

トピックス

**視察報告 1 . 大阪天満宮における「第2回全国ちんどん博覧会」**

~ コミュニケーションの「場」をつくる「ちんどん屋」フェスティバル ~

**2 . 第10回 大道芸ワールドカップIN静岡**

~ 街が劇場に、観客は時に演出家・アクターになった ~

栗本智代

イベントだけでまちはつくれないが、まちづくりにイベントは必要である。市民が文化芸術・アートに出会う機会がまだまだ乏しい日本において、地域ぐるみのイベントは重要な役割を担っている。それは、その土地性、芸術や芸能あるいは演じる人、そして見て楽しむ人で共に創りあげる「場」の可能性を広げることにもなり、結果として、住民自身に文化を享受する能力が育つ。今回、まち中・路上を舞台にした大道芸をテーマにしたイベントを紹介する。

**< 第2回全国ちんどん博覧会 >**

2001年8月29日(水)~31日(金) 大阪天満宮にて開催された。若手を中心とした全国のちんどん屋が大阪天満宮につどい、会場内6つのステージで、演奏や踊りなど多彩なパフォーマンスを披露した。

「ちんどん屋」と聞くと、昔懐かしいイメージがあり、商店街や下町などを中心に、派手な衣装でにぎやかな音楽を奏でて通りすぎていくものとして、今日では時代の片隅に追いやられた印象をもつ人さえいるかもしれない。しかし実際は、その演劇性や音楽性が見直され、国際的にも興味の目が注がれている。IT産業がめざましい発展を遂げる情報化社会において、「ちんどん屋」によるエリアを絞り込んだ宣伝活動は一見効率が悪いようだが、逆に道ゆく人の心をとらえ、口こみとなって広がるようだ。現在、全国では約150人ものちんどん屋が活動を続けており、年々若手の志望者も増えているという。

ちんどん屋に関するイベントでも、最も大きなものとして、富山で毎年4月に開催される「全日本ちんどんコンクール」が有名である。昭和30年からスタートしたこのユニークなイベントは、当時富山市の芸能課職員の発案で実現した。この時は、ちんどん屋も隆盛を迎えていたものの、商売敵で横のつながりが薄い業界であったようだ。今年で48回目を迎えたこのイベントは、日本全国からブクのちんどん屋が集まり技を競い合うものとして盛り上がりを見せている。こんな催しの中で、ちんどん屋どうしの業界意識や交流も生まれたのであろう。「ちんどん屋業界の活性化や意識の向上を図るため、ちんどん屋によるちんどん屋のための自主イベントを行いたい」という思いが募り、東西の若手ちんどん屋(東京チンドン倶楽部の高田洋介氏と大阪のちんどん通信社の林幸治郎氏)が中心になり、博覧会への動きとなったという。そして、昨年8月、東京上野水上音楽堂で、「第1回全国ちんどん博覧会」が開催された。7千人の動員を実現したことで、ちんどん屋業界の意識が大きく変化

したようだ。そして、今年の夏、大阪天満宮で「第2回全国ちんどん博覧会」が開催されることになった。



< 天神橋筋商店街にも看板が！ >

開催場所は、第1回目の大ステージではなく、大阪天満宮の境内を中心に近隣商店街まで、まちそのものが舞台に設定された。大阪天満宮は、社殿を大塩平八郎の乱で焼失した跡、弘化2年に再建されたといわれる。それは、ちんどん屋の開祖とされる飴勝が、大阪千日前で活動を始めたのと同じ時期であった。ちんどん屋自身が、その開祖の偉業に敬意を表すると同時に、境内と周辺の商店街のもつ「場」の力に身をゆだねたい、という実行委員長林幸治郎さんの熱い思いが、このイベントの成功の鍵であった。会場メインステージは、お祭りを象徴する「櫓」が組み、開会の口上や、全国のちんどん屋の合同演奏などが行われた。他会場内5か所に同時多発的に、ちんどん屋やそれ以外のパフォーマーも出現し、さらに郷土料理や各国の料理（沖縄料理や韓国料理）、張子など手作りのおもちやも屋台がところ狭しと並んだ。そこには、お店やお客さんあつての「ちんどん屋」という意識がみてとれる。ちんどん屋というのは、いくら奇抜で目立つ格好をして鳴り物入りで歩いていても、それは、スポンサーの名前や商品を守るためであり、あくまで脇役である。この博覧会でも、ちんどん屋だけが主役ではなく、お店も大道芸人もお客さんも、みな主役であるという設定へのこだわりが感じられ、好感が持てた。林幸治郎さんは、ちんどん屋は芸人であり商人であること、にぎやかで楽しめる「場」をつくりつつ商いをするということを、ちんどん屋自身が自覚してほしかったという。

その他、「ちんどんミュージアム」と題して、ちんどん屋の歴史を紹介する資料館も設けられた。写真パネルや道具衣装類など貴重な資料が展示され、さらに、昭和30年代の8ミリ映像資料も公開されるなど、博物館的な存在意義もアピールしていた。

周辺の商店街には、開催数日前からちんどん屋が、ちんどん屋のためのイベントを広告して歩き（それ自体も、ちんどん屋にとっては初体験であったろう。）当日は、天候の有無に関わらず近隣の住民、親子づれや老夫婦から会社帰りのビジネスマンまで、境内が大混雑になるほど盛況であった。ふだん偶然にしか会えないちんどん屋を、カメラにおさめようとシャッターを切る年配の男性の姿が多

く、印象的であった。このイベントは3日間で、約3万人を動員し大成功に終わった。住民が、ちんどん屋という商人を兼ねた芸人(芸能)とふれあうことができ、大阪がちんどん屋発祥の地であること、天満宮界隈の歴史や土地性なども再発見するいい機会であった。

この成功事例は、今後のちんどん屋の活動や、「場」づくりのヒントになる(特に、天満宮や商店街の「場」としての可能性を発見した)。特に、林幸治郎さんをはじめとする大阪のちんどん屋業界を支える若手の企画・行動力はたのもしく、大阪の都市文化を見直し、リニューアルして活性化させる原動力になるだろう。今後、さらに活動の幅を広げてほしい。



境内の様子



こんな演出もあった

## ちんどん屋の歴史

ちんどん屋とは、「東西屋(とうざいや)」「広目屋(ひろめや)」とも呼ばれてきた、日本独特の街頭宣伝業である。商店の開店や売り出し、催しの告知などを広く一般に知らせることを請け負う。

ちんどん屋の起源は古く江戸時代にさかのぼる。弘化2年(西暦1845年)に、大阪千日前で、飴売りの「飴勝」が、飴を売り歩くのが評判になり、やがて寄席の客寄せを引き受けるようになって、ちんどん屋の業態を生み出した。それ以降、その芸と業態は「豆友」「勇亀」「丹波屋栗丸」「薩摩屋芋助」などに受け継がれた。中でも「勇亀」が、芝居の口上をまねて「東西、トーザイ」と大声で叫びつつ、町中を触れ回ったのをきっかけに「東西屋」と呼ばれ、以降、路上広告業は、「東西屋」と言われるようになった。明治16年のことである。その2年後、「秋田柳吉」が大阪から東京へ進出し「広目屋」として、化粧品・ビールなど全国メーカーの大規模な宣伝キャラバン隊を企画考案して一時代を画した。軍楽隊が加わり、楽隊広告が誕生したのはこの時である。現在のちんどん屋の形態は、大阪で生まれ、それが東京で鳴り物が入るかたちへ発展して、大阪へかえてきたのである。

その後、第2次世界大戦を経て、昭和30年頃からちんどん屋は最盛期を迎える。庶民の娯楽がない時代、ちんどん屋は庶民のスターとしてもはやされ、最高数千人にもものぼったちんどん屋であったが、情報化社会が進展するにつれ、後継者も不足し、昭和後期には、数百人に減少した。

しかし十数年前から、少しずつちんどん屋の存在が注目を浴びつつある。そのコミュニケーションのあり方に新鮮味を感じた商店や企業が、ちんどん屋の起用を始めたのである。特に若者で職業としてちんどん屋を志望する人が増え、また芸能の中にもちんどん太鼓を使う機会がつけられている。時代にあわせた、ちんどん屋の新しい活動に期待がかかっている。

## < 大道芸ワールドカップ IN 静岡 >

静岡市では、「大道芸ワールドカップ IN 静岡」と題したイベントが、1992年より毎年、10月後半から11月に開催されている。初年度は4日間で111万人の人手を記録している。その後、年々その規模と内容を充実させ、今年で10周年を迎えた。街ぐるみのイベントの代表的な成功事例として、ここで紹介する。

### - 国際的に有名なフェスティバルに発展

大道芸とは、ストリートを舞台に通りすがりの人を相手に行われる芸である。このストリートパフォーマンスのコンペティションが「大道芸ワールドカップ」では、真剣に行われている。今や、世界のストリートパフォーマーの間で「静岡」の名前は確実に定着しているという。開会当初は海外のパフォーマー探しに苦労していたが、最近では海外パフォーマーの方からの申し入れが多くなっている。異なるジャンルのコンペティション方式を採用した(大道芸と呼べるものならジャンルを問わない)ことが、効果的だったようだ。コンペティションは、市民審査員によるという静岡方式に参加パ

フォーマーは納得して、ワールドカップ参加を熱望している。さらにイベントの成功は、フォーマーだけでなく、海外のフェスティバルディレクターからも注目され、メールで送られた様々なオファーを反映させたところにある。特にカナダのエドモントンとは交流が3年前から始まっており、実行委員会からも現地へ赴き、また日本のフォーマーもカナダのフェスティバルに招かれ絶賛されたという。その他、オーストラリアのメルボルン、ビッグ・ウエスト・フェスティバルから招待されたり、シンガポールやヨーロッパからも今後の提携について、話がきているという。実行委員会は、海外のフェスティバルにも訪れ、静岡をアピールすると同時に、日本人フォーマーの海外進出もサポートしている。大道芸という文化メディアを通して、静岡の名前は国内から海外へ広がった。

### 大道芸の魅力

大道芸は、静岡だけでなく各地で大小のイベントで人気を集めている。なぜこれほどもてはやされるのか、実行委員長の甲賀氏はこのように述べている。バブル崩壊後、物的豊かさ経済的豊かさを信じえた時代が終焉を遂げ、人々は心底喜びを感じられるものを探しさまよっていた。そこで求められるのは、押し付けではなく、自分たちの感性で選べる自由度であり、自分尺度で選べる身近な文化である。さらに、大道芸の仕組みが人々が渴望していた新しい経済の仕組みに近いものであったことも重要な要素である。産業のシステムは生産者側が主導権をにぎり価格も決めてきた。大道芸は、お代は見てからである。見る側がその価値を決めることができ、面白くなければその場を立ち去ればよい。感動すれば、投げ銭をする。100円でも千円でもいい。この暗黙のルールが、生産者主導型から生活者主導の経済システムを望む人々の意向にかなったのではないか。

大道芸は、ハプニング性と参加性がその特徴である。単なる通り道が、ある時、フォーマーとそれを取り巻くオーデイエンスにより、ともにステージを作り上げていく。その一体感が「場」のエネルギーを生み出す。観客もフォーマーといっしょに参加し助演するという協創の体験がもっとも大きな魅力であろう。



< 海外からフォーマーが参加して芸を競う >

# 10周年だからこそその顔ぶれ。見逃したら、一生後悔するぞ。

世界12か国から65組を招聘。全体で80組以上のパフォーマーが集結!

世界から、かつてないほど多彩に。WORLD CUP 審査対象12組。



## CALVERO

カルベロ【ドイツ】  
8個のボールを使ったジャグリングやロープ上での芸など高度な技を元に展開されるクラウンの世界。

## EL ESPEJO NEGRO

エスベホ・ネグロ【スペイン】  
パペットと音楽で賑やかにパフォーマンスを展開するスペインが引っ越してきたようなグループ。目茶、楽しい。



## COULEURS MECANIKES

クルー・メカニク【フランス】  
パペットスティルト(高足)など、カラフルでメカニクなコスチュームでスピード感があふれる演技を。

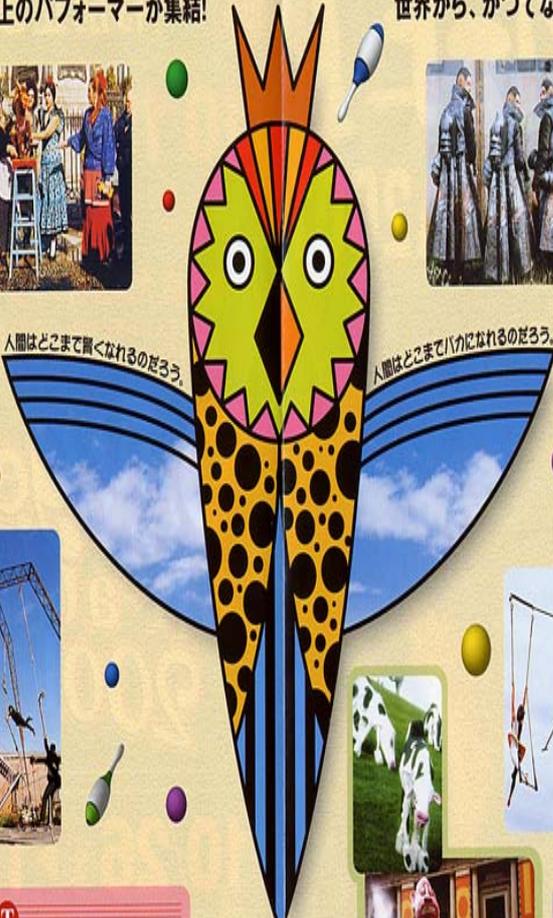


## DAN MENENDEZ

ダン・メネンデス【アメリカ】  
ジャグリングのボールでキーボードを和音で弾いて演奏するという驚きの技を見せるジャグラーだ。

## 5 ANGRY MEN

ファイブ・アングリーメン【オーストラリア】  
自転車に乗った得物の知れない人々の男たちが壁を壊らして行って行くというストーリーの作品。これはアートです。【オーストラリア・ビクトリア州との文化交流】



人間はどこまで弱くなれるのだろう。

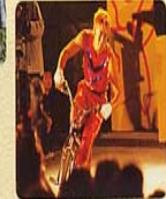
人間はどこまでハカになれるのだろう。

10th SPECIAL



## L'ELEPHANT VERT

レレファン・ヴェール【フランス】  
「目」だけで(映像)ビジュアルを表現してしまう新感覚のアートパフォーマンス。異次元の感動が包摂されます。



## MR. APATCH

ミスター・アパッチ【日本】  
BMXを見事に操ったストーリー性溢れる演技で昨年ジャパンカップを獲得した彼が、今年は世界へ挑戦。



## LINSEY POLLAK

リンゼイ・ポラック【オーストラリア】  
コンパでも大抵でもジャグライダーでも、そこらにある野菜を次々と箱にしてしまう面白オジサン登場。



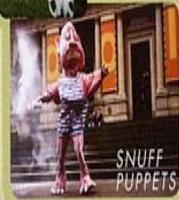
## ROMANO CARRARA

ロマノ・カアラ【スイス】  
●2000年実行委員会特別賞受賞  
鍛えられたしなやかな肉体を複雑無良に使って演じるジャグリングはため息が出るほど芸術的。



## L'EPATE EN L'AIR

レパット・アン・レール【フランス】  
大きなモビールを使って空中で息のあったロマンチックなパフォーマンスを披露してくれる二人組です。サーカスがアートになった。



スナフパペット【オーストラリア】  
重体みのワークショップで参加者で作った巨大な人形でパレード。さらに彼らだけのパフォーマンスも別バージョンで披露。  
【オーストラリア・ビクトリア州との文化交流】  
ARTS VICTORIA

## ★夜になっても眠れない日本初上陸!音と光のファンタジー★



## TRANSE EXPRESS

トランスエクスプレス【フランス】  
フランスで地上10数メートルに釣り下げられた果実と地上の果実とが共舞するスケールの大きさに驚嘆します。



## HERBERT'S DREAM

ヘルバート・ドリーム【フランス】  
まるでマッシュマロマンみたいな3メートルを超える風船人形を使って演じられるファンタジックな光のショー。

## SPECIAL GUEST

人気投票第1位!  
期待に応えて再結成。

THE FLYING DUTCHMAN  
フライイング・ダッチマン【オランダ・カナダ】  
●1993年ワールドカップチャンピオン  
高い一輪車に乗ってのジャグリング、シンバルなど楽しんでいる!!



おかしなハダカのおスコイタリ組。

SKATE NAKED  
スケート・ネーキッド【イギリス】  
●1995年ワールドカップチャンピオン  
お尻に花火をはき込んで逆立ちしたのは、驚いた笑えたり感動したり!



新しいニューで今年も魅せてくれます。

LIBRA  
リブラ【アメリカ・ロシア】  
●2004年ワールドカップチャンピオン  
ダイナミックでしなやかで力強いあのアクロバットには言葉が失った!



# 大道芸ワールドカップin静岡2001

特別協賛 **キリンビール株式会社 / 日本航空**

静岡市中央商店街連合会、静岡鉄道グループ、株式会社/バンダイ、タカラ堂、日立製作所、クレディア、花菱産業、あいネットグループ、マルハン、中部電力、アルバイタイムス、三菱電機、静岡グループ、静岡新聞社、SBS静岡放送、静岡朝日テレビ、静岡第一テレビ、テレビ静岡、静岡ガス、ホテルアソシア静岡ターミナル、キリンビール、静岡市ホテル旅館協同組合、静岡茶業工業協同組合、静岡旅行、静岡交通観光商店街振興組合、日本平ホテル

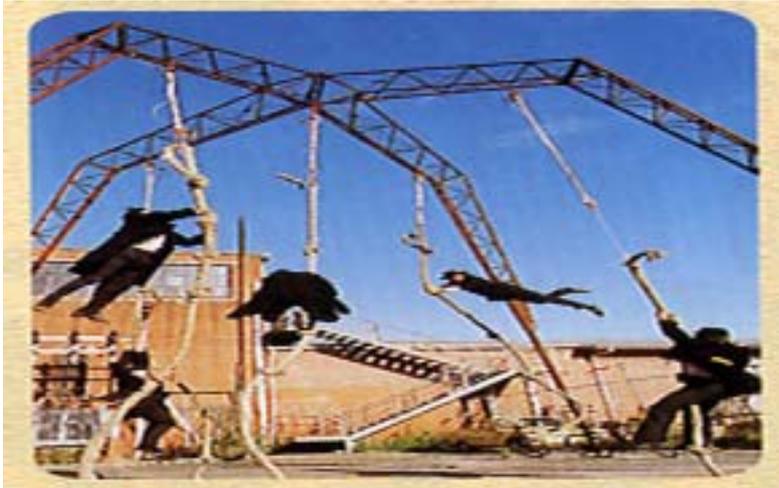
10周年特別号 **大道芸ワールドカップin静岡2001 公式ガイドブック** 9月中旬発売予定

市民審査員・市民ボランティア **スタッフ募集!!**

お問い合わせは大道芸ワールドカップ実行委員会 **tel.054-205-9840**



< 宣伝チラシ・パンフレットより >



<大規模なパフォーマンスも披露される>

### - 新たなまちづくりと市民変革へ -

そんな大道芸による静岡のこのイベントは、「まちと人の活性化」を明確な目的としている。昨年は4日間で170万人が来場する程の集客力であり、経済効果をあげたのは確かである。しかしそれよりも、ソフト面からの新しい文化的手法によるまちづくりを目指すことを基本理念に次のようなビジョンと目標を設定している。

\* 全国から人が集まることによる文化交流と、静岡市のPR（認知度UP）

\* 世界に通用するまちのイメージの構築

\* 異文化交流により国際化をめざす

\* 静岡発の独自の文化を構築する

\* 静岡市民が誇れる新しい名物をつくる

\* なによりも、このイベントを通じて、静岡市民の意識、心の中に文化・芸術の素晴らしさを感じ取る感受性・自己表現の素晴らしさを実感できる感性、さまざまな人と1つのモノ・コトをつくっていく素晴らしさ、さまざまな文化とコミュニケーションできる国際感覚が芽生え育ち、定着していくこと、さらには、まちづくりは市民ひとりひとりの参加意識によって成り立つことを実感してほしい、ということ。

このような考えから、このフェスティバルのために新たなハード施設はつくらず、スタッフ全てボランティア（約1000名）、地域の企業や商店街もスポンサーとなり、大勢の観客（時には演技者になる）とパフォーマーによって、このお祭りが支えられている。静岡市民は、「のらない」「踊らない」「出たがらない」と言われ続けていたが、この大きなイベントを自らの意識で継続させている。パフォーマーからも「静岡市民は世界的にもノリが良い観客だ」と賞賛されるほどになり、市民気質が変化して、元気になってきたという。そして、このイベントに愛着を持ち誇りに思う市民意識により、大道芸ワールドカップは短期間に定着したのである。

開会当初は、「なぜ、静岡で大道芸か？」と何度も問われたという。文化は歴史・伝統に支えられ

るものだという既成概念からくる質問のようだが、今やそんな質問はなくなるほど、静岡＝大道芸が定着した。10年の実績が、静岡のアイデンティティを創出した。そして、認知され支持されはじめたイベントの「場」では、さらなる試みが行われている。

数年前から行われている静岡茶のプロモーションには、大勢の人が集まり、静岡茶は確実にその認知度を上げている。また、ゴミの分別収集も徹底しており、むやみにゴミを捨てる人も減ったという。また各スポットで、司会や運営スタッフが繰り返しアナウンスを行うためか、演技をみるマナーも非常によい。ユニバーサルデザインへの動きも積極的に行い、車椅子利用者にも、小さな子供にも楽しんでもらえるような工夫があちこちに行われている。誘導ガイド（エスコートサービス）を実施したり、授乳所、おむつ交換所なども設置している。このように「場」の力を生かして、特産品を応援したり、マナーやノーマライゼーションなどへの取り組みを通して、多くの人の心に、地域への愛着心とユニバーサルデザインの意識が根づくことが、このイベントの進化形として期待されている。

### **感性育むまち、心通うまち、進化するまち、静岡**

このイベントが目指す大きな目標は、「文化エネルギーによる街の活性化」である。市民がさまざまな文化・芸術にふれ、楽しみ自分なりに評価できるようになること。生活者の中に、文化に対する理解と必要性が芽生え、育ち、街中に文化エネルギーがあふれること。静岡市を訪れる人が文化エネルギーのシャワーを浴び、心的に豊かさを感じることに、そんなことができたとき、確実に静岡市はアイデンティティを深め、全国に誇れる真に豊かなまちとなれるだろう、と甲賀氏は述べている。1年のうち4日間だけでなく、1年中アートがまち中にあふれているという状況を目指して、数年前から、大会前に映画館や市内の劇場を使って大道芸の特別プログラムが開催されているが、有料にもかかわらずほぼ満席状態であるという。市民に文化を楽しむ素晴らしさが理解されてきた証拠である。今年は、大会2週間前から、劇場だけでなくまち中でもハプニング系のパフォーマーや、フェイスペインテーター、似顔絵描き達が出現した。

静岡市では、この大会の期間以外でも、週末の街中でパフォーマーが出現し、また公園でも、大道芸人の練習風景が見られるという。地元の若者たちからは、一年中、大道芸ができる、大道芸人がいるまちづくり実現を目指して、NPO設立のアイデアも出されているという。今後、エリアの拡大、ストリートアートとしてのジャンルの拡大も課題にあがっている。

静岡市は、そのまちづくり総合計画の中で、まちの目指すべき姿を「感性育むまち、心通うまち、進化するまち、しずおか」と表現している。まさに、幅広く文化芸術を享受できる環境づくり、市民の感受性の育成が、結果として街の景観や風景として反映されてくる。それが文化都市としての底力であり、そのまちだけが持つ魅力となる。芸術文化（アート）に触れる機会をいかに提供するか、新たなアートが芽生えるような土壌をいかに作るか。それが都市の文化力を高めるために取り組むべき必須テーマであることを、静岡市は教えてくれる。