



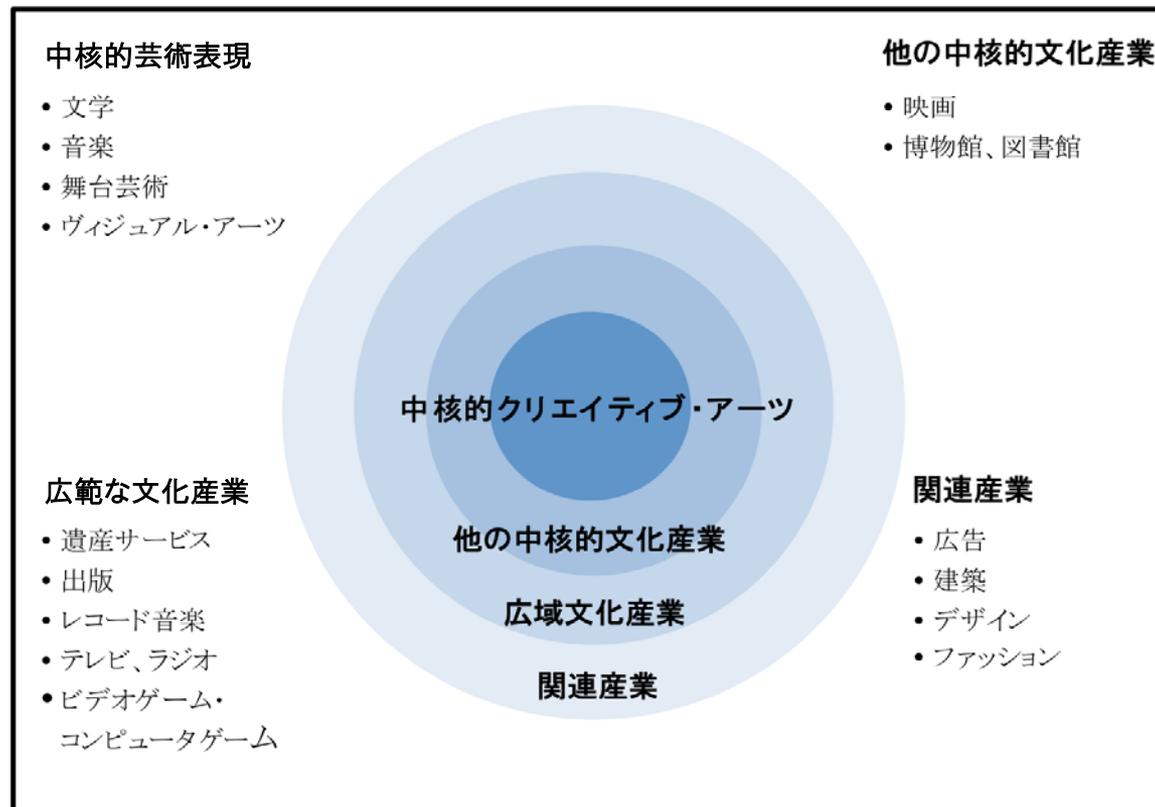
# 文化芸術から始まる 経済再生、産業活性化に向けて

吉本光宏 | ニッセイ基礎研究所

# 1. 文化産業／創造産業の捉え方——①同心円モデル

## Modelling the Cultural and Creative Industries: Concentric Circles Model

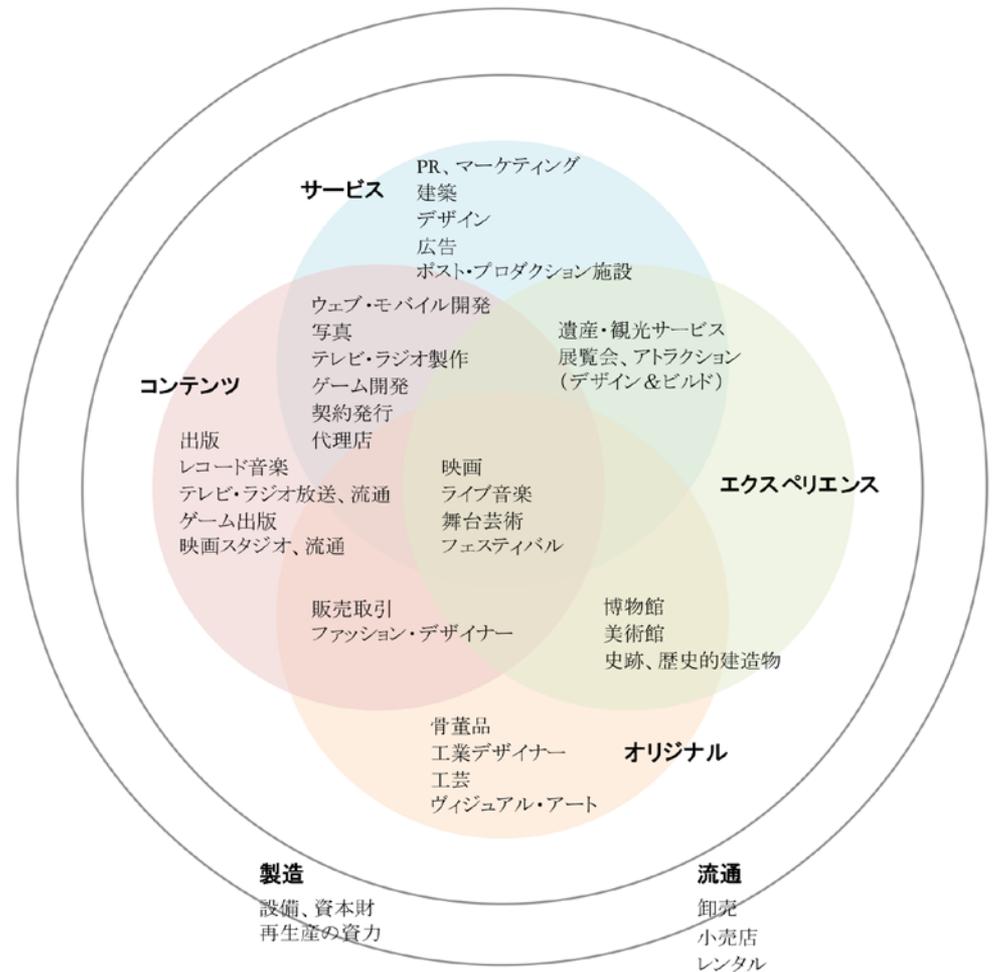
- D. ThrosbyがEconomics and Culture (2001)、Modeling the cultural industries (2008) .などで示したモデル。
- 市場経済の中で成立しにくく、公的支援の求められる中核的な文化産業(文化芸術)の重要性を示している。



# 1. 文化産業／創造産業の捉え方——②クリエイティブ・ビジネス・モデル

## Creative Business Model Framework

- 英国国立科学・技術・芸術基金 (NESTA) の考案したモデル。
- 各分野のビジネスモデルや供給連鎖に着目し、「クリエイティブ・コンテンツ」「クリエイティブ・サービス」「クリエイティブ・オリジナル」「クリエイティブ・エクスペリエンス」の4つの領域にサブ・セクターを分類したモデル。例えば、広告と建築については、最終成果物ではなく、スキルや時間をビジネスとする分野として同じ領域に分類している。



# 1. 文化産業／創造産業の捉え方—— ③ユネスコモデル

## Framework for cultural statistics domains

- ユネスコが2009年に発表したモデル。芸術性の高い構成要素から知的財産に高く依存する象徴的な商品を生産する全ての経済的活動まで、創造性の概念を拡張し、創造産業を考えている。

文化領域	A 文化遺産・自然遺産	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 博物館</li> <li>• 古代遺跡、史跡</li> <li>• 文化景観</li> <li>• 自然遺産</li> </ul>
	B パフォーマンス・セレブレーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 舞台芸術</li> <li>• 音楽</li> <li>• フェスティバル、フェア、祝祭</li> </ul>
	C ヴィジュアル・アーツ、工芸	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ファイン・アーツ</li> <li>• 写真</li> <li>• 工芸</li> </ul>
	D 本・出版	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 本</li> <li>• 新聞、雑誌</li> <li>• その他の印刷物</li> <li>• 図書館</li> <li>• ブックフェア</li> </ul>
	E オーディオ・ビジュアル、インタラクティブ・メディア	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 映画、ビデオ</li> <li>• テレビ、ラジオ</li> <li>• インターネット、Podcast</li> <li>• ビデオゲーム</li> </ul>
	F デザイン、クリエイティブ・サービス	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ファッションデザイン</li> <li>• グラフィックデザイン</li> <li>• インテリアデザイン</li> <li>• ランドスケープデザイン</li> <li>• 建築的サービス</li> <li>• 広告サービス</li> </ul>
関連領域	G 観光	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 個人旅行・団体旅行サービス</li> <li>• ホスピタリティ、宿泊</li> </ul>
	H スポーツ、リクリエーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>• スポーツ</li> <li>• フィットネス</li> <li>• アミューズメントパーク、テーマパーク</li> <li>• キャンピング</li> </ul>

# 1. 文化産業／創造産業の捉え方—— ④イタリアの食文化

- イタリアでは「食文化」も「文化産業」に位置づけている  
イタリアでは欧州連合のEU法が規定する食料品の原産地名認定・保護を目的とした「原産地名称保護制度」の分類と、イタリアのワイン法の分類をもとに食文化を規定
- 原産地名称保護制度の主な対象品目はワイン、チーズ、ハム、ソーセージ、オリーブ、ビール、パン、果物、野菜等で、以下の3つの制度を有する
  - ①原産地名称保護(Protected designation of origin、略称PDO)
  - ②地理的表示保護(Protected geographical indication、略称PGI)
  - ③伝統的特産品保護(Traditional speciality guaranteed、略称TSG)
- イタリアのワイン法によるワインの格付けは上位からDOCG・DOC・IGT・VdTに分類
  - ①DOCG、統制保証付原産地呼称ワイン(Denominazione di Origine Controllata e Garantita)
  - ②DOC、統制原産地呼称ワイン(Denominazione di Origine Controllata)
  - ③IGT、地域特性表示ワイン(Indicazione Geografica Tipica)
  - ④Vdt、テーブルワイン(Vino da Tavola)

上記の中でテーブルワインを除く3種類の上級ワインとして食文化に位置づけ
- イタリアの文化産業における食文化の規模の算出方法では、各商品別の産出額や雇用人数を算出し、食品業界における産出額に対する割合を計算

## 2. 多様で幅広い経済波及効果を生み出す文化事業—— ①文化財、お祭り、芸術祭



### 出雲大社(H25年の「平成の大遷宮」にあわせた保存修復事業)

- 事業費(H20～29年度):38.0億円(内国庫補助65%)
- 観光客増加による効果
  - 県内への経済波及効果:344億円
  - 県民の雇用者所得増加:113億円
  - 新規雇用創出効果:約3,500人

出所:日本銀行松江支店「【改訂】平成の大遷宮の経済波及効果」(H12年3月)



### 諏訪大社御柱祭(H22年)の効果

- 観光消費額:171億1,600万円
  - 経済波及効果:215億6,000万円
  - 総動員数:169万3,000人
- 持続、発展のため国庫補助で本宮幣殿・拝殿等の修理を実施  
(H24～26年度:2.1億円、内国庫補助55%)

出所:長野日報(諏訪広域連合調査結果引用)(H22年10月29日)



### 瀬戸内国際芸術祭2013

- 瀬戸内12島と高松港・宇野港周辺に、春、夏、秋の3会期に分けて実施。26の国と地域から参加した200組のアーティストの作品207点を設置
- 直島町では、首都圏から若い世代が移住し、年2%強の人口減少率が1%程度にまで改善
- 男木島では、芸術祭を契機に帰郷を希望する世帯があり、休校中の男木小中学校が再開
- 来場者数約107万人、約132億円の経済効果(事業費約10.2億円)

出所:瀬戸内国際芸術祭実行委員会「瀬戸内国際芸術祭2013」開催に伴う経済波及効果

JAPAN // THINGS NOT TO MISS

## #06 NAOSHIMA

ONE OF THE BEST PLACES TO EXPERIENCE THE BEAUTY OF THE INLAND SEA IS THIS TRANQUIL ISLAND, WITH ITS AMAZING CONTEMPORARY ART MUSEUMS, PUBLIC SCULPTURES AND INSTALLATIONS.



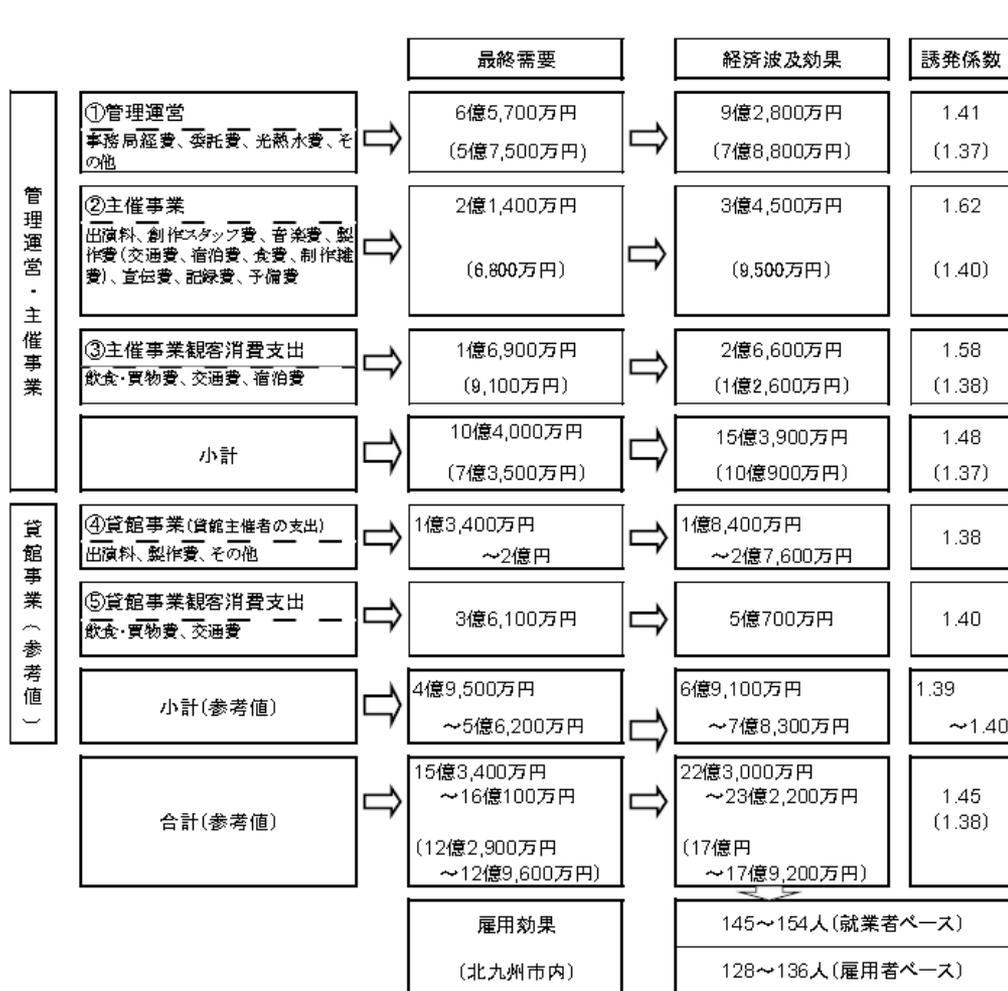
出典: Rough Guide社HPより

参考: Rough Guide社(英国トラベルガイド)による日本の必見スポット

1. 京都
2. スキー(北海道ニセコ、野沢温泉)
3. 築地
4. 札幌雪祭り
5. 奈良
6. 直島
7. 広島
8. 高野山
9. 歌舞伎
10. 木曾谷
11. 会席料理
12. 屋久島
13. 富士登山
14. 旅館宿泊
15. 阿波踊り
16. 相撲
17. 日光
18. 熊野古道
19. 温泉
20. 酒蔵(小布施、高山)

## 2. 多様で幅広い経済波及効果を生み出す文化事業—— ②文化施設

北九州芸術劇場の経済波及効果(2012年度):北九州市費(9億9,500万円)の2倍強



	管理運営			主催事業			合計
	北九州市内	北九州市外	計	北九州市内	北九州市外	計	
最終需要(支出額)	575,418	81,720	657,138	67,786	145,833	213,619	870,757
農林水産業	12	106	118	50	1,106	1,157	1,275
鉱業	869	44	913	7	108	115	1,027
飲食品	31	110	141	414	2,636	3,051	3,191
繊維製品	129	172	301	23	343	365	667
ハルブ・紙・木製品	2,185	1,190	3,374	583	2,385	2,968	6,342
化学製品	968	1,174	2,142	249	2,421	2,669	4,811
石油・石炭製品	1,360	718	2,078	182	1,951	2,134	4,211
窯業・土石製品	595	268	863	80	509	589	1,452
鉄鋼	842	1,161	2,003	84	1,923	2,008	4,010
非鉄金属	169	323	492	21	547	568	1,061
金属製品	1,031	455	1,486	129	876	1,005	2,491
一般機械	4,121	2,697	6,818	332	4,195	4,527	11,345
電気機械	688	713	1,401	47	1,105	1,153	2,553
情報・通信機器	8	133	142	1	207	207	349
電子部品	1,948	1,152	3,100	163	1,783	1,946	5,046
輸送機械	1,473	4,193	5,666	141	6,581	6,722	12,388
精密機械	54	57	111	6	94	100	211
その他の製造工業製品	10,244	3,441	13,685	6,518	7,248	13,766	27,451
建設	7,544	604	8,148	474	1,222	1,695	9,843
電力・ガス・熱供給	163,532	1,021	164,553	912	2,390	3,302	167,854
水道・廃棄物処理	11,297	310	11,607	652	1,218	1,870	13,476
商業	16,070	4,005	20,075	3,043	8,530	11,573	31,648
金融・保険	34,406	5,936	40,342	2,945	9,254	12,199	52,541
不動産	5,210	1,055	6,265	1,004	2,002	3,006	9,271
運輸	22,040	3,693	25,732	20,218	12,236	32,455	58,187
通信・放送	34,276	14,797	49,074	5,074	15,801	20,875	69,948
公務	696	159	855	90	267	357	1,212
教育・研究	4,585	957	5,542	257	1,565	1,822	7,364
医療・保健・社会保障・介護	6	2	8	2	4	6	15
その他の公共サービス	1,355	238	1,593	186	467	653	2,245
対事業所サービス	447,326	86,949	534,275	28,699	133,001	161,700	695,975
対個人サービス	1,085	823	1,908	18,074	24,405	42,479	44,387
事務用品	9,018	348	9,366	3,672	1,165	4,836	14,202
分類不明	2,810	568	3,378	363	955	1,319	4,697
合計	787,983	139,569	927,553	94,694	250,501	345,194	1,272,747
生産誘発係数	1.37	1.71	1.41	1.40	1.72	1.62	1.46

※下段の括弧内の数字は、北九州市内の最終需要、経済波及効果。貸館事業については、最終需要、経済波及効果とも北九州市内のみと想定した試算結果である。

### 3. 求められる文化政策のパラダイム・シフト

Creative Industry / Economy  
創造産業・創造経済→産業・経済の活性化

- クリエイティブ産業のみならずあらゆる産業分野に求められる創造性・革新的な発想

Creative Education etc.  
教育、福祉、防災等→行政課題の解決

- アート教育を受けた子どもの方が国語や算数、理科の成績が高い
- 企業が新入社員に求める能力のトップはコミュニケーション能力
- リハビリであがらなかった腕がダンスであがった
- 認知症のお年寄りの表情が豊かになった等々

文化財  
伝統芸能  
芸術文化

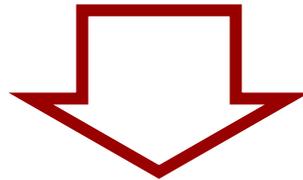
- 疲弊した都市・地域が芸術文化で活力を取り戻した
- 全国で活発化するアートプロジェクト、トリエンナーレ、文化観光

Creative City  
観光、地域創生、まちづくり→地域活力の創出

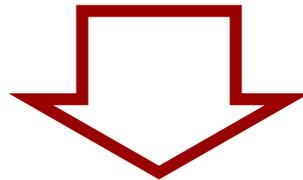
従来(狭義の)の文化政策

これからの(広義の)文化政策＝文化から始まる日本再生、地域活力の創出

支援・保護される文化芸術



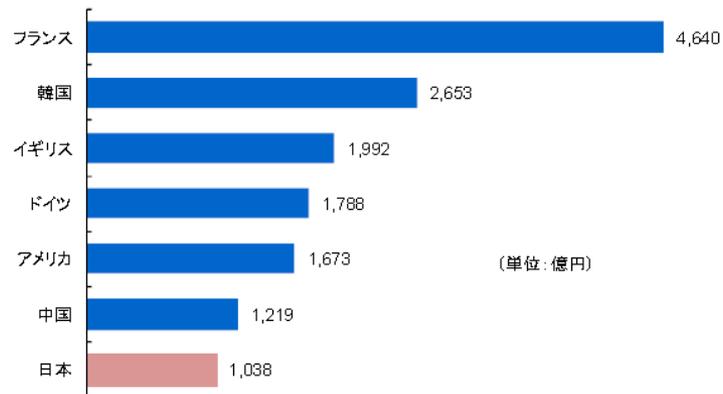
文化芸術を起点とした日本の活力創出



文化政策(予算)は  
文化芸術のためだけではない

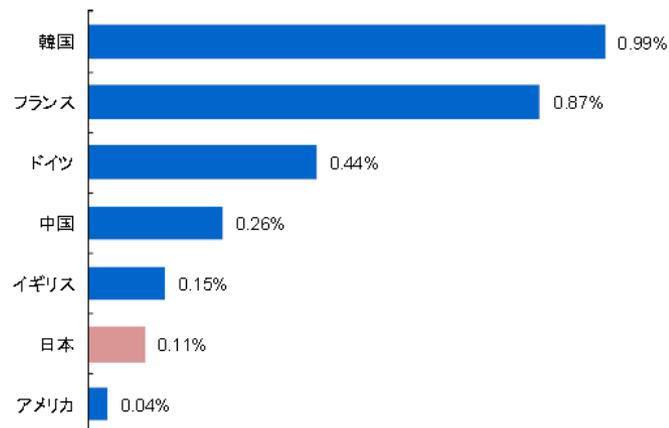
### 3. 求められる文化政策のパラダイム・シフト——参考：国別文化予算比較

図表・1 各国の文化予算額の比較（2015年度）<sup>1</sup>

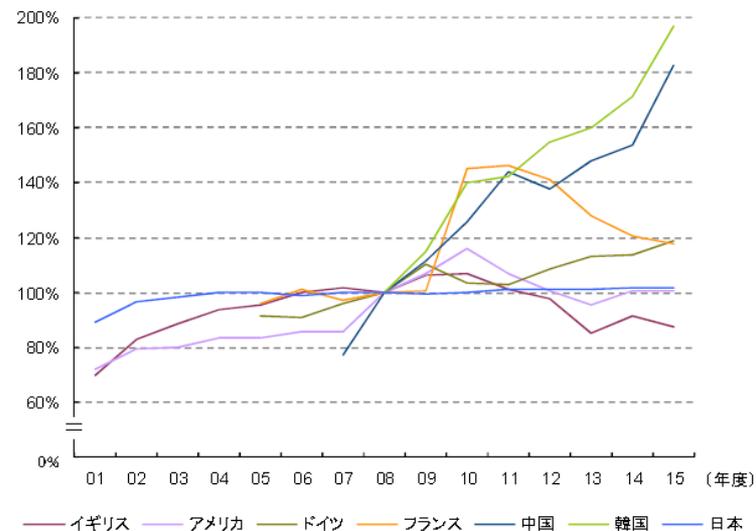


国名	予算額(億円)	人口一人当たり(円)
フランス	4,640	7,205
韓国	2,653	5,274
イギリス	1,992	3,079
ドイツ	1,788	2,216
日本	1,038	818
アメリカ	1,673	520
中国	1,219	89

図表・2 各国の文化予算が国家予算に占める割合の比較（2015年度）<sup>2</sup>



図表・5 各国の文化予算額の推移（2008年度を100%とした際の推移）<sup>5</sup>



## 4. 日本の文化の強みを経済再生、産業活性化につなげるための3つの提案

### 1. 文化の幅広い効果、効用を視野に入れた文化政策の展開

- 文化政策を国の重要政策に位置づけ
- 官民あげた文化への集中投資

### 2. 文化と他の政策領域をつなぐ政策形成、人材育成

- 経済・産業：(芸術の)クリエイティビティに基づいた起業家・アントレプレナーへの投資
- 地域活性化：芸術祭、アートプロジェクトを地方創世の起爆剤に。文化観光の積極的展開
- 公共政策：教育(少子化)、福祉(高齢化)との連携

### 3. 文化予算の大幅拡充

- 文化庁の京都移転を機に、文化予算を倍増