

集客エンタメの 社会実装に向けて

「集客エンタメを核とした地域活性化」



2024年5月24日開催

於 丸ビルホール

集客エンタメの社会実装に向けて

～集客エンタメを核とした地域活性～

2022年度より、過去2回にわたって「集客エンタメ産業の未来に向けた、社会的意義と本質的価値」について議論を重ねてきた本シンポジウムは、今年度はさらに先を見据え、集客エンタメが社会の「真の豊かさ」の実現にどのように貢献できるのか。そして、その価値をいかに社会に実装するかに焦点をあて、「実践の極意」を議論します。

第1部

基調講演

今治における
スポーツ×地域創生の未来



岡田 武史氏

株式会社今治、夢スポーツ 代表取締役会長

第2部

ぴあ総研活動報告

ゲストスピーカー

横浜ウォーターフロントラインの
にぎわい創出



山中 竹春氏

横浜市長

- ・日本政策投資銀行との共同研究
- ・横浜市との共同研究

報告者



笹井 裕子

ぴあ総合研究所株式会社
取締役所長

第3部

パネルディスカッション

集客エンタメを核とした地域活性をいかに実践し、社会に実装するか

パネリスト



野田 秀樹氏

劇作家・演出家・役者



亀田 誠治氏

音楽プロデューサー・ベーシスト



杉浦 久弘氏

独立行政法人
日本芸術文化振興会
理事長代理



小川 理子氏

パナソニック
ホールディングス株式会社 参与
ジャズピアニスト

進行



吉澤 保幸

ぴあ総合研究所株式会社
代表取締役社長

2024.5.24 [金] 14:00→17:00 13:30開場 会場：丸ビルホール

主催



協賛



三井住友銀行

SUMITOMO MITSUI BANKING CORPORATION



東京きらぼしフィナンシャルグループ

きらぼし銀行



三井住友信託銀行

SUMITOMO MITSUI TRUST BANK



MIZUHO みずほ銀行



横浜銀行

はじめに

まだ新型コロナウイルスが収束に向かって動いていた2022年5月に、第1回目のシンポジウムを開催しました。びあグループの創業50周年を記念するシンポジウムでした。新型コロナウイルスによる様々な制限がある中でしたが、『集客エンタメ産業による日本再生の意義』と題し、コロナ禍によって人と人、人と社会のつながりが途切れるといった社会の断絶が起きる中で、もう一度エンタテインメント、スポーツ、文化芸術によって人々が集まり、そこで心の豊かさを享受する、そういった集客エンタメ産業こそが、日本再生の大きなリーディング産業になっていくのではないかと語り合ったのが出発点でした。そして2023年に開催した第2回目では、それをもう1歩進めて、SDGsの原則である「誰一人取り残さない」という大きな世界課題を解決していく糸口に、この集客エンタメ産業が大きなキーポジションを担うと考え、文化芸術・集客エンタメは人々と社会をどう豊かにできるのかについて議論しました。

そして2024年。この第3回目では、『集客エンタメの社会実装に向けて』というテーマで、様々な人をつなぎ合わせ、誰一人取り残さない世界の平和と共生を担う大きな産業である集客エンタメ産業を社会にどのように実装していくのがよいのかを語り合いました。基調講演に元サッカー日本代表監督の岡田武史氏(P2)、山中竹春横浜市長(P4)には横浜市の取り組みについてご報告いただきました。そして、パネルディスカッションには、集客エンタメを現場あるいは行政という立場から実装している4名のパネリスト(P8-15)を迎え、我々のくらしや社会関係の中にどのように集客エンタメ産業を根付かせていったらよいか、そして社会実装に取り組んでいったらよいかについて議論いただきました。



2022年から始まった第1回目のシンポジウムから我々が培ってきたこの知見、そして、今日に至るまで様々な方にいただいたご提言を生かしながら、我々の社業にも展開いたしますし、同時にこの集客エンタメ産業に集う方々、産業としてそれを発展させていくべく色々な方々とのつながりをつくりながら、今後もこの集客エンタメ産業を育ててまいりたいと考えております。皆さま是非、それぞれの「場」に足を運んでいただき、鑑賞・観劇いただき、集まっていただきたいと思っております。それが本シンポジウムのひとつのアクションとして実りが出てまいりますことを祈念いたします。

びあ総合研究所株式会社
代表取締役社長 吉澤保幸

※本誌に掲載された内容は、2024年5月24日に開催された、びあ総研シンポジウム「集客エンタメの社会実装に向けて」の内容を抜粋・編集したものです。

今治における スポーツ×地域創生の未来

岡田武史

(株式会社今治・夢スポーツ 代表取締役会長)

今治での挑戦

僕はもともと今治(愛媛県)に縁も何もなかったのですが、今から9年半~10年近く前に今治に行きました。当初はサッカー日本代表が世界で勝っていくために主体的にプレイする自立した選手を育成するためでした。これまでの日本では、「判断しなさい」「自分で考えなさい」「自由だ」と指導して、16歳の高校生くらいから戦術という対応策を教えていました。それと逆の育成をしたら、主体的にプレイする日本人選手が生まれるのではないかと考え、「岡田メソッド」という原則をつくって16歳までに落とし込み、あとは自由に育てるということを考えました。

今治では僕の先輩が会社を経営していて、僕は教育担当顧問として年2回ほど今治に通っていました。その先輩がサッカー好きで、アマチュアの四国リーグのチームを保有していたので、岡田メソッドによる育成をやってみたくと話したら、それは面白い、是非やれと言ってくれました。そしてオーナーになり、代表取締役と兼務すると現場のサッカーを見る時間は全くありませんでした。経営とは、こんなに大変なのかと思いました。監督と経営は全く違います。スタートアップ企業ですから死に物狂いで働かなければ会社は潰れてしまいます。僕が会社を始めるときに、ライフネット生命保険の創業者の出口(治明)さんにスタートアップ企業の9割が5年以内に潰れると言われ、辞めてしまおうかと思いましたが、「このリスクにチャレンジする人がいなかったら社会が変わらない」という出口さんの言葉で、どんなことがあっても5年間会社を潰さないでいこうと思いました。このド素人経営が9期潰れずに、そこそこの成績で今まで来ました。なぜ上手くやって来れたのかと振り返ると、うちには企業理念がしっかりとありました。

心の豊かさを軸にした経営

僕は、環境問題に40年くらい取り組んでいます。そして社会活動にも色々携わってきたので、自分の想いを企業



OKADA TAKESHI

1956年生まれ。大学卒業後、古河電気工業(株)サッカー部に所属。1980年にサッカー日本代表に選出。現役引退後、日本代表監督としてW杯フランス大会、南アフリカ大会で指揮を執る。数々のチームの監督を歴任し、2014年FC今治のオーナーに就任。

理念にしようと思いました。物の豊かさは、数字で表すことができるものです。対し、心の豊かさは目に見えない資本。つまり、信頼や関連、共感などの数字で表すことができないものです。我々は売れるものは何も持っていないが、夢や元気、勇気は売れるかもしれない。そういったものに経済が回っていかねば、必ず資本主義は行き詰まると思っています。いま、地球には人類だけが80億人超くらい増えている。人類みんなが成長したら、必ずいつかバンクしてしまうか、取り合いになる。物質的な成長ではなく、文化的な目に見えない資本の成長で幸せに生きていく必要がある。そういった社会が変わっていかねば必ず行き詰まると思っています。そういった考えを『次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切に社会創りに貢献する』という企業理念にし、この理念に沿ってこれまで経営を続けてきました。

今治の未来への夢と共感で創るスタジアムの誕生

今治の街の中心のドンドビ交差点(今治市常盤町)の近くに大きな更地があります。かつて大きなデパートがあった場所です。そのデパートも今はなくなり、交差点から港につながる長い商店街は、昼間でも人が1人も歩いていない。これではたとえ成功したとしても、サッカーを観に来てくれる人がいなくなってしまう、何とかしなければ!ということで様々なことを始めました。

まず、今治市のサッカー少年団の指導者、高校サッカー部の指導者全員と会って、みんなでひとつのピラミッド「今治モデル」をつくりましょと提案しました。その頂点にあるFC今治が面白いサッカーをしてチームも強くな

れば、全国から「今治モデル」でサッカーをしたいという子どもたちや若者がたくさんやってくる。岡田メソッドを勉強したいというコーチもやってくる。日本だけでなく近隣のアジア諸国からも来るかもしれない。そういった人たちを、お年寄りだけになってしまった街にホームステイなどさせていけば、気がついたら人口15万人の街が、妙にコスモポリタ的な活気に満ちた街にならないだろうか。でも、それで実際に移住してくるのは20~30人です。それでは人口減少を食い止めるには全然間に合わない。J2に行くときには1万人、J1に行くときは1万5,000人を収容するスタジアムが必要になります。今治には運動公園しかなく、スタジアムはありませんでした。そこで複合型のスマートスタジアムをつくるのはどうかと考えました。

日本のスタジアムのほとんどは公園の中にあり、都市公園法に反してしまいスポーツ以外の使用については受け入れられない。でも僕は、今治には都市公園法に抵触しないスポーツパークの土地があることを知っていました。そこにヨーロッパにあるような、商業施設を併設した複合型のスタジアムを造って、365日人が行き交うような場所をつくるのはどうかと考えました。そして『交流人口』が増えたら、例えばここでタコ焼き屋を始めたら儲かるかもしれないという『関係人口』ができて、そのタコ焼き屋の店員が今治在住の人と結婚したら『定着人口』になる。これがこれからの流れに非常に良いのではないかと考えました。僕はそんなホラに近い夢を語っていましたが、そうしたら人とお金が集まってきました。当初、野球のまち・今治でそれは無理だと言われていたサッカー専用スタジアムが2017年に完成しました。「ありがとうサービス 夢スタジアム」です。とても小さなスタジアムですが、僕らにとっては夢のスタジアムなのです。

共助のコミュニティと豊かな文化が息づく場所

僕は『バリ・ヒーリング・ビレッジ』というストーリーを考えました。これからAIやICT(情報通信技術)が発達してきたら、AIの言う通りに生きる人生が必ず来る。人間はナビに従って車を運転するように、AIの言う通りに必ず生きます。失敗のない人生は悪いことではないが、人間の幸せはそれだけではない。もうひとつの幸せが必要です。失敗から立ち上がって、もう一度チャレンジしたり、誰かと助け合って絆が出来たり、もうひとつの幸せを提供できるのがスポーツであり、文化です。コンクリートでできて朽ちていくだけの箱モノはつくりず、どんどん緑豊かになって、心の拠り所として365日人が行き交う里山のような場所をつくる。我々は2023年に2つめのスタジアム「今

治里山スタジアム」を開業しました。これを終着点にするのではなく、我々の企業理念を実現する場所をつくりたいと考えています。僕は「共助のコミュニティ」と呼んでいますが、我々のコミュニティに入ったら衣食住を保障しみんなで融通し合う。そういった「共助のコミュニティ」をつくりたいのです。これが我々の夢・目的です。

これからの未来へ向けて

いま世界は、混沌とし、民主主義が行き詰まり、そして資本主義も行き詰まっています。今後世界の秩序がこうなると上から言える人は誰もいません。しかし、我々の「共助のコミュニティ」が成功して、JリーグやBリーグのチームが中心になってやったら、この国が変わり、世界が救われるかもしれない。下から世界の基準をつくっていくことができるかもしれない。我々は、次世代のために希望を残していかなければならない。その小さな希望が、「共助のコミュニティ」なのではないかと思っています。

これからはロールモデルがない時代が来ます。つまり、過去を参考にできない。そういった中で若者はこれから生きていかなければならない。主体的に、自分で決めてチャレンジしていかなければならないのです。どれだけ調べても、ChatGPTに聞いてもわからない、やってみなければわからないのです。やってみても半分は失敗する、だからエラー&ラン。今日の株価、今の経済を気にするのも大事です。大事だけれど、子どもたちの時代を考えると多くの社会アジェンダの答えが見えてきます。全ての生物は命を繋ぐために生きています。人間だけが自分のために生きているのかもしれない。それを少しでも変えていきたいと言って今治に集まってみんなで活動しています。

THE CORE TOPICS

物質的な成長ではなく
文化的な目に見えない資本の成長で
幸せに生きることが重要

失敗から立ち上がって
再チャレンジしたり、絆ができたり
もう一つの幸せを提供できるのが
スポーツであり、文化

次世代のために
希望を残していかなければならない
その小さな希望が、「共助のコミュニティ」

横浜ウォーターフロントラインのにぎわい創出

山中竹春
(横浜市長)

横浜が誇る海と音楽の都市空間

横浜のウォーターフロントラインは日本で最も海や港を感じられる場所だと思います。海岸線が長く、さらに特筆すべきは、都市の中心部から近いということです。パシフィコ横浜から山下公園まで続く約5キロのエリアには、その間に横浜赤レンガ倉庫など皆さまにお馴染みの場所もあります。そして、音楽施設が非常に多く集積しています。しかも、音楽施設もこの海辺空間にかなり近い。ぴあアリーナMMや、横浜武道館、2023年にオープンしたKアリーナ横浜、そして横浜BUNTAIが2024年4月にオープンしました。実はみなとみらい地区には、約40の音楽施設があります。その総キャパシティは6万5,000人。世界的に見てもこれほどコンパクトなエリアに、6万人以上も収容できる施設が固まっている都市はないと思います。

さらには、横浜らしい異国情緒あふれる街並みがあります。世界最大級の中華街、それから赤レンガ倉庫などの歴史的建造物、山下公園や港の見える丘公園など多くの方に馴染みのある場所があります。こういったものが合わさることで横浜らしい魅力的な風景をつくり、これが映画やドラマなど多くの作品のロケ地として選ばれている理由ではないかと考えています。こういった街としての素材、ポテンシャルで多くの方に「映える街」として認識していただいています。



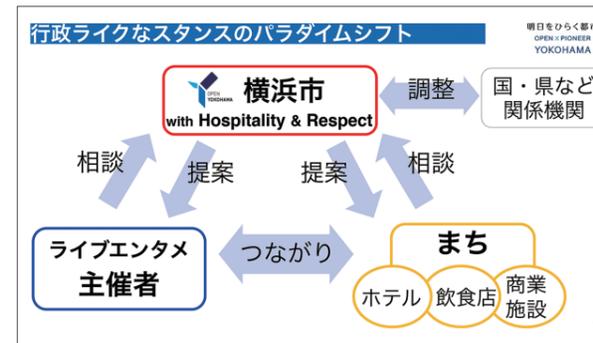
YAMANAKA TAKEHARU

早稲田大学政治経済学部および同大学理工学部卒業。博士(理学)。市長就任までにアメリカ国立衛生研究所(NIH/NIEHS)研究員、国立がん研究センター部長、横浜市立大学特命副学長、医学部教授などを歴任。データを活用した自治体経営を進め、「子育てしたいまち」の実現を目指す。

ホスピタリティとリスペクトを基盤にしたIPコンテンツ×まちの魅力

こうした横浜市のまちの魅力、我々は様々なIPコンテンツと有機的につなげることをおこなっております。この目的は、横浜の素晴らしい街並みを“面的に”回遊していただくことです。個々に素晴らしいところはたくさんありますが、我々としては来街者に回遊して面的に楽しんでいただき、経済効果も発揮したいと考えております。具体的にいうと、横浜市がライブエンタメの主催者さまと、街の中にたくさんあるホテルや飲食店、商業施設をつなげる「コーディネーター役」として、色々な取り組みを進めているところであります。私は、キーワードは「ホスピタリティと事業者さまへのリスペクト」だと思っています。2023年4月には、にぎわいスポーツ文化局という新しい部局を創設し、まちなかで展開する様々な回遊を促す策について、国や県とも調整をしながら、ライブエンタメ事業者さまや地元の事業者さまとの調整をコーディネートさせていただいております。

では、市民や来街者に対するホスピタリティ、それからステークホルダーに対するリスペクトがなぜ必要なのか。いわゆる“お役所仕事”の姿勢であると、なかなか物事は進みません。我々は許認可権限を持っているため、要件があれば来てください、というところが、実際はどうしてもあります。しかしステークホルダーとコラボレーションし、にぎわいを創っていくとなると、やはりそういった「待ちの姿勢」では成り立ちませんので、積極的に営業展開をしていこうとしております。また、行政財産の管理・規制に



関しても規制の中で積極的に活用していこうとしています。何ができるのかを積極的に考え、規制の中でどのように行政財産を最大限活用していくのかを常に考える姿勢を職員と共有しています。そして、ホスピタリティです。ホスピタリティ、リスペクトがないと当然ビジネスはうまくいきません。

エンタメとまちと行政の共創が拓く未来

最近では2023年8月にポケモンのイベントをおこないました。これはパシフィコ横浜でポケモンのゲームに関する世界大会(ポケモンWCS2023)があり、世界中から多くのビジターが横浜に来ました。会場のパシフィコ横浜のただでこれを終わらせてはもったいないということで、ポケモン社とコラボレーションして夏祭りやパレード、ドローンショー、水と炎のショーなどをおこないました。ただパレードをおこなうにしても、いざやろうとすると、道路を使用するため道路占用許可や道路使用許可、都市景観協議など100件以上の手続きが必要です。こうした規制は、我々人間がルールに基づいて営みを続けていく上で、必要な規制です。ただ、イベント的やビジネス的な観点から言うとそうとも言えない印象になられると思います。加えて、我々が役所にいて待ちの姿勢でいては、物事は進まない。そのため我々はこういった手続きをファシリテートすることをおこないました。その結果、見ることはできたのは笑顔です。市民・来街者の皆さまの笑顔が見ることができたのは我々にとっての一番のアウトカムでした。もちろん、経済効果もたくさんありました。

こうした取り組みを続けていると、どんどん口コミで広まり、プリキュアのイベント(2023年9月~2024年1月)もおこないました。大観覧車(コスモクロック21)をプリキュア仕様にするなどしました。プリキュアは、ファンの年代層が広く、プリキュアを最初に観ていた世代が子育て世代となって、子どもと一緒にプリキュアを観ているなど、世代幅が広い。このプリキュアのイベントは子育て世代を中心に来街者にとっても喜ばれ、こうした光景を目にするとやはり行政として目指すべき姿だと思えます。

また、ゆずがKアリーナ横浜と横浜BUNTAIでこけら落とし公演をした際も色々なことをおこないました。例えば、ゆずの公式マスコットキャラクター・ゆず太郎をあちこちの駅に掲示して、「ゆず太郎を探せ」ということで、ゆずのファンの方々がまちの回遊をしてくれました。まちの回遊をしながらゆず太郎がどこにいるのか探し、その中でレストランやカフェなどの飲食店や商業施設に入っただけという仕掛けをおこないました。また、ライブ毎にテーマカラーが決まっておりましたので、ライブに合わせてマリントワーのライトアップの色を変えたりもしました。規制によって我々の生活の秩序が保たれますが、時にこういった施策をおこなう際に、規制や条例とどのように向き合っていくかについては、我々も事業者の皆さまと一緒に突破していきたいと思っております。

最初はポケモンWCSでしたが、色々なエンタメと一緒にやってつくっていく横浜市は“役所っぽくない”という嬉しい口コミが広がり、今もどんどんオファーをいただいているところです。我々横浜市は380万人の都市です。市として400万人近い、日本で最大の都市です。その都市がエンタメ事業者さまや地元の事業者さまと組んで、ここまで変わっている。横浜市は、新たなチャレンジや前例のない企画を、皆さまと共に考え、全力で実現させていきたいと考えております。



THE CORE TOPICS

横浜・みなとみらいは、世界に類をみないライブエンタメ施設が集積するエリア

ホスピタリティと事業者へのリスペクトで創るにぎわい

エンタメとまちと行政と共創しながらまちの魅力につなげる

集客エンタメの持続的発展に向けて

笹井裕子

(びあ総合研究所株式会社 取締役所長)

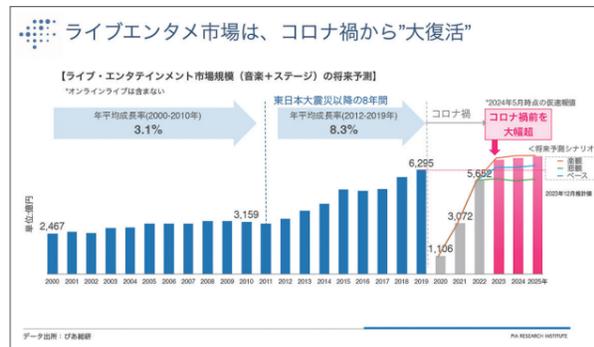
ライブエンタメ市場回復と課題

びあ総研では、音楽とステージ分野のライブエンタメ市場規模(国内におけるチケット売り上げの全体推計)を毎年発表しています。コロナ禍により人が密に集まって過ごすことが制限され、人と人が集い、感動を共有することを事業の根幹としている集客エンタメ産業は大打撃を受けました。2020年には新型コロナウイルスの拡大で市場の8割が損失したものの、2023年にはコロナ禍前の水準を超え7,000億円にもう少して手が届きそうな大復活劇をみせています。ベースシナリオで想定した以上に上振れした大きな要因は、チケット平均単価の上昇です。主に首都圏のアリーナ会場が増加し、首都圏で開催される大規模公演が予想以上に増加しました。さらに、世の中の物価上昇もありますが、ライブエンタメのチケット単価が全体的に少しずつ持ち上がってきた結果、この大復活が得られたのではないかと考えています。

では2024年以降はどうなるのか。コロナ禍前、年平均成長率8.3%で伸びていた時代があります。さすがにこの勢いを維持するのはなかなか難しいと考えています。というのも、市場の成長促進要因を上回る阻害要因もあります。ひとつは人口減少です。それに伴って深刻な問題となっているのは、働き手不足です。コロナ禍以前も働き手不足の問題はありましたが、コロナ禍で人材が流出したことや育成を中断したことがポディブローのように体力を削っています。かつては大規模会場不足が市場の成長を阻害する大きな要因でしたが、今となってはアリーナ会場を押さえたものの、スタッフが集まらず企画自体が潰れてしまうということが現実起こっている状況です。人口減少はお客さまのバイが減るということだけではなく、これから働き手不足という点でも喫緊の問題です。

横浜みなとみらい地区にみる集客エンタメの“人を集める力”

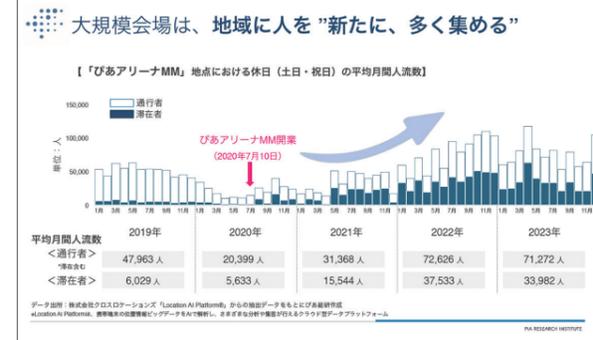
とはいえ、今後のライブエンタメ市場の成長エンジン



は、大規模興行の増加です。2028年頃、首都圏の大規模会場の総収容人数は2020年以前の約2倍の規模に拡大すると予想されます。大規模会場の増加に伴って公演も増加し、市場が成長していく未来を描ける土台が固まってくるということです。横浜みなとみらい地区においては、新たな大規模会場の開業が相次ぎ、現在国内随一の集客エンタメ施設の集積地がすでに誕生しています。

横浜みなとみらい地区におけるびあアリーナMMによる人流の変化を見ると、開業前は通行者が大半でしたが、公演に来られる方(滞在者)が増えていることがわかります。また、実は神奈川県外から結構多くの方々来られています。びあアリーナMM地点の来訪者を見ると、2023年9月時点で神奈川県から来られている人は約2割。それ以外は県外からの来訪者です。県外のうち、首都圏(東京都・千葉県・埼玉県)以外からは全体の2割くらい。大規模会場には、遠くから色々な人を集める力があるのです。

2023年秋にゆずがKアリーナ横浜のこけら落とし公演をおこないました。その時にWi-Fiセンサーによる接触データを使用して横浜市と横浜市観光協会が実施した調査を



紹介します。この時、ゆずのコンサートに合わせ、コスモクロック21やマリントワーのライトアップや限定アイテムを対象店舗で配布するなどの仕掛けが用意され、多くのファンがそのアイテムを持って横浜のまちの中で写真を撮るといった行動が起きました。その結果、回遊が増え、Kアリーナ横浜でおこなわれた別の公演と人流を比較すると、ゆずの公演では横浜駅に直行する人が減り、その代わりにみなとみらいエリア、新港エリア、山下エリアで回遊が生まれました。

2023年8月のポケモンのイベント(ポケモンWCS 2023)でもみなとみらいエリアからポケモンに関わるスポットを展開した各エリアへ広く回遊が起きました。その結果、総来場者数230万人の横浜市内での消費は、間接効果も含めると245億円にのぼる大きな経済波及効果を生んでいます。

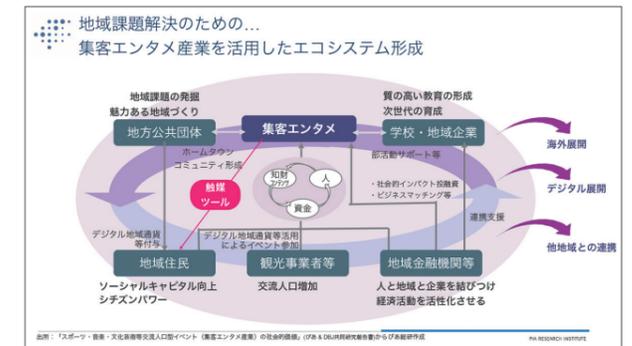
集客エンタメによる地域の持続的成長を促すには…

また、日本政策投資銀行と2021年から共同研究を継続しておこなっています。2023年度は静岡で清水エスパルスにご協力いただき、IAIスタジアム日本平でのサッカーの試合で、「ユニタビ」という周辺地域などの情報を提供するアプリや、コミュニティシェアサイクル「PULCLE」などのエンタメとファンを仲介するツールを使って、試合を観戦しに来た人たちが、どのような周遊行動をおこなうのか分析をしました。会場がありサッカーという魅力的なコンテンツにより、地域に多くの人を集めるという力があるのはもちろんですが、それをさらに効果的に地域につなげ、

地域をそだてる、これが集客エンタメが地域に対して貢献できる社会的価値の最たるものだと考えています。その社会的価値をより有効に発揮するためには、コンテンツがあつて会場があるという必須条件に加え、地域資源や地域の団体などと仲介する仕掛けを活用することで、より有効に機能することができるのです。

集客エンタメの地域振興と未来への展望

「チームスマイル」という活動があります。これは東日本大震災後にエンタメを通じた復興支援を目的として発足した活動で、全国に4つのライブハウス「PIT」をオープンし、東京の豊洲PITから釜石、仙台、いわきにコンテンツや資金を回していくポンプ機能を果たしながら11年間復興支援活動を継続してきました。この「チームスマイル」のモデルが、もしかしたら、東京一極集中になっている現在のライブエンタメ市場が、地方を巡回する“多核連携”へシフトするヒントになるのではないかと考えています。さらにびあ総研では、集客エンタメ産業の振興を図っていくには、持続的な発展を支えるエコシステムの構築が極めて重要であると考えています。そのためには集客エンタメが持つ、文化芸術そのものの本来の価値と社会的価値、経済的価値をそれぞれバランスよく向上させていく必要があるのではないのでしょうか。



THE CORE TOPICS

集客エンタメには地域に多くの多様な人を“集める力”がある

地域資源や地域団体と集客エンタメを触媒する仕掛けによって地域の持続的成長を促す

多核連携への転換とエコシステム構築が集客エンタメの持続的発展の鍵

行政から変革する 文化芸術の 未来・新たな価値

杉浦久弘

(独立行政法人日本芸術文化振興会 理事長代理)

「文化政策」の転換

文化政策は最近大きく変わっています。私が初めて文化庁にきた8年前は、まだ文化財の指定や登録を中心としたことばかりで、とにかく「保存」をしっかりやるという感じでした。「芸術活動への振興」は、一生懸命頑張っているものの、パターン化されたり、既存業務に埋没してしまうなど、まるで沈む潜水艦のようなイメージでした。このままではまずいと思っていたところに、文化庁の地方(京都) 移転の話が出てきました。そのときに文化庁職員みんなで、「なぜ文化庁ができたのか」「我々は何をやらなければならないのか」を改めて考え直すということで、そこから全てがスタートしました。それまでの課は、明治時代からの法律の組み立てから変わらない課の名称で、とても伝統的で、文化庁自体が文化財のような状態の行政組織でした。「国民の皆さまにどのようなサービスをしたいのか」「どういうことをやらなければならないのか」がわかる名称にしようといったところから、「文化経済課」や「食文化課」などの課をつくり出します。そうやってゴールをしっかり共有して、皆さまに使ってもらえる、皆さまにサービスできる体制をつくる、そこから始まります。民間や経済界の動き、地方との連携、関係省庁も、文化庁はそれらと別ではないのです。みんなが文化に関わっています。新・文化庁の課長は最終的には10人ぐらいになりますが、当初は、文部科学省の人で固める発想でしたが、やはり半分くらいは他省庁の人に来てもらい、課長の席に就いてどんどん進めてもらわなければ、おそらく動かないだろうと思いましたが、初めはすごく抵抗されましたが、各省庁がエース級の人を送りこんでくれたおかげで、仕事をしながら各省庁と連携して動く体制になりました。そして、文化や芸術を活用しようという方向へ変わっていきました。このように変わったのも、おそらく社会全体が文化芸術の価



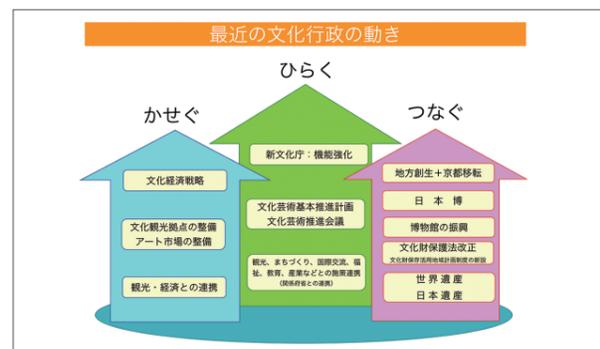
SUGIURA HISAHIRO

1989年文部省(当時)入省。(公財)東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会事務次長、文化庁長官官房政策課長、文化庁審議官、内閣官房内閣審議官、2021年から文化庁次長、2023年10月より現職。

値、コンテンツの大切さを共有し始めたからかなと考えています。

「文化行政」3つのトレンド

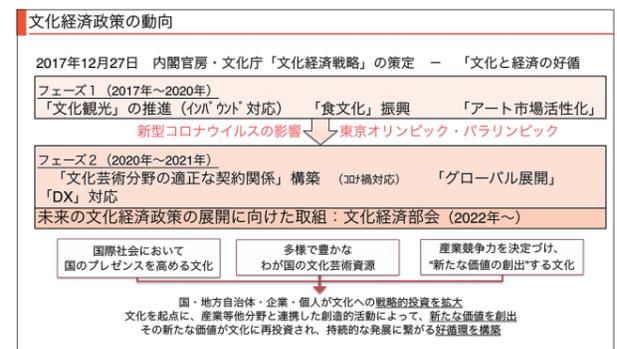
最近の文化行政は俗な言い方ですが「かせぐ」文化です。お金をしっかりと稼げるような仕組みが本来、文化やスポーツにはあるはずですが、芸術の高みにどんどんいくと、「国から援助してもらえんだ」という発想になりがちです。もちろん、国からの援助は重要ですが、やはりみんなに愛され、支えられての芸術なので、稼ぐという根っこ自分たちで頑張れる体制をつくるのが大事だと思います。そして、「ひらく」。閉じこもることなく、みんなで一緒にやるという方向に「ひらく」。そして様々な方々と「つなぐ」。この3本の発想で行政の組み立てを直していくといったのが、当時の考えです。文化政策は今まで「芸術文化」と「文化財」の2つの柱しかなかったのですが、最近のキーワードは「文化経済」、「文化観光」、「食文化」、「生活文化・地方創生」、「文化資源活用」と様々です。各省庁や各地域とのつながりをつくりながら、「皆さまに喜んでもらえるには



どうしたらよいか」という発想に切り替えていって、そこで文化を使っていたら、文化を育てていただくという方向にだんだん舵が切られているところです。

コロナ禍を経て「文化経済政策」が目指すもの

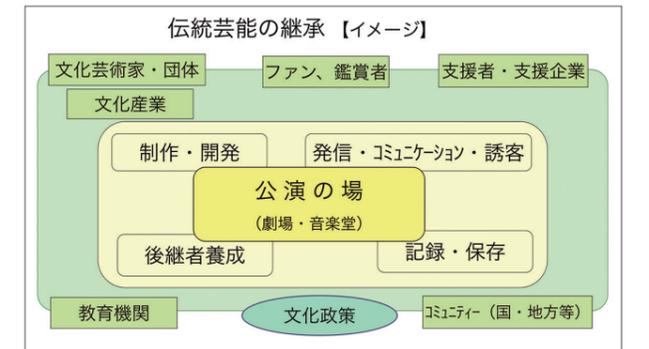
日本の文化経済政策は歴史が浅いものです。そのため、2017年に内閣官房と文化庁、さらに政府全体で各省庁も一緒になって「文化経済戦略」をつくりました。まだコロナ禍が始まる前ですので、文化観光の推進、それから食文化、現代アートや舞台といった様々なアート市場を活性化しようと考えました。ところがこれが新型コロナウイルスにより迷走し、劇場に集まることを制限され、美術館も展覧会が開けなくなり、様々な問題が出てきて置き、加えて海外からのお客さまもぐっと減ってしまった。東京オリパラを起爆剤にと思ったのも束の間、無観客開催と言われて、それでも政策としてはつくっておくとしたのがフェーズ1です。フェーズ2になると、コロナ禍の影響もありますが、文化芸術関係は契約が非常に不安定というより、そもそも契約自体が「無い」と気がついたのです。このためコロナ禍のときに政府から補助金や支援金を給付したくても、契約自体がないために文化芸術活動をやっているかどうかわからない。ここが非常に財務省と悩み、これを機に文化芸術の世界でもしっかりと契約をかわす方向にたどり着きました。昔は「この仕事があるから早く来い」といった感じで声がけして仕事を依頼していたため、契約関係があるわけではなく、その場で頼まれた仕事をポンとやって出来高払いというスタイルが多かったのです。それを改めて、契約関係をつくっていかうということになりました。これが様々なところで文化芸術の産業化の基盤となります。それから、グローバル展開とDX対応もしっかり進める。文化経済部会を開催するなどして国のプレゼンス



の向上を目指しています。日本は多様な文化を豊かに持っています。それをしっかりとどのように使うか。それから産業競争力としてどのように使ってもらえるか、新しい価値の創出をどうしたらうまく産業につなげられるかといったところを大切にしています。

伝統芸能継承のカギ

日本は本当に豊かな伝統芸能を持っています。個人的な意見ですが、舞台芸術系にとって重要なのは、ホールや劇場などを中心としたお客さまと皆さまと一緒に感動を分かち合える、時間と空間を共有する「場」、これが一番真ん中に据えるべき価値だと思います。これをしっかりとどのようにつくるか、どんな面白いものをつくるか、どんな発信をしていくか、後継者をどうやって育てていくか、記録保存をどうしていくかといったものを、それを取り巻くファン・鑑賞者の皆さまはもちろん、団体も産業界も教育機関やコミュニティもみんなどうやって支えていくかという頭のつくりが重要だと思います。



THE CORE TOPICS

文化行政は 「かせぐ」「つなぐ」「ひらく」フェーズへ

文化の産業競争力を高め
新たな価値を生み
再投資される好循環を生む

伝統芸能の継承に重要なことは
時間と空間を共有する「場」

稀代の“表現家”が歩んだ道の先に示すライブの意義

野田秀樹
(劇作家・演出家・役者)

東大時代の“お客を集める秘訣”が世界の祭典に羽ばたくとき

僕は約50年前から芝居を始めましたが、その当時の演劇というのは、お客さまが入らなくてもいいんだというような、アングラが特に多かったような気がします。それが自分の中では真逆で、お客さまを入れなきゃいけないという思いで、大学時代に生協の前や食堂の前で踊りまくって、とにかくお客さまを集めるということをしました。その後エディンバラ・フェスティバルというイギリスの国際芸術祭に呼ばれたときも、まず真っ先に、お客さまを集めるために広場で踊りまくりました。踊ればだいたいお客さまは集まるとというのが、長い経験上の簡単な答えです。

東京オリンピックが決まったくらいの頃に、東京都の芸術劇場の芸術監督を務めていたこともあり、東京芸術文化評議会の評議員になりました。当時の東京都知事の舛添(要一)さんから「何かオリンピックのための文化プロジェクトはないのか」という話が出ると、みんな日本の文化は多様性があるといった、よい話はするけれども、結局具体案が出ない。そこで、具体案として僕が思い出したのが、ロンドンに住んでいた頃、いつも6月頃になると自分が住んでいた街に来た移動遊園地でした。道路で何かを組み立て始め、なんだろうと思って2、3日見ているとそれが遊園地に変わっていく。休日はみんなその遊園地を楽しみ、終



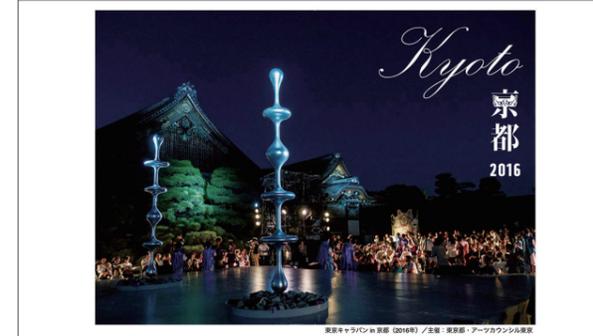
NODA HIDEKI
東京大学在学中に「劇団 夢の遊眠社」結成、1992年解散。1993年「NODA-MAP」設立。「THE BEE」「フェイスピア」「Q」「兎、波を走る」等数々の話題作を発表。歌舞伎やオペラの脚本・演出も手がける等、国内外問わず精力的な創作活動を行う。2009年10月、名誉大英勲章OBE受勲。2009年度朝日賞受賞。2011年6月、紫綬褒章受章。

わると去って行くという、その姿をすごく思い出しました。文化サーカスというか、いわゆる音楽や美術、演劇や伝統芸能も含め、全部そういったものが一気にどこかの街角に現れて、風のように消えていったらカッコいいんじゃないかと思ったのです。東京オリンピック・パラリンピックを契機にそういったことができないかと思い、それを提案したところ、舛添さんは目の前で「それはいい！是非やってください」と言いました。いいひとでした(笑)。ただ、僕はなんとなく言ったんです。実際にそれが自分に降りかかってくるとは思っていなかったのです。しかし言い出してしまったがために、「(リーダーシップを文字って)言い出—シップ」とも言うのですが、自分が主導してやらなければならないようになって、それから大慌てで様々なところに声を掛けてやり始めたのが「東京キャラバン」です。それが2015年くらいからコロナ禍を挟んで7年間は続きました。

舞台演出の匠がたくらむ「次のお祭り」

しかし、東京キャラバン自体を東京都としてはこれ以上はやらないという形になって、僕としてはオリンピックのときに文化的な遺産として、建造物が残るだけでなくソフト的なものが残った方がよいのではないかというアイデアだったのですが、結局これは終わりとなりました。自分の中では非常にもったいないという気持ちが今でもしています。

また、いま必要性を感じているのは、芸術文化と経済の関わりです。芸術文化はお金を稼げないと思われるので、そこでやはりコロナ禍のときに「不要不急」という言葉をいただいてしまった。でもそれは、そういったイメー



ジを与えてしまった私たち側の問題もあると思うのです。やはり、いつもなら「文化って楽しみだな」と思ってくれるけれど、例えばスポーツに関してはみんな“優しい”じゃないですか。でも文化が言いだすと、「好きでやっているのに」という話になってしまう。そこは我々がなにか「いつもここは楽しいでしょ？」というものを皆さんに見せて、例えば街角に来るようなものや、あるいは国際芸術祭という芸術文化のお祭りが、定期的に2年に一度くらいでも開催できるようになったら、それをみんなが楽しみにするような面白いものをつくる。結局、内容が大事ではありますが、そういった芸術文化のお祭りをつくれたらよいなと考えています。ちょうどいま、自分の芝居もつくっているのですが、それとは別の時間に集中して取り組んでいる感じです。

新型コロナウイルスが気づかせた「やっぱり、ライブ文化」

僕がああ長いコロナ禍で思ったのは、新型コロナウイルスというのは現実のウイルスの病気ではあるけれど、“人間のコミュニケーションに向けての病”だったという認識です。自分の現場が特にそうでした。やはり「人が人の前にいる」ということが、どれだけ大切かということを非常

に感じました。私もそうだし、今でもオンライン会議というのはあの名残でやってはいるけれど、もちろん役には立ちますが、やはりオンライン会議では話しきれないし、間にどうでもいい茶々を入れたりしたくなってしまふ。そういうことが、オンライン会議ではなかなかできなかったりする。そういった、人が直接会うということがやはり一番大事であり、それが「ライブの文化」だと思うのです。同時にいまは、非常に技術の発達したところでとてもよいものができている。でもその対極には、本当に二極化ですが、どれだけ様々なものが進化しようが進歩しようが、やはりライブ文化が「原点」というか。そこは絶対に人間は忘れないし、そこに戻りたいと思います。そういった意味でもライブ文化というのは、そこで人が演奏したり、私たちがこれから考えている国際芸術祭も含め、うまくやっていければなと思っています。



THE CORE TOPICS

「踊りは人を集める」
東京五輪への文化プロジェクトは、
東大時代に得た極意の延長線上に

「人々が楽しみにする
芸術文化のお祭り」が、
文化の稼げないイメージをきつと変える

技術が進歩進化しても、
人が人の前にいる「ライブ文化」を
人間は忘れない



誰でも文化に アクセスできる場が、 当たり前にある日本に

亀田 誠治

(音楽プロデューサー・ベーシスト)

伝わりきらない表現、熱量 自身の体験とかけ離れていく違和感が駆り立てたモノ

今から10年ほど前から音楽の聴かれ方、いわゆるメディアが変わっていくことによって、音楽の受け取り方が変わってきました。要するにCDが売れなくなり、代わりにダウンロードやサブスクリプションが出てきたりと、音楽の楽しみ方が自由になり間口は広がったのですが、世代を超えて共通で楽しめる音楽や文化が非常に希薄になってきていると感じていました。僕は典型的な昭和生まれの昭和っ子なので、お茶の間のテレビや映画館に行って家族で楽しむとか、そういったところで得た音楽や感動体験が、今の自分をつくっているということをひしひしと感じています。しかし、例えばCDが売れなくなってしまった影響で、CDに特典映像やアーティストに会えるなどの様々な“おまけ”がつくようになってきました。音楽1曲分よりもそのおまけの分量の方にかかる比重が増えてしまいました。それでもCDというフィジカルなものを売ろうという機運がなかなか音楽業界から抜けていかない。一方で、これから音楽はライブエンタメに特化していく。フィジカルでCDが売れなくなったとしても、ライブで発表することになれば、お客さまは絶対についてくる。これは真理で、ある意味正しいのですが、このライブエンタメ文化が広がっていく中で、またこの音楽業界の中でいびつな動きが始



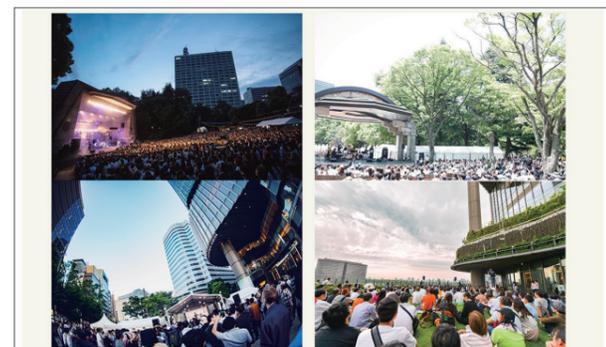
KAMEDA SEIJI

1964年生まれ。椎名林檎、スピッツ、GLAY、いきものがかりなど、数多くのプロデューサー、アレンジを手がける。東京事変のベーシスト。今までに、日本レコード大賞編曲賞(2007年、2015年)、日本アカデミー賞優秀音楽賞(2021年)、渡辺晋賞を受賞(2024年)。親子孫3世代がジャンルを超えて音楽体験ができるフリーイベント「日比谷音楽祭」の実行委員長を務める。

まり、例えばコンサートで最後の曲が始まる前にお客さまはグッズを買いに席を立ってしまったりする。目の前でアーティストが素晴らしいパフォーマンスをしているのに、やはり関連特典やおまけに引っ張られてしまって、音楽業界全体、アーティスト、ステージスタッフの音響や照明、舞台など彼らが表現したいことや熱量、伝えたいものの全部が伝わり切らない状況があります。自分も音楽をつくる立場、そして様々なコンサートなどをプロデュースしていく中で、非常に居心地が悪いというか、どうもスカッとしないう気持ちでした。

日本初の「フリーでボーダーレスな音楽祭」をつくる

そういった中で、日比谷音楽祭は日比谷公園とその周辺施設を使って、親子孫3世代が楽しめるフリーイベントとして2019年に産声をあげました。日比谷公園と日比谷の街、ミッドタウン、公園の中にも音楽が繰り出して、とにかくこれを無料で開催する。それによって様々な敷居は一切なし。僕が言うボーダーレスとは、ジャンルや世代はもちろん、誰でもアクセスできるという意味です。東京の日比谷という本当に便利で最高のロケーションから無料の音楽祭を提供できれば、様々な世代の皆さまが感動体験に触れるきっかけになる。しかも出演アーティストは無料だからといって、安かろう悪かろうではありません。僕が音楽文化を1人でも多くの人に知ってもらって、豊かな生活と人生を送れるきっかけをつくる音楽イベントにしたいから協力して!と声をかけ、常にトップアーティストが集ってくれています。チケットからの収入がない分、企業さまからの協賛金やアーツカウンシル東京からいただいている助



日比谷音楽祭とは?

「日比谷音楽祭」は日比谷公園と日比谷公園全体とその周辺で開催される、親子孫3世代、世代を超えて誰もが「フリー」で楽しめる、ボーダーレスな音楽祭です。

誰もが自由にさまざまなジャンルの音楽と出会い、いろいろな音楽の楽しみ方に触れることができます。

無料のためチケットの収入がない日比谷音楽祭は、「企業のお祝い金」「行政の助成金/補助金」「クラウドファンディング(一般の方からのご支援)」の3つの柱によって成り立っています。

多くの方のご協力によって開催することができたこの日比谷音楽祭は、「音楽の新しい循環」を生み出し、みんなで文化を育んでいく、今までにない新しい私たちの音楽のお祭りです。

来場者数: 2日間延べ約15万人

U-NEXT生配信 & 見逃し配信
視聴者数: 約27万人
総再生回数: 約57万回

※2023年実績

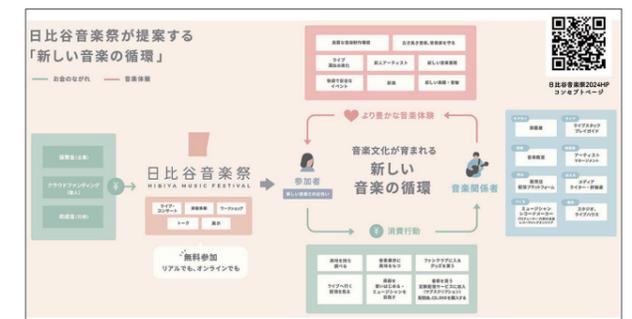
成金、そして一般の方からのクラウドファンディングの3本柱の収入源で動かしています。色々な方から「これを続けていくのは難しいよ、大変だよ!」と言われました。それでも僕は、エンタテインメント業界の中だけで音楽を循環させようとするのではなく、売れなくても、カッコいいものはカッコいい」というマインドがあるけれど、そうはいつでもいられなくて。例えば作品をつくるにしても制作費がほとんどないような状況がずっと続いています。大ヒット曲を生んだレジェンドアーティストたちも、今では作品をつくれずコンサート活動で稼ぐといった状況です。こうしたお金の循環がものすごく悪くなってきている中で、僕が考えたのは、音楽業界以外の人、要するに様々な人がみんな文化を応援する仕組みと、音楽文化を応援する「場」をつくってしまおうということです。大反対されたり、代理店の方が去ってしまったりしたこともあります。2018年度は資金不足で開催を断念し、枕を涙で濡らす夜もありましたが、僕は無料開催という概念と文化に触れるきっかけをつくるというのを譲らなかつた。2019年、企業さまから多くの協賛金をいただき、助成金とクラウドファンディングで資金を集めながら第1回目を開催しました。

着想はニューヨーク、そしてロンドンから

この日比谷音楽祭にはヒントになっているイベントがあります。ニューヨークのセントラルパークでおこなわれているサマーステージというフリーコンサートです。ベテランアーティストから人気アーティスト、ジャンルも超えてジャズ、クラシック、ロックと様々なアーティストが出演します。僕はエルヴィス・コストロのコンサートも観ました。セントラルパークは1970年代にキャロル・キングが無料でおこなった凱旋コンサートや、1980年代にはサイモン&ガーファンクルが50万人以上を集めて無料コンサートをおこなったりと、様々なフリーコンサートの象徴の場所でもあります。「お金を稼いだ人たちは社会に還元する」寄附文化と「文化を応援する」仕組みがアメリカでは大

変深く根付いています。会社の規模が大きくなればなるほど社会に還元していく。ロンドンでもウエスト・エンドというミュージカル劇場が集まっている場所がありますが、そのミュージカルスターたちが年に1回数万人を集めてフリーコンサートをおこないます。それをきっかけに劇場に行くという循環をつくっている。これがニューヨークやロンドンでできているのに、「日本は寄附税制が全く違うから、無理」とみんな無理が先にくる。東京でできないことはなかるかと、僕はあきらめず自分から扉をたたいていくことで、日比谷音楽祭を開催することができました。

セントラルパークの中にテラコルテシアターというシェイクスピア劇を上演する野外ステージがあります。当時はトランプ大統領を風刺したとてもスパイシーな舞台を無料で一般の方に見せていました。一般の方は、そうした演劇が無料で毎日おこなわれるのを楽しみにしている。こうした文化の種まきがとても大切だと思います。入口を分かりやすくして、間口を広げていくということをこれから早急にすすめていく。僕がニューヨークやロンドンで見てきた「誰でも文化やエンタメにアクセスできる」あの空気感を日本中に広げていく。エンタメ業界だけでなく、様々な企業や行政も含めた人たちが関わり、交わってすすめていく。いま、次世代がとても進化しているので、きっともっとよい明るい未来が待っているような気がします。



THE CORE TOPICS

様々な人が音楽を応援する仕組みが
新しい音楽の循環をつくる

日本では無理!を鵜呑みにしない

「誰でも参加できる」=
「文化に触れるきっかけをつくる」
ことをあきらめない

技術がエンタメと混ざるとき 多様性をつなぐ世界がみえる

小川理子

(パナソニック ホールディングス株式会社 参与・ジャズピアニスト)

パナソニックのテクノロジーが 集客エンタメを豊かに

ものづくり・製造業をおこなっているパナソニックが集客エンタメから遠いところにあるのではないかとと思われるかもしれませんが、集客エンタメをどのようなソリューションやハード面からサポートしているのかお話しします。

パナソニックは昔から企業スポーツがとても盛んで、2022年にバレーボールとラグビーとサッカーの3競技を「事業化スポーツ」に、それ以外の例えば女子陸上競技とか野球をいわゆる社会貢献としての「企業スポーツ」とに分けて、その運営を通じてサービス開発をしたり、お客さまをファンエンゲージメントをしたりと、スポーツ全体の価値の最大化を目指しています。またガンバ大阪のホームスタジアム(パナソニックスタジアム吹田)などは、観客に最高の観戦環境を提供できるよう、様々な設備を整えています。国の政策指針ではスポーツの成長産業化、市場規模が15兆円になる可能性があるというところに向けて、スポーツ庁や経済産業省が政策や指針を出しています。業界のトレンドとしても、どんどんスポーツリーグがプレミアム化している。スタジアムに行くと様々なスイートラウンジができ、そして私たちのビジネス開発も同時にできるような、スポーツにおけるホスピタリティ事業開発構想も今びあさんとすすめています。

パナソニックグループの企業スポーツについて

パナソニックグループとしてパナソニックスポーツ(株)を2022年4月に発足。事業化スポーツ、企業スポーツの運営を通じ、新規サービス開発やスポーツ価値最大化を目指す

パナソニックホールディングス(株)

パナソニックスポーツ(株)		EW社
スポーツチームの運営事業、情報発信事業、新規サービス開発事業		アマフト パナソニックインハウス
事業化スポーツ チーム・クラブ運営・施設運営管理・試合興行事業 V.LEAGUE DIVISION I パナソニックパンサーズ (秋分アリーナ) RUGBY LEAGUE ONE 埼玉パナソニックワイルドナイツ (熊谷ラグビー場) J.LEAGUE DIVISION I ガンバ大阪 (パナソニックスタジアム吹田)	企業スポーツ 社員エンゲージメント/地域貢献等 パナソニック 女子陸上競技部 パナソニックエンジェルス パナソニック 野球部	総務 パナソニック制御部 女子バレー部 パナソニックグループバレー部



OGAWA MICHIKO

慶応義塾大学工学部卒業後、同年松下電器産業(現パナソニックHD)入社。音響研究所にて音響機器の研究開発に従事。2015年役員に就任。2021年より現職。またジャズピアニストとして、2003年英国Jazz Journal International批評家投票第一位獲得。

スポーツにおけるホスピタリティ事業開発構想

①国の政策・指針 (スポーツ未来期会議) スポーツの成長産業化 (市場規模15兆円)に向けた スポーツ・経済省による政策・指針	②業界のトレンド OSVリーグ、Bリーグ・プレミア化に向けた ホームアリーナ審査基準における スイートラウンジの仕様化	③パナソニックグループ保有 ビジネス開発フィールド PS社との連携によるプロチーム スタジアム・アリーナを活用した ビジネス開発 ガンバ大阪、パンサーズ、ワイルドナイツ等
---	--	--

◎みるスポーツの更なる拡大
ホスピタリティビジネス
◎地域スポーツの拡大
スポーツツーリズムの活性化

◎びあ x DAIMANIとの業務・資本提携
によるホスピタリティ事業への参入

吹田・枚方・熊谷など

また、東京都庁と一緒に世界最大規模のプロジェクションマッピングも行いました。これは世界最大面積にプロジェクションマッピングできたということで、2024年2月25日にギネスの世界記録に認定されました。高輝度プロジェクターが業界シェア1位をいただいている、それぐらい高輝度なものをたくさん使って圧倒的な映像美とそして運用効率も信頼性も高いということで採用いただきました。現場で演出する人材が不足していることから、リモートやクラウドを使って、様々な新しい演出ができるような仕組みも開発し、このプロジェクターと一緒に、プロジェクションマッピングシステムとして、実際にナイトタイムエコノミー、観光資源としても価値向上に貢献させていただいています。

時を超えたプロジェクトが「新しい音楽との出会い」をさらに広げる

私はパナソニックの中でTechnicsという高級オーディオのブランドを担当しています。実はこのTechnicsは1965年生まれのととても古いブランドで、70~80年代頃



は日本中がハイファイオーディオの時代でしたが、デジタルネットワーク社会の進歩とともに、ハイエンドオーディオは事業としては小さくなり、一度はブランドを休眠せざるを得なくなりました。2014年にそのブランドを復活させることになり、今は責任者として事業を推進しているところです。私の感覚では、ハイエンドオーディオの集客があまり進化しておらず、これはいかがなものか、もっともっといい音でいい音楽をたくさんの人に楽しんでいただきたいと思いました。いまは音楽との出会いも増えているわけですから、もっと自由に色々な方々が様々なデバイスで、閉鎖的な制約条件の中でがじがらめにオーディオを聴いてもらうのではなく、音楽との新しい出会いのきっかけを、ハイエンドオーディオの世界にも持ってきたいと思い、昨年(2023年)12月にTechnics café KYOTOをつくりました。ガラス張りのビル1階のロビーで、音を制御するのがとても難しいのですが、やはりガラス張りのところで通りすがりの人たちにもどんどん入ってもらおうと、そして、スピーカーをじっとしかめっ面で見ても音楽を聴くのではなく、コーヒーでも飲みながら豊かな気分で聴いてもらおうと、私の強い気持ちもありこのスペースをつくりました。

いま、アナログレコードがとても復権しています。2022年には、生産枚数が2010年の20倍になっており、そして生産金額も30数年ぶりに戻ったというほどです。多様な価値を皆さん求めてらっしゃるんだなということで、ここでレコードをかけて多くの学生や外国人観光客に訪れてもらっています。ハード、ものづくりのメーカーが



Technics café KYOTOの役割

京都という文化の交流地で、日本発の新たな音楽スタイルを発信
 気負いなくいい音で、いい音楽に出会える空間に

エンタテインメントを通して集客するというのは、なかなか難しいことですが、様々な工夫をしながらこの世界をサポートさせていただきたいと思っています。

2025大阪・関西万博で描く 文化芸術が多様な人々をつなぐ未来

東京の方々にはなかなか大阪・関西万博が国家行事であるということが浸透していないというのが私の正直な感想です。ぜひ首都圏の皆さまにも来ていただきたいと思えます。万博もずいぶん役割が変容しています。昔は科学技術やそういった国威発揚型の万博でしたが、21世紀になってからは多様な人たちが、国・地域・世代を超えて、多様な文化がつながり合ってコラボレーションしながら、この複雑な世界規模の社会課題をみんなで解決していこうという万博が変わっています。私は、文化芸術がコンテンツとして、多様な人たちがつながりあって、自然もそして心も世界もみんながつながるんだという発信をしていきたいと思っています。パナソニックもパビリオンを出していますが、私たちはいま、様々な社会課題を解決しなければならないことだらけで、かなり疲弊していると感じます。「30年成長しない日本」とも言われ、もう一度火をつけてとにかくみんな解き放つこと「Unlock your nature」を私たちのメッセージにしています。そして、子どもたちが自分の可能性に出会って、非認知能力をUnlockしていく、そういった体験型のパビリオンをつくっています。今は会期前から、小学生・大学生・高専生・専門生・U35リーダーと様々な共創活動を始めています。万博が終わるとパビリオンは全部解体されてリユース・リサイクルになりますが、レガシーとしてはつながりあえるというところで長期にわたってエンゲージメントを生み出していきたい。私はこの万博でこそ文化芸術が果たす役割というのは、とても意義があるなと感じています。

THE CORE TOPICS

圧倒的な技術力が切り開く 集客エンタメの未来

ハードだけではない、心を豊かにする 音楽との新たな出会い方を求める

万博が人々の閉鎖性を解き放つ場に 文化芸術が果たす役割

文化芸術・集客エンタメを 「SDGs 18番目」の目標に

SDGsの17項目には、「文化芸術」に関する目標が直接的には語られていません。

ぴあグループでは、世界の多様な「文化芸術」の共存・共生こそが、サステナビリティの根源をなすという考えに基づき、18番目の目標として「文化芸術をはじめとして、エンタテインメント、スポーツの必要性」を掲げ、心豊かな暮らしと社会のために、あらゆる人々の「文化」的活動を強化・支援することを提言します。それが、人々の相互理解やコミュニケーションを深め、ダイバーシティやインクルーシブな社会構築、世界平和への共感の近道になるものと考えています。



Making Life and Society rich with Art,
Culture, Entertainment and Sports.

第3回 ひあ総研主催シンポジウム 実施報告書

集客エンタメの社会実装に向けて

～集客エンタメを核とした地域活性～

発行日：2024年7月

発行：ひあ総合研究所株式会社
〒150-0011 東京都渋谷区東1-2-20 渋谷ファーストタワー
E-mail: piari@pia.co.jp

編集：ひあ総合研究所株式会社

写真：小川拓洋

デザイン：泉雅史



ぴあ総研が
過去に開催したシンポジウム

第1回

集客エンタメ産業による
日本再生の意義

2022年5月19日開催

実施報告はこちら



第2回

文化芸術・集客エンタメは、
人々と社会をどう豊かにできるのか

～文化芸術・集客エンタメは、SDGs18番目の目標になりうるか?～

2023年5月31日開催

実施報告はこちら

