

URP GCOE DOCUMENT 1

創造都市のためのアートマネジメント Art Management for Creative City

アジア・アートマネジメント会議 1

The 1st Forum of Asian Art Management



URP GCOE DOCUMENT 1



創造都市のためのアートマネジメント Art Management for Creative City



アジア・アートマネジメント会議 1

The 1st Forum of Asian Art Management

大阪市立大学 都市研究プラザ
Osaka City University Urban Research Plaza



都市研究プラザ・グローバルCOE・ドキュメント URP GCOE DOCUMENTの刊行にあたって

2006年4月に誕生した「都市研究プラザ」は、都市自治体が設立した日本最初の大学として都市研究に力を注ぎ、数々の実績を挙げてきた大阪市立大学が、都市再生へのチャレンジとして立ち上げた新しいタイプの研究教育施設である。

プラザ、すなわち「広場」という名称のこの施設は緑の木立の中にあり、全面ガラス張りの開放的で斬新なデザインの高原記念会館をホームベースとしつつ、大阪市内や周辺都市の街中、さらには海外の諸都市に移動可能なサテライト施設（「現場プラザ」「海外サブセンター」）を設けている。教員、院生、研究スタッフはつねにまちづくりの現場や海外に出かけて、都市の中に溶け込んだ研究活動に専心している。

同時にまたプラザは世界の第一級の都市研究者や政策家を招いて、国際シンポジウムやワークショップを行い、国際的な都市研究と都市政策のネットワークを作り出すことによって、世界に開かれた研究やまちづくりネットワークの拠点となり、都市研究の新しい潮流を生み出す「創造の広場」となることをめざしている。

2007年6月、「都市研究プラザ」は「文化創造と社会的包摂に向けた都市の再構築」というテーマを掲げて応募し、文部科学省のグローバルCOE拠点に採択された。その背景には、プラザのこうした野心的な仕掛けに対する期待があるものと自負している。

グローバル化と知識経済社会への移行の中、芸術をコンテンツとした「創造的文化産業」やその担い手たる「創造階級」が世界的に注目される一方で、新自由主義的な構造改革により福祉政策が混迷し、障害者や野宿者などに代表される「社会的弱者」の生活困難が増大しており、社会的格差の克服が緊急の政策的課題となっている。

本研究プログラムは芸術文化の創造的な作用を活かし、新産業を創出するのみならず、都市コミュニティを再創造し、社会的に排除されてきた人々の自立を支援して、「社会的包摂」を実現する都市（空間）のあり方を学際的に追究する。同時に、こうした実践を通じて21世紀にふさわしい先端的都市論の彫琢を前望的に志向している。

都市の「文化と産業の創造機能」に着目する「創造都市論」を理論ベースにしつつ、都市固有の文化的背景とガバナンスのあり方を歴史的に俯瞰し、グローバルな視点からベンチマーク都市の比較研究を積み重ね、現実に生起している諸問題を創造的に解決する市民の知恵、すなわち「市民知」に学び、これを吸収し、従来の都市研究の枠にはまらない躍動的な都市学の形成を企図している。

都市研究プラザ・グローバルCOE・ドキュメントは、これらの研究成果を随時公表していくことにより、「創造の広場」構築の理論的基盤となることを願って刊行するのである。

2008年3月

大阪市立大学都市研究プラザ所長 佐々木 雅幸
グローバルCOE拠点リーダー

目次

都市研究プラザ・グローバルCOE・ドキュメント
URP GCOE DOCUMENT の刊行にあたって — 3

はじめに — 5

1. 開会の辞

中川 眞 — 6

2. プレゼンテーション1

韓国のアートマネジメントの状況

金 承美 — 8

3. プレゼンテーション2

Asia Contemporary Dance Festivalを中心に形成されてきた
ネットワークと今後の展開について

大谷 燠 — 12

4. プレゼンテーション3

インドネシアにおけるパフォーマンス・アーツの現状

アムナ・クスモ — 18

5. プレゼンテーション4

アバウト・アートにかかわる活動

クラオマート・イブインソーイ — 24

6. プレゼンテーション5

アート・デザイン分野での交流がもたらす可能性

菅谷 富夫 — 34

7. プレゼンテーション6

国威発揚型と市場型が混在する上海現代アートマーケット

沈 偉群 — 39

8. プレゼンテーション7

私と中国現代美術との出会い（中国現代美術マーケットについて）

田畑 幸人 — 44

9. 全体討論 — 48

10. 閉会の辞

佐々木 雅幸 — 61

本会議は、2006年の大阪市の文化政策プランのなかに、「大阪とアジア諸外国の間に、将来的に創造人材のネットワークを構築し、活発な人的交流を行うとともに、芸術文化分野における国際的な大阪市の存在感を高めることを目的とする」と謳われたことを受け、その具体的な実現の可能性について、アジアからアートのキュレーターやディレクターを招聘し、集中的に討論するために開かれたものである。招聘されたパネリストは、韓国、タイ、インドネシア、中国から4名、日本側からは主に大阪を中心に活動するキュレーターなど3名で、他にアートマネジメント関係の専門家、大学の研究者、大阪市関係者が討論参加者として加わった。また大学院生がオブザーバーとして聴講した。スポンサーは、大阪市ゆとりとみどり振興局文化集客部と大阪市立大学の創造都市研究科で、運営は大阪市大の都市研究プラザが行った。これを第1回とし、2007年度以降も継続的に開催される予定である。

1.開会の辞

中川 眞（大阪市立大学大学院 文学研究科 教授）

アジアと大阪の文化交流は、非常に古くまで遡り（難波宮の時代まで）、今日まで連続と続いています。一番最近に限っても、Osaka Asian Beat やデジタルコンテンツ産業を旨とした映像のフェスティバル開催など、アジアを強く意識した活動が行われています。また、大阪市には戦前から朝鮮・韓国系の人々が多く住み、今日でも在日を中心とするコリアン・タウンとも呼べる集住地区があります。また、琉球文化を背景にも沖縄出身の方々が集住している地域もあります。そういう意味でも、大阪はアジアに接触し、京都、奈良、神戸といった周辺の都市も含めると、まさに関西はアジアに対する経済のみならず文化のインターフェース的特性を持ち得るのではないかと思います。

しかし、ことアートに関する限り、特に現代アート（美術のみならず、ダンス、音楽、演劇、映像など全ての表現領域を含みます）の交流という観点からすると、急に焦点がぼけてしまいます。例えば、福岡市のようなアジア美術館を中心とする明確なアジア向けの文化的指針と戦略を、大阪市は示し得ていません。むしろ、民間のNPOや国立の美術館などが、アジア関係の文化交流を牽引し、それを市民が楽しむという構図になっています。市は東洋陶磁美術館をもっていますが、陶磁に特化しており、アジア全域の現代的な文化交流という点からすれば、そのリソースは活かされているとはいえません。そういう意味では、実に中途半端な状況といえるでしょう。

現在、多くの市民がアジアに気軽に出かけ、アジアの様々な文化に接しています。それはグルメであったり、お洒落なカフェであったり、エステであったりしますが、ときに現代の最先端のアートであったりもします。アジア（とひとくちには言えませんが）には、非常に面白い現代文化が発生しており、その一部でも垣間見た人は、もっと知りたい、楽しみたいと思うようになっていきます。

大阪で、例えばアジアのコンテンポラリーダンスの公演があると、多くのオーディエンスがやってきて評価し、再び見たいと思っています。いくらかのキュレーターは、これま

での現代アートの輩出国である、欧米や日本、アメリカ、ラテン・アメリカだけではなく、アジアやアフリカのアートにも目を向けています。しかし、大阪に民博ができたのが1970年代であることに比すれば、まだまだアートの世界は保守的です。とはいえ、いま、アジアと交流する新しい創造的な芽が確実に出つつあり、それを一気に加速化させ、大阪をアジア的な文化の実験場とすると同時に、マーケットへの道すじをつくる、というのがこの会議の大前提であると思います。いま、マーケットという言葉を使いましたが、これもまた、大資本に委ねるのではなく、ツーリズムに対してエコ・ツーリズムという概念が出てきたように、エコ・マーケット的なものになれば、ユニークではないかと思いますが、それはこののち議論しましょう。

アジアの現代文化の交流を推進していくにあたっては、単発的にプロジェクトを組んでも効果的ではありません。アーティストの交流よりは、むしろ、環境づくりを含めたトータルな交流を視野に入れることのできる人材、すなわちキュレーターやディレクター、オーガナイザーなどが集って議論すべきで、まずはその交流プログラムを作りましょう、というのが大阪市の考え方です。

これには、私は深く賛同します。但し、それ以上のコンセプトやポリシーを大阪市が持っているかといえば、はっきりいって、持っていません。これはある意味では具合の悪いことですが、別の意味では、都合のいいことです。なぜなら、我々がこの場で（今日だけではなく継続的に）考え、ポリシーをつくり、プログラミングして、提案することができるからです。市当局だけに任せず、市民が文化のあり方について考えていこうというのは、少なくとも、ここに集まっている大阪のキュレーターの一致した考え方かと思います。そういう点で、アジアからのゲストのみなさんも、大阪市の意向を全く斟酌することなく、忌憚のない意見を言っていただきたく思います。

さて、本日の会議の目的は、大阪市をベースとして、アジアのキュレーターの交流を今

後展開していくとすれば、どのようなプログラムを組んでいけばいいだろうか、ということも議論することです。そのために、まずは、各国からのゲストに、それぞれの地域でのアートの展開とキュレーションの現状や問題点を語っていただき、同時に、国際的なネットワークづくりについても触れていただくとうれしく思います。

このプログラミングについては、一応、大阪市のプランのなかには素案がありました。しかし、私はこの件で、タイとインドネシアに出張して、多くのキュレーターに会って話をしたところ、どうも、大阪市の考えていることは大きなズレがあるように思いました。例えば、計画としては、アジアのキュレーターの方に長期間、大阪に来ていただいて、色々なキュレーションを見聞し、交流していただくという案があるのですが、それとは逆に、大阪のキュレーターがアジアの都市にレジデントとして滞在した方がいいのではないかとも思うようになりました。アジアから見れば、日本のキュレーターは半ば孤立しているように見えるからです。それほど、アジアの内部では相互ネットワークができていて、世界ともつながっており、日本は一面では蚊帳の外です。そういった現状を、まずは今日、認識することから始められたらと思うのです。

また、我々大阪のアート関係者としては、このプログラムを通じて、アートマネジメントのユニークな教育システムが大阪でできないかとも考えています。色々欲張りなのですが、とりあえずは以上を出発点としたいと考えています。

これが本日の会議の趣旨と目的ですが、もう少し遠いところに射程を置きたいと考えています。それは、アートが都市住民に対して果たし得る役割を再考し、アートが社会（あるいは共同体）のなかで真に生きる方法をつくり出すということです。全体討論のなかで出てくるかと思いますが、大阪のアートNPOや、その他の機関、個人の間では、アートから排除されている人々にアートを届けるという活動が始まっています。それは、ア-

ティストやキュレーターが、ホームレス、障害者、重篤な入院患者、老人、地域マイノリティの方々とかかわり、そこから新たなクリエイターやユーザーを開発していくというものです。この試みは、都市のマイノリティに光をあて、そこから都市を変えていくという流れを示唆します。おそらく、佐々木教授からも、アートとソーシャル・インクルージョンに関する話が出てくると思いますし、このアイデアは大阪独特のものになる可能性があります。

ソーシャル・インクルーシブな志向性をもつ創造都市戦略というのが、今回の隠されたテーマかと思いますが、アートが日常生活を豊かにするという、当たり前のことが実現できるようにしたいものです。そういう意味で、アジア諸国では、アートが日常生活と深くかかわりをもつという伝統が非常に長かったし、それは生きていると思います。そういう点からも、多く学ぶことができれば幸いです。

2.プレゼンテーション1

韓国のアートマネジメントの状況

金 承美（ソウル芸術大学演劇科 芸術経営専攻 教授）

金： 皆さまはじめまして。韓国から来ました金承美です。今日私は、韓国のアートマネジメント、特にパフォーミング・アーツについてお話しします。

韓国のアートマネジメントの歴史

韓国のアートマネジメントは、歴史的にそれほど豊かではありません。1990年代、アートにかかわる組織が（マネジメントに対する）関心を示し始め、そういった関心が非常に大きくなってきました。現在韓国には40の大学院と10の学部のプログラムがあり、アートマネジメントについてのコースを提供しています。

また、劇場や芸術団体のアートマネジメントを行う仕事が、非常に人気のある職業になっています。例えば、数年前、韓国の中でも非常に優れた劇場のひとつであるソウルアートセンターで、アートマネジメントの専門職を9人募集しました。それに対して4,000人の応募がありました。今はトレンドとなっていますが、芸術にかかわるマーケティングがちょうど出始めてきた1980年代頃は、韓国のアーティストは非常に慎重でした。例えば、ある劇団がマーケティング戦略に難色を示したことがあります。『パダム・パダム・パダム』という舞台に関するものだったのですけれども、多くの人たちはマーケティングのスキームは、芸術の純粋性を汚すという懸念を表明しました。そして社会的、文化的にも非常に多くの論争が起こりました。

韓国のパフォーミング・アーツの概況

外国での状況と同様に、韓国においてもアートマネジメントに関する関心の高まりは、アートにかかわる組織の数の増加と相関しています。アメリカでは1950年代後半の文化ブームによって、アートマネジメントの整備が必要となりました。

韓国では1988年夏にソウルオリンピックが開かれ、劇場や劇団の数が激増しました。そしてアートの市場も非常に大きくなったわけです。例えば韓国には劇場ホールが600

ありますが、そのうちの70%以上がソウルオリンピック以降に建てられたものです。そして1990年代半ばには、舞台芸術の企画、またそのプロモーションを行うことに特化した会社が出てきました。

1993年、私は6カ月間、日本の文部科学省に招かれて東京の劇団で勉強しました。当時私が非常に感銘を受けたのは、日本の劇団や劇場やショーが、専門知識を持った企業や個人に企画、運営されることによって非常に成功していることでした。その当時、韓国ではほとんどがアーティスト自身に頼る方法が中心でした。

海外ミュージカルの成功

最近の韓国の演劇の大きな変化のひとつは、ミュージカルの増加です。人気のあるミュージカルがいろいろ出てきました。韓国の演劇の市場は、2000年以来、年率で毎年20%伸びてきました。10年前は50億円の市場が、現在は300億円近くになっています。多くのプロデューサーが大規模なミュージカルをつくり、ブロードウェイのショーやフランスのミュージカルが韓国に入ってくるようになりました。

例えばこの5年間で、韓国で最も成功したブロードウェイのミュージカルは、『美女と野獣』、『アイダ』、『ミス・サイゴン』、『マンマ・ミーア』などです。韓国ではフランスのミュージカルも非常に人気があります。フランスで最もよく知られているものが入ってきて、とても成功しています。最近では、『ノートルダム・ド・パリ』と『ロミオとジュリエット』が来ました。

そして昨年、日本の劇団四季が韓国へ来て、『ライオンキング』のロングラン公演のために劇場を建てて、文化的、社会的に大きな注目を集めました。と言いますのも、韓国のミュージカル・カンパニーは、専用のホールをそれまで持っていなかったのです。劇団四季は韓国のミュージカル市場に競争を持ち込んだと言えます。

劇場とマネジメント

さらに別の変化が、国公立の劇場で起こっています。以前はこういった劇場は、公務員が、専門家としてではなく、非常に向こう見ずな形で運営していました。最近では、貞洞（チョンドン）劇場という国立劇場やソウルの市民劇場は、より民営化が進んでいます。そしてアートマネジメントが、より効果的に行われています。

最近、そのような劇場のひとつがトップにビジネスマンを雇用して、企業マネジメントの戦略を導入しました。彼は利益の増加に貢献しています。しかしながら、それが国立の劇場を運営する正しい方法なのかどうかは、まだ議論があるところです。やはり舞台芸術の長期的な成長を考えた場合、商業主義になることがいいことなのかどうかという議論があります。また、芸術はその運営や管理とは距離を置いておくべきだという議論もあります。

結論ですけれども、韓国のアートマネジメントにはまだ改善の余地があります。しかし、現在、アートマネジメントに対して焦点を置いて取り組んでいく姿勢がアート産業を前へ進めている原動力になっていますし、またこの分野は、長い道のりではあると思いますが、今後発展すると思います。継続的な発展のためには、アートとマネジメントの間での調和が非常に重要であると思います。

[質疑応答]

企業マネジメントの利点と弊害

谷本： 韓国の状況について聞かせていただきまして、本当にありがとうございました。ほとんど初めての経験で、とても貴重な機会をいただいていると思っています。

結論に近いところで、例えば国立劇場などのトップにビジネスマンが座って運営するようになり、企業マネジメントの手法や戦略を導入することで利益増をもたらしているというお話がありました。一方で、それに対して、商業主義的な在り方について

懸念や疑問もあるというお話もありました。現実にはどういった問題が、観客に見えるような形で浮上してきているのかを具体的に教えていただきたいと思います。

金： マイナスの面だけを言ったのですけれども、全般的にはより良い側面もたくさんあります。マイナスの点としては、劇場の貸出料が非常に高いということ、また非常に商業的なプログラムになるということ、それによって長期的な舞台芸術の改善に障害が出るかもしれないということです。良いところは随分たくさんあるのですけれども、そういった点に注意をしなければなりません。あまり商業的になり過ぎない注意が必要だろうと思います。

中川： 谷本さんのところのザ・フェニックスホールは民間ですね。その場合、似たような問題が生じるのではないのでしょうか。それについてどう考えていらっしゃいますか。

谷本： 民間の施設と一言でくくることはできるのですが、中身を細かく見ますと、劇団四季のような非常に商業主義的なかたちと、私どものホールのように企業メセナ、企業の社会貢献活動として営まれるかたちの大きく分けて2つあると思います。私たちのほうは企業メセナの活動としてホールを運営しているものですから、基本的に収益を上げようということはあまりないわけです。

そうすると、先日あるガムラングループを招いて行った公演のように、非常に前衛的な公演も可能ではあるのです。とは言っても、年間20ぐらいの主催公演を行いますと、中にはやはりある程度の集客を意識せざるを得ないという実態もあります。ですから私たちのホールでは、ある程度の実験的、前衛的なものも取り入れ、一方でオーソドックスなものもプログラムに入れる。ただ、比較的实验的なものに手を出せる環境にあると思います。

しかし、常に収支を取ることを意識して運営せざるを得ないホールなどでは、実験

的なものはどちらかというところと遠ざけられる。年間の公演の中でも、実験的なものはあまり入ってこないようにせざるを得ないとは思っています。

劇場の運営と民営化について

大谷： 国公立劇場の民営化が進んでいるというお話でしたが、どのようなシステムで運営しているのですか。例えばアメリカの劇場はNPOが運営している形ですし、あるいはディレクターやアドミニストレーターという形で個人的に雇用されているのか。その辺のことをお聞きしたいと思います。

金： 民営化された国公立劇場の多くは商業的なものではありません。いずれにしても政府がサポートをしています。しかし、劇場のディレクターは公務員ではありません。ですので、国公立劇場の民営化はノンプロフィットではあるのですが、システムは違うものがあります。非営利ではあるのですが、国立劇場は民営化後は利益にももちろん重きを置かねばならなくなります。ということで、ディレクターは、収益を上げるために商業的なプログラムからやろうとします。しかしながら、引き続き非営利団体ではあるわけです。

中川： 大谷さんの質問は、恐らく1年前から日本でも導入された指定管理者制度と関係がありますね。昨日、大阪市立芸術創造館を訪問しました。館長の小原さんから指定管理者とは一体何なのかということについて説明がありまして、ここにおられる方々はよくご理解いただいていると思います。日本ではその制度は始まって1年で、まだ混乱していて、それがいいのか悪いのかよく分からない段階です。小原さんが昨日おっしゃったように、経費は削減した上で、しかしお客さんはたくさん呼んで、さらにいいものを作ってくれと言われて、すごくチャレンジングだけでも、うまくいくかどうか分からないというお話がありました。韓国の国公立劇場の民営化は、そのような制度

として発足したのでしょうか。

金： 韓国では、新しい制度が約10年前に始まりました。貞洞劇場は韓国の国立劇場のひとつで、初めて10年前に始まったところなのですが、大きく成功しました。その劇場がほかの国立劇場に影響を与えたわけです。それで国立劇場や市民劇場が、新しい制度を導入しました。

しかし、10年が経過して、ネガティブな面も出てきました。例えば商業化が行き過ぎるという点などです。そこで、今我々は、国立劇場の新しい運営の方法は一体どうなんでしょうかと疑問に思い、議論を始めています。

実験芸術支援をめぐる韓国と日本の相違点

フロア発言： 多くの演劇が非常に欧米志向的なアメリカやフランスのミュージカルだったり、商業的なものが入ったりしているというお話でしたが、それ以外のパフォーマンス・アーツが韓国にあると思います。そのサポートはどうなっているのでしょうか。

金： 日本では、伝統的、古典的な技術については政府が支援していると思いますが、日本とは対照的に、韓国の場合、政府の芸術支援は実験的な劇場やパフォーマンス系のもを対象としています。私は今日のお話では商業的なものだけを紹介しましたが、韓国ではそれ以外の分野、実験的なパフォーマンスも随分あります。

2000年以降、政府からの支援や企業のスポンサーを得ることに対して、非営利の劇場や組織がアートマネジメントに関心を持ち始めています。

佐々木： 日本政府の、演劇ジャンルにおける公的支援は、従来は伝統的な分野に多かった。実験的な分野が政府の支援対象になるのは、今から15年ぐらい前からのことなんです。それはどういう意味合いがあるかというところ、特に現代劇のジャンルは、日本の場合は比較的反体制的、つまり当時の体制に対する異議申し立ての要素を持っている

ことがあって、政府はそれに対してかなり否定的でした。それで、そういった演劇については支援をしない、また演劇人も政府からの支援を受けない、受けたくないという強い姿勢があったわけです。私が学生の時代は、全世界的にそういう流れがありました。

しかし、日本が1990年代、韓国では今お話があった時代に、政府の政策が大きく変わってきて、実験的あるいは現代的な演劇についても支援をしていく。それは国レベルだけでなく、地方の自治体でも積極的に実験的なものに支援をしていく方向が生まれてきた。

そのあとで財政の危機が訪れたときに、文化予算の削減の波が訪れて、現在のよう急激なプライバタイゼーション、指定管理者制度という名前のプライバタイゼーションが起こってきているということではないでしょうか。

韓国の場合、長い軍政の時代がありますよね。そこから民政に転換したときに、恐らく実験的なものに対する支援が始まってくる。演劇のようなジャンルは、そうした各国の社会政治的な状況、特に政府の支援のありようが大きな問題となるんじゃないかと思います。

大学路の小劇場の公的支援

大谷： ソウルに大学路（テハンノ）という、元ソウル大学跡に30ぐらいの小劇場がありますが、ああいう小さな劇場も公的な支援を受けているのでしょうか。

金： ミュージカルや商業シアターについては、韓国ではサポートはありません。多くの演劇のサポートというのは小さな劇場向けなのですが、ほとんどの劇場、大学路にあるものは、政府によって支援を受けています。政府の支援なしには劇場の運営はできない、非常に困難な状況です。ですから答えはイエスです。

海外へ向けた文化交流に対する公的支援

クスマ： 文化的な交流に関しての政策はどうなのでしょう。アジアの国々とのネットワークづくりのために、例えば私が韓国の劇場の人たちをインドネシアに招聘したいと思いますと、それに対して補助金は出るのでしょうか。また、それは韓国の大使館に対して、私たちが申請すべきことになるのでしょうか。

金： 韓国のグループが政府に支援を要請します。またいくつかの支援団体もあります。ですので、韓国のグループから支援を要請するほうが良いと思います。

3. プレゼンテーション2

Asia Contemporary Dance Festivalを中心に形成されてきたネットワークと今後の展開について

大谷 燠（NPO法人 DANCE BOX 代表）

大谷： 私は、大阪でDANCE BOXというアートNPOのエグゼクティブディレクターをしています。本日は、私たちが2001年から大阪市と共同して開催している「アジアコンテンポラリーダンスフェスティバル」（以下、ACDF）を中心にお話ししていきたいと思います。

アジアコンテンポラリー

ダンスフェスティバルでの活動

ACDFは、2007年2月から3月にかけて開催しました。これが5回目となりました。ACDFの趣旨は、アジアのコンテンポラリーダンスを西洋からのエスニック、オリエンタルな視点で見ることではなく、アジアの視点から見ることで、アジア各国の持つ現在形の文化的価値観を再発見し、各国の文化がアジアというパラダイムで共有している部分、その独自のものを見つけていく試みです。フェスティバルは公演とワークショップを中心に構成されていますが、現在までに韓国、中国、香港、台湾、インドネシア、タイ、マレーシア、シンガポール、オーストラリアそして日本の、10の国と地域が参加してきました。

では、アーティストをどういうふうにも選考しているのかといいますと、いくつかの方法があります。まず、各国の信頼できるディレクターから数人のアーティストの情報、つまりプロフィール、レビュー、映像等を送ってもらい、その中から選考するケースがあります。

次に、既に参加したアーティストから情報をもらうケースがあります。彼らはヨーロッパ等のいろんなフェスティバルでアジアのアーティストと出会う機会が多くあり、その情報はかなり鮮度がいいからです。私自身も自分の舞踏カンパニーを持っておりまして、海外のフェスティバルに招聘されるケースもあります。そのとき他の出演者、つまり実際に自分が見たアジアのアーティストを呼ぶケースもあります。

本来はすべて自分の目で実際に見て決められるといいのですが、ACDFの予算では事前に下調べに行くのはなかなか難しい。そこで

彼らからの情報や、フェスティバルやダンスプラットフォームに招待された折に見たアーティスト及び作品を、情報としてストックしておいて、プログラミングするときに利用しています。

また最近では直接DANCE BOXのほうにプレゼンテーションしてくるケースも増えております。だいたい年間30~40件です。これはアジアだけではなくて世界各国のいろんなダンスカンパニーが資料を送ってくるケースがあります。資料を送ってくるだけではなく、DANCE BOXが行っている「ダンスサーカス」という登竜門的なプログラムに、自費で参加してくるアーティストもいます。今度の5月にあるダンスサーカスには、インドネシアの若いアーティストが自費で参加してきます。

ACDFではこういったワークショップ以外にも、アーティストミーティングを開いて、各国のコンテンポラリーダンスの置かれている状況について話し合うことも行っています。また観客も参加する形で、即興でダンスをつくっていく、フィジカルシンポジウムも開催しました。

今年の特徴はタイのアーティスト、ピチュ・クランチェンにだいたい3週間、大阪にレジデントをしてもらって、オーディションで選ばれたダンサーと役者を使って新しい作品を制作してもらいました。この試みは、タイの古典仮面舞踊劇であるコーンの身体操法を基礎にしながら、全く新しい世界観を提示するもので、彼の話によると、タイではなかなか実現できなかった企画だったそうです。それが大阪で実現できた意味は大きいと思っています。この作品は今年の8月に大阪でリメイクして、その後12月にバンコク、島根県益田、沖縄を巡演する予定にしております。

アジアにおけるアートマネジャー、アーティストとのネットワーク

このフェスティバルを5回開催してきた成果としては、今申しあげましたアーティスト・イン・レジデンスによる作品制作ができたことにも大変大きな意義がありますが、その他にも本日のミーティングのテーマでもある、

アジア各国のアートマネジャーやアーティストとのネットワークが広がってきたことです。

例えば韓国では、リ・ジョンホさん。彼は「シー・ダンスフェスティバル」のディレクターです。それから、沈哲鐘（シム・ Cholチョン）さん。彼は「シアターゼロ」のディレクターで、私たちの劇場で企画をしたこともあります。あるいは、2010年に完成するガンジュのアートセンターの、イ・ギソクさん。またインドネシアでは、サル・ムギヤントさん。それからもちろんお隣にいらっしゃる、アムナ・クスモさん。彼女はクロラのディレクターとして非常に重要な人物です。

中国では、ジャン・チャンチョンさん。北京舞踊団のディレクターで「北京ダンスフェスティバル」のディレクターでもあります。彼とも将来的に連絡を取り合えればよいと思っています。マレーシアでは、ロガヤ・シハルディンさん。それから一昨年DANCE BOXに来られた、「ファイブ・アーツ・センター」の代表のマリオン・ドゥ・クルーズさん。シンガポールでは、これも非常に有名な方ですが、シアターワークスの芸術監督である、オン・ケンセンさん。彼は「フライング・サーカス・プロジェクト」をやっている非常に有名なアジアのアーティストでもあります。

タイでは、タンフクワンさん。彼は去年、今ちょうど映像に映っているタイのピチュ・クランチェンさんと、フランスのコレオグラフィアー、ジェローム・ベルさんとのコラボレーションを、モンペリエのダンスフェスティバルで企画し、成功させた人です。こういった人たちとのネットワークを今後より強固にしていくと同時に、若いアートマネジャーの育成も進めていきたいと思っています。

ACDFをめぐる展望と課題

一方課題もあります。本来このような事業は10年間ほど継続する展望と予算を持って行われる必要があります。もちろん評価に関しては毎年行われていく必要があるかと思いますが、予算が単年度で、来年以降継続できる見込みが立っていないのが現状です。

先駆的、実験的である舞台芸術はエンター

テインメント系のものとは異なり、多くの観客を集めることは困難です。もちろんそのために努力は惜しみませんが、現段階では実験的な事業に対する地方自治体の文化予算は減少しています。このことに対しては、全予算に対する文化予算率を引き上げるように市の方と協働しながら、同時に民意を向上していくことも必要かと考えています。また、国や企業とのマッチングをより進めていく必要があるかと思っております。

私がカンパニーのディレクターとして仕事を始めたのが1974年です。劇場のディレクターになったのが1991年。その当時日本ではアートマネジメントという言葉は、まだ一般的には使われていませんでした。現在では大学で教えるところも少しずつ増加してきて、一般的にも使われる言葉になってきました。私も大学でアートマネジメントを教えています。大きな問題があります。その問題というのは、卒業した学生の就職口がほとんどないということです。今後、アーティストと市民、行政、企業を結んでいくアートマネジャーの仕事は、創造的な社会を形成することにおいて、より重要になってくると考えています。しかし、現在の日本のアーティストやアートマネジャーの経済的な環境は決して豊かなものではありません。これは私も含めてです。今回のようなアートマネジメントに関する会議をアジアの関係者と共有できることは、相互の問題点の解決、アジアのアートの環境改善、国際交流の促進に寄与するものとして、大きな期待を持っております。

【質疑応答】

アートマネジメントと予算決定の不確実性

クスモ： 私がとても関心のあることですが、自治体の単年度の予算ということで、次年度はできるかどうか分からないというふうにおっしゃいました。インドネシアでも同じような問題があります。企画しようとしても、企画することが難しいのです。最後の最後のところで、本当にこれができるのか、予算が取れるのかどうか、分からないからです。日本でも企画が非常に大変だと思います。5年

とか10年ぐらいで計画をするというふうに聞いています。なぜ政府が前もってこういうふうな予算にしますよ、こういった形で予算がありますよということを言ってくれないのでしょうか。そうするとアートマネジメントはうまく機能するのではないのでしょうか。なぜ近未来にできることも分からないのでしょうか。

大谷： 本当ですね。困ったものだと思うのですが、例え国で言いますと、文化庁の芸術拠点形成事業という助成金を私ももらっていますけれども、今年度の場合、今年の4月から来年の3月までに私たちの劇場で行うプロジェクトに関して、今ようやく募集が始まったところなのです。これから書類を書いて、結果が出るのが5月になる。もう既に4月からプロジェクトは始まっているのに、その助成金が出るかどうかという結果が5月になるという、非常に不思議なことがあります。

クスマ： ここに行政の方は来られていないのですか。なぜこんなプロセスで放っておくのですか。我々アーティストにとってもマネジメントにとっても、こういうふうなシステムを改善するということが必要だと思うのです。

クラオマート： タイもそうなのですが、昨年以来政府の協力をいただいてグラント（助成）やサポートをもらったりしているのです。でも基本的にはやはり政府の政策にかかってくる。そしてその政策というのが時によって変わってしまうということです。それが問題です。固定した政策ならば、私たちも分かりやすいです。そうするとちゃんと提案も申し込みもできるのです。

でも実際のところ、タイでも特定の会計年度があって、それが10月に始まるのです。1月までに全部申し込む形になるわけです。結果が分かってくるのは4月ぐらいになります。でも提案を出すにあたっては、どこに出すかということよりも、どこにコネを持っている

のか、そしてプロジェクトが本当に政府のサポートをもらえるかどうかということの前もって確認しているか、ということによります。例えば5年間計画を同じプロジェクトで継続して実施するような申し込みをすることもできます。そうしてサポートを得ることができるのですが、それは政治に左右されます。もう既に企画があり、そしてちゃんと約束されていたプロジェクトでも、突然予算が削減されてしまうと、警告もなしに中止ということもあります。

日本の文化行政の現状と課題

杉浦： 別に行政の人間ではないのですが、行政の仕事を手掛けてきたということで、今の日本の国、政府というレベルの文化行政の状況というお話をします。まずひとつ、長期的な視野がもてないのかということなのですが、一口に文化的な団体への支援といったときに、日本の場合は3つの省庁が絡んできます。ひとつは純粋に文化団体を支援する文化庁です。もうひとつが、文化産業的な分野、映画やアニメーションといったものを産業政策としての側面で支援する経済産業省、それから最後に、これがたぶんここにいらっしゃる皆さんに一番かわりがあると思うのですが、国際交流活動に関しては外務省が担当しています。

文化庁の話をしてみると、文化団体に対する支援には2つの大きな助成金があります。ひとつは「新世紀アーツプラン」という、日本を代表する、かつ世界的に影響を与えうる団体に対して、単年をひとつのタームにして支援をする制度です。もうひとつは政府系の財団が管轄しているのですが、「芸術文化振興基金」というところから支援をするという、この2つの大きなグラントがあります。

新世紀アーツプランに関しては、日本を代表する団体に継続的に支援を与えられています。ただし限られた団体、非常に限定された団体に対して支援をされています。もうひとつの事業的なことでいうと、芸術文化振興基金なのですが、これはクラオマートさんがおっしゃったのと同じように、単年度で

予算が下ろされます。ですのでその基金、グラントの財団自体が、自分たちがどれくらいお金を使えるのか、というのが分かるのが4月なのです。その前に実施する事業については、なかなかやりにくい。このように政府の資金をもらうことが前提では、事業がやりにくいという状況があります。

では、まっとうに企画書を書いたらグラントがもらえるのかというと、これも実に政治的な要素が絡んでいまして、クラオマートさんがおっしゃったのと同じように、コネがあるのか、事前に根回しをしているのかということが非常に重要になってきます。根回しをしないでまともに窓口へ行ったりしますと、30分から1時間にわたって強烈な嫌みを言われて、結局もらえないということを僕は何回も経験をしています。

外務省の国際交流基金という国際文化交流に支出されている大きなグラントがありますが、ここも同じことが起こります。

もうひとつ、経済産業省がやっているグラントで、日本自転車振興会という、いわゆる自転車レース、ギャンブルの資金を使っているものがあるのですが、ここもやはり同じです。だからそういう意味では、クラオマートさんがおっしゃったような状況というのが、今の日本にもあるということです。

ただ、ほかの国と違って、一番日本で問題なのは、この3つの省庁が連携していないということです。かつ、文化を扱う文化庁というところが長期的なビジョンを持っていないのは、長期的なビジョンを持てる人がいないからです。文化庁は、ご承知のとおり、日本の場合は「文化省」ではないので、去年まで小学校の教科書を作っていた人が文化振興の担当課長になったりして、支援をするかしないかを決めたりするわけです。今まで教科書を作っていた人には文化事業なんて分からないわけです。その人は2~3年で替わってしまうので、政治家から圧力があったり、コネがあったりした無難なところに支援すればいいということになってしまいます。文化、文化と日本でも言われるようになって、多少はましになりましたが、ほんの3年前までそういう状況であり、

今も大きく変わっているわけではないということです。

アートカウンシルによる文化行政の確立

中川： 数々の修羅場を乗り越えてこられた杉浦さんのお言葉ですが、今ふと思ったのですけれど、例えば日本では学術的な研究については、多くの研究者が3年以上の見通しを持ったグラントを取れる制度になっています。長い場合は、5年間の見通しを持ったグラントを取れますし、何千人という研究者がそれを受けています。日本学術振興会がマネージしている科学研究助成費やCOEといったものです。けれどもアーティストにはそういうのがないですね。非常に少ない。以上は文部科学省系ですけれども、省庁が違えば政策が非常に大きく変わってくる。特にアーティストに対するグラントがまだまだ長期的なスパンを持ちえないというのが、日本もそうだし、タイもインドネシアもどこでもそうなのですね。逆に長期的なスパンを持ちうるような予算の立て方をしている国というのはあるのですか。

佐々木： 今の問題について言いますと、ヨーロッパでは文化予算の配分を担当しているセクションに、アートカウンシルというのがあります。アートカウンシルの構成の中には、必ず芸術家の団体や個人が代表として入っていて、しっかりした調査をした上で予算の配分を行うということができるようになっています。ところが日本の場合には、戦後の出発点のときに、教育委員会、いわばエデュケショナルカウンシルという組織ができてしまった。教育委員会はいわゆる市町村部局から独立をしたセクションになったのですが、教育の中に文化予算も入ってしまった。このように、教育と文化を分けてそれぞれ独立させるという出発点がなかったために、どうしても政治的な判断に振り回されたのです。

今やっと東京都がアートカウンシルを条例によってスタートさせたところです。我々も大阪府、大阪市に対して独立した文化予算、文化政策の確立をするようなアートカウンシ

ルをつくるべきだという運動を、起こしているところなんです。アートマネジメントの在り方と合わせて、文化政策のレベルでのより客観的な基準をつくっていくとか、より長期的な政策を持つということが大事になってきます。この都市研究プラザという場でこの議論をしているのは、アートカウンシルによる文化政策が確立する場合に、大学がかかわったほうがいいと思うからです。行政の中だけではできないし、アートマネジメントをやっている現場の方だけでもやっぱり全体像が見えない。それで大学とか専門の研究をしているグループとジョイントして、より広い視野で検討していくという、そういった意味で、我々のほうからこういう場をつくって議論しているという、これが今回の会議の隠された目的なのです。

日本における芸術文化の法整備の遅れ

谷本： 杉浦さんの、単年度予算というシステムになぜ変わらないのか、放っておくのはなぜかというお話ですが、僕なりに考えたことは、その法的な整備が遅れてきたことが大きいということです。国民の側から言えば、日本の芸術や文化における、法制の整備が遅れていったというのが最も根源的な原因だと思うのです。学校教育については例えば「学校教育法」や「教育基本法」というのがあります。しかし、芸術文化についてはその基本法の策定が非常に遅れていたということが現実にあって、「文化芸術振興基本法」というのができたのは確か2001年のことです。

国家レベルではこうだったわけですが、現実には地方自治体のほうがこういった芸術文化を支える法制の整備というのは進んでいました。例えば北海道は「北海道文化振興条例」というのを作っています。国はこれを作っていなかったの、国民に日常生活の中で芸術文化を享受する権利があるということや、芸術文化を享受するための環境を行政が用意しなければならないということが、法的に確認されていなかった。法によって、継続した行政サービスをしなければならないという義務を、行政に課していなかった、ということが

一番の問題であると僕は思うのです。

この整備がここ数年の間に行われたので、少しずつ継続的に芸術文化を国民が享受するための環境が、これからつくられていくとは思いますが、少なくともこれは行政の義務ですし、国民が芸術文化を享受することはひとつの権利です。この権利自体は憲法にうたわれています。しかし基本法はなかった。それが確認されたのがここ数年のことであるということが根源的な問題だ、と僕は思います。

これをもう少しせじ詰めて考えますと、芸術文化が日本の社会の中で占める位置が不安定であった、率直に言いますと低かったわけです。つまり日本は芸術文化を享受するという側面においては発展途上国なのです。経済成長のための法制はさまざまなものが整備されてきたけれども、芸術文化を国民が享受するということについての法制の整備が遅れてきたということは、とりも直さず日本人が芸術文化の価値をあまり認めていなかったということが言えなくもない。あるいは、国のリーダーたちが認めていなかったとも言えるし、それを象徴しているのではないかと思います。整理しますと、こういう法制が整備されたことで、一定の権利義務関係が生じ、それに基づいて単年度予算という仕組みも、芸術文化に携わる人たちの行政に対する働きかけによって改められていくのではないかと思います。少なくともその根拠となる基本的な枠組みは整備されつつあるのではないかと思います。

まとめ

クスモ： ありがとうございます。ご説明いただきまして、本当にうれしかったです。やっと様子が見え、よく分かってきました。日本でこんな問題があって、でも何でこうなるのか分からなかったのです。谷本さんは、日本はアートと文化では途上国だとおっしゃいました。インドネシアと同じだと思うのです。政治的に経済的には日本はものすごく先進国です。でも、芸術と文化の制度や意識の面ではインドネシアやタイやそしてアジアの国々と同じくらいなのです。

日本に初めて来たのは1980年代の後半です。白虎社という舞踏グループの友達に会っていました。彼らは、とっても貧しかったです。我々も貧しいアーティストですけれども、彼らもものすごく貧しい人たちでした。これが日本かと、20世紀の日本なのかとびっくりいたしました。それからインドネシアに彼らをお呼んだのです。初めて日本の舞踏団を招待したのです。でも、ずっと分からなかったのです。なぜ日本でこんなに貧しいのか、なぜ何のサポートももらえないか、なぜこんな生活をしているのか、というふうに不思議に思っていました。

我々アジアにおいてはシンガポールを見ていくべきだと思います。シンガポールではアートと文化のステータスが非常に高いです。インドネシアもタイも、そして日本も文化的に豊富です。でも芸術や文化というものを戦略的には見ていない。でもシンガポールは違います。ポジションを変えて言えば、シンガポールも初めはゼロから始めているのです。彼らは、シンガポールはアジアのアートのハブだ、というふうに自身で位置付けたのです。また美術館においても、自分たちが核となり得るようにしたのです。そうやって戦略的に自分たちのポジショニングをしたわけです。経済的な便益もありますよということを知って、国民も寄っていったわけです。ですからアジアの人たちはもっと、シンガポールだけに任せておかないで、各々の国々でも、戦略的にアートとカルチャーの地位づくりをするべきだというふうに思っています。これはもう我々の合意、共有できる文化のひとつだと思っています。

中川： 非常に重要な課題がいっぱい出てきて、これは午後にも引き継ぎたいですね。実は、その白虎社は私も大好きで、白虎社というところ、京都の学生時代の自分を思い出します。本当に彼らは貧乏でした。残念ながら90年代半ばに彼らは解散してしまいました。しかしその中から、佐東さんと水野さんという方々がJCDN（NPO法人ジャパン・コンテンポラリー・ダンス・ネットワーク）という

組織を立ち上げられまして、それが日本の現代コンテンポラリーダンス支援のかなりの部分を牽引なさっていて、大谷さんもよく一緒にお仕事なさっていますね。そしてJCDNは今年からアジアにネットワークを広げていこうという運動をなさっています。クスマさんがまかれた種が、いろいろ実りつつあるのかなと思います。白虎社がインドネシアで招聘されたというのは、当時の日本では大きな文化的ニュースだったんですよ。

4.プレゼンテーション3

インドネシアにおけるパフォーマンス・アーツの現状

アムナ・クスモ（インドネシア共和国 クロラ財団 代表）

クスモ： 来日は初めてではないのですけれども、日本に来ること、特に桜の季節に来ることはうれしく思います。

アムナ・クスモと申します。インドネシアのジャカルタから参りました。99年に友人数人と共にクロラ財団（Kelola Foundation）という組織を立ち上げました。

今日は、インドネシアにおけるパフォーマンス・アーツの現状について、そして私どもの組織がどういう役割をそこで果たしているかについてご説明しますが、本題に入ります前に、インドネシアについて簡単にご紹介します。

インドネシアの政治情勢と文化政策の概況

バリ島に来られる日本の方は多いのですが、バリ島はインドネシアのひとつの島に過ぎません。インドネシアには全部で約17,000の島があり、人口は2億3,800万人、そのうちの59%がジャワ島に住み、21%がスマトラ島に住んでいます。つまり、人口の80%が2つの大きな島に集中し、残りの20%が16,900以上の島に住んでいるということです。インドネシアの民族グループは500以上あり、言葉は700以上あります。国語はインドネシア語ではありますがけれども、各地域ではたくさんの言葉が使われています。このようにインドネシアは文化的にも多様な国であるため、非常に複雑で、またそこから大きな問題がいろいろ生み出されています。

現状についてお話をする前に、過去を簡単に振り返ってご説明しましょう。そうすれば現状をよりよく分かっていたいただけるからです。1966年から98年、スハルト前大統領は中央集権的政府を制度化したため、すべてが中央のジャカルタで判断され、トップダウン式で決定が下されていました。収入も全部、中央に集中していました。すなわち地方自治体の収入源のうち80%が中央政府にいき、20%だけが地方に配分されたので、地方が中央に対して非常に嫌な思いをしている状態が続きました。それは今も続いています。中央政府はアートカウンシルを各州に設立しま

したが、そこには中央政府の役人が配属される、あるいはその役人の家族や友人が雇われています。能力によって採用されたわけではありません。

各州にはアートセンターもあります。アートセンターにはパフォーマンス用の空間、あるいは展示用の空間が設けられています。設備もありますが、最低限のものしかありませんし、以前は間接的なサポートしか行われていませんでした。アーティストはセンターを無料で自由に使うことができましたが、アートセンター自体にプログラムのための資金は全くありませんでした。アートセンターのディレクターであったとしても、プログラム予算がないので何もできなかったのです。すぐれたディレクターであってもアーティストに空間を提供するだけ、アーティストは無料でその空間を自由に使うという仕組みでした。

ディレクターという人たちはみんな、以前は役人でした。彼らとその職に就くのは能力がある、あるいはアートに知識を持っているからということでは決してなくて、序列でここに入るわけです。または、どこかで問題を起こすと、左遷されてアートセンターやアートカウンセルのディレクターになるわけです。アートと文化部門は政府の左遷先になってしまっています。アートと文化に関する仕事というのは簡単に誰にでもできると思われているので、例えばエンジニアとして問題を起こしたら、左遷されてアートと文化のほうに回されます。同様のことがジャカルタのアートセンターでも起こっていました。

こうした官僚制度が原因で、アートによって市民社会がエンパワーされることはありませんでした。残念ではありますが、皆さんご存じのように、インドネシア政府というのは非常に汚職、腐敗がひどいわけです。腐敗がひどいと、市民社会へのエンパワーメントは起こりません。なぜなら、政府の役人たちが利権を握れなくなってしまう、自分たちがお金を握っていらなくなるのを最も恐れるわけですから、エンパワーメントは市民社会には浸透しないのです。何が起ころうと

自分たちには関係ない。自分たちが仕事をして報告書がきちんと出来上がればいい。報告書の中身ではなく形が整っていればそれでいいということで、アートと市民社会との間につながりはありませんでした。これはもちろん一般論として言っているわけで、中には非常に優れたアートセンターのディレクターもいたわけですが、ごくごく限られていて、全体のわずか10%ぐらいだったと思います。

ところが98年以降、状況は大きく変わりました。中央集権ではなく地方分権が完全に、しかも急速に進みました。地方自治を喜ぶ人も多く、地方の人たちは「自分は権力をすべて手にした。だから誰とも調整しなくていい、好きにやりたいことをやればいいのだ」という風潮が広まったのですが、調整、コーディネーションが大きく欠如していました。アートセンターにも問題が起きました。以前は中央政府がアートセンターをつくり、中央政府を介して運営されていたわけですが、地方自治が進むとそこを担当する人がいなくなってしまいました。今まで中央政府がやっていた組織なのだから、地方政府の多くはアートセンターのサポートはしたくないと考えたわけです。

したがって、98年から2001年ぐらいまでの2~3年は、アートセンターをサポートするのは誰か、はっきりしないという状況が続きました。つまり、アーティストたちはサポートを、今度は全く失ってしまったわけです。98年から2001年の間、アートセンターは電気代も払えない状況で、アーティストにスペースを無料で貸すこともできず、賃貸料を取っていました。そのため、アーティストにとっては非常に厳しい状況となりました。

クロラ財団について

この時期に私と友人数人が集まって、問題解決のために行動しようと考えて、アート用のサポートシステムとしてクロラ財団をつくり上げました。これは全国規模のNPOで、学習の場をアーティストに提供する、情報を提供する、資金援助をすることを主な活動と

して、99年4月に設立しました。地域社会が抱えている問題に対応するためにつくったわけで、クロラとしては常にインドネシアのアーティストやアートにかかわる人たちのニーズに対応していこうという目的を持っています。

政府自体の腐敗が激しいために、私たちは何らかの指針を持って明確に進んでいこうとしました。まず、インドネシアのアート・コミュニティのニーズに応えること。アーティストやアートにかかわる人たちのニーズにあった教育を行うこと。それから運営する上での透明性と言いますか、説明責任のある意志決定をしていくことも重要だと考えました。ですから私たちがやることはすべて、アーティストやアートにかかわる人たち、外部の人たちにも集まってもらって、一番いい方法は何かを一緒に考えていったのです。協力することも重要です。私たちは小さい組織です。政府から資金援助を受けていませんから、国内のみならず海外との芸術文化関連の組織との協働も必要です。小さいということはいいことでした。これによってネットワークも大きく構築することができたからです。

クロラは現在、フォード財団、アジア・カルチュラル・カウンシル（ACC）、アジアリンクセンターからも資金援助を受けています。それから、オーストラリアのメルボルン大学との関連で、HIVOSというオランダの外務省関連の組織や、個人からも、資金供与を得ています。インドネシア政府からは全く援助を受けていません。ただ、ときどき政府に呼ばれて意見を聞かれたりすることはあります。

クロラのプログラムについて

次にクロラのプログラムについてですが、まずは情報にアクセスするためのネットワークを提供しました。インドネシアは国土面積が非常に大きいため、アーティストやアート組織の両方を集めまして、2,800の情報収集を行いました。それをウェブサイトで公開し、現在はCD-ROMを作り、すべての情報を入れてあります。今日、ここに10枚ほど持って

きましたので、関心のある方はぜひ見ていただければと思います。

一般的な状況として、アーティストはいいコンタクトを持っていないことが往々にしてありますので、私たちはほかの組織との連絡や調整役もします。すなわちアート・コミュニティに対していろいろな機会を提供する役割も果たしています。もうひとつは学習の機会を提供することです。具体的には、アートマネジメントに関するワークショップを、6日間48時間かけて実施しています。あとで詳しくご説明します。

それからテーマ別のワークショップもやっています。これはアート・コミュニティのニーズに合わせており、例えばフェスティバル・マネジメントのワークショップもやりましたし、照明デザインやダンスに関して、またアクターへのワークショップも実施しています。

研修制度もあります。国内と海外の両方です。国内での研修は3~4カ月、海外の場合は4~6カ月、組織で仕事をする機会を提供します。また、専門職に就くための機会もあります。これはアーティストの育成にかかわるもので、基本的に彼らが求めるプログラムを提供し、専門的能力の育成の手伝いをしています。具体的には、海外のワークショップやセミナーに参加する、または自分の仕事に対して研究する、という内容ですが、これらに資金は出ません。アーティストが新しい作品制作や活動をしたいと思ってなかなか資金を出せないで、できる限りでお手伝いをしています。

それからアートグラントという助成金制度もあり、アーティストに対して何らかの戦略のための助成金を出しています。どちらかといえば若い、これから才能を伸ばしていく人たちの革新的な作品向けです。それからもうひとつ、ツアーリングをやっています。既に行われた公演のうち、いいものであればツアーの機会を提供します。アーティストが国内の他の地域でツアーができるお手伝いをするわけです。インドネシアという国は非常に大き

いので、ツアーはお金がかかり、財政的なサポートがなくては非常に難しく移動できないということがあります。

インドネシアにおけるアートマネジメント

次に、インドネシアにおけるアートマネジメントについてお話しします。中川さんからこのテーマについて触れてほしいとリクエストを頂きましたが、インドネシアではアートマネジメントはあまり進んでいません。

99年、ジャカルタ芸術大学で、4年制大学レベルでのアートマネジメント課程が始まりました。ジャカルタ芸術大学を卒業した人がNYUから修士号を持って戻ってきたことで刺激を受けたからなのですが、アートマネジメントと呼んではいけない、と役所から言われました。芸術大学だからアートマネジメントは駄目だ、経済学部がアートマネジメントというカリキュラムを運営すべきだというわけです。ところが経済学部は、そうしたことはしたくない、価値がないと言いました。したがってジャカルタの芸術大学は、アートマネジメントを教えていますけれども名称はアートマネジメントではなく「アートと文化学」になっています。基本的にはアートマネジメントです。これも官僚制度が邪魔をしているというひとつの例なのですけれども、それを乗り越えるのがなかなか難しい状況です。

クロラ財団におけるアートマネジメント教育

クロラでは、やはりインドネシアにはアートマネジメントが必要不可欠であると考え、大学のカリキュラムとは別にアートマネジメント教育をやっています。これはネットワークのパートナーと一緒にやっていて、簡単に言えば、48時間の集中的なアートマネジメントのワークショップを、有名なコンサルタントと協力してやっています。私自身はアートマネジメント教育を受けたわけではなく、アートマネジメントと呼ばれるものが何かも知らなかったぐらいです。最初は、どうしていいか分からなかったアーティストの友人をお手伝いしていただけたのですが、私のほうが友人よりもう少しよく分かっていた。それで、

その友人を助けていたわけです。そこでアートマネジャーというのはアーティストの友人を助けていく、そういった仕事ができるサポート役をすることだと感じたわけです。

最初にアートマネジメントをしたときには、関心を持っている人を探そうと考え、ジャカルタ市をいろいろと探しましたが、誰もいませんでした。私もこの組織に入るとは考えておらず、他の大きなところにいたのですけれども、友人を介して、あるマネジメントスクールで、そのディレクターと話をしました。これは、もう運命だったのだと思いますが、私が提案したことにすぐ関心を持ってくれた若い俳優がいました。そこで彼と一緒に仕事をするようになって1年間、お互いに学び合いました。彼らも私から学び、私も彼らから学び、例えばジョグジャカルタとかバリとかいろいろところでたくさんの人と会って、何を提供すべきかということも話しました。

それから事例研究などもしました。実際の組織をベースにしましたが、アメリカやヨーロッパの事例研究は我々にとってうまく適用できないので、インドネシアの組織の事例を研究しました。

アートマネジメントのワークショップで感じたのは、アートマネジメントが何かということは参加することで分かるのですけれども、なかなかそれを実践できないということです。したがって、教育を受けた後で実践の場を持つことが必要だと考え、ある組織と協力をして、修生生に3か月から4か月、実際にインターンとして働いてもらう機会を提供しています。それぞれの組織のマネジャーと一緒にあって、じかに経験を積んでいくやり方です。アートマネジャーとしての地位を確立した人たちがいるという理由で、海外、主にオーストラリアやアメリカの協力を得て、4か月から6か月、研修生として学ぶ仕組みもあります。

以上、我々がやっていることをご紹介します。プログラムと言いましたが、これは99年から今までやっていたもので、継続的にやっています。難しい問題もあります。

単年度の予算しか得られないので、次年度の資金集めが大変です。今は2008年までの資金が出て、2009年向けの資金集めをしているところです。

加えて新しいものもやっています。ひとつは女性アーティストのプロジェクトです。これは3年間のプロジェクトで、うまくいけば女性アーティスト用のプロジェクトとして確立します。インドネシアでは女性のアーティストが非常にたくさんいます。しかし、女性のシアター・ディレクターはなかなかいません。アーティストであっても第一線に立ってリーダー役を担う女性がなかなかいないので、彼女たちをサポートして、そうしたことができるようにしようと、今年から始めました。

もうひとつやっているのは、委託研究です。伝統的アートのマネジメントを学びたい研究者のサポートをしています。そうすると我々も学ぶことがあります。成果として、西スマトラと南スラウェシの研究者が、文化に関するアートマネジメントという研究報告書を出版しました。

こうしたことをいろいろ行っています。

[質疑応答]

日本の財団による支援について

中川： 先ほどのお話の中でいろいろな財団が出てきましたけれども、例えばトヨタ財団など日本の財団にアプローチなさったことはないのですか。

クスモ： トヨタは研究者向けに大学教授でなければ申請できず、かなり厳しいので、トヨタ財団にはほとんどアプローチできません。国際交流基金に関しては、ほかのアジア諸国にも資金を出していると聞いていますけれども、アジア諸国がどういう問題に直面しているかを十分理解していない気がします。国際交流基金の指針を見ますと、マッチングファンドがなければプログラムが展開できませんし、そのマッチングの額が非常に高額なので、各団体がそれだけのお金を自分たちで用意することは難しいと思います。日本の枠組で考えますと、インドネシアやタイ、あるいはカ

ンボジアという国とは随分状況が違いますから、難しい面があります。

中川： そうですね。国際交流基金がこういうところになかなか関与し得ないのは、本当に残念です。国際交流基金の基本的な考え方は、日本の文化を海外に紹介する、日本人がそこに関係することによって初めて成立する、というものです。しかし、その相手国にもほぼ同等のファンドを要求するので、非常に困難が伴う。

国際交流基金による支援の現状

クラオマート： 国際交流基金に関して、私のタイでの経験を付け加えたいと思います。例えば、日本のアーティストとタイのアーティストが協力するような大きなプロジェクトの場合、日本で実施する分の資金しか得られないのです。移動経費や設備、施設使用料などの負担が大きいのに、プログラムの制作に使う資金は得られません。ですから、実際に使うのは難しいです。

クスモ： さっき私が申し上げましたのはまさにそのことで、日本は超大国なので、状況をどのように位置付けるのかという問題があります。アイデアやコンセプトに関しては同じ土俵に立てると言いますか、我々が劣っているとは感じません。しかし経済的には同じ土俵に立てるわけではないのです。日本はそれを認識すべきだと思います。

佐々木： 私もいろいろと国際交流基金に関わっていますので、具体的な話として伝えたいと思います。今のお話があった一方で、日本の外務省はインドネシアを非常に優遇しています。アートの面ではなくて、特に資源開発の面で大変多くのお金がインドネシアには流れているように私は思っているのです。例えば私どもが国際会議をやるときに、アジアの諸国に必ずインドネシアを入れなさいという指定があります。外務省のそれなりの優先順位があるのです。ただ、恐らく特定の団体をパートナーシップとして考えているのでしょ

う。アートが外務省から見ると非常に弱いのは、翻ってみれば日本国内におけるアートの分野の弱さが関わってくるということだと思います。

大学院レベルのアートマネジメント教育を

佐々木： ジャカルタの芸術大学の話は非常に面白い。つまり、アートマネジメントが経済・経営学部のほうに位置付けられるのか、あるいは文化系、芸術系に位置付けられるのか、という問題です。私は学部レベルでの教育では難しいと思っていて、大学院レベルの問題だと思っています。つまり、経済でも経営でも芸術の分野でも、いったん学部を卒業して、現場で仕事をした経験のある人がアートマネジメントの大学院で、さらに専門的な能力を身につけたほうがいいだろう。したがって、全く新しいジャンルとしてアートマネジメントのコースをつくるべきではないかと私は考えていて、それをこの都市研究プラザの中につくりたいと思っているわけです。

そこで質問です。クロラのプログラムで勉強された方が、どのような分野でどういうふうに活躍されておられるか、これまでのケースで教えていただけたらと思います。

クスモ： ありがとうございます。私も同じ意見です。アートマネジメントの教育は、4年制大学ではなくて大学院レベルだと思いますが、ジャカルタ芸術大学においては、大学院レベルのコースがありません。ほかアーツ・インスティテュートと呼ばれているソロとジョグジャカルタにはそれぞれ大学院がありますが、これらは小さな街ですので、アートマネジメントがニーズとしてまだ生まれていないのです。非常にゆっくりとしか生まれておりません。しかし、ジャカルタではそうしたニーズが感じ取られているので、アートマネジャーという人材が必要だと考えられています。そこで芸術大学は、それに対応しようと考えました。アーティストのプロダクションのマネジメントだけでもいろいろと問題があると考えているのです。ただ、大学院レベルのプログラムができて初めて、アートマネジャーが

出てくるのだと思います。

卒業生に関しては、それほど人数はいません。例えばジャカルタのアートカウンシルに勤めている人、あるいは独立してやっている人もいます。アートマネジャーとしてそれぞれの異なるアーティストのマネジャーをやる、いろいろなカンパニーのマネジャーをやる、そして資金調達をする、という意味で役に立っています。もちろん非常に規模は小さく、まだ大きな絵が描けているわけではなくて、マイクロ・マネジメント的なもの、プロダクション・マネジメントに近いものです。

中川： アートマネジメントの大学院レベルのものを大阪でつくりたいという考えは、私も同感です。大阪にはまだないからです。先ほど、韓国では40のアートマネジメントのコースがあると聞き、その数の多さに驚きました。タイのチュラロンコン大学には大学院レベルで、すべて英語で行われる、つまり国際的な入学生を念頭に置いた大学院のアートマネジメントの専攻があって驚きました。ただ、そこも修士生の働く場がほとんどなく、役人のキャリアアップのためのシステムになっているのではないかと危惧しています。日本でも、京都にそういう学部を持った大学がひとつあるのですけれども、学生の専門をいかした就職は厳しいようです。また、かつて兵庫県立美術館の学芸員で、現在は愛知県の大学で芸術学を教えている先生に、「どうしてあなたはアートマネジメントのコースを大学で開かないのか」と訊くと、「そんなものを開いても、学生が就職する口がない」とおっしゃいました。ですから、入口をつくるだけではなく、出口からあとのことをケアしなければならぬ状況が日本にはあります。

韓国ではなぜそんなにたくさんのコースがあるのか。それだけあるということは、ちゃんと就職ができていますね。

金： 韓国におけるアートマネジメント・プログラムは10年前から始まりまして、最初のプログラムが始まったのは大学院レベルでした。最近では4年制の大学レベルでのアート

マネジメント・プログラムも始まっています。韓国では劇団やアート関係の組織がたくさんありますので、いろいろなアートマネジメントの就職口があります。4年制の大学卒で雇ってもらえるところもあれば、修士号が必要だという場合もあります。そういう意味でアートマネジメントのプログラムは、大学レベルと大学院レベル、両方が必要です。

クラオマート： タイのアートマネジメントについて申し上げます。中川さんがおっしゃったように、チュラロンコン大学に英語のコースがあります。タマサート大学にもタイ語のコースがあって、どちらも大学院です。それからマヒドン大学にミュージアム・スタディ、文化学と呼ばれるものがあり、これも大学院レベルです。

マヒドンとチュラー、タマサートとの違いですけれども、チュラーとタマサートのアートマネジメントを修了した人たちは、ほとんどオーガナイザーになります。アートイベントや文化行事のオーガナイザーです。こうしたところを出た人たちは、歴史やアートそのもののバックグラウンドを持っていません。演劇のバックグラウンドもなく、ただマネジャーをやろうと考えているだけなので、また別の意味で問題となっています。

マヒドンの文化学は、随分違います。例えば人類学が中に入っていますから、博物館や社会の文化といったところに焦点を当てており、人類学者的な観点での制度づくり、組織づくり、そのフィールドでの経験が積めるような準備ということになっています。文化やアートはどうかといいますと、やっていることを十分に理解していなければいけません。ただのマネジャーやオーガナイザーだけでは不十分で、理解できていないものをオーガナイザーとして十分に機能を発揮するのは難しいと言えます。卒業生はたくさんいるのですが、本当に文化やアートを促進できるような、突っ込んだプログラムがないというのが私見です。

5.プレゼンテーション4

アバウト・アートにかかわる活動

クラオマート・イプインソーイ (タイ王国 アバウト・アート財団 代表)

活動の背景・キャリア

イプインソーイ： 私の経験につきましてお話ができますことを、非常に光栄に思います。美術のNPOであるアバウト・アート・リレイティド・アクティビティ (AARA) という組織を主催しております。名前のとおり芸術関連の活動をしております。バンコクで、about café / about studio という実験的なアートサイトがございまして、ここを運営しております。また、基金でアバウト・アート・ファンデーションというものも作っております。これもやはりアート関連の活動の支援をしています。

まず私のバックグラウンドからお話をしたいと思います。アートに関しまして、私自身はアーティストではなく、むしろミュージアムのマネジメントということで、勉強をしました。私の祖母はアーティストでした。彫刻のガーデンがバンコク郊外の30kmほど離れたところにあり、私が子供だったころから、いつかこういったミュージアムを支援したいという夢を持っていました。大学で美術史を勉強し、それからニューヨーク大学でビジュアルアート・アドミニストレーションを専攻しました。基本的にはアートマネジメントというよりは、ミュージアムのマネジメントの勉強をしました。帰ってまいりまして、西洋的な定義の社会的な教育機関、一般大衆のためになるような教育機関であり、なおかつ自分たちが理解できるような優れたミュージアムの運営をしたいと考えました。私の場合ですと、コンテンポラリーアートなどの理解を進めることができるようなものというのですが、発端は彫刻ガーデンにありました。ただ、バンコクの郊外30kmにあり、なかなか来る人も少なかったのです。

活動の内容

アートに対する熱意がそれほど国民にはなかったということ、また生活の中でのアートの位置付けが低いということで、社会的にミュージアムの需要はあまりありませんでした。しかしながら聴衆を引き付ける、見に来

てもらい、そしてミュージアムとしての役割を果たすというような目的を設定して、我々は活動を続けてきました。まずは都市部において、我々自身の建物を建てました。バンコクのチャイナタウンで賃貸をしたのです。



これが about café / about studio というところです。このようなアート関連のミュージアムやギャラリーは、通常のような建物を作ってしまうと、一般の人たちがドアを開けて入って行きにくいということで、全部ガラス張りにし、中が見えるようになっています。

about café / about studioについて

about café / about studio は、お互いに人々が出会う場所である。そしてまた、ここを起点とし、より幅広い人たちにアートのことを知ってもらおう、理解を深めてもらおうということで始めました。また、ある種のリンクといえますか、実際にアーティストが実験をできるスペースでもあります。about studio では、アーティストが実際にアートを作ったりします。ビジュアルアーティストのみならず、それ以外の分野の人たちも招いています。パフォーマンスや音楽や劇団であったり、あるいはフィルムであったり。そこでビジュアルアーティストの人たちと対話を持ってもらう。あるいはデザイナーやファッションデザイナーもそうです。基本的に展覧会ごとに違う分野の人たちを招いて、一緒に仕事をしています。これは、グラフィックアーティストを招いたときの様子なのですが、スプレーペイントを誰でも使えるようにし、何でもやりたいことができる。それで一緒に力を合わせて、自分に与えられたロットで、その作品を作っていくということでした。初めに来た人から1ヵ月間を与えられて、この建物の外側にペイントをしました。

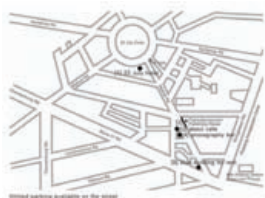
建物の中ですけれども、about café は変化

します。アーティスト次第なのです。アーティストがスペースを自分たちのやり方で使います。そして、ほかのプログラムでも、アートに対する理解を深めるという意味で、かなり盛り込んだ、深く切り込んだ話し合いをする、レクチャーをする。また子供たちを招いたりもします。それから3つのレジデンスのプログラムもあります。アーティストのレジデンスのプログラムのような形で、基本的にアート・ミュージアムの人々の仕事のなかから、教育あるいは美術保存関係の人、キュレーターの人たち、特に新しくキュレーター、あるいは教育者、さらには保存担当者になるための教育をやっています。そこでタイのミュージアムのマネジメントの勉強をしてもらっているのです。

about café / about studio の

ひとつ目のサイト「ヒア・アンド・ナウ」

これはその課程を示すものなのですが、最近の about café / about studio のプロジェクトで、私がやったものです。「ヒア・アンド・ナウ」というプロジェクト、展覧会です。これは過去の体験経験や問題について、今後の示唆あるいはソリューションのために、アート・コミュニティあるいはアートの分野において育てていこう、開発をしていこう、そして現実的な認識を持ってもらおうというものです。



これはチャイナタウンの地図で、ちょうどここがロータリーになっているわけですが

も、ここの4つの既存の建物にいろいろな作品をインスタレーションしています。キュレーターやレジデンスアーティストを1年間招きまして、全体で44名のアーティストがプログラムに参加しました。すべての建物を借り、その展覧会の展示スペースにしました。最初のサイトですけれども、これは使われていなかった鉄道の駅近くの建物で、ブルービルディングと呼んでいます。青い建物だったのですが、環境にかかわる問題を扱った作品を展示しています。



この建物のすぐ近くに、シースルーのような形のバスルームを設けました。ここにはたくさんさんのマッサージパーラーがあり、いわゆるレッドな地域であったわけですが、アーティスト自身がここでお風呂に入り、それが外から見えるというような、そういったパフォーマンスもやりました。これが今の建物なのですが、画廊の建物のほうから電気を取り、中の様子を見せる。夜になりますと、車を外で走らせてフィルムを上映するというようなことをやりました。また別のアーティストは、火事で焼けてしまい廃虚になっていた場所の中でプロジェクトをやりました。これは最初のビルの作品です。オーナーが誰にももう使ってほしくないということで、一種不

法占拠になっています。国際的に有名なアーティストも参加しています。

こういったことが可能だったのは、プロジェクトとかアイデア、我々が提示したものがよかったからです。ほとんどのアーティストは、料金を請求してきません。この展覧会を可能にしてくれるという意味で、非常に貢献してくれています。これはまた別のデザイナーの作品ですけれども、この4つのビルをリンクさせる何かがあるとお願いしました。彼女は展覧会のスペースの外の現実という意味合いで『リアリティ・アウトサイド』というタイトルを付け、ショッキングピンクの色を、あちらこちらに塗りました。



これはチャイナタウンという場所柄、皆さん、ピンクが大好きだということ、非常にきれいでいいということで、スプレーであちらこちらに色付けています。これは2つ目のビルなのですけれども、このビルでは、20人のデザイナーが20の作品を作っています。印刷所のマテリアル、あるいは洋服であるとか、またここで行われている展覧会の情報やテレビ番組もあります。

メディアの利用

私たちはテレビに関しては、ウェブのテレビ局と番組を持っており、パフォーマンスやイベント、いろいろなプログラムやインタビューなどを伝えています。放送が見られなかった人は、アーカイブを利用してもう一度見ることもできるようになっています。今はミュージアム・スタディのカリキュラムを作成中で、6歳から12歳ぐらいの人たちに対して、テレビをベースにした教育もできないかということをやっています。



これは作品の例ですけれども、彼はこの場所に行き、印刷所に残っている紙を集めてきて、それを彫刻のように作っています。このエリアの中に、子供たちを招き入れて、自分と一緒にやってもらう。そしてこの場所の地図と一緒に作ろうというようなことを、やっております。子供に自分が今たどってきた道のりのところに、紙を張ってもらう作品を作りました。そして2カ月後の様子です。

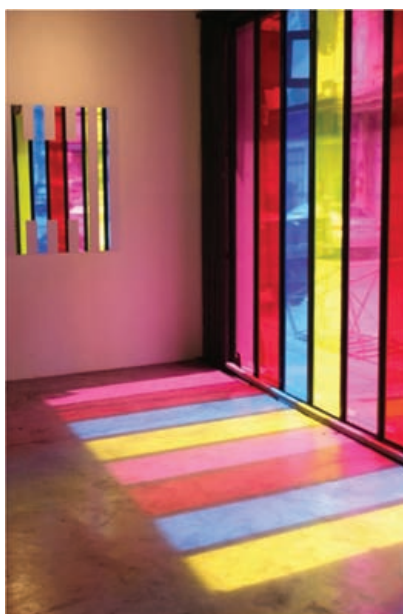


フェリックス・ゴンザレスは、アートバッグをお土産という形で皆さん持って行ってくださいということで、最初は60センチの高さに積んでいましたが、最終的には3、4枚しかバッグが残らないという作品もありました。

「ヒア・アンド・ナウ」の教育プログラムを提供しているわけですが、学校からのファミリープログラム、地元の人たちを招いて行うコミュニティプログラムなどもやっています。その人たちを我々の展覧会なり、あるいは美術作品に招き入れ、一緒に歩いたり、あるいはそれ以外の会話ができるようなプログラムもあります。トレーニングのプログラムも学生用のものが随分あります。これが about TV (アバウト・テレビ) ですが、今ちょっと放送をやめています。これもできるだけ早く再開する予定です。



about café / about studioの 2~4のサイト



これはサイトの2番と3番の間の様子ですけど、ピンクが印になっています。これはabout café / about studio ですが、非常に有名なダニエル・ビュランというフランス人のアーティストが、カフェをこのようにカラーボックス化しています。また屋根の上で、タイのアーティストが、月を人工的に作りその下に水が流れています。ここは随分、車通りがあるところなのですが、車を見ても、車を運転する人たちが、これを見てリラックスができるようにということです。それからこれは about café の





2階を全部使って、伝統的なタイのパフォーマンスをやっている様子です。月があり水がある。



こちらは、ロータリーのところの6階建てのホテルで、30年間使っていなかった建物です。120室ほどあるのですが、これをミュージアムまたはアート・スタジオにしようということでやりました。ティピタパンということをやっています。ティピタパンというのは、タイ語でミュージアムという意味なのです。この玄関の部分などに、ミュージアムという意味の文字をこのように加えています。これは中なのですが、別の有名なタイのアーティストが、学生を呼んで来て、ホテルの1階を別の展示スペースに変えています。ブルーと赤と緑の写真ですが、サイドウォークのカフェを別のアーティストが作り変えた部分です。通りでもともとアイスコーヒーを売っていた人を呼んで来て、その人にここでコーヒーをサーブするという実際のカフェをやらせている。彼女も喜んで、外の通りから人を招き入れ、ここにお茶を飲みに来てくださいということを言っています。そういうことで、ビルの中へ入って参加してもらおう。そしてアートに関して理解をもらおう、コミュニケーションを直接に取れる、そ

ういうチャンスをつくり出しています。



これもほかの作品ですけど、アイスピースです。このように丸い、球状の氷。これは毎日溶けていくので、我々は毎日それを元に戻さなければいけないのですが、再び溶けていくという、そういうことも展示会場でやっています。



これは昔の印刷所ですが、about café / about studio のちょうど通り向かいにあるところにあります。一種不法に入っているところなのですが、ダニエル・ビュランがプロジェクトに参加し、この場所をミュージアムにできないかということ、非常によいポテンシャルがあることが確認されています。1万2,000㎡ありますので、もしどなたか興味があるようでしたら、マーケットで使っていただけます。

about café / about studioの

5つ目のサイトについて

5つ目は「リアリティ・イン・ビトゥイン」というところ。ミュージアム、博物館というのは、何か隔離された箱、現実を離れて保護された場所ということになってしまっ

いるので、5つ目のサイトというものを加えています。人々にはサイトからサイトへと動いていただく。ある場所で現実を見て、また別の種類の現実を、ミュージアムの中で見てもらおうというようなことになっています。印刷所の跡というのは理想的な場所なので、実際には合法的でない形で計画を立てたわけなのですが、建築家やアーティストにアイデアを出してもらって、どういったことをやりたいか、こういったサイトがあれば何ができるか、というようなことでプランづくりをしています。

新聞社とのコラボレーション

それからコラボレーションのプロジェクトを、新聞社とやっています。我々は無料でページをもらい、3人のアーティストが、そこで作品を紹介しています。全国紙の新聞がこのようなことをやってくれるということは、非常に勇気のあることだったと思います。最終的に10人のアーティストが、このようなショーのカタログを作って出しています。これはその新聞で、一緒に配布されたものです。ピンクのものは20万部、新聞と一緒に展覧会の最終日に出ました。最後にウェブのテレビのサイトですが、アーティストは about TV で、作品も作りました。それが放送されています。基本的に「ヒア・アンド・ナウ」という展示会に関しては以上ですが、このあとカフェを本当に真っ白なボックス、これ以上白くはできないというような、スーパークリーンな本当にミュージアム的なものにしました。それで実験的なアートスペースでのショーは、終わっています。しかしながら我々としては、そのリファレンスサイトのライブラリーは続けていきたいということで、私の祖母の作品を展示し、展覧会の形をとってやっています。

[質疑応答]

新聞社とのコラボレーションについての 質疑応答

谷本： 終わりのほうで、新聞社から無料でページをもらって作品を紹介するプロジェクトがあるとおっしゃいました。しかもそれは

全国紙だった。私も昔、新聞社にいたものですから、ちょっとお伺いしますが、そういうプロジェクトをするときに、新聞社の人をどうやって説得したかということ、伺っておきたいのです。実は日本の新聞社というのは、だいたい春には新聞の紙面を毎年必ず変えるのです。朝日新聞という日本を代表する新聞の1つを、うちは取っているものだから、それを見たら新聞はコモズである、社会の共有財産であるというふうなことをうたっていたのです。新聞社がそういうことを言い始めたのは、恐らく今年初めてだと思うのですが、社会の共有のものであるという概念があれば、これは成り立つのかと思いつながら、お話を伺っていました。無料でこれらもらおうというのは大変なことだと思うので、どういふふうに説得されたのかということ、伺っておきたいと思います。

イブインソーイ： 基本的に私は新聞社等を6カ月かかり、説得をしました。アーティストの名前、作品を出してもらいたい人たちの名前を出して、その作品が、それほど危険過ぎるものではないということを約束するというような形で。ただ我々は別に妥協したわけではなく、またアーティストも新聞社もそれほど妥協したわけではない。「ネーション」（タイの新聞の名称）というのは、「バンコク・ポスト」（タイの新聞の名称）などと較べますと、より冒険的な、アバンギャルド的な声を発するような新聞社であるということで、その立場もうまく使えたと思います。これは日曜日の紙面です。非常にページとしてはいいわけです。新聞雑誌のような形態になっていて、そこに寄稿してくる人たちに対して、何か払うわけではありません。そういう形で、私たちの立場を確立することができました。

谷本： 交渉に半年を要したということは、実際に窓口としてお話をされた方も、その新聞社の組織の中でこの意見を通すためには、いろいろと努力をしたと思うのです。普通ならば、有料で売れる紙面を無料で出すということについて、彼は会社の中の人を説得しな

ければならなかった。その説得の材料というのは、どういうふうなものを、イブインソーイさんはアドバイスされたのですか。彼は会社を代表する立場としては、内部を説得しなければいけない、その材料は何だったのかというのが聞きたいのですけど。

イブインソーイ： 特に私たちは、前もって何かをやったわけではありません。コンセプトのこと、それから私自身が窓口で、私が彼らと交渉したわけなのですけれども、こういったことを彼らもやってみようと思ったのは、「ネーション」は、常にバンコクでアートのオーガナイザー、アート・ハブのようなことをやってみたいという関心もあった。このアートのプロジェクトを、実験的にやってみたいと思ったのではないかと思います。ただ我々は本当にそのページに対しては、全然お金を払っておりませんし、そういう意味では非常にいいプロジェクトでした。

杉浦： たぶん日本の新聞とだいぶ違うと思うのです。日本の新聞は、みんな保守化しているような感じがします。「ネーション」は、民主化運動などにも積極的にバックアップしている新聞だったと思いますので、今日の日本の新聞とは、ちょっと違うのかという印象があります。

不法占拠スペースについて

フロア発言： 例えばオランダなどでも、アーティストが不法占拠をしたスペースが、使えるようになっていくというようなことがありました。今、タイでは本当にたぶん不法だと思ふのですけれども、そういう状況を積み重ねていって、それを合法化しようというふうなことを、考えていらっしゃるのでしょうか。

イブインソーイ： 実際、そのようにトライしているのですが、ただ価格はどんどん上がっているのです。スペースが随分あり、全部で3つの建物になりますし、我々としてはこれを劇場に変えていこうというプランを持っています。それには非常に完璧な空間と思うの

ですが、恒常的あるいは一時的に展覧会用スペースとしても使いたい。賃料が示されているのですが、1カ月当たり120万バーツです。360万円ぐらいでしょうか。私たちにっては不可能な額です。「ヒア・アンド・ナウ」は3年前の2004年だったわけですが、そのあと誰もその建物には触っていない。火災のあったところで、今はもう誰も使っていない、廃棄されているという状況ですが、ポテンシャルはあります。もし誰かがこれをうまく説得ができれば、非常に素晴らしい活用ができると思うのです。

バンコクのコンテンポラリーアート

バンコクでのコンテンポラリーアートについて2分ほどお話をさせていただきますと、5年前来られたときには、あまり何もなかったということですが、今でも同じです。基本はあまり変わっていません。そしてまだ基本的なニーズも満たされていません。動きとしては、個人が頑張っているというようなベースです。私がまだ子供だったところに、祖母がコンテンポラリーアートの組織を作り、それをプロモーションしようということで、その組織は10年ほど活動をしました。お金を持っている基金から、資金援助も得ていたのですが、その人たちも高齢化してしまって、エネルギーがなくなって活動をやめてしまいました。

同じことがほかでも言えると思うのです。about café / about studio でもお金を集めて、お金がなくなるまでやろうということをやっているわけです。最終的にこれは終わったのですけれども、政府からの支援はありませんでした。資金だけではなく、政策面でもサポートがありません。政策というのは、アートやミュージアムを社会の中でどう位置付けるかということになると思うのですが、例えば正式な教育課程の中に、アートという科目を入れるとか、あるいはアートやカルチャーをいろいろな形態を通して奨励していく、そういったアートの位置付けがない。特にコンテンポラリーアートのミュージアムに関して、私たちの社会はまだまだ遅れています。アートは実際の生活からはかなりかけ離れている、定

義自体も。またみんなも慣れていない。です
ので、我々のようなNPO、民間の小さな組
織がこれを全部できるかという、非常に難
しいわけです。少なくとも政府が小さな組
織を継続してやっていけるようにサポートし
てくれば良いと思っっているのですが、なか
な支援は得られていません。

政府の支援の現状

フロア発言： 全く政府の支援はないという
話だったのですけれども、政府自体の意識が
変わりつつあるとか、もしかしたら変わっ
てくれるかもしれないというような、変化み
たいなものはないのですか。

インブインソーイ： ご存じかと思いますが、
初めて文化省が3年前にできて、コンテン
ポラリーアートの局も3年前にできました。
そこからミュージアムを作るといったよう
な新しいプロジェクトが出てきました。初
めてのコンテンポラリーアートのミュージ
アムが、バンコクにできようとしています。
でも誰がその仕事を実際にやるのか、ミ
ュージアムの中でいろいろな立場の仕
事を誰がやるのか、どういうふうに使
っていくのか、そういった基本的な問
題が残っています。非常に大きな建
物を建ててやっていかなくては行けな
いわけですが、それ以上に重要なのは、
本当の意味でアートや文化について、
社会の理解を深めていく、またいろい
ろな制度を通して、政府からのサポ
ートを促進するということがあると思
いますが、そこまではまだいいませ
ん。その意識までいけば、我々が今
話をしているような問題、すなわち自
分の立場でやらなくては行けないこと
が分かっていない、理解がなく、権限
だけを与えられてやろうとしているの
で、なかなかやるべきことをやっ
てもらえないとか、あるいはオー
ディエンスも十分に理解がないとか、
そういった問題の解決にもつながって
いくと思います。

コンテンポラリーアートの オーディエンスの変化

フロア発言： オーディエンスの人たちの、

アートに対する理解を深めていくとい
うことで、街に出て行ったり、プロ
ジェクトをされているということなの
ですけれども、それによって周辺
の人たちの理解というのは、どの
ように変化したのでしょうか。

インブインソーイ： 実際、タイにお
けるコンテンポラリーアートのオー
ディエンスということでは、オー
ディエンス自体については、あま
り心配をしておりません。ア
ートが好きで、アートに関心がある
人、そういう人はいいアートがあ
れば、どこへでも来てもらえるわ
けです。次に、アートは好きな
のだけれど分からないという人、
そういった人がいます。さらに、
地域社会の一般の人たち、そう
いう人たちに、一番私たちが働
きかけることでは、やりやすい
人たちかもしれません。と言
いますのも、ミュージアムやガ
ラリーに関して、基本的に既成
の概念のものを、まだ持ってい
ないからです。何か不思議な
変なことをやっているクレ
ージーな人たちだと思っ
ているわけです。基本的に私
たちは、子供から働きかけ
ています。子供たちのワー
クショップというのがあ
って、子供たちが大人も
連れてくることになる。

まだ問題はあるのですが、展
覧会やパフォーマンスによ
っては、自分たちの場所
に属するような、身近に
感じられるようなもの
ではないと、人々にはど
うもストレンジ過ぎる
ような、どこか外から
来たものだと思われ
てしまう。しかしなが
ら子供たちは、入っ
ていきやすい。子供
たちが、親や大人を
イベントであつたり、
展覧会に招き入れる
役割を果たしてく
れる。ですので、継
続的にやることが
必要だと思っ
ます。これはまた
教育であるわけ
ですが、教育とい
うよりむしろ
コミュニケーション
の方法だと思
います。我々が
有効だと思っ
る方法、ビ
ジュアルア
ートとか
パフォー
マンス、音
楽など何
であれ、
やはり
まずは
コミュニ
ケーシ
ョンを
図ると
いう
こと
が
重
要
で
す。
適
切
な
ツ
ー
ル
を
使
っ
て、
い
ろ
い
ろ
な
言
葉
を
発
し
て
い
く。
そ
う
い
う
こ
と
に
時
間
は
か
か
る
と
思
っ
て
い
ま
す。

about café / about studioの

プロジェクト期間

フロア発言： もうひとついいですか。このサイト1から5で、about TVとかいろいろプロジェクトを広げていらっしゃるのですが、これは何年ぐらいかけてされていったものなのでしょうか。もうひとつは、政府のサポートを一切受けていないけれども、資金というものを集められたと言っていましたけど、どのように集められたのでしょうか。

インブインソーイ： 基本的に、全体で1年半のプロジェクトです。サイト自体は、我々の地域にあるサイトなので、それは長い間知っている場所なのですが、一緒に仕事をしたアーティストも、長く知っているアーティストです。about café / about studio のプログラムは、全く何か新しく作ったというものはありません。「ヒア・アンド・ナウ」は新しいのですが、これまで10年間の我々の体験、経験を集めて、それを延長したような形、about café の延長という形でやったということになります。です、むしろサイトを追加したというような形になります。

テレビのほうなのですけれども、2002年に開設しました。このプロジェクトは、スーパーフレックスというアーティストグループとコラボレーションをやって、スーパーチャンネルというものをやりました。スーパーチャンネルは一種のツールで、自分のテレビ番組を作れるというものです。メディア界はヒエラルキー状になったものなのですが、番組を作って、コンピューターを家で操作をすることによって、放送することができる。そんなに妥協しなくてもコミュニケーションできる。

資金のほうなのですけれども、笑わないでください。about café は10年前のファンディングなのですけど、私の父と母とそれから私の兄弟、それから私自身がお金を出しました。それを貯金して、使い始めたわけです。タイの政府、文化省からは印刷物の製作助成がありました。最初は無料で配ったのですけれども、そういう現物的な意味でのサポートはあつ

たのですが、アーティストのプロダクションに関しては、アーティストから最大限の協力を得ています。例えばビッグなアーティストが、若いアーティストを支援するというような形ですから、あらゆるところでの、大きなコラボレーション作品ということになります。こういったやり方はお勧めしません、やらないほうがいいと思います。

【まとめ】

インブインソーイ： 自分のお金はやはり入れないほうがいいと思います。とにかく最後まで資金集めを頑張ります。ここで出てきている問題というのは、非常に面白いと思うのです。持続可能性という問題だと思うのです。いかにして自分自身あるいはアートを、持続させていくかということだと思います。私たちは昨日、文楽劇場で面白いお話を聞きました。非常に美しい建物ですが、どうやってこれを維持するのが問題だと思うわけです。オーディエンスは全部、高齢の男女、リタイアした人たちだけではないか。私たちは午後4時にパフォーマンスを見に行くことなど、なかなかできません。

政府はいろいろなハードを建設するのは好きです。新しい劇場、新しいミュージアム、何か新しいもの、非常にお金がかかるようなことをやりたがります。しかしながらそのあと、プログラム用のお金はないわけです。全部建物にお金がかかってしまって、ソフトウェアのほうにはお金が回ってこない。そうしますと、あまり長続きはしません。非常にエレガントな建物がたつただけけれども。インドネシアの例（クスモさん）では、政府からお金はなかった。資金が全くなかったということですね。

アートセンターのようところで、パフォーマンスをしていて、そこにオーディエンスがいるわけですが、チケットを買ってもらいます。そこで「シアター・フォー・マイ・ネイバーズ」というプロジェクトを立ち上げました。自分の家でパフォーマンスをやって、近隣の人たちを集めてチケットを買ってもらっ

て、それが最終的には、人数が増えて、非常に人気のあるパフォーマンスになった。マーケティングの世界においては、自分の家から出て、石鹸とかシャンプーなどを売るみたいに、劇場のパフォーマンスの販売が必要なわけですね。ただマーケティングのコンセプト自体は、アートにあまり有効に働きません。ですので、政府がいかにして支援できるかということだと思います。アートを、人々の中にもたらし、持って行くことが肝心です。非常に遠いところ、またあまり見られない時間に、パフォーマンスをやってもらっても、なかなかオーディエンスは来ないものです。

6.プレゼンテーション5

アート・デザイン分野での交流がもたらす可能性

菅谷 富夫（大阪市立近代美術館建設準備室 主任学芸員）

菅谷： 大阪市の近代美術館建設準備室の学芸員の菅谷と申します。私のところは準備室だけで建築物がないものですから、今のお話を聞いていて、あとでイブインソーイさんに不法占拠の仕方をゆっくり教えてもらおうかと思っています。

さて今回のテーマをいただいた際、大阪市の状況全般についてお話するのはちょっと違うと思いました。ですので、本日はアートマネジメントに関連して、アジアとの交流の話を見せていただきたいと思います。

私は普段はいわゆる美術館の中での仕事をしております。私が呼ばれた理由には、きっと「何かアジアとのことをやっていたな」ということもあったと思うのです。ということで、自己紹介代わりに、まず私がやっているアジアとの交流のプロジェクトの話を見せていただきます。

大阪デザインパック

大阪市がやっております、Osaka Asian Beatという大きなくくりのプロジェクトがあり、その中で、大阪デザインパックという、グラフィックデザインとファッション、インテリアデザイン、3つのデザインの分野での交流事業を昨年行いました。特にグラフィックデザインに限っていきますと、釜山、上海、香港、大阪、それから大阪市の姉妹都市であるハンブルグの計5つの都市から、およそ20代、30代のグラフィックデザイナーを3名ずつ大阪に招聘しました。さらに3人ずつのグループに分けて、大阪市内5カ所の地域に、それぞれ行っていただく。そして、それぞれの地域の問題やイベントを取材して、その地域が使えるポスターを制作していただく、というプロジェクトを実施しました。彼らは帰国後ポスターを作って、こちらにデータを送る。それを大阪で印刷して、それぞれの地域で使ってもらいました。フェスティバルゲートを中心に行われた「ビッグ盆！」という盆踊りを中心としたプロジェクトのポスターなども制作しました。

これは、実際にポスターなどを制作し使用していただくプロジェクトだったのですけれ

ども、その趣旨や目的は、第一に、大阪という都市の中で普通に暮らしている人たちと、アジアのデザイナーが直接出会うということ。第二に、アジアのそれぞれの地域で活躍しているデザイナーたちが、共通の場を持つということ。第三に、これが一番の目的なのですが、デザインというものは、商品の販売の促進のための手段だと、普通は思われています。当然それもあります、実はデザインは社会的な問題解決の力を持っているのだということ、再認識してもらいたいというのが、大きな目的でした。

今年もこういったプロジェクトを企画しようかと思っていたのですが、大阪市からの資金が断たれてしまいました。とりあえず100万円ぐらいは支援していただけるようですので、あと300万~400万円をどこかから集めよう、と（大阪市ゆとりとみどり振興局の）花田さんといろいろ相談しております。

現代アートをめぐるアジア交流

さて、以上はデザインの例です。次にアート、とりわけ現代美術の分野で、私が美術館のキュレーターとしてアジアとの交流にどう取り組んでいるのか、ということについてお話しいたします。この点に関しましては、いつか取り組もうとは思っていますけれども、今の状況であまりすべきではないだろう、という気持ちがありまして、現段階ではあまり手を着けていないのです。上海や釜山やソウルに行くと、その土地のアーティストたちにたくさん会います。その意味では、私たちは現地の情報を持つてはいるのですが、今の状況で具体的な行動に移すべきではないという気がしているわけです。というのは、交流や紹介というものは、私たち受け入れ側が、アートをどのようにとらえているのか、という問題と非常に密接にかかわっているからです。

今日の芸術は、それを生み出す作家も含めて、作品が生まれた環境だとか地域だとか、あるいは作品を受け取る人との関係の中で成り立つだろうと私は思っています。したがって、誰のために作られたのかがはっきりしな

い芸術作品や、その土地の人々が真に欲していないかもしれないと思われる芸術を紹介しても、あまり意味がないだろう。そういう芸術があることは事実だし、それが全く否定されるべきではないと思います。しかし、今申し上げたような面が、今日非常に重要視される状況になっていることは、確かだと思っています。

商業主義とアートの関係

そうすると、ではデザインであれば問題ないのか、という話になります。デザインそのものは、商業的な分野で、何かを伝える技術を非常に洗練させてきました。国や地域が違って、それらを比べたり紹介したりすることは決して無意味ではないと思っています。しかし、コンテンポラリーアートの分野においては、生まれてきた環境や地域やそれを受ける人との関係が見えないところで、紹介や比較などをすべきではないだろうという躊躇があるのです。といっても、それぞれの地域に密着したものだけがアートだとは思っていませんし、世界の動向や違う地域の人たちの考え方と隔絶して存在しているものではないというのも事実です。またそういうものとの影響関係が全くないところで、発展もないと思っています。

こうしたお話を申し上げますのは、商業主義の問題、あるいは消費されてしまうアートの問題をどう考えるのか、ということを考えているからであります。日本でも、たぶん1980年代後半ぐらいからだだと思いますけども、アーティストはちゃんと生活するために儲けなければいけない、そういうシステムをちゃんと確立させなければいけない、とずっと言われてきました。

1990年前後の日本でのバブル経済前後から、少しずつそういうシステムが形成されてきたわけですけども、そこには世界的なアートの商業システムの中に組み込まれていく危険性があった。例えば、日本のプロ野球の選手のトップの人たちがみんな大リーグに行く。大リーグに行っても、初めて価値を持つのだという風潮があります。では野球の楽しみ方

というのは、大リーグに行かないと達成できないのか。そういう風潮とよく似ている部分があるが、アートにもあるのではないかと。そうすると、アートは段階や階級のようなものを昇っていかねばいけないのだ、というとらえ方をされてしまうのではないかと、思っています。

結論

そして、交流ということを考えていくと、いろいろなところへ行ってみて分かったのですけども、例えば韓国や中国の美術史を私たちはどれほど知っているのか、ということが疑問に思えてくるのです。中国から日本に留学した最初の人物の名前などは、中国の本を読むとちゃんと出ています。けれど、私たちはそういうことを全く知らない。あるいは中国の美術史の本を探そうと思っても、日本語で読めるものはどれだけあるのか。たぶんあるのですが、普通の人が入手できるような状況にはない。そのような状況で、交流をあまり安易に考えるべきではないだろう。ましてやアジアと交流したら欧米に対するアジア的な価値観が作れるのだ、ということも非常に見当違いな考え方だと思います。もう少し緩やかに考えると同時に、それぞれの事情をもう少し知ることが、前提になくはないだろうというように思っています。

キュレーターの役割が何なのか、というのが今日のテーマなのですが、少なくとも商業的にできることは、今日いらっしやっております田畑さんなどに話していただけるという前提で考えていますので、必ずしもキュレーターたちが、今申し上げたような役割を果たす必要はないだろうと思います。また当たり前のことですが、得てしてキュレーターも商業的な世界の中での役割を負っていかざるを得ない、あるいはいつのまにか負っているということになってくる。それがやはりちょっと問題だとも思います。例えばニューヨークを頂点とするような、あるいはオークションで高値で売ることがひとつの勲章になるようなアートは、確実に存在します。た

だ、それが一番いいものだという前提で考えると、先ほどの大リーグの話と同じで、大リーグに行かなければどうしようもないということになってしまう。今、ここにあるアートは、三流であり四流であり、そのうち成長するものなのだというとらえ方でしか、アートと接することができなくなっていく。これは非常に大きな問題だろうと思っています。

そこで具体的に何をしたらいいのか。正直よく見えていないのですが、逆に、してはいけないことは、ある程度見えている。例えば一時期よくやっていた、今でも多少やっているらしいですけど、国際交流基金が、高名な評論家や美術館の人間を派遣して、各アジアを回ってそこで出会った作家たちをピックアップして、展覧会をひらく。それはそのアートが発生してきた場や環境、それを受けて育ててきた人との関係などを全く切り離している部分が多かったのではないだろうか。このようなカタログ的なサンプリングというやり方は、やはり避けるべきだろうと確信しております。国際交流基金が違うやり方を試みているのは承知しておりますけれども、必ずしも全面的に成功しているとは思えない。その意味で、とりあえず状況を知ることが、やはり今一番重要かつ必要なことなのだろうと思っています。

それからあと一点。アートの世界は、アートは美しいものということではなくて、当然、お金集めも含めて、非常に政治的なものであって、戦略的な思考を必要とする。そうでないと商業的なもの、あるいは大きなメディアに簡単に組み込まれてしまう危険性を感じています。

[質疑応答]

アジア的価値観とは何か

中川： なぜアートが消費構造のなかに入ったらいけないのかという気持ちももちろんあるのですが、それはさておいて、ひとつだけ質問があります。アジアとの交流によってアジア的価値観を持つとするのは非常に見当違いであるとおっしゃいましたが、発言の真意がよく分かりませんでしたので、その

点についてうかがいたいのですが。

菅谷： 展覧会などを実施して、その結果として、アジア的価値観が成立していくことは、非常に好ましいことだと思っています。ただ、アジア的価値観を作るのだとか、統一的な価値観が存在しているのだということを前提にして始めるべきではないだろうと思います。

中川： つまり、アジアといえども非常に多様で、それをアジアとひとくくりすることは、例えば欧米をひとくくりすることと同じぐらい危険である、ということですか。

菅谷： はい。そういうことです。

中川： 分かりました。

菅谷： 短い時間でしたので、いろいろなことを端折って結論だけをお話ししているの、さまざまな誤解はあると思います。それは質問してください。

中川： そうですね。聞き捨てならないというか、すごく誤解を呼ぶ発言が多かったと思うのですが。どなたか質問はありますか。

佐々木： 今、日本では「美しい国」という言葉がはやってしまっていて、その国がアジアということを意識して、アジア的価値と結びつけるようなことになると思う、ということだと思いました。つまり、アジアの場合、やはり国というもの、中央政府というものの存在が、ヨーロッパとは違うのです。中央との距離をどう取っていくかがとても難しいですし、クスモさんがご指摘のように、日本は文化に対する真の理解がないのではないかと。にもかかわらず、文化的価値を国が主張すると、何となく70~80年前のナントカ共栄圏という言葉が浮かんできてしまいます。今、日本は非常に大きなターニングポイントにあるのです。菅谷さんのお話をうかがって、私はそのような意味を感じ取りました。愛国主義的な価値観と結びつくようなアジア的価値では困

る、と。私はグラスルーツという言葉が好きですが、内発的に出て来るようなアジア的価値こそ、我々は共有したいということでしょうね。

菅谷：　そうですね。先ほど申し上げたように、アートの世界で、商業的ではどうしていけないのだという議論があります。商業的なものを否定するわけではないし、また商業によっていろいろな情報が伝わっていくのも事実です。作品も含めてそれが伝わって、それが刺激になって新しいものを生んでいくことは当然あるわけで、そこまで否定するつもりはありません。ただ、それを本当に必要としているのか。どのように必要としているのか。もしや必要ではないものまで押し付けられているのではないか、という気がします。特にアートの場合は、広くいえば人に生きる力を与えます。それが商業主義によってねじ曲げられているのではないか。つまりニューヨークで必要なものと、今、私たちがこの現場で必要なものは、違うのではないかという気がしています。

私たちがアジア的価値観を持つことは、最終的に成立したらいいと思っていますし、例えて言うと、ニューヨークを頂点とするヒエラルキーの植民都市としての大阪であってはいけなだろうと思います。頭からアジア的であることを否定するのはいけなだろう、とご理解いただけたら、と思っています。

アジア間交流の現状

イブインソーイ：　質問というよりも意見です。アジア的価値というお話をしていただきました。アジアは、非常に文化的に多様です。インドネシアだけでも、700の言語、500の民族がいますので、分からないことはいっぱいあるわけです。我々はそういった国の中で育ったわけですから、すべて100%知っているようなふりをしていますが、実は知らないのです。我々の考え方としては、自分たちが分からない言語はいっぱいあるけれど、それが人生だよ、と思うんです。

でも、例えば西洋に行ってください。ニューヨークのミュージカルなど、私たちに分かるところもあります。けれど、私たちとは文化的な価値観が違います。韓国の人とも価値観は異なるでしょう。マーケティングも違うし、プロモーションのやり方も違うでしょう。

評価可能なものに触れ、それに慣れてしまう。そこからマスカルチャーが生まれる。そういったものがニューヨークで生まれる、ということです。

例えば韓国に行きますと、「ノートルダム・ド・パリ」などが上演されていますが、それは（欧米での）評価や情報を聞いた上で、上演しているのです。インドネシアにもアメリカの有名人は来ます。ですが、日本のグループはあまり来ませんし、日本のことは何も分かりません。これはアジアのほかの地域でも同様です。西洋の文化のほうが、我々アジアの国々に入って来やすいのです。でも、お互いのアジアの文化は知らない。インドネシアの言葉に「知らなければ、その関連性を知ることができない」というものがあります。これがアジアで起こっていることです。

ですから、我々はアジアの中で、もっと交流していきましょと私は言っているのです。

アジアとの交流と相互理解のために

菅谷：　イブインソーイさんのお話に、場とか環境の断片化を極力避けるべきではないという話がありました。私は、それを実現させるためには、例えばアドミニストレーターやディレクターがいるんじゃないか、と思います。

つまり、何もしなければ、インドネシアや韓国から乗られている方と僕とは、基本的には接点がないままなんです。人間が動くことで、はじめて接点が生まれる。つまり、僕らは、環境そのものをつくる仕事をしているのではないかと思うんです。

イブインソーイさんのお話は、状況や歴史を知ることが大切である、という点に集約されると思います。だから、違う文化圏を行き交うものは、さまざまな状況や歴史といった情報を知って、自分のコミュニティに還元す

る。逆に自分自身がそのコミュニティにとって新しい要素を求め、人間として広がっていけば、接点をつくり、新たな文化を結び付けることができるのではないかと思います。プロデュースやディレクションをしていく人間として、そういったものを知りましょう。それを知った上で、新しい文化を生み出していきましょう。

中川さんのお話は、それをアジアというくくりでいっぺんやってみたらどうかということだと思います。どちらかというと、今の日本、大阪では、そういった取り組みは集中的、徹底的にやられていないことですので、とても意味があると思います。

佐々木： 日本の社会学者や経済学者の中で私たちのように、アジアについては内発的発展が大切であると言っているのは少数ですけれども、地域固有の文化や技術の創造性と、それらの交流によって生まれる新しいアジアの文化が注目されるようになってきます。ポストコロニアルの時代に入り、戦争や植民地、奴隷貿易などが行われていた時期は過ぎ去りつつあるので、昔のクレオール文化とは違って、今度は現代芸術の創造に携わる者が新しい文化の運び手を担っていくべきではないかと思います。

僕のように、京都に住んで大阪で仕事をして、狭い範囲を行き来している人間にとっては、こうして皆さんが集まってネットワークをつくったり、あるいは旅先で新しい音楽や文化に出会ったりして、それをこの街にもたらすことができたらどんなに素晴らしいかと思うし、逆に、僕がこちらからさまざまな旅先に、さまざまなものを持って行くことができたら、同様に素晴らしいことだと思います。

まとめ

中川： 最後にひとつだけ。菅谷さんの、アジアへのまなざしはどうなのか、アートをどう考えているのかといった、アート観やアジア観への問い直しに、非常に刺激されました。

例えば、サイードが『オリエンタリズム』を書いたことで、我々アジアの人々の中にも

オリエンタリズムを再生産することがあることに気づかされるわけです。そういうオリエンタリズム的な見方に回収されてしまう部分もまたアジアは持っているのではないかと。それはある意味ではポストコロニアリズムの問題であり、それをどうやって克服していくかということは大きな課題です。

アートとは何か、そのまなざしは何か、自分はどういうふうにしてそのまなざしをエスタブリッシュしてきたのかということ、自分の中で絶えず問い直していきなさいと菅谷さんは言いたかったのではないかと思います。

7.プレゼンテーション6

国威発揚型と市場型が混在する上海現代アートマーケット

沈 偉群（株式会社PRESS JAPAN シニアプロデューサー）

沈： 沈偉群（チン・イグン）と申します。私は1992年来日し、日本ではアーティストとして活動し、上海や埼玉、ニューヨークなどで、いろいろなグループ展に参加しております。仲間が10人以上いまして、10年以上の滞在期間中に、中国からのアーティスト達と交流をしてくまして、2000年まで、年に数回、東京でグループ展を開催していました。

日本のキュレーターが注目している中国のアーティストは、中国本土に住んでいる中国人アーティストぐらいです。2000年に、在日の仲間はグループ展を企画・開催し、私も含めて7人で行いました。そのうちの5人が帰国して、大学の先生や国が補助している施設の画家になっています。北京の清華大学や中国美術大学の先生にもなっています。離れてからも交流は続き、私は上海を中心として、アートのイベントを企画し、それをスタートさせました。

2000年の前にもきっかけがありました。私の大学時代のクラスメートが、1997年に、資生堂ギャラリーで「亜細亜散歩」といったテーマの企画展と出会いました。当時の私のクラスメートは中国ではそんなに有名ではありませんでした。しかし、この企画展がひとつのきっかけとなり、今では中国のトップアーティストになりました。

私はそういった友人と交流しながら、他にも日本の銀座のギャラリーで個展を開いていたフィンランドのアーティストを上海美術館に紹介し個展を企画しました。これは、上海で初めてのフィンランドのアーティストの個展です。そういう活動をしています。

今回、私がお話ししたいのは、上海を中心とした現代アートのマーケットです。中国の現代アートを語るときに、まず、地理的なことを言わなければなりません。上海は商業の中心で、北京は政治の中心であるということです。中国の現代アートは、実は10年前から、外国人のキュレーターとか、スポンサーによりつくられました。中国人が自らつくったのは、アートではなくて、いわゆる政治POPです。中国国内ではよく

そんな風にいわれています。そのイメージは、実は欧米人が求めているものなのです。そのひとつが団結です。それから革命、それから刺激です。それらのイメージは北京の方が激しかったです。

上海は昔から北京より、政治から離脱した自由な土壌があります。新しい思想とか、そういったものを持っています。私が直接中国のアーティストに聞きましたら、そのアーティストはこう答えました。「上海は中国を代表していない。」つまり上海は上海独自だということです。上海と比べて北京は中国代表といえます。

北京の状況



これは北京で有名な「798」です。北京にはこうした芸術エリアがあります。これらは昔工場だったエリアです。文化大革命以前、1950年代～1960年代あたりに建てられた工場があり、その工場を再利用しています。今は61のスペースがあります。中にはギャラリーもあります。例えば常青画廊です。これはイタリア人のキュレーターたちがつくりました。これは当代唐人アートセンターです。当代とは中国で現代を意味しています。当代唐人アートセンターは500m²ぐらいあります。タイのバンコクにも同じセンターの別館があります。

もうひとつは、最近できた酒廠国際芸術園です。同じくアートエリアです。酒造工場から改造されたものですが、この中には韓国の代表的な財閥であるARARIOが来まして、2005年12月、ギャラリーがオープンしました。かなり大がかりなギャラリーです。

これは先ほどの、798工場です。日本では、



酒廠国際芸術園



張曉剛氏のアトリエ

映画も公開されています。中国の映画で『向日葵』という作品です。その中に工場が出てきて、張曉剛という有名な中国人の現代作家の作品がしばしば出てきます。

は1997年にスタートしたイベントです。中国の文化部、日本でいう文部科学省の主催となります。このイベントは、政府の役員とかアートにあまり知識を持っていないよ



ここは、2005年12月オープンしたARA-RIOギャラリーの当時の風景です。オープニングにはたくさんの中国現代アーティストが参加しました。これは張曉剛氏のアトリエです。彼の作品は1998年、ニューヨークのサザビーズのオークションで98万ドルで落札されました。さらに天安門を描いている作品が、230万ドルで落札されました。

上海アートフェア

次は、「上海アートフェア」です。これ

うな方が、組織委員会のメンバーになっています。昨年は、展示平米数が22,000㎡あって215ブースです。入場者は58,000人。売り上げは約10億円です。今年（2007年）は11月に開催予定ですが、初めてイタリア系の「Bologna Fiere Spa」と共催となります。共催する前にアートイベントが一つあります。「SHコンテンポラリー」です。このイベントは9月にあります。このSHコンテンポラリーは、実はヨーロッパ系の独立系のアートイベントです。今回中国で、上海アートフェ

アと共催になるような形になったのは、海外のイベント企画会社としては初めての事です。なぜなら、外国系のイベント会社が、中国でイベントを開催するためにはライセンスを取らなければなりません。政府系のイベントと共催することは、ライセンスを取るひとつの形となります。

同じくアートフェアが春にもあります。春のほうはアートサロンというものです。今年は第5回となります。年に4月と11月の2回に分けて開催しています。日本のギャラリーも参加しています。今年は春のアートサロンで、日本の『月刊ギャラリー』みたいなものを通して、作品を募集しての参加となります。

上海ビエンナーレ

次は「上海ビエンナーレ」です。上海ビエンナーレは上海美術館で開催します。1996年に誕生しました。上海美術館は公的な機関です。その役割のひとつは学術的な目的、もうひとつは社会的な目的です。社会的な目的というのは、上海における国際都市のイメージを形成することです。クリエイティブな力、活力的なイメージを作るための役割を上海ビエンナーレは担っています。最初の1回目と2回目は、国内の油絵作家と水墨画作家のみが参加しました。そして2000年に開催された第3回目の時、初めて海外で活躍している中国人アーティストと、世界のトップアーティストを招きました。その時、海外からもたくさんの美術関係者が来ました。こうして上海ビエンナーレは、徐々に上海の国際的なイメージ形成を担いつつあります。

次は2010年に上海で開催する上海万博が大きな意味を持っています。中国の経済はご存知のように著しく成長しています。しかしながら、アート、特に現代アートが出遅れていると政府関係者が感じており、こうした大きなビエンナーレの開催によって、アートの国際的な一員となるように考えています。

2006年、第6回目の上海ビエンナーレが上



海美術館で開催されました。2006年は23カ国のアーティストが出展しました。2006年の上海ビエンナーレの大きな特徴は、市民との交流を活性化するために、サブ会場を設置したことです。これは、サブ会場のひとつ、ショッピングモールです。そしてもう一箇所、彫刻に関する展示センターもあります。



これは美術館です。この階段のところに模様が入っているのは、実は作品で、アートです。テーマは、『ハイパー・デザイン』です。一般市民の日常の生活に近いデザインがテーマです。

また、この上海ビエンナーレは、政府がほとんどの資金の出資を行っています。他にも上海の地元にある国際的な基金からお金も集めました。2006年の入場者数は28万人だったのですが、入場料収入もビエンナーレの資金となっています。今後も、上海ビエンナーレが継続的に続いていくためには、資金のサポートや、スポンサーが必要です。しかしながら上海ビエンナーレの組織委員会側も、スポンサーサイドに、どのような見返りを提供できるのかははっきりしていないので、スポンサー集めにはすごく苦労しています。上海ビエンナーレ2006の大きな動きは、メディアとの連携です。そのひとつは、上海ビエンナーレのディレクターのブログです。中国の有名なウェブサイト・ブログに開設しましたので、大きな反応を呼びました。もうひとつは上海の代表的な地元のテレビ局です、中でも上海ビエンナーレに関する討論番組、日本のテレビ朝日で放送している「朝まで生テレビ」のような感じの番組がありました。上海ビエンナーレをテーマに、主催側とマーケティングの専門家たちが討論するという番組だったのですが、専門の番組でしたので大きな話題となりました。他にも、上海ビエンナーレは、シンガポールビエンナーレと、光州ビエンナーレと連携して開催しており、アジア3カ国のビエンナーレ連携は注目されます。

民間の美術館等

市政府以外の美術館を紹介します。ひとつは、「上海当代芸術館（MOCA）」です。MOCAは、香港の宝石会社が出資しており、上海の中心部にもともとあった人民公園の温室を改造してできた美術館です。キュレーターは台湾の有名な陸蓉之女史（Victoria Lu）です。

次は、「上海証大現代芸術館」。これは上海の地元で有名な不動産会社が経営しています。この不動産会社は、2009年までに上海市にアートセンターをオープンする予定です。その上海証大グループは、他にも上海国際映画祭のスポンサー企業となっています。2009年から「上海国際映画祭」は全部この新しいセンターでオープンする予定です。センターの設計者は、日本で有名な建築家、磯崎新さんです。



次は、「上海多倫現代美術館」、これは地域の文化事業団です。地元で、文化の雰囲気がある街をつくるために建設された美術館です。これは現代アートのギャラリーです。約10年前から上海で有名になったShanghART（上海アート）です。スイス人のLorenzですね。1980年代に彼は上海に留学して、1995年に上海リッツカールトンに「上海アート・ギャラリー」をオープンしました。その後すごく成長して2005年に新しい広い場所に移りました。下は、Bizアートです。Bizアートはイタリア人のキュレーターが、7～8年前に上海でスタートした非営利の画廊です。最近、イギリスの総領事館が、アーティストのレジデンスの支援を行っています。他にも、最近、東南アジアのアーティストを支援する、草の根のプロジェクトもあります。これはオランダのファンドから資金を得たものです。



これは、「上海ギャラリー・オブ・アート」です。上海で有名な外灘（バンド）地域に

あります。建設から100年以上の建物を改造しています。資金は、シンガポールの財閥で、中国でトップシェアを占めるシンガポールのタイヤメーカーが出資しています。林徳祥というタイヤメーカーのオーナーが、ギャラリーのオーナーで、その娘さんがギャラリーの社長です。このギャラリーは現代アートのトップレベルの人気作家の個展の企画をしながら、画廊と同時に、ビジネス講座もここで開催されます。地元外資系銀行の幹部や、あるいは上海トップレベルの大学のMBAの卒業生などが集まってきます。また、上海市共産党委員会の人とか、外国政府の文部省の高官とかが、しばしば訪れている場所でもあります。



この写真は上海アートの場所です。前頁の写真は展示スペース、上はアーティスト・イン・レジデンスの場所です。



最後は、ポンピドゥー・センター、上海ブランチ（別館）のオープンについて。ポンピドゥー・センターのブランチの構想は複数あって、ひとつはパリから出て、フランスの別の場所に建設する案。もうひとつはフランス以外のところに、建設する案。実は、シンガポールなどアジア各地で、いろいろ検討され、最終的に上海が選ばれました。この建物は、100年前の租界時代、フランスに建てられたフランスの建物です。この建物を改造して2007年の末あたりにオー

ブン予定です。またさらに改築を進め、本格的なオープンは2009年を予定しています。

以上が上海の現代アートの事情です。政府が国益のために行っているもの、いわゆる国威発揚型の場合と、民間のギャラリーが、どこからか資金を集めながら経営している場合と、そういった形が混在しているのが現状です。

8.プレゼンテーション7

私と中国現代美術との出会い（中国現代美術マーケットについて）

田畑 幸人（東京画廊／B.T.A.P. ディレクター）

杉浦： 同じ中国ということもありますので、続けて田畑さんの方から意見も交えながらプレゼンテーションいただいて、その後で皆さんから意見・質問を頂くようにしたいと思います。

田畑： 急にこのお話を頂いたものですから、本来は、今日は北京にいるはずだったのですが、北京に行かないでこちらに来ました。その理由のひとつは、やはり最近、私は日本に対して大いなる危機感を持っているからです。

今、日本という立場がアジアにあるのか、それともヨーロッパ、アメリカの方にあるのか、それが非常に不明確です。例えばAPECを見ると、最初に日本が参加したのはアジアの代表として出たわけですが、でも日本人の感覚で言うと、欧米の仲間として出ているわけです。決して日本人はアジアの代表として出ているのではないです。

中国も最近APECに入ってきました。中国はアジアの代表として入ってきています。そうしますと、日本の立場というのがアジアなのか、欧米なのか、不明確ゆえに非常に孤立した状況になっています。そのことに私は最近この2年間ぐらいですごく危機感を持っています。

例えば10年前だったら、アジアの人たち、中国も韓国もそうだし、アジアの人たちはみんな自腹を切っても日本に来たいということがあった。ただ最近を見ますと、今更日本に来てもしようがない。なぜかという、欧米各国がアジアに向いているからです。欧米各国がアジアを受け入れ、非常に大きな金額を出してみんなを呼んで、作品もすごく高額で売れています。ですから、私が1989年に中国で買った絵は今100倍の値段になっています。そのように、中国というものは、韓国もそうですけれど、非常に注目されており、その中で日本だけが孤立しているというのが現状です。

私のところも画廊が798にありますけど、798に最初に画廊を出したのが、私と、それから大阪に在住している黄銳（ファン・ルイ）

というアーティストがいて、彼はアトリエをつくって、私が画廊をつくる、という形でオープンしたのが最初です。

今年で5年になりますけども、今や画廊だけで約60軒、レストランとかブティックを含めると約170軒。そういうのを考えますと、沈さんがお話しされたように、アジアの中心がもう完全に、北京なり上海、中国に移って来ているというのは、明らかな状況になっています。そのような中で、日本がどのような立場を取るかということは、非常に重要な部分になっているのではないかと強く感じています。

日本の場合だと、先ほど商業主義という話が出ましたが、それに対して非常に異論がありまして、どうしても日本の場合は、アーティストに全部重荷が掛かっている。しかし、アーティストも霞を食って生きているわけではないわけです。

そうすると、美術館を批判するわけではありませんが、例えばアーティストが一生懸命つくったものを美術館が借りて展示する。それも出品料として、10万円や20万円が出る。でも、彼らはそれでは到底食べていけない。じゃあ絵が売れるかという、売れない。例えば、私のところの現状で言いますと、中国のアーティストも日本のアーティストも、売るのは80～90%欧米です。日本では売れないのが現状です。そうすると日本のアーティストは、日本では食べていけない。しかしながら、それに対して日本には何のサポートもありません。もちろん国のサポートもありませんし、民間のサポートも一切ありません。

中国のアーティストだと、売れている作家であれば、1,500万円の車に乗って北京の中を走っている。私の知り合いの中堅の32歳ぐらいのアーティストの所得が1年間で、日本円で1億3,000万円。中国の中堅アーティストが1億3,000万円の現金を1年間で得ている。中国のトップ5のアーティストぐらいになるととんでもない金額が入っている。それぐらいの差ができています。そうすると、やはり日本が商業主義がどうだとか、そういうことを言っている場合ではない。アーティストもや

はり生きていかなければなりません。そういうことをもう少し現実的に皆さんが考えない限り、日本の文化が世界の中へ出て行くということは100%あり得ないです。やはり人間は生きていますから、食事をしたり、別に贅沢する必要はないんですけど、最低限、絵を描く人は絵で食べられる、音楽をやる人は音楽をして食べられる、アルバイトをしなくていい、そういう現状を我々の中でつくり上げない限り、日本の中で文化行政をやったところで何の意味もない。日本では多くの人が芸術とお金を結び付けるとするのが罪悪のように感じていると思いますけど、罪悪ではない。どこの国でもお金と芸術、アートというものが常に平行している。

それで、アメリカ・ヨーロッパの場合は、財閥がいてお金を寄付するという行為があります。日本やアジアとは随分違いますけど、そういうシステムを国なり何々なりが考えていかない限り、こういう状況を打破するということではできないのではないかと思います。

当然、波はあると思うんですけども、このまま21世紀も続いて大きな流れの中で中国が中心になってくると思います。それともうひとつはインドですね、今は倍々ゲームでインドの絵も高くなっています。そして、インドと中国という2つの国が大きな力になると、日本の存在感自体が非常に薄くなっていくというのが、危機感として、最近の私にはすごく感じられます。

ですから、私は今まであまりこういう席で話をするというをしなかったんですけども、日本人が自分たちの立場という、アジアの中の立場というものを考えない限り、日本の立場がアジアの中でどんどん薄くなっていくという危機感があるのです。それを今日はお話したいと思って出席させていただきました。

[質疑応答]

アーティストと政治

佐々木： 昨年の10月に上海に行った際に、今ご紹介にあったいくつかのアートスペースを見たことがありました。古い工場街を再生

したところだったと思うんですけど、この作家のところにも行って来て思ったのは、現状の中国の政治的なシステムの中で、どの程度まで芸術表現が許されているのかという問題です。

そして、北京と上海との緊張関係があって、沈さんの話にあるように、上海は中国を代表しているわけではない。つまり上海というのは中国であって中国でない、かなり世界性を持っている都市です。そうすると、そこにある芸術表現というのは、まさに中国的なもの世界的なものとの融合していて、とりわけコンテンポラリーアートの領域においては、かなりの程度、政治的表現になりますね。それをどの程度まで、今の中央政府とか、市政府が許せるのかな、と。というのは、あるスペースに行ったら、市政府によって禁止されたというスペースですという張り紙がありました。そういうことが、この中国のアートマーケットに及ぼす問題について、ちょっとお聞きしたいんです。

沈： 例えば、2年前ぐらいですね、上海で行われたフランス文化年のときに、フランス国籍になった有名な中国人作家ヤン・ペイミンさん、彼は20年以上フランスに住んでいますが、中国におけるフランス文化年のひとつのイベントとして、初めて中国で彼の個展、巡回展を上海美術館と広東省の美術館で開きました。

そのオープニングのときに、上海市政府の宣伝部の人、いわゆる政府広報部のトップの部長クラスの間が来ました。そして彼の「この展覧会はメディアに出さないように」の一言で、メディアが全部ストップしたんです。要するに、トップの間が自分の地域と政府のニュアンスで決めるわけです。その発言ひとつでメディアが設置したプレス発表会とかが全部キャンセルになりました。そういったことがあります。要するにトップの間の気分次第、例えばその場所に招かれる人も急遽変わる、みたいなことはしょっちゅうありますね。でも実際に中国は今、特に上海はですね、ある意味では日本よりオープンな場所で

す。政治的にもそうかもしれない。ある私の知り合いの作家は、すごく政治にかかわるような作品をつくらないと売れないです。なぜなら幹部の人は政治にかかわっている問題ある作品が買いたいから。そういった現状です。

田畑： 私のところの例から言いますと、5年前にオープンしたときは、オープニングに公安が約7~8人潜り込んできました。あとで問題のあるところを指摘してきました。ただ2年ぐらい前から確実に変わりました。

北京の私のところの798の中で、あるアーティストが中国の国旗を破くというパフォーマンスをしたんです。そんなことは昔の中国で言えばたぶん死刑ものですよ。それが始末書だけ。二度としませんという始末書で済むという状況からしますと、2年ぐらい前から中国政府の態度が一変したということは感じています。

ただひとつ今でも問題は、毛沢東をもじったもの、例えば毛沢東をふざけて使ったもの、それはたぶん、日本の場合でいうと、天皇陛下の写真にひげを生やしたりとかということになります。そうすれば絶対問題になると思います。毛沢東に対して、何か悪ふざけをしたようなものに関しては、今でも展示を取り下げるというのはあります。ただ、確実に今の日本と同じぐらい表現の自由はあると思います。

アーティストとマーケット

イブインソーイ： 田畑さんにお聞きしたいんですが、東京の田畑さんの画廊に関して、あまり日本人は買わないとお話があったんですけども、海外で買うお客さんというのはどういう人たちなんでしょうか。

田畑： 世界中ですね、ヨーロッパの人も買いますし、アメリカ人も買いますし、最近では中近東、石油でお金をもうけた人たちが買いに入っています。そうですね、半年で50%ぐらいアップというのはもう当たり前です。例えば去年の秋に私のところで700万円で売っていた絵が今年の1月から1,200万円にアップ

しているというのが今の状況です。たぶん欧米の人から見ると、欧米のアートに比べるとアジアの絵は安いと感じているのではないのでしょうか。それがたぶん、買いに入っているひとつの要因だと思います。

杉浦： 日本人のお客さんというのは、どういう職業の方なんですか。

田畑： 今、私のところで買ってくれているのは、若い人が多いです。30代ぐらいで外資系の証券会社に務めている人。世界中のマーケットの中で、何に投資をすればいいかということを考えている人たち。

杉浦： 投資なんですか。

田畑： ある意味では投資ですね。それで、買っているというのは多いです。

雨森： 質問が似通ってしまうかもしれませんが、アーティストは、霞を食べて生きているわけではないので、作品は売れるに越したことはないと思うんですけど、日本では作品は売れないという状況がずっとあります。コレクター、特に現代美術のコレクターが少ないという状況はずっと昔からあると思うんですけども、日本人のコレクターを開拓していくためにされていることとか、例えば10年ぐらい確実に増えてきているとかという現状はあるんでしょうか。

田畑： 私のところも東京画廊の父の代から言うと、開設して57年になります。57年前と比較すると、コレクターは退化しています。少なくなっています。うちの父の代で言うと、例えば、一番大きなものとして、大原美術館がありますね。大原美術館は現代美術を買っていました。それから、東京にあるブリヂストン美術館。昔はそういうものを買う個人の美術館がたくさんあったんです。今は皆無です。特にバブル以降は、本当に。その代わり、例えば5万円とか10万円ぐらいの作品はよく売れます。だから変わってきたんです。大衆

化されてきたということになるんだと思うんですけどね。

ですから、日本では大きいものは売れないが小さいものだと売れる。逆に、海外では小さいものが売れないかわりに大きいものが売れるという状況です。日本人はどうしても自分の国のものを買わないんですよ。それで、印象派のものを150億で買ったりとか、ピカソを何10億で買ったりとか、海外のものを買うことに関してはお金を惜しまないんですけど、日本やアジアのものを買うことに対しては、お金は出さないんです。

雨森： その辺のコレクターの意識を変えるための努力というか、日々やっていたりすることはありますか。

田畑： 日々意識を変えるために、ホームページを作ったりしてはいるんですけど、ホームページを見て買いに来るのは外国人なんです。だから、ホームページも英文を入れなくてはいけないわけです。日本語で書いても客は来ない。英文を載せると外国人から問い合わせが来て売れるんです。

フロア発言： 外国の方が日本の絵を買うんですか。

田畑： 日本の絵を買います。簡単なこと言いますと、例えば私がニューヨークやパリ、ロンドンに行きますね。そこで感じるの、もう西側に新しいものを生み出す力が確実になくなっているということです。20世紀は完全に欧米の文化でした。それは事実だったけれども、今は確実になくなっています。そうしたら、欧米の方がアジアに来るのは当然です。日本人はいまだに欧米を向いているんですけど、欧米の方はアジアを向いているんです。そのギャップですよ。それに気づく日本人は、とても少ないんです。

2時間で韓国、3時間で中国に行けるのに、わざわざ13時間使ってニューヨークへ行くわけです。それは、どうしたら変わるんだろうか。私も努力はしているんです。全く日本を

無視しているわけではなく、例えば日本に対して広告を出してはいるんですけど、なかなか日本の方は目を向けてくれないというのが現状です。

9.全体討論

政府と支援者との関係

クスモ： アジアの国で適切なパートナーを見つけることについてですが、インドネシアにおいては、日本から来るものは政府対政府のプロジェクトです。これはいけません。アジアの国の政府には、汚職もあります。しかし、政府は政府とやりたいと言うんです。これがいつものやり方です。こういったアプローチは、20年前から全く変わっていません。市民社会は日々成長しています。それを日本側が見てないのです。つまり適切な人を選んでいないのではないのでしょうか。

杉浦： 国際交流基金を日本側として一般化してほしくはないと思います。つまり我々は国際交流基金とは違うやり方について議論したいのです。

クスモ： でもアートだけではなくて、JICAにしる、さまざまな中小企業のパートナーにしる、実際にはインドネシア政府とかかわりがあるわけです。事例には枚挙にいとまがありません。政府と一緒に何かを行うと、いつも不正があり、汚職がある。何度言ってもそんなことばかりするんです。伝統です。しかし、支援側はインドネシア政府とやりたがるんです。

フロア発言： おっしゃっていることには、私も同感です。例えば、アジアのオルタナティブスペースのネットワークのカンファレンスが、香港と韓国のソウル、上海で、それぞれの国のオルタナティブスペースの企画で開催されました。その会議は、それぞれの国からサポートを受けて開催しているんです。日本で、大阪でやりたいと思っても、サポートしてくれるところはまじないでしょう。実際にはまだ働きかけてはいないんですけれども、する前から何となく無理だろうなという印象があります。

杉浦： 日本のアジア諸国に対する支援は、必ず政府間で行うんですね。それは、もはや一種の宗教のようになってしまっています。本当は違うやり方もできるんだけど、政府間で行うことにしておく自分の言い訳が立つという、

それだけの理由なんです。ですので、政府を介さずに事業自体を引っ張っていくという支援の仕組みにはなかなか変わりにくいと思います。先ほど田畑さんと菅谷さんがおっしゃったように、その背景には、日本が支援する国、相手が支援される国だという、凝り固まった概念が政府の人にあると思うんです。たぶん直せと言ってもしばらくは直らないでしょう。こんなことを僕が言ってしまっただけとはいけないのかもしれないですけども。

しかし、その直らない中でも直す努力はしていかなければなりません。それは一体何かと考えたときに、文化活動や文化交流から変えられる、やはり表現である以上は変えられると思うんです。もちろん国際交流基金を利用しないという話ではありません。それを利用しながら新しい形を作っていく、というところに立ち戻ったときに、では一体具体的なプログラムとして何がいいのかを考えるわけです。

日本とアジアとのネットワークの構築

杉浦： 先ほど、田畑さんからは行動を起こすお話、沈さんからは留学生を活用するお話がありました。確かに留学生同士のネットワークはものすごく強い。僕も留学していましたけど、そのときの友人は韓国人や中国人で、いまだに18、19歳で会った人たちと一緒に仕事をしています。それがいろいろな形になっていくこともある。そういうネットワークは使うべきですけども、ではそれを使ってどういう仕掛けがあればいいのかを考えることが大切だと思います。

もしかしたら、上海ピエンナーレみたいな大きなイベントをやるのもひとつの手かもしれません。しかし、大金を使うことになる、また同じことを繰り返すような気がするんです。行政の支援が必要だから、行政主導で後援会をつくりましょう、という話になる。そして行政が実行委員会をつくると、じゃあエグゼクティブ・プロデューサーは誰にしましょうということになって、それを決めるのに準備期間の半分ぐらいを費やして、結局よく分からないうちに終わってしまいました、という話は結構あります。そうではなくて、きちんとネットワークをつくって、イベントの組み立て方にはどういうものがある

かを考える。それがもしかしたら大阪でやるべきプログラムになるのかなと思うんですけども。その点について、上田假奈代さん、いかがですか。

上田： 先日、大阪で開催された人権関係のフォーラムにパネリストとして出席したのですが、そのときに在日コリアンの方の事例報告がありました。先ほどから、アジアとのネットワークについて、大阪と海を渡ったアジアとのお話がされているんですけども、実は大阪の中にもたくさんの方、海外の方がいらっしゃいます。もちろん勉強するために来ている方もいれば、難民の方や不法滞在の方など、さまざまな背景を背負った方がいらっしゃいます。また家族で来ている場合には、子供たちの成長に伴って国のアイデンティティなどが非常に深刻な問題として生じている場合もあります。私はそのお話を聞きながら、なぜここにアートが入っていないんだろうと思いました。

在日コリアンの方が、ベトナムの方たちの例について話しておられて、彼らは学校を卒業するときにベトナムの名前を捨てて日本の名前を付けるというんです。この事例は、アイデンティティの問題として、日本とベトナムの人たちがどのようなコミュニケーションを取ったかということを表している気がしてなりません。アジアとのネットワークに関しては、もちろん海を渡っていろいろな人と会うのと同時に、大阪の中にいるアジアの人たちともかかわっていく必要がある。具体的にアートとは何かと問いながら、アートでちゃんとエンパワーメントしていく活動を積み重ねて、話し合っていきたいと思いました。

杉浦： 上田さんは、ベトナムの名前を捨てた人たちを前にして、どうしてここでアートはかかわらないんだろうと思われたのか、どういうアートのかわり方があるだろうと置いていらっやいますか。

上田： いろいろな形が想像できます。ひとつには地元の日本の人と、難民の方や海外の方が一緒に過ごす場をつくっていくのはとても重要なんですが、そのプログラムの中にアートが入れるのではないかと思います。あともうひとつは、アイデンティティを持つことにまつわる自分を発見していく力を、アートによって気づいてもらえる場づくりも考えたいと思ったんです。

前は、静岡でしたか、ブラジルの方がなかなか地元と交流できない問題があり、そのときに演劇の手法を用いて子供たちとかかわった事例が報告されました。そのコーディネートを行うNPOが日本にはなくて、海外のアーティストをわざわざ呼んでこななければいけなかった。日本のアーティストはなぜ政治的な社会とかかわることに関心を示さないんだと質問されたことがあって、私は返答できませんでした。それ以来、そういうことを考えたりもします。

以前、静岡でしたか、ブラジルの方がなかなか地元と交流できない問題があり、そのときに演劇の手法を用いて子供たちとかかわった事例が報告されました。そのコーディネートを行うNPOが日本にはなくて、海外のアーティストをわざわざ呼んでこななければいけなかった。日本のアーティストはなぜ政治的な社会とかかわることに関心を示さないんだと質問されたことがあって、私は返答できませんでした。それ以来、そういうことを考えたりもします。

アートとお金の関係

杉浦： 大阪の中での社会的な問題をどうやって解決するかということモチーフにして、アーティストと何ができるのかというのをテーマにしながら一緒に活動していくというのは、アジア共通の問題として提起できると思うんですね。韓国にも、タイにもあると思います。人権的な部分も含めて、解決できる問題というのをどうしていくかというのは、ひとつのきっかけになります。

お金の問題は常につきまといますね。芸術団体の方々とお話をすると「お金がない」という話が常にされていて、先ほどのお話にもあったように自分でお金を持ち出しでやられている方が結構いたりするわけです。その辺のあり方をどうすべきか。行政が支援でないときに、どういうふうな格好でやっていくべきかということ、行政がもっとお金を出せばいいんだという話になってしまうと思うんです。意識的に、社会がアートに対してお金を出すようなプログラムというもの考えていかなければいけないのかと。お金をもうけてはいけないんだという概念が当初からある中で、どういうふうに生活しながら、アーティストたちを食べさせ、社会の中でアートが自立していくやり方を考えるかも、アートマネジメントの目標であると思うんです。

商業的アートと企業メセナ、パトロン

金： 人々が見たり聞いたりするものに関して

の気持ちを大切に思わないというところから始まるんだと思います。私には学生時代からのたくさん友人がいて、なかにはギャラリーの仕事をして、若いアーティストを紹介するという仕事をやってきた人もいます。例えば博物館と美術館で同じように人を集めるためにどうするか、関心を集めるためにどうするかをやっているわけです。その鑑賞するプログラム、いわゆる教育、啓蒙、啓発を、一歩ずつ進めるといふ努力です。

商業ベースのギャラリーでいうならば、アーティストのことが分かっている、直感的に次に何が来るかというのが分かっている人たちがいるかと思っています。アーティストの潜在力が分かっている場合、コマーシャルギャラリーが何らかの形でそれを伝えられる。どうやったらそういう直感を身につけられるのか、アーティストをどんなふうに見ていけばいいか、金銭的な価値ということではなく、どういう価値をアートに見いだしているのかを、ギャラリーがコレクターだけではなくて、ほかの人にも情報として発信できれば、より良い理解を適切な対象に伝えられるのではないかと思います。意見が一致しないこともいろいろあるかもしれませんが、そういう中でいろいろな人に情報を伝えるということが必要です。例えば、ギャラリーと顧客層との間にはある程度関係があって、そこにはコミュニケーションが存在すると思うのです。そうしたコミュニケーションをもっと広げていくということが、理解を深めることにもなるかと思いますが、どうお考えでしょうか。

田畑： 文化というものは、それでおなががいっぱいになるわけでもないし、寒いのが暖くなるわけでもないし、人間にとってすぐに必要なものでもないわけです。しかし、人間が生きていく意味においては、すごく重要な部分というのがアートにはあります。例えば日本が疲弊しているというのは、欧米と比較してみると分かります。欧米には、アートに大金を出すという人がいるということです。それがすごく大事なことです。無駄なものにお金を出す社会というのが、日本にはなくなってしまったんです。確かに昔はそういうものにお金を出すという企業が日本にはたくさんあったんです。

例えば大原美術館の大原孫三郎さん、ブリヂストン美術館の石橋正二郎さん、出光美術館、もっと前と言えば根津美術館、そういう大企業のオーナーが文化にお金を出したわけですね。それでそういう人たちが文化を引っ張っていくのです。そのシステムがすごく大事なことです。欧米の場合はそういうシステムがきちんと出来上がっているんです。それが今、日本と欧米の違いみたいな部分として出て来ていると思います。

では今、日本はどうしたらいいかということを考えて、一番大事なのは美術館です。今、日本の美術館の一番悪いところは、ハコモノ行政であることです。一番象徴的なのは、東京の六本木にできた国立新美術館。黒川紀章が設計して、何百億円をかけて建てた貸し美術館です。こんなみっともない美術館は日本だけです。ポンピドゥーやオルセー美術館など、レンタルギャラリーなんてことはあり得ないですね。それが日本の場合には平気でレンタルとして通っています。東京都現代美術館もレンタルになってしまいました。お金を出せば借りられるわけです。そういう部分を根本的に考えていかない限り、日本から世界にアートを発信するというふうにはならないと思います。建物には何百億円出すけれども、購入予算はその100分の1というのが現実の日本なんです。本来はそれが逆でなければいけないと思う。建物は耐震構造をもってちゃんと建てて、内容を濃くしていくということを考えないと、根本的な解決にはならないのではないかなと思います。

アートへの公的支援の必要性

杉浦： お金の話が出たところで、パフォーミングアートで金持ちからお金を集めるということに関して、小原さんの話が聞きたいと思うんですが、いかがでしょう。

小原： やっぱりお金の問題というのはかなり根底的なところにあると思います。海外とのコラボレーションも本当にやりたいです。僕がやっている劇場やアートスペースでも、もっとアジアの方々、世界の方々とコラボレーションをやりたいという気持ちはあります。しかし、ネックになるのがやっぱりお金なんです。どうして



も何かをやるときには資金が必要になります。資金調達にはふたつあると思うんです。

ひとつめは行政がお金を出すということ、ふたつめは行政がお金を出さないなら商業的な形でお金を回していくことだと思うんです。田畑さんのような商業的な考え方というのは、僕も非常に重要だと思います。ただ行政がもっと支援するというのも大切だと思う。佐々木さんがおっしゃっていたように、日本人というのは、文化力の重要性にどこまで気づいているんだろうかと思っています。今は文化力というのが国力と直結してきている時代に入ってきています。しかし、実際に予算を決めたりする政治家が、本当のところ、どこまで気づいているのかと思います。どれぐらいその人が文化のことを分かっているのか、いろんなジャンルで、チェックポイントみたいなものが重要だと思います。選挙に出る前に少なくとも最低限その人がどれぐらい経済、政治、文化などについて分かって理解があるのかということを試験して、その試験に通過した人しか選挙に出られないぐらいのことをしないとイケないのではないのでしょうか。予算を決めたりする方たち全部とは言いませんが、文化や芸術などの価値や必要性をどこまで分かっているのかなど、よく思うことがあるんです。そういう中で僕のところにもいろんな方が何かやりたいと来られるんですけども。やる気満々で、やれるものならいくらでもやりたい。でもそこでネックになるものを根本的に考えないと、なかなか現実的な話に落ち込んでいかないという気はしております。

企業メセナによる企業のメリットとは

クスモ： 資金の話は非常にセンシティブなこ

とだと思います。日本に関しては田畑さんがおっしゃったとおり、日本人だから言えることになると思います。私もインドネシア政府のことに関しては、好きなことを言えますが、日本のことに関しては、日本の現状をよくは知りませんので批判的なことまで言える立場ではありません。けれども、日本はオープンさが不足しているということは言えると思います。

また、どういう立場なのかということが不明確であるということも言えると思います。例えばスポンサーシップが欲しいということであれば、企業がスポンサーになることによって、税金の控除が得られる、といったような話もあるでしょう。企業というのは基本的に営利活動をするものです。アメリカでも税金の控除が受けられるからお金を出すという人がいるわけです。しかし日本の場合には、ここがはっきりしていない。私が日本人のパートナーの方々とお会いして、例えばワークショップをする。インドネシアで2年前にもやったのですが、日本のコンテンポラリーアートで成功している話を聞き、インドネシアにとってもいいモデルだと思ってお招きをしたわけです。けれどもJCDNの佐東範一さんを日本から招いて、インドネシアでワークショップをやっていただくときに、日本からは資金が出なくてアメリカから資金が出たんです。そういうところは、日本人の方のみが答えを出せる、日本人の方が自問して答えを出せるものではないかと思っています。

韓国のアーティストの生活

金： 先月韓国の政府がアーティストの所得に関して統計を出しました。この統計によりますと、30%のアーティストがいわゆるアーティストと

しての仕事から生活のための十分な収入を得ている。しかしながら、それ以外のアーティストは仕事を2つ持っている。副収入を得なくては生活ができない。それからほとんどの韓国のアーティストは医療保険に入っていないということも分かりました。これは社会的な議論にもなりました。ですので、最近是这样いった問題を解決しようという努力が行われています。

例えば昨年アーティストのための財団を立ち上げました。アーティストの生活を支援していこうということで、多くのアーティストや企業がこの基金に資金を出しています。そして今、政府がアーティストのための医療保険を考えています。韓国ではこの問題が社会的な問題になったということで、今は問題を解決しようとしています。

アーティストが自立していく仕組みについて

杉浦： どこからお金を持ってくるかというのも、先ほどクスマンがおっしゃったような自問自答の部分というのもたぶんあると思うんですけども。いずれにせよ、自立をしていくために、仕組みというのを考えていけばいいのかな。

雨森： まず、アーティストが活動していくときにお金は必要で、そのお金の得る方法は作品を売るか、もしくは行政や企業からサポートを受けるかだと思うのです。作品を売っていくところは商業的なもの仕事ですが、それ以外のあり方というのものもあるかもしれません。私自身はNPOで活動していて、行政や企業からお金をもらってきて、商業的な画廊ではできない、売れない作品、売れないような表現活動をしている人たちのサポートをしていくとか、一緒にプロジェクトを立ち上げていくとか、そういうことをしているんです。

そのためにしなければいけないことというのが、ロビー活動や啓蒙活動です。アドボカシーという言葉を使っているのですが、お金を出してくれるところだったり、一緒に働いている人だったり、周辺の人たちに理解をしてもらうような活動を、説明だけでなく実践することで伝えていくということをしていかなければいけない。今まさにそれをしているんだなというふうに実

感しています。もうひとつ、行政や企業がお金を出すというのは、市民の人たちがそれを望んで初めてお金を出せると思うので、そうした一般市民に向けたアウトリーチもとても重要だと思っています。

もうひとつ、杉浦さんがおっしゃった大阪でアート・マネジメントをどうしていくのかということですが、「リソット」というタイトルでイタリアの「チッタデラルテ」という財団がワークショップをしているんですけども、いろんなプロジェクトをいろんな国でやっているときに、どういった問題が生じ、どうやってそれを乗り越えて、実現しているのかとかいったリソットをシェアする、みんなで共有して、それぞれがまた自分の国に持ち帰って、それを参考に新たにプロジェクトを立ち上げるということをやっているんです。そういうことが大阪でできたらいいのかなと、ちょっと思いつきました。

大阪でもある程度の規模のフェスティバルなどが必要

宮地： 僕は公立劇場でパフォーマンス・アーツの制作をやっているんですが、大阪というところで思うのは、根本的にアーティストが食べてない状況があるということです。僕は地方の都市を見ているんですが、大阪で本当にコンテンツポラーな活動をされている方は、かなり先端的だと思うんですが、さらに上の規模が大阪にはないんです。いろんな新しいアーティストがいっぱい出ているのに、その次の規模になるとどうしても東京に行かざるを得ないというふうなことになるので、大阪にもある程度規模のあるものが必要なんじゃないかなと。上海のフェスティバルの話が出ていましたが、いろんな批判はあると思うんですけど、大阪という都市の大きさやマーケットのことを考えると、必要なのではないかと思います。一定のアーティストが食べられるという状態があって、その次のステップに行くのではないかなというふうに僕は感じています。

花田： 行政の立場からなかなか言いづらいところがあるんですけども、行政のお金が文化には必要であるというお話があったと思います。

行政がお金を出すということは、まさしく元が税金でありますから、市民の方に納得していただかねばなりません。大阪の場合は特に福祉の問題であるとか、いろいろなマイナスの課題があって、文化というものが、割と後回しにされてきた感があるかと思います。後回しというのも、民間の方々の力が非常に活発な時代というものがありまして、そういう歴史的な背景の中で、出光美術館とかも閉められてだんだん寂しくはなっておりますが、そういうところに頼っていたというか、お任せしていたような経緯もあるかとは思っています。

ただ非常に言い訳がましくなりますが、財政状況の厳しい中で、またいろんな優先課題がある中で、文化にお金を持ってこようとすると、私ども行政マンもどのような成果をこのお金を使って出すのか、何年間で出すのかということを説明して初めて持ってこられるというようなところがあります。そういう中で文化の担当としては、大阪市が言っております創造都市戦略というようなものに非常に期待をしつつ、内部で期待をするというのちょっと変かもしれませんが、期待をしながら、それが大阪の活力につながるような形になり、また市民に成果を説明できる何か数値的なものであったりというようなところを探りながら来ているところがあります。

もう一方で行政が安易に文化にかかわると、特に先端的な文化や若者文化を、逆に疎外してしまうようなこともあるように思ったりしています。本当に有効な行政のかかわり方というのが、今回この場で何か示唆をいただければということも期待しております。

「アトリエインカーブ」にみる アート・マネジメント戦略

川井田：川井田と申します。ちょっとテーマが大きいのでひとつの具体的な事例を基に問題提起というか、こういう切り口があるのではないかとご紹介したいと思います。大阪に「アトリエインカーブ」というところがありまして、そこは社会福祉法人です。アーティストとしての才能を持っている知的障害者の方をいかに自立させていくかということをやっています。スタッフは、福祉分野の出身の方では

なくてデザイナーです。プロのデザイナーの人たちがアウトサイダーアーティストの才能にほれ込んで、自分のデザインの専門性を、私から見たらアート・マネジメントなんですけれども、アート・マネジメント的に動かしています。

これまでの議論にもありましたけれども、まず日本で作品を紹介すると、どうしても「障害者の」という枕ことばが付いてしまうので、日本では発表せずに、いきなりニューヨークのアウトサイドアートフェアに持っていきまして、向こうの正当な評価を受けて作品を売りました。それを今度は逆輸入してきて、ニューヨークでこれだけ評価されたからと、今日本で評判になっているのです。これが悲しい日本の現実なんですけれども、それを戦略的にやったのは、やっぱりプロのデザイナーがそうしないといけないと思ったからだと思うのです。だからそういうデザイナーの人たちのアートマネジャーとしての役割というのも考えられると思います。

それともうひとつ「アトリエインカーブ」の最近の新しい動きとしては、ついこの間3月14日に広告会社の電通と組んで東京の電通ホールで大きな展覧会とシンポジウムをやりました。この企画で主に声を掛けたのは、企業のCSR部門の人です。今、企業の社会的責任ということもいろいろ言われていますけれども、シンポジウムの件は企業メセナとして大金を出すことが難しくなっているから、戦略的にCSR部門に声を掛けたということになります。福祉的なことだから企業もお金を出しやすいのではないかといううがった見方もあるんですけど、そうした状況を分かった上でデザイナーたちは企業に話を持っていったわけです。だからそういう売り込み方をしてアーティスト、知的障害者の方たちが正当にアーティストとして自立できることを実現させようとしていて、それもひとつのやり方ではあると思います。いろいろ批判とか誤解も受けるんですけど、ひとつの突破口として私はすごく可能性を感じていて、日本の中でまだまだやれることがあるのではないかと感じています。

アートと経済について

ー市場原理をうまく活用することで 新たなアート・マネジメントを行なうー

佐々木： お金の関係は、私のような経済学者にとってみるととても魅力的なテーマです。つまりいろいろな切り口でさまざまな結論が引き出せるんですね。例えば今も出たように、マーケットを活用して、そして一獲千金を夢見る。あるいは一獲千金まで行かなくても、障害者が自立する可能性が広がるという、そういったアートの領域もあれば、先ほど韓国のアーティストの生活実態調査の結果が示されているように、これは日本も同じですが、アートの活動だけでは生活が成り立たない人が7割を超えるんですね。実際はもっと潜在的にアート活動をしたいと思っている人が多いですから、さらにその数は広がるように思います。

それで今日本の社会は不安定就業という言葉があって、正規労働に就かない若者が増えていきます。これはニートとかフリーターとかいって先進国共通のテーマになっています。その人たちの背後にある労働観というのは、日本でいう3K、きつい・汚い・危険な、といったものですが、彼らはそういった労働はしたくない。やはり自己実現をしたいという思いがある。自分の能力を正當に発揮したい。つまりそれは、言い方を変えるとクリエイティブに生きたいということだと思っただけです。アーティストの問題だけを私もは経済学者として考えるんじゃなくて、すべての人々がクリエイティブに生きるための社会の在り方というものが理想なんですけど。そういった社会はあり得るだろうかということ考えたときに浮かぶ代表的事例のひとつが、アーティストの問題だと思っただけです。

たくさんいるアーティストの中で、例えば日本でいうと村上隆というような方が世界的な新しいヒーローになって、まさに一獲千金を手にとると。それにあこがれる人たちが出てくる。これはとてもいい現象だと思っただけです。でもこれはほんのわずかの現象ですし、また実際そうした形で満たされたアートワークというものの価値、つまり経済価値と切り離された文化的価値というものは、必ずしも経済価値とイコールじゃ

ないですね。場合によると投資の目的で商品の価値だけ上がってしまって、バブルが終わったらガタンと下がるというのはいくらでもありますから、経済価値と文化的価値は違うわけです。そうすると、そういった問題をずっとならして見た場合に、やはり誰でもがクリエイティブに生きられるような、ベーシックな生活の保障というものをできる社会とできない社会では、違いがあると思うんです。

残念ながらアメリカの市場経済というのはそうではありません。ヨーロッパはある意味で福祉国家という社会の制度を持っていて、例えばフランスなどは芸術家に対する失業保険も完備していましたが、10年以上前からだんだん崩れてきています。そういった意味でいくと、新しい社会システムへ変わらなければいけないんですが、市場原理だけを活用して解決する問題と、それでは解決できない問題とがあって、政府の役割としては、市場原理では格差が拡大するところを抑えなければいけないわけですね。

アーティストの問題に戻していけば、これから世に出て来るようなそういった才能が伸びていくようなことに支援ができないと具合が悪いと思っただけです。これは画廊にとってもそうだと思います。もう名の知れた人をどんなに高く売ったって、こんなことは画廊の社会的意味ではないと思っただけです。先ほど出たように障害者だけれども素晴らしい能力を持った人たちの価値を見いだしてそれを売り出す。これこそ画廊の持っている機能だと思っただけです。これは市場原理を活用すればうまくいきます。では、そういった市場原理と政府が行うべきものとの間に垣根があるかということ、僕はないと思っただけです。

実際私の知っている、ある高名な公立美術館の館長さんであった人が、いきなり今度サザビーズの副社長になるというんですから、全く垣根はないわけですね。なぜかと言えば本物を見抜く力があって、そしてマネジメントする能力が備わっていればどちらもできるんです。そういった人がいないと、やはりその垣根が越えられないのではないのでしょうか。私は今ずっと皆さんのお話を聞きながら、もしアート・マネジメントコースというものをつくったときに、どういっ

た科目を並べ、どういうジャンルの話をしていけばいいかというのが、だいたい出尽くしたかなと思っています。例えば、大谷さんが出された新しいアジアを発見するという切り口でアジアのネットワークをつくっていくということが、どんな形で大阪で実現できるかということをやっと深めていくと、私どもがこの会を開催した意義が十分あったと思います。

大阪のユニークなリソースをいかに発見、活用し、アジア各国と協働できるか

中川： アート・マネジメントにかかわる、根本的な問題はかなり出てきたと思うんですけど、ここでこのプログラムの最初の目的である、「大阪というものを視野に入れながら、アジアの方々とどんなことが一緒にできるだろうか」という点に関して具体的なアイデアを出していただければと思います。本当に面白いプログラムをここで実現していけば、アジアの人たちも一緒にやってもらえるのではないかなと思っています。

大阪の持っているある種の特性を生かすということはとても大事で、その特性は一体何だろうと。さっきからどうもお金はあんまり縁がなさそうだから。しかし大阪にはすごく面白いリソースがあるんですね。さっき川井田さんがおっしゃったし、私もちょっと朝にも申しましたけれども。

例えば関西には、障害のある人と一緒にやっている「エイブルアート」やホームレスの人と一緒にアート活動をしている人がいます。それから、大阪市立大学の医学部では患者や医師が病院の中でアーティストと一緒に活動しています。単に展覧会をするというのではなくて、一緒に作品づくりをしていたりするのですが、そこ以外でもホスピタルアートという形でやっている方が大阪にはいらっします。このようなユニークなリソースに関して、大阪には厚みがあると思うんです。そしてタイとかインドネシアのほうを回っていますと、そういったリソースに対して、アジアの人からは、例えば「（自分たちの街では）ホームレスの人と一緒に活動はあまりやっていないな」とか、意外とそういうリアクションが返ってきたりして、じゃあそういうことを一緒にやってみたら、また新しいアートがインドネシアとかタイでも展開できるかもし

れないなと思ったりします。

そんなこともありますので、大阪にはどんなリソースがあって、それをキュレーターとかオーガナイザーたちがどうやって発見し、育てていけるのかということと一緒に協働したいと思うんです。

長期展望の欠如がアート・マネジメントで直面する課題

クスマ： アート・マネジメントがあればすべてがよくなるというのは誤った假定だと思います。アート・マネジメントというのは大きな文化政策、大きな絵の1つで、そこに私はフラストレーションを感じてしまいます。スポンサー企業にも何らかの見返りが必要になるわけです。これはインドネシアでもタイでも同じです。日本だけではありません。アートマネジャーがいるから問題がすべて解決するわけではないということがひとつ。

ふたつめに我々がみんな直面しているのは、各国のプランナーは短期的な展望しか持っていないということです。長期展望がないんです。これから10年後大阪はどうなるのか、20年後はどうなるのか、それは大阪の位置付けという意味でもあると思うんです。今まで日本に来たのは12回、大阪は初めてです。大阪を飛ばして、みんな京都に行くと思うんです。京都には何かある。そういったことは大阪のひとつの課題です。これがやはり文化の部門に携わる人が考えることです。

大阪は東京ほど物価も高くありません。パリは物価が高い、でもみんなパリには行きます。なぜかというアートと文化のまちだからです。ビジネスだけではありません。インドネシアの人は、一度も美術館も博物館も行ったことがなくてもパリに行くとかルーブルに行くんです。そうさせるものがパリにはあるんです。それは一夜にして成り立つものではなく、時間がかかってひとつずつ構築されるものであり、単年度ではなく、長期的展望で計画を立てることが必要だと思います。お金を出しても見返りがないとかいうことも、1年で見返りがなくても10年で見返りがあるといった風に。そうした取り組み

を積み重ねていくことが必要です。

アジアではみんな観光、観光と言っています。文化は常に観光ともつながっています。文化と観光の位置付けはどうすべきなのか、何か特別なものがあれば人は引き付けられてくるわけで、直接インパクトを持つのではなくても、間接的なインパクトはいろいろあると思います。金さんのご説明の通りだと思います。ホテルやレストランとか、こうした施設がすべてかかっていると思います。ただこれをやるといくら見返りがありますよということではなくて、もっと大きな全体像で考えるべきでしょう。

アートセンターをつくって 何をしようとするのが重要

金： 加えて申し上げるならば、アジア諸国でパートナーを見つけるには、お互いに何かプラスがあることが必要です。ただそのお互いのプラスというのは何か、どのぐらい広がりのある効果なのかを考える必要があります。突き詰めれば、それは何をしようとしているかをお互いに十分に理解することだと思います。アート・マネジメントのコースを設けるとか、アートセンターを大阪につくるというのは究極の目的ではない。アートセンターを持つということがどういう意味を持つのか、大阪のアートセンターがそこで大きな誘因になるのか、アートセンターを使って何をつくりたいのか、つまり究極的な目標を設定し、そこに到達するためにいろいろな道を考えることだと思うんです。マネジメントもそうです。まずよく理解をする。そして強い決意を持ってそこに到達するという意気込みが必要だと思います。

大阪におけるアートフェスティバル

金： 今日、私が意外に思ったのは大阪にモダンアートミュージアムがないということでした。大阪は大都市だと思っていました。ただ率直に言って大阪といった場合アート活動、フェスティバル、劇場、そういうのが思いつかないのです。韓国で例を挙げますと、それぞれの街には国際的なアートフェスティバルがあります。光州ビエンナーレ、釜山の映画祭、春川ではマイムフェスティバルとかがあるわけです。お尋ねしたいんですが、

大阪に国際的なアートフェスティバルというのがありますか。アート活動あるいはフェスティバルがあれば、大阪を文化的な都市のイメージとも結び付けられると思います。

宮地： 僕の意見もかなり直球なんですけど、やっぱり大阪にもフェスティバルは必要じゃないかなと思っています。どこへ行くにしても、フェスティバルというものを目的に旅行することもありますし、観光客として見たときに、本当に大阪には行く目的がないと思うんです。そういう意味では、どういうフェスティバルにするかということは本当に難しい問題ですけど、大きなものをやることは必要なのではないかなと思っています。

ただし、フェスティバルをすると日本の場合には必ず赤字になってすぐにつぶれてしまうということがあるので、市場性を考えるべきなのではないかなと。アーティストがポップ・ステップ・ジャンプするのであれば、大阪はそのポップの部分には、多少なりとも支援はしてきたと思うんですけど、ステップからジャンプするときの支援がないんです。最後のステップしたアーティストをジャンプさせるための支援が必要なのではないかな。その中で、大谷さんが言われていたように海外のアーティストと一緒にやるということも視野に入るのかなと思います。

上田： 先ほど行政との距離の取り方のことがありましたけれども、長期的なビジョンが必要だというお話があるように、まさに大阪の文化をどう考えるか、大阪という街をどう考えていくのかというのを長い目で取り組んでいくために、行政の仕組みの中では捉えきれないものがあるように思われてならないんです。施策としてどのように考えていくのかというものが、現状では明らかにされていないと思いますし、担当の方がどんどん変わることを思うと、専門的な人たちがきちんと大阪の文化を考え、調査や研究をしたり、それをよく話し合っていくというのが必要だと思います。

税金を使って行うことだから市民に納得をしてもらわないと使えないというお話がありましたが、そうである反面、アートが何のためなの

か考えた場合、理想ですけれども、未来の社会のイメージをつくっていくためだとしたら、マスメディアにたくさん出ているようなものだけがアートではないわけです。このあたりのバランスというのを非常に注意深くとらえるよう、税金をアートに使うときには配慮しなければいけないと思います。そのあたりも鑑みると、アーツ・カウンシルであったり、専門的な、でも専門に閉じるのではなく市民にアウトリーチしながら考えていく仕組みをもつ、大きなイベントへと向かっていってほしい。そのフェスティバルは消費されるのではなくて、また次に開いていくような形になることを望みます。

大阪の魅力を創る

菅谷： これでは市民には納得されない、という言い方がよくあるんだけど、では、その市民はどこにいるんだかというと、その人たちはいないということが多いのです。その辺の行政システムとの擦り合わせというのはいろいろ困難があるんだけど、覚悟の問題かなという、つまり行政のトップをはじめとする側の意識の問題だろうという気がします。

それとフェスティバルなんですけれど、私たち、何かやりたいという気持ちはここに集まった方たちはみんな持っているんだけど、それがフェスティバルという形に結びついたときに、よくよく考えないと従来の形と同じような形、さっき上田さんがおっしゃったような心配があると思うんです。先ほど杉浦さんもおっしゃっていたように、では誰をそこへトップに据えたいのか、こういう高名な先生だとみんなの納得が取れるとか、この人じゃないとお金が集まらないとか、すぐそういう話になってゆく。そういうやり方をやっていく限り、たぶん大阪が魅力的になることはないと思うんです。大阪へ行かなくても光州でやっているじゃないかとか、シンガポールへ行ったらいいじゃないかという話になってしまうわけです。今までそういうイベントをやり慣れている街は、従来のやり方ということに習熟しているので、とんとんと話が進むと思うんだけど、それを大阪でやっても決して大阪の魅力にはならない。今までとは違う価値観をつくる、違う方法論とその結果と

して違う価値観、あるいはそれがアジアの人たちと共有できる価値観かもしれないと思うんですけれども、そういうものをつくることができたらいいなと思っています。

それには前段階がいくつか必要だろうと思っていて、最終的にはやっぱりこうやって人が直接会う、人が向こうへ行く、あるいは向こうの人にこちらへ来てもらう必要がある。それはアート・マネジメントをする人なのか、あるいは作家さんなのか、その辺はいろいろあると思う。人が具体的に動くということがその先へつながっていくだろうし、当然それぞれの都市にカウンターパートを持つということになってくる。最初はここと一緒にやったらいいと思ったんだけど、やっぱり違うなというときには、もう1回やり直しというのもありというようなこと。やってみないと分からないですね。アジアだけでなくいるんな国、つまり先ほどのプレゼンテーションのときにお話ししたように、全然事情の分からないところと一緒に何かをやろうというときに、まずとっかかりが必要。少しずついろんな事情が分かかってきて、関係を広げていくということが必要だろうし、最初からうまくいかなければいけないと思わないで、もう少し広く、時間も取って試行錯誤したほうがいいたろうと。そういう関係が広がるのが大阪へ行ってみようか、大阪に知っているアーティストいるよ、というような形になっていくのでは。観光という面であれば、美術館が必要かもしれないけれども、確かに内容・活動の問題だろうなという気がします。

沈： 一言追加します。僕は来日してもう15年たちまして、別の場所に立つと自分のところはよく分かるんです。同様に、大阪の方が、例えば海外に行くと初めて、自分はこういったものをもともと持っているのだなと分かるかもしれません。それで大阪の文化と観光をテーマとしたら、大阪の方々は海外の人々に何を見せたいのか。それを大阪の人は海外に出て分かるかもしれない。あとはコミュニティのことです。例えばこういったフォーラムを開催するときには、関連する専門家たちより、異業種の人々を入れたほうが、もっといろいろ話ができると思います。



交流するだけではダメ

田畑： 中国のアーティストに言われたことがあるんです。交流という形で日本人がたくさん来る。それで作家のところに来て、見て帰る。最初のうち中国の作家は、日本の美術館の人たちが来るから、そこで何かが起こると思うんです。でも、ただ見て帰ってそれっきり何の話もないと。そうすると中国の作家から見ると一体彼らは何をしに来たんだろうと。ただ見に来たんだろうという形になる。それが何回も積み重なっていくと、もう日本人を相手にしなくなるわけです。交流するということは大事です。しかし、そこで何か起こらない限り意味がないんです。ただ会って北京で食事をして終わり。それだと何の意味もない。例えば大阪で何かが起こる、北京で何かが起こる、そういう形に持っていかないと。

これは大阪の人はどう思うか分からないですけど、例えば石原慎太郎が東京ワンダーサイトというのをつくりました。あれは良い悪いにかかわらず、すごく画期的なことですよ。たぶん石原さんじゃなかったらできなかった。誰かがリーダーシップを取って、どんな批判に対してもきちんと耐えられるように。もちろん何かすれば問題が起こるわけです。例えば、石原慎太郎さんの四男を使ってどうのこうのとか、そういう問題が起こる。でも私から見るとそれはささいなことですよ。やはり東京でワンダーサイトをやったということで、若い東京のアーティストが何

人も育ってきています。うちの画廊でもワンダーサイトから出た作家を扱っています。だからそういう場所をつくる。例えばアジアに行って、それを大阪のどこかで発表できる、そういう場所をつくる。そういう目に見えた具体的なものがない限り、会議をしたり交流をしてもあまり意味がないという感じはします。言い方は悪いですけど、石原さんはアジアを交流の対象にはしていません。だから大阪がアジアをすればいいと思います。大阪ワンダーサイトをつかって、アジアのアーティストを連れてきて、そこで具体的に発表させて、そして交流を持つ。とにかく、何か具体的なものをつくっていかない限り、あまり交流をしても意味がないのではないかと思います。感じは強くしています。

杉浦： 大阪人というのは基本的にピーアールが下手なんですね。すごく内弁慶で、大阪人というのは社交的だと思われていますけど、全然そんなことはないです。今の田畑さんの話もそうですけど、プロモーションをきちんとするというのはすごく大事ですね。

アーティスト・イン・レジデンス

小原： 今回来られている皆さん方と、もっと親しくなりたいと思います。ただ、こういうシンポジウムには僕もいろいろ行きますけれども、どうしても名刺交換をして、何となくちょっとお話をして「はい、さよなら」というパターン

が多過ぎます。もっともっとコミュニケーションを取ることがしたい。例えば私はアーティスト・イン・レジデンスという宿泊所をやっているんですけども、そこだといろんな国のアーティスト。アーティストであろうがマネジメントであろうと一緒に、人と人が出会う。うちのアーティスト・イン・レジデンスだとみんな一緒に泊まるわけです。同じところに泊まって何日間か過ごす。こうなってくると女の人でも交流スペースで化粧を落としたままとか、半分寝間着姿でとか、そういうような形でみんなと夜話をしたりします。今日はタイの方が来られたからタイ料理を作ろうかとか、韓国の方が来られたら、じゃあ今日の夜は、私が韓国料理を作るよとか。僕もそこで1年間ずっと管理人をやっていたものですから、毎夜、毎夜、そういう肩書とかそういうものを捨てた人間と人間のコミュニケーションみたいなものが出来上がっていくんです。

ただ結局は、そのあとに自分の仕事であったり、肩書というのが付いてくるとは思うんです。そういう意味で言うと、もちろんこういう会議というのも非常に重要だと思うんですが、会議だけでなく、例えば、別に難しいことを議論しなくてもいいから3泊4日でちょっと箱根でも行きましょとか、大阪のどこかで、ある意味缶詰め状態にして何を話してもいいじゃないかみたいな、そういう中で人間関係ができると、そこから広がっていくものは非常に大きい。そこで本当に人間としてコミュニケーションを持った人たちとは、何だかんだと続くんですね。肩書とか形式ではない、親密な人と人が本当に素肌で触れ合うような、そういう素肌というか、「杉浦さん、一緒に風呂でも入りましょうか」みたいな、そういうところというのが、僕は好きなんです。

それでフェスティバルの話でいうと、今僕が企画しているのがインターナショナルワークショップフェスティバルというのがあります。これは大阪に1,000のワークショップをある時期集めちゃえという企画なんです。ワークショップというのはどうしても脇役っぽくなるんですけども、

それがメインにダウンと出て来て、本当に海外の人が大阪に来たら日本のことが分かる、大阪のことも分かるよと。当然、大阪の方、日本の方がタイのことを知りたかったら、タイの方が来てタイのワークショップで受け入れる。先ほどおっしゃっていましたが、ただ見て帰る、そういうものじゃなくて体験するというのが非常に大事だと思うんです。そういう意味で、どうせ国際フェスティバルをするんだったら、どこにでもあるようなものでない、世界にひとつのフェスティバルをしたらどうかと思っています。

ショートステイ

谷本： もう議論もだいふ収束してきたと思うんですけども、具体的にはマネジャーが自分が最も信頼するアーティストを1人連れて、例えば大阪から今日おいでになっていただいている国々に行くと。逆に向こうの国から大阪に来ていただく方はマネジャーが最も信頼するアーティストを1人連れてきてもらおうと。今までの議論にあったようにショートステイを繰り返すということは何回か重ねたらどうか、というのが僕の意見なんです。それで美術なり音楽なりNPOの人とかある程度のカテゴリー分けをして、その派遣と滞在を互いに交換すると。今日の会合のお誘いを受けたときにいただいた紙には、ネットワークを構築し活発な人的交流を行うという本格的な事業実施の時期が書いてあります。僕はこの文言に吸い寄せられてきたんです。つまり来年度の今ごろにはある程度のメニューがもう決まっていなければいけないのではないですか。ということは、今までの議論は日本語で言う非常に緩い議論だったと思うんです。もっと各論を話すべきだと思います。

ひとつの例として、ショートステイを繰り返すのはどうかというのが僕の提案として申し上げたいんです。そういうことをやってみて、できるだけそれぞれの国、あるいは大阪で行っているフェスティバルとかという特別なお祭りの日ではないほうがいと僕は思っています。日常のアートの風景がどうなのかというのを見てもらうことのほうが、実は大事なのではないかと。それを見て、少し時間がかかるかもしれませんが、

報告書を書いたり、それぞれの国で発表を行ったりとかいうことをしてきて、もう一度集まったらどうでしょうか。その中で皆さんが言ったように、例えばフェスティバルといったような形に収斂していくかもしれない。

僕から言わせると、これを実行するにはもう時間がないと思っています。先ほど議論より行動だというふうにもおっしゃったし、一方で菅谷さんがおっしゃったように、今お互いの状況を知らなさ過ぎるという現状もあるわけだから、特別な客人として行くのではなくて、日常に何回か繰り返し訪れるということができたら本当に素晴らしいと思うんです。

例えば中川さんの動きを見ていると、この半年ぐらいとても面白いと思うことがあったんです。中川さんはほとんど大阪からタイやインドネシアに通勤しているように見えるんです。飛行機を使って通勤されているなと思います。これは、私が京都から大阪と通勤しているのとほぼ同じような感じで、中川さんは行き来をしているのではないかと。そういうふうな感じになればいいなと思っています。

これは当然お金がかかりますね。大阪市がお金を出してつくったこの大学で、大阪市の高官の方が出席されて、これからの事業を考えましょうというときに、今申し上げたような予算について、お金が出ないということはないだろうと勝手に思っているんです。ですから、このことについてはきっとみんなが自腹を切っていくということじゃないだろうと。つまり大阪市は皆さんがこういった調査的な活動、何らかの連携するための予備の活動について一定の予算を組まれているんじゃないかというふうに予想します。そういうふうに僕は考えて、来年の今ごろにはもうそのメニューの第1段は出ているという形になれば素晴らしいなと思っています。

中川：　そういう説得的なメニューを作って、予算獲得に向けて全力で向かうということはしたいですね。今日はベーシックで大切な問題が議論されて本当によかったと思います。ゲストの方々とは、この会議の前後に、一緒にアートスペースを回って、いろんな情報を得られるよ

うにしました。

確におっしゃるとおり、一緒に歩き回る、同じ時間をシェアするということはとても大切です。私はこの場で具体的なプログラムが出て、これがいいんじゃないかということに進むのかと思ったら、皆さん、そうではない。もっとベーシックなことも含めて考えながら、5年、10年の計を立てながらこの事業のプログラムをせよというメッセージとして私は受け止めました。それでは、最後に佐々木教授よりクロージングリマークで締めさせていただきます。

10.閉会の辞

佐々木 雅幸（大阪市立大学 都市研究プラザ副所長 兼 大学院 創造都市研究科 教授）

佐々木： 長い間の討論お疲れさまでした。実は大阪という街は、20年ぐらい前までは日本の文化行政で先頭を走っていたこともありましたが、ただ、そのときに文化政策の策定にあたって、高名な文化人類学者だとか、高名な小説家だとか、そうしたエスタブリッシュされた方が参加してつくられたために、その後の世界の大きな流れ、オルタナティブスペースとか新しいジャンルのアートの展開というものが政策の中に反映できなかったように思われます。とりわけ今日出たような、アジア諸地域における新しい文化政策やアートマネジメントの流れというものが、十分に反映できなかったのです。加えて深刻な財政危機の問題が絡まって立ち遅れてきたと思うのです。

ただ、私は従来のシステムが危機にあるからこそ新しいことを考える、リセットするチャンスだと思っています。そういう意味では、今は大阪にとって新たなるリベンジというか、特に文化・芸術の創造性を活用して都市を再生していくという、壮大な事業をやっていくきっかけになる時期であり、本日はそれにならったシンポジウムだったと思っています。こういう小さいけれども、大事なシンポジウムに皆さんが駆け付けていただいたということに、まず感謝をしたいと思います。それで私も今日皆さんが提案されたことについて、できる限り具体化に向けて努力をするつもりですし、ぜひ皆さん方も今日言われたことをお忘れなく、引き続きご支援をいただきたいと思っています。これで終わりだというのではなくて、今日からスタートという形で、皆さん方の新しい協力のネットワークをぜひ強めていきたく、今後も私どもの動きにご支援をいただきたいと思っています。

今日はオブザーバーの皆さんもずっと議論に付き合ってください、本当にありがとうございます。この都市研究プラザというのは従来の大阪市立大学にない斬新で開放的な建物を拠点にしていますが、この新しい建物にふさわしい斬新なアイデアがここから生まれてくる「創造の場」にしたいと思っていますので、これからもぜひここで起こるできごとに大きな関心を寄せていただきたいと思っています。

URP GCOE DOCUMENT 1
都市創造のためのアートマネジメント
アジア・アートマネジメント会議 1

2008年3月
企画 中川 眞
編集 都市研究プラザグローバルCOE文化創造ユニット
デザイン 佐藤淳デザイン室
発行 大阪市立大学都市研究プラザ

大阪市立大学都市研究プラザ
558-8585
大阪市住吉区杉本3-3-138
電話 06-6605-2070

URP GCOE DOCUMENT 1
Art Management for Creative City
The 1st Forum of Asian Art Management

Published : March, 2008
Planning : Shin Nakagawa
Editing : Cultural Creation Unit of Global COE Program, Urban Research Plaza
Design : Jun Sato Design
Publisher : Osaka City University Urban Research Plaza

Osaka City University Urban Research Plaza
3-3-138 Sugimoto, Sumiyoshi-ku, Osaka-shi,
558-8585 JAPAN
Tel: +81-6-6605-2070

© 2008 Osaka City University Urban Research Plaza
ISBN 978-4-904010-02-0
Printed in Japan

<http://www.ur-plaza.osaka-cu.ac.jp/>

用紙
本文：OKブライトラフ 90 kg
見返し：OKブライトラフ 90 kg
表紙：ジェントルフェイス菊判149.5kg

