

クリエイティブ産業としての観光

—クリエイティブツーリズムを中心として—

Tourism as a Creative Industry

— Focusing on the Concept of the Creative Tourism

村田 和繁*

MURATA Kazushige

要約 観光は、クリエイティブ産業として重要な位置を占めている。先進国は製造業の海外移転等により、慢性的な構造的失業問題に悩まされており、観光に代表されるクリエイティブ産業はこれを補完する。クリエイティブ産業としての観光は、雇用を生み出し経済的価値と文化的価値の両方をもたらすことにその特徴がある。例えば、世界遺産における自然遺産の観光においては遺産の保全を図ると同時に、遺産登録後の集客により地域の発展が期待される。また、観光そのものの構造に大きな変化が起きている。観光がまちづくりと接近し、地域資源の発掘による地域創造型が重要になっている。クリエイティブ産業としての観光は、地域の有形無形の文化遺産や自然遺産を地域資源、観光資源として発掘しアレンジしていく。学習型、体験型のクリエイティブツーリズムに色濃くその特徴があらわれる。

キーワード：クリエイティブ産業 (Creative industry)、地域創造型観光 (Regional creative tourism)、クリエイティブ経済 (Creative economy)、クリエイティブツーリズム (Creative tourism)

1. はじめに

さまざまな文化的資源をクリエイティブ産業としてビジネス化すると結果的に観光に帰着する。なぜなら、観光客は、娯乐的・文化的サービスや多様なクリエイティブな製品（工芸品や音楽など）を一番多く消費し、さまざまな場所ごとの文化的で伝統的な雰囲気を楽しむために、遠路はるばる来訪のためのコスト（交通費・時間・労力）をかけてやってくるからである¹⁾。また、観光客が文化的価値の非常に高価な芸術作品等を身近に感じたいために、精巧なレプリカ等のクリエイティブな製品を旅の思い出として購入する。これらの製品は、大量生産され一見芸術作品の希少性と矛盾点を抱えている。しかし、精巧なレプリカ等は、人々の心を豊かにし、その存在により観光ビジネスと文化的価値の調和が期待される。さらに、国連貿易開発会議（以下UNCTAD）は、クリエイティブ経済と観光部門との産業結合をさらに強める必要があるとしている。環境資産と文化的遺産の保護を促進し、エコツーリズムとクリエイティブ経済の目標を統合するような統一的施策が必要であると指摘している。一方では、自然遺産等の環境資産の保護を促進し、他方では、辺鄙な農村地区の地域社会の再生のためにクリエイティブで文化的なエコツーリズム等を促進している²⁾。

UNCTADの分析をもとにクリエイティブ経済下におけるクリエイティブ産業の観光に関する論点を整理すると、①伝統文化からマルチメディアへの拡大（伝統的寺社仏閣観光からマンガ、メディアアート等のコンテンツツーリズムへ拡大）、②製造業からサービス業（観光業）へ、③クリエイティブ経済は「社会包摂的側面」をもち（社会的弱者にチャンスが有る→観光により今までビジネスチャンスの無かったところに光があたる）、④「社会分極的側面」をもつ（地域開発型の中小観光業者と大手企業の共存）等である³⁾。まさしく今日の観光が、クリエイティブ産業と言われる所以である。

また、山田は、その文化産業論序説の中で「文化とは固定的なものではなく、時代とともにダイナミックに変化していくものである。」と指摘し、文化は固定的な文化として留まるのではなく、創造性を孕んでいるこ

*京都市役所（大阪市立大学大学院創造都市研究科博士後期課程）

とを論じ、観光産業を文化利用産業として重要な前方関連産業と位置付けている⁴⁾。

さらに、大橋は、「グローバル」と「ローカル」が会う場こそが文化の生成の現場であるとして、観光という現象は、まさにそのような「グローバル」と「ローカル」が会う場として展開しているとされるとする。「観光は、現代社会においてこのような文化の再構成、再創造を促す重要な機会の一つになっている。」と観光の重要性を説いている⁵⁾。

このように観光は、クリエイティブ産業の重要な分野であることは論を待たないが、クリエイティブ産業の観点から分析をした研究は未だ少なく、本稿では、観光を取り巻く実際的な現象からクリエイティブ産業としての観光を俯瞰する。

2. クリエイティブ産業における観光の分析視角

(1) クリエイティブ経済の諸側面

クリエイティブ経済の諸側面として次の4つの側面があげられる。

(1) クリエイティブ経済は、一国経済に深く根ざしており、関連するサービスにおける経済的利益や雇用面での便益を生み出すことを通じて、経済的多様性、所得、貿易、イノベーションを促進する。経済の視点から見るとその他の経済部門より速い割合で成長している (UNCTAD 2014)。即ち、先進国は製造業の海外移転等により、慢性的な構造的失業問題に悩まされているが、観光に代表されるクリエイティブ経済はこれを補完するとみる。

(2) 社会的側面として雇用への貢献にその最大の特徴がある。

(3) 文化活動が経済的価値と文化的価値をとにもたらすことにその特徴がある。

(4) 地球上で人類の生活が持続することを保証するためには、天然資源や生態系を守らなければならないと同時に、コミュニティ、国家、世界の一地域の有形・無形の文化的資本も将来世界のために保持される必要がある。これらは、いずれもクリエイティブ経済の特徴であるが、クリエイティブ産業としての観光に色濃くその特徴があらわれる。即ち、観光は、国の光を観るという易経のことばどおり、その国の光を見ること即ち、第一級の文化を享受することであり、世界遺産の観光等にその具体的な事例を見ることができる。

活力ある国の観光業部門は、経済を多様化し、社会的・環境的利益を生むことにつながる。しかし、必ずしも自動的にそうなるのではなく、大規模な観光産業を持つ多くの途上国では、大規模なマスツーリズムが文化的・環境的資源の保全を脅かしており、観光業の利益ある発展インパクトおよび観光とクリエイティブ経済との深い結びつきを最大化するためには、実効性ある政策と行動が必要である⁶⁾。

(2) クリエイティブ産業の背景と既往研究

クリエイティブ産業が注目される背景を概観すると、特に英国がその先進事例として位置づけられ、早い段階からクリエイティブ産業に注目してきた。それは、新自由主義の象徴とされるサッチャー政権、及びその後の保守党政権が目指した小さな政府化とそれに伴う、格差の拡大、雇用問題、など様々な社会問題が噴出してきたという背景を受け誕生した労働党のブレア政権が選択した「第3の道」に伴う新しい政策展開において注目されてきたものである。この政策は、経済のグローバル化がもたらす雇用問題について新しい社会・国家像として「福祉国家主義」と「自由市場主義」のバランスを「適切な国家レベルの介入」によって保つというものである。経済のグローバル化という流れのなかで生まれるリスクのグローバル化、またはそれに影響される各国の経済状況と雇用喪失、産業の空洞化という問題が発生するなか、新しい産業群への注目が高まってきたといえる。そこで英国の文化・メディア・スポーツ省 (以下、DCMS) は、1998年と2001年に創造産業の状況を把握すべく調査を行い、「広告」「建築」「美術・骨董品市場」「工芸」「デザイン」「デザイナーズファッション」「映画・ビデオ」「コンピューターゲームソフト」「音楽」「舞台芸術」「出版」「ソフトウェア・コンピュータサービス」「テレビ・ラジオ」といった13の産業分野をクリエイティブ産業とし、知的財産の生成を通じて、富と雇用を創出する産業群であると位置付けている。また、DCMSは、他の省庁と連携し領域横断的な政策提案を行っている⁷⁾。

一方、米国の R. フロリダの論説をみると、彼が提唱する創造階級に属する産業を創造産業と位置づけることができる。「科学者、技術者、大学教授、詩人・小説家、アーティスト、エンターテイナー、俳優、デザイナー、建築家などから構成される」一群と、これを取り巻く「ハイテク部門、金融サービス、法律、健康などの部門の専門家やビジネス管理部門などの業種で働く人々」は「地域経済成長に力を与える」存在であり、また、こうした人々は「開放的で多様性のある地域を好む」とし、クリエイティブ経済における資本（クリエイティブ資本）と位置づけている⁸⁾。

また、文化経済学者である D. スロスビーは、創造性を核とした産業構造について言及し、「独創的なアイデアの原点を中心にして、「伝統音楽、ダンス、劇場、文学、視覚芸術、工芸品」の他「ビデオ芸術、舞台芸術、コンピュータとマルチメディア・アート」などの「創造的な芸術」というものを周囲に置き、創造性の源泉に位置づけている。そして、そのまわりに「文化的商品として評価できる生産物を造り出す産業分野」が取り巻くとし、中核のアイデアを様々な形態に置き換え、流通させる産業群を指している。つまり、創造性を源泉としたアイデアが生産・複製という過程を経ることで財やサービスが放射線状に広がっていくという考え方である。このように D. スロスビーは創造性を中心に据えた創造的な産業の構造について論説している⁹⁾。

また、佐々木は、D. スロスビーの説をもとに同心円モデルを組み立て、中心に「創造的中核」を置きそのすぐ周辺に文化産業が取り巻き、さらに外側に広告や観光、建築などの産業群があるとしている¹⁰⁾。

我が国の経済産業省はデザインやファッション、食、伝統工芸品など海外で人気の高い日本の商品・サービスを「クール・ジャパン」と称し、経済成長における戦略的分野として位置づけ、それらの産業の海外展開による輸出とそのリターンとしての日本への観光客誘致を目指している。クール・ジャパンと称される産業分野の多くは、クリエイティブ産業（ファッション、食、コンテンツ、地域特産品、すまい、観光、アート、広告、デザイン）であり、売上高による他の分野（特に自動車産業や家電産業）との比較から、成長産業として位置づけられている¹¹⁾。

以上からクリエイティブ産業の重要な一分野として観光が認知され、既に確固たる位置を占めつつあることが分かる。

(3) クリエイティブ産業と地域経済

クリエイティブ産業を取り込む「文化」と「経済」という概念は、政策的にも学問的にも元々かなり距離感があったが、様々な実証研究の成果をもとに文化政策が都市政策や経済政策と結びつくようになっていった。すなわち、都市再生や経済振興のために地域にあるハードとソフトの資源を含む文化を活用するという考え方である。

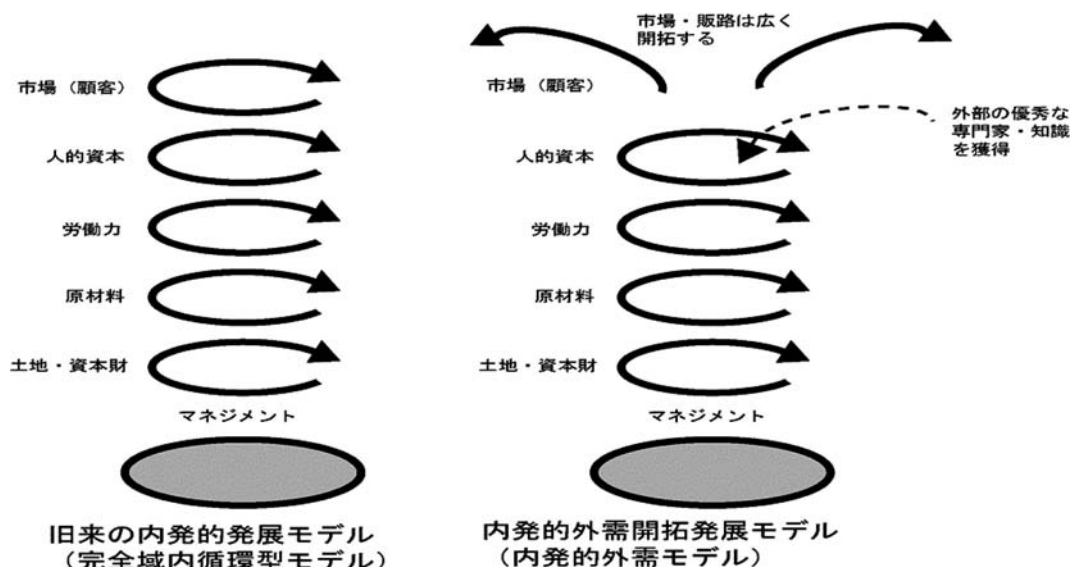


図-1 出所：小長谷（2012）

地域にあるハードとソフトの資源を活用して、地域の主体的な創意によって経済的自立性を高め共同性を拡大する「内発的發展」論が主張された。1990年代までは、産業振興といえば、ものづくり・製造業が強く意識されイノベーションの重要性を説いた旧来の内発的發展モデルであった。しかしながら、いまや地域創造は、観光などの第3次産業や観光資源となる第1次産業が中心である。最終消費者の市場を直接開拓することこそが重要になっている。図-1の右側の内発的外需開拓發展モデルこそ、観光等のクリエイティブ産業の發展による地域が目指す姿である¹²⁾。

3. クリエイティブ産業としての地域創造型観光

(1) 観光構造の変化

観光については、マストゥリズムからニュートゥリズムへの構造変化が指摘されている。小長谷は、「団体観光」「歓楽観光」のオールドトゥリズムから顧客の嗜好と形態の変化をとらえたニュートゥリズムへの構造変化を「観光に革命がおこっている」と象徴的に言っている。即ち、顧客の嗜好の変化によって「趣味の観光」「テーマ性の強い観光」など、顧客が自由にいく観光（例として歴史、産業、エコ等がある。）が主流になっており、顧客の形態が変化し「団体」から「個人ないし小グループ」へ、「歓楽目的の男性客」から「女性やシニア主体の旅」になっている。これらニュートゥリズムには、産業系では「産業観光（工場や産業遺産めぐり）」「コンテンツゥリズム（アニメや映画の題材をめぐる）、エコ系では「グリーントゥリズム・アグリトゥリズム（農山漁村体験）エコトゥリズム（自然環境学習）」、ヘルス系では「スポーツ観光」「ウォーキング観光」「ヘルスゥリズム（医学的根拠に基づく健康増進旅行）」「フードゥリズム」などがあると指摘する。さらに、このような趣味の観光は、地域資源の発掘が非常に重要になるとし、企画主体が大手代理店から地域資源をよく知る地元団体が主体の着地型観光への企画主体変化を捉えている¹³⁾。

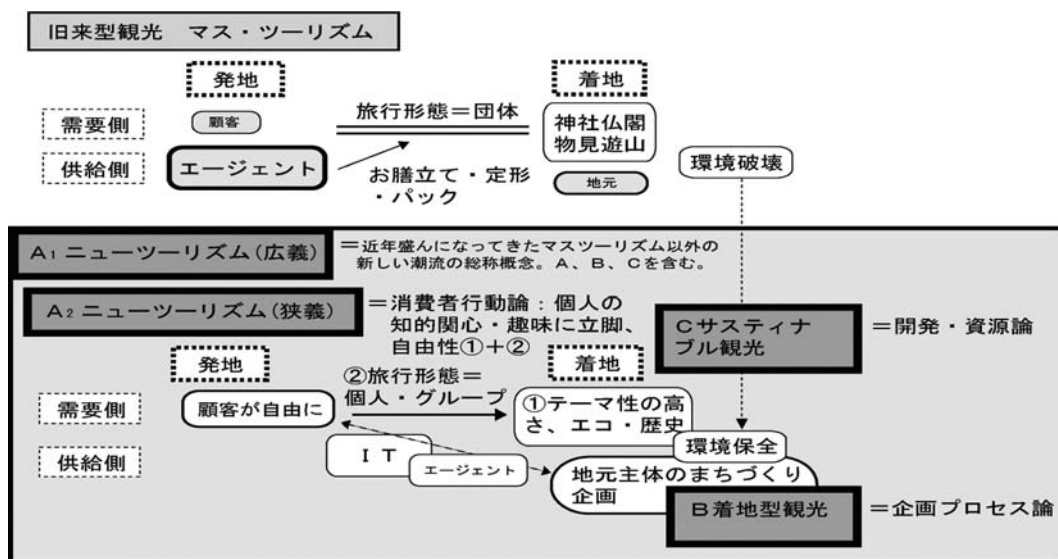


図-2 出所：小長谷（2012）

このような観光構造の変化を踏まえて、企画主体がクリエイティブ産業としての地域創造型観光商品をつくりだす必要がある。

(2) 観光に関わる地域資源発掘のプロセス

クリエイティブ産業としての観光で一番重要なことは、観光資源の発掘である。地域資源を宝もの探しとして公募し、原石を発見選定し、研磨段階（環境整備）を経て、従来の観光地との回遊性が確保され、パッケージ化されるという一連のモデルがある。また、これらを海外も含め広報プロモーションする。このようなくつかの事例をふまえて、筆者は、ニュートゥリズムのプロセスモデルを提案した。ニュートゥリズム時代における観光分野においては、地域資源の発掘を基にした地域創造型観光が重要であり、それが事業創造の特徴的

なモデルになることを指摘した。

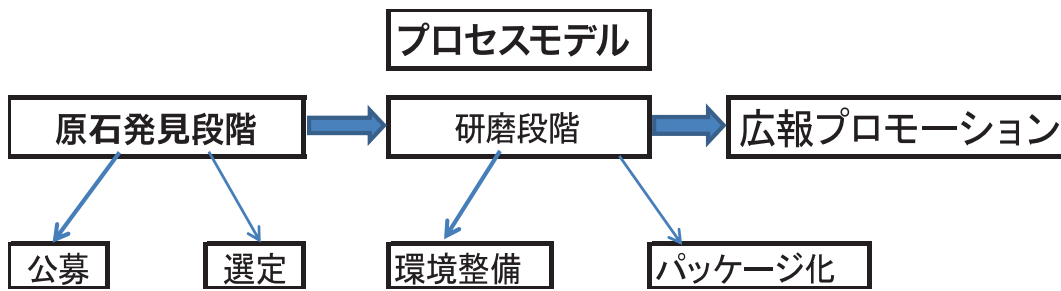


図-3 出所：筆者作成

(3) エコツーリズム化とクリエイティブツーリズム化

クリエイティブ産業としての観光は、保全と開発の両面をとらえている。筆者が調査した世界遺産の観光では、地域創造型観光にするためには、1) 自然遺産系は、エコツーリズム化、2) 文化遺産系は、クリエイティブツーリズム化することであることを指摘した。一般的に世界遺産登録後まもなくは、登録活動中の管理体制強化と相まって保全意識が徐々に高まる。その後は保全意識が確立するがそれ以上に観光公害は強まる。その後のステージでは、自然遺産は環境にやさしいサステナブル観光を指向し、文化遺産では地域資源を重視するクリエイティブ観光の地元が主体の観光まちづくりにより、保全管理体制を確立したうえでの観光が望まれる。世界遺産の集客効果は、非常に大きい。エコツーリズムやクリエイティブツーリズムが集客効果を高め、遺産の保全につながる。

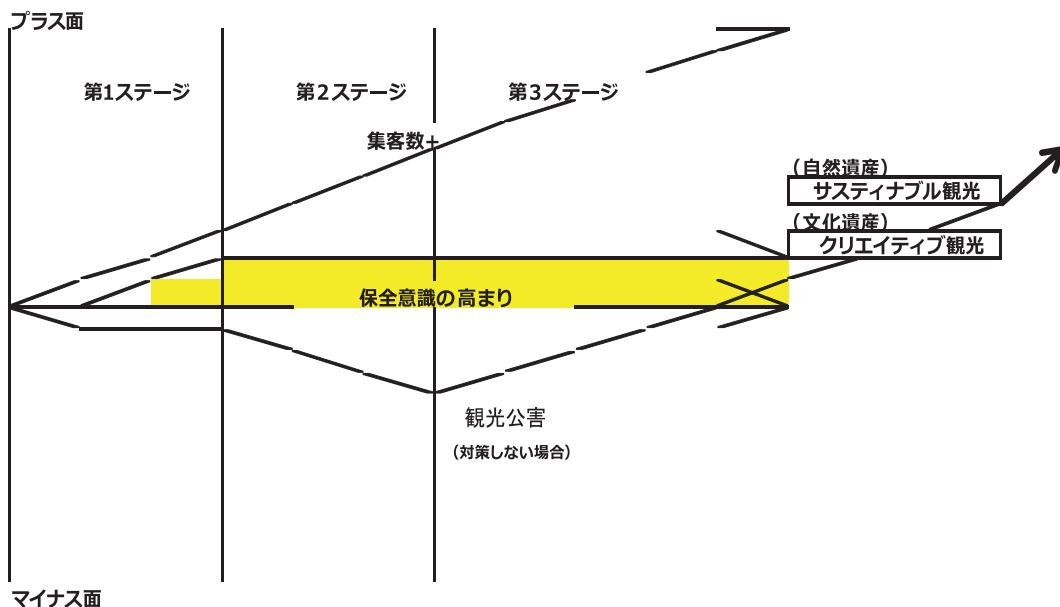


図-4 出所：筆者作成

4. おわりに

地域創造型観光においては、観光構造の変化を的確に把握することが重要である。この地域資源の発掘をプロセスモデルに従い、発見→研磨→広報プロモーションすることが求められる。また、その観光が自然系では、持続可能なエコツーリズムに、文化遺産の観光ではクリエイティブツーリズムに移行することで保全と開発の調和が図られる。エコツーリズムやクリエイティブツーリズムは、学習、体験を盛り込んだツーリズムである。日本ではアートやクラフト、デザインなどを体験する観光がクリエイティブツーリズムと理解される傾向にあるが、「創造都市」の登録分野を体験するツーリズムだけがクリエイティブツーリズムの対象ではなく学習型・体験型のツーリズムも含むと捉えられている。旅行体験の質、ツーリズム商品としての体験の重要

性、また、そこに住む人と交流し、彼らのライフスタイルを体験し学ぶ＝双方向で創造的な体験をするような旅のあり方の重要性を表す語としてクリエイティブツーリズムがある¹⁴⁾。このように地域資源発掘や観光資源をアレンジしていくことがクリエイティブ産業としての観光であり、旅行者自らが観光をつうじて地域に根ざした何かを見出す学習型・体験型の地域創造型観光はクリエイティブ産業としての観光の重要な部分を占めていると言えるだろう。

【参考文献】

- 1) 小長谷一之 (2016) 「地域創造型観光のマネジメント－成功事例からみる7つの原則」『地域創造のための観光マネジメント講座』学芸出版社。
- 2) UNCTAD “Creative Economy Report 2010” (明石芳彦・中本 悟・小長谷一之・久末弥生訳 ナカニシヤ出版 2014年)。
- 3) 小長谷一之 (2014) 「訳者による概説」UNCTAD “Creative Economy Report 2010” (明石芳彦・中本 悟・小長谷一之・久末弥生訳 ナカニシヤ出版 2014年)。
- 4) 山田浩之 (2002) 「文化産業論序説」『文化経済学』第3巻第2号
- 5) 大橋昭一ほか (2014) 『観光学ガイドブック』ナカニシヤ出版
- 6) UNCTAD “Creative Economy Report 2010” (明石芳彦・中本 悟・小長谷一之・久末弥生訳 ナカニシヤ出版 2014年)。
- 7) DCMS (1998, 2001) “Creative Industry Mapping Document”
- 8) Florida, Richard (2002) The Rise of the Creative Class (井口典夫訳 (2008) 『クリエイティブ資本論－新たな階級の台頭』ダイヤモンド社)
- 9) David Throsby (2014) THE ECONOMICS of CULTURAL POLICY (後藤和子／坂本崇監訳 『文化政策の経済学』)
- 10) 佐々木雅幸 (2003) 「創造産業による都市経済の再生－その予備的考察－」『大阪市大『季刊経済研究』Vol.26 No.2』
- 11) 経済産業省ホームページ http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/index.html
- 12) 小長谷一之 (2012) 「地域活性化と「内発的外需開拓型モデル」」『地域活性化戦略』晃陽書房。
- 13) 小長谷一之 (2012) 「地域活性化と観光」『地域活性化戦略』晃陽書房。
小長谷一之 (2016) 「地域創造型観光のマネジメント－成功事例からみる7つの原則」『地域創造のための観光マネジメント講座』学芸出版社。
- 14) 山村高淑 (2017) 『創造性とコンテンツツーリズムをめぐる若干の随想』CATS 叢書
小長谷一之 (2005) 『都市経済再生のまちづくり』古今書院
小長谷一之 (2007) 「21世紀の都市像」『学会会報』2007年第1巻(862号)
塩沢由典・小長谷一之編 (2007) 『創造都市への戦略』晃洋書房。
塩沢由典・小長谷一之編 (2008) 『まちづくりと創造都市』晃洋書房。
塩沢由典・小長谷一之編 (2009) 『まちづくりと創造都市2』晃洋書房。
村田和繁 (2007) 「情報系産業における大学に関わるインフォーマルなネットワークの重要性について～京都発新産業創造の可能性」『都市経済政策』第3号、大阪市立大学創造都市研究科。
村田和繁 (2007) 「IT産業－大学ネットワークの重要性」『創造都市への戦略』晃洋書房。
村田和繁・武田至弘 (2009) 「ネットワークと創造都市(1)－新産業論－」『まちづくりと創造都市2－地域再生編－』晃洋書房。
村田和繁 (2009) “The Importance of Informal Networks for IT Industry Advancement In Japan: Toward the Making of Creative City” “Pervasive 2009 Workshop”。
村田和繁 (2013) 「都市の創造性と文化について－京都市東山地域と大学の取組－」『都市研究』第13号。