



平成21年10月19日

## 『クリエイティブを束ねる』

空間メディアプロデューサー

株式会社 現代芸術研究所 代表取締役

平野 晓臣 様



空間メディアというのは僕の造語で、意味は字義どおりメディアとしての空間です。イベントもミュージアムもテーマパークも空間そのものがメディア。そういう空間をつくるお手伝いをするのが僕の仕事です。プロデューサーとしてプロジェクトを束ねていく際、大切なのはクリエイティブであること。今日はクリエイティブなプロジェクトには何が大切かという話をさせていただきます。

クリエイティブなプロジェクトには4つの性格があると思います。パーソナル、プラジャエル、フラット、ノンリニアです。ソフトプロジェクトでは何をつくるか以上に誰がつくるか、誰とつくるかが大事です。作り手の資質、美意識に依存せざるを得ないんですね。だから極めてパーソナルである。

プロジェクトを始めるとき、プロデューサーである僕は各分野を担当する責任者を選び、あとは各司令官に任せることで、ソフトなプロジェクトではその組み合わせが大切です。司令官はみんな一流のクリエイターですから自分の流儀を持っています。それをうまく組み合わせることができれば、お互いに触発し合ってプロジェクトはステップをかけ上っていきます。問題はそうやってつくられた臨時チームには絶対的な統制原理が無いこと。彼らが繋がっているのは、彼ともう1回仕事がしたいとか彼の仕事は面白かったというリスペクトな感覚。ソフトなプロジェクトはその感覚を持ったどうしてやる方がうまくいくんです。しかしそれにもリスクはあります。いつも同じ顔触れでは無意識のうちに成功体験をトレースしたくなる。そうならないためには新しい血を入れること。それもまたリスクがありますが、リスクのないところに成果

はない。ソフトなプロジェクトは非常に脆弱、プラジャエルなものなんですね。

プロジェクトがスタートしたあと、僕は個々の分野で戦う司令官の動きを見ながら、再度全体としてどういう形がいいかを考えます。司令官相互の触発で新しいアイデアを生み出すには、最初に作った完成形をそのまま目指すのではなく、建築のように設計図にある完成形に向けてリニアに進むのと違って、ソフトなプロジェクトはどんどんアイデアが膨らんでいく方がいいんです。そういう意味でノンリニアです。

4つ目、建築は基本的に縦割りで、仕上げ工事のグレードを上げたいから電気工事やめようなんてありえないわけですが、ソフトな場合は全てが一つの調整土俵の上に乗っています。例えば企業のイベントで、創業100年だから顧客に100年前のビンテージワインを飲んでいたり代わり、今回は装飾もイベントも無しということだってあります。フラットだということです。

僕は、これからはソフトなプロジェクトの時代だと思います。ソフトで緩やかな関係、対等でオープンな関係の中で刺激し合って新しいものを生み出す。それがうまくいかどうかはそういう連中を束ねられるかどうかにかかっています。今日の拙いお話を参考にしていただければ幸いです。ありがとうございました。

