

舞踊公演の制作における助成の評価基準と コンテンポラリー・ダンス

The criterion for subsidy in the production of dance performances, and contemporary dance

柴田 美沙子

Fusako SHIBATA

Abstract

When commercial companies, national institutions, and/or foundations support to dance, by which criterion do they support and select dance companies? This paper examined the current conditions of their supports through interviews with the persons in charge of the main supporting groups in Japan, such as the Japan Arts Fund, Toyota Motor Corporation, the Saison Foundation, and Association for Corporate Support of the Arts.

Through the analysis, the criterions were classified into eleven items, and it came to a settlement into two big viewpoints of 'Artistic and Productive'. Following these principles, lots of contemporary dance groups will succeed to receive money by those criterions.

At the result of this tendency, supporting groups themselves may also be able to have feelings of fulfillment to take part in co-producing with these new creations. This is why contemporary dance in Japan has made main stream since 90's.

keywords : subsidy, mecenat, criterion, production, contemporary dance

I. はじめに

ダンス・カンパニーは、コンクールで受賞して海外で公演を行うなどの知名度が高いカンパニーであるとしても、実際の運営にあたってはボランティアに支えられなければならない程に、経済的に厳しいのが現状である。

観客動員数が多く、長期に渡って公演を行うことができるような商業ベース上経済的に成り立っているミュージカル公演等と異なり、舞踊の公演は海外の場合においても利益を生むことができないといわれ、企業や国、財団などによって支えられなければ運営維持していくことが困難であり、実際、海外では私立の団体は少なく、ほとんどのカンパニーが州立・国立などの劇場付になっている。

このため企業や国、財団などいかに評価され、支援を受けることができるかどうかは、カンパニーの存続に関わる重要な問題となっている。支援を行う側が支援するかしないかを決定する際に、どのような評価

基準をもって施行するかをカンパニーの制作側が知っておくことが、切実に希求されている。

芸術の評価基準はスポーツなどのように「速さ、高さ、距離」といった数値で客観的に評価できるものではなく、あくまで鑑賞者の主観に依存し、しかもその基準は時代とともに急激に変貌するために、単純に定めることは出来ない。

しかし申請してきたすべてのカンパニーに支援を行うことができない以上、何らかの形で評価・選別をする必要がある。そのため企業や国、財団は独自の評価基準を策定しているの、カンパニー側はこの評価基準をよく知って、助成金を得るための戦略を立てることが必要である。

本研究では、この支援実態と、評価基準について検討し、さらにそれによって支えられてきたコンテンポラリー・ダンス（以下コンテ）¹⁾の現状を照射する。

II. 先行研究

なぜ舞台芸術に公的支援が必要なのか。その理論的枠組みを最初に提示したのは1960年代、アメリカのボ

ウモル W.J, ボウエン W.G¹⁾である。

舞台芸術は、消費者の生活の質への欲求が高まれば当然に需要は増えるが、例えば自動車産業とは違って、技術革新を起こし生産性を上げて利益を高めることができない。舞台芸術は手仕事を中心ゆえに生産性が量的に低いが、創造性の質や価値を問われるものである。このような特性を分析して、舞台芸術は経済的に自立が困難であるので、公的支援を必要とするという理論的根拠がすでに60年代にアメリカでは示されたのだった。

日本では1985年になって初めて、芸術活動の動向に関する統計研究が行われ、芸術の実態が調査された。三善²⁾が行った研究につづいて、永山³⁾松田⁴⁾らが五年ごとに継続して、日本の芸術とそれを巡る実態を時系列的に明らかにした。そこで初めて公的支援の必要性が開示され、芸術文化振興基金が設立されるきっかけの一つとなった。

後藤⁵⁾は、「課題(政策目標設定)→政策立案→事前評価→政策決定→政策実施→事後評価→課題(政策目標)の見直し→政策立案という一連の流れ」(後藤 2001 p.164)を示し、文化政策がいかにあるべきかを検討した。しかし芸術団体をどう評価するかについては触れていない。

文化政策において「文化の範囲を画することは文化に差別を持ち込むものであり、あらゆる文化を平等に扱うべき文化政策においては、そのようなことは厳に慎むべきだとの情緒論」⁶⁾(根本 2002 p.33)的な意見はあるものの、「水準の高低その他の基準により評価、選別されることがあり得る」⁷⁾(ibid.)として、根本は文化の評価に関する議論の必要性を述べている。しかしここでも、実際の評価基準については述べられていない。

以上は支援する側からの分析である。一方、支援を受ける側からの研究は小林ら⁸⁾が行っている。芸術文化振興基金の助成を受けた芸術団体が、自分たちのどのような点が評価され、助成を受けたと考えているかを問う、アンケート調査であった。その結果、①地域の文化振興への寄与(14.7%)、②(企画の)独自性(12.9%)、③地域性を生かした活動(11.2%)、④継続的に事業を実施(10.6%)、⑤住民参加事業(10.0%)が評価されて助成を受けることができたことがわかった。しかし、この調査結果は受け手側がどう思ったかをまとめたものであり、支援する側の評価基準とはあくまでも別のものである。

日本におけるメセナ活動(企業による芸術文化支援)の活性化のために、啓発的活動と調査を行っている企業メセナ協議会は1991年から発行している『メセナ白書』⁹⁾誌上でメセナ活動を行っている企業にアンケート調査を行ってきた。『メセナ白書』の発展形である最新版『メセナマネジメント』⁹⁾誌上で「メセナ活動を行う上で重視した点については、6割以上の企業が“芸術文化の啓発・普及”(64.5%)と回答し、次いで、“地域文化の復興”(56.8%)、“若手や評価の定まっていない芸術家への支援”(33.9%)」⁹⁾(社団法人企業メセナ協議会 2003 p.170)という結果が公表されている。各企業のメセナ活動がその企業の直接的イメージアップを目的としたものではないという、支援する根拠が示された。しかしこの調査も実際の評価基準ではない。またこのような調査は他に公的財団、民間財団でも行われているが¹⁰⁾、そこでも評価基準自体については述べられていない。

『メセナ活動実態調査』¹¹⁾では、メセナを行っている企業四社にヒアリング調査を行い、メセナ活動の評価基準をとりあげている。しかし芸術全般を対象とした各団体のデータ提示に留まっており、詳しい比較検討はなされていない。

以上のように、公的支援の必要性を述べた意見や、日本の文化政策・メセナの実態に関する調査など、芸術とその支援のあり方に関する研究はすでに数多く行われているが、評価基準に的を絞ったものはなく、ジャンルも芸術全般を対象にしたものである。

本研究では舞踊公演とその支援の際の評価基準に焦点を絞り、舞踊に対する支援を積極的にすすめている団体四社を調査した。

Ⅲ. 研究対象と方法

以下、研究対象とした四つの団体を紹介する。

①**企業メセナ協議会**は、企業によるメセナ活動の活性化を目的に1990年に設立された公益法人である。企業メセナへの意欲を高め、社会のメセナに対する理解を深めてもらうため、その啓発的な普及活動をはじめ、調査・顕彰等の事業を行っており、企業メセナの問題のみならず文化政策やアートマネジメントなど芸術文化支援全般を対象としている。なお企業メセナ協議会は、直接芸術団体に支援を行うなどの活動をしない日本で唯一のメセナ専門の中立機関である¹⁵⁾。

これに対して、以下、三団体は直接支援を行ってい

る団体である。

②**芸術文化振興基金**（以下芸文）は企業メセナ協議会と同年の1990年に独立行政法人日本芸術文化振興会の株組織として設立された。政府から出資された500億円と民間からの出捐金100億円により設立された。この基金はその運用益により助成活動を行う国主導の代表的な助成団体である。欧米に比べて、芸術活動に対する資金サポートの金額は絶対的に少ないといえるが、日本の中での支援団体としては他と比べても助成金の総額が大きく、日本のダンス界にとって欠かすことのできない助成団体である。

③**トヨタ自動車株式会社**（以下トヨタ）では広報部・社会文化広報室・社会文化グループが1980年から芸術に対するメセナ活動を行っているが、1996年から舞踊に対する支援を積極的に行うようになった。その中でも日本のコンテンポラリー・ダンス界にはほとんどなかったコンペティションである、トヨタコレオグラフィアワード（以下アワード）を設立した意味は大きい。

④**セゾン文化財団**はセゾングループの設立した財団である。②で国の助成活動と③で企業のメセナ活動という二つをあげたが、この文化財団はもはやセゾング

ループとは関係がなく独立した団体なので、②と③の中間的立場にあるといえるだろう。セゾン文化財団（以下セゾン）は1987年に設立され、舞踊・演劇に対する助成を行ってきた。3年間の長期支援や、稽古場を提供、マネジメントや留学に対しても支援を行うなど、ダンス界の環境整備に努めた実践的活動を行ってきた。今やこの領域の支援団体の老舗となっている。

セゾン、トヨタとも2003年メセナ大賞（企業メセナ協議会が主催する、企業のメセナ活動をたたえる賞）を受賞するなど、その功績は広く認められている。

国、企業、財団という三つの組織体制の中から日本のダンス界の代表的支援団体として、以上の三つを本論文の研究対象とし、支援する団体の活動歴、理念、支援の目的、そこから紡ぎ出される評価基準、そして実際の助成対象の実態について調査した。メセナ専門の中立機関である企業メセナ協議会は参考として調査した。作業方法はインタビューと文献研究である。

IV. 各支援団体の概要

三つの支援団体の理念、目的、支援の方法、審査方法など、支援の概要と違いを具体的に表2にまとめた。

ここでは特に評価基準に関連させて、これらの支援団体の目的と方向性について確認しておきたい。

芸文は国の支援団体として、国民が文化に親しみ創造するための環境の醸成とその基盤の強化を行うことを目的としている。トヨタは企業として、長期的イメージアップを射程に置きつつ、若手の育成、地域の活性、裾野の拡大を活動の目的としている。セゾンは企業とは独立した中立の助成を行う団体として、芸術の国際交流を促進普及することを目的とした支援を行っている。これらの目的がVの章で取り上げる評価基準に影響を与えている。

V. 支援の際の評価基準

IVで述べた各団体の支援の目的に対応して、支援の際の評価基準にもそれぞれの特徴があるが、共通している点もみられる。ダンサー、振付家などが担う作品自体の芸術性に関わる問題である「芸術性」と制作者が担う公演運営の基盤整備と実際の公演運営に関わる問題である「制作性」という二つの視点である。これが支援対象のほとんどを占めるコンテのあり方を特徴づける（これについてはVI-3で詳述する）。この二点

表1 インタビュー時期、対象、質問内容

インタビュー時期及び対象者： ◆2004年8月 トヨタ自動車株式会社 広報部・社会文化広報室・社会文化グループ 鈴木なを子氏 ◆2004年9月 財団法人セゾン文化財団 プログラム・ディレクター 久野敦子氏 ◆2004年9月 企業メセナ協議会 シニア・プログラム・オフィサー 萩原康子氏 ◆2004年9月～12月 芸術文化振興基金 舞踊専門部委員 若松美黄氏
インタビューの質問内容 ・舞踊に対する助成、メセナ活動のきっかけ、支援の方向性について（活動の目的、方法、応募資格、審査員、審査方法、助成対象、など） ・メセナ、助成の評価基準について（評価の難しさなど） ・選考基準の決め方、選考基準の問題点、などについて ・芸術団体に求めること そのほか、各組織ごとに質問項目を設定

表2 各支援団体の概要比較

	芸術	トヨタ	セゾン
	国	企業	財団
組織の理念	憲法（幸福追求の権利、表現の自由など）	研究と創造、豊かな社会づくり	わが国の文化発展
設立	1990年	1989年	1987年
活動の目的	国民が芸術文化に親しみ、自らの手で新しい文化を創造するための環境の醸成とその基盤の強化を図る	若手の育成、地域の活性、裾野の拡大	芸術文化にかかる国際交流を促進することなどにより、芸術文化の普及と向上を図る
舞踊の助成数	31件採択 先駆的実験的公演部門では20件採択	(企) 3件採択 (ア) 8件ネクステージ、1件受賞	11団体採択
支援方法	資金援助（文化庁の重点支援、芸術祭などの活動と対応）	(企) 資金援助 (ア) 公演資金と公演の場の提供	資金援助・稽古場提供、マネジメント、留学など
応募資格	親しみやすく芸術活動の裾野を広げる公演で、宗教政治的な宣伝意図を有しないもの。最近3か年において、自ら主催する、有料の公演を年間2回以上行っている団体	(企) 特に規定はない (ア) 振付家で、公演経験があること	日本に活動の拠点を置く、申請時点で過去三回以上の公演実績があり、活動歴が15年未満、2003年度の収支予定額が400万円以上の個人/団体
方法	毎年、申請期間が設けられ、公演ごとに申請	随時募集 (ア) 毎年申請期間に申し込み	毎年、申請期間が設けられ、申請
審査	専門委員会に委託、部会で助成金額の決定、運営委員会で審議される	(企) 面接とその承認 (ア) 一次審査は選考委員に、ネクステージでは審査員による	審査会を経て理事会・評議員会で助成が承認される
審査員	舞踊の評論家、大学教授、などの有識者等	(企) 広報部 社会文化広報室 社会文化グループ担当者 (ア) 選考委員：舞踊の評論家、大学教授、プロデューサー等 審査員：世界的に活躍している舞踏家、評論家、海外のプロデューサー	審査委員は評論家や大学教授などの有識者等
審査方法	合議による書類審査（規定に申請書有り）	(企) 直接面接による書類審査 (ア) 一次審査ではビデオ、書類による審査。ネクステージでは実際に作品を審査	財団職員によるインタビュー、観劇の結果を参考に、審査員による観劇と合議による書類審査（所定の申請書、劇評とビデオ、エッセイ、等）
経費の対象	職員給与、交際費、会議制作などの経費、マネジメント料は申請できない	特に規定なし	部門により変化あり

※トヨタの開始年度の1989年は社会貢献活動委員会が設置された年である。それ以前からトヨタはトヨタコミュニティコンサート（1980年～）を行うなどの活動を行っている。

※トヨタ項目内、(企)は、フェスティバルなどの企画に対する支援の内容。

(ア)はアワードに対する支援の内容。（表2、表3ともに）

表3 支援の評価基準

	芸術文化振興基金	トヨタ自動車株式会社	セゾン文化財団	
芸術性 制作性	①完成度	・活動の目的及び内容が優れている	(企)(ア)前提としてある ☆前提としてある	
	②将来性	・将来の発展性が認められる	(企)(ア)「若手の育成」,「裾野の拡大」,の方針に合っている (ア)次代を担う振付家	・将来性
	③独創性	・新しい試みなど創意工夫が認められる	(企)独自性, 独創性, ユニーク性	・独創性
	④適時性	・助成の緊要度が高い	(ア)大きく飛躍しそうか	・適時性
	⑤地域性	☆専門部門があり	(企)「地域の活性」の方針に合っている	
	⑥国際性	・有意義な国際芸術文化交流の推進	(ア)海外審査員あり	☆専門部門あり
	⑦社会的影響力	・活動が社会的に開かれたもの	(企)社会のニーズ (企)トークがあるか (企)外部評価	・影響力 (広く社会的影響力を持つ)
	⑧観客動員・広報活動	・観客層拡充等に努力	(企)観客動員の見込みを立てている (企)広告, 告知の方法と枚数	☆観客拡大に努力 (インタビューより)
	⑨計画性・実現性	・実現可能であること ・活動内容が具体的である	(企)計画性	・実現性 (スケジュール面)
	⑩資金・組織	☆申請書に組織の設立目的記入欄あり ・予算積算等が適切 ・芸術団体の運営及び経理が適正	(企)組織体制 (企)財政基盤 (企)収支明細の明確さ	☆組織概要提出あり ・実現性 (資金面) ☆収支明細提出あり
	⑪プレゼン力・対話力	☆規定の申請書あり	(企)企画書のレベル (規程申請書はなし) (企)応対態度, 熱意 (企)対話をもてるか	☆規定の申請書あり ☆インタビューあり ☆定期的に面接あり

☆マークがついているものは、評価基準として記述・コメントされていなくとも内容としては評価基準と同様であると考えられるもの、特殊部門が設定されておりそこでは評価を行っているもの、応募資格として規定されているもの、特徴ある審査方法により同様の問題を評価することが出来るもの、またはそれに準ずるものなどを表わす。

を大きく踏まえ、インタビューから評価基準を11項目に抽出して分類したのが表3である。

①**完成度**：企画の意図、作品の内容及び目的の完成度が高いこと。

芸文はこれを評価基準に掲げている。しかしトヨタ、セゾンは明記しているわけではない。それはこの完成度が何を以て評価されるのか一概に規定しにくい項目であることを十分に承知しているからである。

トヨタの鈴木は「舞踊はランクづけが確立しておらず、質的判断をするのが難しい。このため個々の団体に対する評価がやりにくいので、専門家に任せてしまった方がいいのではないかと考えるようになった」と言って、専門家の審査員が決めるランク評価を求めて、アワードが設立されることになったとも述べている。

②**将来性**：今後の発展が期待できるかどうか。

芸文は評価基準としてこれを明記している。

トヨタは「若手の育成」という項目以外にも、将来性のあるジャンルにおける観客層拡大を目的とした「裾野の拡大」という項目も掲げている。アワードは、次代を担う振付家を募集し、キャリアに関係なく大きく飛躍することが期待される振付家の発掘を目指している。

セゾンの久野は「一人のリーダーなり、アーティストなり、カンパニーでいい作品をつくっていける人を、まだ誰も支援していない状態から支援」していきたいと述べており、新人の発掘及びその将来性に期待している。

支援する側は、過去の経歴によってカンパニーを支援するのではなく、将来性を大切にしているという。しかしセゾンの久野が評議委員に「三年後に伸びるカンパニーはどこですか？」と質問してもなかなかきちんとした返答が得られない、と嘆いているように、芸術という曖昧なものの将来性を読むことは専門家にとっても難しい問題である。

③**独創性**：新しさ、独自性、ユニーク性。

芸文の先駆的実験的分野では、舞踊専門部門に留まらない新しいタイプの芸術全般を評価対象にしている。

トヨタの協賛（企画フェスティバルに対する支援）の場合は企画としての独創性を審査する。トヨタは内容の質をはかることが難しいため、企画の新しさを評価したいとしている。

セゾンは評価基準の中に「斬新な発想が認められる

こと」という記述があるが、久野によれば「誰系とわからないことが新しいことである」と評議委員が述べていたという。

④**適時性**：今、支援することによってカンパニーがより発展する可能性、そしてその必要性。

芸文には助成の緊要度という項目があり「今助成しなければ、もう見るができない」という点を高く評価している。したがって大変に高齢の人か若い人を対象とすることが多い。

トヨタではアワードの選考時、現時点でのレベルに関係なく支援することによって、大きく飛躍できるかどうかを考慮に入れている。

セゾンは「新しいものでも成長する過程にあるものであれば、今お金がそこに集中すると、さらにもっと良いものになるだろうというタイミング」があるとして、適時性を高い評価基準にしている。

どの支援団体も、効果的な時期というものを意識して支援しているといえるだろう。

⑤**地域性**：地方での活動や地域の特性を生かしているかどうか。

芸文は舞踊に特定した部門ではない、地域性に関する部門があり、そこでは芸術全般の助成に関して地域性を中心に評価している。

トヨタは企業の社会貢献という明確な意図から、地域の活性化を目的にした「地方や、地域性のある企画」などを支援している。例えば岡山で行われているダンスカフェという企画では「ダンスというツールを町おこしに使っている」点を高く評価して支援を行っている。

セゾンは地域性には特に触れていない。

芸文は国として国民に幅広くという観点から、トヨタは企業としてお客様に幅広くという観点から支援しているために、地域性を重視している。

⑥**国際性**：国際交流等に役立っているか、国際的な認知度が高いか。

芸文は舞踊に特定した部門ではなく、国際交流の部門で評価している。

トヨタのアワードでは、日本だけでなく海外からの審査員も加わっているため、国際的に通用するかどうかを視野に評価している。実際に受賞者はこれをきっかけに海外に招聘されて公演している。

セゾンも将来海外で活躍していくような団体を育てていきたいという目標を持っており、海外公演用の支援を制度化している。

⑦社会的影響力：活動が広く開かれていて、社会や芸術に影響を与えることができるかどうか。

芸文は応募資格の段階で宗教的目的を意図としない活動とあるように、活動が社会的に公平に開かれたものであるかどうかを重視している。

トヨタは社会性を意図して「社会の中でのアートの役割」を高く認めている。公演の前後に観客に対して、振付家やダンサーなどが自らの公演を解題する「トーク」を行うかなど、ただ公演を行って終わりにするのではなく、観客に広く近づく努力をしているかどうかを評価基準にしている。

また、新聞などによる外部からの評価も基準にしている。セゾンは広く芸術面や社会面で影響を与える「モデルケースになる」カンパニーに支援したいと考えている。

各支援団体とも社会に開かれた作品づくりと、幅広い観客層を想定した企画の工夫を求めている。

⑧観客動員・広報活動：観客の拡充のために努力をしているか。

芸術的な問題ではなく制作側の問題として、観客の拡充の努力をしているかどうかが問われている。舞台芸術は絵画などと違い残存しないライブ・アートであり、他の芸術以上に観客の存在が不可欠である。

芸文はこれを明解に評価基準としている。

トヨタは実際の告知チラシをどれだけ配布しているかというような量的問題だけでなく、集客に対する積極的戦略をどう立てているかも評価に当てている。

セゾンは評価基準にこれを入れていないが、やはり制作者が観客を増やす努力をしているかどうかは大切であるとして、この問題をないがしろにはしていない。

しかし芸術というのは、観客の動員数の多いものや人気のあるものが必ずしも芸術的価値が高いというわけではない。よく分らないと評されるものが後世に意味ある芸術として化ける可能性がある。また経済的に成り立たないからといって無碍にするわけにもいかない、むしろそういうところこそ支援すべきである¹²⁾という意見もある。新しい芸術のパラダイムは観客に理解されないものの中から生み出されてきたからである。しかし確かに観客の動向を無視した一人勝手な芸術活動を支援し続けるのも問題である。このジレンマに、芸術はそして芸術支援は悩み続けてきている。

⑨計画性・実現性：制作者が計画性を持って公演を実現できるかどうか。

芸文は活動内容が具体的で、実現可能であるかどうか

かを重視している。

トヨタは新しいものを支援するときでも「初めてやって、失敗することもあるので組織とか体制」が整っているかを評価基準としている。企業としては支援の準備に最低2ヶ月はかかり、さらに「トヨタのロゴをチラシに載せたいと考えているので、チラシ作成前の余裕のある早い時期から申請に来て頂けるか」が制作者の計画性と実行性を試す試薬になるという。

セゾンは「きちっとした計画で責任を持って」資金を活用しているかというような、資金面や企画の進行具合を評価基準としている。

⑩資金・組織：予算、組織運営の適正さ。

芸文は予算とその活用運営が適正であることを求めて、基本的には申請金額の三分の一しか助成しないこととしている。

トヨタでは組織体制、財政基盤、収支の明確さが問われる。また協賛支援を基本としているので、他社からも支援をどれくらい受けるめどを立てているかという点についてもたずねることにしている。

セゾンでは実現性の項目の中で資金面について触れており、収支、組織等に関する資料提出を義務づけている。セゾンの支援も年間400万円以上の支出を応募資格としているが、実際に支給されるのは300万円である。

どの支援団体も必要金額の何分の一かしか支援しないようにして、結果的にはその限定された条件のもとでどうやりくりし、また複数の企業からの資金調達ができるかどうかの能力を試している。

⑪プレゼンテーション能力・対話力：書類審査もしくは面接審査を通して、いかにカンパニーをPRできるか。

芸文では面接は行わないが申請書について細かい審査が入る。

トヨタでは規定の申請書はないが、提出された企画書などのレベルも評価しており、面接では、担当者が対話して応対態度や熱意を読み取ることにしている。トヨタの鈴木は、公演の数ヶ月前だけに連絡があるようなカンパニーに対しては、もしどちらか一方しか助成ができない場合、低い評価を与えることもあるとはっきり述べている。

セゾンは厳しい書類審査があるだけでなく、支援が決定してからも面接を定期的に行うことで、助成継続に関する見直しをしている。しかし面接の出来具合に対して支援する訳ではなく、あくまでも「プレゼンは

二番目」であって作品が一番にあるとしている。

企業メセナ協議会の荻原も、どこの支援団体も出来るだけ作品を観るようにしていると述べている。

しかし、カンパニーの長所を的確に伝えるためのプレゼン能力、コミュニケーション能力は、やはりカンパニーの評価として、そして支援する側にとっても重要な項目である。

VI. 支援対象としてのコンテンポラリー・ダンス

実際に支援されている対象が、舞踊のジャンルの中でもコンテに比重が大きくかかっている理由を探っていく。

VI-1 支援対象である舞踊のジャンルについて

Vでは評価基準を問題にしたが、それでは実際の支援対象にどのようなジャンルのダンスが選ばれているのだろうか。

芸文では平成16年度の芸術の創造活動部門助成対象者（平成15年度中に申請、平成16年度に公演を行ったもの）を調査対象とした。トヨタの協賛に関しては平成16年度の支援対象者とし、アワードに関しては平成15年度を受賞者とした。セゾンは平成16年度の芸術創造活動Ⅰ（原則3年にわたって助成を行う長期支援制度）と、芸術創造活動Ⅱ（芸術創造活動Ⅰの助成期間を終了した団体・人物を支援対象とする、原則3年にわたって助成を行う長期支援制度）の対象者（3年～6年に渡る長期支援であるために、平成16年度現時点で助成を受けている団体）と、そして平成16年度国際交流プログラムの対象者を調査した。

対象者はしたがって、基本的に平成15年度の段階で申請応募を行って認められ、平成16年度に公演を行っている者に統一してとりあげた。

VI-2 コンテンポラリー・ダンスの割合

実際どのような団体が支援対象者になっているかを検討したところ、芸文も全体の三分の二程がコンテであり、トヨタ、セゾンは全てコンテであった。

芸文は年二回以上の公演を行っている団体を応募の条件にしているので、公演回数を多くすることが可能な比較的安価な小劇場で上演されることの多いコンテがこの条件を満たしやすい。

トヨタはコンテこそ支援すべき対象であると考えている。トヨタの専務はアワード授賞式において、「訳がわからない。しかしこういうものを支援することも必要である」とコメントしている。理解できない部分があっても、その未知数の部分にこそ芸術的価値と可能性を認めて企業は支援を行うべきであると宣言した。しかしメセナ担当の鈴木はコンテにトヨタが支援するのは、車会社として40、50代にはトヨタ・ブランドが通用するが、若い人にトヨタは新しい芸術に対してサポートしている会社だという好感触と新しいイメージを持っていただきたいためである、というトヨタという企業の広告戦略が底にあることも述べている。

財団であるセゾンは支援すること自体が存在理由であるので、トヨタのように企業イメージを考慮する必要がなく、支援することが仕事の中心となっている。「新しいものやっていくときには、少しは失敗してもいい」開拓していく過程にあるのだから、というスタンスであるとセゾンの久野は述べている。セゾンはこうして何にも囚われない純粋な芸術支援を目指す中で、新しいジャンルであるコンテへの支援を設立当初から掲げていたのだった。

VI-3 コンテンポラリー・ダンスの芸術性と制作性

企業メセナ協議会の荻原は、メセナは「文化の消費ではなく、文化の創造」を重視しているため、コンテが支援対象になりやすいと述べている。経済的に安定しているが何度も繰り返上演される芸術的価値の低いミュージカルやショーダンスとは違い、独自の表現手段を模索するコンテという舞踊ジャンルはわかりやすく創造性という問題に直結しているといえるだろう。

しかしこのようなコンテを存立させるには、実は制作者の存在が大きく関与している。

現代舞踊協会系の生徒を中心にした特定の観客層からなる公演と違って、コンテは一般にひろく開かれてはいるが観客の絶対数はまだ少なく、観客動員を積極的にしなければならぬ状況にある。本論文の最初に述べたように、コンテは経済的に成り立たせることが難しく支援を仰がなければならない。

したがってコンテは企業への働きかけを比較的早くから行い、企業が支援対象者に求める‘対話’を通じて自らをアピールするように努めてきた。

コンテは芸術的問題だけでなく、制作者がその存立

表4 コンテンポラリー・ダンスの割合

芸文	トヨタ	セゾン
バレエ, モダン, コンテなど幅広く	コンテのフェスティバル	コンテのカンパニー, 個人, フェスティバル
【芸術の創造活動】	【アワード】	【芸術創造活動 I・II】
c BATIK	黒田育世 (BATIK)	BATIK
c イデビアンクルー	【企画】	イデビアン・クルー
c コンドルズ	踊りに行くぜ	Dance Theatre LUDENS
c アーキタンツ東京湾スタジオ	青山ダンスビエンナーレ	ニプロール
b 有馬龍子バレエ団	ダンスカフェ	珍しいキノコ舞踊団
c アンクリエイティブ		レニ・パッソ
c 大野一雄舞踏研究所		【国際交流】
c オフィス・ダム		コンドルズ
c 北村成美+ダンスマラソン実行委員会		丹野賢一 NUMBERINGMACHINE
b 黒沢智子バレエスタジオ		日本国際パフォーマンス・アート・フェスティバル
m 現代舞踊協会		舞踊資源研究所 田中泯
b 小牧バレエ		Asian Cultural Council Ralph Samuelson
b 佐々木美智子バレエ団		
b 佐多達枝・河内昭和バレエスタジオ		
m 札幌舞踊会		
c シアター・ドラマシティ		
c 砂連尾理+寺田みさこ		
m DANCE for Life 実行委員会		
c die pratze		
c 天使館		
m 能藤玲子創作舞踊団		
b 野間バレエ団		
c 馬場ひかりダンスプロジェクト		
m 藤田佳代舞踊研究所		
b 船木洋子バレエフォレスト		
c 舞踊作家協会		
b 松田企画, MRB バレエ		
b 宮下靖子バレエ団		
c 横浜市芸術文化振興財団 (横浜ダンスコレクション)		
c b Rouse waltz		
c レニ・パッソ		

※ トヨタのアワードと企画への支援の対象者、セゾンの支援の対象者は全てコンテンポラリー・ダンスであったため、分類は行わず、芸文の芸術の創造活動の分野に関してのみ、合計c=コンテ、b=バレエ、m=モダン・ダンスのマークをつけ分類を行った。結果として31件の内訳は、コンテ17件、バレエ9件、モダン・ダンス5件であった。

※ トヨタのアワードでは、ノミネート振付家たちは公演の機会を与えられるという意味から、広い意味では助成の対象であると考えられる。しかし、実際に次代を担う振付家賞を受賞した振付家は、次年度の公演への助成、会場無料確保が保障されるなど、多くの支援を受けることができることに對し、ノミネートしかされていない振付家には特に支援がなされない。両者には大きな差があると考えられたために、上記リストでは省略することとした。

に大きく関わっている舞踊ジャンルである。支援する側もコンテにあっては、ともに創作・制作する地平に在るといえるだろう。したがって支援団体は、表3の評価基準において1～6の芸術面に関する項目だけでなく、6～11にある制作面の項目をたてて、評価基準として重視しているのである。

VII. ま と め

本研究では、企業や国、財団が舞踊団体に対して支援を行う際に、どのような評価基準をもって支援対象を選び施行しているのかを知るために、日本の主要な支援団体の担当者にインタビューを行い、また日本のコンテンポラリー・ダンスの問題を制作の側面から探った。

支援団体がダンス・カンパニーを支援する際の評価基準を表3で11の項目に分類したが、一方、この評価基準に通低する本質的契機は芸術性と制作性に収斂される。そしてその評価基準に照らすと支援対象はコンテがほとんどであった。

なぜならコンテは独創性という芸術性を尊び、かつその存立を支えるために制作性を重視しなければならないからである。このことはまた支援する側にとってもコンテを通じて、他のジャンルでは起こりえない、大きな意味の制作・創造に直接携わっているという実感が得られる好機となった。

舞踊を支援している財団を代表するアサヒ・ビールの加藤による「評価の定まらないものこそ支援すべき」¹³⁾(加藤 2002 p.33)という発言は、評価の定まらないコンテンポラリー・ダンスこそ支援すべきであると表明したものだ。

評価の定まらない点に多少の不安が残るものの、コンテは制作者の力が左右し、支援団体が重視している‘対話’を持つことができるので、支援団体も相手の顔が見えてかえって信頼して支援をすることができ、ダンス・カンパニーとともに、新しい芸術の創造に立ち会うことができるのである。

日本のコンテが始まった元年は1995年とするのが今や通説だが、この同年からすでに東京ガスの子会社が発行していた新宿パークタワーホール¹⁴⁾は、コンテを積極的に支援した特化していた。ここの自主企画である「ネクスト・ダンス」や後の「ネクスト・ネクスト・ダンス」(セゾンも協賛している)から登場した振付家(伊藤キム、岩淵多喜子、黒田育世、矢内原美邦

ら)が日本のコンテを牽引してきた。

このことは、90年代に新しく起こってきたコンテを支援団体が援助することで、自身も新しい創造の息吹に関与しようとした最初の事例であり、確かにコンテはこのような共同制作によって育ってきたのである。

支援団体がコンテをどう評価し、支援していくか。これは今まで以上に、今後のコンテの存立にますます深く関わる問題となるだろう。

注1) コンテンポラリー・ダンスとはバレエのようにテクニックをもとに構成していくダンスとは違い、決まったテクニックがなく、自らのボキャブラリーを模索する¹⁶⁾ダンスである。異分野とのコラボレーションや、オリジナリティーのあるコンセプトがその特色であるといえる。ポストモダン以降、発生した、現代のダンスであるが、どこからどこまでがコンテンポラリー・ダンスであるか、明確な基準はまだあいまいである。

参考文献・引用文献

- 1) ボウモル, W.J. ボウエン, W.G. 池上 惇 渡辺守章 訳(1994) 舞台芸術—芸術と経済のジレンマ—, 芸団協出版部。
- 2) 三善 晃 研究代表(1985-1987) 我が国の芸術活動の動向予測に関する基礎研究, 科学研究費特定研究(1)。
- 3) 永山貞則 研究代表(1990-1991) わが国の文化芸術情報の体型化と統計調査方法の研究, 科学研究費総合研究(A)。
- 4) 松田芳郎 研究代表(1996-1998) 統計情報活用のフロンティアの拡大総合研究, 科学研究費特定領域研究(A)。
- 5) 後藤和子編(2001) 文化政策学—法・経済・マネジメント—, p.164, 有斐閣。
- 6) 根木 昭(2002) 文化政策の論点, 文化経済学会日本第3巻第2号, p.33, 文化経済学会。
- 7) 小林 進 監修(2000) 日本芸術文化振興基金助成対象活動に関する調査: 日本芸術文化振興会基金部による調査, p.39, 日本芸術文化振興会基金部。
- 8) 社団法人企業メセナ協議会編(1991~2000) メセナ白書 1991~2000, ダイアモンド出版。
- 9) 社団法人企業メセナ協議会(2003) メセナマネジメント—戦略的社会貢献のすすめ—, p.170, ダイアモンド出版。
- 10) 株式会社ニッセイ基礎研究所(2002) 民間財団公的財団の文化芸術振興策に関する基礎調査〔座談会記録〕, 社団法人企業メセナ協議会。
- 11) 社団法人企業メセナ協議会(2003) 企業メセナにおける評価の取り組みヒアリング調査—メセナ活動実態調査—, 社団法人企業メセナ協議会。
- 12) TAM 講座高知セッション99実行運営委員会編(1999) トヨタ・アートマネジメント講座 vol. 21高知セッション アートは疲れる—回路を開く— 報告書, p.102, TAM 講座高知セッション99実行運営委員会。

- 13) 加藤種男 (2002) 芸術支援 (メセナ) の新たな方向ー企業メセナの活動の変化に着目してー, p.33, 文化経済学会 日本第 3 巻第 2 号, 文化経済学会.
- 14) 新宿パークタワー・アートプログラム (2005) 全記録・新宿パークタワー・アートプログラム1994-2004.
- 15) 松澤慶信 (2004) : 女子体育, 踊るためのカリキュラムー大学ダンスとコンテンポラリー・ダンスーp.10~12

【HP】

- 16) 社団法人企業メセナ協議会 プロフィール
[HTTP://www.mecenat.or.jp/profile/aboutus/overview.html](http://www.mecenat.or.jp/profile/aboutus/overview.html)

(平成18年 9 月13日受付)
(平成18年12月 5 日受理)

