

論文の内容の要旨

論文題目：商業集積地区の活性化と芸術・文化との関連性の考察
：地域オリジナリティ形成の面から

氏 名：李 奉錫（イ ボンソク）

本論文は商業集積地域の活性化施策における芸術・文化活動の導入を商業集積地域間の競争という観点から捕らえて、地域オリジナリティ性を確保し、それを継承、発展させるための戦略的なアプローチを提案することを目的とした。具体的には文化経済学と地域マーケティング論の文献レビューを通じて芸術・文化と商業集積地域間の接点を整理し、地域オリジナリティの理論的土台、そしてその分類類型として「生活文化提案型」と「文化環境整備型」に分類し、そのフレームに沿って現在首都圏内で行われている芸術・文化イベントを開いている地域の実行主体をインタビュー、取りくみ内容の整理を行い、商業集積地区の差別化方向、芸術・文化活動の活用、主体間のパートナーシップなどを分析したものである。最後に研究を通じて得られた結果をまとめ、商業集積地区の活性化施策における戦略的なアプローチ及びマネジメント、そしてそのためのパートナーシップ構築の重要性を提言する

まず、序章では研究の目的と構成、研究方法などを述べる。

第 1 章では日本における商業政策及び商店街活性化施策の変遷を通じて、既存施策の意義と課題を整理した。そしてその研究傾向を「コミュニティ性中心」と「タウン・マネジメント」に 2 つに分類し、それぞれの課題を整理した上で「商業集積間の競争」の視点に必要性、そして地域間の競争において、基本機能の追及だけでなく、その地区、地域にしかない付加価値を作り上げ、それを管理・蓄積・発展させることが今後の商業集積地区の活性化における重要ポイントであることを示した。

第 2 章では現在の商業集積地区の経営特徴や課題を文献レビューした上、商業集積地区における魅力の原点は「他の地区とは違う」という差別性であると見出し、その差別的優位性の特性と経済学における差別化の方向を整理した。そして今までは「その競争力向上を目指すために、商業集積だけの観点から統合力を一層強化することによって対応しようとしてきた」と指摘し、今後集積効果を高めるには、これまでの「共同」事業から「協働」事業によって、個店舗の魅力発信を支援する事業概念を共有していくことが必要である。これからは商業集積地区の魅力を高めるために何を持って差別的優位性を形成し、集積効果を得られるのかが今後の活性化関連課題になるとおもわれる。そのために地域としての差別化を図るた

めにはどういう取り組みが必要になるか、そしてその中で個別店舗はどのように関わるかを明確にしなければいけないこと、そしてそのためには個別の商店を制御するのではなく、意欲のある個別商店がそれぞれの立場で異質なニーズに適合することによって、「場」の雰囲気形成し、ひいては全体として差別化の連続体として活動しうる環境を作り出すことが重要なポイントであることを整理した。

第 3 章では差別的優位性の確保という視点から集積地区の活性化と芸術・文化との関係を文献レビューを通じての検証を試みた。そのため、芸術・文化の経済的価値に関して研究が進められている文化経済学分野での理論及び研究のレビューを行い、経済と芸術・文化との関連性を整理する一方で、地域活性化の戦略的アプローチにおける欧米の経験に基づく地域マーケティング論のレビューを通じて地域の差別的優位性を見つけるためのマーケティング・マネジメント戦略の展開、そしてその中で芸術・文化の活用における欧米の経験と課題を整理し、芸術・文化と都市政策間の新たな位置付けと商業・商業地区への関連性の検証を試みた。

第 4 章では地域としての差別的優位性を作り、活性化施策を展開するための中心概念として「地域オリジナリティ」を提案した。地域オリジナリティ性の構成は段階別要素分類的に核心要素、実体要素、拡張要素に分類できるし、その内容は人的資源や物的資源、行政や制度などを含む包括的なものである。そして「地域オリジナリティ」の形成の原則として パートナースHIPと協力、 コミュニケーションによる学習と体験、 リーダー及び人的ネットワークの三つを上げる。

これらの原則を踏まえて、地域オリジナリティ形成による地域活性化戦略の構図を次のように整理すると地域の中核的価値を発掘・発見し、具体化する工夫が必要である。(1 . オリジナリティの核の形成)そしてその中核的価値を実体化・具体化するために地域が提供できる、独自性をもった財・サービスを作り、それを効果的にマーケットに伝達するためにマーケティング活動及び情報配信を行うことが必要である。(2 . 付加価値の高い財・サービスの提供)そして、マーケットからの反応を財・サービスの内容及び提供方法に反映するとともに(3 . 1 フィードバック) その経験及び効果を引き継ぎ、発展させるために地域内外との交流などを通じてバックアップ及び集積体制の形成を図ることである。(3 . 2 商業集積地区関連の複合ネットワークの形成)そしてその中で商業集積地区におけるアプローチを「日常性」中心の「生活文化提案型」と「非日常性」中心の「文化環境提案型」に分類した。

第 5 章では東京都の経堂地区、神田地区、広尾地区と横浜の伊勢佐木 1・2 丁目地区で行われている芸術・文化イベントを事例として、その取りくみに見る地域オリジナリティ形成そして芸術・文化活動の役割を整理した。各アプローチにおける特徴と課題を整理した。そ

して「文化活動を介した地域オリジナリティ形成の拡大」において、代官山地区を対象に地域オリジナリティの形成及び拡大と地域を舞台に行われた芸術・文化活動の役割の変化の1つの例として立証を試みた。その段階としてまずヒルサイドテラスの活動を軸としたオリジナリティ形成への取りくみ、そして同潤会アパートの再開発事業を境に行われた文化活動の地域への拡大とオリジナリティの再構成に分けることができる。そしてそれは商業集積地区「代官山」の性格の変化に対応する過程で芸術・文化活動を通じた人材の確保や商業活動との連携及びイメージの外部配信、地域内外の様々な主体とのパートナーシップなどを通じて地域内の文化的蓄積の形成及び活用、そして地域内パートナーシップの拡大などを目指している。そして2004年に「代官山ステキな街づくり協議会」を立ち上げ、地域を取り囲む形での取りくみを始めている。

そして第6章を結論として商業集積地区の活性化、そして芸術・文化活動の導入への戦略的アプローチを提案した。地域の競争力増加のために戦略的な観点からのアプローチを取り、商業機能の効率化だけを追及するのではなく、「地域」という単位に捉えた上でその競争力の源泉である独自性（オリジナリティ）を見出し、形勢する必要がある。そしてそれを維持。発展する一方で、更なる展開のためにさまざまな工夫が成されるためには商業者だけでなく地域住民、外部との連携やパートナーシップを組むことで、商業集積のイノベーションに繋がる取りくみにしなければいけない。単に取りくみを行い、現状維持やマンネリ状態で止まるのではなく、ボランティア的な視点だけでなく、如何に商業機能の向上、地域環境・魅力の向上につなげるかを常に念頭におきながら取りくみを持続的かつ発展的に展開しなければいけない。そして芸術・文化の導入もその延長線の上で、如何に地域オリジナリティの形成につなげるかを意識しながら導入する必要がある。具体的には地域の潜在的な資源の見直し、或いは外部からの導入による核の形成や差異的な財・サービスを提供するための事業展開、そしてそのノウハウの蓄積や主体間のネットワーク形成、人材発掘及び導入を通じた地域内基盤環境の形成というプロセスに沿って、その可能性と目的を明確にする必要がある。