

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 4 月 10 日現在

機関番号：34304

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2012～2014

課題番号：24653090

研究課題名(和文)音楽祭の無形文化財としての価値継承のためのマネジメント：伝統、革新、市場

研究課題名(英文)Management of International Music Festivals as Intangible Cultural Properties

研究代表者

大木 裕子 (OKI, Yuko)

京都産業大学・経営学部・教授

研究者番号：80350685

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,800,000円

研究成果の概要(和文)：無形文化財としての国際的音楽祭の価値について、伝統、革新、市場の観点から分析をおこなった。事例研究の対象としたのは、ヨーロッパにおける主要音楽祭として、バイロイト音楽祭、ザルツブルグ音楽祭、ルツェルン音楽祭、PROMS、ブレゲンツ音楽祭、ヴェローナ音楽祭、アメリカの主要音楽祭としてサンタフェ・オペラである。無形文化財としての音楽祭の価値を保つためには、クラシック音楽の持つ伝統、演出的な革新、顧客の鑑識眼、そして市場を見る経営者としての能力が必要になる。

研究成果の概要(英文)：The value of international music festival as intangible cultural properties were analyzed in terms of tradition, innovation, and market. Main targets were major international music festivals such as the Bayreuth Opera Festival, Salzburg Music Festival, Lucerne Music Festival, BBC PROMS, Bregenz Music Festival, and Verona Opera Festival in Europe, and Santa Fe Opera in the States. In order to keep the Festival as intangible cultural asset value, the traditions of classical music, innovations in production, critical eyes from audience, and ability to see the future market are necessary.

研究分野：アートマネジメント

キーワード：ミッション 価値観 アイデンティティ

1. 研究開始当初の背景

これまで音楽祭に関する研究は Popp(1988)、Galeotti(1992)など音楽学・経済学が中心で、経営学の視点からの研究は少なかった。国内でも佐々木(2001)、石田(2007)など個別の事例研究はあるものの、包括的に捉えた研究は皆無であった。また無形文化財については、角(2008)など保存・継承の観点からの政策研究はあるが、経営学での研究はない。しかし伝統ある主要音楽祭のマネジメントを包括的に捉え、市場経済に晒されている無形文化財として価値継承の観点から検討することは、幅広い伝統文化を持つ日本が、クリエイティブ産業の分野で国際競争力の向上を目指し、次世代の芸術創造において優位性を獲得するために、重要な経営研究テーマのひとつになると考えられる。

近年、芸術の分野では「アート・フォー・オール」「民営化」「クリエイティブ」がキーワードとなっており、歴史ある欧州の音楽祭も実験場と化している。しかし享受者の選択に向け、競争させることで合理的・効率的な供給を図ろうとする動きの一方で、芸術としての個性が薄れつつある現状を鑑みると、音楽祭も革新や市場創造ばかりが強調されるのではなく、改めて伝統の継承について真剣に取り組む必要があると思われる。研究者はこれまでアートマネジメント分野での研究を継続してきた。組織知の創造というパースペクティブから、楽器・伝統工芸の産業クラスター研究において、伝統とイノベーションに関する研究業績を蓄積しており、本研究テーマはこれらを発展させたものである。

2. 研究の目的

第1に、世界の音楽祭についての体系化が必要になる。マッピングと共に、これまでの海外主要音楽祭のビジネスモデルのパターンを発見し、その戦略的意図を整理する。第2に、無形文化財としての音楽祭の構成概念を整理し、概念的枠組を構築し、分析フレームワークとする。第3に、構築された分析フレームワークに基づき、海外の主要音楽祭のダイナミズムについて、歴史的及び現在の実態を測定、記述、比較、分析する。研究に際しては、少数の事例を対象とした詳細な定性的研究を行う。この事例研究を通じて、主要音楽祭における無形文化財としての普遍的な諸変数を抽出し、仮説命題を導入する。第4に、事例研究から析出された諸仮説を、参与観察により検証する。

3. 研究の方法

先行研究、1次資料(インタビュー調査や内部資料の渉猟等)、2次資料(各種統計資料等)の広範な探索により理論的な分析枠組を構築した。その分析枠組に即して、少数の事例を対象とする詳細な定性的研究と、参与観察を併用した。演繹的に導出される理論に依拠しつつ、詳細な事例研究と参与観察を併

用する研究スタイルは、仮説発見形と仮説検証型の両者の利点を取ったものである。

詳細な事例研究の対象としたのは、ヨーロッパにおける主要音楽祭であるバイロイト音楽祭、ザルツブルグ音楽祭、ルツェルン音楽祭、PROMS、プレゲンツ音楽祭、ヴェローナ音楽祭、アメリカの主要音楽祭としてサンタフェ・オペラである。

4. 研究成果

(1) 概要

音楽祭の起源は18世紀後半に遡り、現在に続くものとしてはバイロイト音楽祭(1876年~)ザルツブルグ音楽祭(1930年~)をはじめ、エディンバラ、アビニヨン、エクサンプロバンス、ルツェルン、グラーツ、プラハ、ヴェローナ、ワルシャワ、ベルゲンツなど、欧州だけでも年間1,000以上の音楽祭が行なわれている(Pahlen, 1978; Dumling, 1992)。これらの音楽祭は世界からトップクラスのオーケストラ、歌手、演出家を集め、世界的優位性を持つ人的資源を誇りながら、世界中から富裕層の顧客を呼び寄せ、舞台芸術市場のメインストリームとなってきた。

舞台芸術分野においてはオペラ、バレエ、オーケストラなどのクラシック業界で、顧客の高齢化と市場の縮小が世界的な傾向として危惧される中で、芸術ジャンルの境界を超えた音楽祭での活発な動きが注目されている。歴史ある音楽祭も例外ではなく、新たな国際的な競争優位を確立するためにマネジメントの見直しと、外国の芸術家・芸術団体の資本金力や技術力、経営者の投資マインドを活用できるような、新たな芸術戦略の構築が求められている。

また、ヨーロッパの音楽祭における活動が単なる国内の域に留まらないことに着目すべきである。音楽祭で繰り広げられる舞台芸術のプロダクションでは、幅広い芸術分野を網羅した国際提携が図られている。公演を担う人的資源のみならず、舞台デザイン、衣裳、装置、音楽、映像といった全ての芸術的要素を取り入れた総合芸術の場であり、コンテンツ・配信事業のグローバルな展開も期待されている。このようなグローバルな動きは、単なる芸術事業の枠を超えて、ソフトを重視した国家への移行と共に、より広範囲にわたる社会的・経済的責任をも担うことになる。

特にEU統合以来、芸術の分野においてもボーダレス化が進み、各国の個性が失われつつある。本研究では、音楽祭を組織としての知の継承が必要な無形文化財として捉えていく。無形文化財とは「演劇、音楽、工芸技術、その他の無形の文化的所産で歴史上または芸術上価値の高いもの」(文化庁)と定義される。無形文化財は、人間の「わざ」そのものであり、具体的にはそのわざを体得した個人または個人の集団によって体現されることになる。即ち、集団によって体現される「わざ」には組織としての知が必要となる。これ

まで地方色の強い祭りが無形の民俗文化財として保存の対象となることはあっても、音楽祭が無形文化財として捉えられることはなかった。しかし、個性が最も重要とされる芸術活動の場としての音楽祭では、伝統が育んできた価値を継承することが喫緊の課題ともなっている。伝統、革新、市場の葛藤の中で、ジャンルを越えた芸術を扱う音楽祭が無形文化財として組織知を継承していくためには、独自のビジネスモデルを構築する必要がある。

(2) バイロイト音楽祭の事例から考える伝統、革新、市場

ドイツのバイロイトで毎夏7月から8月にかけて開催されるバイロイト音楽祭は、ワーグナーの楽劇のみ上演される世界最高峰の音楽祭である。ワーグナー協会の会員と固定顧客層に販売を限定してきたために、チケット入手が最も困難な音楽祭としても知られてきた。元来はドイツのクラシック音楽の伝統を保守的に継承する音楽祭であった。しかし、戦時中音楽祭はヒトラーとの結びつきが強かったことから、近年では社会に対する主張を鮮明とする極めて前衛的な演出によりヒトラーのイメージを払拭し、新たな顧客層の獲得を図ろうとしている。このような「実験劇場」と化したバイロイト音楽祭は、芸術の可能性や方向性に関する世論の物議を醸してきたが、近年の過度に斬新な演出は従来の固定ファンからは不評で、保守的なオペラファンのバイロイト離れも進んでいる。

ユーロトラッシュとも呼ばれる演出家主導の「読み替え」オペラは、特にドイツ語圏のオペラ劇場で流行しているが、ヨーロッパのオペラ劇場では財政難から、年齢層の高い固定客から若者の動員を取り込むことの必要性を感じ、膨大な費用をかけた舞台を創ることから、時代考証に時間をかけ、費用を安く舞台を創る方向へとシフトすることとなった背景もある。アメリカでは、市民により社会に必要なものが整備されてきた経緯から、芸術に関しても大きく固定ファンの寄付により支えられている。従って、オペラを支える保守的嗜好ファンの要望が反映される形で、伝統的な演出が好まれていると考えられる。

吉田(1989)は、「今日のオペラ演出家たちは、音楽界の頑迷な保守的体質に内心抵抗を感じながらも、なおかつ表現意欲をそそるオペラ作品を手掛けたいがために、音楽家たちの盲点とも言うべき「ト書き」の部分を最大限に自由に解釈することにその唯一の妥協点を見出し、成果を上げることに成功したと言うことができよう」と述べている。また、作品の舞台や時代設定に捉われない非歴史的演出を定着させたことで知られるパリオペラ座の元総裁モルティエ氏は、「伝統的なオペラ演出は19世紀の解釈に束縛され過ぎている。...演出で一番重要なことは、作曲家(音楽)を裏切らないこと...伝統的な演出には現

代人の心理にそぐわないものもある」と述べている。

バイロイト音楽祭のチケットの値段は最高で1枚300ユーロ前後だが、毎年のように定数を大幅に上回る購入申し込みがある。事務局は過去に何回申請したかなどを考慮してチケットを売ってきたため、観客の多くを政財界の要人やスポンサー、そして長年の常連客が占める。新参者が正規チケットを入手するのはほぼ不可能であったことから、高額な旅行社のツアーも出回り、記名と異なるチケットの入場が拒否されたこともある。そのような状況を見て購入を諦めることも多く、2013年にインターネット販売を開始して常連客以外にも門戸を開くことにした。2015年夏の上演分は開幕日を含めた全公演について座席の一部を事前申し込みなしで買えるネット販売に回す。座席総数の4分の1程度は一般客に開放する。観客層の裾野を広げ、「若年層の音楽ファンを増やしたい」という狙いがある。

クラシック音楽ファンにとっては、バイロイト音楽祭はオペラの殿堂でもある。新規顧客の開拓は地元の観光業にはメリットとなるが、「神秘的な雰囲気は台無しになる」という指摘もある。日本経済新聞では、「最近のバイロイト音楽祭は歌手や演出家の力量が低下したとの批判が絶えない。そこにマネーも知らぬような観客が増えれば、突出した存在だったバイロイトの地位が沈みかねないというわけだ」としている。

過去を振り返れば、2007年にワーグナーの孫カタリーナのデビューした「ニュールンベルグのマイスタージンガー」に対して、メディアは「明らかに伝統を破壊する舞台」とカタリーナの手法を批判した。しかしその一方で、「素晴らしい」との言葉を発する市民の反応もあった。「オペラから現代の若者が離れている、もっとポップな感覚のものとしてワーグナーの作品に触れ、好きになってほしい」と考えるカタリーナの演出に、大きな拒絶とともに大胆な革新を容認しようとする聴衆の姿は、さまざまな方向からワーグナーの芸術を拡張しようとする音楽祭とワーグナー家の理念と呼応する。

もっとも、2013年からの旧東独出身のカストルフの「指環」の演出には、賛同の声は少ない。演出の狙いを「石油を巡る闘争」とし、舞台は米国のガソリンスタンド兼モーター、バクー油田採掘施設、ベルリンのアレクサンダー広場、ウォール街などに設定され、石油に関連するモチーフはあるものの、人間の醜い争いや社会主義理想の失敗などが全面に出る設定となっている。「近年、最もインスピレーションに富んだ指環」(南ドイツ新聞)という記事もあるものの、4部作の関連性が感じられない舞台に対して「思いつきを乱雑に提示」(DPA通信)といった意見が大方を占める。30年来バイロイト音楽祭を観てきた作曲家三枝成彰氏は「音楽をまったく

理解していない人の演出。…パイロイトも大きな転換点に差し掛かっている」と述べている。また音楽学者広瀬大介氏も「カストルフの設定は目新しいものではなく、欧州の歌劇場を度巻してきた『読み替え演出』のアイデアが、枯渇しつつあるのではないか。音楽に対して敬意を払わない演出優先の作品ばかりでは、オペラファンが離れてしまう」と危惧している。

伝統とは何か、その捉え方には国民性によっても、個々によっても違いがある。伝統はそれを将来世代に受け継ごうという意志を持った個々の価値観の体系でもあるが、「伝統」とは「ある」ものではなく、「求められ」「作られていく」側面がある。パイロイト音楽祭という、長年に渡りワグナーの意志を受け継ぎ続けられてきた音楽祭は、類ない価値を有するワグナーの楽劇を、過去から現代を通して将来に伝える役割を果たす無形文化財でもある。世界の同時代の卓越した芸術家・演奏家・専門家が結集して、最高の芸術を創造する場として機能しているが、同時に、経費が嵩むオペラ運営は常に消滅の危機にさらされていることも事実である。ザルツブルグ音楽祭のように、オペラとコンサートを織り交ぜながら、オペラの現代的な読み替え演出にこだわらず、古典的な演出で保守的な世界の富裕層を顧客とする音楽祭や、ドイツで開催されるプレゲンツの湖上オペラ、アメリカのサンタフェ・オペラの自然観あふれる劇場など、オペラという芸術作品を幅広く普及させるための手法は多様である。その中で、実験劇場として君臨してきたパイロイト音楽祭も、新演出の新奇性が薄らぎ過渡期を迎えている。伝統の継承には、日々の革新が必要とされるが、演出家本位でプロダクトアウトな発想に顧客がついてこなければ、イノベーションの成果は失敗となる。運営を考えれば、市場あつての芸術である。しかし、神的存在ともなっているパイロイト音楽祭を、インターネット予約の導入で客層の質を下げることが果たしてよいのかは議論が分かれるところである。パイロイト音楽祭は従来、スター歌手に依存するのではなく、質の高い音楽家仲間や顧客によりスターを作り出す場として機能してきた。特に、レベルの高い熱狂的なワグナーファンがパイロイト音楽祭の質を支えてきた事実を蔑ろにしては、この世界最高峰の音楽祭の伝統を守ることはできない。

戦争や革命など社会の劇的変化は常に価値というものの再評価を促してきたが、革新的と思われていた概念も次第に色褪せ、また新たなイノベーションへの取り組みが必要とされる。今や国際的音楽祭となったパイロイト音楽祭の使命は、意味の危機、価値の喪失、個人や民族のアイデンティティの危機といった社会の現状に対抗し、時代を超えた芸術享受の機会を提供することで、人々に価値やアイデンティティについて問い直す契機

となることである。こうして、伝統ある音楽祭は無形文化財としての人類的・芸術的価値を維持し、その価値を将来世代に受け継いでいくことが可能となる。

(3) まとめ

本研究報告書では、世界の最高峰であるパイロイト音楽祭の詳細を取り上げたが、本研究で実施した複数の事例分析の総括として、無形文化財としての音楽祭の価値を保つためには、クラシック音楽の持つ伝統、革新的な演出、顧客の鑑識眼、そして市場を見る経営者としての能力が不可欠であることが提示された。

なお、本研究の研究成果については、世界の主要音楽祭の各事例について論文を執筆・投稿中である。

引用文献

吉田真(1989)「ヴァーグナーの『ラインの黄金』に見る「ト書き」の意味」『藝文研究』Vol.55, pp.73-89.

日経新聞 2014年8月30日夕刊、2014年11月4日夕刊

読売新聞 夕刊 2006年3月6日、2013年9月9日

ペーター・コンヴィチュニー 特別講演会「ワグナー演出を語る」2008年9月1日 東京ドイツ文化会館ホール

5. 主な発表論文等

2013年4月28日 京都新聞への寄稿「ヴェローナ音楽祭に思う」(朝刊1面 文化人談義)

6. 研究組織

大木 裕子 (OKI, Yuko)
京都産業大学・経営学部・教授
研究者番号: 80350685