

# まとめ—事例から見る創造的 都市

仙台印刷団地クラスター革新プロジェクト 2008

王疆  
坪川透

# 事例に見る「創造性」について

価値を正確に金銭で評価できない、芸術や文化というヒトの創造性を要するモノを、経済システムの中で価値を生むモノへと変換すること。創造の場とは、目に見える要素と目に見えない要素が化学反応を起こす場所である

現在のビジネスシステムでは経済的価値を生まない

芸術、文化政策  
メディア・コンテンツ

Intangible factor

行政の文化政策

創造の場

創造産業

文化は金にならない。儲からないのでやらない

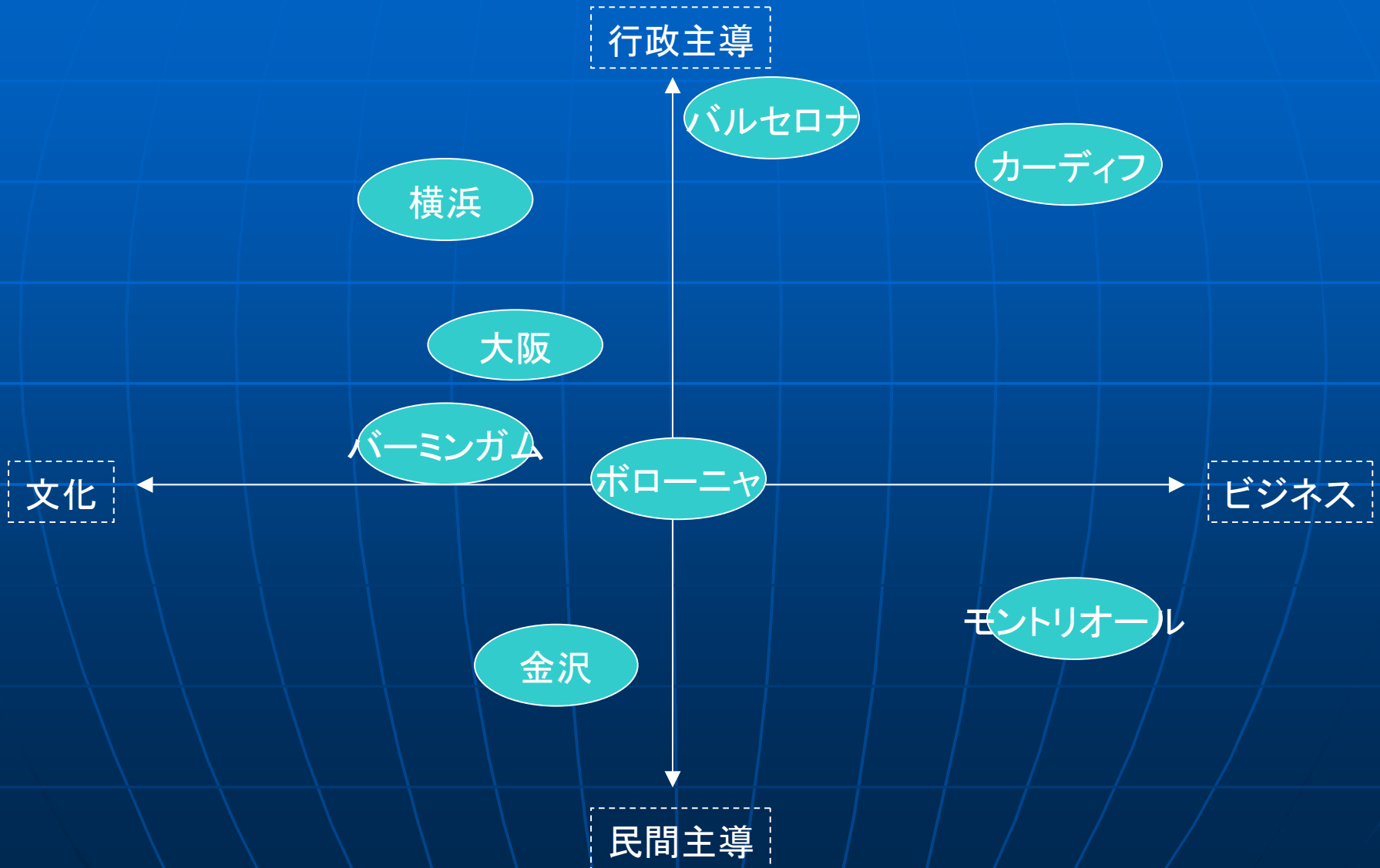
経済システム  
ビジネスシステム

tangible factor

産学官でのパートナーシップ

クリエイティブな人材育成

# 各事例の位置づけ



# 創造都市の多様な展開

- ① 都市固有の歴史や伝統に基づく  
例：金沢やボローニャのような伝統職人文化と現代  
アートの融合
- ② 地域の自然資源の活用  
例：バーミンガム（運河を中心に）  
カーディフ（カーディフバラージの建設を中心に）
- ③ 産業遺産の活用（保存と創造）  
例：横浜（近代建築の再利用）  
バルセロナ、バーミンガム（廃棄工場などの産業  
遺産の保存、補修を通して有効活用）

# 主体プレイヤー

## ① 行政主導型

横浜：五つのプロジェクトの実施を通じて、総合行政として創造都市戦略の推進

カーディフ：都市計画と創造都市戦略の推進（中央政府と自治体の予算でカーディフ湾バラージの建設がきっかけ）

バルセロナ：長期にわたって総合的文化政策の実施（22@の事例での公設民営組織「22@Barcelona」の主導役など）

# 主体プレイヤー

## ② 民間組織主導型

金沢: 地域住民主体による、地域固有の資源蓄積の活用

ボローニャ: 職人企業の水平的ネットワーク

モンリオール: 中核企業の役割(Ubisoft社)

## ③ 大学提案型

大阪扇町創造村: 大阪市立大学創造都市研究が  
提唱する構想

## ④ 非営利組織主導型

バーミンガム スタート工場: The SPACE Organizationという非営利  
組織が主導する再開発

主導するプレイヤーがある程度見られるが、各プレイヤー間のネットワークとパートナーシップが肝心である

# 事例から見る創造都市の条件

## ① 創造的空間のつくり(創造の場)

クリエイター間、クリエイターと一般市民の間の交流の場を提供する(創造的アイデアの刺激)

## ② 住みやすい環境とクリエイティブな雰囲気 (創造的人材を惹きつけるため、文化の多様性や寛容さ、解放性が重要である)

・文化施設の整備と文化イベントの開催など、創造階級が成長できるようなハード、ソフト面の工夫が必要である

# 事例から見る創造都市の条件

## ③ 総合的文化政策

文化政策と産業政策、都市計画の融合

## ④ 多様な主体間のネットワークと相互作用

産学官、NPO、クリエイターなどの間のパートナーシップ

## ⑤ 人材育成機能

創造産業に従事する人材の育成・維持するためのインフラ(教育機関、クリエイターのコミュニティなど)

## ⑥ 文化芸術の創造性を産業に生かした創造産業群 都市経済のエンジンになり、雇用と富を生み出す



# 創造都市のエンジンとしての創造産業 ——文化と商業の接点を求める

- ① 営利性の乏しい創造的中核セクターに対する有効な支援施策が必要  
先端科学のように、優れた技術も社会的公共財産である
- ② 伝統的芸術文化と先端技術や現代アートの融合  
メディア、映像、音楽などの創造産業
- ④ 「産業と文化の創造の場」のつくりと、その仲介役を担う創造的プロデューサーの育成が重要

# 創造都市にむけて

- 都市のビジョン及び問題点が皆に共有されていること
  - 中心的な施設やプレイヤーがいると望ましい
  - 他の模倣に留まらず、都市独自のオーセンティシティを築くこと
  - 全体と個の視点を常に意識すること
- 他のプレイヤーに依存するのではなく、個々の経済主体が創造性を発揮することが都市全体の経済の活性化につながる



都市で働き、生活している労働者や住民の人々自身が、都市において楽しいと感じる街であること。  
それが、長期的に創造都市を発展させていく最も重要な要素である

# ビジネスデザインセンター設立のために

## ビジネスデザインセンター

- 創造都市の中で、改革を行ってゆく主要な役割を担う施設、ランドマークとして機能する
- 創造都市計画に向けた意思決定やビジョンの共有、異業種とのコラボレーションが行いやすい
- 創造階級の人々の交流のための開かれた場として、また他の地域の人々との交流のゲートキーパーとして機能する



クリエイティブクラスター構想における印刷業は、IT産業やデザイン産業に近いものである。印刷工業団地のコアコンピタンスを生かすビジネスが起こせないだろうか

# 印刷団地を中心とした クリエイティブ・クラスターの創出に向けて

- ビジネスデザインセンターのような、創造階級が集積する「場」が、クラスターの中核的な機能になっていく
- このような知の集積を核とした機能が、停滞する印刷業の現状を打破するうえで重要な役割を果たす
- 再構築された印刷団地が、クリエイティブクラスターの中核的役割や牽引していく役割を担うことが可能
- 地下鉄東西線の開業が目前に迫った今、早期に構想に着手して実行していくことが必要

# ビジネスデザインセンター設立のために

## 提案事例

### 「人間工学に基づいたオフィスデザイン業」

- 顧客企業に対して、対象企業のCIやビジョンという目に見えないものを、オフィスデザインという目に見える形に翻訳することで、生産性を上昇させる
- 団地のクラスター内での創造の場の形成とともに、他企業の中にも創造の場を作る手助けをする
- コンテンツを印刷して発信者と利用者をつなげる印刷業にとって有利ではないか