

クリエイターコミュニティと地域・行政の協働の可能性 研究経過報告書

市民まちづくり研究員 香月啓佑

この報告書について

筆者は令和元年度市民まちづくり研究員として「クリエイターコミュニティと地域・行政の協働の可能性」を課題とした調査に取り組んだ。しかし新型コロナウイルスなどの社会的情勢の影響などから令和元年度末までに調査を終了させることができず、ついでには研究報告を論文という形で提出することができなかつた。本報告書では筆者が本課題を研究テーマとして選んだ理由としての問題意識を記した上で、具体的な研究の手法および現状、そして今後の展望をまとめたものである。具体的な結論や政策提言までは至っていない。

はじめに

本研究の対象は福岡市の進めるスタートアップ政策とクリエイターコミュニティである。クリエイターという言葉が示すものはさまざまだが、本研究ではスタートアップ政策という文脈からウェブにおける情報発信に関わる IT クリエイターにスコープを絞り、ウェブにおける情報発信に関わる人材が福岡市をその生活のベースとして選び、地域経済の発展やよりよい地域づくりに参加するために必要な要素として、そのコミュニティのありかたを考え、行政の政策への提言を目的とする。

スタートアップの成長フェーズとクリエイター採用

政府は地方創生の一環として、いくつかのテーマのもとで地域限定で規制や制度を改革し、その効果を検証する「国家戦略特区」を進めている。そのうち「グローバル創業・雇用創出特区」には 10 地域（2020 年 3 月 25 日現在）が選定されており、福岡市もその地域のひとつに加わっている。

福岡市のグローバル創業・雇用創出特区（以下福岡市創業特区）に係る取り組みはスタートアップ企業に対する減税制度や、創業支援施設「Fukuoka Growth Next」（以下 FGN）などのさまざまな施策がある。これは起業家とその創業の成長拠点として福岡市が選ばれることを主眼としているが、スタートアップの成長においては、その事業拡大には成長フェーズにあわせた人材採用は重要な成長ファクターのひとつである。

いわゆる「スタートアップ」の定義はさまざまだが、しばしば引かれる定義は「a company designed to grow fast（筆者訳：急成長を遂げることが意図された企業）」[Startup = Growth

<http://www.paulgraham.com/growth.html>]がある。これは米国の有名なスタートアップアクセラレーター「Y Combinator」の創業者であるポール・グレアムによるものだ。スタートアップがスモールビジネスの創業と明確に異なるのは急速な成長スピードであり、この成長のためには、特にその創業フェーズにおいては、新規学卒者や未経験者ではなく、即戦力となる経験者をチームに採用することが多い。

もちろんそのスタートアップの事業ドメインによるが、特にテックスタートアップと呼ばれる情報技術を用いたサービスの開発・運用を行うスタートアップにおいては、一般論としてまずはそのサービスの開発そのものに携わる技術者とデザイナーが成長に必要な人材として注目される。そしてサービスがローンチされたあとに総務や経理などバックオフィスチーム、そしてユーザーサポートやその企業のPRに関わる情報発信担当者が加わることとなる。このときにスタートアップが直面するのは、その人材採用をどこで行うのか、という問題だ。福岡を例にとれば、必要な人材採用を福岡で募集するのか、福岡以外の地域、例えば東京などから採用するのかということとなる。そして福岡のスタートアップ支援施策が定着化しつつある状況で、スタートアップの事業フェーズがサービス開発から事業拡大へ移る段階においては、エンジニアやデザイナー以外の人材採用の機会が今後増えることが見込まれる。

スタートアップの事業拡大フェーズと福岡移住ブーム

リモートワークの普及により、事業チームが拠点に集まって業務を行う必要性は薄くなってきている。特にスタートアップにおいて、リモートワークはすでに一般的で、スタッフが全国に散らばって存在し、自宅やコワーキングスペースから業務に携わることは一般的である。つまりスタートアップの採用においては、その企業の地域性はあまり重要でなくなったと言える。つまりその企業の拠点オフィスがどこにあるのかは仕事を選ぶ際のプライオリティとして下がりつつある。しかしチームビルディングやコミュニケーションの観点などから、近くで事業に取り組める人を採用したいというニーズは無視できない。

加えてリモートワークの普及や働き方への意識が変わってきていることから、地方への移住に熱い視線が送られていることも無視できない。特に福岡はその移住先として注目を集め、さまざまな記事でその住みよさが注目されている。

つまりこの福岡を拠点に事業に参画するクリエイターを求めるスタートアップと、福岡への移住を希望するクリエイターは非常に相性がよく、地域産業の拡大を元とした税収の増大という意味で福岡市にとっても歓迎できる状況といえる。現に福岡市も住みよさを全面にアピールしたITクリエイターのUターン/Iターンを促進する「福岡クリエイティブキャンプ」を実施し、成果を挙げている。

クリエイターの移住に求められる「コミュニティ」の存在

「福岡クリエイティブキャンプ」のウェブサイトによれば、福岡市はその移住の魅力として「都市と自然が調和するコンパクトシティ」「通勤時間も短く家賃も安い！ 便利で暮らしやすいまち」「子育てにも魅力的なまち」「美味しいものがいっぱい」の4つを挙げている。そしてこれはソーシャルメディアやさまざまな媒体の記事でもしばしば指摘されている。

しかしクリエイターの移住という視点からは、さらに新しい魅力をひとつ育てる必要がある。それが「コミュニティの存在」である。コミュニティという言葉も非常に多義的だが、ここで指すコミュニティは地域性をベースにしながらも、業務や技能に関する知識への興味関心や問題意識の共有によって人が集まったものを指す。

筆者は学生時代を福岡市で過ごし、就職のために関東に2009年に移住した。関東ではインターネットメディアの立ち上げなどを経験し、その経験を活かして2017年に福岡のスタートアップ企業での広報職としてUターン転職を果たした。学生時代の在任経験から福岡クリエイティブキャンプの挙げる4つの魅力は肌で感じており、その魅力を目的とした転職であったが、転職後に感じた福岡への物足りなさとして自分の興味ある分野でのコミュニティ活動がないこと、あるいはそれが見えなかったことを感じた。

本研究はこの自身の経験や問題意識をベースに、まちづくりの観点から福岡のクリエイターコミュニティの現状の調査をインタビューなどを通じて行い、福岡のクリエイターコミュニティの活動を俯瞰することでその運営に資し、さらに移住を考えるクリエイターや福岡在住のクリエイターへの情報提供をなるものを目指そうとした。

今後の研究計画

福岡のクリエイターコミュニティを取材し、米国の社会学者 レイ・オルデンバーグによる「サードプレイス論」を援用しながら、その有り様を評価しようとした。ただしコミュニティの比較対象として東京の先進的な事例をとりあげてしまったため、歴史的な経緯などの取材が必要となるなど、調査項目が膨れ上がってしまい、結果をまとめるところまでに行き着かなかった。本テーマには来年度以降も取り組み、市民まちづくり研究員としての役割を果たそうと考えている。その際は「東京対福岡」という評価軸ではなく、他の分野での福岡にある成熟したコミュニティとの比較を通じて、福岡ならではの状況を浮き上がらせた上での考察に入ることとしたい。

