

公益財団法人ハイライフ研究所

連載インタビュー／都市の未来とライフスタイルの創造

第2回 クリエイティブ経済と創造都市

インタビュー 井口典夫氏 (都市プロデューサー、青山学院大学総合文化政策学部教授)



青山文化を発信する「青山学院アスタジオ」

司会：井口先生は東京大学卒業後、まず現在の国土交通省にて行政官としてお仕事をされ、その後は青山学院大学教授として、また都市プロデューサーとしてご活躍されています。今、インタビューしているこの青山学院アスタジオは先生がプロデュースされたとのことですが、企画された背景やコンセプトなどについてお聞かせ下さい。

井口：青山学院の創立 135 年記念事業として、大学の学生寮であったこの地に新しい時代を先取りするような、しかも建学の精神を受け継ぎ、かつ学校法人の経営にも寄与するような施設ができないかという議論をしていました。ご存知のように、青山はその時代毎に先端的な文化を発信してきました。かつて草月ホールでは武満徹、磯崎新、岡本太郎氏ら第一線の文化人が交流を重ね、それが日本の新しい文化芸術活動につながっていきました。

その後、VAN99 ホールでは前衛的な演劇活動等が展開され、またラフォーレやセントラルアパートでは多くの新進気鋭のクリエイターらがジャンルを超えた創作活動を行ってきました。以後、ワコールのスパイラルホールから表参道ヒルズまで、青山文化の発信拠点の歴史は連綿と続いています。そうした流れの中でこの地を考えれば、何をつくるべきかは自ずから明らかであろうと考えました。

そして、今度は青山学院自らが「青山文化を創造して発信する」役割を担ったらどうかと提案したんです。まず青山文化人の中で個人的に親交のあったアートディレクターの浅葉克己さんと、コピーライターの眞木準さんに相談しました。そして眞木さんのアイデアの中から「青山学院アスタジオ」のネームをいただき、それに合わせて浅葉さんにデザインしてもらった「Aの文字を基調にしたロゴ」をセットにして学院に提案し、関係者の合意を得たのでした。

次に、創造した文化の発信力を高めるにはどうしたらよいかと考えました。青山と言えども大通りから50mほど奥に入った立地ですので、周囲から注目されるのは中々難しい。ならば逆転の発想で、発信装置そのものを誘致してしまうしかないだろう。その時、私のアタマに「TV局のスタジオ」がひらめきました。もともとNHK副会長の永井多恵子さんと親しかった関係で、NHKが若者への情報発信を大きな課題にしていることを知っていたことから、ある番組で一緒になった教育TVの方に問いかけたところ、「大学生や若者に近づいた番組づくりにつながるならば面白いのではないか」との話になりました。それがトントン拍子で進み、アスタジオのテナント第1号はNHKのサテライトスタジオになったのです。NHKにとっても相当な冒険だったと思います。

建物は地上4階（地下1階）建てで、1階に発信装置としてのNHKのスタジオ、3・4階はSOHO、地下には多目的ホールを設置しました。そして2階を、青山学院大学の新しい学部「総合文化政策学部」のためのフロアとしました。

リチャード・フロリダの視点、クリエイティブクラスとクリエイティブ経済

司会：先生が翻訳されたリチャード・フロリダの三部作は大変な話題になり、「クリエイティブクラス」という概念が広く社会に発信されました。どのようなきっかけで翻訳されたのでしょうか、またどんな印象を持たれましたか。

井口：青山学院大学では私の企画で毎年1回、都市に関するシンポジウムを行っています。

今から7～8年くらい前に「これからの東京はどうあるべきか」というテーマでシンポジウムを行った際、共同企画者（兼、基調講演者）であった黒川紀章さんが、米国で話題の「ザ・ライズ・オブ・ザ・クリエイティブクラス」というフロリダの著作を紹介してくれました。その後、そのシンポジウムを聞いていたダイヤモンド社の方から、同書の翻訳権を獲得したので翻訳してくれないかとの依頼が舞い込み、私自身、興味のあるテーマでもあったのでお引き受けすることにしました。

しかし、翻訳作業は思った以上に大変でした。日中は大学やプロジェクトの仕事があるため、ほとんど時間がとれない。夜の11時に家に帰ってきて2時間ほど仮眠し、朝6時まで翻訳をやって、また2時間ほど仮眠しての繰り返しです。1冊の翻訳を終えるのに4か月ほどかかりました。学術的な本にしてはよく売れたことから、さらにあと2冊やってくれとの話になり、結局2年間で3冊の翻訳をしました。このフロリダ三部作のおかげで、裸眼で視力が1.5だったものが、0.3くらいに落ちてしまいました。

ただ、そこまで翻訳を続けられたのは、本に書かれていることが自分自身の人生とか仕事に非常に重なり合っているとの実感があったからです。特に執筆者のフロリダは私と同じ年であり、同時代を生きてきた者として、学者としても個人的にも共感を持てたということが大きかったと思います。

司会：フロリダは、オールド経済に対してしてクリエイティブ経済、創造都市という概念を提唱していますが。

井口：誤解があってはいけないのでお話ししますが、創造都市はチャールズ・ランドリーという英国の都市計画家が提唱した言葉です。実際に「クリエイティブ・シティ」という本を出している。それに対して、フロリダは都市に活力を与えるのはクリエイティブな人材であり産業であると考え、前者を「クリエイティブクラス」という言葉で表現した。新しい労働者階級として注目したところが彼の業績ですね。このクリエイティブクラスという概念は、世界的な経済社会の大きな変化や動きを反映したものです。

今や先進諸国は、良い製品を大量に安く作るという工業化社会のやり方では通用しない段階に来ています。かつては、次に何を作るべきかが分かっていた。しかし成熟社会では何を作るべきかが分からない。TVも自動車も一通り行きわたっている。次に消費者が求めるのは何なのかを、作る側が考えて提案する時代になっているのです。

その結果として注目されるのが“著作権ビジネス”です。例えば同じ自動車の生産でもカー

デザインのところで利益を出す。音楽、映画、アニメ、ゲームなどは何を作るかが一番のポイントですが、そうした何を提供したらよいかを考えることから始まるのが脱工業化社会であり、クリエイティブ経済なのです。

その時に一番関係してくるのが“文化”になります。文化こそが新しい時代の経済社会を牽引していく。日本のアニメやファッションもそうですが、“独自の文化”を新しい商品とかサービスに投影することが、その地域、都市や国の経済を引っ張っていくものと思われます。文化に関係する産業が次の時代の鍵になる。そのために“文化を創造する”という動きが必要になります。つまり世界の各国、各都市、各地域が自らの文化をベースにしてさらに新しい文化を生み出し、経済を引っ張っていく時代になっているのです。

司会：アメリカでも日本でも、既にクリエイティブ経済に大きくシフトしているのでしょうか。

井口：米国の総所得の半分はクリエイティブ産業によるものです。しかもクリエイティブ産業に従事している労働者数は全労働者の1/3です。つまり1/3の労働者が半分の所得を稼ぎ出している。その構図は各先進国とも共通しています。少なくとも先進国経済は工業化時代を脱却し、人をワクワクさせる商品やサービスをその地域や文化に合わせて、いかに作り提供するかというクリエイティブ経済の時代にシフトしています。それはフロリダの著作を読むまでもなく、私自身の身の回りでも実感できることです。

世界はフラットではなくスパイキー、これからは都市間の文化競争になる

司会：フリードマンは「フラット化する社会」を提言したが、それに対してどのようにお考えになりますか。

井口：フラット化というのは、インターネットが普及し情報格差や技術格差がなくなり、どこの国も同じ条件で競争するということです。フロリダは反対に「世界はフラット化ではなく凸凹、即ちスパイキーになっている」と主張しています。実際のクリエイティブ経済の動きを見ていると、どの国も地域も個性を出し、固有の魅力の競争になっています。例えば同じアニメ文化でも、日本とアメリカ、ヨーロッパとはかなり違う。しかも、どちらかが一方的に敗れるというものではない。こっちも面白いし、あっちも別な意味では面

白い。フラット化による同じ舞台での競争というより、むしろ個性を出し合っの異なる舞台での競争になっています。まさにクリエイティブ経済の特徴が表れた現象です。

司会：これからは国単位ではなく、都市単位、地域単位の経済活動や文化活動が重要になるという話もありますが。

井口：確かにその通りですね。かつては国単位で経済社会を考えていました。しかし、今現実に起きているのは、アメリカかヨーロッパかというよりも「クリエイティブな仕事をするならニューヨークかミラノだね」となる。口から出てくる言葉は都市の名前です。工業化時代は関税や貿易障壁の問題等がクローズアップされましたので、まずは国境が大事でした。今は国境よりも「この都市で仕事をしたい」「住むんだったらこの都市」となる。つまりクリエイティブ経済を支えているのは文化であり、文化に直結しているのは国よりも都市なので国家間の経済競争が都市間の文化競争にシフトした、という構図なのだと思います。

クリエイティブクラスは寛容性を求める

司会：クリエイティブクラスを引きつける成長都市と、人材が流出してしまう衰退都市との差はどこから生じるのでしょうか。

井口：世界からクリエイティブクラスを多く集めることができれば、その創造と発信の力により、都市は元気になるし発展する。クリエイティブクラスを再生産する動きも出てくるでしょう。即ち成長都市になれるかどうかの分かれ目は、いかにクリエイティブクラスに注目してもらうか、来てもらうか、住んでももらうかにかかっていると思います。

司会：クリエイティブクラスを呼び寄せる都市の魅力には、どのようなものがありますか。寛容性については、どのようにお考えになりますか。

井口：クリエイティブクラスは、新しく実験的な活動が許されるような自由度の高い寛容な都市を望みます。クリエイティブ経済における成長の条件として、フロリダは技術（テクノロジー）、才能（タレント）に加えて寛容性（トレランス）を提唱しました（3つのT）。

つまり、どの都市でも寛容なところとそうでないところがありますが、寛容な部分が大きければクリエイティブクラスはそちらに行く。人材はグローバルに動いており、まずは外から来る人達に寛容でなくてはいけない。また外から来る人達にも、そこにいる人達と打ち解ける寛容さが必要です。その点、香港やシンガポールなどの都市を思い浮かべます。私の知り合いの実業家も田園調布に住んでいましたが、最近、香港に引っ越しました。居心地が良いからとのことでした。

日本の都市の現状と将来

司会：日本、あるいは東京は、寛容性の点で何か欠けているのでしょうか。

井口：日本を巡っては二つの見解があります。ひとつは非常に寛容であるとの見方です。日本は外国の文化を取り入れることに非常に熱心で、実際に次々と吸収し、発展してきました。また宗教や思想によって、それを著しく妨げたりはしません。ある国ではキリスト教の団体が、教義上の理由によりバイオ研究に対して制約を課したりしますが、日本ではそのようなことはありません。フロリダも「日本は宗教的な面で見ると、寛容性が非常に高い」と評価しています。

一方、「個人の意見を堂々と主張すること」「企業が独自の考えで新しいサービスを企画・提供すること」に対して、日本は必ずしも寛容ではない。またコミュニティや実業界で外国人が活動することに対しても、決して寛容ではありません。

そうは言っても、諸外国との比較において、日本の寛容性はかなり高いと言えます。アニメやゲームなどコンテンツづくりに優位性を保持しているうえ、寛容性においても決して遜色はない。クリエイティブ経済に移行するための準備・素地は、十分にできていると思います。

司会：国際的に見ると寛容性は高いが、まだ閉鎖的なところがあるとのこと。日本が発展していくためには、今後、寛容性をさらに高めていく必要がありますか。

井口：そうせざるを得ない時代に来ています。一番のポイントは総人口の減少、労働力人口の減少です。わが国の経済社会を維持するには相当数の外国人の支えが必要です。そしてコミュニティでも企業でも、外国人を受け入れないと、その存在自体が危うくなりそう

な状況です。世界的なクリエイティブ経済への動きの中で、日本が引続き発展していくことを望むなら、不寛容だった部分を是正していく必要があります。

司会：現在、日本の地方は経済的に停滞しています。地方においても寛容性を持つことにより、こうした閉塞感を打破することは可能ですか。

井口：地方の中核都市ではデパートが撤退したり、メインストリートがシャッター商店街になってしまったり、各企業の支店が閉鎖されるなどの事態が生じています。なぜそうなったのか。実は、東京に人が集まるのは工場があるからではなく、多様な情報を得ることができ、また多様な人と交流できるからです。そうした状況で、自分自身の力を目一杯発揮できるし、活躍の舞台やチャンスも豊富に与えられます。地方は、そうした舞台・チャンスから作らなくてははいけません。

司会：地方は東京や世界の都市を見習うべきなのでしょうか。

井口：そうした都市のマネではなく、地域独自の文化を創造、発信していくべきであり、実際その方向に進んでいると信じています。

魅力ある都市づくりに成功したスペインのビルバオ

司会：世界で魅力ある都市づくりに成功しているのは、どのようなところでしょうか。

井口：スペインのビルバオですね。かつては“鉄の街”でした。鉄鋼不況によって街が衰退し、改めて街の将来ビジョンを打ち出す必要に迫られると、まずは「グッゲンハイム美術館」を建てました。建築界の鬼才、フランク・ゲーリーに設計を依頼したところ、建物はもちろん、周囲の橋なども全てチタン合金でつくってしまったのです。それが多くの人々に知れわたり、観光客が増え、特に美術関係のクリエイティブな人々がその街に集まりました。そして、その好循環を産業面にも波及させ始めたのです。ビルバオは欧州はもちろん、スペインの中でも平均を上回る経済成長を成し遂げています。

司会：バルセロナもクリエイティブクラスを呼び寄せ、成長発展させた都市ですが、どの

ようなことを行ったのでしょうか。

井口：バルセロナは、戦略的に創造都市を目指した施策を展開してきました。以前より観光都市として知られ、ガウディのサグラダ・ファミリアだけでも見ておきたいとする人が世界中から集まってくる。しかし観光客数は頭打ちで、定住人口も減少していました。つまり意外にも、停滞・衰退の方向にあった街だったのです。それではいけないということで、文化と芸術で街のコンセプトを組み立て直そうと考えたのです。

まず文化・芸術に関するセンターを設置し、情報を発信する放送局を誘致する。さらに音楽や芸術、スポーツに関する国際的なイベントを開催しました。バルセロナ・オリンピックもそのひとつです。重要なことは創造的な空間をつくり、イベントを行うだけでなく、それを産業に結びつけていることです。バルセロナの場合、それは映画産業であり、楽器製造業にあたります。「パンズ・ラビリンス」というハリウッド顔負けの映画を製作し、アカデミー賞外国映画賞を受賞しました。クリエイティブクラスを集め、映画産業にまで落とし込んでいくことがわかります。結果として観光客が増え、定住人口も増えました。創造都市的な施策を偶然というか、手探りでやって成功したのがビルバオだとすれば、それを最初から計画的に打ち出したのがバルセロナでしょう。

司会：バルセロナの成功を、もう少し深掘りしてみるとどうということになりますか。

井口：自らの文化的な強みが何であるかをしっかり捉え、それを戦略的に打ち出したということです。もちろんガウディなどの建築は有名ですが、歴史や美術・建築に興味のある人に限定されていたかもしれません。そこに文化戦略としてのオリンピック招致やプロ・サッカーチーム（バルサ）の強化を加えれば、バルセロナのファン層は一気に厚みを増す。今や世界中の人々がバルセロナを知っています。

ゲイ指数でその地域の寛容性を見る

井口：フロリダの本にゲイ指数というのがありましたが、これは何ですか。

司会：都市や国の寛容性というものを一体どのような指標で評価したらよいのか。例えばコミュニティの保守性というのはどういう場面で出てくるのか。それは異なる人種とか宗

教、あるいは眉をひそめる対象であった同性愛者とかをどこまで受け入れるかに表れるであろう。ならば、それらこそ寛容性を計測する代理変数になり得るのではないかと考えたのです。フロリダは、ゲイの人達が才能に満ちておりクリエイティブである、としたわけではありません。ゲイの人達を受け入れるだけの寛容性がコミュニティにあれば、新しい商品やサービスの開発においても、自由にやらせてあげるだろうと推測したわけです。実際、ゲイ人口の割合と経済成長率とは統計学的に相関していることが証明されています。その指数がゲイ指数なのです。

私は、ゲイの人達自身、独特の才能に満ちていると思っています。実際にファッション、アートなどの世界で大きな業績を上げている方が数多くいます。発想が自由である、自分自身を出すことに躊躇しないといった点は、作品を生み出すときに凄く大事なことだと思うのです。私がフロリダの立場だったら、そういうことを許す環境も大事だけど、ゲイである人自身にも大いに期待したいと主張するでしょうね（笑）。

「明日の神話」が渋谷の新しい名所になる

司会：先生は、ご自身のふるさとである青山や渋谷において、様々な文化的な活動を展開されています。岡本太郎作の壁画を渋谷駅に誘致されたと伺いましたが。

井口：岡本太郎のパートナーだった岡本敏子さんが近くに住んでいて、昔からよくお話をすることがありました。敏子さんが晩年気にされていたのが、メキシコで制作したまま所在不明になっていた原爆をテーマにした大壁画「明日の神話」でした。太陽の塔と並ぶ太郎の傑作で、自分が生きている間に何とか日本に戻して皆さんに見ていただきたいと話していました。私も「それが出来るといいですね」程度に軽く受け流していたところ、偶然、壁画がメキシコで見つかり、日本に運ばれてくることになった。ただ残念なことに、壁画を積んだ船がメキシコを出た直後、敏子さんはお亡くなりになってしまったのですが。

その後、仕事を引き継いだ財団関係者から「何とか展示場所を探してほしい」と言われたので、「できるだけ頑張ってみましょう」ということになった。ある時、青山学院大学のOBの方から「渋谷駅のマークシティへの連絡通路の壁面だったら壁画と同じくらいの大きさがありそう」と聞き、早速「明日の神話」を渋谷に誘致するプロジェクトを起こしました。広島と大阪と渋谷が招致活動を行い、総合的に評価の高かった渋谷に招致が決定しました。渋谷駅と太郎のアトリエとは直線で1.2キロ程の距離であり、太郎の作品は渋谷を

象徴するものとも考えられます。実際、壁画が設置されると皆さん喜んでくれ、「ハチ公」と同じく、「明日の神話」は渋谷の名所になりました。渋谷も創造都市への一步を踏み出したわけです。

就職や結婚よりも、これからは「どこに住むか」が重要

司会：地域の話で思い出しましたが、確か先生は「どこに住むかが重要だ」と語っていました。

井口：かつての人生の夢は、いい大学を出て大企業に勤め、素敵な女性と結婚して子供に恵まれ、郊外の庭付き一戸建てに住むというものでした。ところが「仕事も結婚も大切だが、その人がどこを基盤に生活しているかがより重要」というものです。不確実性の高い時代は、仕事はいつまで続くか分からない。伴侶だっていつまで付き添ってくれるか分からない。失業したら、次の仕事は自分が生活の基盤としている場所で探し、再婚相手だってその場所で探すのが通常です。だから「住む所はもっと重要」となります。

成功した人生、あるいは自分らしい人生を送るために最初に出てくる言葉は「どこに住むか」になっていくと思います。それはフロリダに同調するまでもなく、私自身の実体験として感じていることです。自分が仕事をしたり遊んだりしている時、生まれ育った渋谷や青山という場所に関わる“モノとかコト”が大半です。その枠組みの中でやることならば、失敗しても後悔しません。本当に自分が納得してやっているからです。だから人生で大事なものは、「自分が自分らしくいられる場所を見つけて、そこに定着すること」と確信を持って言えます。翻訳の時に使った「誰と何をするか（結婚・職業）ではなくて、どこに住むか（住所）で人生が決まる」というフレーズは私自身の実体験から出てきたものです。もしかしたらフロリダではなく、今や私自身が一番の提唱者になってしまっているかもしれません（笑）。

司会：ありがとうございました。これからも都市プロデューサーとしてのご活躍を楽しみしております。

<参考URL>

井口典夫教授ゼミナール（青山学院大学総合文化政策学部）

<http://www.machiken.com/iguchisemi1/>

青山学院アスタジオ

<http://www.renkei.aoyama.ac.jp/astudio01-01.htm>

<http://www.aoyamagakuin.jp/practice/redevelopment/project/astudio.html>

グッゲンハイム美術館ビルバオ

<http://www.guggenheim-bilbao.es/?idioma=en>

岡本太郎作「明日の神話」

<http://www.asunoshinwa.or.jp/>

●井口典夫（いぐちのりお）氏プロフィール

<現職> 青山学院大学総合文化政策学部教授、都市プロデューサー

<履歴> '56年東京都渋谷区生まれ

'80年東京大学卒業後、運輸省（現国土交通省）入省

'94年青山学院大学経営学部助教授

'98年同大学経営学部教授

'07年同大学社会学連携研究センター所長

'08年同大学総合文化政策学部教授

専門分野はクリエイティブ経済論、創造都市論。都心のまちづくりや文化活動に造詣が深く、国土交通省交通政策審議会委員、港区都市計画マスタープラン検討委員会委員長、渋谷区まちづくり審議会会長代行、NPO 渋谷・青山景観整備機構理事長、NPO 明日の神話保全継承機構理事、東京都歴史文化財団運営諮問委員、文化経済学会理事などを歴任・兼務する。

<作品> 青山通り景観デザイン（意匠登録）、明治通り景観デザイン（同）、原宿商店街活性化、渋谷駅コンコースへの岡本太郎氏作「明日の神話」壁画誘致プロデュース、渋谷芸術祭ほかイベントプロデュース など

<近著> 「成熟都市のクリエイティブなまちづくり」編著 宣伝会議'07年

「クリエイティブクラスの世紀」翻訳 ダイヤモンド社'07年

「クリエイティブ資本論」翻訳 ダイヤモンド社'08年

「クリエイティブ都市論」翻訳 ダイヤモンド社'09年