

—文化は資本だ—創造経済と社会創造

- 開催日 2015年3月8日(日)
- 会場 大阪ビジネスパーク 松下IMPホール
(大阪府大阪市中央区城見 1-3-7)

(18:00~19:20)

パネルディスカッション

【出演者】

蔡國強(アーティスト)

芝川能一(千島土地株式会社 代表取締役社長)

ジェイソン・ポッツ(ロイヤルメルボルン工科大学 教授)

ロール・シヨデ(アドミカル・インスティテュート 代表、アドミカル法務・国際関係部門マネージャー)

尾崎元規(公益社団法人企業メセナ協議会 理事長、花王株式会社 顧問)

モデレーター:吉本光宏(株式会社ニッセイ基礎研究所 研究理事、

公益社団法人企業メセナ協議会 理事)

【吉本】このパネルディスカッションは大阪会議の最後のセッションですが、結論を出すような場ではないと思いますので、今回のテーマである「—文化は資本だ—創造経済と社会創造」について、立場の異なる方々の間で包括的な議論ができればと考えています。この国際会議は昨年10月にも東京で行われていて、そのまとめの意味もあるかと思っています。

また、この会議は企業メセナ協議会の25周年事業として行われています。そこでまず、我々のいまの立ち位置を確認するために、この25年を簡単に振り返ってみたいと思います。協議会ができたのは1990年です。当時、芸術や文化を企業が支えようということで、企業メセナ協議会が設立されました。同時に、国の芸術文化振興基金もできました。ですから1990年は、日本の芸術支援にとって非常にエポックメイキングな年でした。

その直後、バブル経済が崩壊して、日本経済は低迷しますが、実はその間に日本の、特に国の文化・芸術に対する補助金額はかなり増えています。新聞報道等では、バブル経済が崩壊してメセナは終わったと言われることもありましたが、90年代には企業の文化財団も10件以上できていて、その間に企業メセナは随分成熟してきました。

一方で、1995年にはチャールズ・ランドリーらが『創造都市』という小冊子を発行しました。97年にイギリスでブレア政権が誕生し、翌98年に「創造産業」というコンセプトが発表されました。そして、2002年に『クリエイティブクラス』というリチャード・フロリダの書籍が世界的にブームとなり、2008年には国連の貿易開発会議が「創造経済レポート」というものを発表しています。都市政策や産業に創造性を求める動きは今も続いています。

90年代の頃は、芸術や文化は大変意義のあることだから、それを企業が支えよう、社会が支えよう、国や政府が支えようという考えで始まったかと思いますが、そうした考え方は、この25年の間に大きな転換が図られてきました。以前は「日本は経済的に成長したから、次は文化だ」という言い方

でしたが、いまはそうではなく、芸術や文化が経済に活力を与える。あるいは、芸術や文化が教育や福祉、まちづくりを支えるというように、支援をされる側だった芸術や文化が社会を大きく動かすというように、ベクトルが逆になってきていると言えます。ある意味でパラダイムシフトと呼べるのではないかと思います。今回、我々は、東京と大阪で、そのことについて議論をしてきたわけです。

まずは大阪会議に 2 日間ご参加いただいたジェイソン・ポッツさんから、今回の会議の印象を語っていただいて、議論に入りたいと思います。

【ポッツ】ポイントを 2 つ挙げたいと思います。まずは、とても印象的な素晴らしい会議だったということです。芸術や文化が経済を推進し、政府もそれを支えていく。ここで、やはり企業がスポンサーシップを取るという役割を担っていかなければなりません。それを KMK(企業メセナ協議会)は誠実に、熱意と意欲をもって推進している。その存在だけではなく、背後に強いエネルギーがあるということが、とても素敵だと思いました。

もう 1 つ、皆様の活動を見ていて感じたことは、いまだアイデンティティの模索中だということです。「いったい我々は何をやっているのだろうか」と。それに対する私の見解ですが、企業の社会的な貢献や、コミュニティへのさまざまなものを還元する試みだけがアイデンティティなのではなく、メセナというのは、本当はそれ以上のことだということです。イノベーション、リサーチ、開発などいろいろな可能性があり、もっと拡大していくことによって企業をより強くすることができるのだと思います。次は何をするのかということに対して、まだまだ検討できるように思います。

【吉本】続いて、芝川社長にもコメントを頂戴したいと思います。昨日はクリエイティブセンター大阪(CCO)でも議論がありましたが、2 日間ご参加いただいて、いかがでしょうか。

【芝川】昨日皆さんにお越しいただいた会場、名村造船所跡が 1988 年に返ってきたのですが、我々はもともと不動産の賃貸業ですから、造船業を続けるわけにもいかない。しばらく手に余っていたところを、2004 年の「NAMURA ART MEETING」から、芸術・文化の力によって新たに蘇り、私もこうしたことに積極的に関わるようになりました。

しかしながら、我々のような企業がどちらへ向かってよいのかわからず、試行錯誤しながら進めていたところ、2011 年にメセナ大賞をいただいて、いままで歩んできた方向が間違っていなかったことがあらためて確認できました。こういう会議に関われるのも、その延長なのではないかと思っています。

【吉本】先ほど企業メセナ協議会の設立から振り返りましたが、実は、協議会が設立された背景には、1988 年に京都で行われた「日仏文化サミット」の開催がありました。そこにアドミカルのジャック・リゴール会長が来られて、日本でも企業の連合組織のようなものをつくってはどうかとご提案をいただいたのが発端になっています。

アドミカルの歴史は 30 年と協議会よりも長いわけですが、その間、フランスの企業の文化支援の変化や、アドミカルの活動で何が変わってきたのかなどお話しいただけますか。

【シヨデ】もちろん、この間に革新や進化があり、フランスにおけるメセナ活動にもいろいろな変化がありました。アドミカルは79年に発足し、最初はビジネスセクターと市民社会をともに創造し、芸術と文化を支援しようとの取り組みから始まりました。そこから急速に拡大して、ソーシャルワーク、スポーツ、教育が含まれ、さまざまなフィールドに関わるようになりました。フランスのメセナの範囲が拡大し、進化していったということです。80年代はまだまだ小さい組織でしたが、現在は大企業だけでなく、中小企業もどんどん参加するようになっていきます。これは非常に興味深い現象であり、我々が目指してきた変化です。

フランスは福祉国家でもありますが、その中で民間企業が重要な役割を担うことはなかったもので、それが進んできたのは素晴らしいことだと思います。2つ重要なポイントがあります。まず、各アクターの担う役割です。フランスでは民間というときに、企業、財団、そして個人が含まれます。国だけではなく、アクターと呼ばれる人たちが社会的なプロジェクトに参加し、フィランソロピーや投資など、いろいろな活動に自分の時間やお金を費やしています。

現在、アドミカルでは「コレクティブ・インパクト」を推進しています。皆の努力を集めることで、より大きな力にしてプロジェクトを実現させようということです。こうした考え方は非常に大事だと思っています。自分一人では理想的な結果をもたらすことはできませんが、幅広いステークホルダーが手を携えて協力することによって、いろいろなことが実現できるからです。KMK(企業メセナ協議会)は我々と同じことをやっていると思いますので、その役割をととも興味深く見えています。

2つ目はプラットフォームづくりです。国際的なネットワークには力があります。日本からスタートしようというのは、素晴らしいイニシアチブだと思います。分離していた状態から、ネットワークをつくり、目に見えるかたちとなって周知されていくことが重要です。既存のネットワークも活性化され、また、それらのネットワークが統合されていくと、非常に面白いものができると思います。

ヨーロッパでもそういうものがあります。興味深い論文を読んだことがあります。フィランソロピーを特集している『アリアンス』という雑誌の3月号で、「アート&カルチャー」がサブタイトルでした。その中で、さまざまなイニシアチブに力を与えていこうという論文が掲載されていました。フィランソロピーがアート、カルチャーに対してどのようにサポートできるのか、面白いアイデアが書かれていたので、ぜひご一読いただければと思います。

【吉本】フランスでは文化を支える主体が小さな企業や個人に広がっているということですが、それは日本も同じです。企業メセナ協議会が設立された当初は大企業が中心でしたが、いまは中小企業も入っているし、地方の地場企業も参画しているということで、共通した流れがあるかと思っています。

尾崎理事長は、文化と企業の関係が大きく変わったときに就任され、昨年10月の国際会議から、昨日、今日と参加されて、いかがでしょうか。

【尾崎】先ほど、パラダイムシフトが起きていると言われましたが、まさに経済が文化を支援していたところから、いまは経済を文化で立て直そうということになってきています。その背景には、バブルが崩壊し、リーマン・ショックが起き、日本では十数年間もデフレーションが続いてきたという事実があって、ものによっては小売価格が三割ぐらいダウンしたということもあるわけです。

そこでも企業は、価格下落の中で利潤を上げるために一所懸命に効率化やコストダウンをやって

きた歴史があるわけですが、さすがにそろそろ限界にきている状況です。ここで、何とかこの現状を打開するためには、もっと付加価値の高い商品やサービスを提供して、利益率をアップしたいという思いを企業経営者は持っていると思います。

そうしたときにアベノミクスが打ち出され、金融や財政出動を行い、インフレーション 2%目標で成長戦略をやっているわけです。確かに、一見するとデフレーションは止まったように見えますが、実際は円安でどんどん輸入資材が高騰して、結果的に、もう下げるのも限界だということにきているだけで、いわゆる成長戦略がいまだに見えていないわけです。要するに、デフレーションを跳ね返す付加価値のある財やサービスを提供するだけの市場活性化策が、まだ見えていない。ある意味で、かたちになってきていないということだと思えます。これが、いま置かれている状況だと考えています。

まさにそこで、芸術・文化の振興が経済にどうポジティブに作用するのか。その意味で今回、「創造経済」「文化は資本だ」というテーマが語られることが重要だし、各国からゲストを迎えて、グローバルな視点で多様な議論を展開できることは、非常に意味があると受け止めています。

【吉本】実は、経済と文化の関係にパラダイムシフトが起こっているのと同じように、芸術の表現も大きく変わってきたという気がしています。先ほどの蔡さんの基調講演でも、環境や平和、子どもたちの将来などをテーマとした作品をご紹介いただきました。蔡さんは、世界でいま最も活躍している現代美術家ですが、アーティストの立場から、25年間の変化をどのように捉えておられますか。

【蔡】すごく難しいテーマです。それぞれのアーティストによって違うと思いますが、私から見ると、現代美術はますますシステム化していると思います。2日前にワールドジャーナリストから「ニューヨークの MoMA は閉鎖的になっているのではないかと」質問がきました。MoMA は素晴らしいコレクションを持っていますが、私は、いまの時代は現実には起こっていることを対象として、何かとにもアクションをしなければならないと考えています。ですから MoMA にも、まちの人々と対話をしてはどうかと提案しました。

現代美術には多額のお金がかかります。いままでのアーティストは、自分のスタジオで作品をつくりギャラリーで展覧会を開いて、作品が売れば活動できていました。でも、いまのアーティストの多くは、大規模なインスタレーションとパフォーマンスとイベントを好んで行っています。個人の展覧会にしても、大きい場合は2億も3億もかかり、いろいろな国や財団が支援してくれます。国からのお金はすべて国民の税金であり、企業からの支援も実は減税の対象で、これも国民と関係があるものです。

私は、自分のアートがどこまで市民とつながれるか、そして共鳴できるかを追求しています。ですから、カタールやアルゼンチン、ウクライナ、どこに行っても、その市民たちとコラボレーションしますし、公開制作も行います。市民たちが参加でき、いつでも私の作品を見られるように、もっと広がっていくことをやりたいと考えています。

アラビア、東ヨーロッパ、南アメリカで開かれた展覧会に招待されたのですが、地元のアーティストより、私の作品のほうにお金を使っていました。カタールでは私の個展を開いてくれました。なぜ、皆さんは私を招待し、自国のアーティスト以上に私の展覧会のためにお金を使うのかと考えると、結

局、東洋や西洋という国境を越えたものを私の作品の中に見出し、共鳴できたからだと思います。同時に、私が持っているもの、自分の歴史や文化とつながりつつ、国際的な表現もできるということも理由だと思います。

それぞれの国の文化機関や企業や美術館の人たちは、自国の若いアーティストに、私の作品を見せるといいでしょう。自国の文化を大切にしながら、世界的な調和をとるということについて、私は、よい例にならなければいけないと心がけています。例えば、ウクライナのアーティストは、私と同じ社会主義教育を受けていて、素晴らしい技術があり、描き方も上手です。しかし、ウクライナのアートは現代美術に遠い。もし私がウクライナで、石炭工場の労働者たちとさまざまなコラボレーションや火薬のアートプロジェクトの仕事をしたら、ウクライナの若いアーティストにとっても、よい刺激になると思います。つまり、過去から伝わった素晴らしい技術は捨てずに、別のビジョンで新しい可能性が広がるのではないかとことです。

【吉本】蔡さんは世界のあらゆる国で展覧会をし、地元の方々と触れ合っているわけですが、創造経済を振興するためには、アーティストと企業がどのように協働していくかということも非常に大きなテーマだと思います。そういう意味で芝川さんは、アーティストの作品に敬意を表しながら、いろいろなことをやられていると思います。昨日、「クリエイティブセンター大阪を始めてから不動産の見方が変わった」ということを仰っていたのが印象に残っているのですが、それについて、お話しいただけますか。

【芝川】昨日、現場ツアーに参加いただいた方にはご理解いただけるかと思いますが、クリエイティブセンター大阪はもともと造船所跡地です。造船所としては価値がなくなった暗闇の時代から、芸術・文化によって新たな光を浴びたわけで、その経験を踏まえて、周辺の土地が我々の手に戻ってくるときに、建物もそのまま無償で引き取って、それを利用していこうという試みをしています。

例えば、「MEGA ART STORAGE KITAKAGAYA」も、アーティストの大きな作品をつくりたいという願望から始まりました。大きな作品をつくって保管していると、次の作品がつくれないうようなニーズがあって、それらの作品を我々のほうで引き取って展示する。もとは鉄鋼倉庫だったところに作品を置いて、手前にホワイトキューブがありますが、まさしくバックヤードが展示場になっています。いままでと逆のコンセプトで取り組んでいるということで、鉄鋼倉庫が新たな力を帯びた。従来の不動産の発想ではまったくできないことです。

今回は大きな作品と、それを展示してある建物を見学いただきましたが、例えば 10 坪程度で、いままでは誰も住まないような建物も、アーティストが自由に改造すれば非常に魅力的に映ります。眼鏡屋さんが顕著な例で、彼がセルフビルドで建物を改造した結果、脚光を浴びるようになった、というような事例がたくさん見られます。

【吉本】古くなった建物や使われなくなった土地にクリエイターやアーティストが入り、付加価値を与えて地域が活性化している例だと思いますが、次のビジョンとして、何かゴールのようなものは見えておられるのでしょうか。

【芝川】我々の商品は土地なのでブランド化はしにくいのですが、しかしながら、北加賀屋イコールアートのまちというイメージが徐々に定着しているということでは、まちのブランド化ができています。昨日も都市間競争というような話がありましたが、大阪の市内であっても、地域間競争があります。少子高齢化が進み、あと40年ぐらいの間にどんどん過疎化していきます。これを一企業の力でストップするためには、何らかのツールが必要だということになり、たまたま「NAMURA ART MEETING」で非常に評判を得たので、その延長として、芸術と文化の力でまちを活かすことを継続していこうと考えています。

【吉本】これからずっと活動されることで、どういうまちになるのかが、すごく楽しみです。

ここでポッツさんに伺います。昨日のレクチャーでは、創造経済を欧州型モデル、米国型モデル、日本型モデルということで示してくださいました。また、創造経済が企業をより強くする可能性があるということを仰いましたが、その辺りも含め、創造経済のこれからの大きな方向性について、示唆をいただけますか。

【ポッツ】創造経済が何を意味するのかというと、まず、これは完全なパラダイムシフトになるということです。経済政策と芸術・文化との関係を完全に変えていきます。このような変化がどのようにして起きているのかを理解することがとても重要です。

第一に、芸術・文化には経済的な価値があるということが見出されました。これが最初の発見です。つまり経済の一部であって、経済の力を吸い取るものではない、だから促進すべきだということが第一歩でした。そして芸術・文化を振興すべきだというと、文化への支出自体に価値があり、経済のためになると思われがちですが、創造経済というのは実は次の一歩、つまり、クリエイティブな活動が、ほかの経済分野に対して影響を与えていくということを指しています。ここで、起業家精神が鍵になります。クリエイティブが価値を加え、それが経済の他の分野に対しても変化を起こしていく。このことを指して創造経済と言っているわけです。

ですから第一の側面として、芸術・文化活動や、その実践、能力などを経済の他の分野の一部として溶け込ませていき、埋め込んでいくことです。第二の側面は、芸術・文化の民主化です。これは蔡さんも仰いましたが、社会の他の分野の人たち皆が関わる、巻き込まれていく、民主化していく、それを埋め込んでいく。それもまた、いま我々が目の当たりにしていることの一部です。社会の一部のエリート層だけが台座の上にお高く止まって、その周りでありがたいと言っているのはだめなのです。クリエイティブであることが、ごく当たり前のことになっていくと、教育制度や社会の他の分野にも入り込んでいくことになります。創造経済は、まさにこの方向に向かっていきます。

これは、科学やR&Dに近いところがあるのではないのでしょうか。ものごとをよくしていくための可能性が我々の前にたくさんありますが、そういうものを見つけていく、これがシフトです。特別で大切な宝物を守るのであればパトロネージュが必要です。そして宝物を享受できて、この恩恵をありがたいところからパートナーシップへと切り替わっていく。我々がどう生きて、暮らしていくのか、活動していくのか、それを変化させていくことが重要なのです。

【吉本】ショデさんにも伺いたいと思います。いま、芸術・文化の社会の中でのありよう、経済に対す

る立ち位置のようなものが変わってきており、創造経済とはそういうことだという話がポッツさんからありました。フランスでも同じように、企業と芸術の関係、あるいはクリエイティブな活動と経済活動の関係は大きく変わってきているのでしょうか。

【シヨデ】「危機」というキーワードが転換点になったと思います。多くの国にとっても同様でしょう。フランスにおいて、我々は芸術・文化を支えていく伝統を受け継いでいます。しかし、経済危機、金融危機に伴い、何が大切かというプライオリティが変わってきました。企業も財団も、社会に対して意義あるインパクトを与えたいと望み、役立っているという感覚を求めるようになってきました。だからこそ、少し活動をシフトさせて、より社会的な活動を支えていくほうへと切り替えていきました。

ポッツさんが仰るように、教育こそが鍵かもしれません。助成財団や NGO など皆が合意しているのは、教育は最優先分野の 1 つとして考えるべきだということです。企業のフィランソロピーに関する分析では社会貢献が真っ先に挙げられますが、300 人ぐらいの起業家の中でフィランソロピーをやっている人たちに聞いたところ、教育を第一に挙げるという結果が出てきました。ですから、教育はこれから重要な分野になるのではないかと思います。

フィランソロピー自体が変わっているいま、創造経済の考え方は、強い理論武装になるのではないかと思います。慈善や与えるといったことだけでなく、いろいろなプロジェクトに投資をするというチャレンジもあります。そして助成をする人たちは、お金を出すだけではもう嫌なのです。小切手をただ渡すということではなくて、そのプロジェクトの一員として参加したい、そういった傾向が企業や個別の財団の中でも強く出てきています。

昨日、アントレプレナーの話をしてきましたが、彼らはビジネス界の出身なので、いまずぐ影響を与えたいと考えています。お金を投資するならば本当に役立たせたい、投資をすること自体の価値を大切にしていきたい。そこにリソースと意味とを重ね合わせていきたいのです。

ヨーロッパとアメリカでは「ベンチャー・フィランソロピー」というトレンドが広がっています。日本はどうかわかりませんが、非常に重要だと思います。創造経済を培っていく中で、どのようなリソースを見出すのか。そこに、フィランソロピーが大きな役割を果たすのではないかと考えています。イノベーションに積極的に関わろうという気持ちを持っている人たちを、見出すことができるからです。

【ポッツ】それに賛同して、いま 2 つの流れがあると思います。まず「与える」から「投資」へのシフトがあります。一定の距離を置いたかたちではなく、スキルも能力も、評価基準なども投入するようになってきています。これは非常によいことで、まさに起きてほしいことです。では、次はどこへ向かうのか。フィランソロピーにおける投資型のアプローチを促し、その志向性を、ぜひ見守っていくべきだと思います。

もう 1 つ言い方を変えると、これは同時に企業の「CSR」から「R&D」的なアプローチへの切り替えではないのでしょうか。企業が実際に何をやっているのか、なぜやっているのかということについて、捉え方自体が変わってきているわけです。より積極的に関わるようになってきている。そして、自分自身が持っている能力や技能、スキルを、この分野に持ち込もうとしている。そういう方向へと重点が移ってきています。到底これは政府にできるものではないし、やろうとしたら破滅を招きます。ですから、我々や企業が持っている強みだと思います。

【吉本】日本の企業メセナも、芸術を支援する先にどのような社会的なインパクトをもたらすことができるのかということにシフトしてきています。教育の問題でもあれば、地域活性化の問題でもあります。恐らく各国でそういうことが大きな傾向になってきているのではないかと思います。そのときのキーワードが「支援」ではなく、社会に対する「投資」に変わってきています。ポッツさんは R&D と仰いましたが、企業は新しい製品開発のために R&D、あるいは研究に大変な投資をしています。それをすぐに回収するのは難しいけれど、いつかは回収され、大きなリターンを生む可能性もある。企業が文化に投資をするのも、それに近いものがあるのではないかと思います。尾崎理事長、いかがですか。

【尾崎】確かに製造業の R&D では、例えば洗剤、化粧品、シャンプーなど、その性能をよくするためのケミカルな技術のレベルを上げる研究開発投資をします。それから最近では、そうした商品を消費者から好意的に見てもらうために、よいイメージをその商品に与える、つまり情緒的な価値を強化することをやっています。そういうものに加えて、最近ではその商品が社会のために役立っているということ、例えば環境問題や高齢者の健康問題に役立つなど社会的な価値に対して研究開発投資をするということになってきています。

こういう流れの中でいまの話の聞いていると、芸術・文化が与える人間の感受性や感性のあり方を、もう少し科学的に分析して、ある理論をもとに体系化し、それを財や商品に盛り込んでいくというアプローチが加速すれば、いまお二人が言われたようなことが大きなトレンドになるだろうと思います。

それから、「与える」から「投資」に変わってきているというのも大事なところですね。『21 世紀の資本』でピケティが述べていますが、過去 300 年を分析したら、キャピタル投資の成長が労働投資よりもずっと上回っている、と。労働者がいくら働いても、資本家のキャピタル投資の成長には勝てないのだと、まさに働いている人が意欲を失うようなことを言っているわけです。経済学者であるピケティは、国際的に金持ちの資産課税を行うことでこの格差の問題は解決すると言っています。しかし先ほどの話にあったように、一般の人でも単に寄付するのではなく、こういう付加価値を生むようなことをやっている企業に投資をしようとなってくると、普通の人でも現状を打破できることになります。その手段として私は、芸術・文化が R&D 的に機能するのだろうと思っています。そういう世界をつくり出し、そこに皆がコミットしていく。そうすると、たくさんの方が経済に参画できる新しいステージになる、これが創造経済の方向性と合致すると思っています。

【吉本】これからは投資家にも理念が求められ、個人投資家であれ、機関投資家であれ、社会にコミットする活動をしている企業に投資することによって社会全体を強くしていく。そういう理解でよろしいですか。

【尾崎】そうですね。投資家も、短期的なリターンで ROE(株主資本利益率)をどんどん上げてくれというようなことから、その企業が CSR でどういうことをやっているか、サステナビリティに対してどういう考えを持っているか、そのような見方に変わってきています。そういう変化の中で、創造経済というも

のに対してどれくらいこの会社がコミットしているのか、それは単なる成長性というよりも、世界の中で存在感を増すために活動しているかという視点で投資家が会社を見ていくというスタンスがあるべきだと考えています。では、それを評価するメジャメントは何かということ、これから確立していく必要があります。理念で言っている、ある程度きちんとロジックと数値で表わさないと、企業が文化へ投資する根拠がないわけです。そこも大事なポイントだと思います。

【吉本】先ほどショデさんがおっしゃったベンチャー・フィランソロピーも、それに近い関係ではないかと思います。

芝川さんにもコメントいただきたいと思います。R&Dという言葉が出ていますが、不動産に対してアーティストやクリエイターの知恵を入れているというのは、まさしく R&D をやっているような印象がありますが、いかがでしょうか。

【芝川】R&D というのは、会計基準上は非常に経費性があると思いますが、不動産における新たな試みというのは、資産性のものはあっても、意外と経費性は認められていないというのが、我々の企業としての宿命です。ですから我々は、プラットフォームは提供するから、付加価値をつけていくのは、そこに入って来る人たちにお願いしたいというのが基本的なスタンスです。

【吉本】蔡さんの基調講演で、最後に仰っていたことが印象に残っています。芸術、あるいはアーティストというのは、社会に大きなインパクトを与えることができる。そのことによって人がたくさん来て経済的な効果が生まれることもあるが、実は、アーティストの力は非常に弱く、小さい存在であると。蔡さんは経済を活性化するためにアート活動をやっているわけではなくて、その辺りに、芸術の自立性というか、アーティストの自立性という非常に重要なポイントがあると思います。その辺りについて蔡さんコメントをいただけますか。

【蔡】これは本当に難しいことで、アーティスト個人も、そして各都市も注意深くやっていかなければいけません。いま経済的にある程度発展し、交通も便利になった都市では、巨大なビエンナーレやトリエンナーレ、国際展が行われていて、成功するとますます増えていきます。私は、多くのビエンナーレの第一回に参加しています。いまはあまり参加していませんが、ヴェニス・ビエンナーレは、6回ぐらい参加しましたし、新人賞や金獅子賞も取りました。いろいろやって観光客が集まり、まちは活性化するので、地元の発展にも若い人の教育にも、そして現代美術にとってもいいことばかりです。しかし、あまりにも統一性がありすぎるのが問題なのです。中国だけでも数十件のビエンナーレがあります。全世界であちこちビエンナーレをやると、結局、皆同じになってしまうのです。それぞれのまちが独自のビエンナーレを行うべきです。自分なりの文化の発想で、国際展をやるべきだと思います。

そして、ビエンナーレ向きのアーティストが育ちました。私もその一人です。巨大な目立つ作品をつくれるアーティストはビエンナーレに歓迎されるので、そのようなアーティストがたくさん出てきました。メッセージ性が強いアーティストなどもそうです。そのために、いまはこういうアーティストが評価されることが明確になって、美術館もここぞとばかりに規模を大きくしていきます。そうでなければ、

注目されているアーティストを招けないからです。どの美術館も拡大してしまうのは、すべて時代の流れです。昔のような絵描きの時代ではなくなっている。そうすると当然、アーティストもこうした社会の流れを汲んでいきます。しかし注意しないと、アート自身が病気になってしまうこともあります。

もともとアートは、そんなに使えないもののはずです。なぜならアートとは、アーティスト個人の価値観や創造力、気分で変わるものだからです。例えば、私はだんだん年を取って、自分の娘たちも大きくなり、最近の作品にはそうした寂しさを表現したものがあります。でも個人の感情だけでは、まちのイベントにはならないから、注意しないとダメな作品ばかりつくってしまう。

それから私は、多くの企業からスポンサーを受けていますが、時々、その代わりに広告を出してよいかと聞かれます。いつも私は断ります。私は日本でアーティストとしてのキャリアをスタートしたとき、資生堂ととてもいい関係になり、いままでに 35 回も支援をしてくれました。他の日本人アーティスト以上に、私は日本の会社からスポンサーを得ています。多いときは 200~300 万円、小さいときは 50 万円。それでも、とても大きな助けになっています。いつも、資生堂と蔡國強の作品がどうつながるのかを尋ねられます。以前、火薬を使う私の作品と資生堂の化粧品にどんな関係があるのか、という質問が寄せられたとき、彼らは「美と創造力は、私たちの共通の目的です。資生堂のメセナ担当が代わっても、ともに歩んだ歴史は変わらない。一人のアーティストと一つの企業が培った歴史は、日中関係の起伏を超え、新たな歴史をつくることができる」と説明しました。私は、それは面白いと思ったわけです。

最近、資生堂とはまったく違う立場で私を支援してくれた自動車メーカーがありました。去年の上海の展覧会では 1 億 5,000 万円のスポンサーをしてくれて、その後も私に、「次に、また何かありますか」と聞いてきます。自分たちの車はベンツや BMW のようなイメージではなくて、もっと新しく、もっと実践的、挑戦的であることをメッセージとしたかったのです。私のスポンサーをしてくれたことで彼ら自身の業績があがったのかはわかりませんが、私もまた続けてやりたいと思っています。

そしてやはり、社会に対する私の責任は重くなってきました。例えば環境に対してです。あるいは以前、私は中国の子どもの自閉症の専門家とともに、いろいろなプロジェクトをやりました。宣伝になりたくはありませんが、自閉症のことであれば私は出ていかななくてはならないと考えて、一緒にいろいろなことをやりました。

先ほどポッツさんが、結局アートはどのような価値があるかということを問われていましたが、それに関して、いま私が企画している中国での展覧会についてお話します。中国では現代美術がブームになっていますが、中国人の作品の価値や評価に関してはあまり関心がありません。中国のアーティストはいわば政治的で、中国の内容だけを表現すれば素晴らしいと皆に拍手されます。中国人は日本やアメリカのアーティストのように、独特の表現方法を見つけたのか、自分なりの価値観をメッセージにしているか、ということにはあまり注目してこなかったのです。そこで、私はこの展覧会を企画しました。自分なりの思想と文化の認識を持ち、新しい創造力で表現したこの展覧会は、中国のアーティストや映画、さらに中国の文化の問題にもつながるので、中国の企業にも影響があるのではないかと考えています。

【吉本】企業にもインパクトがあるとのことでしたが、最後に、将来のことを話したいと思います。午前中に文化振興プラットフォーム、ネットワーク形成の話があり、先ほどシヨデさんからもネットワークは

重要だとのこと指摘がありました。

まずポッツさんに伺いたいのは、創造経済は全世界的な潮流になっているかと思いますが、今回の国際会議のような国際的プラットフォームやネットワークをつくることで、そうした動きをさらに加速させることができるのではないかと思います。その辺りについて、お考えを聞かせてください。

【ポッツ】最も重要なネットワークで、今日の文化・芸術にグローバルな影響を及ぼしているものは何かというと、過去7年間に起こった基本的な革命です。カリフォルニアにある企業、インディーゴーゴーがクラウドファンディングのサービスを始めました。政府とは何ら関係なく、世界中から広く資金調達ができるサイトです。これで個々のアーティストがコミュニティを見つけ、ネットワーク化を図り、コミュニティから資金を得てプロジェクトを進めることが可能になりました。

この場合はインターネット上でのネットワークですが、さらに発展して、その背後ではいろいろなことが起こっています。社会的なインパクトもあるし、文化・芸術の社会的便益ということにも関連します。「ソーシャル・インパクト・ボンド」の手法で新しい金融メカニズムをつくり、見込みのある利益を社会にもたらしていくことも可能です。将来、新しい情報やコミュニケーション、金融テクニクを用いることも考えていく必要があるかもしれません。

【吉本】アドミカルとしては、これからどういう方向を目指しているのでしょうか。今回のテーマの創造経済に関連して、目指す社会像やビジョンがあれば、お聞かせください。

【ショデ】アドミカルが取り組んでいるのは、社会改革に対するインパクトです。新しい方法で資金調達をしたり、いま存在するものをいかに有効活用するかということですが、これはお金だけではなく、構造などもそうです。例えば、さまざまなキャパシティ・ビルディングのアイデアがあります。能力開発を行い、持続可能なビジネスモデルをどのように構築するか、その中で文化・芸術は、重要だと考えています。

ポッツさんが仰った通り、もはやデジタル革命ではなく、デジタル文明の時代に突入しています。さまざまな都市を結ぶこともできますし、デジタルソリューションやソーシャルネットワークといったものが生まれてきています。フランスでは、クリスマス少し前に「ソーシャルグッドウィーク」というイベントをやっています。いろいろな企業を招いて、デジタルソリューションがいかに企業のフィランソピーを形成することができるか、あるいは変えることができるかを考えるセッションを行っています。ボトムアップのプレッシャーがあるわけですが、ソーシャルネットワークを通じて社員を取り込むことが重要だと思います。フランスの企業は、ソーシャルネットワークを通じてプロジェクトに関わるすべての人に参加してもらったり、デジタルソリューションを用いることに懸命になっています。さまざまなアイデアがデジタルの領域から出てきます。プラットフォームを構築し、プロジェクトを結びつけ、資金提供をする人々とも、デジタルネットワークを使ってつながっています。

【吉本】デジタル化やITと今後の経済や文化との関係は、もう1つ別の会議を開かなければいけないくらい大きなテーマだと思います。

芝川さん、北加賀屋で取り組みは、建物や土地といった、デジタルとは違う特性があるわけです

が、今後はこのような方向に持っていきたいというお考えがあれば、お聞かせください。

【芝川】ネットワークということでは、2008年に吉本さんから、アムステルダム の NDSM という造船所跡の存在を教えていただいて、翌年すぐに訪問し、エヴァ・デ・クラークという方と交流を深めました。現在も CCO を運営しているリッジクリエイティブという会社を通じて情報交換をしています。また今年 は千島土地財団を通じて、新たなフランスとのパイプをつくることを試みています。

【吉本】蔡さんのプレゼンテーションの最後に、デジタルの世界に巨大なカメラが描かれているものがありました。次はこんなことをやってみたいというような、夢を語っていただけますか。

【蔡】夢は、すでに始まっています。私は 1995 年に日本を離れてアメリカに行きました。もう 20 年になります。そろそろ日本に戻って若かったときのことを考え、日本を離れたことで失ったものが何なのか、もう一度考えようと思いました。そこへ、新潟の十日町から招待が届きました。また、横浜美術館からも展覧会の話がありました。そして、いま京都で行われている「PARASOPHIA」にも参加しています。日本に戻ってきて、なぜ人間はアートをやるべきか、そして、以前のように少しのお金でもいろいろな夢をかたちにしたことを、もう一度求めたいと思いました。

もう 1 つは、人間と自然、人間と神、人間と社会との関係、もっと言うと、人間と宇宙の関係を原点に戻って考えたいと思います。私は東洋人でありながら、日本で多くの方々と仕事をしたことの価値観や魂をもう一回考えたい。そこから出発して、また世界に行けばよいのではないかと思います。それは私だけの問題ではなく、アジアの企業も、アジアの美術も、アジアのメセナも、いまを転換点として、なぜアートが必要か、人間とさまざまなものの関係について、もう一度原点に戻って出発すると、もっと美しく軽やかになって、楽しくできるのではないかと思います。

【吉本】いま蔡さんはアーティストの立場から仰いましたが、文化と経済の関係を考えたときに、人間と宇宙の関係など原点に戻ってはどうかとのご意見は、すごく印象に残りました。

最後に尾崎理事長から、将来のビジョンを見据えてコメントをいただきたいと思います。

【尾崎】今回の国際会議を通じて、現場を見たり、ディスカッションをしてきましたが、やはり企業は、文化を支援する意味がわからないなどといつまでも言っているのではなくて、文化に投資をする意味を自ら開発しなければならない。そのためには、先ほどの R&D のようにもっと基礎的な研究の中で心理学なども駆使し、感性研究のようなものを深め、それにいかに企業活動をリンクさせていくか、これをやれる企業が、いまの時代の要請を先行するのだらうと思います。

また、これはよく聞く話ですが、なかなか社内で芸術・文化への投資に対して理解が得られないという、メセナ担当者の悩みがあります。なぜかと言うと、投資したものをどのように評価するか、つまりリターンが明示化できていないことが問題なのです。昨日のセッションで河島先生が、文化は社会のベースになるもので、近いものに環境があるのではないかと論じておられました。環境も社会を支えるベースです。環境問題に対しては、花王もそうですが、企業は「環境経営」というものを前面に打ち出し、環境宣言をしています。LCA(ライフサイクルアセスメント)で原料の調達から破棄ま

でを全部 CO2低減すると、どれくらいのコストがかかり、どういうリターンが跳ね返ってくるかという「環境会計」のようなことを確立しています。そういうことから考えれば「文化経営」というのもあってよい。文化経営をやるには、いわゆる「文化会計」がなくてはなりません。どういうインプットとアウトプットで文化会計をメジャメントするかは今日も議論がありましたが、概念をもう少し柔軟に変えて、世界の状況を見ながら文化会計のメジャメントも確立していく。メジャメントと実際のコンテンツの開発の2つが、企業と文化を結ぶために非常に大事なことではないかと思っています。

【吉本】企業が文化を支援することの意味をどう説明するのかというのは、1990年の協議会設立当初からの課題です。そのことに関して、「文化会計」というようなもので企業自身が文化に投資する意図を開発しなければいけないという非常に力強い宣言を最後にいただいたような気がします。

とてもまとめはできませんが、今回のシンポジウムのテーマ「一文化は資本だ一創造経済と社会創造」について、最後に私なりの解釈を申し上げます。文化が資本と言ったときに、文化が直接経済にリンクする部分もありますが、さまざまなかたちで創造経済というものに大きな影響を与えている。そこに直接つながるものもあるだろうけれど、芸術に投資することが巡り巡って経済を活発化させるような、そういうリターンのあり方があると思います。そして、もう1つの社会創造という視点に関しては、教育、福祉、まちづくり、環境などの領域に、文化がいかに大きなインパクトを与えられるかということが注目されていて、そういう意味でも文化が社会の大きな資本になっていく。この会議のタイトルは、実は非常に意味深長なものが含まれていると感じたことを申し上げて、シンポジウムの締めにしたいと思います。

世界各国からおいでいただいたパネリストの皆さんに、大きな拍手をお願いします。どうもありがとうございました。

■閉会挨拶

【加藤】長時間ご参加いただきまして、本当にありがとうございました。この会議開催にあたって、企業メセナ協議会がこれまで考えてきたことを相当伝えることができたのではないかと思います。

我々がずっと考えてきたゴールは何かというと、市民一人ひとりが創造的になっていくことです。一昨日、「PARASOPHIA」で蔡さんが子ども向けのワークショップをやられていて、皆がとても喜んで参加していましたが、彼らが将来アーティストになるかということ、恐らく、一人もならない。そんなことは必要ない。普通のサラリーマンになるかもしれないし、何か別の専門的な仕事に就くかもしれないけれども、彼ら一人ひとりが創造的であるかどうかということは、人生を送るうえで大きな違いだろうと思います。

一人ひとりが創造的になるという目標を実現するために、我々は文化に集中的な社会的投資をしていくべきだと言ってきました。しかし、その理屈が我々にとって必ずしも明確でなかった。今回の会議で、創造経済という考え方を非常に明快に言っていただいて、大変励まされたと思います。

さらに、そうした投資を進めて実のあるものにしていくためには、いろいろなパートナーが必要で、企業だけでやれるわけでもないし、もちろん、国や自治体だけでやれるわけではない。そうしたパートナーと一緒にどうネットワークを組んでいくかということが、非常に重要なわけです。そのネットワ

ークの組み方も、地域間ネットワークに始まって、さらには国境を越えた世界ネットワークというものが重要だということが今回の会議で示されたと思います。

蔡さんから、アーティストというものの存在は非常に弱いのだと定義がありました。目的はそれぞれ全く違っている人たちの表現の多様性というものを保障し、配慮しながら、すべての人々が創造的であるという状態を、どうやったら保てるのか。これはまだまだ難しい課題が残ったと思いますが、それに向かって進んでいくことができるのではないかと。具体的なフェスティバルのようなプロジェクトを、これから企業メセナ協議会をつくっていくつもりだし、集中的投資を進めるために財団の設立やファンドづくりを皆様をお願いしていきたいと思っています。

今回の会議を準備するプロセスで、我々は世界の方々を招くので、なるべく規模の大きな会議をやったらよいのではないかと考えてきましたが、今回やってみて、その点だけは深く反省しました。大きな会議が必要なのではなく、小さな会議をむしろ積み重ねる中から具体的なプロジェクトを一つひとつ発見していく必要があるのではないかと。2020年までに我々は、企業をパートナーとして100のフェスティバルをやりたいと思っています。それによって、オリンピック文化プログラムを20万やると言っているうちの3分の1、つまり7万件を企業セクターで達成できるのではないかと。それを目指すためには、これからも地道に、こうしたネットワークの実を上げるための会議を継続していきたいと思っています。

いずれにせよ、この会議が成功できたのは、遠く海外からおいでいただいた出演者もちろんですし、多方面から大変なご支援をいただき、さらにはご来場の皆様にも議論に参加していただいて、実りのある会議ができました。本当にありがとうございました。