

内 容	テーマ	司会等
トークセッション	「四国からのコンテンツ発信による地域活性化を考える」	四国大学経営情報学部メディア情報学科 教授 山本 耕司氏 他 講師4名

山本先生：講師四方とも、地域コンテンツを活用して地域活性化を図ろうとしていることは共通している。ただ、地域コンテンツはビジネスになりやすく、やっとこれからビジネスとしてやっていけるかな、というお話もあった。難しさを共通に感じながら、地域コンテンツにこだわるのはなぜなのか、というところを確認したい。



吉田氏：東京での企業経営の悩みは過疎地で解決した。美波町でいろいろな方に会うなかで、新鮮で身の丈にあった面白い話を聞き、自分自身がそう実感した。著名な何とか先生のセミナーに行かなくても、地方では目の前の方から面白い価値ある話が聞ける。都会での悩みが地方の人の話で解決したのではないかと感じている。自分の感動したものを伝えていきたい、という思いでやっている。

宮脇氏：86歳なので、「80歳になったら人生が楽しくなる」と言う「そうなんか」と納得してもらえ。よたよた軍団の高齢者を集めた平成維新を考えているが実現していない。今は地方のお年寄りが集って何ができるか、というのを考えている。

中野氏：3年前に参考したのが、アメリカの人口10万人くらいの小さな街フェタルーマにあるツイートTVである。最先端のIT情報を放送していて、大変多くの視聴数がある。世界中のIT企業の関係者が番組でPRするためにどんどん進出してきている。これまで東京中心だった情報発信が、地方から発信するモデルとなるものがあれば新しい起爆剤になる。

まちテレでは屋外で情報発信する形をとっている。地元に対する注目が外から集まってくると、また違う人たちとの交流が生まれる。そこにビジネスが生まれると考える。それに伴い、映像制作の技術者を育てていくのが一つの課題である。

白石氏：ケーブルテレビ事業者は私どもにしかできない、という世界観を確立したかった。そこで得たものとして「地域を元気に」というのは確実にある。CATV事業者にとって人口減少は大きなネックになる。地域が元気でないと自分たちのサービス自体が立ち行かなくなってしまう。地域の元気のために、コンテンツはわかりやすい形のひとつである。直接的な儲けになる狙いではなく、地域の元気は私ども自身の生き残りに直結したものと考えている。

山本先生：コンテンツのクオリティの高さが求められている中、人材育成が重要であると思われる。人材育成については投資対効果が見えにくい。人材育成において苦労されている中で、解決されている点、解決が難しいと思われる点などについて端的にお聞きしたい。



中野氏：人材育成にチャレンジしているが、一つはそれぞれのスキルを伸ばしていくことが大切である。チームラボと一緒にメディアアートに取り組んだとき、「競争」「共につくる」という言葉を大切にされていた。チームラボは猪子さんだけではなくチームでつくっている。コンテンツ作成を一人で完結しようと思っただけでは追いつかない。大ヒットした「アナと雪の女王」などもチームで製作という形である。個人でクリエイターを目指すのではなく、協力しあうチームを作る必要がある。また、チーム作りと人材育成を同時並行することが重要である。

吉田氏：クリエイターの人たちが公衆の目にさらされる場所で、地域の広報担当者くらいになっていかなくてはならない。世の中からシビアに見られる、金銭に影響するようなところで、自分の作品が影響を与える場所が必要であり、そのような場所づくりをしていきたいと思っている。

宮脇氏：人を育てるということについて、造形師という集団をつくったときに一番感じたことは、誰にも才能があるということである。つくれという指示はしても、何かを教えたりはしていない。自分で苦労して考え、猿をつくるのに何年もかかる造形師もいるが、3年を過ぎた頃にはどんな動物でも作れるようになる。同業者からは優秀な造形師の育て方を聞かれるが、育ててはいない。時間の累積の中で一人ひとりの技術が育っている。

山本先生：チームでの協力、また住民がクオリティの高い地域コンテンツをつくるためには、コンテンツをつくる企業と連携することが重要となる。大学として連携の中に入ることができることもある。自治体や行政が地域のコンテンツの制作において手伝えることはないか。みなさんから大学や行政に望むことを教えていただきたい。

白石氏：民間事業者からみると、地域コンテンツは直接的なビジネスではない世界でやっている。地域の一体感だとか評価がモチベーションになっている。大学や官の方をお願いするのは公正性であり、地域におけるシンボルとして柱を立てていただきたい。柱があるとそこに人が集いやすく、また事業の大義名分が作りやすいのではないかなと思う。

吉田氏：インターネットやデジタルツールなどが進化していく中で、町の産品やイベントを発信するツールは変わってきている。これを地域の人が自助努力で使いこなすにはハードルが高い。町の広報は行政の役目の一つである。人材育成は地域の発展につながるという発想を持って予算を含めて考えていただき、町中のデジタル広報マンを育てていただきたい。



中野氏：他の地域に事業を広げるための組織をつくりたい、ということであれば、地域に合わせたものを作るので、ぜひ声を掛けていただきたい。デザインを加えながらそこに住む人たちと一緒に何かつくれればと思っている。メディアアート祭について提案をいただければと思う。

山本先生：インターネットを利用して、また放送で地域コンテンツを海外へ展開するにあたり、持っていき方として官へお願いするとうまくいくところもあるのではと思う。予算的・助成的な問題も意味合いとしては出てくる。総務省だけではなく国土交通省や経済産業省などの助成も活用しながら地域コンテンツを発信していく、という形もあるのではないかなと思う。会場からのご発言があればお願いしたい。

坂本先生：地域資源の掘り起こしの具体的な内容をもっと考え、「すべてのものはすべて価値を持つことがある」ということを四国全体で伝えていくことが大切である。世界へ発信する場合も相手に伝わらないと意味がない。相手への伝え方をこれまでの手法と違った形に変えていけば大きく変わる可能性がある。地方創生が具体的に何なのか、コンテンツといった場合は何がコンテンツなのか、考えていかななくてはいけない。

山本先生：よい話を聞かせていただいた。地域のよいところを地域の人がみつけて、海外あるいは全国に発信していくには、ちゃんと届けるところに届くよう、良いものを良いものとして表現できる力、クオリティの高いコンテンツをつくるための人材育成は大事である。四国には4県それぞれ特徴がある。特徴を活かしたコンテンツを4県で協力して全国の人、海外の人に届けること、それによって四国に人がやってきて、地域の活性化につながると期待したい。