JAIST Repository
https://dspace.jaist.ac.jp/

Title	地方都市における創造産業としての観光振興とDMO：米国パデューカ市のクリエイティブツーリズムの事例—
Author(s)	敷田，麻実；内田，奈芳美
Citation	日本観光研究学会全国大会学術論文集，30：317-320
Issue Date	2015-11
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/16807
Rights	本著作物は日本観光研究学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Institute of Tourism Research. Copyright (C) 2015 日本観光研究学会. 敷田麻実，内田　奈芳美，第30回日本観光研究学会全国大会学術論文集，2015，pp.317-320.
Description	

JAIST
JAPAN ADVANCED INSTITUTE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

Japan Advanced Institute of Science and Technology

第30回日本観光研究学会全国大会学術論文集（2015年11月）pp. 317－320
Proceedings of JITR Annual Conference, 2015. All rights reserved.
Printed in Japan. Copyright 2015 Japan Institute of Tourism.

地方都市における創造産業としての観光振興とDMO

―米国パデューカ市のクリエイティブツーリズムの事例―

The Role of DMO in Promoting Creative City Paducah in USA

敷田麻実*、内田 奈芳美**
SHIKIDA Asami and UCHIDA Naomi

近年、アートなどを利用した「クリエイティブ産業」としての観光が注目され、着地型観光でアートツーリズムやクラフトツーリズム、さらには「クリエイティブツーリズム」を推進する地域が増えている。しかしそのためには、アートと利用者をつなぐ仲介者が重要である。そこで本研究ではユネスコの創造都市ネットワークの一つである米国ケンタッキー州の西部にあるパデューカ市（Paducah）を対象に、クリエイティブツーリズム振興と地域の創造産業の関係構築、さらにそれを推進するDMOの役割や機能について考察した。

キーワード：創造都市、パデューカ、クリエイティブツーリズム、DMO

1．はじめに

(1) 研究の目的と背景

着地型観光などの、地域で主体的に計画や実施する観光が普及している。特に、高齢化と都市への人口集中による生産年齢人口の減少によって経済的にも社会的にも停滞している地方地域を「活性化」するための対策、つまり地域再生の手段として、観光に期待することは多い。しかし、地域再生に観光を利用するには、地域で観光開発を推進する事業化が必要であり、そのためには、他地域と差別化できる、魅力ある地域資源の開発が重要だと考えられる。

そのため、国内の観光地域では、地域にある資源、つまり地域資源を効果的に活用した観光振興を計画している。その際には、地域の自然資源や文化資源が新たな開発対象となることが多い。

一方、従来の地域資源のブランド化や付加価値向上で、新たな地域資源開発を進める地域も多い。そのために、地域の工芸や美術などの「現代の生産活動」やその生産物が「再資源化」されることも多く、「クラフトツーリズム」や「アートツーリズム」がこれに該当する。

同時に、近年「アート」と呼ばれることが多くなった芸術は、「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」などの芸術祭の成功などによって、地域振興政策としても注目されている[1)]。それは地域におけるアートなどの「創造的な地域資源」を利用した「創造（クリエイティブ）産業」[2)]であり、着地型観光でアートツーリズムを推進する地域の観光産業もこの一部だと考えられる[3)]。

しかし、こうした活動の推進は、アートと利用者をつなぐ役割である仲介者が重要である[4)]。そして、参加の場の提供によって、芸術家だけではなく観光客も創造的な体験ができる「クリエイティブツーリズム」の推進が可能になる。

そこで、本研究では2013年にユネスコの世界創造都市ネットワークに加入が認められた米国ケンタッキー州の西部にあるパデューカ市(Paducah)を対象に、クリエイティブツーリズムの振興と地域の創造産業の関係構築、またこうした動きを観光と連動させるDMO（Destination Marketing Organization）としてのPCVB（Paducah Convention and Visitors Bureau）の役割や機能について考察した。

(2) 調査方法

本研究における調査は、2015年8月5日から11日まで筆者が米国パデューカ市に滞在し、PCVB観光関係者、同市の市役所、およびアーティストの工房を複数訪問して、関係者の聞き取り調査と資料の入手を行った。その他に、Webサイトや先行研究も参考にした。

1. 創造都市政策と観光対象としてのアート

(1) 創造都市とアート

フロリダ[5)]などによる創造活動の重要性の指摘や、急速なグローバル化に対応するために、2004年にユネスコによる「創造都市ネットワーク(Creative Cities

*北海道大学、**埼玉大学

Network)」プロジェクトが始められた。世界の69都市が7分野の創造都市に選定されている(2015年6月現在)。これは、グローバル化に地域が対抗し、都市の地域固有性や文化多様性を守るための戦略的地域連携でもある。

国内では、札幌市や金沢市などの都市が創造都市ネットワークに参加しており、各分野での創造産業の育成を進めている[6]。また創造性の活用と創造産業の振興は、地域振興や都市政策として、佐々木らによって議論されてきた[7など]。また創造都市の理論的枠組みとユネスコの創造都市政策の推進を、都市だけではなく、地域の創造産業育成や地域再生に生かす議論も拡大している。

しかし、創造都市におけるアート関係者の育成やアーティストによる物販、アートイベントなど、いわば創造産業がどのように地域に貢献できるかについて、芸術祭の経済効果推定などの具体的評価が示されることは少ない。むしろ、社会的意義や政策的な重要性が強調されている[8]。

また、創造都市政策の中でも、地域の芸術活動をどのようにして経済的利益や地域再生に結びつけるかについては、地域振興や地域再生事業で議論されてきた。経済的利益は創造そのものから生ずるのではなく、創造性を背景にした制度や組織、仕組みなど、マネジメントによって生み出されるからである。

そして創造産業では、都市のクリエーターと地域の地場産業を結びつける「インタメディアリー」の重要性の指摘や[9]、地域資源を都市の消費者と結びつける「中間システム」の重要性が観光分野で指摘されてきた[10]。

一方、地場産業としてのクラフト製造や文化活動が十分営まれていない地域では、「創造階級」と呼ばれるアーティストたちをどのように地域に定住させ、新たな地域魅力として、観光を通した地域再生を図るかが課題であった。

(2) 創造産業としての観光

近年、芸術祭などのアートイベントや、アーティストの工房、画廊の訪問など、アートを観光の消費対象とした観光が、アートと地域経済を結びつける際の重要なキーとして注目され始めている。さらに、アートを観光の消費対象にするだけではなく、それを利用した創造的な体験や創造活動への参加などの「クリエイティブツーリズム」への移行も主張されている[11]。また、欧州を中心にした地域資源の再評価と[12]、農村の地域資源を生かしつつも、農村における「クリエイティブツーリズム」に移行すべきだという主張が目立っている[13]。

また、AIR (Artists in Residence)が20世紀の米国で始まり、国内でも普及してきた。国内で初めてのAIRは1993年に「日ノ出町アーティスト・イン・レジデンス」として始まったと言われているが[8]、その後、各地で同様な取り組みが行われている。

国内で行われているAIRは、「国内外からアーティストを一定期間招へいして、滞在中の活動を支援する事業」である(1)。「数カ月程度から、1～3年など複数年」と滞在期間を説明しており、一般的には短期的、一時的な滞在を想定している。一方パデューカでは、スラム化した都市の再生、都市再開発のためにアーティストの長期にわたる居住を推進し、コミュニティ再生のための都市計画として AIR を実施した点が特徴である。

2. 米国パデューカ市の創造都市政策

(1) パデューカ市の概要

米国ケンタッキー州の西に位置するパデューカ市は、農業を中心に発展してきた人口約 25,000 人の小規模都市である。1950年代にはウラン濃縮工場の建設で一時的に人口が増加したが、その後は減少して現在の規模となっている。現在は運輸業、病院、大学が雇用の中心である。

近隣に大規模都市はなく、セントルイス、ナッシュビルなどの都市から車で約2時間半のアクセスだが、シカゴからは1日2便の飛行機が90分(車で約6時間)で連絡しているだけで、注目される観光地ではない。しかし、1991年に設立されたキルト博物館(現在は国立)があり、毎年 4 月に開催される「キルトショー」では 30,000～40,000 人のキルト関係者が同市を訪問する。

パデューカ市の芸術やクラフト産業振興で注目されたのが、コミュニティの再開発と連動した AIR である。市役所の都市計画担当者とアーティストの発意によるARP (Artist Relocation Program)が2000年3月からスタートし、芸術家の定住を増やすことで、地域の再開発と地域再生を進めてきた。

この ARP は、コミュニティは衰退したが、歴史的な建築物が残る「LowerTown district」という市街地で始まった。このプログラムは、市役所が希望するアーティストに不動産を安く提供し、定住して創作活動

をするインセンティブを与える事業である。その他にも、地域の金融機関である Paducah Bank が低金利ローンを用意して支援している。

スタート直後の 2003～2005 年には約 40 人、その後、全体で 70 人のアーティストが LowerTown district に入り[14]、パデューカ市の都市計画担当者によれば、26 人の芸術家が現在も活動しているといわれている。この定着率の高さには多様な評価があり、これを妥当な数字だとみる意見も多い。

その他にも教育施設としての「Paducah School of Art & Design（West Kentucky Community and Technical College の一部）」があり、アーティストによるワークショップ（講習会）を開催し、地域外からも受講者を集めている。

また、現在は、2008 年に設立された NPO 団体「PAA（Paducah Arts Alliance）」が 11 人のメンバーで、海外のアーティストを招く Paducah Artist in Residence Program を実施している。

なお、パデューカ市が推定を試みた政策評価によれば、ARP の経済効果については、同市とその近郊で 39.9 百万ドルのアート関連支出があり、アート活動によって 819 件の雇用創出ができている。さらに観光関連としては 27.8 百万ドルの飲食関連、ホテル、ショップ販売による消費が誘導されると推定している[15]。しかし、アーティストからの聞き取りでは、地域住民はほとんど芸術品を購入せず、観光客による購買は全体の数%程度だということで評価は低い。

(2) PCVB と創造都市政策

パデューカ市の観光振興の主体である PCVB は、1968 年に設立された DMO であり、8 人の Board member で運営されている。8 人は関連する観光関係の各分野および市役所の代表で構成されており、主な運営財源は「Transient Room Tax」と呼ばれる宿泊税である。

PCVB の組織としてのビジョンは「重要な地域遺産と創造的文化、際立つホスピタリティで国際的に認知されること」である。また組織の目的は、「DMO として観光地としてのマーケティング、マネジメント、観光開発を通した経済的機会の創出」としている[2]。

PCVB の 2014－15 会計年度の収支を表-1 に示した。収入の 90%を上記の宿泊税で賄っているが、宿泊税は宿泊費の 6%を宿泊客が支払い、その 50%（つまり 3%）が PCVB に配分されている。この安定した収入が活動を支えていることは、PCVB 関係者が認めている。

一方、支出は 25%を占めるスタッフ 3 名の人件費の他は、67%がマーケティングとプロモーションに使用されている。前述したように、PCVB の組織目的が観光を通じた経済的機会の創出であり、そのための活動に予算を集中的に使用している。

表-1 PCVB の年間収支(2014-15 会計年度)

項目	細目	支出($)	割合(%)
	宿泊税収入	1,018,714	89.9
	その他	114,814	10.1
	合計	1,133,528	100.0
支出	人件費	279,001	25.4
	事務所経費	46,192	4.2
	外部委託(会計法律業務)	17,982	1.6
	マーケティング・プロモーション	729,681	66.5
	その他	24,617	2.2
	合計	1,097,473	100.0
差し引き	(繰り越し)	36,055	－

3. 考察

2013 年に創造都市ネットワークに加入した人口 25,000 人あまりの地方都市であるパデューカ市における、創造産業の育成やそれに連携するクリエイティブツーリズム推進は、大規模な創造都市における政策とは差がある。

同市では、多様な関係者の参加が必要な観光の特性を生かし、地域資源であるアートの価値を市役所の ARP 政策で高め、その「投資」の回収を観光収入から得ている。また、PAA などの NPO や商工会、アートスクールと連携し、クリエイティブツーリズムを推進している。なお、組織としての PVCB の目的は地域の経済的な発展機会の拡大であり、観光の振興ではない点が特徴である。

その背景には、PCVB が年間約 1 億円の宿泊税という安定した収入基盤を持っていることがある。また、観光客数の増加に伴い収入は増えており、PCVB の経営は安定している。さらに、パデューカ市の人口規模が 25,000 人と比較的小さいので、関係者が頻繁に連絡を取り、協働するために会う機会をつくることも容易であると関係者が述べている。つまり、小規模都市の利点を活かして、関係者の協働やネットワークを構築していることが特徴である。

関連して、パデューカ市のアートによる創造都市政策では、何もないところに AIR を導入し、アートによる地域振興を図ったのではない。それは、以前からの

観光資源であるキルト、およびそのアートとしての資源価値を最大限に活用している。つまり、アートを観光資源とするために、ARP などで全く新たな資源開発をしたのではなく、地域の持つキルトなどの既存の文化の資源価値を利用して、アート全般にそれを広げて行ったのがパデューカのアートによる地域振興政策である。PAA 関係者は、国際キルト大会での集客や観光客の来訪という先行事例があったので、ARP もうまく行くという計算が成り立ったと述べている。この点では芸術としての既存のキルト生産や作家をいかしながら、さらに現代アートにまでそれを拡張し、創造的な地域政策を推進していると考えられる。

なお、前述した宿泊税は観光収入の一部であり、地域の資産であるアートの振興や、従来からあったキルト産業の振興に、税を通して観光の利益の一部が還元されていると考えられる。

また、アートに関わる関係者は一般的に独立性が高く、地域の中でも個別に活動することが多い。しかしパデューカでは、創造都市におけるクリエイティブツーリズムという、いわば「共通理解」を利用してアート関係者と地域関係者を結びつけている。

さらに、パデューカ市自体の規模は他の創造都市に比較して規模が小さいが、創造都市という「グローバルな概念」を効果的に活用して、観光という共通テーマで地域活動を結びつけることで、新たな可能性を生成している。つまり、観光システムが地域プラットフォームとして働き、DMO が各活動の「ファシリテーション」を担う、クリエイティブツーリズムを用いた新たな地域再生モデルだと考えることができる。

付記：本研究は科学研究費(基盤 B)「地域の生物文化多様性を基盤としたレジリアントな観光ガバナンスの研究」(26283015)の成果の一部である。

【補注】

(1) 国際交流基金情報センターの制作・運営による「日本全国のアーティスト・イン・レジデンス総合データベース」(http://air-j.info/)から定義を引用した。

(2) 「Paducah Convention & Visitors Bureau Strategic Plan 2014-2016.」を参照した。

【参考文献】

1)熊倉純子ほか（2014）『アートプロジェクト　芸術と共創する社会』, 菊地拓児・長津結一郎編, 水曜社, 366p.

2)植田和弘（2010）「ルーラル・サステイナビリティ論序説」, 『農村計画学会誌』, 29 (1), pp.7-11.

3)UNESCO（2006）*Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion-Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism Santa Fe*, 7p.

4)Prentice, R. and Andersen,V.（2007）Creative Tourism Supply：Creating culturally empathetic destinations, *Tourism, Creativity and Development*, Greg R. and Julie W., Routledge, pp.89-106.

5)Florida, R.(2004) *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*, Harper Collins, 326p.

6)塩沢由典ほか（2009）『まちづくりと創造都市 2－地域再生編』,塩沢由典・小長谷一之編,晃洋書房, 275p.

7)佐々木雅幸（2001）『創造都市への挑戦－産業と文化の息づく街へ』, 岩波書店, 232p.

8)野田邦弘（2014）『文化政策の展開－アーツ・マネジメントと創造都市』, 学芸出版社, 221p.

9)近勝彦（2007）「コンテンツ産業－その創出メカニズムと基盤形成」,『創造都市への戦略』,塩沢由典・小長谷一之編, 晃洋書房, pp.266-284.

10)敷田麻実・木野聡子・森重昌之（2009）「観光地域ガバナンスにおける関係性モデルと中間システムの分析－北海道浜中町・霧多布湿原トラストの事例から」,『地域政策研究』, 7, pp.65-72.

11)Richards Greg（2011）Creativity and tourism: The State of the Art, *Annals of Tourism Research,* 38 (4), pp.1225-1253.

12)Cloke, P.(2007) Creativity and Tourism in Rural Environments, *Tourism, Creativity and Development*, Greg Richards and Julie Wilson eds., Routledge, pp.37-47.

13)Wurzburger, R.(2010) *Creative Tourism, A Global Conversation*, Sunstone Press, 224p.

14)Tartoni. C W.(2007)*Artists and Neighborhood Change: A Case Study of The Lowertown Arts District and The Kernville Arts District* (A Masters of the faculty of the College of Arts and Sciences of Ohio), 102p.

15)Americans for the Arts（2009）*Arts & economic prosperity Ⅲ: the economic impact of nonprofit arts and culture organizations, their audiences, and individual artists in greater Paducah, KY*, 30p.