

CONTENTS

文化人の本音 河合隼雄文化庁長官対談 第51回 ゲスト 中島信也さん●(株)東北新社取締役、CMディレクター

おもしろいものをみんなに見て楽しんでもらいたい4

長官コラム 文化庁の抜穴9

いきいきミュージアム 美術館・博物館事業レポート 51 横浜市歴史博物館24	芸術文化の風 15 アニメーション映画の展開(佐伯知紀)25	著作権Q&A 『著作権なるほど質問箱』から 15 外国との関係26	言葉と暮らし 3 世界の言語テスト27	伝建地区を見守る人々 伝建歳時記 27 伝統的建造物群保存地区を見つめる住民のまなざし (京都府与謝野町加悦)28	くらしが育む文化的景観 3 海と山とを耕してきた浦(愛媛県宇和島市)30	広げよう「文化力」の輪! 3 壁をなくそう! ビジネス街と文化との新しい関係32	風を呼ぼう、わが町に 登録有形文化財建造物との歩み 27 地域の新たな活力源 伊勢の登録文化財めぐり33	地域からの「文化力」発信 15 なにも加えない・ひかない 平田流演劇発表会34	日本の伝統美と技を守る人々 選定保存技術保持者編 47 上田 尚(金唐紙製作)36	国宝・重要文化財をもっと楽しむ方法 文化財鑑賞の手引き 39 古写経の見方―飛鳥・奈良朝の写経―37	祭り歳時記 伝承を支える人々 3 因幡の薑蒲綱引き(鳥取県鳥取市・岩美郡岩美町)38	文化庁の星 2 文化財鑑査官39	平成17年度(第28回)文化庁舞台芸術創作奨励賞40	東京国立博物館 ブライスコレクション 若冲と江戸絵画展42	東京国立近代美術館 生誕100年記念 吉原治良展43	国立国際美術館 特別展「3つの個展:伊藤存,今村源,須田悦弘」43	東京文化財研究所 黒田清輝展44
---	---	--	------------------------------	---	---	---	---	--	--	---	---	---------------------------	-------------------------------------	--	-------------------------------------	--	---------------------------

文化庁の取組に期待すること
市民による保存活動の進展
文化財とNPOの魅力を引き出すしくみ森 まゆみ
坂本憲治
22 20 18

論文

文化財部参事官(建造物担当)付整備活用部門
「NPO等による文化財建造物活用の推進事業」の背景と概要渡邊定夫
12文化庁提言
文化財建造物の活用と推進と民間の参画
施策紹介刈谷勇雅
10

特集 NPOと文化財、活かして高める文化力

今月の
表紙 重要文化財(建造物)旧高野家住宅<上>では、
文庫蔵を子供図書館として活用<下>

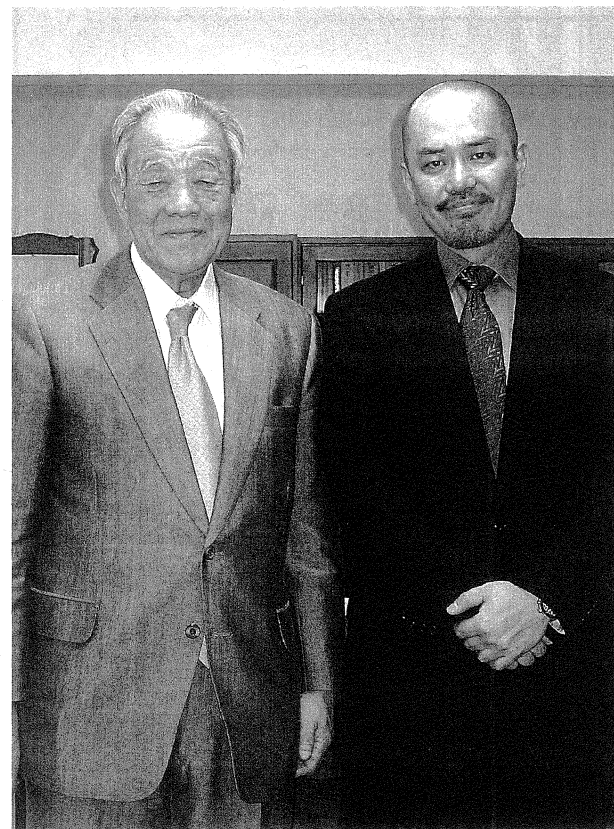
新国立劇場スポットライト45

7月の国立劇場46

芸術文化振興基金ニュース47

題字デザイン 桑山弥三郎

おもしろいものをみんなに見て楽しんでもらいたい



CMの世界

河合 このごろは、CMの世界がアートとして認められてきて、みんなの見方も変わってきましたね。

中島 独特のものだろうなと思うんです。広告とは何か物売るためのものですが、アートをやつてわけじゃないと思います。何をもちアートのいうのか、自分でもきつり定義できませんが、ほかの映像芸術にない、独特の味が評価されてきているということですね。

河合 物売るといふ目的をもっているという点では、アートになりにくいですが、それを一五秒でやるところが、アートになってくるんですね。

中島 芸といえますかね。

河合 単に売るんやったら、「お買いください」で終わりです。そうじゃないことをやつてゐるんですから。

中島 「お買いください」で、買うてくれへんから、どうすんのやということなんです。

僕らは広告主さんからは「あんたにお金出しますから、これをうまく売ってください」と言われます。そのときに、先方の言うとおりに作つていけば、だれからもしかられないんですけども、「ちょっとこれは、やめといたほうがええんやいますかね」という話からスタートするんです。「こんなにたくさんを言つたら、リモコンでチャンネル変えられてしまいますよ。最後まで見てもらつてなればなんだから、ここはちょっとおもしろおかしくお楽しみも入れながら」と言つて僕たちは説得していく。今、世の中でいいコマースシャルやな、おもしろいというやつは、ほとんどその説得がうまくいこつてゐるんですね。

河合 そこがおもしろいんですね。つまり、そのもののズバリの広告では、みんな

見てくれない。

中島 そうなんです。だから、芸の部分として發達していき、しかも一五秒という日本独特の枠があります。外国の人は一五秒に、メッセージやイメージは入れられないんです。

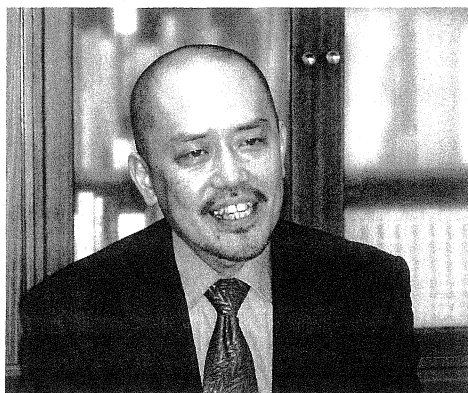
河合 外国の方は何秒ぐらいでやつてゐるんですか。

中島 やつばり多いのは六〇秒、三〇秒。昔の日本ぐらいの感じですね。ストーリー、起承転結を必ずつけるんです。

河合 特に欧米は言語的説明可能の世界というのが、非常に強いんですよ。日本は感覚的にはとわかるのが特徴的で、ものすごくまいわけですね。考えてみたら、俳句なんかもある一瞬をうまく捉えているだけで起承転結なんて全然考えてないんです。

中島 そうですね。だから、「古池や蛙飛びこむ水の音」で、欧米では「それで、どないしたん」と聞かれますからね。「その蛙どないしたん」とか言われますから、それはちょっと困るんです。

なかじま・しんや 福岡県出身。
昭和57年(株)東北新社入社。58年テレビCM演出家デビュー。東京アートディレクターズクラブ会員、多摩美術大学教授、武蔵野美術大学非常勤講師、広告学校講師、宣伝会議コピーライター養成講座講師などを務める。
平成2年東京ADC賞グランプリ『フジテレビ'90』、4年全日本CM放送連盟賞シリーズ大賞『サントリー・白角』、5年カンヌ国際CMフェスティバルグランプリ『日清カップヌードル“hungry?”』、15年総務大臣賞『サントリー：燃焼系アミノ式(回転少女)』等受賞層多数。
平成8年企業タイアップによって誕生したウルトラ戦士の活躍を描く映画『ウルトラマンゼアス』も監督。



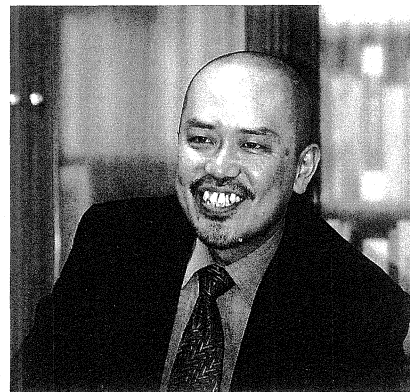
文化庁メディア芸術祭のおもしろさ

河合 文化庁メディア芸術祭の審査員をやっていたのでありますね。

中島 エンターテインメント部門の主査です。

河合 昨年度で九回目ですが、やり出したところ、どうなることかと思うけれど、今、すごいさかんでしょう。昨年度は四三か国が参加して、海外からもたくさんきて、全部で一七九七件きたらしいんですけども、これはもつと増えると思います。おもしろいことになりましたね。

中島 私も正直、メディアアートはよくわからへんというのがありましてね。最初は特殊なコンピュータであるとか、今までの画材と違う画材であるとか、現代芸術ともちよつと違うような、もの珍しく新しいものからスタートしました。ですから、私も最初は自分とは遠いものかなと思いましたが、私が参加したところから、映像とかゲームが出てきて、世界的に日本のゲーム、アニメーション、



コミックなどの脚光を浴びている分野を取り込んだことが、メディア芸術祭を独自のステータスにできたんじゃないかと思うんです。

エンターテインメント部門をやらせてもらっていますけど、「メディアアートの本質をちよつと」と言われたら、わからへんのですわ。

河合 いや、なかなか難しいですね。

中島 すべてのものがアートになる。ただ、コミックも映画も商売とくつついてきている点が純粋な芸術と違うんです。

河合 メディア芸術はそれが明確だから、むしろいいかもしれませんね。

中島 しいていうと、あとは複製ということですか。デジタルの社会とすぐ近いといいますが、データの複製ができるので、一品ということではなくなっている。映像にしても、コミックにしても、どこでも見られる。要するに場所を問わないような芸術という意味もありますね。

河合 審査員の目から見ても、変化してきているという感じはありますか。

中島 若い人がどんどん入ってきています。私もそんなに長いことやっていますが、ここ数年だけ見ても、専門の領域からアマチュアの部分に対して広がってきている。特に映像は、昔は素人はなかなか手を出せないものでしたが、最近では既成の文法とはまったく違う。世の中に存在しないものが映像の中に「なんじゃこれは」というものが出てきたりすることが、近年の映像のもっている特長です。それがプロでなくてもできる。コンピュータの威力だと思います。

河合 アマチュアが冒険できるし、ちよつとしたアイデアでも形になるわけですね。例えばアイデアがあるから、小説書こうなんていったって、これはなかなかできないです。そやけど、上手に駆使すれば、メディア芸術の場合はありうるわけですね。

中島 メディア芸術祭には日本の誇る代表作を出しているという意図もありますので、アマチュアの人がそう簡単には通ってはいけませんけどね。ただし、広告映像というジャンルに入っている若者なんか、大学出て二年、三年という人間です。昔は、何かやろうと思ったら一〇年はかかるわけで、それをさらつと作られると、すごいなとしかいいようがない。それだけ道具としてのコンピュータを自由に使えるようになってきている傾向が、映像については特にいえます。

メディア芸術とインターネット

中島 映像の場合は、発表しようという



ことになる、映画館かテレビしかなかったわけですね。それが今の社会ですとインターネット上で自分の映像を発表することができるようになりました。つまり、作るだけじゃなくて、それを見てもうチャンスが増えているところが大いだと思います。

河合 今までだったら自分の作ったものを見てもうということは大変なことだったんです。今はそれが、ちよつと文章を作ったって、インターネットでやる限り、読んでくれるわけですからね。

中島 それだけパッと作って、パッと見

てもらえる状況というのは、土壌を豊かにするのか、貧しくするのか……。

河合 完全に両方ありますね。私は一長一短だと思います。ただ、昔よりも上手にやれば楽しめる人が増えたと思うんです。今までやったら、あんまり楽しいことなかったんだけど、今はちよつとやったらかもうも楽しめる。もつとも、楽しめるからすぐプロになれると思ったら、間違っていますね。

中島 最初の楽しいというところから、この世界でやってみようという志が生まれるれば、そこからプロの世界に足を踏み入れて、いちばん最初の「楽しそうだな」という気持ちで作っている人は、自分の強いモチベーションのネタになりますね。

河合 作ってみるとか、作ったものを見てもうということは、人間にとつてもすごく楽しいことですから、その可能性が広がったという点ではいいと思うんです。前だったら埋もれたかも知れないような人が、出てきやすいということでは意味があると思います。

中島 今の人はだれと口きかんでも、一



中島 僕は美術の大学で教えてますけど、
ないからいらしてきますよ(笑)。

人だけでできます。メディア芸術祭の受賞者が出てきたら、黙ってる人がいますかね(笑)。そういう人は、今までは映像なんかちよつと無理で、せいぜい写真を撮るぐらいやった……。

河合 映像どころか、みんなの前に出てくることも無理だった人だと思いますね。

メディア芸術の未来

河合 メディア芸術というのは、いわゆる従来の文化芸術と相互作用をするかどうか、この辺はどうですか。

中島 従来の文化芸術をひと言ではよう語りませんが、何をおもしろいと感じるかという部分については、たぶん長い間に培ってきたものの見方によって見てるんちゃうかなと思うんです。

これは意外と自分の感覚に合うところなというものが、美しさの基準の中に、伝統として息づいてきている。伝統的な芸術とか、古典から、知らず知らずに僕たちが吸収してきたものが出てくるという意味での継承というものはあるのかもしれないね。

それは今後への期待ですけども、デジタルによって一〇〇%のコピーができるということから、外国のコピーも同じデータでできるということになってきたときに——今までは一所懸命練習して覚えてたわけです。洋画を練習して洋画家になつたけど、向こうのCGが日本でもできるということになってきたときに……。

河合 そこはものすごいことですね。

中島 そうしたら、今度は何を描くんやというのを、はたと自分に問われると思うんです。ほんとに自分たちが安らげる、見てほつとするものはたぶん外せないと思うんです。破壊や、破壊やというカルチャーもあるんですけども。

文化芸術とビジネス

河合 メディア芸術の場合は、まさにメディアやから、テクノロジーがめちゃくちゃ発達して、ガラッと変わるところがあるでしょう。それから、商品化との結びつきも強いですね。この辺のところはどうなるでしょうね。テクノロジーの進

歩とビジネスとの結びつきの強さというか。

中島 みんながおもしろいことを享受できるようなビジネスだったら、どんどんやつてほしいなと思うんです。でも、インターネットのおかげで、あるアイデアをもつたら、そのアイデアで億万長者になれるというような、どこかのだれかだけがバリーッと幸せになれるというようなビジネスに志向がいつてほしくないです。

河合 それはある意味で、みんなを貧しくしますね。

中島 全然そんなもの楽しくないと思うんです。もらつてもお金ぐらいですからね。それよりも、例えばコンビニでこういうおもしろいものが売られるようになれば、みんなが買えるから、それはおもしろいことやね、これは一つのカルチャーだとなるならいい。へたするとビジネスという面でメディア芸術には大金持ちへのヒントが眠つてるといふように見られると、ちよつとちやうんちゃうかなと思います。

河合 そうすると、楽しくなくて、みんな

国会議員と映画

文化庁の抜穴 河合隼雄

国会議員の「映画を観て語る会」が超党派で発足した。代表世話人は河村建夫先生(自民党)、鳩山由紀夫先生(民主党)、事務局長は松井孝治先生(民主党)である。

私はかねがねからハリウッド映画のなんだかお金と物の力を見せつけるようなのが世界中に勢力を振るうのがあまり好きではなく、日本映画はすばらしい伝統をもっているし、ぜひがんばってほしいと願っていた。この会に集まられた国会議員の先生方も同じ思いなのだろうと思う。

も、クリエイティブなことをほんまにやっいていくということは違うと思うんです。ほんまにおもしろいものをみんなに見てもらい、楽しんでもらつて、その結果、売り物として売れるようになったらいい。あとは作ってる人が、次にまた作るための報酬を、当然の報酬として得られることは、ビジネスとして大切なことだと思いますね。

河合 クリエイトする楽しみ、それをみんなに分けることは、メディア芸術に限

らず根本的な問題ですね。

中島 あ、それはいい話を聞きました。ちよつとメモとらせていただきますね、忘れますんで(笑)。最近、嫌なことを忘れるのと同時に、いいことも忘れるんです。

河合 僕は、よう言われるんですよ。河合先生の話聞いてメモとつて、帰つて読んだらなんにも意味がわからへん(笑)。今日はどうもありがとうございました。(了)

しかし、「日本映画」に限定せず、まず映画を観ようというところが度量の広いところである。大喜びで私も参加させていただいたら「最高顧問」といわれて、冷や汗もの。それでもこのようにして文化の大切さをいろいろな角度から味わつてゆこうとする国会議員の方々が超党派で集まれるのは本当にうれしいので、私も少しでもお役に立てばとお引受けすることにした。国会議員の方々が超党派で映画の感想を述べ合われるのに参加できるのは、楽しくありがたいことである。

◆長官対談◆
 【文化人の本音】河合雄雄文化庁長官対談
 ハルト・バン・トンダ 京都工芸繊維大学助教授
 【長官コラム文化庁の抜く】

◆特集◆

平城宮跡第一次大極殿復原

【施策紹介】

平城宮跡整備と大極殿復原

【論文】

古代建築としての大極殿

大極殿の屋根

大極殿の内部装飾

【事業紹介】

大極殿復原工事

【事例紹介】

史跡等整備における建物復原

◆文化庁ニュース◆

文化財の新指定 美術工芸品1

平成一八年度国語問題研究協議会について

寄附金関係の税制について

ほか

編集後記

NPOは行政からの独立性を保つことで創発力を発揮しています。政策や制度にNPOを取り込むことは行政からの独立性を侵害し、創発力を損なうことにもなります。

また、NPOは活動を監督する所轄官庁をもちません。財団法人や社団法人のように、法人格が団体の信頼性を保証することにはならないのです。文化財建造物の活用において、行政とNPOとの良好な連携協力を築くには、提案を吸い上げるしくみと、団体の活動姿態や資質を適切に審査する基準と体制にポイントがありそうです。

◆連載◆

【いきいきミュージアム 美術館・博物館事業レポート】
 練馬区立美術館

【芸術文化の風】

【著作権O&A】『著作権なるほど疑問箱』から

【言葉と暮らし】

【伝建地区を見守る人々 伝建蔵時記】

【くらしが育む文化的景観】

【広げよう「文化力」の輪！】

【京都発「文化力」ビジネスモデルが拡がっていく】

【風を呼ぼう、わが町に 登録有形文化財建造物との歩み】

【活力みなぎるまらの顔 禁酒会館の保存と再生】

【地域からの「文化力」発信】

【第二〇回全国高等学校総合文化祭】

【日本の伝統美と技を守る人々】

【国宝・重要文化財をもっと楽しむ方法】

【国宝 平原方形周溝墓出土品】

【祭り蔵時記 伝承を伝える人々】

【文化交流使の活動報告】

I k u o三橋・演出家

本誌平成一七年七月号で、救急戦隊ゴーゴーズの歌を口ずさみながら特集「文化財建造物の環境保全」を編集した我々は、現在放映中の龍蔵戦隊ボウケンジャーを参照しながら本特集を組みました。

市民の創意工夫や発想力に支えられる文化財建造物の活用。そこに求められるのは「果てなき冒険スプリッツ」である。そんなノリに慎重さを併せ持ちながら、文化財保護を築く気持ちと忘れることなくがんばってまいりたいと思います。ご支援へご協力をよろしくお願い申し上げます。

（長尾 充・下間久美子）

文化庁月報 6月号（通巻453）

平成18年6月25日印刷・発行

編集——文化庁

〒100-8959 東京都千代田区丸の内2-5-1

発行——株式会社 ぎょうせい

本社 〒104-0061 東京都中央区銀座7-4-12

本部 〒167-8088 東京都杉並区荻窪4-30-16

電話 編集 03 (3571) 2126

販売 03 (5349) 6666

URL : http://www.gyosei.co.jp

印刷所——ぎょうせいデジタル株式会社

●本誌の掲載のうち、意見にわたる部分については、筆者個人の見解であることをお断りいたします。

定価540円 [本体514円] 送料76円

年間購読料6,480円

本誌のご購読のお申し込みは、直接弊社の本・支社、あるいは最寄りの書店へお申し込みください。

広告の問い合わせ・申し込み先

(株) ぎょうせい営業部広告課

電話03 (5349) 6657 (ダイヤルイン)

©2006 Printed in Japan ISSN 0916-9849

本誌は本文に再生紙・大豆油インキを使用しております。

美術館・博物館チケットプレゼント

今月号の展覧会等のチケットプレゼントは、

A 東京国立博物館

「若冲と江戸絵画展」2組 (ペア)

B 東京国立近代美術館

「吉原治良展」2組 (ペア)

C 国立国際美術館

「3つの個展：伊藤淳、今村源、須田悦弘」2組 (ペア)

です。ご希望の方はアンケートハガキのチケット応募欄に必要事項をご記入のうえ、6月26日(月)までにご投函ください(当日消印有効)。

*チケット発送をもって当選発表にかえさせていただきます。

文化庁では、ホームページで、文化庁に関する情報を幅広く提供しています。ご意見、文化庁月報の感想などを、ホームページのご意見欄へお寄せください。

●ホームページアドレス●

http://www.bunka.go.jp