

⑤ 創造的都市形成・都心部活性化とNPOの役割

杉浦 裕樹・大枝 奈美・高峯 高一 NPO法人
横浜コミュニティデザイン・ラボ

1 はじめに

創造都市・横浜を形成するにあたって、NPOとしてできること、あるいは、果たすべき役割というのはどういことが考えられるであろうか。

ここでは、横浜市立大学経済研

2 創造的都市形成の調査研究

① 研究の背景

このところみなとみらい線が開通し、横浜都心臨海部は全国的にも注目が集まっている。歴史的建造物を活用した文化芸術の実験プロジェクト「BankART 1929」の開始、開港・開国150周年に向けたさまざまなアクション、第2回横浜トリエンナーレの開催も発表された。また、神奈川新聞、TVK、横浜産業振興公社などが入居する「横浜メディア・ビジネスセンター」もこの春より稼働する。横浜では平成14年4月に中田市長になってから「民の力が存分に発揮される社会」というビジョンのもと、まちづくりのための協働

究所とNPO法人横浜コミュニティデザイン・ラボ※①が共同で行っている「横浜都心部活性化の方法」についての研究のプロセスより、横浜の生の声を拾い上げてみるとともに、仮説を検討してみたい。

型のアクションがさまざまな分野で行われてきている。また、不特定多数の利益の増進に寄与することを目的とするNPO法人の存在が目ざされている。自分たちの地域を良くしていくための活動を行

政や企業にまかせっきりにしないで、地域に関心を持つ市民が課題解決に向けて自ら「志」をもって情報発信し賛同者を集めて活動デザインをするというスタイルがここ数年で確立しつつある。

② 研究の概要

今回の研究は、横浜都心部の持つ文化芸術等の資源を、都心の求心力を構築する素材として活用・

発信する人材を発掘するとともに、文化芸術の活動や交流ができる場の設置、イベントの拡充、ネットワーク化の展開等、集客効果を高めるための具体的な基礎データを収集整理し、効果的な都心部活性化策の構築を目指すことが目的である。研究は、ヒアリングによるリソース発掘と研究会による都心部活性化策の検討の2つの柱を進めている。

③ 研究の途中経過

今回、文化芸術の創造力を社会に活かしていくためには、文化芸

3 創造的都市づくりのためにNPOが担うことができると思われる機能

さて、ここで、今回の調査研究より、「創造的都市づくりのためにNPOが担うことができると思われる機能」について、中間報告的な位置づけではあるが、仮説を述べてみることにしたい。

①クリエイティブリソースバン

なお、研究会は、チャールズランドリー氏※③ら有識者、専門家、実践者をお招きしておこなっている。

ク・クリエイティブメディアセンター（通信社）機能

地域の価値ある情報を収集、蓄積、編集、発信、共有する機能

独自に情報を発信するほか、さまざまな媒体や企業に対しても情報を配信していく

②コミュニティプラットフォーム

※①平成14年にまちづくりの中間支援組織としての活動を目指し設立された非営利の研究機関で、横浜ワールドポーターズ内「NPOスクエア」に拠点を設置。同年10月には、旧富士銀行に横浜市が設置した市民活動共同オフィス内にクリエイターやアーティストの才能や技術によりNPOや行政等による公益的なプロジェクトやその活動に参加する志あるクリエイター達の支援を目的に非営利団体「クリエイティブサポート横浜」を設置し、「YOKOHAMAハーバーライトファンタジー2002」の企画提案・実施や「たすけあいゆい」「アリスセンター」などのWEBサイト作成、シンポジウムや交流イベントの制作運営などを行ってきた。平成15年にNPO法人として認可され、横浜都心部を中心としたまちづくりを主要な研究テーマとしている。本研究は横浜市立大学研究奨励交付金地域貢献促進費に提案し採択を受けて、横浜市立大学経済研究所橋研究室と共同で実施している研究プロジェクトである。

図-1 「ヒヤリング・研究会で得られた関心キーワード」



※②ヒヤリングで得られた関心キーワードとコメント
【図-1：キーワードマップ】
・「まとまらなさ」が現状にも将来にも出てくるカオスの街としての横浜
・「ミニ東京」にはなりたくない、という意識が強くある。横浜のオリジナリティにこだわりがある
・田園風景とアーバンシティがこんなに近く味わえるということも横浜の売りとするべき
・文化芸術はもともと多様な価値観のものなので、それを中心的に担えるのはNPOではないか
・都市や市民の魅力と創造力を高めるさまざまな取り組みがはじまる

・横浜には既に多くの文化芸術に関するインフラがあるが、市民活動やNPO活動にどれだけ開放されていくのだろうか
【研究会で得られた知見やアイデア】
・クリエイティブシティ形成のために必要なのは、クリエイティブなヒト
・ユニークなアイデアと行動力を持った個人的なヒトが必要
・創造的な考えを実行に移せるヒトは誰もがクリエイター
・横浜の歴史性、地域性を考えるとクリエイティブシティの要素を十分に持っている

・もし私が都市経営をしたら、市内に5000のクリエイティブミリュ（創造的環境・スペース）を確保し、素敵な人々を集め、そこに語らえる場をつくるだろう
・計画は大切だが固執する必要はなく、有機的に変わりがら進めていくもの
・〇〇だからできないではなく、もし〇〇ならできるという態度 (can do態度) が大切
・1000日で横浜でできる100の小さいこと、10の大きいことを考えてみてはどうか
・横浜でメディアーターの養成プログラムづくりに取り組んでみたら良いのではないかと

ヒトや場に接する経験の提供機能
⑦公共的な場の管理運営、人材の派遣機能

劇場、公共施設・空間等で実施できるソフトの企画運営と場の活用を支援する人材の派遣機能

ここでは、上記の中より、①④の4つの機能について、ポイント立てて説明することとする。

①クリエイティブリソースバンクとクリエイティブメディアセンター機能

創造都市形成のためには、まず、その価値あるリソースを二元的に見られるデータベースとして整備することが求められる。アート、カルチャー、クリエイティブ産業情報、スポットやファッション等のトレンド情報など様々なクリエイティブの情報資源の、収集、編集、蓄積、共有化を図り、『社会の共有財』として活用できるような形にすることが、まず第一の重要なポイントとなる。

一方、集積した情報をクリエイティブメディアセンターとして通信的に発信していく機能を成り立たせるためには、まず、情報源となる文化芸術活動団体(拠点・クリエイター)、支援機関、行政等とのリレーションシップ・マネジメントが重要となる。また、情報のアウトプットとしては、情報デザインの視点を踏まえ、最新の情報技術を活用して配信していく

仕組みが必要になるだろう。さらに、情報を提供した結果、認知度・信用度・信頼度が向上し、外部経営資源の調達が可能になるなどの効果があり、情報が好循環する仕組みを持つことも求められる。

②インタミディアアリー機能

創造都市の形成は、どこか一つのセクターだけでできることではなく、産官学民・メディアが協働・協力しながら進めていくことが求められる。しかし現状では、各セクター間の横のつながりはあまりなく、セクター内、あるいは分野別のコミュニティの中で閉じてしまう傾向にある。それらのセクター間をつないでいく中間支援組織の役割を、NPOが果たすことができるのではないか。文化芸術・観光・ものづくり、メディアなどに関わる各組織が持つリソースを「コミュニティ・プラットフォーム」として有機的に結合・連携させて、様々な試み・プロジェクトを実践していくことが求められるだろう。

③クリエイティブ事業インキュベーション機能

横浜を創造都市として活性化していくためには、経済的に成り立つ新しい事業・産業を起こしていく必要がある。事業インキュベーションでは、横浜という地域のコミュニティ・リソースをうまく活用していくことがポイントとなる。「クリエイティブリソースバ

ンク」を活用するとともに、事業開発・起業に対して、各種専門家から成る「目利きボード」による評価システムを通じて、評価された案件に対しては、資金調達ははじめ、各種経営資源の提供を受けられるなどのインセンティブを与えることも考えられる。また、産業界からの、コミュニティビジネスあるいはソーシャルビジネスといった分野に対する積極的な参画も求められるだろう。

④クリエイティブ評価システム運営機能

集積したクリエイティブのリソースを、実際に社会化していくためには、活動や事業の持続可能性や文化的価値、社会的価値などを

4 まとめ

新しい社会的・公共的主体として期待されているNPO。

そこで重要なのは、やはり「ヒト」であり、創造的都市をつくるという意欲や意識、志を持つクリエイティブなマインドを持つヒトの数を増やしていくことが必要であろう。

特に、心豊かな活力ある社会の形成に極めて重要な意義をもち、新たな需要や高い付加価値を生みだし多くの産業の発展に寄与するものである文化芸術の振興のためには、市民と行政の協働により取り組むべき課題を明確にし、政策形

しつかりと評価するシステムが必要になってくる。

その際、さまざまな発展段階にある創造的プロジェクトの長所と短所をきちんと評価する仕組みを具体化するためには、金融、文化芸術、産業界などの各種専門家群からなる、目利きボードとも呼ぶべき、評価基準の作成と実際のプランの審査・評価を行う機関が必要となる。また、クリエイティブ産業をヨコハマオリジナルの分類として、そのジャンルごとに評価基準を設定するプロセスから、オープンかつ参加型で行っていくようにすることも考えられる。同時に、創造の過程を評価するようなシステムが必要になるものと考ええる。

成を行っていくことが必要である。

こうした人材を多方面から集めるためには、打ち出していくプロジェクトを魅力的に仕立てて、プロジェクト自体をいい形でブランディングしていく必要がある。

今回の研究を通じて、プロジェクトのビジョンやミッション、そのプロセス(アプローチ)に共鳴し、地域社会の創造的課題解決に意欲を燃やす民の力の「共創の舞台」をつくっていくことの必要性をあらためて感じた。創造性を発揮し、魅力的な活動に取り組んでいる人の姿が、また新たな人を引

※③1948年生まれ。英国、ドイツ、イタリア各国で研究を行い、3ヶ国語を話す。企画コンサルタントのシンクタンク「コメディア」を1978年に設立。ヨーロッパを代表するシンクタンクとして35ヶ国で、文化活動を通して市民、社会、そして経済の再活性プロジェクト、クオリティ・オブ・ライフ研究プロジェクト、カルチュラル・インダストリー、都市・地域活性化プロジェクトなど多数手掛ける。現在の関心は、クリエイティブ・シティに関する国際比較、創造性を喚起する都市環境、文化芸術が社会の及ぼす効果など多分野にわたる。

・コメディア <http://www.comedia.org.uk>

・近著：「創造的都市」日本評論社 後藤和子 監訳 発刊 2003.10

図一 創造都市形成のためのNPOを主体とした構造モデル



本研究の成果は下記URLで見ることができます
<http://yokohamalab.jp/creativecity/>

きつけていくような連関性をイメージしていきたくと思う。
 「クリエイティブ・シティ」を実現するためには、街からさまざまな創造的事象を発していくと

もに、それを享受する市民が存在しなければ成立しない。真に豊かな創造的な生活のあり様を市民感覚として醸成するには長い時間がかかるだろうが、それをNPOと

いう一つのポリシーで活動する組織が継続的に言い続ける事も必要であろう。
 最後に、クリエイティブを新しい産業という視点で捉えることも

に、クリエイティブであることそのものの価値を再確認していくことや、クリエイティブなマインドを持った人たちが連携して新しい社会の仕組みやサービスをつくり

だしていくところに、NPOを主体に創造的都市形成のステップを踏んでいくことの本当の意義があるように思われる。