

大道芸ワールドカップ in 静岡 (静岡県静岡市)

**アートは様々な価値観を変える。
創造性は様々な可能性を高める。**

だいでうげい じっこういんかい
大道芸ワールドカップ実行委員会

委員長

すぎた はじめ
杉田 元



1. 静岡市の概要

静岡市は、静岡県の中部に位置し、平成15年4月に、旧静岡市と旧清水市の合併により新たに誕生した都市です。その後、由比・蒲原の両町を編入し、一層の飛躍にむけ、まちづくりを行っています。

本市は南アルプスから駿河湾までの広大な市域がもたらす多様な自然環境を守りながら、文化や産業を育み、都市としての発展を続けてきました。かつては徳川家康公が幼少期や大御所時代など三度にわたり過ごした、とても住みよく美しい郷土です。現在も、穏やかな気候の中で、心豊かな暮らしができる環境を誇っています。

本市は、「世界に輝く静岡」の実現に向けて「出会い」「交流」「融合」をキーワードに、ヒト・モノ・カネ・情報等と呼び込むことを推進しています。ダイナミックな交流から新しい人材が育ち、誇れる文化や価値が生まれることで、都市としての魅力やブランド力が高まり、やがては世界へ発信できるような都市へと成長することを目指しています。

2. 活動開始の背景・経緯

1980年代後半、日本はまだバブル景気にお祭り気分が残っており、箱物行政などと一部からは批判を受けながらも、相変わらず様々な施設が地方都市でも建てられていました。

一方で、ハードウェアからソフトウェアへ、文化価値も転換しつつありました。

このような中、既存の街並みや公園に新しい価値観を見つけ、地域資源を活用することによって新しい街づくりを目指し、「大道芸ワールドカップ in 静岡」は始まりました。

コンセプトは「街は劇場」。市街地の道路上や、既存の公園、市庁舎の敷地などを舞台に、言葉のいらぬコミュニケーションツールとして、

「大道芸」＝「パフォーミングアーツ（身体表現芸術）」を披露します。

このフェスティバル開催によって培われる「人づくり」を通して、「街の活性化」に貢献することを目的としました。



「街は劇場」

3. 開催準備期間

1990年、当時の静岡市は「人の集まる街づくり」というテーマを抱えていました。市では新しいイベントを企画するにあたり、行政が企画運営するよりも、市民に委ねた組織をつくることにより、より斬新な企画を生み出すことができるであろうと判断し、当時の静岡青年会議所の理事長と相談し、若い世代による準備委員会を立ち上げました。

何もないところから創り上げる新しいイベントだったため、「タイトル」に始まり、「大会の内容」、「組織編成」、「アーティスト情報の収集」など、どこから手をつけたらいいのか分からないことだらけだったスタートでしたが、若い世代による組織であったことが功を奏し、エネルギーに活動するメンバーによって、一歩ずつではありましたが、イベント全体像を作り上げていきました。

タイトルに付けられている「大道芸 (DAIDOGEI)」は、「Judo (柔道)」や「Tenpura (天ぷら)」といった、日本語がそのまま英語として使われる単語の一つとして「世界に通用する言葉の定着」を目指す思いが込められています。

当時、すでに横浜の野毛や名古屋

の大須では、大道芸祭りが開催されていました。先輩たちを超える何かがなければ、単なる二番煎じ、三番煎じであり、多くの来場者は望めません。また、差異性、優位性がなければブランディングは成り立ちません。そこから生まれてきたのが「ワールドカップ・コンペティション」という発想でした。いきなり世界大会を始めたいという大胆不敵な発想でありました。

4. 大いなるアマチュア軍団

当時と現在の大きな環境の差として、インターネットなどのデジタル環境がありました。

日本国内のアーティスト情報は何とかありましたが、海外のアーティスト情報となると、本当に手さぐり状態であり、あらゆる伝を使いアーティストをさがしました。さらに見つかったとしても、彼らは「静岡」なんて街を知りませんでした。それでもフェスティバルの実現に向け、準備のために集まったメンバーで海外視察も行いました。日本でも知られていたエンターテインメントのメッカである、パリのポンピドゥーセンター前の広場、ロンドンのカムデンロック、バルセロナのランブラス通り、ラスベガス、中国雑技と情報を求め世界に飛び立って行きました。

実行委員会は、これらの準備委員会のメンバーを中心に立ち上げることとなりました。集められたメンバーは、建築家、レストランの店主、演劇人、司会業、写真家、フラワーデザイナーなど実にユニークなメンバーでした。このフェスティバルの成功の大きな要因は、この組織作りにあったと言えます。

広告代理店やイベント企画会社では提案されない、実にユニークなアイデアが次々に出てきました。会議自体が非常に創造性に富んでいた

のです。そして何よりもみんな、静岡を愛し、素敵な街にしようという意欲に燃えていました。

そしてそんなメンバーが声をかけ、活動する姿を見せることによって多くの市民がボランティア参加をするようになりました。これは後に、現在900名以上のボランティア参加者を集めるようになる第一歩でありました。



会議風景

5. 様々な視点

第1回目から100万人を超える観客動員数をはじき出し、大成功の評価は得ましたが、内容はまだまだ稚拙なものでありました。第1回を終えてすぐに第2回の準備に入りましたが、第1回目に参加した人たちから実に様々な反省とアイデアが寄せられました。

「あんなことができたら楽しいね。」
「こんなことが起こったら驚くね。」
といった自由な発想のもと、第1回の準備とは違った視点での準備が始まりました。そのアイデアが現在の「市民クラウン」であり「クラウンスタイルコンテスト」です。

「市民クラウン」は、「街に300人のクラウンがいたらすごく楽しいね。」というアイデアから、それではクラウンを養成する講座を開こう、という発想です。

「クラウンスタイルコンテスト」は、「子供たちに夢のクラウンを描いてもらった、すごく楽しいね。」というアイデアから始まったコンテストです。

さらに、たくさんの人に楽しんでもらえるフェスティバルを目指そうといち早く「ノーマライゼーション」を取り入れたり、フェスティバルにおけるゴミの問題を解決しようと、分別回収の啓蒙に始まり、生ごみの100%堆肥化を実現したりと、実に様々な視点から、このフェスティバルを進化させています。



市民クラウン

6. 三つの活性化

「大道芸ワールドカップ in 静岡」では、大きく三つの活性化を目指しています。

一つめに「経済の活性化」。今では開催期間中150万人以上の観客が静岡市を訪れます。もちろん県外や海外からも。2007年の調査では経済波及効果22億円という数字が示されました。JRの乗降客数やホテルの宿泊者数、飲食店や商店街の売り上げなどの直接的経済効果だけでなく、シティセールスとしての間接的経済効果も相当なものはずです。

二つめに「市民意識の活性化」。静岡市民の気質は「のらない。踊らない。何でも止めよう。」と言われ続けています。しかし、大道芸実行委員会は、今では年間を通じて活動する実行委員が130名以上、当日ボランティアスタッフは900名以上が登録をしています。「止めよう」精神の市民が、自ら知恵と時間を静岡市の活性化のために注いでいます。さらにはここで育ったスタッフが、違うイベントにも関わり始めています。確実に市民意識は変わり始めているのです。

三つめは「文化の活性化」。毎年世界トップクラスのアーティストが参加しています。パフォーマンスは、サーカスアクト、クラウン、アクロバット、ダンス、音楽など実に幅広いジャンルを包括しています。彼らのパフォーマンスを身近に触れることで、確実に観客としての市民は成長しています。実行委員会は、意識して、戦略的によりアート性の高いものを入れたりします。子供たちは、自然に受け止め、大人たちは理解しようと一生懸命。こうして人間が表現するモノを感じ、受け止めようとする心（感受性）が、豊かさや優しさを育てているのです。

7. 課題と展望

出場アーティスト数や観客動員数など、同種のフェスティバルとしてはアジア最大級のフェスティバルに成長しました。海外フェスティバルとの交流をはじめ、プロモーター、オーガナイザー、プロデューサー等とのネットワークも広がっています。多くの成果を挙げ、多方面からも高い評価を得ています。



会場風景

しかしながら多くの課題も抱えています。

一つは「継続性の確保」。簡単に言うと「人」「カネ」です。立派な目標や使命を担ったとしても「継続」しなければそこに達することはありません。実行委員会では新たに次世代育成プログラムを始めています。大会企画、運営ノウハウを若い世代に繋いでいくプログラムです。

また、安定した運営資金の確保も重要です。自主財源の開発や「大道芸ワールドカップ in 静岡」の持つ「場の力」を訴求していくことも重要です。

様々な「ビジョン」「ミッション」「プログラム」の実施実践を通し、「静岡市」=「大道芸」の新しいイメージは定着しつつありますが、「国際的芸術文化都市 静岡」を確立するにはまだまだ道半ばといったところでしょうか。



「静岡市」=「大道芸」