

文化芸術創造都市に関する 調査研究

調査報告書

平成 21 年 3 月

株式会社 リベルタス・コンサルティング

目次

第 1 章 調査概要	1
1-1 調査目的	1
1-2 調査方法	2
第 2 章 欧州の文化芸術創造都市	9
2-1 リバプール	10
2-2 ヘルシンキ	36
2-3 ロンドン	61
2-4 イギリス政府（創造産業戦略の取組）	81
2-5 EU 委員会（欧州文化首都の取組）	95
第 3 章 北米の文化芸術創造都市	111
3-1 トロント	112
3-2 ミネアポリス	127
3-3 ニューヨーク	148
第 4 章 アジアの文化芸術創造都市	162
4-1 光州広域市	163
4-2 仁川広域市	184
4-3 ソウル特別市	202
第 5 章 分析	211
5-1 諸外国の文化芸術創造都市政策の取組	211
5-2 文化芸術創造都市政策の取組のあり方	230
5-3 国等における各都市への支援のあり方	234

第1章 調査概要

本調査の調査概要は、以下の通り

1-1 調査目的

近年、文化芸術の持つ創造性を活かした産業振興や地域活性化の取組（いわゆる「文化芸術創造都市」）が、欧州などで都市の再生に大きな成果を上げている。我が国においては、金沢市や横浜市などが早くから文化芸術創造都市の概念を都市政策の中に取り入れており、また韓国や中国などアジア諸国においても、「文化芸術創造都市」政策が注目されている。このような状況を踏まえ、先駆的に文化芸術創造都市の取組を進めている海外の都市について、取組状況、課題及び課題解決手法を調査・分析し、もって我が国の地域文化振興施策及び各都市の取組の検討に活かすものとする。

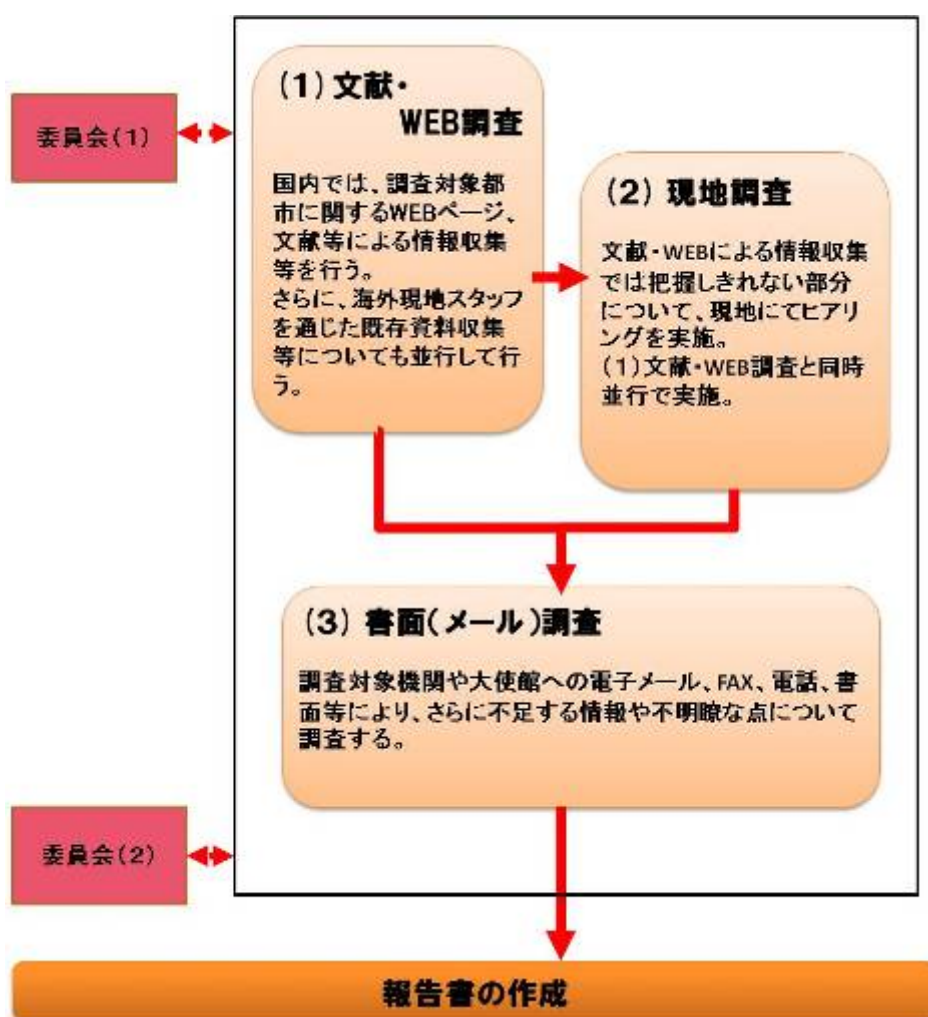
1-2 調査方法

1-2-1 調査方法

本調査は、(1) 文献・WEB 調査、(2) 現地調査（インタビュー）及び (3) 書面（メール）調査、の3つにより実施した。

調査フローは、以下の通り。

図表 1-1 調査フロー



1-2-2 調査対象

調査対象は、以下の通り。

欧州	リバプール（イギリス）
	ヘルシンキ（フィンランド）
	ロンドン（イギリス）
	英国政府 ※国の取組を把握
	EU ※欧州文化首都の取組を把握
米国	トロント（カナダ）
	ミネアポリス／セントポール（アメリカ合衆国）
	ニューヨーク（アメリカ合衆国）
アジア	光州（韓国）
	仁川（韓国）
	ソウル（韓国）

1-2-3 調査内容

欧州・アジア・北米の文化芸術創造都市政策について、以下の項目について調査を行った。

項目	内容
1. 都市の文化芸術振興の戦略・体制	戦略の全体像、体制（自治体内外の体制、他地域・国との連携）、全体予算などを整理
2. 都市の文化創造都市関連施策の取組状況	1)文化芸術振興（アーティスト・文化団体の活動、文化施設・拠点、市民の文化芸術活動）、2)都市・まちづくり（都市空間の整備）、3)産業創出（観光、創造産業等）等について、取組内容や成果、課題・課題解決策等を整理

1-2-4 各都市の調査テーマ

調査においては、対象都市の取組の特色を踏まえたテーマ設定を行い、テーマに沿って調査事項を掘り下げる。

都市名	テーマ
リバプール	「文化芸術を活用した都市再生のプロセス」 「都市活性化に向けた欧州文化首都の活用」
ヘルシンキ	「文化施設の活用・運営方法」 「芸術教育の取組」
ロンドン	「集積する文化芸術施設・イベントの活用方法」 -文化芸術による企業・人材の誘致活動 -市民の文化芸術のアクセス環境の向上」
トロント	「クリエイティブ・シティコンセプトと実現に向けた連携体制の在り方」
ミネアポリス (セントポール)	「文化芸術振興の推進組織と NPO 組織の実践」
ニューヨーク	「資金援助と施策を支える NPO の存在」
光州	「国家プロジェクトによる文化芸術創造都市の形成」
仁川	「都市計画における文化関連資源の活用」 「文化等を活用した観光・集客」
ソウル	「デザインによる都市再生・創造、都市ブランド価値向上」

1-2-5 インタビュー対象機関

インタビュー対象機関は、以下の通り。

(1)欧州

日時	訪問先	対応者
3月9日(月) 10:00~	Department of Culture, Media and Sports (英国 文化・メディア・スポーツ省)	・ Alastair Findlay (Creative Economy Programme) ・ Tim Scott (Education and Skill Manager)
3月9日(月) 14:30~	London Cultural Strategy Group (ロンドン市 文化戦略グループ)	・ Tom Campbell
3月9日(月) 17:00~	Riverside Studios (リバーサイド・スタジオ ※ロンドン市にある文化施設)	・ Pamela Allen
3月10日(火) 17:00~	The University of Liverpool Impacts 08 (リバプール大学 Impacts 08 調査研究チーム)	・ Beatriz Garcia (Programme Director)
3月11日(水) 9:00~	Liverpool Culture Company (リバプール市 文化集団 ※市の文化セクション)	・ Neil Peterson (Manager Capital of Culture)
3月11日(水) 11:00~	Liverpool Vision (リバプール・ビジョン ※市の都市開発株式会社)	・ Andy Green
3月12日(木) 10:00~	City of Helsinki Cultural Office (ヘルシンキ市 文化オフィス ※市の文化セクション)	・ Marianna Kajantie (Head of Division, Cultural Policy)
3月11日(木) 14:00~	KAAPPELI (Cable Factory) (ケーブル・ファクトリー ※ヘルシンキ市の文化施設)	・ Stuba Nikula
3月13日(金) 12:00~	Nosturi (※ヘルシンキ市の文化施設)	・ Eeka M äkynen (Assistant Manager)
3月13日(金) 15:00~	Korjaamo Culture Factor (※ヘルシンキ市の文化施設)	・ Raoul Grünstein
3月12日(木) 11:00~	European Commission Directorate-General for Education and Culture (EU 委員会 教育・文化理事会)	・ Jacqueline Pacaud (European Capital of Culture)

(2)北米

日時	訪問先	対応者
3月12日(木) 15:00～	City of Toronto Economic Development, Culture & Tourism (トロント市文化芸術部門)	<ul style="list-style-type: none"> • Rita Davies, (Executive Director of Culture) • Terry Nicholson (Manager of Cultural Affairs • Lilie Zendel (Senior Cultural Affairs Officer)
3月12日(木) 16:30～	ArtScape (※芸術家に安価なスタジオを 提供する NPO)	<ul style="list-style-type: none"> • Tim Jones (President & CEO)
3月13日(金) 11:00～	Royal Ontario Museum (ロイヤル・オンタリオ博物館 ※右記人物は上記博物館と共同 プロジェクトを実施している)	<ul style="list-style-type: none"> • Anatoly Oleksiyenko (Program Director,University of Toronto Urban International) 他1名 (ROM)
3月13日(金) 15:00～	Toronto Community Foundation (トロントコミュニティ財団)	<ul style="list-style-type: none"> • Rosalyn J. Morrison (Vice President, Community Initiatives) • Ms.Mini Alakkatusery (Manager)
3月16日(月) 10:00～	Metropolitan Regional Arts Council (※ミネソタ州 7 郡を対象に、 地域の文化芸術関連団体に対す る資金提供を行うアーツカウン シル)	<ul style="list-style-type: none"> • Jeff Prauer (Executive Director) • Bob Burns (Program Director) • Gwen Cannon (Program Director)
3月16日(月) 13:00～	City of Saint Paul (セントポール市)	<ul style="list-style-type: none"> • Kurt Schultz, (Legislative Assistant Dep of Planning and Economic Development) • Joe Spencer (Policy Associate-Arts & Culture Office of the Mayor)
3月17日(火) 9:30～	City of Minneapolis Community Planning and Economic Development (ミネアポリス市コミュニテ ィ・プランニング&経済開発局)	<ul style="list-style-type: none"> • Matthew D. James, (Cultural Arts Coordinator Community Planning)
3月17日(火) 11:15～	University of Minnesota Economic Development, Arts & Cultural Policy Hubert H.Humphrey Institute of Public Affairs (ミネソタ大学 ※詳細は右記参照)	<ul style="list-style-type: none"> • Anne Gadwa (Candidate for Master of Urban and Regional Planning) ※創造都市研究をしている Dr.Anne Markusen の研究室 (修士課程)

日時	訪問先	対応者
3月17日(火) 13:00~	Artspace, Inc. (※文化芸術をテーマとする地域開発型NPO)	<ul style="list-style-type: none"> • Wendy Holmes, (Vice President, Consulting and Resource Development) • Greg Handberg (Vice President, Properties) • Will Law (Chief Operating Officer)
3月18日(水) 15:00~	New York University (※都市や芸術家を研究。授業ではエッセイ等ライティングを通じて創造性を育成)	<ul style="list-style-type: none"> • Blagovesta Momchedjikova (Expository Writing Program)
3月19日(木) 11:00~	City of New York Dep of Cultural Affairs (ニューヨーク市文化局)	<ul style="list-style-type: none"> • Kate deRosset (Director of Policy and External Affairs) • Danai L.Pointer (External Affairs Associate)
3月19日(木) 15:30~	Alliance for the Arts (※ニューヨーク市文化芸術部門のシンクタンクのNPO)	<ul style="list-style-type: none"> • Randall Bourscheidt, (President)

(3)アジア (韓国)

日時	訪問先	対応者
3月12日(木) 10:00～	Incheon Metropolitan City Urban Landscape Division (仁川市都市景観課)	<ul style="list-style-type: none"> • Ryu, Chi-Hyun (Urban Landscape Division Manager) • Chung, Doo-Yong (Urban Design Team Manager)
3月12日(木) 13:30～	Incheon Foundation For Arts & Culture (仁川芸術文化財団)	<ul style="list-style-type: none"> • Hyunshik Yi (Executive Director) • Kim, Rakki (Chief of Planning & Management Part)
3月13日(金) 10:00～	Ministry of Culture, Sports And Tourism Republic of Korea Regional Culture Division (韓国文化体育観光局地域文化課)	<ul style="list-style-type: none"> • Kim, Eun-Sook (Regional Culture Division Deputy Director) • Seok, Jin-Gyu (Regional Culture Division) • Lee, JinSook (Korea-Japan Cultural Exchange Council International Culture Cooperation Division)
3月13日(金) 15:30～	Seoul Metropolitan Government Seoul design headquarters (ソウル市デザインソウル統括本部)	<ul style="list-style-type: none"> • Young Gull Kwon (Deputy Mayor Chief Design Officer) • Jang, Young Ho (Seoul Metropolitan Government Deputy Director of Public Design)
3月23日(月) 13:30～	Gwangju Metropolitan City Culture Policy department (光州市文化政策室)	<ul style="list-style-type: none"> • Kim, Hyoung-Soo (Director) • Gwang-Seok, Bak (Chief)
3月23日(月) 16:00～	Gwangju Biennale (財団法人光州ビエンナーレ)	• Cho, Inho (Director of Exhibition)
3月23日(月) 17:30～	Gwangju Information & Culture Industry Promotion Agency (光州情報・文化産業振興院)	• Sang-Gil Lee (President & CEO)
3月23日(月) 19:00～	The Federation Artistic & Culture Organization in Gwangju, Korea (光州芸術文化団体連合)	• Jeong Kim (Chief Manager)
3月23日(月) 15:00～ 3月24日(火) 15:00～	Ministry of culture, Sports & Tourism Republic of Korea Office for hub city of Asian culture (韓国文化体育観光局アジア文化中心都市推進団)	<ul style="list-style-type: none"> • Byung-hoon, Lee (Assistant Minister) • Kang Won (Culture Environment Support Team / Planning Expert)

第2章 欧州の文化芸術創造都市

欧州では、都市の再活性化戦略として都市の文化政策が位置付けられるケースも多くみられる。中でも、EU が加盟国の都市を選び、一年間にわたり集中的に各種の文化行事を展開する「欧州文化首都」では、文化的な発展だけでなく観光客の誘引など経済効果も大きい。また、イギリスを始めとした国・自治体において創造産業（Creative Industries）支援施策も活発に行われている。

そこで、欧州の文化芸術都市として、欧州文化首都に選出された都市であるリバプール（2008年選出）とヘルシンキ（2000年選出）、さらには、創造産業等に力を入れているロンドンの取組を整理する。

さらに、イギリス政府の創造産業（Creative Industries）への取組、EU 委員会の欧州文化首都への取組についても併せて整理する。



2-1 リバプール

リバプール (Liverpool) は、イギリス、イングランド北西部マージサイド州の中心都市であり、人口は 436,100 人である。

18-19 世紀には貿易港として発展したが、その後、経済的に衰退する。困難に直面する中で、1980 年代より文化芸術をつかった都市再生の取組が始まった。1980 年代初めにアルバート・ドック (Albert Dock : 港湾にある世界初の不可燃性倉庫) を再開発し有数の観光地に転換した。加えて、18-19 世紀の海港都市としての姿を残し、観光地として再興されたウォーターフロント地区は「海商都市リバプール」の名で、2004 年にユネスコの世界遺産に登録されている。

さらに、2008 年の欧州文化首都に選ばれ、1 年間で 1500 万人以上が市を訪れ、16 万人の市民が欧州文化首都のイベントに参加するなどの成果を上げている。A,E,F

そこで、リバプールでは、「文化芸術を活用した都市再生のプロセス」と「都市活性化に向けた欧州文化首都の活用」をテーマとして掘り下げて見ていく。

2-1-1 リバプールの文化芸術振興の戦略・体制

(1) 沿革 (欧州文化首都に選出されるまで)

① リバプールの繁栄と衰退

リバプール市は、2008 年で創立 800 年を迎えた。最初の 500 年は漁村だったが、その後、内陸にできた港を中心に発展していった。

18 世紀には、三角貿易で栄え、他の港を抜き、ロンドンについて英国で 2 番目の都市となる。リバプールからアメリカに移住した人も多く、アメリカ移住者の 5 人に 1 人は、リバプールからの移住者であった。

だが、第二次大戦後、港は衰退していった。昔は港に 4 万人の雇用者がいたが、現在では、かつてと扱う船の数は同じだが、雇用者は 600 人に激減している。このように町は衰退していった。E,H

②都市の復興の兆し

衰退したリバプールだが、1980年代後半から90年代にかけての市の文化・芸術による復興の兆しがみえてくる。見る影もなかったアルバート・ドック（Albert Dock：1846年開設、世界初の不可燃性の倉庫等）が、1980年代初頭から再開発が始まり、マージサイド海事博物館（Merseyside Maritime Museum）が建設されるなど、観光地に転換された。さらに、1984年には、イギリスで初めての国際的なガーデン・フェスティバルがリバプールで開催された。



このような流れの中、1987年には、リバプール市の都市計画部（City Planning Officer）から3つの戦略が出されている。

- シティセンターの機能分化
- 観光による市のアピール
- アーツ&カルチャー戦略のフレームワーク作成

このように、市に文化芸術にフォーカスをあてようという意識が見え始め、文化的建物、劇場、オーケストラ、国立博物館（英国の国立博物館は、ロンドンとリバプールにのみ存在）、ビートルズといった文化資源を使おうという機運が高まっていった。

1990年代の初期には、民間コンサルタントが、リバプールの観光と文化芸術の経済効果についての研究を行っている。その結果、観光と文化芸術は、経済開発にプラスになるとの結果が出された。その結果について、批判もあったものの、市の発展のために観光と文化芸術を使おうという意識はさらに高まった。

同時に、市民を中心に、都市の文化資源を活用しようという動きがでてくる。文化芸術に関わる都市施設の復興として、アルバート・ドック以外に、「マッシュューストリートフェスティバル」「セントジョージホール」の例が挙げられる。E,F,H

a) マシューストリートフェスティバル

マシューストリート (Mathew Street : ビートルズ地区) の重要性への意識も高まる。



1990年代前半に、「この通りをきれいにしよう」とある市民が動き出し、マシューストリートフェスティバルが開催されるようになった。

マシューストリートフェスティバルは、ビートルズという文化資源を使って、毎年8月の祝祭日に開催される音楽フェスティバルである。マシューストリートを中心に、リバプ

ールの中心市街地で路上&野外コンサートが行われる。H

b) セントジョージホール

1855年にできたミュージックホールであるセントジョージホール (St Georges Hall) は、1980年代後半には荒廃していた。市の安全衛生基準を満たしていないため、使用することができなかった。だが、市の職員個人が働きかけ、セントジョージホールをカルチャーセンターとして復興しようという動きがはじまる。EUの欧州建築遺産基金に応募し、600の申請から選ばれた24の取組の1つとして選ばれた。H

このように文化施設の復興は、市民の動きから始まったことが多かったが、市(自治体)も徐々に文化資源を意識するようになった。

③都市戦略における文化の活用

1994年には、European culture Architect&Design (欧州文化アーキテクト&デザイン) という賞に応募するなど(グラスゴーに賞はとられたが)、都市の活性化に文化を積極的に活用しよう動きが盛んになる。

さらに、1996年にリバプール市から出された戦略「Ambitions for the City Centre (市中心部への大望)」では、アーツ&カルチャーが戦略の中核として位置づけられている。EH

Ambitions for the City Centreにおける6つの戦略は以下の通り。

1. 特にオフィス・セクター、小売流通、文化・芸術産業、教育、健康、メディア及び情報技術などに投資を行い、シティ・センター（市中心市街地）の雇用の基礎を築く
2. シティセンターの高速道路（M62）へのリンクを改善することにより、民間セクターの発展を可能にする
3. メンテナンスやデザインの標準を上げ、貧困層の環境に対処し、個人の安全を確保し、公共スペースを活性化させることにより、住みやすい環境を作り出す
4. 特にビジネス、観光、短期滞在商品に重点を置き、さまざまな文化・観光・レジャーの目的をもって、24 時間オープン都市開発を支援することにより、文化・観光の中心となる都市を発展させる
5. シティセンターにおける市の運営担当者、投資家、開発担当者、ビジター、住民に自信を持たせることのできる、ターゲットを絞ったマーケティングにより、ポジティブなイメージを伝えていく
6. シティセンターにおける雇用の機会へのよりよいアクセスを必要とする住民に、雇用へのリンクを提供する

④欧州文化首都への選出

1999 年に、DCMS（Department for Culture Media and Sport：英国文化・メディア・スポーツ省）からリバプール市に「欧州文化首都に応募しないか」という話がもちかけられる。

リバプール市は、「選ばれるとは思わなかったが、いいところまで行けば、リバプールの PR にもなるし、市の PR のスキルもあがるのではないかと。応募して都市の名前が知られることは重要である。」と考え、欧州文化首都に応募することにする。

2003 年、英国の 12 の都市が欧州文化首都にノミネートしたが、その中からリバプール市が選ばれた。このことについて、リバプール市（Culture Company）、リバプール大学（Impacts 08 チーム）へのインタビューからは、次のようなコメントが得られた。EG



- ・ 欧州文化首都に立候補した際は、リバプールが選出される自信を、市民は誰も持っていなかった。だが、経済的な資産がなくなったこともあり、文化的な資産で立ち直ろうというムードが市全体にあったのが良かったのかもしれない。
- ・ リバプールの人は、文化都市に選ばれたいという気持ちが強く、審査員が来ると熱心に迎え入れた。それもあり、審査員は、リバプールを欧州文化首都にするのが良いと判断したのではないだろうか。

(2) 欧州文化首都のビジョン

リバプール市が欧州文化首都の取組として掲げたビジョン「Ambitions and Aspirations」であげた戦略の方向性は、以下の通り。

- 世界規模の芸術的イベントの開催
- 誰もが興味を持つ催しを実施
- 都市の再構築と、都市のネガティブな要素への挑戦
- 可能な限り多くの人を巻き込んだ取組の実施
- 都市再生への貢献
- 持続可能性

なお、上記ビジョンをもとに、欧州文化首都へのノミネートの際には、リバプールは以下のことを PR ポイントとして掲げた。F

- 1) リバプールはビートルズとサッカーチームでよく知られているが、それ以外にもアルバート・ドックやセントジョージホール等の文化資源がある（企業投資にも最適な地域である）。
- 2) リバプールには、リバプール国立博物館を始めとして博物館が多く存在し、ビジュアル・アートもすばらしい。音楽もビートルズや有名なオーケストラがある。劇場もあり、企業のカンファレンスなどにも使用できる。
- 3) イベントには、多くの地元の人を関与させる。リバプールの普通の人が、芸術に関わるようなプログラム（クリエイティブコミュニティ）を用意する。
- 4) 2009 年以降の持続可能性を意識したプログラムを実施する。

(3)推進体制

①欧州文化首都の推進体制

2004年、リバプール市は、欧州文化首都を担当する部署として The Culture Company を立ち上げた。

The Culture Company のメンバーには、民間からの出身者も存在する（Culture Company のメンバーになると、身分は市の職員）。独立した経営ボードをもち、経営ボードが Culture Company の方針を決めている。

Culture Company は、下記の部門からなる。

図表 2-1 リバプール市 The Culture Company の組織構成

部門名	人数	概要	
Artistic (アーティスティックプログラム)	8人	芸術プログラムを担当	従来から市にあった機能
Event (コアイベント)	12人	市で従来からやっているイベント (マッシューストリートフェスティバル等) の担当	
Heritage (遺産)	8人	文化遺産・歴史的建造物を担当	
Tourism (観光)	+α	観光面での業務を担当	
Community (コミュニティ)	15人	地域コミュニティ関連のプログラムを担当	外部から補完した機能
Welcome (インターナショナルウェルカム)	6人	観光客の迎え入れを担当。接客トレーニングなど	
Commercial (コマーシャル)	5人	民間企業との連携等を担当	
Marketing (マーケティング)	10人	マーケティングを担当	
財務	5人	財務の他、補助金獲得なども実施	

このうち Artistic、Event、Tourism、Heritage については、もともとあった市の組織から人が参加した (Artistic などは従来の職員に加え、増員も行っている)。Community、

Welcome、Commercial、Marketing は、これまで市にはない機能のため、新たに部門を作り、外部から人を集めた。

これらの部門が、2008年に向けて1つのチームとして活動を行った。最も人が多いときは150名が参加していた。

これまで市にはなかった機能のうち、Welcome、Marketing では、以下のような活動を行った。

Welcome

Welcome チームでは、ボランティアトレーニングなどを行った。タクシーの運転手に接客のトレーニング等をした。タクシーの運転手にアートの教育をしたケースもある。

Marketing

Marketing チームは、国の組織である Visit Britain（英国政府観光庁）と一緒に活動した。「リバプールはイギリスの1部である」というように、国と一緒に宣伝した。

リバプールは、音楽、スポーツ、海洋など様々な魅力があるが、キャンペーンは、ローカル（地方レベル）、ナショナル（国レベル）、インターナショナル（国際レベル）と、それぞれの対象範囲に併せて実施。さらに、世代によって関心が異なると考え、それぞれの世代別のマーケティングを展開し、各世代の関心がある部分を打ち出した（例：国際レベルには、ビートルズをPR。若者には、スポーツ（サッカー）を絡めてPRなど）。^F

②他の組織との連携

欧州文化首都の開催にあたっては、リバプールは、国（DCMS）や他の都市と連携しながら実施している。

a) 国の支援状況

欧州文化首都における国との連携について、リバプール市 Culture Company は、インタビューにおいて次のように述べている。^F

・欧州文化首都については、国（DCMS）からも多くの支援をもらった。支援内容は、資金面での提供に加えて、情報提供や積極的なコミュニケーション（常に注意を

払ってもら) など、精神的な部分での支えも大きい。なお、DCMS が積極的に関与してくれたのは、DCMS の大臣がリバプール出身ということもあるのではないだろうかと思う。

b) 他の自治体との交流・連携

欧州文化首都のプログラム「Cities on the Edge」は、欧州のクリエイティビティはあるが経済的に苦境にある (on the Edge=崖っぷちにある) 5つの港町(マルセイユ、ナポリ、ガダンスク、イスタンブール、ブレーメン) と連携しながら、社会学者、人類学者、歴史学者、ジャーナリスト、政治家、政策立案者、アーティストなどを招き、6つの都市についてのエキシビションと学会を開いた。グローバル経済等の進展により均一化が進む世界において、芸術文化等に注力し特色を出すこれらの都市の重要性について話し合われた。

また、リバプール市は、上海とツインシティとなっており、今後も文化芸術面で連携していく可能性がある。EG

③体制面における課題・課題解決策

大きなアートイベントを開催するには、関係する多くの組織と、いかに連携体制を構築するかが課題となる。欧州文化首都における体制面での成功ポイントとして、リバプール市 (Culture Company) は、インタビューにおいて次のように述べている。F

- ・ 欧州文化首都は、様々な主体のパートナーシップによりやり遂げることができた。
- ・ 大きなイベントの実施には、警察や交通局の協力も不可欠である。戦略・計画の段階から、これらの組織を上手く巻き込んでいったのが良かった。そのため、市や警察、清掃部などの公的サービス部門が情報を共有し、ベストのリバプールを作っていこうという動きになった。
- ・ このつながりは、今でも生きている。今後も、これらのパートナーシップを保持していくことが重要である。今までできなかったことができたのだから、今後也是可以である。

(4) 予算

① 予算総額・内訳

リバプール市の欧州文化首都関連の予算は年々増えていき、総額 1 億 720 万ポンドとなった。なお、リバプール市全体の予算は、年間 20 億ポンドである。F

図表 2-2 リバプールの欧州文化首都関連の予算額

03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09
7.5	11.2	19.4	19.6	23.3	26.2

百万 £

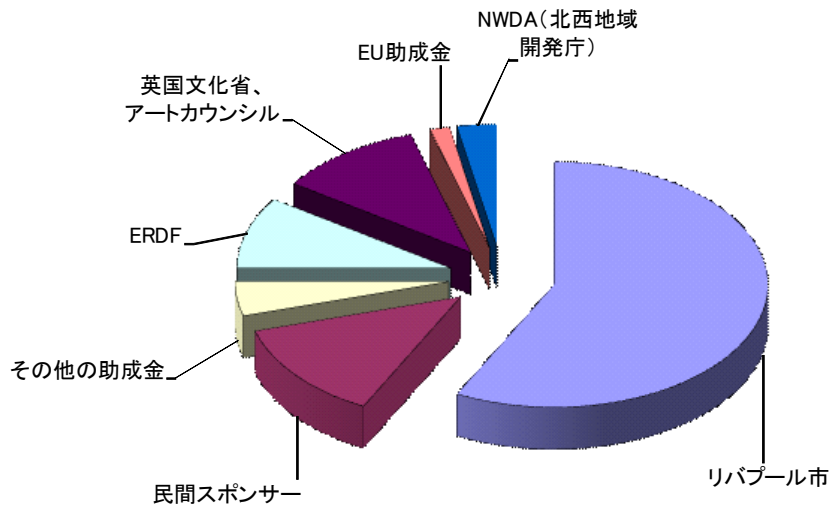
[出所] リバプール市資料

予算の内訳として、リバプール市が半分以上出している（自治体の出資比率が高いのは、欧州文化首都では珍しいパターン。一般的には、自治体の出資は全体の 1/3 程度）。

EU からは、欧州文化首都の予算だけでなく、ERDF (European Regional Development Fund : 欧州地域開発基金) ¹ という EU の基金に応募して獲得した予算も含まれている。民間企業の支援は、9%となっている。民間企業は、コマースパonsorとして、お金だけでなく、広告入りのユニホームや広告で取り入れてくれるなど、様々な支援を受けている。DCMS とアーツカウンシル (ACE) から少し予算を得ている。

¹ 雇用の創造または維持、インフラ、地域開発のイニシアチブ、中小企業のビジネス活動などの生産的な投資に共同融資するために使われる基金。

図表 2-3 リバプールの欧州文化首都関連の予算の内訳



[出所]リバプール市資料

欧州文化首都の予算について、リバプール市（Culture Company）は、インタビューにおいて次のように述べている。F

- ・市の予算が多いのは、欧州文化首都がなくても、アートに予算を出すつもりであったのが大きい。半分以上出しているというイメージほど市の負担感は大きくない。
- ・ロンドンで 2012 年にオリンピックがあるため、国や民間のお金がそっちに流れてしまい、リバプールの欧州文化首都から離れてしまった印象もある。
- ・イギリスでは、自治体の制定法において「文化」について予算を出さなければいけないとは定められていない。リバプールは、経済的に苦しいのに、義務にはない文化に大きな予算を出しているということは、勇気のあることと言える。

②予算面での課題

欧州文化首都の予算面での課題として、リバプール市（Culture Company）は、次のように述べている。F

- ・ 予算使用上の困難さ・課題として、国や EU²等からの補助金は、目的に紐ついたものが多く、他の用途に使用できないのが非常に不便であることが挙げられる。
- ・ 民間のスポンサーからの資金集めは苦勞した。アートのイベントだけでは、民間から大きな資金の提供を受けるのは、なかなか難しい。

(5)欧州文化首都後の都市の取組について

①組織体制

2009 年以降は、Culture Company は、カルチュラルリバプール（Cultural Liverpool）という名称で、20 人体制で引き続き活動を行っていく。新組織であるカルチュラルリバプールは、アートカウンシルなども参加して戦略タスクフォースを組み、現在、新たな文化戦略をつくっている。A,F

②市のブランド戦略

都市開発株式会社である Liverpool Vision³では、欧州文化首都の都市も終わり、新たなリバプールのブランド戦略を構築中である。

2008 年の市のロゴマークは、スカイラインも入っており、リバプール市民の評判も高い。ただ、欧州文化首都も終わったので、新しいロゴをつくっており、2009 年 5 月 26 に発表することになっている。新しいロゴでは、08 のロゴも一部入っているようなものにする予定。

また、08 のロゴはスポンサーしか使えなかったが、今回の新しいロゴは、HP からダウンロードし、誰でも使えるようにする予定となっている。H



² EU からの補助金は、このような課題を解決するため、2010 年以降は、賞という形で提供されることになる。詳細は、P104 を参照のこと。

³ 市が設立した都市開発株式会社（1999 年設立）。リバプール市の 2000 年からの都市再開発計画等を手掛けてきた。

③民間の動き

欧州文化首都があったことから、民間企業等の新たな動きがあった。マスコミなどが中心となり、民間組織である Cultural collective（カルチュアルコレクティブ）が設立されている。2009年以降、毎年テーマを決めて、イベントを実施する。このイベントは、2015年までは続けてやる予定である。A,F

2-1-2 リバプールの文化創造都市関連施策の取組状況

リバプールの取組状況として、(1) 欧州文化首都のプログラム概要を概観した上で、欧州文化首都の (2) アーティストの参加状況、(3) 市民参加の状況、(4) 政策評価の実施、(5) 都市空間の再開発、(6) 産業創出状況、について見ていく。

(1) 欧州文化首都のプログラム概要と成果

①プログラム構成

欧州文化首都のプログラムは、大きく以下の5つに分けられる。

- 1) 芸術団体等に委託したプログラム。
- 2) リバプールの大きな8つの文化組織（ロイヤルリバプールフィルハーモニー、テートリバプール、国立リバプール博物館、FACT（複合文化施設）、リバプールシアタートラスト等）の大きな催し（特別な予算を入れて実施）。
- 3) リバプール市主催のフェスティバル（EVENT チームが実施。マッシュュー音楽祭など、従来から実施していたイベントなど）。
- 4) カンファレンス（Cities on the Edge などの会議）
- 5) コミュニティイベント（P25 参照）

欧州文化首都での主なイベントは以下の通り（上記 1）～4）に対応。5）については後述）。多くのイベントが、欧州の他の地域と協力しながら実施されている。B,F

図表 2-4 リバプールの欧州文化首都の主なイベント

イベント名	概要
オープニングイベント	<ul style="list-style-type: none"> ・1月11日から13日まで3日間にわたって公開イベントとコンサートを開催（11日にはセントジョージホール前広場で、元ビートルズ、リンゴ・スター出演の野外フリーコンサートを開催。翌12日、リンゴ・スターは元ユーズリミックスのデイヴ・スチュワートと共に、新しいリバプール・エコー・アリーナのオープニングを飾る「リバプール・ザ・ミュージカル」に登場）。 ・出資は市が行っている。
ストリートパフォーマンス	<ul style="list-style-type: none"> ・ヨーロッパ中のストリートアーティストが集合し、ストリートパフォーマンスを実施。
クリムトの展示	<ul style="list-style-type: none"> ・近代アート美術館であるテート・リバプール（Tate Liverpool）でクリムトの展示が行われた。
リバプールサウンド	<ul style="list-style-type: none"> ・6月1日、サー・ポール・マッカートニーが参加する「リバプール・サウンド・コンサート」が開催された。アンフィールド・フットボール・スタジアムで3万人の聴衆を前に演奏。
海洋レース（トールシップ・フェスティバル）、オープンゴルフ	<ul style="list-style-type: none"> ・7月には、世界遺産である港湾部で、世界中から大型帆船が集まる「トールシップ・フェスティバル」が開催。 ・この2つのイベントがあった日は、200万人が集まった。
ベルリン・フィル	<ul style="list-style-type: none"> ・リバプール生まれの指揮者、サー・サイモン・ラトルの指揮でベルリン・フィルとリバプール・フィルのコンサートを開催。
巨大スパイダー	<ul style="list-style-type: none"> ・高さ15.24メートル、重さ37トンの金属製の巨大クモが、数日間にわたって市内を移動。 ・フランス・ナントに本拠地を置く巨大スペクタクルアート劇団「ラ・マシン」によるスペクタクルアート。 ・このイベントは秘密にし、実施まで外に漏れないようにした。

②欧州文化首都の成果

欧州文化首都の成果・効果として、以下が挙げられる。C.F

- 1年間で1万件以上の刊行物に登場。
- 世界中のメディアに取り上げられ、2億ポンド以上の広告効果（これを広告会社に依頼した場合、3.5億ポンド以上の費用がかかる見込み）。
- 1年間に1500万人以上の人々が市に訪問。
- 海外からの観光客数がイギリスで16番から6番に。
- イギリスの人気の都市として、ロンドン、エジンバラについて3位に。
- ホテルの稼働率が、81%と向上。
- ツーリストインフォメーションセンターの使用率が前年比の150%（イギリスで1番）。
- ボランティア1000人、スタッフ5000人に対しWelcomeについてのプレゼンを実施。観光客から高評価を得る。
- 自治体と市民、市民同士の多くの対話が発生。
- 67,000人の児童がアート・プログラムに参加。
- 16万人の市民、1万人のアーティストが、コミュニティプログラムに参加。

(2)欧州文化首都におけるアーティストの参加状況

①アーティストの参加状況

欧州文化首都のプログラムには、国内外併せて1万人のアーティストが参加した。アーティスト参加の観点から見て、リバプールの欧州文化首都のイベントは、大きく3つのプログラムに分かれる。

1つ目はメジャーイベントで、イギリス全土や国際的なアーティストが参加した（リバプールサウンドなど）。2つめはアーティストックイベントであり、これは15-20%の国際的なアーティスト、30-40%のイギリス全土のアーティスト、20%の地元のアーティストが参加している。3つ目は、クリエイティブコミュニティで、地元のアーティストが地域住民と小さなイベントを数多く実施している（詳細は、P25参照のこと）。

また、欧州文化首都に参加したアーティストは、何らかの形でリバプールと関係のある

人であった。例えば、ベルリン・フィルも指揮者のサイモンラトルもリバプール出身であり、国際的なアーティストでもリバプールと関係のある人が活用されている。また、オノヨーコなど少しでもリバプールに関係があれば協力をお願いし、参加してもらっている。

C,E,G

②地元アーティストの参加ポイント

アーティスト参加におけるポイントとして、各イベントに地元アーティストが関わるようにしたことが挙げられる。アーティストが単独でイベントを行うわけではなく、地元のアーティストが国際的なアーティストと協力して活動を行った。オーナーシップをリバプールのアーティストが握った上で活動をしたため、リバプールの今後につながる活動となった。E,G

③今後の課題と解決策

アーティストの集積に関する課題について、リバプール市（Culture Company）へのインタビューでは、次のようなコメントが得られた。F

・リバプールは、港町であり移民も多く、多くの人が通り過ぎていく。リバプールと関係のある人も多い。ビジュアル・アートやポップミュージックなどクリエイティブな活動は伝統的に行われている。ただ、問題は、リバプールになかなか居着かないこと。居続けてもらうのは難しい。

アーティストの集積については、別の課題もある。市の中心部そばのロープオックスという貧しい地区には、以前から芸術家が集まっていた。だが、都市開発が進むにつれ家賃が高くなり、その地域の特徴であった芸術家達が締め出されるようになってしまった。

そこで、Liverpool Vision（リバプールの都市開発株式会社）では、都市開発が進み家賃が高くなる地域において、クリエイティブビジネスをやっている人材や小さな企業が立ち退かなくても良いようにするにはどうしたらよいかを検討している。プロジェクトとしては計画段階だが、フロアスペースを NWDA（北西イングランド地域開発公社）から購入し、赤字経営にならないレベルで、クリエイティブビジネスに安価での貸出を計画している。H

(3) 欧州文化首都への市民参加状況

① 市民参加プロジェクト「クリエイティブコミュニティ」

欧州文化首都では、市民と文化芸術を結びつける取組として、「クリエイティブコミュニティ」が実施された。リバプールの小さいアート組織が、地域のコミュニティと共に、様々なアートイベントを実施している。

例えば、学校の教育プログラムに連動させ、様々なアート教育を実施した。また、リバプールビエンナーレとして実施したパブリックカルチャーパビリオンというイベントがある。このイベントでは、3つの貧しい地域において、アーティストが催しを行った。ある地域では、パブリックアートの手法を用いた活動を行っている。ライティング（照明）などで通りがいつもと違って見えるようにするなどの工夫や、町の遺産である古い駅を、新しく映画館や劇場、ミーティングルームなどに使える施設に改良した。^{F,G}

② 市民参加における成果

a) 市民の意識の向上

16万人の市民が、コミュニティプログラムに参加している。さらに、後述するリバプール大学 Impacts 08 調査チームの調査結果より、コミュニティプログラムに参加した住民の多くは、欧州文化首都実施前よりも「欧州文化首都をやってよかった」という意見を持っている（2006年と2008年の2回の調査の比較より）。

また、欧州文化首都を実施したことにより、市民や政治家等の意識の変化という効果もみられている。リバプール市 (Culture Company)、リバプール大学 (Impacts 08 チーム)、Liverpool Vision へのインタビューからは、次のようなコメントが得られた。^{F,G,H}

- ・今までリバプールは、文化戦略を持っていなかった。だが、欧州文化首都を行ったことにより、政治家が自信を持ち始めている。政治家たちも、今後は、文化にも力を入れていかないといけないと考えている。批判もあるが、今後の文化政策に関する提言書等も作成されるようになっており、文化政策への機運が高まっている。
- ・今回の欧州文化首都で成功したと思える点は、市や市民に自信がついたことだといえる。リバプールは、(国際的にはビートルズがあるのでともかく) イギリス国内からは注目されていない地域である。2008年の欧州文化首都があり、イギリス国内からの目が変わっ

たといえる。

- ・欧州文化首都を行ったことで、リバプールに対して市民が誇りを持てるようになった（以前は、リバプール出身だと言いたがらないような風潮があった）。欧州文化首都は、一般からの期待も大きく、一般市民のサポートも大きかった。

b) スーパーラムバナナの浸透

欧州文化首都の取組で、住民にアートが浸透した例として日本のアーティスト太郎知恵蔵⁴（Chiezo TARO）が作った「スーパーラムバナナ」という尻尾がバナナの羊の彫刻がある。現在では、このアートがリバプールのシンボルとなっている。Liverpool Vision



は、インタビューで「小さなミニチュアコピーを作って、みんなが手に取ることができた。またマスコミも騒ぎ、みなに広がった。きっと、将来、皆が欧州文化首都で思い出すのはスーパーラムバナナであろう。」と述べている。G,H

③市民参加における課題と課題解決策

地域住民と共同で実施する「クリエイティブコミュニティ」では、アーティストが勝手に活動をするのではなく、必ず地元の住民と一緒に協力しながら行うようにした。

ただ、課題として、最初は住民の反応が良くなかったことが挙げられる。例えば、Hヒルという地区では、メタルという地元の芸術団体がパブリックアートを行った。同団体が、子供、大人、エスニックといろんな人に向けて多くの説明を試みたところ、住民は、最初は「何だあれは」という目で見えていたが、だんだんと理解を示してくれるようになった。

住民へは口コミで広がっていくので、文化芸術の取組を地域へ浸透させるには何ヶ月もの時間をかけてプログラムを実施する必要がある。G

⁴ 1962年東京生まれ。ニューヨーク大学映画学科卒。ニューヨークを拠点に活動している造形作家。アートとテクノロジー、人間とロボットの相関関係を追求し、ロボット彫刻という独特のアートを生み出した。

(4)政策評価の実施

2003年、リバプール市が欧州文化首都に選ばれた時に、文化面に対する公的支援の効果について検証すべきであるという意見があがった。1時点での評価ではなく、施策の前、事中、事後で評価・比較すべきだという考えに基づき、2005年から5年間のプロジェクトとして、欧州文化首都の効果を図る調査「Impacts 08」が開始された。^G

①実施体制

リバプール市から、調査を行う団体の公募があり、その結果、リバプール大学、リバプール・ジョン・ムーア大学（Liverpool John Moores University）が選ばれた。この取組は、①5年間の予算がつく、②地元の機関が実施（海外のコンサルなどからも応募があった）、③大学側の従来知識も活用、というところに特徴がある。

2つの大学の学科長が、マネジメントグループとなっている。Dr.Begtriz がリサーチのディレクターを務めている。その他、2人のフルタイムのプログラムマネジャー、アドミニストレーターがいる。プロジェクトには、20のサブチームがあり、それぞれデータの解析などを行っている。Dr.Begtriz 等は、全体のコーディネートを行っている。^G

②予算

このプロジェクトは、リバプール市から年間160,000ポンド⁵が5年間予算としてついている。その他、大学から年間90,000ポンドが5年間ついている（ただし、資金ではなく、スペースの提供や給与といった形で提供）。その他、プロジェクトごとにロンドン開発庁などからも予算がついている。^G

③調査概要と現在までの調査結果

Impacts 08では、雇用や観光といった経済的な評価に加え、社会、環境（公衆衛生など）、文化といった面からもインパクトを測定することを目的としている。

Impacts 08プロジェクトは、最後にはリバプールモデルとして他の市でも真似てできるような調査手法を開発する予定であり、予算は、2010年3月までとなっている。^G

調査のテーマは、以下の6つとなっている。

⁵ リバプールの欧州文化首都の予算総額は、1億720万ポンド。

- Economic Impacts and Processes (経済的影響とプロセス)
- The City's Cultural System (市の文化システム)
- Cultural Access and Participation (文化的なアクセス、参加)
- Identity, Image and Place (アイデンティティ、イメージ、環境)
- Physical Infrastructure and Sustainability of the City (物理的なインフラと持続性)
- The Philosophy and Management of the Process (哲学と管理プロセス)

a) Economic Impacts and Processes (経済的影響とプロセス)

リバプール及びマージサイド州(リバプールのある州)、ノースウェスト地域における欧州文化首都の経済的な影響を調査する。対内投資、観光、雇用創出、ビジネスセクターの強みと質などを把握。

主要な調査結果 (2007年までの結果)

- 現在の調査結果によると、成長している環境におけるビジネス、特にマージサイド州で運営されているビジネスと、市における経済成長の可能性はポジティブに捉えられている。
- 欧州文化首都は、全体としてポジティブに捉えられているが、Liverpool One (現在進行中の都市開発の計画名) やアリーナ、コンベンションセンターなどインフラへの投資と比較すると、リバプールの経済的な復興において影響は少ないとみられている。
- より優れた、目に見える文化的なオファーと、地域のイメージの変化の結果として、2008年には観光客の行動が広がりさらなる利益が期待されている
- 地域のビジネス・ベースにおける欧州文化首都の影響として、2005/2006年度の経営年度におけるマージサイドのビジネスは売上が10%向上した。
- 準地域のGVA(粗附加価値 gross value added)に2億1,600万ポンドを投入し、欧州文化首都によるマージサイドのセールスは1%と見られる。同じ計算方法を用いると、ノースウェストにおけるセールスの5億2,900万ポンドは欧州文化首都によるものである。

b) The City's Cultural System (市の文化システム)

ノースウェストの他のエリアと比較して、リバプールの文化システムと創造経済の活力と持続力を調査する。サブテーマは、組織・機関の数と種類、施設、職など、この分野のプロファイル、システムの持続性（文化セクターにおける技術開発など）、Culture Company の貢献について（市の文化システムへの直接投資／資金提供など）。

c) Cultural Access and Participation (文化的なアクセス、参加)

文化活動への参加者と非参加者の人口統計、地理的データ及び、文化活動へのアクセスなどを把握する。加えて、特定のグループについてアンケート等の調査をし、文化に対する価値観や参加の理由などについても焦点をあてる。また、このテーマでは人々の生活の質に対する欧州文化首都への直接・間接的な参加の影響にも注目する。

調査担当は、リサーチ・ディレクターである Dr.Begtriz。Dr.Begtriz の専門は、都市社会学であり、本プロジェクトでは「住民が、どれだけ欧州文化首都に参加したか（市民への誇り、参加意識等）」を計測している。リバプールの市を4つの地域（貧富の違い、中心部からの距離の違い）に区分し、どのような差があるかを明らかにする。

現在までの主要な調査結果

具体的には、4つの地区別に訪問アンケートを実施し、以下の内容を把握した。

図表 2-5 住民アンケートの調査項目概要

1	住民がリバプールの市をどう見ているか。外からはどう見られていると思っているか。
2	住民が自分達の近隣についてどう見ているか。リバプールの他の地域の住民がその近隣についてどう見ていると考えているか。
3	リバプールの文化的オファーについての知識と理解度。スポーツを含む文化活動についての関心の度合い。
4	一般的な文化活動における参加の度合い。特にリバプール 08 のイベントプログラムについて。
5	リバプールのイメージ。
6	欧州文化首都としてのリバプールの 1 年は、住民の市に対する認識と、将来的な見方を変化させたかどうか。

さらに、回答者の中から数名を抽出し、グループインタビューを実施した。評価は、06年、08年6月、09年（予定）の3回で実施する。

リバプール大学へのインタビューによると、現時点での調査結果は、以下の通りとなっている。

- ・2006年の調査では、地域によって住民の意識に差があることがわかった。貧しい地区では、「欧州文化首都をやっても、自分たちの益になるかはわからない」といった批判・消極的な意見が中心だった。一方で、裕福な地区では、肯定的な良い反応が得られた。
- ・2008年の調査結果では、貧しい地区の人でも、例えば学校で子供が欧州文化首都の催しに触れるなど、欧州文化首都の取組に触れた機会のある層は、文化の重要性を理解するようになった。
- ・また、中心部など欧州文化首都の催しをやった地区は「やってよかった」という意見が多く見られた。一方で、周辺の地区は、パブリックアートに関する催しが行われた地区は評価が良いが、そうでない地区は評価が良くなかった。

これらの結果から、住民の文化意識の向上には「直接の体験」が重要だといえる。マスコミなどメディアで騒いでいても、それだけでは住民の文化意識の向上にはつながっていなかった。地域でのイベントや学校での取組でも、何か直接経験をした人には効果が見られるが、経験していない場合はあまり効果が得られなかった。

大きいイベントは、市民はみんな知っているが、必ずしも参加したわけではない。ただし、リバプールでこんな大きなイベントができたと言うプライドにはつながる。そのため、住民の意識向上には、大きなイベントと地域に根ざした経験ができる小さなイベントの両方が重要であるといえる。^G

d) Identity, Image and Place (アイデンティティ、イメージ、環境)

欧州文化首都に指定される前後のリバプールのポジショニング・再ポジショニング及び、その多様な地域コミュニティ、ノースウェストやイギリスのその他の地域、海外からの訪問者による市の変化について調査する。また、地域のアイデンティティと自信についても評価する。

e) Physical Infrastructure and Sustainability of the City (物理的なインフラと持続性)

公共部門、歴史的遺産、文化的なインフラの質と種類（構築環境、建物、公園、パブリックアート）、アクセス（交通、駐車場など）、プログラムの環境的な持続性などの調査を実施。

f) The Philosophy and Management of the Process (哲学と管理プロセス)

欧州文化首都の管理と開発を支えるプロセスと哲学の影響、また、これらがその他の文化主導の再生プログラムにおいてどのように再現されるか。

現在までの主要な調査結果

- ・ 欧州文化首都の全てのスポンサーが、リバプールに強いリンクを持っている
- ・ 欧州文化首都のスポンサーとして関わることになった経緯は、組織によってさまざまである。
- ・ 欧州文化首都へのスポンサーの関わりは、主にビジネスとしての決定である。
- ・ 文化は幅広いコンセプトであり、それぞれのスポンサーによって利用法が異なる。
- ・ 欧州文化首都のスポンサーは、文化組織と既存のネットワークを有する。
- ・ 欧州文化首都の主導において、Culture Company とのコミュニケーションに関してスポンサー側から懸念があった。
- ・ 2008年の欧州文化首都は計画不足であり、欧州文化首都の伝統への影響を懸念する声がスポンサー側にはあった。
- ・ スポンサーの考える欧州文化首都によるリバプールへの影響に関してはポジティブなものであった。

(5) 欧州文化首都と都市空間の再開発

① ウォーターフロント等の再開発

リバプールにおける文化に重要な3つの地区として、①HOPESTREET（カテドラルがあり、大学を含む地区。劇場やイベントをやるスペースもある）、②セントジョージ地区（セントジョージホール等が存在）、③ウォーターフロント、が挙げられる。

特に、ウォーターフロントには、博物館が多数集積している。アルバート・ドックには、テートリバプール博物館（近代芸術では国内最大級、国内外アーティストによる1900年



から現在に至るまでの作品が展示) やマージサイド海事博物館が立地している。⁶

2004年には、「海商都市リバプール」の名でウォーターフロントが、ユネスコの世界遺産として登録された。ユネスコに指定された地域は、ピア・ヘッド（Pier Head）、アルバート・ドック（Albert Dock）、スタンリー・ドック保存地域（The Stanley Dock Conservation area）、キャッスル・ストリート保存地域（The 'Commercial Quarter'/Castle Street Conservation Area）、ウィリアム・ブラウン・ストリート（William Brown Street）、ロープウォークス（The Ropewalks）といった6つの区画が対象となっている。A.E.H

② 欧州文化首都と市街地の再開発

欧州文化首都の開催と同時期に市街地の再開発が行われている。(1)キングズ・ドック（Kings Dock）への大型アリーナの建設、(2)駅前であるライム・ストリート・ゲートウェイ（Lime Street Gateway）地域の数百万ポンド規模の改修計画、(3)商業地域であるパラダイス・ストリート（Paradise Street）に9億ポンドを投じた再開発プロジェクト、が行われた。

⁶ その他にもリバプールには、リバプール国立博物館(National Museum of Liverpool)、ウォーカー博物館、ナショナル・ギャラリー・オブ・ザ・ノース、リバプール生活博物館、時計博物館、英国芝刈機博物館等の博物館が存在する。

ただし、これらの再開発は、必ずしも欧州文化首都に併せて行われたわけではない。このことについて、リバプール市（Culture Company）は、インタビューにおいて次のように述べている。A,E,F,H

- ・市民には、欧州文化首都があるために新ショッピングセンターやウォーターフロントの開発があったように見えるだろうが、実際の予算は全く別。
- ・ただし、投資家は、欧州文化首都だけでは投資しないが、ホテルができるなら投資しますということもあるので、都市開発は文化面に影響があったのも事実。
- ・一方で、都市開発が行われることのデメリットとして、ビジネスに投資すると町の物価が高くなり、アーティストが部屋を借りにくい等住みにくくなってしまうことが挙げられる。文化としてのブランドが高まると地価も上がってしまうので、なかなか難しい。

また、文化芸術と都市開発の関係について、リバプールの都市開発会社である Liverpool Vision は、次のように述べている。H

- ・文化資産は、都市計画に組み込まれて最初から使おうという感じよりは、だんだんと使われるようになったという感じである。
- ・文化をきちんと取り込んだ都市開発計画はなく、長期的な都市開発計画に文化が組み込まれているわけではない。ただし、都市開発にクリエイティビティ効果があることはわかっているので、都市の開発の際には意識はしている。
- ・欧州文化首都については、都市開発の戦略の一部に組み込まれていたわけではないが、選ばれたのでチャンスと思って、都市開発を実施した部分はある（意識下にはあった）。2008年に向けての期待も大きく、投資も集まった。ホテルもたくさんでき、稼働率もよくなった。

(6) 欧州文化首都による産業創出状況

リバプール市発行の資料「Liverpool`08 European Capital of Culture The impacts of a year like no other」によると、欧州文化首都により、10,000人の雇用が発生している（10,000人が、接客サービススタッフとして配置）。また、8億ポンドの経済効果があったとされている。^I

一方で、リバプール市の創造産業については、地元の中小企業への波及という面では、課題が残る。Liverpool Vision へのインタビューでは、次のようなコメントが得られた。^H

- ・リバプールにおける創造産業の規模は、とても小さい。欧州文化首都で恩恵を受けたのは大きな劇場や美術館であった。一方で、クリエイティブインダストリーの企業は、中小が多いため、欧州文化首都で益を受けたかはわからない。欧州文化首都では、地元の企業を使おうというようなプライオリティはなかった。コーディネート機能もなく、お金は大きい企業に流れてしまったかもしれない。

2-1-3 出所

A.リバプール市 HP

<http://www.liverpool.gov.uk/>

B. Liverpool2008 (欧州文化首都) HP

<http://www.liverpool08.com/>

C.LIVERPOOL'08 European Capital of Culture –The impacts of a year like no other

D.リバプール大学 Impacts 08 調査研究チーム HP

<http://www.liv.ac.uk/impacts08/index.htm>

E.visitliverpool.jp

<http://www.visitliverpool.jp/site-awards.html>

F.リバプール市 (Culture Company) インタビュー

G.リバプール大学 Impacts 08 調査研究チーム インタビュー

H.Liverpool Vision インタビュー

2-2 ヘルシンキ

ヘルシンキ（Helsinki）は、フィンランド共和国の首都である。ヘルシンキ市の人口は59.1万人である。フィンランドの南部に位置し、バルト海の最奥、フィンランド湾の北、多島海のヘルシンキ湾に面している。高齢者福祉産業や情報産業などハイテク産業の集中地としても知られる。

さらに、ヘルシンキはフィンランド文化の中心地であり、2000年には欧州文化首都になり、様々な芸術文化のイベントが開催されている。市には、80の美術館・博物館などの文化施設がある。古い歴史的建築物は保存しなければならないなど、建物建設に対する規制が厳しいことから、古い建物を改築して文化施設として利用するケースも数多く存在する。

また、フィンランドは、OECDの学習到達度調査（PISA：学力の国際比較調査）でトップになるなど教育が熱心なことでも有名である。このことは芸術教育に対しても同様であり、ヘルシンキにおいても芸術教育に力をいれている。^{A,C,H}

そこで、ヘルシンキでは、「文化施設の活用・運営方法」と「芸術教育の取組」をテーマとして掘り下げる。

2-2-1 ヘルシンキの文化芸術振興の戦略・体制

(1)ヘルシンキ市における文化芸術振興の沿革・方向性

①文化オフィスの設置と文化都市政策への注力

1979年、それまでいろいろな部署に分散していた文化芸術を担当する部署が統合され、ヘルシンキ市に文化オフィス（Cultural Office）が設立された。

市に文化セクションができたきっかけは、国の政策の転換により、中央行政ではなく各自治体が直接、文化施設等を運営できるようになったことが挙げられる。なお、設立時の文化オフィス（Cultural Office）の最も重要な役目は芸術教育だった。2番目が地域への文化の提供、3番目が補助金等の提供であった。

さらに、1990年頃には、ヘルシンキ市において、文化芸術による都市再生が意識されるようになった。1994年には、ヘルシンキ市の潜在的な可能性を評価し、その創造性を高めるために、イギリスの都市計画コンサルタント会社であるコメディア（『創造的都市』を出版したC.ランドリーが所属する組織）がパートナーとして選ばれる。ランドリーは、芸術という狭い文化の概念ではなく、ポピュラー・カルチャーやカフェ、都市の雰囲気まで

含む広い文化の概念を採用し、文化計画というアプローチを採用することを、ヘルシンキ市に提案している。また、Cable Factory などの文化施設やイベントに対する評価や提案がなされている (Landry,C.,*Helsinki:Towards a Creative City,Seizing the Opportunity and Maximising Potential*,Comedia,1998)。A,C,H,L

②欧州文化首都への選出とその後の影響

2000年には、ヘルシンキ市は、欧州文化首都に選ばれている。なお、2000年は、新千年紀ミレニアムということで、9都市（ヘルシンキ、レイキャビク、ベルゲン、クラクフ、プラハ、ブリュッセル、サンティアゴ・デ・コンポステラ、アヴィニヨン、ボローニャ）で欧州文化首都プログラムが同時に開催された。

ヘルシンキ市文化オフィスへのインタビューでは、欧州文化首都の効果として、以下のことが述べられている。H

欧州文化首都後、大きな影響として挙げられるのは、文化芸術産業に関わる専門家達が、文化を用いて都市をプロデュースするようになったことである。人々のネットワークが広がり、「これは人々が興味を持ちそうなものだ」ということがわかる専門家達が、ビジネスとして文化芸術に取り組むようになった。

例えば、現代ダンスのダンスチームがあり、以前は自分達でポスターを作ったり切符を売ったりしていたが、今はそれを他の専門家に任せ、自分達はダンスに集中することが出来るような状況になった。

また、欧州文化首都後、ヘルシンキでは毎年 36 の大きな芸術のフェスティバルが行われるようになった。各フェスティバルは、メタル音楽、現代音楽、映画、などテーマを一つ決めて実施している。主に、その分野に興味を持つ人が参加している。

フェスティバルの参加者は、以前 2 万人だったが、現在では 5 万人に増えている。その多くは、ヘルシンキの市民である。H

③現在の取組

ヘルシンキ市文化オフィスでは、市の文化芸術振興として、特に以下の分野に焦点を当てて取り組んでいる。^A

- 芸術分野における支援
- 芸術教育及び児童の文化活動への支援
- 芸術パフォーマンス及び作品のための施設貸し出し
- 国際的なゲスト招待など、演劇活動
- 組織内の活動プログラムの作成
- 地域的文化活動
- 移民、マイノリティーの人々の芸術活動支援

④今後の予定

大規模な新規プロジェクトとして、フィンランド政府及びフィンランド国営放送(YLE)の協力の元、建設中であるヘルシンキ・ミュージック・センターが挙げられる。その他にも新しい市営の図書館が提案されている。

ヘルシンキ市文化オフィスへのインタビューでは、現在の文化芸術振興の活動として、以下のことが述べられている。^{A,B,H}

- ・上記のような施設建設と同時に、今後は、新しい文化センターを作るだけでなく、すでにある施設にもっと人々が通うように促進したい。
- ・例えば、フランスのリヨンでは、芸術関連の大学などが大学内だけでなく、周辺の地域に影響をもたらす市のプロジェクトが行われている。オペラが盛んなので、地域の住民の教育の場に行き、劇場のセッティングなどオペラの教育をし、地域住民が学んだことをオペラで紹介するということが行われた。フィンランドでもその取組を参考に、周辺のヘルシンキの芸術学校や大学を回って、この学校が地域住民にできることがあるかを考えている（できることがあれば、経済的な支援を与える）。

(2)文化芸術創造都市関連施策の推進体制

①ヘルシンキ市の文化機関

ヘルシンキにおける芸術・文化の推進は、ヘルシンキ市文化オフィス（Cultural Office）を中心に、市の文化機関（市の図書館、フィルハーモニック・オーケストラ、市立アート美術館、市立美術館）が担当している。A,H

図表 2-6 ヘルシンキの文化政策に関わる組織

文化オフィス（Cultural Office）
市立図書館
市フィルハーモニック・オーケストラ
市立アート美術館
市立美術館

②文化施設との連携

a) 公的な文化センターの運営

文化オフィスは、市のその他の部署と部分的に協力しながら、9つの文化センターを運営している。これらの文化センターには1つか2つのホールがあり、パフォーマンスやアートギャラリー、図書館、芸術教育などに利用され、その他に成人教育センターや会議室、チケット売り場、カフェなどが設置されている。A,B,H

図表 2-7 ヘルシンキ市運営の9つの文化センター

Annantalo Arts Centre	Kanneltalo	Nordsjö-Rastis
Villa Aino Ackté	Cultural Centre Caisa	Stoa
Espa Stage	Malmitalo	Vuosaari House

b) 民間団体との連携による施設の運営

ヘルシンキには、市が直接経営に関わる文化センター等の施設のほかに、官民共同（官設民営）で運営される文化施設も多数存在する。これらの施設の多くは、もともとあった古い建築物を文化施設に変えて運営されている。^H

③国との連携状況

以前は、国（文部科学省）と自治体は、ある程度別々に行動していた。そのため、同じ関連のプロジェクトに、両方が知らずにお金を渡すなどの問題があった。最近プロジェクトも大きくなってきたこともあり、協力関係が構築されてきている。文部科学省とヘルシンキ市は近いので、新しい企画が生まれれば国の行政の関係者と打合せをして協力するようになっている。

1990年ごろから、国は、どういう文化を支えていくか、経費を出していくか、本格的に政策として考え始めた⁷。以前はあいまいだった国の政策がはっきりしてきたので、市としてもどういったプロジェクトであれば国からお金が出るか、前もって知ることができるため、条件を整えやすくなっている。^H

(3) 予算

① 予算額

ヘルシンキ市文化オフィスの予算には、劇場及びその他の文化施設への予算が含まれ、その他の年間予算及び任意の予算を含めると、ヘルシンキ市は、芸術文化に対し年間に2,310万ユーロの予算を投じている（フィンランド・ナショナル・オペラに対する300万ユーロを含む）。

フィンランド政府は、首都における国営の文化施設への資金提供に加え、ヘルシンキ市の芸術文化セクターにも3,000万ユーロを割り当てている。

⁷ 1990年代の経済危機と福祉国家の再編成を受けて、1993年に提出された内閣府によるレポートでは、芸術家に対する支援は増加させるが、国立の文化機関に対する支援は効果的に行うべきであること、芸術家への支援は、より一般的な社会政策的方法で行うことが望ましいのではないかということ、文化へのアクセスの保障や平等性は堅持すべきこと等が指摘されている。さらに、メディア産業や文化産業の重要性について認識されたこと、EUへの統合のなかでバルト海諸国との文化協力の必要性が議論されたこと、外国からの難民や移民の問題が議論されるなど新しい視点が提示されている。^L

図表 2-8 2007 年度ヘルシンキにおける文化及び芸術の予算 (1,000 ユーロ)

	政府	市
劇場(舞台補助金あり)	18,155	10,911
劇場(舞台補助金なし)	640	400
ダンス	140	62
音楽施設	6,647	3,067
その他音楽活動	809	615
美術館	2,317	990
ビジュアル・アート	790	841
フェスティバル	428	1,542
その他教育、文化	171	272
文化・図書館委員会からの任意の助成金	—	1,286
合計	30,097	19,986

[出所] Review of Arts and Culture in Helsinki

2007 年の市の予算における芸術・文化に関するヘルシンキ市民一人当たりの予算は、193 ユーロで、文化セクターの予算は、市の費用 (budgeted expenses) の 3% を占めた。また、市の文化セクターでは 1,000 人以上が雇用されており、これは市の労働人口の 3% を占めている。A,B

② 欧州文化首都の際の予算状況

2000 年の欧州文化首都の際には、国とヘルシンキ市と民間セクターで、三分の一ぐらいずつ費用を負担した。国は、この他に、施設を貸すなどの支援もしている。H

2-2-2 ヘルシンキの文化創造都市関連施策の取組状況

まずは、ヘルシンキの文化施設の運営（(1)官民共同による文化施設の運営、(2)公的な文化施設の運営）を詳細に見る。さらに、(3)文化芸術教育への取組、についても見ていく。

その他、(4)市民・コミュニティと文化芸術施策、(5)産業創出、についても触れる。

(1)官民共同による文化施設の運営

フィンランド市には、官民共同で運営される様々な文化施設が存在する。また、その多くが、もともとあった建築物を文化施設に変えて運営されている。ここでは、官民共同の文化施設の特徴を見るとともに、代表的な例として、Kaaperi(Cable Factory)、Nosturi、korjaamo について、概要、運営形態等を見ていく。

①建築物の文化施設としての活用

ヘルシンキ市は、土地の公有地率が78%(市の所有64%)と非常に高く、建物建設に対する規制が厳しい。さらには、古い歴史的な建物は残しながら、その機能を変えていく動きがある。古い建物が文化施設として生まれ変わる例も多い。その代表的な施設として、Kaaperi(Cable Factory：旧ケーブル工場)、Nosturi（旧市立博物館）、korjaamo（旧造船所）が挙げられる。

上記の達成のために、ヘルシンキ市の文化オフィスと都市計画部門の間で、協力が行われている。都市計画の部局と文化オフィスの両方の代表者が集まる会議があり、地域開発に文化的なものを入れ込む都市計画のミーティングがある。これは、後述のKaaperiができた後に始まった動きである。

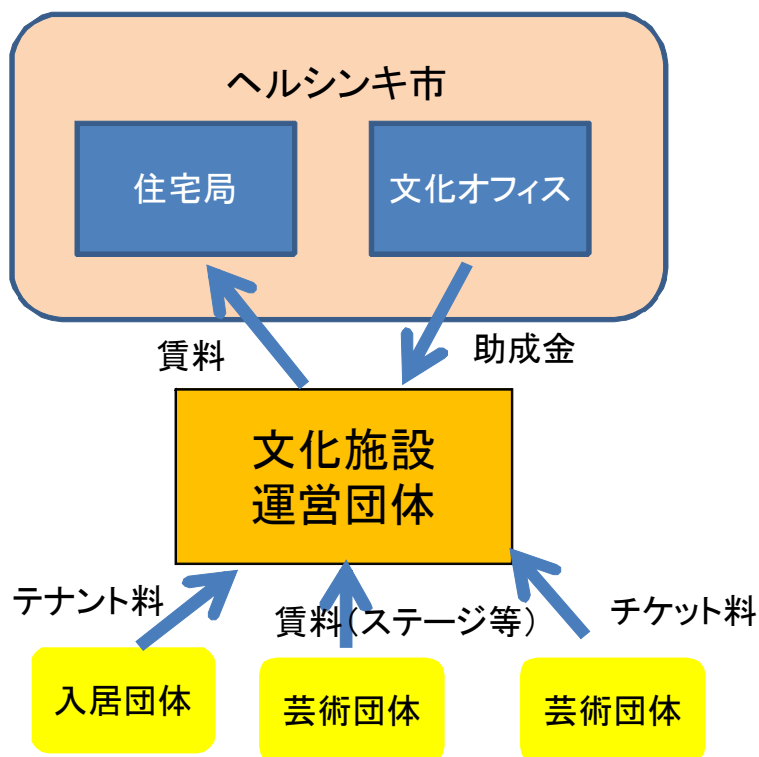
現在の取組としては、大きな貨物港があり、2つの部署で開発の新しい可能性を探している。また、ガス供給センターという昔ながらの建物があるが、それを文化センターに変えるという動きもある（その建物は、Kaaperiが運営）。A,B,C,H

②3つの施設の運営について

上記のような文化施設は、官民共同で運営されるケースが多い。3つの施設は、民間団体(Kaaperi、Nosturiは株式会社(どちらも利益は出さない。Nosturiは、以前はNPO)、

korjaamo は個人経営）が運営している。施設はヘルシンキ市（住宅局：housing department）が保有しており、各運営団体が市にオフィス料を支払っているが、レンタル料（の一部）をヘルシンキ市文化オフィスが運営団体に助成しているケースもある。スタッフなどの費用は、テナント料や施設の貸し出し料で各団体がまかなっている。^H

図表 2-9 ヘルシンキ市の官民共同の文化施設運営モデル



図表 2-10 ヘルシンキ市の各文化施設の支援状況

施設名	支援方法
Kaaperi	<ul style="list-style-type: none"> ・ イベント等のプロジェクトには助成があるものの、施設に対する助成はなし（初期 10 年は、施設助成も実施）。 ・ 国の文化施設を入居させ、テナント料が施設に定期的に入るようにする。
Nosturi	<ul style="list-style-type: none"> ・ 賃貸料を市に払うが、それと同額の補助金を市から受ける。 ・ ただし、補助金額は変わらないが、賃貸料は年々上がっていくため、施設は年々その差額を埋めるために、年々、収入をあげていかなければならない。
Korjaamo	<ul style="list-style-type: none"> ・ 施設の賃貸料は無料で市から借りる。他の経費（電気代など）は市と株式会社で半々で払う。 ・ ただし、施設は、併設の市の博物館を、無料・無休で運営する。 ・ また、施設改築費の半額は、20 年かけて市に払う。

以下、3つの施設の概要、運営状況等を紹介する。

③Kaaperi(Cable Factory)

a) 沿革

Kaaperi（元々は、ノキアのケーブル工場）がある場所は、工場地域であった。だが、その地域に住宅などが建設されるようになり、ノキアが撤退する際、ヘルシンキ市が敷地を買い取ることにした。その際に、ヘルシンキ市文化オフィスが、地元のアーティストに、（まずは 2 年間）スタジオとして活用することを提案した。

市は、その後、市の保健所や学校などに改築しようという計画を立てていたが、不況で計画



が実行できなくなった。そこで、Kaaperi で活動していた芸術家が、自分たち自身で Kaaperi の運営計画を立てることとなった。1991 年に、独立した文化センターとして建物が改築されると共に、株式会社を設立し運営を行うこととなった。

この施設の目的は、フリーランスの芸術家にスタジオなどの場所を提供することである。芸術文化、工芸に関わっている人で、レンタル・フィーを払えない人に、安く利用できる場所を Kaaperi が提供している。D.I

b) 施設概要

Kaaperi は、様々な分野において、芸術や教育のためのスペースを提供している。様々な規模のイベント、コンサート、展示会、フェスティバルなどが行われている。Kaaperi には、3つの美術館と、9つのギャラリー、ダンス・シアター、スポーツクラブ、アート



スクール、アトリエ、リハーサルスタジオ、ラジオ局、カフェテリアなどの施設がある。

約 250 のテナントが関わっている。

Kaaperi には、文化センター等にいる芸術アートディレクターがいない。デパートではなく、ショッピングセンターのような場所といえる。ショッピングモールにお店を出している人が、各芸術家で、それぞれの

運営を行っている。様々な文化と芸術のお店が、Kaaperi の中で活動している。

スペースの 60%は、長期間の利用者（長期間の契約だと安定した収入が会社に入る。）、10%が5つある展示会場の一日毎の貸し出し。30%は非レンタル部分（通路や廊下が 15%、一般の人とのつながりのある教育関連や趣味などのスペースが 15%）。また、50%は公的部門、50%は民間部門への貸し出しとなっている。

Kaaperi では、設立以来、この建物をリノベーションしている（10年前のインテリアは、工場なみだった。）。建物自体が常に改築されているので、その中で文化を見せる場所があることが Kaaperi の特徴である。

約 900 人の職場になるが、喫茶店が一つしかないといった問題点もある。

また、今後、Kaaperi が入居している文化芸術分野の中小企業や個人事業主に対して、インキュベーターの役目をとれるかどうかを検討中である。D.I

c) 経営モデル

市は最初の10年の賃貸料を無料で提供することになった(その後賃借料はとっている)。場所の提供条件として文化オフィスは、ある程度定期的な収入が見込めるように、国立博物館(写真博物館ホテル博物館、劇場)をそこに設立することを提案。これにより、3つの国の文化施設がKaaperiの中にテナントとして入居することとなり、経営的に安定することになった。

現在、Kaaperiは市から補助金をもらっていない。テナントのレンタル料やスペースの貸し出しなどで運営費を賄っている。

Kaaperiを運営する株式会社はNPOに近い経営を行っている。収入があれば建物に投資して、修理費をカバーするぐらいの利益が出ればいいという考えで経営を行っている。

なお、市からは各イベントに対する助成はあり、イベントを企画する側がプロジェクトに対する経費を申し込み、市から援助を得る。

なお、ヘルシンキ市から、運営会社がKaapeliを借りるにあたり、次の条件がつけられている。

- ▶ テナントを選ぶときに、必ず芸術文化工芸関連のものを選ぶ。
- ▶ この道の向かい側にある民間が経営する事務所と競争しないこと。
- ▶ ヘルシンキの歴史的な建物なので、なるべくそのままに改築を行わずにはならない。ヘルシンキ市の博物館局が古い建物をどうやって保つか条件を出す(20年前の都市計画の中で、この建物は取り壊してはならないということが決定された)。

また、株式会社なので、取締役委員会、管理委員会などがあり、ボードメンバーとして市の代表が関わっている。直接ではないが、ボードメンバーとして市が参加し、方向性や予算、戦略などの決定に関わっている。D.I

d) 建物の改築について

ケーブル工場の建物は、外側に見える部分は取り壊してはならない。一時期、フィンランドで一番大きな工場だったこともあり、文化財、町の景色の一部として残さないといけない。

フィンランドの文化財として指名されても、必ずしもオリジナルで残す必要はなく、改築してから機能性のある場所に変えるというのも重要なポイントである。工場の中は変え

でも問題なく、建築家と相談しながら進める。

今の計画は、通路の上にガラス張りの屋根を建設できるか検討している。古いクレーンを残している理由は、一つは、ここに来る人にこの場所が昔工場だったことをわかってもらうため、もう一つは、片付けるのにもお金がかかるので、そのままにしておけば節約になる。一部の展示会場にあるクレーンも、まだ実際に利用している。

今の計画だと、5~7年、改築に時間がかかる（あと3年ぐらいで、外側の修理が完成する。）。D.I



e) アートディレクターの不在

普通のアートセンターではアートディレクターがいるが、Kaaperiにはいない。Kaaperiにアートディレクターを置かない理由は2つある。1つは、1992年に活動が始まったときに、あまりにも修理改築する現場が多かったので、そこでどのような芸術的なコンテンツを入れるか、考える時間もお金もなかったことが挙げられる。もう1つは、あまりにも大きなスペースなので、全体として何かを考えていくことは難しいからである。企画は、各自テナントに任せている。

テナントを選ぶときには、申し込みが順番待ちになっていることもあり、ある程度レベルを選べる。なお、芸術的な内容をそのときに決めることはできるが、いったん契約を結べば、そのあとは独自に動いている。D.I

f) ネットワーク

ヨーロッパの民間の文化センターのネットワークである「Trans Europe Halles, European Network of Independent Cultural Centres」に参加している。同ネットワークは、1983年に設立され、現在は24カ国に48のメンバーがいる。

会員には、メンバーとフレンドがあり、フレンドは会員になる条件を全部は満たしていない。1,2年ぐらいフレンドとして活動し、メンバーになれるかどうかを決定する。基本的には独立したセンターであることが条件、運営の面での自主性が求められる。D.I

g) 新たな文化拠点 Gas Factory

Kaaperi では、新たな文化拠点として、ガスファクトリー (Gas Factory) の活用を計画している。ガスファクトリーは、火力とガスを利用した発電所で、もう 25 年も利用されずに閉鎖されている工場である。経営者も部分的に別れていて複雑なシステムだったが、2007 年に所有がヘルシンキ市に移った。そこで、市としてこの工場をどう利用できるかを検討し、Kaaperi と同じようなシステムのものをつくることに決定した。これを受けて、Kaaperi がガス工場を運営することになり、2008 年から企画を立てている。

なお、土地面積は広いが、建物のスペースは Kaaperi の 4 分の 1。芸術家は、そこで使うメンテナンス料をカバーする程度のレンタル・フィーになる予定。一部のスペースは貸し出し料金をもっと高額で貸し出し、改築にかかる費用を集めるための利益を生み出す。

Kaaperi で 15 年間開発してきた運営モデルを、新しいガスファクトリーにも生かすことになる。なぜ、Kaaperi の組織が運営を任されたかは、ノウハウを持っている人が運営すれば、もっと早く活動に関わることができるからである。

今残っているガス工場は町の風景の一部であり、取り壊すことはできない。これから、保護の部分と実際の利用のバランスをうまくとっていくのが課題となる。D.I

④Nosturi

a) 沿革

現在の Nosturi がある周辺地域に、レパッコ (=こうもり) と呼ばれる元々倉庫で、その後アルコール依存症患者のシェルターとして利用されていた施設があった。その施設が使われなくなった際、若者のための音楽の練習場所が当時はあまりなかったこともあり、若者達が勝手に建物の中に入り、練習をするようになった。不法占拠に始まり、それがだんだんと組織的な活動を行うようになった。1978 年には、エルム (ライブ・ミュージック・アソシエーション: ELMU) というライブ・ミュージックの協会が設立され、1979 年にはレパッコでライブ・ミュージックを行ったり、若者のラジオ局などが運営されたりしていた。



その後、2000年には、ノキアを中心とする再開発にともなって、レパッコは取り壊されることになった。だが、若者が反対行動を起こし、そこで市と協議した結果、Nosturi が新しい施設としてエルムに貸し出されることになった。^{E,J}

b) 概要

Nosturi は、ヘルシンキのダウンタウン近郊に位置し、エルムによって運営されている、多様なライブ・ミュージックの会場である。Nosturi は、コンサート、若者のためのディ



スコ、劇場やギャラリーなど、様々な文化関連のイベントを提供することができる。まだ知られていないアンダーグラウンドのバンドから、メインストリームの大物まで。40のバンドに対して、リハーサルスペースも提供している。

年間の動員数は約 10 万人、150 のコンサートが行われる。70~80%は Nosturi のプロデュースで、20~30%は場所をレンタルするのみである。^{E,J}

c) 経営について

市役所が建物を所有している。ヘルシンキ市の住宅局(housing department)に賃借料を支払い、それと同等の金額をヘルシンキ市の文化オフィスから補助金として受けている。ヘルシンキ市との契約は 20 年なので、まだあと 10 年残っている。

収入は、スペースの貸し出し（レストラン、リハーサル室など）の家賃と、補助金、チケット代（バンドに払う分を差し引いて）から得ている。

補助金の額は 10 年間変わっていないが、賃借料は年々上がっている。補助金と賃借料のギャップを埋めるために、コンサートのチケットで多くの収入を得なくてはならない。

賃借料は、古い倉庫だった建物に対するものなので、高くはない。賃借料と補助金の間には 2 万ユーロほどのギャップがある。電気代や暖房費などはカバーしていない。修繕も自分達で行わなくてはならない。

「経営は難しくなっている。補助金がなくては運営ができないので、文化オフィス

からの補助金は大きい。若者のために、チケット代を吊り上げることはあまりしたくない。」と Nosturi はインタビューで述べている。E,J

d) 公演内容

ここで演奏するバンドは、国内のバンドと海外のバンドの割合が半々である。通常はプロのバンドが演奏する。

チケット代の高い、人気のバンドの公演からは多くの収益を得ることができる（チケットのセールスも大きな収入になる。）。その売上を、若いアマチュアバンドの公演にまわす。500 人ぐらいの入場料をとらないと全体の費用をカバーできない。

バンドでプレイする人が場所をレンタルしたい場合は、賃貸料は安くなるが、テレビ局などの場合は高めの設定になる。価格はフレキシブルに対応している。

PA（音響）や照明などの機材は所有していない。別の子会社が、コンサートごとに行う。「補助金がもう少し高ければ、照明等の機材・設備をつけ、あまり知られていないバンドのコンサートも提供できるようになるだろうが、今は難しい。」と Nosturi はインタビューで述べている。E,J

e) サービス

会員サービスがある。500 から 600 の会員がいる。年会費は年間 10 ユーロ。会員であれば、安くビールが飲めたりチケットが入手できたりする。協会の会員の中から、役員を選び、1 年に 1 度会議を開く。

また、未成年向けにもサービスを提供している。NPO として他のビジネスと異なる点は、未成年の入場が許可されるということ。ヘルシンキでは唯一、18 歳以下の子供達がクオリティーの高いバンドの公演を見ることができる。通常のライブハウスなどは 18 歳以上でないと入場できないが、ここは年齢制限がないため、誰でもライブ・ミュージックを見ることができる。E,J

⑤Korjaamo

a) 沿革

Korjaamo は、「修理屋（repair shop）」という意味で、もともと路面電車の修理工場だった。

2004年、代表のラウル氏が経営していた「IMAGE（雑誌名）」の出版社の場所を探したときに、現在の Korjaamo のスペースを見つけた。ただし、必要以上に大きなスペースであり、路面電車博物館は3年間営業されていない状況だった。ラウル氏は、賃貸料を安くするため、パートナー、テナントを探し始めた。その後、「IMAGE」に興味を持つ出版社に、もっていた出版社を売却し、その利益で、2005年に Korjaamo を運営する会社「Korjaamo Culture Factory」を設立した。



市電博物館が3年間閉鎖されていたため、ラウル氏は、市長に直接コンタクトして、文化施設として利用できるように働きかけて実現した。2008年は、Korjaamo のコンセプトで施設「Vaunuhalli」が設立された。FK

b) 概要

Korjaamo は、ヘルシンキ市の中心部において、人々が文化と交流できる場として存在する。共同オフィスのほか、ギャラリー、劇場、ショップ、クラブ、待ち合わせのためのカフェやバーなどがある。トラム博物館もある。Vaunuhalli（ホール名）が2008年夏にオープンしたため、Korjaamo は、フィンランド一大きな文化センターとなっている。

芸術だけでなく、コーヒー一杯のためにも気軽に立ち寄れるような幅広い文化を提供する場所として、“urban culture platform”というコンセプトを掲げている。

ヨーロッパのカルチャーセンターとも協働しており、前述の Trans Europe Halles にも参加している。他のヨーロッパ都市の文化の窓口としての役割も果たしている。FK

c) 共同オフィスについて

共同オフィスには KORJAAMO Culture Factory という運営会社の他にデザイナー、デジタルメディア関係の会社、文化関係の小規模組織のオフィスなどが入居している。

共同オフィスの家賃は6平米ほどで430ユーロである。テーブル、コピー代、コーヒー、ミーティングルームの利用、電話サービスといったサービスのほか、イベントがあるときには普通よりも安くチケットが手に入るといったサービスもある。顧客との会議や大きな

イベントをやるときにはスペースをただで借りることもできる。FK



d) 経営（市との契約条件等）

ヘルシンキ市との契約条件は、かつては有料で休みがあった博物館を無料、無休で運営するというもの。なお、市がモデルに興味を示すように、Karjaamo が提案した際に、以前は週 5 日間しか開いておらず入場料も有料だったところを、週 7 日オープンで無料にし、開館時間も 1 時間延長するようにしていた。ヘルシンキ市としては、Karjaamo が博物館を運営することによって、市の負担を軽減することができ、博物館で働いていた職員も他の職場へ移動できる。Karjaamo は、スペースを、他の目的でも利用することが出来るというメリットがある。

建物の賃貸料は無料、他の経費（電気代など）は市と株式会社で半々で払う。なお、建物の所有者は、ヘルシンキの住宅局(housing department)。

修理代は、180 万ユーロかかっているが、運営会社が 20 年間かけて 90 万ユーロを市に支払うことになっている。

博物館の運営にかかる経費は共同オフィスやバー、ギャラリーの運営によってまかなっている。ギャラリーは作品の販売もしており、売れた場合にはコミッションが会社に入る。なお、この施設で生まれた利益は Korjaamo の開発に還元している。FK

e) イベント・企画

カジュアル・サーズデイという集まりがある。また、1 年で 200 ぐらいのイベントがあり、知り合う場がある。200 のイベントは公共なもので誰でも参加できる。その他に、プライベートなパーティ等の貸し出しや、フェスティバル会場としても活用される。

ヘルシンキでは毎年8月に「芸術の週」というのがあるが、この時は劇を企画している。半分以上が音楽関連のイベントで、その他は劇などを行っている。

企画は、Korjaamo が独自で企画を立てるが、外部からの提案を元にすることもある。企画の最終決定は、カルチャー・ディレクターでもあるラウル氏が行うが、チームの中には音楽担当、劇担当がおり、チーム内でまず決定する。

Korjaamo が企画するギャラリーは、無料でアーティストにスペースを貸し出す代わりに売上の半分が Karjaamo に行く。^{FK}

⑥課題・解決手法

ヘルシンキ市文化オフィスは、インタビューにおいて、文化施設との連携のポイントと施設運営上の課題として、以下を挙げている。^H

a) 連携のポイント

1) ノウハウを持つ人の活用

Nosturi の場合は、以前取り壊された建物の中にエルム（ライブミュージックアソシエーション）という組織があり、それが Nostori に移動した。既に長年の運営のノウハウがあったので、うまくいった。

2) 多くの人・機関の関与

Kaaperi の成功の鍵は、Kaaperi は大きな規模なので、多くの人に関わり、民間の人にも興味を持ったということが挙げられる。

b) 課題

・施設運営の重要な課題として、施設のレンタル料を上げていくと、今まで本当に活躍していた人が他に移動してしまうことがある。どのような形で費用を賄って、レベルを維持し経営を行うかということが課題となる。

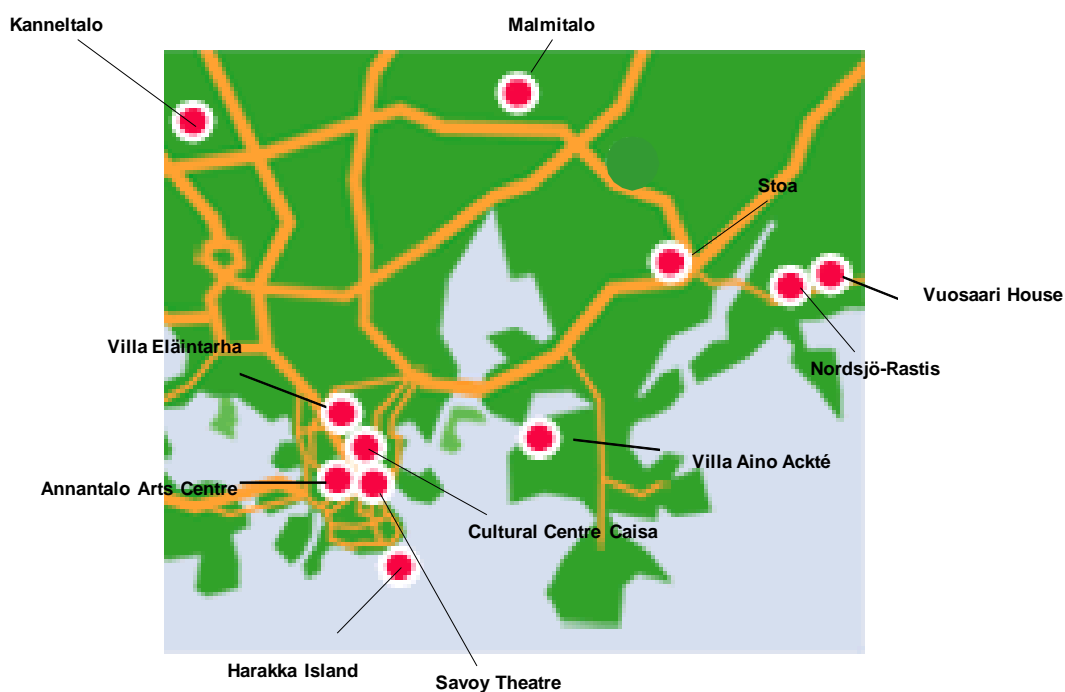
(2)公的な文化施設の運営

ヘルシンキ市が運営する9つの公的な文化センターについて見ていく。

図表 2-11 ヘルシンキ市運営の9つの文化センター（再掲）

Annantalo Arts Centre	Kanneltalo	Nordsjö-Rastis
Villa Aino Ackté	Cultural Centre Caisa	Stoa
Espa Stage	Malmitalo	Vuosaari House

図表 2-12 ヘルシンキ市運営の9つの文化センター、公的芸術施設の位置



①概要

市の文化センターは、ヘルシンキの西、東、南にある。これらの市の文化センターは図書館や劇場など住民が使うことができる一般的な文化センターである。文化センターは、地域住民へのサービスという面が大きく、その目的はその地域でハイレベルな文化を提供することである。

文化センターは、例えば Stoa では現代ダンス、Kanneltalo では音楽、Malmitalo では映画、というように、それぞれ特色を持っている。中央ヘルシンキでは、多文化のアクティビティーに特化する Cultural Centre Caisa や、子ども・ティーンエイジャー向けの芸

術に力を入れているアナンタロ・アート・センター（Annantalo Arts Centre）がある。

これらの文化センターは、毎年ヘルシンキで開かれる 36 の大きな芸術のフェスティバルにおいても施設を提供している。A,B,H

②施設の活用状況

統計によれば、ヘルシンキ市における文化センターの利用者の大部分は、ヘルシンキ地域に住む 130 万人の人々である。ただし、フィンランドのその他の地域や海外からの訪問者も利用している。

ヘルシンキ市はバイリンガル都市であるため、スウェーデン語での文化サービスの提供も行っている。さらに、移民の増加に伴い、その他の外国語でのサービス提供を要求する声も高まっている。フィンランド語・スウェーデン語以外の母国語を持つ数民は 8%にも上り、その多くはロシア語を話す住民である。B

図表 2-13 2007 年文化センターへの訪問者の割合 (%)

イベントの種類	文化センター名				
	Vuosaari House	Malmi House	Kanneltaalo	Stoa	Nordsjö-Rastis
子ども、ティーンエイジャー向け	24	27	26	15	61
劇場	9	7	13	20	9
サーカス	1	4	1	2	—
ダンス	1	8	14	34	—
映画	25	13	8	1	10
クラシック	8	5	10	1	3
多文化	17	1	—	6	11
シニア向け	6	4	3	—	—
軽音楽	4	17	—	—	—
セミナー、ミーティング、講演など	5	14	2	8	1
リズム、フォーク、ジャズ音楽	—	—	23	13	5
合計	100	100	100	100	100

[出所] Review of Arts and Culture in Helsinki

③公的文化施設に関する成果

2008 年に実施された、地域の文化センターに対する住民の認知度調査によると、90%の住民は、最も近い文化センターを知っているということがわかった。回答者はセンターが提供するものに対して好感を抱いており、さらに、センターは交通の便もよく、良質のサービスと多様なプログラムを提供する場所、として認識されていた。文化センターへの

ビジターの約 20%は、子ども及びティーンエイジャー向けのプログラムに参加していた。

また、EUによって、2006年11月にヨーロッパの主要都市75箇所で実施された「生活の質(quality of life)に関する調査」によると、ヘルシンキ市民は市の文化施設に満足しているという結果となった。ヘルシンキの回答者500人のうち、95%は市のコンサートホール、劇場、美術館及び図書館に満足している、と答えた。B

図表 2-14 市の文化施設に関する満足度

Country	City	満足している・計	N	Country	City	満足している・計	N
フィンランド	ヘルシンキ	95%	504	ポーランド	グダニスク	77%	510
ドイツ	ミュンヘン	94%	506	リトアニア共和国	ヴィルニウス	77%	502
デンマーク	ケーベンハウン	94%	501	ベルギー	リエージュ	77%	517
ドイツ	ライプチヒ	93%	502	ポーランド	クラクフ	77%	511
フィンランド	オウル	93%	502	ドイツ	フランクフルト	77%	505
オーストリア	ウィーン	93%	500	チェコ共和国	オストラバ	76%	501
イギリス	グラスゴー	92%	503	ポーランド	ワルシャワ	76%	505
イギリス	ニューキャッスル	91%	502	イタリア	トリノ	76%	513
オランダ	アムステルダム	91%	511	スペイン	オビエド	75%	503
イギリス	カーディフ	91%	501	ラトビア共和国	リガ	75%	502
ドイツ	ハンブルグ	90%	512	イタリア	ヴェローナ	73%	505
オランダ	グローニンゲン	90%	501	スペイン	バルセロナ	72%	500
オーストリア	グラーツ	90%	500	スロバキア共和国	コシツェ	72%	502
スウェーデン王国	ストックホルム	89%	504	イタリア	ローマ	72%	507
フランス	パリ	89%	509	フランス	ボルドー	71%	501
ドイツ	ベルリン	89%	500	スペイン	マドリッド	71%	501
オランダ	ロッテルダム	88%	503	ルーマニア	クルージュ・ナポカ	71%	511
ドイツ	ドルトムント	87%	501	ポルトガル	リジューボア	69%	503
デンマーク	オールボルグ	87%	508	スロバキア共和国	ブラチスラヴァ	69%	502
アイルランド	ダブリン	86%	501	ルーマニア	ピアトラニアムツ	69%	504
イギリス	マンチェスター	86%	502	フランス	マルセイユ	68%	507
エストニア	タリン	85%	505	イタリア	パレルモ	66%	504
スウェーデン王国	マルメ	85%	500	キプロス共和国	ニコシア	63%	506
ドイツ	エッセン	84%	509	ギリシャ共和国	アテネ	63%	504
フランス	リール	84%	500	イタリア	ナポリ	63%	500
チェコ共和国	プラハ	83%	503	ルーマニア	ブクレシュチ	62%	511
イギリス	ベルファスト	82%	503	マルタ	バレッタ	62%	503
フランス	レンヌ	82%	502	ポルトガル	ブラガ	61%	502
ベルギー	アントウェルペン	82%	501	スペイン	マラガ	60%	502
イギリス	ロンドン	82%	502	ポーランド	ピアウイストク	57%	501
ベルギー	ブリュッセル	81%	523	ギリシャ共和国	イラクリオ	51%	501
スロヴェニア共和国	リュブリャナ	81%	504	トルコ共和国	イスタンブール	51%	506
ハンガリー	ミシュコルツ	80%	510	トルコ共和国	アンタルヤ	49%	501
クロアチア共和国	ザグレブ	79%	506	トルコ共和国	アンカラ	47%	502
イタリア	ボローニャ	79%	502	ブルガリア	ソフィア	46%	500
ハンガリー	ブダペスト	78%	503	ブルガリア	ブルガス	45%	500
ルクセンブルク大公国	ルクセンブルグ	78%	511	トルコ共和国	ディヤルバクル	41%	503
フランス	ストラスブール	78%	500		計	76%	37,815

[出所] Perception survey on quality of life in 70 European Cities

(http://ec.europa.eu/regional_policy/themes/urban/audit/index_en.htm)

(3)文化芸術教育への取組

①概要

ヘルシンキ市文化オフィスは、文化芸術教育に力を入れている。音楽学校、美術学校など、文化芸術関連の教育のサポートや、アートセンターでの取組を支援している。

ヘルシンキ市では、44 の学校⁸が芸術教育を提供している。2008 年における市の助成額は 440 万ユーロであった。ヘルシンキ市では、5 人に 1 人が基礎的な芸術教育を受けられるようになっている。最も一般的な教科は、音楽、ダンス、ビジュアル・アートである。芸術教育への支援は、学校と各自相談しながら進めている。^{B,H}

図表 2-15 ヘルシンキ市の芸術・文化教育（2007 年）

	学校	市からの 援助あり	生徒数
音楽	37	22	10,811
ダンス	14	1	6,173
ビジュアル・アート	6	4	1,283
サーカス	2	2	460
劇場	3	3	273
ハンド・クラフト	1	1	130
建築	1	1	121
文芸	1	1	20
合計	64	33	19,251

[出所] Review of Arts and Culture in Helsinki

②アンナンタロー・アート・センターでの取組例

a) センターの概要

アンナンタロー・アート・センターは、市の基金で運営され、専任の職員 20 人は市の職員となっている。さらに、50～60 人の芸術家や専門家が所属している。

アンナンタロー・アート・センターの職員が、各自、参加者、関連者を集め、文化芸術教育を行っている。



アンナンタロー・アート・センターは、昔の小学校だったところを改築して設立された。グラフィックに対する教育が行われており、実際にプロが使っている道具が備えてある。本格的な感覚で学ぶことができる。アンナンタローでは二人の専門スタッフがいる。^{G,H}

⁸ ヘルシンキ市の学校数は 181 校（2007 年度 ヘルシンキ市 HP より）

b) 5×2時間プロジェクト (Five times two hours : 小中学生向けプロジェクト)

5×2時間プロジェクトは、アンナンタロー・アート・センターに、週2時間、芸術家に来て、各地域の周辺の学校から生徒を集め教育を行うプロジェクトである。対象は、小中学校の生徒。

芸術のプロセスを子供達が学ぶシステムであり、図工や遊びではなく本当の芸術教育を行うことが目的となっている。芸術家たちが、美術、造形、演劇、ダンス、合唱、器楽、ビデオ製作、写真、テキスタイル、クラフト、木工、文芸など多様なプログラムを、実践指導する。G,H

c) 高校生向けプロジェクト

高校生に対しては、別のプログラムが用意されている。高校生のテーマは、芸術、社会、教育の3つをあわせたような形で実施される。1つの単位としてとれる38時間コースがある（フィンランドの高校は、大学と同じように単位制）。

様々なテーマが用意されており、例えばロミオとジュリエットを題材とした「愛」についてのテーマや、また現代のフィンランドの社会問題でもある「自殺」をテーマとしたものなど（ネット上で出会った人が一緒に自殺をするという残酷なテーマ。最終的には、ハッピーエンディングの場合とそうでない場合がある。）。どうかたちで、社会と芸術が組み合わせられるか、劇を見て、テキストを読み、実際に誰か役者が来て劇について話し合う。自殺について、または家族セラピーなどを含め、社会的な内容に深く関わる。社会と、一般の暮らしと芸術は別れているものではなく、社会のいろいろな面が芸術で現れてくるということを強調する。G,H

③成果

5×2時間プロジェクトについては、1日10~12校、年間6,000人の学校及び幼稚園の児童が授業を受けている。

その他、アンナンタロー・アート・センターの実績として、2007年には、およそ400人の若者が、Youth Departmentの提供する劇、ダンス、ビジュアル・アート、音楽コースに参加した。夜間コースには、約700人の市民が参加している。G,H

(4)文化関連産業の状況

文化オフィスへのインタビューによると、「フィンランドでも創造産業という言葉はあるが、国や自治体の具体的な施策としては、まだあまり行われていない」のが現状である。映像産業やデザイン産業については民間企業が中心となって取組が行われている。^H

以下、ヘルシンキにおける文化関連産業の概観を見る。

①概要

現在、ヘルシンキのビジネス開発戦略は、知識集約型のビジネス・サービスや、創造産業、観光業、またこれらの産業の経済環境開発への貢献にターゲットを絞っている。この戦略は、活動的な雰囲気や刺激的な環境が、キーとなる専門家を引きつけるためには不可欠だ、ということを強調している。^{B, H}

②創造産業の経済効果

2006年、ヘルシンキ市の文化産業⁹の売上は56億ユーロに上り、4918の機関・施設が23,993人のスタッフを雇用している。

ヘルシンキ市の文化産業は、フィンランド全体の売上の41%、雇用者の38%、施設・機関の29%を占めている。^B

⁹ 広告業、テレビ・ラジオ、出版業、写真等が含まれる。

2-2-3 出所

A. ヘルシンキ市 Cultural Office HP

http://www.hel.fi/wps/portal/Kulttuuriasiainkeskus_en/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/kulke/en/Etusivu

B. Review of Arts and Culture in Helsinki (ヘルシンキ市 2008年)

C. 官民協働による芸術創造拠点の研究－フィンランド・ヘルシンキ市と横浜市の事例から

<http://www.soc.titech.ac.jp/publication/Theses2008/master/05M43097.pdf>

D. Kaaperi(Cable Factory) HP

<http://www.kaapelitehdas.fi/index.html?menuid=3>

E. Nosturi HP

<http://www.elmu.fi/?q=node/16>

F. Korjaamo Culture Factor HP

<http://www.korjaamo.fi/>

G. Annantalo Arts Centre HP

<http://www.annantalo.fi/>

H. ヘルシンキ市 インタビュー

I. Kaaperi(Cable Factory) インタビュー

J. Nosturi インタビュー

K. Korjaamo Culture Factor インタビュー

L. 後藤和子『文化と都市の公共政策』第7章「福祉国家から創造的都市へ」2005年
p.176-202

2-3 ロンドン

ロンドン (London) は、英国 (グレートブリテン及び北アイルランド連合王国) の首都である。大ロンドン市の人口は 756 万人 (2007 年) と EU で最も人口の多い都市である。イングランド南東部、テムズ川下流部沿いに位置し、公園と緑地帯の面積は市の 39%にも及び、都会でありながら緑が多いという特徴をもつ。また、2005 年には、2012 年に開催される第 30 回オリンピック誘致に成功した。^E

文化芸術面では、ミュージカル、演劇、バレエ、オペラ、音楽、美術館・博物館など数多くの文化芸術施設、イベントが集積していることで有名であり、これらの文化芸術に触れるため数多くの観光客・留学生等が訪れる。また、ロンドンの創造産業は、企業向けサービスについて大きい産出高をもち、1995～2000 年の実質 GDP の成長率は年率 8.5%でもっとも成長性の高い部門になっている (「Creativity: London's Core Business (GLA 2002 年)」)。^D

そこで、ロンドンでは、集積する文化芸術施設・イベントの活用方法をテーマに、特に「文化芸術による企業・人材の誘致活動」「市民の文化芸術のアクセス環境の向上 (若者の教育、郊外居住者へのアクセス向上、地域再生等)」を掘り下げていく。

2-3-1 ロンドンの文化芸術振興の戦略・体制

(1)市における文化芸術振興の位置づけ

ロンドン市の最新の都市戦略は、「The London Plan(consolidated with Alternations since 2004)」である¹⁰。この戦略の中では、テーマごとの方針が立てられており、テーマは「Living in London (ロンドンでの生活)」「Working in London (ロンドンでの就業)」「Connecting London - improving travel in London (ロンドンの交通)」「Enjoying London (ロンドンを楽しむ)」で構成されている。

文化芸術振興については、「Enjoying London (ロンドンを楽しむ)」の中のサブテーマとして位置づけられている。「Enjoying London (ロンドンを楽しむ)」のサブテーマは、以下の4つ。

¹⁰ 2004 年発行。発行以来、毎年改定出版されている。

- Consumers in London (ロンドンの消費者)
- Culture and sport in London (ロンドンの文化とスポーツ)
- Visitors' London (ロンドンへの観光客)
- Improving London' sopen environment (ロンドンのオープン環境の向上)

(2)文化戦略の内容

①概観

これまでもロンドン市では、文化戦略に力を注いできたが、2008年5月の選挙で市長がボリス・ジョンソン氏に代わったことに伴い、新たな文化戦略が打ち出されている。

新たな戦略として2008年11月に、「Cultural Metropolis The Mayor's Priorities for Culture 2009 - 2012」が発表された(ただし、戦略的には、以前からのものを引き続き行っている部分もある)。

この戦略の中では、重要項目として以下を掲げている。A,B,F

- 世界有数の文化センターとしてのロンドンの地位の維持
- 2012年(ロンドン・オリンピック開催年)に向けた世界に通用する文化の構築
- 若者の芸術・音楽教育の強化
- 文化芸術へのアクセス・参加の増加
- 郊外での文化芸術の供給状況の改善
- 新しい才能のための道筋(pathway)の開発
- 活気のある公的領域(地域)の創造
- 草の根文化の支援
- ロンドンのプロモーション
- 創造産業に対する目標とされた支援の展開
- 文化の役割を擁護する環境構築
- ロンドンの文化に対する政府支援の改善

②文化を使った企業・人材の誘致

ロンドンの文化戦略の推進組織である『ロンドン市文化戦略グループ (London Cultural Strategy Group)』は、市の文化戦略の1番の目標として、インタビューにおいて「文化と経済を結びつけ、文化を成長させることにより経済も大きく成長させる」と述べている。

特に、ロンドン市の文化レベルの維持・向上により、ロンドンへの企業誘致などビジネス面での直接投資を増やすことを念頭においている。招聘活動は、特に国際的な大企業と、留学生（特に中国）に力を入れて取り組んでいる。A,F

ロンドン市文化戦略グループへのインタビューからは、文化戦略の狙いについて、次のようなコメントが得られた。F

ロンドンには、文化を使って他の国内外の都市と差別化できると考えている。文化という優位点で、才能のある人、企業を呼び込み、他都市との大企業の誘致競争に勝ちたい。

また、ロンドンに特徴的なこととして、ロンドンに住もうとする人、働きたい人は「ロンドンが文化の中心だから」という理由をもっていることが挙げられる。

そのために、ロンドン市（文化戦略グループ）は、博物館、美術館といったアートプロジェクトに力を入れている。その理由として、「もともとロンドンには一流の博物館、美術館があるため、それを宣伝するのが、一番効果的だからである。ロンドンには文化のレベルがもともと高いため、まずは文化そのものに投資をすることが効果的であると考えている（ロンドン市文化戦略グループインタビューより）」とのことである。F

③アート&カルチャーのアクセシビリティの向上

市長が変わって、「市民の文化芸術のアクセス環境の向上」に力を入れるようになっている。特に、1) 青少年へのアート&カルチャーの提供、2) 郊外居住者へのアート&カルチャーへのアクセシビリティの向上、に注力している。

2) については、ロンドン市には現在、750万人の人口がいるが、博物館やギャラリーに接しやすいのは中心部に限られている。そこで、どこに住んでいてもアートにアクセスしやすいようにすることを目標として掲げている。なお、これは、市長の選挙公約とも関係している。前市長はロンドン中心部のより貧しい地域の活性化に焦点があつたが、今の市長になりアウターロンドン（郊外）に焦点を当てるようになった。F

(3)文化芸術創造都市関連施策の推進体制

①推進組織

ロンドン市における文化戦略は、ロンドン市文化戦略グループ（London Cultural Strategy Group）が立案する。なお、市長の交代に伴い、ロンドン市文化委員会（London Cultural Commission）からロンドン市文化戦略グループ（London Cultural Strategy Group）に推進組織が変更になり、メンバーも新しくなっている。

ロンドン市文化戦略グループは、市の文化戦略に対して、市長に提言する位置づけとなっている。文化戦略を作成し、ロンドンの文化芸術に関わる他の関連組織がプロモーションできるようにする。

ロンドン市文化戦略グループは、予算を多く持っておらず、芸術団体への補助金等の提供等を行っていない。そのため、他の予算をもった組織が、戦略にそって仕事をするようにコーディネートすることが役割となっている。予算をもつ各組織には、市の文化戦略をつくる段階から協議に参加してもらい（次項 メンバー構成参照）、各自の予算で戦略を実行してもらうように働きかけを行う。A,F

②ロンドン市文化戦略グループのメンバー構成

ロンドン市文化戦略グループは、ロンドン市（GLA）に加え、文化活動組織や文化支援組織、資金提供者などロンドンの文化活動に関わる組織のメンバーから構成されている。なお、参加組織の中で、資金提供の額は、英国アーツカウンシルロンドンが一番大きい。

A,F

図表 2-16 文化戦略グループの組織構成



③国や他地域との関係

a) 国との関係

ロンドンでは、特に他の地域や国と連携した文化芸術施策は行っていない。ただし、2012年のロンドン・オリンピックに向けて、国（DCMS : Department for Culture, Media and Sport イギリス文化省）等と連携を取りながら進めていく。^F

国との連携について、ロンドン市文化戦略グループへのインタビューから、以下のようなコメントが得られている。^F

DCMS とは、オリンピックなどに向けて協力関係にある。また、ロンドン市文化戦略グループにも、オブザーバーとして参加してもらっている。国の文化戦略を受けて市でそのままやることはないが、国の戦略の一部を取り入れたり支援したりすることもある（例：DCMS の Find Your Talent（P85 参照）をサポート）。

ただし、中央政府が労働党で、ロンドン市長は保守党なため、情報交換等の面では、以前よりは DCMS との緊密な関係はなくなった。

b) 他の自治体との連携の実態

ロンドン市文化戦略グループは、文化政策で、特に他の地域とは連携は行っていない。創造産業分野では、ロンドン開発庁が他の開発庁と連携を組みながら実施している。

(4) 予算

ロンドン文化戦略グループの予算は、市全体の収入が少ないこともあり、年間約 200 万ポンドと非常に少ない。前述の通り、他の予算をもった組織が市の文化戦略にそった予算を組むように、戦略立案の段階から協議に参加してもらい、市の戦略を理解・共感してもらうようにコーディネートを行う。

例えば、DCMS から予算をもらっている英国アーツカウンシルロンドンは、年間 2 億ポンドの予算をもつ。9 つあるアーツカウンシルの中でも、アーツカウンシルロンドンは、自治権を有しており、自らの裁量で資金を使える。ロンドン開発庁（London Development Agency）なども年間 5 億ポンドの予算をもっており、一部は文化部門に使用している。ロンドン開発庁は、創造産業支援として技能開発などに補助金をつけている。^F

(5) 課題及び解決策

ロンドン市の文化戦略と関係している各組織は、それぞれに戦略をもっており、時には国の戦略に従わなければならないこともある。そのため、ロンドン市として各組織に実施してもらいたい施策等があっても、必ずしもその通りに動いてくれないという課題が存在する。

そのため、ロンドン市では、文化戦略グループの中に、英国アーツカウンシルロンドンなど、戦略実行上、重要な関係組織を積極的に参加させている。戦略立案の段階から意見を述べてもらい一緒に文化戦略を立てるなどの工夫により、市の戦略の意義を理解しても

らい、各組織が戦略に対して主体的に活動をしてもらうように働きかけている。^F

2-3-2 ロンドンの文化創造都市関連施策の取組状況

ロンドンの文化創造都市関連施策の取組について、(1) 企業・人材誘致に向けたプロモーション活動、(2) 市民の文化芸術のアクセス環境の向上、を詳細に見ていく。

加えて、(3) 産業創出に対する取組、(4) 空間整備における文化芸術の活用についても触れる。

(1) 企業・人材誘致に向けたプロモーション活動

国内外の企業・人材誘致に向けたプロモーション活動として、ロンドン文化戦略グループは、2008年3月に「London A cultural audit (ロンドン文化監査報告書)」を発表した。

① London A cultural audit の目的

「London A cultural audit」は、定量データ等により、ロンドン市と全世界の主要都市（ニューヨーク、パリ、東京、上海）との比較を行い、ロンドン市の文化環境（劇場、美術館の集積状況）の優位性や芸術活動の活発さを示している。

報告書の目的は、ロンドンの文化戦略の根拠を提供することだが、同時に民間及び公共セクターの戦略決定者による開発・革新の根拠（ロンドン進出のための根拠）を提供することも目的としている。

この報告書では第一に数の測定を、第二に比較を行い、5つの都市における共通点と相違点を明らかにしている。^{C,F}

②London A cultural audit の内容

以下、London A cultural audit に掲載されているロンドンの文化・芸術面での強みのうち、主要な内容を紹介する（以下の解説文章も、London A cultural audit より引用）。

a) ロンドンの経済と文化の関係

現代生活において、文化と経済は切り離せないものである。ロンドンでは、8人に1人が創造産業で雇用されている。ロンドンはデザイン集中型の産業が大きな可能性を持っており、日産、ヴァージン、フォード・フォルクスワーゲン、ノキアはデザイン本部をロンドンに構えている。

文化・創造的な製品の需要は、収入や人口よりも急速に成長している。この成長要因は、民間の消費者と企業部門である。1996年までに、イギリス消費者の創造的商品¹¹(creative products)に対する需要は、食料に対するそれを上回っており、企業部門の創造的商品に対する需要は、金融商品に対する需要を上回っている。

また、国際的な広告代理店の3分の2が、ヨーロッパ本部をロンドンに構えている。ロンドンの広告産業は、「クリエイティブな広告代理店（クリエイティブなアイデアを生み出し、それを広告に反映する広告代理店）」と「メディア広告代理店（広告を買い、最も適切とされるメディア（テレビ、新聞、ラジオ、インターネットなど）に掲載する広告代理店）」に分類される。イギリスの広告業の業界団体”Institute of Practitioners in Advertising”によると、広告によって、商業テレビの75%、全国紙の95%、雑誌の80%、商業ラジオの95%が資金を得ているという。ロンドンは、ニューヨーク、東京と並んで、広告の世界資本の一つである。ロンドンの広告代理店は、「クリエイティブなディレクター」としての役割を担う傾向がある。^c

¹¹ Office for National Statistics (ONS) 2006 による定義。

b) 文化インフラの集積

ロンドンには、大英博物館、キュー国立植物園、ロイヤル・アカデミー・オブ・アーツ（英国美術院）などの歴史的、“high”culture な文化施設が集積しているほかにも、商業的・ポピュラーな文化やエンターテインメント産業においても中心地であり続けてきた（出版業界、商業劇場、ロンドンの映画館、ミュージカル劇場やダンスホールなど）

過去の投資の結果として、ロンドンは、施設や環境の多目的利用や再利用に長けている。パブ、広場、公園やパフォーマンス・スペースの継続的な選択、産業的遺産の改築(発電所をアートギャラリーへ、トラム車庫を前衛的な劇場へ)などの例が挙げられる。

また、“turning over”（転用：建物や自然環境の改築、適用、再利用）によって、ロンドンは他の「古いヨーロッパ」の都市のように、「ヨーロッパ人は街中を美術館の中を歩くように、つま先立ちで歩く、なぜなら街中が美術館だから」となる事態を免れている。



ロンドンには、他の主要都市（ニューヨーク、パリ、東京、上海）と比較して、博物館、図書館、世界遺産の数などが多く集積している。

- ・この調査における他の四都市と比べると、ロンドンは美術館の町である。一般市民のための美術館が増加していくことは、教育を通じた観客の開発に直結している。
- ・公共の図書館は、ヨーロッパでもアメリカでも、美術館よりも長期間にわたって存在してきた。公共の図書館は、文化的な役割に加えて教育面でも重要な役割を担ってきた。ロンドンは図書館の数で他の四都市を上回っている。
- ・ロンドンにはユネスコの世界遺産が他の四都市よりも多く4つ（ロンドン塔、ウェストミンスター宮殿、港湾都市グリニッジ、キュー国立植物園）もあるが、これらは比較的「隔離された（僻地に存在する）」遺産である。
- ・ロンドンの公園、庭園、広場は文化的に創造され、何世紀にも渡って、クリエイティブな仕事によって、文化遺産の一部であり続けている。公園、庭園と、都市のその他の川や緑のスペースとを合わせると、その面積はロンドンの66%にも及ぶ。⁹

図表 2-17 文化インフラの数の比較

	ロンドン	ニューヨーク	パリ	上海	東京
国立博物館数	22	16	19	6	8
国立以外の博物館数	162	85	138	100	71
公的アートギャラリー数	92	—	59	6	40
主要な劇場の数	55	39	—	19	—
音楽施設	400	151	122	148	132
主要なコンサートホール	9	12	5	2	—
公的な図書館数	395	255	303	248	369
図書館の本の貸出数（百万冊）	38	15	—	11	84
ユネスコ世界遺産数	4	1	2	0	0
緑地面積	66%	5%	—	36%	36%

[出所] London A cultural audit

c) 市民の文化芸術に対するアクセス

ロンドン市民は、イギリスの他都市に比べ、高い可処分所得を持っている。また、より多くの市民が教育を受けていて、多様性に富み、若者が多い。このような人口動態によって、消費者の要求は厳しい。文化的にも経済的にも比較的豊かであり、文化活動に割く時間もあるためである。

2001年に出版された学術誌”Cultural Trends”によれば、ライブ音楽のチケットセールスは推定3億8100万ポンドであった。

2006年、ロンドンにおいて、消費者は6190万冊の書籍を考究し、これはイギリス市場全体における2億7480万冊の28%を占める。

ロンドンでは、世界の主要な文化都市と比較して、市民がギャラリー、美術館に訪問する割合が高い。^c

図表 2-18 市民の文化的活動の比較

	ロンドン	ニューヨーク	パリ	上海	東京
1日のTV、ラジオ、音楽等の平均視聴時間(分)	157	141	—	175	137
1日の平均読書時間(分)	24	20	23	48	53
1か月の平均ネット利用時間(時間)	34	31	26	19	19
労働人口に占める年1回以上ギャラリー、美術館に訪問する割合	42%	42%	39%	—	28%

[出所] London A cultural audit

d) アーティストやクリエイターの活動状況

ロンドン市は、世界の主要な文化都市と比較して、数多くの公演施設が集積しており、年間数多くの劇場公演、音楽公演が行われている。

さらに、世界中から数多くのアート・デザイン専攻の学生が集まっている。^c

図表 2-19 公演施設・公演数の比較

	ロンドン	ニューヨーク	パリ	上海	東京
年間の主要な 劇場公演数	17,285	12,045	15,598	3,117	8,281
年間の音楽 公演数	32,292	22,204	3,612	11,736	7,419
アート・デザ イン専攻の学 生数	50,130	—	1,440	10,000	7,355

[出所]London A cultural audit

e) 集客

ロンドンの文化施設には、世界の主要な文化都市と比較しても、数多くの客が来場している。^c

図表 2-20 来場者数の比較

	ロンドン	ニューヨーク	パリ	上海	東京
主要劇場への 年間入場者数 (百万人)	12.4	12.3	3.4	7.2	—
映画館への 年間入場者数 (百万人)	39.8	39.7	27.6	11.7	22.1

[出所]London A cultural audit

③成果と今後の展望

「London A cultural audit」の発表は2008年3月であり、直接の成果は、まだ表れていない。ただし、ロンドン市は、これまでも、文化芸術の充実していることを背景に、例えばノキアのデザインテクノロジーセンターの誘致に成功している。

今後も、企業・人材（留学生）の誘致促進、また金融機関や広告会社等、既にロンドンに拠点を構える大企業に居続けてもらうために、ロンドンでは文化芸術の振興に力を入れる予定である。^{C,F}

例えば、ノキアは、散らばって存在していたデザインテクノロジーセンターを統合して、ロンドンに拠点を設けた。これは、ロンドンでは、博物館など公共部門のカルチャーが充実していたことが理由として大きい。また、金融機関や広告会社（世界のトップ10の広告会社のうち7社はロンドンに拠点を有する）が、今後もロンドンに拠点を設けてくれるような誘因を文化面で提供し続ける。（ロンドン市文化戦略グループインタビュー）

(2)市民の文化芸術のアクセス環境の向上

市民の文化芸術のアクセス環境の向上施策として、特に「青少年へのアート&カルチャーの提供」「郊外居住者のアクセス環境の向上」を見ていく。

①青少年へのアート&カルチャーの提供

ロンドンの文化戦略では、若者の育成が重要なキーワードとなっている。青少年へ文化芸術に接する機会を提供しているほか、地域再生等につなげるような施策を行っている。主な施策は、以下の通り。B,F

a) 音楽教育サミットの開催

ロンドン市長執務室(Mayor's office)が中心となって、ロンドンの教育関係者や音楽家、関係機関により、ロンドンの音楽教育の方針について話し合う「音楽教育サミット」を開催している。

2008年10月には、第1回目のサミットが開催された。協議の結果、ロンドン市は、(直接のサービス提供はしていないものの)関係機関を支援し、支援構造や情報共有のメカニズムを構築し、どのように資金提供がなされていくべきかを指導する役割を果たす必要があることが明示された。B

2009年1月14日には、「全国の音楽教育の改革」をテーマに、2回目のサミットが開催された。音楽及び音楽教育に関わるおよそ150人の人々(ミュージシャン、地域の音楽サービス、オーケストラ、機関、音楽大学、資金提供者や政策決定者など)が参加した。サミットの6つの提案は以下の通り。

- 1) ロンドンにおける若者の音楽制作に関する認知度を高める
- 2) 地域機関ともっと協力し、若者の音楽へ参加する機会を最大限にする
- 3) 関連セクターで働く人々のネットワークを広げて知識を共有するため、各機関とGLAとの協力を深める
- 4) ロンドンにおける若者の音楽フェスティバルを発展させる
- 5) 若者が音楽をつくりレコーディングが行えるよう、安全なスペースの提供を支援する
- 6) 若いミュージシャン、音楽分野で働く人々に関連する全てのウェブサイトのオン

ライン・ディレクトリを製作する

b) No Strings Attached (楽器提供プロジェクト)

音楽教育の問題として、手に入る楽器の不足が挙げられる。そこで、ロンドン市文化戦略グループは、Time Out 誌と共同で”No Strings Attached”というプロジェクトを主導し、ロンドン市民に対して古い楽器を提供するように呼びかけた。これらの楽器は、ロンドンの音楽教育機関に、再分配されることになる。B,F

c) Children’s Art Day (子供芸術の日)

Children’s Art Day (子供芸術の日) は、ビジュアル・アートに関する芸術活動プログラムである。Clore Duffield 基金 (Clore Duffield Foundation) が主体となって実施されている。

2009 年の Children’s Art Day は、ギャラリー教育機関(the National Association for Gallery Education)である Engage によって運営され、ロンドン市長 (the Mayor of London) 等が支援団体となっている。若者を「芸術の歴史」の展示会に招いて、伝統的・現代的なビジュアル・アートについての教育を行う予定である。

全てのビジュアル・アート機関、学校、コミュニティ機関が参加することができる。最初に登録した 150 の機関は、費用として 50 ポンドの助成を受けることができる (プロジェクト完了時には、簡単なレポートの提出が求められる)。B

d) センターフォーファッションエンタープライズ

ロンドン開発庁の援助のもと、センターフォーファッションエンタープライズ (Centre for Fashion Enterprise : <http://www.fashion-enterprise.com/>) という、学校を卒業したデザイナーの才能を発展させ、売り込むことを目的としたインキュベーション拠点が、2003 年 3 月に設立されている。なお、ロンドン開発庁の支援は、300 万ポンド超となっている。E,G

e) 芸術による地域再生

Putney 地区における若者支援のプロジェクトでは、地域の再生にアート&カルチャーを用いている。麻薬の使用率を減らすことなどを目的に、古い建物の再生など文化芸術プ

プロジェクトを若い人にやらせている。その他、ブリックストン地区では、アフロカリビアンに対し音楽による再生を試みている。B,F

f) NPO・企業の取組

若者の芸術教育に対しては、NPO や音楽企業がチャリティ・支援を行っている例もある。例えば、VET (Video Education Technology) という音楽企業は、若者に音楽編集のトレーニングの機会を与えたり、実際の仕事として映像編集作業を行う機会を与えたりする取組を行っている。F

②郊外居住者のアクセス環境の向上

ロンドン市民の 60 パーセントは郊外に住んでおり、現状では文化芸術へのアクセスが不便な状況となっている。このような課題を解消するため、ロンドン市では下記のような施策を展開する。B,F

a) 郊外でのイベント開催

ロンドン市が資金を提供している公共イベントについて、できるだけ多くのロンドン市民がこの利益の恩恵を受けられるようにするため、郊外に住む市民へのアクセス環境を改善する。例えば、ロンドン・ジャズ・フェスティバルでは、2009年に初めて、ロンドン郊外でもイベントを開催する。また、毎年実施している Mayor's Thames Festival で郊外の人々の参加を可能にするために、川沿いでどのようにイベントを拡大していくかを模索している。B

b) 郊外の博物館・美術館の充実（郊外展示ツアー等）

MLA London (The Museums, Libraries and Archives Council : ロンドン博物館・図書館・古文書協議会) と London Museums Hub (ロンドン博物館ハブ (博物館の業界団体)) が、市の小規模美術館の開発のために資金を提供した。

また、郊外居住者のアクセス環境の向上として、ロンドン市内の博物館の展示品を使用した「郊外での展示ツアー」を計画している。例えば、大英博物館は、重要な展示品のコレクションを郊外の展示会に貸し出すなどの取組を始めようと考えている。B,F

c) ロンドン・オリンピックの活用

ロンドン市では、2012年のロンドン・オリンピックの観光面での可能性を活用するために、郊外のものも含む全ての文化組織を支援していく予定となっている（詳細は検討中）。

B,F

③課題と対応策

青少年へのアート&カルチャーの提供においては、若者との接点の持ち方が、重要な課題となる。そのため、例えば、地域再生型のプロジェクトでは、ダンスや音楽（デジタルミュージック、DJなど）、若者が関心を引くようなプロジェクトを活用するなどしている。

ただし、その一方で、オペラやバレエなどは古い芸術と考え、ヒップホップや新しいメディアや映画などの教育だけを受けるというアプローチは、若者の才能を制限してしまう。そのため、若者と接点をもつ文化芸術関連の機関・組織は、様々な分野の文化芸術を若者に触れさすように努めることも意識する必要はある。

また、文化芸術活動は若者を成長させるのに楽しく、親しみやすいものだが、授業料が高くなってしまふこと、継続的に教育を行わなければならないことも課題として挙げられる。楽譜について習ったり楽器の演奏方法を学んだりすることは、忍耐や集中力、また専門的教育を受けた教師からの指導が必要となる。B,F

(3)創造産業創出に対する取組

①具体的施策

創造産業の創出に関わる取組として、ロンドン市文化戦略グループのオブザーバーであるロンドン開発庁が中心となって、以下の施策を実施している。

a) フィルム・ロンドン・プロジェクト

2003年に設立されたフィルムロンドン（Film London）は、ロンドンにおける映画、メディア、その他動画イメージのための戦略的なエージェンシーである。

ロンドン開発庁では、フィルムロンドンが行う以下プロジェクトに、資金提供を行っている（期間は、2009年まで）。EG

- ・ 映画産業で働くことを考えている人のためのトレーニングの提供

- ・ 設立された映画産業クラスターのためのビジネス・サポートの提供
- ・ 映画撮影のロケーションとしてのロンドンを国際的に宣伝

b) デザイン・サポート・プログラム

ロンドン開発庁では、2008年3月から「デザイン・サポート・プログラム」というデザイナーと製造業のマッチングプロジェクトを行っている。このプロジェクトは、3年間で350万ポンドの予算がついている。^F

c) Own it

創造産業関連の知的財産活用プロジェクトとして、Own it (<http://www.own-it.org/>)がある。本プロジェクトは、ロンドン開発庁と Marice Cumber によって設置された。その他、London College of Communication や University of the Arts, London (UAL) が協力をしている。

本プロジェクトでは、創造産業の知的財産の価値をどのようにして最大限高めるかを検討している。^F

d) デザインクラスターの構築

ウエストエンド地区やクラーケンウェル地区にデザイン部門の企業等が集積している。これとは別の創造産業が弱い地域にも、創造産業クラスターを構築しようというプロジェクトを実施している。

今まで文化が盛んでなかったデプトフォード地区やルイシヤム地区など、ロンドンの東の地域に新たなクラスターを作ろうとしている。具体的には、デプトフォード地区では、インキュベーションセンターを大学（オールドスミスカレッジ）などに設置するなどの方策をとっている。^F

②創造産業創出の成果

フィルム・ロンドン・プロジェクトは、既に成果が出始めている。フィルムロンドンの海外からの映画会社やロンドンでの映画製作の誘致活動では、1ポンドの投資に対し4ポ

ンドの結果が出たという評価がなされている¹²。E,G

(4)空間整備における文化芸術の活用

イギリス政府（Communities and Local government）が 2007 年 11 月に発表した「テムズゲートウェイ・デリバリー・プラン（The Thames Gateway Delivery Plan）」においては、地域の再開発に文化の活用が盛り込まれている。なお、テムズゲートウェイには、イーストロンドン、サウスエセックス、ノースケントが含まれている。

この計画に対応して、ロンドン市長のプランとして、「再生（住宅供給と雇用拡大）を優先する区域 20%、42 拠点を指定し、この地域の再生と成長を成功させるため文化を活用する」と述べられている。

具体的には、「建築家や開発業者、住民と協力する芸術家の保護」「図書館やスポーツセンターなどの文化施設の活用」「特にロンドン郊外における地域のフェスティバル、芸術活動、スポーツ等を行えるクリエイティブなワークスペースの供給」等が掲げられている。

なお、この計画には、ロンドン市文化戦略グループも協力関係をとって実施する。A

¹² ロンドン開発庁には評価チームがあり、100 万ポンド以上のプロジェクトは評価の対象となる。評価結果のサマリーは、HP でも公開されている
(http://www.lda.gov.uk/upload/pdf/Public_Item_03_2_Gateway_D_E_Report_20090306174712.pdf)。ただし、上記の経済効果については、サマリーには掲載されていない(数字は、インタビュー情報)。

2-3-3 出所

A. ロンドン市 文化戦略グループ HP

<http://www.london.gov.uk/lcsg/>

B. Cultural Metropolis The Mayor's Priorities for CULTURE2009-2012 (ロンドン市 文化戦略グループ 2008年11月)

C. London A cultural audit (ロンドン市 文化戦略グループ 2008年11月)

D. GLA (Greater London Authority: 大ロンドン庁) 「Creativity London's Core Business」

http://www.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/create_inds_rep02.pdf

E. ロンドン市 HP

<http://www.london.gov.uk/gla/publications/factsandfigures/dmag-update-16-2008.pdf>

F. ロンドン市 文化戦略グループ インタビュー

G. ロンドン開発庁 HP <http://www.lda.gov.uk/>

2-4 イギリス政府（創造産業戦略の取組）

イギリスの国家としての文化芸術の持つ創造性を活かした産業振興・地域活性化の取組として、創造産業（Creative Industries）関連の戦略・施策を取り上げる。

イギリスでは、創造産業（Creative Industries）の推進を行っている。創造産業は、個人の創造性・技能・能力をベースに、知的資産によって新たな価値や雇用を創出する産業のことで、広告、建築、工芸、ゲーム、デザイン、映画、音楽、舞台芸術、出版など 13 の分野から構成されている。^A

2-4-1 創造産業政策の方向性・考え方について

(1)基本戦略、経緯

①戦略の概要

イギリスでは、創造産業（Creative Industries）政策を、DCMS の担当部局であるクリエイティブエコノミー・プログラム（Creative economy program）を中心として推進している。

ブレア政権（1997 年 5 月～）は、イギリスの産業について、クリエイティビティに関連した産業を「創造産業（Creative Industries）」として設定した。関連施策を Department for Culture Media and Sport（DCMS:文化省）のもとに統括し、創造産業を推奨している。

創造産業戦略は、「個々に創造性のある人を育成し、有効活用しよう。また、IP(知的所有権)をつかって富を生み出そう」という考えで行われている。文化のための文化政策とは異なり、ビジネスであり、富を生み出すこと、雇用を生み出すことが重要だと DCMS では考えている。

クリエイティブインダストリーは、全部で 13 の業界からなる。

- Advertising（広告）
- Architecture（建築）
- Art and antiques markets（芸術・骨董品市場）
- Computer and video games（ゲーム）
- Crafts（工芸）
- Design（デザイン）
- Designer fashion（ファッション）

- Film and video (映画)
- Music (音楽)
- Performing arts (舞台芸術)
- Publishing (出版)
- Software (ソフトウェア)
- Television and radio (テレビ・ラジオ)

クリエイティブ産業に関する最初の包括的なクリエイティブ・ブリテン (Creative Britain - New Talents for the New Economy) では、戦略の目的として以下があげられている。A,B,D

図表 2-21 クリエイティブ・ブリテン (Creative Britain) の戦略概要

戦略	概要
クリエイティブタレントの発掘・促進 (育成)	若者が学校において、質の高い芸術教育を受けられる機会を設け、若者の創造的な才能を開花させるための支援を行う。また、その才能を社会に出て生かすことができるよう、実習の場を増やす。
リサーチ&イノベーションの達成	技術戦略委員会(The Technology Strategy Board)は、創造産業のための新しい共同研究開発のアイデアをインスパイアするため、1,000万ポンドを提供する。これにより、企業は専門知識をシェアして協力し、新しいアイデア、製品、プロセスやサービスを共に開発していく。
ファイナンシャルリソースへのアクセス	<ul style="list-style-type: none"> ・ Arts Council England は、クリエイティブエコノミー・プログラム (Creative Economy Programme)の目標達成のために、商業的なポテンシャルを持ったプロジェクトに焦点を当てて支援を行う。 ・ 地域開発局(Regional Development Agencies; RDA)と協力し、Arts Council England は、小規模のクリエイティブ企業に対してベンチャーキャピタルを提供する。
IPの保護	不正な共有ファイルに対処するために、インターネット・サービス・プロバイダーと権利所有者の参加を必要とする法律制定に取り組む。
クリエイティブインダストリー全体の発展	政府は、次世代ブロードバンドにおける投資の障壁を認識するための見直しを行い、オンラインのビデオ・ゲームや、ビデオ・音楽配信やユー

	<p>ザーの作り出すコンテンツなど、新しい創造的なサービスを拡大させていく。</p>
--	--

②沿革

1997年、当時のDCMSの大臣であったクリス・スマスは、創造産業タスクフォース（Creative Industries task force）を立ち上げた。1998年には、創造産業のマップドキュメントを作成し、2001年にはそれを更新している。

2005年には、DCMD大臣ジェームス・パリスが、クリエイティブエコノミー・プログラム（Creative Economy Programme）を設置する。この部局は、分野・省庁横断的な取り組みの中核となる組織であり、全ての業界に対して創造産業を意識させることも目的としていた。

その後、2008年には、「クリエイティブ・ブリテン（Creative Britain - New Talents for the New Economy）」戦略が、省庁横断的な形で提出された。「クリエイティブ・ブリテン」のレポートの前書きで、ゴードン・ブラウン首相は「才能を見極め、社会に貢献できるように、娯楽・エンターテインメントを打ち立てる。才能ある人が、クリエイティブインダストリーを達成することで、キャリアを築いていけるようにする」と述べている。^D

(2)推進体制

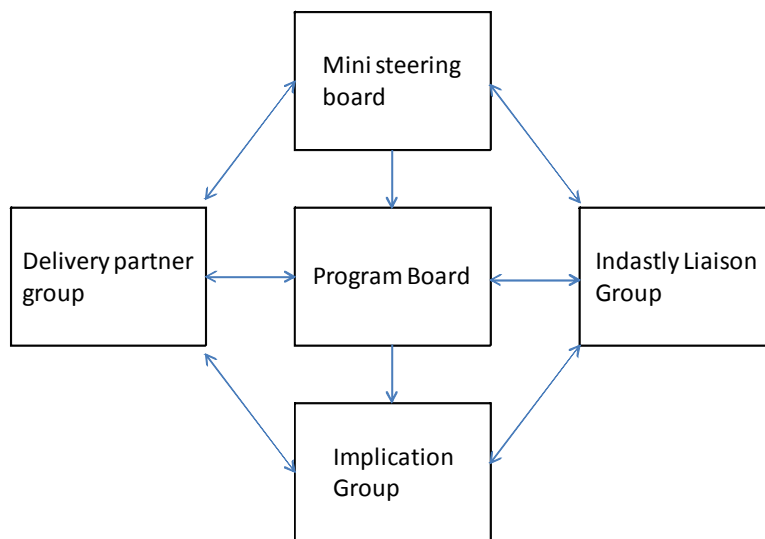
①体制

創造産業戦略は、DCMSが、BERR（Department for Business, Enterprise and Regulatory Reform：ビジネス規制改革省）とDIUS（Department for Innovation, Universities & Skills：イノベーション・大学・職業技能省）という他の2つの省庁とパートナーシップを組みながら実施している。^D

- デリバリーパートナーグループ（Delivery partner group）は、全体を統括する戦略の中核組織である。上記の3省庁に加え、地域開発庁（RDAs）や高等教育関連の組織、アートカウンシルなど25の組織が参加している。2ヶ月に1度集まり、モニタリングや、互いに何をやったかを情報交換している。
- MSB（Mini steering board：ミニステアリングボード）には、各省庁の大臣と、チャンネル4やヒューレットパッカード、ロイヤルオペラハウスなど業界の社長が参加している。

- その下に、**Program Board**がある。ここは省の高官レベルが参加し、主に個別プロジェクトの話をする。
- その下部に、**Implication Group**がある。ここは、実際のプロジェクトを実施する人が参加する。
- **Indastly Liaison Group**もあり、1年に2回業界のミーティングが開かれる。これにより、業界の意向が反映される。

図表 2-22 創造産業戦略の推進体制



②DCMS の役割

戦略の中で、DCMS は、専門性を持った人をつなぐコンサルテーション的な役割を果たす。各団体の意見をまとめ、各団体の連絡・協調を行うリエゾンのポジション（コーディネータ）といえる。

DCMS が果たす重要な役割として、TV などクリエイティブ業界のニーズがわかっていることが挙げられる。クリエイティブ業界の考え（特に”創造”に関わる部分）を、他の省庁や関連機関に伝えることが重要な使命となっているのである。

インタビューでは、DCMS は以下のように述べている。D

DCMS は、クリエイティブ業界の内情をわかっており、彼らの意思を政府の人に伝える通訳のような役割を果たす。

③アーツカウンシルとの連携

DCMS の下部組織であるアーツカウンシルは、創造産業戦略では、DCMS とパートナーという形で連携している。

DCMS の担当者とアーツカウンシルの担当者は、インフォーマルな交流もさかんに行っている。インタビューでは、DCMS は以下のように述べている。^D

アーツカウンシルに対しては、DCMS は、予算は出すが干渉はしないという立場である。そのため、予算をもつアーツカウンシルなどの各組織には、戦略をつくる段階から協議に参加してもらい、各自の予算で戦略を実行してもらおうようにしている（※DCMS は独自に補助金として配分する予算をもっておらず、アーツカウンシルなどを通して戦略を実現するイメージ）。

(3) 予算規模

①総予算

創造産業戦略の予算は、7000～7500 万ポンドであり、ほとんどは別の省庁から出ている。DCMS はコーディネーションを行う立場で、あまり独自予算を持っていない。

創造産業戦略の予算は、各省庁がもっており、それぞれの予算は各省庁から直にプロジェクトに提供されることになる（DCMS は直接関与しない）。^D

②予算獲得に向けた行動

DCMS では、教育分野など、現在の 7000 万ポンドの予算の他にも、創造産業戦略に使える予算がないかを常に探している。使える予算があった場合には働きかけを行うのが、DCMS の役目といえる。

DCMS は、創造産業プログラムに協力してくれるパートナー、創造産業に使える資源や予算、補助金がないかを、常に探している状態である。

成功例として、10 億ポンドの基金を有する技術戦略委員会（The Technology Strategy Board）に、DCMS が働きかけをおこない、1000 万ポンドを創造産業のために引き出している。^D

③課題

創造戦略に対する注目が集まってきており、予算の使途に制限が出てきていることが、予算使用上の課題として存在する。D

2-4-2 主な施策内容について

クリエイティブブリテン・ストラテジーでは、26 のコミットメントがある。B,D

図表 2-23 クリエイティブブリテン・ストラテジーの 26 のコミット

全ての子供達に創造的な教育を

1. "Find your Talent" (才能を探そう) プログラムの設立
一児童・若者に対して、週 5 時間の文化授業を行う

才能を仕事に

2. 創造的セクターにおけるキャリア追及のため、全てのバックグラウンドの若者を支援しインスパイアするための枠組みをつくる
3. DCMS は、NDPB (非政府直属公的機関 Non departmental public bodies) と協働し、それぞれのセクターを通じて、より多様な労働力の提供を促進するための活動を行う
4. 創造的経済に最も効果的に貢献するために必要な技術を持つ学生を、各大学・専門学校が有しているか調査を行う
5. 新しく革新的な学びの場を作り出すよう、雇用者及び技術提供者を促す
6. 学校間の協力を支援する新しい「アカデミック・ハブ」の影響を探求し、14 歳から 25 歳までの若者に対する創造的技術のエンド・トゥ・エンドな開発を提供するより高度な教育を目指す

7. 2013年までに年間5,000人まで、創造産業において実習を行う

研究開発への支援

8. 技術戦略委員会(The Technology Strategy Board)は、1,000万ポンドを提供し、創造産業の研究開発を促進する

9. NESTA(National Endowment for Science, Technology and the Arts)は300万ポンドの「創造的イノベーター育成プログラム(Creative Innovators Growth Programme)」を開始する

10. 技術戦略委員会は、知識交換ネットワーク(Knowledge Transfer Network)を立ち上げる

11. イノベーション・大学・職業技能省(Innovation, Universities & Skills)は、創造産業による経済的利益を数値で示すための研究を行う

創造ビジネスの成長と財政

12. アーツカウンシルは Creative Economy Programme の目的を達成するために支援を行う

13. 地域開発庁(The Regional Development Agencies)は、サウスウェスト、サウス・イースト、ノースウェスト、ノース・イースト、イースト及びウェストミッドランドにおける創造産業のための地域的指標となるネットワークを構築する

14. 創造産業からのエンタープライズ・キャピタル・ファンドへの入札を促し、投資を拡大させる

知的財産の育成と保護

15. 不法なファイルの共有に対処するため、法協議に必要なインターネット・サービス・プロバイダー及び権利保有者と協力をする

16. 英国知的財産庁(UK-IPO)は IP の実施計画を実行に移す

17. 知的財産の価値と重要性に対する理解を浸透させる

創造クラスターの支援

18. 地域開発庁は、ノースウェスト及びサウスウェストにおける地域創造経済戦略の枠組みを作成する

19. 政府は、次世代ブロードバンドへの投資の障壁となるものは何か、見直しを行う

20. 地方自治体協会(Local Government Association)を通じて、地域開発局と協力し、「地域のインフラのためのメニュー」を開発する

21. UK Film Council は Arts Council England 及び Arts and Humanities Research Council と協力し、「ミクスト・メディアセンター」の開発を支援する

22. ライブ・ミュージック・フォーラム(Live Music Forum)の推奨に従い、ロンドン市長の業績を見本にして、ライブ・ミュージック会場の保護を促進する

イギリスを世界の創造的な拠点（ハブ）に

23. 英国貿易投資総省(UK Trade and Investment)は、イギリス創造産業の国際的な競争位置を強化するため、5カ年戦略を打ち出す

24. 世界創造ビジネス会議の立ち上げを主導する

25. ロンドン市長及びその他のパートナーと協力し、ロンドンで行われる多数の創造的フェスティバルを支持し、全国の重要なフェスティバルとの間に有益なリンクを構築する

戦略は最新のものに

26. 創造産業プログラム(Creative Economy Programme)が、現場の開発についていくように、適切な戦略を立てる

これらのコミットメントのうち、主なものは以下の通り。B,D

(1)Find your Talent (コミットメント No.1)

「find your talent」というプログラムでは、以下のことを実施する。

- ・文化についてのレッスン—批評のできる観客、参加者、クリエイターとして、若者を育成する。
- ・文化を通して学ぶ—芸術やその他の活動への関わりを通し、創造性、才能、個人の成長を促進する。

例えば、1週間に5時間、小学生に芸術に触れさせるようにしている。これは、全国に展開し、10のパイロットプログラムが動いている。向こう3年間、「Find Your Talent」プログラムのために、2,500万ドルが投入される。B,D

(2)創造産業の実習 (コミットメント No.7)

創造産業の分野で、2020年までに、実習生の数を500,000人に増やす(イングランドで400,000人)。そのために、2013年までに、入学基準を満たした全ての卒業生に、実習の場所を与えられるようにする。そのため、2013年までに9,000の実習場所を若者のために準備する予定。

創造的な実習は2008年秋から開始され、まずは約400の実習場所が設立され、新たな1,000人の実習生を増やす。B,D

(3)資金の獲得 (コミットメント No.8、9)

技術戦略委員会(The Technology Strategy Board)とNESTA(National Endowment for Science, Technology and the Arts)の2つのファンドから、本プロジェクトに資金を提供してもらっている。総計1800万ポンドになる。いずれも中小企業等の研究開発等への助成となっている。B,D

(4) Knowledge Transfer Network (コミットメント No.10)

知識や技術を共有しようと、Knowledge Transfer Network(KTN)を設けている。このネットワークでは、クリエイティブビジネス企業、技術の専門家、サプライヤー、その他の関連企業、消費者、大学、研究・技術機関など、主要な関係者のつながりを作り出す。

B,D

(5) IP 戦略促進 (コミットメント No.16)

UK IP オフィスが中心となり、違法なファイル交換の禁止や IP 戦略の促進といった取組を行っている。この取組に、DCMS も参加しており、特にクリエイティブインダストリーについて発言している。B,D

(6) IP 教育プログラム (コミットメント No.17)

IP 保護について、「クイックスタート」と呼ばれる若い人向けの音楽ダウンロードの問題に関する教育プログラムや、サイエンスパークにおいてウォレス&グルミットを使った IP 教育プログラムを展開している。B,D

(7) C&binet (コミットメント No.24)

24 番目のコミットメント「世界創造ビジネス会議(World Creative Business Conference)の立ち上げを主導する」を達成するため、C&binet¹³とよばれる国際的なクリエイティブネットワークを 2008 年 10 月に発足させた。B,D

C&binet では、創造産業に対する 3 つの根本的なチャレンジに焦点を当てている。

- 成長 — 創造産業におけるビジネスの可能性を広げるにはどうすべきか
- バランス — 製造者、配給者、消費者の利益の正当なバランスを保つにはどうすべきか
- 才能 — 創造的な才能を開発し、認識し、管理し、評価するには、また、創造的な事業を支援するにはどうすべきか

¹³ <http://www.cabinetforum.org/index.php>

2-4-3 自治体（都市）への支援について

(1)取組概要

地域への支援施策については、以下の3つのコミットメントが対応する。B,D

①ビジネス・サポート（コミットメント No.13）。

地域の施策が政府のクリエイティブサポートに沿うものであるように支援を行う。関連組織へのPRの促進、地域のリーダーのネットワーク形成、関連組織の最善事例収集・PR、データの収集・分析による創造産業への支援効果の評価等を行う。

②地域版クリエイティブエコノミープロジェクト（コミットメント No.18）

ノースウエスト、サウスウエストの2つの地区で、地域にあわせたクリエイティブエコノミープロジェクトを展開中。

③ローカル・ガバメント・アソシエイト（コミットメント No.20）

各地域がツールとして使えるようなメニュー（マニュアル）を作成する。2009年6月ごろ完成予定。マニュアルの項目（案）は、以下の通り。

- 有益な計画の枠組みをつくる
- リハーサルスタジオや関連施設へのアクセスを提供する
- 既存のパフォーマンスやエキシビションの建物を保護し、新たな建物を提供する
- 大学とビジネス間にリンクを構築する
- 商業的かつ文化的なフェスティバルやイベントを促進する
- 地元のクリエイティブビジネスにとって有益となるネットワークを構築する

(2)ネットワークの創出状況

地域への展開は、地域開発庁（RDAs）などを通して行っている。その他、アーツカウンシルやイングリッシュ・ヘリテッジなどが地域で活躍している。

2008年半ばまでは、地域文化委員会（Regional Cultural Consortium : RCC）があったが今はなくなっている。なお、地域文化委員会は、芸術・遺産・美術館・観光・図書館・スポーツなどの地域組織の代表、また地方自治体、創造産業の組織・個人をとりまとめる

役割であった。D

2-4-4 創造産業政策の課題と成果について

(1)現状の成果

①産業に対する効果

DCMS は、「創造産業という言葉を作り世の中に広める」「創造産業の重要性・効果を算出する」など創造産業発展の下地を作ってきたといえる。

その経済効果を見ると、イギリスの総付加価値（GVA）の 6.4%は創造産業であり、200万人の雇用を創出、2006年の総輸出額の 4.3%にあたる 160 億ポンドを占めるなど、イギリスの経済に貢献している。また、2008年には、15万7千の創造産業関連企業がいることがわかっている。B,D

図表 2-24 イギリスの創造産業の総付加価値（GVA）の推移

年	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
GVA総額 (百万ポンド)	31,500	36,300	41,000	43,700	44,700	45,000	49,200	53,600	57,700	57,300
国全体のGVA に占める割合	5.4%	6.0%	6.3%	6.5%	6.4%	6.2%	6.5%	6.6%	6.8%	6.4%

[出所] DCMS HP (<http://www.culture.gov.uk/>)

図表 2-25 イギリスの創造産業の輸出額の推移

年	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
輸出額 (百万ポンド)	9,500	11,000	11,300	11,600	13,000	14,600	16,000

[出所] DCMS HP (<http://www.culture.gov.uk/>)

図表 2-26 イギリスの創造産業の企業数の推移

年	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
企業数	112,900	116,200	119,800	121,800	121,900	122,000	120,500	114,900	117,500	120,700	125,300	157,400

[出所] DCMS HP (<http://www.culture.gov.uk/>)

②予算獲得の成果

この1年で成果として、創造産業の研究開発促進のための施策に対して、技術戦略委員会から300の企業に対して、計1000万ポンドを引き出したことが挙げられる。なお、このプロジェクトには、計2500万ポンドの予算（ファンド）を獲得できている。^D

(2)取組上の課題と解決手法

政策上の課題、ポイントについて、DCMS へのインタビューからは以下のコメントが得られた。^D

- ・創造産業戦略の実現には、パートナーシップが重要である。関係業界からのインプットや他の省庁との連携が欠かせない。戦略の枠組みを示すことによって、他の省庁や業界とのつながりをつくっていく。また、こちらから関心の高い人・団体に常に情報を提供していくことも重要である。
- ・戦略を打ち出す際には、「全国、地域、自治体レベルでの戦略のバランスをとること」「13の業界が平等に利益を得られるようにすること」「全てのステイクホルダーを捕まえて、それらの人々が横道にそれないようにしっかりと戦略を打ち出すこと」が重要となる。
- ・DCMS は、13の業種が重要だということをPRし続けてきた。そのこともあり、クリエイティブインダストリーは、金融、教育についてイギリスで3、4番目に大きな業界となった。成功のポイントとして、クリエイティブインダストリーが少数の例外的な業界ではなく、1つの大きな業界だと打ち出し、認知させることができたことにある。
- ・エビデンスを出して、重要であり発展のために効果があるということを自治体等に見せてきたことが成功のポイントであろう。ただし、エビデンスを出すことが非常に難しい。「国が干渉することに、意味があるのかの証明」「施策をした後に、結果をどう計測するか」といったことには、常に苦勞している。

2-4-5 出所

A.英国文化省（DCMS） 創造産業 HP

http://www.culture.gov.uk/about_us/creative_industries/default.aspx

B.Creative Britain New Talents for the New Economy

C.創造産業マッピングドキュメント 2001

http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx

D. 英国文化省（DCMS） インタビュー

2-5 EU委員会（欧州文化首都の取組）

EUの文化芸術創造都市にむけた取組として、「欧州文化首都」を見ていく。欧州文化首都とは、EU加盟国の中から、1年間主役となる都市を選び、その歴史や文化を公開しながら様々な文化芸術に関する行事を開催し、文化創造を活性化させようとする施策である。

A,B

2-5-1 欧州文化首都の概要

(1)沿革

欧州文化首都は、来年2010年で25周年になる。

1985年、「真のヨーロッパ統合には、お互いのアイデンティティとも言うべき、文化の相互理解が不可欠である」という当時のギリシャの文化大臣メリナ・メルクーリの提唱により「欧州文化首都（European Capital of Culture：当時は、欧州文化都市）」制度が発足した。

ただし、初期の頃は、EU委員会は、欧州文化首都の政策に関わっていない。EU閣僚理事会（他にEU委員会、EU議会がある）において、各国の文化大使が集まり、彼らの内輪で都市を選定していた。そのため、選定プロセスなどが不透明であるなどの問題点もあった。

その一方で、（EUにとって幸運なことに）欧州文化首都は成功し、だんだんとブランド化されていった。また、都市の方も、他の地域と協同し、他地域と関わりながら文化政策をすると上手くいくという欧州文化首都の考えが理解され、成熟していった。

そこで、2005年の都市の選定から、EU委員会が欧州文化首都に正式に関わることになった。2005年からは、EUメンバー各国が順番に「欧州文化首都」開催国となる仕組みに改められた。このため2019年まではどの国で開催されるかが決定済みである。A,B

(2)欧州文化首都の意味・位置づけ

欧州文化首都は、「欧州全体を代表する文化プログラム」であると同時に、「その都市の発展に継続的に寄与」するものでなければならない。そのため、各都市が、欧州文化首都に選ばれるためには、欧州全体の文化の特徴を備えた文化プログラムを計画し、かつイベントにその都市の市民の参加することが不可欠の要素となっている。選ばれるイベントのテーマや芸術家や運営者も欧州各国から集まったものでなくてはならず、またプログラム自身もその都市の長期的な文化、経済、社会発展に継続的な効果のあるものでなくてはな

らない。

さらに、「欧州全体を代表する文化プログラム」の側面を強化するため、2011年より、文化首都に選ばれた別個の国の二都市は協力し活動やイベントを運営する予定となっている。

「欧州文化首都」に選ばれた都市は、文化面のみならず、観光客の増加など地域再生に向けたメリットを享受することも期待できる。各都市は、資金的な公共投資というよりは、文化・経済・社会といった波及効果があるので、そのために実施する意味が大きい。B

(3) 予算

EUの文化予算は2つの種類がある。

① プログラム予算

1つ目は、プログラム予算である。EUの文化予算は、7年単位で編成が行われる。現在(2007-2013年)の予算編成プログラム名は、「Culture Program」である。2000-2006年は、「Culture 2000」という名称だった。

このCulture Programには、様々なものがあるが、文化交流を目的に国や地域が協力し合える内容のもの優先度が高くなっている。1つのプロジェクトは1年から最大5年までである。1つのプロジェクトに対して、加盟国は3-6カ国で一緒に実施することが多い。

この他に、国境を越えて世界に広がる作品を生み出したヨーロッパのアーティストに「賞」を与えるというものもある。

なお、この文化プログラムの予算額は、年間4500万ユーロと非常に少ない(この額は、フランスの田舎のオペラハウスの運営費ぐらい)。このうち、欧州文化都市の予算は、1都市あたり150万ユーロとなっている。A,B

② 基金

2つ目は、基金である。基礎基盤(インフラ)への支援を行うものである。EUの予算の30%は、このストラクチャー基金である。ただし、文化部門に直接ついた基金は存在しない。この基金の目的は、地域のレベルを均一化し、底上げするために使われる。

このストラクチャー基金は、必ず文化の目的で使えるわけではないが、文化施設の前の道路を改善し、アクセスを良くするなど、間接的には使用することができる。ストラクチャー

ヤー基金は、別の部局が担当する。A,B

(4)文化政策の位置づけ

EU における文化政策の位置づけについて、EU 委員会へのインタビューからは以下のコメントが得られている。B

EU における文化政策の位置づけだが、財政的な面では非常に小さい。一方で、メディアへの波及効果など、ブランド的な面での期待・寄与は大きい。財政的な面とブランド的な面で乖離が大きい。

2-5-2 欧州文化首都の各都市への支援体制について

(1)支援例 (内容・概要)

欧州文化首都における予算面での支援以外の EU の役割として、①都市の選定、②情報支援、③選ばれた都市に対してのモニタリング、が挙げられる。B

①都市の選定

欧州文化首都における EU 委員会の 1 番の仕事は、都市の選定である。B

a) 使命・原則

外部調査(「Palmer Report」ベルギーの企業、PALMER/RAE ASSOCIATES による調査¹⁴)によると、1995-2004 年の欧州文化首都について、まだまだ都市の可能性を引き出すことができるという結果が出された。そこで、EU 委員会の課題(使命)として、次の 2 つが持ち上がった。

- それぞれの都市の可能性を最大限引き出す。
- 持続的に都市の発展をしていく。

EU 委員会では、この課題を達成させるために、特に、都市の選定プロセスについて、しっかりとした基準をつくっていくことが重要と考えた。そこで選定においては、次のような 3 つの原則を設けている。

¹⁴ http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc926_en.htm

- 1) 選定の厳しい基準を設ける。
- 2) スキルのある審査員が、評価を行う。
- 3) 競争を加速させる。

なお、2005-2012 年でも都市選定の基準はあったが、2013 年に向け新たに都市選定の基準の見直しを行っている。^B

b) 選定基準

大きく2つのことを選定基準としている。1つは、都市の選定にあたっては、町の発展に寄与することが重要と考え、1年で終わりではなく、長期的なビジョンをもっている都市を選んでいる。もう1つは、欧州文化首都は、“欧州”というのが非常に重要である。選定の基準にも「ヨーロッパ的な広がり（企画・テーマにおいて、欧州の他の都市と協調しているか）」「長期的・継続的に市民参加がなされるか」がポイントとしてある。

これらについて、EU 委員会のホームページでは、欧州文化首都の選定基準として「ヨーロッパの特徴（the European Dimension）」及び「都市と市民（City and Citizens）」の二つのカテゴリーを挙げている。

■ 「ヨーロッパの特徴」の基準

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">(a) 関係する加盟国他の文化プログラムの運営担当者、アーティスト、都市間の協力を促すこと(b) ヨーロッパにおける文化的多様性を強調すること(c) ヨーロッパ共通の文化の側面を前面に出すこと |
|--|

■ 「都市と市民」の基準

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">(a) 都市および近隣に居住する市民の参加を促し、関心を高めると同時に、海外からの興味もひきつけること(b) 都市における文化及び社会の長期的な発展において、持続可能で不可欠なものであること。 |
|---|

この2つの他にも例えば、予算（自治体や国が、どのように予算を確保し使用するか）

なども審査基準の1つとなっており、これにより欧州文化首都が可能かチェックする。A,B

c) 申請

2013年より、欧州文化首都の申請には、以下のインフォメーションシートの項目に対して、回答する必要がある。A

I. 概要

1. なぜ欧州文化首都に立候補しようとしたか？

(候補になるにあたり、主要な課題はなにか？ 問題となっている都市の目的は？)

2. 欧州文化首都の候補地になった場合、発足するプログラムのコンセプトを説明せよ。

3. このプログラムはスローガンに集約することができるか？

4. 欧州文化首都のイベントにおいて、都市のどの地理的地域が関わることになるか？

5. 地方自治体または地域の政府機関の支援を既に得られているか？もしくは、後日、それらの機関に支援を求める計画があるか？

6. このイベントは、都市もしくは適切な地域に、長期的にみてどのような文化的発展をもたらすか？

7. 欧州文化首都の候補地になるにあたり、その他の都市とどの程度まで関係を構築しようとして計画しているか？

8. イベントが、下記の基準を満たすことができるか説明せよ。:「ヨーロッパの特徴」について都市は下記の目的にどのように貢献するか。

—関係する加盟国他の文化プログラムの運営担当者、アーティスト、都市間の協力を促すこと

—ヨーロッパにおける文化的多様性を強調すること

—ヨーロッパ共通の文化の側面を前面に出すこと

9. イベントが、下記の基準を満たすことができるか説明せよ。:「都市と市民」において、プログラムは下記の基準を満たすものとする。

—ヨーロッパレベルで人々の関心をひきつけること

—社会・文化面におけるアーティストや利害関係者、プログラムに参加する都市及び近隣住民の参加を促すこと

—都市の長期的な文化・社会の発展において不可欠であり、持続可能であること。

10.ヨーロッパの機関によって支援される文化活動に、どのように関わり、どのように相乗効果を築くか？

11.プログラムには、特定のグループを対象としたものが含まれるか（若者、マイノリティーなど）？プログラムの該当する部分について詳細を述べよ。

12.イベント担当の市及び機関は、下記の該当者とのどのような連絡窓口を持っているか。もしくはこれから設置する予定か？

—市の文化運営担当者

—市外の文化運営担当者

—国外の文化運営担当者

協力が予想される担当者名を挙げ、どのような形でやり取りをするのか具体的に述べよ。

13.どのような点で、提案されているプロジェクトは創造的（革新的）であるか？

14.欧州文化首都に選定された場合、社会的・文化的・都市的な観点からすると、このイベントが中長期的にどのような影響を及ぼすことになるか？

地方の行政機関は、イベントの期間中、関連事項について公表を行うか？

15.この申請はどのように準備されたか？

II. イベントのプログラム構成について

1.「欧州文化首都」に選定された場合、プログラム構成はどのようなものになるか（ガイドライン、イベントのテーマは）？プログラムはどのぐらいの期間を予定しているか？

2.メインとなるイベントは？それぞれ、イベントの詳細、日程、場所、プロジェクトの共同出資者、資金についての詳細を述べよ。

3.市はプログラムを構成するプロジェクト及びイベントをどのように選択したか？

III. イベントの形成及び資金

1. 組織構成

1.1 プロジェクト実行の担当機関はどのように構成されるか？市の行政機関とどのような種類の関係を持つことになるか？（機関の定款、職員数、主要責任者の経歴、経営・管理情報、機関責任者の役職ごとの構成図など）

1.2 都市周辺の地域がイベントに関わる場合、関連する地域の行政とどのように調整を行

うか？

1.3 どのような基準・取り決めに基づいて、イベントの芸術監督が選ばれるか？彼／彼女のプロフィールは？いつ任命されるか？彼／彼女の専門分野は？

2. イベントの資金

2.1 イベントの予算はどのように確保されるか？（「欧州文化首都」の運営費用は合計でいくら計上されているか？資金源はどこか、また、合計額へのそれぞれの貢献度は？）

2.3 市の財政当局は、財政委員会をすでに組成したか、もしくは投票を行ったか？

2.4 イベントの総支出は厳密にいくら予定されているか？

2.5 インフラ（改築を含む文化的・観光的インフラ）に当てられる費用はいくらか？

2.6 イベントに関わるスポンサーに対する計画は？スポンサーによる経済的な参加はどの程度の水準が予想されるか？

2.7 欧州文化首都に選定された場合、どのタイムテーブルにしたがって費用が投じられるべきか？

IV. 市のインフラ

1. 交通アクセスに関して、市の設備はどうなっているか？（地域、全国、国際空港は？）

2. 観光客の宿泊施設の収容能力は？

3. 欧州文化首都に申請している期間中、改築を含む、都市及び観光のインフラに関して、どのようなプロジェクトが実行されるか？ どのようなタイムテーブルが予定されているか？

V. コミュニケーション戦略

1. 欧州文化首都のためのコミュニケーション戦略はどのようなものを意図しているか？（特に、メディア戦略及び国民・地域住民の動員について。）

2. コミュニケーションに割り当てられる予算額は？

3. もし Melina Merouri 賞を受賞した場合、賞をどのように宣伝するか？

VI. イベントの評価及び監視

市は特別の監視及び評価システムを構築するか？

—プログラムの影響及び波及効果について

—経営管理について

Ⅶ. 補足

- 1.あなたの意見として、市の申請における強み、また、欧州文化首都としての成功要因は何か。一方で、都市の弱みは何か。
- 2.欧州文化首都への申請の結果に関わらず、市はこの先、文化的なプロジェクトを発展させる意志があるか？

②情報支援

a) 申請段階でのフォロー

EU 委員会では、申請の前段階での各都市のフォローを行っている。書類の書き方を教えるなど、競争に加われるように都市に支援を行う。WEB 上に支援ツール（応募の仕方等）を用意している。さらには、加盟国の文化省が都市に配布するガイドについても EU がチェックを行う。B

b) 情報交換の場の構築

EU では、情報を提供・交換することが大事だと考え、積極的な情報交換を行っている。各国の文化省には、都市への説明会を行うように後押ししている。また、情報交換ができるように、過去、現在、未来の欧州文化都市が集まったのセミナーを開催している。毎回セミナーのテーマも決めている。例えば、2009年5月5日は予算（どのように獲得するかなどテクニカルな話もする）がテーマとなっている。B

c) 過去の資料の保管

EU は、多くの欧州文化首都の資料を、EU 本部の地下室に保有しており、それを見たい都市に対しては案内して見せている（図書館のような役割）。B

③モニタリング

選定された都市の開催までの準備期間でのフォロー、モニタリングも行っている。2010年以降は、助成金を賞という形にすることにより、モニタリングしやすい仕組みとしている（次の項を参照のこと）。B

(2) 予算

① 各都市の予算規模

欧州文化都市の各都市の予算は、平均 3500 万ユーロであり、700 万ユーロから 7000 万ユーロまで幅がある。リバプールは、1 億ユーロの予算を投じている。

予算のほとんどは、国や自治体から出ており、77%は自治体、もしくは企業スポンサーからの資金である。EU は、150 万ユーロなのでごくわずかである。AB

図表 2-27 欧州文化首都の予算例

		百万ユーロ				
		ブリュッセル	ヘルシンキ	ロッテルダム	グラーツ	リール
		2000年	2000年	2001年	2003年	2004年
公的資金	計	23.37	26.39	15.90	51.50	60.30
	EU	0.30		0.50	0.50	1.50
	市	0.12	9.65	7.70	18.20	21.80
	国		16.74	7.70	14.60	13.70
	地域 その他	22.95			18.20	10.70 12.60
民間	計	5.26	6.66	11.40	3.20	12.00
その他	計	3.33		6.80	3.70	1.40
	チケットセールス	3.19			1.90	1.20
	商品	0.01				
	その他	0.13		6.80	1.80	0.20
合計		35.28	33.05	34.10	58.40	73.70

[出所] Palmer Report より作成

② EU からの助成

欧州文化首都の EU からの金銭的な支援は予算規模が小さく、各都市 150 万ユーロである。これは都市や国が拠出する額と比較して、非常に少ない額となっている。

これについて、EU 委員会は、インタビューで次のように述べている。

金銭的な面よりは、欧州文化首都は、シンボルとしての価値のほうが大きい。各都市は、タイトルが欲しいからがんばるのであって、予算が欲しくてがんばるわけではない。

なお、“Culture 2000(2000-2006)” では、各都市に対し、50 万ユーロずつ割り当てられていた。この助成金は、準備のための 12.5 万ユーロと、実施のための 37.5 万ユーロに分けられる。

これらの助成金は、“プロジェクト” を対象として与えられる。この“プロジェクト” と

は、欧州文化都市のためのプログラムの一部であり、都市がイベントの運営に責任をもつ形でなければならない。特に、このプロジェクトは、強くヨーロッパ的な特徴を持っている必要がある。

例えば、2007年ルクセンブルグでは、ヨーロッパ的な広がりを持つ閉会式のイベントに対し助成金が支払われた。

なお、この助成金は、助成対象となるプロジェクトの総予算の60%を超えてはいけないという決まりがある。A,B

③助成金制度の変更

助成金について、今までのプロジェクト助成方式では、使用用途が限られてしまうなど問題があった。そこで、2010年以降は、都市の準備をフォローするという位置づけで、賞をあたえるという形でお金が支払われる（150万ユーロ）。

この賞金はメリナ・メルクーリ（ギリシャ出身の女優・政治家、欧州文化首都の提唱者）をたたえたもので、遅くともイベントが始める三か月前までに、欧州文化首都開催都市に贈られる。

賞方式にすることで、使用用途に対する自由度も高まる。この賞金の使い道は、都市が自由に決めることができる（ただし、欧州文化首都プログラムの一部であるプロジェクト、もしくはそこから派生したプロジェクトに限られる。）。

ただし、選抜段階での公約を守り、さらにパネル(識者、委員会)によって、特にイベントのヨーロッパ的な特徴に関して実施しているという承認を得る必要がある。ちゃんと準備していないところには賞を出さないということもあり、この仕組みにより都市のモニタリング・チェックもできる。A,B

④その他の支援策

前述の構造基金（特に欧州地域開発基金(ERDF)と欧州社会基金(ESF)）などの他の地域政策は、都市開発に活用することができる。これらの基金は、革新・成長・雇用のために、都市の魅力の向上、地方インフラの改善、地域密着度強化、地域政策の補助にも使うことができる。

また、イベントに参加する文化運営者が、自分のプロジェクトに対し、“Culture Programme”によって助成金を受け取ることも可能である。EUとしては、他の“Culture

Programme”の助成金と欧州文化首都のイベントの相乗効果は、大いに歓迎している。A,B

2-5-3 欧州文化首都の課題と成果について

(1)現状の成果

欧州文化首都に選ばれることは、経済効果も期待できる。例として、2008年のリバプールでは、8億ポンドの経済効果があったとされている¹⁵。2004年のリールでは、1ユーロの投資に対し、12ユーロのリターンがあった。また、2013年のマルセイユでは、推定で1ユーロに対し、8ユーロのリターンが見込まれている¹⁶。

加盟国によってレベルは異なっているものの、欧州文化首都だけでなく、文化が経済レベルで影響を与えるようになってきたことは、広く知られるようになってきている。例えば、フランスのリールは、70年代で産業が衰退していたが、国が文化施設にお金をかけるようになり、都市が復興した。このように、文化がお金をもたらすという認識も広まってきている。B

(2)取組上の課題と解決手法

①欧州文化首都の制度面での課題

EU委員会における欧州文化首都の課題、ポイントについて、EU委員会へのインタビューからは以下のコメントが得られた。

a) 経済的な不況について

経済的な不況もあり、各国でも文化に対する予算がつきにくくなっており、問題となっている。解決策はなかなかみつけれられない。

2009年のリトアニアのビネスは、政権も変わり、経済的にも苦しくなってきたこともあり、「欧州文化首都はできない」と言っている。これに対し、現在、「今回のチャンスを失うと、発展の機会を失う」「次は15年後までリトアニアの順番は回ってこない」といったような訴えかけを上層部から首相レベルにしているところである。

なお、2010年以降だったら、賞金を出さないといった措置もとれたが、09年なのでその方法は取れない。もっとプロセス管理をできるように、仕組みを作っていく必要がある。

¹⁵ Liverpool`08 European Capital of Culture The impacts of a year like no other より

¹⁶ EU委員会インタビューより

b) 試し期間の設定

2004年にEUに10の加盟国が増えた際、これらの国には、いきなり欧州文化首都はやらせず、まずは「月間」という形で期間を区切って対応させた。これで問題がないかを確認し、上手くいったら欧州文化首都をやらせることとしている。^B

②欧州文化首都を実施する各都市の課題

前述のPalmer Report（2004年までの欧州文化首都に対する調査）では、欧州文化首都を実施する各都市の課題、及び解決策として、以下があげられている。

a) 委員会（各都市の中核となる委員会）に関わる課題

Palmer Reportでは、多くの都市で共通の課題として上げられたものとして以下を紹介している。

- 委員会が政治的な利益に支配されていた
- 委員会のメンバーと運営管理チームとの間の関係に困難な面があった
- 委員会が文化的な利益を完全に表に出せなかった
- 構造が大きすぎた

いくつかの都市では、委員会の責任が明確ではなく、意思決定の遅さと一貫性のなさが指摘されている。その他、委員会の問題が、政治的な利害やエゴの「戦場」になってしまった、と述べている。

委員会のメンバーの大多数は政治家もしくは文化年に資金提供を行っている様々なレベルの政府機関の代表であった。政治から独立していたとは言え、委員会は行政と非常に近い関係を保っており、その多くで市長がホスト役を担っていた。

彼らの主要な任務は、代表する機関・団体の利益を守ること、欧州文化首都を成功に導くために必要とされる技術の提供とは異なる機能であった。政治的な相違が、委員会の効率的な業務におけるフラストレーションの主な原因となっていた（ブリュッセル）。

コペンハーゲンでは、多くの公共機関の代表から成る委員会が、いかに多くの委員会のミーティングが、資金とプロジェクトの地理的な分配について長引く争いになってしまっ

たか、コメントしている。

主に政府機関からメンバーが選出された委員会は、市の政治的变化に影響をうけやすい。市の統治が政治的にシフトした場合、委員会のメンバーが変わることもある。欧州文化首都のような比較的短期間のプロジェクトの管理においては、このような問題が重要な困難を引き起こす可能性がある。例えばグラスゴーでは、文化首都年の始まりであった 2003 年 1 月に市議会が変わり、市長と文化議長はそのまま委員会に残ったが、委員会のメンバーもまた変更された。もともとのグラスゴーの方針を決めた委員会と、現在の欧州文化首都の委員会は同じメンバーではない。ストックホルムでは、1994 年から 1999 年の間に、4 人の異なる副委員長が存在した。

ロッテルダムは、一般的な、行政中心の委員会とは異なっていた。ロッテルダムの委員会は民間セクターの代表、文化機関、雇用者連合、国の議会、建築の専門家などから構成されていた。しかし、委員会のメンバーの強すぎる個性に関連する問題や、運営管理者による提案に対する意見の相違など、このモデルにも問題はある。

Palmer Report では、上記の課題に対する解決策として、以下の 3 つがあげられている。

- 明確な役割を持ち共通の指示を出すことのできる小規模の独立した構成を発展させる
- 強いリーダーシップを確実にする
- 公共機関、文化セクターやビジネス関係者との良好な関係を持つ適切な専門家をメンバーに任命する

b) メディア、コミュニケーション戦略に関する課題

欧州文化首都の主要な目標のうち、特に以下の内容は、コミュニケーションとプロモーションに深く関連している。

- 市の国際的な知名度を高める
- 市のイメージを変える
- 国内外の観光客の増加
- 文化関連の観客の幅を広げる

そのため、Palmer Report における回答都市の多くが、メディア・コミュニケーション

戦略の重要性を強調している。欧州文化首都に影響を与える重要なメディア・コミュニケーション戦略として以下があげられている。

- ▶ マーケティングとコミュニケーションにもっと資金を投入する
- ▶ 包括的なコミュニケーション戦略を発展させるため、もっと時間をかける
- ▶ プログラミング・チームとコミュニケーション部門の間の対話を、プロジェクトの初期から確実に行う
- ▶ 関連する仕事を過小評価しない

また、文化イベントやプロジェクトに関する情報を広め有効性を高めていくことは、しばしば欧州文化首都の取組内で完結してしまうという課題もある。回答者によると、欧州文化首都のプログラムかどうかに関係なく、市の全ての文化イベントを宣伝した都市は、わずかであった。ほとんどの都市が、該当年のために欧州文化首都の予算から資金提供された、欧州文化首都のオフィシャルなプログラムの一部として、イベントやプログラムを宣伝するにとどまった。

c) 各プログラムに関する課題

その他、各文化プログラムに関して、課題とその対応策として多く挙げられたのは以下の通り。^c

- ▶ プロジェクトが多すぎる
- ▶ プログラムの範囲が広すぎる
 - ⇒ 選定するプロジェクトを減らす
 - ⇒ ポピュラーなイベントと、小規模な観客イニシアチブのニッチのバランスをとる
- ▶ プロジェクトのクオリティーが変わりやすい
- ▶ プログラムの選択が、政治的もしくは経済的利害に影響された
- ▶ サービスを提供するための関連グループが多すぎる
 - ⇒ 目的、対象、テーマを明確に定義し、これらに忠実に実施する

- 地元の機関とアーティストの関係
- 文化機関との関係
 - ⇒都市にふさわしいプログラムの開発
 - ⇒良好で適切なコミュニケーションを確実に行う
- 経済的な問題
- プロジェクトが長期的に持続可能なものではない
 - ⇒イベント後に何が起こるかを事前に想定する

2-5-4 出所

A.EU 欧州文化首都政策 HP

http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc413_en.htm

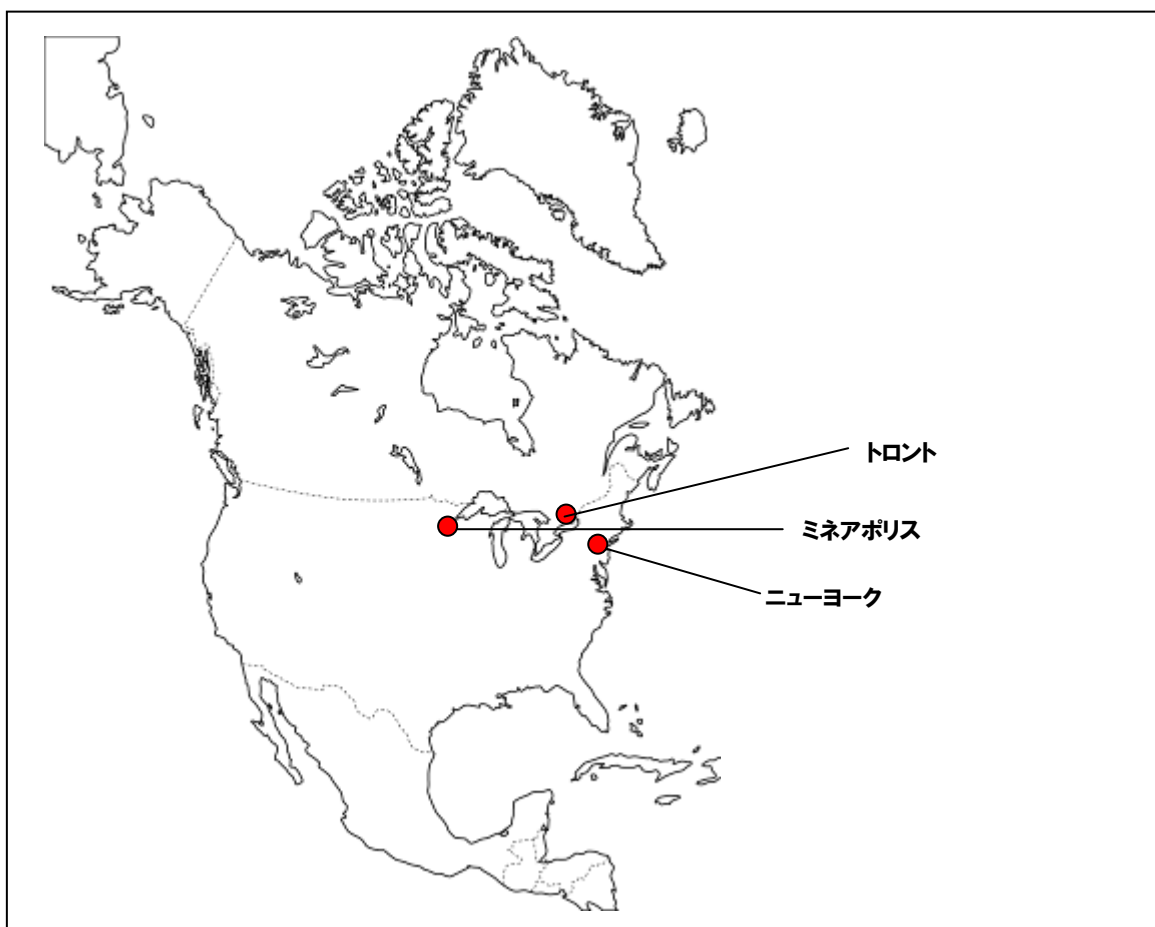
B.EU 委員会 インタビュー

C. Palmer Report http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc926_en.htm

第3章 北米の文化芸術創造都市

本章では北米の文化芸術都市について紹介する。北米では、市の役割として、文化芸術振興に向けたコンセプト設計や戦略策定に重きが置かれ、コンセプトや戦略を具体化しているのが NPO 等の関連団体だといえる。NPO 等の団体は、市や州その他関連予算を通じた資金調達により、文化芸術に関する取組を行っている。

本章では、「クリエイティブシティ」コンセプトを掲げているトロント市（カナダ）、10年間の長期戦略を策定したミネアポリス市（アメリカ合衆国ミネソタ州）、及び創造性集積の象徴ともいえるニューヨーク市（アメリカ合衆国ニューヨーク州）の取組について、それらの取組をサポートする NPO 団体の活動と併せて整理する。



3-1 トロント

トロント市 (City of Toronto) は、オンタリオ州の州都であり、カナダ最大の都市である。オンタリオ湖岸の北西に位置し、人口およそ 250 万人 (2006 年国勢調査)、大都市圏 (Toronto Census Metropolitan Area: CMA) の人口はおよそ 511 万人 (2006 年国勢調査) と北米でも有数の大都市圏を形成している。トロントで暮らす移民の数は全体の半数と言われている。80 以上のエスニックタウンがあり、コミュニティ同士が尊重しながら生活している。

さらにトロント市は、カナダ経済の商都であり、金融や経済、電気通信、航空宇宙、運輸、メディア、芸術、映画、テレビ局、出版、ソフトウェア、医療研究、教育、観光、スポーツなどの産業基盤が発達している。

文化芸術に関しては、美術館や博物館等の文化芸術関連施設、ミュージカルやオペラ等大都市ならではのエンターテインメント、さらには大リーグやアイスホッケー等スポーツも存在している。

このようにカナダにおける金融・経済の中核都市であり多様なコミュニティが存在するトロントだが、現在、「再構築」、「再都市化」を計画の狙い・キーワードに、都市の適切な部分への集住を積極的に促進するための都市整備を進めている (2002 年 11 月「トロント・オフィシャル・プラン」)。中では、工場跡地や赤レンガ倉庫を整備し、アーティストのスタジオやギャラリー、美術館、ショッピングセンターとして改造されるなど文化・芸術を核に、都市空間の再生やその空間の活用を活発に活用しようとする例がみられている。

そのような取組の基本コンセプトとして、トロント市が掲げている「クリエイティブシティ」コンセプトの存在があり、現在はコンセプトの具体化を進めている。

このような状況を踏まえ、本項では、トロント市における「クリエイティブ・シティコンセプトと実現に向けた連携体制の在り方」をテーマとして掘り下げて見ていく。

3-1-1 トロントにおける「クリエイティブシティ」政策の戦略・体制

(1)「クリエイティブシティ」コンセプトの検討

①クリエイティブシティのための文化計画（Culture Plan）の作成

1998年、トロント周辺市町村の合併を機に、新たなトロントの都市イメージを創出することを目的に「クリエイティブシティ」コンセプトの検討が開始された。検討は、経済開発部門及び文化・観光部門を中心とする文化セクションが、公園・レクリエーション・イベント部門等と協力して進めてきた。そして、2000年2月、トロント市議会は、今後10年間における市の文化的発展に向けたガイドとなる文化計画の作成に向け、議員及び文化・芸術関係者等で構成される検討委員会を設置し、検討を具体的に進めてきた。^A

その後、2001年4月、議論のフレームワークとなる「クリエイティブシティ：作業レポート」が市議会に提出された。^B

「クリエイティブシティ」コンセプトでは、生活の質（QOL／Quality of Life）、文化、芸術、歴史的資産がトロント市の経済発展における中核として位置付けられている。トロント市議会では、「クリエイティブシティ：作業レポート」の提出を受け、「クリエイティブシティ」コンセプトを掲げることがトロント市にとって大変重要であると認識した。そして、このコンセプトを採用した「クリエイティブシティのための文化計画（Culture Plan）～創造・グローバル文化都市トロントを形成するための63の提言（10年戦略）」が2003年6月24日-26日に行われた市議会にて正式に承認された。

- | |
|---|
| <p>■1998年：「クリエイティブシティ」コンセプトの検討が開始される。</p> <p>■2000年2月：トロント市議会は、今後10年間における市の文化的発展に向けたガイドとなる文化計画の作成に向け、議員及び文化・芸術関係者等で構成される検討委員会を設置し、検討を具体的に進めてきた。</p> <p>■2001年4月：議論のフレームワークとなる「クリエイティブシティ：作業レポート」が市議会に提出された。</p> <p>■2003年6月：「クリエイティブシティのための文化計画（Culture Plan）～創造・グローバル文化都市トロントを形成するための63の提言（10年戦略）」が市議会にて正式に承認された。</p> <p>■2008年2月：「クリエイティブシティ」コンセプトを実践していくための「クリエイティブシティ プランニングフレームワーク（Creative City Planning Framework）」が作成された。</p> |
|---|

②63の提言について

トロント市では、2003年に市議会にて承認された「クリエイティブシティのための文化計画」を基本に、創造性を活用した産業のイノベーションを進めている。^A

提言の内容については、文化芸術への若者の関わり機会の必要性、文化資源に対する予算規模の拡大、パブリックアートの拡大、文化施設の充実、コミュニティアートの普及などの内容について、それぞれに関する63の提言が整理されている。

提言の一つを例に挙げると、

10)市は、民間及び非営利セクター、その他の政府レベルと協力し、改善・拡大された文化施設を通じて文化活動を促進していく。

というように、文化施設を中心とする民間やNPO等組織間の連携の必要性などが示されている。

(2)「クリエイティブシティ」に向けた推進体制

①実践に向けた「クリエイティブシティ プランニングフレームワーク (Creative City Planning Framework)」の作成

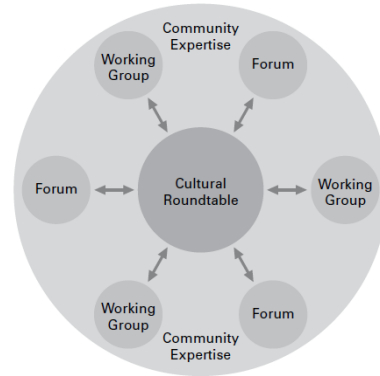
2008年2月、トロント市文化セクションが中心となり、「クリエイティブシティ」コンセプトを実践していくための「クリエイティブシティ プランニングフレームワーク (Creative City Planning Framework)」が作成された。これはトロント市がコンセプトをどのように実践していくか、どのように実践していくことが大切なのかを示したものである。^C

その一部として「創造性と文化支援のためのガバナンスシステム」の考え方が示されている。

図表 3-1 創造性と文化支援のための
ガバナンスシステム

具体的には「創造経済を促進させるイノベーションを継続的にサポートすることが可能な都市では、分野横断的な連携と意思決定を支援するシステムが構築されている。カナダの一部の自治体では、創造性及び文化をサポートするための共有ガバナンスシステム (shared governance system) を構築しようという動きが高まっている。それに伴い、コミュニティの活力を高めるため、ワーキング・グループやフォーラムとリンクした、文化活動に関連する分野横断的な円卓会議 (Cultural Roundtable) が行われている。」というように、「クリエイティブシティ」コンセプトを実践していく手段として、文化関連組織等の分野横断的な連携の重要性が示されている。

Shared Governance Systems to Support Creativity and Culture



②関連団体との協力・連携体制

前述のとおり、「クリエイティブシティ」コンセプトでは、トロント市の社会、経済的発展および市民、組織等の連携をはかるためには文化芸術がとても重要であることが示されている。^E

つまり「クリエイティブシティ (創造性)」をあらゆる場面において浸透させていくことが、トロント市の社会的、経済的発展につながると考えている。では具体的に進めるにあたり、どのような計画、プロジェクト、関係機関等と連携していくことが必要なのだろうか。

「クリエイティブシティ プランニングフレームワーク」には、「普及計画と政策」という項目が整理されており、トロント市の都市計画や政策において「創造性」という視点は既に盛り込まれていることが示されている (以下図表 4-2 参照)。具体的には、クリエイティブシティ (都市計画)、クリエイティブ経済 (経済開発戦略)、クリエイティブ及び文化産業 (文化計画)、クリエイティブ集積地区/拠点という領域に分かれており「主要政策と計画」、「戦略・レポート」、「プロジェクト、投資」、「市部門、コミュニティ協力者」の4

カテゴリーについて、それぞれ「創造性」を浸透させるための関連する計画や組織・団体等が整理されている。

「クリエイティブシティ」コンセプトの実践において、トロント市関連部門だけでなく、NPOを中心とする金融・投資系機関や文化・芸術関連施設、メディア関連機関、等多様な組織の存在があることが表現されており、図表 3-1 で示されている概念が具体的な名称により表現されている。

本レポート作成において中心的役割を担っているトロント市文化部門は、クリエイティブ及び文化産業領域を軸に全領域との関係構築においても重要な役割を担っている。

図表 3-2 「クリエイティブシティ」普及計画と政策

クリエイティブシティ (Creative City)

Major Policies, Plans	City of Toronto Act (2006) Official Plan (2002:2006)
Strategies, Reports	Canada's Urban Waterfront: Waterfront Culture and Heritage Infrastructure Plan, Parts 1 & 2 (2001: 2003)
Projects, Initiatives, Investment	Toronto Branding Project: Toronto Unlimited Toronto Museum Project/Global Centre for Cities
City Divisions, Community Partners	Toronto Economic Development Corporation (TEDCO) Toronto Transit Commission (TTC) Waterfront Toronto

クリエイティブ経済 (Creative Economy)

Major Policies, Plans	Economic Development Strategy (2001)
Strategies, Reports	Agenda for Prosperity (2008) Five Year Tourism Action Plan (2003)
Projects, Initiatives, Investment	Festivals Renaissance Cultural Facilities Investment Tourism
City Divisions, Community Partners	Economic Development Section, City of Toronto Tourism Section, City of Toronto Special Events Section, City of Toronto

クリエイティブ及び文化産業 (Creative and Cultural Industries)

Major Policies, Plans	Culture Plan for the Creative City (2003)
Strategies, Reports	Imagine a Toronto... Strategies for a Creative City (2006) Making the Link: Advancing Design as a Vehicle for Innovation and Economic Development (2006) Strategic Plan for Toronto's Screen-based Industry (2007)
Projects, Initiatives, Investment	Entertainment & Creative Cluster Partnership Fund FILMPORT MaRS Centre Ontario Media Development Corporation Investment Pinewood Studios Group TO Live With Culture
City Divisions, Community Partners	Culture Section, City of Toronto Toronto Fashion Incubator MaRS Centre Ontario Media Development Corporation Toronto Arts Council (TAC) Toronto Community Foundation (TCF) Toronto Film and Television Office Toronto International Film Festival Tourism Toronto

クリエイティブ集積地区/拠点 (Creative Districts/Hubs)

Major Policies, Plans	Creative Convergence Project (2007)
Strategies, Reports	Cultural Facilities Analysis (2003)
Projects, Initiatives, Investment	Adaptive Reuse of Don Valley Brick Works Business Improvement Area (BIA) Program Culture - Arts Services Programs Green Arts Barn Waterfront Design Review Panel
City Divisions, Community Partners	Regent Park Focus Toronto Artscape

このようにトロント市の政策や「クリエイティブシティ」コンセプトは、創造性を共通言語とする4つの柱を軸に、トロント市の多くの部門やNPO等各種機関により実践されている。ちなみに、本コンセプトを構築するにあたり、クリエイティブシティの提唱者であるチャールズ・ランドリーやリチャード・フロリダに講演依頼や協力を仰ぐなど多大な影響を受けている。

現在、リチャード・フロリダは、トロント大学の Martin Prosperity Institute の所長として活躍しており、トロント市の政策アドバイザー的な役割を担っている。

(3) 予算 (文化芸術関連予算)

このように「クリエイティブシティ」コンセプトを強く推進しようとしている一方、文

化芸術に関するトロント市の予算は決して充実しているとはいえない。

「クリエイティブシティ プランニングフレームワーク」によると、トロント市の芸術、文化、遺産に対する負担金（運営及び資本支出を含む）は、市民一人当たり 14.64 ドルである。他の都市と比較すると、バンクーバーは 17.71 ドル、シカゴは 21.95 ドル、モン트리オールは 26.62 ドル、サンフランシスコは 86.01 ドルを費やしている。^C

活動主体となる NPO の多くは、企業寄付や州政府等からのグラントを利用していることから、市の負担金規模が小さいことによる影響は必ずしも大きいとはいえない。例えば、文化施設の運営資金は、これまでの傾向から、3 分の 1 が州政府から、それ以外の大部分は施設での売上、入場料、寄付等からなっているとされており、トロント市からの援助はほとんど無いに等しい。しかし、トロント市の「クリエイティブシティ」コンセプトをより多くの人に認識・共感してもらうためには、市の文化芸術関連予算の規模が無関係とはいえない。

トロント市文化部門では、モン트리オールの支出レベルに追いつくことを目指している。
D,E

またトロント市の芸術・文化における支出総額を見ると、2003 年—2007 年の期間で 1,000 万ドル増加した。しかし、この額は、文化計画において提示されていた 5 年間で 2,500 万ドルの増加という計画値を大きく下回っている。^C

3-1-2 トロントにおける「クリエイティブシティ」政策の実施状況

トロントの「クリエイティブシティ」政策の取組状況について示す。

(1) 主な「クリエイティブシティ」関連施策の内容（クリエイティブシティを重視したプロジェクトの概要）

トロント市の文化芸術資源の活用方法に関して、「クリエイティブシティ」関連のプロジェクトの一部を以下に示す。特に、文化芸術関連施設の建設や各種イベントのプロデューサーなど「創造性」を市民により浸透させるための施策を主体的に実施している。^C

●大規模複合スタジオ事業（FILMPORT）

・世界最大級の防音スタジオを備えたカナダ最大の映画センターとして 2008 年 8 月に開設された。総費用 1 億ドルとされている。

●ルミナート トロント・フェスティバル・オブ・アート&クリエイティビティ

・トロント市内各所で、音楽・ダンス・演劇・映画・文学・ビジュアル・アートのイベントが断続的に展開される。イベント開催中は、トロント市内の劇場、ストリート、公共空間がルミナートの芸術と創造による芸術で埋め尽くされる。

●トロントスペシャルイベント (TSE)

・トロント市の経済開発、文化観光部門によるイベントプロデュースサービスである。
・毎年、30以上のフェスティバルをプロデュースし、100以上のイベントをコンサルティングしている。

上記に加え、具体的な取組として、「Creative Places + Spaces」というフォーラムを過去3回程度開催している。このフォーラムは、創造都市に関する有識者を毎年招き、創造性を活かした連携のポイントや、トロント市、オンタリオ州等の役割等について討論するものである。初回のキースピーカーがフロリダ氏、2回目はチャールズ・ランドリー氏、3回目はケンロビンソン氏、フロリダ氏等著名人を招いて開催している。このフォーラムは、NPO法人 ArtScape (※1) による企画・制作、MaRS Discovery District、Martin Prosperity Institute (※2)、そしてトロント市の経済開発および文化&観光部門の協賛で実施したものであり、2009年10月28日に第4回目の開催を予定している。E、F

(※1) NPO 法人 ArtScape :

「クリエイティブシティ」コンセプトに関わるイベントや安価な芸術家の居住・活動空間の提供などアーティスト等的人資源の活用に必要な役割を担っている団体

(※2) MaRS Discovery District :

メディカルリサーチ等公的支援プロジェクトを商業化することを目的に2000年に設立されたNPO法人。コンサルティング、市場調査、ベンチャーキャピタル業務を行っている。

Martin Prosperity Institute :

トロント大学に属するシンクタンク。リチャード・フロリダを所長に、人々の創造的発展と都市の質的向上を通じた経済発展に向けた研究活動等を行っている。

(2)文化芸術関連のNPO 団体等の活動状況

①クリエイティビティを形にするNPO 法人 Artscape の活動例

トロント市における「クリエイティブシティ」コンセプトの実践において、重要な役割を担っているのが文化団体である。例えば、インフラや都市計画、どのように民間組織が資金調達するか、など様々な場面で関連団体が一緒になってクリエイティブコミュニティ

を形成している。

中でも NPO 法人 Artscape は、「クリエイティブシティ」コンセプトに関わるイベントや安価な芸術家の居住・活動空間の提供などアーティスト等人的資源の活用に重要な役割を担っている団体である。

設立の経緯

Artscape は、1986 年に設立された NPO 組織である。設立の背景は、不動産ブームによって芸術家のスタジオや生活空間に影響が出て、家賃が高まった結果、住宅ではない倉庫のようなところに住むようになった。それを改善するために事業を始めた。

主な活動内容

(文化芸術部門のテナント等空間開発)

- 芸術家等に対して安価な活動スペースを提供するなど、文化的な活動をスタートアップするアーティストや芸術団体、企業等をサポートしている。具体的には、不動産価値の低い場所を探し、アーティストが芸術活動や生活ができるように、公的機関や民間企業と連携して、建物開発を行っている。芸術家はその地域に集まり、雰囲気良くなれば、その地域の地代が高くなることもある。

(プロジェクト事例)

- プロジェクト事例として、例えば、「ディスティラリー地区の開発」がある。同地区



は、1932 年に建てられたウイスキーの蒸留所を改築した場所である。現在は、レストランやショップ、ギャラリーが集まる複合スペースで、赤レンガの建物で構成されており、トロントの観光スポットにもなっている。

(その他の活動内容)

- 同組織は、他の組織との連携も積極的に行っている。前述のとおり、トロント市、Martin Prosperity Institute 等と連携して、同組織が企画制作を行い「Creative Places + Spaces」というフォーラムを過去 3 回実施している。
- その他、芸術家のスタジオやギャラリーの建設・開発のプロジェクトを行っており、

設計やビルの建設工事などを行うこともある。

- 活動体制は、政府、市、民間企業、芸術家等との連携により行っている。例えば、市と民間組織、コミュニティ活動を行う芸術家個人等と一緒に不動産を購入し、廃校や公共住宅の開発を文化芸術のベースにする。
- トロント市（経済開発、文化観光部門）と協力し、芸術家は実業的センスが弱いという印象があることから、ファッション、アート分野のビジネス支援機能を同じ建物内に設置する計画もある。

クリエイティブシティと経済発展

なお同組織は、クリエイティブ経済という考えを掲げている。具体的には全体の中心に芸術、産業、サービスがあって、それがその他の産業を巻き込んでいるという考え方である。つまり文化芸術から順に、その他の産業、最後には経済全体にまで発展していくことがクリエイティブ経済の概念だと考えて活動している。

これまで芸術家の生活空間は、不動産ブーム等の影響を受けてきた。その結果、多くの芸術家が倉庫などの家賃が安価な地域に移り住むようになっている。その状況下において、NPO 団体が倉庫街を居住および活動空間として再開発し、安価で提供することにより、芸術家の活動が活発になるとともにその地域が活性化されている。^E

「クリエイティブシティ」政策の推進のためには、「創造性」に富んだアーティスト等、文化芸術に日ごろから触れ合っている感性の豊かな人材を育成していかなければならない。NPO 団体による安価な居住および作業スペースの提供は、その点ではとても重要な機能を提供している。

②その他コミュニティ活動

ロイヤル・オンタリオ博物館では、ホームレスが制作した美術品を展示するなど、コミュニティアート活動が活発に行われている。前述のとおり、トロントで暮らす移民の数は全体の半数と言われており、80 以上のエスニックタウンがある。文化芸術は、そのコミュニティ同士が尊重しながら生活していくための重要な接点になるものだといえる。^G



～ トロントの「クリエイティブシティ」実現に向けて ～

トロント市は、「クリエイティブシティ」コンセプトを掲げ、実践計画となるフレームワークを設定したところである。市としての負担金は、他の同様の都市と比較しても決して十分とは言えない状況にある。そのような状況下において、トロント市の人的、金銭的、物的資源をどのように活用し、「クリエイティブシティ」コンセプトを具体的にどのように実践していくかが重要である。

「クリエイティブシティ」コンセプトは、様々な組織を通じて検討されている。しかし、そのコンセプトを実践することは難しい。文化・芸術関連施設における箱モノへの投資を通じた集客効果は見込めるが、コミュニティ連携という視点で見ると費用に対する効果への期待が薄くなる。

コミュニティとの連携プロジェクトは、実際にはNPOがその多くを担っているが、NPO組織としてもプロジェクト企画、実行においてアイデアだけでなくファイナンスノウハウが求められる。そのためには、NPO等に対するファイナンス、経営学に関する教育が必要である。そして、州や市を巻き込んで、プロジェクトを実践していくことが重要だと思われる。

(NPO 法人 Artscape インタビューより)

(3)創造産業・職業の動向

①産業別動向

トロントの創造産業（注1参照）は、2001年の9・11及び2003年のSARSによる経済変動にも関わらず、過去10年間で顕著に成長している。

【注1】 創造産業及び創造的職業の定義

1) 業種

- ・ Independent Artists, Writers and Performers (独立したアーティスト、作家、パフォーマー)
- ・ Performing Arts Companies (舞台芸術の会社)
- ・ Agents and Promoters of Performing Arts and Entertainers (芸能エージェント、プロモーター)
- ・ Motion Picture and Video Production (映画・ビデオ製作)
- ・ Sound Recording (音響)
- ・ Radio and TV Broadcasting, Pay/Specialty TV, and Program Distribution (ラジオ、テレビ、有料テレビ、プログラム配給)
- ・ Architecture and Related Services (建築及び関連サービス)
- ・ Specialized Design Services (Graphic, Industrial, Interior, Fashion, Other) (スペシヤル・デザイン・サービス (グラフィック、産業、インテリア、ファッションなど))
- ・ Advertising and Related Services (広告関連)
- ・ Newspaper, Periodical, Book and Database Publishing (新聞、定期刊行物、書籍、データベース刊行)
- ・ Software and New Media Publishing (ソフトウェア、ニューメディア出版)

2) 職種

- ・ Architects & Landscape Architects (建築家、景観設計家)
- ・ Industrial, Graphic & Interior Designers (工業・グラフィック・インテリアデザイナー)
- ・ Writers & Editors (作家・編集者)
- ・ Producers, Directors, Choreographers & Related Occupations (プロデューサー、監督、振り付け師、その他関連職業)
- ・ Conductors, Composers & Arrangers (指揮者、作曲家、編曲家)
- ・ Musicians, Singers & Dancers (音楽家、歌手、ダンサー)
- ・ Actors and Other Performers (俳優、その他のパフォーマー)
- ・ Painters, Sculptors, Illustrating Artists & Other Visual Artists (画家、彫刻家、イラスト・その他ビジュアル・アーティスト)
- ・ Photographers (写真家)
- ・ Announcers & Other Broadcasters (アナウンサー、その他の放送者)
- ・ Theatre, Fashion, Exhibit & Other Creative Designers (劇場、ファッション、展示会などのデザイナー)
- ・ Artisans, Craftspersons and Patternmakers (伝統工芸職人、クラフト作家、模型製作者)

出所:「クリエイティブシティ プランニングフレームワーク (Creative City Planning Framework)」

1991年から2004年までのトロント創造産業は、雇用者数の年間成長率が3.1%で、地域の労働人口の成長率2.3%に比べると、高い成長率となっている。また、地域の金融サービスセクター(1.8%)よりも早く、情報・コミュニケーション技術(3.9%)やビジネス・サービス(3.8%)と同様の早さで成長した。

創造産業の中でも、パフォーミング・アート、映画、ビデオ産業、サウンド・レコーディング産業は、専門化が進んでいるだけでなく、1991年から2004年間の年間平均成長率がそれぞれ7.1%、5.4%で、大きく成長しているセクターである。トロントは全国の創造産業における雇用の4分の1近くを占めており、2003年にはGDPにおいて推定90億ドルを生み出した。1996年から2001年までの間で、トロントの創造・文化セクターは全国の関連産業のGDPの22%を占めている。

トロントは、いくつかの都市と共に、カナダの創造経済の中心舞台にある。2000年～2001年の間、トロントの出版社は全国の出版物の売上70%を占めており、トロントの映画プロデューサーは、全国の映画売上高の60%を得ている。ちなみにトロントのサウンド・レコーディングにおける全国シェアは86%と最も高い。^C

②職種別動向

1991年から2004年まで、クリエイティブな職業における従事者数の年間平均成長率は6%であり、トロント大都市圏の総労働人口の成長率の3倍以上であった。

2001年のクリエイティブな職業の従事者数トップ3は：

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・グラフィック・デザイナーとイラスト・アーティスト（クリエイティブ職業の20.4%）・プロデューサー、ディレクター、振付師（9.8%）・ミュージシャン、シンガー（9.6%） |
|--|

1991年から2004年の間、最も成長の早かったクリエイティブな職業は、編集者、作家、パフォーミング・アーティストで、年間平均成長率はそれぞれ、8.8%、8.2%、6.0%であった。

(4)政策評価

トロント市では、2003年に承認された文化計画（Culture Plan）について達成された内容を示すため、2005年11月、プログレスレポート（Culture Plan Progress Report）が議会に提示された。プログレスレポートは2年に1度作成することとしている。2008年2月には第2回目となるプログレスレポートII（Culture Plan Progress Report II）が作成されている。^D

2005年11月のプログレスレポートにおける主なポイントは以下の通りである。

- 主要な文化機関に対する資金提供が 11%増加した。
- 修繕を必要とする、文化関連施設等の投資のため、11 の中小規模の芸術機関に対して、**Culture Build Grants** が授与された。
- 文化セクションと都市開発サービス部門 (**Urban Development Services**) からコミュニティ・文化資源に投資を行うため、100 万ドルの収益を得ることができた。

また 2008 年のプロGRESSレポートでは、「トロント市の芸術・文化における総支出は、1,000 万ドル増加した (2003 年—2007 年)。しかし、2003 年の文化計画にて示された 5 年間で 2,500 万ドル増加する見通しから遠い結果となった。」と示されている。

3-1-3 出所

A. 2003_cultureplan

B. brochure_culture_workprint

C. creative-city-planning-framework-feb08

D. culture-plan-progress-report-2

E. トロント市（文化芸術部門）インタビュー

F. ArtScape インタビュー

G. Mr. Anatoly Oleksiyenko／

Program Director, University of Toronto Urban International

Royal Ontario Museum スタッフ へのインタビュー

3-2 ミネアポリス

ミネアポリス (Minneapolis) は、アメリカ合衆国ミネソタ州東部に位置する。ヘネピン郡の郡庁所在地で、州最大の都市である。人口は 382,618 人 (2000 年国勢調査)。2007 年の推計では 377,392 人に減少している。市はミネソタ川がミシシッピ川に合流する地点の北側に位置している。

ミネアポリスは、セントポールと併せてツインシティ (双子の都市) と呼ばれる。ミネアポリスが州の経済・文化の中心で地方の中核都市であるのに対し、セントポールはミネソタ州会議事堂や州の各種機関が集まる州の政治の中心地であり、役割を分担している。この「双子の都市」および近隣のブルーミントン、セントクラウドなどを含んだミネアポリス・セントポール都市圏は約 350 万人の人口を抱える。

ミネアポリス市は、商業や文化の中心地で、市内にはアトスポットが豊富である。アメリカでも指折りの総合美術館「ミネアポリス美術館」は、一般芸術に加え装飾芸術のコレクションも充実。世界でも有数の現代美術の美術館「ウォーカーアートセンター」、隣接して「ミネアポリス彫刻庭園」が存在するなど文化が集積している。

さらに、ミネアポリスとその周辺は人口あたりの劇場の数がニューヨークに次いで多いと言われている。

ミネアポリス市では、文化芸術面での都市空間整備の方向性として、野球場の移転やショッピングセンターの建設等に伴い、文化芸術関連施設を隣接させることによる公共空間の整備が進められている。さらに、政策的にパブリックアートを市内のあらゆる場所に設置し、パブリックアートマップも作成するなど、市内の日常的生活空間という身近な場所に芸術と触れ合える空間形成を進めている。^c

このように市民が身近に文化や芸術と触れ合うことができる環境づくりは、ミネアポリス市を中心とする推進組織のリーダーシップのもと、専門ノウハウを有する NPO 等文化団体の積極的な活動により実現している。

本項では、「文化芸術振興の推進組織と NPO 組織の実践」をテーマに掘り下げて見ていく。

3-2-1 ミネアポリスの文化芸術振興の戦略・体制

(1)文化芸術活動に対する支援戦略の強化

ミネアポリス市の文化芸術活動への支援については、過去、芸術団体等からの要望にそれぞれ個別に対応するなど、市として共通の方針や施策があったわけではなかった。

そのような中、アメリカ芸術振興協会（Americans for the Arts）により実施された 2000 年（会計年度）におけるミネアポリスでの調査結果から、文化芸術関連の NPO の活動が集客や飲食等の経済効果があるという結果が得られた。^c

Economic Impact Nonprofit Arts Industry(FY2000)

Minneapolis, Minnesota

■Nonprofit Arts Industry による支出：2 億 6,943 万ドル

■イベント関連支出（イベント参加者による飲食、買い物、宿泊等）：9,818 万ドル

出所：Arts&Economic Prosperity,

アメリカ芸術振興協会（Americans for the Arts）,2002

この結果を受け、ミネアポリス市では文化芸術に対する長期的支援に力を入れる方針となった。そしてその方針のもと、劇場であるガスリーシアターの建設や美術館であるウォーカーアートセンターの駐車場建設に対する援助を市が行った。

ガスリーシアターについては、土地を市役所が購入し、市はそれを半額でシアターを運営する会社に販売した。さらに、ウォーカーアートセンターについては、同施設を増築しようとした時に、市として予算を出して駐車場の建設を行った。

しかし、その一方、規模が比較的大きい



施設や組織に対しては資金が供給されるが、対照的に小規模組織に資金が供給されないことが問題となっていた。また、パブリックアートに関しては、2005年から税金を使用する以上計画的に進める方針に変わってきた。これらをふまえ、2005年、長期的な観点で小規模事業者にも資金が行くように計画を見直し、The Minneapolis Plan for Arts and Culture という文化芸術振興に関する10年間の長期戦略が策定された。^{A・C}

以下、7つの基本戦略を示す。

- a) 経済発展の基盤として、芸術・文化を統合・活用する
- b) 文化的発展を担う頑強なリーダーシップを発展させる
- c) ミネアポリスにおける芸術・文化の資源を増やす
- d) 確実な資金提供と方針をつくり、市の公共アート・プログラムを強化する
- e) 市の芸術・文化を市民や観光客に広め、ミネアポリスのアイデンティティとする
- f) アーティストや文化的組織間の交流を促進する
- g) ミネアポリスの若者のための芸術教育の機会を保護・強化する

(2)推進体制

①ミネアポリス芸術委員会(The Minneapolis Arts Commission)の設置

ミネアポリス市における文化芸術振興の推進主体は、コミュニティ・プランニング&経済開発局(Department of Community Planning & Economic Development) (CPED)の企画部・文化担当部(Planning Division, Cultural Affairs)のスタッフ2名である。2名のうち1名は、デザイナーのセレクション等プランニングの責任者として活動している。例えば、新たな野球場ができるとき、その周辺に数人の芸術家を集めてどのような芸術を取り入れるか等の意見を聞いた上でプランニングを行っている。

さらにミネアポリス市の文化芸術振興において重要な役割を担っているのが、ミネアポリス芸術委員会(The Minneapolis Arts Commission)である。ミネアポリス芸術委員会は、ミネアポリスにおける芸術を活発にし、文化生活を豊かにする目的で、1974年に設立された。

委員会の目標は、以下のとおり。

- ・ 芸術の発展を促す

- ・ 全ての住民に芸術への参加を促し、正しい認識を深めさせる
- ・ 芸術家と多様な芸術の間の協力と調整を促す
- ・ 芸術への経済的支援を模索する
- ・ 民間・公的機関に先立ち、芸術の提唱者としての役割を果たす
- ・ 芸術関連の事項について、市議会に助言を行う
- ・ 芸術における質の高い基準を求めて努力する
- ・ 可能な限り芸術を表現する

ミネアポリス芸術委員会は、CPED のスタッフと協働し、ミネアポリスにおける芸術開発の目標に向けて努力している。

委員会は、5 人の芸術家、5 人のアートアドミニストレーターに加え、7 人の一般人（芸術、地域、人種等を考慮し選定）の合計 17 名で構成されている。委員会メンバーの任期は 2 年以内となっている。1 年に 2 回パブリックミーティングを行っており、その結果が CPED にフィードバックされている。その内容は、情報公開されており一般に誰でも視聴することができる。

2005 年、10 年間の戦略計画である The Minneapolis Plan for Arts and Culture は、ミネアポリス芸術委員会と CPED の文化担当部により、芸術及び文化支援における包括的な計画として打ち出されたものである。

また CPED は、地域・都市、経済開発全般を担当する部署であるが、ミネアポリス芸術委員会に関する管理をしている。さらに、CPED の中には多くのコミッティが設置されている。

②the Arts and Culture Coordinating Committee(ACCC)

CPED の中に設置されているコミッティの一つに the Arts and Culture Coordinating Committee(ACCC)がある。ACCC は、市関係者 17 名のメンバーが存在している。市の文化芸術担当は 2 名だが、他部門（市のコーディネータ（助役の下）、市長秘書、市議会議員、パブリックアート、公園管理、図書館、歴史保存協会部門等）から 15 名を加え、合計 17 名で ACCC が構成されている。委員会は、2 か月に 1 回、年間 6 回開催されている。

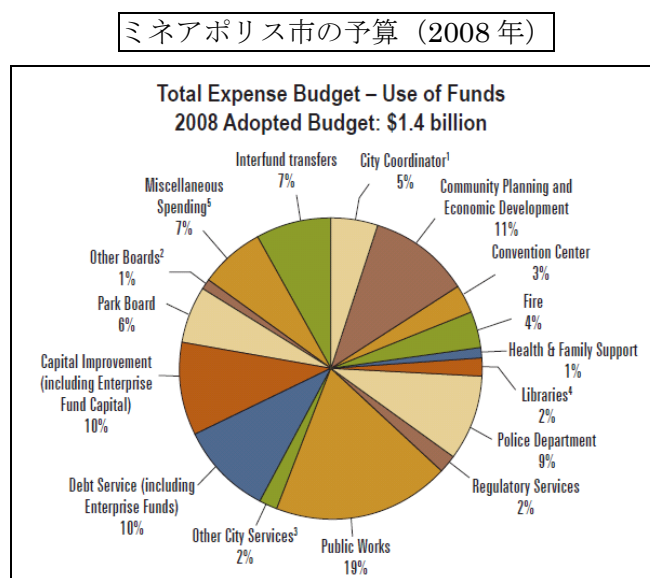
ACCC は、2005 年に承認された計画「The Minneapolis Plan for Arts and Culture」に

ついて、毎年、プログレスレポートとして文化芸術活動の実績をとりまとめて市議会に報告している。A,C

(3) 予算

ミネアポリス市での文化芸術関連予算は、市として十分に用意されていない。米国では企業や個人からの寄付が充実しており、ミネアポリスでは特に大手企業の本社も多く所在していることから企業寄付等がある程度確保されていることが影響している。

2008 年の市の予算総額が 14 億ドル、そのうち文化芸術関連活動の費用が含まれる CPED の予算を見ると 11% (1.5 億円強) である。A



出所：ミネアポリス市 HP

近年、景気低迷により企業献金や個人寄付金が減っていることから芸術団体から市への資金要請が高まっている。その要請に対して、市では地方債の利益から 2%、20 万ドルから 30 万ドルの予算を地方債発行により確保している。さらに、グラントの計画において、小規模団体への 1,000 ドルから 2,000 ドル程度の資金供給を可能にするプログラムを取り入れた。

そして、昨年 11 月の州選挙の時、消費税を 1%上げて、その 8 分の 3 を自然環境保護、水質管理、文化芸術の 3 つに割り当てる条例が議会を通り、7 月から施行される予定となっている。C

また州政府関連予算として、今年7月から売上税が6.5%から7.5%に増税されたが、その一部（およそ5,000万ドル）を文化芸術活動の資金として使用できる見通しとなっている（2010年以降となる見込み）。その他、オバマ政権となったことにより、州税5,000万ドルを郡で分配できるという話もある。

3-2-2 ミネアポリスの文化芸術振興の取組状況

ミネアポリスの取組状況について以下に示す。

(1) 主な文化芸術振興の取組状況

「The Minneapolis Plan for Arts and Culture」の各基本戦略に関する具体的な取組の例は、以下のとおりである。A,C

a) 経済発展の基盤として、芸術・文化を統合・活用する。

- ミネアポリス市では、フィルムとビデオ制作に関する誘致活動を積極的に行っている。特に大手企業の本社が集積していることもあり、撮影許可がとりやすいことや物理的に近いことも含めて本社所在地で撮影することを勧めている。
- 2007年には199件、予算総額で約920万ドルのプロジェクトが許可されている。C
- フォーチュン500*のうち20社が本社所在している。広報予算も十分に構えているので、宣伝広告の撮影等をミネアポリスで行ってもらおう。特に経済不振になってきたときには宣伝広告費を削減することになるので、本社所在地で撮影することはコスト的にも抑えられることができるとともに許認可も得やすくなるメリットがある。

※アメリカ合衆国のビジネス誌であるフォーチュン誌が年1回編集・発行するリストの1つで、全米上位500社がその総収入に基づきランキングされる。

b) 文化的発展を担う頑強なリーダーシップを発展させる

- 都市計画の中で、いかに文化芸術を組み込んでいくかという市としての役目を果たす必要がある。

c) ミネアポリスにおける芸術・文化の資源を増やす

d) 確実な資金提供と方針をつくり、市のパブリック・アート・プログラムを強化する

- 企業献金等が減少してきたこともあり、今年 7 月から売上税が 6.5%から 7.5%になった。そのうち一部の費用を文化芸術予算（歳入）として使用できる見通しである。使用可能になるのはおそらく 2010 年くらいで、予想では 5,000 万ドルになると思われる。ただし、ミネソタ州全体での金額なので、それを郡で分配することになる。
- その他、オバマ政権となり州税 5,000 万ドルを郡で分配し、それが一部使用できる可能性がある。
- 地方債の利益から 2%、20 万ドルから 30 万ドルの予算を地方債発行により確保している。
- グラントを出す計画の中で 1000 ドルから 2000 ドルという小規模団体への資金供給を可能にするプログラムを取り入れた。
- 消費税を 1%上げて、その 8 分の 3 を自然環境保護、水質管理、文化芸術の 3 つに割り当てることとなっていたがそれが議会を通り、7 月から条例として施行される予定となっている。

e) 市の芸術・文化を市民や観光客に広め、ミネアポリスのアイデンティティとする

- 現市長の政策で、2003 年から、6 月から 8 月までの期間をアートフェスティバルと指定し、様々な芸術・文化の紹介を行うこととしている。その予算として 50 万ドルを計上しており、25 万ドルは企業献金、残りは広告や印刷等を無料で行ってもらう（間接的資金提供）。
- この主催により集客力が高まり、その結果、ホテルや飲食などへの経済的効果が得られる。

f) アーティストや文化的組織間の交流を促進する

- 芸術・文化関連組織の資金調達環境が悪化する状況を踏まえ、市では戦略的連携を促進している。
- 地域社会の中でどのような芸術・文化活動があり、企業が何を要求しているかなど情報交換している。

g) ミネアポリスの若者のための芸術・文化教育の機会を保護・強化する

- ミネアポリスには、教育と若者の育成プログラムがいくつかあるが、その一つに「Arts for Academic Achievement」がある。これは、教師、アーティストとのコラボレーションを通じて、芸術・文化教育を子供から高齢者まで行き渡るようにすることが目的の一つである。
- 約 250 のアーティスト及び芸術・文化関連組織と提携し、カリキュラムに芸術・文化を統合するための、能力開発と同業者同士の交流機会を提供している。

(2)文化芸術関連の NPO 団体の活動状況

ミネアポリス市における文化芸術の取組は、市や州、その他関連予算を通じた資金調達により NPO 等の関連団体により行われているのが実情である。

NPO 等団体への資金提供は、ミネアポリス市からの助成に加え、Arts Council を通じた資金提供が行われている。主な助成組織として、ミネアポリス、セントポールを含む、ミネソタ州の 7 つの郡を対象に、地域の文化芸術関連団体に対する資金提供を行っている NPO 法人 Metropolitan Regional Arts Council がある。

また、ミネアポリス市を中心に、アーティストに対する安価な住居やスタジオスペースの提供等、アーティスト活動の支援を行っている団体の一つに NPO 法人 ArtSpace がある。^E

①アーティストの活動の支援を行う NPO 法人 ArtSpace の活動例

NPO 法人 ArtSpace は、ミネアポリス市を中心にアーティストの活動の支援を行っている団体である。^E

a) 事業概要

同組織は、倉庫街などの建物をアーティストが安価で利用できるスタジオを提供することや、市や関連団体が文化芸術施策を進めていく際のコンサルティング等を、ミネアポリス市やミネソタ州に限らず他国を含め広域的に行っているNPOである。



1979年、アーティストがダウントウン（倉庫街）に住んでいたが、家賃の高騰により追い出されることになった。アーティストが住むことで、その地域が健全になり、一般の人が他から移り住むようになったところ、家賃が高騰し、アーティストが追い出されるという結果になった。その時点から、いかにアーティストが持続的に仕事できる場所を用意できるかが課題となってきた。

はじめにセントポール市で、1980年代中ごろから、生活や活動に困っているアーティストを保護する目的で、資金的な支援が始められてきた。資金源はほとんど行政からであった。さらに個人や企業からの献金がはじまった。

行政でも文化芸術が重要だと認識し、専門的な組織と協働していくことが進められてきた。

現在、国内13州で23のプロジェクトを行っている。地域により異なった視点で文化芸術をとらえており、それぞれのニーズに合わせて仕事をしている。

b) 組織体制

スタッフは合計35名（ニューヨーク、ロサンゼルス、シアトルにそれぞれ1名おり、その他32名はミネアポリスの事務所に配置されている）である。うち5名は新規プロジェクトから参加、5名は既存プロジェクトの運営管理、3名はコンサルティング、10名は役員・管理職、その他はミネアポリスの建物の管理運営を行っている。

c) 活動内容

○アーティストの活動空間の提供（活動内容の例：インタビューより）

- ・ クライアントは主に市（市長、秘書、上層部）やアートカウンシル等が主であるが、アーティスト団体やディベロッパーの場合もある。
- ・ 家賃の高騰等によりアーティストが中心部から追い出されてきたことや、市が文化芸術の必要性を認識してきたことが背景となって依頼がきている。
- ・ 多くのプロジェクトはそれぞれのアーティストのリーダーからの依頼により始まっている。
- ・ コンセプトは職住隣接で考えており、連邦政府からの予算も利用している。低所得者向け住宅投資減税プログラム(Low Income Housing Tax Credit: LIHTC)というプログラムを利用している。州政府からの予算もプロジェクトごとに申請している
- ・ ArtSpace は、それぞれのプロジェクトに応じて、適切な予算の組み合わせ（パズルのように）を検討し、利用している。

○市や関連団体が文化芸術施策を進めていく際のコンサルティング等（活動内容の例：インタビューより）

- ・ 海外ではコンサルタントを行っている。ベオグラード（セルビア）、アムステルダム（オランダ）、ロンドン（英国）、サンクトペテルブルク（ロシア）等。内容は、パネルディスカッションに参加し、アメリカのケースを紹介するだけの場合もあれば、ベオグラードやサンクトペテルブルクでは数日間滞在し、一緒に仕事をしたこともある。国によっては、官民協力の形態であるパブリック・プライベート・パートナーシップ (Public Private Partnership: PPP)の方法として、いかに他団体と協力していくかの教育や、現場指導もある（設計から現場管理まで）。
- ・ ベオグラードやサンクトペテルブルクでは、実際に対象となっている建物を見て評価を手伝い、行政とも会ってニーズを聞き、アーティストとも会ってニーズを聞いたうえで、どのような方法が最適かを提案することをしている。
- ・ 急激に社会制度が変わる状況にあり、パニック状態になっているときにアーティストの存在が明確になっていなかった。結果的に彼らの生き場所を作り出すことになった。
- ・ CEC (Citizen Exchange Council) *の Art Link (芸術部門) から依頼があった。海外では中国とロシアと提携する動きがあり、CEC から ArtSpace に依頼があったのがきっかけである。

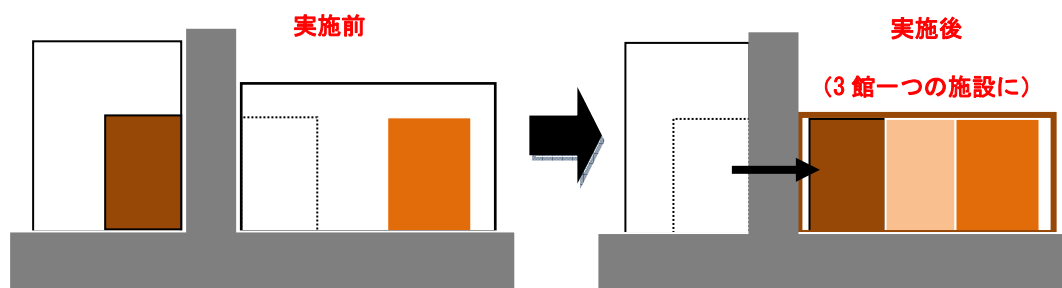
*アメリカやヨーロッパ、ロシア、中央アジア間における芸術家等文化芸術関連の人材交流等を行っている組織

d) 取組事例：劇場プロジェクト（活動内容の例：インタビューより）

- ・ ミネアポリス市は、シューパー劇場という歴史的建造物が立地していたブロック全体を利用して大型ショッピングセンターを建設することを計画していた。
- ・ しかし歴史的建造物なので保護しなければならず、仮に建物を壊して再開発した場合

には、歴史保護団体からの訴訟に対する弁護代等により、500万ドルの負担が必要であった。

- ArtSpaceの提案は、歴史的建造物を隣のブロックに移動し、市が再開発しようとしていたブロックはすべて空き地にする。シューバート劇場は移動先となる隣のブロックに立地している他の芸術関連施設の近くに立地させ、それら2つのビル間を新たな建物でつなぐことにより芸術関連施設を一体的にまとめることができるというものだった。



- ArtSpaceが市に対して企画・提案を行った。その提案では、500万ドルを下回る費用で市の計画が実現できることが見込まれており、ミネアポリス市はその提案を受け入れた。そして同プロジェクトは正式に稼働し始めた。
- ArtSpace自身にとっても、自社内のダンスグループの講演場所を建設することを考えており、市、州、連邦政府からの予算と民間基金等から4100万ドルの資金を確保していた。本プロジェクト実現により、講演場所を確保することができることになった。
- 成功のポイントは、講演場所に対するニーズが存在したこと、そのニーズ自身が多くの人間を動かす力があったからだと言われている。

(3)文化芸術振興の取組による効果

①集客効果、経済効果等の成果

Minnesota Citizens for the Arts と the Forum of Regional Arts Councils of Minnesota により実施された 2005 年（会計年度）におけるミネアポリスの文化芸術関連の NPO への調査結果を以下に示す。^c

Economic Impact Nonprofit Arts and Culture Industry

In the City of Minneapolis, Minnesota(FY2005)

■ Nonprofit Arts and Culture 関連支出：3億2,801万ドル

■ イベント関連支出（イベント参加者による飲食、買い物、宿泊等）：9,467 万ドル

出所：ミネアポリス市（CPED）より提供

(4)政策評価

前述のとおり、CPED の文化芸術担当者 2 名と市のコーディネータ（助役の下）、市町秘書、市議会議員、パブリックアート、公園管理、図書館、歴史保存協会部門等他部門 15 名の合計 17 名で構成される ACCC では、2005 年に承認された計画に対して役所内の関係部門が実行した内容をプロGRESSレポート（活動報告）として作成し、市議会に報告している。^B

プロGRESSレポートは、2006 年から毎年作成されており、以下に 2008 年のプロGRESSレポート（Minneapolis Plan for Arts and Culture 2008 Progress Report）の主な内容を示す。

【参考】2008 年プロGRESSレポートの内容（抜粋）

芸術への資金(Funding for the Arts)

- ・ 2008 年 11 月、ミネソタの有権者は、環境、芸術・文化への資金源をつくりだすための住民投票で、「Clean Water, Land and Legacy Amendment」を可決した。
- ・ 1%の 3/8 の売上税引き上げ(0.375%の引き上げ、6.5%→6.875%)によって、年間 3 億ドルの収益が見込まれる。新たに得られた資金のうち、33%はきれいな水、33%は野生動物の生息環境などに、20%が芸術文化に、残りが公園や道などに当てられる。

情報フォーラム(Informational Forums)

- ・ ミネアポリス芸術委員会は、2008 年 6 月に Minneapolis Institute of Arts で行われた、ツインシティの際立った経済と生活の質を祝うためのミーティングを主催した。

映画、テレビ(ビデオ)製作(Film and Video Production)

- ・ 2008 年、市において、215 件の映画・テレビ（ビデオ）製作に関する許可が認定された。これらのプロジェクトは合計で 1,770 万ドル（58%が映画、31%がコマーシャル、11%がテレビ）であった。

パブリック・アート・プログラム(Public Art Program)

- ・ Art in Public Places (公共の場における芸術) は、パブリックアートを市のサービスや、橋・自転車用道路・ゲートウェイなどの建築プロジェクトに統合することによって、ミネアポリスの生活を豊かなものにした。

プロモーション(Arts Promotion)

- ・ 2008年、エキシビション・プログラム「the Art in the Mayor's Office Visual Art Exhibition Program」にて、絵画と写真の作品を特集した。このプログラムは、地元ビジュアル・アーティストに作品を展示する機会を与えるために企画された。

ミネアポリス・モザイク(Minneapolis MOSAIC)

- ・ 6年目を迎えたミネアポリス MOSAIC は、芸術都市としてミネアポリス市をプロモーションしていくためのマーケティング戦略において、ダンス、映画、文芸作品、音楽、演劇やビジュアル・アート・イベントを行い、多様な文化の機会を示した。

コラボレーション／パートナーシップ(Collaborations/Partnerships)

- ・ Minneapolis Public Schools Arts for Academic Achievement は、ミネアポリス公立図書館とのパートナーシップを継続している。2008年には VIVA City Art Exhibition が中央図書館ギャラリーにて開かれた。

芸術教育(Arts Education)

- ・ Minneapolis Public School は、芸術教育の促進と、全ての学問分野における芸術の統合のため、Ford Foundation から、多額の助成金を受けとった、8つの学区の一つである。学区における 57 校中 43 の学校が、数学、科学、歴史などの科目に芸術を取り込むため、アーティストを教室に招く。

出所：Minneapolis Plan for Arts and Culture 2008 Progress Report

(5) 景気後退による寄附金減少と対応策

企業や個人からの寄附金への依存度が高い文化芸術団体の活動において、景気後退に伴う寄附金の減少による活動への影響は大きい。ミネアポリス市において、団体から市に対する資金への要求は高まる傾向にある現状だが、いかに予算を得るかが大きな課題となっている。

3-2-3 セントポール市の取組例

セントポール市 (Saint Paul) は、ミネアポリスの東に隣接する州第 2 の都市である。人口は 287,151 人 (2000 年国勢調査)。市名は 1841 年に建てられたセントポール大聖堂に由来している。

セントポール市には博物館・美術館が数多く立地している。技術、自然科学、物理学、数学に関する展示物を展示しているミネソタ科学博物館、ミネソタ・アメリカン・アート美術館、ミネソタ交通博物館、ミネソタ子供博物館、シューバート・クラブ楽器博物館、トレーズ歴史文化博物館、ミネソタ歴史センター等が立地している。

セントポール市における文化芸術関連の成功プロジェクトとして、取り上げられるのが「ロウワータウンプロジェクト」である。これは、市中心部より少しだけ外れた地域の倉庫街だったところを芸術家の住まい等を確保するために開発したプロジェクトである。本プロジェクトは (正確にはプロジェクトに伴い設立したロウワータウン公社) は、成功したとの判断により、2 年前に解散した。現状は、すでに市中心部とつながっている立派な住宅街となっており、文化芸術関連施設の建設や文化芸術活動を行っている NPO 団体への資金提供等により、文化芸術が関わる都市整備が着々と進んでいる。

このようにセントポール市は、ロウワータウンプロジェクトという再開発に成功し、現在は文化芸術活動を地道に行っている小規模組織等も意識して、資金援助中心の活動を実施している。

本項では、「草の根的な活動を行っているアーティストへの資金援助」をテーマに掘り下げて見る。

(1)セントポールの文化芸術振興の戦略・体制

①文化芸術振興の内容 ～景観保全から文化芸術活動支援へ～

セントポール市では、20年程前、文化芸術に対する取組は比較的あったが、資金面では大変少なく苦勞していた。当時スタッフは1人で、主にパブリックアートを市の建物にどのように組み込むかということに取り組んでいた。15年前、市のリーダー格の者たちが、州議会に働き掛けて売上税（一般的に、セントポール市の売上税(sales tax)は、ミネソタ州の売上税に従い、セントポール市内のすべての販売に対して課税される）を0.5%引き上げ、その引き上げ金額分の10%を文化芸術に割り当てることで承認された。その時から、単なる景観保全ではなく、経済的效果のある文化芸術という視点にシフトしてきたといえる。

売上税0.5%の引き上げを承認してもらうための運動は、スポーツ競技等行うエクセルエナジーセンターを建設することを目的に行った。その建設にからめて文化の必要性を訴えた結果、市議会にて承認された。

さらに2005年、市では文化芸術における経済効果を試算するための統計調査を行った。同センターでのアイスホッケーゲームへの来場者数が75万人だったのに対して、併設する美術館等文化芸術関連に来場した人が550万人となり、文化芸術による経済効果は大きいという結果が得られた。

現在、ストラテジックプランとして6つの戦略が提示されている。住みやすい都市とすることを基本コンセプトに、①インフラ整備、②経済効果、③パブリックヘルス、④パブリック教育、⑤パブリックセーフティ、⑥セントポール市の心臓としてアート&カルチャーという戦略が挙げられており、その一つとして文化芸術を核に地域発展をしていくことが戦略の一つとして位置付けられている。

その一環として、前述の承認された文化芸術予算をもとに関連団体等への資金援助が行われている。^F

②推進体制

a) 文化芸術関連活動への資金援助体制

セントポール市における文化芸術創造都市関連施策の推進主体は、プランニング・経済開発局(Department of Planning and Economic Development)及び市長室(Office of the

Mayor)の芸術・文化部門(Policy Associate/ Arts & Culture)に所属する2名である。ここでの業務は、売上税0.5%増に伴って得られた文化芸術予算の約150万ドル(年間)をグラント選択方式で芸術団体等に資金提供することである。

グラントに対する申請書の審査方法については、毎年、市の芸術団体等から提案書が来て、その提案をカルチャースターボードと呼ばれる審査会で審査する。審査会のパネルになる人は社会福祉団体や民間企業等から2名程度参加し、市担当2名と合わせて合計4名程度で審査している。F

b) 関連団体との協力・連携体制

文化芸術に関する取組は、市や州、その他関連予算を通じた資金調達によりNPO等の関連団体により行われているのが実情である。

セントポール市からのグラントに加え、Arts Councilを通じた資金提供、その他アーティストに対する安価な住居やスタジオスペースの提供等がある。具体的な活動団体としては、ミネアポリス、セントポールを含む、ミネソタ州の7つの郡を対象に、地域の文化芸術関連団体に対する資金提供を行っているのがNPO法人Metropolitan Regional Arts Councilである。

③予算

前述のとおり、売上税0.5%増に伴って得られた約150万ドル(年間)が文化芸術関連予算として確保されており、これをグラント選択方式で芸術団体等に資金提供している。また、もともと市の予算(2008年 5億8,690万9,466ドル、2009年 6億1,970万5,619ドル)の1%は、パブリックアートとして公共の建物の内外にオブジェや彫刻等をつくる目的に使用されている。F

(2)セントポールの文化芸術振興の取組状況

①セントポール市による文化芸術関連団体に対する資金援助

a) 草の根的な文化芸術活動の支援を強化

文化芸術関連施策の具体的活動内容として、文化芸術関連団体に対する資金提供を行っている。予算の150万ドルはすべてそのグラントで使用されており、セントポール市が自ら活動するための予算は含まれていない。

文化芸術関連団体といっても、大規模な博物館や美術館はそれぞれ資金調達の専門家がついているが、草の根的に活動している芸術家は市に対して援助を強く求めてくる。本プログラムは、これらの草の根的に活動している芸術家等を援助するものである。市が草の根活動に対して援助する理由は、市における文化活動のバイタリティを高め、経済効果を得ることへの期待である。

グラントは以下の3種類用意しており、1年に2回、申請を受けつけている。

- A. キャピタルプロジェクト（新しい建物の建設等）
- B. オルガニゼーション デベロップメント（組織拡大の研究、戦略形成等）
- C. スペシャルプロジェクト（組織がイベント開催する等。集客効果が認められる場合）

当初は、「A. キャピタルプロジェクト」のみだったこともあり予算が全て消化できなかった。そこで上記2種類も追加し、現在では予定予算金額をすべて消化できるようになった。

審査方法については、審査員として9人のボランティア（スターボード）がおり、すべての申請書を読む。申請書の内容確認をするためのガイドラインも用意されており、必要に応じてスターボードメンバーによるチェック項目そのものの見直しも行われている。^F

そして申請者は10分間のインタビューに出席し、その後、パネルが市長に対して推薦状を書く。その推薦状に従い市長が議会に提出するという手続きになっている。

b) 政策評価

資金提供したプロジェクトに関して、カルチャースターボードのメンバーが、プロジェクト終了時に目的通りの成果が得られたか評価している。^F

【参考】Metropolitan Regional Arts Council による資金援助

ミネソタ州は、芸術活動等への資金援助を行っているアーツカウンシル（Art Council）が 11 団体存在している。同州は、80 の郡で構成されているが、11 のアーツカウンシルで 80 郡を分ける形で担当し、芸術活動の支援が行われている。

NPO 法人 Metropolitan Regional Arts Council は、ミネアポリス、セントポールのラムゼイ郡を含めた 7 郡を対象に、地域の文化芸術関連団体に対する資金提供を行っている。

以下に、その活動内容について、インタビュー結果を踏まえた活動の特徴について紹介する。^G

■組織および活動概要

- 州政府からの資金を通して、担当する州内 7 つの郡に対して活動している NPO 組織である。
- 数種類のグラントがあるが、小規模組織に対する芸術に関するグラントが主となっている。
- 芸術活動に関するチケット販売、資金マネジメント等の組織マネジメントに関する援助も行っている。
- クリエイティブシティというコンセプトがあるが、我々はクリエイティブインターセクションという言葉を使用している。
- 本プログラムは、経済効果に限っておらず、芸術活動によりコミュニティ開発に効果があることを主眼としている。
- 社会的弱者グループに対しても、芸術を通じて何かできるのであれば資金支援を行っている。
- 本組織は、1971 年に発足した。芸術に関する議会からの予算を適切に運営することが目的であった。最近では、特に小さな組織に資金提供するという位置づけが強くなっている。

■政府間連携

- セントポール市との関係について、公園管理課とは一緒に仕事をしている。対象とする芸術の範囲は、ほとんどすべての芸術となるがスポーツは直接関係していない。
- ベトナム移民やフィルムフェスティバルに援助したり、地域のアーティストが集まってきて演劇や音楽の発表を行うことがある。
- ミネソタ州には、80の郡がある。さらに州内に11のアーツカウンシル (Art Council;) が存在するが、それぞれのアーツカウンシルが80郡を分けて担当している。
- さらにミネソタ州のとりまとめ役として、ミネソタ州のアーツカウンシルが存在する。本組織は、ミネソタ州から資金を受け付け、11のアーツカウンシルに分配する資金供給源となっている。11のアーツカウンシルは、ミネソタ州アーツカウンシルに対して予算執行と報告責任がある。
- さらに、11のアーツカウンシルが活動内容について相談する上部組織として、フォームズオブリージョナルアーツカウンシルが存在する。

■予算等

- 地域社会の中では、企業基金、個人寄付金が文化芸術において重要な資金源となっている。例えば、3M等大手企業は独自の基金を持っており、文化芸術に使われている。
- アーツカウンシルに対して資金援助を求めてくるのは、大手ではなく小規模な組織が多い。また申請者の中には独自に基金募集運動を行っている組織もある。
- 企業や個人にとっても芸術への寄付は税控除になるので、寄付の促進要因になっている。
- 本組織は、州政府からの資金が中心だが、マックナイト財団から小規模組織に対する資金提供の仲介的な役割も担っている。マックナイト財団の基金は、基本的に大規模組織等向けのものなので、小規模組織に対しては本組織を通して実施している。
- 本組織の予算を得る手順は、まずミネソタシチズンズフォーアート (ロビイスト) が議会への運動を行いミネソタ州全体のアーツカウンシルの予算を獲得する。そして州のアーツカウンシルが11のカウンシルへの配分方法を決め、各カウンシルの予算が決まる。
- 本組織の予算は、110万ドルで80万ドルはグラント、残りは研修や人件費である。人員は5人で3人フルタイム、2人はパートタイムである。
- グラント1件あたり、600ドル~8,000ドルまでの幅があるが、平均4,500ドル程度である。
- その他、オバマ政権では芸術に対する5,000万ドルの予算を用意している。それを各州に振り分け、さらにそれぞれの地域の11のアーツカウンシルに配分される。ミネソタ州では約40万ドルの申請をしたとのこと。本組織は直接的な申請権利はない。

■評価方法

- グラントに対する評価は、①地域全体に資金が行き渡っているか、②目的を達成できたか等効果についてレポート提出してもらうことにより実施する。
- グラント申請には様々な条件がある。具体的には、①質、②挑戦性、③実施能力、④コミュニティ、⑤ダイバーシティ（地域社会への効果）、⑥アクセスである。
- グラントの申請者は組織のみ（個人は受け入れない）。ただし地域の NPO 等と連携して個人が実施することは可能である。
- 審査会は、3 か月に1度実施している。本組織内担当者に加え、地域住民もパネリストとして参加し、パネルディスカッションを行う。
- 4 週間前にパネリストは、基本的な 6 つの評価項目を学ぶ。芸術が単なる芸術ではなく、どのような挑戦を与えるか。新規芸術を実施する場合でも効果があるか等。
- 申請者に対する採択率は半分くらい。どの程度の予算があるかによっても変わる。
- 評価手続きは、①ガイドラインにあっているかの確認、②地域の人も交えたパネルディスカッションの後、評価する。1回の審査会でのレビューは 20 社くらいであるが、4 週間前にはパネルに送付され、パネルは事前に内容を確認している。

3-2-4 出所

A. The Minneapolis Plan for Arts and Culture

<http://www.ci.minneapolis.mn.us/dca/rfp.asp>

B. 2007_ACCC_Report

C. ミネアポリス市 (CPED) インタビュー

D. ミネソタ大学 インタビュー

E. Artspace インタビュー

F. セントポール市 インタビュー

G. Metropolitan Regional Arts Council インタビュー

3-3 ニューヨーク

ニューヨーク市（City of New York）は、アメリカ合衆国ニューヨーク州にある同国最大の都市で、ロンドン、パリ、東京と並ぶ大都市である。

北アメリカ大陸東海岸に位置し、人口は 814 万人（2005 年）であり、アメリカ合衆国で最大の人口を擁する都市である。世界の経済、金融、流行、医学、娯楽、メディア及び文化の中心の一つで、多数の博物館、美術館、劇場、メディアの支部、多国籍企業及び国際金融市場が集積する。

何百もの言語と文化が折り重なり、多くの移民を惹き付けている。人口の約 1/3 が外国人で、アメリカ合衆国国内からもその持つ文化、多様性、生活、世界観およびビジネス・チャンスを求め多くの人が集まっている。



文化芸術に関連する産業の視点から見ると、映画及びテレビ関連産業、文化団体関連産業

（博物館、美術館、音楽ホール等）、商業劇場関連産業、ギャラリー及びオークション関連産業、芸術に関わる観光関連産業など多様な関連産業が集積している。

さらにニューヨーク市では、文化芸術的都市空間の整備も進んでいる状況にある。

近年、マンハッタンの不動産価値が上昇したのに伴い、ブルックリンやクイーンズ地区などの開発が進んでいる。例えば、ブルックリン橋とマンハッタン橋に挟まれたイーストリバー沿いの一角に位置するダンボ地区は、30 年程前まではレンガ造りの倉庫や工場が建ち並ぶ古めかしい製造業地帯だった。数年前に倉庫街を改装してレストランやギャラリーなどが出現するなど、マンハッタンからイーストリバーを超えた地区も含めて文化芸術的都市空間が広がっている。同地区では、倉庫だった建物の外観はそのままとし内部だけ最新の設備を備えた高級マンションに改装するなど、古さと新しさを上手く生かした物件が多いのが特徴である。特にアーティストにも人気があるとされている。

このように、都市ストックの再利用・修復や 都心居住の推進、魅力的な文化・娯楽・観光の推進などを意識した空間整備が進められている。

このようにニューヨークは、多様かつ多くの文化芸術インフラが設置されており、さらには多くのアーティストが活動している、創造性集積型の大都市である。

本項では、創造性集積の象徴ともいえるニューヨーク市において、どのような形で文化

都市政策が実行されているのか、特に「資金援助と施策を支える NPO の存在」をテーマに掘り下げて見る。

3-3-1 ニューヨークの文化芸術振興の戦略・体制

(1)文化戦略の内容 ～資金援助による経済振興と生活の質（QOL）の追及～

ニューヨーク市における文化芸術関連施策の中心は、NPO が運営する市内主要施設や文化関連団体への助成金である。

文化芸術振興への取組については、1960 年代当初は市が所有している建物を保護・管理する体制が整えられた程度だったが、1970 年代から、徐々に認識が変化してきた。文化芸術組織や援助プログラムは市の生活の質（QOL）を改善するためにとっても価値があるという認識が生まれてきた。そのため市が所有していない建物でも、NPO でも市が積極的にサポートしていこうという体制が整ってきた。

市民の生活の質（QOL）を重視する場合は、資金は小さな機関に広く配布する方が市民に対して充実したサービスを提供できるメリットがあるが、大きな文化施設に資金提供すれば海外から観光客が来てホテルや飲食等で費やしてくれる経済的メリットがある。そこで市の文化芸術振興においては、市の経済振興と市民の生活の両方のバランスをいかに保てるかが重要視されるようになった。

現市長（ブルームバーグ氏）は、個人的に文化芸術に関心が高いこともあるが、さらに文化芸術が地域経済に与える影響は大きいと考え、文化芸術をニューヨーク市政における重要課題として位置付けている。経済振興だけでなく生活の質も重要視しており、様々なサイズの組織に対して幅広く資金提供が行われている。特に、NY 市にある 5 つの郡を全体的に高めるとともに、市のアイデンティティを大事にしていこうという意識がある。その意識を象徴する活動例が、2005 年 2 月に 14 日間開催した夫婦 2 人のアーティストによる「ゲーツ」というプロジェクトである。これは、日本の鳥居をイメージしたものであり、セントラルパークにオレンジの布をゲート形式で設置したものである。ニューヨークでのパブリックアートは、ブルームバーグ市長が就任前から希望していたことであり、就任後すぐに取り組みたいと言った。2 月にも関わらず 400 万人もの人が訪れ、世界中の新聞で紹介され、26,800 万ドルの経済効果があったと試算されている。ニューヨークがクリエイティブな都市であることの貴重なメッセージにもなった。^B

(2)推進体制

ニューヨーク市において文化芸術施策を推進しているのは、ニューヨーク市文化局（Department of Cultural Affairs: DCA）である。本組織の人員は合計 60 名（常駐）である。うち 15 名は、芸術機関や学校へ文化・芸術に関する資材などを提供する Material for the Arts に出向している。

また組織間の連携については、毎日電話等で行っている。都市計画課、経済開発課、市長室、公園課等である。

さらに施策を実行していくにあたり重要な役割を担っているのが NPO 組織等の団体活動である。特に、市が建設・所有する建物を NPO 組織が使用する Cultural Institution Group (CIG) 形態が、美術館等多くの文化芸術施設で採用されていることから、NPO 組織と市との関わりの重要性がわかる。B,C

【参考】

- ・ ニューヨーク市の文化局（Department of Cultural Affairs: DCA）が設置されたのは 1976 年。
- ・ 芸術文化への支援は、不況に伴う財政状況の悪化などにより一時低迷していた。
- ・ 1993 年に就任したジュリアーニ前市長は「文化政策こそニューヨーク市の経済振興の一環」という考え方のもと、芸術文化支援に力を注いだ。現在のブルームバーグ市長はそれをさらに拡大。

※市文化局予算は、04-05 年度の 1 億 2,300 万ドルから 08-09 年度には 1 億 5,200 万ドルと増加している。

出所：「ニューヨーク市の文化政策と NPO の役割」青山公三

ニューヨーク都市政策研究所 所長

(3)予算

ニューヨーク市の文化芸術振興戦略の実行において最も重要である関連予算について整理する。

まずニューヨーク市文化局の予算を見ると、04-05年度予算は1億2,300万ドルだったが、08-09年度は1億5,200万ドルと増加している。^A

使用用途については、市が建設・所有する建物を NPO 組織が使用する Cultural Institution Group (CIG) への助成金が 8 割程度と大部分を占め、他に市内文化関連の NPO 団体への資金援助と一部文化局の人件費等管理部門予算となっている (3-3-2 ニューヨークの文化芸術振興の取組状況 (1) ①参照)。

さらに、市内の主要な文化芸術施設の新築、増改築、設備の更新等に使用される文化局の資本投資予算を見ると、04-05年度予算は1億8,400万ドルとなっている。なお、ニューヨーク市へのインタビューによると、資本投資予算は、市が地方債を発行して資本に充当されている。5年間総額で10億ドル程度であり(厳密には10年間予算だが集中して使用する期間として5年とみている)、市の所有施設か否かに関わらず200程度の団体に対して資金提供している。^{B,C}

【参考】

1 : ニューヨーク市関連予算

(04-05年度予算-2004年7月~2005年6月が会計年度)

●ニューヨーク市一般会計総予算 472億ドル (約4兆9,600億円 \$1=105円)

*一般会計472億ドルのうち133億ドル(28%)は州、連邦の補助金

●ニューヨーク市文化局予算 1億2,300万ドル (約129億1,500万円)

(一般会計の0.26% 州・連邦の補助は24万ドルでわずか)

●ニューヨーク市の資本投資総予算 104億ドル (約1兆920億円)

*市の資本投資総予算のうち20億ドル(19%)は州、連邦等の資金)

(Capital Budget: 土地・建物・設備等への投資予算)

●ニューヨーク市文化局の資本投資予算 1億8,400万ドル (約193億2,000万円)

(芸術文化関連の土地・建物・設備等への投資)

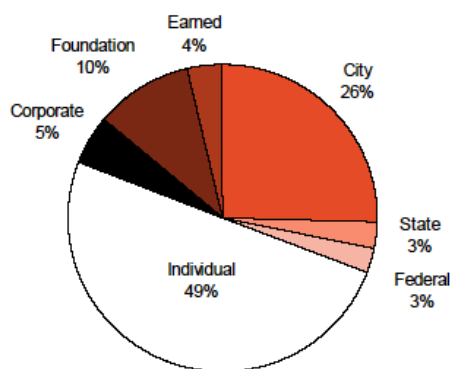
(市全体の1.77% 州・連邦の資本投資補助は150万ドルでわずか)

2 : ニューヨーク市の資本投資総予算

ニューヨーク市における文化関連施設の新築、増改築、設備の更新等、土地・建物・設備への資本投下 (Capital Funding) の 04-05 年度予算 1 億 8,400 万ドルの内訳を見ると、民間個人資金が 49%、市の資本投資は全体の投資額の 26%で、民間資金投入の起爆剤となっている。民間個人資金が多いのは、ノンプロフィット団体への寄付が税控除になるためで、ノンプロフィット団体はこぞって寄付金集めを行っている。寄付金を多く集めるためには、それなりの意義と知名度が必要であり、市も支援しているというお墨付きは一般の寄付を集めるのに大きな効果がある。

Sources of Capital Funds for Cultural Projects, 1997-2002

(文化関連施設の土地・建物・設備への投下資本の源)



Source: Alliance for the Arts and the New York City Office of Management & Budget

出所：「ニューヨーク市の文化政策と NPO の役割」青山公三

ニューヨーク都市政策研究所 所長

3-3-2 ニューヨークの文化芸術振興の取組状況

ニューヨークの取組状況として、(1)主な文化芸術施策の取組状況を概観した上で、(2)文化施設運営上の課題と解決手法、(3)市のブレイン的存在である Alliance for the Arts、(4)活動成果 (Alliance for the Arts の分析結果より)、(5)政策評価について見ていく。

(1)主な文化芸術施策の取組状況

①大規模から小規模までの広範囲にわたる文化芸術関連資金援助

文化局予算の使途について、82%は市が土地、建物を所有し、NPO が運営する市内主要施設 (CIG) への助成金、15%は市内 600 以上の文化関連団体への支援、3%が文化局の人件費を含む管理部門予算となっている。^A

【参考】

ニューヨーク市文化局予算 1 億 2,300 万ドル (04-05 年度) の使い道

●82% (1 億 100 万ドル) は Cultural Institution Group (CIG) への助成金 (CIG: 市が土地、建物を所有し、NPO が運営する市内主要施設)

□助成金は施設のメンテナンス、警備、清掃、水道電気代、教育プログラム、及び管理部門の費用などに使用される。

□ただし、助成金を受けた団体は、その使途について、毎月の報告を求められ、毎年、資金調達状況、プログラムの実施状況等についての報告が必要である。

●15% (1,900 万ドル) は、市内 600 以上の文化関連団体への支援

□1,700 万ドルは 280 の団体への毎年の経常的な助成。例えば Alliance for the Arts とか New York Arts Foundation (NYAF) など、毎年の継続的な活動が認められた団体には、団体の維持に助成される。

□200 万ドルは、Cultural Development Fund による競争原理を取り入れた支援で、市内 500 以上の文化関連団体が申込み可能。支援希望の団体は団体の活動意義などを主張し、審査を受ける。

□ここでいう文化関連団体というのは、①ニューヨーク市内に本拠を置いていること。②ニューヨーク州の法律に基づく法人で、ノンプロフィット団体の資格を得ていること。③芸術文化事業が団体の主要な目的であること。④その芸術文化分野において質の高さが認められていること。⑤財政、経営の能力があること。などが条件となっており、非常に多様な団体が対象となっている。

●3% (370 万ドル) は文化局の人件費を含む管理部門予算

出所: 「ニューヨーク市の文化政策と NPO の役割」 青山公三
ニューヨーク都市政策研究所 所長

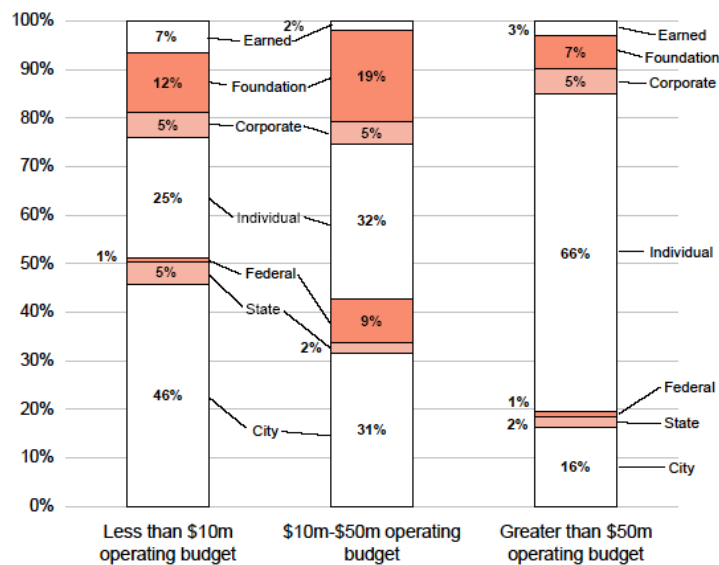
また文化関連組織の規模が大きいほど民間個人の寄付に依存する割合が高い。一方、小さい組織ほど、公的資金や文化関連財団からの助成に依存している。

そのような中、小規模の文化関連団体への資金援助は、市から直接援助するのではなく、リグラントプログラムを活用している。具体的には、5つの郡にあるアーツカウンシルを窓口として資金援助している。資金は、市から各郡のアーツカウンシルに提供され、アーツカウンシルから各組織に小規模金額の供給が行われている。これが地場の草の根的な活動につながっている。c

【参考】

組織の経営規模毎の資本投下資金は、組織の規模が大きいほど民間個人の寄付に依存する割合が高く、小さい組織ほど、公的資金や、文化関連財団からの助成に依存している。

Sources of Capital Funds by Operating Budget Size, 1997-2002



Source: Alliance for the Arts

出所：「ニューヨーク市の文化政策と NPO の役割」 青山公三

ニューヨーク都市政策研究所 所長

2009年3月現在では900以上の団体に対して資金提供を行っている。それは様々な規模のものがあり、大きなところではメトロポリタン美術館から小さいところは名前も知らないような組織への資金提供もある。そのうち880程度のプログラムは、個々の文化芸術への公的アクセスができる前提で資金が認められる。

また、市が建物を所有しているCIGには、市から多額の資金が出る。保守や運用する予算は、内容次第では無制限に助成されている。08-09年予算全体で11,900万ドル（年間）が33のCIGに提供されている。C

なお文化芸術関連施策に関しては、すべて市の予算から捻出しており、他の公的機関から直接的援助は受けていない。C

このように、世界最高水準にある大都市での文化芸術活動は、各郡におけるNPOとの連携のもと、小規模団体にまで資金援助が行われている。

②資金援助に対する要求とその他の取組

このようにNPOが運営する市内主要施設（CIG）や市内文化関連団体への資金援助がニューヨーク市の主要な取組となっているが、その場合、市はコンテンツ部分（アイデア）には一切口出しをしない。重要なことは、NPO等の提案がどのようにしたら公的な意味合いを持てるかを重要視している。

資金援助の判断については、組織の大小にかかわらず、しっかりした役員、パワーのあるスタッフで行われている。判断基準として、創造性や経済的資源を大事にし、ミッションを実現するために行動できること、そのために企画をたてて資金が必要であるということを知りやすく提示してくれることが重要だと考えている。ブルームバーグ市長のもとでは、大小関係なく、成果責任をしっかりと捉えていることが重要であり、その点で価値のあるものであれば良い。B

その他、市の政策として、Percent for the Artsプログラムと、Material for the Artsプログラムがある。A

【参考】

Percent for the Arts プログラムは、市が建設するあらゆる公的施設の建設費の1%を芸術に使うというもので、1982年に法制化された。これまでに200以上の建物において実施され、芸術家達の作品が公的施設の一部として使われている。

Materials for the Arts プログラムは、1978年以来、文化に関わる材料、道具、楽器、衣装等を寄付などによって確保、ストックしておき、多数の芸術／文化機関、公立学校、地域の芸術プログラムに対し、文化芸術活動の実行や拡大に必要なものを提供している。これまでも大きな成果を上げている。

出所：「ニューヨーク市の文化政策とNPOの役割」青山公三

ニューヨーク都市政策研究所 所長

(2)文化施設運営上の課題と解決手法

ニューヨーク市の文化芸術施設の運営は、多くが民間のリーダーシップにより行われている。多くの施設が民間からの寄附金等に依存する状況だが、景気低迷期で民間の資金拠出が慎重になる中、どのように資金調達できるかが大きな課題となっている。

そのような中、ニューヨーク市では、公的助成は不足する資金を補うという目的だけではなく、市が助成することを民間企業に対してアピールすることで企業への信用を高める狙いがある。例えば、ブルックリン美術館が室内、ロビーの改装をした時に市では総費用の一部として約6,400万ドルを提供している。大事なことは、完成させることであるが、市が巨額の資金を供給していることは民間企業にとっても安心感を与えることになり、民間企業からの寄附に大きく影響している。

資金援助以外に、市はプロジェクトを認可して実施を実現するという点で重要な役割を担っていると認識している。^c

(3)市のブレイン的存在である Alliance for the Arts

NPO 法人である、Alliance for the Arts は、ニューヨーク市文化局のシンクタンクの役割も担っているなど、市の活動において不可欠な存在となっている。^D

①Alliance for the Arts の組織概要

Alliance for the Arts (AFA) は、文化芸術に関する研究を行っている NPO 組織である。また、ニューヨーク市文化局 (DCA) の文化芸術活動において、AFA は市と近い位置づけにあり、ブレイン的役割を担っているといえる。

具体的な業務内容は、文化施設の支出内容について分析し、文化施設訪問者によるニューヨーク市内での支出等について調査・分析を行い、経済効果等のレポート (例: arts as an industry – Their Economic Impact on New York city and New York State) を作成している。

AFA で行っている研究の一環には、地域社会と NPO との協業を進めようとする動き (それぞれの組織が有する資源を協力しながら活用していこうという考え方) がある。

AFA が作成するレポートは、市はもちろんのこと、他の組織に対しても公開しているものである。AFA では、自身が資金援助や税控除など税金を活用していることから、少しでも多くの一般の人に活動内容を理解してほしいと考えている。

②ニューヨーク市の文化芸術活動 PR

同組織代表は、市との関係としては、ニューヨーク市の市議会があり、文化予算に関する公聴会において、よく証人として参加している。NPO 組織自身も参加している。市の局長も話をする。

またニューヨークタイムスのビルにて、1年に3回、パブリックミーティングを行っている。そこには様々な NPO も参加している。他にコロンビア大学等でも開催される。

マスコミへのキャンペーンや新聞、ラジオ、さらに代表自身がブログを書いたりしている。例えば、文化に対する国家政策など、多くの人にニューヨーク市等の一般的な文化活動や新しいアイデアを広く伝え、理解してもらう取組を行っている。

～ 文化芸術関連予算確保のために重要なこと ～

(NPO 法人 Alliance for the Arts へのインタビューより)

文化芸術関連予算を確保するためには、文化芸術関連費用に対する社会的・経済的効果をいかにレビューするかという点に加え、関連団体の民間企業からの調達比率等資金調達手段に関する実態把握が重要である。その状況を一般の企業や個人が理解することにより、身近にある文化芸術施設が誰に守られているか、守られなくなったらどうなるか感じてもらい、資金拠出の促進につながると良い。D

(4)活動成果 (Alliance for the Arts の分析結果より)

①集客効果、経済効果等の成果

ニューヨーク市では、芸術産業（映画・テレビ関連産業、博物館・美術館・音楽ホール等文化 NPO 団体関連産業、商業劇場関連産業、ギャラリー・オークション関連産業、芸術に関わる観光関連産業）の構成要素の規模が大きく、またそれが集中しているため、アメリカでもまれな場所であり、世界の都市においてもトップレベルである。ニューヨーク市は、州が恩恵を受けている経済的または税金の利益のほとんどを占め、州における芸術目的の観光の中心地でもある。

Alliance for the Arts によると、2005 年には 212 億ドルの文化芸術関連での経済効果が試算された。内容は、施設の入場料など直接的な収入に加えて、ホテル代や飲食代など間接的効果が含まれている。D

図表 3-3 2005 年ニューヨーク市の芸術産業による効果

経済効果	212 億ドル
発生した雇用	160,300 人
発生した賃金	82 億ドル
ニューヨーク市への税金	9 億 4 百万ドル

出所：Alliance for the Arts

②芸術産業の経済波及効果の推移

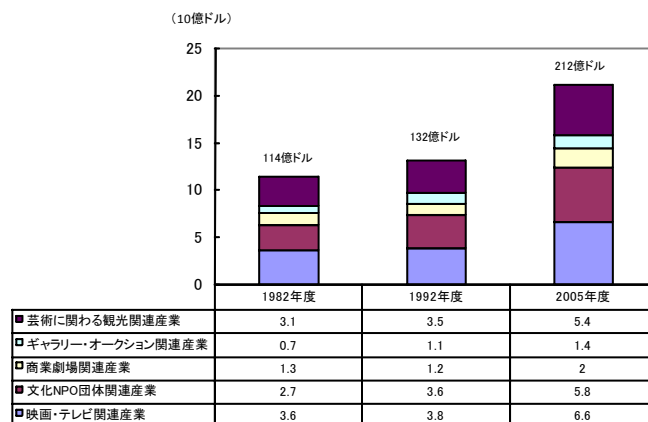
Alliance for the Arts では、芸術産業に関する経済波及効果等について、1982年、1992年、2005年の3年分のデータから変化を分析している。全体では、20年以上の間で芸術産業の経済波及効果が大幅に成長している様子がうかがえる。

1982年の市の芸術による経済波及効果はトータルで114億ドル（2005年のドル価値）と推計された。2005年の芸術による経済波及効果は212億ドルで、20年間で86%の増加となった。関連するすべての芸術関連産業が成長に大きく貢献した。

1982年から1992年まで、芸術産業は適度な成長をみせたが、1992年から2005年までの期間はより顕著な成長がみられた。2001年の9.11による景気後退の影響で、すべての芸術的要素が低下を経験したことを考慮すれば、この成長は注目に値するものである。

それぞれの構成産業分野における変化の状況を見ると、映画・テレビ関連産業は、1982年から1992年まではほとんど成長が見られなかったが、1992年から2005年までに74%成長した。商業劇場関連産業は、1982年から1992年までの大幅な減少を経て、1992年から2005年までに67%成長した。NPO団体関連産業は、1982年から1992年にかけて急成長し、1992年から2005年までにお61%成長した。また、芸術に関わる観光関連産業は、1982年から1992年にわずかに増加し、1992年から2005年までに54%成長した。ギャラリー・オークション関連産業は、1982年から1992年までに、50%と大幅に成長し、1992年から2005年の間に27%成長した。^D

図表 3-4 ニューヨーク市における芸術による経済波及効果の推移
(1982年、1992年、2005年)



出所：Alliance for the Arts

(5)政策評価

前述のとおり、Alliance for the Arts による文化芸術系の産業拡大や経済効果などの試算結果から市を中心とする文化芸術活動が地域経済にどのように影響を及ぼしているか、マクロ的観点から確認できる。

さらに同組織代表は、ニューヨーク市の市議会での文化予算に関する公聴会において、よく証人として参加している。またニューヨークタイムスのビルにて、1年に3回、パブリックミーティングを行っているなど、ニューヨーク市の文化芸術関連施策の正当性について説明に努めている。^D

3-3-3 出所

A. ニューヨーク市の文化政策と NPO 青山公三

B. ニューヨーク市文化部門 HP

<http://www.nyc.gov/html/dcla/html/home/home.shtml#picks>

C. ニューヨーク市文化部門 インタビュー

D. Alliance for the Arts インタビュー

第4章 アジアの文化芸術創造都市

韓国では、都市開発や都市再生に文化芸術を活用する例がみられる。その中でも、韓国政府（文化体育観光部：アジア文化中心都市推進団）と光州広域市が連携して推進している「アジア文化中心都市造成事業」は、文化を成長基盤とする新しい都市開発モデルを構築する事業として注目を浴びている。また、仁川広域市では、経済・観光関連施策を活用しながら、新規文化資源を創出、対外的にPRしている。さらに、ソウル特別市では、「デザイン」をキーコンセプトとして、都市景観・機能を改善するなど、都市全体のリニューアルを行っている。

そこで、アジアの文化芸術創造都市として、光州広域市、仁川広域市、ソウル特別市の取組について、以下に整理する。



4-1 光州広域市

光州広域市は韓半島南西部に位置する都市で、首都ソウルからは高速鉄道で約3時間の距離にある。同市の面積は約500k m²。人口はおよそ140万人で、ソウル、釜山、仁川などに次いで、韓国で6番目の規模の都市である。

同市は、古くから多くの文人や画家を輩出してきた「芸郷（芸術の都市）」、また韓国近代化において、民主化運動などにより大韓民国の歴史的な方向性を牽引してきた「歴史都市」として有名である。近年では、光州ビエンナーレの開催地としても有名であり、市内のアーティストの人数やギャラリーの軒数も、更に増えてきているという。

現在、この光州広域市において、一大国家プロジェクトである「アジア文化センター都市造成事業」が実施されている。同事業は、「アジア文化センター都市造成に関する特別法」に基づき、韓国政府と光州広域市が連携して実施している事業で、文化を成長基盤とする新しい都市開発のモデルを構築する事業として注目を浴びている。

そこで、同市では、「国家プロジェクトによる文化芸術創造都市の形成」をテーマに、同事業の概要、これまでの成果や課題に着目して見ていく。A,D,E

4-1-1 光州広域市の文化芸術都市政策・体制

(1) アジア文化中心都市造成事業

光州広域市では、1995年から実施している「光州ビエンナーレ」の成功をひとつのきっかけとして、2004年より韓国政府（文化体育観光部）との連携の下、「アジア文化中心都市造成事業」を開始した。同事業は、「アジア文化中心都市造成に関する特別法」に基づき実施されているもので、韓国の他の文化関連施策と比しても特殊なものとなっている。

韓国政府は特別法の定めに基づいて、光州広域市に対して、20年間をかけて予算、人材などの支援を行う。事業期間は2004年～2023年で、これを4段階に分けて推進している。現在は、第1段階（基盤造成段階）が終了したところで、既述の特別法や政府側の事業実施組織「アジア文化中心都市推進団」の整備が終了、また大型文化複合施設「国立アジア文化殿堂」の着工、文化または芸術の市民等への普及活動等に入ったところである。

韓国政府(文化体育観光部)のインタビューでは、韓国の各種文化関連施策を展開するコンセプトについて、以下のようなコメントを得ることができた。

韓国政府（文化体育観光部）は、「アーティストの創造性（文化芸術）を国力拡大に活用・成長基盤とする」というコンセプトで各種文化関連施策を展開している。このような文化関連施策の展開時に最も重要となるポイントは「住民参加」、またそのことによるアーティストにとって活動にしやすい環境を創り出すことである。「アジア文化中心都市造成事業」もこのようなコンセプトに基づき実施されている事業のひとつである。

①政策目標

「アジア文化中心都市造成事業」においては、「アジア文化交流都市」、「アジア平和芸術都市」、「未来型文化経済都市」という3つの大きな政策目標が掲げられている。

「アジア文化交流都市」は、多様な文化的価値が存在するアジア地域において、国やジャンルの壁を越えて、アジアの多様な文化が集まり、研究・教育、文化芸術の創造・交流が行われ、アジア地域の生活をより一層豊かにすることを目指すものである。また「アジア平和芸術都市」は、文化芸術を媒介に、自由・平和・社会統合の実現を目指すものである。最後に「未来型文化経済都市」は、文化を成長エンジンとした、高付加価値の経済を実現することを目指すものである。^D

②事業内容

上記のような政策目標を掲げ、アジア文化中心都市造成事業では、大きく、「国立アジア文化殿堂の建設・運営」、「文化的な都市環境作り」、「芸術の振興及び文化・観光産業の育成」、また「文化交流都市のパワー強化」の4つの事業を推進している。D,E

事業	内容
国立アジア文化殿堂の建設・運営	同殿堂は、展示館や劇場、研究施設を備えた、アジア文化中心都市のコア施設。この施設の建設及び運営を行う。
文化的な都市環境作り	文化の持つエネルギーを都市全体に行き渡らせるため「7大文化圏」の整備等を実施する。
芸術の振興及び文化・観光産業の育成	市民等への芸術の振興、またコンテンツ産業の育成などを行う。
文化交流都市のパワー強化	文化・芸術関連の人材育成をする他、他国・地域との文化面でのネットワークなど構築する。

③スケジュール

a) 4つの段階

前述の通り、アジア文化中心都市造成事業は、2004年～2023年の20年間をかけて実施されるものである。同事業の各実施項目は、「基盤造成段階」、「本格推進段階」、「成熟段階」、「定着段階」の4つの段階に分けて実施される。

以下に、「基盤造成段階」、「本格推進段階」、「成熟段階」、「定着段階」の各段階で実施される項目について整理した。E

図表 4-1 アジア文化中心都市造成事業の事業段階

<p>■基盤造成段階（2004～2008年）</p> <ul style="list-style-type: none"> — 文化交流都市造成事業を推進する根拠法の制定及び推進団の構成 — 国立アジア文化殿堂の基本及び実施設計を完了 — 文化交流都市造成基本事業を推進（殿堂運営コンテンツの開発、文化産業の基盤構築、専門人材の養成 など） — 予備総合計画及び法廷総合計画の策定 <p>■本格推進段階（2009～2013年）</p>

- 文化殿堂の開館（2012 年上半期）及び運営（建設事業と共に殿堂運営主体の構成及びプログラム開発の継続推進、文化殿堂運営組織の公式発足及び稼動）
- 7大文化圏造成事業のうち、文化殿堂圏及びアジア文化交流圏を優先造成
- 投資誘致活性化の環境作り
- 文化産業の育成及び文化芸術の振興などのための人的・物流インフラを構築
 - ※文化交流都市造成事業全般に対する第1回中間評価を実施
- 成熟段階（2014～2018年）
 - 文化殿堂運営の活性化及び充実化を図る
 - 7大文化圏事業の拡大
 - 文化・観光産業の成熟及び文化交流の活性化
 - ※文化交流都市造成事業全般に対する第2回中間評価を実施
- 定着段階（2019～2023年）
 - 文化殿堂運営の定着
 - 7大文化圏の造成及び都市リモデリングの完了
 - 文化産業の収益モデルの創出及び成長基盤の確保
 - アジア文化交流都市として定着

b) 現在の進捗状況

現在は、第一段階の「基盤造成段階」が終了し、第二段階の「本格推進段階」に入ったところである。

これまでに、根拠法である「アジア文化中心都市造成に関する特別法」の制定、同事業の推進組織である「アジア文化中心都市推進団」の構成を終え、また、国立アジア文化殿堂の建設に着工している。^{D,F}

c) 課題と解決策

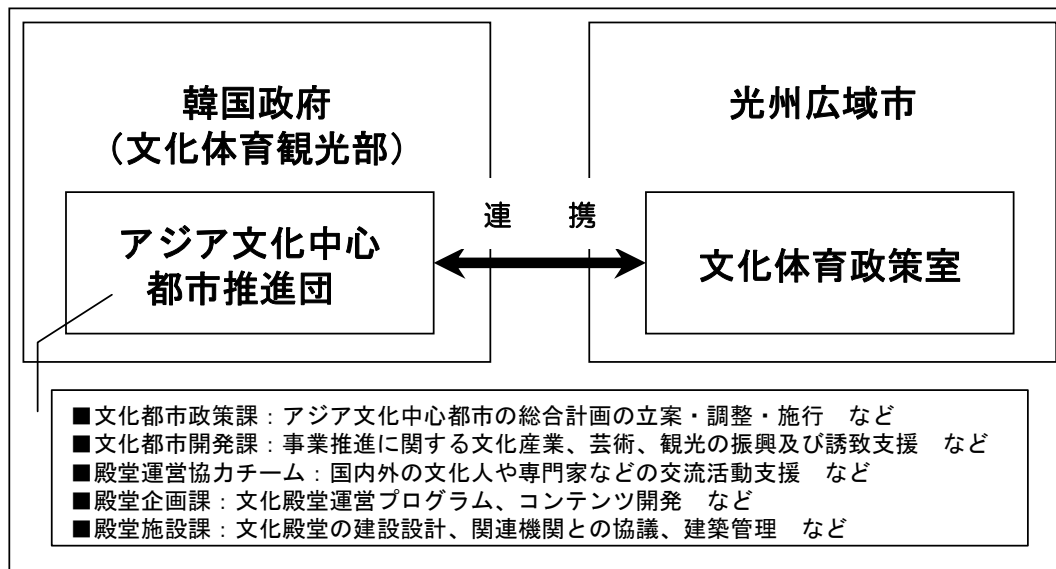
このように、同事業は、20年間という長期間をかけて実施される事業であり、この点について、アジア文化中心都市推進団へのインタビューでは、「政権交代の影響を受けうる」という問題点を伺うことができた。韓国では、大統領制を採っており、任期は5年間である。20年間とい事業期間中には、4回の大統領選挙が実施されることとなる。同事業の計画は計画としてありながら、その時期々の政権の方針に影響を受けることが予想される。実際に、2008年の政権交代の際も、同事業の見直しの議論が起ったという。最終的には、事業の続行が決定したが、今後は、韓国政府や光州市、また関連する企業や芸術家、市民などが一体となって都市づくりに取り組み、政権の方針などに左右されずに、自ら持続性を高めていくことが必要になると思われる。^F

(2)アジア文化センター都市造成事業の体制

①体制

同事業は、韓国政府及び光州広域市の連携のもと、推進されている。F

図表 4-2 文化・芸術都市施策実施体制



韓国政府の文化体育観光部には、同事業を推進するための特別組織として、アジア文化センター都市推進団が設置されている。同推進団の団長を務めるイ・ビョンフン氏は、地方自治体の業務や首都機能移転業務などを経験し、文化政策や都市計画に通じた人材である。また、推進団員も、文化体育観光部内はもとより、国土開発や地方財政を担当する他省庁からも必要な人材を集めて構成されている。

光州市においては、同事業を推進するための特別組織として「文化体育政策室」が置かれている。

同事業は、基本的には光州市によって推進されるものだが、特別法に基づき、韓国政府（アジア文化センター都市推進団）により、予算や人材などの必要な支援が提供される。F

②課題

アジア文化センター都市推進団に対するインタビューにおいては、国が支援をすることで、光州広域市の事業主体としての意識が薄れ、光州広域市が自ら考え、行動することが少なくなる傾向にあるという弊害が生まれているという課題を伺うことができた。

また、現在、他都市からも同様にプロジェクトをやってほしいとの要望が寄せられている。アジア文化センター都市推進団の団長イ・ビョンフン氏は、このことについて、以下のよ

うに述べている。F

今後、文化の持つ創造性が、どの都市や国家にとってもその発展のエネルギーになると考えているものの、本事業は国のモデル事業として行われており、その手法は決して一般的ではないと考えています。本事業を契機として、光州広域市及び他の都市が、自ら文化の持つ創造性に着目して都市を見直し、都市をつくっていくことが期待されます。

(3) 予算

① 予算額

同事業の予算は、全体で約 5 兆 3,000 億ウォンであり、同事業の予算計画については、以下のようになっている。F

図表 4-3 アジア文化中心都市造成事業の予算計画 単位：億ウォン

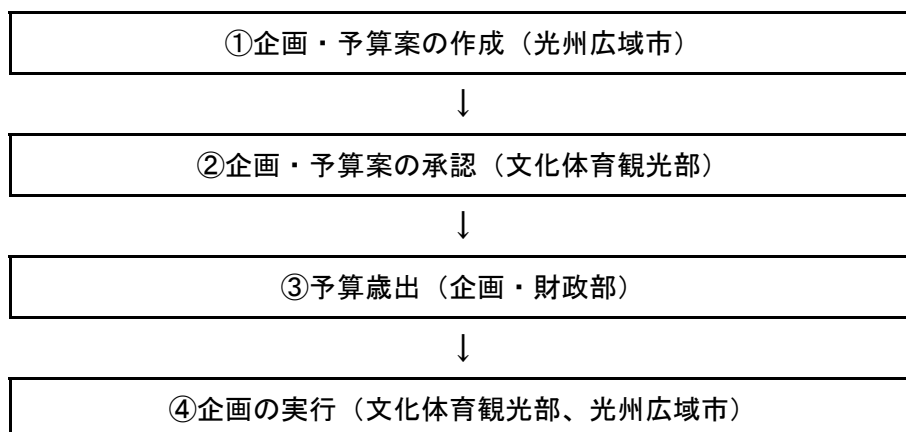
項目	予算合計	国庫	地方予算	民資
合計	52,912	27,679	7,896	17,337
■文化殿堂建立・運営	19,313	14,103	—	5,210
・文化殿堂建立	7,984	7,984	—	—
・文化殿堂運営	10,829	5,619	—	5,210
-民主平和交流院	1,040	810	—	230
-アジア文化情報院	2,212	900	—	1,312
-文化創造院	4,228	1,603	—	2,625
-アジア芸術劇場	1,579	827	—	752
-子供知識文化院	834	543	—	291
-展示資料購入等	936	936	—	—
・文化コンテンツ企画開発	200	200	—	—
・アジア文化開発院設立・運営	300	300	—	—
■文化都市環境造成	20,982	5,392	4,810	10,780
・7大文化圏	15,027	3,532	2,715	8,780
-文化殿堂圏	3,702	1,252	895	1,555
-アジア文化交流圏	2,600	525	630	1,445
-アジア新科学圏	1,130	395	335	400
-アジア伝承文化圏	1,680	175	125	1,380
-文化景観/生態環境保存圏	1,220	465	195	560
-教育文化圏	2,715	245	170	2,300
-視覚メディア文化圏	1,980	475	365	1,140
・文化都市基盤造成	5,955	1,860	2,095	2,000
■芸術振興及び観光産業育成	7,729	4,126	2,481	1,122
・芸術振興	1,146	512	512	122
・文化産業育成	6,023	3,224	1,799	1,000
・観光活性化	560	390	170	—
■文化交流都市強化	4,888	4,058	605	225
・人的資源開発・拡充	613	482	131	—
・市民主体の文化都市造成	540	420	120	—
・国際文化交流及びネットワーク構築	3,385	2,806	354	225
・広報・マーケティング	350	350	—	—

上記の予算は計画値である。実際には、項目・年度毎に、一定の手続きを経て、予算が歳出されることとなる。F

②予算歳出までの流れ

光州広域市が国家予算を得るまでの手続きの流れにつき、以下に図示した。このような流れは、根拠法「アジア文化中心都市造成に関する特別法」に基づき行われる。^{EG}

図表 4-4 予算歳出までの流れ



③市全体の予算に占める割合

光州広域市の、アジア文化中心都市造成事業の予算も含む、文化・観光関連の年間予算は、約1,647億ウォンとなっており、予算全体の約7%を同関連の予算に充てている。7%という数字は他の都市に比して高い数字ではあるが、元々の全体予算が少ないので、金額としては他の都市よりも低い。なお、光州広域市へのインタビューによれば、韓国の地方自治体は、一般的に、文化関連予算の7割を国に依存しているとのことであった。^{EG}

図表 4-5 光州市他の文化・観光関連予算 (2008年度) 単位：億ウォン

都市	全体予算	文化・観光予算 (全体に占める割合)
光州広域市	23,808	1,647 (約7%)
ソウル特別市	149,790	6,052 (約4%)
釜山市	47,814	2,543 (約5%)
仁川市	39,987	1,961 (約5%)

4-1-2 アジア文化センター都市造成事業の具体的取組

ここでは、アジア文化センター都市造成事業の具体的取組について見ていく。

(1) 4つの事業の計画内容

前述のように、アジア文化センター都市造成事業では、大きく、「国立アジア文化殿堂の建設・運営」、「文化的な都市環境作り」、「芸術の振興及び文化・観光産業の育成」、また「文化交流都市のパワー強化」の、4つの事業が計画されている。

同事業は、まだ取組の初段階であり、成果が生まれているというよりも、まず取組を推進している段階だという。光州市へのインタビューによれば、現在成果が出ている部分は、これまでに7回の開催実績をもつ「光州ビエンナーレ」の功績が大きく、アジア文化センター都市造成事業の本格的な成果が生まれるまでは、あと2～3年を要するとのことであった。

それでも、4つの事業のうち「国立アジア文化殿堂の建設」「文化・観光産業の育成」については課題を抱えながらも、成果を生み出すなどの事業の進展がみられる。

以下、4つの事業の計画・取り組み状況を紹介する。D,E

① 国立アジア文化殿堂の建設・運営

国立アジア文化殿堂は、アジア文化の創造エネルギーを光州や韓国、アジア全域に供給・発信、また新たな文化を創造し、世界の文化トレンドを先導する拠点「文化発電所」の役割を担うという。

同施設は、敷地面積約13万㎡で、1980年の5・18民主化運動（光州事件）では市民軍の重要な拠点ともなった元全羅南道の庁舎付近一帯に建設される。

同施設の建設にあたっては、世界各国の既存文化施設の調査・検討を重ねた他、世界各地の文化施設の館長などから構成されるアドバイザー委員会を設けて助言を得ている。



施設の設計については、国際コンペを経て、建築家のウ・ギョンスン氏による「光の森」という作品が採用された。「光の森」は、新しく建設する施設を、既存の地表面よりも低いところに配置。地表部分には、既存の（歴史的）建物の活用や市民公園をつくるなどして、高層建築による都市景観の阻

出所：冊子「夢を種にして咲かせる花 アジア文化交流都市 光州」（アジア文化センター都市推進団）

害などを避けている。

現在既に着工されている国立アジア文化殿堂の施設概要は以下のようになっている。D,E

図表 4-6 国立アジア文化殿堂の施設概要



出所：冊子「夢を種にして咲かせる花 アジア文化交流都市 光州」

上記のように、国立アジア文化殿堂は、いくつかの施設で構成される。以下にそれぞれの施設の内容を図示した。D,E

図表 4-7 国立アジア文化殿堂の施設構成

主要施設名	内部施設	内容
■ 民主平和交流院	民主・人権・平和記念館	民主・人権・平和をテーマとした展示室、資料室、国際会議室などで構成
	アジア文化交流支援センター	韓国内外の訪問客サービスセンター、サイバー殿堂の運営など（アジア文化交流事業を統括）
	経営戦略支援センター	殿堂から生産されるコンテンツ収益事業の総括的管理及び経営戦略の支援
■ アジア文化(情報)交流院	アジア文化研究所	アジア文化の地域別・主題別研究を通じて、文化芸術及び文化産業の源となる資料の提供
	アジア文化支援センター	アジア文化の資源収集・分類・保存及び利用
	アジア文化アカデミー	アジア文化の専門人材の養成及び市民の文化教育

主要施設名	内部施設	内容
■文化創造院	文化コンテンツ企画創作センター	文化コンテンツを企画・創作するための各種支援
	文化コンテンツ制作センター	先端デジタル技術及び設備を利用し、創意的なアイデアをコンテンツ化するように製作支援
	複合展示場	アジアの文化芸術及び文化コンテンツの常設展・企画展の開催及びユビキタス体験館の運営
■アジア芸術劇場	大劇場	アジア公演芸術の製作・実演・流通が同時に行われる常設制作市場概念の空間分割型複合芸術劇場
	中劇場	既存ジャンルの公演を受け入れ、多目的に利用できる舞台固定型劇場
■子供知識文化院	教育文化コンテンツ開発センター	知識の根本原理を審美的な体験を通じて習得させる教育文化コンテンツの企画・開発
	子供博物館	展示と多様な体験活動を通じ、言語・数理・社会・科学・芸術などの根本原理を理解する教科書の中の博物館劇場

②文化的な都市環境作り

アジア文化中心都市造成事業においては、国立アジア文化殿堂で創造されるアジア文化の創造エネルギーを、光州市全体に行き渡らせることを目的とし、「7大文化圏」を整備する。この取組では、下記のような7大文化圏のそれぞれの役割が設定されており、今後、順次、光州市の都市基本計画として推進されることを予定している。

アジア文化中心都市推進団へのインタビューによれば、地域毎に役割を持たせることが、都市の隅々にまで文化が波及することに繋がるとしている。D,E,F

図表 4-8 7大文化圏概要

名称	役割等
①文化殿堂圏	都市のエネルギーが継続的に循環、蓄積、再生産される拠点となる文化圏。アジア文化中心都市としての光州広域市のシンボルとなる空間。
②アジア文化交流圏	アジアの多様な文化が日常的に集積、交流、生産、流通される空間。
③アジア新科学圏	アジア文化が持つ価値を科学的に研究し、実用的な技術として活用する方策を模索する空間。

名称	役割等
④アジア伝承文化圏	アジアの考え方、行動様式と遊び文化の価値体系・原理を継承し、楽しみや価値、経済的収益の追求を通じて、顕在化する空間。
⑤文化景観/生態環境保存圏	生態的に健康な自然環境を保ち、自然との交わりや体験観光を通じて持続可能な暮らしを追求する空間。
⑥教育文化圏	教育文化の価値・哲学が実現される教育特化地域を造成して教育文化を日常化する空間。
⑦視覚メディア文化圏	既存文化芸術と先端メディアの融合による、次世代芸術体験を提供。市民が、創造的な自己表現を見出し、それを表現していく空間。

③芸術の振興及び文化・観光産業の育成

同事業においては、パンソリなどの伝統芸術や光州ビエンナーレなどの、光州市の文化的資源を強化、文化・観光事業に対する支援に特に注力している。また、同事業においては、①音楽、②工芸・デザイン、③ゲーム、④先端映像、⑤エデュテインメント（Education と Entertainment の造語で「遊びを取り入れた教育」の意味）、の5つのコンテンツ産業を「5大コンテンツ事業」と位置づけ、集中的な育成を目指している。

その他、この「芸術の振興及び文化・観光産業の育成」においては、以下のような、文化を成長基盤とする都市開発の根幹部分の事業が実施される。D,E,F

図表 4-9 「芸術の振興及び文化・観光産業の育成」の実施内容

項目	事業・内容
芸術の振興	<ul style="list-style-type: none"> ・アーティスト等による創作活動の活性化 ・伝統文化・地域文化芸術の振興 ・地方文化芸術市場の育成
文化産業の集中育成	<ul style="list-style-type: none"> ・5大コンテンツ事業の育成 ・文化産業支援基盤の構築 ・専門人材の育成・支援 ・文化関連商品のマーケティング強化
投資誘致の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・投資振興地区の指定運営 ・投資振興地区における企業誘致 ・アジア文化産業投資組合の設立

項目	事業・内容
地域観光の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・観光拠点機能の強化 ・観光広報体系の改善 ・観光サービス・インフラの拡充 ・コンベンション産業の活性化支援

上述のように、本事業は、「アジア文化交流都市」、「アジア平和芸術都市」、「未来型文化経済都市」という、3つの大きな政策目標を掲げている。アジア文化中心都市推進団へのインタビューによれば、上記のような政策目標を一言で言うと「文化で食べていける都市を構築すること」。このためには、①都市の歴史や伝統を大事にしつつ、②新しいアイデアや技術を採り入れることで、③産業へと結びつけることが重要だとしている。

現在、同事業による、文化を産業に結びつける取組としては、「光州情報・文化産業振興院」の取組が挙げられる。同組織は、光州市の外郭団体である。2004年からはアジア文化中心都市造成事業と連携して、主に光州市の文化コンテンツ企業の育成に取り組んでいる。

（「光州情報・文化産業振興院」の詳細は「（2）光州情報・文化産業振興院の取組」を参照）

また、国立アジア文化殿堂を構成する施設のひとつ「アジア文化情報院」では、アジア地域の文化資源を収集・分類・保存、アジア文化の地域・テーマ別の研究結果などを活用して、文化産業創出の源泉とすることも予定している。DEF

更に、今後は、集中的な育成を目指している5大コンテンツ産業のうち、「先端映像」の韓国・中国・日本の若手アーティストの育成を開始する予定を立てている他、国立アジア文化殿堂の周辺や7大文化圏などを投資振興地区に指定し、文化観光産業の民間資本誘致による雇用創出や都市経済の活性化を目指すなど、文化を成長基盤とする新しい都市開発のモデル構築に向け、事業を推進している。D,E,F

④文化交流都市のパワー強化

この事業では政策目標のひとつ「アジア文化交流都市」を達成するため、人材を育成・強化し、またアジア文化中心都市造成事業全般への市民参加を促す。そのために、光州広域市の「アジア文化中心都市」としてのブランド価値を高める。また東北アジア、東南アジア、中央アジア、西南アジア、西アジアなどの地域との文化交流活動を実施する。D

同市は、もともと「芸郷」として、また1995年から開催されている「光州ビエンナーレ」の開催地としても有名であり、「文化交流都市」としての素地がある。

(2)光州情報・文化産業振興院の取組

アジア文化中心都市の文化観光産業の育成に関する取組において、重要な役割を担っている、光州情報文化・産業振興院の取組について、以下に紹介する。

a) 組織概要

前述の通り、光州 情報・文化産業振興院は、光州市の外郭団体として、アジア文化中心都市造成事業に協力している組織である。同組織のスタッフ数は、34名で、その内2名は、市から派遣されているスタッフである。市のスタッフは、推進団との事務的な連絡を担当している。推進団と協力して事業を行うようになったのは2004年からで、取組としては、その前から活動を行っていた。

b) 活動内容

同組織は、基本的に、アジア文化中心都市推進団と協力しながら、コンテンツ産業に従事する企業の支援を行っている。同組織が支援するコンテンツ産業の範囲は、アジア文化中心都市造成事業で育成を目指している5大コンテンツ産業（①音楽、②ゲーム、③先端映像、④エデュテインメント、⑤工芸・デザイン）の内、①～④である。※⑤は「光州デザイン振興院」が担当

光州情報文化・産業振興院の支援内容は、主に活動資金の提供、また人材教育に関するサポートも行っている。具体的には、以下の5項目となっている。

- ・ A. 基盤造成（文化コンテンツの集積、5大コンテンツの融合 など）
- ・ B. 研究開発（創作技術の強化 など）
- ・ C. コンテンツ制作支援（IPテレビの商品化及びコンテンツ制作 など）
- ・ D. 投資・誘致（アジア文化資源の活用、商品化、国際ビジネスの構築 など）
- ・ E. 人材育成・雇用創出（それぞれの産業に合致した人材育成 など）

例えば、「E. 人材育成・雇用創出」では、人材教育サポートとして、企業から相談を受けた問題について、その問題の解決等に詳しい人材を、同組織が保有するネットワーク内に見つけ、問題を抱える当該企業に講師として派遣するという支援を行っている。

上記のような活動を通して、光州文化産業振興院は以下のような成果目標を掲げている。

図表 4-10 コンテンツ産業振興の成果目標

年	目標売上高（国内シェア）	目標雇用創出人数（国内シェア）
2008	3,500 億ウォン（1.3%）	3600 人（2.6%）
2015	1 兆 9 千億ウォン（5.0%）	1 万 4 千人（7.0%）
2020	6 兆ウォン（10.0%）	4 万人（15.0%）

c) 活動成果

同組織へのインタビューによれば、これまでの成果としては支援する範囲のコンテンツ産業に従事する企業・人材が増えたことなどであるが、増えた実数などは正確には把握していないとのことであった。

具体的成果の例としては、上記の活動内容の「D. 投資・誘致」の一環として、あるコンテンツ産業に従事する企業が制作したアニメーション映像を韓国の有名ポータルサイトに掲載、スポンサーを見つけるなどの成果を生み出している。

d) 光州広域市の取組に関する意見

光州情報文化・産業振興院へのインタビューでは、光州広域市の取組に関して、以下のようなコメントを頂くことができた。

「文化で食べていける（生活していける）都市」ということに対しては、現段階では、非常に難しいと考えている。

韓国は「文化産業」ということでは後発国だと思っている。韓国政府が力強く文化産業を牽引していくべきではある。しかし、市民としては製造業による経済発展という既存の発展スタイルに憧れを持っているので、文化産業による経済発展という新しい発展スタイルが理解され難い。

光州広域市だけではなく、韓国全体でも、[コンテンツ産業]に対する意識がまだまだ低い。コンテンツ産業に従事する企業の約7割（売上高では約8割）がソウル市に集積しており、残りの約3割（売上高では、約2割）が地方に存在する。このような状況を打開する取組として、収益を出せるコンテンツ産業に従事する企業、若しくは関連する取組を選

別しサポートしている。

(3)今後の取組

アジア文化センター都市推進団へのインタビューでは、アジア文化センター都市造成事業の今後の取組などについてお話を伺うことができた。

①アジア文化センター都市造成事業の成果見込みについて

インタビューによれば、これまでに韓国政府が同事業に使用した金額は、4,900億ウォンとなっている。今後、このプロジェクトが終了する2023年までに、8兆6,000億ウォンの経済効果（生産額）、11万2,000人の雇用創出の事業効果が出る予定とのことであった。また、観光面での経済効果は、2,450億ウォンが見込まれている。

②アジア文化センター都市造成事業の今後の取組について

アジア文化センター都市推進団の団長イ・ビョンファン氏へのインタビューによれば、文化センター都市造成事業に対する市民理解が進んでいないという課題があるという。現在、文化センター都市造成事業は行政や研究者が中心となって事業を推進しているため、一般市民からは事業の成果等が見え難く理解し難い面がある。同事業の成功のためには、市民が参加し、楽しむことが重要である。現在、市場（商店街）の空き店舗を活用したアーティスト・イン・レジデンスのプロジェクトを開始し、週末には多くの親子連れの市民などが訪れるという成果が生まれている。アジア文化センター都市造成事業では、今後も、このような、市民にとって身近で親しみやすい取組に力を入れていく予定である。^{17D,F}

また、韓国・中国・日本の先端映像のクリエイター育成も計画しており、更には、国立アジア文化殿堂の「アジア文化情報院」においては、アジアや世界各国の多様な文化・芸術作品を電子的に保存し、ライブラリーとして公開する計画も立てている。このように、アジア文化センター都市造成事業は、国内のみならず、アジアや世界各国も視野に入れた取組を行っている。イ・ビョンファン氏も、同事業の成果は、韓国だけではなくアジアや世界各国の皆が享受すべきものだとしている。

¹⁷ なお、この取組は、「光州ビエンナーレ」（P178参照）の取組を都市における継続的プロジェクトとする試みであるという。

4-1-3 その他の取組

アジア文化センター都市造成事業以外の取組として、(1) 光州ビエンナーレや、光州広域市において芸術家等の支援をしている (2) 文化・芸術団体連合の取組について概観する。

(1) 光州ビエンナーレの取組

① 組織概要

財団法人光州ビエンナーレは、民間法人として市内の美術・芸術活動の活性化を目的として、1995 年から活動を開始している。光州広域市の職員には美術・芸術の専門家がないことから、市にかわって財団法人光州ビエンナーレが、ビエンナーレの企画・運営・広報等を行っている。^H



光州ビエンナーレの代表者は、代々、光州広域市の市長や政治家などであり、現在は、光州広域市の市長である。また、スタッフ数は、光州ビエンナーレの職員が約 15 名、市職員も約 5 人常駐している。^H

同組織では、これまでに、7 回のビエンナーレを実施している。それぞれの開催年などは以下の通りであり、それぞれのビエンナーレでは、光州ビエンナーレ展示館の他、市内の美術館及び劇場や市場などに作品を展示する。また、2005 年からは [デザインビエンナーレ] も実施している。^H

- 第 1 回 [国境を越えて] (1995 年)
- 第 2 回 [地球の余白] (1997 年)
- 第 3 回 [人+間] (2000 年)
- 第 4 回 [止] (2002 年)
- 第 5 回 [一塵一滴] (2004 年)

第6回 [熱風変奏曲] (2006年)

第7回 [年次報告] (2008年)

② 予算

光州ビエンナーレの予算については、(光州広域市を經由しての)韓国文化省からの資金、また収益事業(ビエンナーレのチケット販売 など)の利益をあてている。年間の予算規模は、現在、80億ウォン程度である。^H

③ 市民への文化・芸術の普及状況

第1回目のビエンナーレ開催時は、好奇心により市民の参加が多かったが、2回目以降、徐々に市民の参加が減少している。これは、主に芸術作品に対する市民からの理解が得にくいことに起因している(ビエンナーレでは、一般市民の理解を得にくいような実験的な作品が展示されることも多い)。

この問題は「①芸術性、②大衆性、のどちらを優先するか」と整理できる。①を優先した場合、芸術性は高まるが、市民の理解を超えた作品の展示により市民の参加を減少させることに繋がる。一方、②を優先させた場合、市民の参加は高まるが、芸術性の深化を達成できない。

第7回光州ビエンナーレでは、芸術作品に対する市民からの理解を促進するため、商店街に芸術作品を展示するという取組を実施した。市民に馴染みのある市場に作品を展示することで、市民と芸術の距離を縮める狙いである。

この取組が市民からの好評を得て、前述のように、現在は、アジア文化中心都市造成事業の一環として、商店街の空き店舗を活用したアーティスト・イン・レジデンスの取組が始まっている。^H

(2)光州芸術文化団体連合の取組

①組織概要

光州芸術文化団体連合は、光州広域市に存在する文化団体（10 団体）の支援を行っている組織である。同組織は、1968 年から活動を始めている。』

同組織に加盟している会員数は、全国では約 150 万人、光州広域市においては約 5300 人である。また、この約 5300 人という数字は、光州広域市に存在する芸術家の総人数と殆ど同義である。但し、学生などとして創作活動をしている人は、この人数には含まれていない。』

②予算

同組織の活動資金については、年間で6億ウォン程度の予算があり、国及び市からの支援、また企業からの協賛金で得ている。光州広域市からの支援は、今年度は、約 4600 万ウォンであった。』

③活動概要

同組織の基本的な活動内容は、他の芸術団体や芸術家が抱える問題を個々に解決していくことである。こういった問題に関しては、可能な限り、自組織内での解決を目指しているが、必要に応じて、国や市に支援を求めることもある。また、光州広域市の市民に対し、文化芸術の普及・啓発も行っている。』

以上のような活動に関する具体例として、以下 2 ケースを紹介する。

■ケース 1

これまで大韓民国の 7 つ地域（全広域市及び済州島）で、毎年、順番に芸術交流展を開催。それぞれの地域が費用を負担していた。

光州芸術文化団体連合は国に働きかけ、一般会計から、同交流展に毎年 3,000 万ウォンの支援を受けられるようにした。来年度からは、毎年、光州広域市で同交流展を開催する。

■ ケース 2

光州広域市では、一部の市民について、距離的、または経済的な理由から、文化芸術に触れる機会を持っていない人が存在する。

光州芸術文化団体連合は、こういった人々に対し、「ラブチケット」という、文化芸術に関する催し物の割引券、または無料券を発行・配布している。

同活動は、市民が文化芸術に触れる機会を提供するだけでなく、催し物への参加者を増やす効果もあり、間接的に芸術家への支援に繋がっている。

4-1-4 出所

- A 光州広域市 ホームページ <http://jpn.gjcity.net/index.jsp>
- B 文化体育観光部 ホームページ <http://www.mct.go.kr/japanese/index.jsp>
- C 光州広域市 紹介パンフレット「先端産業都市 文化首都 光州」
- D をちこち NO.25「大型国家プロジェクトで韓国・光州が生まれ変わる」(国際交流基金)
- E アジア文化中心都市造成事業紹介冊子「アジア文化交流都市 光州 (クァンジュ)」
- F 文化体育観光部 インタビュー
- G 光州広域市 インタビュー
- H 光州ビエンナーレ インタビュー
- I 光州 情報・文化産業振興院 インタビュー
- J 文化・芸術団体連合(光州支部) インタビュー
- K 財団法人 自治体国際化協会 ホームページ <http://www.clair.or.jp/>
- L 中央日報 <http://japanese.joins.com/>
- M 朝鮮日報 <http://www.chosunonline.com/>
- N 熊本県庁ホームページ <http://www.pref.kumamoto.jp/>

4-2 仁川広域市

仁川広域市は、韓半島の中西部に、西海と接する形で位置しており、首都ソウル特別市からは約 30km の距離にある。同市の面積は約 986k m²、韓国全体の面積の約 1% を占める。また、人口は約 275 万人で、ソウル、釜山に次いで、国内 3 番目の規模の都市となっている。A,J

港湾（仁川港）及び国際空港（仁川国際空港）を有する同市は、韓国でも最初に海外に門戸を開いた地域として、朝鮮時代末期から、政治や外交、軍事、また経済的に韓国の近代化の先導的な役割を担ってきた。D

同市は、韓国政府の経済政策のひとつである「経済自由区域」に韓国で最初に指定された都市であり、2003 年に同区域に指定されたことを契機に、市と政府が共同で「仁川経済自由区域 (Incheon Free Economic Zone)」(以下、IFEZ) プロジェクトを推進している。同プロジェクトは、主に外資系企業の誘致を目的に行われており、目的達成に向けて、外国人等の生活環境や文化・観光施設など文化的環境・施設の整備や、都市景観や建物デザインの充実など創造的環境の整備にも力をいれている。J,K,L

さらに、2009 年には、仁川広域市は、韓国政府が全国の広域自治体の中から毎年 1 ヶ所を選定する「地域訪問の年事業」の支援対象地域に選ばれている。仁川広域市では、同事業の支援対象地域に選定されたことを契機として、既存観光資源の PR、また観光客誘致のイベント「仁川グローバル&フェスティバル 2009」を 2009 年 8 月に開催する。I,J

そこで、同市では、IFEZ プロジェクトにおける「都市計画における文化関連資源の活用」、「文化等を活用した観光・集客」をテーマとして掘り下げる。

4-2-1 仁川広域市の創造都市政策の概要

仁川広域市の創造都市政策として、「仁川経済自由区域（Incheon Free Economic Zone : IFEZ）プロジェクト」と「地域訪問の年事業（2009年）」の施策を見ていく。

(1)仁川経済自由区域（Incheon Free Economic Zone）プロジェクト

①仁川経済自由区域（Incheon Free Economic Zone）選定までの流れ

仁川広域市では、1980年代後半より、ソウル市のベッドタウンを目指し、主に市内の人口を増やすことを目的とした都市開発が行われるようになる。1987年頃より、都市開発に向け、市内の埋め立てなどの下準備を開始した。1999年には、コンペにより都市開発の企画を募っている。^F

一方、韓国では、先進国水準の企業経営、生活環境造成を通じて外資系企業や多国籍企業の研究部門や本社等を誘致する「経済自由区域」政策がはじまる。2003年8月、国際空港、国際港湾を備えた仁川市が、経済自由区域法施行後、韓国内で最初に経済自由区域に指定された。^J

この指定を受け、仁川市では東北アジアの物流拠点、国際ビジネス団地、教育機関や住居、さらに観光・レジャーなどの施設などを備えた、国際ビジネスの中心地となるべく、IFEZプロジェクトが推進されることとなる。^J

[参考] 経済自由区域法とは^J

2002年、韓国政府は、韓国経済が日本、中国の狭間に埋もれてしまうのではないかとという危機感から、韓国を北東アジアのビジネスの中心国家とすることを目的とし、法的制限を撤廃・緩和、また各種優遇措置の実施、また支援施設を建設することなどにより、外資系企業を積極的に誘致する方針を固めた。

このような方針をもととし、「経済自由区域法」の法案が検討されたが、各方面からの不満の声もあがった。産業界からは経済自由区域内の外資系企業にのみ優遇措置を講じるのは不公平であり、韓国企業の韓国離れを加速させることになるとの意見、また労働者側からも、外資系企業に対する労働法上の特例などの内容が批判された。

上記のような、意見・批判から法案の通過が危ぶまれたが、経済自由区域指定の条件緩和、また外国籍企業に対する労働法上の特例を一部の専門業種に制限するなどの修正を行

い、2002年11月に「経済自由区域法」が可決・制定された。本法律は「制度改善などにより、先進国水準の企業経営、生活環境造成を通じて外資系企業や多国籍企業の研究部門や本社等を誘致する」ことを目的とし、2003年7月に施行されている。

2003年仁川市が同区域に指定された後、同年には「釜山・慶尚北道」「全羅南道」がそれぞれ指定されている。

②仁川経済自由区域（Incheon Free Economic Zone）の概要

同プロジェクトは、2020年までを事業期間とし、開発面積は6336万坪（209k m²）にもおよび、市内を3つの地域にわけ、それぞれ特徴付けられた開発が進められている。

それぞれの地域の開発概要は、下表のようになっており、特に永宗（ヨンジョン）地域においては、「ミラノデザインシティ」という、デザイン関連展示施設、デザインスクールなどのデザイン関連施設・産業の集積地が整備される予定である。B,K,L

図表 4-11 地域開発概要（予定）

地域	開発面積	開発期間	特徴
永宗（ヨンジョン）	4,184万坪	2002年～2016年	仁川国際空港を有する、IFEZプロジェクトの中心的な地域。物流拠点とともに、広大な土地にデザイン関連産業の集積地を整備する。
松島（ソンド）	1,611万坪	2002年～2020年	IFEZプロジェクトの象徴的な建物「Incheon Tower」が建設される他、外資系企業等の企業活動が行われる地域。
青羅（チョンラ）	541万坪	2004年～2008年	スポーツ・レジャーの中心地。テーマパーク等が建設される他、企業等の研究拠点の整備も行う。

上記 3 地域の位置は以下の通り。

図表 4-12 仁川広域市開発地域



出所：Incheon Free Economic Zone (<http://jp.ifez.go.kr/front.asp>)

③実施体制

a) 推進組織

経済自由区域に指定された都市は、経済自由区域法に基づき、都市開発の推進組織となる「経済自由区域庁」を設立する。仁川市では、経済自由区域の指定を受けた後、IFEZプロジェクトの推進組織である「仁川経済自由区域庁」を設立している。

経済自由区域庁は、市（長）に代わって、外資系企業の誘致に関する手続きなど、プロジェクトを迅速に遂行するために事務手続きを代行することができる。

現在、仁川経済自由区域庁には、約 500 人の市職員が勤務している。外国語能力を含めて高い技術と専門性を備えた従業員を確保し、経済自由区域庁に配置している。なお、仁川市では、このように専門的知識が必要とされる経済自由区域庁の職員については、市の条例により、給料に加えて特別手当が与えられること、また投資誘致の実績・貢献に鑑みて、予算の範囲内で報奨金を支払うことができると定めている。J,K,L

b) 課題

上記のように、IFEZ プロジェクトは、経済自由区域法に基づき「仁川経済自由区域庁」が主体的に推進する事業であるが、都市開発計画の承認、また計画変更の承認などは、韓国政府の知識経済部が行うなど、決定権の部分は韓国政府が握っている。

仁川広域市へのインタビューでは、このような政府の関与により事業の迅速な推進に支障が生じることから、仁川広域市に都市開発の権限（決定権）を全て渡すように交渉中であるとの話を伺うことができた。同市によると、韓国政府としては、仁川広域市は港湾や国際空港を有する重要な都市であることから、IFEZ プロジェクトにおいて関係を絶つことはしたくないようである。^{E,J}

■経済自由区域法の抜粋（要約） [第 6 条（経済自由区域開発計画の変更）]

知識経済部長官は、経済自由区域開発計画の変更の要請を受けた場合には、特別な事由がある場合を除き、変更の要請を受けた日から 3 ヶ月以内に、経済自由区域開発計画の変更の可否を市・道知事又は開発事業施行者に通知しなければならない。

④ 予算

IFEZ プロジェクトの事業期間は 2003～2020 年となっている。この期間に政府及び仁川市が投入する事業費は約 40 兆ウォンとなっており、主にインフラ設備（道路や上・下水道等）に充てられる。

この他、仁川広域市（仁川経済自由区域庁）では、独自に、債券の発行や投資家からの出資などを通じて開発資金を集めている。

土地開発や建物の建設は、民間の不動産投資・開発事業者が担当し、費用も当該事業者が負担することとなる。例えば、コンベンションセンターである松島コンベンシアは「The Gale Company」と「ポスコ」の合弁会社である「NSIC（松島国際都市開発有限会社）」が、また国際ビジネスのランドマークを目指す 151 階建の松島ランドマークシティは「Portman コンソーシアム」（Portman Holdings、三星物産、現代建設 など）がそれぞれ開発を進めている。^{J,K,L}

(2)文化・観光・スポーツ関連施策

①概要

仁川市では、「世界に羽ばたく文化都市」という市政方針のもと、文化・観光・スポーツ基盤関連施策の拡充を実施している。

文化面では、主に、文化遺産、無形文化財を発掘、伝統文化と現代文化芸術の調和を図り、国際的なイベントの実施などを通じて、仁川市の文化・芸術が世界へ広がるような文化芸術都市としての発展を目指している。また、スポーツ面では、国際水準のスポーツ施設の拡充、アジア競技大会の誘致、都市間のスポーツ交流などを通じて、仁川市を国際スポーツのメッカとすることを目指している。更に、観光面では、仁川市に存在する約 150 の島々や干潟などの天然観光資源を活用、また観光サービス業の質的レベルの強化により、観光需要の創出を目指している。

なお、現在は、観光面の取組が活性化している。韓国政府は、全国の広域自治体の中から毎年 1 ヶ所を選定する「地域訪問の年事業」を行っており、2009 年は「仁川訪問の年」となっている。そこで、仁川市では、既存文化・観光資源や IFEZ プロジェクトにて整備予定の文化・観光資源の広報活動を積極的に展開している。さらに、「仁川グローバルフェア&フェスティバル 2009」を開催予定である。同企画は、2009 年 8 月 7 日～10 月 25 日の 80 日間にも及ぶ催し物となっており、観覧者（観光客）の想定は 700 万人となっている。^{1,2}

[参考]「地域訪問の年事業」とは³

「地域訪問の年」事業は、2004 年から韓国政府が実施している事業である。同事業は、全国の広域自治体の中から毎年 1 ヶ所を選定し、当該地域の地域観光の競争力向上を図るもの。2004 年の江原道をはじめとして、2005 年には京畿道、2006 年は済州特別自治道、2007 年は慶尚北道、2008 年は全羅南道・光州広域市が選定されている。そして、2009 年は、仁川広域市が同事業の対象地域に選定されている。

2007 年の慶尚北道では、古都・慶州（キョンジュ）の新羅時代の遺跡、また安東（アンドン）の両班（ヤンバン：高麗・朝鮮時代の官僚組織、特権身分階級）や仮面フェスティバルなどの文化・観光資源を活用することで、前年から 1,200 万人増の 8,000 万人の観光客誘致に成功している。

②実施体制

仁川市の文化・スポーツ・観光の取組は、同市の文化観光体育局（文化芸術課・観光振興課・体育振興課）が担っている。

また、「仁川グローバルフェア&フェスティバル 2009」の主催者は仁川広域市であり、後援には、教育科学技術部、外交通商部、行政安全部、環境部、知識經濟部、文化体育観光部などの韓国政府機関が名を連ねている。また、地域訪問の年事業においては、韓国政府の観光部門を担当する文化体育観光部が各都市に対してアドバイスなどのサポートを行う。なお、IFEZ プロジェクトの都市開発にも参加しているポスコ社が公式スポンサーとなっている。』

③予算

仁川市の文化・スポーツ・観光分野の1年間の予算は、おおよそ1960億ウォン程度である。これは、同市全体の予算の約5%にあたる。H

図表 4-13 都市別 文化・観光関連の予算額（2008年度）（単位：ウォン）

都市	全体予算	文化・観光予算（全体に占める割合）
仁川広域市	3,998,677,560,000	196,121,244,000 （約5%）
光州広域市	2,380,765,927,000	164,726,438,000（約7%）
ソウル特別市	14,979,000,000,000	605,178,018,000（約4%）
釜山市	4,781,366,815,000	254,273,663,000（約5%）

また、地域訪問の年に選定された都市には、観光振興開発基金から事業費20億ウォンが支援される。

なお、観光振興開発基金は、1972年に制定された観光振興開発基金法を根拠として設立された基金であり、各種観光施設の建設・改修、観光交通手段の確保・改修等のほか、観光政策に関する調査・研究を行う法人などの補助金としても利用されるものである。』

図表 4-14 観光振興基金の収入及び支出 (単位 : 100 万ウォン)

区分	項目	2004 年	2005 年	2006 年
収入	基金計	472,945	536,539	580,805
支出	観光施設建設	109,089	59,559	62,644
	観光施設改・補修	49,366	97,642	69,084
	観光振興事業	42,257	49,874	66,642
	観光事業体運営	18,385	30,009	32,060
	観光客誘致支援	75,113	78,400	70,057
	観光振興支援	16,356	16,317	10,026
	観光研究機関支援	5,637	6,510	6,291
	韓国観光公社支援	0	54,284	55,591
	基金管理費	38	486	551
	資金運用	156,704	143,458	207,858
	計	472,945	536,539	580,805

4-2-2 仁川市の創造都市政策の取組状況

ここでは、(1) 仁川経済自由区域 (IFEZ) プロジェクト、(2) 文化・観光・スポーツ関連施策の取組状況、それぞれの具体的な取組内容について見ていく。

また、その他、仁川市の(3) 文化芸術活動への支援や、(4) 文化施設や文化拠点の集積状況についても概観する。

(1) 仁川経済自由区域 (IFEZ) プロジェクトの取組状況

前述の通り、IFEZ プロジェクトにおいては、仁川市を3つの地域(永宗(ヨンジョン)、松島(ソンド)、青羅(チョンラ))に分けて都市開発を実施しており、特に永宗(ヨンジョン)ではデザイン関連施設・産業の整備が、松島(ソンド)では観光関連施設や文化空間・施設の整備が計画されている。LJ,K,L

① 施設・空間の整備状況

a) デザイン関連施設・産業集積区域の整備

永宗(ヨンジョン)地域においては、イタリアのミラノ市と共同で「ミラノデザインシティ」が整備される。ミラノデザインシティには、展示館トリエンナーレ、レオナルド・ダ・ビンチ科学博物館、フィエラ・ミラノ展示場、ベルディ音楽院など、ミラノ市にあるデザイン等に関する施設が、順次誘致され、建設される。

このうち、「トリエンナーレ仁川」は、先頭をきって2009年4月に着工されている。同展示館は、ミラノにあるトリエンナーレのように、産業・モダンアートのデザイン作品を展示するものとなる。今年の9月にオープンを予定しており、展示館オープンの記念として、イタリアのデザインミュージアム、またレオナルド・ダ・ビンチ科学技術博物館が所蔵する作品群が展示される予定となっている。K,L

b) 観光関連施設の整備

松島(ソンド)地域においては、観光関連の様々な施設・空間が整備される予定となっており、その中には、将来の仁川市のシンボルともなるランドマークの整備も予定されている。

そのひとつが、151階建ての超高層ビル「仁川タワー」であり、2008年6月に起工式が実施された。同市では、このタワーについて、2014年に開催される「仁川アジア競技大会」前の竣工を目指しており、建設工事は、建設予定地の埋め立てと同時並行的に進められている。同タワーは、企業の連合体である「ポートマンコンソーシム（ポートマン・ホールディングス、サムスン物産、現代建設等が参加）」が約3兆ウォンをかけて建設する。



また、同地域では、建物面積 54,144 m²のコンベンションセンター「松島コンベンシア」、同地域から仁川国際空港がある永宗（ヨンジョン）地域へは、「仁川大橋」という全長約18kmにもなる橋がかかる予定となっており、それぞれ非常に大規模な建物であることから、仁川市は観光資源として観光客への訴求を行っている。K.L

c) 文化空間・施設の整備

松島（ソンド）地域には、約40万m²の公園「中央公園」が整備される。同公園は、仁川市でも都心に作られ、誰もが一息つける空間となる。公園内には人工水路、水路上には水上タクシーが運行する。また、生涯学習センターや博物館なども建設される予定となっている。同公園は、松島国際都市開発有限会社により、約2,100億ウォンをかけて開発される。また、同地域では、「ゴルフの帝王」ともよばれるジャック・ニクラウスが監修した「ジャック・ニクラウス・ゴルフ場」が整備される。同ゴルフ場は既に仕上げの作業に入っており、「仁川グローバル&フェスティバル2009」では、内部が公開されることとなっている。同ゴルフ場についても、松島国際都市開発有限会社により、約3800億ウォンをかけて建設される。K.L

②施設・空間整備の工夫点

a) マニュアルの整備

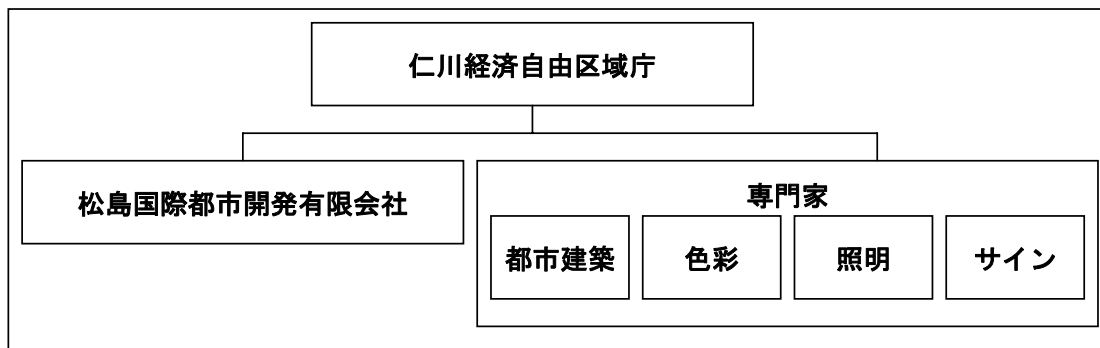
仁川市では、このような施設を建設する際には、都市全体のイメージを考慮しながら、「大観小察」という言葉を意識し、大きくみても（都市全体をみても）、小さくみても（建物や建物の細部等をも）、きれいで整った都市の整備を目指している。

これに関連する取組として、看板・広告類の作成・設置マニュアルが挙げられる。同市では、このようなマニュアルを作成し、地域住民（店舗主）に配布、都市全体として整った看板や広告を作成・設置する取組を実施している。地域住民からは、このような看板類を整備することが個別店舗の売上に直結するという理解が進んでいるという。なお、同市では、都市景観を重視するという点において、横浜市の取組を参考にしている。^F

b) 協議会の開催

同プロジェクトでは、都市景観を管理する「景観協議体」が組織されている。同協議体は、仁川経済自由区域庁を中心として、仁川市の都市開発の主な施工者である「松島国際都市開発有限会社」、また、国際的な専門家や都市建築、色彩、夜間照明などの専門会社等によって構成されている組織である。なお、松島国際都市開発有限会社は、米国の不動産投資会社ゲールインターナショナル社及び韓国のポスコ建設が資金を出し合って設立した会社である。^B

図表 4-15 景観協議体構成図



上記のような景観協議体により、建物ができるまでの各段階において、事前景観協議が実施される。事前景観協議は、公共施設のデザイン、色彩、広告物、美術装飾品などの個別事項を仁川広域市の全体のイメージと併せて検討する。各専門分野別に約 100 名の国内最高水準の専門家を構成、仁川経済自由区域だけの景観を創り出している。^B

c) 容積率に関する規制緩和

仁川広域市へのインタビューによれば、IFEZ プロジェクトでは、民間組織が、市内に文化・芸術関連の施設を建設しようとするれば、容積率に関する規制を緩和するという特典

を付与している。ただし、現在までに、同分野の施設を建てるという提案は挙がっていないという。F

(2)文化・観光・スポーツ関連施策の取組状況

現在、仁川広域市では「地域訪問の年事業」により、観光関連施策の取組が活性化している。この取組として、①同市がこれまでに蓄積してきた既存の文化資源を活用した取組、②IFEZ プロジェクトにおける文化・観光関連資源の活用、さらに、観光客誘致のイベント③「仁川グローバルフェア&フェスティバル 2009」の開催により、観光活動を行っている。I

①既存の文化資源の活用

仁川市では、これまでに多数の文化・観光資源を蓄積してきている。同市では、以下のような既存の文化・観光資源を、仁川訪問の年に合わせ、対外的にPRしている。I

図表 4-16 「仁川訪問の年」にPRする仁川の文化・観光資源例

チャイナタウン	仁川市中区にあるチャイナタウンは、1883年に仁川港が開港して以来、中国人居住地域として歴史と文化を維持してきた。約500人の華僑が居住し、中国との貿易の再開以来、価値が見直され、観光地としての重要性も高まっている。
ドルメン文化祭り	ユネスコ世界文化遺産に指定されているドルメンの遺跡が多い江華郡で開催される祭り。5日間の祭り期間中は、観光客が原始生活と農耕文化を体験することができる。(なお、「ドルメン」とは、基礎となる石で埋葬地を囲うように並べ、その上に巨大な天井石を置く形態をとる巨石墓の一種のこと)
仁川海祭り	仁川市の代表的な祭りのひとつ。港湾都市である仁川の象徴である海をテーマにした祭りで、毎年8月に開催される。マリンスポーツ体験、花火大会や砂の彫刻などのコンテンツ内容で実施される。
仁川ペンタポートロック・フェスティバル	国内最長公演、最大キャンプ場運営など、国内でも有数のロック・フェスティバル。

②新規資源の活用

仁川市では、IFEZ プロジェクトで整備している文化・観光施設等を、仁川訪問の年に合わせ、対外的にPRしている。具体的には「松島コンベンシア」や「仁川大橋」などの大規模なランドマーク施設、またレジャー施設の「ジャック・ニクラウス・ゴルフ場」などをPRしている。¹

※IFEZ プロジェクトで整備する文化・観光資源は「(1)仁川経済自由区域 (IFEZ) プロジェクトの取組状況」を参照

③「仁川グローバルフェア&フェスティバル 2009」の開催

仁川広域市では、「仁川訪問の年（地域訪問の年事業）」の中核イベントとして、2009年8月7日～10月25日の80日間にわたり「仁川グローバルフェア&フェスティバル2009」を開催する。¹

図表 4-17 仁川グローバルフェア&フェスティバ 2009 概要

公式名称	Global Fair & Festival 2009 Incheon, Korea (2009 仁川世界都市祝典)
期間	2009年8月7日～10月25日(80日間)
場所	松島国際都市一帯、セントラルパーク、松島コンベンシア、その他仁川全域
テーマ	輝く未来 (Lightening Tomorrow)
主催	仁川広域市
主管	(財) 仁川世界都市祝典組織委員会

同フェスティバルは、国内外の観光客の誘致を目指すものであるが、同時に、IFEZ プロジェクトの広報、伴って外資系企業の誘致、投資家へのPRも目的とする都市セールスの側面もある。

このような目的を持ちながら、同フェスティバルの会期中は、「文化芸術」、「都市開発」、「観光レジャー」、「環境エネルギー」、「先端技術」の5分野において、多数の展示や国際会議、またイベントが展開される。¹

以下の様な展示・イベント等が行われる。¹

図表 4-18 仁川グローバルフェア&フェスティバル 2009 の主なイベント

都市計画館（展示：都市開発分野）	IFEZ プロジェクトなどの仁川広域市の都市計画に関する展示を行う。
仁川国際楽器展示展（展示：文化芸術分野）	大衆的な楽器、古楽器などを展示し、子供たちに教育の機会を提供、また楽器生産者とユーザーを結ぶことで国内楽器産業の活性化に寄与する。
世界文化の街（展示：文化芸術分野）	世界の都市の様々な文化体験ができる楽しみと学びの文化空間を提供。
アジア太平洋地域総会（国際会議：環境エネルギー分野）	仁川のビジョンをアジア太平洋地域の各国に広く知らせ、仁川を国際都市として位置づける、アジア太平洋地域の 12 ヶ国 2,000 余名によるアジア太平洋地域の造景学術発表及び実務情報交流の場。
仁川大橋開通記念・国際マラソン大会（イベント：観光レジャー分野）	世界 5 位の長さを誇る仁川大橋の竣工を記念して、マラソン大会を開催する。仁川大橋への関心度を高めると共に、「仁川グローバルフェア&フェスティバル 2009」の本会場への集客誘導を図る。

(3)市と民間組織との連携による文化芸術活動への支援

IFEZ プロジェクトや「仁川訪問の年」といった取組とは別に、仁川市では文化芸術活動への支援活動が行われている。ここでは、市の文化芸術活動への支援活動について紹介する。

①支援体制

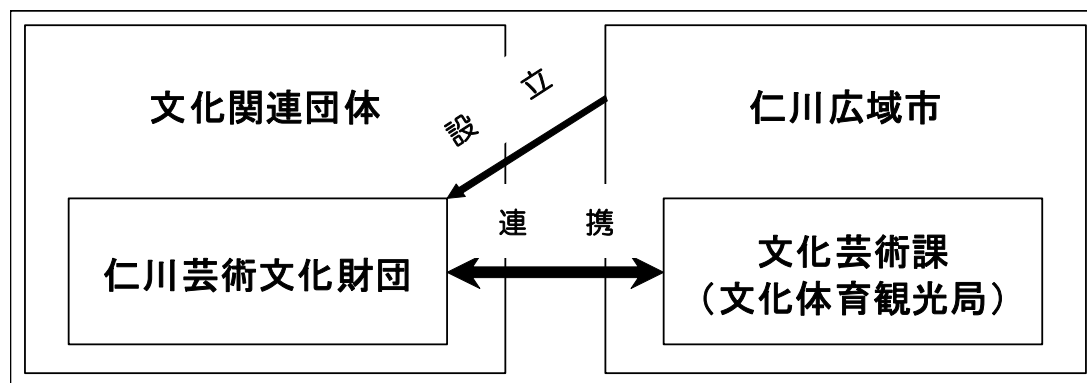
仁川市は、文化遺産、無形文化財を発掘、伝統文化と現代文化芸術の調和を図り、国際的なイベントの実施などを通じて、仁川市の文化・芸術が世界へ広がるような文化芸術都市としての発展を目指している。

このような各活動の一環として、仁川市の「文化芸術課（文化体育観光局）」は、民間団体である「仁川芸術文化財団」と連携して、一部の文化芸術関連施策を推進している。^E

仁川芸術文化財団は、仁川市側に文化・芸術の専門家が存在しないため、市の出資により 2004 年に設立された文化・芸術専門の非営利公益法人である。スタッフ数は約 50 人、主に文化・芸術方面の専門家により構成され、文化事業を通じて地域の文化芸術を活性化し、仁川広域市が国際水準の文化都市へと成長する事を目的とする組織である。^{CG}

同財団と連携して行われる事業に関しては、同財団が事業の企画・実施を担当、市（文化芸術課）が企画の承認など行う。^G

図表 4-19 文化芸術振興の体制



②予算

仁川芸術文化財団へのインタビューによれば、同財団は活動資金を、仁川市や政府からの支援、また同財団が保有する約 500 億ウォンの基金の利子収入などにより得ている。これらをあわせ、同財団の年間総予算は、約 100 億ウォンとなっている。^G

③取組内容

同財団の支援・取組の観点には、「芸術家とその創作活動を継続して実施していける」こと

である。文化・芸術施設を建設し、その中で実施されるプログラムを企画、芸術家・アーティストが活躍できる場を創出するという流れが基本となる。G

取組としては、現在、市内の港近くに「Art Platform」という芸術関連施設を建設中である。同施設は、近代建築物が立ち並ぶ地域の赤レンガの倉庫を活用し、市内の芸術家・アーティストが集り、展覧会などの、活動できる場を提供するものである。G



また、「公共美術プロジェクト」として、小学校の校門を、それぞれの学校の生徒の提案を受けて、個性的な校門に作り変えるといった活動も実施している。

その他、以下のような取組を行っている。

図表 4-20 仁川芸術文化財団の取組

文化芸術支援事業	公演、展示、出版等の創作活動に対する財政支援を行っている。
仁川・愛のチケット支援	貧困層、障害者等、社会的弱者に公演料金の一部を補助する事で、より多くの文化芸術に触れる機会を提供している。
文化芸術教育	仁川の小中学校の生徒に芸術創作教育を行い、文化市民を育成している。
仁川美術銀行	優れた美術作品を購入し、多くの市民が楽しめる場所に貸与している。
又玄賞授賞	仁川で生まれた韓国初の美学・美術史学者又玄・高裕燮(1905～1944)を称えるべく設置され、美学・美術史研究分野の優れた学者に又玄学術賞を、仁川の優れた芸術家に又玄芸術賞を毎年各1名に授与している。
海外文化芸術探訪	市民及び芸術家が海外の優れた文化芸術活動を見学する機会の支援を行っている。
永宗図書館、寿鳳図書館、栗木図書館の運営	地域住民の生涯教育と文化生活への知識情報を提供している。

(4)文化施設や文化拠点の集積状況

仁川広域市には、市民の要望の応えるため、以下のような、地域文化を創出するための文化空間（施設）が存在する。D

図表 4-21 仁川市の主な文化等施設

施設名	概要
仁川市立博物館	仁川博物館は、1946年4月に開館した韓国初の公立博物館である。仁川地域の郷土史と文化遺産を調査・研究した成果を市民に公開し、市民のための空間をつくろうという趣旨で設立された。今後、21世紀の東北アジアのハブ都市として成長する仁川広域市において、韓国内外の方々のための空間となる。
仁川総合文化芸術会館	仁川広域市の文化芸術の殿堂ともいえる同施設は、敷地面積1万6千坪に約1500席の大公園場をはじめ、国際会議場・美術館・野外公演場など様々なスペースがある。多彩な公演で市民に質の高い文化コンテンツを提供している。
韓中文化館	同施設は、2005年10月にチャイナタウンに建築された。地下1階、地上5階、延べ面積2,889㎡の規模で、中国風の建築様式と色彩で設計されている。内部には企画展示室・中国広報展示館・友好都市広報館・公演場などがある。今後、韓国・中国の文化交流の拠点となる。
青少年修練館	仁川市が運営する同施設は、小学校から24歳以下の青少年がいつでも利用できる文化空間。同施設は、仁川大公園に隣接しているため、優れた自然環境と共に公演場、図書館、各種文化体育施設を備え、青少年のための多様な教育、体験活動、スポーツ・芸術行事等を無料で実施している。
女性の広場	仁川広域市が目指す国際都市に対応するため、同施設は、2004年6月に開館した。同施設では、IT・語学教育等、約40の専門教育過程を通じ、女性の人材資源を体系的に養成し、仁川広域市の社会経済活動を支援する役割を果たす他、女性文化・芸術及び福祉増進に寄与している。

4-2-3 出所

- A 仁川広域市 ホームページ <http://japanese.incheon.go.kr/>
- B 仁川経済自由区 (IFEZ) ホームページ <http://jp.ifez.go.kr/>
- C 仁川文化芸術財団 ホームページ <http://www.ifac.or.kr/japanese/>
- D 仁川広域市 パンフレット
- E 仁川文化芸術財団 パンフレット
- F 仁川広域市インタビュー
- G 仁川文化芸術財団インタビュー
- H 光州広域市インタビュー
- I Global Fair & Festival 2009 Incheon, Korea パンフレット
- J 財団法人 自治体国際化協会 ホームページ <http://www.clair.or.jp/>
- K 中央日報 <http://japanese.joins.com/>
- L 朝鮮日報 <http://www.chosunonline.com/>
- M Enjoy Korea <http://www.enjoykorea.jp/>
- N 外国の立法 (国立国会図書館)
- O 東アジア経済交流推進機構 <http://www.pysih.net/j/>

4-3 ソウル特別市

大韓民国の首都ソウル特別市は、韓半島の北西部に位置している。母なる川とも呼ばれる漢江（ハンガン）がその中心を東から西へと流れている。面積は約 605k m²。国土全体の 0.6%程度ながら、人口は約 1027 万人で韓国全人口の約 4 分の 1 にもなる。同市は、李氏朝鮮の太祖である李成桂の遷都以来、現在まで大韓民国の政治、経済、また文化等において中心的な役割を担い、近年では特に IT 産業の発達が目覚ましい。

しかし、同市は、近代化の過程で、1950 年代前半の韓国戦争に伴う自然環境の破壊、計画性のない建築物の氾濫、また文化的遺産の喪失などを経験、経済的な低調もあって、人口・就業者の減少などの中心部の衰退を招いた。

近年、同市では、上記のような問題に危機意識を持ち、「デザイン」をキーワードに街をリニューアルする取組に着手している。2003 年には、都市の工業化の過程で河川が汚染され、一度は埋め立てられた清溪川（チョンゲチョン）を復元する大事業に着手。2005 年 10 月には工事を終え、現在では、復元された清溪川のスペースは新たな文化空間となっている。さらに、2007 年には、市役所内に「デザインソウル統括本部」を設置し、「デザイン」という新たな価値をもって、ソウル特別市の都市ブランド価値を向上させている。

そこで、「デザインによる都市再生・創造、都市ブランド価値向上」をテーマとして、ソウル特別市の事例を掘り下げて見る。A,I,J,K,L

4-3-1 ソウル特別市の創造都市政策・体制

(1)デザインによる都市の再生・創造

①清溪川の景観の復元

前述のように、ソウル特別市では、急速な近代化の過程で、自然環境などの資源を破壊、喪失してしまった。その象徴が清溪川の事例である。

清溪川は、韓国戦争の避難民が建てた仮小屋からの生活廃水による汚染、伴って衛生上の問題、また車両の増加による道路不足等の理由から、徐々に蓋がされていく。最終的には、1958～61 年の本格的な覆蓋工事により、全長 2,358m、幅 16～54m の清溪川は、完全に鉄筋コンクリートで覆われることとなる。清溪川は「清溪川路」となり、さらに清溪川路の上には高架道路も建設され、都心の重要な幹線道路となっていく。

だが、2003年、当時のソウル市長、李明博(イ・ミョンバク)氏は、都心に潤いを戻すため、清溪川の復元事業に着手する。この復元事業が実施された直接の理由は、清溪川を覆っている構造物の老朽化が挙げられるが、同時に、交通混雑による大気汚染や騒音公害による都市環境の悪化の改善、またソウルの歴史・文化の回復という意義もあった。2003年7月に着工された復元工事は、2005年10月には竣工。わずか2年ほどで復元された清溪川がオープンした。この事例が、近年のソウル市が成功させた最初の都市空間再生事業であった。^{1, J, K}



出所：Seoulfriend.net

(<http://www.seoulfriend.net/index.html>)

②デザインによる都市価値の向上

上記のような清溪川の都市空間再生事業に続き、李明博(イ・ミョンバク)氏の後、2006年にソウル市長に就任した呉世勳(オ・セフン)氏も、市民生活や都市環境に直結するパブリックデザインに注力した都市再開発をすすめている。

都市の「デザイン」を整備することで、建物等の外観の改善に加え、市民に安全で便利な生活を提供することなどを目指している。建設と産業、機能と効率中心の開発を優先する「ハード・シティ」ソウルから、文化とデザインを中心にした「ソフト・シティ」ソウルへの変貌を掲げ、都市ブランド価値の向上を成長エンジンとすることで、ソウル経済の向上を目指している。デザインを活用した都市再生に向けて、以下の4つをビジョンとして掲げている。^{II}

- ▶ 美しい自然環境を活かした健康的な都市
- ▶ 悠久の歴史と伝統文化に基づいた品格ある文化都市
- ▶ 世界最先端のITインフラを活用したダイナミックな先端都市
- ▶ 高等教育を受けた一千万市民による知識基盤世界都市

2007年5月には、上記の戦略を実現させるために、外部から専門家を招き市役所内に「デザインソウル統括本部」を立上げている。^L

③世界デザイン都市への選定

2007年10月にサンフランシスコで開催された国際産業デザイン協議会の世界大会では、

ソウル市が2010年の「世界デザイン首都」に選定された。

この「世界デザイン都市」のモデル都市には、イタリアのミラノ市が選ばれているが、公式のコンペにより選定されたのは、ソウル市が最初。このことでソウル市は、2010年までの間、世界デザイン首都の名称やブランド価値を活用して事業を展開することができる。

「世界デザイン首都」とは、「デザインを通して経済を発展させ、文化を豊かにすることで市民の生活の質を高める」という趣旨で創設された制度である。ソウル市が選定された際には、シンガポールとドバイも候補に挙がっていたが、ソウル市の都市再生や都市景観に対する積極的な取組が認められた形となっている。J,K,L

(2)実施体制・予算

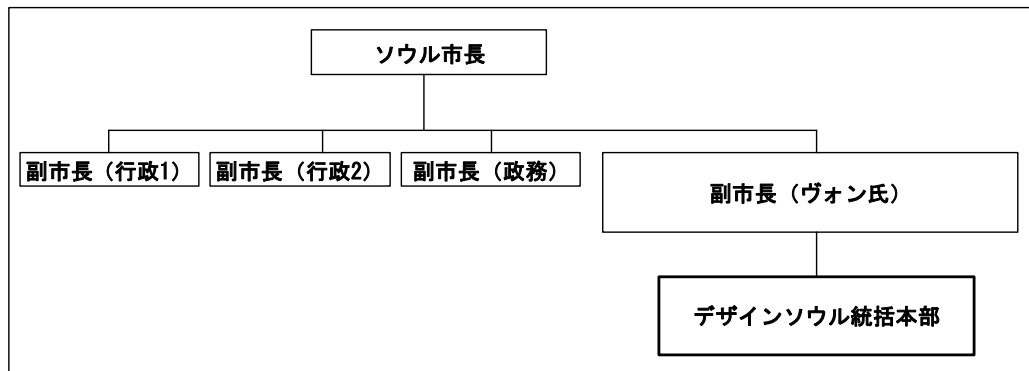
ソウル市では、2007年5月に「デザインソウル統括本部」を立上げ、上記のようなデザインによる都市リニューアルを推進している。

同本部を統括するのは、全部で4人いる副市長のひとりで、元ソウル大学のデザイン関連の教授という肩書きを持つヴォン氏。同氏は、ソウル市の、イメージ戦略策定、パブリックデザイン策定の役割を担う、デザインソウル統括本部の責任者として、特別に副市長に任命されている。なお、このような「元大学教授」が副市長となる例は、大韓民国においても稀有な例であり、ソウル特別市の「デザイン」に対する意気込みの表れといえる。

同本部は現在、89名の職員により、89の事業を実施・推進している。2007年5月の活動開始以来、「徳寿宮（トクスグン）前の空間整備」など、これまでに約300の事業を終わらせるなどして、清溪川再生事業の時と同様に、急ピッチで施策を展開している。

なお、同本部の予算は、年間で約200億ウォンとなっている。C,K,L

図表 4-22 デザインソウル統括本部の位置づけ



[参考] ソウル市の文化・観光資源

名称	概 要	
明洞・南山		<p>古くから繁華街としてにぎわっており、多くの観光客が訪れる。デパートや免税店、ホテル、ファッションビルのほか、レストランやエステ、マッサージのお店、洋服、コスメのお店などが並んでいる。日本語が通じるお店も多い。</p>
大学路・東大門		<p>韓国最大のファッションタウン。成均館大学や放送通信大学などに囲まれ、小劇場やギャラリー、ライブハウス、そして若者向けのグルメスポットが集まった、若者カルチャーの中心地。</p>
景福宮		<p>ソウルの鍾路区世宗路にある李氏朝鮮時代の正宮。1395年に創建され、現在は国の史跡第117号に指定されている古宮。</p>
南山コル韓屋村		<p>昔のまま保存された韓国貴族の邸宅を観覧できるほか、旧正月・秋夕（旧盆）・冬至などの際には、韓国伝統民俗イベントも開催。</p>
COEXモール		<p>江南の三成洞にあり、ファッションショップやレストランの他にアミューズメントスペースなどもある複合施設。映画館・水族館・キムチ博物館・外国人専用カジノ等がある。</p>

出所：seoulnavi.com (<http://www.seoulnavi.com/>)

4-3-2 ソウル特別市のデザインに着目した都市開発の取組

ソウル特別市のデザインに着目した都市再生の取組として、ハード面からの取組として(1)デザインによる「都市空間の整備」施策と、ソフト面からの取組である(2)デザインによる「都市ブランド価値の強化」施策、について見ていく。

(1)デザインによる「都市空間の整備」

①徳寿宮前の空間整備

デザインソウル統括本部が最初に着手した事業は、ソウル中心部にある徳寿宮（トクスグン）前の空間整備である。

徳寿宮の正門前には、それまで信号機や街灯、表示板などの鉄製の柱、計 10 本が立ち、景観を損ねていた。デザインソウル統括本部は、不要な信号機をなくしたり、表示板を街頭に付着させるなどして、鉄柱を 3 本にまで減らした。同事業は、2008 年 5 月 27 日に完成している。J,K

②デザイン・ソウル・ガイドライン

徳寿宮前の空間整備が完成した 2008 年 5 月 27 日、デザインソウル統括本部は、徳寿宮で「デザイン・ソウル・ガイドライン」を発表した。

同ガイドラインは、「公共空間」、「公共建築物」、「公共施設物」、「公共視覚媒体」、「屋外広告物」の 5 分野 156 種類にわたる、総合的な都市デザインのガイドラインである。具体的には、交通標識、信号機などは可能な限りひとつの柱に統合すること、ゴミ箱や地下鉄の表示などは国際標準の絵文字を使用すること、またはガードレールを撤去し低木を植えてフェンスとすることなどが定められている。

このガイドラインに従い、現在、デザインソウル統括本部は、ソウル市内の歩行者向けの表示板や公営駐車場の表示板の改善を実施している。新たに設置する表示板は、色の種類を少なく簡素にし、高級なイメージを演出している。J,K

③東大門デザイン&パークの建設

現在、デザインソウル統括本部が特に注力している取組として、「東大門デザインプラザ & パーク」というデザイン関連の複合施設の建設が挙げられる。

同施設は、フランスのポンピドゥーセンターをモチーフとして、6万5,232㎡の土地に、地上4階、地下2階建のデザインプラザと3万7,398㎡の公園をあわせた施設となる。2009年4月に着工されたばかりである。同施設は、コンベンションホール、デザイン専門展示館、博物館や情報教育センターな



出所：Koreana (<http://koreana.kf.or.kr/>)

どの施設を備えた、ソウルのデザイン産業のシンボルとして、また総合的な支援施設として機能することとなる。なお、同施設は、ソウル市の出資により、建設費3,755億ウォンをかけて、2011年12月に完成する予定となっている。J,K

④清溪川の文化空間

ソウル市では、復元させた清溪川を活用して文化空間を創造するなど、既存資源を活用した文化空間の創造を進めている。

再生事業が施された清溪川は、現在、市民の憩いスペースとして活用されている。この河川において、ソウル市は文化空間の創造を進めている。



清溪川にかかる22の橋の中でも一番大きい橋、広通橋(クァントンギョ)には、王家や使臣の行列が通る重要な橋だった。橋の柱には文字が刻まれていており、学術的にも芸術的にも価値の高い橋である。

出所：seoulnavi.com (<http://www.seoulnavi.com/>)

また、清溪川の各所の壁面には、下のような芸術作品が展示されている。



出所：seoulnavi.com (<http://www.seoulnavi.com/>)

また、同河川については、夜間の景観整備にも注力しており、下のようなライトアップがなされる。^{J,K}

なお、このようなライトアップは、2008年10月にメキシコで開催された国際都市照明連盟（LUCI）の国際照明賞（CPL）の授賞式において、1等賞を受賞した。



出所：seoulnavi.com (<http://www.seoulnavi.com/>)

(2)デザインによる「都市ブランド価値の強化」

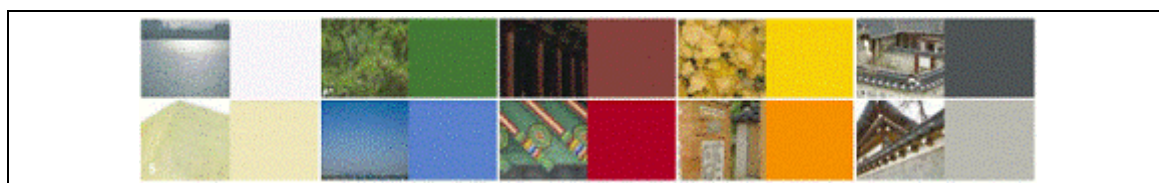
①ソウル情報模様

デザインソウル統括本部は、市内の名所 50 ヶ所を模様化した「ソウル情報模様」を開発した。ソウル情報模様は、名所の風景を色や記号を利用して情報化したものである。これはソウル市の観光マーケティングなどに利用される。J,K,L

②「都市の色」選定による都市イメージの強化

石垣や松の木、瓦や銀杏などをモチーフとして、ソウル市を象徴する代表的な色として、10色を定めるなど、都市イメージの強化を実施している。J,K,L

図表 4-23 ソウルを象徴する 10 色



出所：Koreana (<http://koreana.kf.or.kr/>)

③ソウル・デザイン・オリンピックの開催

ソウル市は 2010 年の「世界デザイン首都」に選定されている。これを契機として、ソウル市では、選定された翌年の 2008 年 10 月に「第 1 回ソウル・デザイン・オリンピック」を開催している。

このイベントは、ソウルオリンピックのメインスタジアムとして利用された蚕室総合運動場で実施された。会場には、韓国のデザイン作家 63 名、また海外のデザイン作家 19 名による、合計約 300 もの作品が展示された。また、会場の外壁には、プラスチック製のごみ、約 176 万個を活用した飾りつけがなされた。この飾りつけは、約 3,600 人の市民が 40 日間をかけて制作した。ごみの運搬には、488 台のトラックが使用された。同市では、今後、このソウル・デザイン・オリンピックを、毎年開催する予定としている。J,K,L

4-3-3 出所

- A ソウル特別市 ホームページ http://japanese.seoul.go.kr/ja/index_j.cfm
- B ソウル特別市 市政計画4ヵ年計画 2006～2010「清らかで魅力ある世界都市 ソウル」
<http://japanese.seoul.go.kr/ja/seoul/initiatives/jpn.pdf>
- C ソウル特別市（デザインソウル統括本部）インタビュー
- D 光州広域市インタビュー
- E 【Bon Voyage!】韓国・ソウル 街を生き返らせる「デザイン」（産経ニュース）
<http://sankei.jp.msn.com/life/trend/080902/trd0809021928013-n1.htm>
- F 世界のSSD100 都市持続再生のツボ（彰国社）
- G 商業タイムズ <http://www.sangyo-times.co.jp/index.htm>
- H MSN産経ニュース <http://sankei.jp.msn.com/>
- I 財団法人 自治体国際化協会 ホームページ <http://www.clair.or.jp/>
- J 中央日報 <http://japanese.joins.com/>
- K 朝鮮日報 <http://www.chosunonline.com/>
- L Koreana <http://koreana.kf.or.kr/>

第5章 分析

これまでの調査結果を踏まえて、文化芸術創造都市政策の課題解決手法、及び国等における各都市への支援のあり方について分析・考察を行う。

5-1 諸外国の文化芸術創造都市政策の取組

まずは、これまでの調査結果を踏まえて、調査対象都市における文化芸術創造都市政策の取組について、戦略・体制、具体的施策とその課題・解決策を整理する。

5-1-1 概観

本調査の対象都市（ロンドン、リバプール、ヘルシンキ、仁川、ソウル、光州、トロント、ミネアポリス（セントポール）、ニューヨーク）について、1. 都市概要（人口、都市の概要）、2. 文化芸術創造都市の戦略（文化芸術に関する都市の概要、都市政策における文化の位置づけ・文化戦略、文化政策の推進体制、予算）、3. 具体的な取組（ハード面（都市整備、文化施設）の状況・主な施策、アーティスト、市民等の活動状況・主な施策、産業創出の状況・主な施策）を整理した。

		ロンドン(イギリス)	リバプール(イギリス)	ヘルシンキ(フィンランド)
	調査テーマ	「集積する文化芸術施設・イベントの活用方法 -文化芸術による企業・人材の誘致活動 -市民の文化芸術のアクセス環境の向上」	「文化芸術を活用した都市再生のプロセス」 「都市活性化に向けた欧州文化首都の活用」	「文化施設の活用・運営方法」 「芸術教育の取り組み」
1 都市概要	人口	756万人	43.6万人	59.1万人
	都市の概要	・英国(グレートブリテン及び北アイルランド連合王国)の首都 ・EUで最も人口の多い都市 ・公園と緑地帯の面積は市の39%、都会でありながら緑が多いという特徴をもつ。 ・2012年に第30回オリンピックを開催 ・創造産業は、ビジネス・サービスについて大きい産出力をもつ	・18-19世紀には貿易港として発展したが、その後、経済的に衰退する。 ・困難に直面する中で、1980年代より文化芸術をつかった都市再生の取り組みが始まった。	・フィンランド共和国の首都 ・フィンランド南部、バルト海の最奥、フィンランド湾の北、多島海のヘルシンキ湾に面している。 ・高齢者福祉産業や情報産業などハイテク産業の集中地としても知られる。
2 文化芸術創造都市の戦略	文化芸術に関する都市の概要	・ミュージカル、演劇、パレエ、オペラ、音楽、美術館・博物館など数多くの文化芸術施設、イベントが集積している	1980年代初めにアルバート・ドックを再開発し有数の観光地に転換。同地区には、マージサイド海事博物館やテートリバプールなど複数の文化施設が立てられる。 ・上記地区を含むウォーターフロント地域は、2004年にユネスコの世界遺産に登録。 ・2008年の欧州文化首都に選ばれ、1年間で1500万人以上が市を訪れ、16万人の市民がイベントに参加	・フィンランドの文化の中心地。 ・2000年、欧州文化首都 ・80の美術館・博物館などの文化施設がある。 ・古い歴史的建築物は保存しなければならないなど建物建設に対する規制が厳く、古い建物を改築し、文化施設として利用するケースも多い。 ・芸術教育に対しても力をいれている。
	都市政策における文化の位置づけ・文化戦略	「世界有数の文化センターとしてのロンドンの地位の維持」に向け、特に以下に力を入れている。 ・文化を使った企業・人材の誘致 ・青少年へのアート&カルチャーの提供 ・郊外居住者へのアート&カルチャーへのアクセシビリティの向上等	欧州文化首都の戦略ビジョンは、以下の通り ・世界規模の芸術的イベントの開催 ・誰もが興味をもつ催しを実施 ・都市の再構築と、都市のネガティブな要素への挑戦 ・可能な限り多くの人を巻き込んだ取り組みの実施 ・都市再生への貢献 ・持続可能性 プログラムでは、ベルリンフィルとリバプールフィルの共演などの大イベントのほか、市民を巻き込んだ数多くのコミュニティイベントを実施。	ヘルシンキ市文化オフィスが中心となり、以下を実施 ・芸術分野における支援 ・芸術教育及び児童の文化活動への支援 ・芸術パフォーマンス及び作品のための施設貸し出し ・国際的なゲスト招待など、演劇活動 ・組織内の活動プログラムの作成 ・地域的文化活動 ・移民、マイノリティーの人々の芸術活動支援
	文化政策の推進体制	・アーツカウンシルロンドンなどロンドンの文化活動に関わる組織のメンバーから構成される「ロンドン市文化戦略グループ(London Cultural Strategy Group)」が、戦略を立案し、各組織をコーディネートする。	・自治体内外から人を召集し、市役所内にThe Culture Companyを結成。 ・Artistic, Community, Event, Marketing, Welcome, Commercial, Heritage, Tourismの部門からなる	・ヘルシンキ市文化オフィス(Cultural Office)を中心に、市の文化機関(市の図書館、フルハーモニック・オーケストラ、市立アート美術館、市立美術館)が担当 ・公的文化センター、(公設)民営の文化施設とも連携
	予算	・市の予算は、年間約200万ポンドと少額 ・アーツカウンシルロンドン(年間2億ポンド)やロンドン開発庁(年間2億ポンド)の予算を使いながら、戦略を実行していく。	・欧州文化首都は、6年間で総額1億720万ポンドの予算 ・上記予算の半分以上は、リバプール市が拠出。民間企業の支援は、9%	・年間2.310万ユーロ。加えて、政府から3,000万ユーロの助成がある。
3 具体的な取り組み	ハード面(都市整備、文化施設)の状況・主な施策	・美術館、博物館、劇場等の施設が、他の都市と比較しても集積している。 ・国の「テムズゲートウェイ・デリバリー・プラン」においても、ロンドン東部の再生に文化芸術(図書館やフェスティバルなど)を活用する。	・リバプール国立博物館をはじめ、数多くの博物館が存在。 ・前述のウォーターフロント開発に加え、欧州文化首都の開催と同時期に市街地(駅前、商業地区)の再開発が行われている。	・古い歴史的な建物は残しながら、文化施設として生まれ変わる例も多い。Kaaperi(Cable Factory:旧ケーブル工場)、Nosturi(旧市立博物館)、korjaamo(旧造船所)など、建物は市が保有し、運営は民間が行うケースが多い(補助金をもらいつつ、市には施設料を払う)。 ・その他、9つの市の文化ホールがあり、多くのフェスティバルなどを実施。市民の利用率・満足度も高い。
	アーティスト、市民等の活動状況・主な施策	・若者育成プロジェクトとして、音楽教育サミットの開催や、音楽等の文化芸術を通じた地域再生などを実施 ・ロンドン市民の60パーセントが住む郊外での文化芸術施策を充実する予定(郊外での展示ツアーなど)	・ビートルズやベルリンフィル指揮者のサイモンラトルなどリバプール出身・ゆかりのアーティストは多く、欧州文化首都においても参加 ・欧州文化首都では、地元のアーティストと国際的なアーティストが協力してイベントを実施。 ・市民と地元アーティストによる「クリエイティブコミュニティ」も多数実施。16万人の市民と1万人のアーティストが参加。参加住民からの満足度も高い。	<教育> ・44の学校が芸術教育を提供。市の助成額は440万ユーロ(2008年)。5人に1人が基礎的な芸術教育を受けられる。 ・アンナンタロー・アート・センターでは、小中学生向け、高校生向けの教育プログラムを実施。 <イベント> 毎年36の大きな芸術のフェスティバルが行われている。毎年5万人の市民が参加(以前は2万人)。
	産業創出の状況・主な施策	・定量データ等によりニューヨーク、パリ、東京、上海との比較を行い、ロンドンの文化芸術面での優位性をあらわした「London A cultural audit」を発表。企業や留学生の誘致につなげる。 ・フィルムロンドンは、撮影地として海外の映画会社をロンドンへ誘致。 ・その他、新たなデザインクラスターの形成等を計画。	・欧州文化首都は、1年間に1500万人以上の人々が市に訪問、2億ポンド以上の広告効果、ホテルの稼働率が81%、1万人の雇用を創出など、経済効果も大きい。 ・ただし、地元の小々な創造産業関連企業まで波及効果があったとは言い難い。	・芸術文化関連産業の売上は56億ユーロ(フィンランド全体の売上の41%) ・ただし、市の施策としては、まだ実施できていない。

	トロント(カナダ)	ミネアポリス(アメリカ)	セントポール(アメリカ)	ニューヨーク(アメリカ)	
調査テーマ	「クリエイティブ・シティコンセプトと実現に向けた連携体制の在り方」	「文化芸術振興の推進組織とNPO組織の実践」	「革新的な活動を行っているアーティストへの資金援助」	「資金援助と施策を支えるNPOの存在」	
1 都市概要	人口	250万人	38万人	28万人	
	都市の概要	・オンタリオ州の首都 ・大都市圏人口はおよそ511万人と北米でも有数の大都市圏 ・移民の数は全体の半数 ・金融や経済、電気通信、航空宇宙、運輸、メディア、芸術、映画、テレビ局、出版、ソフトウェア、医療研究、教育、観光、スポーツなどの産業基盤が発達	・ミネソタ州東部に位置するヘンピン郡の郡庁所在地で、州最大の都市 ・ミネソタ川がミシシッピ川に合流する地点の北側に位置 ・セントポールとあわせてツインシティ(双子の都市)と呼ばれ、州の経済・文化の中心で地方の中核都市	・ミネアポリスの東に隣接する州第2の都市 ・市名は1841年に建てられたセントポール大聖堂に由来	・北アメリカ大陸東海岸に位置 ・アメリカ合衆国で最大の人口を擁する都市 ・世界の経済、金融、流行、医学、娯楽、メディア及び文化の中心 ・人口の約1/3が外国人
2 文化芸術創造都市の戦略	文化芸術に関する都市の概要	・美術館や博物館等の文化芸術関連施設、ミュージカルやオペラ等大都市ならではのエンターテインメントが充実	・博物館・美術館が多数立地 ・ミネアポリスとその周辺は人口あたりの劇場の数がニューヨークに次いで多いと言われている	・博物館・美術館が数多く立地	・多数の博物館、美術館、劇場が集積 ・映画及びテレビ関連産業、文化団体関連産業(博物館、美術館、音楽ホール等)、商業劇場関連産業、ギャラリー及びオークション関連産業、芸術に関わる観光関連産業など多様な関連産業が集積
	都市政策における文化の位置づけ・文化戦略	・「再構築」、「再都市化」を計画の狙いキーワードに、都市の適切な部分への集住を積極的に促進するための都市整備を進めている ・一例として、工場跡地や赤レンガ倉庫を整備し、アーティストのスタジオやギャラリー、美術館、ショッピングセンターとして改造されるなど文化・芸術を核に、都市空間の再生やその空間の活用を活発に活用	・都市空間整備の方向性として、野球場の移転やショッピングセンターの建設等に伴い、文化芸術関連施設を隣接することによる公共空間の整備が進められている ・政策的に公共芸術を市内のあらゆる場所に設置し、Public Art Mapも作成するなど、市内の日常的な生活空間という身近な場所に芸術と触れ合える空間形成を進めている	・住みやすい都市とすることを基本コンセプトに、①インフラ整備、②経済効果、③パブリックヘルス、④パブリック教育、⑤パブリックサービス、⑥セントポール市の心臓としてアート&カルチャーという戦略が挙げられており、その一つとして文化芸術を核に地域発展をしていくことが戦略の一つとして位置付けられている	・都市ストックの再利用・修復や都心居住の推進、魅力的な文化・娯楽・観光の推進などを意識した空間整備
	文化政策の推進体制	・トロント市の文化部門(Culture Section)が中心となり、「クリエイティブ・シティ」コンセプト、実践のためのフレームワークを作成 ・加えて、NPOを中心とする金融・投資系機関や文化・芸術関連施設、メディア関連機関、等多様な組織の存在	・市のコミュニティ・プランニング&経済開発部門(CPED)の企画部・文化担当スタッフ2名が中心 ・市内部の体制として、活動支援のリード役となるミネアポリス芸術委員会及び政策レビューを行うThe Arts and Culture Coordinating Committee(ACCC) ・アーティストスタジオ空間を整備する等ノウハウを有するNPOの存在	・Dep of Planning and Economic Development及びPolicy Associate-Arts & Culture Office of the Mayorに所属する2名 ・カルチャースターボードと呼ばれる審査会を設置 ・市や州、NPO法人Metropolitan Regional Arts Council等関連予算を通じて資金調達によりNPO等が活動	・市のカルチャアフェア一部門(DCA)が中心で、人員は合計60名(常駐) ・都市計画課、経済開発課、市長室、公園課等とも密に連携 ・施策実行において重要な役割を担っているのがNPO組織等の団体活動である ・政策レビュー等を行うNPOブレインの存在
	予算	・トロント市の芸術、文化、遺産に対する負担金(運営及び資本支出を含む)は、市民一人当たり14.64ドル	・2008年の予算総額が14億ドル、そのうち文化関連としてCPEDの予算をみると11%(1.5億ドル)	・約150万ドル(年間)が文化芸術関連予算として確保されており、これをグラント選定方式で芸術団体等に資金提供 ・市の予算(2008年 5億8,680万9,466ドル、2009年 6億1,970万5,619ドル)の1%はパブリックアート目的に使用	・2009年度の文化関連予算は1億5,200万ドル ・文化施設等の建物・土地等を対象とする資本投資予算は5年間総額で10億ドル程度
	ハード面(都市整備、文化施設)の状況・主な施策	・美術館、博物館、劇場等の施設が充実している。 ・FILMPORT(最大の映画製作施設の建設)等	・アメリカでも屈指の総合美術館「ミネアポリス美術館」は、一般芸術に加え装飾芸術のコレクションも充実。世界でも有数の現代美術の美術館「ウォーカー・アート・センター」、隣接して「ミネアポリス彫刻庭園」が存在するなど文化が集積している。 ・パブリックアートの充実	・技術、自然科学、物理学、数学に関する展示物を展示しているミネソタ科学博物館、ミネソタ・アメリカン・アート美術館、ミネソタ交通博物館、ミネソタ子供博物館、シューバート・クラブ楽器博物館、トレンズ歴史文化博物館、ミネソタ歴史センター等	・メトロポリタン美術館等大規模で著名な美術館、博物館が多数集積 ・2009年3月現在では900以上の団体に対して資金提供 ・大きなところではメトロポリタン美術館から小さいところは名前も知らないような組織への資金提供もある ・そのうちの市が建物を所有しているGIGIには、市から多額の資金がでている
3 具体的な取り組み	アーティスト、市民等の活動状況・主な施策	・ロイヤルオンタリオ博物館では、ホームレスが制作した美術品を展示するなど、コミュニティアート活動が活発に行われている ・トロントで暮らす移民の数は全体の半数と言われており、80以上のエスニックタウンがある。文化芸術は、そのコミュニティ同士が尊重しながら生活していくための重要な接点になる	・ArtspaceなどNPO組織が安価で用意するスタジオ等を利用し、芸術活動を行っている ・映画会社の撮影を誘致、6月から8月までの期間をアートフェスティバルと指定し様々な芸術的な紹介を行うこと等	・フィルムフェスティバル、地域のアーティストが集まってきて演劇や音楽の発表を行うなどの活動 ・アーティストの活動等小規模団体に対する資金援助	・NPOは1992年から2005年までに61%成長 ・芸術目的のビジター消費は1992年から2005年までに54%成長 ・アート・ギャラリー及びオークション・ハウス運営は、1992年から2005年の間に27%成長 ・小規模の文化関連団体への資金援助は、市から直接援助するのではなく、リグラントプログラムを活用している。具体的には、5つの郡にあるArts Council(NPO)を窓口として資金援助している。
	産業創出の状況・主な施策	・1991年から2004年までのトロント創造産業における雇用は、年間成長率が3.1%で、地域の労働人口の成長率2.3%に比べると、成長率が高い ・Ontario Media Development Corporation Investment(文化メディア産業を支援するための活動)等	・フィルムとビデオ制作に関する誘致活動を積極的に実施 ・特に大手企業の本社が集積していることもあり、撮影許可がとりやすいことや物理的に近いことも含めて本社所在地で撮影することを勧めている ・2007年には199件、予算総額で約920万ドルのプロジェクトを許可	・アーティストの活動等小規模団体に対する資金援助	2005年の芸術産業の効果 ・経済効果 212億ドル ・発生した雇用 160,300人 ・発生した資金 82億ドル ・ニューヨーク市への税金 9億4千万ドル

		光州(韓国)	仁川(韓国)	ソウル(韓国)
調査テーマ		「国家プロジェクトによる文化芸術創造都市の形成」	「都市計画における文化関連資源の活用」 「文化等を活用した観光・集客」	「デザインによる都市再生・創造都市ブランド価値向上」
1 ・ 都 市 概 要	人口	140万人	260万人	1027万人
	都市の概要	・朝鮮半島南西部に位置する都市 ・面積は約500km ² ・南北分断後の民主化運動の聖地として知られている	・仁川港及び仁川国際空港を有する ・大韓民国で最初に海外に門を開いた地域 ・朝鮮時代末期から政治、外交、軍事、経済的に韓国の近代化の先導的な役割を担ってきた	・大韓民国の首都 ・韓半島の西側、中心部に位置している ・「漢江(ハンガン)」が中心を流れている ・370万世帯程が生活をしている
2 ・ 文 化 芸 術 創 造 都 市 の 戦 略	文化芸術に関する都市の概要	・伝統音楽であるパンソリの本場、数多くの文人を輩出した文芸の故郷、またビエンナーレの開催地など、「芸郷(芸術の都市)」として知られる都市である		・首都である同市は、大韓民国の政治・経済・文化の中心地としての役割を果たしてきた
	都市政策における文化の位置づけ・文化戦略	・“文化を成長基盤とする新しい都市開発モデル”として、大規模な文化芸術創造都市事業「アジア文化中心都市造成事業」を展開している	・国際都市構築のため、産業・物流・金融など経済領域とともに、文化関連領域の活性化も推進	・文化＝経済・産業として、文化を都市発展の成長エンジンと位置づけている ・「デザイン」を含む“文化”を振興していくことで、都市ブランドの向上を目指している
	文化政策の推進体制	・韓国政府(アジア文化中心都市推進団)と光州広域市(文化政策課)の連携により推進されている	・仁川広域市の文化体育観光局が、仁川芸術文化財団と連携して文化・芸術の振興を推進	・「デザインソウル統括本部」がソウル市のイメージ戦略、パブリックデザインの策定の役割を担っている
	予算	・年間約1647億ウォン(観光関連予算含む)	・年間約1960億ウォン(観光関連予算含む)	・年間約6050億ウォン(観光関連予算含む)
3 ・ 具 体 的 な 取 り 組 み	ハード面(都市整備、文化施設)の状況・主な施策	・国立アジア文化殿堂という、大規模な文化・芸術複合施設を建設予定。 ・光州広域市内に7つの文化圏を整備予定。都市全体に文化のエネルギーが循環することを目指す。	・大韓民国初の公立博物館「仁川市立博物館」がある他、1500席規模の講演場や国際会議場などを有する「総合文化芸術会館」、韓国と中国の文化交流の拠点でもある「韓中文化館」などが存在する。 ・仁川文化芸術団体により、芸術家・アーティストの活躍の場である「ArtPlatform」という施設を建設している。 ・IFEZプロジェクトでは、市内に文化・芸術関連の建物を建てようとする容積率に関する規制を下げる特典を付けている。	・ソウル市のデザイン産業のシンボリックな建物となる、フランスのボンビドゥーセンターをモチーフとした「東大門デザイン&パーク」の建設に着手している
	アーティスト、市民等の活動状況・主な施策	・光州広域市は、ビエンナーレの開催地として有名である。 ・アーティストレジデンスという取り組みで、商店街の空き店舗を活用した市民と芸術(家)の接点を提供している。		・ソウル市が開催した「ソウル・デザイン・オリンピック」では、会場の装飾を、市民約3,600人が行った
	産業創出の状況・主な施策	・コンテンツ産業(音楽、工芸、デザインゲーム、先端映像、エデュテインメント)の創出・育成に注力している。		・デザインをキーワードとして都市をリニューアルしており、デザイン(ファッション)関連の産業の創出が予想される

5-1-2 諸外国の文化芸術創造都市戦略について

(1)都市戦略・都市政策における文化の位置づけ

文化芸術創造都市とはいっても、その都市の成り立ちや経済社会的背景により、政策の目的や都市政策における文化の位置づけは異なってくる。

今回、調査をした9つの都市においても、都市戦略・都市政策における文化・芸術の位置づけは様々であった。

これらの取組は、大きく「文化芸術振興（文化施策）」「都市まちづくり（都市計画施策）」「経済産業振興（経済施策）」に分類できる¹⁸。9つの都市の取組との関係は、以下の通り。

都市戦略・都市政策における文化・芸術の位置づけ		対応都市
文化 芸術 振興	都市の文化芸術活動の活性化 (アーティストの集積、住民の文化活動参加等)	ロンドン、ヘルシンキ、光州、トロント、ミネアポリス、ニューヨーク
都市 まち づく り	文化芸術を用いた都市空間の整備	ロンドン、ヘルシンキ、仁川、ソウル、トロント、ミネアポリス
	文化芸術を用いた地域コミュニティの活性化	ロンドン、リバプール、トロント
経済 産業 振興	文化芸術を用いた集客・観光等の促進	リバプール、ソウル、ミネアポリス、 ニューヨーク
	文化芸術関連産業の活性化	ロンドン、ソウル、光州、トロント、 ミネアポリス、ニューヨーク
	文化芸術を用いた企業・人材等の誘致促進	ロンドン

また、いずれの戦略においても、都市において「活動的な雰囲気や刺激的な環境」をいかに生み出すかが文化芸術創造都市政策の成功のポイントといえる。

¹⁸ 参考：横浜市「クリエイティブシティ・ヨコハマの形成を目指した推進体制・提言書」

(2)推進体制

①都市の文化芸術政策の主体

都市の文化芸術政策の主体は、主に市の文化部門が担うケースが多い。文化部門を中心に、他の部門と連携して都市の文化芸術政策に取り組んでいる。

特に、他部門との連携は、大規模なプロジェクト等を実施する場合には、よく行われている。例えば、市町村の合併を機に「クリエイティブシティ」コンセプトを打ち出したトロントでは、文化・観光部門を中心に、経済開発部門や公園・レクリエーション・イベント部門等と協力してコンセプトの実現に向けた取組を行っている。また欧州文化首都を開催したリバプールでは、自治体の様々な部署（文化芸術部門、イベント部門、観光部門、遺産部門）が集まって1つのチームを形成し、欧州文化首都に向けての取組を行っていた。

②都市空間の整備に関する推進体制

都市空間の整備における文化の活用政策の場合は、仁川やソウルのように自治体・政府の都市計画部門が主導的に戦略に取り組むケースが多い。さらに、ロンドンやヘルシンキのように、都市計画部門と文化部門と連携して、文化芸術を用いた都市空間の整備を実施するケースが、欧米ではよくみられた。また、リバプールやソウルにおいては、都市計画部門が文化部門と連携はしていないものの、都市戦略として文化を活用していることを念頭において、都市開発を進めるケースも存在する。

③戦略立案段階からの関連主体の巻き込み

様々な主体が関わる文化芸術創造都市政策には、推進主体にとって関連主体との調整が重要な課題となる。ロンドンやミネアポリスでは、文化活動組織や文化支援組織、資金提供者などの主体からなる委員会を結成し、戦略立案段階から一緒に行動をとっている。また、リバプールでも、イベントの実施には欠かせない警察や交通局との連携を早い段階から行うことによって、欧州文化首都を成功へと導いている。

都市名	取組
ロンドン	ロンドン文化戦略グループは、ロンドン市（GLA）に加え、文化活動組織や文化支援組織、資金提供者などロンドンの文化活動に関わる組織のメンバーから構成。
リバプール	欧州文化首都の実施には、戦略・計画の段階から、協力が不可欠な警察や交通局を上手く巻き込んでいった。そのため、市や警察、清掃部などの公的サービス部門が情報を共有してイベントにあたった。
ミネアポリス	ミネアポリス芸術委員会(The Minneapolis Arts Commission)が文化芸術政策の主導的な役割であり、2005年には、芸術委員会と文化担当部で市の役割を定義した10年間の戦略計画を導いた。

④不足機能の補完

市（自治体）内で有していない機能は、他の専門家と連携することによって補完しているケースが見られた。リバプールでは、欧州文化首都を行うにあたり自治体内では保有していない必要な機能（コミュニティ、マーケティング、コマーシャル等）は、外部から人材を招聘する形で補完していた。また、仁川のように、市の中に文化芸術の専門家（施策の担い手）がいない場合は、同分野の専門家集団と連携して文化芸術の振興を実施している。

都市名	取組
リバプール	Community、Welcome、Commercial、Marketing は、これまで市にはない機能のため、新たに部門を作り人も外部から集めた
仁川	市には、文化芸術の専門家がいないため、同分野の専門家集団である「仁川芸術文化財団」を設立、連携して文化芸術の振興を実施。
ミネアポリス	例えば、新たな野球場ができるとき、その周辺に数人の芸術家を集めてどのような芸術を取り入れるか等の意見を聞いた上でプランニングを行っている。

⑤国等との連携体制

大規模プロジェクトの実施する際には、国との連携も重要なポイントとなる。欧州文化首都となったリバプール、ヘルシンキは、いずれも国の文化省と連携を取りながら実施していた。特にヘルシンキでは、国の文化政策がはっきりしてきたこともあり、また国との協議を数多くするようになったため、予算の重複等がなくなっている。

また、光州では、国が主導を取る形で、文化芸術創造都市プロジェクトが行われている。ただし、光州では、国から必要な予算、施設、人材が提供されているため、光州広域市が自ら考え、行動することが少なくなる傾向にあるという課題も存在した。

(3)予算

都市における文化芸術関連の予算額は必ずしも多くはない。また、景気の後退もあり、文化芸術に関する予算獲得は、いずれの都市にとっても今後の大きな課題となっている。そこで、各都市では、以下のような工夫により、予算獲得に取り組んでいた。

①他予算の活用

各都市では、教育、観光等など、他の領域と文化芸術を関連付けることによって、文化芸術施策に関連する予算を獲得するケースがみられる。例えば、ロンドンでは、市の文化戦略グループそのものの予算は非常に少ないが、ロンドン開発庁など別組織の人材育成や地域開発の予算を、文化芸術とうまく関連付けることによって、文化戦略のための予算を確保している。また、都市ではないがイギリスの DCMS においても、予算をもつ基金等に働きかけ、戦略実現のための予算を確保していた。

②企業の間接的資金援助

欧州の各都市においては、欧州文化首都のような大イベントの際は、企業からの援助を受けるケースが多い。また、寄付文化の根付いている北米では、NPO などの芸術団体は、企業からの献金等によって文化芸術のための予算をまかなっているケースが多い。

ただし、民間企業から、アートイベントだけで、大きな資金の提供を受けるのは難しいといった意見もインタビューからは聞かれた。また、景気の悪化もあり、企業からの資金援助を獲得するのは、非常に難しくなっているのも事実である。

そこで、間接的な資金援助を受けるケースもみられる。ミネアポリスでは、市のアート

フェスティバルの支援として、広告や印刷等を無料で行ってもらうような援助を受けている。また、リバプールにおいても欧州文化首都では、企業から広告入りのユニホームや広告掲載など、間接的な資金援助を受けている。

③エビデンスの充実による予算の獲得

文化芸術の振興が、都市への経済効果等をもたらすというエビデンスとなるデータを示すことによって、予算獲得に結びつけるケースも存在する。例えば、ミネアポリスでは、文化芸術関連 NPO への調査結果から、文化芸術関連 NPO の活動が集客や飲食等の経済効果があるという結果が得られた。その結果の影響もあり、ミネアポリス市としても文化芸術に対する長期的支援に力を入れる方針となった。

また、ニューヨークでも、文化芸術に関する研究を行っている NPO 組織（Alliance for the Arts (AFA)）が、文化施設の支出内容や文化施設訪問者によるニューヨーク市内での支出等について調査・分析を行い、経済効果等のレポート（例：arts as an industry - Their Economic Impact on New York city and New York State）を作成している。そのレポートを通じて、文化施設は税金の利用や控除があることを多くの主体に理解してもらい、予算獲得につなげている。

④増税

増税を行い、その引き上げた資金を文化芸術に活用する例もみられた。セントポールでは、芸術に対する取組は比較的あったが資金面では大変少なく苦勞していた。そこで州議会に働きかけて売上税を 0.5% 引き上げ、その引き上げ金額分の 10% を文化芸術に割り当てることで承認された。また、ミネアポリス市でも、州政府関連予算としては、2009 年 7 月から売上税が 6.5% から 7.5% に増税され、その一部を文化芸術活動の資金として使用できる見通しとなっている。

5-1-3 諸外国の文化芸術創造都市の取組について

(1)文化芸術の振興に関する取組

①アーティスト集積に向けた取組

従来アーティストやクリエイターが集積していた地域において、文化芸術の活用等により都市開発が進むと、地価が高騰し家賃が高くなり、アーティストやクリエイターが住めなくなってしまうという課題が、多くの都市においてみられた。

そこで、リバプールやトロント、セントポールなどでは、市や NPO 等が、アーティスト等に活動空間を安価で提供することにより、多くのアーティスト等を集積させ、地域の芸術活動を活性化させていた。

都市名	取組
リバプール	クリエイティブビジネスをやっている人材や小さな企業が立ち退かなくてもすむように、フロアスペースを購入し、クリエイティブビジネスに安価での貸出を計画している。
トロント	NPO 団体が倉庫街を居住および活動空間として再開発し、安価で提供することにより、芸術家の活動が活発になるとともにその地域が活性化されている。
セントポール	NPO 組織 Artspace は、倉庫街などの建物をアーティストが安価で利用できるスタジオとして提供。

②文化芸術団体への支援

a) 文化芸術団体への援助

文化活動の中心となる NPO 等の文化芸術団体への支援は、各都市で行われている。支援の内容は、資金援助が多くなっている。

その他に、例えば、ミネアポリスなどでは、文化芸術施設を設立する土地の安価での提供や、施設の駐車場を提供するなどの支援を行っている。仁川では、文化・芸術に関する建物を建てようとするれば、容積率に関する規制を下げるなどといった支援施策を実施している。

都市名	取組
ヘルシンキ	施設はヘルシンキ市が保有し、運営は民間が行う。施設料は市に払うが、初期は料金（の一部）を市が援助する。
仁川	仁川広域市内に文化・芸術に関する建物を建てようとするれば、容積率に関する規制を下げるという特典を付けている
ミネアポリス	土地は市役所が購入した土地を、半額でシアターを運営する会社に販売した。また、ウォーカーアートセンターを増築しようとした時に、市として予算を出して駐車場の建設を行った。

b) 文化団体の独立経営の促進

特に、ヘルシンキ市の例では、各組織が最終的には独立できるような形を目指して、助成金等を提供する例が見られた。今回調査対象とした3施設に対して、以下のような助成を行うことにより、将来的には独立経営を促すような形でのサポートを行っていた。

施設名	支援方法
Kaaperi	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント等のプロジェクトには助成があるものの、施設に対する助成はなし（初期10年は、施設助成も実施）。 ・国の文化施設を入居させ、テナント料が施設に定期的に入るようにする。
Nosturi	<ul style="list-style-type: none"> ・賃貸料を市に払うが、それと同額の補助金を市から受ける。 ・ただし、補助金額は変わらないが、賃貸料は年々上がっていくため、施設は年々その差額を埋めるために、年々、収入をあげていかなければならない。
Korjaamo	<ul style="list-style-type: none"> ・施設の賃貸料は無料で市から借りる。他の経費（電気代など）は市と株式会社で半々で払う。 ・ただし、施設は、併設の市の博物館を、無料・無休で運営する。 ・また、施設改築費の半額は、20年かけて市に払う。

③青少年への文化芸術教育

欧州を中心に、将来の文化芸術活動を担う人材の教育・育成に取り組む都市も多い。若者向けの芸術教育としては、特に、アーティストとの交流など芸術に触れる機会を創出するプロジェクトが多く実施されている。

都市名	取組
ロンドン	若者への音楽教育に力をいれている。古い楽器を集め若者の音楽教育等に活用する予定。その他、貧困地域における麻薬使用率低下を目的とした文化芸術プロジェクトや、音楽系企業における編集トレーニングの機会の提供なども実施。
ヘルシンキ	アートセンターから小中高校にアーティストを派遣し、本物の芸術に触れさせるという芸術教育を実施。
イギリス	1週間に5時間、小学生に芸術に触れさす「find your talent」というプログラムを実施。

(2)都市・まちづくりに関する取組

①都市空間の開発・整備における文化芸術の活用

都市空間を開発・整備する際に、文化芸術を活用する例も多くみられた。ロンドンでは、建物の建設の際に芸術家を活用する他、図書館等の文化施設の活用や芸術活動等を行えるワークスペース確保などが、具体的な方針としてあげられている。

仁川では、新たな都市開発を進めるに際し、都市建築、色彩、夜間照明、看板などの設置に際して、マニュアルを提示し都市空間のデザインの統一を図っている。ソウルでも同様に、「デザイン・ソウル・ガイドライン」を設け、統一したコンセプトに基づいた都市のデザインを進めている。

都市名	取組
ロンドン	都市開発において、「建築家や開発業者、住民と協力する芸術家の保護」「図書館やスポーツセンターなどの文化施設の活用」「地域のフェスティバル・芸術活動等を行えるワークスペースの供給」を行う。

都市名	取組
仁川	<p>都市景観の構成要素である、「建築物」や「色彩」、「照明」などの専門家からなる「景観協議体」により、公共施設等が出来上がるまでの各段階において事前景観協議会が実施される。</p> <p>看板類の公告物については、マニュアルを作成し、きれいな公告物を設置するため、住民（店主等）からの協力を仰いでいる。</p>
ソウル	<p>「公共空間」、「建築物」などに関する総合的な都市デザインのガイドラインである「デザイン・ソウル・ガイドライン」に基づき都市づくりを推進している。</p>

②古い建築物の保存・活用

都市に残る歴史的な建造物の保存に際しても、文化芸術が活用されている例が多くみられた。リバプールでは、かつて港だった場所を活かしながら、美術館などの文化施設を設置することで観光地への転換を図っている。また、ヘルシンキや仁川、セントポールでは、都市の古い建設物を改築し、文化施設やアーティストの活動スペースとして利用している。

都市名	取組
リバプール	<p>荒廃していたアルバート・ドックに、マージサイド海事博物館やテートリバプールが建設され、観光地に転換された。</p>
ヘルシンキ	<p>旧ケーブル工場、旧市立博物館、旧造船所など、古い歴史的な建物は残しながら、文化施設として活用する。</p>
仁川	<p>港近くの旧倉庫を活用して Art Platform を建設中。同施設は、仁川市のアーティスト等が集り、展覧会などを開催する施設。</p>
トロント	<p>1932年に建てられたウィスキーの蒸留所（ディスティラリー地区）を再生。現在は、レストランやショップ、ギャラリーが集まる複合スペースで、赤レンガの建物で構成されており、トロントの観光スポットにもなっている。</p>
セントポール	<p>市中心部より少しだけ外れた地域の倉庫街だったところを芸術家の住まい等として確保するために開発。</p>

③コミュニティアートによる地域の活性化

文化芸術創造都市の形成のためには、都市に居住する地域市民が、その考えを理解し、参加し、楽しむことが重要となる。市民の理解・参加を促すには、市民に「直接」文化芸術にふれるような機会を設けることが重要である。

リバプール、仁川、光州では、アーティストと地域の市民が一緒になって活動を行うコミュニティアートを実施していた。いずれも市民が使用する地域の施設を、文化芸術の手法（ライティング、ペインティング等）で、より親しみやすいものに改良するという取組が行われている。

都市名	取組
リバプール	地元のアート組織が、地域のコミュニティと共に、様々なアートイベントを実施。例えば、パブリックアートの手法を用いて、ライティング（照明）などで通りがいつもと違って見えるようにしたり、町の遺産である古い駅を改良し、新しく映画館や劇場、ミーティングルームなどに使える施設に改良した。
仁川	小学校の校門をそれぞれの小学校の学生からの提案を受けて作り変える、といった活動を実施。
光州	市場（商店街）の空き店舗を活用したアーティスト・イン・レジデンスのプロジェクトを開始。また、芸術家と一般市民の交流のための取組として、同市では、古くなり寂れた市場の空き店舗に、芸術作品を展示するという取組を行っている。この結果、週末には、市民が家族で同市場を訪れるようになっている。

(3)産業創出に対する取組

①観光産業の活性化における文化芸術の活用

都市の観光産業を活性化するため、文化芸術を活用した取組として、大きく2つのことが実施されている。1つは、都市の文化資源を活用し、観光に結びつける取組である。例えば、リバプールでは、前述のように、かつて港だった場所を活かしながら、美術館などの文化施設を設置することで観光地への転換を図っている。

もう1つが、アートイベント等の開催である。例えば、ミネアポリスでは、6月から8月までの期間をアートフェスティバルと指定し、様々な芸術イベントを開催し、観光に結びつけている。

なお、アートイベント等を開催する際に、例えばリバプールでは、世代別のマーケティングを行い、それぞれの対象に関心がある文化の魅力を訴えることで集客につなげていた。

都市名	取組
リバプール	<p>荒廃していたアルバート・ドックに、マージサイド海事博物館やテートリバプールが建設され、観光地に転換された。</p> <p>また、2008年に行われた欧州文化首都では、1年間で1500万人以上が市を訪れている。なお、リバプールには、音楽、スポーツ、海洋など様々な魅力があるが、世代によって関心が異なる。そこで、それぞれの世代別のマーケティングを展開し、世代の関心がある部分を打ち出すようにしている。</p>
ソウル	<p>ソウル特別市では「世界デザイン首都」に選定されたことを受けて、韓国内外のデザイン作家の作品を展示する「ソウル・デザイン・オリンピック」を開催している。</p>
ミネアポリス	<p>現市長の政策で、2003年から、毎年6月から8月までの期間をアートフェスティバルと指定し、様々な芸術的な紹介を行うこととしている。</p>
ニューヨーク	<p>ブルームバーグ市長就任後の2005年2月、日本の鳥居をイメージした「ゲーツ」というプロジェクトが開催された。これはセントラルパークにオレンジの布をゲート形式で設置したものである。</p> <p>2月にも関わらず400万人もの人が訪れ、世界中の新聞で紹介され、26,800万ドルの経済効果があったと試算されている。ニューヨークがクリエイティブな都市であることの貴重なメッセージにもなった</p>

②文化芸術関連産業への支援

文化芸術関連産業（コンテンツ産業、デザイン産業等）への支援を行う都市もみられた。ロンドンやソウルではデザイン産業の活性化に、光州では、コンテンツ産業の活性化に取

り組んでいる。また、ロンドンやミネアポリスでは、フィルムコミッションに力を入れている。

その他、イギリスでは、創造産業の振興施策として、知的財産の保護に力を入れた取組を実施している。

都市名	取組
ロンドン	<p>「デザインング・デマンド (Designing Demand)」というデザイナーと製造業のマッチングプロジェクトを行っている</p> <p>フィルムロンドンでは海外の映画会社を誘致し、ロンドンで撮影するように促進をしている。</p>
イギリス	<p>創造産業の知的財産の保護を目的に、違法なファイル交換の禁止やIP戦略の促進といった取組を行っている。</p>
ソウル	<p>デザイン・ファッション産業活性化の支援として、「東大門デザイン&パーク」というデザイン関連の複合施設を建設する。</p>
光州	<p>光州情報・文化産業振興院では、コンテンツ産業に対して、①基盤造成、②研究開発、③コンテンツ制作支援、④投資・誘致、⑤人材育成・雇用創出などの各種支援を実施している。</p>
ミネアポリス	<p>フィルムとビデオ制作に関する誘致活動を積極的に行っている。特に大手企業の本社が集積していることもあり、撮影許可がとりやすいことや物理的に近いことも含めて本社所在地で撮影することを勧めている。2007年には199件、予算総額で約920万ドルのプロジェクトが許可されている。</p>

③創造産業クラスターの創出

文化芸術関連産業の振興施策として、産業クラスターの手法を用いる都市も存在する。一般的に産業クラスター形成の初期段階には、地域シーズの集積・把握、ネットワーク形成、クラスター・コアの形成（企業・人材等の誘致・育成、連携促進等）が行われる。ロンドンやトロントにおける創造産業での取組も、地域の文化芸術資産の把握から始まり、ネットワーク形成やコア形成にむけた取組を行っている。

都市名	取組
ロンドン	今まで文化が盛んでなかった地区に新たなデザインクラスターを作ろうとしている。具体的には、インキュベーションセンターを大学などに設置するなどの方策をとる。
トロント	企業と、クラスターにおける異なるセクターとの協力関係を促す。活動には、能力開発、技術開発、マーケティング、新しいプロトタイプの資金提供、クラスターのパフォーマンス評価の開発等がある。

④企業誘致のためのPR 資料

ロンドンでは、全世界の主要都市と比較した博物館や劇場等の集積状況をデータで比較し、自都市の文化芸術活動や環境の優位性をアピールし、企業や人材の誘致につなげている。

5-1-4 欧州文化首都の効果と実施ポイント

欧州で20年以上から実施され成果を上げている施策である「欧州文化首都」について、その効果と実施のポイントを整理する。

(1) 欧州文化首都の効果

欧州文化首都については、従来から観光客の増加など地域再生に向けたメリットや、経済・社会面での波及効果があるといわれている。2004年のリールでは、1ユーロの投資に対し、12ユーロのリターンがあったという結果が出ている。また、2008年のリバプールでも、10,000人の雇用創出、1500万人以上の観光客（ホテル稼働率87%）といった効果が現れている。

だが、このような経済的効果にもまして、欧州文化首都の効果として大きいのは、都市の文化・芸術関係者や住民の意識の変化である。今回インタビューを実施したリバプール、ヘルシンキの両都市共に、欧州文化首都実施後に「今後も、文化政策に力を入れていこう」という機運が高まっている。これは自治体だけではなく、文化・芸術に関係する全ての人に対しておきている。ヘルシンキでは、欧州文化都市後に、文化・芸術分野のプロデューサー等が増加している。また、リバプールでも、欧州文化都市後に、マスコミ等が中心となった文化イベントを毎年開催する組織が形成されている。

(2) 欧州文化首都の実施ポイント

欧州文化首都が成功を収めたのは、経済的な支援よりも（実際、欧州文化首都の助成額は150万ユーロと極めて小額である）、無形な価値、ブランド力が高まったからに他ならない。各都市が、欧州文化首都を実施することに意義と誇りを感じ、各都市で一丸となってイベントを実施することが欧州文化首都の成功につながっており、またブランド力の向上につながっている。

ブランド力の向上、成功の連鎖を生み出すための、欧州文化首都（と同様の）施策を行う上でのポイントを以下に整理する。

① 透明・公正なプロセスによる都市の選出

選出される賞は、皆の納得感があってこそ、その価値が高まる。これは欧州文化首都においても同様で、選出された都市に対しての納得感があってこそ、そのブランド価値が高

まる。そこで、EU では、(過去は不透明なプロセスで選出をしていたという反省も踏まえて) 出来る限り透明・公正なプロセスによって都市の選出を行っている。

具体的には、1) 基準の明確化(「欧州全域への展開」と「多くの市民の参加、継続的な実施」)、2) 専門家による評価の実施、3) 応募者を増やし適度な競争を生み出す、といったことを実施している。

さらには、都市選出後も、欧州文化首都の名に恥じないような活動を行うようにモニタリング活動を強化している。

②情報支援

EU では、応募都市に対して様々な情報提供を行うことにより、都市のレベルの底上げを図っている。WEB 等での情報を充実させている他、EU において保管している多くの欧州文化首都の資料の貸し出し等も行っている。

また、申請のための用紙(インフォメーションシート)の記述も細かく、欧州文化首都を計画するために何を行うべきかのポイント整理にもなる。

③ネットワーク支援

各都市間のノウハウ共有と、さらなる文化レベル向上の意識付けのために、各都市の交流・ネットワーク形成支援も積極的に行っている。過去、現在、未来の欧州文化首都に選ばれた都市を集めてのセミナー・交流会を開催している。また、共同で調査レポート等も発刊している。

5-2 文化芸術創造都市政策の取組のあり方

これまでに文化庁長官表彰（文化芸術創造都市部門）を受けた8自治体を始め、日本の多くの自治体では、伝統的な文化を保存するに留まらず、現代芸術をまちなみの中に取り入れて新しい魅力と活力の創出を図ったり、閉校となった学校施設や工場跡を市民が気軽に文化活動拠点として活用できるようにするなど、文化芸術創造都市の形成に向け様々な取組を始めている。

諸外国の事例から、我が国の自治体の文化芸術創造都市政策の取組に参考となるような内容を以下に整理する。

5-2-1 推進体制のあり方

EUにおける欧州文化首都のレポートにおいても、核となる組織の運営が一番の課題としてあげられていたことからわかるように、文化芸術創造都市政策を実現するための推進体制を構築することが、取組の推進にあたって重要となる。

今回の調査対象都市では、その多くが、自治体の文化セクションが中心となって活動を行っていたが、同時に自治体内・外の組織と連携を取りながら戦略を推し進めていた。文化芸術創造都市政策は、文化芸術の振興、都市開発、まちづくり、産業振興等、様々な専門分野が組み合わさって成り立つ政策であるため、推進体制も様々な組織の連携によって構築されることが望ましい。

組織間の連携を成功させるためには、組織間のコミュニケーションを密にとることが必要となる。委員会などを設け、定期的なコミュニケーションの場を設置することが望ましい。

さらには、戦略の策定段階から自治体内・外の関係組織を巻き込んでおくことが重要なポイントとなる。各組織も戦略をもっており、あとから文化戦略を伝えても必ずしもその通りには動いてくれないこともある。そのため、重要な関係組織は、戦略策定段階から参加させ、一緒に戦略を立てることが必要となる。

さらに、文化担当部署では持っていない機能やノウハウは、他との連携や人材の招聘によって補完することも重要なポイントとなる。

5-2-2 予算獲得に向けた工夫

各都市共に文化芸術という名目では、なかなか予算が獲得しにくいのが現状である。そこで、予算獲得に向けて以下のような工夫が考えられる。

1) 連携による予算の活用：他の主体との連携等により、予算を獲得する方法がある。

これには、様々な資金源を探ることが求められる。教育、観光、企業支援等の予算と文化芸術を関連付け、その予算を文化芸術創造都市政策に役立つような方向にもっていくようにコーディネートする。これは創造性が要求され、常に他の分野と文化芸術を関連付けて考えることが要求される。

2) 企業等からの資金調達：イベント等を行う際には、企業等へ積極的に働きかけ、協賛を得るという方法がある。

3) エビデンスの活用：1)、2)の達成のためには、その予算投入効果を示すような証拠（エビデンス）が必要となる。常日頃から、文化芸術の振興が、都市への経済効果や集客効果、教育への効果等をもたらすというエビデンスとなるデータを収集しておくことが望ましい。

5-2-3 文化芸術創造都市実現に向けた効果的な施策実施方法

文化芸術創造都市の形成・発展に向け、各都市では様々な施策が行われている。ここでは、発生しやすい課題、主な施策実施に向けた効果的なポイント等について整理する。

(1) NPO等の都市における文化芸術の担い手の育成

自治体の取組だけでは、文化芸術創造都市の形成はなしえない。文化芸術創造都市形成に向けては、文化政策の担い手となるようなプレーヤーの存在が必要となる。今回の都市の事例では、文化政策の担い手としてNPOなどの文化芸術団体が存在した。

これらのNPO等に対して活動を支援する際には、助成金を与えるだけではなく、最終的には独立経営になるように促すことが重要となる。例えば、ヘルシンキ市では、施設をヘルシンキ市が保有し、運営は民間が行う官設民営の形をとっている。施設料は文化団体が市に払うが、立ち上げの時期は料金の一部を市が援助し、経営が軌道にのった段階で援

助を減らしている。このように、サポートがあるのが当たり前の状況とするのではなく、文化芸術団体が独立を前提とした形での支援が、都市での活動を活性化させる。

なお、各都市の文化施設は、行政のサポートの他に、興業収入、テナント料、バー・ギャラリーの収入、等の方法で収益を得て、経営を成り立たせている。また、基金という形をとり、基金の利子を収入とするケースもある。

(2)既存施設の活用における課題・工夫

前述のように、我が国においても学校施設や工場跡を活用した文化拠点の形成事例がみられる。今回の調査事例から、既存施設活用における課題・工夫点として、以下が挙げられる。

①美と機能の両立

既存施設の再利用が、文化芸術創造都市の形成に寄与するためには、その施設が建築物そのものの美しさや周りの景観との調和等の「美」と、用途や利用しやすさ等の「機能」の2つのハードルをクリアする必要がある。既存施設の改修計画を作成する際には、その両面を意識しながら行う必要がある。

②収益の確保策の立案

既存施設が再利用された文化施設は、(最終的には)その施設の運営が公的な資金に頼らずに、自立的に運営がなされることが望ましい。そのため、その施設の特徴を生かした収益事業(入場料、販売料、賃料等)を併せて計画しておくことが望まれる。

(3)アーティスト居住の場の確保

多くの都市で見られた課題として、芸術家(もしくは、文化芸術に関わる小さな企業)が集まっていた地区が、芸術家がいること及び創作活動をすることで地価が上がり、家賃が高くなり、結果的に芸術家達が締め出されるようになるというケースがある。

これに対し、例えば、フロアスペースを市から購入し、赤字経営にならないレベルで、芸術家等に安価で貸すといった解決策がある。

(4)住民の巻き込み

住民を巻き込んで文化芸術都市を形成していくためには、住民に「直接」文化芸術にふれるような機会を設けることが重要である。アーティストが勝手に活動をするのではなく、地元の住民と一緒にやるように協力しながら芸術活動をする必要がある。

また、家庭に対して文化芸術に触れさせる機会をもうけるには、学校等を通じて、まず子どもに何らかの文化芸術イベントに触れさせるという方法も有効である（文化芸術教育にもつながる）。

さらには、対象にあわせた文化芸術プログラムの提供（例：ロンドン 若者には、ダンスや音楽デジタルミュージック）が重要である。

(5)他の産業振興手法の活用

文化芸術関連産業の振興には、他の産業振興手法や支援策が活用できるケースも多い。例えば、上記のような、NPO などの文化芸術団体の経営支援には、コミュニティビジネスの経営支援が活用できる。

また、地域全体の文化芸術関連産業の振興としては、産業クラスター政策の手法が活用できる。地域の文化芸術資産の把握、各主体のネットワーク形成、クラスター・コアの形成（企業・人材等の誘致・育成、連携促進等）を行うことによって、文化芸術関連産業の振興につなげることができる。

(6)広報活動におけるデータ・エビデンスの活用

文化芸術創造都市政策では、国内外の様々な主体に対して自都市を積極的に PR することが重要である。だが、ただ単に「自分の都市は素晴らしい」といっても説得力を持たない。

そこで、データ等で自都市の優れた部分を示すことで PR の説得力を増すことができる。例えば、ロンドンにおいては、全世界の主要都市と比較した博物館や劇場等の集積状況をデータで比較し、自都市の優位性をアピールしている。

また、一口に文化芸術といっても、対象（組織／個人、業種、年齢性別等）によって関心は大きく異なる。対象に併せて、各対象が関心をもっているポイントを打ち出していく必要がある。

5-3 国等における各都市への支援のあり方

我が国では、文化庁が、平成 19 年度から文化庁長官表彰（文化芸術創造都市部門）が創設され、これまでに 8 都市が表彰を受けるほか、平成 21 年度からは国内の文化芸術創造都市に取り組む自治体間のネットワーク構築を通じて各自治体における取組の支援を行うこととなっている。

諸外国の事例から、これらの取組に参考となるような内容を以下に整理する。

5-3-1 推進体制のあり方（コーディネータ機能の重要性）

前述のように文化芸術創造都市政策は、文化芸術だけでなく、都市計画、産業振興等、様々な専門分野が組み合わさって成り立つ政策である。そのため、文化芸術創造都市を支援する国等においては、これらの分野を横断し、つなぐことのできるコーディネータが重要な役割を果たす。例えば、創造産業戦略を推進するイギリスでは、DCMS が、コーディネータ機能を果たし、各省庁をまとめて戦略を推し進めていた。

コーディネータが果たすべき役割を以下に整理する。

(1) 様々な主体の巻き込み

前述の通り、文化芸術創造都市政策は、様々な主体が関わる分野である。これらの主体を議論に参加させ、意見を調整し、1つの方向に導くことが重要な役割となる。

また、様々な分野の専門家が関わる余地があるのが、文化芸術創造都市政策の特徴である。常に、協力してくれるパートナーを探し、政策に巻き込んでいくことが求められる。

(2) 資金の獲得

文化芸術だけでなく、都市開発、産業振興、観光、教育等々、様々な分野と関連するのが文化芸術創造都市政策である。これは、予算についても同様である。施策に使用するのには、必ずしも文化芸術の予算である必要はない。

コーディネータは、文化芸術創造都市政策に使えそうな予算はないか常にウオッチし、使えそうな予算があった場合には働きかけを行うことが重要である。

(3)アーティスト・クリエイターの創造性を支援する

文化芸術創造都市政策の大きな柱の1つは、創造性を発揮するアーティスト・クリエイターである。時には、各主体で利害がぶつかることもあるが、「活動的な雰囲気や刺激的な環境」を作り出すために、アーティスト・クリエイターの創造性が最大限発揮できるような施策の運用が求められる。

5-3-2 表彰制度の支援のポイント

今回の調査事例でみられた欧州文化首都を始めとする表彰制度に関連した事例から、表彰制度等を実施する上での工夫点やポイントを整理する。

表彰制度が意味を持つためには、その制度の「ブランド力」を高めることが重要である。資金的な援助だけでなく、表彰されたことが、その都市にとって誇りとなるような制度になってこそ意味を持つといえる。表彰されることを目指して、また表彰されたことにより、自治体が主体的な活動を促進させることが、文化芸術創造都市政策の活性化につながる。

今回の事例では、制度のブランド力を向上させるために、以下のような工夫をしていた。

- 透明・公正な審査・・・「選出基準の明確化」「専門スキルをもった有識者による評価」等の工夫により、納得感の高い透明・公正な都市の選出を行う。
- プロセス管理、モニタリング・・・各都市が選出されたことに相応しい行動をとっているか、モニタリングを行う。
- アドバイス・情報提供・・・各都市が文化芸術創造都市政策を計画するために何を行うべきかのポイントを提示するなど、積極的なアドバイスや情報提供を行うことで、都市のレベルの底上げを図る。

5-3-3 ネットワーク支援のポイント

各都市において活動的な雰囲気や刺激的な環境を生み出すためには、都市間の協調・競争関係を生み出すことも必要である。

今回の事例では、都市間のネットワークを強化させるために、以下のような工夫がみられた。

- 場の形成・・・都市間の互いの情報交換の場を作ることにより、都市間のネットワーク形成を促すことが有効な方法といえる。また、シンポジウムやセミナーといった会合形式で集まる機会を設けるパターンもある。
- 協働作業の構築・・・例えば共同でレポートを書くというような共同作業を行うことにより、現場レベルでの交流を深めることができる。
- メリットの提示・・・都市間でネットワークを形成することのメリット・目的等を提示し、都市に自主的な行動を促すことも重要である。

5-3-4 その他支援

表彰制度、都市間ネットワークの構築以外に、今回の調査対象国等で実施されていた国等の都市に対する支援での工夫を整理する

(1)助成金・補助金の提供方法

都市や文化組織等に対する助成金・補助金については、インタビュー等では受け手側からは「目的が定まっていて、他の用途に使用できないのが非常に不便である」といった声が多く聞かれた。

これに対し、例えば EU の欧州文化首都政策では、目的の定まった助成金ではなく、“賞”という形で資金を提供することによって、予算の使用範囲を広げていた。

(2)施策の評価の実施

各都市への支援における課題は、都市の状況や事業実施段階によって常に変化する。それらに対応していくためには、支援施策を、都市の状況変化に合わせて考えていく必要がある。そのためには現在実施している施策や都市の現状を分析し、評価し、その結果を踏まえて、次の施策につなげていくことが重要となる。

例えば EU の欧州文化首都政策では、外部機関に委託して、これまでの欧州文化首都の効果や課題を洗い出した上で、次の展開につなげていた。また、イギリス政府でも、常に施策の効果を評価し、次の施策展開に活用している。

(3)都市との緊密な関係の構築

都市が国に求めているサポートは、資金だけとは限らない。情報提供や、その他、精神

的なサポートが重要だという意見も、今回のインタビューでも多く聞かれた。

また、国と都市が別々に行動すると、同じプロジェクトに重複した施策を行ってしまうこともありうる。常日頃から、都市の行動を把握し、連絡を取り合うことで、無駄のない効果的な施策の実施につなげることができる。

さらには、国の戦略等を明確に打ち出し、都市へ PR することが重要である。国の戦略がはっきりすることで、都市側も自身の戦略を打ち出しやすくなる。

なお、文化芸術創造都市の中心は、あくまで都市（自治体）である。自治体が、政府に依存しすぎないように、都市が主体的にプロジェクトを推進しようという姿勢を保っていくよう注意を払う必要がある。

本報告書は、文化庁の委託業務として、株式会社リベルタス・コンサルティングが実施した平成20年度 文化芸術創造都市に関する調査研究の成果を取りまとめたものです。

従って、本報告書の複製、転載、引用等には文化庁の承認手続きが必要です。