

地域表象としての観光・クラフト産業の開発(1)

——アパラチア地域の事例を中心に——

二 神 真 美

1. はじめに
2. 「新たな地域主義」の出現
3. 「文化観光」の推進——中間組織の役割
4. 政府機関の関与
5. 地域表象としての観光・クラフト産業の開発
——事例研究
6. おわりに

1. はじめに

1992年、スミソニアン協会が国立歴史博物館所蔵の米国製キルトの複製品を中国で生産する権利を民間の貿易会社¹⁾に対して売ったことが物議をかもした。これは製造業の空洞化といった経済的な次元の問題を超え、伝統文化に根ざしたキルト創作のもつ「真正性(authenticity)」を重視するのか、あるいはその「商品性」(commodity)を求めるのかといった文化政治的な問題に発展していった。アメリカにおけるキルトづくりは元来、植民地時代にヨーロッパからの移民によってその技術が持ち込まれたことを端緒とするが、その後アメリカにおいて独自のスタイルが民族集団間の文化的混合を促すアメリカの風土文化の中から生み出されていった²⁾。キルトづくりがアメリカの伝統文化と同一視される背景には、「キルトをつくる女性たちの集まり³⁾」というアメリカ英語の表現が示すように、それがコミュニティ生活での人間関係を結ぶ上で重要な社会的機能を果たしてきたからに他ならない。

現在、アメリカにおいては、風土文化と深く関わってきたキルトに代表されるクラフトやアートを観光対象として活用することに

よって持続的な地域発展を図ろうとする動きが、地域計画上の1つの潮流となってきた。それを後押しする地域政策が、連邦政府機関、広域行政組織、州政府機関、非営利組織(NPO)、ならびに民間企業のパートナーシップを通して全国規模で展開されている⁴⁾。この背景の1つには、アメリカ経済が雇用ベースならびにGDPベースにおいて既に高度にサービス産業化しており、製造業部門の企業誘致による地域再生計画が功を奏しないという現実がある。またもう1つには、1990年代から盛んに提唱されるようになった「持続可能な地域発展」という観点から、こうした従来型の地域再生計画は単に経済効果が不十分であるというだけではなく、自然環境への悪影響を引き起こすと同時に、政策決定プロセスにおいて地域社会の自律的統治が十分に機能していないなどの問題があることも関連している。こうした状況下、地域内に蓄積されてきた企業クラスター、知的財産、創造的文化財、そして良好な環境(アメニティ)といった地域資源が着目されるようになってきた。そして、それらの多角的な資源を合わせて総合的な「地域ブランド」として対外的なアイデンティティを明示することで地域の付加価値を高め、地域社会に真に資する形で外部資本、人材、そして旅行者等を誘引する戦略が、地域政策決定者集団のあいだで極めて魅力あるものとして受けとめられている。現在、このような全米で展開している地域計画を1つの新たな類型として説明するのが「ニューリージョナリズム」という考え方⁵⁾である。前稿⁶⁾で取りあげた「コミュニティ指標プロジェクト」は、こうしたニューリージョナリズムに

基づく地域計画の一環であり、指標の策定プロセスそのものがコミュニティの自己統治能力を高める契機となっていることが各地の事例から報告されている。

他方、アメリカの地域開発政策ならびにコミュニティ再生プログラムを歴史的に考察すると、段階的に導入されてきた連邦政府や公益団体等による外発的な開発政策が、必ずしも地域の本質的な変革につながっていないことに対する批判の声もあることが分かる⁷⁾。それは1つには、元来、ヨーロッパのフロンティアであったアメリカが、世界システムの中で「中心」として台頭していく過程で、「周辺」にあたるフロンティア地域の資源を搾取してアメリカ経済を成長させていった結果生じた地域構造的な格差の問題が、依然残っているためである。もう1つは、上述した「地域のアイデンティティ」が、外発的な開発政策や慈善事業の全地域レベルでの活動を支えるために歴史的に創出され続けてきたものであり、外からの固定観念に基づいて地域開発を行うという「開発の文化」そのものを象徴するものだからである。事実、これらの問題は本稿のテーマである「地域表象としての観光・クラフト産業の開発」にも存在しており、現在進行中の地域計画の真価もこれらの問題をいかに乗り越えられるかにかかっていると言える。

以上の問題認識から、本稿では地域風土に根ざしたクラフトやアートによる観光開発を基軸とする地域計画について、全米の中で最も注目に値するアパラチア地域（特に南部ハイランド地方）の事例に焦点をあて、同類型の地域計画の意義と課題について考察する。

2. 「新たな地域主義」の出現

観光・クラフトを基軸とした地域計画の出現の背景には、1つには「リージョナリズム」（地域主義）という考え方が1990年代、再び

注目されてきたことと関係している。現在各地で試みられている地域をベースにした考えや計画は、何も今に始まったことではない。アメリカにおけるリージョナリズムの系譜は、20世紀初期に遡る。1920年代、L. マンフォードは、「地域」こそ環境保全計画と技術的進歩を調和させる場所と考え、都市から郊外の森に至る地域を1つの生態として健全な形で開発し、都市からの人口拡散を図る計画を提唱している⁸⁾。その後、都市からの人口拡散は無秩序な形で起こってしまったが、地域に基づく考え方や計画は、アメリカの都市圏が直面する課題に合わせて変化しながらも今も存続している。

現在の潮流となっているニューリージョナリズムを理解するには、それが従来の考えと比較していかなる顕著な特徴をもっているのかを知る必要がある。たとえばS. ウィーラは、20世紀初頭から現在に至る地域計画を地域戦略論の観点から、大きく5つのタイプのリージョナリズムに分けた上で、最新のリージョナリズムがもつ主要な特色を論じている⁹⁾。まず、これまでの類型としては、地域環境リージョナリズム（20世紀初頭）、リージョナルサイエンス（1940年代後半から現在）、ネオ・マルクス主義地域経済（1960年代から現在）、競争原理と住民選択に基づくリージョナリズム（1960年代から現在、特に80年代）と区分している。その上で、90年代から現在にかけて1つの大きな潮流となってきたニューリージョナリズムについて、特に5つの顕著な特徴を挙げている。

第1の特徴は、それが計画立案においてまず明確な地理的・物理的な「地域」設定をして地域マネジメントを行う戦略を重要視していることである。それは、第2の特徴と言えることだが、80年代から表面化してきた大都市圏の問題——都心から郊外への無秩序なスプロール現象、交通渋滞、中心都市と郊外との格差、成長と分断、都市の環境悪化、建

築構造物の画一性による場所のアイデンティティの喪失など——に対処するために打ち出された、成長管理型の地域計画であるという点である。

さらに重要な特徴として第3には、それが地域の多元的な問題を一体的に取り組むアプローチをとるという点である。そこでは、地域再生メカニズムの3つの側面が相互に均衡のとれた関係を保つような計画であることが求められる。すなわち、①自然環境の保全及び再生、②物財の生産、③重層的な社会システムの形成が柱となる。こうした多元的な開発を「再生」という軸を一にして推進するためには、従来のように単独部門（行政など）のみが主体となるわけにはいかない。個人、地域組織、市場、そして行政のすべてが何らかの形で意思決定機構に積極的に関与するような開発組織の存在が不可欠である。先に述べたコミュニティ指標プロジェクトは、一定の限界はあるものの、広範な層からの「参画」を可能にするような社会システムを形成する一つの試みと言える。

また、従来のように画一的なやり方ではなく、「その町らしさが感じられること」に価値をおいた地域独自の設計や計画を重視することも重要な特徴となっている。そして何よりも、それはかつてのリージョナルサイエンスのように抽象的、定量的分析に終始するのではなく、規範的、自律的に地域を統治し、改変していこうとする積極性が計画の立案者たちにみられることを大きな特徴としている¹⁰⁾。

以上の特徴をもつニューリージョナリズムは、主に都市圏を対象とした地域計画に適用されている概念である。しかし、同時にそれは1つの都市圏を超えた広域的な「地域」を対象とした地域計画を意義づける概念としても援用されている。本稿で取りあげるアメリカ南東部の事例も、そうした広域的地域計画の代表的なものである。いずれにしても、ニューリージョナリズムと総称される地域計

画への新たな関心は、地域発展の経済的・環境的な「持続性」、地域社会の「自律性」、発展成果の「公平性」を求める運動として全米に浸透していった。各地域の取り組みは多様であるが、中でも注目されているのが、所謂「文化観光」と結びついた地域計画である。次に、そうした地域計画が支持される背景についてみていく。

3. 「文化観光」の推進 ——中間組織の役割

「文化観光」、あるいは「カルチャーツーリズム」という言葉が、観光学や文化人類学、あるいは観光啓発的な政策分野において盛んに用いられるようになってから久しい。しかしながら、その概念は必ずしも明確に定まっているわけではない。紙面の都合上、詳しい概念説明は割愛するが、ここでまず指摘しておきたいことは、現在言われている「文化観光」が、大量生産・大量消費時代のマス・ツーリズムで見られた単に歴史的・文化的観光名所を数多く巡るといった観光とは性質を異にするものであるという点である。中でも、(1)地域の資源・環境とよりよく調和し、継続を可能とするものであること、(2)所謂「文化的観光対象」には、ある地域独自の芸能や鑑賞施設のみならず、地域内で生活する人々がつくり出してきた様々なモノ・コトで観光行動を誘発できるものはすべて含まれることなどが本質的な相違点として指摘されている¹¹⁾。これらの特徴をもつ「文化観光」が果たして地域再生の原動力となり得るか否かは議論の分かれるところであろう。

しかし今、アメリカにおいて風土文化と観光が融合して生まれた地域計画が1つの潮流をなしている背景には、その実現可能性を間接的ながら支持する調査結果が複数の機関でほぼ時を同じくして相次いで示されたということとも関係している。それは、観光、アー

ト、そしてクラフトの3つの分野をそれぞれ代表する非営利組織(NPO)から提示された。これらの機関は、各分野の活性化を目指して、NPOはじめ、関連する様々な機関を支援するために情報提供を行なうという中間組織の役割を果たしてきた。現在、アメリカ各地で実施されている地域計画の基本構想を示した資料には、必ずと言っていい程これらの機関が提示した調査結果が引用されている。特に、クラフトの全国規模での経済効果については、これまでいくつかの事例から推測はされてきたものの、具体的な数字は殆ど示されてこなかった。したがって、記述的統計資料ではあるが、その実態を少しでも明らかにする調査結果が次々と示されたことの意義は大きく、関係機関のあいだでの反響も大きかった。以下、それぞれの調査結果の概要をみていく。

「文化観光」に関する実態調査

——TIA レポート2003

アメリカ観光産業協会(TIA)は、首都ワシントンD.C.に拠点を置く非営利組織(1941年創設)で、アメリカの観光産業に関する統計調査及び市場分析においては中心的な機関となっている。アメリカでは「観光は全米第3位の小売業」といった認識がもたれ、観光に関する研究は非常に進んでいる。そうした観光を重視する研究や政策を後押ししてきたのがTIAである。TIAは、1997年から「文化観光」に関する実態調査を行なっている。それによると、このタイプの観光が堅調に成長しつつづけていることが分かる。2002年度の「文化観光」旅行の統計を1996年度のと比較すると、13%の伸びを示しており、これは旅行全体の伸び率の2倍という高い数字となっている¹²⁾。最新の『歴史的・文化的旅行者2003年版』によると、アメリカ成人の半数以上(56%)が「歴史的・文化的」旅行者の範疇に入ると言われる¹³⁾。これらの旅行者は、自宅から80キロ以上離れた場所への旅行(2002年)

において、「文化観光」の構成項目とされる15の活動やイベント¹⁴⁾のうち少なくとも1つを取り入れていた。

こうした旅行者総数の伸びに加えて、TIAは「文化観光」旅行者の観光支出や行動パターンにも経済効果を考える上で重要な特徴が表われていることを指摘している。すなわち、その旅行支出(交通費を除く)は、旅行全体の平均値と比較して約1.4倍となっている。また、滞在期間も5.3泊と、平均の4.1泊より長くなる傾向があり、平均を超えた時間数のうち約4割が専ら歴史的・文化的活動に使われているという結果を示している。

これまで7年間の「文化観光」旅行者の実態を調査してきたTIAは、この種の観光がアメリカ人の観光体験にとって重要な部分を占めていることから、このような旅行者を誘引できる地域にとっては、観光の直接及び間接的支出から受ける経済効果は極めて大きいと結論づけている。

アート NPO の経済効果

——Americans for the Arts レポート2003

「文化観光」の中でも重要な構成要素となっているのが、ここで「アート」と総称している様々な芸術・芸能関連の活動である。そこに含まれる活動は狭義の芸術・芸能を超えた幅広い分野¹⁵⁾にわたるため、ここでは一貫して「アート」と記述する。また後述するクラフト産業も、この「アート」の分野と重複する部分があるが、以下で説明するように両者の調査の視点は同じではなく、したがって調査対象も、一方はアート活動に携わる組織であり、他方はクラフト創作に携わる個人(あるいは世帯)である。さて、ここで取り上げる「アート」活動を支える組織は数多く存在するが、中でも活動の実態に関する全国規模のデータを1960年代から提供し続けているのが、アート活動推進協会(Americans for the Arts)である¹⁶⁾。この協会は、現在その会員

表1 非営利アート産業の経済効果

	アート NPO (A)	アート活動参加者 (B)	A + B (単位: 億ドル)
支出総額	532	808	1,340
世帯収入	474	420	894
歳入	110	134	244
地方自治体	24	42	66
州政府	30	43	73
連政府 (所得税)	56	49	105

資料: American for the Arts, & Economic Prosperity (2003) に基づき作成。

数が5千を超え、ワシントン D.C. とニューヨーク市に拠点を置きながら、全米のアート活動への支援、アート教育の推進、アートを梃子としたコミュニティ再生の支援活動に携わっている。

アート活動の経済効果について当協会は、2000年から2年をかけて調査を行ない、その結果を『アートと経済繁栄』として2003年に出版した。それは、全米91の郡・市におけるアートに携わる3000の非営利組織に関するデータ（主に活動費と参加者数¹⁷⁾）と、それらのアート活動への参加者に対するアンケート調査¹⁸⁾を基礎データとしている。さらに、その基礎データをもとに産業連関分析と、全国の19,372市全体におけるアート活動の経済効果について統計的な推測値を算出している。当協会は、今から10年前の1994年に最初に「アートの経済効果」の調査を行ない、それは議会においても広く引用された経緯がある。しかし、今回の調査は、当時のものと比較して調査範囲が格段と広がり、また分析方法も精緻化されただけでなく、アート活動への参加者たちの支出に関する調査をも行なった点で、アート活動全体の経済効果をより正確に反映したものとなっている。

アート NPO の活動及びその活動への参加者たちの経済効果をまとめたのが表1である。両者の効果を合わせた支出総額は1,340億ドルにのぼり、政府歳入としては地方自治体から連邦政府までを合わせると240億ドル分の効

果をあげていることが分かる。また、労働力ベースでの経済効果をみると、アート NPO だけで約210万人分に相当する労働力 (FTE¹⁹⁾) を生み出しており、これは全米の労働人口の約0.78パーセントにあたる。

アート NPO 活動で特筆すべき点は、こうした雇用統計には直接表われてこないものの、NPO活動を支える多くのボランティアが提供する労働力がそこには存在していることである。実際、今回の調査に参加した91の郡・市それぞれで平均4,689人のボランティアが活動に携わっていたが、彼らの労働力は約14万2,083時間に相当し、これは220万ドルの労働価値があると試算されている²⁰⁾。

観光との関連では、地元の参加者と外からの参加者を比較した場合、両者のアート活動への支出には顕著な差が見られる。すなわち、前者が1つのイベントあたり21.75ドルであるのに対して、後者は38.05ドルと1.74倍となっている。それは当然ながら、外からの参加者は宿泊、食事、買い物、交通の面でより多くの支出をするからである。

以上の調査結果が示す経済効果について、まず第1に、今回の調査は、当該協会をはじめアート活動に携わる組織それ自体が、自らの活動をも含めたアート活動への政府あるいは一般からの支援を促し、活動の意義を正当化する目的でなされたことは言うまでもない。しかし、少なくとも2つの点で今回の調査は意義深いものであると言える。第1に、アー

表2 州政府支援の観光・クラフト開発

州	機能	中枢機関・プログラムの名称	開始年／完成年
ケンタッキー	観光開発・認証	Kentucky Craft Marketing Program	1981年
	コミュニティ開発・インキュベータ	Kentucky School of Craft/Kentucky Artisan Center in Breaa	2003年
メリーランド	地区指定（税的優遇措置）	Arts and Entertainment Districts	2001年
ミシシッピ	展示施設・教育指導	Mississippi State Craft Center	2003年
ノースカロライナ	マーケティング・観光開発	HandMade in America/ North Carolina Arts Council	1993年
オハイオ	展示施設・クラフト開発	Appalachia Artisans Center	2003年
サウスカロライナ	展示施設・マーケティング・観光開発	The South Carolina Artisans Center	1994年
バージニア	展示施設・図書／博物館	Artisans Center of Virginia	1999年
ウェストバージニア	展示施設・クラフト開発	Tamarack	1996年

資料：Crafts Reports, “New Support for Craft,” <http://www.crafts.com/commonfiles/articles/support.html> を基に作成。

ト活動及びアート産業の将来性について1つの展望を示した点である。すなわち、今回は非営利のアート活動のみを対象とした調査であったが、これに営利目的のアート産業を加えた場合、その経済効果はさらに増し、地域経済に与える影響は大きく、将来性という点でも重要な基幹産業の1つになり得る可能性をもっていることが示された。もう1つは、先にも述べたが、この調査結果が地域計画に及ぼした「触媒作用」としての効果があげられる。実際、それを象徴するのが2002年4月にノースカロライナ州アッシュビル市で開催された大会であった。そこでは、地方経済の再生、特にアパラチアにおける「創造的経済」開発の可能性について、今回の調査結果をもとに話し合いがなされたのである²¹⁾。この点については、クラフト産業の経済効果について述べた後、第5章で再び詳細に論じていく。

クラフト産業の経済効果

——CODA レポート2001

前節で考察した「アート」の概念には、ここでみていく広義の「クラフト」が含まれる場合がある。アートの中でもフォーク・アート（民芸）は、伝統文化と結びついている点

から、狭義の「クラフト」（あるいはハンディクラフト）と最も近い概念である。しかし、創作の動機という観点からすると、前者が美的表現を目的としているのに対して、「クラフト」の場合は、少なくとも初期の段階では必ずしもそうではなかった。但し、ここで取りあげる地域計画との関連においては、両者の境界線は必ずしも明確なものではない。

『アメリカフォークロア事典』によると、「クラフト」とは本来、「地域内に存在する素材から手作業で作られる生活用具や建造物で、地域社会で確立した規範や技術を反映し、その技術は日常生活の中で口頭によって、あるいは実技や実演を通して伝承されるもの」と定義されている²²⁾。産業革命前のアメリカでは、クラフトは生活上の必要性から生み出された実用品・建築物であり、地域社会の伝統的な型・製法・様式に沿って手作業で作られるものであった。作業形態は、機織り、木彫り、あるいは銀細工のように基本的に個人単位でなされるものもあれば、キルトを作る女性の集まりや納屋の棟上げなどのように、作業工程そのものがコミュニティ行事となる場合もあった。

現代のクラフト産業には、いわゆる上記の

定義にある機能的・民俗的要素をもつ手工芸品から美術性・芸術性の高い工芸品まで幅広い品目を含んでいる。クラフトの創作及び製造には無数の中小零細企業が携わっていると同時に、それらの企業を支えるギルド、会員制組織、クラフトスクール、関連雑誌等が数多く存在する。アメリカのクラフト産業に関する統計資料はこれまで断片的なものしかなく、アメリカ全体のクラフト産業が経済に与える影響については、その実態があまり把握されてこなかった。こうした状況下、2001年4月にクラフト団体理事長協議会 (CODA: Craft Organization Directors Association) はクラフト産業に携わる人々 (職人、工人、作家など) に対する売上げ・所得に関するアンケート調査²³⁾を基に算出された経済効果について公表し、クラフト職人はもとより地方自治体の開発担当者及びクラフト関連の非営利組織等の注目を集めた。

CODA の調査の意義は、全米のクラフト人口や、所得、クラフトの創作環境等に関する具体的な数値が、今回初めてある程度まで明らかにされたことである。まず第一に、全米の「クラフト人口」の推計値としては、10万6,544人 (低位) から12万6,544人 (高位) の数値が提示された²⁴⁾。アメリカにおける類型別のアーティスト人口 (推計) をみると (表3)、デザイナー (685,000人) を除いた場合、クラフト人口は次の集団 (10万-20万人規模) に属しており、人口数においてもアメリカの創造的経済の中で無視できない存在と言える。

クラフトの経済効果について、この調査では全クラフト人口の年間総売上高 (直接的効果) とクラフトを販売する画廊・店舗の総売上高とを合わせて算出している。すなわち、クラフト人口ひとり当たりの年間総売上高 (平均\$76,025) とクラフト人口 (2つの推計値) から直接的効果を算出し、さらに画廊・店舗の小売値の推定値 (卸値の2倍で算出) とを合わせてクラフト全体の総売上高としている。

表3 アメリカにおけるアーティストの推計人口

アーティスト類型	推計人口 (千人)
デザイナー	685
建築家	171
音楽家	164
俳優/監督	151
作家	140
写真家	137
クラフト・アーティスト/ その他のアーティスト	127
アナウンサー	62
アート教員 (大学)	36
ダンサー	34
画家/彫刻家	26

出典: *National Assembly of Local Arts Agencies* (cited in *The Crafts Report 2001*, <http://www.craftsreport.com/may01/codasurveyresults.html>)

(表4)。その結果、クラフトが生み出す経済効果として123~138億ドルの数値を提示している。

今回の調査はあくまでもアンケート調査に基づくものであるため、回答者の基礎データ (特に所得と売上高) の記入法や全体の推計値を算出する際のデータ処理法についても大きな誤差が生じた可能性がある²⁵⁾。しかしながら、CODA の会長自身がレポート発表の会見の際に述べているように²⁶⁾、クラフトについて全国規模の調査がなされたのは今回が初めてであり、現在押し進められている州、あるいは地域レベルの観光・クラフト地域計画の実施に弾みをつける結果となったのは事実である。これは特に、第5章で述べる ARC による新たな地域計画では、基本構想を表した『ロードマップ』に CODA レポートが引用されていることから分かる。また、今回の CODA レポートの調査・分析を担当したのは、ノースカロライナ州に位置するアパラチア州立大学ビジネス研究センターであった。さらに、後述するように、同州において1993年以来、観光・クラフト計画を推進する上で中心

表4 年間総売上高の平均値・収入源別の寄与度

売上（収入）源	平均値（US\$）	回答者数	総収入に占める割合（％）
卸売（国内）	73,373	3,827	27.03
卸売（輸出）	16,257	342	0.47
画廊への委託販売	8,339	2,892	11.27
小売	35,126	5,905	52.87
その他	9,150	1,910	8.36
合計	76,025	7,042	100

注：回答者数については、卸売、小売、委託販売、その他のいずれかに回答した者のみ含まれている。また、ほとんどの回答者がクラフトの収入源については複数回答している。

出典：National Assembly of Local Arts Agencies (cited in The Crafts Report 2001, <http://www.craftsreport.com/may01/codasurveyresults.html>)

的媒体の機能を果たしてきた機関（プログラム）である HIA（HandMade in America）も支援協力している。

以上、観光、アート、クラフトの3分野についてみてきたが、それぞれの分野では中間組織としての NPO が媒体となり、政策決定に影響を及ぼすような情報が相次いで提供されてきた。そうした多角的な情報提供によって、観光・クラフト政策の推進を後押しする相乗効果が生み出されてきたことが分かった。そして、その重要な発信源となっているのが、ノースカロライナ西部を中心とするアパラチア南部地域である。それは、この地がアメリカ最初のフロンティア地域をなし、アメリカの他の地域では殆ど継承されなくなった伝統的クラフトが、山間地の生活に残されていた事情が関係している。しかしながら、それはけっして山間地の中で孤立した状態で現在に受け継がれてきたわけではない。むしろそれは、アパラチア地域の開発とともに、新たな開発組織の管理の下で生産体制の組織化や「商品」の規格化によって変貌を遂げてきたのである。そしてその変貌のプロセスには、連邦ならびに州政府が大きく関与している。この点については、後編で詳しくみていくが、観光・クラフト産業と地域開発とを連繋させた

地域計画が実現する背景には、当然ながら州政府の主導的な役割がなければならないことは言うまでもない。そこで、次に州政府の役割ならびに連邦政府の関与についてもみていく。

4. 政府機関の関与

州政府の主導的役割

クラフト産業の経済効果を示した CODA レポートは、前述したように、2001年4月にその結果が公表されて以来、クラフト産業に関連する民間及び政府機関のあいだで積極的に活用されてきた。アメリカの場合、地域計画において中心的な役割を果たすのは地方自治体、特に州政府である。州政府がどの程度、観光とクラフトを基軸とした地域計画を推進しているかは地域によってかなり異なる。2001年に CODA レポートが発表される前から、州の観光局と地域開発局とが、州のアート機関やアート NPO と提携して、積極的に観光・クラフト地域計画を推進してきたところも既にあった。

2002年現在、少なくとも21の州では、州規模で観光・クラフト産業と地域開発政策とを連繋させた地域計画を積極的に推進している²⁷⁾。そのうちの約3分の1にあたる8州が、

本稿で取りあげるアパラチア地域を構成する13州に属している。表2は、それら8州の計画及び中心的な機関を表したものである。中枢機関が果たす機能をみてみると、大半は第一義的な機能が展示施設(ショーケース機能)となっており、州内で創作される優れたクラフトを一堂に展示することによってクラフトの品質向上を図り、また販売を促進することを目的としている。新たな試みとして、メリーランド州は全米で初めて州レベルでの「芸術・芸能地区」指定制度を2001年に導入した。地区内の芸術・芸能施設への入場料に対する免税や、アーティストのための建造物・商業ビルを建設する場合の税的優遇措置がなされ、アート活動の促進が図られている。

これら8州はもとより、21州の中でもアートとビジネスの融合において最も成功しているのは、ノースカロライナ州である。同州で州政府の政策を実質的に推進している機関がHIA (HandMade in America) である。これは、クラフトのマーケティングを第一義的な目的として1993年に導入されたものだが、クラフトと観光開発とを一体化させた計画で成果をあげている。注目に値するのは、この計画の中心となっている地域、すなわちノースカロライナ州西部は、アパラチア南部(南部ハイランドとも呼ばれる)にあたり、現在アパラチア地域委員会 (ARC) 主導で推進されている新たな地域計画の中核的機能を果たしている場所である。そしてそこは、次にみていくように、広範囲な地域を対象として観光・クラフト開発計画を実践することが可能となる条件を、まさに連邦政府によって与えられた場所なのである。

連邦政府による「国家遺産地域」指定

アメリカにおいて地域計画は本来、州政府及び地方自治体が主体となって推進されるが、連邦政府もさまざまな媒体機関を通して助成することによって間接的に影響力を及ぼして

いる。観光・クラフト計画に対する連邦政府の関与という点では、より直接的な影響を与えるものの1つに「国家遺産地域」の指定がある。これは、国家的評価基準からみて保全すべき価値の高い景観を有する地域であるとして、連邦議会で承認を受けることによって初めて指定される。連邦政府の関与という点でもう1つ重要なのは、この国家遺産地域の管理運営に関しては、国立公園局 (National Park Service) が市民に対する助言機関という形で関与するという仕組みがつくられていることである。

2003年、連邦議会はノースカロライナ州西部の25カウンティを「ブルーリッジ国家遺産地域」として指定した。これによって、当該地域には初年度の開発費として50万ドルが支給された。この地域では遺産地域指定を目指して、1996年には既に推進機関²⁸⁾を設立した。前述したHIAは既にこの時、この推進機関に加わり、遺産地域の指定を促進するための州政府のはたらきかけをパートナー機関として支えた実績をもっていたのである。

こうして、アパラチア山脈南部を北東から南西方向に走るブルーリッジパークウェイ沿いが国家遺産地域に指定されたことによって、この地域で新たな地域計画が始動する条件がすべて整備されたのである。

5. 地域表象としての観光・クラフト産業の開発——事例研究

ARC 主導の新たな地域計画

アメリカ東部に位置するアパラチア地域は、これまでみてきたように、アメリカにおける観光・クラフト産業を基軸とした地域計画の実践において1つのモデル地域を呈示するに至った。そして、現在、そのマスタープランをつくり、計画推進のために中心的役割を果たしているのが、1965年の発足以来40年にわたりこの地域の開発に携わってきた、アパラ

チア地域委員会（ARC）である。現在、ARCは、21世紀型の地域計画モデルを目指す新たな地域計画に着手している。果たして、この計画が真に地域再生の道筋をつける計画となり得るのか、今後の成果が待たれるところである。今回は、計画段階レベルでの、観光・クラフト計画としての妥当性、及び計画の基本構想に関して ARC が公表した資料²⁹⁾をもとにそれぞれ検討し、その可能性と課題について論じる。

観光・クラフト計画の妥当性についての検討

2002年は「アパラチア年」と呼ばれ、スミソニアン・フォークライフ・フェスティバルの地域展示ではアパラチアが取りあげられ、アパラチアを1つの魅力ある地域として対外的に強く印象づける機会となった。それは同時にアパラチア地域内においては、地域の観光業に対する需要を掘り起こすためにアパラチア13州の関連機関どうしの連繫強化を高めようとする気運を高めた。アパラチア地域は近年、その基幹産業を従来の鉱工業・農林業からサービス・情報産業へと転換し、いわゆる「創造的経済³⁰⁾」の構築が提唱されていた。それは、この新たな形態の経済活動にとってアパラチアの有する文化遺産と自然景観は、他の地域と比較して観光客誘引という点において充分競争力をもつに足る地域資源と捉えられるようになってきたためである。

ARC 観光事業協議会（Tourism Council）³¹⁾は、8ヶ月におよぶ協議の結果、アパラチア地域の「観光とクラフト」を基軸とした観光戦略についての地域計画をまとめ、『観光&クラフトへのロードマップ』と題して2003年6月に公表した³²⁾。その内容を概観してまず気がつくのは、前述した観光・アート・クラフトの3つ分野のうち、観光とクラフトに関して提示されたレポートの調査結果が用いられていることである。その上で、さらに独自の調査を加えることによって観光・クラフト計

画の妥当性を論じている。以下、それぞれの分野に関する当該地域の実態についてみていく。

第1の「観光業」については、TIA のデータに加えて、13州それぞれが ARC 地域内に属するカウンティに関して独自に行なった「経済効果」のデータを基に地域全体における観光業の経済効果を算出している。それによると、2001年における観光客の支出総計は地域全体で290億ドルにのぼっている。また、地域内に観光業に関わる部門では60万1,431人の雇用が創出されている。

第2の「クラフト産業」については、クラフト産業自体の性格上データ入手が困難なため、CODA レポート2001で提示されたデータにすべて依拠している。当該地域に属する13州におけるクラフト人口の世帯所得については、各州の平均値と比較していずれの州においても高くなっている（表5参照）。全国平均では、クラフト世帯所得は全国平均世帯所得の1.3倍となっているが、アパラチア13州においては、ノースカロライナとバージニアを除いた他の11州では、全国の1.3倍を超える格差でクラフト世帯所得が高くなっている。もちろん CODA 統計の場合は、各州の統計にはアパラチアに属するカウンティ以外の統計も含まれている。したがって、これだけでアパラチア地域内のクラフト人口の世帯所得が平均世帯所得を大幅に上回ると結論づけるわけにはいかないが、その点についての言及はなされていない。さらに言うならば、CODA レポートでは、同じ「クラフト」という範疇の中でも、素材に基づく類型別の売上高で比較すると、「ガラス」(\$111,051)と「紙」(37,529)では約3倍の格差がある。こうした点も考慮されていない。

以上のことから、ARC 計画では、TIA 及び CODA レポートの調査結果が計画の妥当性を裏づけるデータとして援用されていることが分かった。その場合、援用の目的はそれぞれ

表5 クラフト世帯所得と平均世帯所得との比較 (単位: US ドル)

州	世帯所得の中央値 (A)	クラフト世帯所得中央値 (B)	B/A
アラバマ	35,478	N/A	
ジョージア	39,003	60,000	1.5
ケンタッキー	35,226	45,000	1.3
メリーランド	50,630	75,000	1.5
ミシシッピー	30,628	N/A	
ニューヨーク	38,479	58,459	1.5
ノースカロライナ	37,057	42,000	1.1
オハイオ	38,970	50,000	1.3
ペンシルバニア	38,938	52,000	1.3
サウスカロライナ	35,376	53,000	1.5
テネシー	34,393	48,000	1.4
バージニア	44,844	55,000	1.2
ウェストバージニア	28,420	40,000	1.4
全国平均	39,657	50,000	1.3

資料：The Coda Survey, “The Impact of Crafts on the National Economy” を基に作成。

の産業の当該地域への経済効果を正確に把握するというよりもむしろ、全体の傾向を示すことで計画への一定の妥当性を与えることが目的であるということも分かった。前述したように、TIA 及び CODA は、それぞれ観光業及びクラフト産業の活性化を目的とした情報提供機関である。その意味からも ARC の計画が推進されることは、両機関にとっても調査の最終目的を果たすことになると言える。もちろん問われるべきは、この計画が誰にとって利益をもたらすものとなるのか、地域経済の持続性と環境の保全が維持できるのか、といった点であろう。小論の現段階の目的はあくまでも、現在の観光・クラフト計画が当該地域で実施される背景と、これまでの歴史的経緯を辿ることから現在の変化の意味を問うことにある。

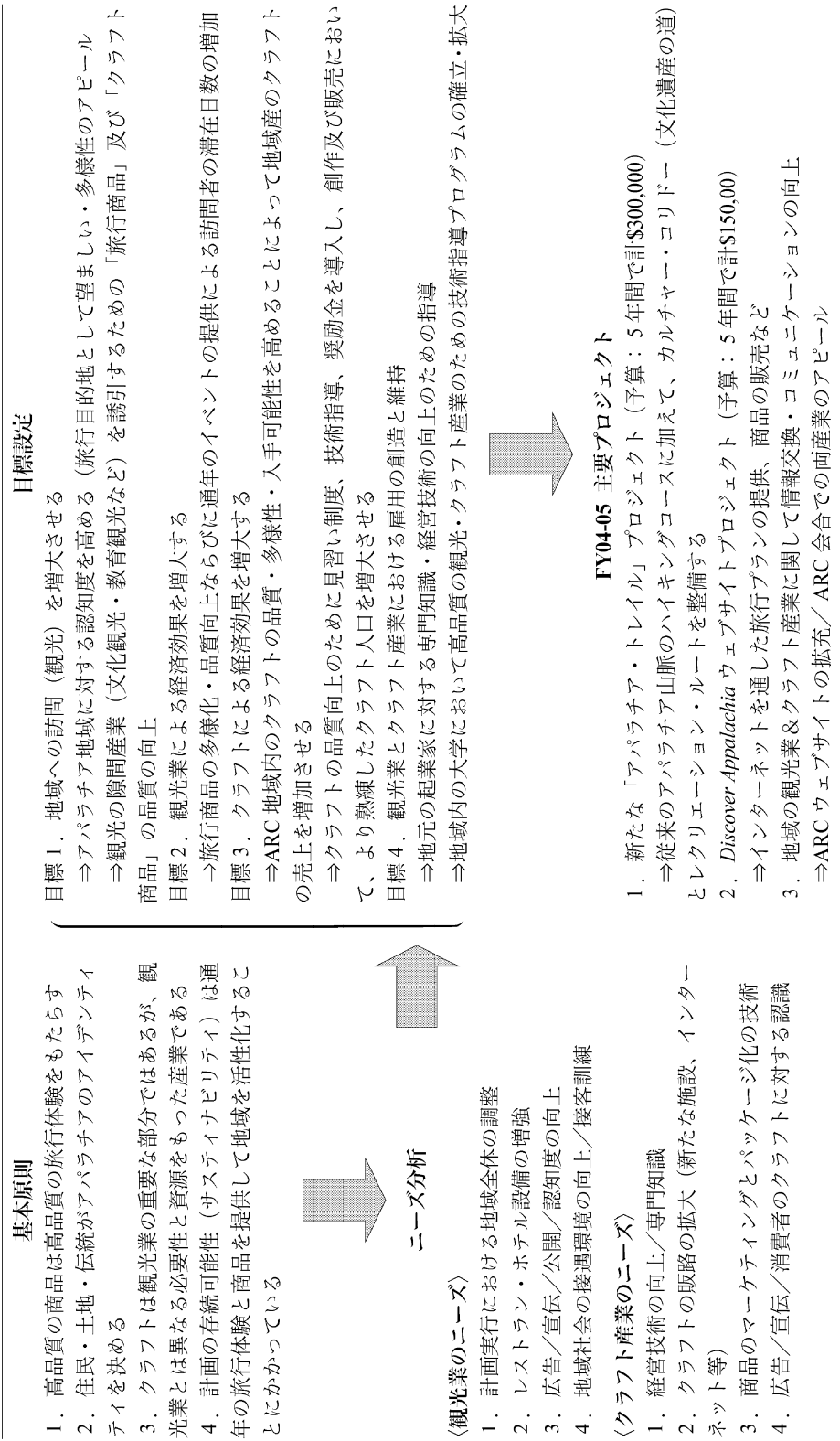
計画の基本構想についての検討

ARC 計画の基本構想の全体像は、表 6 に示す通りである。ここでは特に、後編との関連から「クラフト」に焦点をあて、ARC 観光協会がアパラチア地域内で作られるクラフトに

対していかなる認識をもち、今回のロードマップ計画によって今後このクラフトの将来をいかなる方向づけようとしているかについて考察する。

まず、ARC ならびに ARC 観光協会が「アパラチア産」のクラフトに対していかなる認識をもっていたかは、最初の 5 年間における基本戦略の 4 つの原則から読み取れる。4 つの原則のうち第 1 は、「高品質の商品は高品質の旅行体験をもたらす」という原則である。ARC 観光協会が最大の問題と考えているのが、地域内にそうした高品質の「商品」や「サービス」が欠けている点である。そして、ARC が「基準」を設定し、地域内の主要な担い手を指導し、結果として観光客と地域住民にとっても益となるように品質を向上させることができると続けている。原則の中では「商品」、あるいは「観光商品」とあるのが具体的に何を指すのかについては明確には述べていないが、構想全体（特に目標設定 3）をみると明らかに「商品」が観光客が購入するもので、主にクラフトを意味している考えられる。他方、「観光商品」は、観光客がその快適性を

表 6 ARC『観光§クラフトへ向けたロードマップ』の基本構想



資料：ARC, Roadmap for Tourism & Craft (July 2003) を基に作成。

享受するレストランやホテルといった施設ならびにサービスを指すことがわかる。すなわち、現時点でのアパラチアのクラフトは品質、多様性、そして入手可能性といった「商品性」を高める要素が欠落しているという認識が「ロードマップ」の根底にある。

次に、クラフト産業を今後いかに変えていくかについての計画の方向性については、クラフト産業のニーズ分析ならびに目標設定の目標3にみることができる。すなわち、クラフト産業界の投資家へのアンケート調査から得られたニーズ分析に依拠し、今後のクラフトはまさに「商品性」を高め、消費者に合わせたマーケティングを強化することに力点が置かれる。そして、その媒体機関としては、地域内の大学や、あるいは政府の支援を受けて設立したクラフト・センターやアートスクールが中心的役割を果たす方向で計画が進められていくことが示されている。

ここで問題となるのは、こうしたARC観光協会が地域内のクラフト創作に携わっている人々の声を公平に反映させているのかどうか、という点である。この点については小論の中でも充分に解明できておらず、今後、現地調査を進める中で解明していくべきであろうと考える。

6. おわりに

小論では、「地域表象としての観光・クラフト産業の開発：アパラチア地域の事例を中心に」の前編をなすものである。ここでは、現在アメリカにおいて「文化観光」と「クラフト」とを基軸とした地域計画が1つの潮流をなす背景について考察した。そこでは、まず第1に、こうした類型の地域計画を成り立たせるための装置として、極めて多層な連繋体制が組み込まれていることが分かった。第2に、筆者が研究対象としているアパラチア南部ハイランド地方は、まさにアメリカの中で新た

な地域開発の中枢をなす場所となっていることが改めて分かった。そして、第3に、アパラチア地域委員会（ARC）が打ち立てた新たな開発のロードマップは、今後アパラチアのクラフトを変革させていく可能性をもっていると言える。しかしながらここで重要な点は、歴史的にアパラチアの地域表象として捉えられてきたクラフトの開発は、その初期の段階から既に、地域の中で培われたものとは異なる価値観や目的をもってなされたというのである。これらの問題については後編においてさらに詳しく論じていきたい。

注

- 1) この会社（American Pacific Enterprises, Inc.）では約3万枚もの複製キルトを国内のデパートや大手通信販売業者（ランズエンド等）に売る計画であった。
- 2) 19世紀前半、アメリカで生まれたブロック・スタイルがヨーロッパ式のスタイル（飾りが中心にあり、その周りが縁取られたデザイン）に取って代わった。最近の研究によると、このアメリカ式のキルトの発祥地とされるペンシルバニア州南東部において、英国伝統のパッチワークキルトとドイツ伝統のデザインと色彩とが混合した結果アメリカ独特のキルトが生み出されたということが分かってきた。Laurel Horton, "Quilt Making," in *American Folklore: An Encyclopedia*, ed. Jan H. Brunvand (New York: Garland Publishing, 1996), 608.
- 3) 米語には"quilting bee"という表現がある。
- 4) その中枢をなすのが州政府機関とクラフト関係の非営利組織とのパートナーシップである。
- 5) New Regionalism. リージョナリズム (Regionalism) とは、単純化して言えば直面する問題に対応する際に具体的な地理的・空間的「地域」を想定した戦略を重要視する考え方である。地域戦略といった場合、たとえば都心部と郊外とを包括する「地域」全体を対象として成長管理を行うといったやり方がそれに当たる。あるいは都心部と郊外との経済格差を是正することで地域全体の競争力を高めるといった戦略もみられる。種々の戦略が提唱されているが、多くの場合、経済のグローバル化の下でのローカル経済の生き残り作戦といった感が強いと言える。

- 6) 拙稿「研究ノート：持続的発展に向けたコミュニティ指標プロジェクトに関する一考察」*Journal of Economics and Management* (名古屋商科大学論集) vol. 47 no. 2, 2003年。
- 7) 拙稿「アパラチアの虚構」*Journal of Economics and Management* (名古屋商科大学論集) vol. 46 no. 2, 2002年。
- 8) M. Luccarelli, *Lewis Mumford and the Ecological Region* (New York: Guilford Press, 1995)。
- 9) Stephen M. Wheeler, "The New Regionalism: Key Characteristics of an Emerging Movement," *Journal of the American Planning Association*, vol. 68, no. 3 (2002), 268-69.
- 10) *ibid*, pp. 270-274.
- 11) 前田勇「『文科観光』振興と“文化的観光対象”の活用」前田勇編『現代観光学の展開』(学文社、1996)、pp. 96-99.
- 12) Partners in Tourism, "Cultural Tourism News, Spring 2004," p. 3.
- 13) Partners in Tourism, "Cultural Tourism News, Spring 2004," p. 3.
- 14) 歴史的・文化的遺産、フォークアートのイベントなどを含む。
- 15) これらの組織には、民間及び公共の組織が含まれ、その種類はオペラ会社、公共ラジオ局、歴史博物館、織物組合、合唱団、各種アートサービス団体と多岐にわたっている。
- 16) Americans for the Arts は、1996 年に National Assembly of Local Arts Agencies (NALAA) と American Council for the Arts (ACA) とが合体してできた組織である。
- 17) 各組織は、会計年度2000の支出(労働費、アーティストへの支払い、運営費、材料費、施設費、資産購入費等)及び観客数に関する資料を提供した。
- 18) 1つの郡・市で平均527のアンケート調査が、アート活動への参加者たちを対象に行なわれた。約4万人が、同伴者も含めた支出(食費、土産物費、交通費、宿泊費など)に関する詳細なアンケートに答えた。このアンケート結果をもとに、各郡・市から既に収集していた参加者総数を用いて統計処理を行なうことにより、アート活動に参加した全参加者に関する支出についてかなり信頼性の高いデータを提供している。
- 19) Full-Time Equivalent (FTE) jobs. これは雇われている労働力の総数で、パートタイムの労働力も含まれており、その方が労働力ベースの経済効果の指標としては実態をより正確に表していると考えられている。
- 20) NPO 活動支援組織である Independent Sector は、ボランティアの2000時間を平均15.4ドルに相当する労働価値としている。
- 21) Americans for the Arts, *Building Creative Economies: The Arts, Entrepreneurship, and Sustainable Development* (Proceedings of Conference at Asheville, North Carolina, 2002)。
- 22) Jean H. Speer, "Crafts," in Jan H. Brunvand, *American Folklore: An Encyclopaedia* (New York: Garland Publishing, Inc., 1996), pp. 173-174.
- 23) アンケート調査はノースカロライナを拠点とする複数の機関が連繋して実施された。すなわち、1999年クラフト組織理事会(CODA)が作成したアンケートは、ノースカロライナ西部に拠点をおくNPO組織(HandMade in America)によって83,200部が全米のクラフト組織に所属するクラフト職人等へと郵送された。同時に、インターネットでのアンケート回答はアパラチア州立大学のビジネス・リサーチ・センターのウェブサイトでも可能とし、そのサイトへのリンクが複数の組織(*The Crafts Report*, HandMade in America 等)によってもなされた。
- 24) この差は基本的には、CODAの会員組織の会員、アメリカ・クラフト協会の会員、あるいは主要なクラフト機関紙(*The Crafts Report*)の購読者リストのいずれにも関係していないクラフト人口をいかに推測するかの違いである。
- 25) 大きくは4つの問題が指摘されている。1) 所得や収入を記入することに対する強い抵抗感、2) 用語の誤認識(特に所得と収入・売上高)、3) クラフト推計人口の算出方法、4) クラフト産業の中で取り扱われなかった部分(クラフトの学校、出版物、クラフト組織など)である。
- 26) "In the Wake of the CODA Survey: A Review of the CODA Conference and Plan for the Future," *The Crafts Report*, <http://www.craftsreport.com/commonfiles/articles/wakeofcod.html>, retrieved, October, 2004.
- 27) "New Support for Craft: A Complete List of State Initiatives Across the U.S. that Wed Crafts with Tourism and Economic Development," <http://www.craftsreport.com/commonfiles/articles/support.html>, retrieved, November, 2004.
- 28) そこに参画した機関には、HandMade in America、ノースカロライナ・アート協会、ブルーリッジパークウェイ、東部チエロキー・バンド、ノースカロ

ライナ・フォーク学院があった。

29) Appalachian Regional Commission, *Roadmap for Tourism & Craft*, July 2003.

30) John Howkins の「創造的経済」を参照。

31) これは、ARC と ARC 地域内の 13 州の観光局の

担当官から構成される協議会である。

32) アパラチア観光戦略 (2003 年 6 月) の概要については以下の報告書を参照。ARC Tourism Council (2003). *Roadmap for Tourism & Craft*. Appalachian Regional Commission, p. 23.