

慶應義塾大学経済学部研究プロジェクト

最終成果論文（2018年度）

# クリエイティブシティにおける市民の 役割に関する考察

経済学部 4年 学籍番号：21512277

氏名：島 ひとみ

（指導教員：長田進先生）

# 目次

1. はじめに .....	1
2. クリエイティブシティとは .....	3
2.1. 常に変化する現代都市の在り方 .....	3
2.2. クリエイティブシティの定義 .....	5
2.3. クリエイティブ産業の定義 .....	6
2.4. クリエイティブシティの担い手 .....	7
2.5. 先行研究での議論 .....	8
2.5.1. 歴史的にみたクリエイティブシティ .....	8
2.5.2. クリエイティブシティの必要性 .....	9
2.5.3. クリエイティブシティの条件 .....	10
2.5.4. クリエイティブシティの評価基準 .....	11
2.5.5. 本稿の論点となる市民性について .....	12
3. クリエイティブシティ・ヨコハマ .....	14
3.1. なぜ横浜なのか .....	14
3.1.1. 歴史的な横浜の背景 .....	14
3.1.2. 市民性を重んじる都市像 .....	15
3.1.3. 日本の代表的クリエイティブシティとしての注目度の高さ .....	16
3.2. クリエイティブシティ・ヨコハマ政策の概要と目的 .....	17
3.3. 創造界隈形成のための諸施策 .....	18
3.3.1. 具体的な事例 .....	18
3.3.2. ネットワーク形成を促す中心機関アーツコミッション・ヨコハマ .....	19

<b>4. クリエイティブ産業における 13 大都市の特化係数分析 .....</b>	<b>23</b>
4.1. 特化係数とは何か .....	23
4.2. 方法の説明 .....	24
4.3. データの説明 .....	24
4.4. 分析結果 .....	25
4.5. 考察 .....	32
4.5.1. 13 大都市でみる全国的動向 .....	32
4.5.2. 横浜市における動向 .....	33
<b>5. 横浜のネットワーク構造 .....</b>	<b>37</b>
5.1. 「濱明朝体」都市フォントプロジェクトの概要 .....	38
5.1.1. プロジェクト企画の背景 .....	38
5.1.2. 制作段階における横浜のネットワークとの関わり .....	39
5.2. 横浜のネットワーク構造の強み .....	41
5.2.1. ネットワーク構造がもたらす強み .....	41
5.3. ネットワークにおける市民的創造性 .....	43
5.3.1. クリエーターとの交流によるアイデアの相互作用 .....	44
クリエイターへの影響 .....	44
クリエイターからの学び .....	44
5.3.2. 地域コミュニティの活性化を通じたネットワーク強化 .....	45
東京に隣接する横浜の独自性 .....	45
都市部以外での地域コミュニティ形成 .....	46
5.4. 結論 .....	46
<b>6. 終わりに .....</b>	<b>48</b>

## 1. はじめに

近年、都市の在り方に対する 1 つの解として、クリエイティブシティへの注目が高まっている。森記念財団が 2016 年に発表した、世界の主要都市に対してイメージするキーワード統計調査によれば、日本の主要都市として取り上げられている東京のイメージは「CROWDED（混雑した）」、「TECHNOLOGY（テクノロジー）」、「MODERN（現代的な）」、が上位 3 語として挙げられている。一見すると先進的で最新の技術を持つ「クリエイティブ」な印象を受けるが、実際には東京はクリエイティブシティには分類されない。本稿で詳しく後述するが、クリエイティブシティとは文化芸術との関わりが深い都市の在り方を指し、東京のような大都市とは却って対峙する方向性を持つものである。

古くはアテネやローマなどの都市がクリエイティブシティに該当すると見られているが、都市政策として着目されたのは 1990 年代に入ってからと比較的新しい。2004 年にはユネスコ・クリエイティブシティーズネットワークが誕生し、2013 年には国内でも創造都市ネットワーク日本が組織された。国内では、金沢市、神戸市、札幌市などがクリエイティブシティとして言及されることもあるが、日本の代表的なクリエイティブシティとして世界的にも認知されているのが横浜市である。横浜市は 2004 年から都市政策としてクリエイティブシティ・ヨコハマを掲げており、先駆的かつ積極的な取り組みを行っている。

本稿では、クリエイティブシティ・ヨコハマを取り上げ、その実態を分析することで横浜が日本の代表的クリエイティブシティとして認識されている理由を導く。その際、クリエイティブシティの重要な要素として指摘される市民の位置付けについて考察しながら、その役割について考える。

本稿の構成は以下の通りである。続く 2 章では先行研究を元にクリエイ

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ティブシティに関する定義を整理し、必要な要素を挙げる。3 章ではクリエイティブシティ・ヨコハマを概観し、その目的と背景を示す。4 章ではクリエイティブシティとしての横浜の実態を検証するため、産業規模に関する特化係数分析を行う。5 章は 4 章の定量的な分析とは異なった視点から横浜の強みを示すための事例研究である。横浜を日本の代表的なクリエイティブシティとして認知させる強みを踏まえた上で、その中核をなす市民の役割について考察する。6 章は総括とする。

## 2. クリエイティブシティ<sup>1</sup>とは

本章ではまず、クリエイティブシティが他の都市とどのように異なるのかを整理する。その後、先行研究をもとにクリエイティブシティを巡る定義を提起し、本稿の方向性を定めていく。

### 2.1. 常に変化する現代都市の在り方

クリエイティブシティが注目されるようになった背景には、以前に比べて常に変化し続けるようになった現代都市の在り方がある。ランドリー(2003)は、現代の都市の問題点として、変化やリスクを伴うグローバルな都市の繋がりが常に変化し続けるものであることを挙げている。そもそもこうしたグローバル化と都市の在り方の因果関係は、20世紀末の地球規模の構造転換に含まれると捉えられている。農産物の貿易自由化が中小規模農村を破滅させ、同時に多国籍企業の国際的資本移動が盛んになったことが、不安定な「世界都市」を生み出したと考えられる。低賃金労働力による量産を図る巨大企業は、アグリビジネス（多国籍農業資本）や多国籍資本を通じて地域を階層的に統合した。結果として地域経済を階層的構造に集積したニューヨーク、ロンドン、東京などに代表される「世界都市」が形成された。この構造は、外国為替市場や企業の立地戦略に対する感応度が高いため不安定性が高い。

他方で EU のような国家を横軸方向に超えた機構による統治は、多国籍企業の無制限な展開を規制することで、中小企業・行政・地域市民が能動的に動き、支え合う「クリエイティブシティ」の水平的なネットワークを形成することが

---

<sup>1</sup> 文献によって、クリエイティブシティ、クリエイティブ都市、創造的都市など様々な表記が存在する。本稿では、クリエイティブシティで統一する。なお、文献からの引用文内では引用元の表記に従うものとする。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

可能である。

ランドリーや佐々木(1997)は、常に変化し続ける国際的な現代都市の中で都市の安定性を保つためには、こうした小さな地域コミュニティの在り方が重要であると指摘する。経済のグローバル化により目まぐるしく移り変わる国家の枠を超えた時代を迎えたことで、却ってそれまではサブシステムに過ぎなかった都市経済や地域経済の重要性が高められた。この視点が、クリエイティブシティへの注目度を高めた原点である。

佐々木(1997)は、現代に見られるクリエイティブシティへの潮流として、さらに次の2点を挙げている。

第一に、巨大な官僚的集権国家の解体と再編成の傾向がある。官僚機構の力が強すぎる中央集権国家は臨機応変な対応に欠け、深刻な財政危機をもたらしている。この状況の下では、福祉国家を後退させ地方自治制度を確立させることで、地方都市や自治体を中心とする分権的社会への移行が進みつつある。

第二に、先進資本主義国のハイテク化によってソフトウェア産業が興隆し、素材型の重工業が衰退した結果、物的生産に対して知的生産の比重が急増したことがある。教育研究機関や文化施設などを重視した都市の広まりに伴い、文化志向型産業政策が登場したとみられている。

以上の観点から、階層構造を持たず各地域の良さを活かした「クリエイティブシティ」という都市の在り方への関心は高まって来ている。

クリエイティブシティの形成を論じる上で、各地域が各自の良さを理解して能動的に活かそうとする姿勢は非常に重要な論点である。ホールとカステル(1994)も指摘している通り、単純に工場を外部から誘致することを通じて受動的にクリエイティブシティを形成することは困難である。支部の設置は企業が地方に末端業務を分散させたに過ぎず、地域の産業と工場の交流が生まれないうためにイノベーションも期待できない。こうした地域開発の事例はクリエイ

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ティブシティには該当せず、すなわちクリエイティブシティと認められるイノベーションの場には能動的な都市の取り組みが不可欠であると言える。

### 2.2. クリエイティブシティの定義

クリエイティブシティに関する議論では、まずクリエイティブシティ論の第一提唱者であるランドリー(2003)が顧みられる。しかし、ランドリーはクリエイティブシティの定義を明言していない。一方で、創造的環境については次のように述べている。「そこでは無視できない数の企業家や知識人、社会運動家、芸術家、行政担当者、陰の実力者、学生などが、開かれたコスモポリタンの文脈で活動できるのであり、またそこでは、人と人の顔をつき合わせたやり取りによって、新しいアイデアや芸術作品、製品、サービス、施設などが生み出され、その結果として、この環境は経済的な結果をもたらすのである。」(ランドリー, 2003)

当分野で多くの文献を記したフロリダ(2008)もランドリーと同様にクリエイティブシティの定義を明言していないが、「各種のプロフェッショナルや芸術家・アーティストなどの『創造階級』が好んで居住し、経済的パフォーマンスが優れている都市や地域」が重要であると指摘している。

本稿では、佐々木(2012)が示している明確なクリエイティブシティの定義に則って進めていきたい。佐々木によればクリエイティブシティとは、「市民の創造活動の自由な発揮に基づいて、文化と産業における創造性に富み、同時に、脱大量生産の革新的で柔軟な都市経済システムを備え、グローバルな環境問題や、あるいはローカルな地域社会の課題に対して、創造的問題解決を行えるような『創造の場』に富んだ都市」と定義される。

## 2.3. クリエイティブ産業の定義

2.2 では都市経済学者による定義が中心だったが、クリエイティブシティを支える産業をどのように定義するかという観点から見ると政府関係の統計資料を確認することが基本となる。

クリエイティブ産業という言葉は、1997年に誕生したブレア政権下のイギリスで最初に定義され、その育成が政策として進められたのが始まりである。イギリスの文化・メディア・スポーツ省（DCMS）は、クリエイティブ産業を「個人の創造性、技能、才能に由来し、知的財産の生成や活用を通じて富や雇用を創出する潜在力を持つ産業」（Creative Industries Mapping Document 1998）と定義している。クリエイティブ産業に分類されるものとして、音楽、舞台芸術、映像・映画、デザイナー・ファッション、デザイン、クラフト、美術品・アンティーク市場、建築、テレビ・ラジオ、出版、広告、ゲームソフト、コンピューターソフトの13分野が挙げられている。元々歴史的建造物や芸術作品を多く有する文化都市であるイギリスでは、2000年時点でクリエイティブ産業による経済効果はGDPの7.9%を占め、195万人の雇用を生み出す重要産業である。

次いでクリエイティブ産業が注目されたアメリカでは、ジャーナリストであるホーキンス(2001)が、「特許、著作権、商標、専売デザインなどの形で知的所有権を生産する産業」と定義づけている。アメリカではホーキンスの定義が広く認識されており、イギリスの「クリエイティブ産業」よりも「著作権産業（Copyright Industries）」という呼称が一般的である。分類は、研究開発、出版、ソフトウェア、テレビ・ラジオ、デザイン、音楽、映画、玩具・ゲーム、広告、舞台芸術、工芸、ビデオ・ゲーム、ファッション、美術品の15分野である。

日本では、イギリスの文化・メディア・スポーツ省(DCMS)が定めた13分野

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

を日本標準の産業分類に対応させて 11 分野に再編成した吉本(2009)の分類や、佐々木(2010)によって文化的価値に関する論考(スロスビー)を元に作成された分類、経済産業省による「知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策強化事業」(2011)の報告書で示された 9 分類などが存在する。

本稿では、クリエイティブ産業の定義としてイギリスの文化・メディア・スポーツ省(1998)の定義を引用して設定することとする。理由は、創造的な生産活動を行う中核的産業を幅広く含み、かつ日本の文化産業を当てはめて考える上でより適しているためである。

### 2.4. クリエイティブシティの担い手

クリエイティブシティの担い手に関しては、フロリダ(2002)による論が著名である。クリエイティブ産業が同心円状に分類され、中心に「スーパークリエイティブ・コア」が位置し、その周りに「クリエイティブ・プロフェッショナル」があるというものである。スーパークリエイティブ・コアは「何か意味のある新しい形態を創造する」機能の仕事に従事する人々から成り、科学者、技術者、大学教授、詩人・小説家、アーティスト、エンタテイナー、俳優、デザイナー、建築家などが挙げられる。クリエイティブ・プロフェッショナルは、より広範な問題解決に対してクリエイティブな解を出す知識体系の仕事に従事する人々が属しており、ハイテク部門、金融サービス、法律、健康などがある。フロリダはスーパークリエイティブ・コアとクリエイティブ・プロフェッショナルを合わせて「クリエイティブ・クラス」という、クリエイティブシティを中心的に担う階級として示している。一方で、クリエイティブ・クラスの理論が「すべての人間がクリエイティブである」という前提の下に成り立っていることも同時に強調しており、クリエイティブ・クラスは「自分が作り出したクリエイティブな仕事でお金を稼ぐことの出来る」という点で担い手の鍵となる

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

重要な存在であることを指摘している。

この指摘を踏まえ、本稿におけるクリエイティブシティの担い手は、クリエイターを含む全ての市民である、という立場をとる。ただし、明確化のためフロリダの指すクリエイティブクラスに当たる市民をクリエイターとし、それ以外を市民と表記することとする。

## 2.5. 先行研究での議論

### 2.5.1. 歴史的にみたクリエイティブシティ

クリエイティブシティを歴史的な観点から分析する際、何によってその都市が創造的であるとされたかを考慮すべきである。ランドリー(2003)によれば、都市を創造的なものにするアプローチには 2 つの方向性があり、一方は文化的・知的なアプローチ、他方は技術的・組織論的なアプローチが挙げられる。

文化的・知的なアプローチとは、文化的な側面によって特徴付けられるクリエイティブシティの在り方を指し、技術的・組織論的アプローチとは、文化よりも近代的な産業が重視された在り方を指す。

18 世紀末の産業革命以降、技術的・組織論的アプローチがより重要になった。20 世紀に入ると文化産業の勃興によって、文化的・知的アプローチによる革新と、従来の技術的・組織論的アプローチが融合する傾向が強まった。ランドリーは、これらが結びついたことによって新しい相互作用が発展し、イノベーションの誕生に寄与すると説いている。都市の創造的な環境とはこのようにして形成される。

この 2 つの方向性を融合させながら、都市はその都市にふさわしい創造的な環境を整備していく。ランドリーは文化面が積極的な都市として、アテネやローマなどの古代都市に始まり、フィレンツェ、ロンドン、ウィーン、ベルリンなどを挙げている。いずれも最盛期における文化面での活発さが特徴とされ

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

る都市であるが、これは経済的または社会的な変革によってもたらされたものだ。変革は、保守的な勢力と急進的な勢力が衝突することによって起こる。この変革を通じて急進的な人々やアウトサイダーを受け入れることにより、都市はより広い領域の社会にアクセス出来るようになるのだが、ランドリーはこの点が本質的に重要であると指摘している。

また他方で、技術面で革新的な都市の歴史は新しく、マンチェスターやグラスゴー、デトロイトなどの周縁的な都市が例として挙げられる。これらは発達した技術を元に据え、都市生活の発展に伴う諸問題や、大衆消費市場と結びつけた革新を展開した。リスクを好んで引き受けながらも、持続可能な都市の実現が潜在的な利益につながると考えるアウトサイダー的な立場である。このように、文化面と技術面のいずれの要素が積極的であっても、都市の創造的環境の形成において、一種の不安定さが共通点として見受けられる。ホール(1998)によれば、「創造的な都市は安定的な場所や快適な場所というわけではないのだが、それは完全な無秩序状態ということではない。それは、既成の秩序が新しくして創造的な集団によって絶えず脅かされているような場所なのである」とされている。

### 2.5.2. クリエイティブシティの必要性

ランドリー(2003)は、グローバル化とローカル化の相互作用が同時に発生していることを現代の都市の特徴として挙げた上で、都市間競争を生き残るために貿易や金融において重要なスピードは、創造的環境が源泉となって生じるとしている。この創造的環境を構築するには、意思決定者のみでなく都市問題によって影響を受ける人々を巻き込む必要があり、文化的・経済的・社会的・環境的に持続可能なシステムを都市構造に埋め込んで革新していくことが求められると示している。

フロリダ(2010)は、戦後急膨張したクリエイティブ産業部門が、賃金ベー

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

スでアメリカの全所得の約半分の額の収益を上げていることに着目し、その担い手であるクリエイティブな潜在能力が経済成長に与える効果を評価している。経済成長の鍵は潜在能力を有効化して解き放つことであり、そのために差別や参入障壁によって制約されることのない自由な文化の力が必要であるとする。都市の役割は、文化の力を生み出すヒューマン・キャピタル(人的資本)、その中でも特に知的・文化的産業に関わるクリエイティブ・キャピタル(クリエイティブ資本)とされる人々を集積させ、増大させることであり、この分野の集積が大きい都市ほど経済的成長が早いことを指摘している。

佐々木(1997)は、都市の自立が求められていることに言及し、その理由として次の2点を挙げている。第一に、社会福祉政策や自治体の伝統的経営が見直されたことであり、第二に、製造業雇用の減少である。従来は連邦や州政府の補助金に依存して賄われてきたこれらの問題に対し、各都市が新しい産業を創造し、問題解決をこなしていけるような都市行政システムを確立することが現代都市の課題であると示している。

上記3者の指摘を受けて創造的都市の必要性をまとめると、クリエイティブ産業が直接的に生み出す収益、または間接的に生み出す創造的環境が、現代都市の経済的成長に効果的であることが指摘できる。

### 2.5.3. クリエイティブシティの条件

アンダーソン(1985)は、創造の場の特徴として、①厳しい規制のない健全な経済基盤、②独創的かつ基本的な知識と能力、③需要と機械の不均衡、④多様性のある環境、⑤地域内外での人の移動や交流が容易であること、⑥構造的な不安定さ、の6点を挙げている。

佐々木(1997)は、創造的活動を支援するための都市全体のシステムに着目し、①芸術家や科学者の自由な創造活動だけでなく、一般の労働市民にとっても充実した仕事に携わることができる環境であること、②庶民レベルの日常生

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

活が芸術的コンテンツの供給によって文化的に豊かであること、③都市の科学と創造性を支える教育研究機関・文化施設・中小企業・協同組合等の権利が擁護され、創造支援インフラストラクチャとして機能していること、④市民の生活空間を規定する都市環境や都市景観が整っていること、⑤個性的な文化的地域を支えるバランスのとれた経済基盤を備えていること、⑥産業政策と文化政策が有機的に関連して民主的かつ効率的に運営されること、の6点を挙げている。

ホール(2010)は、歴史的分析を通じ、必要条件として十分な富や国の裕福さを、必要十分条件としてアウトサイダーが既存の秩序を脅かす不安定さを持つことを示している。

### 2.5.4. クリエイティブシティの評価基準

ランドリー(2003)は、①関係性の密度、②多様性、③利便性、④安全性および治安、⑤アイデンティティおよび独自性、⑥革新性、⑦連携と協働性による活性化、⑧競争力、⑨組織がもつ能力、という9つの基準を示しており、これらの基準が経済、社会、環境、文化の4領域においてそれぞれ検討されるべきとする。

フロリダ(2010)は、「経済成長の3つのTの理論」という独自の指標を提示している。これは「技術(Technology:T1)」、「才能(Talent:T2)」、「寛容(Tolerance:T3)」の頭文字にTを持つ3つの概念である。第一の技術は経済成長の主要因、第二の才能はイノベーションと生産性向上の担い手となるクリエイティブ・キャピタルとしての要素、第三の寛容は第一・第二の良質な技術や才能を、ある地域が他の地域よりも多く引き寄せるために必要な多様性や開放性を示す。この3者間には強い関係性が存在し、例えば「才能」は「多様性」指標の高い場所に強く結びついていると見られる〔T3→T2 関係〕や、「才能」指数が高い場所は「技術」の中心地であることが多い〔T2→T1 関係〕などがある。フロリダの理

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

論は、クリエイティブな潜在能力を持つ人的資本のフローと、集積が起こる都市の地理性の強い関係に言及している点が特徴と言える。

ホール(2010)はこのフロリダの評価基準には統計的な回帰分析の結果もなく、因果関係を説明づけるには限界があると指摘している。

### 2.5.5. 本稿の論点となる市民性について

クリエイティブシティを創り出すための戦略や計画が講じられてきたが、それらを運営する上での課題として重要なのが市民の存在である。多くのクリエイティブシティに関する先行研究では、制度的バックアップや都市の構造整備など、政策立案のみに焦点を当てたものが多い。しかし、運営側の動力のみを整えただけでは、多様な利害交渉の間でのバランス調整や、創造性を活性化させる持続的な流れを生み出すことは困難である。ランドリーは、そうした公共部門の問題に対する想像力に富んだ解決手段として、「市民的創造性」の重要性について指摘している。「『市民的創造性』は、市民の情熱と視点に照準を合わせた、独特の性質を持つ。そこには単なる運営技術をはるかに超える性質が存在する。内部に焦点を合わせて自己本位的に遭遇するような、芸術家の創造性とは対照的に、市民的創造性は自己中心的なものではない」（ランドリー，2003）。

市民的創造性の価値は、都市の政治情勢を聞きとる能力とそれを想像して判断する能力を持ち、全体の合意を導いていわばパレート最適となるように動かす作用を生み出すところにある。この作用が有力なのは、クリエイティブシティにおいて2つの文化が合体する際に生じるジレンマに対してである。公共部門は、安全性・一貫性のメカニズムをルールに基づいて提供し運営するが、一方で創造的な人々は常にこうした規則に対して疑問を投げかけ、打ち破ることで創造性を発揮しようとする。市民的創造性は、このジレンマに対して2つの有力な効果をもたらす。第一に、その都市にとっての公共善を定量的に示す

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

尺度である。直接の商業的収益では計れない都市イノベーションの成功基準は、市民によって決められる。第二に、何が都市にとっての公共善であるかを巡る公共的な対話がある。議会のみではなく、一般市民の参加を基盤として「公共の利益」に対する優先順位付けやバランス調整を試みることで、理解を一致させ信頼を形成する。人がより創造的になるにつれてジレンマが生じ、その都度都市の枠組みはより強固なものへと発展していくが、そうした「革新的な解決策の持続的な流れを生み出す」ことこそが市民的創造性の価値であり、創造的都市に欠かせないものである。本稿では、このクリエイティブシティにおける市民の立ち位置および市民の果たす役割を重視する。

### 3. クリエイティブシティ・ヨコハマ

#### 3.1. なぜ横浜なのか

本稿でクリエイティブシティにおける市民性を検討するにあたり、国内の都市の中で横浜市を取り上げた理由を3つここに示しておきたい。第一に、歴史的な横浜の背景がクリエイティブシティとしての潜在能力を多分に含んでいること、第二に、横浜市文化観光局が「すべての市民はアーティストである」と標榜している通り、クリエイティブシティにおける市民性を重視した横浜の姿勢が本稿のテーマに沿っていること、第三に、横浜市は世界的にみて日本のクリエイティブシティの代表的事例として扱われていること、が挙げられる。以下に3点について詳述する。

##### 3.1.1. 歴史的な横浜の背景

開港以前の横浜は、東海道の宿場町である人口 5,000 人程の神奈川宿を中心とした小規模な地域であった。1859 年の横浜開港を機に、隣接した大都市である東京とは異なる文化を持つ街として発達し、開港から 159 年経った現在の人口は 374 万人にまで上る<sup>2</sup>。日本の開国の象徴として内外から多くのヒト・モノ・カネと情報が集まり、質の高い文化交流が生まれたことがクリエイティブシティとしての横浜の土壌となっている。ここでの文化交流は、外的要素と内的要素が上手く噛み合っただけで機能した。外的要素としては、来浜外国人と呼ばれる横浜を訪れた外国人の多くが、日本文化に関心を持つ者や貿易商・技術者であったことが挙げられる。一方内的要素としては、当時全国から横浜に集まってきた人々が、先進的な産業や文化を積極的に吸収しようとする姿勢であった

---

<sup>2</sup> 出典：横浜市統計ポータルサイト（2018 年 12 月 1 日最終確認）

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ことが言える。彼らはそうした新しい流れを横浜において融合させようとする開放的な循環を作り上げた。こうした参入障壁が低く自由な創造性を良しとする風潮が、現代でも横浜市民の気質として定着しているとされている。

### 3.1.2. 市民性を重んじる都市像

横浜市は 2004 年よりクリエイティブシティ・ヨコハマを都市政策として掲げ、4 つの目標①アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現、②創造的産業クラスターの形成による経済活性化、③魅力ある地域資源の活用、④市民が主導する文化芸術都市づくり、を公表して来た。アーティストやクリエイターを創造の担い手の中心的存在として文化芸術分野の振興を図ってきた創造都市横浜推進協議会は、横浜開港 150 周年の節目を迎えた翌年の 2010 年 1 月に提言書「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」を市長に提出している。提言書では 2010 年度からの 4 カ年にわたる中期計画が示されており、「すべての横浜市民はアーティストである」という新たな都市像のテーマが主軸に据えられた。2010 年以前においても、「市民がアーティスト・クリエイターの活動と触れ合うことで、日常的な都市空間が全く異なる魅力を持つことを発見するだけでなく、都市の抱える様々な問題に対して市民自らが創造性を発揮し解決に向けて行動していく可能性」を見出すものとして、クリエイターと市民の交流の場が設けられている。

例えば、2008 年 9 月に行われた横浜クリエイティブシティ・シンポジウム 2008 では、市内大学院生らによる学生会議が関連企画として開催され、横浜国立大学、横浜市立大学、東京芸術大学の大学生らによるクリエイティブシティに関する 20 分野を超える研究成果や討論会が行われた。また、2009 年にイマジン・ヨコハマという横浜市主催のデザインプロジェクト内で開催されたワールド・カフェは、約 500 人の市民が集まって横浜の魅力や未来について対話する場として、参加した市民やクリエイターに協働意識をもたらした。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

横浜市はこのような取り組みを経て、2010年の提言書で改めて市民性を強調した理由として、個々の市民の個性や想像力を高めることがより一層都市の活力を向上させることを指摘している。また、この提言書では都市像の革新に合わせて次の新たな4つの目標が提示された。①「空間(SPACE)」：歴史と水辺の環境を生かした都市空間の形成、②「ひと(PEOPLE)」：クリエイティブな人々が集まるチャンスあるまちを目指す、③「交流(RELATION)」：ヨコハマの多面的な魅力を世界に発信し交流を活性化、④「まち(COMMUNITY)」：より多くの市民が創造性を発揮できるまちの仕組みを作る、という内容である。初期の4つの目標と比較すると、大きく2つの点で進展が見られる。第一に、環境整備の面において、クリエイターの拠点としての定着を目指すものから、クリエイターが領域の垣根を超えて様々な分野で協働できる仕組み作りへと発展している。第二に、市民の関わり方において、芸術・文化作品の鑑賞機会の充実を中心とするものから、市民自身が創造的活動の担い手として問題解決に参加するきっかけ作りへと、より積極的に変化していると言える。このように、クリエイティブシティとしての横浜は年々市民的創造性への関心を強めており、市民が創造的活動に関わる機会を生み出すことに積極的である。2.5.5で触れた通り、クリエイティブシティの持続可能性を確保する上で市民的創造性の存在は欠かせないものであり、横浜の市民性を重視する姿勢は、本稿の市民性への考察を行う上で最適な事例だと考える。

### 3.1.3. 日本の代表的クリエイティブシティとしての注目度の高さ

横浜市は2004年に国内行政で初めて「創造都市推進課」を設置したことから、クリエイティブシティを掲げる都市の先駆けであったとも言える。設置に際しては、クリエイティブシティ論の権威であるランドリーと佐々木が助言を行なった。佐々木(2007)は、横浜と金沢を国内のクリエイティブシティ計画における先進都市として評価している。中規模の伝統的な文化都市である金沢に

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

対し、横浜は人口が多く、かつ造船業やコンビナートが空洞化した都市である。21世紀初頭の世界的にクリエイティブシティが注目され始めた時期に、この2都市が地方と首都圏でそれぞれ先駆けとなったことで、国内のクリエイティブシティ志向が広がる気運が高まったと指摘する。

またホール(2010)は、世界の都市分類の中で、横浜を「ルネサンス都市」として位置付けている。ルネサンス都市とは、「古い工業都市や港湾都市で、かつての経済基盤の全て、あるいはかなりの部分を失った後、成功の度合いの差はあるが、新しい経済基盤を模索している都市」のことであり、同グループ内にはバーミンガム、マンチェスター、ライプツィヒ、バルセロナなどのヨーロッパの重要都市が該当する。港湾地区の再開発やアートの場の創造、アートイベントの開催といった事業は先述のルネサンス都市の定義に一致している。ホールは横浜の特に優れた点として2点挙げている。第一に、地域住民、学校、地域コミュニティといった一般市民に対し、コンテンツの消費者としてだけでなく、都市の構成員として彼らの創造性を高めようとする推進事業が積極的である点である。第二に、世界規模の大都市である東京と隣接し、大都市圏の一部を構成している点である。こうした位置関係は世界的に見て珍しく、東京が日本の諸問題の中でも創造的な問題への対応を必要とする際、横浜の演じる役割が重要であると指摘している。

### 3.2. クリエイティブシティ・ヨコハマ政策の概要と目的

横浜市によるクリエイティブシティ政策は、2002年11月～2003年12月に開催された「文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会」を起点とする。翌年2004年1月に「文化芸術創造都市-クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言」が横浜市文化観光局によって発表された。文化観光局はこの提言において、クリエイティブシティ・ヨコハマという都市政策を「文化

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

芸術、経済の振興と横浜らしい魅力的な都市空間形成というソフトとハードの施策を融合させた新たな都市ビジョン」と定義づけている。

この提言と同時に4つの目標と3つのプロジェクトが示された。前節でも触れたが、初期に発表された4つの目標とは①アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現、②創造的産業クラスターの形成による経済活性化、③魅力ある地域資源の活用、④市民が主導する文化芸術都市づくり、である。また3つのプロジェクトとして、①クリエイティブ・コア-創造界限形成、②映像文化都市、③（仮称）ナショナルアートパーク、が先駆けて発表された。

クリエイティブシティ・ヨコハマという都市政策の目的は、「横浜の最大の強みである港を囲む独自の歴史や文化を活用し、芸術や文化の持つ創造性を生かして、都市の新しい価値や魅力を生み出す都市づくりを進める」ことであり、その結果として「市民生活の豊かさを追求しつつ、都市の自立的発展を目指す」と示されている。都市政策の中でもクリエイティブシティ政策を採った理由としては、身近な問題のみならず環境、平和、共存といった国際的課題の解決にあたって、文化芸術の分野に最も顕著に現れる人間の想像力が有効であることに言及している。その上で、文化芸術を通じて都市を活性化し、横浜の国際的な競争力を育むことが期待できることである、と明言されている。

### 3.3. 創造界限形成のための諸施策

先述のような背景をもとに、クリエイティブシティ・ヨコハマは様々な諸施策を掲げ、環境整備に積極的な取り組みを行っている。本節では具体的な事例を挙げた後、その基盤となる諸制度について述べる。

#### 3.3.1. 具体的な事例

多くの事例は、「創造界限の形成」と「アートの埋め込み」の2つに分類され、双方向から取り組みを行っている。創造界限の形成では、主に歴史的建造

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

物などの地域資源を活用したクリエイターのための環境づくりが進められている。例えば、ヨコハマ創造都市センター（旧第一銀行横浜支店）、東京芸術大学大学院映像研究科（旧富士銀行横浜支店）、BankART Studio NYK（日本郵船横浜海岸通倉庫）といった民間施設を活用した創造の拠点づくりや、元違法風俗街であった初黄・日ノ出町地区をアトリエなどにリノベーションし地域再生を図る取り組みなどが挙げられる。アートの埋め込みでは、主に文化芸術を街の中に溶け込ませ触れ合うためのソフト面での事業が多い。代表的な例としてヨコハマトリエナーレがある。これは3年に1度開催される日本現代アートの国際展覧会であり、クリエイター・行政・市民などが携わる大規模なイベントである。

ここで重要な役割を果たしているのが、以上のような事例の基盤にある横浜のネットワークである。このネットワークの形成を担っているのがアーツコミッション・ヨコハマという公益財団法人であり、次項でその諸施策を中心に詳細を述べる。

### 3.3.2. ネットワーク形成を促す中心機関アーツコミッション・ヨコハマ

クリエイティブシティ・ヨコハマは「クリエイター・アーティストのための事務所等開設支援助成制度」を設けており、クリエイターの集積を図る創造環境の整備支援に積極的である。また、助成制度を受ける代わりにクリエイター同士の交流に積極的に参加することが条件となっているため、事務所のみにとどまらないコミュニティ所属の観点からも、クリエイターの定着に効果的な仕組みである。この支援助成制度の主な対象分野は「デザイン」「写真・アニメ・映画」「著述・芸術」「建築」「ファッション」「舞台」と幅広く、毎年募集を行って10程度の事務所開設を金銭的に援助している。元々はより狭い分野に対して、横浜市文化観光局の創造界限形成事業が主催となっていた制度だが、2008年度から公益財団法人横浜市芸術文化振興財団が運営するアーツコミッ

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ション・ヨコハマ（ACY）へと主催が引き継がれている。

現在、このアーツコミッション・ヨコハマが中心となって横浜におけるクリエイター同士の交流の場や包括的なネットワーク形成を担っている。「横浜に集うアーティストやクリエイター、NPO、市民、企業、学校などの様々な『創造の担い手』をサポートするプロジェクト」を標榜しており、クリエイターを中心とした都市全体のネットワーク構造を形成するための諸事業を手掛ける。アーツコミッション・ヨコハマの主要事業は、「芸術文化支援」、「アーティスト・イン・レジデンス交流事業」、「創造まちづくり支援」の3つである。

事務所の開設支援助成制度はこのうち「芸術文化支援」に含まれ、その他に次世代を担う若手芸術家育成に関する支援助成や、障害・人種・宗教などの違いを超えて社会的包摂を目指す創造性を活かしたプロジェクトに対する活動助成などが該当する。例えば後者に関しては、外国籍の住民が多い中区関外地区の子供たちと一緒に楽しむ音楽イベントの開催、障害の有無を不問にしたダンスイベントの発表、元風俗街である黄金町地区の子供たちが過ごしやすい環境作り、などがある。クリエイターが創造性を発揮するためのサポートを行いながら、横浜の風土的特徴でもある多様性を尊重し、誰もが住みやすい街を目指す創造的活動を積極的に支援している。

一方「アーティスト・イン・レジデンス交流事業」では、横浜内部のネットワークを超えて、主にアジア諸都市との連携をとったクリエイターの滞在制作をサポートしている。海外の若手クリエイターは横浜に滞在して作品制作を行い、同様に日本の若手クリエイターにも海外での滞在制作の機会を提供する事業である。海外との都市間での繋がりを作りながら、異文化交流によるインスピレーションの活性化を図る目的がある。2011年からは「ポート・ジャーニー・プロジェクト」と称した、複数国間での自由な往来を可能とするネットワーク形式のアーティスト・イン・レジデンス事業も設けている。現在はハン

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ブルク、サンディエゴ、ヘルシンキ、上海など7都市と連携しており、通常の2拠点間の双方向的な交流にとどまらない自由度の高さや全体的なインパクトの大きさが特長である。また、連携先の都市はいずれも横浜と同様に創造性が都市に与える豊かさを重視する点で方向性が一致しているため、クリエイティブシティ同士の都市間ネットワークを形成する上でも意義ある事業となっている。年に一度、7つの内いずれかの都市がホストとなりクリエイターや運営ディレクターなどの関係者が集まって今後の交流のあり方について議論する国際会議が開催されており、都市とクリエイティブシティに関する構想を共有している。

3つ目の「創造まちづくり支援」は、クリエイターの制作場所や発表スペースを提供するための物理的支援を行うことで、クリエイティブ活動拠点としての横浜への付加価値向上を図るものである。こうした物理的支援をする背景には、横浜の持つ港や歴史的建造物などの地域資源を実際の創造の場として活かすことを重視する姿勢がある。具体的な取り組みの例としては「BUKATSUDO」が代表的である。これは横浜市、横浜市芸術文化振興財団ら行政が三菱地所株式会社と協定を結んでドックヤードガーデン(旧横浜船渠)の一部を借り受け、公募した民間事業者に創造の場として運営させる取り組みである。民間事業者によって「BUKATSUDO」と名付けられた当拠点は、市民を対象にした「大人のためのシェアスペース」としてキッチン、ホール、スタジオ、ワークスペースなどを備えており、主にギャラリーや講座・イベント会場として利用されている。官民連携の支援形態がとられている点が特徴的であり、直接的な目的はクリエイターへの制作・発表の場の提供および拠点としての横浜の付加価値向上だが、長期的には官民の境なく社会全体が芸術分野と繋がるクリエイティブシティ像を目指す方向性が示されている。

以上の3つの主要事業は、クリエイティブシティとしての横浜のネットワーク形成の中核として機能している。各事業を通じてクリエイター、行政、

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

企業、一般市民、他都市とのネットワークを張っており、横浜への定着から芸術と地域社会の融合までのプロセスを長期的に見据えた関係性の構築を目指していることが分かる。

## 4. クリエイティブ産業における 13 大都市の特化係数分析

### 4.1. 特化係数とは何か

特化係数とは、ある産業に関して、特定の地域を全国規模で見たときの比較優位の度合いを測る指標である。特化係数が 1 より大きければ、その地域は全国平均よりも特化していると解釈できる。今回は、対象産業について従業員数と事務所数の特化係数を計算し分析する。本稿で特化係数分析を行う目的は、日本における代表的なクリエイティブシティとして認知度の高い横浜市が、全国的な他の主要都市と比較した場合どの程度の比較優位があるのか、数値化して産業規模の現状を検証することとする。

従業員数と事務所数の特化係数分析を行うことで、産業クラスターの規模を都市別に数値で見ることが可能である。産業規模の大きさは、横浜市が事務所開設の助成金などによる支援を通じて人的資本の呼び込みを積極的に行っていることを考えると、支援政策の効果を測る上で適切な指標になると思われる。一方で、クリエイティブシティの価値を測る指標としては不十分であることを事前に述べておく必要がある。2.5 の先行研究において示されたクリエイティブシティの評価基準をみると、産業規模よりも都市構造のあり方を重視している。これは、クリエイティブシティが内発的かつ持続的に学習しイノベーションを起こしていくシステムを基盤としており、経済的な数値のみではその基盤の機能を正しく評価できないためである。したがってここで用いる特化係数分析は、先述の分析目的のもとで、①横浜市におけるクリエイティブ産業規模の現状を比較検討し、②係数の推移から行政の一部の支援政策がどの程度効果を

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

出しているかを検証する、という 2 点を明らかにするものとして断っておく。

### 4.2. 方法の説明

対象産業は、「建築」「テレビ・ラジオ」「ゲームソフトウェア」「広告」「ファッション」「工芸」「デザイン」「音楽」「著述・芸術」「写真・アニメ・映画」「舞台」の 11 のクリエイティブ産業とする。これらの産業別の従業員数と事務所数から特化係数を計算し、各市の産業の特性を見ていく。対象都市は、札幌市・仙台市・千葉市・東京特区(23 区)・横浜市・川崎市・名古屋市・京都市・神戸市・大阪市・広島市・北九州市・福岡市の 13 大都市である。分析に用いるデータは、経済センサス(平成 26 年度・平成 21 年度)と事務所企業統計調査(平成 18 年度・平成 16 年度・平成 13 年度)より抽出する。直近過去 5 回分の統計データから導き出した特化係数の推移(2001 年～2014 年)を都市間で比較していく。

### 4.3. データの説明

対象都市の選別基準は、政令指定都市のうち 1956 年～1992 年の初期段階に指定された都市とする。初期からの政令指定都市に限定した理由は、分析データの抽出時期が 2001 年～2014 年であることを前提とすると、途中で指定された都市も含むと一貫した都市の比較検証が困難になるためである。

対象産業の選別基準は本稿におけるクリエイティブ産業の定義元であるイギリスの文化・メディア・スポーツ省(1998)を基本に、先行研究の分類を参考にしている。本稿では、国内の権威ある統計データである経済センサス及び事務所企業統計調査を活用でき、都市間比較において汎用性が高く、本稿のクリエイティブ産業の定義にも一致する吉本の分類をベースに 11 の産業分類を適用した。この選択基準は、「横浜市における創造都市政策と創造産業の立地動向に関する研究」(上野・鈴木, 2014)を参考にしている。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

各産業のデータの参照元を以下に明記する。「建築」は建設業、「テレビ・ラジオ」は放送業、「ゲームソフトウェア」はソフトウェア業のデータを用いる。「広告」は広告制作業と広告業、「ファッション」は衣料卸売業と衣料小売業を用いる。「工芸」は伝統文化の側面を含むため、中古品小売業、博物館美術館、書道教授業、生花茶道教授業、その他の教養技能教授業を対象とする。「デザイン」はデザイン業、「音楽」はCDなどの製造・販売と楽器の販売を同分野としてまとめ、音声情報制作業、情報記録物製造業、楽器小売業のデータを用いる。「著述・芸術」は著述・芸術、「写真・アニメ・映画」は写真業、写真現像焼き付け業、音楽映像記録物賃貸業、映画館、映像配給、映像情報政策に付帯するサービス業、「舞台」は舞台を参照している。

これらのクリエイティブ産業は、先述のフロリダ(2010)の指摘する「スーパー・クリエイティブ・コア」に相当する。このコアグループの周りに「クリエイティブ・プロフェッショナル」が存在し、これらを総括して「何か意味のある新しい形態を創造する」産業としてのクリエイティブ産業として取り扱う。

### 4.4. 分析結果

特化係数を計算した結果をもとに各年度の傾向を以下に示す。表1～表10は特化係数分析の結果を年度別に一覧にしたものである。

（表1～表6：事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13区分）別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16大都市」（平成13年度・平成16年度・平成18年度）より筆者作成、表7～表10：経済センサス「産業（小分類）、別民営事業所数及び従業者数-全国、都道府県、市区町村」（平成21年度・平成26年度）より筆者作成）

# クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

2001年（平成13年度）

表1 2001年の13大都市におけるクリエイティブ産業従業員数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.418108315	1.194162276	0.598019528	0.517663438	0.730421679	1.26865807	0.406600179	0.851964642	0.516456442	0.674392577	0.484237447
仙台市	1.388492435	1.12628183	0.605393631	0.71544545	0.646280797	1.221716598	0.627813092	0.861931034	0.804664747	0.794843631	0.355676807
千葉市	1.315143941	0.642416587	0.556365026	0.309303648	0.551184334	1.131574782	0.093948657	0.520715463	0.577635777	0.712913086	0.42443765
東京23区	0.842217707	1.299464833	1.403516909	1.55946744	1.01337616	0.943290278	1.483763198	1.344032995	1.18415139	1.453727031	1.741486278
横浜市	1.197083145	0.541800484	1.161673787	0.258593533	0.582322013	1.154463317	0.227692335	0.773336343	0.68300496	0.663781845	0.318019723
川崎市	0.985481378	0.065323305	2.0258056	0.123254816	0.462802205	0.883293479	0.084335814	0.813731496	1.134446806	0.610916342	0.514304226
名古屋市	1.112699496	0.951548516	0.66728893	0.872273392	0.936070514	1.086570746	0.774438435	0.86564173	0.386877772	0.685576481	0.835959184
京都市	0.677660817	0.405939645	0.147620748	0.360900025	1.48849393	1.573684302	0.658197767	1.760173072	2.695652661	0.673147807	0.198475982
神戸市	0.848285898	0.557687145	0.331861822	0.244619943	1.144257748	1.419085665	0.371839718	0.521105407	0.898005544	0.578708919	0.30013569
大阪市	0.95221576	0.81238025	0.82944402	1.056232847	1.499921038	0.552688136	1.40400714	0.676809682	1.105306408	0.764563932	0.632487037
広島市	1.318837737	1.286052732	0.380881935	0.608661406	0.762696123	0.950151181	0.316642695	0.619504798	0.307926194	0.612755968	0.433074453
北九州市	1.446710524	0.322130422	0.221465784	0.339928976	0.612527584	1.316397801	0.394445822	0.307071052	0.654402531	0.566280772	0.026832849
福岡市	1.139690399	1.339878617	0.786341911	0.778870613	1.022381141	0.996722458	0.699359342	0.531697421	0.639203335	0.856388568	0.807256517

（出典：平成13年度事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13区分）

別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16大都市」より筆者作成）

特化産業数は東京（9分野）が最多で、2番目に多い京都市・大阪市（4分野）の倍以上の分野に特化しており幅広い強みを見せている。特に「写真・アニメ・映画」、「舞台」の2分野では東京が独占している。横浜市は「建築」、「ゲームソフトウェア」、「工芸」の3分野で特化しているが際立って高い係数ではなく、独占的に強い産業は見られない。

表2 2001年の13大都市におけるクリエイティブ産業事務所数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.337746304	1.074780978	0.891623985	0.648293621	0.719349219	1.096975559	0.441773945	0.808543551	0.51225775	0.899306741	0.352991003
仙台市	1.30615119	1.105318236	0.77030398	0.866528074	0.747977518	1.40217614	0.36323296	0.723124052	0.804081922	0.98061248	0.307824294
千葉市	1.461969922	0.992762515	0.476752153	0.553582717	0.861175161	1.163552789	0.161003811	0.83107899	0.914788455	0.945685805	0.175102874
東京23区	0.840860154	0.866424457	1.429848758	1.463293956	0.966702827	0.856478386	1.456487996	1.19074625	1.392766617	1.223097217	2.038712099
横浜市	1.419542844	0.68530536	0.862696349	0.329597249	0.791961226	1.186567695	0.259329367	0.940061384	0.526233131	0.829815688	0.331283639
川崎市	1.400921144	0.266221232	0.75404808	0.193188196	0.669792225	0.890228557	0.102540891	0.92859936	0.766598588	0.77487986	0.586949322
名古屋市	1.02225976	1.040927876	0.805064902	0.868400271	0.987480541	1.196082643	0.734842427	1.040709486	0.470181759	0.850509078	0.424795956
京都市	0.875201721	0.434738917	0.227639745	0.365288076	1.329144532	1.397275295	0.675220009	0.899236703	1.694818361	0.706592719	0.212341837
神戸市	0.955604882	0.774484327	0.438731664	0.464404674	1.19452873	1.518000097	0.42705355	0.923407684	0.981274778	0.771154818	0.23222526
大阪市	0.769451276	1.603419579	0.956561656	1.12272376	1.285633586	0.59360434	1.621301826	0.918274465	1.035357391	0.937592648	0.561335419
広島市	1.313540422	1.236069249	0.530681443	0.849766496	0.8513945	1.098132859	0.325751897	0.901495668	0.237288597	0.817677053	0.327025761
北九州市	1.353608506	0.554278684	0.276517118	0.393754398	0.833291484	1.350651952	0.238212659	0.590555149	0.510744245	0.810461213	0.078210681
福岡市	1.083286528	1.862656873	1.148881972	1.019681069	1.061365944	1.140885464	0.783523017	0.767837321	0.357574818	1.035938468	0.588624015

（出典：平成13年度事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13区分）

別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16大都市」より筆者作成）

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

従業員数に比べて特化産業数にあまり都市間の開きがなく、多い都市から東京（7分野）、福岡市（6分野）、大阪市（5分野）と並ぶ。従業員数に対して事務所数の多さが目立つ福岡市は日常生活との関連が大きい分野に集中して特化している。「写真・アニメ・映画」、「舞台」は従業員数と同様に東京の独占である。横浜市は「建築」、「工芸」の2分野で特化している。「ファッション」は西に集中、従業員数で大きく特化していた川崎市の「ゲームソフトウェア」は事務所数が少ないことから大企業集積の可能性があるので、分野ごとに傾向が見られる。

2004年（平成16年度）

表3 2001年の13大都市におけるクリエイティブ産業従業員数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフトウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・映画	舞台
札幌市	1.395560767	1.25057033	0.529773457	0.613205777	0.742167848	1.111940163	0.408910723	0.6295079	0.608452513	0.657003534	0.465520816
仙台市	1.435950705	1.332729439	0.541223947	0.70675251	0.625491361	1.352028554	0.613928041	0.888657503	0.445600948	0.694619423	0.354003322
千葉市	1.178684853	0.438428139	0.676787349	0.388115771	0.548190906	1.01549414	0.099179592	0.532397009	0.637739404	0.653713552	0.240598939
東京23区	0.856439741	1.261933358	1.43326614	1.472014604	1.019071284	0.921526616	1.50680909	1.411894201	1.212249464	1.516045977	1.61784775
横浜市	1.153924182	0.323905156	1.06720042	0.300990861	0.569357411	1.193633463	0.264938205	0.641329332	0.596875244	0.539738106	0.312045444
川崎市	1.082858437	0.268951993	1.915545241	0.202840959	0.469157364	0.821084921	0.194401938	0.515564957	0.7434752	0.68510899	0.492205511
名古屋市	1.165842009	1.02151416	0.629167506	0.841337774	0.899809104	1.2393405	0.76329913	0.669296718	0.421218063	0.68772642	0.798675223
京都市	0.69342029	0.437672307	0.184254028	0.336797195	1.480263311	1.569488286	0.680446182	1.974997752	2.194307304	0.591252271	0.261543759
神戸市	0.808943386	0.547952542	0.305195547	0.28444623	1.025302481	1.200837595	0.398818279	0.469334223	1.181037953	0.491584634	0.166612087
大阪市	0.925778529	0.945553524	0.831446512	1.177496256	1.568005234	0.779444504	1.324855145	0.609495147	1.169181785	0.752350444	0.560509945
広島市	1.284604546	1.212164063	0.386201528	0.749839101	0.777860135	0.894973708	0.39853257	0.641718867	0.828912285	0.531366172	0.461566279
北九州市	1.404271126	0.257323328	0.232832622	0.291520943	0.629095285	0.737887899	0.268267333	0.564084671	0.602335545	0.538961055	0.032775315
福岡市	1.137234218	1.301132918	0.757905818	0.888853267	1.037488911	0.875214993	0.612388789	0.660623364	0.504252984	0.733693531	2.161526569

（出典：平成16年度事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13区分）

別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16大都市」より筆者作成）

概ね2001年と同様である。「ゲームソフトウェア」は東京、横浜市、川崎市の首都圏に集中していることが分かる。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

表 4 2004 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業事務所数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.331197186	1.094368682	0.84216065	0.738506379	0.824627377	1.149367798	0.452381487	0.849662533	0.643536367	0.91709432	0.457259036
仙台市	1.297118111	1.408115588	0.73350236	0.798629116	0.755305441	1.295050487	0.367051806	0.690729618	0.432017315	0.641360719	0.368979402
千葉市	1.38967312	0.707712125	0.417849554	0.559509367	0.830734967	1.152762065	0.151535889	0.806808279	0.951235428	0.826640359	0.250899253
東京23区	0.85769602	0.862216106	1.451954784	1.478122648	0.980729275	0.861980312	1.504358095	1.27372729	1.363914952	1.308946087	2.030678093
横浜市	1.336138945	0.600064579	0.777916337	0.373593472	0.741843406	1.263185901	0.247752537	0.791221977	0.705728124	0.727217353	0.327967799
川崎市	1.436618263	0.34125791	0.795532238	0.194252201	0.671124943	0.982581585	0.147764623	0.788816097	0.963237544	0.787660004	0.580719883
名古屋市	1.034286863	1.120136418	0.866277043	0.911112659	0.944676204	1.238808047	0.755151462	0.94842132	0.304010269	0.852197131	0.481117168
京都市	0.884964456	0.458477857	0.294794148	0.390349632	1.34398815	1.288951547	0.734174709	0.931665466	1.742062519	0.704376139	0.262565124
神戸市	0.920353661	0.765286637	0.411494988	0.42670335	1.188400953	1.442702564	0.436011837	0.842360266	1.421121525	0.715259054	0.214192628
大阪市	0.742236967	1.532513827	0.937938263	1.057292149	1.255858578	0.646672122	1.53242512	0.839823867	0.893482328	0.915900873	0.515447278
広島市	1.338340748	1.141148718	0.575346054	0.829145954	0.829959855	0.997184408	0.330316456	0.852337427	0.383454321	0.791417844	0.327502489
北九州市	1.368280048	0.588426717	0.259589624	0.376814952	0.883397287	1.059472911	0.230289767	0.647688411	0.415224592	0.759262223	0.125165998
福岡市	1.082090362	2.050746083	1.094235172	1.055432646	1.114043108	1.108385382	0.716539087	0.885208251	0.567495463	0.964066272	0.55596705

（出典：平成 16 年度事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13 区分）

別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16 大都市」より筆者作成）

こちらでも 2001 年と特化産業数の高い都市は変わらず、他の都市、分野ごとに  
見た傾向も概ね 2001 年と同様である。

### 2006 年（平成 18 年度）

表 5 2006 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業従従業員数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.333355361	1.162409162	0.484490455	0.508176522	0.663587859	1.011171648	0.380378249	0.182812173	0.700767523	0.556658264	0.450501224
仙台市	1.398199126	0.886828302	0.519169641	0.627561197	0.733293944	1.237436292	0.582558875	1.232828889	0.272639998	0.693391495	0.481938272
千葉市	1.278399275	0.454483542	0.597802329	0.417999831	0.62449192	1.044671477	0.127682398	0.375419245	0.673074677	0.66786879	0.103917119
東京23区	0.853419265	1.27503452	1.474359832	1.458170346	1.062379736	0.970887099	1.468408751	1.480457187	1.393025171	1.547718716	1.719840551
横浜市	1.156282633	0.374207851	0.893149548	0.42520911	0.608022235	1.101071815	0.21154054	0.541241807	0.676512713	0.493493075	0.423647468
川崎市	1.04400988	0.492408031	1.572851293	0.167211672	0.462527232	0.898607702	0.13757845	0.466326596	0.788023572	0.611722393	1.064562362
名古屋市	1.157232923	0.965115826	0.659238809	0.947902202	0.905225914	1.05543786	0.795975426	0.752283805	0.296377362	0.646496188	0.870400428
京都市	0.7130181	0.400126327	0.194457835	0.33470386	1.410988012	1.486339668	0.682988906	2.03092938	2.563224857	0.610646259	0.238238458
神戸市	0.785384677	0.392972366	0.331199767	0.261048832	1.202008806	1.270687689	0.339400948	0.461503542	0.812368039	0.491477538	0.487376846
大阪市	0.963128807	1.073358721	0.844224302	1.190118482	1.392377126	0.800714681	1.4355309	0.618096176	0.853850399	0.726401972	0.498651407
広島市	1.274803513	1.243771937	0.404579885	0.630206951	0.783461292	1.016158866	0.643597889	0.530764634	0.675757429	0.618049455	0.368561705
北九州市	1.378155761	0.463962364	0.295977195	0.291947821	0.594220449	0.78608862	0.268668487	0.510579532	0.215701136	0.493048606	0.027148742
福岡市	1.144835106	1.067953794	0.796129917	0.847126127	1.033336359	0.852640824	0.640717115	0.4435433	0.17647163	0.734129539	0.537017652

（出典：平成 18 年度事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13 区分）

別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16 大都市」より筆者作成）

特化産業数上位都市が東京、京都市、大阪市であることは 2001 年、2004 年  
同様であるが、大阪市の特化の内訳が「著述・芸術」から「テレビ・ラジオ」  
へと入れ替わっている点で変化がある。横浜市は「ゲームソフトウェア」の特

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

化係数が落ちて「建築」、「工芸」の2分野での特化となっている。

表 6 2006 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業事務所数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.310157694	0.948979871	0.808079869	0.70035523	0.739241985	0.68810099	0.492427188	0.176874114	0.633166209	0.766977294	0.417100589
仙台市	1.296441575	1.409862315	0.737463239	0.811534165	0.888728324	1.35835519	0.380931962	0.739264592	0.292133633	0.900525298	0.365643817
千葉市	1.383966499	0.926628729	0.357926663	0.601785108	0.878080809	1.110847254	0.151958645	0.649066882	0.981354549	0.838335251	0.193941285
東京23区	0.860513834	0.958914941	1.431939171	1.461047886	0.98957047	0.907943135	1.494548004	1.391464198	1.466298609	1.377865721	2.036501673
横浜市	1.349558278	0.602223048	0.779337011	0.422245579	0.755348568	1.262220137	0.260344296	0.739205389	0.748709735	0.596730012	0.320589955
川崎市	1.399941151	0.50212976	0.67246542	0.197007437	0.65105945	1.000653667	0.150449326	0.727474892	0.854654578	0.664429726	0.585527148
名古屋市	1.040994735	1.074570746	0.871165523	0.903430798	0.935833964	1.186228287	0.734217553	0.99179346	0.418053263	0.821960331	0.44063062
京都市	0.877570688	0.40175516	0.279618333	0.352362301	1.271095826	1.304238275	0.658211284	0.931000876	1.740609988	0.652994536	0.24079299
神戸市	0.86580499	0.551668958	0.426354719	0.371839397	1.158649352	1.497327639	0.437718708	0.788445601	0.845075903	0.680749853	0.25979188
大阪市	0.768561873	1.535974631	0.993517554	1.142175818	1.27874923	0.672135627	1.60581762	0.865174929	0.873038891	0.900308538	0.539725755
広島市	1.325616534	0.937857787	0.61666302	0.825557057	0.865484339	1.061847112	0.420926611	0.899711758	0.620779241	0.821558024	0.343510127
北九州市	1.356508507	0.609323141	0.278467379	0.338980609	0.829548259	1.033711143	0.23666075	0.634643201	0.145194568	0.679892278	0.133906445
福岡市	1.030599315	1.791598916	1.169004673	1.015059428	1.129721989	1.053180365	0.66422615	0.669634357	0.291079799	0.885874428	0.498549734

（出典：平成 18 年度事業所・企業統計調査報告「産業（小分類）、従業者規模（13 区分）

別民営事業所数及び男女別従業者数-都道府県、16 大都市」より筆者作成）

特化産業数上位都市は変わらない。分野ごとに注目すると、「工芸」で札幌市の特化係数が落ち、特化してないのは札幌市、東京、大阪市の3都市のみになっている。これまで「工芸」は大都市が弱く地方都市が強い傾向があったため、札幌市が特化から外れたのは例外的である。

2009 年（平成 21 年度）

表 7 2009 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業従従業員数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.334300319	0.927223651	0.472814195	0.614988003	0.640684323	0.979950253	0.42625666	0.693684336	0.57677908	0.617177712	0.530461782
仙台市	1.343288149	1.086311411	0.517463252	0.67170177	0.646777032	1.085019395	0.436375657	0.990682085	0.418198533	0.539017262	0.562044381
千葉市	1.245420909	0.444432365	0.378158306	0.306702373	0.543876302	0.989174565	0.130129353	0.503459664	0.11657566	0.565989651	0.523393326
東京23区	0.85702818	1.385113799	1.511704641	1.507565588	1.09029013	1.060144019	1.427105141	1.44822975	1.181397362	1.528138708	1.576393751
横浜市	1.100528902	0.26075185	0.875912147	0.330409611	0.566749801	1.047550165	0.367783114	0.566535606	0.99587137	0.568641046	0.417795603
川崎市	1.081337515	0.299432957	1.442069931	0.106663748	0.487340764	0.88168901	0.366269013	0.562951537	0.176532434	0.616213554	0.835601586
名古屋市	1.157067688	0.912631269	0.661717294	0.878516896	0.950419033	0.92531817	0.810044653	0.974967149	0.531594455	0.709217395	0.822050005
京都市	0.717051871	0.335229708	0.223501572	0.344493471	1.222498472	1.440670136	0.864829003	0.798036342	3.823756393	0.640351673	0.381189301
神戸市	0.710400844	0.59642435	0.343295275	0.261188343	1.095069576	1.325906025	0.310938165	0.598324521	0.862440567	0.490477878	0.406682399
大阪市	0.931897328	0.998557931	0.822746649	1.14493105	1.469088489	0.784071441	1.415121989	0.625899917	0.947120188	0.736266228	0.756201763
広島市	1.263456373	1.122171306	0.387588837	0.581589013	0.804669924	0.834396632	0.468842057	1.211504399	0.617020032	0.476926766	0.593463091
北九州市	1.351671774	0.463293037	0.204764412	0.317114229	0.518548473	0.681989179	0.358327894	0.324688443	0	0.547322486	0.05524718
福岡市	1.40971336	0.877295262	0.75509128	0.831460016	0.962640189	0.769981628	0.663809805	0.437777791	0.472087286	0.799879396	0.835887735

（出典：平成 21 年度経済センサス「産業（小分類）、別民営事業所数及び従業者数-全国、

都道府県、市区町村」より筆者作成）

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

特化産業数は上から東京（10 分野）、仙台市・京都市・大阪市・広島市（3 分野）となり、東京と他都市との差が大きく広がっている。東京は「建築」以外のすべての分野で特化しており、独占的な立ち位置が強まる。分野ごとには、京都が「著述・芸術」で特化係数 3.0 を超え、年々特化が独占化している傾向にある。また「テレビ・ラジオ」に全体的な特化係数の減少が見られる。

表 8 2009 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業事務所数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.370228295	0.644914274	0.756765426	0.792736022	0.694320528	0.937980159	0.645336909	0.710192618	0.595649989	0.704351842	0.490817215
仙台市	1.258586349	1.244674517	0.729162913	0.838606626	0.759954201	1.144142139	0.626738713	0.574075426	0.422300283	0.734164305	0.520870611
千葉市	1.419718482	0.777334229	0.423436005	0.477296894	0.767363249	1.011628065	0.530755115	0.445694357	0.223778036	0.681439786	0.194831092
東京23区	0.842315279	1.387304884	1.457357745	1.445816567	1.111812261	0.930408757	1.090347247	1.555426997	1.283386915	1.471564935	1.894968964
横浜市	1.408942571	0.47249822	0.912935769	0.449695618	0.699895322	1.115328181	0.638978541	0.798882181	0.942079784	0.683398768	0.566914332
川崎市	1.482473827	0.441262496	0.901547668	0.274057223	0.620317613	2.605593732	0.625147633	0.706803155	0.310518053	0.697428312	0.794155478
名古屋市	1.032570421	0.750561945	0.774208649	0.896842574	0.907161394	1.063106078	0.773182482	0.788964241	0.516691194	0.778010663	0.522955613
京都市	0.873887422	0.398386002	0.306348827	0.426812771	1.236136574	1.187491639	0.783602124	0.6700309	2.775422483	0.650885277	0.320356858
神戸市	0.808728297	0.469345018	0.449312221	0.393978554	1.123532601	1.301498642	0.640663415	0.766468333	0.928912014	0.606370074	0.333610215
大阪市	0.747771463	1.137234252	0.963060052	1.188315602	1.205757393	0.624339759	1.110127537	0.716944616	0.973308594	0.861872229	0.642615965
広島市	1.316869119	1.00714661	0.581132221	0.805059494	0.758181308	0.939972095	0.621386822	0.60495828	0.472488533	0.687604697	0.437080085
北九州市	1.316004812	0.498766341	0.310747924	0.323851959	0.741330351	0.92029636	0.575205496	0.476623258	0	0.630490815	0.187516232
福岡市	1.004299092	1.188757936	1.048912819	1.02642841	1.027844661	0.891250988	0.759275683	0.600843542	0.642702461	0.852672889	0.589542005

（出典：平成 21 年度経済センサス「産業（小分類）、別民営事業所数及び従業者数-全国、都道府県、市区町村」より筆者作成）

特化産業数は東京（9 分野）、福岡市（5 分野）、大阪市（4 分野）と順位は変わらないものの東京と他都市の間に開きが出始めている。これは東京が「音楽」、「写真・アニメ・映画」、「舞台」では独占を維持しながら「テレビ・ラジオ」、「ファッション」でも特化し始めた結果である。京都では従業員数で強みを見せていた「著述・芸術」が事務所数でも 2.7 に達し、急上昇の傾向を見せている。

2014 年（平成 26 年度）

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

表 9 2014 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業従業員数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.264932376	0.86502739	0.526607337	0.505155779	0.68488655	1.227517095	0.450670442	0.407261936	0.639944811	0.752780417	0.589226185
仙台市	1.641657492	1.020560532	0.445069331	0.607580227	0.713340779	1.002030931	0.384363517	0.661878064	0.266711048	0.54926613	0.895507003
千葉市	1.315420788	0.404112926	0.441662121	0.223903504	0.584427255	0.939732985	0.165714708	1.340646737	0.125678123	0.450400008	0.348260732
東京23区	0.876422057	1.429654154	1.48523578	1.5602107	1.042716541	0.977824567	1.44731265	1.570094195	1.042303025	1.515912194	1.615820469
横浜市	1.098737338	0.266040259	0.849196503	0.25061612	0.683738497	1.249916721	0.39644883	0.478406023	0.870453515	0.485186529	0.357636173
川崎市	0.998457808	0.304103844	1.611093747	0.095038305	0.526848302	0.812045863	0.24416104	0.467976292	0.359960258	0.586046634	0.569804125
名古屋市	1.127670475	0.926347723	0.609179841	0.814259682	0.906603711	1.157408146	0.765937537	0.590733272	1.015626968	0.73205945	0.716690333
京都市	0.697729756	0.289587992	0.200787984	0.325337554	1.344619097	1.293664894	0.756065914	0.49771991	5.214604543	0.561083221	0.361248629
神戸市	0.688049823	0.274424836	0.310818803	0.19393643	1.272375888	1.078198305	0.340629068	0.530394401	0.545515938	0.396494524	0.30044114
大阪市	0.965015292	0.985531069	0.843058733	1.079960028	1.453644039	0.72778403	1.396608366	0.748653689	0.55044777	0.712325628	0.693410428
広島市	1.364703058	1.139683874	0.434231269	0.603235104	0.738160802	1.108999261	0.329932335	0.501497594	0.480128588	0.685120271	1.173467245
北九州市	1.317642667	0.225996861	0.177410563	0.298267385	0.567116633	0.77807892	0.361595451	0.442670405	0.226352025	0.529795175	0.058019093
福岡市	1.133430541	0.972899396	0.716538174	0.937539985	0.97224807	0.870056626	0.708081305	0.557046931	1.097342568	0.858189214	0.457719568

（出典：平成 26 年度経済センサス「産業（小分類）、別民営事業所数及び従業者数-全国、都道府県、市区町村」より筆者作成）

特化産業上位都市は東京（9分野）、広島市（4分野）、仙台市・名古屋市・大阪市（3分野）となり、前回までと比べると広島市が福岡市と入れ替わっている。京都の「著述・芸術」が 5.0 を超え、全分野の中で最も高い特化係数を記録している。

表 10 2014 年の 13 大都市におけるクリエイティブ産業事務所数を示す特化係数

	建築	テレビ・ラジオ	ゲームソフト ウェア	広告	ファッション	工芸	デザイン	音楽	著述・芸術	写真・アニメ・ 映画	舞台
札幌市	1.308215744	0.698236177	0.827273686	0.78750163	0.758264789	1.008129749	0.486071819	0.66587155	0.683438513	0.868572348	0.499909644
仙台市	1.338715976	1.345742389	0.770589819	0.843013631	0.811199616	1.044035229	0.429057377	0.672502	0.298483843	0.772109323	0.470248667
千葉市	1.427708474	0.765027217	0.527107177	0.482042466	0.842455771	0.965389126	0.224278592	0.629251273	0.246038904	0.63409777	0.193811942
東京23区	0.845897753	1.230815301	1.360630023	1.424503276	0.996370414	0.999846335	1.499234331	1.43587829	1.390406075	1.420625962	1.904137034
横浜市	1.386278159	0.461808629	0.900490517	0.404670563	0.798873874	0.88659589	0.468643007	0.768738967	0.990142455	0.667490089	0.457010024
川崎市	1.415113243	0.485647593	0.845932664	0.304681096	0.65317757	0.667493326	0.431990968	0.591785996	0.520627235	0.689108548	0.734785956
名古屋市	1.026809897	0.830272065	0.853449559	0.95722682	0.934661848	1.145754148	0.773906402	0.874422259	0.890073905	0.797491646	0.63686601
京都市	0.88885665	0.401708422	0.36002787	0.467796536	1.212710977	1.387863577	0.724717097	0.823008687	2.385095231	0.720936067	0.401203859
神戸市	0.814014626	0.487223042	0.518007224	0.364145389	1.223454357	1.340216242	0.509083413	0.68700238	0.62677939	0.580330131	0.401157418
大阪市	0.73161977	1.447583723	1.052491016	1.182597485	1.324235875	0.742100256	1.444523292	0.85520246	0.504350778	0.90654514	0.595937485
広島市	1.302170776	1.006993404	0.620412855	0.851500198	0.795645747	1.062422236	0.37374902	0.624492034	0.404821469	0.674935461	0.398611936
北九州市	1.34234335	0.529384956	0.336060512	0.342228659	0.757051626	1.045997102	0.322331644	0.622043523	0.170254458	0.604547057	0.201171522
福岡市	1.017667737	1.207770647	1.118416455	1.145449604	1.128608509	0.982121356	0.736783525	0.812685644	0.995971156	0.925964626	0.598223348

（出典：平成 26 年度経済センサス「産業（小分類）、別民営事業所数及び従業者数-全国、都道府県、市区町村」より筆者作成）

特化産業数は東京（8分野）、福岡市・大阪市（5分野）、仙台市・京都市（3分野）の順である。横浜が「工芸」で特化から外れ、「建築」のみとなっている。

## 4.5. 考察

本節では 4.4 での分析結果を受けて、都市の比較優位を総合的にまとめながら、横浜の現状を考察していく。

### 4.5.1. 13 大都市でみる全国的動向

13 大都市における特化係数の推移について重要な点を述べるとすると、次の 2 点が指摘できる。

第一に、特化している産業数に偏りがあることが挙げられる。従業員数、事務所数ともに東京の独占傾向が顕著に現れており、どの年度においても例外なく東京が首位である。一方で、東京と 2 番手の都市との開き具合には従業員数と事務所数で差が見られる。従業員数では、2001 年から 2014 年まで一貫して東京とそれ以外の都市の間に大きな差があり、東京は 9 または 10 分野で特化しているのに対し 2 番手の都市は半数の 4 分野程度にとどまる。対する事務所数では、2001 年から 2006 年までは東京が 7 分野と比較的控えめの水準で、2 番手、3 番手の福岡市、大阪市とあまり差がない。2009 年以降東京が 9 から 10 分野に特化産業数を伸ばし従業員数と同水準になると、2 番手以降との差は開き独占の傾向が出てくる。

第二に、産業ごとに特化している都市が定まり、集積の傾向が年々強まっていることがわかる。「写真・アニメ・映画」と「舞台」では一貫して東京が独占的に特化しており、いわゆる「コンテンツ産業」<sup>3</sup>の集積地としての立ち位置を確認することができる。「著述・芸術」では京都市の特化係数が非常に高い。特に 2009 年から急上昇しており、2011 年時点で従業員数は約 5.2 倍、事務所数は約 2.4 倍という 11 分野の中でも最も集積格差の大きい産業となった。この大きな上昇幅の要因としては、2007 年に策定された「京都文化芸術都市創生計

---

<sup>3</sup> 創作物など情報の内容を扱う産業分類を指す。経済産業省の定義は「映画、アニメ、ゲーム、書籍、音楽等の制作・流通を担う産業の総称」。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

画」が有力である。当計画では、長い文化都市としての歴史を持つ京都市の芸術や文化財を学術や産業と連携して活性化することを目標としており、芸術家の育成・活動支援に積極的に取り組んでいる。

「ゲームソフトウェア」では川崎市が象徴的だ。従業員数では常に特化しており、2001年、2006年、2011年には東京を上回る高水準を示している一方で、事務所数では一度も特化していないことから、従業員数の多い大企業が複数川崎市に集積していることが推測される。「広告」「デザイン」では東京と大阪市の2都市が一貫して強く、これは他企業からの受注などが多い当分野の性質上、企業本社が集積している大都市近くに寄せる必要があることが理由として挙げられる。また、両分野の産業としての関連性の高さも反映されている。

「建築」「工芸」に関しては地方都市が強く、逆に東京や大阪市などの大都市は特化していない。地方都市の「建築」が強い点に関しては、大都市圏と地方圏では建設業界の担う事業の幅が異なることが理由として挙げられる。大都市圏の建設業は業務の幅が狭く、取引先も限定的で自社施工比率も低い。一方地方圏では、純粋なビルや住宅の受注以外にも、災害対応やインフラの維持補修など公共工事を幅広く行っており、地域の生活を支える重要な役割を担っている。「工芸」に関しては、地方に伝わる伝統芸能の流派や、伝統芸術を含む骨董品の取り扱いが大都市圏よりも多いことが考えられる。実際に、伝統芸能や伝統芸術の集積地として知られる京都市の特化係数が最も高い。

### 4.5.2. 横浜市における動向

横浜市の特化係数の推移に焦点を当ててみると、次の2点を指摘できる。

第一に、東京と横浜の特化産業から、横浜市が東京との差別化を図っている可能性である。従業員数と事務所数に共通して、東京は「建築」「工芸」の2分野でのみ特化していない。一方で、横浜市は東京の穴である「建築」「工芸」の2分野での特化が示されている。この関係性から、横浜市は隣接する大都市

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

東京との差別化を図ることで、クリエイティブシティとしての独自の立場を主張している可能性が推測される。2009年に横浜市都市経営局国際政策室より提出された「国際都市戦略」に関する文書では、横浜の優位性について次のような言及がされている。「横浜の『国際都市』としての優位性を考えるにあたっては、東京に近接し、東京への転出・流出が極めて多いという現実を無視することはできない。全国平均的に見た横浜の優位性を分析しても意味は無く、東京、大阪や京都といった国内の都市のみならず、世界の先進都市との比較を念頭においたうえで、横浜の相対的優位性を探ることが戦略的には重要となる。」

この現状に対する戦略として「東京・地方都市と明確に差別化できる魅了的創造と発信」と題し、①環境モデル都市提案の実現、横浜らしい魅力ある景観づくりを進めるための都市デザインの推進、②文化芸術都市＝クリエイティブシティ・ヨコハマでの文化・芸術の持つ創造性を活かしたまちづくりの推進、という2つの方針を掲げている。①の管轄は都市整備局であり、②は150周年創造都市事業本部であることを考えると、「建築」「工芸」分野が特化している理由として、差別化戦略との関連性も考慮すべきである。

第二に、横浜市の特化係数における、行政による助成支援制度の効果の表れについてである。ここでは大きく2つのパターンに分けて、①特化係数に効果が見られる分野と、②効果はあるが特化係数上には表れていない分野について考察する。

まず、支援制度の効果が特化係数から読み取れるパターンとして、「建築」「音楽」「写真・アニメ・映画」の分野が挙げられる。この3分野は3.3.2で述べた「クリエイター・アーティストのための事務所等開設支援助成制度」の対象産業に指定されており、アーツコミッション・ヨコハマが積極的に活動を支援している。3分野の特化係数の推移を見ると、いずれも従業員数、事務所数ともに年々上昇傾向にある。この中で特化しているのは「建築」のみだが、「音

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

楽」「写真・アニメ・映画」は特化こそしていないものの上り幅は非常に大きく、2分野共通して従業員数で約30%、事務所数で約20%の推移（2001年～2014年）を見せている。支援制度の成果が、特化係数に反映されていることが推測される。

次に、特化係数上では減少傾向にあるが支援制度の効果が認められるパターンの「デザイン」分野に関してである。特化係数で見ると従業員数、事務所数ともに年々減少傾向にあり、2014年時点では約0.2倍という低水準にとどまる。一方で、特化係数を計算する前の純粋な従業員数、事務所数の数値で見ると、いずれも年々増加傾向にあることがわかる。「デザイン」はクリエイティブ産業の中でも様々な領域との掛け合いができるため文化芸術の中核的な分野であり、事務所等開設支援助成制度の対象産業にも指定されている。上野・鈴木(2014)の横浜市におけるクリエイティブ産業のGIS分析によれば、横浜の「デザイン」分野はとりわけ関内外地区に集積が進んでおり、当地区が支援助成制度の対象地域であることから、この集積傾向は行政による支援の効果の表れであると見られている。効果がありながらも特化係数が減少している理由は、やはり「デザイン」分野における東京、大阪市の集積度合いと比べると規模の点で劣ることが挙げられる。これらの大都市圏では、大手企業からの受注を扱うような比較的規模の大きいデザイン事務所が集積している。横浜市の支援政策によって集積している「デザイン」業は、シェアオフィスやアーティスト・イン・レジデンス等を利用した小規模なものが多く、小規模同士が交流し繋がることで広がるネットワークの構築を目指している。すなわち、特化係数で見ると東京には規模で及ばない部分が現状として多く見受けられるが、横浜市の積極的な取り組みの成果が元の数値から読み取れる部分もある、と言える。

第一と第二で示した内容を踏まえ、東京に隣接するクリエイティブシティとしての横浜市の産業規模の現状を総括する。結論としては、特化係数で見ると

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

と東京や他の大都市圏が強く、横浜市はあまり目立たないと言える。横浜市の独自性を活かし、クリエイティブ産業を強化しようとする取り組みが数値から読み取れる部分も確かに存在するが、隣接する東京の集積規模が大きく分野も幅広いことから、相対的に横浜市の特化係数は低く計算されているのが現状である。また、東京を除いた特化係数で他の地方都市と比較してみても、突出した強みは見られない。クリエイティブ産業規模において、現時点で横浜市は全国的に優位ではないことが分かった。

一方で横浜市は、東京との差別化を図って独自の強みを集中的に育成する策を掲げ、大都市にはないクリエイター同士の密な繋がりや市民との交流による創造性を目指すなど、積極的な取り組みを行っていることも事実である。そうした都市全体のネットワーク構築という強みは、今回の特化係数分析のような産業規模の数値にはあまり反映されていないことが推察される。そこで次章では、横浜市の積極的な取り組みの効果がどのように現れているのかを検証するため、クリエイターへの聞き取り調査を元にした横浜のネットワークに関する事例研究を行う。

## 5. 横浜のネットワーク構造

4章では、産業規模の数値で見ると東京独占の傾向が強く、横浜は目立たない現状であること、横浜独自の方針として掲げられているクリエイティブ産業を巡るネットワークの構築は産業規模の数値には表れにくいことを指摘した。その上で、「なぜクリエイティブ産業規模では目立たない横浜が、日本の代表的なクリエイティブシティとして認知されているのか」を探るためには、横浜の目指すネットワーク構築について分析する必要があることを示した。ネットワークの機能と効果を検証するにあたり、特に当事者であるクリエイターが横浜のネットワークによる効果をどのように捉えているか、というところに焦点を当てた事例研究を行う。

本章では、2017年にタイププロジェクト株式会社（東京都練馬区）から開発された「濱明朝体」という横浜の都市フォント制作プロジェクトを取り上げ、その企画・制作を担当されたフォントデザイナーの両見英世氏に聞き取り調査を行い、クリエイティブシティとしての横浜のネットワーク構造やその効果について探る。前章の特化係数を扱った分析とは異なり、聞き取り調査という手法をとることで数値上では見えにくかった現場のネットワークシステムにクローズアップした分析となることを期待するものである。

濱明朝体プロジェクトを事例研究の対象に選んだ理由として、以下の2点がある。第一に、濱明朝体は制作過程での横浜のネットワークとの関連性が高い。制作は横浜のクリエイターが集まるシェアオフィスを拠点として行われ、市民との対話によるイメージの抽出やクラウドファンディングの実施など、ネットワークの強みを活かした事例である。本稿の焦点である、クリエイティブシティにおける市民性について考察する上でも示唆に富んでいると言える。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

第二に、担当デザイナーの両見氏は横浜市民ではなく、地域コミュニティと関わる他のクリエイティブ活動も扱っているため、他都市と比較した横浜の特異性を客観的にクリエイターの視点から検証する上でも適した事例だと考えられる。

なお、本章における記述は特に断りのない限り、2018年12月4日に行った両見氏への聞き取り調査の結果をもとにしている。

### 5.1. 「濱明朝体」都市フォントプロジェクトの概要

#### 5.1.1. プロジェクト企画の背景

海外では日本より早く都市ブランディングの重要性が注目され、その一環として都市フォントが活用されてきた。代表的なものとして、ローマ・ブリストル・ベルリン・ソウルなどのオリジナル都市フォントが挙げられ、街中の案内表示やウェブサイト、ポスターなど視覚的な都市のアイデンティティツールとして利用されている様子が見られる。日本では都市名を冠したフォントとして **Osaka** や筑紫明朝体などが知られているが、実際に都市をイメージして構想されたものとしては2009年に開発された名古屋の金シャチフォントや2015年の東京シティフォントなど未だ数は少なく、いずれも新しい。

濱明朝体は、そうした海外の都市フォント構想に触発される形で、2009年の横浜開港150周年を機に制作された。横浜の景観をイメージしたデザインで、港を往来するフェリーや水平線を模したほっそりした横画と、海上から望んだ建築群を表すどっしりした縦画の対比が特徴である。「横浜という都市の幅の広さや新しいものを取り入れるといった懐の深さを表現」しており、現在地元企業のブランドロゴなどにも使用が広がっている。本稿の産業分類に則ると濱明朝体を含む都市フォントは「デザイン」に分類されるが、都市のコミュニケーションツールとしての性質上、同分野の中でも特に市民や行政との認識の共有

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

を求められる点が都市フォントの特性と言える。

図 1 濱明朝体と使用事例



（出典：タイププロジェクト株式会社公式サイト）

### 5.1.2. 制作段階における横浜のネットワークとの関わり

濱明朝体の制作過程では、そうした認識の共有や都市との調和を実現する手段として横浜の強みであるネットワークが活用されており、特に次の3点に言及する。

第一に、濱明朝体のデザインの核となっている「港」は、フィールドワークや横浜市民の参加するワークショップなどから抽出した声をもとにしている。2009年に横浜に関する意見交流を行う場として一般に開催されたワークショップ「イマジン・ヨコハマ」（横浜市主催）では、約500人の市民が参加し、横浜という都市の在り方についての積極的な議論を行った。濱明朝体は「市民を巻き込むだけでなく、市民の声を取り入れる」ことに重点を置き、制作者がこうした市民との交流の場に参加して実際の声から抽出したキーワードを軸

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

に制作している。

第二に、制作の拠点を横浜市内の中華街に位置するシェアオフィスとすることで、横浜のクリエイター同士との繋がりから得る機会や影響があったと述べている。3.3でも触れた通り、横浜市はシェアオフィスやアーティスト・イン・レジデンスを活用した事務所開設に対する支援助成に積極的に取り組んでおり、分野の垣根を超えたクリエイター同士の交流を促すことで創造性の相互作用を図っている。実際に100人規模のクリエイターが集まって集合知の生み出しを図る議論の場や、展示会における制作のコラボレーションが実現している。こうした側面からクリエイターにとってもクリエイター同士のコミュニティに所属する重要性は高く、その後の活動に対する姿勢においても「プロジェクトを指揮する立場になった際に、トップダウン型の連携ではなく、等身大で各々の経験を活かすスタイル」を重視するようになるなど、クリエイター自身に与える影響も見られる。

第三に、新たな資金調達の試みとしてクラウドファンディングを実施し、結果的に行政やマスメディアなど業界を超えたバックアップを獲得している。本来フォント制作は数年単位の開発期間を要することから資金額が大きく、支援を申し出る他企業との連携による資金確保にも限界があるため、コスト面の壁が課題となる。濱明朝体では、広く一般からの支援を募ることで資金を確保すると同時に、支援者となることで市民の都市フォントへの参加意識が高まる効果を期待し、クラウドファンディングを実施した。横浜市ではこうした新たな取り組みに対する寛容度の高さが指摘されているが、今回のクラウドファンディングについても行政からの投資や、新聞社各社、地域ラジオといったマスメディアによる積極的な販促支援、市民からの支援コメントなどが得られ、クリエイティブ産業の枠を超えた都市のネットワーク構造が効果的に働いている。

## 5.2. 横浜のネットワーク構造の強み

本節では、3.3 で述べたアーツコミッション・ヨコハマをはじめとするネットワーク形成のための諸施策や、5.1 で挙げた濱明朝体の制作過程における都市のネットワークの活用事例を踏まえ、横浜のネットワーク構造についてクリエイターの目線から考察する。

### 5.2.1. ネットワーク構造がもたらす強み

クリエイティブシティの在り方は典型がなく都市によって様々であるが、横浜にとってはこれまでに説明して来たネットワーク構造が強みとして機能しており、クリエイティブシティとして他の主要都市と差別化される点であることが推察される。クリエイター側から見たネットワークの形成によってもたらされる強みとして、両見氏からは主に次の2点が指摘された。

第一に、クリエイターが横浜を拠点として定着するようになり、交流会議やワークショップを通じてコラボレーションによる分野の広がりが発生することである。濱明朝体の事例では市民や行政、他企業など幅広い対象との関わりがあったなか、クリエイター同士の交流による影響が最も大きかったという。クリエイティブ産業内の分野の境を超えた交流が、新たな発想や発表形態に繋がる機会をもたらすことに加え、その後の創作活動に対する姿勢にも影響を与える可能性がある点でもインパクトの大きさが伺える。

一方で、東京はクリエイターの拠点が点でポツポツと存在している傾向が見られ、分野を超えた地域包括的な相互関係はない。零細規模のクリエイターにとって東京は地域社会からのバックアップが望めず拠点として不安定であることから、独立した活動を行う大規模のクリエイティブ企業やクリエイターの定着化が進み、特化係数上では東京独占の傾向が見られたと考えられる。横浜は、多様なクリエイターを地域社会に組み込んでバックアップするネットワーク構

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

造の上に成り立つことで交流のしやすい環境が整っており、この点は数値上では見えにくいですが横浜の強みとして重要である。

クリエイティブ活動を行う際のネットワークの重要性は先行研究でも指摘されている。ホール(2010)は、イノベーションの場を「シナジーが効率よく機能し、イノベーションが絶えず生み出されている場所」と定義した上で、シナジーを機能させるには社会的なネットワークが必要不可欠であると指摘する。点在的なイノベーションはシナジーを生み出すことが難しく、シナジーによって持続的なイノベーションを実現している場こそが創造の場として認められるのである。支援制度を安定させて横浜のネットワークを充実させ、分野を超えた交流による新たな創造性の誕生が促進されるような環境を整えていくことで、持続可能なクリエイティブシティを確立することが可能となる。

第二に、社会包括的な繋がりを持つことで都市全体の寛容度が高まり、新しいことを積極的に受け入れ関心を寄せる空気が生じることが挙げられる。風土的多様性を特徴とする横浜において寛容度の高さは都市社会の点から見ても重要である。横浜では創作活動に対する行政や企業の協力的な姿勢に加えて、特に市民が積極的にイベントの場にも参加している。行政も環境整備などを通じて市民力の発揮をバックアップする方針を示しており、実際に創造の場への市民の参加傾向は高まっている。横浜で3年に一度開催されているトリエンナーレではボランティアである市民サポーターが運営に貢献しているが、サポーターの参加率は年々上昇傾向にある。表11はその推移を示したものである。2011年に一時的な減少が見られるが、これに関しては同年に東日本大震災が発生したこともあり、ボランティア志願者が東北支援へとまわった影響によるものと推察される。全体的に見れば第一回目である2001年から直近の2017年にかけて登録者数は倍増しており、創造の場への参加意欲の高まりが見て取れる。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

表 11 トリエンナーレ市民サポーターボランティア登録者数推移

開催年	2001年	2005年	2008年	2011年	2014年	2017年
ボランティア登録者数	719人	1,222人	1,510人	940人	1,631人	1,474人

(ヨコハマトリエンナーレ 2017 記録集より筆者作成)

以上のネットワーク構造による強みを踏まえると、クリエイターの姿勢や都市の空気に影響を及ぼすといった、長期的な目線でクリエイティビティを發揮し続けるための環境作りが横浜の特長である。この環境作りによって得られるクリエイティビティの持続可能性こそが他都市と比較した際の横浜の強みであると考え、クリエイティブシティは単なるクリエイティブ産業規模だけでなく、クリエイターを中心に都市全体を繋ぐ社会的な構造によって認められる部分の大きいと推測される。これらを総括すると、横浜が日本の代表的なクリエイティブシティとして認識されている背景には、ネットワーク構造に基づく持続可能性および地域社会と芸術の融合があると言える。

### 5.3. ネットワークにおける市民的創造性

ここまでで、都市のネットワーク構造がクリエイティブシティ・ヨコハマの強みとしての効果を生み出していることを確認した。また聞き取り調査を通じて、クリエイターの視点からも横浜のネットワーク構造がもたらす効果は東京や他都市とは差別化された横浜独自の特長として認識されていることが分かった。3章で述べた2004年発表のクリエイティブシティ・ヨコハマの初期の4つの目標（①アーティスト・クリエイターが住みたくなる創造環境の実現、②創造的産業クラスターの形成による経済活性化、③魅力ある地域資源の活用、④市民が主導する文化芸術都市づくり）は、現時点で概ね実現されていると考え

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

られる。注目すべきは、その後 2010 年に改められた「すべての市民はアーティストである」という新都市像に基づいて目指されることになった、創造的活動の担い手としての市民の存在である。

本節では、クリエイティブシティ・ヨコハマのネットワーク構造において、市民的創造性がどのような役割を担うものとして必要とされるのかを考察する。その際、2.5 の先行研究で示した市民的創造性の価値である「革新的な解決策の持続的な流れを生み出す」作用に留意しつつ、①市民の力が実際に横浜で活用されている場面と、②行政が 2010 年以降の新都市像で市民に期待する姿の 2 点を主に参考とする。新都市像で示されているような「すべての市民がアーティスト」となるクリエイティブシティ・ヨコハマの進展のためには、ネットワーク構造における市民の役割を明らかにする必要があるという観点から考察を進める。

### 5.3.1. クリエーターとの交流によるアイデアの相互作用

#### クリエイターへの影響

先述の通り、横浜ではワークショップやイベントサポーターなどといった創造の場への市民の積極的な参加を促進しており、実際の参加率は上昇傾向にある。市民の参加が増えることは、創造の場の規模が広がり活性化するだけでなく、クリエイターがアイデアや課題を抽出する糸口にもなり得る。実際に濱明朝体の事例では市民の声を参考にキーワードの抽出が行われたように、都市社会や市民生活との関わりが深い文化芸術分野ほど、市民との交流が活きることが考えられる。

#### クリエイターからの学び

一方で、市民がクリエイターとの交流から得る創造的な知見もある。クリエイターが課題に対して採る創造的解決の発想や手法を学ぶことで、市民の創造的な視点を育むことが期待できる。新都市像では市民が芸術の鑑賞者から創造者

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

へと新たに位置付けられたことから、今後はこの市民がクリエイターから創造性を学び、自身で活かしていくという役割の必要性が指摘できる。

この点について、横浜市は創造者としての市民に次のような行動を期待している。まず学校や福祉施設などにおいて、クリエイターの創造的視点に通ずるような文化芸術活動を重視した体制をとり、市民一人ひとりの創造性の発揮を支援する。その上で、福祉・教育・環境問題などの地域が抱える多様な課題に対し、地域のNPOや自治体が市民協働で創造的な解決に取り組むという方向性である。すなわち、市民が創造的な視点で街づくりに参加できるような育成体制、協働事業の推進を図っている。そのためには、クリエイターと市民が交流を通じ、創造的活動プロセスの知見を共有することが望まれる。

市民が創造の場に積極的に参加し、クリエイターとの交流が活性化することで、以上のような有益な相互作用が期待できる。市民には、クリエイターの創造的活動に寄与しうる可能性を持ちながら、同時に創造的視点を学び地域の課題解決を担う役割を求められている。

### 5.3.2. 地域コミュニティの活性化を通じたネットワーク強化

#### 東京に隣接する横浜の独自性

前節で詳しく述べたように、横浜がクリエイティブシティと認められるに足る強みはそのネットワーク構造にあるが、実際にネットワークが機能するためには制度を軸とした地域コミュニティとの繋がりが必要である。市民には、先述の創造の場への積極的参加だけでなく、地域コミュニティへの参加が重要な役割として挙げられる。特に多様性が特徴で大都市圏に近い横浜においては、意識的に地域連携を図ることが求められる。これに関しては今までにも積極的に取り組まれてきており、その結果としての横浜の都市の寛容度の高さがある。この点は東京との差別化を図る上でも重要性を指摘してきた。新しいものや異なるものを受け入れる空気を醸成する主体としての役割を持っていると言える。

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

### 都市部以外での地域コミュニティ形成

新都市像に当てはめた今後の横浜を考えると、都市部以外での地域コミュニティ形成を浸透させていく必要がある。現在は関内外地区など、創造界隈の拠点として取り組まれてきた横浜中心部が活動的なネットワークのもとで機能しているが、クリエイティブシティ・ヨコハマとしての対外的な認知はそうした中心部のみにとどまる。今後はその他のエリアにも地域コミュニティの連携を広げ、横浜の独自性であるネットワーク構造をより積極的に展開していくことが望ましい。そうすることで、クリエイターと地域市民との協働的な取り組みが都市部以外でも行われ、各地域コミュニティの活性化が促進される。

このように、ネットワーク構造を支える地域コミュニティの構成要素としての市民の役割も考えられる。

## 5.4. 結論

本章では、横浜がクリエイティブシティとして認知されている理由について分析・考察し、その中でクリエイティブシティにとって重要な要素である市民がどのように位置付けられるかを指摘した。

横浜がクリエイティブシティと認められる最大の要因は、クリエイター・市民・行政・企業・他の連携都市などを繋ぐネットワーク構造であることを導いた。アーツコミッション・ヨコハマの諸施策によって連携された都市社会の在り方は、隣接した東京をはじめとする大都市圏と横浜を差別化する強みである。そのネットワーク構造の強みは、主に①分野横断が可能な環境が生み出す創造の広がり持続可能性、②新しい創造性を受容する都市の寛容度の高さ、の2点に集約される。

クリエイティブシティ・ヨコハマにおける市民については、ネットワーク

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

構造の基盤形成後に掲げられた新都市像の中心的立ち位置として示されている。その役割は大きく2つあり、①クリエイターとの交流を通じて得た創造的視点を地域の街づくりに活かす主体、②地域コミュニティへの積極的参加を通じて、横浜のネットワーク構造の強みを広めながら支えていく主体、としての立ち回りを指摘した。

以上を踏まえて、2010年にクリエイティブシティ・ヨコハマの新都市像として掲げられた「すべての市民はアーティストである」というテーマの意味について考察する。ここでいう「アーティスト」とは必ずしもクリエイター同様に文化芸術分野でのアウトプットを行う主体を指すわけではないと考えられる。文化芸術分野から得られる創造的視点や発想を基盤とした「街づくりの担い手」という解釈が適切であり、各個人が創造的視点を持って都市を活性化させることが現在のクリエイティブシティ・ヨコハマの意図であることが示唆されている。

## 6. 終わりに

本稿では、現代都市とは異なる都市像としてのクリエイティブシティの定義について先行研究を元に整理し、その中における市民の重要性を指摘した後、横浜の都市政策であるクリエイティブシティ・ヨコハマの目的と背景を示した。クリエイティブシティ・ヨコハマについて研究するにあたり、根本的に横浜が日本の代表的なクリエイティブシティとして認識されている理由を検証するため、横浜のクリエイティブ産業の実態を特化係数によって分析した。その結果、他の 12 都市と比べて横浜市の産業規模は目立たない水準であることが明らかになった。

数値による分析とは異なる側面から横浜の特長を探るため、濱明朝体プロジェクトを事例として聞き取り調査の結果を元に考察を行った。調査から、横浜のクリエイティブシティとしての強みはクリエイター・市民・行政・企業・他の連携都市などを繋ぐネットワーク構造にあることが導かれ、それによってもたらされる創造の広がりや持続可能性、都市の寛容度の高さなどが横浜を他都市と差別化する特長であることが分かった。最終的に、横浜のネットワーク構造に位置付けられる市民の役割として、①クリエイターとの交流を通じて得た創造的視点を地域の街づくりに活かす主体、②地域コミュニティへの積極的参加を通じて、横浜のネットワーク構造の強みを広めながら支えていく主体、の 2 点が重要であるという結論を得た。

本稿に残された課題として、以下の 2 点が挙げられる。第一に、横浜の実態を分析した際、産業規模に関する特化係数分析以外に他の統計資料にあたってみる必要があったと言える。また別の視点から定量的に横浜の強みを導くことが出来た可能性がある。第二に、聞き取り調査先として、例えばアーツコミッ

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ション・ヨコハマや行政などのネットワーク構築の運営に携わる機関にも取材すると、より踏み込んだ横浜の現状を探ることが出来たと考えられる。一方で、クリエイター自身という貴重な視点から横浜のネットワーク構造を考察することが出来たという点で、本稿の意義は認められる。

## 謝辞

本稿の執筆過程では多くの方にお世話になり、この場で深く感謝を申し上げます。

指導教授である長田進教授（慶應義塾大学経済学部）には1年にわたり毎週熱心なご指導を頂いた。方向性が定まらず知識も乏しい筆者に対し、多くの知的な視点を投げかけていただき、常に学びを得る貴重な環境であった。

今年度共に研究プロジェクトを履修した天野央登（慶應義塾大学経済学部3年）、また何度も授業に同席していただいた柴辻優樹（慶應義塾大学経済学研究科修士課程）をはじめとする関係各者には貴重なアドバイスを頂いた。

研究プロジェクトコーディネーターの先生方、TA・SA、今年度履修者の皆様には1年間プロジェクトの環境を整えて頂いた。過去の履修者による研究成果論文も、本稿執筆の際に大いに参考となっている。

5章で取り上げた聞き取り調査にご協力頂いた、フォントデザイナーの両見英世氏、建築家の原崎寛明氏には、非常に親身に対応して頂き、クリエイター視点からの貴重な情報・ご意見を頂戴した。濱明朝体プロジェクトに関する聞き取り調査を承諾してくださったタイププロジェクト株式会社にも感謝を申し上げたい。本章は本稿における中核を成す部分である。

その上で、本稿に残る一切の誤りは筆者個人に帰するものである。

## 参考資料一覧

- 上野正也・鈴木伸治(2014)「横浜市における創造都市政策と創造産業の立地動向に関する研究」『公益社団法人日本都市計画学会 都市計画論文集』Vol.49 No.1 pp.11-18
- 岡俊明・吉村英俊(2010)「創造的都市論の課題と可能性」『都市政策研究所 紀要』Vol.4 pp.65-73
- 北九州市立大学都市政策研究所産業経済プロジェクト実行委員会(2008)「知的創造都市”Creative City”の形成・促進に関する研究」([https://www.kitakyu-u.ac.jp/iurps/pdf/creative\\_all.pdf](https://www.kitakyu-u.ac.jp/iurps/pdf/creative_all.pdf), 2019年1月15日最終確認)
- 小森正彦(2008)『アジアの都市間競争-東京は生き残れるか』(日本評論社)
- アナリー・サクセニアン著、山形浩生・柏木亮二訳(2009)『現代の二都物語』(日経BP社)
- 佐々木雅幸(1997)『創造都市の経済学』(勁草書房)
- 佐々木雅幸(2012)『創造都市への挑戦』(岩波書店)
- サスキア・サッセン著、伊豫谷登士翁監訳(2008)『グローバル・シティー-ニューヨーク・ロンドン・東京から世界を読む』(筑摩書房)
- ジェイン・ジェイコブス著、山形浩生訳(2010)『アメリカ大都市の生と死』(鹿島出版会)
- シビックプライド研究会編著(2008)『シビックプライド-都市のコミュニケーションをデザインする』(宣伝会議)
- シビックプライド研究会編著(2015)『シビックプライド 2【国内編】-都市と市民のかかわりをデザインする』(宣伝会議)
- アレン・J・スコット著、坂本秀和訳(2004)『グローバル・シティー・リー

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

ジョンズ-グローバル都市地域への理論と政策』（ダイヤモンド社）

- 鈴木伸治編著(2010)『創造性が都市を変える』（学芸出版社）
- 「創造都市横浜のこれまでとこれから Part2」編集委員会(2014)『創造都市横浜のこれまでとこれから Part2』（BankART1929）
- 都市経営局国際政策室(2009)「第二の開国をリードする横浜の「国際都市戦 略 」」  
(<http://www.city.yokohama.lg.jp/kokusai/about/guideline/kokusaisenryaku.pdf>, 2019年1月15日最終確認)
- ポール・L・ノックス、ピーター・J・テイラー共著、藤田直晴訳編(1997)『世界都市の論理』（鹿島出版界）
- トーマス・フリードマン著、伏見威蕃訳(2010)『フラット化する世界〔普及版〕(上)』（日本経済新聞出版社）
- トーマス・フリードマン著、伏見威蕃訳(2010)『フラット化する世界〔普及版〕(中)』（日本経済新聞出版社）
- トーマス・フリードマン著、伏見威蕃訳(2010)『フラット化する世界〔普及版〕(下)』（日本経済新聞出版社）
- リチャード・フロリダ著、井口典夫訳(2007)『クリエイティブ・クラスの世紀』（ダイヤモンド社）
- リチャード・フロリダ著、井口典夫訳(2008)『クリエイティブ資本論-新たな経済階級の台頭』（ダイヤモンド社）
- リチャード・フロリダ著、小長谷一之訳(2010)『クリエイティブ都市経済論』（日本評論社）
- 文化芸術・観光振興による都心部活性化検討委員会(2004)「文化芸術都市-クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言」  
(<http://www.city.yokohama.lg.jp/bunka/soutoshi/management/pdf/creativecity-yo>)

## クリエイティブシティにおける市民の役割に関する考察（島ひとみ）

kohama-teigen-h16.1.pdf, 2019年1月15日最終確認)

- 森記念財団都市戦略研究所(2016)『都市のイメージ調査』（一般財団法人森記念財団都市戦略研究所）
- 横浜トリエンナーレ組織委員会(2018)『ヨコハマトリエンナーレ 2017「星と星座とガラパゴス」記録集』（[http://www.yokohamatriennale.jp/archive/record/docs/YT2017doc\\_J\\_web.pdf](http://www.yokohamatriennale.jp/archive/record/docs/YT2017doc_J_web.pdf), 2019年1月15日最終確認）
- チャールズ・ランドリー著、後藤和子監訳(2003)『創造的都市-都市再生のための道具箱』（日本評論社）
  
- 本文 35 字×25 行×53 ページ、全 35717 文字