

特集●クラウドファンディング考察

ここ数年の間に、災害救援活動や地域活性化事業、商品開発などの資金調達手段として一般的となったクラウドファンディング(CF)。実は世界初のCFのウェブサイト(プラットフォーム)は、2001年にアメリカで設立された、音楽家たちを直接支援する「ArtistShare (アーティストシェア)」だと言われている。つまりCFは、芸術家の資金調達手段として生まれたのだ。経済的な活動であると同時に社会性・公共性が高く、日本の芸術界においても存在感を増すCFについて、芸術家たちはどのような可能性を見出すのか。一方、CFのサイトを見た人は、どのような動機から「支援する」のボタンをクリックするのか。本号ではCFに挑戦した舞台芸術家、およびこの資金調達手段を行動経済学の視点から分析している研究者に寄稿していただいた。

01 山下 残●しくじる人

p.001

02 タニノクロウ●クラウドファンディング 苦悩ノ記録

p.005

03 佐々木周作●アーティストのためのクラウドファンディング入門

p.009

01

山下 残

Zan YAMASHITA

しくじる人

始めに記しておきますと、私はクラウドファンディング推奨派です。これから述べることは、目標を達成できなかった者の体験談であるゆえに、公的助成金と個人寄付金ではどちらがいいのかという論議になった場合に単純に公的側の味方とされるのは本望ではありません。クラウドファンディングはお金を集めるだけではない可能性がたくさんあります。しかし挑戦中は目標額に向けて一本槍なので、日々支援者も増えていくところ、金額を達成する以外にも他に可能性はある、つまり達成できなくても大丈夫、などとは口が裂けても言えません。ならば終了してから、となると負け惜しみの言い訳みたいになっ

てしまうので、そしたらもうだまって世間の記憶から忘れ去られるのを待とうかという心境でした。選挙がらみのプロジェクトでもあり、今年は日本でも参議院選などの話題が続くなかで、喜ばしいことなのか複雑ではありますが、ことあるごとに仲間内から話題に上がり、悶々としていたところ、このたび紙面を与えてくださったセゾン文化財団には感謝いたします。そしてお世話になったReadyforのキュレーターの方々、協力して頂いたこまばアゴラ劇場のみなさま、無謀なチャレンジを支援して頂いた方々に、まずは感謝の気持ちを込め、そしてこれからしくじる人の言い分をお届けしたいと思います。

GE14 マレーシア選挙

2018年5月9日、マレーシア総選挙にて、野党連合が議席の過半数を得て60年以上続く政権の交代が実現しました。立候補した友人のファーム・ファジールの選挙キャンペーンにくまなく同行し、いや実際は寝る間もないほどの厳しいスケジュールに途中からついていけなくなり、同じ選挙区内の対立候補の演説するテントにお邪魔したりしていました。そんな軌跡を記録した映像、野党躍進の立役者当時92歳マハティール元首相の演説を模倣再現、ファームによるアーティ

ストそして現職国会議員としての生ライブ演説、等々で構成したのがファーム・ファジール&山下残によるGE14という今春発表した作品です。

* * *

舞台人であれば、いつもお世話になるスタッフさんを大事に思う気持ちを常に持ちながら活動していると思いますが、そろそろ私もお世話になるスタッフさんが、自分の子供でもおかしくないくらいの年齢になってきました。それで一緒に仕事を始める際には、今までみたいに自分のアイデアをまくしたてるよりも、まずは席について、今度の機会を使って何かやってみたいことはありますかと、音響や照明などの部署は問わず、若いスタッフさんには尋ねるようにしています。すると今年4月のこまばアゴラ劇場公演での制作担当から、公演準備の割と早い段階でクラウドファンディングに興味がありますとの提案がありました。マレーシア滞在中にファーム・ファジールの選挙資金調達のためのファンドレイジングパーティーに同席したことを思い出し、今回の作品内容に全く関係ないこともないかなと、じゃあ僕の名前使ってやってくれていいよ、必要な資料があれば教えてねと、返事したのが事の始まりです。

自己紹介のエッセイと、プロフィールと画像を揃え、見出しタイトルは、マレーシア選挙の熱狂を劇場で再現したい！とか何かそんな風だったと思います。あとはこちら側の制作者とプラットフォームReadyforの担当者いわゆるキュレーターと呼ばれる方にお任せをして情報公開を待ちました。期日の数日前に完成したページのリンクが送られてきて開いたところ……実に恥ずかしながら、そこで初めてクラウドファンディングとは何かを真剣に考えることになったのです。まずページから感じた最初の印象は、コンテンポラリーダンスというジャンルのあまり世に知られていないユニークな人物をみんなで応援しようという喧伝。念のため、そのように誰かに書かれたのではなく、私が書いたエッセイが編集されてクラウドファンディングのフォーマットに合わせたらしう見えるという話です。そして早くも論点っぽくなりますが、芸術家がクラウドファンディングに億劫になる場合の原因のひとつはここにあるかなと思います。例えば皆さんは、舞台に立つような人間は世間から注目を浴びることを熱烈に求めているに違いないと思ひになるかもしれませんが、はっきり言って逆で、ダンサー

や俳優とかいうのは基本的に目立ちたがらない類の人たちです。コンテンポラリーのダンサーなら、空気になりたいとか身体を物質化したいとか、そんな衝動に駆られて踊っている人が多い気がします。日本人は特に主張が下手で前に出ないからダメなんじゃないかという叱責が聞こえてきそうですが、それは思うにビジネスの価値観であって、創作の場に身を置くと(エンターテインメントビジネスの世界は知りませんが)、スタッフさんも含めて大体はみなさん控えめで、普段おとなしい人が舞台で魅力を発揮するというのが私にとっての世界の常ではあります。よって初めて見るクラウドファンディングの公開ページはガラガラしていて、人間味をさらけ出し、真理めいた事を語り、野心的な活動をして、締め括りには金が欲しいと、笑顔でアピールする自分がそこにいるのでした。

全身から汗が吹き出し、瞬間にクラウドファンディングを中止しますと相手側のキュレーターの方に直接連絡を入れて、清々していたところ、翌日にそのキュレーターの上司の方からご返信があり、もう一度仕切り直してチャレンジしませんかとご提案を頂きました。ここにきて初めてクラウドファンディングするかしないかを熟考しましたが、退いて学ぶことはないけれど進めば学ぶことはあるという決断に至ります。普通こうした一方的に中止を求めてしまった場合は再チャレンジの機会を頂けるようなことはないと思うので、あらためて感謝したいのですが、今回最初に問い合わせた時にReadyforの相談窓口で山下残の舞台作品をいくつか観たことがある方がいて、それでこちらでも安心してお任せしていたところ、担当するキュレーターが他の人に代わったようで、そのことを中止の理由として添えていたところ、それでは最初の窓口の、つまり山下残の作品を観たことがあるキュレーターに変更しての再チャレンジはいかがですかというお話しでした。

いつも創作するときは、自分から作品に距離を置いて客観視するように心がけています。作家と作品が同一化して自己をさらけ出す方が爆発力あるし、自分でもそういう作品が好きなのところなのですが、人生唯一の作品を期待されても意に介さず、与えられた仕事を淡々とこなす、それを座右の銘にして、できるだけ長く舞台の活動をしたいと思ってこれまできました。しかしそのような思想の持主ではクラウドファンディングの起案者としては不適任でしょう。一発奮起の気持ちに欠けています。では誰か人様の為になるプロジェクトにすれ



TPAM 2019 photo: Hideto Maezawa



TPAM 2019 photo: Hideto Maezawa

ばいいのかもしれませんが。でもクラウドファンディングをする為に新たなプロジェクトを立ち上げては本末転倒です。ファームの為にというのとも考えましたが、国会議員で年収いっぱいあるし、もし落選して表現活動もままならない事態になっていたらあり得たかもしれません。自分たち以外の他者に向けた支援、プロジェクトの内容は変えない、という方針で進んでいくと、そこには観客という存在がありました。

観劇費無償化に向けて

支援を募るページはキュレーターと話し合いをしながら内容を詰めていきます。仕切り直した公開ページは<https://readyfor.jp/projects/GE14>をご覧ください。簡単に説明すると、芸術家への支援を観客に還元することを企てに、一定額の支援が募れば観客全員を無料にするという試みです。劇団・地点が行っているカルチベートチケットという、観客がチケットを余分に購入し、後日誰かがそれを使って無料で観劇できる仕組みがあり、Readyforのキュレーターの方は山下残の舞台作品を観たことがあるくらいなので、もしかしたらそのことをご存知だったのかもしれませんが。私はページ公開後に支援者のひとりから似ていると指摘されて初めて知ったのですが、思うにカルチベートチケットは奨学金制度みたいなもので、今は無料で観劇して将来チケットが買えるようになったらちゃんと自分で購入して観に来てください、という具合ではないでしょうか。しかし観劇費無償化は満場無料です。これから少子高齢化して尚且つ人口減少していけば、イベントの企画は普通に考えて集客困難に向かうのではないのでしょうか。高齢者ばかりの世の中になれば人の集まりそのものがラディカルです。スタジアムをお年寄りが埋め尽くす光景を肯定したいではありませんか。クオリティーの高いものを演ればチケットは売れるし、無料の見世物などたいしたことはない、という意見が圧倒的ですが、これまで多くの舞台を観てきてチケット料金と感動の度合いが比例することはありませんし、公共事業が企画する無料イベントをイメージされては困ります。高齢者の優遇を申し立てたい訳でもありません。老若は問わず、リスクを負って実験的な公演に足を運ぶ意欲のある観客をチケット販売に頼らず、民間によって支援しようとしているのです。クラウドファンディングを利用するような芸術家は作品に対する支援を求めるのですから、自身の作品を観に来てくれる観客への支援を求めても、それは格段意味不明なことではないと思います。

と、こんな攻めのアピールが出来ればよかったのですが、なにぶん初めてのクラウドファンディングで、角が立つ説明の仕方には気が引け、結局は実物の公開ページにある通りチケットを余分に買ってくださいというような募り方になってしまいました。

* * *

重ね重ね恥ずかしながら初めて知ったSNSの影響力にはまいりました。本当に誇張なく、ページ公開した次の日から外を出歩くと会う人みんなに「クラウドファンディング」と声をかけられる始末です。日本語でしか発信していないにもかかわらず海外からの反応も早かったです。ちょうど年度末でイベントやミーティングが多い時期でもあり、しかしながらプロジェクト内容について斬新で面白いと直接顔を合わせて好感を示してくれる人が多い割には、それがそのまま支援額の伸びにつながるわけではありませんでした。つまり自分を知って



こまばアゴラ劇場 photo: Miki Kanai

いる人間はだいたいクラウドファンディング実施中であることを知っている、しかし支援するかどうか迷っている、これは結構恐怖な心理状態です。劇場で友人に会って「何々君、飲みにいこう」という誘いの言葉が「(お金ください)」という意味になってしまいます。もちろん、いくら京都でも「飲みにいこう」が「お金ください」に聞こえるような人は私の周辺にはいませんが、人と接することに敏感になり過ぎてしまい、頑張らないといけない時期に引きこもりがちになってしまいました。観劇後に友人とのんびり飲みたい日もありますが、やはり期間中は常に資金調達に奔走する挑戦者モードであるべきだったのでしょうか、クラウドファンディング成功者の談話によると、飲み屋でたまたま隣にいた客が企業の社長で、話しているうちに大口の支援を入れてくれたということもあったそうです。弁解が続きますが、創作しながらというのもネックです。ツアーのマネジメントは自分ですることもありますので、何かと兼任はできるつもりでしたが、クラウドファンディングとクリエーションの同時進行はなかなか厳しかったです。

支援者数は公開直後に跳ねたあと、停滞期間がしばらく続き、締め切り前に一気に伸びるというのが恒例のようで、実際に程度は低くもそのような展開でした。一口支援が届けばメールですぐ連絡が入っているになるので、逆に停滞期間中の日々は毎朝のメールチェックが億劫になるというのも経験者にとっては恒例なのではないでしょうか。クラウドファンディングをして一番いいことは、やっぱり応援してくれる人の顔が分かることです。匿名での支援もありますが、それはそれで凛として勇気づけられます。サポートしてくれるキュレーターの方はクラウドという抽象的なイメージをなくして、具体的に支援者の顔が見える舵取りをしてくれます。自分は昔から公演企画に参加するときに家族や身内へのチケットの手売りには抵抗があり、やっぱり家族や身内は無料招待したい、そして不特定の方にチケットを買ってもらえるようにチラシのデザインやキャスト選びを努力するという言い分、その方針は今でも変わりません。そしてここに来て新たにクラウドファンディング。顔が見えるのならまずは家族や身内、だが今まで通り家族や身内には援助を求めない方針を貫くか、真っ先に頼るべきか、岐路に立たされます。SNSを活用したクラウドファンディングは舞台芸術というチケットの手売りと遠くない感覚です。情報拡散しただけでは不足していて、こまめな行動力がものを言います。情報の海



クアラルンプール ルンバー・パンタイ選挙区

に餌を投げ込む釣人で満足していたところ、SNSを活用した成功者となるためには、餌に食らいついていく魚にならないといけなことをクラウドファンディングを通して学びました。他に体験談としては支援者に対するお礼のリターンがたいへんだというのはよくあり、達成はしたけれどリターンの贈物で赤字になるという話もよく聞きます。あらためて芸術家にとってのクラウドファンディングとは何なのでしょう。ファンへのグッズ販売と違いはあるのでしょうか。身内に金の無心をしなければならないのでしょうか。具体的に支援者の顔を思い描かなければならないというところまでは納得いくのですが、例えば、お金を循環させて貧富の格差をなくそうといったような理念があるとすると、それもまた抽象的とみなされて、せっかくの社会運動とも呼べる側面が、個人の利得によって横にはじかれてしまうのではないかと危惧します。製造業のプロジェクトが支援者に製品をお裾分けするのは魅力があるとしても、芸術家が支援者へのリターンを本丸の作品とは別の形で贈物にしないでいいと思いますが、むしろクラウドファンディングは演劇の2.5次元みたいに平面が立体に立ち上がるようなニュアンスで、感謝の気持ちが形になること、不特定多数と直接触れ合えるなど、交流サービスの拡張的な意味合いで捉えれば、少し理解できます。

* * *

舞台芸術業界全体が観劇費無償化に対してはだいぶ抵抗があるんだなということは今回の機会を通して実感しました。支援はするけど目的に関してはあまり賛同しないという方もいましたし、芸術を貶める行為だという意見も耳にします。クラウドファンディングそのものにチャレンジしてみたい思いが先にあり、可能性を模索し、個人(芸術家)への支援が不特定多数(観客)に分散されていくイメージを描きましたが、応援したいけど内容を読んでいるうちに難しくてよく分からなくなったという人もいます。クラウドファンディングがこれだけ世間に浸透していれば、今後再チャレンジするときは、どこの劇場や企画でも好意的に受け止めてくれるはずですが、目的が入場料無償だとしたらなかなか首を縦に振ってもらえないのではないのでしょうか。まず有料で企画していた事業が突然無料になれば制作の場が混乱すると言われると思いますが、実務的なこと以外にも、作品の無料公開の良し悪しについては他のジャンルくらいにもっと議論されていいというか、VRで観劇体験する時代もすでに来ていますし、劇場が人の集まる場所であり続けるために、誰でも助成金が取れたらそれに輪をかけてチケット代を高くしたりせず真っ先に観客に還元することを企てたらいいいのではないかと思います。

創作への支援

ちょうど愛知県の国際芸術祭への文化庁補助金不交付のニュースが入りました。表現者は萎縮せずに、問題提起する作品を扱う企画者は個人寄付のパイプを太くすればいいと思います。しかし個人パトロンなら圧力をかけたり検閲をしないとは限りません。公的機関だろうとパトロンだろうと、支援の名目でお金を出す者に、表現の内容に対して文句を言わせないように寄付文化を時代に添って構築しておく必要を感じます。そのために誰でも使えるクラウドファンディングのプラットフォームは有効活用できると思うのですが、糞を撒けば土壌が肥えるように、もっと常識外れの訳の分からないプロジェクトがクラウドファンディングで立ち上がることを期待します。

支援など必要ないという芸術家がいたとしても、舞台の創作は公共性から逃れることはできません。公共性とは、芸術家でも支援者でも、ひとりひとりが自ら築くものであって、そのようなひとりの願望として最後に、クラウドファンディング実施時の公開ページと同じ末文で以て締めさせていただきます。

いい作品をつくる作家は性格的にどうしようもない人間だったりすることはままあります。でもそれだと普通に考えて支援してくれる人はいません。一方で、芸術品の売買では作者の性格などあまり気にされません。私がクラウドファンディングに望むのは作品を売買することとは違う創作への支援です。観客への支援というのは間接的にそういうことになります。「この作家は人間的にどうしようもないけど作品は好きなので支援したい」という趣旨の考え方が、偏屈な物言いとして扱われなければ、まだまだ我々が見たこともないアートが誕生する可能性が未来にはあると私は信じます。



山下 残 (やました・ざん)

1970年大阪府生まれ。ダンサー・振付家。代表作に、100ページの本を配り観客がページをめくりながら本と舞台を交互に見る『そこに書いてある』、線路の上を歩きながら世界の事象をつぶやく『大行進』。近年は国内外での局地的なリサーチワークも手掛け、バリ島に滞在して創作した『悪霊への道』、京都の老舗劇場に捧げる『無門館の水は二度流せ 詰まらぬ』。ファーム・ファジールとの作品『GE14』を2019年2月に国際舞台芸術ミーティングin横浜(TPAM)にて、またクラウドファンディングによるサポートを募った『GE14 マレーシア選挙』を同年4月に東京・こまばアゴラ劇場にて発表。最新作はビルの屋上に(浮かぶ)ソロダンスを名古屋アッセンブリッジ・ナゴヤ2019にて。2011年度から2013年度までセゾン文化財団シニア・フェロー。

<http://www.zanyamashita.com/>

02

タニノクロウ

Kuro TANINO

クラウドファンディング 苦悩ノ記録

2018年6月セゾン文化財団と共同製作で発表した『蛸入道 忘却ノ儀』ではカンパニーとして初めてクラウドファンディングを行いました。利用したのは購入型クラウドファンディングサービスで国内最大級の支援総額、支援者数、プロジェクト成立件数の「CAMPFIRE」です。

そこで私たちは“【寺!? 舞台!?】観客がどっぷり入り込める「一体・没入型」の舞台美術を作りたい!”というキャッチコピーで約二ヶ月間募集、200万円を目標額として行いました。

最終的に88人の支援者と149万9千円集まりました。集まったお金は全て舞台美術費に充てました。

何故そのような行動を起こしたのか、また、その結果どのように感じたかを率直に伝えたいと思います。そして最初に結論から言ってしまうのですが、クラウドファンディング自体に対しては何も語ることが無いです。そのあり方、運用形態等々に関しては本当に書くことないので、本稿の執筆は結構辛かったです。

クラウドファンディングと言えば、今は多くの種類のサービス、運営会社があると思います。私が経験したのはその中の1種類でおそらく最もポピュラーなものだと思いますが、それ以外は全く知りません。ですから、少したのれなことを申し上げる可能性もあります。ですが、「お金」のことはおそらく多くのアーティストを悩ませているでしょう。私はこのクラウドファンディングを経験したことでさらに悩んでしまいました。その点も率直にお伝えできればと思います。

舞台美術への想い

さて、私の作品にとって舞台美術はとても重要です。リアリズム系の作品でもファンタジー系の作品でも細部まで、強迫的ともいえるほど作りこまれた舞台美術を用意します。そしてその中で「住むように」稽古を重ね、作品を練り上げていきます。近年の作品群、2015年に発表した『地獄谷温泉 無明ノ宿』、その後に続く『ダークマスター 関西バージョン』『笑顔の砦 Re-creation』もそうして作品を錬磨してきました。その創作過程の中で舞台美術はやがてただの作り物ではなく俳優の身体の一部となっていき、さらに生き物の様な質感を帯びてきます。また、しばらく期間を空けた再演をする場合であっても全員がホームに帰ってきたような感覚を得るとともに、俳優はずっと記憶が連鎖反応的に引きずり出され、自然と元居た劇世界へ入っていくことが出来ます。大袈裟ではなく、私たちにとって舞台美術は運命を共にするパートナーだと言えます。

温泉宿丸ごと一棟が舞台美術である『地獄谷温泉 無明ノ宿』は国内外計11都市を周り、その舞台美術は昨年(2018年)11月寿命を迎え



『地獄谷温泉 無明ノ宿』 photo: 杉能信介

焼却されました。丁寧に稽古をしながら手垢に手垢を重ねて、自然な経年変化の風合いを出していきました。ガタがきだして、パネルが悲鳴のような軋み音を立てても、それを愛情を持って受け止めて、まるで一つの生命体のような存在でした。それでも二階建ての宿を支えるための十分な安全性を確保出来ないと判断し、焼却を決断しました。そんな舞台美術との別れに私だけではなく、関係者全員が大きな喪失感を抱きました。初演から3年と半年間、良いも悪いも含めて様々な思い出を私たちに与えてくれた舞台だったから余計に強いものでした。

舞台美術には必ず寿命がありますが、『地獄谷〜』以降、大切なのはその亡くなり方にあると考えるようになりました。どのように扱われ、どのように消えていくのか。人間にはひっそり一人で死にたい人もいますが、舞台美術は大勢の人たちに暖かく看取られる方が良いじゃないかと思うのです。

そして、新作の舞台美術は常に観客とともに存在することは出来ないのかと考えました。さらに観客の痕跡が舞台美術に刻まれ続ける事はできないだろうか考えるに至りました。そうすればきっと公演の無い時、冷たくて暗い、ジメジメとした倉庫の中でも寂しくはありません。そしてやがてその使命を終える時、きっと舞台美術自身が大勢の人の想いととも、安らかに亡くなるだろうと考えたのです。

『蛸入道 忘却ノ儀』と クラウドファンディングの親和性

近年の作品群の中でも「蛸入道〜」は特別なアイデアの元に製作されました。

「俳優の自意識を消失させる儀式」として、台本ではなく経本を書

き、俳優が役を背負うのではなく俳優自身、本人として登場させました。自意識をより強く触発させるため、劇場の客席で観るのではなく舞台美術として寺を作って、その中に観客も入り儀式に参加する形態をとりました。舞台美術にも多くの細工を施しました。激しい楽器の演奏による振動と反響を計算した設計、匂いを発生する装置、お寺の中の温度を変化させる仕掛け、集中力を高める照明効果とその色。そして、観客が願いを込めたお札を堂内の壁に貼り付け、参加した人たちの痕跡を残すことにしました。

そうした考え方の流れで、その寺をクラウドファンディングで建立されるべきだと思いました。作品を取り巻く様々なものがクリエーションチームだけのものではなく、多くの人の思いで成り立っている事を常に実感しながら公演を行う。多くの人たちとの繋がり合いの中に私たちはいるという事にしたかったのです。

そしてもう一つ重要なのは「蛸入道」の「蛸」です。蛸はとてもユニークな生き物です。3つの心臓を持ち、9つの脳を持ちます。中心に一つ、8本の脚それぞれに神経叢の様な脳を持っているのです。それぞれが絡まらず別々の動きをすることができます。様々な色の貝殻を集める趣味を持つものもいます。レム睡眠をしているので夢を見ているのではないかとされています。人間よりも複雑なタンパク質遺伝子を持ち、人間よりも精巧な眼球を持ちます。研究者の中には蛸が宇宙から来たのではないかと真面目に考えている人もいます。

もしこの「蛸」なるものが私たち人間の進化の先にいるとしたら……遠い未来に、人間は人間同士で結合し癒着して行くのではないかと考えました。その人間同士が癒着することが進化となるのであれば、現在私たちの持っている自意識も溶け合っているだろうと考えました。



『蛸入道 忘却ノ儀』 photo: 杉能信介

つまり、「多くの人と繋がり合う」という面で、『蛸入道〜』はクラウドファンディングに似合っていると感じたのです。

結果クラウドファンディング自体はとても良く機能しました。200万円の目標額は惜しくも達成されませんでした、「舞台美術に使う」というシンプルな目的は理解されやすかったのではと思います。そもそも新作の演劇には情報が少ないです。それに演劇というものは元々、会場の都合や関係者の事情でいつ公演が駄目になっても仕方のないものですし、当初のコンセプトや台本からまるで違うものが創作過程の中で出来てしまうことだってよくあることです。ですから、事前情報で投資意欲を持ってもらうのはとても難しいと思っていました。「庭劇団ペニノは大掛かりなセットを建てる」というのは多くの人に認知されているものだと思います。その結果が今回の金額に繋がったのでは無いかと思っています。ですから私自身この金額にとても満足しています。

一方、非常に難しい問題を抱えました。

「リターン」です。私たちは数種類のリターンを設けました。例に倣って、金額に応じて差をつけました。最低金額を5,000円とし、最大200,000円に設定しました。

過去の作品のオリジナル小道具やオフィシャルに出していない過去作品のDVD、本公演のサウンドトラック、写真集と貴重なものを提案したつもりです。しかし、この「リターン」というものが私たちにとって最も心乱されるものでした。

私の劇団は今まで物販を充実させてきませんでした。良い意味でも悪い意味でも商売っ気のない集団だと思います。私自身パンフレットを売ることも少し抵抗があるくらいです。正直なところ、素人丸出しみたいなことを恥ずかしくて言いたくはないですが、自分のやっていることに値をつけるってチケット代以外やりたくないものです。元々そのような性分なものですから、投資額に応じて見返りを設定するというのはかなり辛いものがありました。

挙句、そもそもリターンって必要なのか？ などと考え出し、やがて、寺は本来寄付金で建立されるほうが正しい……けど特定の宗教を啓蒙するものでもないし、演劇作品だからいいか……いやそれでも……見返りがあるから繋がりたくなってくれたのか……まあどうせ本物のお寺も金儲けのためにあの手この手とやっているじゃないか……アートも宗教も世の中を良くしたことなんてないじゃん……と頭の中をグルグルと変な妄想が這い回りつづけてきました。特別この「蛸入道〜」によって、リターンは作品のコンセプトを揺るがす気配を感じるだけに深刻です。

作品作りに集中したかったのですが、非常に心を乱されました。もちろん今となっては良い機会だったとも言えます。

気軽にサポート

現在私たちのカンパニーは、アーティストを直接・気軽にサポートできるというアプリ「ArtSticker」というものに登録をしました。これは完全なドネーションで支援者にリターンはありません。120円ほどのごく少額から支援金額が設定でき、気軽にアーティストをサポート



『笑顔の砦』 photo: 堀川高志

出来るというのが特徴です。缶ジュースやタバコを買う代わりにアーティストをサポートする感覚で参加できます。

2019年9月に神奈川芸術劇場で『笑顔の砦 re-creation』を再演した際に、初めて登録しました。2019年10月に『蛸入道 忘却ノ儀』で参加することが決定している「京都国際舞台芸術祭 KYOTO EXPERIMENT 2019」でも、この「ArtSticker」を再度導入する予定です。

このサービスはまだ今年施行されたばかりのものです。クラウドファンディングと違って、支援者とアーティストとの間の結ぶ運営会社の存在が薄く、アプリを通じてやりとりが行われるので、登録しているアーティストとしても気軽ですし、何より支援者を身近に感じます。もちろん認知度はまだ低いですし、登録しているアーティストの数も少なく、集まる金額も少ないです。それでも私はその「気軽さ」に高い将来性を感じます。将来性といってもその市場規模が大きくなり、アーティストたちが十分な資金を得られるほど成長するとは思っていません。なる必要もないと思います。それでも缶ジュースの代わりに投げ銭してみるというのは演劇を観に来る人を増やすきっかけにはなるかもしれないと思って期待しています。結局固定のファンが支えたのは、庭劇団ペニノではなく、クラウドファンディングという資本主義的な中央集権型システムであり、儲けたのは「株式会社CAMPFIRE」です。アーティストのためにつくられた「ArtSticker」なら、こちらへの実入りがちょっと良いかなというくらいな感じです。アーティスト側だってそのくらいで良いのでは無いでしょうか？

クラウドファンディングで結局なに？

今後、庭劇団ペニノがクラウドファンディングを利用するかどうかはわかりません。

それはクラウドファンディングに似合う作品を作るかどうかによります。不釣り合いなものにはやるべきではありません。それは作り手の精神的な負担を代償にする可能性があり、場合によっては作品の芯の部分を破壊する可能性もあるからです。

どうせなら割り切って、リターンのあるクラウドファンディングに似合う作品を作るという出発点で創作してもいいと思います。

例えば、私の作品に『アンダーグラウンド』というのがあります。若い女性たちが寄ってたかって巨人を解体する手術ショーです。本物

の手術着を着た女性たちが、本物の手術器具を使いながら、本物そっくりに作った内臓を取り出す様子を、ライブビューイングの様に大きなスクリーンで見せて、毎ステージ気分を悪くした観客が10人ほど帰るという作品ですが、その女性たちをビキニギャルにするというのはどうでしょう？ ビキニギャルたちが血塗れになりながら男の内臓を次々取り出す。手術中にサングラスをかけてトロピカルカクテルを飲んだりポールダンスを踊ったりするエロとグロの見本の様な作品です。リターンはそのビキニギャルがカクテルを作ってくれるとか2ショットチェキが撮れますとか、個室でプライベートダンスを踊りますとか……。見返りとお色気ってよく似合います。見返りが色気ですから。これはクラウドファンディングにお似合いでしょう。なんて発想しか思いつかないのが情けないところですが、先ほど述べたようにクラウドファンディングは決してポスト資本主義では無いので、この古い前時代的ベタベタなお色気路線はハマります。題名を昭和バブル期の名番組をモジって「ドキッ!! ビキニだらけの手術大会」なんかにしたらもう完璧です。文字数稼ぐために勢いで書いたアイデアですが、楽しそうなので実際にやってみようと思います。その際は是非、サポートよろしく願いいたします。筋骨隆々の男たちによるマッチョバージョンもご用意いたします。冗談(本気!)ですが、このように遊び半分でものを作れない(作れる必要は一切ない)のならCAMPFIREがどうだとか、KICKSTARTERだINDIEGOGOだ!とか考えないで、他のことした方が良いですよ。先程も言いましたが、これは従来の資本主義と基本的には同じですから、リターンについて思い悩んで考えても時間を無駄にしてしまうだけです。お金(寄付)をもらうかわりにリターンを提供するのは、営利目的の一般企業と同じです。

私たちにとって豊かさって？

もちろん、私たちにとってお金は重要ですが、どのような枠組みにおいても私にはお金というものは基本的に同じ動きをするように見えます。それが国からであろうが、企業からであろうが、親からであろうが、ファンからであろうが、大金持ちからであろうが、お金が我々に見せてくれる景色は同じです。私自身お金というものに期待が低いです。既にクラウドファンディングの市場規模を遥かに超えているブロックチェーン技術を利用したビットコインをはじめとする仮想通貨市場にも賞味期限があります。しかしながらトークンエコノミーが社会に認められ受け入れられれば、これまでに存在しなかった生活様式、働き方、価値観が生まれるとは思いますが、これ自体はとても大きなことなので、そのような非中央集権型の経済システムが社会に浸透するかもしれないことは知っておくべきかもしれません。それは個人が主体となる経済社会を作る可能性があり、企業や国と対等なパワーバランスが個人にもたらされる可能性があります。そうすると独自の倫理観や道徳観、哲学を持つようなミニ国家が生まれ始めます。ミニ国家が生まれると地方創生は加速します。私は根っこが半径100メートルくらいのことしか考えていないような非常に土着性の高い人間なので、そうなることを期待しています。それによってファンディングの形も当然変わってきます。中国では来年(2020年)までに、アリババグループなど8社の信用スコアが社会信用制度として実装されることが決まっています。日本もいずれ大手のプラットフォーマーが現れるで

しょう。そしてその国(またはその土地)の歴史文化に根ざした(と期待したい)スコアリング社会がもたらす新しい「シェアリング」の形が出来るようになるでしょう。きっとそこには現行のファンディングサービスよりも遥かに優れたものがあり、何らかの形でアーティストを支えるのだと思います。そして「価値観をアップデートしよう!」とか「豊かさを再定義しよう!」とか声高に主張する輩が湧いて出てきます。もういるか。まあ、そのころ初老である私は、「ケツ、ついて行けねえ」などと吐き、自分のスタイルに固執して腐っていくのがオチでしょうが。

後半は私の勝手な妄想ですが、実際その程度の社会の変化で世の優れたアーティストたちの考える「豊かさ」は変わらないとも思います。それは簡単に再定義されるようなことを積み上げてきたわけではなく、弱いものではありません。何故ならアーティストにとって作ることだけが豊かさであり、「喜び」だからです。

おあとがよろしいようで

このviewpointは今回で88回目、八は「末広がり」で縁起のいい数字、アラビア数字の8も無限大の記号によく似ていて縁起がいい。数秘術で8は財産、繁栄を意味して、物質面と非物質面のバランスをとる数字でもあるそうです。聖書の8は復活や始まり、救いを意味します。ノアの方舟で箱舟に乗って洪水を免れたのは8人、カバラ数秘術で「イエス」は888と置き換えられます。仏教における悟りに至るまでの道も8つで「八生道」と呼ばれ、これは御釈迦様が最初に行った説法と言われています。中国では一般的に八は発と発音が似ているため「拡大」「発展」を意味し、八のつく不動産や車のナンバープレートは高く取引されるそうです。

今回私がこの寄稿文を「お金」と「繋がり」をテーマに書いてきたのは偶然か、セゾン文化財団の引き寄せる力か……。

ほら、蛸の足も8本。

『蛸入道 忘却ノ儀』はこれからも変化し、発展させ続けていきますので、来年の再演、是非ご来場ください。



タニノクロウ

1976年富山県出身。庭劇団ベニノの主宰、座付き劇作・演出家。セゾン文化財団シニア・フェロー(2015年まで)。2000年医学部在学中に庭劇団ベニノを旗揚げ。以降全作品の脚本・演出を手掛ける。ヨーロッパを中心に、国内外の主要な演劇祭に多数招聘。劇団公演以外では、2011年1月には東京芸術劇場主催公演で『チェーホフ?!』の作・演出を担当。狂気と紙一重な美しい精神世界を表現し、好評を得る。2015年3月ドイツにて『水の檻』を発表。2016年『地獄谷温泉 無明ノ宿』にて第60回岸田國士戯曲賞受賞。2016年北日本新聞芸術選奨受賞、第71回文化庁芸術祭優秀賞受賞。2017年ドイツ美術家カスパー・ビヒナーと「Mプロジェクト」を立ち上げ、国内外で作品を発表している。2019年第36回とやま賞文化・芸術部門受賞。

<http://niwagekidan.org/>

佐々木周作
Shusaku SASAKI

アーティストのための クラウドファンディング入門

文化・芸術分野の懐事情

アーティストや文化・芸術関連団体は、多様な組織形態を採りながら活動している。株式会社や有限会社の形態を採って安定的な事業収入を得ながら活動している者がいる一方で、非営利組織の形態を採って、慢性的な資金不足という問題を抱えながらも何とか活動している者も多い(佐々木 2013)。

文化芸術振興基本法の条文には、「文化芸術を創造し、享受することが人々の生まれながらの権利である」という言葉がある。アメリカの経済学者、ウィリアム・J. ボーモルとウィリアム・G. ボーエンが、文化・芸術分野への公的支援は機会の平等という観点から正当化できる、と述べているところから伺えるが(Baumol & Bowen, 1966)、非営利組織はこれまで、公的機関による供給量を補う存在として、さまざまな支援を受けながら文化・芸術に触れる機会を人々に提供してきた(Throsby 2002)。

しかし、大阪府・大阪市が、文楽協会、大阪フィルハーモニー交響楽団などの文化・芸術関連団体への補助・助成を削減したといったニュースから示唆されるように(日本経済新聞 2012)、行財政の効率化が強く求められる今日においては、公的機関から継続的に補助金・助成金を獲得することが困難になり、公共サービスとしての文化・芸術の安定供給にとって大きな問題となっている。

このような背景から、文化・芸術分野では、補助金・助成金以外の資金源として個人による寄付などの金銭的支援に注目が集まり、同時に、個人の支援を効率的に集めるための装置としてクラウドファンディングと呼ばれる資金調達手段にも注目が集まり、その活用が積極的に検討されるようになってきている。

クラウドファンディングは救世主か？

クラウドファンディングとは、「群衆＝大勢の人々」という意味のクラウド(Crowd)と、「基金」という意味のファンド(Fund)を合わせて造られた言葉である(山本・佐々木 2016)。定義は、利用実態を踏まえると、「特定の機関や個人に対してではなく、不特定多数の人々に対して主にインターネットを通じてやりたいことを宣言し、賛同・共感してくれた複数の人から小口の資金を集め、目標金額まで調達する方法」となる。

やりたいことの宣言は、クラウドファンディング・サイトと呼ばれるウェブサイトに登録して行われる。クラウドファンディング・サイトには複数の分類がある。例えば、やりたいことへの支援がリターンと呼ばれるお返しとの交換(＝商取引)と判断される「購入型クラウドファ

ンディング・サイト」や、やりたいことへの支援が税制上の寄付となる「寄付型クラウドファンディング・サイト」がある。それ以外に「投資型クラウドファンディング・サイト」という分類もあるが、2019年現在は、一つ目の「購入型クラウドファンディング・サイト」が主流であり、日本の代表的なサイトとしてReadyforやCAMPFIREがある。

日本の新聞記事にクラウドファンディングという言葉が登場し始めたのは2011年のことである。東日本大震災の復興支援活動で活用され、世間の注目を集めた。それ以来、途上国支援や医療・社会福祉、地域振興からスポーツ、ものづくり、起業、政治、学術研究に至るさまざまな分野で活用されてきた。

クラウドファンディングは、文化・芸術分野でも、その黎明期から積極的に活用されてきた。代表的な例として、映画監督である佐々木芽生氏¹⁾は、日本とアメリカ両方のクラウドファンディング・サイトを使い、ドキュメンタリー映画の製作のために総額2,000万円以上の資金を集めた。また、森美術館は、クラウドファンディングのための独自サイトを立ち上げて、日本のアート界を牽引するアーティストの一人である会田誠氏の初の大規模個展を開催するために3,000万円もの資金を集めた(山本・佐々木 2016)。

このように、文化・芸術分野でクラウドファンディングが注目され、積極的に活用されてきた背景には、まず、冒頭で整理したように、公的機関からの補助金・助成金の獲得が困難になってきているという事情があるだろう。次に、「寄付文化がない」と言われがちな日本では、個人寄付の受付窓口を設定して漫然と待っているだけでは個人寄付は集まらないという事情もあるだろう。

日本の寄付統計を発表している日本ファンドレイジング協会の『寄付白書2017』(2017)によれば、日本の個人寄付総額の規模は米国の約10分の1で、相対的に小さい。そして、文化・芸術分野は、寄付しにくい日本人にとっても尚更寄付しにくい分野になっている。例えば、2016年の1年間に寄付をした者の割合は45.4%で、およそ2人に1人が2016年に何らかの寄付をしていた。しかし、2016年の寄付者のうち、「芸術文化・スポーツ」に寄付をした者の割合は2.1%に過ぎない。ここでは文化・芸術分野とスポーツ分野がまとめて集計されているので、仮に文化・芸術分野だけに限定できた場合は、その数値はさらに下落する可能性が高い。

このような事情を踏まえると、やはり個人寄付の受付窓口を用意するだけでは駄目で、具体的な工夫を施して支援を獲得する積極的な姿勢が重要であることが理解できる。そして、クラウドファンディングを活用することは、その具体的で積極的な工夫や姿勢の一つであると認識されているのだと理解できる。

しかし、ここで問われるべきは、クラウドファンディング・サイトに登録して「やりたいこと」を宣言すればそれで必要十分で、あとは自動的に資金が集まるのか、である。当然、答えはノーである。やりたいことの宣言文がSNSなどを通じて広まると言っても、著名な芸能人やプロスポーツ選手でない個人のつぶやきが、即座に何百、何千リツイートもされるなんてことはあり得ない。クラウドファンディングを活

1) ニューヨークを拠点とする映画監督。作品に『ハープ&ドロシー アートの森の小さな巨人』(2008年)とその続編『ハープ&ドロシー ふたりからの贈りもの』(2012年)などがある。

用する“だけ”では、支援の受付窓口を設定して漫然と待っていることとほとんど変わらない。目標金額を達成させるためには、公的機関や民間企業に支援の申請をしていたときと同じかそれ以上に戦略的に動く必要がある。

支援者の「ココロ」を理解する

どのような人が、どんな場面で、どんな気持ちから、クラウドファンディングで支援するのかを理解することは、クラウドファンディングの戦略的活用を目指すときには必須である。ここでは、筆者の専門である行動経済学の学術的知見に基づき、支援者の「ココロ」を読み解いていこう(山本・佐々木 2016)。

行動経済学の考え方はとてもシンプルだ。支援することのベネフィットとコストを比較して、ベネフィットの方が大きいときに支援する、と考える。例えば、5,000円の金銭的支援なら、その5,000円がコストになると考えればよいし、ベネフィットは5,000円支援することで生まれる満足感のようなものとすればよい。つまりは、満足感が5,000円を上回るときに支援する、ということになる。

- 支援する満足感 > 5,000円のコスト ⇒ 支援する
- 支援する満足感 < 5,000円のコスト ⇒ 支援しない

問題は、支援するときの満足感とは何か、である。支援からどんな満足感が得られるかは、その人がどんな種類の支援動機をもっているかに拠る、と行動経済学者は考えてきた。ここでは、複数ある寄付動機の中から4つを紹介する。

4つの支援動機

一つ目は、「純粋な利他性」と呼ばれる動機である。純粋に利他的な人は、アーティストが喜んだり、アーティストに必要な金額のお金が集まったりすることが自分自身の満足感につながる。彼らは、アーティストの満足感を高めるために支援するのである。

彼らは、アーティストに必要な金額が満額集まるまでは(自分の所得の範囲内ではあるが)支援して、集まった時点で支援を止めてしまうことで知られている。さらに、他人の支援で既に満額が集まっているときも、それ以上は支援しないことでも知られている。なぜなら、彼らにとって重要なのはアーティストの満足感が十分に高まっているかどうかであり、誰が支援するかではないからである。

二つ目の動機は、「暖かな光(Warm-glow)」である。この動機を持つ人は、金銭的な支援ができるほどまで成長した自分を実感して喜ぶというように、支援行為そのものから満足感を得る。アーティストの支援を通じて、自分自身の経済的及び社会的充実を確認するのである。彼らは、相手の満足感ではなく自分自身の満足感を高めることを重視して支援するので、アーティストに必要なお金が満額集まった後も支援を続けるはずだ、と考えられている。

三つ目の動機は、「互恵性」である。この動機を持つ人にとっては、相手がお返しをしてくれる場面や、逆に相手へのお返しとして支援することで自分自身の満足感が高まる。彼らは、お返しがあるかどうかを重視して支援するのである。お返しは物品的なものだけに限定さ

れず、例えば、アーティストからの礼状のような非物品的なものも含まれる。

四つ目の動機は、「同調性」である。この動機を持つ人は、他人が支援している場面に居合わせ、同じように支援することで自分自身の満足感を得る。「他人の支援情報」には、支援先の信頼度を高める効果があると言われている。例えば、最近興味を持った、世間的には無名のアーティストがいて、そのアーティストに対する金銭的支援を検討している場面を想像してみよう。そもそも本当に支援したいのか、支援するとしたら何円支援したいのかを決めかねているとき、自分以外にも既にたくさんの支援者がいること、他の支援者はだいたい3,000円くらいを支援していることを知ったら、他人の情報に影響を受けて同じ金額で支援する人が多いはずである。

もちろん、大抵の人は複数混在した動機を持つ。例えば、純粋な利他性だけというよりは、暖かな光も同調性も互恵性も持つと考える方が自然である。ただ、他人を比べた場合、自分はどちらかと言うと相手が喜んでくれるかどうかを重視する方だとか、周囲と同じような行動をとっていると安心する方だとかの違いはあるはずである。どの種類の動機を特別に強く持っているかは人によって違うはずで、それが人それぞれの支援行動を形づくっているのである。

アーティストがクラウドファンディングを活用するとき、支援者になってくれる可能性のある候補者リストを事前に作成しておくことは有益である。さらに、候補者がどの動機で支援してくれそうかまで分類できれば、どんな場面に、どのメッセージで呼びかければ効果的か、についても予見して戦略を立てることができる。例えば、家族のように極めて近い人や昔からの熱狂的なファンは、純粋に利他的な支援者候補だと想像できる。彼らは他にまだ誰も支援をしていない初期段階でも、アーティストのためを思って支援してくれる可能性が高い。一方で、最近ファンになったような人は同調的な支援者候補だと想像できるので、純粋に利他的な支援者の協力によって一定程度の資金が集まった後に呼びかける方が彼らは支援しやすいかもしれない。暖かな光を持つ支援者候補には、目標金額の達成直前に呼びかけてゴールを決めてもらうことが有効だろうし、互恵的な支援者候補には、リターンと呼ばれるお返しの内容を充実させたり、その内容を魅力的に伝達したりすることが有効だろう。

実は、クラウドファンディング・サイトには、それぞれの支援動機に対応するための仕掛けが沢山施されている(山根・黒川・佐々木・高阪 2019)。支援相手の様子を捉えた写真や動画、共感を呼びかけるために巧みに編まれた文章は、支援相手が喜ぶことで自分も嬉しくなるという、純粋に利他的な人たちを惹きつけるものである。また、過去の支援者の数や目標達成率、コメント機能のように、他者がどのように支援しているかが可視化されている。これらは、他の人が支援しているから、この支援相手は信頼に足る人だ、などの気持ちから支援する同調的な人を惹きつけるものである。さらに、ほとんどのサイトでは、支援をすることでリターンが受け取れるようになっている。この工夫は、持ちつ持たれつの気持ちから支援をする互恵的な人たちを惹きつけるものである。このように、クラウドファンディング・サイトは、行動経済学的な仕掛けの総合デパートのような存在だと言える。

クラウドファンディングを始める前に

日本で初めて「寄付型クラウドファンディング・サイト」を立ち上げ、寄付型と購入型の両方を長年運営してきた一般財団法人ジャパングビング代表理事の佐藤大吾氏は、クラウドファンディングには、

- ① 数百万円から数千万円程度の資金ニーズに対して
- ② 画像・動画を使った分かりやすいプレゼンテーションと
- ③ 友人・知人を介した伝達で共感度合いを増幅して
- ④ 多数の人から少額の支援を積み重ねて集める

という4つの特徴があるとした上で、「企画力と広報力の両方を備えた人」がクラウドファンディングに向いている、と述べている(山本・佐々木 2016)。企画力とは、わくわくするようなプロジェクトやリターンを考案できる能力のことで、広報力とは、積極的に発信していくことを面倒臭がらない、コミュニケーションに関わる姿勢のことである。所属するコミュニティで高い知名度と信頼を得ていて、小まめに連絡をとるような人が向いているのである。

また、クラウドファンディングと他の資金調達手段を比較検討することや、クラウドファンディングを活用することがアーティスト個人の性格や文化・芸術関連団体のポリシーと照らし合わせて適切かどうかを吟味することも大切である、と佐藤氏は述べている。確かに、声高に支援の必要を訴えること、支援者と個別的なコミュニケーションを取ることで、リターンと交換して支援を得ること、などに積極的になれないアーティストや団体は多いかもしれない。クラウドファンディングの全ての機能を活用する必要はないが、それらの機能を活用することがクラウドファンディングで資金調達をすることの強みであることは認識すべきだ。

最後に、黎明期からクラウドファンディングを積極的に活用してきた、前述の映画監督・佐々木芽生氏からの三つのアドバイスを紹介して本稿を閉じたい(山本・佐々木 2016)。一つ目は「支援をお願いすることに後ろめたさをもたないこと」、二つ目は「支援金額によって、人を判断しないこと」である。後者について、お金との付き合い方は人それぞれであることを理解し、尊重することが重要だ、と言う。そして、「やると決めたら、何があっても挫折せずにやりきろうと腹を括ること」が、三つ目のアドバイスである。

参考文献

Baumol, William J. and Bowen, William G., *Performing Arts — The Economic Dilemma*, The MIT Press, 1966.

[池上惇・渡辺守章監訳『舞台芸術 芸術と経済のジレンマ』芸団協出版部、1994年].

寄付白書発行研究会(共著)『寄付白書2017』日本ファンドレイジング協会、2017年.

『日本経済新聞』2012年7月10日朝刊[「検証・橋本改革と文化」(01) 切られる補助金——公の支援、すれ違う主張].

佐々木周作「第9章 文化・芸術」『NPO白書2013』山内直人・田中敬文・奥山尚子編、大阪大学NPO情報研究センター、2013年.

Throsby, David, *Economics and Culture*, Cambridge University Press, 2002.

[中谷武雄・後藤和子監訳『文化経済学入門——創造性の探究から都市再生まで』日本経済新聞社、2002年].

山本純子・佐々木周作『ぼくらがクラウドファンディングを使う理由:12プロジェクトの舞台裏』学芸出版社、2016年.

山根承子・黒川博文・佐々木周作・高阪勇毅『今日から使える行動経済学』ナツメ社、2019年.



佐々木周作 (ささき・しゅうさく)

京都大学大学院経済学研究科特定講師。博士(経済学)。京都大学経済学部を卒業後、三菱東京UFJ銀行・大阪大学大学院・日本学術振興会特別研究員DC1及びPDを経て、現職。専門は、応用ミクロ計量経済学・行動経済学。主要業績として、

「Majority size and conformity behavior in charitable giving: Field evidence from a donation-based crowdfunding platform in Japan」(*Journal of Economic Psychology*) などがある。また、一般向け書籍に『ぼくらがクラウドファンディングを使う理由:12プロジェクトの舞台裏』(学芸出版社) などがある。

<https://ssasaki.weebly.com/profile-jp.html>

セゾン文化財団 法人賛助会員の募集

セゾン文化財団では、当財団の趣旨に賛同し、活動を支援していただける法人賛助会員を募っております。

新しい文化を創造するアーティストたちの創造活動に、ぜひお力をお貸しください。

詳細につきましては下記URLにてご覧になれます。

<http://www.saison.or.jp/support/index.html>

法人賛助会員のご紹介(2019年10月現在)

当財団の活動に対しましてご理解・ご支援をいただいています以下の法人賛助会員に深く感謝いたします。(五十音順)

セゾン投信株式会社 <https://www.saison-am.co.jp/>

株式会社パルコ <http://www.parco.co.jp/>

株式会社良品計画 <https://ryohin-keikaku.jp/>

viewpoint セゾン文化財団ニュースレター第88号

2019年11月5日発行

編集人: 久野敦子

発行所: 公益財団法人セゾン文化財団

〒104-0031 東京都中央区京橋3-12-7 京橋山本ビル4階

Tel: 03-3535-5566 Fax: 03-3535-5565

URL: <http://www.saison.or.jp>

E-mail: foundation@saison.or.jp

● 次回発行予定: 2020年1月

● 本ニュースレターをご希望の方は送料(94円)実費負担にてセゾン文化財団までお申し込みください。

また最新号およびバックナンバーは当財団の以下のウェブページでもお読みいただけます: <http://www.saison.or.jp/viewpoint/index.html>