

(財)福岡アジア都市研究所 第3回都市セミナー
フォーラム「福岡市におけるアジア政策の未来」
—福岡女子×東京女子が考える「福岡でアジアを活かす・活かす道」—

実施報告

1. 概要

①構成

1部：URC自主研究報告

山下永子（財団法人福岡アジア都市研究所研究主査）

2部：福岡への提言

岸清香（都留文科大学講師）

並木志乃（東京大学大学院情報学環交流研究員）

伊藤香織（東京理科大学准教授）

3部：対談+質疑応答

モデレータ

山下永子（福岡アジア都市研究所研究主査）

ディスカッサント

【福岡女子】

佐々木喜美代（福岡市広報課長）

帆足千恵（財団法人福岡観光コンベンションビューロー広報係長）

【東京女子】

2部の提言者

②開催日時・場所

2010年3月30日（火）14：30～17：00

福岡ビル大ホール

③参加者数

120名

④企画意図・主旨

2008年～2009年度、URCは、福岡市の20年以上のアジアに焦点を当てた施策「アジア政策」の成果を検証する研究を行った。長期にわたる継続的な取り組みは、大きなネットワークや資産を形成したはずであり、それが、今日の世界的な都市・地域間競争社会にあって、福岡が地域の個性や魅力として世界に対してアピールできるものになっていると考えたからだ。

そして、本研究によって、福岡には多数の貴重なアジアの創造的な知の財産、重層的な人のネットワークが蓄積されていることがわかった。しかしながら、それらが十分に活用されていないし、またそれ以前に市民のみならず対外的に知られていないということも同時に明らかになった。

本フォーラムは、「アジア政策の資産を活かしていくために、私達はどのようにしたらよいか」ということをテーマに3部構成で開催された。1部ではまずURCからの研究結果の報告を行った。それを受けて、2部では、研究を通じて知己を得た3人の若手新進女性の研究者に、それぞれの専門の立場（岸先生：国際文化交流・美術、並木先生：情報、伊藤先生：都市計画）と、「東京女子」の視点から具体的な提言をいただいた。そして3部では、福岡市がその提言を、今後の施策に反映していくために、市の広報、集客交流戦略を担当する2名の女性「福岡女子」を

加え、オープンな雰囲気での対談・議論を行った。

この一連のプロセスを通じて、会場全体で福岡市のアジア政策の活かし方を検討する雰囲気を作り出し、実際に展開可能な提言やプログラムが作り出されていくきっかけになることを期待してこのような構成で進められた。

なお、今回、「東京女子」「福岡女子」というちょっと誤解を招きやすい、センセーショナルな言葉をあえて使ったのは、新たなムーブメントを起こしたいという意図が背景にあったからだ。これまでのまちづくり論議が男性中心に進められ、まちの消費の主要な担い手であり、まちのヘビーユーザーである女性の意見があまり反映されずにきていたのではないかと、今後は、もっと女性にまちづくりに関心を持ってもらって、参画してもらいたい。そういう思いもあり、女性が興味をもって参加しやすいようなタイトルをつけた次第である。

おかげさまで通常の都市セミナーよりも女性、特に若い年代の女性に多く来場いただくことができた。今後も、あらゆる層、老若男女がまちづくりに興味を持ってもらえるような都市セミナーを開催していきたいものである。



2. 主旨と概要

2008年から2009年度にかけて、URCは、福岡市の20年以上のアジアに焦点を当てた施策「アジア政策」の成果を検証する研究を行った。長期にわたる継続的な取り組みは、大きなネットワークや資産を形成したはずであり、それが、今日の世界的な地域間競争社会にあつて、福岡が地域の個性や魅力として世界に対してアピールできるものになっていると考えたからだ。

そして、本研究によって、福岡には多数の貴重なアジアの創造的な知の財産、重層的な人のネットワークが蓄積されていることがわかった。しかしながら、それらが十分に活用されていないし、またそれ以前に市民のみならず対外的に知られていないということも同時に明らかになった。

本フォーラムでは、研究報告のあと、アジア政策の資産を活かしていくためには、私達はどのように行ったらよいのかということテーマに、研究を通じて知己を得た三人の若手新進女性の研究者にそれぞれの専門の立場から提言をいただき、また、福岡市がその提言を、今後の施策に反映していくために、市の広報、集客交流戦略を担当する2名の女性が加わり、オープンな雰囲気に対話及び議論を戦わせた。

この一連のプロセスを通じて、会場全体で福岡市のアジア政策の活かし方を検討する雰囲気を作り出し、実際に展開可能な提言やプログラムが作り出されていくきっかけになることを期待して開催された。

3. 1部「自主研究報告要旨」山下永子(財)福岡アジア都市研究所研究主査

「福岡市におけるアジア政策の過去・現在・未来－福岡にはアジアの創造的知の資産が蓄積している－」

2年にわたる研究の成果として、福岡市のアジア政策（アジア関連施策）は、創造的な知の資産とネットワークを形成し、大変価値あるものになっているが、それが、ばらばらに存在するために、福岡市の魅力として、地域、市民に共有されていない。また、外に対してきちんと情報発信をしていないために、貴重な資産なのに対外的にほとんど知られていないということが明らかになった。知られていない理由は様々な要因によるが、1つは、これらの資産が専門的価値が非常に高いが上に、一部の人を除いては身近に接する機会がないためであることが分かった。このような分析結果をもとに、今後は、的確な情報発信と、内外の人が身近に感じられるような、つまり参加していけるような仕組みを作って提供していくことが重要であると結論付けた。そして、そのための方策を検討し、次に示す「アジア政策の資産を活かした取り組み施策の提案」としてとりまとめた。

提案では、取り組みの方向として、①20年のアジアの人ネットワークの再構築、②新たな人ネットワーク形成の仕組みづくり、③資産を活かした人材育成の推進・教育プログラムの作成、④市民レベルと国際レベルをつなぐコーディネート機能の連携⑤取り組み推進プラットフォーム創設、の5つを整理した。そして、段階的取り組み案として①アジア太平洋都市サミットのネットワークを活用した人材育成②情報センター機能の充実、③Graduate City School of Asia Cultural Life（市民大学院）創設といった具体的な3つのアイデア・構想を示した。さらに、これらを段階的・統括して進めていくコミュニケーション部署の設置の必要性を説いた。

提案の実現のためには、研究報告書でお知らせせずに、「協働・巻き込んでいく」活動を進めていくことが大切である。その方法について、2部では「私たちが持ち得ない視点」から提言・伝授いただき、3部での対談を通じて、具体的な、福岡市の広報活動・集客交流事業に反映させていきたいと考える。

4. 2部:福岡への提言

岸清香(都留文科大学講師)

並木志乃(東京大学大学院情報学環交流研究員)

伊藤香織(東京理科大学准教授)

提言は、次の小論文を元に発表された。ここでは、その小論文を掲載する。なお、この小論文は、平成 21 年度自主研究「福岡市におけるアジア政策の過去・現在・未来 2」に掲載されている。

(1) 国際文化交流の視点「美術文化から見る「福岡のアジア」(岸清香氏)」

* 本提言は当研究担当者のインタビューメモをもとに岸氏が加筆修正編集したもの。

①アジア政策の成果としての福岡アジア美術館

日本国際政治学会の国際交流分科会に戦後日本国際文化交流研究会というグループがあり、1980年代に活発化した地方の国際交流政策とはなんだっただろうかと議論したことがある。地方は自治省・外務省の上からの施策に従っただけで、予算がなくなったから縮小してしまったとの見方もあるが、NGO や NPO を育て、機能を譲渡していくための過渡期だったという考え方は面白い。きちんと取り組んだ自治体ではネットワークや事業・施設などの形で今に引き継がれている。アジア政策の領域では、環境技術などで国際貢献や協力をしてきた自治体もあるが、文化芸術分野に自治体事務として取り組んだ福岡市の場合、モノを集め人を育ててきて、美術館や映像ホールなどの形として残してきた点で独自性がある。

福岡アジア美術館はその先駆者かつ代表格といえるのではないか。アジア文化賞がアジア研究の学界で定評のあるように、福岡トリエンナーレは世界の美術界で「福岡のアジア」をアピールする機会として定着している。今年の福岡トリエンナーレは全国区のメディア報道が遅れたのは残念だったが、開館 10 周年に NHK 日曜美術館が特集を組み、地域創造大賞(総務大臣賞)を受賞した。アジア・欧米豪などのアート関係者は誰もが福岡を知っている。最近も国際交流基金が派遣した若手美術関係者によるメコン地域諸国調査の報告会では、“Fukuoka”という名が現地の人々の口にもぼつたと福岡アジア美術館の影響力の大きさが指摘されていた。「アジア美術」を通して福岡のブランドは明らかに形成されている。

②「アジア美術」を介した信頼醸成—世界の中の福岡アジア美術館・福岡市の評価

福岡アジア美術館は、アジア 21 カ国・地域を対象に活動しており、その地理的範囲は独自の展開をとげてきた。福岡トリエンナーレ前身のアジア美術展は、1970 年代後半誰も行ったことのない東南アジアや南西アジアの美術界で調査を行い、現地の関係者との信頼関係を培ってきた。オーストラリアの研究者に「アジアでの日本の孤立を福岡が克服した」と言わしめたように、アジア美術展と福岡トリエンナーレはいまだ歴史問題の残るアジアで信頼関係をつくるために本当に気をつけて活動しており、国レベル、政治経済面では一般に関係の遠いところでも一目おかれ、尊敬されている。

日本では「アジア美術」といえば古美術のイメージだが、福岡アジア美術館の地域社会と結びついた“Asian art”(アジア近現代美術)は新しい、生き生きとしたものである。福岡アジア美術館と福岡トリエンナーレには国内外から若手あるいはまだよく知られていないアーティストや研究者が多数招聘され、超国家的かつ多角的な交流が展開されてきた。また、学芸員の調査研究は美術史、

文化人類学、地域研究などにわたって超領域的に行われ、展示は一橋大学の社会学者の研究対象になるなど、学際性もある。アジア・ヨーロッパの民族博物館・歴史博物館・美術館の共同企画による2008-09年の「アジアとヨーロッパの肖像」展で、国立民族学博物館、国立国際美術館、神奈川県立近代美術館・歴史博物館とともに福岡アジア美術館が企画・開催館となったのは、収蔵品と企画力の質の高さが評価されたからだ。アジアの美術館ネットワーク形成を目指して昨年国立新美術館で開催されたアジア美術館長会議には、京都国立近代美術館館長とともに福岡アジア美術館顧問が日本代表の報告者として参加するなど、同館の重要性は周知の事実である。

③「アジア美術」研究の学術性と創造性の高さ

ー福岡アジア美術館・福岡市の個性を生かす道ー

福岡アジア美術館が収集・展示活動を通して独自の言説を生んできている点は特筆に価する。地理的範囲もそうだが、現代に連なる系譜として近代の作品を系統的に集めることによって、収集理念を深化させた。フォーク・アートなど「異形」とされてきたものを美術史のなかで位置づけ、価値づけたことも、大きな成果といえる。「アジ美」は既存にないものをやる、学芸課長がまたなにやら面白いことを言っていると、美術界やアート関係者は福岡で出されるものを注視している。実験的で学術的クオリティも高く、一見地味に見えるかもしれないが、発見と定着の幅を着実に広げている。

福岡アジア美術館は市立大学ないし「市民大学」的な存在なのかもしれない。国内外のアーティスト・研究者が集まるのみならず、向学心と社会貢献意欲の非常に高いボランティア・スタッフが開館から10年の間に育っており、コアになる観客層もじわじわと広がっている。市政は集客につながることを期待するだろうが、単純に観客動員数だけでは測れない学術的・創造的な価値がそこにはあるように思われる。

福岡アジア美術館が「極めて画期的で異端」な存在であるというのは間違いない。福岡には「王道」でないもの、「主流」ではないものを流れにのせ、「周辺」のものを「中核」と認識させる力がある。福岡市のような150万都市の美術館には、このような個性が必要であり、生かさないとはいえない。

④福岡市にとっての「アジア」の力・存在意義・可能性

福岡にとってのアジアを理念面で示す上で、福岡アジア美術館と福岡トリエンナーレの経験は大いに参考になるのではないかと。東京や横浜のそれと違い、福岡の「アジア」には近代化以降の日本におけるいわゆる一辺倒のアジアではない面白さがある。市民の温かさや細やかさが伝わるアジアでもある。進藤元市長は一種の大アジア主義を掲げ、桑原元市長と矢野暢特別顧問はアジアと一緒に成長することを目指した。昨年度の中間報告書「福岡市におけるアジア政策の過去・現在・未来1」には「イメージ戦略としての『アジア』の価値は暴落済み」とあったが、暴落していない他とは異なるアジアが福岡にはあると思う。いま私たちにとってのアジアはこういうもので、私たちはアジアとこんな風に付き合っていくとアジア政策の担当者それぞれが「福岡のアジア」の定義を描き出し、示すべき時期に来ているのではないかと。福岡アジア美術館では来訪者に対するもてなしが丁寧できめ細やかなので、アーティストも研究者も観客も喜んで帰っていく。“Asian art”を通して私が感じる福岡のアジアは、脱植民地主義の「心優しき正義の味方」ともいえるべき、こじんまりとして温もりがあり、ウィットに富む独特のものだ。

すでに部分的に行われていることかと思うが、福岡トリエンナーレや福岡アジア美術館、アジ

ア・フォーカスや福岡市総合図書館の映像ライブラリーなどに小学校や中学校の授業で必ず行くようにするなど、アジア政策は市民の「アジア」への意識を小さい時から養うことに活用できる。九州産業大学の学生で、コミュニティのリーダー（博多部の役員）としても活躍している若者が、10年前、小学5年生の授業で福岡アジア美術館が開催したシュ・ビンのワークショップに参加した時のことを鮮明に記憶していると話してくれた。自身はとくに美術好きではないが、今まで見たことのない、ちょっと普通じゃない、体験できて自分で何か作れる、形を崩したような美術館だと認識しているという。このように特に行くわけではなくても存在意義が分かっているという人を育てる施設となればよい。金沢 21 世紀美術館では、開館時に無料で招待した子どもが牽引力となって親や家族を連れてくる現象が起き、アートを通して市民の感性や創造力を育む装置として機能していると聞く。アジアマンスにしても、助成金のばらまきと取られる面もあるが、「アジア」に関連させて市民が活動できるという点では可能性もある。自分が住む自治体にはそのような施設や事業はないのでうらやましいと感じる。

⑤「福岡のアジア」を定義する

ー福岡市におけるアジア政策のこれからー

「アジアの交流拠点都市」「国際集客文化都市」を目指す政策において、2008 年策定の「2011 グランドデザイン」（政策推進プラン）では福岡アジア美術館のトリエンナーレが記載すらされていないという。市の位置づけでは同館は市長部局ではなく教育委員会の管轄で局長級を抱える独立性の高さがあるとのことだが、人事交流や他のアジア施策・文化施設との連携は難しいのか。福岡市のアジア政策はそもそも福岡市立美術館のアジア美術展から始まり、進藤市政では政策の中心だったが、桑原市政になって事業が多角化し、その後タコつぼ化したということなのか。

アイデアのひとつではあるが、例えば、「福岡のアジア」を考え、知ってもらうために、アジア政策のインターネット掲示板を作ってみるのはどうだろうか。今ここに誰が来ています、福岡にいたあの人は今こうしています、のような書き込みでいい。そうした来訪・追跡情報などを載せることで、色々な施設にさまざまな人が訪れていることが分かり、さらには市の枠組みを越えて思いがけない協働が生まれることになるかもしれない。

福岡アジア美術館に限っても、これまで事業に関わった人材を卒業生と考えれば、大変な数の同窓生が世界にいることになる。グローバリズム、リージョナリズム、ナショナリズムの複雑に絡み合うアジアで多様なネットワークとフレームワークが拡大・深化するなか、実利とブームに惑わされず、閉塞することなく、創造的な蓄積を外に出しさらに発展させていくことが必要な時代になっている。

（2）地域情報の発信の視点「福岡市のアジア政策に向けた地域コンテンツの構築

（並木志乃氏）」

これまで福岡市では姉妹都市交流が活発に展開されてきた。特に、アジアの玄関口として、国際会議の開催をはじめとする交流事業が量と質の両面で進められており、アジアと日本の結節点として道を切り開いてきたといえる。近年、中国や韓国などアジア地域の諸都市は、経済成長と共にそのプレゼンスを高めている。そして、地域の観光収入や地域活性化に直結するものとして、国際会議や大規模展示会などの誘致合戦は熾烈なものとなっている。観光マーケティングや地域間交流については様々な手法があるであろうが、その都市が選ばれるためには、国際都市としての意義や優

位性を明確にできるかどうかは左右されるものである。単に、諸外国から来てもらうという発想ではなく、市民が、アジア政策の趣旨に賛同し、人的な交流のなかから気づき生まれ、国際交流に関するノウハウや知識の蓄積があるというのは大変重要な要素である。そのためには、諸外国向けへのアピールのみならず、福岡市の市民に対して、これまでのアジア政策の意義と今後の展望を発信することで、アジア政策と市民意識が結びつくことが重要である。

その際に、有効な手立てとして考えられるのは、情報通信の特性を活かし、アジアとのコミュニケーション回路を築くための地域コンテンツの構築であると考えられる。周知のとおり、情報通信のメリットとは、双方向性である。しかしながら、技術的に素晴らしい地域コンテンツが作られても、そこに対話や実社会との適合性がなければ、日々爆発的に増え続けるコンテンツのなかで埋もれるだけである。それにはまず、アジア政策に対する支持や信頼性ある地域コンテンツを発信することで、人々の理解を深め、新たな関係性を橋渡しできるものになると考えられる。

日本各地の地域情報化研究や自らのフィールドワークを通して見受けられてきたことは、地域の内外に対して、地域の魅力を発信したいという欲求や日々の出来事の記録を次世代に残したいという願いを持っている地域住民が少なからず存在するということである。本来ならば、こうした市民の関与を、地域連携や諸都市との交流に活かすことが、地域情報化政策のなかで求められていたはずである。しかしながら、中央政府から役所の中までは地域情報化政策が行き届いても、市民生活にはさほど密着しておらず、地域の活性化には到達していないのがほとんどである。こうしたことには、依然として一方通行の視点から脱却できていないまま、次々に新たな情報システムが発注・提供され、そのなかで、市民参画による地域の個性の発揮というものが、極めて限定的に位置づけられてきたことが背景にあると考えられる。

コンテンツの構築には、福岡市のアジア政策の特徴となりうる地域コンテンツの掘り起こしが、どの程度できるかにかかってくるだろう。そして福岡市ならではの地域コンテンツの構築を進めるにあたっては、過去の情報の再編集が特に重要な意味を持つてくる。具体的には、福岡市で過去に行われてきたアジア政策を体系的に整理するところから始まるといえる。既に、地域メディアの映像番組や記事、市役所の基礎データ、シンクタンクの調査結果、国際会議での交流事業の成果物、市民からの政策提言など、非常に多くの福岡市に関する情報やコンテンツが蓄積されていると思われる。しかしながら、メディアや事業主体別に整理・保存されていても、現実に利活用しにくいいため、関係者のみが個別に知るだけで、アジア政策の全体像が見えにくくなってしまいう可能性がある。従って、表現方法は多様にあるであろうが、各アジア政策の関連づけや関連事業の波及効果について、量的・質的側面、二次元・三次元など多面的な視点からまとめていくことが必要である。

こうしたコンテンツの掘り起こし作業は、まず、整理するだけで数ヶ月はかかるものである。それに加えて、コンテンツ構築を事業化するのであれば、基礎調査やヒアリングなども含めると半年から一年を要するものであるだろう。そして、コンテンツづくりのプロセスには、専門家の視点のみならず、市民も関わるが大変重要である。編集作業は、様々な資料や文書などをもとに、映像や音声などに対して検索キーワードをつけることや内容を関連付けるということである。また、不足しているものがあれば、新たに取材や調査をすることもあろう。そのため、土地勘や地域人材などに対する豊富な知識や地域との密着性が必須であり、地元詳しい市民の雇用も必要になってくるだろう。例えば、これまで行ってきた地域メディアやコンテンツに対する評価の研究から明らかになっているのは、地元の催事を定点観測したもの、市民目線で捉えた日常的な風景や地域人材に関する映像が意外と数少ないということである。こうしたことに市民自身が気づき、日常では見えてこなかった地域の価値を知ること、市民主体の地域メディアの制作が行われていく

かけになっている。また、過去の記録映像や音声などが各家庭に眠ったままになっていることもあり、機械の不備やメディアの保存状態によって個人では再生が難しい貴重な資料なども多々ある。こうした蓄積を再編集し、地域コンテンツとして公開することで、様々な場面での活用価値も高まり、地域に対する意識の涵養にもつながっている。

以上述べてきたことは、アジア政策に対する再編集を通じて、地域を相対化することになるといえる。このことは、地域のコミュニケーション回路を開き、地域内外のイメージ・ギャップを埋めることにもなるであろう。手軽に行うことができるようになった情報発信や都市のアピールは、一体何のために行うものなのか、誰に伝えるものなのか、といった基本的な目的を明らかにすることに立ち返らざるを得ないと思われる。特に、「アジアに対して」という方向性が明確に定まっているのならば、それに特化したコンテンツの構築が必要である。アジアのなかでの福岡市の位置づけと魅力について、市民のあいだでどのような認識がなされているかを確認することは、福岡市の特徴は何かを再発見する機会にもなる。これまで福岡市で行われてきた都市会議や交流事業の成果を、地域の伝統や教育などと結びつけていくことでアジア政策の広がりが生まれてくると思われる。

(3) 都市デザインの視点「戦略的コミュニケーションの勧め（伊藤香織氏）」

①福岡の強みと課題

所用で幾度か訪れて知る限りでも、福岡は魅力的な都市である。コンパクトで街らしい賑やかさがあり、食事がおいしく、人々はフレンドリーだという印象がある。今回、本研究に間接的に関わらせていただくなかで、新たに二つの強みを知ることができた。ひとつは人々のまちに対する愛着の強さ、もうひとつはアジア文化資産の蓄積である。

「シビックプライド勉強会」（2009年3月16日）に講師として参加し、ワークショップ形式で市民参加者の話を聞かせていただくと、ほとんどの参加者が福岡への強い愛着をもち、福岡に住むことに大きな満足感を感じていることがわかった。また、いくつかの組織を訪問して話を聞かせていただき、また中間報告書を通して、アジア太平洋子ども会議・イン福岡、福岡アジア美術館、アジアの映像アーカイブなど、特に文化芸術面においてアジアを統合するような資産の蓄積があることを知った。

しかし、福岡が国内外での競争力を強化していこうとするならば、そこには課題もある。前述したようなポテンシャルを都市の力にできていないことである。市民は愛着のもてる福岡に満足しているが、仲間内に閉じやすく必ずしもその先のアクションに結びついているとは言えない。アジア文化資産については、適切な評価と周知のプロセスを欠いており、ただ蓄積されていくだけでは惜しい。

②シビックプライドとは

シビックプライド (civic pride) という言葉がある。市民の都市に対する愛着や自負という意味で、「この場所をより良くするために自分自身がかかわっている」というある種の当事者意識を伴う。郷土愛がシビックプライドの大きな源泉のひとつであることは確かだが、郷土愛そのものとは若干ニュアンスが異なる。ただ「好き」で終わるのではなく、その先のアクションにつながっていくものだ。シビックプライドは、自分の人生と都市との関係において、個々人が自発的に創意を発揮する原動力になるものである。そのようにまちの隅々から満ちていく前向きで建設的な“気分”は、来街者や中短期滞在者にも波及する。人は、風景やモノを介する以上に人を介して都市に接す

る。市民一人ひとりのシビックプライドを醸成していくことは、国内外の人々に福岡というまちに対する親近感、共感、憧れをもってもらうことにもつながっていく。都市のプレゼンスを高めるプロモーションに厚みをもたせるためには、シビックプライドに裏打ちされた市民レベルの振る舞いの意義は大きい。

一方で、シビックプライドが醸成されるためには、都市に対するある程度のリテラシーが必要である。都市に関心をもち理解を深めていかなければ、シビックプライドには結びつきがたいからだ。また、他者の評価がシビックプライドに結びつくこともある。都市内部では当然のこととして気付かなかった長所を外部の他者の目を通して認識できることは少なくない。だから、他者の声に耳を傾ける開かれた態度も必要だ。

③戦略的コミュニケーション

シビックプライドを醸成し、都市の力にしていくために、コミュニケーションが重要な役割を果たす。一般的な広報が「発信」（発するところまで）に留まるのに対し、ここでコミュニケーションとは、誰に・何を・どのように「届ける」（相手が受け取るところまで）かをマネジメントし、実施することである。そのためには、マーケティング（誰に・何を）と、デザイン（どのように）が必要である。

まちのもつ多様な資産も、それぞれ誰をターゲットにして関心を喚起するべきかが異なる。アジア現代美術やアジアの映像アーカイブであれば、広く一般受けを期待するより、まずはごく限られた層でも、世界中のアジア文化研究者や学生、美術愛好家に知ってもらう必要があるだろう。そうした人々の評価を通して認識されるまちの誇りもある。一方、アジア太平洋子ども会議・イン福岡であれば、広く市民レベルでより身近なものになるよう浸透を目指すべきだろう。

たとえば、人口 19 万人のオーストリア・リンツは、一般にはそれほど知られてはいないが、デジタルアートにかかわる層には世界中で絶大な知名度を誇る。アルス・エレクトロニカ・センターには世界各地からのアーティストや研究者が滞在しており、毎年 9 月の祭典では、この小さなまちは世界中の関係者が集まる一種のサロンになる。

長野県松本市では、毎年開催されているサイトウ・キネン・フェスティバルの期間、世界各地から集まった音楽家や演奏を聴きに来る音楽愛好家が滞在する。フェスティバルを中心とする音楽の取り組みは広く市民に愛されており、まちかどの小さなレストランで北米の音楽家が顔なじみの店主と英語で談笑する姿が見られるなど、国際的な音楽の拠点としての交流をまちの人々が支えている。

コミュニケーションのデザインに際しては、単にパンフレットやキャッチフレーズやキャラクターをつくるのが目的になりがちだが、「誰に・何を」に応じて多様なコミュニケーション媒体を適切に編集する必要がある。特に空間に表れることと人を育てることには留意すべきだ。空間や人は、日々の生活のなかで触れたり直接的に交流して、自ずと人々の知識・心持ち・振る舞いに影響する媒体と捉えられる。前述の二例では、アルス・エレクトロニカ・センターやまつもと市民芸術館のような建築として、世界各地からの来訪者が街を行き交い街角で談笑する様子として、イベントや出来事を知らせるポスターやバナーとして、都市空間に表出する。また、アルス・エレクトロニカ・センターがアーティストを育てることで世界中にリンツの唱道者を送り出しており、音楽を通した広い社会教育に力を注いできたことで誇りと親しみを持って来訪者を迎えることのできる松本の人々のリテラシーが育てられたとも言える。

④コミュニケーション戦略組織の提案

ここで、市役所内にコミュニケーション戦略のための組織を設置することを提案する。福岡をプロモートするための対外的なコミュニケーション、シビックプライドを醸成するための市民とのコミュニケーション、そして市役所内のコミュニケーションを担う。まず市職員自身がシビックプライドをもち、部署の枠を超えて福岡のもつ資産の価値や課題に関する知識を共有していかなければ、市民に呼びかけることなどできない。また、コミュニケーションとは双方向であるから、福岡に関わる様々な人や組織の言葉に耳を傾けることも任務の一環だ。

そうした組織の例として、海外の二都市を紹介する。スペイン・バルセロナはもともとシビックプライドの強い土地柄ではあるが、市役所の「コミュニケーション及びクオリティ局」（市民とのコミュニケーション、市のコーポレート・アイデンティティ、マーケティングをコントロールする部署）がリードして、市のプロジェクトやサービスを市民の気持ちに届け、また市民のシビックプライドを可視化して都市のアイデンティティとプレゼンスを強化している。

一方、オランダ・アムステルダムでは、都市をプロモートするという共通の目的の下に行政・民間企業・市内各地区・公益法人等機関が連携して、プロモーション計画を策定、実施するアムステルダム・パートナーズを組織している。徹底したマーケティングでアムステルダムの強みや課題、方向性などを分析し、アムステルダムの「人」を中心としたプロモーションを展開する。

このように、行政の中に設けられる場合もあれば、広くパートナーシップとして設けられる場合もある。いずれにしても、部署や組織を横断し、多様な政策を概観しながら戦略を立てる広い視野と編集能力が必要だ。そうした試みのなかで、都市のアイデンティティに形を与えてゆき、政策へのフィードバックをしていくことも可能だろう。

福岡が、まちのもつポテンシャルを適切に評価し強化するとともに、まちの人々のシビックプライドを結集して都市の力にしていけることを期待している。

5. 3部 対談+質疑応答

モデレータ

山下永子(福岡アジア都市研究所研究主査)

ディスカッサント

【福岡女子】

佐々木喜美代(福岡市広報課長)

帆足千恵(財団法人福岡観光コンベンションビューロー広報係長)

【東京女子】

2部の提言者

(1) 発言要旨(敬称略)

山下 早速だが、3人の先生方の提案を受けて、福岡市で取り組んでいること、またこれからの取り組みなどについて、福岡市の広報と集客交流の実務的立場から、佐々木さんと帆足さんに、続けてお話を頂きたい。

佐々木 3人の先生方の意見を聞きながら、あらためて博多の人間は博多が好きすぎて自分のことがよくわからない状態になっていると思った。博多の人間は、福岡を訪れた人に「よかろうが」と言い、食べ物を食べさせては「おいしかろうが」と自ら言っているようなところがある。福岡市はアジアとの交流の歴史が、金印等に見られるように形として、跡が残っている都市。

金印、鴻臚館、承天寺、聖福寺、元寇防塁跡...また、博多の町割・山笠が運営されている流など、秀吉が大陸との拠点として造った跡が残っている。ところが、それらを観光スポットとして整備しきれていない。博多は交流の拠点都市、福岡、博多から熊本、大分に行くというような経路地だった。トランジット都市。今でもそうだ。九州の窓口であり、アジアとの交流の窓口としてずっと生きて来た。

ここに来てやはり歴史は大切、歴史があって博多・福岡は成り立っている。それにやっと気付いたという感じ。毎年桜の開花時期に、福岡城をライトアップしている。皆さんは花見でしか行ったことがないと思うが、熊本城と比較しても、福岡城は同じように 400 年の歴史を持っている。でも熊本城は市民の皆さんの関心も高く、多額の寄付金によって整備が進んでいる。福岡市もライトアップという新しい演出で福岡城に来てもらい、興味・関心を持ってもらいたいと思っている。今までの文化資産を新たに演出して見直していくことが必要だ。過去の歴史の跡は残っているが、実は近現代になってからのアジアとの交流、特にこの 20 年、これまでの話に出てきたようにアジアフォーカス福岡国際映画祭、福岡アジア美術館、福岡アジア文化賞など、アジアとの交流の跡がきちんと整備されていない。同時に情報発信をしていない。なので、福岡市民があまり知らない。

これまでに、映画祭を通じて収録した映画は 900 本、アジア美術館の所蔵品は 2361 点。アジア美術館にレジデンス事業で招聘されたアジアの美術家は 60 人、アジア文化賞を受賞した人は 80 人いる。このように交流してきた人たち、形に残っているものを、部署を超えて整理し情報発信していくことがとても重要だと思う。広報課は横に串刺しができる部署だ。そこで、広報課では福岡市のホームページに文化資産アーカイブをつくらうとしている。この 20 年の文化資産である映像や美術作品などを、英語、中国語、韓国語、日本語で整備して情報発信していこうと思っている。楽しみにしていただきたい。

帆足 私は観光、今で言う集客交流の双方向の流れを担っている部署にいて、観光やコンベンションで福岡を訪れている人向けにいろいろなサービスを行っている。現状から言うと、特に東アジア、中国、韓国、日本は、人口と経済の発展によって、今から世界でも最も大きい、未曾有の人の流れができるところで、大きな渦になっていくことは間違いない。また九州という少し小さいレベルで見ても、2011 年の九州新幹線の全線開通で大きな流れができようとしている。今のうちにゲートウェイとして、通り過ぎられるだけでない福岡にしないといけない、という動きをとっている。住んでよし、訪れてよしの福岡だが、好きからアクションにつながっているかは別にして、住んで良いところは自慢している。魚を自分で獲ってきたわけではないのに「魚美味しいやろう？」と言っている。それはそれで良い。しかし、集客交流、おもてなしの分野はまだまだやらないといけないことが沢山ある。今、福岡市に訪れる国内外の旅行者は 1700 万人をやや切るぐらい。そのうちの外国人は 70 万人。去年は韓国人がウォン安の影響で減ったが、このぐらいを潜在力として一気にいこうというところだ。観光は 1 回来てもらっただけではだめだ。何度も来てもらうリピーターを作らないと集客交流人数は増えていかない。そのために福岡市は部局を超えて情報を共有しないといけないぐらい色々な誘致活動を行っている。例えば、デジタルジャパンキャンペーン、修学旅行誘致、空港対策、コンベンションビューローの活動など、様々な部署が海外に行きやってきている。それを見直して総力を挙げて、こういうターゲットに向けてやっているから、次はこういう手筈でやろうといくことを戦略的にやっていかないといけない段階にきている。先ほど紹介のあったブロガーを呼んで色んなものを紹介するというのもまさにやっているところ

ろだが、もっと総力を挙げて効率よくやらねばならないと考えている。情報発信だけではだめだというお話もあったが、福岡市の集客交流サイトとして「よかなび」があり、編集に関わっている。最近、多言語で、「福岡とはこういうところだ」というのをグルメやショッピングなどのテーマ別に分けて、分り易くリニューアルしたところだ。英語、中国語（繁体・簡体）、韓国語、をはじめ、タイ、ドイツ、フランス、スペイン語と、8言語で展開している。その中にはユーチューブとリンクして動画も見せている。しかし、こちらは情報を発信しているだけなので、どういう風に受け止めてもらっているかは確認できていない。

福岡は、ゲートウェイ機能が発達しているために、一泊、一食するだけのところになってしまっている。しかし、それだけでは福岡の魅力をいつまでたっても知ってもらえない。福岡にはいろんな資産があるが、おもてなしをしたい人も沢山いる。こういった地域観光資源を知ってもらっていない。そこで今、配布した「福たび」を通じ、まち歩きや体験を市民の人を通して知ってもらうことをやっけていこうとしている。これをもっと大きなうねりにして市民のみんなが繋いでいけるようにしたい。(福たび: <http://yokanavi.com/jp/fukutabi/index>)

さて、先生方に質問がある。福岡観光コンベンションビューローは、観光・訪問客向けの対外的な部署なのだが、結局は、市民の人に魅力をよく知ってもらわないと広がって行かないと、この頃強く実感している。例えば、福岡タワーも太宰府も行ったというような旅行者が、飲食店に行って「どこかいいところありますか」と尋ねたら「あそことあそこは行かれましか」と聞かれ、「行った」と答えると、「じゃ、だいたい行かれましかね、福岡観光施設ないですもんね」と言われると、もうそこで終わってしまう。そうではなくて、観光つぼくはないかもしれないが、「寺町辺りも良いとこですよ」とか、『福たび』のような体験がいつでもできますよ。自分も体験して楽しかった」と言ってもらわないと、旅行者には魅力的に感じてもらえない。そういった意味で広がっていかねばならないと思っている。例えば、アジア美術館はすごく良いところだと思う。しかし、いかんせん市民はあることは知っているが、あまり行ったことがない人が多い。それを、どうやって分かり易く広げていったらよいのかお尋ねしたい。また、先ほどシビックプライドの話にもあったように、先に形を見せていった方が、後から市民の方も「いっぱいきよんしゃーね」という流れが作れるとも思うが、今せっかく所有している資産をもっと分り易く市民の方に広めていく施策にどのようなものがあるかについてもお尋ねしたいと思う。

山下 お二人の熱い思いと現状の取り組みを伺ったが、やはり一人ひとりの市民を通じて、まちの資産を広めていくことが大切だと感じる。さて、帆足さんの質問に関して、伊藤さんに、発表で紹介いただいたバルセロナの事例についてお尋ねしたい。私も昨年、バルセロナを訪れたが、その際、市民の方々がある程度、きちんと色々な角度からまちの魅力を語れると感じた。そういったことを施策的に努力して行っているのか。ご存じだったら教えていただきたい。

伊藤 バルセロナの人々は、地域への誇りとアイデンティティの強い民族性を持っていることはひとつの要因になっている。しかしそれだけではなく、広い意味での教育にも力を入れていると思う。たとえば、行政がDVDを企画して、新聞折り込みで各戸に配布することがあるそう。DVDには、まちの歴史とともに、都市開発の現状と都市のビジョンを示すような内容となっており、大人向けと子ども向けのコンテンツが入っている。なかには、プロの映画監督によるものもあるそう。

また、しょっちゅう街の中でも展示をしている。まちがこれからこうなる、こういうことを

やっている等、建物内の常設もあれば、広場のテントで展示することもある。それを、おじいさんと孫が見に来て、色々話したりしているのが、普通の状態としてある。ちゃんとまちのことを知るのがマナーと言うか、生活するとはそういうものだと思うようなところがある。広い意味での教育は非常に大事だと思う。

山下 DVDを作り新聞に折り込むということにはすごくびっくりしたし、それがちゃんとした映画監督によるものと言うのも驚いた。一方で、並木さんは、地域住民が自らコンテンツを作っていくことが重要だと話されていた。やはりプロが作る事と住民が作る事と両方やった方が望ましいのではと思うが、住民主体でコンテンツを作り発信していくことについて、伊藤さんの話の延長上で並木さんにも、何か良い方法があれば教えていただきたい。

並木 マスコミが伝えるものは作法などが決まっていて、自由度が少ない面もある。先ほどお話しした広域行政組合でやってきた山江村の住民ディレクターというものは、プロデューサー、カメラマンになり、チームを作って展開している。取材していても方言OK、後ろで鶏が鳴いてもOK。何があろうともそのままだ。地元の人が立ち話感覚で取材したり、番組を作ったりすると、自然に人が集まってきたりする。日常生活の中でのコミュニケーションをとっている。ケーブルテレビに自分の子どもが出ているとか、隣のおじいちゃんが出ているとかをきっかけにして、会話が弾み、町民がメディアを見るようになっていく。

山下 DVDの全戸配布は福岡市でもできるか。

佐々木 福岡市は都会であり田舎。山江村でやっていることはアレンジすればおもしろい。お金をかけずにまさに官民共同で地域コンテンツをまとめ、発信していくことは重要な要素だ。

福岡市には大学の数が多いという特徴がある。つまり若者が多い。大学などと連携してカリキュラムに入れてもらう。またアジア美術館と市の美術館に強制的に連れて行くとか。福岡市の歴史は必ず教えるなどしてもいいかも。県外から来る人が多いので、若者から発信していくのはいいかなと思った。

帆足 外国からの日本語学生・就学生を含めるとさらに多い。現在、コンベンションビューローで留学生などの力を借りて訪問者を支援するウェルカムサポーターを組織化し、管理している。その交流会で、留学生を福岡ドームに野球観戦に連れて行ったら、そこで初めて野球を見たなどと言っていた。また博物館が前は海だったということも知らなかった。これは日本の若い学生も知らないことだ。福岡がこんな風に来たことを知らない。でも、知ると、金印はあんなに小さい物だ、ぐらいのことしか知らなかったが、中国や韓国との交流の歴史が生き生きと感じられるようになる。そういった意味で、特に若い人たちに伝えていって、一緒に巻き込んで何かをしていくのが大事だ。

また、テレビ局と仕事すると、テレビというのは、本当に沢山の取材をするので、ありとあらゆるお店のコンテンツなどがいっぱいある。ただそれを、HPに少し載せることはできて、思うようにきちんと記録用に見られる形になっていない。そういったものの力を借りて、皆で一緒になってやると、お金をかけずに皆が喜ぶものができていくのではないかなと思う。

佐々木 去年、中国、韓国のテレビ局が福岡市に相次いで取材に来られた。なぜ、福岡ドームができたのか、福岡市は百道浜のような海浜都市としての美しい景観をどう造っていったのか、そういうことを番組にしたいということだった。現代の歴史、特にここ20~30年の官民共同で都市を開発してきた経緯などが共有されていない。行政は縦割りなので、知るにはいろんな担当部局に行かないといけない。データがあって、まちの歴史がそこに行けばわかるとい

う情報センター、伊藤先生が言われたようなたまり場、そこにはシビックプライドの原点があるというような場所が必要な時期になってきている。

山下 同感だ。実は今回の研究では、今日のお三方以外、男性や外国の方にも提言いただいた。その中で韓国の大学教授の方が言われたのが、「福岡は福岡学を作れ」だった。福岡とアジアとの関係性にフォーカスを当てた10冊ぐらいの歴史書を作れと。「それを見れば、私たちは福岡におけるアジアの正当性を確認できる」と。

また、中国の方はそれこそ「福岡市は、なぜどうやってこの20年の間にこんなに美しいまちになったのか教えてほしい」と言われた。福岡の人はドームや百道ができたことを当たり前のように思っているが、中国の150万や200万の都市で、これから栄えていきたいと思っている都市にとっては、本当に聞きたいことがあって余りあるほど。なので、きちんとやってくれば、中国からは皆が学びに来るとおっしゃられた。

そういったこともあって、教育プログラムを作り、若いうちから教育を行い、まちの現代の歴史を学び、誇りを醸成していくことが大切だと思う。そこで、岸さんにお尋ねしたい。私は外から来た若い人たちの福岡に対する反応が気になる。先生は学生達と研究に来られているが、ほとんどが福岡は初めてという学生と聞いている。外から来た学生達にとってアジア美術館や福岡市のアジアはどのように受け止められているのだろうか。

岸 昨年9月、第4回福岡トリエンナーレの際引率した8人の学生の中には、今もアジア美術館のボランティアの方と文通している学生がいる。実際そこに行くことで、濃い関係ができてくるといえる。今話を聞きながら、そういえば、色々なエピソードがあるなあと思いでいた。

例えば、再開発の時期に博多・川端に移って来られて、今ではアジア美術館の常連であるという地域住民の方に出会った。そういう方々が、小さな規模かもしれないけれど、人づてにアジア美術館（アジ美）の情報を伝えている。アジ美の成果について、開館から10年経ってこれだけかという見解もあるかもしれないが、逆に10年でこれだけのことをやってきたということも言える。美術館ボランティアの方々も、自分たちを広報活動などに利用してほしいと強くおっしゃっている。

そして私どもの学生も、福岡にいる間にすっかりアジ美共同体の一員であるとの意識を持つようになり、ご飯を食べに行ったら、アジ美のことを知らないというそのマスターに逆に宣伝していたりする光景があった。今は小さなコミュニティであっても、これからも少しずつ広がって継続されていくのだろうという感触を持った。

山下 濃い（こゆい）関係を作れる。そういう関係を作れるのに、なかなか外に発信していけないのはもったいないと改めて思った。ところで、岸さんにフロアからの質問を追加でお尋ねしたい。トリエンナーレという言葉が難しい。今日初めて分かったという感想というかご意見をもらった。こういう言葉は、やはり、トリエンナーレではないといけないのでしょうか。

岸 美術の世界では2年に1度がビエンナーレ、3年に1度がトリエンナーレという言葉が定着している。福岡アジア美術館ができたときに、国際美術界に入っていくんだという意思表示があって、「アジア美術展」という名前をとりあえず捨て、「トリエンナーレ」という言葉を使ったのだと思う。ただ一般に分かりにくいということに関しては、そうなのかもしれない。

山下 福岡アジア美術館は、国際基準で美術文化をサポートしていくという姿勢があってトリエンナーレという言葉を使った。そういう姿勢を表す方針を合わせて情報発信していくことが大切だと思う。さて、本当に時間がなくなってきました。最後に、佐々木さん、帆足さん

の現場からの熱い話を聞かれてきて、何か具体的なアイデアが浮かんできた、ということがあれば、お三方に伺いたい。

伊藤 学生が多いということに強いポテンシャルを感じた。福岡で学んだ人たちは、卒業後に福岡を離れたとしても、いろいろな場所に散らばって福岡の大使になってくれるはずなので、うまく大学や専門学校も含めて上手く連携していけるとよいのではないかと思った。若い人たちは、変化を望んでいく人達なので、うまく使うという大変だが、福岡を動かしていく力になっていくと思う。

並木 まだ福岡は余裕があると思った。私は東京出身だが、行くところは過疎地が多い。そういうところは、本当に必死でやっている。山江村、人吉は数年前から情報発信をやっているが、よく出来るなあと感じていた。今年からようやくケーブルテレビでできるようになったが、それまではポータルサイトで動画を発信していた。地域の情報を発信したいという高いモチベーションがあったと思う。大学のゼミで合宿に行って、熊本学園大学の学生とも一緒になったが、学生は単にIT技術を学ぶだけでなく、過疎地の介護施設などに行って、高齢者が何に困っているのかということコンテンツにまとめていた。地域コンテンツや地域メディアを道具としてどう使うのかということがポイントで、福岡市とは規模が違うが、コミュニティがあるかどうかということで地域メディアは変わってくるのではないかと思った。

山下 今のお話に関連して、福岡は外に出て情報発信をしていかないといけないというのは、九州を背負っているからだ。ということもあるが、福岡は福岡の魅力を伝えるときには九州なしでは話ができない。そういったことを考えると、福岡には沢山大学があって、色んなところでフィールド学習をしている。でも、私達は知らない。東京大学の人が山江村に行っているなんて悔しい。ではないが、福岡からも沢山の学生が九州の色んなところに行って地域と繋がっているはずだ。それは、すごい膨大な宝で量ではないか。今の話を伺ってそんなことを思った。

並木 熊本学園大学の学生さんも村民、高齢者と話をし、また村民も高齢者も若者から色んな刺激を受けて、新しいコミュニケーションができていった。そういう内外のコミュニケーションが地域メディアを作ることによって生まれていった。

岸 「福たび」に期待したい。アジア美術館にも置かれるのだろうが、これを（発信・受信のメディアとして）利用したいと思う人は沢山いるはずだ。こういうものに福岡のアジア情報が載って、活用されていくとよいと思う。市民の皆さんが、誰かが来たら「福たびがあるよ」と言えたら、発展していけると思う。

山下 最後に佐々木さん、帆足さんにもコメントをいただきたい。

佐々木 福岡、博多は人を集めてなんぼ、集客都市として生きていくしかないまち。今までは、ほっといても若者が来ていたが、今、どうにかしないと集客できない、大きなターニングポイントに来ている。福岡のまちが衰退していくのではないかと、ちょっと痛切に感じている。

帆足 集客交流の面においては資源、宝が人だ。今日は、会場にいられている方にはすでに色んな取り組みをされている方もおられると思うが、例えば、旅行者で困っていきそうな人がいたら「何かお困りですか」と、英語が分からなくても、声をかけてもらいたい。そういう気持ちだけで旅行者は嬉しくなるものだ。それだけで「やっぱ福岡はいいところやね」ということになる。お金もかからなくて良い。そういうところから始めていって実現していきたいと思っているので、よろしくお願ひしたい。

山下 今日提言を研究に反映して市に提案していきたい。最後に、私が“福岡女子×東京女子が考える”というタイトルにしたのは、今、まちづくりはハードからソフトに変わろうとしているなかで、福岡は商業とサービス業の都市で、そこで一番お金を使うのはやはり女性であったりする。そういうことを考えつつ、今日は会場に沢山の女性にいらっしやっただいていますが、これからも、色んなまちづくりに関するフォーラムやワークショップをやりたいと思っているので、今後、女性にまちづくりへの参加を益々していただきたい。女性のまちづくりへの参加は、新しい福岡の付加価値を高めていくことに繋がると思う。まだ他の都市はこういったムーブメントは始めていない。こういったムーブメントに、女性はもちろん、男性の方にもぜひ参加してほしいと思っている。

(2) フォーラムの成果（アンケート結果概要）

1) 成果としてのムーブメントの創出

当日参加した市民 120 名のうち 82 名にアンケートの回答を得た。その結果、「アジア政策の理解促進」「シビックプライドの醸成」「コミュニケーションの重要性の理解」「資産活用の意識喚起」「自ら巻き込まれたいという気持ち」など、今後の「アジア政策の資産活用」を産官学民で担っていくムーブメントを少なからず起こせたことを確認した。

このような市民とともに考えるフォーラムの開催の企画・実施の重要性を改めて認識した。

2) アンケート結果

①回答者属性の概要

●勤務先

勤務先(SA)	実数	%
官庁・公団・地方公共団体等	13	15.9
大学等教育研究機関	1	1.2
教師・教育指導者	3	3.7
会社員	25	30.5
自営業	8	9.8
派遣・アルバイト	2	2.4
NPOまちづくり団体関係等	3	3.7
主婦・主夫	4	4.9
無職	13	15.9
学生	2	2.4
その他	5	6.1
無回答	3	3.7
合計	82	100.0

●年齢

年齢(歳)	実数	%
20～29	9	12.0
30～39	19	25.3
40～49	14	18.7
50～59	5	6.7
60～69	16	21.3
70～79	11	14.7
80以上	1	1.3
合計	75	100.0

●自由記述（意見・感想など）

年齢	勤務先	その他自由記述
22	会社員	今回タイトルにもなっていますが、「女子」!「女性」の力が絶対に大きいと思います。福岡の女子はしっかりものが多いので、そんなひとたちをうまく使って(?)いけたらいいのでは?すみませんすごいアバウトで…
71	その他	市民が参加する活動、催物などをも内容とするアジア政策がとられることがのぞましい。
26	会社員	「祭り好き」「ホークス好き」という市民性をもっと活用できないのかと思います。祭りやホークスとのコラボレーション企画など…。=メディアも取材しやすい。
73	無職	21世紀はアジア、アフリカの世紀と云っても過言でないと思われる。その中で九州とりわけ福岡は東アジア地域に於て、陸、海、空の交通を始めとして人的交流に於ても、過去、現在、未来を通して、日本の重要な拠点である事は間違いない。近い将来道州制が導入された場合、地理的条件、人の交流、経済的背景から見て福岡になる事は間違いない。そこで重要な事は、九州全域を始め広島以西を視野に入れた、人的、経済的な活性化を図る中、長期に渡る施策が重要である。
51	官庁・公団・地方公共団体等	市の枠を超える事は是非必要だと思います。
52	その他	これからは、UstreamやTwitterで市民がどんどんメディアになっていける時代です。従来メディアに頼らず、自前のコミュニティを作っていく企画が必要だと思います。情報の発信、コミュニケーションは、独力で実施する時代です。
49	会社員	市民も訪問者にとっても、ハード的、ソフト面でも、居心地のよい空間作りをして欲しい。
37	官庁・公団・地方公共団体等	アジア政策に限らず、今日のご提言のように、コミュニケーションにもっと資源を投下すべきです。地域づくりも自治体行政も、本来そういうものであるべき。プロモーション、マーケティングも含めたコミュニケーション部門は是非とも必要。作りましょう!!
24	学生	距離的には「近く」でも、まだまだ精神的には「近く」ないアジア。個人一人一人がより生活の中で身近な「アジア」を発見できるような魅力的なタッチポイント(参加性の高いイベント、広告、ファッション、ライフスタイルなどの情報メディア)がもっともっと充実して、街の中に、目に見える形で出現して欲しいです。そして、「アジア」に関わることで自分の中で何が変わるのか、といったある程度のイメージの提供も必要だと思います。
85	無職	郷土芸能などの紹介イベント提案など。(時期を選んで市として実施する。)オリンピックなどよりずっと有用だと思う。

-	教師・教育指導者	「アジア地域としての福岡」1つ提案を考えています。「美容」という、美しくなる事をアジアの中での福岡で展開できれば…と考えています。福岡はおしゃれ大好きな街と女子が多いので、観光と美を結びつけて、提案したいと考えています。シビックプライドをもっと高めたいと…。
40	派遣・アルバイト	「人が宝」本当にそうだと思います。先日、台湾旅行をした際、人の温かさに触れ、大好きな街になりました。行く前は「リピートしなくていいや」と思ったが、また行きたい街となりました。
30	会社員	大変興味深いお話が聞けてよかったです。私たち市民も何か具体的なアクションを起こし、より福岡の街を知る事をもっとPRしてほしいと思いました。海外に住んだときに福岡についての情報を知らなすぎるのを痛感した。一般的によく出ている情報については学んだが、表面的なコトしかわからず、どこで情報を得るといいのかわからなかった。市政だより見てません。リニューアルしては？
38	派遣・アルバイト	福岡の良さ、歴史、魅力を1人1人知って、発信することの大切さはとてもわかりました。が、福岡市が、他県や他地域から集まっている人が多いので、福岡っていいよねーで終わっている気がします。だんだん福岡ネイティブの人が少なくなっているの、観光客をもてなすということまで致っていない。福岡に対してのシビックプライドがもちにくいような気がします。佐々木さんがいわれるように大学生に強制？みたいに美術館に行くような制度があればいいと思います。あと福たびの充実も可能性があると思いました。
27	教師・教育指導者	ありがとうございました。
29	教師・教育指導者	大変興味深く、面白い内容でした。有難うございました。福岡について様々な観点を見て大変参考になりました。
41	自営業	①アジアとのコミュニケーションが大切だと思う。まさに伊藤さんがおっしゃったようなコミュニケーションだと思う。②福岡の特色を強く打ち出すこと。(福岡にしかないもの)③人材ネットワークをもっと有効活用する。
46	その他	都市の視点に九州の視点を入れればもっとわかりやすく効果的な提案ができるのでは。
68	その他	福岡は外国から侵攻を受けた数少ない都市である。危機管理意識に欠ける策案は砂上の楼閣にならないか。日本は都市建設が全てにおいて危機管理の視点に欠けるのではないか。
50	会社員	行政の中だけでの動きでは、なかなか市民の理解が得られないのが実情だと思う。伊藤さんのお話の中に沢山ヒントがありました。
68	無職	福岡トリエンナーレの言葉の意味が分からず、何かアジア美術館と関係あるのかなあ、しかし何のことか分からず、ついに参加できませんでした。今日の参加者でも殆どの人が参加しておられなかったようですが、私と同じ気持ちの人が殆どだと思います。何でも横文字、仮名文字でやればよいというのではなく、()して言葉の意味(解釈)をみんなに分からせることが全員参加になるのではないのでしょうか。
67	無職	コメンテータ3人は時間的にきつい。内容をシンプルにして、つっこんだ講義に結びつけるようなのが望ましい。シリーズものにしてやったらおもしろいかもしれない…。
23	学生	「住みやすさ」が良さといわれる福岡において、生活環境とアジア政策がもっと結びついていくと、観光・生活両面において、発展できるのではないか。あるいは、既に、アジア政策が福岡の住みやすさの一因であるならば、その効果をもっとプロモートすべきと思います。
77	その他	私は福岡市内の文化財(国の重要文化財・建造物)のガイドをボランティアさせていただいています。おいでになるお客様の80%は外国・県外の方です(インターネット又ガイドブックを見て)。今までに市民で入館された方は1~3%ぐらいと推測します。しかし、来館されて殆どの市民は「こんな歴史のある、素晴らしい建物とは知らなかった」といわれます。福岡市、福岡県の連携した情報発信が不足しています(市政だよりをはじめ)。まず、福岡市民がもっと福岡の魅力を知らねばなりません(アジア美術館、福岡城、承天寺、町家…)
70	無職	検証と改善が必要です。その際、市民グループ(ex:NPOなど…)の参加は不可欠です。本日は有難うございました。

60	NPO.まちづくり団体関係等	市民が自主的に街角ボランティア(旅行者や観光客で地図を持って道に迷っている人たちの道案内をする)をすることにより「福岡市はウェルカムシティだ」のイメージの定着化が「再訪問の福岡リピーター」の増加がのぞめると思う!
59	会社員	区の活用を、市の取締方針発信を市と区の役割分担をアジア政策～観光交流“まち愛着(civic pride)”においても実施する。区間の競争を。
77	無職	私のためになるお話でした。アジアにおける福岡の位置、アジア美術館、アジアマンスのすばらしさ。福岡がアジアに働きかける力をつけるには…可能性ありと感じた。校区のささやかなボランティアをしているが、シビックプライド、コミュニケーションをもっとうまく出来ないかと…。
36	官庁・公団・地方公共団体等	市役所内上層部(課長以上)の意識改革から始めるべき。守りの姿勢ではなく!!
61	大学等教育研究機関	本日の発表者の伊藤先生の「福岡のシビックプライドに灯をともしよう!!」に共感した。
42	会社員	福岡がアジアの何になりたいのか。ゲートウェイ?人が来る場所?ビジネス拠点?ここから市民とのコミュニケーション、海外から来る人が何を期待しているのかをまず確認してほしい。
32	官庁・公団・地方公共団体等	・多言語表示・統一チケット(店舗・交通・宿泊)・ブランド統一(食 or 自然 or 住)
37	官庁・公団・地方公共団体等	自分自身を含め、もっと福岡のよさを知り、真に好きになることから始めなければと、改めて感じた。
34	会社員	福岡市を住みやすく楽しい街と思っている市民1人1人が市が何を軸に都市づくりを進めているのか何が行われているのか知る事からアジア政策の未来があるのかなと今日のご提言から感じました。
62	会社員	東京の若手研究家からいただいた提言、手法を用いて、福岡のアジア文化の資産をもっとPRすべき、市民のものとするべき。アジア美術館がそんなに素晴らしいものとは知りませんでした。なんか、余計なものがなんで福岡にあるのだらうと思っていました。伊藤先生のご紹介をとり入れてみたらいいと思う(市役所内、DVD作成等)。
68	無職	急には思いつかないが、まず、都市間競争に負けない都市になること。次に歴史を生かす都市になること。更に世界の都市の観光政策を勉強すること等々。
62	会社員	市民にどう動くべきかの提案が必要。アジアに参加し理解する共体的手法がない。参加の仕方が不明。=内向きコンテンツがない。市役所がだめ!
74	無職	テーマがぼけた感じ。わかりにくいフォーラムだった。
67	NPO.まちづくり団体関係等	大変、参考になりました。興味深い内容でした。
60	会社員	テーマと流れ(内容)が少々ずれていましたネ。「政策」…と銘打ったからでしょうか?
35	無回答	「アジアとの交流」とか「みなとの歴史(2000年からここ20年、ここ最近までもふくめて)」や「1989年からの20年ちよいでまちがあたりらしくできていったこと」、たとえば絵本になってるものってありますか?まちを知りたい、伝えてみたい…と思い、文字がいっぱいのはさがしあてましたが、“絵”がやさしくやわらかく、まちを伝えてくれるものはないのかなあ～と思っています。「女子」的というか…“かわいいまちあるき”の素材が少ないのかな?と思っています。
63	無職	自分の街をもっと知り自分なりの研究をする事が考えられました。都市のプロジェクトに積極的に参加することが大事だと思いました。
44	自営業	「福岡らしさ」の共有、アジアに向くのは政策レベル。気質を活かしたシビックプライドを形成。それに基づく運動とそのプロモーションが必要と感じる。佐々木さんが言われた「ありのままを見せる」ことにヒントはありそう。「ふくおかありのまま!」ふくおかありはありのまままで終わるのか?東京からのお三方の話に共通していたことは、共有(sharingの意よりも共通認識の意)の重要性と理解しました。