

いうのは、一般的に少ないクラシック人口を思えば驚きである。会員制という手法が功を奏して、小出郷文化会館におけるクラシック・コンサートの聴衆動員は飛躍的に増えている。その裏には聴衆の地域的な広がりもあると思われるが、コンサートのクオリティも概ね満足できるもので、これからもシリーズの定着化が望まれる。2005年度ではとりわけ佐野成宏（テノール）&堀内康雄（バリトン）によるオペラ・アリア（デュエット）の一夜が深い感銘を与え（前掲の新聞記事参照）、ルドルフ・マイスターのセミナーから巣立ってドイツに渡り、アーティストとして初めての里帰り公演に出演したピアニストの稲岡千架（新聞記事「新しい成果また一つ」参照）と共に、このホールならではのユニークな貢献となった。

筆者が注目したいのは、そういった大きなステージと並行して以前から行われてきたアウトリーチ活動である。アーティストも運営スタッフも過酷な条件を乗り越えて広域的に展開されてきたこの一連のサロンコンサート（統計上の「出前コンサート」）が、ホールへの聴衆動員にどれだけ影響を及ぼし得るかについては、以前からさまざまに論議されてき

た。新潟大学の学生たちが運営に関わった初期の頃にはそれについて確たる手応えはなく、サロンコンサートでは「地域席」を設けたり「地域割引チケット」を出したりして、ホール公演に繋がる積極的なアピールをすべきだという声もあった。今回の統計では両者の関連性が僅かながら見えており、回答者の六割にとってサロンコンサートが文化会館へ足を運ぶ何らかのきっかけになり得ていることがわかる。

しかし筆者が望むことは、そういったインターリーチによってアウトリーチの価値を決めるのではなく、体力が続く限り会館はこれをやり続けて欲しいということである。地理的な拡散が大きな労力の支出になることは承知だが、インターリーチにこだわらず、広い地域の人たちのために常に前向きに切り込むのがこのホールの宿命だからである。そして、音楽ホールでは考えられないような条件だからこそ生まれ得た、深い感動に接したからである。

そのためには現在の事業を顧み、どこに力を集結するか、何を生かすべきか、何を捨てるべきかを精査することである。プロジェクトの反省はひと通りするが、そこで得られたものが実際には改良されることの少ない実態にはもどかしさを禁じ得ない。

## 会館の教育的役割とその手法とは

### ～小出郷文化会館アウトリーチ事業に関する一考察～

浅井 美香

#### 1 はじめに

筆者と小出郷文化会館との関わりは2003年、アウトリーチ事業にスタッフとして携わったことに始まる。以来毎年、時に観客として、時に外部スタッフとしても関わらせていただいたが、筆者のようにマネジメントを志す学生にとっては現場で実際に経験することは何よりも得るものがあり、受け入れて下さる会館の皆様にはとても感謝している。

‘コンサートの裏側を見たい’という単純な興味がそのきっかけであったが、そこで見るものが筆者にとって新鮮であり、また衝撃的であった。

音楽と社会の接点というこれまで触れたことのなかった概念に触れ、またその多様さを感じ、自分がいかに狭い視野で音楽を捉えていたかを思い知らされたからである。スタッフとしての経験から見えてくるものは運営上の実務的なノウハウより、音楽のあり方やその存在価値といったとても大きな、しかし根本的なテーマであった。そして‘なぜ音楽をするのか’‘何が大切なのか’といった疑問に、小出郷文化会館は答えてくれる気がした。それは地域の反応やアーティストの音楽観を目の当たりにしたことで、小出郷文化会館はそんな生の声が聞ける、あたたかみのある、まさに血の通った会館であると感じてきたからだ。

この試論は、筆者のこれまでの会館との関わりとそこから感じたことを基に、資料も踏まえて事業の成果と課題を考察したものである。

## 2 住民と事業との接点

さて、事業を見ていくにあたり会館のビジョンを確認しておきたい。どの事業もビジョンを達成するために工夫されており、ビジョンは評価する上での最低基準となるからである。それはホール建設から絶えず叫ばれてきた「主役は住民」であること、そして「この地域にとって」ベストの会館であることである。つまり会館という「ハコ」に地域住民の行き来があること、活発な活動があることを大きな目標としている。この点について住民アンケート（前掲）を見てみると、小出郷文化会館に行ったことがある人の割合は回答の9割を超えている。来場・利用頻度は「1年に1～5回程度」との回答が8割超と最も多く、行ったことがあるもののその頻度は少ないという傾向が見られる。

この結果から、ビジョンは達成されていると読み取るには無理があると思われる。それはビジョンにおいては住民の積極的な参加が求められているからだ。これらの項目からは住民の積極性は必ずしも窺えない。そこで、会館に対する住民の意識を知りたいという視点でアンケートを見直すと、会館のイメージとして「地域の振興とPR」との回答が3割超で最も多く、会館において活発な活動があると捉えている住民が多いようだ。そして、会館に期待することとして「使いやすい利用料金」に次いで「会館主催事業の内容充実」が挙げられていることに注目したい。この他には「市民主催行事に対する支援」「簡素な利用申し込み方法」「交通の利便性」など利用に際しての利便性を求める声の中で、事業内容に期待がかかっていることは、事業と接点を持ち、関わっていききたいという住民の積極性の表れとも読めるのではないだろうか。

そこで次に特定の事業に着目し、住民が接点を持ちやすい事業内容（つまり住民のニーズや関心）について考察していきたい。『小出郷文化会館事業評価報告書』によれば、オープンからの10年間に実施された主な主催事業は37本、そのうち音楽関係のものは27本であった。それらは事業に対する住民の関わり方という視点から次の2つに分類できる。1つは、住民が聴衆として関わるコンサート型のプログラム。ここには会館以外の場所で実施するサロン・

コンサートや学校訪問などのアウトリーチ事業も含まれる。もう1つは、音楽に親しむ住民が互いに交流し、講習を受け、発表するというセミナー系プログラムである。ここでは住民は聴衆として関わるだけでなく、出演者として、また受講生として能動的に関わっていくことができる。つまり事業の中身を住民も一緒になって作っていくため、住民のニーズに即しており、接点を持ちやすいと考えられる。そこで、「聴く」という受動的な関わりになってしまいがちなコンサート型のプログラムに着目し、接点を探ってみたい。

小出郷文化会館のコンサート型プログラムは実に幅広いジャンルにわたって展開されている。代表的なものとして、クラシックでは「魚沼響きの森コンサート・シリーズ」、ジャズでは「響きの森ジャズフェスティバル」、ポップスでは「ヤングポップスコンサート」や演歌歌手の「お楽しみ企画」が挙げられる。まず、これらの事業への参加状況を見てみると（文化会館主催事業で参加したものの上位10事業）、「お楽しみ企画」13.8%、「響きの森ジャズフェスティバル」12.3%、「魚沼響きの森コンサート・シリーズ」8.2%と続く。さらに、参加した人のうち、どのくらいの人が特に印象に残ったと回答していたかその割合を見ると、「ヤングポップスコンサート」（河村隆一、川嶋あい、平原綾香らが出演）が73.7%と最も高く、続いて「響きの森ジャズフェスティバル」54.0%となっている。

これらの数字から読み取れることは、住民の関心は出演者の知名度にあり、出演者を知っているか否かが事業参加に大きく影響しているのではないかということだ。確かに住民は聴衆として参加するプログラムにおいては、参加のきっかけとなる接点出演者に求めるのは当然のことと思われる。ふだん音楽に接する機会のない人はなおさらであろう。この点を考えると、「うおぬま響きの森コンサート・シリーズ」でセット券購入のお客様に、コンサート前に出演者のインタビューを掲載したコンサート・ガイドを送るのは、住民にとっては出演者を知る、つまりコンサートに接点を持つための、重要な架け橋となっていると言えそうである。

そして、コンサート型プログラムの中でも小出郷文化会館の特色ある事業の1つが、サロン・コンサートや学校訪問などのアウトリーチ事業である。音楽に親しみのない人やホールは敷居が高いと思っている人、地理的な面から会館までは足を運びにくい人のために多種多様な場所で行うこの出前コンサート

は、会場の意外性などから当然、住民にとっても話題に上がる事業であると筆者は思い込んでいたが、その知名度は実際にはアンケート回答者の14%程度と低いものであった。ここ数年はサロンも学校訪問も1年に10回前後と数多く行われているだけに、この数字には疑問を感じるが、鑑賞回数を尋ねた項目では「1回」との記入が56.6%で回答の過半数となっていて、より幅広い層へのPR、その方法の検討が期待される。また、出前コンサートを鑑賞したことが小出郷文化会館に足を運ぶきっかけとなっていると答えた人が、65.2%いることからその検討の価値は十分あると言えそうだ。

ここまで見てくると、1つの問題にぶつかる。それは、住民の関心と事業の質とが必ずしも噛み合っていないという問題である。その例として、ルドルフ・マイスター教授によるピアノ公開講座が挙げられる。これは全国的に見ても珍しい事業で、その質の高さと共に注目されているが、住民の理解は乏しいという現状がある。確かに、この事業の対象者は全国から集まるピアノ専門生であり、住民は接点を持ちづらい。また、その質の高さゆえにかえって近寄りがたいと思うというジレンマもある。住民は事業との接点を出演者（その有名度や身近さ）に見出していると捉えると、事業の中身はなかなか取り上げられない話題なのだろうか。「主役は住民」と掲げる小出郷文化会館にとって、住民の関心やニーズに答えていくことは大前提だが、そこで止まってしまっている感がある。

小出郷文化会館には、住民の理解が得られるように積極的な事業のPRに努めてもらいたいのはもちろん、地域芸術レベルの更なる発展、また住民の芸術に対する意識向上への取り組みを期待したい。それは会館が、地域に対する教育的な役割も担っていると考えるからである。

### 3 会館の教育的役割 —— 「感性を育てる」

この役割は、小出郷文化会館の4つのテーマ・コンセプトの1つ「子どもたちの感性を磨く場」に相当する。ここで考えたいのは「感性を磨く」とはどういうことかということである。アウトリーチ事業の学校訪問コンサートにおいて、子どもたちが音楽と出会い、楽しんでいる様子は、筆者も外部スタッフとして実感してきたし、共にその喜びを味わってきた。子どもたちの笑顔は事業に対する満足感を示してくれるが、しかしその本当の成果を教えるはく

れない。「感性を磨く」とは「感性を育てる」と言い換えられると思う。育てられたはずの20代層の約60%は1回も参加していないという現実を見ると、その成果には疑問を感じる。

「感性を育てる」ためには、子どもたちの意識を音そのものに向けさせなければいけない。そして、音がどのようにして音楽として成り立っているかを実感させなければならない。その耳を育ててこそ、自発的に音楽を楽しむ大人になる、つまり後になって数値として表れてくるのではないだろうか。問題は、そのための働きとして会館は何をしてきたか、または何ができるかである。

筆者がこの問題について考えるようになったのは、ある一つの経験からであった。それは2005年7月、パーカッション奏者池上英樹氏のサロン・コンサートにスタッフとして関わった時のことである。池上氏と行動を共にする中で、アーティストとして聴衆に何を伝えたいかという彼の姿勢に感動し、それを聞く前と後ではスタッフとしての意識の持ち方に変化が生じた。「いいコンサートにしたい!」「彼の音楽を聴いてもらいたい!」と強く感じたのを覚えている。その気持ちがあるからこそ、運営上の実務的な仕事も細かな配慮を持ってやれるのだと身をもって学んだ。

さて、小出郷文化会館のそんな「細かな配慮」は、常に住民（つまりは聴衆）の視点に立っていると筆者は感じてきた。サロン・コンサートでは、音楽に親しみのない人にどうしたら楽しんでもらえるか、聴衆の興味を引くように、また地域のコミュニティーの場としてコンサートが働くように工夫されている。だが会館が行っているこれらの工夫が、聴衆の意識を音そのものに向けさせるものであるかどうかを考えてみると、決して大きくはうなずけない。もちろんこれらの工夫は必要ではあるが、音楽を聴く手助けに過ぎない。音楽と接点を持たせようとして、音楽以外の事柄を持ち出すことは、音楽に対するイメージは広げられるが、その分、漠然とした雰囲気味わうことに終始してしまう。実際、池上氏のコンサートでは、運営という側面が、聴衆の意識を散漫にしていると感じた場面もあった。これでは音から音楽を感じる耳は育たないのではないだろうか。運営する側にも音楽の専門的な知識がかなり要求されるということだと思うが、具体的な方法論は筆者にとっても今後の課題である。