事例No.	1297
公表年度	R1
団体の属性	一般市
団体名	富山県高岡市

事例区分	地域活性化

タグ	・関係人口

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業

出典

関係人口創出・拡大事業（裾野拡大型・裾野拡大（外国人）型）成果報告会

1.地域概要・地域課題・事業に取り組む背景

地域の概要

- 地域名：高岡市
- 人口：約17万人
- 主要産業：アルミ、化学・薬品、紙・パルプなどの近代工業をはじめ、高岡銅器や高岡漆器などの伝統工芸が盛んである。

解決したい地域課題

- 本市は高岡銅器、高岡漆器等をはじめとする伝統産業や、アルミ・化学・パルプなどの近代産業が相まった工業都市・ものづくりのまちとして発展してきたが、製造品出荷額等は厳しい状況が続いている。
- 高岡銅器などの伝統的工芸品の産業分野も、ライフスタイルの変化による販売額の減少の影響を受けている。
- 人口減少及び少子高齢化を前提とした、地域の産業振興や活性化が課題となっている。

本事業に取り組むに至った背景

- 本市は平成27年に「文化創造都市高岡推進ビジョン」を策定し、歴史や文化を活用し、市民一人ひとりが創造性を発揮することで、新しい価値や文化、産業が創出され、市民の暮らしの質や豊かさが高まる都市を目指している。
- 実現に向け、異分野の人々の交流を支援し、産業などの活性化につなげる取組みや、メディア戦略等により高岡市の認知度向上を図る取組みを行ってきた。
- その結果、高岡に移住するクリエイターやアーティスト、高岡の事業所とのコラボレーションにより制作を行うクリエイターなども現れてきているが、まだ数は少なく、より一層の取組みを進めたいと考えている。

2. 事業概要

●事業概要

［目的］
- 地方への短期・長期滞在、移住を考える都市部のクリエイターに対して、候補地としての高岡の魅力を発信し、認知度を高める。

［実施事業］
- 首都圏でのPRイベント
  10月7日@渋谷ヒカリエ８F「COURT」
- クリエイター受け入れ体験・交流ツアー
  （１泊２日）
- クリエイターとのコラボレーション事例や、クリエイター向け支援情報をまとめたウェブサイトの整備
- 事業の広報・ＰＲ、情報発信の継続

●地域の理想の姿

- 首都圏のクリエイターと本市の事業所が共同で製品を開発するなどの連携が図られ、地場産業が活性化している
- 本市に移住するクリエイティブな人材が増えたり、多様な文化や発想に触れる機会が増えることで、市民一人ひとりの創造性も高まっている

●理想を実現するための本年度事業の位置づけ

- クリエイターとのコラボレーションやクリエイターの移住・滞在に前向きな都市であるという情報発信を行う本事業は、「文化創造都市高岡推進ビジョン」における「伝える」戦略の１つとして位置づけられる。

●本年度の目標

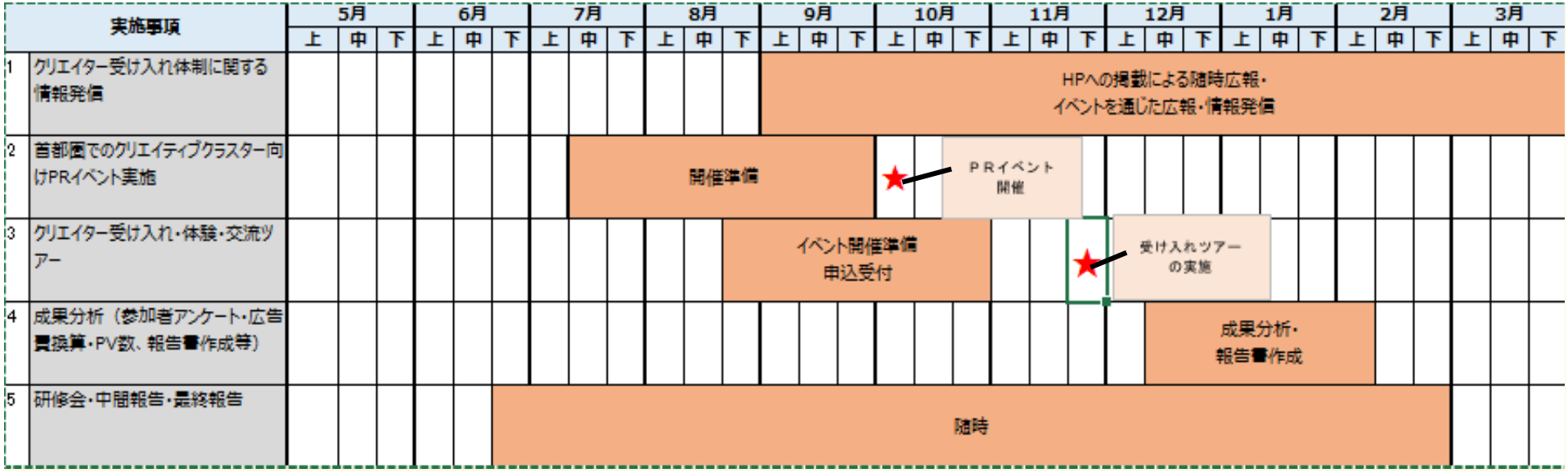
- 首都圏PRイベント来場者数100人
- 高岡に関心を持つクリエイターのメールアドレス獲得数50件
- 文化創造都市高岡ウェブサイトPV数
  平成31年度　30,000PV
  （平成29年度　25,134PV）
- PRイベント等を通じた高岡市の広報効果／広告費換算400万円
- 参加クリエイターへアンケートを行い、クリエイター目線から、本市の改善すべき点や情報発信が必要な点を把握する

3.事業実施体制・スケジュール

●事業実施体制（受け入れ体制を含む）

	組織・団体名等	役割
1	高岡市	全体進行管理、企画・戦略立案、関係者調整、クリエイター向けの情報のとりまとめと発信など
2	有限会社エピファニーワークス 【関係案内人】	ヒカリエPRイベントの運営、広報、事業全体の執行補助など
3	高岡伝統産業青年会	PRイベントでのPR、ツアー参加者への視察対応など
4	NPO法人金屋町元気プロジェクト	ツアー参加者への視察対応、移住の相談対応など
5	（公財）高岡市民文化振興事業団	ツアー参加者への情報提供など
6	アート＆クラフトシティ高岡推進委員会	クリエイターとの今後の連携に係る知見の提供

●スケジュール



4.事業の「ターゲット」

●事業のターゲット

- 首都圏在住の、写真・映画、文学、デザイン、ものづくり、絵画、舞踊、音楽など、文化・芸術分野のクリエイティブ・クラスター

●参加者募集のターゲットの設定経緯

- 平成29年度、高岡市において「工芸ハッカソン」を実施したことがあり、市内の伝統産業の職人や作家と、全国のエンジニア、アーティスト、デザイナーなどが協力し、伝統産業の衰退という地域の課題に取り組んだ。提案されたアイデアのいくつかは製品化された。この取組みを参考に、市内の職人や作家と、首都圏在住のクリエイティブ・クラスターとをつなげ、本市の関係人口の創出を図ることをイメージし、ターゲットを設定した。

●ターゲットへの広報・アプローチ

【実施事項】

- PRイベントのスピーカーとして、ものづくりや地方文化、職人の手仕事などに関心の高い層へ訴求力を持つロングライフデザイン活動家のナガオカケンメイ氏を選定
- 会場として、クリエイティブ系の企業の多い青山・渋谷エリアを選定
- 以下の広報を実施
  - SNS広告の出稿（8日間）
    →24,000人にリーチ。リンクのクリック数423
  - プレスリリース
    全国メディア800件に配信
    →37件の事前告知、14の事後レポート記事掲載
  - フライヤー（チラシ）配布
    A4両面カラー20,000枚を作成し、全国の大学・美術館・ギャラリーなどに送付
  - 会場施設(ヒカリエ)による広報

【成果・効果】

- PRイベントへの参加者数　334名
  参加者アンケートによると、SNSで情報入手した方と知人からの口コミで情報を得た方が各4割を占めた。FBの有料広告と、数万人のフォロワーと持つ講師自身の告知・リツイートなど、SNSを活用した広報の効果が高かった。

5.関係人口の活動内容

●参加者（関係人口）が取り組んだ活動の内容

● PRイベント

【日程】2019年10月7日（月）【場所】渋谷ヒカリエ８F「COURT」

【内容】「Creators　Meet　TAKAOKA」と題し、以下の内容で、高岡のものづくりの魅力をPRした。

（１）展示（14時～20時30分）

高岡銅器・高岡漆器などの伝統的工芸品や道具のほか、デザイナーとのコラボレーションで制作された現代的なライフスタイルにあうデザインの商品などを展示。

（２）ワークショップ（14時～18時）

職人の実演を見たり、螺鈿技術・鍛金技術を体験したりできるコーナーを設置。

（３）トークセッション+交流会（19時～20時30分）

デザイン活動家のナガオカケンメイ氏など著名なデザイナーらと高岡の職人が対談し、高岡市のものづくりの環境や、職人とのコラボレーションのしやすさなど、本市の魅力をPRした。11月に行う高岡体験・交流ツアーの募集も行った。

● 高岡体験・交流ツアー

【日程】2019年11月22日（金）～23日（土）

【人数】12名

ツアー申込者11名のうち志望動機等により9名を選考。記事作成のためのライター2名も同行した。そのほかPRイベント時にゲストスピーカーとして登壇された講師１名が本人の希望により実費で参加

【内容】伝統産業などの工房・工場、クリエイターを支援する公的施設、自然や歴史を感じられる寺社や名勝を視察したほか、移住受け入れ住民団体や職人との交流の場を設けた。ツアーの最後に、意見交換・ディスカッションを行っていただいたほか、後日詳細なアンケートにも協力いただいた。

6.活動の成果

●本年度の目標達成状況

- 首都圏PRイベントへの来場者数334人（目標100人）
- 高岡への短期・長期移住に関心を持つクリエイターのメールアドレス獲得74件（目標50件）
- 文化創造都市高岡ウェブサイトのPV数32,527PV(3月末見込み)（目標30,000PV）
- 首都圏でのPRイベント等を通じた高岡市の広報効果広告費換算403万円(目標400万円)

✓ 目標は全て達成することができた。
✓ 渋谷ヒカリエでのPRイベントにおいて、予想を上回る参加者に来場していただいた。
✓ ツアーの情報提供を希望する方が23名おられた。

●関係人口の地域との関わり方

- 参加クリエイター自身によるSNS発信件数 30件
  発信者の友人数延べ6,446人
  推定総リーチ数19,080人
  クリエイターを取り巻くクリエイティブ・クラスターに向けて、効果的な情報発信ができた。
- 今後に続くコラボレーション企画の継続状況
  ・ 高岡の企業とのものづくり案件2件
  ・ イラストによるツアーレポート制作１件
  ・ 社員向け研修旅行の企画1件
  ・ VIP顧客向けツアー企画１件　など
- ツアー終了後、実費でもう１泊した方や高岡市にふるさと納税をした方もおられた。

●その他の成果

- 受入れ側（工房・工場や住民団体）にヒアリングを行った結果、継続を望む声が大半であり、「建築や空間デザイナーとつながれないか」「人材を送り込んでくれるような人ともつながりたい」「できればもっと時間をかけて意見交換したい」など、外部人材との交流が前向きに受け止められた。「スカイプの会議でも問題なくものづくりができることがわかって、気持ちが軽くなった」という若手職人の声もあった。
- 高岡体験・交流ツアーの運営を委託した地元DMO候補法人から「今回のツアーをベースにした企業やクリエイター向けのツアー造成を検討したい」という声が出ている。

7.課題への対応

●事業で直面した課題とその対応策･解決方法

- 参加者数等の見積りが難しく、当初計画では、ツアー対象者は５名としていたが、定員の２倍以上のクリエイターから参加申込があったことから、急遽、ツアー内容を一部見直し、受入人数を上方修正した。当初から多めの参加者を見込んでおいたり、ツアーの回数を増やして対応したりすることができれば、さらに関係人口となる人を増やすことができたかもしれない。

●今後の課題と対応方針

- ツアーの参加者から、クリエイター向けにこんな情報があればよりよいと指摘をいただいた点について、今後、文化創造都市高岡ウェブサイトをはじめとする情報発信に反映させていく。
- 今回関係人口となった方々の民間同士の取り組みについて、どのように活動を追跡できるかが今後の課題である。行政としてのつながりをできるだけ継続しつつ、民間同士のコラボレーションを推進していく。

8.将来への展望

●来年度以降の関係人口とのかかわり方

- 「文化創造都市高岡ウェブサイト」は、来年度以降は市の予算で更新する。更新の際は、今回ツアー参加者からいただいた意見を反映し、クリエイターの方に役立つ情報を発信していく。
- 獲得したメールアドレスに対しては、今後も継続的に情報発信を行う。ツアーに参加できなかった方でも、本市に興味を持ってくれていた方がいるため、今後も情報提供に努め、問い合わせがあった際は丁寧に対応する。
- 今後も民間同士の動きを注視し、行政としてサポートできることを実施する。
- 今回の事業では、多くの媒体（雑誌やウェブサイト）で本市のことを紹介していただいた。ウェブサイト等は今後も継続して掲載されるため、今後もクリエイター向けに情報を発信することができると考えており、少しでも多く新たな関係人口を創出していきたい。

●「関係人口」施策の展望

- 今回関係人口となった方々の民間同士の取り組みについて、どのように活動を追跡できるかが今後の課題である。なるべく行政でもつながりを継続しつつ、民間同士のコラボレーションを推進していく。