

2040年の東京のグランドデザイン
—文化芸術の視点から—

2015年10月19日
同志社大学 河島伸子

文化芸術と東京

- ▶ 1. 世界の大都市は文化芸術の都—パリ、ロンドン、
ニューヨーク

確かに、東京でも

- ▶ 文化施設の集積—ホール、劇場、美術館・博物館、映画館、図書館、
- ▶ 文化産業の集積—メディア、音楽、映像、出版、アニメ、ゲーム開発、広告、ファッション
- ▶ 芸術系大学・教育機関の集積

- ▶ 他に、文化遺産、公民館など



しかし、東京は弱い

- ▶ 文化施設は多いが、「ランドマーク」的なものの欠如
- ▶ 動員数は少ない—東京国立博物館の年間入館者数は、ルーブル、大英、メトロポリタン博物館の20～30%にとどまる



2020年を見据えても

- ▶ ブロードウェイ、ウェスト・エンドのような、毎日舞台公演が繰り広げられる劇場の集積した場所がない
 - ▶ 外国人対応の不足（多言語紹介、日本文化を紹介する決定版のミュージアムがない）
 - ▶ ポピュラー文化、生活文化、伝統文化も含めた日本の創造性の強さ、多様性がわかりにくい
 - ▶ そもそも、日本人自身がこれらを愛好、尊重しているか
-
- ▶

文化芸術と都市づくりーグローバルな都市間競争

- ▶ 欧米の都市における「創造都市」づくりの潮流
- ▶ 製造業の衰退
- ▶ 経済のグローバル化による雇用流出
- ▶ 都市内部の空洞化、荒廃
- ▶ 広域市場統合により、都市間競争の激化

→東京も同じ立場に



「創造都市」論

- ▶ 芸術文化、文化産業、伝統文化の振興を通じて地域を活性化する「創造都市」「創造コミュニティ」
- ▶ 日本では神戸、金沢、横浜などが先進的事例



新たな成長戦略における文化芸術


- ▶ 知識経済への転換、高付加価値型サービス産業誘致を目指す
- ▶ 文化観光
- ▶ コンベンション・ビジネスの誘致など

- ▶ 都市マーケティング、都市ブランディングによる都市間競争

文化は経済のお荷物ではなく、経済活性化の源泉である




文化、芸術に期待される役割

- ①新たな産業としての成長性、輸出への貢献
 - ②他業種企業の誘致
 - ③コミュニティのアイデンティティ見直し、地域の記憶再生、
将来への眼
 - ④市民が関与する、地域の問題解決・地域ガバナンスの
切り口
-
- 

我が国における新たな展開－創造コミュニティ

- ▶ 小規模都市、農村部などにおける事例
- ▶ 瀬戸内国際芸術祭－島、海の文化と暮らし
- ▶ 丹波篠山一村、山の文化と暮らし
- ▶ 越後妻有一山間部農村の文化と暮らし

東京都下のさまざまな地域



瀬戸内国際芸術祭（2010年夏）

- ▶ 小豆島（人口30,500人）、直島（3,300人）、犬島（60人）、豊島（1,000人）、男木島、女木島など
- ▶ 現場限定型の現代アート（サイト・スペシフィック・アート）を中心とするフェスティバル
- ▶ その他に舞台芸術公演、セミナー、イベントなどを開催
- ▶ 105日間開催、約94万人来場（予想の3倍以上）



丹波篠山

- ▶ 人口45,000人
- ▶ 城跡、武家屋敷、商家街
- ▶ 国文化財の能舞台
- ▶ 古墳
- ▶ 古民家、茅葺屋根の家(空き家)
- ▶ 食



◆古民家再生プロジェクト

- ▶ 各主体の連合体が役割分担
- ▶ ボランティアベースで改修
- ▶ 移住希望者、出店希望者のマッチング



「集落丸山」

- ▶ 隣には神戸の有名フレンチシェフ、そば会席のレストランがある高級リゾート地並み

しかし、

- ▶ 高級なサービスではなく、日常の農村の暮らしを
- ▶ 利益は里山保全等に還元
- ▶ 集落の世帯でマネジメントにあたっている



東京の文化政策の課題

1. 創造過程への投資

文化を消費の対象にとどめてはいけない

2. マーケット開発、鑑賞者開発

より多くの人々が文化を享受できる仕組みづくり

3. 最高級の設備を整えた文化施設による「世界一流の芸術の提供」から、人々の日常に根差した文化の支援、アートにふれあう場の提供、さまざまな文化活動の地域ハブづくりへ。老朽化した建物の再活用等。



4. 行政、民間企業メセナ、NPO、大学等の連携

5. 国立、私立、都立・区立を超えた連携

6. Cultural Planning—都市づくり、まちづくりの全てに文化的視点を

