

ダビデ ジリオ 在大阪イタリア総領事

日本のブランドイメージは、洗練された文化、おいしい食事、科学技術、ポップカルチャーなど、際立ったポジティブなイメージだ。日本人は寛容で、とくに大阪人は日本のほかの地域に比べてとても社交的で、魅力的。“ヒト”という大いなる資産を持っている大阪は印象的だ。ローマでは、外務省で日本と中国のデスクをしていたので、大阪の経済的・文化的な重要性については認識していた。大阪は便利な街で、生活の質(クオリティ・オブ・ライフ)がある。私は自転車を使っているが、自転車に乗るのは安全で居心地いい。大阪ではホームシックを感じないほど、イタリアレストランやイタリア語の商品名をあちこちで目にするし、妻とショッピングに行った際には、家具屋さんと自転車屋さんの2軒の店でイタリア語を話すスタッフがいた。

去年イタリアでは、劇場に行く人の数が、競技場に行く人の数を超えたという統計結果が出た。これは、文化的な変化の兆候を知る歴史的なニュースだ。ロベルト・ベニーニが、ダンテ・アリギエーリの有名な長編詩「神曲」をコメディとして上演した例がある。「神曲」といえば、イタリア人は15歳から17歳の頃に学び、とても退屈に感じるものだが、ベニーニはこの古いテキストをエンタテインメントにする方法を見つけた。このショーを見るために、昨年は100万人が劇場を訪れたのだ。

また、イタリア人は自己表現の方法としてブログをやっている。これは文化的成熟度として面白い。5700万人人口のうち、2500~2600万人の人たちはインターネットを見ている。日本語のプロガーの数は世界で3番目、イタリア語は4番目というデータがある。ちなみに1番は英語、2番は中国語。世界で多くの人が話すフランス語やドイツ語、スペイン語よりも多いというのは興味深い。また別の統計調査では、1年間に5冊以上の本を読んだ人が、たった5%しかいなかったと出た。このように、イタリアの文化的成熟度には光と影がある。

都市は若い才能、投資を呼び込むために競争している。文化への投資も都市の発展を助ける。大阪は国際的な才能を惹きつけるという点で、どこにも負けていない。水路を使い、観光客を運ぶなど、大阪21世紀協会が取り組む「水之都」再生はエコロジカルでいいアイデアだ。イタリアの経験でいうと、都市におけるGDPの増進は、文化への投資によるところが大きい。イタリアでは、映画祭ほか、哲学祭など、いろいろなフェスティバルが開催されている。とくに人口10万人以下の小さな都市では、生活の質を大事にして、文化を使って自分たちの都市の輪郭を描いている。

イタリアには何世紀にもわたる歴史と多様性がある。それは我々にとって石油のようなもの。過去を掘っていき、成長を生み出す新たな方法を見つけ出す。それはファッションであるかも知れないし、フェスティバルであるかも知れない。それが観光客を惹きつけ、イタリアに足を運びきっかけになるのだと思う。



ダビデ ジリオ (Davide Giglio) 氏

1966年 12月25日生まれ

94年 3月 イタリア外務省入省

2005年 8月 イタリア外務省 東アジア局 副局長

07年 10月 在大阪イタリア総領事に着任(大阪市在住)

妻、息子一人の三人家族

イタリア共和国功労勲章(OMRI)カヴァリエーレ章受勲者(2004年)



表紙の人 / 武田 佐知子 (たけだ さちこ) 氏

大阪大学理事・副学長、文学博士(日本古代史)。2008年4月の「21世紀懐徳堂」オープンに向け、積極的に活動を展開(P9にインタビュー記事)。

大阪21世紀協会広報誌がリニューアル、101号より新しい顔でお届けします。

大阪21世紀協会設立25年、当協会広報誌も、おかげをもちまして創刊101号を迎えました。今号より協会活動をはじめ、大阪を元気にするさまざまな活動に取り組まれている方々や、文化の胎動を新たな誌面でお伝えしてまいります。