会　議　記　録

高松市附属機関等の会議の公開および委員の公募に関する指針の規定により，次のとおり会議記録を公表します。

会議名	第５回高松市創造都市推進審議会
開催日時	平成 25 年 5 月 19 日(日)　13 時 00 分～15 時 00 分
開催場所	玉藻公園披雲閣　槇の間
議　　題	(1)平成 25 年度審議会の進め方 (2)審議会，懇談会の経過 (3)主なプロジェクトの検討 (4)市民意識調査について
公開の区分	■　公開　　□　一部公開　　□　非公開
上記理由	
出席委員	佐々木会長，植松委員，大久保委員，大西委員， 木村委員，小西委員，瀧澤委員，佃委員，徳増委員， 中西委員，西成委員，橋本委員，原田委員， 広野委員，松山委員，三井委員，薮内委員， 人見（懇談会会長）
事務局	宮武局長，松本参事，秋山部長，米山課長，宮崎課長，長井課長，石原課長，永正課長，東原課長，佐々木課長，佐野補佐，溝渕係長，永木
傍聴者	０人　　（定員　１０　人）
担当課および連絡先	産業振興課　創造産業係 ８３９－２４１１

審議経過および審議結果
１．開会 事務局より開会の挨拶を行った。 （会　長） ４月２４日にビジョン骨子案（資料１）を持って，中副会長と大西市長へ中間報告を行い，３０分ほど意見交換を行った。この方向性でよいという話になり，特に４ページの主なプロジェクトの一番下の「こども」はインパクトがあるという意見が出た。全国の他創造都市を見ても，プロジェクトに「こども」を位置付けているところはない。安部内閣は成長戦略の１つに「女性」を挙げているが，高松は「こども」を中心にした創造都市に力を入れていく。 **２．議題** **（１）報告事項** **ア　平成２５年度の審議会の進め方** 事務局より説明を行った。 **イ　審議会，懇談会（Ｕ－４０）の経過** （人　見） 昨年度から懇談会を行い，議論の中身に変化が見え始めている。当初は各委員が所属する組織，団体を代表している意識が強く，良く言

えばフェア，悪く言えば駆動力に欠ける会議であった。しかし，次第に委員自身が創造都市を推進する駆動力である自覚を抱くようになり，具体的な議論になってきた。

委員から美術館カフェの提案があり，議論の結果，高松市が６月中に団体を公募するという話になった。発案者であるＵ－４０自らが公募に手を挙げてみたいという声があり，公募に足り得るような法人格を持った団体の立ち上げをめざす動きになっている。

希望者はなるべく参加することができる「フェアなプラットホーム」となる団体を作りたい。創造都市の概念を理解していない人が参加するリスクもあるが，フェアネスを担保しながら駆動力を維持できる団体にしていきたい。早ければ，６月の公募に向けて団体を立ち上げたい。

「創造都市とは何か」という議論は，腑に落ちていない状況にある。創造都市の価値観のガイドライン等，審議会と懇談会が共有できるものがあれば積極的に活用していきたい。

（２）協議事項

ア　主なプロジェクト等の検討

（意見交換）

（委　員）

第４回審議会では，創造都市推進局の中に「こども」などの厚生労働省関係の担当課がないため，庁内を横繋ぎでプロジェクトに取り組んでみてはどうかという意見もあったが，その後どうなったのか。

こどもや芸術を軸にすると，垣根なく人と繋がっていけるという実感がある。ＮＰＯ法人アーキペラゴが芸術士派遣事業に取り組む中で，市の環境局から，廃材を使ってこどもたちとワークショップをやってくれないかという話が舞い込んだ例がある。

高松市に移住してきた親子が毎日のように芸術士派遣プログラムに通っていたことが印象に残っている。私たちにとっては当たり前のことだが，都会から移住してきた人にとって，「高松はこんなことをやっているのか」と印象に残り，私たち以上に楽しんでいた。

こども未来館も完成するため，こどもを軸として繋いでいける拠点にしていきたい。

生活工芸祭を昨年行わせて頂いたが，披雲閣の使用については多くのハードルがあった。かつては公園緑地課が担当であったが，この４月から文化財課の管轄になった。歴史的文化財の担当が創造都市推進局の中に置かれたため，文化財を活かしたクリエイティブな出会いを一緒にやって頂けることは心強い。

（委　員）

今回の骨子案について，３月の骨子案から変わった点はあるのか。

（事務局）

１番の変更点は，１ページの右側の創造都市のイメージ図を分かりやすくした。それ以降は体裁を整えただけで，新しく追記した部分は無い。

（会　長）

総合計画と我々の創造都市ビジョンの関係性は，１ページで整理さ

れている。
　ＭＩＣＥという言葉を入れるという話もあったが，まだ市民的には馴染みがないため，「国際会議」という言葉に置き換えている。今年に日仏自治体交流会議が高松市で開かれることも意識している。「国際会議」は特に力を入れた方が良い。

（委　員）
　創造的職種の従業者数は全国的に高めとあるが，創造的職種とは具体的にどのようなものなのか。また，創造的人材の交流の場とあるが，創造的人材とはどのような人材であるのか。

（会　長）
　まず，芸術分野が対象である。やや広く捉えると，研究開発に関わる人々のことも指し，企業の研究開発部門も含まれる。
　創造的人材は東京に集中しているように見えるが，実際には文化的集積の高い地方都市は全国平均より多くの創造的人材が集まっている。
　高松市には創造的職種・人材の土壌があり，歴史的な資産も存在するため，それらをバックにさらに磨きをかけ，着実な推進が期待できる。

（委　員）
　創造的職種の従業者数などのデータは，何から調べればよいのか。

（事務局）
　元のデータは，平成２４年３月に総務省から発行された「創造的人材の定住・交流の促進に向けた事例調査」である。ここで挙げられている創造的職種は，ソフトウェア業，デザイン業，土木建築サービス業，写真業，専門料理店，教養技能教授業の６つであり，これらの平均が他都市と比べると高い。

（委　員）
　市民にも分かりやすく，創造都市推進を行う必要がある。ここに出席している方々は，それぞれの専門分野には精通しているが，創造都市の場合は，市民に分かりやすく伝えることも大切である。
　「こども」を取り上げたのは良い着眼点である。このような中で高齢者の役割は，地域社会の子育てにいかに関わるか。大西市長と乙武さんの新書を読むと，こどもは自信を持つことで将来が変わると書いてあり，子育てにおいて重要な部分である。

（会　長）
　いかに市民に分かりやすく伝えるかが重要となってくる。

（委　員）
　市民が見た時に，創造都市のビジョンが分かりにくい。総合計画を創造都市の視点から読みかえた感じを受ける。高松市がめざす創造都市がどのようなものであり，どこに進んでいくかのビジョンを示すものであるはずだが，現状はプロジェクトなどで細分化されたために分かりにくくなっている。
　他都市の事例を見ると，都市のキャラクターを住んでいる人々が再定義することが大切だ。ここは食べ物のまち，ここは田園都市，とは

っきり分かるものが多い。しかし，高松市のビジョンで，目指している将来像として挙げられているものが「魅力にあふれ活力のある創造都市」では，どんな魅力・活力かが分からない。
　具体的なプロジェクトや方向性などは見えてきたが，これらを総合して「どんなまちにするのか」を定義しなければ，分かりづらくなってしまう。

（会　長）
　全体的なイメージと個別プロジェクトを同時に検討する以上，議論が行ったり来たりしてしまう。１０月を１つの目標としているため，６つの主要プロジェクトをベースに議論を進めれば，ビジョンにつながる具体的なキーワードが浮かんでくるのではないか。
　「魅力にあふれ活力のある創造都市」はまだ漠然としているため，どうすればよいのかを考えて頂きたい。

（委　員）
　パブリックコメントのシステムは理解できるが，ほとんど意見が集まらないなど，課題も多い。今回の創造都市推進ビジョンについては二の轍を踏んで欲しくない。いかに市民に知ってもらえるか。
　１０月にまとめたとしても，市民に理解してもらうにはそれなりのインセンティブを与えなければならない。２月のシンポジウムでも，大半が顔を見たことのある人であり，一般市民は参加していない。また，４０代の方の報告があったが，もっと若い年代の意見が欲しい。

（委　員）
　プロジェクトなどの各論を検討した上で，最後にビジョンの議論に戻ってくるのか。それとも，ビジョンを決めてから，各論を検討するのか。

（会　長）
　全体のブラッシュアップは８月になる。それまでは各論についての議論を行う。

（委　員）
　Ｕ－４０で一番盛り上がった議論は何であるのかを教えて頂きたい。

（委　員）
　小西委員の発言は的を射ており，審議会のメンバーが創造都市とは何であるのかが固まっていない状況で各論の議論を行っているため，懇談会の議論がビジョンにかみあっているか分からない。
　一番盛り上がっている議論は，交流空間の創造についてである。そうした中で美術館のカフェスペースを開放してもらいたい，という話が出てきた
　２０代の女性から，スポーツを文化として捉える意見が出た。

（委　員）
　Ｕ－４０と審議会のメンバーの役割分担がはっきり分かっていなかった。
　創造都市とは何かを自分の言葉で伝えることが難しい。まずはメンバー全員の創造都市に対する思いが必要ではないかという話が出てい

る。
　Ｕ－４０は３０代の若者のメンバーが多く，活発な議論が行われている。
　美術館カフェの活用は当面のプロジェクトとして進めているが，他のプロジェクトとして，ひきこもりのこどものために何かできないかという話も出ている。

（委　員）
　ポジティブな議論として，Ｕ－４０で知り合った人々との関係を活用しながら実際に行動に移してはどうか，という議論がある。また，実際に高松を変えていくための最初のステップは何なのか，という議論もある。
　ネガティブな意見として，様々な意見を出したとしても，会議だけで終わってしまうのではないかという危惧があるため，何かしらの形で法人化を目指している。

（会　長）
　議論で終わらずに，実際に行動に踏み出すために法人化をめざす話は素晴らしい。金沢の場合，クリエイティブツーリズム，通称「クリツー」のためのＮＰＯが設立された。美術館を自転車で回るという「チャリデアート」など変わったことを行っているが，ソフト事業なので，それほど資金を必要とせず，ちょっとした支援で弾みがつく。
　従来の行政の失敗は，いきなりハード事業に取り掛かってきたことである。小さいが面白い社会実験を繰り返すことが大事であり，高松でもソフト事業に取り組んでみてはどうか。また，１つの団体に任せるのではなく，複数の団体に任せるなど，創発的なプロセスが重要である。

（委　員）
　飲み会において，Ｕ－４０のメンバーで最後に修学旅行に行きたいという話が出た。琴電やバスを活用し，創造都市を体現した卒業旅行とはどういうものかを実体験してみたい。

（委　員）
　３月３０日の四国新聞に，美術館を休館し，改築する旨のニュースが出ていたが，審議会で触れられることはなかった。パブリックコメントも一週間程度出ていたそうだが，知らなかった。基本計画案を見させてもらったところ，設備の改修を中心に予算は１６億円であるが，市民はあまり知らない状況にある。創造都市推進局が新設される前から進んでいた話とのことだが，はたして設備の改修に１６億円を使うことが創造都市の推進につながるのか。
　旅行で金沢に行った時，２１世紀美術館はフリーで入れるスペースが多いことが素晴らしかった。何となく立ち寄れる建築計画・デザインになっている。また，２１世紀美術館を設計したＳＡＮＡＡの１人である西沢立衛が十和田市に作った美術館も「気づいたら美術館に入っていた」というデザインになっており，総工費は数十億円であった。
　高松市美術館の問題点は，美術館がどこにあるのか分かりにくく，観光客が入りづらく，閉鎖感を感じさせている。観光客がフラッと入れるような環境にすることが重要である。しかし，基本計画には「サインを大きくする」ことが対策として書かれていただけだ。もっと立

ち寄りやすいデザインをめざして欲しい。

（委　員）
美術館の改修は２０年ごとに行うことを視野に入れており，予算の１６億円は美術館業界ではあっという間に使ってしまう額である。
美術館はただのイベント施設ではなく，保存されている作品を後世に伝える役割もある。作品を守るために，２４時間空調を動かし続ける必要もあれば，設備更新の必要もあるため，大規模な計画を持って改修・改築になると，数十億円の予算が必要となってくる。
金沢の２１世紀美術館はポジティブイメージが多いが，直射日光が入ってくるなど，作品保存の面ではマイナス部分もある。他都市の美術館のプラス面もマイナス面も，高松市美術館の改修・改築に活かしていきたい。

（事務局）
１６億円の予算では，大幅な改修がそもそもできない。しかし，せっかく改修を行うのならば，カフェの改善や１階の広いフロアの活用などの意見をいただき，反映していきたい。
６月の議会に補正予算を提出し，可決された後に基本計画を実施する予定である。今の予定では，８月から基本設計に取り掛かり，基本設計は３ヶ月，その後，ソフト的な提案と実施設計に５ヶ月かかる見込みである。
基本計画にハード面での提案を反映させることは難しいため，設計に活かすことになる。まず意見を頂き，できるものはなるべく反映させていきたい。

（委　員）
これからの行政は市民に対する説明責任があるが，その前に市民のエゴを無くすことが大事である。これから改修の提案を新しく行うことは決してダメではないのだが，物事にはタイミングがあることをわきまえるべき。

（会　長）
タイミングはギリギリ間に合いそうだという印象である。小さなソフト面での提案をまとめてはどうか。西成委員と広野委員を中心に意見をとりまとめていただき，反映できる意見を反映してほしい。

（委　員）
Ｕ－４０の意見が尊重され，私たちがまとめていく役割分担がよい。若い世代の意見を尊重することが高松市の創造都市の核となる。
高松市の創造都市には理念が無い。例えば，「若者の意見を尊重する」「こどもの意見を尊重する」「アーティストの意見を尊重する」などの理念をはっきりさせてはどうか。

（会　長）
私の意見も同じである。しかし，美術館は専門的な施設であるため，今からでは変えられない部分もあることをご理解いただきたい。

（委　員）
現実的に，１６億円＋αの予算でもう少し人が入りやすい美術館にすることは無理だ。本気でやるのであれば，別の場で審議会を行い，

中途半端な改修で終わらないようにするべきである。中途半端な改修は，出来上がった後に見苦しいものとなる。
　数十億円を使って施設を作るときには，完成した後もしっかり考えなければならない。場合によっては，管理，運営に予想以上のお金を使ってしまう場合もある。マイナーチェンジならばできるとは思うが，出来上がった後に「お金を使ってよかった」と思わせる施設をめざす必要がある。

（委　員）
　美術館の話題について，私は商店街の中に残すかどうか，といった議論に参加しただけだ。また，ここでは公募委員として参加しているため，どんな高松を作ればよいのかを中心に議論すれば良いと思っていたが，今日は専門的な話ばかりでは疎外感を覚える。
　ビジョンは完成しない方がよい。「できていて当たり前」では進歩がない。委員としても責任は取れず，行政に責任を取らせるわけにもいかないという立場である。

（会　長）
　この審議会には，様々な分野からの参加者が多い。意見のぶつかり合いはそれ自体がよく，Ｕ－４０のメンバーも羽目を外してもよいと考えている。私も何かあれば，責任を取るつもりではいる。
　アーティストや建築家の立場と行政のルールはよくぶつかり合うが，それをうまく調整することでやっと日の目を見る。このぶつかり合いが無くては何も変わらない。
　この委員会は中心的なプロジェクトを提案する場であり，そこについては私にも責任がある。一方，現に動いているものに対して横から意見を言う場ではないため，そこについては各委員が責任をとってほしい。

イ　市民意識調査について
　事務局より説明を行った。

（意見交換）

（委　員）
　このアンケートはコンサルタントが作ったものでしかない。例えば，調査方法の中で審議会の委員が２０部配ることはよいが，まちづくり・コミュニティの再生が出発点であれば，コミュニティや協議会への配布数を増やすなど，なぜ幅広く地域の人に意見を聞かないのか。また，我々が配ったとしても，１０代，２０代などの若い世代に配ることは難しい。そもそもアンケートを１０００人に配布する必要があるのか。
　この設問では，回収しても分析できるかどうかが疑わしい。何を求めているかの意図が伝わるアンケートになっていない。

（会　長）
　アンケートの狙いが分かりにくい。
　コラムが途中にあるアンケートは記入に手間がかかる。記入シートとコラムの入った説明を別にすべき。

（委　員）
　アンケートの意見が出たとして，我々の意見と異なっていた場合に

どうするのか。
　創造都市の審議会を他の人に話したところ，「また瀬戸芸か」と言われた。創造都市は，ほとんどが芸術関係の話であると思われている。様々な分野の人々が来ているため，整理をしなければ，会議が終わった後に「あの会議はなんだったのか」と言われることになってしまう。
　高松市の財政は危険な状況にあるため，創造都市という新しいことを行うためには，一度見直しを行うべきである。創造都市はスポーツも行い，様々なことを行うという総合的な視点でのアンケートを作る必要がある。
　１０月が１つの目標であるが，慎重になりながら議論を深め，高松市はよいところだと誇りを持って言える街にしたい。

（会　長）
　アンケートはどっちつかずになっているため，一度すっきりさせてもらいたい。

（委　員）
　今までの議論を踏まえると，「創造都市」という言葉が曲者ではないか。そこで一度，「創造」の意味を辞書で調べたところ，「今までに無い新しい物を作ること」であった。「創造性」の意味も調べたところ，「既に知っている，整理された行動と求めている物が得られない時に新たなアイデアを出すこと」であった。既存のやり方では行き詰っている時に，新しいアイデアで新しい高松を作ることが「創造都市」なのだろう。
　アンケートでは，「住んでいる人間が住んでよかったと誇りを持って自慢できる高松市を作る」ことであると伝えた方がよい。アンケートの目標が，市民の創造都市への関心を高めることであるならば，「創造都市」という言葉を使わないアンケートを作るべき。そうしないと，求めている答えは得られない。
　アンケートの中で「創造」という言葉が多様な形で使われており，モノづくりやアート，デザインなど芸術関係の話なのかと誤解されてしまうかもしれない。高松流に言葉の意味を定義してしまった方がよい。

（委　員）
　「市民意識調査」になっているため，みんな疑問を抱いている。高松市とコンサルタントのやりたかったことは，事業に対する具体的な評価をもらうことで，内容をもっと精査したいのだろう。そのため，私たちが２０部配布することに意味がある。
　市民意識調査が今の段階でそもそも必要なのかどうか。

（会　長）
　そういう意味も踏まえて，このアンケートの狙いが分からない。
　分かりやすい言葉で伝えなければならない。「創造性」など使えば使うほど意味が分からなくなるため，翻訳をする必要がある。翻訳について素晴らしいアイデアがあったので，参考にしていきたい。

（３）その他
　事務局より説明を行った。

（委　員）

創造は新たに作るものではなく，今まで経済最優先だった日本社会から，もう少し「心」の視点から見て，スポーツや芸術に注目して再発見しようとしているのではないか。

（会　長）
言葉自体の意味と政策における意味とでは，違いがある。しかし，大企業を誘致する時代は終わり，新しいやり方として創造都市が出てきている。
今年の１月に創造都市ネットワーク日本というものが横浜で立ち上がった。下村文部科学大臣が２０２０年までに文化庁予算を倍にしたいと発言しており，創造都市ネットワーク日本に対する支援を強化する予定だ。創造農村やスポーツ創造都市など様々な分野の創造都市があるため，農業やスポーツなど様々な分野を含めた創造都市を推進できるのではないかと考えている。
現在の基礎自治体数は約１７００だが，その１割である１７０の自治体が創造都市ネットワーク日本に加盟すれば，大きな動きになる。

４．閉会

（以上）