人間行動学科　地理学コース

富山市八尾町の観光まちづくりにおけるアートプロジェクトとアーティストの役割

学部　文学部

卒業年度　平成２６年度

学籍番号　A11LA034

おんまえ　まこと
御前　真琴

目次

Ⅰはじめに
1）研究目的、研究方法
2）「観光のまなざし」への対応

Ⅱ近年のアートプロジェクトの特徴
1）アートプロジェクトの変遷
2）さまざまなアートプロジェクト
3）具体的なアートプロジェクトの事例
（a）BEPPU PROJECT
（b）あいちトリエンナーレ
（c）ヒミング

Ⅲ調査地の概要
1）八尾町の概要と歴史
2）「おわら風の盆」の観光化
3）その他のまちづくり政策

Ⅳ「坂のまちアート」の概要
1）「坂のまちアート」とは
2）「坂のまちアート」開催の背景と現状
3）「坂のまちアート in やつお 2014」

Ⅴアーティストの実践
1）アーティストへのインタビュー
（a）「多くの人に見てもらいたい」と感じるアーティスト
（b）会場に即した展示方法を工夫しているアーティスト

（c）八尾ならではの要素を作品に取り入れているアーティスト
（d）空間そのものを作品と捉えるアーティスト
２）アーティストにとっての魅力

Ⅵ考察と結論

キーワード

観光、まちづくり、アートプロジェクト、まなざし、八尾町

Ⅰはじめに

1）研究目的、研究方法

高度経済成長期からバブル経済期にかけて、観光事業の主流であったリゾート開発は、バブル経済の崩壊とともに頓挫した。バブル経済期には、巨額な資産を投じて大型旅館やテーマパークのような目玉となる観光施設を建設し、団体客を中心として観光客を呼び込む大衆観光（マスツーリズム）が主流であった。しかし、バブルの崩壊とともに訪れた不景気により観光客数自体が減少し、大型の観光施設を維持できるほどの収入を得ることが難しくなったため、多くの施設が閉業や倒産に追い込まれた。観光の主流は団体旅行から個人旅行へとシフトし、旧来型の観光開発は低迷するようになった。

そのような流れの中で、個々の地域がもつ資源を観光資源として再発見、再構築して、外部から観光客を呼び込む観光まちづくりが各地で行われるようになってきた。

まちづくりとは、「その地域の住民、行政、諸団体が主体となり、協力して地域の生活環境を改善していく活動のプロセス」であり、「地域の自然、文化、産業、生活、イメージなどの顕在的・潜在的な資源を十分に生かして、地域を活性化すること」（大橋ほか編 2014）である。観光まちづくり政策では、このようなまちづくりの活動によって個性と魅力のある空間を作り出し、外部の人々から評価されることでその地域が観光地として発展していく。

例えば奈良町（奈良県奈良市）では、1980年代から歴史的環境などの地域的特性を生かしたまちづくりが模索されており、行政と連携しつつ古いまちなみを基盤とした個性のある空間の形成がなされてきた。観光地として

の知名度が上がるにつれ、雑貨店や飲食店なども増加し、さまざまな楽しみ方ができる地域として人気を博している（神田編 2009）。

観光まちづくりに関わる主体は自治体、商工会、観光協会、NPO、住民などであり、各地域が観光まちづくりに取り組むようになった経緯や条件などによってそれぞれ異なった構成を持っている。大橋らは、それらの主体の中で、地域のイメージやビジョンを内外に明確に示して定着させる「中間システム」の存在が重要であるとしている。これらのイメージやビジョンが明確になることで、地域に合わない商品は生まれなくなり、観光客が抱くイメージと「共鳴」するまちづくりを可能にすることができる（神田編 2009、大橋ほか編 2014 参照）。

本稿ではこのような観光まちづくりのなかでも、アートプロジェクトという形で進められるものについて考察していく。現代においてアートとは単に鑑賞するためだけのものではなく、まちづくりやまちの活性化を目指す取り組みに取り入れられたり、集客を主な目的として観光地づくりに活用されたりと多様な発展を見せている。特にアートプロジェクトと呼ばれる各種の取り組みは、従来の芸術の枠を超えた社会との関係性の構築を目指しているものも多く、まちづくりや観光地化といった問題とも密接に関係している。

一般に観光まちづくりは地域に根ざした団体や行政、住民主導で展開されるものが多いが、アートが関わるとその様相を異にする。アートを活用したまちづくりにおいては、多くの場合プロデューサーやアーティストという形で、元来の地域コミュニティの外部の人間がまちづくりに関わることになる。本稿では、このようなまちづ

くりに関わる主体に焦点をあてる。

本論文で取り上げる富山県富山市八尾町も、観光まちづくりを行っている地域である。この地域では高度経済成長期以降、伝統行事「おわら風の盆」の観光化に取り組んできたが、近年、他の季節にも観光客を呼ぶことができるよう、通年観光化の流れが生まれてきている。本論文では、その流れの中で生まれたアートプロジェクトである「坂のまちアート in やつお（以下「坂のまちアート」)」について主に取り上げ、観光まちづくりに関わる観光実践者の主体がどのように変化してきたのか、そしてその主体がどのような役割を担っているのかについて、主に新たに観光実践者として観光まちづくりに参入した、アーティストの役割を中心に考察する。

本研究の調査方法としては、主にアーティストへの聞き取り調査を行った。調査期間は 2014 年 10 月 9 日から 13 日にかけての、「坂のまちアート」の準備期間、開催期間とした。調査期間中は、アーティストへの聞き取りの他に、「坂のまちアート実行委員会（以下実行委員会)」の方々とともに準備や観光客への案内などを行い、参与観察を行った。

２)「観光のまなざし」への対応

本稿で観光まちづくりについて取り上げるにあたって、観光に関する研究でしばしば取り上げられる「観光のまなざし」概念について触れておく。

アーリが 1990 年に提起した「観光のまなざし」概念は、多くの研究の中で、「観光客や外部の人々からのある種の特殊なイメージや期待」として用いられている（朝倉 2014)。現代社会ではマスメディアによってあらゆる場所

についての情報が提供されており、観光客はその情報をもとに期待を持ってある場所を訪れることになる。例えば、この地は○○が有名だからそれを見よう、○○があるところに行こう、などといった期待がそれにあたる。このような期待は、観光によって日常生活から離れた、非日常な体験を求める期待であるともいえる。言い換えれば、「観光のまなざし」の対象にされるのは、日常的に触れることができる事物ではなく、非日常的な事物である。

このような外部から付与される期待やイメージの対象となった、すなわち「観光のまなざし」を向けられた地域とそこに住む人々の対応として、太田（1993）は「文化の客体化」という概念を示した。「文化の客体化」とは、「観光のまなざし」を向けられた人々が持つ文化を、いったん自身の生活文脈から切り離し、操作可能なものへと作り替えることである。太田は、岩手県遠野市へ柳田国男の『遠野物語』のイメージを持ってやってくる観光客に対して、昔話の語り部をはじめとする遠野の住民が、観光客のイメージに沿って「演技」していること、もとは大和民族がアイヌ民族に木彫りをさせたことがきっかけでアイヌ民族に浸透した木彫りが、アイヌの人々が誇る伝統工芸になっていること、沖縄の素潜り漁師たちが、「陽気で優しい」という観光イメージを付与されたことで、肯定的な自我像を描いていることなどを事例に上げ、観光の対象となった人々が自らの文化を客体化していることを指摘した。

朝倉（2014）は、このような研究を概観し、観光客を受け入れる立場の人々（ホスト）は、「観光のまなざし」を参照枠として自らの文化を客体化し、またその客体化

された文化は「観光のまなざし」に影響を与えていると指摘し、観光に伴う文化の創造、変容、再編、商品化を語る際に有効であると評価した。

その上で朝倉はこれらの概念をもとに、徳島県三好市東祖谷地域で行われている観光まちづくり政策と観光実践[1)]について考察した。東祖谷地域では、アメリカ人のアレックス・カーが理想的な東祖谷地域のイメージを三好市に示し、それに沿った観光まちづくり政策が行われており、住民はそれぞれ自分に出来る範囲の観光実践を行っている。住民の観光実践は積極的に自らの文化を客体化せずに行われているものもあるが、その「素朴な」観光実践が却ってカーの付与する「まなざし」に親和していると朝倉は考察している。先の大橋らの言葉を借りて言い換えると、東祖谷地域においては、「地域やイメージやビジョン」が「中間システム」の役割を担うこのアレックス・カーという人物によって内外に示され、観光まちづくりの中心となっていると言うことができるだろう。

Ⅱ　近年のアートプロジェクトの特徴

1）アートプロジェクトの変遷

本論文で考察する八尾町の事例について述べる前に、近年の日本で開催されているアートプロジェクトとはどのようなものであるか概観する。

熊倉純子ら（2014）は、アートプロジェクトについて、「現代美術を中心に、おもに1990年代以降日本各地で展開されている共創芸術活動。作品展示にとどまらず、同時代の社会の中に入り込んで個別の社会的事象と関わりながら展開される。既存の回路とは異なる接続／接触の

きっかけとなることで、新たな芸術的／社会的文脈を創出する活動といえる。」（熊倉ほか 2014）と定義[2)]し、その特徴として、「1．制作のプロセスを重視し、積極的に開示　2．プロジェクトが実施される場やその社会的状況に応じたサイトスペシフィック　3．様々な波及効果を期待する継続的な展開　4．さまざまな属性の人びとが関わるコラボレーションとそれを誘発するコミュニケーション　5．芸術以外の社会分野への関心や働きかけ」の五つを提示した。

歴史的変遷をたどると、1950年代のヨーロッパにおいて、美術館という屋内での展示ではなく、「野外」という「空間」で展示することに関心が向けられてきたことから、アートプロジェクトの前史が始まった。1980年代になると、「空間」への関心から「場所」への関心へと広がり、置かれる場所に帰属したり、置かれる場所の特徴を生かしたりといった性質、いわゆる「サイトスペシフィック」な作品が広まった。

日本においては、このような「場所」への関心を受けて、1990年代から、街中などの屋外に作品を展示するパブリック・アートを設置する取り組みが見られるようになった。これらの取り組みの中では歴史や同時代性、社会的文脈といった、作品を展示する「場所」についても意識されることが多く、それが次第に、芸術と他分野を繋ぎ、社会のしくみに働きかける「アートマネジメント」につながっていった。

このように、単に作品を展示するだけではなく、社会とのつながり、地域コミュニティの活性化、経済波及効果を意識した芸術活動として、2000年前後からアートプロジェクトの開催が各地で活発に行われるようになった。

2）さまざまなアートプロジェクト

ひとくちにアートプロジェクトやアートマネジメントと言っても、その形態、形式は様々である。竹内（2011）は現代の日本におけるアートマネジメントを、アートの公共性を保障するための方策であるとし、「空間」を共有することで公共性を得るパブリック・アート[3]、「時間」を共有することで公共性を得るアートプロジェクトの二つの取組みについて考察した。

パブリック・アートは、公園や街角など、美術館の中ではなく、公共空間に設置された芸術作品（野外彫刻など）で、多くの公衆の目に触れるところに設置されることによって、多くの人々が共有できる作品となっている。一方で「時間」の共有という観点からは、竹内はコミュニティーアートやアーティスト・イン・レジデンスについて言及している。コミュニティーアートは、アーティストが一般の人々とともに、あるいは一般の人々を指導する形で作品制作を行う活動のことであり、アーティスト・イン・レジデンスは、アーティストがある場所に一定期間滞在しながら作品制作を行う活動のことである。いずれにせよ、一般の人々が間近でアーティストの作品制作に立ち会い、ときには直接制作過程に触れることができる取り組みである。

竹内はこれらの「空間」や「時間」の共有に注目して、芸術作品の公共性について、座標平面に図化して考察した。

また、熊倉らは、アートプロジェクトの担い手についていくつかの形式を示している。まず運営の実務の担い手として、大きく分けて実行委員が担う形式とアート

NPO が担う形式の二つがある。実行委員形式の特徴は、行政、学校、企業など複数の主体が関わることである。地域の主要な機関や企業が実行委員に参加することで、「地域社会を応援」することをわかりやすく表明できる一方で、誰が重要な主体なのか見えづらく、責任の所在がわかりにくいというデメリットもある。一方でアートNPO 形式は比較的長期的活動を視野に入れており、行政のパートナーとなりやすい。また、実行委員が主催で、事務局は NPO のような、複合的な担い手の構成を取ることもある。

2000 年代からは、アーティストが中核となってプロジェクトを展開する事例が多く見られている。アーティストにとっては、アートプロジェクトで展示するものだけでなく、プロジェクトそのものが作品と捉えられる事もある。また、きっかけや仕組みはアーティストがつくり、実際の活動は一般市民が行うパターンもある。いずれにせよ、アーティストはアートプロジェクトでの活動を通じて、ハコモノの美術館にはない現実社会との接点に挑戦したり、キャリア形成や発表の場を得たりしている。

また、大学などの教育機関、企業等の民間団体、行政、公共施設などとの相互連携も見られ、それぞれのプロジェクトで異なった主体構成を見ることができる。近年は、商店街、まちの有力者、建築家、教員といった、芸術の専門家ではない人物が中核となるケースも増加している。

熊倉らはこのような多様な担い手が関わるアートプロジェクトの特徴を、異なる業種、分野の組織や人々が関わりあい、既存のコミュニティの横断、接続が行われていることから、「プラットフォーム」の役割を果たすと表現している。アートプロジェクトでは、さまざまな組織

や人同士の連携が行われており、そこで新たなネットワークや社会システムが生まれていくのである。

3）具体的なアートプロジェクトの事例

以上、アートプロジェクトとは何か、どのような形態を取っているのかを述べたが、近年行われているアートプロジェクトは実に多種多様である。本節では、その具体例として、前掲の熊倉らの著書からいくつかを紹介する

（a）BEPPU　PROJECT

これは、国内随一の温泉観光地である大分県別府で、2005年に設立したアートNPOが行っている一連のプロジェクトであり、「混浴温泉世界」「星座型面的アートコンプレックス構想」「アーティストビレッジ構想」の3つの柱を持っている。このプロジェクトの目的は、多様な価値が共存する魅力ある社会の実現であり、そのためにアートの新しい価値を想像し、さまざまな可能性の創出を試みている。

「混浴温泉世界」は、2009年4月から6月に開催されたフェスティバル形式のプロジェクトで、街中での作品の展示や、会場の特性を生かしたダンスプログラムが行われた。「星座型面的アートコンプレックス構想」は、中心市街地の空き店舗などをリノベーションし、文化芸術やまちづくり団体の交流拠点とする構想である、そのような拠点を複数つくり、面的にネットワーク化することで、発信力の高いエリアの創造が目指されている。「アーティストビレッジ構想」は、アーティストが古いアパートに住まう構想で、「混浴温泉世界」をきっかけに少人数ではあるが移住が始まっている。

（b）あいちトリエンナーレ

これは、2010年に愛知県で開催されたプロジェクトである。このプロジェクトは、愛知芸術文化センター、名古屋市立美術館など、複数のエリアや会場で同時開催されたものであり、その中でも長者町地区はまちなかに作品を展示したという点において本稿でとりあげる「坂のまちアート」と類似している。

長者町地域は古くは繊維の問屋街として栄えた町で、空きビルの再活用などのまちづくりも盛んに行われていた。「あいちトリエンナーレ」では、事業者が撤退した空きビルを活用して、アーティストのアトリエ代わりにしたり、作品を展示したりする試みが行われた。「あいちトリエンナーレ」の前年には、住民にトリエンナーレに理解を持ってもらうためのプレイベントとして「長者町プロジェクト」も開催され、「あいちトリエンナーレ」で企画しているのと同じように、空きビルやまちなかで作品制作や展示を行った。

従来まちづくりに力をいれている、コミュニティが密なまちであったため、まちのPRのためにまちが一体となってプロジェクトに参加し、作品をとおした新たなコミュニティも生まれている。

（c）ヒミング

これは、高知県氷見市で行われているプロジェクトで、アートの創造性によって今の氷見を見つめ直し、その場所ならではの価値を見出す動きをアーティストと市民が一緒になってつくっていくことを目的としている。2007年までは一年のうち夏の2週間を会期としたプロジェク

トで、使われなくなった蔵で作品を制作したり展示したりしていた。しかし2008年以降蔵の改修がはじまり、年間を通じた活動拠点となった。

２週間のみの開催であったころは、その時期のみ東京など外部から人がやってきて活動しているという印象を地元の住民に与えていたが、通年的な拠点が作られることによって地元の人主導のプロジェクトになった。

Ⅲ　調査地の概要

１）八尾町の概要と歴史

本稿で研究対象とする「坂のまちアート」が行われるのは、富山県中南部に位置する、総人口 20866 人（平成２６年）、面積 236.86 平方キロメートルの富山市八尾町の中の、河岸段丘上の約１平方キロメートルに家屋が密集している八尾旧町地域（以下「旧町」）である（図１）。本章では、この地域の概要と「坂のまちアート」以前の観光まちづくり政策について、「八尾町史」「続八尾町史」や竹内（2010）の研究をもとに述べていく。

八尾町は、岐阜県から続く山間部から井田川に沿って形成された河岸段丘部、そして富山平野の南端にかけての地域であり、南が高く、北に行くほど低くなっている。

行政的に八尾町が成立したのは明治22年の市町村制の施行と同時である。その後昭和 28 年、昭和 32 年の二度の合併を経て町域を広げ、平成 17 年のいわゆる平成の大合併で婦中町、大沢野町、大山町、山田村、細入村とともに富山市に合併された。

八尾旧町地域は、東町、西町、鏡町、上新町、諏訪町、西新町、東新町、今町、下新町、天満町と、10 町に分か

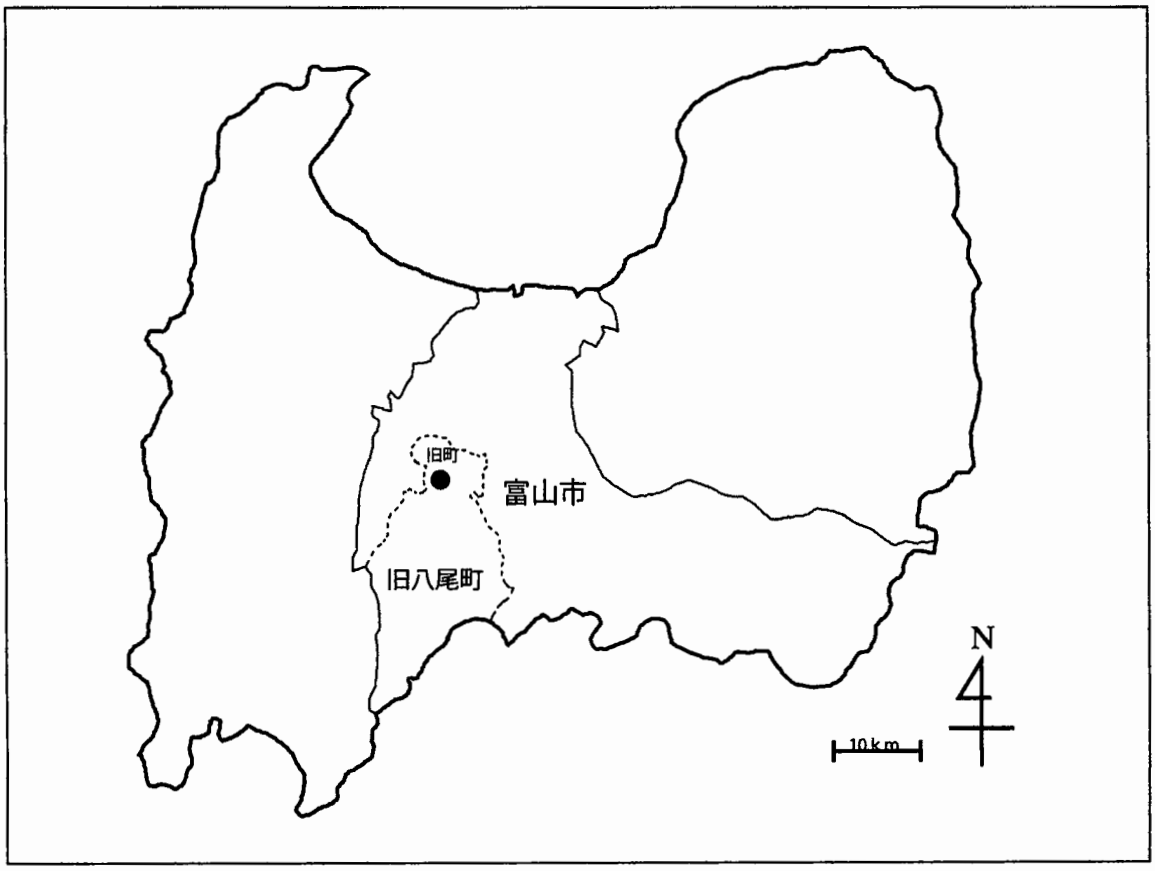

図 1　八尾旧町の位置

出典：富山県道路地図を参考に、筆者作成

れている。この地域の人口は2373人（平成２６年）であり、高齢化[4]や過疎化に悩まされている地域である。

16世紀に聞名寺（もんみょうじ）や蓮勝院（れんしょういん）を中心とした門前町が形成されたこの地域は、江戸時代に飛騨山脈と富山地域を繋ぐ交通の要所として発達し、和紙や蚕の生産が盛んになった。明治以降は交通の要所が移り、和紙や蚕も競争力を失ってしだいに衰退していったが、現在でも和紙の生産は行われており、八尾旧町地域の北部に位置する「桂樹舎」で生産された和紙は、八尾の工芸品[5]として土産物などに活用されている。

戦後の八尾町では、工業や商業の中心地となった富山市への人口移動が進み、商店街の空洞化などが問題となっている。一方で平野部では、1980年（昭和55年）から、富山テクノポリス計画の一環として、先端技術産業を担う中小企業が誘致され、「富山八尾中核工業団地」が造られ、電子部品などを扱う企業が集積している。それに伴い、これらの企業での雇用が発生し新興住宅地も形成されたが、商業面では旧町と同様に富山市の中心部に人や物が流れ、旧八尾町では衰退している状況である。

２）「おわら風の盆」の観光化

この八尾町では、1950年代から、江戸時代に成立したとされている民俗芸能「おわら」と、年中行事「おわら風の盆」を観光資源とした観光化が行われてきた。1950年に設立した八尾観光協会では、「おわら風の盆」３日間[6]の観光客数を15万人にするという目標を立て[7]、観光客のための交通機関や町内の休憩所の整備を行った。また、1952年には全国民謡大会の民謡舞踊部門で優勝し、

1980年代には「おわら風の盆」を舞台とした小説がベストセラーとなってテレビドラマ化され、八尾町と「おわら風の盆」は全国的な知名度を得ていった。

「おわら風の盆」の観光客が増えるに従い、「輪踊り」や「町流し」と呼ばれる、町中を練り歩きながら踊る民俗芸能であった「おわら」に「見せる」要素が増えていった。町中で踊るだけではなく、「おわら風の盆」の期間中には特設ステージが設けられて、入場料を徴収して演舞が披露される。

また、3日間に多くの観光客が訪れるようになってくると、狭い旧町内が人で埋め尽くされ、行事の遂行が困難になっていった。そこで観光客の集中を防ぐため、1982年からは8月20日から30日までの期間に「前夜祭」を行い、東町、西町、鏡町、上新町、諏訪町、西新町、東新町、今町、下新町、天満町の各町が一日一町ずつ踊りを披露している。さらに、2000年から毎月第2、第3土曜日に「おわら」を披露する「風の盆ステージ」を開催し、「おわら風の盆」の3日間に限らない、通年観光化を目指した取り組みも行われている。

3）その他のまちづくり政策

八尾町では、昭和62年に、「地域住宅計画（HOPE計画）」をもとにした「八尾町HOPE計画」を策定した。「HOPE計画」の「HOPE」は「HOusing with Proper Environment」の略で、「地域の特性を踏まえた質の高い居住空間の整備」「地域の発意と創意による住まいづくりの実施」「地域住文化、地域住宅生産等にわたった広範な住宅政策の展開」などを目指す国土交通省の補助事業である。八尾町でもこのHOPE計画に則り、「人が住みたく

なるまち」、「八尾のイメージをつくるまちなみ」を目指した景観づくりが行われている。

「八尾のイメージをつくるまちなみ」とは、「「おわら」が似合うまちなみ」と言い換えるここができる。八尾町は「八尾町歴史的地区環境整備街路事業」、「八尾魅力あるまちづくり事業」などを実施し、街路や景観の整備、ポケットパークの整備、木製の街路灯や自然石の足元灯の設置、石垣の整備、マンホールのデザイン蓋の設置、「おわら」のレリーフを施した橋の整備、住宅の修景工事の助成などを行っている。また、旧町内の諏訪町通りは昭和61年に「日本の道100選」に選定されており、「八尾型住宅」と呼ばれる特徴を持った建物が並んでいる（写真1）。

このように、八尾町では「おわら」を中心としたイベントやソフト面の整備だけでなく、街路や景観といったハード面の整備も行われており、観光客や八尾を訪れる人々にとって魅力的なまちをつくろうという取り組みが各種実施されている。

こういったまちづくりが行われている八尾町において行われている「坂のまちアート」はどういった特徴があるのか、以下、坂のまちアートの概要と、そこでアーティストが行っている実践について述べていく。

Ⅳ　「坂のまちアート」の概要

1）「坂のまちアート」とは

本章では、本論文で扱う「坂のまちアート」の概要と開催に至った過程を、「坂のまちアート」実行委員会のメンバーへの聞き取りや、「八尾まちづくり年表」（東京大

写真１　諏訪町の景観

出典：2014年4月23日筆者撮影

学都市デザイン研究室 2007）をもとに述べる。

「坂のまちアート」は、1996年から「アートとまち空間の融合。そして人と人の交歓」をコンセプトに八尾旧町で開催されているアートプロジェクトである。発足当初は4日間、現在では10月の第二月曜日を含む連休の3日間開催されている。「坂のまちアート」では、一般の民家を含む古い家屋の一部が作品展示会場（以下アートスペース[8]）としてアーティストと観光客に解放される。アーティストは自分が与えたれた場所を自由に使って自らの作品を展示することになる。アートスペースは八尾旧町内に点在（図2）しており、入口にはアートスペースであることを示すために、赤いタペストリーが設置される（写真2）。作品展示会場期間中は地図が掲載されたパンフレットを片手に町を散策する観光客が多く見られる。

主催は八尾町の住民を中心とする「坂のまちアート実行委員会（以下実行委員会）」で、15名程度[9]の組織である。実行委員会では、主に出展や作品展示会場提供の受付や、会場とアーティストのマッチング[10]、パンフレットやポスターの作成、前日の作品搬入時の受付、作品展示用備品の貸出、当日の案内などを行っている。

「坂のまちアート」に出展するアーティストの受付[11]は、5月まで行われている。その後、実行委員が出展するアーティストを選定[12]して、アートスペースとのマッチングを行う。その後、7月にアーティストが自らに割り当てられたアートスペースを下見し、会場提供者との顔合わせをする「下見会」が行われる[13]。下見会以降は、基本的にアーティストと会場提供者が直接連絡を取り合って使用可能なスペースなどについて相談する[14]。実際

写真２　アートスペースに設置されたタペストリー

出典：2014年10月10日筆者撮影

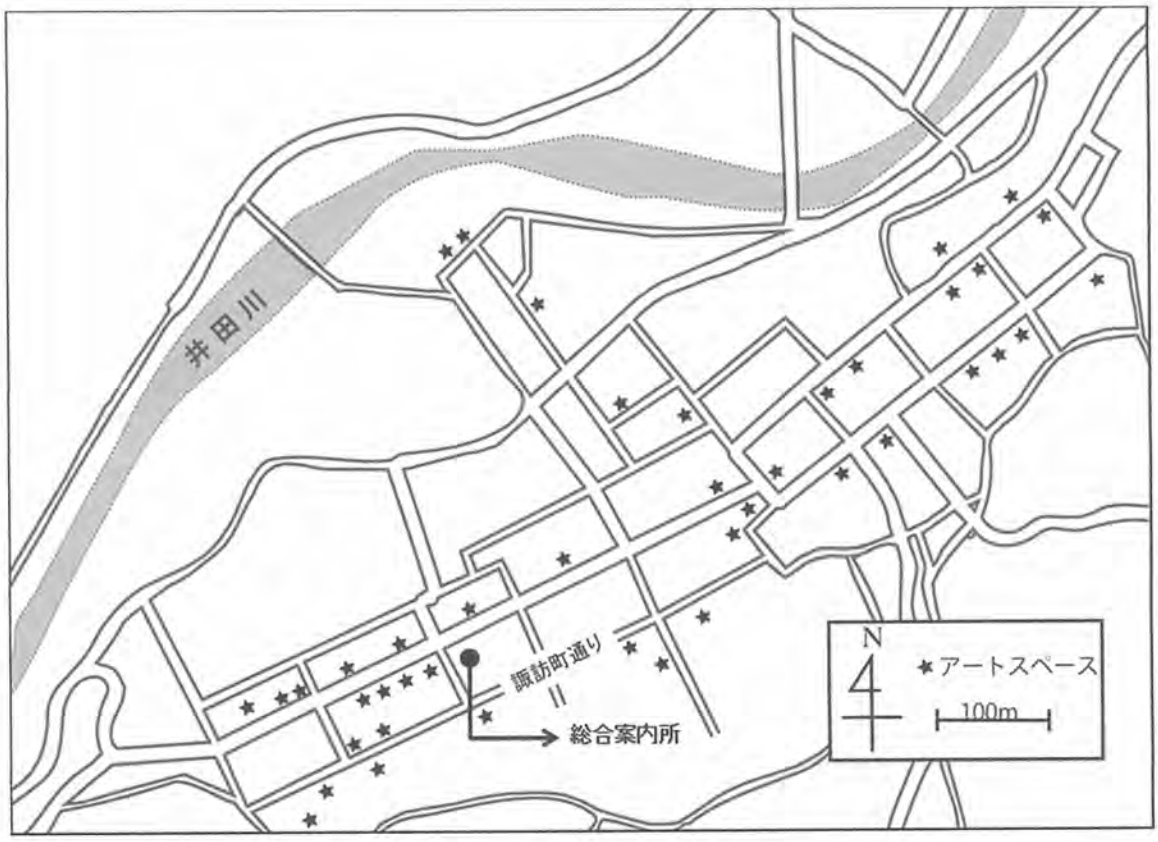

図２　アートスペース分布図

出典：富山県道路地図、「坂のまちアート」パンフレットを参考に、筆者作成

に作品が搬入されるのは「坂のまちアート」開催の前日である。搬入作業はアーティスト自身が行うことになっており、実行委員はさらにその前日の夕刻から受付や貸出備品の準備を行っている。「坂のまちアート」当日は、基本的にアーティストがアートスペースに駐在して作品とアートスペースの管理を行い、実行委員はアートスペースの見回りや観光客へのパンフレットの配布、問い合わせ対応などを行っている。

1996年に行われた第一回「坂のまちアート」では、13箇所のアートスペースに19名のアーティストが出展した。その後、アートスペース数、アーティスト数ともに変動を続け、2000年の第5回、2002年の第7回の開催ではアーティスト数が最大の70組に、2003年の第8回の開催ではアートスペース数が最大の52箇所になった(図3)。これまでに一度でも出展したことのあるアーティストは300組以上に上り、最も多く出展しているアーティストは、19回の開催中18回出展している(坂のまちアートHP)。3日間での観光客数は1万人程度と推計されている。

第Ⅱ章2節で述べたアートプロジェクトの形態に即して言えば、「坂のまちアート」は、芸術の専門家ではない人たちが中核となり[15]、実行委員形式で運営の実務を担っている。また、美術館ではなくまちなかという公共空間(もしくは一時的に自由な出入りを可能にすることで公共性を持った町家)に作品を展示することで「空間」の共有が重視されていると同時に、短期間の開催で人を呼び込んでいること、アーティストがアートスペースに駐在することで観光客との触れ合いが生まれること、アートスペースの提供者と協力して作品を設置すること[16]などから、「時間」の共有もなされていると言うことがで

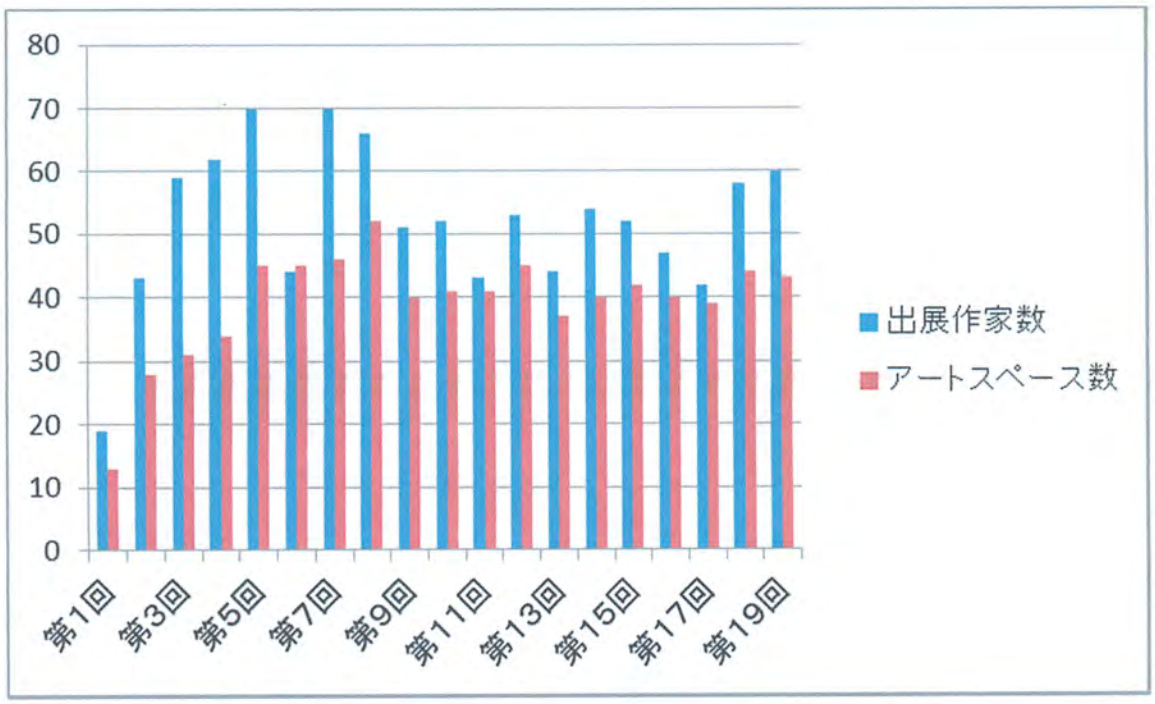

図３　出展作家数、アートスペース数の推移

出典：「坂のまちアート」ホームページを参考に筆者作成

きる。

しかしながら、第Ⅲ章3節で例に挙げたような各地のアートプロジェクトと比較すると、「坂のまちアート」は開催期間が短く長期的視野が弱い。これは、後述するように実行委員が高齢化していることからも言うことができる。これらの特徴から、「坂のまちアート」は、観光まちづくりの中心的な役割を担っているというよりも、八尾町の魅力をより多角的に高めているのではないかと推測できる。

2)「坂のまちアート」開催の背景と現状

この「坂のまちアート」の提案、開催の背景には、1985年から開催された「八尾文化会議」がある。この会議は、平野部に多くの工場が誘致されて中核工業団地が形成されたことを受けて、「工業誘致だけではなく文化芸術にも着目し、それぞれが融合したまちづくりの将来を議論」(東京大学都市デザイン研究室 2007)し、おわら以外でも文化的なまちづくりを目指すために、昭和60年からの5年間開催されたものである。この会議は町内外の学者、行政・教育・文化関係者、「おわら」保存会、地元企業の代表者などで組織され、最終的には住民が参加する講演会やパネルディスカッションとして開催された。

この文化会議の流れを引き継いだ住民の自主組織である「坂のまち千年会議」で、「坂のまちアート」が提案された。この提案は、当時「坂のまち千年会議」の参加者の一部が視察に行った[17]湯布院や小田原のアート展に刺激を受けてなされた。視察に参加した現在の実行委員のメンバーは、日常に使われている場所を生かした、美術を切り口としたまちおこしのアイディアをそれらのアー

ト展から得て、「坂のまちアート」の提案につながった。提案当初は人の家に観光客が入ることへの抵抗から反対意見が多かったため、公共施設や千年会議での賛同者の家屋を用いた少数のアートスペースでのスタートだった。その後は先述のようにアートスペースの数も増え、観光客を受け入れる側の住民の理解も得られるようになっている。当初の反対意見とは裏腹に住民の理解を得ることができた理由として、実行委員会のメンバーや出展しているアーティストは、「おわら風の盆」の町として観光客を受け入れることに住民が慣れていること、大工や職人が多いため、芸術や文化振興への理解があること、などを挙げている。また、アートスペースになっていない家でも、「坂のまちアート」に合わせて玄関先に花を飾ってまちなみを華やかに彩る「野の花アート」も始まり、住民も気軽に参加できるようになったことで理解が広まっていった。

「坂のまちアート」が軌道に乗り出すと、次第に県内で同様のアートイベントを開催する地域も増え[18]、県内各地のアートイベントを繋ぐ「まちなみアートリレー」が開催されたこともあるが、数回の開催で終了してしまう取り組みも少なくなかった。そのような中で「坂のまちアート」は19年間開催され続けており、町内や県内にも一種の年中イベントとして定着してきており、観光客の増加に伴い、ミュージシャンによるライブ[19]、落語などの伝統芸能の公演、縁日など、併催イベントも多数行われている。

しかし、実行委員の顔ぶれは19年前の第一回開催時からほとんど変わらず、次の世代にバトンタッチできないことが関係者の頭を悩ませている。2015年には第20回

の節目を迎え、記念事業なども構想されているが、聞き取り調査の時点では具体的な企画には至っていなかった。しかしながら、この20周年事業に次の世代へとつながるきっかけを期待する声もあがっており、内実ともに節目となることが予想される。

3)「第19回坂のまちアート in やつお2014」

本章のおわりに、聞き取り調査を行った「坂のまちアート in やつお2014」の開催状況について簡単に述べる。

2014年の「坂のまちアート」は、10月11日土曜日から13日月曜日(祝日)にかけて開催された。出展アーティストは60組(前年比2組増加)、アートスペースは43箇所(前年比1箇所減少)であり、協賛者、協賛企業数は2014年9月16日の段階で98である。

開催時間は、11日と12日は午前10時から午後5時まで、13日は午後4時までの予定だったが、台風19号の接近により、13日は午前中で終了し、午後まで展示するかどうかはアーティスト個人の判断に任された。屋外展示品などは、展示を取りやめることになった。

V　アーティストの実践

1)アーティストへのインタビュー

調査期間には、「坂のまちアート」に出展するアーティストに対して、聞き取り調査を行った。聞き取りを行ったアーティストは出展アーティスト60組中22名、出展回数は1回目から17回目まで様々で、作品ジャンルにもばらつきがある(表1)。インタビュー内容は、あらかじめ用意した質問項目(表2)をもとに対話形式の自由回

表１　インタビュー対象アーティスト

	性別	出展回数	ジャンル	きっかけ	工夫、魅力
A氏	女	3	筆ペンアート	商店街の活性化に関わって知った	広いところで展示がしたいため、そういう会場を割り当ててもらっている（e）
B氏	女	1	写真	八尾で開催した写真ワークショップの作品を展示	八尾町の風景の写真を展示、八尾で作られた和紙に印刷（c）
C氏	女	8	ワイヤーアート	―	毎年異なる目玉作品を展示している（e）
D氏	男	2	陶芸	以前見にきて知った	多くの人に見てもらえることが魅力（a）
E氏	女	1	絵画	以前見にきて知った	下見に来たときに八尾の風景から作品の構想を練った（c）、会場の壁や床の色、天井の高さなどに合わせた作品を制作した（b）
F氏	女	1	絵画	知人の紹介	限られた空間で展示する工夫をしている（b）
G氏	男	5	アクリル画、銅版画	知人の紹介	会場にあったレイアウトにするようにしている(b)、多くの人に見てもらえるのが魅力（a）
H氏	男	7	絵画（油彩）	おわらの演舞者を描いているので知った	おわらの風景を描いた絵画を展示（c）、人目に付くように大きな作品を通りに面したところに展示（a）
I氏	男	1	絵画	知人の紹介	会場にある平台を使った展示ができるよう工夫した（b）
J氏	女	3	いけばなアート	知人の紹介	普段は生花を使った作品を制作するが、生花が嫌う自然光が当たる会場のため、毛糸を生花に見立てた作品を作った（b）
K氏	女	17	インスタレーション（切り絵）	知人の紹介，	家も作品も生かした空間づくりを目指している（d）、八尾の和紙を作品に使用している（c）
L氏	男	1	石彫	知人の紹介	市民とともに制作するコミュニティアートを行っている（e）
M氏	女	4	チョークアート	以前他の仕事で八尾に関わった時に知った	はじめはおわらを描いていたが、今は特に考えていない（e）
N氏	男	３年ぶり８	陶芸	告知を見て知った	建物に合わせた展示を工夫している（b）
O氏	男	1	建具、彫刻、竹工芸	知人の紹介	普段壁に掛ける作品も、イーゼルなどを準備して飾った（b）、空間づくりを第三者に依頼した（d）
P氏	女	14	絵画（油彩）	知人の紹介	―
Q氏	女	12	市松人形他	八尾に住んでいるので知った	和風の人形なので、和室で展示できる会場にしてもらっている（e）
S氏	男	4	指先水墨画	以前見に来て知った	人目を引く大きな作品を展示し、実演制作もしている（a）
T氏	女	2	絵画	知人の紹介	―
U氏	女	1	染色	知人の紹介	展示することではじめて作品が完成すると思っている（d）、制約がある中で展示するのを楽しんでいる（b）
V氏	男	8	絵画（水彩）	知人の紹介	―
W氏	女	3	創作ビスクドール	知人の紹介	空間と作品が融合して「アート」になるような展示方法を工夫している（d）

出典：筆者作成

注）図中のａ～ｄは、第Ⅳ章１節のａ～ｄに対応している。分類できなかった回答はｅとした。明確な回答が得られなかったものは「―」で示した。

表２　インタビュー質問項目

１、現在の居住地
２、出展回数
３、「坂のまちアート」に出展をはじめたきっかけ
４、作品の制作、展示において意識、工夫している点
５、八尾町や「坂のまちアート」に対する印象

出典：筆者作成

答とした。聞き取りに要した時間は、他の観光客との対話の合間にインタビューに応じていただいたこともあり、多くの場合一人10分～15分程度だが、中には1時間近く話し込んだ方もいた。

インタビューは、アーティストが八尾のまちに対してどのような印象を抱き、作品制作や展示においてどのような工夫をしているのかに重点をおいて行った。まちに対する印象は「伝統が残っている」「住民の人柄が魅力的」「隣近所の人付き合いが強い」「「おわら」や「おわら風の盆」が好きでよく来ている」などの回答が多かったが、作品展示や制作の意図については回答がわかれた。以下、作品展示や制作の意図が類似しているアーティストをグループとし、それぞれのグループのアーティストの実践について詳しく述べていく。

a)「多くの人に見てもらいたい」と感じるアーティスト

22名中4名のアーティストが、多くの人に見てもらうための何かしらの工夫をしていると答えた。具体的には、「多くの人に見てもらえるように、通りから見えるところに作品を展示している」「人目を引く大きな作品を毎年制作、展示している」「その場で実演で制作している」などである。また、多くの人に見てもらえる工夫は特にしていないが、「坂のまちアート」に出展することで多くの人の目に触れることが魅力であると感じているアーティストもいる。聞き取り調査では、以下のような意見を聞くことができた。

個展を開いても6日間で200人来ればいい方だけど、ここ（「坂のまちアート」）では今日今までの3時間く

らいでもう200人くらい来てくれています。いろんな人に見てもらえるのはやっぱり嬉しいですね。
（2014年10月11日　聞き取り調査　G氏）

作品が溜まってみんなに見せたくなったから出展した。県展や市展よりも見てくれる人が多いし。
『個展とかは開かれないんですか。』
まだ個展できるような作品じゃあない。県や市の展覧会だとメリットがないけど、ここならある。
『メリットというと……』
ここなら気に入ってくれた人に譲れる[20]からね。
（2014年10月12日　聞き取り調査　D氏　『』内は筆者の発言）

このように、「坂のまちアート」は、大規模な個展で集客できない作家にとって、貴重な作品発表の場となっている。

b）会場に即した展示方法を工夫しているアーティスト

「坂のまちアート」では、既存の民家の一部など、本来アート作品の展示のために作られたわけではない空間で作品を展示することになる。7名のアーティストが、このアートプロジェクトならではの特性に言及し、展示方法を工夫していると話した。

具体的には、「アートスペースに合わせた大きさの作品を制作する」「アートスペースの天井や壁、床の色を下見時にチェックし、それに合った作品を制作する」「割り当てられた家の持ち主と相談して、展示するのに必要な棚など貸してもらう」「（美術館などでは絵画作品を壁に飾

れるが）釘を打って額をかけることができないなどの制約があるため、イーゼルなどを持参した」「実際にアートスペースを歩いてみて、見る人の動線や視線の動きを意識した展示を心がけた」などである。

彫刻品などを展示している私立の美術館をアートスペースとして割り当てられたＩ氏は、

> （彫刻を展示するためにもともとアートスペースに設置されている）平台をどう使おうか悩んだんですけど、こうやってキャプション（タイトル）を置いたり、ポストカードを作ったから置いたりとか、工夫はしました。普段はキャプションとかも壁にはるんだけどね。
>
> （2014年10月11日　聞き取り調査）

と話した。Ｉ氏が割り当てられたアートスペースは元々作品を展示するために作られた空間だが、作品の特徴や形態によって工夫が必要だったことが伺える（写真３）。

また、大きな作品を制作しているアーティストからは、「会場に合わせた作品を作るのが理想だが、会場が決まったときには作品制作が始まっており、それができていないのが気になる」との声もあった。

c）八尾ならではの要素を作品に取り入れているアーティスト

４名のアーティストが、八尾で作品を展示することを意識した作品制作を行っていると話した。うち２名は、自らの作品の中に八尾の伝統工芸品である和紙を使用しており、その他には、「八尾の周辺をドライブして作品の

写真３　平台に置かれたキャプション

出典：2014年10月11日筆者撮影

写真４　Ｋ氏の作品

出典：「坂のまちアート」HPより

構想を練った」「「おわら」の演奏風景をモチーフにした作品を出展している」などの回答があった。

B氏は今回初出展のグループの代表者で、八尾の各所で撮影した写真を八尾の和紙に印刷して展示した。B氏は女性向けに写真のワークショップを開催しており、その一環として八尾町を会場にまちあるきをし、写真を撮る企画を5月に開催したという。そのときに八尾町とB氏の間に繋がりができ、「坂のまちアート」での出展につながった。

このように展示する地域ならではの要素を取り入れた作品は、「アートとまち空間の融合」という「坂のまちアート」のコンセプトをアーティストが意識していることを感じさせ、「八尾らしい」作品をつくろうというアーティストの意思を感じることができる。

d）空間そのものを作品と捉えるアーティスト

4名のアーティストが、作品をただ展示するのではなく、展示の方法を工夫し、アートスペースの空間そのものを作品と捉えていると語った。この4名のインタビューには、彼らが「坂のまちアート」で展示するということをどのように捉えているのかが現れているため、詳しく考察する。

17回出展しているK氏は、ほぼ毎回違う場所が割り当てられる「坂のまちアート」の特性にも言及し、「毎回違う場所で家も作品も生かした空間を作る陳列を試すある種の実験の場になっている」と言う。K氏は、切り絵という基本的には平面の作品となるジャンルで出展しているが、与えられた空間の中で壁だけを飾るのではなく、立体的な作品や大きな作品を制作し、空間全体を飾ること

で「独立した小宇宙」を作っている（写真４）。

建具や竹細工などを制作しているＯ氏は、第三者の空間コーディネーターに展示方法の考案を依頼した。日常生活でも使えるものを制作しているため、ギャラリーなどでの展示よりも使っているイメージが湧きやすい点で、町家での展示に魅力を感じており、以前に住宅展示場での作品展示も行ったことがあるという。第三者に展示を依頼することで、自分たちが想定していた飾り方と違った使い方をされる作品があるなど、新たな発見があったという。

初出展となるＵ氏は、展示することそのものが作品を作ることであると話した。釘を打てないなどの制約を不便であると話したアーティストもいたが、Ｕ氏はそのような制約の中でどのように展示するかも楽しみに感じているという。自分の作品と空間をどのように調和、融合させるかに意味があると話すＵ氏は、あらかじめ準備してきた作品をそのまま展示しただけではなく、現場の状況に合わせてその場で作品に手を加えて空間という「作品」を完成させていた。

３回目の出展であり、ビスクドールを制作しているＷ氏は、ドールギャラリーなどでは「商品」と見られることが多いが、「坂のまちアート」では空間全体を使って展示することで「アート」として飾ることができる、と魅力を語った。高さのある広いスペースが割り当てられたため、知人にドールを飾るための台座などを制作してもらい、広い空間全体を使った展示方法を工夫していた（写真５）。

２）アーティストにとっての魅力

写真５　Ｗ氏の作品

出典：「坂のまちアート」ＨＰより

アーティストはなにに魅力を感じて「坂のまちアート」に出展するのか。その質問の答えは、当然ながらアーティストによって様々である。しかし多くのアーティストが、八尾のまちそのものやアートスペースとなっている町家に魅力を感じていると述べた。インタビューで聞かれた意見に、「八尾には自分たちの伝統を守り続けてきた強さがあり、よそからきた人にとって尊敬すべきポイントである[21]」というものがあった。ここでいう「伝統」とは「おわら」や「おわら風の盆」、そして旧町にのこる景観のことであり、アーティストや実行委員への聞き取りの中でこれらの要素と八尾のまちの魅力を関連させて語る場面は多く見られた。また、建物については「奥が深い八尾のまちで、立派な家に入り、作品を飾ることができることが「坂のまちアート」の魅力[22]」などの声が上がった。同様に「坂のまちアート」の魅力について尋ねると、「多くの人に作品を見てもらえること」「お客さんとの距離が近く、気軽に話しかけてもらえるし、話しかけることができる」「長年出展していると、覚えてくれるリピーターもできた」「さまざまなジャンルの作品を見ることができること」などの回答が目立った。

Ⅵ　考察と結論

Ⅱ章で述べたように、近年のアートプロジェクトでは、作品が展示される場所の特性を生かした「サイトスペシフィック」が意識され、作品そのものではなく、社会とのつながりや人々とのコミュニケーションが重要視される。「坂のまちアート」は、Ⅱ章で紹介した各種のプロジェクトと比較すると規模も小さく、開催される期間も短

くなっている。また、まちづくりの中心事業となるような集客力も持っておらず、年間を通じた取り組みが行われていないことからも、日本各所で展開されるアートプロジェクトの中でも規模が小さいことを予測できる。しかしながら、「坂のまちアート」もひとつのアートプロジェクトとして上記の特徴をもち、八尾のまちづくりをささえるイベントとなっている。

アーティストへのインタビューを通じて、多くのアーティストがただ作品を展示するだけではなく、八尾のまちで、もしくは「坂のまちアート」で展示するという意識を持った作品制作や展示を行っていることが見えてきた。

アーティストが八尾のまちについて語るとき、多くの場合意識されるのが「おわら」を守り続けてきた伝統を持つまちであるということ、古い民家が残り、また時には整備されることで「風情のある」景観が残っていること、などである。アーティストのインタビューからは「「おわら風の盆」が大好きで毎年来ている」「八尾は人もまちも建物も素晴らしい」などの声が聞かれ、「坂のまちアート」を語る上でも、「おわら」や「おわら風の盆」の存在は無視できないものになっている。「坂のまちアート」を訪れる観光客の中にも、「おわらが好きで毎年訪れる中で、「坂のまちアート」も知って足を運ぶようになった」といった話があり、観光客にとっての「坂のまちアート」も、単なる芸術祭ではないことが伺える。アーティストも観光客も、また実行委員も、単にアートだけを見せる、見に来るのではなく、アートとまちなみや建物、そしてまち全体に流れる雰囲気の魅力が融合したイベントとして「坂のまちアート」を捉えている。

また、「坂のまちアート」の期間中には、実行委員とアーティスト、アーティストと観光客がアートスペースで作品について、もしくは八尾のまちについて話している光景を目にすることが多々あった。作品の展示だけでなく、アーティストと観光客が身近でコミュニケーションを取れることも「坂のまちアート」の特徴といえるだろう。また、インタビューでアーティストに出展のきっかけを尋ねたところ、約半数のアーティストが「知人からの紹介」と答えており、人を介して八尾に作品と人が集まることで、新たなコミュニティの形成につながることもあるだろう。

アーティストによっては、広いアートスペースを2組、3組のアーティストで使うこともあり、展示空間の共有によってアーティスト同士のコミュニケーションがうまれたり、一度使ったアートスペースの提供者と何年も懇意にしており、毎年「坂のまちアート」の期間中は泊めてもらうなど住民との交流を持つようになったりするという。何人かのアーティストが「坂のまちアート」の魅力として挙げたように、さまざまなジャンルの作品がひとつのまちに会するイベントでもあり、多くの場面で新たなコミュニケーションが生まれている。

「坂のまちアート」は八尾という場所の固有性を生かした、人々のコミュニケーションをうむアートプロジェクトである。そしてその「固有性」には、先にも述べたように「おわら」や「おわら風の盆」の存在が大きく関わっている。

八尾観光協会は、「おわら風の盆」に大量の観光客が訪れて、行事の運営が困難であることや、ごみやマナーなどが問題視されるようになったことから、前夜祭の開催

や「風の盆ステージ」での「おわら」の披露など、通年観光を目指した取り組みと行っており、八尾町で開かれた「文化会議」や「千年会議」でも、「おわらだけではない文化的なまちおこし」が目指された。しかし、「坂のまちアート」のような一見「おわら」とは関係がないイベントであっても、八尾が「おわらのまち」であることは観光客、アーティスト双方に意識されている。それは、「おわら風の盆」がそれほど大きく八尾を象徴する観光資源であることを示していると言ってもよいだろう。

これらの現状から、八尾町で行われるまちづくりは、「おわら」と切り離して行うものではなく、「おわらのまち」であることを柱に据えたものにしていくべきだろう。第Ⅲ章3節で言及したような景観整備は、「おわらが似合うまち」を目指して行われたものであるということから、この柱に沿ったまちづくり政策であったと評価することができる。

第Ⅰ章で言及した概念を用いると、この「おわらのまち」というイメージは、八尾に向けられる「観光のまなざし」であると言うことができる。この「まなざし」は、「おわら風の盆」の観光化を目指した戦後の八尾町の観光政策に対応して生まれたものであり、また「坂のまちアート」以前の八尾でのまちづくりは、この「まなざし」を意識して「おわら」という文化を客体化した八尾町の人々によって行われてきた。例えば、従来はまちの中で踊り歩く芸能であった「おわら」が、特設ステージの設置によって「見せる」踊りになっていった例などは、「おわら」に向けられる「まなざし」に対応した結果であると言うことができる。

その観光まちづくり政策の中で「坂のまちアート」が

開催されたことにより、それまで八尾に「おわらのまち」という「まなざし」を向ける側だった八尾町の外部のコミュニティに所属するアーティストたちが、「坂のまちアート」の期間中のみとは言え、観光客を受け入れるホスト側として観光実践を行うようになった。そのアーティストが作る作品は、サイトスペシフィックが意識される近年のアートプロジェクトの特徴に後押しされて、「八尾で展示する」ことが意識された作品になる。八尾のまちなみをモチーフとした作品を制作したり、アートスペースである町家と作品の親和を目指し、空間全体をアートと捉えたりするアーティストの姿勢から生まれる作品は、アーティストの持つ八尾のイメージを少なからず反映したものになるだろう。

一方で観光客も「おわらのまち」というイメージを抱いて「坂のまちアート」を訪れると仮定すると、観光客が期待するのは「八尾らしい＝「おわらのまち」らしい」作品になるだろう。観光客と同じく、八尾に「おわらのまち」という「まなざし」をむけるアーティストが制作した作品は、これらの観光客のイメージと親和し、彼らにとっての「坂のまちアート」の魅力を作り出していると考えられる。

以上のような意味で、「坂のまちアート」において、八尾町の外からまちづくりに参入し、作品を制作、展示するアーティストたちは、大橋らが言う「中間システム」の役割を担っていると考えられる。アーティストたちは八尾町のイメージをアート作品という形で可視化して内外に示し、観光客の期待に応える空間づくりを担っている。

しかしながら、全てのアーティストが八尾への「まな

ざし」を意識した制作しているとは必ずしも言えない。「坂のまちアート」を数ある展示機会の一つとして捉えるアーティストもインタビューの中からうかがうことができる。直接的にはサイトスペシフィックを意識していないアーティストの作品も、八尾町にアート作品が集積し、その魅力によって観光客を呼び込もうとしている「坂のまちアート」において、数多くのアート作品を目にすることができるという利点を助長させるという意味で、無視できない存在となっている。

このように生み出された「坂のまちアート」の魅力は、単発のイベントとして終わるだけでなく、「おわら」を中心とした通年観光化を目指す八尾町の観光まちづくり政策の中で、「おわら風の盆」だけでは集客しきれなかった層の観光客にも新たな魅力を伝えることができるだろう。日本のアートプロジェクトの中では小規模であり、八尾町の中でも「おわら風の盆」に勝るインパクトのある行事に育て上げることは困難であるが、アーティストという新たなコミュニティの人々をまちのコミュニティと繋げ、八尾町をより多様な魅力を持ったまちにしていくひとつの事業として期待できる。

謝辞

本稿の調査にあたり、「坂のまちアート」実行委員長の吉田泰樹様、富山市八尾山田商工会の田代忠之様をはじめとした実行委員の方々、そして「坂のまちアート」出展アーティストの方々に多大なるご協力をいただきました。お忙しい中調査にご協力していただき、本当にありがとうございました。

また、卒業論文指導教員である山崎孝史教授には、多数の面談をしていただくなど数多くの相談に乗っていただき、本当にお世話になりました。いたらない部分も多くありましたが、山崎教授のご指導のおかげで論文を書き上げることができました。

論文執筆にあたりお世話になった全ての方々に、この場を借りまして今一度深く感謝の意を示したいと思います。本当にありがとうございました。

注

1) 朝倉はこの研究の中で、「観光者を受け入れる地域社会側の主体が行い、直接的・間接的に観光に資する実践」を「観光実践」と定義し、観光実践を行う主体のことを「観光実践者」と定義した。以降、本論文でもこの定義を用いる。

2) 「アートプロジェクト」という言葉の定義や意味合いは研究者や事例によって様々であるが、本論文ではこの定義を用いることとする。

3) 竹内は「広義ではパブリックアートもアートプロジェクトに含めることができる」としており、本論文でも広義の解釈を用いる。

4) 旧町の高齢化率は約 40.6%（平成２６年）であり、旧八尾町全体の 30.6%よりも 10.0 ポイント高くなっている。

5) 和紙生産が活発だったころは、工芸品としてではなく、薬の袋紙などに多く八尾の和紙が使われていた。

6) 「おわら風の盆」は、毎年９月１日から３日にかけて

行われる。

7) 1946年時点での「おわら風の盆」の観光客数は、3日間で約7万人であり、現在は天候や開催日の曜日に左右されるも、毎年20万人程度の観光客が「おわら風の盆」に訪れている。

8)「坂のまちアート」のパンフレットでの表記に倣った。実際に実行委員やアーティストは「アート会場」などの呼称を用いており、調査中に「アートスペース」という単語はあまり耳にしなかった。

9) 聞き取り調査の中では、実際に運営に携わっているのは10名程度という声もあった。

10) 基本的に、複数回出展しているアーティストは使ったことのない会場が提供される。しかし、屋外展示作品などはその限りではなく、作品の趣旨に合ったアートスペースが提供されている。

11) ホームページから申込書がダウンロードできるようになっているが、直接電話等で問合わせてくるアーティストが多い（聞き取り調査より）。

12) 販売目的の要素が強いものなど、「坂のまちアート」の趣旨にそぐわないものは選定から外されることになる。

13) 下見会に参加しないアーティストもいる。

14) このようにアーティストと会場提供者が直接連絡を取ることで、実行委員の負担が軽減されて少人数での運営が可能になるという声もあった。

15) 実行委員の中には作品を出展するアーティストも兼ねている人物がいるため、厳密に専門家ではないとは言い切れない。

16) 会場によってどの程度提供者が協力しているのかに

は差がある。

17) 当時富山県では「多くの人が参加できるイベントを作り上げていくことを通して、富山県の活性化と新しい顔づくりを行っていこうとする」(富山県コロンブス計画HPより)「富山県コロンブス計画」が行われており、視察の資金援助を受けた。

18) 現在でも開催されている地域は少なくなっている。

19) アートスペースで時間を決めて行われる無料のもの、入場料を徴収する有料のもの、予告なしに町内やアートスペース内でゲリラ的に行われるものなど。

20)「坂のまちアート」は販売目的のイベントではないが、アーティストの裁量で作品の販売が認められている。ただし、販売する場合も作品に直接値札をつけずに、別に価格表を作るように実行委員から求められている。

21) 表1、K氏

22) 表1、Q氏

参考文献

朝倉槙人(2014):「生活空間への観光のまなざしと住民の対応:徳島県三好市東祖谷地域を事例として」人文地理 vol.66(1) pp.16-37

太田好信(1993):「文化の客体化 ―観光をとおした地域アイデンティティの創造―」民族学研究 vol.57(4) pp.383-410

大橋昭一・橋本和也・遠藤英樹・神田考治編(2014):『観光学ガイドブック』ナカニシヤ出版

川森博司(2001):「現代日本における観光と地域社会 ―ふるさと観光の担い手たち―」民族学研究 vol.66(1)

pp68-86
神田考治編著(2009):『観光の空間　―視点とアプローチ―』ナカニシヤ出版
神田考治編著(2009):『レジャーの空間　―諸相とアプローチ―』ナカニシヤ出版
熊倉純子監修、菊池拓児、長津結一郎編（2014):『アートプロジェクト：芸術と共創する社会』水曜社
坂のまちアート in やつお実行委員会（2014):「『第 19 回　坂のまちアート in やつお』パンフレット」
ジョン・アーリ・ヨーナス・ローラン著、加太宏邦訳（2014):『観光のまなざし[増補改訂版]』法政大学出版局
竹内潔（2010):「富山市八尾の民俗芸能「おわら」の伝統と観光化」地域生活学研究 vol.1 pp.75-96
竹内晋平(2011):「日本におけるアートマネジメントの現代的諸相：「空間」と「時間」の共有を視点とした公共性の検討」教育学部論集 vol.22,pp.97-106
東京大学都市デザイン研究室（2007):「八尾町まちづくり年表」
富山大学人文学部文化人類学研究室（2009):『地域社会の文化人類学的調査　18　富山県八尾町の観光―伝統と現在を生きる人々』
中島正博（2007):「アートによる文化のまちづくり―公共空間再構築の一助としてのアートの可能性―」広島国際研究 vol13 pp155-166
八田典子(2004):「「アート・プロジェクト」が提起する芸術表現の今日的意義：近年の日本各地における事例に注目して」総合政策論叢 vol.7 pp.133-147
八尾町史編纂委員会（1967):『八尾町史』

続八尾町史編纂委員会（1973）:『続八尾町史』
吉川絢（2013）:「創造地区形成への取り組み―沖縄クリエイターズビレッジ事業を事例として」平成24年度卒業論文

参考ウェブサイト

金沢大学都市計画研究室「富山八尾地区まちづくり調査報告書」
http://webserv.ce.t.kanazawa-u.ac.jp/kawakami/UPL/kensyu/kensyu_2007.pdf（最終閲覧 2015.01.07）
国土技術政策総合研究所資料151号「HOPE計画の20年」
http://www.nilim.go.jp/lab/bcg/siryou/tnn/tnn0151.htm（最終閲覧　2015.01.07）
富山市HP
http://www.city.toyama.toyama.jp/index.html（最終閲覧　2015.01.07）
坂のまちアートHP
http://www.bunanomori.com/art/（最終閲覧 2015.01.13）
「日本型アートプロジェクトの歴史と現在 1990年→2012年」公益財団法人東京都歴史文化財団 東京文化発信プロジェクト室発行
http://www.tarl.jp/cat_output/cat_output_art/869.html（最終閲覧 2015.01.07）
富山県コロンブス計画HP
http://www.pref.toyama.jp/branches/1133/derukui/vol199707/21.html　（最終閲覧 2014.12.18）

（21839字）