1 民俗芸能コーディネーターの役割

❶「民俗芸能」を仕事にすること

(1) はじめに

筆者は，公益社団法人全日本郷土芸能協会（38ページ参照）で理事を務めながら，縦糸横糸合同会社（宮城県仙台市）を設立し，民俗芸能をはじめとした地域に伝わる文化を発掘，編集，発信，継承するコーディネート業務を行なっています。いずれも民俗芸能を取り扱っていますが，それぞれ異なる立場，目的を持って携わっています。ここでは，2つの立場での事例を紹介しながら，民俗芸能のコーディネートについて検討します。

(2) 民俗芸能に関する業務

そもそも民俗芸能に関する業務や，コーディネートとはどういうものなのでしょうか。例えば，

1. 調査・研究
2. 保存・記録
3. 活用
4. 情報の集約，発信
5. 振興
6. 支援
7. ネットワーク構築

等を挙げることができます。こうした仕事は，日本人にとって，祖先から脈々と受け継がれてきた大切な資産を守り伝えていくという意思の表れであると共に，民俗芸能が直面しているいくつもの課題の解決に資するものです。1の調査・研究，2の保存・記録は，過去と現在の姿をありのままに残し伝えていくものです。3の活用は，地域の継承者はじめ住民のモチベーション向上や，観光や交流を生み出して，新たな継承の方策を見出すことにつながります。4の情報は，芸能の価値や必要性を世に訴え，興味を持ってもらうことで，継承や理解につながります。5の振興は主にイベント等で民俗芸能を盛り上げたり，後継者の育成に励むことです。6は大切な文化を守り伝えるために，外部に呼びかけ資金や方法をつなぐこと，7は保存団体や関係者をつないで，課題や取組みの共有を促進し，よりよい継承の形を検討する機会，場所を用意することです。

(3) 民俗芸能が抱える課題

民俗芸能は，基本的には地域住民のみで，地域のためになることを願って伝えられてきました。一般への開放や関係を持つことは熱心には行われてきませんでした。加えて，民俗芸能が伝わる地域は特に，過疎・少子高齢化が激しいところが多く，芸能の休止・中断だけでなく，地域そのものが消滅の危機です。民俗芸能の現状は，日本の地域課題の縮図，先行事例とも言えるかもしれません。であるなら，民俗芸能を盛り上げること，後継者をつくることが，地域の課題解決の一方策になりえるかもしれません。そんな期待を持てる事例を，東日本大震災後の被災地で，生活再建より先に次々復活する民俗芸能の数々の中に見ることができました。

筆者も被災地で，「芸能や祭りがあるからここに住んでいる」という声を頻繁に聞きました。芸能団体のリーダーが町の再建の中心人物であった

写真①　被災地の民俗芸能

り，議員になった例もいくつか見ています。民俗芸能は，地域を守る最後の砦であり，人や世代をつなぐ紐帯であり，希望であると，被災地の芸能の活動を見て，つくづく感じました。そして，まさに被災地から民俗芸能への注目度が高まっていき，地域を離れた活動や，地域外との交流が盛んになっていきました。

(4) 民俗芸能のコーディネート

民俗芸能は地域の宝物であり，その多くは住民によって伝えられています。プロではありません。契約条件も定まっていないことも多いですし，そもそも地域外に出たり，活用されることに慣れていません。その必要性に駆られた経験もほとんどないでしょう。民俗芸能をパフォーマンスや芸術の側面だけで捉えると，地域の暮らし＝“民俗”から離れて本質が理解されにくくなりますし，“民俗”を押しすぎても芸術的感動や表現，クオリティが担保されにくくなり，魅力が半減します。この“民俗”と“芸能”をバランスよく捉え，紹介し，時には外部をつなぎ調整するのが，民俗芸能のコーディネーターに大切な視点と考えます。

2 全体統括型の民俗芸能コーディネート

(1) 全日本郷土芸能協会

民俗芸能を取り扱う業務について，筆者が関係する２つの組織をもとに，タイプを分けてお話しします。はじめに，全日本郷土芸能協会（以下全郷芸）についてです。全郷芸は，全国の民俗芸能の保存団体，関係団体などの団体会員と，関係者，研究者，愛好者といった個人会員を社員とする公益社団法人です。主に以下のような事業を行なっています。

1. 芸能団体ネットワーク：会員同士の連携
2. 芸能調査：保存，記録，活用
3. イベント開催：芸能の周知，関心アップ，継承モチベーションアップ，保存，記録，後継者育成，会員同士の連携，新規会員や情報の開拓発掘
4. 情報発信：芸能の周知，関心アップ，ファンや後継者開拓
5. 支援

東京の事務所を中心に，会員同士が情報交換できるネットワークを構築し，全国の民俗芸能の振興と発展に寄与する活動をしています。いわば「全体統括型」で民俗芸能を取り扱い，広く情報の集約，提供，発信を行っています。また，イベント等の開催では，文化庁事業の企画制作や「全国」の冠をつけた催し，国際交流基金と連携した海外派遣等，公的かつ中央集約型の催しを多く手掛けてきました。さらに，東日本大震災をはじめ災害で被災した民俗芸能支援のために，ネットワーク網を活用した情報把握と，支援先への情報提供，マッチング等を行ってきました。

会員には様々な立場の団体や個人が所属しているため，民俗芸能が抱える課題や新しい取り組み，視点を幅広く集約することができます。これらを提供することで，各会員が継承のヒントを発見して実践し，その動きを見た会員外の民俗芸能も活性化し，日本の民俗芸能全体の底上げにつながることが，公益法人としての役割と考えます。

(2) 全郷芸の民俗芸能コーディネート

情報提供において大切にしているのは，各地会員の活動情報を常にリサーチし，連絡をすることです。民俗芸能の活動は，一般向け情報として取り上げられることはそう多くはありません。だからこそ，全郷芸のような全国組織が小さな活動もこぼさず取り上げていくことが大切ですし，承認していくことが明日の継承へのモチベーションにつながると考えています。また，プロのように日常的に活動しているわけではないので，運営資金も潤沢ではありません。活動を後押しする支援・助成金情報は，中央省庁等に近い公益法人だからこそ，集まりやすいものでもあり，こうした情報は，季刊発行の『全日本郷土芸能協会会報』やインターネット，公式 SNS，メールマガジン等を活用して遍く平等に発信・提供しています。

また，全郷芸が得意としているのは「舞台公

演」の企画・制作です。38〜41ページで触れたように，大阪万博以来，国内外で多くの民俗芸能公演を手掛けてきた実績があります。舞台公演でのコーディネート例をお話しします。公演をするには，以下のような流れを挙げることができます。

◎企画立案〜本番までの準備期間

①企画の方向性を考える
②公演の場所選び
③公演内容の検討（利用日，企画スケジュール等）
④予算の作成・資金調達
⑤出演者，スタッフ等の選定・交渉・決定
⑥交通，宿泊，道具輸送の手配
⑦制作・技術プラン，打ち合わせ
⑧広報媒体，宣伝計画の作成
⑨チケット，観客管理
⑩記録

◎本番（仕込み〜本番〜撤去）

①仕込み（仕込み／表周り・受付）
②本番（本番前／本番／終演後／マスコミ対応）
③撤去（バラシ）

◎後作業

①収支精算，経理
②掲載記事，アンケート等整理
③フィードバック
④報告書作成

一般的な舞台企画・制作の流れと同じですが，特記すべき点がいくつかあります。「企画の方向性を考える」では，地域に根差した民俗芸能を，地域から切り離して舞台に乗せるわけですから，地域性や歴史，事情等の背景のリサーチを，現地調査を交えて行います。また観客層を想定して，何を感じてもらいたいのか，目的を明確にすることが大切です。近年，民俗芸能の鑑賞者は娯楽性より意味や動き，衣装や道具に興味を持つ人が増えてきています。時代によりニーズは変化していることに敏感になるべきです。

さらに，主催者の企画意図が最も大事ですが，意見の押し付けや過度な演出効果には気をつけなければなりません。民俗芸能はアマチュアによる形無き繊細な文化です。出演にあたり，他団体との交流や演出により，簡単に芸態が変容してしまう危険性もはらんでいます。出演団体とは，主催者から提示した目的や公演時間だけでなく，出演が団体にとって何を生み出すのかという問いを与え，一緒に考えていく必要があるでしょう。団体との交渉にあたっては，自治体の文化財担当者の協力を得るのもよいでしょう。自治体では民俗芸能を文化財指定したり，独自の調査を行っている場合もあります。指定団体とは，公的な書類作成や情報提供等で密に連絡を取り合っているため，団体の現状把握が既に出来ていることが多いです。また，信頼感もあるので，スムーズなやりとりが期待できます。あるいは，連絡協議会や連合会等，ネットワーク組織を自治体内に設置していることもあるので，是非活用したいところです。

3 民俗芸能と他分野の組合せコーディネート

(1) 東日本大震災後の民俗芸能バブル

東日本大震災によって，東北の民俗芸能の多くが継承の危機に陥りました。それでも次々復活するその姿は，伝統や保存・保護の対象だと思われていた民俗芸能のイメージを大きく覆しました。また，2019年ラグビーワールドカップや東京2020オリパラ大会のような世界的ビッグイベントを契機に，日本独自の民俗芸能を，観光等でも活用しようという動きも加速化しました。震災後10年ほどの間に，民俗芸能を取り巻く環境は大きく変わりました。様々な分野，職業の人が，民俗芸能の可能性に興味を持つようになったのです。筆者が所属する全郷芸や，筆者のSNS等にも連絡が頻繁に入り，まるで民俗芸能のバブル期でした。筆者は，異分野の人の特性やニーズをヒアリングし，全郷芸で培ったネットワークと知識をもとに，民俗芸能をマッチングし，現地までアテンドするような個別窓口的な役割を担うようになっていきました。

(2) 民俗芸能との出会いをコーディネートする

他分野との出会いや交流は，芸能団体の継承活動における新しい視点を持つことやモチベーション向上につながりました。団体への入会者の増加や，体験ワークショップのような自主企画開催等，これまで見られなかった動きが出始めました。

こうした中，筆者と映像や広告業界にいた山田雅也とで，縦糸横糸合同会社（以下縦糸横糸）を東北で立ち上げました。地域に受け継がれてきた文化と新たな分野が出会うきっかけづくり，両者を適切に結び付け，再解釈・新解釈を生み出すこと，その概念を具現化し，地域民が使えるようにすること，それらが地域文化の後継者の継承モチベーションの向上につながっていくことを目的としています。

◎イメージの整理と情報発信，プロデュース

縦糸横糸は，民俗芸能との出会い方のコーディネートに力を入れています。民俗芸能は，難しい，閉鎖的といったイメージが強く，また知るための入口や情報が散乱し，更新もされていません。興味がない人，知らない人は情報がなければ関わる術がありません。興味や魅力を感じなければ，地域を訪れることもありません。芸能側も，ただ受け継ぎ渡していくだけでない，能動的な継承の方法や視点が生まれれば，刺激になるでしょう。

そこで縦糸横糸はまず現地に足を運び，情報の元になる資料や人を徹底調査し，民俗芸能を構成する要素をピックアップします。中でも大事だと思われる要素を軸に，芸能と，アーティストやデザイナー，企業といった芸能とは異なる視点で表現する人材や予算をマッチングし，映像や媒体，商品として具現化するプロデュースを行います。

◎民俗芸能の活用と後継者育成

民俗芸能は，公演だけではなく体験や観光活用，現地での奉納見学等，ニーズが多岐に亘ってきています。しかし，芸能側には受入体制やノウハウがありません。謝礼等条件も定まっておらず，そもそも担い手は一般人で，日常生活に支障が出るような依頼は不可能です。芸能側が無理をしたり，負担を抱えたりしないよう中間に入って調整するコーディネーターがますます必要になってきています。なぜそれを公開，体験してもらいたいのか，体験者や鑑賞者に何を感じてもらいたいのか，受入側の芸能に何を残せるのか，芸能の未来に寄り添ったコーディネート，企画を立てたいものです。

縦糸横糸では，芸能に関わったことがない，あるいはこれから地域で関わる子供たちを中心に，芸能の道具や衣装の造形や色から興味の入口をつくる体験ワークショップや，子供自身が祭りを取材し，模擬テレビ番組を作る企画等を開催してきました。

興味や楽しみを芸能の中に自ら見出し，将来携わりたい，関わりたいというきっかけを提供すること，そこから後継者，関係者が増えていくことを常に意識しながら企画を立てています。

（小岩秀太郎）

写真② 民俗芸能のイメージを変えるチラシ

写真③ 後継者につながる体験企画