

# 提 言

平成 25 年 2 月 11 日

文化・経済フォーラム滋賀

文化・経済フォーラム滋賀は昨年、『文化ビジネスの開発で滋賀の文化と経済に新展開を』と題して提言を行った。そして、その提言の実践の一つとして「文化ビジネス塾」を開催したほか、「文化で滋賀を元気に！賞」の選定、文化経済サロンや「近江屋」研究プロジェクト研究報告会の開催などを通して、文化と経済の関わりを考えてきたところである。

こうした文化・経済フォーラム滋賀の1年間の活動を総括しつつ、次の提言を行う。

## 文化・芸術・ビジネスの見本市としての国民文化祭へ

### 提言要旨

- 1 地域の歴史や文化など地域の個性をビジネスに織り込んだ優れた文化ビジネスの開発を進め、その可視化と情報発信を行い、全国あるいは海外との交流により新たな展開を図るべきである。
- 2 文化芸術のイベントは芸術見本市の機能を持っているが、これに文化ビジネスの見本市の要素を加えることにより、地域の歴史や文化、個性などを全国や海外に広く紹介し、文化と経済の相乗効果の発揮を図るべきである。滋賀県芸術文化祭にも文化ビジネス・メッセの要素が加わることが期待される。
- 3 各都道府県持ち回りの国家的な文化芸術イベントである国民文化祭は、湖国の文化的伝統を広く紹介し、県民が積み重ねてきた文化芸術活動を発信するまたとない機会であり、県の文化振興の目標とするにふさわしい催しである。単に一過性のイベントで終わらせることなく、滋賀の独自性を持ち、かつ開催後の文化振興につながるものとしなくてはならない。アマチュア文化活動の祭典という性格に文化・芸術・ビジネスの見本市としての機能を加えれば、滋賀の個性ある地域を総合的に紹介、発信する機会となり、文化と経済の両面に大きな刺激を与えることができる。国民文化祭の実現に向けて、今こそ県民的議論を進めるとともに機運の醸成を図るべきである。

文化・経済フォーラム滋賀では、昨年、企業活動に文化が織り込まれ、その活動の結果が文化の活性化につながる文化ビジネスの実践例を「文化ビジネス塾」で探ってきた。そして、その特徴を次のようにまとめた。

- ① 事業の文化的背景や歴史的背景を理解した上での経営
- ② 地域性を重視した上での独自性の追求
- ③ 相互理解に基づく社員や職人との信頼関係の構築
- ④ 事業の周辺や影響力を理解した上での包括的環境づくりと次世代ビジョンの創出
- ⑤ 他業種、他分野との積極的な連携

ここから見て取れることは、文化的、歴史的背景を生かした文化ビジネスが、ビジネス一般としても優れた成功例となっていることであり、こうした文化ビジネスが滋賀の経済と文化を支える重要な役割を果たしていることである。

地域の歴史や文化など地域の個性をビジネスに織り込んだ優れた文化ビジネスの開発を進め、その可視化と情報発信を行い、全国あるいは海外との交流ができれば、今後の新しい展開にもつながるだろう。

企業活動においては新たな情報発信や商品開発、技術開発、関連業界の交流や情報交換の場として見本市(メッセ)がある。滋賀県ではびわ湖環境ビジネスメッセが1998年以降開催され、国内でも最大級の環境ビジネスの見本市に成長している。

芸術の分野で見本市の機能を果たしているのが音楽祭やフェスティバルである。2010年から開催されている音楽祭「ラ・フォル・ジュルネびわ湖」では数多くの音楽家が出演する公演が3日間に集中的に開催され、一般の来場者の他に劇場や音楽業界の関係者も多数訪れており、今後の出演契約を結ぶための見本市としての役割を果たしている。

また、昨年5回目が開催された現代美術展「BIWAKO ビエンナーレ」は近江八幡市と東近江市五箇荘地区の広い地域の各所に現代美術の作品が数多く展示され、これも同様に美術館や画廊関係者が訪れ、新しい才能を発見する見本市の機能を発揮するとともに、和菓子店の協力を得た茶会やクラフトマーケットの開催、社寺や歴史的な価値のある場所での展示による観光との連携など、文化ビジネスの見本市の可能性も持っている。

見本市に出展されるものは商品としてパッケージが施されることにより、流通可能なものになり情報化される。地域の歴史や文化、個性、芸術も全国や海外に知られるようになるには、ある種のパッケージが必要であり、それを助けるのが文化ビジネスである。

文化芸術のイベントは先に述べたように芸術作品の見本市の機能を持つが、これに文化ビジネスの見本市の要素を加えることができれば、地域の歴史や文化、個性などを全国や海外に広く紹介することにもつながり、文化と経済の相乗効果が発揮されるこ

とが期待される。また、ビジネス関係者の参加や広報効果も見込め、文化芸術のイベント運営に安定性を増すことができるだろう。

滋賀県芸術文化祭は、県民の文化芸術に関する創作活動の発表や、また優れた文化芸術に親しみ鑑賞するため、これまで42回開催されている。県や県教育委員会が主催者の一員であり、公式の総合的な文化芸術イベントとして、美術、音楽、演劇、舞踊、文芸など文化芸術の各ジャンルは網羅されているが、現状では産業や経済との関わりは薄い。伝統工芸や食文化など、文化ビジネス・メッセの要素が加われば、より広がりとし盛り上がり期待できるだろう。

各都道府県持ち回りの国家的な文化芸術イベントで滋賀県で未開催のものに国民文化祭がある。国民文化祭は「国民一般の各種の文化活動を全国的な規模で発表する場を提供すること等により、文化活動への参加の意欲を喚起し、新しい芸能、文化の創造を促し、合わせて地方文化の発展に寄与するとともに、国民生活のより一層の充実に資することを目的とする」と謳われている(国民文化祭開催要綱(昭和61年4月11日文化庁長官裁定)。湖国の文化的伝統を広く紹介し、県民が積み重ねてきた文化芸術活動を発信するまたとない機会であり、県の文化振興の目標とするにふさわしい催しである。

これまで26の都府県で27回の開催を数えている。滋賀県で開催するならば、単に一過性のイベントで終わらせることなく、滋賀の独自性を持ち、かつ開催後の文化振興につながるものとしなくてはならない。そして、半数を超えた都府県が既に行っている現在、開催に向けた議論がなされるべき時期が来ている。

国民文化祭は一般にアマチュア文化活動の祭典と言われているが、数十万人あるいは百万人を超える参加者を数えるビッグイベントであり、これを滋賀の文化の発展の好機と捉えるべきである。国民文化祭に文化・芸術・ビジネスの見本市としての機能を加えれば、滋賀の個性ある地域を総合的に紹介、発信する機会となり、文化と経済の両面に大きな刺激を与えることができるだろう。国民文化祭の実現に向けて、今こそ県民的議論を進めるとともに機運の醸成を図るべきである。