

持続可能なフェスティバルを活用した 地域マネジメントについて —韓国釜山広域市の事例を中心に—

柳 永 珍*
姜 文 源**

I. はじめに

韓国では、毎日3つ以上の地域フェスティバルが行われているという。韓国は地域フェスティバルのもつ経済波及効果を重視していて、その経済効果への期待から近年新しいフェスティバルが多く作られている。釜山はその代表的な事例である。本稿では、釜山市が、地域マネジメントの一環として開催しているフェスティバルの概要を紹介し、その問題点を指摘、持続可能な都市フェスティバルの構築に必要なものは何かを議論していきたい。

一般に地域、都市フェスティバルの経済効果というと、そのフェスティバルの集客力、そのフェスティバルによる消費支出の増加など短期的な市場効果を言及する機会が多い。本稿ではこのような見解は大きく間違っただけであり、フェスティバルはその長期的社会経済効果をもって評価されるべきであって、このような評価のもとで、フェスティバルの社会文化的な質やその

*釜山大学社会科学研究院研究員

**福岡大学経済学部

本来の目的を維持することができることを強調する。都市のフェスティバルは、都市の文化的活力を高めることで、都市の創造階級を流入させると同時に、地域住民の社会関係資本、つまり、住民間の信頼関係やネットワークを深化、拡張させることで取引費用を削減させ、社会効率を高める長期的経済効果を持つ。この長期的経済効果は、フェスティバルが本来の、質の高い文化的体験を提供するとき生じるものであって、商業化されたフェスティバルからはこのような長期効果を期待することができない。つまり、都市フェスティバルにおいて、その短期的な収益と長期的な経済利益は相反する側面を持っていて、フェスティバルを主催する地域行政には短期的な収益性よりも、長期的な社会経済効果を重視する姿勢が要求される。本稿で問題として指摘しているのは、釜山市の場合、最近になってフェスティバルの商業化を推進していると傾向がみられるということである。

フェスティバルは地域社会に正の外部性をもたらすものである。地域住民はフェスティバルを通じて、自分たちの地域アイデンティティーを表現、確認することができる。これ自体が住民の福祉を高める外部性をもたらす(Akerlof-Kranton, 2000)。さらに、フェスティバルに参加する人々が増えると、つまり、同じ地域アイデンティティーを共有する人が増えると、これは地域の社会関係資本を強化し(Alesina-Ferrara, 2000)、地域の社会効率を高める外部性をもたらす(Bowles-Gintis, 2011)。このような外部性は制度的装置によって、その利益を個人に帰属させることができない性質のものである。よって、これらの外部性を的確にとらえ、その外部性による長期的経済効果を重視する姿勢がフェスティバルを主催する地域政府や行政側に要求される。フェスティバルの評価において、その短期的な損益計算を重視すると、フェスティバルの文化的価値は損なわれやすい。フェスティバルが生み出す正の外部効果は、その文化的価値、市民の自発的参加によってもたらされるものであるため、短期的利益重視は長期的地域発展とは矛盾する傾向が生じ

やすい。本稿では、釜山市の事例を通じて、このような矛盾の存在を明らかにする。

さて、本稿の構成は以下のとおりである。第二章では釜山市におけるフェスティバルの概要を紹介する。第3章では、釜山市を代表する3つのフェスティバルの事例を紹介し、いまフェスティバルを中心に釜山市の地域マネジメントが直面している問題を説明する。第4章では、フェスティバルの持つ中長期的な経済効果について、その理論的枠組みを説明する。第5章は、4章で紹介した分析の枠組みに従って、釜山市の代表的なフェスティバルを分析する。結論は第6章である。

Ⅱ. 釜山（ブサン）の特性と釜山地域フェスティバルの政策的な特性

釜山広域市は、面積 765.94 km²、人口は 2015 年 5 月現在、約 355 万人と推算される巨大都市で、韓国第 1 の港湾都市と呼ばれる都市である。朝鮮半島の南東部の関門として機能している地域として、ソウルとは、約 450 km、対馬海峡を挟んで下関とは約 250 km、福岡とは 170 km の距離である。しかし、釜山がこのような巨大都市になったのは戦後になってからである。釜山は、1876 年の開港と、朝鮮戦争という 2 度の急速な膨張のきっかけがあった。特に、朝鮮戦争は、釜山地域を量的に大きく成長させた。1945 年、約 30 万であった釜山の人口は、朝鮮半島の各地域から集まった避難民によって、1951 年には 100 万人を超え、1990 年代に入ると、400 万人の人口を数えるメトロシティーに成長する。

このような急速な成長は、さまざまな地域文化の混在を伴い、釜山地域固有の個性や文化は薄れていく傾向をも招いた。もともと、釜山は韓国における最初の開港場でもあって、異文化を受け入れることに慣れている地域であり、伝統的なものを維持・伝承するよりは、新しいものに柔軟に適応してい

くことを得意としている地域でもある¹。釜山は、軽工業や造船工業・港湾運輸を中心に急速に成長した地域で、その成長の過程で、グレーシティーというイメージをも生まれた。さらに、高い人口密度に起因した乱暴な開発の拡大は、地域コミュニティと地域文化の弱化を加速化させる。その結果、釜山は韓国の第2の都市でありながら地域の文化的インフラは、ソウル周辺と比べて、大きな差をつけられることになっていった。このような文化的インフラの格差をなくしていくために、釜山は、「海洋文化・国際性・開放性」という釜山のアイデンティティーを強調しながら、地域マネジメントの一環として積極的に地域フェスティバルの開発に取り組むことになる。

適切に企画された都市のフェスティバルは、地域社会・経済を活性化させる効果があることが知られている（宮迫千鶴, 2004; 井上和久, 2013; Uysal & Gitelson, 1994; Derrett, 2015）。地域のフェスティバルは、その地域が持つ固有の魅力を表現できる機会でもあって、外部から観光客を呼ぶ観光事業の1つでもある（Getz, 1991: 5-7）。フェスティバルは、宿泊・娯楽・交通などの関連産業への需要を作り出すことによって、地域経済を活性化させると同時に（Burns et al, 1986: 7）、地域住民の地域社会や地域文化に愛情を育てる機能をも持っている（Ritchie, 1984）。

韓国の文化体育観光部が発表した「2013 全国市・道別フェスティバル総括表」によると、釜山市と市傘下の地域自治体が企画・主催しているフェスティバルの数は41であり、市・区の行政が直接的には関与していないが、予算の支援などの形で間接的に管理するものを含めると、釜山で開催されるフェスティバルの数は、60件に至る。釜山のフェスティバルは、ほぼすべてが政策的に企画されて進められたものである。伝統的な「祭り」ではなく、近年に作られた「祭り」である釜山のフェスティバルは、他の地域のフェス

¹ 2012-02-07、「国際新聞」、‘釜山は何を覚えているのか<5> -海を埋めて世界を抱く-海辺の新地上に新しく書かれた国際都市釜山の歴史’ 参照。

ティバルと比べて、歴史的な意味合いを持つものが少ない。現在、釜山で開かれるフェスティバルのほとんどは、1990年代以降から作られたもので、2000年から2009年の間には、実に22個の新しいフェスティバルが誕生する。釜山の場合、地方自治体の積極的な都市文化政策がフェスティバルの量的な増加に影響を与えたといえる²。表1は、釜山市における区別のフェスティバルの数を示したものである。

釜山のフェスティバルが人為的、政策的に進められているものであることは、「釜山文化観光フェスティバル組織委員会」の組織からもよく現れている。釜山文化観光フェスティバル組織委員会は、1997年に設立され、釜山市長が組織委員長を務めている法人組織である。釜山市レベル（City level）で推進しているフェスティバルの開発・企画・管理・運営がこの組織に一任されている。現在は、7個のフェスティバルを運営しているし、今も新しいフェ

表1 釜山市における区別のフェスティバルの数

区分	運営中のフェスティバル (比率)	区分	運営中のフェスティバル (比率)
釜山広域市自体	7 (17.1%)	沙下区	2 (4.9%)
中区	4 (9.8%)	影島区	2 (4.9%)
海雲臺区	4 (9.8%)	金井区	1 (2.4%)
機張郡	3 (7.3%)	東区	1 (2.4%)
北区	3 (7.3%)	東来区	1 (2.4%)
西区	3 (7.3%)	釜山陣区	1 (2.4%)
水営区	3 (7.3%)	沙上区	1 (2.4%)
江西区	2 (4.9%)	蓮境区	1 (2.4%)
南区	2 (4.9%)	全体	41 (100.0%)

出典：韓国文化体育観光部、2013 全国市道別フェスティバル総括表

² チェ・ドソク、ユン・ジヨン（2013）、「釜山地域フェスティバルの特化育成方案（Promotion measures to specialize local festivals in Busan）」、釜山発展研究院創意研究報告書、73 ページ。

スティバルの企画に取り組んでいる。図1は、釜山市におけるフェスティバルの運営組織を表している。

このように釜山のフェスティバルは、①地域フェスティバルが古い伝統的なものではなく、人為的・政策的に作られた地域マネジメント型のフェスティバルであること、②フェスティバルの種類が多く、そのジャンルが多様であること、そして、③フェスティバルの企画・運営が広域市のレベルで組織されていること、が特徴としてあげられる。

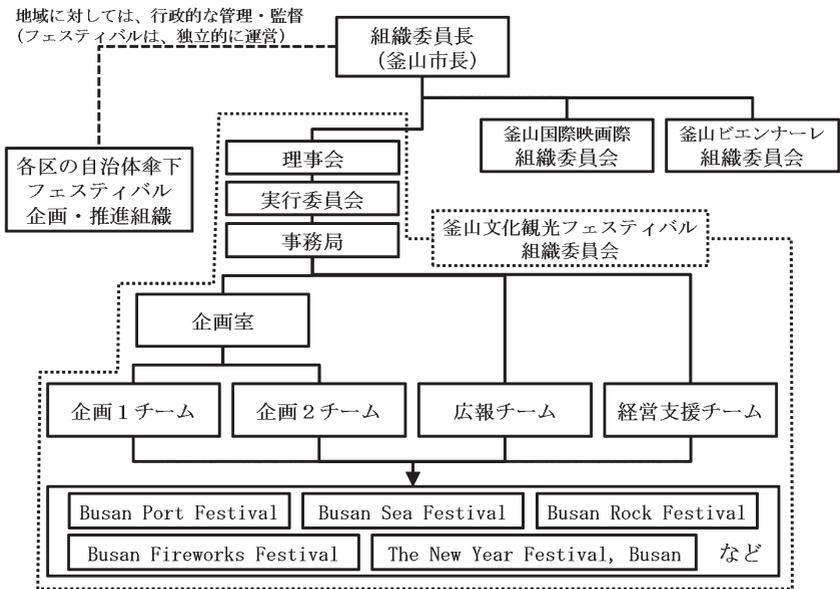


図1 釜山市におけるフェスティバルの運営組織

Ⅲ. 釜山の代表的なフェスティバル

1) 釜山国際映画祭 (Busan International Film Festival)

釜山国際映画祭は、毎年、約 75 カ国以上の国家から 300 編以上の作品が出品され、20 万人以上の観光客を集めるイベントで、入場収益だけでも 9 億ウォン（約 9 千万円）にのぼるアジア最大規模の映画祭であり、映画というコンテンツを通じた地域づくりの先進的なモデルであると評価されることもある³。この映画祭は、釜山のフェスティバルの中でももっとも成功したものの1つであって、2015年20回を迎えている。釜山国際映画祭が掲げる目的は、①アジア映画の復興、②釜山地域の映像産業誘致と活性化、③観光客の誘致という3つであるが⁴、過去20年間、映画祭の成長と共にこれらの目的を達成できていると評価されている。しかし、映画祭を開催する目的が主に経済的な成果であって、映画祭の成否に関する評価が短期的な経済効果評価によって行われているとの問題もある。

釜山国際映画祭は、短期的経済成果の面において、成功しているといえる。その経済的波及効果は536億ウォンを超え⁵、第20回映画祭では、1千億ウォンに至る経済効果をあげたと評価される。釜山市は、「アジアフィルムマーケット」と「アジアプロジェクトマーケット」、そして、国際フィルムコミッションであり映画産業博覧会であるBIFCOMを映画祭と同時に開催するワン・ストップ・システムを作り、釜山を中心とした映画関連マーケットを成

³ 長島一由 (2007)、「フィルムコミッションガイド：映画・映像によるまちづくり」、WAVE 出版。

⁴ 1998-09-22、「連合ニュース」、‘キム・ヒョングン釜山国際映画祭執行委員長とのインタビュー’ 参照。

⁵ 釜山市庁資料、‘http://news.busan.go.kr/sub/news01.jsp?sect_cd=100000&active_yn=Y&begin_date=2008-04-29&amode=_viviw&arti_sno=201004281540070001’ 参照。

長させてきた。特に、ヨーロッパ、中国との取り引きが活発で、この映画祭を通して、韓国の作品 200 編以上が売れたこともある⁶。中央政府と地方政府は、このような経済的成果を大きく評価し、予算の 60% ほどを支援することにもなった。

経済的な成果が目立つ中で、釜山国際映画祭組織委員会は、経済的価値だけでなく、より芸術的で社会的な価値をも求めるようになった。教育プログラムである「アジア映画アカデミー (AFA)」、学術行事である「釜山映画フォーラム (BCF)」などが新設され、2006 年からは「アジア映画ファンド」の運営も始まった。このファンドは、長編独立映画のインキュベートファンド (Incubating fund)、後半作業支援ファンド、ドキュメンタリー制作支援ファンドなどで構成されたもので、アジアの独立映画を発掘・支援するという目的を持っている。また、客席占有率を現行の 85% 水準から、映画鑑賞に最適だという 70% 水準まで減らしたいという政策も表明された⁷。2014 年には、政府からの支援予算が削減されることを覚悟したうえで、組織委員会は、韓国の政治・社会を痛烈に批判したドキュメンタリー映画、「ダイビング・ベル」の上映をみとめたこともある。

もちろん、映画祭の持つ経済波及効果をさらに高める政策も実施されてきた。この映画祭は、釜山の映画発展の近代史を残す場所である「南浦洞 (ナンポドン)」で開催されていたが、ナンポドンよりも観光客を集めやすい「海雲台 (ヘウンデ)」に開催場所を移したことがその一例である。第 16 回映画祭から、ホテルやデパート、各種の消費文化が結集されている海雲台に移されることによって、釜山の映画源流としての南浦洞の近代史的意味は色あせている。むしろ、海雲台 (より正確にいうと、海雲台のセンタムシティ内の

⁶ 2014-10-11、「オマイニュース」、‘独立性を守り抜いた釜山映画祭 - 最大観客殺到’ 参照。

⁷ 2015-10-12、「中部毎日」、‘釜山国際映画祭から学ぶべきもの’ 参照。

映画の殿堂)だけでフェスティバルの大部分が進行されることによって、後で説明するように、釜山内の他の地域への長期的波及効果も少なくなることになった。

いまのところ、釜山国際映画祭は、短期的経済波及効果を生んでいるという意味では成功していると評価できる。この経済的成功は、この映画祭が映画の輸出・輸入に存在する取引費用と不確実性を大幅に削減できているという事実に起因すると思われる。映画祭に参加するバイヤーたちは、多くの映画を一か所で接することができ、観客の反応やほかのバイヤーたちの判断をも直接確認することができる。このようなユーザーや同業者の評価に対する情報が取引の前に得られる場が、経済的観点からみた映画祭の意味でもあると思うが、釜山国際映画祭はユーザー、バイヤー、そしてセラーの参加者数が多いということで、より正確にこのような情報を事前に提供するイベントになっている。

2) 釜山ビエンナーレ (Busan Biennale)

釜山ビエンナーレは、隔年で開催される国際現代美術展示会である。1981年から発足して、第7回まで続いた「釜山青年ビエンナーレ」、1987年から発足して、第9回まで続いた「海美術祭」、1991年から開かれていた「釜山国際野外彫刻シンポジウム」を統合した美術イベントで、1998年と2000年には、「釜山国際アートフェスティバル (PICAF)」という名前で開催された。2001年から釜山青年ビエンナーレの正統性を受け継ぐという意味で「釜山ビエンナーレ」と改称して、2002年に第1回釜山ビエンナーレが開催された。

釜山ビエンナーレのルーツである釜山青年ビエンナーレは、釜山の35歳未満の若い作家と釜山地域の画廊協会が連合して企画したイベントであった。これは、世界的に有名な作家を招き、交流しながら釜山の現代美術の基盤を固めていた重要な展示企画であった。しかし、運営上の問題で、単独開

催が難しくなり、釜山市の支援と共に、組織委員会レベルの行事として改編されて今まで続いている⁸。

釜山ビエンナーレは、釜山の文化政策として予算支援を受けながら、安定的な成長を持続した。有料観覧客の数が最初7万人から、15万人まで上昇し、2010年には20万人に達した。総観覧客の数は、134万人に至り、これによる経済波及効果は、2004年には344億ウォン、2010年には500億ウォン以上であると推定されている⁹。ビエンナーレが成長することによって、美術マーケットも成長することになった。美術品の売買を主な目的とする「釜山アートショー¹⁰（組織委員長：釜山市長）」が、2011年から開かれることになり、ビエンナーレの出品作品の一部はこのアートショーで取り引きされている。2015年の釜山アートショーには、16カ国の201のギャラリーが参加し、4500点の作品が出品された。3万4千人が有料入場し、販売額は150億ウォンを超えた。

しかし、釜山アートショーを除くビエンナーレ自体の経済的な成果は、2012年から下落する傾向を表し始める。2012年、釜山ビエンナーレは、画一的・一方的な展示会ではなく市民も一緒に参加ができるビエンナーレを企画した。美術に対する日常的な理解を増大させ、作家と一般の人がコミュニケーションできる場を作り出すという目標を立て、「学びの庭園」というタイトルを掲げた。このような試みは、世界的な美術フェスティバルとして内実を固めるきっかけとなり、世界の美術界からも高い評価を受ける。しかし、このような芸術的、文化的試みは市民には評価されず、入場客の数は半分に

⁸ 韓国学中央研究院（2014）、‘韓国郷土文化電子大典－デジタル釜山文化大典－釜山青年ビエンナーレ’、http://busan.grandculture.net/Contents?local=busan&dataType=01&contents_id=GC04213043 参照。

⁹ WATAGATA アーツフェスティバル2013運営委員会（2013）、「Asia Art Producer Network Conference 2013 vol.2 資料集」参照。

¹⁰ 韓国の中で、「ソウルアートベア」に続き、2番目の美術マーケットである。

減り、入場収入も大きく減少した。2014年ビエンナーレの場合は、前回よりもさらに入場客が30%くらい減ることになる。これに加えて、釜山出身の展示監督（Exhibition director）と、フランス出身の展示監督の間で、ビエンナーレ展示監督の選びをめぐるトラブルが発生するなど、組織の問題も出てきた¹¹。このような経験は、美術フェスティバルが、その芸術性と経済的効果を両立させることが難しいことを示唆しているように思える。

3) 釜山ロック・フェスティバル（Busan Rock Festival）

釜山ロック・フェスティバルは、釜山市傘下の釜山文化観光フェスティバル組織委員会が2000年から企画・運営しているロック音楽フェスティバルである。2015年現在、第16回を迎えた。釜山ロック・フェスティバルは、5億ウォンの市政府予算と1億ウォンの協賛金で運営されるイベントで、韓国の他のロック・フェスティバル（芝山ワールド・ロック・フェスティバル、仁川ペンタポート・ロック・フェスティバル、グランド・ミント・フェスティバル、スーパーソニック、シティー・ブレイキなど）に比べて、規模は小さい。しかし、国内で一番長く続いているロック・フェスティバルである。

釜山ロック・フェスティバルの一番の特徴は、収益性を重視してないことである。韓国では、唯一、公演のすべてを無料で楽しめるフェスティバルであり、平均20万ウォン以上である高価なチケットのせいで、参加に戸惑ってしまう他のロック・フェスティバルとは異なるイベントになっている。一

¹¹ 釜山ビエンナーレの運営委員長が、「釜山と共存するビエンナーレ」という企画で、監督選り審査で1位を取った釜山出身の展示企画者キム・ソンヨン氏に、2位のフランス出身の展示企画者オリビア・ケプルリング氏と共同監督になることを要求したことから問題が発生した。これは、運営委員長の独断で、結局キム・ソンヨン氏は、1位を占めたにもかかわらず、展示監督職を辞任し、ケプルリング氏は、自分の出身地域の美術家26名を招いて、ビエンナーレを進行するなどの企画でメディアから顰蹙を買った。この事態により、運営委員長、事務局長が辞任することになった。

般的に、韓国で開かれているロック・フェスティバルは、過熱した商業化競争のなか、大企業の意図に従ってフェスティバルが企画される傾向が強くなっている。さらに、フェスティバルが商業化されることにより、海外アーティストと国内アーティストの間のギャランティーの格差が大きくなったり、公演ステージの増設によって公演の質が落ちたりなど、さまざまな問題が浮かび上がっている。しかし、釜山ロック・フェスティバルの場合は、インディーバンドのコンテスト開催、単一のステージでの集中度のある公演を重視してきた。このような方向性を守り抜くことで、アーティストの無料出演が相次ぐなど、「自由と熱情が生きている真のロック・フェスティバル」として、評されることになった。

しかし、商業化された大型ロック・フェスティバルが流行っている中で、釜山のロック・フェスティバルがいまのまままで維持できるかという問題に関しては、懐疑的な意見が多い。「ハロルド経済」の記事によると「ロック・フェスティバル自体が赤字になり、4～5年の間に全国の相当数のロック・フェスティバルが幕を閉じることになる」と予想されている¹²。特に、釜山ロック・フェスティバルの場合は、フェスティバルのなかでロックバンドの関連グッズを販売することも禁じていて、資金不足によって質の高いアーティストを招へいできないという問題が生じている。そして、「第15回釜山ロック・フェスティバル支援結果報告書」によると、滞在型観光客の割合が参加者の13%しかなく、参加者の98%が10万ウォン未満の小額の出費に止まってしまう傾向があるという。経済効果を上げる方策がなければ、維持が難しい状況だという判断もあるのである。このような状況に対して、釜山市は、2015年のフェスティバルのステージを2つに増やし、2016年からはフェス

¹² 2013-08-05、「ハロルド経済」、‘釜山、ロック・フェスティバルの未来に垂れ下がった暗やみを呼び覚ます’ 参照。

ティバルを有料化することも検討している¹³。しかし、釜山文化観光フェスティバル組織委員会が2015年度の訪問者500人を対象に行ったアンケートによると、有料化になった場合、40%ほどの参加者減少が予想され、有料化が正解なのかについては、疑問が残っている。次節では、ここで紹介したフェスティバルの持続可能性の問題について、どのような解決策がありうるのかについて議論していきたい。

IV. 分析の枠組み

都市のフェスティバルが持つ経済的効果を政策的に論じるとき、その議論の多くは短期的な経済的効果、売り上げだけを強調していると思われる。少なくとも釜山市の場合はそうであるが、フェスティバルの経済効果は中長期的な観点から評価すべきものがある。文化イベント、フェスティバルが地域経済に与える中長期的な波及効果は、創造都市論と社会関係資本論を用いて説明することができる。

まずは、リチャード・フロリダによって提唱された創造都市論によると、フェスティバルは都市の文化的魅力、文化的活力を高め、地域に創造階級を呼び込む制度的装置となる。フロリダは、現代経済を成長させる要因は物的資本や熟練労働の蓄積ではなく、創造的な仕事にかかわる創造階級の蓄積であると主張している。たとえば、芸術家が多い地域が経済成長率も高いという（ボヘミアン指数という）統計的な関係はよく知られているが、この統計的な関係は創造階級も芸術家も文化的に活力ある都市に集まるために観察されるものであろう。都市の文化的フェスティバルが、地域の文化的魅力や活力を高め、創造階級の流入を誘発するまでには時間がかかる。少なくとも、フェ

¹³ 2015-09-07、「国際新聞」、‘ソ・ビョンス体制1年、民間から官主導に…釜山文化逆走行’ 参照。

スティバルの短期的経済波及効果として、このような誘発効果がかれるものではないだろう。つぎに、近年注目されている社会関係資本理論の観点から、フェスティバルの経済効果を考えてみる。社会関係資本理論については、その概念の曖昧さがよく指摘されているが、社会関係資本というのは20年ほど前から国連や日本を含む各国政府によって政策に活用されている概念でもある。つまり、信頼、ネットワーク、規範などの言葉で定義される社会関係資本とは、その概念が統一されてなく曖昧であるが、すでに政策的に用いられている概念であって、よって、学問的な分析をも要する概念でもある。都市のフェスティバルは、地域住民の社会関係資本、住民同士の信頼関係やネットワークを深め、拡大するものである。フェスティバルを通じた地域の社会関係資本蓄積は、市場の内外で行われる社会的、経済的交換の取引費用を減少させ、社会効率を高めるものであると理解されている。同じく、このような、フェスティバルを通じた社会効率の上昇効果は中長期的なものであって、短期的な経済効果の計算に含まれるものではない。

社会関係資本については、信頼、規範、ネットワークなどは、現在の我慢によって未来に蓄積されるものという資本の定義に適しておらず、“資本”という言葉を使うのは不適切であるとの指摘もある。しかし、上で述べたように、地域の社会関係資本は、たとえば都市フェスティバルへの“投資”を媒体として、未来に蓄積される“資本”の概念として解釈、定義できる変数である。都市のフェスティバルへの投資は、創造階級や社会関係資本の地域内蓄積を誘導するものであるといえる。その投資の経済効果は、中長期的に評価されるべきものであって、毎年の短期的損益計算によって評価できるものではない。つまり、都市フェスティバルの経済効果は長期的な観点から評価されるべきものであって、釜山市のように、毎年の経済損益を評価の基準にするべきではない。ここで、フェスティバルが社会関係資本を蓄積させ、社会経済の効率を高めるプロセスについては以下のように説明できる。まず

は、フェスティバルへの参加は、地域アイデンティティーを確認し、表現するものであって、これ自体が地域住民の効用を高める。フェスティバルへの参加者増加は、地域住民の Self-Image 形成における Cognitive Dissonance を最小化させ、参加者の効用を高めるのである (Akerlof-Kranton, 2000; Kang, 2010)。さらに、フェスティバルへの参加者増加は、その社会の社会関係資本レベルを高めるものである (Alesina-Ferrara, 2000)。

さて、創造階級や社会関係資本の蓄積による経済効果は、外部性によるものである。つまり、フェスティバルの長期的経済利益は、地域住民全体に自然と分散されるものであって、特定個人に帰属する性質のものではない。地域社会で、フェスティバル開催のための基金を設立することも可能だが、これにはもちろんフリーライダーの問題が生じる。市場ではフェスティバルへの最適な投資が行われず、一般に正の外部性が存在する場合と同様に、政府は最適な数や規模のフェスティバルが行われるように資源を配分しないといけな。これは、教育投資に正の外部性が存在し、よって、政府は教育に補助金を支給するということと同じ論理であるといえる (Kang, 1991)。

上の議論は図2のようにまとめて説明することもできる。Bouwles-Gintis (2011) は、資源を配分する3つの主体として、政府、市場、そして社会関係資本をあげているが、それぞれの主体が資源配分の基準とする目的は、地域の resilience 向上、利潤、社会的・文化的価値の維持や蓄積にあるといえる。



図2 都市フェスティバルにおける3つの主体

政府、市場、社会関係資本は、それぞれの機能を代替するものであってはならず、お互いに補完する機能を維持することが重要であると認識されている。たとえば、都市のフェスティバルを評価するとき、市場はその損益計算を提供するが、この損益計算は短期的なものである場合が多く、政府や行政は、フェスティバルに対する市場の評価、市場による資源配分が社会関係資本の観点から補完されるように政策的な調整を行わないといけない。これは、つまり、フェスティバルをめぐる外部性が、社会関係資本の蓄積や創造階級の流入という形で行われ、地域行政はその外部性問題を解決する方向で資源を配分しないとイケないことを意味している。持続可能な都市フェスティバルを運営する上で、大事なことは、フェスティバルを通じた地域の資源配分が、市場の論理に支配されないようにすることである。外部性が存在する場合、市場の失敗という言葉を使うが、フェスティバルを運営する上で市場の評価を重視しすぎるのは“失敗している市場”の評価を尊重することであって、それは正しい判断とはいえない。釜山市の事例で説明したように、市場の評価が、フェスティバルを商業化させ、その本来の社会経済的機能（社会関係資本の蓄積と創造階級の流入）を弱める傾向をもみられる。このような傾向は、フェスティバルの持つ外部性を過小評価していることに起因すると思うし、望ましい傾向であるとは評価できない。

図3は、以上の説明をすこし別の角度から説明しているものである。(a)の均衡型は、政府・行政、市場、社会（関係資本）の目的や役割がお互いに補完し合う関係になっている状態を示している。(b)の利潤追求型は、フェスティバルの評価が短期的利潤を中心に行われているケースを示すもので、この形はフェスティバル本来の社会文化的機能を弱め、その本来の機能から誘発される長期的社会経済効果を削減するものである。フェスティバルが市場で利潤を生み続けるならば、そのフェスティバルは持続可能なものになるが、市場利潤を生み続けるフェスティバルはフェスティバルではなく観光ビ

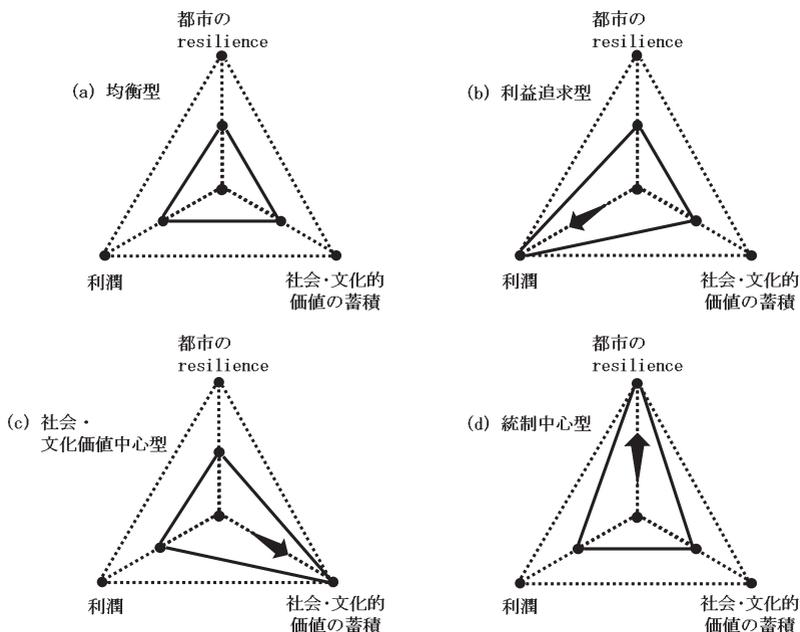


図3 都市フェスティバルの分類

ビジネスというべきものであろう。フェスティバルの商業化は、フェスティバルが観光ビジネスになっていき、本来の社会文化的役割を放棄している状態をいう。このようなビジネス化が行われ、それが持続可能なほどに利潤を出し続けるなら、地域行政がそのフェスティバルを主催することには意味がなくなる。そういうものは、民間に、つまり市場に任せればよいものであって、フェスティバルと呼ぶものでもなくなる。(c)の社会・文化価値中心型は、フェスティバルの評価が社会文化的価値を中心に行われ、短期的市場の評価や参加者の増加による地域の文化的活力向上（resilience）の側面が無視される形を意味する。この形の場合、フェスティバルは市の財政赤字を蓄積させるものとなって、フェスティバルを長期的に持続させることは難しいと思える。最後に、(d) 統制中心型は、市の政治や行政、フェスティバルの組織委員会

表2 組織委員会の理事会の分野別構成比率

	分野	人数
理事会 構成員の比率 (総16名)	行政関連	5 (31.25%)
	経済関連	3 (18.75%)
	放送関連	2 (12.50%)
	芸術関連	2 (12.50%)
	学術関連	2 (12.50%)
	その他	2 (12.50%)

がフェスティバルに対する市場や社会の評価を尊重しない運営の仕方を表している。この形は、フェスティバルに参加する市民の数が少なくなることを意味し、それは行政が考えるフェスティバルの目的とも矛盾するものとなる。

V. 事例分析および政策的なインプリケーション

前述した4つの類型の中で、均衡形を除いた3つの類型は、最終的に均衡形を目指さなければならない。特定な目的(評価)に傾いた運営が続くと、フェスティバルは持続可能性を失ってしまう可能性が高くなり、結局、フェスティバルを地域マネジメントの一環として使いこなそうとする目的達成にも問題が生じることになる。

釜山国際映画祭の場合、経済的な側面においては観光客を誘致し、大規模の映画マーケットを構築するなど十分な成果を上げたが、その後、映画祭組織委員会および映画芸術系と行政の間にトラブルが起きている。このトラブルは、マーケットの評価を重視する組織委員会の姿勢に起因した。つまり、釜山国際映画祭は、(b) 利益追求形に近いケースであり、このままの状況で映画祭を続ける場合、「映画都市釜山」というイメージは歴史性と象徴性より産業的な側面に傾いた評価になってしまうと思われる。この国際映画祭は商業的に成功している側面があるが、それならば地方自治体がこの映画祭を開

催すの必要性にも疑問が出てくる。商業性が重視され、マーケットでは評価されているが、その映画祭の公共性に疑問があるなら、民間に委託したほうがいいかもしれない。

釜山ビエンナーレの場合は、地域とある程度のアイデンティティを共有していたフェスティバルに、行政の支援が介入して、市場的な側面（入場客の増加、観光効果の増大、アートマーケットの拡大）の成果をおさめた形態である。しかし、美術界が中心になって企画を進めたことから、観覧客が減少し始めることと共に、さまざまな問題が発生した。つまり、釜山ビエンナーレは、(C) 社会・文化価値中心形に近いケースであり、大衆から離れすぎることでも持続性の保障を難しくする可能性があることを表している。

釜山ロック・フェスティバルの場合は、経済的な側面よりも、ロック音楽を享有できる文化的な環境を整えることに重点をおいたフェスティバルだといえる。しかし、他のフェスティバルに比べて、予算規模が非常に小さく（経済的な効果が少ないということで、追加予算をもらうことも難しい）、無料でフェスティバルが運営されているので、まもなく幕を閉じるという予測も出ている。この状況を打開するために、行政の主導の下、ステージの増設、フェスティバルの有料化が進められている。つまり、行政が (c) から、(b) に移行させようとしている。

行政は、仲介者としての役割である。行政が中心的な主体になって、特定主体の目的だけに力を入れたり、政治的・行政的な容易性だけを考えてフェスティバルの政策を推進したり、することは、むしろ、長期的な発展において害になる。釜山のフェスティバルの場合も、行政は特定の主体（おもに経済的な主体）と協同し、特定の主体（おもに社会間接資本）と対立する傾向を見せている。特に、2014年に釜山市の市長が変わった後、可視的成果の追求、文化的イベントへの主導権追求の傾向が強くなった。ビエンナーレの場合が良い例である。ビエンナーレ事務局、運営委員会、釜山文化財団な

どの関連主体の間にトラブルが発生したとき、行政は、なんらの処置もとらなかつた。むしろ、2015年、釜山文化財団の理事長をも行政が任命しようとする動きをみせる。また、ロック・フェスティバルを始め、各フェスティバルの市場性を強化することにも行政が積極的に乗り出している。つまり、行政的な役割が強化される（d）への転換傾向が強くなっているといえる。地域の祭り（フェスティバル）が官の主導になればなるほど、祭りの主体が持つ、祭り関連の専門性が薄れていく。関連する祭りの専門家を意図的に排除するとの指摘もあるが、それは行政のもつ利害関係に障害物になる可能性もあるからだという（イム・ジェヘ, 2001: 193）。

結局、特定の主体が主導していく形態のフェスティバルは、その持続可能性に問題が生じる。持続可能なフェスティバルは、市場と行政、そして関連する専門家を中心とした地域社会がうまく連携し、協力していくことが持続可能なフェスティバルを作る上で最重要事項であろうと思われる。

VI. 結び

最近、数多くの地域が文化を活用した地域マネジメントにおいての1つの手段として、フェスティバルが企画されている。しかし、近年新しく作られたフェスティバルは、成功事例より、失敗事例のほうが多く存在している。特に、持続可能性を持って新しいフェスティバルが続いている事例は、非常に珍しいともいえる。

本論文では、行政や地域社会によって企画されたフェスティバルが地域マネジメントに寄与するために、安定性のある持続可能なフェスティバルとして成長していくための方策について議論した。地域マネジメントの一環として、地域の発展可能性を再構築していくためのフェスティバルは、本稿で紹介したように4つの類型として考えることができる。第1、均衡形は、フェ

スティバルの格主体が互いに補完し合うことによって、バランス良く維持されている状態である。第2、利益追求形は、短期的な収益性に中心を置く類型として、このままで続くと、ただのビジネスになってしまい、地域のためのフェスティバルとは呼べないものになる。第3、社会・文化的価値中心形は、短期的な市場価値を無視する類型として、財政の悪化が伴い、持続可能性を失ってしまう可能性がある。第4、統制中心形は、行政が仲介の役割ではなく、主導権を握ろうとする形であり、これは短期的・長期的な価値より行政的な業績を優先し、地域のためのフェスティバルという目的に矛盾する。4つの類型に照らしてみた結果、特定の主体の追求目的だけに力を入れすぎると、フェスティバルは持続可能性を持ちにくくなる。つまり、均衡形をめざすことが重要だということが把握できる。

企画されたフェスティバルの活用を積極的に取り組んでいる韓国の釜山広域市のフェスティバルの事例でも確認したように、前述した類型を用いて分析することは有意義である。特に、利益中心形への偏向によるフェスティバルの本来目的の喪失、行政の過度な関与などは、最近、日本国内でも大小のフェスティバルが企画されていることを考えてみると、示唆するところが多いと思われる。このために、日本のさまざまな地域に対する事例分析を今後の研究課題にしたいと思っている。

参考文献

- 井上和久, (2013), 文化・芸術を活用した地域活性についての考察: アートフェスティバル・エコミュージアムを通じて (いま, あらためて問う: 地域と大学の連携), 地域活性学会研究大会論文集, 5, 213-216.
- イム・ジェヘ, (2001), 地域フェスティバルの発展のための地域社会と地域大学の役割 (The Task of Community and University for Development of Local Festival), 比較民俗学, 20, 151-201.
- 韓国学中央研究院, (2014), 韓国郷土文化電子大典 - デジタル釜山文化大典 - 釜

- 山青年ビエンナーレ, http://busan.grandculture.net/Contents?local=busan&dataType=01&contents_id=GC04213043.
- チェ・ドソク、ユン・ジヨン, (2004), 釜山地域フェスティバルの特化育成方案 (*Promotion measures to specialize local festivals in Busan*), 釜山発展研究院創意研究報告書.
- 宮迫千鶴, (2004), 伊豆高原アートフェスティバルで地域づくりを楽しむ, 公衆衛生, 68(9), 707-710.
- 長島一由, (2007), フィルムコミッションガイド: 映画・映像によるまちづくり, WAVE 出版.
- 釜山市庁資料, (2014), 釜山国際映画祭の経済効果, http://news.busan.go.kr/sub/news01.jsp?sect_cd=100000&active_yn=Y&begin_date=2008-04-29&amode=_vivi&arti_sno=201004281540070001.
- 釜山広域市沙上区庁, (2014), 第15回釜山ロック・フェスティバル支援結果報告書, 釜山広域市沙上区庁.
- WATAGATA アーツフェスティバル2013運営委員会, (2013), *Asia Art Producer Network Conference 2013 vol.2* 資料集.
- Akerlof, G.A., Kranton, R., (2000), Economics and Identity, *Quarterly Journal of Economics*, 115(3), pp715-53.
- Alesina, A., Ferrara, E.L., (2000), Participation in Heterogeneous Communities, *Quarterly Journal of Economics*, 115(3), pp847-904.
- Attanasi. G., Casoria. F., Centorrino. S., Urso. G., (2013), Cultural investment, local development and instantaneous social capital: A case study of a gathering festival in the South of Italy, *The Journal of Socio-Economics*, 47, pp228-247.
- Arcodia. C., Whitford. M., (2007), Festival attendance and the development of social capital, *In Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), pp1-18.
- Bouwles, S., Gintis, H., (2011), *A Cooperative Species: Human Reciprocity and its Evolution*, Princeton Univ, Press.
- Burns. J. P. A., Hatch, J., Mules, T. J., (2015), *The Adelaide Grand Prix: the impact of a special event*, The Adelaide Grand Prix: the impact of a special event.
- Derrett, R. M., (2015), *The Complete Guide to Creating Enduring Festivals*, Wiley Global Education.
- Florida, R., (2005), *Cities and the creative class*, Routledge.
- Florida, R., (2004), *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, Basic book.

- Florida, R., (2010), *Who's your city?: How the creative economy is making where to live the most important decision of your life*, Vintage Canada.
- Getz, D., (1991), Assessing the economic impacts of festivals and events: research issues, *Journal of Applied Recreation Research*, 16(1), pp61-77.
- Kang, J. Moonwon,, (1991), Optimum Subsidies for Education in Two Sector Economies, *Economic Letters*, 35, pp373-77.
- Kang, J. Moonwon., (2010), Discrimination, Identity and Changes in Attitudes, *Multicultural Nations*, 1, 63-72.
- Ritchie, J. B., (1984), Assessing the impact of hallmark events: Conceptual and research issues, *Journal of travel research*, 23(1), pp2-11.
- Uysal, M., Gitelson, R., (1994), Assessment of economic impacts: Festivals and special events, *Festival Management and Event Tourism*, 2(1), pp3-9.
- オマイニュース, (2014/10/11), 独立性を守り抜いた釜山映画祭－最大観客殺到.
- 国際新聞, (2012/02/07), 釜山は何を覚えているのか <5>－海を埋めて世界を抱く－海辺の新地上に新しく書かれた国際都市釜山の歴史.
- 国際新聞, (2015/09/07), ソ・ビヨンス体制1年、民間から官主導に…釜山文化逆走行.
- 連合ニュース, (1998/09/22), キム・ヒョンゲン釜山国際映画祭執行委員長とのインタビュー.
- ハロルド経済, (2013/08/05), 釜山、ロック・フェスティバルの未来に垂れ下がった暗やみを呼び覚ます.
- 中部毎日, (2015/10/12), 釜山国際映画祭から学ぶべきもの.