

氏名	伊志嶺 絵里子
学位の種類	博士 (学術)
学位記番号	博音第177号
学位授与年月日	平成22年3月25日
学位論文等題目	〈論文〉シンガポールの芸術政策におけるブランド戦略の変遷と今後の展開 ーパフォーミング・アーツを中心としてー

論文等審査委員

(総合主査)	東京芸術大学	教授	(音楽学部)	枝川明敬
(副査)	〃	〃	(〃)	畑瞬一郎
(〃)	〃	〃	(〃)	根木昭

(論文内容の要旨)

本研究の目的は、パフォーミング・アーツを中心に、シンガポールの芸術政策におけるブランド戦略の変遷とその実態を明らかにし、成果や課題、そして今後の展開を考察することにある。

その背景として、近年、シンガポール政府は、創造的な国家として自国のイメージの再構築を図る上で、芸術政策を重視するようになってきている事がある。

本研究は、第1章で、国家ブランドと芸術政策の関係性を明らかにした上で、現在、芸術評議会は「アジアの芸術文化にとっての世界のゲートウェイ」という自国のポジションの確立を目指している事を確認する。

続く第2章では、芸術政策におけるブランド戦略が確立したプロセスを検討し、ブランド戦略に対する政府の根本的な考え方を指摘した。すなわち、第一に、政府は自国の芸術分野のアイデンティティを、政治、経済的な目的等に見合うよう新たに創造し定義してきた事、第二に、政府は常にアジアとの連携の中で、ポジショニングや国内の芸術分野の差異化を図ってきた事である。

そして現在、このような考えに基づき、自国の芸術を、総合的なアジア芸術、伝統と革新の融合、芸術とビジネス、テクノロジーの融合などの要素で差別化を図り、ブランディングしている事を確認した。

第3章では、現在のパフォーミング・アーツにおけるブランド戦略の具体的な施策内容を検討し、その特徴を示した。第一に、政府が国内の芸術のブランド・アイデンティティの要素として定義している「総合的なアジア芸術」とは、国内の多民族性より、意識的に広域的なアジア芸術を反映している事、第二に、芸術評議会やエスプラネード劇場が、互いに整合性を保ったブランド・メッセージを発信している事、第三に、国際連携や協力のもとで、自国が利益を得られる戦略的な仕組みを構築しようとしていること、第四に、国際的なコラボレーションや国際共同制作を推進し、コンテンツの制作から流通までの各段階におけるグローバル化が図られていること、第五に、芸術に関する検閲制度を緩和させることで、寛容な国としてのイメージを構築しようとしている事である。

第4章では、個別ブランドとして、「シンガポール芸術祭」におけるブランド戦略についても分析し、芸術評議会が具体的にどのように「シンガポール芸術祭」のブランド・エクイティを向上させてきたのかを考察した。

第5章では、ブランド戦略の主な成果として、第一に、「シンガポール芸術祭」の委嘱作品の公演の多くが海外の巡回公演を実現している点や、国内で国際的な共同事業が実際急増している事を示した。

第二の成果として、「シンガポール芸術祭」の海外の芸術関係者をベースにしたブランド・エクイティが向上している事を指摘した。政府は、コスモポリタンを標榜する都市として、アジア諸国との連携や

協力を強調する中、アジア芸術の創造の場、交易の場としてポジショニングできるよう戦略的な仕組みが構築されていた。

一方、ブランド戦略の主な課題として、第一に、現時点では、パフォーマンス・アーツのブランド・イメージが確立される段階にない事を指摘した。国内では、政府が定義したブランド・アイデンティティの要素を作品に反映し、国際的に活躍する芸術家、団体が限定的にしか発生していない。第二に、ブランド・アイデンティティの性格から、長期的なブランドになり難いこと、第三に、「芸術コンテンツ」としてブランド戦略を図る上で限界があること、第四に、重点的な支援制度によって芸術団体や分野間における格差が拡大していること、第五に実態面とブランド・イメージが乖離している点を指摘した。

これらの課題点を踏まえると、今後パフォーマンス・アーツのブランド・エクイティを向上させる為には、まだ時間が要する事や政府が定義するブランド・アイデンティティの枠組みの中で、国内作品のクオリティの向上が望めるのかが重要なポイントになる事を示した。

一方、芸術シーンのブランディングについては、「シンガポール芸術祭」の事例に置き換え検討を加えた。今後「シンガポール芸術祭」の海外の芸術関係者をベースにしたブランド・エクイティを更に向上させる為には、アジア全体、中でも国内のパフォーマンス・アーツのクオリティと知名度を向上させること、全体の評価指標を持つこと、運営主体組織を見直し、更に国内の鑑賞者のブランド・イメージの改善を図る事を挙げた。また、実験的作品の上演が可能な中規模の劇場やホールの整備の必要性も示した。

近年は、世界各地で、「創造都市」などを標榜し、芸術分野に重点を置いた国家や地域のブランド戦略を展開しているケースも多い。本研究において、特にパフォーマンス・アーツを通じた自国のイメージの再構築を図る上での問題点も含めて考察する事で、国家や地域のブランド戦略における何らかの示唆にしたいと考える。

(総合審査結果の要旨)

申請者は、シンガポール政府の芸術政策におけるブランド戦略について、実演芸術を対象を絞り研究を行った、シンガポールは、民主国家といたしながら、国家基盤の存立のため検閲制度が存在するが、これが同国の芸術政策に大きい影響を与えており、特殊な政治制度下での芸術政策の分析となったが、それが隘路となり、自由な芸術活動、表現活動、自由な人的交流が制限されるため、国際的に活動する芸術家、芸術団体が限定的にしか養成されず、芸術本来のもつ創造性をたわめて、結果としてアジアのゲートウェイに成りきれてないと結論づけた。

研究課題の学術的な重要性妥当性であるが、先行研究の少ないシンガポールの芸術政策（もちろん芸術活動状況も含まれる）をシンガポールのもつ政治・文化の特殊性から解きほぐし、シンガポール芸術政策のうちブランド戦略についての限界と今後の展開について考察したことは、学術上重要な意味をもち評価したい。またそれに沿った研究計画方法であるが、まず研究対象を実演芸術に絞り、そのブランド戦略について、実演芸術における一大芸術祭である「シンガポール芸術祭」と複合芸術施設である「エスプラネード劇場」を取り上げている。そして、それらが相互に統一ブランドを世界に発信することにより、先のポジションの確保を図ろうと考察している。そのような国家戦略において、先の検閲制度により、自由な芸術活動、表現活動、自由な人的交流が制限されるため、国際的に活動する芸術家、芸術団体が限定的にしか養成されず、芸術本来のもつ創造性をたわめて、結果としてアジアのゲートウェイに成りきれてないと結論づけた。

この結論は、議論もあろうが、研究方策は、課題を解決する方策として妥当であり、またシンガポールの芸術政策における「シンガポール芸術祭」と複合芸術施設である「エスプラネード劇場」はきわめて重要な位置にあり、それを対象としたことは妥当である。

以上の観点から、本研究は課題、その研究方策は妥当であるし、またシンガポール芸術政策が特異であるだけに反面教師としての我が国芸術政策に参考資料として期待できることは、研究の波及効果としても評価できよう。したがって、博士論文として合格とする。