

beyond

新たな文化振興モデルの構築に向けて

2020 始動!

オリンピック・パラリンピックはスポーツの祭典であると同時に、文化の祭典でもあります。文化庁は、2020年の東京大会で日本が世界中から注目される機会を活かし、日本各地の多様な文化を世界に発信するとともに、2020年以降 (beyond 2020) に向けた新たな文化振興モデルの構築を目指しています。このシンポジウムは、関西・大阪の特色ある地域文化の魅力を世界に発信する文化プログラム実施の機運醸成と、2020年以降のレガシーとして新たな文化振興を官民連携で推進する第一歩となるものです。

<報告>

文化プログラム シンポジウム **in** 大阪

2017年3月2日 / 国立文楽劇場 (大阪市中央区)

主催：文化庁

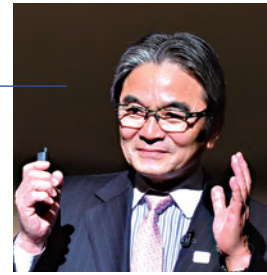
共催：公益財団法人 関西・大阪21世紀協会



モデレーター
佐々木洋三
関西・大阪21世紀協会
専務理事



基調講演 文化庁長官 宮田亮平氏



文化庁の進める文化プログラム

文化庁は、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会を、アスリートだけではなく、すべての方々为主役になれる祭典にしたいと考えています。そして2020年以降も視野に入れ、日本各地に息づく多様な文化を活かし、世界に誇るものとして未来へ継承していく活動を「文化プログラム」と位置付けています。

国や地方自治体、公式スポンサーなどが実施する文化プログラムには、オリパラ組織委員会公認の「文化オリンピック」のロゴマークを印刷物などにお使いいただけます。また、非公式スポンサーであっても、日本文化の魅力を発信する文化プログラムは、政府が進める「beyond 2020プログラム」に申請いただければ、「beyond 2020」ロゴマークを使うことが可能です。



「beyond 2020」
ロゴマーク

文化と観光と経済は三輪

2016年に文化庁長官に就任して以来、私は文化庁を変えたい、面白くしたいという思いで仕事をしてきました。豊かな文化は継続的に経済を支えることができます。経済はいったん沈んでも回復しますが、文化は一度途切れると新しい芽は出ません。企業による文化支援も欠かせませんが、もっと重要なのは皆さん一人一人が身近にある文化を常に心の中に持ち、大切に育てていくことです。

東京藝術大学の私の後任の学長で、ヴァイオリニストの澤和樹さんが使っているガルネリというヴァイオリンは、澤さんが大学生のときに篤志家が集まって購入し、貸与しました。当時は3000万円ほどでしたが、今は数億円にもなっているでしょう。文化・芸術はお金に換算できるものではありませんが、このように生活の中で価値が醸成されていくのです。

日本文化の素晴らしさを世界に伝えていくため、まさに文化と観光と経済の三輪により進めている取り組みの1つが、上野「文化の杜」構想です。上野には20を超える文化施設があり、世界最高水準の文化資源が集積しています。現在、年間1,300万人の来訪者があり、これを2020年までに3,000万人にするのが目標です。そこで来訪者により楽しんでもらい、集客につなげる仕掛けの1つとして、1枚で3館を回れる1000円の1日パスポートをつくりました。最終的には全館回れるようにする予定です。

2016年3月に開催した「上野 文化の杜 アーツ・フェスタ」では、東京藝術大学の女子学生らによる「芸術サンバパーティ」やシンポジウム、映画、コンサートなど多彩な催しに、3日間で30万人以上の方々にご来場いただきました。少しの工夫でこれだけまちの賑わいが創出できるのです。安倍首相もおいでになり、菅官房長官からは「上野の杜が世界の

観光客をひきつける魅力的な文化施設に成長することを心から願う」と激励をいただきました。

また、今年3月には、学生たちの協力で「Arts in Bunkacho ～トキメキが、爆発だ」というイベントを、登録文化財である文化庁庁舎のオープンスペースを開放して開催しました。大学の知名度ではなく作品の面白さを選考基準として、全国芸術系大学コンソーシアム加盟大学の学生や卒業生、修了生などの作品の展示のほか多彩な演奏会などを行い、とても楽しい発信ができました。

こういうイベントをするときに忘れてならないのは、英語、中国語、韓国語など多国語で表現することです。世界の人に意味が伝わるように配慮することはとても重要です。

あなたとともに文化プログラム

私は、東京都が水辺空間の賑わい創出を目指すプロジェクト「隅田川ルネサンス」の座長をしていました。ご承知のように、世界の4大文明は川を中心に起こっています。ところが、東京都心には大阪と同様に多くの川が流れているのに、建物は川に背を向けていました。そこで私たちはLEDを内蔵した光球10万個を隅田川に浮かべ、川面を光で一杯にする「東京ホテル」というイベントを開催しました。

第2次大戦直後の一時期、隅田川の水は水泳大会ができるほどきれいでした。空襲で川の周辺が焼け野原となり、人が住まなくなったからです。ところがその後の復興で一気に水は汚れました。2020年の東京大会のときには、隅田川が再び水泳競技の会場になるぐらいきれいになってほしいなと思います。もちろん、大阪の淀川も全国の川についても同じです。みんながちょっと心を入れ替えて環境をよりよくしていくことも、1つの大きな文化だと思います。身近にある資源を守り育て、上手に発信していくことが、まさしく世界に対して日本の文化を誇ることに繋がります。「あなたとともに文化プログラム」。皆さん一人一人が、文化は他人事ではなく、みんなと一緒につくっていくものだと考え、実行していただきたいと思っています。



「上野文化の杜 アーツ・フェスタ」(2016年3月25～27日)
(文化庁提供)

関西・大阪の魅力を発信するために



塩見有子氏
特定非営利活動法人
アーツイニシアティブウキョウ
理事長



鳥井信吾氏
サントリーホールディングス
株式会社
代表取締役副会長



榎田隆一郎氏
株式会社榎田酒造店
代表取締役



宮田亮平氏
文化庁長官

(50音順)

司会進行 佐々木洋三(関西・大阪21世紀協会 専務理事)

文化資源の産業化と取り組み

佐々木 世界各地で欧米型のリベラル・デモクラシー(資本主義・民主主義)が行き詰まりを見せる今、大衆の不満はポピュリズムを生み出し、グローバリズムと保護主義の分断に揺れています。一方、日本では2008年以降人口が減少に転じ、未だ経験したことのない超高齢化・超少子化時代に突入しました。こうした試練を乗り越えていくカギは「文化」にあります。とくに多神教の中で育まれてきた多様性を享受する精神や寛容の心など、日本が大切にしてきた精神文化で世界の安定と平和に貢献するときにきたと感じます。

関西は、漁村・農村文化、商人文化、町人文化、宮廷文化などが重層的にあり、日本文化の礎を築いてきました。その関西で日本の文化政策を考え、新たな地域活性化のモデルを示していくことは極めて意義深いことだと思います。すでに2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けた文化プログラムも全国津々浦々で展開され始め、文化庁の関西移転に向けた実証実験も本格化しました。

そこで、関西・大阪が文化資源をいかに活用して地域活性化のモデルをつくり、どんな文化プログラムを展開して世界に発信していけばよいかをテーマに、各地からお集まりいただいた皆さんに、それぞれご専門の立場からご意見をいただき、考えていきたいと思います。はじめに皆さんの日頃の文化活動についてお伺いいたします。まずは、東京からお越しの塩見さんから、お願いいたします。

塩見 私たちは現代アートの面白さや複雑さを多くの人に知って頂くため、2002年にNPO法人のエイト(Arts Initiative Tokyo:AIT)を設立しました。現代アートは一般的に馴染みにくいといわれるかもしれませんが、実はとても奥が深いものです。東京は国際都市で情報もあふれているのに、アートシーンには足りないものがたくさんあると思っていたことも設立動機の一つです。

エイトは、キュレーター*、コーディネーター、コレクター、弁護士と一緒に、現代アートと視覚文化を考える場をつくり、現代アートにアクセスする方法を広げ、増やし、高める活動を通して、その楽しさや驚きを伝える活動をしています。その1つが2001年に立ち上げた「MAD(Making Art Different)」という現代アートの学校です。当時、日本の美術系大学にはキュレーションを専門とする学部がなく、キュレーターを目指す学生は、留学するしか手だてがありませんでした。MADでは、そうした人材育成をはじめ、作品を世の中に出す戦略的手法や社会人がアートを学ぶ場として機能するようコースを設定し、すでに2,000人ほどの修了生を輩出しています。最近、アートが趣味というより、キャリアチェンジして起業したいという人や、自分の会社でアートプロジェクトを立ち上げたいという職業的な動機で受講する人が増えてきました。社員のイニシアティブによりアートプログラムが実現するのも近年の傾向で、これを継続させるためには、企業トップの理解がとても大事だと感じています。

また、2003年には、世界各地からアーティストを招いて一定期間滞在してもらい、作品制作や国際交流を行う「アーティスト・イン・レジデンス」という仕組みを立ち上げました。例えばスリランカやカンボジアのアーティストに3か月ぐらい滞在してもらい、日本の文化を知ってもらうとともに、作品制作と発表を行ってもらいました。

*展覧会の企画などを行い、現代美術と社会の橋渡しをする専門職。



「アーティスト・イン・レジデンス」で提供された住宅と交流風景(AIT提供)

佐々木 富山からお越しいただいた榎田さんは、どのような活動をされていますか。

榎田 私は富山県の東岩瀬町という港町で酒造会社を営んでいます。ここで20年前から、古い家並みをリフォームし、まちをきれいにする取り組みを続けています。最初は、トタン張りの銘木店を蕎麦屋に変えるプロジェクトでした。東京の蕎麦屋さんのように、インテリアが集まり、つまみを食べ、お酒を飲む文化に憧れがありました。1万円払って懐石料理を食べないと日本の良さを感じられないというのでは、楽しくありません。1,000円で美しい日本を感じられる空間をつくりたかったのです。続いて食堂や信用金庫、釣具店、スナックなどをリフォームし、まちは少しずつ生まれ変わっていきました。

北前船の廻船問屋が多くあった地域は、家の持ち主が県外に移住し、ほとんどが空家になっていました。100年以上の歴史ある家ばかりです。そこで私は、富山市が5年間の期間限定でつくった支援制度も活用してそれらを一軒一軒買い取ってリフォームし、ガラス作家や陶芸作家、彫刻家など、若いアーティストに住んでもらい、創作活動を行ってもらっています。建物の一部をギャラリーにしているところもあります。また、北前船廻船問屋の大きくて古い土蔵がありましたが、解体して駐車場にするのはあまりにもったいないので、大がかりな修復をして日本酒を売る店にしました。日本には格好いいワイン屋さんが多いのに、日本酒を格好よく売る店がなかったので、自分で建てたわけです。

私はかつて関西に7年ぐらい住んでいたことがあり、帰省で列車に3時間乗っている間、写真を撮りたくなる風景が

佐々木 ビフォー・アフターがはっきり分かる取り組みですね。次は大阪を代表して、サントリーホールディングス株式会社副会長の鳥井さんにお伺いします。

鳥井 サントリーの創業者・鳥井信治郎のお話からいたします。信治郎は、利益の3分の1はお客様、3分の1は会社、残りの3分の1は社会に還元するという「利益三分主義」を事業理念としました。100年以上経った今もこの理念に則り、公益財団法人のサントリー芸術財団やサントリー文化財団、サントリー生命科学財団や、社会福祉法人邦寿会、学校法人雲雀丘学園の5つの財団を通じて文化・社会貢献活動を行っています。

また、信治郎は晩年3つのことをよく口にしました。1つ目は、積極的になんでもやっという「やってみなはれ」。2つ目は「陰徳を積む」、「天地の報恩(天と地の恵みに対して恩を返すこと)」。そして3つ目が「親孝行な人は立派になる」です。メセナや社会貢献とは理屈ではなく、天地の報恩や親孝行のためにしていることが、結果として社会貢献になっていると信じていたのです。終戦直後、大阪駅付近にあふれるお腹をすかせた貧しい人たちのためにお粥を配りたいと思った信治郎は、「日本中で人々が飢えているのに、駅前の人たちだけに施しても効果はない」という部下の進言を聞き入れず、「黙ってみてられない」と炊き出しを敢行したり、収容施設をつくりました。すなわち彼の社会貢献や文化活動は、理屈ではなく心の動きに端を発しています。

私どもの文化財団では、専務理事や常務理事に若くても非常に優秀な人を充てています。私たちは文化財団を会社の本来の事業活動を行なうのと同じ気持ちで経営しており、ここにも創業者の思いが受け継がれています。

地域のレガシーを探る

佐々木 先の宮田長官のお話にもありましたが、地域の文化資源やレガシーを掘り起こして磨いていくことが、文化プログラムにつながっていくのだと思います。そこで皆さんに、地域の文化的レガシーについてお伺いしたいと思います。

榎田 世界的な傾向ですが、大阪に来て御堂筋を通ったとき、沿道にはルイヴィトンやエルメス、マクラーレンといったヨーロッパのブランド店が立ち並び、一体どこの国に来たのかという感じがしました。また、ワインを造っているヨーロッパ人の友人から、「日本にはラグジュアリーという言葉がないから、

世界を魅了することはできない。そもそも日本の国際空港の免税店で売っているのはヨーロッパブランドばかり。そうしていつまでもヨーロッパの文化をありがたがっているから、日本酒も世界で売れないのだ」といわれ、悔しい思いをし



釣具店のリフォーム



空家を改装して一部をギャラリーに活用



北前船廻船問屋の土蔵を日本酒販売店に改装
(榎田酒造店提供)

一つもなくて、どうして日本はこんな醜い国になってしまったのかと残念に思っていました。今日、富山から大阪に来る途中も、同じ気持ちでした。だからこそ、自分のまちをきれいにすることに取り組んだのだと改めて思いました。

たことがあります。そこで日本酒を世界で売る方法を考えたところ、伝え方が悪かったことに気が付きました。酒瓶のラベルには、漢字中心の日本語が書かれています。先の友人は、「読めないラベルを貼って売りに来ても買う気にならない。本当に伝える気があるのなら、我々に分かるようなプレゼンをしなくては評価されない」ともいっていました。文楽や能・狂言などの伝統芸能も同じです。能が幽玄の世界を表現しているといくら説明しても、テロップがなければ分かりません。ましてや日本人自身もよく分からないのに、ヨーロッパ人が分かるはずがありません。世界の人々が理解できるよう伝え方を工夫しなければ、結局は誰にも受け入れられず、レガシーとして続いていかないと思います。

佐々木 「日本にはラグジュアリーという言葉がない」、「日本酒のラベルにヨーロッパ人は関心を示さない」という梶田さんのお話でしたが、フランスワインを販売するサントリーの鳥井さんはいかがですか。

鳥井 サントリーは30年前から、フランスのボルドー地方にワイン畑、醸造所、酒蔵、住居を併せ持つ「シャトー・ラグランジュ」を所有しています。当地の生産業者は、「コマンドリー・ド・ボルドー・ポンタン騎士団」というあえて格式張った名前を付け、女優やスポーツ選手、政治家などを名誉騎士に叙任する儀式を行い、それをマスコミを通じて大々的に発信しています。私も過去参加したことがあります。

ワイン造りはフランスの伝統的な産業であり、シャトーの多くは17～18世紀に作られた文化遺産です。ワインの格付け機関がワイナリーの格付けを行ったり、ワインと料理を結びつけてシェフやソムリエを育て、レストラン産業やワインジャーナリズムも発達してきました。こうしてワイン産業を誰もが分かりやすく、楽しめるようにしてきました。人口6,000万人のフランスに毎年8,000万人の観光客が訪れて、フランスのワインを楽しんでくれます。まさに文化の産業化ですが、このことは日本のワイン産業でも大きな課題だと思います。

梶田 私たちの酒蔵は長い歴史があっても、建物はトタン張りや古く、生産者に田んぼや文化とつながろうという意識はありません。私はそんな蔵元たちをフランスに連れて行き、現地のワインビジネスを見つけたところ、皆びっくりして考え方が



シャトー・ラグランジュ(サントリーホールディングス提供)

変わりました。ポンタン騎士団に倣って紋付姿の「酒サムライ」を結成し、年に1回、京都・下鴨神社でミスユニバースなどを招いて叙任式を行います。そして芸妓さんをたくさん呼び、盛大な宴を催します。フランスがワインビジネスと文化を結びつけて成功しているのを見て、日本の若い蔵元たちも負けてはならじと遊び心のある活動を始めているのです。

佐々木 文化の産業化について、お二人に分かりやすい例を示していただきました。塩見さんも、アートという文化で企業人の発想を変える活動をされていますね。

塩見 エイトでは、アーティストが企業に入り込んで作品づくりを行う「アート・イン・ザ・オフィス」に取り組み、今年で10年目を迎えます。

マネックス証券という会社のプレスルームの壁に1年間展示する作品案を公募して、その中から1名を選んで実際に制作してもらうのです。審査員にはアート専門家だけでなく、同社の松本大CEOやビジネス界で活躍しておられる方々にも加



「アート・イン・ザ・オフィス」での展示(2015年)(AIT提供)

わっていただき、ビジネス的視点でのご示唆もいただいています。作家がプレスルームに約2週間通って作品を創ることと併せ、ワークショップも開催して、社員とアーティストが知り合うきっかけづくりも行っています。2008年に始めた当初は、ほとんどの社員の方が、自分たちとは異質な人間がいるのを遠巻きに見ている感じでしたが、毎年継続していくうちに面白がって来てくれる人が増え、食事会が企画されたり、作品購入にもつながってきました。若い作家にとっては、作品を買ってもらえると次への自信につながります。

佐々木 アーティストの育成と同時に、企業人との交流機会を増やし、企業の活性化や創造性をも高める取り組みなのですね。宮田長官は、皆さんのこれまでの話を聞かれてどのようにお考えでしょうか。

宮田 塩見さんが取り組まれている現代美術というのは、芸術的なテクニックよりアイデアの閃きによるところが大きいものです。アイデアが閃くのは、乗り物、寝床、トイレにいるときだといわれますが、私の作品の構想もほとんどがトイレと枕の上で思いついています。また、梶田さんのプロデュースによって、まち全体の雰囲気が大きく変わりました。古い建物のリニューアルとはいえ、そこに大きな意味があります。そしてギャラリーのある家では、作品を展示してあるのに売らないなど、どこか変なのです。しかし、この「変」というのが、人の心をすぐくすぐるのですね。鳥井さんがお話しされたサントリー創業者

の3つの言葉「やってみなはれ」、「陰徳を積む」、「親孝行な人は立派になる」は、創造活動にも通じる素晴らしい言葉だと思います。

官民の連携と協働に向けて

佐々木 それでは、文化による地域の活性化を進める上で、官民の連携や協働について伺いたいと思います。梶田さんの取り組みは、民間資金だけで行われたのですか。

梶田 先ほど、申し上げた富山市の支援制度も活用しながら、古い家をリフォームして、まちの姿を変えていきました。宮田長官の前では言いにくいのですが、文化庁の文化財専門家が介入すると、古い建物を当時のままに復元するよう指導されます。そのため新しい材料や色が使えず、思うようにリフォームさせてもらえません。しかし文化庁のいう通りにしないと、国の補助を得ることができないんですね。私はそういう考え方が嫌いなので、国からの補助に頼ろうとは思いませんでした。

佐々木 ということは梶田さんは、ご自分の資金を中心としてプロジェクトを推進されたのですか。アーティスト・イン・レジデンスもそうですか？

梶田 私が建物を買って改装し、利益なしでアーティストたちに販売、賃貸します。また、アーティスト支援の気持ちを込めて、作品を納めてもらったりもしています。当社が中元や歳暮に使っているグラスやお皿はそうしたものです。但し、どんな作品でもいいというわけではなく、いろいろと注文を付けて作ってもらっています。

宮田 文化庁に対する梶田さんのご意見は私も同感です。本当に「変」を起こして、明日を感じられるような文化行政をしなければなりません。

梶田 初めて文化庁を訪ねたとき、職員の方々はとても良い人たちなのですが、オフィスは書類の山、お役所的な雰囲気の中で、本当に若い人たちをサポートして新しい日本の文化財をつくることができるのかと疑問に思いました。文化庁は文化財を修復するだけなのかと。宮田長官、失礼を申し上げます。

宮田 いいですよ。私が文化庁長官に就任したときの第一声は、「あなたたちは暗い」でした。文化庁には良いところはいっぱいあるのですが、新しいことに挑戦する勇気が少し足りないんですね。

佐々木 塩見さんもアーティスト・イン・レジデンスの活動をされており、本来は官がすべきことをNPOがしているとお話されていました。

塩見 アーティストの活動を支援する国の補助金は1997年頃からでしたが、数年で打ち切られました。その後、文化庁は2011年から海外発信拠点形成事業としてアーティスト・イン・レジデンスに対する補助金を出すようになりましたが、私たちが始めたのはそれ以前の2003年のことでした。

日本に来て、日本の文化に触れたいと思うアーティストは常にいます。そこで私たちは、アパートさえあればアーティスト

を招いて東京型のレジデンスができるのではないかと考え、事業を始めました。幸い、スタートアップ時には篤志家がアパートを安く提供してくださったのですが、それ以上の資金はなく、行政の補助はもとより、支援してくれる人も企業もいませんでした。そこで海外に支援先を求め、スウェーデンに行きました。

当時、スウェーデンはアーティストを海外に派遣する文化政策を進めており、私は政府系の文化機関に直談判して支援を求めました。先方は、私のような設立して2年ほどしか経っていない東京の小さなNPOの話をよく聞いてくださり、「では、一緒にやりましょう」と承諾してくれました。こうしてスウェーデンの文化財団と提携し、その後、オランダのモンドリアン財団など、海外のさまざまな文化機関と提携して、それぞれの国のアーティストを日本に呼ぶことができました。2011年からは文化庁の補助金もいただいています。

佐々木 塩見さんの信念と情熱に、海外の文化財団が心を動かされたのですか。アメリカのカメラマン、エヴァレット・ブラウンさんも、日本人の和の精神や寛容の心などを世界に発信していく手段として、アーティスト・イン・レジデンスを大いに推奨されています*。日本の魅力を肌で感じ、作品を通して、あるいは母国に帰ってそれを伝えてくれるからです。さて、鳥井さんは民間版のアーツカウンシル「アーツサポート関西(ASK)」の運営委員長をお務めですが、その取り組みについてご紹介ください。

*本誌126号(2017年春号)に掲載

鳥井 ASKは、関西経済同友会の提案をもとに、アーティスト支援を目的として2014年4月に設立されました。かつての大阪は、経済人は文化を楽しむ文化人でもありましたが、というわけか最近の経済人・企業人は文化への関心が薄い。それではいけないということで、今一度、企業人＝文化人に戻ろうと立ち上げたのがASKです。

ASKは、企業や個人の寄付でアーティストを支援する仕組みです。例えば、若手ヴァイオリニストをベルギーに送り、世界的ヴァイオリニストであるオーギュスタン・デュメイ氏のレッスンを受ける機会を提供したり、アートコーポレーションの寺田千代乃社長は、若手唸家の育成を目的に「上方落語若手唸家グランプリ(天満天神繁昌亭)」への支援を続けておられます。また、京阪神ビルディングの中野健二郎会長は、若い世代が500円で文楽を鑑賞できるプログラムを創設され、現在は岩谷産業の牧野明次会長が引き継いでおられます。他にも現代美術の作家や劇団への支援など、市民と企業が協力してアー



オーギュスタン・デュメイ氏(左)と内尾文香さん(吹田市出身/東京藝術大学1年生<当時>)

ティストを支援する仕組みがうまく機能し、約3年間の活動で9,200万円が集まりました。私たちが一番望んでいるのは、そうして寄付をした人たちがアーティストと交流し、彼らの活動を間近で見させていただくことです。

佐々木 民間の立場からお三方のお話を伺いましたが、宮田長官には、官のお立場で官民協働についてのご意見を伺います。

宮田 塩見さん、榊田さん、鳥井さんに共通する大事なことは、文化・芸術は特別なものではなく、全ての人が共有できるものだというお考えです。だからこそ、文化・芸術に携わる若者も絶えることなく続いていくのだと思いますが、そのためにはアーティストだけではなく、道具を作ったり、場を提供したり、活動を伝えるなど、文化を支える仕事に携わる全ての人が、心地よく潤う環境づくりがとても大事です。榊田さんと富山で初めてお会いしたとき、地元の若い芸術家たちの目はとても輝き、生き生きとしていました。そんな活動ができる環境をみんなで作り上げていくことも大事です。また、塩見さんが支援されている現代アートはとても勇気のいる分野ですが、その活動を支えることで、芸術家たちは世界に発信できるし、世界から日本に来てもらうこともできるのです。私が文化庁長官に就任して1年が経ちましたが、文化庁はこれからもっと変わっていきます。皆さんには、それを感じてもらいたいと思います。

関西・大阪発の文化プログラム

佐々木 それでは2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、関西・大阪が自らの魅力を世界に発信し、元気になっていくための文化プログラムについて、具体的なご意見やアイデアをお伺いします。

塩見 私たちは、企業がアーティストを支援する取り組みをはじめましたが、長く続けるうちに逆のことが起き始めました。つまり、アートが企業に金銭的価値以外の例えば、コミュニケーション向上などの効果をもたらすことがあります。大阪はビジネスのまちだと思いますので、アートとビジネスが互いを補完する関係をつくっていくことも大事ではないでしょうか。また、文化は人がつくるものです。アーティストとの交流など、作品をつくった人にフォーカスする取り組みも必要でしょう。

榊田 大阪の人はとても混沌とした中に生き、世界で戦える強い人間力があると思います。ところが自己満足に陥って、せっかくの強い発信力が活かされていないように思います。例えば、大阪は「食い倒れのまち」といわれているのに、食べ歩きが好きな私の仲間内では、ほとんど話題になりません。わざわざ大阪に出向いてまで、食べたいものや行きたい店がないんですね。大阪は、「食い倒れ」という言葉だけで自己満足するのではなく、世界の人に受け入れられるように、「食の都」であることをもっと上手くPRすれば、アーティスト・イン・レジデンスを利用したいというアーティストも増えるでしょう。それが簡単にできる素地が大阪にはあると思います。

佐々木 大阪には美味しいものがたくさんあり、腕の良い料理人も多くいますが、それを戦略的にPRする取り組みが重要なですね。鳥井さんは、これまでのお話を聞かれて、どのように思われますか。

鳥井 先ほど、最近の経済人・企業人は文化への関心が薄いといいましたが、なぜかという、「文化に興味がある」というと仕事をしていないように思われるからです。逆に、財務諸表をよく読むとか、経済的な数字に興味があるという、きちんと仕事をしているように思われる。しかし、本当のことをいえば、皆さん文化や芸術に関心をもっておられるのです。日頃、そういうものに接する機会が少ないため、興味があることに気づいておられないのでしょう。今日のお話にあったように、さまざまな取り組みを通じてアーティストと交流する機会を持てば、文化に対する関心は必ずや花開きます。そうすることで会社も変わっていくと思います。

佐々木 鳥井さんは関西経済同友会の歴史・文化振興委員会の委員長として多くの提言をまとめておられます。とりわけ大阪の歴史的遺産である大阪城を核とした取り組みに力を入れようとしています。

鳥井 大阪城を舞台に、世界中が注目するフェスティバルをしようという構想です。そのお手本が、スコットランドの首都・エディンバラで毎年4月～8月にかけて開催される「エディンバラ・フェスティバル」です。当地の象徴であるエディンバラ城をバックに複数のフェスティバルが繰り広げられる世界最大規模の芸術祭で、期間中は人口約50万人のまちに100万人が集まり、数百億円の経済効果と年間5千件を超える雇用を創出しています。世界から2万人のアーティストが入れ替わり立ち代わり来て、数千人のメディア関係者やプロデューサーが集まり、各国のアーティストを発掘する場になっています。文化と経済が密接に結びついて、まちの活性化に貢献しているのです。エディンバラ城の城主はエリザベス女王のご主人のエディンバラ公爵で、単にまちの中で祭りを開催するだけでなく、まちと歴史が一体となって盛り上げているのです。そして、いつも中心にエディンバラ城があります。

大阪には大阪城や生國魂神社、住吉大社、四天王寺、大阪天満宮などがあり、親水景観も豊富ですが、パンフレットでいくら丁寧に説明しても、その良さを体感してもらえません。それよりお祭りで盛り上げ、外国の人たちにも参加してもらうことで、より明確に伝えることができるでしょう。せっかく立派な大阪城があるのですから、これを活用しない手はないと思います。

佐々木 当協会も大阪城とその周辺を使って、さまざまな舞台芸術の祭典を行う社会実験を続けてきました。これはとてもアピール力のある文化プログラムになります。大手門前広場をステージに見立てての「オープニング・ガラ」、大阪城を借景した「西の丸ステージ」、川を舞台にした「水上オペラ」などを短く映像にまとめましたので、ご覧いただきたいと思います。

～映像上映～



大阪城サマーフェスティバル
「オープニング・ガラ」
(2012年7月/大阪城大手門前広場)



大阪城西の丸ステージウィーク
(2012年7月/西の丸庭園特設ステージ)



水上オペラ
(2014年10月/大阪水上バス「大阪城港」)
(関西・大阪21世紀協会主催/3件共)

佐々木 最後に、宮田長官のコメントをいただきたいと思います。

宮田 この映像を見て、大阪は決して川に背を向けていないことが分かりました。また、文化は私たちの身近にあるということを強く感じました。そして、それを伝えることが一番大事なのだと思いました。

「伝える」という漢字は、「人が云う」と書きます。本日、皆さんからご指摘があったように、思いは伝えなければいけません。大阪人同士、日本人同士が知らないさまざまな魅力を伝え合うことも、文化を育てていくには大事なことなのです。そし

て、そのとき大切なのは「鼻歌交じりの命がけ」です。肩の力を抜いて真摯に取り組めば、必ずや大阪は長年培った豊かな文化、歴史と伝統を発信することができます。2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて、さらにその後も、文化プログラムを進めていきたいと思っています。ぜひ、大阪の文化資源の魅力を多くの人に伝え続けてください。

佐々木 本日、皆さんのお話を伺って、関西・大阪の文化プログラムを推進する上でとても多くのことに気づかされました。夢と情熱をもって取り組むことが重要だと思います。どうもありがとうございました。

beyond2020の門出を賑やかに寿ぐ

オープニングパフォーマンス

文楽『二人三番叟』

桐竹勤十郎さん、吉田勤彌さん、
人形浄瑠璃文楽座技芸員の皆さん



おめでたい席で披露される二人三番叟。「2020年の五輪聖火リレーのときは、文楽人形で聖火を掲げ、大阪のまちを走りたい」という桐竹勤十郎さんの言葉に、会場から大きな拍手が送られました。

クロージングパフォーマンス

一人一人の個性を謳う新曲を披露

BORO & フレンズの皆さん



BOROさんは1979年にデビューし、現在は音楽プロデューサーとしても活躍。大ヒット曲「大阪で生まれた女」や、新曲「Color Color」をBORO&フレンズの皆さんやパネリストを交えて披露しました。