

平成 18 年1月 30 日文化振興会議（第4回大阪府文化振興会議）

議事要旨

日時 平成 18 年1月 30 日(金曜日)15 時 00 分から

場所 ホテル・ザ・ルーテル 3階多目的ホール

石森会長 本日は、答申案を御審議いただき、後日知事に対して答申を提出するという段取りで考えておりますので、よろしく。大阪府文化振興計画(答申案)について、事務局の方から御説明を。

事務局 (説明)

別紙については、橋爪委員の御意見をもとにした提案で、12 ページ、「創造性あふれる人づくり、まちづくりと多文化共生」というタイトルをわかりやすく、「文化のまちづくりと創造性あふれる人づくり」という形に修正してはどうかというもの。

27 ページ、「大阪の魅力について説明や紹介ができると思う人の割合を3人に2人へ」という部分を、もう少し簡潔に「府民の3人に2人が大阪の魅力を紹介できるように」としてはどうかというもの。

白石委員からは、答申のときに会長から知事へ実行への強力な取り組みをお願いするという事を申し添えておいてほしいという御意見を頂戴している。

石森会長 答申を知事に手渡す際に、実行への強力な取り組みをお願いしたいというご意見ですが、その点は必ず申し添えたいと思う。

12 ページの「創造性あふれる人づくり、まちづくりと多文化共生」については、13 ページで、「人々がお互いに個性や価値観を尊重しあう多文化共生社会」と明記されており、ご提言の「文化のまちづくりと創造性あふれる人づくり」の方がすっきりしていると思う。27 ページについて、これもよりわかりやすくなっていると思うので、異論がなければ、提案のようにさせていただきたいと思う。

— 異議なし —

石森会長 他に何かお気づきの点、修正した方がいいのではないかとと思われる点について、御意見をいただきたい。

松原委員 たっぷり議論してきたと思うので、個別のことはもういいのではないかなと思っているが、知事に答申を提出した後はどうなるのか。自分たちで議論してつくり上げていった子どものような答申が、どうなるのか。むしろそっちの方が大事ではないかと思うが。

田崎委員 次のステップは、どうなるのかと非常に興味がある。ビジネス的なところで言うと、大阪はコンテンツ、素材は非常に多い。それを生かして、単純にデジタルではなく文化を再構築して、産業振興につなげていくということがもうちょっと盛り込まれてもいいかなと思う。

以前にこの会議で、予算の表をみたが、いいか悪いかが判断ができない。文化に対してチェック機能を設置されるという意向があってもいいのではないかなと感じている。

小原委員 今回の文化振興の目玉というか、今までとどこが変わったのかという部分が、もう一つわかりにくい。これからの具体的な例として変更、変化はあるのだろうかと思うが、ここがこういうふうになったというのが見えづらい。

石森会長 この文化振興会議は、知事からの諮問を受けて文化振興計画を策定するという事で、ある程度、総花的にならざるを得ない。ただ、御指摘のように、文化振興基本条例ができ、

それに基づいてつくられた文化振興会議によって立てられた計画が、従前とどう変わっているのかということは大事。事務局ではプレス等にどう説明を。

事務局 複数の委員から、決して楽観できる文化状況ではないというお話があり、そこを正面から受けとめて、このままではいけないと書かれているところは、計画の切り口として、正直で、新鮮で、こういう分析をしていただけましたと説明できる。

随所に誇りという言葉が出てくるが、かつてあった輝きを取り戻そうということ。文化の創造という言葉も頻繁に出てくるが、新しい息吹、ほかの地域にはないコンテンツが花開こうとしているという部分も大阪にはあって、それを伸ばしていきましょうと受けとめている。

プレス等にご説明するときにも、まず「取り戻そうあの誇り」という部分と「伸ばしてこう息吹」の二つで構成されていると申し上げ、2点ともこれまでのプランとは色合いが違っており、それが今回、熱心に御議論いただいた成果と受けとめている。

この答申の後については、26 ページ(3)事業の評価・再編の、「全庁横断的な推進体制のもと、事業実績をとりまとめ、」以下の部分が考えていること。

産業振興の点については、23 ページ(2)文化創造の担い手を育む仕組みづくりで、「文化活動は都市の創造(クリエイティブ)産業とも言うべき役割を担い、」以下で、新たな産業との結びつきに取り組んでいきたいという思いが入っているが、もう少し明確に書いた方がという御指摘かと思うので、御意見を踏まえて議論をしたい。

石森会長 文化にかかわる産業振興は最初から議論していることだが、今後はもう少しずつ前に歩を進めていくということと思う。

我々の会議の役割は計画を立てるということなので、次年度は、当然前年度の実績の評価みたいなものも議論の対象になっていくかと思う。

葛西委員 危機的状況は、本当にそうだと思う。企業にとっても大阪ブランドは、どんどん悪いものになっている。本来は素晴らしい文化があり、文化人がいて、また、細かいところまで皆さんの御意見が入った素晴らしい答申案が出せるという大阪、これは元来大阪の持っている文化の強さだと思う。ただ、現状としては非常に危機的状況で、大阪ブランドは危ないということ。

ミラノのスカラ座に行ったが、一つの大きなハコがあるだけではなくて、そこに集う人々、演ずる人々にプライドがある。だから、大阪にも、歴史的伝統芸能みたいなものがキーワードの一つとして必要。それが能か、文楽か、歌舞伎か、演芸になるのかは議論すればよいが、本当に大阪らしい全世界に誇れるようなものを、まず1点だけはしっかりやろうということをした。

赤松委員 19 ページの、「(2)あらゆる人々が文化に親しみ参加する」について、具体的な文章を読むと、親しむということと単に親しむを超えた参加するという文章表現の違いがわかると思うが、それが18 ページの、「(3)文化に親しみ、参加する」になると、両者を独立並記する形になっている。(2)では、例えばスポーツでいうと、与えられたサービスをただ単に享受するというだけではなくて、自分たちがそういう楽しみの活動をつくり出していくという、意図、意味が参加に込められた記述になっていると思うが、そういう記述が(1)のところにはない。

事務局 親しみ、句読点を入れて参加するというのを(1)と(2)で特に意識して分けていませんので、統一できれば。

音田委員 3ページ、「文化活動を通じて、人々が」以下、これは確かにそのとおりだと思うが、文化に触れて文化に親しむ、文化を楽しむこと自体、すべての人の人権として保障されないといけないというのが文化条例つくったときからの基本的なスタンスだと思うので、性別も年齢も、ハンディのあるなしにもかかわらずという意味が含まれていて、書き込む必要があったのかなという気がした。

事務局 前回の会議のときに、ソーシャル・インクルージョンの考え方を盛り込むべきという御意見があったが、ソーシャル・インクルージョンという言葉そのものを出してしまうとわかりにくくなるので、その趣旨を日本語に言い換えている。

小原委員 行政は公平性を常に考えないといけないので、基本的に満遍なくというのは仕方がないと思うが、まちをブランドにするということは、差別化と付加価値が必要。例えば経済効果という付加価値があるなら、一つを引き上げることによってより多くの人に経済効果が広がっていくことを平等だと考えると、差別化もある程度許されるのでは。

これは大阪府が、これは市がやっているということは誰も知らないし、意味がない。府、市といったことに関係なく、日本、世界の中で大阪にしかないという文化的な核、目玉となるものをつくり上げていくことによって、多大なる経済効果が発生するのでは。

大阪の北ヤードのような場所にも、コンセプトではなく具体的な核が必要なので、文化施設の集積を提案している。例えば文楽、歌舞伎、能などの文化施設が集積することにより、そこを目指してアジアや府外の方がやってきて、経済効果が出てくる。京都、奈良を含めて、日本の文化、世界遺産が集積している地域は他にはないので、これをうまくつなげて経済効果を上げていくという考え方で、核をつくる動きを大阪市とも連携し進めていただければ。

石森会長 文化施設の集積といった点について21ページ、22ページにはこの大阪シアターパーク構想というのが具体的な形で盛り込むことができた。この大阪シアターパークといったような、盛り込まれ方についてご意見ありますか。

松原委員 このシアターパーク構想が関経連から出たのが3年ほど前で、大阪城周辺の劇場の集積を活用しない手はないということから、シアターパーク構想が生まれてきた。

それで、具体的に活性化するための仕掛けとして、大阪・アジアアートフェスティバルも生まれてきたし、オーサカキングや、大阪市がやっている夏のお祭りもどんどん集まってくるようになってきた。昨年からはPamo(舞台芸術・芸能見本市)もObplに来て、ますますいろんなものがこの場所に集中してきている。

しかし、いろんなものが沢山集まってきたとしても、最終的に大事なことは人だなと思っている。そこに集まってきた人と、エネルギーを今度はほかのエリアにも広げて、大阪全体、関西全体をつなげていくこと。そういうグランドデザインみたいなものが、次に大事になってくる。

答申には、そこまでの大きなところは出てきていないが、北ヤードの再開発のことなど、この5年の間に、状況が速いスピードでどんどん変化していこうとしている。この答申も、次には、新しい状況の変化にあわせて、今度はもっと大きなグランドプランというものをつくっていかなくちゃいけないんじゃないか。

石森会長 ある程度この文化振興計画というものは、文化の振興に関する施策を具体化していくための施策の方向ということでもあり、実際の施策、事業という形で挙げるといって、そういう具体性を視野に入れることが大事になっている。一方、文化振興会議で、将来もにらんだところの意見も検討するということが必要かと思う。

田崎委員 この答申案にPRという話が入っているが、やはり大阪としてのPRというのが非常に弱いと思う。答申案では演芸であるとか芸能に関する情報発信について、大阪府独自のPRという考え方というのではないのか。

事務局 ブランドコミッティは、非常に広範な方々のそれぞれの大阪にかかわる情報発信を大きくまとめて、統一放送局みたいにしていこうというねらいで一つの試みとして始まったところ。このようなブランドコミッティもそうだが、できるだけ既存のマスメディアのルートじゃないところから何とか発信できないかという試みをやってきたつもりだし、これからももっとしていく必要がある。

先ほど小原委員から指摘があった行政の平等志向は、情報発信の際、字数均等に書いたからといって平等なわけではなく差別化ということは避けて通れない、文化の営みそのものがベタ一面で同じ密度ということは絶対あり得ないわけで、付加価値をそこに見出すということは全くそのとおりだと思う。

そういう意味では、この答申案の 21 ページなどは重点エリアみたいな書き方でシアターパークエリアのようなところを一つの代表的地域としている。これを計画案としていければ、これまでなかなかこういうふうにならなくて濃淡を書き分けることが非常に不得手であった行政の計画において、少しは前進したかなというふうに思う。

少しその萌芽があるということは御理解いただいた上で、なおかつこれからの展開の中で、即物的にこの大阪城周辺がどうこうじゃなくて、ここを選んで記述したというところに向けた思いを、いかに生かしていけるかということが大事じゃないかと思う。

大阪府も大阪市もないというのは全くそのとおりであり府が発信する文化と市が語る文化が違うはずはないと思う。

葛西委員 答申案では、ファッションとかデザインとかいう言葉が全くない。例えば大阪にはスタイリッシュな関西空港があったり、一時は大阪の若いデザイナーが全世界飛び出たシーンもあったわけで、計画にファッション、デザインというものを応援してあげようと、大阪からつくろうということを少し書き込んでほしい。

石森会長 今年から新しい形になった大阪コレクションなんかもある。入れるとするなら 24 ページの(2)の文化創造等に資する産業との連携といったようなところになるだろうか。

音田委員 文化創造のところに、視野に入れるよう整理するのがよいと思う。

小原委員 5年という計画期間の中で、5年後というのはなかなか読めないもので、いろんな見直しが必要かなと考える。アジアの情勢として上海万博、北京のオリンピックが大きな転機になり、隣接している日本に来られる方も増えるので、その人たちをいかに関西に取り込んでいくか、ということがポイントになると思われる。

石森会長 御指摘のありました点については、15 ページから 16 ページで観光資源の整備・情報発信と文化交流の促進というところで、観光戦略プログラムの推進という点などが、その一環として具体的に進められていくべきものであろうかと思う。

葛西委員 この文化をいかに知らしめるかということでも愛称がものすごく大事。

事務局 答申後、計画案の形にしたものをもってパブリックコメント手続きをしていく。その際にこの計画案の中身について府民から意見を聴くこととあわせて、愛称を募集するのもよいのでは。

石森会長 そういう形で、できるだけ多くの方々にお考えいただく方がいい。