

平成22年3月14日

京都文化芸術都市創生計画／文化ボランティア／第26回国民文化祭・京都2011推進フォーラム

「まつりをつくる」

1 基調講演「文化芸術都市の創生～市民による文化の力」

講師：平田オリザ氏（劇作家，大阪大学教授，内閣官房参与）

はじめに

平田でございます。よろしくお願ひ致します。

御紹介いただきましたように、私、本業は劇作家、演出家で、作品を皆さんにお届けするのが一番の仕事です。京都市とは非常に縁がありまして、もう15年ほど前になりますが、今日は「まつり」というのがテーマなんですけれども、「芸術祭典・京」というのがありまして、その中で依頼を受けて、「月の岬」という、今も京都にお住まいで日本を代表する劇作家である松田正隆さんの作品を演出し、京都の演劇人たちから俳優を選んで上演しました。幸いこの作品は読売演劇大賞最優秀作品賞という日本で一番大きな演劇賞を受賞しまして、京都市には多大な貢献をしたと私は思っているんですけども、その後は一切依頼もなく、こうして時々人寄せパンダのように呼ばれる状況が続いております。是非、次は劇作家、演出家として呼んでいただきたいなと思っております。

そうは言っても仕事ですんで、今日は少し文化行政やアートボランティアというのは、どういう意味があるのかという話をさせていただきたいと思ひます。

文化芸術を核としたまちづくり

私、大阪大学におりまして、今ちょっとオフィスは移ったんですけど、2年前までは万博記念公園のところに自分たちの研究所を持っていました。ちょうど太陽の塔が見えるところで。今年は大阪万博40周年になりますかね、色々な記念イベントがあつて、昨日も古いパビリオンを改装して永久展示するという新聞記事が出ていました。それはそれで素晴らしいことなんですけれどね。しかし一方で大阪には「大阪病」という言葉がありまして、これは、万博の成功体験があまりに大きかったため、非常にお金も儲かってしまったために、それ以降、大阪がそういうイベント的なものを誘致することばかりを考えて、都市の構造改革が遅れてしまったということなんです。

花博というのがあつて、あれは決して成功した博覧会ではなかったんですけども、丁度、バブルの真っ只中だったもんですから、寄付がたくさん集まった、企業がたくさんお金を出し

たんです。それで失敗したのに成功したような気分になってしまって、さらに構造改革が遅れた。で、そのあと思い出していただくと分かるんですけども、オリンピックに立候補したことをもうみんな忘れていきますよね。大阪の人も忘れたふりをしているんですけども。嫌な思い出なんで。オリンピックは来ず、サミットも来ず、世界陸上はしりすぼみに終わり、というのが今の大阪の現状です。

今、観光業界等では、同心円状の集客というのがよくいわれます。大阪はユニバーサル・スタジオ・ジャパンという大規模集客施設があるんですけども、ここも健闘はしているんですが、やはりディズニーランドに比べると相当水をあけられている。ディズニーランドとユニバーサル・スタジオと何が違うかという、ディズニーランドは年間パスポートを地元の人が一番持っているんですね。浦安市民が一番持っている。千葉県民が一番持っている。で、浦安市民はディズニーランドを非常に誇りにしているんで、全国から友達とか親戚がディズニーランドに来ると一緒に行くんです。で、一緒に楽しむ。何度行っても楽しい施設になっているんですね。ユニバーサル・スタジオ・ジャパンは、大阪の人は1回行ったらもう行かないですね。「暑いから行ってきて」って行かないわけですよ。ここに大きな違いがある。要するに今は、大規模集客施設でもまず地元の人を楽しめるものでないとなかなか成功しない。同心円上に集客ができないとなかなかうまくいかないといわれています。

大阪大学なもんですから大阪の話ばかりして申し訳ないんですが、大阪も黙ってそれに甘んじているわけではなく、成功例もあります。天神橋筋商店街に繁昌亭という寄席ができました。それは、大阪で60年ぶりにできたといわれている寄席で、天神橋筋商店街の旦那衆が自分たちで2億円の募金を集めて、空いていた天満宮の境内に寄席を作りました。その心意気を桂三枝師匠以下関西の噺家さんたちが支えて、今の大変な賑わいがあるわけです。繁昌亭は、一席の動員は200人しか入りません。昼夜ずーっと満席です。それでも年間の動員は十数万人に満たないんですね。甲子園球場3試合分。もともと元気がいい商店街だったから繁昌亭を作れたということもあるのですが、天神町筋商店街は今、日本で一番元気がいい商店街といわれています。あそこは大きな商店街ですから、1日の通行客数が平均で2万人とか2万5000人といわれています。年間で700万人とか800万人来ている。それはただ単に繁昌亭があるから賑わっているんじゃない。繰り返しますが、繁昌亭の動員は年間十数万人しかない。その商店街の方たちに話を聞くと、なぜ商店街が元気になったかという、一番の影響は繁昌亭で仕事を終えた若手の噺家さんたちが、近所の居酒屋で帰りに飲んでくれるから。その飲んでくれる人たちと商店街の旦那衆と一緒に飲んで騒いで、そこから元気が出て、アイデアがわいて、「一日丁稚体験」とか「切子細工コンテスト」とか、色々な小さなイベントがたくさん毎日のように天神橋筋商店街で行われるようになった。要するに商店街というのは、基本的には家を持っていますから、住まいもその裏側にあるので家賃がいらぬ。だから潜在力は十分にあるわけです。大儲けはしなくていい。本当はやっていけるんだけど、商店街が寂れていく一番の理由は経営ではなく、後継者難なんですね。要するにやる気が起きない、未来がないと感じてしまうとスパイラル状に商店街が寂れていく。これはもう全国的な傾向です。この元気が出るということが実は文化施設を核としたまちづくりの非常に重要な視点ではないかと思

います。

創造都市の事例

ヨーロッパの多くの都市は、1980年代から80年代以降この30年くらい、文化による都市の再生、創造都市の育成というものに取り組んできた。中でも有名なのがフランスのナントという町。ナントというのはブルターニュ半島の付け根、フランスの大西洋岸にある港町。ここは造船業の町だったんですね。ヨーロッパでも有数の、フランスで最も栄える造船業の町でしたが、1960年代以降日本と韓国の造船業にやられて、壊滅状態になりました。そして、失業率が20%を超えるような、大きな不況の町になってしまったんです。しかしその後、30代の若い市長が登場して「ナントを文化によって再生させる」と宣言しました。そして、町の真ん中のビスケット工場、ビスケット工場と日本では紹介されていますけれど、遠洋航海のためのカンパンの工場ですね。遠洋航海自体がなくなってしまって、これもなくなってしまった。その巨大工場をアートスペースにして、劇場をつくったり、スタジオをつくったり、アトリエをつくったりしてアーティストが自由に使える空間をたくさん作りました。それから、空いているアパートを市が借り上げて、パリから若手のアーティストを呼んでそこに住んでもらって、自由に活動ができるようにしました。そしてナントは、フランスで一番アーティストに優しい町というイメージを作っていた。クラシックがお好きな方は「ラ・フォル・ジュルネ」、熱狂の日々というのを聞いたことがあると思います。今、日本で一番有名なのはゴールデンウィークに有楽町周辺で行う音楽祭ですね。これはベートーベンならベートーベンを3日間とか4日間ワンコインで聴けるような、30とか50とか演目を用意して、その3日間ベートーベン漬けにする、モーツァルト漬けにする、新しいタイプの音楽祭です。これを始めたのもナントですね。それから後でちょっと触れますけれども、昨年「横浜開港博」というのがありましたね。この開港博で最初に蜘蛛の巨大なオブジェがニュースになったと思うんですけども、ああいった巨大オブジェのパレード、カーニバルを始めたのもナントです。そういう風にしてナントというのはフランスで最も文化的な町というイメージを創り出してきた。その結果、ナントは毎年ルモンドとカリベラシオンという日本でいうところの朝日新聞、読売新聞にあたる新聞社の「老後に住みたい町はどこですか？」というアンケート調査で、常に1位にランクするようになりました。これは、フランスの自治体にとってはとても大事なことなんですね。フランス人はリタイアが早いんで、もう55歳とかでリタイアしてしまう。パリというのは古い町なんでエスカレーターとかエレベーターが非常につけにくくて、5階建のアパートでもエレベーターがついていないんですね。そうすると、大体お年寄りは、リタイアすると地方都市に住みます。まだ55歳で元気ですし、フランス人は音楽とか美術とか演劇とかオペラとかそういうものがないと生きていけない人たちですから、そういうのが盛んな町に住むようになる。高所得者、資産家がナントに移り住むようになります。海沿いで気候も温暖ですから。で、どんどん土地の値段も上がる。固定資産税収入がどんどん入る。入った収入をまた文化に充てる。そうすることでどんどん町が再生してきた。最終的には産業も復活しました。何故ならナントという町は、文化的な町だという「ナントブランド」が確立したので、ナントで作られる高級

クルーザーが売れるようになったんですね。造船業も復活したわけです。それから、ナントというと皆さんは世界史の教科書で「ナントの勅令」というのを頭の片隅に「なんかそういえば聞いたことあるな」という方がいらっしゃると思うんですけど、そういった世界史にも登場する町なんで、いくつか世界遺産になるような建造物があるんですよ。それまで重厚長大産業のすすけた町だったのが、イメージが一新したために豪華客船とかも寄るようになって、ますますお金を落としていった。これが「ナントモデル」といわれている世界の創造都市の最も成功した例、文化によって町を再生したという例です。

今、日本でも様々な創造都市の活動が行われている。有名なのは横浜とか金沢ですね。金沢は京都にとっても非常に参考になる例だと思いますけれども、金沢の最大の集客アイテムは兼六園でした。しかし兼六園だけに集客を頼っていたために、平成に入ってからこの20年間ずっと金沢の観光客数は減っていたんです。もう海外に行く方が安いですからね。兼六園に行くためだけに金沢に行くという方はあまりいなくなっていた。で、私の記憶では、平成14年から15年に「利家とまつ」の放送があって、これでちょっとだけ盛り返すんですね。ところが、長期低落傾向は全く止まらずに翌年からまた下がっていく。その二、三年後に金沢現代美術館がオープンしました。これが爆発的にヒットして、今、確か兼六園が年間180万人くらいの動員なんですけど、現代美術館は150万人近い動員になっていて、完全にV字回復しています。一時200万を切っていた観光客数が200万人を超えて更に上昇カーブを描いている。この原因は現代美術館以外に考えられない。いきなりみんなが兼六園を好きになるわけがないですからね。しかもこの現代美術館は、ただ単に新しい現代美術館をオープンしたから来たわけではありません。その前から、非常にたくさんのワークショップ活動「アウトリーチ」といいますけれども、いろんな商店街とか小学校に行ってお現代アートに親んでもらうような活動を行っていた。それから金沢市では、小学校4年生全員を必ず現代美術館に招待するんですね。で、現代アートを体験してもらおう。現代アートというと普通はちょっと訳の分からないものがたくさんありますよね。なんかもう紙くずなのかアートなのかよく分からないものがたくさん。しかし、ほとんどの展示を体験型、参加型の展示にすることによって、現代アートに親しみを持たせるような美術館を作ることになった。行かれた方は分かると思うんですけども、館内と外側の庭の部分にもいくつか展示があって、ここは入場料を払わないでも楽しめる。だから極端に言うと、先ほどのディズニーランドと同じですけど、金沢市に誰か友達が来た時に、「じゃあ美術館行こうよ」って言って、「じゃあ、俺と子供はここで遊んでるから」って館内の展示だけ友達が見に行くというようなこともできるシステムになっているんです。これが金沢の観光業界を救ったといわれています。

横浜は、後からトリエンナーレの話が出てくると思いますのでそのことには触れませんが、しかし一方で、御承知のように開港博は大変な失敗をしました。全く同じ昨年、大阪は「水都大阪2009」というアートイベントを行いました。私の友人達もたくさんかかわっていて、知事が「お金を出さない」と急に言い出したり、紆余曲折ありまして、アーティストが本当に苦労して行なったアートイベントなんです。予算が削られる中、アートを前面に出さずに、とにかく参加型、体験型にしようということで、新しいタイプのアートイベントを生み出

しました。で、御承知のように水都大阪は予想入場者数の倍近い入場者を呼び、税込だけで大阪市、大阪府の負担をほぼ賄ったという風にいわれている。大成功のイベントで終わった。要するに今の時代は参加型、体験型というのが一つのキーワードになるんじゃないかということです。それは何故かということをもう少しお話させていただきたいと思います。

文化の自己決定力を養う

先ほどナントの例を挙げましたけれども、決して文化によって町を再生したのは海外だけの事例ではありません。例えば北海道の富良野という町があります。富良野は今、どんな好感度調査をやっても全国の市町村ベスト10に入る、非常に好感度の高い町ですね。

ほかにベスト10に入るのは先ほど挙げた金沢、横浜、もちろん京都、神戸それから札幌、そういったところです。伝統があるか非常に大きな町ですね。富良野は、人口は10万に満たない、伝統もない、30年前は全くの農村だった。こんな町は富良野以外にありません。

皆さんはTVドラマの「北の国から」のイメージが強いと思うんですけども、富良野に行かれた方は分かると思いますが観光客の半分は外国人です。韓国、中国、台湾、シンガポール、香港そしてオーストラリアからのスキー客ですね。町中にハングルと英語と中国語が溢れています。それでものすごく賑わっている。富良野はもともと観光地だったわけではありません。私たちにとっては「北の国から」のイメージが強い。でも別に外国の方は「北の国から」見ていないですからね。外国の方が来るのはスキーと、そしてラベンダー畑です。美瑛と富良野のお花畑ですね。しかしあれが元々あったわけではない。元々ラベンダーというのは、香水の原料でした。ところが1970年前後に香水の原料がラベンダーから人工香料に変わっていくんですね。ラベンダーはいらなくなってしまう。で、全部ラベンダー畑がつぶされていきます。ところが、富田さんという変わった農家がどうしてもつぶすのが忍びなくて一面だけラベンダー畑をとっておいたんですね。それが旧国鉄のディスカバージャパンのキャンペーンポスターに採用されて、そこから火がついて今の観光地の富良野がある。そのすぐ後に「北の国から」の放送が始まって一挙に観光地として盛り上がっていくわけですね。ファーム富田の富田さんは、決してラベンダーをただ見学させるだけではありませんでした。例えば香水工場の見学とか、ラベンダー摘み体験とか、色々な体験型の観光施設を作っていくわけです。見事にそれは、第一次産業が第三次産業に転換したということなんです。ナントは第二次産業が第三次産業に転換したんですけども、富良野は第一次産業、農業が観光業というサービス産業に転換した事例ですね。

結果として今、富良野はどうなっているのか。僕は毎年のように富良野に呼ばれて富良野市内の小中学校全てまわって演劇のモデル授業をしてきました。麓郷中学校という「北の国から」にも出てくる、今は全校生徒15人くらいの小さな中学校があります。そこで授業をするんですけども、15人の生徒、1年生から3年生までいっぺんに授業するんですけど、そこに見学の方が15人以上来る。要するに、お父さんお母さんが全員農作業を休んで見学に来る。なんでかということ、自分たちは農家だし、自分の子供にも農業を継いでもらいたいけれども、

これからの日本の農業は必ず付加価値を付けて売っていかないと、もう生き残れないんだということを無意識にだけども、富良野市民全員が共有している。そこに富良野の強みがある。そして、富良野ブランドを確立して高い値段で売っていく。実際、「富良野メロン」とか「富良野かぼちゃ」は、道内のどの地域の農作物よりも1.2倍、1.3倍の値段で売れるんです。その代わり厳しい無農薬の基準があったり、生産者の名前がきちんと付いていたり、説明書きがうまかったり、そういうことまで含めて色々なアイデアを出しながら売っているんですね。今、お取り寄せのスイーツNO.1といわれている「ふらのプリン」というお菓子があります。それもですね、愛媛だったか出身のパティシエの方が全国全土を歩きまわって、やはり富良野が一番安定して無農薬の食材、原材料が手に入る、イメージも良いということで富良野に工場を作って、昔ヨーグルトが入っていた背の低い牛乳瓶のようなものがありましたよね。あれにプリンを詰めて売り出したら大ヒットして、出荷数が4年で700万本とか800万本になった。これも富良野というブランド力のおかげなんです。要するにこうやって文化によって、ブランド力をつけていくということが都市再生の大きな力になる。これが創造都市という考えです。

しかしその隣に芦別という町があります。これから少し悪口を言うので、もし芦別関係の方がいらっしゃったら大変申し訳ないんですが。富良野があつて、隣に芦別があつて、その下に夕張がある。夕張は皆さん御存知ですよ。芦別も夕張と同じ旧産炭地、石炭で栄えた町なんです。芦別の町の方に、ちょっと大変なことになっているんで見てくださいますと言われて連れて行っていただきました。まず、芦別には世界最大の五重塔があります。中身はホテルになっています。それから三十三間堂を模したホテルもあります。京都の方知らないでしょ、芦別にもあるんです三十三間堂が。それから回転する聖徳太子がいます。それから五重の塔に行く途中に150メートル位の今は走っていないモノレールがあります。それからなんか現代アートの橋が架かっていたり、ちょっと遠くには第3セクターで破たんしたカナダ村が広がっていたり。もちろん大観音もあります。これが一望できるんです。僕は冬に連れて行っていただいたんですが、人っ子一人いない。地獄絵図のようです。

これは1990年代以降、東京のデベロッパーに騙されて作っちゃったものですね。考えていただきたいんですけど、富良野も芦別も山一つ隔てただけなんです。僕はスキーをやりませんから分からないですけど、スキーをされる方には富良野の雪質、ニセコの雪質は世界一なんだそうです。滑ると1級、2級自分の腕が上がったように感じる位に雪質がいい。芦別だってそんなに変わらないと思うんです。あるいは農業にとってはそれほど環境が変わるわけではない。同じだけのものを持っていながら、今富良野は北海道で最も景気が良く、とにかくイメージが良いですから、富良野の若者たちがそこに生きることに誇りを持って生きている。芦別は本当に誰もいない。芦別だって富良野になれたはずなんです。芦別には富良野にはない良い点もあります。産炭地ですから良い温泉が出るんです。でもそういったものが全く生かされていない。

何が違うか。要するに、これは自分たちの魅力を自分たちで発見できるかどうかという力の問題なんです。これを僕は「文化の自己決定能力」と呼んでいます。文化の自己決定能力を地

域の住民が持たなければ、今の時代はあっけなく東京資本に収奪されていってしまう。東京資本はハイエナのようにお金のあるところに群がる。皆さんもあの夕張の解体される観覧車のニュースを見ましたよね。なぜ観覧車や大観音を建ててしまうのか。ちょっと冷静になれば、大観音建てたってお客さん来る訳ないのは分かるじゃないですか。でも建てちゃうんです。一つの理由は、旧産炭地でいくらでも国がお金を貸したからです。要するに地方債という債権を発行する権利を与えるんですね。あとは地方交付税で賄えますよということで、保証したんですけど、今世紀に入ってから国もそんなにお金がなくなりましたから、地方交付税を減額してしまった。で、夕張は破たんしちゃったんですね。要するに自分のお金じゃないと、自腹じゃないと、考えなくなっちゃうんだと思うんです。繁昌亭は旦那衆が自分で出したお金だからどうにかして盛りたてていこうと頑張るわけです。もう一つはやはり、長い時間かけて何が自分の魅力なのか発見する機会に恵まれなかった。これは非常に難しいことなんです。富良野の風景自体は何千年、何万年前からおそらく変わらない風景です。ラベンダー畑だって出来てからもう数十年経っている。しかしその風景が本当に美しくて外からお客さんを呼べる風景なんだと気が付くかどうかなんです。自分たちの強みは何なのか、自分たちの持っているアイテムは何なのか、そこにどんな付加価値を加えれば他人にとっても楽しいものになるかということ自分たちで考えられなければ東京資本にあっけなく収奪されてしまう。

じゃあそれはどこから来るのか。僕は、子供のうちから質の高い文化芸術活動に触れることからしか来ないと思う。要するに芸術教育というのは、これまでは、情操教育とか心を豊かにとか、そういった非常に曖昧な、まああった方がいいんじゃないの、余裕ができたらうちの子にもピアノ習わせたいわね、みたいなレベルで今までは言われてきた。しかしもうそんな時代ではない。文化の自己決定力が、地域の生き残りをかけた競争力を支える一つの大きな能力になってきています。これがなければ、小さな自治体はあっけなく潰れていく。

文化芸術が京都の観光産業を支える

じゃあ京都はどうでしょう。色々な見方があると思いますけれども、当然京都の主要産業の一つは観光なわけですよね。それは今後も変わっていかないと思います。私、たまたま京都選出の前原国交大臣と昔からお付き合いがありまして、同い年なもんですから、仲が良いんです。彼が、とにかく観光を頑張りたいということで、今、国交省の政調戦略会議の観光部会の座長をして、前原さんと一緒に観光をどうしようかと協議してきて、もうすぐ方針が出ます。日本政府としては、今1000万に満たない海外からの観光客を2020年には2500万人、そして、その先できれば3000万人まで増やしたいと言っています。それだけのお客さんが来れば、観光というものが非常に大きな産業になっていく。今、全国のGDPのうち観光が占める割合は、約2.3%。2.3%でも相当多いですよ、20数兆円です。それがおそらく約5%を占める、もしかするともう少し多くなるのではないかと。そうすると自動車産業に匹敵するぐらいの大きな産業になっていく。このときに非常に重要なのが、やはり文化芸術なわけです。

例えばオーストリアのウィーンという町があります。ウィーンにオペラ座、ウィーン国立歌劇場というものがあります。小澤征爾さんが今、音楽監督をなさっているんですね。このウィーンのオペラ座は、法律で毎晩違う演目をしなければならないと定められている。大がかりなオペラを毎晩違う演目でやるというのは、私たち舞台人からするとちょっと正気の沙汰じゃない。しかし実際にやっているんです。

皆さんウィーンに行ったら、オペラを見ていただくのはいいんですけども、昼間にバックステージツアーというのをやっていますので、是非それも見に行ってください。毎時間ツアーが出ています。これは英語です。日本語は毎日午後3時。午後3時は良いですよ。丁度、今日の演目に舞台換えをやっていますから。

で、何故、ウィーンのオペラ座は毎晩違う演目をやるのか。私たち演劇人は大体一つの演目を2週間から3週間とかやるわけですけど、ウィーンは世界中からオペラ好き、音楽好きが集まってきます。もし翌日も同じ演目だったら、一晚見て「ウィーンのオペラはやっぱりいいなあ」って言って、次の日はパリとかローマに行っちゃうわけです。しかし毎晩違う演目をやっていたら、ウィーンにずっと泊まって、昼間はザルツブルクに行ったり、チロルの森に行ったり、もうちょっと足を伸ばしてミュンヘンぐらいまでは行けるわけです。リンツのアルス・エレクトロニカというメディアアートの非常に有名な博物館もあります。周辺の観光地に日帰りで行って夜はオペラを楽しむ。オペラの入場料収入は大体平均1万円とか2万円だと思いますけれど、オペラを見に来る方は大体お金持ちが多いですから、その人たちがホテルに泊まって、食事もある。安く見積もっても平均で5万円は町に落とすでしょう。ウィーンのオペラ座には2000人が入ります。これだけで1億円。年間250ステージやれば、250億。そしてこの人たちが泊まったり、飲んだり食べたりするお店の雇用、そういったものを考えると経済波及効果は少なく見積もっても数千億円と言われています。これがウィーンの観光産業を支えている。だとすれば法律で毎晩違うオペラをすると定めても、ウィーン市、あるいはオーストリアとしては充分採算が合うわけですね。こういったものを夜の文化、ナイトカルチャーと呼びます。交通網が発達すればするほど、観光客がどこに泊まるかが大事になってくる。どこに泊まるかを決めるのは夜の文化。凱旋門もコロッセオも動かすことはできません。昼間はそこを見に行けばいいんです。しかし、お金を落とす場所はどこに泊まるかで決まる。ヨーロッパの各都市は、観光政策としてこれを競っている。

もうここまでお話すればお分かりだと思いますが、京都はまさにそこがこれからの本題になる。京都は、潜在能力はもちろん圧倒的に持っています。日本一の観光都市です。でもこのまま放っておいたら、例えば、大阪や神戸がそういった文化施設を造れば、昼間は京都で観光するけど、富裕層の宿泊客はすべて大阪や神戸あるいは大津に取られてしまう可能性も充分にある。それでいいのかということです。更に言えば、私はこの3カ月ほど観光のことを勉強してきましたので、日本で一番観光に詳しい劇作家になったと思うんですけども、ターゲットは中国の方なわけですね。3000万人になった場合、1000万人が中国から来ると言われてます。初めて日本に来る中国の方たち、団体で今たくさん京都に来ていますね。あの方たちにとっては、申し訳ありませんが、京都は別に魅力的な観光地ではありません。ちょっと厳し

い言い方をしますが。平城京1300年，平安京1200年といっても向こうは4000年ですからね。歴史だけで勝負してもだめなんです。もちろん，島国ですから，中国や韓国にかつてあったもので失われたものを私たちはたくさん保存して，日本だけに残ったものもたくさんあります。そういうものをアピールしていけばいいんですが，そういうものを愛して下さるのは，中国の方でもリピーターの方なんです。もう既にリピーターが来始めている。例えば中国の観光客の方たちは，温かい食事でないだめだそうです。だから幕の内弁当とか，精進料理とかは全然だめらしいんです。ところが人間面白いもので，リピーターになってくると差別化を図りたいから，私たちもヨーロッパは，最初はみんなJALパックでロンドン・パリ・ローマ6日間とか行ったわけじゃないですか。でもそのうち「私ヨーロッパはよく分かってるわよ」とアンダルシア5日間とか，そんな楽しくもないだろうと思うところにも行き始めるわけですね，ちょっと通ぶって。やっぱり中国の人たちも，リピーターは京都で精進料理とか，どこかで湯豆腐とかだんだんマニアックになっている。そういうマニアックな方たちに京都に滞在してもらうにはどうすればいいか。

それはやはり，まだ中国にはない現代アートとか，体験型のアートとか，そういうものをきめ細かく用意しておくことによって，この京都への滞留人口というものを増やす。そういう観光政策を今から準備しておかないと，おそらくこの10年間の急激な変化に耐えられないんじゃないか。じゃあそれを誰が下支えするのかということです。それは，アーティストに優しい町をつくって，現代アートを振興して，その基盤の中からそういった観光に耐えるような文化政策というものを作っていかないと，そこを連動させていかないと，この急激な変化には耐えられないということです。

例えば韓国では，ミョンドンという中心街のすぐ近くにチョンドン劇場という国立劇場があります。これは外国人専用の劇場です。10年ほど営業していますけれども，観客の85%が外国人。一番のお得意様は日本からの修学旅行生です。夜1時間くらい，韓国語が一切分からなくても韓国の文化や歴史がよく分かるミュージカルを見せる。非常にきめ細かくて，緞帳が下がっていると，最初に修学旅行生が入場してくる時に「京都府立〇〇高校の皆さんようこそいらっしゃいました」と出るわけです。ミュージカルが終わると，ロビーで出演者が待っていて，ハグしてくれて，高校生は感動するわけですよ。さらに先生の依頼に応じて，昼間は，太鼓とか民族楽器を習えたり，民族衣装を着て一緒に写真を撮ったり，色々なイベントが用意されている。国策でこれをやっているんです。それから，韓国政府は学会とかコンベンションとか，そういったもののエクスカージョンといいますけれども，夜の観光というか，オプションのものも誘致のために使っている。こういうバックアップがないと，これからの観光産業は，ただ単に「金閣寺見てください，銀閣寺見てください，清水寺すごいですね」だけでは，京都をって行く人はたくさんいるでしょうけど，最終的には大阪なり，神戸なりそういうところに宿泊客を取られていく。こういったものはすぐにできるわけではないですからね。つまり，韓国がやっているんなら，京都も明日からやろうと言ってできるものではない。そのための下支えの基盤整備というものが，これから非常に重要になっていく。

じゃあ，韓国は何故これができるかというと，「観光文化スポーツ省」が一つの省庁なんです。

観光と文化は密接に結びついて一つの政策を打ち出すことができるということです。今後は日本も、こういった今までの縦割りを超えて、一体型の政策が必要となってくる。特に京都のような町はそういった政策が必要になってくるのではないかと思います。観光はただ単に観光業者だけがその事業にうまくかかわっていれば良いというわけではありません。僕は最近よく「観光は文化の総力戦」と言っています。全員が文化的な質を高め、自分が楽しみ、その楽しさにかの付加価値、例えば通訳かもしれないですね。外国人にちょっとわかりやすい説明や道路の表示もあるかもしれない。あるいは参加体験であるとか、そういうものを付け加えることによって外からの人にも楽しんでもらえる、そういう構造を作っていくことが大事なんです。

そうすると、じゃあまず自分たちで楽しむためには、ボランティアとか、アート体験とかというものが非常に重要になってくるのではないかということです。おそらく今日このあとのディスカッションの中でも話されると思うんですけども、要するに、今までは先ほどの教育の話でもしましたけれども、文化政策というと何となくほんわかと良いもの、それからそのアートボランティアというのも、余裕のある人の楽しみみたいに考えられていたと思うんですが、そうではなく、町をあげて全員が、全員といっても強制ではないんですが、全員が何らかの形で参加して行って、それが町全体を支えて行く。町全体を活気づけて行ってよそからもお客さんと呼んでくる。そういった重要なアイテムになっていくのではないかということです。

文化芸術による社会包摂

今日の「まつりをつくる」という趣旨からは外れますが、もう一つ最近注目を集めているのが「文化による社会包摂」という考え方です。例えば、失業した方とかは、昔のように成長型の経済だったなら、ちょっと我慢して景気が上向けばすぐに職が得られたわけです。でも、今はなかなか難しいですよ。そうすると、最初はハローワークに行くんですけども、だんだん気分が萎えてきてしまって結局ひきこもってしまう。最終的に完全にひきこまれてしまうと、孤独死とかそういうものにつながったり、犯罪につながったり、社会的なコストやリスクが非常に大きいわけです。そういう方たちに、とにかくアートとかスポーツとかボランティアを通じて社会との接点を失わないようにしてもらおうというのがこの10年、20年、ヨーロッパ諸国が非常に強く力を入れてきたソーシャルインクルージョン、社会的包摂という考えです。今、もう一つ文化の役割として見直されているのがこの点なんです。観光も同じだと思うんです。観光はおそらくこれから地方都市にたくさんの雇用を生み出すと思うんです。しかし、その雇用というのは今までのような賃金労働だけを指すのではない。例えば主婦の方で色々な能力を持っているんだけど、子育てに忙しくてなかなかフルタイムでは働けない。しかし例えば、アートボランティアとか観光ボランティアだったら、1日に2～3時間、子供を保育園に預けてでもやりたいという方がたくさんいらっしゃると思います。あるいはリタイアした方、高齢者の方、こういう方たちでもまだまだ元気な方はたくさんいる。その力を、例えば地域に対する知識を活かしたいと思っている方はたくさんいると思うんです。そういった柔軟性を持って接点を失わずに社会に参加していける、これもアートボランティアの一つの大きな魅力だと思います。これは今後日本が、もう成長型の社会ではなく、成熟型の社会になっていく中で、

非常に大きくクローズアップされていく政策ではないかと思います。

自分たちの「まつり」を

ちょっと駆け足になってしまいましたが、文化芸術というのは好きな人がやっている、ちょっとお高くとまっているという風なイメージがあったと思うんですけれども、是非身近なものとして捉えていただいて、「まつり」というのも、一発のイベントじゃなく常に皆さんが参加していくまつり、本当のまつりというのはそういうものだったと思うんですね。そういう本来のまつりを自分たちの手で取り戻していく。そういう風にとらえていただくといいんではないかと思います。どうもありがとうございました。