

主な論点（案）に対する各委員御意見

1. 生活文化の振興と文化発信への活用について

茶道、華道や囲碁、将棋などの生活文化については、ライフスタイルの変化、少子高齢化、経済情勢の悪化等に伴う愛好家、競技者人口の減少等が共通する課題となっている。我が国の伝統文化である生活文化を次世代へ継承するとともに、我が国の魅力を伝える文化として海外へ積極的に発信していく観点から、その方策を検討する。

（論点案）

（1）子どもたちが家庭や学校で生活文化にじかに触れる機会が近年減少してきている中で、こうした機会をどのように充実するか。

【梶浦委員】

- 生活文化を知らない親・教師の存在。
- 座学・鑑賞会からの脱却。本物に触れて、体感すること。
- 相応しい場の設定、本物の講師、ワークショップなどの体験、身近な体験による感動

【後藤委員】

- 大学まで来た学生をみていると、それまでの経験の幅が広い学生と狭い学生では、興味の幅も違うような印象をうける。一番顕著に違いが現れるのは、国際的な視野を持って物事を考えられるかどうかである。所謂生活文化の体験によって何かが大きく違うとも思えない。
- 北欧では、子どもたちが放課後通えるミュージック・スクールや演劇学校、ダンス学校があり、国・市・保護者が出し合っている。子どもたちには、学校ではなく、本物に相応しい場で触れさせた方がいいと思う。何でも学校教育に取り込むのは逆効果。

【ゴードン委員】

- 教育方針の中に、子どもたちが日本の伝統的な「文化」や「美学」の価値を理解してもらえるような場を設けることが大切。そのためには、まず子どもたちが興味を持てるようなきっかけを作ることが大切だと思う。
- 現代文化や新しいテクノロジーは「伝統を壊す」という考えを持たず、双方が両立できるようにすれば、逆に子どもたちが生活文化に親しみを覚えるのではないかと。
- 学校や家庭にすぐにこういう機会を設けることは難しいが、現代の新しいテクノロジー（ゲーム、インターネット等）を利用し、茶道・華道などを体験できるようにするなど、子どもたちや若者が身近に感じる機会を作るのはどうか。

【鈴木委員】

- 学校の授業へ取り入れられるようになった武道のように、カリキュラムや部活動、課外授業などへ積極的に取り入れる。既に茶道、華道等は比較的部活動等として広まっているのではないかと感じる。結局、伝統的な生活文化が価値を持つことを子どもの頃から啓蒙するしかない。多くの国民が価値を認めれば、自ずと普及すると考える。

【矢野委員】

- かつて、礼法的一种として特に女学校において茶道や生け花、また小笠原流礼法が（正課であるかは微妙だとしても）学校教育に取り入れられていた。いまは高等学校などよりもむしろ小学校などで取り入れるところがあるとしていいのでしょうか。小さいときの経験は後にきちんと反映されるといえる。どのように充実といえ、ともかく機会を増やすこと。
- 大学では、生活文化に対する興味はかなり高い。同志社の場合、表千家の茶道同好会（志清会）は、百人をこえる部員のため、稽古の振り分けも難しい状況である。雅楽部は少ないが、能楽部は、観世、宝生、金剛がそれぞれの活動をおこなっている。華道部は目立たない。

（２）我が国の生活文化の海外へのアピールなど、どのように生活文化を我が国の文化発信に結びつけていくか。

【梶浦委員】

- 庵の実践例

【後藤委員】

- すでに、観光ビジネスとして、有料ボランティアを活用した会社やNPOが、生活文化を体験できる観光メニューを提供する等、活動を始めている。こうした小さなビジネスと結びついた試みが広がっていけば、雇用創出や地域の活性化にとってもプラスである。

【ゴードン委員】

- 外国、特にオーストラリアでは、日本人が想像する以上に日本文化に興味を持っている人が多い。それは最近になって始まったことではない。
- ヨーロッパやオーストラリアの印象派の芸術家たちは浮世絵などの日本の芸術をはじめとする日本文化に興味を持ち、影響された。現在オーストラリアの日本語を学びたいと考えている大半の大学生の学習動機はアニメ、コスプレ、マンガといった大衆文化への興味からと言われている。これらの大衆文化の基礎に日本人の伝統的生活文化があることをアピールすれば興味が湧くと思う。このように今の若者が興味を持っている域を通じて、日本の生活文化を推進・紹介していくことが有効ではないか。

【鈴木委員】

- 茶道、華道などは既にかなり海外へ普及しているのではないかと。月並みになるが、日本の生活文化普及については、在外公館、海外駐在員等を活用するのがよいのではないかと。

【原委員】

- 茶道、華道等はむしろ海外での評価が高い。海外へ出てあらためて日本のそれらの文化に関心を持ち自分で始める人も多い。外国で認められてから見直すのではなく誇りをもつ文化として小さな時から学ぶ機会があれば、おのずと海外へ知らせたくなるはず。

【矢野委員】

- 生活文化はその性質上、他の文化圏において理解をえるのは困難な点が多い。日本の生活文化に関しては、かつて中国の影響下にあった国々では理解されやすい。現在では、茶に関しては中国と韓国において、日本から逆輸入した茶文化もある。また、芸術的成果をとまなうもの（生け花）は結果として理解しやすく、神秘的な雰囲気を伴う精神性が理解される場合も、禅のこともあるのか、案外話は通じやすいとのこと。
- 香道は、香水との比較で興味をもたれることも多く、香りが神秘的といわれる。香道は特にボストンに志野流の支部があるが、これは志野流家元の理解、会社「松栄堂」の後援と、現地の日本人の努力によるところが大きい。その他、アメリカ、フランス、イタリア、スペインなどでの広報活動が行われたことは知っているが、いずれも単発的といえる。
- 茶道は世界的に広まっているとはいえ、自然に広まったものではなく、裏千家の努力が大きい。昨年度、武者小路千家を派遣したことは効果があったものと言える。
- 華道は古くから J. Conder などによる英文書籍も発刊されており、「生け花インターナショナル」の活動もあり、理解が広がっている。とはいえ、テーブル花との区別は理解されているか。
- いずれにせよ、いまだに東洋の神秘の国程度の理解しかない場合には、文化の理解を求めるには困難がともなう。また、四季の移り変わりという自然条件も理解できない場合がある。その実例を。2, 3年前であったが、オマーンにおいて、香道や書道のデモンストレーションを行って貰えないか、という話があった。上層部（王族）からの提案であり、宿泊などの条件はよいものだった。しかし、現地での事前交渉の役である人が色々と交渉してみたところ、上層部でも全く日本文化に対する基礎的な理解がなく、単なる見せ物に終わるといふ危険を察知して、中止の提案となった。結局中止を適当とした。まずは、基礎的な理解がないと、生活文化の広報は意味がないという例とし得るかと思う。つまり、日本文化についてすでにある程度の理解を得られているところでは、それに加えて生活文化としての広報はできる。

(3) その他、生活文化の振興、文化発信への活用について考えられる論点として、どのようなことがあるか。

【梶浦委員】

- 歴史的な背景、それぞれに合い通じるもの
- 産業・ビジネスとしての視点
- 日本という国の資源であることの認識

【後藤委員】

- 生活文化は、地域ごとに違いがあり、振興するとすれば地方自治体が行った方がよいのでは？
- 華道や茶道も芸能としての側面があり、そうした卓越したものを発信するためには、国が支援してもよいかもしれない。

【ゴードン委員】

- 日本が海外に文化を発信することで一番大切なことは、言語の問題を解決することだと考える。現在インターネットより、世界中の人々が自分の家から出ることなく、世界中の国の文化を楽しむことができる。実際に日本を訪れたいと思ってもらうためには、まずは英語やまた異なる言語での文化の宣伝・推奨が必要だと感じる。

【鈴木委員】

- 発信力のある人間をいかに増やすかが重要だと思う。将棋も羽生さんの登場でずいぶん裾野が広がったと感ずる。例えばカリスマ芸能人が、趣味は華道などといえば、一気に華道の裾野が広がる。ただし行政としては、誘導等はできると思うが、政策にはなじみにくい。

【原委員】

- ファッションの目まぐるしいサイクルを生みだしていたパリ、ミラノのコレクションに対する疑問や不信感も消費者の中に芽ばえだしている。反面、贅沢品というばかりではない着物に対する感心、実際に着物を着る人の数は少しずつだが増えている。着物を作る技術を含めた、その文化的面の重要性は見直したい。

(1. に対する全般的な御意見)

【辻委員】

- 生活文化の国内における「継承・振興」や「海外発信」の方策を講じるためには、まず、継承・振興すべき、また、海外に発信すべき日本生活文化とは何であるかを明確にする必要がある。

- 国内で継承・振興すべき食文化ということでいえば、各地方・地域の伝統的な「けの料理」「はれの料理」を各都道府県の教育委員会などを中心にまとめさせてはどうか？イメージはすでに文化庁が作成した「お雑煮百選」。ただし、対象を「お雑煮」ではなく、各地の日常的な伝統料理と、存在すれば高級な伝統料理（地方の伝統料理のすべてはこの二方向の間に存在するはず）とし、そうした料理の歴史的、地理的、文化的価値をきちんと言語化し、その料理の再現写真などとともにまとめる。また、ここで採用された料理については、国と地方がともに「地方伝統料理・郷土料理」と認定し、それぞれの料理の説明・解説についても、その説明・解説をもって正統とするというお墨付きをつけ、異論や新たな発見などを包摂するために、一定期間ごとに見直しを行う。
- こうした国内の地方伝統料理の元データが公にオーソライズされたものとしてまとめれば、これを基準として様々な展開が可能となる。たとえば、ここから「白地図」的な生徒向けの教材作成も可能なら、日本の伝統食文化クイズや、もし需要があれば「検定」なども実施可能となる。
- また、海外にしかじかの日本の地方食文化を紹介する際にも、上記で編纂されたテキストや写真を、出典根拠とすることができる。

2. 衣食住に関する文化の観光振興、地域振興、文化発信への活用について

我が国の衣食住に関する文化は、観光振興といった観点から魅力的な分野であり、こうした観点を重視しつつ、衣食住に関する文化の振興方策を検討する。また、文化発信の観点から、衣食住に関する文化についても積極的に海外に紹介することが重要であり、そのための方策についても検討する。

(論点案)

(1) 衣食住に関する文化が、観光振興、地域振興、文化発信に寄与する取組をどのように推進していくべきか。その際、文化的価値を保った上で、取組を進めるためには、どのような視点が必要か。

【梶浦委員】

- 「住」の文化点では、「古民家」「町家」などの再生・活用。
- 庵の「暮らすように旅をする」という町家・古民家の一棟貸しの取組み。実践例。暮らしに根付いた文化・地域の上質な暮らしの体験→新しい観光事業を創造。地域の雇用創造、文化の継承。持続可能なビジネスを地域に根付かせること。

【後藤委員】

- 観光庁が発足して、観光振興は大きなテーマとなっている。しかし、中には観光によって壊されていく文化的価値も多い。観光客の数のコントロールも必要で、そのためには、文化財を見せる期間を限定するとか、料金設定を高くする等のことも必要では？

【ゴードン委員】

- 日本の日常の心遣い、訪問者へのおもてなしの心、季節への敏感な感覚に基づいていることが外国人にとって素晴らしいことであることの認識を、まずは日本人に持ってもらうことが必要ではないだろうか。その上で外国人観光客がそのような場に触れるような機会が多く設けられるとよいと思う。

【鈴木委員】

- 衣食住に関する文化を観光振興や地域振興へ生かすことは、地方自治体にとっても重要なテーマ。その際、文化的価値のとらえ方が重要。あまりがんじがらめにすると、窮屈なものになってしまう。最近B級グルメばやりだが、これも立派な食文化。本市は、鰻の町として有名だが、近年は鰻に加え、餃子の町を市民協同で売り出している。きっかけは、総務省の家計消費調査で、餃子の消費量が宇都宮と1, 2を争っているということが判明したことによる。浜松餃子に取り組み始めて、まだほんの数年だが、新しい食文化として定着しつつある。こうした地域に眠っている材料を掘り起こすことも重要。

【原委員】

- 食のレベルの高さは自他ともに認めるところであり、ミシュランのガイドの発行等も良くも悪くもその結果である。ヘルシーという観点からも日本食の注目度は高い。外国で日本レストランを格付けするという事等よりも日本の観光と食をもっと結びつけるべき。その際なるべく日本の現状を生かし外国人向けにアレンジしない。ただし看板等の過剰な色彩に対する配慮は必要。

【矢野委員】

- まずは、「衣食住に関する文化」について、伝統文化としての正しい理解が必要である。それなくしては継承もまともにはおこなわれず、その場かぎりの取り組みとなりかねない。「よくわかる伝統文化」といった書物もある。

(2) 我が国の世界に誇れる衣（ファッション）、食（料理）、住（居住、滞在、往訪）などを地域ブランドとして振興・発信していくことをどのように考えるか。

【梶浦委員】

- 歴史的背景や文化が違う「住まい」は地域ブランドとして振興・発信が可能。
- 同じく、地産地消の「食」・地域の暮らしに根付いた文化としての「食」（祭事のときのハレの日の料理、地域色豊かな日常食）を発掘・再生、新たな地域ブランドの「食」を開発。
- (1) の滞在とセットで、持続可能な観光ビジネスを。

【後藤委員】

- 地域ブランドとして考えるかどうかは、各都市の問題ではないのか。

【ゴードン委員】

- 地域独自の農産物やお料理、着物、温泉といった生活様式を外から訪れる人にその地域の人々が自らの言葉により紹介していくことで、各地域が持っている特性「ブランド」を配信できると考える。海外に紹介していくには、実際に地域の人たちとのコミュニケーションが大切。相互のコミュニケーションを図ることにより、訪れた人だけでなく、その地域の活性化にもつながる。例) 越後妻有大地の芸術祭

【鈴木委員】

- 自治体にとって重要なテーマ。知財戦略の一環で地域団体商標制度が創設されたことなどはありがたい。毎年優れた地域ブランドや普及の優れた取り組みを国で表彰する等の制度を創設したらどうか。

【原委員】

- 京都や金沢の町屋の再生は、外国人にとっても非常に興味のある対象。外観にはなるべく手を加えず町全体の調和も大切にしつつ、それらをイギリスの B&B のように利用する（決して高くないプライス）等の活用法をもっと考えてよいのではないだろうか。

【矢野委員】

- 衣（ファッション）といっても、和服は一種の民族衣装としてしか見て貰えないのが現実である。通常ファッションは、パリ・ミラノ等を指向する。
- 和食はすでに大きな影響をフランス料理に与えている。
- 住居については、大都市よりも地方の方が、日本家屋として適切なものが多い。

（３）伝統的な建造物や伝統工芸品等の衣食住に関する文化を、現代のライフスタイルの中において継承する取組にはどのようなものがあるか。それらの取組を推進するためには、担い手の育成や事業への支援など、どのような方策が考えられるか。また、それらの取組が継続的に行われるためには、どのような視点が必要か。

【梶浦委員】

- （１）（２）を軸とした滞在体験型の観光まちづくり。
- 地域の文化への誇りを回復、持続可能な観光ビジネスにより継承が可能。
- 加えて、伝統工芸・産業の体験、器・家具・灯り等も。
- ビジネスの開業当初数年の支援策、行政の役割。
- NPO的な活動の限界。雇用・後継者・資金。

【後藤委員】

- 京都の町家を保存・再生するために大変苦勞している人たちもいる。文化財ではないが、そうした街の景観を構成する伝統的な建築物の保存・再生を促進する税制や融資について検討すべきである。
- 伝統工芸品については、経済産業省の伝統的産業振興と文化庁の文化財政策のしきりを取り払い、伝統工芸品を製造業としてではなく、クリエイティブ産業として振興すべきである。

【ゴードン委員】

- 越後妻有大地の芸術祭及び今夏行われる瀬戸内国際芸術祭は良い例。ここでは、伝統的な日本家屋など、地域に存在するものが使用され、新しくアート作品として生まれ変わり、地域自体が活性化している。また若いアーティスト、地域のボランティアの若者などが参加するので、担い手の育成にもつながる。これらの取り組みが継続的に行われるためには、長期的視点になった地域の行政の支援と、また地域の人々の協力ももちろん不可欠となる。

【鈴木委員】

- 時代にあった形で再生、活用することが必要。浜松市では、歴史的価値のある建造物を改修し、各種記念館などに利用するという試みを行っている。また、かつて本市の中心的産業でありながら衰退した繊維産業の中で、伝統的な織物技術や染め物技術を後世に残そうということで、デザインなどを現代風にアレンジしたり、衣類以外への活用の幅を広げたりといった取り組みがなされている。こうしたものを継続させるためには、販売先の開拓や市場の形成など、ビジネスとして成立するように支援していく必要がある。

【原委員】

- まず、日本人の生活スタイルそのものの中でできるだけ生かせる又は生かすことが必要。飾りものでなく、実際に使ってきたからこそその伝統工芸品なので子ども時代からそれを使用して実感すれば（例えば何か学校の行事の時にそういった品物を使う機会を与えるといったような）残したいと考え、むやみに西洋のものに対する憧れもなくなるのではないだろうか。

【矢野委員】

- 伝統工芸品に関しては、各地の商工会議所が検討をすることになるであろう。ただ、伝統産業振興は常に叫ばれているが、ある特殊な筆を作るのは途絶えたかと思われ、鼓の紐も継承が困難。茶道の千家十職（もともと表千家出入りの職人団体）でも継承者がいないところがある。和菓子屋で、継承者のないところも。引き継いでいく誇りをもつ人がでてこない、収入的な面もあってかなり難しい。かといって、補助金を出すだけではまさにそのためだけに保存しているようになる。陶芸については、芸術作品としての価値からも、よく継承されているといえる。
- 要するに、まずは実態分析が必要。そこから問題点を明確にする。

（４）その他、衣食住に関する文化の観光振興、地域振興、文化発信への活用について考えられる論点として、どのようなことがあるか。**【梶浦委員】**

- 「衣（ファッション）」素材：海外ブランドの高い評価と国内での商品開発力
- 「GALファッション」：デザイナーの発掘、育成、支援策
- 「衣（日本古来の着物文化）」の再興。産地支援、着る機会、着物が似合うまちづくり。
- 能楽・歌舞伎・文楽・日本舞踊等の楽器職人支援、産地支援、材料確保
- 和紙文化の再興

【後藤委員】

- 海外で、日本人ではないアジアの人が、日本食レストランを経営して、まずい日本食を広

めている。日本人のきちんとしたレストランには星を与える等、差別化することができれば、海外での日本食の評価も高まると思う。

- 英語での発信や、日本の中で英語が普通に通用する範囲を広げるべき。

【ゴードン委員】

- 海外の人々が長期にわたって地域の人々の生活に触れるような、単なる観光客として訪れるだけではない仕組みがあればいいと思う。

【鈴木委員】

- 何度も出ている意見だが、この分野こそ省庁横断的に政府一体となって取組む必要がある。

(2. に対する全般的な御意見)

【辻委員】

- 海外に日本の衣食住に関する文化を効果的に紹介していくことは、日本の観光や地域振興に繋がり、日本文化のブランド化にとっても大切なことだと思う。ただし、日本人が考える日本の生活文化と海外で受け入れられる日本的な生活文化にはズレや焦点化の仕方の差異などがあることを前提とすべき。まず必要なのは、海外における日本文化の受容のされ方の調査、あるいは、マーケティングではないか？
- ただ、単純にビジネスとしてのマーケティングや学術調査をするということが無際限にすることはなかなか難しいので、調査＝マーケティングの対象を、海外における日本文化を扱ったメディアと研究論文に的を絞り、海外における日本文化振興に寄与した人物・組織などを文化庁が褒賞する（勲章を与える）という名目で、例えば、日本政府観光局等を中心に、海外における優れた日本文化の紹介メディア（雑誌、作品、人物）等をノミネートし、日本国内で委員会を発足して選定されたメディアを褒章する、文部科学省等を中心に、海外における優れた日本文化研究（論文、人物）等をノミネートし、日本国内で委員会を発足して選定された研究を褒章するなど、海外での日本紹介や日本研究熱に対して日本政府がきちんと応える体制をつくるとともに、「褒章制度」によって、ノミネートされるメディアや研究論文を解析する機会をいわば自動的に作り出すことで、冒頭の日本文化の紹介を、現状の海外（各国）における日本文化の需要のされ方を踏まえた上で、戦略的に成し遂げていくための基盤とすることができるのではないかと。
- (3) の国内「担い手育成事業」等については、1. で提案している「元データ」作成の途上で、称揚すべき、継承すべき伝統文化の担い手を絞り込み、重点特化して進めるべきと考える。

3. 新たな文化芸術創造都市の展開方策について

文化芸術の持つ創造性を生かした産業振興や地域活性化の取組が各地で進んでいるが、特に行政・芸術家・市民・企業等の連携の下に成功事例が出ている。さらに、自治体・関係者の情報収集・提供等を行い、都市間ネットワークの構築を進めながら、文化芸術の持つ創造性を福祉・教育・観光等の産業に横断的に活用し、地域課題の解決を図る取組も期待されている。こうした創造都市の持つ可能性をさらに引出し、新たな展開を図るための方策について検討する。

(論点案)

(1) 各地の芸術祭など、文化が地域の発展に寄与するような取組には、どのようなものがあり、それらをどのように推進すべきか。

【梶浦委員】

- 一過性のイベントからの脱皮
- 地域での文化を資源とする観光ビジネス支援の一環としての芸術祭、PRイベント

【後藤委員】

- 既に、文化芸術創造都市の顕彰等を通じてノミネートされているのでは？
- アートフェスティバルには、地域から浮き上がっているものも多い。卓越した質を維持しつつ、地域にとけ込むような仕掛けが必要である。古いタイプの演劇祭（よい舞台を見せたい、という啓蒙型）等は、地域にとけ込むのが難しいように思う。

【ゴードン委員】

- オーストラリアのアーティストは昨年、越後妻有大地の芸術祭に参加し、今夏行われる瀬戸内国際芸術祭に参加予定。これらの芸術祭は地域密着型になっており、大きくその地域に寄与しているように感じる。少子高齢化が進むこれらの地域において、日本の文化を海外に発信するいい機会にもなり、新しい形で、地域振興につながっている。

【鈴木委員】

- 市民主体による芸術祭などのイベントは都市の再発見や活性化、また市民につながりを意識づけさせる効果があり、有効である。行政の役割としてはそうしたイベントのきっかけづくりや黒子としての働きが適切。
- 浜松市では市民団体と協働して、障害を持つ人と市民との文化を通じた交流を目指したアートセンターを中心市街地の空き店舗を利用して開設したところである。活動の広報やまちなかの活性化にもつながったものと考えられる。
- また、昨年の国民文化祭では文化団体が主体的に企画・運営に参加し、開催中の要員なども自ら考えていただいたところであるが、全国規模の事業であり、開催後は実施団体に多くの経験がノウハウとして蓄積されたことと思う。

【矢野委員】

- 国民文化祭は、それを見る側にとってはどうかはともかく、行う側にとっては都道府県における組織整備としてよく機能している。香道の場合は、府県によっては教授者がいなくて派遣している状況のようではあるが、元々は御家流の個人の意思で設立された「お香の会」（事務局は薬師寺が担当）が、御家流・志野流のいずれとも関係をたもって主導しているのが実情である。
- 国主導のもの以外に、各自治体でさまざまな取り組みがあるのが好ましいという一般論はあり得るが、サンプルかガイドラインを示さないと行う側もとまどうかと思う。結局は、それぞれの部門のとりまとめる組織がないと動けない。
- 群馬県の場合、神社のお茶講を文化発信に用いている。そのような特有の生活文化をもつところは、やりやすい面もあると思われる。
- ただし、個々の地方において、個々の活動がおこなわれるのみではだめであり、それらを総合して日本の生活文化の総体を明らかにせねばならない。すでに茶花香のように共通理解のあるものはよいといえるが。EUは、EUとしての文化的統一性をめざし、「統一教科書」を作成した。各国の利害の対立があっても、また過去のしがらみがあっても、そのようなことはできる。

（２）創造都市の持つ可能性をさらに引出し、新たな展開を図るための方策としてどのようなことが考えられるか。

【梶浦委員】

- 継続的な取り組み、地域の暮らしに根差した取り組み
- 雇用と連結する取り組み

【後藤委員】

- インセンティブとしては、プランを競う補助金とか、クリエイティブな人たちの集積を促すために減税する等も考えられる。国はインセンティブの設計に徹するべきで、どのように創造性を引き出すかは、各自治体が考えるべきであろう。

【ゴードン委員】

- オーストラリアの各州は大規模なアートフェスティバルを開催し、特に南オーストラリア州のアデレード・フェスティバルは国際的な大イベントとして知られている。同州は「Festival State」としてのブランディングを行っている。
- 日本の国際都市は特徴が出しにくいので、創造都市もさることながら、「creative region」などを設けたらどうか。創造都市や地方での芸術祭を夏など同一時期に集中させることで、外国からの観光客が来日しやすい環境を作れる。

【鈴木委員】

- 多くの都市がそれぞれに創造都市としての発展の可能性を追求している。国はそれらの都市の取り組みの阻害要因を取り除くなど大所高所に立った支援をお願いしたい。具体例では、各省庁の縦割りの政策の弊害を取り除くというようなことである。

【矢野委員】

- 大学（院）によっては、創造都市研究科までできている。考え方の枠組みとしては有効であると思われる。「創造都市の持つ可能性」というよりも、まず都市を（色々な意味合いはあるだろうが）創造都市へと導き（勿論、内発的でなければならないが）、その後に展開がある。都市機能というよりは、結局人材の問題となってくる。

（３）今後の我が国の成長分野として期待される創造産業としてどのような分野が考えられるか。また、今後、そのような創造産業の振興をどのように図っていくか。

【梶浦委員】

- 国内市場+海外市場というマーケティングの視点
- 日本固有の歴史・伝統・暮らしに根付く文化
- 新しい分野としての「衣（ファッション）」「あきば？」

【後藤委員】

- クリエイティブ産業は非常に小さな規模の事業所であることが多い。また、フリーランスで仕事をしている人も多い。クリエイティブ産業を振興したいのであれば、そうした人たちがフリーランスでやっていける社会保障が必要。知的財産、契約に関する教育も必要である。

【ゴードン委員】

- ニューメディア分野や新しいテクノロジーを使った創造産業や観光。
- これらを推奨していくには、政府の援助が不可欠。オーストラリアにはオーストラリア・カウンシルという機関があり、厳正なる審査をもって、芸術プロジェクトの援助を行っている。これらは創造産業の発展へとつながっているように思う。Arts Business Australiaという機関もあり、ここではアーティストが、どのようにアートをビジネスとして行っていくかを教えてくれる。

【鈴木委員】

- どのような産業分野であっても、芸術的創造性が加味されれば、創造産業となりうる。
- 本市の場合、ものづくりの楽器産業の集積の強みを生かし、音楽の都づくりに取り組んで

いる。大切なことは人々の創造性をどのように引き出していくかということと、地域資源をいかに活用するかということではないか。

【矢野委員】

- 「創造産業」とは、第三次産業のうちのいわゆる知的産業のことを提示しているとする。基本的には経済活動であるが、それを文化的活動とみることができるレベルに、という意味なのでしょう。かつては、出版、テレビなどが牽引していた。映画（アニメを含む）はかなりの発信をしているとはいえ、なお過去のような華やかさはない。今後はweb上の産業に注目すべきであるのは確かだが、実態のないヴァーチャルなもののみで、直ちに消失するのではどうしようもない。どのような文化的価値を生み出せるかが重要となってくる。データとしての保存と利用が重要なことは確かだが、またそれのみでは遺産の集積となってしまふ。その活用をどうするかにかかると考える。

（４）創造都市における創造人材の役割をどのように考えるか。また、創造人材の集積方策など、創造都市の推進に向けて具体的にどのような取組が考えられるか。

【梶浦委員】

- 集積・育成のための雇用創造・ビジネスの視点

【後藤委員】

- これも自治体の課題ではあるが、国としては税制によってインセンティブを与える等とは考えられる。
- オランダでは、専門的で高所得の外国人は、収入の3分の1を所得から控除できる。それは、優秀な人材や企業に対するインセンティブとして行われている。

【ゴードン委員】

- 一定期間、国内外の芸術家とその場に滞在して制作活動や公共的なプログラムを行うアーティスト・イン・レジデンスの環境を整えることにより、芸術家、地域住民、観光客が一体になって、活発な創造都市づくりを担うことができる。オーストラリアではレジデンスの施設がかなり充実している。

【鈴木委員】

- 創造的人材は、生活満足度の高い都市に集まるとするのが通説である。残念ながら、現在の日本ではそのような人材は東京へ一極集中している。これを解消するには、各都市の努力も欠かせないが、国としては一層の地方分権を進め、人材の分散化が図られるようにすべきと考える。

【矢野委員】

- 「創造都市」の概念を広めて、そのようにせよ、というのではなにも起こらない。その都市における人材、かつての京都における町衆や僧侶のような集団が組織されねばならない。京都などの自治体主導での取組、若い世代の文化的コラボレーションを図ることは重要である。但し、その場合はどうしても大都市でなければ規模の問題から難しい。
- 伝統的にある産業が強いところならば、その都市の過去の分析の上に、小規模でも組織を構成することは可能だといえ、発信力を備えればある程度の活動は可能である。

(5) その他、新たな文化芸術創造都市の展開方策について考えられる論点として、どのようなことが考えられるか。

【鈴木委員】

- 一都市での取組みも重要だが、歴史的、文化的なつながりの強い地域では、広域連携も必要。私どもの地域では、三遠南信広域連携という県境を越えた取組みを行っており、具体的な連携ビジョンの中に、地域の伝統芸能、食文化等を保存したり、広めていくプロジェクトも掲げている。

4. 衣食住に関する芸術作品・資料のアーカイブについて

我が国の衣・食・住をはじめとする暮らしに関する文化は、国土の成立ち、歴史的経緯と相まって、独自の歴史風土・郷土・文化を形作ってきた。また、そうした文化の上に、戦後は、衣（ファッション）、食（料理）、住（建築）など世界に誇り得る発展を遂げ、世界で著名なデザイナー、料理人、建築家等を輩出してきた。こうした芸術家によるファッション、建築設計等の芸術作品・資料は、現在では散逸の危機に晒されているものが少なくない。このため、こうした芸術作品・資料のアーカイブの現状を把握し、その必要性、定義、構築方法について検討する。

（論点案）

（1）ファッションのアーカイブの必要性、定義、構築方法についてどのように考えるか。

【梶浦委員】

- 世界的に著名なデザイナー・料理人等であれば、民間（そのブランドは勿論、服飾デザイン学校、料理団体、料理店）がしっかりとフォローすべき。行政の役割は？

【ゴードン委員】

- 日本のファッションは世界的にも知られており、専門の収集展示施設が作られることが望ましい。

【原委員】

- 戦後の日本のファッション、特に80年代以降世界で高い評価を得たデザイナーのアーカイブは必要だが、現状では各デザイナーが維持することは難しく、KCI（京都服飾文化研究財団）や文化ファッション大学院大学等がその一端を担っている。このままで良いかは疑問。ファッションをどのくらい文化としてとらえているか。

【矢野委員】

- まず、データベース設計を行わねばならない。今後も考えて柔軟なものを。
- ファッションについては、多くの現物（全世界に渉る）も所蔵する文化学園が詳しいであろう。

(2) 建築設計図面、建築模型のアーカイブの必要性、定義、構築方法についてどのように考えるか。

【梶浦委員】

- 伝統的な町並みや景観を壊す奇抜な建築物と良質な建築物の区別・評価が必要。
- 建築業界を超えた視点が必要。

【ゴードン委員】

- オーストラリアからも多くの日本建築鑑賞ツアーが行われているほど日本の建築は世界的にも注目されている。少なくともデータを集積しウェブ上で公開することを始めたらどうか。

【矢野委員】

- 歴史的に重要な建物の図面は皆さん気づくためによく保存される。しかし、たとえばいま一般的となっている建て売り住宅の変遷をたどれるだけの図面があるか。一昨年と昨年度に、学生が苦勞していたが、かつての「田の字型」の典型を実例として把握するのは困難であった。125図面を取り扱った研究があるが、全く最近のものが対象である。それらは、どこかの機関で残す可能性があるのだろうか。

(3) その他、衣食住に関する芸術作品・資料のアーカイブについて考えられる論点として、どのようなことが考えられるか。

【梶浦委員】

- 日本古来・特有という視点。
- 歴史的背景の確かなもの・時代のあだ花的なものとの区別・評価。

【後藤委員】

- アーカイブは、無差別に収集しておくことで価値がある。それが、選別して収集するミュージアムとは異なるところである。できるだけ無差別にデジタル化して保存しておくことは必要。

【鈴木委員】

- デジタルアーカイブについては、3D技術の進歩でかなり再現性が高くなっていくだろう。しかし、実物保存も重要であり、この分野での研究者の養成は国の責務であると思う。

【原委員】

- 木の家、紙の文化ということもあり、消えてしまうのをやむを得ないとする考えもあるようだが、世界でも特殊な和から洋を取り入れ和洋折衷の生活スタイルを作り上げつつある日

本のライフスタイルの記録はある程度必要ではないだろうか。

【矢野委員】

- 統一的なデータ基準が必要である。地理学などの世界的な基準を必要とする場合はISO等がある。つまり、それらのデータのありかたについてのJIS的な標準を用意して、それに添った個々のデータベースを横断的に利用できる仕組みが必要になる。昨年度、文化情報学部の博士号を取得した院生は、文化情報学における情報処理の問題を扱った。この場合も、地理情報基準に準拠した構造を考えている。

(4. に対する全般的な御意見)

【辻委員】

- アーカイブ化は必要と考える。ただし、単なる歴史的資料ではなく、「再現性」を保証するような形で資料化されなければ、「食(料理)」のような「消えもの」についてはあまり現実的な意味を持たない。つまり、その資料に沿って再現すれば、そのものがその時代の風味として味わえるというような資料化が「食」の場合には不可欠と考える。何故なら、「食」は五感に働きかけるものとなってはじめてその生活文化的な価値が十全に発揮され得るものだからである。さもないと、単なる「死んだ」資料にとどまる。

5. その他のくらしの文化に関する論点

1. ～ 4. に掲げる論点のほか、くらしの文化の振興について検討すべき課題、論点としてどのようなことが考えられるか。

【梶浦委員】

- 暮らしに根付く文化、過疎高齢化、消失の危機
- 生活の基盤となる産業化の視点、ビジネス・継続性の視点
- インバウンド観光の経済力
- 日本固有の暮らしに根付く文化と伝統は、大事な観光資源。受入体制・仕組みの欠如。まちづくりの仕組み再考。

【後藤委員】

- 「生活文化の振興」という問題の立て方をしてしまうと、生活文化は公共政策が介入すべきものかという、そもそもの疑問がでてしまう。表現の自由に抵触する恐れもある。
- 全体として、国ができることは、表現の自由の保障や、卓越した文化的質や文化多様性を促進し、各都市が創意工夫して政策を行うための、インセンティブの設計であろう。

【ゴードン委員】

- どの国、どの時代も若い人が伝統文化に対する興味が薄れること、離れていくことはよくあることである。しかし日本は特に生活文化の継承、生活文化と現代文化の両立がうまくできている国の一つだと感じる。例) 着物などを節目節目の行事の際に身につけることが多い(冠婚葬祭、成人式、お宮参りなど)。他の国ではあまり見ることができない光景。
- 文化は時代とともに徐々に変化することはごく自然なこと。無理に残そうと思わずとも、今後も同様に残るべき文化は生き続けると思う。日々の生活の中で、それぞれが生活文化を理解することができれば、自然と残されていくと期待している。

【矢野委員】

- 一見迂遠な方法に見えるが、まずはそれらの構造を解析して、機能的な面ではそれを推進させる方策を、アーカイブとしてはひとつの基準を提示せねばならない。全国的に活動をおこない、かつそれらが横断的に検索も可能なポータルサイトの構築、そしてなによりも「横断的」に可能なように、共通するデータ構造を構築する。
- ただし、その策定にはかなりの時間がかかりうるので、それまでは暫定的な推進策が必要。茶花香については、流儀が存在する。その枠をこえた活動から成果をださなければならないが、結局活動をおこなうのは個々の流派関係者となる。
- 茶の場合、たとえば東京都なら、東京都茶道連盟(だったか)があるが、本来実技集団である。茶の湯文化学会が唯一学術的な面を表に出しているといえる。三千家合同で何事かを行うのは原理的には可能だが難しい面も多い。もちろん、「江戸東京の茶の湯」などの展覧会においては、各流派が協力している。出版については、流儀特有の出版社を所持している

ところもおおいが、淡交社（裏千家関係）はかなりの一般書を出している。

- 花の場合、日本華道連盟（社団法人）や、日本生け花芸術協会、生け花インターナショナルが実技集団としての活動をおこなっている。華道理論の研究者はいまは大変少なくなっている。
- 香道の場合は、そもそも流儀も少なく、実技集団の大きさも、茶花にくらべて大変小さい。お香の会（財団法人）が全国的組織といえるが、各地に支部をもつというのでもない。京都では、「米川常白頭彰会」のように、主として香舗により活動が保たれている流派にかかわらない会もある。
- 実際の活動はこれらの団体に依存することになるのは確かだが、全体を見渡すことができるようにしておく必要がある。理論的な観点からという意味において。但し実際問題として、これらすべての通じている研究者はまた少ない（現在、養成中ではあるのだが）。大学におけるこれらの研究者の育成が、通常の学部では行いにくいこともある。生活文化を理解できる研究者を増やさねばならないことは確かである。