

## 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8回高松市創造都市推進懇談会
開催日時	平成26年6月23日(月) 18時30分～20時30分
開催場所	四番丁スクエア 会議室
議 題	報告事項 (1) 創造都市推進局戦略ミーティングについて (2) 高松市観光サポーターについて 協議事項 (1) わたしの描く創造都市高松について
公開の区分	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 <input type="checkbox"/> 一部公開 <input type="checkbox"/> 非公開
上記理由	
出席委員	人見会長、甘利副会長、中筋委員、西成委員、英委員、広野委員、真鍋委員、山家委員
事務局	小川、長井、佐々木、佐野、溝渕、永木、
傍聴者	0 人      (定員 5 人)
担当課および連絡先	産業振興課 創造産業係 8 3 9 - 2 4 1 1

### 審議経過および審議結果

#### 1 開会

(1) 小川参事からあいさつ

#### 2 報告事項

(1) 高松市創造都市推進局戦略ミーティングについて

事務局から内容説明

(2) 高松市観光サポーターについて

事務局から説明

最終的に「観光特使」に決定したことを報告

#### 3 協議事項

各委員から「わたしの描く創造都市」と題して、発表してもらった。

#### 【委員】

■創造都市推進の上で必要だと思うこと

地域づくり＝人づくり

「創造性」の育まれる地域づくり

■体系

U40やC o クリエーションが、地域づくりの中間組織として、生活者や行政、中小零細企業をつなぐ役割を担う。

## 審議経過および審議結果

### ■ 取り組み&事例紹介

- ・ 学びの場（例：紺屋町カフェ）  
→ 継続することが必要。おもしろい講座作り。四番丁スクエアを核に地域を巻き込みながらやりたい。
- ・ 人材育成（事例：おっちラボ、でごねっと石見）  
→ 若者チャレンジ塾など
- ・ 起業・企業支援（事例：富士市産業支援センターf-Biz）  
→ 人・協働・情報
- ・ クリエイティブ（事例：メビック扇町、reboot）  
→ クリエーター(創る人)と、生活者、中小零細企業者の交流の場づくり

### ■ まとめ

- 安定志向の一流企業・大企業 ⇒ 自分らしく人の役に立つ仕事
- 文明志向の都市集中 ⇒ 文化志向の地方回帰（実感できる人生）
- 均一性 ⇒ 多様性

### 【委員】

#### ■ Key word 『創造都市的こころ』を市民に育てる ・ 『アナクロニズム』

○ 少し前より少しだけ進んでいく。

（例）

- ・ 黒電話～コードレス電話～携帯電話～スマートフォン
- ・ プロジェクションマッピングと甲子園球場の来場者
- ・ Perfume と美空ひばりのコンサート
- ・ 神戸の麻耶埠頭では美術館を中心にまちができています

○ 創造都市高松のパイをどこに想定するか？

○ 人の心が創造都市化しないとダメ。テクノロジーが進化しすぎて、中身が届かなくなる危険性も。

### 【委員】

#### ■ 現状

直島・豊島を訪れる観光客のうち3～4割が外国人。最近はヨーロッパの人も多い。世界中には「日本＝直島」という認識をもつ人がたくさんいる。東京五輪の年には海外からの観光客が2000万人にもなると言われているが、身近にある直島・豊島目当ての観光客に高松でも滞在してもらうための方策が練られていない。

#### ■ 変化

- ・ 男木小中学校復活
- ・ 大島の在り方検討
- ・ 船の便数・サービス・民宿（インフラの変化）
- ・ 地元の受け入れ体制・気持ちの変化（ようこそ！）

#### ■ 現状をふまえた上での可能性

○ 直島・豊島を目当てに訪れる観光客も、高松空港や高松港には降り立っている。いかにその人たちに魅力を伝え、高松を感じてもらえるか。

○ 対市民・対プレーヤーばかりに目を向けがちだが、コーディネーターへの活性支援があれば、より可能性が活かされるのではないか。

### 【委員】

#### ■ Key word 『食事』『宿』『Wifi』

世界中から人が来ても対応できる、外国人にやさしいまちに。

（例）

英語で注文できるうどん屋さん

■ いまのままでは、高松の良さは住まなきゃわからない。転勤族で高松に着任した人は良い評価をしてくれるが、そもそも転勤は自発的ではない。移住でも旅行でもない、中期滞在を狙うのはどうか？

高松ならではの暮らし、life style の提案  
(エコ・オーガニック・バリアフリー)

(例)

アメリカのポートランド

**【委員】**

■創造都市の成功は「シビックプライドの醸成」である

◎シビックプライドとは

都市に関係する人々（そこに住んだり、働いたり、遊びにきたりする人）がその都市に対してもつ

ノスタルジアではなく、都市をより良い場所にするために自分自身が関わっているという当事者意識に基づく自負心

(例)

アムステルダムのロゴ

**【委員】**

■イメージ

笑顔の多いまち・発信する手段やきっかけのあるまち

■今後

- ・創造都市推進の経過や結果をどう可視化するか
- ・C o クリエーションの今後

**【委員】**

■『誰がまちづくり政策を決めるのか？市長？議員？それとも…？』

この答えは『市役所職員』なのではないか。

局内のプロジェクトチームなど動きがあるが、職員の意識改革が必要。

U40として、「続クリエイティブ大学」や「創造都市人脈会議」と関わっていければいいのではないか。

(質問・意見)

【委員】インフラは行政主導になると思うが、創造 mind は市民や外から来るクリエイターが主でやるべきでは？

**【委員】**

■『スローネスと創造性』をテーマにした研究について、瀬戸内国際芸術祭の市民アンケートを交えながら発表。研究の成果として4点まとめ。

○スローモビリティとしての船を活用した観光体験が、旅行者の心理や行動に及ぼした影響を明らかにした。

○スローネスが、人、知識（アート）、サービス、時間、自然という要素の再構成に寄与していることが確認された。

○体験者の主体性やライフスタイル見直しへの具体的な気づきが誘発された。

○スローネス及びそれによる創造性の涵養効果は、地域活性に有意であることがわかった。

※スローネスとは…人・モノ・カネ・情報・知識、そして時間という資源の結びつきを再構築しながら、物事の循環を生み出す絶対的要件のこと。

■紺屋町カフェを実施してみたアンケートでは、顧客が技術やデザインではなく発想や思想を聞きたいと思っていることや、コミュニケーションポイントが高い方が満足度も高くなることなどがわかっている。

- 一般社団法人 Co クリエーションでは、いわゆる「経済低成長時代」を生き抜くことを主眼に据えた企業支援を展開していく。
- 個人としては、「地域も学校」の継続（learning community「学習するコミュニティ」）のモデルを構築し、地域に創造的・主体的な人を増やし、地域（コミュニティ）で地域の課題をとらえ、解決できる（デザイン）仕組みを定着／増殖させる活動を行う。

#### 4 事務連絡