

地域発展戦略としての地域イベントの意義 —地域イベントの長期的効果—

鳥取大学地域学部教授 多田 憲一郎

花火大会、祭り、見本市、講演会等の地域イベントは、地域に活気や賑わいをもたらした。しかしながら、2020年から始まったコロナ禍により全国各地で多くの地域イベントが中止となった。本稿では、地方自治体主催の地域イベントを対象として、地域の発展戦略や地域づくりの観点から、地域イベントの意義について検討する。

地方自治体主催の地域イベントは、その財源が地域の住民や企業の税収で賄われていることから、イベントのあり方に対して強い関心を持たれている。地域イベントをイベント参加者からの収入等の収支で評価を行う傾向にあるが、イベント開催後の地域経済の変化等の長期的効果を評価の軸に、新たな地域イベントのあり方を考察する。

1 地域イベント評価の現状

2020年1月から始まった新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、全国各地で多くのイベントが中止となった。コロナ禍前の2019年まで、多くの地域において地域を盛り上げるための多彩なイベント（展示会、見本市、スポーツイベント、音楽イベント、講演会、シンポジウム、祭り等）が実施されてきた。イベントの開催は地域の経済や社会に多大な、そして多面的な影響を与える。それは、地域にプラスの効果をもたらす場合もあれば、逆にマイナスの効果をもたらすこともある。そのため、特に、地方自治体がイベントの主催者となる場合、イベント事業が地域内の多様なステークホルダーに地域活性化の恩恵がもたらされるようにすることや、中長期的視点から地域の経済や社会に対して持続的な発展をもたらす事業とすることなどの地域発展戦略としての視点が強く求められる。

イベントに対するこのような地域発展戦略や地域づくりの側面からの評価や妥当性については、特に、地方自治体が主催者として関わる場合、イベントへの金銭的支出や人員の投入などが妥当かどうかについて、地域住民や地場企業が地方自治体へ財源を提

供している納税者としての立場から厳しく評価する動きも近年目立つようになってきた。例えば、その評価のための重要な指標として、経済的効果がある。経済的効果の指標は、マスコミなどで大きく取り扱われるほか、地方自治体の議会において審議の対象となることも多い。経済的効果の指標は、イベントの「成果」を定量的に示すことができるため、推計結果の金額が具体的に示され、イベントの主たる評価の対象となりやすい。しかし、このような経済的効果の推計値は分析者の様々な前提に基づいて算出されている。特に、イベントにおける取引金額、さらに参加者の消費の状況などは完全に把握することは困難である。経済的効果額の算出がそのような実態であるにもかかわらず、経済的効果の算出方法やその概念などを地域住民や地方自治体の職員、議会関係者が正確に理解せずに推計結果のみが独り歩きしていることは大きな問題である。

このように、地方自治体が主催するイベントは、その財源が地域の住民や企業などの税収で賄われているという側面から、地方財政危機などを背景に、近年、地域住民や地場企業などから強い関心を持たれるようになってきた。しかしながら、前述したよ

うに、そのイベントの妥当性の評価について、地域住民や地場企業などが判断することは容易ではない現状がある。

本稿では、このような現状をベースとしながら、地域発展戦略や地域づくりの観点から地方自治体が主催するイベント開催の目的や機能について検討し、特に、イベントの長期的効果に焦点を置きながら、地域の発展のためのイベントの意義を考察する。

以下では、次の順序で検討を進めていきたい。

まず、第2節では、地域イベントを定義したうえで、地域イベントの目的と機能と効果について検討する。ここでは、地域イベントが開催期間中の収入などの短期的効果でしか評価されておらず、地域イベントの長期的効果で評価することの重要性を指摘する。次いで、第3節では、地域の主体を結びつける地域イベントの長期的効果を積極的に評価し、第4節では、長期的効果に基づいた地域発展戦略における地域イベントの意義を述べる。

2 地域イベントの目的と機能と効果

(1) 地域イベントの目的と機能

イベントは、主催者を基準とした区分で整理すれば、国や地方自治体などの行政機関が中心となっていく「公共イベント」と、企業や業界団体が中心となっていく「民間イベント」に分けられる。

それでは、地方自治体主催の「公共イベント」は、どのような機能を有しているであろうか。その点について、日本イベント産業振興協会では、自治体主催の「公共イベント」は、次の機能を持っているとする¹。

- ① 地域のアイデンティティの確立
- ② 地域産業の振興
- ③ 地域内産業構造の転換と再構築
- ④ 情報発信機能と交流の拡大
- ⑤ 地域文化の振興
- ⑥ 広域化・国際化の進展

本稿では、これらの機能をもつ「地方自治体が主催する地域を土台とした公共性を有するイベント」を「地域イベント」と呼ぶ。地域イベントは、講演会やシンポジウム、展示会、祭り、花火大会など、さまざまな種類があるが、どのような内容の地域イ

ベントであれ、そのイベント開催の根源的な目的は「地域づくり」や「地域活性化」などの地域の発展に関することである。

(2) 地域イベントの効果

このような目的をもつ地域イベントを地方自治体が発行するのは、地域イベントには主に2つの効果があるからである。

第1に、地域イベントの「経済的効果」である。地域イベントが地域経済に与える効果については、地域イベントの開催期間中の商品販売や参加者の入場料などを主要な財源とする金銭的収入あるいは地域イベントの開催準備段階における施設建設や会場設営等による主にハード整備に関わる経済波及効果について関心が集まりがちである。しかし、地域イベントの真の効果は、それだけにとどまらず、地域イベント実施後において、いかに地域経済に多様な効果を与えるかという点を評価することも重要である。すなわち、地域イベント開催のプラスの効果を一過性のものとししない戦略が求められる。例えば、大規模な地域イベントでは、地域イベント実施のための新しい公共施設の建設を伴うものが多い。このような場合、地域イベント実施後の当該公共施設の稼働状況は、その後の地域経済に大きな影響を与えることになる。一方、地域イベントの会場が仮設の施設等を中心に実施された場合においても、短期間の開催時期のみの一過性の効果にとどめず、イベントのテーマについて地域住民や地場企業などの関心を喚起し、場合によっては、テーマに関連する仕組みや体制を構築することなど、地域イベントをいかに地域の持続的な経済発展につなげていくかという戦略が重要となる。前述したイベント開催準備期間や開催期間中の経済効果は、それらの期間に限定されるため短期的効果であるが、開催後の効果は、開催後に長く続く効果であるため、長期的効果と位置づけることができる。

第2に、地域イベントの「社会的効果」である。地域イベントの経済的効果を地域経済に効果的に引き出すためには、地域内の多様な主体との「協働」を基礎とした持続的な発展をもたらす地域発展戦略

1 平野繁臣（監）、イベント用語辞典編集委員会編（1999）『イベント用語辞典』日本イベント産業振興協会、pp.8

を念頭に置いた企画や運営に取り組むことが必要不可欠であり、そのための体制構築の手がかりとなる地域イベントを開催する必要がある。地域づくりにおいて、地域住民の住民自治のあり方に対する関心が高まる中、地方自治体が地域政策として地域イベント事業に取り組む背景には、地域イベントを通して、地域住民や地域企業を軸とした当該地域の地域づくりを担う「主体形成」を行うことが重要な目的となる。ここで、「主体形成」とは「それぞれの主体が自らの意思に基づき本来の能力を十分に活かしながら活動することができる状態」を意味する。このような主体形成政策として、地域イベントを位置づけた場合のイベント効果を「社会的効果」とする。社会的効果とは、イベント開催を目指して地域の多様な主体が協働して取り組むことにより形成される「ソーシャル・キャピタル（社会関係資本）」の強化、住民の地域に対する愛着の醸成などがそれに該当する。これらの社会的効果は、イベント開催後も続く効果であることから長期的効果と位置づけられる。

以上、総括すれば、次の通りとなる。地域イベントは地域資源を活かしたイベントの開催を契機として、地域内外からの多くの地域イベント参加者による地域内での購買活動を誘発し、その収入を地域内で分配して循環させる機能がある。また、このような金銭の地域内循環を作り出すのみではなく、地域イベントは地域内外への情報発信やそれを通じた地域内外の多様な主体（人材や組織）とのつながりを生み出す。前者は、開催前の準備段階と開催期間中の効果として、地域イベントの短期的効果であるが、後者は開催後に続く長期的効果と位置づけられる。

地域イベントは、イベント開催準備段階での地域内外への宣伝、開催時の商品販売や入場料などの短期的成果をイベントの全体評価とされることが多い。しかしながら、住民の地域に対する愛着の醸成や地域内の多様な主体の協働の促進など、開催後の長期的効果も重要な評価である。

地域の持続的発展を実現させるためにも地域イベントの長期的効果は重要である。すなわち、長期的

効果は、地域イベント実施後において、地域にどのような多様な効果を持続的に付与するかという視点での効果であり、地域イベントの効果を一過性のもにしない地域発展戦略と位置づけられる。

3 地域の主体をつなぐ地域イベント

(1) 地域とは何か

近年、「地域」に対する関心が急速に高まっている。例えば、「地方消滅」「地方創生」「地域再生」「地域づくり」「地域活性化」などの言葉が、連日、マスコミなどで報じられている。大学においても、筆者の勤務する鳥取大学地域学部を含め、地域それ自体を研究や教育の対象とする学部や大学院も増加してきた。

ここでは、このような時代の流れのなかで、地域づくりや地域発展戦略の観点から地域イベントの意義について検討してみたい。

まず、地域イベントの意義を述べる前に検討しなければならないのは「地域」という概念である。鳥取大学地域学部地域創造コースでは、「地域」の定義について、次のように述べている。すなわち、地域とは、「人々が生活している空間の広がり」と、そこにおける社会関係を示すものと定義している²。ここで留意すべき点として、「地域」は「人がそこに住むことによりはじめて成立する概念」ということがある。「地域」は「人が住む」からこそ成立する。すなわち、「地域」とは本源的に「人々が生活する場」である。人が住めば、人々の日常の暮らしを営むルーティン行動により一定の行動範囲が出現して生活空間が明確となる。その空間の中での「人と人との関係」において、協力したり、また、場合によっては対立することもある。このような「生活空間の中での人と人との関係」が「地域」の本質である。そして、「人と人との関係」が発生すれば、その関係を維持し調整するための「ルール」が必要となる。それは、その地域における「暗黙知」³のようなレベルのものも含めて形成される。そのような「ルール」に基づく社会関係それ自体が「地域」の本質である。

2 家中茂・藤井正・小野達也・山下博樹編著（2019）『新版地域政策入門—地域創造の時代に—』ミネルヴァ書房、pp.5

3 野中郁次郎—橋大学名誉教授などが経営学における知識創造理論の立場で提起された知識のひとつであり、身体での個別具体の経験を通して得られる信念や思いを含んだ主観的な知識で、言語化が困難とされる。

(2) 地域イベントと主体形成

地域をこのような「生活空間における社会関係」と把握した場合、地域づくりの方向性を示す地域発展戦略の「土台」には、何が必要なのか。結論を先取りすれば、それは、前述した通り、地域における「主体形成」である。すなわち、地域という「場」を支える「主体形成」を実現することが様々な地域発展戦略を規定する基礎的条件となる。そして、その主体とは、地域の経済活動の担い手である地場企業や、コミュニティにおける町内会やNPOなどの住民組織などである。その主体の現状を見ると、2008年9月のリーマンショックや2020年以降のコロナ禍により地場企業は経営が困難な状態にある。コミュニティにおいても、住民同士の人間関係が希薄になり、町内の自治活動も停滞している。地域が元気になるためには、これらの主体がそれぞれの分野で活発に動くことができなければならない。地域における「主体形成」は、現在、困難な状況に置かれている。

地域発展戦略づくりの「土台」が経済やコミュニティなどの領域における「主体形成」であるとしても、現状においてそれぞれの主体は活力がなくなっており、それぞれの主体が独力で再生していくことはなかなか困難である。また、それぞれの主体が独自に再生することを待っていたのでは、いつまでも事態は前に進まない。そこで考えなければならないことは、地域内の主体が手を結び、役割分担をしながら相互に補完して連携する「仕組み」をつくることである。例えば、現在、「地域協働」政策が注目されている。この政策は、地方自治体の財政が非常に厳しい状況の中で既存の行政サービスを削減して財政負担を軽減しつつ、住民組織等に活動の「場」を与えて、行政サービスに代わる新たな地域サービスを供給するものである。「地域協働」というのは、そういう意味では、地方自治体に対しても、地域の住民組織に対しても、お互いにプラス効果が期待される政策であると位置づけられる。このように、地域内の主体を「つなぐ」仕組みを検討することが、地域内における「主体形成」に効果があると言える。

しかしながら、この「つなぐ」仕組みは自然に構築されるものではない。ここで注目したい主体が地

方自治体である。地域全体を俯瞰して総合的に見ることが出来る主体は地域内で地方自治体以外に存在しない。その意味で、地方自治体は当該地域の総合戦略本部である。したがって、地域発展戦略を策定する上で地方自治体のリーダーシップは必要不可欠となる。地方自治体がもつ地域内における総合調整機能を有効に活用することにより、それぞれの領域を「つなぐ」仕組みが構築されて「主体形成」が動き出す。そして、地方自治体が「主体をつなぐ仕組み」を作る上で有効な方法のひとつが「地域イベント」の開催なのである。

これまでのことをここで総括する。まず、地域発展戦略を規定する「土台」は地域内の「主体形成」にある。しかしながら、その「主体形成」を、主体それぞれが単独で行うことは困難であり、地域内の主体を「つなぐ」仕組みが必要である。その仕組みをつくる上で重要な役割を果たす主体が地域の中で唯一の総合調整機能を有する地方自治体である。その地方自治体が「主体をつなぐ仕組み」を作る上で有効な方法のひとつが「地域イベント」の開催なのである。その意味で、地方自治体のリーダーシップは重要であり、その責任はきわめて重い。

4 地域発展戦略としての地域イベント

(1) 内発的發展と地域イベント

地域イベントがプラス効果を地域にもたらすためには、地域の構造をしっかりと分析し、その特徴や課題を踏まえたうえで、当該地域に適したシステムを構築するための情報を提供しなければならない。

例えば、地域の経済的基盤である自律した地域経済を構築するためには、地域外の市場から資金を獲得する力、すなわち、「移出力」を有する産業を地域経済に構築する必要がある。地域経済の軸となる産業であり、ここではこのような産業を「移出基盤産業」と呼ぶ⁴。移出基盤産業を地域内で創出することが、地域経済の発展において重要な長期的戦略となる。移出基盤産業を創出するため、これまで多くの地域で「企業誘致」が実施された。しかし、経済のグローバル化のなかで、1960年代の高度経済成長期のように地域に企業を誘致することは困難な

4 詳細は、中村良平（2014）『まちづくり構造改革—地域経済構造をデザインする—』日本加除出版。

時代となった。

このような状況の中で地域を発展させるためには、まずは地域内の既存産業や資源に目を配り、既存産業の再評価や様々な資源の組み合わせなどから地域経済の基軸となる新たな地域産業を地場企業や地域住民等が協働して創造していくことが求められるようになる。このような枠組みにより地域経済を発展させる方法を「内発的発展」と呼ぶ。内発的発展は、地域外の企業や中央政府の補助金などに依存せず、地域内の企業や住民自らの創意工夫や努力により新たな産業を創造する。内発的発展において、地域資源の有効利用は不可欠である。自然環境や伝統文化の維持・継承と活用、人材の発掘や育成など幅広い地域資源の発掘と研磨が、地域産業の優位性（移出力）を保つことにつながる。また、比較優位を活かして地域の移出力を高めていくことは自律した地域経済構築の基本であるが、時代とともに地域の比較優位性は変化する。その背景には、新たに市場に参入してくる地域の出現や需要の変化などがある。したがって、地域経済は絶えず比較優位なるものを作り出していく必要に迫られている。比較優位を活かした商品やサービスを創出し、移出力を高めることが自律した地域経済の形成の基礎条件であり、それを継続することが地域経済の持続可能性につながる。

地域イベントは、このような地域経済の内発的発展を進めていくための「主体形成の場」としての役割がある。実効性のある地域発展戦略が決定されて実現されるためには、地域イベントを通じた地域内外の多様な主体（住民、農家、企業経営者、行政職員、専門家など）のつながりが形成されて、様々な立場の異なる視点を持つ人々が交流して検討することが重要である。地域イベントを通じて多様な人々が交流して検討する「場（ネットワーク）」が形成される。筆者はそれを「創造ネットワーク」と呼ぶ。「創造ネットワーク」の構築は、異なる分野の主体を「つなぐ」仕組みである。この「ネットワーク」を構築する上で地域イベントは、大きな役割を果たす。地域発展戦略策定のポイントは、地域内にある様々な地域資源を再評価して他地域でまねのできない商品を開発し、さらに、それをそのまま販売するのではなく、地域の歴史や文化などのソフト資源を混ぜ合わせて販売していくことである。このようなビジョンを考える主

体について、地域内外の様々な分野の人々を「巻き込む」必要がある。例えば、農業の専門家だけでなく、流通や観光や行政などに携わっている人、地域の歴史に詳しい人など、このような地域内外の多様な人々が参加して、地域内に「創造ネットワーク」を構築することが重要である。このような地域イベント経由の「創造ネットワーク」から地域を発展させる地域発のイノベーションが創出される。地域発展戦略は、このような「創造ネットワーク」によりつくられる。

(2) 創造ネットワークと CAPD サイクル

次に問われるのは、このような「創造ネットワーク」をつくった上で、この「創造ネットワーク」で何をするかということである。それは、地域イベント全体の多面的な評価やその評価結果を次のイベントに反映させる「CAPD サイクル」をこのネットワーク上で回していくことである。地域経済へプラス効果のある地域イベントを企画立案して運営していく上では、事前に各地域や各イベント固有の取引構造を的確にとらえ、また、事後においても的確な評価を行い、その結果を次の政策や事業へと反映していく必要がある。

地方自治体が事業を進める際には、計画（Plan）をきちんと行い、実行（Do）して、その結果を評価（Check）して、修正すべき点は見直し（Action）を行う。このような PDCA サイクルをきちんと行うことが、住民ニーズを反映した効率的な財政支出を実現する。

地域イベントを検討する際に、この考え方は参考になる。つまり、地域イベントを検討する際に、このサイクルの順序を少し変えてみる。つまり、計画（Plan）から開始するのではなく、評価（Check）から入る。自分たちの地域にはいったいどのような地域資源があり、その現状はどのようなものであるのか。まず、地域の現状の評価（Check）から開始する。そして、その現状をどのようにしたら改善できるのか見直し（Action）を行い、地域発展戦略の仮説を作る。さらに、この仮説を実行するための計画（Plan）を作る。そして、実行（Do）する。そして、その結果を再評価（Check）して、また、改善のための見直し（Action）をする。「創造ネットワーク」で行う作業は、この繰り返しである。この繰り返し

の中で地域イベントの企画は、地域の構造を検討する確かなものへ進化していく。まず、計画（Plan）ではなくて、まず評価（Check）ということである。ここからスタートして「CAPD サイクル」を、この「創造ネットワーク」の上に確立していくということが重要である。そのためには、地域イベント全体の多面的な評価や評価結果を次なる地域イベントに反映させる地域イベントに対する「CAPD サイクル」の構築が不可欠である。

(3) 地域発展戦略と地域イベント

このように考えてみると、結局、地域イベントの本質は、「地域内に存在する独自の地域資源を再評価し、地域住民の知識をそれらの地域資源と結合させる主体形成を実現すること」にある。ここが重要な点である。ここで筆者が強調したい点は、地域発展戦略において重要なことは、「商品」を生み出すことでなく、「商品」を生み出す「主体」を形成することである。この「主体」があれば、仮に、生み出した「商品」が従来のように売れなくなっても、引き続き、新たな「商品」を作り出すことができる。すなわち、地域発展の「持続可能性」が高まる。その意味で、「商品」は、あくまで「結果」なのである。開発された「商品」は見えるので注意が向けられやすいが、重要な点は、目に見えないものである。すなわち、「商品」を生み出した「主体」が重要である。地域イベントが地域発展戦略を策定する上で効果を上げている地域は、この「主体」が地域イベントを通じて構築されている。

地域イベントが「主体形成」の成果を上げるためには、地方自治体の役割が決定的に重要である。すなわち、地域全体のビジョンや方向性を提示し、地域内の多様な主体の連携を促し、地域外の人々との交流や情報提供を促進するなどの「環境整備」を行うことが地方自治体の重要な役割と言える。地域イ

ベントの意義は、単に地域の独自商品を販売することではなくて、その地域の文化や歴史などを掘り起こして再生することにある。「自分たちの地域は何もないつまらないところである」と言われる住民の方がおられる。このような住民の方には、地域イベントに参加し、地域に眠る潜在的な地域資源を再発見していただきたい。このような地域イベントを企画し、それを開催する地域協働の準備のプロセスが重要である。このことにより、単に、地域イベントで「商品」が売れたということにとどまらず、地域イベントが自分たちの地域に「誇り」が持てるということにつながり、地域全体が活気を取り戻していくのである。これこそが、地域イベントが真に目指す「最終ゴール」である。地域イベントは、「商品」を作っただけのものではない。「地域再発見」の道具なのである。地域発展戦略の「結果」として地域に収益をもたらすが、最終的な目標は、地域住民が地域に対する「誇り」を取り戻すことにある。その結果、最終的には住民の居住満足度も上がり、定住人口、交流人口も増加することにつながる。これらの人口増加は、地域イベントの最終成果指標のひとつに位置づけられる⁵。

参考文献

- 多田憲一郎 (2012) 『地域再生のブランド戦略』 イマジン出版
- 中村良平 (2014) 『まちづくり構造改革—地域経済構造をデザインする—』 日本加除出版。
- 野中郁次郎・廣瀬文乃・平田透 (2014) 『実践ソーシャルイノベーション』 千倉書房
- 家中茂・藤井正・小野達也・山下博樹編著 (2019) 『新版地域政策入門—地域創造の時代に—』 ミネルヴァ書房

5 地域イベントが住民に地域に対する「誇り」をもたらし、地域づくりに大きな役割を果たしている事例として鳥取市鹿野町を紹介する。鹿野町は「平成の大合併」により、2004年11月1日に鳥取市に編入合併された人口3461人（2022年7月時点）の地域である。その歴史を振り返れば、戦国時代の武将亀井茲矩が築いた城下町であり、鹿野城周辺の街並みは、今でも城下町当時の歴史を感じさせる情緒豊かなものである。この鹿野の歴史的な街並みは、当時の鹿野町役場が1993年に街並み整備構想策定会議で審議を行い、街並み整備のコンセプトとして「鹿野祭りの似合うまち」を設定し住民との協働で形成されたものである。「鹿野祭り」は、400年の伝統を誇る亀井茲矩ゆかりの鹿野城跡内の城山（しろやま）神社に奉納される祭礼行事であるが、地域の結束・絆を強める大きな存在として、地域住民の心の拠り所である。この「鹿野祭り」が似合う街並みを目指して、鹿野町の街並み整備事業は、1990年代後半から本格的に取り組み、現在まで住民との協働で実施されてきた。