

古都・京都における“温故知新イベント”の可能性に関する一考察

平家良美（株式会社京都総合研究所）

大石祥子（株式会社京都総合研究所）

キーワード：阿修羅展、秘仏公開、本尊開帳、環境イベント、温故知新イベント

1. はじめに

本研究は先行発表した「京都の催事・イベントにおける可能性に関する一考察」(イベント学会 2009年発表)、「古都・京都の文化財とイベントに関する一考察」(イベント学会 2010年発表)を踏まえ、「古都・京都における“温故知新イベント”」に関する研究を行った。また、本稿でいうところの“温故知新イベント”とは、「日本古来の伝統文化・芸術・芸能を範疇としたイベント、行・催事」、また「各地に伝わる伝統文化・芸術・芸能コンテンツによる催事・イベント」と広義に解する。(筆者見解)

研究の目的

本研究では先行研究との間に「共通性」、「類似性」があると仮定し、調査・考察を試みた。特に190万人を動員した「興福寺創建1300年記念 国宝 阿修羅展」の成功要因から“温故知新イベント”の可能性を探り、多くの伝統文化・芸術・芸能コンテンツを有する京都の3社寺(清水寺、東寺、上賀茂神社、いずれも世界文化遺産登録)の事例調査・分析と合わせ、4事例の共通性と先行研究の「共通性」、「類似性」を考察。これに基づき、“温故知新イベント”の定義へのアプローチ、“温故知新イベント”の成功要因の共通性の抽出、“温故知新イベント”の成功から読み取れる新たな「イベントの類型化」へのアプローチを試みる。また、“温故知新イベント”における今後の可能性を探る。

研究方法

聞き取り調査と収集資料の分析による。

- 1) 基本データによる現状分析(京都府、京都市、美術館・博物館資料、当該社寺資料等)
- 2) 当該各所への聞き取り調査(2010年12月～2011年2月)事例1 興福寺国宝館、事例2 東寺、事例3 清水寺、事例4 上賀茂神社、他)

2. “温故知新イベント”事例

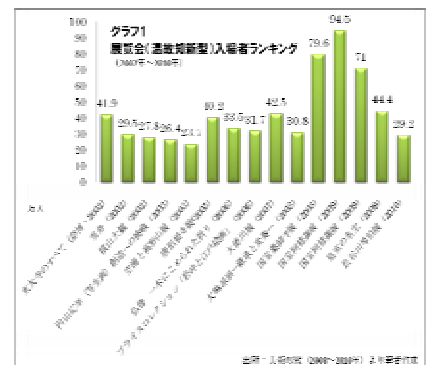
1) 事例1 「国宝 阿修羅展」

「国宝 阿修羅展」とは、興福寺創建1300年の記念事業の一環として、興福寺以外で56年ぶりに阿修羅像(国宝)が展示された展覧会である。2009年東京国立博物館(94.6万人)、九州国立博物館(70万人)、2010年興福寺国宝館(25万人)で開催され、日本美術展の中でも突出した190万人の観客となり(グラフ1参照)、「阿修羅ブーム」、「仏教美術ブーム」を巻き起こした。

2) 事例2 清水寺

清水寺は2000年に「開創千二百年」を迎え、これを記念して33年ぶりに本堂本尊(十一面観音像)の一般公開等の記念行事が行われた。結果、参拝者数360万人、本尊拝顔者数140万人が来場した。(主催者発表)また、本尊開帳以降、夏の夜間特別拝観等の新たなイベントを創出することにより、年間参拝客は300万人から500万人に増加した。

3) 事例3 東寺



東寺では弘法大師の教義に基づき、仏の教えを伝える意味で昭和40年より宝物館にて秘仏公開「東寺宝物館特別展」を開催している。同時に、寺院外の美術館・博物館において「空海と高野山」、「空海と密教美術展」等を開催し秘仏公開を行っている。さらに世界三大骨董市と称される「弘法市」(1239年以降)、映画「空海」への撮影協力、それに伴い映画音楽を担当したツトムヤマシタ氏のコンサート(京都の寺院で行われた最初のコンサート)等、多岐にわたりイベントを行っている。

4) 事例4 上賀茂神社(賀茂別雷神社)

上賀茂神社は神社そのものが「特別な空間」である。自然を造形と社を1300余年受け継ぎ、京都第一の社、世界文化遺産として現在もなお崇拝されている。上賀茂神社においてもイベントの基本姿勢は教義に基づき、参拝者の方々に神の教えに触れていただける媒体・メディアとしてイベントを位置づけている。特に環境イベント「葵(Afumi)プロジェクト」の取り組みは、伝統文化と教義に基づき、新たに創出された“温故知新イベント”として注目すべきイベントである。

4. 結論と考察

“温故知新イベント”の定義へのアプローチ[「日本古来の伝統文化・芸術・芸能を範疇としたイベント、行・催事」「各地に伝わる伝統文化・芸術・芸能コンテンツによる催事・イベント」と広義に解する。]

“温故知新イベント”の成功要因の共通性の抽出[「秘仏公開」という希少性。歴史に裏打ちされた本物であり、美しく「人々の心を打つ・救う」展示物。個性(キャラクター性)の強いコンテンツの登用。またその魅力を最大限に引き出す企画力。「彫刻空間」、「対話空間」等、照明、展示、ハイレベルな演出技術。日本美術とマーケティングを熟知した、卓越したプロデューサー(イベント業界としての捉え方であることをおことわりする)の存在。「心の時代」という社会背景や社会のニーズによるイベントの要請。著名人による応援、インターネットやSNS等による幅広い層への「口コミ」の伝播力。]

“温故知新イベント”への類型化のアプローチ[秘仏公開系/地域文化創造系]

5. 結語

1) “温故知新イベント”がもたらしたもの

“温故知新イベント”がもたらしたものとして次の現象が挙げられる。新たな社会現象、仏像ブームを牽引するサブカルチャーの出現、「市民のためのミュージアム」の姿勢、社会背景、美術展は心を打つ・救う「救いの装置」「秘仏公開・秘宝展」ブーム。

2) “温故知新イベント”可能性

なぜ、多くの人々が阿修羅展に共感を呼び、集うのか。また、秘仏公開という仏教美術に魅せられるのか。なぜ「特別な空間」にパワーを求めるのか。今日、ここに伝統文化・芸術・芸能とイベントが絡み合い、多くの人々が集っている。古い歴史の中から新たな「行・催事」イベントの可能性をもたらすのが“温故知新イベント”であるなら、京都の町は歴史の中心都市であった地の利を生かし、また、宗教文化・芸術・芸能とイベントが見事にあいまって多くの“温故知新イベント”を創出し続けている。人々の心を打つ本物が求められる今だからこそ、今後も「古き物の中に新しいものを溶かし、進化したイベントを創出し続ける」ことが重要である。また、国は、コンテンツビジネスを成長産業として位置づけ、さまざまなバックアップを捉えている。その為にも、ハイレベルなイベント業務従事者の人材育成が一層求められる。“温故知新イベント”は大いなる可能性を示すものである。