

文化・芸術関連施設の地域活性化効果

～美術館を例として～

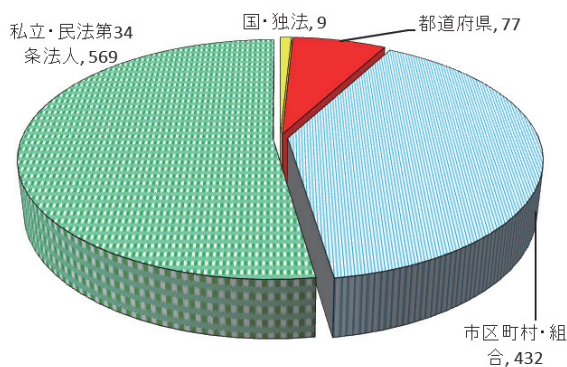
調査情報担当室 筒井 隆志

1. はじめに

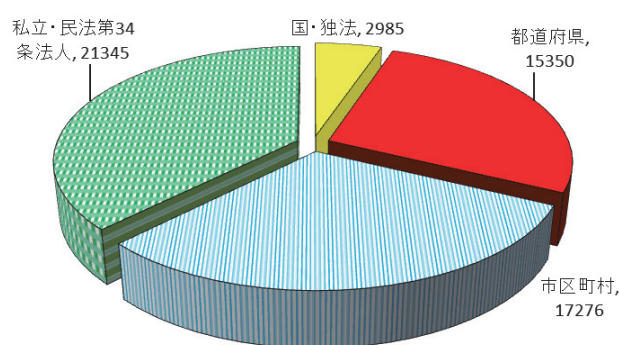
文化・芸術分野を活用した地域活性化に関して、これまで芸術とスポーツというソフト面を中心にその経済効果を取り上げてきたが、ハード面である博物館（ミュージアム）、劇場、音楽ホール等も、重要な地域資源であり、また地域情報発信の主体として地域の活性化において重要な役割を果たしている。

我が国の博物館法における「博物館」は、芸術に限らず幅広い分野を網羅しているが¹、本稿では特に芸術関連のミュージアムである美術館を取り上げる。我が国は世界でもまれに見る「ミュージアム大国」であり、2004年度時点で国内に5,614館のミュージアムがある。その多くは歴史博物館であるが、美術館についても1,087館存在する。わが国の美術館の設置主体別の内訳及び入場者数は図表1、2のようになっている。

図表1 設置主体別美術館数



図表2 設置主体別入場者数



(注)入場者の単位は千人、数字は2004年度のものである。

(出所)「これからの公立美術館あり方についての調査・研究報告書」(財)地域創造(平21.3)

¹ 博物館法第2条には、同法の対象となる博物館について「歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関のうち、地方公共団体、一般社団法人若しくは一般財団法人、独立行政法人等が設置するもので登録を受けたものをいう。」と定義されている(条文の一部を省略)。

文化・芸術分野は公共性・公益性があり、美術館は地域の文化水準の向上に寄与している。これは国公立に限らず私立でも同様であり、米国のメトロポリタン美術館、ボストン美術館（MFA）、英国のナショナルギャラリーをはじめ世界には私立の有名な美術館が多く、我が国においても個人のコレクションを元にした私立美術館が多数ある。さらに、美術館は文化面だけでなく、市外からの集客効果や文化・芸術関連産業の需要を喚起すること等経済的な面でも地域の活性化に貢献している。

美術館の地域に与える影響は色々な道筋があるが、本稿では経済面での効果を中心に論考したい。古賀（2011）は、芸術文化によるまちづくりに関して、①人が人らしく生きる力を引き出すもので、教育、福祉などの分野と結びつく、「人づくり」と、②都市を再生し地域に活力を与えるもので、観光・産業などの分野と結びつく、「街づくり」の2つを考え、人づくりと街づくりの両方を合わせたものをまちづくりと定義している（同書5頁）。本稿で地域活性化への経済効果と考えているものは、②の内でも数字で表すことができる効果である。ただし、数字といっても観光やイベントの経済効果とされる客の消費額と事業経費だけではなく、特定のイベントや活動を契機に創出される中長期的な需要についても考えている。したがって、マスコミなどに報道される「××の経済効果」とは視点が異なっているといえる。

考え方を整理する意味で、第2節では地域に対する効果を詳細に分析している「ボストン美術館の経済効果」（Economic Impact of the Museum of Fine Arts, Boston、以下「調査報告」という。）をやや詳しく引用する。第3節では地域の文化的環境を向上させる、美術館の活動事例を紹介する。第4節は結論として、地域活性化における文化・芸術関連の施設の意義及びその評価方法の確立の必要性に触れる。また補論においては、文化・芸術関連施設の存在とその活動による地域への効果を示す。

2. 美術館の地域経済への効果＝MFAを例として

ボストン美術館（MFA）は、米国マサチューセッツ州ボストン市にある世界でも有数の規模を持つ私立美術館である。所蔵品は50万点を数え、世界各国の美術に加え、写真、服飾、楽器などの展示がある。岡倉天心が一時在籍したことでも知られ、浮世絵、刀剣等の日本の美術・工芸品の所蔵が多いことでも有名である。

（1）MFAの直接の効果

ア MFAによる各種調達及び来訪者による経済効果

MFAが、その所在地であるボストン市及びマサチューセッツ州に与える経済的効果の源泉は、職員の給料及び出入り業者からの資材の購入等で構成される美術館としての支出と、来訪者（後述するアートスクールの学生含む）の支出とに大別される。

図表3はMFAのボストン市及びマサチューセッツ州に与える経済効果の総額であり、MFAは州経済に3億6,930万ドル（1ドル80円として295.4億円）の経済効果を与えているとされている。このうち美術館自体の支出と来訪者の支出の比率は64：36となっている。MFAは事業規模が大きいため来訪者の支出の経済効果に占める割合は比較的低くなっている。

図表3 MFAのボストン市内及びマサチューセッツ州への経済効果

（単位：上段 100万ドル、下段 人）

項目	経済効果種別	ボストン市内	ボストン市以外州内	州内経済効果計
MFAの直接支出額 （俸給、調達等）	直接効果	110.9	25.6	136.5
	間接・誘発効果	69.6	29.9	99.5
来訪者（旅行者・日 帰り、学生）支出額	直接効果	75.1	9.7	84.8
	間接・誘発効果	37.6	10.9	48.5
合計		293.2	76.1	369.3
項目	経済効果種別	創出雇用数		
		ボストン市内	ボストン市以外州内	合計
MFAの直接支出額 （俸給、調達等）	直接効果	1,025	179	1,204
	間接・誘発効果	635	378	1,013
来訪者（旅行者・日 帰り、学生）支出額	直接効果	1,369	396	1,765
	間接・誘発効果	391	160	551
合計		3,420	1,113	4,532

（注）四捨五入の関係で創出雇用数の縦計と横計は合致しない。また図表4とも異なる数字がある。
（出所）調査報告7、9、10頁

本稿では掲載しなかったが、調査報告には美術館の支出の内訳について内部資料に基づき詳細なデータが掲載されている。

他方、来訪者の消費の測定は容易ではない。近年の我が国の調査においては、来訪者の様々なカテゴリーに着目し、属性に応じて支出や滞在日数等が異なることに留意した綿密な消費行動の分析を行った例もあるが²、MFAの報告書

² 平成20年に実施された「彦根城築城400年祭経済効果測定」及び平成24年に公表された「彦根市観光に関する経済効果測定調査」は、地理的に中部圏、京都・大阪圏、北陸圏の中間にある滋賀県彦根市の立地特性を考慮し、宿泊客については、大津市、名古屋市、京都市、北陸の温泉地に宿泊するパターンについて支出傾向を詳細に調査している。

においては、代替効果の考え方に立って出身地別に来訪者の消費を切り分け、地域内からの来訪者の消費についてはこれを除外している。その理由は、MFAで支出しても市内の別の地点で支出しても市や州に対する経済効果は同じであるという考え方に基づくものであり、市外からの訪問者についても、MFAが訪問の第一義的な（primary）目的ではない者についてはMFAの経済効果には算入していない³。

調査報告で経済効果の対象となる来訪者類型は、いずれもMFAがボストン市への訪問の主要目的であって、①州内（ボストン市外）在住の日帰り客、②旅行者でボストン市への日帰り客、③旅行者でボストン市の滞在客の3種類に限定されている。各類型について算入比率をまとめたものが図表4であり、それぞれの来訪者の人数及び総支出額を示したものが図表5である。

図表4 MFA来訪者の類型別経済効果算入比率

来訪者居住地	来訪者支出の算入比率	
	ボストン市	ボストン市以外の州内
ボストン市内	×	×
ボストン市以外の州内	○	×
州外からの旅行者でボストン市来訪目的がMFAである者	○ (ボストン訪問のみ)	×
州外からの旅行者でボストン市及び州への来訪目的がMFAである	△ (85%)	△ (15%)

(注) ○100%、×0%、△(1部分)
(出所)調査報告より作成

図表5 MFA来訪者のタイプ別人数及び総支出額

来訪者のタイプ	総数 (単位人)	総支出額 (単位 100 万ドル)
①日帰り (マサチューセッツ州住民)	242,818	10.47
②日帰り (旅行者)	46,826	3.32
③滞在・旅行者(州内含む)	140,479	69.76
合計	430,123	83.56

(出所)調査報告 24、25 頁

イ 教育機関としてのMFA

MFAは、美術館としての機能に加えて、併設するアートスクールを運営し

³ 我が国の調査は、この辺の切り分けが甘いように思える。

ていることでも有名である。MFAのアートスクールは多くの分野にわたり⁴、タフツ大学と提携して学位プログラムを提供している。2001-02 学期には 739 人の学生が在籍し、650 人が大学課程、89 人が大学院課程を履修している。

一般に教育機関が所在地に与える経済効果は、MFA全体と同様、教員の給料及び出入り業者からの資材の購入等スクールの直接の支出と、スクールに地域外から入学した学生の支出である(地域内の学生は図表4と同じ理由で除外される)。アートスクールに入学した学生の出身地別・類型別の支出の内訳及び支出総額は図表6のとおりである。

以上のように、大規模な美術館は来訪者の支出等だけで数十億円規模になり、地域に存在することによる直接の経済効果としては、きわめて規模が大きなものとなっている。

図表6 学生の授業料以外の地域内支出額

	短期学生 (9か月)	年間在籍学生	合計
州外出身の学生数(人)	97	47	144
1年間の総支出(ドル)	1,110,650	717,455	1,828,105
市外出身の学生数(人)	135	30	165
1年間の総支出(ドル)	1,545,750	457,950	2,003,700

(出所)調査報告 27 頁

(2) 美術館の存在による間接的効果

MFAの地域に与える効果については、(1)で示したもののだけではその全容を示しているとはいえない。直接の効果に加えて、いくつかの間接的な効果というべきものが存在する。調査報告も4章以下をその記述に充てている。

ア 若年層の教育

MFAアートスクールの教育は、専門家向けにとどまらない。同スクールは30年以上ボストン市内の公立学校とパートナーシップを締結し、エクステンションスクールを運営している。またMFAは一般生徒向けの6つのツアーコースを開催しており、2001年度には31,000人の参加者があった。この他、いくつかの教育プログラムを開催しており、最も有名なFamily Night Out⁵には

⁴ 具体的には、絵画、彫刻、映画、アニメ、グラフィックデザイン、写真、パフォーマンス芸術、印刷、イラスト、CG、音響、ビデオ、マルチメディアなどである。

⁵ Family Night Outは毎水曜日の夜MFAで開催される催しである(参加費用は入場料以外無料)。夏の期間中は家族向けに多くのイベントが開催される。美術館のセルフツアー利用の場合

10,000人以上の参加者があった。

このような活動の背景には、2002年に成立した新連邦教育法において、芸術を小中学校の「中核的なアカデミック科目」と位置づけ、各種活動が規定されたことが挙げられる。その他、高校生・大学生についても美術館はコラボレート事業を展開している。この事業にはボストンの大学生の8人に1人が参加している。さらに、アートスクールの卒業生の少なくとも半数以上は市（または近隣）に在住し、創造的な職業に就いている。この結果、アートスクールは市の創造力の拡大に関して貢献しているといえる。

イ 都市の競争力の強化

欧米の文献でミュージアムやホールの経済効果として必ずと言ってよいほど挙げられるものは、前述の都市の（経済的）競争力という概念である。都市（特に中心部分）の競争力を強化するためには、若く創造性に富む住民や先端企業を都市に誘引することが求められる。そのためには都市の魅力を向上させることで住民の満足度を高め、生活の質（QOL）を向上する必要がある、有名な美術館に代表される、都市の文化・芸術はその環境に不可欠であるといえる。このような考え方は「創造都市」と呼ばれ、都市間競争の激しい欧米では一般的となっている。調査報告においても、「美術館の活動や公教育は都市の経済的競争力を拡大する」という記述がある⁶。

ウ コミュニティの形成

MF Aはアウトリーチ活動を通じて、地域づくりに貢献している。地域の各種団体へのMF A側の支援としては、①地域をベースとしたグループや若者のグループへの資金の提供、②地域の組織とのコラボ活動への参加、③地域ベースのイベントの開催、④低収入の若い世代へのMF A提供のプログラム利用や芸術作品の利用の促進等であり、それぞれ地域コミュニティの形成に寄与している。

エ 新たな需要の創造

MF Aは一般の人々の参加についても長い伝統を持っている。この報告は、特に施設の利用を開放することによる地域の需要の創造を挙げている。毎年春に開催されるMF Aの有名な催しである「Art in Bloom（花と芸術のコラボレーション）」は、過去25年間に500万ドルをもたらしたが、その多くは一般人

は、スケッチ・パズル・ゲームが実施される。また美術館内において、紙の制作・織物・油絵と彫刻の実演、物語・ダンス・操り人形・パントマイム・音楽といったパフォーマンスが開催される。

⁶ 創造都市の概念や具体的な事例については、小林「地域活性化の新しい潮流～文化芸術の可能性と創造都市～」『立法と調査』（平成23.3）参照。

の参加によって担われてきた（本年の同展は4月28日から3日間開催されたが、全67作品中50作品がアマチュアであるガーデンクラブの出品であった）。

このように、美術館はその活動（企画）により地域全体に新たな需要を創出し、入場料や調達以外にも大きな利益（ベネフィット）を地域に与える。

以上のように、美術館の存在による間接的な効果としては、（A）美術館の存在そのものがもたらす文化的充実感及び地域の文化水準の向上、（B）美術館の地域活動による新たな需要の創造の2つに分類できよう。（A）については、施設（ここでは美術館）の存在により、地域全体の文化的な水準が上がったと感じられることと、自ら美術館に足を運んで芸術的感性を高めるといった行動を指しており、イとウが当てはまる。また（B）については、施設側による、作品の鑑賞会、創作活動のためのワークショップの開催等の働きかけにより、地域住民の当該分野への参入が促進され、将来的にも新たな需要の創出が可能となるような効果を指しており、ア・エが当てはまっている。

従来 of 経済効果の調査ではこの部分の効果は、ほとんど無視されていた。理由は、①データがなく計測が難しい、②この部分は中間投入であるため、いずれ最終消費段階で反映されるというものであろう。しかしながら、間接効果は短期的な消費だけでなく、愛好者人口を増加させ、また愛好者のスキル（消費技術）を向上させることにより、いわば構造的に消費を増やす効果があり、単純な中間投入と最終需要という関係にとどまるものではない。美術館に代表される文化・芸術施設の真の役割は、芸術を供給するだけでなく、このような効果を地域に及ぼすことであると思える。付言すると、（B）に関連して、我が国の地方博物館において、来館者が増加傾向にある館は、減少傾向にある館と比較して地域との連携事業や地域への貢献を重視しているという研究もあることを付け加えたい⁷。なお、美術館や博物館のような公的な施設における社会的包摂⁸（Social Inclusion）の経済効果については、本稿では立ち入らなかった。

3. 美術館における教育活動の例

前節で見たとおり、美術館の活動はアートの展示と関連する講演会等の開催だけではない。今日、美術館において地域との交流企画を実施していないところはほとんどないと言ってよいだろう。地域との交流の1つに地域の芸術愛好人口を拡大し、新たな需要を創出していくような教育活動が挙げられる。

⁷ 加藤（2009）

⁸ 社会的包摂とは、様々な困難を抱えた人を社会的に排除せず包み込もうというもので、この場合はいわゆる「居場所づくり」に相当する。

教育活動といっても、専門家である館側から「知識を広める」というものだけでなく、ワークショップのような双方向のもの、「地域の当事者たる市民（利用者）が主体性を持って自己学習を行う⁹」といういわゆる「参加型博物館」など様々である。このような活動は、公立私立を問わず館側が入場者の拡大に努力しているという証左となると同時に、予算支出の有効性の証明や地域への芸術・文化の浸透効果も期待される。本節では、このような方向性を持つ地方の美術館の活動例として、英国オックスフォード市のモダン・アート・オックスフォード、島根県浜田市にある浜田子ども美術館、広島県尾道市立美術館について、その活動の実例を紹介するとともに、美術館が地域と協同して企画を行った例として、平塚美術館の市民調査活動の支援についても簡単に触れたい。

（１）モダン・アート・オックスフォード

オックスフォード市はロンドンから鉄道で約1時間の距離にある人口13.5万人の地方都市である。英語圏における最古の大学オックスフォード大学がある大学都市として知られている。

モダン・アート・オックスフォードは同市にある現代美術専門のアートギャラリー（コレクションを持たない施設）であり、年4～5回の展覧会企画が開催されている。ギャラリーの教育普及活動は、このような展覧会に連動し、地域社会や学校と連携した形で進められている。主な活動は以下のとおりである。

ア アート・イン・ローズヒルプログラム

市南部のローズヒル地域を対象としたプログラムで、国際的な作家を招き、同地区の住民と共に制作活動を勧め、ギャラリーと地域社会の関係を深めることを目的としたものである。作品は、地域の人々との関係を意識したものとなっている。

イ 学校連携プログラム

市内の小中学校及びロンドンの中高等学校生徒が対象であり、地域における学習活動、作家との共同制作など多様な内容となっている。

ウ 就学前児童対象プログラム

子どもが遊びながら美術に触れられる Modern Art Trolley、幼児や子どものためのワークショップなどが含まれる。この他教員のための Artist Teacher Scheme などが実施されている。

佐々木（2010）はモダン・アート・オックスフォードのプログラムに関連

⁹ 菅井（2008）2頁

して、「(本館が) 地域社会において密度の高い連携を維持していけるのも、大都市の大規模ギャラリーとは対照的な、地方都市におけるアートギャラリーとしての要素をもっているからであろう。加えて、展示と教育普及を一体のものとして扱い、教育普及のための資料を、展示のための資料と同様に充実させているのも、同館の大きな特徴であるといえる」と記述している(同 296 頁)。

(2) 浜田市世界子ども美術館

島根県浜田市は人口も 5 万人弱の地方都市である。「浜田市世界子ども美術館は、1996 年、次代を担う子どもたちのための美術館として誕生した。幼い頃から美術にふれあうことで想像力を養い、感性を養うことをモットーに様々な展覧会を開催し、創作活動にも力を注いでいる」(同館HPより)。同館は必ずしも恵まれた状況にはないが、以下のような企画で全国的に知られている。

ア 浜田子どもアンデバンダン展

アンデバンダンは無審査、無賞、自由出品制の公募展である。浜田子どもアンデバンダン展は、開館の翌年から毎年冬の時期に開催され、今年で 15 回を数えている。内容は市内、日本、世界の 3 部に分かれ、本年 1 月の第 15 回については、海外からは 15 か国 100 点、市内からは 17 小学校と 1 養護学校計 18 校から 230 点の参加があった。出品は絵画だけでなく様々な造形物を含んでいる。

イ ミュージアム・スクール

ミュージアム・スクールは、学校教育との連携を図るため、クラス単位で美術館を訪れ、一日かけて鑑賞と創作活動を楽しむ企画である。貸し切りバスが確保されており、市内の 6 年生は少なくとも 1 回は来館するシステムとなっている。

ウ 企画展

同館では多くの子どもを意識した企画展が開催されている。最近のものだけでも、「あきやまただしの絵本原画展」(平成 24 年度)、「カグラ! 石見神楽と浜田の伝統展」(平成 22、23 年度)、「木のおもちゃ展」、「万華鏡の世界展」、「芸夢・ゲーム展」、「作家たちの浜田」、「ウルトラマンキッズワールド 2011」(平成 23 年度)等がある¹⁰。

エ 創作活動

この他、毎週末には各種創作教室が行われている。平成 24 年 7 月には、虹

¹⁰ 企画展の全容についてはHP参照。

http://hamada-kodomo.art.coocan.jp/modules/kikaku/index.php?cat_id=3

色ボックス、ビー玉の迷路、塩キャンドル、ボタンリースなどが開催されている。

(3) 尾道市立美術館

広島県尾道市は文学者が多く居住し、各種文学・映画・アニメの舞台となったことで知られている。市民の文化・芸術への関心も高く、尾道市立美術館は昭和55年備後地方で最初の市立美術館として誕生した。当初は尾道ゆかりの洋画家小林和作の作品、ルオー、ブルーナなどの収蔵作品に加え、地元作家の展示や美術団体の巡回展を開催していた。平成15年には、建築家安藤忠雄氏設計の建物に改築されリニューアルオープンしている。同館は「美術愛好家には一定の評価を受けていたものの、一般市民、特に子どもたちにとっては、少々敷居の高い美術館となっていた」(山下(2010))。しかしながら、近年同館は近年若い世代に対する教育普及活動に熱心に取り組んでいることで注目されている。具体的には以下のような事業である。

ア 尾道市美術館ネットワーク

尾道市には市立美術館の他にも充実したミュージアムがあり、各施設の個性を生かした連携と教育を結びつける試みとして「夏休み子ども学芸員の旅」が実施されている。これは市内の小学校4年～6年生数十人が美術館スタッフや大学生のサポーターと、ものづくりのワークショップや学芸員の仕事を体験しながら市内の6つの美術館・博物館を1泊2日での訪問するものである。

イ 各種教育普及活動

尾道市立美術館は、館内における教育普及活動にも力を入れている。従来は不定期だった「わいわい がやがや おしゃべり鑑賞会」を展覧会ごとに開催し、展示内容に合わせたワークシートを配付している。また子どもを対象とした企画を「子ども学芸員対象行事」に指定しており、参加者への記念品を発行するなどの取組みにより、常時数十人の参加者を確保している。

ウ その他

地域NPO法人と連携事業を行い、各種アートの展示会の開催、空き家再生プロジェクトの一環としてのアーティスト・イン・レジデンス事業への参加等が行われている。

(4) 平塚市美術館

平塚市美術館は、平成17年に「生誕100年目の発見 湘南の洋画家・大貫松

三展」を開催したが、その開催に市民を含むワークショップ（以下「WSという。）が深くかかわっている。菅井（2009）によれば、本企画は平成13年に始まった地域作家の資料の記録・整理・報告書作成のWSのメンバーの活動が発端となっている。この間の経緯は同論文に詳しいが、一般市民が自らの関心事項に関して美術館という組織を使って調査を行い、展覧会という形で結実させた例として興味深い。もちろんWSが直接地域の活性化に効果があるとはいえないが、「本当に何かいいものを見せてくれる、見せて頂くという美術館（中略）に、見に行くだけでなく何かしにいく」（同20頁）という活動はこれからの美術館の姿を示しているように思える。

4. 結論

（1）地方における文化・芸術活動の効果

文化・芸術関連の施設においては、様々な地域活動が行われている。前述の古賀（2011）は文化ホールの役割を以下の5つと定義した上で、

- ①市民の芸術文化鑑賞の機会を提供する
 - ②市民の芸術文化活動の場を提供する
 - ③アーティストの創造活動を支援する
 - ④市民とアーティスト、市民同士・アーティスト同士の交流の機会をつくる
 - ⑤芸術文化を通じた人材育成、まちづくり活動の支援を行う
- ①～③を芸術文化振興機能、④と⑤を芸術文化を通じた地域振興機能と定義している（同書68頁）。

本稿では美術館について、上記分類では④、⑤にあたる機能を中心に地方の公立美術館の例を中心に紹介した。本稿で紹介した以外にも様々な企画、教育プログラムが生まれ、最近では施設の外に出向くアウトリーチ活動が行われているケースも多く、私立の美術館においてもこのような活動が行われている¹¹。

芸術・文化活動は市場を通じて供給されるものと、本稿で取り上げたような公共財として公的機関により供給されるものがある。文化・芸術は、観客の消費と施設側の支出による短期的な経済効果だけでなく、教育効果を通じて中長期的な新たな需要の創出に寄与するが、都市の経済力、後背地の人口、趣味嗜好、施設側の人員や予算等経済面については都市部が圧倒的に有利といえる。

しかしながら、文化水準の向上や新たな需要の創出といった面については、

¹¹ 例えばサントリー美術館においては、エデュケーション・プログラムとして、記念公演やイベント、学芸員による展示解説「見どころトーク」、エデュケーターによる展示解説「フレンドリートーク」、日本文化の伝承プログラム、親子見学会等が開催されている（同館HPより）。

以下の理由から地方の方が有利である可能性がある。

- ①文化・芸術分野は細分化され、それぞれの分野では一定の参入・退出があるが全体の人口としては一定規模で推移しているケースが多い。当該分野の公演や施設の活動等外部の刺激によりその需要は拡大するが、都市部では拡散するためその効果が見えにくい。しかしながら、地域ならその効果が目に見えるため、持続へのインセンティブとなり、需要が持続する可能性がある。
- ②地方においては人口規模が小さいため、施設のユニークな活動が目立ちやすい。また学校を通じて子どもに対して影響力を与えることも容易である。
- ③この結果、文化・芸術施設のユニークな活動が地域において一定の成果を生めば、それが地域の売り物・特性として発信され、外部からの交流人口の拡大につながり、そのことが地域住民のアイデンティティにもつながることも可能である。

このように、地方の文化・芸術関連の施設の活動は将来大きな成果となって地域に戻ってくる可能性を秘めている。本稿で挙げた活動はユニークとされるものであるが、全国の美術館や博物館は大なり小なり各種普及活動や次世代に対する教育活動を行っている。そしてこのような活動はもっと評価されるべきであるし、地方の有利性もより理解される必要がある。

（２）文化・芸術の正当な評価の必要性

住民や政策担当者に上記のような文化・芸術活動の価値を正しく評価してもらうためには、まず活動の成果が目に見える形になることが必要である。施設の建設には費用便益分析が欠かせないが、従来の費用便益分析はその対象となる便益が限定されるのが大きな欠点といえる¹²。施設の利用において個人がいかに満足したとしても、満足度は数値化できず、あくまでも入場者数や売上でしか測定できないならば、施設の活動に対する正当な評価付けは不可能である。施設の活動に対するインセンティブとするためにも、教育効果、都市の競争力

¹² 市場経済の洗礼を受ける民間の施設は、当然建設前に綿密なマーケティングが行われる。他方公共的な施設については、施設の建設そのものが目的になり利用方法や活用手法などが十分に検討されないまま事業が進められた結果、「箱物行政」という批判が当てはまるような現象が多々見られた。このことから、建設計画の承認に当たって費用便益分析が行われ、また完成後の運営主体は民間委託されるケースが多くなっている。

しかしながら、文化・芸術関連の施設に費用便益分析を適用することについては、以下のような問題がある。①文化・芸術は特に個人の趣味嗜好の領域であるため、便益の数値化が困難であること、②文化・芸術は観光事業と同様オフ／ピークの差が大きいため、施設の稼働率から見れば数字が低くなること、③文化・芸術分野については、セイの法則として知られる「供給はそれ自らの需要を生み出す」という現象が当てはまること、④事前評価の手法が確立していないこと等である。特に④については、地域内からの入場者の消費分の取扱いや、文化施設のもたらす効果への教育効果の算入といった見直しが求められる。

のような数字に表れない効果を、(予算支出の効果的な説得材料となるよう)いかに目に見える形にするかが、今後の文化・芸術分野の振興における大きな課題であり、そのためには施設の存在やその教育効果による中長期的な需要の創造効果をいかに取り入れるかキーポイントであろう。

補論 文化・芸術施設の教育効果とは？

文化・芸術関連施設の教育効果について、本稿において(A)施設の存在そのものがもたらす文化的充実感及び文化水準の向上、(B)施設の対外活動による新たな需要の創出と定義した。もちろんこのような効果は、施設に限らずプロスポーツチームや劇団等でも観察されるが、ここでは主題である文化・芸術関連施設に限定したい。

通常文化・芸術施設の運用開始後の経済効果の分析は、施設の年間支出額(予算)と観客消費額の合計を地域への効果と考え、さらに産業連関表やケインズの乗数で国全体への効果を計算するという方法がとられる。この数字は、非常にラフなものから細かいものまで分析者によって多様であるが¹³、「教育効果」については従来の調査では計測の対象外であった。この理由は、長期間にわたる家計のデータが必要であり測定が困難なこと、因果関係が明確でないこと等であるが、供給側の日常活動の効果を正確に評価できなければ中長期的な需要の創出を捉えられず、施設側の活動の評価ができないためインセンティブを失わせるであろう。

結論で引用した①市民の芸術文化鑑賞の機会の提供、②市民の芸術文化活動の場の提供、③アーティストの創造活動の支援、④市民とアーティスト、市民同士・アーティスト同士の交流の機会の創出、⑤芸術文化を通じた人材育成、まちづくり活動の支援の5つは、いずれも経済活動を刺激して一定の経済効果を有する。しかしながら、従来の費用便益分析ではこのいずれも捨象されており、我が国ではこのような活動を経済的に評価するという方向性すらない可能性がある(そういった意味では、MFAの調査報告はこのような活動も経済効果の中に取り入れようとしている)。

ここでは補論として、このような効果はどのようなものか可視的に示したい。

¹³ 多くの調査では、入場者についてはその質的な差は見えていないし、施設側の支出額にしても、年間予算程度であり、M. liop & JM Areuzo-Carod(2010)のように、賃金、メンテナンス費用、広告・保険・清掃、調達、その他と5種類にまで分類しているものは少ない。

まず、以下のようなシナリオを想定する。

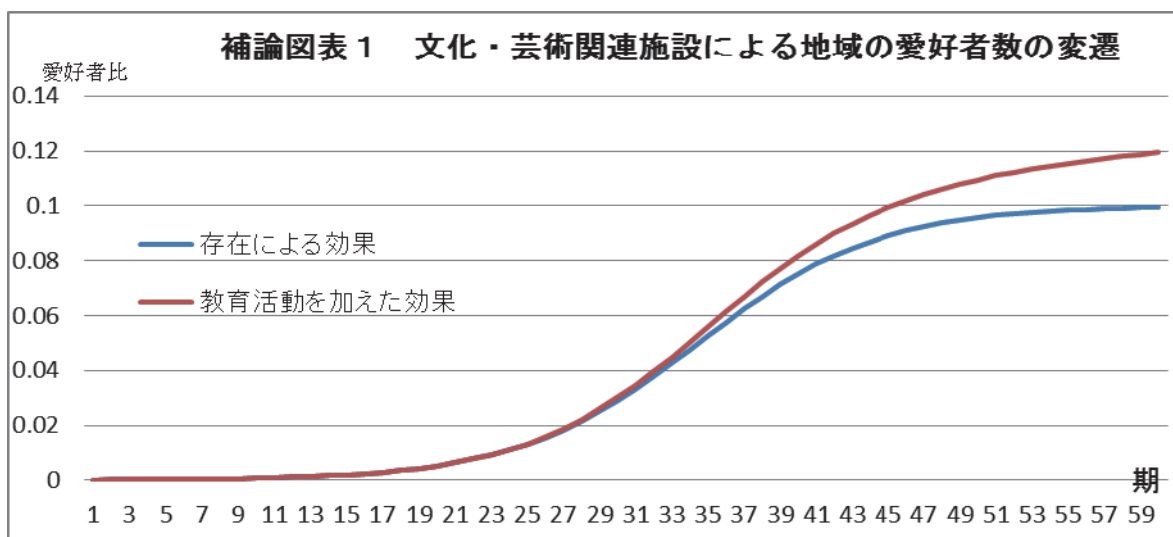
- ・人口約N人の地方都市Φ市及び近隣地域（以下「Φ地域」という。）には、以前は文化・芸術関連のA分野の伝統はほとんどなかった。なお、A分野は美術館の収蔵対象となるものなら何でも良く、仮に絵画の分野に限定しても洋画、日本画、エスニックアート、版画、CG、現代美術等多くの種類・流派がある。
- ・ t_1 期にΦ市内に文化・芸術関連の施設Bが設置され、Bはそれ以降Φ市において活発に活動している。ここでBとして想定しているものは、美術館や音楽ホールのような施設である。
- ・Bの活動に伴い、Φ地域のA分野愛好者は増加した。
- ・ t_{12} 期に、Bは観客のアップと地域への貢献を目的として教育普及活動を開始した。内容は地域割引などもあるが、主なものは地域との交流会、地域住民へのA分野の講習、自治体や商店街とのタイアップ企画などがある。
- ・Bの教育効果によって、 t_{24} 期目からΦ地域においてA分野の愛好者が每期 ε %上昇した。

補論図表1は、上記シナリオに従い、施設側の教育普及活動がないケースと、あるケースについて、 $t_1 \sim t_{60}$ 期のΦ地域におけるA分野愛好者の対人口比率（以下「愛好者比」という。）の推移を示したものである。施設Bの活動による教育効果によるΦ地域におけるA愛好者の増加のトレンドとしては、自然科学や製品の普及率の推計等で広く用いられるロジスティック関数を用いた¹⁴。なお、期については、1年とすると長すぎるので1か月若しくは四半期（3か月）程度が適当ではないかと考えられる。

図では、 t_{24} 期から教育効果が各期の愛好者比の増加となって現れ、長い期間で一定の差が出てくる。本図表では教育効果は t_{60} 期目で愛好者比で2%程度の差であるが、Φ地域の人口Nを十分大きな数とすれば、2%でも経済効果はかなり違ってくるであろう。愛好者比にΦ地域人口及び1人当たりの平均支出額を乗じれば、容易に経済効果が算出できる¹⁵。

¹⁴ 関数形は $y = \sigma \cdot \varepsilon^* / (1 + \alpha \cdot \exp(-\beta t))$ を用いた。ただし $\varepsilon^* = 1 + \varepsilon / 100$ 、 σ は普及率の上限、 α は係数、 β は通常の回帰分析における回帰係数にあたるものである。パラメータについては、先験的に $\alpha=2$ 、 $\beta=1$ 、 $\varepsilon=0.5$ 、 $\sigma=0.1$ とした。

¹⁵ 例えば、Φ市周辺地域の総人口Nを80万人程度と想定し、1期あたりのAの関連消費額を1,000円とすると、 t_{60} 期における教育効果による需要の差は1,600万円になり、地域産業連関表では文化・芸術部門の生産誘発係数は通常1.7~1.8であるため、経済効果の差は全市域で約3,000万円となる。この額は経済全体から見て決して大きな数字ではないが、文化・芸術分野A



本図はあくまでも教育効果の推計の前段階と言ってよく、今後厳密なデータが得られた場合は、各期のトレンドと実測値の差の2乗を最小化する等の手法により、さらに精緻な推計が可能となる。なお推計手法には、このように関数形を先に決める推計手法のほかに、より本格的に経済主体の最適化行動を組み込んだモデル等が想定されるが¹⁶、いずれのタイプを用いるにしてもデータの質が問題となろう。

【参考文献】

Mt. Auburn Associates, inc. & Economic Development Research Group(2002) 「Economic Impact of the Museum of Fine Arts, Boston」 mfa Boston.

「これからの公立美術館のあり方についての調査・研究報告書」(平 21. 3) 財団法人 地域創造

「彦根市観光に関する経済効果測定調査報告書」(平 24. 3) 彦根市

加藤つむぎ「地域ミュージアムの現状—茨城県の事例をもとに—」『日本ミュージアム・マネジメント学会研究紀要』No. 13 (平 21. 3) 43 頁

古賀弥生『芸術文化がまちをつくるⅡ』(平 23. 3)九州大学出版会

小林美津江「地域活性化の新しい潮流～文化芸術の可能性と創造都市～」『立法と調査』No. 314 (平 23. 3) 133 頁

M. liop & JM Areuzo-Carod(2010) “Economic Impact of a New Museum on the local

は多種類あり、施設側の教育活動も決して1つの分野にとどまらないため、実際にはこの何倍かになるであろう。

¹⁶ P. Milenko(2009)は、芸術の生産関数として、芸術のアウトプットを「芸術家の芸術に費やす時間」「一般財」で記述し、所得、時間の制約条件下で極大化するもの、「芸術に費やす時間」「画材」「人的資本」で記述し、時間、所得等の制約条件下で極大化するもの等を示している。

economy:” The Gaudi Centre” ”

< <http://ideas.repec.org/a/spr/lsprsc/v5y2012ilp17-23.html> >

P.Milenko(2009) “ Dynamic Model of Arts Labor Supply ” MPRA Paper
No.17108, Mediterranean University, Montenegro Business School.

村田真「美術館と子ども」『地域創造』No. 7 (平 11. 秋) 2 頁

佐々木宰「イギリスに美術館における教育普及活動 (2) —リバプール、オックスフォード、ケンブリッジの美術館及び博物館、アートギャラリーの事例」『北海道教区大学紀要 (教育科学編)』Vol. 61, No. 1 (平 22. 8) 291 頁

「彦根城築城 400 年祭経済効果測定調査報告書」(平 20. 3) 滋賀大学産業協同研究センター

菅井薫 (2008) 「博物館における「市民調査論の諸相と新たな射程」『博物館学雑誌』
No. 34, Vol. 1 (平 20. 12) 1 頁

—— (2009) 「美術館活動における「市民の知」のあり方と根拠—調査活動を通じ
「関わり」と「価値」の再構築—」『日本ミュージアムマネジメント学会研究紀要』
No. 13 (平 21) 17 頁

山下里加「市内の施設やNPO法人の活動とリンク、地域に根ざしたネットワークを
築く美術館のあり方とは」『地域創造』No. 28 (平 22. 秋) 20 頁

(内線 75012)