



**From:**

## **Tourism and the Creative Economy** (抄、仮訳)

本翻訳は参考のための翻訳であって、正確には原文を参照ください。

**Access the complete publication at:**

<http://dx.doi.org/10.1787/9789264207875-en>

---

## **Executive summary**

エグゼクティブサマリー

### **Case Study: Contemporary art and tourism on Setouchi Islands, Japan**

ケース・スタディ：瀬戸内海の島々を舞台にした現代アートと観光の融合

## エグゼクティブサマリー

知識の創出、転換、拡散に大きな役割を果たすクリエイティブ産業は、近年、グローバル経済全体を上回る勢いで発展している。クリエイティブ産業における製品とサービスの取引額は、2002年から2011年の間に年率8.8%の割合で増加した。クリエイティブ産業は、経済成長と雇用創出の起爆剤となり、イノベーションと起業を下支えし、都会と地方の再生を促進し、輸出を増加させる潜在力がある。

本稿では「クリエイティブ産業」を以下のように定義する。知識を基盤とした創造的活動を取り扱う産業。すなわちテクノロジー、才能、またはスキルを活用して意義のある無形の文化的製品、クリエイティブコンテンツ、経験を産出し、それによって生産者と消費者と場所を結びつける。広告、アニメーション、建築、デザイン、映画、ゲーム、飲食、音楽、芸能、ソフトウェア、インタラクティブゲーム、テレビ、ラジオなど多様な業種によって構成される。

一方クリエイティブ産業は新たに観光産業とも結びつき、シナジーを生み出している。クリエイティブ産業は観光分野でも大きな潜在力を持ち、需要を増大させたり新しい製品、経験、市場を開発したりする可能性がある。旅行体験とクリエイティブコンテンツを融合させることによって新たなターゲット層が開拓されて新しい価値が生まれ、観光産業では地域のイメージや競争力が高まり、クリエイティブ産業では成長や輸出が促進される。

観光産業にクリエイティブツーリズムが導入され、開発とマーケティングのための新しい手法として活用されるに従い、観光そのものの概念も拡大した。名所旧跡を中心とすることが多かった従来型の文化観光から、現代的なクリエイティブ資産、イノベーション、無形のコンテンツを中心とした新しいモデル、すなわちクリエイティブツーリズムへのシフトが進んでいる。クリエイティブツーリズムには、従来型の観光に比べて非常に多様な立場からの協働を必要とするという側面があり、その結果、価値連鎖は細いバリューチェーンではなく、四方に広がるバリューネットワークの形になる。そこでは、旅行体験が様々なクリエイティブコンテンツと融合し、クリエイティブなライフスタイルの中に取り入れられていく。そうした現象は新しいテクノロジーを通じ、観光地だけでなく遠く離れた場所でも、さらにはバーチャル世界の中でも起きる。

クリエイティブ製品は次々に無形のコンテンツの形をとるようになり、可動性が増して場所との密着が弱くなった。その結果、有形の文化資産とは異なる新しい政策によって対応しなければならないという課題が生まれた。しかし一方でそれは機会でもある。クリエイティブという新しい分野の優位性を生かして、これまででない製品や体験を開発し、市場を拡大し、新しいテクノロジーの応用を進め、クリエイティブコンテンツをこれまで以上に広く拡散させるチャンスとも言える。適切な対応策を設計して、コンテンツ開発の支援、クリエイティブ資産と場所の関連付け、知識と能力の構築、ネットワークと産業クラスターの形成などに積極的に取り組み、強化することによって、生み出される価値のポテンシャルも大きくなる。

観光とクリエイティブ産業の融合は成長や発展の機会を生む。その機会を実現するために、すでに国レベル、地方レベル、そして現地レベルで戦略や総合的な政策の立案が始まっている。しかしそうした政策や実施状況を分析した結果、現状では両産業のつながりはまだ十分に開発されておらず、成長やイノベーションの可能性に対する認識も不十分であることが判明した。

クリエイティブツーリズムの開発は、国の観光行政、地方の観光局、現地のマーケティング組織にも関与が及ぶ活動である。単にクリエイティブ産業とは何か、観光とどう結びつくかを把握しただけでは、課題の解決は望めない。クリエイティブ産業の成長が観光にもたらした本質的な変化を十分に理解しなければならない。クリエイティブ産業と観光産業を共に成長させ、そこから生まれる機会を的確に捉え、価値を創出するには、積極的な政策アプローチが必要である。

### クリエイティブツーリズムに向けた積極的な政策

観光とクリエイティブ産業の融合から生まれる潜在力を顕在化させるには、政策の在り方を一新して、無形化・細分化がますます進む傾向にあるクリエイティブ体験を適切に取り扱えるようにしなければならない。またクリエイティブ資産と観光地を不可分のものとし、観光客に足を運んでもらうための仕組みを見つけ出すことも必要である。

- 統合的な政策で多様な関係者やリソースを結び付け、業種を超えた協働を支援し、異業種の融合やイノベーションを促す。クリエイティブツーリズムの発展を可能にするために、政府が果たすべき役割がある。ネットワークの支援、クリエイティブ産業クラスターの強化、起業の促進などがその例である。
- 楽しく魅力的なクリエイティブコンテンツの開発は、民間主導で行う。コンテンツは、様々なプラットフォームを通じて拡散可能なものとする。一方、観光当局もコンテンツの開発と拡散に大きな役割を担う必要がある。従ってクリエイティブ産業に関する知識とスキルの開発が必要であると同時に、官民の間に効果的な協力体制を整備することも重要である。
- 消費者もまた、生産者や他の消費者とともに積極的な創造的役割を果たし、クリエイティブ体験やユーザー発信のクリエイティブコンテンツを自ら開発していく。知識を共有したり、共同で知見を構築したり、また旅行体験の創出に有用なスキルを提供し合ったりする。従って生産者と消費者と場所が一体となって価値を生み出すことができるよう、政策策定に当たっては、この三者の融合を目指すべきである。
- 場所や経験をブランディングすることによって、クリエイティブ活動と観光地の結びつきを強化することができ、クリエイティブツーリズム体験の開発につながる。コンテンツを提示する方法、消費者をひきつける方法として「ストーリー」が有効である。その際、新しいテ

テクノロジーやクリエイティブな手法のマーケティングキャンペーンによるバックアップがあれば、より強力である。

- クリエイティブコンテンツや旅行体験の形成と発信には、新しいテクノロジーやデジタルメディアを開発し、応用することが重要である。また、クリエイティブ産業のバリューチェーンの各所に散らばるさまざまな要素を連携させることも大切である。

## 瀬戸内海の島々を舞台にした現代アートと観光の融合

本ケーススタディは日本の国土交通省の調査をもとに作成した。

瀬戸内海は日本の本州、四国、九州に囲まれた内海である。古くから、京都、奈良、大阪、神戸を含む近畿地方と、九州地方やアジア諸国との間を結ぶ重要な輸送路であった。この瀬戸内海に浮かぶ直島で 1980 年以降、現代アートのプロジェクトが数多く実施され、美術館や屋外での作品展示が整備されたほか、ワークショップなども開催されている。「ベネッセアートサイト直島」(<http://www.benesse-artsite.jp/en/>) の名称が示すように、このプロジェクトは岡山県に本社を置く通信教育・出版事業会社のベネッセホールディングスと、同社が設立した公益法人である福武財団の支援によって実現したものである。「現代アートの島」として直島の知名度が高まるにつれ同様のプロジェクトが近隣の島々にも広がり、長期的なアートプロジェクトとして続いている。本ケーススタディの前半はこのプロジェクトを取り上げる。

2010 年、初めての瀬戸内国際芸術祭 ([www.setouchi-artfest.jp/en/](http://www.setouchi-artfest.jp/en/)) が開催された。この芸術祭は瀬戸内トリエンナーレとも呼ばれ、瀬戸内海の 7 つの島と高松港、宇野港が会場となった。現地の自治体やクリエイティブ産業、観光産業を含む経済界などから代表者が出て実行委員会を構成した。本ケーススタディの後半では、瀬戸内国際芸術祭が観光および地元経済にどのような影響を及ぼしたかを考察する。

アートプロジェクトによって観光客の間で人気が高まった直島周辺ではあるが、この地域はもともと人口が非常に少なく、しかも過去 15 年間減少する一方であった。直島の人口は 2010 年現在 3,277 人だが、15 年間の減少率は 17% を超え、しかも 65 歳超の人口構成比は 24% から 33% へ上昇している。直島の経済は精錬産業に支えられて発展してきたが、反面、精錬所による環境汚染は直島や周辺の島々に被害を及ぼした。地元自治体や製錬所の運営企業が森林再生事業に取り組んだものの、直島と言えば最初に思い浮かぶのが「工業の島」のイメージだった (笠原 2011)。しかし現代アートプロジェクトによってこのイメージが変わり、直島周辺の島々は「アートの島」として観光産業に新たな価値を生み出す名所となった。この変身の土台となったのが、1980 年代の終わりに始まった「ベネッセアートサイト直島」プロジェクトである。

### ベネッセアートサイト直島

直島の観光開発は、1980 年代に直島町が構想した地域開発計画がもとになっている。直島の南側一帯を教育・レクリエーションエリアとして開発し、持続可能な観光を実現することを目指した計画だった。その後 1985 年に、ベネッセの前身である福武書店の創業者と直島町長が、直島の南側を文化・教育地区として共同開発することで合意。翌 1986 年に福武書店を引き継いだ息子の総一郎氏が、「直島文化村」構想を発表した。直島を人を育てる場にしようという構想である。

そして建築家の安藤忠雄氏（1995年にプリツカー賞を受賞）の監修のもと、子どもたちや観光客のための「直島国際キャンプ場」を1989年に開設した（井原2007、笠原2011）。

次いで福武総一郎氏は、自身の人脈を活用してクリエイティブ産業界の協力を仰ぎ、アートプロジェクトを立ち上げ、財政的支援も行った。そして直島を世界に誇れる自然と文化の島にしようという目的のもと、第1回瀬戸内トリエンナーレを開催した。直島の美しい自然を守りつつ、現代アートで観光客を呼び込み、地域を活性化させるという試みだった（Jodidio 2006、国土交通省2009）。直島の豊かな自然環境と、かつてそれが公害で汚染されたという歴史は、現代美術のアーティストたちにとって、都会の美術館にはない強烈なメッセージになると思われた（福武財団-a、発行年不明）。この計画はアーティストと観光客を共にひきつけ、直島観光の魅力を増大させた。

### サイトスペシフィックアート

1989年にカレル・アペルの屋外彫刻が直島国際キャンプ場に設置され、次いで1992年に安藤忠雄氏の設計によるホテルと美術館が一体となったベネッセハウスが開館した。直島の現代アート活動の本格始動である（笠原2011）。しかしこの活動は、すぐに成功したわけではなかった。1992年から1995年にかけていくつかの展覧会やワークショップが計画され実施されたが、1997年のベネッセハウスミュージアムの来訪者数はわずか1万1000人ほどであった。2011年の来訪者数に比べると、9分の1程度である（観光庁2012）。

1996年からベネッセハウスミュージアムは、サイトスペシフィックアート作品の制作をアーティストに依頼するようになる（井原2007）。サイトスペシフィックアートは、作品が周辺環境の中でどのように見えるか、そして地域の文化や歴史とどのようにつながるかを熟慮しながら創作するアートである。きっかけとなったのは、1994年に開催された『Out of Bounds——海景の中の現代美術展』である。直島の自然の中に現代アートを展示し、作品と島の風景を同時に楽しむことができる展覧会だった。

その後サイトスペシフィックアート作品の展示は、ベネッセハウスのある島の南側から、次第に全島に広がっていく。1998年には歴史的な街並みを保存するための「家プロジェクト」が始まり、ベネッセは島内の空き地や古い空き家を借り、または買い上げ、コミッション方式で依頼を受けたアーティストがそれらを芸術作品に変えた。2001年には13人のアーティストによる「スタンダード」展が開催され、島内各所の廃屋や公共施設、路地などを利用したアート展示を行った（みずほ総合研究所2007、笠原2011）。2013年現在、家プロジェクトで完成した7軒の家が作品として永久展示されている。

## 住民の参加と観光への効果

サイトスペシフィックアートへと舵を切ったことで、アート作品と島の自然に連続性が生まれただけでなく、作品と島の住民の間にもつながりができた。現代アートの美術館や展覧会は当初、高齢化が進む島の住民には歓迎されなかった（みずほ総合研究所 2007）。精錬と漁業を主たる産業として生きてきた人々にとって、芸術や観光は全く馴染みのないものだったのである。ベネッセハウスは直島の人々に現代アートを理解してもらおうと、島民の入館料を無料にしたり、様々なイベントに招待したりしていた。

そうしたなか、地域社会の真ただ中で始まった「家プロジェクト」は、現代アートに対する住民の親近感を醸成する効果をもたらした（笠原 2011）。アーティストの活動の場は住民の日常生活エリアの中である。芸術と格闘しながら作品を生み出すアーティストの姿を目にするうち、住民はやがて、見るだけでなく制作プロセスに自ら参加するようになった。同時に、数々のイベントが開催されて島外からの入込客も増えた。安藤忠雄氏の設計による地中美術館が開館したのは2004年である。この美術館にはクロード・モネ、ジェームズ・タレル、ウォルター・デ・マリアの作品が恒久設置されている。その後、2006年の「スタンダード2」展、2009年の直島銭湯（大竹伸朗氏によるアート作品）の営業開始、2010年の瀬戸内トリエンナーレと続き、1995年には1万1000人がベネッセハウスを訪れる程度だった来訪者数は次第に増加し、2012年にはベネッセアートサイト直島全体で51万2756人の来訪者を迎えるまでになった。9カ所の美術館やプロジェクト展示を合わせた来訪者数のピークは2010年（70万4460人）だった（観光庁 2012、ベネッセアートサイト直島の未公開生データ）。地中美術館は、直島の本来の景観を損なわないよう、建物の大部分が地下に埋もれたかたちで建設されている。美術館そのものが、すでにサイトスペシフィックアートなのである。

観光客が増えたことにより、住民は自分たちの町をより魅力的な観光地にするにはどうすればよいかと考えるようになった。そして地元アーティストがデザインしたのれんや表札を古い家の玄関に飾って街の美観を高めるなど、住民主導のアートプロジェクトも始まった。また観光事業の効率的な運営が必要だと感じ、2003年にNPO法人の直島町観光協会を設立した。観光協会は「まちの案内所」と直島銭湯の運営に当たっている。さらに2004年には地域の歴史研究グループのメンバーが観光ガイドの会を立ち上げた。アート作品を見学を訪れる来訪者に、地域の歴史や文化を紹介しようというもので、年平均2,000人の観光客にガイドを行っている（観光庁 2012、笠原 2011）。直島の住民はこのようにして、アートプロジェクトへの参加を進めていった。市民参加は観光と地域再生の成功に不可欠な要素である。

サイトスペシフィックアートは、観光のプロモーションにも役立った。2000年、直島は米国の旅行雑誌「コンデナスト・トラベラー（Condé Nast Traveller）」に驚異の7大観光地のひとつとして紹介された。他の6カ所はパリ、ベルリン、アレキサンドリア、ビルバオ、リオデジャネイロ、ドバイである。2004年に地中美術館が開館すると注目はさらに高まり、ベネッセアートサイト直

島を取り上げたメディアの数は、2007年が国内160社、海外20社、2008年が国内150社、海外30社、2011年が海外133社であった（福武財団・b、発行年不明）。2009年にベネッセハウス（ホテル）に滞在した宿泊客のうち外国人の占める割合は18%で、大半がフランス、韓国、米国からの来訪者であった（笠原2011）。

2008年の日仏外交関係開設150周年を記念し、日本の国土交通省と政府観光局は、地方観光地PRキャンペーンを行って国内の4つの観光地を紹介した。直島もそのひとつに採用された。政府の支援は翌年以降も続き、ベネッセと福武財団はフランスとイタリアで直島展を開催した。結果、直島の美術館や作品展示を目当てに訪れる来訪者の数が増加した。島内の本村地区には2004年まで飲食施設がなかったが、2012年現在、約50軒の飲食店と宿泊施設が営業し、増大する需要を受け入れている（観光庁2012）。

クリエイティブ産業を観光振興に活用するには、クリエイティブ製品と観光地が密接に関連していなければならない。直島に完成した建築や現代アートの傑作の数々は多くの観光客をひきつけているし、他の観光地が容易に真似できるものではないが、とは言え作品と地域に何の関連性もなければ、持続的な観光資源にはなり得ない。そこで直島では、コミッション方式のサイトスペシフィックアートによって、海景を含めた島の風景と作品の間に強いつながりを生み出した。この方法によって、作品には直島に置かれることの有意性と独自性が備わり、同時に直島の観光地としての魅力も高まったのである。

## 地域の活性化

直島には毎年、島民の人口の100倍を超える数の観光客が押し寄せる。島の高齢者は島外の若者と交流する機会が増え、自らの島に強い誇りを感じるようになった（実行委員会2010）。住民がアートプロジェクトに積極的に関与しようとしていることは、地元ボランティアの数が多いことからも見取れる。

直島の雇用状況について、2000年から2001年の被雇用者数の変化を見ると、サービス業以外の業種では横ばいもしくは減少傾向にあるのに対し、サービス業だけが38%増加している（香川県・発行年不明、直島町・発行年不明）。直島町の人口は15年間で17%以上減少しているものの、転出超過数も減少傾向にある。若年人口が減って就職や進学のために転出する人が少なくなったことも理由のひとつに挙げられようが、一方でアートプロジェクトや観光関連ビジネスの隆盛も、人口流出の抑制に影響していると考えられるだろう（野村総合研究所2012）。

## 運営組織

ベネッセアートサイト直島は、ベネッセの100%出資子会社である株式会社直島文化村と、公益法人福武財団が共同で運営している。直島文化村がベネッセハウス、福武財団がその他の美術館



やアートプロジェクトの運営に当たる。福武財団の財源は、入館料収入と、保有するベネッセ株式の配当金である（みずほ総合研究所 2007）。直島町の開発計画をベネッセが支援していることは、島の観光振興を成功させるうえで非常に重要な要素である。2011年に直島町が支出した社会教育費は約1,900万円であり、公民館費、図書館費、博物館費など、教育施設の設立や運営にかかる費用がこれに含まれる（香川県教育委員会 2012）。同時に、ベネッセアートサイト直島はベネッセの企業イメージも向上させた。ベネッセと福武財団は直島での活動が評価され、2006年にメセナ大賞を受賞した。美術館の建設・運営やアート作品の制作委託をするときに、ベネッセの支援は不可欠である。財政状況の厳しい地方自治体が地域を活性化し、観光を促進するには、支援してくれる民間組織と強力な関係を結ぶことが効果的である。

## 地元自治体

最初に直島町の地域開発計画が持ち上がったとき、当時の町長は、どこにでもあるような大規模なリゾート開発ではなく、島の自然や文化的資産を活用した持続可能な観光開発を行いたいというビジョンを示した（井原 2007）。福武総一郎氏もこのビジョンを堅持すべき理念として支持し、ベネッセが開発を行うときの基本としてきた。直島町はベネッセとの合意に基づき、1980年代以降はアートプロジェクトへの積極的な関与は控えてきたが、その代わりに歴史的景観の保全対策を進めることによって、現代アートと町の歴史や自然の対比が織りなす島の魅力を守ることに努めた。2002年にはまちづくり景観条例を定め、条例の目的に沿って建物の改築をする場合に補助金を交付することを決めた。また前述の「のれんプロジェクト」に対しても、補助金の交付を始めた（笠原 2011）。

2004年、福武財団は瀬戸内海に芸術を中心とした地域ネットワークを構築するため、予備調査を実施した。ベネッセアートサイト直島で盛り上がってきた現代アートの人気を生かし、国内外に向けてこの地域の観光をアピールすることが目的である。この調査プロジェクトは地域の自治体と福武財団のつながりを強化しただけでなく、地域のコミュニティやNPOの連携強化にも役立った（笠原 2005）。ベネッセアートサイト直島が主にベネッセの主導で発展した一方で、瀬戸内国際芸術祭の発足と運営には、香川県を中心とした地元の自治体が重要な役割を果たした。

## 瀬戸内国際芸術祭

香川県は瀬戸内地方のアート観光をさらに発展させることを目指し、2007年に施策のひとつとして瀬戸内国際芸術祭への参加を表明した。香川せとうちアート観光圏整備計画（2010～2015年）では、瀬戸内海の島々に設置された現代アートを軸として活用し、周辺の他の美術館、神社仏閣などの歴史的文化遺産、沿岸地区の自然景勝地、地元の食材を生かした料理を提供するレストランなどにも客を呼び込むという目標が示された。具体的な数値目標としては、香川県内への入込客数、延宿泊者数をそれぞれ5%増加させたいとしている。これらの目標を達成するために、瀬戸内国際芸術祭は非常に重要なツールである（香川県 2010）。

瀬戸内国際芸術祭（別称、瀬戸内トリエンナーレ）は、観光振興を目指す地元自治体と、アートを通じて地域活性化を支援してきた福武総一郎氏と、アートディレクターの北川フラム氏の協働によって始まった。高齢の住民、若い旅行者、アーティスト、ボランティアといった人たちがアートを通じて交流することが地域社会に活力をもたらすことは、直島のアートプロジェクトを通じてよく分かっていた。この瀬戸内トリエンナーレに影響を与えたのが、新潟県の越後妻有アートトリエンナーレである。2000年に始まった芸術祭で、山間部の森を舞台に3年おきに開催される。高齢化が進む地域の活性化を狙ったイベントである（国土交通省 2009）。越後妻有アートトリエンナーレも現代アートの祭典であり、北川フラム氏がディレクターを務めている。北川氏はその後、瀬戸内トリエンナーレに招かれ、アートディレクターとして指揮を執ることになった。

## 運営組織

地元の自治体と経済界の代表者、それにクリエイティブ産業の代表者が加わって、2008年4月に瀬戸内国際芸術祭の実行委員会が設立された。実行委員会の会長は香川県知事、副会長は香川県商工会議所連合会会長と高松市長である。福武財団理事長の福武総一郎氏も主要人物の一人として、芸術祭のプロデュースや運営、推進に貢献している。また、国際的な芸術祭の運営経験が豊富で、越後妻有トリエンナーレのアートディレクターでもある北川フラム氏がディレクターを務めている。

実行委員会は、香川県を中心に運営されている。瀬戸内国際芸術祭 2010 では、実行委員会事務局の構成は次のようになっていた。香川県庁に 2009 年に開設された瀬戸内国際芸術祭の担当部署から 12 人、高松市役所から 3 人の人員が参加し、香川県庁観光交流局の局長および次長が統括する（観光庁 2012）。

## 瀬戸内国際芸術祭 2010 による観光および地域振興への効果

第1回の瀬戸内国際芸術祭は、2010年7月から10月にかけて、瀬戸内海の7つの島と高松港、宇野港を会場として開催され、18の国と地域から、75組のアーティストが参加した（実行委員会 2010）。実行委員会の報告書によると（表1）、2010年の来場者は90万人超であった。総来場者数は各島と高松港に定めた集計ポイント24カ所の来場者数を合計したもので、1人が3カ所を訪れた場合は3人とカウントされている。

表1 「瀬戸内国際芸術祭 2010」来場者数

島名	来場者数
直島	291,728
豊島	175,393
女木島	99,759
男木島	96,503
小豆島	113,274
大島	4,812
犬島	84,458
高松	72,319
全体	938,246

出所：瀬戸内国際芸術祭実行委員会（2010）「瀬戸内国際芸術祭 2010 総括報告」  
[http://www.setouchi-artfest.jp/images/uploads/news/report\\_20101220.pdf](http://www.setouchi-artfest.jp/images/uploads/news/report_20101220.pdf)

調査によると、香川県外からの来場者が70%以上、女性が約70%、40歳未満の若年層が70%以上となっている。海外からの来場者は約1%で、オーストラリア、台湾、フランス、米国が多い（実行委員会 2010）。香川県は宿泊者に占める外国人の割合が少ない県だが、2010年は前年比プラス65%の伸びとなった（観光庁 2010、2011）。

芸術祭ではアート作品の展示にとどまらず、シンポジウム、ステージ、コンサートなどのイベントが延べ208回開催され、5万3000人を超える観客が集まった。さらに「市町の日」と題するイベントでは、県内の各市町が観光地や物産のPRを行い、芸術祭に訪れた観光客にアピールした。「市町の日」イベントの来場者は約2万6000人であった（実行委員会 2010）。

瀬戸内国際芸術祭 2010 の収支を見ると、地元自治体や福武財団の負担金で支出の半分以上を賄う一方、寄付金や協賛金、チケット販売収入などがあったことから、1億400万円の黒字となっている。寄付金・協賛金は1億5200万円、チケット売上高は2億2200万円だった。また2009年には、地方公共団体が行う創造的活動およびクリエイティブ産業の人材開発の支援を目的とした文化庁の補助金、約900万円が交付された（国土交通省、発行年不明）。

芸術祭の来場者には周辺の観光地へも回遊してもらうことが望まれていたが、実際は来場者の半数以上が日帰り、4分の3が芸術祭のみの来訪であった。芸術祭開催中、栗林公園（19.6%）、屋島（11.8%）、琴平（5.7%）、小豆島（3.3%）といった香川県の代表的な観光地の来訪者は減少したが、香川県外から県内への入込客数は2005年の790万人から2012年には890万人と増加している（香川県 2013）。ベネッセアートサイト直島と瀬戸内国際芸術祭が、増加の大きな要因であると思われる。

日本銀行高松支店の試算によると、瀬戸内国際芸術祭 2010 の経済波及効果は約 111 億円と、事前段階の試算値 55 億円の 2 倍を超える結果となった。芸術祭が成功を収めた主な理由について日銀は、アート作品と自然の融合による相乗効果が来場者を魅了し、さらに地元住民やボランティアが「おもてなしの心」を発揮したためだとしている。また今後の課題として周辺の観光資源や商業施設との連携、地元食材を使った飲食施設や宿泊施設に対する需要増大への対応、芸術祭会場の拡大、外国人客の満足度向上などを挙げている（日本銀行高松支店および実行委員会 2010）。出展されたアート作品の一部は芸術祭終了後も引き続き展示されている。ベネッセアートサイト直島の来訪者は 2010 年から 2011 年に向けて減少したが、2012 年には再び増加に転じた。

瀬戸内国際芸術祭 2010 の開催に際し、地元自治体は厚生労働省の緊急雇用創出基金を活用して約 300 人を新規に雇用した。またベネッセと福武財団は 51 人を雇用した。ただし芸術祭が雇用に及ぼした長期的影響を評価するためには、より詳細な調査が必要である（実行委員会 2010）。

広報活動については、各種メディアで 645 件の掲載・放送を達成した（うち 40 件は海外メディアによるもの）。また福武財団は 2009 年、ヴェネチア・ビエンナーレとパリで直島展を開催した。芸術祭の公式ウェブサイトには 2010 年 6 月から 10 月の間に 98 万件のアクセスがあり、ツイッターのフォロワー数は、2010 年 10 月時点で 1 万 759 であった（実行委員会 2010）。

また芸術祭に対する島民の評価を見ると、芸術祭が地域活性化に役立つと開催前に期待していた住民は全体の 69%だったが、開催後は 82%以上の住民が役立ったと答えた。自分の地区に作品が設置されたことについては、88%が良かったと答えている。また約 89%がボランティアの活動を好意的に評価しているほか、芸術祭が若い観光客を引きつけたという意見もあった。2010 年 11 月現在の登録ボランティア数は 2,606 人で、約 40%が香川県から、約 16%が岡山県からの参加である。芸術祭をきっかけに、若いボランティアや観光客との交流が増えたとする住民も多かった（実行委員会 2010）。

### 瀬戸内国際芸術祭 2013

2013 年に、第 2 回の瀬戸内国際芸術祭が開催された。今回、実行委員会は会期の変更を決め、春、夏、秋の 3 期に分けて開催することにした。これによって来場者は季節ごとに異なる自然の風景の中で芸術を楽しむことができ、会場周辺に住む住民の負担も軽くなる。さらに香川県が抱える、夏に観光客が集中するという課題の解決にも役立つ。また新たに 5 つの島が会場に加わり、瀬戸内海の島々が持つそれぞれの個性的な文化をより多様に発信できるようにもなった。

日本の観光庁は、上海で行われた国際ラグジュアリートラベルマーケット (ILTM) 2012 でアートサイト直島と瀬戸内国際芸術祭 2013 のプロモーションを行ったほか、海外の観光当局者に瀬戸内海の島々を知ってもらうため、現地視察ツアーも開催した。

実行委員会の報告書によると、2013年の芸術祭の参加者は過去最高を記録し、閉幕までに100万人を突破した。

## 総括

現代アートを活用して地域を活性化し、島々の観光価値の開発を促進した取り組みが評価され、福武総一郎氏は2009年に観光庁からVISIT JAPAN大使に任命された。日本では、様々な地域開発プロジェクトに現代アートが取り入れられ、重要な役割を果たしている。ベネッセアートサイト直島および瀬戸内国際芸術祭の取り組みからは、クリエイティブ産業と観光産業の協働の在り方について学ぶべき点が多数ある。現在までに明らかになった主要な点は以下のとおりである。

- 国内外のアーティストおよび観光客をひきつけ、地域の自然資産および文化資産の価値を高める効果のあるコミッション方式のサイトスペシフィックアート
- アートプロジェクトと観光への地元住民の積極的な参加
- 地域のクリエイティブ活動促進に向けて堅牢な開発計画を持つ自治体と、息の長い支援を続ける地元企業の協働
- 地域をブランディングし、高齢化が進むコミュニティを活性化し、芸術文化を促進し、観光を振興する手段としての現代アート芸術祭
- 周辺一帯でクリエイティブツーリズムを開発するための、地元自治体、地元企業、クリエイティブ産業の強固な連携
- 芸術祭が観光、地域経済、地域活性化にもたらす大きな影響

ただし、注意すべき点もある。瀬戸内国際芸術祭は大きな成果を上げたが、周辺一帯の観光を一層振興させるためには、実行委員会は今後、芸術祭の来訪者を他の観光地に回遊させ、より長く滞在してもらうための新たな戦略を開発する必要がある。瀬戸内国際芸術祭2013の経済効果と、芸術祭が地元経済および地域活性化にもたらす長期的な波及効果を評価するにはさらなる調査を待たなければならないが、いずれにしても、アートサイト直島と瀬戸内国際芸術祭の事例は、クリエイティブ産業と現代アートの活用によって、地域の活性化と観光産業の振興が可能であることの明確な証左である。