

「盆栽」と聞いてどの様なイメージを持つだろうか？

年寄りの趣味、富裕層の道楽等恐らく一般的なトレンドとしての意見は皆無に等しいのではないだろうか？

事実、日本国内では時代とともに一軒家での居住から集合住宅での居住の割合が増加し生育環境の確保が困難になり、盆栽の流通は減少し日常接することが少なくなった。並行して盆栽家の高齢化が進み後継者問題なども深刻化した。

しかしそんな中「盆栽」は世界での新たな活路を「BONSAI」として見出していることをご存知だろうか？欧州で芸術品としての価値を再認識された「BONSAI」は近年アジアでも注目され、その輸出額は年々増加。農水省発表のデータでは2001年から2012年までの11年間で6・4億円から81・7億円と約13倍に増加した。2020年には150億円にまで拡大するとしている。またこれまでアメリカ、韓国、ドイツ、プエルトリコ、中国では盆栽世界大会が開催され、各地で認知の拡大が進んでいる。更にイタリアなどでは「BONSAI」の学校があり、若年層へも浸透し文化としても根付きつつある。

10年前33歳の若さで日本盆栽作風展内閣総理大臣賞に輝き、海外で頻繁に盆栽の剪定パ

## 『世界を魅了する国内絶滅危惧文化』

文 岸本公平 text by Kohei Kishimoto

フォーマンズを披露しその認知の拡大に取り組む大町功氏は「世界では日本国内でのただの植木としての『盆栽』の認識ではない。剪定も含めたパフォーマンスに基づく洗練された芸術作品『BONSAI』としての認識をされる」と評価、認識の違いを話していた。

これは盆栽と同じ様に日本国内に現存する時代を重ねる毎に先細りが否めない文化への大きな希望ではないだろうか。

グローバル化とともに国内では日本らしさが失われたなどと危惧される一方で、世界では日本がこれまで育んできた繊細さなどの感性が魅力的なものとして受け入れられていると考えられる。

国連の予測では2100年に世界の人口は112億人にまで増加すると発表された。ご存知の通り日本では2015年の国勢調査以降人口の減少が始まった。これまで世界を意識しなかった日本で育まれてきた文化的コンテンツはその日本の魅力进行分析、再認識し積極的に発信するべきではないだろうか。

おそらくその様な取り組みをおこなった文化的コンテンツは近い将来、国内での伝承だけに止まらず、形を変え世界的な文化的コンテンツとしての成長を遂げているのではないだろうか。



### Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役  
HANABIプロジェクトプロデューサー  
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。