

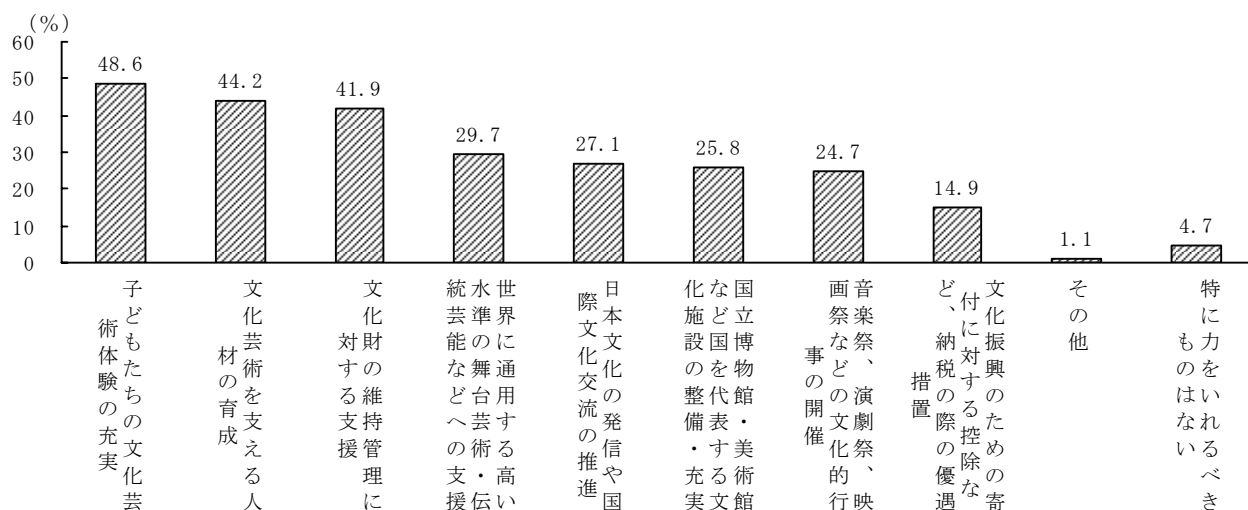
子どもに視点を置いた文化芸術振興策の推進を

＜文化芸術振興のために重要なことは「子どもたちの文化芸術体験の充実」＞

今年1月、内閣府から「文化に関する世論調査」が発表された。この中で、文化芸術振興のために国に力を入れてほしいこととして「子どもたちの文化芸術体験の充実」が48.6%で第1位を占めていた(図表1)。わが国は今、「文化芸術で国づくりを進める『文化芸術立国』」を目指しているが(「文化芸術の振興に関する基本的な方針」2007年2月閣議決定)、国民の多くは、次世代を担う子どもの文化芸術活動に力を入れることが、わが国の文化芸術振興のために最も必要であると認識している。

そこで本稿では「子どもの文化芸術体験」に注目し、今後の文化芸術振興のあり方について考えてみたい。

図表1 文化芸術振興のために国に力を入れてほしいこと＜複数回答＞



注：本調査は、全国20歳以上の者3,000人を対象に実施された(有効回収数1,853人)。
資料：内閣府「文化に関する世論調査」2009年11月調査。

＜学校における鑑賞体験の充実を期待＞

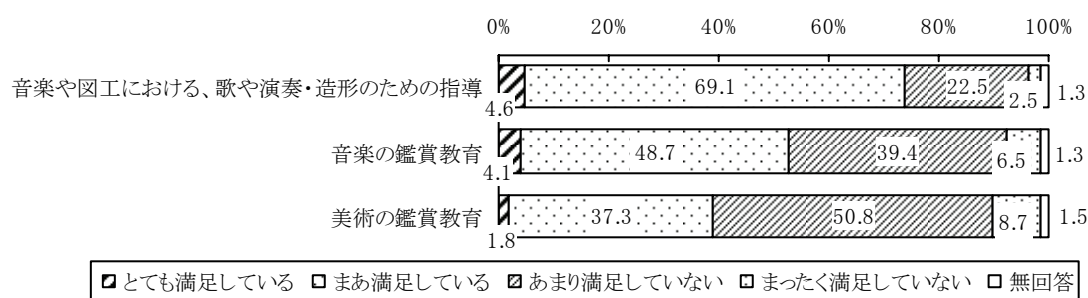
前述の内閣府の世論調査により、子どもの文化芸術体験のために何が重要であるかをたずねた結果をみると、「学校における公演などの鑑賞体験を充実させる」の回答割合が58.3%で第1位であった(図表省略)。第2位の「ホール・劇場や美術館・博物館など地域の文化施設における子ども向けの鑑賞機会や学習機会を充実させる」(49.5%)を約9ポイント上回っている。地域の文化施設における子ども向けのイベント等の充実も必要であるが、実際に子どもが文化施設のイベントに参加するか否かは、家庭環境によって左右されることが多い。そのため、多くの人々が認識している通り、学校で文化芸術に触れる機会を増やすことは、より多くの子どもが文化芸術体験を享受するために大変重要であると思われる。

<学校の芸術教育に対する満足度>

実際、小学生の子どもをもつ親は、子どもが通っている学校における芸術教育の現状に対し、どのような評価をしているのだろうか。「音楽や図工における、歌や演奏・造形のための指導」に対しては、7割以上の親が満足している（「とても満足している」と「まあ満足している」の合計）と回答している（図表2）。しかしながら、「音楽の鑑賞教育」に満足している割合は約5割、「美術の鑑賞教育」に満足している割合は約4割である。同じ音楽や図工の授業でも、「実演」や「実技」に比べ、「鑑賞教育」に対する満足度は低いことがわかる。

多くの大人が、子どもの文化芸術体験のために、学校における鑑賞体験の充実を重要であると思っているが、実際、親の評価としては、学校における鑑賞教育の現状にあまり満足していないようである。

図表2 小学校における芸術教育に対する満足度



注：本調査は、全国の小学生の子どもをもつ保護者664名を対象として2006年12月に実施された（有効回収数612名）。
資料：的場康子「小学生の親の芸術教育や美術館に対する意識」『Life Design REPORT 2007.9-10』。

<子どものための優れた舞台芸術体験事業>

では、子どもの鑑賞教育に関し、国はどのような取組をしているのだろうか。これまでも文化庁では、子どもが本物の舞台芸術に触れる機会の確保のために、文化庁が選定した芸術団体（オーケストラや演劇等）が全国の学校を巡回する「本物の舞台芸術体験事業」を実施している。また、文化庁が芸術家等を学校へ派遣し、実技披露や実技指導を行ったり、人生に関する講話を行ったりする「学校への芸術家等派遣事業」等も実施されてきた。

2010年度からは、「本物の舞台芸術体験事業」（巡回公演事業）や「学校への芸術家等派遣事業」（派遣事業）等を、「子どものための優れた舞台芸術体験事業」として統合し、巡回公演数を昨年度の1,330公演から1,527公演に増やす等、さらに充実を図ることとしている。また、文部科学省と連携して、芸術表現を通じたコミュニケーション教育に視点を置いた「児童生徒のコミュニケーション能力の育成に資する芸術表現体験事業」を新たに実施することとしている。従来からの派遣事業は一開催校につき芸術家等の派遣が原則年に3回以内であり、どちらかというとな単発的な短期開催である。これに対し、この事業は学校に派遣された芸術家等が学校教師と連携して、年間3～12回まで計画的・継続的に実技指導や実技披露等の授業を行うことで、芸術表現を用いたコミュニケーション能力の育成を目指すものである。

先に、学校における鑑賞教育に対する保護者の満足度が低いことを示したが、今年度から、このよう

な取組によって、公演数の増加による機会提供の強化のみでなく、文化芸術体験の教育的効果を検討することで、質量ともに芸術教育の充実を図ろうとしている。

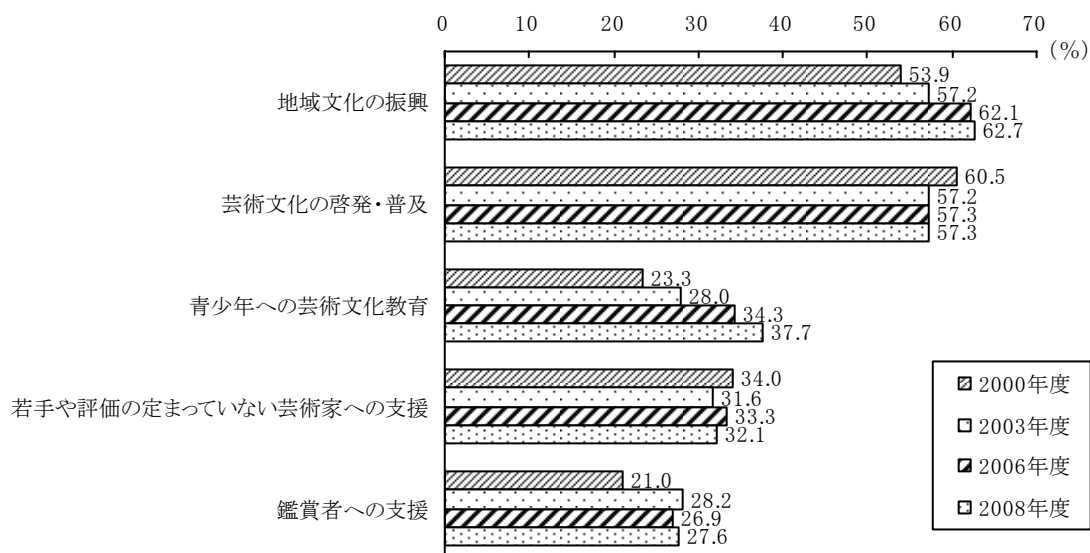
＜子どもへの芸術文化教育に関心が高まる企業メセナ活動＞

一方、わが国では企業もメセナ活動（文化・芸術活動に対する企業の支援）を通じて文化芸術振興の一翼を担っている。最近では、企業のメセナ活動においても、子どもに対する芸術教育を重視する動きがみられる。実際、メセナ活動を行う上で企業が重視している点は何かをたずねたアンケート調査結果をみると、「地域文化の振興」や「芸術文化の啓発・普及」の割合が一貫して高いものの、「青少年への芸術文化教育」への回答割合が継続的に上昇しており、2008年度では37.7%となっている（図表3）。

その具体的事例の一つとして、学校に対する芸術教育支援を行っているNPO法人等を、企業が経済的に支援する動きがある。例えば、NPO法人トリトン・アーツ・ネットワーク（東京都中央区）は、小学校等にクラシック音楽の演奏家を派遣する活動等を実施しているが、この活動を支えているのが第一生命保険株式会社等の企業や個人会員である。他にも、企業が設立した美術館において、学校と連携をして鑑賞教育が行われている例もある。

以上のように、多くの人々の期待に即し、学校教育の中で文化芸術に触れる機会を充実させようとの動きがみられる。また、コミュニケーション教育推進のために文化芸術をいかに活用するか検討もなされている。まさに、学校における文化芸術教育のあり方が変わろうとしていることがうかがえる。今後の文化芸術振興策は、芸術団体の支援のみならず、子どもの視点を重視し、学校教育を統べる文部科学省との連携を図りながら、子どもの文化芸術体験を充実させるための方策を考えることも必要である。

図表3 メセナ活動で重視した点(上位5項目)＜複数回答＞



注：調査対象は、全国の上場企業、非上場売上高上位300社、企業メセナ協議会会員企業、メセナアワード応募企業等。調査対象企業数は2000年度：3,925社（有効回答数592社）、2003年度：4,124社（同632社）、2006年度：4,423社（同690社）、2008年度：4,384社（同636社）。
資料：社団法人企業メセナ協議会「メセナ活動実態調査」各年版。