

と横断的に連携することで、どこまで相乗効果を高めることができるのか。そして、それをアーティストがディレクションする施設として、どうやって進めていくのか。

これらの挑戦が成功すれば「立川市モデル」として、各地方都市の参考になるだろう。そのことを信じて、2020年度までの5年間運営を行い、できれば10年間、挑戦したいと望んでいる。



倉迫康史(くらさこ・こうじ)

1969年生。宮崎県出身。舞台演出家。Theatre Ort主宰。Ortとはドイツ語で【場】の意味。2000年、現代舞台芸術ユニットOrtとして始動。シアターカンパニー Ort-dを経て、現在、Theatre Ort(シアター・オルト)として、たちかわ創造舎を拠点に活動。「すべての場を劇場に」をコンセプトに、劇場以外の場所で演劇を上演する【場】作りの実績を重ねている。上演作品には、子どもやファミリー向けの名作文学を演劇化した作品と、日本の近代文学や海外の古典戯曲などの語りを魅力にした作品がある。劇団公演以外にもオペラやミュージカルの演出を手掛け、特に2007～2013年まで構成・演出をつとめた「子どもに見せたい舞台」シリーズは毎年好評を博した。2015年から、たちかわ創造舎チーフ・ディレクター。洗足学園音楽大学、桜美林大学講師。演劇やリーディング、コミュニケーションのワークショップも数多く行っている。

たちかわ創造舎:
<http://tachikawa-sozosh.jp/>
Theatre Ort ブログ:
<http://ort-dd.jugem.jp/>

03

中村陽一

Yoichi NAKAMURA

文化と社会デザイン、 コミュニティデザイン ——関係性を活かすワーク、編み直すワーク

はじめに

40年近く試行錯誤してきたことがある。キーワード風にいえば「つながり」とか「関係性」、これまで積極的に関わってきた事柄でいえば、「ネットワーキング」「社会デザイン(ソーシャルデザイン)」「コミュニティデザイン」といったことだ。具体的なカタチであり、場であり、担い手でもある「NPO/NGO」「ソーシャルビジネス」「コミュニティビジネス」「社会的企業」といういい方もできる。

他方、表現とそれが展開される場についても考え続けてきた。今日的に言えば、アートとソーシャルデザインということになるうか。

近年、これらの課題群はぐっと互いの距離を縮めている。まだまだ混沌としているといっただろうが、それだけに、各所で面白く大事な試みも始まっている。今回、本紙から考えてみてくださいといっただいた「文化を活用したまちづくり」「コミュニティの活性化」も、まさにそんな時代背景から出てくるテーマといえるだろう(とはいえ、それを〈アートと社会との向き合い方〉ととらえるなら、先人たちが多彩なカタチで取り組んできた古くて新しい課題ともいえる)。

「公共ホール・劇場とまち」という切り口から

手前の取り組みの話からで恐縮だが、私が所長を務める立教大学社会デザイン研究所は、2014年度から「劇場法の要請に応える、公共ホールスタッフのための社会デザイン力養成講座——地域コミュニティ、共生社会、絆を生み出す場所と事業のマネジメントを学ぶ」(文化庁「大学を活用した文化芸術推進事業」)を進めており、全国のホール・劇場運営当事者、自治体の担当者、アーティスト、活動に関わる地域住民・市民、関連分野の研究者・大学院生・学部生等に参加していただいている。

講座のタイトルにもなっているように、2012年6月、「劇場、音楽堂等の活性化に関する法律」(以下、「劇場法」)が施行された。その背景にある社会的課題の解決に向けて、これからの公共ホール・劇場のあり方、そこで求められる「人財」について 社会デザインという視点から考えていこうというのが、講座主旨である。

公共ホールはこれまで、地方自治法に基づき、整備されてきたが、新しく施行された劇場法では、地方自治法にはなかった公共ホールの担うべき機能が求められている。「人々が集い、人々に感動と希望をもたらし、人々の創造性を育み、人々が共に生きる絆を形成するための地域の文化拠点」、「人々の共感と参加を得ることにより『新しい広場』として、地域コミュニティの創造と再生を通じて、地域の発展を支える機能」といった点である。さらに具体的な活動として事業の企

画や、普及啓発活動の実施に加え、「事業の実施に必要な人材の養成を行うこと」「地域社会の絆の維持及び強化を図るとともに、共生社会の実現に資するための事業を行うこと」が掲げられている。

前掲のプログラムは3年度目に入り、公共ホールに求められるあり方の変化に伴って、社会デザイン(ソーシャルデザイン)、コミュニティデザインといった、これまでとは異なる発想の仕方と方法で、社会の仕組みや人々の参加・参画の仕方を変えていく具体的な思考や実践が必要になってきている点は講座参加者にかなり共有されてきた。

しかし、ではどのような取り組みが考えられるのか、まだ公共ホール・劇場関係者に具体的なノウハウや明確な目的意識が広く顕在化しているわけではないし、地域の側にも文化芸術分野をはっきり意識したまちづくりの取り組みが広がっているわけではない。残念ながら現時点では、可能性をはらんだ取り組みも含めて、限定的であったり、分野内に「閉じた」ものになっているのが現実である。

この状態を打開していくためには、文化芸術中心主義的な取り組みに閉じることなく、また逆に、文化をまちづくりのたんなるツールとしてのみ考えるのでもなく、二項対立(文化芸術性vs地域性)ではない相互乗り入れの往復運動が可能なパートナーシップの場づくりとそれを担うことのできる人が必要になってくるだろう。

ただし、たとえばコーディネーターが外から舞い降りて、鮮やかに課題を片付けるといったことは、実際には起こり得ないし、それが可能だと考えるのも傲慢なことだ。関係性「を」外からデザインするのではなく、関係性「が」内からデザインするのだ。近年、特徴ある活動をしている公共ホールは、ホールの外に出かけて行って、地域で人と人との関係性を醸成しながら、ホールの運営にフィードバックしている。大都市であっても、離島であっても基本原則は同じだと言える。地域には地域固有の自然環境があり、積み重ねられてきた歴史があり、その中で生まれた地域の文化や作法がある。それらを見無視して、たとえば著名な演出家や俳優の作品を上演しても、それが地域社会に応える公共ホール運営に繋がっているかどうか疑問だ。固定した枠組み・観念での出し物や形式的な市民参加ではなく、地域の関係性がデザインする動き＝新しい関係性を創造することが肝要である。

ソーシャルデザイン、コミュニティデザインの方法

では、どのような実践が必要なのか。簡潔な整理でわかりやすいアンドリュー・シー『グラフィックデザインで世界を変える(原題“Designing for Social Change”)(BNN、2013年)中の「ソーシャルデザイン、コミュニティデザインの方法」を参照しつつ、以下、私見と経験を交えて敷衍してみたい。

- 1) 現場に飛び込む。地域の現場に飛び込み、コミュニティとの関わりをつくりだすこと。コミュニティに巻きこまれ、同時にコミュニティもムーブメントに巻きこまれていくような関係性を創り出すこと。
- 2) 信頼関係を築く。顔と顔が見える関係性、時間をかけた信頼関係を創り出す。

- 3) できることと、できないことをはっきりさせる。早く信頼関係を築こうとして、何でも簡単に約束するのではなく、できることをきちんと見定める動きをすること。
- 4) プロセスを重視する。コミュニティオーガナイズ、コミュニティディベロップメントというまちづくりの場面の場合、プロセスが大事であると同時に、そのプロセスを可視化し、外に発信することも重要である。
- 5) 摩擦を避けない。地域からのクレームなどもこれに相当する。クレームには、実は地域のニーズが隠れている。とすれば、クレームを丸く収めようとして対処するより、相手が本当は何を言いたいか、摩擦を避けて向き合う運営の仕方が必要になる。
- 6) コミュニティの強みを知る。コミュニティの強みと弱み、機会、チャンス、リスクを知ること(いわゆるSWOT分析)で、自分たちの地域がどのような場かを分析し、その地域のいいところ、強みやチャンスがある部分を発展、拡大させていくこと。
- 7) 地元のリソースを活用する。リソースはわかりやすく目の前に転がっているわけではない。現場に飛び込み、隠れたリソースを発見すること。異なる視点を導入することで、地元の人たちにとって身近だが見過ごされてきたものが、貴重なリソースとして発見されることもある。物やお金ではなく、人や歴史的に蓄積された情報や場が発見されることも多い。
- 8) コミュニティの声を聴く。たんにアンケートを取り、ご意見くださいということではない。いまある市民参加の限界も、自ら手をあげて参加してくれる人、とりわけ声の大きい人の意見が通りがちなことにあるが、ここでコミュニティの声を聴くとは、グラスルーツの「声なき声」を引き出していくことである。
- 9) デザインがコミュニティのものとなるようにする。プロセスから共にコミュニティと歩んでいくことで、デザインをコミュニティのものにすること(～のために[for]ではなく、～とともに[with])。著名なファッションデザイナーがファッションショーに出品するような作品ではなく、普段の機能や使い勝手をしっかりと組み込んだデザインをすること。たとえば建物としてのデザインも、「コミュニティのものとなるように」ということが一番大事なのだ。
- 10) 関わりを継続する。いったん関わり始めると抜けられないのが人の関わり。コミュニティも関わりが継続される。その意味で、ときには瞬発力も必要だが、持続力・継続力ある活動が必要である。プログラムを例にとっても、作家性や作品のみに重きを置くのではなく、地域との関わりをつなげていく、継続していくためのひとつの方法としての「レパトリー」という考え方も可能なのだ。
- 11) コミュニティとの共同戦略。パートナーとしてのコミュニティとの関係など戦略的な運営も必要になってくる。これからは取り組みを運営する中心になる人々には、文化・芸術という分野に関する専門性や知識ももちろんだが、まちづくりを進めていくリーダー役と同じような資質・能力が求められる。
- 12) ソーシャルデザインの資金、報酬を確保する。経営戦略として当然大事なことである。

これらの全体は「戦略とケーススタディと物語」ともいえる。戦略



大阪釜ヶ崎にある「ココルーム」
(本文掲載写真はすべて筆者撮影)

を持って活動し、その地域ごとのケーススタディを深め、そこにあるストーリーを構築していく。コミュニティにはデザイン上の課題が必ずある。課題が見えてくると、解決のために必要なコミュニティ、さらにはステークホルダーとの協働戦略が必要になってくる。それをどのような設計で進めていくのか、そのデザイン戦略と、ある種の仮説的なストーリーの検証を進めることによって、何らかの成果が出てくる。しかしここでも、全てが成果として出てくるのではなく、課題や教訓が提示される。この循環をつくるような方向性が大事なのだ。

関係性を活かすワーク、編み直すワーク

見てきたように、社会デザインにあたっては「関係性」が重要になるが、それが壊れるのが、災害、貧困、障がい、認知症、差別、人権等の「社会的排除」だ。いわゆる先進社会に共通して「合法的に」排除されているという例が数多く見られるのが現代の特徴でもある。日本もまた例外ではない。

劇場法をめぐって「社会包摂」という課題が論じられたように、文化と結びついたまちづくりのなかでも大切になってくるのは、この関係性を活かすワーク、編み直すワークとしての社会デザインだ。

そこでは、社会の中の豊かな10%の人たちのためではなく、例えば、環境、貧困、社会的排除の問題を解決することにつながる、残り

の90%のための新しい価値を創り出せるような活動および事業のイノベーションが必須となるのではないだろうか。領域を横断し、越境し、境界を超える新しい仕掛けと組み合わせが出来ることで、これまでになかった質が創発するための起爆剤になることを願う。そうした兆しはすでに現れている

日本三大寄場の一つ、釜ヶ崎を含みこむ大阪・西成の商店街(動物園前一番街)にあるココルームは、10代の頃から「ニューウェーブ詩人」として知られ、現在は天王寺の應典院(檀家なし、葬式なし、地域の教育文化振興に特化した劇場型の地域ネットワーク寺院)で詩の学校も開催する上田假奈代さんが代表を務めるNPO「こえとことばとこころの部屋」が運営するインフォショップ・カフェ。ここはアートと社会の接続点、人々のつながりをつくる場所をめざしている。小さな店にはアーティスト、アクティビスト、高齢者、働く人、こども、旅人等々、世代も職業も多様な人たちが集い、夜にはトークイベントやライブも開催され、情報交換の場所、発信の拠点として、真向いの「カマン!メディアセンター」とともにコミュニティの拠点となっている。最近では「釜ヶ崎芸術大学」の活動が目玉されている。

関係性を編み直し、活かすワークは病院にも活動を広げている。アートの力で、病院などの医療環境をより快適な癒しの空間とすることを目的とするNPO法人「アーツプロジェクト」(自身、アーティストであ



大阪厚生年金病院小児科病棟の「ホスピタルアート」



ソウルのソンミサンマウルにある「共同保育所」

る森口ゆたかさんが理事長)はホスピタルアートの実践を広げている。

こうしたワークによるコミュニティデザインは、お隣・韓国の新しいタイプのまちづくりにおいても展開されている。たとえば、ソウルのソンミサンマウルと呼ばれる地域の住民による共同保育に端を発した活動は、社会的企業のネットワークが形成されつつ、教育・食・協同組合・アートなど多彩な分野で広がる点で、日本のまちづくりとも多くの共通点を有している。

障がい者芸術と呼ばれてきたものを「可能性の芸術」としてのエイブルアートと読み直し、地域の作業所とデザイン会社と地場の企業といった組み合わせの協働によるソーシャルビジネスにまで発展させてきたエイブルアートカンパニーのように、長い歴史を背景に持つものをはじめ、今回は個々の事例を紹介する紙幅がないが、いうまでもなく、こうしたワークによる活動やコミュニティデザインは、東日本大震災の被災地における活動も含め、求められ、活発な試みが続けられている。濃淡や成果の差異はありながらも、必死の取り組みが続いていることを付け加えておきたい。

こうしたワークは、従来型の成長経済、市場経済のみを前提とする地点からは描きにくいタイプの展望を提起しようとしている。まだ途上とはいえ、日本の社会にクロスセクター、クロスジェネレーションの実践を形成する試みは既に始まっている。

*紙幅の制約から本稿では正面から扱えなかったが、①居場所というにとどまらず出番のある場としてのサードプレイス形成、②日本ではまだこのコンセプトでの取り組みは途上といえるが、これまでの各方面での歴史的な取り組みとも突き合わせることによってさまざまなヒントにつながりそうなSEA (Socially Engaged Art) ないしソーシャルプラクティスとしての実践、③クロスセクターでの動きを深彫りしていくための、たとえば企業メセナのイノベーションの探求、が今後の課題として大切である点は補足しておきたい。



中村陽一 (なかむら・よういち)

立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科委員長・教授、社会デザイン研究所所長、独立研究科運営部長。編集者、日本生協連、消費社会研究センター代表、東京大学社会情報研究所客員助教授、都留文科大学文学部教授等を経て現職。社会デザイン学会副会長。NPO法人、ソーシャルビジネスの運営やサポートなど、現場と往復しつつ実践的研究、基盤整備、政策提言に取り組む。民学産官協働のまちづくり、コミュニティデザインの専門家でもある。座・高円寺「劇場創造アカデミー」講師、杉並区文化審議会委員等、近年は公共ホール・劇場、舞台芸術と社会デザインもテーマとなっている。ニッポン放送「おしゃべりラボ〜しあわせ Social Design」パーソナリティ。編著・共著に『都市と都市化の社会学』『ひとびとの精神史6 日本列島改造』(岩波書店)、『3・11後の建築と社会デザイン』(平凡社新書)、『クリエイティブ・コミュニティ・デザイン』(フィルムアート社)他多数。

立教大学大学院社会デザイン研究所:
<http://www2.rikkyo.ac.jp/web/social-design/>

viewpoint セゾン文化財団ニュースレター第75号

2016年7月10日発行

編集人: 片山正夫

発行所: 公益財団法人セゾン文化財団

〒104-0031 東京都中央区京橋3-12-7 京橋山本ビル4階(本年2月に左記に移転しました)

Tel: 03-3535-5566 Fax: 03-3535-5565

URL: <http://www.saison.or.jp>

E-mail: foundation@saison.or.jp

●次回発行予定: 2016年9月末 ●本ニュースレターをご希望の方は送料(92円)実費負担にてセゾン文化財団まで申し込みください。