

Takaoka Craft Ichiba-machi

高岡クラフト市場街2015 地域における産学官連携の在り方

富山大学芸術文化学部准教授 有田 行男



高岡クラフト市場街とは

「高岡クラフト市場街」とは、富山県高岡市の中心市街地に於いて毎年秋頃に開催される、クラフトに関する統合イベントです。「工芸都市高岡クラフトコンペティション（以下 高岡クラフトコンペ）」の入賞入選作品を展示販売する「工芸都市 高岡クラフト展（以下 高岡クラフト展）」をコアに、これまでの入賞作家が作品を販売する「作家の引き出し展」や、職人の工房を巡る「クラフトツーリズム」、クラフト作品で食事を楽しんで頂く「クラフトの台所」などのイベントで構成されています。富山大学芸術文化学部（以下 芸文）が参画する産学官連携事業として、2012年10月から実施が始まり、2015年10月1～5日に第4回目が開催されました。

運営にあたっては、年次ごとに産学官から有志が集まり「高岡クラフト市場街実行委員会」を組織し、前年度を振り返りながら、事業内容を決定しています。

2013年度は2年目であった為に、継続し続けるための体制づくりを検討するとともに、実施内容の高密度化を図るべく「クラフト」「まち歩き」「食」を3本の柱として位置付け、実施プログラムを拡大しました。そして、2014年度からは「クラフト」「まち歩き」「食」に「体験」を加えた4つの柱で来場者を迎えることとなりました。（2015年度のプログラムは「観たい・知りたい」「購入したい」「体験してみたい」「食べたい」の4つの構成となりました。）

市場街コンシェルジュ

実施プログラムの拡大によってイベント間、関係者間での連携不足が課題として上がりつつあった2014年度において、学生が「コンシェルジュ」として全体のプログラムをつなぐ役割を担う、というアイデアが生まれました。高岡駅や主要な会場の側に「コンシェルジュブース」を構え、「コンシェルジュ」として学生が常駐することで、来場者の案内や、関係者間の情報の拠り所となりました。また、コンシェルジュとしてのユニフォームやブースデザインに様々な工夫を施すことで「高岡クラ

フト市場街」が開催されていることを視覚的に理解できるマスコットキャラクターにも成り得ることができました。

芸文の学生が「高岡クラフト市場街」において必要な存在になった訳ではありませんが、コンシェルジュが持つ情報の質や量、コンシェルジュとしての振る舞い方などの課題も新たに生まれました。このため、2015年度においては、大学の教員が支援するかたちでコンシェルジュとしての運営体制を強化しました。具体的にはマネジメント手法の導入や教育プログラムになります。「高岡クラフト市場街」の当日、来場者に対して、高岡の街をしっかりと案内できるように、高岡の観光案内を行っているNPOの方を講師に招き「観光講習会」を実施しました。また、来場者のおもてなしにあたっての心構えを身につけるために、県内の企業に対して人材教育を行っている方を講師に招き「マナー講習会」を開催、コンシェルジュになるための準備を行うことで、より実践的な教育の場とすることができました。

市場街パスポート・市場街スタンプ

コミュニケーションデザインやビジュアルデザイン等のカリキュラムを併せ持つ芸文ならではの取り組みとして、2015年度から実施を始めたものが「市場街パスポート」と「市場街スタンプ」です。「高岡クラフト市場街」の期間中、街を巡回するシャトルバスへの乗車パスとしての機能を持たせるとともに、各コンシェルジュブースや協賛店舗で押印が可能な「市場街スタンプ」の台紙機能を持ち合わせたものとして、学生達が「市場街パスポート」を企画しました。どちらも学生のデザインによるものですが、様々な工夫が施されています。来場者が「市場街パスポート」を購入後、特定のコンシェルジュブースに持ち込めば、学生がパスポートに証明写真的に似顔絵を描くサービスを受けることができます。「市場街スタンプ」は高岡の街並をモチーフとしオリジナリティのあるデザインに仕上がりました。協賛店舗では「高岡クラフト市場街」終了後も引き続き使用して頂いておりま



す。また、「市場街スタンプ」の裏メニューとして「職人スタンプ」が準備されました。通常のスタンプラリーは指定された場所を巡りスタンプを収集するラリーですが、「職人スタンプ」は、街のどこかにいらっしゃる高岡の「職人」を探し、偶然の出逢いの中でのみ、職人さんの似顔絵と座右の銘が描かれたスタンプを得ることができるというプログラムです。「職人スタンプ」を持つ職人さんについては予めおおよその場所を伺い、目印となる法被とネームを装って頂いておりましたが、必ず出逢えるというものではありません。難易度が高いゆえ実施にあたっては幾分、関係者からの危惧の声があったものの、実際のところ、来場者の方々から大好評を得ることができました。

アンケートによる調査

「高岡クラフト市場街」継続的な取り組みについての意義を含めた事業成果を、来場者数の遷移（2012年1万4,141人、2013年1万9,221人、2014年1万8,820人、2015年1万8,769人）のみでは評価し難いため、2015年度は、来場者だけではなく関係者へのアンケート調査についても実施いたしました。

来場者アンケート（n=49）では、2013年度実施アンケートと比較して来場者の年代が若い方向にシフトしており、全体の9割の方々が大変満足／ほぼ満足というご

意見でした。また、5割の方々ที่คอนシェルジュブースを利用したとの回答がありました。

関係者アンケート（n=50）についても、9割以上の方々から参画して良かったとの回答を頂きました。

街の観点では、開催期間中の活気だけではなく、継続することで生まれる効果として、新しい観光客を呼び込んでいることや、観光リピーターを増やしていることについて、其々3割の方々ที่認識して頂いている。自社の観点としても、開催期間中の売上げだけではなく、継続することで生まれる効果として、新しい顧客が増えたことや、既存の顧客との関係が深まったことについて、其々3割の方々ที่認識して頂いていることがわかりました。

地域における産学官連携

「高岡クラフト市場街」を地域における産学官連携という観点から見ると、芸文としての特性（地域をキャンパスに見立て、芸術文化を実践的に学べる環境）が活かせる部分が多く、必要とされる様々なデザインについても学生の多様性を持って関ることができます。

地域の特性を活かした活動が、地域の持続的な活性化を促す様に、地域の課題を解決するために、大学の持つ特性を引き出すことが、地域における大学の役割であると考えています。

