Published by ZOU-NO-HANA TERRACE

THEATER ZOU-NO-HANA
シアターゾウノハナ

「港にふさわしい演劇をつくる」
柴幸男 // 劇作家・演出家・ままこと主宰

象の鼻テラスから見える景色は誰のものでもなく、いつだって私たちになにかを思わせる。
象の鼻テラスで何かしませんかと言われたのは、もう一年も前のこと。僕は普段、演劇をつくっています。だから一番最初に思い浮かんだのは、この象の鼻テラスを劇場にして作品を発表することでした。……だけど、本当にそれでいいのだろうか？自分のアイデアに違和感が生まれました。

劇場とは普通、四方を壁で囲われた箱を指します。だけど象の鼻テラスの最大の特徴は壁一面のガラス窓、そして、そこから見える港の風景です。あの広々とした風景を閉ざすのは、そんな場所で限定的な演劇をつくりだすのは、もしかしたら間違っているかもしれない。象の鼻テラスは誰でも使える休憩所で、海も、風も、そこから見える景色も、もちろん無料、誰もが楽しめる、楽しむ機会を持っているものです。だったら、そこで上演される演劇も、誰もが楽しむチャンスを持っているものがふさわしい。たまたま通りかかった人、遠くで視界に入っただけの人でも楽しめる、そんな作品たちが窓ガラスの向こうを埋め尽くしている、そんな風景が僕の中で見えました。

そのときから、僕らの実験がはじまりました。四月から月一回、俳優たちとワークショップを行い、実際に象の鼻テラスを使用しながら、様々な形の作品をつくりました。ワークショップの過程は、演劇への問いかけそのものです。今まで自分が作ってきた演劇では通用しない、だけど、どれだけ形を崩しても最後は演劇にしなければならない。そうでなければ、僕たちが作る意味がない。試考錯誤の中で、僕たちは少しずつ手応えを感じています。

そして、いよいよ十二月、約二週間の本番がはじまります。作品名は『Theater ZOU-NO-HANA』「象はすべてを忘れない」。風景に、はじまりもおわりもないように、どこから見ても、どこで見終わってもかまわない、そんな演劇をつくりだしたいと思います。どうぞお楽しみ。

PROFILE//1982年生まれ。愛知県出身。劇作家・演出家・「ままこと」主宰。「青年団」演出部所属。「急な呼吸スタジオ」レジデント・アーティスト。
日本大学芸術学部在学中に「ドドミノ」で第2回仙台劇のまち戯曲賞を受賞。2010年に「わが星」で第54回岸田國士戯曲賞を受賞。
何気ない日常の機微を　丁寧にすくいとる戯曲と、ループやサンプリングなど演劇外の発想を持ち込んだ演出が特徴。全編歩き続ける芝居「あゆみ」、ラップによるミュージカル「わが星」、一人芝居をループさせて大家族を演じる「反復かつ連続」など、新たな視点から普遍的な世界を描く。
あいちトリエンナーレや瀬戸内国際芸術祭への参加、岐阜県河津市での市民劇の演出、福島県いわき総合高校での演出など、全国各地にて精力的に活動している。

CREATING THEATRE TO FIT THE PORT
Yukio Shiba // Playwright, director, and leader of the Mamagoto theatre company

The scenery around Zou-no-hana Terrace does not belong to any one person and constantly reminds everyone of various things.

A year has passed since I was asked to do something at Zou-no-hana. I usually make theatre productions, so at first I thought I would use the venue like a regular theater. But then I started to wonder if that was really such a good idea. I started feeling uncomfortable about the idea.

A theater is generally a box contained within four walls. But the most distinctive thing about Zou-no-hana Terrace is that one wall is a glass window, affording visitors with a view of the port. Closing off that spacious landscape and creating a piece that was restricted to that space seemed like a mistake. The site is a rest area that is open to everyone and naturally provides everyone with an opportunity to enjoy the sea, wind, and scenery free of charge. This made me think that the piece I performed should be something that everyone could enjoy. In my mind, I imagined something unfolding in the expansive landscape beyond the window that could be enjoyed by people who just happened to be passing by or catch someone's eye off in the distance.

Our experiment began at that point. Starting in April, we held workshops with the actors once a month and created various types of works while using the actual venue. This process functioned as a way of questioning theater. I wanted to make something that was unlike anything I had done in the past, but that would still be theater no matter how much the form had been altered. Otherwise, it would be meaningless to make anything at all. Through trial and error, we slowly began to find our way.

And at long last, the main event will begin in December and continue for about two weeks. The work is titled Theater Zou-no-hana: Elephants Remember Everything. I hope to create a production in this setting which has no beginning or end, and which has the potential to end at any given point.

Photo by Mito Ikeda

海辺から海辺へ——ままごとの冒険
藤原ちから // 編集者・フリーランサー

小豆島を秋に訪ねた。劇団ままごと（主宰・柴幸男）のおさんぽ演劇『赤い灯台、赤い初恋』がお目当て。『ぼくはこの島で生まれ育ったんですけど……』と名乗る案内人の、かつての恋人とのエピソードを聴きながら、入り組んだ路地や、急な坂道をめぐって歩いていく作品。でも、本当は彼は島の人間ではないし、島と彼を捨てて去った恋人も、たぶん実在しない。なのに、その小さな嘘から生まれた魔法のような言葉が、この島に生きた「誰か」のことを確かに想像させるのだった。

ままごとは、ラップを大胆に導入した『わが星』で空前絶後の話題を呼び、作・演出の柴は第54回岸田國士戯曲賞を受賞。名実ともに演劇界のひとつの頂点を極めたのだが、その後、彼らは東京から距離をとっている。東京の消費の速度や、評価・期待といったものと、彼ら自身のモチベーションとが乖離したのかもしれない。やがて彼らは日本各地を転々として、独自の時間感覚のもとに活動を展開するようになる。

今年、4度にわたって断続的に上演された横浜・にある象の鼻テラスでの作品発表会は、そうした「別の道」を歩きはじめた彼らの現在が、自由で、風通しの良いものであることを感じさせるものだった。この場所からインスピレーションを得て、紡ぎ出される言葉、そして物語。しゃぼん玉のように生まれては消える声とパフォーマンスが、テラス一帯にひろがっていく。ここで柴幸男が試みているのは、「演劇とすれ違う場を創出すること。たまたま居合わせた人たちが、「演劇」を通して何かを交わし合う。老若男女問わず、人々が足を止めて微笑み、時には一緒に踊り出す。子供たちにいたっては、もうまるで遊び仲間みたいに。

そういえば、小豆島でお別れの挨拶をした時、ままごとの俳優・端田新菜が声をかけてくれた。「また海辺で会いましょう」。ああ、そうでした。12月に彼らは再び、ここ象の鼻テラスに還ってくる。彼らが生み出す想像力は、海を越えて、様々な港を繋いでいくだろう。思い出の町。まだ行ったことのない町。架空の町。過去に存在した町。名前もない町。これから生まれる未来の町……。ままごとの演劇は、そんなどこかの「誰か」に宛てられた手紙のようだ。

PROFILE//1977年生まれ。編集者、フリーランサー。Bricolaの主宰。高知市生まれ、横浜在住。雑誌『エクスポ』、武蔵野美術大学広報誌『mauleaf』、世田谷パブリックシアター「キャロマグ」などの編集を担当。また、演劇関係の記事や劇評を執筆している。共編著に『〈建築〉としてのブックガイド』（明月堂書店）、共著に『演劇最強論』（飛鳥新社）。

FROM COAST TO COAST: THE ADVENTURES OF MAMAGOTO
Chikara Fujiwara // Editor, freelance

I visited Shodoshima in the fall to see Red Lighthouse, Red First Love, a "walking" production by the Mamagoto theatre company (directed by Shiba Yukio). A guide who claimed to have been born and raised on the island related stories about his relationship with a former lover as he led the audience through an intricate web of alleys, and up and down a series of steep slopes. The guide was not really from the island and the lover who abandoned him and the island probably never existed. But the magical words that arose out of this little lie inspired the listener to imagine someone's life on the island.

Mamagoto first attracted attention for Our Planet, a production that boldly incorporated rap, and earned Shiba, who wrote and directed the piece, the 54th Kishida Kunio Drama Award. Though the honor truly signified a great achievement in the theater world, the group subsequently left Tokyo. This decision seems to have indicated the group's detachment from the high-speed consumption, values, and expectations associated with the city. Gradually, Mamagoto moving around the country and developing works based on a unique temporal sensibility.

Mamagoto's four productions this year at Zou-no-hana Terrace, and the company's new direction conveyed a new sense of freedom and openness. The words and stories were inspired by the place. The voices and performances, appearing and disappearing like soap bubbles, extended throughout the entire venue. In these works, Shiba attempted to create a place that merged with theatre. People who happened to visit engaged in theatre-based exchanges. Men and women of all ages stopped for a moment, smiled, and in some cases began dancing with the performers. Even children became the group's playmates.

This reminds me of something that Hashida Niina, one of the actors, said as I was saying goodbye to the group at the end of my visit to Shodoshima: "Let's meet again at the seashore!" Oh, now I get it. In December, Mamagoto will be returning to Zou-no-hana Terrace. The group's imaginative creations cross over the sea and form links to a variety of ports. Some towns contain many memories, while others have never been visited before. Some towns are imaginary, some existed in the past, some have no names, and some will emerge at some point in the future. Mamagoto's performances are like letters addressed to someone in places like these.

Event Calendar

DECEMBER 2013 — MARCH 2014

PERFORMANCE

THEATER ZOU-NO-HANA VOL.5
「象はすべてを忘れない」
構成・演出　柴幸男[ままこと]/Yukio Shiba
12/1 SUN.、12/5 THU.—8 SUN.、12/12 THU.—15 SUN.
OPEN:12:30　CLOSE:16:30
FREE

年間1組のアーティスト・演出家を招き、象の鼻テラス／パークのパブリックな都市空間の風景を瞬間的に変身させ、その場に居合わせた誰もが、都市の非日常を体験する作品制作を目指すプロジェクト「シアターゾウノハナ」。
今年度は、柴幸男[劇作家・演出家/ままごと主宰]を迎え、2013年4月から計4回のワークショップを行い、参加者と共に象の鼻テラス/パークにある風景、音、行き交う人、流れる時間を演劇的手法で紡ぐ作品制作を行ってきました。
これ迄のワークショップで制作された作品に加え、新たに紙芝居、ダンス、映像、ラジオ等様々な手法を用いた短編作品を制作し、たくさんの作品を紡いで、象の鼻ならではの演劇作品『象はすべてを忘れない』を発表します。

関連イベント／RELATED PROGRAMS

SNAC ZOU-NO-HANA vol. 12
Lounge ゾウノハナ
12/14 SAT.

ART PROJECT

PORT JOURNEY YOKOHAMA⇔HAMBURG
1　DIRECTOR'S TALK
　12/9 MON.

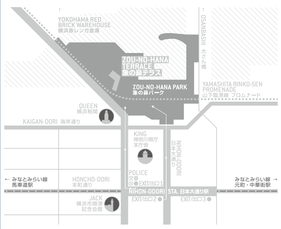
2　WORKSHOP
　12/10 TUE.

EXHIBITION

SLOW FACTORY
3/1 SAT.–23 SUN.

※イベントの名称、日程は変更する場合がございます。
※The names and dates of events are subject to change without prior notice.

ACCESS



ZOU-NO-HANA TERRACE
1Kaigan-Dori, Naka-Ku Yokohama, Kanagawa 231-0002, JAPAN
+81 (0) 45-661-0602

Entrance free / Opening hours: 10:00–18:00

※ ZOU-NO-HANA TERRACE is operated by SPIRAL/Wacoal Art Center in cooperation with Culture Tourism Bureau, City of Yokohama.

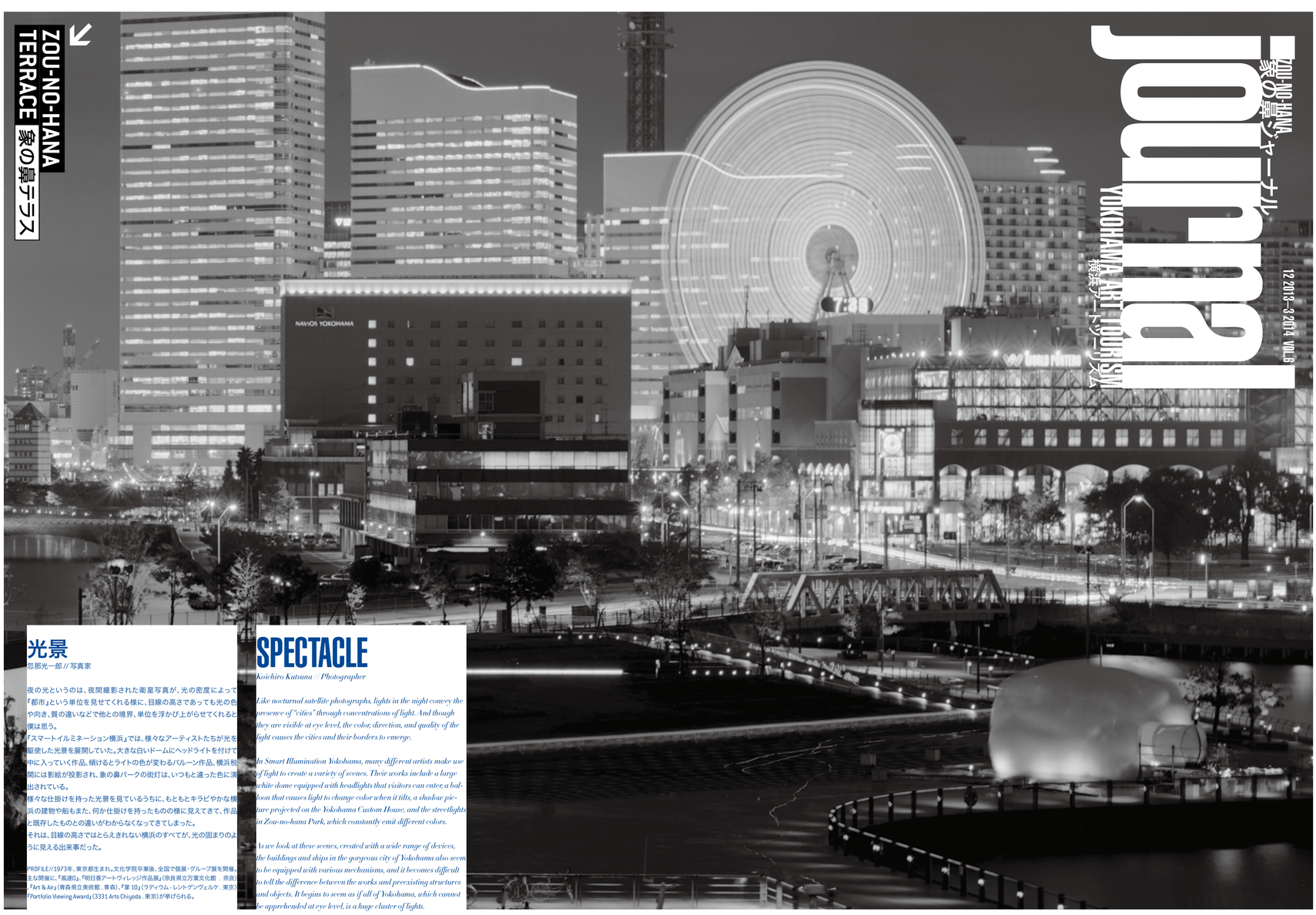
＊所用時間はおよその目安です。
＊シーバスは天候等によって運行していない場合がございます。
＊詳細は各種交通機関のウェブサイト等でご確認ください。

Published on December 1,2013
Cover Photo by Koichiro Kutsuna
Photos by NUMEN / FOR USE, AMANO STUDIO, Mito Ikeda
Designed by so+ba
Translated by Christopher Stephens
Color coordination and Print design by Kyoshin Printing Co.,Ltd.
Planned and Produced by Wacoal Art Center
Edited by Haruko Ohkoshi (ZOU-NO-HANA TERRACE)
Published by ZOU-NO-HANA TERRACE
※本誌に掲載されている文章、写真などの無断転載を禁じます。
© 2013All rights reserved by Culture Tourism Bureau, City of Yokohama and Spiral/ Wacoal Art Center

ZOU-NO-HANA Journal vol. 6

ZOU-NO-HANA TERRACE 象の鼻テラス

ZOU-NO-HANA, 象の鼻ジャーナル Journal
YOKOHAMA ART TOURISM 横浜アートツーリズム
12 2013–3 2014 VOL.6



光景
忽那光一郎 // 写真家

夜の光というのは、夜間撮影された衛星写真が、光の密度によって『都市』という単位を見せてくれる様に、目線の高さであっても光の色や向き、質の違いなどで他との境界、単位を浮かび上がらせてくれると僕は思う。
『スマートイルミネーション横浜』では、様々なアーティストたちが光を駆使した光景を展開していた。大きな白いドームにヘッドライトを付けて中に入っていく作品、傾けるとライトの色が変わるバルーン作品、横浜税関には影絵が投影され、象の鼻パークの街灯は、いつもと違った色に演出されている。
様々な仕掛けを持った光景を見ているうちに、もともとキラビやかな横浜の建物や船もまた、何か仕掛けを持ったものの様に見えてきて、作品と既存したものとの違いがわからなくなってきてしまった。
それは、目線の高さではとらえきれない横浜のすべてが、光の固まりのように見える出来事だった。

PROFILE//1973年、東京都生まれ。文化学院卒業後、全国で個展・グループ展を開催。主な開催に、『風速0』、『明日香アートヴィレッジ作品展』（奈良県立万葉文化館 、奈良）、『Art & Air』（青森県立美術館、青森）、『掌 10』（ラディウム・レンドゲンヴェルケ 、東京）、『Portfolio Viewing Award』（3331 Arts Chiyoda 、東京）が挙げられる。

SPECTACLE
Koichiro Kutsuna // Photographer

Like nocturnal satellite photographs, lights in the night convey the presence of "cities" through concentrations of light. And though they are visible at eye level, the color, direction, and quality of the light causes the cities and their borders to emerge.

In Smart Illumination Yokohama, many different artists make use of light to create a variety of scenes. Their works include a large white dome equipped with headlights that visitors can enter, a balloon that causes light to change color when it tilts, a shadow picture projected on the Yokohama Custom House, and the streetlights in Zou-no-hana Park, which constantly emit different colors.

As we look at these scenes, created with a wide range of devices, the buildings and ships in the gorgeous city of Yokohama also seem to be equipped with various mechanisms, and it becomes difficult to tell the difference between the works and preexisting structures and objects. It begins to seem as if all of Yokohama, which cannot be apprehended at eye level, is a huge cluster of lights.

「気付き」を照らす イルミネーション NUMEN/FOR USE の「NET BLOW-UP」

内田伸一 // ライター・編集者

港町の秋の夜長を彩る「スマートイルミネーション横浜」は、2011年の開始以来、多彩な表現者と共に街の新たな夜景の創造を試みてきた。単なる光のスペクタクルをこえて「省エネ技術とアートの融合」を掲げつつ、街や人々と光の関係に想いを馳せる眼差しが特徴と言える。今回これに独自の流儀で応えたのが、初来日したクロアチア／オーストリア拠点のアーティスト集団NUMEN / FOR USEだ。海を臨む象の鼻パークに出現した《Net Blow-Up》は、柔らかに発光するバルーン状の巨大構造物。光の正体は、その内部を探訪する人々自身が身につけたヘッドライトだ。メンバーのクリストフ・カツラーはこう語る。

「僕らの作品の多くは、人々が中に入り、世代や言葉の違いをこえた体験を生むもの。今回はイルミネーションを単なる照明でなく、Enlightenment（気付き）をもたらすものでもあると解釈しました。作品体験がそうした気付きをも照らすようなものをと考える中で、今回の発想の転換が生まれたんです」。

真っ白なバルーン内には、対照的な黒いネットが縦横に張り巡らされた。体験者は網の上を覚束ない足どりで進み、よじ登り、上下の層を行き来する。交差する軟声と光、表情を変える編み目の幾何学模様――それは時空が伸び縮みするような感覚と共に、冒険心も刺激してくれる。

シンプルな素材によるダイナミックな空間創出が彼らの真骨頂。網を用いた作品は欧州でも発表してきたが、今回は“灯り”の導入に加え、支持体のない屋外展示用に空気圧での自立にも初挑戦した。「概念的なアイデアが、現実の交流の中で鮮やかに変化したり、状況が僕らに何をすべきか教えてくれることもあります」と微笑むのは、やはり一員のニコラ・ラデルコヴィッチだ。

頭上の光を頼りにこの小宇宙でふわふわ揺れ動くとき「イルミネーション＝都会を眠らず派手な電飾」の固定観念はどこかへすべり落ちる。そこでの光のイメージは、私的な記憶から観念的・象徴的な連想まで様々だろう。「気付き」の有無は能動的になれるかどうか次第で、網の上へ一歩踏み出すようなもの。「僕はバルーンに映る動きに東アジアの影絵劇も連想しました。でも皆さんにはただ自由に感じてほしい」とカツラー。その フラット さが作品をより開かれたものにする。自由は、彼らがデザイン、アート、舞台美術を横断し、世界各都市で活躍するために必要なものだ。ラデルコヴィッチは「領域固有のルールに縛られないこと。それが僕らの大切なルール」と言う。そんな彼らが生む新たな都市の光景を活き活きと照らすのもまた、人々がそこで得る多様な「気付き」かもしれない。

PROFILE//19才生まれ、東京在住。ロンドン発カルチャー誌の日本版「Dazed & Confused Japan」、クロスジャンルのウェブサイト「REALTOKYO」などに参加。日英バイリンガルの現代アート誌／ウェブサイト「ART iT」で副編集長を務めた後、現在フリーランス。

EENLIGHTENING ILLUMINATION: NUMEN/FOR USE'S "NET BLOW-UP"

Shinichi Uchida // Writer, editor

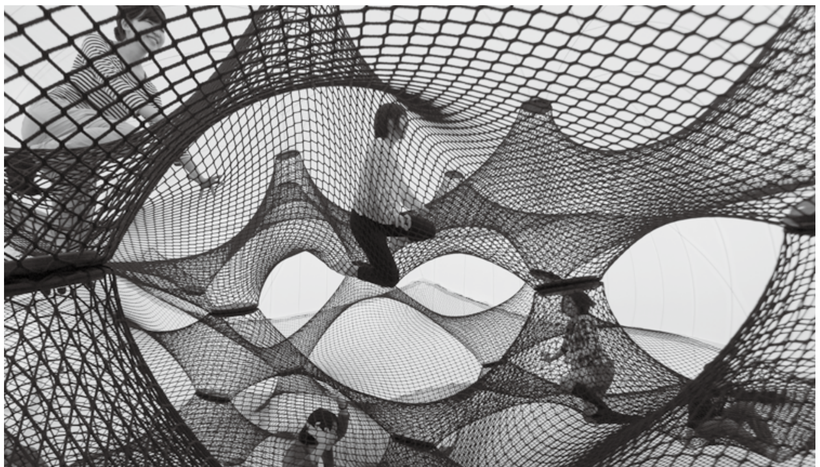
Since Smart Illumination Yokohama began brightening the long autumn nights in this port city when it was launched in 2011, we have worked with a variety of artists to create new night views. While extolling the event as a "fusion of low-energy technology and art" that transcends ordinary light spectacles, Smart Illumination Yokohama is notable for its considering the relationship between the city, people, and light. In this year's event, Numen / For Use, a Croatia- and Austria-based group of artists making its first visit to Japan, responds to this situation in a wholly unique manner. Net Blow-Up (shown in the square at Zou-no-hana Terrace, which looks out onto the sea) is a gigantic structure made out of balloons that softly emits light. The light actually comes from headlights that visitors wear as they move around inside the work. Group member Christoph Katzler explains:

"Many of our works allow people to go inside and provide them with experiences that transcend age and language. To me, the work in this event is not simply a form of illumination but something that offers enlightenment. In considering how experiencing the work might create a sense of enlightenment, we came up with this concept."

Inside the pure white balloons, there is a contrasting black net stretched throughout the space. Visitors move forward with unsteady steps on the net, climbing and going back and forth between the different levels. Joyous shouts and light intersect and the net is stitched together with various kinds of geometrical patterns. Along with the sensation that space and time are expanding and contracting, the work inspires a spirit of adventure.

Creating dynamic spaces out of simple materials is Numen / For Use's forte. They have shown works using nets in Europe too, but in addition to the introduction of light, this is their first attempt to create a free-standing structure with air pressure as an outdoor display without any support mediums.

With a laugh, another member of the group, Nikola Radeljković says, "Our conceptual notion was vividly transformed in the actual exchange."



SMART ILLUMINATION YOKOHAMA 2013　NUMEN / FOR USE《Net Blow-Up》　photo by NUMEN / FOR USE

When this small universe, softly wavering due to the lights overhead, dispels stereotypes of illumination as a kind of flashy electric decoration that enlivens the city. The light inspires a variety of images from personal memories to conceptual and symbolic associations. In order to active a sense of enlightenment, it is necessary to first step up onto the net. Katzler says, "I associate the movements reflected in the balloons with East Asian shadow theatre. But I hope everyone will imagine whatever they like." This matter-of-fact attitude gives the work a more open-ended feel. Freedom underlies the group's designs, art, and stage sets, and it is also an essential ingredient that enables them to work in cities all over the world. Radeljković says, "The key is not to be restricted by rules related to a specific area. That's an important rule for us." The vividly illuminated, new urban scene that Numen / For Use has created promises a wide range of enlightenment.

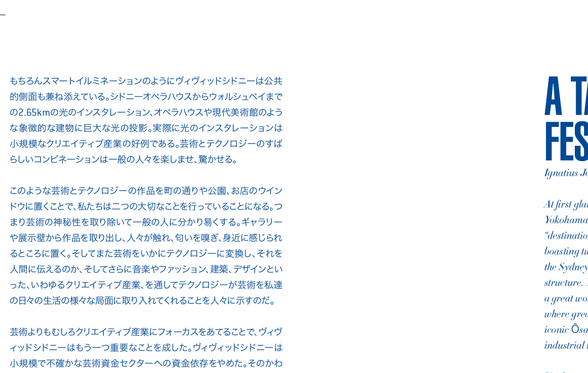


photo by AMANO STUDIO

もちろんスマートイルミネーションのようにヴィヴィッドシドニーは公共的側面も兼ね添えている。シドニーオペラハウスからウォルシュベイまでの2.65kmの光のインスタレーション、オペラハウスや現代美術館のような象徴的な建物に巨大な光の投影。実際に光のインスタレーションは小規模なクリエイティブ産業の好例である。芸術とテクノロジーのすばらしいコンビネーションは一般の人々を楽しませ、驚かせる。

このような芸術とテクノロジーの作品を町の通りや公園、お店のウインドウに置くことで、私たちは二つの大切なことを行っていることになる。つまり芸術の神秘性を取り除いて一般の人に分かり易くする。ギャラリーや展示壁から作品を取り出し、人々が触れ、匂いを嗅ぎ、身近に感じられるところに置く。そして また芸術をいかにテクノロジーに変換し、それを人間に伝えるのか、そしてさらに音楽やファッション、建築、デザインといった、いわゆるクリエイティブ産業、を通してテクノロジーが芸術を私達の日々の生活の様々な局面に取り入れてくれることを人々に示すのだ。

芸術よりもむしろクリエイティブ産業にフォーカスをあてることで、ヴィヴィッドシドニーはもちろん重要なことを成した。ヴィヴィッドシドニーは小規模で不確かな芸術資金セクターへの資金依存をやめた。そのかわりツーリズムや産業セクターから資金を調達するようになった。このセクターには投資するための資金が常に潤沢にあり、ここが重要な点であるが、ヴィヴィッドのようなクリエイティブ産業に投資したお金の投資収益がすぐにわかるのである。だからさらなる投資が続けられるのだ。

創造性が生み出す新たな時代へ

私の最初の前提に戻ろう：クリエイティブ産業の振興と芸術の振興の違い、特にクリエイティブ産業祭と芸術祭の違いについて。芸術祭がその存続に必要な資金の調達がますます困難になっている一方で、クリエイティブ産業祭は市、州、国に収益をもたらすことで政府や民間のセクターからの資金が保障されている。

でもここで誤解しないでいただきたい。私は芸術に反対しているわけではない。私自身アーティストであるし、クリエイティブ産業は根本的に芸術と関係の深いものだ。芸術がテクノロジーと出会って収益を生み出してきたのだ。ただ残念なことに お金がなければ芸術はない。今日、この時代、変化した経済状況下でクリエイティブ産業が事実上芸術を支えているのである。
スマートイルミネーションやヴィヴィッドシドニーのような祭典がクリエイティブ産業を振興する。ひいてはそれが芸術の振興になっているのだ。このような祭典はまた日本やアメリカ、オーストラリア、西ヨーロッパ、カナダといった第一世界の先進諸国の経済的、教育的な戦略が根本的に変化してきているという趨勢を照らし出している。

私達はモノ（車、テレビ、洋服など）の輸出からアイデアの輸出にシフトしつつある。こと数十年で私達は製造業の経済［上記で述べた］から知識経済（科学、情報、技術、ソフト、コミュニケーション）に移行してきた。そして今私達は以前の経済モデルから学んだ全ての（創造的で芸術的な）研究、解釈、応用をもとにクリエイティブ経済へと舵をとっている。
不徳な輩はこのようなアイディアを盗もうとするかもしれない（そしてそのアイディアが持つ知的財産に代価を支払うことをしない）、しかしこれは実際には自滅的なことなのだ。容易に修正を施すのみで、創造的なプロセスを避けて通ると、自分自身のアイディアとうものをいかがにして生み出すかということを決して学ぶことができないのだ。反対に、芸術や芸術的表現といった創造的プロセスに参加することで、私達は常に新しい発想を得ることができる。つまり、これまで私達が製造業的役割を引き受けてきたその相手の国々に、今度は何かアイディアを売ることで私達が成長し、私達の経済がこれまでとは全く違う再生可能な方法で維持できるのである。

最も重要なことは、創造性を奨励し、賞賛することで（それが科学でも芸術でも、またそのコンビネーションでも）私達は、千変万化の世界の問題に対して創造的な解決策を工夫し続けることになるということなのだ。

創造性が全てを変える世界。

PROFILE//世界をリードするイベントディレクターの一人で、クリエイティブ戦略家、イベント脚本家、作家、ディレクターとしても高い評価を受けている。数が手がけ、監督または共同監督した4つのイベント、2000年シドニーオリンピック式典、ドーハ2006アジア大会式典、2010年バンクーバー冬季オリンピック式典、2010年上海国際博覧会はテレビ史上最も大がかりなイベントである。現在はヴィヴィッド・シドニー・フェスティバル及びマルディ・グラ・パレードのクリエイティブディレクターとして活躍している。

SMART ILLUMINATION スマートイルミネーション横浜

2つの祭典 ヴィヴィッドシドニー・スマートイルミネーション横浜

イグナティウス・ジョーンズ // Vivid Sydney クリエイティブディレクター

一見したところ、シドニーと横浜には共通点がほとんどない。シドニーは魅惑的でパーティー好きな国際人の「旅の目的地」。世界で最も美しい港町の一つで、シドニーハーバーブリッジとオペラハウスという二つの象徴的建造物を誇る。おそらく20世紀の建造物で最も有名なものである。一方、横浜は商業都市で、その港は商業港としての評価が高い。クイーンエリザベス号のようなクルーズ船が入港する横浜港大さん橋国際客船ターミナルがあり、日本の産業力の象徴となっている。

しかし、実はこの二つの都市には共通点がたくさんあるのだ。
両都市ともに西洋の影響が最初に入ってきた港町であり、さらに大規模な港の再建、埋め立て、港湾地区の活用目的変更に着手してきた。横浜は、みなとみらいの開発、シドニーは、かつて波止場が延々と続いていたウォルシュベイ、ホワイトベイ、バランガルーに大規模な住宅地、さらには芸術や商業用スペースの建設が進められている。
横浜には現在、シドニーのオペラハウスのように、横浜にとって象徴的な意味を持つ日本で二番目に高い高層ビル、ランドマークタワーがある。また、横浜ベイブリッジはシドニーハーバーブリッジと同様の目的を果たしているが、その橋の支柱から支柱までの距離が長く、シドニーの港に比べ、東京湾がいかに広いかを物語っている。そしてまたシドニーはまだ試験的に橋の点灯を始めたばかりであるが、ベイブリッジは、すでにニこ数年ライトアップされている。

シドニーと横浜にはもうひとつの共通点がある。年に一度の光の祭典がそれである。横浜はスマートイルミネーション、シドニーはヴィヴィッド。両祭典の目的は似ているが、ヴィヴィッドシドニーとスマートイルミネーション横浜とでは微妙にニュアンスとボリュームが異なっている。

オーストラリアにおけるクリエイティブシティの歴史

諸外国との活発な貿易、交易の舞台である港町横浜は、現在、文化芸術、経済の振興と魅力的な都市空間形成を新たな都市ビジョンとする「文化芸術創造都市」を標榜し、創造環境の実現、創造産業の集積、魅力ある地域資源の活用と活発な文化活動が行われている。
これは経済産業省によるクールジャパン戦略（文化を産業に転換させるメカニズムを創造し、それによって中小企業や若者に雇用とビジネスチャンスを生み出す）とも共通する考え方であるといえる。
これらから、芸術と文化の振興、アートツーリズムの促進、そして創造産業振興が直接的、根本的に関係しつつ同一方向性を持っているように見える。

しかしオーストラリアに関しては、特にヴィヴィッドシドニーについては必ずしもそうではない。芸術、創造産業の振興については両都市で微妙にそして量的に差があるのである。

それはつまりどういうことかと言うと、オーストラリアのアート、ファッション、映画、音楽などが今や国際的に広く親しまれてはいるが、オーストラリアという国が常にオープンであったとは言い難く、さらにはアートや文化に対して支援的でさえなかったということは驚きである。わずか50年前、オーストラリアは実利主義的な国で、アングロサクソン族による植民地では、先住民は虐げられ、人々の関心と言えばスポーツ、採炭、農業と富の追求のみであった。芸術は無視され、全く重要とはされず、向上心あふれる人々はイギリスをはじめヨーロッパ各地へと旅立ったものだ。いわゆる「異文化に対する追従」である。（逆に日本では芸術が重んじられ、それが生来的あるいは歴史的にそうであったというだけではなく、日々の生活のあらゆる局面に浸透していたのである。）

しかしこの20 年の間に状況は変わった。

先進国や世界経済危機を苦しめた度重なる不況、特に多くの製造業が中国、南アジア、東南アジアへ流出したことがオーストラリアを苦境に陥れた。その一つの結果として芸術への資金が枯渇し始めた。国有及び民間のセクターが資金調達に対する、目に見える、数量化できる投資収益率を求め始めた。これは大きな問題であった。芸術がもたらす収益というのは数字で表すことが難しい。芸術活動によって市民がどれだけ満足を得ているかということをどうやって測ればいいのか。大勢が集まる芸術の展覧会やコンサートの効果をいかに計算するのか。文化のプログラムや芸術祭の経済的インパクトを良くも悪くもどう測ればいいのか。
これらの問いに答えを出すためにヴィヴィッドシドニー戦略が生まれたのである。

光の祭典「ヴィヴィッドシドニー」

当初からヴィヴィッドシドニーは全く新しいイベントとして始まった。既存の「特別な日」や「祭日」をもとに始めたものでもなければ、特定の芸術団体がオーストラリアの特別な歴史的「時点」を祝うために企画されたものでもなかった。実際は全く反対の状況から起こったものであった。

シドニーは5月の終わりから6月にかけて最も暖な時期で、雨の多い冬日が伝統的な夏のアウトドア型都市活動を休止させてしまう。人々は家にこもってヒーターをつけ、買い物好きもお金を使わなくなる。そして あえて出かけようとする勇気ある人々は、まるで南極にでも立ち向かっていくかのようコートとブーツを身につける。まるで町そのものが気候による憂鬱に沈み込んだかのように活気を失い、観光客は潮が引くように離れっていってしまう。
デスティネーション　ニューサウスウェールズ（観光、主要行事局）はこれを改善すべく方策を探していた。

「ヴィヴィッドシドニー」こそがその答えだった。

まず、シドニーの冬は非常に穏やかだが（10℃以下にはならない）、日が暮れるのが早い。したがって早い時間から新しく、美しい方法で町に明かりを灯すには絶好の機会だということになる。次にオペラ、劇場、アートギャラリー等は伝統的にオーストラリアの「アートシーズン」にグランドオープニングを開催する。それが夏。冬の時期はオペラハウスなどの会場は比較的空いている。最先端音楽、ポップ、ジャズ、ルーツ、電子音楽、演劇などにとって大きなチャンスだ。普段はその会場ではもっと退屈な出し物しかやっていないのだから。
最後には、単なるアートフェティバルにならないよう慎重に吟味を重ねた。オーストラリアのそれぞれの州や町、近隣諸国（ニュージーランド、シンガポール、インドネシア、香港、中国、マレーシア）には独自のアートフェスティバルがある。どうすればそれらとの差別化を図り、観光客をシドニーに惹きつけることができるのか。そしてその貴重な観光客がホテルや美術館、ギャラリー、レストランやバーでどれだけお金を使ってくれるのか（いわゆる観光客効果）？

そして、よく知られてはいるが、利用されることのなかった、ある一つのことを挙げることに決める。
シドニーはオーストラリアの創造力の中枢で、建築やファッション、写真、出版、アニメ、ソフトウエア、映画、テレビ、デザイン、音楽等、ほとんどクリエイティブ産業の拠点。クリエイティブ産業の40%がシドニーを拠点とし、各分野の輸出の50%以上を創出していた。だからヴィヴィッドシドニーは産業祭なのだ。
テーマはイノベーション、創造の境である。

ビジネス・ツーリストが集まる場

ヴィヴィッドシドニーの財政持続可能性には明確な戦略がある。クリエイティブな人々が自立しているとしても、クリエイティブ産業はそれぞれに相互依存している。結果として、そういう人は集まってくる傾向があり、都市計画専門家が「クリエイティブ集団」と呼ぶところの集団を形成する。クリエイティブ集団はさらなるクリエイティブ産業を惹きつけ、もっと大きなクリエイティブ集団を形成する。そしてそれら全てが州に収益をもたらす。政府や民間の投資家のような資金提供組織が容易に数量化できる巨額の収益である。
そこから始まってヴィヴィッドシドニーは国内のみならず、世界中からオピニオンリーダーや著名人を呼んでクリエイティブ産業のためのフォーラムやトーク、基調講演、ワークショップ、パネルなど幅広いプログラムを開催した。これによってシドニーや、オーストラリアの他州、近隣諸国からクリエイティブ産業に従事する人々が、討論をしたり、ネットワークを作ったり、取引をするために集まってくる。そしてそういう人達のために シドニーをどのようにお膳立てすればいいのかを見るのである。もちろん彼らはホテルやバー、レストラン等でお金を使ってくれる。ヴィヴィッドシドニーはこのように「ビジネス観光客」を創出した。そして観光客効果と言えばビジネス観光客以上の観光客は他にない。ヴィヴィッドシドニーはさらなるビジネス観光客を惹きつけていた。（2013年には15,000人、17億6700万ドルの観光収益を生み出している。）

A TALE OF TWO FESTIVALS

Ignatius Jones // Creative Director of Vivid Sydney

At first glance there are few similarities between Sydney and Yokohama. The first is a glamorous, party-loving international "destination," set on one of the world's most beautiful harbors and boasting two iconic structures, the Sydney Harbour Bridge and the Sydney Opera House, probably the 20th century's most famous structure. Yokohama, on the other hand, has a reputation for being a great working port, a city whose business is business, the place where great cruise ships like the Queen Elizabeth tie up at the iconic Osanbashi Passenger Terminal, and a symbol of Japan's industrial might.

Yet the two cities have much in common. Both cities were the ports through which Western influences initially entered their countries. Both cities have undertaken great reconstruction, reclamation and re-purposing of their port districts: Yokohama with the development of Minato Mirai, and Sydney with its ongoing Walsh Bay White Bay Barangaroo construction of vast residential, artistic, and commercial spaces where there had once been endless wharves.

Yokohama now has a building with a metaphoric significance similar to Sydney's Opera House: the Landmark Tower, Japan's second highest building; and the Yokohama Bay Bridge serve much the same purpose as the Sydney Harbour Bridge, their far greater spans reflecting the vastness of Tokyo Bay in comparison to Sydney's almost "boutique"-size harbor. And while Sydney has only just begun experimenting with lighting its bridge, the Bay Bridge has been ablaze for years.

Sydney and Yokohama also share another similarity: They both have an annual lighting festival. Yokohama has Smart Illumination, and Sydney has Vivid. The aims of the two festivals are similar but again – like Sydney and Yokohama – Vivid Sydney and Smart Illumination Yokohama are both subtly and quantitatively different.

The History of the Creative City in Australia

The port town of Yokohama, the site of extensive foreign trade and exchange with a variety of foreign countries, is actively pursuing a new vision as a "creative city" in order to promote art, culture and the economy, and cultivate urban spaces. In order to realize a creative environment, increase creative industries, undertake the practical use of attractive local resources and stage a variety of lively cultural activities.

This thinking shares a strategy with the Japanese Ministry of Trade, Economy and Industry (METI) Cool Japan initiative, which has determined to "...create a mechanism to convert culture into industry, thereby preparing employment and opportunities for small and medium enterprises (SMEs) and young people."

From these two statements it would seem that the promotion of art and culture, the promotion of "art tourism," and the promotion of creative industries are either the same thing or directly and fundamentally connected. The general Australian experience, and in particular, the Vivid Sydney experience, has found that this is not exactly the case. The promotion of the arts and the promotion of creative industries are – again, like Sydney and Yokohama – both subtly and quantitatively different.

Let me explain what I mean...

Surprisingly, considering the large international profile now enjoyed by Australian art, fashion, movies, music, etc., our country was not always open to or even supportive of art and culture. Barely 50 years ago, Australia was actively philistine, a brash Anglo-Saxon colony that persecuted its indigenous peoples and concerned itself only with sport, mining, agriculture, and the pursuit of wealth. So ignored and unimportant were the arts that most aspiring practitioners would leave for Britain or Europe, in what was described as the "Great Cultural Cringe." (As opposed to Japan where respect for the arts is not only innate and historic, but has permeated every aspect of daily life.)

In the 1970s this began to change: first in Melbourne and Adelaide, and then in Sydney which, in 1959, began to build its fabled Opera House. By the 1980s every major city in Australia had an annual arts festival, a situation which has continued to this day. The power of art and culture to enrich people's lives and encourage civic happiness came to be generally accepted. And since Australia was a rich country, its manufacturing sectors prosperous, its agriculture stable and its resources (mining, timber, etc.) booming, funding for the arts, while never great or on a European scale, was constant and established, from both government and the private sector.

Over the last two decades, however, this has changed.

The rolling round of recessions that has plagued the industrialized nations, the GEC, and especially the migration of many manufacturing jobs to China, South and Southeast Asia – all these have hit Australia hard. One result is that the arts' funding that the artistic community had taken for granted began to dry up. Both the public and private sectors began to demand visible and quantifiable Return on Investment (ROI) for their funding, and this was a big problem. The benefits of the arts are notoriously hard to measure. How do you assess civic contentment due to artistic endeavor? How do you calculate the effect of an art exhibition or a symphony on a populace? How do you gauge the economic impact – positive or negative – of a cultural program or an arts festival?
It was in trying to answer these questions that the Vivid Sydney strategy was born. It has been a particularly successful strategy.

Vivid Sydney – A Festival of Light

To start at the beginning, Vivid Sydney was a completely "new" event. It had no predecessors; it wasn't based on any existing "special dates" or "festive periods," or designed by an artistic body to celebrate some great moment in Australian history. In fact, it arose from a totally opposite set of circumstances.

Late May and early June were the lowest season in Sydney. Rainy winter days clamped down on the traditionally summer-focused, outdoors-living city. People retreated into their homes and turned on the heaters, shoppers stopped spending money, and those who dared venture outside donned raincoats and gumboots as if facing some Antarctic onslaught. It was like the city itself had sunk into a classic climate-based depression and, sensing the city-wide malaise, tourists stayed away in droves.

Destination New South Wales, (the Department of Tourism and Major Events for the state of which Sydney is the capital), looked for a way to remedy this.

Vivid Sydney was the answer.

To begin with – despite the popular reaction – Sydney's winters are very mild (never going below 10 C), but it does get dark early. So there was a great opportunity to light the city, early in the day, in new and beautiful ways. Secondly, the Australian "arts season," when opera, theatre, ballet, art galleries, etc., traditionally do their grand openings, is in summer not winter – so the great arts' venues like the Opera House were relatively empty. Again there was an opportunity to do something quite different: program cutting-edge modern music, pop, jazz and roots, electronica, edgy music theatre, etc. – into grand venues usually filled with much more stodgy fare.

And finally, a deliberate decision was made not to be an arts festival. For one thing, every state and city in Australia and neighboring countries (New Zealand, Singapore, Indonesia, Hong Kong, China, Malaysia) had their own arts festivals – what could Sydney do differently that would attract tourists and the all-important tourist spending on hotels, museums, galleries, restaurants, bars, and hotels (so-called "visitor impact")?

It was decided to celebrate one of the city's well-known but seldom exploited elements: Sydney was Australia's creative hub, home to the majority of Australia's creative industries: architecture, fashion, photography, publishing, animation, software, movies, television, design, music, etc. 40 percent of the country's creative industries were based in Sydney and produced more than 50 percent of the sector's exports. Vivid Sydney then, would be a creative industries festival. Its theme would be innovation, its soul creativity.

A Place That Attracts Business Tourists

There was a clear and pointed strategy behind this: the continued financial sustainability of the Vivid festival. It went like this:

Even though creative people are fiercely independent, the creative industries are extremely interdependent. Consequently, they tend to gather closely and form what urbanists call "creative clusters." The clusters attract more creative industries, which in turn attract more creative industries, and form more and larger creative clusters – which all then create revenue for the state. Significant revenue. Which is easily quantifiable to funding bodies like the government and private investors.

So, from its inception, Vivid Sydney promoted an extensive program of forums, talks, keynote speeches, workshops and panels dedicated to the creative Industries, featuring thought-leaders and major figures from Australia and internationally. This would attract creative industries practitioners to come from Sydney, from other Australian states and from neighboring countries, to talk, listen, network, do deals – and perhaps see how setting up in Sydney might be good for them. And of course they would spend money on hotels, bars, restaurants, etc. Vivid Sydney was thus creating "business tourists" – and in terms of visitor impact there is no better tourist than a business tourist – and Vivid Sydney was attracting more and more of them. (15,000 in 2013, who generated $17.67 million in visitor spending.)

Of course, Vivid – like Smart Illumination – had a major public-facing element: the light installations that spread for 2.65km from the Sydney Opera House to the Walsh Bay theatre district, and the large projections on iconic buildings like the Opera House and the Museum of Contemporary Art. And in fact, the light installations are actually great examples of creative industry on a small scale: wonderful combinations of art and technology which delight and amaze the general public.

By putting these works of art and technology on the street, in parks, and in shop windows, we do two very important things: We demystify art and give it back to the people. We take art out of the gallery and off the walls – and put it where people can touch it, smell it, and feel it. And we also show people how art can transform technology and make it relate back to humanity, and that technology can help inject art into every aspect of our daily lives – through music, fashion, architecture, design – in other words, the creative industries.

By focusing on the creative industries rather than the arts, Vivid Sydney has done another important thing: The festival has freed itself from reliance on the small and unreliable arts funding sector. Instead, it gets its funding from the tourism and industry sectors, which always have much more money to invest and – just as importantly – can instantly see the return on their investment in a creative industries festival like Vivid, so are much more likely to continue investing.

Creativity Leads to a New Era

So, back to my original premise: the difference between promoting the creative industries and promoting the arts, and especially, between a creative industries festival and an arts festival. While arts festivals find it increasingly difficult to find the funding necessary for their existence, a creative industries festival drives quantifiable revenue to its city, state, and country, and guarantees funding from government and the private sector.

Don't get me wrong: I have nothing against the arts. I am an artist myself, and the creative industries are fundamentally related to the arts. They are in fact where art meets technology and creates revenue. Money. And unfortunately, without money there is no art – so really, in this day and age and in these changed economic circumstances, the creative industries are actually the best support for the arts.

By bringing them before the public, festivals like Smart Illumination and Vivid Sydney promote the creative industries, and therefore the arts. They also illuminate a trend that is fundamentally changing the economic and educational strategies of the first-world industrialized nations, like Japan, the U.S., Australia, Western Europe, and Canada.

Rather than rely on the export of things (cars, televisions, clothes, etc.), we are shifting importance to the export of ideas. In the space of a few decades, we have shifted from a manufacturing economy (the things we talked of above), to a knowledge economy (science, information technology, software, communications) and now we are heading towards a creative economy, based on the creative and artistic investigation, interpretation and application of all the things we learned from our previous economic models.

Unscrupulous operators may try to "steal" these ideas (and avoid paying for the intellectual property contained therein), but this is actually self-defeating. By avoiding the creative process for the easy fix, they will never learn how to generate their own ideas. But, by constantly participating in the creative process which is art and artistic expression, we can always come up with new ideas. And this means we will always have something to sell to those nations who have taken on our previous manufacturing roles, and thus we can grow and sustain our economies in a completely different and renewable way.

Most importantly, by encouraging and celebrating creativity – whether in science or the arts or in combination – we will continue to devise creative solutions to the problems of an ever-changing world.

A world, we know, where creativity changes everything...