

---

# 和の文化の研究 ～世界に発する和の文化～

The Japan culture [WA] sends world

JEPC イベント総合研究所 上級研究員

松行 俊二

Jepc Event general laboratory Advanced Senior Researcher Shungi Matsuyuki

---

## I. はじめに

2013年9月にIOC総会で2020年東京オリンピック・パラリンピックの開催が決定した。戦後目覚ましい復興を遂げた日本が1964年に開催した東京オリンピックから56年ぶりである。まさに世界最大のイベントの幕開けである。プレゼンテーションの中で滝川クリステルが「おもてなし」という言葉を使い、昨年の流行語大賞を受賞したのは記憶に新しい。

加えて東日本大震災で壊滅的打撃を被った地元のプロ野球球団、楽天イーグルズのリーグ初優勝は東北の人にとって夢と希望をあたえる大きな出来事であった。バブル崩壊以後あまり元気がなかった日本人にイベントがもたらした大きな高揚だ。

今「和の文化」が世界中から注目されている。ユネスコの世界文化遺産に「富士山」「和食」が登録された。『無形文化遺産』というのは、2006年に条約が発効された比較的新しい枠組みで、建築物などの保護を目的とした『世界遺産』とは異なり、民族文化財、フォークロア、口承伝統などを対象とするものである。日本からはすでに能や歌舞伎など、21項目の文化が登録されている。富士山と信仰、芸術との結び付に着目し、世界文化遺産を目指す方針に切り替えたのも奏功した。富士山は葛飾北斎や歌川広重の絵で世界に知られ、今回の受賞理由でも「浮世絵は西洋芸術に大きな影響を与えた」と言及しているように「和の文化」の価値を再認識させてくれた。

ユネスコが「和食」を無形文化遺産に登録した

大きな理由として、おせち料理に代表されるように、世代を越えて受け継がれ、地域の結びつきを強めている要素などが挙げられた。「和食」そのものの味や見た目や調理法ではなく、文化的な価値が高く評価され「日本人の心」に対して与えられたものである。外国人観光客が日本に旅行して良かったことをヒアリングすると、観光名所などより一番初めに出てくるのは「日本人の優しさ、親切心」になる。「日本人の心」が評価されている。

2013年の訪日観光者数は過去最高を記録した。東京オリンピックに向けて観光者数はさらに増加していくことが予想される。受け入れ側として重要なのは施設や環境の拡充だけでなく「日本人の心」を持って外国人と接することである。訪日する外国人は幸せな気持ちで帰国するだろう。私たち日本人にとっても嬉しいことではないだろうか。広義でのイベントの活性化を「和」の文化的要素の再認識として捉えてみたい。

## II. 研究の背景

### 1. 現代のキーワード「モノからコトへ」

世界全体を覆う未曾有の経済危機、グローバル資本主義という状況において既存の価値観が通用しないとされているが、どう進んでいけばよいかとなると困惑し立ち止まってしまうこともある。経済または社会は生きもののようにどんどん形を変えていき、そのスピードも一定ではないので、明確な答えが存在する訳ではないが、方向性のひとつとして言えるのは、確実に時代は“モノ”から“コト”へと変わってきているという

ことである。ではモノとコトの違いは何であるのか。広辞苑からの抜粋では、

物＝形のある物体をはじめとして、広く人間が感知しうる対象

事＝意識・思考の対象のうち、具象的・空間的でなく、抽象的に考えられるもの

とある。簡単にいえば、モノは形ある物体でコトは現象である。モノはそれ自体で存在可能だが、コトはそれ自体で存在できない。

製造業のみならず、各業界はマーケティングを考える上で「モノ」を単に売るのではなく、モノを使う楽しみ、つまり感動体験という「コト」を提供するようにシフトしている。ここでは「モノ」を「目に見える物質の価値」、「コト」を「目に見えない事象の価値」という言い方にしてみる。目に見える物質の価値としての代表はお金。お金はこれまでの価値尺度として揺るぎないものであった。だが近代日本資本主義の父とも呼ばれ、生涯で500社以上の会社を創った渋沢栄一はこう言っている。「左手に算盤（そろばん）、右手に論語」。つまり経済人は道德を守って金を儲けなさい、道德に反した儲け方は必ず身の破滅を招きますよということだ。こういったスタンスは、企業や組織づくりについても同様である。そして広義のイベントは目に見えない事象の価値である「コト」を最大に体感する事象なのだ。

人が社会生活を営む上で必要なものには2つの要素がある。一つはヒト・モノ・カネに代表される経済的社会活動であり、それらは互いに影響し合いながら循環している。もう一つはイベント・スポーツ・アートという精神的社會活動である。これらは互いに融合し合い昇華していくのである。社会活動を営む上で2つとも欠かせない要素であり、互いに影響を与えている。

「モノからコトへ」というキーワードは決して新しい発想ではないことが、かつての賢人の教えからも学ぶことができる。

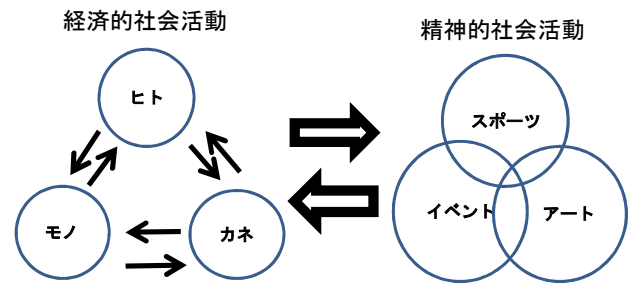


図-1 社会活動

### Ⅲ. 研究の目的

#### 1. 文化芸術振興の意義

文化は、最も広くとらえると、人間の自然とのかかわりや風土の中で生まれ、育ち、身に付けていく立ち居振る舞いや、衣食住をはじめとする暮らし、生活様式、価値観など、およそ人間と人間の生活にかかわる総体を意味する。一方、文化を「人間が理想を実現していくための精神活動及びその成果」という視点でとらえると、文化の中核を成す芸術、メディア芸術、伝統芸能、芸能、生活文化、国民娯楽、出版物、文化財などを示す文化芸術の意義については、次のように整理できる。

文化芸術は、①人間が人間らしく生きるための糧となるものであり、②人間相互の連帯感を生み出し、共に生きる社会の基盤を形成するものである。また、③より質の高い経済活動を実現するとともに、④科学技術や情報化の進展が人類の真の発展に貢献するよう支えるものである。さらに、⑤文化の多様性を維持し、世界平和の礎となるものである。

このような文化芸術は、すべての国民が真にゆとりと潤いの実感できる心豊かな生活を実現していく上で不可欠なものであり、国民全体の社会的財産である。

今日では、文化芸術の持つ、人々を引き付ける魅力や社会に与える影響力、すなわち、「文化力」が国の力であるということが世界的にも認識され、また、文化芸術が経済活動において新たな需要や高い付加価値を生み出す源泉ともなっており、文化芸術と経済は密接に関連しあうと考えら

れるようになった。

我が国は、今後一層文化芸術を振興することにより、心豊かな国民生活を実現するとともに、活力ある社会を構築して国の魅力を高め、経済力のみならず文化力により世界から評価される国へと発展していくこと、換言すれば、文化芸術で国づくりを進める「文化芸術立国」を目指すことが必要である。

## 2. 2020年に日本が文化芸術のハブとなる

現代のテーマでは、文化庁の掲げる文化芸術立国になるにはどうすればいいか。文化の中核になる文化の中核を成す芸術、メディア芸術、伝統芸能、芸能、生活文化、国民娯楽、出版物、文化財などを示す文化芸術の国際交流の活発化が不可欠である。

たとえば、世界中のどこか国でシェイクスピア劇が上演されている。演劇はイベントのひとつの知的ツールであるが、イギリス本国だけでなく各国でシェイクスピア関連の演劇フェスティバルが開催されているのは、あらゆるドラマツルギーを内包し完成させたシェイクスピア劇が観客やそれを取り巻く活動の本能に大きな影響を与えるからである。また古代オリンピックでは競技にかぎらず、祭典の祝祭性を象徴するように詩の朗読が行われていたようだ。まさにイベントがもたらす高揚感を演出していたのだ。

こうした事例だけでなく文化交流を日本が独自の文化を再認識し、新たな日本文化を世界に発信し、国際ネットワークの重要拠点となるが必要だ。創造性の高い日本の文化を世界に向けて発信するには国内外からの発信力のある人物を招聘し、日本の文化やその評価等を発信して、国際ネットワークの相互強化を図る。

日本が日中韓の連携やヨーロッパ諸国に向けての東アジアにおける文化のハブ的役割を果たす拠点になり、文化創造都市を目指す。

## IV. 研究の方法

### 1. イベントに対応する文化の要素

国や自治体の文化に対する予算やその使われ方に注目しながら、現状を分析してみる。

文化庁は2013年5月18日文化芸術の海外発信力の強化を目指す「文化芸術立国中期プラン」の事案を公表した。当時、下村博文 文部科学相の肝入で2020年までに現在1千億円程度の文化庁予算を倍増させるとしている。日本の伝統芸術文化を担う人材の育成やデザインやメディア芸術などの「日本の強み」を活かすための拠点施設の整備などを盛り込んでいる。しかし、平成26年度の予算案では、0.24%の増加に留まっている。では翻って、各国の文化予算と日本の現状はどうだろうか。一概に比較は難しいが、国家予算に占める比率を単純に国際比較することは困難であるが、あえて比較すると次の通りである。

#### (1) 欧米等五ヶ国との文化関係予算の比較

各国の文化関係予算は、それぞれ文化行政の組織や制度、文化関係予算の範囲・内容等を異にしていることから、国家予算に占める比率を単純に国際比較する事は困難であるが、あえて比較すると次のとおりである。

表-1 文化関係予算の国際比較

国名	予算額 (億円)	比率 (%)	年度	備考
日本	1,006	0.13	2006	文化庁平成18年度予算
フランス	4,531	0.86	2006	文化・コミュニケーション 省予算
ドイツ	1,010	0.25	2006	連邦政府首相府文化メ ディア庁予算
イギリス	2,886	0.24	2006	文化・メディア・スポーツ 省予算
アメリカ	982	0.03	2006	①米国芸術基金予算 (NEA) ②スミソニアン機構予算 ③内務省国立公園部文 化財保護予算
韓国	1,782	0.93	2006	文化観光部・文化財庁 予算

【文化庁調べ】

表1の説明

① 比率は、国の予算全体に占める文化関係予算の割合。

- ② 予算額は、1ユーロ=157円 1ドル=121円 1ポンド=238円 1ウォン=0.13円として換算。(レートはH.19.1.下旬)
- ③ イギリスについては、表の文化・メディア・スポーツ省の予算額は、我が国の文化関係予算と比較するため、観光、スポーツ、放送等にかかる予算額を差し引いたものである。
- ④ アメリカについては、民間からの寄附等を奨励するための税制優遇措置等が中心であり、政府による直接補助は少ない。
- ⑤ 韓国については、我が国の文化関係予算と比較するため文化観光部の予算額から観光及び体育振興に係る予算額を差引き、文化財庁の予算額を加えた額である。

## (2) 自治体の文化策の実際

地方行政レベルでの考え方にはかなり開きがある。昨年大阪市は、世界無形文化遺産である人形浄瑠璃文楽に対して今年度の補助金を国立文楽劇場の入場者数が年度内10万5千人以上なら補助金満額それ未満なら入場者一人につき約1,930円ずつ削減、9万人以下ならゼロにするという指針を示した。文化国家としては実に悲しむ事態である。結果初春公演では過去最多の入場記録となったが、2013年度有料入場者数10万1204人で、わずかに足らず、2014年1月27日文楽補助金が減額された。

こうした事態は大阪のみならず、文化施策の衰退を招きかねない。では東京都の取り組みを見てみると「世界的な文化創造都市・東京」の実現に向けて主導的役割を果たすことを目的として「東京文化発信プロジェクト」を推進している。文化政策実現の担い手として、東京ならではの文化の創造・発信、芸術文化を通じた子供たちの育成、都内の多様な地域における文化拠点の形成を目標に「東京文化発信プロジェクト」を展開している。新たな文化の創造者を積極的に発掘・支援していく仕組みを整備し、国内外の文化の創造者を東京に集める。

具体的には、多様な分野にわたる多彩なフェス

ティバルを芸術文化団体等と連携しながら実施し、次世代の担い手となる子供たちが芸術文化を体験するキッズ事業を応援している。また新たな文化活動の手法であるアートNPOとの連携による「東京アートポイント計画」や創造型NPOや地域の商店街、企業、大学等の多様な団体との連携により、都内各地に創造活動拠点を形成し、より多くの人々が新たな文化の創造に主体的に関わる環境を整えるとともに、拠点の担い手となる人材の育成を支援している。

その他の事業の展開を見てみると、伝統文化、演劇、音楽、美術、映像など、様々な分野のアーティストを国内外から招き、世界的な国際フェスティバルの開催し、国際招聘プログラムとして海外の若手芸術・文化関係者を東京に招聘、事業の視察や専門家との意見交換等を通じて、若手プロフェッショナルの眼を通した東京文化の今を、海外メディアに発信するほか、専門家のネットワークに情報を発信している。また、招聘した関係者と長期的に関係を構築し連携を促している。国際ネットワークを強化するためには国際会議を開催し、急速に変革が進む社会において、「文化の力」でいかに社会の課題に向き合っていくのかを議論し、国内外の芸術・文化関係者の成果を国内外に発信している。

## 2. 「もてなし文化」の体系

星野克美(1991)はイベントに対応する文化の要素について、「具体的には①知性②美性③体感性④脳感性⑤精神性である」と述べている。また小坂善治郎(2012)は「美性」とは商品のデザイン性、店舗空間やイベントの文化性や美意識、「知性」とは教養的研究を踏まえてイベントなどを表現していくこととしている。「体感性」とは新しい技術がもたらす身体的感覚性つまり五感のことである。

イベントでは匂いまで演出したり、エレクトロニクスの技術で視聴覚を刺激するまでになっている。「脳感」とはこれらの五感の刺激が究極的には統合されることである。脳生理学によると、

エンドロフィンという快楽物質の分泌を促進するような状況において人間は美的なエクスタシーを感じることである。「精神性」とは内面的、心的世界、精神を志向し、そこに充足感を感じることである。

したがって、消費者の知性から精神性に至るようなニーズにイベント空間も対応していく必要があると述べている。星野克美(1991)はこうしたニーズは合成され①人間性次元②文化性次元③感覚性次元の「もてなし」の志向として現れこの点を「もてなし文化」と主張し、図. 2のようにまとめている。

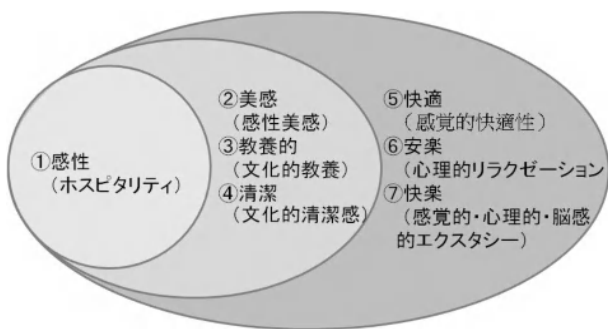


図-2もてなし文化のあり方 出所:星野克美(1991)

### 3. サービスとホスピタリティとおもてなしの精神性

サービスの語源はラテン語の Servetus に求められるが、Servetus には「奴隷」というニュアンスが含まれ、提供する側とされる側に主従関係が発生する。客が上スタッフ側が下など、上下関係がはっきりするものと言われている。客がある一定の対応を受ける(=目的)のに主従関係が発生させるために、サービスチャージやチップが存在すると考えることができる。それに対し、ホスピタリティはラテン語の hospes であるが、ホスピタリティは病院(Hospital)と語源を共にし、かつて交通機関や宿が整備されていない時代、危険と隣り合わせに巡礼する異邦人を歓待することを意味する。加えて「おもてなし」家族と接するように、表裏の無い心で見返りを求めない対応と言われている。

例えば旅館で提供される「おもてなし」とは、自分の家に訪ねてくる人(客)を迎え・お世話することなので、当然対価や見返りを求めない自然

発生的な対応と認識することができる。

### 4. 武士道の精神性

新渡戸稲造(1938)は『武士道』で、7つの徳目「義」「勇氣」「仁」「礼」「信と誠」「名誉」「忠義」を述べている。その中で「礼は寛容にして慈悲あり、礼は妬まず、礼は誇らず、驕らず、非礼を行わず、己の利を求めず、憤らず、人の悪を思わず」「優雅な感受性として表れる礼儀は慈愛と謙遜という動機から生じ、他人の感情に対する優しい気持ちによって物事を行うので、いつも優雅な感受性として表れる」「奥ゆかしさとはもつとも無駄のない立居振る舞いである」「あらゆる礼法の目的は精神を淘汰することである」と著している。「礼」は他人の気持ちを思いやる心の表れで物の道理を正しく尊重することである。そしてそれは社会的地位に対して相応の敬意を払うことを意味する。

「礼」とは長い苦難に耐え、親切で人をむやみに羨まず、自慢せず、思いがらない。自己自身の利益を求めず、容易に人に動かされず、およそ悪事というものをたくらまないということである。「礼」には、相手を敬う気持ちを目に見える形で表現することが求められた。それは、社会的な地位を当然のこととして尊重することを含んでいる。

代表的な例は茶道である。茶道は喫茶の行儀作法以上のものである。それは芸術であり、詩であり、リズムを作っている理路整然とした動作である。そして、精神修養の実践方式なのである。礼とは動作に優雅さを添えるものであるが、礼に乗った動作は礼儀のほんの一部分に過ぎない。かつて孔子は「音が音楽の一要素であるのと同様に、見せかけ上の作法は、本当の礼儀作法の一部に過ぎない。」と言った。動作も重要なものであるが、それだけでは「礼」ではない。「礼」に必要な条件とは、泣いている人と共に泣き、喜びにある人とともに喜ぶことである。「礼」とは慈愛と謙遜から生じ、他人に対する優しい気持ちによってものごとを行われるので、いつも優美な感受

性として表れる。その感受性は、日常生活の些細な動作の中に顔を出すのである。

## 5. マイナスがプラスに転じる思考

「侘び」も「寂び」も、日本の代表的な文化である茶の湯や俳諧、能楽などの中で、その美意識が育っている。西洋ではゴシックなどに見られるように、飾り立てることで美を表現し、日本では、むしろ飾らないことで美を表現することを最上とする。美とは何かを追求すると、それはプラトンにまで遡る哲学的な命題だが、美しいと感じるものは、人それぞれ違うし、文化によっても独自性があるのは当然であるが、「侘び寂び」に代表される日本の美意識は、良くないもの、つまりマイナスを良いもの、プラスに転ずるといふ大きな特徴があるように思える。それはある意味、“大人の文化”と言えるのではないだろうか。つまり子供のころは甘い物が好きだったのが、大人になって苦いものの美味しさが分かるというような、成熟した意識を感じるができるのだ。

“大人の文化”といえ、もう一つの日本の美意識である「粋（いき）」についてもふれなくてはならない。これは江戸時代も後期、深川芸者について言ったのが始まりされている。身なりや振る舞いが洗練されている、人情の表裏に通じている、遊興に通じているというような意味である。つまりこれこそ“大人の文化”である。「粋」は、「侘び寂び」より現代に通じる美意識である。「侘び寂び」は、こんにち日常語としてはほとんど使われることは少ないが、「粋」は、まだ使われているし、「カッコいい」や「すっきりしている」などを良しとする美意識は確実に生きている。「侘び寂び」から「粋」へ、日本人の美意識も変化しているのだ。

## V. 研究の結果

### 1. ブームの再来ではなく

よく知られている 19 世紀末から始まったジャポニスムブームのときに、日本の浮世絵の技法が印象派画家に取り入れられフランスをはじめヨ

ーロッパに日本文化は広まっていった。この頃 20 世紀初頭のパリでは印象派絵画を学ぶ日本人の数も多かったようだが、ジャポニスムブームは北斎のイラスト集とも言うべき北斎漫画がまず注目されたことにより始まったとみて良い。

そして 1867 年と 1878 年のパリ万国博覧会での日本の文物の紹介の中にあつた浮世絵が、当時、先進的な画家たちであつた印象派画家へ、新鮮な画風の要素を吹き込んでいった。そのきっかけになつたのは、日本政府が国家プロジェクトとして世界が注目する大イベントであつたパリ万国博へ参加したのが日本をアピールする格好の場になつたことは間違いない。

明治維新後の日本は、博覧会に日本芸術を出品することで、日本文化を広めるという戦略をもっていたのかもしれないが、その後のジャポニスムは流行にとどまらず、それ以降 1 世紀近く続いた世界的な芸術運動の発端となり、影響を与えただけでなく、20 世紀に入つても、和の文化に影響を受けたヨーロッパの芸術家が次々に現れた。現代においても浮世絵から取り入れられた形状と色彩構成は、現代アートにおける抽象表現の成立要素のひとつと考えられている。

ジャポニスムは一過性のブームになることなく、その後の家具や衣料から宝石に到るまであらゆる工芸品のグラフィックデザインに、日本的な要素が取り入れられ日常の中に溶け込んでいった。博覧会で和の文化に目覚めた世代を越えて、新しい世代もまた日本芸術に大きく影響を受けた。しかし一過性の日本趣味に終わらなかつたのは「和」の精神性が普遍的な要素を多分に含んでいたからである。それは現代社会にもジャポニスムが活かされていることである。ジャポニスムの造形のコンセプトはデザインの構成原理としてグラフィック・デザインや映像、ファッションなどにも今も息づいているのである。このような意味で、我々日本の先人たちの美意識に対し敬服の念を感じる。産業革命による経済の繁栄が科学信仰を生み出し、現代の情報化社会である今こそ、日本人固有の美と美意識の原点を探る事が必要

である。

## 2. 文化・芸術におけるパトロネージュの重要性

ルネサンス芸術や日本の古典芸能の例を引くまでもなく、あらゆる文化・芸術活動に携わる人にとって、パトロン、つまり後援者の存在は計り知れない価値がある。信頼に足るパトロネージュは、アーティストや活動家の自由を保証し、世に認められる機会を作り、次代を担う後継者を育てることにある。利害関係を越えたところで何かに共感し合い、守り、育て、花開くのを夢見る。そうしたパトロンたちがいたからこそ、日常的に素晴らしいアートや文化に幅広く触れることが機会に恵まれることになる。

現代のパトロネージュは企業体である。日本では 90 年代に入ってから企業メセナ活動が盛んになった。メセナ【mécénat】は、芸術文化支援を意味するフランス語で、古代ローマ時代の皇帝アウグストゥスに仕え、詩人や芸術家を手厚く庇護した高官マエケナス (Maecenas) の名に由来している。1950 年代に旧西ドイツで企業メセナを推進する組織が生まれ、1960 年代後半にはアメリカ、70 年代はカナダ、80 年代には欧州に数多くの組織が設立され、90 年代には韓国、南アフリカ、オーストラリア等アジア諸国でも誕生した。日本では、「日仏文化サミット'88～文化と企業」を契機に企業メセナ協議会が 1990 年に発足した際、「即効的な販売促進・広告宣伝効果を求めるのではなく、社会貢献の一環として行う芸術文化支援」という意味で「メセナ」という言葉を導入し、一般に知られるようになった。現在、世界各国に 20 あまりのメセナ協議会が存在する。その後、マスコミなどを通じてこの言葉が広まる過程で「企業が行う社会貢献活動」といった広義の解釈で使用されることも増えた。文化政策といった言葉とともに盛んに文化人の間で口にされるようになり、企業、教育機関での講座開講数も増えていったが、その多くが過剰供給された文化施設の運営、マーケティング、広報のノウハウを云々するマクロな経営術の伝授にとどまっているのが現状といえる。欧

米のそれとは明らかに成熟の度合いを異にしている。パトロネージュの本質を理解しないまま、景気の後退とともに衰退していった。

現状メセナは、音楽、美術、演劇、舞踊、建築、映像、文学、伝統芸能、文化遺産・歴史的建造物、生活文化など、多岐にわたる芸術分野で行われているが、多様化するアートそのものの変化を受け、メセナ活動もまた変容している。芸術文化団体、アート NPO、芸術家等の活動に対して行う資金支援として寄付、協賛を行う。マンパワーや場所(倉庫、会議室、施設等)、自社製品・サービス、技術・ノウハウの提供など、経営資源をいかした資金以外の支援。美術館、ギャラリー、ホール、劇場、能楽堂などの文化施設の運営。企業が運営する文化施設の充実度(数)とクオリティの高さは、日本の企業メセナの特徴でもある。

企業メセナであっても、パトロネージュの本質とは、誤解を恐れずに言えば、“無私であること”ではないかと考える。

## VI. 考 察

### 1. 文化、芸術の世紀を創るイベント力

望月照彦は、新たな価値創造の視点で文化と芸術の時代が始まる明らかに、現代の金融資本主義を背景にしたグローバリズムに閉塞感が見えている地球環境問題や世界的地域格差問題にこの価値観だけでは対応出来ないとしている。人類が生み出してきた多様な価値観の規範である文化そしてその昇華された結晶としての芸術が豊かなそれぞれの民族、コミュニティのアイデンティティや誇りを支える。それらを人々の生活の中に実体化させるツールが協調の意思としてのイベントである。文化、芸術を基軸にしたイベントこそ人類の未来の創造手法である。

劇作家の平田オリザは内閣参与時、文化行政は先代からの文化遺産を・受け継ぎ・発展させ・継承していくことにある。と述べている。文化財の維持は、かろうじてその国際的責務を果たしているかもしれないが、文化を発展させ、継承していくという部分に関して日本は先進国の責務を怠

っているといっても過言ではないと述べている。2011. 3. 11 に発生した東北大震災では3ヶ月あまりすべてのイベントが中止になった。

ところが、アーティストや演劇人などが立ち上がり自発的にコンサートやワークショップなどのイベントを開催し復興の一助を果たしたのは紛れもない事実である。また平田は「宮城県女川町の集落にはそれぞれ「獅子振り」という獅子舞の一種が伝わっている。竹浦集落は地域の伝統文化である獅子振りをいち早く復旧させ、集落の人々が獅子振りを通じて励まし合い団結できたことが、自立的な取り組みに繋がったと思う。女川町にある15の集落の中で竹浦集落は高台移転について最も早く合意形成ができた。

これは文化のちからによるものと考えている。コミュニティをつなぐものは、これまで培ってきた文化の力とそれを支える人々の心。その心から発せられる復興こそ真の復興であり、本当のコミュニティの再構築だと思う」と述べている。

小坂善治郎(2012)次のように述べている。「イベントとは双方向のメディアである」では演劇がもたらす効果とは何であろうか。スポーツや音楽イベントが直接人間の五感に訴える双方向のメディアと違い演劇にはタイムラグがあるような気がする。多分それは言葉というコミュニケーションを使っているからだと思う。つまり体感型と情緒型といってもいいだろう。

小坂はイベントの持つ基本的な社会的意義の一つとして双方向のコミュニケーションであると述べている。まさに、東北の復興にはイベントは欠かすことのできないツールである。人類の精神的活動にもどれも欠かすことのできない要素であると定義する。

## 2. 和洋折衷の文化

司馬遼太郎は文明と文化の違いを「アメリカ素描」の中でこう語っている。文明は誰もが参加できる普遍的なもの・機能的なもの」を指すのに対し、文化はむしろ不合理的なもの・特定の集団(例えば民族)においてのみ通用する特殊なもので他

に及ぼし難い。つまりは普遍的でない日本という国は、文化は輸出できる国であっても文明を輸出できる大国ではない。文明を輸出できるのは国家の中に、ある種の普遍性を生み出す装置を内包した多民族国家であって、それが生みだせるような国家を人々はstateと呼ぶ。日本のような純度の高いnationは、なかなかそのような普遍的な思想は生み出せない。

イベントという概念は海外から入ってきたものではあるが、日本人はそれを発展させ昇華させていった。つまり日本は明治以降、司馬のいうところのstateを目指して近代化し発展してきた。しかしそれによって失ってきたものがある。それは「和のこころ」、日本人としての哲学ではなからうか?

現状はというと日本はnation-stateであると司馬は語っていた。つまりは和洋折衷である。2020年オリンピック・パラリンピックで海外の人たちが望むものは「おもてなし」であって「和のこころ」である。世界に冠たる国家としての、日本は今こそ「和の文化」を世界に向けて発するべきである。

## 3. 世阿弥が世界に発したもの

20世紀を代表する世界的演出家ピーター・ブルックは著作「何もない空間」で「私は以前コメディ・フランセーズ一座の稽古を見たことがある。とても若い俳優がとても年を取った俳優のまん前に立って、まるで鏡に写った影よろしくセリフと仕草を真似ていた。これは例えば日本の能の役者が父から子へ奥義を口伝していくあの偉大な伝統とは全く別のもので、それとこれを混同してはならない。

能の場合、口伝されるのは意味である—そして意味とは決して過去のものではない。それは一人ひとりが己の経験の中で検証できるものなのだ。だが演技の外面を真似ることは固着したスタイルを受け継ぐことに過ぎない。そんなスタイルは他の何者にも関係づけることはできないだろう」と述べている。



また世界的に活躍した能楽師 観世寿夫（1925～1978）は「心より心に伝ふる花」の中で世阿弥の能についての評論「風姿花伝」は今や我が国のみならず多くの国々に翻訳され、世界各国の人々に優れた演劇論として認められ愛読されている。まさに能は「幽玄の美と芸」であると述べている。

## Ⅶ. 今後の課題

### 1. 和の文化力で地域から日本を元気にする

我が国は長い歴史の中で、諸外国との交流などを通じて様々な文化芸術を受け入れつつ、全国各地で多様かつ特色ある文化芸術を創造し、継承し、発展させてきた。この地域文化の厚みが日本文化の基盤を成している。すなわち、地域文化が豊かになるほど日本文化全体も豊かになり、日本の魅力が高まる。

また、地域で住民が文化芸術に触れ、その個性を発揮し創造にかかわることは、個人が元気になるだけでなく、他者への発信や協働を通じて多くのの人々を元気にする力ともなる。このため、大都市に偏りがちな文化芸術を鑑賞する機会の格差を改善し、人々が、全国のどこでも、様々な形の文化芸術に触れ、更に豊かな文化芸術を創造できるようにすることが必要である。地域の歴史や特色を表し、古来様々な形態で存在・継承されてきた文化財については、地域の視点から総合的に把握し、地域住民の心のよりどころとしてその保存及び活用を図ることが望まれる。さらに今後、精神的、時間的余裕を持った、いわゆる「団塊の世代」の人々が、文化芸術を享受し、地域の文化芸術活動に参加していくための環境を整備していく必要がある。

「おもてなし」という言葉はサービスやホスピタリティとは意味が違う。それは日本人が古来持っている「和の心」である。これを受け継ぎ、継承し発展させ教育に反映させていかなければ「文化国家」の形成は困難であろう。

### 2. 道徳教育の充実

2006年12月22日（平成18年）に改正された

教育基本法で特筆すべきは愛国心について「教育の目標の一つとして伝統と文化を尊重しそれを育んできた我が国と郷土を愛するとともに、他国を尊重し国際社会の平和と発展に寄与する態度を養うこと」となっている。1947（昭和22年）に制定された旧法においては「愛国（心）教育」に関しては触られてはいなかったが、道徳教育が見直されている。道徳とは人々が善悪をわきまえて正しい行為をなすために守り従わなければならない規範の総体。外面的物理的矯正を伴う法律と異なり、自発的に正しい行為へと促す内面的原理として働く道を徳としたところから孔子の学であるが、その行動の現れとして、先の震災で壊滅的打撃を受けた人々が、互いが助け合い慈しみあいながら生きていく姿は美しい。そこには略奪も犯罪も起こらなかった。それこそ日本人の持つ特性であり「心」である。海外のメディアから絶賛されたのである。

新渡戸稲造は「武士道」の中で「何年もの年が流れ武士道の習慣が葬り去られその名さえ忘れ去られる日がきても、その香りは空中漂っています。『路地に立ち眺めれば』、私達ははるか遠くの見えない丘から漂ってくる、その爽やかな香りをいつまでも嗅ぐことができます」と語っている。つまり「和の心」「武士道」を教育の現場でも継承していくことで6年後の2020年東京オリンピック・パラリンピックが日本の「和」の文化を世界に向けて発信できる場となるであろう。

#### 【引用・参考文献】

- ・日本経済新聞 2014年（平成26年）1月27日（月曜日）版
- ・朝日新聞デジタル2013年（平成25年）5月18日版
- ・東京発信プロジェクト  
<http://www.bh-project.jp/>
- ・小坂善治郎（2012）「イベント学概論」リベルタス・クレオ
- ・観世寿夫（2008）「心より心に伝ふる花」角川ソフィア文庫

- ・観世寿夫（1979）「心より心に伝わる花」白水社
- ・平田 オリザ（2013）「新しい広場をつくる」  
ー市民芸術概論綱要 岩波書店
- ・ピーター・ブルック（1971）「なにもない空間」  
高橋 康也、喜志 哲雄訳 晶文選書
- ・文化庁 HP <http://www.bunka.go.jp/>
- ・新渡戸稲造(1938)「武士道」岩波文庫
- ・新渡戸稲造 現代語訳：山本 博文（2010）「武士道」ちくま新書
- ・平田オリザ（2013）「新しい広場をつくる」岩波書店
- ・米屋尚子（2011）「演劇は仕事になるのか？」  
彩流社
- ・望月照彦（2008）「イベント学のすすめ」編者  
イベント学会 ぎょうせい
- ・星野克美（1991）「流行予知科学」PHP
- ・星野克美（1993）「文化・記号のマーケティング  
（新マーケティング学シリーズ）」国元書房