

<平成 26 年度修士論文（静岡文化芸術大学大学院文化政策研究科）>

芸術祭を活用した産業振興の新たな可能性
—地方圏芸術祭に焦点を当てて—

Exploring the Possibility for the Industrial Development :
Focus on Local Art Festivals

林 上安 Shonann Lin

（論文指導：静岡文化芸術大学教授 片山泰輔）

目次

要旨.....	1
序章.....	3
第 1 章 地方圏における地域産業の振興.....	4
第 2 章 芸術祭の発展と現状.....	7
第 3 章 研究方法.....	10
第 4 章 開催地における産業の状況.....	13
第 5 章 地方圏における芸術祭と地域産業発展の関係についての考察.....	20
終 章 結論.....	23
参考文献.....	25
図表.....	27

論文要旨

地方圏において、少子高齢化の進展と大都市への人口流出が、地域間格差を拡大し、地域経済の衰退と社会的共同生活機能の崩壊を招き地方共通の問題になっている。持続的発展のためには、地方圏における現状の悪化に歯止めをかける地域活性化策が必要であるが、2000年に「大地の芸術祭」が開催され、地域活性化として成功したことが高く評価され、多くの地方自治体は芸術祭を地域活性化の手段として考えるようになり、地方圏で芸術祭が盛んに開催されるようになって来た。地域活性化のためには、経済振興が不可欠である。芸術祭開催期間内で発生する経済波及効果は一時的に地域経済を高めるが、長期的に地域経済を支える産業の振興は更に重視すべき施策であり、芸術祭を活用して地域経済循環を活性化させることが地方にとって新しい機会となると考える。

本論文の目的は、芸術祭が産業振興の触媒として果たす効果と、それを発揮するための方策を明らかにすることである。本研究は、地方圏における①人口減少地域のインバウンド効果、②地方都市のアウトバウンド効果、の2つのフレームを分析軸として、5つの地方圏芸術祭を対象として、行政、芸術祭運営団体や地元業者に対し、計18件のインタビュー調査を行った。これらの調査から、芸術祭による地域産業振興効果として、インバウンド効果は①資源の充実（人材の移入と育成、アイデアの移入と技術の向上）、②マーケティングの充実（新規創業、客層の転換・拡大、生産誘発）③産業のグレードアップ（産業転換、創造性を喚起させる）、以上3つの効果があると考えられる。また、アウトバウンド効果は、①地域ブランドの認識度を高める、②産業集積を呼ぶための情報発信、以上2つの効果があると明らかに出来た。更に、芸術祭を活用して産業振興を実現するには、①継続の必要性、②行政の支援、③民間の自主性、が必要と考えられる。

キーワード：産業振興、地域活性化、芸術祭、アートプロジェクト

Abstrac

Today, many local governments are trying to invigorate the local communities through holding Art Festivals. However, in the cause of sustainable development of communities, we should also aware the importance of industrial development. The purpose of this study is to investigate the ways how Local Art Festivals influence and promote local industries. This survey focused on the “inbound effect” at reducing population regions and the “outbound effect” at provincial cities.

Through interviews with local government officials, Art NPO and local industries, it was found that Local Art Festival can bring “inbound effects”; 1. Substantial Resources, 2. Intensify marketing, 3. Industry upgrade. And also bring “outbound effects”; 1. Promote the level of recognition for local brand. 2. Make information transmission of industry clusters.

And to reinforce those effects, three necessary measures are: 1. Going concern of the Local Art Festival 2.Support by local government 3. Civil autonomy of the activities.

Key word: Industrial Development, Regional Vitalization, Art Festival, Art Project

序章

研究背景と目的

日本では、21世紀に入ると人口減少と高齢化の急速な進行が深刻な問題となり、加えて産業構造の変化とグローバル化による地域間の経済格差が拡大している。これが、地方圏から都市への大幅な人口移動を加速させ、過疎化問題を深刻化させている。そして、地方圏が共通して抱える課題として、人口減少と高齢化の進展、地域産業経済の衰退、社会的共同生活機能の衰退等が指摘されている。

こうした状況の打開を目指し、地方自治体は地域活性化を図るための様々な施策を講じてきているが、その中の一つとして芸術祭を手段として用いるようになった。地方で行う芸術祭は1977年にドイツの地方都市ミュンスターで行われたミュンスター彫刻プロジェクトに遡れる。ミュンスター彫刻プロジェクトは現代アートを触媒として、アートプロジェクトに参画するアーティストや様々な人々が地域社会と触れあう機会を提供した。日本でもミュンスター彫刻プロジェクトに大きな影響を受けて各地で芸術活動が展開され、日本型アートプロジェクトが徐々に形成されてきた。地方圏においても、2000年に新潟県越後妻有地域で開催された大地の芸術祭を始めとして芸術祭が次第に増えてきている。

地方圏芸術祭のようなアートプロジェクトの本質は、「身近な場でそれが行われるプロセスも含めて開かれたかたちで行われることによって、社会との接点を求めている」という特徴があると橋本敏子は定義している(橋本1997、p.132)。また、国土交通省は、芸術祭によって地域が観光地としての魅力や知名度を向上させることで、住民が地域を誇りに感じると指摘する。一方、地域活性化のためには経済の向上も不可欠である。地方自治体は芸術祭の開催をきっかけに地域経済が活性化されることを期待している。芸術祭の地域経済への貢献としては、開催に伴い膨大な経済波及効果をもたらすが、芸術祭は二、三年に一回の頻度で一ヶ月ぐらいの会期で行われるため、芸術祭の経済波及効

果は、甚だ短い期間で発生する短期的経済効果にとどまっていると考えられる。

したがって、地域発展には長期の視点が必要である。地域間の経済格差を縮小するために、各自治体では長期的に地域経済を支える既存産業の振興に注力している。地域の持続的発展のために、芸術祭の経済波及効果による短期的な効果のみならず、既存産業の活性化も重要である。例えば大地の芸術祭の「まつだい棚田バンク」プロジェクトでは外部から資金を募集し農業に投入して、産業を活性化する事業がある。産業は地域経済の担い手、地域を持続する為に不可欠な活動である。したがって、地方自治体が芸術祭によってもたらされる効果を活用して、地域産業振興施策を加速させることは、地方にとって新しい機会である。

本研究の目的は、日本の地方圏における芸術祭が地域産業と関わる形態を明らかにし、それらを類型化することより、今後地方圏芸術祭を開催する地域に対して、産業振興を可能とする方策を提示することにある。

論文構成

第1章では、まず本研究の焦点となる地域産業の重要性について説明する。そして近年地方圏における経済的問題や諸課題に対応するために、産業振興方策として議論されていることを整理する。第2章は、地方圏芸術祭を含むアートプロジェクトの形成とその特性を概観する。そして、地方圏芸術祭の開催に伴いもたらされた経済効果について整理する。第3章は、研究方法を絞るためのプレ調査の結果を検討し、その結果から導き出された研究方法を提示する。また、調査対象事例について概略を紹介する。第4章は前章で設定した方法に基づいて実施した調査の結果を述べる。第5章では第4章の調査結果から得られた結果を考察し類型化する。終章では以上を踏まえて、芸術祭を地域産業の振興に結び付けるために求められる要件について言及する。

第1章 地方圏における地域産業の振興

1-1 地域産業の重要性

本節では、地域発展の過程における産業の重要性と役割を論じる。一般的に、産業は人々の需要に応じ、資金と労働力を有効に利用して必要なものを作り出す仕組み・経済活動である。経済学においては産業の生産物により第1次産業、第2次産業と第3次産業に分類される。また近年では、Charles Landry や Richard Florida 等による、より文化的、創造的な商品やサービスを産出する産業を創造的産業 (creative industry) とする概念が世界中で広がりを見せている。

産業が地域に立地して、地域が必要な資源を提供することで、地域と産業は共生することができる。小倉行雄は地域発展について以下のように述べている (2011, p.76)。

地域が発展していくためには、地域に内在された自律的な活動の中に成長・発展の芽が育まれてゆかねばならない。それは成長発展の基盤となる活動である。当然、経済活動に焦点があたる。つまり、ここでいう目的は、経済的側面からみた地域存立の基礎を打ち立てることに重なってくる。

以上のように、経済活動を生み出すことができる産業は重視されるべきであり、地域発展を達成するために、地域は地域固有の資源・技術・文化を土台に産業を振興する必要がある。

しかし、産業は経済に限らず、人々の生活にも密接に関わっている。河合明宣は次のように述べている (2011, p.236)。

現代において生活するために必要な活動は産業である。地域における産業の在り方は、居住する空間、地域に関わるコミュニティ、生活の質、生活し消費する住民の幸福の在り方に影響を与える。

したがって、産業は地域経済を牽引すると同時に、地域住民の暮らしを支える機能も持つものであると言える。

1-2 地方圏における地域産業の現状

地方圏の定義

法的には、地方圏という単語には明確な定義が定められていない。一般的な認識は、国土交通省が1956年、1963年と1966年に定めた首都圏整備法・近畿圏整備法及び中部圏開発整備法に基づき、大都市圏整備計画を策定し、それ以来、首都圏、近畿圏と中部圏が三大都市圏と呼ばれる。対義的に、三大都市圏以外の地域が地方圏と見なされている。現在では、行政資源が比較的乏しく経済発展が停滞している地域の意味合いも含まれている。

地方圏経済の現状

国家の経済発展は一定の段階において、資源と人材が大都市に集中し、更に政策的な支援により急速な成長を促進して大都市圏が形成される。一方、地方圏では資源不足及び人材の都市圏流出が、長期に繰り返されることで地域格差が生じ、その差は更に拡大し続けている。小本恵照は、経済状況から見れば、日本は2003年以降地域間格差が拡大し、現在でも格差は依然として残っていると述べている (小本2007, p.21)。小本はその上で、実体経済と企業・家計の経済活動を分析することで、地域を景況の強弱によって3グループに分類している。関東、近畿、東海が上位グループ、北陸、中国、九州が中位グループ、北海道、東北、四国が下位グループに位置づけられる。大都市圏は好調に推移しているが、中位と下位グループにある地方圏は景気回復感がやや乏しい状況が続いている。また、日本銀行地域経済報告 (さくらレポート) によると、2014年7月には全国的に緩やかに景気が回復しているものの、全体から見ると地域間経済格差の是正が進んでいる状況にはない (日本銀行2014, p.1) と指摘されている。更に、各地域の実情から検証すると、経済産業省が2013年1月に発布した「各地域の経済の現状と

取組みについて」で、下位グループの3つの地域は、北海道の現状においては経済規模の縮小が続き、公共事業と農林水産業が経済の中心であるこの地域では、関連する製造業等も軒並み低迷している。東北地域の製造品出荷額等の総額は全国より低く、付加価値生産性も低い。四国では、人口減・高齢化の進展が全国と比較して10年から20年程度先行しており、課題先進地域とされている。

地方圏における重大な問題点は、地域経済循環が逆スパイラル傾向を強めていることである。その要因はいろいろあるが、とりわけ経済のグローバル化と人口減少・少子高齢化が原因として上げられている。グローバル化による国際分業が大きく広がり、工場の海外移転や輸入製品に押されて、地場産業へ依存する地域の産業基盤が崩れてしまった結果、従来の産業が国際競争力を失い、縮小や消滅によって、地域経済の空洞化が広がり、地域産業の衰退と雇用喪失が大きな問題となっている(伊藤 2013, p.6)。また、過疎地域における少子高齢化による産業の担い手不足の問題は、基礎的な生活条件の確保にも支障をきたすようになり、地域の生産機能低下をもたらしている。そのため地方圏経済の現状を改善するに当たって、特に重要な事は働く場、雇用の確保である(中澤、2011)

1-3 地域産業の振興策

前節で論じたように、地方圏が直面している地域間経済格差問題は深刻である。その問題を食い止めないで悪循環が生じ、差は更に拡大する。このような課題を持つ地方自治体は地域産業の振興を通して、地域間経済格差を縮小することを図ろうとしている。本節では、まず理論面から、地域発展の視点から考えた地域論と、マクロ的に産業部門全体を包括して捉える産業構造論、2つの理論それぞれが論じた産業振興の方法を整理する。次に、自治体が実際によく用いる施策について説明する。最後に、近年、重視されるようになってきた内発的発展論の要点を整理する。

地域論

下平尾(1998)は、地域論の側面から産業の活性化

対策を考え、地方産業の育成のために重要なことは、①既存産業の技術の向上、②中小企業・地場産業の振興、③誘致企業の地場産業化、④地域中小企業の育成、⑤新産業の創造・起業家の支援であるとした。そして地域を活性化するためには、①産業政策の充実、②若者の定着と能力を発揮できる場の提供、③地域の自立性、積極性、主体性の確立(誇り、自信、遊び、地域文化活動も含めて)、④居住環境、基盤整備(交通体系など)が必要であると主張している。

地域論の観点に基づき、2005年以降各地方自治体が続々と地域経済振興条例を制定させた。地域経済振興条例では中小企業基本法に基づき、従来の大企業を重視する方針とは異なり、中小企業、自治体と住民が一体となって地域経済を立て直す取組みが規定されている。

産業構造論

産業構造論からみれば、地域の産業が農林水産業の第1次産業から製造業の第2次産業、商業・サービス業を中心とする第3次産業へとウエイトが移れば、地域の産業構造が高度化し地域の経済発展が実現すると考えられる。また、各産業部門がそれぞれ発展するだけでなく、より大きな付加価値を創出できる産業間連携は近年流行にもなっている(伊藤 2013, p.10)。農林水産省が積極的に推進する6次産業化¹もその一例である。

自治体による産業振興策

一般的に地方自治体が地域経済を振興するための主要な手段は、公共事業・投資(住宅建設や道路事業など)と企業誘致・大型商業施設の誘致など、いわゆる外発的な地域産業振興策である。その中で共通する概念は地域の優位性を活かした基盤産業を育て、それで域外マネーである外貨を稼ぎ、稼いだ外貨を域内で循

¹ 農業経済学者今村奈良臣氏が提唱した6次産業化、又は第6次産業とは、第1次産業(農林水産業)×第2次産業(製造業・建設業)×第3次産業(流通業・サービス・金融など)=6次産業。各産業部門乗数の形で連携する、複数の付加価値を獲得できる。

環させることで非基盤産業を充実させ、そこで雇用生み出すということである（中村 2014、p.18）。

2008年以降リーマン・ショックの影響による税収が大幅に減少したうえ、景気回復に向けた諸施策の実施により歳出の増大から、各自治体は赤字が拡大し財政が悪化した。更に2011年に、東日本大震災を受けて、中央政府は公的な力を通して地域を復旧・復興するために、公共投資が更に増加した（内閣府、2012）。地方は公共投資を通して地域の経済を牽引することを期待しているが、この様な外発的な地域経済振興策は、長期に持続できる方策とは考えられない。従って、地域を持続的に発展させるために、内発的な地域振興策が近年取り上げられるようになった。それについて、次に説明する。

内発的発展論

国際的な競争による地方経済の不況及び経済発展の過程で生じた環境の汚染など、地域の問題が複雑化された現在、地域振興は産業と経済のみに焦点をあてた単一的な視点から脱却し、より包括的な視野で地域の継続性を考える必要がある。その1つが内発的発展論である。内発的発展論は、鶴見和子が社会学の立場から非西欧的発展モデルを求める理論である。その中心的理念は、①発展パターンは経済要因だけでなく文化や社会要因など多岐にわたること、②地域経済、地域振興に価値を見出すことの意義、③民衆が主体性をもって発展に参加することの大切さを伝えるものである²。

中村剛治郎は、もう一人の内発的発展論の学者・宮本憲一の論説を整理した。宮本憲一は鶴見和子の内発的発展論に触発され、環境経済学の立場から「内発的発展」を取り上げたが、宮本による内発的発展の原則は以下の通りであると述べている（中村 2000、p.141）。

「第1は、地域開発が大企業や政府の事業としてでなく、地元の技術・産業・文化を土台にして、

地域内の市場を主な対象として地域の住民が学習し経営するものであることだ。」「第2は、環境保全の枠の中で開発を考え、自然の保全や美しい町並みをつくるというアメニティを中心の目的とし、福祉や文化が向上するというような総合され、なによりも地元住民の人権の確立をもとめる総合目的をもっているということである。」「第3は、産業開発を特定業種に限定せず複雑な産業部門にわたるようにして、付加価値があらゆる段階で地元へ帰属するような地域産業連関をはかることである。」

このように宮本による内発的発展の特徴は、①住民の主体形成とその為の住民参加と自治の推進、②主体と一体となって重視されるのが地域開発の理念や目的であり、目的の総合性である、③内発的発展の方法としては、地域市場や地域内産業連関、社会的剰余の地元の福祉や文化への配分、が重要であると指摘されている（中村 2011、pp.141-142）。

1-4 まとめ

本章においては、まず、地域発展の過程における産業の位置付けを検討した。人々が生活するために商業活動を行うことが、地域では自然に産業となる。産業が地域に立地するのは地域の資源を得る一方、地方に税金を払うことや地域へ与える影響に責任を持ちながらの社会貢献活動による地域へのフィードバックがある。しかし、21世紀初頭で経済グローバル化と少子高齢化に影響され、行政資源に乏しい非三大都市圏地域では大都市との地域間経済格差が益々広がってきている。地域間経済格差を縮小するために、地域経済回復や産業振興の方策をめぐる議論が展開された。その中で、地域論と産業構造論は産業を中心に考え、企業誘致、人材育成、環境整備や産業間連携など行政の観点と企業の観点の両方から提言をしている。しかしながら、実際に自治体が行う取り組みは相変わらず外発的な企業誘致と公共事業の実施が多い。これに対し、近年、経済発展過程の中で地域の自主性と固有性を失う恐れを察知して、企業中心ではなく地域住民自らが、

² マネー辞書

<http://m-words.jp/w/E58685E799BAE79A84E799BAE5B195E8AB96.html> (2014.12.25 閲覧)

地域の社会経済システムを自立的・主体的に構築・管理する、地域自治の本質を示す内発的發展論が議論されるようになってきた（日本立地センター2014、p.3）。

第2章 芸術祭の発展と現状

本章では、世界における芸術祭の始まりから、芸術祭及び現代アートの中身の変容、そしてその変容が日本の芸術祭に対して与えた影響を通して日本型アートプロジェクト形成までの経緯を整理する。そして近年、日本各地の芸術祭開催地における経済への影響について説明する。

2-1 世界と日本における地方圏芸術祭の動向

2-1-1 世界における芸術祭

ヴェネチアからミュンスター

1895年に始まったイタリアのヴェネチアビエンナーレが芸術祭³の嚆矢とされる。この世界最初の国際美術展覧会はヴェネチア市内の公園やパビリオンをメイン会場とし、テーマ展と国家館を分けて開催され、開催当初から大反響を呼んだ。それ以来、大型美術展は次第に世界各地で開催されるようになった。最初の頃の国際芸術祭は大国主義と商業主義の要素が強く、主な目的は現代アートの発信、自国のアート実力の展示、そしてアーティスト・ディレクター達の交流（コミュニティ）であった。

第1回ヴェネチアビエンナーレの82年後に登場したミュンスター彫刻プロジェクトは芸術祭をさらに新しい段階に進めた。1977年ドイツの地方都市ミュンスターで開催されたミュンスター彫刻プロジェクトは10年毎に開催され、「公共空間におけるアートの在り方」を共通のテーマとして、アーティストが町の歴史・地理と住民の事情を調査し、街に滞在制作して街中に作品を設置するという特徴的な方法がとられている。プロジェクトが開始されたきっかけは、現代美術家ヘンリ・ムーアの作品寄贈がミュンスター市とミュンス

ター大学に拒絶され、「芸術と公共性」をめぐる論争が生じ、関係者が現代美術に関する人々の理解を深める必要性を強く感じたこととされる（柳澤2007、P135）。当初から、市の歴史や地理、文化を踏まえ、設置場所と作品の関係を考慮した上で作品制作を行なうというスタイルがとられたものの、初回は多くの批判を受ける結果に終わった（八田2010、p.62）。

芸術祭における公共性

出発時点では世論もミュンスター彫刻プロジェクトに対して歓迎一色だったわけではないが、制作過程・作品展示・シンポジウムやアーティストトークなど地域とのコミュニケーションを通じて、市とそこに住む人々との間に育まれた結びつきによって、ミュンスターの街及び市民と現代アートとの距離が縮まった（柳澤2007、p.135）。今までも、ミュンスター彫刻プロジェクトをめぐる議論と批判は終わっていないが、この10年に1度の芸術祭は確かに大型美術展に新しい視野を与えた。アートがホワイトキューブ⁴から脱却して、社会に入る可能性を開いたと言える。

2-1-2 日本における芸術祭

国際美術展

日本を代表する国際芸術祭は横浜トリエンナーレと言える。1999年、国際交流基金、横浜市、日本放送協会、朝日新聞社を中心に横浜トリエンナーレ組織委員会が設立され、2001年に横浜の都心臨海部で第1回目が開催された。横浜トリエンナーレの目的は現代アートの動向を発信し、新進芸術家を国内と世界に広く紹介することであり、いわゆるヴェネチアビエンナーレ型の都市型芸術祭である。位置付けとしては、アジア最大級の芸術祭と言っても過言ではない。その後、あいちトリエンナーレ、福岡アジア美術トリエンナーレなど、様々な芸術祭が続々と開催されるようになった。

³本論文ではトリエンナーレ・ビエンナーレ・国際芸術祭など定期的に開催するアートイベントを芸術祭を記載する

⁴和訳としては「白い立方体」。現代アートを鑑賞体験の純粋性を追求するために、作品を生活空間と引き離して外部要素を一切排除する美術館やギャラリーなど展示スペースを指す。

アートプロジェクトの形成

横浜トリエンナーレよりも早い、2000年に新潟県の中山間地域・越後妻有地域で、日本型アートプロジェクトの代表的な事例「越後妻有トリエンナーレ—大地の芸術祭—」（以下大地の芸術祭）が開催された。

熊倉純子がコーディネーターを務める「アートプロジェクト研究会」は、日本型アートプロジェクトが形成される過程を3つの段階に分けた。まずは1950-80年代に野外美術展が急増する。その中でミュージンター彫刻プロジェクトに大きな影響を受けて、日本におけるアートプロジェクトの観念は「空間」から「場」まで拡張する。1990年代から多くの企業はメセナを行ったり、財団法人を成立するなど、文化芸術への関心が高まる。地方自治体も同様に文化振興に着目しはじめた。日本各地で、社会と文化芸術が新たな関係性を開いて、共創的な芸術活動の実現可能性が示唆された。そして2000年に、日本型アートプロジェクトを代表する大地の芸術祭が登場した。芸術は、まちづくりや地域活性化など他分野と結びつき、社会の仕組みへ働きかけるアートプロジェクトのモデルを確立する。大地の芸術祭の開催を通じて、地域コミュニティの活性化に寄与するなどの反響がみられた。それ以来、社会に働きかける多様なアート活動が生じ、「アートプロジェクト」と称して存在する状況は日本に特殊のものであると、アートプロジェクト研究会は指摘している（アートプロジェクト研究会 2013、pp.3-7）。

アートプロジェクトの特性

今日まで発展してきたアートプロジェクトはいろいろな形式がある。小規模なものではワークショップやアートイベントがあり、大規模なものとして、本論で論じる地方圏芸術祭も同じアートプロジェクトの範疇に属する。ではアートプロジェクトとは一体何か、ここでアートプロジェクトの特性を整理する。

橋本敏子はアートプロジェクトが社会的な活動として成り立つためには「鑑賞者・表現者（アーティスト）・製作者（企画、調整、マネージメント）」三者の連携が必要であると述べている。更にこの三者の関係に基い

て、アートプロジェクトはまちや人とアートとの関係を開かれた場におくことで生まれる「出来事としてのアート」をさしている。また、橋本は、アートプロジェクトの特徴は、「アートによるコミュニケーションが場と人が関わることで成立していることである」とした（橋本 1997、p.157）。

また、アーティストの観点から論じたものとして、川俣正と桂英史は、次のように述べている（川俣正・桂英史 2003、p.56）。

アートプロジェクトのプロジェクトとしての特性は、大まかに二つのグループに分けることができるだろう。一つは、「脱作品化」という側面。これは、完結し特権的な財として位置づけられた「芸術作品」を、作家自身が解放し、表現の提示および制作のプロセスをある種の集団的な表象（＝代理）として利用しようとする企てである。もう一つは、コミュニティやローカルティあるいはマイノリティという社会的な文脈に介入することによってのみ可能な表現プロセスの活動そのものを本質的な作品形態として提示する企てである。前者は個人や美術館などが企画するものも含めて「ワーク・イン・プログレス」と呼ばれ、後者はいわゆる「サイトスペシフィック・アート」と呼ばれる。

アートプロジェクトは、地域の条件による各自の特殊性が生じるが故に一概には言い難いが、前述してきたアートプロジェクトをめぐる議論から、アートプロジェクトが成り立つ要件は以下の3点でまとめられる。①地域住民や来場者など人々とのコミュニティがあること、②制作プロセスを重視すること、③地域の文脈を応じるサイトスペシフィック・まちなかで展示することである。こうした要素を持つ多彩なアートイベントが日本各地で続々に行われているが、多様なアートイベントの開催が地域活性化の効果をもたらすと共に、来場者による外部との交流を通じて地域経済にも一定の影響が及ぶ。その影響について次の節で考察を加える。

2-2 芸術祭と地域経済の関係性

経済波及効果

通常、まちづくりのためのイベントは、地域振興に対するプラスの効果を期待して行われる。そして、数字で表される最もわかりやすい効果が「経済波及効果」であり（中村 2014、p.4）、直接効果と間接効果（第1次効果、第2次効果）がある。イベントの経済波及効果に関して、早川敬一は経済波及効果の種類について、以下のように説明している（早川 2011、p.1）。

直接効果とは、イベント開催に伴う総支出額から、輸入を經由して海外に投入される支出額を除く、国内に投入される総支出額である。直接効果による新たな需要は、様々な国内産業の生産を誘発、連鎖させるが、この産業間における生産活動の連鎖が間接効果（一次波及効果）である。さらに、直接効果及び、一次波及効果が喚起した新たな需要は、その一部が当該産業に従事する雇用者に所得として分配され、再び各産業に需要として投入される。そして、さらなる生産活動の連鎖を生む。これが間接効果（二次波及効果）である。

早川はさらに各種のイベントにおける経済波及効果を試算し、イベントがもたらした経済波及効果が、「投資」としての主催者事業費の6倍強にも及ぶことを示した。

そして、まちづくりのためのイベントという側面を持つ芸術祭も、同様に経済波及効果が発生すると考えられる。新潟県による『地域経済・産業分析レポート'06』における「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ 2006の開催にかかる経済波及効果」章節によれば、芸術祭における経済波及効果は、開催に掛かる道路整備や施設改修による建設投資及び主催による運営支出や来場者による消費支出まで含んでいる（図1）。また、主に自治体の予算を土台とする芸術祭も公共事業である。公共事業としての芸術祭は、自治体から公的支出によって生産が誘発され、雇用機会を増やすことが期待される。

地元業者への心理的活性化

経済波及効果は数字で示すことが容易な方法であるが、この他に、アートプロジェクトによる地域の人との交流から、精神面を論じた平野真の調査がある。平野は、第1次産業が中心となっている多くの地域の場合、地域の人々は土地から離れることが難しく、また社会的な分業が進んだ結果、生産者は生産のみに注力して消費者や外部の人々との接触が少なくなっていることを挙げている（平野 2011、p.25）。生産量が低迷している中山間部や僻地では、生産者自身が、自ら果たす社会的貢献を実感する場面は極端に減ってきている。こうした中で、地元農家は芸術祭の開催にともない、アーティストとの協働や来場者との交流・コミュニケーションを通じて、他人との協働による社会との触れ合いや達成感を体験することができる。こうして地域は従来の「閉鎖された共同体」から「開かれた共同体」に徐々に転換されて行き、生産者は他人との協働を通じて自身の果たす社会的貢献の感覚を取り戻すことができる。

2-3 まとめ

本章では、地方圏芸術祭を含むアートプロジェクトの形成をヴェネチアビエンナーレからミュンスター彫刻プロジェクト、そして大地の芸術祭の流れに沿って概観してきた。アートプロジェクトはミュンスター彫刻プロジェクトにおけるアートの公共性というコンセプトを受けて、地域の固有性を尊重し、制作過程の中で地域との触れ合い・交流を重視している。そしてその作品は地域空間と対話するなどの特性がある。

2000年に開催された大地の芸術祭の成功が注目されたことにより、アートプロジェクトは地域活性化やまちづくり活動のための方策の1つとして用いられ、日本各地で地方圏芸術祭が続々と展開されるようになって来た。こうした社会性を持つ芸術祭は地域活性化の実現に寄与すると同時に、地域経済への貢献も大きいと考えられる。定量的に計算できるのは準備期間と会期中に発生する経済波及効果であるが、これ以外にも、来場者との交流を通して地元農家に生産意欲を高める効果があると平野は指摘している（平野 2011、p.19）。

しかし、芸術祭はそのイベント性によって、一時期的には地域経済や地域産業を浮揚させるが、3年に1回または2年に1回の頻度で発生する経済波及効果では、地域の発展にとっては短期的な効果しか期待できない。またこの経済波及効果は公共事業で有りながら、外発的な要素への依存が大きいと言える。地域の内発的発展の過程では、一時期な経済波及効果より長期的に地域経済を支えられる産業の発展が地域を持続する上で重要な鍵となる。しかし、平野が指摘する、芸術祭における地元業者への心理的活性化の効果は、第一次産業についてしか論じられておらず。実際の各地方圏の産業は様々であり、第一次産業だけの議論では全体を論じられない。芸術祭と様々な産業が連携する形式と実際の効果はまだ十分には論じられていないと言える。地域が長期的に発展するために、芸術祭の地域産業への影響の全体像を明らかにする必要がある。そこで本研究では、芸術祭が産業にもたらす様々な影響について、明らかにするための定性的な調査と分析を行う。

第3章 研究方法

地方圏芸術祭と地域産業との関係に関する研究はまだ充分ではない。そこで、研究を行うための基礎的なフレームを形成するために、まずは、四国地域にある2つの芸術祭、瀬戸内国際芸術祭と徳島LEDアートフェスティバルについて、芸術祭が地域産業へ与える影響についてのプレ調査を実施する。具体的には、主に行政サイドのインタビューを中心にを行い、そこで把握した芸術祭と産業連携の実態をもとに研究方法を検討していく。

3-1 地方圏の分け方

同じ地方圏であっても、それぞれの地域の属性によって直面する課題も異なる。地域の課題を確実に把握・対応するために、本研究では地方圏を①人口減少地域と②地方都市の2つに大きく分けた。この2つの類型における地域産業についてそれぞれの問題点と課題を以下で説明する。

①人口減少地域

地域の資源不足や生産条件の厳しさ等から、人口流出（社会減）、少子高齢化（自然減）、また労働人口減少にともなう税収不足による産業振興策の推進困難、といった悪循環が起きやすい。日本各地でも人口減少は進行しており、決して中山間地域や限界集落だけの問題ではない。

こういう現状の中で停滞している既存産業を活性化するためには、外部からの資源によって産業に新しい可能性を導くことが求められる。

②地方都市

三大都市圏以外の地方都市⁵は前述の人口減少地域に比べればより発展し都市化している地域であるが、ここでも、グローバル化とリーマン・ショックの影響を受けている。国土交通政策研究所(2002)によると、地方都市における経済・産業の問題は以下の3点が取り上げる。①地方経済の低迷、②地方経済の停滞・空洞化、③地方独自の産業戦略の不在。特に③について、多くの地方都市は支店経済都市と言われ、いわゆる外発的発展に頼る現状がある。支店経済を脱却するために、地域全体の経済を牽引することができる強い産業と地域独自の産業戦略を立てることが重要な課題とされている。

3-2 プレ調査の結果

本研究では、プレ調査として、2014年2月26日に徳島市経済政策課、そして同年3月4日に香川県瀬戸内国際芸術祭推進室、産業政策課と地域づくり推進室に対してインタビューを行った。質問項目は次のように設定した。①芸術祭開催の経緯、②芸術祭開催前後地域産業・経済の状況と変化、③芸術祭と連動する産業振興政策の有無。

⁵ 国土交通省による第四次全国総合開発計画では、地方都市は①地方中枢都市（札幌市、仙台市、広島市、福岡市・北九州市）、②地方中核都市（札幌市・仙台市・広島市・福岡市・北九州市を除く県庁所在地および人口が概ね30万人以上の都市）、③地方中心都市（地方圏において生活圏の中心で人口10万人程度の都市）、④地方中小都市（地方圏において人口5万人程度以下の都市）、が分類される。本稿の地方都市は①と②を中心として論じる。

①人口減少地域における「瀬戸内国際芸術祭」

2010年から始まった瀬戸内国際芸術祭は香川県の離島を主会場として開催されている。行政側の視点から見ると、芸術祭の主要な目的は地域の活性化であるが、より具体的な産業活性化にまでは踏み込めていない。

しかし芸術祭の開催をきっかけに、漁師が漁師民宿を開業し、地域の衰退産業である農林水産業からサービス業に転換した例もある。また、芸術祭による地域の盛り上がりをもつコミを取り上げることにより、香川県の環境、産業、住みやすさ等が全国に発信され、Uターン・Iターンが生じる例も少なくない。会場の一つである男木島では、移住する人が家族を呼び寄せるため、小中学校が復校した。豊島では、若い人が島に移住して地場産業のいちご農業において新商品を開発し販売することにより、6次産業化を促進した例もある。

瀬戸内芸術祭は産業振興を直接的に意図したわけではないが、結果的に、芸術祭の開催をきっかけに産業の担い手となる人材を集めることにつながり、新しいアイデアや経営手法が地域産業に注入され、衰えた第一次産業を第三次産業に変えるという様に、産業の転換が加速化された例を指摘することができる。

過疎地域の根本的な問題と思われる資源不足や人口減少による人材不足という状況に対し、芸術祭の開催は、人材を地域に集めて、さらに産業の振興を促進するきっかけとなったと言える。

②地方都市における「徳島 LED アートフェスティバル」

徳島県においては、日亜化学が世界で初めて青色のLEDを開発した。これにより、フルカラーLEDが製造ができるようになり、大きな注目を集めた。徳島県新産業戦略課は、大企業が開発した産品をベースに、2005年に「21世紀の光源であるLEDを利用する光(照明)産業の集積」を基本目標とする「LEDバレイ構想」を策定した。LEDバレイ構想は地域ブランド化機能、産業振興機能とインフラ整備機能を整備するために、様々な取組みを設定し、徳島=LEDというブランドを

世界的に発信することが重要であると考えた。アートフェスティバルはそのための情報発信の手段として

「LEDバレイ構想」の中で採用されたイベントである。

2010年の第一回徳島LEDアートフェスティバルにおいては以下のような状況がみられた。芸術家は作品を作る時に業者からLED技術の支援を求めることになるが、これによってLED業者も、芸術家のリクエストを受けることを通して技術が向上する。更に作品に基づく新製品を開発したという例もあった。2011年には、LEDバレイ構想の中で設定された、徳島県に「LED関連企業を100社集積する」という目標を達成した。開催地の徳島市では、LED関連企業は2006年の8社から2013年の49社にまで成長して、県全体のLED企業の中で5割近くを占めるようになった。

3-3 プレ調査の結果から導かれた研究方法

表2のようにプレ調査の結果を整理し、検討することにより、以下のような分析フレームが導かれた。

人口減少地域のインバウンド効果

まずは、人口減少地域におけるインバウンド効果である。ここでのインバウンドという言葉は「入ってくる、内面的」の意味で用いている。人口減少地域における既存産業は内部の資源が乏しく、資源の移動も停滞している場合が多い。したがって、地域産業の活性化に対して最も効率的、効果的なのは外部資源の投入と支援である。

人口減少地域の芸術祭は、まず地域の名または地域現状を可視化し、更に芸術祭がもたらしたインバウンド効果を通じて産業振興を促進することが期待される。

地方都市のアウトバウンド効果

次に、地方都市においてはアウトバウンド効果である。ここでのアウトバウンドは「中から外へ、外向きの」の意味である。地方自治体は地域経済を自立させるために、地方に新産業の創造を目指しているが、産業集積や地域ブランドを確立させるために、最も重要なのは外部への情報発信である。芸術祭によって、ブランドネームなどの情報発信や産業に関する技術を展

示するなど、アウトバウンド効果が発揮されることが期待される。

以上のように、本研究ではこの2つのフレームを分析軸として、人口減少地域においては衰退している地場産業（既存産業）を中心に調査を行う。一方、地方都市では地域産業戦略で重点が置かれている新産業を中心に調査を行う。

3-4 調査対象の概要

現在日本においては、各地方自治体が様々な芸術祭を推進している。その中で、①芸術祭のコンセプトや目的が地域産業に触れていること、②地域における産業振興政策が芸術祭を活用していること、③代表性があること、の内いずれかの条件を持つ事例を本論文の研究対象として選出する。選出した事例は人口減少地域で3つ、地方都市で2つの地方圏芸術祭があり、表3のように整理した。以下、本研究の5つ事例について概略を紹介する。

人口減少地域

①大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ

開催地：新潟県越後妻有地域（十日町市、津南町）

開催年度：2000、2003、2006、2009、2012、(2015)

開催概要：日本の豪雪地・越後妻有は過疎高齢化が深刻であり、その問題を緩和する対策を立てるため、交流人口の増加と地域活性化を主要な目的として大地の芸術祭は開催された。大地の芸術祭は「人間は自然に内包される」を基本理念として、アートと地域の関係性を再考した先進事例である。空家や廃校を有効利用する「空家プロジェクト」や都市圏の青年を中心に活動するボランティア組織「こへび隊」などのモデルは国内外で注目され、日本における里山型芸術祭の在り方を確立したと言っても過言ではない。

②瀬戸内国際芸術祭

開催地：香川県の各離島及び高松市が主会場となり、岡山県の犬島及び玉野市も参加している。

開催年度：2010、2013、(2016)

開催概要：福武財団による「ベネッセアートサイト直島」は直島・犬島・豊島を舞台に一連のアートプロジェクトを展開し、瀬戸内海地域でアート活動のノウハウを蓄積してきた。2004年香川県が、ベネッセが築いてきた基盤に基いて、「現代アート王国かがわ」政策を策定し、「アイランドトリエンナーレ」を提言した。そして2010年に、「海の復権」をテーマに高松港と宇野港から巡る島々を会場として瀬戸内国際芸術祭を正式に開催した。来場者はフェリーに乗って、過疎化する離島に住むお年寄りと触れ合い、島と瀬戸内の文化と自然風景が感じられることが大きな特徴である。

③別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」

開催地：大分県別府市

開催年度：2009、2012、(2015)

開催概要：温泉地として有名な別府市では、アーティストの山出淳也が芸術祭を構想し、BEPPU PROJECTを発足させた。そして、別府市内においてアートを地域に深化させるための先行イベントや中心市街地での空き店舗を活用する芸術展示・稽古場としてのプラットフォーム、創造都市に関する国際シンポジウムの開催など、様々な事業を街中で展開していたが、2009年に「混浴温泉世界」を題目として、正式に芸術祭を開催した。別府混浴温泉世界は空き店舗やプラットフォーム、公民館を借りて展示し、商店街や温泉でのパフォーマンスなど、市街地での芸術祭として開催された。最初は一回目だけの芸術祭として構想されたが、国内外から大きな反響を受けて、2012年に第2回目を開催し、定年開催のトリエンナーレ形式芸術祭と定められた。

地方都市

①徳島 LED アートフェスティバル

開催地：徳島県徳島市

開催年度：2010、2013、(2016)

開催概要：徳島市は、2006年(平成18年)に策定した第4次徳島市総合計画（計画期間2007年から2016

年)において「緑と水」の町・水都徳島の発展方向を定めた。他の水都と差別化するために、徳島県の重点発展産業 LED から「光」の要素を加え、徳島県の「徳島 LED バレイ構想」を元に、アートフェスティバル検討委員会が発足された。特筆すべきことは、徳島 LED アートフェスティバルにおける行政の担当部署は他都市の芸術祭のような「観光・文化交流課」ではなく、産業と密接に関わる「商工労政課」(2011年から「経済政策課」に改称する)となっていることである。徳島 LED アートフェスティバルは2010年で徳島市内の川で囲まれた「ひょうたん島」を主要会場として開催されている。

②札幌国際芸術祭

開催地：北海道札幌市

開催年度：2014、(2017)

開催概要：北海道の政令指定都市・札幌市初の大型芸術祭「札幌国際芸術祭」の構想は、札幌市立大学の武邑光裕教授が「創造都市さっぽろ推進会議」⁶で提案した企画であり、札幌をユネスコの創造都市ネットワークに加盟させるためのイベントのひとつと位置付けされたものであり、芸術祭によって札幌市における創造性を深化させようとする施策である。2014年第一回の札幌国際芸術祭は「都市と自然」をテーマとして、都市と自然が共生する在り方を考えるものであった。体験できる実験的なメディアアートや、豊かな自然環境を体感する作品が市内の様々な会場に展示され、札幌市全体が芸術祭の舞台となった。

第4章 開催地における産業の状況

前章で抽出した5つの事例に対して、それぞれの芸術祭実施主体(行政またはアートNPO)、行政の産業振興部署、地元商工会議所や地元業者等へのインタビュー調査を実施した。これらの調査を通じ、芸術祭を開催することによりもたらされた地域産業に対して

⁶創造都市さっぽろを推進するために設置した、さっぽろにおける創造的なまちづくりを推進するための戦略や取組みについて検討し提言する会議である。

の影響の把握を行った。本章ではその結果についての整理を行う。

4-1 人口減少地域

(1) 大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ

地域産業の現状

十日町市と津南町は少子高齢化の影響を受けて、人口減少の問題が深刻化している。日本創成会議によると、現状を改善しないと消滅可能性がある」と指摘されている(『毎日新聞』2014.5.9)。こうした十日町地域における産業は以下のような状況である。まず、地場産業であるきもの産業は、1977年(昭和52年)には約580億円の売上があった。しかしながら、生活習慣の変化を受けて、出荷額と従業者が減少し、2013年の売上は10億円となっており、きもの産業は大きく衰退してきている。一方、国際調査によれば、十日町地域における第一次産業の従業人口比率へ1990年の17.7%から2012年の12.4%、5.4ポイント減少している。また、全国的に有名な稲作を主体とする農業は、少子高齢化により担い手不足の問題が深刻である(十日町市2010、p.2)。

産業振興の試み

① 棚田バンク

十日町市では高齢化によって担い手不足及び耕作放棄地の問題が生じている。NPO 越後妻有里山協働機構に(以下NPO 越後妻有)よると、日本有数の棚田景観を保全する為に、2003年から芸術ファンを中心にオーナーを募る「まつだい棚田バンク」が始まった。棚田バンクの実行方法は図2のように、有志者(アートファンまたは企業)から金銭を募って、地元農家に投入する。日常の棚田は地元農家が管理するが、この「里親」たちは農耕作業を体験でき、毎年の収穫も配当される。2014年5月までに、棚田バンクのオーナーは200組を超えた(新潟日報、2014.05.30)。しかし、それでも棚田バンクは地元農業振興ための有効な施策

とは言い難い⁷。十日町市にある棚田は約 45ha であるが、棚田バンクを実施している面積は 3ha、全体の 10%にも及ばないため、農業を全面的に復興するのは難しい⁸。しかし棚田バンクによって、人々が地域農業を認識し、直面する問題を意識させることができたという点では、地元農業に対して確実に影響を与えている。この点については、以下の⑥において説明する。

②きもの産業と芸術祭の連携による商品開発

地場産業であるきもの産業は、生活習慣の変化に影響され出荷額が大幅に減少している。芸術祭の運営主体である NPO 越後妻有は地域の問題を認識した上で、最初はきものをテーマにする展覧会を芸術祭のメイン会場でもある十日町美術館「キナーレ」で行った。これは人々に十日町市のきもの産業を再認識させるための施策策であった。更に第 5 回目の芸術祭では、きもの業者との技術連携による新商品の開発を行ったことがある。これらは、伝統的な産業の苦境を打破することを期待したものであるが、きもの業者の中にある保守的な観念はこの様な新しい試みに対してやや抵抗感があり、今なお課題が残っている⁹。

③Rooots 越後妻有の名産品リデザインプロジェクト

第 1 回芸術祭当初、運営側が地元業者とコラボレーションする取組みがあった。地元業者は、芸術祭のボランティアグループ「こへび隊」中のデザイン部と連携し、商品を開発した。しかし「第 2 回大地の芸術祭・総括報告書」によると、第 2 回芸術祭の商品開発においては、参加希望の業者は前回より少なかった。その原因として、実行委員会は、価額の設定、売れ筋の分析などといった販売戦略の設定がまだ不完全なため、「参加業者の腰が重く感じられた」と芸術祭実行委員会は指摘している（大地の芸術祭実行委員会 2003、p.12）。2009 年第 4 回の芸術祭から、地元業者と連携

する形が一新されて、商品の開発作業は内部のこへび隊から外部にあるクリエイターポートフォリオサイト「loftwork.com」に移転し、外部委託の形式で「Rooots 名産品リデザインプロジェクト」（以下リデザインプロジェクト）が開始された。リデザインプロジェクトではインターネットを媒体に全国からクリエイターを募集することができる。クリエイターと地元業者が対話を重ねて、製品のパッケージをリデザインして、またクリエイターから地元産品のパッケージデザインや技術を活かしたアイデアを提案して、大地の芸術祭オリジナルブランドとして販売するものである¹⁰。

間接的影響

④移住者が増加・新規創業

大地の芸術祭のような里山型芸術祭は、アートプロジェクトの特性を発揮することができる。人々は芸術祭を通して地域に足を運んで作品を見るだけでなく、地元の人々との交流を通して、地域の魅力を感じ、地域に移住する意欲がうまれることが考えられる¹¹。

芸術祭におけるボランティア「こへび隊」のメンバーや、総務省による地域おこし協力隊¹²の隊員の中には、大地の芸術祭があるが故に十日町市に移住した人が何人もいる。移住後は、市役所で働く者もいるが、飲食店などを開業する例も多くみられる¹³。

このように、芸術祭をきっかけに移住した例は少ないが、これらの移住者数についての公式な調査は行われておらず、正確な数は把握し難い。

¹⁰ Rooots 名産品リデザインプロジェクトとは <http://www.loftwork.jp/ideas/rooots.aspx> (2014.12.25 閲覧)

¹¹ 十日町市観光交流課と企画政策課への筆者の聞き取りによる。(2014 年 8 月 1 日実施)

¹² 地域おこし協力隊は総務省により、2009 から始まった支援制度である。地方自治体が、都市住民を受け入れ委嘱。地域おこし活動の支援や農林漁業の応援、住民の生活支援など「地域協力活動」に従事してもらい、あわせてその定住・定着を図りながら、地域の活性化に貢献する

¹³ 十日町市商工会議所へ筆者の聞き取り (2014 年 7 月 29 日実施)、及び十日町市観光交流課と企画政策課への筆者の聞き取り (同年 8 月 1 日実施) による。

⁷ NPO 越後妻有職員への筆者の聞き取りによる。(2014 年 7 月 29 日実施)

⁸ 同上

⁹ 同上

⑤新規創業による農産品の需要創出

前述のとおり新規創業の業種は飲食店が一番多いが、地元の食材を使用することで他の業者と差別化し、食農連携を通じて地域の農業への需要を増加させる等、生産を誘発している。ここで、筆者が実際に訪問した、松代にある古民家を改修したカフェとドミトリーの多目的スペース「山ノ家プロジェクト」(以下山ノ家)を取り上げたい。山ノ家は越後妻有地域活性化事業と関わり、その母体は東京で活動しているクリエイターとデザイン会社が設立した「社団法人ヤマノイエヒト」である¹⁴。個人で移住して開業する他の例との相違点は、事業主が常時に地域にいるのではなく、東京と松代の2つの拠点を往復する。こうした動きの中で、山ノ家は地域と共存する新たな在り方を模索している。普段は母体会社の社員と山ノ家が直接雇うスタッフが常駐している。店内で使用する食材は、全て近所の農家でその日の朝に収穫されて提供される農産品である¹⁵。山ノ家では地域との共存意識を持って地元の自然や文化と繋がる多様な文化芸術イベントや体験活動を行っている。開業から2年を経て、地域環境と住民の関係が緊密になってきていると考えられる¹⁶。

⑥農家の後継者グループによる担い手の喚起・育成

①で述べた「棚田バンク」をきっかけに、農作業に興味がある人に限らず、地元農家後継者が家業の農業への関心を高めた。つまり、棚田バンクは後継者達が農業に繋がる架け橋になったのである。2005年には、農家の後継者グループ「たっば耕社」が結成された。このグループの発想は、将来家業の農業を自身で担う意思がある後継者が、普段は会社勤めをしていて農作業に触れることがないため、棚田バンクに参加して、棚田の保全だけではなく農業の技術や経営ノウハウを習得することを目指している(NPO法人棚田ネットワーク 2011、p.45)。

¹⁴ヤマノイエヒト

http://colocal.jp/topics/lifestyle/people/20120925_11968.html
(2014.12.25 閲覧)

¹⁵山ノ家の職員への筆者の聞き取り調査による。(2014年7月29日)

¹⁶同上。及び十日町市観光交流課と企画政策課の職員への筆者の聞き取りによる。(同年8月1日)

(2) 瀬戸内国際芸術祭

地域産業の現状

香川県の離島は、離島の隔絶性に起因する地域間格差が生じ、人口減少及び高齢化の進展が顕著化している。この様な厳しい環境によって、地元の農林水産業の生産が減少し、産業の担い手も不足している。現状を改善するために、県が產品の高付加価値化、人材の確保や滞在型の余暇活動の推進など、様々な取り組みを行っている。

産業振興の試み

①Rooots 瀬戸内の名産品リデザインプロジェクト

瀬戸芸と大地の芸術祭における総合コーディネーターは同じ北川フラム氏であることで、瀬戸芸は大地の芸術祭のモデルに従って、前述のクリエイターポートフォリオサイト「loftwork.com」と連携して「Rooots 瀬戸内の名産品リデザインプロジェクト」を実施した。外部に商品開発やパッケージデザイン案を募集して、瀬戸芸で販売する手法である¹⁷。

間接的影響

②第一次産業を第三次産業に転換

香川県の離島における職業構造をみると、漁業従事者が一番多い。しかし離島の少子高齢化が深刻化するとともに、漁獲量も減少し、伝統ある産業が苦境に陥っている。芸術祭の開催を機に交流人口が増加したため、来島者における観光需要に応じて、漁師が漁師民宿を開いて、獲れたての新鮮な魚介を提供する体験型民宿が広がった。これにより、従来の漁業が第一次産業から第三次産業に転換することが出来た¹⁸。芸術祭のこの効果をベースにして、2013年香川県地域づくり推進室が発表した「香川県離島振興計画」では、民宿の開設、体験型活動など農林水産業を転換する支援施

¹⁷ Rooots × 瀬戸内国際芸術祭

<http://www.loftwork.jp/ideas/rooots/2010setouchi.aspx>
(2014.12.25 閲覧)

¹⁸香川県瀬戸内国際芸術祭推進室、産業政策課、地域づくり推進室の職員への筆者の聞き取りによる。(2014年3月4日実施)

策が推進されている。

③移住者の増加

大地の芸術祭と同様に、瀬戸内国際芸術祭においても芸術祭に影響をうけ移住した人が多い。香川県は元々移住を推進してきているが、芸術祭が開催されるようになってから、マスコミが香川県の住みやすさを全国に発信することが増え、これをきっかけとするU・J・Iターンの例が更に増えている。

2013年の瀬戸内国際芸術祭総括報告書によれば、小豆島で芸術祭に参加するアーティストがそのまま移住した例が紹介されている。また、男木島では移住する世代が増え、かつて休校となった男木小中学校が再開している(瀬戸内国際芸術祭実行委員会 2013、p.20)。

このようなかたちで芸術祭をきっかけとして移住してきた人は、各分野で活躍している。大地の芸術祭と同じく、彼らの多数は飲食店を開いたが、それとは異なるユニークな例もある。1つは、香川県高松市に移住した女性が2011年に日本初の現代サーカス文化芸術活動を目指して、2014年に「一般社団法人瀬戸内サーカスファクトリー」を開始した事例¹⁹、また、離島の農家における例としては、移住した若者が地元のいちご農業の経営手法を変え、農産品の生産から商品開発までを自ら取り扱って直接販売し、地域の6次産業化を促進した事例²⁰がある。

高松市の行政においては、芸術祭及び移住してくる創造クラスターによる多彩な文化イベントを意識して、2012年の組織改正でスポーツ局と産業経済部を統合し、「創造都市推進局」を新設し、2013年には高松市創造都市推進ビジョンを策定した。こういう流れの中で、芸術祭は地域を創造都市に転換するきっかけにもなっていると考えられる²¹。

¹⁹高松市文化芸術振興課の職員への筆者の聞き取りによる。(2014年10月20日実施)

²⁰香川県地域づくり推進室の職員への筆者の聞き取りによる。(2014年3月4日実施)

²¹高松市文化芸術振興課、産業振興課の職員への筆者の聞き取りによる。(2014年10月20日実施)

(3) 別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」

産業の現状

大分県の別府市は、源泉数、湧出量とも全国随一である大型温泉観光地である。2010年の国勢調査によれば、別府市では第三次産業の従業者が8割以上を占めており、温泉観光特化都市とも言える。かつて別府市における観光産業のターゲットは団体旅行と高齢層客であったが、近年では観光志向の変化やマンネリ化により集客力を失い、観光客数が大幅に減少している。また、少子高齢化と人口流出の問題もかかえており(図3)、就業者数は1995年より減少している。

産業振興の試み

①観光関連の人材育成

別府市文化国際課によると、市にある立命館アジア太平洋大学(以下APU)は半分以上の学生が留学生であり、市内在住の留学生の人口に占める割合は2.28%となり、別府市は面積あたりの留学生の割合がきわめて高いと述べている(『大分合同新聞』朝刊、2013.10.30)。それ故、混浴温泉世界は構想当時からAPUと連携することを想定していた²²。2009年度と2012年度の事業報告書によると、2回の芸術祭でも、APUからのボランティアが8割以上を占めた。外国人ボランティア達は芸術祭運営団体における教育訓練を通じて、アートビジネスのあり方を理解する。加えて、観光産業で重要な外国語サービス人材の育成もボランティア留学生を通してできるというメリットがある²³。特にAPUの留学生の支援を得て、海外からの観光客に対しての外国語対応を充実することができたことは重要である。実際、国土交通省観光庁により、2010年に公表された『観光産業のイノベーション促進事業平成21年度報告書』によれば、別府市の「地域主導型インバウンド振興のための国際マーケット対応ツール開発事業」でも、APUに協力を呼び掛けてモデルツアーを行った。

²²NPO BEPPU PROJECTの職員への筆者の聞き取りによる。(2014年7月1日実施)

²³ 同上

この事業を行った結果として、地域主導型インバウンド振興のために、言葉の壁を乗り越える人材の育成と多言語のパンフレットなど外国語の対応が重要だと改めて認識された（観光庁観光産業課 2010、p.73）。その結果を踏まえて、芸術祭を通じて地域の言葉の壁を超えるための人材育成が徐々に推進され、多言語標識も充実するようになり、インバウンド観光が盛んに行われるようになっていく。

間接的影響

②観光客層の転換

別府混浴温泉世界 2009 の事業報告書によると、来場者の構成は、20代と30代が最も多く、そして女性来場者が男性より約 1.5 倍多い。芸術祭の開催をきっかけに、20～30 代の女性アートファンを始めとして、別府市を訪れる若い女性の個人旅行者の割合が増えた。NPO BEPPU PROJECT によると、当初、芸術祭の来場者が芸術祭を観覧する以外に別府市内でできることに関する情報が少ないという声があった。その反省点を踏まえて、2011 年から NPO BEPPU PROJECT が、女性が興味を持ちそうな別府市内の店舗、路地裏や地域のストーリーを紹介する季刊誌「旅手帖 beppu」（以下旅手帖）を発行した²⁴。旅手帖はアートファンが多い都市部の東京・大阪と福岡を中心に配布された。2012 年度の旅手帖は第 2 回芸術祭の内容を兼ねた芸術祭の公式ガイドブックとして発行された。なお、旅手帖事業そのものは、現段階でのミッションが終了したとして、現在は休刊となっている²⁵。芸術祭はまずは別府のまちにアートの要素を入れ、続いて別府市の良さを全国的に情報発信した。これによって、若い女性の個人旅行者を惹きつけた効果は著しい。

もう一つは、別府市を訪れる外国人バックパッカーが増えたことである。別府市のバックパッカーについての統計がないため、正確な人数は把握できないが、JR 別府駅の観光案内所の職員と市内におけるゲストハウススタッフの話によると、バックパッカーが増え

てきているという印象を持っていると言う。バックパッカー向けのゲストハウスが著しく増えたことも、バックパッカーの増加に対応するためである。外国人バックパッカーが増えた原因として、1 つは前述のように、芸術祭の開催を通じて外国語に対応できる人材が充実したことがあげられる。また、元々温泉地として有名な別府市が、「別府混浴温泉世界」というタイトルで外国に発信することにより、別府と温泉が繋がるイメージを強化した結果であると推測できる²⁶。

③新規創業及び雇用の場を創出

前述のように、別府市におけるバックパッカーが増えたことによる需要増を受け、新しいゲストハウスが建てられた。これにより、市内の雇用機会を創出し、近年減少していた観光産業の就業者も増加に向かっている。NPO BEPPU PROJECT によると、APU 出身の韓国人が別府市でカフェを開いたという例もある²⁷。

④別府温泉ブランドの発信

「別府混浴温泉世界」という芸術祭のタイトルは、別府市を代表する温泉をタイトルに付けることで別府市＝温泉のイメージを強化する目的がある。別府温泉は国内での知名度は定着しているが、「別府現代芸術フェスティバル 2012 混浴温泉世界事業報告書」によれば、芸術祭を開催することが英字新聞「Japan Times」と海外のマスコミ「Umagazine-Hong Kong Economic Times」で紹介された²⁸。このようなかたちで芸術祭が海外で紹介されることにより、海外における別府温泉の知名度がさらに向上することが期待される²⁹。

²⁶ 別府市内ゲストハウスのスタッフと別府駅の観光案内所の職員への筆者の聞き取りより。（2014 年 7 月 2 日実施）

²⁷ NPO BEPPU PROJECT の職員への筆者の聞き取りより。（2014 年 7 月 1 日実施）

²⁸ 別府混浴温泉世界の英語訳は「Beppu Contemporary Art Festival 2012: Mixed Bathing World」である；中国語訳は「別府現代藝術嘉年華「混浴温泉世界」」である。

²⁹ NPO BEPPU PROJECT の職員への筆者の聞き取りより。（2014 年 7 月 1 日実施）

²⁴ 同上

²⁵ 同上

4-2 地方都市

(1) 徳島 LED アートフェスティバル

産業の現状

徳島県においては、日亜化学の青色 LED 技術が世界的に有名になったことを利用して積極的に LED 産業を振興している。2005 年には 21 世紀の光源である LED を利用する光産業の集積を目指す「LED バレイ構想」を策定した。さらに、全国唯一の LED ファンダを設立するなど、様々な補助金と支援策を推進してきている。2011 年からは、3 つの戦略分野（開発・生産戦略、ブランド戦略、販売戦略）を中心に、LED 産業クラスターの形成促進を図っている。

2014 年、青色 LED を開発した中村修二氏がノーベル物理賞を受賞したことで、日亜化学と徳島県「LED バレイ」の知名度は更に高まってくると期待される。

産業振興の試み

①業者との技術連携

徳島 LED アートフェスティバル（以下 LED アートフェ）で展示される作品は全て LED を主要な素材として制作されたものである。2010 年の第一回の芸術祭においては、芸術家が作品を作る時、馴染みのない素材を活用するために、地元の LED 業者に技術の支援を求めた。こうした地元業者と芸術家が連携する中で、LED 業者は芸術家のクリエイティビティを受けて技術を向上させたり、更には作品に基づく新製品を開発したりした³⁰。

②地域ブランドの情報発信

LED アートフェの重要な目的の 1 つは地域ブランドの発信である。徳島県における産業集積計画である「LED バレイ」のなかで、地域ブランド化が取り上げられているが、そのための施策の 1 つが LED フェスティバルの開催である。「LED バレイ構想行動計画」

³⁰徳島市経済政策課の職員への筆者の聞き取りによる。（2014 年 2 月 26 日実施）

（2010）の中では「芸術性の高いアートフェスティバルを開催し LED バレイ徳島を PR する。芸術家の発想と企業の技術力をマッチングさせ、LED を利用したアート作品展や光と音楽を組み合わせたイベントを実施する」と明言した。計画書によると、当初は現代アートまたは音楽を主にすることまでは決めてなかったが、2008 年に徳島県が主導するアートフェスティバル検討委員会が現代アートを中心にする方向を定めた。LED アートフェはタイトルに県と市が推進する産業である LED という単語をいれ、事業内容においても意図的に地元企業が開発した最先端の LED 機器を利用し、アート作品の形で展示する。こういう動きの中で地元企業との技術連携に通じて「LED=徳島」のイメージを強化してきたと考えられる³¹。

間接的影響

③産業集積の達成

前述してきた「地域ブランドの情報発信」の効果を確認すると、第 1 回の LED アートフェを開催した翌年には、徳島県の LED 関連企業は既に 100 社の集積があり、開催地である徳島市内の LED の関連企業は 2006 年の 8 社から 2013 年には 49 社まで増加し、県全体の LED 企業の中の 5 割近くを占めるに至っている³²。結果として、芸術祭は「LED バレイ構想行動計画」における「芸術性の高いアートフェスティバルを開催し LED バレイ徳島を PR する」ことを実現し、徳島の LED 産業の集積を更に促進する効果を生んだ。LED の関連企業は 2014 年 3 月時点では 117 社まで増えており、安定的に成長していると言える³³。徳島県に集まった LED 関連会社は LED 製造の下請け会社に限らない。ある木材会社が先端技術である LED を用いて木製サインシステムを開発した例もあり、様々な関連会社が集積してきている。

³¹ 同上。及び徳島県新産業戦略課の職員への筆者の聞き取りによる。（2014 年 10 月 20 日実施）

³²徳島市経済政策課の職員への筆者の聞き取りによる。（2014 年 2 月 26 日実施）

³³徳島県新産業戦略課の職員への筆者の聞き取りによる。（2014 年 10 月 20 日実施）

(2) 札幌国際芸術祭

産業の現状

1970年代から、札幌市はIT産業の発展を目指して「サッポロバレー」を設立した。シリコンバレーモデルのように、サッポロバレーは北海道のIT産業を牽引することが期待されているが、吉野忠雄は、サッポロバレーにおいて先駆的企業の多くが企業買収や廃業・倒産し、当初の勢い失っていると指摘している(吉野 2013, p.191)。しかし、サッポロバレー設立の時期に蓄積された、IT産業を発展させるための様々な資源とノウハウは札幌市のクリエイティブ産業の基盤の1つとして今も生きていますと考えられる。

2006年に上田文雄市長は「創造都市さっぽろ宣言」を発表し、札幌市はIT産業とコンテンツ産業を中心に振興施策を展開し、更により高い付加価値が生じるクリエイティブ産業に転換する方針を発表した。そして「創造都市さっぽろ推進会議」において、国際芸術祭の開催が創造都市の中心的イベントとして提案された。当初の芸術祭企画書ではアートと経済や企業との連携に重心をおくことは記されていたが、クリエイティブ産業には言及されていなかった。しかし2012年の構想では、芸術祭の展開方針として「メディアアーツの展開」を通じて、札幌のクリエイティブ産業の資源を活かして、新たな試みを探ることが記され、芸術祭とクリエイティブ産業の連携が取り上げられている。

産業振興の試み

①地域における企業創造性を喚起させる

芸術祭の開催を契機として、市内に立地する企業に創造性の重要性を認識させると同時に、次回の芸術祭では作品制作にあたって、地元企業の関与も検討されている。こうした連携により地元企業の創造性の喚起による成長を期待している³⁴。

②メディアアーツ都市としての情報発信

³⁴札幌市国際芸術祭担当部の職員への筆者のメールインタビューによる。(2014年8月27日実施)

今回の札幌国際芸術祭(以下札幌芸祭)の作品の多くはメディアアーツと言える。運営面から見ると、今回(第1回)は地元の企業との技術連携はまだみられなかった。しかし、札幌芸祭は、札幌市のメディアアーツ及びコンテンツ産業の立地優位性を発信することを図ろうとしており³⁵、芸術祭の開催によって、対内的には地域の創造的オーラを育成しながら市民の受け入れ度を高めるとともに、対外的にはこうした都市の雰囲気を外部に発信することが目指されている。

③クリエイティブ産業ための環境育成

1970年代の「サッポロバレー」から、IT産業の発展を通じて札幌における情報技術とハードウェア産業は充実して来た。そして、重なるIT産業振興のため、2000年から映像や音楽などデジタルコンテンツの発展に対する期待が高まりを見せ、コンテンツ産業振興が図られた。そして、こうした発展過程で蓄積したIT産業とコンテンツ産業の資源とノウハウは、札幌における創造産業の基盤となっていると考えられる³⁶。

しかし、産業の基盤があるとしても、地域内における創造産業環境はまた育っていないと考えられる³⁷。そのため、札幌市においては、現段階では創造都市の環境を醸成することが必要である。こうした中で、札幌国際芸術祭担当部は、札幌芸祭という「創造都市さっぽろ」を支える柱を通して、札幌市の創造産業環境を整備することを図ろうとしている³⁸。

④雇用の場を作ることによってクリエイターを集め、育成する

芸術祭の開催をきっかけにして、まずクリエイティブ関連産業が集積されれば、その雇用の場を通じて、人材集めが実現できると考えられる。これらは短期間でできる事ではないが、3年に1回のトリエンナーレの循環の中で、このような環境を整え、更に人材を集

³⁵同上

³⁶札幌市コンテンツ産業担当部の職員への筆者の聞き取りによる。(2014年9月17日実施)

³⁷札幌メディア・アーツ・ラボ所長への筆者の聞き取りによる。(2014年9月16日実施)

³⁸同上

めることで、創造都市さっぽろが確実に共に充実していくことを目指している³⁹。

第5章 地方圏における芸術祭と地域産業発展の関係についての考察

前章において、芸術祭が地域産業に与えた様々な影響が調査によって分かったことを紹介した。本章では、これらを基いて、前章の各状況をインバウンド効果とアウトバウンド効果の性質に拠る分類し、類型化した各項目を説明する。

5-1 インバウンド効果

地域産業におけるインバウンド効果は、資源の移入及び内発的発展による産業振興から考えると、(1) 資源の充実、(2) マーケティングの充実、(3) 産業のグレードアップ、が重要と考えられる。これら3つの要素、それぞれについて、考察を進める。

(1) 資源の充実

地域産業振興に対して、不可欠な要素は「カネ」、「ヒト」、「モノ」、「コト」と考えられる。芸術祭によって、これらの資源が地域に集めることが出来ると調査から見えてきた。今回の調査から、ハードウェアに関する「モノ」資源を充実させることは発見してないが、「カネ」については、大地の芸術祭が2003年から実施している「棚田バンク」の例から分かる。前述したように、棚田バンクの実行モデル(図2)によると、アートファンを主とする里親が、農業に出資し、いわゆる外部から米づくりを行うのに必要な運営資金を募って、地域産業に資金を注入することである。また、「ヒト」と「コト」については、以下のように説明する。

「ヒト」

人材の移入

前章で述べたように、人口減少地域である3つの事例のいずれにおいても人が居住するようになった例が

みられた。特に里山である大地の芸術祭と瀬戸芸においては居住を促す効果が著しい。その地方出身者が、大都市にはない、ゆとりのある生活に改めて気付き、帰郷する(Uターン)きっかけとなったり、大都市は人口が飽和状態に近づくが故に生活の質の低さ、コンクリートジャングルや生活リズムの早さに対して不満を持つ人が地方に移り住む(Iターン・Jターン)例も増えてきた。

芸術祭が地域の魅力を創り、大勢の人達が芸術祭を目的に地域を訪れていることをマスコミが取り上げて地域の文化芸術の豊かさを発信する。さらにその地域が住みやすいというイメージを全国に知らせて、移住を呼び掛ける。このようにして移住した人々が様々な分野で自分の能力を発揮することになれば、地方圏における担い手不足の問題の解消にもつながっていくことが期待できる。

人材育成

芸術祭におけるボランティア活動によって、産業に関するノウハウを蓄積することができ、人材を育成することが可能である。特に別府市のような観光特化した地域にとっては、地元の観光関連産業の人材が最も重要である。別府混浴温泉世界では、直接的に人材育成を行ってきた。外国人留学生が多いという地域の特性を活かし、立命館アジア太平洋大学の支援を受け、外国語対応のノウハウを培っている。その結果として、外国人のバックパッカーが増え、これに対応してバックパッカー向けのゲストハウスも増えた。大地の芸術祭でも、間接的ではあるが人材育成が行われている。芸術祭は地元産業の農業に関する「棚田バンク」を生み出したが、これをきっかけに、農家の後継者グループが結成され、将来自身で農業を担う意志のある人々が、グループ活動を通じて技術や経営ノウハウを習得することを目指している。

「コト」

アイディアの移入

通信技術の進歩が空間と距離の概念を変えたため、人材が地域に移住しなくてもアイディアが地域に流入することが可能になった。大地の芸術祭と瀬戸芸で行

³⁹同上

うリデザインプロジェクトでは、インターネットを通じて外部のアイデアを募ることが可能となった。アイデアの移入は人材の移入より柔軟性と迅速性を持ち、より多くの試みができる。リデザイン作品の受賞も地元の商品にとって、良い情報発信の機会である。

また、芸術祭が多数の来場者をもたらすことは地元の業者に対して良い販売機会を提供する。芸術祭をきっかけに、アートファンが普段足を運ばない地域を訪れ、消費行動が起こる。しかし芸術祭来場者の購買行動は少額少量であり、従来の消費形態とは異なる部分があることが、大地の芸術祭の試行錯誤で判明した。その少額少量の購買活動へ対応するための商品開発に、芸術祭と地元企業との技術連携が必要となり、従来からの古い産業・商品を活性化することができたことも成果として考えられる。

技術の向上

LED アートフェでは、芸術家と地域産業の技術連携があった。LED アートフェの特徴は、特定の素材(LED)を用いることである。芸術家に独自の発想があっても、対応できる技術がないと作品は実現できない。したがって、作品を制作するために、芸術祭実行委員会が芸術家と地元業者との意思疎通を促してきたと考えられる。こういう動きの中で、芸術祭は普段アートに触れる機会がない業者達が異分野との交流機会を与えられ、視野が広がることになり、更には新商品を開発のきっかけになった。芸術家と地元企業が相互に良い影響を与えあったと言える。

(2) マーケティングの充実

前項でまとめた産業を発展するための資源の充実以外、芸術祭はマーケティングの手法と見なして、市場を創造することができるという結果を導出した。ここでは、マーケティング・ミックスの4つの要素、

「Product (製品)」、「Price (価額)」、「Promotion (プロモーション)」、「Place (流通)」を基いて整理する。但し、今回の調査では、芸術祭と「Price (価額)」の関係には触れてないので、3Pの整理となることを予め前置きをする。

「Product」 — 新規創業

産業界を一つの企業に例えると、従業者や会社はその企業の製品と考えられ、長期戦略としては、多くの企業が製品多様化の戦略を採用して経営の安定性確保を追求していると言える(米谷、1999、p.45)。即ち、地域で発生する新規創業を促進することは、地域産業に対して安定的成長を確保することができる重要な施策であると考えられる。

大地の芸術祭、瀬戸芸、混浴温泉世界において、移住した人々による新規創業の例が数多く見られる。この点において留意すべきことは、大都市でのマーケットが飽和状態に近づいている上に、地方における生活コストが低く、起業に必要なコストが大都市より安いことである。業種から見れば、大地の芸術祭と瀬戸芸にある新規創業の例は参入障壁が低い飲食店が多数である。混浴温泉世界の場合は飲食店の他、新しいゲストハウスを開業する例もあり、地場産業としての観光産業を支えることも期待できる。また、移住した人の新規創業に限らず、首都圏と地方圏で2つの拠点を持つ新規創業のモデルが、大地の芸術祭への調査から分かった。このような芸術祭をきっかけとした新規創業によって、雇用の場を創出することは、人材を地域に呼び易くすることにつながるものと考えられる。

「Promotion」 — 客層の転換・拡大

混浴温泉世界の事例では、客層の転換・拡大という効果が顕著である。芸術祭は地域観光を牽引することができるため、別府市の地場産業(観光産業)とうまく組み合わせることができる。芸術祭が若年層と女性客の来訪を促すことで、別府市における衰退した観光産業を活性化することができると考えられる。大地の芸術祭と瀬戸芸では、観光産業は必ずしも地域の主要産業ではなかったため、別府ほどのインパクトではない。それでも、若者・女性をターゲットとするキャンペーンや商品を相次いで打ち出し、効果をあげている。また、芸術祭は国際的な発信力が強いいため、外国人をターゲットにすることも可能となった。

「Place」— 生産誘発

前述してきたとおり、新規創業が最も多くみられる業種である飲食店には、地元の食材を用いることを強調している店が多い。こういう新規創業の飲食店は、地域農業に対して流通の拡大を促すと言える。地方圏は農業が重要な産業となっていることが多く、近年、地方自治体は地方における農林水産物の地域ブランドづくりを推進してきている。新規創業の飲食店は地元食材を使うことによって、新鮮な食材を入手できることに加え、コストも抑えられる。このように、芸術祭をきっかけとして新規創業した飲食店は第3次産業ではあるが、農林水産業に対する需要拡大を通じて、地域における第1次産業に貢献することが可能となる。

(3) 産業のグレードアップ

産業転換

第1章第3節で言及した産業振興策の一つ、産業構造論が論じた第1次産業から第3次産業までをカーブすることで第6次産業化するという方策は、瀬戸芸の事例で実現してきた。離島の漁師が民宿を開業することは、産業構造の視点からみると、第1次産業から第3次産業にウエイトに移すことに他ならないが、いちご農家の事例からは第6次産業化の成功を見てとすことが出来る。しかし上述の例は、いずれも行政からの支援により実現したものである。漁師民宿の開業は、香川県地域づくり推進室が、瀬戸芸の開催を契機に産業転換の可能性を見出し、「香川県離島振興計画」によって体験型民宿を推進してきている。一方、香川県農業生産流通課は、早い時期から地域に移住した人による第6次産業化を促進してきた。

創造性を喚起させる

札幌においては、IT・コンテンツ産業があっても、製造業の段階に留まって、未だ創造産業とは言えない企業が多い。札幌市における創造産業の振興のためには、従来の企業の内面から創造性を培う必要がある。札幌市に対して、札幌芸祭の作品制作を通じて地元企業に新規商品やサービスのインスピレーションを与えることを期待している。従って、新企業・外部企業の転入を誘うだけでなく、LEDアートフェのように、

芸術祭をきっかけにした業者との連携により、外部との交流・コラボレーションで域内企業の内面的な創造性を喚起して、最終的に創造産業に産業転換することを目指すことが重要である。

5-2 アウトバウンド効果

(1) 地域ブランドの認識度を高める

芸術祭のテーマ、コンセプトや作品技術の展示によって、地方都市の新たな産業を全国、世界に発信し、認識度を高める。そして、このような情報発信の効果によって、地域ブランドを確立する。中でも、混浴温泉世界とLEDアートフェは直接地域産業をテーマとして示すことに通じて、効果的に地域ブランドを発信することが出来ているものと考えられる。

(2) 産業集積を呼ぶための情報発信

芸術祭の情報発信により産業の町が形成され、産業に優しい環境を育てることで、関連産業の集積がしやすくなると想定できる。また、起業を目指す創造的人材を集めるには、生活の質が重要である。1980年代、通商産業省⁴⁰における「テクノポリス (Techono-Polis 技術集積都市) 構想」では、新産業都市になるために、①人口数十万の既存母都市の近郊、②先端技術産業と学術研究機関、③快適な住環境 (人間性豊かな潤いとゆとりのある職住近隣の居住区)、の要素が取り上げられた⁴¹。芸術祭の開催によって、③で示した文化・芸術の潤いある心豊かな生活が実現でき、産業立地の魅力のひとつとなると考えられる。

成果から見ると、LEDアートフェはすでに2回開催されているため、集積の結果がある程度分かる。一方、札幌芸祭は初回であり、終了後まだ間もないため、成果の証明には時間を要するであろう。

⁴⁰ 経済産業省の旧称

⁴¹ テクノポリス構想総論

<http://www.e.okayama-u.ac.jp/~ryonk/lecture/tech/1.htm>
(2014.12.25 閲覧)

5-3 まとめ

インバウンド効果とアウトバウンド効果を比較すれば、インバウンド効果に強いインパクトがあると考えられる。その原因としては、地方圏芸術祭は元々アートプロジェクトであり、アートプロジェクトの特性は前述したように、地域・住民との交流・コミュニケーションである。アーティストや鑑賞者は外部者であり、芸術祭を契機に外部と地域内部との交流が盛んになる。このようなコミュニケーションはインバウンド効果の発生を促す。その意味合いから考えると、既存産業の活性化を求める人口減少地域では、芸術祭運営側による主動的な産業振興の試みよりも、むしろ民間の自発的・間接的な影響が重要である。それは芸術祭を触媒にして地域活性化の重要な要素である既存産業との触れ合いの過程で、自然に生じるインバウンド効果とも言える。

一方、地方都市における2つの事例をみると、行政主導の取り組みが多く、比較的新しい産業の基盤短期集中的にを固めるためには、必要な資源を呼び込むことが重要である。また、表4に表わされているように、今回考察した結果の中には、地方都市でもインバウンド効果があることが判った。ただし、LEDアートフェにおける「技術の向上」は、その受益者は単一の企業であり、産業全般に影響を及ぼす訳ではない。

人口減少地域と地方都市、いずれにおいてもインバウンド効果とアウトバウンド効果が混在している場合があるが、地域産業の現状を考えると、人口減少地域における既存産業はインバウンド効果、そして地方都市における新産業はアウトバウンド効果が顕著という結果を示しているものと考えられる。

終章 結論

芸術祭に対して、主要な目的は地域活性化であり、経済的な効果のみ求めるわけではない。第2章第2節で言及した、芸術祭の開催と共にもたらされる経済波及効果はかなり大きいと言われるが、これらの効果は短期的な付加効果と考えられる。しかし、地方の持続的発展のために、長期的に地域経済を支えられる地域産

業の振興不可欠であることは言うまでもないが、こうした地域活性化の視点から捉えられる産業振興は、単なる数字的な売り上げや出荷額のみではない。産業関係者の心理的な側面も含めて長期的・総合的に地域産業を振興させることが、地方圏芸術祭における産業振興の意義である。

ここでは、芸術祭における産業振興の効果を実現可能にするために必要な3つの要素を取り上げたい。

第1は継続の必要性である。地方自治体で行う地方圏芸術祭は小規模アートプロジェクトより予算規模が多いため、税金の使い道に関心を持つ市民の視点からの評価と、政策を常時チェックしている地方議会の評価が芸術祭の存続に大きな影響を与える。また、政権の交代、自治体における予算不足の問題も芸術祭を持続する可能性を左右する。10年を超えた大地の芸術祭においても、第1回の開催後の2001年の十日町市長選挙で、芸術祭反対派が当選している。結果的に大地の芸術祭の開催は継続されることになったが、芸術祭の存続についての争いが毎回の市長選挙で引き起こされている(寺尾仁 2014, pp.114-115)。特に、札幌芸祭のような芸術祭の定期的な開催を通して地域の産業環境を育成する目標は、持続的に行わないと効果が出ない。そして、継続的な開催によって芸術祭がもたらした成果が見られると、業者との連携もより容易に出来るようになって来る。大地の芸術祭の「リデザインプロジェクト」も、最初業者との連携上手く行っていなかったが、試行錯誤重ねることによって新しいモデルを生み出すことが出来た。それが成功モデルになって瀬戸芸も参入したと言える。従って、芸術祭の継続性は重要な課題と考えられる。

第2は行政の支援が不可欠なことである。芸術祭による産業振興の効果は、行政の支援により効率的に達成できると考えられる。例えば瀬戸芸の「第1次産業を第3次産業に転換」する事例では、芸術祭が漁師民宿を開設する契機となった事を受けて、香川県が「香川県離島振興計画」により、民宿開設ための補助金や施設の整備などの支援策をスタートさせた。各地方自治体には、それぞれの産業振興施策や地域活性化の方針があるが、その中には前章で考察した効果と重なる

ところが少なくない。それ故、関連する政策や補助金の設定と、インバウンド・アウトバウンド効果が有効に働くことが重要である。瀬戸内国際芸術祭では人材移入の効果が著しかったため、2014年から高松市の移住アンケートに、移住したい理由として「瀬戸内国際芸術祭で高松市を訪れた際に気に入ったため」を新しい項目として新設し、芸術祭をきっかけに移住する人達の需要を把握できるようにした。このように行政が、芸術祭と産業振興との関連を強く意識すれば、芸術祭における産業振興の効果を顕在化させることが期待できるものと考えられる。

第3には、民間の自主性である。第4章で記した調査結果では、民間の自発的な動きが少なくなかった。例えば大地の芸術祭の「農家の後継者グループによる担い手の喚起・育成」で農家後継者グループの結成や人材の移入も自発的な動きである。それは郷土愛の強い地方圏では芸術祭を触媒としてかなり起き易いと言える。また、アートプロジェクトは、人と地域のコミュニケーションと社会分野への関心などの特性があるが故に、人を惹きつけやすい。特に若者と創造的人材は芸術祭を契機として地域に入り込み、地域の問題を強く意識して解決策を探る傾向がある。

本論文の調査対象ではないが、千葉県市原市では、2014年第一回の芸術祭終了後、新しい産業振興ビジョンを設定した。市原市における産業振興ビジョンでは、芸術祭が、まちづくりや産業振興を融合させる新しい形態のイベントとして位置づけられた。つまり、芸術祭が行政に対して、産業振興の重要な要素のひとつであることをアピール出来たと考えられる。こうした地方圏芸術祭の産業振興への貢献の可能性が広がる現在、本論文で考察した各効果が今後、芸術祭による産業振興を図ろうとする自治体にとって、施策の参考になれば幸いである。

最後に、本研究でとりあげた5つの事例はそれぞれ独自の背景があり、個別にその成功の要因が異なる。また、地方都市については代表的事例が必ずしも多くはないため、今回の調査はIT産業に絞ったものとなった。他の地方都市における様々な産業における可能性については触れてなく、今後の研究課題である。また、

札幌芸祭について、筆者が調査を行った時期は第一回の会期中であり、産業振興の効果はまた予想の段階に留まるものであるため、事後の結果追跡が必要である。今後は、日本全国における地方圏芸術の調査対象を増やし、立論を補強したい。

謝辞

本研究を進めるにあたり、多くの方々にご協力とご指導を頂きました。大学院の方々など研究室のメンバーには常に重要なご意見を頂き、研究の助けとなった事は数え切れない程です。共に研鑽ながら、非常に有意義な2年間を過ごすことが出来たことに感謝致します。ありがとうございます。そして、本研究の調査対象者の皆様には、お忙しい中にご協力とご意見を頂きました事を心より御礼申し上げます。

参考文献

- 有馬 昌宏 (2002) 「文化経済学における実証研究の動向と課題」『文化経済学』第3巻号, pp.11-16
- 伊藤正昭 (2011) 『新地域産業論』学文社
- 伊藤正昭 (2013) 「停滞する地域経済循環と地域産業の活性化」『CUC View&Vision』No.36
- 一般財団法人日本立地センター (2014) 「内発的発展論のための”新・地域産業”の創出に関する研究 報告書」
- 枝廣可奈子・長畑実 (2010) 「現代アートを活用した地域の再生・創造に関する研究 :直島アートプロジェクトを事例として」 *Journal of higher education* 7, pp.131-143
- 小川正博・関満博 (2000) 『21世紀の地域産業振興戦略』新評論
- 小川泰文・森傑 (2010) 「中山間地域のコミュニティ賦活における廃校活用方法としてのアートイベントの可能性 :新潟県十日町『大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ』に注目して」『日本建築学会北海道支部研究報告集』No.83, pp.321-324, 日本建築学会
- 香川県政策課地域づくり推進室 (2013) 「香川県離島振興計画 (平成25年12月変更)」
- 河合明宣 (2011) 「地域産業論」河合明宣編『地域の発展と産業』pp.236-250.財団法人放送大学教育振興会
- 川俣正・桂英史(2003)「アートプロジェクト実践のスキーム」東京芸術大学先端芸術表現科編『先端芸術宣言!』岩波書店
- 熊倉純子監修 (2013) 『日本型アートプロジェクトの歴史と現在』公益財団法人東京都歴史文化財団東京文化発信プロジェクト室
- 経済産業省 (2013) 「各地域の経済の現状と取組みについて」
- 暮沢剛巳・難波祐子 (2008) 『ビエンナーレの現在—美術をめぐるコミュニティの可能性』青弓社
- 国土交通省 (2008) 「観光と環境に関する調査 報告書」
- 小倉行雄 (2011) 「地域発展の方法論とその応用」河合明宣編『地域の発展と産業』pp.75-89.放送大学教育委員会
- 小本恵照 (2007) 「地域経済の現状～地域格差の背景について～」ニッセイ基礎研究所
- 小林令明 (2005) 「アートを活用した過疎地活性化に関する研究(2)—越後妻有アートネットワーク整備事業における大地の芸術祭の文化面からの評価
- 佐々木 雅幸 (2012) 『創造都市への挑戦—産業と文化の息づく街へ』岩波現代文庫
- 瀬戸内国際芸術祭実行委員会 (2013) 「瀬戸内国際芸術祭2013 総括報告」
- 寺尾仁 (2014) 「大地の芸術祭と人々—住民、こへび隊、アーティストが創り出す集落・町内のイノベーション—」澤村明編著『アートは地域を変えたか—越後妻有大地の芸術祭の十三年 2000-2012—』pp.101-146,慶應義塾大学出版社
- 十日町市 (2010) 「十日町市過疎地域自立促進計画」
- 新潟県 (2006) 「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ2006の開催にかかる経済波及効果」『地域経済・産業分析レポート'06』pp.151-179
- 西 孝 (2012) 「アートによる集客と地域—香川県直島のアートプロジェクトの事例から—」『文化経済学』9巻2号, pp.79-90
- 早川敬一 (2011) 「イベントの経済波及効果」
<http://eventology.org/2/2011/53-54.pdf> (2014.12.25 閲覧)
- 下平尾勲 (1999) 『現代地域論—地域振興の視点から—』八朔社
- 大地の芸術祭実行委員会 (2013) 「大地の芸術祭越後妻有アートトリエンナーレ2012 総括報告書」
- 武邑光裕 (2013) 「北海道札幌市トランスメディアとしての創造都市—メディア・アーツ都市の創造経済」
<http://ccn-j.net/activity/pdf/ad16fa0c23a04232c33ec0121de7b6e7.pdf> (2014.12.25 閲覧)
- 徳島 LED アートフェスティバル実行委員会 (2010) 「徳島 LED アートフェスティバル 2010 事業報告書」
- 徳島県商工労働部新産業戦略課 (2010) 「LED バレイ構想行動計画」
- 内閣府 (2013) 『平成24年度年次経済財政報告』
http://www5.cao.go.jp/j-j/wp/wp-je12/h03_02.html (2012.12.25 閲覧)
- 中澤純治 (2012) 「過疎地域における産業振興」『日経研月報』2012.3
- 中島正博 (2012) 「過疎高齢化地域における瀬戸内国際芸術祭と地域づくり:アートプロジェクトによる地域活性化と人びとの生活の質」『広島国際研究』第18巻, pp.71-89

中村研二 (2010) 「地域格差の現状と地域経済活性化の方向性」『自治体チャンネル』No.117,pp.26-29

中村剛治郎 (2000) 「内発的な発展論を求めて」『政策科学』7巻3号 (2000年3月) pp.139-161 立命館大学政策科学会

中村良平 (2014) 『まちづくり構造改革—地域経済構造をデザインする』日本加除出版

日本銀行 (2014) 「地域経済報告—さくらレポート— (2014年7月)」

橋本敏子 (1997) 『地域の力とアートエネルギー』学陽書房

長谷川秀男 (2011) 『地域経済論—パラダイムの転換と中小企業・地場産業』日本経済評論社

八田典子 (2010) 「地域創生に資する「現代アート」の力—調査事例からの考察—」『総合政策論叢』第19号 pp.53-66, 島根県立大学総合政策学会

平野真 (2011) 「アートによる地域活性化～新たな地域経済創出への方法論として～」

福与徳文 (2011) 『地域社会の機能と再生—農村社会計画論』日本経済評論社

柳澤有吾 (2007) 「公共性とアート: 「ミュンスター彫刻プロジェクト」2007」『奈良女子大学文学部研究教育年報』第4号 pp.135-146. 奈良女子大学

吉野忠雄 (2013) 「サッポロバレーの盛衰」『大阪経大論集』第63巻第6号 pp.191-210, 大阪経済大学

米谷雅之 (1999) 「製品戦略としての製品多様化」『山口経済学雑誌』第47巻第5号 pp.29-62 山口大学経済学会。

NPO 法人棚田ネットワーク (2011) 『棚田とまもりびと～日本の棚田保全の現状』

ウェブサイト (2014.12.25 閲覧)

札幌国際芸術祭 2014 ホームページ

<http://www.sapporo-internationalartfestival.jp/2014/>

瀬戸内国際芸術祭ホームページ <http://setouchi-artfest.jp/>

大地の芸術祭の里ホームページ

<http://www.echigo-tsumari.jp/>

徳島 LED アートフェスティバルホームページ

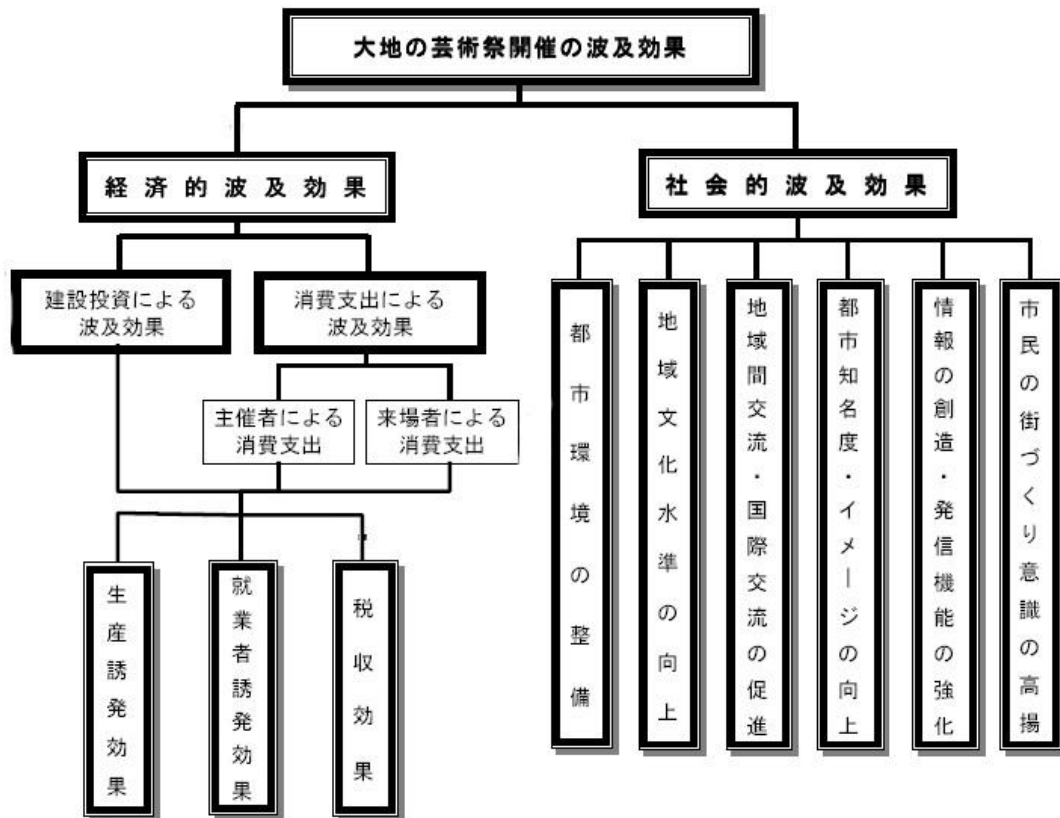
<http://tok-led-artfest.net/>

BEPPU PROJECT ホームページ

<http://www.beppuproject.com/>

図表

図1 大地の芸術祭開催がもたらす波及効果



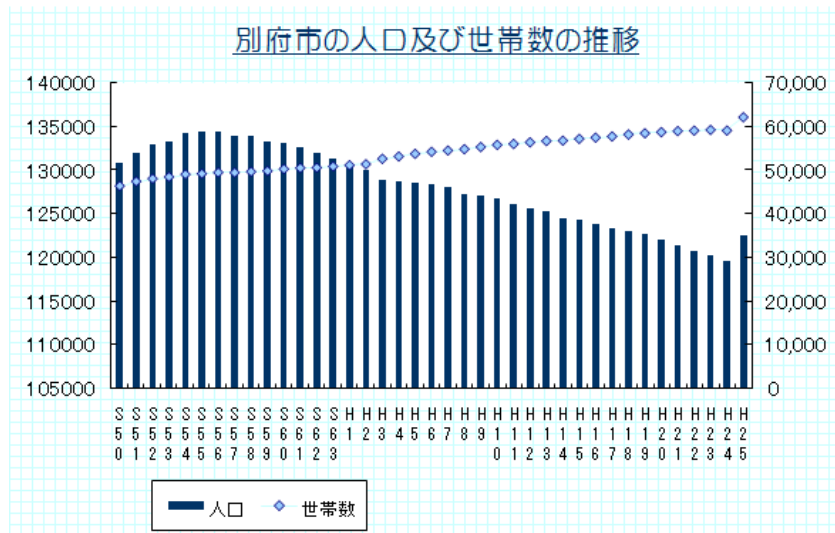
(出典：「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ 2006 の開催にかかる経済波及効果」)

図2 棚田バンクの実行モデル



(出典：大地の芸術祭ウェブサイト http://www.echigo-tsumari.jp/activity/tanada_owner/
2014.12.9 閲覧)

図3 別府市の人口統計



(出典：別府市ウェブサイト <http://www.city.beppu.oita.jp/03gyosei/jinko/index.html>
2014.12.25 閲覧)

表1 日本の芸術祭 (2014 まで持続) Cultivate No. 40 を基に筆者が整理した

	名称	主な実施主体	場所	開始年など
1	UBEビエンナーレ (現代日本彫刻展)	宇部市	山口県宇部市	1962年～(2年に一度)
2	世界ポスタートリエンナーレ トヤマ	富山県近代美術館	富山県富山市	1985年～(3年に一度)
3	国際陶磁器フェスティバル美濃	岐阜県	岐阜県・多治見市・ 土岐市・瑞浪市	1986年～(3年に一度)
4	高知国際版画トリエンナーレ	高知県	高知県吾川郡いの町	1990年～(3年に一度)
5	葉山芸術祭	住民	神奈川県三浦郡葉山町・逗子市	1993年～(毎年)
6	大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ	十日町市/津南町/NPO法人越後妻有里山協働機構	新潟県十日町市・津南町	2000年～(3年に一度)
7	横浜トリエンナーレ	横浜市	神奈川県横浜市	2001年～(3年に一度)
8	あおもり国際版画トリエンナーレ	青森市	青森県青森市	2001年～(3年に一度)
9	現代美術の国際芸術祭 BIWAKOビエンナーレ	NPO法人エナジーフィールド	滋賀県近江八幡市・東近江市	2001年～(2年に一度)
10	トロールの森	遊工房アートスペース	東京都杉並区	2002年～(毎年)
11	福島現代美術ビエンナーレ	国立大学法人福島大学	福島県福島市	2004年～(2年に一度)
12	街かど美術館アート@土澤	萬鉄五郎美術館	岩手県花巻市東和町土沢	2005年～(2年に一度)
13	わたらせアジア国際現代芸術祭 watarase Art Project	アーティスト	群馬県桐生市・みどり市 栃木県日光市足尾町	2006年～(毎年)
14	中之条ビエンナーレ	中之条町	群馬県中之条町	2007年～(2年に一度)
15	神戸ビエンナーレ	神戸市	兵庫県神戸市	2007年～(2年に一度)
16	北九州国際ビエンナーレ	NPO法人アートインスティテュート北九州	福岡県北九州市門司港地区	2007年～(2年に一度)
17	黄金町バザール	初黄・日ノ出町環境浄化推進協議会/NPO法人黄金町エリアマネジメントセ	神奈川県横浜市(初黄・日ノ出町地区)	2008年～(毎年)
18	開港都市にいがた 水と土の芸術祭	新潟市	新潟県新潟市	2009年～(3年に一度)
19	別府現代芸術フェスティバル 『混浴温泉世界』	別府市/NPO法人BEPPU PROJECT	大分県別府市	2009年～(3年に一度)
20	堂島リバービエンナーレ	堂島リバーフォーラム	大阪府大阪市	2009年～(2年に一度)
21	土祭-HIJISAI	益子町	栃木県益子町	2009年～
22	瀬戸内国際芸術祭	香川県	香川県 瀬戸内海の島々	2010年～(3年に一度)
23	あいちトリエンナーレ	愛知県	愛知県名古屋市・岡崎市	2010年～(3年に一度)
24	金沢・世界工芸トリエンナーレ	金沢市	石川県金沢市	2010年～(3年に一度)
25	会津・漆の芸術祭	福島県立博物館	福島県 会津若松市・喜多方市	2010年～(毎年)
26	逗子メディアアートフェスティバル	逗子市	神奈川県逗子市	2010年～(毎年)
27	徳島LEDアートフェスティバル	徳島市	徳島県徳島市	2010年～(3年に一度)
28	札幌国際芸術祭	札幌市	北海道札幌市	2014年～(3年に一度)
29	中房総国際芸術祭 「市原アート×ミックス」	市原市	千葉県市原市	2014年～(3年に一度)
30	まちのおくの芸術祭 山形ビエンナーレ	東北芸術工科大学	山形県山形市	2014年～(2年に一度)

表2 プレ調査の結果

	芸術祭	形式	関連産業
人口減少地域	瀬戸内国際芸術祭	産業転換	漁業
		人材集め（U・Iターン）	農業、サービス業など
		6次産業化の促進	農業
地方都市	徳島LEDアートフェスティバル	企業集積・情報発信	LED関連産業
		技術力の向上	

表3 研究対象一覧表

	芸術祭	調査対象	実施主体	目的/コンセプト
人口減少地域	大地の芸術祭	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO 越後妻有里山協働機構 ・十日町市観光交流課、企画政策課 ・十日町商工会議所 ・地元業者 	十日町市観光交流課芸術祭推進室/NPO 越後妻有里山協働機構	<ul style="list-style-type: none"> ・交流人口の増加 ・地域の情報発信 ・地域の活性化
	瀬戸内国際芸術祭	<ul style="list-style-type: none"> ・香川県瀬戸内国際芸術祭推進室 ・香川県地域づくり推進室 ・香川県産業政策部 ・高松市観光交流課、産業振興課 	香川県瀬戸内国際芸術祭推進室	<ul style="list-style-type: none"> ・アート・建築 ・生活—住民の元気 ・交流—日本全国世界各国の人々が関わる ・未来—次代を担う若者や子どもたちへ
	別府混浴温泉世界	<ul style="list-style-type: none"> ・NPO BEPPU PROJECT ・別府市観光課 ・地元業者 	NPO BEPPU PROJECT	<ul style="list-style-type: none"> ・文化芸術の振興 ・観光振興・地域の活性化と多様性の開拓 ・地域の人材育成
地方都市	徳島LEDアートフェスティバル	<ul style="list-style-type: none"> ・徳島市経済政策課 ・徳島県新産業戦略課 	徳島市経済部経済政策課	「徳島＝LED」を全国に向けて発信する
	札幌国際芸術祭	<ul style="list-style-type: none"> ・札幌国際芸術祭実行委員会 ・札幌市コンテンツ産業担当課 ・札幌市国際芸術祭担当部 	札幌市観光文化局国際芸術祭担当部	<ul style="list-style-type: none"> ・既存文化事業との連携 ・観光イベントとの連携 ・メディアアーツの展開

表 4 芸術祭における産業振興効果考察

		主要関連産業	インバウンド効果	アウトバウンド効果
人口 減少 地域	大地の芸術祭	<ul style="list-style-type: none"> ・きもの産業 ・農業 ・食品加工業など 	<ul style="list-style-type: none"> ・人材の移入 ・アイデアの移入 ・新規創業と需要増 ・人材育成 	N/A
	瀬戸内芸術祭	<ul style="list-style-type: none"> ・農業 ・漁業 ・他 	<ul style="list-style-type: none"> ・人材の移入 ・アイデアの移入 ・新規創業と需要増 ・産業転換 	N/A
	別府混浴温泉世界	<ul style="list-style-type: none"> ・観光業 (温泉関連) 	<ul style="list-style-type: none"> ・新規創業と需要増 ・人材育成 ・客層の転換・拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド認識度を高める
地方 都市	徳島 LED アート フェスティバル	<ul style="list-style-type: none"> ・LED 関連産業 	<ul style="list-style-type: none"> ・技術の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド認識度を高める ・産業集積呼ぶための情報発信
	札幌国際芸術祭	<ul style="list-style-type: none"> ・創造産業 (コンテンツ関連) 	<ul style="list-style-type: none"> ・創造性の喚起を求める 	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ブランド認識度を高める ・産業集積呼ぶための情報発信