

「行きたい」という感覚を持ったうえで美術館に行けると対話が生まれる。意見を交わしながら鑑賞できる環境も必要。(稲庭氏)

- ビジネス現場では感性がロジックに邪魔なものとして捉えられやすい。最近では、対話や感性の必要性を感じた企業側から、感じたことを言語化する研修を依頼されることがある。(中津川氏)
- 日本では自らの感受性よりも「お作法」が重視されて面白さを感じられる機会が得にくいのではないかな。もっと「感じる」機会があったほうがいい。(福田市長)
- 日本では見本を示されて何かを作る造形活動が多い。(稲庭氏)
- かっこいい場所がかっこよく見せるだけが美術館の役割ではない。アウトリーチしてたくさんの人に触れてもらう意義もある。(中津川氏)
- 全ての人に向けてアプローチする方法と、福祉・医療とも連携して個別にアプローチする方法がある。市が展開する「アート・フォー・オール」では後

者が重要になる。(福田市長)

各カンファレンスから見えてきたこと

今回のカンファレンスは、まちづくり、ブランディング、防災、環境、子育て、音楽、アート、スポーツ、緑など様々なテーマで行われた。共通して語られていたのは「産学公民による共創」、そして「可能性を広げるための変化・アクション」である。時代はますますボーダーレスになり、ジャンルを超えた対話と連携、そして個別のプレイヤーや資源が持つ可能性をつなげ、新たな価値を生み出す共創の重要性が頻繁に語られた。今後は従来の方法や考え方を多様な視点、広い視野から捉えなおし、可能性を最大限に広げる方法を柔軟に見出す力がさらに求められる。そのような気づきが得られたのが「Colors, Future ! Summit 2023製作委員会」という共創プラットフォームによるカンファレンスであったことは偶然ではない。



インタビュー

シティプロモーション推進室市制100周年担当部長に聞く

100周年記念事業を統括している小池智也シティプロモーション推進室担当部長に、事業を通じて感じたことや今後の展望を聞いた。

—100周年記念事業はどのような視点で展開されているのですか。

小池部長 100周年を機に多くの方々に改めて川崎のことを「知って」「関わって」「好きになって」もらえるような取り組みを展開しています。市内でいろいろなことが行われていても市民には知られていないケースが多いので、「皆さまが行っていることを知ってもらおう」という視点で市民・企業・団体の皆さまと一緒にアクションを起こしています。

—事業を展開する中でどのようなことを感じましたか。

小池部長 これまでは、まちづくり系の仕事を中心にしてきたので、福祉やスポーツ、アートなど様々なジャンルの方と出会って、つながりが生まれたことが新鮮でした。まちを良くしたいという想いは

一緒なので、何を考え、何のためにやっているのかを伝え合えると、ジャンルを問わず相互理解が生まれると感じました。

—2024年はいよいよ100周年の年です。どのように盛り上げ、今後のシティプロモーションにつなげていこうと考えていますか。

小池部長 全国都市緑化かわさきフェアも含め、多様なイベントやアクションで彩られる一年になると思います。それでも、100周年はきっかけにすぎません。人と人とのつながりから自分の居場所が生まれ、興味のあることを引き続きやってみようと思えば、川崎に住むことが楽しくなると思います。100周年記念事業を市民・企業・団体の皆さまと一緒に「新しい川崎」を作りあげていく事業にしていきたいです。