

Creative City

パネル・ディスカッション Panel Discussion

モデレーター 佐々木雅幸
立命館大学政策科学部教授
Masayuki Sasaki
Professor of Urban Economics, Faculty of Policy
Science, Ritsumeikan University

パネリスト ジョン・ディクソン
世界銀行首席環境エコノミスト
John Dixon
Lead Environmental Economist
World Bank Institute
チャールズ・ランドリー
コメディア代表
Charles Landry
Director of Comedia
ウォルター・サンタガタ
トリノ大学経済学部教授
Walter Santagata
Professor, School of Politics, University of Turin
デイヴィッド・スロスビー
マコーリー大学経済学部教授
David Throsby
Professor of Economics, Department of
Economics, Macquarie University
三宅理一
慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科教授
Riichi Miyake
Professor, Graduate School of Media and
Governance, Keio University

◆ パネル・ディスカッション

佐々木

皆さん、こんにちは。佐々木です。今日の天気のように私の心も晴れ渡っています。というのも、チャールズ・ランドリーさんとともにクリエイティブ・シティの研究をしてきましたが、おそらく今日は日本でクリエイティブ・シティに関する本格的なシンポジウムを行う第1回目の記念すべき日だと思います。

今から10年ほど前のヨーロッパは、経済的に大変停滞していて失業者も多く、今の日本のように社会の見通しがはっきりしない状況でした。もともと「クリエイティブ」という言葉が出てくる背景は、安定してない、暗くて倒産が相次ぐ、崩壊する。そういう状況だからこそ、クリエイティブに問題を解決したいという、逆説的な言い方なんです。さきほどセーラさんが事例報告したように、倒れそうな酒屋さんに入り、そこでクリエイティブに台風を吹かせたというわけですね。非常に困難な時こそ、われわれはクリエイティブに明るく未来を見通していきたい。そういうメッセージが込められていて、しかもクリエイティブな都市ということにポイントがあるわけです。

というのは、私どもはフランス革命以来、近代的な国家というしっかりしたフレームワークがあったので、失業したり地域社会がうまくいかなくなっても、国家が自分たちの生活や地域の将来の面倒を見てくれるに違いない。日本語でいえば親方日の丸で、何でも国がやってくれるだろうとっていて、他人の懐や、あるいは寄らば大樹で、他のものをあてにしてきました。つまり、自分の地域や都市自らが問題解決をする前に、さらに大きな国というものに頼ろうとしてきたのです。

しかし残念ながら歴史は進み、福祉国家はどこも財政危機に陥りました。わが日本の公共事業主体の福祉国家でも同じような状況で、国家の破産が目の前に来ています。ですから、もう国家の世紀は、前世紀で終わったと考えたほうがいい。21世紀は再び都市の世紀であるといわれています。

そこで、都市がどのようにクリエイティブに未来を切り開くのか。月尾先生もランドリー先生も同じように指摘していましたが、工業化社会で当たり前だった産業や工業を中心とした都市づくりから脱却して、知識とか文化を主体とした社会に移行しているわ



佐々木雅幸

立命館大学政策科学部教授（当時）

1949年生まれ。基金フェローとしてポーロニャ大学客員教授を経て、現職。文化経済学会<日本>理事、日本地方自治学会監事、国土審議会北陸開発特別地方開発特別専門会委員、金沢まちづくり専門委員など。主な著書に「都市の文化経済学」「創造都市への挑戦」「創造都市の経済学」など。

けですね。ですから、そこで必要になる都市の魅力、都市の創造性というところにもう一度注目して、新しい都市戦略を立てていく意味が、創造都市という言葉に込められていると思います。

日本では今日がお披露目の第1回ということですが、ヨーロッパやアメリカでも最近クリエイティブ・クラスとか、クリエイティブ・コミュニティという問題提起がされています。欧米を中心に広がっているこうした考え方が、日本でも瞬く間に広がって定着し、人々の日常生活においてクリエイティブな物事の考え方というものが広がるのではないかと考えています。

とりわけ今日ランドリー先生が提起した概念の中で、大事だと思うのは、クリエイティブ・ミリューです。この言葉は「創造的環境」と訳されています。もちろん間違いではありませんが、私は日本語の「環境」という意味だけでは不十分だと思います。クリエイティブな雰囲気とかクリエイティブな風土とか、もっと精神的な文化的な要素を、このミリューの中に込めて理解したほうがいいと思います。ですから、私自身は「創造の場」という表現を使っています。

クリエイティブ・ミリューとか、あるいはクリエイティブ・インフラストラクチャーという言葉も出てきましたが、ランドリーさんや金沢市の水野さん、それからセーラさんの発表、いずれもこのクリエイティブ・ミリューをどのように具体的に作り出したかという話だったかと思っています。

金沢市では、市民が参加して紡績工場をまったく新しいアート・センターに変えた、という事例がありましたし、お醤油を作っていた蔵がアート・センターに変わっていった。それから、小布施では日本酒の蔵や桶が、クリエイティブなミリューに変わろうとしている。日本の社会がこれまでもってきた伝統の厚みに本物の価値を見出し、そこに新しいコンテンポラリー・アートの風を吹かせると、地域や都市が甦ってくる。これこそがクリエイティブ・ミリューだと思っていますので、見事に台風のような風を吹かせていただいて感動しています。このセッションでは、第1部に出てきた概念、あるいはケーススタディをさらに多面的に深めてみようと思います。あるいはそれぞれの分野の専門家がいますので、専門に沿ったさまざまな角度からアプローチしてもらい、別の表現で迫ってもらうことが、今日の課題です。このシンポジウム自体が、クリエイティブ・ミリューになるよう、気楽に楽しくやっていきたいと思っています。

トップバッターはジョン・ディクソンさんです。ディクソンさんは世界銀行で主席環境エコノミストとして活躍され、6カ国語を話されます。ワシントンでの勤務より、アジアや世界中のフィールドで活躍されています。創造都市と文化的観光、あるいは文化的産業といった話を聞けるのではないかと期待しています。どうぞよろしく願います。

環境エコノミストから見るクリエイティブ・シティ

ディクソン

残念ながら6カ国語の中に日本語は入っていないので、失礼いたします。まず最初に、主催者に対して、私を呼んでいただいたことと、素晴らしい方々をたくさんお招きいただいたことに感謝いたします。

エコノミストですから、儲かるのか儲からないのか、そして誰がお金を払うのか、ということが私の関心事です。インフラの話や、投資が必要だというような話をたくさん聞きます。それから、大部分は政府が負わなければならないという話もありました。

しかし、今日は3つの都市の話を紹介したいと思います。もう死んでしまった町と、生き生きとしている町が、それぞれどのように観光客を呼び込み、民間部門も巻き込みながら利益を得られるようにしていったか、ということをお話ししたいと思います。日本でも適用できるような例があると思います。この数日間、長浜に行っていましたが、そこにも同様の例が多く見られました。

まずなぜ観光なのか、ということです。観光は、世界でも大きな産業です。グローバルな産業で、観光は世界最大の産業であるという人もいます。お金の面でいえば、確かにそうかもしれません。そして、商品としてもさまざまなものがあります。

JTBのオフィスの前には、いろいろなパンフレットが並んでいました。その多くが海外の砂浜とか、ハワイの海、それからヨーロッパの文化的な都市の写真が掲載され、最近ではエコツーリズムという新しい分野も出てきたようです。また文化遺産を探訪する旅も急成長している分野ではないかと思います。世界各地の人々が、見知らぬ場所に行って、そこに住む人たちの生活、暮らしてを知ることを楽しんでいるようです。ただ建物を見たり博物館に行くのではなく、異なる文化そのものを楽しんでいるようです。

アジアの国々には、そういう文化遺産がたくさんあります。日本も、中国も、インドネシアも、インドもそうです。それぞれ多様性に富んだ大きな文化です。しかし、これをどうやって売り出すのか、という問題があります。これはマーケティングの一部で、売るといふビジネスなんです。



ジョン・ディクソン

世界銀行首席環境エコノミスト

1946年生まれ。ワールド・バンク・インステテュートの環境エコノミストとして活躍。ハワイの東西センターの環境及び政策研究所(1981~90年)を経て、90年よりワールド・バンクに勤務。インドネシア語、中国語、フランス語、スペイン語、タイ語に堪能。研究フィールドは東アジア、東南アジア、およびラテンアメリカ。環境インパクトに関する経済的分析が専門。著書、論文多数。また世界各地で基調講演、講義を行っている。

エコノミストの観点からいえば、観光は使わなくてもいい金をいかに使わせるかという分野です。別に休暇をとって旅行に行く必要はないわけです。楽しみだから行きたいと思って行くものですが、実はお金がかかる行動です。だから、観光地になるようなところは観光客を呼び込む要素であるサービスとかインフラがあって、人が行きたいと思うものがあるところ。つまり観光客は自分たちが欲しているものを得られる場所に自分たちで自由に選択して行くわけですから、単に食べ物を買ったり作って食べる行為とは違います。自分の意志で選んでわざわざやることなんです。だから、何か価値があるから出かけていくという場所でなければならない。その価値が、場合によっては人にお金を使ってもらう。そしてその使ってもらったお金を環境保護などといった側面に使うことができるのです。

エコノミストとしては、人が金を支払う意思があるかどうかに着目します。何か体験するのにお金を払ってもらえる。大概のものは無料で得られるものです。例えば富士山は窓の外を見ただけで見える。素晴らしい景観ですが、これは無料です。天気がよければお金を払わずに美しい富士山の姿を望むことができます。いろいろな文化都市に行っても、ただで歩いて見ることができます。二重橋を見たり、皇居の周りを見たり、これもただで楽しむことができます。日本ではまだ、そういうものが金を払わずに見られませぬ。私のプレゼンテーションが終わった後、お金を払うことになってしまうかもしれませんが、まあどうなるでしょうか。とにかく3つの都市の事例を話します。

3つの都市とは、ヨルダン、ネパール、中国の都市です。まず最初に、ヨルダンからで、一つはペトラという町で、1000年も放棄されたままになっていた町です。もう一つはワディーラム、美しい景観の自然があり、神が造り出したような町です。こちらはヨルダンの南側、アカバの近くにあります。

さて、ペトラは、「隠された町」といってもいいかもしれません。シークと呼ばれる1キロにわたる狭い自然の巨大な岩のすき間(回廊)を経て行くのですが、ここを通過していきますと、隠された渓谷があって、そこに寺院や墓や、さまざまな建物がああります。観光客向けに、ベドウィンたちがお土産を売っている場所もあります。ベドウィンの人たちは、実は寺院の中で暮らしていました。文化的な資産の中で洗濯をしたり料理をしていたため、政府はベドウィンの人たちと交渉して、近くの村に移り住んでもらった。その代わりにこの文化都市の中で土産を売る商売をしてもいいという取り引きをしたわけです。本当は土産店も開いてほしくないんですが、地域の住民も利益を得られるようにということで、トレードオフがあったわけです。実はトレードオフは大した問題ではなく、ペトラの入場料、つまり観光値段をどうつけるかという大きな問題がありました。

ペトラの入場料は約175円ですが、これはヨルダンの人も海外の人もすべての観光客に適用されました。しかし政府とエコノミストは、観光客はいったいどのくらい支払う意思があるのかを考えました。その結果、ヨルダン人以外の人たちの入場料を高くし、およそ20倍に引き上げました。1ディナールくらいだったのが、20ディナールまで引

き上げたんです。ドルにして30ドルくらいですから、3000円ほどになるでしょうか。

面白いことに、これだけ料金を引き上げたのに、海外の観光客は減少しなかったのです。海外からの旅行者が常に訪れていました。というのも、素晴らしい資産がここにあったからです。例えば、ベドウィンが2人、観光客の人たちに対して問題がないように、警察的な役割を果たしています。しかし、これだけ入場料を上げたため、ペトラ1カ所だけで、いつも資金不足で困っていた国立公園などのシステム全体をマネージするだけの資金が得られるようになったのです。ですから、ユニークな資産や資源をうまく利用すれば、十分な利益を上げることができるわけです。その1カ所だけに使うのではなく、ほかにも使えるというわけです。

もう一つ、ヨルダンにワディーラムという場所がありますが、これは砂漠の中にあります。アラビアのロレンスが昔住んでいたといわれる場所で、本当に美しい場所です。実は『アラビアのロレンス』の映画もここで作られました。50～100mのそびえ立つような山がある。このビクターズセンターに行くと、看板があり、入場料の支払いについて指示されています。例えば車だったらいくら、歩いて入るならいくら、というように表示してあります。そこで、ベドウィンの人たちの案内で、ラクダに乗って砂漠を歩いてさまざまな景観を見たりというサービスを受けることができるわけです。ヨルダンの中でも、この2都市は素晴らしい観光地となっていて、地域の人たちも巻き込んで、文化的な資産を守りながら利益を得られる場所になっています。

次の例はバクタプールというネパールの町です。ここも歴史的な町であり、人々が日常生活を送っている町です。そこに住んでいる人々が工芸品を作ったりしているのを見るために観光客が訪れます。そこで、町に入るための入場料を徴収することにしました。観光客は料金を支払うと、こういうチケットをもらいます。このチケットには「町の資産保護にご協力ください」と書いてあり、長浜や、あるいは京都のような町で使える方法ではないでしょうか。

そして次にご紹介するのは、蘇州という中国の上海の近くにある運河の町です。これもビジネスのインフラの一部ですが、タクシーのような乗り物が573台もあります。すなわちそれだけ多くの観光客が訪れるということです。古代の中国の運河の町を体験するために、月々1万人単位でやって来ます。この町に入る時に入場料を払うと、町の中のいくつかの観光用の施設を訪れることができます。書道などを見学できる場所とか、ショッピングを楽しめる場所もあります。観光客は、たくさん土産を買いたいと思ってやってくるわけですから、もちろん土産店もあります。屋台や運河を川下りの船に乗って楽しむアトラクションもあります。ベニスのように運河から町を眺めるような船が、観光客を待って並んでいるのです。

いずれも、クリエイティブな形で町づくりを行っています。経済的な開発も考えながら、地域の住民も潤うような形で進めているのです。さらに経済的な価値を追加することで、政府だけではなく、自分たちでもいろいろなインフラが整備できるように考えた

のです。そして、ビジターの人たちにも、一部負担してもらおうという形をとっています。こういう形で、文化資産を保護するだけでなく、町そのものの復興も図っていけるのではないのでしょうか。

佐々木

世界銀行のエコノミストによる、歴史的都市の保存からクリエイティブな都市の再生が可能というお話でした。今進んでいるグローバリゼーションがこのまま進行すると、世界中にあるさまざまな歴史的資源や、あるいは言語さえもどんどん失われてしまう。それはほっておいてはいけない。もっと文化的な多様性を保つためにも、世界中の文化財や歴史都市の文化財をしっかりと守りながら、サステナブルな地域の発展につなげるための方法について問題提起をしていただきました。

それでは先ほど素晴らしい報告をしてくださったランドリーさんに、ここでもう少し時間をプレゼントいたしますので、具体的な創造都市の実例について補足的にお話してください。

クリエイティブ・シティになるきっかけとリーダーシップ

ランドリー

ありがとうございます。3点だけ申し上げたいことがあります。まず最初に、そもそも人々がクリエイティブな都市をつくりたいと思うきっかけは何かということ。もう一つはリーダーシップについて。そして最後は、いかに深くこういった考え方を定着させていくかについて話したいと思います。

まずどうしてクリエイティブな都市にしたいか、ということですが、実はこれは危機感というものがきっかけになっていると思います。いろいろな形態の危機が重なり、あまりにも事態が悪化し、何かしなくてはいけないということもあったかと思えます。ピ

チャールズ・ランドリー



コメディア代表

1948年生まれ。文化企画コンサルタントのシンクタンク「コメディア」を1978年に設立。ヨーロッパを代表するシンクタンクとして世界35カ国で、文化活動を通しての市民、社会、経済の再活性プロジェクト、クオリティ・オブ・ライフ研究プロジェクト、文化産業、都市・地域活性化プロジェクトなど多数手掛ける。現在の関心は、クリエイティブ・シティに関する国際比較、創造性を喚起する都市環境、文化芸術が社会に及ぼす効果（インパクト）など多分野にわたる。ワシントンにある世界銀行で文化と都市戦略に関してアドバイスをを行う。都市の文化戦略の国際的な権威。

ルバオの場合、鉄鋼産業、造船業など全て倒産してしまい、何とかして対策を打たなくてはならない状況にありました。

アデレードの場合は、もっとひどい危機に瀕しています。というのも、アデレードは非常に天候がよく年中太陽が照っているしビーチもあるので、人々にはそうした危機感がないのです。事態が悪化しても、ワインもおいしいし何もかも大丈夫だと錯覚してしまうのです。ですから、南オーストラリア州から見ると、すべての人たちをその気にさせるのは難しいわけです。ワインや太陽の話なんて馬鹿げていると思うかもしれませんが、私はもう10回くらいアデレードに行っています。あそこがもっと寒くてもっと悲惨な状況でもっとワインがまずければ、おそらく何とかしようとするでしょう。

ですから、わざわざ危機を作り出すような場合もあります。本来はまだ起きていない危機を起こして、そして自ら動かそうということです。例えばドイツの小さな町、フライブルグは、エコシティとしてヨーロッパでも知られているところです。ここでの危機感というものは、ビジョンをもつことからスタートしたのです。ビジョンはあるのに、現実はそのようになっていないことを示し、その結果危機が生じた。わざわざビジョンを打ち立てて、人々にインスピレーションや危機感を与える。そして何かしなくてはいけない、という気にさせるのです。

2番目のリーダーシップということですが、これは個人の場合も制度においての場合もあります。いろいろなところで仕事をしてきましたが、個人が触媒となって物事を推進してくれた場合もあります。バーミンガムの場合は、リーダーとして活躍してくれた人がいなくなった途端、勢いがなくなってしまったんです。ですからリーダーという存在がいかに重要か、ということです。

しかしビルバオの場合は、個人に依存するのではなく、メカニズムを作り、制度化したリーダーシップを町の中に作り上げようと試みました。どうやってそのメカニズムを作るかですが、ビルバオの場合は、現在128のパートナーを一つの組織に集約し、それぞれのパートナーが組織に資金を拠出している。今後30年という意味で、「メトロポリ30」という名前が付いており、この組織がビジョンを打ち立てるのですが、自らは実施しません。ビジョンを打ち出す人たちと、実際に施行する人たちは別なのです。ビジョナリーとミッションナリーという相互メカニズムはもう12年間継続しています。このメカニズムにいろいろな当事者や外部の専門家が集まってきて、触媒役を果たしています。これは何を意味するかというと、特定の個人だけが関わっているわけではなく、常に再生可能なリーダーシップがある、ということです。こうしたメカニズムがビルバオにはあるのです。

さて、3番目の「植えつける」ということに関してです。ロンドンのルイシャムの区長が、「クリエイティブ・シティ」を作ろうとして、その土地や人々のDNAに「クリエイティブ・シティは、トップのリーダーだけが考えるのではなく、中間層や底辺の人たちが実施する」という考えを植え込む戦略をたてたのです。これが非常によかったと

思います。ですからその区長ではなくなっても、中間管理職をはじめとするあらゆる層の人たちが、実際に実行する段階層にいたので、トップにいる1人のリーダーによってではなく、多くの人々が参加して、多くのプロジェクトはそういった形で進められました。

強調したいのは、どのような方法でこういった考え方を「植え込む」ということです。単にトップが考えたアイデアではなく、「クリエイティブ・シティ」を作り上げていく中でいろいろな組織やいろいろな人たちが、いろいろなレベルで役割をもつ。すべての人たちが町づくりに参加できるようにする。もっとイマジネーションを発揮できるような町づくりに参加することが大切です。ですから、危機がきっかけになる場合もあるわけです。それからリーダーシップは再生可能にしないといけない、個人に委ねてはならない、ということです。さらにいったんアイデアないしはプロジェクトを打ち立てたら、できるだけ多くの人たちが町づくりに参画できる体制づくりが必要だということなのです。

佐々木

「クリエイティブ・シティ」を作るきっかけは危機である、その上でリーダーシップと市民の広範な参加が必要である、ということですね。ビルバオとかアデレードとか、たくさんの都市名が出てきましたが、行ったことがない都市に関しては、どうぞイマジネーションを働かせて理解してください。

それでは続けて、トリノ大学のウォルター・サンタガタさんをお願いします。ウォルター・サンタガタさんからは、イタリアにあるさまざまな文化的な財を作り出す産業の話をしていただけたと思います。

カルチュラル・ディストリクトの持続可能な成長

サンタガタ

クリエイティブな中小規模の町に関して、とくに次の2点についてお話ししたいと思います。一つはカルチュラル・ディストリクト、すなわち文化的な地区について。もう一つはトレードマークなどといった知的財産をいかにローカルな財にしていくかということです。

カルチュラル・ディストリクト、文化的な地区というのは、いわゆる工業団地の現代版ということができると思います。カルチュラル・ディストリクトは、中小の企業のクラスターから構成されています。なぜこういった変化が起きるかということ、多くの産業が海外に移転してしまったので、より知的なコンポーネントへの関心が深まっているのです。もともとの技術が製造などに使われる場合、原材料を最終製品に変換をしていますが、今ではそういった産業、製造のプロセスは、よりコストの安い海外へと移転しています。これは脱ローカライゼーションへの移転ということで、イタリアでもフランス

でもアメリカでも英国でも起きていることです。

ただこのように生産拠点を移転した場合でも、文化やアイデア、発想までも移転させることはできないのです。つまり美的なデザイン感覚など、ローカルな文化に根づいている部分は移転させることができないということです。北朝鮮や中国、ルーマニア、トルコなどに生産拠点を移転することはできるでしょうが、いわゆる知的財産あるいは無形資本の場合は、もともとの場所から移転させることはできないのです。これが、いわゆるカルチュラル・ディストリクト、文化的な地区という意味なのです。また、この動きは新たな国際的な経済競争の枠組みの中でも議論することができます。つまり、これまで以上にいろいろなアイデア、設計、デザインに関して国際競争が起きているということなのです。

「クリエイティブ・シティ」という場合、ムラノ島くらいの規模もありえます。ムラノ島はイタリアにある小さな島で、ベネチアの島でガラス器を生産しています。およそ300のガラス工房があり、働いている人は約2000人です。ムラノ島で生産している製品の35%は輸出しています。

ほかにもイタリアには繊維、衣料、洋服で有名なピエラという町があります。皆さんの中でも着ているもののラベルをご覧になれば、セルッティ、バレンティノ、アルマーニという有名なブランドのものがあるかもしれません。それらはすべてこのピエラで作られています。また小さな地域でも、どれくらいの輸出能力をもっているのかというと、人口が約4万人の小さな町、サッソーロでは、デザインをしたタイルや陶器が輸出量の40%を占めています。プラトとピエラは、高級なウール製品やアパレル製品の世界のシェア35%を占めています。またピチェンツァ、アレツォの宝石輸出量はおよそ27%の世界シェアを誇っています。やはりデザインが素晴らしいから支えられているのです。

つまり持続可能な成長が、文化的な地区であるカルチュラル・ディストリクトによって支えられているということの証であり、伝統と文化によって支えられているのです。



ウォルター・サンタガタ

トリノ大学経済学部教授

1945年生まれ。トリノ大学法学部卒業。現在、トリノ大学経済学部部長およびトリノ大学附属文化、機関、創造性に関する国際研究センター(EBLAセンター)代表。専門は文化経済学、公共財政学。

例えばムラノ島では、11世紀までさかのぼってガラス生産の歴史を見ることができます。さらにプラトやピエラの町は200年にわたる繊維、アパレルの生産の歴史があります。財というものが、文化のベースにあるわけですが、さらに地元のローカルな文化が深く関わっているのです。

イタリア自身の、また国際的な経験からわかるように、インダストリアル・ディストリクトというのは持続可能な成長の基盤となっていますが、そこには中小企業の存在が不可欠であり、また企業の相互依存性が重要な特徴となっています。つまりそれぞれの専門分野での交流があって取引があるということです。そうすると、同じ地区の中で契約する相手を見つけることが可能であり、品質を維持することができます。このような地区では、家族経営のところが多く、奥さんも子どもたちも一緒に働いているので、そこでは相互信頼があり、さらに社会的な資本が蓄積されていき、ローカルな文化を作り出すこととなります。また舞台芸術とか、美術館などもそこで生まれてきます。外見的な美しさ、法律、技術から教育などが連携して、あらゆるところに浸透するのです。

さらに、従来のインダストリアル・ディストリクトの論理で行われてきた形態が、新たな経済的な意味をもつようになります。中小企業がその地域の中に密接に関連している。コミュニティの中に根づいている。そこでイタリアのガラスを作っているムラノ島や、プラトの繊維地区、あるいはファインツァ、カルタジオーネの陶器などは、文化産業のよいモデルになっています。およそ200のこういった産業地区がイタリアにはあり、実はそこに労働者の40%が働いているというのがイタリアの産業の姿です。従業員数15人以下の小さな企業が大半を占めているということです。

ここにこのフォーミュラの論理を見ることができます。ローカルコミュニティが重要な意味をもつのです。文化的な伝統、技術の蓄積、社会資本の蓄積がその地域に根づくためには、起業家精神に富んだ協力的な地元の銀行が必要です。そして、国際的な市場に開放されていることも大切です。価値を創出するためには、制度的に公共部門からの資本面でのサポートも必要になります。また、そういったところでは新しい企業もたくさん生まれます。あるいは社会性というものがあり、そして双方向に学習機能が働くからです。このような産業文化地区では、市場を作るといって制度づくりにかかるコストは安く抑えられ、ポジティブな外因性を導き出すこととなります。

次に制度というものが果たす役割についてお話ししましょう。カルチュラル・ディストリクトを立ち上げるためには、国内的、地域的な枠組みが必要だからです。また、このようなフォーミュラを政策手段として経済発展のために使うと大変複雑なものになってしまうため、国際的な枠組みが必要になります。

イタリアの例をお話ししましょう。文化的な地区で特徴的なことは、コミュニティあるいは集団的な知的財産権、あるいは商標権をもっているということです。コミュニティの文化的な財を、ブランド名として守るのです。すると集団的なブランド力が生まれ、ある意味では独占ということが生じます。それだけ付加価値が生まれるということ

になり、資本財も集まります。これは生産者にとっても大きくプラスとなります。

6世紀前、ムラノ島の人々は自分たちの知的財産権を保護しようということで、ベニスから移住しました。ビザンチン帝国からガラス生産の技術を輸入したベニスから、新たな伝統を生み出そうということで、ベニスの近くにあるムラノ島に移ったのです。そしてそのほうが保護しやすかったからです。いってみれば、インサイダー・トレーディングの危険性から自分たちを保護することができたのです。これが経済的なインセンティブとなり、分配のプロセスを維持することができ、それによって作られるものの品質も高まりました。

最後に申し上げたいのは、現代の課題というのは、制度的なツールを使ってシフトを引き起こすことだと思います。よくメイド・イン・ジャパンとか、メイド・イン・イタリアという表現を使います。この「メイド」というのは、生産された場所がどこかということを示すものですが、ここからシフトして、「日本のスタイル」あるいは「イタリアのスタイル」というように、つまりそのスタイルをどこで作り上げたのかを示すようなブランドに変えればいいのです。したがってより知的財産に注目することになります。

佐々木

たいへん示唆的な話でした。今、日本の各地の伝統的な産地は、産業空洞化の波に洗われて、元気がないのですが、実はイタリアにもそういう時期があったのですが、見事にカルチュラル・ディストリクトとしてよみがえったという話でした。その時にポイントになるのは、文化的なクリエイティビティをどのようにしてその地域に個性化していくかということです。そしてブランド価値として、知的財産権をきちっと守るという戦略がイタリアを再生させたという話ですね。これは日本の地方の産地や、地方の小さな町の再生にとっても大きなヒントとなると思います。

続いて、デイビッド・スロスビー先生をお願いします。先生は文化経済学の権威で、最近“Economics & Culture”という本を書かれ、「文化経済学入門」と題され翻訳が出ております。その本のポイントを要約し、文化産業あるいは文化資本についての創造都市の実例などをお話しいただけるかと思います。

有形、無形の文化資本を生かす

スロスビー

ご紹介ありがとうございました。私の本の宣伝までしていただきまして、ありがとうございます。

今日は文化資本、そして持続可能な発展というテーマで話しますが、すべてしっかりと定義づけるほど時間はありません。ですからこの文化資本、文化資産が「クリエイティブ・シティ」という概念にとってどういう意味合いをもつかを話していきたいと思っています。



ディビッド・スロスビー

マコーリー大学教経済学部教授

専門は文化経済学。当初、農業および自然資源の経済学を専攻していたが、70年代半ばより文化経済学を専門とする。論文、著書多数。現在、アートの労働市場、文化政策と経済の関係、経済発展における文化、現代経済学におけるクリエイティブ・インダストリー、文化遺産の経済学、知的財産などさまざまな分野で活躍。国際文化経済学会前会長。

「クリエイティブ・シティ」づくりのプロセスというのは、その都市を文化的に形づくっている「文化資本」を発見する過程だと思えます。例えばその都市文化資本の資産録を調べていく作業だと思えます。古い建物や住宅などがある例えばチェコのプラハの町では、旧市街地はたいへん古く、よく保存されています。素晴らしい美術館と、そこにある美術品も含めて、有形の資本といえます。例えばロシアのサンクトペテルブルグにはエルミタージュ美術館があります。これも素晴らしい文化資本です。それから、その町の象徴となるような建築物も文化資本でしょう。ある都市のアイデンティティとなるものです。私の出身地、シドニーにもオペラハウスがあります。建てられてからまだ20年ほどしかたっていないので、歴史的な建造物ではありませんが、文化の象徴となりうるものです。文化資本はこのような有形の資本として見つけ出すことができます。逆に無形の文化資本もあります。特有の習慣とか文化など、その土地にしか見られないようなものです。例えばオーストリアのザルツブルグは、モーツァルトと深いつながりのある町です。住民の人たちもこれをうまく利用しながら経済的な価値を見出し、そしてモーツァルト音楽祭なども含めて外へと発信しています。

無形の文化資本としては、その都市の人々の創造的な技術といった場合もあるでしょう。例えば工芸品の技術、あるいは新しいものとしてはITの技術、ウェブデザインの技術といった場合もあると思えます。水野さんが話した金沢の例で見られたと思えます。私も金沢に行ったことがあります。素晴らしい形で創造的な技術を使いながらまちづくりが行われていると思えます。

このような文化資本が町にあるのですから、それがアイデンティティの一部であるという認識をして「クリエイティブ・シティ」づくりをすれば、今度は投資という経済の観点から見るができると思えます。私たちはエコノミストなので、知識人とはいえないかもしれませんが、投資に関しては知識があると思えます。投資は将来に向けての備えも含みますから、文化資本に投資することは、その文化資本を維持することにつながっていくでしょう。つまり、破壊されていくのを止める。それから資本を向上し、改

善するための資本もあるでしょう。あるいは新たな資本づくりに向けての投資もあるでしょう。創造的な技術を使って、新しい資本を作っていくための投資ということが考えられます。将来を考えると、やはり持続可能な発展ということが必要です。将来的にも利益をもたらして将来の世代も潤うことができる、そういう投資ということです。

話をまとめるに当たり、2つの例を話します。文化的資本を使って、まちづくりをうまく果たし、その都市の創造性を発展させたところです。まず第1にジャマイカの首都キングストンです。レゲエ音楽は皆さんもご存じだと思いますが、ジャマイカ伝統の音楽で、ジャマイカの文化の一部でもあります。レゲエという音楽は、キングストンでは文化産業としても栄えています。音楽のパフォーマンスそのもの、地域の人たちが楽しむパフォーマンスといった文化的な活動ですし、地域の人たちが聞くためのレコードが作られ、レゲエ音楽の輸出も行われております。グローバルなミュージック・シーンに輸出されています。今ではレゲエ音楽はワールド・ミュージックの一部となっており、キングストンにも利益がもたらされるという結果になります。サンタガタ先生もおっしゃっていたとおり、これを十分に利用するためには、一部所有権といったことも確立させることも必要でしょう。レゲエのような音楽では難しいことかもしれませんが、そういうことも考えられます。いずれにしてもキングストンは、文化産業が地域のダイナミックな成長に利益をもたらしている場所だと思います。

もう一つは、私自身の出身地シドニーの映画産業を例にあげましょう。ここでの文化資本は、映画を作る人たちの創造性豊かな技術にあり、それがすべて、シドニーに集中しています。それから無形の文化資本としてオーストラリア独特のストーリーがあります。これもやはり映画産業を通して、外へ発信していくことができると思います。またオーストラリアのいくつかの町でもさまざまな映画の製作活動が行われていて、各州政府が支援をしています。またシドニーはアメリカのFOX社とパートナーシップを組んでいます。FOXはアメリカの大手メディア会社ですが、そのパートナーシップを元にして、制作スタジオも作られました。もちろん、アメリカの会社がシドニーに入り込んだということで、問題もいろいろありますが、文化をうまく使って町の創造的な力を発揮することができるという例だと思います。映画づくりのインフラだけではなく、映画制作者への支援が行われたということですが、日本映画もやはり日本政府からの支援が一部あったと思います。地域で作られる映画は、商業的なものではなく、ハリウッド映画と競争するようなものではありませんが、オーストラリアでも映画づくりに力を入れています。

この文化資本、また持続可能性という概念を使って、「クリエイティブ・シティ」の開発を考えるべきだと思います。それによって、文化を守り、何かを創造してまちづくりに参画していきたいという人々の気持ちをうまくつなぎ、さらに資金を提供することしか考えない頭の固い経済学者たちの間もつなぎ、文化と経済をつなぐ考え方だと思います。

佐々木

私も経済学者、エコノミストなのですが、最近のエコノミストは文化を語る、積極的に文化と経済の橋渡しを考えるのが、新しい潮流になっています。従来は経済学を語る人は一般的に太っちょで憂鬱症の傾向があって、はつらつしていないというような雰囲気があった、とスロスビー先生がご著作の中で書いています。一方で文化を語るのはスマートではつらつとしたセーラさんのような女性で、そのまったく対極にある人間類型といわれていたのです。ところが今やそうでなくなって、これが交流するようになったということも書いておられます。

創造都市を支える産業の問題にまで話が進み、サンタガタさんが話されたイタリアの中小企業がもっている地域の文化や感性、職人の感性に基づいた質の高い文化的な産業や最先端のフィルム産業、あるいはレゲエ音楽といったパフォーマンス系のアーツ系の現代的な文化産業、これらを私どもはクリエイティブ・インダストリーとも呼んでいますが、実はイギリス政府はクリエイティブ・インダストリーに対する支援を、政府を上げてやろうとしています。翻って、日本の政府は都市再生と言いながら、相変わらず高いビルディングをいっぱい作っていたり、駅前のビルを改装してみたり、どうもまだ古い時代に足を置いているように思えてなりません。

「アーティスト・イン・空家」の試み

三宅

ここで何を発表するかとを考えてみましたが、やはり日本における事例を参考にしながら、都市再生にはどのような問題があり、クリエイションとの関わりにおいて、何をしなければいけないかを話したいと思います。

まず「アーティスト・イン・空家」と題したプロジェクトを紹介します。ささやかなプロジェクトですが、これはアーティスト・イン・レジデンスをもじったと解釈いただいで結構です。わが国で空洞化あるいは空き家化が進行する中で、アーティストによるささやかな抵抗だと思っていただければと思います。

墨田区がどこにあるかという、東京の方は当然おわかりになると思いますが、東京の東のほうにあり、23区の中でも典型的な下町です。木造密集地域という言葉がありますが、その典型的な場所がこの墨田区です。京島地区はその中でも最も木造の密集の度合いが高く、1920年代から30年代に建てられた小さな木造住宅が所狭しと並んでいるところです。防災危険度では日本で一番危険なところと指定されています。

首都圏における木造住宅密集地域というのは、東京をほぼドーナツ状に囲んでいて、それが京浜工業地帯を貫いて横浜までいき、丸の下に尻尾がついているという形ですね。東京圏、首都圏の住宅地の3割くらいを占めているというように理解していただければよいと思います。

そこは、とくに京島地区は関東大震災の後、被災者たちが逃げ込むようにして住宅を

作った。土地開発の立場からいうと、大工が儲けたところですよ。大工たちが応急住宅をたくさん作って、そこに被災者が住み込み、十分なインフラもないまま今日にいたった。長屋が多く、借家人がたくさんいます。30平米、40平米といったような住宅もおかしくありません。しかし、一方では下町の雰囲気があり、露地とか鉢植えといった長年日本人が慣れ親しんだ、狭い平屋、もしくは2階屋での生活をそれなりに楽しんでおり、住民アンケートをしても、ここへの愛着は絶ち難いようです。

その中でいろいろな問題が発生しています。例えばここは狭い住宅地ですから、防災危険度も高い。地震が起こり、火事が起こったら、死亡する確率が最も高いところです。神戸の長田地区よりも高い。しかしその半面、人々のコミュニティ意識は日本で一番になるくらい高いところなのです。

そんな訳で、この地区にはさまざまな問題が出ていますが、とくに空洞化の問題、産業の衰退化は他の地区と同じように進んでいて、さらにそれが高齢化し、その結果空き家化するようになってきます。空き家というのは、これからの日本の社会にとって大変大きな問題です。密度が非常に高い、しかし空き家があるという、逆説的な住環境がそろそろわれわれの周りに忍び寄っております。

人口の統計を見ても、高齢化がどんどん進んでいることがわかります。高齢化率、つまり65歳以上の人口が20%を越して、さらに高くなっていけば、お年寄りがたくさん住んでいても、お年寄りは一般的に新しいことを始める気力にやや欠けるという特徴があり、このまま畳の上で死にたいということで、家を建て替えるなど新しいアクションを起こすことには概して消極的です。

そこで、そのためにわれわれは何をしたのかということですが、こういう地区はほっておけば非常に困った地区で、首都圏の中で放置され、再開発も起きない場所となります。なぜ再開発ができないかというと、この土地は、所有者と借地人と借家人という、3つの貸し借りの層があり、それが複雑にからみ合っている。しかも旧借家法がまだ通用するので、土地を仮に買ったとすると、借家がついて借家人もついてきますから、新



三宅理一

慶應大学大学院政策・メディア研究科教授

専門は建築史、地域計画、デザイン理論、歴史的建造物の保存修復。フランス留学、芝浦工業大学教授を経て現職。主な著書として、「世紀末建築」「江戸の外交都市 朝鮮通信使と町づくり」「モノフィジットの僧院世界」「次世代街区への提案」など。また「前衛美術の日本」(パリ国立ポンピドー・センター)コミッショナー、日本フィンランド都市セミナー「ヘルシンキ/森と生きる都市」展実行委員長、「アートと都市づくり」実行委員長として企画に携わる。

しいものをそこに作ろうとすると莫大な立ち退き料を払わなければいけないため、誰もこの土地を買おうとしない。いわゆる六本木とか汐留とかに来たようなデベロッパーが、まったく関心を示さない。したがって、関東大震災の後の住宅の状況が現在にまで幸か不幸かつながっている。住人もそれほど変わっていないという状態です。

東京の非常にアクティブなフィーチャーの反対側には、実はこのような木造密集地域が非常にたくさんあり、おそらくこういうところは東京の隙間というか、東京の裏というか、とにかくアクションがとれずに放置されているのです。

しかし、われわれはそこに別な可能性を見てとりました。日本の若い人たちが、意外とこうした裏の文化に引かれるのです。裏原宿には多くの若者が集まっています。非常にスポンティーニアスな産業と、お店とかファッショナブルな活動がそういうところでどんどん出てくる。空き家を使いながら、そういう現象を横に見てみると、この下町においても空き家を積極的に新たな居住環境として活用する可能性があるのではないかということになり、空き家にアーティストを住み込ませよう。あるいは、われわれと一緒に住もうというようなキャンペーンを始めたのです。

これは長期的なビジョンではありませんが、中短期的な、すなわち5年、10年の期間でのアクションプランです。内部に住んでいる若い店主とか工場主といった人たち、それから外部の、当初は物好きといわれましたけれども、若い人たち、あるいは芸術をなりわいとするような人たちが徐々にそこに移住し始めていきます。しかも、外国人のアーティストはこういう地区が大変気に入る。日本人はなぜかそこにあまり行かないんですけれども、東京の下町とはまさにこういうところである。ああ、永井荷風の世界だとかといって、どんどん人が集まってきて、その力を利用するというと語弊がありますが、その方向性の上に乗っかって、下町地区におけるアーティスト環境というものを作り、それを支援する、という仕組みを作ってきました。

私は個人的には90年代の初めから密集市街地に関わっていますが、2年前の2000年に、アーティスト・イン・空家というプログラムを立ち上げて、外国のアーティスト、外国のアートプロモーション機関と一緒に実施し、そういう人たちに来ていただきました。2年前はフィンランド・インスティテュートと一緒に、ノルディック諸国のアーティストをここに呼んで、空き家をテーマに、実際にそこに住み、そこで制作し、その場で発表する。美術館という媒体を用いずに、京島地区という、それそのものが一つの力となっている場所にアーティストと一緒に何かをやって、何かを引き出す。そういうことを行ったわけです。

非常にクリエイティブなものがそこから出てくるので、地元の人はず驚きます。驚きますが、周りの人も一緒に来て、ああだこうだと議論が始まり、それが地元に対する刺激になるのです。しかも地元の人以上に、墨田区以外のアートの環境に慣れた人たちがここに来て、それを楽しんでいます。今年はフランスからアーティストを呼んで、下町の京島地区がフランス語をしゃべる人たちで満ちあふれ、ややミスマッチな感覚が逆

に面白いというようなところとなりました。

ここは金沢とか鎌倉のように、いわゆる高品位な伝統とか資産というものを有しているところではありません。しかし、その中で何を求めていくのか。基本的なゴールは、生活環境や住環境の向上に置いています。しかし、それがアーティストの手にかかると、負の遺産がクリエイションになる、プラスに転化する。こういうネガティブな文化遺産の中で非常によく働いているという印象を受けています。

東京には実はアーティスト・イン・レジデンスがないんですね。今後、空き家を組織化する空き家借り上げ機構というものをNPO化していきたいと考えています。きれいなところにアーティストが住むよりも、こういう人間のリアリティがそのままあるところに住んでこそ、クリティカルなものが見方ができ、アート本来の意味が発揮されるだろうと思っておりますし、そのような仕組みをあまり無理をしないで作っていくというのが今後のプログラムです。以上、下町の古く無視されてきた環境が、新たな創造の場になっているという報告でした。

佐々木

東京の下町の空き家にアーティストが住んで、創造の場を作り出そうとしているという話でしたが、私が住んでいる京都でも、町家がやはりたくさん空いたスペースになっていて、空き町家をアーティストたちに安く貸し出して、創造の場に変えようという運動が進んでいます。伝統的な都市景観を維持しながら新たな京都の都市文化を作ろうという試みが、期せずして西と東で、日本でも代表的な都市で起こっているということだろうと思います。

皆さんから活発に質問票をお出しいただきました。おそらく残りの時間で全部の質問に答えることは物理的に不可能だと思いますが、とりあえず私の手元に届いた順に、ある程度問題を整理しながら、いくつかの論点を次の第2ラウンドで議論していきたいと思えます。

まず最初の質問ですが、グローバル化が進んでいった場合、先ほどディクソンさんの話にもありましたが、とくに発展途上国などではこのグローバル化の経済的な力に押されて、伝統的な文化とか文化財を守れなくなっている。例えばアジアでも、かつてはさまざまな種類の伝統的なおもちゃがいたるところにあったけれども、今やトイザラスばかりでお土産も買えなくなっているという現状がある。いったいどうやってこのグローバル化に対抗しながら都市文化を発展させ、創造的な都市にしていけるのだろうか。そのための方策をディクソンさんに伺いたいと思えます。

グローバル経済の中の「クリエイティブ・シティ」

ディクソン

非常にいい質問ですね。答えはあるように思います。それは、つまりより再生され

た都市を作る、そして生産地区を作る、あるいは先ほどランドリーさんがおっしゃったような「クリエイティブ・シティ」を作ることによって、そうした伝統的な生産品の市場を作ることができると思います。例えば、伝統的な玩具は、トイザラスでは買うことはできません。しかしながら、例えば歴史的な地区などでは、まさにそういったユニークなものを求めて人々はやって来ます。つまり、市場を破壊することなく観光客は増え、逆に活性化されるのです。ということは、積極的な生き生きとした市場をつくらないと、結局すべて失われるということになります。

例えばパークタプルでは、織物とか陶器などの民芸品を作っている人たちがいて、それを買う人々がいます。なぜならば、その特産品だからです。Tシャツやズボンなどを買いたい場合にはスーパーへ行けばいい。しかし、その土地の工芸品ということになれば、そこにわざわざ行かなければならないのです。そこで相乗効果が生まれるのです。つまり市場も生まれ、その地域の活性化も起きるのです。

ウォルターさんは今回、日本の民芸品をたくさん買いました。この建物の中にも京都の特産品を売っている店があります。ウォルターさんが買い物をすることによって、遠く離れた京都の伝統産業が支えられるのです。これが、世界全体が均一化されてしまうことへの対抗勢力になると思います。

佐々木

どうもありがとうございました。それではスロスビー先生にも、伺いたいと思います。スロスビー先生はグローバリゼーションがもっているポジティブな側面とネガティブな側面を、文化創造都市との関係でどのように考えているのでしょうか。

スロスビー

まず、マイナス面から見ていきたいと思います。これははっきりしていると思いますが、というのも、グローバル化の現象として世界全体に影響を与えているものだからです。つまり、市場が重視され過ぎるがゆえにわれわれの考え方、行動の仕方すべて影響を受けてしまう。グローバル経済が国際化されることによって、多くの人はこれを脅威と受け止めています。文化的にも、このようになっていると思います。というのも、文化的な象徴、シンボルが世界的に普及し、これはもう止められないのかもしれませんが、ローカルな文化に対する脅威ともなっているようです。

しかし、プラス面もあります。それはディクソン博士が今ちょうどおっしゃっていたことでもあります。つまり、グローバリゼーションのプレッシャーが高まるが故にローカルな差異化をもっとしなくては、という機運が生まれることです。つまりコミュニティの特性は何なのかということを考えざるを得ないので、アイデンティティ、帰属意識がかえって強まるのです。今、その必要性が強く認識されていると思います。

グローバルなメッセージにさらされ、世界が一つの大きな市場になっているがゆえに、もっと自分たちらしさ、自分のアイデンティティや、コミュニティのアイデンティティ、さらにコミュニティを結びつけるものは何なのかということを考える機運が生まれてい

る。いわゆる「クリエイティブ・シティ」を提唱している大きな動因は、実はそこにあるのです。コミュニティが生まれれば、それによって帰属意識が生まれるのです。

20年もすれば、世界はどこへ行っても同じであろう。日本であろうと、インドであろうと、英国でもアメリカでも、もうどこも同じになってしまうかもしれないといわれていますが、私はそうはならないと思います。そうはならないということを示す証拠が今、たくさん生まれていると思います。文化にはとても強い生命力があるので、すぐには死滅するものではありません。そしてローカルなアイデンティティが、今、強くあちこちで表現されていると思います。

「クリエイティブ・シティ」の可能性

佐々木

どうもありがとうございました。ここでまだ反論もあるでしょうが、いったん別のテーマに移りたいと思います。サンタガタ先生から、イタリアの産業文化地区の再生について具体的な話をいただいたので、それについての質問です。まず、再生事業は中央政府、国が政策として行ったのか。あるいはコムーネ（コミュニティ）かレジョナーレ、リージョナルガバメント、自治体が独自にやったのか。あるいは、企業自体が自発的に革新力をもって行ったのか。それから、再生の事例の中に製造業以外の分野、つまり農業を基本にして、農業から生活文化や歴史を踏まえた「クリエイティブ・シティ」として展開した事例があるのかどうか。そして、先生がいわれた芸術の創造性と経済の創造性の関係についてなど、いくつかありますが、順番にお願いします。

サンタガタ

ご質問ありがとうございます。まず、2番目の質問から取り上げたいと思います。最も興味深いインダストリアル・ディストリクトの事例としてご紹介したいのが、農業部門の生産者のクラスターから構成されているものです。農業というのは単に食料を生産するというだけでなく、イタリアの中には経済的にこの20～25年くらいの間に、ワインやチーズを生産することによって、急成長を遂げた地域があります。もともとのきっかけは、やはりプロパティライト、つまり知的財産権というものをその地方特産ということで特定をしたのです。この場合、国の政府と自治体のそれぞれの役割があり、まず政府は国会で通過した法律の下で法的保護を付与しました。そしてトレードマーク、これはフランスやイタリアではDOCと呼んでおり、国あるいは地方の機関がこれはここの特産品であることを認定する、という制度です。これにより、かなりの資本の蓄積がそれぞれの地域で行われることになりました。

ただ、問題は企業がたくさんあればいい、あるいは法律があればいいということだけではなく、それぞれのローカルな機関、制度が必要です。例えばそこで作られるものの品質を示すローカルなブランドがあるとします。問題は、ある生産者が品質の劣るもの

を作ってしまった場合、そのブランドのイメージ全体が打撃を受けることになります。そこで、地方自治体では品質管理を入念に行うことにします。さらにそれぞれの生産者はきちんとした品質を維持しているかどうかということで、毎年そのメンバーシップの内容を審査し、更新していくのです。この農業を基本とした「クリエイティブ・シティ」づくりの中では、地方自治体と国の政府が果たす役割は大きいといえましょう。

法的な保護だけではなく、イメージづくりも大切です。例えばワインの場合、あるいはチーズでも同じですが、とても重要なことです。というのも、市場のマーケットやカルチャーを作ることができるからです。ここでいうカルチャーとは、さらに品質を高めようというものであり、文化的なイメージを作ることも大切でしょう。そうすることで国際競争の中で、そして消費者へのイメージをよくすることができるのです。

佐々木

どうもありがとうございました。まだもう一つ残っていたかと思いますが、次に進みたいと思います。実はランドリー先生には質問が山ほど来ていて、これはもうレセプションの時に、ランドリー先生を直接囲んで話していただくのが一番いいと思いますが、まず質問を2～3拾ってみます。

ランドリー先生は創造都市を作るときのリーダーシップについて、問題提起をされました。しかし、誰がリーダーシップをとるのがいいのでしょうか。例えば、学者はちょっと偉過ぎて難しい。あるいは、政治家もちょっとビューロクラティック過ぎて難しい。リーダーシップのとり方が難しいのではないかと。創造都市が持続可能であるために、こういう形のリーダーシップが望ましいのだろうか、ということをお聞きしたいと思います。

望ましいリーダーシップと雇用へのインパクト

ランドリー

非常に都市は多様ですので、それぞれ文脈も異なっているので、一つの答えというのはありません。ですが、いろいろな場合に適用できる原則があるかもしれません。リーダーシップをとる人は、学者でも政治家でもかまいません。それよりもリーダーシップで大切なことは、ウォルターさんもおっしゃったように、どうやって皆で力を合わせてチームワークを形成していくかということです。つまり、どうやってより多くの人たちに広めていくか、ということです。例えばクリエイティブな地区、先ほどのアーティスト・イン・空家の例が紹介されましたが、これをどうやって定着させるか。あるいはバルセロナが再生した時には、リーダーが10人の友人をもっていれば10×10で100人になるということです。

ということで、最初に点火をするのは政治家、あるいは経済的に関心をもっている人たちのグループ、あるいは学者でもいいのかもしれませんが、しかし、どうやってこのア

アイデアを持続させるかのポイントになるのは、先ほども述べたように、多くの人々に、自分たちがリーダーだという主体的な当事者意識をもたせることだと思います。当事者意識をもった人が多くいれば、それだけプロジェクトはより持続可能なものになると思います。このトップダウン型、そしてボトムアップ型を同時に進行させながら、バランスをとることだと思うんです。また、やはりビジョンを提供して、こういうふうに進むんだよということを示す人も中には必要だと思うのです。クリエイティブなリーダーシップという場合、ほかの人たちにもリーダーになるべく、力を与えるようなものであるということです。

佐々木

ありがとうございました。コレクティブなリーダーシップのあり方という問題提起だったと思いますが、また別の質問をしてみたいと思います。創造都市というものが成功する場合の指標についてですね。インディケーターといいたいでしょうか。例えば従来の工業化社会における所得、GNP、GDPと同じような形で創造都市としての成功を測ることができるのだろうか。ある意味では、経済的な所得ではなく、精神的な所得というものもインディケーターとなるのではないかという問題です。

それとあわせて、文化産業やクリエイティブ産業が発展したときに、雇用にどの程度のインパクトを与えるのか。小布施といった小さなところでは大きなインパクトがあるかもしれないが、東京のようなメガシティで、それはいったいどの程度のインパクトがあるのだろうか。そして、クリエイティブ・インダストリーが発展をすることによって、従来ある産業にどのような波及があるのだろうか。この問題について、ランドリーさんをお願いします。

ランドリー

「クリエイティブ・シティ」の成功度を測るのは、今までのやり方と変わらない方法もあります。例えば「クリエイティブ・シティ」といわれるところを長期的に見ると、そこでのパフォーマンスは競合する他の都市よりもよい。あるいは、こうなるだろうというものよりも秀でていているという場合もあります。

例えばグラスゴーですが、どちらかといえばイギリスではクリエイティブな町として見られています。しかしエコノミストたちの一致した意見では、グラスゴーはロンドンと比べればそれ程でもない。というのも、雨がたくさん降っていったいどこにあるかわからないような町だから。しかし文化的な投資がなければ、今よりもっと悪かったかもしれません。そして、革新的なアイデアを起こして、ここがアイスランドの人たちにとってはリエラだというふうな売り込み方をしなければ、うまくいかなかったと思います。でも、これは冗談ではありません。グラスゴーに来て楽しむアイスランドの人たちがたくさんいるんです。ですから、そういう状況の中では、自分の頭を使って何かアイデアをひねり出すことが必要なんです。それから、その尺度ですね。これは今までと同じような尺度が使えると思います。それ以外の尺度としては、例えば才能を引き寄せ

るという方法があると思います。

これは何を意味しているかという、例えば芸術的な創造性という面で見れば、その地域で芸術品に関わっていて、芸術作品について評価できる専門家がいたら、その善し悪しを測ることができる。そういった人たちを活用する方法があると思います。その他、内部投資として、毎年毎年その地域に何人が移住したか、などの調査から評価をするという方法があると思います。メルボルンでは、毎年どのくらいパフォーマンスが向上したかを測っています。こうした形での指標を使って、場合によってはそれは意見としてだけ反映されているものもあるかもしれませんが、時には経済的な現実も反映しているものにもなっていると思います。

ディクソン

ちょっと今の発言をフォローアップしたいと思います。経済的な観点から見ると、いくつかの指標を使うことができると思いますが、一つは持続可能かどうかという指標です。つまり、常に収入あるいは雇用を生み出しているかどうか。政府からいつもお金をもらわなければならないような状態なのかどうか。そうであれば、それは持続可能ではないということです。何か欠点があるからそういう状態であると思います。

また忘れてはならないのは、「クリエイティブ・シティ」というよりは「クリエイティブ・ディストリクト」というのが実態に近いと思います。町の中の小さな一つの場所を指していると思います。東京、あるいはボンベイ、サンパウロといった場合、とても大きな都市ですね。でも、その中に墨田区のような、あるいはロンドンのソーホーのような小さな場所を指しているのです。ロサンゼルスそのものは「クリエイティブ・シティ」とはいえないと思いますが、その中にはハリウッドがあり、そして非常にクリエイティブな地区があります。ですから、町全体が突然一夜にして変わらなければならないというのではないのです。

小さな場所から始まっていいんです。そして常にいろいろな才能をそこに呼び込んできて、クリエイティブであり続ける。そして皆がそこに住みたい町を少しずつ広げていくということだと思います。そうなってくれば、その地域の不動産価値もどんどん上がってくる。人がそこに住みたがるわけですから。ですからエコノミストとしては、指標の一つは不動産価値というものも挙げられると思います。そうなればお互いにますます競争して、ますますその辺の地価も上がってくると思います。

ランドリー

今の質問の後半の部分についてですが、確かどういう特別な役割がクリエイティブな産業が担うのかという話だったと思いますが、スロスビーさんにも少し付け加えて答えてもらえると思いますが、まずこうした地区を再生すると。ロンドンのソーホーにしる、ニューヨークの一部にしる、どこでも再生するということは、その原動力となっているのはクリエイティブな産業、それから新しいメディアだと思います。

この「クリエイティブ・シティ」というのは、クリエイティブ産業によって動かされ

るものでなければならない、というわけではありません。それが重要な一部を担っているかもしれませんが、「クリエイティブ・シティ」という場合、官僚ですとか、医療分野に関わっている人たち、エコノミストも含めて、普通つまらない人たちとされているような人たちも包含しています。町の一部が創造的なイマジネーションに満ちた形で発展しているのであれば、そういう普通の人たちの中にもイマジネーションはありますから、それを引き出すことが重要なのです。クリエイティブであるのは、必ずしも芸術家だけではないんです。

先ほどもフライブルクの例を出しました。これは環境に配慮している町ですが、環境的なイニシアティブが創造性を作り出していると思うんです。これもとてもエキサイティングな発展だと思うんです。面白い劇を見るのと同じように、環境的にある町が癒されているのを見るのも、とてもエキサイティングだと思います。ですから、クリエイティブ産業はもちろん重要ですし、「クリエイティブ・シティ」づくりの重要な一部を担ってはいますけれども、それ以外の要素も非常に重要です。例えば、この「クリエイティブ・シティ」の中で医療制度がうまく整っていなければ、それは大きな問題になりますね。そういう形でも関わってくると思います。

スロスビー

少し付け加えてよろしいでしょうか。それから、雇用にも関連する質問だったと思います。さて、このクリエイティブ産業は雇用を作り出す源泉でもあるとも思われます。クリエイティブ産業というものは文化産業の大きな一部を担っているからです。しかし、労働力という観点から文化産業というものを幅広く定義すると、単なる技術産業と比較すると、そこでの労働集約度はどんどん高くなっていると思います。ですから、失業問題のある地域、例えば従来の産業が衰退しているようなところであれば、クリエイティブな産業あるいは文化産業が、その雇用を引き受けることができればいいことだと思います。ですから直接的な雇用、別に全部引き受けられるというわけではありませんが、他の産業よりも見込みはあると思います。また間接的な効果もあると思います。相乗効果によって新たな雇用が作り出されるかもしれません。例えば観光分野でも、そこから派生的に発展する雇用もあると思います。

クリエイティブな環境が町の中に生まれてくれば、新しい投資を呼び込むこともできます。ですから、ビジネスがそこにまた参入してきます。新しい文化的なインフラがあるところに企業も参入してくる。となれば、また雇用が生み出される。ですから、魅力ある町であれば、新しい投資は入ってくる。すると、そこでまた新しい雇用が生み出され、どんどん発展していくものだと思います。

ランドリー

私の代わりに答えていただきまして、ありがとうございます。イギリスの例を挙げると、核となっている都市はバーミンガムなど10都市くらいあると思いますが、クリエイティブ産業分野での雇用は、およそ3～5%くらいです。ロンドンでは、11%くらい

ですね。ですから、ある面では非常に大きな部分を占めているといえます。ロンドンで11%というのは、世界の大都市の一つですので、たくさんの方がロンドンを通してあちこちへ行く。マンチェスターからロサンゼルスというように直接行くだけではなく、ロンドンという大都市を経由していくということにも大きな意味があると思います。

サンタガタ

既存産業とクリエイティブな産業の関係についてですが、例えばイタリアのトリノが、このよい例だと思います。トリノは自動車産業で知られ、フィアットなどがその代表です。何が起こったかといいますと、数年前からカー・デザイナーたちがフィアットの工場で働き始め、こうした専門家たちの仕事が、そこで発展し、そして新しい自動車デザイン地区ができたんです。今では中規模のものも含めておよそ200社ほどがあります。そうした会社が自動車のデザインを請け負っています。他方、従来の自動車産業、自動車メーカーなどは、フィアットなども含めていま衰退しています。20%がアメリカのゼネラルモーターズによって買われてしまったので、フィアットも今ではアメリカの会社となってしまいました。フィアットそのものはイタリアの自動車産業としては衰退していますが、自動車設計デザインの分野では、新しい創造的な仕事として自立的に発展し、日本製品のデザインも請け負っています。ですから、創造的な仕事が今、このような形で発展している例だと思います。従来の形の産業が衰退する一方で、新しい創造的な仕事が生まれているのです。

佐々木

どうもありがとうございました。かなりクリエイティブなコラボレーションになりかけて面白くなってきましたが、もう時間がありませんので、最後に一言ずつというセッションにいきましょう。それではまず三宅先生から。

「クリエイティブ・シティ」の根元的な問題

三宅

三言くらいお話ししたい感じもしますが、よろしいですか。日本でいろいろ仕事をしていて、例えば日本の中で完結する話と、アジアのスケールで完結する話、それからいわゆる先進国の話と、かなりレベルが違うような感じもしています。そういう新しい産業というものを起こした場合、例えば情報系などが典型ですが、あるいはアニメーションなどもそうですが、結局は日本ではなくて韓国や中国で全部仕事をしてもらって日本に戻ってくるというような作業をやっている。したがってそこに根づかないというか、経済の流れからいえば、当然別な国が儲かる仕組みになっていますね。そういうものを回避すべきなのか、あるいはそれをさらに進め、広域でそういう文化産業をシェアする仕組みにするのか、というのがこれからの選択肢としてあると思います。

それから今回あまり触れられていませんでしたが、日本の社会も今、マルチエスニックになるかならないか、という分かれ道になっておりまして、都心のある部分ではかなり具体的になっている。こういうところにおいて、まったく違う文化が出現して、食事の文化でもいいです。いろいろなレベルの文化があって、これはまた全然違う異相で面白い話ができると思います。

それからもう一つは、日本人のメンタリティに関わる問題ですが、フリーエージェントですね。あるいはフリーランス、この先日本人はその道に進むか進まないかという、これはやはりいま岐路に立っています。例えばアメリカのハリウッドを支えているのはフリーランスの人々ですが、日本はやはりどこかに勤めたい、親がそう言うから勤める、というような思考がどうしてもまだあって、しかしその中で生き残る人はフリーエージェントの道をとるかもしれないし。

ということを見ると、勝ち組と負け組ができてくる話になるのかもしれませんが。日本の3000ほどある市町村の中で、全部が文化都市になるわけはありませんから、皮肉な言い方をすると、負けたところはどうしてもしてくれるのかという話になるわけです。かなりの部分は負けるということに、どう見てもなります。そういう時に、例えば北海道はとも負けそうだから北海道は独立してしまおうとか、それくらいの議論を起こしていくのかどうかですね。何かかなり日本の根源的な問題に関わってくるような気がします。日本というのは単一の文化であるか、そうでないかということにも関わりますし、その個人の所属意識ということも関係する。この辺りの問題を、やはり長期的なビジョンとしておかないと、日本の文化産業、文化の道というのは、単なる皮相な議論に終わってしまうのではないかというのが、私の危惧です。

佐々木

今、大変根源的な問題が出てきて、もし「クリエイティブ・シティ」のシンポジウムの第2回が行われるとすれば、それを正面に取り上げてぜひ議論したいと思います。

私の感想をちょっと挟み込みますと、クリエイティブ・ワーカーというのはかなり不安定な職種ですね。ですから、これまでのような大企業で安定雇用を考えていた人たちには、向かないかもしれませんね。しかし、社会はどうも不安定な方向に舵を切りつつあるような気がします。あわせて、創造都市というのは都市環境相を激化させるような戦略になるのではないかと。そうでないとすれば、どういう方法があるのかということも、ぜひ議論したいと思いますし、それをパネリストの中でご意見があればうかがいたいと思います。

それではディクソンさんに次にお願ひしますが、一番最初の三宅さんが言われた、経済のグローバリゼーションの中で文化産業といえども先進国から途上国のほうに雇用も移動してしまうのではないかという意味で、それを食い止める方法があるのかどうか。あるいは、お互いうまくいく道はあるのかどうかということについても言及いただければありがたいです。

ディクソン

北米のNAFTAが数年前署名された時、大量の雇用がメキシコに奪われるのではないかという危惧が議論されました。今朝の朝日新聞で読みましたが、同じようなコメントが中国に関していわれて、日本の雇用が全部中国に吸収されるのではないかという議論があったようです。こういったマस्पロの力は、もう止めることができないだろうと思います。ですからこそ解決策、これはバーミングハムが鉄鋼産業を中心として復活するのではなく、そういった比較優位性を失ってしまったところをどうするかという新たな考え方が必要であると思います。

都市の再生は、かつてそこにあった産業がもはや存在しないことを認識することからスタートします。例えば繊維はアメリカ南部の中心産業でしたが、今は違います。しかしアメリカの南部は違う分野でリーダーになりつつあると思います。

今日のこの会議は大変面白かったと思います。私もいろいろなことを学ばせていただきました。明確なことは、古い歴史的な文化的な都市、つまり作られた伝統的な生活様式をもったところを守ることが一方にあり、もう一方で新しい産業、例えば映画とかIT技術といったものによる新しいクリエイティブな都市がある。これもまた文化都市ですが、現代作られたものであり、それぞれ違うと思います。われわれのチャレンジは2つの異なる種類の力を相手に、両方のタイプのリソース、資産、資本を相手にどうするかということです。それがうまくいく方法について、いろいろな案が出ました。

例えば従来型の観光、小布施の酒づくりであるにせよ、IT産業にせよ、それをうまく実現する方法があると思います。経済を見てもわかると思います。私は観光客の話をしました。これこそが場合によっては効果があると思いますが、観光客は映画づくりをハリウッドで見ると同時に、またペトラといったような町にある伝統的なものも見たいと、両方のタイプがいるわけです。しかし、長い間継続されてきたことでも、これは5年後、10年後にはなくなっている可能性もあります。ですからクリエイティブに考えなくてはならない。自分たちがそれに取って代わって何を出すかということを考えることは、たいへんなことだと思います。

最終的には皆さんの生活、そして子どもたちの生活をよりよいものにする。そして自分たちが住みたい場所にすることです。そこを訪れる観光客のためではありません。自主的にやらなければならないのです。観光客が来ればお金を出してくれるというメリットはあるでしょうけれども。

日本での望ましい方法を探る**佐々木**

それではサンタガタさん、最後に日本の地方の産業地区に関してのメッセージがあれば。あるいは日本はどのような「クリエイティブ・シティ」を作ったらいいのかとい

うこと、カルチュラル・ディストリクトを作ったらいいのかということについて、メッセージがあればお願いします。

サンタガタ

残念ながら私は日本のことについてはあまり存じ上げませんので、確固たることを申し上げられませんが、長浜でガラス製品の製造といった大変面白いプロジェクトを見せていただきました。私が言う文化地区のスタートアップに相当するようなものが日本にもあるように思いました。どのような分野においても、創造力を発揮できるのだと思います。こういったところではいろいろな人たちが今まさに始まったばかりのことを何とか作ろうとしていて、われわれに非常に近い状況にあるように思いました。

伝統を作るためには、当初からそのセクターにおいて、マエストロというか、熟練した職人が必要です。ですから、そういったマエストロに相当するような、例えばガラス職人が長浜にいなければ難しいわけです。ただ、そういった職人がいたとして、その次の問題は、いかに後継者にそれを引き継ぐかということです。それは根本的な質問なのです。

そして、このレベルにおいて、例えば神経生理学などでは脳と意識の関係を越えた新発見がありますが、このようなことから得ることがあります。クリエイティビティを継承するためには、まずいい社会環境が必要であると。そしていい刺激を与えるような芸術集団、クリエイティブ集団が必要だと思います。ミケランジェロ・ピオモンテという芸術家がいるのですが、彼は財団を作り、そこで最初にやったプログラムは何かというと、アイデアの大学ということで、法学部でも経済学でもない、アイデアをいかにクリエイティブに作り出すかを学ぶ大学をつくりました。これは地域や財政にとって、そして文化地区全体にとって非常にいいスタートであったと思います。

佐々木

アイデアの大学という考え方は非常に気に入りましたが、実は今度大阪にも大学院で創造都市研究科ができて、私は4月にそこに移ることになっていますが、おそらくそういう制度としての流れが、大学の中でも重視されるようになってくるかもしれませんね。

スロスビーさん、お話をずっとお聞きになってメッセージをお願いします。

スロスビー

2つだけ簡単に申し上げます。まず、われわれパネリストは海外からいろいろな事例を日本に紹介いたしました。われわれの経験から、そしてほかの国々のケースから、いろいろなことを紹介しましたが、同時にわれわれも、日本に来ているいろいろなことを学びました。今、日本でもさまざまなことが起きているように思います。他の国々の人たちが学べる事例が日本にもたくさんあると思います。

例えば、われわれが長浜、金沢、東京の事例について、また小布施のお酒の話も出しましたが、非常に創造的な、イマジナティブなものですし、個人が社会的、文化的ないろ

いろな発展に寄与しているいい例だと思います。ぜひ誇りをもっていただきたいと思えますし、これからも継続していく基礎ができているように思います。まさにこの先「クリエイティブ・シティ」を作り、そして文化産業を育成し、促進し、またクリエイティブな精神を育むための基盤ができていると思います。

それからもう一つ、これもまた非常に重要な言葉として出てきたのが、プロセスということです。そしてわれわれが話したすべてのプロセスにおいて必要なのが、パートナーシップという言葉であります。どこの機関でも、単独で全てが実行できるはずはありません。政府や民間セクターだけでなく、どこか1カ所だけで実行できませんので、あくまでもパートナーシップが必要です。

政府にはもちろん果たすべき役割があります。さらにこういった集団は利害を追求する必要がありますし、民間セクターもまたいろいろなリソースを活用することによって多くの利益が得られると思います。コミュニティもそうです。地域社会、そしてそこに住む人たち、すべてが関与しないことには実現できないと思います。そのためには協力が、パートナーシップが必要となります。しばしば競争といった話が聞かれますが、協力もまた大切です。協力してこそ、経済、社会、文化的生活を高めることができることを忘れないでいただきたいと思います。

佐々木 ランドリーさん、すみません。残り1分しかありません。1分でまとめてください。

ランドリー 私のほうから申し上げたいのは、テーマあるいは問題として今回出てきたもの、これをもっと小さなグループで、もっと詳細に議論をする機会がもてればいいと思います。先ほど教育のことが言われました。クリエイティブな教育というのはどういうことか。あるいはクリエイティブな病院サービスというのはどういうものか、あるいは飲みに行く場所、クリエイティブな場というのがどういうところなのか。こういったことを詳細に議論する場がもてたらいいと思います。

佐々木 大変楽しく刺激的なシンポジウムになったと思いますが、私自身はあまり意見を言う時間がなかったので、第2回をぜひまたもうちょっと大きく、大きくてしかも小さく分かれて議論できるような、そういう機会をぜひ作りたいと思っております。皆さんにもその機会ができるようにご協力いただきたいと思います。それではこれでシンポジウムを終わらせていただきます。ありがとうございました。

◆ Panel Discussion

Sasaki

Good afternoon ladies and gentlemen. I've been working with Mr. Charles Landry on the topic of "creative city" for a long time and I believe that this is the very first large-scale symposium featuring "creative city" in Japan. So this is a very important symposium.

About 10 years ago "creative city" attracted a lot of attention. Back then Europe was suffering economically and had a large number of unemployed people just like the situation in Japan today. People did not have very clear prospects about the future. The term "creative" usually attracts attention when the society is gloomy. Lots of businesses going bankrupt and it is usually under such circumstances that people feel the need to think creative. As Sara said earlier, she entered the sake brewery that was about to go bankrupt but she breathed in new life into it. So at a time like this we have to be creative thinking to bring about a more rosy future. Of course we are talking about "creative city". Since the French Revolution we have been bound by the mindset of nation states. So when there is a problem of unemployment, business is going bankrupt, the economic stagnation, people always thought that the state/the country would take care of you in terms of welfare. In Japan we always talk about the state taking care of you. In other words people always depended on others to take care of you. Instead you trying to solve problems, you depended on the bigger entities, usually the state to do something for you. Unfortunately the governments including local governments are not suffering from big fiscal deficit. It used to be a large scale public works project. Will we vitalized the economy? It's no longer the case. So people often talk about the 21st century being the century of cities again, not the states, not the nation states. So how can cities revitalize the communities?

Prof. Tsukio and Mr. Landry both talked about the paradigm shift, a shift from the production manufacturing oriented cities to a more intelligent/intellectual culture based cities. Their creativity, the appeal/attractiveness of cities are something that we need to focus on in developing new strategies. That is the spirit behind the term "creative city". As I said earlier we believe that this is the official debut of the term "creative city" in Japan but "creative class" or "creative community" are the buzz words that are now often heard in Europe and North America elsewhere to address new mode/new paradigm of urban development. I am hoping that this will take root here in Japan as well to bring about new thinking, new mindset in this country as well.

Especially what Mr. Landry said that the creative milieu was the term that attracted my attention. The Japanese term for creative environment was used in the text in front of you but I don't think that totally captures the spirit of creative milieu. We're talking about more than just the environment. So I would rather use the term "the place/the space of creativity" as the translation for creative milieu.

Another important term is creative infrastructure. Mr. Mizuno from Kanazawa and Sara both shared with us their experiences of creating the creative milieu in their respective cities. The mills are turned into the important cultural centers and the warehouses being turned into cultural

centers. In Obuse the wooden barrels containing sake were now used as symbol for a new paradigm there. In other words, the spirit there is not to neglect, not to deny and reject the traditional value in respective cities but to breathe in new life into those existing traditional values and that's what creative milieu is all about. So I was deeply impressed by these 2 case studies.

In this part of the program we would like to delve further into this issue and since we do have the experts as the panel, we would like to hear more from the panel from different perspectives as well. We have with us in the audience more people than the organizer had expected and the audience is diversified in terms of their areas of expertise and background as well. So I think we can expect a very exciting session.

We will be inviting questions from you later and I would like to take up those questions as much as possible, address them to the panelists so that we can have a truly productive panel. Your cooperation is truly appreciated and of course the time is limited and we have to conclude by 6 o'clock but we will have a reception afterwards so anything that we couldn't cover during the panel discussion may be brought up over drinks for even a more excited discussion.

So I am hoping that this session will prove to be a truly creative milieu. The first member of the panel is Dr. John Dixon. He is the Lead Environment Economist from the World Bank Institute. He speaks six languages. Rather than working in Washington, D.C. he is working more often here in Asia. The creative city and cultural industry practices would be what he will be sharing with us.

Dixon

Unfortunately Japanese is not one of the six languages I speak, so sumimasen. Prof. Sasaki and I would like to first thank the Japan Foundation for inviting us here today for this very interesting symposium and for this excellent turnout.

I am an economist and as an economist I am interested in the question of "does it pay" and "who is going to pay for it". We heard a lot about infrastructure, investments that are required and also the idea that maybe governments should shoulder a major portion of these costs. What I would like to talk about are 3 examples of cities - one dead and two alive cities - where they have worked collaboratively between visitors, the government and the private sector to help generate revenues and incomes to help maintain important sites of cultural heritage. My examples are not from Japan but I think there are some interesting lessons that will be useful to Japan and we were very fortunate to spend the last few days in Nagahama in the Kansai district and there are many interesting parallels I think with some of the examples that I will present.

First of all, why tourism? Tourism is a nice industry because it's a big industry, it's very important globally as you know. Some people say tourism is the largest worldwide industry. It may be in terms of dollars spent and also it is a very differentiated product. I was going down by

the Japan Travel Bureau office this morning in front of the hotel and I saw all the brochures for different attractions. Many of them were sun and sand and beaches in Hawaii or the South Pacific but there are also brochures for visits to Europe, to major cultural capitals. And also a new area - the eco-tourism - which is attracting a lot of attention.

Cultural heritage however is probably one of the areas that are growing most rapidly. People around the world are finding that opportunities to visit new places and learn about people and how they live and what they do, and not just go to museums and look at buildings but also understand the culture, which is much more than just a physical infrastructure. This is an area where countries in Asia are very well placed. Japan, China, Indonesia, India are all mega-cultures, very rich, very diverse. But the question is “how can you market this” and “what are some of the lessons that we’ve learned”. It is marketing, this is a business because tourism is what as economists we call discretionary expenditures. You don’t have to take a holiday. You don’t have to make that trip. It is something you have to want to do because it gives you a pleasure but it costs some money. Therefore, sites and locations that are successful in attracting visitors usually have something special and they provide services or they provide infrastructure or something that people are desiring.

But because of that fact, the fact that visitors are receiving something that they actively want and that is a voluntary choice. It is not like buying food for your family. It is something that you have to choose to do. We find that there is often additional economic value associated with visiting and these values can in fact sometimes be captured, or parts of them can be captured to help pay for the conservation, the protection, the management which is required. As economists we talk about willingness to pay, about measuring how much people are willing to pay for an experience.

Many of the best things in life are free. I looked out the window just now and I could see Fujiyama. That was a very nice experience. Yes you can see it because today it’s clear. I didn’t pay anything to do that and I enjoyed it. Many other things in many cities in many cultural attractions are of this nature - walking around the Imperial Palace grounds; looking at the double bridge, and at the moat and the castles in the palace. This is very pleasurable and yet fortunately here in Japan there is no admission fee yet for that. Maybe after my presentation there will be one.

What I’d like to do is present 3 examples and I said 3 cities - one site is in Jordan, one is in Nepal and one is in China and I am going to use some transparencies and also some other pictures.

The 2 sites I am going to describe in Jordan are very interesting because they are basically dead cities. Petra which has been abandoned for 1,000 years and Wadirum which is a desert location south of there, which is this beautiful landscape made by God and for the enjoyment of

us all. You'll see there in the southern part of Jordan near the Gulf of Aqaba.

Petra is a very interesting location because it is hidden. It is hidden through a single very narrow passage called the Siq. It is 1km long and it is about that wide and you wander through this and at the very end you come out and there is this hidden valley follow these rock carved temples and tools and buildings of all sorts. Plus also some tourist infrastructure, in this case the Bedouins are selling souvenirs. In fact that was the interesting management issue for Petra - the Bedouins were living inside the temples which was not very good for the temples because you're cooking and washing your clothes and these are cultural monuments. So the government negotiated an arrangement whereby the Bedouins actually were relocated to a village nearby. In exchange they were given the right to come in and sell souvenirs to the tourists. So it was a bit of a cultural preservationist would not be entirely happy because they would say we don't want the souvenir stands so that was the price of getting the cooperation of the local population.

The interesting question though is not this issue of trade-offs but what about pricing. Originally the price of an admission ticket to Petra was about 175 yen and the same price was charged to all visitors. Jordanians are as well as non-Jordanian visitors. The government did some analyses, some economist actually looked at these estimates of willingness to pay by visitors and they suggested that the government actually increase dramatically the price of admission for non-Jordanians which was increased by a factor of 10 times - actually 20 times. It went up from about 175 yen which is 1 Jordanian dinar to 20 Jordanian dinar which is about 30 U.S. dollars, which is 3,000 some yen.

What was extremely interesting was 2 things happened. One move that was interesting was what didn't happen. What didn't happen was any decrease in the number of foreign visitors. The price went up 10 times or 20 times. The still kept coming. Why? Because it was really a very unique dramatic resource. Here you can see two of the Bedouin tourist police that are very colorful and it is not really a police problem but they are part of the scenery also. So the government working with the community was able to increase the fee for 9 Jordanians and no decrease in numbers of visitors, but it meant that suddenly this one sight in Jordan was able to generate enough money to pay for the management of almost the entire park system. There are many other sites that receive very few visitors or that were under-funded and money is always scarce. So if you have a unique resource sometimes this can be tapped into, this can be used to generate sizeable amount of resources not only to manage this one site better, but to manage other sites.

A nearby site is Wadirum, which is a desert landscape. This is where Lawrence of Arabia used to live and it is a fantastic place. In fact the movie "Lawrence of Arabia" was filmed here. When the visitors come you see these mountains that go up 50 or 100 meters. They look small here but they are very big because of the vastness of the desert. And you arrive at the visitor center and there is a sign explaining all the different fees that are being charged for entrance and for renting

different sorts of vehicles and what have you. In fact what has been interesting is the Bedouin community there is the main provider of services. In addition to an entrance fee, they also rent you camels or jeeps so you can go out into the desert and look at this landscape. These 2 sites together are a prime tourist attraction in Jordan and it is a creative way of working with both the local community and also with the cultural and physical environment to generate money to help maintain and pay for these.

The next example is in Bhaktapur in Nepal. This is a historic city that is a living city not unlike Nagahama, and people come to Bhaktapur to just watch people living their every day life - weaving cloth, making pottery, doing other types of crafts. Again what they've instituted here is an admission fee which people pay. This is the ticket you actually receive. It says "helping preserve our cultural heritage" and then you wander around and just experience it. Could something like this be instituted in Nagahama and Kyoto perhaps. Smaller cities are easier than bigger ones.

The last example is from China. I just came back from China where we are working on a study in Suzhou, historic canal town outside of Shanghai. You can see these are the petty cabs which are part of the business infrastructure and when you have 573 petty cabs you know you must have a lot of visitors. In fact they can get 100,000 visitors a month. People come to experience what an ancient Chinese canal town was like - children playing. Again they pay an admission fee to enter it. It is on a small island and part of the admission fee allows you to visit a number of restored historic buildings. This is a merchant's house. Here is a scholar study. I particularly like this one. I would like to be there with my paintbrushes and doing calligraphy, the Chinese scholar. There is also a lot of shopping and visitors like to shop, they want to buy things. So they offer that. There are sidewalk stalls and one of the main attractions is going on canal boat trips such as this where you go through and you can see the boat from the water not unlike Venice. Here is the last picture from Suzhou with a series of boats lined up for receiving passengers.

All 3 examples are ones of where cities have worked creatively trying to both promote economic development and economic benefits for the inhabitants or the people who live nearby, but also capture some of this extra economic development, this extra economic value which help to defray the cost to government of providing services and makes other facilities available.

So there are partnerships between government, between the private sector and the visitors themselves. So I offer that as one promising opportunity in the number of cases to help promote cultural preservation and revitalization of towns that otherwise might well be threatened.

Thank you.

Sasaki

Thank you very much indeed and as you've just heard an economist from the World Bank Insti-

tute who is engaged in preservation of historical sites and from there is trying to revitalize the economy.

It is very interesting to hear this and the globalization which is underway right now if things go as it is. I think that the various historical assets or even the languages that we have might be lost. So we should not leave this unattended, instead we should try to maintain this cultural diversity. For this we need to try to look into the developing nations, the various cultural assets that we have and preserve them and at the same time try to realize the stable development of these areas. I believe that that was the gist of what was mentioned right now.

Next Mr. Landry. You have already given a wonderful keynote lecture that I am sure you didn't have enough time, so I'll just give you some additional time, it's a gift from me, so please give us some examples of creative cities please.

Landry

Thank you. I want to make 3 points. Firstly, to ask the question. What is the trigger that makes people want to become a creative city, perhaps.

Secondly, a few points about leadership. And thirdly, a few points about how you embed deeper into the organization some of these ideas we are talking about. What is the trigger that makes a city want to do this extraordinary thing of reinvent itself. I think in general it is actually a crisis. Some forms of crisis we understand. Things are so bad that you have to do something. In case of Bilbao the crisis was that bad. The steel industry, shipbuilding industry and all of that collapsed. So it made them have to make a response. If you can trans that with Adelaide which in reality has a crisis even worse. Because the weather is so nice and the sun shines and there are beaches there, people can't feel the crisis because even when things are very bad, it just seems fine. The wine is good and all of these other things. So whilst from the point of view of the city of the state of South Australia there is a desire to do something, it is very difficult to activate all the partners to do something. You may think that I'm being silly by talking about wine and sun but I am absolutely convinced having been there about 10 times now that if the weather were colder, if it was more horrible, if the wine was very bad, they would do something. They would get some more sake or I don't know what they would do but they would respond.

The third example on this question is some places, and I think these are very innovative places, generate a crisis. There is no crisis but they generate a crisis in order to move themselves forward and an example here is a small town but very significant town in Germany called Frieberg which is renowned throughout Europe as one of the key eco-cities in Europe. Their crisis was generated by having a vision. So the vision makes the crisis because their reality wasn't quite there. So people are saying "this is our vision but the reality is not there". So the third option is to generate a crisis by having a vision that is really inspiring and so when people compare it with the reality they feel they have to move forward.

The second point is about leadership. Is it an individual or is it somehow institutional. We have worked in a number of places and where an individual has been the catalyst, the person who has pushed it. In one case Birmingham and in another place called Lewisham which is a part of London. What happened in both of those cases was that that leader in a political election or an internal party political sense then was not the leader any more and in one of the cases in Birmingham, the dynamic and the momentum has declined immediately once that person was gone.

So back to Bilbao. What Bilbao did in the context of leadership, it tried to find an institutional mechanism to embed a leadership within the city, which did not depend on an individual. And this is the key issue - to find a mechanism where that can occur. In their particular case they brought together what is now 128 partners into an organization and each partner pays for this organization called Metropoli-30 (30 means 30 years ahead). And what that organization does, it is the holder of the vision. It doesn't implement it. There is a distinction between the visionary and the missionary. The missionary is the person who carries out the mission, but the visionary in a sense helps and pushes them forward. That mechanism has existed for 12 years now and is the mechanism that brings the parties together brings the foreign expertise in. So it acts as that sort of catalyst. What that means is that there is a renewable leadership because it does not depend on an individual. And as you can imagine, setting that up didn't take 5 minutes, we can talk about that later. Nevertheless there is this mechanism that does that.

The third point is about embedding. The case I made about Lewisham. When we were involved in Lewisham there was the leader, the man, who said let's do this thing called the creative city. As part of it we said we need an embedding strategy. Embedding means putting it into the DNA of the locality. So it was very fortunate that this embedding strategy was in existence because when the mayor left all the different levels, level 2, 3, 4, 5, 6 where all the action happens in reality because the creative city is not only made by the level 1 the leader, it is actually made by level 4 and 5 the middle managers who actually implement many of the projects. So the third point I wanted to stress therefore is that we need to think of ways of embedding. So it is not an idea that is theoretical at the top, which a few leaders think but that you find a role in the creative city for lots of different organizations and people at different levels so that they could all be part of this creation of the city. This city that is perhaps more imaginative.

So that is the point I want to leave you with. What is the trigger? A crisis but you can manufacture a crisis in a positive sense. Leadership - we need to find a mechanism, which allows that leadership to be renewable and not reliant on an individual. And thirdly we need to find ways once the idea is set lets say by 2 or 3 people, of finding projects where as many people as possible can feel they have a stake and be empowered to be involved in the creation of the creative city.

Thank you.

Sasaki

Thank you very much Mr. Landry, it was very concise. It was an excellent explanation. Maybe the trigger is the crisis and you also need the broad involvement of the leaders and the citizens. Bilbao and Adelaide many cities are mentioned. If you've never been to those cities, I hope you will exercise your imagination and imagine what those cities are all about.

Now I would like to invite Prof. Walter Santagata of Turin University to give us his presentation. The cultural district is what he is going to talk about. Many of the industries that create cultural goods will be explained.

Santagata

Thank you very much. In fact I will focus on two notions related to creative small and medium sized cities - the notion of cultural district and the notion of collective institutions like trademarks assignment to local country based goods.

What is a cultural district? In my experience I think that the notion of cultural districts is a contemporary transformation of the industrial district concept. I mean by district a cluster of small and medium sized enterprises. This change is the result of the demilitarization of many industrial country based products that are embedding more and more intellectual and creative components. I mean that the original production model is shifting to a new superior phrase.

The original technology used to transforming and manufacturing raw materials into final products is now moving away usually abroad in search for lower labor costs. This process is called delocalization but is an international phenomenon. This happens in my country, in France and in the United States and in England. But what is interesting to note is that if you may delocalize the production you cannot delocalize your culture, your ideas. The aesthetic design conceived to give a nice shape to your product. In one word you cannot delocalize what is rooted in the local culture. You can localize production in China or in North Korea. You cannot localize from Italy a product in Romania or in Turkey but you cannot localize intellectual property, the intangible capital embedded in the local culture. This so is the scenario in which the formula of cultural district could be interpreted and this change also corresponds to a new level in the international economic competition. They are more based on ideas and design, product innovation, technology and intellectual property. When I think of a cultural district, I may think of something that has the size of a creative city like in the case of Murano in Italy which is a small district producing art glass. In Murano for instance you have 300 furnaces employing about 2,000 employees and Murano exports for instance 35% of its production abroad. But you also may think of other Italian cities like Biella where there is a district in the production of textiles and clothes. If you look at the label of someone's dress can find the name of Cerruti, Armani, Valentino, Zenia and so on. It is a very renowned district in the production of textile and wool cloth.

Just to give you an idea of the magnitude of this phenomenon, just to say to you something

about the magnitude in terms of the capacity to export the local production. The small and medium sized enterprises located in Sassuolo the first city concerned, a city of about 40,000 inhabitants. They have these firms about 40% share of the world export of decorative and designed tiles and pottery. If you put together small cities like Biella and Prato, the second and the third row, you have a share of about 35% of the sales of prestigious wool, clothes and apparel. If you put together the other two cities like Vicenza and Arezzo you could see that these districts produce about 27% share of the world export of jewelry which is of clearly evident aesthetic quality.

This outcome is one of the strongest indicators of self-enforcing and sustainable growth generated by cultural district. Why cultural, because our district that produced goods based on traditions, on the old culture. For instance, Murano you could go at the 11th century to retrace the origin of the glass production. Biella or Prato you could think of about 2 century of textiles and cloth production. So when I think of cultural based goods I mean goods in which and for which culture comes. But also the local community counts, and the local tradition counts.

To give you some more details about this concept, as can be learned from the recent Italian and international experience, industrial districts have become a good example of a sustainable and indigenous growth. But I would like to stress that in this perspective the presence of small firms is essential to a district. But the presence of many small firms does not in itself form a district. One of the most meaningful characteristics of a district is the interdependency of its firms. In this type of industrial atmosphere frequent contact favors the exchange of specialized input. Continuous and repeated transactions caused the information to circulate. Within the district it is easier to find contractors to verify the quality of the goods, and services and to sign standardized contracts. The social habitat of the industrial districts is made up of large families and of firms where the entire household including the wife, children and relatives are usually employed. In the cultural district this knowledge, mutual trust and the accumulation of social capital are pervasive traits of local society and culture. So art markets and performing arts, museums and cultural heritage and design based goods can all be articulated in chains of creation of value with innovative experiences, apparent at every level - aesthetic, legal, productive, distributive, technological and educational.

Moreover, such activities take a new economic significance when they assume the form and are governed in the logic of industrial district. Because they create a path to the economic growth by means of the growth of small and medium sized firms, which are intensely integrated within the territory and in the local community. In this sense the Italian industrial district such as those producing glass in Murano, Venice or woven good and apparel in Prato, or pottery in Firenze or in Caltagirone constitute an ideal model for the production of cultural goods. You have to imagine that in Italy you have about 200 industrial districts in which about 40% of the

Italian labor force is employed. So there is a network of industrial districts based on very small firms. I mean by small less than 15 employees.

Here you can see some component of the logic of this formula. In order to have an industrial district, you need a local community, which is easier in its cultural traditions and in their accumulation of technical knowledge and social capital. You need accumulation of saving and the presence of strongly entrepreneurial cooperative local banking. You need a bank towards open international markets. You need public financial and institutional support to the entire chain of the creation of the value. You need also a high rate of birth of new firms, as a result of social capability and interactive learning. In economic terms it means that within an industrial cultural district, the cost of the use of the market as an institution are lower than anywhere because of the intense creation of positive externalities.

The second point I would like to focus on is the role of institutions - local institutions and national ones - assisting the startup of a cultural district. Because the problem is that using this formula as a policy instrument for local economic development is complicated because of the history of the cultural districts. So what doesn't exist in the story of a district is a date of its origin, doesn't exist a specific factor that closes the industrial start up of this district.

Today the Italian experience suggests us that a specific factor seems to exist. It is in a very few words the allocation, the assignment of community or if you like collective property rites and trademarks. I mean collective brand names that protect the cultural capital of a community. Since that moment you can see some interesting and positive consequence because the introduction of collective brand creates from one side a sort of monopolistic privilege but collective trademarks allow an increase in price and in yields which contributes to a substantial accumulation of capital. Legal protection generates positive economic incentive to producers. When we talk about Murano 6 centuries ago they tried to protect themselves in terms of protecting their intellectual property, moving from Venice where the production of glass was imported by the Byzantine Empire. To protect the new technology and their new traditions, they moved to an island just near Venice in the same lagoon Murano, which was easier to protect from insider trading. The legal protection is also an economic incentive that leads to a better control of the productive and distributive processes and it may increase the quality of the product.

The very problem today is using institutional tools to have a sort of shift I think. What is interesting is a shift it from what we can call an object, a product made in Japan or made in Italy and this verb "made" stresses the production side to something else that we can call an object or a product styled in Japan or styled in Italy, which is a way to stress the intangible intellectual side of a modern production.

Thank you very much.

Sasaki

Thank you very much for the very suggestive presentation. In Japan we also have a lot of industrial cultural areas, which are now being damaged or suffering from the hollowing of phenomena. But it seems that Italy also after suffering from that is now being revived as a cultural district and the point there is the cultural creativity, how that unique feature can be utilized in the area, to make that the brand of the area and protect it as an intellectual property. I believe that was the way of revitalizing cities in Italy. I believe this has a lot to suggest to the smaller towns and cities in Japan.

Next I would like to call Prof. David Throsby. He also is an expert in the cultural and economy areas. He has many books concerning this area. Of course we can't ask him to tell us everything about what he's written in this book but I believe we will hear a lot about how to utilize cultural capital in revitalizing cities. Go ahead please. Thank you.

Throsby

Thank you very much Mr. Chairman and thank you for that unsolicited promotion of my book which is translated into Japanese just in time for Christmas so it makes a very nice Christmas present for all your relatives and friends.

I would like to talk about cultural capital and sustainability in the context of the creative city. I don't have time to define these rigorously but I think we can probably understand intuitively at least what is meant by the notion of cultural capital/cultural assets. And so I'd like to go straight away to what does this mean for the concept of the creative city. I think we could say that the process of making a creative city is a process of discovery of what it is that makes up that particular city's cultural capital. This is really like if you like preparing an inventory of the cultural assets as the first step to understanding what the cultural potential assets of the city are. And these cultural capital of a city could be tangible, it could be in the form for example of a historic town center of old buildings and houses and so on such as one might find in a city like Prague in the Czech Republic where the old town is very old and very well preserved. It could be in the form of great museums full of great art works. This is also tangible cultural capital, which exists in cities such as exists for example in St. Petersburg in Russia with the Hermitage Museum is a great cultural asset to that city. It could be in the form of iconic architecture - that is an architectural feature, which is a piece of cultural capital that identifies the city. The city where I come from, Sydney, has the Sydney Opera House, which although it's not a historic building in the sense that it's only in existence been in existence for 20 years or so, is nevertheless potent cultural symbol for that city. So the cultural capital of a city could be in the form of tangible assets but it can also be in the form of intangible cultural capital as we have been hearing. This could be in the form of the customs, or the traditions that are specific to a place.

If we think about a city like Salzburg in Austria which has associations with Mozart of course, and this is part of the inherited intangible capital of that city which is something which the

residents appreciate but which can also be turned to economic advantage through the promotion of Mozart and the promotion of the Salzburg Festival. The intangible cultural capital might exist in the form of the creative skills of the population or the people of the city. These may be old skills like the traditional crafts. They may be new skills like IT skills, web design skills and so on. We have seen a very good example of both of these this afternoon in the case of Kanazawa that Mr. Mizuno talked about. I had the pleasure of visiting Kanazawa 4 or 5 years ago and it is an excellent example of the way in which these creative skills are being used as we've heard today in the development of a truly creative city. If we have this notion of the cultural capital of a city as being part of its identification as a creative city then we can look further to continue the same economic terminology.

We can look further towards processes of investment. If we are talking to economists, we, economists are not very intelligent, but we do understand the word investment. It is a very good word because it connotes something about providing for the future and so in the case of cultural capital we could think of investing in cultural capital as being a process of maintaining the cultural capital that is stopping it from deteriorating. We could think of it as a process of enhancing the cultural capital, that is improving it in some way. Or even we can think of it as a process of creating new cultural capital through investment in creative skills to create new cultural capital, all of which can be a process of investment for the future. Of course as soon as I talk about the future it allows us to talk about sustainability because the notion of sustainable development is development which is going to continue for the benefit of the future and even onto future generations a long way ahead.

I'd like to finish my brief remarks by reference to two examples of cities where cultural capital has been used to great advantage in advancing the creativity of those cities.

The first example is the city of Kingston in Jamaica in the West Indies. I'm sure we'll know about Reggae music. It is the traditional music of Jamaica and it is part of Jamaican culture but it is also the production of Reggae music in the city of Kingston, and is a flourishing cultural industry. That is through the performance of the music for the local population as a representation of their culture, through the growth of recording studios where they make records for local sale, but also for particularly for the export of Reggae music into the global music scene. Of course, you would know that Reggae music is now part of the world scene of music and to some extent that brings some returns back to the city of Kingston and the country of Jamaica but it is also an illustration of what Walter Santagata was talking about, that is, in order to capture that fully some form of property rights would need to be established over there and in the case of a musical form like Reggae, that's a very difficult thing to do. But nevertheless I think Kingston is a good example of the city where culture and the cultural industries are contributing to the dynamic local growth of the city.

The second example that I would like to mention is again my own city of Sydney. The film making industry is established in Sydney and the cultural capital there exists in the creative skills of the film workers who bring the very many skills which are needed in film making, and are concentrated in this city in the production of movies. We have also the cultural capital, the intangible cultural capital of the distinctly Australian stories, which we can tell through our movies and that is also something that can be mobilized by this industry. Several Australian cities have set up major film production facilities with the assistance of their own state governments in order to try to develop this particular cultural industry in an urban setting. So in Sydney for example there has been a partnership with the Fox organization, American film media conglomerate, they have set up facilities in Sydney where the creative input is the skills of the local film workers, which contribute to the output of both films for Hollywood but also particularly the production of local indigenous film production. There are problems in this, of course. It is not an easy road and there have been problems with the Fox presence in Sydney but nevertheless it is a good example of the way in which this cultural industry can form a focus for the development of a particular line of creativity within the city. In particular the government involvement in the filmmaking has been not just through the provision or through helping with the provision of the physical infrastructure but also through the assistance to the filmmakers for the production of Australian films. I think that is again something, which has happened also here in Japan, the production of Japanese films with some assistance from the government. We know that the production of locally-made films can be not necessarily commercial and may have difficulty competing with the Hollywood product and so it may need some assistance from government to make this happen, and that has certainly happened in the Australian context.

To conclude, I think the notions of cultural capital, the notion of sustainability are very potent concepts to use when we think about creative cities, and are particularly useful I believe because they do help to build this bridge between the cultural intentions, the cultural and creative desires of people who are trying to plan cities and the hard headed economists who are the ones who have to provide the finance.

So these are notions which help in some ways to build a bridge between culture and economics and I think that's an important bridge to be built.

Thank you.

Sasaki

Thank you very much. I am myself an economist. Economists are actively trying to bridge economy and culture. I believe this is a trend among economists these days. In the past people who talked about the economy were gloomy type of people who weren't really the lively type you might find. But I think Prof. Throsby writes that in his book, but people who talk about culture is like Sara for example who is really lively so we find these two types of people in the

extreme but now we can have the two skills put together with the exchange between the economists and people in the cultural area.

So today we are talking about creative city and about industries to support this. As Prof. Santagata mentioned about the small industries, that are utilizing the creativity of the local area to create new industries from that. That is one cultural industry. But also we just heard about the film industry, which is a really new industry or Reggae music, the performing arts industry. So these are all creative industries we might call them. The British Government has support for these creative industries and now looking back at our own Japanese government, the government is talking about developing cities. They just think about building tall buildings or renovating the buildings around these railroad stations, not looking toward the creativity side too much.

So I'd like to ask once again to the audience, if you have any questions please write them down on the piece of paper that has been provided and hand them over to the staff.

Now I'd like to introduce our last panelist, Mr. Miyake. Prof. Miyake is engaged in the planning for the Sumida Ward in Tokyo. He is also a leading figure in revitalizing the various cities in Japan. Professor Miyake, please.

Miyake

Thank you for the introduction. I was thinking about what to talk about here but I think I should give some Japanese examples as a reference point. Based on which I want to talk about the various problems or the creative activities that we need to engage in, in revitalizing the cities.

What I want to show you is a project entitled "artist in Akiya". It is a very-small scaled project but it is based on artists in residence program but we are seeing the vacuuming out of our cities at certain areas, and the artists are resisting, so this is an artist resistance movement.

The Sumida Ward is situated in Tokyo. It is to the east amongst the 23 wards and it is said to be typical old town type of place where they have this area where they have heavy concentration of wooden structured houses, and Sumida Ward is such a place. Kyojima area is the area in which there is the highest density of wooden buildings and they have these small sized housing which were built in the 1920s and 1930s. But in terms of the earthquake, it is the most dangerous place. In the Tokyo urban area those areas where they have high concentration of wooden houses, it is in a donut area. It is observed in the Tokyo and Yokohama area. So it is like a tale, there is the Tokyo metropolitan area, the housing areas and it accounts for about 30% of the whole housing area in the Tokyo Metropolitan Area.

To show you what its like there, well I'm sure you can imagine this to a certain extent but especially in Kiyojima. After the great earthquake in Kanto district in 1912, the evacuees evaluated to this place and built their homes in this area. So this was the place where the carpenters earned a lot of money building these houses for the evacuees. Without any proper infrastructure the houses were built and so there were a number of tenants living in the terraced houses, the

town houses 30 sq. meters, 40 sq. meters very small houses, and yet at the same time they have this good old atmosphere of the old town. You have some pots of flowers and these small areas where people really enjoy living together. You have only single story or two-story building and the residents feel a strong attachment to the area and do not want to leave the area.

Against this backdrop we have seen a number of problems arise. For example as a very tight space and as I earlier said it is in terms of earthquake or fire. it is very dangerous. The highest fatal rate in this area, it is even worse than the Nagata Ward in Kobe where they had to measure earthquakes. But the people had this strong sense of community. I think it's the strongest even in Japan. That being the case, we are seeing a number of problems arise especially of the hollowing out was the industries declined or just like in other places we are seeing the industries decline. And along with the aging of the population, we're seeing a number of vacant houses and abandoned houses will become a major problem. Because of the high density and yet the vacancy rate is very high, so we have a big problem here.

If you look at the population statistics you see that aging is under way. In other words elderly people over 65 is more than 10% of the total population, the ratio continues to increase, and if all goes as is, there'll be a large number of elderly persons living in this area. The elderly do not have the energy, the will to start new things and therefore they say that they want to die in their good old home. They don't have any intention of renovation their homes etc and they tend to be rather reluctant to change.

What I wanted to say was because of that what we did was the following. These areas if left unattended as is, It would cause a lot of problems. In the Tokyo Metropolitan area these will be the areas where no redevelopment occurs. The reason why I say this is because this area, the owner and the tenant - the tenant of the land and the tenant of the house - are 3 different parties. There are 3 tiers and it is very complicated. Also under the old leased house law. This old law still applies. So once a person rents the land, they can also rent the house and if you want to build something new there, then you have to pay an enormous sum of eviction fee. So no one is opting to buy that piece of land there. For example in Shiodome, Roppongi, we see these developers developing new complexes. But that is not the case in this area. After the great earthquake in Kanto district back in 1912, because of this things have remained unchanged more or less here.

It happens that this very active feature, we have this wooden concentrated area is also to say the niches or the back alleys of Tokyo. In these areas literally nothing is happening but having said that we are seeing new potentials for change. By that I mean that the young population, they are attracted to these back alleys. There was this so-called expression of the backside of Harajuku where many young people spontaneously gather and they have shops there, fashionable shops built and using these vacated houses they are setting up shops there. We think that in

this Kyojima area, also we can use the area to create a new housing area. That is our idea. Because of that we are trying to have young artists live in this area and live with these people. There is this project under way. It is not a long-term vision but a short to mid term probably some 5 to 10 years type of action plan. The young people living in this area they should be merchants or people working for small factories or it could be that. People said that why on earth would you want to live in such a place, but there are these young people especially artists who are immigrating to this area. The foreign artists really like this type of area. The Japanese people don't go there very often but foreigners seem to be attracted saying that this is the traditional Tokyo that they were looking for and building on this momentum we want to try to within this area create an artist environment and support such an environment. That is what we have been making. I personally from the beginning of 1990s have been engaged in this project but in the year 2000 "Artist in Akiya" project was started out and a number of foreign artists, foreign art promotion institutions are cooperating with us to invite artists to the area. Two years ago from Finland, the Finland Institute together with us invited Scandinavian artists to the area. And based on this theme of "Akiya (vacated houses)" they lived in the area and did creative work there and presented their works. So instead of using art museums, they use this Kyojima region. The area itself is as a place for them to try to do something creative as artists.

A number of creative activities did take place. People are very surprised and people join in from outside and have a debate and the local residents gradually come to accept this and this becomes a stimulus for the local residents. More than the local residents the people from outside who are accustomed to the art environment come here and enjoy themselves as well.

This year from France the artists were invited and Kyojima region were filled with French-speaking people. It was a mismatch but it was very interesting to observe this mismatch. Unlike Kanazawa or Kamakura, it is not such a sophisticated quality type of traditional place but despite that fact what are we looking for? Well I think the basic understanding is that we want to have an enhancement of the living environment. Once this place is put in the hands of the artists, the negative legacy becomes something positive. It becomes creative and positive. So such negative legacies can work for the good luck to these artists. In the future we want to organize these vacated or abandoned houses and set up a mechanism, a NPO (non-profit organization) to take over and lease these vacated houses. Instead of living in beautiful places like that I just prefer to live in places where there is the reality and from that they can gain a critical view. I think that that is what is required for artists and so gradually we want to set up the mechanism to make this possible.

These very old areas where there is still the tradition, which tended to be overlooked in the past is becoming a new site of creation. That was the report. Excuse me, the earthquake was back in 1923, a correction from the interpreter.

Sasaki

Thank you very much Prof. Miyake. Yes there is such a place in Tokyo where the artists can live in these vacated houses and do creative work. Well in Kyoto where I am living also there are those areas where a number of vacated houses. So we are trying to rent out these places at a very low rate to the artists so that we can maintain the traditional landscape and maintain the town houses and yet create such a new place for artists. So by sheer coincidence they are both in the east and west in these major cities we do have such places.

I am delighted to have so many questions from the audience. I'm afraid we won't have time to answer all those questions from the floor but I have grouped some of the questions which we can take up for the remainder of the time.

First, about globalization. With further advancement of globalization, as Dr. Dixon said earlier especially in developing countries they are strained under this economic globalization and tradition and cultural assets cannot be protected any more. For example in Asia there used to be a large variety of traditional toys with their local cultures but now ToysRus are everywhere and they are all universal. So how can we preserve the traditional culture and develop the creative cities. So that will be the question for Dr. Dixon.

Dixon

That's a very good question. Actually I think there is an answer. Precisely the creation of more revitalized cities, special quarters, production districts, creative cities as Charles was talking about, are the offers of possibility of creating a market for traditional products.

You are never going to get traditional toys in the ToysRus. It is not the way the road was set up. But you will find if you have historic areas or cultural districts, people come, they are precisely looking for things like that that are unique, that are special to the area. In fact rather than destroying the market, in this case increased visitation, tourism, promotion of this offers the possibility of creating very active and viable markets for these types of commodities, which are otherwise going to be lost.

In Bhaktapur, Nepal in the example I gave, people go there precisely because they could find artisans, handicrafts people, making traditional pottery products or woven products etc. They buy them because they are unique and they are special to the location. If you want to buy a T-shirt or a pair of pants you do go to the supermarket. I think that this can be a very healthy synergy between economic development, creating a market for traditional products and handicrafts and Walter Santagata has been an active purchaser of Japanese handicrafts I can attest to. The fact that there is a store right in this building that have products from Kyoto has allowed him to support the craft industries in Kyoto, at some distance.

I think they can actually work together to help overcome some of this tendency to make the whole world to look the same.

Sasaki

Thank you.

Question to Dr. Throsby. You talked about the positive aspect and the negative aspect of globalization in relation to the creative city. What is your view about the positive and negative aspects of globalization in relation to the creative city.

Throsby

Let me take the negative aspects first. It's pretty clear what the negative aspects are because this is the phenomenon of globalization, which is affecting us all around the world. The emphasis on markets to dominate in the way in which we think about things, the way in which we do things, and so the internationalization of the global economy is something which many people see as a threat. In some respects in the cultural sense that is perhaps true because there is a spread of cultural symbols around the world, which seems to be more or less unstoppable and which appears to be a threat to the expression of local cultures.

I think the positive thing is in fact what Dr. Dixon was just saying that it also creates a pressure for an intensity of the pressure for identifying the local differentiation, the thing that really makes individual communities unique and special and gives people their sense of identity and belonging to a local community. I think that that is something which people really feel a great need for and the more that we are assailed by the sort of global messages and the sense that the world is just becoming one huge market, the more that happens, the more I think there is this sense that we need to have something which we can identify as our own unique identity and our way of binding our community together. This happens particularly strongly at the local level and indeed it really is one of the strongest arguments in favor of the notion of the creative city because it is the notion of creativity and the culture of the community, which is the thing that creates this sense of belonging. I think there is plenty of evidence emerging now that the people who prophesize that in 20 years time the world would look exactly the same whether you're in Japan or India or England or America or wherever, that everywhere would look exactly the same, I think that that is a prophecy which is not likely to come true and there is plenty of evidence now that that is the case - that culture is very strong, it is very resilient and it has a strong sense of local identification which I think is being expressed in many places.

Question

Prof. Santagata talked about the resurgence of industrial cultural districts in Italy. There are several questions to you.

First, this resurgence, was it promoted by the government under the policy or was it the regional or the local communities took their own initiatives in doing that. Or was it the private industries that took that initiative. Is it the state government, local government or the private industry?

Second, in addition to industry, the manufacturing, maybe there is the agricultural-based cre-

ative city in Italy. Are there any such cases. Not the manufacturing-based but the agricultural-based creative city development. What is the relationship between the economic creativity and the artistic creativity.

Santagata

I could start with the second question. In fact one of the most interesting cases of industrial districts in Italy is the cluster of producers in the agricultural field. But agriculture is in a gastronomic field. I mean there are regions in Italy that develop in economic terms very fast in the last 20 to 25 years producing, for instance, wine or cheese. What is striking is that also in that case the starting point was the assignment of property rights.

There you can see the difference between national government and local one. For instance, at the national government you have the decision to introduce by law voted by national parliament, a system of legal protection, a system of collective trademarks. In Italy or in France we call them DOC (it means denomination, origin guaranteed by the local and national institutions). From that point on you could see that a huge capital accumulation developed in this region. But the problem is that you need not only many firms, not only a law that assign property, but you need also local institutions for one reason. When you have a local brand, this brand signals the average quality of the product in a given area. The problem is if some producer produces and sells a product of a lower quality, the whole image and the whole reputation of the district can lower. So at the local level, local governments are very attentive in controlling quality by means of local committees that every year controls the admission, the membership of single producers in the use of the collective brand. In fact agriculture is a good example in which local government and the central government have played an important role.

Just one word about culture. You need not only legal protection, you need also to build an image for your product. What has been done for wine, for instance, in Italy or for some kinds of cheese is very important because it could develop a culture of the market. This culture is a culture that grows towards the increasing quality but in cases you need to associate to your product with a cultural image. In that way you are able to seduce consumers and to be in a better position in the international competition.

Sasaki

There are piles of questions that have been made to Mr. Landry. I will have to invite those people who asked the questions to surround Mr. Landry during the reception and ask the questions personally. But I am going to pick up a couple of the questions here.

Question

You said in your presentation leadership is important in building the creative cities. The question is who should take that leadership, academia, maybe not; politicians or bureaucrats may not be an ideal party to take leadership. And I think Dr. Dixon raised that point as well. In order to

make the creative city a sustainable one, what kind of leadership is desired.

Landry

As with all these things when you are looking at a wide range of cities in a variety of context, there isn't necessarily a definite answer. But there do seem to be certain principles that carry across from one situation to the next. So in terms of the leadership it can in fact sometimes come initially, or the initial spark can come from an academic; it can come from a politician and so on. The key question about the leadership is very similar to Walter's point about doing things collectively. The main point is how do you spread the idea from a leader to a leadership, to a broader group of people. The idea of a creative district, a creative quarter, a creative neighborhood like our colleague has talked about over here. When you analyze who actually was involved, there are always a lot of people who are involved. For example people said in Barcelona when Barcelona revived, there might have been 10 leaders but each of them had 10 friends. So the 10 became 100.

So in summary my point is really the initial spark can come from a politician, a group of economically interested people, it could come from an academic and so on. The principle though, which is the key principle that sustains some of these ideas is really to try and develop as I said earlier to give enough people the capacity to think they are leaders. If you think you are a leader and you become therefore more committed and therefore the project becomes far more sustainable. That is why I mentioned in my talk earlier, that we need to balance out this question of top/down with top/down and bottom/up simultaneously. I am not saying that it's all happening from below because you do often need people who project a vision and who show a way forward. But as we know if you look at the new literature on leadership and creative leadership, what people increasingly say, is empowering others to be also leaders too.

Sasaki

Thank you very much. So a collective leadership I believe was aspired here. Now I'd like to move on to the next question.

When we say a creative city, in order to succeed, what would be the criteria or how can we measure whether it's a success or not. In the traditional industrial cities, that would be GNP, GDP or income that would be the measure for success. In the same manner how can we measure the success of a creative city. Or can we measure in the same way. Probably it would not be an economic income but much more a mental income might be an indicator of success.

Combined with that question for cultural industries to develop, how much would that be reflected to employment. Would that impact the employment situation. For example Obuse or a smaller city, maybe that would have a big impact. But if it's a mega-city like Tokyo what kind of impact would that have on employment. The creative industry if it develops, how would that have a ripple effect on the conventional industries of the area.

So those were the 2 questions. These questions, again for Mr. Landry.

Landry

Some of the measures of the creative city are no different from traditional measures. In the longer run when you look at some of the cities which we call creative you will see that their relative performance is better either than their immediate competitors or than it was projected to be. To give you an example, Glasgow is regarded, relatively speaking, as having been quite creative. The consensus of economists there is although Glasgow relative to London is getting worse and worse off because it is effectively in the middle of nowhere with all this rain. The consensus is that without the cultural investment, it would have been even worse, and without innovative ideas like doing promotional campaigns to Icelanders, to think that this is their Riviera, it would have been even worse. Now you may think I'm joking when I talk about these Icelanders. I have seen many Icelanders drinking quite a lot in Glasgow and you have to ask yourself "Why are they here!! In Glasgow!!" What it means when you are in a situation like that, you really do have to get your head screwed on and think of some ideas. Some of the criteria are exactly the same as traditional economic analysis.

Other criteria are to do with attracting key talent. Often that is very difficult to judge what do we mean by key talent. So in the sphere of artistic creation, you can often say "Well it is the peer groups" i.e. the groups of people who are in the area, the specialists who can judge that.

So talent is one thing that I think one can judge because within the groups of the specialist areas we know who is good or not. The other thing we can judge is, for example, inward investment; who are the people who are coming in. So that is another measure of judgement. A third measure of judgment, which is more to do with residents is the annual surveys that people do. I am very impressed by Melbourne for example, its annual benchmarking of how it is performing. Bilbao has very sophisticated indicators to measure how it is progressing. So indicators can be used which are sometimes partly based on opinion but partly based on deeper economic reality.

I am sure John will add something to this. Do you want to do it now, John, or shall I answer the second half of my question.

Dixon

Just to follow up on what Charles Landry said. From an economic perspective I think there are several measures you can take and one of course is "Is this sustainable, is this entity". Is it sustainable in the sense that it generates income, it generates employment. If it is something that has to be constantly funded by the government or the state or by an external agency, it probably isn't sustainable and that would probably indicate there is a weakness in it. But I think the other point also to remember is that often the creative city is actually a creative district. It is a small area within a city. Tokyo, Bombay, San Paulo these are huge cities and yet you may find a ward like Sumida or Soho in London or something else. Los Angeles is an awful place. It is

not a creative city in any way, but it does have Hollywood and it has a huge creative district. So don't think that the whole city has to suddenly be transformed overnight, that's rather ambitious. It may be a small area but if it's sustainable and it attracts talent and people want to live there because of it, I think that's probably a pretty good measure. The first derivative of that is property values will probably start going up in that area because it will attract people who are seeking this out. So as an economist I would look at property values and see what happens. If people want to be there, they'll start competing against each other to be there and that will be reflected increasing rather than decreasing property values.

Landry

Just in terms of the second part of the question about the creative industries, which I've partly forgotten what the question was, which is very embarrassing, but I think it was about what is the special role of the creative industries within the creative city and perhaps David you can add on this as well.

There is no doubt that the whole idea of regenerating these quarters that we know about - London Soho, New York, all of these areas, some of your districts - have often been driven by creative industries and the new media. What I would like to say is the creative city doesn't mean it has to be driven by the creative industries. Mostly they are a very important part. For me, what is quite important about the idea of the creative city is those people who we normally regard as boring administrators, social workers, health workers and all of that, economists, I think what we need to recognize if the city even if its an area of the city, is going to develop in imaginative ways. I think we have to recognize that creativity also lies in them and not assume that creativity equals the arts. Of course although the arts are obviously or can be very creative. For example, I gave an example earlier of Frieburg, which is very based on environmental issues. I think the environmental initiatives they are taking in some of these places. I'm just using that as an example and there are many more, have to be in my view defined as creative. That is equally exciting to me as a wonderful play. Seeing someone who is environmentally in a sense healed their city and found a way of doing that, I feel is also exciting. So my only point would be to say "Creative industries are very important, they are increasing important, they are often part of the establishment of a creative district. But there are also other factors like if the health services don't work in this creative district, that's a problem.

Throsby

Just a brief comment. I think that the question actually related to employment. The creative industries are often looked to as a source of employment creation because of the high labor content of the cultural industries. If you look at the labor content of cultural industries compared to other industries, even using a fairly broad definition of cultural industries, not simply the arts but broader cultural industries as well, you will find that the labor content is substan-

tially higher than in other more technical/technologically based industries. So in areas where unemployment is a problem, particularly for example the depressed industrial areas where the traditional industries have run down - Bilbao is a very good case in point where the traditional industries have run down - the creative industries, the cultural industries if they can take up that unemployment slack then that's a very good thing. So that is one thing to say that direct employment affects our cultural industries tend to be somewhat greater than other industries. The other thing is that they also have the further indirect effects both in the employment creation through this sort of multiplier affects employment multipliers which will create, for example, in tourism which create demand for other goods and services, but also through other indirect effects. I think it was mentioned earlier, the fact that creative environment in the city is attractive to new inward investment, I think Charles just said this, and so businesses will come in locate in cities where there is a strong cultural infrastructure. So the notion of the creative city as being already an attractive place for new investment which therefore means new employment creation and so on. So those further induced effects can also be quite significant.

Landry

Thank you for answering my question David, that's great, thank you very much. Just on figures. In the U.K. the main core cities of which there are about 10 - Manchester, Birmingham, etc. - the average employment in the creative industries is between 3 and 5%. Manchester, for example, being 5%; London it is 11%. So what one can say there is no doubt that in some instances it is a significant factor. The reason why London has 11% is the global nodes and the hierarchy of world cities where many of the products go through London - from Manchester to London to Los Angeles and out - rather than directly from Manchester to Los Angeles or Tokyo.

Santagata

I'll add one more example to this discussion because you mention also the relationship between the old industry and the creative one. My town Torino in Italy is a good example of this relationship. Torino is known as a car industry by Fiat. What happens in Torino is that some years ago many car designers began to work for the Fiat factory and this kind of professional work developed up to create a new district of the car design. Today you have about 200 firms producing medium and firms producing for the car design industry. What happens now? It happens that the traditional car production is declining. Fiat is now an American brand, 20% of Fiat has been bought by General Motors. Fiat is now declining in terms of capacity to produce and govern the market but the car design district is an example of autonomization of one kind of creative job and creative work, and now they are working for Japanese production. Car designers are working for Volkswagen, for Nissan, for Toyota, for Ferrari and so on. This is an important case in which we can see how creative work is able to develop today while traditional production encounters very huge problems.

Sasaki

Thank you very much indeed and I think we have had a very creative collaboration unfolding here. We are running out of time.

Lastly we'd like to have each of the speakers give their final comments.

Professor Miyake, would you like to start. There are so many economists here, you are a minority since you are a historian of architecture but I'll give you a chance to say a few words.

Miyake

In Japan I am doing a lot of work here and in Japan there are things which complete just within Japan and there are other cases which we have to look at Asia on the whole. There are other areas in which we have to address the whole world. But when we talk about new industries, creating new industries for example the information related or animation related industries, it is not Japan but Korea and China are the areas in which the production takes place. From the economic perspective other countries are going to earn profit but not Japan. Should we avert such a situation? Or is it a case where we should go step one further and look at things from a broad area perspective, to think of the industry from a broader area. That is one point that we have to think about.

Another point that has not been referred to very much here is that we are thinking whether or not Japan will become a multi-ethnic society. In some parts of Tokyo we are starting to see other people entering and the culture is slightly different in these multi-ethnic areas. You could look at the cuisine, the food etc., its slightly different and its very interesting as well.

Another thing in Japan, well this is really to do with Japanese mentality, but free agent or freelance. Well this is in the future going to be the mainstream or not? And this is another thing that we are presently thinking about. For example Hollywood is supported by such people but here in Japan as well, and their parents force their children to be employed by a certain company. But yet those people who can survive as free agents might opt to become a free agent, a freelance, and there will be eventually the winners and losers. There are some 3000 municipalities, not all of them are going to become cultural cities. It might sound cynical but we have to think about the mechanism to win. What is going to happen to the losers. This is another thing that we have to think about. The majority of the players will lose and that being the case, is Hokkaido going to become an independent state, whatever, if it loses? So this is something very critical and whether Japan is a mono cultured nation is something that has to be questioned and also the thinking of the individuals. This is something we have to set out as a long-term vision. And as that's the case, we will not be able to foster the cultural industry, we'll have a very pessimistic outlook if we do not get things straightened out yet.

Sasaki

Yes, I think he has talked about very profound issues and I think that if we are going to have a second round of this creative city symposium, then I think this is the subject that we can take up

and discuss.

Just to give you my impression if I may, the creative workers are going to be in a very unstable situation and it used to be that people were seeking for stable jobs, working for big companies. If its this type of person, I don't think it is appropriate that they undertake such a type of job. But I think that the society on the whole is shifting towards a more unstable job. And it might be that they become more competitive amongst the cities. If not, then what other methodologies are available. What alternatives are in place? This is something we would like to discuss and if any of the panelists have their view, they can state that as well.

Then Dr. Dixon, well Prof. Miyake has talked about the economic globalization and amidst such circumstances, even the culture industries are going to experience the shifting of jobs from the industrialized to developing nations. Is there any means to stop this from happening? Or is there any other better way for both sides to win more or less? If you have any suggestions on that point as well I'd appreciate it. Dr. Dixon, please.

Dixon

When the North American free trade agreement was signed a few years ago there was a great discussion called the great sucking sound of jobs going to Mexico. I read in the paper this morning in the Asahi Shimbun the same comment about China with respect to Japan. These sort of economic forces from mass production are probably unstoppable and that is why the solution is not to try to make Birmingham become the center of the steel industry again but say what can you do in a place like that that has lost a comparative advantage in other areas.

Urban revitalization means sometimes recognizing that an industry that has been there will not be there in the future. The textile industry is leaving the American south and it is not going to come back but they are becoming a leader in other areas. I think the discussion here at this conference has been very interesting. I've learned a great deal and one thing that came up quite clear is that there is a difference between old historic cultural capital - often built capital or traditional lifestyles - and what can be done to promote and protect that, and new creative capital, new industries, the movie industry, the IT technology was mentioned. That's also a type of cultural capital but it is capital we are creating today. The challenge we have is to work with both types of forces and both types of capital resources/assets. And we've heard a lot of good examples about ways that you can work with it to help promote these, whether it is traditional practices, traditional sake brewer in Obuse or a new IT industry. I think there is a lot that the economics does tell us. I spoke about tourism because that can be a very effective way for certain types. But tourists come just as much to see movie production and Hollywood as they go to see historic city like Petra or Bhaktapur. But sometimes it does mean realizing that something that has been done for a long time in a certain place may not be there in 5 or 10 years. And then thinking creatively about what you can replace it with, the whole purpose, of course, is to make

a better life for yourselves and your children and to create a place where you want to live. We are not doing it for the visitors or anyone else, we're doing it for ourselves. Sometimes visitors help you pay for it though so that is the nice side. Thank you.

Sasaki We have a number of questions to Prof. Santagata and you've already answered them but lastly, about the local industrial areas in Japan. What sort of creative industries can be built? Or cultural industries do you think can be built, or cultural districts can be built in the more local areas of Japan. Do you have any suggestions?

Santagata Unfortunately I do not know very well the Japanese situation, but in these days we have been in Nagano for instance where we followed a very interesting project to introduce in Nagahama and also in Japan, the glass production - the artistic glass production by means of craftsmen - and of an interesting organization that is very near to what I call the start up of a cultural district. The people are working just to develop something that started yesterday, very near to us. What I would add to discussion is that we have to be aware that creativity is a very peculiar good. I mean in any sector you could have creativity or you could not. There is a sort of magic situation because in order to establish some tradition you need in each sector at the beginning at least a maestro. So if you have the luck to have a maestro in the glass production, for instance, in Nagahama, the district could start because others can imitate it. But then, after him the very problem is how to transmit the creativity as a good to the next generation. This is according to me a fundamental question. But also at this level we can learn from neuro-biologists and the modern discovery about the relation beyond the mind and brain. We can learn that in this case to transmit creativity we need a good social environment first and we can do that with a very good stimulating school of art and creativity. In Piemonte, an Italian artist called Michelangelo Pistoletto, a leading representative of the art program set up a foundation and the first program of this foundation has been to create (I'll tell you in Italian) Università dell'idea. We are trying to build up a university of ideas not of law or economics but a university where you learn how to be creative and this is a good start for our region and for the cultural district of Biella, for instance, where the Pistoletto Foundation is located.

Sasaki Università di Idea, I love this expression, but it so happens that in the graduate level in Osaka there is this "creative city" research department where I'll be teaching shortly. So I think this trend as a system within the universities and schools will gain importance.

Dr. Throsby, you've been listening very patiently. Would you like to say something now?

Throsby Well just two things very briefly. First of all we here on the panel, the visitors from other

countries to Japan have brought a lot of examples as you have heard from our experience and from a number of other countries. But also while we've been here we have ourselves learnt a great deal. I think there is a lot going on here in Japan in relation to the questions that we've been talking about today from which the rest of the world can learn. I think the sort of things which we saw happening in Nagahama which has just been mentioned; the examples that we have been hearing about today in Kanazawa, here in Tokyo, the sake experiment in Obuse which is an imaginative conjunction of the private initiatives with the social and cultural development. These are all things and other things, which are happening in Japan which you can be very proud of and which provide a very good foundation on which to continue to build this movement towards creative cities towards encouraging cultural industries towards inculcating the creative spirit.

The other thing I would like to say is that I think a very important word here in terms of the sort of processes which need to be borne in mind and which need to be applied in all of what we have been talking about, an important word is "partnership". I don't think any single institution is able to do this on its own. You can't look to government as we've said; you can't look only to the private sector; you can't only look to any single unit. You have to see these things as being partnerships between government, which has an essential role to play in furthering the collective interest; the private sector, which has tremendous command over resources and substantial gains to make through the sorts of things, which we have been talking about; and the community - the community of people where these things happen. Without all of those things I don't think any of this will happen and all has to be through a cooperation, through a partnership and we hear so much these days about competitive world and competition and so on. There is a great deal to be said for cooperation in advancing economic and social and cultural life and I think that's something which we really should bear in mind. Thank you.

Sasaki Mr. Landry, I'm afraid we have only one minute.

Landry All I would say is I think what would be nice is to have an opportunity to take some of the issues and themes we have talked about and look at them in much smaller groups and in much more detail. For example, picking up your point about education, what would a creative education system look like in a small or a large city. What would a creative imaginative hospital service look like in a big city or in a small city. What would a creative drinking environment look like in a big or a small city. So that's all, I'll end on drink.

Sasaki Thank you. I think we had a very wonderful, very pleasant and interesting symposium. I'm afraid I didn't have much opportunity to speak myself so at the second international symposium

I hope that we will have an opportunity to talk about broader things in more detail. Thank you.

Ladies and gentlemen, thank very much for your participation. I think we've had a very productive and creative a half day afternoon. We hope to translate what we learned today into the food for our activities in the future and we would like to plan a second symposium as well. I'd like to thank the panel, the speakers and the moderator and I would also like to thank the translators for their creative translations as well. Thank you.

With this we conclude the symposium but I'm sure that many of you have so many questions that you would like to raise, so I invite you to the reception and I hope you'll enjoy the visits. Once again thank you very much.