

令和（2019）年9月12日（木） 大会一日目

09:45～12:15

セッションA3 **文化・スポーツ** **23302 教室**

座長 竹川 克幸（日本経済大学）

田代洋久（北九州市立大学）

[A3-1](#) コミックマーケットをめぐる二次創作市場の構造と二次創作者の動機に関する研究

○立花晃 井関崇博 岡元明希

龍谷大学地域公共人材・政策開発リサーチセンター 兵庫県立大学環境人間学部
株式会社オルトプラス

[A3-2](#) スポーツツーリズム推進による社会的効果に関する一考察-阿南市における野球のまち推進事業を例に-

○植田諭史

徳島文理大学大学院 総合政策学研究科

[A3-3](#) 文化施設の活動評価システムの検討-社会的利益に着目して-

○垣内恵美子

政策研究大学院大学

[A3-4](#) アートの力による地域イノベーションに関する研究

○新田亜紀子 風見正三

宮城大学大学院事業構想学研究科

コミックマーケットをめぐる二次創作市場の構造 と二次創作者の動機に関する研究

Research on the Structure of the “Secondary Creative” Market and the
Motivation of the “Secondary Creator” Over the Comic Market

○立花 晃（龍谷大学 地域公共人材・政策開発リサーチセンター（LORC））
井関 崇博（兵庫県立大学）
岡元 明希（株式会社メタップス）

1. はじめに

近年、わが国におけるマンガやアニメの文化は、世界でも“クールジャパン”として注目されており、その市場規模はますます大きくなっている。また、2017年に制定された『文化芸術基本法』では、それらを含むコンテンツ芸術の振興が明記された。技術革新や創作環境、ツールなどの充実により誰もが表現者として創作に係わることができる総表現社会となりつつある中で、既存のコンテンツ…マンガ・アニメ・音楽などを元ネタとし、創作者の中で新たな意味付けを施された創作物“二次創作”と呼ばれる創作物に注目が集まっている。

しかし、二次創作物に関する日本最大の即売会である「コミックマーケット」を含む二次創作市場や、二次創作者たちに関する研究はほとんどなされていない。

そこで、本研究では二次創作市場の構造や、二次創作者達の活動実態に焦点を当てながら、今後のわが国の二次創作市場のあり方について考察する。

2. コミックマーケットについて

2. 1 コミックマーケットとは何か

本研究の対象である「コミックマーケット」とは、「コミックマーケット準備会」の運営するひとつのイベントの名称（コミケ、コミケットなどの略称で呼ばれる）であり、主にはアニメ・漫画・ゲームその他周辺ジャンルの自費出版同人誌の展示即売会である。現在は東京ビッグサイト全館で夏に三日間、冬に三日間開催しており、このイベントの特徴は同人即売会としての歴史が古いこと、一民間団体が行う屋内イベントとしては日本最大ということなどである。第一回コミックマーケットは1975年に行われ、以降、開催回数は70回を超え、2000年代以降はサークル参加数は35,000スペース、一般参加者数は600,000人を超える規模へと拡大している。

現在、二次創作の出展先といえば「コミックマーケット」を連想されることが多いのも、こうした歴史や規模の大きさからである。

2. 2 コミックマーケット準備会の理念

コミックマーケット準備会はボランティアベースによる運営で、法人格をもたない。そのボランティアスタッフは現在約3000人以上である。これに加え、公的機関への対応や各種契約処理、事務所維持など法人格がないと難しい業務を取り扱い、コミックマーケット準備会を支援するための組織として「有限会社コミケット」という団体が存在する。コミックマーケットは同人誌を中心としたすべての表現者を許容し、継続することを目的とした表現の可能性を広げるための場である。コミックマーケット公式サイトによると、『コミケットは従来の流通形態とは異なる形でマンガ・アニメ・ゲーム等に関連した作品・評論が流通する基盤となった。コ

ミケットは、プロ・アマチュアを問わず、誰もが表現者となり、多様な作品が生まれ続ける文化—同人文化の原点の一つと言える。』としている。つまりコミックマーケット準備会とは、様々な創作者に創作者であり続けてもらえるような場を創り出すべく活動している団体であるといえる。また、コミックマーケットにいわゆる「お客様」はおらず、創作者、買い手などすべての人々が「参加者」であり、参加者は全員対等であると位置付けている。

3. 二次創作市場の構造

「コミックマーケット」で出展される創作物は主に上述の“二次創作”と呼ばれる創作物が数多扱われている。わが国の二次創作の歴史は古いが、現在では主に二次創作物とは、「現在では既存のコンテンツ…マンガ・アニメ・CDなどを元ネタとし、創作者の中で新たな意味付けを施された創作物全般」を指す。このような二次創作と同人作品に関する活動の流れとビジネスの関係を図-1のようにまとめた。ここには、多少のグラデーションはあるが、一次創作と二次創作のファン層の違いが存在する。

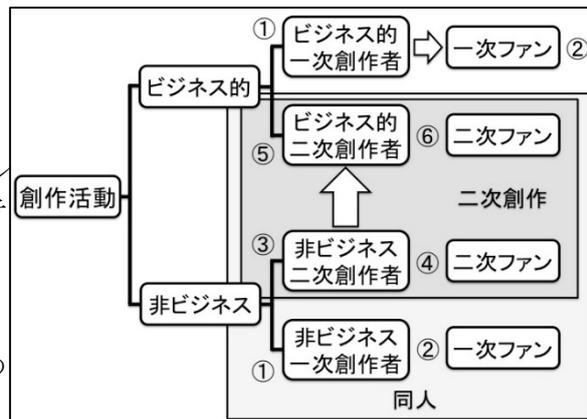


図-1 創作活動とビジネスの関係

4. コミックマーケットの調査方法

4. 1 調査対象

「コミックマーケット」は、先にも述べたようにこのようなイベントの中では歴史も古く、日本最大規模の屋内即売会イベントである。よって今回の調査対象として選定した。

しかし、創作者は潜在的な創作者も含めると、非常に大勢になるため、今回は研究対象となる創作者をある程度絞って設定する。より多くの創作者の声をきくために、今回の研究では二次創作市場の中で現在最も多く出展されている「アニメ・漫画・ゲーム」などを元モチーフとした創作者、かつ日本最大の同人誌即売会である「コミックマーケット」に出展経験のある二次創作者を対象とする。

4. 2 調査方法

調査方法はまず、実際に「コミックマーケット」に一般参加、サークル参加し、参与観察を行う。次に「コミックマーケット準備会」が発行する「カタログ」等コミックマーケットに関する書籍から市場を分析する。以上二点の調査方法で二次創作市場への理解を深める。

また、創作者の数は潜在的な者も含めると膨大であるため、今回の調査対象は日本最大の二次創作即売会である「コミックマーケット」に出展経験のある二次創作者に限定した。調査内容は、あらかじめ設定した質問と、ヒアリングの中で出てきたキーワードに関する質問をもとに、ジャンルを問わず各主体に半構造化インタビューを行う。

5. 結果・考察

5. 1 市場の分析結果・考察

(1) 参与観察

今回は① 2016年夏コミ（C90）に一般参加、② 2017年夏コミ（C92）に企業参加、③ 2017年冬コミ（C93）に本研究の共著者の一人である岡元がそれぞれ一般参加（コスプレ）、企業ブース参加およびサークル参加し、参与観察を行った。

(2) コミケの市場構造

参与観察から得られた情報を元に、コミケの市場構造について図-2のようにまとめた。現在のコミックマーケットの市場の構造は、コミックマーケット準備会が運営するコミックマーケットというイベントに同人誌やグッズなどを製作する创作者たちや、一般参加者たちが参加し、欲しいアイテムを売買していく。先に述べたように创作者同士の物々交換（互酬の論理）のようなやり取りもここで行われる。「コミックマーケット」は主催である「コミックマーケット準備会（コミケ準備会）」が運営を担当し、現在の会場である有明の東京国際展示場（東京ビッグサイト）に创作者たち（「サークル」）が自身の作品を頒布するための「スペース」を配置、著作権が存在している二次創作物は基本的に著作権元から創作に対して暗黙の了解を得ている。

現在、会場には一般クリエイターだけでなく、企業ブースも西ホールにて参加している。企業ブースは自由な创作者たちとは違い、著作権使用の許諾を得て出展をする。

本イベントでは、参加者はすべて上下なく対等に扱われる。イベント当日は一般ユーザー（创作者ではない買い手）がクリエイターの頒布物を購入したり、クリエイター同士で創作物の売買や交換が行われる。

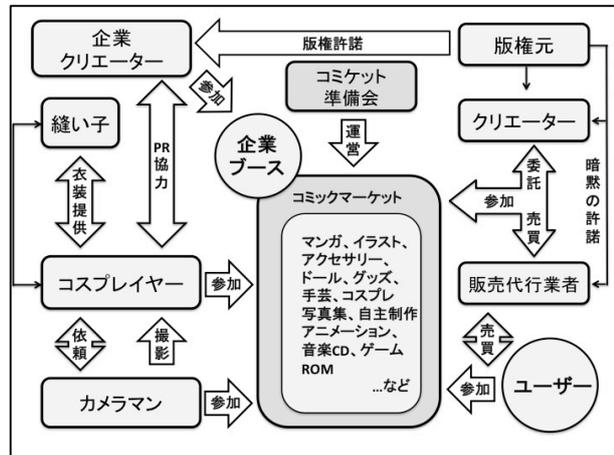


図-2 コミックマーケットの市場構造

5.2 二次創作者に関する考察

次に、実際に二次創作を行う二次創作者たちにヒアリングを行った。調査概要については表-1にまとめた。インタビューについては、予め用意した下記質問項目を元に反抗増加インタビューを行った。その際、自らもイベントに参加する形で参与観察を行った。

今回ヒアリング調査の対象としたのは漫画家、イラストレーター、コスプレイヤー、音楽クリエイターなど様々な創作ジャンルで活動する男女9名である（表-2）。

表-1 インタビュー調査概要

| 調査概要 | |
|----------|-------------------|
| 方法 | 半構造化インタビュー、参与観察 |
| プレ調査実施時期 | 2017年10月～2017年11月 |
| 本調査実施時期 | 2017年12月～2018年10月 |
| 調査対象 | コミケへの参加経験のある創作者 |
| 調査実施者 | 岡元明希 |

表-2 調査対象者概要

| 対象 | 年齢 | 性別 | 出身地域 | コンテンツの属性 |
|----|----|----|------|-----------------|
| A氏 | 37 | 男性 | 神奈川 | 漫画 |
| B氏 | 33 | 男性 | 神奈川 | 漫画原案・サークル運営 |
| C氏 | 34 | 女性 | 東京 | 漫画から小説へ転向 |
| D氏 | 20 | 男性 | 名古屋 | イラスト・コスプレ |
| E氏 | 33 | 男性 | 名古屋 | コスプレ撮影 |
| F氏 | 24 | 女性 | 千葉 | 衣装製作・コスプレライブ |
| G氏 | 28 | 女性 | 大阪 | 小説 |
| H氏 | 35 | 男性 | 東京 | 作曲・DJ#b0・ゲーム本製作 |
| I氏 | 38 | 男性 | 東京 | 小説・コミケスタッフ |

5.3 コミケ参加および二次創作に関する課題

コミックマーケットの参与観察や交流、そして半構造化のインタビュー調査によるヒアリング結果から、創作に関わる課題点に対して対象者の場合わけを行なった。表-3にその結果をまとめた。

これらの結果から、二次創作者の抱える課題点をまとめると、大きく以下の二点が挙抽出できた。

課題点1：

創作物を作りたい気持ちはあるものの、本業ではないことや、普段の生活との兼ね合いもあり、なかなか自身の技術が納得のいくものにならないこと。これらに関しては、自身の技能や環境、ま

表-3 二次創作者の創作に関わる課題

| 内発的な課題 | |
|------------------------|---------|
| 表現したいものと自身の創作能力が追いつかない | B,D,G, |
| 人間関係の構築のしづらさ | D,F |
| 外発的な課題 | |
| 運営の不備に対する不満 | E, |
| 著作権元との折り合い | A,D,F,H |

たモチベーションに関する課題であるといえる。

課題点 2 :

自身が創作しているのは著作権元の暗黙の了解であるということが前提にあるため、創作したものを発表していきたいが、大々的に発表することはできないジレンマが存在する。これらに関しては、制度的問題や組織内部の構造的問題が関係する。

5. 4 課題に関する考察

表-4 二次創作者の創作動機の場合分け

表-4 に、各インタビュー対象者の二次創作に関する動機について整理した。

| | |
|-------------------------|-------------------|
| 好きな作品への愛を創作として表現したい | A,C,D,E,F ,G,H |
| 好きな作品への愛を創作をすることで語り合いたい | E,G,H,I |
| 創作を通して売上をあげたい | B |
| 創作すること自体が楽しい | A,B,C,D, E,H |

(1) 課題点 1 に関する考察

コミックマーケットへの参与観察、またヒアリング調査にて出会ったクリエイター達の中には、様々なものを犠牲にしても納得のできるいいものを作っていきたいという者もいた。そのひたむきな創作への姿勢は、経済的な視点ではなく、ひたすらに「ホモ・ルーデンス(=純粋な遊び)」的な創作を追求していると感じた。

よってクリエイションに関して、仕事や金銭面、時間の確保や技術面の足りなさは、彼らにいわせれば一種の「言い訳」として捉えられるものである。無理やり身体を起こして、机に向かわせなくても、つつい楽しくて新しいものを生み出してしまう、といったハッカークラスの創作モチベーションがかれらを突き動かしているといえる。

(2) 課題点 2 に関する考察

二次創作者にとって、創作者が自由に創作できる社会は豊かな状態であるといえる。しかし二次創作に関しては、一次であるオリジナルの創作者が存在しており、その創作表現にはある程度の制限が存在している。ソコデ彼らが重視しているのは、「オリジナルへの敬意」と「二次創作への敬意」の二点を持っている創作とそうでない創作についてである。オリジナルへの敬意とは、作品愛とも言い換えることができる。

オリジナルの著作権をもつ個人や団体が二次創作を否定しているのならば、基本的には創作すべきではない。これは主に著作権の侵害にあたるためである。そしてオリジナルの著作権元が暗黙の了解の上で許諾をしている場合、その恩恵を受ける範囲で存分に創作をするべきである。

そして、二点目の二次創作への敬意に関しては、二次創作も創作であることを理解し、オリジナルという元ネタをベースにどれほど自分でそれを膨らませることができるかが重要である。

よって、オリジナルをトレーシングしたものや、誰かの構図をそのまま拝借してきたもの、二次ではあるもののその創作者のオリジナリティが無いものは、二次創作としての創造性は必ずしも高くないといえる。そのため、「オリジナルへの敬意」と、たとえ二次であっても「創作への敬意」をもつ二次創作は、著作権の利用について、著作権元の暗黙の了解の範疇で、最大限自身のクリエイティビティを発揮していくことが、金銭の授受のみに留まらない二次創作市場を活性化させるためのヒントとなりうるのではないだろうか。その際、クリエイティブ・コモンズ・ライセンスのような新たな創造のための社会インフラの活用や、当日版権のような一時的な自由利用許諾など、著作権の一部解除のあり方に関する相互理解に向けた議論を深めていくことは今後の課題である。

—— 参考文献・URL ——

- ・一般社団法人デジタルコンテンツ協会 (2018) 『デジタルコンテンツ白書』一般社団法人デジタルコンテンツ協会.
- ・コミックマーケット準備会(2018) 『コミックマーケット 93 カタログ』コミックマーケット準備会.
- ・コミックマーケット公式サイト <http://www.comiket.co.jp/> (2017.10.20 アクセス)

スポーツツーリズム推進による社会的効果に関する一考察

—阿南市における野球のまち推進事業を例に—

A Study on Social Effects by Promoting Sports Tourism

-Promotion Business of Baseball in Anan City as an Example-

○植田 諭史（徳島文理大学大学院総合政策学研究科）

1. はじめに

スポーツの振興により、地域の活性化を図る地方自治体が増加している。メガスポーツイベントの開催地または合宿地に名乗り出たり、スポーツイベントを開催することにより、域外から人を呼び込み、地域経済の活性化を図るものがその代表例である。

この背景には、国の施策展開も関連する。日本におけるスポーツの振興は、1961年に制定されたスポーツ振興法に端を発する。その後、スポーツを取り巻く社会状況が大きく変化してきたことから、2011年、スポーツ振興法を全面改正するかたちで、スポーツ基本法が制定された。この法律は、前文で、わが国がスポーツ立国の実現を目指すことを明言しており、同じく前文で「スポーツは、人と人との交流及び地域と地域との交流を促進し、地域の一体感や活力を醸成するものであり、人間関係の希薄化等の問題を抱える地域社会の再生に寄与するものである。」とし、スポーツが有する社会的価値にも言及している。

2. スポーツツーリズム

国の施策の1つとしてスポーツの重要性が高まる中、スポーツ基本法制定と時を同じくして、観光庁は「スポーツツーリズム推進基本方針」を策定した。これは、スポーツとツーリズムを意図的に融合し、相乗効果を図っていく姿勢を示したものである。とはいえ、スポーツツーリズム（以下、「ST」という。）の概念については、学術的に共通した定義は定まっておらず、多様な定義がなされている。先行研究におけるSTの枠組みを研究した工藤ら（2002）は、この定義に共通することとして、①スポーツあるいはスポーツイベントへの参加または観戦を主目的としていること②日常生活圏を離れ旅行することの2点を挙げている。本稿では、この指摘に基づき、STの定義を「スポーツあるいはスポーツイベントへの参加または観戦を主目的として、日常生活圏を離れた地へ旅行すること」とする。

STに関する先行研究として、ツーリストの現地での行動やツーリストがSTを行う要因分析に関するものは散見されるものの、STを受け入れる側の住民に着目したものは少ない。また、ツーリズムの観点から、その経済的効果に着目したものが多いため。このことから、STを受け入れる側の住民に着目し、彼らに対する社会的効果を明らかにし、これを体系的にまとめることには意義がある。また、前述のとおり、スポーツ振興に取り組む地方自治体が増加する中、本研究がひとつの示唆を与えるのではないかと。以上の問題意識から、STを柱とする事業を行い、地域が活性化しているとされる阿南市での研究を行うこととした。

3. STの社会的効果に関する先行研究

まず、堀ら（2007）は、スポーツイベント開催による社会的効果には、「スポーツの振興、青少年の人材育成、地域アイデンティティの醸成、地域コミュニティの形成、交流の促進、あるいは地域情報の発信に関わる効果」があるとしている。

そして、STを受け入れる側の住民に着目し、名護市の住民を対象に質問紙調査を行った秋吉ら（2013）の研究では、①年齢が高く居住年数が高いほど地域愛着は強く、スポーツを実施することで地域スポーツに関わり、さらにSTの効果を認知することで地域愛着が強くなること②地元で行われるスポーツイベントに参加している住民は、普段からスポーツを実施しており、生活満足度も高く、地域に対する愛着も強いことを明らかにしている。

4. 阿南市の野球のまち推進事業

4. 1 概要

阿南市（2019）によると、「阿南市は、美しい海や緑豊かな山、四季折々の山海の幸に恵まれた自然豊かなまちであり、一方では、臨海部に工業団地があり、地域が持つ豊かな自然と程よく調和した産業都市として発展してきた。現在、世界に冠たるLEDの地場企業を有するまち」としている。

さて、阿南市では、2007年3月、市内の運動公園内にプロ野球の開催も可能な大型の野球場が完成したことに伴い、市長が「野球のまち阿南構想」を表明した。これをきっかけに、同年6月に「野球のまち阿南推進協議会」が設立され、官民一体となって野球によるまちづくりの推進が図られた。2009年には市外から野球チームを招き親善試合や宿泊等でもてなす「野球観光ツアー」を開始し、2010年4月には市役所内に「野球のまち推進課」を創設した。野球のまち推進事業（以下、「事業」という。）の内容は、①「野球観光ツアー」の開催②学生及び社会人野球チームの合宿誘致③各野球大会の開催④四国アイランドリーグ plus の公式戦開催など多岐に渡っており、そのすべての取組で市民の協力を得ている。例えば、2014年1月に結成された、市内在住の60歳以上の女性で構成されるチアリーディングチーム「AB060（あなん・ベースボール・おばちゃん・60歳以上の略）」や地域の婦人会、阿波踊り連は無償で各取組に協働しており、市外から来訪した人々をもてなしている。

4. 2 調査方法

阿南市における事業の社会的効果を図るため、資料調査並びにヒアリング調査及びアンケート調査を行った。ヒアリング調査とアンケート調査については、下記のとおりとなっている。

(1) ヒアリング調査

- ①2018年12月10日（月）～2019年6月5日（水）計5回
阿南市参与（元野球のまち推進監） T氏
- ②2019年6月7日（金） おもてなしチーム メンバー G氏
- ③ 6月9日（日） 婦人会 会長 K氏
- ④ 阿波踊り連 連長 M氏
- ⑤ 6月17日（月） AB060 代表 Z氏
- ⑥ 6月18日（火） 国際野球観光交流協会 代表理事 S氏

(2) アンケート調査

- ①2019年6月17日（月） AB060 練習参加者 20名

4. 3 調査結果と考察

本調査の結果、阿南市では、事業によって下記に示す社会的効果が得られていることが示唆された。

(1) 他地域との交流促進

事業による宿泊者数（図1）は、事業が開始された2007年から増加傾向にあり、近年は当初の10倍程度となっている。

また、ヒアリング調査では、来市者との交流を楽しんでいる様子が示唆され、K氏は「合宿に来る高校生はマナーが良く、元気をもらう。阿波弁を教えたり、逆に高校生の地元の言葉を教えてもらったりしている。」、M氏は「野球観光ツアーで、夕食時に阿波踊りを披露すると、選手よりも選手の家族に喜んでもらっている。」、Z氏は「野球観光ツアーに来るリピーターはおみやげを持ってきてくれたりする。」と話す。

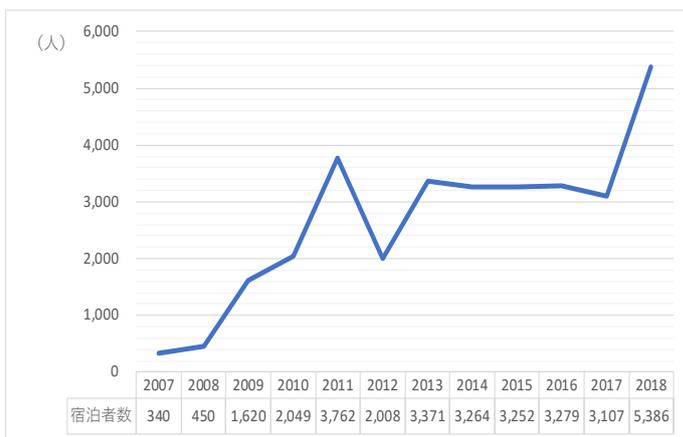


図1 野球のまち推進事業による宿泊者数
(阿南市野球のまち推進課 提供資料より筆者作成)

(2) 地域アイデンティティの醸成

ABO60 に対して行ったアンケート調査 (n=20) では、「ABO60 の活動を通して、阿南市への思いに変化はありましたか?」との質問に、18 人 (90%) が「より好きになった」と回答しており、事業に携わることで地域愛着が高まっていることが明らかとなった。また同アンケートでは、やりがいの有無等を問う質問への任意記述欄に「阿南市を代表して阿南市の顔として頑張っているつもり」との記述もあり、地域愛着の度合の強さも推し量られる。

(3) 地域コミュニティの形成

ヒアリング調査を行った各団体のうち、婦人会及び阿波踊り連は既存の団体であったが、ABO60 及び国際野球観光交流協会は、事業が始まってから結成された団体である。このうち Z 氏によると「ABO60 のメンバーは結成当初 15 人程度だったが、現在は 65 人ほどまで増加した。メンバーの大半は、もともとは知らなかった人である。」と述べている。また、K 氏、M 氏、Z 氏は揃って団体メンバーへの信頼を述べており、「事業への協働にあたって困難なことはなかった。」と話した。

(4) 全国紙を通じた認知度の向上

朝日新聞の掲載記事を 1984 年 1 月 1 日から現在まで網羅する web サイト「聞蔵」(<https://database.asahi.com/index.shtml>) による検索では表 1 のようになっており、阿南市が「野球のまち」として情報発信されていることが分かる。

表 1 朝日新聞 web サイトによる検索

| | 1984. 1. 1- 2006. 12. 31 | 2007. 1. 1- 2011. 12. 31 | 2012. 1. 1- 2016. 12. 31 | 2017. 1. 1- 2019. 6. 15 |
|-------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| A. 「阿南市」& 「野球のまち」 | 0 | 26 | 17 | 23 |
| B. 「野球のまち」 | 7 | 28 | 22 | 27 |
| A/B (%) | 0 | 92. 9 | 77. 3 | 85. 2 |

(筆者作成)

(5) 障がい者スポーツ

阿南市では 2019 年 9 月に身体障がい者野球の中四国予選大会を開催予定となっており、自身も障がい者であり、障がい者野球チームの代表を務める G 氏は「四国のような地方は障がい者スポーツの競技人口があまりに少ない。この大会を通じて他のチームとの交流増加に繋がっていきたいし、大会を心待ちにしている。」と述べている。

5. おわりに

2019年3月、阿南市にある富岡西高校が創部120年目にしてセンバツ甲子園への初出場を果たした。2007年以来、野球を通じたまちおこしは着実に地域に浸透している。

本研究では、阿南市において、STを柱とする事業によって、①他地域との交流促進②地域アイデンティティの醸成③地域コミュニティの形成④全国紙を通じた認知度の向上⑤障がい者スポーツといった社会的効果が得られていることを示した。とはいえ、アンケート調査及びヒアリング調査が、事業に携わる者のみを対象としていることから、社会的効果が大きく算出されている可能性は否めない。今後、事業に直接関係しない住民への社会的効果も測る必要があり、今後の課題としたい。

(参考文献)

工藤康宏・野川春夫(2002)「スポーツ・ツーリズムにおける研究枠組みに関する研究-“スポーツ”の捉え方に着目して-」『順天堂大学スポーツ健康科学研究 第6号』

堀繁・木田悟・薄井充裕編(2007)『スポーツで地域をつくる』東京大学出版会

秋吉遼子・山口泰雄・朴永晁・稲葉慎太郎(2013)「スポーツツーリズムを通じたまちづくりに関する研究-スポーツツーリストが来訪する地域における住民のスポーツ活動の視点から-」

『SSFスポーツ政策研究 第2巻1号』

阿南市(2019)阿南市ホームページ(2019年6月29日最終閲覧)

<http://www.city.anan.tokushima.jp/>

文化施設の活動評価システムの検討：社会的利益に着目して
Evaluation of Cultural Facilities, Focusing on Their Social Return
垣内恵美子（政策研究大学院大学）
Emiko Kakiuchi (National Graduate Institute for Policy Studies)

はじめに

我が国には 2000 弱の劇場、6000 弱の博物館、3000 強の図書館があり、地域の文化基盤を形成するとともにⁱ、その多くが公共施設として地方自治体により設置管理されている。近年の産業構造の変化、高齢化の進展などの社会状況の下、文化芸術により生み出される様々な価値が注目され、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策との有機的な連携が強く求められるようになったⁱⁱ。文化を地域の資源として多様な社会的課題を解決するために活用しようという動きである。

膨らむ期待の一方で、活動成果の客観的、定量的な評価と、PDCA サイクルの強化は 21 世紀初頭の政策評価法の成立や、競争原理と民間活力の導入を目的とする指定管理者制度の導入以降、加速されてきた。特に後者はコスト削減とサービス向上をともに求めるものだが、文化は、成果が出るまでに期間を要し、多元的で、便益の可視化、定量化は容易ではない。文化に固有の価値があるという考え方も根強く、評価への抵抗も大きい。しかし、説明責任の不履行は予算削減に直結する。また、活動評価は効率的な運営のために不可欠である。さらに、休眠預金活用法の施行により、ロジックモデルの応用とあわせて社会的インパクト評価へのニーズも急速に高まってきた。本稿では、上記を踏まえ、公立劇場に焦点を当て、活動評価の実態を手法も含め体系的に整理し、国際的に広がりを見せる社会的利益 social return に関する直近の動きも織り込みながら、今後の課題を検討する。

1. 政策評価の流れと現状：PPBS (Planning Programming Budgeting System) から SROI (Social Return On Investment) まで

1960 年代に米国で導入された PPBSⁱⁱⁱ以降、効率的かつ効果的な公共政策あるいは公的事業の推進のための評価の必要性が認識され、環境分野では早くも 70 年には社会的インパクト評価を導入した法制度が米国で整備された^{iv}。その後、福祉や教育などの分野にも拡大していくが、底流をなすものは、費用便益分析 (CBA) の考え方である。CBA は、公共事業に要する費用 cost とその事業から得られる便益 benefit をともに貨幣タームで推計し、当該事業の効果や効率性を図ろうとするもので、直截的でわかりやすく、フランスをはじめ欧州諸国では、特に道路建設を中心とした公共事業の妥当性評価のために推進されてきた。我が国においても、1990 年代から公共事業全般に導入された^v。しかし、政策評価が政府の活動全般に広がる顕著な動きを見せたのは、21 世紀初頭の政策評価法の成立であろう^{vi}。特に公的部門における評価は、できる限り客観的かつ定量的に評価することとし^{vii}、公共サービスの効率化を目的として、民間部門手法の考え方を取り入れた CBA が提示された。

この流れに沿って 1990 年代に企業における活動評価の指標である ROI (Return on

Investment)を基に提案されたのが、SROI^{viii}である。非営利マネジメントの分野では、ドラッカーが指摘するように^{ix}、非営利団体の活動成果はその目的とする社会的価値を創出できたかが重要である。SROIは、営利企業と同様の経済的価値だけでなく、社会的価値を合わせた総価値を推計し投入資源と比較して投資効果を測ろうとするものである。

しかし開発者自ら、すべての価値を計測することは難しく、貨幣以外の定量的評価を併用すべきとしている。しかし、いったん提案されたSROIは、NPMの流れに乗り、とりわけ英国で発展を見た。リーマンショック後の社会的事業への資金ひっ迫に直面し、G8サミットでは英国主導でタスクフォースが立ち上がり、英国ではさらに2013年Public Services Social Value Actが成立、地方自治体の公共サービスの民間委託にあたり経済性と社会性を考慮することが義務付けられ、社会的事業を政府から受託するためには高い効率性を示すことが課された。同時に2010年からは、社会的企業が必要とする資源を確保するため、官民連携の一環としてSIB(Social Impact Bond)も導入され、成果志向の資金の流れを生み出そうとしている^x。いずれも、既存評価との関係や評価の厳密性などの本質的な課題を残したままの実務先行となっているが、社会的な関心は高く、インパクトを資金調達に結びつけるという訴求力は強い^{xi}。

2. 日本での社会インパクト評価の動き

日本でも阪神淡路大震災を契機にその重要性が認知された市民社会活動は、NPO法人として設立することが容易になって以来^{xii}、政府の財源ひっ迫や効率的な運用の必要性から大きく発展、現在5万法人を超える。地域創生のための基本方針にも、社会的効果を見える化しその達成インセンティブを活用する社会的インパクト投資方式など、官民連携について更に検討する旨が盛り込まれた^{xiii}。我が国で約700億円と言われる休眠預金をこれらの活動に充当しようとする民間公益活動休眠預金等活用法も2016年に成立した^{xiv}。同法では社会インパクト評価の実施が必須となっており^{xv}、政府、シンクタンク、実践団体、企業等の合同による社会的インパクト評価イニシアティブ(以下「イニシアティブ」という)が立ち上がり、総合的な概念やロジックモデル、事例評価を公表している^{xvi}。

文化事業の事例としてはソフト事業が挙げられており、いずれもフレームワークであるロジックモデルの作成に重点が置かれ、これに沿った利用者意識調査あるいは経済波及効果推計などがなされている。一般的にこれまでより踏み込んだ総括的な成果分析をめざすものといえるが、本来想定された社会に与える影響あるいは変化の定量分析までには至っておらず、社会事業投資のための判断資料とはなりにくいと思われる。一方、本稿で扱う公立劇場に関しては既に広範に指定管理者制度が導入されており、特に都市部の規模の大きな施設については多様な活動評価がなされている。以下では、イニシアティブの事例評価との比較を踏まえながら、これまでの評価事例を整理する。

3. 指定管理評価とこれまでの評価手法の整理

2003年地方自治法を改正して導入された指定管理者制度は、現在半数以上の公立劇場で導入され、各年の活動報告及びその評価がなされている。通常、入場者数、(有料)入場率や稼働率、入場料収入、助成金獲得額、支出の内訳などの基礎的なデータに加えて、利

用者満足度、訪問動機、訪問回数、居住地、プロフィール、要望などのアンケート調査を実施されることが多く、場合によっては自治体の住民調査によって都市イメージの変化や日常生活の実感まで確認するなど^{xvii}、イニシアティブの事例に含まれる評価はすべてとは言えないまでも、既にかかなりの程度実施済みとあってよい。

ここでイニシアティブの事例を参照しながら^{xviii}、公立劇場のステークホルダーを事業者、受益者、支援者に大別し、一定の厳密性のある評価について現状を整理した^{xix}。既に多様な定量分析が試みられているが、それぞれ課題や制約がある。事業ニーズ評価に関しては直接利用者を想定することが多いものの、非利用者に対するニーズ調査も実施されている。関心がないという回答がいずれの劇場でも多いもののジャンルや演目、イベントなどの不満が抽出されており、課題抽出という観点からは有意義であると考えられる。次に、事業のデザインやセオリー評価では、直接利用者の満足度や意識調査及び非利用者を含む社会便益分析、地域の経済波及効果などが実施されている。非利用価値を含む社会的便益は大きい、一部の人々の支払い意思が大きく（中央値と平均値が乖離している）、政府の助成のみでは十分な資源を確保することが難しいことなどが示されている。また、地域の産業構造にもよるが、一定程度の経済波及効果もあり、多様な産業分野への波及が見られている。来訪者の回答属性分析からは、低所得層の来訪が少ないこと、時間的余裕があり人口も多い高齢者が多く来館することや、全般に高学歴であることなどが確認されている。一方、アウトリーチの効果として意識の肯定的な変化が示されたが、来訪については所得など別要因によることも示唆されている。支援者を含む社会全体に関するインパクトについては、社会便益分析や DID などがある。社会便益分析は、非利用価値を図るために人々の行動ではなく意識に依拠せざるを得ず、DID も影響を与える変数選択の制約などがあるが、一定の評価は十分に可能である。また、マネジメント全般に関して DEA も試みられているが、人材や予算などのインプットが少なくてすむ貸館の効率性が高いと判断されるなど、本来のミッションとの乖離がみられている。

以上、これまでの分析手法と概要を整理すると、文化の価値そのものについては定量分析が極めて難しく、文化的価値から派生する社会的・経済的効果が実際の評価の対象となっていることがわかる。公立劇場はその運営管理経費が社会的に負担されていることから、必ずしも劇場が提供する文化的価値に限定せず、多様な社会的効果を可視化する必要があることによると思われる。また、評価手法も様々に試みられ一定の結果が得られているといえる。いずれの手法も確立されているもので、他分野では応用事例も多いが、各手法には限界もあるため、分析の目的、結果の解釈が重要であると考えられる。社会的インパクト評価が、劇場活動が生み出す「社会的価値」を「可視化」「検証」して、資金等の提供者への説明責任（アカウンタビリティ）につなげていくという目的であれば、これまでの手法を援用することで応えていくことは可能であろうと思われる。むしろ、社会的インパクト評価は、これまで実施してきた部分的な評価を総合的なフレームワーク（ロジックモデル）に落とし込むことにより活動全体を改めて構造的に俯瞰できるようになること、各事業だけでなく地域社会全体での PDCA サイクルを回すこと、評価の実施により組織内部で

戦略と結果が共有されることで、事業・組織に対する理解や新たなイノベーションが期待できることにあるのではないだろうか。しかし、以上の事例は規模の大きな劇場で可能となったもので、現実に評価のハードルとなるのは、人を含むコストである。イニシアティブによって^{xx}、評価の必要性が社会的に組み込まれ、そのコストも社会的に負担することにコンセンサスが得られるようになることが望まれる。^{xxi}

ⁱ 図書館は 3331 館、博物館・類似施設は 5690 館、劇場、音楽堂は 1851 館（社会教育調査平成 27 年度）。

<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&layout=datalist&toukei=00400004&tstat=000001017254&cycle=0&tclass1=000001098916&tclass2=000001098917>。

ⁱⁱ 文化芸術基本法第 2 条第 10 項「(中略)文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用することが重要であることに鑑み、文化芸術の固有の意義と価値を尊重しつつ、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策との有機的な連携が図られるよう配慮されなければならない。」

ⁱⁱⁱ PPBS (Planning Programing Budgeting System) は、大型コンピュータによる分析手法を駆使した国防予算の効率的配分のための予算編成システム。多数の事業計画の目標を明確にし、それぞれの費用と効果の対比、目標の達成度を把握できるようにプログラミングしたシステム・アナリシスの手法で、目標達成に最も効率的な計画を選択しようとするもの。詳細は福島 (1980) 参照のこと。

^{iv} National Environmental Policy Act of 1969。

https://www.whitehouse.gov/sites/whitehouse.gov/files/ceq/NEPA_full_text.pdf

^v 井堀利宏 (2005)「公的部門と業績評価」東京大学出版会

^{vi} 堀江正弘「国における政策評価の現状と課題」公共政策研究 2, pp40-54, 2002, 日本公共政策学会

^{vii} 政策評価法第 3 条では、政策効果を、「当該政策に基づき実施し、又は実施しようとしている行政上の一連の行為が国民生活及び社会経済に及ぼし、又は及ぼすことが見込まれる影響」とし、客観的厳格な実施のため、「できる限り定量的に把握すること」とされている。

^{viii} REDF (Robers Enterprise Development Foundation)が組織全体の CBA として、社会的価値を含めた貨幣化手法を開発したとされる。現在の活動報告では、社会的な高インパクト事業の実施について定量的かつ貨幣タムでの説明がみられている。<https://redf.org/>。

^{ix} The Drucker Foundation Self-Assessment Tool Process Guide (J-B Leader to Leader Institute/PF Drucker Foundation) (1998) Peter F. Drucker Foundation for Nonprofit Management.

^x 英国でも、CBA は「科学 Science」ではなく、あくまで意思決定者の参考であり、二次的資料も必要であるとしている。HM Treasury, Supporting public service transformation, cost benefit analysis guidance for local partners, 2014

^{xi} 小関隆志・馬場英朗「インパクト評価の概念的整理と SROI の意義」The Nonprofit Review, Vol, No.1, pp5-14(2016)

^{xii} 特定非営利活動促進法 (1998 年) の要件を満たすことで、行政の認証、法人設立が可能となった。

^{xiii} まち・ひと・しごと創生基本方針 2016 (平成 28 年閣議決定)

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sousei/info/pdf/h28-06-02-kihonhousein2016hontai.pdf>

^{xiv} <https://www.fsa.go.jp/policy/kyuminyokin/02siryoshu.pdf>

^{xv} 社会的インパクト評価は、「担い手の活動が生み出す「社会的価値」を「可視化」し、これを「検証」し、資金等の提供者への説明責任 (アカウントビリティ) につなげていくとともに、評価の実施により組織内部で戦略と結果が共有され、事業・組織に対する理解が深まるなど組織の運営力強化に資するもの。「休眠預金等交付金に係る資金の活用の成果に係る評価の実施」(休眠預金等活用法第 18 条第 2 項第 6 号) 等が規定されており、休眠預金等の活用に当たって、社会的インパクト評価の活用が予定されている。

^{xvi} イニシアティブによれば、5+2 原則：ステークホルダーの参加・協働、重要性、信頼性、透明性に加えて、比例性及び経時的比較可能性が提示されている。「社会的インパクト・マネジメント・ガイドライン Ver.1」(2018)

^{xvii} 10 代 20 代の若年層の間では、「音楽のまち」のイメージは「公害のまち」「労働者のまち」といったイメージを凌駕し、半数を占めている。川崎市平成 20 年度都市イメージ調査ほか。

^{xviii} イニシアティブのモデルによれば、Plan の段階ではニーズ評価、Assess の段階ではアウトカム/インパクト/効率性などが評価の対象となるとされる。

^{xix} 社会的インパクトの概念図は資料 1、参照した論文リストは資料 2 に掲載した。

<https://www.dropbox.com/s/6skhvli0n7pz2b/%E7%AC%AC42%E5%9B%9E%E5%85%A8%E5%9B%BD%E5%A4%A7%E4%BC%9A%E8%B3%87%E6%96%99.pdf?dl=0>

^{xx}

^{xxi}

アートのかによる地域イノベーションに関する研究

A Study on Regional Innovation by the Power of Art

○新田 亜紀子（宮城大学大学院事業構想学研究科博士前期課程）

風見正三（宮城大学事業構想学群教授）

1. はじめに

近年、全国各地でまちづくりの手法として「芸術祭」が活用されることが多くなっている。

様々な自治体では、過疎化が進行している地域に、芸術作品を展示し、県内外からのリピーターを生み出し、定住人口の増加を目指している。本稿では、このような背景を踏まえて、

アートの力が地域に及ぼす効果について分析をしていく。具体的には、世界的にも注目を集めている先進事例 2000 年スタートの「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」と成功事例として上げられる 2010 年スタートの「瀬戸内国際芸術祭」、さらに東日本大震災から 6 年後にあたる 2017 年開催の「リボンアートフェスティバル」の事例を取り上げ、アートの視点から、地域の資源や魅力を発掘し、地域のイノベーションを促進させる仕組みについて、それらの比較検討を通して明らかにしていくとともに、継続的なアートフェスティバルの可能性についても考察を行う。

2. 事例研究

2.1 事例・新潟県大地の芸術祭

新潟県十日町市・津南町を会場に 2000 年スタートした。3 年に 1 回の開催で 2018 年に第 7 回開催の芸術祭である。来場者数は、2000 年は 162,800 名、2015 年は 510,690 名、2018 年は 548,380 名が来場し、海外からの来場者も 1 割超となった。2015 年第 6 回展の経済波及効果は 50 億 8900 万円となっている。作品数も年々増加し、設置は、里山・集落内・住宅地など広域に展開し、2018 年には、378 点となった。芸術祭のコンセプトは、「人間は自然に内包される」「アートを道しるべに里山を巡る旅」「世代、地域、ジャンルを越えた協働」「あるものを活かし、新しい価値をつくる」「ユニークな拠点施設」「生活芸術」「グローバル/ローカル」となっている。

2.2 事例・瀬戸内国際芸術祭

香川県をはじめとする島々を会場に 2010 年スタートした。3 年に 1 回の開催で 2019 年に第 4 回開催の芸術祭である。来場者数は、第 1 回目は延べ 940,000 人。2013 年の第 2 回目は春、夏、秋の 3 期に開催し 3 期合計 1,070,368 名となっている。2016 年の第 3 回目は

合計 1,040,050 名となった。2013 年の経済波及効果は 132 億円になっている。作品数は 2013 年には 207 点となった。過疎高齢化の島に住む高齢者の方にもっと元気になってもらいたいという願いと地域に誇りを持つことから島の展望をつくりたいという目的と現在の都市のあり方への疑問、地球環境問題への警告から「海の復権」というテーマが生まれた。2013 年のアンケートによると来場者は、20～30 代の都会女性が多く、香川・岡山約 47.1% 関東・関西 34.3% となり、女性 7 割、男性 3 割となった。来場者の 9 割以上が瀬戸芸に好意的評価で、8 割以上がまた来たいと回答しており、理由としては、「心癒す瀬戸内海の風景」「島の文化や暮らしに出会える」「その島でしか生み出すことの出来ないアート作品」などがあげられていた。

2.3 事例・リボーンアートフェスティバル

宮城県石巻市・牡鹿半島を会場に 2017 年からスタートした震災復興型のイベントである。2 年に 1 回の開催で 2019 年に第 2 回開催の芸術祭である。第 1 回目の経済波及効果は、21 億 7500 万円となっている。作品は、7 組のキュレーター、約 60 組の作家達のアートが展示され、東日本大震災を受け、Reborn Art＝「人が生きる術」を蘇らせ取り戻すために石巻エリアで開催された新しい祭りである。石巻市は東日本大震災で大きな被害を受けた地域であり、被災地を会場として開催した背景には、震災復興の状況を発信していく役割を担っていきたいという目的がある。思想家・人類学者中沢新一氏によると「人が生きる術」とは、「生活の技、美の技、叡智の技」の 3 つの技がある。このイベントは、これらを発見、もしくは再発見するための新しい祭典として位置付けられている。

(図表-1. 全国のアートフェスティバル比較) (出典：各種芸術祭報告書を基に筆者作成)

| タイトル | 開催数 | 開催地 | 開催年 | 開催期間 | 総合プロデューサー 総合ディレクター | 来場者数 | 予算 | 共通チケット | 経済波及効果 |
|-----------------------|--------------------------|----------------------|---------------|-------------------------|---|--|--|--|------------------------|
| 大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ | 3年に1回 2018年で 第7回開催 | 新潟県 十日町市・津南町 | 2000年 スタート | 3年に1回 51日間 | 福武總一郎 北川フラム | 2000年162,800名 2015年510,690名 2018年548,380名 | 第五回489,000千円 | 前売大人 3000円(当日 3500円) 高・専・大学生 2500円(当日 3000円) 中学生以下 無料 | 第6回展2015年 50億8900万円 |
| 瀬戸内国際芸術祭 | 3年に1回 2019年で 第4回開催 | 香川県を はじめと する島々 | 2010年 スタート | 3年に1回 春・夏・秋 108日間 | 福武總一郎 北川フラム | 2013年3期合 計1,070,368 名 2016年3期合 計1,040,050 名 | 2010年 727百万円 2013年 1,015百万円 2016年 700,859千円 | 3シーズンパス 大人4800円 16～18歳3000円 15歳以下無料 1シーズンパス 大人4000円 16～18歳2500円 15歳以下無料 | 2013年 132億円 |
| リボーンアートフェスティバル | 2年に1回 2019年で 第2回開催 | 宮城県石巻市・牡鹿半島 | 2017年 スタート | 2年に1回 51日間 | Reborn-Art Festival実行 委員会・ APバンク共 同主催 制作委員 長・実行委 員長 小林 武史 | 2017年 RAF26,443名 RAF × bank fes 25,893名 | | 2日間有効(税込) 大人3000円 小中学生・シニア 2000円 3日券 大人4000円 小中学生・シニア 3000円 地元割引一日券 1000円 | 2017年 21億7500万円 |

(図表-2. 全国のアートフェスティバル比較) (出典：各種芸術祭報告書を基に筆者作成)

| タイトル | 作品数 | 来場者比率 | 来場者反応 | 好意的評価の理由 | 来場者の男女比 | 取組み | パブリシティの広告費 | ボランティアサポーター | コンセプト |
|-----------------------|---|---|-----------------------------------|--|-----------------------|--|----------------------|---|---|
| 大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ | 2000年 146点 2009年 365点 2018年 378点 | 1割超が外国人(前回の約3倍) | 作品「Light Cave」に3万5777人集客 | | | 作品は、住民・作家・こへび隊(サポーター)が協働で制作 作品は、里山・集落内・住宅地など広域に展開 | 第五回 489,000千円 | こへび隊 第一回目から関わる県外者。 案山子隊 アートネット川西 もりあげたい | 「人間は自然に内包される」「アートを通してに里山を巡る旅」 「世代、地域、ジャンルを越えた協働」「あるものを活かし、新しい価値をつくる」「ユニークな拠点施設」「生活芸術」「グローバル/ローカル」 |
| 瀬戸内国際芸術祭 | 2010年 76点イベント数16 2013年 207点イベント数40 | 2013年 20~30代都会からの女性 香川・岡山約47.1% 関東・関西34.3% | 2013年 9割以上好意的評価 8割以上がまた来たい。 | 心癒す瀬戸内海の風景 島の文化や暮らしに出会う その島でしか生み出すことの出来ないアート作品 | 2013年 女性7割 男性3割 | 2013年 中学生以下の子どもを対象に、こどもパスポート無料配布 | 新聞、テレビなど 約33億円の効果 | こへび隊 企業・学校・県市町のボランティア。案内所や作品で活躍。 瀬戸内国際芸術祭及びこへび隊のキャラバン活動(広報活動) | 「海の復権」 過疎高齢化の島に住むお年寄りにもっと元気になってもらいたいという願いと地域に誇りを持つことから島の展望をつくりたい、という目的。 現在の都市のあり方への疑問、地球環境問題への警告。 |
| リボーンアートフェスティバル | 7組のキュレーター、約60組の作家達のアート | | | | | 「アート」「音楽」「食」をテーマにした、様々なプロジェクト展開 「51日間毎日どこかで音楽が鳴っているプログラム」 | | こじか隊 延べ1300名弱 宮城県44%関東38%関西6%中部5%宮城外東北4%その他3% 女性67%男性33% | Reborn Art=「人が生きる術」 生活の技 美の技 散智の技 |

3. 地域住民とボランティアサポーターと作家の関わり

芸術祭では、アーティストの活動だけでなく、地元住民や全国からの支援者が集まり、それぞれのかかわりの中から相乗効果が生まれてきている。新潟県大地の芸術祭サポーターの「こへび隊」は、第1回開催年の冬から地元に入り、立ち上げから関わったメンバーで構成され、皆県外者である。また、地元の役所退職者で構成された「案山子隊」や「アートネット川西」「もりあげたい」という地域の方々のサポーターも加わった。こへび隊は、海外からの申し込みも増えた。作品は、住民・作家・こへび隊が協働で制作しており、学生や若い人がサポーターとなることで地域の方々との交流を深めることに役立った。また、作家が作品を設置するにあたり、その過程はとても重要で家の持ち主や土地の所有者、関係者、集落への説明を経て、さらに、地域の歴史、風土といったことを知らなければならず、その理解のなかで、時間をかけて関係性が生まれてくることになった。

瀬戸内国際芸術祭「こへび隊」は、企業・学校・県市町のボランティアで構成している。これらは、案内所や作品づくりで活躍し、作家との関わりから地元住民と共に、訪れる観光客に作品の説明をし、そこから島の歴史や生活、民族の話が伝わり、地域との交流が生まれてきている。こうした取り組みから、2014年には、3つの家族が移住する結果となった。廃校の学校も再開し、2016年には、中学生4名、小学生3名、幼稚園生4名となった。他の芸術祭サポーターとの連携や交流も生まれている。リボーンアートフェスティバルのサポーターである「こじか隊」は、アンケートによると、延べ1300名程が集まった。サポーターの出身は、宮城県44%、関東38%、関西6%、中部5%、宮城外の東北4%、その他が3%となっており、男女比は、女性67%、男性33%となっている。

芸術祭に来場する来客者の男女比も、女性が多い結果が出ている。「アート」と「食」と「農業」の組み合わせがおしゃれであると感じる若い世代の女性が多いという結果が出さ

れていた。リボーンアートフェスティバルは、そこに「音楽」も加わり、51日間、毎日どこかで音楽が鳴っているプログラムとなっており、実際に音楽が様々な地点から聞くことができ、来訪者を楽しませた。祭りのフィナーレには、「リボーン音頭」というオリジナルソングとオリジナルの盆踊りで、地元の方、実行委員会、サポーター、来場者のみんな一緒に輪をつくり、踊りながら交流するイベントを実施した。盆踊りは、地域の伝統芸能として、人をつなぐイベントであり、みんなで踊るということで「結束」がうまれていくことが期待されている。

4. 考察

本稿で取り上げたイベントはいずれも芸術によって地域の交流を促進していこうとするものである。地元の方をサポーターとすることで生まれる効果としては、「自分たちの祭り」という意識が芽生えるということや、「自分のまちには、こんな素敵な作品がある。」という誇りが生まれてくることである。また、リピーターとして訪れる観光客との交流や何度も足を運ぶ作家との交流も数多く生まれてきていた。祭典に市民を巻き込むことで、それらすべてが交流のきっかけとなり、より意識の中に芸術祭が浸透していくことが可能となる。

芸術祭は、芸術の力によって地域の魅力を最大限に引き出すことができる。地域で何か新しいものをつくる時には、長く地域に住んできた人たちだけではなく、県外から訪れる専門家や多種多様な協力者たち、地域も世代もジャンルも違う人たちが関わることによって新たな活性化の方向が見出されることがある。そして、その時のアーティストの役割とは、自分の作品を通して、その地域の魅力を発信していくことであろう。

5. 引用・参考文献

- 1) 北川フラム(2015)『「ひらく美術」－地域と人間のつながりを取り戻す－』筑摩書房
- 2) 福武總一郎、北川フラム(2016年)『「直島から瀬戸内国際芸術祭へ」-美術が地域を変えた-』現代企画室
- 3) 北川フラム(2013)『「アート of 地殻変動」-大転換期、日本の「美術・文化・社会」-』美術出版社
- 4) 日本政策投資銀行 瀬戸内国際芸術祭実行委員会(2013年12月9日)『瀬戸内国際芸術祭2013開催に伴う経済波及効果』
- 5) (2017)『Reborn-Art Festival2017公式ガイドブック』スターツ出版
- 6) 十日町市観光交流課 報道資料(H30年9月26日)
- 7) 日本政策投資銀行 東北支部(2018年6月)『宮城県石巻エリアを舞台とした Reborn-Art Festival 開催がもたらした地域経済への影響』

