

## ④ アーツコミッション・ヨコハマとは何か 〈現状と課題〉

1 はじめに

アーツコミッション・ヨコハマ(以下、ACY)は、自治体初の試みとして、全国から注目を集めている。

ACYは、平成19年7月、横浜市開港150周年・創造都市事業本部(以下、事業本部)の補助事業として、財団法人横浜市芸術文化振興財団(以下、財団)が立ち上げた。ACYは、中間支援型事業であり、アートが溢れる街・横浜を目指して、「つなぐ、ふやす、アートの現場」を合言葉に、創造活動の担い手であるアーティスト、クリエイター、学校、企業、市民などが活動しやすい環境づくりを行うものである。現在は、事業という形態で実施しているが、将来的に、創造都市・横浜の推進組織を担うことを目標としている。

ACYが、どのような政策的なプロセスで誕生したかは、横浜市による平成16年1月〜平成20年7月に出された各提言書を追って見ていただきたい。(注1)現時点のACYは、初期段階にあり、コ

ディネット組織「横浜プラトフォーム」に近いが、将来的に、最新の提言にもある政策提言機能をも含めた総合的な役割を求められている。提言は、組織化ということ念頭に持った意見であり、これは、ACYというより、「アーツカウンシル・ヨコハマ」という表現の方が近い。現在、アーツカウンシルについて、全国各地で議論が始まったが、既に、横浜市は、ACYとして実践しながら、議論を繰り返している。また、先鞭とされるイギリスの事例は、40年以上も前に出来た組織で、その政策も転換点にあると言われている。こうした中ACY事業は、正に日本型モデルを作るための試金石となっている。

本論は、ACYの立ち上げから現在まで約1年間運営した担当者から、「アーツコミッションとは何か」そして、「創造都市を支える組織とは何か」を述べるものである。

2

つなぐ、ふやす、アートの現場、事業の狙い

ACYの事業方針は、4つある。

- ① 情報提供、相談対応等を行う。
- ② アートとまちのネットワークを作る。
- ③ 将来の担い手の支援をする。
- ④ アジアを軸とした海外ネットワークを構築する。

これらの方針に応じて、次の事業を展開している。どれも、自らが事業実施することより、仕組みづくりに軸を置いたプログラムであり、また、ひとつの事業目的に複数の方針を掛け合わせるような心がけている。代表的な事業を次に紹介する。

### ① 相談・コディネット

ACYでは、週6日窓口を開き、アーティスト、クリエイター等が市内で活動するうえで解決すべき事項について、相談に乗っている。(写真1)また、それらを補完するために、アーティストの情報提供システムとして、アートデータバンク(以下、データバンク)を整備している。一般窓口での相談件数は、平成

19年度160件、平成20年度4月〜7月で115件。(表1)注目すべきは、横浜に移転を希望する相談が、最も多いことである。これは、創造都市政策によりBAYAREAなどの創造の場が増えた成果で、東京だけでなく横浜にも、多くのアーティストたちが目を向け始めた証拠である。

また、アーティストの相談内容は、実に多様である。既存の助成や公共施設に収まらず、現場では、解決できないものが多い。これは、アーティストの横浜への期待感から来るもので、非常にありがたいことである。アーティストの

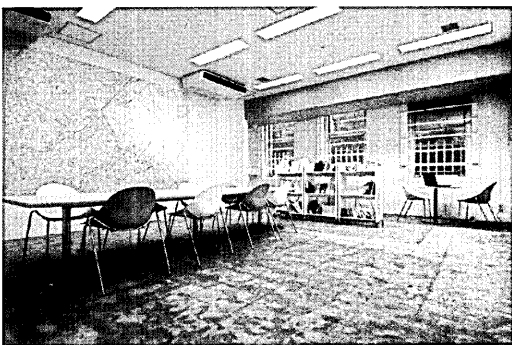


写真1 ACY ラウンジ 佐々木龍郎設計

執筆

杉崎 栄介  
財団法人横浜市芸術文化振興財団  
協働推進グループ  
アーツコミッション担当

(注1)  
・平成16年1月「文化芸術創造都市—クリエイティブシティ・ヨコハマの形成に向けた提言」(都市経営局/文化芸術・観光振興による都心部活性化委員会)において、「コディネット組織(仮称)横浜プラトフォーム」として検討されている。  
・平成18年1月「ナショナルアートパーク構想提言書(文化芸術都市創造事業本部/ナショナルアートパーク構想検討委員会)では、創造都市の推進組織として「(仮称)クリエイティブシティ横浜」が提言されている。  
・平成20年7月「クリエイティブシティ・ヨコハマの新たな展開に向けて」提言書(創造都市横浜推進協議会)では、ACYの今後の役割が提言されている。

多様なニーズやウォンツは、横浜にとつての宝であり、この課題とその解決方法を見つけていくのが、ACYの大事な役割である。

相談事業とは、アイデアを受信する事業である。この中から、さらに価値となるものを掘り起こし、発信させるものが、コディネート事業となる。現在でも、いくつか進めているものがあり、特に、アーティスト・クリエイターと、企業・行政からの相談をマッチングさせることを優先している。今後は、アイデアをより積極的に受信するために、相談という手法に加え、様々なコミュニケーションの場を生み出すことが、目標である。

## ② 助成プログラム

ACYでは、今年から3つの助成制度を運営している。そのうち2つは、事業本部から移管され財団でアレンジしたもの、もう1つは、独自で考えだした新規プログラムである。いずれも、創造都市・横浜の顔となるアーティスト、クリエイターを直接的、間接的に支援することを目的として作られ、「場」、「事業」、「人材育成」の切り口から実施している。

表1 ACY相談窓口での相談件数（平成19年度）

■相談内容	件数
アーティスト、クリエイター等のアトリエ・事務所の移転に関する相談	54
一般的な相談（企画前の相談、各種情報提供、政策への質問）、など	50
事業に必要な人材の紹介	24
公演、展覧会を実施するための会場探し	20
公的な視察の対応	7
広報手法に関する相談	3
企画プレゼンテーション	2
合計	160

■相談者の属性	件数
アーティスト	54
クリエイター（建築、映像、デザイン等）	27
行政関係	22
学校関係	16
NPO等（NPO・任意団体・社会起業家）	14
市民	14
企業	9
ギャラリー	4
合計	160

■相談内容のジャンル	件数
美術	42
映像	23
舞台芸術	22
デザイン	16
音楽	15
アートマネジメント	15
建築	12
不動産	9
その他	6
合計	160

■相談者の活動拠点	件数
横浜	94
東京	40
海外	12
県外	9
県内	5
合計	160

今後、ACYが助成事業を運営していく中で、助成（投資）する事業への評価と継続の判断基準が問われる。ACYでは、単に助成金を交付するだけでなく、積極的なパートナーシップを組み、相手と事業に対する理解力を高めることで、計画の評価・継続性を図る手法を考えている。

(1) 「クリエイター・アーティストのための事務所等開設助成」  
アーティスト、クリエイター、創造産業と呼ばれる企業等が、アトリエ、スタジオ、事務所、研究所等を都心部エリアに設置するときに使われる立地促進助成制度。審査は、要件審査で行われる。この助成申請数が、市中期計画にお

けるACY事業の数値目標となつている。平成20年度の移管により、助成交付額、対象者、対象エリアが拡大されている。助成交付者には、データバンクへの登録と年1回以上のヒアリングを行う。

(2) 「横浜市先駆的芸術活動助成」  
アーティストの公演や展覧会など事業実施に対する制度。審査は、先駆性、実験性、独自性、実現性、発展性で判断している。市からACYへの移管により、申請者数は、市実施時代の最高32件（平成19年度）に対し、ACY実施では、65件と倍以上の実績となった。これは、財団の専門性を活かし、チラシ、WEBなど広報を効果的に行つた成

果である。ACYは実施事業の周辺のサポートを充実させ、また、交付者は、データバンクへの登録を行う。

(3) 「アーティストを支援するプログラムのための助成」  
ACYが、今最も力を入れていく、創作活動の仕組みづくりとその担い手の人材育成を同時に募る制度。これは、今年度よりACY独自に開発したのだが、トヨタ自動車と企業メセナ協議会が実施する「トヨタ芸術環境KAIZENプロジェクト」（注2）にヒントを得ている。

この助成制度は、アートNPO等との新たな協働を生み出すための制度である。これには、財団、NPOとそれぞれの長所を組み合わせた支援

（注2）  
アートマネジメントの課題解決に繋がる企画提案を一般から公募し、助成金等の支援を行うプログラム。今年が第一回目で、全国から約80件の応募があり、3件が採択。その特徴は、申請内容が一般公開され、パブリックコメントをWEB上で得られるシステムがあること。

体制を構築することで、横浜で活動するマネージメント分野の人材を増やしていきたいという意図がある。平成20年度は、実験的な公募事業という形で実施しているが、将来的にACY機能の核となるプログラムと人材をNPOの協力を得ながら、共に育てていくことが目標である。

### ③ 芸術不動産事業

芸術不動産事業とは、社会のインフラとアートが繋がる事業である。この用語は、北仲ブリック&ホワイト、本町ビル、万国橋SOKOなど、民間物件をコンバージョンし、アーティスト、クリエイターの活動の場として提供していく中で使われるようになった、造語である。不動産としてはこれまで評価されてこなかった老朽化したビルや、条件の悪い不動産物件の魅力的な使い方をアーティストやクリエイターに見つけ出して、不動産としての価値を向上させる不動産事業としての側面もある。この事業の市内の担い手として、最も物件を開拓しているのは、BankART1929である。(注6)

の中で、物件開拓と不動産価値向上の特徴的なモデルケース作りに積極的に取り組んでいる。これらの実施にあたり、建築家、大学、不動産業、施工者の専門家によるプロジェクトチームを立ち上げている。また、現在、優先して取り組んでいる物件は、次のものである。

- ・ 物件所有者が、アーティスト支援の趣旨を持っていること
- ・ ACYの参加により、建物、不動産の価値の向上が見込めるもの
- ・ 地域に開かれた活動ができる場所
- ・ 他の創造拠点との連携が見込めるなど、エリアとして魅力のある場所
- ・ クリエイター・アーティストのための事務所等開設助成対象内エリア、可能であれば、100㎡以上の物件
- ・ 2年以上の利用が可能であること
- ・ 1棟、1軒、1フロアを丸々賃貸できること

### ④ 創造都市プロモーション

創造都市横浜の魅力を外周知する事業である。これは、施設や事業単体の広報ではなく、馬車道、日本大通

参考 芸術不動産モデル事業（アーティスト拠点形成事業） 横浜橋アートハウス（仮称）プロジェクト

現在、モデル事業として、横浜橋商店街から南吉田小学校へ一本道を入ったM邸を手がけている。昭和33年に建てられた本物件は、木造2階建て、床面積約200㎡。このプロジェクトの前は、約20年間、手付かずのままであった。オーナーからの申し出を受けて、アーティストのための活動拠点として改修される。ACYは、地元、大学生（関東学院大学）、専門家と協働して、プロジェクト管理とアーティスト公募を行っている。このプロジェクトの当面の目標は、アーティストにとって、安価で自由に使える拠点が生まれ、かつ、この活動を通じてオーナーの収支がプラスになることである。そして、将来的には、建物の認知度が上がることで、周辺も含めた場の価値が高まることを期待している。



物件外観（改修前）

今回、ACYが、本物件に取り組み始めた理由は、市内のオーナーの方々の信頼を得るために具体的な実績を作り、芸術不動産事業（アーティスト拠点形成事業）のプロモーションをすることにある。

あわせて、関外のまちづくりの一助となればと考えている。本物件のある横浜橋は、市が力を入れて実施している黄金町バザールと平行した地域であり、シネマジャック&ベティや、三吉演芸場など、横浜の中でも歴史ある活動を続ける拠点に隣接する地域である。また、地元の小学校、商店街に近接し、地域との交流拠点となれる可能性を持っている。

その他の特徴としては、創造都市エリアに、これまで事例のなかった一般的な木造住宅の改修であり、個人宅のコンバージョンは、今後、郊外部のまちづくりにも仕組みを転用していけることがあげられる。

ACYが取り組むモデル事業の対象となる物件の基準は、こうした「将来性」や「繋がり」を重視するとともに、約100㎡以上の物件であることや、1棟貸しが可能であることを条件としている。これは、まちに影響を与えるためには、複数のアーティストやNPOの拠点となり、人が集まる場を増やしていくことが必要と考えているからである。

このモデル事業の今後について、いくつかの実験は、仕組みづくりを行うためにACYが中心となり実施していくが、近い将来、事業主体を民間の担い手に引き継ぎたいと考えている。

り、関外といったエリアごとの魅力を伝え、創造都市を「面」で見せることを主眼に置いている。そのひとつの成果として、平成20年3月に、横浜の都心部で、初めて公営・民営180を超える文化芸術施設を網羅したアート&カルチャー・ヨコハママップ（日本語版、英語版）（写真2）を発行した。このマップを発行した狙いは、観光はもちろんのこと、創造都市の現在を視覚化することを強く意識している。これは、市民に、いかに都市の魅力をありのままに伝えられるか、という思いから始めている。そして、同様に横浜市の行政にも、その魅力を伝えることが重要である。

現状、ACYを含む創造都市の各事業は、メディアへの露出は多く、発信されている印象はある。しかし、創造都市の取り組みは、開始当初より、市民への周知が足りないとされ続けている。この課題解決には、クリエイティブシティ・ヨコハマのブランド力の向上が第一である。そのためには、国内だけでなく、海外への発信力強化が必要と

⑤ アートマーケット実験事業

平成20年度より、アーティストの経済的な基盤作りを目指した、アートマーケット事業を実験的に行っている。今年度、生活の中の美術をテーマに、東京・横浜の画廊が実験的に市内で作品販売する機会を作るため、みなとみらいの住宅展示場（横浜ホームコレクション）と連携してアートフェアを実施する。また、誘致を促進したい現代美術のギャラリート地の調査、これらに関わるシンポジウムの開催などがある。横浜独自のマーケットを形成するには、課題も多く、長い時間がかかる。

⑥ 創造都市横浜国際レジデンス事業

よる北京市からの現代美術アーティストの招聘事業。3つ目は、平成19年度から急な坂スタジオと始めた、舞台芸術のレジデンス事業である。今年度は、アルゼンチンからの招聘作家が、中区吉田町全体を使ったプロジェクトを実施する。（注4）現在、こうしたレジデンス事業は、上記施設に加え、横浜美術館、横浜赤レンガ倉庫1号館などでも、独自に実施されている。

海外ネットワーク形成を目的とし、創造界隈の拠点と連携して、国際的なアーティストの滞在・制作の場を提供し、発表を支援する事業。現在、3つのプログラムを運営している。1つ目は、平成17年度から続く、BankART1929と台北国際芸術村による現代美術アーティスト交換プログラム。これは、横浜市の羽田国際化戦略にあわせた都市間文化交流を契機としている。2つ目は、同様の目的で平成18年度から始めた、ZAIMに

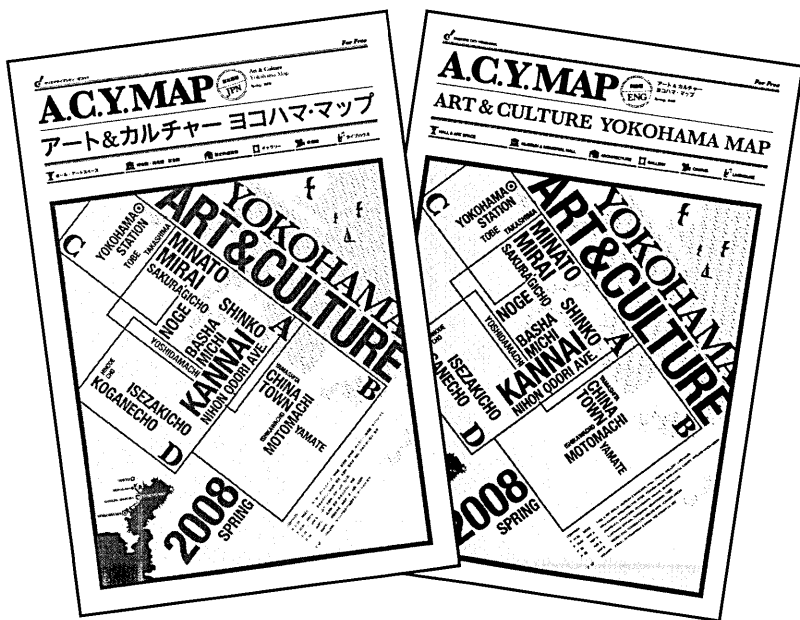
ACYの事業方針に、アジアを中心とした海外ネットワークを確立することがある。他都市と積極的にアーティスト交流を繰り返すことで、世界の中で横浜の存在を示していくことができる。ただし、これらは、ようやくスタートにいたった段階である。横浜市は、レジデンス事業への取り組みが他都市に比べて遅れており、近年、ようやく増えてきたのが現状である。より効果的に行っていくためには、レジデンス専門施設を作ることなどが、今後の課題としてあげられる。

⑦ 将来の担い手支援

将来の担い手支援は、昨年度、美術大学の卒業展示を支援する形で行われた。都心部では、1月～3月に、30校

近くの大学・専門学校により卒業展示が行われており、これに対し広報協力を行った。残念ながら、目に見える成果は、まだ確認出来ていないが、この学生が集積するブランド力を伸ばしていくことが、今後鍵である。また、マネージメント分野で活躍が期待されるインターンの受入にも力を入れている。これについて、都心部の各施設も財団、NPO問わず、同様の人材育成を

写真2 アート&カルチャー・ヨコハママップ（日本語版・英語版）



(注3) 「BankART1929」については、「① BankART1929 ちよんこらく」参照。

(注4) 「ラ・マレア横浜」については、「⑦ 急な坂スタジオの実験と挑戦」52・53頁参照。

地道に続けている。将来的には、各施設がネットワークを組むことで、創造都市横浜としてインターンを受け入れる体制を整備し、オール横浜で人材を確保していくことが可能と考える。

### 3—ACY事業の組織

現在、ACYは、事業本部から財団への補助事業として行われ、事業本部と共同運営されている。スタッフは、ACY事務局に専任の事業担当者、2名。兼任担当が、2名、兼任管理職が2名である。人件費は、3人分で運営されている。これらの職員は、財団の事務局にある協働推進グループに属している。

同グループは、企業、NPO、市民等、様々な主体と結びつき、市域に渡る中間支援事業を担うセクションである。その内容は、アートサイトと呼ばれる郊外部の市民協働型アートプロジェクト、小中学校へのアウトリーチ(注5)を行う教育プログラム、区役所と連携して行う地域活性化事業、国際交流事業などである。これに加え、大型イベントとして、横濱JAZZ PROMENADEなどのシテイセールス事業、トリエンナー

レ市民協働事業などがある。

協働推進グループは、現在、財団が積極的に進める中間支援を担う部分であり、ACYもこれに属している。この中で、ACYとその他の支援事業を分けるのは、対象エリアが都心部中心か市域全体か、また、基本スタンスが、受信型か発信型かの違いで、中間支援を行なうという事業の根幹が変わりはない。また、財団が、設立当初から市民協働を実施していた経緯を加えれば、いわば、財団事務局機能全体がACYと言っても過言ではないのである。

### 4—ACYの今後

ACYの今後望まれる姿は、創造都市横浜推進協議会で提言された政策提言機能を兼ね備えた「新生アーツコミッション」組織へと進化することである。これにはまず、事業本部と市民活力推進局の双方の事業を担う財団の本部事務局が中心となって、都心部と郊外、創造都市と市民文化の繋ぎ手となり、創造都市・横浜の総合化を図ることが前提である。

そして一方では、現行ACY事業の強化を行っていく。特に、「コーディネート

ト機能」、「芸術不動産」、「助成プログラム」の3つの充実である。

「コーディネート機能」は、新生アーツコミッションでも核となる。恐らく、その成否は、「まずは、ACYに企画を持ち込みたい」と思わせる求心力の高さになる。この実現には、専門家によるプラットフォームの形成が必要で、そのためには、「公に意見交換される場」が大切である。ACY立ち上げ時は、これを「みんなのプレゼンテーションボード」と名付けた。これは、アーティストや企業が、自由にプレゼンする場を作る事業である。

最近の傾向として、事業の成功には、企画の情報漏えいを恐れるよりも、多くの「共感」を得ることの方が大事と考える人が増えている。先にあげたトヨタの「KAIZEN」では、80の助成申請の内、落ちたものも含めて半数以上の提案が、一般公開を許諾し、コメントを求めている。

ACYは、優れた政策提言能力を持つために、自らが政策提言することに加え、政策に繋がる民間提案を積極的に受け入れ、それを核にパブリックコメントを吸収できる仕組みづくりを目指すべきで

ある。

つまり、この開かれたプレゼンテーションをコーディネートすることこそが、ACYの政策提言機能となる。

残り2つについては、簡単に述べる。「芸術不動産」、これは、ハードの柱となる。モデル事業からは、貸主、借主双方のリスクとなる改修・復旧経費の負担軽減が鍵となることが見えてきた。これには、アーティスト側の支援だけではなく、オーナー側が決断しやすくなる支援制度が、解決手段となるかもしれない。

そして、「助成プログラム」は、「ソフトのインフラ整備」にあたる。当然ながら、最大のポイントは、資金源となる。予算的に市の財源が厳しいこともあるが、よりパブリックな助成制度を目指すためにも、国や企業からの財源をリグラント(再交付制)する仕組みづくりが課題となる。これは、財団の資金調達の方の転換となり、これまで事業や財団組織に対して寄与されていたものを、さらに高い公共性の元に集約還元していくことになる。

これらで、結果が出れば、ACYは、横浜の芸術文化のプラットフォームとして、内外に認知されてくる。そし

(注5)  
言葉としては、手を伸ばすこと、地域への奉仕援助活動、公的機関などの出張サービスといった意味だが、文化領域では、文化施設から学校や地域に向いて普及啓発活動を行うこと、これまで文化に触れる機会が少ない層を開発する取り組みなどを意味する。(横浜市の文化芸術政策に関する中期の方針)平成18年3月より抜粋)

て、財団が、ACYを核とした創造都市の推進組織の担い手として、横浜文化芸術の先導的な役割を目指すこともできる。これは、既存文化施設の総合アートセンター(注6)化に着手できることであり、最終的に、ACY、地域拠点、地域拠点を合わせもつ、アーツカウンシル・ヨコハマの実現へと繋がる。これこそが、財団の使命である文化的公共圏確立(注7)の実現に一步前進する日であることと確信している。

## 5 結びにかえて

何故、都市にアーティストが必要か。世界中で都市間競争が過熱する中、アジアも例外ではない。都市としてのアイデンティティを確立し、世界中の人が目を向け、必ず立ち寄りたくなる都市にするためにはどうすれば良いのか、誰もが知恵を絞っている。そのひとつの答えは、そこです。しか体感できないものを生み出すことにある。都市によって自然、歴史、スポーツ、芸術文化、様々な選択肢がある。横浜には、港町として、多様な価値観を吸収してきた歴史がある。その結果、横浜は、いわゆる美術、音楽、演

劇などの芸術に加え、生活文化、建築などを含めて、総合的に芸術文化活動に取り組みる土壌が形成されている。横浜が、世界に誇れるオンラインを作るとしたら、芸術文化であることは間違いない。

最後に、私の目指す創造都市横浜とは何か。そのゴールは、創造都市⇨市民文化とそれの二つの概念が一緒になることである。市民文化は、どの街からも決してなくならないものの一つであり、それは、そこに住む人が織り成す文化である。それは、市民が、愛好家として芸術鑑賞や、芸術活動を行う以上の意味を持った言葉である。

それでは、具体的に市民文化の概念が、創造都市と同じになるとは、どういうことであろうか。予算の大部分を費やす既存施設の機能転換で考えるとわかりやすい。

今、「区民文化センター」という言葉を聞いたとき、横浜市民にとって、その施設は、発表・練習ができる文化施設である。例えば、この区民文化センターが、ホールもスタジオもない、NPOやアーティストのための滞在スペースだったらどうであろうか。そこでは、常に人が集まり創作や議論を行い、あるときは

施設を飛び出し、区域全体で毎日のように活動が行われている。もちろん建物は、ほとんど事務所近くに近くて良いので、ランニングコストは、ホールなどを運営することに比べて、遥かに低い。民間施設や有休施設の転用でも実現が可能かもしれない。大切なのは、こうした活動を区のセンター(中枢)機能のひとつと位置づけることである。

同じように、都心部の専門施設は、その大部分が、発表と鑑賞のための施設である。都市の顔となる作品を生み出し、海外へ発信するためには、もちろん、創作の場が必要となる。

これらの政策は、「次代を担う街・横浜」への第一歩である。

横浜は、良くも悪くも東京という都市を意識せざるをえない。特に市場として、東京は世界有数の都市であり、ブックホールのような吸引力を持った巨大消費都市である。横浜に住む多くの人が、そこで生活の糧とその消費を繰り返している。この状況を改善することを課題としてあげられる人が多いが、私は異なる意見を持っている。横浜は、徹底した実験都市で良いという考えである。

横浜では、明確な目標を持つ優れたアーティストへ、本当にやりたいことを支援する体制と場所を用意していきたい。常に実験に挑戦をする作家が集まる街になる。これには、ある程度、街が寛容でなければ成立しないが、港町ならではの寛容さが横浜にはある。

アーティストがもたらす多様な価値観は、我々の生活に様々な視点を与えてくれる。同じく、多様な価値を共有することは、他人の存在を認めることにも繋がる。そして、アーティストの「社会に気づきを与える力」が、少しずつ街に影響を与え、子ども達へ財産を残していく。この空気こそが、正に創造都市・横浜であり、次世代の社会を作る土壌となる。横浜は、これまでもこれからも独自の道を進み、「横浜ならではの」都市の価値を創り続け、世界に誇る街を目指していきたい。

### (注6)

これまで横浜美術館や横浜みなとみらいホールといった「施設」を中心にそれぞれの専門である美術や音楽などの振興を行ってきたが、今後の施策の推進にあたって、「施設」にとられず、また特定のジャンルを限定しない総合的な視点から文化芸術の創造に取り組む組織をいう。(横浜市の文化芸術政策に関する中期の方針)平成18年3月より抜粋

### (注7) 文化的公共圏

「アーツNPOとの協働を中心に新たな地域社会を形成する市民との芸術文化における協働を推進。市民協働のための新たな場、メディア等の開発と展開や、アーツNPOや文化機関の連携を行うことで、新たな公共(文化的公共圏)の樹立へ寄与する。」(横浜市長官報「文化芸術振興財団中期経営ビジョン」より抜粋)