

第IV章 各試行プロジェクトの実施内容

第IV章では、各試行プロジェクト実施主体から提出のあった事業実施報告書の一部を抜粋し、以下のとおり分野別に実施内容をまとめた。

1. 伝統芸能・工芸

大相撲 beyond2020 場所

公益財団法人日本相撲協会

実施団体	公益財団法人日本相撲協会
実施時期(※)	2016年10月
場 所	東京都
概 要	日本文化の体現者たる「相撲」の国際発進力や障がい者のアクセシビリティを強化するべく、柵席を外国人客で埋め尽くし、外国語対応が可能な和装スタッフによる対応、英語による解説など配した、一日特設イベントを行うとともに、プロジェクトを通じ多様性に応じた導線のあり方、座席位置、案内等の運営検討、実証的データを整備するとともに、日本文化や大相撲の魅力を国内外に発信し、機運醸成につなげる。
効果検証方法	・外国人による日本文化への理解促進、障害の程度や多様性に応じた運営方法を検討し、国内での共生社会の実現につなげる。 ・参加者に対するアンケート等を通じた評価により、効果検証を行う。

※効果検証期間を含む（以下同じ）。

試行プロジェクトの目的

2020年オリパラ大会はスポーツの祭典であると同時に文化の祭典。この機に日本の国技、相撲の魅力を国内外に発信することは2020年オリパラ大会の機運醸成のために必須である。

本場所来場者として最近特に増加傾向にある外国人観戦者や障害者の方々へ十分な「観戦機会の提供」が現状なされていない。外国人の方々や障害者を主な観客としたテストイベントを開催し、相撲に対する一層の理解促進を今回のプロジェクトを通じて図りたい。

こうした取組みを2020年まで継続することにより、日本文化への海外の理解が高まり、又国内での共生社会の実現が後押しされ、オリパラ基本方針に明記された新しい日本作り、オリパラ大会後も継続されるレガシーの創出に貢献できるものと考えている。

取組み内容

<開催概要>

事業名称: 大相撲 beyond2020 場所

開催日: 2016年10月4日(火)

開催時間:開場 11 時/開始 12 時/終亮 15 時

場所:両国国技館

主催:公益財団法人日本相撲協会

座席:1階タマリ席 収容人数は約 220 名

1 階マス席 4 人マス席を2名で使用、収容人数は約 2,700 名

合計 約 3,000 名

送客協力先:外務省、観光庁、JNTO、日本の大学に在学中の外国人留学生、NHK厚生文化事業団等

観客:外国人、障害者を主に招待

<当日の実施内容>

10:30 集合 春日野広報部長による訓示、横綱 日馬富士による気合いの三本締め

11:00 開場 お出迎え、ふれあい、おもてなし
審判親方・十両力士・行司2名・呼出2名・若者力士(2交代制)

12:00 開演

ふれ太鼓

↓

相撲基本動作 若者力士 高三郷、勝武士

↓

子供の稽古 幕内力士 高安、御嶽海、松鳳山、遠藤

↓

髪結い実演 幕内力士 勢、佐田の海

床山 床盛、床隆

↓

櫓太鼓打分 呼出 大吉

↓

綱締め実演 横綱 鶴竜

↓

幕内土俵入り

↓

横綱土俵入り

↓

13:20 来賓・主催者の挨拶

↓

三段構え 横綱 日馬富士、鶴竜
行司 式守伊之助

↓

幕内取組

↓

弓取式

↓

15:00 頃 打ち出し 和装スタッフお見送り

< 来場者に向けた取り組み >

外国人

英語対応の案内スタッフ25名を配置

パンフレット・取組表、場内サイン看板を英語表記で作成・設置

場内放送を日本語と英語で交互実施

インターナショナルスクールの生徒20名が土俵上で力士とともに稽古を体験

障害者

聴覚障害者へ、手話や要約筆記(モニターによる表示)を土俵前に設置

聴覚障害者へ、磁気ループ(ヒアリングループ)の設置

視覚障害者へ、点字による当日プログラムの配布

総合案内に手話スタッフの配置

総合案内に筆記ボードを設置

効果と課題

実施目的

本場所来場者として最近特に増加傾向にある外国人観戦者や障害者の方々へ十分な「観戦機会の提供」が現状なされていない。外国人の方々や障害者を主な観客としたテストイベントを開催し、相撲に対する一層の理解促進を今回のプロジェクトを通じて図りたい。

こうした取組みを 2020 年まで継続することにより、日本文化への海外の理解が高まり、又国内での共生社会の実現が後押しされ、オリパラ基本方針に明記された新しい日本作り、オリパラ大会後も継続されるレガシーの創出に貢献できるものと考えている。

< 2020 年オリパラ大会の機運醸成 >

実現手段:

外国人約 1,400 名(約 150 ヶ国)を招待し、観覧いただいた。



写真撮影スポットとして会場に大看板を設置
 Twitter ハッシュタグ#Sumo2020 を付けてツイート促進
 関取衆によるお出迎え
 パンフレット・取組表を英語表記メインで作成
 英語対応の御案内スタッフ25名を配置
 国技館で三段構え、髪結い実演などを21年振りに実演



英語表記の場内サイン看板を設置



インターナショナルスクールの生徒20名が稽古を体験した



効果

外国人が約 90 ヶ国、約 1,000 名が国技館に来場

関取衆によるお出迎えや席で観覧する力士と触れあう事で、江戸時代以前より続く日本の伝統文化である「鬘」や「着物」を間近に見て、またその大きな体やビン付け油の香りなど、五感を通し約 1,000 名の外国人の方々が相撲を体感できた。

日本文化の理解を海外へ促進

臨場感溢れる英語の場内MCにより相撲の文化的プログラム(三段構え、髪結び実演、横綱の綱締め実演、櫓太鼓実演など)を海外の方々が観覧。配布したパンフレットを通し相撲の歴史を学ぶ機会を提供。江戸時代より今と変わらない様式で行われる幕内土俵入りや相撲の取組などを生で観覧いただき、相撲の様式美など日本の伝統文化を外国人の方へお伝えする事ができた。

#Sumo2020 で日本の伝統文化を世界へ発信

場内看板、場内放送、パンフレット等を通して Twitter ハッシュタグ#Sumo2020 を付けてツイートを

促進。結果、10月4日と5日の2日間で約9,000ツイートが行われた。Twitterトレンドに#Sumo2020がランクイン。10月4日のランキングで常時2位～6位を行き来していたことから、Twitter上で本イベントの様子が拡散されていた。

来場者アンケートの結果、「本日の様子を自身のブログやSNSに投稿しますか？」の質問にはいが78%と高く、SNSは拡散性があるため、国内外の多くの方へ本イベントの様子が伝わったことにより、2020年オリパラ大会の機運が醸成された。

三段構えの話題性により、多くのメディアで取り上げられる

話題性のある演目を実施することにより、当日の様子を多くのメディアが取り上げる事により、来場いただいた方以外にも多くの日本人に向けイベントの様子を伝える事ができ、海外だけでなく国内でも2020年オリパラ大会の機運が醸成された。

また、滅多に行う機会がない、特別な催しの際に行う三段構えを国技館では21年振りに行う事ができ、横綱をはじめ現役の関取衆や若者力士など三段構えを知らない・見たことのない世代に三段構えを受け継いでいくための試みとして、非常に意義のある取り組みであった。

来場者アンケート集計結果(389名、来場者の38%が回答)

Q: 本日のイベント内容に満足いただけましたか？

- 65% 大変満足
- 31% やや満足
- 3% どちらかといえば満足
- 0% どちらかといえば不満
- 1% やや不満
- 0% 大変不満

Q: 今後も大相撲に行こうと思いますか？

- 49% 大変行きたい
- 37% やや行きたい
- 12% どちらかといえば行きたい
- 2% どちらかといえば行きたくない
- 0% あまり行きたくない
- 0% まったく行きたくない

来場者国別トップ10(日本を除く)

- 1位 アメリカ 77名
- 2位 中国 31名

3位	ドイツ	22名
4位	イギリス	19名
5位	ベトナム	14名
6位	フランス	12名
7位	インド	10名
8位	タイ	10名
9位	オーストラリア	9名
10位	カナダ	8名

<共生社会の実現>

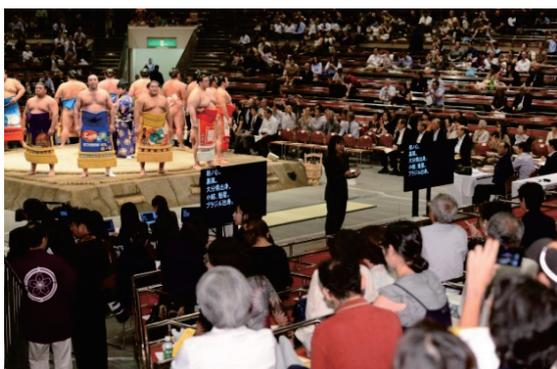
実現手段:

さまざまな障害を持つ障害者約 730 名を招待

(知的障害・精神障害関係・聴覚障害・盲ろう者・視覚障害・知的障害・精神障害・発達障害等)

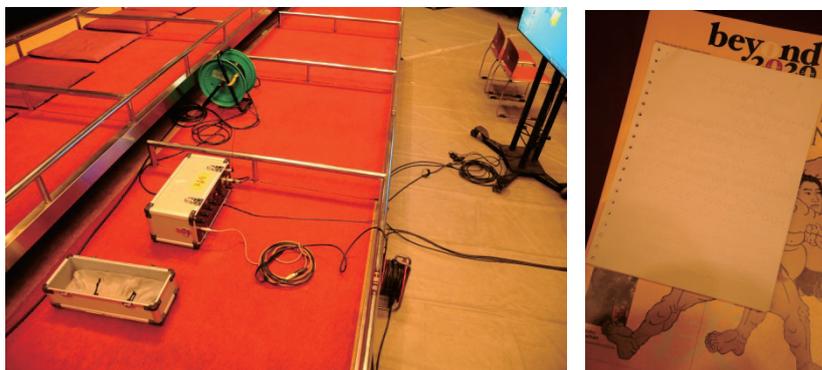


聴覚障害者へ、手話通訳や要約筆記(モニターによる表示)を土俵前に設置



聴覚障害者へ、磁気ループ(ヒアリングループ)の設置

視覚障害者へ、点字による当日プログラムの配布



このほか、総合案内に手話スタッフを配置し、総合案内に筆記ボードを設置するなどの対応をした。

効果:

多くの障害者に大相撲観戦を楽しんでいただけた

約 730 名の障害を持つ方々が一緒に大相撲を観戦。看護師も待機していたが、当日は目立ったトラブルや緊急対応が必要になるような急病人がすることもなく、大相撲観戦を楽しんでいただけた。

多様な障害に対応するための準備

聴覚障害者の方々へ観戦していただくため、手話通訳や要約筆記モニターや磁気ループの設置を行った。視覚障害の方々へは点字パンフレットを用意。知的障害や発達障害や精神障害を持つ方々へは、クーリングルームを複数用意。多様な障害者を受け入れるにあたり、従来行った事のない初めての取り組みを複数行うことができた。

多様な障害を持つ方々に大相撲観戦の機会を提供

< 来場者アンケートの声 >

「聴覚障害者です。テレビでは見られない「生」の声を文字通訳で見られて初めての経験に興奮しました。耳から入ってこない言葉はたくさんあるのだと痛感しました。」

「入館時に迎えの方で行司さんの軍配を視覚障害者のために触らせていただきました。本来触ることのできないものを触ることができ、とても良い経験ができました」

「私たち障害者にはめったにこういった機会に恵まれません。大変嬉しく楽しく拝見しました」

なかなか観戦の機会に恵まれない、障害があるからと諦めていた障害者の方々から、感謝を述べる感想をいただいた。当初の企画段階から、観戦の対象を「外国人」「障害者」に絞り実施した事により、障害者の方々へ普段は行わない対応を準備する事ができた結果、多様な障害を持つ方々に大相撲観戦の機会を提供する事ができ喜んでいただく事ができた。

来場者アンケート集計結果(415名、来場者の56%が回答)

Q: 本日のイベント内容に満足いただけましたか?

- 52% 大変満足
- 25% やや満足
- 19% どちらかといえば満足
- 2% どちらかといえば不満
- 2% やや不満
- 1% 大変不満

Q: 今後も大相撲に行こうと思いますか?

- 36% 大変行きたい
- 19% やや行きたい
- 25% どちらかといえば行きたい
- 9% どちらかといえば行きたくない
- 6% あまり行きたくない
- 5% まったく行きたくない

Q: 障害の種類

- 視覚障害 13%
- 聴覚障害 13%
- 身体障害 4%
- 知的障害 43%
- 精神障害 11%
- その他 2%
- 付き添い 13%

課題

来場者率の改善

招待者 2,936 名のうち、実際に来場した方が 2,141 名で来場率は 72%となった。約7割の方に来場いただいたので来場率は低くはないと考えるが、前方の席に空席が目立った事と1マス2名使用にしていた事もあり、空席が多い印象があり場内の活気が少なく見えた。

招待制のイベントということもあり一般に向けた事前告知は行わなかったが今回の課題を踏まえ、次回は相撲協会公式販売サイトのチケット大相撲等を活用し、一般の方も参加できる仕組みも試していきたい。

英語版ホームページの案内が不足

日本相撲協会の英語版ホームページに「国技館へのアクセス」ページがなかったために、何件か問い合わせがあり、当日のアンケートでもその旨記載あった。外国人来場者のアクセス向上のため、改善したい。

また、当日のプログラム(パンフレット)などの案内を招待制のイベントということもありホームページ上に掲載しなかったが、次回は参加者に事前に大相撲の興味や知識を深めていただくためにも当日のプログラムなど、ホームページに公開するなど行っていくことを検討したい。

聴覚障害者へ、手話通訳や要約筆記や磁気グループの改善

障害者の方々へのアンケートの結果、複数の方から同様の意見があった。

磁気グループに関しては、現場で磁気グループがある事の記載がなく、気づかなかった方がいた他、磁気グループを使用してみたが良く聞こえなかったといった意見が目立った。次回からは事前にテストを行うなどし、設置する際に改善が図れるようにしていきたい。

手話通訳や要約筆記に関しては、感謝を述べたアンケートも多数あったが、「モニターの位置が席によって見えづらい」「太鼓や英語の解説の時に聴覚障害者は何をやっているかわからなかったので、画面に演奏中など表示してほしい」「取組中など、英語の解説が多く日本語の解説がない点が多々あり残念だった」など、アンケートに多数の意見をいただいた。次回は手話通訳やモニターの位置を土俵近くに設置し、事前にリハーサルを行うなど位置調整を事前に行いたい。また、場内放送係や英語MCと手話通訳や要約筆記の打ち合わせの機会を複数回持つことにより、障害を持った方もより楽しく観戦いただけるよう改善を行いたい。

将来計画

今回、本場所来場者として最近特に増加傾向にある外国人観戦者や障害者の方々へ「観戦機会の提供」が現状なされていない現状を踏まえ外国人の方々や障害者を主な観客としたテストイベントを行った。

無事に大きなトラブルもなく概ね来場いただいた方々にも満足いただく事ができた。

2020年オリパラ大会の機運醸成や共生社会の実現に向けても前向きに取り組みを行い、結果を残す事ができた。

今回の取り組みを生かし外国人や障害者の方々へ障害にかかわらず平等に生活できる社会にするためのノーマライゼーションの取り組みを行っていきたい。

具体的には、本場所においても外国人や聴覚障害者のお客様とのコミュニケーションを円滑に行うため、総合案内に筆記用具の設置を行う。ホームページへもその旨の記載を行う。

場内各所に英語表記のサインを設置し、外国のお客様もより楽しんでいただけるよう館内表示の充実を行いたい。

また、今回のような取り組みを2020年まで継続することにより、日本文化への海外の理解が高まり、又国内での共生社会の実現が後押しされ、オリパラ基本方針に明記された新しい日本作り、オリパラ大会後も継続されるレガシーの創出に貢献できるものと考えている。

以上

新作能「水の輪」beyond 2020

公益財団法人山本能楽堂

実施団体	公益財団法人山本能楽堂
実施時期	2016年11月
場 所	大阪府
概 要	水を大切にする気持ちで世界を一つにするべく、水の浄化をテーマに環境問題について考える新作能「水の輪」を公演するとともに、ワークショップを開催する。公演では、こども達と一緒に外国人が母国語で参加することで、能の舞台を世界へと広げる。
効果検証方法	・多様な社会の実現に向けて、子供や外国人も参加可能な能を上演し、日本の伝統芸能を単に観るだけではなく、自ら参加・体験するという機運を醸成。 ・参加動員数、メディア露出等を通じて効果検証を実施。

試行プロジェクトの概要

実施目的

水を大切にする気持ちで世界を一つにするべく、水の浄化をテーマに環境問題について考える新作能「水の輪」を実施し、子供達と一緒に外国人が母国語で参加することで、能の舞台を世界へと広げる。多様な社会の実現に向けて、子供や外国人も参加可能な能を上演し、日本の伝統芸能を単に観るだけではなく、自ら参加・体験するという機運を醸成する。

取組み内容

■本試行プロジェクトで実施した新たな試み

- ・健全者の子どもたち、障害をもった子どもたちにより制作された老松の葉を使用した舞台美術の展示と公演の実施。
- ・アイ狂言の水鳥役として、日本人の子どもたちと外国人の子どもたちが一緒に出演し、日本を代表する伝統芸能である能楽の魅力の世界に向けて発信する。
- ・英語による司会、および配布資料やスマートフォン(専用アプリ)を使用することで、外国人の事業に対する興味や鑑賞を促す。
- ・能楽と障害者芸術とのコラボレーションによる新たな芸術文化の創出。

「ふしぎな老松づくり」(全国の約2000人の子ども達が描いた松の葉による15本の老松づくり)

美術家の井上信太の指導の下、新作能「水の輪」の舞台美術を健全者と障がいを持つ子供達(約2000人)が作成した「松の葉」による、15本の「ふしぎな老松」を、グランフロント大阪ナレッジプラザに設営した円形舞台の周囲に設営し、11月3日、4日の2日間、会場で展示を行い、グランフロント大阪を訪れる約2万人の来場者が鑑賞した。公演前日の11月3日(金・祝)には、一般の方を対象にしたワークショップを開催し、一緒に老松を作り上げた。

<<ご協力頂いた学校>>

茨城県城里町立沢山小学校、大阪インターナショナルスクール、大阪府大阪市立中大江小学校、大阪府立平野支援学校、千葉県柏市立松葉第一小学校、千葉県立船橋特別支援学校、千葉県野田市二川

小学校、千葉県千葉市立幕張中学校、

東京都福生市福生第三小学校、東京都立八王子東特別支援学校、富山県砺波市立鷹栖小学校、栃木県足利特別支援学校、山形県寒河江市立白岩小学校

【老松】

-  空の地図のイメージ（雨、雷、風、鳥） 大地の地図
-  のイメージ（動物、川、地下水、水脈） 種の地図の
-  イメージ（虫、根、地中、きのこ、花粉） 自然の地
-  図のイメージ（全ての植物） 太陽の地図のイメージ
-  （宇宙、光、エネルギー）



間狂言に出演する子どもたちへのワークショップ

（水鳥役の間狂言の稽古）

■10月3日（月）15:30～16:30 於：大阪インターナショナルスクール

- ・大阪の水の歴史と新作能「水の輪」についての説明
- ・大阪弁によるアイ狂言のセリフの説明と実演。実際に水鳥の狂言の「型」の動きを稽古。

■10月7日（金）15:30～16:30 於：大阪インターナショナルスクール

- ・水鳥のセリフと「型」の稽古
- ・それぞれの母国での水環境および水に関する思い出を話し合い、セリフの中に落とし込んだ。

■10月24日（月）15:30～16:30 於：大阪インターナショナルスクール

- ・水鳥のセリフと「型」の稽古
- ・それぞれのセリフの確認と出演する順番や後半部分での動きを稽古した。



（ふしぎな水鳥作り・衣装・小道具づくり）

■10月17日（月）15:30～16:30 於：大阪インターナショナルスクール

- ・アイスブレーキング：子ども達との距離を縮めるためのワークショップ



■10月24日(月)16:30~17:30 於:大阪インターナショナルスクール
 ・ふしぎな水鳥ほうき作り:子どもたちが好きな水鳥を選び、自由に着色し、小道具の「ふしぎな水鳥ほうき」を制作する。

■10月31日(月)15:30~16:30 於:大阪インターナショナルスクール
 ・ふしぎな水鳥衣装作り:子どもたちが当日着用する衣装・帽子を手作りで制作する。背中には「水」「ACUA」「물」「ନୀଳ」など、子どもたちの母国の言葉で「水」を描く。

「ふしぎな老松づくり」公開ワークショップ@グランフロント大阪ナレッジプラザ

■11月3日(金・祝)13:00~15:00
 ・一般の方に向けた「ふしぎな老松づくり」ワークショップを実施し、一緒に老松を制作した。ナレッジプラザに設営したステージの横で実施。約80名が参加し、「水を大切にすること」を自分たちの松に込めて描き、老松を仕上げた。

公開リハーサル(メディア対応)

■2016年11月3日(木)16:00~17:30 於:グランフロント大阪ナレッジプラザ
 ・メディアに向け、グランフロント大阪ナレッジプラザで、公開リハーサルを実施した。NHK大阪放送局、NHKワールド、MBS毎日放送、朝日新聞、読売新聞、共同通信社等から取材を受けた。



(公開ワークショップの様子)



(公開リハーサルの様子)

外国人も日本人も一緒に古典芸能を楽しむことができる環境づくり

今回の事業では、日本人も外国人も同じように、ユネスコ世界無形文化遺産の能楽を楽しむことができる環境づくりにも取り組んだ。具体的には①スマートフォンを活用した「字幕」アプリの配信(日本語/英語)、②アプリによる公演内容の解説(日本語/英語)③英語による司会進行 ④日本語、英語による資料を配布、により、外国人の事業に対する興味や鑑賞を促すことができた。特に、「字幕」アプリは好評であり、

各人が手元にあるスマートフォンで、気軽に必要な場面でのみ「字幕」を利用し、他の鑑賞者にも迷惑がかからないことから、大変好評であった。また、アプリによる公演内容の解説も、約1時間の公演内容が5分間のアニメーションで楽しむことができ、能装束や小道具、能の歴史などについても知り、学べること、また、公演終了後にも楽しむことができることから、非常に有益であるとの声を多くいただいた。

① スマートフォンによる「字幕」配信・アプリによる公演解説の配信(アニメーションを活用)

今回の公演のために、新たに「字幕」アプリを開発し、公演中、日本語と英語で配信。

日本語の「字幕」アプリは、「詞章そのまま」と「現代語訳」、英語の「字幕」アプリは、「英訳したもの」と「詞章そのまま」を配信し、利用者からは高い評価を得た。アプリを活用した「字幕」配信はこれまでにない取り組みとして、高い関心が寄せられ、メディアでも取り上げられた。

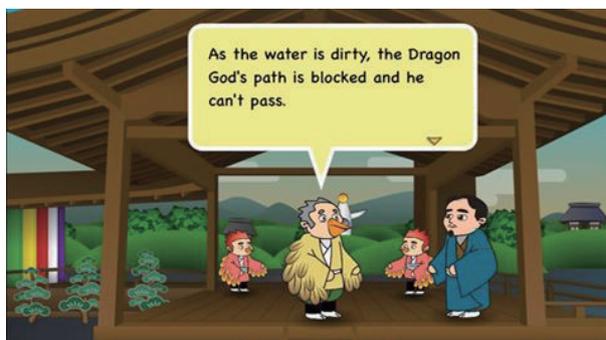
② 日本語・英語による司会・資料の配布

日本語と英語の司会者をたて、司会を日本語・英語でおこなうとともに、プログラムなど資料も英語で作成し配布し、外国人も日本人と同じように、同じ公演を楽しめるよう取り組んだ。

(字幕アプリ 日本語・英語対応)



(公演内容を5分間のアニメーションで解説 日本語・英語対応)



新作品「水の輪」 beyond2020 公演

【開催日時】 2016年11月4日(金)18:00~19:30

【開催場所】 グランフロント大阪ナレッジプラザ特設ステージ

【プログラム】

18:00 挨拶 外務省関西特命全権大使 鈴木庸一 / 文化庁文化芸術創造都市振興室長 佐々木雅幸

18:10 クロストーク「障がい者芸術のこれから」

栗栖 良依(SLOW LABEL ディレクター)×山本佳誌枝(山本能楽堂 事務局長)

18:20 SLOW MOVEMENT ショートパフォーマンス 森田 かずよ(義足のダンサー)

18:30 「水の輪」オープニング宣言 野村 萬斎

18:35 新作能「水の輪」beyond2020 作:山本 章弘 狂言監修:野村 萬斎

19:25 2020年に向けて 出演者一同

19:30 終演

- ① 公演前に英語ガイドの配布、英語による新作能の解説を行った。司会は日本語と英語で進行。
- ② 上演の前半と後半の合間に行われる間(あい)狂言に一般公募の子供達(20~30名、日本人及び国内在住の外国人)間狂言の水鳥になって参加。日本人の子供は「大阪ことば」、外国人の子供は母国語で出演。
- ③ アイ狂言の水鳥の子供たち(15か国にルーツを持つこどもたちの参加)

(出演者)

- ・前シテ:掉さす女 山本章弘(重要無形文化財総合指定保持者)
- ・後シテ:水神 山本章弘(重要無形文化財総合指定保持者)
- ・ツレ :龍神 山本麗晃
- ・ワキ:旅の僧 福王知幸(重要無形文化財総合指定保持者)
- ・笛:斉藤敦、小鼓:成田達志(重要無形文化財総合指定保持者)、大鼓:山本哲也(重要無形文化財総合指定保持者)、太鼓:中田弘美(重要無形文化財総合指定保持者)
- ・後見:上田貴弘、梅若基徳(以上重要無形文化財総合指定保持者)
- ・地謡:杉浦豊彦、吉井基晴、大西礼久(以上重要無形文化財総合指定保持者)、井戸良祐、林本大ほか

(水の輪のあらすじ)

むかしむかし、都に住む男の人が、難波に向けて旅に出ます。途中、山崎のあたりまで来ると、きれいな湧き水があったので飲んで休んでいると、一羽の老鳥があらわれ「難波の水が汚れて大変なことになっていると知らせがありました。私は年をとり、難波まで行けないので、代わりに見てきてください」と頼みます。そして、男の人が淀川に行くと、女の人がこぐ一隻の川舟があらわれました。男の人は自分が難波をめざしていることを告げ、川舟に乗せてもらうことにします。

舟の中で、女の方はむかしの淀川の美しい様子を語りますが、難波の近くまで来ると、様子がみるみる変わり、汚れてしまった水をなげき、このような川にはいることができない、と言って姿を消してしまいます。

男の人がひとりであたずんでいると、そこに一羽の水鳥が飛んできたので、今の出来事を水鳥に話します。水鳥は、その女の方はきっと水の神様で、昔は水の神様が淀川に住んでいたが、やがて水が汚れ、姿を消してしまったことを語り、もう一度水の神様に帰ってきてもらうために、仲間の水鳥たちを集め、掃除をはじめます(水鳥たちの舞)。

やがて、きれいになった川には、龍神があらわれ、きれいな流れの水の道を作ります。みんなで波をしずめて待っていると、水の神様があらわれます。水の神様は、みんなの努力で水がきれいによみがえったことを喜び、舞を舞います。最後はみんなで水のありがたさと難波の繁栄を祝うのでした。

【公演の様子】



【メディア掲載実績】

本試行プロジェクトは2020年オリパラ大会への関心を高め、その意義を伝え、機運を醸成するために事業を実施したが、その大きな成果として、以下のメディアで今回の事業が取り上げられ、その内容が発信された。特に世界約150か国で放送されるNHKワールドで、今回の事業が2つの番組で放送されたことは、世界への発信として非常に大きな効果があった。

- ・10月10日(月) 大阪日日新聞、読売新聞
- ・11月4日(金) MBS毎日放送「あさチャン!」、朝日新聞朝刊、共同通信社による配信(産経新聞など)
- ・11月16日(水) NHKワールド NEWS ROOM TOKYO 約15分間の特集番組 世界に向けて配信
- ・11月21日(月) 読売新聞夕刊(1面・3面)
- ・11月29日(火) NHK大阪放送局「ニュースほっと関西」約10分間の特集番組
- ・11月30日(水) NHK大阪放送局「おはよう関西」約10分間の特集番組
- ・12月15日(木) NHKワールド NEWS ROOM TOKYO で「ニュースほっと関西」の特集を海外向けに放送
- ・12月22日(木) NHK「おはよう日本」で2度放送(全国放送)

効果と課題

試行プロジェクト実施の目標とその効果

今回の試行プロジェクトを通して、2020年オリパラ大会への関心を高め、その意義を伝え、機運を醸成するために次のような目標にかかげ、事業を実施し、以下の効果を得た。

- [目標1]「平和の祭典」であることを伝え、国際的な相互理解や友好関係を増進させること。
- [目標2]有益な遺産(レガシー)を創出すること。
- [目標3]オールジャパンで日本の魅力を発信する日本全体の事業にすること。
- [目標4]日本文化の魅力を世界に向けて発信し、外国人旅行者の訪日促進をうながすこと。
- [目標5]地域ブランド力の向上、地域振興に貢献すること。
- [目標6]障害者の個性・才能をいかした芸術活動を推進すること。
- [目標7]文化芸術のバリアフリー化をすすめること(日本人と外国人の言葉のバリアの解消)
- [目標8]文化芸術のバリアフリー化をすすめること(健常者と障害者の障害のバリアの解消)

[目標 1]「平和の祭典」であることを伝え、国際的な相互理解や友好関係を増進させること。

[効果 1]・日本人と外国人の子どもたちが国籍や言語・文化の違いに関わらず、能の公演に出演するという共通の目的に向かって結束し、努力し、やり遂げることができた。公演時の子どもたちの生き生きとした姿は、多くの観客の関心を引き出し、国際的な相互理解を深め、オリパラ大会が「平和の式典」であることを周知できた。日本の伝統芸能に外国人の子どもたちが出演することは、外国人の日本文化への理解を促し、友好関係を増進させるために効果的であることが実証された。

本事業では、日本を代表する伝統芸能である能楽のアイ狂言に、日本人と外国人の子供たちが一緒に出演する「新しい能楽」を公演した。事前申込者(300名)のうち、約3割が外国人参加者であり、通常の能楽の公演では数名程度の外国人の参加であることと比較すると、多くの外国人の鑑賞を促すことができた。アイ狂言の水鳥役として、日本人と15か国の外国人の子どもたちが一緒に出演し、日本を代表する伝統芸能に参加する公演は、極めて先駆的な取り組みとして、メディア等で大きく取り上げられ、世界に向けて配信された。公演の中では、子供たちが母国語でそれぞれの国の、「水環境」や「水にまつわる思い出」を発表した。

「オレゴンの海は風が冷たくて寒いけれどもとても美しいです。」「香港はまわりが海で囲まれています」

「サウジアラビアから来ました。川はないけどレッドシービーチは有名です。」

「イギリスでは大きな火事があるとテムズ川から水を汲んで消します。」

「イスラエルにはあまり水がありません。」「オーストラリアはグレートバリアリーフのサンゴ礁が美しいです。」「韓国では高速道路がまた川に戻りました。」

それぞれのセリフは、子供たち自身の口から自然に発された、水にまつわる思い出であり、観客は、世界の水環境を、身近な出来事として、体感し、共有することができた。この事例は、国際的な相互理解や友好関係は、私たちひとりひとりが、心の通いあう、コミュニケーションをおこなうことによるのみ、生まれることへの「気づき」を改めて教えてくれ、平和の祭典であるオリンピック・パラリンピック大会に向けた機運を醸成した。

国籍の異なる子供たちが、約1か月間の稽古を通じ、一つの目標に向かって切磋琢磨しながら突き進み、その経験を共有することが、国際文化交流の原点であることが改めて確認された。能楽は、現代の日本人にとっても「敷居が高く、難解である」と思われがちな芸能であるが、日本人と外国人の子どもたちが一緒に、楽しく参加する公演によって、能楽の新たな可能性が世界に向けて開かれた。さらに、子供たちの稽古の様子は、NHKワールドから密着取材を受け、特集番組として約10分間の特集番組となり、海外に向けて配信された。世界150か国の人々に、「子どもたちと作る、新しい能楽の世界」を伝えられたことは、海外の人々の日本への関心を高め、訪日観光促進の観点からも有意義であり、効果的であった。

[目標 2]有益な遺産(レガシー)を創出すること。

[効果 2]「日本の美しい水」をレガシーとして掲げ、日本人・外国人の子どもたちと一緒に「水を大切にする気持ち」を世界に向けて発信することができた。

日本は、古より美しい豊かな水によって育まれてきた。水は四季折々変化する美しい自然環境を生み出し、そこから日本独自の文化が生み出されてきた。また水は人類にとって、世界共通の不可欠なものであり、水がなくては一日も生きていく事ができない。しかし、昨今、世界規模で水の汚染が進み、水の環境を取り巻く環境は悪化し、世界の水環境の保全は喫急の課題となっている。

本事業は、テレビ・新聞などのメディアでも多数取り上げられ、日本人・外国人の子どもたちと一緒に、世界に向けて「水を大切にする気持ち」を広く周知し、水の環境保全の大切さを、水の都である大阪から、能楽の力で世界に向けて訴え、その様子がメディアを通じて世界に向けて配信されたことは大きな意義

があった。

[目標3]オールジャパンで日本の魅力を発信する日本全体の事業にすること。

[効果3]全国のこどもたち約2000人が描いた松の葉による老松で、舞台美術を設え、地域間の連携を築き、一地方都市の開催でありながら、日本全体の取り組みとすることができた。

今回の事業では、全国の小学校・中学校・特別支援学校の約2000人の子供たちが描いた松の葉を使用した15本の5色の老松を設置し、舞台美術として設えた。山形県から大阪府まで12校の子供たちが参加してくれたが、遠方のため、当日の公演を見ることができない子供たちには、映像と画像でその様子を伝え、当日の様子を共有した。全国から参加して、同時にオリンピックの機運の醸成を行い、その気持ちを共有し、日本全体の祭典とすることができる仕組みを作り出すことができると実証された。

[目標4]日本文化の魅力を世界に向けて発信すること。外国人旅行者の訪日促進をうながすこと。

[効果4]日本の先端技術が海外に向けて発信される場所で、最先端技術や現代美術との融合による「新しい芸術」としての能の公演を実施する事で、外国人の方が、これまで見たことのない美の世界を創出し、日本への「憧れ」を醸成し、外国人旅行者の訪日促進を促すことができた。

今回の公演の会場となったナレッジプラザは、大阪の新しい玄関口として開発されたグランフロント大阪の中に位置し、知的創造拠点として整備された「ナレッジキャピタル」の一部である。そこでは、海外も含め、ナレッジイノベーションを生み出す交流が行われ、日本のさまざまな先端技術が紹介・展示されている。今回の事業を、能楽堂や通常の劇場・ホールで実施するのではなく、日本の最先端の技術が集まる「知の集積場所」であるナレッジキャピタルで実施したことは大きな意義があった。

日本は世界の最先端の技術を持つ国である。今回の公演では、日本を代表する伝統芸能である能楽を、日本が生んだ世界最先端の技術であるコンピューター制御によるLED照明演出を加え、現代美術による舞台設営の中で上演した。伝統文化、現代美術、先端技術が融合する公演を実施し、これまでに見る事のできなかった「新しい能の美の世界」を創出することができた。また、こどもたちが描いた舞台美術を会場に2日間展示したが、ナレッジキャピタルに集まる、海外からの企業人、研究者、クリエイター、そして一般の人々などが、会場を訪れ、立ち止まり、記念写真を撮影する姿が多くみられた。今回の公演の様子は、さまざまなメディアを通して、国内外に紹介されたが、伝統と先端技術が融合した日本発の「新しい能の美の世界」は、日本への「憧れ」を醸成し、訪日観光促進へとつなげることができた。

[目標5]地域ブランド力の向上、地域振興に貢献すること。

[効果5]「水の都・大阪」のブランド力の向上をおこない、「水都大阪」の再生を周知し、大阪人の誇りを構築し、地域振興に貢献することができた。

今回の公演では、大阪の魅力を、太閤秀吉が愛した能楽の力で周知し、「美しい水の都・大阪」のイメージを発信し、大阪の観光集客へとつなげ、地域振興に貢献することも大きな目的であった。

大阪は「文化度の低いまち」「危険で訪れたくないまち」といったステレオタイプ化されたマイナスイメージが定着しているが、本来の大阪は、難波津の時代より古都・大阪として栄えてきた文化集積都市である。さらに、大阪の水環境は格段に美しく甦り、親水性の高い空間が大都会の中に生まれている。しかしながら、その事実は、内外に、あまり知られていない。今回の公演によって、来場者はもちろん、さまざまなメディアを通し、「美しい水の都・大阪」のイメージを広く周知し、外国人旅行者の大阪への誘客拡大につなげ、大阪の観光振興に貢献することができた。

[目標6]障害者の個性・才能をいかした芸術活動を推進すること。

[効果6]健常者のこどもたち、障害をもったこどもたちにより制作された松の葉を使用した舞台美術による能の公演を実施し、多くの人々に鑑賞していただくことで、障害者の個性・才能をいかした芸術活動が推進できた。

今回の公演の舞台美術の15本の老松は、全国の約2000人の健常者の子供たち、障害をもった子供たちによって描かれた松の葉をもとに制作した。全国12校の小学校、中学校、特別支援学校の子供たちの松の葉は、15本の老松に組み立てる時に、あえて、すべての松の葉をすべて一緒に、混ぜ合わせて設営を行ったが、どれも生き生きとした生命の力に溢れており、障害のある・なしで、区別をすることは全くできなかった。2日間の展示で、グランフロント大阪を訪れた約1万人の人々が鑑賞し、SNSなどで写真等を発信した。

[目標7]文化芸術によるバリアフリー化をすすめること(外国人と日本人の言語のバリアの解消)

[効果7]最新のテクノロジーを活用し、日本文化の魅力を世界に発信し、外国人も気軽に日本文化に触れ、

日本人と同じように伝統芸能を楽しめる環境作りに取り組み、効果をあげることができた。

今回の事業では、日本人も外国人も同じように、ユネスコ世界無形文化遺産の能楽を楽しむことができる環境づくりに取り組んだ。そのため、具体的には以下の事業を実施した。

- ① スマートフォンを活用した「字幕」アプリの配信(日本語ならびに英語対応)
- ② アプリによる公演内容の解説(日本語ならびに英語対応)
- ③ 日本語と英語による司会進行
- ④ 日本語、英語による資料を配布

伝統芸能の世界では、これまでに外国人を対象としたバリアフリー化があまり行われておらず、せいぜい英語による資料を配布する程度であった。今回の事業では、外国人が日本人と同じように能の公演を楽しむことができるように、英語による司会を取り入れるなど、多面的に取り組んだ。外国人のアンケート回答者(28名)の100%が今回の公演に対し、「日本の伝統芸能である能を楽しむことができた」、「『字幕』アプリは能の鑑賞に役立つ」と回答した。特に、英語による「字幕」アプリ、能の解説のアプリの2種類のアプリは好評であり、有効であることがわかったが、それは以下のような理由によるものであった。(アンケート回答より)

- ① 日本語がわからないので、出演者が何を言っているかわからないが、「字幕」アプリでよく理解ができた。
- ② 自分の手元にあるスマートフォンに「字幕」が自動的に配信されてくるので、煩わしさがなく、楽しめた。
- ③ あらすじをアニメーションで先に見ることができたので、公演の内容がよくわかった。帰り道にもう一度みて、内容を確認したいと思う。
- ④ アプリの中のカードに描かれた、能装束や小道具の説明が楽しかった。
- ⑤ これまで能を見てもよくわからないことが多かったが、今回の公演ではアプリでよく理解でき、楽しめた。

(紙による資料配布とアプリによる「字幕」配信の違い)

外国人に向けた多言語対応は、紙に印刷した資料配布の場合、上演している演目の場面を探す煩わしさ、あるいはその箇所がわからない等の問題があるが、各個人が所有するスマートフォンに向けての「字幕」配信であれば、オンタイムで自動的に「字幕」が送信され、資料配布の場合に比べ、公演の鑑賞が妨げられることがない。

(イヤホンガイドとアプリによる「字幕」配信の違い)

「イヤホンガイド」による多言語対応も、公演内容がわかるという評価がある反面、イヤホンから一方的に流れてくるアナウンスが耳障りであり、公演そのものの音楽やセリフに集中できないという意見が多く聞かれる。アプリによる「字幕」配信であれば、雑音に煩わされることなく、各人のペースで、自由に公演を楽しむことができる。公演をそのままの「生の音」で楽しみたいという場合、アプリによる「字幕」配信が有効である。

(「字幕」の掲示とアプリによる「字幕」配信の違い)

通常、「字幕」を掲示する時には、「字幕」を見ながら公演を鑑賞できるよう、舞台の上部、あるいは左右に「字幕」が掲示されることが多い。しかしながら、特に能の公演では、演者が舞台上の同じ位置でセリフを言う場面が多いため、演者が静止している上部、あるいは横で、「字幕」の文字が動くことは、極めて目障りであり、舞台の鑑賞を妨げるとの声を多く聞く。アプリによる「字幕」配信であれば、「字幕」を必要な人だけが手元の小さな画面で「字幕」を見ることができ、他の人の鑑賞の妨げにならない。

能楽をはじめとする日本の伝統芸能は、欧米の人々にとっては日本を象徴する「憧れの芸能」であり、アジアの国々の人々には、これから理解が深まるであろう領域である。しかしながら、日本古来の言語で上演される伝統芸能は、現代の日本人にとっても、「素晴らしい芸能である」という認識がある反面、「難解であり」「訳が分からない」芸能という印象を持たれることが多い。今回、アプリを導入したことで、その大きな「壁」を取り除き、国籍や言語が異なっても、日本文化の魅力に触れることができる新たな方法が開拓できた。またこのアプリは、外国人だけでなく、伝統芸能に馴染みのない若い世代を中心とした日本人にも有効であることがわかった。今回は能の公演でアプリによる「字幕」配信をおこなったが、歌舞伎や文楽などの他の伝統芸能の公演においても、このアプリは作成することができ、有効活用が可能である。

[目標 8]文化芸術によるバリアフリー化をすすめること(健全者と障害者の障害のバリアの解消)

[効果 8]能の公演の中で、障害者芸術が同時上演されることは、おそらく初めての取り組みであった。日本の伝統芸能である能と、障害者のパフォーマンスアーツを同じ舞台上で鑑賞してもらうことで、障害者によるパフォーマンスアーツがハイレベルな芸術性を有することの理解・共感を促進した。

能は日本の高尚(ハイカルチュラル)な伝統芸能であるが、障害者のパフォーマンスアーツを同じ舞台上で比較して見てもらうことで、障害者によるパフォーマンスアーツも芸術としてハイレベルであることを理解・共感してもらうことを目的に以下の2つの事業を実施した。

- ① 日本における障害者芸術の第一人者である SLOW LABEL ディレクター栗栖良依氏を迎え、山本能楽堂事務局長の山本佳誌枝との「障害者芸術のこれから」についてのクロストーク。
- ② 義足のダンサー・森田かずよ氏による車いすによるショートパフォーマンスの実演

SLOW LABEL 栗栖氏を迎えたクロストークでは、「障害者芸術のこれから」をテーマに、障害のある人とアーティスト、社会がつながることで生まれる可能性について等、その最前線の事例を紹介し、観客に向かって障害者芸術への理解・共感を促した。さらに、SLOW MOVEMENT のショートパフォーマンスとして、義足のダンサー・森田かずよ氏による車いすダンスの実演を行い、日本を代表する伝統芸能である能と一緒に公演することで、障害者芸術もハイレベルな舞台芸術であることを広く周知した。2020 年に向け、関西でも障害者芸術が盛んになっていくことが期待されるが、アンケートでも、95%の方が、「よかった」、「障害者芸術に興味を持つことができた」と回答したように、本事業によって障害者芸術の可能性を切り拓くことができた。

課題とそれらをクリアするための対策と提案

[課題1]伝統芸能を活用し、継続して機運を醸成し、2020年のオリパラ大会を盛り上げていくことの課題
本試行プロジェクトでの公演は1回のみであったが、2020年のオリンピック競技大会、パラリンピック競技大会の機運醸成のためには、継続的かつ全国的に事業を行っていく事が何より大切であり、また大きな課題であると考え。2020年に急に多言語対応をとり入れた能の公演を実施しても、多くの外国人の心をつかむことは難しい。2020年までに試行的に何度も事業を実施し、その効果を検証し、そのノウハウを全国の能楽関係者に周知し、指針をつくることが大切である。これは、能に限らず、歌舞伎、文楽をはじめとするあらゆる伝統芸能の世界でも共通することである。また、積極的に海外公演を実施し、能をはじめとする伝統芸能の魅力の世界に周知し、日本の伝統芸能に対する関心を高めることも大切である。

〔課題2〕文化芸術のバリアフリー化の推進(日本人と外国人の言葉のバリアの解消)

外国人も日本人も一緒に日本の伝統芸能を楽しむことができる環境づくりを推進するための課題

今回の事業は、日本語と英語のみの言語に対応する公演として実施したが、外国人も日本人も同時に日本の伝統芸能を楽しむことができる環境づくりを推進するためには、さらなる多言語化を実現することが大きな課題である。今回活用した「字幕」アプリは、比較的容易な作業で多言語化をおこなうことができるので、今後、同様の公演を実施する時には、英語以外の複数の多言語化による公演の実施が可能である。同様に、能について学べるアプリ「We Noh」も多言語化が課題であるが、技術的には実現可能であり、機会があれば推し進めていきたい。

〔課題3〕今回の事業を、全国的な事業として展開し、発展させ、継続していくための課題

本事業の演目である新作能「水の輪」の公演を全国的な事業として発展させ、継続していくためには、日本各地・世界各国で巡回公演を行い、その土地の歴史、産業、伝統や文化などを、「交流」によって取り入れ、融合させ、その中に、盛り込んでいくことが大きな課題となる。例えば、近江八幡の公演では、こどもたちのアイ狂言のセリフには「八幡ことば」を取り入れ、舞台美術や舞台の小道具に、伝統産業である「八幡かわら」を取り入れた。屋久島の公演では、舞台美術の中に、屋久島にしか生息しない動・植物をこどもたちと一緒に描き出した。

「水の輪」の活動を、全国展開することで、日本の伝統芸能である能楽をベースにし、各地の歴史や文化を盛り込んだ、新しい全国的、世界的な広がりを持つ舞台芸術の創出につながると確信している。

また、全国的、世界的に展開していくためには、プロジェクトのパッケージ化が大きな課題となる。「水の輪」ではこどもたちが多数出演するが、こどもたちにワークショップを実施するための人材の開拓・育成が大きな課題となる。その解決に向け、現在、複数の芸術系大学との連携を模索している。

〔課題4〕文化芸術のバリアフリーの推進のための課題(障害のバリアの解消)

本事業では、能といった日本の伝統芸能と、障害者のパフォーマンスアーツを比較して鑑賞できるようにすることで、障害者によるパフォーマンスアーツがハイレベルな芸術であることへの理解・共感を促進した。

2020年に向けて、本事業で試行した日本を代表する伝統芸能である能と障害者によるパフォーマンスアーツの同時公演のように、連携・融合を目指すことで、障害のバリアが解消される社会の実現につなげていきたい。今回の公演では、車いすダンスを能の上演の前に披露したが、2020年に向けて、能の公演の中に、車いすダンスなどの障害者芸術を巧みに取り入れたものなど、障害者が出演する初めての能楽の実現に取り組んでいきたい。

また、これまでに、全国の特別支援学校で、能の公演やワークショップを実施してきたが、今後も活動を続け、アーティストとして活動している障害者による障害者芸術だけでなく、一般の障害者によって作り出される作品も発表できる機会を創出し、理解を深めるよう社会に向けて働きかけていきたい。

〔課題5〕より多くの多彩な日本文化を取り入れ、さらに強く日本の文化力を発信するための課題

本事業では能の公演のみであったが、「水の輪」には、文楽や日本舞踊等の伝統芸能やオーケストラ、コンテンポラリーダンス、サーカス、マジックなどの西洋の舞台芸術等、海外のさまざまな文化や芸術もその内容に取り込むことが可能である。多彩な芸術や文化を融合させることで、日本を代表する伝統芸能をベースにしながらも「現代に生きる魅力的な芸能」としての、日本ならではの新しい文化を作り上げることが可能である。

将来計画

今後の新作能「水の輪」の公演計画

新作能「水の輪」の公演を、以下の通り計画している。

- ・2017年度 ①大阪・大川の川沿い②大阪城西の丸庭園③老岐④宮古島⑤種子島⑥ルーマニア・シビウ⑦フィンランド・ヘルシンキ⑧フランス・ナント
- ・2018年度 ①大阪②日本の離島③フランス国内各地④フィンランド・ヘルシンキ/クオピオ
- ・2019年度 ①大阪 ②ブルガリア・プロブディフ / ルセ、スロバキア共和国、ルーマニア、ハンガリー、オーストリア(ドナウ川流域の都市での巡回公演)③日本の離島

2020年に向けて

①2020年に向けて、これまでに各地で実施してきた新作能「水の輪」による地域間交流を連結させ、各国での国際文化交流による活動の一つに束ね、日本各地、世界各国の固有の歴史や文化、風土をとり入れた作品へと発展させ、日本各地の政令都市を巡回し、公演を重ね、「水を大切にする気持ち」で世界を結んでいきたい。

国内で2020年に向けての機運を醸成するだけでなく、海外公演による現地での日本文化の発信を計画している。2019年は日本とドナウの交流年であり、ドナウ川流域のヨーロッパ各地で「水の輪」を上演し、「日本の美しい水環境の保全」を世界の人々に伝え、日本への関心を促し、2020年に向けた海外からの訪日観光促進へとつなげていきたい。

②本事業では、外国人も日本人も同じように伝統芸能を楽しむことができる環境作りにアプリの活用が非常に有益であるとわかったため、今後、アプリの「字幕」のさらなる多言語化や公共空間および劇場内での利用拡大につとめていきたい。また、アプリ内に「字幕」だけではなく、当日の公演の詳細な内容やプログラム、さらにアンケートなども盛り込み、外国人も、スマートフォンを利用して、伝統芸能を日本人と同じように楽しめる環境整備をすすめていきたい。アプリであれば、より多くの言語の対応が可能であり、操作も簡易で、海外からの来場者にホスピタリティを感じてもらうことが可能である。

③本事業では、当初の目的である「日本の美しい水」の発信に加えて、あらゆる「壁(バリア)」を取り除く、「社会のバリアフリー化」が有益なレガシーであると実感した。今後の活動を通じて、「日本の美しい水」をはじめとする日本の豊かな自然の保全と活用を発信しながら、日本の社会の中のあらゆる面での「バリアフリー化」にも取り組んでいきたい。

④本事業を機に、特定非営利法人 SLOW LABEL との連携を深め、2020年に向けて障害者芸術と日本の伝統芸能である能楽の融合により生まれる新たな舞台芸術の創出に挑戦していきたい。障害者の個性や才能をいかし、日本のハイカルチュラルな伝統芸能と、障害者のパフォーマンスアーツを融合させる舞台芸術の実現に向けて、新たに取り組むことで、健常者も障害者もあらゆる文化芸術と一緒に参加し、一緒に楽しめる共生社会の実現を目指していきたい。

⑤2020年に、東京・大阪をはじめ日本各地で、それまでに培った日本全国、世界各地との連携により、日本のすべての都道府県ならびに世界中の子供たちが参加する公演を実施し、日本を代表する伝統芸能である能楽の力をベースにして、世界最大の「平和の祭典」であるオリンピック・パラリンピック競技大会において、国際的な相互理解や友好関係を増進させ、世界平和へと文化の力で貢献していきたいと切望している。

以上

「“にぎわい”ルーツ・ジャパン」プロジェクト

～芸による町興しと情報発信を目指して～

公益社団法人落語芸術協会

実施団体	公益社団法人落語芸術協会
実施時期	2016年10月～11月
場 所	岩手県、福島県、宮城県
概 要	岩手・福島・宮城で、オペラを声楽と語りで凝縮したオリジナル作品の実演等を通じた町興しと情報発信及びインバウンドの拡大を目指す事業。
効果検証方法	・観光・インバウンドの拡充を目指し、同時に被災3県では復興をアピールする効果 ・日本語・英語でアンケートを実施し、2020年オリンピック・パラリンピックへの日本文化力への期待等を検証

試行プロジェクトの概要

実施目的

落語芸術協会に寄せられる「東京オリンピック/パラリンピックを契機に更なる地方の活性化と機運醸成に向けた取組みを実施してほしい」との声に応えるべく、神社仏閣や庭園をコンサートライティングで演出した舞台と、「When East meets West」をテーマにインバウンドを念頭に置いた海外および国内からの観光客以外にも、地元住民を対象とした文化エンターテインメントイベントを開催する。

コンサートライティングで演出された会場での雅楽ライブという「落語」とは一見関係ない催しだが、落語における「寄席」の語源が、神社仏閣で人を集める催しそのものを「寄席」と称するため、広く解釈し実験的に開催し、好評価を得た。本取組みを通じて、芸による町興しと情報発信およびインバウンドの拡大を目指す。

取組み内容

『時空間絵巻』は開催各地の地名を掲げているとおり、各地の意図を反映した地域性豊かなイベント事業として、自主性および参加性を求めて実施した。各取組みの特色を以下に挙げる。

○郡山時空間絵巻

→福島原発以降、外国人観光客がまだ戻らない現状から、共催に郡山市国際政策課が参画する事業として取り組まれた。

○つなぎ時空間絵巻

→岩手国体と開催時期が重なる中、前岩手県観光協会理事長が岩手県知事、盛岡市長等と話し合いの上で開催に至った。

○松島瑞巖寺時空間絵巻

→松島観光でのキーパーソンである瑞巖寺および松島町、松島町教育委員会と、自治体全体をあげて取り組んだ。

このように、各自治体で事業規模の差はあれども企画趣旨を理解していただき、地元との協力体制の下で開催

出来たことは特筆されるべき事項と思われる。また、今回の「試行プロジェクト」のテーマでもあった「将来へのレガシー」という面においても、現在各自治体ではこの事業を如何に継続していくかが話し合われている。特に「地域活性」や「インバウンドの拡大」に向けた取り組みには「情報発信の継続性」が必要だとの考えの基、当会は実演家団体として『発信たるに値する質の“芸”による企画』によりその施策に応えてきたが、今回はそれに加え

- 地元伝統芸能との共演による実演披露の機会増に貢献
- 写真撮影・録音・録画を許可することで拡散機会増に貢献

といったことも併せて実施した。その効果の具体的な数値化はなされていないが、Web 上において来場者がアップロードした動画や画像も見受けられることから、次年度での事業継続如何によっては更なる相乗効果も期待できると推測される。

タイトル	<p>「にぎわいルーツ・ジャパン」プロジェクト 郡山時空間絵巻</p>	
実施日時	<p>平成28年10月14日(金) 17:30開場 18:00開演 入場無料</p>	
会場	<p>郡山開成山大神宮 福島県郡山市開成3-1-38 観客数:350 アンケート回収数:169(回答率:48%)</p>	
実施内容	<p>司会:桂歌若(落語家) 第一部 <演芸> 太神楽曲芸:鏡味正二郎 和 妻:KYOKO&ドルフィン 第二部 <合唱> 郡山市開成小学校合唱部30名 郡山市マスコットキャラクター:がくとくん 「ふるさと」他5曲 第三部 <野外オペラエンターテインメント> 「トウランドット」 トウランドット:谷原めぐみ カラフ:奥村浩樹 リユー:上田純子 ティムール:龍進一郎</p>	
実施団体	<p>主催:公益社団法人落語芸術協会 共催:郡山市 公益財団法人福島県観光物産交流協会 後援:開成山大神宮 秋蛭実行委員会 郡山市観光協会 郡山市国際交流協会 郡山市社会福祉協会 議会 福島民友新聞社 福島民報社 NHK 福島放送局 福島テレビ 福島中央テレビ 福島放送 テレビユー福島(順不同)</p>	

【総評】

全体所感にも記したように、福島原発事故以降、観光客とりわけ外国人観光客が全国平均と比べて伸び悩む福島県は風評被害を避けるためにも情報発信は重要な施策であった。そこで郡山市は

○以前より合唱が盛んな地域性もあり、キャラクター「がくとくん」テーマ曲「羽ばたけ、がくとくん」などによるイメージアップ施策を図った。

○「安積疎水」関連事業の日本遺産登録をはじめとした観光誘致へ繋がる情報発信に力を入れていたこともあり、それらに際して中心的な機能を務めている郡山市国際政策課と共に準備を進めた。

【評価ポイント】

・各種施策を実施してきたセクションが担当したことで「外国人スタッフが誘導案内を専任で担当」「バリアフリー対応として事前に不十分と予測出来た境内の客席部に車椅子等を運ぶための専任スタッフを配備」等々、運命面でのフォロー体制が充実していた。

・準備期間が少ない中、「郡山市民の心のよりどころである開成山大神宮での開催」「楽都郡山を印象付ける郡山市立開成小学校合唱部の出演」「地元伝統工芸品である海老根伝統手漉和紙“秋蛭”によるライトアップ」と郡山市総手の催しとなった。

・継続開催に向けて本番前日「関係者による郡山市長への表敬訪問」の機会も設置された（※当日も参加予定だったが、親族葬儀のため欠席。代わりに副市長が参加）。

【反省ポイント】

・準備時間、予算配分等の問題により事前告知が不足。

→次年度以降を見据えて事後報道に注力した。

・福島県の実情として外国人参加者の少なさは予測されていたが、より多くの来場を望みたかった。

→映像記録化の相互協力により次年度以降へ活かせるPR宣材は確保した。

・障害者の参加をより充実させたかった。

→郡山市主導で調整機関の確認までは可能だったが、今後は開催場所や時期（※障害者には寒すぎたため）を検討することで、より多くの参加が見込める。

・参加小学校のスケジュール調整が困難だったことによる開場および開演時間等の不都合。

→参加、協力の想いは強いいため、準備期間を確保すれば解決できる見通し。

【まとめ】

本「試行プロジェクト」を活かす体制は出来ていることから、準備期間と開催時期を考慮すれば、より充実した事業へと発展する可能性が見込める。



タイトル	<p>「にぎわいルート・ジャパン」プロジェクト 盛岡つなぎ時空間絵巻</p>	
実施日時	<p>平成 28 年 10 月 16 日(日) 17:00 開場 17:30 開演 入場無料</p>	
会場	<p>盛岡市立繫小学校体育館 岩手県盛岡市繫字館市 114-1 観客数:300 アンケート回収数:110(回答率:37%)</p>	
実施内容	<p>司会:桂歌若(落語家) 第一部 <演芸> 太神楽曲芸:鏡味正二郎 和 妻:KYOKO&ドルフィン 第二部 <地元伝統芸能> つなぎ温泉さんさの会 つなぎ温泉さんさ踊り5 曲 第三部 <野外オペラエンターテインメント> 「トウランドット」 トウランドット:谷原めぐみ カラフ:奥村浩樹 リユー:中江早希 ティムール:龍進一郎</p>	
実施団体	<p>主催:公益社団法人落語芸術協会 協力:公益財団法人盛岡観光コンベンション協会 つなぎ温泉観光協会 岩手県観光誘致協議会 つなぎ町内会(順不同)</p>	

【総評】

9～10月の台風上陸による水害と岩手国体開催に伴う人員不足のため、協力体制が整わないまま行われた「つなぎ時空間絵巻」。開催場所も当初予定されていた「御所湖湖畔・石舞台」の水位が下がりきらなかったため、雨天時会場用の「繫小学校体育館」で開催されたが、これらの調整に当たった地元の熱意に謝意を表す。また、元々「つなぎ温泉」という観光地であるため結果的に外国人来場者が一番多かったことが特筆すべき点である。

【評価ポイント】

- ・前岩手県観光協会理事長で、現在も観光面で行政機関に繋がりがあがる佐藤義正氏の全面協力が得られたことで、今後この地域で開催する場合に調整の目処がついた。
- ・郡山同様、準備期間が短かったことで広報活動が十分には出来なかったが、今回の開催地域で唯一地元テレビ局が映像による報道を行ったほど、地域とメディアの協力関係が存在した。
- ・外国人観光客の来場情報が事前に入ったことで、当初はお宿での食事時間のスケジュールの都合でイベントへの参加が難しかったにもかかわらず、お宿が料理時間を変更するなどの対応をしたため参加が可能になった。

このことは今後国内外を問わず観光客の誘客手段として有効であった。

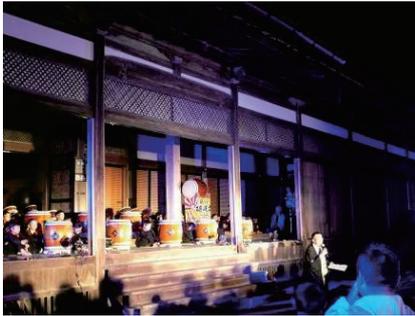
【反省ポイント】

- ・準備時間、予算配分等問題により事前告知が不足
 - ただし、唯一この地域のみ「テレビ岩手」の情報番組で事前告知、「IBC岩手放送」「めんこいテレビ」でのニュース番組でのテレビでの映像報道があったことから地元でのPR意識は高いので改善は見込まれる
- ・天候等の影響により、開催場所決定が遅れたこともあり障害者への誘客が薄く参加は無かった
 - 開催場所が「つなぎ温泉」という盛岡市内から離れている場所と言うこともあり、障害者の参加には難しかったとも考えられる
- ・地元のニーズにより即した開催時期で計画すべきであった
 - 今年の台風直撃は別として、現実問題として岩手県内での10月開催には無理があると言うことが分かった。地元の方も出来ることなら7～9月頃が最善と考えているようなので、今後の参考としたい

【まとめ】

今回の「試行プロジェクト」の実施地域の中では天気等で一番不運だったと言えるのが「つなぎ時空間絵巻」だった。ただそう言った状況の中でも地元の有力者からの協力が得られたことでテレビ等の地元メディアの報道や、岩手県知事からの祝電、盛岡市議会議長の参列等、今後につながる取り組みとなった。ただ、開催時期、開催場所に関して仙台以北となる地域は特に注意する必要も再認識するに至った。



<p>タイトル</p>	<p>「にぎわいルート・ジャパン」プロジェクト 松島瑞巖寺時空間絵巻</p>	
<p>実施日時</p>	<p>平成 28 年 11 月 5 日(土) 17:10 開場 17:30 開演 入場無料</p>	
<p>会場</p>	<p>国宝 瑞巖寺 宮城県宮城郡松島町松島字町内 91 観客数:700 アンケート回収数:172(回答率:25%)</p>	
<p>実施内容</p>	<p>司会:桂歌若(落語家) 第一部 <地元伝統芸能> 松島第一小学校五大堂太鼓 松島第一小学校五年生一同 大漁唄い込み 他 第二部 <演芸> 太神楽曲芸:丸一小助・小時 和 妻:KYOKO&ドルフィン 第三部 <野外オペラエンターテインメント> 「トゥーランドット」 トゥーランドット:谷原めぐみ カラフ:秋谷直之 リユー:黒澤明子 ティムール:龍進一郎</p>	 
<p>実施団体</p>	<p>主催:公益社団法人落語芸術協会 共催:瑞巖寺 瑞巖寺青龍山円福禅寺慶賛会 松島町教育委員会 後援:松島町 一般社団法人松島観光協会</p>	

【総評】

準備時間が若干あった「松島瑞巖寺時空間絵巻」。ただ結果的にやはり時間が足りなかったと言わざるを得ない状況になったのは国宝である“瑞巖寺”を舞台にすることでの各監督機関への調整であった。また、それに加え、

- 現在、改修工事中である瑞巖寺境内での設置の困難さ
- 改修中と言えど環境客が途絶えない中での準備の困難さ
- 上記に伴う運営体制構築の困難さ

があったが、無事開催できたのは観光/教育/行政の各機関の熱意に他ならない。ここでの開催は今後他地域での開催にあたり困難な調整事項をクリアしていく目標となると思われる。

【評価ポイント】

- ・建物自体が国宝である“瑞巖寺”で、他地域同様に本殿を舞台にしてイベントを実施できたこと(瑞巖寺自体初の取組み)
- ・ただ一度きりの開催ではなく、今後も検討できるという評価を得た事業となったこと
- ・瑞巖寺での開催調整に時間がかかり事前告知は皆無に近い状況での開催にもかかわらず、観光地として潜在的集客ポテンシャルの高さで極めて多くの来場客数を得られた

【反省ポイント】

- ・準備時間、予算配分等問題により事前告知が不足
 - これ以上の来場者数を計画した場合、実施形態等を根本的に再プランニングする必要がある。その意味では客席数を減らして立見スペースを確保した試みは有益だったと言える
- ・外国人観光客、障害者の参加が少なかった
 - これも“瑞巖寺”での開催調整に時間がかかったことによる告知不足に起因すると思われる。しかし観光地として、また東北の方々の精神的支柱として影響力が強い“瑞巖寺”であるため、PRを計画的に実施すれば解決すると思われる
- ・機材セッティング、リハーサル等調整時間確保の困難さ
 - 照明・音響とも技術的には未調整のまま本番に臨むこととなった。ただ今回は国宝を舞台にして実施する関係上、まずは信頼関係構築に重きを置いたためであり、現在評価を頂いていることから、今後改善の目処は出来たと思われる

【まとめ】

当会に於ける本企画は“神社仏閣および庭園”という日本文化や日本人の美意識を象徴する場所を効果的に使ったイベント開催ということから、国宝を舞台にしたという実績を作れたことが今後の展開にも極めて重要であったと言える。



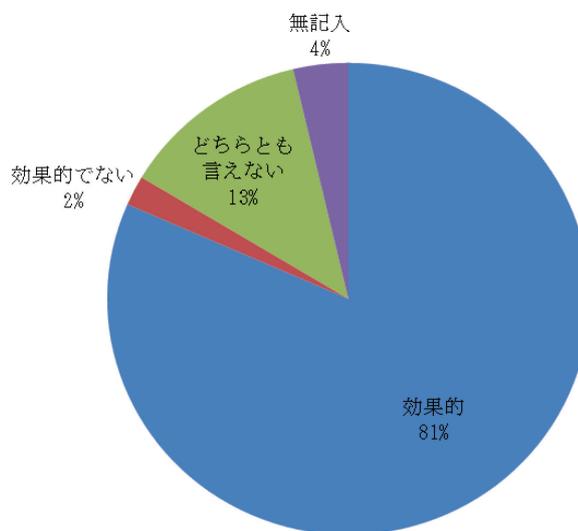
効果と課題

効果

アンケート結果より

今回のような日本の魅力を発信する文化イベントを、大多数が「効果的」と回答している(右図「2020年オリパラに向けて日本の魅力発信のためにこうした文化イベント事業は効果的だと思いますか」という設問への回答、n=488)。

同時に、国内外への地元情報発信に神社仏閣での文化イベント継続が「必要」とすると、こちらも多くの賛同を得た。イベント公演中も、これがどういった趣旨で行われているのかを問う来場者がおり、試行プロジェクトの旨を説明すると、興味を示す場面も多々見受けられた。しかし、2020年まで約3年半。オリパラへ向けた意識を持続させるには1度だけのイベント開催では不足であることが明らかであり、今後も継続したプロジェクト実施の必要性が明確となった。



メディアへの露出

本事業は各地のメディアに取り上げられ、事業の発信及び機運醸成につながった。

郡山:新聞3件、WEB3件(全て福島民報)

つなぎ:TV2件(IBC岩手放送、岩手めんこいテレビ)、新聞2件(岩手日報、盛岡タイムス)

松島:新聞1件、WEB1件(共に河北新報)、広報誌(広報まつしま)

上記以外に各イベントは個人のサイトやSNSでの投稿が確認された。

課題

インバウンド

今回の開催箇所は東北被災地復興も兼ねているが、そもそも福島をはじめ東北への外国人観光客は全国平均に比べ伸び悩んでいる。「イベントをすれば人が集まる、インバウンド対策になる」という考えで容易に集客ができれば苦労はない。地域に根ざしたイベントゆえに「もっと見てもらいたい」「外国人にこの地域を知ってもらいたい」という、「そこに住む人」が発信するものこそ、継続的に観光客が呼び込める真のインバウンド対策と言えるのではないかと。インバウンドすなわち外国からの観光客を東北に向けさせるためには内側からも底上げする必要があると思われる。

障害者対応

来場いただいた障害者の方の対応には不慣れな点が目立ち、屋外開催のイベントでそれが特に顕著であった。神社仏閣の敷地内は玉砂利であることが多く、車椅子での移動はしづらかったようである。対策としてはフラットなシートを敷く、人員を増やして会場まで運ぶなど、今回得た教訓で今後はかなり詰めた事前打合せをしていくことが可能と考えられる。同時に、車椅子以外の障害者(視覚・聴覚等)についてだが、曲芸・和妻は視覚で楽しむ、

オペラは聴覚のみであっても理解できる点では、当協会ならではのジャンルの多面性を打ち出したが、実際にすべての方に満足がいくものではなかった。障害者対応を網羅するには、むしろそこに特化した内容も考慮せねばならないと思われる。

アンケートより

どの会場でも多く聞かれたのは「もっと早く情報を知りたかった」「宣伝、広報をたくさんするべき」という声である。イベント成功に向けて尽力したが、プロジェクト採択から実施までの期間が短いこと、契約書を交わすまで経費として認められない(契約締結後もさかのぼっての契約日設定ができない)等、詳細を詰める日程が切迫し広報活動が後手となったことも事実である。

将来計画

機運醸成維持のため、また地域に根ざしたイベントとして地域主体で運営していくためにも、今後いかに継続実施していくかを主眼に置く。

○2020年までの事業計画目標

「全国9カ所での継続実施により、全国的なオリパラ大会への機運醸成に繋げる」

- ・2016年度:芸協主導によるプログラム構成(※開催目標=3自治体)
- ・2017年度:前年度参加の自治体では地元伝統芸能団体の参加および定着化。
また新たな参加自治体も募集(※開催目標=6自治体)
- ・2018年度:前年度参加の自治体では地元伝統芸能団体の参加および定着化。
また新たな参加自治体も募集(※開催目標=9自治体)
- ・2019年~2020年度:オリパラ大会の機運醸成に向けた全国イベントとして確立実施

○事業初年度より開催地をネットワークさせたPR

※東京文化会館をはじめとした関係団体によるリーフレット配布および、参加自治体での共同Web告知を展開

○2020年以降の事業計画

もとよりこの企画は芸協による「文化振興⇔観光振興」の延長線上にあるため、オリパラ大会を契機に、地元伝統芸能団体のレガシー(遺産)継承に対する有効策として2020年以降も継続実施を意図している。

以上

あたらしい工芸 —KOGEI Future Forward—

株式会社三越伊勢丹ホールディングス

実施団体	株式会社三越伊勢丹ホールディングス
実施時期	2017年2月
場 所	東京都
概 要	日本文化を代表する美術工芸の中でも、注目を集める現代アート系工芸を内外に紹介することで、その芸術性の高さや確かな技術力を象徴的に発信し「工芸」が、世界語「kogeï」として認識されることを目指す。展示会や、子供・障害者が作る楽しみを実感する、アーティストによるワークショップも実施。
効果検証方法	<ul style="list-style-type: none">・工芸はファインアートであるという理解を促進する効果・若手作家の認知度拡大効果・展示期間内の来場客数やメディア掲載数によって関心度の高さを測定・来場者アンケートを定量化し、イベントの動員力・顧客の関心度、理解度を測定・定性アンケートによる顧客の心境の変化や工芸＝ファインアートという理解度を把握

試行プロジェクトの概要

企画の目的

本来、「工芸」は、明治黎明期、CRAFT という言葉に対応するために作られた言葉である。その後、「工芸」は明治、大正、昭和、平成を通じてさまざまな変化を含みながらその芸術性を昇華させ、日本国内では、ファインアートとして高い評価を得た。しかしながら、海外では本来的に CRAFT と翻訳され、一般にはファインアートとして認識されないのが実情である。

日本の「工芸」は、自然素材を用い、高度な技術を持つ人の手による制作から生まれるアートであり、風土ゆえの素材と、伝統的な技法で地域性や、俯瞰して日本の地理的、文化的な要素を表現することに適している。しかし、ややもすると自由な表現や個人の世界観と言った「現代性」に乏しくなる傾向があり、国内外(特に国外)において工芸の本質の周知と需要の創出が課題になっている。今回の取組みでは、工芸をより自由な形でとらえ、現代アートの文脈としての紹介できる作家をクローズアップすることで、KOGEI を日本独自のファインアートとして世界語化するため国内外にアピールすることを目指した。

展覧会の監修は、金沢 21 世紀美術館館長、東京藝術大学教授として新しい日本のアートを紹介し続ける秋元雄史氏、また、インフルエンサーとして'90年代に「シノラー」ブームの火付け役として若者のカルチャーを牽引し、現在も多彩な表現活動をしている篠原ともえさんを招き、「あたらしい工芸 KOGEI Future Forward」を広く国内外に発信した。

取組みの内容

本試行プロジェクトは2017年2月に三越日本橋本店本館 1階中央ホール(展開面積:約 80 m²)で実施した。秋元雄史氏の推薦による15氏の35作品を展示し、展示期間中に手話通訳つきでギャラリートークを行うほか、展示エリアにバリアフリー対応施策を盛り込むなど、試行プロジェクトとしての新たな施策を多く取り入れた。



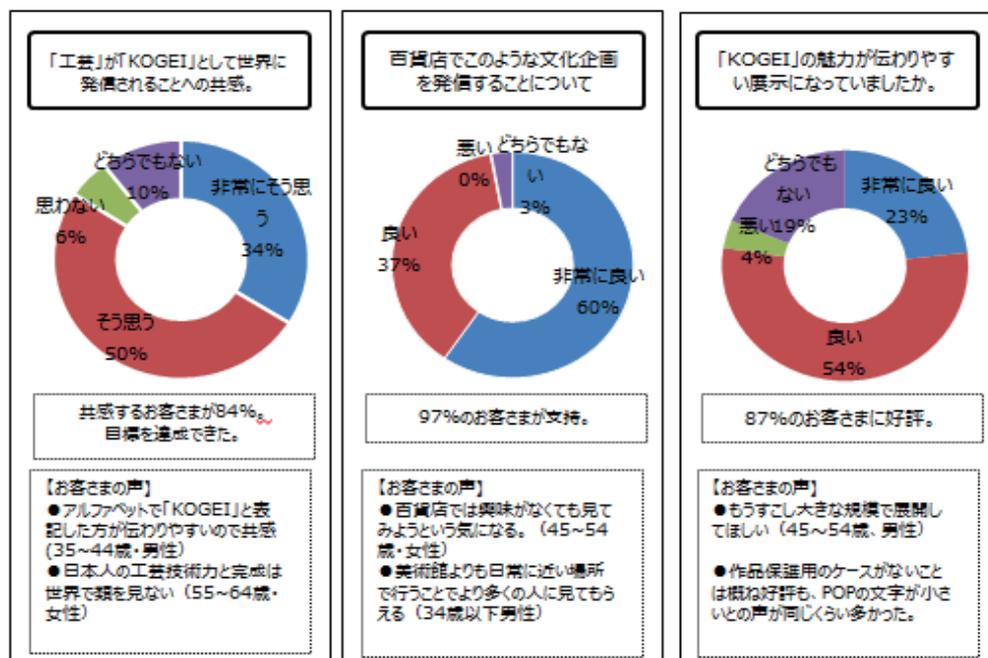
見附正康 無題 / 青木克世 予知夢

オープニングイベント

展示の初日2月15日(水)の開店前にマスコミ内覧イベントを開催した。展覧会を監修する東京藝術大学教授の秋元雄史氏と、'90年代に「シノラー」ブームの火付け役として若者のカルチャーを牽引し、現在も多彩な表現活動をしている篠原ともえさんに、展覧会の見どころについて語っていただいた。また、今回初めての取り組みとして、手話でマスコミ内覧会のご挨拶と見どころを紹介した。オープニングイベントにはテレビ3社4媒体、新聞・通信社3媒体、専門誌・Webメディア11媒体が来場した。

来場者数、アンケート調査

6日間の期間中、2,305人が来場し、うち763人からアンケートの協力を得た。アンケート回収率は33.1%となり、来場者の文化への関心の高さがうかがえた。他方、広く一般の関心が集まったとはいえ、より大きな取組として一般の方の興味を喚起する必要がある。



■効果 「工芸」が「KOGEI」として世界に発信されることに 84%が共感すると回答、多くの来場者の共感を得ることができた。

■課題 百貨店で文化企画を行うことについて、「非常によい」回答が 60%、「よい」が 37%となり、文化の発信地としての百貨店への期待が高い。さまざまなお客様の声に応えるために普段からユニバーサルな展開にする必要がある。

定性的なコメント



オランダからのお客さま
(以下和訳)
豪かな百貨店の美しい展覧会



作品自体の感性でなく、直接作品を見られた感想を会場内の係員に話すお客様も多く見受けられた。

■その他のコメント

- ①面白い！ なんか楽しい！ 斬新できれい。
- ②日本の美の発信楽しみです。
- ③面白い試みだと思います。“モノ”の力を再認識
- ④作家の年齢は分からないけど若い人の方がアートより自由
- ⑤現代の工芸 技術はすごい！
- ⑥未来が明るいと希望が持てました。
- ⑦田中信行先生の作品カプーア(現代美術家)みたい！
- ⑧シンプルな展示がステキ
- ⑨作品に触ってみたかったな～
- ⑩素敵な企画有り難う

合計 79 枚回収
内11枚が外国人



■効果 作家とのコミュニケーションを取りたいお客様に好評であった。

■課題 コミュニケーションがお客様から一方通行であった。次回は作家のコメントも会場に配置し、双方向性を加えたい。

イベント報告

タイトル 「開催にあたっての出品作家からのメッセージ」

秋元雄史氏と出品作家(土屋順紀氏、田中信行氏、中村信喬氏、中村卓夫氏)

■日 時 2月15日(水) 午前11時～11時30分

■参加者 約50名

■概要 出品作家より、自身の作品と展覧会の趣旨を説明した後、秋元氏が「工芸」を「KOGEI」として発信するために、工芸をファインアートとして制作し発表している作家 15 名を選抜したことを紹介した。作家と秋元氏が掛け合いをしながら、今までの仕事の紹介や今回の出品に向



けた思いなどを、順番にお聞きした。

■効 果 展覧会初日の開店直後のイベントで、開店前のプレビューに参加したプレスにも発信していただけた。また、来場者にも、監修者の意図と作家の制作の背景を、本人の声により伝えることができた。

■課 題 1) イベントには秋元氏・作家4名の計5名が参加した。全体で約30分の時間であったが、もう少し踏み込んで内容を聞くために、1時間の時間設定が必要であった。

2) 全作家が参加することで、より多様なアートに関する価値、知識を伝えることができる。



タイトル 「秋元雄史氏と桑田卓郎氏によるギャラリートーク」

■日 時 2月18日(土) 午後2時～午後3時

■参加者 約60名

■概 要 秋元氏への「あたらしい工芸とは？」との問いかけから始め、工芸が歴史と共にどう変化したし、作り手である桑田氏が、どう活動してきたかをお聞きした。また、工芸の海外での評価や、今後の可能性などにも言及いただいた。手話による同時通訳も行った。

■効 果 約1時間と長時間にもかかわらず、最初から最後まで二人のお話に聞き入る人が多かった。話題は多岐にわたり、作品を前にして二人の交流を軸に企画主旨をわかりやすく伝えることができた。

■課 題 今回はトークを聴くという形式であったが、お客様がより参加しやすい仕組みを作ることで、工芸を「KOGEI」として、より深く理解していただくことができる。今回は、一方通行であり、その場で来場者の率直な感想を直接得ることはできなかった。



タイトル 「出品作家によるクロストーク」

■日 時 2月19日(日) 午後1時～2時

■参加者 約60名

青木宏憧氏、木谷 洋氏、塚田美登里氏、見附正康氏

■概 要 司会より本企画の主旨を説明。作家には①自身の考える「あたらしい工芸」について、②自分以外で本日来場している作家の作品の感想、の2点を入れていただきながら、見附氏・青木氏・塚田氏・木谷氏の順に自身の仕事と作品についてお聞きした。各作家共に、特別「あたらしい工芸」を意識していることはなく、自信を見つめながら作風を考えた結果であるところが共通していた。お互いの作品については、「発想の原点が知りたい」「どうやって作っているのか知りたい」など素朴な疑問を交え、それぞれの作家が熱く自身の作品を語った。



■効 果 出品作家が自分の言葉で自身の仕事とその背景について、作品を前にして語ることで、来場者にダイレクトにその思いを伝えることができた。また、自分以外の作家についての感想を聞くことで、作家の立場から見た制作に対する考え方の意外な違いなども聞くことができた。

■課 題 1) 作品を前に進んだが、近くで作品が見られないお客さまもいらっしゃったので、映像など補足資料も必要であった。

2) 参加者が改めて SNS 等で情報発信するために写真を撮影する機会などを提供する必要があった。

KOGEI って COOL (三越社員による作品解説)

■日 時 2月16日(木)2月17日(金)2月20日(月)(3日間)各日午後1時～(約20分)

■参加者 各回10名程

■概 要 本企画を担当した三越伊勢丹社員が、出品作家の作品を順に解説した。直接質問を受けるなど、参加人数に応じて作家と作品の理解を深めていただくための解説を行った。

土屋順紀氏の作品は、この中央ホールを見た土屋氏が「天女像」の色を考えながら制作した(右写真)エピソードなどを交えて説明すると、会場を見渡しながら興味深く聞き入る来場者もあった。また、最後にはアンケートと感想をポストイットに書いて貼っていただいた。

■効 果 連日イベントを開催することで、会場が活性化して動きがみられる状態を作ることが出来た。また初日や土日に直接お聞きした作家の声を、その場にいなかったお客さまに担当社員がお伝えする場としても活用できた。

■課 題 1) 平日開催のため、参加者は各回10名程であった。事前告知、店内放送、会場内のご案内等に加え、作家が参加するなどの魅力向上策を再考したい。

2) 限られた人数の中で、よりお客様が参加しやすいイベントや障害者に向けた特別なイベントなどを検討していきたい。

多言語による紹介

日本の文化の魅力を国内外に発信する施策として、多言語による展示企画の紹介を行った。

三越インバウンドブログ内で4言語で紹介したほか、展示紹介に特化したWebサイトを立ち上げ、本企画趣旨と選定者による論考、作家の作品解説・略歴を英語で紹介した。



- 効果 1) 英語、韓国語、中国語(簡体、繁体)による展覧会案内を WEB ブログに掲載した。
- 2) 英語コンテンツは専用ホームページとも連携して広く深く展開した。

- 課題 1) 広報イベントで、韓国、中国のメディアの来場だけでなく、広く拡散することができなかった。事前の関係づくり、情報共有が必要。
- 2) 海外の方にはテーマとしてやや唐突感があり、継続的な発信が必要と考えられる。

Web による発信

国内 三越公式HP、メディアパートナー「美術手帖」を中心に情報を発信した。

1	三越ホームページ	日・英2ヶ国語表記	32,488	ページ・ビュー
2	三越公式 facebook	フォロワー19,210人	271	いいね 平均は、100程
3	三越公式 Ytube	オープニングイベント掲載	5,333	ビュー数
4	Bitecho	創造力を社会に生かすアートニュースサイト	870	シェア (Total)
5	美術手帖	イベント記事	9,554	いいね (Total)
6	秋元雄史氏facebook	展覧会案内	152	いいね
7	篠原ともえInstagram	オープニングイベント	1,905	いいね



三越 facebook



美術手帖



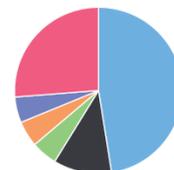
篠原ともえ Instagram

海外 広報 PR・WEBWIRE を通じて世界に情報を発信した。

本企画に際し、英語広報資料を海外発信した。PR 資料(作品画像等含む)の転載が「YAHOO FINANCE」「MARKETWATCH」「BUSINESS JOURNAL」等に掲載された(転載数 213、閲覧数 3,639)。

■ 効果 WEBの即時性を活かしオープニングイベントをアップデートしながら情報発信を行った。また、専門家である秋元雄史氏から芸能人である篠原ともえ氏まで、それぞれのお客様層へ幅広く情報発信することができた。海外の広報ネットワークを利用することで、WEB上に「KOGEI」の文字を残すことができた。今後「KOGEI」を世界語にするための下地ができた。

■ 課題 テレビ、ラジオなど、スピード感と拡散力あるメディアの協力を得て、そこから WEB を



通じて詳細な情報を得るというアプローチが実現できると、さらなる情報発信ができる。インフルエンサーに海外ネットワークがある人物を選抜することなども検討の必要がある。

Web (YouTube) による継続的発信

本企画の主目的である『あたらしい工芸を通じた「工芸=KOGEI」の発信』を継続的に行うために、本企画の専用ホームページを2020年までアーカイブとして維持する。出品作品をじっくり鑑賞する場を継続的に設けることで、2020年オリンピック・パラリンピックに向けて「工芸=KOGEI」の意義を正確にお伝えする基盤とする。

(左から)



①秋元雄史氏と桑田卓郎氏によるギャラリートーク(約12分)

https://youtu.be/F5_dRLJ6XZ4

②出品作品展示画像15名分(3分35秒)

<https://youtu.be/XpuxVwQR5hU>

聴覚障害者対応について

マスコミ向け事前告知とギャラリートーク(動画で配信)で手話同時通訳を実施した(ギャラリートークは手話通訳つき動画も配信した)。

■効果 (1)マスコミ向け事前告知

⇒ 結果:障害者向け情報通信社2社で採用された。

- ① バリアフリー&障がい者(障害者)スポーツ情報サイト「WAHHO!(ワッホー!)
- ② 東京新聞 Heart & DESIGN FOR ALL

(2)ギャラリートーク

⇒ 結果:聴覚障害者らしき来場者は確認できなかった。展示や会場の設備を体験するために三越伊勢丹社員(聴覚障害者)が参加した。

■課題 (1)①聴覚障害者に支持されているマスコミやコミュニティー団体への発信について、会社の規模や団体間の関係性が分からず、発信先の選定に苦慮した。

②聴覚障害者がどの様に情報収集をしているか、詳しく分かると発信しやすくなる。

※NHK「手話ニュース」にはトライしたが取り上げられなかった

(2)①聴覚障害者であることの判断として、「補聴器の装着」を目視確認したが、注意深く見ないと分からず、判断が難しかった。



②専門用語や特意な言葉の訳は、事前に通訳者と情報共有する必要がある。

③～⑤:聴覚障害を持つ当社社員の意見)

③会場構成上、通訳者と観覧者の距離があったため、手の動きが見えづらく、前方に見に行こうとすると公式のカメラ撮影等で移動しづらかった。

④告知する際は、手話通訳が写り込んだ動画を挿入したり、「手話通訳者を設置し、お話を分かりやすく解説します」等のコメントを入れたりすると発信力や魅力が増す。

⑤わずかに聞こえる難聴者に対しては、手話だけでなく、要約筆記通訳者を設置し、スクリーンに投影する方法が有効なので、今後検討の余地がある。

車イス利用者への対応について

■実施施策

通常の美術展会場は動きづらく、展示作品や文字が高い位置にあって見にくいという声を受けて、下記施策を実施した。

(1)会場内の通路幅確保 幅 120 cm

(2)展示台の高さを通常より低く設定 通常高さ 90 cm → 80 cm

(3)キャプションを展示台側面に設置

■会場での様子

(1)車イスで来場のお客様 1名(視覚障害もあり)

(2)社員が開店前・閉店後に乗車体験 3名



展示台の側面にキャプションを添付



展示台の高さを80cmに設定

■効果 来場者からは、通路スペースが広く、入りやすく動きやすかったという声があった。

■課題 床配線の凹凸など、車イスで通過するのには一部障害を感じる場所があった。また車イスを利用される方は来店されているものの、中央ホールに立ち寄り声掛けに至らず、多くのお客さまに体験していただくことができなかった。情報発信の方法(リアル、Web)など相手の立場に立った提供手段が必要と考えている。

■社員による車いす体験

今回は、車いすでの来客者が少なかったため、社員が車いすでの会場回遊を体験した(写真)。実際に体験することで、車いすに乗る方の立場になって考える機会を設けた。社員によると、具体的な感想としては、

①作品が身近で(立っているよりも)迫力を感じられる。

③ 明文も見やすい位置で見られた。

ただし、一般のお客様からは、キャプションが見にくいという声もあった。どのようにお互いの利便性を向上させるか今後の課題である。



効果と課題

■効果

現代アート、伝統工芸、民芸など多岐にわたる「工芸」という言葉の意味をもう一度考えていただける良い機会になった。今回は、工芸のイメージ再考の機会として「現代アート」を切り口に工芸=KOGEIとして世界に発信する機運を作る第一歩にすることができた。アンケートの結果やコメントにも見られるように、「KOGEI」をファインアートとして表現することは実現できた。また、広く多くの方に鑑賞いただくことを目的に、導線を広くとり、展示台を低くするなどユニバーサル環境を整えた。

2020年に向けて海外から多くのお客様を日本に迎え入れるなか、日本を代表する文化の一つである「工芸」をきちんと我々日本人が「整理して理解して説明できる」。そうした機運を今後も三越伊勢丹として醸成していきたい。また、今回の企画は専用ホームページをアーカイブ化し継続的に配信し、今後、当社グループで開催するイベント情報等をリンクさせながら、本活動を発展させていきたいと考えている。



クラシックな日本橋三越本店中央ホールにおいて、天女像の前に「あたらしい工芸」を通じて、国内外に、「工芸=KOGEI」を発信した

■課題

記入式ながら 700 件を超えるアンケートを回収することができ、来場者の関心は高かったことがうかがえる。今回の取組に好意的なコメントが多く寄せられる一方、なぜ「KOGEI」という声も多く、三越伊勢丹として今後も継続して「工芸=KOGEI」という取組を拡大させたい。今回のイベントを通じた課題は、いかにしてさまざまな立場のお客様に広く情報を正確にかつ魅力的にお伝えし、来店いただくかである。本企画の来場者は、①既に工芸や日本文化に関心の高い方、②三越伊勢丹の顧客が中心となり、③三越伊勢丹の顧客でなく、文化への関心が高くない方(たとえばスポーツファンの方)、④障害者の方へのアプローチは不十分だった。今後は、各領域での情報発信や、イベント等に「工芸=KOGEI」の情報発信を結びつけるなど新たな施策を考えたい。海外への発信においては、発信数だけでなく、各国での理解や反応を具体的に得るために、当社では、アジア各国のアートフェアに参加するなどして「工芸=KOGEI」を紹介することを考えている。

将来計画

■課題

- ①日本人自身でも、工芸という言葉への理解が不十分
- ②工芸=KOGEI というコンセプトが「シンプル」に伝えにくい
- ③ユニバーサル環境を追求し広く開かれた取組に昇華

■今後の施策

- ①多角的、継続的に取り組むことで機運を醸成
 - ・日本伝統工芸展 (Japan traditional KOGEI exhibition)
 - ・あたらしい工芸 (第2回)
 - ・海外アートフェアで KOGEI をファインアートとして紹介
- ②ユニバーサル環境を追求するために各種団体と情報交換



工芸の魅力を、作家1人1人、そして誰もが情報発信できる時代

スポーツ×カルチャー・アートを通じて、日本全体でオリンピック・パラリンピックを盛り上げる機運醸成が必要。そのために、百貨店という開かれた場所を通じて、みなさんに分かりやすい、そして、入りやすい取組に昇華させる

今後のスケジュール



