

(2) 文化プログラム

オリンピック・パラリンピックはスポーツと同時に文化の祭典でもあると位置づけられ、開催時には文化のイベントを催すプログラムの実施が必須となっています。品川区としても文化イベントを通して品川区の魅力を発信していくために、早くから文化プログラムについては、品川区議会オリンピック・パラリンピック推進特別委員会においても調査研究してまいりました。そこで、今回の視察においても重要なテーマと位置づけ文化プログラムについて視察しました。主な内容は、リオ市プログラム担当とのヒヤリング、文化イベント（オリンピックブルバード）、市内の文化資産とも言える「セラロンの階段」の調査です。

リオ大会における組織委員会の文化プログラム概要は次のとおりです。

①Rio2016 文化プログラムの概要

- 1) 名 称：Celebra
- 2) 公募分野：文学／大衆芸能／音楽／パフォーマンス／視覚芸術／舞踏
- 3) 応募期間：2015年9月10日～2016年2月
- 4) 開催期間：2016年4月1日～2016年9月30日
- 5) 主な要件：
 - オリンピック、パラリンピックの Values に立脚していること
 - 屋外で行われるプログラムを含むこと
 - 公共の場で行われるプログラムを含むこと
 - 大会の観客や住民が無料で参加できるプログラムを含むこと
 - 公式スポンサーの競合社の後援等は禁止
 - 既存のイベント等も認定
- 6) 認定プロセス
 - 所定のフォーマットに沿って資料等を添えてメールにて応募
 - 組織委員会の中の専門家達により認定の可否を判定
 - 応募から60日以内に可否が通知される

ただし、実際には応募状況が芳しくなく、実施された文化イベントはリオ市主催のものがほとんどだったようです。

公式スポンサーによる文化プログラムマーク



②調査結果と方向性

1) リオ市文化プログラム担当とのヒヤリング

リオ市文化プログラム担当より文化プログラムの実施状況等を聴き取りました。その結果、リオオリンピック・パラリンピックでの文化プログラムの多くはリオ市が実施しているものであることがわかりました。

実施にあたっては、コンセプトを「住民の主体性を重視」とし、昨年8月からイベント等を公募し、400のプロジェクト（大規模なもの140、小規模なもの240～260）を認定し5月からスタートしたとのことでした。リオ市自体はイベント等を実施していなかったとのことでした。



リオ市担当者とのヒヤリングの様子

また、市民に対して、施設の入場割引などの特典がある「カルチャーパスポート」の配布をしたことと、ソーシャルメディア・SNS等を活用（英語・スペイン語・ポルトガル語）して発信したために、文化プログラムの盛り上がりは確保できたとのことでした。大会後についても継続させたいとのことでした。

大会組織委員会の文化プログラムは、財政悪化の影響と組織が一過性であったため、うまく機能されませんでした。一方、リオ市は以前から文化プログラムに取り組んできたとのことでした。



大会組織委員会建物



大会組織委員会内

2) 文化イベント（オリンピックブルバード）

文化プログラムの多くが開催されているオリンピックブルバード（オリンピック大通り）はセントロ地区にあり、会場には、オリンピック開催に合わせて開館した博物館「明日のミュージアム」、日本文化紹介展覧会会場、ナショナルハウス（国ごとのパビリオン）、企業ハウス、屋外ステージ、モニュメント、そして気球、バンジージャンプなどのアトラクションや模擬店、そして開会式で灯された聖火台がありました。

ホスピタリティハウスの一つであるブラジルハウスでは、オリンピック・パラリンピック競技の紹介だけでなく、ブラジルの食文化とオリンピックを関連付けた展示や特産品、遊びなど誰もが興味を持つ展示がされていたので入場が制限されるほどにぎわっていました。



会場入口



日本文化紹介展覧会会場



明日のミュージアム



野外ステージ



アトラクション（気球）



アトラクション（バンジージャンプ）



モニュメント



聖火台（1）



聖火台（2）



ブラジルハウス（食で競技を表現）



モニュメント（マスコット）



モニュメント（テレビ）

3) 市内の文化施設「セラロンの階段」

この階段は、リオ市に住んでいたチリ人の芸術家が自宅前の階段にタイルを貼りはじめたのが始まりで、次第に地域からも理解が得られ、大きな階段アートとなったとのことです。階段には2千枚のタイルが貼られ、一般の人から依頼されたタイルも多く貼られていましたので、治安が少々悪い地域で他に観光するものではありませんが、多くの観光客が訪れていました。

世界各国から集まったタイルの中には、日本のプロ野球チームである阪神タイガースのマークをほどこしたタイルもあり、見つけることができました。きれいな階段を歩くのみならず、ゆかりのあるタイルを探し、見つける喜びをももたらす文化施設です。



セラロンの階段（全景）



阪神タイガースのタイル

③視察を終えて

文化プログラムを成功させるためには、区としてのコンセプトを明確にし、早期に着手すること、区民の多くが何らかの形で参加できる仕組みをつくり意識を高めることが重要です。

「セラロンの階段」のように、街中にある文化資産を見つけ、例えば、区内にある運河の護岸や施設の壁等を利用してアートをほどこすなど、4年後の夏には、地域や外国人たちが共に楽しめる文化プログラムを実施することにより、区内に多くの観光客を呼び込むことにつながります。

最後に、SNS等を活用し、世界に品川をPRしていくことも重要です。