事例No.	1255
公表年度	R2
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 ・観光 ・地域運営組織

事例種類	関係人口

事例内容・タイトル

都市部のクリエイターとの協働による新たな価値創造事業

出典

令和２年度「関係人口創出・拡大事業」モデル事業調査報告書

(11) 富山県高岡市

事業名：都市部のクリエイターとの協働による新たな価値創造事業

取組の概要

高岡の伝統産業の職人・工房と都市部のクリエイターとをマッチングし、協働制作によって伝統工芸に新たな価値を付加する取組を実施。また、プレスリリースやクリエイターによる情報発信、「文化創造都市高岡ウェブサイト」等を通して、クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知を獲得。

主な成果

全６チームが新しい発想による試作品を完成させ、参加クリエイターは職人・工房の技術力や対応力を高く評価した。クリエイターによる SNS 上での記事投稿は 31 回に及び、プレスリリースによる広報効果は約 350 万円と見込まれる。「文化創造都市高岡ウェブサイト」（プロジェクト関連レポート掲載など）は、年間 28,319PV の獲得見込み。

①事業の背景・目標

1) 関係人口によって解決・改善を図りたい地域課題

・高岡市の主要産業の一つである、伝統産業（高岡銅器、高岡漆器等）の事業所数や従業員数、販売額等が減少しつつある。
・高岡市の魅力の一つは、創作活動を行いやすい地域であることだが、その魅力が全国のクリエイターに届いていない。

2) 概ね５年後の地域の理想の姿

・クリエイティブな人材が集まり、交流が盛んなまちになっている。
・市民一人ひとりが創造性を発揮し、高岡市の歴史や文化を活用して新しい価値や文化、産業を創出している。
・市民の暮らしの質や豊かさが高まり、持続的な都市となっている。

3) これまでに取り組んできた関係人口関連施策の実施状況・成果

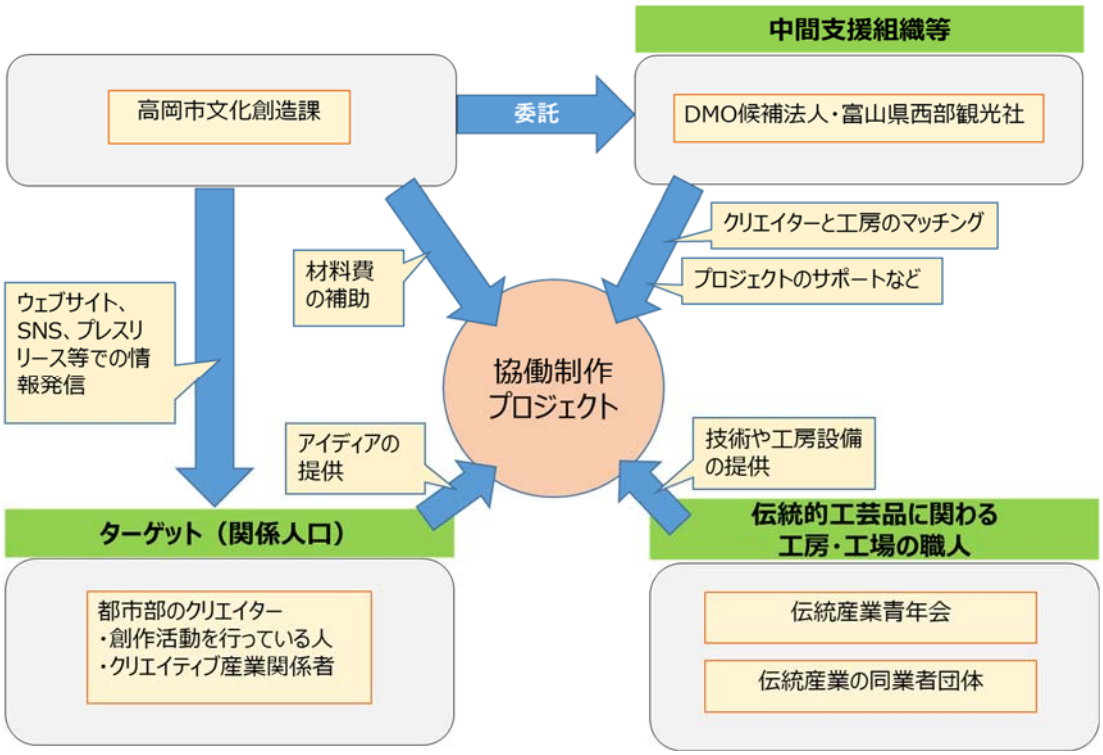
・2014 年度に「文化創造都市高岡推進ビジョン」を策定し、ウェブサイト「文化創造都市高岡」を開設した。
・2019 年度に総務省「関係人口創出・拡大事業 モデル事業」として、「都市部のクリエイティブ・クラスターに向けた文化創造都市高岡情報発信事業」を実施した。
・上記の取組を通じて、首都圏での PR イベントや、高岡体験・交流ツアーを行い、関係人口を獲得してきた。

4) 今年度事業の目標

目標	・全国のクリエイターの中で本市の認知度が向上する。 ・伝統工芸を活用した文化・産業の創出の可能性が示される。
成果指標	①商品・素材開発等の件数　②クリエイターからの情報発信件数 ③広報効果・広告費換算費　④ウェブサイト PV 数
目標値 （基準値）	①２件以上　②30 件以上 ③100 万円　④31,000PV（基準値：約 29,000PV（2019 年度））

②事業実施体制

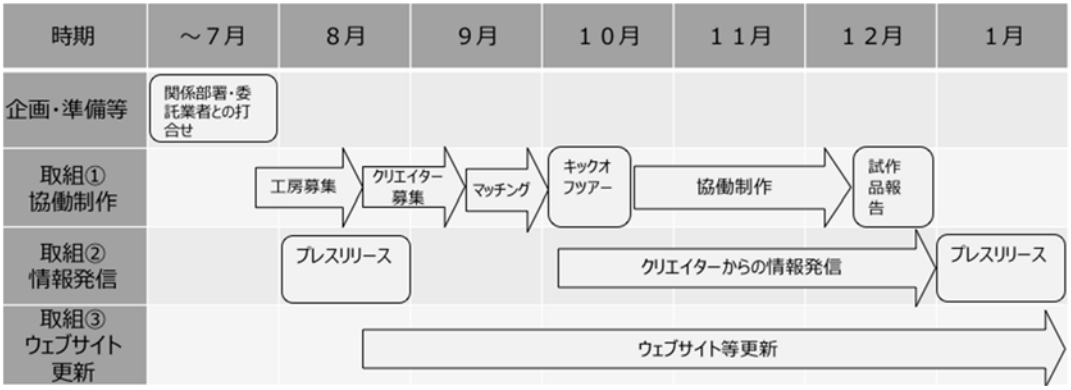
区分	団体・組織名称	役割
行政	高岡市文化創造課	委託事業の管理、募集・広報戦略策定、ウェブサイト運営など
行政	高岡市産業企画課	商品開発にかかる地元の企業・団体との調整
行政	高岡市広報情報課	既存のメディアリストや市公式FB等での情報発信
行政	高岡市デザイン・工芸センター	伝統工芸技術やデザインに関する助言、設備の貸し出し
中間支援組織	富山県西部観光社	クリエイターと職人・工房等のマッチング、プロダクト開発支援など
地元受入主体	高岡伝統産業青年会	職人団体の窓口、OB を含めた会員間の調整
その他	アート＆クラフトシティ高岡推進委員会	富山大学芸術文化学部等の有識者からの知見の提供



③ターゲット設定とアプローチ方法

ターゲット層	アプローチ（情報発信）方法	期待する役割・関わり方
創作活動を行っている人やクリエイティブ産業関係者	・ 市 HP ・ 関連ウェブサイト ・ プレスリリース ・ SNS 広告 ・ メーリングリストへのメール等での案内	・ 伝統工芸に価値を付加する創作活動 ・ その過程や成果、職人の技の魅力を自身の SNS 等で発信

④事業スケジュール





⑤取組の内容

【取組1　伝統工芸に新たな価値を付加する協働制作】

工房の募集	協働制作プロジェクトに参加してもらう工房の募集のため、高岡市公式 HP のほか、市内の伝統産業の各団体を通して募集をかけ、８つの工房（銅器関係５社、漆器関係２社、菅笠１社）から応募があった。  
クリエイターの募集	協働制作プロジェクトに参加してもらうクリエイターの募集のため、ウェブサイトやプレスリリースなどで募集をかけ、20 チームから応募があった（プロダクトデザイナーのほか、ファッション・デザイナー、ミュージシャン、パフォーマー等多様な分野のクリエイターから応募があった）。 また、応募のあったうち２組は昨年度の高岡ツアーへの参加者であり、継続的な関係が築けている。    
マッチング・キックオフツアーの実施	５組のクリエイターと６つの工房をマッチングし、高岡のものづくりの現場や風土を知ってもらうため、参加クリエイター向けに、参加工房をめぐるツアーを開催。８名中７名が参加した。  
クリエイターと工房によるプロトタイプの協働制作	伝統工芸に新たな価値を付加し、その過程や成果を情報発信することを目的に、クリエイターと工房による協働制作プロジェクトを行った。６つのチームからプロトタイプ（試作品）が報告された。 **燭台**  鎌田修 (株)能作 「溶かして作る」という高岡銅器の鋳造工程を視覚的に表現したデザインに挑戦。（真鍮製） **スピーカー**  若狭真司 高岡民芸(株) 菅笠の技術を取り入れたスピーカーを提案。今後、菅を編み込んで完成させる。

【取組2　プレスリリース・クリエイターによる情報発信】

目的と概要

・クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知度を高めるため、協働制作プロジェクトに関するプレスリリースを作成し、全国および地元のメディアに向けて配信した。

・また、本プロジェクトに参加したクリエイター自身から SNS 等による情報発信を行った。

期間

・2020 年８月 27 日～2021 年１月 31 日

成果等

ⅰ）プレスリリース（広報効果　￥3,483,029）

・全国及び地元のメディア 800 件に向けて配信

協働制作プロジェクトクリエイター募集時　１回

⇒　掲載メディア　56 件

プロトタイプ発表時　１回

⇒　掲載メディア　45 件

ⅱ）参加クリエイターによる情報発信（推定リーチ数　19,121 人）

・SNS 上での記事投稿　計 31 回

・発信してくれたクリエイターの SNS 友人数やフォロワー数は合計 2,874 人





【取組3　文化創造都市高岡ウェブサイトの充実】

目的と概要

・クリエイターの間で「高岡は創作活動を行いやすい地域」という認知度を高めるため、協働制作プロジェクトの過程や成果を「文化創造都市高岡ウェブサイト」に掲載した。
・また、過去に行われたクリエイターとの協働事例を紹介する記事を掲載し、内容の充実を図った。

期間

・2020 年 11 月 12 日～2021 年１月 31 日

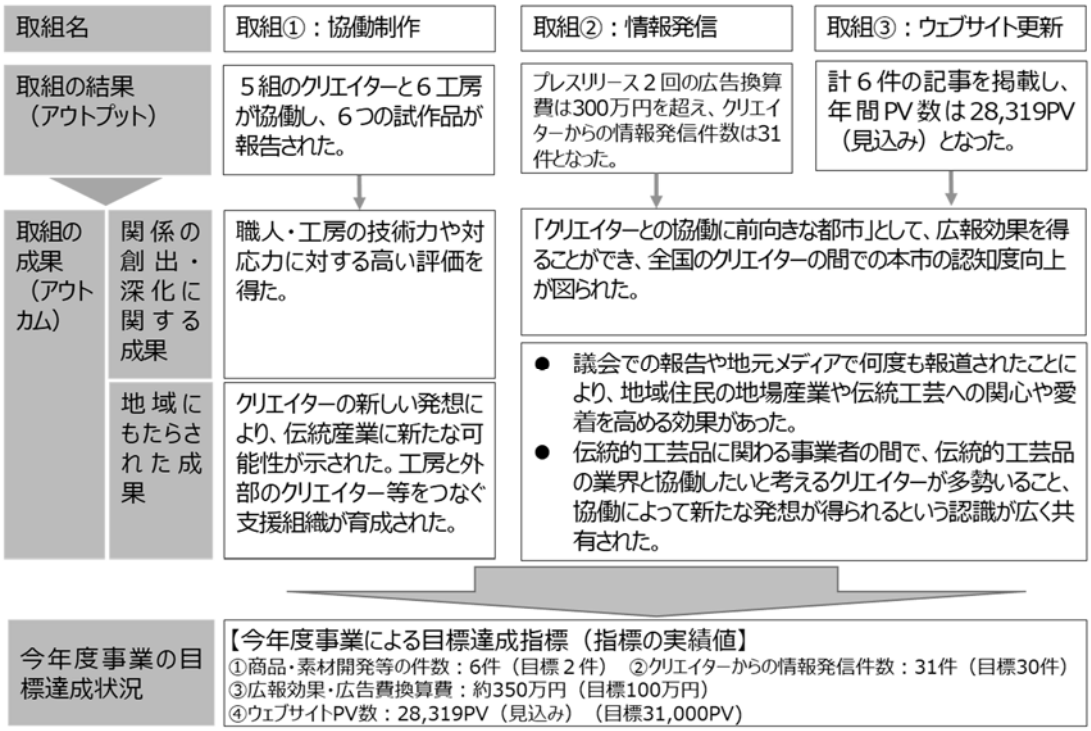
成果等

ⅰ）協働制作プロジェクトに関するレポート　３件
（ウェブサイト　22,319 PV　（2020.４～2021.１））
①産地の技の集積を知る
Creators Meet TAKAOKA 2020 キックオフツアーレポート（2020.11.12）
②人がいて「もの」が生まれる、うねりと波長
Creators Meet TAKAOKA 2020 経過報告(2020.12.９）
③技と経験値と発想の出会い
Creators Meet TAKAOKA 2020 プロトタイプ発表（2021.１.５）

ⅱ）過去に行われたクリエイターとの協働事例紹介　３件
①外からの目で見出す「場の力」が創出した新たな音楽体験
２つのフォーク・ロック・バンドRobin’s Egg Blue と ROTH BART BARON の挑戦（2020.12.21）
②アーティストと鋳物産地をつないだ「ALLOY & PEACE（合金と平和）」
高岡の鋳造会社 平和合金と現代美術作家 中村哲也さんの挑戦（2021.１.７）
③高岡銅器の工房で実現した、金属から生まれる彩をまとうジュエリー
着色工房モメンタムファクトリー・Orii と女性職人・堀内茉莉乃さんの挑戦(2021.１.15)

⑥事業成果

1) 取組ごとの成果発現プロセス



2) 本事業全体を通じた成果

・全チームが新しい発想による試作品を完成し、参加したクリエイターからは、職人・工房の技術力や対応力に対する高い評価を得た。このような手法での協働事業の可能性が確認された。

・新聞や雑誌、Web 上で本事業が取り上げられたほか、参加クリエイター自身が SNS などで情報発信したことにより、「クリエイターとの協働に前向きな都市」としての本市への関心度、知名度の向上につながった。

・今後の協働制作に向けたノウハウを取得するとともに、本市の工房等と外部のクリエイター等とをつなぐ支援組織の育成を図ることができた。

（トピック）

工房・工場側の参加者の１人が毎年秋に開催しているイベント「高岡クラフト市場街」の実行委員会会長でもある。本事業終了後、「来年度のクラフト市場街を、全国の高岡ファンが高岡に集まる機会と位置づけ、関わってくれたクリエイターが再集合する場にしたい」と意気込みを話しており、関係人口とのつながりを維持しようという地域住民の意欲が確認された。

⑦事業を通じた課題・気づき等

1) 事業の目標設定と達成に関する課題・気づき

・目標とした協業件数を上回る応募があり、高岡の伝統工芸は十分に魅力的であり、協働を望むクリエイターが大勢いることが確認された。

2) 事業の実施体制に関する課題・気づき

・関係人口と地域住民の期待値をすり合わせる作業は難しかった。

・協働事業を進める段階になったことで、関係者が増え、事前説明・合意形成に関して労力と時間が必要となった。

3) ターゲット設定や募集・情報発信等に関する課題・気づき

・クリエイターをターゲットに、アート・デザイン等の分野を重点的にプレスリリースやFB広告の掲出を行った。参加クリエイター５組中３組は、主催者側からのHP・SNS発信、メディア記事、FB広告で本事業の情報を得ており、ターゲットを絞り込むことで効率的に広報ができた。

・残りの２組は知人からの口コミで情報を得ており、関係人口となったクリエイターからの口コミの情報は、信頼性も高く、効果が高いと感じた。

4) 各取組の実施・運営に関する課題・気づき

・コロナ禍のため、関係人口と地元住民、事業参加者同士、行政関係者との密な交流・対話の時間を、十分に設けることができなかった。そのため昨年度に比べ、プロジェクト全体としての一体感を醸成し、モチベーションを高めることや、地域や地域産業全体への関心を持ち続けてもらうことが難しかった。

⑧今後の関係人口創出・拡大に向けた展望

1) 本事業の成果の今後の活用・発展方向について

・協働制作プロジェクトの完成品の展示や取組について報告する機会を設け、各チームの情報発信を継続的に支援していく。

・文化創造都市高岡ウェブサイトや移住・定住ウェブサイト等で事業成果を周知し、新たな関係人口の掘り起こしにつなげる。

2) 地域における関係人口への期待について

・関係人口となるクリエイター等には、地域外から見た地域の魅力やポテンシャルを引き出し、地域内の活性化につなげるとともに、地域外に発信できるような関わりを期待したい。

3) 今後の関係人口創出・拡大に向けた政策等について

・高岡市での制作活動やものづくりに興味のあるクリエイターに向けた情報発信の強化を図る（職人や工房の紹介、職人との協働事例の紹介、制作活動や移住に関する補助制度の紹介など）。

・２か年の事業で、「外部に向けたPR」→「現地視察ツアー」→「クリエイターとの協働による商品・作品開発」→「発表」という関係人口構築の流れを作れることが確認できた。今後、中間支援組織が中心になり、補助金に頼らずに持続的に動いていけるよう、連携を図りながら支援していく。

4) 地域における持続的な受入の体制・仕組みについて

・本市の工房等と外部のクリエイター等とをつなぐ支援組織（(一社）富山県西部観光社など）との連携及び情報共有の強化を図る。