

文化芸術中間支援組織を用いた地域産業再生モデル

ー 横浜市を舞台にしたメディア芸術による中小 IT 製造業へのイノベーションから

岡田智博 okada@creativecluster.jp
クリエイティブクラスター / 駒澤大学(非常)

文化芸術活動を用いることによって、産業に新たなイノベーションを与え、文化そのものの上での豊かさだけではない、経済や生活そのものの豊かさをもたらす可能性が文化経済の分野において、常に重要なトピックとして論じられ続けている。

各人の創造性を実際の活動として発揮できるコミュニティの環境が整備されている地域において、創造性を担保にした発展が諸分野において実現できるとする創造都市のモデル(佐々木雅幸)や、創造性を発揮し、その能力を多様なかたちで活かせる人々が営みやすい環境にある地域こそが経済の上において成長地域になりうるとするクリエイティブクラスのモデル(Richard Florida)といった、創造性の経済において現在、中心となっている議論においても、文化芸術活動は経済活動において創造性を高める、最も重要な分野として見なされている。

また、創造性の経済の議論において、文化芸術活動が果たす役割は、それそのものから生まれる文化関連産業に留まらず、他のあらゆる産業の発展に寄与していることを指摘されている。Florida が、クリエイティブクラスのモデルを編み出す直接のきっかけが、20 世紀末における、米国におけるインターネット関連ベンチャーの急速な登場と成功、そのことによる経済そのもののダイナミックな変化に直面したことと、その理由への探求にあるように、その傾向は情報通信技術の高まりとともに広がる知識集約型社会への構造の変化とともに、知識における創造性のキーとして高まっていることが明らかとなっている。

しかし、日本においてこれら創造性の経済と地域創出を論じる場合、その事例は伝統産業もしくは文化関連産業にとどまる現状がある。すなわち、文化芸術によって直接的に生み出される一次的な効果のみが論じられており、活動そのものとその周辺にしか、産業としての効果が生まれ得ないものであるということしか実際には証明できていないのである。

そのことは取りも直さず、ほとんどの場合、経済的な支援が必要なほどの領域において、産業としての魅力が存在するという本末転倒な議論であるとしかいかえりがないのでは無いのだろうか。また、波及性を論じられないということは、当該分野のステ-

ークホルダーにしか、産業としての恩恵を得ることが出来ない、すなわち同活動において関わりの無い人々には何の産業としての恩恵を見出すことができないという点において、文化芸術を行なう立場からのエクスキューズとその外にいる人々から目されてもしょうがないのではないのだろうか。

本来は、創造都市やクリエイティブクラスのモデルが、世界各地の豊富な事例において示しているように、創造性において様々な分野に波及効果を強くもたらしているにも関わらず、それが日本においてはなぜか、顕在化していないのである。このことは日本における文化芸術分野が持つイノベーター的な創造性の活用に関するモデルとなるべき手法がまだ、確立されていないからではないのだろうか。

このような状況の中において、文化芸術活動が持つ創造性を産業や社会に資するサービスとして提供することを事業の中核として、首都圏を中心に全国で活動している中間支援 NPO であるクリエイティブクラスターは、横浜市において中小 IT 製造業のイノベーションに芸術としての創造活動を用いる手段を導入、成果を収めつつある。

これはまさに、創造性における産業への波及効果における日本におけるひとつのモデルの顕在化である。しかし、そのモデルは横浜が特別なのではなく他の地域でもあてはまりうる問題を解決することによってかたちにできたものなのである。

本稿では、いかに芸術分野とは今まで無縁であった、中小製造業が、芸術分野からの創造性を受容することによってイノベーションをもたらすことが出来たのかのプロセスを論述するものである。

クリエイティビティが生まれにくい IT 製造業の現場

横浜市における有力な地場産業として、情報機械産業ならびにソフトウェア産業、すなわち IT 産業とよばれる分野が存在している。世界的な大企業の技術研究所やマザーファクトリーを数多く擁する立地において、これら最先端の製品やサービスを支える中小の企業が軒を連ねており、産業従事者において IT 分野に携わる人々の数は 10 万人を超え、ソフトウェアならびに情報機械分野の従事者の合計は、全政令指定都市の中において

トップの座にある¹。

立地としては都心部から離れた、中部ならびに北部にこれらの企業が集中、特に新幹線の新横浜駅を中心とするオフィス街²に集積している。横浜市はこれらIT産業分野の中小企業の連携によって、個々の企業の活力の向上を目的として、集積地域の企業経営者有志とともに新横浜ITクラスターを形成、連携強化にあたってきた。

IT産業における製品とは、多数の異なる機能を持った部品やソフトウェアの組み合わせによるものであり、ほとんどの同分野の中小企業は一つの部品や機能を得意とし、特化しているため、ひとつの企業のみでは消費財を生み出すことが不可能である。そのため、ただ連携をすることだけでは、部品供給先である大手企業に匹敵する消費財を生み出すことも、また、売り出すためのマーケティングも存在していないことが実情である。

そのため、新横浜ITクラスターの取り組みも近所の事業者の親睦会を上回るものではなかった。その一方で、横浜独自のIT家電を同クラスターから生み出すというプロジェクトが生まれても、具体的な消費財の姿が見えないため、既存の業務から外れてリスクを払ってでも行なうという機運すらも生まれなかった。

創造なき「創造都市」で創造性を生み出すために

「創造都市」を主題に掲げる横浜市ではあるが、IT製造業の分野においては親睦会で技術の夢を語り合う以上に、創造性を発揮しうる手段を打つことが出来なかったのである。

その理由としては、既存の産業構造とは異なるオルタナティブな可能性を提示できなかったため、閉塞感がそこに存在していたからである。社会の変化を迅速に受け入れる文化芸術活動は、ときとして、このような閉塞した状態にオルタナティブな可能性を提示する力を持っている。

クリエイティブクラスターは、メディア芸術分野がオルタナティブな可能性をもたらすものと着目、メディア芸術による中小IT製造業のイノベーションに2004年より着手した。

メディア芸術、特に立体造形はまさに、情報機械製品そのものである。一人もしくは一チームの

作家の創造力がひとつの完成品を生み出している。欧米においてはIT分野におけるデザイン研究においてメディア芸術の素養は必要不可欠であり、単独でつくりあげたプロトタイプが先駆的なIT機器の開発に大きな影響を与えることは少なからず存在しており、そのような発想から生まれた製品によって中小のベンチャーが市場を獲得することは珍しくも無い。また、メディア芸術や情報デザイン分野からIT機器の開発を支援するデザインコンサルタント³が存在しており、情報機械分野における製品開発において無視できない存在となっている。



写真1 IDEOによる携帯電話と社会との関係をスタディーした結果による携帯電話ワーキングモデル“Social Mobile”（デザイン=Crispin Jones）

日本においては、やっとなPR的な意味合いを持った情報装置として、特別に作られた作品がビルディングの中に入ったり、博物館展示装置に用いられたい程度の段階である。ではなぜ、日本でメディア芸術が、欧米ほどにプロダクトに入り込めないのだろうか。

その理由としては、大企業・下請けの構造が未だ強固であることと、中小企業そのものがオルタナティブなマーケティングを持ちえていないという根本状態が阻害しているからに他ならない。

そこで、まさに中間支援組織のサービスを通じて、そのオルタナティブを出現させ、イノベーションを起こそうというのがクリエイティブクラスターによる取り組みの起点であった。

実ある創造性が産業にイノベーションをもたらす

まずは、実際にステークホルダーとなる人々に可能性を提示し、理解してもらう作業から開始した。2005年2月に、横浜市のオルタナティブギャラリーであるBankART NYK Studioを会場に、IT家電としての示唆に富んだメディア芸術作品を、

¹ 事業所・企業統計調査（総務省）をもとに横浜市経済局がまとめた資料による

² 同様の集積は関西においては新幹線の新大阪駅周辺があげられる。両立地の特徴として、情報機械産業より脱サラすることによる創業が多い、同分野において、元所属していた事業所（関西なら淀川沿岸地域）に近いことや、営業先となる事業所へのアクセスが近いこと、それに全国に散らばる工場・研究所などの得意先、特に東名阪へのアクセスが低いオフィス賃料にあって便利だという、分野独特の理由が存在する。

³ サンフランシスコに本社を置き、ロンドンを拠点とするIDEO社がその代表事例である。IDEOは世界的な大企業より依頼を受け、様々な先駆分野での機器デザインを手掛けたり、コンサルティングをしている。

実際に使用するライフスタイルを想定して展示した展覧会”Evolution Cafe”⁴を開催、個々の作家の創造性によってイノベーティブなIT機器が生み出されることを提示した。このような、ライフスタイル想定型のメディア芸術の展覧会は他には類が無かったため、全国的な集客と注目を集める一方、可能性を感じ、コンタクトを求めるIT製造業の事業者が生まれ始めた。アイデアから設計、造形までをカバーでき、一方で創造性によるブランドを持つことが出来るメディア芸術家とのコラボレーションを通じて、プロダクトの開発をしようと同展覧会を通じ、募ったのである。



写真 2 “Evolution Cafe” 会場での新横浜 IT クラスタ構成企業へのプレゼンテーション

次の段階として、具体的に何が出来るのかを示す活動を行なった。最初に声をかけてきた企業は既に、メディア芸術を通じた創造性を理解できたイノベーティブな企業であり、会社にしてほんの 4 社程度のものであった。これら先駆的に取り組む企業との活動のプロセスを公開することによって、より活きたかたちで可能性を周囲に示したのである。

このメディア芸術によるプロダクト開発のクラスター連携に”Y INNOVATION” (Y イノベーション) のタイトルをつけ、オープンな情報公開と参加確保に努めた。

Yイノベーションは、経済産業省関東経済産業局が推進するIT系産業クラスター事業、首都圏情報ベンチャーフォーラムの横浜市での取り組みであり、新横浜ITクラスターの流れを汲んだ横浜知財・ITクラスター形成・支援プロジェクトのパイロット事業として、横浜市における産業政策振興財団である横浜産業振興公社⁵よりバックアップを受けた開始である。

「Yイノベーション」プロジェクトの開始を通じて、

⁴ 公式サイト = <http://coolstates.com/evolution/>

⁵ 2007年4月より横浜産業振興公社は横浜企業経営支援財団に改組された

実際に文化芸術の創造性を知財として中小企業の活性化を実行できるプロジェクトとして真価が問われることとなったのである。

結果はかたちになってあらわれ、4社によるプロトタイプは 2006 年に引き続き開催した展覧会”Electrical Fantasista 2006”⁶において公開された。

現実にも生まれたプロトタイプを前に、まわりの企業であっても魅力的な IT 機器がつくれる可能性に触れることによって、独自のプロダクトで挑戦したいが、プロダクトとして実現するためのものづくり力が弱い、デザイン力が無いという具体的な問題を抱えた企業が参加するようになった。



写真 3 “Electrical Fantasista 2006” でのインタラクティブ照明プロトタイプ公開

次の段階は、実際に製品直前のワーキングモデルを開発するとともに、中小企業であっても独自に開拓でき、ビジネスとして成立しうる販路の獲得である。

2005 年から続く先行企業は、作家との継続的な活動とともに 2006 年秋にワーキングモデルを実現した。

そして既にそのプロセスにおいてイノベーションが生まれ始めていた。メディア芸術家との独創的な IT 家電の開発は、アートが先端プロダクトになるという事例としてデザイン業界を中心に注目を浴び始めたのである。その注目の結果、小規模な PC 開発メーカーである PBJ(本社・東京都新宿区)はチップメーカーや OS メーカーという市場を決定する企業とより高いレベルで交渉できる立場を獲得、ユビキタス機器という新分野に取り組んでいる Surroundings(本社・神奈川県大和市)は販売先の確保をスムーズにしつつある。また、製品化後の販売チャネルのひきが様々なかたちで寄せられるようになった。

ワーキングモデルの発表は、創造性を軸にした

⁶ 公式サイト = <http://fantasista.creativecluster.jp/>

企業と作家との連携において、製品が実現することを証明した。欧米のメディア芸術が実現していることを横浜において実現したこのとき、脱下請けによる独自の IT 機器づくりを確信し、参加を求める企業がさらに増え続けている。一方で、製品を実現する力のある作家が、次々と参加し始めている。

これらトラックレコードをもとに、メディア芸術による創造性の発露に期待する企業そして作家に対して、窓口となるセンターが 2006 年 9 月「Yイノベーションセンター」として設立された。Yイノベーションセンターは、中間支援組織としてのクリエイティブクラスターを中心に、サービスを受ける企業・機関が運営コストを担う、純民間のプラットフォームである。まさに、文化芸術活動のクリエイティビティを事業として活かすために個々の企業がリスクを払って、イノベーションを実現する新たな中間支援の継続するプラットフォームの誕生である。



写真 4 Y イノベーションの成果。英国のインタラクティブアーティスト、Crispin Jones デザインによる PBJ 社製 UMPC (超小型 PC) ワーキングモデル



写真 5 Y イノベーションの成果。Surroundings によるインタラクティブ照明ワーキングモデル。東京デザイナーズウィーク Y イノベーションブースでの展示 (2006)

最後の段階として、Yイノベーションセンターのプラットフォームのもと、実際の製品が商品として 2007 年秋に販売を開始する。メディア芸術家という外部からの創造性の投入によって、プロダクトが生まれ、独自のブランドのもとで販路の開拓がスムーズに行き始めるという、元受け下請けの構造のもとで生まれ得なかったオルタナティブな構造がここに完結する予定である。

中間支援組織の役割:コンテンツよりもコンサルティングが創造性を現実に変える

中小 IT 製造業をメディア芸術に用いることによって、脱下請け、もしくはブランド力をもてなかった構造から、独自のプロダクトを送り出せるように出来たイノベーションにおいて、中間支援組織であるクリエイティブクラスターが果たしてきた役割は以下のものであった。

1. プロダクトに出来る能力を持った作家の発掘もしくは出来るようになるための能力向上のサポート
2. 作家と連携することによってイノベーションが実現できる企業の発掘
3. 関心を持ちながらも取り組むまでに到れない企業に対する能力向上のサポート
4. 連携によるプロジェクトを推進するためのマネジメント
5. 出来上がったもの、もしくは出来上がる過程を外部から評価できるための機会づくり
6. 評価を通じた市場とのマッチング
7. 広報ならびにアウトリーチ活動

メディア芸術、特に造形の分野は、エマージングな分野であるため、芸術活動の領域が限られており、作家が持つ創造性を活かした、仕事の確保が活動を維持するために必要とされている。そのため、仕事としての創造性の提供が出来うる環境づくり、すなわち、企業との協業を実現できるようにすることが、プロジェクトを始めるにあたって必要な作業であった。あくまで作家ありき、コンテンツありきではなく、いかに企業が持つリソースと作家が持つ創造性を組み合わせることによって、市場性のあるプロダクトを生み出せるのかをキュレーティングし、実現するためにフォローアップするかが、ここでの中間支援組織の役割となる。ここでのキュレーティングとは、まさに企業、作家ともども、可能性を見極めることであり、可能性において能力が低い場合において能力を高められるようにフォローアップする行為であり、芸術における専門

的見地のみならず、扱う対象の技術に対する理解や、市場や社会の構造、商慣習といったビジネスや社会マネジメントを行なう上での見地が同じく、どこかそれ以上に求められる行為である。

文化芸術によるコンテンツや地場の産業としてのコンテンツのみに注力し、安易に掛け合わせるような、ともすれば行き当たりばったりになるような産業への文化資源の活用ではなく、それぞれのステークホルダーの持つ能力にあわせた連携をマネジメントできたことが、IT家電という中小企業にとって難易度の高い取り組みを実現させつつある結果に結びついたといえる。

今後、日本においても、文化芸術の担い手による創造性を用いて、産業や社会環境の振興が中間支援組織に一層求められつつある。その要請に応えるためには、扱うる芸術や文化に対する専門性のみならず、それらの創造性を産業や社会に転換するための実務能力(=コンサルティング力)を兼ね備えることが必要であることを、Y INNOVATION の進行中の成果は物語っているのではないのだろうか。

参考資料

Y INNOVATION = <http://innovation.creativecluster.jp/>
 クリエイティブクラスター = <http://creativecluster.jp/>
 横浜知財・ITクラスター形成・支援プロジェクト = <http://itcluster.idec.or.jp/>
 「勃興する「Y」イノベーション」:「クリエイティブシティー」横浜における創造クラスターの生成」文化経済学会(日本)文化経済学会(年次大会)予稿集 2006

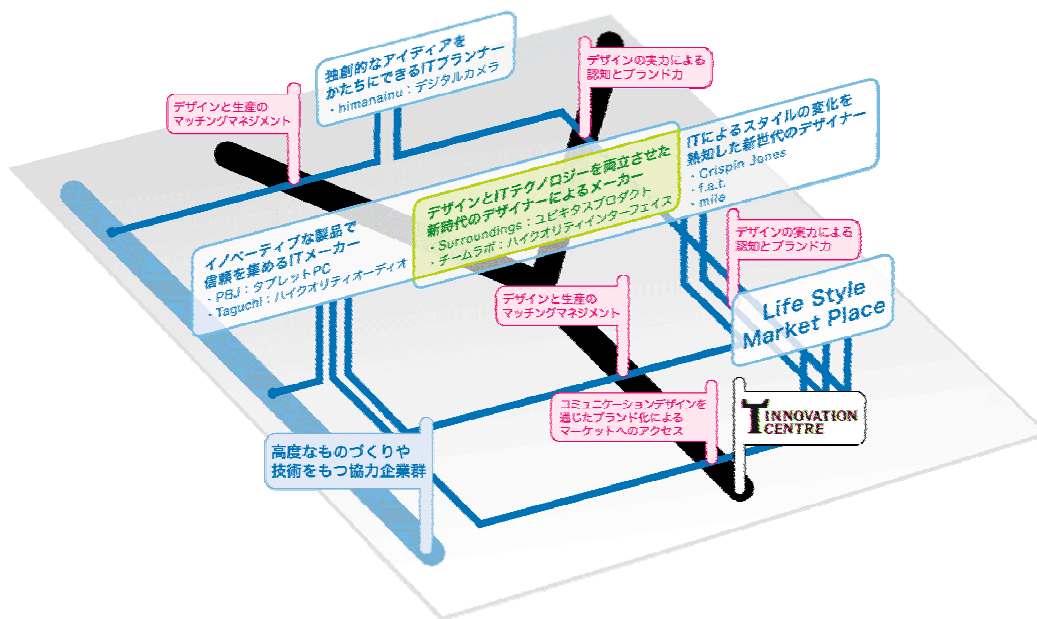


図 Yイノベーションセンターによる連携サービスと実施モデル (2007年3月現在)