

今、各自治体は国に決められたことを全国一律同じことをやっていますが、各自治体が地域に合わせて自由にいろいろなことをやってみることで、いろいろな検証結果が生まれます。それを国が政策に反映するような形にすると政策の精度が非常に上がるのではないかと考えています。各自治体にもっと任せると、それぞれ競って勉強してやっています。やはり政策の積み上げ方が重要だと感じています。



財政赤字に対して、社会保障という切り口が一番大事だという事を申し上げましたが、次に成長戦略について考えてみたいと思います。

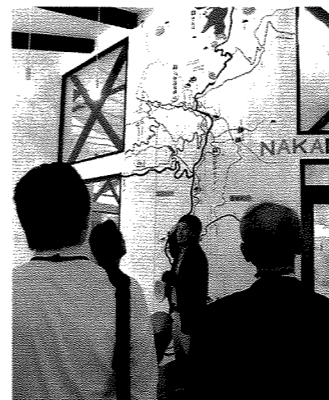
マクロ的な視点に立って人類の歴史を集積の原理という観点から考えてみますと、まず肥沃な大地に集まり食べ物を確保するところから始まりました。ところが産業革命以降は、交通の結節点に人が集まるという時代に変化し、それは現在も続いています。地方では「道路がなくては」と盛んに言いますが、都市の道路網は既に整備されており、今から地方が都市を追いかけると競争力には繋がりません。そこで、交通の結節点の次に来るものを考えてみると、それはクリエイティブシティではないかと思えます。製造業がどんどん海外にシフトしてしまう中、21世紀はソフトパワーの時代と言われ、そこにシフトしていかないと、都市も生き残れない時代になっています。

ところで、皆様は今の新自由主義の時代をどのように考えているのでしょうか。私は「檻のない動物園」だと思っています。檻があるからこそ、

小さい動物も大きい動物も平穏無事に生きていけるわけですが、仮にもし檻がなくなったとしたらどうなるのでしょうか。弱肉強食は自然の摂理であり、人間界でも適度な競争は必要ですが、過度な競争は社会を分断させてしまいます。地球がこれだけフラット化して小さな地球になってきている中で、「檻のない動物園」はどうなるのか、ぜひ熟考してみてください。

さて、ソフトパワーへの移行の話題に戻りますが、ヨーロッパは日本よりも先に製造業が困難に直面したことから、どういう対応をしたのか非常に参考になります。その中で、スペインのビルバオでは、1970年代以降、それまで栄えた造船業が衰退してしまったため、現代アートによる再生を図って、「グッゲンハイム・ミュージアム・ビルバオ」を創りました。建設費が約1億円、直接雇用で4,100人、間接雇用で40,000人。雇用が生まれただけでなく、5年間で来場者数は515万人に上り、6億5千万ユーロのGDP、1億2千万ユーロの税収を生み出しました。こういったことが経済のエンジンになってきているといえます。

工場に人が集まるという時代から、クリエイティブクラスがいる地域に会社が集まるという時代に今変化してきています。つまり経済のエンジンが大きな工場からクリエイティブな個人や企業にシフトしているのです。ヨーロッパではこういった形が顕著ですし、そういった先取りしたまちづくりこそが、地方が衰退の一路から脱する方向だと示しています。企業の採用担当の方に聞いても採用が一番重視するのは「感性」だといいます。感性があるかないかが、これから日本が生き残っていく鍵です。そういう意味でも子ども達が小さいうちから感性を研ぎ澄ますことは重要で、将来大きな差が生じるといえます。身近に現代アートに触れられる環境を創ることも、日本の未来には大切なのです。日本でいえば、地中美術館や金沢21世紀美術館が挙げられます。しかし、中之条には残念ながらこういったものを作る財力はありません。そこで同じような効果ということで具現化したものが「中之条ビエンナーレ」と「Tsumuji」で、ビルバオ効果もすでに出てきています。文化で飯が食えるかという人もいますが、文化でこそ飯が食える方向を考えないと先進国は生き残っていきません。集積の第2段階のことだけを考えるのではなく、次の段階を考え、先を見越していくということが重要です。



Tsumuji は、クリエイターがこの町に移り住んで活動してもらうためのきっかけ作りの場になっています。彼らの交流の場というのは意外に無く、こういった場で意見を交換することによってお互い刺激し合うことが、クリエイターにとっては非常に大事です。それも中之条ビエンナーレの魅力の一つです。その場として、もう一つ、町の管理施設である「芸術の森」にアーティストインレジデンスを設置しました。ここがビエンナーレ期間中は作家さんたちの滞在の場となります。また、ここには「ジョンソンの森食堂」という食堂もあり、夜になると作家さんたちが集まってワイワイやっているようです。

中心街の衰退についても少し考えてみたいと思います。地方の中心商店がどこも繁栄していた時代、車通りが激しくて危ないからということでバイパスを作りました。しかし、作ったとたん大店舗が郊外に出来、中心地は消費を全部奪われて衰退し、そして、そこに住んでいる人たちは歩いて買い物が出来なくなっていました。これが負の流れの一つです。

アメリカは日本の20～30年も前に、郊外店舗が出来て中心市街地が衰退するという経験をしています。どういった対応をしたのか事例を調べてみますと、車優先から人に居心地のいい空間を作り、もう一度人に来てもらえるように再生しています。その一例がパーリントンやボルダーです。人がどこに集まるのか、人の居心地のいい空間とは何なのか…。実は消費を中心にしてまちづくりをしていないということです。不思議なことに、コミュニケーションを中心にしてまちづくりをしているのです。

Tsumuji も元は空地でした。Tsumuji を作ったことによって、Uターン組とIターン組の作家さんがTsumuji で働きたいということで、来ていただいています。先週は「グリーンドリンクス」というイベントがあり、その時千葉から引っ越して来た方が「この町に知っている人が一人もいませんでしたが、Tsumuji に来て、いろいろな人と話をするようになって友達がたくさん出来、

毎日のようにここに来ています。」というお話をしていました。人を引き付けるものが、「商品のみ」から、「商品プラスコミュニケーション」にはっきり変わってきているのだと思いますし、そういうところに力を入れたまちづくりが大事だと思います。Tsumuji で一番やらなくてはならないことは、それが可能な空間をデザインすることだと思っています。

Tsumuji は国土交通省の「まちづくり交付金」で事業費の40%の補助を受けていますが、その成功事例ということで、国土交通省で行われた事例発表会に群馬県代表として出席しました。また中之条町は文化庁の長官表彰を、町では初めていただきました。翌年には外務省出身でデンマーク大使を長くされ、「クリエイティブな社会を作ることが経済のエンジンになる」ということをおっしゃっている近藤長官が、こんな小さな町でそういった取り組みをしているのは珍しいということで視察にいらっしゃいました。

横浜、神戸、金沢などトップを走っている都市は、創造都市ということで次の戦略を確実に考えて進んでいますが、中之条町がそこに加わろうとしても、群馬県では創造都市といった取り組みを行っているところはありませんし、理解を得ることはなかなか大変ではあります。しかし、目にはっきり見えてから動き出すのでは、まちづくりは遅いと思います。はっきり目に見えない段階からその動きをとらえて動き出していかなければいけません。そこがまちづくりの一番難しいところだと思います。

いずれにしろ、そういったクリエイティブなものを取り入れたまちづくりをしていくということが、これからは非常に重要になりますし、キーワードだと考えて、今、一生懸命やっています。本日は、中之条町を視察していただき誠にありがとうございました。

