

平成 21 年度第 4 回札幌文化芸術円卓会議の発言要旨

平成 22 年 2 月 3 日 市民文化課

前回に引き続き、S W O T 分析法と呼ばれる手法を用いて、札幌の文化芸術面における強みと弱み及び札幌を取り巻く環境面における機会と脅威（ ）について分析を行い、その上で具体的な戦略などについての議論を行った。

（ 強み：目標達成に貢献する組織（個人）の特質。
弱み：目標達成の障害となる組織（個人）の特質。
機会：目標達成に貢献する外部の特質。
脅威：目標達成の障害となる外部の特質。 ）

主な意見は以下のとおり。

【強み（strength）】

- 過去の活動資料がある。（中島）
- 季節感に富んでいる。（中島）
- 観光客、ビジネスマンなどの来訪者が多い。（中島）
- 著名人が出ている。（中島）
- 世界的なイベントが定着している。（中島）
- 創造意欲が高い。（中島）
- ミュージアムに特化したことかもしれないが、施設の数が多い。（佐々木）
- 道立近代美術館をはじめ、敷地が広く、自然との調和がある。（佐々木）
- デザインや美術部門で優れた才能のある人がいる。（大平）
- デザイナーの多くは東京や大阪に多いが、国際的な賞を取る割合は札幌出身の人が多いというデータがある。（大平）
- 作る側の立場から言えば、潜在的な優秀なクリエイターが多いというイメージがある。（早川）

- 札幌国際短編映画祭の影響もあり、短編映画に強いという印象がある。また、短編映画にある程度特化していることもあり、大学生などの若い作り手が多い。(早川)
- 冬が長いことや雪が多いことも強みではないか。(新堀)
- 演劇、舞台芸術においては人が動く。つまり、劇場に足を運ばないと享受できないということ。周辺で人が動くことにより産業として成立する可能性を秘めている。(斎藤)

【弱み(weakness)】

- 常設のホールがない。(中島)
- 学校での取り組みが弱い。(中島)
- 優秀な指導者が少ない、育たない。(中島)
- 東京からプロが仕事に来る。(中島)
- 独自企画が少ない。(佐々木)
- マーケティングや広報の専門家がミュージアム内にいない。(佐々木)
- 札幌に才能を活用する場がないため、出て行ってしまう。(大平)
- デザイン産業、創造産業は未成熟なため、中堅どころはどうしても東京へ流れて行ってしまう。(大平)
- 潜在的に良いものを持っている人たちがプロとして働くための受け皿やシステムがないため、他の都市へ流れて行くか、趣味にとどめてしまう。(早川)

【機会(opportunity)】

- 異ジャンルとのジョイントの可能性が高い。(中島)
- ネットワーク化しやすい。(中島)
- 札幌圏で200万人以上の人口を抱えていること。(佐々木)
- 文化事業に対する根深い反対運動がない。(佐々木)

- 札幌が創造都市宣言をしていること。(大平)
- ニューヨーク、パリなどの大都市の時代から中都市規模の時代になっている。(大平)
- 文化活動に関する税制上の優遇システムが少しずつ増えてきている。(大平)
- 見る側の立場から言えば、札幌は一通りのものが見られる環境にある。(早川)

【脅威(threat)】

- ミュージアムを鑑賞や勉強の場として考えていて、市民の間に、ミュージアム(アート)リテラシーが定着していない。(佐々木)
- 市民の芸術に対するリテラシーが足りないこともあり、作り手と受け手が噛み合っていない。(中津)
- 現代アートやモダンダンスについては見方がわからずに、1度見ただけで終わりという人が多い。見方を教えるワークショップが必要。(新堀)
- 演劇や芸術は他分野との結びつき(コラボレーション)がない。(斎藤)
- そもそも業界が産業として成立していないのではないか。一般の人は、好きな映画監督など聞かれるとすぐに答えられるが、演劇関係で知っている著名人はほとんどいない。(斎藤)
- 芸術が産業として成り立つかという議論が出てきたのは最近のこと。明治以来150年間、芸術が産業として成立しないことが当たり前とされてきた。日本で5番目の都市なのだから、芸術が産業として成り立たつような文化芸術戦略が必要。(蔵)
- 情報の出し方について、インターネットでは多少知っている人じゃないと検索できない。劇場に行くと折り込みがたくさん置いてあり、次の公演の情報が得られる。しかし、映画やコンサートの情報は得られない。逆に、映画館では映画の情報しか得られない。映画館で演劇の情報が得られるようにするなど、もっと効率的に情報が得られる仕組みが必要。(阿部)

【具体的な戦略】

- 各ジャンルに潜在的に才能のある人材がいることと、手頃な規模の人口がいることから、さっぼろアートステージのような異ジャンルがミックスしたようなイベントを行い、PRしていくべきである。(早川)
- 雪まつりなどのイベント時には、普段、アートに興味のない人も来るので、観光イベントとの連動が重要である。(斎藤)
- 潜在的な担い手がいるので、有効活用していくためのシステムの充実が必要。(早川)
- ビジネス的な話をすると、年配の人に如何にお金を使ってもらおうかということが重要。文化芸術活動についてのアンケートを見ると、写真鑑賞をした人で60代以上の占める割合が高い。最近デジタル一眼レフにも動画を撮る機能が付いている。みんな、写真がメインだから、動画モードを使用していないが、若い人たちが、ショートムービーが撮れることを教えてあげられたら、つながっていく可能性を秘めているのではないか。(早川)
- 成長戦略を考えるうえでは、うまくいってないから資金面で公的支援を行うということではなく、韓国が力を入れているように、これをやるとこんなに良いことがあるというような方向で考えるべきではないか。(斎藤)
- 農業、商工業、水産業と同じように文化も産業として成立する方法を探るべきである。すべての分野において、公的資金が投入されることにより成立しているのが実態なのだから、文化についても同様の支援を受けることが可能はずである。文化は、なくても食べていくのに困らないというのが考え方の基本にあったが、その考え方を転換する時期である。文化戦略を考える必要がある。(蔵)
- 戦略を考えるうえでは、色々なバリエーションが出てくる。強いところを伸ばすとか、弱いところは放っておくとかの見極めがいずれ必要になる。(中津)
- 文化を産業として成立させていくためにどうすべきかということに焦点を絞って議論してはどうか。(大平)
- 産業として成立するとはどのようなものをイメージしているのか。(早川)
- 札幌交響楽団は成功例として良いと思う。オーケストラだけでなく、ソリストや室内楽、オペラ、バレエなどでもアーティストの生活が成り立つ環境を成立させるためにはどうすべきかということ。同時に、市民にとっても札幌の魅力となり、経済活動に寄与できる環境づくりが必要である。(蔵)