

アートで選ばれる富山へ

2017年9月

株式会社日本政策投資銀行
富山事務所

(お問合せ先) 株式会社日本政策投資銀行 富山事務所 石倉慎也、吉田志穂、奥村渚

Tel : 076 - 442 - 4711

要旨

本レポートは、アートが観光を含む地域産業に与える影響を検証するとともに、富山県美術館のオープンをきっかけに富山がアートで選ばれる、大いなる可能性について考察するものである。

1. 富山におけるアートの位置づけ

- ・ 富山県は一般的に「ものづくり県」として認識されているが、富山の「ものづくり」は歴史的にも、売薬や伝統産業から発展した産業など、「アートとデザイン」が結びついているものが多い。
- ・ 美術博物館は28施設あり、人口100万人あたりに換算すると全国第3位である。また近年では、産業観光に取り組む企業が増えており、多くの観光客がものづくりの中のアートを体感している。
- ・ 富山市は「ガラスの街とやま」の取り組みなど、まちづくりとしてアートを取り入れており、まちなかでアートを感じることができる。砺波平野の散居村の景観、世界遺産の五箇山合掌造りの里山など、アートと親和性の高い素材も数多くあり、富山におけるアートの裾野は広いと言えよう。

2. 富山県美術館（平成29年8月26日 全面オープン）

- ・ 富山県美術館が、JR富山駅の北側に位置する、富岩運河環水公園内に移転新築された。富山県美術館がもつ、世界的に見ても価値の高い20世紀美術コレクションや、ポスター・椅子などのデザイン関連コレクションを効果的に展示している。
- ・ 創作活動や体を使ったアート体験ができるほか、屋上には「オノマトペ」から発想したオリジナル遊具が並び、公園に遊びに行く感覚で気軽に利用できるよう工夫されている。美術館は一定の評価と入込客数が存在する施設エリアに設立され、富山における更なる誘引力が期待される。

3. 富山県美術館の地域への波及効果（推計）

- ・ 富山県美術館の来館者数は、部分開館であるにもかかわらず5ヶ月で50万人を超えた。旧美術館（富山県立近代美術館）の年間平均来館者数を1ヶ月で上回り、富山県にとって大きな経済効果をもたらすと思われる。
- ・ 当行にて富山県美術館の来館者増にともなう経済波及効果を推計した結果、直接効果が 21 億円、間接一次効果が 6 億円、間接二次効果が 5 億円、計 32 億円の効果となった。

4. 訪日外国人旅行者（インバウンド客）への可能性

- ・ 当行(DBJ)と(公財)日本交通公社(JTBF)の共同による、海外12地域に居住する海外旅行経験者を対象としたアンケート調査「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意識調査（平成28年版）」によると、北陸旅行に期待することでは「美術や伝統工芸」に相応の関心を得ていることが見て取れる。
- ・ 富山の観光は、立山黒部アルペンルートなど天候に大きく影響を受けるものが多いが、天候待ちあるいは冬の観光として、富山県美術館や産業観光は、富山において重要な観光資源となり得る。「美術や伝統工芸」への関心を、美術館や産業観光へつなげていくことが重要となる。

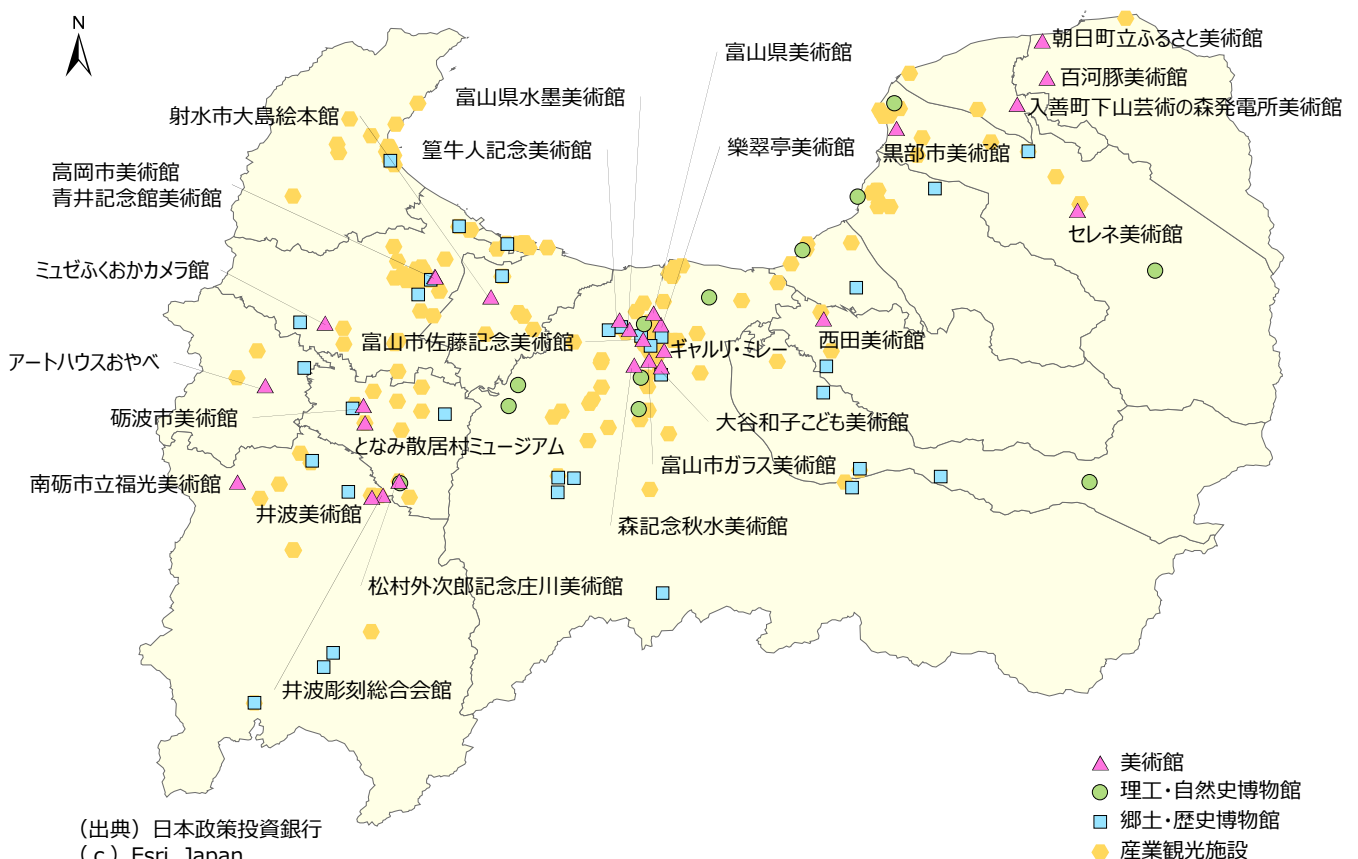
5. アートで選ばれる富山へ

- ・ 富山がアートで選ばれるために必要な仕組みを考察したい。
 - ① 富山県美術館の集中的なPR
 - ② 富山県美術館へのアクセスの向上
 - ③ 周辺施設との連携
 - ④ 訪日外国人旅行者（インバウンド客）へのPR
 - ⑤ アートイベントの開催
- ・ 富山県美術館は有力な観光資源の一つとしてだけでなく、アートやデザインの活用による富山県のものづくり産業の高付加価値化、創造的産業の醸成、それらによる生産性向上への寄与などといった多方面での貢献も期待できるところであり、富山県美術館のオープンは、富山がアートで選ばれる契機となるであろう。

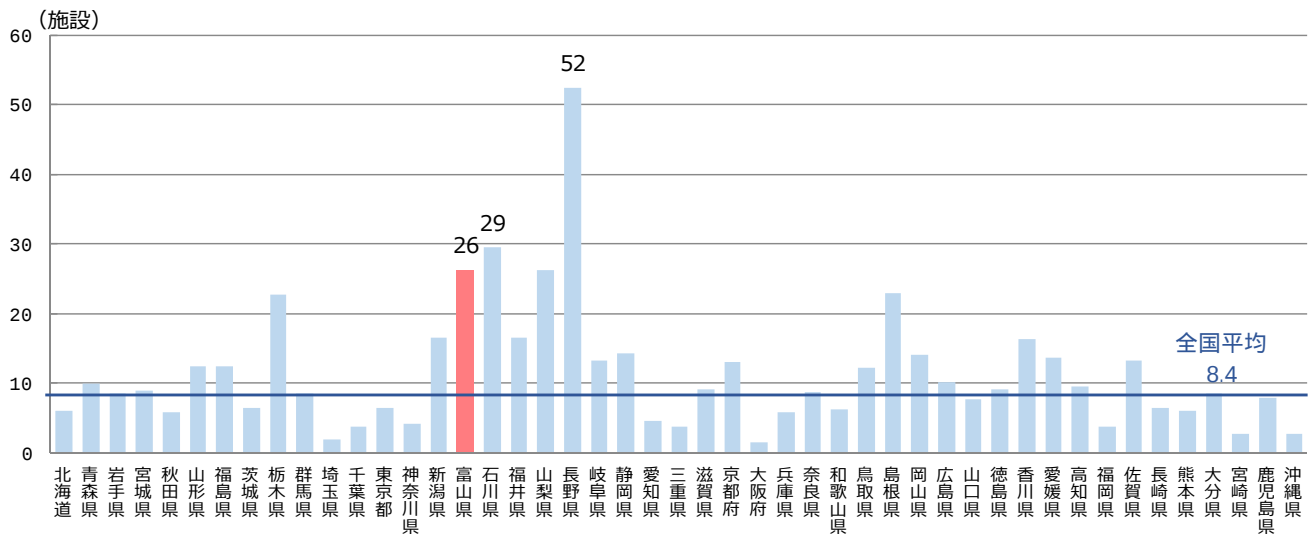
1. 富山におけるアートの位置づけ

- 富山県は全国と比較して第2次産業のウェイトが高く、一般的に「ものづくり県」と認識されている。「ものづくり県」と「アート」は一見関係性がないように見えるが、富山の「ものづくり」には歴史的にも「アートとデザイン」が結びついているものが多い。例えば、売薬から発展した産業であるパッケージデザインやデザイン性の高いガラスやプラスチック容器。または、銅器や漆器に代表される伝統産業は、アルミニウム等の近代産業と結びつくとともに、現在も重要な産業として息づいている。
 - 富山県内には数多くの美術館が設置されており（図表1）、文部科学省が3年ごとに実施している「社会教育調査」（博物館調査）によると、富山県の美術博物館（類似施設を含む）は28施設（平成27年10月1日現在）ある。人口100万人当たりで換算すると26施設となり、長野県（52施設）、石川県（29施設）に次ぐ全国第3位である（図表2）。更にミュージアム数で類別すると富山県内だけでも100施設以上存在している。本県におけるアートへの関心の高さを示していると言える。
 - 近年では産業観光に取り組む企業が増えており、技術と素材を活かしたデザイン性の高い伝統工芸品を作り出す鋳物メーカーの株式会社能作では新社屋をオープンし、一度に60名程度の見学者を受け入れる体制を整えた。平成29年4月のオープンから4ヶ月で4万人の観光客が訪れ、ものづくりの中のアートを体感している。
 - 地域産業におけるアートの位置づけを創造的産業^{※1}の集積状況で定量的に試算すると、全事業所に占める割合が3.25%と、東京都を除く全国平均とほぼ同程度であり、一定の集積があることが分かる（図表3）。
- ※1. 創造的産業の定義は「個人の創造性や技術、才能に起源を持ち、知的財産の創造と市場開発を通して財と雇用を生み出す可能性を有する産業群」とする。
- 富山市では300年以上の伝統を受け継ぐ富山の売薬に由来し、かつてあったガラスの薬ビン産業に着目し、約30年前から「ガラスの街とやま」の取り組みを行っている。まちなかにガラスのアート作品が飾られ、まちづくりとしてアートを取り入れており、平成27年には「富山市ガラス美術館」が開館した。また、季節の花々を寄せ植えたハンギングバスケットや、デザイン性の高いバナーフラッグがまちを彩り、多くの人がまちなかでアートを感じるであろう。
 - また、砺波平野の散居村の景観、世界遺産の五箇山合掌造りの里山など、アートと親和性の高い素材も数多くあり、富山におけるアートの裾野は広いと言える。

図表1 富山県 美術館マップ（含 博物館・産業観光施設）



図表2 人口100万人当たりの美術博物館数（相当施設・類似施設を含む）



（出典）文部科学省「社会教育調査」（平成27年度）及び総務省「国勢調査」（平成27年）より当行作成

図表3 創造的産業の集積

		事業所数		従業者数	
		実数（件）	全産業に占める割合（％）	実数（人）	全産業に占める割合（％）
	富山県	1,737	3.25%	12,502	2.47%
	石川県	2,200	3.57%	15,115	2.81%
	福井県	1,211	2.83%	8,971	2.41%
北陸		5,148	3.26%	36,588	2.58%
全国		195,919	3.59%	2,178,848	3.90%
全国（東京を除く）		156,535	3.24%	1,301,260	2.76%

（注）創造的産業は以下の通りとする

公共放送業、民間放送業、有線放送業、ソフトウェア業、情報処理・提供サービス業、インターネット付随サービス業、人文・社会科学研究所、学術・開発研究機関、デザイン業、著述・芸術家業、経営コンサルタント業、その他の専門サービス業、広告業、その他の技術サービス業、映画館、興行場、興行団、社会教育、職業・教育支援施設、教養・技能教授業、ほかに分類されない教育、学習支援業、その他の教育、学習支援業、学術・文化団体

（出典）総務省「平成24年経済センサス」より当行作成

美しいアートを感じられる富山市のまちづくり



写真：当行撮影

アートを体感する産業観光



写真：株式会社能作提供

2. 富山県美術館（平成29年8月26日 全面オープン）

- 富山県美術館は、JR富山駅の北側に位置する、富岩運河環水公園内の「見晴らしの丘」に移転新築された。旧美術館（富山県立近代美術館）は、開館から30年以上が経ち、耐震性や美術品の保全設備の不足に加え、富山駅から約2.5km離れており、来館者数は伸び悩んでいた。（来館者数：25年度 61,217人、26年度 81,237人、27年度 65,399人）
- 富山県美術館がある富岩運河環水公園は、平成25年の都市公園コンクールにおいて最高賞である国土交通大臣賞を受賞し、世界一美しいとも評されるスターバックス富山環水公園店があるなど、旅行ガイドや旅行サイトでも高い評価を得ており、年間約140万人の入り込み数を誇る施設エリアである。
- 富山県美術館は、ピカソやシャガール、藤田嗣治など世界的に見ても価値の高い20世紀美術コレクションを数多くもち、世界5大ポスター展として認知されている「世界ポスタートリエンナーレトヤマ」を通じて30年にわたり収集されたポスターや、世界の椅子などのデザイン関連コレクションも、効果的に展示している。
- 建物そのものも魅力のひとつとなっており、富岩運河環水公園に向かって大きく開かれた建物の前面部は全面ガラス張り、どのフロアからも公園と立山連峰の美しい眺めが楽しめる。また、建物のいたるところに、県産材やアルミなど県産素材が美しく使用されている。
- 屋上には、美術館が建設される前にこの地にあった「見晴らしの丘」同様、子ども達に人気のあったふわふわドームがあり、擬音語・擬態語を表す「オノマトペ」から発想したオリジナル遊具が並び、公園に遊びに行く感覚で気軽に利用できるよう工夫されている。ただ美術品を鑑賞するだけではなく、創作活動や体を使ったアート体験ができるほか、県内の小学5年生を美術館へ招待し、作品を見ながら学芸員等と対話し、その後創作体験を行う「美術館へおいでよ事業」が計画されており、県内の子ども達に向けたアートや美術館の関心を呼び込む取り組みもなされている。
- 富山県美術館は、既に一定の評価と入込客数が存在する施設エリアに設立されたこともあり、まだ部分開館であるに関わらず、5ヶ月で来館者数は50万人を超えた。魅力ある富岩運河環水公園と様々な楽しみ方ができるように工夫された美術館との相乗効果で、富山における更なる誘引力が期待される場所である。

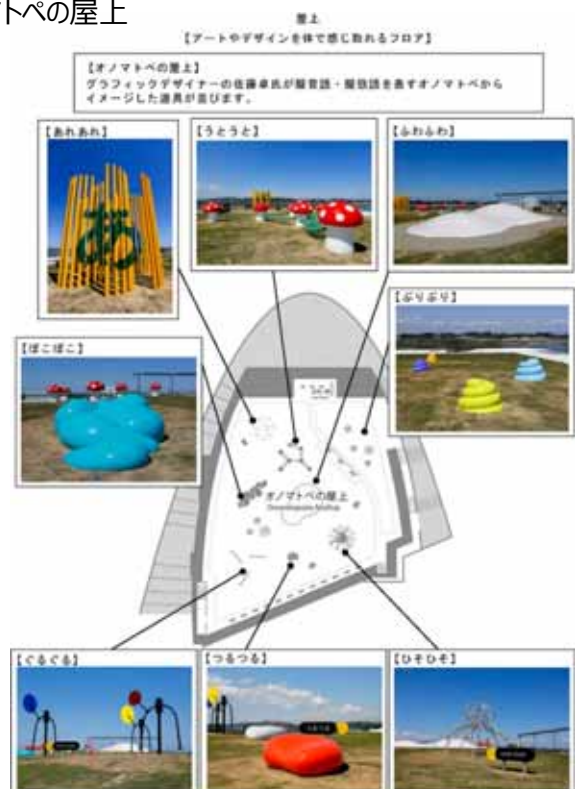
建物外観



3階から富岩運河環水公園や立山連峰を望む



オノマトペの屋上



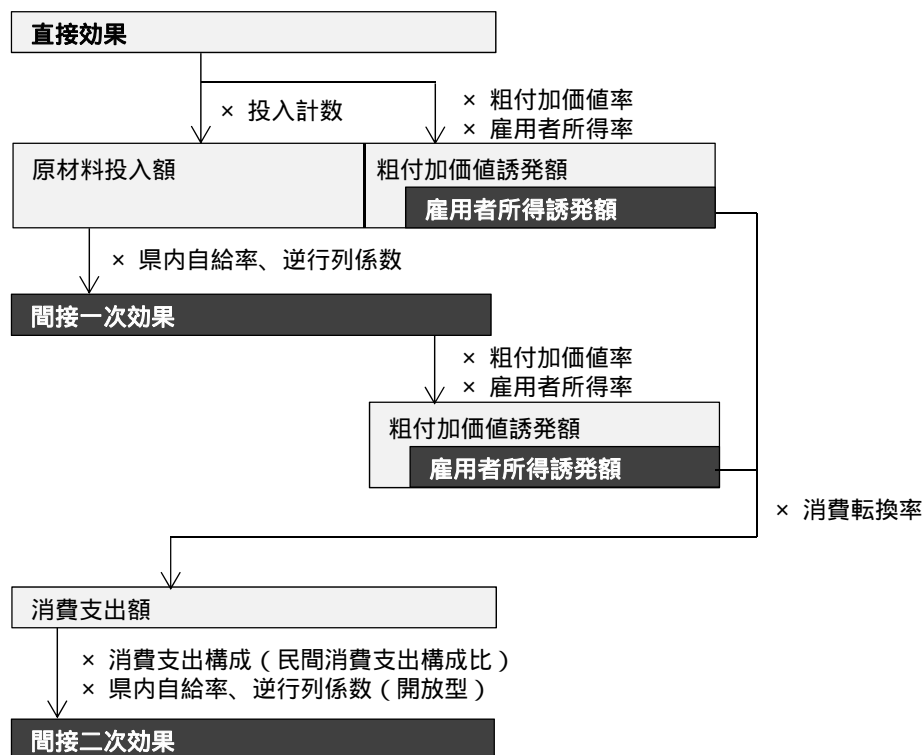
3. 富山県美術館の地域への波及効果（推計）

- 富山県美術館の来館者数は、部分開館であるにもかかわらず5ヶ月で50万人を超えた。旧美術館（富山県立近代美術館）の年間平均来館者数を1ヶ月で上回り、富山県にとって大きな経済効果をもたらすものと思われる。
- そこで当行では、富山県美術館の全面オープンから1年間の来館者増にともなう経済波及効果を推計した。

[経済波及効果試算の前提条件]

- 来館者純増数 ✓ 富山県美術館の部分オープンから4ヶ月間の来館者数より推計。
- 消費単価 ✓ 県内・県外割合は、部分オープン時の来館者アンケートから算出。全て日帰りで試算。
✓ 交通費、飲食、お土産、その他については、富山県観光戦略基礎データ調査の概要等を用い試算。
- ①及び②により計算された消費支出額の増加額に県内調達率を乗じた額を、富山県美術館の来館者増にともなう「直接効果」とした。経済波及効果の推計にあたっては、富山県の経済波及効果分析ツールを使用。
- 間接効果は、直接効果に伴う原材料等の購入によって誘発される財・サービスの生産額である「間接一次効果」と、直接効果や間接一次効果による雇用者所得増加により消費支出が増加することで新たに誘発される財・サービスの生産額である「間接二次効果」の合計として算出（図表4）。

図表4 経済波及効果フロー



（出典）富山県 経済波及効果分析ツールより当行作成

- 前項のプロセスに基づき、富山県美術館の全面オープンから1年間の来館者増にともなう経済波及効果を推計したところ、直接効果が 21 億円、間接一次効果が 6 億円、間接二次効果が 5 億円、計 32億円の効果となった（図表5）。
- なお、今次推計は富山県美術館の来館だけに限った経済波及効果ではないこと、利用した来館者純増数や消費単価などの試算の前提条件は一定の根拠に基づいた推計値であることに留意いただきたい。
- また、国内観光客、訪日外国人旅行者（インバウンド客）への戦略的なPRなど、様々な取り組みを行うことによって、更なる経済波及効果が期待できるところである。特にトリエンナーレと呼ばれる3年に1度開催される国際芸術展覧会は各地で高い経済効果を発揮しており（図表6）、富山県美術館を核として各地を巡るアートイベントを開催する事は、地域活性化の観点からも大きな効果を発揮するであろう。
- 加えて、図表1の通り、富山市内だけでも数多くの美術館・博物館が集積していることから、富山県美術館が県内、市内の美術館・博物館と連携し、来訪者の回遊性・周遊性を高める仕組みを講じることによって、アートを中心に地域全体がより魅力あるものとなり、滞在時間の長期化、リピーターの確保などが実現し、その経済的な効果も更に大きくなるものと考えられる。

図表5 富山県美術館の来館者増にともなう経済波及効果（推計）

経済波及効果	直接効果	間接一次効果	間接二次効果
32億円	21億円	6億円	5億円

図表6 主要トリエンナーレの経済効果等

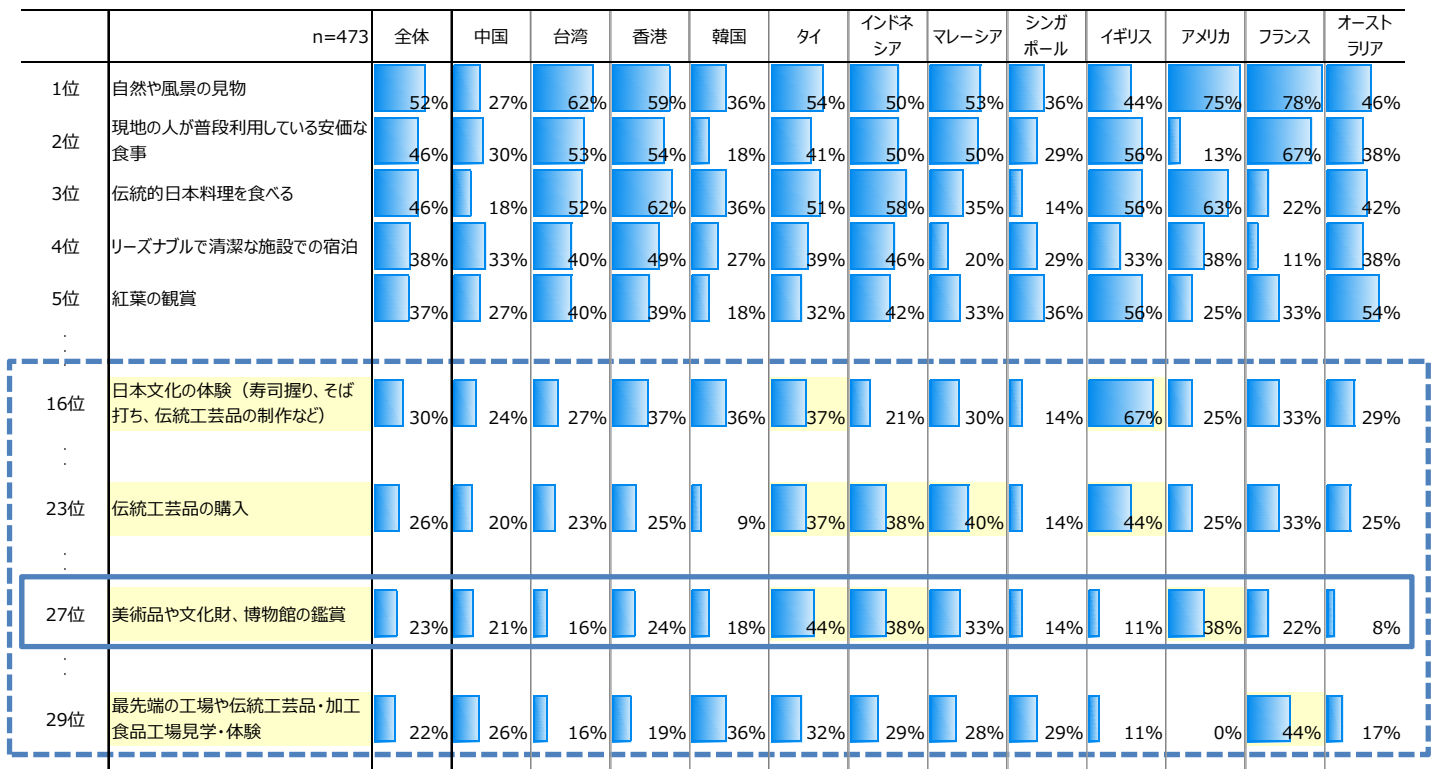
名称等	概要	効果	調査主体
瀬戸内国際芸術祭2016	3年に1度、瀬戸内海の島々を舞台に開催される現代アートの国際芸術祭	来場者数 1,040千人 経済波及効果 139億円	日本銀行高松支店、瀬戸内国際芸術祭実行委員会
大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ2015	過疎高齢化の進む日本有数の豪雪地・越後妻有（新潟県十日町市、津南町）を舞台に、3年に1度開催されている世界最大級の国際芸術祭	来場者数 511千人 経済波及効果 51億円	大地の芸術祭実行委員会
ヨコハマ トリエンナーレ 2014	横浜市で3年に1度行なわれる現代アートの国際展	来場者数 215千人 経済波及効果 23億円 (パブリック効果 52億円)	横浜市

（出典）主催者発表資料等から当行作成

4. 訪日外国人旅行者（インバウンド客）への可能性

- 観光における高い経済効果が期待できる訪日外国人旅行者（インバウンド客）であるが、北陸においての美術館鑑賞や伝統工芸の体験にどの程度関心があるのだろうか。
- 当行(DBJ)と(公財)日本交通公社(JTBF)の共同による、海外12地域に居住する海外旅行経験者を対象としたアンケート調査「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意識調査（平成28年版）」の結果によると、「北陸地域を訪問してみたい」と回答した人を対象とした「訪日旅行で期待すること」の54項目の設問のうち、「美術品や文化財、博物館の鑑賞」を選択した人は全体の23%(27位)と一見高い関心があるようには見えない（図表7）。しかし、国別に見ていくと、タイ(44%)、インドネシア(38%)、アメリカ(38%)ではそれなりに関心を集めている事が分かる。更に、上位5位の設問のような大きな括り、つまり「美術や伝統工芸」とすると、相応の関心を得ていることが見て取れる。
- また、実際に北陸地域を訪問したことのあるインバウンド客を対象とした、69項目の設問についての訪日旅行における満足度と不満度では、「工場見学・伝統工芸体験」への不満が14%と高い（図表8）。英語・母国語の通用度が不満の首位にあることから分かるように、実際に見ながら話を聞くことで、理解と好奇心の満足を得ることができる工場見学や、細かな説明を必要とする伝統工芸体験については、外国語で分かりやすく伝えていく工夫が必要であろう。
- 富山には、立山黒部アルペンルートや黒部峡谷鉄道へ多くのインバウンド客が訪れているが、観光の満足度については天候に大きく影響を受ける事が多い。最高の天候で立山や黒部峡谷など富山の自然を満喫してもらうためには、天気を待つ間、あるいは冬の観光として、美術館や産業観光は重要な観光資源となり得る。インバウンド客の「美術や伝統工芸」への関心を、美術館や産業観光へつなげていくことが重要となろう。

図表7 北陸地域 訪日旅行で期待すること（複数回答） [アンケート]



（出典）DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意識調査（平成28年版）より当行作成

図表8 北陸地域訪問経験者による訪日旅行における満足/不満足（複数回答）〔アンケート〕

満足した項目（n=249）		順位	不満な項目（n=147）	
日本料理	64%	1位	英語の通用度	27%
自然／風景	63%	2位	母国語の通用度	24%
ご当地グルメ	61%	3位	旅行代金	17%
清潔	58%	4位	ナイトライフ観光	15%
治安	57%	5位	洋服購入	14%
温泉	57%	6位	工場見学・伝統工芸体験	14%
名所旧跡	55%	7位	ブランド・宝飾品購入	13%
桜鑑賞	53%	8位	演劇等鑑賞	12%
化粧品購入	49%	9位	クレジットカード利用	12%
食品購入	49%	10位	不満はない（n=249）	41%

（出典）DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意識調査（平成28年版）より当行作成

5. アートで選ばれる富山へ

- 最後に、富山がアートで選ばれるために必要な仕組みを考察したい。

① 富山県美術館の集中的なPR

富山には誇るべき資源が多数存在する。ただ、それぞれ個別に周知を図ろうとすると、結果的に全体としての周知も弱くなる。折角の富山県美術館であり、まずは同美術館を徹底的にPRする必要がある。また、地域の美術館は地域の人から愛される事が重要であることから、地域の人と観光客それぞれに戦略的なPRを行うことが重要である。

② 富山県美術館へのアクセスの向上

富山県美術館はJR富山駅の北口から徒歩15分、南口から徒歩20分と、駅から決して近いとはいえない場所に位置し、路面電車の停車駅からも離れている。バスについても観光客にとっては使い勝手の良い運行とはなっていない。加えて駐車場不足も現在指摘されているところである。交通アクセスの向上とともに、バスや路面電車と美術館をセットにしたチケット販売等工夫が必要であろう。

③ 周辺施設との連携

富山市内のみならず県内には魅力ある美術館・博物館・産業観光施設が数多く存在している。これらが連携し、来訪者の回遊性・周遊性を高める仕組みを講じることによって、アートを中心に地域全体がより魅力あるものとなり、滞在時間の長期化、リピーターの確保などが実現するであろう。運営主体が異なるため調整が必要であろうが、周遊チケットの販売など、来訪者が回遊するためのきっかけづくりが不可欠である。

④ 訪日外国人旅行者（インバウンド客）へのPR

繰り返しになるが、富山には、立山黒部アルペンルートや黒部峡谷鉄道へ多くのインバウンド客が訪れている。最高の天候で富山の自然を満喫してもらうため、天気を待つ間、あるいは冬の観光として、美術館や産業観光は重要な観光資源となり得ることから、インバウンド客の「美術や伝統工芸」への関心を、美術館や産業観光へつなげていくことが重要となる。

⑤ アートイベントの開催

これも繰り返しになるが、各地で高い経済効果を発揮しているトリエンナーレなどを開催する事は、経済効果だけではなく、アートを発信する場として重要な役割を果たすであろう。富山には野外芸術祭の舞台となり得る魅力的な素材も多くあり、富山県美術館を核としたアートのお祭りは多くの人を引きつけるであろう。

- 富山県美術館は、そのコンセプトからも来訪者に対し、単に機能的価値だけではなく、情緒的価値・自己実現価値を提供することが想定されている。そしてそれは、周辺施設との連携とも相まって、地域の魅力創造に大きな役割を果たす可能性を秘めている。
- 有力な観光資源の一つとしてだけではなく、アートやデザインの活用による富山のものづくり産業の高付加価値化、創造的産業の醸成、それらによる生産性向上への寄与などといった多方面での貢献も期待できるところであり、富山県美術館のオープン、富山がアートで選ばれる契機となるであろう。

【執筆】

石倉 慎也 (株式会社日本政策投資銀行 富山事務所長)
吉田 志穂 (株式会社日本政策投資銀行 富山事務所副調査役)
奥村 渚 (株式会社日本政策投資銀行 富山事務所)

©Development Bank of Japan Inc.2017

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問合せ先)

株式会社日本政策投資銀行 富山事務所
〒930-0005 富山県富山市新桜町6-24
Tel : 076-442-4711

