

## 5. 学識経験者等の意見聴取

関西ブランド推進方策を検討するため、多方面の分野に精通した有識者からなる「関西ブランド推進方策検討会」を開催した。

なお、近畿圏広域地方計画協議会の関係機関はオブザーバーとして参加した。

### 5.1 関西ブランド推進方策検討会の開催概要

#### 5.1.1 開催概要

	検討内容	開催日時	開催場所
第1回	1.挨拶 2.検討の趣旨及び方向性について 3.関経連「関西ブランド力向上研究会」 中間報告について 4.アンケート調査の実施について 5.意見交換 6.その他	平成21年1月29日(木) 13:30～15:30	ブリーゼプラザ 801号室
第2回	1.プレゼンテーション 河内 委員 木下 委員 金井 委員 2.質疑・意見交換 3.その他	平成21年2月12日(木) 13:30～15:30	OMM2F 5号 会議室
第3回	1.プレゼンテーション 井上 委員 門上 委員 高橋 委員 2.質疑・意見交換 3.その他	平成21年3月3日(火) 13:30～15:30	ドーンセンター 5F 特別会議室
第4回	1.アンケート調査の実施結果について 2.検討会のとりまとめ(案)について 3.質疑意見交換	平成21年3月24日(火) 14:30～16:30	ドーンセンター 5F 大会議室

## 5.1.2 委員及びオブザーバー等

〔委員〕

氏名	所属
井上 芳郎	流通科学大学サービス産業学部 教授
門上 武司	「あまから手帖」 編集主幹
金井 啓修	(株)御所坊 取締役社長
河内 厚郎	夙川学院短期大学 教授
木下 富美子	博報堂(株)ソーシャルプランニングチーム ブランディングプロデューサー
高橋 寛治	高野町副町長

(50音順・敬称略)

〔オブザーバー〕

<p>福井県、岐阜県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、岡山県、徳島県、京都市、大阪市、堺市、神戸市、近畿市長会、近畿ブロック府県町村会、(社)関西経済連合会、大阪商工会議所、(社)関西経済同友会、関西経営者協会、京都商工会議所、神戸商工会議所、堺商工会議所、関西広域機構、近畿管区警察局、総務省近畿総合通信局、財務省近畿財務局、厚生労働省近畿厚生局、農林水産省近畿農政局、林野庁近畿中国森林管理局、経済産業省近畿経済産業局、国土交通省近畿地方整備局、国土交通省近畿運輸局、国土交通省神戸運輸監理部、国土交通省大阪航空局、気象庁大阪管区气象台、海上保安庁第五管区海上保安本部、海上保安庁第八管区海上保安本部、環境省近畿地方環境事務所</p>
--

〔事務局〕

国土交通省 近畿地方整備局

近畿圏広域地方計画推進室長(副局長)

建政部長

建政部都市調整官

建政部計画管理課長

## 5.2 第1回検討会

## (1) 検討概要

開催日時	平成 21 年 1 月 29 日(木) 13:30 ~ 15:30
場 所	ブリーゼプラザ 801 号室
参加人数	20 名(事務局を除く)
配布資料	<p>次第、出席者名簿、配席図</p> <p>資料1 検討の趣旨及び方向性について</p> <p>資料2 関西ブランド力向上研究会 - 報告書要旨&lt;中間報告&gt;</p> <p>資料3 アンケート調査の実施について</p> <p>参考資料1 類似の取組例</p> <p>参考資料2 関西ブランドに関するアンケート調査票(案)</p>
意見概要	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 取組みの目的・コンセプトの妥当性について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西という概念の共有化が重要。</li> <li>・ 関西の範囲は、限定せず、曖昧に捉えるべき。</li> <li>・ 活動に普遍性があれば、世界とつながっていくことができる。</li> <li>・ 「関西」を上につけることによって、既存のブランドの価値がぼやけるようなことは絶対にしてはいけない。</li> <li>・ ルーツ(起源)の視点が欠けてはならない。</li> <li>・ 東京発地域イズムから脱却していくことが重要。</li> </ul> </li> <li>2. 「本物」の選定方法のあり方(求められる要素、基準)について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関経連のテーマの「きらびやかで美しい」のように、一つにまとめる必要はない。</li> </ul> </li> <li>3. 市民の関わり方、信頼性確保について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 住民自らが、知恵と労力とお金を使ってやるまちづくりが重要。</li> </ul> </li> <li>4. 効果的な支援のあり方について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経済的なリターンをどうするのかを考える必要がある</li> <li>・ 農山地など、できないところを支援することも大事。</li> <li>・ 中小企業はPRするために、売る場所に困っており、大きな枠組みで「ほんまもんショップ」があればおもしろい</li> </ul> </li> <li>5. その他、方向性と留意点について <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 産業政策とインフラ政策を同じにみて無理に束ねると、一般に受け入れられなくなる</li> <li>・ 世界への発信は、翻訳されないと理解されないという点に留意すべき。</li> </ul> </li> </ol>
検討会の様子	 

## (2) 議事要旨

## 1) 取組みの目的・コンセプトの妥当性について

- 関西という概念を共有することが大切。(高橋委員)
- 日本とは、日本人とは何かということに答えられるかどうか大切。普遍性があれば、世界とつながっていくことができる。わかりやすさだけではだめ。(高橋委員)
- ルーツの視点が欠けてはならない(寺 温泉、人形浄瑠璃 サンダーバード)。(金井委員)
- 「ブランド」と「プライド」の2つの考え方がある。(金井委員)
- 今は行き着いていないが、後に世界に出て行くようなものを探し当てる、ルーツを探ることが大事。(金井委員)
- マスコミの変化をチャンスに(東京発地域イズムからの脱却)。(河内座長)
- 歴史的な意味などルーツがあると売れる。歴史的なルーツを見つけ、大きな窓口で捉えたらどうか。(福井県)
- 関西の枠組みは、各省庁の範囲に、ファジーな部分を加えて考えたらどうか。(高橋委員)
- “私は関西”だと思っている外の人との関係をうまくやっていくことも重要。(高橋委員)

## 2) 「本物」の選定方法のあり方(求められる要素、基準)について

- 「メイドイン尼崎」の基準は自分たちが“らしい”と思ったものだが、感覚だけで判断するのは難し  
く、遊びで終わってはいけない。(井上委員)
- 個々を風呂敷で包んで本当の共通ブランドとするのか、新しいブランドを作り出すのか。(高橋委員)
- 関経連の「きらびやかで美しい」のように、一つにまとめる必要は無いのではないか(井上委員)
- 伝統には、「擬似伝統」と「本来伝統」があり、「擬似伝統」がほとんど。京都は歴史都市としてのブランド化に成功している。背景に何も無いというものでは駄目で、前と後が必要な“キセルの論理”。「ほんもの」が垣間見えるものは何かについて議論するのは大事であり、関西から発信しても良いと思う。(河内座長)
- 品質を訴えようとしているものと、ブランドを目指そうとしているところの違いを認識すべき(井上委員)
- 「文化」の質が違うことを認識すべき。重要文化財などで表わされる文化と生活文化の切り分け。(高橋委員)
- 一つの基準は、安全安心で環境にやさしいものではないか。(福井県)
- 「人形文化」は一つの方向性ではないか。(金井委員)

## 3) 市民の関わり方、信頼性確保について

- 都市と農村と交流は3年ずつぶれてしまうもの。住民自らが、知恵と労力とお金を使ってやるまちづくりが重要。(高橋委員)

## 4) 効果的な支援のあり方について

- 経済的なリターンをどうするのかを考える必要がある。(高橋委員)
- 農山地など、できないところを支援することも大事。(井上委員)
- 伊丹市で「百人一句」のカルタを作ったが、空港で売られず、最後のところでうまくいっていない。(河内座長)
- 中小企業はPRするために、売る場所に困っている。大きな枠組みで「ほんまもんショップ」があればおもしろい。(井上委員)

## 5) その他、方向性と留意点について

- 「関西」というキーワード(冠をつけること)を作ることに違和感がある。持っているもののイメージを損なわず、広げていくことができるのか。(井上委員)
- 産業政策とインフラなどの政策を同じにみて、無理やりひとつの箱にいれると受け入れられなくなってしまう(井上委員)
- 世界への発信は、翻訳されないと理解されない。(河内座長)

## 5.3 第2回検討会

## (1) 検討概要

開催日時	平成21年2月12日(木) 13:30～15:30
場 所	OMM2F 5号会議室
参加人数	16名(事務局を除く)
配布資料	<p>次第、出席者名簿、配席図</p> <p>資料1 河内委員 説明資料 _____ ((2)検討会資料参照)</p> <p>資料2 木下委員 説明資料 _____ ((2)検討会資料参照)</p> <p>資料3 金井委員 説明資料 _____ ((2)検討会資料参照)</p> <p>参考資料1 第1回関西ブランド推進方策検討会 議事概要</p> <p>参考資料2 関西ブランドに関するアンケート調査票(修正案)</p>
意見概要	<p>1. 関西のブランドとなる資源について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西にはブランドと呼ぶに値する資源が多数存在。(日本初、世界初のもの、海外のサンダーバードへと発展した人形文化)</li> <li>・ ブランドとして定着するにあたっては、その場所の雰囲気重要。</li> <li>・ ブランドに関しては、組み立て方が非常に重要で、素材があるというだけではブランドにならない。</li> </ul> <p>2. 関西ブランドの方向性について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報を発信して終わりではなく、必ず生活者に届け、情報を受け取った生活者が行動できるということ、つなぐというところに注力すべき。</li> <li>・ 生活者に響く表現である「ほんまもん」で取り組みを喚起することによって、皆がその取り組みを高め、生活者が購入するようになっていくことが重要。</li> </ul> <p>3. 地域ブランドと関西ブランドとの関係のあり方について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関西ブランドにおいて、既に形成されている京都のブランドを踏襲していくのか、もしくは違うものをつくっていくのが非常に難しい。</li> <li>・ 関西の価値を内と外の両面から高めたいうえで、京都と共に取り組むことが重要。</li> <li>・ 得意なところを伸ばすのか、弱いほうを得意なものに寄せていくのかという2つの方法論がある。総合力を高めていくための方法論としては1つではない。</li> <li>・ ブランドの傘とその下の個別ブランドは、一緒に高まり幸せになることが重要。</li> <li>・ ブランドが確立していれば、つけ足しても由緒あるように見える。(ブランド拡張)</li> </ul> <p>4. 地域の誇りと経済性について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経済性を重視した「差別化」は重要ではない。</li> <li>・ 地域ブランドというのは競争ではなくて、誇りを探ること。</li> <li>・ スローフードが、「スローな生活」や「スローな旅」などと広がりを持ったように、「ほんまもん」が広がりを持っていけばよい。</li> </ul>
	 

## (2) 検討会資料

## 資料1 河内委員 説明資料

## 夏休み文楽特別公演 (文楽劇場)

国立文楽劇場開場25周年記念

関西元気文化圏共催事業

【第1部】親子劇場 午前11時開演

## 五条橋

解説 文楽へのご案内

ばけくらべうしみつのかね

化競丑満鐘 八世竹本綱大夫・竹澤弥七=作曲

【第2部】名作劇場 午後2時開演

## 生写朝顔話

【第3部】サマーレイトショー 午後7時開演

W・シェイクスピア作「テンペスト(あらし)」より

天変斯止嵐后晴 てんぺすとあらしのちはれ

山田庄一=脚本・演出 鶴澤清治=作曲

7・8月『夏休み文楽特別公演』は、恒例の三部制で上演いたします。

第1部は、“親子劇場”。親子連れの方々に特にお楽しみいただける企画です。短時間で楽しさ満載の『五条橋』、若手技芸員による解説の後、滝沢馬琴の読本を浄瑠璃化した『化競丑満鐘』をご覧ください。文福茶釜の秘宝をめぐり妖怪や動物たちが続々登場、大騒動を繰り広げます。

第2部は、“名作劇場”。夏狂言の決定版『生写朝顔話』をじっくりとご鑑賞いただきます。すれ違いを重ねる恋仲の男女を旅になぞらえて描く恋物語。かずかずの夏の風物を織り込みながら哀歓を交えてつづります。

第3部“サマーレイトショー”は、お勤め帰りの方々や文楽を初めてご覧頂く方々にもターゲットを広げた企画です。今回取り上げるのは、英国の劇作家ウィリアム・シェイクスピアの最後の大作といわれる「テンペスト」を翻案した『天変斯止嵐后晴 てんぺすとあらしのちはれ』。領地を奪われ孤島に追われたミラノ公が魔法の力を得て篡奪者に立ち向かう物語を、大名同士の権力争いに置き換え、量感あふれる義太夫節の特性を活かした作品です。平成4年2月に大阪・近鉄アート館と東京・パナソニック・グローブ座で計5日間だけ上演されました。平成の新作文楽が夏の宵に新たに蘇ります。

7月18日(土)～8月5日(水) 7月27日(月)休館

■開演時間= 第1部 11時・第2部 14時・第3部 19時

■ご観劇料= 一般 4,600円・学生 2,300円・子ども(中学生以下) 1,800円



あんな  
それほんまでっか？

「ベニスの商人」  
明治十八年  
道頓堀・恵比寿座にて  
(のちの浪花座)

# 話の 宝石箱

河内 厚郎

## 本邦初のシェークスピア劇上演

歴史上もつとも著名な劇作家といえ、それはイギリスのシェークスピア(1564-1616)でしょう。神性・野性・獣性・魔性……矛盾に満ちた人間の全体像をこれほどいきいきと描いた劇作家はほかにいません。今日もどこかの劇場でシェークスピアの芝居は上演されていますが、そのシェークスピア劇を日本で初演した町が大坂だということを御存知でしょうか。

明治十八年(一八八五)四月。シェークスピアの「ベニスの商人」が「何様彼だのよなか桜銭世中」という題で翻訳されて大阪朝日新聞に連載が始まり、これが翌月には道頓堀・恵比寿座(のちの浪花座)で芝居になって好評を博しました。

作者の名は宇田川文海(一八四八-一九三〇)。主演したのは歌舞伎界の名優、中村宗十郎(一八三五-一八八九)です。まもなく朝日座でも少し脚本を変えて上演され、芝居町の道頓堀で舶来のシェークスピア劇が競演される事態となったのです。

朝日紙上に連載小説がはじまったのは明治十二年のことで、十四年からそれがすぐ道頓堀の中座や角座で芝居にかかるようになります。シェークスピアの「ロミオとジュリエット」も「悪因縁」という名で翻訳されて、くり返し上演され、人気を博しました。

それより、百年ちよつと前のこと。近松半二(一七二五-一七八三)という大阪の作者が、古代の奈良を舞台に「妹背山婦女庭訓」という浄瑠璃を書きまします。今も歌舞伎や文楽でひんばんに上演される人気演目ですが、このドラマを角座で観劇したシーボルトが、「ロミオとジュリエット」に似た筋書きだと友人に手紙で書き送っているのです。若い恋人たちの犠牲により不和だった二つの名家が和解するという筋書きが共通しているからでしょう。一説によると、「ロミオとジュリエット」がイギリスからオランダへ渡り、オランダからさらに長崎経由で大阪の芝居へ移植されたというのですが、真偽のほどはわかりません。

それはともかく、明治十八年に道頓堀で上演された本邦初のシェークスピア劇は、どんな言葉で演じられたのでしょうか。当時まだ現在の東京標準語は成立していなかったわけですから、おそらく江戸時代から続いた

大阪の浄瑠璃言葉で演じたと想像されます。大阪に長い演劇文化の伝統があつたればこそ翻訳劇の上演も可能となったのでしょう。私はイギリス人に会ったとき必ず「シェークスピアを日本で初演したのは大阪」という話をします。イギリス人はシェークスピアを自慢にしているので、大阪を見直してくれます。

明治の関西文壇の基礎を築いた功労者、宇田川文海は、明治三十年代から大阪の住吉に隠棲し、昭和五年(一九三〇)になくなりました。



河内 厚郎 (かわうち あつろう)  
1952年西宮市生まれ。一橋大学卒。演劇評論家として執筆業に入る。1987年から「関西文学」編集長をつとめる。文化プロデューサーとして大阪市から「咲くやこの花賞」を受ける。NHK番組審議員、毎日新聞紙面審議員などを歴任。現在、夙川学院短期大学教授。「はびきの市民大学」学長。「宝塚映画祭」実行委員長。阪急学園・池田文庫理事。著書に「もうひとつの文士録」、編著に「大阪と海・二千年の歴史」など。



SHOGAHOBUKUGIRAKANDOKABUKI

製作 松竹

歌舞伎×シェイクスピア×蜷川幸雄  
奇跡は海を越えて——ロンドン・東京・大阪  
三大都市公演決定!!

LONDON 2009年 3月24日[火]→28日[土]  
Barbican Theatre

TOKYO 2009年 6月7日[日]→28日[日]  
新橋演舞場

OSAKA 2009年 7月5日[日]→27日[月]  
大阪松竹座

NINAGAWA

十二夜

# Twelfth Night

SHAKESPEARE



尾上菊之助  
Kikunosuke Ono



製作  松竹

W・シェイクスピア 作  
小田高雄志 訳より  
今井豊茂 脚本  
蛭川幸雄 演出

NINAGAWA

# Twelfth Night

# 十二夜

三幕

金井勇一郎 装置  
勝柴次朗 照明

2009年3月24日[火]~28日[土] ロンドン パービカン・シアター  
(お問い合わせ先/03-5550-1576)

2009年6月7日[日]~28日[日] 新橋演舞場  
(お問い合わせ先/03-3541-2600)

2009年7月5日[日]~27日[月] 大阪松竹座  
(お問い合わせ先/06-6214-2211)

公演詳細はこちら [NINAGAWA 十二夜]公式サイト [www.kabuki-bito.jp/juniya/](http://www.kabuki-bito.jp/juniya/)

丸尾坊太夫 捨助	左大弁洞院鐘道	舟長磯右衛門	比叡庵五郎	従者幡太	海斗場兵衛	従者久利男	役人頭嵯應覚兵衛	麻阿	大篠左大臣	右大弁安藤英竹	織笛姫	斯波主膳之助 獅子丸 <small>まは</small> は琵琶姫	主なる配役
尾上菊五郎	市川左團次	市川段四郎	市川團蔵	坂東秀調	河原崎権十郎	尾上松也	坂東亀三郎	市川亀治郎	中村錦之助	中村翫雀	中村時蔵	尾上菊之助	

2005年の初演で演劇界に大きな衝撃を与え数々の賞を受賞し、2007年には東京、博多での再演が果たされた『NINAGAWA 十二夜』。歌舞伎とシェイクスピア劇の出会い、演出に蛭川幸雄を迎え、最高のコラボレーションの実現として話題になりました。

そして2009年、日英修好150周年の記念の年、『NINAGAWA 十二夜』は海を越えてイギリスに上陸。シェイクスピアが活躍したロンドンで公演が行われます。

演劇文化の花咲き誇る英国の風を受けて、新たな魅力に満ちた『NINAGAWA 十二夜』は、6月に東京の新橋演舞場、7月大阪松竹座で凱旋公演を行います。歌舞伎ならではの様式美で描く、華やかにして麗しく、軽妙にして洒落なシェイクスピアのロマンティック・コメディをたっぷり堪能ください。

●あらすじ

航海中、嵐に遭い、難破して双子の兄 斯波主膳之助(菊之助)と離ればなれになってしまった琵琶姫(菊之助)は、舟長の磯右衛門(段四郎)の助けで、男装して獅子丸と名乗り、大篠左大臣(錦之助)に小姓として仕えはじめます。

大篠左大臣は、大納言家の織笛姫(時蔵)に想いを寄せています。しかし、姫は左大臣の愛に見向きもしません。その上左大臣の使者である獅子丸に一目惚れしてしまいます。その獅子丸、すなわち男装の琵琶姫は、ひそかに左大臣を恋慕しているものの、男の姿ではどうにもなりません。

いっぽう織笛姫の叔父の左大弁洞院鐘道(左團次)は、何かと小うるさい家老の丸尾坊太夫(菊五郎)に目の敵にされています。坊太夫が姫に心を寄せていると知った洞院は、恋人の腰元麻阿(亀治郎)、右大弁安藤英竹(翫雀)らと目ごころの仕返しにと一計を企み、その計画にまんまとはめ、また坊太夫は散々な目に遭ってしまいます。

その騒動の最中、嵐の中、海賊に助けられ、九死に一生を得た主膳之助が現われます。獅子丸と瓜ふたつの主膳之助の出現に、織笛姫、大篠左大臣、獅子丸の恋の思惑が絡んで、周囲は大混乱。さて恋の行方は――。