

## 秋田市が目指す芸術・文化のまちづくりについて

### 1 芸術・文化をいかしたまちづくりの必要性とその背景

#### (1) 秋田市独自のブランドづくりと都市としてのイメージ向上

秋田市には、日本海沿岸の拠点都市として発展してきた歴史と文化があると同時に、陸・海・空の交通拠点機能など都市圏の核となる機能が備わっている。しかしながら、他の地方都市もそれらと同様の要素を持っている場合が多く、秋田市固有の特徴とは言い難い。また、なまはげ、あきたこまち、きりたんぼ、温泉、秋田美人、銘酒、竿燈などの比較的知名度が高いブランドも、秋田市以外の市町村のものであるか、秋田県全体のブランドとして認知されるケースが多いものである。

それらに埋没することなく、長引く不況による経済活動の停滞、少子高齢化の進行、まちの顔である中心市街地の空洞化などにより失われつつある秋田市の元気を取り戻すべく、芸術・文化をはじめとする様々な資源を活用しながら、「にぎわい」や「秋田市らしさ」を創造し、秋田市オリジナルのブランドづくりや都市イメージの向上により市民が誇れる魅力あるまちづくりを進め、人や企業の定着と交流を促し、都市としての成長につなげることが必要である。

#### (2) 芸術・文化の必要性

近年の日本は、人口減少や経済不況の長期化により、産業発展に停滞感があることは否めない。特に地方都市においては、人口減少が急速であることや、元々大都市圏と比べて産業基盤が弱いことから、従来通りの製造業を中心とする産業により都市の再生をはかることが難しい時代であり、芸術や文化などの創造的な分野における価値や産業を生み出していくことで都市再生を図ろうという考え方が現れ、実践している都市も出始めている。

そのような都市として例示される中には、金沢市、横浜市、萩市など、元々個性的で優れた伝統・工芸・文化・建造物などを持っているところが多く、対して秋田市はそういった地域資源が少ないと言われることが多い。しかしながら、これまであまり重視されてこなかった分野である芸術・文化という視点で秋田市を捉えることで、地域としてのアイデンティティを再発見し、新たな価値観を創出できる可能性を秘めており、そうして生まれた新たな価値やブランドをまちづくりにいかすことにより、都市としての成長を望めるものと考えられる。

また、現在は、高度成長期前と比べれば人々が生活する上で必要なものが手に入りやすくなってきた時代であり、物質的な欲求よりも精神的な欲求の充足を重視す

るようになってきたと言える。そのような中で、日々通う道の周りが緑にあふれ心安らぐような景観に囲まれていたり、買い物に行ったときに目にする商品やまちなみがデザイン性の高い美しいものであったりすれば、利便性や機能性、例えば人工的に造られた郊外型のショッピングセンターなどだけでは満たされない付加価値を感じるようになり、経済的な物差しだけでは測れない心の豊かさを秋田のまちなかでも手に入れることができると考えられる。

さらに、個人主義が浸透し、家族や地域のつながりや地域としてのアイデンティティが希薄になってきていると言われる現代にあって、他にも誇れるような固有の文化があふれていることは、地域への愛着を深めたり、共通の話題を持ったり、外へ発信する機会が増えたりすることを通して、人と人との結びつきを強めることのできる可能性を秘めている。

このように、秋田市にとって、都市としての成長をもたらし、市民の心の豊かさを追究し、人と人との結びつきを強めるためには、芸術・文化をいかしたまちづくりを進めることが有効と考えるものである。

## 2 芸術・文化をいかしたまちづくりのイメージ

### (1) 芸術・文化を愛する心を育む

芸術・文化により人々に心の豊かさを感じてもらうためには、まずは、芸術・文化を身近に感じ、価値に気付くことが第一歩である。何気ない生活のシーンで偶然に目を引く景観や商品、イベントなどとの出会いを通して、安らぎや刺激など感受性が揺さぶられる経験を積み重ねることで、いつのまにか芸術・文化を愛する心が育まれることを期待するものである。

そのためには、雰囲気のあるまちなみとなるよう景観を整える（例えば、バスなどの公共交通機関の車両デザイン、空きビルのリフォーム推進、街路の石畳化、文化的価値の高い建造物の保存など）ことや、同じ機能の商品でもよりデザイン性の高い品物が店頭に並ぶよう商品開発を促進する（例えば、企業と大学教員・学生の共同による新商品デザイン等）こと、芸術・文化関係のイベント開催を支援することなどによって、秋田では芸術・文化が常に身近にある状態にしていくことが必要である。

### (2) 芸術・文化を実践する人を育てる

芸術・文化をいかしたまちづくりを進めるためには、それを実践する人材を育て、地域としてのポテンシャルを高めることが必要である。より雰囲気のある景観、よ

りデザイン性の高いものをつくることができるのは、いわゆるアーティストやクリエイター、デザイナーと言われる創造的な仕事を担う人たちであり、それらの人々が地域に根ざして活動することにより、持続的に芸術・文化のまちづくりを実践していくことができる。直接的に彼らがものをつくりだすことのみならず、商品開発のプロデューサー、文化活動のコーディネーターとなること、企業や行政組織の中に芸術・文化の素養を持つ人材が入ることにより、組織に創造的な発想をもたらすことも期待される。

そういった人材を育てるためには、より専門的な教育を行える機関を持つこと(美短の4大化)や、人材を受け入れる土壌やホスピタリティを醸成すること、アーティスト、デザイナー等を志す人たちの活動しやすい場を用意すること(例えば、工房の設置、商品開発へのデザイナー活用の促進等)が必要である。

### (3) 芸術・文化をいかす仕組みをつくる

芸術・文化を愛する心を持ち、理解する人が増え、芸術・文化を実践する人が育っても、そういった人たちの思いがビジネスやイベント、景観づくりなどにつながる仕組みをつくらなければ、芸術・文化をいかしたまちづくりには発展しない。よりデザイン性の高い商品を開発しようという企業と優れたデザイナーが結びつき、芸術・文化を愛する数多くの市民ニーズや県内各地・大都市圏の市場とマッチングするビジネスモデルを作ったり、周囲の的確な支援を得ながら、市民が自発的・積極的に芸術的・文化的発想をもって人を惹きつけるイベントや景観づくりを行ったりすることのできる環境がなければ、実現できないだろう。

例えば、芸術・文化に関する市民ニーズの醸成、国内外における市場開拓、企業側とアーティスト・デザイナー側双方向のネットワークの強化、芸術・文化関係分野を含む起業の支援、芸術・文化系イベントに関するコーディネート・相談機関の整備などによって、芸術・文化の持つ潜在的な力をまちづくりにいかす体制づくりをする必要がある。

これらの、「芸術・文化を愛する心を育むこと」「芸術・文化を実践する人を育てること」「芸術・文化をいかす仕組みをつくること」は、それぞれ個別に成立するものではなく、互いに結びつけながら一体的に発展させ、好循環を生み出していくことが重要である。それが、市民・企業・専門家・行政といった枠組みにとらわれることなく、芸術・文化をいかしたまちづくりへ向け、誰しもが関われるような基盤の構築につながるものと考えられる。

### 3 芸術・文化をいかしたまちづくりにおいて美短の4年制大学化に期待すること

「芸術・文化を実践する人を育てる」ために、厳しい大学間競争の中にあっても、地元のみならず全国から有望な学生を集めることのできる魅力を備え、充実した教育内容により、より豊かな教養と深い専門性を備えた学生を育て、社会人としても秋田市の芸術・文化をいかしたまちづくりに貢献してくれるような人材を輩出することが期待される。

また、「芸術・文化を愛する心」を持った人々の期待に応えられるような発想・提言・知識などを提供できるよう、芸術分野に関する高度な知識やノウハウ、センスを持ったシンクタンクとしての機能をより高めることも望まれる。

さらに、大学の教員・学生自体も、自らの技術や芸術性を発表する機会を兼ねて、芸術・文化に関するイベント開催、商品開発などを主体的に行い、「芸術・文化をいかす仕組み」の一翼を担うことを期待するものである。