

文化創造の
源流を
追う

文化創発研究会



文化創発研究会

なごやの文化を創発する。

文化創発研究会

目次

1.	なごや文化創発のねらい	黒田 昌義	1
(1)	リニア開通に向けた名古屋駅の役割		1
(2)	「訪れたくない都市・名古屋」の衝撃		2
(3)	文化創発の必要性		6
2.	徳川宗春以降の文物多様性と現代のサブカルチャー隆盛	北川 啓介	9
(1)	徳川宗春以降の文物多様性		9

(2) サブカルチャーの隆盛 12

(3) 文化多様性から見た文化創発の可能性 19

【インタビュ】

世界コスプレサミット 小栗 徳丸 21

通信カラオケ・新規事業開発 安友 雄一 27

3. 名古屋大都市圏における伝統工芸産地の集積とネットワーク化 鈴木 伸夫 33

(1) 伝統工芸産業の価値 33

(2) 伝統工芸産業の現状 35

(3) 伝統工芸、地場産業を活かした価値創造の例 39

(4) 文化創発的イノベーション・ネットワーク化に向けて 47

【インタビュ】

NPO法人メイド・イン・ジャパン・プロジェクト 鶴田 浩 49

4.	名古屋都心の空間構造と文化創発	服部 敦	54
(1)	名古屋都心の歴史的空間構造	54
(2)	名古屋都心の多様な界限性	59
(3)	拠点開発とセンター機能	64
(4)	空間特性から見た文化創発の可能性	67
	【名古屋都心の空間構造の関する歴史年表】	68
	【インタビュー】		
	錦二丁目まちづくり協議会	堀田 勝彦	72
	那古野下町衆	市原 正人	78
	名古屋太閤通口まちづくり協議会	河村 満・田中 和生	85
	ユネスコデザイン都市なごや推進事業実行委員会事務局	江坂 恵理子・安藤 陽介	88
	国際デザインセンター	大野 壽久・鈴木 民・安藤 陽介	90

5.	名古屋の映画文化の発展と文化創発	佐藤 久美・木全 純治	94
(1)	「あいち国際女性映画祭」の始まりとその役割	94
(2)	愛知万博「一市町村一国フレンドシップ記録映画製作事業」	96
(3)	「なごや・ロケーション・ナビ」の活動とロケ地としての名古屋の可能性	101
(4)	ミニシアターと街の魅力	103
(5)	映画文化から見た文化創発の可能性	106
6.	名古屋大都市圏文化創発ビジョン	服部 敦	112
(1)	文化創発のための名古屋の可能性	112
(2)	文化創発まちづくりの方向性	116
(3)	名古屋駅西地区におけるモデル事業の提案	119

1. なごや文化創発のねらい

黒田 昌義

(1) リニア開通に向けた名古屋駅の役割

2016年12月末、リニア中央新幹線建設の起工式が名古屋駅で行われた。これにより、東京・名古屋間を2027年に40分で結ぶ、新時代の高速鉄道の建設が本格的に始まった。リニアの時速は500キロ。品川から名古屋までの路線延長が285・6キロで、その約87%がトンネルだ。まさに、中型旅客機が地下を飛ぶようなイメージだ。この新たな交通モードにより、最終的には東京から大阪が1時間で結ばれる。東京・新大阪間の鉄道利用者のうち約7割がビジネス目的と言われている。ITが進化し、メールでのやり取りが当たり前になっても、なお、ビジネスの現場では直接会って仕事を進めることの重要度は変わらなない。従来の産業論で求められてきた「物流」の効率化だけでなく、「人流」の「高速多頻度化」、つまり、高速で多頻度で移動する「人流革命」がリニア開業によって実現するのではないだろうか。

予定通りいけば、10年後に完成するリニア名古屋駅。その時には、東京から大阪・京都

に行く観光客・ビジネス客のほとんどが名古屋で乗り換えることになる。乗換時間は「3分から9分」（JR東海）。名古屋駅は、三大都市圏が一体化する「スーパー・メガリージョン」（国土形成計画）のターミナル駅として重要な役割を果たすだけでなく、中部圏のリージョンナル・ハブ、トランジット・ハブとして、これまで以上に重要な機能を果たさなければならぬ。

リニアが発着する名古屋駅は、世界に誇れるスムーズな総合交通結節機能を備えねばならない。リニア利用者が新幹線や在来線（JR、私鉄）、地下鉄、さらには自動車交通等とストレスなく乗り換えられることが、ターミナル拠点に課せられた重要な使命だ。名古屋大都市圏を構成する都市群や中山間地域の資源を活かすためにも必須条件となる。

次に、空港や港湾の機能を高度化して連携を強化すること、さらには自動運転等の先進的モビリティを導入していくことも視野に入れなければならない。

世界に誇れる移動抵抗のないトランジット・ハブを創ることは、リニア時代の名古屋のまちづくりの上で必須条件だ。

(2) 「訪れたくない都市・名古屋」の衝撃

昨年7月、名古屋市は衝撃的なデータを発表した。

名古屋のほか、東京23区、札幌、横浜、京都、大阪、神戸、福岡の各市に住む20～64歳、計約3300人にインターネットで都市の魅力やイメージなどを聞いた結果、『愛着度』、『誇り度』、『現在お住まいの都市に買い物・遊びなどで訪れることを友人・知人に薦めたいですか』という『知人への推奨度』の3項目について「ある」と答えた割合から「ない」の割合を差し引き、数値化した結果、名古屋は『愛着』と『誇り』で、8都市中7番目と評価が低く、『推奨』にいたっては最下位だった。

また、「次の各都市について、買い物や遊びに行きたいと思いませんか」という設問では、他都市が16・8～37・6ポイントだったのに対し、名古屋は1・4ポイントと圧倒的に低かった。(下図)

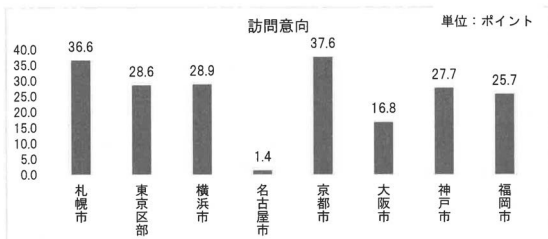
この調査結果に対しては「なぜ自ら都市のイメージ

都市の魅力について

④ 各都市を買い物や遊びで訪れたいか＝「訪問意向」

(Q 次の各都市について、買い物や遊びに行きたいと思いませんか。)

○名古屋市への「訪問意向」は、調査対象とした8都市の中で最も低い。



※「訪問意向」の算出方法

行きたいを10点、行きたくないを0点として得点を選択。10～8点を「訪問意向あり」、5～7点を中立、0～4点を「訪問意向なし」とし、「訪問意向あり」の割合から「訪問意向なし」の割合の差を算出して指数化した=NPS(ネットプロモータースコア)

ジを損なうのか。」という声が多数あり、各週刊誌も面白おかしく名古屋を揶揄する特集を組む一方で、愛知県は「現実の住みやすさを評価せず、自虐的だ」として、愛知の「住みやすさナンバーワン」指標を出すなど、賛否入り混じる論争のきっかけとなった。

市民にとって長らく意識下にはあったが、あえて議論を避けてきた「課題」を、名古屋市自らが世間に公表して突きつけた格好だ。

要するに、名古屋人は地元に誇りを持たず、他地域の人に薦められる美点が名古屋にはないと思っっているということだ。

しかし、本当にそうだろうか。

確かに、製造業をはじめとする産業集積や住みやすさの点では、三大都市圏でも特筆すべき面がある一方で、文化面はこれまでのまちづくりにおいてなおざりにされてきた面が否めない。

作家・村上春樹は名古屋を訪れて、「単に空間移動して、架空の都市というか、抽象的な観念的などころに来た」、「旅情性を拒否した街」だと評した^(※1)。

1967年に石原裕次郎が歌った「白い街」は、大正から昭和はじめの名古屋の発展を支えた企業家の屋敷が建ち並ぶ「白壁（しらかべ）町」を描いた歌だったが、村上春樹の印象

のように、いつの間にか、無機質の白いコンクリートで覆われたと誤解する名古屋のイメージソングとなってしまった。

名古屋は殺風景でつまらない、印象の薄い色のない街……つまり、どこに名古屋のアイデンティティを見出してよいのか、わかりづらいということである。

名古屋の場合、道路などのインフラは充実しているが、どれも同じように見え、ランドマークも乏しいため、都市のイメージジャビリティが低いといえる。都市のイメージは都市構造だけでなく、その地域独自の伝統文化や食文化・祭りなども影響する。世界の観光都市・京都は何ととっても神社仏閣など日本の伝統文化の宝庫であり、札幌は雪まつり、福岡だと中洲の屋台とか、それぞれの都市のイメージは浮かびやすい。ランドマーク的な存在としては、名古屋にも、戦災復興区画整理事業で整備した久屋大通の公園（久屋大通公園）に「テレビ塔」がある。これは戦後まもなく建築された集約電波塔で、「塔博士」と呼ばれた建築家・内藤多仲の作だが、同じく内藤が設計した東京の「東京タワー」（年間243万人）、大阪の「通天閣」（年間132万人）に比べると、観光客は年間25万人（いずれも2012年度）と、10分の1、5分の1程度なのが現実だ。

前述の名古屋市の都市ブランド・イメージに不愉快になった人々が多い理由は、「産業競

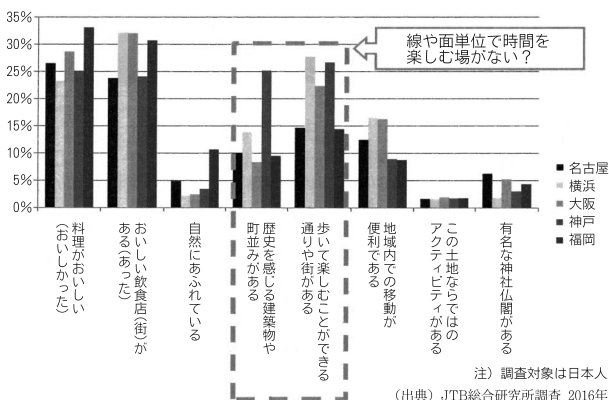
「争力」や「住みやすさ」として抜きんできた都市力がある一方で、戦後の名古屋でなおざりにされてきた点、すなわち「文化力」での脆弱さを突きつけられたからにはかならない。

(3) 文化創発の必要性

名古屋大都市圏は、ものづくり産業の集積が日本随一であるものの、サービス産業の集積に特化傾向はない。

一方、国内外に限らず、産業経済集積の高い都市は観光地としても名高いことが多い。国内では東京や大阪、海外ではニューヨークやロンドン、パリなど、いずれも産業経済の中心地であって、観光や文化の拠点にもなっているが、名古屋は街に個性がないため、このままでは、リニア開業は名古屋の観光や宿泊業にとって大打撃になるおそれがある。スーパー・メガリージョンの中心都市として、「産業力」の強化と「文化力」の強化は、「都市力」という楕円の二つの中心点である。

東京・大阪の大都市では、街並み、古典芸能やコンサート・美術鑑賞、テーマパークなどのアミューズメント、ショッピングや飲食などを楽しむ都市型観光が定番で、名古屋も同様だ。しかし、JTB総合研究所の分析によれば、主要都市の観光イメージを調査したところ、



名古屋は「歩いて楽しむことができる通りや街がある」「歴史を感じる建築物や街並みがある」というイメージが他都市より薄いという結果が出ている(上図)。

名古屋には、街や界限、路地裏を回遊する場所が少なく、夜もお店が早く閉まるのでイブニングライフを楽しむという都市型観光の要素が少ないのが現状だ。これからは、観光施設という「点」だけでなく、徒歩などの遅い交通を中心とする「線」や「面」といった都市空間を楽しむ取り組みが必要である。

リニア開業によって名古屋大都市圏は、経済集積の側面と背後マーケット規模の側面から日本の心臓部になることが見通されているのであるから、文化力においても心臓部にふさわしい集客資源を形成していかなければならない。

幸いにも、名古屋大都市圏が有している文化資源・

歴史資源は、世界に発信できる一級の資源だ。食文化やソフトコンテンツ等も、名古屋らしさに彩りを添える重要な要素といえる。圏域内にある祭も貴重な文化資源であり、集客資源である。これらを上手くアピールして、名古屋大都市圏における交流目的を創出していかねばならない。

リニア開業まであと10年のカウントダウンを迎えた。これからの10年で、名古屋は大きな進化を遂げられるか、または偉大なる乗換都市になってしまうか。今まさに名古屋は、大きなチャンスであり、またピンチを迎えているが、これを大きなチャンスとしてとらえるためには、名古屋大都市圏の「文化創発」が必要とされているのである。

文中参考文献

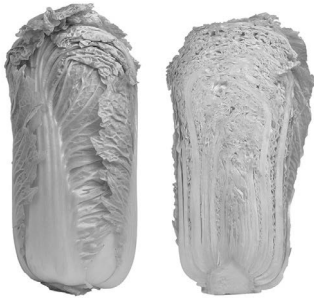
※1 『東京するめ倶楽部 地球のはぐれ方』都築響一、吉本由美との共著／文春文庫 2004年

2. 徳川宗春以降の文物多様性と現代のサブカルチャー隆盛

北川 啓介

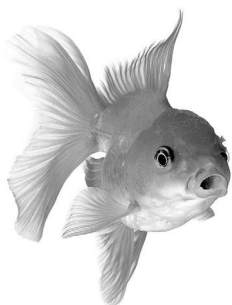
(1) 徳川宗春以降の文物多様性

江戸時代の名古屋城下の社寺仏閣や芸小屋などの建設に集まった全国指折りの職人が夜な夜なその技を競い合って進化した橋町生まれの名古屋仏壇。現代では当然な事象となってい



結球型白菜

るリサイクルやリユースがいち早く地域に根づいたことでも全国の店の多くが愛知・岐阜・三重に集中する質屋文化。大正時代までシャキッとした歯ごたえとは無縁であった品種を結球型に改良したことで世界中へ歯ごたえを楽しむ食材として普及した中川区生まれの結球型白菜。昭和時代の余りものとして廃棄されてきた日々の食材の残りを活用した同じく中川区生まれの粉わさびの生産。観賞価値の必ずしも高くない品種を長寿で美しく手を加えることで商品価値を極限まで上げていく金魚の品種改良。季節ごとの温度と湿度と気圧



金魚の品種改良



鰻の養殖技術

を感じとりながら調理する蒸し技術を高めたまま後世に継承しつつ盛大に冠婚葬祭を祝うために生まれた日本一大きな和菓子。必ずしも天然物にこだわることなくほんの少しの手を加えることでより安価でより安定した供給で一般市民の台所へも届くようになった一色町発の鰻の養殖技術。尾張名古屋を中心とする地方には、現代の商工業のものづくりに通底してき

た、ほんの少しの改良で想像しなかった高い価値を実現していくものづくりのスピリッツが継承されてきている。

時代を振り返ると、それは、300年ほど前の1730年代、八代將軍徳川吉宗の治世は、折からの不景気で質素儉約が徹底されていた。それに対して、尾張藩主であった徳川宗春は、『温知政要』とい

うマニユフェストをもとに、豪華絢爛な世を目指して庶民に税金を使い、経済の活性化を図った。「不景気だからこそ、技や芸事を磨いたり商いを盛んにしたりすれば、人の心も世の中も平和になる」と、芸小屋や全国最大級の遊郭を建築する命を出した。そして、全国各地から、建築のための宮大工・漆職人・金箔職人・彫り師など、また、遊興文化から日常文化までを支える一流の料理職人・服飾職人などが参集し、当時、江戸や京都では「尾張名古屋の繁華に京がさめた」と称されるほど、尾張名古屋が商業の上でも工業の上でも、あらゆる産業の上で活性化し、尾張藩に多くの一流の職人が集まり腕を競い合った。その職人たちの技が現代に、直接的にも間接的にも継承されているものづくりの文物多様性が、尾張名古屋には数多く息づいている。

『温知政要』は二十一箇条からなり、その社会思想は現代にも求められている規制緩和や市民参加や循環型の環境共生にも深く通ずる人々や世の中の営みを更新していく上での術が詰まっております、さらには、尾張名古屋を中心とする東海地方には、古くからこうした一般の市民や世俗の文化を創発する慣習が通底している。

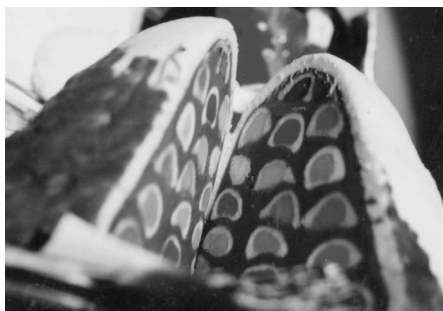
(2) サブカルチャーの隆盛

能や歌舞伎や茶道といった長い歴史の中で培われてきたハイカルチャーではなく、絶妙な、サブカルチャー、という言葉は、現代用語であるがため、捉え方はまだ確立されているとはいえませんが、いつ頃からか、一般に拡がってる。

ハイとサブのふたつの単語と比較すると、サブは、新旧や大小といった全てのバランスを保ちつつ極めきった一級ほどではない謙虚の意味合いと、高品質もしくは高価なA級と比べて優れた費用対効果という自負の意味合いのふたつを併せもっている。いわば、より消費者個人の立場に立って必然的に生まれてきた価値である。カイゼンというものづくりを進める上での考え方はそれを上手に表している。

人間ひとりひとりの視点や趣向は、当人のそれまでの経験、身辺まわりの環境、ちょうどそのときの状況、そして、先人たちのそれらなど、人によって千差万別である。大多数の人々の傾向を括った大義名分ではなく、ひとりひとりの心体の両方が内から作用しながら感覚として根付いている事柄に近いのがサブである。

二十一世紀の幕開けは、同時に始まったテロや戦争や地球温暖化問題など、実は自分の身のまわりからかけ離れた社会事象ばかりが報道されていたが、フツと気がつく、日本の人



慶事用の大まんじゅう「蓬萊山」

口減少が始まった2005年あたりを境に、少子高齢化で幼稚園バスより高齢者福祉施設のバスの方が目についたり、人口減少で外国人の看護師に手当てしてもらったり、晩婚化で出会いの場が大盛況だったり、自分のいつもの生活、もしくは身の回りで、着実にその一端を見聞きする機会が増している。

いわば、アメリカと中東とのニュースが落ち着いたこの数年、それまで一見、気付きにくく見えにくかった身のまわりのモノ、コト、ヒトの価値の多様性が、社会の価値というよりも、老若男女の個人ひとりひとりの価値が見直されてきている。強い感銘を受ける世界規模のビッグニュースではないのに、どういう訳か意識してしまうし個人の心に響いて止まない自分の生活や身の回りの些細な出来事こそ、一日の殆どを共にしている。

食文化の一例でしかない和菓子に着目するだけでも、日本各地を旅し、その地域の空間に身をおき、できれば文化に根ざした服を纏って、季節にあわせた和菓子を頬張り、想いを

巡らすだけで、身近な事象から、古今東西の人々の営みを体感し、想いを深めることができるはずである。

そして、尾張名古屋界限は、しばしば、出張で尋ねるだけではわからないが、家を構えて生活するとその生活のしやすさがわかることから、日本各地の都市の中でも、「住めば都」と称されることが多い。加えて、東京などの大都市からすると、真新しい事柄よりも、今あるものを改善することで費用対効果が高まる事柄を好むことから、A級や一級や最先端のものを好まない、という価値観の意味合いから、「大いなる田舎」とも称されることが多く、いわゆる、サブとしての価値観が、尾張名古屋界限の人々の日常の生活に浸透している地域であるといえるが、世界的な視点で考察すると、フットワークの良い軽さとしてのサブにもここまで目を向けている国は珍しいともいえる。

建築の分野でも近いことがいえる。西洋の建築が、石を組積していくことで重厚な壁を構成して、小さな開口部を開けるのに対して、日本をはじめとする東洋の建築が、木を架構することで壁というよりも大きな襖や障子をパーティションとして建てつけ、周囲の環境との共生をはかる非常に軽量の構法様式をもっているのは、過去を永続的なものとして捉えていくだけではなく、式年遷宮のように、常に更新していく、改善していく、という先人の知恵

の継承の仕方が日本の文化には内在している。

サブカルチャーは、こうした、気軽さ、身軽さを通して、専門的な技術者にしかできない、わからない、というものではなく、専門的な技術者から一般の高齢者や子どもまでを含めた老若男女までが、日常生活の中で楽しむことのできるものである。

動画としてのアニメーションではなく、静止画のコマを見開きに綴っていくことでマンガ(Manga)が生まれてきたように、足し算的な価値観のつくり方ではなく、引き算的な価値を高めていく志向は、日本ならではの、本格的な演奏者がいなくとも気軽に大きな声で唄えるまちなかのカラオケボックス(Karaoke)や、パチンコ(Pachinko)やお笑いや漫才(Manzai)といった遊興文化、当初はオタク文化との評価もあった一方で今や国民的という称号も得たグループアイドルの音楽文化、さらに、フィギュアや同人誌といった創作活動などまで、日本発ではじまり、その後、世界中に熱狂的なファンが広がる文化は、経済の上でも想像以上に大きな価値を生んでいる。

マンガやカラオケやグループアイドルといった、こうした日本のサブカルチャーは、歴史や文化や物語や素材などの重層した要素が絡みあい、見る人が見るとわかる、知る人は知る、学術的で専門的な意匠が施されていたり、知的好奇心を掻きたてる人為的で創作的な営みで

ある点で通底している。

コスプレも同じく、コスプレイベントが開催されて、多くのコスプレイヤーが集まるスポットは、その地域の歴史的な人物や出来事、また、タイム・トリップして撮影する際の背景となる建築やインテリアやまちなみの意味が、極めて大きな価値となってあらわになる。

コスプレイヤーは、東海地方のコスプレイベントのスポットに代表されるように、今生きている日常からトリップすることで、時代を超え、空間を超え、しばらく、ある時代と空間に身をおくことで、現代のいつもの日常生活を逆照射しながら、同じ思いを共有しながら、演舞し、情報交換していく玄人好みの楽しみでもある。

とかく、コスプレイヤーをある特殊な価値観の人々の集合と捉えてしまいがちではあるが、ひとたび、公の空間でコスプレを経験してみると、その奥が深いゆえ、コスプレイヤーが没頭していく志向を理解するのは容易い。日常生活の中でフツと感じた知的好奇心を深めることも可能であるし、歴史や文化への造詣を深めることもできる。

さらなるコスプレ文化の展開として、タイム・トリップする際の、その場所ならではの歴史的で文化的な意味を内在した文化財や建築やまちなみを、積極的にコスプレイヤーに開放していくことが最優先の要素となる。それに加えて、着替えを行い、また、遠方からの来訪



者のために安心して荷物を保管できるスペースを確保すること、コスプレヤーの多くは自分たちで衣装を手づくりする人が多く、ひとつひとつの衣装を大切にしていることから、晴天時のみではなく、雨天時ならではのシーンへタイム・トリップできるような全天候のスペースを確保することが、さらなる高い集客力をもったイベントスポットとなりえる。

特に十代のコスプレヤーにとっては、日常生活を送る中学校や高校での教師や生徒との



シナリオメイキングを行う人も多いため、普段はコスプレを行うことは許認可上で困難な傾向にある学校をイベント予定にあわせて公開していくなどが考えられる。学園モノと呼ばれるが、学校建築で主目的とされる教室や特別教室のみならず、下駄箱置き場や部室や給食堂や非常階段など、やはりこちらでも日常生活では些細ながらも、部活動や学校祭や恋愛体験といった学生生活での思い出となりえるスペースもイベントスポットとして公開していけると大きな反響を呼ぶことになる。

コスプレを通して、日本のどこかの地域へタイム・トリップするならば日本の、海外を想定してタイム・トリップするならば海外の、衣文化と食文化と住文化への造詣を深めていくことで、コスプレは、衣文化としての創作活動にと



筆者のコスプレ

どまることなく、世の中のひとりひとりによる、歴史上の人為的営みへの知的探求を深められ、まさに、「総合学問としての文化のひとつ」と位置づけられることができる。

こうしたコスプレを通じた現代の衣文化はどういった分野とも関わりを深めることができるため、コスプレを体感したことがない人々が受けやすい表向きのコスプレの外在的な印象ばかりでなく、コスプレの内在的な楽しみを思う存分に体感しつつ、互いが演舞やメディアを通して情報共有し、知的好奇心を高めていけるのである。

(3) 文物多様性から見た文化創発の可能性

時代毎の社会事象にも沿って、もしくは社会事象を先導して、老若男女ひとりひとりの消費者の心をつかみつつテクノロジーを伝承する心技体の数々。それぞれ、代々の職人の技術伝承に根差している。つまり、心体感覚から生まれた価値の創造に、代々のモノづくり技術が伴った、尾張名古屋発の“心技体”が脈々と流れていて、これが尾張名古屋がものづくり

の一大拠点である所以である。

尾張名古屋が日本の近代技術を支えてきた普遍性、客観性、恒久性、汎用性などを基軸とした工学や産業に加えて、より現代の社会事象にも沿って、もしくは、より現代の社会事象を先導して、老若男女ひとりひとりの消費者の心と体を魅了しつつ、過去に地元で培われた技術を伝承し、新しい価値づくりを行っていくこと、いわば、ものづくりの尾張名古屋に加えて、価値づくりの尾張名古屋こそが、次のキーワードとなりえるのである。

尾張名古屋独特の価値づくり、もしくは、尾張名古屋発の価値づくりは、尾張名古屋のこれからの100年に必要不可欠なキーワードになるであろう。ここで記してきた内容は、尾張名古屋のオリジナルな価値観の一例として、一部、近代の副産物のように生まれたであろうB級を文中に取り上げたが、こうしたB級的なものの中に潜んだ日常の生活の心体感覚に近い価値づくりこそ、ひとりひとりの個性を重んじる今世紀の流れに密着な関係がある。そしてこれは、必ずしも尾張名古屋のものづくりに限った話ではない。こうした、ハイカルチャーというよりサブカルチャーに近いであろうB級な価値観でさえ、実は、伝統を現代、そして未来に受け継ぐ社会の本質が、そして、これからも永らく未知なる文化を創発する可能性が潜んでいるのである。

文中参考文献

- ※1 建築の境域から考える 近代都市の可能性…日本建築家協会東海支部機関紙 2010年12月
- ※2 中部圏社会経済研究所2016年度報告書 2016年4月
- ※3 WCSオフィシャル写真 (c)2016 WCS Inc. All Rights Reserved.

【インタビュー】

世界コスプレサミット



小栗 徳丸（世界コスプレサミット実行委員長

株式会社WCS 代表取締役）

日時…2015年11月30日（月） 10時～11時30分

場所…株式会社WCS名古屋本社（栄プラザビル9F）

素材がコスプレのスタイルを変えてきた

最近のコスプレで多くのプレイヤーが使う素材に、発泡ポリエチレン、いわゆるスポンジの一種が主流となってきており、その表面にエナメル表現を施すようになってきている。金属や木質の素材よりも一般の人が扱いやすく、株式会社WCSでは素材を活かした新しいコスプレの流行を促すために造形教室も開催している。2016年には、名古屋の納屋橋のAirbnbを運営する施設を会場に開催する。世界コスプレサミットのイベントの会期中に限らず、コスプレのデザインから制作にいたるまでを名古屋を拠点に広げて深めていくことが一般人のファンを増やすことにも繋がる。その流れは参加者や来場者へ少しずつではあるが確実に浸透しつつあり、いわば、「着る」から「作る／メイクする」への移行と言える。参加者が新素材として取り入れようとする素材が、軽やかでしなやかで関節がつくりやすいことから、コスプレの表現や演舞も、一瞬を捉えた写真撮影といったスチールから、動きを伴ったライブへ移行していることはとても興味深い。表現や演舞にあわせた素材を活用することで、コスプレのギミック（演出効果）も多用されるようになってきており、最近では、LEDやスモークなどがさりげなく仕込まれた工夫を凝らした事例が多く見られる。

また、生身の人間だけではなく、ロボット工学を応用した表現や演舞もこれから展開しそ

うな気配が既に見られている。東海地方のからくり人形の伝統技術は応用できるのではと期待している。

さらに、外見だけではなく、内面を表現することも可能になり、プレイヤーが大切にしていく精神性をも、コスプレに導入されてくるとより次のステップに移行していくとが予想される。

次世代に継承する人育て

少しずつ世の中でこの世界コスプレサミットの認知も深まり参加者も増えてきている中で、より継続的に広がりと深みを増していくために、さらに工夫を凝らしていく次世代の人を育てていく必要がある。これまで世界コスプレサミットでは、実績を積んだ350人に、コスプレイヤーとしての公式の称号を与えてきた。その称号は、海外からの参加者が母国へ戻った際にとても大きな価値をもつようになっており、それをもとに日本国内のみならず、母国以外の世界各国のコスプレイベントへ招聘されるチャンスが大いに増している。

日本のカリスマコスプレイヤーを招聘したイベントには、世界中から彼らに憧れる参加者が集まる。名古屋での世界コスプレチャンピオンシップ会期中のみならず、その他の時期を

通して、決勝の行われる名古屋を目指してくる流れが定着している。名古屋はまさにそのサミットであり、ある分野のメッカを名古屋が担っていることは、コスプレイヤーからもカリスマ造形作家と称えられる東海地方のクリエイターと相まることでもあり、今後も名古屋、また東海地方を中心に継承していきたい。

舞台としてのまち

コスプレ分野では、学校や廃校が極めて高いポテンシャルをもっている。学校や廃校をプレイヤーに開放される例はまだ多くはなく、例えば、交通のアクセスの高い名古屋駅西の小学校や専門学校が開放されたりする仕組みができてくると、世界コスプレサミットの会期中に限らず、日本中からコスプレにまつわるプレイヤーや造形作家が集まりやすいのではないだろうか。

ショップ

現状の多くのコスプレは著作権の関係から、商業用であれ個人用であれ、販売は不可であるが、著作権にとらわれないコスプレにまつわる造形やメイクなどの技術や表現が生み出さ

れてくることで、これまで見なかった新しい展開が大いに期待される。その可能性を広げるべく、株式会社WCSでは、Airbnbのゲスト向けアクティビティも提供し始め、地場の人たちとの体験を次の大きな展開として画策している。Airbnbなどのプラットフォームと連携して、制作から発表までの交流が行われる場を設けられれば、その可能性が具体的になるであろう。

ポップカルチャー地区としての高いポテンシャル

名古屋の職人街のひとつである大須は、この人ならではのという地区の特色を強く出している可能性をもっている。その特色を大切にしていくことで、大須といった名古屋市内の各地区にしばらく滞在してコスプレの技術から感性までを深めていける拠点をおけるのではないだろうか。新旧のまちなみが残りつつも企業の進出が顕著である名古屋駅西は、遠方からの来訪者が週末に泊まりにくる。彼らに東海地方ならではの技術や発想を体験できる文化発信ができそうだ。日本の真ん中という交通の便もあり、ポップカルチャーを体験して、あわよくば名古屋市内の各地区のコスプレイヤーや造形作家の制作の現場に入っていく聖地へのプラットフォームになり得る高い可能性がある。

365日コスプレの聖地

アニメ・マンガ・ゲーム、ダンスや音楽なども含めたコスプレにまつわる制作から発表を、世界コスプレサミット会期中に限定するのではなく、一年中、四六時中、東海地方在住のコスプレイヤーや造形作家と培っていける場づくりができると、日本中／世界中をみても、地区としてポップカルチャーの聖地になっていくであろう。

文化のないまちは深みがない。日常と非日常の衣食住に関わるアニメやマンガやゲームやダンスや音楽など、ポップカルチャーのプラットフォームとして、名古屋ならではの伝統もつくりと現代文化の融合を体現していけると、次世代、次々世代に胸をはって継承していくべきまちとなっていく。

(聞き手…服部 敦、鈴木伸夫、北川啓介)

通信カラオケ・新規事業開発



安友 雄一

日時…2016年8月8日(月) 13時～15時

名古屋界隈に欠けているもの

1964年の東海道新幹線の開通後、東京や大阪をはじめとする日本各地の文化レベルが上がり栄えていく中で、中部地方は地盤沈下していった。いわゆる名古屋とばしです。昔の宿場町はいろんな人が宿泊・滞在して文化の創発の大きなきっかけであったのが、そうしたことも名古屋はなくなりました。リニアの開通予定の2027年以降を契機に名古屋としての手をうつ必要があると感じている。

私はもともと旭川で育ち、北海道大学大学院で学び、原子力工学にて博士を取得後、名古屋にやってきました。極めて生活しやすいが極めて排他的であった。名古屋では、そもそもこの地域のコミュニティに入りづらかった。過去と現在の他府県からの流入率も調べてみるとその結果は歴然としているのではないだろうか。

文化創発の先進的な事例

欧米ではイベントも含めて、産業を教育としている。何か面白いものを、との機運が自然と培われていく風土性である。最初に例として北川さんが挙げた名古屋生まれの粉わさびなどはその好例ではないでしょうか。

先日、和歌山県での高校生のインキュベーションイベントで審査員を担当した。地元の意識の高い経営者や学校法人が集まって企画し、知事も積極的に協力した。アメリカからも先生が来られていて、3日間を通して、5チームの高校生と関係者は全て英語で討議と発表を行った。島根でも2回目を進めている例がある。こうした大学にも入る前の若い人の考えを社会に実装していく文化創発に将来に繋がる高い価値がある。そうしたインキュベーションへの参画を、高校生から始めるべきである。

これからの名古屋においては、そうした高校生が海外の人へも討議と発表を行いつつ地場産業が社会への実装を行っていきつつ、いくつかの大学の面白い研究者がサポートする仕組みが良い。

マッチングが上手に進んだら、次に大切なことは発信すること。梅田の富国生命ビルの4階に民間企業の事業化を担う部署がある。事業化するハードルを下げている。クラウドファンディングに近い気持ちで、数年間訓練を行う環境が整っている。当初の発案をしっかりと醸成していくことができる好例である。

海外に広げれば、スタンフォード大学はそうした文化創発の盛んな大学といえ、年間に500のベンチャービジネスが起業されている。同窓会が主として数兆円規模の投資を行っている。卒業生のいわゆる金もちの成功体験が若い学生を奮立たせている。また、投資家へのプレゼンは極めて短く、1分間でプレゼンして相手を説得して投資につなげていくことも大切である。

アジアの例では、近年、台湾は、著作権処理の点で先端的な仕組みづくりを実践している。職人さんがつくるナイフを発掘して新しい地場産業として活かすことを進めているのは好例である。

通信カラオケを発案された当初について

1992年に、それまでレーザーディスク等でまかっていたカラオケを通信化した。当初の発案から数年後の事業化までには、予想していなかった数えきれないハードルがいっぱいあった。何かをクリアするとすぐその後にはクリアすべきことが生じた。いわば、新規事業は、そうしたハードルをハードルと思わずに思いと勢いでクリアしてしまうような人材が担当しているかどうかが勝負の分かれ目である。エクシングも他社も、関係者の、いわゆるカラオケってこういうものという既存概念を変えること、つまり、技術の開発による点よりも、概念の認知による点の更新にかなり苦労した。

技術の開発については、ちょっと手法を変えただけで、ガラッと世の中を変えられることを実感してからは、社内のメンバーでの開発は非常に進めやすくなった。一方で、開発当初にMIDIで音源をつくっていった時などは、カラオケとは文化であるのにカラオケを冒険するのか、とよく指摘を受けたことも少なくなかった。インキュベーションが起ころるとき、常に新鮮な目で見られる明晰な判断が求められるし、必ずそうした判断が存在するのである。

新規事業を生み出す際のポイント

イノベーションがうまくいくのはベンチャーを起業した中の0・4%くらいである。10年で毎年100億円を目指すべきである。その際、お金をどこに入れるかがうまくいくときとそうでないときの分かれ目である気がする。その中でも投資がなされるのは、10から100の提案に対してひとつのみである。そして10年は継続していくことで実社会に根ざしていく。ハードルに甘んじることなく、継続していくことが必須である。

小学生でもわかるイノベーションにも高い可能性がある。イノベーションとは難しくはなくシンプルである。日本が生んだ主なイノベーションは、ウォシュレットとカラオケと言ってもいい。また、いわゆるオタクからの新規事業性は極めて高い。その目線は新しいものとを生み出す可能性を多分に有しており、新規事業性は極めて高い。

イノベーションに大切なこと

人々の喜びと楽しみにシーズとニーズをくつつけることが必須である。人々の喜びと楽しみは時代によって大きく変わることはないので長くイノベーションの土台になっていく。

社会へ広げていく仕組みの上では、投資は「資を投げる」とあるように、任せてみよう

思わせる本当の意味での投資の仕組みが大切である。みかえりを前提にしない投資の仕組みづくりが欠かせない。

新規事業を進めるかどうかは、企画書次第ではない。ハードルに甘んじず強く実践していく人となりであるかどうかでだいたいわかる。変な人であれ。見るより始めよ。

(聞き手・服部 敦、北川啓介)

3. 名古屋大都市圏における伝統工芸産地の集積とネットワーク化

鈴木 伸夫

(1) 伝統工芸産業の価値

地域の文化醸成を考察するときに、その地域の歴史的背景を抜きには語ることができない。特に江戸時代における藩政や経済活動はその地域に多大なる文化的影響を与え、現代においてもその片鱗を色濃く残している。中には世界遺産として著名な観光資源となつて現代の経済活動に大きく寄与し続けているものも多くある。

尾張、三河地域における江戸時代において、特に徳川宗春の時代に培われた多彩で巧みな装飾伝統工芸には目を見張るものがある。当該地は、北方に日本を代表する山脈が連なり、木曾三川をはじめとする水脈、水運に恵まれ、比較的穏やかな気候など多くの地理的優位な条件に加え、江戸時代を築いた祖となる武将を多く輩出したことからその影響度や地域的憧れも当時大きなものがあつたと容易に想像される。特に、豊かな水を活かした友禅をはじめとする織物や造り酒屋、水運を活かした木材調達を背景とした木工加工技術などの伝統工芸は、地の利と当時の文化振興政策とが相まってその輝きを増していった。織物、染色技術

と木工技術は、西洋時計をベースとした「機械傀儡（かいらい）」というからくり人形から自動織機として発展し、当地を代表する自動車産業へと繋がってきたことは周知である。

こうした伝統工芸や産業は、多くの分野で融合したり掛け合わせり、新しい産業として発展し、その固有の技術やそこで生み出される美が新たな文化として醸成され続けている。世界的トレンドクリエーターのリー・エデルコート氏（オランダ）は、「ローカリティの集合がグローバルであり、プリミティブなデザインが潮流になってきている。」と述べている。日本特有の繊細で魅力的な工芸品や地産品等は昨今のインバウンド急増もあり世界の注目とともに再評価されつつあり、特に地域の隠れた文化的資産を再評価、整理し、その魅力をプロモーションすることが急務となっている。

また、折口信夫氏（1887～1953 民俗学者、国文学者）はかつて「マレビトによる新しい刺激とそこから生まれる新しい文化」の日本的文化論を提唱し、旅人（神・来訪者）が幸福をもたらす（*）としている。本稿では、名古屋へのリニア開通がその「マレビトによる刺激」となり、魅力ある「ローカリティ」の醸成につながるものであることを期待し、当地域での特色ある伝統工芸や地場産業の資産（キャピタル）の魅力を再認識し、文化のインベションを創発させるために、地域の資産をプロモーションする取り組み事例や新たな可

能性についての考察を試みる。

(2) 伝統工芸産業の現状

伝統工芸品の定義

伝統工芸品とは、国の定義としては「伝統工芸品産業の振興に関する法律」(伝産法)に基づいて経済産業大臣が指定した工芸品」ということになる。

指定の要件としては、

- ① 日本人の生活に密着し、日常生活で使用されるもの
- ② 主要工程が手作業中心(手工業的)であること
- ③ 技術・技法が100年以上の歴史を持ち、今日まで継続しているもの
- ④ 100年以上の歴史を持つ伝統的な原材料を使用したもの
- ⑤ 一定の地域で、地場産業として成立しているもの

であり、全国で222品目(2015年6月現在)指定を受けている。^(*)つまり、「昔からある、身の回りの手作り良品」である。

伝統工芸品の現状と課題

伝統工芸品は、手作業であるため大量に生産できないこと、材料の供給元である農林業の衰退による影響、後継者不足などや、大量生産品による大量消費時代を経ることで、その生産額、担い手共に昭和50年代から比べ2012年度ではその額、人数はそれぞれ約5、400億円から1、040億円、約290、000人から70、000人へと激減している^(※)。国も経産省を中心にさまざまな補助金等による対策を打ってきているものの大きな効果は見えていない。

一方で、環境持続型社会風潮の浸透で循環型原材料を多く用いる伝産品再評価や、地域創生施策をはじめとする地域おこしの活発化、それに伴うデザイン重視の製品化なども進み、伝統工芸品を再評価する動きも出てきた。

近年、デザイナーが地域や製作元とタイアップした商品化を試みたが、売り上げが伸びず衰退に拍車をかけた事例も散見されたが、最近ではデザイナーから販売までを一手にプロデュースするSPA (specialty store retailer of private label) 的な事例も出てきて成功しているが、本当の意味で伝統工芸の技や原材料が保持できているかは疑念が残る。

愛知県の手仕事

愛知県においては、伝統工芸品として以下12品目指定されている。

- ① 尾張地区：赤津焼、尾張七宝、瀬戸染付焼
- ② 名古屋地区：有松・鳴海絞、名古屋仏壇、名古屋桐箆筒、名古屋友禅、名古屋黒紋付染

③ 知多地区：常滑焼

④ 三河地区：三河仏壇、岡崎石工品、豊橋筆

また、郷土工芸品として、尾張地区10品目、名古屋地区11品目、知多地区2品目、三河地区28品目指定されている。いずれも伝統的な技法、原材料を受け継ぎ、手工業的な製造工程を守って今に至っている。

過去に遡れば、昭和初期に民芸運動で著名な柳宗悦（1889～1961 思想家、美学者）が、その著書「手仕事の日本」^{（*）}で愛知県の優れた手仕事逸品として以下を紹介している。

- ① 瀬戸の紅鉢・石皿、赤津の織部焼、品野の蓋物、犬山の赤絵物、常滑焼
- ② 扶桑の端折傘

③ 鳴海絞、有松絞

④ 半田の知多木綿と岡崎の三河木綿

⑤ 足助紙

この「手仕事の日本」が記されたのは戦時中ではあるが、現代においてもそこに記された優れた手仕事は今なおその輝きを失ってはいない。そこからは確かな日本の気候風土、地域文化に根ざした日本の自然の美しさと人々の暮らしが垣間見える。こうした背景が、有松絞がパリコレに進出したり、ミシュラン最高ランク店で瀬戸物が使われて世界の人々からも称賛される所以ではないだろうか。ただし、中には将来的に存続が危ぶまれるものもあり、早急な事業支援や技術伝承等による施策が必要である。

伝統工芸振興策事業

経済産業省では、継続的に伝産法に基づいた組合、団体および事業者等が実施する事業の一部を国が補助する（上限一事業2000万円）振興策を展開している。この補助事業には、次表に示すように外部有識者等との連携も含め多くのメニューが用意されており、事業初期段階におけるサポートとして比較的有意義なものとなっている。ただし、本来継続的な事業

補助対象事業一覧表（※経済産業省 平成28年度伝統工芸産業支援補助金「公募要領」より）

計画	事業名	事業内容(例)	補助対象者	補助率	
採興計画	①後継者育成事業	イ:後継者・従事者育成事業 ロ:若年層等後継者創出育成事業	従事者の技術力向上等を目的とした研修事業等。 将来の従事者の育成・確保を目的とした研修事業・製作体験事業等。	特定製造協同組合等	1/2以内 2/3以内
	②技術・技法の記録収集・保存事業	伝統的な技術・技法の記録・保存を目的とした資料作成事業。(映像・文書・データベース等。)			2/3以内
	③原材料確保対策事業	原材料の安定確保を目的とした調査事業。(将来的な供給状況や代替材料の調査等。)			2/3以内
	④需要開拓事業	普及啓発及び販路開拓等を目的とした事業。(展示会・実演会・製作体験・コンクールの実施等。)			2/3以内
	⑤意匠開発事業	商品開発及び販路開拓等を目的とした事業。(デザイナー等専門家を活用した新商品開発および求評会の実施等。)			2/3以内
共同採興計画	①需要開拓等共同展開事業	普及啓発及び販路開拓等を目的とした事業。(展示会・実演会・製作体験・コンクールの実施等。)	特定製造協同組合等及び販売事業者・販売協同組合等	2/3以内	
	②新商品共同開発事業	商品開発及び販路開拓等を目的とした事業。(デザイナー等専門家を活用した新商品開発および求評会の実施等。)		2/3以内	
活性化計画	①活性化事業	伝統的工芸産業の活性化を目的とした事業。(後継者育成事業、技術・技法の改善事業、原材料の調査研究事業、需要開拓事業(海外展開を含む)、新商品開発事業、情報発信事業等。)	製造事業者又はそのグループ及び製造協同組合等	2/3以内	
連携活性化計画	①連携活性化事業	他産地と連携し、伝統的工芸産業の活性化を目的とした事業。(後継者育成事業、技術・技法の改善事業、原材料の調査研究事業、需要開拓事業(海外展開を含む)、新商品開発事業、情報発信事業等。)	製造事業者又はそのグループ及び製造協同組合等であって、他の伝統的工芸品の製造事業者や他の業種の事業者等と共同して事業を行う者。	2/3以内	
支援計画	①人材育成・交流支援事業	従事者及び将来の後継者の育成・確保と、消費者等との交流促進を目的とした事業。	伝統的工芸産業の支援事業を実施しようとする事業者・団体等。	1/2以内	
	②産地プロデューサー事業	専門的知識・ノウハウ等を有する者が、自ら産地に入り込んで、産地の製造事業者等とともに新商品の企画・需要開拓・従事者の資質向上等のための取り組みを行い、産地全体を総合的にプロデュースする事業。	伝統的工芸産業の支援事業を実施しようとする事業者・団体等。	1/2以内	

として魅力ある産業として自立してこそ後継者育成や技術、原材料の伝承がなされることは自明であり、地域の貴重な資産（キャピタル）として固有の価値を高める活動が必要と思われる。

(3) 伝統工芸、地場産業を活かした価値創造の例

地域の魅力を量る上で、人口や立地企業数、生産販売額、消費小売額など直接的なデータでは分析できないその地域の歴史的背景、気候的特徴などに依るその地域固有の文化を知ることが重要となる。

こうした固有文化が日本国中北から南までこれほど多層的に拡がっている国はあるまい。これが我が国の強みであり、魅力である。こうした文化の結晶ともいえる伝統工芸や地場産業を活かした海外展開や次世代への継続性確保のために、多くの取り組みがなされ始めている。ここにその一例を取り上げ、今後の一助としたい。

ビジネスサポート型

ーコンテンツ・地域製品の海外展開支援↓クールジャパン戦略（経産省）ー

戦略産業分野である日本の文化・産業の世界進出促進、国内外への発信などの政策を企画立案および推進のため、2010年経済産業省に「クールジャパン室」が開設された。コンテンツ産業や伝統文化などを海外に売り込む戦略が立案され^(*)、日本の魅力の事業展開のために旺盛な海外需要を獲得し、日本の経済成長につなげることをねらいとしている。戦略としては、「日本ブーム創出」、「現地ビジネス」、「インバウンドビジネス」をベースに次図のような展開を目論んでいる。

クールジャパン政策の展開

①日本ブーム創出

日本に対する興味・関心を高める
機会の創出

- 1) コンテンツの海外展開及びロー
カライズ支援
・ J-LOP
- 2) 日本でのイベント開催及び海外
情報発信
・ コ・フェスタ
・ インフルエンサー招聘
- 3) 海賊版対策の強化

②現地で稼ぐ

日本のコンテンツ専用チャンネル
の確保や商業施設等における関連
商品の販売

- 1) 製品開発・チームづくり
・ プロデューサー派遣
・ 企業マッチング
- 2) 現地企業とのマッチング
- 3) テストマーケティング
- 4) リスクマネーの供給
・ クールジャパン機構の設立
- 5) 日本公庫による資金供給

③日本で消費

ビジット・ジャパンをはじめとする外
国人観光客・ビジネス客の集客

- 日本でのイベント開催及び
海外情報発信

(注:「クールジャパン政策について」
H26.7 経済産業省商務課より作成)

こうした民間投資を推進するために、2013年11月には「クールジャパン機構」が政府と民間出資により設立され(2015年12月現在407億円の出資金)、①プラットフォーム整備事業、②サプライチェーン整備型事業、③地域企業等支援型事業に対し海外マーケットの拡大、人材育成・ネットワーク構築のためのハンズオン支援、日本ブランドの向上を目標とした出資支援を実施している。2015年11月現在の投資案件事例の一例を次表に示した。

クールジャパン機構投資決定案件の一例

コンテンツ

- ①海外向け ジャパン コンテンツ 関連ネット販売
全世界（米国・インド 初等）・15億円
海外に向けて日本のマンガ・アニメ等のポップカルチャーの魅力を発信するメディア・EC事業
- ②正規版アニメ 関連ネット販売
全世界・10億円
正規版日本アニメのサイマル配信を多言語で行う動画配信・EC事業
- ③エンタテインメント
アジア（台湾・タイ等）・10億円
アジア各国向けTV番組で日本を発信し、イベントや地域物販等を展開

ライフスタイル

- ①ジャパン モール
マレーシア（クアラルンプール）・10.7億円
ASEAN初の全館クールジャパンの「ショーケース」を構築し、日本の最先端のライフスタイルを発信
- ②地域産品セレクトショップ
欧州（パリ）・1億円
欧州で日本の地域産品の卸売・展示・販売を実施。地域産品のプラットフォーム

食

- ①日本食 フードタウン
シンガポール・7億円
地域外食ベンチャー等を集約し「集客力」「クオリティ」等で差別化
- ②米国における日本茶カフェ
米国・2.6億円
米国にて日本茶カフェの展開を通じて長崎県産品等の販売

（注：「クールジャパン機構について 平成28年1月
経済産業省商務情報政策局」より抜粋して作成）

このような具体的展開によって徐々に成果も出始めており、近年の訪日外国人の急増とも相まって国内での消費拡大のほか、アニメ原作者の地方テーマ館へのツアーや産業観光的なメーカー博物館、工場見学ツアーなどへの参加も増加しつつある。もっとも、これだけ急

激なインバウンド増加に受け入れ側も対応しきれない課題も噴出している。日本での消費をより魅力的かつ事業安定性を確保するための対策も急務である。

今後の課題としては、機構が一般のファンドとの違いを打ち出しているハンズオン支援がどれだけ実行されるかである。主に民間出資企業を構成する広告代理店、メディア、金融機関、商業デベ、旅行業など大手企業が手厚い人材支援や経営指南を実施継続し、ビジネスとしての領域拡大を中長期的に図ることができれば、我が国の特色ある生活文化の魅力がよりグローバルに情報発信され、質の高い持続的なインバウンド増大に貢献するだろう。

目利きによる付加価値型

―優れた国内地産品の展開、販売―

〈NPO法人メイドインジャパンプロジェクト〉

「地域のモノづくりを通し地域をみんなをニッポンを豊かにする」、「地域・人をつなげモノづくりのネットワークを広げる」ほかを基本理念として、『10年後のニッポンのモノづくりのために『地域文化を活性化し、誇りあるニッポンのものづくりを継承する』をビジョ

ンに掲げて作り手、流通関係者、クリエイター、消費者による四位一体の取り組みを全国的に広げるべく活動している。^(※6)

具体的活動としては、現在4県の支部を拠点に、「NIPPONSAN」と呼ばれる見本市形式の展示会で地域性や製品、技術の支援、情報発信の場として企画・運営していることをはじめ、さまざまなセミナー、見学会、受託事業等を展開している。

中心メンバーによると、「ここで培われた人のネットワークがすべて。そして継続することが重要。」と力説している。ここに未来への光が見える。

〈メイドインジャパンプロジェクト株式会社〉

「日本製の商品を流通させるための新たなマーケットの創造」を経営方針に、①マーケティングプロデュース、②セールス&デベロップメント、③エデュケーション事業を柱に、優れた地域産品の発掘、流通支援、商品開発、店舗運営、ブランドマイスター講座開設などを展開している。^(※7)

〈次世代地域ショーケース型〉全国47都道府県の「ふるさと」を集めた「まるごと」にっぽんプロジェクト

全国都道府県の隠れた名産品を紹介し、次世代にむけた日本の伝統や食文化、製品を後世に伝えるために、東京浅草の地で株式会社東京楽天地が2015年末に開業した。

全国の優れた伝統品産地の作り手や小売り店舗の積極的なアンテナショップとしても機能しており、日本の代表的な観光地浅草寺のおひざ元でインバウンド対応や、高感度な購買層にその旬な魅力を情報発信し続けていけるか興味の尽きない施設である。

施設構成は、「地方の豊かな食」、「くらしの道具」、「地方の体験広場」、「ふるさと食堂街」別の階構成となっており、中には地域の優れたフリーペーパーを紹介し、地元住民の目線でパーソナルな来訪を促すようなコーナーもあり、全国都道府県の魅力あるコンテンツをコンパクトに来訪客に訴求し、現代版の感度の高いおしゃれな地方創生ビルといった趣である。



デザインアプローチによる付加価値型

〈国内地産品のデザイン重視展開活動〜D&DEPARTMENT〉

ナガオカケンメイ氏（ロングライフデザイン活動家）が中心となつて、「ロングライフデザイン」をテーマに暮らしや観光をデザインの視点で実販売店舗とカフェ等で全国展開を模索している。2015年現在直営店である東京、大阪、福岡、富山に加え、パートナーショップの北海道、山梨、静岡、京都、鹿児島、沖縄、ソウルの計11か所で実店舗が稼働している。

全国47都道府県にあるその土地に長く続く「個性」、「らしさ」をデザインの視点から選び出して、観光ガイドとしてまとめた「d design travel」は秀逸で、その取材対象選定の考え方は、HPによると以下の基準となっている。

- ・ その土地らしいこと
- ・ その土地の大切なメッセージを伝えていること

- ・その土地の人がやっていること

- ・価格が手頃であること

- ・デザインの工夫があること

その対象は、いずれもデザイン性・地域性に富み、感度が高い購買層や旅行者の指南書となりうるもので、その逸品を含め渋谷ヒカリエで「d47 design travel store」として2012年開業販売している。

(4) 文化創発的イノベーション・ネットワーク化に向けて

古来日本では「結ぶ」ということがさまざまな生活や文化の中に息づいている。結婚によって男女、両家が結ばれる。親交を結ぶ。紐を結ぶ。お結びにする。庵を結ぶ。結びの一番など、「結ぶ」という行為が大切な締めくくりにつながったり、紐を結んで衣服を着用するなど日本固有の重要な生活文化の行為といえる。

2027年にはリニア開通によって物理的にも東京、世界という巨大なマーケットと短時間で「結ばれる」。この「マレビトの刺激」によって、地域の文化の結晶ともいえる伝統工芸、産業や新たな文化的な活動や人々の思いが「結ばれ」イノベーションが想起される。そ

ここには文化的な高いレベルでのソーシャルキャピタルが生まれることだろう。

とかく素通りされることの多かった当地域に、ここから大きな魅力が生み出されることを期待したい。そのための早急なる準備が必要だ。

文中参考文献

- ※1 「『古代研究』第二部 国文学篇」(大岡山書店、1929(昭和4)年4月25日発行)∴「国文学の発生(第三稿)」
- ※2 経済産業省HPより
- ※3 一般財団法人伝統工芸品産業振興協会 2016年2月HPより
- ※4 「手仕事の日本」岩波文庫 2003年編集発行
- ※5 「クールジャパン政策について」H26・7 経済産業省商務情報政策局生活文化創造産業課
- ※6 特定非営利法人メイドインジャパンプロジェクトHPより
- ※7 メイドインジャパンプロジェクト株式会社HPより

【インタビュー】

NPO法人メイド・イン・ジャパン・プロジェクト

鶴田 浩氏（副代表理事・リアルスタイル代表取締役）

日時…2016年8月29日 13時～14時30分

場所…リアルスタイル本店



リニア時代の名古屋に必要なもの

ものづくりを下支えしているのが伝産品である。名古屋市内だけだと、伝産品は衰退していて、集積が乏しい。これからは、グレーターナゴヤ、名古屋大都市圏で捉える必要がある。名古屋圏で見れば、多くの伝産品が全国シェアの7割を超えている。

例えば、有田は全国シェアからすれば小さいが、プロモーションがうまい。愛知は、豊か

なのか、なかなか伝産品にフォーカスしない。出席している名古屋のプロモーション会議でも、名古屋は魅力がないというアンケート結果が出た。

一方で名古屋圏だけでは、伝産品のような文化発信の商業は成り立たない。インバウンドというか、海外から人を呼ばなければ、商売は成立しない。ものづくりの発信拠点が必要である。ただし、愛知県と名古屋市で別々の大規模展示会場をつくるというようなことをしているといけない。どちらか一か所にミラノサローネのように、できれば20万平米くらいの展示会場が必要だ。

その上で、名古屋駅には、名古屋圏全体の伝産品を購入することができるショップがあると良い。名古屋駅を拠点に、さまざまな産地への産業観光を仕立てれば、大いにニーズはある。名古屋駅が実質的なハブとならねばならない。

名古屋には、伝産品の産地が集積していることが強みである。そこに、卸機能を持った展示会場、駅前にリテール機能を持った拠点があると、東京とは異なる魅力ができる。

名古屋駅周辺に置くべき機能

高付加価値の伝産品を購入できるショップを中心にした施設があると良い。そのために、

新しいライフスタイルを提案、啓蒙することで例えば昔は大切にしていた行事やアニバーサリー的な家庭を中心としたイベントには高付加価値の伝統工芸品が必須となるような文化を醸成するような仕掛けが必要である。

ただしそこにイノベーションのための機能の必要性はあまり感じない。流通さえ確保して事業性が見通せれば、関連する事業者は、それぞれの努力でイノベーションをするはずだ。施設の整備は、リスクが大きいため、公共が担うべきだが、運営は民間に任せるべきである。中途半端に3セクを作るべきではない。

個人的には伝産品とサブカルとの融合には興味はない。次世代に引き継げるような息の長い製品づくりを考えるべきだ。

MIJPの活動方針

メイドインジャパンプロジェクト(MIJP)は、愛知から始まったが、東京を本部として、支部が愛知、岐阜、三重、滋賀に広がっている。沖縄にも支部がある。

MIJPの主な活動としては、展示会「日本産」の開催、流通ショップでのフォローアップマーケティング、人材育成のための伝産アカデミーなどがある。

支部は、今後、大阪、福岡にも広がりそう。行政に呼ばれて協力した先で、支部が立ち上がっていくという状況である。

12、3年前、伝統工芸はひどい状況だった。本来はメーカーの活性化が狙いである。従来型の組合ではなく、地域のものづくりネットワークを構築することが基本である。産地、流通、デザインをつなげることである。

従来、行政は流通を無視して、産地とデザインをつなげることをやっていた。出口としての流通につなげないと続かない。最近はやっとそうやってきた。

3分の2の伝統産業は潰れたが、残ったところは頑張っている。今は、美濃（駄知）のどんぶりは、中国よりも安いくらいになっている。

これまでは国内の販路開拓を推進してきたが、オリンピック後の日本を考えると、海外の販路開拓が重要である。MIJPでも、海外に流通ショップを開いたりしている。

最後に

ライフスタイルをビジネスにしている立場から、かつての日本のように、住居にみんなが集まるような行動原理を普及させていきたい。特別な日にみんなが家に集まるようになれば、

家具や什器に質の高いものを求めるようになるはずである。民間のショップが連携して、そのような文化を高めていきたい。

（聞き手…鈴木伸夫、服部 敦）

4. 名古屋都心の空間構造と文化創発

服部 敦

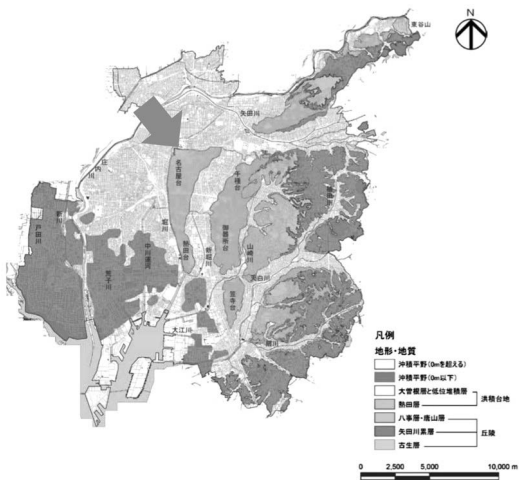
(1) 名古屋都心の歴史的空間構造

名古屋都心の形成

名古屋の都心部は、徳川家康により、1610年の名古屋城築城を機に洪積台地の上に形成された。水害の危険性が高い清須から城下町を丸ごと移転したため、「清須越し」と呼ばれる。台地の北西端には名古屋城が、南端には熱田神宮が位置し、それぞれ城下町と鳥居前町が形成された。

城下町は、台地の地形に沿って逆三角形状に整備された。名古屋城の外堀を隔てて南側に「碁盤割」と呼ばれる格子状の町人地、その周囲に武家地、東と南の端には寺町が置かれた。碁盤割の中軸である本町通が熱田まで通じ、同時期に掘削された堀川が名古屋城から熱田の漆までの水運を担った。

2代尾張藩主の光友の時代に南寺町周辺が盛り場として発展し、7代宗春の時代に「芸ど



地形図



名古屋城下図

ころ名古屋」が隆盛を迎えた。

洪積台地上に城と神宮という2つの核を結ぶ南北軸が形成されたのが江戸期である。

名古屋都心の発展

明治維新を迎えて、1886年（明治19年）に名古屋駅が開業すると、広小路が笹島まで西に延伸し、都心部が東西方向に拡張し始める。1898年の笹島―県庁間の市電の開通、1900年の中央西線開通、千種駅開業に伴う広小路の東への延伸、1937年の名古屋駅移転に伴う桜通の整備など、東西の交通軸が形成された。一方で、1907年の名古屋港開港、新堀川の掘削（残土による鶴舞公園の整備）、1908年の南大津通りの整備、1932年の中川運河完成に代表されるように、南北を結ぶ陸水の交通軸も強化されていった。

名古屋都心の復興

第二次世界大戦により、名古屋城天守閣を含み、市街地の約4分の1が消失したため、震災復興事業が展開された。この中で、1945年に発表された「大中京構想」に示された広幅員の幹線道路が整備されていた。特に幅員100メートル以上の2本の道路は戦災復興



「大中公構想（1945）」

のシンボルとなった。久屋大通と若宮大通である。戦災復興では、超広幅員化などにより都市機能の強化が図られたが、戦前に整備された道路網の構造はほとんど変わっていない。100メートル道路が従来の南北の軸線を南東にずらした形で整備され、戦後名古屋の特徴と言える豊かなインフラ空間の誕生を強調した。

戦災復興により、名古屋の市街地は迅速に復興し、江戸期の城下町から続く戦前の都心部を上書き、拡大していった。1957年の地下鉄開通、1974年の市電の全廃により、都心部の移動の主要手段が地下鉄に移行する中で、歴史的な都市構造を意識し、利活用する機会が次第に失われていった。

歴史的都市構造を考える上で、金山総合駅の立地的な意味は大きい。金山は城下町と熱田神宮を結ぶ本町通りの中継地であり、大津通、伏見通、堀川と言った南北の交通軸が近接する場所である。さらに、明治期に熱田台地のくびれた部分を掘り割って、東海道線、中央西線が開通し、さらに名鉄、地下鉄が乗り入れて鉄道交通の要衝地となった。戦災復興ではす

でに金山に総合駅を設置する構想があったが、各路線の駅を総合した金山総合駅が開業したのは1989年であった。江戸期に形成された名古屋城と熱田神宮を結ぶ南北の軸線上に新たに核が生まれたのである。

歴史的都市構造

これまで、名古屋都心部の空間構造が歴史的に構成される経緯を簡単に見てきた。現在顕在化している構成要素を熱田台地の上に模式的に示したものが図①である。これに江戸期の城下町を重ねたものが図②であり、ここから城下町の構成要素を取り出して空間構造と一体化したものが図③である。

図③は、現在必ずしも顕在化していない構成要素も含めて、名古屋都心の歴史的都市構造を示すダイアグラムとなっている。

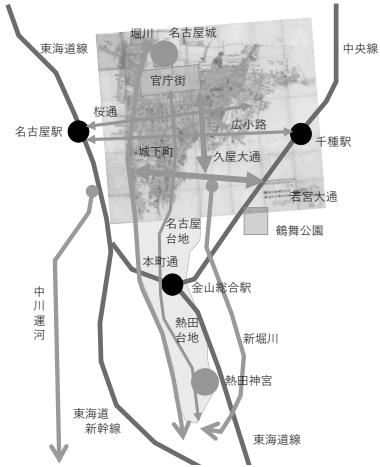


図① 顕在化している空間構造

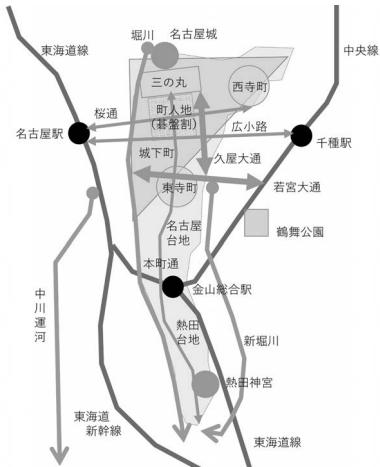
(2) 名古屋都心の多様な界限性

名古屋都心部には、「〽界限」と呼ばれる一帯が複数存在する。

「界限」は本来、単に「そのあたり一帯。付近。近辺。」(大辞林)を意味する言葉だが、都市においては「生活や活動のイメージが核となる」「自然発生的な場所」(建築大辞典)を



図② 城下町の重ね合わせ



図③ 名古屋都心の歴史的都市構造図

周辺において新たな文化を創発する限界群として捉えることができる。これが盛んになっている。これらは、名古屋駅周辺において新たな文化を創発する限界群として捉えることができる。これが盛んになっている。これらは、名古屋駅周辺において新たな文化を創発する限界群として捉えることができる。



限界の分布

指すことが多く、「多様でにぎやかで、人を惹きつける場所」（同前）という特性を持って認知される。

名古屋駅周辺から栄にかけて、那古野・四間道限界、椿町限界、長者町限界などを挙げることができる。それぞれ異なる発生経緯と個性を持ち、故に多くの人々を惹きつけ、新たなまちづくりが展開されている。具体的なまちづくり活動は展開されていないが、水産卸業者が集積する柳橋市場限界も挙げられる。また、水辺空間として「堀川」と「中川運河」の沿線も存在感を増しており、まちづくり活動が盛んになっている。これらは、名古屋駅

名古屋都心の代表的な界隈

界隈	構想	キーワード	策定	策定主体	設立	活動団体	主な活動
1 長者町	これからの錦2丁目まちづくり構想・総合計画 2011-2030	会所と路地、まち角広場、長者町家など	2011	錦2丁目まちづくり協議会	2004-	-	タウンセンター「まちの会所」リノベーション「長者町えびすビル」アートとまちの融合 都市の木質化 など
2 四間道・那古野	四間道・那古野界隈まちづくり構想	商店街、文化財、小学校跡地など	2016	四間道・那古野界隈まちづくり協議会	2012	那古野下町衆など	空き店舗対策「ナゴノダナバンク」円頓寺秋のバリ祭 など
3 椿町	椿まちづくりビジョン	アジア、サブカルチャーなど	2015	名古屋太閤通口まちづくり協	2012-	-	椿フェスタの開催など
4 堀川	堀川まちづくり構想	親水空間、船の活用など	2012	名古屋市	-	広小路セントラルエリア活性化協議会、堀川まちづくりの会、堀川1000人調査	堀川フワフワフェスティバルなど
5 中川運河	中川運河再生計画	水上交通、歴史資産、防災など	2012	名古屋市・名古屋港管理組合	-	中川運河キャナルアート	アートプロジェクト「CANAL ART」など

長者町界隈は、江戸期に成立した城下町の碁盤割上であり、明治期以降は呉服卸商などの商人の町として発展し、戦災により焼失した後もヤマシの頃に織維品の問屋が集積して、高度成長期に織維問屋街として発展した。織維業界の衰退に伴って町の活力は失われていったが、2000年ごろからまちづくり活動が活発化し、問屋ビルを活用するリノベーション事業「えびすビル」、まちづくり活動の拠点「まちの会所」の開設、あいちトリエンナーレと連動したアートプロジェクトなどの多彩な取り組みが展開されている。

四間道・那古野界隈は、江戸期の城下町の北西端にあたり、享保の大火を契機に、円頓寺などの寺院が移転し、門前町として商家が集積



長者町界隈



四間道・那古野界限

した。大火を契機として堀川近くの南北の道を拡幅したのが四間道である。明治期に瀬戸電の終点・堀川駅や市電江川線の駅が整備され、付近の工場労働者等を顧客とする商店街・盛り場が発展した。戦災の被害が比較的軽微であり、古い町並みが残った。堀川駅・市電の廃止後、町は次第に衰退していったが、2007年ごろからまちづくり活動が活発化し、空き店舗のリノベーションプロジェクト「ナゴノダナバンク」の取り組みなどにより、飲食店などの集積が進み、町が活力を取り戻しつつある。四間道は名古屋市の町並み保存地区に指定されており、県指定文化財の「伊藤家住宅」などがある。また、界限の北側には、菓子問屋・菓子製造業・名古屋扇子などのものづくり産業の集積も見られる。

椿町界限は名古屋駅西側に位置し、戦後にバラックの店や露店が集まり「ヤミ市」が栄えたが、1964年の新幹線開通に伴い名古屋駅西側の整備が進むと、ビジネスホテル、予備校などが集積するようになった。1994年の大型アニメショップの開店をきっかけに、サ



椿町界限



堀川沿い

ブカルチャー関連の店舗が集積しつつある。近年は居酒屋等の飲食店の集積が進んでいる。リニア新幹線開通の影響を受けることもあり、地区の治安向上と活性化を目指したまちづくりの取り組みが進みつつあり、コスプレなどサブカルチャーを意識したイベントTSUBAKIフェスタなどを実施している。

堀川は江戸期の城下町の整備に伴い開削され、名古屋市の南北をつなぐ重要な水運を担ったが、1970年頃には水運の機能が低下する一方で、水質の悪化が問題となった。2007年に水質浄化のために木曾川からの導水を行う際に、市民協働による社会実験が行われ、堀川1000人調査隊が組織された。この頃か

ら、堀川沿線のまちづくり活動が活発化し、堀川フラワーフェスティバルの開催をはじめとして、水辺景観の整備や水運の復活などの取り組みが進められている。

中川運河は、名古屋港と国鉄笹島貨物駅を結ぶ水運機能を担うために、1930年に供用が開始された。1964年に取扱量はピークを迎え、現在は約2パーセントにまで減少して



中川運河沿い

いる。こうした状況を反映して、2010年に始まったアートによる水辺空間の利用・発信を行うチャンネルアートなど、水辺空間の整備や水運機能の復活などを目指した取り組みが進んでいる。

このように、貨物駅跡地の「ささじまライブ」の開発やリニア開通に伴って進む名古屋駅周辺の整備といった都心部の開発プロジェクトを取り囲むように、出自の異なる个性的な界隈が形成され、多様なまちづくり活動が展開されている。

(3) 拠点開発とセンター機能

名古屋市では、拠点的な都市開発事業の核施設として、文

名古屋都心のセンター機能

地区	事業	完了	施設名称	組織名称	設立	設立経緯	取組内容
1 名駅	市施行による泥江(ひじえ)市街地再開発事業	1984	名古屋国際センタービル	公益財団法人名古屋国際センター	1984	1977年の名古屋市基本構想に位置付けられた「国際文化村構想」に基づく。	地域の国際交流の拠点施設。多言語による情報発信・相談、国際留学生会館の運営など
2 栄	プロポーザルに基づく市立中央高校跡地の公有地信託	1996	ナディアパーク・デザインセンタービル	株式会社国際デザインセンター	1992	1986年の世界デザイン博覧会の開催誘致決定を契機に自治体、商工会議所が構想。	デザインの創造支援拠点、クリエイティブショップの運営、デザイン支援、施設の貸し出しなど
3 金山	開発提案競技に基づく市公事業	1999	金山南ビル	財団法人名古屋都市センター(現在 名古屋まちづくり公社の一部)	1991	1981年の震災復興土地区画整理事業の収束を記念。	まちづくりのシンクタンク、交流活動及び情報発信拠点。調査研究、広場・ライブラリー運営など



国際センタービル

化創発に関わる重要なセンター機能を持った施設が整備されてきた。名駅にほど近い泥江(ひじえ)の名古屋国際センター、栄の国際デザインセンター、金山の名古屋都市センターである。これらを一覽したものが上の表である。名古屋市施行の最初の市街地再開発事業として、泥江の国際センタービルは1984年に開業し、名古屋国際センターが入居した。地域の国際交流のための拠点施設であり、多言語による情報発信・相談、多文化共生・国際交流のための活動などを推進している。同じビルに入居する中部地域の唯一の

国連機関である国際連合地域開発センターUNCRDとも関係が深い。

1989年の「デザイン都市宣言」、世界デザイン博覧会の開催を受けて、1992年に株式会社国際デザインセンターが設立された。次いで、市立中央



ナディアパーク

高校の跡地開発プロジェクトとして1996年に建設されたナディアパークに国際デザインセンターが開設された。同センターは、デザインの創造支援拠点として、クリエイターズショップ「ループ」の運営、企業へのデザイン支援、施設の貸し出しなどを行っている。2008年には、ユネスコ創造都市ネットワークにデザイン分野として加盟認定を受け、同センターが実行委員会の事務局を担ってきた（2015年より、事務局は名古屋市が引き継いでいる）。

1989年の世界デザイン博覧会開催に伴って金山総合駅が開業し、周辺の整備の一環として金山南ビルが1999年に完成し、名古屋都市センターが入居した。名古屋都市センターは、戦災復興土地区画整理事業の収束を記念して、まちづくりのシンクタンク、交流活動および情報発信の拠点として設立された機関であり、調査研究、交流広場・ライブラリーの運営などを行っている。

これらのセンターは、名駅・栄・金山という名古屋都心部の核となるエリアに立地し、国際交流、デザイン、まちづくり支援という文化創



金山南ビル

発と密接に関連する分野のセンター機能を担っている。

(4) 空間特性から見た文化創発の可能性

(1)で名古屋都心の歴史的都市構造、(2)で名古屋駅周辺の多様な界限空間、(3)で名古屋都心の拠点開発に伴うセンター機能について述べてきた。これらは、名古屋都心部の文化創発を考え

る上で、重要な都市基盤であり、資源である。

市民が自らのまちに抱く誇り（プライド）、その裏返しである来訪者が訪れた都市に抱く尊敬（リスペクト）は、歴史的都市構造をいかに意識し、保全し、活用しようとしているかに関わる。熱田台地上に南北に形成された城下町時代の都市軸は明快ではあるが、近代の東西の交通軸の発達、戦災復興区画整理による市街地の拡大により、現在の都市の中に埋没し、多くの市民に意識されている、来訪者に認識されているとは言い難い。リニア新幹線を降りたった来訪者が桜通や広小路の先に、東西の歴史軸が横たわっていることを強く意識できる

都市の装置を構築する必要がある。また、名古屋城から栄、大須、金山を経由して熱田に至る歴史軸上に歴史・文化に根ざした都市機能の集積を図る必要がある。

名駅・栄・金山に整備された拠点・センター機能は、一定の役割を果たしながらも、都市への実装化の観点からは機能の発揮が十分でない。ささじまライブの開発、さらに名古屋駅周辺の整備において、国際交流やものづくりの広域拠点整備が進むと考えられる中、従来のセンターと新たなセンターの連携により文化創発をいかに進めるかが課題である。

歴史軸における保全・活用型の都市整備と拠点におけるセンター機能の効用を、生活・生業として都市の中に実装化していく機能を担うのが、名古屋駅周辺の多様な界限空間である。商店街、盛り場、市場、工場・工房、アート、水辺、水運といったリアルな空間・活動の中に、歴史的な文脈と世界・広域とつながる潮流が流れ込んでいくための仕掛けが必要なのだ。

【名古屋都心の空間構造に関する歴史年表】

◎近世

1610年（慶長15年） 名古屋城築城（1612）。城下町の建設「清洲越し」

1612年（慶長17年） 検地町割

・名古屋城を北端として名古屋台地上に逆三角形形状に形成

・三の丸の南側に町人地「碁盤割」。その周囲に武家地、東側と南側に寺町

・城下町と熱田を結ぶ本町通

・堀川の開削（1610～11）により熱田の湊との水運が開通

1660年（万治3年） 大火に伴い堀切通りを拡幅（広小路の始まり）

・2代藩主の光友が芝居の興行権を橋町に認め、南の寺町界隈が盛り場として発展

1730年（享保15年） 宗春が7代藩主となる。（～1739）

・「芸どころ名古屋」の発展。宗春失脚後、一時停滞も19世紀初頭に復活

◎近代

1869年（明治2年） 藩籍奉還

1873年（明治6年） 名古屋鎮台の設置（本丸、二の丸、三の丸が陸軍所管）

1886年（明治19年） 東海道線名古屋駅「笹島ステーション」の開業。広小路を笹島まで西に延伸

1889年（明治22年） 名古屋市制施行（逆三角形の城下町とほぼ同じ）

1898年（明治31年） 国内2番目の市電が開通（笹島―県庁前間の広小路）

1900年（明治33年） 中央西線開通。千種駅までの広小路の東への延伸

1907年（明治40年） 熱田町の編入。名古屋港の開港

この頃、新堀川の掘削、残土による後の鶴舞公園（見本市会場）の整備

1908年（明治41年） 南大津通の開通。南北軸が本町通から大津通へ。

1920年（大正9年） 都市計画法施行。石川栄耀赴任。区画整理の推進

1921年（大正10年） 周辺16町村との合併。面積全国一の大都市に。

1932年（昭和7年） 中川運河完成

1937年（昭和12年） 日本最初の国際博覧会の開催

この年、名古屋駅舎の現在地への移転新築、桜通の完成、東山動植物園の開園

◎戦後

1945年（昭和20年） 復興調査会による「大中京再建の構想」

この頃、椿町界隈に闇市が形成

1946年（昭和21年） 戦災復興事業の都市計画決定

1947年（昭和22年） 平和公園（東山地区への墓地の集約移転）の整備（1957）

1954年（昭和29年） 名古屋テレビ塔の建設

1957年（昭和32年） 全国3番目の地下鉄開通（名古屋―栄間）

- 1959年（昭和34年） 名古屋城天守閣の再建。伏見通・桜通を舗装
- 1964年（昭和39年） 100m道路の整備（久屋大通・若宮大通）
- 東海道新幹線の開通（駅西の発展）
- 名古屋市電の全廃
- 1974年（昭和49年）
- 1985年（昭和60年） 泥江市街地再開発事業の完了（1974〜）
- 1989年（平成元年） 世界デザイン博開催。金山総合駅の開業
- 愛・地球博開催
- 2005年（平成17年）
- 2010年（平成22年） 本丸御殿の復元開始

【インタビュー】

錦二丁目まちづくり協議会



堀田 勝彦（会長）

日時…2016年3月9日（水） 13時～14時30分

場所…まちの会所（宮本ビル4階）

協議会設立の経緯

錦二丁目まちづくり協議会（設立当時は錦二丁目まちづくり連絡協議会）は2004年に設立されたが、錦二丁目のまちづくりとしては2000年に名古屋長者町織物協同組合が50周年を迎え、記念誌の発行、長者町50年祭、小売店を集めての大売出しを企画したことが始まりである。50年祭は「まず長者町のことを知ってもらうこと」と「長者町の活性化

のきっかけとすること」を目的として行った。この時行ったシャッターペイント（商店街のシャッターにカラフルなペイントを行うもので、延べ1kmに及ぶ）を通して、「何かやれば人が集まる」ということを実感した。

50年祭の成功を受けて、『ゑびす祭』として継続開催するようになった。このほかにも、空きビル対策（ゑびすビルのパート1から3のオープン）などが実施された。こうしたまちづくりの動きとシンクロしながら、まちづくり協議会の設立に至った。

活動内容

2004年の協議会設立記念講演で延藤安弘氏のお話しを聴き、「いきあたりばったりで行動するのではなく、まちづくりのことを考えて実行しなくてはいけない」と思うようになった。勉強会を通してまちづくりについて学ぶうちに、まちづくりの方向性を共有することの大切さに気づき、『錦二丁目長者町まちづくり構想』の作成に着手した。まちづくり構想という「よりどころ」ができたことによって、参加者の動きが良くなり、プロジェクトが動くようになった。

まちづくり構想は、「地元」と「まちづくり専門家（プロ）」の2つの視点から読むことが

できる。よって、行政のつくったマスタープランとは一味異なる。

3つの方針（共生文化・安心居住・元氣経済）は長者町エリアの特性に合っている。単なる住宅街ではなく、低層に賑わい、上層に居住、まわりには働く場所があるという街を目指している。7番街区の開発でも、長者町の特徴である「会所と路地」とともに、3つの方針を実現させていきたいと考えている。

構想に基づくプロジェクトとしては次のものがある。

- ・文化に関わる産業の集積

デザイン事務所が20社程度に増加し、ベンチャー型の若手デザイン事務所のまちとして発展している。相乗効果で入居希望のベンチャーが増々入居する好循環に入ってきた。

- ・公共空間デザイン

社会実験を実施する中で、反論もあり、今後、活動のペースを緩める可能性がある。

- ・都市の木質化

活動範囲が拡大しており、名古屋市、愛知県、トリエンナーレが連携してプロジェクトが進んでいる。

- ・空き家、空き地の活用提案

当初、活性化委員会を立ち上げて橋渡しの対応していたが、長者町街づくりカンパニーがサブリースする形で、ビルオーナーの一棟貸し要望に対応し、魅力あるテナント誘致を実現してきた。長者町家については、3件の開設を目標としてプロジェクトを進めている。

当初、ゑびすビル立ち上げ時には、家賃免除や改修工事費の延払いなどに苦労したが、マスコミの取材、紹介によって知名度も上がり、ゑびすビルパート3では継続的な空き店舗対策として日本初の国の補助事業にも採択された。

・トリエンナーレ支援

アートのまちとして有名になりつつある。デザイン事務所が増えることによって、まちを歩く人が変わってきた。まちの風景は歩く人によって左右されるため、小洒落たお店が増えてきた。

・ストックの有効利用

2015年にゑびすビルのサブリースを行ってきた長者町街づくりカンパニーは廃止したが、トランジットビルをはじめとして、類似のビルが周辺に波及していった。

・エリアマネジメント会社設立

『競馬、競輪、競艇』または『公園』がある街は資金源として活用がしやすい。しかし、

長者町にはどちらもなく、主要産業も衰退している。「お金を生む仕組み」を考えなくてはならず、エリアマネジメントに着目した。

7番街区では再開発が計画されており、この街区でのエリアマネジメントが地域貢献として成立すれば、名古屋では例のない「新しい公共」取り組みとなる。長者町エリアは全体の40%を歩道、車道、公開空地が占めている。エリアマネジメント会社が都市再生推進法人に認定され、これらの公共空間を使うことで地域貢献できるようになれば大きなメリットが生まれる。

・長者町アートアニュアル

地区内で活動する関連の団体として長者町アートアニュアルがある。第1回あいちトリエンナーレで作成した山車を残したいという思いから、資金を集めて山車を維持しながらアート活動を継続するべく設立される。

まちづくりへの想い

街の起源は、本町界隈から独立した丁稚上がりの商人がつくったと言われている。長者町エリアに思い入れがあり、まちづくりに対しても協力的な創業者や子どもたちに、いかに街

に対する思い入れを持たせるかが重要である。まちづくりメンバーが男性中心であり、多くの女性の参加を目指したい。

・リニア開業後の名古屋駅周辺との関係について

あくまで個人的な意見ではあるが、名古屋に外資系企業がこない理由として、①教育機関がないこと、②名古屋駅周辺に居住地がないことが考えられる。名古屋駅周辺が巨大企業のオフィス街となるならば、長者町は古いビルを活用して、ベンチャー企業を受け入れる街にしたい。また、駅周辺に住居の建設は難しいので、長者町が職住一体型エリアとなれば、名古屋は多様性のある街になる。

・まちづくりのイノベーションについて

アートを行うには場所が必要なため、今回のトリエンナーレには2、5000平方メートルもの場所を無償で提供している。無償提供ではあるが、「長者町にしかでき得ない」と思わせることによって付加価値をつくっている。長者町⇨アートの街という認識で、引越してくる人が増えた。

従来、広報は街の親父たちが行っていたが、トリエンナーレ以降、アーティストやデザイナーも行うようになった。また、トリエンナーレが長者町を宣伝してくれるので、街の知名

度が上がった。

(聞き手…鈴木伸夫、山田卓矢)

那古野下町衆



市原 正人 (市原建築設計事務所・ナゴノダナバンク代表)

日時…2016年3月14日(月) 17時～18時

那古野下町衆について

・団体設立経緯

2007年に発足した。那古野界隈の若手商店主が中心となり、外部からは建築家、コン

サルタント、大学教授などが集まり、那古野下町衆が結成された。現在は20名程度がコアメンバーとなっており、常時集まっているのは10名程度である。

・設立後の活動経緯

設立当初は情報誌の発行やイベント参加など地道な活動をしてきたが、活動の中心が商店街という事もあり、空き店舗対策に力を入れるため、空き家と借り手のマッチングを行う『ナゴノダナバンク』が結成された。15年程前から、この界限にも空き店舗が増えていたが、近年は営業しているお店が増えてきている。

空家対策プロジェクトについては、基本的には那古野一丁目・二丁目を活動範囲としており、必要とあれば西円頓寺商店街にも範囲を延ばしている。出店希望者と空き店舗のマッチングを行っており、①マッチング、②サブリース、③直営（出店希望者がいなく、緊急の場合）の3パターンがある。

イベントとしては毎月、着物を着て街を散歩する「着物日和」やパリのパサージュ・デ・パノラマとの姉妹提携記念イベントを行っている。年に一度行うパリ祭は2013年から3回行った。提携記念イベントの一つとして、2015年4月にパノラマの理事長を招待し、調印式を行った。以来、毎月路上ライブ「ホーダジシヨロ」を行ってきたが、今後は行政

にも声掛けして市民への姉妹提携の周知を図っていきたい。2016年3月には第1回目となる商店街内社会実験として、木質ベンチなどを路上に設置しアーケード下の賑わいの創出を検証している。

四間道・那古野界限まちづくり協議会について

・団体設立経緯

那古野界限で活動をしている団体を一つにまとめ、この街について考えるために、2012年12月に発足した。

・活動内容

部会での活動が主で、那古野小学校の跡地利活用、川伊藤家・街並みルールづくり等がある。現在、自身は那古野小学校の跡地利活用に携わっている。川伊藤家・街並みルールづくりについては、「まち協」の部会と愛知県建築士会が連携し、調査・報告に主眼を置いた活動が行われている。

小学校の跡地利活用については2016年6月に地元住民の意見を反映させた上で絵にする予定である。現在は、ワークショップを開催して地元の声をもらっている段階である。

名古屋駅周辺エリアとの関係性

リニア開業に向けて、名古屋駅周辺との関係で言えば、やはり回遊性が必要である。那古野は名古屋駅と名古屋城の中間に位置しているので、名古屋駅から名古屋城までの間に関連づけられるシークエンスを導入し、歩いて行けるようになる方が良い。また、交通システムの導入もあると良い。

名古屋駅周辺については、名古屋だけでなく、東海三県や中部地方の入口として捉えている。リニア大阪開通後に素通りされる存在にならないように、中部地方の情報のハブ的役割が担えるような施設ができると良い。

那古野は名古屋駅から近いものの、名古屋駅周辺とは違った魅力を持たないと簡単に人を呼び込めない位置、距離にある。名古屋駅にあるような飲食店が那古野の近場に出来ても、人はわざわざ那古野まで来ないだろう。だからこそ、名古屋駅前にはないものが必要だ。特色ある店舗や人達を誘致する事が最も重要で、ハード面では四間道にある古い街並みを活用することも有効な一つの方法だろう。

名古屋駅前では巨大ビルが建ち、その周りにある那古野では対照的に、下町らしさ、情緒が感じられるという街にできれば、コントラストとして面白い。那古野の既存の良さを残し

つつ、商業面などで新しさも取り入れていきたい。

地元の方に那古野にほしい施設を聞くと、魚屋や八百屋など日常生活で利用できる店があげられるが、現状のマーケットでは経営として成立しえない。圧倒的に消費量が不足しているので、まずは住む人を増やすところから始めなければ地元の要求には答えられない。那古野における特徴のある資産を資源として活かし、古民家を改修して住めるようにナゴノダナバンクとしても取り組んでいきたい。

なごや文化を活かしたまちづくり

大須は目的がなくても歩いて楽しめるが、那古野は目的を持ってこないと、なかなかぶらりと歩いて楽しめる場所が少ない街である。それが悪いわけではなく、一つ一つ目的となるような場所を増やしていくことが那古野らしいまちづくりなのではないか。

まちづくりのイノベーションを地元に取り入れてもらえるような工夫として、時間とコンテンツのバランスを取っている。古くからある街はどこでも大きな変化をすんなりと受け入れてもらうのは難しい。那古野も例外ではなく急速な変化に街が対応できず、驚くようなことを続けていても、地元には受け入れてもらえない。パリ祭やパノラマ提携記念イベントも、

最初は地元の方々はピンときていなかった。パリ祭は現在、地元や外部からも集客できるイベントとして認知され、商店街の大切な祭りの一つとなっている。地域の方々もパリという響きに違和感がなくなってきた後に、パリのパッサージュと姉妹提携を結ぶという手順になったことよって、地元の方々にも受け入れてもらえたのではないか。私自身、古くからのお店が残っていることに那古野の良さを感じているため、すべてを新しい街に作り変えたいわけではない。昔からのお店も続けていけるような底上げとなるサポートを今後もしていきたい。

最近の事情

空き家や空き店舗の定義が難しい。下で商売をし、上を住居としている場合、下のお店を閉めたら空き家なのかというと、所有者としては「商売をやめた住居」なのであって空き家ではない。

住んでいない、使われていない、入居者の募集もないというのが空き家。こうした空き家の所有者は、①第三者が入ることが煩わしい、②家を貸すことに世間体の悪さを感じている、③倉庫として使っている、の3パターンに分けられる。②のタイプは、ある日突然に古い町並みを形成しているような古民家が建て替えられてしまうケースがある。その結果、新しく

街を特徴づけられる建物が建ち、面白い店舗が誘致されれば良いのだが、街の良さを損なうような結果にならないよう地域の人たちが注意深く見守ることが必要である。また、街が活性化する事で地価や家賃が上がって所有者が潤うのは良いのだが、現在では、家賃が上がることで、利益だけを追求せず、面白いことをやろうとしている人が出店しにくい状況になりつつある。

出店希望者の中には経験不足により経営に対する感覚がずれていると感じることがある。経営が危ういということも含めて感覚的に楽しんでいるようだが、出店した以上、簡単にはお店をやめてほしくない。老舗があることが那古野の魅力の一つなので、10年以上継続できるような経営感覚を持ち、次世代の老舗になってほしい。

力のある街は、店が退去してもすぐに次の店が入り、新陳代謝が良いと言われることがあるが、退去した店はその街にはマッチせず、商売が成立しなかったのだと客観的にみている。そこに有ったお店が無くなるという事は対外的には、街に対しての負の印象が生まれてしまう。ナゴノダナバンクとしては、那古野に来る目的となるような特色ある老舗になりえる店舗が集まるエリアにしていきたい。

(聞き手…鈴木伸夫、山田卓矢)

名古屋駅太閤通口まちづくり協議会



河村 満（事務局長 写真・上右）

田中 和生（賑わい委員長 写真・上左）

日時…2016年2月8日（月）17時～18時

場所…太閤第一ビル7階打ち合わせスペース

協議会の設立経緯

新宿で起きた事件などを受け、繁華街の安全確保のため、警察が全国的に行った要請・支援を受けて、元となる組織が立ち上がった。当初は、地域振興やリニア開通への対応を意識したわけではない。2012年に協議会となる頃には、リニア開通が意識されるようになった。この時、名古屋市による人材派遣の支援があり、旧知のコンサルタントに依頼した。

協議会の意思決定機関は幹事会である。そのもとに、3つの委員会

がある。椿フェスタは賑わい委員会が担当している。賑わい委員会の活動がもっとも盛んで20人ほどが参加している。例会は二ヶ月に一度の頻度で実施するようになって来た。

TSHBAKIフェスタの立ち上げ経緯

協議会の設立年度に、地域資源の発掘のための社会実験として、TSYBAKIフェスタを立ち上げた。長時間の通行止めなどで、警察の許可を得るのに苦労した。地区内に立地する代々木アニメーション学院などの専門学校と相談する中で、合同学園祭という核ができた。OSUのプロダクションにいた人が独立して、地域出身者を対象にメンバーを集めて、地域密着型のアイドルグループを運営している。

サブカルに着目した理由

サブカルに特に着目しているという意識は必ずしもない。アニメ系の専門学校の参加の中で、そういう性格がでてきた。必ずしもコンセプトありきではない。確かに、同人マンガなどのサブカル系の店は増えている。太閤ビルに20年前に入居したアニメイトが最初ではないか。ここ10年くらいで集積してきたと思う。いまでもサブカルのまちという感覚はうす

い。イベントの実施時には、地域の児童の保護者を中心に複雑な思いの人もいるようだ。

大須のことは特に意識していない。大須は名古屋の人の集まる場所、駅西は中部広域の集客地という違いがある。

構想づくりの状況

2015年度に椿町のビジョンをつくった。文字は少なく、できるだけビジュアルなものをといて会長の意向をくんで策定した。まだ、もちを絵に描いた段階であり、実現はこれからである。現時点では、リニア駅周辺の広場で「八味市」と呼んでいる国際的なグルメ機能を確保していくことについて、名古屋市と連携して進めることがメインになっている。次にくるのが、地域特性を活かしたアジア国際交流センターである。そう考えると、サブカルの優先順位は必ずしも高くはない。

(聞き手…服部 敦、山田卓也、大地あかね)

ユネスコ・デザイン都市なごや推進事業実行委員会事務局



ユネスコ・デザイン都市
なごやロゴマーク

江坂 恵里子（名古屋市観光文化交流局文化振興室）
安藤 陽介（名古屋市市民経済局次世代産業振興課）

日時… 2016年8月4日 13時30分～14時30分
場所… クリエイティブビジネススペース コード ミーティ

ングエリア

（ナディアパーク デザインセンタービル4階）

ユネスコ・デザイン都市なごや推進事業実行委員会が事業の推進主体である。以前は、名古屋市の商工会議所、国際デザインセンター、中部デザイン団体協議会が構成員だったが、現在は、国際デザインセンターはオブザーバーとなり、文化振興事業団・都市センターもオブザーバーで参加している。

名古屋市がユネスコ創造都市ネットワークへ2008年に加盟認定されて以来、国際デザ

インセンターが事務局を務め、市の所管は市民経済局であった。2015年に事務局が市の所管部局に移り、2016年から新たに設置された観光文化交流局に所管替えとなった。

ユネスコのネットワーク都市との国際交流が継続的に行っている主要な取り組みである。このほかには、毎年、方向性を探りながらワークショップなどを開催している。

名古屋大学の本山先生、名古屋芸術大学の水内先生などに継続的に関わっていただいている。最近では、大ナゴヤ大学と連携した取り組みが進んでいる。

まちづくり組織との連携は必要だと感じているが、これまでは不十分だと感じている。各地区のまちづくり協議会など個々の組織はよい活動をされていると思うが、名古屋市全体のまちづくり分野のカウンターパートが見えない。

ユネスコのネットワーク都市とのつながりは大きな財産である。希望する学生には、各都市やユネスコでのインターンシップを橋渡しできるなど、強みを持っている。もっと活用していただけると良い。

ユネスコのパルテノンマーク（名古屋市ユネスコ・ロゴマーク）は、使用許可が厳格で、実行委員会の構成団体しか使えない。実行委員会で独自のロゴマーク（ユネスコ・デザイン都市なごやロゴマーク）を作成しており、形式的な審査で使用を許可しているので、活用し

てほしい。協力名義を付ける場合は、内容に踏み込んで相談に応じている。

(聞き手…服部 敦)

国際デザインセンター



デザインセンタービル

大野 壽久(国際デザインセンター総務部長)

鈴木 民(国際デザインセンター事業部主査)

安藤 陽介(名古屋市市民経済局次世代産業振興課)

日時…2016年8月4日 14時30分～16時

場所…株式会社国際デザインセンター

(ナディアパーク デザインセンタービル6階)

国際デザインセンターは、1992年に設立され、1996年からナディアパークに移転した。名古屋市、愛知県、経済界がそれぞれ3分の1ずつ出資した第三セクターである。従業員は11名で、総務3名、事業(デザイン)4名、施設管理4名で構成されている。

商業施設「クレアール」やデザインホールなどの不動産収入を経営の基盤に置きつつ、デザイン事業を実施している。主なデザイン事業には、官公庁発注の中小企業向けデザイン活用支援事業の受託、クリエイターズショップ・ループの運営、インキュベート施設であるデザイン・ラボの運営がある。ほかには、デザインの企画制作、デザインギャラリーのレンタルなどがある。



ループの店内（国際センターホームページより）

クリエイターズショップ・ループは、デザイナーを含む若手クリエイター育成の目的で、起業・ビジネス展開につながる場を提供する事業である。審査を経て選出されたクリエイターは商品製作し、広報支援やデザインアドバイスを受けながら、センターが運営する店舗スペースで販売・活動PRをおこなっている。

クリエイターには、来店者の反応やユーザーニーズを把握できるように、各自商品レイアウトやディスプレイを行うことで、定期的にお客さんと接する機会を確保している。

対象は、名古屋市内で創業を目指す若手クリエイターである。6から8程度のブース数に対して2、3倍の応募がある。もっと

応募があつてよいと思うが、若手クリエイターの中には3枚程度の申請書でもハードルとなる人もいる。コンセプトを言葉にしたり、事業計画を明確化したりすることに慣れていないこともある。

現在は9期目で、販売期間は11か月である。8期までは6か月単位だったが、今年度から長くなった。従来から、月1から2万円の出店諸費用のみを負担してもらっていたが、9期からは、さらに売上の5%を手数料として負担してもらっている。

来場者数は月平均2000人程度(8期実績)で、うち半分が土日の来場者である。リピーターのほかには、別目的で来館された方が存在に気付いてお店に入るパターンが多く、回遊客が主体である。4階という立地のためかと思う。

出店期間中には、百貨店バイヤーや名古屋近辺のセレクトショップからの声かけを取り次ぐ事例も多く、期間終了後の展開としては、ウェブサイトで紹介などがメインとなっている。

出店者からは、イベントでは売れるが、定常的な販売のチャンネルがないという声をよく聞く。全国のイベントを回るジプシーのような生活ですり減っていくクリエイターも多い。今後の可能性として、まちづくりと連携し、空きテナントなどにつなげていけるとよいが、

これまではそのようなチャンネルを持っていない。参加者の分野が多様なので、複数のチャンネルを持つ必要がある。

若手クリエイターの間では、異分野交流の場が少ない。ループの参加者間の交流でも、出店を機に新しいコラボレーションが生まれている。異分野交流の場を創り出すことが重要である。

(聞き手…服部 敦)

5. 名古屋の映画文化の発展と文化創発

佐藤 久美・木全 純治

(1) 「あいち国際女性映画祭」の始まりとその役割

1996年から始まった「あいち国際女性映画祭」は、世界各国の女性映画監督の作品を上映する、日本で唯一の国際映画祭である。第一回目からディレクターを務める木全純治氏

に、これまでの歴史を振り返ってもらい、今後の展望について話を聞いた。

愛知県の男女共同参画社会づくりの拠点施設として1996年に完成した「愛知県女性総合センター（愛称「ウィルあいち）」のオープニングを飾るものとして、映画祭はスタートした。元



2015年あいち国際女性映画祭
監督たちの記者会見の様子



2016年の記者会見の様子

黒澤プロダクション・プロダクションマネージャーの野上照代さんを運営委員に、大島渚監督を顧問に迎え入れるなどして骨格を作り上げてきた。毎年9月の上旬に約一週間ウィルアいちで開催している。

22回目を迎えた2016年度までに44か国の女性映画監督たちの348作品を上映してきた。各地域の社会性や文化・伝統などを背景にした女性の生き方などがテーマになっており、人々の共感を呼ぶものばかりである。

監督たちには、上映前に舞台挨拶をしてもらい、上映後には作品の背景や、映画を通して伝えたいことなど、話をしてもらっている。各国の映画監督たちの話を聞くことを楽しみに、毎年足を運んでくれる根強いファンも多にいる。

2015年度には「ふしぎな岬の物語」を上映し、プロデューサーと主演を務めた吉永小百合さんにご登壇。2016年度には「火口」を上映して、監督、脚本、主演を務めた桃井かおりさんに、作品が出来上がるまでのエピソードをお話いただいた。

アメリカやヨーロッパ、中国、韓国だけでなく、最近では、マレーシアやベトナム、カンボジアなどアセアン諸国からも優れた女性監督が誕生してきており、今後は、それらの作品の上映にも力を入れていきたい。

2012年からは、短編作品のフィルム・コンペティション部門を開始したが、日本だけでなく、韓国、フランス、中国などからの応募作品があり、年々水準が上がっている。2015年からは長編部門も新設した。若手監督たちの登竜門として、また、彼女たちを応援するためにも、国内唯一の国際女性映画祭の役割は大きいと自負している。

(聞き手・佐藤 久美・あいち国際女性映画祭 イベントディレクター)

(2) 愛知万博「一市町村一国フレンドシップ記録映画製作事業」

2005年に愛知県で開催された国際博覧会(愛知万博)は予想を上回る入場者を得て、大きな賑わいを見せた。一方、会場外でも愛知県全域で万博を盛り上げる取り組みがあり大きな成果を残した。各市町村で120の参加国をもてなして草の根の国際交流を推進する「一市町村一国フレンドシップ事業」である。その各地域での交流の模様を広く海外から映像製作者を招聘して、我々は映像として記録した。

「一市町村一国フレンドシップ事業」と記録映画製作事業

万博のさまざまなプロジェクトのなかでも、愛知県が提唱した、公式参加国と愛知県内各

市町村との草の根の国際交流を目指した「一市町村一国フレンドシップ事業」は、万博史上初めての試みであり、大きな期待を集めた。それぞれの市町村をすべての参加国のホームシティ・ホームタウンと位置づけて、地域を挙げてホスピタリティあふれる受け入れをして、万博会場で相手国が開催するナショナルデー（公式参加国が万博参加を記念して開催する公的行事）で行われるセレモニーやアトラクションなどを応援し、盛り上げようというものである。

参加国から来る人々と愛知県内の各地域の人々との間に生まれる交流を映像として記録したいと、木全純治氏とともに「一市町村一国フレンドシップ記録映画制作事業」を立ち上げ、木全氏がディレクター、筆者がプロデューサーを務めることとなった。

木全氏は、1996年から始まった「あいち国際女性映画祭」のディレクターを務めており、外国人監督とのネットワークもあることから、今回の記録映画は、広く世界から外国人の映画監督を招聘して製作してもらおうこととした。我々の呼びかけに対し、愛知県の豊橋市をはじめとする19の市町が参加を表明し、フレンドシップ事業の相手国である21か国の映画監督とカメラマンを招聘することになった。地域の人々、風景、交流や、万博会場で行われる彼らの国のナショナルデーのイベントなどを撮影して、一本の映画（20分から30

分のもの)を完成してもらおう。滞在はナショナルデーの日を中心に各市町での三週間程のホームステイとする、というプロジェクトである。

愛知県に滞在した21か国からの映画監督やカメラマンたち

ホストファミリーや地域の人々は、初めて日本を訪れた監督たちを温かく迎え入れてくれた。イスラム圏から来た監督には、宗教上の教えからの食べ物の違いなどにもホストファミリーは気を配ってくれた。撮影補助や通訳ボランティアには愛知県内で学ぶ留学生や在住外国人たちも駆けつけてくれ、自国から来る監督と愛知県で交流を深めた。

各自自治体の担当の人々もスケジュールを組んで、小学校や公園、寺社仏閣など映画のロケに向きそうなささまざまな場所へ連れて行き、撮影や編集を手伝ってくれた。どこを撮ってもらおうかと、映画の舞台として自分の町を見つめなおした結果、大きな財産があることに気がついた、という感想も多かった。

文化や習慣、気候、言葉の違いなどの中で、三週間でロケーション・ハンティングをし、撮影し、ストーリーを決め、音楽を入れて編集するという大変なハードスケジュールであったが、ユニークな視点から描かれた21本の作品ができあがった。

地理的には遠く離れている国であっても文化は共通であることを描いたものや、ホストファミリーの少女を主人公にしたもの、外国人の見た「不思議な日本」や「異文化体験」をテーマにしたものなど、それぞれの監督の独自の視点や構成が表れており、バラエティー豊かな作品群となった。共通しているのは、登場する少年少女たちのこぼれるような笑顔である。監督たちからは、「日本の歴史をじかに体験することができた（スイス人監督）、日本の教育に強い印象を受け、国の発展にとって教育は非常に重要なものであることがわかった（チュニジア人監督）、自然や文化的アイデンティティーを損なうことなく現代科学技術を利用し、共生することについて多くの経験をすることができた（ラオス人監督）、家族は社会の本質であり、この日本の理にかなった部分に出会えたことは私にとって最も特別な経験になった（ホンジュラス人監督）、交流を通じて日本人とナイジェリア人の共通点もわかった（ナイジェリア人監督）」などのコメントが寄せられた。

完成した21本の記録映画

参加市町村と相手国、参加監督出身国は次の通りである。

豊橋市・ベネズエラ・ボリバル共和国／リトアニア共和国／ホンジュラス共和国、瀬戸市



写真3 弥富町(現在の弥富市)で映像製作をするオランダ人監督とカメラマン



写真4 豊橋市で映像製作するベネズエラ人監督とカメラマン

和国、岩倉市…キューバ共和国、田原市…ラオス人民民主共和国、長久手町…ベルギー王国、
 師勝町…大韓民国、大口町…ナイジェリア連邦共和国、弥富町…オランダ王国、幸田町…カ
 ンボジア王国。

…チュニジア共和国、春日井市
 …ヨルダン・ハシミテ王国、豊
 川市…ペルー共和国、津島市…
 カメルーン共和国、刈谷市…イ
 ンド、安城市…デンマーク王国、
 蒲郡市…ポーランド共和国、犬
 山市…ドイツ連邦共和国、稲沢
 市…ギリシャ共和国、新城市…
 スイス連邦、東海市…トルコ共

(佐藤久美)

(3) 「なごや・ロケーション・ナビ」の活動とロケ地としての名古屋の可能性

「なごや・ロケーション・ナビ」は、2001年9月に設立され、これまでに400を超える映画やテレビ番組などの作品を支援してきた。名古屋での映像製作誘致を進めている荒川真澄さん（事業戦略グループ長）と三宅友里さん（事業戦略グループ）に名古屋商工会議所ビル11階の公益財団法人名古屋観光コンベンションビューロー内の事務所で話を伺った。

北野武監督が、『アウトレイジ ビヨンド』（2012年）や、『龍三と七人の子分たち』（2015年）を、名古屋市役所や、名古屋市中心中央卸売市場本場、柳橋市場周辺、名古屋港シートレインランド、久屋大通公園などで撮影したことで、名古屋は大規模なアクション映画も撮影しやすいという評価に繋がってきた。

ロケーション・ナビが設立される前に名古屋が舞台となったアメリカ映画があった。1992年に公開された、高倉健



やトム・セレックが主演したMr. Baseball（監督：フレッド・スケピシ）である。Black Rain（1989、アメリカ）が制作された時には、日本は撮りづらいという評価があって、日本がテーマであるにも関わらず、一部が大阪で撮影された以外は、海外がロケ地となった。その後、名古屋で忍者系のB級アメリカ映画などが撮影された。

2000年頃から、各地に地域活性化を目指してフィルム・コミッションが設立されるなど、映像製作誘致が進み、その当時とはずいぶん状況は変化している。

ジャパン・フィルムコミッションに加盟している団体が各地に約100ある。名古屋は大会なので、東京では撮れないようなシーンが撮影されるなど、地の利や特性を活かした撮影がされている。エキストラ出演したいという市民も増えているし、撮影地となることに協力的な地元も増えてきた。愛知県庁や名古屋市役所、名古屋市市政資料館などは人気がある。愛知県警も協力的である。しかしながら、ロケ地となっても、必ずしも名古屋の文化や歴史が前面に出るということはないため、PRには苦心する面もある。

一方で、知らないうちに漫画の舞台になっていくことが多くて驚く。『終わりのセラフ 名古屋決戦、終結』（漫画、DVD）、『名古屋嬢のマリコさま』（*2）、『てんむす』（*3）、『信長の忍び』（*4）、『あのコと一緒』（*5）などなど、日頃、我々が見慣れた景色が描かれている。



名古屋の人々に、名古屋が舞台となっている映画や漫画などの作品が結構あることをもっと知ってもらいたい。若者たちが集まる書店やレンタル店などに、NAGOYAコーナーなどを作ってもらって展示すれば、認知も進むと思う（三宅さん）。

（2016年9月14日訪問・聞き手・木全純治、佐藤久美）

(4) ミニシアターと街の魅力

1960年代にテレビが普及し、映画館の観客は激減した。映画産業が衰退していく中で、新たな形で時代のニーズに合わせた映画館が1980年代に誕生した。アート性や実験性の強い映画や、馴染みのない外国映画を単独で上映するミニシアターである。

ミニシアターは、定義的には座席数が300以下の小劇場を指すが、実体は100席以下の劇場が多い。質にこだわった作品を上映しているミニシアターであるが、この所、閉館が相次いでいる。1990年代に日本に入ってきた外資系のシネマコ

シネコンによる影響である。シネコンの台頭と拡大が映画産業全体に大きな変化をもたらしたと同時に、既存の小規模な映画館が姿を消していくという状況をもたらしているのである。

ミニシアターの連合体ともいえる「一般社団法人コミュニティシネマセンター」に所属するミニシアターは全国に40館ほど存在する。本州の太平洋側の大都市に集中し、日本のインディーズ映画からアジア、北欧、東欧映画等、シネコンでは上映されない作品の受け皿となっている。

2015年に日本で公開された映画総本数は1136本であった。そのうち邦画および洋画の大手映画会社14社が配給する270本がシネコンで上映された。残る800本ほどの作品をミニシアターが一手に引き受けている。名古屋では、ミニシアター5館（スクリーン数は9）でそれらの8割が公開されている。

ミニシアターは、東京で番組編成が行われるシネコンと違い、映画館スタッフが独自で番組を編成する。そのため映画館の個性が如実に現われる。作品ごとの宣伝費はほとんど無いため、観客数も限られ、経営は厳しい。

富山県唯一のミニシアター「フォルツァ総曲輪（そうがわ）」が、2016年9月に閉館

した。富山県のようにミニシアターがゼロになると、シネコンからは得られない多彩な情報が、その地域の文化から喪失する。

私が支配人を務めているシネマスコーレは1983年に開館し、ロードショーで上映された上質な映画を見せる名画座としてスタートした。しかし、その3年後には、若手監督やアジア映画を中心に上映するミニシアターに形態を変更した。韓流ブームが起きる20年前から韓国映画の上映に力を入れており、シネマスコーレはアジア映画に特化した日本唯一のミニシアターである。

劇作家の平田オリザ氏は著書『下り坂をそろそろ下る』^(*)の中で「街中に、映画館もジャズ喫茶もライブハウスも古本屋もなくし、のっぺりとしたつまらない街、男女の出会いのない街を創っておいて、行政が慣れない婚活パーティーなどをやっている。本末転倒ではないか」と述べる。

それぞれがこだわりの映画を上映するミニシアターは街の魅力に欠かせない存在だ。

(木全純治)

(5) 映画文化から見た文化創発の可能性

愛知万博フレンドシップ・フィルム・フェスティバルでは、21か国の映画監督やカメラマンたちに、愛知県内の19市町村にホームステイしてもらいながら、それぞれ一本の映画を完成させてもらった。当初は、たった3週間で、日本に来たことのない、ましてや、日本語も一言も話せない外国人監督に映画を作ることができるのだろうか、プロデューサーを務めながらも不安で一杯であった。しかしながら、地元の人々の協力を得て、それぞれが新鮮な視点―異文化からのまなざし―で完成させた作品は、日本の日常の中に地域の資産や文化などが再発見できる見応えのあるものであった。

その後、木全氏、服部氏らを中心に、大学生たちを対象とした「3日間(プラスα)で短編映画をつくろう」という企画を立ち上げた。これまでに、東山植物園、春日井市高蔵寺ニュータウン、名古屋市昭和区鶴舞公園、西区円頓寺、中区金山などで映像制作を行った。

その町に住む人々が織りなす一つのドラマを想像し、シナリオを参加者全員が書き上げてみるところから、プロジェクトはスタートする。このシナリオを全員が発表するプレゼン大会が、実は一番の要である。ドラマの成功の鍵は人々の共感を得られるかどうか、そのシナリオにかかっている。

撮影機材に触ったこともない、演技をしたこともない、監督など務めた事のない学生たちとともに、ほぼ3日間で映画を完成させるという企画は、ある意味、無謀な企画である。しかし、「二市町村一國フレンドシップ記録映画制作事業」を成功させた経験がある我々は、不安は持っていない。学生たちは、一つのショートムービーを短期間でつくりあげるという目的に向かって議論し合い、助け合い、励まし合いながら突っ走っている。何より、舞台となった町を見る彼らの眼が変化していることは、大きな成果である。例えば、中区金山で映像制作を行った時には、四つのチームのうち、三つのチームが金山神社をシナリオの中で重要な役割を果たす場所としてロケ地を選んでいく。日頃通り過ぎてしまっている金山という場所の中に、歴史ある神社があることに親しみを覚えたようだ。

短期間で作り上げる映画は決して大作ではないが、名古屋で各地域を舞台にした映画作りの裾野が広がることは、大きな可能性を持っている。その地域にしかない文化や歴史、資産の再発見につながり、それが、その地域の人々の誇りともなっていくのである。

現在は、映像の時代であり、人々は生まれた時から映像情報に日々さらされている。このプロジェクトに参加する学生たちには、映像の発信者側になることにより、社会にあふれる映像情報を読み解く力をも身につけてもらいたいと願っている。

「なごや・ロケーション・ナビ」での荒川さんと三宅さんへのインタビューからわかったことは、日本全国どの自治体も、映画制作誘致に力を入れており、名古屋も例外ではないが、残念ながら名古屋がロケ地になったことが観光客誘致の起爆剤にはなり得ていないことである。

映画のロケ地となったことで、外国人観光客が増えたという事例は数多い。例えば、1995年に公開された映画『Love Letter』（監督／脚本…岩井俊二、主演…中山美穂、豊川悦司）の舞台となった小樽市には、現在でも韓国や台湾からファンがたくさん訪れている。

2016年8月に公開されて大ヒットした新海誠監督の「君の名は。」の舞台となった飛騨地方には、中国人をはじめとした東アジアからの観光客がひっきりなしに訪れている。映画の中に出てきたと同じような、ひなびた日本の山村の風景や人々の普通の暮らしぶりに「癒される」という。深く感動した映画の思い出に結び付く場所に立ってみたいという気持ちを作り出すパワーが映画にはある。今や、シネマツーリズムは地域再生や地域活性化の原動力となっているのである。

近年、日本のアニメやドラマ、映画などは、アジア各国で大人気であり、ますます加熱しているようだ。特に日本のアニメは世界各国でコスプレ・ブームが巻き起こして盛り上がる

一方である。毎年名古屋で開催される「世界コスプレサミット」(WCS)には、世界中のコスプレイヤーたちがやってくる。2016年には、30か国・地域が参加した。このサミットには、多くの大学生がボランティアで協力しており、若者同士の交流も生まれている。例えば、WCSを舞台にした映画を作ることができれば、より多くの世界中の若者たちがNAGOYAを目指してやってくるのではないだろうか。

ミニシアターの「シネマスコーレ」は、このところ再開発が進む名古屋駅西側にある。1988年にその存在を覚えてくれたのは、日本に来て間もないJohn Williamsという英国人だった。小津安二郎や黒澤明らの映画をたくさん観て日本に興味を持ったというJohnは、筆者が編集長・発行人を務めていた英文雑誌Avenuesに名古屋の映画館の記事を執筆したいと訪ねて来た。今池のシネマテーク、キノシタホール、今池国際シネマ(2006年に閉館)、新栄の名演小劇場、シネマスコーレなどへ通訳として取材に同行した。支配人の皆さんは、上映する映画には強いこだわりを持っていた。

残念ながら、全国のミニシアターが次々と姿を消している。若者文化を牽引してきた渋谷の象徴でもあったシネセゾン渋谷、渋谷シアターTSUTAYA、シネマライズなども閉館した。動画は、スマホなどでも気楽に撮れて、誰でもが気楽にインターネットで公開できる時

代となった。それらの短い動画のアクセス数などが話題になり、新たな流行を生み出している。映像制作に関わる若者も増加している。一方で、若者のミニシアター離れが進んでいるのである。

小さな映画館で観た一本の映画が人生を変えた、という人々も多いであろう。街の中に点在する、非日常を観る空間としてのミニシアターの存在は、その街の文化創発にとって欠かせない存在である。映像制作に取り組む若者たちへの映画館での体験や出会いの場の提供など、今後の取り組みに期待したい。

(佐藤久美)

文中参考文献

- ※1 鏡貴也(原作)、山本ヤマト(漫画)、降矢大輔(コンテ構成)、ジャンプスクエア、集英社、2012年10月号。
- ※2 かれん、クイーンズコミックス、集英社、2008年。
- ※3 稲山覚也、週刊少年チャンピオン、秋田書店、2011年10号〜2012年53号。
- ※4 重野なおき、ヤングアニマル、白泉社、2008年。

※5 藤末さくら、月刊Coke、集英社、2003年11月号～2009年11月号。

※6 講談社現代新書、2016年。

6. 名古屋大都市圏文化創発ビジョン

服部 敦

(1) 文化創発のための名古屋の可能性

創発 emergence は、生物学などで用いられる用語で、部分の性質の単純な総和にとどまらない特性が、全体として現れることをいう。

名古屋は、ものづくり産業が集積する中部・愛知の中心地として語られることが多いが、その文化に焦点が充てられることは少ない。名古屋の歴史・文化には、武家、工芸、界隈、アート、サブカルなど、魅力的な文物が多様に存在しているが、断片化され、全体としてのイメージが形成されていない。AI、IoTが急速に発展する中で、ものづくり産業を取り巻く環境は大きく変化するだろう。名古屋が付加価値を生み出し続ける持続可能な都市であるためには、多様な文物が総体として新たな価値を生み出す、すなわち文化創発を起こすことが不可欠である。名古屋の文化創発を生み出すための視点として次の5つがある。

- ① リニア時代の到来
- ② 文物多様性を生み出す歴史的風土
- ③ 伝統産産品の集積
- ④ 歴史的空間構造と拠点・界隈の形成
- ⑤ 映画文化の定着

5つの視点の要点は次の通りである。

① リニア時代の到来

東京・名古屋・大阪が1時間圏内で結ばれるリニア時代において、文化の全体的イメージが乏しいままでは、名古屋は人や情報の通過点になってしまおう。逆に、この機会に名古屋に文化創発を起こすことができれば、1000万人の大交流圏の中心にある名古屋の存在価値は大きく高まる。リニア時代は名古屋の文化創発の強力なトリガーであり、ラストチャンスである。

② 文物多様性を生み出す歴史的風土

質素儉約を掲げた將軍吉宗に対抗して、技芸や商売を盛んにして世の中を明るくしようとした尾張藩主・宗春の時代に、名古屋には一流の芸能人・技術者が集結し、技を競い合った。この中で、ほんの少しの改良で想像しなかった高い価値を生み出す名古屋の文物多様性は高まり、トヨタの「カイゼン」のようにものづくり産業の付加価値を高めてきた。日々の生活の改善を好む性向はハイカルチャーよりもサブカルチャーとの親和性が高く、近年、世界コスプレサミットを始めとするサブカル文化の潮流が大きくなりつつある。

③ 伝統産業品の集積

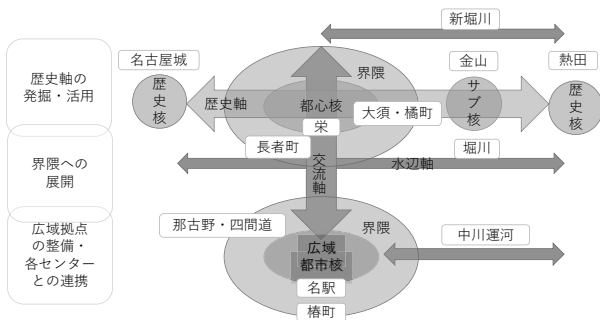
名古屋を核とする中部地域には、瀬戸・美濃・常滑・万古などの陶器を始めとして日本の中でも特に高い伝統産業品の集積がある。この中で、メイド・イン・ジャパンプロジェクトのように、伝統産業品の付加価値向上と販路拡大を図る名古屋発の活動が全国的・国際的に展開されている。永い時を経て培われてきた伝統産業品の技の上に現在の生活ニーズに適合するための改善を施すことで、文化創発の可能性は高まる。

④ 歴史的空間構造と拠点・界隈の形成

清須越しにより名古屋城と熱田神宮を南北に結ぶ歴史軸が熱田台地上に形成され、明治以降の近代化により東西の交通軸が形成された名古屋都心の明快な歴史的空間構造は、戦災復興による市街地の拡大の中に埋没しており、都市のアイデンティティの確立のためには、空間構造を強調したまちづくりが必要である。また、拠点開発により整備された各種センター機能の相互連携・統合化、自然発生的に形成された多様な界隈空間への機能の展開が名古屋の都市空間における文化創発の実装化につながる。

⑤ 映画文化の定着

1996年から続く国際女性映画祭の開催、ミニシアターの集積、フィルムコミッションの活躍など、名古屋の映画文化は着実に定着している。このように撮影、上映の機能が充実する一方で、ポストプロダクションなどの映像産業は集積しておらず、映像系の教育機関が比較的多いものの、人材の地元への定着は進んでいない。都市の情報発信力に大きく寄与する映画文化の創発は、リニア時代の名古屋の戦略のひとつとなる。



なごやの文化を創発する都心構造

(2) 文化創発まちづくりの方向性

① 歴史軸の発掘・活用

名古屋城の本丸御殿の建設、木造天守の再建、金シャチ横丁の整備など、名古屋城の再生のための構想・取り組みが進んでいる。リニア時代に向けた都市整備において、名古屋城から熱田神宮に至る歴史軸を発掘し、強調することにより、名古屋城再生の効果を都心部に波及させることができる。

名古屋城から、三の丸官庁街、久屋大通、錦町、栄、大須、東寺町、金山を経て、熱田に至るさまざままちづくり活動や都市整備事業が、歴史軸の発掘・活用を意識しながら、個々の個性を発揮すれば、新たな文化創発につなげることができる。特に、三の丸官庁街、金山で連続性が途切れないことに注意する必要がある。

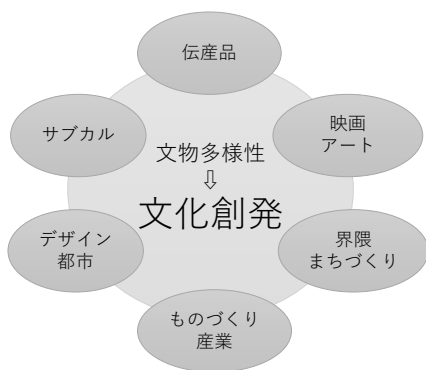
歴史軸を強調したまちづくり・都市整備を進める一方で、リニア名古屋駅に降り立つ訪問者が東西の交通軸の先に南北の歴史軸が横たわっていることを意識できる景観形成、情報発信が不可欠である。

②名古屋駅の広域拠点整備と各種センター機能との連携

リニア名古屋駅は、主要空港に匹敵する広域性・国際性を持つ。名古屋都市センターが2016年に取りまとめた「リニア時代の名古屋の都市戦略」には、世界のイノベーションセンターの確立が提案されているが、仮にリニア名古屋駅周辺に知的交流の拠点としてのセンター機能が確立されるのであれば、国際センター、国際デザインセンター、名古屋都市センターなどのこれまでのセンター機能との連携が不可欠である。東京、大阪などにも知的交流拠点が整備されているが、名古屋の独自性を高めるためには、ものづくり産業の集積を基盤にしつつ、サブカル、伝統産品、映画などの名古屋に蓄積された多様な文物を活かした創発を生み出すものとするべきである。

③多様な境界への展開

名古屋周辺には、商店街、盛り場、市場、工場・工房、アート、水辺、水運といった特性を持つ多様な境界が存在感を増している。名古屋都心に整備されるセンター機能は、それだけでは都市への実装化の役割を果たせない。これらの境界に存在している店舗、工房、スタ



なごやの文化創発マンダラ

ジオ、広場などの消費者とつながる接点を通じて、知的交流などのセンター機能は、商品、サービス、アートなどに実体化することができる。センター機能の多様な境界への展開を通じて、名古屋都心は文化を創出し、全体としての付加価値を高める。

④サブカル・伝産品・映画

名古屋の歴史的な文物多様性を象徴する現代の文物として、サブカルチャー、伝統産業品、映画に注目する。(上図)

世界コスプレサミットに象徴されるコスプレ文化の

定着を始め、名古屋から発信されるアイドル、マンガ、アニメ、フィギュア、名古屋めし、カラオケボックスなどのサブカルチャーはますます盛んである。自由で自発的なサブカルチャーの活動には、コスプレにおけるハイテクの活用のように従来の枠を超えた創造性を見出すことができる。サブカルチャーとものづくりの接点を積極的に作り出すクリエイティブ・ハブのようなスポットを整備すべきである。

名古屋は伝統産業品の集積地である中部の中心であるにも関わらず、名古屋駅周辺を始め、都心部には伝統産業品の展示・販売を担う機能が十分に確保されていない。名古屋都心の拠点および界限において、現代に継承され、新たな付加価値を生み出している伝統産業品を集約し、展示・販売するためのコンベンション施設の整備や店舗の集積を図る必要がある。

名古屋の情報発信機能を高める映画文化の充実のためには、名古屋都心の拠点および界限において、ポストプロダクションを始めとする映像制作産業の集積と専門人材の育成・交流のための拠点を整備する必要がある。

(3) 名古屋駅西地区におけるモデル事業の提案

リニア名古屋駅の西側のエリアは、東側に比べて都市機能の集積密度が低いこともあり、

リニア開通に伴って、新たなまちづくりの可能性を有している。特に、名古屋駅直近の椿町界隈は、自然発生的なアジア文化の定着、サブカルチャー系店舗の集積、ミニシアターの立地などの文化創発に適した特性を有しており、さらに、今後の道路整備により、大学・国際機関・ライブハウスなどが立地する「ささじまライブ」に直結し、アート系まちづくりが進む中川運河に接続するエリアでもある。椿町界隈をはじめとした駅西地区において、文化創発のモデル事業を展開することを提案する。

①リノベーションによる宿泊・交流施設の整備

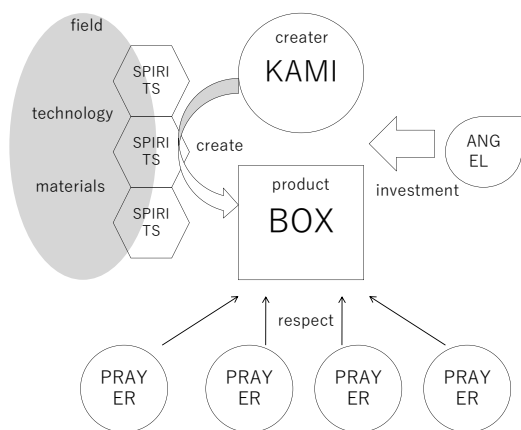
老朽化したビルなどのリノベーションを積極的に進め、国際的な集客に対応できるゲストハウスやカフェなどを整備し、交流・情報発信のためのイベントの定期的な開催を図る。

②商店街への店舗、工房の誘致

商店街の店舗などに伝産品やサブカルを取り扱う店舗、工房を誘致する。

③ リニア駅上部の広場空間の活用

リニア駅上部への整備が予想される広場空間において、コンテナ・テントなどの仮設建築物を活用して、サブカル・伝産品・映画制作のための開発・試作・展示・販売を行うインキュベーション施設を整備する。仮設施設のイメージとして、「KAMI BOX」という仮想企画画を提示する。

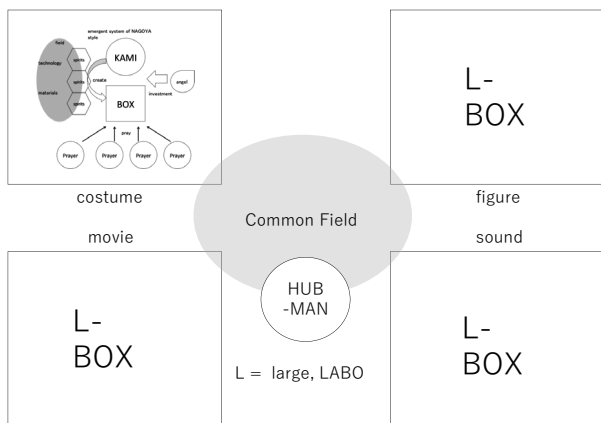


KAMI BOXの概念図

【「KAMI BOX」の仮想企画】

ものづくり産業とサブカルチャーが結びついて新たな文化開発を行い、ビジネス、付加価値の創出につなげていくというイメージを「KAMI BOX」という仮想企画として象徴的に示すことを試みた。

「KAMI」と呼ばれるサブカルチャーシー



KAMI BOXの都市への展開

ンのクリエイターが、ものづくり産業というフィールドから技術や素材である「SPIRITS」の粋を結集して「BOX」という製品を創造する。資金は、「ANGEL」という呼ばれる投資家から調達する。「BOX」は、「PRAYER」と呼ばれる信奉者達から支持を受けるという構図である。三位一体のアナロジーである。また、BOXというイメージは、名古屋仏壇へのオマージュでもある。

KAMI BOXを創造するKAMIたちが創造活動を行う場が、L-BOXである。L-BOXは、テナなどを活用して、リニア駅上部の広場空間に置かれる。コスプレ世界のL-BOXと並立して、フィギュア世界や音楽世界や映像世界でもL-BOXが存在し、共通の場において互

いに結びつくというイメージである。そこには、「HUB—MAN」と呼ばれる媒介者がいる。共通の場には、PRAYERやANGELが出入りしている。

執筆者一覧

北川 啓介

1974年愛知県生まれ。1996年名古屋工業大学工学部卒業。1999年ライザー＋ウメモト事務所。2001年同大学大学院工学研究科博士後期課程修了、博士（工学）。現在、同大学大学院工学研究科准教授。建築設計、建築意匠、都市計画が専門。著作に、『マンガ喫茶白書 社会問題に先行するひとりの聖域』（2008年）、『もうひとつの建築設計資料集成』（2009年）など。受賞に、日本建築学会東海賞（2009年）、名古屋市都市景観賞（2010年）、建築と社会賞（2012年）、文部科学大臣表彰科学技術賞（2016年）など。

木全 純治

同志社大学文学部卒業。1983年より映画監督・若松孝二氏に誘われ、シネマスコレ開館と同時に支配人となる。日本のインディーズ映画とアジア映画を中心に上映する。90年代は、『雲南物語』をはじめ、中国映画の配給を手がける。1996年からは、あいち国際女性映画祭のディレクターを担当。2007年より、NHK文化センターにて映画製作を指導する。椋山女学園大学、中部大学非常勤講師。

黒田 昌義

一橋大学国際・公共政策大学院客員教授。
1991年に建設省に入省後、国土交通省、内閣官房、奈良県、経済協力開発機構（OECD）等を経
て、2014年より名古屋市長。

佐藤 久美

金城学院大学国際情報学部 教授。名古屋大学大学院博士課程修了。博士(学術)。「名古屋大都市圏文化創発研究会」座長、「あいち国際女性映画祭」イベントディレクター、NPO法人「愛知善意ガイド ネットワーク」副理事長、NPO法人「アジア車いす交流センター」理事などを務める。

英情報誌「アベニユーズ」代表、「愛知万博一市町村一國フレンドシップ記録映画製作事業」プロデューサーなどを歴任。

鈴木 伸夫

NSK映像倶楽部

映画づくりやアートを通じまちづくりに携わる。建設会社にて企画、開発、営業を担当。一級建築士、不動産証券化マスター。書道家(本書題字揮毫)

服部 敦

中部大学教授(工学博士)・都市デザイン

1991年に建設省に入省し、内閣官房・内閣府での地域活性化担当を経て、2007年より現職。研究・教育のかたわら、各地のまちづくりの計画策定、プロジェクトの企画・運営に従事。

北大東村政策参与、春日井市市政アドバイザーなど。

著書に「都市計画総論」(鹿島出版会・共著)、「地域再生システム論」(東京大学出版会・共著)

公益財団法人中部圏社会経済研究所は、中部圏における産業の活性化および地域整備を進めるため、「広域計画」、「地域経営」、「産業振興」、「航空・空港」を柱とする事業を展開している中部圏の総合的・中立的なシンクタンクです。

リニア中央新幹線の整備・開通に伴い、名古屋大都市圏においては、東京―大阪間のスーパー・メガ・リージョンの中での埋没、ヒト・モノ・カネ・情報の流出（ストロー現象）が懸念されています。2027年以降の東京―名古屋間開通に向けて、名古屋駅周辺においては都市開発が活発化していますが、海外そして日本全体から見ると魅力的な文化を創発して広く発信し、多くの人に訪れていただくことも大切となります。

このため、当財団の中部大都市圏研究会において、名古屋大都市圏における広域都市圏計画の検討を進める中で、名古屋大都市圏の文化的・歴史的な資源を活用し、従来にない新たな切り口から「文化創発」を喚起し、具体的な取り組みにつなげるため、「名古屋大都市圏文化創発研究会」を立ち上げ約2年にわたって活動してきました。

本書は、研究会委員がさまざまな角度から「なごや」の「文化創発」について論じたものであり、名古屋大都市圏がさらに魅力を増し訪れたい都市となるための貴重な提言として、皆様にお届けいたします。

なごやの文化を創発する。

2017年4月26日発行

著者 文化創発研究会

発行所 公益財団法人 中部圏社会経済研究所

〒460-0008

名古屋市中区栄四丁目14番2号

久屋パークビル3階

電話番号(052)212-8790

印刷所 富士凸版印刷株式会社

ISBN978-4-990-95430-7

C0030



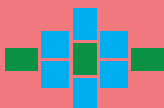
9784990954307



1920030000001

ISBN978-4-990-95430-7

C0030¥0000E



Chubu Region Institute for Social and Economic Research

公益財団法人

中部圏社会経済研究所