

令和7年度第1回文化芸術に関する意見交換会

- 1 日 時 令和7年11月21日(金) 14時00分～16時30分
- 2 会 場 大宮盆栽美術館2階 講座室
- 3 出席者 (敬称略・五十音順)
- (1) 委員
新井久夫、小林桂子、雑賀吉人、嶋岡正充、関井一夫、高見澤妙子、
坪内間、永井伸英、松本正、村上和夫、村田行雄、横山孝博
 - (2) 事務局
スポーツ文化局 石塚局長、川田理事兼文化部長
文化政策室 小野瀬室長
 - (3) 欠席者
遠山昇司、山口哲生
- 4 公開・非公開の別 公 開
- 5 傍聴人の数 0人
- 6 内 容
- (1) 開 会
 - (2) 挨拶(スポーツ文化局長)
 - (3) 委員改選
 - (4) 事務局紹介
 - (5) 報告・意見交換内容
 - ①さいたま市文化芸術都市創造計画の令和6年度の施策状況報告について
 - ②アーツカウンシルさいたまにおける取組について
 - ③大宮盆栽、次の100年に向けて
 - ④その他
 - (6) 閉会

会議記録

- (1) 開会
- (2) 挨拶(スポーツ文化局長)
- (3) 委員改選
- (4) 事務局紹介
- (5) 報告・意見交換内容

<① さいたま市文化芸術都市創造計画の令和6年度の施策状況報告について>

○事務局

[資料1] さいたま市文化芸術都市創造計画の令和6年度の施策状況報告、[資料2]さいたま市総合興計画実施計画(抜粋)、[資料3]さいたま市文化芸術都市創造計画 概要版 を用いて説明

○村上委員長

ありがとうございました。ただいまの事務局からのご説明を受けまして、ご意見、ご質問等があればご発言くださいという段取りなのですが、余りにも膨大な量が短い間で説明されましたので、どうでしょう。何か、この政策そのものについて、ご意見があるという方にちょっと最初にお聞きして、そのあと、さいたま市のこの事業について、文化芸術都市創造計画の事業について、今資料を見ていて、私はこういう面白いことを経験してみたいなことがあれば、軽くお話を伺いたい、そういう段取りでいきたいと思うのですがよろしいでしょうか。

それではこの施策、これ自体は変えることはできません。だけれどもこの施策についてこういう良いところがある、こういう面白いところがあったというご意見がございましたらいかがでしょうか。

なかなか難しいですね。一番増えたものは何ですか、事業数で。一番増えたものは、こうやってみると、最初の施策1は9件。そして施策2が8件。施策3が2件。

○事務局

重点プロジェクト3が前年度に比べて、伸びの数が一番増えて11件増えております。

○村上委員長

どんなことがあったのでしょうか。軽くいいですよ。

○事務局

重点プロジェクト3の新規事業がまず増えているところがございます。例えば、資料が膨大で、大変申し訳ないのですが、後ろのページから数えて2枚目の下の段の重点プロジェクト3の7番、鉄道シンポジウムの開催ですとか、あと同じくプロジェクト3の一番後ろのページの下段、28番の南区のフォトコンテストですとか、あとは、一番後ろのページの36番のさいたま市文化財保護保存活用地域計画の推進などが、新規事業として追加されているものでございます。

○村上委員長

皆さん、どれかに関わりを持たれたことがありますか。南区にお住まいの方はこの南区のフォトコンテストに行かれたのではないのでしょうか。これは、結構な人が来たのでしょうか。

○事務局

該当課が違う部署になりますので、具体的に確認が取れておらず、大変申し訳ございません。

○村上委員長

大丈夫です。意外とお習字のコンテストなどはみんな来てくれるのですが、わかりました。さあ、皆さんご意見はいかがでしょう。はいどうぞ。

○嶋岡委員

先ほどの事業数のお話で、個別の施策ごとの事業数としてトータルでは増加しているということですが、そもその事業数でいうと減少したというのは何ですか。単発で単年度で行われる事業が、1年終わって、今年度に繰り越していないとか、そういう季節要因的なものと考えてよろしいですか。

○事務局

はい。ご質問ありがとうございます。令和5年度が、ちょうど政令市になりまして20周年ということで、各区ですとか、全庁を挙げて、20周年記念事業をやっていたのですが、それがどうしても単年度で終了してしまったものがございまして、その影響が現れていると考えております。

○嶋岡委員

そういう季節要因を除けば、維持もしくは増加傾向ですね。

○村上委員長

ありがとうございました。他にいかがでしょうか。着々と進んでいるというイメージです。去年この会にいらっしゃった皆さんはゆっくりだなと思われたかもしれませんが、今年は着々と進んでいるイメージですので、また来年が楽しみという、そういう感じです。では皆さん、どれかにいらっしゃって面白かったっていうのは何かありますか。今日は盆栽の話を中心にやるので、特段問題がなければ、先へ進んでもよろしいでしょうか。次に、報告意見交換内容の2に移らせていただきます。アーツカウンシルさいたまの事務局であるさいたま市文化振興事業団の参事兼アーツカウンシル課長の小高さん、プログラムディレクターである高田さん、プログラムコーディネーターの伊藤さんにお越しいただいております。ここでアーツカウンシルさいたまにおける取組をテーマに、まずアーツカウンシルさいたまの方からご説明いただいた上で、皆さんのご意見を伺いたいと思います。それではアーツカウンシルさいたまにおける取組について、高田さん、伊藤さんにご説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

<②アーツカウンシルさいたまにおける取組について>

○アーツカウンシルプログラムディレクター

[資料4]アーツカウンシルさいたまガイドブック を用いて説明

○アーツカウンシルプログラムコーディネーター

[資料5]アーツカウンシルさいたま2024年度アニュアルレポート を用いて説明

○村上委員長

ありがとうございました。面白かったですね。それではですね、アーツカウンシルさいたまのご報告、どういう組織か、それから2024年度、去年のアニュアルレポートのご報告がございましたが、皆さんいかがでしょうか。小林先生アドバイザーでしたよね。結構活動に苦労するところはありませんか。結構な活動をしています、スムーズにいきましたか。

○小林委員

アドバイザーボードをやらせていただきました。アドバイザーボードは皆様が活動されているお話を伺うといったもので、私自身が何か動くということではありません。アーツカウンシルがこのような形に落ち着くまでは、すごく、いろいろな試みをされていることをまずお伝えしたいです。私自身も以前アーツカウンシル的な組織にいたことがあるのですが、なかなか難しいのが、地域に近い組織になりますので、その地域にあったやり方が求められます。一方、行政の下にある組織なので、行政のやり方からは離れられない。そのような中から、特に感心したのが、先ほどのお話にありましたような「地域資源の発掘」を、芸術祭で活動されたサポーターの方の協力を得て行われていたことです。特に印象に残っていて面白かったのが、浦和にある、絵画のキャンバスを作る工場です。2階に上がると、キャンバス工場の床が斜めになっていて大変面白い建築です。

そういうことを通じて、たとえば東京にいる人からしても、こんな近くにまだまだ面白いものがあったんだと思わせるものがある。アーティストのレジデンスもしやすいような場所だと思います。アーツカウンシルの取組には、勉強させていただきました。とてもよかったです。

○村上委員長

ありがとうございました。委員の皆さん、何かお聞きになりたいことありますか。結構お聞きになりたいことがあるのではないかと。嶋岡さんいかがですか。

○嶋岡委員

非常に面白い内容のプログラムですが、すみません。根本的な話で申し訳ないのですが、ミッションのところに、創造と芸術に参画するという、創造する側と参画する側みたいな言葉があるのですが、音楽系の人間からすると、音楽は美術と違って、再現性の芸術なので、創造って言われてしまうと、ちょっと何かこう、肌が合わないというか、我々は違うのかみたいな感じになってしまってます。これは感想ですが、すみません。根本的なところでちょっと申し訳ないのですが、それを感じたのと、あとコンテンツが非常に素晴らしいものが多いのですが、この辺の告知が、私の不勉強もあって、今まで存知ない話が多いのですが、こんないいプログラムがあるのであれば、自分も参加したかったなと思うこともありますし、アート事業なんていうのは、食とギャラリーが一体化していて、食事をしながらあるいはお茶を飲みながら触れ合うって非常にアトラクティブというか、魅力的なコンテンツだと思うのですが。なかなか、ちょっとお茶飲みに行こうかというときに、ここを調べてみたいな感じにはなっていないので、セミナーもそうなんですけど、この辺の告知の今の状況っていうのはどういふふうになっているのか、あるいはもうちょっと、我々みたいな不勉強な人間にも伝わるには何が必要なかをお聞きしたいと思います。

○村上委員長

いかがでしょうか。

○アーツカウンシルプログラムディレクター

「創造」に関するご意見について、感想を述べさせていただきます。4月から当部署に着任し勉強している中で、昨年度までのプログラムディレクターの言葉を借りると、さいたま市は「生活都市」であるため、一般の市民の方がただ単に消費するのではなく、できればクリエイティブな生活を送ってほしいという意味を込めて「創造」という言葉を使ったと考えております。

○アーツカウンシルプログラムコーディネーター

広報に関するご指摘ありがとうございます。広報については、SNSや、チラシ、市報に載せていただくなど、色々なメディアを使ってアプローチを実施しているところです。しかしながら、それぞれの事業の対象に、もう少し絞って届きやすくするといった方法もあると思いますので、例えばSNSが若い世代の方を中心に使われていることなどを踏まえ、それぞれの事業に合わせた広報を行い、知りたい方が知れるような形につなげていけるよう、今後とも努力をしてみたいと考えております。

○村上委員長

よろしいですか。他にご意見いかがですか。

○関井副委員長

はい。今の広報に関わるのかもしれないのですが、お聞きしたいというか、意見を述べさせていただきたいのですが。基本的にはアーツカウンシルさいたまは、アーティストのため、作る側、発信する側のための事業というように受け取っています。私として、広報として問題となるのは参加する側、つまり鑑賞する側に対するアプローチについてです。SNSというような、いわゆる水面下の情報よりも、水面の上で常に流れている、つまり、興味があろうがなかろうが関係なく、日常生活の中で目に触れる広報というものは、実は眠ってい

る鑑賞者を掘り起こすものになると思います。SNSは、費用の問題なども含めて扱いやすいものとは思いますが、やはり多くの市民への広報は、常時無意識でも目に触れるような広報媒体というのを考えていただいた方が、よりアーツカウンシルの活動が広まっていくのではないかと思います。あとは教育的な観点、つまり鑑賞者を増やすという課題です。様々な事業ごとに参加される方が多くいらっしゃるとは思いますが、その方たちは多分興味があるからいらっしゃる。しかしそれ以外にも眠っている方がさらに多くいると思います。鑑賞者教育ということは、アーツカウンシルさいたまの作る側、発信する側の問題でなく受け手側の問題なので、アーツカウンシルさいたまの領域なのか、または教育委員会系の領域なのか分かりにくいところですが、その役割の協働も含めて、今後、一般市民の鑑賞の人口を増やしていくということがアーツカウンシルさいたまの活動が大きく広まることではないかと思っております。

○村上委員長

ありがとうございました。他にいかがでしょうか。難しい解説だったので、もっと、うちの近所にこんなのあるんだけどうですか、みたいなご質問でもよろしいのでぜひ。そういうタイプの事業なので、いかがでしょうか。難しい解説をもう1個付け加えます。実は、アーツカウンシルのプロジェクトというのはやっている人たちは、おそらくあまり気が付いていないのかもしれないですけど、今、世の中のビジネスでものすごく流行っているアジャイル型というものに近いと思うんです。おそらくここにいる委員の皆さんどこかで聞いたことがあると思います。どういうビジネスかという、ゲームを作るときのビジネスモデルとして有名ですよ。ゲームをやったことない人もいるかもしれませんが。でも、スマホを持っていれば、大体皆さんゲームをやるでしょう。そのゲームを作るといのは、残念ながら、ゲームをやる人は全部のゲーム知らないんです。ゲームを作る人は全部のゲームについて教えてもらうことはないんです。資本力があって、そしてプロモーターとしてやろうとしている企業があったときに、その企業にぶら下がっているゲームは比較的伝わるんですけど、今度は違うプロモーターがやっているゲームについては知らないという感じの人がいるんです。こういうふうに、総論として、ゲームを作ろうと言っている大きな社会があって、マーケットというのがあって、その中に、島のようにいろいろものが点在しているという状態。実はそれがどんどん活性化するための方法として考えられているのが、アジャイル式という、生産だけ一生懸命やろうよ。要するにアートで言うと、書くだけ一生懸命やろうよ、作るだけ一生懸命やろうよ、遊ぶだけ一生懸命やろうよと言っている人たちがそこにいることなんです。理念は、どうでもいいとは言いません。犯罪を犯してはいけない。ちょっと著作権に触れるかもしれない。しかし、そういうふうにそこに参加している人が盛り上がっている状態がたくさんあるというのが、今のゲームの世界なんです。そのようなマーケット構造になっていて、私が専門としている観光も、言ってみればそういう構造なんです。ですので、一番重要なのは盛り上げることだと思っていて、先ほど関井委員がおっしゃったように、駅に行ったらアーツカウンシルの看板があって、そこに今こんなものを作っているとなっていると良い。それから、市役所に皆さんが住民票を取りに行くと、広告が入っている袋をくれるじゃないですか。あのような袋にアーツカウンシルが出ているとか。それから同じように人々が集まろうとしているようなところに、アーツカウンシルがいるという。そして、自分がやりたいものをそこで探すことができるようになっていっているというような、そういう仕組みが作られると良いと思っています。ただたくさんの方が参加している状態ではなくて、総量が大きいけど、1個1個は小さいみたいな。このアーツカウンシルの24年レポートを見たら、そういう方向に流れているかなと思っていて。おそらく他所のアーツカウンシルがこのレポートを見たときに、それを理解できないとすると、そのアーツカウンシルは少し時代に乗っていないかなという印象を受けたりします。むしろ遊びと言うと失礼だけど、そういうジャンルから言うと、このような報告書ができてくるということが、私は1つの流れのように思っていますが、皆さんはどうでしょう。すごく難しい話だったので、良くなかったかもしれませんが、皆さんのご意見はいかがですか。あんまりたくさんの方が自分がやっているこの日常的なアート活動のところに関与したら困るでしょう。レポートを見ると、一番大きなもので1万5000人なんです。例えば、1万5000人の人をさばって相当なものです。私は学校の校長とかをしていて、1500人の生徒をさばくことだって大変なんです。だから1万5000人になってしまいうまう大きなイベントですよ。それに比べて、参加者数が多くても200人とか300人ぐらいで収まっていて、その人たちがすごく満足して帰った。そうしたものが全部で100個ある方が、効果としては大きい、少なくとも、アートとしては、価値があるような気がします。どうでしょうか。

○嶋岡委員

たまたま万博に行ってしまったものですから。あれはもう人の数だけで、何かすごく価値を感じてしまうというイベントで、何とも言えないなという、そういう印象です。

○村上委員長

はい。確かに万博はそうでした。ただ万博は一方で、入りたい建物に入れないという問題がありましたから。でも、その辺をどう調和していくかですよね。皆さんどうですか。何かうちの近所でこういう面白いものやっているということはありませんか。私の家の近所は最近面白くなくなってきましたので、皆さんの近所はいかがですか。片柳とか住んでいる人いませんか。何か面白いことをやっていませんか。常盤町、仲町、北浦和の駅の近所とか。私のイメージと全く違う街になってしまったのが、三室の結核療養所の跡のあたりが、私のイメージと全く違うんです。周りに畑があって、その中にポツンと療養所があって、その前にお蕎麦屋が1個あったというイメージはもうないんですよ。あのように街が変わっていくとき、その中に何か面白いことをやっているって人いませんか。例えばですね、クリスマスのときに、家中に電気をつけちゃうという、はたから見ると、よくそんなお金があるなと思うんですけども、実際にその方は一生懸命やっていて、見ている人は嫌な気持ちにならないというような、見ている人が楽しいことをやっている感じはないですか。そういうものが、家の近所にありますか。

○高見澤委員

そういった個人でやっているものではないんですけども、北区のプラザノースで開催している国際漫画フェスティバルと、ユーモアフォトコンテストというものがあって、さきほど話題に、桜区や南区でフォトコンテストを始めましたというお話があったと思うんですけども。久しぶりに見せていただいて、ふっと笑えるそういう感覚というのを久々に味わった気がしました。こういうものをもっと皆さんに知っていただきたいし、見ていただいたら、そもそも私は北沢楽天顕彰会として参加させていただいてまして、北区がその芸術とユーモアをテーマにプラザノースという施設ができていますので、その流れでずっと開催しているものではあるんですけども、何かその楽天のユーモアから、地域の歴史になりつつあるのかなということを感じましたし、心豊かになるそのふとした笑いというのは大事かなと改めて感じた瞬間でした。

○村上委員長

ありがとうございました。ふとした笑いというのは、今ものすごくマーケットが大きくて、漫才の他にコントという領域があるのを皆さんご存じでしょうか。あまりご存じじゃない方もおられるのではないのでしょうか。コントの全国大会とかをテレビでやっていたりしますよね。コントとは何かというと、意味がないものだけど、笑いを伴うもの。ナンセンスと言われているものの事です。今のお話は今すごく当たり前で、今の世の中でそれはすごく面白いことで、例えば、スマホを見ていて、投稿されているものを見ると、ナンセンスなんですよ。私がナンセンスの極みだと思っているのは、あるラジオ番組がありまして、すごくナンセンスな話題を全国から視聴者から集めるんです。本当にナンセンスなんです。それが面白くて、それはラジオでやっているのに、その番組のことが、SNSの動画で出てくるんです。笑ってしまうのは、その動画が、その番組の音も出るんですけど、それが面白いという解説が語られているんです。それを見ていると、なるほど、ここがナンセンスなんだとわかるわけですね。今の世の中ものすごく楽しみの中で、売り上げ規模が大きいものに、このナンセンスというものがあるって、そういう意味では今のお話を伺うと、何かあって見るものの中に、ナンセンスなものというのはもしかしたら、面白いかもしれません。SNSでスマホで撮った写真や動画を焼いて人に見せるなんて、そもそもナンセンスですからね。それを見せてどうなるんだよという話になって、見せたときに今おっしゃられたふと面白い、ふと綺麗ということに気づくという。そういう面白さがありますよね。他に皆さん何か。NHKではそういう何か不思議なことをやっていたりしませんか。

○横山委員

私自身は、そういう方面に携わってないのでわからないんですけども、逆にさきほど北浦和とか常盤というワードが出てきたんですけども、私は8月からこのあたりに住んでおりまして、そのあたりが面白いと思うの

はなぜでしょうか。北浦和とか常盤というワードが出てきたので、どういうところに面白さがあるとお感じになっていらっしゃるのかを逆に教えていただきたいなと。

○村上委員長

私はですね、北浦和あたりで面白いものがあるだろうと思っていたりするんです。北浦和で面白いものがなくなってしまった例としては、駅前の旧中山道の角にあった花屋です。相当面白いところでした。そこに、もう亡くなられた店主がいて、そこにシクラメンを買いに行くんです。そのシクラメンを買うときにですね、価格交渉をするんですよ。価格交渉しなければ面白くも何ともない。価格交渉しなければ、1200円から1600円ぐらいいもする。それが価格交渉をすると少し安くなるんですよ。やりとりをしているのを聞くということが私は面白くて、私が学校から自転車で帰るときに、わざわざ花屋のところに寄って、店主と客のやりとりを聞いて、それがすごく面白かった記憶があるんですけど、建物が建て変わってしまって花屋さんがなくなったんですよ。あの角が寂しくなったなと思っています。話すとき長いので、例えば何か、こちらに来てお気づきになったことはありませんか。あと、今の私の話はナンセンスなんですけどね。

○横山委員

ごめんなさい、何も出てこないです。

○村上委員長

はい、わかりました。いかがでしょうか。何か、こういう面白いものがあるからぜひ見に行ったら。個々のアートなもの世の中にたくさんあって、こんな面白いものを見たよという話をしてくださいませんか。

○小林委員

先ほどの広報の話についてですが、本当に単純な興味で皆様に伺ってみたいんですけども、地域の文化活動に皆さんがお出かけになるときに、どういうお知らせとか、どういうものを見てお出かけになっているのかというのが気になりまして、伺ってみたいと思います。

○村上委員長

皆さんいかがでしょうか。アーツカウンシルでいろいろな調査があって、アートの資源調査とかをやるといときに、それがアートだと人がどうして感じるのか。そのポイントでよろしいですか。

○小林委員

広報で、町内会の看板を見るのか、駅の看板を見るのか、どういうお知らせを見て、お出かけになっているのかなと。

○永井委員

私はどちらかというと、芸術をやっている側ではなくて、見る側・楽しむ側ですが、先ほど広報のご質問があったので、何で気づかなかったのかなということを改めて考えていました。数年前の国際芸術祭とか、それに付属したプログラムに、子どもと一緒に参加していた記憶があります。子どもも身近なものでアートを作って楽しんだり、動画も撮っていただいたり、ということもありました。ここ数年、何で自分も気づかなかったのかなと思ったのは、市報とか広報の媒体は見ている方ですが、その当時は、アートセンタープロジェクトとか芸術祭プログラムとか、名称がすごくわかりやすかったなと。今回改めて広報を見て自分が気になったのが、アート commons とか、アーツカウンシルという名称自体が、どういうものなのかわからず見逃していたのかなと、自分も振り返ってました。

○村上委員長

ありがとうございました。確かに、看板がわかりにくいというのはあるかもしれない。それでは3に進みます。2はようやく意見も出てきましたので、意見をみんなが出し合うという雰囲気を持

したまま3に進みます。3では「大宮盆栽、次の100年に向けて」をテーマに、大宮盆栽美術館主任の立石さんから、大宮盆栽村の概要などについてご説明いただきます。そのあと大宮盆栽村、これからの100年に向かって、一層の発展を遂げるために目指す姿、大宮盆栽振興ビジョンについて事務局からご説明をしていただき、そのあと皆さんのご意見を伺いたいと思います。それではお願いします。

<③大宮盆栽、次の100年に向けて>

○大宮盆栽美術館 立石主任

[資料6]大宮盆栽村について を用いて説明

○村上委員長

ありがとうございました。1つか2つ質問を受けますか。大丈夫ですか。大丈夫そうですね。浦和は大正時代に、東京で働いていた人たちがやってくるというリタイアメントコミュニティが多くあったのですが、そういうものがあってなおかつ、浅草から浅草の裏あたりの人たちが遊びに来る場所に、大宮公園というものがあって、大宮公園自体は都市計画の公園としては最も古い公園の1つなんです。ですので、なぜ盆栽町にやってきたのかというのは、東京の人にとって、この辺りはなじみのない場所ではなかったんです。ですので、ここにやってくる。そして先ほどのお話のように、その条件が非常に良いということがあり、先ほどお話にあった、千駄木とかあのあたりは、関東台地の端だから条件はいいかもしれないけれども、少し東に行くと、その先は畑だったり、ちょっと水がある水田だったりしたんです。皆さんよくご存じなのは、谷中生姜というのがあって、あそこは主産地なので、いかに農業が盛んだったかというのがおわかりいただけると思いますけど、そこがだめなときに、この場所を選んだというのが、私は本当に先見の明があったことだなというふうに、いつもこの話を聞くたびに思います。それではですね、そうした歴史のある盆栽村なのですが、さいたま市は盆栽村の振興ビジョンというものをお作りになられています。そのお話をお聞きしたいと思いますので、そのご説明をよろしくお願いします。

○事務局

[資料7] 大宮盆栽村100周年事業及び大宮盆栽振興ビジョンについて を用いて説明

○村上委員長

ありがとうございました。盆栽村の歴史、それから盆栽村を今後発展させていくためのビジョンのご説明がございました。委員の皆様方は、盆栽100周年の事業が、春から始まりましたのでどれかにはご参加いただいているのではないかと思います。そうでなくても、やっているというイメージは見えていますので、皆さんどれかにはご参加いただけたでしょう。このイベントにご参加の経験などを踏まえまして、今の歴史、それから盆栽村振興ビジョンというものについてご意見をいただきたいと思いますが、皆さんいかがですか。難しい話からしなくても大丈夫です。簡単な話からでもいいです。例えば、盆栽買えませんかのような、そのような話からでもいいですよ。

○雑賀委員

はい。盆栽の展示がよかったという話なんですけれども、大宮区役所のところにですね、春、大宮盆栽100周年とありまして、そこにいくつか盆栽を持ってきてくださって、みんなが好きな盆栽はなんですかとシール投票をするなど、それなりに盛り上がっていました。それから私は図書館にいくものですから、図書館のところにもクイズを出してくれて、答えを書いて持っていくと、ピンバッチか缶バッチか何かをもらえるというようなことをやっていて、盛り上がっていたなと感じました。図書館もそれに共催して、盆栽に関する本があって、盆栽という雑誌があるとそこで初めて知りまして、そのように同時多発的にいろいろなことをやるのがいいなという、そんな印象を持ちました。はい。以上です。

○村上委員長

ありがとうございました。他にいかがですか。はいどうぞ。

○嶋岡委員

この盆栽事業のビジネスコンテストとか、今後の若手の育成とかというお話があって、そのビジネス環境が非常に気になったんですけども、今、ビジネス環境として盆栽はどうなんでしょうか。現状を教えてくださいなればと思うのですが。

○事務局

お答えをいたします。

手元に統計資料がないので、あくまでも肌感というか、見た感じで言いますと、盆栽自体は、国内でよく言われるのが結構高齢の、しかも男性の方の愛好者が多いということが言われていて、私どもはそこを世代も性別ももっと幅を広げていきたいということで、いろいろな盆栽に親しんでもらうイベントをやっているんですけども、若い人にとって、クールな盆栽と受けとめてくれる人も出てきたところではありますが、ただあまねく広がっているという段階には到達できてないと思っておりますので、続けていきたいというのが1つございます。それから、むしろ盆栽は昔から海外の人にとってはものすごく価値あるもの、ある意味で、アートとも思えるというような評価をされていまして、ここの盆栽美術館も、ここ何年かで非常に多くの外国人観光客が訪れていますし、ちょっと盆栽園を歩いてみても外国人の方と普通にすれ違うまでになりましたし、また私どものSNSを発信していても、多くのいいねをしてくださるのは外国の方なんです。ですので、海外でもものすごく評価が高い一方、国内での需要を喚起していく。そのビジネスというのもそういったことで、海外向けのものと国内向けのものと、取り組むべき方向性も違うと思いますので、そこを考えていきたいと思っております。

○嶋岡委員

はい。確かに今インバウンド需要って非常に高まっていく方向にあるので、そちらの方はそちらで、多分そこにうまくどうやって持っていくかという話だと思うんですけども。国内で言うと、やはりライトユーザーといえますか。私も盆栽は育ててはいるんですけども、今の盆栽は2代目で、1代目が枯れてしまって、2代目はとにかく元気ならしいという。ただ伸び放題みたいな盆栽なんですけれども。ここにあるように学習プログラムで、この勉強をして、盆栽を育てましようと言われると、ちょっとライトユーザーは引いてしまうという感じもあるんですよ。ですから、植え替えだとか剪定だとか何か難しいことを言わなくても、水をやっていけば簡単に育てられる、みたいな簡単だけどそれなりに盆栽の価値がメンテナンスできるみたいな、そういうライトユーザー向けの意識づけみたいなことができると思います。例えば1つ思いついたのは、リモートを活用して、今、目の前にある盆栽をどうしたらいいのかと簡単に指導するとか、あるいは今後で言うとAIを使ってAIが自動的に画像を解析して指導してくれるとか、そういう難しい勉強をしなくても簡単に育てられるような仕組みを作って、ライトなユーザーを増やすということを考えると、もっと受けるのではないかと。非常にコンテンツとしては素晴らしいコンテンツだと思うんですよ。今後の住宅事情とかを考えても、ガーデニングと言ってもなかなかもう庭は持てないし、庭があったとしてもそんなものいちいち育てていたら大変だという中で、部屋の中に置いてそれだけで絵になるという盆栽は非常に価値があると思うので、絵をかけるというぐらいの感覚で簡単にできるような盆栽が今後受けると非常に発展するのではないかなと思いました。

○村上委員長

なるほど。どうでしょう、他の皆さん。どうぞ。

○横山委員

今の話と似たような話なんですけれども、うちも家内が何となく好きで、うちも2代目の盆栽が家にあるんですけども、本当に小さくて、大宮のイベントで買ってきたそれが今家にありまして、最初は小さすぎてなかなか育てにくいような状態で。育てているんですけど、別にそれをももちろん生業にしたいわけでもないし、それをどこかにあげていいねが欲しいわけでもなくて、ただ家にあるというだけの話で。家にあるだけなんですけど、お金がかかると一生懸命いろいろなことを考えながら、育てるとということに一生懸命になるので。ただそういうライトユーザーをどうやって大事にするかということが、何となく裾野の広がりというか、大事なのだろうなと

思います。あともう一つ、何年か前に、缶詰みたいな、中に赤松の種みたいなものが入っていて、水をやると芽が出てくるというものがありました。私もそれを育てたことがありまして、ちゃんと育てるとするのは相当難しいんですけども、芽が出てきて、木になるぐらいに育つので、そういうことでもやったりするとそれを入口に、そういうちょっとした苗みたいなものを育ててみる経験をすることで、何となく一生懸命になる人もいるでしょうから、そのようなことのきっかけ、何かそういうところに繋がるような仕掛けが大宮発であるといいのではないかなという気がします。

○村上委員長

ありがとうございました。他はいかがですか。はいどうぞ。

○小林委員

今のお話に繋がるんですけども、さいたま市内の小学校などでは、盆栽を制作されたりということはあるのでしょうか。

○事務局

植竹小学校が地元にございまして、こちらでは小学校5年生になると必ず全校児童が盆栽を授業の中で育てるという取組をしています。

○小林委員

はい。そういうのがいいのではないかなと思います。以前、青森に行ったときに、版画のワークショップを街角でやっていて、飛び込みで参加できたのでやってみたんです。青森は棟方志功さんの出身地で、小学校等で多くの版画の授業がある。そのせいか、子どもも、年配の方も彫刻刀を持って自発的にどんどん制作するんですね。本当にびっくりしました。このように、大宮のお子さんが、例えば小学校1年から6年まで盆栽を習ったら、技術と知識、趣味を持てるし、教えたりメンテナンスしたり、苗や鉢といった資材の扱いまで、「盆栽」に関わる人のお仕事にもなる、ということも思いまして、ぜひやれたらいいなと思いました。

○村上委員長

はい、ありがとうございました。新井委員、どうでしょう。

○新井委員

はい。我々の業界に似ているなと思いました。私どもは人形屋なんですけれども。最後の若手の稼ぐ力、結局、その需要が後継者育成というか、続くことなんですよね。売上が落ちると、他のことをやった方が稼ぎがいいので、後継ぎがないということになってくるので。私どもは様々なワークショップもやっていて、小学校の授業でもやっています。やはり、盆栽をどこに飾るのかなと、人形も、ひな人形の段飾りを飾る人は、洋間には飾らないんですよ。しかも畳の部屋が二間ぐらい続いていないと、飾れないんですね。大体、洋風で、畳の部屋すらない。きっと、盆栽は床の間に置けると思うんですけども、そういうところもあるのかな。今の時代に合うようなデザインで人形を作ったりしているんですね。このところインバウンドの需要ですとか、あとはもう直接、海外でもやっているんですけども、結構マーケットは広いんですけども、そうすると、これは本当の人形なのかという。ある程度踏み出していかないと、どこか根本でこう、人形でなきゃいけないんだなと思いつつやっているんですけども。盆栽の職人さんもきっと盆栽を育てて生かしていくプロだと思うのですが、売り方はプロではないというところがあると思うんですね。私は盆栽のことはよくわかりませんが、商機というのが、例えば、年に何回か100万、200万、1000万の盆栽が売れるときとやっていると、500円で何か体験するようなものが、少し売れても、どうなのかなという気がするんですよ。手芸材料というものが我々にはあって、人形、今は干支を作る時期なんですけれども、これを買うとしばらく何週間もそれで遊ぶわけですよ。長くそれで遊ばれてしまうと、どんどん作って次のものを買ってもらえるといいんですけども、ひな人形も生まれたときに買って、毎年飾ってもらうので、毎年お金は入ってこない。ですから、すごく似ているなと思いつつお話を伺っていました。

○村上委員長

ありがとうございました。生活の中で盆栽を生かしていくような、そのような機会というのがものすごく変わってしまったのではないかという気がします。盆栽はビジネスモデルによって売れるものという感覚は、正直私にはないんです。私は盆栽ではなくて、庭を作る側なんですけど、家庭の庭を作るとしても、大体3世代ぐらいかけて、少なくとも、100年近く80年から100年ぐらい経つと、庭らしくなる。例えば灯籠を置いて、灯籠がある色になるためには20年は必要という、そういう感覚があるものですから、それが、例えば、物を生産して売るといような、我々が持っている生産の周期というんでしょうか、あるいは財務の流れとか、そういうものに合わせて考えるとできない。今年私の家で起こったことは、夏暑すぎたので、ある種類の木が一斉に枯れたんです。それは近所の家もそうだったんですが、私はそれを植木屋さんと一緒に、どうやったらいいかと考えながらいろいろな手当をしたんです。そうしたらあまり枯れずに済んだんですけど、隣は一本枯れてしまったので、大変なんです。最初から生産の条件になっていないじゃないですか。例えば、リスクがあるからリスクをカバーするために、こういうふうを考えて生産しようよというのは、もう地震のようなものですよ。そう考えると、ビジネスモデルというよりは、先ほどのお話じゃないですけども生活モデルのようなものがあって、その生活モデルの中で、盆栽とどうやって生活をしていくのかということを考える。そうすると盆栽村を訪れてみようとか、盆栽を自分の家に置いてみようとかそういう気にならないのかなという気が、私はそういう気がするんです。ですので、子どもなんかもそうですけど、子どもが言うことを聞かないと子どもを捨てるわけにはいかないので、一生懸命自分の時間を割いて、子どもにどうやったらわかってくれるんだらうかと思いつつ暮らしていくみたいになる。それと似たような感覚が庭にはあるんですけど、盆栽にはもっと強くそういう感覚があるのではないかなという気が、私はするんです。しかし、それを我々の生活の中に、どうやって広めるのかというのはすごく難しく、そこが先ほどの新井委員のお話のように、なかなかうまくいかないんですよ。例えば、人形師さんが考えて、こうやって人形と暮らして欲しいなと思っても、ずれてしまうみたいなことが起こってくるのではないかと思うんです。そのような、文化的な視点から考えて、そういう我々の生活から考えて、盆栽と市民というのかな、その感覚、何か少し違うのではないかというような、そのような感じを、例えば、村田委員はどうお考えかなと思ひまして、盆栽を作っている、それを育てている人から見て、盆栽を楽しんでくださる方と市民の盆栽に対する感覚というのは、ずれてしまっているのではないかと私は思ったりするのですが、いかがでしょう。

○村田委員

そうですね。ついに、マイクが回ってきてしまいましたけど、皆さんのお話をいろいろ伺っていて、今いろいろと思うところがあるわけなんですけど。基本的に大宮の盆栽村ですと、いわゆる本格的な盆栽というのを扱っているわけです。本格的というのは樹齢が古くて植わっている鉢も本格的な鉢専門の職人が手づくりして、あるいは中国から古い時代に渡ってきた鉢に植えて、安くて、数万円、数十万、数百万円は当たり前という。そういうものにお金を出すという人たちを相手にしているわけです。私は自分で趣味で100万円とか、数十万円の盆栽を買うかと言われたら多分買わないです。車を買ったり、おいしいものを食べたりした方がいいということで、盆栽村が想定しているお客さんというのはやはり極めて特殊な人たちで、そういう特殊な人たちを相手にしている商売というのは、はっきり言って先は全くないわけですね。盆栽人口は減っていますし、盆栽の業者の数自体も減っているというそういう中で、もうこれも言われなくてもわかっているのがライトユーザーを取り込まなければいけないということで。そうすると、この盆栽美術館の駐車場にも売店がありますけれども、売れるものというともう、上限が5000円程度です。もう5000円を超えると手が出ないということで、数千円のものを中心になるんですけども、数千円のものも売っていて、商売が成り立つか。しかも盆栽町のこの地価が高い、相続税も高い、そういうところで成り立っていくのかと言うと、それも非常に難しい問題がありまして、もう盆栽村もはっきり言ひまして、後継者不足がかなり深刻で、経営者の高齢化もありますし、例えば、小学校ですとか、そういったところでワークショップを広げていって何か良いことがあるかという、例えばですね、ワークショップ等で使う苗木のようなもの素材の供給というのは、これもまたかなり厳しくなっていて。盆栽町のようなところだと大規模な生産というのがもう土地の問題で難しいわけですね。小さな苗木ですと、また地方に行きまして生産業者というのがあるわけなんですけれども、この生産業者の後継者不足というのも、これもかなり深刻なものでして。業として成り立つかという盆栽業は非常に厳しい中で、

文化として残っていくということになると、もうこれはですね、趣味の方が、自分で種をまいたり、挿し木したりしてできるという部分もありますので、超高級品を相手にした、変わった人を相手にした一部の業者と、あとは、趣味の方が自分で作ってそれこそフリマのようなところで売買してお小遣い稼ぎをする、そういったような二極化が盆栽界でもこの先進でいかにざるをえないのかなとそのようなことを実務に携わっている者としては感じております。

○村上委員長

ありがとうございました。かなり厳しいというか、本物の話と消費者の話とが分かれてしまっている感じがしますよね。同じようなものとしてラグジュアリーブランドがあって、私が聞いた話ですごいのは、ニューヨークとあるブランドが、宝石の展示会をやったんです。世界からお客さんを集めたんですね。来てくれるお客さんにはブランド業者がファーストクラスを出して、そしてホテルに泊まってもらって、ホテルから展示会の会場にリムジンで送迎するという、そういう流れなんです。そして、売れるものが億単位で、3億から5億ぐらいのものを売ろうというそういう企画です。その時に、すごく面白いのは、なぜリムジンで送迎するかという話です。どうい話かという、リムジンで送迎しないと、来るお客さん自体がすでに15億ぐらいの衣装をつけているからというのが理由。来る人が3億ぐらいのものを買おうとするときに、その人が着ているもの、その人がつけている宝石類を合わせると、10億ぐらいになってしまう。そうするとニューヨークでは街を歩けない。逆に言うと、私はすごく不思議なのは、盆栽町はそういう人が駅から歩いて盆栽園に行けるという。そのすごさが日本にはあるんですよ。我々はもしかすると、そのラグジュアリーブランドの世界、これも1つのビジネスモデルがあるんですけども、ラグジュアリー、つまり高付加価値なものを取り上げようとするときの、その考え方が普及してきていないというのが、それで園主さんの皆さん困っているという、そういう状況なのではないかと思うんです。

もう一つ面白いのは、ラグジュアリービジネスでいうと、ラグジュアリーブランドの商品は多くの偽り物があるんです。偽り物は山のように売れるんです。日本では偽り物を持って帰ってきてはいけないという法律があって、飛行場で見つかると没収されてしまうんですけど。盆栽も盆栽なのか、鉢植えなのかと言ったときに、鉢植えを盆栽と言ってしまうという。そういう問題が片方で我々にあるような気がするんですよ。だから、そのあたりの見極めをつけながら、あと10年とか15年ぐらいの間にビジネスモデルを作っていくという方法が必要なのかもしれないということを皆さんのお話を伺っていて感じました。

おそらく皆さんが最初にされていたお話は、5000円で木の苗が買えれば、そんなに問題じゃない。実は普通の庭を作るときに、庭は正門と通用門とあるんですけど、正門の方に門かぶりというものを松で作るんですね。その門かぶりは最低でも50万です。ですから、門かぶりを植えようと思ったときに、車1台は覚悟しなければいけないというのは、世の中で常識なんです。だけど、その常識は今やどこにもないので、門かぶりかっこいいよねという議論にはなるんですけど、それが幾らかかるのかというのは皆さんにはわからない。そういう問題が発生する。そうすると、ビジネスがビジネスとして成り立たなくなるんですよ。このギャップみたいなものは、皆さん、どうやったら埋まるのか、私はそれを全部盆栽園さんにかぶせてしまうのは余りにも無責任な気がする。ですので、何かこういうようなことが起こったときに、我々にはどのような考え方があるでしょうか。例えば、ラグジュアリービジネスはどうしているかという、300個かばん売りますよと言って、実際には250個ぐらいしか売らないんですよ。残りの人たちには何て言っているかという、今年は材料が間に合いませんでした来年までお待ちくださいというんです。それで翌年になると、その50人が残っているわけですから、そうすると250じゃなくて200人に売ればいい。そういうモデルなんです。そういうモデルが、ラグジュアリーモデルの売れ方で、そうすると、世の中はそれのどこを評価するかという、資源への負荷が少ないという評価をする。要するに、たくさん売らない、たくさん革を使わない、たくさん香水の材料を使わない、と言って環境調和をそれで達成する。もしかしたら盆栽も、そんな気がしませんか。我々の側にもモデルがあるとその両立が可能なのに、そこがうまくいってないような気がします。どうでしょう、少し難しい話をしてしまいました。坪内委員いかがでしょう。鉄道模型。本物の鉄道、車両みたいな話の、アナロジーで何か思いつきませんか。

○坪内委員

私どもですね、鉄道と盆栽はすごく似ているなと思っておりまして、私どもの博物館もおよそ104年前に鉄道博物館が出来まして、大体大宮の盆栽村さんと同じぐらいの時代を過ごしてまいりまして、大変展示

物に手がかかるということ言えばすごく似ていますし、私が幾ら体が大きいと言っても、車両を他に持っていくのはかなり難しいです。それは盆栽美術館さんもそうなんじゃないかなと思っていますし、また今、委員長におっしゃっていただいたとおりライフスタイルの中に組み込まれないと需要が生まれないという部分も、すごく似ているなと思いました。鉄道もなかなか自分で所有することは難しいんですけども、旅だったり、周りの付帯文化でどちらかというファンを作っていて、Nゲージなんかも先ほど紹介がありましたけど1編成買くと、70万から120万かかってしまいますので、盆栽のレベルはちょっとわからないんですけども、盆栽はもっと、億を超えるものがあるというのは知っておるんですけども、120万1編成に出して、夜がなウイスキーを飲みながら走らせてみているというようなお客さんもたくさんいらっしゃいますので、なかなか私どもの持っている課題とすごく似ているなと思いました。1つ私どもからのお話としてはですね、おそらく、人形好きな方も、盆栽を好きな方も、鉄道を好きな方も最初からそういう知見があったり、愛でるという意味であったり、楽しむという意味で、インテリジェンスを最初からお持ちだったわけではないと思っておりまして、そういうものを皆さんがやられているアーツカウシルもそうですし、国際芸術祭もそうですし、何かそういうもので少しずつ、草の根活動という少し泥臭いかもしれませんが、増やしていけばよいのではないのかなということが1つと、あとは、盆栽もそうですし、人形も鉄道も漫画もそうなんですけれども、おそらく似たようなニッチな部分があって、似たような何となく泥臭い部分だったり、似たような今風じゃないというところは似通っていると思いますので、まずは相互でファンの皆さんを、人形好きだったら鉄道も好きかもしれません、鉄道好きだったら盆栽も好きかもしれません、盆栽好きだったら漫画も好きかもしれません、というようなところは少し、先ほど広告の話もありましたけど、相互でやっていって、まずはその気持ちをお持ちのお客様たちの興味が盆栽だったり、鉄道だったり興味をお持ちのお客様に、他の文化を愛でてもらって、思いのまだ芽生えてないお客様には、大変恐縮ですけど、いろんな施策をやられるのがよろしいのではないかと考えております。

○村上委員長

ありがとうございます。すごく大事なポイントだったと思いますね。好きな人からという。さきほどのアーツカウシルの話もそうですけど、好きだからそれやるということになっていて、好きな人からアプローチをしていく。しょうがないですよ、大量に売れないですから。ものすごく大きな収入が最初にあるわけではない。けども、好きな人から思いを育てていく、最近の言葉で推しというやつですね。それで、実は副委員長に質問がありまして、副委員長造形ですよ。造形というか、彫刻ですよ。そういうものってそんなにマーケットが大きいわけではないと思いますが、どうやって普及していくんですか。

○関井副委員長

私は、芸大の工芸科で鍛金という技法を専門に学び、大きな作品から小作品までの制作発表販売活動をしています。また、さいたま市の美術家協会会長という立場ではありますが、主な生計は某教育系の大学教員として立てています。マーケットとしての彫刻の問題ですと、いわゆる大きいものを作ろうとした場合、まず買い手が存在しなければ作る事が困難です。ですから、野外彫刻のような大型作品の場合は、例えばクライアントである役所・会社・個人から要望があって作る事が一般的です。そこには仕事として制作者とクライアントを橋渡しする仲介業者としての画商といったようなものが存在します。つまりは仲介業者と繋がらないことには、難しいでしょう。他には、日本では百貨店を代表とするような企画個展での販売になります。こういった場所には購入を希望するコレクターも来場しますので、そういうところでなければ実は売れないという事が、我々アートの業界では常識です。あとはいわゆる現代アートという方たちは、作品を売るといっても、イベントに参加することで参加料、もしくは助成金を頂いて活動しています。この業界の中では学生たちや卒業したばかりの作家は、非常に厳しい状況にあると思っています。そういう中から拝見すると、大宮盆栽美術館で行われている活動は至極正当な気がします。まず子どもたちに対して小学校などに出向き知見を広めながら、制作・鑑賞も含めた教育活動を行なっている。これをさいたま市全域に広げるとことは活性化につながると思います。人形についてもそう同様に思います。さいたま市の特色ということ言えば、盆栽や人形の美術館・博物館、また産地を持っているので、さいたま市全域の中で教育普及活動をやられたらゆくゆくはマーケットにつながるのではないかと思います。ただ、やる方も大変だとは思

ます。実際には行政の助成やコントロールも必要と思います。徐々にでも少しずつでも増やしていくという努力は必要でしょう。結果的に育った人たちの中から、顧客というユーザーが生まれるかは分かりません。我々の美術分野もそうです。美術という教育分野はありますが、美術作品を購入するというユーザーは多くはありません。我々の作品のような高額品を購入してくださる方々は、我々の金銭生活感覚と違うと思っています。そういう方々をつないでくれるところが、盆栽や人形もあるのかということお聞きしたいと個人的に思います。長くなりましたが、先ほどお話ししたように、我々の作品は販売してくれる画商というような存在がなければ生業となることは難しい。美術という教育分野はあっても支えてくれているのは少数の支援者ということが現状です。この盆栽美術館で行われているような教育普及も含む全体の活動は、さいたま市の文化活動として今後のアーツカウンシルの活動に深く繋がっていくものではないかと思っています。

○村上委員長

なるほど。はい。ありがとうございました。大学で本を買うのもそうですね。古書屋がないとだめで、作家の方が亡くなると、その作家のおうちの本棚は全部古書店が、つばをつけてそれを売って、そして、その売ったときに、各大学がこの本欲しいと入っていくというそういうタイプの流れになっています。そのようなお話もあるかなという感じです。さてそれでは、芸術文化振興財団の松本委員、今までの話を聞いていて何か、これ面白いというようなヒントになるようなお話はありませんでしたか。

○松本委員

本題の前に、私は今芸術文化振興財団の職員ですが、埼玉県の方から派遣になっていて、実は北側にあります広域連合の研修所に2回、勤めていたことがございまして、それは平成9年から3年間と、平成28年から2年間来ていて、その約20年の間にこちらの美術館ができました。毎日通勤していますので当然この地域のことにつきまて散歩しながら見ておりましたが、平成9年のこちらがないときには、いわゆる盆栽を目当てで歩いてくるような方が少なかったというイメージがございました。こちらの美術館ができてから、本当爆発的に、結構観光客、特に外国の方とかが歩いているというのを目にしまして、この美術館の役割はすごく大きいなということを感じました。

本題に入りますけれども、やはり難しいものと一緒に一般の方々をどう結びつけるかというお話があったと思うんですけども、私たち芸術文化振興財団は、中央区にございまして芸術劇場と浦和区にございまして埼玉会館を指定管理しております、運営しております。芸術劇場のほうにつきましては財団の職員が、一から作る、創造する劇場ということで行っておりますが、やはりわかりにくいものが結構ありまして、いかにお客さんを入れるかというのが課題になっています。そうした場合に、その前に講座みたいなものを5回ぐらい設けて、この劇についてはどういう背景があって、どういう形でこの人間関係がやっていくんだということ難しいもの、なるべく一般の方々にわかりやすく伝えていくというふうな形をとりまして、なるべくそういう芸術作品に関心を持ってもらうという活動を行っております。このお話がはたして盆栽に効果的かどうかというのはわかりませんが、やはり、まずは知ってもらわないと困る、知ってもらわないとそこに行き着かないということがあると思いますので、そういう活動をしていく必要もあるんじゃないかと思っています。ただ先ほど村田委員が仰っていましたとおり、盆栽は100万円単位のものなので、そこを扱うまでに手が伸ばせるかどうかというのはなかなか難しいと思うんですけども、やはり、ある特定の方々だけではなくて、なるべく広い方々に盆栽を知ってもらうような取組をすべきだと思っております。以上でございます。

○村上委員長

ありがとうございました。ここができる前はこちらまで歩いてくる人はいなかったんです。なるほど。大体皆さん一巡しました。それでは、村田委員どうでしょう。何かこんなこと聞いてみたいという話はないですか。あるいは、こういう話だったらもっと聞いてみたいことなんだけどということはないですか。

○村田委員

そうですね。聞いてみたいことと言いますと、皆さん普段、盆栽というものにどんなふうにして、目にするものがあるのかということをお聞きしたいなと思っていて、人間ずっと見ているとだんだん慣れてきて、多分、

盆栽と言うと始めは取っつきにくくてちょっと怖いものというイメージが一般の方にはあると思うんですけど、ずっと見ていると目が慣れるということがあると思うんですけど、皆さん普段盆栽に対して、例えばどうしてもテレビ番組とかで取り上げられるとこれは高いですどっちが高いでしょうかという、そればかりになってしまって、うちあたりでもテレビ局から1億円の盆栽ありませんか、という電話がかかってきて、うちにはありませんとお断りしたりするんですけど。どういうイメージをお持ちか、あるいはどういうようなことから、盆栽の情報が入ってきているかという、そういったことをもしお気づきの方いらっしゃればお聞きしたいと思います。

○村上委員長

ありがとうございます。それでは皆さん、どうぞ。

○小林委員

私の場合は、アーツカウンシルさんに関わらせていただいたときに知ったのと、国際芸術祭に行ったときに盆栽をモチーフにした作品があって、これはカッコいいなと思って、そのあと盆栽村の探索に行きました。それまで自分のまわりに盆栽があることに気づいていなかったのですが、知ったあとは気にして見るようになり、その当時の職場の玄関に置いてあったのを見つけて驚きました。すごくカッコいいと思っています。

○嶋岡委員

さいたま市民は一般的に触れ合う機会が多いんじゃないかなと思うんですね。もちろん私は自宅にありますけど、それだけではなくて、例えばコンサートに行ったときに展示されているとか、いろんなイベントでの展示を見ることがあるし、テレビプログラムなんかでも見たことがありました。もちろん盆栽村に関心を持っているから、さいたま市民っていうのはそういうものにすごく気づきやすいということもありますね。年に数度触れる機会はあると思うし、常に意識をしているというふうに思います。

○坪内委員

私のごめんなさい。祖父がやっています、ポケモンみたいな感じでやっていました。隣の人の盆栽を旅行行くから少し預かったり、隣の町内の人と盆栽替えたとか、トレードしたりということがありまして、そういう感じでもらえていまして、あとはなんか、ポケモンみたいだなと思いつつも、インテリア、お客さんが来るからこれを客間に入れとけとか、なんかそういう感じでした。さいたま来てから私の家も2代目ですね、1個は子どもが抜いてしまったので。

○松本委員

やはり私の父も盆栽をやっていました。50年ぐらい前ですね、結構ブームだったんですかね。家の庭に50個ぐらい針金で巻いた盆栽を自分でやっていた記憶があります。結局父が病気になってしまって、しばらく入院してしまったため、親戚の人にほとんどあげてしまい、1鉢だけ私の家に置いていましたけれども、結構仕事が忙しくて面倒を見ることがなかなかできなくて、結果的に枯らしてしまったという苦い経験があります。そういう形で盆栽は見ていたので、身近な存在でありました。以上です。

○横山委員

私は自宅に帰れば小さいやつは一鉢だけありますけど、その前に盆栽とどこかで出会ったかという、何も一切ありません。うちの実家にもないし、家内の実家にも何もないし、接する機会があったかという、何もないというのが正直なところなんです。ただ、家の中に小さい植物があると嬉しいなという、そういう感覚です。

○新井委員

盆栽は確か、父がやっていましたね。途中から(盆栽いじりから)蘭になってしまって。これも大きすぎて何か温室の機能を作ってそこでやっていたんですけど、結局亡くなってから、私も面倒見られなくなってしまって、みんな枯れてしまったんですけど。私がこれから盆栽を買うかなと考えたときに、いろいろお話を聞いていて楽しそうだなと思うんですけど、自営業なんですとうちにいるんでね、面倒は見られるかなと思うんですけど、見

るとやはり素晴らしいと思うんですね。素晴らしいんですけど、うちに置きたいと思うかというところが、非常に微妙で。人形もね、節句ということで使うものなんですけど、イベントで楽しってしまう人が最近多くて、鯉のぼりも全然飾る人がいないんですけど。川のところに鯉をいっぱい下げて、こどもの日はそこで過ごして、和菓子かなんか買ってくるという人が多いんですけども、人形を、鯉のぼりがすごいから家に飾りたいなんて人がどれだけいるかなというとなんか似ているなという気がして。機会があったらぜひ盆栽をやりたいとは思っています。

○雑賀委員

私も父がやっていたんですけど、私自身が転勤族だったから全然引き継ぐとかそういうことではなくて、どうだったのかなあというぐらいです。ただ今日、実際の盆栽を見せていただいてとてもいいなと思い、お庭のところもそうですし、床の間のところとか、影、シルエットで見せるというのもよかったと思うし、少し興味を持ちましたけど、多分やらないだろうなという感じです。

○高見澤委員

私は、盆栽をやるお友達から分けていただいて、ここにあるような盆栽とはレベルが違うんですけど、20から30ぐらい持っています。やはり、すごくかわいくなってくるんですね。小さいものなんですけど、季節を感じられますし、今日は紅葉がとても綺麗なので、飾ってあげようかなとか、そんな気持ちになれるので、今日も久しぶりにこの盆栽美術館もゆっくり拝見できて、ただ、ここにあるのは余りにも立派過ぎて、私はでも、そこに関わってきた人、人の手で、作られたものじゃないですか。その造形の美しさもそうなんですけれども、これがここにあるために、どれだけの方の手を経たのかなと思うと、やはり、もう本当文化財級のすばらしいものだなと思っているので、ぜひさいたまの盆栽村のこの文化として残していただきたいなと思うし、また、さいたま市のいろんなところに行くと、盆栽が飾ってあって、壁には北沢楽天の漫画が飾ってあって、それがすごく理想だなとは思っています。頑張ってください。

○永井委員

先週、大宮の駅でやっていた盆栽の展示はすごい人が多く、多くの人が立ち止まって賑わっていました。私も行きましたが、盆栽を売っていて、小さいもので数千円で買えるというのを初めて知りました。しばらく見ていましたが、若い方がかわいいといって写真を撮ったりしていたので、盆栽のイメージ、伝え方は、格式が高く洗練されたものというもので訴求をされがちですが、小さくてかわいらしい盆栽というアピールで、ライトユーザーの方に伝わるのかなと。先ほどの課題もありましたが、「かわいい盆栽」というのもアプローチの1つにあってもいいのかなと思いました。

○村上委員長

いかがでしょう、皆様のご意見は。

○村田委員

はい。最後はまた回ってきてしまいましたけど、ちょっと視点を変えますと、ライトユーザーの取り込みってことがこれから必須ではあるんですけど、同時に本格的な盆栽っていうのはやはり、守り育てる人がいないと生きていけないものでして、例えば、この盆栽美術館で専属の盆栽技師が2名いらっしゃいまして、公務員ですから、いずれ定年になるわけですよ。そうなったときに、次の盆栽の育成を担う人材っていうのも、育てていかなければいけない。そういう人材っていうのはやはり、数十万、数百万円の盆栽を扱える人を育てていかなければいけない。でも、そういうお客さんを相手にした商売というのはなかなか難しいということで、その技術の伝承ということと、商売と、これからの顧客の相手という、その3つの間で三すくみのような状態で、これから先進んでいかなければいけないのかなと、そんなことを感じております。

○村上委員長

ありがとうございました。

○関井副委員長

ちょっと質問させてください。ライトユーザーは枯らしてしまうわけですね。実は盆栽も高価なものはお預かりしますよね。お預かりして何かしらのお代を頂きお返しする。例えば、ライトユーザーのような一般の方たちの盆栽を預かるという発想は可能でしょうか。

○村田委員

はい。一応盆栽園は預かりの商売というのもやっております。ただ昨今盗難が多くて、高価なものと、なかなか、預かる側もリスクがあるといえますか、一応天変地異とか盗難に関しては、責任は持てませんというシステムにはなっているんですけども。一応システムとしてお預かりすることはありますし、あとは、先ほどちょっと植え替えとかまではなかなかというお話が出ましたけれど、お金をいただいて植え替えるというそういうこともやっていますので、ただ、その辺のところを大々的な宣伝とかは盆栽園というのはなかなかしないといえますか、何をどうしていいか多分初見の方がわからないということがありますので、業界として、例えば、明朗会計でお預かり何週間幾らですとか、植え替えこの大きさでしたら、一鉢幾らですとか、そういったことを明示するというのも1つ課題としてはあるのかなと感じています。

○関井副委員長

実はね、いわゆる我々の技術を、物品の販売をするというよりも、盆栽は少し違う形が見えているんですよ。それはやはり盆栽の魅力な気もしているんです。実は、それは生きているから、生きているものをずっと自分の家に置いておく。それがどんどん変わっていくということ。それを持っている方は、体感できるというので盆栽ならではのアートなのかなと。ですから、何かそういうところに可能性がまだないのかななんて私は思ってしまう。例えば私も盆栽を一鉢持っています。盆栽頑張ってください。

○村田委員

ありがとうございます。

○村上委員長

なかなかいい議論であったと思います。お困りになったら、このメンバーにご相談をいただくと、何かアイデアが出るかもしれません。長らく話してもらいましたが時間になりました。4時半までなんですね。今日はこんなところで終わりますが、皆さん、盆栽園、盆栽村は課題が多くて大変なんです。ですので、何かございましたら、いつでも市にまずご相談いただくし、それから市の方もこの委員の皆さんにご相談いただくというような、そのような連携がこれから必要じゃないかなというふうに思います。本当に楽しい議論ができたと思います。それでは、市の方にお返しをします。

(6) 閉会 事務局より報酬及び会議概要について説明

さいたま市スポーツ文化局文化部文化政策室
電話 829-1225
FAX 829-1996