

地域文化活動の効果と今後の文化活動の在り方

東京芸術大学
枝川明敬

はじめに

地域における文化活動は、昨今では地域住民の文化水準の向上のみならず、地域経済社会への効果、特に経済面での効果が取り上げられつつある。ところで、文化活動の経済的な側面からの研究は、その活動内容に把握が困難なためあまり行われず、一過性のイベントが観光産業の観点から効果測定が行われてきた。そこで、本研究では地域文化の経済的な波及効果を算定するほか、次の課題としての社会的な効果について述べ、今後の地域文化活動の在り方の一つを提示したい。

さて、我が国全体の文化活動の経済規模は、開催経費だけでも少なく見積もって約1兆円規模であり、産業規模では鉱業に匹敵する。また波及する経済規模も加えると開催経費のみで3.7兆円程度となる。経済波及効果のみならず、文化活動は地域の創造的な活動を底支えし、新企業の創造や発生を促す効果が見いだされている。そのためには、地域住民が自らの考えで行動でき、それを支える環境整備が必要である。

1 経済波及効果

1.1. 直接効果：文化活動のための関連施設整備投資

1.1.1. 活動の全国的な経済規模

我が国における文化活動のうち一般の住民が参加する地域密着型の文化活動（もちろん観光目的もあり、域外の住民も来訪することもある）の経済的な規模については、正確なところは把握できない。そこで、以下の方法により類推する。まず、文化活

動についてその生産者（主催者）側からの把握である。もう一つは消費者（参加者）側からの把握である。一般的に地域における文化活動は、入場料が低廉かまたは無料であることが多いので、一般に使用される「家計消費生活調査」によっては把握することができない。すなわち、無料の活動に参加しても統計上出てこない。そこで、もう一方の生産者の方から経済規模を類推する。

枝川^{6) 11)}によれば、我が国で1年間に開催される文化活動は、約10万件でありその経費は平均1,355万円である。しかし、平均開催経費を採用すれば、多くの文化活動は先の調査で把握した活動より規模的に小さいのが多いと思われることから、その最頻値をとれば、160万円となる。これと年間開催件数10万件をかければ、1,600億円となる。一方、地方公共団体の文化活動への補助金は、地方公共団体の文化関係経費4,533億円（2001年度）に含まれている。枝川¹²⁾によると、調査対象の文化活動の収入のうち平均26%程度が市町村等からの補助金であるから、補助率は26%となる。文化関係費の4,533億のうちどの程度が文化活動への補助金か、文化庁『地域文化行政調査』からは把握できないが、一部の地方公共団体の予算書から分析するとおおむね20%程度が補助金として文化活動へ支出されている。そこで、4,533億円のうち20%が文化活動への補助金とすれば、全国でおおむね900億円強が文化活動への補助金と類推できる。逆算により3,500億円程度が文化活動経費となる。

さらに、最頻値でなく中央値は約1,000万円であるからそれを使用すれば、約1兆円が全国的に使用されている文化活動経費といえよう。すなわち、最

小 1,600 億円から最大 1 兆円が文化活動経費として支出されている。そこで、その平均をとれば 5,800 億円となる。これは先ほどの補助率から逆算した経費 3,500 億円とやや近い。いずれにせよ、数値のオーダー的には数千億円程度が全国的に使用されている

文化活動経費であろう。これが、いわゆる直接投資額といってよい。さらに、観客が来訪することによって関連消費が行われ消費支出額が算出できる。この 2 者によって誘発された経済効果が直接経済効果である。

表 1 補助金別文化活動の経費支出の内訳

助 成	支出総額	公演経費	旅 費	滞在費	創作費	企画宣伝費	会場設営費	謝 金	事務費	その他
なし	平均値 5687.1667 度 数 42 標準偏差 3577.5675	995.23 44 1,262.91	501.682 44 779.601	225.00 44 523.83	819.63 43 1,021.75	634.59 44 772.04	592.00 44 792.90	755.37 43 1,339.24	762.45 44 1,046.39	849.864 44 1399.309
市町村のみ	平均値 15868.070 度 数 43 標準偏差 10667.440	3,187.84 45 2,586.10	1774.756 45 2584.256	1,045.87 45 1,894.90	1,742.93 44 1,822.17	2,198.22 45 2,364.20	1,620.76 45 1,969.50	1,421.73 44 2,989.55	1,069.42 45 1,568.26	1828.067 45 3230.524
国市町村	平均値 17595.860 度 数 57 標準偏差 17342.376	5,918.39 59 6,821.91	1235.085 59 2158.843	538.24 59 1,307.66	2,043.91 58 3,037.54	1,715.81 59 2,127.67	1,730.69 59 3,266.30	1,439.12 58 3,070.05	1,134.32 59 1,910.41	1803.525 59 3208.124
合計	平均値 13550.366 度 数 142 標準偏差 13555.054	3,624.51 148 5,006.99	1181.135 148 2064.669	599.46 148 1,390.75	1,589.52 145 2,283.76	1,541.05 148 2,005.98	1,358.74 148 2,409.75	1,231.08 145 2,649.31	1,004.03 148 1,588.10	1527.466 148 2820.115

直接投資額は、枝川⁶⁾の調査報告より文化活動経費の内訳を、再掲する(表1)。それから見ると、会

場の建設投資はない。さらに、その内訳の詳細を見ると以下の通りである(表2)。

表 2 各費目の内訳

「旅費」「滞在費」: 出演者、講演者の移動・滞在中にかかる経費
「創作費」: 文芸費(原資料、著作料、翻訳料、演出料、企画等)
「企画宣伝費」: 公演、講演、シンポジウム等事業の企画、宣伝広報
「会場設営」: 会場賃貸、舞台装置、楽器賃貸、運搬、録画、録音
「謝金」: 出演者、公演者にかかる出演料、講演料
「公演経費」: チケット販売手数料、稽古費用、アルバイト代、ケッタリング代、接待費、ヘヤー・、かつら
「事務費」: 通信、会議費、資料代、補助団体への交通費、印刷
「その他」: 雑費、以上のいずれの項目にも該当しない経費

1.1.2. 文化活動開催のための直接経費(投資)支出の産業連関表部門への配分

上記の表1に表示されている直接経費(投資)支出を産業連関表に組み替える(表3)。ここで、注意が必要なのは、産業連関表の各部門に振り返られた支出金額が、均衡算出モデルで計算するための生産者価格表示の産業連関表に対応してなくて、商業マージン・運輸マージンを含む購入価格者表示である。そこで、本来ならマージン部分を取り出し、「運

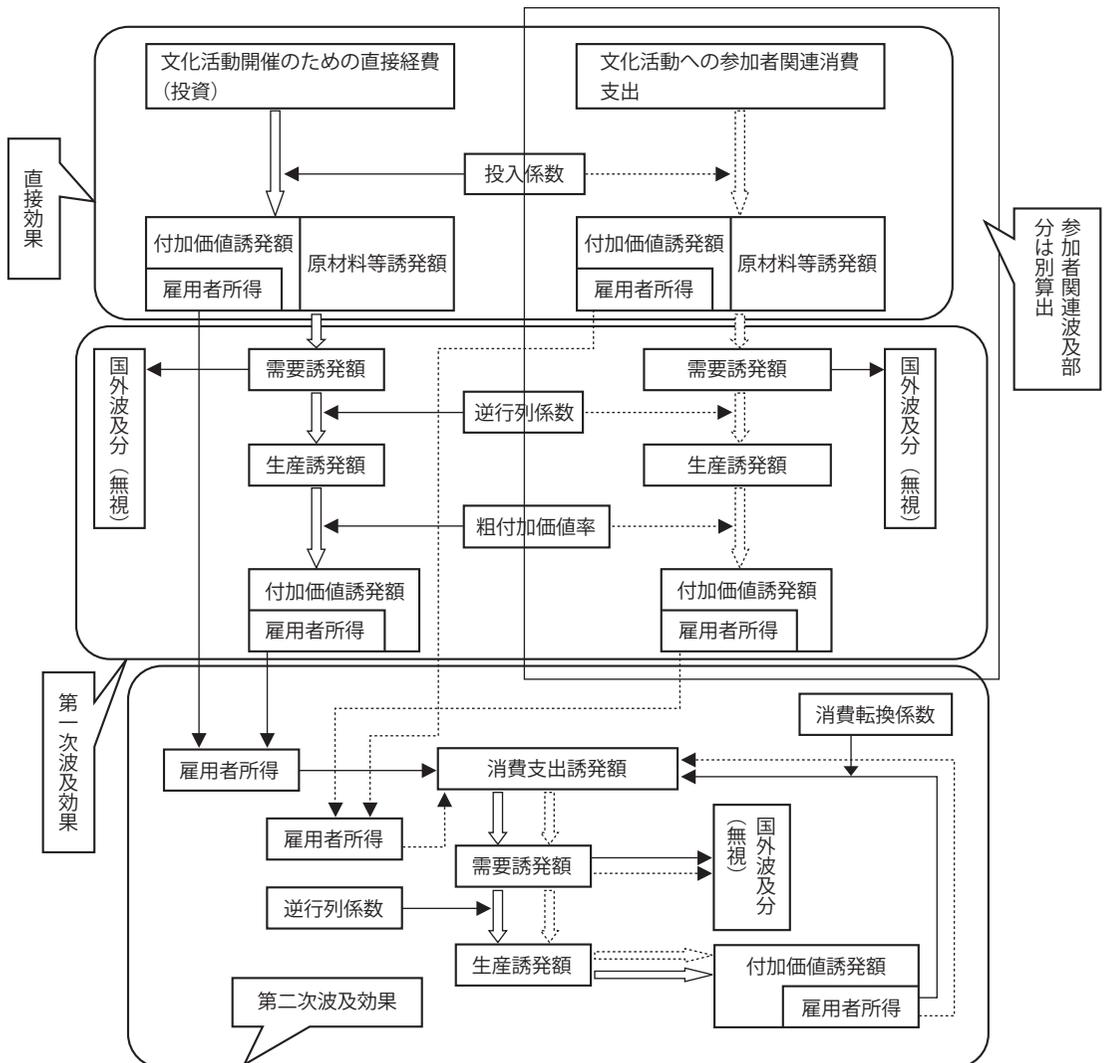
輸」「商業」部門に振り分ける必要があるが、その内訳は「ケッタリング代」「印刷」費程度であるから、全体からみて無視できると仮定する⁸⁾。

表3 文化活動の消費支出の産業連関表部門への組み替え

2006年調査分	支出額(千円)	産業連関表(2000年、32部門)への組み替え
公演経費	3,624.51	対個人サービス
旅費	1,181.14	運輸
滞在費	599.46	対個人サービス
創作費	1,589.52	対事業所サービス
企画宣伝費	1,541.05	対事業所サービス
会場設営費	1,358.74	対事業所サービス(2/3)、運輸(1/6)、放送・通信(1/6)
謝金	1,231.08	対個人サービス
事務費	1,004.03	対事業所サービス(1/3)、放送・通信(1/3)、その他製造(1/3)
その他	1,527.47	対個人サービス

()内はその組み替えの割合

図1 経済波及効果のフロー図



1.1.3. モデル構築

採用した均衡算出モデルは次の通りである(図1)。以下のモデルは、言うまでもなく文化活動開催による直接経費による波及効果モデルである。

$$\Delta X_1 = [I - (I - M)A]^{-1} (I - M) \Delta F$$

$$\Delta X_2 = [I - (I - M)A]^{-1} (I - M) ckw \Delta X_1$$

$$\Delta X = \Delta X_1 + \Delta X_2$$

(注) ΔX_1 : 全国レベルでの生産誘発額 (直接効果 + 第1次波及効果)

ΔX : 全国レベルでの生産誘発額 (第2次波及効果)

ΔX : 合計生産誘発額

ΔF : 最終需要増加額

w : 雇用者所得額

c : 民間消費支出構成比

k : 消費転換係数

(仮定) ただし、ここでは $M=0$ とする。全国レベルでは、それぞれ地域間の移入移出は打ち消しあい、また、地域の文化活動に関する輸入財は無く、輸出財も同様に無いと仮定する。

厳密に言えば、オペラ公演のための衣装とか文化施設の音響設備等を当該文化活動のためだけに海外より輸入することもあるが、無視できると仮定している。

以上の仮定により、

$$\Delta X_1 = [I - A]^{-1} \Delta F$$

$$\Delta X_2 = [I - A]^{-1} ckw \Delta X_1$$

$$\Delta X = \Delta X_1 + \Delta X_2$$

と簡単になる。なお、ここで $[I - A]^{-1}$ はレオンチェフの逆行列である。

表3 文化活動の開催による波及効果

産 業	我が国全体 (ΔF) (億円)	第一次誘発 (ΔX_1) (億円)	第二次誘発 (ΔX_2) (億円)	文化活動生産誘発 $\Delta X_1 + \Delta X_2$ (億円)
1 農林水産業	0	292	382	674
2 鉱業	0	23	22	45
3 食料品	0	774	1,154	1,928
4 繊維製品	0	47	217	264
5 パルプ・紙・木製品	0	248	176	424
6 化学製品	0	270	326	596
7 石油・石炭製品	0	271	259	530
8 窯業・土石製品	0	54	48	102
9 鉄鋼	0	90	75	165
10 非鉄金属	0	32	34	66
11 金属製品	0	87	86	173
12 一般機械	0	150	37	187
13 電気機械	0	139	345	484
14 輸送機械	0	266	305	571
15 精密機械	0	7	36	43
16 その他の製造工業製品	335	1,329	471	1,800
17 建設	0	161	163	324
18 電力・ガス・熱供給	0	353	357	710
19 水道・廃棄物処理	0	192	132	324
20 商業	0	908	1,807	2,715
21 金融・保険	0	821	790	1,611
22 不動産	0	305	1,847	2,152
23 運輸	1,408	3,536	838	4,374
24 通信・放送	561	1,692	447	2,139
25 公務	0	17	33	50
26 教育・研究	0	119	315	434
27 医療・保健・社会保障・介護	0	0	326	326
28 その他の公共サービス	0	45	111	156
29 対事業所サービス	4,371	10,464	997	11,461

30 対個人サービス	6,983	14,226	1,382	15,608
31 事務用品	0	55	27	82
32 分類不明	0	100	63	163
支出計	13,657	37,073	13,607	50,680
指標	100	271	100	371

以上、見るととおり、初期の文化活動開催経費（投資）に比べ、3.71 倍の効果が見られる。

1.1.4. 文化活動関連消費支出額

文化活動に参加する観客等の消費支出が考えられる。ここで、枝川¹¹⁾¹²⁾から全国規模での文化活動への参加者数等を類推する。同論文によれば、平均 71,389 人で中央値は 3,000 人、最頻値は 1,000 人である。また、詳細な分布を見ると参加者数が 5,000 人以下が全体の 60% となっている。また、5 件に 1 件は 1,000 人以下の小規模活動である。そこで、最頻値の 1,000 人を採用すれば、前節の年間開催件数 10 万件と掛け合わせると延べ 1 億人が参加している。また中央値を採用すれば延べ 3 億人が参加者数

となる。

ここでは、国民 1 人当たり 1 回程度は地域の文化活動に参加しているのは妥当と考え、控えめに延べ参加者数を約 1 億人と積算する。たとえば、1992 年から順調に開催を続けており運営が安定している「サイトウ・キネン・フェスティバル松本」の最近の 10 年間の平均参加者数は 1 回公演当たり 1,531.9 人であり、先ほどの 1,000 人の参加者数はおおむね妥当と考えられる。なお、同フェスティバルは年間平均 11 回開催されており、年間延べ参加者数は 16,851 人となっている。

鑑賞者の消費行動については、調査が存在しないので、便宜的に各地域で行われた類似アンケート調査から観客層の消費行動を参考にする（表 4）。

表 4 最近開催されたイベント等の参加者の消費行動

名 称	開催場所	期間(日)	参加者数 下段は宿泊 を伴わない%	飲食費	宿泊費	交通費	土産物 購入	その他	合計	備考
ラ・フォルジュルネ・オ・ジャポン 2005	東京丸の内	3	323,687	2,006	10,000	1,023	2,000	1,614	16,643	2005 年
			98%	12	60	6	12	10	100	
学会等コンベンション	山形県村山地区		31,437	7,865	14,900	3,058	10,196	2,289	38,308	2004 年
			-	21	39	8	27	6	100	
学会、PTA 大会	鳥取県内		80,658	8,192	10,623	3,397	6,195	9,649	38,056	2005 年
			38%	22	28	9	16	25	100	
学会、スポーツ大会	高松市周辺		77,395	6,077	8,184	1,783	4,199	3,688	23,931	2005 年
			72%	25	34	7	18	15	100	
会議 学会	さいたま市	平均 1.335	244,390	-	-	-	-	-	9,034	2003 年
			約 60%							
すべてのイベント	石川県		約 100 万	2,000	10,000	1,425	1,150	-	14,575	2004 年
			約 70%	14	69	10	8	0	100	
国際学会	奈良市	5	643	-	-	-	-	-	45,090	2003 年
サイトウ・キネン・フェスティバル 2001	松本市	13	28,400	6,690	8,450	9,014	3,521		27,675	2001 年
			63%	24	31	33	13	0	100	
単純平均				5,472	10,360	3,283	4,544	2,873	26,531	
			67%	21%	39%	12%	17%	11%	100%	

(注)「飲食費」等は、参加者平均で単位は円である。各欄の下の数値は各費目の構成比で%

各種のイベント等からみると、地元参加者数は全体のおおよそ 2/3 程度であり、残りが地元外参加者である。宿泊費はおおよそ 1 万円、交通費は 3,000 円、土産物代は 4,000 円程度、その他 3,000 円程度である。また、消費項目内訳の不明なイベントを除いた単純平均の消費額は、2.6 万円程度となる。また、宿泊の有無を問わない単純平均で、全消費に占める各費目の割合は、飲食費が 21%、宿泊費が 39%、交通費が 12%、土産物代が 17%、その他が 11% となっている。ちなみに、静岡県への観光客による消費費目の割合は、それぞれ 13.6%、40.1%、15.4%、20.4%、10.5% となっており、前者の数値は妥当とも思える。なお、文化会館等で開催されている小規模の地元指向型の文化活動では、県外客による外泊を伴う消費（ついでに観光のための消費も同じ）はほとんど無いと思われるので、文化活動の規模によって、鑑賞者層の消費行動を区分すること

が妥当か検討する。

枝川^{11) 12)}により、文化活動への参加者数を 1 日当たりで見えてみると、17% は 50 人以下である。そこで、1 日当たり 50 人程度の文化活動はほぼ地元の参加者であると思なして、それまでの累積参加者数は、全体の参加者数の 0.7% 程度である。同様に 1 日当たり参加者数を 100 人まで区切ったところ、同様に全体の 1.4% である。そこで、全体の参加者数の消費行動と小規模の参加者の消費行動と異なっていたとしても全体にはほとんど影響ないと見なし、上記の消費行動をすべての文化活動の参加者消費行動に当てはめる。

以上の仮定に基づき、全国で開催される文化活動の参加者による経済波及効果を計算し、表 5 に示す。参加者による波及効果は、おおむね 2.3 倍程度となっている。先ほどの開催のための経費支出と合わせると 2.7 倍程度の波及効果が認められる。

表 5 文化活動の参加者による波及効果

産 業	我が国全体 (ΔF) (億円)	生産誘発 (ΔX_1) (億円)	生産誘発 (ΔX_2) (億円)	文化活動生産誘発 $\Delta X_1 + \Delta X_2$ (億円)
1 農林水産業	596	1,775	465	2,240
2 鉱業	0	49	27	76
3 食料品	2,754	4,595	1,406	6,001
4 繊維製品	0	97	264	360
5 パルプ・紙・木製品	0	498	215	712
6 化学製品	0	436	397	833
7 石油・石炭製品	0	608	315	923
8 窯業・土石製品	0	103	58	161
9 鉄鋼	0	127	91	218
10 非鉄金属	0	43	41	84
11 金属製品	0	219	105	324
12 一般機械	0	82	45	127
13 電気機械	0	93	420	513
14 輸送機械	0	209	372	581
15 精密機械	0	15	44	59
16 その他の製造工業製品	0	822	574	1,396
17 建設	0	328	198	527
18 電力・ガス・熱供給	0	681	435	1,116
19 水道・廃棄物処理	0	363	160	524
20 商業	7,121	8,927	2,202	11,129
21 金融・保険	0	1,587	963	2,550
22 不動産	0	667	2,251	2,918
23 運輸	3,403	5,121	1,021	6,142
24 通信・放送	287	1,041	545	1,586
25 公務	0	35	40	75
26 教育・研究	0	171	384	555

27 医療・保健・社会保障・介護	0	1	398	399
28 その他の公共サービス	0	72	135	207
29 対事業所サービス	0	2,777	1,214	3,991
30 対個人サービス	12,371	12,749	1,684	14,433
31 事務用品	0	102	33	135
32 分類不明	0	208	77	286
支出計	26,532	44,600	16,580	61,180
指標	100	168	62	231

2 経済波及効果以外の効果

2.1. 社会的（あるいは定性的）効果

社会的波及効果には、文化活動それ自体がもたらす効果と鑑賞者・参加者と地域との交流がもたらす効果とがある^{3) 10) 29)}。一般的には、前者の効果として、開催地が国内外に向けて文化情報を発信させることにより、当該地域のイメージアップや環境整備が行われやすいことが挙げられ、また最近では地域住民による核となる文化資源の発掘によって、地域の誇りを作り出す効果も認められている^{22) 23)}。後者として、文化水準の向上、情報交換などの面でのレベルアップや新たな文化の創出、街づくりなどが推進されるといわれる。

たとえば、第1回熱狂の日音楽祭「ラ・フォル・ジュルネ・オ・ジャポン」(2005年4月24日から5月1日まで、東京国際フォーラムで開催)の効果として、

1. 感動を創造した
2. 交流を創造した
3. クラシックで画期的観客動員を達成した
4. クラシック愛好者の裾野を拡大した
5. 将来世代への教育効果が期待できる
6. 芸術創造の場を提供した

を挙げている（『同音楽祭効果分析』－報告書－〈抜粋〉丸紅経済研究所）。

フランス^{1) 2) 4)}、シンガポール^{24) 25) 26)}の文化活動の経済効果を見ると、フランスでは247の文化イベントに5億6,700万フラン（当時の邦貨で128億円、1つの文化イベントに対して平均5,180万円）が投じられ、270万人の観客が享受し、開催地では

平均毎年10程度の芸術創作活動・舞台芸術が開演されるほか、地域の産業活性化・雇用創出・アソシエーション活動に対する価値付与、観光促進などの地域振興を推進する効果がみられるほか、若者を中心として地域社会の統合・連帯・活性化等の社会的効果もみられることを指摘している。シンガポールでは、国策として観光客誘致を行っているが、シンガポール芸術祭の効果により、観光客数は1999年から3倍に増加している。また、芸術祭を鑑賞するため来星した観光客が41%存在すること、観光客の17%が芸術祭のために滞在期間を延長しているという結果からみても、観光客を誘致するうえで芸術祭の影響は少なくない。また、観光客の滞在期間も6日間以上が半数以上占めていることから、地域への経済的な波及効果も存在する。

しかし、我が国では、文化活動の開催による地域への効果で最も多かったのは、「地域における文化活動の向上」であり、全体の8割以上であった⁶⁾。一方、「定住人口の増加」や「環境面の悪化」は少なく、「(地域の)知名度の上昇」が高く「観光客の増加」「関連施設の整備」は低いのが現状である。これは、文化活動の目的が「地域文化の水準向上」を挙げているためであると思われるが、第1節で分析したような数量的な経済波及効果が地元開催者の意識には十分把握できていない面も指摘できる。

3 今後の地域文化活動のあり方

従来経済活動とは文化活動とは無縁であると思われてきたが、最近文化的な要素を加えた経済発展拠

点整備が唱えられ始めている^{27) 31)}。Throsby³⁰⁾は文化財を経済的価値と文化的な価値を併せ持つ文化資本と定義し、文化資本の蓄積が地域社会の持続的な発展にとって必要不可欠であると指摘している。実際、第四次全国総合開発計画(四全総)に代わって「21世紀の国土グランドデザイン」に基づく新たな国土形成計画では各地の文化資源に言及されている。神野²¹⁾は、産業が重化学工業から情報産業へ移行しつつあることを見通し、そのような産業は人間そのものの能力が重要であるとの認識からヨーロッパ的な人間の生活の場を創造していく持続可能な都市再生が必要であると述べている。

フランス、シンガポールの文化活動の経済効果の例では先述したように、フランスでは247の文化イベントに5億6,700万フラン(当時の邦貨で128億円、1つの文化イベントに対して平均5,180万円)が投じられ、270万人の観客が享受し、開催地では平均毎年10程度の芸術創作活動・舞台芸術が開演されるほか、地域の産業活性化・雇用創出・アソシエーション活動に対する価値付与、観光促進などの地域振興を推進する効果がみられる。また、若者を中心として地域社会の統合・連帯・活性化等の社会的効果もみられる。

シンガポールでは、国策として観光客誘致を行っているが、シンガポール芸術祭の効果により、観光客数は1999年から3倍に増加している。芸術祭を鑑賞するため来星した観光客が41%存在すること、観光客の17%が芸術祭のために滞在期間を延長しているという結果からみても、観光客を誘致するうえで芸術祭の影響は少なくない。また、観光客の滞在期間も6日間以上が半数以上占めていることから、地域への経済的な波及効果も存在する。

しかし、一方で数量的な経済波及効果が地元開催者の意識には十分把握できていないことや文化事業と経済的な活性化との関連が十分実施主体に認識されていないため、効果的な手段が活用できないことも指摘できる。歴史文化資源を活かした地域づくりの実施主体が、「都道府県」「市町村」「町会、自治会、地域住民」「NPO、市民活動団体等非営利団体」が中

心であり、また、都道府県・市町村の支援部署も「文化財」「地域振興」「文化振興」「観光」が主である。このように、地域の産業を所管している部局や商工会等地域産業と関連が深い団体との連携は十分でない。しかし、Florida¹³⁾、後藤^{14) 15)}、佐々木²⁸⁾、池上^{17) 18) 19) 20)}が指摘するように、文化的側面が地域の発展に必要な認識から、都市再生、「まちづくり」と関わる重要な要素として公共政策の対象として、「歴史的な文化資源」を活用するためには、担当部署のみならず、非営利団体等の一層の活動が期待される⁵⁾。1998年には、「特定非営利活動促進法(NPO法)」が制定され、NPOによる公共面での支援・活動が促進されるようになってきた。

特に、NPOは文化・医療・環境等地域社会に密接に繋がったかつ利益に繋がった純粋経済活動では市場供給されにくい商品・サービス提供を行っている^{7) 15)}。これは、従来公的な部門が独占してきた非営利部門の解放であり、分権ともいえ、今後ますます進展して行くであろう「地方分権」との文脈で議論していくことも必要と思われる。今後、さらなる地域別の詳細な調査実施することにより、文化事業による地域活性化の方策を探っていきたい。

参考文献

- 1) BERNARD, Antoine, Le ministère des affaires culturelles et la mission culturelle de la collectivité, La documentation Française, 1968
- 2) BODIGUEL, Jean-Luc, L'implantation du ministère de la culture en région -naissance et développement des directions régionales des affaires culturelles, La documentation Française, 2000
- 3) 文化庁, "文化ボランティアアンケート調査概要", 『文化庁月報』No.417, 2003
- 4) CHAUDOIRE, Philippe et DE MAILLARD, Jacques, Culture et politique de la ville, L'aube, 2004
- 5) 枝川明敬、サトリ文化財団助成『我が国の文化政策の今後のあり方に関する調査』, 1997
- 6) 枝川明敬、日比科学技術振興財団助成、『地域文

- 化芸術活動に係わるデータの収集と指標の設定に関する研究』,2003
- 7) 枝川明敬(代表)、文化庁委託調査、『文化政策の評価手法に関する調査研究』,2005
- 8) 枝川明敬(代表)、文化庁委託調査『文化の経済効果に関する調査研究』,1997
- 9) 枝川明敬『文化芸術の経営・政策論』小学館スクエア, 2004
- 10) 枝川明敬『新時代の文化振興論－地域活動と文化施設を考える』小学館スクエア,2001
- 11) 枝川明敬「全国的に見た文化活動の展開に関する調査分析研究」『文化経済学』,Vol. 2, No. 3, 2001
- 12) 枝川明敬「地方分権から見た地域活性化文化活動の調査研究」『文化情報学』,Vol.12, No. 2, 2005
- 13) Florida, R., The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life, Basic Books, 2002
- 14) 後藤和子『文化と都市の公共政策』有斐閣, 2005
- 15) 後藤和子、福原義春『市民活動論』有斐閣, 2005
- 16) ハナ・アーレント、志水速雄訳『人間の条件』中央公論新社, 1982
- 17) 池上惇、植木浩、福原義春編『文化経済学』有斐閣, 1998
- 18) 池上惇『文化と固有価値の経済学』岩波書店, 2003
- 19) 池上惇、中谷武雄『知的所有と文化経済学』実教出版, 2004
- 20) 池上惇、小暮宣雄、大和滋編『現代のまちづくり－地域固有の創造的環境を』丸善ライブラリー, 2000
- 21) 神野直彦『地域経済学』中央公論新社, 2002
- 22) 川島哲郎『経済地理学』朝倉書店, 1986
- 23) 国土交通省『平成18年度観光の状況』(観光白書) かんぼう, 2006
- 24) Ministry of Information, Communications and the Arts, “The Singapore Sutra art Singapore”, 2004
- 25) National Arts Council, “Singapore Arts Festival Survey 2006 Audience Survey”, 2006
- 26) National Arts Council, “National Arts Council Annual Report FY2005/06”, 2006
- 27) Porter, M., E., The Competitive Advantage of Nations, Free Press, 1990 (土岐坤、中辻萬治、小野寺武雄、戸成富美子『国の競争優位』上下、ダイヤモンド社, 1992
- 28) 佐々木雅之『創造都市の経済学』勁草書房, 1997
- 29) 高田昭彦「市民運動の新しい展開－市民運動から NPO/ 市民活動へ」『都市問題』, Vol. 94, No. 8, 2003
- 30) Throsby, D., Economic and Culture, Cambridge Univ. Press, 2001 (中谷武雄、後藤和子監訳『文化経済学入門－創造性の探求から都市再生まで』日本経済新聞社, 2002
- 31) 矢田俊文、松原宏『現代経済地理学－その潮流と地域構造論－』ミネルヴァ書房, 2000

Research on cultural activities related situations of regional revitalization, which not only support economic ripple effects but also creative activities in communities

EDAGAWA, Akitoshi

Tokyo National University of fine arts and music

[Abstract] Although it was traditionally thought that economic activities were immune to matters of culture, the improvement of economic development bases including cultural factors has recently been advocated. According to Throsby, cultural assets are defined as cultural properties that have both economic and cultural value, and the accumulation of cultural properties is essential for sustained development of regional society. The total economic scale of cultural activities in Japan is estimated to be at least approximately JPY 1 trillion just in organizing costs. This is comparable to mining on an industrial scale. Furthermore, if a rippling economic effect is included, organizing costs would be approximately JPY 3.7 trillion. Cultural activities not only support economic ripple effects but also creative activities in communities, where the effect to facilitate creation and emergence of new businesses has been discovered. To achieve this, it is necessary for community residents to act on their opinions, and to develop an environment to support such actions.

On the other hand, though, it can be pointed out that effective means are not always implemented. This is because a quantifiable economic ripple effect is not rooted in the consciousness of the local hosts, and that the relationship between cultural programs and economic activation is not fully understood by responsible organizations. Coordination between local hosts, departments responsible for local industries, and organizations that are closely related to local industries, such as the chamber of commerce, is not adequate. However, with an awareness that cultural aspects are essential for regional development, further activities by both responsible departments and nonprofit organizations (NPOs) are needed in order to utilize “historical cultural resources,” an important factor for public policy that is closely linked to urban regeneration and town development.

In particular, NPOs provide products and services that are normally difficult to provide commercially purely by economic means closely related to regional society through culture/medical care/environment and profit. This is the release of the nonprofit sector that has been conventionally dominated by the public sector. This is also decentralization. Therefore, it is necessary to discuss this in the context of further evolution of decentralization of authority.

[Key Words] Cultural activity, Regional revitalization, Economic ripple effects, Nonprofit organization