

—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)

(15:00~15:45)

特別講演 2「経済と文化、経営と文化」

大林剛郎(株式会社大林組 代表取締役会長)

大林組会長の大林でございます。今日は「経済と文化、経営と文化」がテーマということで、自分なりに普段考えていることをまとめてみるいい機会だと思っています。アーティストや文化庁の方々など、文化に造詣の深い皆さんの前で話すのは大変畏れ多いのですが、日頃あまり語られないテーマについて、皆さんと一緒にいろいろと考えてみたいと思います。

まず、文化とは何かということです。国立民族学博物館の梅棹忠夫先生に「文化って何ですか」と伺ったとき、少し考えられてから「それは言葉だよ、言語だ」と仰いました。日本語を話す人が日本固有の同じ文化を共有しているのだ、と。それでは、例えば「食」は文化であるか。2013年11月に和食がユネスコの無形文化遺産に登録されましたが、当初は文化庁が理解するところの、日本が残すべき文化のジャンルに「食」は入っていませんでした。農水省や外務省が乗り出して、最終的には文化庁のサポートがあって無形文化遺産に登録されたという経緯があるわけです。「食」が文化であるかどうかは、見方によって異なります。最も極端な例としては、「神道」は宗教と言うよりも、信仰を基盤とする日本の地域に根差した文化だと、私は思っています。

ことほど左様に文化というのはさまざまな解釈がありますが、一般的には芸術的なものを連想されると思います。今日はとりあえず芸術的な文化という解釈でお話しますが、それでは、文化を育んできたものはいったい何か、誰かと問われると、政府でも企業でもなく、やはり人だと思います。アーティストがつくった作品を残す人がいなければ育たないし、美術館も人によってサポートされ、運営されるわけですから、まさに人が文化を育んできたわけです。しかし残念ながら日本は、欧米と比べても文化に理解のある富裕層が少なく、国や自治体も文化に対する予算が他国に比べてあまりにも少ないというのが実情です。そこで経済全体として、その仕組みの中でうまくカバーしていかなければならないのだと思います。

ここで経済と文化の関係になりますが、ベネッセの福武總一郎さんは「経済は文化の僕である」という名言を吐かれました。直島にあれだけ素晴らしい文化の集積地をつくって、文化が重要だと言いながら、それを経済で支える必要があるということを含んでいるわけです。また森美術館の森稔さんは、「経済は文化のパトロンである」と仰っていました。まさに、こういう姿が理想なのかもしれません。

では昔はどうだったのかというと、明治、大正、昭和の初めぐらいは、経済人たちがお茶を通じて文化をサポートしていました。私もお茶を多少嗜みますが、始めたきっかけは、海外に2年間滞在したときに、日本文化のことを海外の人たちの方がよく知っていて、非常に恥ずかしい思いをして、日本に戻って父と話したら「お茶をやったらいいよ」と言われたからです。お茶は書や作法、食、酒、器、華と、まさに日本のトータルカルチャーです。お茶を通じて日本の文化を学ぶうちに、松永耳庵、高橋箒庵、根津青山など明治の茶人たちが日本の文化を支えていた時代があったと聞

いて、大変感動しました。町屋の二階で、明治維新で日本国をどう変えていくのかと議論を戦わせながら、下に茶道具屋を待たせておいて、茶道具の交渉をしたと言われているほど、経済あるいは日本の政治や将来を語りながら、文化も支援していたということです。あの頃は、経済人が文化をサポートすることが重要視されていたし、特に商都大阪では、商人たちが公会堂や橋を建設したりと、民間がさまざまなメセナ活動をやっていた。まさに近江商人の心、「三方よし」で、売り手よし、買い手よし、世間よしと、経済を通じて社会に貢献するということが当たり前でした。ところが、恐らく戦後の経済成長が全てを経済一辺倒に変えてしまい、日本企業はビジネスに繋がらない寄付や協賛、文化支援にはなかなか消極的であったと思います。

一方で企業は、企業活動としてではなく、財団をつくって特定の目的に対してメセナをするというような使い分けをずっとやってきたと思います。ただ幸い、近年では、企業本体の社会的責任を意識するようになってきましたので、メセナ活動に予算を使うことが、役員や従業員、株主の間でも理解を得られるようになってきました。

さて、企業に何ができるのか、何をすべきか。あるいは、文化に対する支援を経営の中でどう捉えるか。文化は企業経営にどのような影響があるかについて考えると、ウィキペディアによれば、企業は経済活動のために環境に負荷を与え、資源を浪費すると同時に、文化を支える人材を労働力として収奪してしまうために、文化で次世代に還元する必要があるという説を紹介しています。これは議論がいろいろありますが、なるほどと思うところもあるわけです。

私がやっている「バックアップの会」を紹介させていただきます。セコムの創業者である飯田亮さんが、オーナー系の企業を中心に全国の経営者に集まってもらって、皆で手づくりのメセナをする会をやりたいと仰いました。それは面白いということで、1社が50万ずつ出し、1994年にバックアップ・ファンデーションをつくりました。これは財団ではないですが、教育事業委員会、現代アート・レジデンス委員会、次世代構想委員会、演劇奨励賞選考委員会などを行い、一部はバックアップ事業として、カンボジアとタイの国境沿いで地雷除去もやりました。ちなみに「バックアップ」とは、「バックアップする」からきています。

私は、現代アート・レジデンス委員会を立ち上げました。日本の文化も勉強したい、触れてみたいという若手アーティストやキュレーターを日本に呼んでさまざまな経験をしてもらおうと、将来、日本のことを世界に伝える文化アンバサダーになってもらおうという委員会です。これまでとても素晴らしいアーティストの方々が来られて、5年間で10人呼んだところで原美術館で展覧会もやりました。また別の委員会では小学校高学年から中学生の子たちを集めて、現代版の道徳教育や国際教育、マナー教育などを教える寺子屋のようなことをやったりもしています。

このように、いろいろな委員会でいろいろな支援活動を実践していますが、会員自らが子供たちに話をしたり、会員がアーティストと交流して彼らの作品を買うなど、まさに手づくりのメセナをやっています。こういう団体は珍しいと思いますが、個別の企業の場合にはいろいろとあります。日本では、資生堂、アサヒビール、サントリー、トヨタが有名ですし、海外ではドイツ銀行、ロレックス、クレディスイス、ルイ・ヴィトンなどが、積極的にこういう活動をしておられます。先ほど講演をされた蔡國強さんもドイツ銀行からサポートを受けていますし、資生堂とも長い関係があって日本で作品を発表する機会が得られたということでした。このように国内でも海外でも、企業がアーティスト

や文化をサポートする例は、ますます増えてくるのではないかと考えています。

それでは、大林組がいったい何をやっているのかということで、東京本社のアートワークを紹介いたします。1999年に品川に本社を移すとき、これからは文化発信が必要になるだろうと、現代美術、しかもコミッションワークを中心に、皆さんの目につくところに展示しようということになりました。しかも展示するだけでなく、機能する作品です。例えば、本社3階の右側にある福澤エミさんのレセプションデスクには受付嬢が座り、お客さんが前に並ぶわけです。草間彌生さんのガラスのパーテーションウォールは実は移動させることができ、エッソーレ・スパレッティの彫刻展示スペースとこちら側を分けるハーフミラーの作品になっています。同様に、パスカル・コンヴェールの作品も3層レイヤーでパーテーションウォールになっており、打ち合わせコーナーとレセプションデスクを仕切るようになっています。

エレベーターのデッドスペースを利用したインゴ・ギュンターの作品は、当社が力を入れている地球環境をテーマにした作品です。真ん中の吹き抜け階段はフランソワ・モルレーの作品です。高層ビルの場合、どうしてもエレベーターを使いますが、エレベーターの中では喋らないようにしているのでコミュニケーションがなくなってしまいます。そこで、アナログのコミュニケーションをつくらせようと、踊り場でちょっとした会話ができるような吹き抜け階段をつくりました。ビルの真ん中で光が入ってこないのに、光のある作品をモルレーに頼みました。

ラングランズ・アンド・ベルというイギリスの二人組の作品はベンチになっていて、ここでランチを食べたりしますが、エアルートマップが書かれています。大林マン、大林ウーマンはまさに世界へ飛び立っていくのだという意味です。ムードを変えるために高さが異なり、ランチのための家具のようなアートです。森万里子さんの作品は、当社が施工した関西空港が写っていたので、当社に相応しい作品としてカフェテリアの近くに飾ってあります。

須田悦弘さんの初期作品《薔薇》は、非常にデリケートな作品です。昼はコーヒーショップで、夜はバーに変わるところにあります。15年経ったいまも無事です。韓国のチェ・ジョンファの作品は、一番大きなカフェテリアにあります。なるべくポップで美味しそうな作品がいいと言ったら、リサイクルグラスを使って落雁のお菓子のような彫刻をつくり、並べた作品になりました。

ドイツ在住の西川勝人さんがつくった階段は、スプリンクラーのついた珍しい作品です。消防法上、どうしてもスプリンクラーをつけないといけなかったのですが、ある意味、このエリアのシンボルになっています。庄司達さんには、サンシェードのようなインスタレーションをしてもらいました。デイビッド・トレムレットは、役員応接への導入の廊下に壁画を展示してくれました。彼の作品をご存知の方は「おや？」と思うかもしれませんが、日本あるいは建設会社ということ意識して、ちょっと日本的な作品をつくってくれています。ダニエル・ウォルラバンスは応接室に作品をつくってくれました。ジュリオ・パオリーニは、床の素材、柱、椅子、テーブルのサイズなど全てを指定しています。彼は旅行が嫌いなので、彼だけ現物を見ていません。

ダニエル・ビュランの作品は、最初は鮮やかなショッキングピンクだったのですが、さすがに当社役員にはショックが大きいだろうと、申し訳ないけれども色を変えてほしいと言いました。彼は「色を決めるのはアーティストの仕事だ」と怒りましたが、何とかお願いして、彼は実際に来て見てとても喜んでいました。ブルーとグリーンで、たまたまうちのコーポレートカラーになったのですが、ビュランらしい作品だと思っています。これも、彼がスケッチを送ってきて、内装工事をした当社の協力

会社の職人がペンキを塗り、カーペット業者がカーペットを織り、指定されたガラスのテーブルを入れたというやり方です。

流政之さんの作品は、我々が開発した免震装置付きの設置台の上に置いてあります。台座の一部を外すと中の装置が見えるようになっていて、一応当社の持つ技術のセールスにも使えるようになっていきます。ピーター・ハリーの作品は、ペインティングは彼がスタジオでやり、後ろの壁はスタッフが来てペンキを塗りました。《トウキョウ・ウォール》というタイトルですが、作品の下の部分は、東京の下水や埋設物で、地上にビルがあって、その上から、さまざまなネットワークが出ていて、電子化された東京のイメージだそうです。

アーティストは皆、建築会社や東京ということを意識した作品をつくってくれました。これが非常に面白かった。アーティストと一緒に何かできるというのが、現代美術の素晴らしいところです。これが原点になって、私は自分個人のコレクションの中でもアーティストにコミッションして作品をつくってもらっています。

本社のコミッションワークは、実は、社員にも一切何も説明していません。むしろ、自ずと社員がアートに触れることによって、何となく文化やアートを近しく感じてくれたらいいと思っています。あるいは、お客様が来られたときにちょっと話題になったり、大林組はいい会社なのだなと思っています。ただけると嬉しいですね。いずれにせよ企業はいろいろなやり方で、それぞれが工夫をして文化支援をやるべきだろうと考えています。

一方で1998年には、都市と人との関わりを研究する大林財団を設立しました。都市に関する学術研究を助成したり、優れた成果を挙げた方を表彰する大林賞を2年に一回出させていただいています。都市経済論のポール・クルーグマンには、ノーベル賞を取る2年前にこの賞を差し上げました。2012年にはアントニー・ゴームリーというイギリスの彫刻家を表彰しましたし、去年は、ランドスケープデザイナーのキャサリン・グスタフソンが受賞しました。

それでは国や自治体はどういう立場なのかというと、税控除など、いろいろなことで誘導できますので、国や自治体は、あくまで企業や個人ができないことをサポートすべきでしょう。あまり明確なルールを敷いてしまうと、それはちょっと違うのではないかとも思います。また昨今、各自治体が競ってビエンナーレ、トリエンナーレをやっていますが、私はむしろ、それらを集結して1つか2つの本当に素晴らしいビエンナーレ、トリエンナーレがあれば充分で、増え過ぎると食傷気味になってしまうのではないかと心配しています。しかし一方では、いろいろな方が文化やアートに興味を持っていただくのは、素晴らしいことだとも思っています。

さて、文化と経営からは少し離れて、私の本業である建築と都市について話します。戦後の日本の都市計画は防災中心で進めてきてしまったため、実は、ほとんどの都市は似たような景観になってしまっています。歴史・文化を踏まえて、個性のある都市づくりをしてきたにもかかわらず、戦後の「追いつき、追い越せ」の経済復興の中で、都市の存在感を消してしまったというのは非常に残念です。できることなら、隣町に行くと違う文化があり、違う町並みがあって、違う食事ができるというのがいいのです。しかし、特に戦後は平等主義で、教育についても均一化されたので、新幹線の駅沿いに同じ都市をばら撒いていくような計画をしてしまったのではないかと反省があります。

地方が豊かになるということは、どうやって東京にあるものを引っ張ってくるか、どうやってアジア

にあるものを引っ張ってくるかではなく、どうやって他にないものをつくっていくかが、これからは非常に大事です。地方創生は国土交通省などの範疇になりますが、歴史・文化を尊重した都市づくりをやってもらいたいと思います。

パブリックアートにも触れておきます。国によってやり方はさまざまですが、市町村がいままでの歴史を踏まえて、どういうパブリックアートにしたらよいかという方針を立て、それが結果として都市のイメージに繋がっていくというようにしなくてはならないと思っています。

最後に、文化について我々がこれからしなくてはならないことを、5 つほど話したいと思います。1 つは、次世代の子どもたちへの教育。これは必ずやらなくてはなりません。いまの日本の教育の中で、どういうかたちで、どういうことを教えていくか。特に文化については、西洋文化もよいけれど、ぜひ日本文化も教えていただき、同時に、いま起こっている現代美術についても教育していただきたいと考えています。

2 つ目は、文化財の保護です。残念ながら、建築なども随分壊してしまったものがあり、我々も反省しなければいけないところがありますが、やはり、古くてよいものをきちんと残していくというシステムが必要だと思います。

3 つ目は、伝統文化の保護、継承、発展です。中村勘三郎さんが亡くなる前に、「MKT」つまり「守る・壊す・つくる」とよく言っていました。よいものを守り、ダメなものを壊して、新しいものをつくるのだと。彼は歌舞伎でそれをやろうとしたわけです。守るだけでもダメ、壊さなければならないものもある。でも、新しいものをつくっていかないと発展はないということだと思います。社会ではこういう問題にぶち当たりますが、特に文化については、まさに「MKT」がポイントだと思います。

4 つ目は、世界で通用する日本文化の育成、紹介です。漫画・アニメもよいけれど、もっと世界で通用する日本文化がたくさんあるので、そういうものを紹介し、さらに育成していくことが大事だと思います。

5 つ目は、世界で認められている素晴らしい文化を日本に紹介することです。私の好きな現代美術などは、まだまだ日本で紹介されていないものがあります。パフォーミングアーツなども、世界では取り組みが強化されているにもかかわらず、日本では紹介が遅れています。それ以外にも、素晴らしい文化が世界中にあるので、そういうものを紹介することによって、また日本文化も刺激を受けて発展していくのではないかと思います。

企業経営者にどれだけのことができるかは疑問ですが、少なくとも、幾つかのサクセスストーリーができることが必要だと思いますので、微力ですが、我々も頑張っまいます。ご清聴、ありがとうございました。