

季刊

2013年
夏
第5号

くらしと協同

生協と「文化」

辻由子

高岡裕之

浜岡政好

青木美紗

岸本喜樹朗

佐々木雅幸

加賀美太記

下門直人

岡田暁生

雨宮幸明

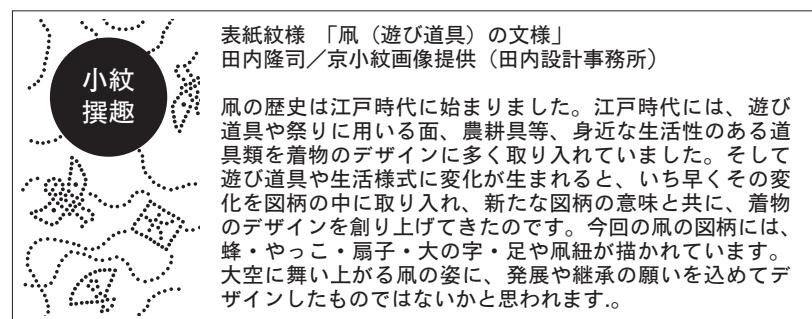
山野薫

文化事業、 助成か自立か

木津川 計×吉澤弥生×望月正樹

●INDEX

文化のモザイク大阪	1
下門 直人	
卷頭言	5
グローバル化と文化多様性	佐々木 雅幸
争論 文化事業、助成か自立か	6
「儲かる文化」と「儲からない文化」	
～文楽協会問題を考える	木津川 計
～文化政策と、グラスルーツからの応答	
～大阪の現代芸術事業のここ10年の歩みから	吉澤 弥生
補助金から自立へ	
～苦闘する日本センチュリー交響楽団	望月 正樹
特集 生協と「文化」	31
●戦後日本の大衆文化と勤労者組織	高岡 裕之
●くらしの中に音楽を	
～京都にみる労音の発展・衰退・再生～	加賀美 太記
●「東京俳優生活協同組合＝俳協」を訪ねて	辻 由子
●被災地に映画生協あり	
～みやこ映画生協の復興支援とその存続をかけた取り組み～	浜岡 政好
●大学生協・書籍部の様子から見る学生文化の変遷	山野 薫
くらしと協同の本	52
ルース・フィネガン 著 『隠れた音楽家たち』	岡田 曜生
垣内恵美子・林伸光 著 『チケットを売り切る劇場』	岸本 喜樹朗
牧野 守 監修 『ファシズムと文化新聞「土曜日」の時代』	雨宮 幸明
追悼 戸木田嘉久先生を偲んで	58
三好 正巳・久保 建夫	
査読論文	61
青木 美紗	
編集後記	75





大阪大正区の平尾本通商店街。大正区は人口の4分の1が沖縄出身者やその家族。お店には沖縄を思わせる商品が並べられ、沖縄の雰囲気を感じる街。(2013年6月8日撮影)



商店街の一角で三線の練習。地元の人や遠方から来た人でも気軽に交流できる「ゆんたく広場」。土曜日にはミニライブも開催される。



大阪生野区、東成区、天王寺区にまたがり形成されている
鶴橋商店街。この地域には歴史的に韓国・朝鮮から移住した
人が多く住み、コリアン文化が根付いている。

鶴橋駅のガード下に所狭しと店舗が並ぶ。韓国の言葉が飛び交い、韓国の商品が売られ、異国の雰囲気が漂う。日本人の買い物客も多く、休日は活気に満ち溢れている。



商品があちこちに並べられ、お店の天井からも吊るされている。



伊勢志摩魚行商組合連合会の貸切列車として運行されている近鉄の鮮魚列車。現在日本で唯一となる行商専用列車。

鶴橋卸売市場。同じ鶴橋でも区画が異なると別の顔を見せる。二重から行商専用列車で運ばれてきた産地直送の海産物が並ぶ。天下の台所大阪を思わせる。

卷頭言

グローバル化と文化多様性

佐々木 雅幸（大阪市立大学教授）

先月末から、第2回国際都市創造性学会を成功させ、第3回大会を日本に招致するミッションをもって朝晩はまだ肌寒いondonに出かけていた。

幸い、主催者であるondon大学キングズカレッジ校のアンディ・プラット教授の創造的なマネジメントが功を奏して、学界の第一線の有名教授から、若手の研究者まで約100名が集い、そのうち50名ほどが研究報告をするという盛況のうちに幕を閉じ、第3回を大阪で開催することが決まった。

そこでの中心的な話題は「創造都市と創造産業」に関するものであった。創造都市とは長引く不況や産業空洞化に悩む世界の都市が新たな創造的文化産業を育成し、雇用や都市問題を解決しようとする斬新な都市ビジョンである。

とりわけ、グローバル化のもとで映画やテレビ番組などの分野でハリウッドの一人勝ち現象が強まれば、文化の画一化の傾向が増大し、先進国といえど文化的多様性を消失する危機が迫っているとして、国連教育科学文化機関（UNESCO）が、個性的な文化産業を振興することによって都市再生と文化的多様性とを高める意図で、2004年に創造都市のグローバルネットワークを呼びかけて以来、注目度が一気に上がった。

件のondonでの学会に特別参加したUNESCOの文化局長、フランチェスコ・バンダリン氏は最近、富士山の指定で関心が高まっている世界遺産と創造都市とをカルチャーツーリズムでネットワークしていくという構想まで提示した。

UNESCO創造都市ネットワークには、モントリオール、ボローニャ、エジンバラ、メルボルン、ブエノスアイレス、アスワンなど世界で34都市、このうち日本では神戸、名古屋、金沢の3都市、韓国がソウルなど3都市、中国は北京、上海など5都市にのぼり、さらに40を超える都市が登録申し込みを準備している。

ondonでの会議には欧米の先進国の研究者ばかりでなく、南米や中東、アフリカ、東南アジアから参加した若手の研究者が意欲的な発表を行い、多様な都市再生プログラムが紹介されたのである。

このように、20世紀末には主として、金融経済の分野で画一化を基調としたグローバル化が進んだが、21世紀にはいると、画一化に抗して、多様性を目標に文化のグローバル化が進む新たな段階を迎えている。

しかしながら、文化多様性にもとづくグローバル化は、相互理解に基づかず過度に独自文化を主張するとナショナリズムを助長する傾向も生まれる。近年の東アジアでは、領土問題や歴史認識を巡って、国と国との間でナショナリズムが強調される雰囲気が醸成されているのも事実である。

だからこそ、都市と都市が互いの文化を尊重し、多様性をはぐくむネットワークを構築する必要が高まっている。それゆえ、日中韓3国の創造都市が2014年から取り組む「東アジア文化都市事業」を、来年7月に大阪で開催する第3回国際都市創造性学会の中心テーマに据えようと考えているところである。

争論

文化事業、助成か自立か？

われわれは「健康で文化的な最低限度の生活」を営む権利を持っている。言い換えれば、それをすべての国民に保障することが、国や自治体の義務である。したがって、自由競争の市場経済を基本とする日本においても、生活保護であるとか、公共事業であるとか、義務教育であるとか、さまざまな形で「公」が「民」を支援する取り組みがあるのである。

しかし「文化的な生活」とは何だろうか。この高度に発展した自由な社会においては、人びとが「文化」にもとめるものは多様である。絵が好きな人もいれば、音楽を愛する人もいる。スポーツに熱中する人もいれば、静かに囲碁を打つ人々もいる。落語は好きだが漫才は好み人もいるだろうし、歌舞伎には没頭しても人形浄瑠璃には興味がないという人もいるだろう。映画ファンといっても、昔の映画が趣味なのであり、ハリウッド映画は絶対に見ないという人っているのである。そんな多様な文化が咲き乱れる社会において、「公」は「文化」にどう向き合うべきなのだろうか。

ひとつの単純な回答は、経済の基本原則に則り、さまざまな「文化」も自由に競争させればよい、というものである。多くの人々に支持されるものが優れたものであり、それは競争の中で生き残るに違いない。そういう支持を得られないものは必要がない

ものであって、「公」は何もせず、その結果を見守ればよいのだというのである。

さまざまな補助金削減政策を強力なリーダーシップによって実行し、自治体の財政赤字を削減するのだという大阪市長（前・大阪府知事）の基本的な考え方は、このようなものなのだろう。だからこの政策は、一部には強力な支持を生み出したし、反面では大きな失望、そして実際にいくつかの「文化」における存亡の危機を招いたのである。

はたして「文化」は市場競争にさらされるべきものなのか。それとも、それはそもそも経済の原理にはなじまないものなのか。本号の「争論」では、大阪において上方芸能、現代美術、そしてクラシック音楽の最前線で活躍の3名からご意見を伺った。われわれはそこから、「競争の是非」や「助成の可否」だけではなく、われわれは「何を守る」べきなのか、競争における「公平な条件」とは何なのか、どのような状態を「自立」というのか、「公」とは政府や自治体だけなのか、といった考察を深めることが出来るだろう。

そしてそれは、生活協同組合という運動が「文化」にどう向かい合うべきかを考えるにあたっても、大きな示唆を与えてくれるに違いない。

（本誌編集長 杉本貴志）

争論 文化事業、助成か自立か

「儲かる文化」と「儲からない文化」

文楽協会問題を考える

木津川 計

『上方芸能』発行人



大阪は人形が恋を語る町

川柳家でもあった落語家・露の五郎さんの句だ。小さな手を合わせ人形の恋に大阪人は喜んだり涙したりして文楽を愛し続けてきた。

竹本義太夫が近松門左衛門と共に文楽を生み出し、育てて三百年余、人形劇では世界最高水準とされて、大阪の誇るべき伝統芸能になった。

人間が備えている格、それを人格と私たちはとらえてきた。同様に、都市にも格がある、それを私は都市格と呼んできたものだ。誰だって高い都市格の都市に憧れを持つ。出来得れば、そんな都市に住みたいと願う。

そんな都市格の高低を定める条件は次の三つといえよう。

- 1、 文化的な豊富さ
- 2、 景観的文化性
- 3、 発信する情報

1と2はそのありなしが問われる。文化的な豊富さの豊かな都市の都市性は高い。景観的文化性、即ち、眺めるに足る景観に恵まれた都市も同様である。3について敷衍するなら、どんな都市も全国、全世界に発信する情報がある。その内容が魅力的であるか、逆に轟轟を買うかで都市性は高くも低くもなるのである。

関西主力の三都、京阪神の都市格順位を定めるなら、ほとんどの人が京都一神戸一大阪の順と答える。

なぜ京都が一位なのか。京都は都市格の条件1、を満たして文化のストックが豊富だ。神社仏閣の多さ、それに華道・池坊の地元である。加えて、裏千家・表千家・武者小路三千家を擁する茶道の都でもある。

また京都は大学を多く有した学術研究都市でもある。ノーベル賞の受賞者は東京より京都の方が多い。要するに京都は文化のストックが豊富だから都市格が高い。

2の景観の文化性を眺めよう。京都は「布団着て寝たる姿や東山」の景観をどこからも眺められる。市の中心部を清流の鴨川が流れ、解禁になると、三条、四条大橋から鮎を釣る人を見おろすことができる。

観光シーズンになると、JR東海はきまつて「そうだ 京都、行こう。」のポスターを全国の駅に貼り出す。国内外から観光客を集める京都は、だから都市格が高い。

それに京都は、3の発信する情報、その内容が吸引力を持っている。なにしろ千年の古都だから年中歴史的諸行事で回転している。四月は花街の踊りが次つき競われる。五月は葵祭、六月は京都薪能、七月は祇園祭、八月に大文字、十月は時代祭…、それ以外の月も何かの行事が行われている。かくして京都の都市格は一位と高い。

神戸が二位な訳はこうだ。神戸は幕末まで小さな漁村だったから、文化のストックは少ない。が、2の景観の文化性ですぐれているのだ。六甲の青い山脈、坂の北野町界隈、そしてミナト町・神戸。昼も夜も "

港が見える丘"はロマンチックなムードをかもし出す。

それに神戸は発信する情報がおしゃれだから、神戸ワイン、神戸ルミナリエ、神戸カーニバル…、魅力的な情報が多い。だから都市格順位が二番目になるのだ。

すると、大阪は残念ながら三番目になり、憧れの都市とは言い難くなる。無論、大阪はオモロイ都市で明るく、賑やかで、食べ物はおいしく、人情も厚い、というプラス評価も多い。

が、全体としての大阪観はどういうものか。一例だけ挙げると、ここに言い尽くされているからだ。『大阪人と日本人』（藤本義一+丹波元著、PHP文庫）が大阪人観を次のように伝えている。

「ガラが悪い、下品、騒がしい、怖い町、せっかち、厚顔無恥、脂ぎっている。抜け目ない、ケチ、守銭奴、食い倒れ、際限もなく誉め言葉にならない表現を並べ立てられるのが大阪及び大阪人だ。」

このような大阪および大阪人観が全国に出回り、社会化しているのである。「これらのすべては、マスメディアによって歪めて伝えられたステレオタイプ的大阪人像である」（前掲書）こと言うまでもない。

大阪といえば、いまや「タコ焼き・吉本・タイガース」に集約される矮小化された大阪観にとらわれたら、京料理に勝るとも劣らない日本料理や、大阪のシティホテルが誇る西洋料理は念頭に置かれないと。

「上方芸能イコール吉本」に局限されると、世界遺産宣言を受けた文楽、あるいは坂田藤十郎を頂点とする上方歌舞伎、創流二百年を超えた山村流が伝える上方舞の伝統なども目に入りにくい。

スポーツではサッカーのガンバもセレッソも活躍しているのに脇にやられる。偏つていびつ、極めて一面的な大阪観が牢固と

して崩れないどころか、大阪人自身がステレオタイプ化された大阪観にとらわれているのである。

それのみか、呪縛されたような自虐的な大阪（人）観に陥り、抜け出せないのである。次の表を見ていただきたい。データの古さが申し訳ないが、事情はほとんど変わっていないと思えるのでご紹介する。

1999年に行われた、大阪市内の企業に勤務するサラリーマンとOL510人を対象にした調査結果を『関東と関西－おもしろ100番勝負』（日本博学俱楽部、PHP文庫）が伝えている（表参照）。

	東京 (%)	大阪 (%)
ネアカ度（明るい感じ）	22.4	84.9
おもしろ度	38.0	78.4
あたたか度（人情味）	2.7	82.7
おいしさ（食物豊か）	8.0	85.7
ダサイ度（古臭い）	4.7	23.9
ワール度（国際性）	73.9	9.3
イマイ度（現代感覚）	76.5	17.8
インテリジェンス（知性）	42.7	1.2
ファッショ度	69.8	27.8
情報発信度（新情報入手）	92.5	27.5

ネアカ度、おもしろ度、あたたか度、おいしさなどで大阪が東京より優位なのはうなづけるが、ファッショ度、情報発信度、イマイ度（現代感覚）、ダサイ度（古臭い）などで劣位にあることが自覚されている。

問題はインテリジェンス度（知性）である。東京の42.7に対し、大阪はわずかに1.2でしかないのだ。単純に解するなら100人の大阪人中、大阪人に知性があると思う人間は、実に一人しかいないのである。極論するならアホばっかりの轟めく都市、それが大阪だと大阪人にとらえられているのである。

すべては大阪の都市格の低さに起因して、大阪は憧れの都市でなくなっているのであ

る。なぜ都市格が三位なのか。京都に比べ文化のストックが乏しい。二番目の景観の文化性も京都、神戸に比べ低いのである。それに三番目の発信する情報でも、大阪はロクでもなく、贋躊を買うような情報を多く発信してきたのである。

簡単に、年代毎の発信内容とそれによって描かれるようになった大阪イメージを列記すれば次のような推移である。

1960年代—"ど根性"の発信過多による
"ど根性"都市

1970年代一大日本ドケチ教教祖の活躍による"どケチ"都市

1980年代—グリコ森永事件と豊田悪徳商法による犯罪都市

1990年代—ワースト記録のラッシュと横山ノック知事の破廉恥事件による破廉恥都市

2000年代—東京に本社を移す大企業と衰弱する都市力（経済力）による憂愁都市

大阪は難しい局面に立たされているのである。都市格を規定する三つの条件とも京都、神戸に引き離されているところへ橋下市長による文楽への助成削減指示が出され、混乱が始まったのである。

その混乱は大阪の都市格をさらに低下させる重大事態をも招いたのである。

文楽を維持する財政事情について初めて述べておこう。平成22年度の実績では、文楽を運営する文楽協会の事業活動収入は7億6,588万円で、その内、公演収入が8割、補助金、助成金は2割（国庫が5,500万円、大阪府は3,600万円だった助成金を橋下府政で2,070万円に減額、大阪市が5,200万円、芸術文化振興会が2,850万円、放送文化基金180万円）で維持されているのである。

橋下市長（大阪府知事から2011年12月、大阪市長に転身）は、その直後から文楽へ

の市補助金の削減を表明、12年6月には5,200万円から25%減の3,900万円に削減方針を表明、実際に削ったのである。

橋下市長には文楽への無理解と偏見が元もとあった。府知事当時、国立文楽劇場で文楽を鑑賞、内容を酷評して、「二度と見に行かない」と述べた。

毎日新聞夕刊編集部の戸田栄記者が『上方芸能』186号（2012年12月）に「文樂の今」を寄稿、次の言動を伝えた。

「文樂界の重鎮で人間国宝の竹本住大夫さん（88歳）は5月にインタビューした時、『300年の伝統に恥じぬようにと精進してきた文樂が、あまりに軽く見られておるんです』と憤りを隠せない様子だった。さらに6月、橋下市長は『特権意識にまみれた今の文樂界を守る必要はない』『恐ろしい集団だ』と言い放ったが、これはどう見ても理不尽な言葉だった」

都市格を高める条件の1が文化のストック、そのありなしであった。世界遺産の文樂は大阪が大切に守るべき文化のストックである。現代の中に伝統が生き永らえている都市のグレードは高い。パリにローマ、ロンドンやジュネーブの都市格が高いのは偏見に歴史的遺産としての文化のストックを豊富に持ち合わせているからなのだ。

公的助成をなぜ文樂が必要としているかを述べるには、文化への次の観点が共有されていてほしい。『上方芸能』184号で述べた「われら切られる側の論理—橋下徹氏の文化観批判」の拙文と重なるのをお許しいただくとして、私は次のように述べた。

文化には<儲かる文化>と<儲からない文化>の二種類がある。

概して、上質で芸術的、大人数を要する集団芸術のオーケストラやオペラ、バレエなどは<儲からない文化>なのである。文樂もこの部類に入る。人件費や制作経費や

維持費などをすべて入場料にかぶせると、平均的市民の所得では行きたくても行けない。だから公的助成することで鑑賞の機会均等を図るのである。文楽も同様である。

経済学の常識をいうなら、橋や公園、下水道などは「公共財」(public goods) であって、その建設や維持は政府や地方自治体の役割である。

しかし、<儲からない文化>の芸術文化は、市場で売買される市場原理の元では成り立たない。

たとえば、生産性を上げ、効率性を高めるといつても、オーケストラが一年間に演奏できる回数は100回から120回が限度とされる。なぜなら一回のコンサートに一日から二日のリハーサルが必要であり、オペラの場合は10日も続くことがあるという。これらを短縮すると、芸術的価値が損なわれる。

だから、経済学はこうした芸術文化を「準公共財」(semi-public goods) と規定し、市場経済の枠外で、政府や地方自治体が援助する。

上質の芸術文化に公的助成がなぜ必要なのかを明確にしたのはアメリカの文化経済学者、ボーモルとボーエンの共著『実演芸術文化の経済的ディレンマ』(1966年) とされ、その根拠を次の三点にまとめている、と池上惇氏は『文化経済学のすすめ』(丸善ライブラリー) で紹介している。

①芸術文化活動の支援にあたっては、創造

活動を公共機関が助成して、少なくとも公演の機会を与え、市場テストすなわち、大衆による評価の機会をつくること。

②観賞者が市場で芸術文化を選択する機会を均等に保障すること。

③未成年者の教育によって国民の享受能力を高めること。

こうした理論を元に公的助成はなされて

きたのだが、橋下市長は就任会見で次のように語った。

「自治体の文化行政が間違っている。根本から見直す。お金を入れたことの効果や狙いを検証したい。文楽は大切な伝統芸能だが、歌舞伎や落語は税金が入っていないくても根づいている」と。

市長の無知をあげつらうのではないが、落語と文楽には大きな違いがあるものだ。落語は、いわば個人経営の一人芸である。落語会に四人も五人も出演しても、同じ演目の部分を担うのではない。

が、文楽は太夫や人形遣いが一人では成り立たない。オーケストラやオペラと同様に集団芸術なのである。儲けるためには非常に高い入場料になる。となると既述したように鑑賞の機会均等が失われる。だから助成し、落語に比べての文楽の不利をサポートするのである。

それなら歌舞伎も文楽同様に集団芸術なのであって、しかし人気は高く、税金を入れなくても松竹は儲けているではないか、の論法になるのだろう。

だが、歌舞伎と文楽に違いがある、同列に比較し、論じてはならないのだ。どこが違うのか？ 歌舞伎はスターシステムで興行されている。層の厚い東の歌舞伎は人気役者を次々と生み出しているし、老練な役者はその演技力で観客を堪能させる。実際に、観て楽しむ芸能、それが歌舞伎なのである。

ところが、文楽は演目中心システムで興行されている。その演目を担うのは人形である。しかし、どれほど精緻な演技といえども人間には及ばない。文楽の音楽・義太夫節が他の語り物音楽である常磐津や清元に比べ、非常に写実的であるのは人形の不利、即ち、人間同様ではない表現力の不足を補うためなのである。つまり、その音楽

を聴いて楽しむ芸能、それが文楽なのである。

昔は大夫の巧拙が興行収入に響き、一座の命運と結びついた。ところが、文楽の困難は明治以降の音楽教育も手伝って、義太夫節を聴き分ける力が衰え、聴く芸能から見る芸能に変わったことである。それがまた文楽を存続させる変化にもなったのだが、文楽を維持する基盤は「聴く」から「見る」に変わったのである。

すると、男振りのいい役者、女以上に美しい女形が豪華絢爛な衣装で演技する歌舞伎に文楽は及び難いのである。

大阪市長選の最中、アメリカ村で橋下氏は街頭演説に立ち、若者相手に言うに事欠いて、「文楽を見たことのある人は手を挙げろ」と叫んだとは、たまたま通りがかった信頼の置ける方から聞いた話である。

そこで手の挙がらなかったことを遺憾とするが、いわば魚市場で野菜を求めるに等しい尋ね方で、だから文楽には民意がない、と決めつけられては文楽は立場をなくすのである。

アメリカ村で手が挙がらなくても、文楽が大阪の財産であり、世界の財産であること疑うべくもない。だから、JR新大阪駅のコンコースには「義経千本桜」静御前の愛らしい人形が来訪者を出迎えているのである。

これが大阪の誇る伝統芸能であり、いまも擁する故の都市格、その高さなのである。

どういう都市にせよ、高い都市格をと願う首長は、願いに見合う品格の高さを備えている筈だ。だが、橋下市長はかつてこう言い放って人々を啞然とさせた。

「こんな猥雑な街、いやらしい街はない。ここにカジノを持ってきてどんどんバクチ打ちを集めたらいい。風俗街やホテル街、全部引き受ける。」(09.10.30読売)

こういう考え方をベースに持っておればこそ今、国内だけではなく国際的非難を浴びる従軍慰安婦容認発言はなされたといってよい。この発言は大阪の恥にとどまらず、国政政党を率いる人物なればこそ、日本の恥辱とまで評されるようになったのだ。

大阪の都市格の低さは文化のストック、その貧弱さ故であった。にもかかわらず、国際児童文学館を廃止し、いわば大阪府立でもあった大阪（現・日本）センチュリー交響楽団への助成金4億3,000万円を全廃、大阪フィルハーモニー、ワッハ上方、各種文化団体への助成なども大幅に削減することで大阪の文化状況を困難に陥らせたのが、橋下府政、市政の文化行政といえた。

芸術団体に金は出すぐれ口は出さない、これが行政的支援の原則であり、スponサーの基本なのである。それがすぐれて上質な文化や芸術に敬意を抱けばこそ自然に生まれる謙虚な態度、かかわり方なのである。そうではなく、上質の文化や芸術をコントロールし、意のままに操ってはファシストの専制支配と変わらないのである。

戦後のフランスで初代の文化大臣だったアンドル・マルローの次のことはこそ、政治家はかみしめねばならないと申し上げるものだ。

「国家は芸術を指導するために存在するのではない。芸術に奉仕するために存在するのだ。」

争論 文化事業、助成か自立か

文化政策と、グラスルーツからの応答 大阪の現代芸術事業のここ10年の歩みから

吉澤 弥生

(NPO) 地域文化に関する情報とプロジェクト[recip]代表理事



はじめに

2011年12月、就任直後の現大阪市長が、文化事業への補助金支出の全面的な見直しとともに「アーツカウンシル」の設置を表明した。すると直後から、文化への補助金のあり方とこの聞き慣れない名の機関に関する報道が相次いだ。アーツカウンシルとは、芸術文化に対する助成を軸に、政府と一定の距離（アームス・レンゲス）を保ちながら、文化政策の執行を行う機関である。第二次世界大戦後に設立された英国のそれをモデルとし、日本でも文化政策の基盤整備のため、2012年度に東京都が公益財団法人東京都歴史文化財団内に「アーツカウンシル東京」を設立している。そして2013年4月、宣言どおり、府市統合の柱の一つとして大阪府市文化振興会議の中に「大阪アーツカウンシル」部会が設置された¹⁾。

補助金の問題といえば施設の統廃合や文楽などが注目されることが多いが、本稿では、府市の現代芸術に関する事業のここ10年ほどの歩みをふりかえることしたい。これらの事業は、市が行財政改革に着手した2003年頃からすでにこうした政策上の変化を経験しており、さらにそれに対し草の根から応答を試み続けた結果の一つが、まさに「アーツカウンシル」という名においてリンクするからである。

大阪市の場合

大阪は芸術文化に厳しいまちと言われてきた。しかし実は、市は1990年代から2000年代にかけて、都市政策の中に芸術文化を位置づける仕方で新しい文化政策の方向性を模索していた。1991年の「大阪市文化振興施策推進本部」の設置以降、現場関係者らとともに勉強会が開かれ、1999年には複数の地域文化事業と広報誌『C/P（カルチャー・ポケット）』の発行を開始。そして2001年、ここまでの方針の具体策を示す「芸術文化アクションプラン -新しい芸術文化の創造と多彩な文化事業の推進に関する指針」が策定される。これは「創造型の文化事業」を重視した前期5年・後期5年、計10年間の実践的なプランで、「未来への文化投資」として「才能と熱意ある創造活動を続けている若い表現者」の「まだ評価の定まらない活動を支援できる環境の開発に集中的に取り組む」ことや、商業ベースにのらない活動への支援こそが「行政の本来的役割」と明記されるなど、これまでの政策にはない画期的なビジョンや事業計画が具体的に示されていた。

そしてこれら事業は市から財団法人大阪都市協会に委託され、若手のアートマネージャーたちががここに所属し、行政と現場をつなぐ専門家としての経験を積んでいった。各事業には行政担当者、専門家、アートマネージャーからなるワーキングチーム

が作られ、月例会議が開かれて情報共有が図られた。また事業評価を「手段選択の変更に活用」するためと位置づけ、事業ごとの担当者の自己評価やヒアリング調査、プラン全体を見渡す有識者の評価委員会の見解が毎年度の報告書でとりまとめられていった²⁾。

そしてこのプランにもとづき、2001年、港区築港赤レンガ倉庫を現代芸術のアトリエとして活用する「アーツアポリア事業」³⁾が、翌年には演劇と音楽の施設「芸術創造館」で若手をバックアップする事業がスタートする。また同年、市の都市型遊園地フェスティバルゲート（写真1）の空き店舗スペースを実験的芸術の拠点とする「新世界アーツパーク事業」が、翌2003年には浪速区新世界を舞台とする現代美術の事業「新世界ブレーカープロジェクト」⁴⁾が開始、地域に根ざした多彩なプログラムを進めた。そして前述の『C/P』に加え、2002年にはウェブサイト「log osaka web magazine」が開設、新事業に関する多様な情報や記事を発信していった。これらメディアは、大阪文化の草の根のネットワークを活性化させるだけでなく、それらの活動情報のアーカイヴという意味でも重要な役割を果たしていく。

なかでも新世界アーツパーク事業は「現代芸術に関するNPO活動を複数点在させ、



（写真1）

都市の日常にアートコミュニティを築く」ことを目的に開始された事業で、実験的芸術の振興、公設置民営方式によるNPOと行政の協働、そして公的施設のオルタナティヴスペースへの転用という点で、国内では先駆的な事例だった。招聘されたのは「ダンスボックス」（コンテンポラリーダンス）、「ビヨンドイノセンス」（前衛音楽）、「記録と表現とメディアのための組織 [remo]」（映像）の3NPO法人である。2003年にはさらに3つの任意団体が入居、翌年その中の「こえことばとこころの部屋」（詩）がNPO法人化し、それぞれの団体がここを拠点として多彩な表現活動を行っていった。

ところが市は2002年、新しいプラン「文化集客アクションプラン－来て、見て、楽しいまちづくりをめざして」を策定する。もとのプランはそこに吸収され、「創造」に関する言及が劇的に減り、文化消費を重視する1980年代に逆行するような方針が示された。それでももとのプランは機能し各事業は継続されたが、この頃から無節操な大規模開発に起因する財政赤字への批判が噴出、市は行財政改革に着手する。そしてこの後、「財政難」を理由に、画期的だった文化事業は次々と骨抜きにされていった。2003年度で『C/P』は休刊、その後「log osaka webmagazine」からも市は撤退する⁵⁾。2005年度末には大阪アーツアポリア事業が終了、2006年から芸術創造館は民間会社が指定管理者となった。そして同年、新プラン「大阪市芸術文化創造・観光振興行動計画」の策定によりもとのプランの後期5年は消滅。新世界アーツパーク事業の4NPOは市から移転打診があって以降も、行政と市民との「協働」の理念を実現すべく開かれた対話の場を継続的に設けたり⁶⁾、フェスティバルゲート「公共利用案提案」

に応募したりとさまざまな応答を試みたが、最終的に事業は終了する⁷⁾。また2006年度から「アートリソースセンターby Outenin（築港ARC）」⁸⁾、2008年からウェブサイト「OSAKA ARTIST FILE見巧者」が開設されるなど新たな事業も進められたが、2009年に築港ARCが終了。その活動を継承し2010年に開始された「中之島4117」も、新プラン「魅力あふれる『芸術文化都市大阪』の創造」の現市長による見直しを受け、2011年度末で終了した。「見巧者」も2012年度末で閉鎖されている。

このように、市がNPOと進めてきた協働事業は財政難を理由にことごとく中断されてきた。またその後も支援事業（助成）として各団体へ事業委託がなされることもあったが、方針は曖昧で、基盤となる市のビジョンも見えなくなっていました。さらに行財政改革の一環として2006年度で財団法人大阪都市協会が解散、文化振興事業部門は財団法人大阪城ホールに規模を縮小して移管されたが、これも2010年度末で解散。これ以降市の事業は直営となり、行政と現場のつなぐ役割を果たしていたアートマネージャーたちは職を失っている。

大阪府の場合

大阪府が有していた現代芸術の拠点「現代美術センター」は、「府民ギャラリー」を前身として1980年に開設されて以降、「吉原治良賞美術コンクール」（1980～）、関西の画廊と協同の展覧会「ギャラリズム」（2003～）といった多様な事業を展開してきた。2002年からは府直営となるとともに、アートNPOとの連携やまちなかでの展示など新しい試みに挑戦していった。なかでも2005年の展覧会「第三回大阪・アート・

カレイドスコープ」では、企画運営の受託者として在阪の8つのアートNPOが選定され、「コンソーシアム（協働事業体）」を組織し企画運営の主導的役割を担うとともにそれぞれ特長を活かしたプログラムを実施した⁹⁾。2006年からは指定管理者制度を導入し、有限会社とアートNPOの共同事業体が施設管理を担う一方¹⁰⁾、2007年と2008年の大阪・アート・カレイドスコープでは市内十数カ所で複数の作品制作・展示を行った。

しかし2008年、博物館などの施設の統廃合、大阪センチュリー交響楽団などへの補助金打ち切りが進められる中、現代美術センターも運営費が削減、さらには展覧会予算がゼロとなってしまう。そしてこの後、府市・経済界・市民が一体となったイベント「水都大阪2009」で、現代芸術が「新たな水辺活用による賑わい空間の形成」のためのコンテンツと位置づけられたことが象徴するように、府では芸術文化の直接振興というより、都市政策の中にそれらを位置づける形で事業が進められるようになっていく。2010年度に始まったまちなかのアート事業「おおさかカンヴァス推進事業」では、公募によって2010年度は23作品、2011年は43作品、2012年は11作品が府内各地に制作展示された。ただ最初の2年間は緊急雇用創出基金事業の枠から事業費が拠出されており、苦肉の策とはいえ、雇用形態や専門人材育成の点でも問題があったといわざるをえない。そして2012年4月、閉館した現代美術センターに代わり、「江之子島文化芸術創造センター」がオープン。コンペを通過した事業者が府の建物を改修し、ランドスケープデザイン事務所などの共同事業体が指定管理者として¹¹⁾、「アートやデザインに日常的に触れる空間」、「クリエイターと企業、府民の交流・協働の場」を

つくるための活動を精力的に展開している。

文化政策とグラスルーツ

2009年、府の文化課が都市魅力創造局の中に改編されたことが象徴するように、府は都市政策の中に芸術文化を位置づける方法へと転換した。そして市でも2013年の改編で、ゆとりとみどり振興局の中にあった文化部は「にぎわいを創出し、世界中から人、モノ、投資等を呼び込む」ために新たに設置された経済戦略局の中に移動している。こうして今後府市は揃って、芸術文化活動を目的とするのではなく、それを都市のにぎわいや集客のための手段とみなし、事業を展開していくことになる。

これは一般的な傾向でもあり、芸術文化を都市活性化や社会的包摂の手段と位置づける間接的な振興策は各地で行われている。直接的な振興政策を保障する基盤が脆弱であることに加え、競争原理の導入、成果主義、顧客主義などを特徴とするニュー・パブリック・マネジメントの広がりにより、公金の使途とその結果に対する説明責任が強く要請されるようになったことが背景にはある。国立博物館・美術館の独立行政法人化（2001～）、公立文化施設への指定管理者制度の導入（2004～）なども同様の流れにある。しかし芸術文化という営みは、そうしたニュー・パブリック・マネジメントが求める合理的な物差しにで計りきれるものではない。かといって現在、個々の事業に見合った、もっといえば文化政策に見合った評価方法も見あたらない。芸術文化事業の成果を何らかの社会的経済的指標でもって計ることは、事業費を確保するための苦肉の策ともいえる。

そもそも文化政策は、ある価値の選別と

多様な価値の共存とを両立させねばならないという点において両義的だが、より重要なのは後者、つまり社会における文化的寛容の担保である。文化政策は表現の自由とその多様性を保障するための手段とさえいえるだろう。ネオリベラリズムがさまざまな社会的領域に浸透しつつある今こそ、競争や効率、採算とは別の原理に根ざした営みが必要である。文化政策の重要な機能が多様な表現、生き方を担保することにこそあるならば、評価においても軸はそこに設定されるべきではないか。あるいは、より根本的には、公金の使途について市民へ説明責任を果たすことは当然とはいえ、政策基盤が脆弱ないしは事業目的が明確でない状況下でも「評価」が絶対視される昨今の潮流自体を相対化するような評価への取り組みが必要なのではないか。

さて2001年当時、市の芸術文化アクションプランのもとで始動した事業は、大阪を中心に活動しているアーティストやキュレーター、舞台制作といった草の根の専門家を行政が招聘してスタートしたという経緯があった。事業中断後は、自立の道を探る団体もあれば、引き続き公的文化事業に携わる団体もいる。たとえば現在、新世界アーツパーク事業のNPOのうち、remoは住之江区で「コーポ北加賀屋」を共同経営し、こえことばとこころの部屋は西成区の商店街でカフェとメディアセンターを運営している。2011年に西成区山王に拠点を構えたブレーカープロジェクトは、今年度からは区の事業として、地元の高齢者福祉施設や児童施設と連携しつつプログラムを継続している¹²⁾。一方此花区では、4年前から現代芸術の自主運営スペースが複数つくれられはじめた¹³⁾。いずれの団体も自らの表現をそれぞれの地域に根をはる形でゆっくりと展開している。

そしてこの現代芸術事業の現場からは、予算削減、事業中断に対抗するためといった表面的な反応ではなく、文化政策の存立基盤から問い合わせ直そうという取り組みも生まれていた。その一つが、市や府の現代芸術事業にかかわるアーティスト、マネージャー、NPO関係者などを中心に2007年に設立された「大阪でアーツカウンシルをつくる会」¹⁴⁾である。ここでは文化政策の基盤整備の方法を探るために、各地の政策やアーツカウンシルに関する調査や勉強会が開かれ、翌年には成果報告書も公表された。その後休会していたが、2011年に新たなメンバーを加えて再始動。夏には現場に即したアーツカウンシルのあり方を探る連続公開会議が、秋にはNPO 法人「アートNPOリンク」と共催で、「全国アートNPOフォーラムin 大阪 芸術文化で自治、創造するねん！」を開催していた¹⁵⁾。大阪アーツカウンシル設立、というニュースが駆け巡ったのはこの約1ヶ月後である。

大阪の現代芸術のここ10年についていえば、自立的な活動が一時的に行政との協働という形をとり、事業の中止を契機として、再び自立に向かっている流れがある。草の根の活動と文化政策とは相互に作用しあうことで、結果として多様な表現をうみだし、またそれは次の新しい表現のための土壤を育んでゆく。

調査、評価、 大阪アーツカウンシル

2012年度から府市統合本部が設置、府市一体となった芸術文化政策の方向性が模索されている。同年6月にはその中の府市都市魅力戦略会議において「世界的な創造都市に向けて-グレート・リセット」が示さ

れ、アーツカウンシル設置の検討が始まった。2013年3月には「第三次大阪府文化振興計画」と「大阪市文化振興計画」がそれぞれ発表され、「新たな仕組みで花開く『文化自由都市、大阪』」という理念と施策の方向性が示された（個々の事業は異なる）。その中ではアーツカウンシルが今年度から施策の検証・評価に取り組むことが示され、そのために数十人の「アーツマネージャー」が各事業の現地調査を行う予定だという。そして2013年6月5日、その統括責任者が公募によって決定、いよいよ大阪アーツカウンシルが始動する。

アーツカウンシル設置の契機は、現市長が示した「文化行政での公金投入のあり方を検証する」との方針だった。唐突にもみえるが、前述のように現代芸術関連の事業においては、2003年以降市の行財政改革の中で、また2008年以降府の文化政策見直しの中で、予算削減を前提とする事業評価の実施は既定路線となっていた。そしてそれに対する応答の一つとして、現場の人々をベースとした「大阪でアーツカウンシルをつくる会」が始動していたのだった。

大阪アーツカウンシルが大阪府市文化振興会議の中に部会として設置されることが決まりつつあった2013年2月、「大阪アーツカウンシル設立に向けた事例調査・フォーラムの開催等」業務が公募された。そして「つくる会」の発展型である3NPOの共同体（こえことばとこころの部屋、アートNPOリンク、recipの3者）が受託、年度末の懇たたしい中、3度の説明会¹⁶⁾と、府内で芸術文化活動をしている団体の実態調査および自治体と民間財團の文化助成事業の実態調査を行った。現代芸術事業の関係者のここ10年の経験とネットワークは調査と説明会開催の際にも活かされ、その成果は「つくる会」以降の調査・勉強会の結果

と合わせ、報告書に盛り込まれている（公開予定）。

実態を調査したうえで現状に見あった組織を作るというのが通常の順序だが、これらが並行して、しかも短期間で進められたというあたりが、大阪の非常事態ぶりをよく表していよう。さらに初年度、大阪アーツカウンシルでは評価に取り組むというが、それよりも府市の施策、助成事業の目的や計画を明確に示すことの方が先決である。そしてそれに沿って指標を作成し、実態を丁寧に調査する。このプロセスを飛ばして評価だけが実施されるなら、この大阪の新しい機関は、アーツカウンシルの名を騙った事業仕分け機関にすぎない。アーツカウンシルとは本来、社会の変化を感知しながら政策のビジョンを描き、具体的な事業を実施し、その結果をふまえて事業計画やビジョンを随時改善していくとともに、芸術文化の社会的・公共的な意義を社会に対して提示していくという役割を持つ¹⁷⁾。またそこではマネージャーたちが、アーツカウンシルと助成先のつなぎ手／アドバイザーとして、申請書から実施までプログラムの全プロセスを現場で並走する。ここでは、評価とは個々のプログラムや事業計画、ひいては政策ビジョンを更新していくための手段であり、アーツカウンシルの機能の一部にすぎない。

統括責任者決定についての記事で、翌日の朝日新聞はアーツカウンシルを「文化事業仕分け」、産経新聞は「補助金配分審査」と表現した。ともあれ、トップダウンで作られた大阪アーツカウンシルが、現代芸術をはじめとする草の根のさまざまな応答に対してもだけ「応答」するか、今後が注目される。

注

- 1 大阪アーツカウンシルはその設置の仕方や組織体制など、本来のアーツカウンシルとは異なる点が多々ある。
- 2 『芸術文化アクションプラン事業報告書』、大阪市、2002～2006。
- 3 2002年「大阪アーツアポリア事業」に名称変更、2003年運営事務局がNPO法人化。
- 4 2004年から実行委員会形式で運営。2007年、活動範囲を西成区にも広げたことを受け「ブレーカープロジェクト」に名称変更。この事業についての詳細は（吉澤 2011）参照。
- 5 「C/P」編集部をもとにNPO法人「地域文化に関する情報とプロジェクト[recip]」が設立。市が「log osaka webmagazine」から撤退した後はアーカイヴを管理している。
- 6 2005年、専門家や地元住民を招いた公開シンポジウム「新世界アーツパーク未来計画」を4回開催した。1～3回目は上記log osaka webmagazineで閲覧可能。
- 7 新大阪の遊休施設での1年の活動の後、ダンスピックスは神戸市长田区に、こえことばとところの部屋は西成区に、remoは住之江区に拠点を移した。この事業の経緯は（吉澤 2011）（櫻田・吉澤・渡邊 2008）に詳しい。
- 8 事業を受託した應典院は天王寺区にある寺院で、ホールとなつた本堂などを使い地域の教育文化振興活動を進めている。
- 9 既出の大阪アーツアポリア、應典院寺町俱楽部、新世界アーツパークの4団体、特定非営利活動法人キャズとrecipの8団体。
- 10 有限会社クリーンプラザーズとrecip。
- 11 株式会社長谷工コミュニティと株式会社E-DESIGN。
- 12 地元住民の協力もあり、拠点「新・福寿荘」をオープン。
- 13 オルタナティヴ・コマーシャル・ギャラリー「梅香堂」、イベントスペース「FROAT」、共同運営の工房「此花メヂア」など。
- 14 <http://osakaac.exblog.jp>
- 15 http://arts-npo.org/anf2011_osaka.html
- 16 http://arts-npo.org/anf2013_oac2013.html
- 17 アーツカウンシルについては、吉本光宏氏による文化庁月報特集記事（http://www.bunka.go.jp/publish/bunkachou_geppou/2011_10/special/special_03.html#no01）、山口洋典氏によるネットTAMの連載（<http://www.nettam.jp/learning/intro/arts-council/01/>）に詳しい。

参照文献

- 櫻田和也・吉澤弥生・渡邊太 2008 「大阪市『新世界アーツパーク事業』にみる文化政策の課題 - 文化と公共性の現場』『文化政策研究』1号。
吉澤弥生 2011 『芸術は社会を変えるか？ -文化産の社会学からの接近』青弓社。

争論 文化事業、助成か自立か

補助金から自立へ

苦闘する日本センチュリー交響楽団

望月 正樹

(公財) 日本センチュリー交響楽団楽団長
<聞き手> 杉本貴志(関西大学教授、本誌編集長)



センチュリー交響楽団の歩み

大阪府が設置する公営のオーケストラとして1989年に誕生した大阪センチュリー交響楽団が、現在は大阪市長を務めている前知事の就任によって、その運営を見直され、「公営から民営へ」と転換を余儀なくされたことは大きな議論を巻き起こしました。財政危機の大阪府には文化の支援などする余裕はないし、本当に必要なものならば利用者から支持されて自立できるはずだとともにオーケストラへの補助が削減され、打ち切られます。これを機に、大阪府民のみならず全国の人々から、芸術・文化と行政・政治・社会との関係について、さまざまな意見が表明されたわけですが、中には単純に、大阪に公営の楽団を新たにつくる必要など元々なかったんだから、この際、廃止してしまえばよい、というような意見も見られました。しかし実はセンチュリーの歴史は、敗戦後にまでさかのぼることができるようですね。

【望月】センチュリー設立の経緯を知っていただくために、前身の「大阪府音楽団」という吹奏楽団の紹介から始めたいと思います。

大阪府音楽団は1952年に都道府県立としては国内唯一のプロ吹奏楽団として大阪府に

より設立されました。楽団員は30数名程度で大阪府の職員（公務員）であり、演奏を仕事としていました。設立当時はまだ戦争の傷跡の残っている時代で、府民への行政PRや情操の涵養を目的として活動を行っていましたが、世の中が平和で豊かになるにつれ、マーチングやPR主体の活動から、コンサートバンドへとシフトしていました。

しかし、年数回の主催公演のほかは、150回を超える音楽教室が主な活動であるという現実と、優れた演奏をホールで鑑賞してもらうプロ演奏団としての活動目的が合わなくなってきたのと同時に、府民の音楽への要望がより高度で多彩なものへ、例えばベートーヴェンやモーツアルトを聴きたい、オペラやバレエの鑑賞もしたい…と変化し、吹奏楽では対応しきれなくなっていました。また、国際都市・大阪の文化の一つの顔としてのオーケストラを作つてほしいという要望も高まり、好景気で税収が豊かだったこともあり、当時既に大阪府内には3つのプロ・オーケストラが存在しておりましたが、この大阪府音楽団を「発展的に解消」すると称し、大阪府主導の新しいプロ・オーケストラが作られることになりました。

大阪4番目のオーケストラとして誕生するにあたり、既存のオーケストラからは民衆の圧迫だと反対され、積極的な営業活動はせずに公益的な活動に重点を置くことを条件に認められたようです。この約束は、

財団の見直しまでの長期にわたり、しっかりと守り続けられます。

新しいオーケストラの管楽器奏者には大阪府音楽団のメンバーをそのまま横滑りさせるのではなく、広く優秀な演奏家を募るために、大阪府音楽団のメンバーも含めて改めてオーディションが開催されました。こうして、大阪府音楽団の実績を継承するかたちで平成元年に大阪センチュリー交響楽団が誕生しました。ここで大きく違うのは、大阪府音楽団時代の大坂府による直営方式から大阪府文化振興財団の事業という運営方式に改められたことです。すなわち、オーケストラのメンバーが府職員（公務員）ではなくなりました。また、設立当初は、ワッハ上方、現代美術センターなどもセンチュリーとともに財団の事業として運営していました。

財政危機の中で

ところが、まもなく地方財政の危機が叫ばれるようになり、とくに大阪のそれはひどいということで、補助金政策の見直しが始まります。

【望月】 文化振興財団設立に向けて、大阪府は基金の利息収入だけで運営していくようにと100億円の基金を拠出しました。最初は順風満帆な船出に見えましたが、数年後にはバブル崩壊、利息低下により基金を食い潰す状況に陥ってしまい、同時に大阪府の財政悪化も深刻化し、学校公演や府の文化事業などにも少しずつ影響が出始めました。

そこで2002年4月、大阪府文化振興財団は、あり方や事業内容を見直し、大阪センチュリー交響楽団の運営を主な事業とする

団体となり、理事長に出馬迪男氏（当時関西テレビ社長）が就任し、運営体制が変わるとともに、財団事務所を服部緑地（センチュリーオーケストラハウス）に移転しました。ワッハ上方や現代美術センターの運営が離れ、センチュリー交響楽団の運営のみの財団になったのです。当時の大阪府からの説明は、「財団に民間的発想を取り入れ、積極的な活動を展開していく」というものだったと記憶しています。この頃には子供のための文化予算は激減し、生の音に触れる機会はほとんどない状態でした。このような状況を少しでも改善出来ればとの思いから、2003年に体験型の音楽教室「タッチ・ジ・オーケストラ」を開始しました。続いて2004年には特別支援学校コンサート（フルオーケストラ）・府立病院コンサート（室内楽）を開始、府の財団だからこそ今やるべきは教育・福祉プログラムと捉え、積極的に取り組み始めました。

継続して教育・福祉プログラムに取り組んでいることは、府庁内でも一定の評価を受けていましたが、その一方で基金はどんどん目減りしていき、補助金を一般財源からの拠出に変える議論が太田知事の任期最後の頃に出ていました。不況が長期化する中で基金はどんどん減り続け、2010年度には底をつくと試算されるところまで来ていたのです。その後、2008年2月に橋下知事が就任し、打ち出されたのが「大阪府財政再建プログラム」です。

センチュリーの民営化

前知事の就任によって一気に問題は急展開、民営化となったわけですが、これは要するに、「楽団用としていた基本財産を与えるから、今後はこれを使ってやり繰り

しなさい。もう今後は一切補助金は出さないよ」と府に言われた、と理解すればいいでしょうか。

【望月】橋下知事になってすぐに財政再建プログラムプロジェクト・チーム案が打ち出され、一般財源の話が白紙になるどころか、補助金廃止の危機に直面します。2008年4月、「センチュリーを応援する会」が発足し、日本全国で署名活動が行われ、2ヶ月半で10万名を超える署名を知事に提出することができました。また、秋には貝塚・豊中・松原の3カ所でワンコインコンサートを開催、会場では寄付を募りながらセンチュリーの存続を訴えました。7月に発足したファンクラブの会員数は5ヶ月間で4800名になり、センチュリー存続の気運が高まる中、翌年3月には応援する会主催の「がんばれセンチュリーコンサート」が開催されました。チケットは完売、指揮者・ソリスト・全国のオーケストラプレーヤーすべてがボランティアで参加してくださいました。

このようにセンチュリーを応援して下さった皆さんのお陰で、次年度も補助金が拠出されることになりましたが、金額は前年度の4分の1。当然その補助金だけで楽団の運営が出来るはずなく、当初予定していた20周年記念事業を急遽取り止め、その資金を運営費に充てることにしました。この資金が無ければ、センチュリーは日本センチュリーに改名する前に解散していくでしょう。

事業資金は2年で底をつくことが分かっていましたので、4分の1の助成金で出来る超縮小路線か、自立して民間の支援を求めるかを早急に決断しなければなりませんでした。「何とか民間スポンサー獲得を」と動き始めたのですが成果は出ませんでした。このような状況のなか、水野武夫現理

事長と橋下知事の間で何回かに及ぶ会談が行われ、これまでの府民事業を継続することを条件に、財団の基本財産を引き継ぎ「自立」することが決定しました。翌2011年4月、新公益法人制度のもと、公益財団法人への移行が認定され、公益財団法人日本センチュリー交響楽団が新たにスタートしました。「とりあえず基本財産をあなたたちに委ねるので、それをもとに健全な経営が自分たちでできるように頑張ってください。ただし、基本財産を委ねる代わりに、今まで大阪府下で継続していた府民への貢献的な事業に関しては継続してください」ということです。

『「民営化」されたセンチュリー交響楽団は、第1バイオリンが10名、フルートやオーボエ、クラリネット、ファゴットといった木管楽器が2名ずつという「10型2管編成」で総勢50名ちょっとの楽団ですが、これは現代のオーケストラとしては小さなオーケストラですね。管楽器が3名ずつの「3管編成」で総勢100名近くを抱えるオーケストラが多いなかで未だに「2管編成」であるというのは、財政上の制約が大きいということでしょうか。

【望月】大阪フィルハーモニー交響楽団は「4管」、京都市交響楽団は「3管」を謳っています。それによって管楽器の基本編成が変わり、楽団のメンバーとして所属する人数、規模が決まります。うちの場合は10型の「2管」と謳っているので、その人数しかいませんが、京響さんは「3管」ですから、管楽器で3人ずつぐらいはメンバーとしているわけです。センチュリーを発足させたとき、「10型2管で始めるけれども、ゆくゆくはオーケストラのいろいろな可能性を広げていく意味でも編成を少しづつ大

きくしていく」というようなイメージをもつていて、そのまま現在に至っているわけですが、お金がなくなって、いまはそれができるような状況ではないので、編成に関しては、12型3管はできるわけもなく、10型2管を維持していくことになります。

10型2管の編成でやれる曲はすごく限られていて、大編成の曲には手が出せないので、お客さんにもやれる範囲の曲で楽しんでいただかなければいけない。そうすると、レパートリーがすごく狭まってくるので、たまには大きな編成のものを、エキストラの方にお手伝いいただきながら何回か演奏する。そういうことをしながら、少しづつ幅が広がるような取り組みをしています。

なぜ赤字なのか

❶ そうはいっても、一応相当な金額を府から移管してもらったわけで、その基本財産があるのだから、あとは自主努力で高望みをせず、赤字を出さないように毎年堅実に運営していくべきじゃないか、そこにさらに公的補助だとか寄付金だとかを求めるなんて図々しくないか、という意見をもつ府民も当然出てくると思います。しかし実際には、基本財産を毎年相当取り崩して運営せざるを得ない（このままでは数年後に財政的に行き詰まる可能性がある）という状態だと聞いています。なぜ、そうなるのでしょうか。

【望月】プレーヤーはもちろん、事務局員も含めて、他の仕事との掛け持ちではなく職業としてオーケストラをやっているので、彼らに給料を払わねばなりません。その給料を、月に何回かある演奏会の収益から払うことができないのです。定期演奏会ひと

つ考えても、指揮者やソリストの出演料、ホールの貸料、広報宣伝費などではほとんど消えてしまい、楽団員の人工費までは収益としてなかなか上がらないのが現状です。ですから、現在の収支構造では、ほとんどタダ働きみたいになる。主催公演のときは、だいたいそうです。

❷ 定期演奏会というのは、月に1回、オーケストラが自分たちの演奏、鍛錬の成果を披露する場で、これがいわばオーケストラの真剣勝負であり、その楽団の評価を決めるものですね。センチュリーなど府内のオーケストラは、大阪の福島にある「ザ・シンフォニーホール」というクラシック音楽専用のホールを会場としています。

【望月】あそこは、補助席を入れて1800席ですが、普通にお座りいただくのであれば1700席です。一方、オーケストラは最低でも50～60人の人数が一ヵ所に集まって音を出します。60人がいっぺんに集まって音を出すものが他にあるのか、ということだと思うんです。収支構造で考えても、これでペイすることはまず難しい。それが現状です。

❸ 阪神タイガースならば、甲子園球場で5万人を集めて、主催ゲームを年に70回以上開催できる。またポピュラー音楽の多くでも、演奏者はオーケストラよりもかなり少なく、逆にお客さんは、マイクとスピーカーで音響を整えることが出来るから巨大な会場も使って、ずっと多い。それに対して、生の音が絶対のクラシック音楽では、たとえ満員のお客さんを集めたとしても、月に1回の定期公演で2000人にもならない、ということですね。だからウィーン・フィルやベルリン・フィルの日本公演だと3万

円とか4万円といった高額の入場料金が設定されるのだと思いますが、日本のオーケストラの公演はそんな料金ではありませんね。

【望月】経費をすべてチケットの売上代で賄うとすれば、それなりの料金設定にしなければなりません。そうなると1万円をゆうに超えてしまいます。それだけのお金を出して、はたしてどれだけの方がクラシックの演奏会を聴きに来てくださるのか。おそらく、そうそうは来られなくなるでしょう。ですから、「これぐらいの金額設定なら、月に1度の楽しみに聴きに行こうという気になっていただける額だろう」といったバランスのある程度考えなければいけなくなるわけです。それで5000円とか6000円といった金額の設定になると、結局は、公演で自分たちの給料分まで稼げる構造にならない、というのが現状です。

楽団員の待遇

❶ センチュリーの定期公演なら、いちばん高いA席が6000円ですが、B席で4500円、C席で3000円、D席だと1000円ということです。他のジャンルの音楽や、文化・芸能・スポーツ関係の入場料と比べても、決して高いとは言えないと思います。つまりクラシック音楽=お金持ちにしか縁がない趣味というのは誤解だと思いますが、しかし、プロの音楽家になるためには、才能と努力のほかに、かなりの経済的な出費が必要だというのも事実で、バイオリンの名器がいくらだとか、レッスン料にこれくらいかかるとか、音楽大学の学費は他大学よりも相当高いとか、そういう話ばかり伝わってくると、その元を取るためにも、演奏家とい

うのは相当高収入のはずだ、みたいに考えてしまいがちです。

【望月】楽団によって給料も違います。たしかに「いい給料だよね」という楽団もありますが、「それは大変だ」というような金額の楽団もあります。その意味では、かなりの幅があると思いますが、センチュリー交響楽団はそもそも大阪府が立ち上げたオーケストラですから、最初の給与形態は、基本的には府の職員の人たちの給与ベースにならうかたちでつくられていました。ですが、その後、税収もだんだん減り、基金も枯渇し始めて、だんだん大阪府の職員の方々との開きができたというか、その金額に届かない給与額でずっと来ていた経緯があります。もちろん、いまは給与体系はまったく違って、楽団独自のいわゆる年齢給の給与表みたいなものをつくり、それに則ったかたちでやっていますが、とても大阪府の職員の方々と同じだけの給与なんでもらえるような状況ではありません。

これはあくまでセンチュリーの話でして、一概に「オーケストラの給料はみんな低い」とも言い切れない部分もありますが、少なくともセンチュリーの現状では、そこまでいい給料ではないということです。でも、給与所得としてはセンチュリーよりもっと低い交響楽団さんもあるので、うちだけがどん底という話ではなくて、それだけ幅があって、センチュリーは「真ん中よりも少し下」くらいの状況だと思います。

❷ 日本オーケストラ連盟の正会員となっているオーケストラは全国で24楽団あります。これが、音楽家の道を志してきた人たちの中で、最も優秀で、プロの音楽家になることに成功した人たちの勤め先ですから、野球でいえばセ・パ両リーグとか、サッカー

のJリーグにあたるものでしょう。野球やサッカーだと最低年俸保証が400～500万円くらいだそうですが、クラシック音楽だと、これが年収の平均値くらいで、それよりも下という音楽家もたくさんいるということです。現実には2軍選手を含めたタイガースの支配下全選手の平均年俸が6000万弱ですから、ひと桁違うどころか、10分の1にも及びません。現役を続けられる期間の違い等々ありますから運動選手と単純に比較はできませんが、おそらく音楽の道では相当な成功者といえる人であっても、平均的なサラリーマンや公務員の年収には及ばない例が多いということです。それをどう評価するかは人それぞれでしょうが、「贅沢な給料を払っているから赤字だ」という状況では全くないということは押さえておく必要があると思います。

【望月】たとえばバイオリンで1億円を超えるような、名器と言われる楽器で演奏している方は、オーケストラではほとんどいません。オーケストラの楽団員ではなく、単独で演奏活動をするソリストの方で、そういう方はいらっしゃいますが、それでもご自身で買われることは稀でして、ほとんどは大きな会社や大きなお金を持ってらっしゃる個人の方がその人に貸与するというかたちです。コレクターとして名器を持ってらっしゃる方が、「彼（あるいは彼女）はすばらしいバイオリニストなので、ぜひ、この楽器を弾いて、もっといい演奏をしてくれ」ということで、その楽器を貸与しているというのが、ほとんどのケースです。

また、公立の音楽大学はあまりお金がかかりませんが、たしかに私立の音楽大学はけっこうなお金がかかります。大学に入るまでにも、先生にレッスンを受けに通ったりして、すごく費用がかかりますし、入学

してからも、ピアニストを志す人であれば、防音仕様の部屋にして、なおかつそこにピアノを入れて、毎日練習できるような環境を整えて…となると、すごくお金がかかりますし、環境を整えるのが大変です。

ところが音楽大学を出たからといって、それに見合うだけの収入を得られるわけではない。そういう出演料をもらえるような人は氷山の一角です。仮に管楽器で日本のトップクラスの一人、ソリストになったとしても、とても野球選手のような年間1億円云々の収入にはなりません。

オーケストラの各種公演

そしてソリストではないオーケストラの楽団員の場合は、プロの音楽家といっても給与はサラリーマンにもはるかに及ばないということですが、しかしそれなら、月に1度の定期演奏会だけでなく、もっとお客様を集める場をたくさんつくればいいではないかという意見も当然出てくると思います。定期演奏会以外に、収益改善に役立つ事業としてはどのようなものがありますか。

【望月】オーケストラの場合、大きく分けて2種類ありますて、ひとつが主催公演、つまり楽団が自主的にやっているものです。これは、いわゆる芸術的な部分といいますか、「うちの楽団は、こういうオーケストラとして、こういう音楽活動を頑張っています」というようなことをお客様に発表する場もあると思います。

もうひとつは依頼公演といって、いわゆるお仕事をいただくようなかたちです。これは、楽団が出演料をいただいて、お仕事として演奏させていただくものなので、主

催者側さんがホールも押さえるし、宣伝もするし、いろいろな用途で公演を打って、私どもはそのうちの演奏を受け持つ代わりに、演奏に対するギャランティーをいただく。これは純粋にうちの楽団収入としてお金が入ってくる部分ですので、大事な収入源ですし、これがなければいま以上に厳しい状況になります。

『芸人さんでいう「営業」の活動ですね。しかし、そうしたものを広げていくためには、もっともっとクラシック音楽のファンを増やす努力も必要です。コアなファンだけでなく、一般の人にも親しみやすい「名曲」を集めたコンサートをどこのオーケストラでも企画しているようですが、センチュリーの場合はどうでしょうか。』

【望月】はい、それが「四季コンサート」で、年に4回ほど開いています。これは、みなさんがどこかで一度は聴いたことがあるような、本当に聴きやすい曲をピックアップして、3年前から始めました。会場はこれまでNHK大阪ホールを使用していましたが、今年からいすみホールに変わりました。

定期演奏会に来てくださる方は、もともとクラシックがお好きな方、もしくはご自身が若い頃にサークル活動などで演奏されていた方など、すでにオーケストラの知識や経験がおありの方が多いのですが、そういう方々ばかりではいけない。この先、月日が経つとともに、いろいろと変わっていくでしょうから、新たなクラシック・ファンを少しでも開拓しなければいけない。その意味では、「やり方をもう少し変えるべきかな」と思ったりします。クラシック音楽の入り口的な扱いでやれるような公演を今後も考えて、新たなお客様、とくに若

い方に来ていただかないといけないと思っています。

うちのオーケストラはまだまだお役所的というか、今までのお堅いイメージから抜けきれていないというのが正直なところだと思いますが、来年度から飯森範親さんが音楽監督に就任します。飯森さんは、まだ若くて、すごくアクティブな方ですし、演奏会前には必ずプレトークをして、ファンの方々との集いも積極的に行われますので、来年度以降、センチュリーのカラーも少し変えることができるのではないかと思っています。プログラムやパンフレットも含めて、もう少しイメージチェンジを図りたいと思っているところです。

『大阪センチュリー交響楽団から日本センチュリー交響楽団と名称を変更したことにも今後の思いと期待が込められているのだと思いますが、地域的な広がりということも重要ではないでしょうか。』

【望月】名称が変わったこともあります、やはり大阪だけで「事業」を展開していても、なかなか膨らみがありませんので、センチュリーという名前をもっと広範囲に知っていただこうということもあって、大阪の周りの他府県で演奏会を積極的に開こうと考えています。その中で、関係ができたり、センチュリーを知っていただいたらしくことを通して、ファンが増えていけば、それだけセンチュリーの存在意義も違ってくるだろうと思います。現在は京都、滋賀、福井、三重で演奏会をやっていて、この「地方演奏会」も今年が3年目になります。

ただ、採算という面では、正直、厳しいです。とくに京都とびわ湖ホールは、うちの指揮者が関わりのある土地だということもあって、京都は今回で10回目を迎えるの

ですが、京都という土地柄もあるのか、やはり京響さん（京都市交響楽団）の牙城ですから、そこにうちが頑張って乗り込んでいっても、なかなかびいてくれないというのが正直なところです。

びわ湖ホールさんは、オペラ公演となると地元の滋賀県・大津市以外からもたくさん来られますが、いわゆるクラシックのコンサートとなると、「わざわざ、びわ湖ホールまで行かなくても…」となってしまいます。そういう点からしても、少し苦戦しているというのが正直なところです。

一方、福井や三重に関しては、そのホールさんが会員への細やかなケアをされていますので、うちがどうこうするというよりはホールさんがちゃんとお客様にいろいろな案内をして、お客様が来られるようなかたちがつくられています。お客様がちゃんとそのホールに付いてらっしゃるので、ある程度は計算できるホールではありますね。

その意味では、もちろん土地柄もありますが、どんな活動をされているホールで演奏させていただけるかということも、内容としては非常に重要なと思います。ですから、一所懸命やられているホールさんと、今後も関係を構築していくことが、楽團にとっても大事なのかなと思います。

❶ 西日本でも中・四国地方や九州の南部など、コンサートがほとんどなくて、ぜひ近くに遠征してきてほしいと願っているクラシック・ファンもいると思いますが、やはり愛好家人口という点でむずかしいのでしょうか。

【望月】 オーケストラ業界では、どのオケさんも、四国という場所をなんとかしたいと思っていると思います。現に大阪交響楽

団さんは、愛媛県松山市に支部を立ち上げて、営業活動を積極的にされているということも聞いています。実はうちも昨年、香川県高松市で演奏会を打たせていただきましたが、なかなかお客様に来ていただけなくて大変でした。神尾真由子さんという超一流のバイオリニストをソリストに迎えて遠征しましたが、「神尾さんでもこれだけしか入らないの？」という状況だったんです。それを考えても、やはりオーケストラを聴きたいと思われる人の絶対数がちょっと少ないのかなというのが正直な印象でしたね。

いわゆる「クラシックのコンサート」という仕立てで持っていくと、そういうことになってしまふのかなとは思いました。それよりも、もう少しファミリー・コンサート的な、たとえばテレビによく露出されているタレントさんのような方に司会をお願いするなどすれば、また違うのかもしれません。通常のクラシック・コンサートだと、小沢征爾さんのような世界的に有名な方が来ていただくというぐらいのものでないと、なかなか集まらないのかな…というのが正直な感想でした。今後は、もう少し違うやり方で地道にやっていく必要性があるのかな、という気はしています。

(編集部注：観客の動員という点では苦戦した高松公演だが、この演奏会を聴いた複数の音楽ファンが、ブログにおいて、「今まであまた聞いてきた日本のオケのベト5の中で、3本の指に入る演奏だったと思います」「今まで聴いたなかでも屈指の名演奏でした。…初めて聴きましたが、こんな素晴らしいオケだったとは…」と小泉和裕監督とセンチュリー交響楽団によるベートーヴェン交響曲第5番の演奏を絶賛する書き込みを行っている。)

より多くの人に音楽を

いい音楽をどう広めていくか、収支との両立て苦労されているということですが、社会的責任の遂行ということでは、病院や支援学校（以前の養護学校）でもコンサートをされています。

【望月】ちょうど本日から1週間やっていますが、最初のスタートは「タッチ・ジ・オーケストラ」という子どものプログラムを始めた翌年でした。その頃から、大阪府のオーケストラでありながら福祉や教育に楽団として何も携わっていないということがあったので、なんらかのかたちで府民の方々に還元できないか、あるいは、本当は音楽を聴きたいけれどもなかなか聴ける状況にない子どもたちのために何かできないか、ということで病院や支援学校でのコンサートを始めました。

支援学校でのコンサートは、いまは室内樂で回っていますが、最初は堺市にあるビッグ・アイ（国際障害者交流センター）に集まっていたいただいて、そこで約1時間のオーケストラのプログラムを組んでいました。ちなみにビッグ・アイは、すべてバリアフリーで、障害の有無を問わず利用でき、さまざまな事業をおこなっている施設です。

ビッグ・アイで支援学校コンサートをやっていく中で、「どうやら演奏会に来ることができるのは支援学校の中でも比較的元気な子どもたちで、病院と支援学校の往復しかできない子どもたちがけっこうたくさんいるらしい」というようなことがわかってきて、「それなら、そういう子どもたちにも少しでも音に触れてもらう機会を、なんとかしてつくるべきだよね」ということで、何年か後に、各支援学校に出向いて、そこ

で室内樂のかたちで演奏するようになりました。

病院コンサートに関しては、ビッグ・アイでオーケストラを始めた年に、室内樂のかたちで始めましたが、当初は府立の比較的大きな病院でロビーコンサートをしようというものでした。患者さんやそこで働いていらっしゃる先生・看護師さんなども含めて、少しリラックスしていただく機会になればと考えたわけです。

いまは、府立病院だけでなく民間の病院でもやっていますし、うちは豊中市に本拠を置いていますので、豊中市民病院さんでもさせていただいている。去年は関西医大の枚方病院さん、今年は守口市にある守口生野記念病院さんでもやります。

病院によって、使えるスペースや時間帯などが違うので、その辺は話し合いながらやっていますが、患者さんがけっこう喜んでくださって、「来年もよろしくね」ということで、すごく楽しみにしてくださっています。

他のオーケストラでも、小・中学校の音楽教育の一環を担ったりして、地域に存在する楽団としての社会貢献事業に力を入れています。実はオーケストラがある地域の人々は、クラシックのコアなファン以外でも相当数の人々が子供時代にはオーケストラに接しているということだと思います。今の日本では、クラシックよりも、それ以外のジャンルの音楽を愛好する人のほうが多いというのが実情でしょうが、そういう音楽でも今やほとんどが五線譜に記録されていると思います。そういう意味でも、あらゆる音楽の教養の基礎となるのが伝統的な西洋音楽であり、それがどんなものなのか、一度は実演に触れてみることが重要ではないでしょうか。それですぐに

クラシック音楽のファンになる子供なんてめったにいないでしょうが、そうであっても、単純に「プロの奏者が弾くバイオリンの音色って、こんなに綺麗なんだ」「コントラバスってこんなに大きな楽器なのか」というような実体験ができるだけでも、意味はあると思います。

【望月】 センチュリーでも、先に触れた「タッチ・ジ・オーケストラ」という体験教室を年に16回開催しています。これは、小学生を対象に、演奏を鑑賞するだけではなく、楽器に直接触れて音を出したり、オーケストラの中で演奏を聴いたり指揮をしたり、歌で共演したりと、オーケストラを体感してもらうコンサートです。

⌚ 子供たちには積極的に音楽に触れあってもらう機会をつくられているということですが、関西で開かれるクラシック・コンサートというと、率直に言って「聴衆は高齢者と女性ばかり」という印象があります。社会的責任という意味でも、新たなお客さんの確保という意味でも、もう少し働き盛りの男性にも来ていただくということを考えるべきじゃないかと思いますが、いかがでしょうか。クラシックのCDを購入する中心は中年の男性ですから、男でも決してクラシック音楽愛好者がいないわけではない、というよりも、ファンは大勢いるはずなのですが、おしなべて平日19時開演という開演時間が勤め人にはネックになっていると思います。

【望月】 平日開催の理由としては、第一に、ザ・シンフォニーホールは土・日が取れないということがあります。なぜかというと、土・日の多くはザ・シンフォニーホールさんが主催公演をされていますし、うちより

ももっとザ・シンフォニーホールを借りているオーケストラに優先的に貸し出されますので、やむなく平日にせざるを得ないということです。

ただ、ザ・シンフォニーホールさんも、親会社が朝日放送さんから滋慶学園グループさんに変わられますので、そういう中で、今後は土・日に私どもも使わせていただけるようになるかもしれません。

たしかに中高年の男性は、開演時間ぎりぎりに駆け込んで来られる方がすごく多いですね。演奏会場で拝見していると、そう思います。大阪市内でも中心部に会社がある方でしたら、なんとか駆け込みで19時に間に合うという感じで来ていただける方もいらっしゃいますが、「もう少し遅いと絶対いいよな」とは思っています。

ところが、これもホールの事情に絡んでくるのですが、借りることができるのが夜22時までという決まりなので、それまでには完全撤収しなければいけない。その辺から変わっていけば、アレンジの仕方や考え方で、開演時間を少し遅らせるような可能性も出てきます。ホールが「23時までOKだよ」となれば、20時スタートのコンサートも十分にできる話になってきます。

そういうことを考えると、ヨーロッパもアメリカも、ホールにオーケストラが付属していて一元化されているケースが多いですね。たとえばボストン・シンフォニーにしても、オーケストラからホールやショップまで含めて全部が一つの経営体になっている。そういうかたちならば、横の連携によっていろいろな融通が利くと思います。日本でも京都市交響楽団は、京都コンサートホールと財団が一つになって、やってらっしゃいます。そうなれば、すべてが思うとおりに運ぶとは限らないでしょうが、ある程度、横の連携をとりながらやれる。オー

ケストラにとってもホールにとっても、一体化しているというのが理想的だと思いませんが、センチュリーはそうはないということです。

オーケストラの「自立」は可能か

『 ぜひ、さらに参加しやすいコンサートのあり方を継続して検討していただきたいと思います。さて、ご説明いただいた主催公演である定期演奏会、四季コンサート、地方演奏会、病院や学校での演奏、そして依頼公演としての各種演奏会を合計すると、年間の演奏会の合計回数はどれくらいになるのでしょうか。』

【望月】すべて合わせると95回くらいだと思います。平均すると週2回ぐらい演奏して、もちろん、それ以外の時間は練習に充てています。

『 それでも黒字には程遠い。しかしこれは外国の超有名オーケストラであっても事情は同じで、経費の相当な部分を外部からの援助に頼っているということを聞きます。』

【望月】そうなんです。ベルリン・フィルにしても、もうケタが違います。大阪府がうちに、まだ独立する前に出していた補助金はだいたい4億円前後です。この金額をどのように感じられるかにもよりますが、日本のオーケストラでも、公共放送や東京の新聞社が傘下のオーケストラに補助している金額、もしくは京都市や東京都がそのオーケストラに出している金額と比べると、半額に近いぐらいの額です。つまり、他のオーケストラはもっと補助を受けているわ

けです。それがベルリン・フィルぐらいになると、何十億円という金額が補助されているのが現状です。

アメリカの場合は、仕組みがまったく違っていて、本当に寄付社会の中で成り立っている部分もありますし、基金をたくさん積み上げていて、その何百億円の運用益で補助金に代わるぐらいの金額が十分に賄われている部分もあるので、一概には言えませんが、いずれにしても、億単位のお金が外から入ってきて、それで初めて収支が成り立つという状況です。

オーケストラの経営をチケット収入と寄付と自治体による公演助成（たとえば定期演奏会の開催に対する自治体からの補助金）で成り立せようとすると、どうしても自力の部分だけでは足りない部分が30～40%ぐらい出てきて、それを寄付であったり、基金の運用益であったりで、補わなければなりません。その寄付者が民間だったり、自治体だったりという違いがありますが、収支の構造は世界的に共通しています。

『 自分たちで可能な限り自立に向けて努力するのは当然だけれども、それでも世界トップクラスのオーケストラだって、運営経費の7割をまかなうのがやっとであって、経費の3割くらいは外部に頼っている。クラシック音楽のオーケストラという形態である以上、現状では努力できることには限界がある、つまりどんなに成功しても、経費の3割はどこかから手当てせざるを得ない。だとしたら、それをどこから持ってくるか。日本を代表するような東京の有名なオーケストラであれば、それは公共放送であったり、大手新聞社であったり、本拠地の自治体、つまり東京都ですね。』

【望月】関西では、京都のオーケストラが

京都市によって支えられています。

人口ではイギリス第二の都市バーミンガムには、市営のオーケストラとコンサートホールがありますが、サイモン・ラトルという若き指揮者がこのオーケストラを鍛え上げて、世界的に有名なオーケストラに育て上げました。そして名声を得たラトルは、ベルリン・フィルの指揮者という世界の頂点ともいえる地位を勝ち取ったのですが、バーミンガムを訪れるとき、市や市民がそれをすごく誇りにしていることがひしひしと感じられます。

【望月】「おらがまちのオーケストラ」というような意識を市民の方がお持ちかどうかというのは、すごく大きいと思うんです。たとえば京都市交響楽団という存在に対して、京都の市民はすごく誇りを持っていらっしゃいますね。「京都には京響があるから」という意識をお持ちの方が多いように思います。

市民が支えるオーケストラ

しかし大阪には、センチュリーのほかにもオーケストラがあります。そうなると、「自治体が支える」あるいは「税金が支える」という以外の方法も考えなければいけないでしょう。株主や社長の理解があるならば、「営利企業に支えてもらう」道もあるでしょうし、自治体を通さないけれども「市民が支える」ということも考えられるのではないかでしょうか。たとえば東京には8ないし10のプロ・オーケストラがありますが、そのうちのひとつ日本フィルハーモニー交響楽団は、映画「炎の第五楽章」で描かれたように、「労働組合の支援」によっ

て支えられてきたオーケストラですね。

【望月】日フィルもこのところ経営状態がすごく大変なようでした。私がセンチュリーに入る前に東京でフリーをしていたとき、いちばんお世話になったと言っても過言ではないオケでして、ヨーロッパ旅行にも一緒に連れていっていただきましたし、九州の演奏旅行にも何年も一緒に行かせていただきました。その意味では、私自身がオーケストラの経験を積ませていただいた、本当に大事なオーケストラですので、すごく心配でした。公益財団法人になるためには、借金があるとだめなんですね。それを返す算段が整い、OKが出て、ちゃんと公益財団法人になれたと聞いたので、ちょっと安心です。

日フィルを労組が支えたのと同じように、「生協など協同組合がひとつの中心となってオーケストラを支える」という道も考えられると思います。現にセンチュリー交響楽団に対しては、大阪府生協連、大阪いすみ市民生協、全労済大阪本部といった生協組織が組織的に支援しています。

【望月】はい、生協さんにはお世話になっております。たとえば、いすみ生協さんには、チケットの斡旋も含めて、いつもご協力いただいておりますし、そもそも大阪府生協連の津村明子前会長が大阪府の職員をされていた頃にちょうどセンチュリーが立ち上がった経緯がありますので、長きにわたってご心配をおかけしながら、ご協力いただいて、本当に感謝しています。私自身も、何度か直接お会いして、いろいろな相談に乗っていただいたり、橋下知事の一件で「センチュリーを応援する会」が立ち上がったときにも、加わっていただいたりし

て、本当にお世話になっています。賛助会員として各組織単位でご入会いただいたら、団体定期会員として演奏会にもお越しいただくかたちでご協力いただいたらして、本当にありがとうございます。

生協さんは、すごく大きい組織でもありますから、組合員がたくさんいらっしゃいます。そこで、逆にセンチュリー交響楽団が生協に対してどんなことができるのかということを考えなければいけないと思っています。

実は2年前、日本センチュリーに名称変更したときに、「支援学校コンサート等、うちのボランティア活動的な部分に支援していただくかたちで、ボランティア協賛として100万円のご寄付をいただけませんか」というようなお話をしました。そのとき、ご理解を示してくださって、ご支援をいただいたのですが、ただ、今後はそれだけではいけないと、私はずっとと思っていたんですね。生協さんがいろいろなかたちでセンチュリーをご支援くださることになったときに、それに対してセンチュリーはどんなことでお返しができるのか。それが明確に出てきて、生協さんとしても「生協がセンチュリーを支援することで、センチュリーからもこういうお返しがあって、生協自体の活動がよりよくなつた」ということにならないと、長続きしない。うちばかりがご支援いただくばかりではいけないだろう。両方がワイン・ワインのかたちがつくれることで初めて持続可能になると、2年前からずっと思っていました。

生協さんには、いろいろな組織があり、いろいろな活動をされています。それをうちがどこまでケアできるのか。ひとかたまりにお集まりいただくことが可能なのか。イベントなどをされるときに、どのようなかたちでお手伝いできるのか。もう少し突っ

込んだところでお話しさせていただけると、よりお付き合いさせていただけるのではないかと思います。逆にセンチュリーをひとつのツールとしてお考えいただきて、活用していただきたいと考えています。

【マイ】たとえば協同組合組織が映画を制作するときに、「音楽はセンチュリーさんに」となれば、ということですね。

【望月】もう非常にありがたいお話です。

【マイ】これまで大阪センチュリー交響楽団でしたから大阪の生協が支えようということでしたが、いまや日本センチュリー交響楽団ですから、大阪以外の生協・協同組合組織とも、いい関係を結べたらいいですね。

【望月】大阪府からの助成がなくなり、楽団を継続・発展させるために、新たな支援者を必死になって探しています。センチュリーにとっての本当の自立は、支援体制が整い、財産を減らさずに済む状態になったときだと思います。もちろん、「このような収入構造なので支援して下さい」と言ったところで支援者の心を動かすことは出来ません。芸術的価値や活動内容、楽団としての魅力がなければ、支援する気にも、演奏会に行く気にもならないと思います。まずは、他楽団との差別化を図り、センチュリーだけの事業を展開することが大切だと考えています。残された時間は少なく、険しい道のりですが、本当の自立に向けて精一杯頑張ってまいりますので、これからセンチュリーに注目していただき、ご支援賜りますようよろしくお願ひいたします。

特集

生協と「文化」

生協をはじめとする日本の協同組合運動の特徴は、その多くが「食」の分野にかかり、その安心・安全を追求していることであろう。とくに消費者の協同組合である生協は、「生活」の協同組合といつても何と言っても「食生活」がその中心だったということができる。

しかし、協同組合組織が活躍できる分野は食生活だけに限定されるものではないというのが、国外の協同組合ではもはやあたりまえの受け止め方であろうし、日本においても、「食」以外の分野における協同組合の活躍が近年目立つようになってきている。助け合いの会や介護サービスなど福祉分野での生協の活躍、原子力発電所の事故を契機にしたエネルギー分野における生協の可能性などが注目されているが、本号の特集で取り上げるのは、「文化」と生協の関わり、生協における「文化」事業である。

生協運動の母国イギリスでは、生協という仕組みが、購買事業だけではなく、さまざまな「文化」を守り、発展させるためにも有効であるということが、いま大きく注目されている。イングランドを代表するサッカーチーム、マンチェスター・ユナイテッドがアメリカ人の富豪に買収された際、地域で支えてきたわれわれのチームを守れとサポーターたち

は協同組合方式で新しいサッカーチーム FC United of Manchesterを設立した。またイギリスには協同組合方式による運営方法を採用して設立されたプロ・オーケストラや、地域生協の支援により活動しているオーケストラもある。自分たちが大切にしてきた「文化」が市場経済の中で危機にさらされたとき、協同組合というやり方でそれを守ろうという動きが各方面で見られるようになってきたのである。イギリスの三大政党（与党である保守党、自由民主党と、野党である労働党）は、そのどれもが、競争経済に対抗する協同組合の重要性を強調している。

実は戦後日本においても、映画や音楽や演劇を守り、発展させるために、生協がそれを全面的に支援したり、生協方式でそれを事業化しようという試みが重ねられてきたという歴史がある。いま各地で、さまざまな文化が存続の危機にあると伝えられている。人は食うだけでは満足できない存在であるとするならば、再び「文化」に注目することが、生協には求められているのではないだろうか。

(本誌編集長 杉本貴志)

特集 生協と「文化」

戦後日本の大衆文化と勤労者組織

高岡 裕之
(関西学院大学教授)



第二次世界大戦後の日本では、勤労者・市民を基盤とするさまざまな文化運動が展開されることとなった。こうした文化運動には、職場の文芸サークルから国民文化会議のような全国組織まで多種多様なものがあったが、その中で特異な発展を遂げたものに映画・音楽・演劇などの芸術鑑賞運動がある。これら勤労者の芸術鑑賞運動（以下勤労者鑑賞運動）は、「鑑賞」運動という性格ゆえに、「大衆」の文化をめぐる状況と直接向い合う運動であり、そしてその軌跡には、戦後日本の文化運動が直面した問題が端的に示されている。

以下では、これら勤労者鑑賞運動組織の盛衰を、その最盛期であった1960年代までの時期を中心に、「大衆文化」との関連で概観してみたい。

勤労者鑑賞運動の成立

勤労者鑑賞運動の原点は、敗戦直後に盛り上がりを見せた民主主義文化運動にある。敗戦による大日本帝国の崩壊とGHQの民主化政策により活動の自由を得た民主的文化人たちは、戦前のプロレタリア文化運動の流れをくむ人々を中心に分野ごとに結集し、1946年にはそれらを基盤として日本民主主義文化連盟（文連）が設立された。また同時期には、産別会議を中心とする労働組合運動が急速な発展を遂げる中で、職場の文化サークル運動もかつてない広がりをみせていた。民主主義文化運動は、文連とその傘下にある民主的な専門文化人が職場の文化サークルと結びつく形で展開された運動であり、そこでは当時の文化状況が商業主義的・退廃的・反動的なものと捉えら

れ、勤労大衆の文化水準を高め、労働者階級の立場に立った民主的な文化を建設することが目標とされていた。

このような民主主義文化運動では、既存の「大衆文化」に対抗する新たな作品や担い手の育成が重視されたが、その中で後の勤労者鑑賞運動に連なる流れも登場することになった。当時の「大衆文化」を代表する存在であった映画の場合、1946年に東京の労働組合による労働組合映画協議会が、1948年には大阪に関西労働組合映画協議会が設立されているが（いずれも略称「労映」）、労映の目的は労働運動を鼓舞する映画の制作と上映にあった。他方、労映とは別に生まれたのが映画サークルの運動であった。その契機となったのは、1948年に勃発した第3次東宝争議であり、東宝を追われた民主的映画人による独立プロ作品の支持が運動の中心となつた。

映画に続き鑑賞団体が設立されたのは演劇部門であった。1948年7月、まず東京に勤労者演劇協同組合が設立され、翌49年2月には大阪で勤労者演劇協会が発足した（いずれも略称「労演」）。これらは民主主義文化運動の担い手となっていた新劇運動を労働組合と結びつけることによって新劇運動の基盤を確立しようとしたものであり、その設立に際しては新劇関係者と産別系労働組合、職場の演劇サークルである「自立劇団」、それに新劇愛好者たちが主要な担い手となつた。

東京での組織化が先行した映画・演劇と異なり、勤労者の音楽鑑賞運動は関西で誕生した。1949年11月に設立された関西勤労者音楽協議会（略称「労音」）である。労音設立の目的は、「俗悪な音楽」が氾濫する中で、「良い音楽を安く聴く」機会を「働く者の力でつくり出す」ことによって、「健全な音楽文化の擁護と発展」をはかる

ことにあり（「関西勤労者音楽協議会（労音）設立の趣旨」）、その基盤となつたのは、産別系労働組合と関西自立楽団協議会（職場の音楽サークルによる組織）などであった。

以上のように、敗戦後相次いで登場した勤労者の鑑賞団体は、民主主義文化運動と強く結びついていた。ところが民主主義文化運動は、1949年3月に示されたドッジ・ラインを契機とする不況の到来とその中の資本攻勢、さらにこの頃から明確となつたGHQの反共政策の下で、壊滅状態に陥ることとなつた。

鑑賞団体では、労働組合を組織単位としていた労映や東京労演のダメージが大きく、東京の運動はこの段階で休止状態となる。これに対し、サークルを基礎に置いていた関西の労演や労音、それに各地の映画サークルは、不特定多数の愛好者に依拠することによって、組織の維持に成功する。民主主義文化運動の中で生まれた鑑賞団体は、こうした過程を経て鑑賞運動としての独自性を持つようになった。

1950年代の勤労者鑑賞運動

勤労者鑑賞運動は、戦後文化運動の「冬の時代」である1950年代において、地域文化運動の重要な拠点となつた。

この時代にもっとも大きな広がりをみせたのは、映画サークルの運動であった。1950年代は日本映画の黄金時代であり、1950年代後半の映画館数は7000館を超え、観客数は約11億人に達していた。この時期の映画は文字通り「大衆文化」のチャンピオンであった。

映画サークルにとって、このような映画の大部分は依然として「俗悪」なものであつたが、各地の映画サークルは、会員に対する

る割引特約を地域の映画館と結ぶことにより、職場や地域において多数の会員を獲得していった。1950年代、全国観客団体連絡会議に参加した全国の映画サークルの会員数は60万人におよんだといわれる。こうして拡大した会員をベースに、この時期には各地の映画サークルにおいて、映画館を会場とする独立プロ作品など「良い映画」の鑑賞会や批評会などが活発に行われた。

しかし1950年代後半になると、興行界の過当競争やテレビの普及などを背景に、東京都興行組合が映画サークルに対する割引の廃止に踏み切り（1957年12月）、同様の動きはその後全国に広まった。そのため映画を安く観ることができることを魅力としていた映画サークルの会員数は急減し、東京都の映画サークル連合であった東京映画愛好連合会の場合、1957年当時14万人を数えた会員数が1960年には1万5000人へと激減する事態となった。これ以後の映画サークル運動は、映画人口の減少（1960年代後半には3億人台、70年代になると1億人台となる）と相まって、停滞と模索の時期を迎えることとなる。

他方、1950年代を通じ、映画サークル運動を後追いする形で発展していたのが労音運動であった。1949年に設立された関西労音は、1950年に大阪労音・京都労音・神戸労音となり、1953年の東京労音設立を契機に全国主要都市に拡大するようになった。1955年には全国労音連絡会議が開催され、「よい音楽をより安く、より多くの人に！」など4つのスローガンが決定された。1959年になると全国労音数は75、会員数は約33万人におよぶようになり、労音がない県は8県を残すのみとなっていた。この時期の労音運動の拡大を支えたのは、それぞれの地域に存在していた音楽愛好団体や「うたごえ」運動、それに映画サークルなどであった。

また1950年代には労演運動も拡大のきざしをみせていた。1950年代初頭、1000人台で低迷していた大阪労演の会員数は、50年代半ばになると1万4000人規模に達した。こうした動向を前に、従来から提携関係にあった京都演劇くらぶ（1957年に京都労演と改称）に加え、1954年には神戸労演が発足、56年には東京、広島、和歌山の労演が相次いで設立された。なお同時期には名古屋演劇同好会（54年）のような労演を称しない演劇鑑賞団体や、大分映画演劇協議会（57年）など映画サークルと連合した組織も次々と誕生していたが、これらも1960年代になると労演に合流することになる。

1960年代の勤労者鑑賞運動

勤労者鑑賞運動の様相は1960年前後の時期に大きく変化し、運動の中心は映画サークルから労音や労演の運動、とりわけ労音運動へと移行するようになった。その背景には先述のような事情に加え、1960年の日米安保条約改訂をめぐる民主主義運動の高揚があった。安保改訂に対しては多くの新劇人や音楽家が反対の意思を示し、文化人の間でも勤労者に基礎を置く文化運動を再構築する気運が高まっていた。

1961年に開かれた第7回全国労音連絡会議は、労音運動の目的は「芸術家、知識人ならびに進歩的諸勢力と協力して自分自身の成長と社会の進歩に役立つ音楽文化を創造すること」とする「労音運動の基本任務」を採択、1963年にはその実践の方向が「民主的民族的」な音楽の発展にあるとされた。労演運動でも、1963年に全国労演連絡会議が発足し、「民主的民族的」な演劇を発展させることが「基本任務」とされた。こうして1960年代の勤労者鑑賞運動は、「民主的民族的」な文化運動を志向するものと位

置づけられ、労音では100万人、労演では20万人の会員が目標として掲げられた。

新劇運動と強く結びついていた労演運動の場合、上記のような新路線は鑑賞対象の変更をもたらすものではなかった。ところが労音運動では、運動の理念と現実が、鑑賞対象をめぐる複雑な問題を生じさせることとなった。

そもそも「良い音楽を安く聞く」ことを掲げてスタートした労音運動においては、本来「良い音楽」とはクラシック音楽のことであった。こうした音楽観は戦前以来、知識人の間に広く共有されていたもので、マスコミから流される「流行歌」やジャズなどはその対極にある「俗悪音楽」とみなされていた。しかし1950年代の労音では「軽音楽」（ジャズ、シャンソン、タンゴなど）を例会に取り上げるべきであるという声が強まり、激しい議論が展開された。「軽音楽」許容の先頭に立ったのは、1953年に例会をCM（クラシック音楽）例会とPM（ポピュラー音楽）例会の2本立てとした大阪労音であり、50年代末になると、「軽音楽」例会は全国主要都市の労音へと波及した。

1960年代に入ると、こうした傾向はさらに加速する。クラシック音楽はむしろ会員を減らすものとして敬遠されるようになり、他方「軽音楽」例会の中身も、従来のジャズやシャンソンから、フランク永井や弘田三枝子、島倉千代子、春日八郎といった流行歌手による「歌謡曲」へと移行するようになった。このような変化はクラシックよりポピュラー音楽、ポピュラー音楽より「歌謡曲」の方が、より多くの「大衆」に愛好されていたからにほかならない。

もっとも労音運動の目標は「民主的民族的」音楽の発展とされており、こうした見地から1960年代の労音運動で重視されたの

は、民謡などの伝統芸能が有する民族性・大衆性であった。しかし伝統芸能例会が全体に占める割合は、最大時で一割程度に止まり、例会の大多数は「軽音楽」というのが実態であった。

1965年の時点で全国の労音数は190、会員数は64万人に達し、その動向は日本の音楽界を左右するとまでいわれるようになつた。だがこうして巨大化し、「大衆」化した労音の活動は、「大衆文化」（大衆音楽）のあり方に規定されたものでもあったのである。

とはいえる活動内容の「大衆」化は、組織の発展を約束するものではなかった。1960年代後半になると、高度経済成長がもたらした文化・娯楽の多様化や、戦後世代の本格的登場などを背景として、サークルを通じた芸術鑑賞という運動スタイルそのものがそれまでの魅力を失っていく。このような状況の中で、1965年に64万人を数えた労音会員数は、1970年には20万人と三分の一以下に減少した。同時期には労演の場合でも、全国最大の労演であった大阪労演の会員数が、1964年の約2万人から70年の9000人弱へ半減するなど、状況の大きな変化が生じていた。日本の文化状況は、大きな変容期を迎えていた。

おわりに

戦後日本の勤労者文化運動において、既存の「大衆文化」は総じて否定されるべきものとされていた。しかし運動の「大衆」化を追求するためには、「大衆」の嗜好を無視することはできない。戦後の勤労者鑑賞運動の軌跡は、こうした矛盾の克服がいかに困難であるかということと同時に、文化運動の成果を量的な面から評価することの不毛さを示しているように思われる。

くらしの中に音楽を —京都にみる労音の発展・衰退・再生—

加賀美 太記

（京都大学大学院経済学研究科 研修員）



京都ミューズ総会（4.12）

はじめに

2010年に国内で開催された音楽関連のコンサートは4万9081回を数え、都合2546万人を動員した¹⁾。前年比でもっとも躍進したのはポップス分野だが、クラシック分野も金額ベースで前年比2.5%増となっている²⁾。総務省「家計調査」によれば、教養・娯楽関係の出費のうち、映画・観劇等料金が上昇傾向にある。東日本大震災の影響もあり、2011年の教養・娯楽関係支出は全体として落ち込んだが、それでも音楽鑑賞などの文化・芸術関係の催しは、人々のくらしに深く浸透している。

こうした音楽会やコンサートなどが、一般の人々の間に広く普及する先駆けの役割を果たしたのが「労働者音楽協会」、通称「労音」である。労音は、最盛期には全国で60万人を超える会員を擁し、クラシックを始めとした音楽鑑賞を、人々にとって身近なものにすることに大きく貢献した。しかし、全盛期を迎えた直後から、労音の規模は急速に縮小する。現在では最盛期の10分の1程度にまで縮小しているが、それでも安定的に活動を継続している団体は少なぬないし、全盛期よりも会員数を拡大させた団体も存在する。こうした事実からは、音楽鑑賞と日々のくらしをつなぐチャネルとして、労音はいまだその役割を担っているとも指摘することが出来よう。

この労音を前身として、精力的に活動を続ける団体の一つが、本稿で紹介する「京都新音楽協会ミューズ」、通称「京都ミューズ」である。京都ミューズは、労音運動の盛衰と歩調を合わせる形で様々な困難に直面しつつも、それを乗り越えて、今日に至るまで活動を継続している。

本稿では、京都ミューズの代表理事持永耕吉氏と事務局長山下初恵氏のお二人への

インタビューにもとづいて、労音の魅力や文化・芸術活動において果たした役割、今後の展望について紹介していきたい。



公演案内を手にする山下氏（左）と持永氏（右）

労音と京都ミューズの仕組み

織物の街、京都西陣。その街中にたたずむ西陣文化センターが京都ミューズの事務所の所在地である。今回、取材に応じていただいた持永氏と山下氏のお二人は、共に1970年代半ばに京都ミューズの前身である京都労音に入会して以来の会員である。

まずは、お二人に京都ミューズ、ひいては労音の仕組みについて説明して頂いた。

労音、そして京都ミューズは、端的には会員が自分たちでお金を出しあって演奏会を企画する組織である。音楽鑑賞運動あるいは団体とも呼ばれている。ただ、持永氏は「労音の仕組みそのものは単純なんだけど、言葉にすると伝わりにくいんですよね。音楽鑑賞団体って結局何？って感じで」と述べる。仕組みの説明には苦労されたようで、現在では「質の良い商品を消費者が共同で購入する『生活協同組合』活動の音楽版」と、その仕組みを生協に例えて説明している。持永氏はもともと京都生協の職員であったこともあり、こうした説明方法を思いついたそうだが、わかりやすいと主婦

層などから好評されており、現在ではwebサイトやチラシの説明文として活用されている。

現在、京都ミューズは3つの会員制度によって成り立っている。一つ目はクラシックシリーズ会員である。これは3人以上のグループを一つのサークルとし、サークル単位で入会してもらい、会員価格でチケットを提供する制度である。サークル員については特に決まりはなく、地域の知人でも家族同士でも構わない。近年、コンサート（例会）は年間5～7回程度開催されている。会場となるコンサートホールはおおよそ500名規模であり、そこから会員数を差し引いた分については、チケットぴあなどを通じて一般販売している。その意味で、完全閉鎖的な会員制組織・企画ではなく、外部にも開かれた形になっている。二つ目が、落語セット券会員である。クラシックシリーズの落語版と考えてもらって差し支えない。ただし、こちらはサークル単位ではなく個人単位での入会である。年間4～5回程度の独演会が開催されており、やはり座席の一部が一般販売されている。最後の一つが合唱団会員である。これは前2つとは性格が異なり、年2回程度開催される合唱例会に出演する合唱団に所属している団員を指す。合唱例会では、たとえばベートーヴェン「交響曲第九番」などが歌われている。京都ミューズの合唱団では指揮者もオーケストラもソリストもプロが参加しており、彼らと共に演できるというのが大きな魅力になっている。入団にあたっては団費が必要となるが、その内訳は練習会場費や指導者の謝礼等合唱練習に関わることにあてられ、演奏会に関わる費用（指揮者・オーケストラのギャランティや会場費等）はすべてチケット代金でまかなっている。そのため、当日の合唱例会のチケットは自

分たちで販売するなど、主体的なかかわりが求められる。

現在の会員数はクラシックシリーズ会員が203人、落語会員173人（2013年）、合唱団員272人（2012年）であった。会員の掛け持ちもできるため重複もあるが、およそ600名規模で近年は推移している。

通常の会の企画・運営は理事会と事務局が担当している。また、どのような企画を打つかも、会員からのアンケートなどを参考に理事会で決定している。コンサートホールやオーケストラや指揮者のスケジュールは早期に押さえることがスケジュール的に必要であるため、1年単位で企画・立案がなされている。

労音の歴史と現在

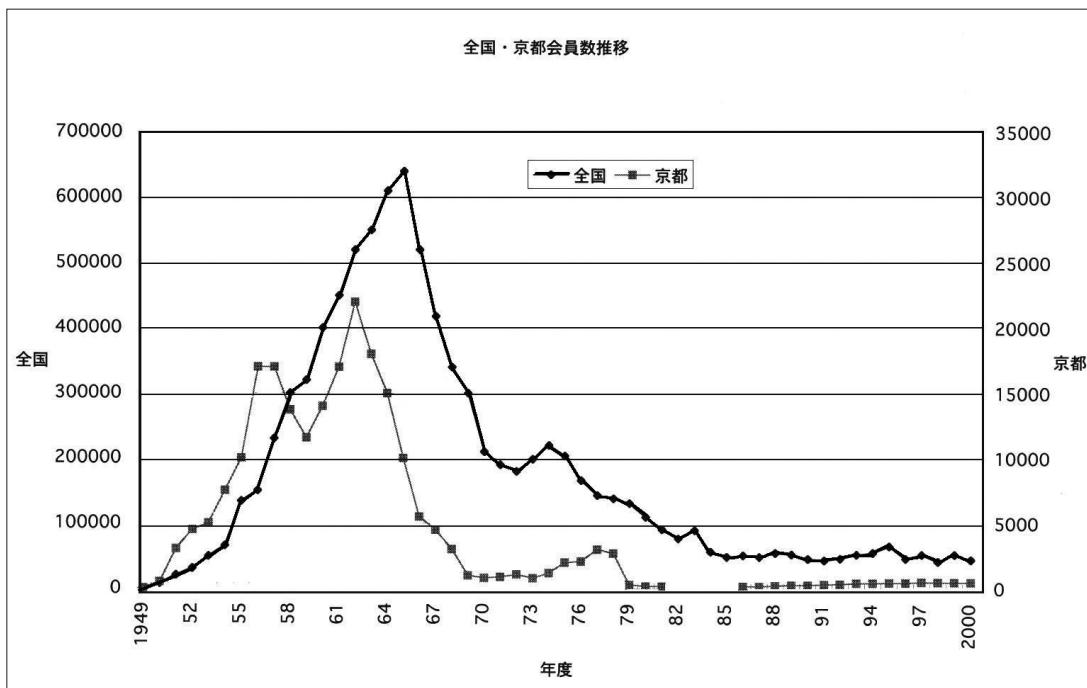
京都ミューズの前身は京都労音だが、そもそも労音とはいかなる組織で、どのよう

な歴史を辿ってきたのだろうか。ここからは、労音運動と京都労音の過去を振り返りながら、その魅力と意義を考えてみよう。

敗戦後の混乱も落ち着き、人々の間に文化に対する関心が戻ってきた1949年（昭和24年）、日本最初の労音である「関西労音」が大阪で発足した。正式名称は「関西勤労者音楽協会」と言う。

関西労音は、おもに勤労者を中心として、自ら音楽鑑賞を企画する団体として産声をあげた。会員制組織の形をとりつつ、会員相互が会費を支払い運営に協力することで、「よい音楽を安く聴く」「民主的な運営の団体である」ことを理念としていた。こうした根本的な仕組みは今でも変わっていない。

関西労音の設立後、後を追うように全国各地で労音が次々と発足していった。1955年には、大津で第1回全国労音連絡会議が開催され、全国的な運動としての性格がいっそう加速することになった。図表は1949年から現在に至るまでの全国の労音会員の総



数と京都ミューズの会員数の推移である。1949年以来、60年代にかけて会員数は増加を続け、1965年の最盛期には、全国190団体、会員数64万人にまで成長した。拡大を続ける労音からは、歴史に残る名曲も生まれている。1963年、坂本九が歌いヒットした「見上げてごらん夜の星を」は、関西労音製作のミュージカルの主題歌であった。

こうして高度経済成長の真っただ中に労音は黄金期を迎えたが、その後、急速に運動規模が縮小していくことになる。60年代後半から80年代初頭にかけて会員数は大幅な減少を続けた。80年代半ば以降、横ばいになったとはいえ、かつての勢いには遠く及ばない状況である。現在は、全国約50団体、会員総数約5万人弱と最盛期の10分の1程度の規模である。

京都労音の設立と発展

京都勤労者音楽協会、通称「京都労音」は1950年に発足した、創生期からの労音の一つである。初年度の例会会費は50円で、会員数は467名であった。関西労音同様に、「よい音楽をより安く」をモットーとし、また音楽を金儲けの手段とせず、人々の人間的成长に結びつけることを理念としており、瞬く間に普及していく。発足から4年後の1953年には会員数が5000名を突破。1954年には7500名、1955年には1万名を超えるなど、会員数1万7000名を数えた57年の第一次のピークにかけて京都労音は規模を拡大し続けた。当時、コンサート（例会）は年間12回程度が開催され、会費は100円～250円程度であった。

しかし、1958年に法人格を持たない財団・社団への課税政策が決定され、労音や前進座といった芸術系団体への課税強化が図ら

れる。この時期から数年間、京都労音の会員数は減少するが、京都会館のこけら落しがあった1960年頃から再び増勢に転じ、1962年に会員数は2万2000人を突破し、最高値を大幅に更新した。この年、2000名を収容する京都会館第1ホールで7日間連続公演を催すなど、京都労音は最盛期を迎えたのである。

この時期は、京都に限らず全国各地で労音が次々と誕生、拡大していく時代であった。拡大の背景として二つの要因があげられる。

まず、音楽に触れる機会としてのコンサートの貴重さと娯楽としての位置づけの高さがある。労音の拡大期は、人々の生活・所得水準が高度化していく時代だった。所得向上と生活水準の高度化は、人々に音楽鑑賞などの余暇へと足を向けさせる原動力となった。労音運動の拡大を支えたもう一つの背景として指摘できるのが、労働組合の協力である。組合の青年部や文化部などは、生活を豊かにする文化・芸術活動の一環として労音に積極的に関わっていた。その中で、組合における人間的なつながりを背景として運動が拡大していくのである。

労音運動の急速な衰退

1962年に最盛期を迎えた京都労音であったが、その後は急速に縮小していく事態となってしまった。60年代半ば以降、会員数は劇的に減少、80年代には単独での例会開催が困難になる状況であった。

こうした急速な衰退はなぜ生じたのだろうか。時代的な背景を筆頭に、いくつかの要因が指摘できる。ひとつは娯楽の多様化である。高度経済成長期の後半には多種多様な娯楽産業が勃興してくる。たとえば、

スポーツ興行の代表格であるプロ野球では、1965年から巨人がV9を果たし、王・長嶋という二人のスーパースターが誕生。日本中の注目を集めていた。こうした他産業の登場によって、音楽鑑賞に回っていた余暇が奪われる形になってしまったのである。

しかし、今でもそうだが音楽は人々の生活に欠かすことのできない要素である。ゆえに、もう一つの要因は、音楽に触れる機会そのものが多様化したこと、すなわちLPレコードとテレビの普及である。音楽に触れる素材・機会の多様化によって音楽を家で楽しむという習慣が生まれ、コンサートという「生演奏」から、人々の足が遠ざかる一因になってしまったのである。

こうした消費生活面での変化以外の要因も存在する。その一つが、他の音楽鑑賞団体の設立であり、もう一つが組合員組織率の低下という事態であった。

労音の拡大が続く中で、人々の音楽に対する要求の受け皿となった労音に類似した鑑賞組織が、企業などの支援のもとに作られていった。1963年には産業界が音協を発足させ、同年10月には創価学会主導で民音と呼ばれる音楽鑑賞団体が発足した。これら他団体へと労音会員が流れたことが、労音の縮小の一因と考えられる。また、労音の拡大に協力してきた労働組合の組織率も70年代に入ると低下傾向となつた。組合の人間関係を通じた勧誘は労音の拡大に貢献したが、このルートが徐々に縮小していったのである。

こうした消費生活の変化、他団体の登場と組合の衰退という変化を受けて、労音は活動規模を縮小していった。しかし、70～80年代にかけて全国各地にコンサートホールが設立されるなど、文化・芸術の活動環境は徐々に整つていった。そのため、小規模ながらも地方都市でいくつかの労音が發

足するなど、一方的に縮小を続けていたわけではなかった。労音は人々に音楽を鑑賞する機会を提供するという役割を他団体や他産業と分け合いつつも、その役目を全国各地で担い続けていたと言えよう。

京都労音から京都ミューズへ

さて、60年代後半から衰退しつつあった京都労音は、1975年に一つの決断を下す。それが「京都労音」から「京都新音楽協会ミューズ（京都ミューズ）」への名称変更である。勤労者の組織というイメージの強い労音という名称を外し、運動の大衆化を図ったのである。当時の会員数は平均800名であったが、京都ミューズへの名称変更以降若干の持ち直しを見せた。

名称変更による大衆化に活路を見出した京都ミューズであったが、それも長くは続かず、80年代初頭にはいよいよ組織的に持続が困難な状態にまで陥ってしまう。民主的運営を旨とする京都ミューズの総会は82年を機に、以降92年まで開催できなくなってしまった。

山下氏はこの時期を「本当にしんどかった」と振り返る。理事会では、借入金を理事たちで分担して受け持って、会を解散しようという声も出た程であったという。

しかし、ここでもう一度原点に立ち返って活動を見直そうという決断がなされた。関西労音などを始め、比較的体力のある団体が共催や主催の肩代わりという形で援助を続けてくれたこともあり、数年がかりで基本理念の議論がなされた。そこで確認されたのは、自らの社会的使命は「人々による音楽をより安く」であり、活動の基礎はサークル活動であるということであった。こうした原点への立ち戻りを踏まえ、1992

年からクラシックシリーズが企画され、会員への働きかけが実直に進められた。具体的には、会社を回り企画案内を置かせてもらう営業活動や、生協のカタログに企画を掲載してもらうといった取り組みが進められた。なお、生協で取り上げてもらうにあたって、会の中でも葛藤があったという。「生協で案内してもらうと『商品』になってしまふじゃないですか。もともとは音楽を金儲けの道具にしない、という理念からスタートしていたこともあって結構悩みましたよ」と山下氏は振り返る。

葛藤もありつつ、実直な取り組みを根気よく続けた結果、会員数は持ち直しを見せた。持永氏はこの要因として、サークル活動を基礎にした良さがでていると指摘する。「サークルを通じたゆっくりとしたつながりが、個人化が進んだ現代に合っているんでしょうね。」

一方で、今後の課題としてサークル活動の活性化もあげられていた。サークル活動が例会チケットの配布と、例会後に懇親会を開く程度にとどまっている場合も多く、なかなか会員同士の時間が合わせにくいという事情の中で、どうにか活動を活性化できないか頭を悩ませているという。

一方、発足から63年を数える京都ミューズが現在でも活動していることは、出演者からも高く評価されている。たとえば、演奏者からは、京都ミューズでの例会では観客からの反応が非常にいいという評価を受けている。また、京都で初めて公演される演奏者を積極的に企画する度量の広さが、文化の枠組みを広げるのに寄与している。「京都の人は新しいものにはとにかく慎重ですから。一度やってみて良かったものはキチンと評価してくれるんですけど、最初がね」と持永氏は笑いながらコメントしてくれた。京都では音協が活動を停止し、民

音が事務所を撤退する状況になっている。こうした状況において、京都の町に根差した市民主体の音楽鑑賞組織である京都ミューズの存在は大きな意味を持つだろう。

おわりに

最後に京都ミューズの魅力を尋ねてみた。お二人ともそろって、生の演奏の持つ力に触れられる点を魅力としてあげる。

「演奏会場の雰囲気はまったく違う。プロの演奏家や芸術家を信頼して、とにかく一度来てもらいたい。プロの音楽はまさに飛び込んでくるというのが相応しい。音楽の持つを感じてほしい」と持永氏は述べ、山下氏は「仕事の現場で中心になって活躍している人たちにこそライブで音楽に触れて欲しい」と言う。消費の成熟化に伴って、コト消費という体験型消費が注目を集めているが、そうした中で、コンサートという音楽体験を広く市民に提供する京都ミューズの魅力もまた高まっていると言えるのではないだろうか。

無論「スポンサーのいない民主的な団体という意味での困難は当然ある。」とお二人が言われるよう困難は多々あるだろう。それでも「魅力があるからこそ活動を継続していくみたい。とくに、若い人たちにドンドン来て欲しいですね。」と持永氏は今後の抱負と期待を述べた。今後も新しいものを取り入れ、より多くの人々に「生の音楽の魅力」を伝える京都ミューズの活動が発展していくことを期待したい。

注

- 1) 日本経済新聞社 (2012)『日経業界地図2013年版』91ページ。
- 2) 同上。

「東京俳優生活協同組合＝俳協」を訪ねて

辻 由子
(奈良県生活協同組合連合会専務理事)



劇団俳協「自由を我らに」より

私たちちは日々の暮らしをもっと安心に、もっと便利に、もっと豊かに良質にと願う。多種多様なこの願いを共有する人々が集まり、そこでの協同の営みが事業というかたちとなり組織となったのが生活協同組合。とするなら当然ながら多岐にわたるニーズに対応した多彩な事業分野の生協が成立していいはずである。とはいえる日本では組合員の数や事業高でいくと何といっても購買生協が圧倒的に多くを占めている。その中であまり聞いたことのない「文化」をその中心事業領域とし、しかも組合員の中心は俳優さん、という生協があると聞いて、それはいったいどのような生協組織なのだろうかと興味をひかれお話をうかがいに訪れた。

「東京俳優生活協同組合＝俳協」の千駄ヶ谷事務所は山手線代々木駅前の賑わいを抜け、新宿御苑の森を囲む通りの一角、静かなたたずまいのビルの中にあった。出迎えてくださったのは理事長の田代利之氏である。開口一番、「生協といっても見た目は芸能プロと変わらないで驚かれると思いますよ」とのことだったが、事務所自体は芸能界を思わせるような派手な雰囲気ではなく、堅実な事業運営が営まれている印象である。

創立は1960年、今年で53年目になる。「協同互助の精神に基づき組合員の文化的・経済的改善向上を図る」と定款に謳い、「芸能界の革新を通じ」芸能文化の向上に寄与することを目的に設立した国内唯一の集団である。芸能の分野で生協というスタイルは世界にもほとんど例がない。東京都生協連合会にも加盟し、生協法に基づく都行政による検査も受け、それなりに生協組織であることの理解も得られているものの、

周りからはどうも「不思議感」がぬぐえないようだという。

「俳協」の歴史は日本の芸能文化の歴史とともにある。設立のきっかけは意外なことに労働争議である。昭和28年頃日本でテレビ放送が始まり外国の番組フィルムの買付けや翻訳、吹き替えの仕事が生まれ、それら一連の業務を代行して担う新ビジネス、芸能プロダクションが出現した。当時は俳優への賃金支払いは出演番組放送後であるため不安定でトラブルも多かった。それを解消するための団体も作られたのだがそれが破たんした。そこで事務スタッフと俳優が一致団結してできたのが俳協という組織であり、このとき普通の芸能プロとは一味違う民主的な運営スタイルを模索したところ生協という選択になった。「今であればNPOという選択もあったかもしれないし、生協として認可されたのかどうかと思うこともあります」と田代さんは語る。しかし当時は、マネージャーと俳優が対等な立場でそれぞれが責任を持ち、人を大切にした事業運営といえば生活協同組合が最も主旨にかなった組織形態だったのである。

俳優という仕事は個人の持つ個性や能力に応じる側面が強いので量的平等ということにはならないが、権利や地位については皆平等であり、そこを確保することがミッションの一つである。たとえば出演事業では出演料の20%が事業収入で、80%が俳優本人の収入になる。ピンはねが横行するとされる芸能界にあって実に安心なシステムの実現である。また著作権の管理や再放送のルール明確化の交渉なども重要な業務である。現在は「日本俳優連合」などの外部団体ができ、こうした組織にも加盟していく、連携して団体交渉などにその機能を活用することが可能になっている。

芸能プロの仕事といってもメディアには乗らないいわゆる「インナーもの」が圧倒的に多く、車内放送のアナウンスから音声ガイドまで、さまざまな仕事を営業によって確保して割振りするのがマネージャーなどスタッフの日常業務である。信頼の確保とネットワークの力が必要のようである。事務所に訪れる俳優の対応も大切な仕事だ。現在組合員は300人でこのうち270人が俳優で、残り30人がマネージャーと事務員という構成。創業以来この規模はほぼ変化がない。逆に言うと規模拡大をしてこなかったということでもある。出資金は3165万円で役員は理事10名のうち6名が俳優、4名が事務局、監事は俳優2名である。会計年度は9月期末で総会は12月に開催される。書面議決が多くを占めるが年末ということもあり、総会終了後の懇親会にだけはなんとか駆けつける人が多く、年の瀬の交流を深める場が盛り上がるという。

事業活動は①マネジメントを担う出演事業部②番組制作などの制作事業部③公演活動を行う「劇団俳協」④俳優の養成を行う養成事業⑤組合員の福利厚生を担う共済事業と⑥供給事業が主な柱であり、2012年度（9月末決算）の事業収入の合計は12億円を超える。その中で最も大きな構成比を占めるのは出演事業である。

もっとも出演事業はオファーを待つ事業でもあるので、こちらから作品を作って全国に出かけていく公演事業も同時に力を入れている。親子で見る芝居もあれば「憲法」など重いテーマを扱ったものまで企画は多彩だ。製作費が1000万円くらいかかるので100会場くらい上演しないと回収できないが、全国の生協が受け皿にもなってきた。近隣県同士で上演するなどの工夫でチケット料金もなるべく安く公平に、という考え方をしていて、これを「文化の共同購入」

とも呼んでいる。演劇は親子のコミュニケーションツールにもなる一方、地域生協の加入促進にも活用されている。芸術というより楽しめるエンターテインメントとして、俳優生協ならではの方法論で文化を提供している。

供給事業と共済事業はどうなっているだろうか。

共済はほぼ全労済商品、一方、供給事業の商品は日本生協連のCOOP商品などもあるが健康食品などカタログ通販の趣が強いという。昨年は「はちみつのどスプレー」がヒットしたらしく、なるほど声優さんのニーズにもしっかり対応された俳協らしい品揃えである。退会の折にはこれら福利厚生事業の利用ができなくなることが残念と後ろ髪をひかれる人も多いらしい。

生協であるが生協っぽくない。規模拡大はしなかったし、他の団体に生協組織をすすめることもしてこなかった。この分野では日本でただ一つの単協であるため相談したり連帯できる仲間はない。様々な苦労や悩みがあったのではないかと想像するのだが、実は総じて安定的な事業運営が今日まで維持されている。稼ぎの多いビッグタレントの退会による打撃など、これまでに何度も厳しい経営局面を経験してきたものの克服もしてきたし、自社ビルを2棟保有していて経営基盤は安定している。またここを足場に事務所独立を果たす事例も多く、俳協に所属した俳優たちの活動が日本の芸能文化の活動発展に貢献してきたという自負もある。組織論にぶつかる時もあるが、組織変更を考えたことはなく今後もこのやり方を続けていく。事業運営ではむしろ停滞することなく絶えず前を向いて進むこそ重要という考えである。

購買生協であればそこには商品がありそ

れを届ける機能がある。俳優生協にあるのは、俳優のマネジメントをする優れた事務機能。これが資源のすべてともいえる。この資源を利用したいと願う人が俳協に加入する。ということでいうと生協の原則である加入の自由は極めて限定的だと田代氏は言うが、しかしこの資源と価値を磨き、民主的な経営によって組合員のための事業運営を丁寧に守り抜いてきたからこそ、今日の安定した組織があるといえるのであろう。そしてそれこそが俳協が生協であることの所以でもある。

非営利セクターが今ほど市民権を得ていない時代、「俳協」は芸能文化の歴史と特殊な業界事情を背景に、文化の庭にたまたま咲いた小さな花であるが、それは50数年枯れずにずっと咲き続けてもいる強い花である。共通の願いを持つ人が集まり知恵と力を出し合えば、どのような場所にも生協の花を咲かせることができるものだと、知れば知るほど生協というしくみの面白さ、可能性の奥深さを感じないではいられない。



田代利之理事長

日本唯一の映画生協の誕生

1つの映画館が存続しつづけること、それはその地域の文化的力、経済的力を映し出すバロメーターのごときものであろう。東日本大震災以後、2度にわたり宮古市にある映画館「みやこシネマリーン」を訪ね、改めて映画館をもつ地域力の豊かさにある種の羨望感を感じた。それは私の郷里である島根県の石見地方の市や町も少し前から、まったくの映画館空白地域となっているからである。岩手県の宮古の地で1度は消えた映画館の火が復活し、今日まで存続しつづけてきている、それがなぜ可能であったのか、そしてそのことの意味は何かを考えた。

三陸沿岸部で唯一の映画館「みやこシネマリーン」の支配人・常勤理事の櫛桜一則さんによると、映画生協という日本で唯一の映画館運営にいたる経過は次のような。昭和30年代の映画全盛期には、宮古市内にも7館の映画館があったが、その後テレビ等に押されて衰退し、1991年6月には最後の映画館が姿を消して、映画館の空白地域になった。しかし、間もなく、映画好きの人びとが集まり、1992年10月に「みやこシネマクラブ」を立ち上げ、自主上映活動に取組み始めた。近隣の市町村にも呼びかけ、市民文化会館を会場に年間7回以上、1回に500人～2500人の人びとを集めて自主上映活動が続けられた。こうした地道な活動の積み上げが自分たちの常設映画館をという機運を生み出すことになった。

1995年7月、宮古地区で住民の過半数の組合員がいる「いわて生協」が大型ショッピングセンター（マリーンコープDORA）を建設する構想があることを知り、その中に自分たちの映画館を開設したいという思いで、1996年暮れに映画館の運営団体、

被災地に映画生協あり
—みやこ映画生協の復興支援とその存続をかけた取り組み—

浜岡 政好

（佛教大学名誉教授）



「みやこ映画生協」が設立された。こうして映画の鑑賞団体ではなく、日本初の映画館を生協方式で運営する専門生協が誕生したのである。所管する厚生省（当時）や県も戸惑ったということであるが、県の認可も受けて1997年4月から85席と62席の2スクリーンを持つ「みやこシネマリーン」がスタートした。（スタート時の出資金2400万円、組合員9388人）

1997年版『厚生白書』は「みやこ映画生協」の誕生を、映画による市民の地域おこしとして次のように伝えている。「…市民グループが、1997年（平成9年）4月、全国初の『みやこ映画生活協同組合』を誕生させ、映画文化が一気に華を咲かせている。組合員が出資し合ってつくった映画を見るための協同組合で、現在、組合員は約9000人。土日ともなれば映画館には子供連れが列をなして押しかけ、盛り上がりを見せてる。」入場者はピーク時の2001年には5万人を超えたが、その後、少子高齢化の進展等で利用者数が徐々に減少し、2010年には2万人、2011年には大震災の影響もあって1万7000人にまで落ち込んでいる。（2012年の来館者は1万7841人、組合員数は17700人）

いわて生協の組合員比率が高いとはいえる人口6万人程度の街で映画館を維持するためには映画生協ならではの様々な工夫が行われてきた。一般的なヒット作、話題作だけではなく、なかなか映画館では上映されないさまざまな秀作を提供し、多様性のある映画館を目指して「ドキュメンタリー映画祭」（映画上映と監督によるトークショー）を開催したり、そして映画館のない市町村での「移動映画祭」を実施するなど、徹底した地域密着の活動を行ってきた。厳しい経営環境が続くなかで「一番大切なことは続けていくこと」、「超低空でも飛んでいれ

ば良い」、「この街に映画館があることが良いではないか」、「映画館は街の財産だ」という思いで、櫛柄さんたちは取り組んできたのである。

映画による被災地の復興支援活動とデジタル化への対応

2011年3月11日の大震災で、「みやこシネマリーン」は被害を免れたが、街が被災するなかでの映画館の再開をためらっていた。しかし、映画を上映してほしいという市民の声に押されて、被災後2週間で映画館を再開し、また5月からは映画館まで足を運べない避難所や仮設住宅で暮らす岩手県沿岸部の被災者に映画を届ける無料の被災地域巡回上映活動を開始した。こうした取り組みには既に行われてきた「移動映画祭」などの経験が活かされたであろうことは想像に難くないが、被災地域の人びとに映画を通して楽しみを届けたいという多くの生協や様々な団体などからの物心との支援もあって、今まで約180回、延べ7000人の被災地域住民に映画を楽しんでもらっている。

この活動は櫛柄さんたちに「映画の力」



支配人・常勤理事の櫛柄一則さん

をあらためて感じさせた。被災者がいる様々な場所で行われる映画会は、日頃の生活を忘れてスクリーンとともに凝視し、ともに笑ったり、ともに涙したりする2時間である。映画が引き出してくれる思い出や共通の感情、それがきっかけで人びとの交流が始まる。映画を見て被災後初めて笑えたという人もいる。被災地域の人びとへ楽しみを届け、心を支える巡回上映活動、こうした取り組みは被災後3年目に入り、被災地や被災者の暮らしの復興の状況も違いが出てきているなかで、さらにいっそう重要性が増してきているという。それはバラバラになりかねない地域コミュニティの人びとをつなぎ止め、人びとが楽しく集えるその中心に映画があると「映画の力」を確信しているからであろう。

このように大震災の被害にもめげず、「被災地に映画生協あり」の独特的な復興支援活動によって「みやこ映画生協」が地域社会における頼もしい存在となってきているが、しかし、その存続を脅かすような事態が進んでいる。それは映画のデジタル化の動きである。現在、フィルムからの転換が急ピッチで進行しており、従来の映画用フィルムの生産はこの夏で打ち切られ、新作映画はデジタル化施設でなければ上映できなくなる。そこで岩手県三陸沿岸唯一の映画館存続へむけて必死の「シネマリーンデジタル化プロジェクト」が「みやこ映画生協」「岩手県生協連合会」を中心に取り組まれ、夏までにデジタル化のための2000万円の支援募金活動が取り組まれている。宮古の地に映画生協を誕生させた地域の力が、再び存亡の危機を乗り越えようと動き出しているのである。映画の「生協」らしく組合員や地域の人びとの結びつきがさらに深まり、このプロジェクトが成功することを期待する。

岩手県の三陸宮古の地で行われてきた映画の「生協」の誕生とその継続から何が見えるであろうか。映画のある暮らしの再興を執拗に続けていることの意味は何であろうか。もちろん映画そのものに人びとを引きつける魅力があることは確かである。しかし、その魔力？をもってしても映画館を維持できない地域もまた多いのである。とすれば宮古の人びとの、またそれを支援する岩手県の人びとの、映画をはじめとする文化を享受する協働の力と文化を協働の力でつくることへの不屈な志を感じざるを得ない。宮古地域での日本唯一の映画生協を生み出した力とそれを生かし続ける力は、被災地域の復興のあり方をより人間らしいものへと向かわせる力になるとともに、これから日本の超少子高齢社会における文化的インフラの創り方とその維持の仕方を示唆しているといえないであろうか。

2013年(平成25年)4月14日

ファンの糾・映画館を救う

経営難からデジタル写真設備を導入でき、閉鎖の危機にあった岩手県宮古市の映画館「シネマリーン」。宮古市出身の映画監督・大友史子さんが率いる「みやこ映画生協連合会」が集め、夏には映画館設備を改修された「東洋館」の映画観客で賑わった。震災で被災した東洋館は、映画観客で賑わった。映画観客で賑わった。

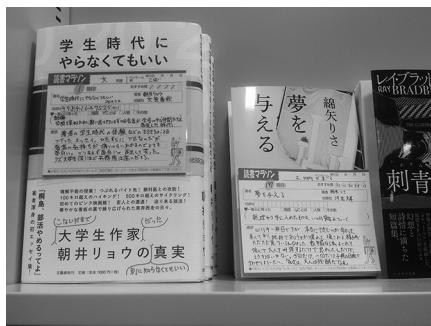
シネマリーンは映画好きの市民会員が資本して運営する映画館で、今年度は、内閣府の「ふるさと創生支援制度」を活用して、新たな映画館運営会員を募る。シネマリーンも、これまで開館してから、多くの映画館が閉鎖してしまっており、全国的に映画館の経営難が深刻化が急速に進展。設備を更新する体力のない映画館は、早く閉鎖してしまう。シネマリーンも、フル稼働しながら、なかなか開館してしまった。大友さんは既に、もしかすると映画祭をされた際には、映画館の同僚たちが映画鑑賞で、震災の被災者免れの「つまむわいば」(震災の「つまむわいば」)を上映する活動を描いていた。各地が映画館を守るために、シネマリーンでデジタル化のための大手企業から支援金を貰うなどして、夏の「シネマリーン」がデジタル化を実現することができた。

(伊藤一郎)

皆様からの温かい支援のおかげで
夏までに1台分の目処がたちました!
心より感謝申し上げます。
目標を折り返しもう1台導入までが
厳しい活動になってくると思います。
今後共どうぞよろしくお願ひします。

大学生協・書籍部の様子から見る 学生文化の変遷

山野 薫
(京都大学大学院農学研究科博士後期課程)



読書マラソン・コメントカード付きの書籍

大学生協は大学生の生活を支える最も重要な組織のうちのひとつである。しかし、大学生協も組合員のニーズに応えるために、取り扱う商品やサービス内容などを少しづつ変化させて、常に利用してもらいやすい組織であろうとしている。

本稿では、大学生協・書籍部¹⁾の商品ラインナップ・売り上げの変化や、読書推進活動の様子から、ごく一部ではあるが学生文化の変遷を見ることにする。

大学生協・書籍部の歴史

まず、大学生協で書籍事業が始まってから現在の体制ができるまでの様子をごく簡単に見ておきたい。

大学生協の書籍部がいつ発足したのかについて、正確な記録は残っていない²⁾。もちろん、どの大学生協がはじめに書籍部を立ち上げたのかも不明である。しかし書店に残る記録では、1960年ごろから取引をおこなっていたようである。

当時は各大学の中に書店があり、その書店が教科書をはじめとする書籍を取り扱っていた。大学生協が書籍を扱うようになると、それらの書店との間に摩擦が生まれるため、全国各地の大学生協関係者は書籍事業を開始するに当たって、相当な苦労をした記録が残っている。また、書籍事業開始後も取り扱える商品や取引できる問屋が限定されているなど事業運営に関する条件がいろいろあり、現在のような充実した体制を整えるためには職員、学生、大学が一体となって、閉鎖的な日本の出版業界に対して様々な運動を行った。現在では学内に書店が存在する大学はかなり少くなり、大学生協が書籍部をもつ場合が多い。

商品ラインナップと 売り上げの変化

大学生協・書籍部の売り上げ金額で最も大きな割合を占めているのは教科書（教員が授業で用いるために指定する図書）である。これは1970年ごろも現在あまり変わっていない。次の主力商品である文庫・新書は、1990年頃までとそれ以降では様子が異なる。ある国立大学の場合、教科書を除くと、90年頃までは岩波新書が1ヶ月の売上が100冊前後で、ほぼ毎月ベスト1だったが、現在は村上春樹、有川浩、東野圭吾、伊坂幸太郎、森見登美彦、万城目学など一般書店でも支持の高い作家の商品が上位に来ている。また、大学生協全体として見てみると売り上げ点数の中で文庫・新書が占める割合が増加してきたのも、このころからである。この変化の原因はいろいろ考えられるが、岩波新書を好んで読むことが学生のステータスでなくなってきたこと、あるいは新書の内容が専門書並みに充実してきたことも手伝って、授業の教科書として岩波新書以外の新書や文庫を指定する教員が増えたことが挙げられる。また、近年ではコミックやライトノベルを扱うところも増加している。これらの分野の書籍は長年、大学生協・書籍部が扱うのはご法度とされていたが、現在では、これらの新刊が週間売り上げ点数の上位を占めることも珍しくない。現京都府生協連専務の横山治生氏は、自らの大学生協・書籍部勤務時代を振り返り「よく売れる書籍の傾向や組合員のニーズは、特にリベラルアーツ教育がされなくなったころから大きく変化してきた」という。実際、時代を超えて読み継がれてきたような本が売り上げに占める割合は少なくなっている。

大学生協・書籍部の売上高は、97年頃をピークに下降線を辿っている。また、学生生活実態調査によると、1ヶ月の支出のうち、書籍代が占める割合は75年から、1ヶ月に使用する書籍代³⁾は80年から下落している（図1）。読書時間も減少傾向にある（図2）。いわゆる若者の「活字離れ」が最も大きな原因であることは明らかだが、文庫や新書に比べて単価の高い専門書の購入を学生が嫌がるようになったことや、スライドなど自作の資料を使用するために教科書を使用・指定しない教員が増えたことも背景にある。2000年以降に、電子辞書が登場・普及しはじめると辞書の売り上げが、インターネットの普及で地図の売り上げが急落した。

週間売り上げ点数の上位をコミックやライトノベルの新刊が占めることは上述のと

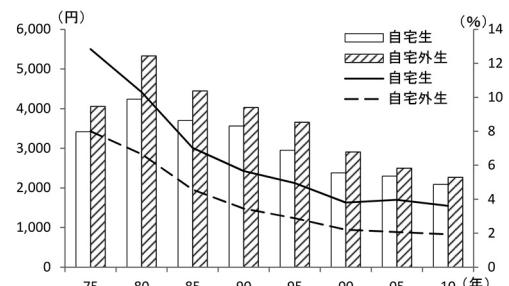


図1 1ヶ月の支出に書籍代が占める割合と1ヶ月の書籍代

出所：「学生生活実態調査」より筆者作成

注) 棒グラフは1ヶ月の書籍代（円）、折れ線グラフは支出のうち、書籍代が占める割合（%）を表す。

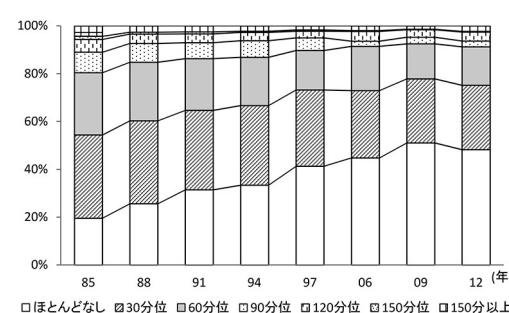


図2 1日の読書時間の推移

出所：図1に同じ

おりだが、それ以外では国家試験、公務員試験などの試験対策関連の書籍が上位にランクされている⁴⁾。大学生協・京阪神北陸統合事業部の鯉迫伸一氏は、「最近の学生は教科書であっても必然性を感じないと買わなくなっている」という。

現在では、このように商品ラインナップも売り上げの内容も、一般書店とほとんど変わらず、大学内にある組織としての独自色は薄れてしまった。

読書推進活動－「読書のいづみ」から「読書マラソン」へ－

1970年に創刊され、現在も全国大学生協連合会が発行している小冊子に「読書のいづみ」がある。この冊子の発行は、大学生協・書籍部が最初に学生へ行った読書推進活動であり、最も長く続けられているもののひとつである⁵⁾。創刊時は社会科学、自然科学の分野別に、学生への推薦図書とその解説を記載した「図書目録」だったが、1981年からは対談や作家へのインタビューなどに加えて、大学生活に役立つ情報を書籍と一緒に紹介し、いろいろな記事を通して読書に関する話題を提供する雑誌形式に変わった。81年は学生生活実態調査で1人あたりの1日の読書時間が1時間となった年であり、新聞などでも学生の活字離れとして話題になった。特に教員の間で危機感が高まり、「大学生協の書籍事業、読書推進活動」というテーマでシンポジウムも開かれた。その後、80年代は読書推進活動が急速に盛り上がり、学生が発行する書評誌上で、あるいは教員が授業で読書指導として様々な本を紹介し、読むきっかけづくりを進めていった。しかし、90年代になり、読書推進活動は停滞期に入る。90年代は書



図3 読書マラソンスタンプカード

籍の売り上げも減少し、読書推進活動だけでなく、書籍事業そのものが停滞した時期でもあった。

そんな中で2003年に新たな読書推進活動がはじまった。それが「読書マラソン」である。「読書マラソン」とは1冊読むごとにスタンプをため、10冊分で割引券と交換する一方で、学生は読んだ本のコメントをコメントカードに書く、というものである（図3）。大学生協・書籍部ではこのコメントカードをPOPのように書棚に並べることで、「必読」や「指導」とは無縁の同世代の学生からの読書のきっかけを提供できる。「読書マラソン」の特徴は書籍部が考えて、方針を出して行ったのではなく、学生のアイディアを元にはじめて、次第に全国へ広まっていった点である。学生同士や学生と生協職員の間に交流が生まれたことも、これまでの活動とは大きく異なる点であり、効果のひとつである。活動に熱心な学生がいると盛り上がるが、4年間で学生が入れ替わってしまうために、大学によって活動に栄枯盛衰があったり、大学ごとで取り組みへの温度差がかなりあったりするというのが現状ではあるが、「読書マラソン」も「読書のいづみ」（図4）も、どちらも現在では学生に本を読んでもらうための動機付けの要素がかなり強くなっている。

図2からもわかるが、読書時間の長い、つまり本を読む学生の割合は80年代も現在もほとんど変わらない。鯉迫氏も「本を読まない学生に、どうやって本を読ませるかが課題」と言う。

書籍、他人との付き合い方を学ぶ場

同氏によると、大学生協・書籍部の店舗内で、本棚から本を取り、中身を見て購入を吟味する学生の姿が減ったそうだ。つまり、買う書籍を事前に決めて、あるいは誰かに指定されてから店舗にやってくる組合員が多く、何かしらの興味・関心をもって来店し、店頭で、自己の意思によって商品選択をする学生が相対的に減少しているのではないだろうか。加えて同氏は、店舗やサービスの改善にもなるので、まずは店舗に足を運んで欲しい、そして店舗を利用できなかった場合は、どんな書籍が欲しいのか、どんなサービスを求めているのかといった要望を職員に伝えて欲しい、とも言う。

また「生協組織」自体に構成員の一員として参加し、「読書マラソン」のような形だけでなく、何らかの関わりを持ってもらうこと、人と接するうえで自分から発信する能力をつける場として活用してもらうことを学生に望んでいる。

書籍との付き合い方や他人との関わり方は、その時代の文化を少なからず反映している。今回は大学生協・書籍部の様子の変遷を見たが、ここからはその時代の学生の文化だけでなく、意識や風潮を読み取ることができた。時代の変化に伴って学生も文化も変わることは避けられないが、残すべき文化もある。当たり前のことだが、大学

生協・書籍部の歴史をみるとそのことを再認識せずにはいられなかった。



図4 「読書のいすみ」2013年3月号

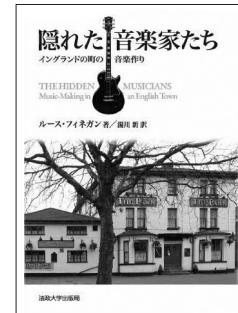
- 1) 本稿では大学生協のなかで書籍関連の事業を行う部門を「大学生協・書籍部」と表現する。
- 2) 寺尾正俊（2011）「先輩方の頑張りの上に今大学生協の書籍事業があることを！－大学生協書籍事業の歴史と到達点－」『京都の大学生協史編纂委員会会報』
- 3) ここで書籍代は購入先を問わない。
- 4) ここで統計は教科書・コミックを除く。
全国大学生活協同組合連合会ホームページ
「Book Best10」(<http://www.univcoop.or.jp/campus/book/best10.html>) 参照。
- 5) 姜政孝（2011）「大学生協の読書推進活動　過去・現在・未来」『京都の大学生協史編纂委員会会報』
- 6) 店舗によって、この特典の有無、内容は異なる。

くらしと協同の本

ルース・フィネガン著 湯川新 訳 『隠れた音楽家たち 　イングランドの町の音楽作り』

【Book Data】

発行 法政大学出版局 2011年10月 574ページ
価格 6,600円+税
ISBN : 978-4-5884-1025-3



評者：岡田 晓生（京都大学人文科学研究所教授）

学生時代は別として、どれだけ音楽が好きでも、社会人になってなお音楽活動を継続するのは難しい。もはや音楽といえば、CDやコンサートを聞くばかり。高校時代に使っていた楽器は埃をかぶり、自分でする音楽はせいぜいカラオケ。こんな人は少なくあるまい。またサラリーマンなどをやりながら、頑張ってアマチュア・オーケストラでヴァイオリンを弾き続けていたとしても、自らの活動を「所詮素人芸ですから…」と謙遜する人は多かろう。それに対して本書の著者は、「プロの演奏を聞く」のではない、「アマチュアが自分でする」形にこそ、音楽の本来のありようを見出そうとする。

もともとルース・フィネガンはアフリカをフィールドとする社会人類学者である。だが彼女がこの本でフィールドワークの対象とするのは、ロンドン近くの新興都市の音楽活動だ。例えばロンドンと比べるなら、こんな小さな町のコンサートライフは、取るに足らないものとも見えよう。クラシックのメジャー・オーケストラの来演もなければ、ポップスのスターがやってくることもない。そういうものが聞きたいなら、ロンドンに出かけていかねばならない…。だが目を凝らせば、そんな地方都市でも、決して大都会に遜色ない音楽活動が繰り広げられている。パブ

で行なわれるポップスやジャズのライブ、アマチュアの合唱団やオーケストラ、ブラスバンドや教会音楽。中には肉屋をやりながらプロよりうまい歌手がいたりする。しかし彼らの本業は、ミュージシャンではないのだ。

この本のアプローチの特徴は二点ある。まず第一に、こうしたサブカルチャー的な音楽活動は、ややもすると社会学によって「文化産業を消費する大衆」といった眺められ方をされがちだが、単にマスコミなどに踊らされるだけではなく、もっと地に足がついた、自分たち自身の意志で、自分たち自身の音楽を、自分たち自身のペースでやっているアマチュアたちに、本書は光を当てている点。そして第二に、同じく社会学が過剰に強調しがちな「下層文化」的なものに偏らず、そこではクラシック音楽もロックと同じように、様々なアマチュアによって熱心に演奏されていることが明らかにされている点。

「音楽」といえば、今日の私たちは、何よりも「聞くもの」だと思いがちだ。だが本当にそうだろうか？ プロがステージの上でやる完璧な「ショー」を、安くはない入場料を出して「聞く」ことが、音楽受容の唯一の形だなどというは、どこか歪んではないだろうか？

どんなに下手でも、やっぱり自分で音を出す

方が、他人が演奏するのを聞くよりも楽しいし、もし仲間とそこそこの合奏が出来るくらいに上達したら、さらに楽しみは増すだろう。本当は音楽とは、「聴くもの」というより、「自分でするもの」のはずなのだ。

この本で描かれているような、豊穣なるアマチュアの音楽文化は恐らく、十九世紀以来のイギリスにおける「アソシエーション」の伝統と無関係ではあるまい。普段の職業とは関係なく、サッカーや合唱や詩の朗読やアンティークなどあらゆる趣味の領域で、大人のためのクラブともいべき社交組織が活動してきたのである。

こうした文化を日本で探すなら、江戸町人以来の「お稽古ごと」であろうが（謡や日舞など）、ただし戦後日本のモーレツ・サラリーマン時代になると、もはやこうした種類の優雅な趣味人文化は、まったく姿を消してしまったと考えざるをえない。

本書にはとにかく多種多様なケースが紹介されている。きっと何か自分の「生き方探し」の参考になる事例があるはずである。日本でも東京や京都といった大都会になると、近年アマチュアたちの余暇の音楽活動も相当盛んになってきた。

私の友人にも会社の役員をやりながら毎月二回くらいライブハウスに出演している人、アマチュア弦楽四重奏団を結成してベートーヴェンの全曲演奏に挑んでいる人、ヴェルディに入れ込んでとうとう会社を定年退職してからイタリア・オペラだけをかけるワイン・バーを開いてしまった人など、結構な強者がいる。

私のように音楽を仕事にしてしまった者から見ると、それをあくまで趣味にとどめつつ、それを極めて高いレベルで実践しつづけるこういった人たちは、本当にうらやましい。

だがそれでもなお、日本ではこうした趣味と仕事の両立は、まだまだ一握りの色々な面で恵まれた人の特権のように思われがちだし、また事実ある程度そうなのであろう。

それに対して本書で描かれているのは、決して富裕層の優雅なミュージックライフではない。主役はあくまでイギリスの中小都市の「普通の人たち」だ。

言うまでもなく、「豊かさ」とは決して金銭だけの問題ではない。そういえば非常に多くの趣味をもつ、自営業をやっている私の友人が言っていた。「忙しすぎて趣味ができなくなったら仕事のやりすぎ、趣味をやりすぎて仕事に赤字が出来たら遊び過ぎ」。名言である。

「こんな大変な時に遊んでいる暇なんてないんだ！」とばかり、イライラした仕事漬けの日常に居直る精神は、やはり貧しい。殺伐としている。仕事がよいときも、よくないときも、自分の趣味の世界だけはマイペースで堅持し続けることの尊さを、今さらのように思う。音楽論というにとどまらず、豊かな市民生活とは一体何か考えるうえでも、とても示唆に富んだ本書である。

くらしと協同の本

垣内恵美子・林伸光編 著/佐渡裕（特別対談） 『チケットを売り切る劇場 兵庫県立芸術文化センターの軌跡』

【Book Data】

発行 水曜社 2012年3月 196ページ
価格 2,500円+税
ISBN : 978-4-8806-5283-2



評者：岸本 喜樹朗 [キッキー教授®]（桃山学院大学教授）

ジャ ジャ ジャ ジャ～ン♪ このフレーズに節を付けて発声したのを聞いて、曲名のわからないという人はクラシック音楽のファンでなくとも少ないのでないか。兵庫県立芸術文化センター芸術監督佐渡裕さんの元気のよい顔を大写しにして、この"ジャ ジャ ジャ ジャ～ン♪"を配した奇想天外な広告で、2005年10月の開館当初の露出を高める工夫をした兵庫県立芸術文化センターの軌跡を通じて、21世紀の公立劇場のあるべき方向性を指し示そうとした労作が本書である。

「チケットを売り切る」というメッセージはいかにも露骨である。戦後のある時期、「いいのものを提供すれば、売れる」というような長閑な時代があったことも事実だが、現在の日本では、「いいもの」そのものが溢れかえっており、また、「いいもの」しか市場に出てこない。これをいかに「売り切る」かが、現代のビジネスの課題であり、目標になっている。このテーマを、劇場という対象について掘り下げて解明しようとする本書は、評者岸本の提唱する学問領域「エンタテインメント・ビジネス論」（エンタテインメント産業を構成する多様なビジネスに共通する動態原理を解明する）の研究蓄積にも、大きな貢献となっている。〈参考：岸本

喜樹朗編著『キッキー教授®のエンタテインメント・ビジネス論』（株エアリアプロモーションジャパン、2012年刊）

ところで、評者は、2度、産経新聞に、兵庫県立芸術文化センターの記事を寄稿している。それを、引っ張り出して、本書の購買意欲の増進に一役買うことにしてみよう。1つは、「キッキー教授®のエンタメ経済—兵庫県立芸術文化センター『集客の工夫と情熱 抜群』」というもので、

「一度でも来場した聴衆への兵庫県立芸術文化センター（西宮市）の思いには、熱いものを感じます。キッキー®も昨年電話予約したところ、その後、毎号の案内が郵送されてきて、ついつい次のチケットを予約してしまいます。

センターの芸術監督でもある佐渡裕さんは、音楽番組「題名のない音楽会」にレギュラー出演していることもあります。露出が一層高まっています。

2008年上演のレハールのオペレッタ「メリーウィドウ」では、落語家の桂ざこばさんを、狂言廻し的配役で起用。親近感を高めて観客のティングを拡げる工夫をしつつ大当たりを取り、追加公演も行われました。6月25日から7月5日（2009年）に上演されるビゼーのオペラ「カルメン」もほぼ完売の状態といいます。

また、兵庫県立芸術文化センター管弦楽団の定期演奏会は金、土、日の3日間にも及びます。その定期会員数は3700人と、老舗の大坂フィルの2倍以上です。大中小の3つのホールの命名権ビジネスにも成功し、それぞれKOBELCO、阪急、神戸女学院の名前が冠せられています。

このあたりの状況を同センターのゼネラルマネジャー（GM）の林伸光さんにインタビューしてきました。林GMは平成15年まで、大阪のABC朝日放送の事業部門に勤務し、「大阪福島のザ・シンフォニーホールの開場に向けたプロジェクトからずっと、劇場のエンタテイメント担当でした」といいます。ザ・シンフォニーホールがオープンする前の約10年間は、事業部員として、ポップス系や演歌、ジャズなど色々な音楽事業を担当していたそうです。

芸文センターのGMになったのは「佐渡さんと意気投合して、請われて現職に着いたのです。二人三脚でやっています」と説明。同センターの入場料500円のワンコイン・コンサートは、大ホールを満席にするという取り組みですが、「2000人で100万円でしょ。2回公演で200万円…」と、その胸算用をちゃめっ氣たっぷりにみせてくれました。』

また、「キッシー教授®の上方エンタメ樂習」というコーナーでは、「劇場はみんなの広場」と題して。「兵庫県立芸術文化センターのゼネラルマネジャー、林伸光さんとともに、劇場経営について樂習したい」と思います。同センターは、中村孝義大阪音楽大学学長の指摘にもありました。高度の機能を保持した劇場として認知されてきています。公共施設は造るだけで、何に利用するのかの目的が明確でなく、あるいは、あまり利用されていないというような状況が多い昨今、これとは対極にあり、活況を呈しています。

2005年の開館に向けての広報戦略においても、ソフトに重点を置いた賑わいのある空間づくりをめざしたといいます。（中略）また、1度でもチケットを購入した人を中心に7万人を会員登録し、毎月、最

新の公演情報をDMで伝えています。

民間企業における経営理念や手法を公共機関の運営に応用するニューパブリックマネジメントを実践して、顧客志向の徹底を図ってきました。アートは、「人間が人間であるためになくてはならないもの」という認識の下で、「劇場はみんなの広場」と訴えました。2009年上演の「カルメン」や2008年上演の「メリーウィドウ」の見どころをDVDで上映しつつ、あっと言う間に90分が過ぎたのでした。』とまとめている。

さて、本書の内容を簡単に紹介しておこう。第1章では、日本の公立劇場の課題や可能性を探るとともに、兵庫県立芸術文化センターの占めるポジションを明らかにしている。第2章では、阪神・淡路大震災を跨ぐ歴史のある兵庫県立芸術文化センター創設の経緯が紹介されている。第3章では、編者の林さんが「劇場マーケティング論」を展開。第4章では、兵庫県立芸術文化センターの事例を踏まえた「オペラマーケティング論」を。第5章では、兵庫県立芸術文化センターの誇る顧客ファイルの形成と運用について。そして、第6章では、兵庫県民の芸文センターへの意識構造が明確にされている。さらに、第7章の「劇場は、みんなの広場」と題する佐渡＆林の、関西弁丸出しの特別対談が圧巻で、本書の奥行きをさらに増幅している。

わが国での文化政策論のリーダーの1人である垣内恵美子教授の編集は、さらに本書の学術的意義を高めている。勉強熱心な劇場支配人林伸光さんの熱意とビジョンが、本書の編集に隠し味として作用して、本邦初の本格的な「劇場マーケティング論」の著書として、華々しく上梓されたと表現すべきであろう。

チケットだけでなく、本書をも「売り切って」もらいたい。さあ、皆さんも、「題名のない音楽会」の佐渡さんよろしく、この本の「新しい頁をめくりましょう！」（笑）

くらしと協同の本

監修＝牧野守、企画構成＝雨宮幸明、解説＝牧野守・井上史・雨宮幸明、
字幕翻訳＝阿部マーク・ノーネス

『ファシズムと文化新聞「土曜日」の時代 —1930年代能勢克男映像作品集—』

【Book Data】

発行 六花出版 2012年9月 DVD 2枚（計約95分）+解説
価格 9,800円+税
ISBN : 978-4-905421-27-6



評者：雨宮 幸明（立命館大学大学院文学研究科研究生）

戦前に京都家庭消費組合を組織し、文化新聞『土曜日』を編集した能勢克男（1894-1979）は多彩な才能に満ちた活動家であった。本DVDは1930年代における能勢克男の映像作品を収録した初めての作品集である。このDVDには能勢克男の代表作である『疏水一流れに沿つて』、『土曜日の一周年』、『飛んでゐる処女』のほか特典映像を含めて10作品が収録されている。これらの映像作品は能勢克男が8ミリカメラを手に一人で撮影したものである。

DVD制作にあたり全体を監修された映画史研究家・牧野守氏は、能勢克男の映像作品が刊行される意義について、パンフレットに掲載された「監修の辞」に「残された映像資料の発掘によって研究の発展をはかる運動の一端を樹立したい」と語っている。

牧野氏が語るように能勢克男の映像作品は、単なるアマチュア映画にとどまらずファシズムと戦争の脅威によって蹂躪された、1930年代日本の時代の転換期を記録した貴重な映像資料となっている。このような映像記録は従来は各種博物館に収蔵されることはあっても、映像ソフトとして販売されることは非常に難しいメディアであった。能勢克男の映画作品は1980年代から一部の映画研究者によって研究がはじまり、

山形国際ドキュメンタリー映画祭で上映され注目を集めてきたが、現在の日本で商業的映画作家ではない能勢克男の映像作品集が刊行されたことは、やはり大きな試みであったといえる。

大学院にて1930年代のプロレタリア映画運動を研究していた私は、このDVDの企画構成を担当した。学術出版としてより多くの人々の手に渡るように思案を尽くしたが、この企画を強く支えてくれたものこそ、牧野氏の長年に渡る映画史研究の成果であり、そしてなによりも能勢克男による映画作品の魅力であった。

2010年に立命館大学にて開催されたプロレタリア芸術に関するシンポジウムで、私は日本のドキュメンタリー映画の源流とされているプロキノ（日本プロレタリア映画同盟）と能勢克男の映画作品の上映及び資料展示を企画することになった。だが、それまで牧野氏の研究で名前のみ知っていた能勢克男という映像作家の作品を私は全く見たことがなかった。

私は許可を取り1976年より京都文化博物館にて所蔵されていた能勢克男の代表作『疏水一流れに沿つて』を初めて鑑賞した。その時の感動を忘れるることはできない。戦前の京都を撮影した能勢克男の映像は美しかった。関係者の方々の協力もあり私はすぐに能勢克男の遺族である

能勢協氏にお会いすることができ、映像資料の貸借と展示の協力をいただくことができた。この上映と展示の企画がそのままに今回のDVD制作に繋がっている。この時に遺族である能勢協氏と監修をされた牧野守氏、生協史研究者の井上史氏にお会いすることができたことは僥倖であったといえる（DVD解説ブックレットには、牧野守氏による能勢克男の解説、井上史氏による年譜、筆者による作品解題が収録されており作品鑑賞の手引きとなっている）。

今回のDVD制作における重要な問題の一つは、映像原盤をどこに求めるかということであった。映画を復元する場合、常套手段としてオリジナルフィルムからの復元が一般的である。能勢克男の現存映画フィルムは遺族により保管されており、まずこの現存フィルムから映像復元が企画された。だが試みに2012年に現存フィルムから復元された映像には、フィルム素材を侵食するビネガーシンドロームによる劣化がすでに発生しており、画面の割れ・皺が多数確認された。現存フィルムからの映像復元は残念ながら最良の映像原盤とはならなかった。

しかし、幸いなことに既に遺族によって、約20年前、まだビネガーシンドロームが発生していないかった時点の現存フィルムからVHSビデオに保管された映像が存在していた。これには画面の割れ・皺は確認されなかった。結果としてこのVHSビデオに保管された映像が、現存する最良の映像画質であることが確認され、これが今回のDVDにおける映像原盤となった。

遺族による的確な映像の保存がなければ、現在の私たちにこれらの美しい映像が残ることはなく、今回のDVDを制作することはできなかつたといえる。故人の資料保存にかける遺族の思いをあらためて実感した次第であった。

もうひとつの問題は音楽であった。能勢克男は撮影した映画作品を友人・仲間たちと鑑賞する際に、伴奏音楽としてSPレコードを使用した。特に代表作『疏水一流れに沿つて』には戦

前にピクター蓄音機株式会社から販売された、ローザスとイヴァノヴィッチによる『波濤を越えて／ドナウの流れ』というSPレコードが伴奏曲となっていた。ぜひこのSPレコード音源を使用したかったが、公的な出版である限り音楽使用における著作権の問題は避けられない。結果として指揮者であったシルクレットが1982年まで存命していたことや、GHQによる戦時加算の問題もあり、このSPレコードの著作権が現在も有効であることが判明した。著作権を継承したレコード会社は音楽の全編使用を認めてはくれなかった。音楽を使用することは断念せざるをえず、結果として全編をサイレントで編集をした。もしも当時の音楽を挿入できていたら、このことは今も残念でならない。

以上のような問題を乗り越えてDVDは完成し、多くの研究者や大学図書館に届けることができた。このDVDには映画研究者、阿部マーク・ノーネス氏の翻訳による『疏水一流れに沿つて』英語字幕版が収録されていることもあり、コロンビア大学をはじめ海外の大学図書館にも所蔵され始めている。文化新聞『土曜日』に関わった中井正一ら京都の知識人が治安維持法違反で検挙される直前に撮影された『土曜日の一周年』に象徴されるように、世界的な現象であった1930年代ファシズムの時代を記録した能勢克男の映画は、日本だけでなく海外の人々とも共有される映像資料となったのである。

現在、能勢克男の映画は映像作家、三好大輔氏の映像作品『記憶』に一部引用され、また映画研究者ミツヨ・ワダ・マルシアーノ氏の最近の研究でも言及されるなど、徐々に研究・活用の輪が広がりつつある。これらの研究の発展に今後もこのDVDが貢献してくれることを心から願う次第である。ぜひ興味をもたれた方にはこのDVDを御覧になっていただきたい。能勢克男が撮影した人々や街の輝きは、きっと思ひがけない新たな時代認識を与えてくれるからである。



追悼 戸木田 嘉久先生を偲ぶ

当研究所の創設呼びかけ人として、また創設期から最後まで研究委員の責を全うされた戸木田嘉久先生（立命館大学名誉教授）が、去る2013年2月26日お亡くなりになりました。享年88歳でした。ここに哀悼の意を表し紙面をとらさせていただきました。

戸木田さんを偲んで

三好正巳

ご子息からの電話で訃報を聞いたとき、駆けつけねばという想いだけが頭に浮かんだ。替わって電話にでられた奥方から辞退する旨の事情を聞かされて、訪問は断念するしかなかった。今その時の経過をおもうとき、陸游の詩を思い起こす。

わか 少き時は愁いを喫びて底物ぞと作せしに
うれ よ なに な
老境にいたりて方めて世に愁いあるを知れり
はじ
世間を忘れ尽くすとも 愁いは故のごとく在り
もど
身を和に忘れ却りて殆く応に休むべけん
さき ようや まさ や

突然の訃報には、一瞬の驚愕ののち深く永い愁いにおそわれる。此度の憂愁以前にも経験したことがある。妻を亡くしてあまり時をおかずに期待もし目もかけていた助手の訃報が突然としてもたらされた。この時も驚きとともに気持ちは落ち込んだ。戸木田さんの訃報は、老境に入ってからのことだけに、愁いは後をひく。こんな気持ちで追悼文を書かねばならないとは。

戸木田さんの数多い業績を今更書く気にはならない。業績や人となりについては他にも書く人がいるだろう。私にとっては、戸木田さんはあまりに身近な人であった。そんな私が今書けることは、正道を外すことのない戸木田さんと突飛で陽のあたるところには尻込みする私との長い付き合いをさらけ出して故人を偲ぶことだけである。

戸木田さんと私が初めて会ったのは、大学助手の約束契約期限1年が終わって、失業中である。戸木田さんは九炭労（労組）モルタル2階建事務所の2階の一室を借りて、九産労（研究所）の事務局長をしていただけである。そのとき奥方も庶務（？）をされていた。50年を経過した今、やや記憶は怪しくなっているが、九大の森耕二郎、馬場克三、吉村正晴、正田誠一などの諸先生がかかわって、満鉄調査部から敗戦で帰還された松岡瑞雄さんたちが設立された九州経済調査協会に戸木田さんも在籍されていた。うえからの指示で九大の諸先生が大学に引き上げられたとき、戸木田さんは九経調から移られて、九産労の設立に参加し、事務局長の職に付かれたと記憶している。当時人づてに聞いたこの私の記憶が正確かどうかは、戸木田さんの奥方にでも確かめる他はない。

失業中の私は、職安に2週間に1度の割で保険金を受け出頭し、助手の失業仲間と近況を話し合うのが仕事であった。そしてその間、九経調の調査アルバイトで生計費の一部を稼いでいた。このアルバイト収入はその金額に見合うだけ保険給付が先送りされて給付期間が伸びる物であって、失業中に妻をめとっていた私は先送り分だけ食い延ばすことができるわけで、兄の家の別棟に住んでいた身にはそれなりに有り難いことであった。また、九産労では、時に労組への講演の仕事を回して貰い、この講演の仕事を失業1年後鹿児島に職を得てか

らも九大に内地留学したときにも続いた。今思い出せば顔が赤くなるような内容の話であったと、忸怩たる想いである。

その後、立命館大学に移るまでも、私の関与しない話があったようだが、ともかく戸木田さんが中に入つての立命館への転職が実現したのである。丁度内地留学で福岡に来ていたので戸木田さんと奥さんと2人の男の子一家を博多駅に見送った記憶は鮮明である。そのときには数年後に私自身が京都立命館に転出するとは夢にも思わなかつたことである。

私が立命館に赴任した年の秋には立命館大学院経済研究科で紛争が起き、年が明けて直ぐ全共闘の学生によって広小路の本部棟が封鎖され、新学期になってから紛争は衣笠キャンパスに広がり学園紛争は全学に広がつた。この間戸木田さんは学部主事、学生部長として対応にあたる激職を経験された。若い頃にラクビーの経験があつたとかで胸幅は広く体力に恵まれているようだったが、それでも昼も夜もないような会議や交渉など責任の重さからして、疲労の蓄積が心配された。赴任して1年経過したところで、突然経済学部の学生補導主事(当時)に3階級の特進となり、戸木田学生部長のもとでともかく仕事をすることになった。これも不思議の縁であり、その後学生部長とか不似合いの役職を務めることにもなつた。

因縁はこればかりではない。研究と著作の上でもそうであった。東京のある出版社の会議室での議論の場に参加することになったのも、おそらく戸木田さんの推薦があつてのことであったろう。そこでも、私だけでは知り合いになれなかつたであろう多彩な人たちと同席することになった。また、京都でも、くらしと協同の研究所に属する研究会に参加して、戸木田さんと2度も共

著の出版にも関係した。私としては本来の研究課題ではなかったものの大きな経験であった。しかし、何よりも記憶に残ることは、上野俊樹さん、戸木田さんそして私と3人で立ち上げた労働総研の関西部会ともいえる関西労研がいまも続いていることである。戸木田、上野の2人は故人となり、おまけのような私だけになつたが、他の熱心なメンバーが引き継いでくれたので、戸木田、上野さんの手前ホッとしている。

戸木田さんを偲ぶ想いは、私自身のことには終始したようだが、私の生活の中でこれほど大きな影響をもたらしたということでお許し頂きたい。最後に、「諸階級」論について考察するつもりと、戸木田さんに言ったことをそのままにして気がかりだが、いつの日にか約束を果たすことをちかって、ご冥福を祈るものである。

(立命館大学名誉教授)

あの運動靴の人が…

久保健夫

私は大学進学と同時に堺の金岡団地から枚方の香里団地に移った。香里ヶ丘六丁目から通学していたが、バス停にはいつも気になる人がいた。上下のスーツの時もあるし学生のようにラフな服装に運動靴の時もある。黒い鞄を肩に掛けて眼鏡の奥でいつも考え方をしている風であった。一見30歳前後に見えてどこかの院生に違いない、と。26歳の春、70年京都府知事選挙の最中、新日本出版社『経済』編集部の部員になった。

月一回の編集委員会がもたれ、錚々たる経済学者が全国から集まつてくるという。初めての会合に出ると、新入りがきたからと紹介が始まる。そこへ汗を拭きふき入っ

てきた人をみると、それがなんと「バス停」で見かけた運動靴の人であった。しかも修論で活用した「資本主義的合理化」の戸木田嘉久その人であった。編集委員会では、労働者状態の実態把握をまず押さえつつもそのまなざしは常に社会変革の実践的課題と労働運動への問題提起に向けられていた。並み居る委員たちからも合いの手が入り、しばし議論をリードされた。編集企画では労働問題を担当しておられたものの、独占企業・産業の分析、農業農民問題等々経済学の広い裾野を有しておられた（『協う』07年6月 戸木田「私の研究紹介」）。

協同組合論への挑戦

私は83年京都生協に入り、20周年記念事業の一つ、生協理論研究会編『転換期の生活協同組合』（大月書店、87年）刊行を手伝ったが、本書は組合員意識調査、地域生協訪問調査に基づく本格的な生協論の魁ではなかったろうか。研究会の先導者は川口清史さんであったが、彼の最初の問題提起（84年）は、立命館大学生協15周年記念誌『生活協同組合と現代社会』（法律文化社、78年）の巻頭「経済民主主義と協同組合」（戸木田）の検討から始まっている（川口『非営利セクターと協同組合』日本経済評論社、94年）。生協に来て初めて知ったことだが、この戸木田論文は、当時の『生活問題研究』誌面をはじめ各生協の間でも話題になっており、"素人論議"と自称された割には大きなインパクトを与えていた。今読み返しても、今日の世界的危機下で国民生活を守り、社会のよりよい発展を展望するとき、協同組合はいかなる課題にどう向き合うのか等、問われるべき骨太のテーマが提供されている。温故知新である。

その後当研究所の自主研究会「生協職員論研究会」では、座長として『生協職員論

の探求』（法律文化社、97年）、『生協再生と職員の挑戦』（かもがわ出版、05年）刊行を率いていただいたが、それにとどまらず、『挑戦』第2章（三好正巳）中の「生活圏市場」に着目されてさらなる追究を求められたのである。3月、三好座長のもと『生活圏市場研究』刊行にこぎ着けたのが、奇しくも遺言の履行となった。

信念とタフネス

思い出にはきりがないが、編集者時代に印象深いことがまだある。『大月 経済学辞典』（79年）をご存知だろうか。内田忠夫、水野正一氏他近代経済学の長老や関連諸科学の専門家を交え824名の研究者・専門家を動員して編纂された画期的な経済学辞典。その中でとことん難航し、編集委員の中核に坐って剛毅でならした関恒義氏も自信消失気味の難問が残されていた。誤解を恐れずに言うと、高名な婦人問題研究者執筆の "労働婦人は組織された労働者として階級闘争に参加し、自覚を高めて婦人解放運動の主要な担い手となるが、家庭婦人はそうはなれない"という第一稿を、家庭婦人の社会的位置づけと正当な評価を加えて書き直してもらうという難問であった。みなさん "婦人の敵" にはなりたくない、さすがの関先生もお手上げだった。ついに編集委員会を代表して戸木田先生が火中の栗を拾われることになり、白馬の騎士となって見事難問を解決されたというのである。いたく感動され関先生から "さすが戸木田さん、あのタフさに脱帽" と、私は何度も感動的な一部始終聞かされることになった。

昨年の研究委員会終了時に先生をエレベーターまで送ったのが最後となった。症状も知らず残念でならない。

（当研究所客員研究員 初代事務局長）

〔査読付論文〕

都市部の農協直売所を活用した農業振興事業が販売および生産に与える影響 ～東大阪市「ファームマイレージ²運動」を事例に～

青木 美紗（京都大学大学院農学研究科博士後期課程）

要約

農産物直売所を活用した農業振興が世界的に見受けられるようになってきた。生産現場の近くに多くの消費者が存在する都市部においては、生産者の所得向上だけでなく減農薬・減化学肥料などによる安全性を確保し、安心できる農産物の生産を促進させることに関して地域内ネットワークを備えた農協の直売所の役割が期待されている。本稿では、都市部である大阪府東大阪市において2009年5月から取り組まれている農協と行政が一体となった農業振興事業を対象に、生産者の販売状況の変化や減農薬・減化学肥料農産物生産への移行について明らかにするため、直売所のPOSデータの分析および生産者へのインタビュー調査を行った。結果、直売所への出荷者数が増加しているだけでなく、多くの出荷者が品目数を増やすか、品目当たりの販売額を伸ばすことで直売所販売額を増大させていることがわかった。また、販売額の比較的高い生産者は減農薬・減化学肥料生産に先進的に取り組み始めており、販売額の低い生産者にも広がり始めていることが明らかとなった。

1. はじめに

農業生産者が消費者に農産物を直接販売することによって農業振興を図る取り組みが世界各国で見受けられるようになってきた。欧米ではファーマーズマーケットやCommunity Supported Agriculture (CSA) として広がりを見せており、日本では農産物直売所が重要な役割を果たしている。菅野（2009）は、直売所が地域農業に及ぼす影響として、①農業所得の拡大、②安全・安心農業の取り組み強化、③環境保全型農業への取り組み強化、④地域農業の多様化と周年就業、⑤各種交流活動の活発化、⑥農産物の付加価値の増大を挙げており、多くの先行研究によって直売所は、生産者の所得向上や生産意欲の向上あるいは地域ネットワーク形成に大きく影響を与えていると述べられている（Brown and Miller 2008、益崎2010）。

消費者が身近に多く存在する都市部においては、農協の系統出荷（青果物の生産農家が農協組織を通じて出荷すること）に代わる出荷先として地域内顧客をメインとした農産物直売所が期待されており、農協の地域内ネットワークを活用した地域内消費の拡大が望まれている（菅野2009）。また、生産環境が住宅地に近く消費者ニーズを反映させやすいことから、減農薬・減化学肥料による安全・安心に配慮した農業生産や高付加価値を有する農業生産が実践される傾向があるとされており（樋口2008）、直売所を活用することでそのような農業生産を促進させる可能性があると考えられる。

このように農業振興における直売所の重要性が提示されており、直売所に関する多くの事例研究が見受けられるようになってきた（大浦2011）。しかし、それらの多くは一時点

における生産者へのアンケート調査によって出荷行動を分析したものが多くの、時系列的に分析した研究はない。また、直売所によって高付加価値化が可能であることから安全・安心および環境保全型農業を普及できる可能性があるにもかかわらず、そのことに焦点を当てた研究も見当たらない。そこで本稿では、都市部に位置する大阪府東大阪市において2009年5月から取り組まれている農協と行政が一体となった農業振興事業を対象に、2007年から2011年のPOSデータの分析と生産者へのインタビュー調査によって、生産者の販売状況の変化や減農薬・減化学肥料農産物生産への移行について明らかにする。

2. 調査地の概要

2.1 調査地における農業の特徴

大阪府東大阪市は、大阪市の東に隣接した人口507,404人（2013年1月現在）の中核市である。市内の農地は231ha（2011年）、総農家数は689戸（2010年）¹⁾であり、消費地に近い都市農業の利点を活かし、鮮度が重視される軟弱野菜²⁾や花卉の生産を特徴としている。この地域では農地の約80%が市街化区域に編入されていることから、大規模な農地はないものの消費者の身近な場所に農地が点在している。都市部の農地は転用期待が高く、高度成長期以降農地の減少は歯止めがかかっていない状況である。【表1】によると、東大阪市では2000年～2010年の10年間における販売農家³⁾数と田耕地面積の減少は著しい。しかし、自給的農家数や畑耕地面積の減少率は小さいことから、小規模ながらも野菜、果樹、花卉を生産していることがうかがえる。

販売面においては、小規模零細農家が多いことや消費者との距離が近いことを活かし、小ロットでは出荷が困難な系統出荷に加えて1985年代より大阪府内で初めてJA直営の朝市による農産物販売が開始された。その後、各単協において朝市が開催されるようになった。この地域における朝市は、組織活動のほとんどを農協が主体となって行う農協主体型の形態であった（藤田ら2000）。現在、市内には14ヵ所の朝市、3ヵ所の農産物直営所があり、これらはすべてJAグリーン大阪とJA大阪中河内の直営あるいは各支店での運営となっている。周囲には大型量販店、スーパーマーケットが立ち並んでいるが、直営所の消費者を対象としたアンケー

表1 東大阪市の農家数および耕地面積の推移

ト調査 ⁴⁾ によれば安心・安全な農産物を求める消費者の農作物直営所に対する評価は高い。		2000	2005	2010	10年間の減少率（%）
		総農家数(戸)	販売農家	自給的農家	
心・安全な農産物を求める消費者の農作物直営所に対する評価は高い。	耕地面積(ha)	821	753	689	16.1
	田耕地面積	314	220	192	38.9
	畑耕地面積	507	533	497	2.0
		323	254	238	26.3
		228	163	149	34.6
		95	91	89	6.3

出所)各年農林業センサス

2.2 東大阪市「ファームマイレージ²⁾運動」

「ファームマイレージ²⁾運動」とは、地元産の農産物を購入することでどれだけの農地面積が保全されるのかを視覚的に消費者に意識付けることで、消費者も含めた地域全体で農地保全に努める運動であり、東大阪市農業振興啓発協議会⁵⁾（以下、啓発協議会とする）が主体となり2009年5月から開始されたものである。「2（二乗）」には面積という意味が

あり農地のことを指す。具体的には、市内にある農協が運営する直売所において、消費者が購入する野菜を栽培するためにはどれぐらいの面積が必要なのか⁶⁾を明示することや、環境に配慮した農産物（以下、エコ農産物とする）に貼付しているシールを集めると割引を受けることができるとともに、農地保全に協力したことに関する感謝状が贈られるという特典⁷⁾を付ける取り組みを行っている。また、地域の製パン会社と農家を結ぶことで地元産の野菜を使用した加工品販売に繋げる取り組み、そのパンを購入した消費者を対象に収穫体験の機会を提供する取り組みなども実施している。

このような取り組みの目的は、「地元の農産物を買うという消費者の行動が、生産者のモチベーションを向上させ、消費者が再び地元の農産物を買うことができる『機会』を増やす」と共に、「生産者と消費者の『距離』を縮め・繋ぐこと」であるとしている（東大阪市ホームページ）。すなわち、地元の農業や農地に関する情報を提供し消費者の理解を促すことと、地元産、特にエコ農産物の販売を拡大し、生産者の生産インセンティブを高めるという循環（図1網掛け部分）を活性化することを狙いとしている。地産地消や減農薬・減化学肥料栽培農産物の安全面や環境配慮に関する情報提供は多くの団体による活動でも行われてきたが、地域の農地保全につながることを全面的に強調し、消費者が自身の購入によってどれほどの農地が保全されたかを視覚的に確認できることは新しい視点である。

本運動の運営面での特徴は、啓発協議会が母体となり、農協、東大阪市そして大阪府がそれぞれの役割や制度をうまく活用している点にある【図1】。農協は直営の直売所や朝市を運動の場として提供するとともに、生産者ネットワークを利用して主体的に運動を拡大することに努めている。エコ農産物の認証に関しては、大阪府が取り組んでいる

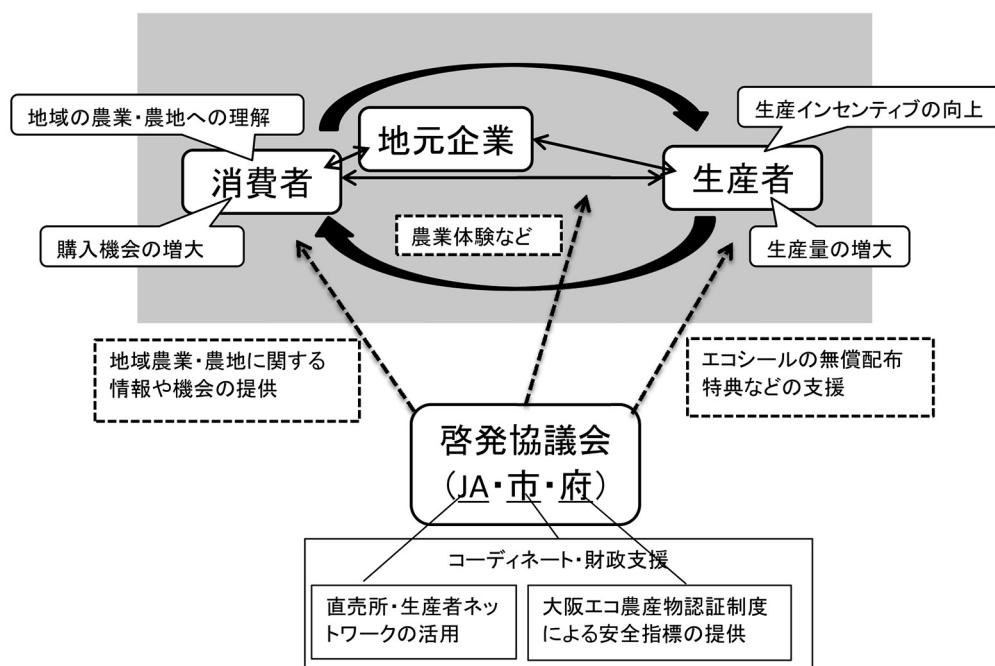


図1 ファームマイレージ²の全体像

出所) 田中 (2011) および東大阪市ヒヤリング調査より筆者作成

大阪エコ農産物認証制度⁸⁾を活用し農産物の安全性確保の手段としている。そして、東大阪市がこれらをコーディネートするとともに財政支援などの全面的支援を実施している。また、本運動を実施する上で発生する費用には、エコ農産物に貼付するシール代（出荷者に無償配布される）や特典としての割引および記念品代などがある。感謝状と割引特典についてはJAグリーン大阪フレッシュクラブの運営費の一部として、それ以外の費用は啓発協議会予算の農業啓発事業費として扱われている。啓発協議会の2012年度歳入は年間約400万円であり、東大阪市が365万円、JA大阪中河内とJAグリーン大阪が10万円ずつ負担している。このうちエコ農産物支援と「ファームマイレージ²運動」には約230万円の予算が計上されている。このように、本運動は農協と自治体の協力関係によって実施されていることがわかる。

2.3 直売所における農産物販売とエコ農産物生産の推移

「ファームマイレージ²運動」開始以降、直売所での地元産農産物の売り上げは右肩上がりとなっている。特に割引制度と特典を設けたエコ農産物の伸びは急速である【図2】。このような伸びの主な要因として消費者・生産者双方にとっての利点が設けられていることが考えられる。

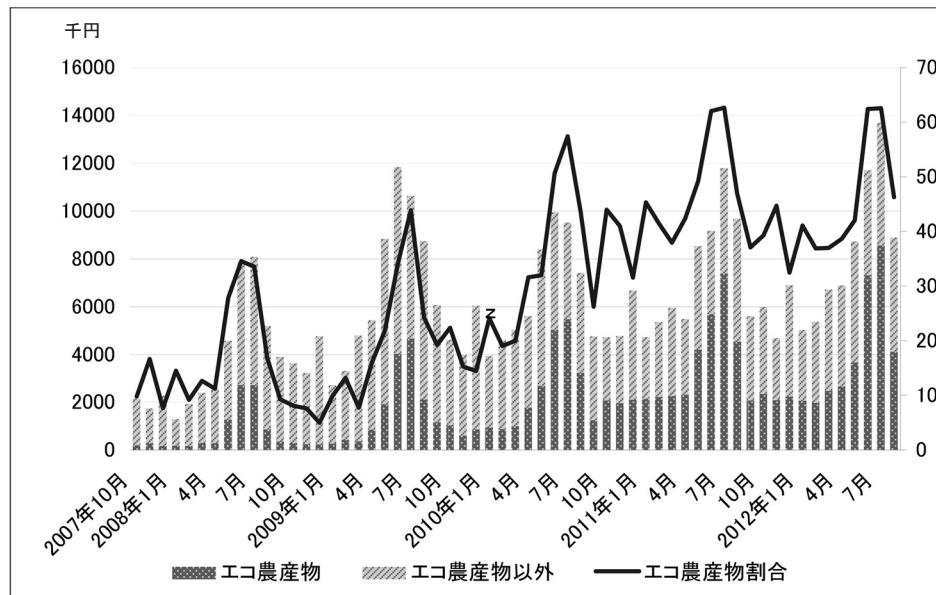


図2 直売所における農産物の売り上げとエコ農産物の割合

出所) JAグリーン大阪フレッシュクラブのデータより筆者作成

消費者側の利点としては、農産物を購入しシールを集めることで特典を得ることができるが考えられる。また、農産物には生産者の氏名と連絡先を記入することとなっており消費者が安心できるよう工夫されていることも挙げられる。運動を開始して5ヶ月後に啓発協議会が行った直売所でのアンケート調査では、エコ農産物の認知度が開始前の調査

より30%上昇し、エコ農産物を意識して購入する人が49%上昇したという結果がある（田中2011）。また、エコ農産物を購入して特典を得た消費者は、運動開始以降から2012年11月までの累計で、約1100人となっており、発行した感謝状（シール48枚で贈呈）枚数は4,552枚、表彰状（感謝状10枚で贈呈）は115枚に及んでいる。

生産者側の利点としては、認証シールが無償で提供されること、エコ農産物の出荷手数料が通常の農産物の手数料の15%よりも実質的に5%低いこと、消費者からの要望・感想を直接あるいは協議会から聞くことができる事が挙げられる。減農薬・減化学肥料栽培ではより多くの労力が必要なうえ、独自の販路開拓がなければ生産増加は難しいとされてきた（胡2001、大山2007）。大阪エコ農産物認証制度に関しても、開始された2001年以降、認証シールなどの経費が必要なことに加えて、農協の系統出荷では差別化されないため有利販売にならず、生産インセンティブが働かない状況であった。しかし、東大阪市のエコ農産物認証件数は2011年以降、府内において最多となっている【表2】。

このように、「ファームマイレージ²運動」によって地元産の農産物を購入する消費者を確保するとともに、

直売所での地元農産物と地元産エコ農産物の売り上げが伸びていることがわかる。

表2 大阪エコ農産物認証件数の推移									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
認証件数 (件)	大阪府 東大阪市	1015 10	1386 50	1728 98	2141 122	2586 121	2901 230	3257 391	3543 611
最多市件数	329	322	274	277	383	428	448	611	775
最多市	堺市	堺市	堺市	枚方市	泉佐野市	泉佐野市	泉佐野市	東大阪市	東大阪市
のべ申請者 数 (人)	大阪府 東大阪市	474 6	544 24	673 43	846 55	916 58	992 80	1041 119	1059 143
最多市件数	120	102	98	96	105	119	123	143	158
最多市	堺市	堺市	堺市	堺市	泉佐野市	泉佐野市	泉佐野市	東大阪市	東大阪市

出所)大阪府のデータより筆者作成

3. 調査および分析方法

本稿では、以上のような農協直営の直売所を活用した農業振興事業によって、生産者の販売状況および生産行動や生産インセンティブがどのように変化しているのかを明らかにすることを目的とする。まず、JAグリーン大阪の直営直売所であるフレッシュクラブ3店舗のPOSシステムに記録されている生産者のデータを用いることによって生産者の出荷行動を全体的に把握する。分析対象とする生産者は、2011年にフレッシュクラブで青果農産物を販売した114人とし、データは2007年1月～2011年12月の5年分を利用する。次に、POSデータからは見ることのできない生産者のインセンティブを把握するために、直売所のみに出荷している専業農家3戸への聞き取り調査を実施することでより詳細な分析を試みた。3農家への聞き取り調査は2012年9月14日に実施した。

ここで、調査対象とする直売所、フレッシュクラブについて簡単に説明する。フレッシュクラブ3店舗の概要は【表3】のとおりである。全国の農業協同組合運営直売所の平均売り場面積が272m²、年間販売金額が1億4,787万円であること（農林水産省2011）から、フレッシュクラブは比較的小さい直売所でありながら、3店舗合わせると全国平均より販売金額がかなり大きくなっていることがわかる。また、販売額の4割近くが地場産農産物の販売によるものであるという特徴を持つ。農産物は生産者が自ら価格をつけ、直接直売所に持ち込まれる。農産物価格は周辺スーパーに比べて低い⁹⁾。出荷に要する費用は、出荷手数料、バーコード代、包装代となっている。

表3 フレッシュクラブ3店舗概要(2011年度)

開設日	本店	吉田店	東花園店	合計
正会員生産者	2008年6月	2006年6月	2009年2月	
年間売り上げ額（千円）	29,572	30,797	24,570	84,939
その他	78,912	39,402	27,733	146,047
合計	108,484	70,199	52,303	230,986
年間来客数（人）	81,049	71,711	76,407	229,167
店舗売り場面積（m ² ）	150	79.6	64	294
販売形態		委託販売		
出荷手数料		15%（ただしエコ農産物は5%還元される）		
営業時間		9:30~15:00（木曜日定休日）		
フレッシュクラブの登録		東大阪市内および市外の農家		
フレッシュクラブ登録者数 (2013年1月時点)		188人 (うち東大阪市農家151人、他市農家および仕入れ業者22人)		

出所)フレッシュクラブ資料および聞き取りにより筆者作成

4. 直売所を活用した農村振興事業の生産者への影響

4.1 POSデータから見る生産者出荷行動の変化

(1) 販売額と品目数の変化

2007年から2011年におけるフレッシュクラブ出荷者の販売額、農産物品目数、農産物のうちエコ農産物の販売額および品目数の推移は【表4】のとおりである。出荷者数をみると、2011年に出荷した生産者107名のうち約59%は2007年から継続的に出荷しており、残り41%は2008年以降に出荷を開始している。2008年と2011年に出荷を開始した人が15人となっており、他の年に比べて多い。エコ農産物の出荷者数は、2011年において出荷者数全体の約51%である。2007年は10%であったことを考慮すれば、この5年間で急速な伸びとなっていることがわかる。特に、2010年にエコ農産物の出荷を新たに開始した人は20人になっており、2009年に「ファームマイレージ²運動」が開始されたことが影響しているものと考えられる。しかし、2011年の新規生産者が15人であるのに対し、エコ農産物出荷開始者が9人であることから、直売所への新規生産者がエコ農産物の出荷を目的としているとは考え難い。

販売額に着目すると、青果全体の販売額は各年において約半数の出荷者が20万円未満の販売額となっており、販売額が50万円未満の生産者が増加している。2009年に関しては、100万円以上の生産者が急増しており、最大販売額もこの年に大幅に増加している。これは3店舗目の直売所が開店したことと、本運動の開始が要因として考えられる。一方、エコ農産物の販売額に着目すると、25万円未満の出荷者も増加しているものの、50万円以上の出荷者の増加が青果全体の増加とは異なっている。特に、2010年には50万円以上の出荷者が急増していることがわかる。これは、本運動によってエコ農産物の販売が増加したこと示していると言ってよいだろう。2010年および2011年の50万円以上100万円未満出

荷者数は、青果全体とエコ農産物においてほぼ同数となっており、販売額の比較的大きな生産者がエコ農産物の生産に積極的に取り組んでいることがわかる。

品目数に関しては、1品目の出荷から50品目以上の出荷まで多岐にわたっている。どの年においても15品目未満の生産者が大半を占めているが、2009年以降は30品目以上出荷する人が増えていることがわかる。一方、エコ農産物の品目数は、青果全体ほど多くなく、2011年の最大品目数は22品目となっている。しかし、2010年以降はエコ農産物生産者が増

表4 フレッシュクラブにおける農産物販売額と品目数に関する出荷者の度数分布

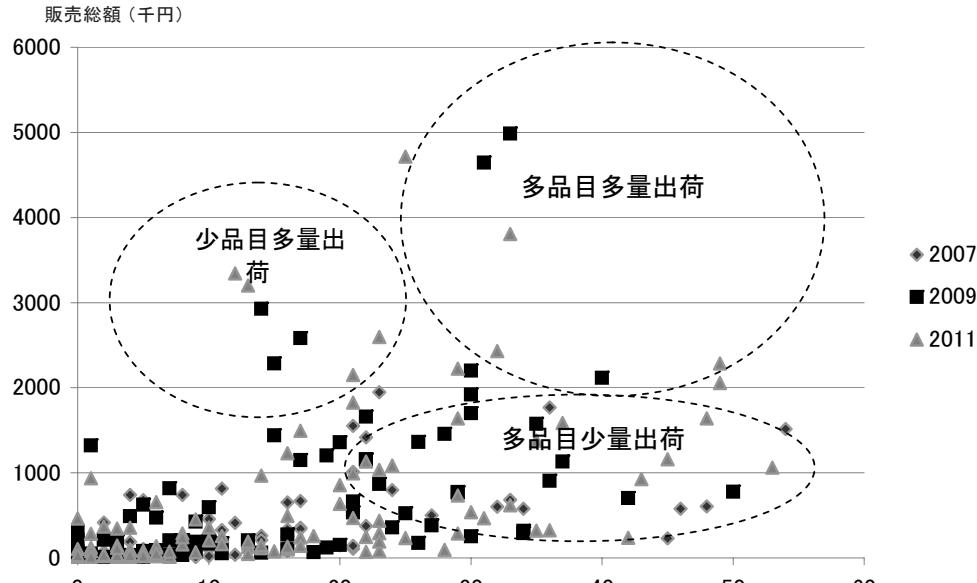
	2007	2008	2009	2010	2011		2007	2008	2009	2010	2011	
	青果全体						青果のうちエコ農産物					
販売額 (千円)	50未満	16	14	16	19	24	5	2	2	11	10	
	50~100	3	13	12	12	11	3	3	1	4	7	
	100~150	8	34	2	37	4	45	9	50	13	21	
	150~200	3	4	7	4	4	0	2	2	3	1	
	200~250	4	4	5	6	6	0	0	1	0	1	
	250~300	2	4	3	2	6	0	2	1	2	0	
	300~400	5	10	5	15	4	9	3	8	17	10	
	400~500	3	6	3	3	6	0	0	2	5	6	
	500~600	3	3	3	3	1	0	1	0	5	5	
	600~700	6	5	2	5	3	0	1	1	2	0	
	700~800	3	13	2	14	4	12	2	16	1	10	
	800~900	1	3	2	2	2	1	0	1	3	4	
	900~1,000	0	1	1	4	4	0	2	1	1	2	
	1,000~1,500	2	4	10	8	8	0	1	2	1	6	
	1,500~2,000	4	3	4	3	4	0	0	1	2	1	
	2,000~2,500	0	6	1	12	3	21	5	18	22	13	
	2,500~3,000	0	0	2	2	2	0	0	1	6	7	
	3,000~3,500	0	2	0	1	2	0	0	0	0	2	
	3,500以上	0	2	2	1	1	0	0	0	1	1	
品目数	1~4	14	13	16	18	26	11	21	22	31	30	
	5~9	10	16	23	19	17	0	0	6	14	20	
	10~14	11	8	8	15	12	0	0	0	4	10	
	15~19	8	8	9	4	9	0	0	0	0	4	
	20~24	9	13	9	15	16	0	0	0	0	1	
	25~29	1	6	7	9	7	0	0	0	0	0	
	30~34	3	2	8	3	5	0	0	0	0	0	
	35~39	1	3	3	4	5	0	0	0	0	0	
	40~44	3	1	2	3	1	0	0	0	0	0	
	45~	1	0	1	1	5	0	0	0	0	0	
出荷者数		63	78	87	92	107	11	22	26	46	55	
未出荷者数		44	29	20	15	0	96	85	81	61	52	
合計		107	107	107	107	107	107	107	107	107	107	
最小販売額		150	4,800	2,940	1,380	4,300	3,720	12,200	9,700	1,700	4,760	
最大販売額		1,946,025	3,187,130	4,985,605	5,598,185	4,716,555	140,160	2,007,970	2,983,330	4,084,020	4,545,055	

出所)フレッシュクラブPOSデータより筆者作成

加するとともに5品目以上出荷している人が増加している。販売最大額についても、2010年に大幅に伸びており、出荷農産物のほとんどがエコ農産物となっている生産者がいることがみてとれる。以上のように、2007年から2011年において、生産者数や販売総額が増大しているとともに、2010年以降はエコ農産物の生産者数や販売額が急速に伸びていることが明らかである。

(2) 販売額と品目数の関係

2007年、2009年、2011年の青果総販売額と品目数の相関は【図3】のとおりである。それぞれの相関係数は0.680、0.570、0.497であり、すべて1%水準で統計的に有意となっている。どの年においても、グラフの右下部分の生産者、すなわち少品目少量出荷の生産者が多いことがわかる。また、品目数が多い生産者が必ずしも販売額が大きいことを意味しないことも明らかである。しかし、2007年から2009年にかけて15品目以上の生産者の中で販売額を大幅に伸ばしている人がでてきており、2011年にはその数が増加している。すなわち、少品目多量出荷あるいは多品目多量出荷の生産者が増加しているということであり、直売所への出荷を目的として生産量を増大させたか、出荷先を直売所に移行させている可能性を考えられる。相関係数からみても、2007年は品目数が多いほど販売額が大きいという関係が強いが、2011年にはそれほど強い関係にはなっていない。したがって、販売額の増加は品目数の増加だけでなく品目当たりの販売額の増加も関係していることがわかる。



(3) 販売額とエコ農産物の関係

【表4】では、エコ農産物の販売額の度数分布を示したが、ここでは販売総額とエコ農産物販売の有無、またエコ農産物の販売額と販売総額の関係についてみることとする。

まず、販売総額とエコ農産物生産者であるかどうかの関係は【表5】のとおりである。どの年においても販売総額が100万円以上の生産者がエコ農産物を出荷している傾向が高く、この層の販売者数のうちエコ農産物を販売した生産者の割合は、2007年から順に50%、

表5 販売総額とエコ農産物出荷者数

	農産物販売者度数(人)									
	2007		2008		2009		2010		2011	
	エコ以外	エコ	エコ以外	エコ	エコ以外	エコ	エコ以外	エコ	エコ以外	エコ
青果販売総額(千円)										
50未満	16 [30.8]	0 [0.0]	14 [26.4]	0 [0.0]	15 [24.6]	1 [3.8]	17 [37.8]	2 [4.3]	18 [34.6]	5 [9.0]
50~100	3 [5.7]	0 [0.0]	11 [20.8]	2 [9.1]	11 [18.0]	1 [3.8]	9 [20.0]	3 [6.5]	7 [13.5]	4 [7.3]
100~150	7 [13.5]	1 [9.1]	1 [1.89]	0 [0.0]	3 [4.9]	1 [3.8]	4 [8.9]	5 [10.6]	9 [17.3]	4 [7.3]
150~200	3 [0.06]	0 [0.0]	4 [7.55]	0 [0.0]	7 [11.5]	0 [0.0]	3 [4.4]	1 [2.1]	2 [3.8]	2 [3.6]
200~250	4 [7.7]	0 [0.0]	3 [1.9]	1 [4.5]	5 [8.1]	0 [0.0]	2 [4.4]	4 [8.6]	2 [3.8]	4 [7.3]
250~300	2 [3.9]	0 [0.0]	3 [5.7]	1 [4.5]	1 [1.6]	2 [7.7]	1 [2.2]	1 [2.1]	5 [9.6]	1 [1.8]
300~400	3 [5.7]	2 [18.2]	2 [3.8]	3 [13.6]	3 [4.9]	1 [3.8]	2 [4.4]	1 [2.1]	2 [3.8]	4 [7.3]
400~500	3 [5.7]	0 [0.0]	6 [11.3]	0 [0.0]	0 [0.0]	3 [11.5]	1 [2.2]	2 [4.3]	2 [3.8]	4 [7.3]
500~600	2 [3.9]	1 [9.1]	1 [1.9]	2 [9.1]	3 [4.9]	0 [0.0]	2 [4.4]	1 [2.1]	1 [1.9]	0 [0.0]
600~700	4 [7.7]	2 [18.2]	2 [3.8]	3 [13.6]	1 [1.6]	1 [3.8]	2 [4.4]	3 [6.5]	1 [1.9]	2 [3.6]
700~800	2 [3.9]	1 [9.1]	2 [3.8]	0 [0.0]	2 [3.3]	2 [7.7]	1 [2.2]	1 [2.1]	0 [0.0]	1 [1.8]
800~900	0 [0.0]	1 [9.1]	2 [3.8]	1 [4.5]	2 [3.3]	0 [0.0]	1 [2.2]	1 [2.1]	1 [1.9]	0 [0.0]
900~1,000	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	1 [4.5]	1 [1.6]	0 [0.0]	0 [0.0]	4 [8.6]	1 [1.9]	3 [5.4]
1,000~1,500	1 [1.9]	1 [9.1]	1 [1.9]	3 [13.6]	5 [1.6]	5 [19.2]	1 [2.2]	7 [15.2]	0 [0.0]	8 [14.5]
1,500~2,000	2 [3.9]	2 [18.2]	1 [1.9]	2 [9.1]	2 [3.3]	2 [7.7]	0 [0.0]	3 [6.5]	1 [1.9]	3 [5.4]
2,000~2,500	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	1 [4.5]	0 [0.0]	3 [11.5]	0 [0.0]	3 [6.5]	0 [0.0]	5 [9.0]
2,500~3,000	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	2 [9.1]	0 [0.0]	2 [7.7]	0 [0.0]	2 [4.3]	0 [0.0]	1 [1.8]
3,000~3,500	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	1 [2.1]	0 [1.9]	2 [3.6]
3,500以上	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	0 [0.0]	2 [7.7]	0 [0.0]	1 [2.1]	0 [0.0]	2 [3.6]
	52	100	11	100	53	100	22	100	61	100
							26	100	46	100
								46	100	52
									100	55
										100

注)[]内は割合を示す。エコ以外とはエコ農産物を販売していない出荷者であり、エコとはエコ農産物を販売した出荷者である。

出所)フレッシュクラブPOSデータより筆者作成

80%、67%、94%、87%となっている。「ファームマイレージ²運動」開始直後の2010年は非常に高い割合である。50万円以上100万未満の層においても2010年にエコ農産物を販売した生産者数は前年にくらべて大幅に増加している。このことから、比較的販売総額が大きい生産者がエコ農産物の出荷・販売量を増やしていることがわかる。一方、25万円未満の層をみると、2009年まではエコ以外の生産者は多いものの、エコ農産物を出荷している生産者の割合は非常に低くなっている。しかし、2010年以降エコ農産物生産者が急増していることがうかがえる。【表5】の網掛け部分は、各年のエコ農産物生産者数に占める該当販売総額におけるエコ農産物生産者数の割合が高い3つを示しているが、2009年以前は販売総額の高い層に位置している一方で、2010年、2011年は25万円未満層に位置している。これは、販売総額が高い生産者が先駆的にエコ農産物の生産に取り組み、その後、販売総額の低い生産者の中にもエコ農産物の生産および販売を開始する人が幅広く広がり始めていることを表している。Rogers (1983) が提唱した普及理論¹⁰⁾に照合すれば、2009年以前からエコ農産物の販売に取り組んでいる生産者をアーリーアドプター、2010年以降に取り組み始めた生産者をアーリーマジョリティとみなすことができる。

次に、エコ農産物販売額と青果販売総額に関係に着目する。【図4】は両項目の2007年、2009年、2011年の散布図である。どの年においてもエコ農産物販売額が高い人は販売総額が高い傾向があるが、決定係数をみると時間経過とともに高くなっている。すなわち、両項目相関が強くなっているということである。エコ農産物の販売額を伸ばすとともに販売総額も伸ばしていることがわかる。2009年については、エコ農産物の販売額が小さいながらも販売額が高い生産者が増えており、エコ農産物の販売額を伸ばしている人と、エコ農産物以外の農産物の販売額を増加させている人がいることがわかる。2011年については、

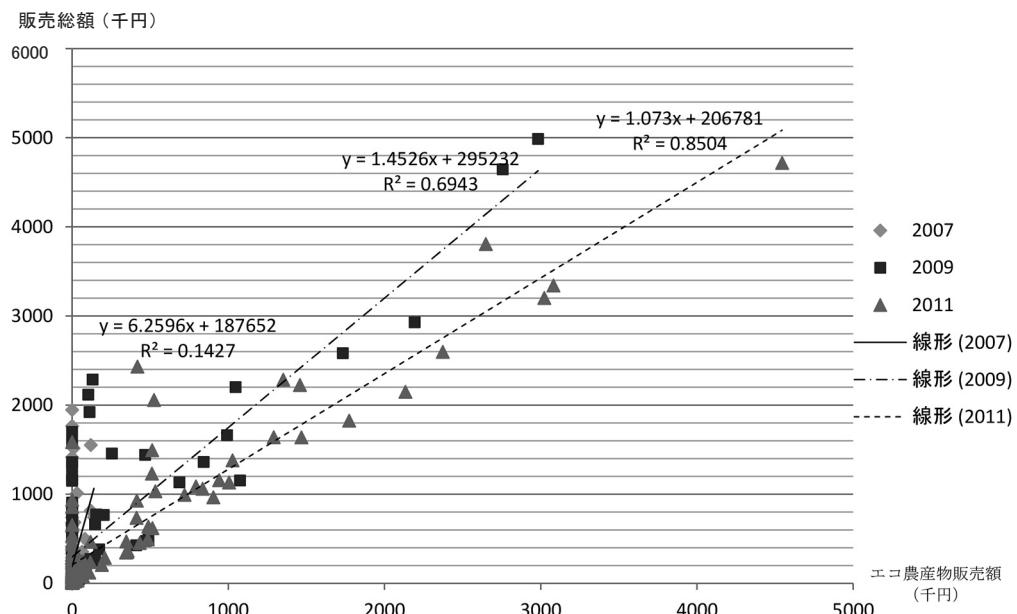


図4 販売総額とエコ農産物販売額の相関
出所)フレッシュクラブPOSデータより筆者作成

販売額の大部分をエコ農産物販売額が占めている出荷者が増えている。

4.2 生産インセンティブの変化

前節では、直売所のPOSデータを用いて販売額と品目数を中心に生産者の出荷行動について述べてきた。2007年から2011年の間に販売総額およびエコ農産物の販売額が伸びており、特に「ファームマイレージ²運動」開始以降、エコ農産物販売額の伸びが著しいことが明らかとなった。この急速な伸びには生産者のどのようなインセンティブが働いているのだろうか。本節では、直売所に出荷している3名の専業農家にインタビュー調査を行った結果を用いて生産者インセンティブについて分析する。

各生産者への聞き取り内容をまとめたものが【表6】である。3名ともフレッシュクラブ開店以降、販売先を市場出荷からフレッシュクラブに変更している。販売額と品目数に着目すると、3名とも品目数を一度増加させたあと一定の品目数に落ち着いている。生産者Aは総品目数があまり変化していないがエコ農産物の品目数が増加していることから、もともと生産していた農産物をエコ農産物に転換したと考えられる。2009年の販売総額の増加は品目数の増加による可能性があるが、2010年以降の増加はエコ農産物の販売額の増大が大きく影響している。生産者Bも、一度品目数を増加させているが、エコ農産物の販売額が上昇してからはエコ農産物以外の品目数を減らしている。生産者Cは、エコ農産物も含む全体の品目数を増加させ販売額を伸ばしているが、エコ農産物の販売額はかなり大きく影響していることがわかる。価格に着目すると、各生産者とも各年で大きな差異はない。したがって、品目数あるいは販売量の増加によって販売額を伸ばしている。

直売所に出荷することに関して、3者とも「自分の作ったものが売れることが見えるのでやりがいになる」と言っている。収入が市場出荷より減ったとしても、消費者に自分の農産物がどれぐらい売れるのかを知ることができ、消費者のニーズに直結するのが直売所の魅力であると考えられる。もちろん、市場出荷よりも単価が高いことも利点であるだろう。一方で、価格設定に大きな幅があることがみてとれるが、これには生産者間の価格競争が強く影響しているようであり、極度に低価格にならないような環境整備が必要であると考えられる。

エコ農産物の生産面に関しては、農薬や肥料に要する経費の削減になることや農薬散布に要する労働時間を短縮できる、あるいは健康や土壤に与える負荷を減らすことができるといった意見があった。特に生産者Cは、エコ農産物の生産に切り替えることで労働時間は減少したものの収益には変化がないと述べている。また、販売面に関しては、認証シールに自分の名前と連絡先を記載するので販売する農産物に責任を持つことができる、消費者から直接電話で要望や問い合わせがくることにより、消費者が求めているものを作りたいというインセンティブが働いている。「ファームマイレージ²運動」によってエコ農産物の売れ行きが増加したため、エコ農産物の生産に力を入れたいという声を聞くことができた。特に生産者Bは、運動前よりエコ農産物の生産を希望していたが、経費がかかるにもかかわらず作っても売れなかつたため、エコ農産物の生産諦めかけていたが、運動後は売りたいと思っていたものが売れるような環境がととのつたため、高いモチベーションに繋がっている。

表6 直売所出荷3生産者の聞き取り調査結果

	生産者A	生産者B	生産者C			
性別	男性	男性	男性			
年齢	80代	80代	60代			
耕地面積	30a	15a	20a			
直売所出荷開始年	2006年8月 (2004年から朝市に出荷していた)	2006年8月 (2001年から朝市に出荷していた)	2008年6月 (2010年に市場出荷停止)			
エコ農産物生産開始年	2004年	2004年	2008年			
出荷直売所	吉田、東花園	本店	吉田、本店、東花園			
	総計	うちエコ農産物	総計	うちエコ農産物	総計	うちエコ農産物
栽培品目	2007	23	0	11	3	0
	2008	23	3	20	4	15
	2009	33	7	22	4	17
	2010	24	10	13	4	24
	2011	25	12	14	4	23
直売所販売額(円)	2007	1,946,025	0	814,835	119,860	0
	2008	3,040,933	1,423,180	1,017,440	988,485	871,140
	2009	4,985,605	2,983,330	1,154,358	1,075,625	2,580,989
	2010	5,598,185	4,084,020	925,850	870,995	2,905,320
	2011	4,716,555	4,545,055	965,423	903,968	2,596,479
販売価格(ほうれん草1袋)(円)	エコ農産物以外	エコ農産物	エコ農産物以外	エコ農産物	エコ農産物以外	エコ農産物
	2007	60~70	—	40~100	80~100	—
	2008	30~120	—	80	65~90	—
	2009	40~100	70~110	80	59~100	60~100
	2010	70~100	30~130	—	90~100	70~100
	2011	130	50~130	—	70~120	90
直売所での販売に関して	・自分の作った農産物が売れることがわかるのでうれしい。値段どうこうの話ではない。	・自分の作った農産物が売れることがわかるのでうれしい。	・自分の作った農産物が売れることがわかるのでうれしい。	・自分の作った農産物が売れることがわかるのでうれしい。	・単価が市場出荷よりもよい。例えば、市場であれば小松菜250g(1袋)が30円であるが、フレッシュクラブは自分で値段をつけることができる。	・エコ農産物の生産に切り替えて労働時間は減少したが収入は大きく変化していない。
エコ農産物生産に関して	・農薬・化学肥料などの経費削減になっている。 ・土壤維持ができる。 ・出荷の際に住所と電話番号を書いたエコシールを貼るため責任がもてる。 ・エコシールを見て消費者から野菜について電話がかかってくる。 ・おもろい(形の整っていない)なすびが売れる。 ・シール代が必要になったとしても継続したい。	・農薬で友人が亡くなった経験があり、もともと農薬や化学肥料を使用していなかった。 ・エコ農産物を販売し始めた時は価格に差をつけることもできず、シール代の分経費が発生していたが、ファームマイレージ2運動が始まってからは売れるので楽しい。 ・エコ農産物生産は農薬を全く必要がないので労働時間は減る。 ・収入は減っても売れるのが楽しいのでエコ農産物生産を継続したい。	・農薬で友人が亡くなった経験があり、もともと農薬や化学肥料を使用していなかった。 ・エコ農産物を販売し始めた時は価格に差をつけることもできず、シール代の分経費が発生していたが、ファームマイレージ2運動が始まってからエコ農産物の販売量が上がったので生産を継続したい。			

出所)フレッシュクラブPOSデータと筆者の聞き取り調査の結果にもとづいて作成

5. 結論

本稿では、農地転用期待の高い都市部である大阪府東大阪市において取り組まれている農協直営の直売所を活用した農業振興事業が、生産者の出荷行動やインセンティブにどのような変化をもたらしているかについて、直売所のPOSデータと生産者への聞き取り調

査をもとに分析を行った。

2007年から2011年において直売所の販売額が急速に増加している。この要因として、第一に出荷者の人数が増加していること、第二に生産者は出荷品目数を増やすことで販売額を伸ばすか品目当たりの出荷量を増やす、あるいはその両方によって販売額を伸ばしていることが明らかとなった。これは、少品目多量出荷あるいは多品目多量出荷の生産者が増加しているということであり、直売所への出荷を目的として生産量を増大させたか、出荷先を直売所に移行させている可能性が考えられる。また、「ファーマイレージ²運動」によって推進が図られたエコ農産物の販売に関しては、比較的販売総額の大きい生産者がエコ農産物生産に早くから取り組んでおり、運動開始1年後の2010年以降は販売総額の多い層と比較的低い層において増加していることが明らかとなった。エコ農産物の販売額と販売総額の相関が運動開始後に強くなっていること、エコ農産物の販売額が大きい生産者は販売総額も大きいと言える。

このような直売所への出荷とエコ農産物生産への転換には、生産者自身が生産した農産物が売れることを実感でき、消費者ニーズに直結することが大きなインセンティブとなっている可能性があることがわかった。また、エコ農産物の生産に関しては、経費削減や健康および土壤の悪化防止といった生産面に関する利点と、売れる楽しさとともに消費者の声が聞ける、連絡先を記載することで責任が持てるといった販売面での利点が生産意欲に繋がっていることがみてとれた。課題としては、極度に低価格にならないような環境整備とエコ農産物生産者が増加する中でも安全性を確保する体制づくりがあげられる。

どのような生産者が直売所出荷やエコ農産物生産への転換に取り組んでいるのか、価格形成がどのように行われているのかについては、生産者属性を含めたより詳細な研究が必要である。しかしながら、TPPやFTAなどにより経済や貿易の自由化が促進され世界情勢が不透明となる中で、本稿で取り上げた農業振興事業は、巨額の補助金や所得補償に頼らないという点で今後重要になるとを考えられる。

【注】

- 1) 農地データは農林水産省（2011a）、総農家数は農林業センサスのデータである。
- 2) 収穫後に常温で置いておくと変質し、鮮度が急速に落ちる野菜の総称であり、ホウレンソウ、ミズナ、キクナ、コマツナなどの葉物野菜を指すことが多い。
- 3) 販売農家とは「経営耕地面積30a以上または農産物販売金額が年間50万円以上の農家」であり、自給的農家とは「経営耕地面積が30a未満かつ農産物販売金額が年間50万円未満の農家」である（農林水産省）。
- 4) 東大阪市農業振興啓発協議会が直売所の消費者を対象に2012年12月実施。
- 5) 東大阪市農業振興啓発協議会は、東大阪市・JAグリーン大阪・JA大阪中河内・大阪府中部農と緑の総合事務所・東大阪市農業委員会などで構成されており、東大阪市の農業の振興育成を図るとともに、市民の農業に対する理解と関心を深めることを目的としている（東大阪市ホームページ）。
- 6) 例えば、「小松菜1袋250g栽培するためには1250平方cm必要である」など。
- 7) エコ農産物に貼付しているシールを48枚台紙に貼って提出すると300円相当の金券と感謝状が贈られる。また、感謝状10枚を集めると表彰状と記念品が贈られる。
- 8) 大阪エコ農産物認証制度は、大阪府によって平成13年12月に開始された制度である。農薬の使用回数、化学肥料（チッソ・リン酸）の使用量が府内の標準的な使用回数・量の半分以下になるよう府が基準を定めその基準を満たす農産物を大阪エコ農産物として府が認証するものである。認証された農産物は費用自己負担の認証マークを表示して販売することができる（大阪府ホームページ）。
- 9) 例えば、2011年10～12月のはうれん草およびエコはうれん草1袋の価格が50円～130円、みずなが60円～100円、エコみずなは50円～98円などとなっている。
- 10) 新しいアイデアや技術が社会にどのように普及するかを説明しようとする理論であり、アイデアや技術が普及・拡散するときの技術採用者を時間軸ごとに「イノベーター」「アーリーアドプター」「アーリーマジョリティ」「レイトマジョリティ」「ラガード」の5つに分類した。「アーリーアドプター」は「イノベーター」の次に新技術を採用する人々であり、比較的経済的に裕福で、イノベーターよりも採用選択を賢明に行い、オ

ピニオンリーダーとしての地位を維持する。「アーリーマジョリティ」は、一定の時間が経ってからアイデアの採用を行う人々である。

【引用文献】

- Brown, C and Miller, S(2008) “The impacts of local markets: a review of research on farmers markets and community supported agriculture(CSA)”, American Journal of Agricultural Economics, 90, pp. 1296-1302.
- Rogers, E M. (1983) “Diffusion of innovation” New York The Free Press.
- 大阪府ホームページ、大阪エコ農産物認証制度<http://www.pref.osaka.jp/nosei/syokunoanzen/ekonousanbutu.html>、2013年2月13日閲覧。
- 大浦裕二 (2011) 「日本国内の直売型農業に関する研究動向」櫻井清一編著『直売型農業・農産物流通の国際比較』農林統計出版 (pp. 121–130)。
- 大山利男 (2007) 「環境保全型農業の推進と表示・認証システムの課題—ヨーロッパ諸国の経験から—」『農業および園芸』82 (1), pp.169–176。
- 菅野雅之 (2009) 「地域特性別農産物直売所の多面的効果に関する研究」『共済総合研究』56, pp.104–116。
- 田中康太 (2011) 「都市農業への消費者の意識を高める『ファームマイレージ2』制度」『技術と普及』 48(2), p. 40-42。
- 農林水産省(2011a)作物統計面積調査<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sakumotu/menseki/index.html>、2013年2月10日閲覧。
- 農林水産省 (2011b) 産地直売所調査結果の概要－農産物地産地消実態調査（平成21年度結果）、http://www.maff.go.jp/j/tokei/pdf/tisan_tyokubai_09.pdf、2013年2月28日閲覧。
- 農林水産省 (2012)、2010年世界農林業センサス報告書第1巻都道府県別統計書、<http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2010/houkokusyo.html>、2013年2月12日閲覧。
- 東大阪市ホームページ、<http://www.city.higashiosaka.lg.jp/0000006312.html>、2013年2月12日閲覧。
- 東大阪市ホームページ、<http://www.city.higashiosaka.lg.jp/category/7-0-0-0-0.html>、2013年2月10日閲覧。
- 樋口修 (2008) 「都市農業の現状と課題－土地利用制度・土地税制との関連を中心に」『調査と情報』621, pp.1–11。
- 胡柏 (2001) 「環境保全型稻作の収益形成要因分析」『九大農芸誌』55 (2), pp.245-258。
- 藤田武弘、内藤重之、富田敬二 (2000) 「流通チャネルの多様化と都市近郊における農産物朝市・直売所の存立構造」『農政経済研究』第22集、pp.1-21。
- 益崎慈子、山路永司 (2010) 「直売所への参加が農家の生産と今後の意向に与える影響」『農村計画学会誌』28、pp.333–338。

【謝辞】

本論文の執筆にあたり、東大阪市の田中康太氏をはじめ J A グリーン大阪、フレッシュクラブの皆様、生産者の方々に、調査およびデータ収集にご協力いただいた。また、2名の本誌匿名査読者から有意義なコメントをいただきいた。記して謝意を述べたい。

投稿規定

1. 本誌は、くらしと協同に関する調査研究などの成果を掲載する。
2. 本誌への投稿は、上記の領域を中心とした論文、研究ノート等とする。なお、原稿は掲載時に、他誌に未発表であることを厳守する。
 - (1) 原稿の字数制限は以下の通りとする。
 - ① 論文 20,000字以内
 - ② 研究ノート 14,000字以内
 - (2) 原稿の体裁
 - ① B5横書き、ワープロ（40字×35行：15ページ以内）を完成原稿とする。
 - ② 年号は原則として西暦を、また頁は「ページ」（カタカナ）を使用する。
 - ③ 英字の略字については原則として半角とするが、全角を使用したい場合はそのことを明確にし、同じ略字の場合に半角または全角を統一して使用する。
 - ④ 注は文末脚注とし、本文中の注は上付で、通し番号とする。
 - (3) 図表は上記の原稿の分量にふくまれるものとする。なお、グラフをExcel等のソフトで作成している場合は、そのグラフの作成に使った元データも添付する。また、図版の場合はなるべく鮮明なものを別に添付する。
 - (4) 原稿には「表紙」を付け、表紙にタイトル、執筆者名、所属機関および連絡先（現住所、電話番号、E-mail）を明記する。原稿本文には執筆者名、所属機関を記さない。
 - (5) 原稿提出の際は、プリントアウトした原稿4部と原稿データをおさめたCD等とを両方提出する。提出するデータは「MS-Word（バージョン2000以降）」とし、グラフなどのデータファイルがある場合、それもCD等の中に添付する。写真を使用する場合は、MS-Word内に枠で場所を示し、写真データはjpg形式で別途添付する。
 3. 投稿された論文、研究ノートを査読の対象とする。原稿は到着後に編集委員会が受付し、編集委員会が指定する複数の審査委員の査読を経た後、採否および掲載時期について編集委員会が決定する。
 4. 原稿送付先はくらしと協同の研究所事務局とする。
 5. 提出された原稿ならびにCD等は原則として返却しない。
 6. 原稿料は支払わない。
 7. 著者に本誌5部と抜刷30部を無料で進呈する。
 8. 本規定にない事項については、適宜編集委員会で判断し対応する。
 9. 『くらしと協同』に掲載される原稿については、著作権のうち、複製権、翻訳・翻案権、公衆送信・伝達権を研究所に譲渡する。なお、著作者自身による複製（出版を含む）、翻訳・翻案、公衆送信・伝達については、これを許諾する。

（付則）

1. 本規定は2012年6月25日から実施する。

（くらしと協同の研究所事務局）

〒604-0851 京都市中京区夷川通烏丸東入ル西九軒町291 せいきょう会館2F
TEL: 075-256-3335
E-mail:kki@ma1.seikyou.ne.jp

●Back number

※詳細はホームページ（<http://kurashitokyodo.jp>）をご覧下さい。

創刊号 2012.6.25発行

〔争論「協同」を語る〕 「震災からの復興に協同組合は有効なのか」

第2号 2012.9.25発行

〔特集〕 生協の合併 是か、非か。

〔争論「協同」を語る〕 「協同の利益で生活防衛を」「事業と組織の適正規模とは？」

第3号 2012.12.25発行

〔特集〕 国際協同組合年なう。「協同組合の10年」を見据えて

〔争論〕 生協・協同組合における「共益」と「公益」

第4号 2013.3.25発行

〔特集〕 地域に愛される店とは

〔争論〕 生協は「店舗」をどう考えるのか？

編集後記 本誌は関西の文化都市「京都」で編集されていますが、実はその編集委員の半数は、インテリジェンスがほとんどないと自他ともに認めているという「大阪」の出身者、在住者、関係者です。そんな人間達による「生協と『文化』」の特集、いかがでしょうか。

次号は、本研究所の十八番ともいえる「おしゃべりパーティー」の特集です。滋賀や長崎の生協から始まり、いま急速に広がりつつある生協の「パーティー」に関しては、本研究所以外ではほとんど研究されていません。いったい「パーティー」とは何なのか。それは生協や組合員やコミュニティに何をもたらすのか。若手研究者が総力を挙げて探究します。(志)

季刊 くらしと協同

2013年夏号(第5号)

2013年6月25日発行

編集企画：『くらしと協同』編集委員会

編集長：杉本貴志

発行所：くらしと協同の研究所

理事長：的場信樹

京都市中京区夷川通烏丸東入西九軒町291

せいきょう会館 2F (〒604-0851)

電話：075-256-3335

FAX：075-211-5037

E-mail：KKI@ma1.seikyou.ne.jp

URL：<http://kurashitokyodo.jp/>

季刊 くらしと協同 2013年夏号(第5号)

編集・発行：くらしと協同の研究所

発行日：2013年6月25日

ISSN 2187-1280

