

「高岡クラフト市場街」 その運営と課題について

高岡クラフト市場街実行委員会事務局

2. 「高岡クラフト市場街」の概要

1. はじめに

高岡市は「高岡銅器」と「高岡漆器」を主軸とする伝統工芸が現在でも産業として存在している。今年で29回を迎えた全国公募「工芸都市高岡クラフトコンペティション(以下、クラフトコンペ)」を始め、富山県デザインセンター・高岡市デザイン工芸センターによる積極的な産業支援が活発に行われている、国内でも有数の「ものづくり」の街である。

「高岡クラフト市場街」(以下、「市場街」)は、高岡の特徴を最大限生かし、市内外に「ものづくり」や「クラフト」を通じて様々な魅力を発信する取り組みとして、市役所・商工会議所・大学・地域住民の連携により2012年にスタートした。



図1：クラフト展会場の様子

その目的は、高岡で行われている「ものづくり」そして「クラフトに関連するコト」が晴れの舞台となる「高岡クラフト市場街」を開催することで、それを瞬発力として、年間を通じての街の活性化、さらに地場産業との連携強化を目指すところにある。

今年4回目を迎えた「市場街」が、どのような経緯で開催され、今後どのような展開を目指すのかを交え、本年度の実績報告書としたい。



図2：パンフレット表紙

第4回「高岡クラフト市場街」は、24のイベントが、市内40か所で行われた。

イベントの数が昨年よりも増えるにあたり、問題となったのが、そのカテゴリー化である。イベント数が増えることで、「市場街」に来る来場者にとっての来場目的がクラフトにせよ、食であるにせよ、各イベントがどのような内容で、どのような楽しみがあるのかを、判りやすく理解してもらう必要があった。

この問題に対して、今年新たに取り入れられたのが、イベントのアクティビティによるカテゴリー化である。「観る・知る」「購入する」「体験する」「食べる」以上の4つのアクティビティに言葉と色で分け、パンフレットやHP上で、一目でわかるようなグラフィックデザインを行った。また、「観る・知る」を「観たい・知りたい」という語尾として、能動的で積極的なイメージのある言葉に変え、よりポジティブな雰囲気造りに努めた。また、運営側としても、「市場街」の中でのイベントの枠組みを明確にすることで、関係者内での情報整理がしやすくなるという利点があった。



図3：パンフレット内面

3. 各イベントについて

<観たい・知りたい>

【工芸都市高岡 2015 クラフト展】「工芸都市高岡クラフトコンペティション」の入賞・入選作品の展示。

【高岡ファクトリーストリート】高岡駅の地下街を利用し、高岡の伝統産業の生産現場をプロジェクター等、バーチャル再現。

【魯山人の宇宙】高岡市美術館の独立展示。今年初めて美術館と「市場街」の連携が成され、広報面、イベント内でも積極的な協同が行われた。

【カオスと暮らしているらしい】若手金工作家の共同アトリエ・ギャラリーである金屋町金属工芸工房かんの独立展示。

【うるしの一限目】「市場街」開始当初から富山大学芸文ギャラリーでは、「市場街」の期間中、クラフトやものづくりに焦点を当てた展示を行っている。今年は「漆」についての展示。

【札幌スタイル in 高岡】札幌と高岡のものづくり関係者が出会ったことにより立ち上がったイベント。高岡の職人とのコラボレーション商品も生まれ、札幌からの展示と視察に繋がった。

【クリエイ党展】富山大学芸術文化学部の学生と高岡の職人によるものづくり団体「クリエイ党」の作品展示。

【暮らしています展】空き家の再活用などを中心に高岡で活動する「まちっこプロジェクト」が、これまでのプロジェクト展示と展示会場である土蔵町屋「大菅商店」のオープンまでの過程を展示。

<購入したい>

【作家の引き出し展】クラフトコンペに入賞・入選した作家 50 名が、まちなかのショップや古民家をギャラリーとして展示販売を行う。

【クラフトマンズギャザリング！】富山県内で活躍中のクラフト作家を集め、ハンドメイド品の展示販売を行う。同会場にて、出店作家によるワークショップも開催

【高岡ファクトリークラフトショップ】高岡で生まれたファクトリークラフト商品を販売する店舗の紹介。

【ほんまち蚤の市】高岡の町屋を改修したゲストハウス「ほんまちの家」で、空き家に眠っていた掘り出し物や高岡の工芸品のデッドストックを販売する。

【たかおか軒下マルシェ】伝統的建造物群保存地区に指定されている山町筋の建物の軒下で、高岡産を中心とする農作物や飲食物にスポットを当てたマルシェを開催。

<体験してみたい>

【ものづくり体験ワークショップ】「市場街」期間中、高岡の作家や工房がワークショップを行う。今年は鋳物体験、螺鈿体験を始め、10 種類のワークショップを開催。

【高岡クラフトツーリズム】今年で7回目となる、高岡の伝統産業に携わる工場を高岡伝統産業青

年会始めとする若手の職人自らが案内するツアー。

【伝統工芸品を語ろう】高岡の若手職人と一緒に富山の食材を囲んで伝統工芸品や伝統産業をテーマに座談会を開催。

【街角 POPS コンサート】昨年まで同時開催イベントとしての扱いだったが、今年から市場街の各会場を弾き歩きしながら繋ぐことを目的として開催。

<食べたい>

【クラフトの台所】市内 10 か所の飲食店で全国のクラフト作家の作品や高岡のクラフト製品を器として実際に使っていただく企画。

【高岡ローカルキッチン】高岡の食材を、高岡の器で、高岡のお店で味わう企画。今年は御車山会館内のカフェミニピが、「市場街」期間中の特別メニューを提供。

【大野屋さんでおもてなし！】高岡市美術館「魯山人の宇宙」展とのコラボレーション企画で、魯山人をテーマにした古くから伝わる食器を使った食事を「お料理 大野屋」が提供。

【タカマチバル】御旅屋通りで、野外バルを開催。タカマチバル自体は、近年独自で開催されていたイベントだったが、今年の「市場街」から同時に開催。

4. 市場街コンシェルジュ

富山県芸術文化学部のクリエイティブ党、HUB 計画に参加する学生約 35 名が、「市場街」のアテンドを行う企画。昨年行われた同企画を強化し、事前のマナー講習・高岡市内の観光研究などの開催や、来場者からの質問に対する回答のマニュアルを作成するなど、来場者にイベントをより楽しんでもらうための対策を行った。

コンシェルジュは、「高岡駅」「大和高岡店前」「山町筋」「金屋町」「高岡市美術館」の計 5 か所に 2 名ずつ配置。コンシェルジュブースには、その場所の特徴をデザイン化したスタンプが置

かれており、¥100 で販売されている「市場街パスポート」にスタンプを押していくとノベルティがもらえる企画も盛り込んだ。



図 4：コンシェルジュの様子

「市場街コンシェルジュ」は、「市場街」の中でも特に産学共同の傾向が強い企画である。学生を主体として今年 2 回目ではあるが、「市場街」のリピーターには既に定着しつつある様子も見られる。今年新たに行った事前の研修会を今後継続していくことで、地域の観光ボランティアとの連携が深まることで、学生と地域との関わりをより活性化していくことを期待したい。

5. 交通機関及びサポート材料

【市場街巡回バス】

高岡駅から美術館方面まで、高岡市内の会場をつなぐ期間限定のバス。バス内には「市場街コンシェルジュ」が添乗し、乗車する来場者に「市場街」のイベントの説明などを行う。

【市場街 MAP】

今年の市場街で試験的に取り入れたのが、インターネット・スマートフォンを活用したイベント MAP である。地域課題を IT とデザインで解決していくことを目指す「コードフォータカオカ」と連携し、スマートフォンで見ることのできる MAP を作成した。MAP 内では、イベントの場所をクリックすると詳細情報と写真を確認することができる。利用者からは「役に立った」との声もあがったが、内容の強化と共に認知度不足に

対して広報面の強化も必要である。スマートフォンアプリがイベントで広く活用されている現在としては、今後本格的に活用していきたい企画である。

【スタンプラリー】

スタンプラリーはクラフトに関心の薄い人をイベントに引き込む入口として、毎年行われている。今年は全体で 282 名の応募があり、高岡市内が 171 名、高岡市を除く富山県内 69 名、富山県外が 42 名だった。この数字を見ると、富山県内、特に高岡市内の参加者が多数を占めており、地域の恒常的な活性化を目指したイベントの成果としてわかりやすい数字を示している。

6. 市場街レセプション

10 月 3 日(土)、「市場街」関係者、来場者を集め、クラフトコンペの授賞式を兼ねたレセプションパーティを開催した。当初は高岡クラフトツーリズム参加者の交流を目的とするイベントであったが、年々規模が増していき、昨年の約 170 名の参加者からさらに今年は約 250 名の参加があった。



図 5：市場街レセプションの様子

「市場街」の大きな特徴は、様々な領域から高岡のものづくりに関わる人たち、関心を寄せる人たちが立場に関係なく集結するところにある。

それぞれが、ビジネスや研究、趣味関心とし

て様々な人との出会いや交流を求めており、その要の一つとして「市場街レセプション」は重要な役割を担っていると言える。

高岡のものづくりの関係者がここまで多く集結する場は他に例がなく、市外からやってくる来場者のみならず、当事者である産業従事者にとっても新しい高岡という町への視点を明らかにすることは、街の恒常的な活性化に繋がると考えている。人が人を呼び、交流する場で新たなプロジェクトやコミュニティが発生することを期待し、今後も継続していきたいイベントの一つである。

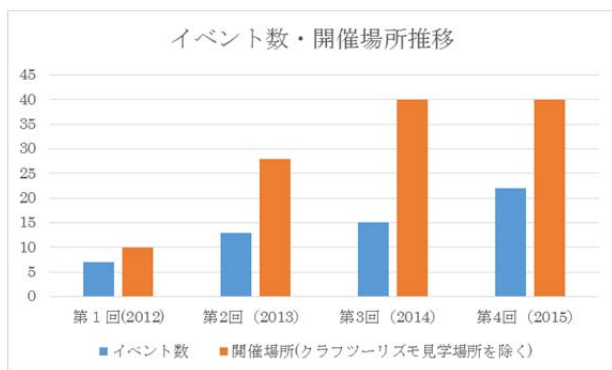
7. 組織体制の改善

実行委員会は、高岡伝統産業青年会、大学生、地元クリエイター、各イベント実行者(店舗経営者等)、行政(高岡市役所、商工会議所)、など、様々な立場から高岡のものづくりに関与する人間が所属する有志団体である。

加えて、会議の設定や全体のスケジュール調整、WEB の更新を一般社団法人 CREP4 が事務局として担当している。

実行委員長は、実行委員会内での互選で決定し、各イベントの担当は多くが自らの立候補で決定する。本年度は、「市場街」の運営を開始するにあたり、2015 年 1 月に実行委員会発足のための検討会として、10 数名の主要メンバーを集めた第 1 回準備委員会が開催された。準備委員会は、本年度の市場街の在り方や実行委員会の運営方法の方向付けを行う会として、計 3 回行われ、実行委員長・副実行委員長の互選もここで行われた。

2015 年 4 月以降実行委員会の発足となり、イベントの追加による担当者の参加や、カメラマ



ン・報道関係者の参加により最終的には 35 名ほどで組織された。

図 6：イベント数・開催場所の推移

図 6 のグラフを参考によると、第 1 回(2012)開催時から第 3 回(2014)にかけて、イベント数は約 2 倍に、開催場所は約 4 倍に増加している。

「市場街」の認知度が向上したとともに、企画が充実し、順調に規模が拡大してきた反面、事務作業の負担が増加し、事務局の負担を軽減する必要が出てきた。各イベントの運営スタッフ(店舗スタッフやアルバイトなど)に細部の情報が伝わらず、来場者からの問い合わせに対応できない場面も見られた。これらの問題は「市場街」の規模拡大と共に増加した実行委員会メンバーの役割の不明確さ、そして実行委員会と各イベント運営スタッフのコミュニケーション不足が問題と考えられた。

こうした問題に対して、本年度はまず実行委員長を筆頭として、広報、交通機関、各イベントの担当者を決め小委員会とする組織を明確にした。これによって、メンバー同士がそれぞれの立ち位置を把握し、各自の担当範囲を明確になった。また、メンバー同士が互いの担当範囲を認識することで、実行委員会内での横の連携を容易にした。そして実行委員会のメンバーが自らの担当範囲を迷うことなく行えるようになることで、事務局負担も軽減された。

メンバー全体を招集する実行委員会とは別に、組織に沿った各部門の小委員会を設け、細部の

調整に対して迅速な決定が行われるように対処した。実行委員会のメンバーのほとんどは、学生あるいは社会人であり、定期的に全員が集まるのは難しい。3～4 名で構成される各部門の小委員会で細部の決定・調整を行い、全体の会議で伝達・承認をしてもらう構図が出来上がったことで、「市場街」開催までの細部調整のスピードは前年度と比較して約 1 か月程度前倒しに進めることができた。

8. 2015 年市場街の特徴と今後の展開

今年の「市場街」の大きな特徴の一つとして、「たかおか軒下マルシェ」「タカマチバル」「街角 POPS コンサート」のイベント参加が挙げられる。「高岡クラフト市場街」のタイトルにあるように「クラフト」は「市場街」の軸となるものであるが、先ほどあげた 3 つのイベントはクラフトとは違う枠組みでそれぞれが独立して行われてきた。第 1 回～3 回の「市場街」では、有志で集まった実行委員会がそれぞれクラフトに関連する企画を行う形であったが、今年は独立した上記 3 つのイベントが「市場街」に融合し、全体として新しい動きを見せた。



図 7：軒下マルシェの様子

「たかおか軒下マルシェ」「タカマチバル」は、店舗内ではなく、それぞれ山町筋、御旅屋通りの一角を活用し、物販や飲食物の提供を行うイベントである。出展する人や店舗は、主に高岡周辺から集まる。「街角 POPS コンサート」は、駅から山町筋までを縦断するイベントで、音に関わることでより来場者の関心を引いた。街や

通りを縦横するイベントが開催されることで、「人や物事の重なり」が生まれ、「市場街」全体の盛り上がりには良い影響を及ぼした。上記3つのイベントは、「市場街」期間以外でも定期的に行われているイベントであるが、「市場街」期間中に同時開催されることによって双方にとっても賑わいと集客の創出となったことは間違いない。こういった「イベントの重なり」は、今後の市場街を考えるにあたって大いに歓迎すべきであり、来年以降も新たな重なりが生まれることを期待したい。

加えて、先に述べたように、「市場街コンシェルジュ」が充実したことが、「市場街」の「質」の向上の裏付けに大きく貢献したと言える。



図8：体験ワークショップの様子

「高岡クラフト市場街」の目的の主軸となるのは「恒常的な街の活性化」、そして文化創造都市高岡のかかげる“行ってみたい街、住んでみたいまち”としてのブランド力アップであると考え。これらの目標に対して、「高岡クラフト市場街」が街に与えられる影響は何かということを改めて考えたい。そこに必要なのは、高岡市内、又は県内外の来場者問わず、「高岡クラフト市場街」の運営者、そして来場者双方がそこで行われるコトから豊かで刺激のある体験をし、それを一人ひとりの日常生活にフィードバックしてもらうことではないだろうか。

最初は十数名で開始された「市場街」が、周

辺を刺激し、その輪を広げ、やがては運営側として関わるにせよ来場者として楽しむにせよ、「市場街」に来る人々の多くが「クラフト」や「ものづくり」をきっかけに街の活性化の当事者として関わり、そこで感じた刺激を生活に持ち帰ってもらう。そのためには、第一に、「市場街を運営する人々が楽しむ」ことができるイベントの在り方を模索することが重要のように思う。当事者が楽しみながらの運営体制を大切にする一方で、自然と「イベントの質の向上」に繋がることになり、その能動的で明るい雰囲気に来場者も惹かれていくだろう。そして来場者が、もしかしたら来年度の運営者になるかもしれない、そんな可能性を持ち続ける「市場街」でありたい。そのためには、組織体制や実行機能の強化、産学官のより強い連携についても改めて検討しなくてはならない。

この街にある伝統技術、そしてそれを扱う人々、または見守る人々が一丸となって、新しい刺激を生み続けるための「高岡クラフト市場街」の今後の展開を、次回の実行委員会発足までに時間をかけて検討してゆきたい。

謝辞

本プロジェクトにご協力いただいた高岡市民の皆様を始め、実行委員会メンバー、富山大学芸術文化学部の学生、教員の皆様、高岡工芸高校の生徒の皆さん、その他関係してくださったたくさんの方々に深く感謝申し上げます。

また、「高岡クラフト市場街」を実施するにあたり、「北陸地域の活性化」に関する研究助成金を使用させていただきましたこと、深くお礼申し上げます。

