造性指標（Creativity Index）」の中心的な視点である「三つのT（Talent・Technology・Tolerance）」の概念についてもそれぞれ取り上げた。そして、フロリダの提唱する新たな生産主体としてのクリエイティブ・クラス概念と、彼らの実践や生産の特徴、彼らを惹きつける都市とはどのような都市かを明らかにした。そこでは、三つのTでも示された創造的人材に対する寛容性や、技術や才能の集積という条件が重要である事が明らかになった。本章では、創造都市という概念が、実際の都市政策にどのように応用されているのかについて描き出す中で、創造都市政策は、文化と産業の横断的な政策という視点を都市政策に応用することで、都市の創造性を高め、創造的環境の構築と創造クラスターの形成を目指しているということが明らかとなった。本章では最後に、創造都市とソーシャル・キャピタルに関する議論を整理しながら、フロリダとは異なる視点を持つパットナムの議論も取り上げ対比させつつ、フロリダの創造都市の議論に対する市場主義的な資本主義の側面への批判点についても論じた。この、ソーシャル・キャピタルに関する議論については、三章以降での創造性指標を用いた検討にも深く関係する。

3. 我が国における創造都市の現状

本章では、2章での各概念の整理を受け、まず我が国において創造都市の概念がどのように受容され政策へと応用されているかを明らかにするため、対象各市の創造都市政策に掲げられた目標や施策、事業、その主管部局、創造都市として行う関連文化政策や施策に関する現状を、各都市の計画書や統計資料等により把握した。そして、我が国における創造都市政策に関する先行研究について整理した。その上で、RCDIを用いて実際に都市の創造性に関する計量値を算出し、各指標により得られた結果をもとに特性の類型化を行った。「RCDI（Regional Creative Development Index:地域創造性開発指標）」とは、北海道未来総合研究所（2009）において、全国の20万人規模以上の都市への調査に用いられた指標であり、都市における創造性に関する特性を計量する指標である。RCDIには「人的資本（Human Capital：HC）」、「社会関係資本（Social Capital：SC）」、「環境資本（Environment Capital：EC）」という基本の3つの指標が存在する。フロリダの三つのTの概念に関して、人的資本指標におけるTalentおよびTechnologyに関する指標値を計量するに際し、創造産業については、吉本（2003；2009）による日本版創造産業分類を援用した。これは、英国の文化・メディア・スポーツ省（DCMS）が定義する創造産業13業種を、吉本が日本標準産業分類に当てはめ検討したものである。RCDIのスコアからの比較により、Talent指標に関する数値についてみると大阪市や名古屋市、仙台市といった製造業中心の創造産業を多く有する都市で高かった。Technology指標に関してはハイテク産業を中心とする中小企業等を多く有する大都市でその割合が高く、これらの都市では同時にTolerance指標の値も高くなっている事がわかった。この点は、域内人口に対する創造産業従事者数の割合で見た場合も、域内全産業の従事者数に対する創造産業の割合で見た場合もほぼ同様の結果であった。これは、我が国の創造都市においても、フロリダが主張するように、首都圏以外の産業都市にクリエイティブ・クラスが集中しやすいとの論ともある程度符合する。一方、寛容性指標でみると、金沢市のようにその値がそれほど高くはない都市においても創造産業の発展及び、クリエイティブ・クラスの集中は一定程度見られた。この事から、フロリダの主

張するような、寛容性の低い都市ではイノベーションが起きにくいという議論や、創造性に関する数値のうち人的資本指標に関する値の向上が阻害されやすい条件となり得るといふ説には必ずしも当てはまらないことも明らかとなった。逆に、日本型の創造都市では、寛容性に関する数値の高さが必ずしも都市の創造性を阻害する条件とはならない可能性もあり、この点はパットナムのソーシャル・キャピタルと都市の創造性に関する議論と併せて今後の我が国の創造都市研究における検討課題の一つともなり得る。また、RCDIをはじめとした都市の創造性に関する計量指標を用いての計量を行う際、都市の中でも特定の地域におけるクリエイティブ・クラスの集中や、ある地域における創造産業の分布といったきめ細い視点からの分析を行っていくことも都市の創造性の考察に対する有効な検討材料となるだろう。本章では最後に、各市の所管部局に対してアンケート調査を行った。これにより、各市の創造都市政策の実践の現状や、課題等を明らかにした。この中で、多くの都市では地域固有の歴史や文化資源の活用を目指し創造都市政策に踏み切ったものの、予算面や部局間の調整といった庁内の内部組織的課題、地元からの理解といった外部的な課題に加え、企業（域内、域外）やアーティスト・クリエイター、NPO等の外部主体との連携関係に関する課題、事業の評価指標の設定に関する課題などが明らかとなった。

本章を通じて、我が国における創造都市の現状と基本的な特性が明らかになった。また、都市の創造性について、その特性や現状を把握し、比較考察する際の一つの手法として、RCDIは一定の有効性もつ事が明らかとなったが、一方で、アンケート調査や各創造主体、各市担当部局へのヒアリング調査などを通じ、各都市の実情や、固有の特性に合わせる形で、より詳細かつ有効な検討方法を適宜組み合わせしていくことの重要性も明らかとなった。

4. 創造都市モデルからの比較分析

本章では、3章においてRCDIのスコアによる比較考察やアンケート調査を通じて明らかにしてきた各創造都市における現状と特性を受けて、各都市における具体的な創造都市政策のアウトカムとしてどのような広がりを見せているかを把握するため、ユネスコCCN認定・加盟6市及び金沢市とは佐々木雅幸+総合研究開発機構編（2007）等の先行研究においてしばしば対照的モデルとして取り上げられる横浜市を加えた7市について、改めて政策の大系を整理した。その上で、創造都市政策に関わる人的、制度的関連や、各主体間の関連についてモデリングを行った。結果、各都市の創造性に関する政策にもとづく事業の種別や実践主体は極めて多様であった。具体的には、RCDIにより得られた特性及び、それぞれの都市の施策や事業からのモデリングにより、札幌市はメディア・アート振興施策中心の「国際戦略型」、鶴岡市は地域の食文化を軸とした「地域文化普及啓発型」、金沢市は域内循環型経済による「内発的発展型」、名古屋市はデザイン産業を中心とする「産業振興型」、浜松市は音楽文化の市民的展開を推進する「市民参加誘発型」、神戸市はブランディング戦略中心の「イメージ戦略型」、そして横浜市は創造産業の誘致・集積による「外発的発展型」といったようにタイプ別に分類することができた。そして、これらを踏まえ、ユネスコCCN認定6都市+1都市へのアンケート調査を通じて、ユネスコCCNの認定・登録（横浜市のみCCNJ）の現状について明らかにした。まず、ユネスコCCNに対する市民の認知度について尋ねた質問では、申請段階から市民への周知を積極的に行っており、「比較的認知されている」と答えた金沢を除き、「それほど認知されていないと思う」との回答であった。さらに、認知度を高めるためにどのようなプロモーションを行っているかについては、「シンボルやロゴマーク」、「ウェブなどの活用」等がそれぞれ挙げられていた。各市のユネスコCCN認定・加盟分野に関する質問では、関連事業における市民とのかわりについては、各市ともキーとなる施設が存在しており、それぞれの都市の特性に関わる実践や取り組みを行っているとの回答であった。そして、これらの施設が、地元のクリエイティブ・コアとして、クリエイティブ・クラスを集約し、クリエイターたちの活動拠点や交流のハブとして多様な活用がなされていた。また、今後の創造都市としての展望については、ユネスコCCNにおけるネットワーク関係を活かした交流の推進や、人材の育成、啓発、産業の振興を行うなど、他の加盟国や都市との関係性に目を向けていくとの回答があった。本章を通じてユネスコCCN認定・加盟各都市における創造都市政策の政策目

標や、政策が実践される際の施策や事業といったアウトプットも異なることを明らかにしてきたが、それらがクリエイティブ・クラスなどの各主体による実践や、それぞれの都市の創造産業の特性の差異や政策推進の際の特徴として表れていた。

5. 創造都市における市立美術館の機能と役割

本章では、市の創造都市政策における施策や事業の一翼を担う文化施設である市立美術館の機能と役割という側面に焦点を当て、それぞれ比較考察した。まず、創造都市における市立美術館という「文化施設」が創造都市政策の一翼をいかに担っており、どのような事業を実践しているのかについて整理した。対象美術館の中でも特に、ユネスコCCN 認定・加盟6都市+1都市における8つの市立美術館・博物館の実践と、各主体間の関係性を4章と同様にモデリングし、各モデルの特性から比較考察を行った。まず、各館に共通する特徴として、市の創造都市政策の一つの柱事業でもある札幌市における「国際芸術祭」や横浜市や名古屋市における「トリエンナーレ」事業、神戸市における「ビエンナーレ」事業といった、継続的に行われる市の国際発信・交流事業の中心的会場として位置づけられていた点が挙げられる。さらに、金沢市における伝統工芸品産業、名古屋市のデザイン産業、神戸市のファッション産業といった創造産業と地元クリエイターやデザイナーとの関係性の中でコラボレートし、生み出された作品が美術館で展示・紹介され、後に実際に商品化するなど、産学民のイノベーションを探る動きも一部に見られた。金沢21世紀美術館では、開館以前より行政による市民に対する意識調査や周知・啓発が徹底して行われ、現在では一部市民ボランティアによる運営もなされており、商店街や伝統産業といった地元の実践主体との協働による商品開発や交流の場ともなっている。また、横浜市美術館は、東京芸術大学映像学部の誘致に伴う若手クリエイターとの交流の場、教育普及プログラム等を通じた啓発や教育の場といった多様な機能も持っていることがわかった。このように各市立美術館は、市の創造都市政策や、創造的営為の一つの中心をなす機能を果たしていることが明らかになった。本章では最後に、対象都市における市立美術館に対し、どのような機能や役割を担っているのかについてアンケート調査を行った。その結果、各館では、集いと交流の場（文化コミュニティ拠点NPO等の活動拠点）、表現活動の場（現代作家、地元の芸術大学学生の卒業制作展示、ビエンナーレ会場等）、普及啓発の場（文化発信拠点）、人材育成の場、教育の場（ワークショップ、体験型学習、ツーリズム、ミュージアムクルーズなど）というように、主に各市で掲げられた創造都市としての目標像に沿った実践の中に特徴が現れていた。これらの結果から、創造都市における市立美術館では、各市の創造都市政策をもとに市民や各アクターとの双方向的な事業展開がなされており、様々な形で各市における創造的営為を行う際の創造クラスターのコアの一つとして創造都市政策の一翼を担っているということが明らかとなった。

6. 創造都市における文化政策の役割

本章では、5章で取り上げた創造都市政策の一翼を担う「文化施設」という視点に対置させる形で、創造都市における「文化政策」の側面から創造都市政策について取り上げた。

まず、これまでの文化政策の概念そのものについて整理した。その上で、4章でも触れたように、対照的モデルとしての横浜市と金沢市におけるこれまでの文化政策の具体的実践を取り上げ、創造都市における文化政策の応用について、より詳細に比較考察した。結果、金沢市では「芸術文化が脱工業化都市において、文化的な産業の成長性や雇用の効果を持ち、問題解決にあたって創造的なアイデアを刺激する」というランドリーの創造都市論の考え方を政策のコンセプトとして採用しているのに対して、横浜市では「創造的な社会を実現するためには、社会的・文化的・地理的環境が重要であり、創造的な人材を集めることこそ有効である」というフロリダの理論に大きく影響された文化政策であるという点で好対照をなす事例である事が明らかになった。

本章ではさらに、クリエイティブ・コモンズ（Creative Commons：以下CC）運動から生まれたCCライセンスを文化政策における施策や事業の推進に活用し、メディア・アートを中心に様々な取り組みを行う創造都市札幌の事例を取り上げ考察した。このとき、CC自身

の活動の経緯やライセンスの意義とその有り様も含めて整理し、創造都市におけるCCと、創造都市政策との新たな関係について考察した。また、創造都市における新たな文化政策として、都市空間におけるCCライセンスの応用とその可能性についても明らかにした。結果、今やメディア・アートは、都市空間と情報空間を横断して新たな創造的空間を生産するオルタナティブな媒介となりつつある事が明らかとなった。本章を通じて考察したCCや、NPOとしてのCCジャパンの実践は、メディア・アートを制作する際の素材を提供したり、作品を共有、流通させるためのひとつの社会的インフラとしても機能しているということが明らかとなった。この、CCの実践及びそれらを後押しする札幌市の文化政策は、創造都市政策の中でも特に、情報空間におけるフローと、実際の都市空間とを結びつける社会装置としてのメディア・アートへの新たな可能性を示すものであったといえる。

7. 我が国における創造都市政策についての考察

本章では、ここまでの議論を踏まえて、我が国における創造都市政策についての考察の結論として、今後の創造都市政策の推進と、それにもとづく諸実践に資するべく、我が国の創造都市政策について改めて考察した。

まず、創造都市政策の現状とその特性に関し、HCの指標値とSCの指標値の間の相関性については、我が国における都市の固有の特性や、各創造都市において独自に実施される政策内容に関係していると考えられるため、今後は、具体的な政策の内容や、個別の施策についても詳細に検討していく必要があること、さらに、我が国における都市の創造性を計量する包括的、統一的な指標や枠組は未だ存在しないため、指標自体のさらなる精査が必要であり、現状では都市の創造性を統計的に数値化し、それにより一律に比較する事の一定の限界を認識する必要があるという課題も明らかになった。

創造都市政策がもつ、従来の文化・芸術政策と異なる特徴として、明確な都市戦略の目標設定のもと、専門の所管部局をそれに合わせる形で設け、これまでそれぞれ別々な形で、主として行政主導でとられてきた文化・芸術政策と産業振興政策とがその多くの施策や事業のレベルにおいて、市民やクリエイター、企業、NPOといった地元の主体と双方向的な関係性の中で、包括的に行われているという点が明らかになった。

最後に、我が国の今後の創造都市政策の今後の在り方については、各市が今後、創造都市としての特性を決定づけているような創造産業を成長させていくために、産学や、官学、官学民といった様々な協力関係の中で、クリエイターやアーティストなどを継続的に育成し、技術などの継承をしていけるような仕組みづくりとともに、芸術や文化が、創造的な産業の創出という産業的な側面だけでなく、教育、医療、福祉といったさまざまな分野と結びついて、あらゆる人々をエンパワーメントし、コミュニティに貢献していくことの重要性を指摘した。

参考文献

- ・佐々木雅幸＋総合研究開発機構編（2007）『創造都市への展望－都市の文化政策とまちづくり』学芸出版社。
- ・チャールズ・ランドリー、後藤和子監訳（2003）『創造的都市－都市再生の道具箱』、日本評論社/Charles Landry（2000）, *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators*, art hscan Pubns Ltd.
- ・北海道未来総合研究所（2009）『地域の「創造力」向上を目指した再生の在り方』社団法人北海道未来総合研究所。
- ・吉本光宏（2003;2009）「創造産業の潮流1－わが国の現状とさらなる振興に向けて－」「創造産業の潮流2－特性が際だつ政令指定都市－」ニッセイ基礎研REPORT.
- ・リチャード・フロリダ、井口典夫訳（2014）『新 クリエイティブ資本論－才能が経済と都市の主役となる』ダイヤモンド社/Richard Florida（2014）*The Rise of the Creative Class--Revisited: Revised and Expanded Basic Books*; First Trade Paper Edition.
- ・ローレンス レッシング・林鉦一郎・梶山敬士・若槻恵美・上村圭介・土屋大洋（2005）『クリエイティブ・コモンズ』NTT出版。