

沖縄県

“沖縄版アーツカウンシル”の取り組みに向けて

杉浦 幹男(公益財団法人沖縄県文化振興会 総務企画部 プログラムディレクター)

1. はじめに

沖縄県は、琉球王国時代をはじめとする独自の歴史に裏付けられた独自の文化多様性を有しており、個性溢れる豊かな文化資源が残されている。また、戦後の荒廃からの文化的復興は、その民族的アイデンティティの保全という政治的背景があるものの、めざましいものがあり、琉球文化から沖縄文化へと引き継がれる過程において、芸術文化の県民への普及啓発が進んでいる地域であるとも言える。

特に、舞踊や音楽、芝居等の伝統芸能は、18世紀、踊奉行が配され、武器を持たない国の外交手段として創造されたものであり、古の中国や日本の文化の影響を受けながら独自の進化を遂げ、琉球王国の“大交流時代”を支えてきた文化であると同時に、戦後復興において荒廃した県土の復興を精神的に支えた原動力の一つであり、エイサーや沖縄ポップス等の新たな沖縄文化を創出する土壌となっている。

近年、沖縄県において、こうした独自の多様かつ豊かな文化を活用した新たな取り組み、特に“文化の産業化”に向けた取り組みが進められている。本稿においては、沖縄県での近年の取り組みを概観するとともに、地域における創造産業振興の取り組みの示唆、課題について考察する。また、あわせて地域文化振興に求められる機能、条件についても考察するものである。

2. 沖縄県内の芸術文化環境の現状（文化資源活用型産業等調査）

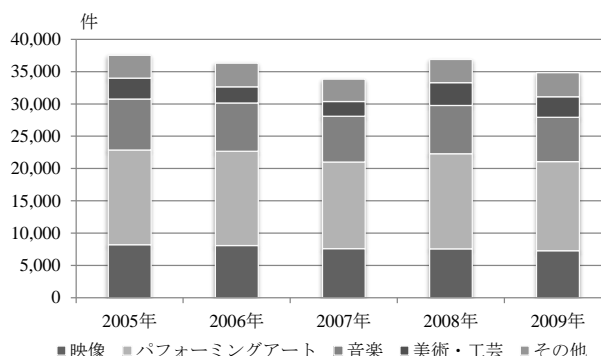
2005年から09年の沖縄県内の芸術文化事業の開催状況をみると、映像、舞台芸術、音楽、美術・工芸およびその他での全分野で、年間約3万件以上の芸術文化事業が開催されており、毎日100弱の事業が島内のどこかで開催されていることになる。こうした数値は、日常的に実施されている沖縄県の基幹産業の一つである観光客向けの芸術文化事業は含まれていない。

(1) 舞台芸術

特に、琉球舞踊、組踊、沖縄演劇等、沖縄県内では盛んな舞台芸術の公演活動が開催されている。しかし、それらの大部分は、小規模団体、劇団による公演であり、入場料の相場にも上限があることから、ほとんどがビジネスとして成立しておらず、習いごとや教室ビジネス、レッスンプロが主であり、芸術文化活動のみで生計を立てることができるクリエイターはごく一部となっている現状がある。

また、舞台公演を興行として成立させるための活動拠点の課題もある。現状、沖縄県内の主な舞台公演の拠点は、浦添市の国立劇場おきなわおよび沖縄市のあしびなーであるが、両者の稼働率は週末においては非常に高いものの、平日はほとんど稼働していない。各劇場の定員と一般的な県内舞台公演の入場料を試算

沖縄県内の芸術文化事業開催数の推移



すると、ほとんどの公演事業が採算性を確保することが極めて困難であり、平日も含めた常設公演、ロングラン公演が必要となっている。これまで長い間の琉球芸能の活動拠点であり、常設の舞台公演「かりゆし芸能公演」が開催されてきた

	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年
映像	8,188	8,079	7,582	7,556	7,285
舞台芸術	14,680	14,579	13,409	14,739	13,771
音楽	7,879	7,498	7,114	7,457	6,863
美術・工芸	3,264	2,502	2,274	3,555	3,191
その他	3,517	3,658	3,456	3,570	3,720
合計	37,528	36,316	33,835	36,877	34,830

県立郷土劇場が閉館され、新たに常設劇場をめざして整備された那覇市のてんぶす館が十分活用されていない現状が指摘されており、ビジネスとして成立する劇場マネジメントのあり方が問われている。

現在、現代版組踊の取り組みやノンヴァーバル・パフォーマンスの開発等、明るい材料もあり、今後、域内観光客の取り込みを含めた、新たな需要層の開拓等、関連産業等との連携による活性化策の検討が期待されている。

(2) 音楽

音楽については、沖縄ブームを背景として、多くのミュージシャンが全国的な知名度を持つまでに成功するなど、沖縄県内の文化産業では最も成功している分野である。

従来、ミュージシャンが成功すると東京のレーベル、プロダクションに所属し、県内経済は潤わないという課題が指摘されてきたが、Mongol800の成功や照屋林賢氏によるライブハウス、独自レーベルの設立の成功など、県内の音楽ビジネスの状況も変化してきている。

しかし、音楽ビジネス自体が、CD販売の低迷とデジタル配信が主流となり、1楽曲当たりの単価が下がるなど、大きな変化をしている。今後、こうした変化に対応した県内事業者による新たな音楽ビジネスを検討していく必要がある。その一方、ライブエンタテイメントが収益事業としてクローズアップされており、観光産業等との連携による新たなビジネス展開も求められている。

(3) 美術・工芸

沖縄県内では数多くの伝統工芸品があり、その商品化に関するニュースが非常に多く報道されている。特に、近年、かりゆしウェアが定着、全国的な普及、商品展開が進められており、今後の一層の普及とビジネス化が期待されている。また、その他、琉球ガラス、陶芸等については、土産物としての商品化が進められており、商工連携によるさらなるビジネス展開が期待されている。

その一方、ファインアートプロジェクトについては、前島アートセンターや銀天街の活動が行き詰るなど、厳しい状況にあり、こうしたアート活動へのアートマネジメントの導入、ビジネス化への取り組みが喫緊の課題となっている。

(4) コンテンツ産業

コンテンツ産業では、映像産業分野で活発な変化が見られる。琉球放送で開始され、劇場用映画が全国公開された『琉神マブヤー』の成功が大きな成功事例として挙げられる。同番組は、低予算で製作され、県内の少年層をターゲットとして域内マーケットでリクープするというビジネススキームを持って展開し、あわせて土産物卸売業という親会社の特製を活かしたキャラクターグッズ等のビジネス展開、県内商業施設等でのショービジネス展開等、マルチユースによる展開で成功を収めた事例となっている。リスクを少なく、確実にリクープしていく手法は、従来にない新たなロングテールビジネスモデルとなっている。

また、県内の映像プロデュース会社であるシュガートレインが製作した劇場用映画『琉球カウボーイ』や『やぎの冒険』ⁱⁱが全国公開され、また、後述するファンド投資案件である日加国際共同製作『カラカラ』ⁱⁱⁱが全国公開を控えている。『やぎの冒険』は、香港のエージェント会社との香港および中国本土の配給公開に関して契約締結し、『カラカラ』はモントリオール世界映画祭で2冠を受賞するなど、国際市場への進出も進んでいる。

一方、ロケ誘致の優位性も沖縄の特徴である。南国リゾート特有の風景に加えて、スタッフ・機材の確保が容易であり、治安が良いなどの撮影環境の優位性から国内ばかりなく、韓国や台湾のドラマ撮影の誘致にも成功しており、沖縄フィルムオフィスの試算によれば、5年間で640億円もの効果を挙げている。2009年以降、吉本興業による「沖縄国際映画祭」が開催されるなど、沖縄県内の映像産業は、他の国内地域と比較しても自律的な成功に向かっていくように見える。

ゲーム産業分野でも、CGCGスタジオといった中堅企業の進出が相次いでおり、県内水平における受注、共同受注あるいは共同製作の受け皿となる組織となる「沖縄ゲーム産業振興ネットワーク（GION）」が2009年10月に設立されるなど、新たなプラットフォームの形成に向けた動きが活発化している。2012年度からは同ネットワークによるシンガポールとの国際共同製作プロジェクト^{iv}の取り組みも開始されるなど、国際市場への展開に向け

た取り組みも見られる。こうしたデジタルコンテンツプロジェクトは、中小事業者、個人事業者が多く、地方都市においては独自のプロジェクト組成が困難であり、大都市圏からの下請け構造が定着してきたが、他の創造産業分野と比べても必ずしも大都市圏に立地する必要がなく、地方都市でも拠点整備が容易であることから、東日本大震災以降、沖縄県内への移転が進んでいる。

(5) 沖縄県の文化環境の SWOT 分析

以上の沖縄県内の分野別の動向から、芸術文化環境全体現状について、SWOT 分析を行った。

先述の通り、沖縄県においては、戦後の文化復興がめざましかったものの、それらを担ってきた世代が高齢化しており、文化を支えるための知識とノウハウを継承するための組織化が進められてこず、また、文化環境の国際的な変化に対応してこなかった結果、芸能実演家等の担い手はいるものの、それを継承、発展、普及啓発するシステム（マネジメントシステム）が不在であり、その展望が見えていない。1980年代以降、国際的な潮流であるクリエイターとマネジメント人材の専門特化もなされていない。クリエイターが自らマネジメントに携わることで、作品（商品）の客観性が失われ、かつ質の低下を招き、（多様なメディアの登場という要因もあるが）戦後復興で獲得したファン層を失うという“負のスパイラル”を生じさせてしまっている。今後、文化マネジメントの手法がより専門化、グローバル化していることも含めて、マネジメントシステムの導入が喫緊の課題となっている。

一方、他の産業分野と同様に文化環境においても、島しょ地域の地理的不利性、人口拡大の限界から、地域内での十分な市場の確保が困難であり、いきおい観光リゾート地としての来訪客を主要なターゲットとする他はないが、文化が来訪客のニーズに十分応えられてはいない。また、来訪客は鳥インフルエンザの流行やテロ、紛争等の外的要因に左右されやすく、変動リスクに対応した市場の確保が喫緊の課題となっている。

沖縄県内の芸術文化事業開催数の推移

強み (Strengths)	機会 (Opportunities)
独自の歴史に裏付けられた固有の文化	アジア市場の成長と展開
戦後文化復興で培った知識とノウハウ	マネジメント人材の育成と組織化（若手の意欲を含む）
観光リゾート地としての良好なイメージ	
弱み (Weaknesses)	脅威 (Threats)
地域内市場の限界	グローバル化に伴う文化多様性・質の低下
マネジメントシステムの不在（負のスパイラル）	担い手の高齢化による文化自体の喪失
	来訪客の外的要因による変動リスク

3. 沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業

(1) 沖縄文化等コンテンツファンドの概要

こうしたなか、沖縄県の文化行政の新たな展開として、2010年4月より「沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業」(以下、「沖縄コンテンツ事業」)が実施されている。本事業は、新たな“成長産業”としてコンテンツ産業(文化産業)を取り上げ、国2.5億円、沖縄県1.25億円、民間出資1.25億円の計5億円の沖縄文化等コンテンツファンド(以下、「沖縄ファンド」)が設立された。これまで多様で独自性の高い文化を持ちながら、資金や人材不足で産業としての成長が望めなかった県内コンテンツ産業の振興をめざすことを目的としており、沖縄県における主管は商工労働観光部新産業振興課であった。

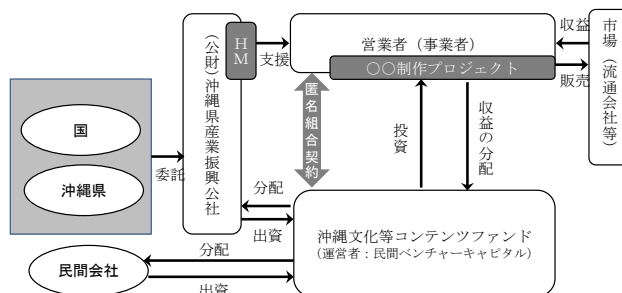
同ファンドは、沖縄県内に本社(本店)を有する法人あるいは個人事業者に対して1件当たり上限5000万円、総事業費の10分の8以内で、コンテンツ関連事業者の制作プロジェクトに投資を行うものである。投資を受けた事業者は、市場開拓等を行い、販売し、収益をファンドに分配、ファンドは出資者に対して収益を分配する。国、沖縄県からの出資は、財団法人沖縄県産業振興公社(以下、「公社」)に委託され、他の地元銀行等、民間会社とともにLP(Limited Partner・有限責任組合員)として出資し、GP(General Partner・無限責任組合員)である民間ベンチャーキャピタルが運営する。GPは公募によって決定された。

投資対象分野は、映画やアニメーション等の映像系コンテンツ、オンラインゲーム、ソーシャルゲーム、スマートフォンアプリ等のゲーム系コンテンツ、演劇、ミュージカル、琉球芸能等のエンターテインメント系コンテンツの制作プロジェクトとなっている。同ファンドの存続予定期間は7年間で、計画では約20件への投資を想定している。

同ファンドの特徴の一つは、投資事業とともに経営支援(ハンズオン支援)やプロデューサーなど人材育成、県外からの企業誘致にも取り組むことであり、公社に2名のコンテンツビジネスの専門家人材とし「ハンズオンマネージャー」が配置されている。マネージャーの業務は、コンテンツ制作をめざす事業者を対象とした経営支援として、制作プランのブラッシュアップや県外・海外市場を見据えた販路開拓、知財戦略の構築、資金と工程の管理ノウハウの蓄積・提供、プランの実現に向けた共同事業体の形成促進などを行うこととされている。

沖縄文化等コンテンツファンド投資スキーム

現在、フラッシュアニメーションとキャラクタービジネスのプロジェクト『バナパラ♪』(投資額3200万円)および先述の劇場用映画『カラカラ』(投資額2800万円)および『ペンギン夫婦



の作りかた』^{vi}の 3 件が投資決定し、2012 年度はノンヴァーバルパフォーマンス（非言語舞台公演）『Tee! Tee! Tee!』および劇場用映画『旅立ちの島唄～十五の春空』^{vii}が決定され、計 5 案件の投資となっている。

(2) 大阪デジタルコンテンツファンド

沖縄ファンドの投資スキームには先進事例がある。2006 年 3 月に大阪府の支援・出資により設立された「大阪デジタルコンテンツファンド」（以下、「大阪ファンド」）。大阪ファンドは、大阪府から 6000 万円の出資を受け、中小企業基盤整備機構および民間会社の出資により総額 6 億円のファンドとして設立された。ファンドの存続期間は 10 年間で、現在、投資を終えて、回収段階にある。投資は 1 件当たり 1 億円で、総事業費の 75%以内である。大阪ファンドの設立目的は、資金調達を容易にすることによりコンテンツビジネスの東京一極集中の解消を図り、新たな成長産業としてデジタルコンテンツ産業を育成することであり、劇場用映画、アニメーション、ゲームの他、ウェブビジネスやデジタルアーカイブ等のデジタルコンテンツプロジェクトへの投資が行われた。

同時に、大阪府および大阪商工会議所の支援により、大阪ファンド設立に先立つ 06 年 1 月、大阪デジタルコンテンツビジネス創出協議会（ODCC）が設立される。ODCC にはプロジェクトマネージャーが 1 名、アシスタントマネージャーが 4 名配置され、中小事業者が多いコンテンツ関連事業者のネットワーク化を促進し、独自のデジタルコンテンツビジネスの創出を図ることを目的とする会員組織である。設立当初約 100 社が参加し、複数のプロジェクトが組成、その一部はファンドの投資を受けている。なお、ODCC は大阪ファンドの投資期間が終了した現在も存続しており、大阪、関西のコンテンツ関連のネットワーク組織として支援事業を継続している。

(3) 沖縄ファンドの課題

先述の通り、沖縄ファンドは新産業振興課所管の産業振興事業として実施され、県産業振興「公社」が受託、実施されている。大阪ファンドとの違いは、いわゆる映像、音楽、ゲームといったコンテンツ産業振興だけではなく、“沖縄文化の産業化”がめざされている点であり、琉球芸能や演劇といった沖縄県内の文化関連事業者の産業化、いわば先述の沖縄文化の課題であるプロフェッショナル化をも含まれている。

しかし、県内文化関連事業者の意識が、出資に対して収益を挙げなければならない、という投資事業に追いついておらず、沖縄ファンドからの投資が既存の補助金と同様の意識しかなく、収益事業として文化事業を実施する、さらには経営体として業界構造を再編するというまでに至っていなかったことが明らかになった。結果として、これまで 38 件の応募があったが、投資対象プロジェクトにまで育成できたプロジェクトは先述の 4 件のみに留まっている。

また、沖縄県内人材、特にプロデュース人材が十分に育成されていないという課題も明らかになった。沖縄ファンドの投資条件として、「沖縄県外の法人もしくは個人事業主の場合は、沖縄県内で活動するプロデューサーを起用し、かつ主要スタッフ（監督、ディレクター、演出家等）の半数以上が沖縄県内の人材であること」がある。しかし、県内にプロデュース人材がないことがネックとなり、制作プロジェクトが組成されない、さらには東京のプロデューサーが県内人材から名義のみを借りて申請するという“名義貸し”の状況も多く見られた。（この“名義貸し”の課題は、沖縄ファンドだけでなく、その他の数多くの補助金・助成金で存在する。）

沖縄県内のコンテンツ業界、さらには沖縄文化の産業化をめざすためには、沖縄県独特の補助金行政の意識から脱却し、補助金がなくとも成立し、さらにはプロフェッショナルとして自律し業界自体の収益構造を確立する必要がある、という県内文化関連事業者の意識啓発から必要であるということが明らかになった。

4. 沖縄県における文化振興事業の展開

(1) 沖縄県文化行政組織の再編

こうした状況のなか、沖縄県の文化行政組織の改編が行われた。従来、文化環境部、商工労働観光部であった部組織を改編し、「文化観光スポーツ部」を創設、詩人・演出家である平田大一氏を部長として民間登用し、より実践的かつ効果的な文化行政の推進がめざされることになった。これに伴い、文化振興課内に「文化の産業化班」が新設、コンテンツ事業も移管されることになり、“文化の産業化”に向けた行政の取り組みが一本化されることとなった。

あわせて、平田部長の下で平成 24 年度から沖縄県文化観光スポーツ部における文化振興主要事業として5事業に集約、整理され、各事業が連携し、一体的な文化振興策の推進が図られている。

この内、「沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業」は沖縄ファンドの事業であり、すでに述べた。また、「文化発信交流拠点事業」は、先述の閉館された県立郷土劇場に代わる新たな文化発信交流拠点を整備する事業であり、劇場法制定とリンクして議論が進められている。但し、現在ではハードとしての劇場は整備せず、既存施設を活用することによるソフト事業としての展開が模索されている。

沖縄県文化観光スポーツ部文化振興主要事業

文化発信交流拠点整備関係費 (852.9万円)
沖縄芸能活用プロモーション事業 (1億5200.0万円)
沖縄文化活性化・創造発信支援事業 (2億2681.1万円)
文化観光戦略推進事業 (1億1098.4万円)
沖縄文化等コンテンツ産業創出支援事業 (6442.6万円)

「沖縄芸能活用プロモーション事業」および「文化観光戦略事業」は、県内の琉球芸能という文化をいかに観光と結びつけて活性化するかを模索する事業であり、一連の事業として実施されている。沖縄県の基幹産業である観光産業と文化資源を結びつけることで、文化関連事業者の収益の確保と産業としての自律化の取り組みであり、成功すれば輸出商品として国内外の市場開拓も期待されるものである。

(2) 沖縄文化活性化・創造発信支援事業

2012年8月から「沖縄文化活性化・創造発信支援事業」（以下、「沖縄文化支援事業」）が開始された。本事業は、沖縄県の多様で豊かな文化（沖縄文化）の活性化や、芸術文化の創造・振興・発信の一層の推進を支援するため、様々な分野の芸術文化活動、地域の芸能・行事等の文化資源を活用した取り組みや、アートマネジメントを含む広く沖縄文化の担い手や継承者の育成などの各種の取り組みに対しての費用を補助し、PDCAサイクルによる事業評価システムを導入し、“沖縄版アーツカウンシル”のあるべき姿について検討を進めていくことを目的として開始された。あわせて、先述の沖縄ファンドで明らかとなった“沖縄文化の産業化”に至る前段階の課題であるマネジメントや市場開拓等に対する意識啓発あるいは芸術文化団体の組織化の促進を支援するための事業として位置づけられている。

支援にあたっては、専門人材としてプログラムディレクター（PD）の下に4人の専門人材・プログラムオフィサー（PO）を配置し、公募による補助金事業を開始したところである。

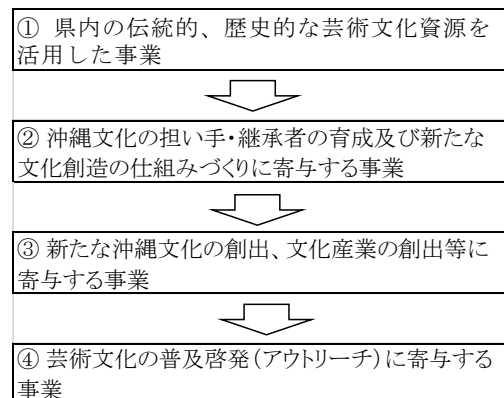
事業は、芸術文化団体の成長・成熟度に応じて、次の4区分のメニューが用意されている。

補助金額の上限は、①④が1件当たり上限500万円（総額9000万円）、②③が上限1000万円（総額1億円）で、最大3年間の継続が可能となっている。

第1回公募（2002年8月28日～9月19日）では、116件の応募（内、辞退3件）があり、書類審査、アドバイザーボード審査会を経て、採択決定が3件のみという非常に少ない件数に留まるという結果となった。

この第1回公募の結果の要因は、本事業への主旨への理解に対する沖縄県内の芸術文化事業者への説明不足から、マネジメントや普及啓発（アウトリーチ）といったアーツカウンシル事業に対する誤解を生み、これまでの補助金と同様に一過性の事業での申請が大部分であったことが挙げられる。また、自律的、継続的な芸術文化事業の実施、芸術文化団体の組織化への意識啓発も不足していたと想定され

沖縄文化活性化・創造発信支援事業の支援メニュー



る。その対応として、今後、長期間での芸術文化関連事業者への意識啓発の取り組みが課題であると考えられる。

5. 沖縄県における“文化の産業化”の課題

ここまで、近年の沖縄県における“文化の産業化”への取り組みから“沖縄アーツカウンシル”設立に向けての動向を概観してきた。沖縄県の文化行政においては、平成24年度からの沖縄振興一括交付金以前からの潤沢な国の補助金制度もあり、主に資金的支援を中心に施策が展開されてきており、その結果としていくつかの課題も明らかとなった。沖縄県における“文化の産業化”の今後の課題として、課題を整理したい。

それらの課題は、産業振興一般に必要な三つの要素、すなわち人材、情報および資金に整理される。

(1) プロデュース人材の不在とマネジメントの不足

創造産業振興のみならず、芸術文化事業において、全国的にプロデュース人材が不足していることが指摘されているが、沖縄県においても例外ではない。沖縄県内においても、プロデュース人材の育成は喫緊の課題であり、今後、沖縄県立芸術大学等の高等教育機関と連携した取り組みが期待されている。

その上で、沖縄県内には大きな課題がある。それは、多額の補助金であり、その成果が求められないという風潮である。まず“補助金ありき”の事業計画しか立案できない芸術文化関連事業者が大多数であることは、沖縄文化支援事業の応募者状況を見ても明らかであり、成果指標（アウトプット）に対する意識が極めて低い。沖縄ファンドにおいても、その傾向は見られたが、補助金事業ではさらに顕著となっている。

こうした傾向は、東京や大阪のプロデューサーの“名義貸し”に対する県内事業者の意識にも影響しており、補助金をもらえれば良いという悪しきスパイラルが生じている。

今後、自律的、継続的な芸術文化活動、文化の産業化に向けて、県内芸術文化事業者のプロデュース人材としての意識喚起、マネジメントの重要性に対する啓発が重要となっている。

(2) 情報（ネットワーク組織）

次に、情報の課題がある。コンテンツ関連を含む芸術文化関連事業者は、国内外を問わず、個人事業者あるいは中小事業者が多い傾向にあり、より有用な情報を得るためには彼らのネットワーク組織が重要となる。

大阪ファンドにおいては、先述の通り、ファンド設立と同時に、大阪府および大阪商工会議所に支援によるネットワーク組織としてODCCを設立し、情報・ノウハウの共有化を図るとともに新たなコンテンツプロジェクトの組成に向けた議論の場を創出した。大阪フ

アンドの投資期間終了後、大阪府予算がなくなった後も ODCC は会員組織として存続し、海外展開や異分野交流、高等教育機関との連携等の各部会での活動が継続し、支援組織として自律している。

沖縄県においても、沖縄コンテンツ事業と並行して、既存関連団体である沖縄ゲーム産業振興ネットワーク（GION）、沖縄芸能団体連絡協議会に加えて、映像関連事業者の組織化を図り、全体で文化コンテンツ産業を支える支援組織「コンテンツ産業振興ネットワーク（仮称）」設立への取り組みが進められ、沖縄県「コンテンツ産業ネットワーク形成事業（仮称）」として予算化もされたが、その成果は創造産業振興につながらないものとなった。屋上屋を重ねることのない、新たな創造産業支援のための当事者（事業者）によるネットワーク化が待たれる状況である。

(3) 資金

先述の通り、沖縄県における主に資金的支援を中心に施策が展開されてきており、多様な資金調達メニューが揃っている。

しかし、それを利用する側である芸術文化団体側のマネジメントに対する意識の不足からその運用（使い方）に大きな課題があり、投入された資金が自律的、継続的な団体運営に役立っておらず、一過性のイベント事業あるいは日常的な運営経費に消費されてしまっている。

今後は、資金を投入後の進捗管理、効率的な資金運用、さらには団体側のマネジメント意識の定着が喫緊の課題となっている。

6. 読谷村の創造農村の取り組みと“創造アイランド”に向けて

先述の SWOT 分析で述べた通り、芸術文化団体へのマネジメントの導入が喫緊の課題であるとともに、“沖縄文化の産業化”のためにはいくつかの課題を解決しなければならない。その上で、沖縄県内の豊かな文化資源を活用しながら、島しょ地域という地理的不利性と観光リゾート地のメリットを活かした国内外の市場を開拓し、収益性を確保する取り組みを進めていく必要がある。

今年度の成果として、空手古武道の組織強化、三線文化の海外発信、伝統組踊保存会、沖縄俳優協会の既存団体の法人化など、新たなモデル的取り組みが端緒についたところである。また、沖縄県では文化芸術振興条例の制定に向けた取り組みが開始されている。さらに、平成 24 年度から開始される日中韓の「東アジア文化都市」への立候補に向けた勉強会の開催や創造農村への取り組みなど、創造都市に向けた県内市町村の取り組みも開始されており、今後、よりダイナミックな動きを見せ始めている。

特に、読谷村では創造農村に向けた取り組みの検討が期待される。2 月 28 日に開催された三線製作事業協同組合主催のシンポジウムにおいて、読谷村の創造農村への取り組みが

提案された。読谷村は“三線発祥の地”として知られ、鳳ホール、むら咲むら等の文化拠点での文化事業の取り組みが盛んであるとともに、三線の材料となる「くるちの森」の植樹事業等、文化、観光、環境そして産業の一体的な取り組みがすでに行われている。今後、これらの取り組みを“創造農村”として政策的に位置づけるとともに、国内外への発信、交流事業の取り組みが期待されている。

こうした創造都市に向けた市町村の取り組みに対して、沖縄県のような文化支援のメニューを活用することによって、が支援することによって今後、“沖縄版アーツカウンシル”が全県的な取り組みとなり、かつ沖縄県全体が“創造アイランド”となっていくことに期待したい。

※本稿は、2012年10月文化経済学会（日本）で発表した拙稿を改訂したものである。

i 沖縄県商工労働観光部委託調査『文化資源活用型産業等調査事業』（平成22年3月）。県内新聞（沖縄タイムス、琉球新報）の掲載記事から算出。

ii 2010年。「やぎの冒険」製作委員会。当時中学生であった仲村颯悟監督作品。

iii 2012年。「カラカラ」製作委員会。クロード・ガニオン監督作品。那覇市在住の宮平貴子の初プロデュース作品。「世界に開かれた視点賞」および「観客賞（カナダ長編部門）」の2冠を受賞した。

iv 独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）地域間交流事業。

v 2012年11月19日4月より公益財団法人沖縄県産業振興公社。

vi 2012年。「ペンギン夫婦の作りかた」製作委員会。平林克理監督作品。

vii 2012年。2012「旅立ちの島唄～十五の春」製作委員会。吉田康弘監督作品。