



2021年度報告  
「クリエイター×地域資源」で  
まちの価値を共創する

西垣 翔太

2020年10月





## セスク・グラネ

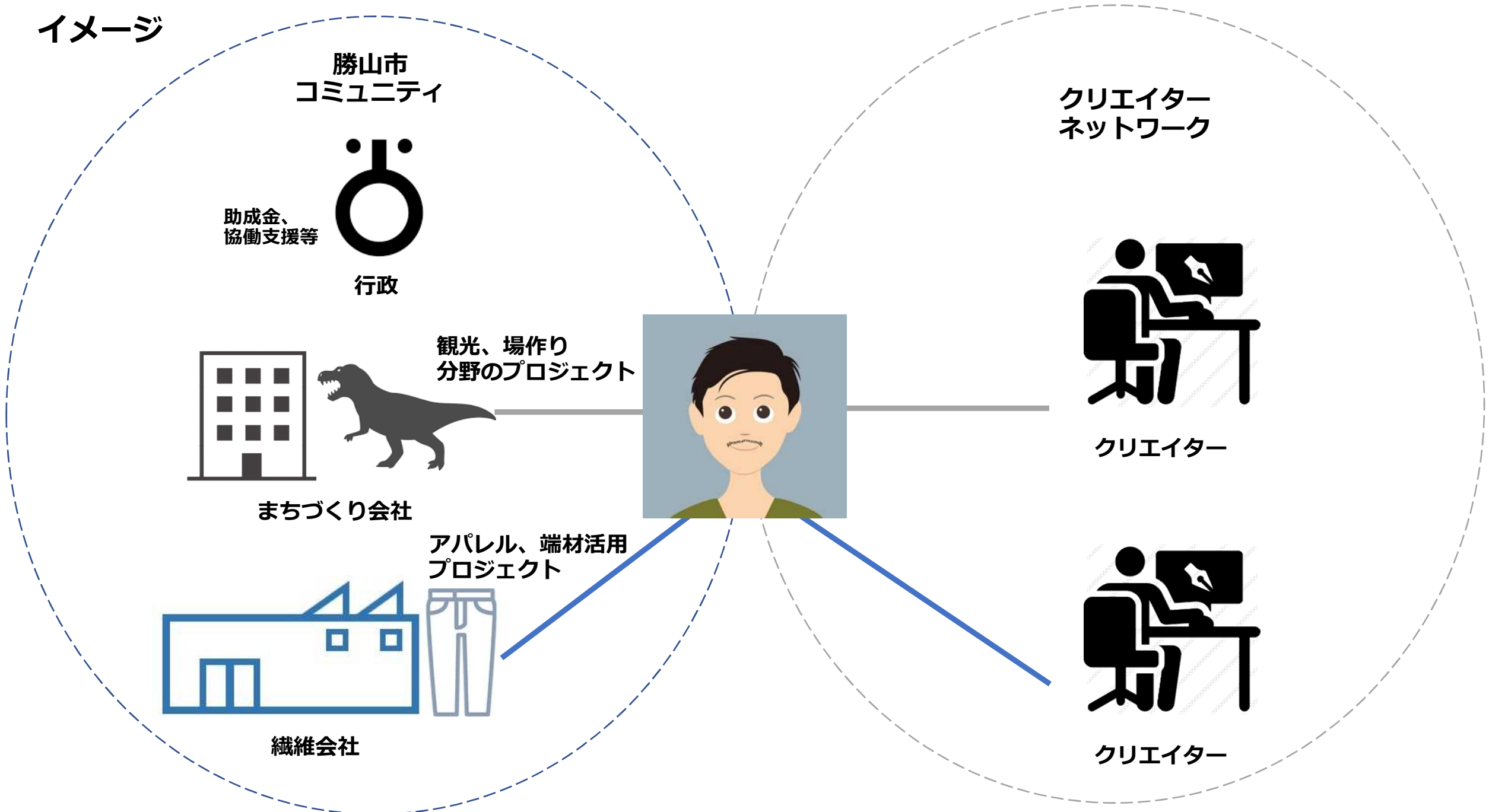
スペインバルセロナ出身。3Dキャラクター専門デザイナー、イラストレーター。

- 2007年からフリーランスとして、バルセロナとカタールで経験を積み、2018年からは拠点を東京に移す。
- 現在は、アジア（日本、中国）、ヨーロッパ、中東においてアニメーション、ゲーム、デジタルレンダリング、漫画、マスコット、アートショーを手がける。
- 日本ではコンタクトレンズ「レニュー」のレンズ菌の全キャラクターデザインを担当。

# 「クリエイター×地域資源」プロジェクトの概要

- ・ 2020年10月～現在までにおもに首都圏から計8組のクリエイターとのプロジェクト。2021年度で計7組。
- ・ クリエイターは3Dキャラクターデザイナー、グラフィックデザイナー、ARデザイナー、陶芸家、インスタグラマー、You tuberなど
- ・ プロセス
  - ①勝山へ来訪②地域リサーチ③地元企業・行政との交流
  - ④試作品制作⑤オンラインにてプロジェクト継続
  - ⑥ローンチ

イメージ



|                    | プロジェクトの関わり方                                                                                       | ニーズ、メリット                                                                                                                                           | 通常業務<br>(普段、何をしているか)                                                                                                             |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 行政                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>プロジェクトの試走段階のイニシャル予算の提供</li> <li>PR協力</li> </ul>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>コミュニティの活性化</li> <li>普段の関係性とは異なる人的交流</li> <li>まちの魅力の向上</li> </ul>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>ふるさと、観光、商工にかかわる公務全般</li> </ul>                                                            |
| 観光DMO<br>(まちづくり会社) | <ul style="list-style-type: none"> <li>試作品テスト販売の機会提供</li> <li>開発時のフィードバック</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>ブランディング、PRの機会</li> <li>普段の関係性とは異なる人的交流</li> <li>新たなプロダクト開発</li> </ul>                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>恐竜のお土産ショップの運営（恐竜博物館敷地内）</li> <li>道の駅の運営</li> <li>イベントの運営</li> <li>レストランのマネジメント</li> </ul> |
| 地元企業<br>(縫製会社)     | <ul style="list-style-type: none"> <li>プロダクトのプロトタイプ（試作品）開発、伴走</li> <li>ものづくりDIYスペースの開放</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>新しい発想、アイデアの獲得</li> <li>企業のブランディング、PRの機会</li> <li>新サービス、プロダクトの試行</li> <li>普段の関係性とは異なる人的交流</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>パンツ、スカート製造（OEM）</li> <li>ものづくりDIYスペースの試験運用</li> </ul>                                     |
| クリエイター             | <ul style="list-style-type: none"> <li>アイデア提供</li> <li>作品づくり</li> <li>イベント等の講師</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>都市圏からの脱出（自然、余暇）</li> <li>地域資源を活用した新しい試作品づくり</li> <li>商業目的以外で創作するモチベーション</li> <li>普段の関係性とは異なる人的交流</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>主に商業目的でのデザイン</li> </ul>                                                                   |

# WHY（なぜ）

- ・ まちの地域資源が核となり、それを起点にして、まちのらしさ、強みを発見。それを内部と外部とで磨いていくプロセスの中でエネルギーと継続的な価値を生むサイクルをつくりたい
- ・ 繊維産業はまちの歴史的資産であり、ここが先進的でクリエイティブな価値をつくることできれば、エンジン（ハブ）となる可能性が高い
- ・ 恐竜は子ども向け、ファミリー向けの商品やサービスが圧倒的に多いが、デザインなどにより、年代や性別の幅が広げられる

# HOW（どのように）

- ・クリエイターに関係人口として中長期で関わってもらうため、プロジェクト化。彼らが持つ、創造性と柔軟性を借りて、まちの人達とともにマインドを変えていく
- ・アウトプットは、具体的なプロダクトをつくる时候もあれば、クリエイター側のメディアのコンテンツになる場合もある
- ・一緒に何かを創る過程を共有し、さらに、そのアウトプットが発信になり、評価がされることを目指す

**繊維×クリエイター**  
**(with 繊維会社)**

## Asuka Watanabe (代表作：フジロックのメインビジュアル)



SMASH go around

# FUJI ROCK FESTIVAL '21

AUG 20-22 NAEBA SKI RESORT

AUG 20 FRI

**RADWIMPS**

MAN WITH A MISSION millennium parade

METAFIVE (TOWA TEI × コンドウトモヒコ × LEO 今井) 坂本慎太郎

SiM SUMMIT (PUNPEE GAPPER OMSB MARIA SIMI LAB DryPRIDE)

THE BAWDIES ドレスコーズ H ZETTRIO Kan Sano

KID FRESINO (BAND SET) LITTLE CREATURES 前野健太

OKAMOTO'S くるり 5lack Tempalay TENDOUJI

手嶌葵 Vaundy YOGEE NEW WAVES yonige

スピンオフ四人囃子 feat. 根本 要 & 西山 毅 KOTORI (selected by ROOKIE A GO-GO '19)

AUG 21 SAT

**King Gnu**

CORNELIUS NUMBER GIRL

The Birthday indigo la End ROVO

AJICO Char Dachambo DENIMS envy カネコアヤノ KEMURI

Mega Shinnosuke milet 光風 & GREEN MASSIVE MONOEYES

ReN サンボマスター SIRUP THE SKA FLAMES THE SPELLBOUND

サニーデイ・サービス tricot THE ALEX 草田一駿 (selected by ROOKIE A GO-GO '20)

AUG 22 SUN

**電気グルーヴ**

平沢進 + 会人 (EJIN)

忌野清志郎 Rock'n'Roll FOREVER

with ROUTE 17 Rock'n'Roll ORCHESTRA feat. 仲井 戸 "CHABO" 廣市

GUEST: UA エセタイムズ 奥田 民生 GLIM SPANKY 甲本ヒロト ティバウスケ

Char トーキー・タナカ / ジャンケン・ジョニー トーラス 松本 YONCE

**CHAI OAU**

秋山黄色 青葉市子 4s4ki Awesome City Club BEGIN

THA BLUE HERB カルメン・マキ & OZ cero GEZAN

秦 基博 羊文学 君島大空 合奏形態 民謡クルセイダース

MONO NO AWARE 折坂悠太 (重奏) STUTS (Band Set: 柳本 浩原, 萩見 順香)

TENDRE 上原ひろみ ザ・ピアノ・クインテット yonawo

and MANY more artists to be announced







## 国際クリエイターチーム（サンカク×Tokyo kbd）



You tubeチャンネル LIL' TV (ドラッグクイーン)



## Hangover plate (インスタグラムメディア)



Instagram

Search



端材を活用したキッチンアパレル・グッズ（4月4日にローンチ予定）



g KEYAKIZAKA (六本木ヒルズ内のギフトショップ)



# 101種類の端材を活用した風呂敷



**恐竜×クリエイター**  
**(with 観光まちづくり会社)**





Kenichiro Takamatsu

インスタ向け恐竜ARフィルター（インスタにて勝山DMOで検索）



渋谷草柳造窯（岐阜・高山）



# 恐竜JKシリーズ（リユース食器）

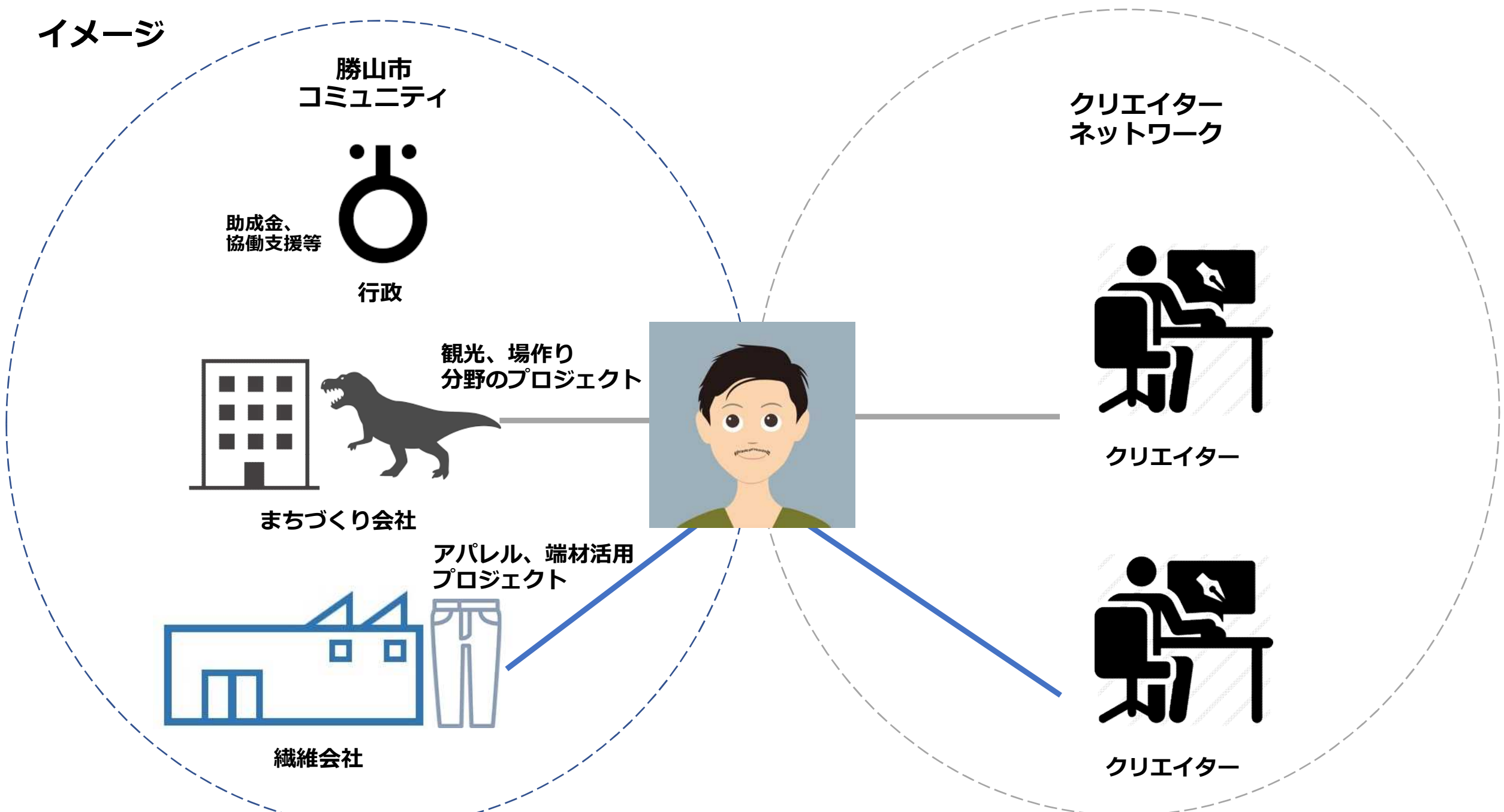


# Vision (展望)

- ・プロジェクトにより。クリエイティブなひとたちが定期的に集まる。  
そこに具体的な場（例：DIYスペースやデザインラボ）があり、  
まちの人と外部のひとが共創するようにしたい
- ・クリエイティブエンジン（ハブ）が継続的に、新しい、センスの良い発信を続けることで、勝山の価値が高まる。→結果的に、移住者やワーケーションで来訪する人たちが増える
- ・クリエイティブ＝デザインの専門家のみしかできないというマインドを変え、自分たちでも新しい価値が創造できるようになる環境づくり



イメージ





まちの  
デザイン  
- vol.1 小さくはじめるコミュニティデザイン&PR -  
スクール

①11/16 (Tue) 18:00  
②11/22 (Mon) 18:00  
◎花月楼・各回10  
お申し込み  
コチラ

一般的に、デザインと聞くと、  
きれいなものを作る、おしゃれなものを作るなど、  
デザイナーだけの特別なスキルだと思われることがありますが、  
広義には、問題の本質を掘り下げ、解決のための設計を行うという意味があります。  
本スクールでは、この考え方を活かし、  
まちづくりやビジネスにも使えるデザインの思考法について学んでいきます。

01 コミュニティをつくるデザイン  
～東伊豆の小さなシェアキッチンがまちをどのように変えたのか～  
講師：守屋 真一氏

02 お金をかけずにあなたのアイデアを  
世の中に伝えて認知を獲得しよう！  
～PRの基礎と発信コンテンツを企画する方法～ 講師：木村 真奈美氏

第一回目のスクールでは、コミュニティデザインとPRのプロとして活躍している講師を招き、  
参加者とインタラクティブ（双方向）に学びます。

# まちのデザインスクール

市民がクリエイティブに課題を解決ができる力やマインドをつける

パートナー

勝山市および観光まちづくり会社

コンセプト

ビジュアルデザインではなく、自らや周縁で起こっている課題や変化をとらえ、自身のビジョンや意志をカタチにしてもらうマインドやスキルの醸成を共創する場。

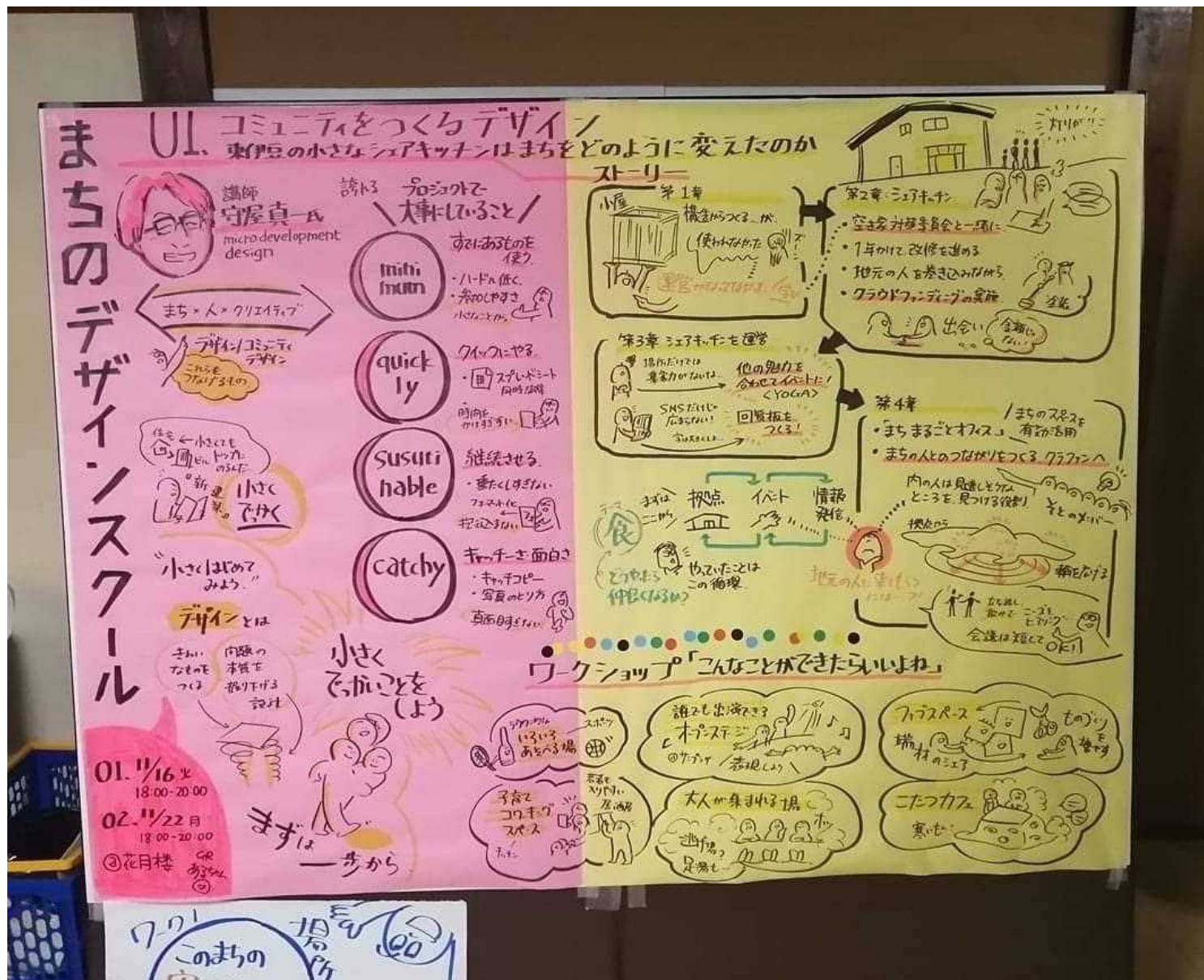
コンテンツ

1回目をコミュニティデザイン、2回目をコミュニケーションデザインとしてリノベーションやPRのプロとして活躍している講師を招きワークショップ。

意識したこと

普段、取り組んでいることの意義を深く考えるようになったり、自身で課題を見つけたり、他者のストーリーを通して、存在意義を感じやすくなる、講師と参加者、また参加者同士がより対話的で自身の価値観を深められる場作り。







秋吉への食い寛地  
遠慮のない食べぶり！  
1人あたりの消費量も  
異様に多くて、カルチャーショック  
足りなは 奥が怖い

2021.11.13-17

### けの建物と体験

にも随所に感じる空間。  
ゆかし合うこに重きを  
のデザインや散りばめられていて...  
自然体にいる自分に驚きました。



## 勝山の気取らない 魅力について。



### 食べもの

必物はシガシ。



130人ほどに  
同じものを  
この回答。



マツダと  
地元のおおきく  
のフットワーク  
たんだ!



おまのま民もみけ

おまのま民もみけ

おまのま民もみけ

おまのま民もみけ

おまのま民もみけ



### 人柄

感情表現が素直な人たちが  
多い! 周囲の目気にせず  
ありのままの素顔に沢山出会  
いました。

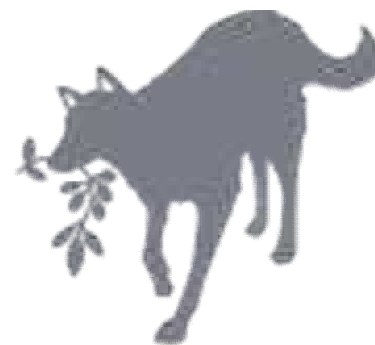
### 関係性

内の人、外の人、境界線を引  
気持よく迎えてもらいま  
言葉通して相手を立てるな  
ニケーションもよく、フラットなベ  
さがあります。



ありがとうございました  
西垣 翔太

Contact



COYOTE

