

中村氏



思っています。その認識をどこかで引き戻す、その工夫が必要です。上方歌舞伎には独特の匂いがあります。よく言われるのが、上方の役者はリアルな表現をするということ。東京の役者は型の追求とその継承を重んじます。上方は気持ちで動くのです。今年1月に忠臣蔵の通し狂言を行いました。上方の役者が演じるのだから、いつもの忠臣蔵とは違うものをお見せしようと。それが興味を引いたのでしょうか、おかげさまで大好評でした。東京の歌舞伎座が今年5月から立て替えに入ります。毎月かかっていた歌舞伎公演が数年間ゼロになる。その分、関西での公演が増えれば、これは上方歌舞伎の大きなチャンスになると思っています。

木津川 ありがとうございます。歌舞伎とともに世界に誇る芸能、文楽について、廓正子さん、お願いします。

廓 伝統芸能の伝統とは、守る部分も確かにありますが、変わっていくこともあるという前提でお話したいと思います。文楽は昭和38年に松竹の手を離れて国の保護を受け、財団法人文楽協会が発足しました。協会と契約している文楽技芸員は今、大夫24人、三味線19人、人形37人の計80人です。その半分、40人の技芸員が「伝統芸能伝承者養成研修」の出身です。かつては師匠に入門する徒弟制度でした。その内に入門者が減り、その危機感から後継者を養成するこの制度がつくられました。これは大きな変化です。研修生は全国からの公募で、入れても才能がなければ途中で落としていきます。厳しい世界ですから、脱落して誰もなくなった年もありました。けれども40人が育っていることで今の文楽は成り立っています。文楽は東京の方が



廓氏

よくお客が入っているといわれます。東京は人口が多く、町中に大学生もたくさんいます。そうなる一つの教養、お勉強として見に行く。ところが大阪ではやっぱり娯楽です。自分が見て楽しかったらまた、足を運ぶ。必ずしも大阪の人が文楽を軽んじているとは思いません。日本橋の国立文楽劇場が昨年4月、開場25年を迎えました。今年1月までの記念興行では、大入りが出る月もあるくらい好評でした。

『はなやか関西』を世界に

木津川 それでは今後、大阪・関西の文化をどう構築していくか。村田さんからお話いただきます。

村田 地域文化の優位性のあるものを関西のブランド資源ととらえ、どう守り、育て、発信していくのかを、関西経済連合の「関西ブランド力向上研究会」で発表しましたのでそれをご報告します。関西といえば大阪を中心とした100kmほどの地域に、これだけ歴史や伝統文化が数多く、そして連続と続いているエリアは日本にはもちろんなく、世界でも珍しいでしょう。それを発掘整理し、関西を世界に向けて売り出そう。これが地域ブランディングの考え方です。そのキーワードが『はなやか関西』です。都の王朝文化、自然美、伝統と創造の土壌、最先端の物作り…。関西の持つ多様性が一つにまとまって花が咲くことを表現しています。研究会では世界に誇る関西ブランドとして、(1)歴史文化と共に生きる・関西、(2)環境先進地域・関西、(3)エンターテインメント・関西、(4)知とモノづくり・関西としてまとめ、関西ブランドセンター機能の構築などのアクションプランを提示しました。やはりブランド資源には伝統に加え新たな魅力づけ、ストーリー化が必要です。私の個人的な意見ですが、大阪では年末から1月にかけて「OSAKA光のルネサンス」、夏には天神祭という圧倒的な火と光と水のイベントがある。これをいっしょにくれな



村田氏

いか。奈良では、冬の若草山の山焼き、東大寺のお水とり、奈良公園の燈火会、春日大社の万灯籠、それらをつなげれば新しい光と水の芸術として魅力が増すのではないかと。そういう観点もあると考えています。

木津川 上田先生には「関西ブランド力向上研究会」を進めていくなかで大変お力添えをいただいたと聞いています。

上田 『はなやか関西』というキーワードですが、「はなやか」という言葉は美しい、きらびやかというイメージだけでなく、勢いがある、際立っているという意味を含みます。この2つが関西にはあると私は思っています。関西という言葉はかつて近畿から中国地方までを含めたエリアを指しました。つまり西日本全域を入れた関西論を展開すべきで、その中心に大阪になるという考え方をさせていただきたいと思えます。

木津川 上田先生には冒頭から発破を掛けられ通しです。それでは高島先生からの提言をお願いいたします。

高島 伝統は守るだけでなく革新が大事と先ほどから議論されていますが、むしろ革新することが伝統だと私は考えます。天神祭は1050年以上の歴史があり、伝統的な祭とだれもが思っています。ところが一番中心の乗り物、菅原道真公を奉安する御鳳輦(ごほうれん)が出たのは明治9年、船渡御も現在のコースになったのは昭和28年、まったく伝統はありません。天神祭の中身はどんどん変化しているのです。伝統芸能が守られなくても自立できる手段、それが革新なのです。今回、私は伝統とは逆に大阪からほとんど姿を消した〈造り物(つくりもん)文化〉を紹介したいと思えます。造り物とは、ありふれた日用品の風合いに着目し、何かに「見立て」ること。意外性のある材料で意表をつき、造形の工夫、アイデアと技術で勝負するのです。これは大阪が発祥で江戸時代にブームを巻き起こしました。たとえば嫁入り道具一式で獅子を



高島氏