

提 言

大分県版クリエイティブ産業の
さらなる振興に向けて
～感性価値を活かした競争力ある企業づくり～

平成30年12月

大分経済同友会

1. クリエイティブ産業振興に向けた大分の取り組み

(1) 大分経済同友会の提言活動

大分経済同友会（以下、同友会）は、2011年より「創造都市（Creative City）」という文化の力を活かした都市再生・産業振興策に着目して調査を進め、2011～12年にかけて大分県立美術館（OPAM）整備の方向性に関する提言に活かしてきた。

2014年以降は、創造都市の取り組みが大分市や別府市だけでなく、県内各地に広がりを見せていることを踏まえ、県全域を創造都市の考え方をういて活性化する「クリエイティブ大分（創造県大分）」を提唱した。その中には「アートと産業のコラボレーション」として、企業経営にアートやデザインの視点を取り入れ高付加価値化を図るクリエイティブ産業（Creative Industry）振興が提案されている。さらに同友会は2015年に英国を視察し、クリエイティブ産業の先進的集積地である東ロンドン地区を調査し、その成果を7月に行った大分県などへの提言に反映させた。

創造都市とクリエイティブ産業に関するこれまでの同友会提言

時 期	提出先	提 言
2011年1月	大分県	県立美術館整備の方向性～クリエイティブな美術館&都市づくりに向けて～
2011年9月	大分県	県立美術館整備の方向性Ⅱ～創造都市実現のための処方箋～
2012年8月	大分市	大分都心南北軸整備の方向性について～アートと交通のまちづくりに向けて～
2014年4月	大分県・大分市	クリエイティブ大分を目指して～長期ビジョンと2015年に向けた戦略の必要性～
2015年7月	大分県・大分市・別府市	芸術文化の創造性を活かした地方創生大分モデルの提言
2017年2月	大分市	食文化とアートを活かした市民と産業の成長戦略～未来創造都市の実現に向けて～
2018年5月	大分市	2020年以降のレガシーに向けて～祝祭都市の未来をデザインする～

(2) 大分県長期総合計画におけるクリエイティブ産業振興

同友会によるこうした調査・提言も踏まえ、大分県は2015年10月に策定した長期総合計画「安心・活力・発展プラン 2015」で「創造県おおいた」を掲げるとともに、「クリエイティブ産業への挑戦」を政策の柱に据え、2015～24年度にかけて推進を図るとした。具体的な方策については、2015年度下期に「クリエイティブ産業創出研究会」を設置して、大分の経済社会の実態に即したクリエイティブ産業（大分県版クリエイティブ産業）振興のあり方について研究を重ねた。

こうした検討を踏まえて県は、2016年度にクリエイティブ産業を普及啓発する場として「CREATIVE PLATFORM OITA」（講演・交流会開催と情報サイト構築）を発足。そして2017年度からは、県内企業のニーズに最適なクリエイターをマッチングさせる「クリエイティブ相談室」と、県内クリエイターのスキルアップ事業「おおいたクリエイティブ実践カレッジ」がスタートした。

2. 大分県版クリエイティブ産業振興策の強み

次に、大分県版クリエイティブ産業振興策が持つ特色を概観したい。結論を先取りすれば、大分県におけるクリエイティブ産業振興策は、首都圏と異なる地方圏の産業構造に適合した仕組みとなっている。

(1) 大分県版クリエイティブ産業は地域経済全体のクリエイティブ化

クリエイティブ産業のコンセプトは英国発祥である。「個人の創造性や技術、才能に起源を持ち、知的財産の創造と市場開発を通して財と雇用を生み出す可能性を有する産業群」と定義され、アート、デザイン、メディアなど特定の業種を「クリエイティブ産業」と定義して、その振興を図るものである。これに対して大分県では、既存の県内企業がクリエイターとコラボレーションすることで、企業が持つ技術を新しい視点で見直し、これまでになかった商品・サービスを開発したり、既存の商品やサービスをデザインなどの観点から見直して付加価値をつけることを「大分県版クリエイティブ産業」と位置づけた。すなわち、大分県版クリエイティブ産業とは、特定業種を指す概念ではなく、地域の産業経済全体のクリエイティブ化を意味する。

(2) クリエイティブ人材育成と、企業・人材マッチングの両にらみ

大分県版クリエイティブ産業振興にあたり、県は、クリエイター向けの「おおいたクリエイティブ実践カレッジ」と、企業向けの「クリエイティブ相談室」を設けた。前者における県内クリエイターのスキルアップは重要だが、人材（供給面）だけ育ってもマーケット（需要面）が拡大しなければ、彼らの仕事は増えない。ゆえに後者の仕組みを通じて、県内企業のクリエイティブに対する理解と需要を同時に高めていくことが不可欠であった。この結果、2018年3月の第1回「CREATIVE PLATFORM OITA 報告会」では、17社が新たに開発された商品・サービスなどの成果発表を行うことができた。その後も相談室には多数の相談が寄せられている。

(3) 地域密着型プラットフォームの形成・高度化

企業からの相談に対し、クリエイティブ相談室の相談員は、企業が直面する課題についてヒアリングを重ね、その解決に最も向くクリエイターをマッチングする。相談室はその後も、年度末の報告会における成果発表まで、企業に寄り添ってアドバイスを継続する。クリエイティブ相談室が地元を拠点として、県内企業のニーズに詳細にアプローチできると同時に、クリエイターに対する全国ネットワークを構築していることで、こうした展開が可能となった。

(4) 企業の経営課題のクリエイティブな解決を志向

優れたデザインは、企業の経営課題をめぐるリサーチに徹底的に時間をかけることが必須で、表面的な意匠（絵や形にすること）はあくまでも結果であるという。

クリエイティブ相談室では、商品パッケージのみならず、企業課題の分析を踏まえ

たマーケティング、ブランディングの新たなデザインも支援しており、その意味では企業戦略そのものがデザインの対象であるといえる。

（５）企業が公的支援から自立して成長する仕組みをビルトイン

クリエイティブ相談室においては、相談員によるヒアリングと、クリエイターとの顔合わせ・打ち合わせ（２回分）の段階では企業側に負担が生じない。その後、クリエイター提案を実現するプロジェクト段階になって、企業とクリエイターが契約を締結して企業負担で開発を進める。すなわち、プロジェクトの全工程を行政が支援するのではなく、マッチング段階の負担軽減を図ったうえで、事業開発段階は各企業の自己責任としている。このようにクリエイティブ相談室は、企業が公的支援から自立して成長する仕組みをビルトイン（内蔵）しており、公的資金の効果的・効率的な活用が図られている。¹

3. クリエイティブによる経済振興を目指すわが国

さて、それではクリエイティブ産業振興に関するわが国全体の潮流はどうなっているだろう。以下では、クリエイティブ産業の積極的な振興を定めた最新の国家戦略として、内閣官房・文化庁が策定した「文化経済戦略」と、経済産業省・特許庁における『「デザイン経営」宣言』を紹介したい。

（１）文化経済戦略²（2017年12月） 内閣官房・文化庁

「文化経済戦略」は、わが国の将来像として、文化芸術資源を抛りどころとした新産業・イノベーションの創出、文化芸術を企業価値につなげる企業経営の推進などを挙げている。その実現を図るための戦略として、文化芸術を核に産業などの他分野と連携した文化経済クラスターの形成や、他分野・科学技術などとのマッチングによる新産業・イノベーション創出を掲げた。

（２）「デザイン経営」宣言³（2018年6月） 経済産業省・特許庁

『「デザイン経営」宣言』は、デザイン力を重要な経営資源として活用し、製品・サービス・ビジネスのイノベーションを創出する力と、ブランド構築を可能とする力を向上させる「デザイン経営」の重要性を唱えた。このデザイン経営は、わが国の知的財産戦略の根幹をなす「知的財産推進計画 2018」⁴でも、重点事項に位置づけられている。

¹ こうした意味からは、クリエイティブ相談室の活動は、ベンチャービジネスや研究開発というデスバレー（死の谷）を企業が乗り越えるためのサポートということができよう。

² 内閣官房文化経済戦略特別チーム・文化庁「文化経済戦略」
http://www.bunka.go.jp/koho_hodo_oshirase/hodohappyo/1399986.html

³ 経済産業省・特許庁 産業競争力とデザインを考える研究会『「デザイン経営」宣言』
<http://www.meti.go.jp/press/2018/05/20180523002/20180523002.html>

⁴ 知的財産戦略本部「知的財産推進計画 2018」
<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku2018.pdf>

このように国としても、文化芸術やデザインを単に商品の外面を装う意匠と捉えるのではなく、日本経済の成長を促す新産業・イノベーション創出のエンジンと位置づけ、その推進を図ろうとしている。

4. 大分県版クリエイティブ産業の振興に向けた提言

以上のような問題意識を踏まえて、同友会は今般、次の提言を行うこととした。

提言1 大分県版クリエイティブ産業振興策の中長期的な持続・拡大

大分県版クリエイティブ産業の振興は、**国全体の取り組みに一步を先んじたもの**と、その先進性を評価することができよう。しかしながら、県内の中小企業において、**スペック競争やコスト競争と異なる感性価値による競争力の強い商品・サービスづくりは始まったばかり**であり、**クリエイティブ産業振興策の中長期的な持続・拡大**を図る必要がある。今後は既存企業ばかりでなく、スタートアップ企業に対してもこうした支援が求められよう。大分県版クリエイティブ産業振興の取り組みを徹底させることで、大分県がアートやデザインを活かした新産業・イノベーション創出のフロントランナー、モデルケースとなり、**全国に向けて発信**していくことを提言する。

そのためには、広く県内企業にクリエイティブの活用を浸透させつつも、経営に感性価値を採り入れる意義に気づいた企業が、新たな経営課題や事業分野でチャレンジを試みる際に**戦略的な支援を図り、県内企業のモデルとなる成功事例を多数輩出**していくことも重要である。

なお、単年度予算で動く行政と異なり、企業は年度をまたいだ連続的な経営を行っており、経営戦略に関する検討と意思決定は時間との勝負である。このため、クリエイティブ産業振興が県長期総合計画上の重点政策である事実を踏まえて、**2019年度当初予算から切れ目のない推進**を図ることを求めたい。

提言2 カルチャーツーリズムなど新たな分野へのニーズの拡大

大分県は、2018年の国民文化祭／全国障害者芸術・文化祭（以下、国文祭）のレガシー創出と2019年のラグビーワールドカップ（以下、RWC）に向けた準備を同時並行で行っていく必要がある。この2ヶ年の重要な要素は、新たな顧客層の開拓（国文祭：若年層女性個人客、RWC：欧米・大洋州を中心としたインバウンド）である。すなわち、**感性価値やインバウンドを強く意識した、観光分野での商品・サービス開発が急務**となる。そうした新たなニーズに対し、クリエイティブ相談室を中心とした大分県版クリエイティブ産業振興策を十全に活用し、**カルチャーツーリズム（地域の文化芸術を核とした観光）を大きく発展**させるべきと考える。

提言3 クリエイティブ産業振興の拠点整備

大分県はこれまで、クリエイティブ産業振興に関する講演・展示・交流・相談・研修をその都度、県内各地の会場を一時的に借りて開催していた。しかし、クリエイテ

ィブ相談室の成果物が生まれはじめていることを踏まえると、そうした**成果を常設展示して県内外に発信したり、クリエイティブ人材が日常的に交流することができるネットワーク拠点も重要**である。こうした拠点を官民連携（Public Private Partnership = PPP）方式で整備することを提言したい。

以上の取り組みを通じて、県内に生まれたばかりのクリエイティブ産業の芽が大きく育ち、大分県の未来に向けた切り札となっていくことを期待する。

平成 30 年 12 月

大分経済同友会

代表幹事 姫 野 昌 治

代表幹事 池 辺 克 城