

アートや文化で地域を豊かにする戦略と実践 ～オークションで地方創生を；そのための人材育成～

一般社団法人芸術支援・地方創造機構 代表理事
株式会社AGホールディングズ 代表取締役
有限会社膳所焼窯元陽炎園 代表取締役
柴山 哲治



本企画の基になっているのは、2024年7月にJIAMで研修の講師を依頼され「アートや文化で地域を豊かにする戦略と実践（文化芸術で地方創生をする）」というタイトルの講演で、大変好評だったというご報告を頂いたことです。本原稿はJIAMからのご依頼で、本件理念の実践の手段として副題「オークションで地方創生を；そのための人材育成」、具体的には「各地域で埋もれているアート・文化やお宝のオークションによる継続的なマネタイズ方法」についての具体案です。オークションで日本再生と聞くと、ビックリされる方が多いと思いますが、最後までお読み頂き、ご自身の地域で施策として試してみたいと思われる方がいれば是非ご連絡を頂けますと幸いです。なお、ここで言う「オークション」は、生身の人間が司る「リアル（対面）オークション（ネットではない）」です。日本全国、特に人口減少が進む地方で、ネットで人が外に出なくなった地域での、人がリアルに集まる地域コミュニティの復興の試みでもあります。

はじめに

日本の最大の問題点は人口減と東京一極集中による地方の疲弊です。問題を解決するための地方創生・再生への戦略と実践を机上の空論ではなく、実現可能なロードマップとしてご案内したいと思います。

地方創生・再生に関する問題点については、各地方・地域において、それぞれ異なります。本稿では、私の経験と実践に基づいた地域活性化についての戦略と実践の施策をご案内します。地方創生に関わるご関係者の皆様には、

後述する事例を基に皆様の地域に合った独自の個性ある戦略と戦術をお考え頂きたいと思っています。

日本全国どこに行っても建築家某氏が作った（同じような）建築、海外の某ブランド、カフェを自慢するようでは、各地域の個性は全くなく、海外からの訪問者も含めて、興ざめする結果となっている事例をよく見かけます。しかし、各地域の価値は「固有の歴史・アート・文化」が醸し出すものです。私自身の経営と実践経験を基に「アートや文化で地域を豊かにする戦略と実践」について書かせて頂きます。ここで言うところの「アートや文化」とは、広い意味で各地方・地域で作られている個性ある「お宝」を指します。絵画、陶芸、工芸といった美術作品はもちろんのこと、地域の農産物、自然、伝統芸能、観光資源等、過去から伝承している「モノ」や「コト」すべてです。忘れてならないのは、過去に作られたモノやコトは、すべて現在生きている人によって伝承され、それぞれの時代で磨かれて、将来に伝承する、ということです。地域・地方の「お宝」が消滅すると、その地域・地方は消滅する、ということです。もちろんその過程で人間もいなくなり消滅します。オークションで地域の代表的なお宝を販売し、高く売れたお宝を基準として、地域産品の値付けに役立てる、というプロセスです。アートや文化のお宝を大切にすることが地方創生に繋がる、ということです。そして、それらの「お宝」による地方創生を経済的に持続可能にする実践方法として、地域に眠る「お宝」に経済的価値をつけて販売する「オークション」

人材の育成を提案します。

筆者の地域再生との具体的な関わり事例

私が申し上げることは「机上の空論」ではなく、自身の経験に基づく事例として申し上げます。

私は2021年11月に様々なご縁で、現在の滋賀県大津市にある400年の歴史を持つ徳川幕府御用茶道窯であった膳所焼窯元を買収し経営の立て直しに取り組んでいます。膳所焼がある地域（大津市近辺）には、前オーナーから経営を引き継ぐ方がいなかったそうで、M&A専門会社経由で（東京に居る）私に経営引継ぎの打診を頂きました。400年の伝統文化が絶える寸前のご縁で、現在の有限会社膳所焼窯元陽炎園の所有と経営を前オーナーから引き継ぎました。引継ぎ直後に、登窯（薪で焚く窯で1970年代の公害防止条例により京都や大津では使用禁止）が崩壊の危機にあることが判明し、登窯の解体、窯元の移転を模索しながら、数百年の長期的視野をもってアートと文化、伝統を備えた膳所焼の次世代への引継ぎ戦略を画策しております。

膳所焼の再生プロセスを通して、リアルタイムで、日本の最大の問題点は人口減と東京一極集中による地方の疲弊、及び地方の改革や経済の立て直しを試みる方々の前に立ちはだかる障害を肌感覚で実感するようになりました。そして、東京の視点で「地方創生」を語るのは、絵空事の机上の空論だと思ふようになりました。私自身の詳細な略歴は後述しますが、総合商社、海外留学、海外の資産運用会社・財団勤務、オークション会社の経営を経て、約20年前に創業したアート・文化・芸術のマネジメントの会社を所有し経営しております。自治体・財団・企業ほか様々な分野のアーティストの皆さんと仕事しております。これらの経験を基に「アートや文化で地域を豊かにする戦略と実践」について述べさせていただきます。

地方の問題の共通性

地方の共通の問題点は、地域に長年お住まいの方々の歴史が、人の心にそのまま残っていることです。素晴らしい歴史を体現・継承していらっしゃる方々ですが、時には弊害をもたらし得る、ということを誤解を恐れずに申し上げねばなりません。今日がそのままで明日を迎えられるとのお考えは妄想です。現代社会では「変化しない」は「後退」と同義語です。なぜなら外の世界は毎日進化しているからです。外からは同じ様に見えても、地域の継続した発展には恒常的な変革が必須です。地方に改革をもたらすのは、詰まるところ人・人・人、人材に他なりません！「よそ者」「ばか者」「(心が) 若者」、特に東京から来る「よそ者」「ばか者」「若者」を大切にすることが肝要です。古い地域住民が、これらの受け入れに抵抗し、受け入れに失敗する地方は荒廃します。それが日本津々浦々の荒廃の原因になっているかと思います。例えば、地方を逃げ出す若者のほとんどが女性（「地方は未だ男性社会・年功序列社会でやってられない」と）であることも、地方で改革がなされていない証左です。前項で各地域の個性は「固有の歴史・アート・文化」が醸し出すものです、と述べました。これには人材、特に若い人材が必要です。現在の「芸術人材」、アーティスト・学芸員・アートビジネスを志向する若者のほとんどが女性（美大生・画廊・美術館・オークション）です。アートや文化（芸術人材）＝女性の仕事を創ることは、地元で女性がとどまること、及び都心部から地域への移住も促進することになります。地方創生を「アートや文化で地域を豊かにする戦略と実践」は、このようなジェンダーギャップ解消と同時に地方の雇用の促進にもなります。「オークションで地域再生を」は「よそ者」「ばか者」「(心が) 若者」がもたらす一つの「技」「手段」と思って頂き、受け入れて頂けると幸いです。

日本共通の問題点と解決策の提案

日本人は一般的にモノやコトを安く売りす

研修紹介 研修1 世界情勢からわがまちの未来をつくる

～トップマネジャーの方のために～

ぎます。これは「シャイな国民性によるのか？」と外国人によく突っ込まれます。私の多少グローバルな経験から言うと、日本人は一般的に作ることに集中しすぎて、作ったら終わり、「いいモノを作れば必ず売れる」との観念が強すぎると思います。これは現代の情報化、グローバル化した社会では通用しません。即ち作った後に、モノやコトの価値（即ち価格）を最大化させること、いわゆるブランディングを含めて高く売る、という理念と実践が、日本には必須だと思います。政府が提供する補助金も作り手（例えば農業、工芸、アート全般の作り手）の支援に集中しており、作ったものを「より高く売る」仕組みや人材への補助金は、私が知る限り皆無なのが現状です。そこで、欧米では生活の一部になっている「オークション」で地域産品、モノやコトの価値と価格を上げて販売できる人材育成を地方創生の観点から提案します。オークションで地域の代表的なお宝を販売し、高く売れたお宝の価格を基準として、地域産品の値付けに役立てる、というプロセスです。

オークションで地方創生

オークションで地方創生・日本再生と聞くと、ビックリされる方が多いと思いますが、そもそも「オークションとは何か？」から始めて「各地域で埋もれているお宝のオークションによる継続的なマネタイズ方法」についての具体案を申し上げます。

オークションは、日本では「バブル」「富裕層の遊び」程にしかマスコミでは報道されていません。例えば、①お正月の豊洲魚市場の初セリ（オークション）で、通常1,000万円位の大間のまぐろの価格が、2億円との報道、②政府が発行する国債を金融機関が「入札」（オークション）する、③財務省や自治体が税金滞納で物納された土地や動産を競売（オークション）で販売等、実は日本でもオークションでの売買は専門家間では発達しています。私は、一般社会へのオークションの浸透が日本再生のキーワードだと思っています。日本が成熟国家になり地域の経済発展を図るた

めには、各地域でオークションが日常生活に浸透することが必須で、これが地方創生に必ず繋がると考えます。以下、順序立ててご説明します。

(1) オークションとは？

「競争入札により、モノやコトの経済的価値を最大化する取引方法」です。

オークションは、人類史上の経済面の3大発明※の一つで、その発祥は約4000年前の古代エジプトに遡る（諸説ありますが）と言われています。

※オークション、複式簿記、有限責任会社

現在に繋がるオークションの発祥は、18世紀イギリスでの産業革命後、労働者がロンドン等の大都市に集中するようになったことです。労働者他、一般の多数の人が礼拝に集まる教会での日曜日の「物々交換」（日本の門前市と同等かも知れません）から、牧師が差配する「庶民のオークション」として始まりしました。これがイギリス各地の教会や都市に伝播し、その中で最も成功し現代まで続いているオークション会社が、サザビーズ、クリスティーズ等のグローバル・オークション会社です。一方で、成熟した資本主義国家のイギリスでは、都市や田舎を含め、各地域に「オークションハウス」が存在し、特徴ある地域の産品や骨董品が売買されています。こうした「人」が介在する「リアル（対面）オークション」は、地域おこしに加えて、ものを大切にする心、リサイクルは環境にも良い、という概念も育んでいきます。特に近年では、コロナで疲弊した（ネット上ではなく）リアルで人が集まる地域コミュニティの再生の役割もオークションが果たしています。

(2) オークションで日本の地方創生を；人材育成の具体案

繰り返しになりますが、人口減少の中、日本の地域の隠れた「お宝」や産品を、「オークション」で販売することにより、経済価値を増大させる施策を提案します。その人材育成のための「柴山哲治オークショニアスクール（17ページ参照）」を開講しました。同スクールでは「オークションの歴史・理念・実践事

例」の座学後、実践的トレーニングを東京と京都、人数が集まればその他各地域で開催します。過去5年間、筆者が青山学院大学の授業として「オークション実践」を教えた実績も踏まえ、正統なトレーニングをすれば、オークション運営者は育成出来ることを証明しました。日本には、歴史や文化がありながら、「お宝」を経済的に活かしてない地域が多数存在します。近江、三河、山陰、沖縄等から始めて全国に拡大していきます。

(3)「地域おこし協力隊」との連携

総務省が展開する「地域おこし協力隊」は自治体の皆様はご存じかと思います。都市圏でアートや文化マネジメントを学んだ人材を、地域おこし協力隊として募集し、地域の「アートや文化で地域を豊かにする戦略と実践」のために、移住の機会を創ることは、地方創生と移住促進の一石二鳥と思われます。「柴山哲治オークショニアスクール」を地域おこし協力隊の実践教育プログラムに組み込んで頂ければ、オークション人材を短期に増やせると考えています。自治体とコラボしながら、各地域の特色あるオークションを通して、オークション先進国である欧米からのインバウンド観光客を各地へ分散させるための効果もあると考えております。

オークション人材育成を地方創生に繋げるための具体的なロードマップ 「柴山哲治オークショニアスクール」を開講

ここで言うオークションは、生身の人間が司る「リアル（対面）オークション（ネットではない）」(筆者のオークション事例の画像を参照)です。人口減少が進む地方で、ネットで人が外に出なくなった地域で、人が集まる地域コミュニティの復興の試みでもあります。前述の通り、イギ

リスのような成熟した資本主義国家では、どんな田舎に行っても「オークションハウス」があり、地元のお宝、産品、モノ、コトを販売しております。

(1) 具体的に誰に活用してもらいたいのか？

⇒地元の復活を目指す方々なら行政・営利・非営利団体、どなたにでも活用して頂きたいです。

地域おこし協力隊員はそもそもそのようなミッションをもっている方と推察します。毎年数千人が選ばれて都会から地方に行くので、行く前に地域の経済活性化の一つの重要な手段として、オークションという人類共通の仕組みを知っておいて欲しいと思います。地域に埋もれた「お宝」発見方法についても、私のサザビーズや現在経営しているオークションの経験を「柴山哲治オークショニアスクール（17ページ参照）」にて伝授します。私と弊社だけで全国を網羅出来ないの、私の経験を「地方創生」を实践したい方々に活用してもらいたいと思っております。

(2) 何をコンテンツにするのか？

⇒地域資源？具体的にどうするのか？

前述の発想と理念を基に、地域に埋もれている歴史・アート・文化を基にした「お宝」（モノとコト）を再発見し、オークションという「お宝に経済価値をつける」普遍的な方法で世界に販売します。地元と行政の方々と、地域の特性を活かした「お宝」を一緒に考えていきます。日本は歴史がある国なので、どこに行っ



京都学生アートオークション@世界遺産 元離宮二条城

研修紹介 研修1 世界情勢からわがまちの未来をつくる ～トップマネジャーの方のために～



本願寺伝道院アートレクチャーとオークション (TERAKOYA HONGWANJI講座)



日本の各地へ広げていきます。現在、数か所の方々とお話をしております。筆者がオークショニアを育成出来る理由は、世界規模のオークション会社サザビーズでの経験と、京都、金沢、福岡等の地域で、無名のアーティストの「将来のお宝」や「地域の隠れたお宝」のオークションの経験があるからです。筆者のオークション実績の一部の画像付きデータを掲載します(実績画像参照)

が、それはこの実績を皆さんと共有したいからです。オークション開催事例の中には、文化財、教会、寺院での開催実績もあります。世界遺産二条城、重要文化財の同志社大学クラークチャペル、本願寺伝道院、京都芸術センター(旧明倫小学校)、金沢しいのき迎賓館、築地本願寺、京都市京セラ美術館、金沢21世紀美術館、カジュアルなカフェやバイオサイエンスの起業家インキュベーション施設等での気軽なオークションの開催実績があります。日本の地方にある古い建築物や、廃棄された公共施設があれば、施設の多少のリノベーションと、オークション人材育成を経て、どこでもいつでも誰でも開催可能です。また、ビジネスに限らず、社会貢献を目的とした「チャリティーオークション」についても、その理念、仕組みの熟知と経験をもっている者は、しかも和英バイリンガルでオークションが出来る者は、現在、筆者しかおりません。余談ですが、最近外国人の友人が多数、日本に来ていますが、外国人向けの文化的なモノ・コトが京都に集中しすぎていて、他の日本も見たいのに出会いがない、というクレームを受けます。京都からアートや文化を分散させ、日本全国に歴史、アート、文化がある、ということをプロデュース出来



湘南アイパーク・アートオークション バイオベンチャーとアートの創造性の共鳴
第2回コーポレートアートエイド京都の入選作品はコレクターが所有し、「湘南ヘルスイノベーションパーク」(通称「湘南アイパーク」)にて展示されています。
弊社は湘南アイパークのアート・プロジェクトの運営を行っております。
7月2日に出品アーティストのキャリア支援として「ミニ・オークション」を開催。

てもお宝は埋まっています。オークションで地域の代表的なお宝を販売し、高く売れたお宝の価格を基準として用いて、地域産品の値付けに役立てる、というプロセスです。

(3) 人材育成をどうするか？

⇒最初はいくつかの「パイロット地域」で実績を創ります。「柴山哲治オークショニアスクール(17ページ参照)」でトレーニングをした方が地域で自立できるように、最初は筆者自身がコンサルティングにも行き、お宝発見からオークション設営までお手伝いします。企画・運営はあくまで地域の方々です。その後、

る人材の育成が必要です。

(4)市町村にどうやって関わってもらうのか？

⇒市町村は場所の提供（人口減で廃校になった学校や公民館等）、地域おこし協力隊が活躍できる場の提供、人材の提供、地方創生に関連する補助金の申請と活用等の関わりかと思えます。

市町村と筆者の事例を申し上げます。弊社は北海道十勝地方で「反農半芸」プロジェクトという事例を地元の自治体と展開しました。自治体に廃校になった学校をリノベーションしてアトリエに転換してもらい、弊社は、アーティストを都会から誘致し、工芸や地域の美しい自然をモチーフにしたアート制作をする傍ら地元の基幹産業である酪農に従事してもらう、というものです。制作したアート作品は、弊社が地元のオークションやギャラリーで販売しました。この仕組みは、北海道十勝にある大樹町役場と弊社（株式会社AGホールディングズ）間で企画運営契約を締結し実行されました。日本の地域が持っている潜在的価値、経済価値を実現することにより、持続可能な地方創生が図れる施策と考えております。

以上、ロードマップはあっても、各地方・地域においてモノやコトのコンテンツはそれぞれ異なります。いくつかの自治体とは、今後、歴史、文化、アートを基に、基幹産業である農業や観光の価値付けを検討していきます。

・柴山哲治オークシヨニアスクールについて

柴山哲治オークシヨニアスクール「オークシヨンを、地域再生のエンジンに。」についてご説明しています。

※詳細及び申込サイトは <https://mosh.jp/services/223264>

おわりに

日本の最大の問題点は人口減と東京一極集中による地方の疲弊です。現在を政治経済が低迷した幕末に例える歴史家も多々おります。「オークションで日本再生」と聞くと、ビックリされる方が多いと思いますが、ビックリする方法で日本再生に向け、皆さんと日本を楽

しく再生する事業に取り組みたいと思います。ご自身の地域で戦略として実践したいと思われる方がいれば是非ご連絡を頂けますと幸いです。

著者略歴

柴山 哲治（しばやま・てつじ）

三菱商事勤務、同社退職後、ハーバード大学でMBA（経営学修士号）を取得。ニューヨーク ロックフェラー一家投資会社及び同財団での投資関連業務、オークション会社老舗であるサザビーズでの経営経験を経て、企業や財団、自治体等に文化芸術、地方創生プログラムマネジメントのサービスを提供する会社を創業し、現在に至る。芸術・文化への取組みを通しての企業価値の向上や地域創生、若手芸術家育成事業に携わる。また、日本が誇る伝統文化を継承し、創業から約400年の歴史がある膳所焼窯元陽炎園の所有と経営も引継ぐ。同時に、大学等の教育機関で「文化芸術マネジメント」や「オークション実践」の教鞭をとり人材育成を行う。こうした経験と実績を基に、日本の地方創生を担う人材育成施策として、柴山哲治オークシヨニアスクールを開講。 <https://mosh.jp/services/223264>

著書に『衣食住アートの日本を目指して』（マリア書房）、ハーバード・ビジネス・スクール日本OB会理事等の社会・教育活動のほか、東京藝術大学非常勤講師（アートの現場）、一橋大学（芸術産業論）等で教育活動に携わる。日経CNBC番組「賢者の選択」出演（<https://www.youtube.com/watch?v=nAyhNoypWE8>）、FM群馬「Power of Art」パーソナリティ 2018年4月～9月（<https://www.powerof-art.com/>）。

柴山哲治関連サイトURL：

- ・柴山哲治オークシヨニアスクール <https://mosh.jp/services/223264>
- ・同スクール開講に関するプレスリリース <https://mosh.jp/magazine/news/auctioneer-school/>
- ・一般社団法人 芸術支援・地方創造機構 代表理事 <https://arts-support.or.jp/>
- ・株式会社AGホールディングズ 代表取締役 <https://www.ag-h.net/>
- ・有限会社膳所焼窯元陽炎園 代表取締役 <https://www.zeze-art.com/about/>
- ・柴山哲治実績事例集 <https://www.ag-h.net/presentation/AGH202501.pdf>