

国際文化交流の祭典推進会議幹事会（第3回）

平成30年10月30日

【事務局】 定刻となりましたので、ただいまから第3回国際文化交流の祭典推進会議幹事会を開催させていただきます。

それでは、議事に入る前に、本日の出席者の御紹介をさせていただきます。

まず、本日御説明いただきます有識者の皆様を御紹介させていただきます。

SPAC（静岡県舞台芸術センター）芸術総監督の宮城聡様でございます。

【宮城氏】 宮城です。どうぞよろしくお願いいたします。

【事務局】 ブリティッシュ・カウンシル アーツ部長の湯浅真奈美様でございます。

【湯浅氏】 湯浅です。よろしくお願いいたします。

【事務局】 森美術館 副館長・チーフキュレーターの片岡真実様です。

【片岡氏】 片岡です。よろしくお願いいたします。

【事務局】 続きまして、本日御出席いただいております幹事会の構成員の皆様を御紹介させていただきます。

文化庁文化経済・国際課長の清水でございます。

【清水課長】 清水です。よろしくお願いいたします。

【事務局】 外務省大臣官房文化交流・海外広報課長の代理で、垂井首席事務官でございます。

【垂井首席事務官】 垂井でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

【事務局】 農林水産省食文化・市場開拓課の西課長でございます。

【西課長】 西です。よろしくお願いいたします。

【事務局】 経済産業省商務・サービスグループ クールジャパン政策課の三牧課長でございます。

【三牧課長】 三牧です。よろしくお願いいたします。

【事務局】 観光庁観光地域振興部観光資源課の英課長は諸事情により遅参でいらっしゃいます。

オブザーバーといたしまして、内閣官房東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会推進本部事務局参事官の藤澤参事官でございます。

【藤澤参事官】 藤澤でございます。

【事務局】 続きまして、事務局の出席者を紹介いたします。

外務省大臣官房文化交流・海外広報課の堀田主査です。

【堀田主査】 堀田でございます。よろしくお願いいたします。

【事務局】 最後に私、文化経済・国際課専門官をしております袴田でございます。よろしくお願いいたします。

続きまして、本日お配りしております資料を確認させていただきます。

資料1としまして、湯浅様より御提出いただきました資料でございます。参考資料としまして1から4を配付させていただいております。不足等ございましたら、事務局まで申し付けください。

それでは、議事(1)に入らせていただきます。本日は、3名の有識者の皆様から御発表をいただきました後で、議事(2)としまして、質疑応答に移りたいと思います。

それでは、まず宮城様より、20分程度で発表をよろしくお願いいたします。

【宮城氏】 改めまして、SPAC 静岡県舞台芸術センターの宮城と申します。

私、東京芸術祭の総合ディレクターなる職もただいま務めておりまして、非常に対照的な、あるいは非常に個性のはっきりした2つの演劇祭を手がけておりますので、その2つの対比なども交えながらお話しさせていただきたいと思います。僕は論点というか、今日申し上げたいことは3つございまして、まず1つは、何で国際演劇祭なるものがこの地球上にあちこちにあるのかということ。これはある意味では、とても不思議なことだと皆さん思われませんか。つまり、演劇というのは言葉の壁のある芸術なんです。恐らくあらゆる芸術ジャンルの中で、最も言葉の壁のある芸術なんです。僕も子供の頃は、絵画だとか、あるいは映画だとか、音楽だとか、あるいは文学だとか、海外のものと日本のもの、特に敷居なく楽しんでおりましたが、演劇だけは基本的に日本語の演劇しか、つまり日本で作られた演劇しか楽しめない。また、やる側としては、日本語の分かる人にしか観客として迎えられないという、非常に言葉の壁の高い芸術です。にもかかわらず、世界中に国際演劇祭というのがございます。これはどうしてなのかということについての、僕なりの考察を1点目として申し上げたいと思います。

2つ目は、静岡がどういう方向を目指しているかというお話。ちょうどこの後、湯浅さんからもお話いただけるので、かなりリンクするかなと思っております。

3つ目が、東京芸術祭、これは一体何をやろうとしているのか、僕のビジョンをお話し

したいと思います。

では最初の、なぜ言葉の壁の高い芸術である演劇において、かくも盛んに国際フェスティバルが開かれているのか。僕ら SPAC として、僕は表現の拠点、アーティストとしての拠点は専ら静岡にあるわけなんです。というのは、静岡には劇場があるだけではなくて、劇団がある。静岡県舞台芸術センターというのは、名前だけ見るとセンターとついていて、何かハコモノなのかなという感じですけども、実は劇団なんですね。人間集団、劇団があって、その劇団が必要とする稽古場や発表の場としての劇場がある、こういう順番になっています。これはヨーロッパで、例えばコメディ・フランセーズとか、そういったものは必ずそういう順番で、まず劇団があって、その劇団が必要とする劇場ができていくという順番、これはオーソドックスな順番だと思うんですが、しかし日本では非常に珍しいんですね。つまり、公立の劇場がレジデンシャルカンパニーを持っている。パーマナントなカンパニーを持っているというのは非常に珍しい。日本では先進事例とされています。

僕が SPAC に 12 年前、2007 年ですが、SPAC に赴任というんでしょうか、着任したときに、その劇団自体も僕が引き継ぐ形で、その劇団を僕なりに育ててきました。つまり、オーケストラとちょっと似ていますね。音楽監督がかわっても、オーケストラはもともとありますからね。例えば、ベルリンフィルに誰々が行ったと。そのとき、例えばアバド時代のベルリンフィルとメンバーがそんなにかわるわけじゃないけれども、サイモン・ラトルはどうするかというような、こういう感じにちょっと似ています。これは日本では、まだ数少ない事例ですけども。

僕は、その静岡の劇団を演出して、幸いに世界的な評価を得ることができました。そして、昨年 2017 年ですね、アヴィニオン演劇祭のオープニングを任されるところまでまいりました。アヴィニオン演劇祭のオープニングというのは、演劇界の紅白のトリのようなものなんですね。演劇の世界における凱旋門賞というんでしょうか、何か変なたとえかもしれませんけれども、競馬でいう凱旋門賞のようなものですね。凱旋門賞ととっても似ているところが 1 つございまして、凱旋門賞って世界中から名馬が出走しますけれども、日本の馬も何度もトライしていますけれども、優勝するのは必ずヨーロッパの馬と。一度もその壁を破れてなかった。実はアヴィニオン演劇祭も全く同じで、法王庁中庭のオープニングを任される劇団は、常にヨーロッパの劇団でした。これは世界のほかの劇団がどんなに頑張っても突破できなかった壁なんですけど、初めてアジアの劇団として昨年オープニングを任されました。

そのときに僕は気が付いたんですが、昨年アヴィニオン演劇祭というのは71回目だったんです。今年72回目。すぐ隣の町でやっているカンヌ映画祭も全く同じ71回目だったんですね、昨年。そして世界三大演劇祭といえば、アヴィニオンとエジンバラですけれども、そのエジンバラ演劇祭もほぼ同じ71回ぐらいなんです。これはどうして全く同じなんだろうと考えて気が付いたんですけれども、国際演劇祭、あるいはカンヌ映画祭もそうですが、第二次世界大戦への反省から生まれている。ユネスコ憲章に書いてあるとおり、第二次世界大戦でヨーロッパなり世界が焦土になってしまったときに、何でこんな悲惨な殺し合いをしたんだろうと。それは相手国の文化への理解がなかったからじゃないか。相手国の文化に多少なりともリスペクトがあれば、こんな叩きのめして焦土にしてしまうということにはできないんじゃないかと。ユネスコ憲章だと、戦争は人の心に起こるものだとはっきり書いてありますけれども、人の心に平和の砦を築かない限り、戦争はなくならないんだと書いてありますが、そういう発想ですね。ですから、他国の文化を知るために、国際フェスティバルが必要だ、国際演劇祭が必要だと。

そして、演劇というのは、相手国の文化、相手の文化を最も生な形で知ることができる。確かに言葉の壁はあるんですが、しかし、やはり本当の肉体が、例えば昨年僕らの演劇祭では、静岡の演劇祭では、シリアのダマスカスで作られた演劇を招聘しました。実は上演した時点では、メンバーの半分は亡命していてダマスカスに住んでいませんでしたけれども、しかし、稽古した時点ではダマスカスで作られていた。そのダマスカスに今住んでいる人たちがやってきて演劇をするという、この生々しさは、やはりほかのジャンルにはないものなんですね。

ですから、そのシチュエーションがいくら言葉で語られたり、映像で語られたりしても、どこか隔靴搔痒というんでしょうか、どこか他人事で終わってしまうものが、演劇がやってくると、本当に今、ダマスカスに住んでいる人たちが、ダマスカスで隠れながら稽古をして作った芝居がこれなんだ。その肉体が目の前にあるということ。それによって、一言で言うと、相手に対する信頼が生まれる。リスペクトというやつですね。何かこういう表現をしているこの人たちは、ないがしろにできないなという一種のリスペクトが生まれてくる。そして、相手の文化に対する敬意というものが醸成されてくる。これが第二次世界大戦の直後に幾つもの重要な演劇祭が生まれた、その根本原理なんだろうなと思っております。

もう一つ、これはちょっといくらか観念的に聞こえるかもしれませんが、しかし、70年

を超えている幾つかの演劇祭以外にも、世界にはそのほかの演劇祭がたくさんございます。特に第三世界なんかでも、意外なぐらい演劇祭というのはたくさんあるんですね。こういう後から生まれた演劇祭においては、そうですね、例えば僕が行った中には、コロンビアのボゴタの演劇祭とか、非常に盛んなんです。一体どうしてこういうものが行われるんだろうと。コロンビアはスペイン語の国ですけれども、観客にとっては母国語ではない言葉が話される演劇が次々と上演される。観客は、最近では字幕で何とか意味はフォローしていますけれども、しかし、今日の前でしゃべられている言葉の意味は分からない。

こういう非常に、さっき申し上げたように、言葉の壁というものによって、相手と自分、舞台と自分というものが隔てられている中で、しかし、これはそういう経験をすると、ああ、なるほどと思われるようなことだと思えるんですが、不思議なことに、今俳優がしゃべっている言葉の意味はダイレクトに分からないのに、しかし、この人が願っていること、この人が望んでいること、この人が今強く欲していること、何かその体のバイブレーションのようなものがダイレクトに観客に届いて、一種の共感のようなものが生まれる、そういう瞬間があるんですね。これは本当に不思議なことなんですが、言葉の高い壁を超えて、人間と人間が分かり合えるという、そういう瞬間がある。人間同士というのは、言葉の壁を超えて分かり合えるんだなという不思議な感動が訪れる、そういうときが、それはずっとあるわけじゃないんですが、たまにあるんですね。たまにある。そういう奇跡的な瞬間がある。

そういうことを経験すると、本当に深く人間というものに対する信頼を取り戻す。いや、人間って捨てたものじゃないなという感じが沸き上がるんですね。今のうちにデジタルメディアがここまで進歩して、情報というのは、我々が得る情報というのは、ほとんど肉体を介していないものになっていますけれども、そういう中で、人に対していいねと言ったり逆に死ねって言ったりするような、そういう非常に表面的な付き合いになっていく。この表面的な付き合いの中では、人間と人間の深い信頼というのを実感する、そういう局面は余りございません。

そういう中で、国際演劇祭ではるか彼方からやってきた人間たちが、自分の知らない言葉をしゃべっている。しかし、この人間に何かしらの共感を覚える。そういう瞬間は、とても貴重なものではないか。人間と人間は、実は分かり合えるのかもしれないという、そういう可能性を感じさせる、とても貴重な瞬間なのではないか。そういうことで、むしろ言葉の壁が高い演劇において、国際フェスティバルが盛んなのかなと、僕はそのように考

えております。

では、2 つ目。静岡県舞台芸術センターが中心になってやっております、ふじのくにせかい演劇祭ですが、今までというか、昨年度までは、この SPAC の演劇祭は、1 つの単独の事業という形になっておりました。しかし、今年度から、文化庁の国際文化芸術発信拠点形成事業に採択され、静岡市と SPAC、その両輪というんでしょうか、手を携えて、静岡で行われる幾つかのフェスティバルを 1 つの大きなイベントとして、1 年間を通じて静岡という町は、フェスティバルシティとして盛り上がっているよと、そういう方向に持っていくと考えております。

一般的にそういうアート・フェスティバルは、日本でいろいろと行われてきているとは思いますが、静岡が一番違うところは、これは自分で申し上げるのはとても口幅ったいんですけども、静岡には SPAC という日本を代表する芸術団体があると。これはとても珍しいことなんですね。世界で活躍している芸術団体が、しかも日本にそういう芸術団体はほんのわずかしかなかったが、それが東京以外のところに拠点を持っているというのは、実に珍しいですよ。

ですから、ちょっと大げさなたとえになるかもしれませんが、例えばヨーロッパ全体で見れば、ウィーンという町はそんなに大きな町じゃありませんけれども、しかし、ウィーンフィルという世界のオーケストラがそこにある。そのことによって、ウィーンという町がアイデンティファイされている。それを中心に置いて、ウィーン芸術週間のようなフェスティバルをオーガナイズしていくと。ちょっとそれと規模はまだウィーンフィルまではいきませんが、それと似たような発想で、世界で 3 本の指に入るといっても、必ずしも言い過ぎではないと思うんですが、そのような劇団が静岡にあって、その静岡の劇団を中心としたフェスティバルを静岡市と一緒に手を携えて構築していく。これが日本のほかの地域で行われているフェスティバルとの一番の違いではないかなと考えております。

ヨーロッパでもしも似たようなものをウィーンフィル以外に探すとすれば、イギリスのロイヤル・シェイクスピア・カンパニーが、ストラトフォード・アポン・エイボンというロンドンではないところに拠点を置いている、これと少し似ているかと思います。イギリスを代表する、イギリス一の劇団が、実はロンドンではないところに拠点を持っているというのと少し似ているかもしれません。そして、それを見にたくさんの方がストラトフォードまで行くという、一種のストラトフォードがフェスティバルシティ化していくという、

演劇の都という形でフェスティバルシティ化していくという、そういうイメージを持っています。

そして、国際文化芸術発信拠点形成事業で、何といたってもエジンバラという1つのモデルがあったんですが、もし日本でエジンバラモデルが実現するとすれば、それは静岡以外にないだろうなんて私たちも考えまして。SPACのやってまいりました、SPACが中心になって僕らのネットワークで世界の一流というか、最先端の劇団を招いてくるわけですけれども、それだけではなくて、静岡にはもう一つ、秋に大道芸ワールドカップという非常に規模の大きな催しがございます。大道芸ワールドカップが秋の目玉になり、春はこのSPACの演劇祭がある。そしてこの先、夏にもフェスティバルを作っていこうと考えています。

この夏のフェスティバルは、僕のイメージでは、例えばアテネの夏のフェスティバルのようなもの。つまり、インバウンド、海外から、特にアジアから文化・芸術に関心の高い、いわば富裕層と言われる方たちが随分訪れるようになるでしょう。その方たちに満足してもらえるような、一流で、しかもクラシカルな芝居を上演する。例えば、シェイクスピアであるとか、ギリシャ悲劇であるといったような、これはアジア人に限らず、今、地球の上に住んでいる人全員にとっての基礎的な教養。地球の基本的な財産、知的財産。地球全体の知的財産と言えるようなものを、一流の上演で、例えば公園で広く観客に開いて見ていただく、そういうコンテンツを中心にしながら、そこにファインアートであるとか、音楽であるとかを混ぜた、そういう夏のフェスティバルもやがて作っていきたい。2020年にはそれも大きく展開していきたいと考えております。これが静岡のフェスティバルです。

最後にわずかな時間ですが、東京芸術祭についてお話ししたいと思います。東京芸術祭は、僕は総合ディレクターというポジションで、これは僕自身の作品を発表するというような発想ではありません。もっと単純に、東京にはこれまでフェスティバルトーキョーであるとか、池袋の東京芸術劇場が自分たちでオーガナイズしている秋のプログラムであるとか、あるいはアジア舞台芸術人材育成部門という、東京都が直接やっていた事業であるとか、豊島区のやっていた事業であるとか、いろいろな演劇関連、舞台芸術関連のフェスティバルのようなものがあつたんですね。これは群雄割拠のような形になっていて、大きな目鼻がなかったんです。それを僕が1つ風呂敷に包んで、風呂敷の結び目みたいなものに僕が就任して、全体としてはこっちの方向を目指したいんだというビジョンを提示して、みんなで力を合わせてそっちへ進んでいこうと。

まず1つは、東京というこれだけの大きな規模を持った都市ですので、そこに例えば世

界の5本の指に入るような芸術祭がないというのは残念なことですね。ですので、東京芸術祭という1つの大きな風呂敷に包んで、世界の5本の指に入るフェスティバルに育てていきたいと。

それから2つ目としては、やはり演劇の世界でも世代交代が焦眉の課題になっております。僕、今59歳ですけども、僕ないし僕より少し上ぐらいの世代が、この20年間何か牽引してきたというところがございまして、早く次の世代を育てないといけません。その意味で、僕が風呂敷包みの結び目になって、数年間で実際の運営ができる40歳ぐらいのスタッフを、僕より20歳ぐらい若い世代を何とか育てていきたいと思っています。

3つ目、これはとても大きなことなんですが、東京は分母が大きい。首都圏は何しろ3,000万人の分母がございます。そういう中で、演劇業界といいますか、舞台芸術業界というのは、いわゆる顧客の囲い込みという手法によって生き長らえているんですね。コアな客を囲い込むということによって生き長らえているんです。コアな客を囲い込みさえすれば、その人たちは熱狂的なファンなので、入場料が1,000円ぐらい上がっても必ず来てくれる。2,000円上がっても来てくれる。こうやって顧客を囲い込む。こういうことはプロダクトの世界ではよく行われていることですが、顧客を囲い込むことによって生き長らえてきた、およそ15年間この手法で、東京の演劇界がきてしまったために、劇場に来る人と劇場に来ない人の間にはっきりした溝ができてしまいました。東京の都民のほとんどは、劇場に行かない人です。行こうと全く思わない人。そしてごく一部、熱狂的に劇場に行く人がいるという、こういういわゆる分断が起きてしまいました。

このままでは、芸術の本当の価値も発揮できません。芸術の本当の価値というのは、何か社会が、言ってみれば例えば排外主義とか、途方もない勢いで風が吹くようなときに、いや、ちょっと待てよと。何か少し客観的に物を見たりする、そういう力が実は芸術の本当の力なんですね。芸術というのは、とある時代の熱狂からいくらか距離をとることができる。それが一流の芸術の真の価値なんですけど、とある熱狂といいますか、何か強い風が吹いているときに、しかし、さっき申し上げたように、芸術を愛好する人というのがはっきり分断されてしまっていたら、その人たちはほかの人たちから見れば、ただの既得権層ということになって、既得権層が何か言っているよというだけになってしまうんです。

それでは芸術の本当の力は発揮できません。ですので、何とか溝を埋めて、あるいは分断を縫合して、縫い合わせて、お客様が、例えば地元の町内会の人たちが祭りに参加するように、例えば東京の池袋で公演をやっているならば、池袋で働いている人や、池袋で乗降す

る人、そしてもちろん近くに住んでいる人、そういう人たちが何となく今、演劇祭やっているよね、ちらっと見ていこうかというふうになるような、そういう分断の縫合の1つの成果を出したいなと思って、それが東京芸術祭として、私が狙っているところです。以上です。

【事務局】 ありがとうございます。

続きまして、湯浅様より御発表をよろしくお願いいたします。

【湯浅氏】 湯浅です。どうぞよろしく申し上げます。

本日は、英国の事例を御紹介をしたいと思います。スライドを幾つか、エジンバラの芸術祭の関係の方からお借りしたので、英語のままになっているところが結構多くあります。御説明をしますので、御了承ください。

英国でも、ロンドンだけではなくて英国全土で、様々な形でフェスティバルが行われています。それぞれの都市の実情や社会的な状態、またビジョンに合わせていろいろな芸術祭が行われているんですが、今日は特に、宮城さんのお話の中でもエジンバラについて言及がありましたけれども、エジンバラの芸術祭について、少しケーススタディとして御紹介をしたいと思います。特にマネジメントとか戦略についてフォーカスして、短い時間ですが、御紹介をします。

エジンバラの芸術祭といいますと、皆さん多分何となくイメージがあるのが、国際演劇祭と国際フェスティバル、フリンジ・フェスティバルではないかと思うのですが、実は年間通して約 11、大きなフェスティバルがエジンバラという都市の中で行われています。年間を通して 3,000 以上のイベントが行われ、2 万 5,000 人のパフォーマー、アーティストの方が参加し、450 万人の観客が世界中から、70 か国以上から集まっているというのがエジンバラです。こういった数字からも、エジンバラは、世界有数のフェスティバルシティであると言えます。このフェスティバルの成り立ちについて御紹介します。先ほど、宮城さんから、エジンバラだけではなくアヴィニョンその他、カンヌもそうですね、大体 1945、6 年、7 年ぐらいに今の主要なフェスティバルと呼ばれるフェスティバルができたというお話がありました。先ほどなぜ起きたのかというのは、宮城さんの方から丁寧に説明をいただいたので繰り返しませんけれども、やはり非常に大きいのが、第二次世界大戦で世界が分断されてしま、そうした中で、文化・芸術を通して世界の人々をもう一度つないでいこうという動きがありました。エジンバラでは、一番最初にインターナショナル・フェスティバルがスタートしました。インターナショナル・フェスティバルのビ

ジョンというのは、人間の精神性を開花させていこう、世界中の人間の精神性を開花させ、そして人々やアーティストをつないでいこうということで始まりました。それがインターナショナル・フェスティバルです。

この大きなフェスティバルをやろうと思った方々が、実は英国中場所をいろいろ探して回ったんですね。その中で、このエジンバラという町、非常に歴史的にもありますし、文化的にも豊かなエジンバラでやろうということで始まりました。そこで、エジンバラ市やブリティッシュ・カウンシルも、創設時の共同パートナーとして、フェスティバルの設立に協力しました。エジンバラ・インターナショナル・フェスティバルは、世界の優れた演劇、ダンスや音楽などを紹介するパフォーミングアーツのフェスティバルです。このフェスティバルが目指したものというのは、世界最高の芸術をエジンバラ市民、そして世界の人々にプログラム、キュレーションをして提供していこうというものです。そこで、このインターナショナル・フェスティバルに選ばれなかったカンパニーがたくさんありました。そこで地元や英国のそのほかの地域の8つのカンパニーの人たちが、呼ばれないんだったら自分でやるよといって始まったのがFRINGE・フェスティバルです。そして、同じ年にフィルム・フェスティバルも始まりまして、その後、ここに書いてありますが、全部で11のフェスティバルが現在、エジンバラ市で行われています。

観光客にもとても人気があるのがミリタリー・タトゥー、あとジャズ・フェスティバル、ブック・フェスティバル。エジンバラはユネスコの創造都市のネットワークの中の、シティ・オブ・リテラチャー、文学の都市でもあります。非常に文学も盛んな町でして、文学フェスティバルにも世界中から来場者が来ています。

そして、サイエンス・フェスティバル、ストーリーテリング・フェスティバル。イマジネートというのがありますが、これは子供のためのパフォーミングアーツのフェスティバルです。そして、ホグメニイ。これは年越しの大きなフェスティバルです。そして一番最近設立されたフェスティバルが、2004年に始まったビジュアルアートのフェスティバルです。

次のスライドを御覧ください。横軸が月で、縦軸が観客数です。これを見てお分かりいただけるように、1年間を通して、この11のフェスティバルがエジンバラで行われています。観客数で見ると、FRINGEが一番多い観客を動員しています。その後に国際フェスティバル。ただこれ、観客数が多ければいいのかということでは全くございませんで、例えば一番観客数が少ないのが、5月にあるイマジネートというフェスティバルで

す。これは子供のためのパフォーミングアーツのフェスティバルなので、そもそも大きなフリンジのような、何百万人もの観客を対象にしたフェスティバルではありません。ですけども、世界の子供のためのパフォーミングアーツのフェスティバルの中でも非常に有数のものです。子供たちを対象に作品を上演するだけでなく、世界の子供を対象にしたパフォーミングアーツのフェスティバルのディレクターやプロデューサーの人たちのための国際デリゲーションプログラムというのも組んでいます。ですので、このフェスティバルは専門家が会おう場としても非常に注目をされています。

このように一口にフェスティバルといっても、それぞれの目標や目的に応じて全く違ったビジネスモデル、目標設定というのがされています。例えば、先ほども申し上げたように、インターナショナル・フェスティバルは、世界中の非常に優れた質の高い作品、パフォーミングアーツの作品を、プログラミングディレクターがキュレーションをして提供するというものです。このフェスティバルの収益構想を見てもみますと、約 37%が公的資金、残りの 30%がチケット収入、そして 26%、約 3分の1 がスポンサーシップやトラスト・ファンデーションなどによるいわゆるファンドレイジングからの収入になります。公的資金、チケット収入、ファンドレイジングが 3分の1 ずつとなっています。

フリンジ・フェスティバルを見てもみますと、フリンジというのは最初のところで成り立ちについてお話ししましたが、そもそもグラスルーツで始まったものなんですね。世界中フリンジ・フェスティバルが開催されていますが、フリンジと一言でも、成り立ちや目的や目標というのが全然違っていると思います。エジンバラのフリンジは、オープンアクセスのフェスティバルというふうに言われています。エジンバラでこの期間中に、会場を確保して、公演を開催できる人たちは、誰でも参加していいですよというオープンアクセスのフェスティバルになります。このフリンジを運営しているフリンジソサエティという団体の一番のミッションは、世界中のパフォーミングアーティストが、世界の観客に向けて作品を発表する機会を提供するというものです。彼らのプログラムをみると、かなりの部分が BtoB で、パフォーミングアーツのカンパニーやアーティストを支援するためのプログラムが多く用意されています。そういった、特にパフォーミングアーティストをサポートしていき、オープンアクセスのフェスティバルなので、先ほどのインターナショナルとは全く資金構造が違って、ここに関しては、公的資金率は非常に少ないです。そのかわりに参加する人たちからの参加料、やボックスオフィスのコミッション、または電話帳のような大きなプログラムを制作しているのですが、その広告収入など、自助、自分たち

が稼ぐといたしますか、そういったもので約 6 割以上、3 分の 2 ぐらいの収入を得て運営をしています。

そのほかのフェスティバル全部が、それぞれのミッションや目的に応じてビジネスモデルを確立しています。そして、公的資金が非常に厳しい中で、それぞれのフェスティバルが成長していくための戦略を立てています。

このエジンバラのフェスティバル、47 年から始まって非常に長い歴史がありますが、大きく飛躍したきっかけになったものがあります。2006 年に、Thundering Hooves という提言書を発表しています。どうしてこれを出したかという、世界有数のフェスティバルを運営しているという自負はありながらも、2000 年を超えてくると、世界各国で芸術祭が盛んに行われるようになってくる中で、果たしてエジンバラのフェスティバルが世界的競争の中できちんとしたポジションを築いているのだろうか。このコンペティションの中で自分たちの位置はどのようなのだろうかということを検証するために、この提言書を出しました。

これはエジンバラ市、スコットランド政府、あとスコットランドのアーツカウンシルであるクリエイティブ・スコットランド、観光庁、また経済団体、そういった全てのステークホルダーと一緒に委嘱をした大きなレポートです。Thundering Hooves というのは、轟く蹄みたいな意味なんですね。なので、後ろからひたひたひたひた大きな蹄で追いかけていているというような危機感から出たレポートです。

このレポートを 2006 年に発表した後、2015 年に改訂版を発表しています。2006 年に発表された最初のレポートでは、エジンバラのフェスティバルというのは、まだ世界的なフェスティバルの中でも非常に優位性があるということが報告されました。だけれども、今後、さらなる成長を担保していくためには、より戦略的に計画を立てなければいけないということと、それぞれ独立した団体である 11 のフェスティバルが、ばらばらにマーケティングなどの戦略を立てたり、または政府、自治体に働きかけをするよりも、連携を強化する必要があるだろうということが提案されました。さらに、今後のテクノロジーやソーシャルメディアなどの進化に伴い、イノベーションに対する投資というのが必須であるというコメントもありました。そして 2015 年に発表された改訂版のバージョン 2 では、さらに経済的、社会帝に新たな課題に直面している中で、フェスティバルが発展していくために新たな提案がなされています。御興味のある方、Web で全部ダウンロードできますので、御覧ください。

この Thundering Hooves でなされた提案の一つが、11 のフェスティバルの連携を強め、

というものでした。ただ、実際には、個々のフェスティバルが時に競合関係になるということもあり、一口に連携といってもそう簡単なことではありませんでした。そこで、11のフェスティバルのディレクターが全員参加するフェスティバル・エジンバラという集合体の組織を新しく作りました。これも、各フェスティバルと同様、独立した機関になります。このスライドで、一番下にあるロゴがある組織が、ステークホルダー、パートナー機関です。フェスティバル・エジンバラが、各関係団体と連携し、そしてフェスティバルを成長していくために、様々な戦略を練りました。

このフェスティバル・エジンバラ、実はそんなに大きな組織ではありません。11のフェスティバルのディレクターが一番トップにいながら、スタッフとしては非常に少ない人数で運営しています。集合体としての共通のミッション、共通の目的を設定し、そして集合体としての6つのプライオリティ、戦略的優先事項を設定しました。1つは投資（インベストメント）、アドボカシー、マーケティング、エンゲージメント、スキルディベロップメント、リーダーシップです。これらのプライオリティエリアについて、様々な取り組みを展開しています。

さらに、特定のテーマについては、ワーキンググループを作っています。例えばテクノロジーへの投資や、マーケティングなどについてのワーキンググループなどです。それぞれのフェスティバルには、もちろんマーケティング担当がいて、各フェスティバルのマーケティングを担当しています。フェスティバル・エジンバラは、個々のフェスティバルのマーケティングではなく、フェスティバルの集合体としてのマーケティング戦略を担っています。こうした、フェスティバルの集合体となる組織を作ったことにより、各フェスティバルの連携が強化され、スコットランド政府やエジンバラ市などの政府・行政関係者、その他の関係団体やスポンサーとも戦略的にパートナーシップを組めるようになりました。また、フェスティバルの価値を可視化していく効果検証についても共同で取り組んでいます。エジンバラのフェスティバル関係者が良くしているのは、『パートナーシップ』が最も大事であるということです。こちらのスライドは、フェスティバル・エジンバラのパートナーシップについて説明したものです。左からスコットランド政府、ビジネス関係のスコティッシュ・エンタープライズ、3つ目はクリエイティブ・スコットランドでして、スコットランドのアーツカウンシルです。次に、観光庁であるビジット・スコットランド、そしてエジンバラ市、その次がブリティッシュ・カウンシルです。このような多様な機関とのパートナーシップを築く際に大事なことが、各機関の戦略的な優先的な事項と、自分

たち、フェスティバルの専門性が共通するところを非常に明確にしながら、自分たちの貢献できることをデータやエビデンスを提示しながら対話をしています。例えば、スコットランド政府には、まずはスコットランドというブランドを確立するという大きなプライオリティがあります。

そこで、スコットランド政府と対話する際には、スコットランドのブランドを確立するためには、フェスティバルは大きく貢献しているということをエビデンスを持って提示します。ビジネス分野の団体であるスコティッシュ・エンタープライズに対しては、フェスティバルが経済効果が非常に高いということを数字で示します。そして、アーツカウンシルであるクリエイティブ・スコットランドに対しては、スコットランド全体の文化を豊かに力強くしていくためにフェスティバルは貢献します。また、観光への高い貢献度を提示しながら、観光庁との連携を探ります。そして、エジンバラ市についてですが、エジンバラは、市として非常に格差が多いという問題を今抱えています。その中で、地域やコミュニティを力強くしていくことについて、フェスティバルの貢献できることを提示し、エジンバラ市と対話をしています。そして、国際的なアートの専門家や文化政策関係者が出会う場としてのフェスティバルの意義を推進するために、共通するミッションを持つブリティッシュ・カウンシルと共に連携をしています。

このように、フェスティバルの広範な価値を明確に提示することにより、多様なパートナーとの連携を強めているのです。一つ、具体的な例を御紹介します。国際連携に関して、ブリティッシュ・カウンシルとクリエイティブ・スコットランドとフェスティバル・エジンバラでここ数年連携して Momentum という事業を行っています。これは、エジンバラがフェスティバルで活況を呈する8月に、世界の文化関係者をエジンバラに招聘し、それぞれの目的に応じて視察プログラムもカスタムメイドで組むという、大規模な国際デレゲーションプログラムです。ここ4年ぐらい、日本からも文化関係者に参加していただいています。これまでに、静岡市、アーツカウンシル東京、東京都、横浜市やその財団といった、行政関係の方々に加えて、フェスティバルや演劇の制作者、プロデューサーにも参加していただいています。この Momentum が目的としているのは、スコットランドと世界の文化関係者のネットワークを構築し、コラボレーションを促進するということです。すでに、日本をはじめ参加した国々との間で、様々なコラボレーションが生まれています。

もう一つ、こういったパートナーとの対話を実現していくために、このフェスティバル・エジンバラが力を入れているのが、フェスティバルの効果検証です。最近、日本でもロジ

ックモデルやアウトカムという言葉が文化の分野でも使われ始めていますが、フェスティバル・エジンバラもフェスティバルのロジックモデルを構築し、フェスティバルの中長期のアウトカム明確に決定しています。そして、それぞれのアウトカムの達成度合いを検証するために、KPIを設定し、さらに効果検証のためのインパクトスタディを行っています。この11のフェスティバルの中の1つのエジンバラ・インターナショナル・フェスティバルの方と今年話をしていたんですが、インターナショナル・フェスティバルも、現在今後の新たな戦略というのを立てているとのことでした。その際に、スコットランド政府のナショナル・パフォーマンス・フレームワーク、いわゆる政府全体の戦略の枠組みを参照しています。現在、スコットランド政府は、11個の優先的な戦略分野があり、それぞれにアウトカムとKPIを設定しています。子供や若者、コミュニティ、健康、人権、国際、文化などの分野があります。これまでは、フェスティバルは文化の分野に対して貢献するとされてきました。今後の新たな戦略を練るに当たり、スコットランド政府の文化だけでなく全政策分野について、フェスティバルがどう貢献できるか検討しているそうです。例えば、仕事、新たな雇用を生み出す。または人々の健康に寄与する。そういったフェスティバルの効果を提示しつつ、どういう具体的に貢献できるのかというのを、今後の戦略作りの中に反映していきたいと言っていました。もう一つ、フェスティバル・エジンバラが力を入れているのが、マーケティングです。先ほど静岡でも、幾つかあるフェスティバルを1つにして、ブランディングをしていくというお話があったと思うんですが、このエジンバラは、数年前から『ワールド・リーディング・フェスティバル・シティ（世界を代表するフェスティバルシティ）』というのをキーワードに、全体的なマーケティング戦略を練っています。この、『ワールド・リーディング・フェスティバル・シティ』というのは、観光関係、ビジネスの関係、行政関係とも共有しているビジョンです。

先ほど、年間通して11のフェスティバルが開催されていると申し上げましたが、8月がピークとなっています。ブック・フェスティバル、アート・フェスティバル、ミリタリー・タトゥー、フリンジ、国際フェスティバルと、8月に一番多くフェスティバルが開催されます。毎年、9月中旬か下旬ぐらいに、その年の夏のフェスティバルのレポートが発表されます。

このスライドが今年の数字です。昨年、設立70周年を迎えたインターナショナル・フェスティバルは、今年、さらに成長をし、60か国から2,800のアーティストが参加しました。エジンバラのフリンジ・フェスティバルは、52か国のアーティスト・カンパニーが参加し

世界中から、バイヤーが訪れました。フリンジや国際フェスティバルが開催される夏のエジンバラには、世界中のパフォーミングアート関係者が集まり、世界の専門家が訪れるマーケットプレイスになっています。

フェスティバルの効果検証、インパクトスタディについても簡単に御説明します。まず2010年に最初のレポートを発表しています。これは、当時、世界の国際フェスティバルとして初めて、国際フェスティバルの包括的なインパクトを検証したレポートだと言われています。フェスティバルの文化的・経済的・社会的・環境的な効果というものを、それぞれの分野で細かく検証をしています。

そして、5年後の2015年にも第2弾のインパクトレポートを発表しています。これが5年ごとに、フェスティバルの効果を検証することにより、経年での変化を計ることができるようになってきました。また、ここ数年、スコットランド政府から、エクスポファンドという大きな助成金を受けていました。これは、スコットランドの文化を世界に紹介していくための大きな助成金なのですが、この助成金により、どんな効果を上げたのかを検証するレポートも発表しています。さらに、クリエイティブ・スコットランドの助成金も獲得しているので、その効果を検証するためにフェスティバルがスコットランドの文化全体に対してどういうインパクトがあったのかということをもとめています。

そうした、効果検証の結果明らかになった、フェスティバルのインパクトをいくつか御紹介します。例えば2015年は、1年間を通してフェスティバルに450万人が来場しています。それは、オリンピックに次いで、一番来場者数が多いイベントというのはワールドカップに匹敵する来場者数だそうです。ワールドカップは4年に1回しかやらないけれども、エジンバラのフェスティバルは毎年開催して多くの観客を動員していると訴えています。また、スコットランド、このフェスティバルに参加した市民のうちの89%が、フェスティバルがあることによって、自分たちの都市であるエジンバラに対してのプライドが高まったと答えています。また、92%がフェスティバルがあるからこそ、普段参加することができないような革新的なアートに触れる機会があるというふうに言っています。さらに2015年には、3億1,300ポンドの経済効果をスコットランドにもたらしています。これは2010年から比べますと24%の増加で、いわゆる産業規模でいうと、ゴルフ産業よりも多いそうです。ということは、スコットランド最大の産業がフェスティバルですという議論付けをしています。

本日御紹介させていただいたエジンバラのフェスティバルを例に言えるのは、国際フェ

スティバルが、本当の意味で社会や経済、または文化的にも大きな効果を上げるためには、自治体だけではなく観光やビジネス、そして教育関係者、そして文化関係者、あらゆるセクターとの連携が必要であると言えます。それを可能にするためには、フェスティバル自体の明確なビジョンやミッションの設定、そしてそれに応じたビジネスモデルの設定が必須となります。さらに、フェスティバルを運営するマネジメント人材が必要になります。プログラムをでいれくしょんでできる人材だけでなく、多様なセクターと連携ができ、効果を検証し、運営をできる人材というものの育成が今後必要ではないかと思います。

【事務局】 ありがとうございました。

それでは、最後に、片岡様より御発表をよろしくお願いいいたします。

【片岡氏】 最初に、現代美術の現状を少しお話しさせていただいた方がいいかなと思って、資料を用意しました。今うかがっていた演劇やパフォーマンスの状況と大変似ていて、興味深く思いました。とりわけ90年代、若しくは2000年代以降、世界の現代美術の状況は大変大きく変化しています。従来はアーティストが制作した作品は、アーティスト・ラン・スペースなどで、自分たちで自主的に作品を発表するか、商業ギャラリーで作品を発表して販売をされていました。それがいずれは美術館とかコレクターのもとに収集される。そして、ビエンナーレ、トリエンナーレなどの国際展というのは、19世紀末に始まったヴェニス・ビエンナーレ、1950年代に始まったサンパウロ・ビエンナーレ、ドクメンタなどは非常に特別な存在だったわけです。美術館では、物理的に作品をケアするために、キュレーターという専門職が発展してきました。

それが90年代以降、どのように変わってきたかといいますと、例えば商業ギャラリーの活動がグローバル化し、大型ギャラリーは世界各地に支店を持つようになり、一部のギャラリーは企業化しています。ギャラリーを集めたアートフェア、見本市のようなものですが、そこに世界中の優良ギャラリーが集まって作品を販売するというシステムが一般化し、アートバーゼル、もしくはフリーズといったブランドが大きなものになっています。

それから、世界各地の美術館数も増大し、それからビエンナーレ、トリエンナーレといった国際展も、とりわけ90年代以降に急増しています。アジアでは95年に韓国の光州市で始まった光州ビエンナーレがその先鞭をつけたと言われています。図中の赤丸がキュレーターという役割があるところですが、全体のコンセプトを決めて作品を選び、そして制作過程を統括していく映画監督のような役割が求められるようになったという経緯があり

ます。

アーティスト・ラン・スペース，美術館，そして国際展といったものは，基本的にはノット・フォー・プロフィット，非営利の世界です。美術館や国際展では作品の販売はしません（出品作が会期終了後にギャラリーによって販売されることはあります）。一方，商業ギャラリー，オークションハウスなどはフォー・プロフィット。こちらでアートマーケットが形成されています。

この2つは微妙に重なり合って，国際展や美術館から評価されながら，マーケット的には難しいアーティスト，市場では高額だが，国際展ではなかなか見られない作家など，両方で活躍しているアーティストももちろんいますが，微妙な差異があります。また近年は，ソーシャリー・エンゲージド・アートと言われる，地域の活動に深くコミットしながら，どちらかという問題解決型のアートがあります。国際展や美術館はこうした活動の発表の場にもなっています。

このように大きく変わってきたのは，90年代以降，多文化主義が広がってきて，世界各地の多様な宗教や言語などがアートの世界でも意識されるようになりました。

サミュエル・ハンチントンという政治学者が『文明の衝突』という有名な本を書きましたけれども，彼は日本は孤立するであろうと指摘しています。その理由として日本語が日本でしか語られていない言語であること，最初に世界で近代化に成功した非欧米圏の国家でありながら，完全に西洋化しなかったことなどを挙げています。合意するかどうかは別にして，1990年代以降の世界における日本の立ち位置を考えるには興味深い指摘だと考えています。

国際的な芸術祭が国主導で開催される場合，これも教育の問題に大きくかかわってくるのですが，美術の歴史について触れたいと思います。これまで美術の教育の中では，基本的には日本美術史，そして西洋美術史を学んできました。西洋あるいは欧米の動向と日本を比較するという考え方は，恐らく美術に限らず様々な分野でそうであったと思いますけれども，今日ではワールド・アートヒストリーという考え方が広がっています。日本以外にもアジア太平洋諸国，そしてアフリカ，ラテンアメリカ，東ヨーロッパなどあらゆる地域で，自国の歴史と中心と言われていた西洋美術について学んできていたのですが，そうではなく，世界各地の美術がいつどのように発展してきたのかという歴史を，先端と遅延，中心と周縁という関係ではなく，パラレルに学んでいくべきだというように大きく変化しています。

先ほど宮城さんのお話にもありましたけれども、現代美術も実にこのように世界中から発生しているわけで、美術に関わる者としては、こうした全世界の活動についても目配せをする必要がある時代になっています。国が国際的な芸術祭典を開催するとしても、グローバルに各地域をカバーしなければならず、それはなかなか大変なことであると申し上げておきます。

アジアだけを見ても、90年代には、日本とオーストラリアが文化交流を牽引してきたところがありますけれども、ご存知のようにアジア地域でも経済の振興に伴って、ビエンナーレ、アートフェア、そして美術館の建設が進み、美術館活動とビエンナーレとアートフェアという三つ巴がそれぞれの地域のアートの力を評価軸になっていると言えるようになりました。

例えばシンガポールは、都市国家であるということもあって、文化政策を政府主導で非常に効率的にやっています。ナショナルギャラリーが数年前にオープンし、シンガポール・ビエンナーレも2006年に創設され、そしてアートフェアも招致するというように、うまい形で三つ巴がバランスがとれています。

それから、香港はM+という美術館を2020年開館予定で、東洋のMoMAあるいはポンピドゥーセンターになるような、大変大きな計画を進めています。

アートフェアでは、アートバーゼル香港がアジア太平洋地域で最も重要なアートフェアになっていまして、香港にはビエンナーレはありませんが重要な場になっています。

最近ではタイでもバンコク・アート・ビエンナーレが数週間前に創設されました。こちらは元文化大臣が主導していますが、資金の8割は民間から調達しているとのこと。タイではこれ以外にあと二つのビエンナーレが今年創設されました。

このようにアジア地域は大変エネルギッシュに現代アートに関する動きが広がっており、先ほどの演劇の問題と同様に、日本で何をやっていくべきなのかということが、真に問われていると思います。

最後になりますが、現代アートというのは、多くの人たちが学校で習ってきた美術の授業、図画工作という概念とは異なるものであると考えた方が良いでしょう。現代アートを通して、特定の場所や時代を超えて、世界がどのようなことになっているのかに触れることができます。異なる専門領域に接続しながら、いかに多様な、若しくは俯瞰的な視点で世界を捉えることができるのかという、総合的な領域に拡大していると、頭を切り替えていただく必要があります。

その背景には世界の現状の理解に疑問を呈する批評的な視点が見られることもあるでしょう。芸術祭をやるときには、例えば政府批判をするような作品も含まれるかもしれませんが、政府主導でやる場合にもこうしたものを許容することができるのかという懸念が残ります。批評的なものを全て排除してしまうと、現代アート、現代的な芸術の表現が持っているそもそもの性質を削っていくことになってしまいますので、これをどこまで許容できるのかというのは、ひとつの課題としてあるかなと思います。

また、現代アートは時にはとても具体的な問題提起をする場合もありますが、時には抽象的、哲学的なレベルで世界の在り方について考えさせるものでもありますので、これを単純に難しいからといって排除してしまうと、これまた長い美術の歴史そのものを受け入れられないということになってしまいます。楽しいだけではない、現代アート本来の性質をいかに受け入れていけるかは課題かと思っています。

画像は以上ですので、レジュメに戻っていただきましょう。まずは、国際文化交流の必然性というのを、改めて問いたいと思っています。50年代、文化を通して国際交流を求めた時代と、現在は違っているのではないかと。世界各地で分断の時代と言われていますが、文化の力を通じた国際交流が必要な時代、という考え方もあるのかもしれませんが。

日本では1952年に毎日新聞社が主催で、日本国際美術展が始まりました。これが後に東京ビエンナーレと呼ばれるようになりますけれども、1970年に大変規模の大きい、そして大変高く評価された第10回東京ビエンナーレを開催しました。国際的に注目されていたアーティストが現地制作をしましたが、そのフォーマットではなかなか続かなかったようです。

私は今年2018年の第21回シドニー・ビエンナーレの芸術監督を、アジア人最初の芸術監督として務めさせていただきましたが、これは73年に創設されています。オーストラリアは地理的に世界の中でも他地域と離れているので、世界とどう繋がるかというのは、当時も今も変わらぬ国としての大変大きな課題です。ビエンナーレなどの国際展で、世界をオーストラリアに呼び込み、またオーストラリアを世界に発信する、そういうプラットフォームとしてシドニー・ビエンナーレは活用されてきました。

日本国内でも芸術祭が急増しています。これらは必ずしも国際性が高いものではなく、むしろ地域に根付いた、地域活性化を主たる目的としたタイプの国際芸術祭が多いです。こうした動向と、世界の動向や成長するアジアの中での芸術的な活動の急増という実態との中でどのようにバランスをとっていくのかは、十分に考慮する必要がありますね。

一方で、主要な国際展を開催するのであれば、そこで日本人をどのように発信するかという逆の構造も一緒に考えられるとよいのではないかなと思います。

次の課題は、国が国際文化交流の祭典で、どのように方向性を決めるのか。合議制ではなく、芸術監督という役割の人に、芸術的な判断をどのくらい一任できるのか。これも公金を使った場合に議論になるところだと思います。

さらには必要に応じて国際的に知名度の高い人材をトップに招聘することで、世界の注目を浴びるといふこともしなければならぬ。そうした知名度の高い外国人の登用も可能かどうか、こういう課題はあるかなと思いました。

それから、国際展、若しくは美術館の財政構造と多様な収入源というふうに書きましたけれども、先ほど紹介したアジアの美術館とか、それからビエンナーレなどは、アジアで急増している個人の富裕層が出資をしている場合が少なくありません。それから、シドニー・ビエンナーレも、基本的には個人が始めたものです。なので、美術館も個人、若しくはプライベートミュージアムが大変大きく成長しているという現実がありまして、その方がお金を使いやすいというか、なかなか難しい申請書などを書いたりしなくてよくて、社長さえオッケーと言えばいいというような、そういうやりやすさがあるものですから、こうしたスタイルのものもありますし、それから、パブリックマネーと、それからそこに民間の資金を入れていくとすれば、どういう種類のものをどのように入れていってバランスをとるのか。若しくは、企業協賛だけではなくて、個人の富裕層を含めた個人支援。例えば、クラウドファンディングのような形でファン層を増やしながらか資金を獲得していくというような、そういう新しい形のファンドレイジングも、今後は成立し得るのかなというふうに思っています。

それから、入場料収入の考え方も、国際展には世界には2つありまして、例えばシドニー・ビエンナーレは無料です。私は7館使ったんですけども全部無料で、3か月で85万人入ったんですけども、それは無料だからであるという考え方は根強いです。ただ一方では、収入源を考えると、例えばベネチアビエンナーレなんかは、たしか3,000円近く取っていたと思います。ドクメンタもそのぐらい取っていると思いますけれども、知名度が高くなれば、収入源の1つとして、入場料収入というのは大変大きなソースになりますので、その辺をどう考えるかということもあるかなと思います。

それから、最後は湯浅さんもおっしゃっていましたが、この大きな国際展を開催していくためには、大変多様な専門性を持った人材を、今から育成していく必要があるな

と。これは急務かなというふうに思っています、近年の国際展では、ただ単に存在している、既にある作品を、どこの町でもいいから持っていきますよということではなくて、例えばシドニーでしたら、シドニーの移民の歴史、先住民の歴史、若しくは産業化の歴史といったものを、海外のアーティストが来て学んで、そこからシドニーに適したオータクチュールの、サイトスペシフィックというふうにありますけれども、そうした作品を作っていくということが、数々の国際展をこなしているアーティストが、それでもなおまた新しくそこに行きたいよというための大きなモチベーションの1つになっています。

そうすると、著名なアーティストは、例えば日本で開催しても、ずっと日本にはいてくれませんか、リサーチに来ます。そして、リサーチをアシストしながら、何を作るか決めたときには、こちら側のプロダクション・マネージャーのような人が多くのことややって、海外にいるアーティストの指示に基づいて、多くの制作を担当しなければいけないというようなことになっていて、はて、鉄工所はどこにあるのかとか、例えば、漁師の網が必要となれば、それはどこで入手したらいいとか、様々なプロダクションに関する知識を持っているプロダクション・マネージャーのような人がちゃんといるかどうかで、国際展の評価は決まるといっていいほど重要になっていますので、こうした人の育成。

それから、先ほど申し上げたキュレトリアル・リサーチャー。リサーチをサポートするような人。それから、もう一つは、美術の国際展の枠組みの中でも、オープニングのあたりを中心に、パフォーマンスというのをやる必要が増えていて、いわゆるパフォーマンスアートと、それから美術の世界のパフォーマンスアートというのは若干違う文脈を経て成長してきたところもありますけれども、近年ではその両方の領域にまたがって活躍している人たちもいて、そうしたものを取りまとめるような、パフォーマンスアートと同時に開催されればいいのかもしいんですけれども、なかなか美術の領域にパフォーマンスをまとめられる人がまた限られているということもあって、パフォーマンス系のキュレーターなんかを美術館が雇用するような動きも、MoMAとかテートのようなどころでは見られるようになっていきますので、そうした人たちを育てる必要があるのかなと。

それから、観客と作品をつなげるという意味では、エデュケーターとか、インタープリテーションをする人、そういうつなぎ役の人たちというのも、これまではボランティアがそれをやるというような概念もあったかと思いますが、必ずしもボランティアだけに依存することが常に正解かというところでもなくて、これもまた新しい専門分野として育成する必要があるのかなと思っています。

それから、レジストラは国際間輸送の専門家です。これもどの作品をどこの地域からどのように持ってくるのかというのを、日本ではヤマトさんとか日通さんとか、輸送業者がある部分はやってくれますけれども、これの手配でかなりコストも変わってくるので、作品の国際間輸送の知識を持った人というのにも必要になってきますし、それから、国際広報という意味でも、ペーパーメディア、それからオンラインメディア両方ありますけれども、これも何百という記事が出ます。それを招致するためにライターを呼ぶとか、それから、これもお金を払って招聘する場合もありますけれども、そうした国際広報に対応できる人というの、恐らく現状の日本では大変限られていると思います。

同時に、ソーシャルメディアで発信をしていくということも、今、森美術館で1人、これだけやっている人がいるぐらい、その発信をするということも大変大きな強みになっていますので、そうした人がいるとか、あとパトロン・リレーション、ゲスト・リレーションというのは、民間資金を、特に富裕層から特別に頂いた場合には、なかなかもらっただけというわけにはいかず、そういう方々がいらっしゃったら、大変手厚いケアをしなくてはいけなくて、いろいろ回るとか、いろいろなパーティーを開催するとか、そういう観光庁の不得意なところとか、飲食も絡むプロモーションをしなければいけない。これは私のケースでは、シドニーに行くたびに、多分10回以上、シドニー市、若しくは地域のポテンシャルパトロン、もしかしたらお金をを出してくれる人たち、毎回100人ぐらい集まります。その人たちに向けて、どういうビエンナーレになりますよというのをプレゼンをして、この人の作品の新作制作に対して支援をしてほしいというような依頼をするという、そういうパトロン・リレーションも、なかなか多分日本では経験者が少ないかなと思いますが、そうしたことも必要になってくるだろうと。

あと最終的には、こうした人に蓄積されていくノウハウを、どのように継承していくのかというのが、この芸術祭タイプのものでは大変難しく、芸術祭が宮城さんの場合のように、場所に帰属している場合には、そこに既にノウハウがありますからそれはいいんですけども、例えば国民芸術祭のように、毎回事務局が移動していくようなタイプのものになると、どういうふうにノウハウを蓄積して、次の回にちゃんとバトンタッチをしていくのかということが、組織の仕組みとしては非常に難しいかなと思います。なかなかビエンナーレ、芸術祭って一気にエネルギーが集中して大変なので、スタッフも長続きせず、3回続けてやる人は少ないぐらいなんです。1回やってやめる人もいますし、2回やって、もう無理といってやめる人もいますし。そうすると、その蓄積がなかなかたまっていかな

いというようなこともあって、組織の運営としてはこういう課題もあるかなということ、ちょっと長くなりましたけれども、今、思っていることはこんなところです。

【事務局】 ありがとうございます。

それでは、有識者の皆様からの御発表を踏まえまして、幹事会の方から御質問等ありましたらお願いいたします。

【垂井首席事務官】 外務省の垂井と申します。今回、芸術祭の思想や哲学の話から、さらには実務的な話まで、大変貴重な意見を聞けたというふうに思っております。

外務省の観点から、それぞれの先生方に御質問したい点がございます。まず宮城先生には、実務の観点から質問させていただきます。祭典推進法に関し、外務省としては12条の海外の祭典実施者との交流・連携、13条の外国政府や国内外関係機関との連携、14条の情報収集の3つの役割がございます。先ほど、静岡に世界の3本の指に入るような劇団があるというお話がありましたが、SPACという素晴らしいセンター及び劇団を運営されているということで、外務省として果たせる役割がございましたら、お聞かせいただきたいと思っております。

湯浅先生に関しまして、実務的なことですが、エジンバラ・フェスティバルへは、例えばSPAC関係者も招待された旨御発言がありました。例えば、費用負担者、実施態様等をお伺いしたいと思います。また、逆に日本が同様の事業を実施する場合に、外務省として求められ得る役割というのはどういったことがあるのかをお聞かせいただければと思います。

最後に、片岡先生に質問です。先ほど、芸術というのは、単にアートを見るというよりは、外国政府との関係で現在の理解に対する批判等がどうしても含まれるというお話がございました。実際にシドニーで総監督も務められ、シドニーやオーストラリア等で芸術家と現地政府との間に立って御苦労もおありだったかと思っております。その御経験を共有いただくことは可能でしょうか。

【宮城氏】 では、私からまずお話しさせてください。静岡と東京では、少し事情が違いますので、まず静岡の方から。

静岡の場合は、SPACという芸術団体がそこに本拠地を持っていて、そのSPACが海外のいろいろなところに行くことで、静岡という場所のアピールをしていくことになるわけですね。静岡という地名は、残念ながら最近までは世界で余り知られていませんでしたが、我々がいろんなところで静岡というところから来た劇団だというのが新聞記事などにたくさん出るようになって、少しずつ固有名詞の認知も高まってきた。静岡側の目論見として

は、静岡というのはどうやら文化的な、芸術的なレベルの高い場所らしいぞという、こういうブランディングを SPAC がまず先導して行って、その後で、例えばお茶であるとか、あるいはミカンであるとか、そういう静岡の産品というものの価値が上がっていく。そして、例えば静岡には織物などもありますので、浜松の昔からある、世界でも実は余り作れる人がいないような布とか、そういうものを本当のヨーロッパの超一流のメゾンで採用してもらうようになるとか、そういった展開になる。それが我々が芸術以外の分野で貢献できるやり方なので、そういう部分でもし外務省がお手伝いいただければ非常にありがたい。

つまり、SPAC だけじゃなく、静岡が海外に出て行って、いかに自分たちのブランドを広めていくかということについて、海外でのお手伝いをもし何らか御助力いただければ、とてもありがたいです。

今度、東京芸術祭の方ですが、東京芸術祭は、いわばプラットホームといたしますか、東京には非常にたくさんのアーティストがいて、毎晚上演している数だけいえば、世界のトップレベルの、数だけいえばですけれども、本数の上演があるわけですね。ただ、これは日本語で行われているという、非常にある意味では不利な側面があって、これが例えば英語であるとかフランス語であるとかと比べれば、非常に海外に発信しにくい条件を背負い込んでいます。それでもさっき申し上げたように、演劇というのは、母国語でない演劇を見ても、時々物すごく感動することがあるので、本当にいいものを見てもらえれば、言葉の壁は乗り越えられるんですが、まだ残念ながら、東京には世界の主要なプレゼンターたちが余り来ていないんです。

僕としては、東京芸術祭に、世界の主要なプレゼンターたちが集まって、そして東京の芝居を、あるいは舞台芸術をいろいろ見てもらうようにしていきたいと考えています。ただ、ほかの主要な世界のフェスティバルに比べて歴史も浅いし、率直に申し上げて予算もはるかに少ない。こういう中で、しかも秋のハイシーズンといたしますか、芸術にとってはハイシーズンの秋の 10 月、11 月という時期に、例えば世界の主要なフェスティバルのディレクターであるとか、主要な劇場のプログラマーであるとか、そういう人たちをいかにして東京に集めるか。

実は、僕が今 1 つ作戦を考えておまして、演劇界では比較的珍しいんですけれども、コンペティション部門というのを東京芸術祭の中に作りたいなと考えています。これはまさにカンヌ映画祭のコンペティション部門があることによって、世界中のバイヤーがカンヌに来て、コンペティション部門以外の作品も見っていきますよね。独立系の、あるいは若

いアーティストの映画なんかを見ていくことによって、そういう若いアーティストの映画が世界に流通していくきっかけになっていく。コンペティション部門にたくさんの主要なプレゼンターが集まるという仕掛けによって、ほかの作品も世界へのゲートウェイが開けるという形になる。それと同じようなことをやれないだろうかと考えています。

これを東京芸術祭の中で、1週間コンペ期間みたいなものを設けて、ここに本当に世界を代表するプレゼンターたちに審査員として、あるいは作品の推薦者として来てもらって、そのほかの東京のアートも見てもらい、作品も見てもらいということができればと思っています。

これに伴う海外と日本の人材の流通がございます。物すごく単純に言えば、例えば渡航費のようなものが相当かかってまいります。こういったところで、もし御支援とか考えていただけるならば、とても東京芸術祭、世界に日本の若手アーティストを紹介していく上で重要なポジションになれるのではないかなと思っています。

【湯浅氏】 今、私への御質問は、国際芸術祭における海外のデリゲーションをどういうふうに行っているかということなんですが、かなりその部分の役割はブリティッシュ・カウンシルが担っています。ブリティッシュ・カウンシルは、国の予算が今、全体の活動資金の13%です。独立した機関として、私たちのミッションは、英国とその他の国の人たちとの関係を作っていくということです。私たちの活動では、一方的な英国文化の発信というのは絶対やりません。

エジンバラのフェスティバルだけではなくて、そのほかいくつかの英国のフェスティバルと連携して、デリゲーションプログラムを組んでいます。その予算については、プログラムごとに、様々な団体とパートナーシップを組んで実施しています。中でも一番大きなプログラムが、エジンバラで2年に1回開催している、エジンバラショーケースです。これは2年に1回、世界のフェスティバルのプロモーターや、パフォーマンスアーツのプロデューサーなど、毎年300名くらいをエジンバラに招いています。その中で、パフォーマンスアーツの専門家の国際的な関係を構築するとともに、英国のパフォーマンスアート作品を紹介をしています。その結果、これまでに300以上を超える作品が国際的にツアーに出ています。

先ほど御説明した、8月に日本の文化関係者を派遣したデリゲーションプログラムのMomentumは、フェスティバルズ・エジンバラとスコットランドのクリエイティブ・スコットランドとブリティッシュ・カウンシルの連携したプロジェクトです。この3つの共済団

体が、それぞれリソースを持ち合い進めています。世界各国に拠点を持つブリティッシュ・カウンシルが、各国の状況に応じて参加者を選定しています。プログラムについては、クリエイティブ・スコットランドとフェスティバルズ・エジンバラが連携をして、デザインしています。

【片岡氏】 私の方への質問で、シドニー・ビエンナーレ直接ではなくて、その前に1つあった事例を紹介させてください。昨年、国際交流基金と森美術館と、それから国立新美術館の3者で、ASEAN50周年を記念するサンシャワーという、東南アジアの現代美術の展覧会をやったんですね。そのときに、オープニングは7月4日だったので、たまたまASEANのチェアがシンガポールから7月1日にベトナムにかわって、なのでベトナムの大使館に挨拶をしに行っています。オープニングのスピーチをお願いしに行ったんです。オープニング、ベトナムの出品参加は誰なのかという資料提供を求められて、それは当然なので基金の方から提出していただいたんですけれども。

1人の作家が、御自身もそうなんですけれども、自分自身も含めて、ベトナムの70年代以降の難民の移動の軌跡を世界地図に刺繍をするという作品を出していて、それを出品してほしくないというふうに大使館の側から言われて、それでアーティストに直接それを言うと、検閲であるということになってしまうので、ただ、最終的にはタイトルに割とはっきりとそういう作品であるという説明がされていたので、タイトルを出さずに、美しい刺繍の世界地図だけを出すという、そういうことにしたんですが。その結論に至るまでのやりとりの中で、作家の中でも気持ちが変わって、やはり出したくないということになり、オープニングの直前だったので、急に出さなくなると、それはなぜなのかということにもなるので、結局説得して出品をしてもらうことにしたんですけれども。その際にはやはり基金、外務省さんにも実はお世話になっていて、あちらの外務省と本国ともやりとりをしてもらって、一応そういう結果にしたんですが。

そのことはやはり美術界からすると、若しくはアーティストからすると、大きな検閲をされたということになって、そのアーティストは、同じ年の昨年秋に、国際美術館会議（CIMAM）という組織があるんですけれども、たまたまその発表者になっていて、日本でこういう経験をしたという発表を、全世界の美術館館長の前で発表をすることになり。私も関与していたので経緯を説明して、その場ではいろいろな方々に納得はいただいたんですけれども。やはり国家が絡むことの難しさと、作品の批評性みたいなところは、なかなか難しいところがあるなと思ひまして。

とりわけ、恐らくヨーロッパではそれほどまで国の政府が関与してくることというのは珍しいと思うんですけども、東南アジアの場合には、最近まで検閲があったミャンマー、ビルマのような国もありますし、いろいろ政府の方針によって、取り締まりがいまだに厳しいところがあったりするので、そういうところはどのようにバランスをとるかというのは非常に難しいなという経験をしました。

ティファニー・チョンというアーティストなんですけれども、彼女の作品を完全にサンシャワー展で見せることができなかつたので、私は本来見せるべきだった完全版をシドニー・ビエンナーレで見せました。それはシドニー・ビエンナーレが独立した組織で、オーストラリア政府、それからニューサウスウェルズ州、そしてシドニー市からも助成金をもらってはいますけれども、組織としてはインディペンデントなノンプロフィット・オーガニゼーションなので、基本的にはその枠組みの中で実施することができたと。特に各国政府にどういう作品を出すという報告をしにいていませんで、できたということもありますけれども、そういう事例は1つありました。

【垂井首席事務官】 どうもありがとうございます。

【西課長】 農林水産省の西です。大変ありがとうございます。大規模な祭典だけでなく、農林水産省も今、食文化発信ということで、日本には全国各地域の多様な食文化に基づいて、食べておいしいだけでなく、なぜその地域でそれが作られて、そういう料理になって、その地域だとこんな味で、こっちだとこういう味でという、いろいろな食回りのストーリーがあるよねと。それをインバウンドの方々に楽しんでいただくというような施策もやっているんですが、そういうことをしていると、3人の先生方からも御指摘があった、人材であったり、それから1回成功したもののノウハウがちゃんと継承されていって、人がかわってもその地域でできるかというのが非常に課題となっております。農水省だけが旗を振って、農水省がどこかの先進的に委託事業者とやっているときはうまくいくんですけども、じゃあそれを横展開しようとか、各地域でやろうといったときに、本当に人材の壁というのは高いと思っています。

片岡先生から、さきほどノウハウの蓄積と継承は難しい。それから、エジンバラの話でも、やはりマネジメント人材というのは大事だよというお話を頂いて、具体的に1国とかではなくて、地域で何かやってみるといったときに、とりわけ行政を関わらずにやるということがなかなか今のところございませんで。行政が入ってくると、物事が動かなくなったりすることもあり、これは我々も反省点なんですけど、そういった事例で、一部の先進

的な方だけじゃなくて、資金面もあるでしょうから、公的部門も入ったりするような事例で、人材が育ったり、次に向けての何らかのノウハウの継承ができたという事例があったり、あるいは静岡の場合ですと、こんなふうに実は公的部門と関わって、SPACさんがブランディングをしているんだけど、その後うまくちゃんと公的な制度的なものにも入って行って、地域としても底上げができていようなどといったような、もしいい事例であったり、あるいは逆にやってもやってもここが課題だと思えるようなところの、どちらか片方で構わないので、御教示いただけたらと思います。

【宮城氏】 おっしゃるとおり、なかなか人材というものが常にボトルネックになっているんですが、SPACの場合もどうやっているかという、まずSPACは、静岡県が設立した劇団ではあるんですが、しかし、他の自治体で作った劇場と違って、人を採用する権限を、芸術監督である僕が全て持っているんです。いわゆる人事権を持っています。このことによって、やる気はあるけれどもキャリアのない若者とか、とある美術家としてのキャリアを積んできたけれども、ここで制作畑に挑みたいんだとか、なかなか他の公立劇場ではまず採用されないようなタイプの人をSPACでは採用して、本当にオン・ザ・ジョブ・トレーニングですけども、なかなか今の日本の公立劇場では積めないキャリアをSPACでは積んでもらっている。

そういう中で、正直やっぱり大変過ぎるということでやめてしまう人もいますけれども、何人かは潜在的な力がだんだん出てきて、いわば雑草のようなどころから、それなりに日本の公立劇場の中でちょっとずつ知られるようになってきた人も出てきました。そういうタイプのいいところは、演劇界のエリートではないので、周りの普通の——普通のというに変ですけども、演劇とほとんど触れ合うチャンスがないような人たちの気持ちもよく分かるんですね。そういうのはとても大事なことで。

つまり、演劇界のエリートって僕が申し上げたのは、例えば海外のアートマネジメントコースの大学院を出たみたいな、そういうタイプも今、案外人数はいるんですけども、そういう人たちと違って、本当に地域住民のこととか分かって、お父さん、お母さんたちも演劇のえの字も知らないような家庭から、そういうお父さん、お母さんを劇場に引っ張ってくるみたいな、そういうことができるタイプです。学問的に高度な理論を身につけた人が、日本の自治体の文化担当者と共通の言語で語れなかったりすることもあるのに対して、SPACの場合、さっき申し上げた国際文化芸術発信拠点形成事業で静岡市と一緒に仕事をするとき、草の根から育ったタイプの制作者が市との間をつなぐことができ、割と

静岡市の若手職員の方もやる気になるというか、SPAC とだったらと、手を携えやすくなっているという側面はあります。

ただ、先ほど產品の話で申し上げた、静岡のお茶のこととか見ますと、本当に人材がポイントで。どういう人が入ってくればいいのかと思うんですが、やはり今までのやり方からなかなか脱却できない。結局、とある地域、例えばどこかの茶業組合というものが昔ながらのやり方で、こんなパッケージじゃフランス人買わないよというようなデザインとかですね。それから、本当はお茶というのは、それこそ最近コーヒーがそのやり方をするようになりましたけれども、ワインのように小さなメゾンとかシャトーとか、小さいところで特別なものを作っているという方がよっぽどブランディングしやすくて、100グラム1万円でも2万円でも本当は売れるはずなんです。ところが、〇〇茶業組合というぼんやりした塊になっちゃっているから、100グラム1,200円のお茶だって高過ぎるといふふうに思われてしまうということになってしまうんです。

こういう昔ながらの考え方、行政も含めて、そういう部分を何か一種のプロデューサーのような人がそこに入って、芸術、あるいはモードがヨーロッパで売り出したように、日本の農産品だって売れるんだよということをうまくリードしてくれる人が登場してほしいなど。僕らはたまたま芸術の世界でそういうやり方をして、つまり一点突破全面展開みたいなやり方をしていますので、何がしか僕らがやっていることと似たようなことが、実は農産品でもできるんじゃないかと思う人が出てきたらいいなど、今願っているような、そんな段階です。

【西課長】 ありがとうございます。

【片岡氏】 人材育成についてなんですけれども、芸術祭、若しくはビエンナーレというように、定期的開催される事業の難しいところは、特にビエンナーレ、2年に一遍やるということは、2年ごとにメンバーを相当かえることになってしまうので、形としてはトリエンナーレという3年に1回のパターンですとか、それから、ヨーロッパで最も大きな——最もじゃないですね、ベネチアは別の形で重要な、ドキュメントというのがありますが、これは四、五年に1回です。それから、あとはミュンスター彫刻プロジェクトというのがありまして、これは10年に1回というタームでやっています。なので、開催頻度も、どの程度にするのが適当なのかということもあるかと思えますし、もう一つは、通常1回目が終わると、次のディレクターを発表して、そこから一からスタートということになるので、同じ人に3回ぐらい一気に頼んでしまうとか、若しくは違う人になったとしても、

先の5年分ぐらいは頼んでおいて、次の人が前のやつを見に来ながら準備を進めるとか、何か2年に1回とか3年に1回とかいうサイクルから抜け出さないと、ノウハウの蓄積と伝承ということは難しいなど、私たちもやりながら思っています。

2年のサイクルというのは、大体実質的に20か月ぐらいなんです。20か月前に発表されて、そこからコンセプトを発表して、調査をして、作家にコンタクトして、新作を考えてもらって、予算の精査をしてというようなことをやっているのはかなりしんどい仕事なので、時間との戦いをどう決めきるのかというのは。

現状では、例えば札幌の芸術祭で働いた人が、次愛知に行ったり、何となく芸術祭旅鳥的な感じになっている人が少しずつ育っているなどという感じはしますけれども。少しリーダーの決め方についての施策はあってもいいかなという気はします。

【湯浅氏】 日本でも多くの芸術祭が各地で展開されていますが、英国との違いの一つが、運営体制だと思います。日本では、かなり多くの芸術祭が、行政が主導しているものが多い印象です。行政の中に事務局があり、市役所や県の職員がスタッフとしてかわり、フェスティバル毎にディレクターや政策チームを組織して、運営しているものが多いのではないのでしょうか。

英国のフェスティバルは、フェスティバル自体が独立した機関であり、行政が運営に関わることはほとんどありません。日本の場合、特にトリエンナーレやビエンナーレは、各回ごとにチームを編成し、かつ行政の方々はアートの専門家ではなく、さらに移動もあるため、経験が全く蓄積されないということがあってはならないで消火。また、1回ごとのフェスティバルを実施することに重きが置かれ、長期的な将来のビジョンを描くことが難しいような気がします。

先ほど、片岡さんがおっしゃったように、海外でもドクメンタにしるビエンナーレにしる、やはり3年に1回とかというときには、チームはがらっと変わるというのは避けられないと思いますが、先ほど御紹介したエジンバラの11のフェスティバルは、それぞれが独立した組織です。それぞれ、独自のガバナンスがあり、ミッションや中長期のビジョンを立てて運営しています。その中に、アーティスティック・ディレクターに加え、ファンドレイズやマーケティング、教育プログラムなど、それぞれの分野で専門的な人材がいます。日本の場合は指定管理があったり、芸術団体の運営基盤が海外とは違うので、海外の仕組みがそのまま当てはまらないとは思いますが、これから日本の中でも、芸術祭という産業というか職種というか、専門性がもっと高まっていくべきではないかと思っています。

先ほど片岡さんが、フェスティバル運営に必要な人材について御説明されていましたが、今後、フェスティバルの運営にかかわる人材に必要な資質というものについて、考える必要があるのではと思います。現在、21世紀型スキルという言葉も使われていますが、アートにかかわる人材に必要な資質も時代とともに変化していると思います。行政や他分野の人を説得し、パートナーシップを組めたり明確な目的を設定し、リーダーシップを発揮できる人材が必要になってくるのではないのでしょうか?そうした人材をいかに育成するかが課題ではないのでしょうか。

【片岡氏】 組織のことでちょっと思い付いたので言いますと、国がせっかくこの芸術祭を主導するのであれば、今ある各地方で行われている芸術祭を、何か統括するような組織があって、今、あるのかどうか分からないんですけども、一応美術館には、全国美術館協議会というのがあって、館長が年に一度集まって交流をしたりとか、機関紙が発行されていたりというようなものがあるんですけども、もしかしたら各地方自治体で行われている芸術祭は、つながっている組織がないんじゃないかなと、今ちょっと思いまして。そうした情報交換と、それから、もしかしたら人材交流みたいなことで、先に進んでいる先進事例が幾つかありますから、その事務局に、例えば地方の人が派遣されるとかいうようなことで、現場を体験しながらの人材育成というものもあるのかなと思ったり。

なので、この法案がせっかく通ったので、1つ芸術祭を開催するということもありながら、既存の芸術祭の仕組みをどうつなげて、下からバックアップするような構造ができるかという、それも考えていただけるといいのかなと思いました。

【三牧課長】 経済産業省の三牧です。今日はありがとうございました。

お三方に別々の質問になってしまうんですけども、まず宮城さんには、東京芸術祭に海外のプレゼンターを呼びたいというお話だったと思うんですが、例えば会場とか舞台の装置とか、そういうハード面だったり、当然をそれを動かす人材面とか、何かそういう制約があってなかなか来れないのか。なぜ来ないかというところの理由を、もう少し詳しく教えていただきたく思います。湯浅さんには、今の片岡さんのお話とつながると思いますけれども、イベント同士を連携させる、エジンバラは11のフェスティバルを連携したということですが、なかなかやっぱり目的も違うし収益構造も違うとかなり、我々も例えば、メーカーさんを連携させるのは結構大変だったりする。そういう中で、さらに尖った方々を連携させるってかなり難しいと思うんですけども、どういう分野で連携をより中心に

やっているとか、連携させるときにこういうことをやったとか、もう少しその点を詳しく教えていただければと思います。

最後に片岡さんに、企業協賛、財政構造のところの話で、やっぱり我々もCSR的な企業の協賛というのはなかなか難しいかなと思うんですけども、逆に企業の方をブランディングにつなげるとか、例えばお金だけじゃなくて人も出して人材育成につなげるとか、ちょっと違った形でまた企業のもう少し文化への貢献というのを高めるというのは、やっぱり難しいのか、それとも可能性があるのか、個人的な御意見でいいので教えていただければと思います。

【宮城氏】 最初に私から。まず、やはり世界のプレゼンターにとってみれば、日本語で上演されている芝居というのは、多少敷居が高いというのは実際はあるわけです。それはつまり、よほどいいものだったら日本語の芝居でも感動できるわけですが、英語やフランス語の芝居だと、そんなにすごくなくても、まあまあおもしろいよねぐらいのものでも、自分のところに呼んでみようかと思うわけなんです。新しい戯曲でこういうテーマ、例えばですよ、ひきこもりについての戯曲というのを、日本の劇作家も随分書いています。しかし、それを日本語で上演されてしまうと、すぐに招聘しようとはなかなか思わないんだけど、これがフランスの劇作家がひきこもりをテーマに書いたとかいうと、すごく簡単に流通するんですね。こういうことはあります。だから、物すごくいいもの以外だと、やはりちょっと腰が引けるというのが1つある。

それから、今まで、ともあれ日本はまだまだ言ってみれば巡業地の1つだったんですね。今、中国がそうになっていますけれども。つまり、行って少しお金を稼ぐ巡業地の1つだったというところがあって。ですから、例えば海外の演出家、劇団で、東京の劇場で公演するといっても、演出家自身は数時間ただけで帰っちゃったりするわけなんです。最初の挨拶だけして、もういなくなっちゃう。そういうことが多かった。だから、東京でほかの芝居まで見ていこうとか、東京でほかのアーティストとネットワークを作っていこうとか、そういう発想がそもそもなかった。そこを変えなければいけない。

でも、さっき申し上げた、ハイシーズンで競合するイベントがたくさんある中で、じゃあどうやって東京に10月とか11月に引っ張ってくるかと考えたときに、やはりコンペティションのような、ちょっと裏技というか、大業というか、それを使わないと無理かなというふうなことを僕は思いました。

【湯浅氏】 複数のフェスティバルの連携だと思いますが、エジンバラはちょっと特殊

で、やはり1つの都市であるということと、それを連携する組織を作ってしまったということで、その枠組みを作りやすかったということは言えると思います。実際話を聞くと、当初は連携するのがすごい難しかったと言っていました。それまで個別に活動していた11の全く違うフェスティバルのディレクターに、さあ一緒にやりなさいといっても、そう簡単に連携するのは難しかったようです。ただ、集まって話をしてみると、経験を共有することや、共同体として声を一つにして自治体や政府にアプローチをすることなど、連携して得られる価値の大きさに気が付いたと言います。恐らく連携しないことより連携することの方が、全員についてメリットが高かったということはあるんじゃないかと思います。実際にエジンバラのマーケティングを見ても、11個がばらばらでやるよりも、1つにまとまった方が効果が高かったようです。

【三牧課長】 どこかが中心になって引っ張ったということではないのですね。

【湯浅氏】 ここについては、先ほどの政策ペーパーの後に1個組織を作ったということなんです。ただ、ほかの自治体で見たときに、フェスティバルだけではなく芸術団体や、例えばオーケストラと劇場と美術館が連携をしているというような、そういった事例もあったりはするので、そこはやっぱりいかに人々の心がオープンで、そしてコラボレーション、パートナーシップにベネフィットを感じるかというところもあるのかなと思います。

【片岡氏】 企業協賛についての御質問なんですけれども、おっしゃるとおりCSRというのが、実際にどのぐらい日本の企業に本当に定着、浸透したのかというのは、90年代にはやりましたが、その後どうなったのかというのが若干ありまして。ただ、私自身、企業のやっている美術館にいますので、本当に経営者によるといいますか、個人の意識によるところがあるなというふうに思っています。

ただ、現代美術館、若しくはパフォーマンスアーツも含めて、現代の芸術についてのより広い意義を考えるとすれば、今後はグローバル人材の育成というところには、少しつなげられるかなと思っていまして。宮城さんもおっしゃっていたように、世界でどういうことが起こっていて、世界を俯瞰してみて、日本が今、どういう立ち位置にあるのかとか、例えばアジアとビジネスをしていくときに、アジアではどういう歴史があって、どういう民主化の歴史を経て現在があるのかというようなことは、なかなか今の教育では教えられていなくて、アジアの近現代史について、総合的に何となく分かっている日本人って、多分パーセンテージでは非常に少ないと思うんですね。

ただ今後、日本が世界と付き合いしていくためには、そうした俯瞰した視点の中で日本を見るということがとても必要になってくるんですけども、今の現代美術とか現代演劇とかいうものを入り口にしていくことで、それは非常にリアルな体験として蓄積されていくものなので、私は是非企業人の方々にも、若しくは官公庁の方々にも、そうした形で現代芸術に触れていただけるといいのかなと思っていますので、何か別の切り口で企業と、それから芸術とのつながりみたいなことを単なる社会貢献とか、若しくは広告宣伝とかではない、新しい切り口が必要なのかなという感じはしています。

【事務局】 時間がまいりましたので、本日の会議は以上といたします。

宮城様、湯浅様、片岡様、本日はお忙しい中御出席いただきましてありがとうございます。

— 了 —