

第 1 章

集客メディアとしてのアート：「真間あんどん祭り」への 導入例における可能性と課題

権永詞

目 次

1. はじめに
2. 地域活性化とアートの現在
 - 2-1. アートと地域の接近
 - 2-2. 地域と／のアートが抱える課題
 - 2-3. 現在の展開
3. 事例研究
 - 3-1. 「市川真間あんどん祭り」の概要
 - 3-2. あんどん祭りにおけるアーティストワークの導入
 - 3-3. あんどん祭りにおけるアート
4. むすび

1. はじめに

あいちトリエンナーレ 2019 における「表現の不自由展」の中止・再会を巡る問題は、現代日本における社会とアートの向き合い方、関わり方の貧しさを露呈したとあってよい。とりわけ、芸術祭への「スポンサー」であった名古屋市長による抗議行動と、展示中止を受けた文化庁による補助金の不交付決定は、国や自治体を大口のスポンサーとして頼らざるを得ない日本の芸術祭に深刻な問題を投げかけた。スポンサーの機嫌を損ねることで芸術祭の開催自体が危ぶまれることになれば、アーティストが自らの着想のもとで自由に創作を行うことが妨げられかねない。ましてや、スポンサーが公共団体である場合、制作の内容にまで踏み込む行為は政治権力による検閲という「表現の不自由」状況を生み出していく。

「表現の不自由展」における展示を批判する言動のなかで目立っていたのは、税金という公の資金が投入されている以上、国の体面を傷つけるような表現は許されず、作品の内容はある程度の統制を受けて然るべきだ、という理屈だが、この主張には既視感がある。例えば、2018年に『万引き家族』でカンヌ国際映画祭パルムドールを獲得した是枝裕和監督が、「公権力とは距離を保つ」と発言したことに対して、映画の制作に文化庁の助成金を受けておきながら筋が通らないといった批判がなされたⁱ。あるいは2012年に橋下徹大阪市長が、市が補助金を出資する文楽協会の財政収支を批判し、補助金の減額や打ち切りを示唆しながら文楽の演出や脚本のあり方に言及した件にも同様の構図を見ることができるⁱⁱ。アートや映画に限らず、演劇や音楽、伝統芸能など、日本の文化・芸術活動は国や自治体から少なからぬ資金援助を受けている。そして、近年ではこの税金の公共性を根拠として、活動内容の統制につながりかねない言動が広がりを見せているのだ。

これら一連の「表現の不自由」を巡る問題では、閣僚や自治体首長といった権力者による批判や、補助金・助成金の減額、打ち切り、返還といった対応が、表現に対する強制的な規制と映ったことで強い反発を引き起こした。「あいち宣言・プロトコル」で強調されていたように、芸術家は自らの創作活動に社会的責務が付随することを理解しながらも、

i 例えば、古賀太「助成金をもらった是枝裕和監督への批判は的外れ」『論座』2018年6月25日（2020/01/28最終確認）<https://webronza.asahi.com/culture/articles/2018062200009.html>などを参照。

ii 例えば、高橋彩子「『もう観ない』と言わないで 橋下徹大阪市長が打ち出した「文楽補助金」凍結」『AERA』2012年6/18号、p.44-45などを参照。

地域活性化に対するアートの役割について

芸術活動の自由と自律が守られることの重要性を主張したのだⁱⁱⁱ。

だが、アートの自律性が脅かされる状況は、何もイデオロギーを巡る政治的対立によってのみ生じるわけではない。この点を指摘したのが藤田直哉による「地域アート」批判である。藤田は地域社会の活性化を目的とするアートイベントやプロジェクト、芸術祭などに展示・実施されるアートが、アートであるための美的な自律性を失いつつあるとして、それらを「地域アート」と呼んで批判した（藤田 2016：41）。藤田のいう「地域アート」の一つの特徴は、フランスの美学者ニコラ・ブリオールが主張する「関係性の美学」というコンセプトがベースとなっていることだ。ブリオールは、現代美術の可能性を、制作された絵や彫刻といった物質的な作品ではなく、それらを通じて作家と鑑賞者、あるいは鑑賞者と鑑賞者の間に生まれる協同や共感、共鳴といった関係性そのものに求め、そうした関係性を生み出す作品を積極的に評価した。「地域アート」には、この「関係性の美学」という発想に触発された作品が多く、作家と協同で制作に参加したり、その場に集まった人々が即興で何かをするためのイベントであったり、体験型のワークショップであったりと、「人と人をつなげる」ことを目的とした作品が多いという。そして、こうしたコンセプトが前面化することによって、出来上がった「作品」の中には、アートとしては評価すべきところのない凡庸な創作物が含まれており、そのことが、作品をアートとして評価するための審美的基準の欠如として批判される。

また、「地域アート」に対しては、アートが「人を集める」ための道具として使われていることへの批判もある。越後妻有の「大地の芸術祭」や「瀬戸内国際芸術祭」など、人口流出が続く地方での成功例が、地域活性化を企図する自治体の政策的な動機と結びついたことが「地域アート」隆盛の背景にある。自治体関係者にとって、アートとはまさに「人を集め」、「人と人をつなげる」ための手段である。そこでは芸術の自律性は二次的な関心にすぎない。

藤田らの「地域アート」批判には無視できない理がある。もし人を集め、人と人をつなぐことだけが目的ならば、それは何もアートでなくても構わないだろう。実際、ご当地アイドルや人気アニメ作品の「聖地巡礼」のプロデュースを地域活性化の手段として成功している例も少なくない。日本ではサッカーやバスケットボールなどのプロスポーツが地域密着をコンセプトとして同じことを実現している。アートがアートとしての審美的な基準

iii 芸術祭の会期終了後、あいちトリエンナーレの参加アーティストを中心に表現の自由を守るための「あいち宣言・プロトコル」が採択・提出されている。「あいち宣言・プロトコル」を作家代表から受け取りました 2019年12月18日（2020/01/28最終確認）<https://aichitriennale.jp/news/2019/004419.html>

を振り捨ててまで、地域の活性化に貢献する必要が果たしてあるのか。「地域アート」がアートの一般的な形となってしまうことで、従来、アートを通じて探求されてきた主題や方法論、思想が軽視されることになるのではないか。そうした懸念を杞憂として振り払うことができれば、やはり「地域アート」のあり方については、それを改めて批判的に省みる必要があるだろう。

一方で、こうした批判が「アートを使う」ことを過度に抑制するとすれば、そこには芸術至上主義の罫とでも呼ぶべき陥穽が生じてしまうだろう。好むと好まざるとに関わらず、近現代の芸術は社会との強い関わりのなかから生まれている。イポリット・テーヌのように芸術の主体を作家ではなく社会におく考えさえある（井上 1992）。少なくとも、創作が行われる場において、作品を作り出すエネルギーの全てが作家個人に由来するわけではない。したがって、作家を取り巻く時代的、物理的、思想的環境が様々な形でアートを「使おう」とすることも、アートを構成する不可分の要素ということになる。

アートの自律性を過度に強調する芸術至上主義は、近現代のアートそのものに内在する政治的・社会的側面を覆い隠してしまう。それは、作家や作品が本来想定していた鑑賞者を遠ざけ、アートを「ホワイトキューブ」のなかに囲い込む時代への逆戻りにつながりかねない^{iv}。そのことは、創作という行為の持つ喜びや快楽を、再び一部の専門家や企業に独占させることに寄与してしまう。

鶴見俊輔の「限界芸術」の概念は、私たちの日常生活の文化の根底に創作という活動への欲望が流れていることを示唆している。このことは、近代の比較的早い段階で意識化されており、例えば、イギリスにおけるアーツ・アンド・クラフツ運動や日本の民芸運動などは、芸術家ではない無名の創作者たちの生み出す日常的な美に焦点を当てるものであった。これらの運動は、規格品の大量生産品に対する抵抗として現れてきたが、高度大衆消費社会へと変化していく潮流のなかで大きな力を持つことはなかった。結果的に、現代の日本のような消費社会では、私たちの日常は誰か（専門家や企業）が作った商品を購入することで成り立っている。日々の暮らしのなかで、何かを作り出さなければならない状況は稀であり、それゆえ、たとえそれが料理や裁縫、家屋の修繕といったものでさえ、自分の手を動かして何かを作るということは、習慣ではなく意図して選ばれる行為になっている。

こうした社会状況において、芸術活動、とりわけ現代芸術の持つ強みは、創作物に特定

iv 美術館やギャラリーなど、美術鑑賞そのものを目的とした施設（「ホワイトキューブ」）のみがアートの存在する場になってしまうことの閉鎖性・閉塞性については、北田・神野（2016）を参照。

地域活性化に対するアートの役割について

の使用価値がないという点にある。あまりにも巨大な構造物や空間全体を切り出して提示するインスタレーションなどの作品は、絵画や彫刻といったファインアートとは異なり、インテリアとして使用することも難しい。現代芸術は何かのために作るのではなく、作るために作るといった同語反復的な歪さを前景化させるジャンルであるといつてよい。そして、この歪さが、一切の創作的行為を排除した現代の日常生活の別種の歪さを変容させる潜勢力となりえる^v。

こうした観点から見れば、アートは明らかに「使われる」必要がある。それが作家の、あるいは専門家の審美的な基準を満たすという芸術の一義的な条件と衝突する事例があったとしても、「アートを使う」ことの積極的な意義を認めていかなければならない。誤解のないように付言すると、藤田や北田といった「地域アート」に批判的な眼差しを向ける論者も、芸術至上主義を唱えているわけではないし、アートを使うことの可能性を十分積極的に認めている。彼らの批判に首肯すべき点も少なくない。だが、次節で俯瞰するように、「地域アート」を取り巻く状況は、藤田による「地域アート」批判を待つまでもなく決して順風なわけではない。それゆえに、「地域アート」への批判を取り込みながら、いかにアートを地域の中に取り込んでいくかという課題について、より実践的な観点から取り組んでいく必要がある。本章では、アートを地域振興のための集客メディアとして活用することの課題と可能性について、千葉県市川市での事例を中心に分析・考察していく。

以下、次節では現代日本のアートイベントを取り巻く状況を概観し、続く3節で「市川真間あんどん祭り」におけるアーティスト作品の導入事例の検討を行う。これらを踏まえ、4節ではアート展示を主目的としない地域活性化のイベントにおいてアーティストワークを導入することの可能性と課題について論じたい。

v このことは、さらに敷衍するならば、私たちの社会を成熟させていくことの意味を問うことにもつながる。ここで詳細にそれを論じる紙幅の余裕はないが、私たちが日々の暮らしのなかに時間的な余裕を求めた時、この「暇」な時間がいかに使われていくべきかについて國分功一郎が指摘したマルクスの主張は一聴に価する。すなわち、私たちは私たちの必要を満たす労働時間の短縮を通じて、私たちの必要を超えて私たちが愛し、求めるもののためにこの時間を使うのだ、と（國分 2015：199-201）。ポール・メイソンが示唆する「ポストキャピタリズム」の到来が近いのだとすれば、私たちは人工知能やロボットによって必要な労働が機械的に提供される社会のなかで、必要から解放された時間を早晚手に入れることになる（M. ガブリエル他 2019）。その時、私たちの手に一切のものを作る力が奪われていたとしたら、私たちは何をして過ごせばよいのだろう。

2. 地域活性化とアートの現在

2-1. アートと地域の接近

2000年代以降の日本のアートイベントや芸術祭を俯瞰すると、そこでは特定の地域や場所に拘る形で創作を志向する作品や展示が拡大してきた傾向を見てとることができる。彫刻家出身のアートディレクターである北川フラムが手がけた新潟県越後妻有の「大地の芸術祭」や香川県の「瀬戸内国際芸術祭」がその代表例であり、また、神奈川県横浜市のクリエイティブシティ構想など、アートとまちづくりを融合させる政策的な試みも増えている。

前節でも述べたように、日本における地域系アートはリレーショナル・アートやソーシャリー・エンゲージド・アートといった主に欧米で発展してきた現代芸術の強い影響下にある。これらは、完成した作品と制作過程、作家と鑑賞者、鑑賞の場と生活の場といった芸術における様々な境界線を越境・溶融し、それまでの「美術館（ホワイトキューブ）に展示されたアーティストの作品を美術愛好家が干渉する」という純粹芸術の形式に対して、「日常生活の場でアーティストがアートに関心のない者も含む無数の人々と作品を共創する」という新しい形式を生み出してきた。

こうした芸術観が広がってきた背景には、商業化・硬直化した既存の芸術体制への作家の反発や、ポストモダニズム思想の影響などがある。例えば、2017年に開催された国際芸術祭「横浜トリエンナーレ 2017」では、「島と星座とガラパゴス」と題して、グローバルに広がる環境破壊や貧困、資本主義・ナショナリズムが生み出す分断といった極めて社会的・政治的メッセージ性の強い展示を行っている。近代化がもたらした数々の問題に対して、作家はアートという手段を用いて自らのイメージを発信していく。こうした創作態度は、作品の制作・展示といった一連の芸術活動が、社会的文脈から決して切り離されておらず、既存の芸術が政治や社会との距離を過度に取りすぎたことで生じた「芸術界」の閉鎖性や権威主義への反発という動機を内在させている。同時に、とりわけ第二次世界大戦における芸術のプロパガンダ利用への強い反省から、現代アートの作品には反権力・反体制の態度も共通している。公権力に寄りすぎず、かといって「ホワイトキューブ」に閉じこめることもなく、現代社会で起きている出来事をアートを通じてより多くの人々と共有していこうとする態度が、現代アートのバックボーンといえよう（北川 2015）。

こうした問題意識を背景として生じてきたのが、アートにおける「特定の場所へのこだ

わり（サイトスペシフィック）」という性質である。近現代を反省的に捉えようとする視線のなかで、作家たちは近代化の過程で消えたもの／消えゆくものやその記憶に注目し、普遍的で不可逆的な時間のなかに固定される作品よりも、一時的な場所やものとの関わりを表現する作品を志向するようになる。そして、作家たちのこの「特定の場所へのこだわり」の志向が、同じように場所との深い関わりを余儀なくされる地域社会の様々なアクターたちの動機に接続されていく。とりわけ人口流出や産業の衰退といった問題を抱える地方において、地域振興やコミュニティの再生といった課題の解決にアートが寄与できるのではないかという発想が生まれてくる。そのなかで、幾つかの成功事例が生まれたことが、「地域アート」ブームへと舵を切った。

2-2. 地域と／のアートが抱える課題

成功事例の存在から、2000年代以降、「まちづくり×アート」を目指した多数の地域志向の芸術祭が開かれてきた。だが、田島悠史によれば、こうして増加してきたアートイベントの大半は、年間予算が1000万円未満の「小規模アートイベント」であり、これらイベントの平均継続年数は2.6年と、ほとんど単発のイベントとなっている（田島2014）。「大地の芸術祭」や「瀬戸内国際芸術祭」あるいは「横浜トリエンナーレ」などの成功事例では、隔年開催や3年に一度の開催といったビエンナーレ、トリエンナーレ方式を採用することが多い。組織委員会にも自治体の他に大手新聞社や企業・財団などが加わることで資金的にも恵まれている。これに対して、小規模アートイベントでは、小規模であるがゆえの集客の難しさと、それがゆえに問題となる継続性から短命に終わってしまうことが多い。

吉澤弥生が指摘するように、日本の地域系アートイベントは、資金面や制度面で行政の支援に依存していることが多く、その行政はアートイベントに対して集客数や経済効果といった目に見えるアウトプットを求めがちだ（吉澤2011）。そのためコストに見合った「集客」などの成果が見られないと、支援が打ち切られてしまい、イベントの継続性が絶たれることになる。こうした事態を防ごうとすれば、アートディレクターやキュレーター、作家の側にも、「継続のための集客」を優先したり、あるいは作品が景観や観光資源として「売れる」ことを目指す動機が生まれる。

また、サイトスペシフィックな作品制作には、その地域でのフィールドワークが欠かせない。多くの作家がその土地の文化や歴史、人々の暮らし方、抱えている課題などを自分の目や耳で集めるところから制作をスタートさせる。こうしたフィールドワークは1日～数日で完結することもあれば、数ヶ月から1年、時にはその土地に移住する作家が出てく

るケースもある。長期滞在や移住については、作品制作を唯一の動機としているわけではないが、フィールドワーク途中での芸術祭の終了が作家にとって大きな打撃となることは想像に難くない。

だが、イベントの継続が作家にとって重大な関心事項であるとしても、その成果が集客数や経済効果といった数値によってのみ測られることには、当然ながら作家の側にも不満がある。もちろん、より多くの人々が芸術祭に足を運び、自らの作品への鑑賞者・参加者が増えることは望むが、作品を制作する動機はそれだけではないからだ。だからこそ、集客に苦しんでいる芸術祭では、作家や作品がその地域のなかでどのような「関係性」を作り得たかが大事になる。そして、またそこに「関係性」を至上のものと捉える「地域アート」批判の芽も胚胎することになるのだ。

一方で、アートイベントの継続を巡るジレンマは、決して作家やアートディレクターといったアーティスト側にのみあるわけではない。現代の地域社会が置かれている状況を鑑みれば、自治体や地域コミュニティにとっても、ご当地アイドルやスポーツイベントに頼るだけでは達成することが困難な目的があるのだ。例えば、地域アイデンティティの確立という課題である。些か乱暴に単純化すれば、現在、日本の地域社会の多くが抱えている最大の課題は人口の継続的な流出である^{vi}。もちろん、人口流出が生じる背景も、解決に向けた政策的ビジョンも地域によって異なる。とはいえ、人口流出を食い止めることが地方自治体の目下最大の課題であることは疑い得ない。商工業を誘致するにせよ、農業振興をするにせよ、コミュニティづくりを促進してソーシャル・キャピタルを高めるにせよ、これらは一義的には当該自治体の人口増加、少なくとも減少速度の低下を目的としている。そしてこれを進めていくにあたって、地域のアイデンティティを確立していくことの必要性が認められるようになってきた。かつてであれば郷土愛、近年ではシビックプライドといった概念で示される、住民の地域への愛着や積極的な参与意識がそれである。

現代を生きる個人には、基本的に自分の住む場所を自分で選ぶ自由があり、その結果が東京一極集中のような極端な都市化を生んでいる。都市部に人口を流出させてしまう地方の側でそれを食い止めようと考えれば、東京に行くより地元に残った方がよい、あるいは帰ってきた方がよいと判断してもらわなければならない。そのために、例えば、首都圏近郊の自治体では子育てや介護への支援を手厚くすることで、UターンやJターン、Iターンを促し、いわゆる「足による投票」による人口流入が目指されるが、こうした対策が大

vi 例えば、代表的なものとして、地方の人口減少を現代日本が抱える最大の問題として提示した増田らの「消滅可能都市」の議論を参照（増田 2014）。

地域活性化に対するアートの役割について

きな効果をあげているとは言い難い。その理由としては、制度自体は他の自治体もすぐに真似することができることや、結局は交通インフラや財政規模の勝負になってしまうこと、機能を求めて移動してきた人々は、また別の機能を求めて移ってってしまう可能性が少なくないといったことが挙げられる。また、山下祐介が批判するように、基本的にこうした「人の取り合い」は、人口規模が拡大している社会においては全体の効用を高めるかもしれないが、人口が減少していく社会にあっては生き残りをかけた弱肉強食の争いになってしまう（山下 2014）。

このように考えると、多くの地方自治体が取べき選択肢／取り得る選択肢は、人々がその土地にとどまると考え、単純な機能的・経済的なメリットとは異なる「何か」を提示することになるだろう。つまり、東京や名古屋、大阪には無いもの、その土地に固有で無二のものを魅力として提示することが必要になるのだ。

だが、この地域や土地の固有性ということを考えると、戦後日本の地域社会の開発は、むしろ全国的に画一化された同じような機能・景観を整備していこうとする、逆向きの政策を展開してきたといつてよい。背景には、国土の「均衡ある発展」を目指した数次にわたる全国総合開発計画の影響もあっただろう。結果的に、三大都市圏という中心に対する周辺に位置付けられた地域社会は、いずれ都市化（「東京化」）していく「未都市」であり、発展の過程で独自の地域社会像を描く必要はなかった。ところが、バブル経済の崩壊を契機として、地方がいずれ「東京」になる可能性がないことが明らかになる。改めて考えてみれば、それは至極当たり前の話であるが、そのことに気づいた時には、人口流出と少子高齢化、中央からの投資の減少、地域コミュニティの衰退、これら全てに伴う財政の縮小といった様々な困難が明らかになってきた。吉見俊哉が指摘するように、平成の30年間を通じて地方自治体は自分たちの土地の独自性を確立することに失敗したし、そうしたものを確立させていく力を蓄えておくこともできなかった（吉見 2019）。

産業的な体力や潜在力という点では、既に自力で再生産していくことが困難な地域社会が、ではどのように人々に選んでもらえる「魅力」を見出すことができるのか。そのまったくオルタナティブな手法がアートへの着目であったと言えるだろう。作家たちは「よそ者」としてその土地に現れ、ミクロで虫瞰図的なアプローチによって、その土地の魅力を再発見していく。それは廃墟や廃校であったり、寂れた団地の一角であったり、人通りの消えた商店街であったり、開発されないままに残された山野であったりする。こうした「消えていった場所」や「消えゆく場所」への作家たちの着目は、確かに、成長や発展がもたらす魅力を探そうとする行政や地域のステークホルダーの目線の中には入ってこないものであった。作家たちが虫の目で「特定の場所」にこだわり続けることで、その土地に暮ら

す人々は、それがもしかしたら以前のような賑わいを取り戻したり、人口のV字回復にはつながらないということがわかっていたとしても、その土地にこだわる理由を再発見することができた。そうした地域コミュニティの変容が、新しい人口の流入につながったケースも生まれてきた。

2-3. 現在の展開

一つの問題は、アートが地域のなかで再発見することのできたこのような魅力が、「短期的」な成果を求める観点からはまったく魅力であるとはみなされなかった点にある。最近の事例としては、2019年3月に「茨城県北芸術祭」の中止が決定された^{vii}。2016年に第1回が開催された同芸術祭は、トリエンナーレ方式で2019年に第2回の開催が決まっていたが、県知事の交代により方針が転換。中止の理由として、芸術祭は「一過性のイベント」であり、「持続的な発展に対し、真に効果的であったか曖昧」であるとした。代わりに重点戦略とされた「県北振興チャレンジプラン」ではものづくりや農林水産業など、伝統的な産業振興のためのイベントとなった。また、大阪府でも「水都大阪2009」というアートイベントが企画されていたが、府知事の交代によりアートの振興ではなく、「灯り」の景観作りと「賑わい」の創出を目的とするイベントに変更されている（吉澤 2011）。

首長の交代によるイベントの中止・変更は、近年の芸術祭が抱えている課題の一つだ。冒頭でも述べたように、日本のアートイベントは国や地方公共団体を大口のスポンサーとしているものが少なくないし、首長交代による方針転換は一つのリスク要因といっても過言ではない。例えば、海外ではアートカウンシルのように、公共機関が直接出資をしないことで、イベントの持続性やアートの自律性を保護する制度的仕組みがあるが、日本の文化政策においてはこうした仕組みは一般的とはいえない（野田 2014、渡辺 2019）。あいちトリエンナーレにおいても、実行委員長を自治体首長が兼ねるといった運営体制が問題視された。

だが、イベントの継続性に対する政治的リスク以上に重要な課題は、「地域アート」が「発展」や「集客」という観点からみたときに魅力的なコンテンツではなくなりつつあるという点にある。前述の田島の研究にあるように、小規模アートイベントはもともと継続性に問題を抱えていたが、例えば、茨城県や大阪府といった相対的に大口のスポンサーを持ち、それなりの集客実績のあったイベントでさえ、「一過性のイベント」に過ぎないと

vii 美術手帖「茨城県北芸術祭が開催中止へ。「真に効果的であったか曖昧」」2019年3月19日（2020/01/28最終確認） <https://bijutsutecho.com/magazine/news/headline/19511>

地域活性化に対するアートの役割について

いう評価をされてしまう。北川フラムは地域に根ざした芸術祭を日本に広めた立役者であるが、彼がディレクションした「中房総国際芸術祭いちほらアートミックス」においては、第2回の会期前にアートディレクターを外れている。朝日新聞によると、第1回に約3億8000万円計上されていた予算が、約3分の1に縮小することを受けて市原市との協議が物別れに終わったためとされるが、その背景には第1回の集客数が市の判断に影響したという^{viii}。こうした傾向は、その土地に移り住みながらフィールドワークを続けている作家たちの創作に影響を与えずにはおかないだろう。

現状を整理すると、私たちが今立っている地点から見える風景は次のようなものである。アートと地域はいずれも20世紀の大半を通じて行なわれてきた自分たちの営みの殻を破ろうとしており、アートの側からは時代を映し出す魅力的な素材や開かれた展示の場を、地域の側からは画一化されてきたこれまでの開発を反省し地域のアイデンティティを求める共存の関係にある。地域社会は経済的・人的なりソースを提供する代わりに、自分たちだけでは見つけることのできない土地や場所への「執着の形」を示してもらえる。作家たちは、そうした創作活動を通じて現代アートの理念を体現する作品を発表する場を持つことができる。ところが、こうした共存関係は、地域の側が「発展」や「成長」といった成功のイメージでアートを捉えるや否や、非効率的な投資であるとみなされる。それに応答しようとするれば、アートの側では「集客」や「経済効果」、あるいは目に見える形でのソーシャル・キャピタルの蓄積などの成果を求めざるをえない。ここにアートの側からの「地域アート」批判が生じ、そして、地域の側もアートを見限りつつある。

以上のように整理すると、2020年代以降の地域とアートの関係に明るい展望を描くことは簡単ではない。それは、アートの側が「地域アート」批判に真摯に答えていこうとすればするほど難しくなるだろう。だが、この状態を放置すれば、私たちはアートを「使う」という選択肢を失ってしまうかもしれない。そして、それを素直に受け入れることができなるとすれば、地域にアートを接続させていく様々な方法が試みられなければならないだろう。地域におけるアートの導入が、すぐに結実するとは限らなくても、また、結実の仕方が「発展」や「成長」というポジティブなイメージを伴わなくても、アートが地域を切り開いていく潜在力については、既に多くの例証が挙げられているのだから。

viii 「(前回開催の2014年で)52日間の期間中の来場者数は、目標の20万人に対して約8万7千人にとどまった。周知不足が指摘されたほか、開催に約3億8千万円を投じたことを疑問視する声が市民や市役所内部からもあがった」(朝日新聞 2016年9月15日(2020/01/28 最終確認))。ちなみに、2020年開催予定の第3回で北川は再びアートディレクターに就任している。

そこで、次節以降では「市川真間あんどん祭り」におけるアーティストワークの導入を例として、アートと地域の関わり方について、その可能性と課題について検討する。なお、以下で詳述するあんどん祭りにおけるアーティストワークの導入は、2017・2018年度の千葉商科大学経済研究所による共同研究プロジェクトとして実施されたことを付言しておく。

3. 事例研究

3-1. 「市川真間あんどん祭り」の概要

市川市は江戸川を挟んで東京に隣接しており、学園都市としての性格も併せ持つことから、東京に通勤する人々の良好な住宅地として認知されている。市川駅の南側にはタワーマンションを始めとする新興の集合住宅が立ち並び、弘法寺のある駅北側は古くからある戸建ての住宅街が広がる。人口もこの数年間は横ばいであり、大幅な減少もない。背景には、市川が東京都心部を通勤圏とする人々のベッドタウンとしての性格を持っていることにあり、子育て世代の新規流入を期待できる立地であることが挙げられる。とはいえ、流入した人々が必ずしも長期的な定住を志向しているとは限らない^{ix}。また、定住志向があるからといってそうした人々の移動が市内に限定されるわけでもない。職住分離のライフスタイルを選択する人々にとって、公共交通を含む移動のインフラが整備された地域では、日常的に頻繁な移動が見られる。一方で、長年東京へ通勤していたサラリーマン層の定年退職が進んでいけば、人々の移動の頻度や容態も変化することになる。住居は持ちつつも地域への関わりが薄かった層の地域社会への参加や、いつまでいるか定かではないが、現在住んでいる以上、子育てや介護を通じて地域との関わりに一定のニーズを持つ子育て世代、そして、これまでもこれからも基本的には市川市に住み続ける人々。異なる動機と経緯、未来の展望を持ちながらも、これらの人々には地域社会を意識する積極的な動機が認められる。「市川真間あんどん祭り」は、そうした動機の複合的な現れとして立ち上がり、発展してきたイベントであるといえる。

あんどん祭りは、毎年7月下旬に日蓮宗の真間山弘法寺の境内・参道に手作りのあんどんを飾るイベントで、2019年に第5回を数えた。イベントは、2015年度に市川市まち並

ix 共同研究の一環として行われた市川市の市民意識調査では、子育て世代である30代に、居住年数が10年未満と短く、また賃貸住宅に居住する傾向が見られる。詳細は第4章の3節を確認されたい。

地域活性化に対するアートの役割について

み景観整備課と地元商店街が、商店街の活性化と地域の景観整備を融合させた企画を立ち上げていくなかで生まれ、さらに企画の具体的な立案・運営の主体として千葉商科大学人間社会学部が参加することでスタートした。初期の問題意識は、商店街の衰退にどう対処していくか、というものであり、夜の酒食には来客があるが域外からの利用者が多く、昼の時間帯に閑散としてしまうことや、買い物客が高齢化していること、週末に郊外の大規模店でまとめ買いする買い物スタイルへの対応などが挙げられていた^x。加えて、弘法寺からもお寺を地域の中心として人々が集う場所へとしていきたいという希望があり、また、同じ市内にある別の寺院で、あんどんライトアップの先事例があったことも企画実現のイメージを高めたという。市川市役所からはまち並み景観整備課が市内の新たな灯りの景観作りを企図しており、こちらの思惑とも合致した。

もともと弘法寺の真下にある手兎奈霊堂では、毎年「市川ほおずき市」という祭りが開催されており、そこでは灯籠流しが恒例の行事となっていた。あんどんを飾るというアイデアは、ほおずき市の灯籠流しに重なるものでもあり、開催日もほおずき市と同日程とすることで、集客の相乗効果を狙っている。当初は、非公式に開催日程を合わせていたが、2019年からはほおずき市を主催する市川商工会議所との公式の連携が行われるようになった。

あんどん祭りの開催は、商店街関係者と千葉商科大学人間社会学部が中心になって実行委員会を作り、月に一度の定例会を開催して進めていくが、実質的な企画と運営は、人間社会学部に所属するゼミの教員と学生によって行なわれている。第1回以来共通していることは、飾られるあんどんは地元の小学生が作成したものであること、当日には弘法寺境内にステージを設置してバンドの演奏やダンスなどが披露されること、商店街の飲食店を中心に境内に屋台が出店することである。

あんどん祭りはこの5年間で徐々に地域の恒例イベントとして認知されてきた。初年度には約500人ほどであった来場者数は年を追うごとに増加しており、2017年度からはより正確な来場者数を計測する仕組みを導入し、2018年度には約2700名、2019年度には約4300名の来場者数を記録している^{xi}。2018年には「第12回市川市景観賞」を受賞、2019年からはほおずき市と公式の連携が始まり、今後も来場者数の増加が見込まれている。

x 以上の経緯はあんどん祭りに立ち上げから関わった千葉商科大学人間社会学部・斎藤紀子准教授へのインタビューによる。2018年4月9日実施。

xi 来場者数の推計については、青山学院大学情報センターの榎屋洋亮助教の協力のもと、スマートフォンのBluetooth信号を用いた計測システムを導入した。詳細については、第4章4節を参照。

3-2. あんどん祭りにおけるアーティストワークの導入

あんどんを制作して展示するとはいえ、第3回までのあんどん祭りは、基本的には地元の子どもが作ったあんどんを飾り、ライブステージや屋台を楽しむアートとは無関係のイベントだった。転機となったのは、2017年の第3回で、記録映像を制作するために千葉商科大学政策情報学部でアート、デザインを専攻するゼミが参加、そのつながりから弘法寺でプロジェクションマッピングのイベントを開催する話が持ち上がった。2018年4月に、弘法寺の祖師堂プロジェクションマッピングが開催されると、同年夏の第4回あんどん祭りでもプロジェクションマッピングをプログラムに組み込むことが提案・了承され、併せて子どもたちが作るあんどんだけでなく、アーティストが制作するあんどんを作って展示してはどうか、というアイデアが委員会に諮られた。

アーティストあんどんの企画は、千葉商科大学経済研究所の共同研究プロジェクトの一貫であり、あんどん祭り実行委員会から自発的に生まれた企画ではない。企画提案当初は、どんなアーティストが、どのような展示を行うのかも決まっておらず、これまで現代アートに触れたことのない委員のなかには戸惑いを表明するものもあった。アーティストは美大生を含む若手アーティストを対象として公募を行ったが、公募への応募者はおらず別の経緯からこの企画に関心を示していた茨城県ひたちなか市在住のアーティスト白田那智に依頼することとした。白田には、イベントの来歴や性格、子どもたちがあんどんを自作することなどを説明し、展示の企画を練ってもらった。この時の白田の作品は、4m×6mの巨大な和紙の上に、子どもたちが箒やモップ、ブラシ、スポンジといった道具や、あるいは手や足、身体をつかって自由に絵の具を広げていき、そこから模様を切り出して多数のあんどんを制作するというものだった(図1)。アーティストワークショップは子どもたちが境内・参道に展示するあんどんの作成日に同時に開催され、多数の参加者を得た。



図1 アーティストあんどんの制作風景(2018)

最終的に制作されたおよそ100個のあんどんは、あんどん祭り当日に弘法寺月見の広場にまとめて展示された。

アーティストあんどんの展示については、あんどん祭り終了後も別の機会を設けることが企画されており、白田の作品については2018年11月に市川市内の木内ギャラリーにて、白田の個展形式

地域活性化に対するアートの役割について

で行われた。あんどん祭りの参加者には事前に個展の告知はしていたが、当日の来場者にイベント参加者はほとんどいなかった。

アーティストあんどんは実行委員には概ね好評とあってよく、当日の来場者にも、子どもたちが作ったものとは明らかに異なるあんどんが並べられていたことへの好意的な感想が聞かれた。また、子どもたちが参加できるワークショップ形式として実施されたことで、あんどん祭り全体の従来の進行スケジュールのなかに位置付けられたことも、アーティスト企画の負担感を減らした。そこで、次年度もアーティスト企画を継続することが決まり、2018年度後半には次年度のアーティストの選定が始まった。この時点で共同研究プロジェクトは終了していたが、メンバーが実行委員となることで、アーティストあんどん企画の具体的な運営体制は引き継がれることになった。

2019年度のアンドん祭りでは、千葉商科大学出身の若手アーティストである藤代玲にあんどんの制作を依頼した。藤代の作品は高さ3mほどの巨大あんどんを制作するというもので、単管パイプを組み合わせて作ったあんどんの枠に、透明なカラーセロファンに子どもたちが絵付けしたものを張り合わせるというものだった(図2)。昨年度同様、カラーセロファンへの絵付けは子どもたちのあんどん制作と同時開催で行われ、当日は巨大あんどんをスクリーンとしたプロジェクションマッピングも実施された。2019年度は、あんどん祭り参加者に向けた記録映像の上映会時に再び巨大あんどんの展示を行い、自作のあんどんの引き取りに合わせて子どもたちも参加して制作したアーティスト作品に触れる機会を提供している。

どのようなあんどんを制作するかについて、実行委員会からアーティスト側に具体的な依頼は行わなかったが、両年ともに子どもたちが制作に参加するワークショップの形式が採用されている。これには、あんどん制作の中心が子どもであることが強く影響しているが、例えば、白田は「みんなで作る、作れることの凄さや楽しさを感じて欲しい」という作品のコンセプトを語っている。実際、白田の作品の核は、子どもたちが和紙と絵の具との関わりのなかで、一見するとあんどんを作っているようにはとても見えない仕方と絵の具を広げていった「過程」にあり、そこから切り出されたあんどんは、確かに作品の一部ではある



図2 アーティストあんどんの展示風景 (2019)

が全てではない。あんどん祭りに参加する子ども、大学生、そして臼田自身をつなげる仕組みと場の創出を企図している点において、臼田の作品はある意味では典型的な「地域アート」の特徴を備えていると言える。

3-3. あんどん祭りにおけるアート

ここで臼田らの作品を美的観点から論じることは本稿の目的ではないし、それは筆者の力を超えている。したがって、論じるべきは、2018年と2019年のあんどん祭りにおいて展示された作品の質についてではなく、アーティストワークを導入したことが、あんどん祭りというイベントの運営体制や、イベントの性質に与えた影響であり、あんどん祭りという事例においてアートがどのように使われたのか、という点である。

まず指摘すべきこととして、この2年間については、アーティストワークが極めて低予算で実現できたことが大きい。アーティストあんどんにかかった経費は、あんどん祭りの予算とは異なる部署から支出されていたが、たとえ実行委員会の予算として形状されたとしても十分に対応できる程度だった。臼田と藤代は若手のアーティストであり、今回の作品制作については自分の制作・発表の場を獲得できることにメリットを感じていたように思われる^{xii}。もちろん、この点についてはアーティストの「やりがい搾取」に陥ってしまうリスクと表裏一体であることを直ちに付言しておく必要がある。芸術祭やアートイベントに関わる人々は、作家であれスタッフであれ、多くのケースで極めて厳しい「労働条件」のもとでの活動を余儀なくされている（吉澤 2011）。彼／彼女らに対する低賃金・低報酬は、時に「好きなことをやっている」ことを根拠に正当化されてしまうが、こうした活動に対する「やりがい搾取」は、当然のことながら社会における芸術活動全般の停滞につながるし、だからこそ「売れる」「儲かる」作品や企画が志向されるという問題にもつながっていく。アートやそれに付随する活動の適正な対価を定めるのは確かに難しい^{xiii}。そして、その難しさがアーティスト側の低賃金や過重労働として固定化されてしまう現状を改善し

xii もちろん、作家との間で出展にあたっての報酬についての交渉は行われたが、金額は制作にかかる実費（材料費・交通費など）を除いて10万円を超えることはなく、ワークショップと開催当日の活動費を込みで考えると、決して高額な報酬とは言えないだろう。

xiii 実際、2019年度のアーティストワークの報酬を巡っては、それをワークショップや当日の作品の設営等の「労働」への対価と捉えるべきなのか、それとも一連の活動を「作品」として購入したと捉えるべきなのかを巡って議論が生じた。こうした議論は不要の印象をもたらすものだが、例えば、大学のような組織がスポンサーとなる場合、労働の対価なのか作品の購入費であるのかによって、どの部門の予算を使うべきかが変わってくる。現代アート、とりわけワークショップのような形式で行われる「作品」に対する報酬のあり方については、今後の研究課題の一つである。

地域活性化に対するアートの役割について

ていく必要性は認識しなければならない。

とはいえ、若手のアーティストの側にも活動の場を求めて「地域アート」を必要としている実情がある。こうしたニーズにあんどん祭りのような街づくりのイベントが、低予算を一つの条件として場や企画を提供した場合、重要になってくるのはイベントそのものの継続性をもたらす待遇の変化をどのように制度化していくか、という点になるだろう。

前節で述べたように、小規模アートイベントの平均継続年数は約2.6年と極めて短く、第3回開催の声を聞かないことの方が一般的だ。こうした継続性の限られたイベントに対しては、作家側も1回の展示で何が得られるかを考えざるを得ない。これは必ずしも制作費や報酬といった金銭面における話ではなく、例えば、地域やイベントの文脈を無視した自己表現、作品のインパクト重視といった創作態度にまで及ぶ。逆に、イベントが継続性を持つものであれば、アーティストも年々の待遇の改善を期待することができる。例えば、あんどん祭りの場合、2018年と2019年での違いの一つは、京成国府台駅・市川真間駅への作品の展示にある。作品は、千葉商科大学の学生が作成したものだが、展示・監修に藤代が関わった。駅での展示は、最寄駅を利用する人々にあんどん祭りの存在を告知する目的で行われるものだが、これが可能になったのは2019年度より両駅の駅長が実行委員に参加したため、アイデア自体は過年度にも出ていたものの、展示の依頼・交渉にかかる手間から実現していなかった。京成電鉄が実行委員会に参加したのは、あんどん祭りが2015年以来、地元のイベントとして認知されてきたからで、そのことが、告知場所として最適なスペースへの作品の展示につながった。

あんどん祭りは、最初からアートイベントとして実施しているものではないので、イベントの継続性を短命に終わった小規模アートイベントと直接比べることはできない。しかし、街づくりのイベントとして、アートとは無関係に始まったイベントが、回を重ねていくなかでアートのイベントとしても見るることができるものへと変化していけば、それは、今後のアートイベントのありように一石を投じることができるかもしれない。そして、このようにイベントの性格が変化していくことは、アートを「使う」側であるイベント主催者側にも大きな利点がある。

2018年のあんどん祭りの反省会において、場所を提供している弘法寺から次のような改善点が提起された。寺では当日もいつも通りの寺務が行われているのだが、ステージイベントにおけるバンド演奏やダンスのバックミュージックが大きすぎて仕事に支障をきたすという意見があったという。加えて、この問題は単に音量を絞ればよいということではなく、なんらかの形で人々が「静かに」楽しめる時間やイベントのありようを考えてもらえないかということであった。

あんどん祭りのメインイベントはなんといっても子どもたちが作ったあんどんに灯を入れる点灯式だが、その瞬間は一瞬で終わってしまうものであり、また、季節柄暗くならないとできないので、どうしてもイベントの後半30分程度に限られてしまう。もともとの目的に商店街の振興、商店の認知、ビジネスチャンスの提供といった点があったため、イベントがわずか30分で終わってしまう点灯式だけでは意味がない。そこで、暗くなるまでの間、来場者が楽しめるようなステージ企画が立ち上がったのだが、バンド演奏やダンス・パフォーマンスといったコンテンツは、あんどんを灯すことやそれがお寺で行われること、門前町の商店街が企画しているイベントであることなどと直接的・有機的なつながりを持っているわけではない。たしかに、地元のバンドが演奏し、小学生や大学生のダンスがあることで祭りの楽しみには寄与するが、あんどん祭りにとって「エンターテイメントの提供」が、どこまで主目的であり得るかを考えると、ステージ企画が今後も継続するとしても、それがイベントの理念的な中心であり続けてよいのかは議論が分かれるところだ。

新興の地域イベントが、そのイベントの核となる理念について常にある種の不安を抱えていることは、郊外ニュータウンにおける様々な事例でも指摘されている（権 2012）。祭りには「楽しさ」がある。一方で、伝統的な祭りの多くは、なんらかの形で神事や祭礼と結びつくことで、楽しみの提供以外の目的を持っていたし、そうした儀礼の存在が祭りを単なるエンターテイメントではなく、人々の土地や世界の理解に結びつけていた。それゆえ、伝統的な時間の蓄積のない新興住宅地においては、祭りのエンターテイメント的側面が必然的に強調されてしまうのだが、様々なコンテンツが流通する現代において、こうした祭りの手作りの「楽しさ」は十分に消費者の欲望を満足させるものとはいえない。乱暴な言葉を使えば、宗教的ないし文化習俗的な儀礼を欠いた祭りで展開されがちなのは「クオリティの低いエンターテイメント」であり、そうしたものを労力やお金をかけて提供し続けることの意義が常に問われてしまうのだ^{xiv}。

それでもこうした祭り・イベントが全国で行われているのは、地域の人々が地域社会の連帯や町に対する愛着、そこに住まう人々同士の交流に意味を見出しているからである。にも関わらず、人々をつなげる接着剤として、エンターテイメント的出し物以外の選択肢

xiv あんどん祭りの場合、企画・運営の中心である千葉商科大学にとっては、学生の教育という目的がイベントの継続性に大きな影響を与えていることが見逃せない。大学側はそこで実施されるイベントの質がたとえ低くとも、それを経験のない学生が一から企画・運営していくことの教育効果を優先するからだ。一方で、参加する学生は長くて2年で入れ替わってしまうため、大学側にイベントのクオティー・コントロールを全て任せてしまうと、ある程度の蓄積はできても、継続的にイベントの質を高めていくことには構造的なハードルが生じるだろう。

が出てこないのはなぜか。この点を地域新興を目指したイベントを企画する側は考えていく必要がある。

現段階でアートがその解決策であると断言することはできない。だが、少なくとも作家の側には、自分たちの創作意欲や表現する力をその土地やそこに住まう人々に内在し、まわりついているコンテキストの上で形にしたいという欲求を持つものがおり、その意欲を、アートを目的としないイベントに取り入れていくことに可能性を見出すことはできる。その意味で、地域新興のイベントにおいて求められているものが、見るものを楽しませ、驚かせるようなエンターテインメント性だけではないということは明記されるべきかもしれない。

4. むすび

過去2年間のあんどん祭りにおいて導入されたアーティストワークを、あんどん祭りというイベントの性格を大きく変化させたと評価することは難しい。一つには、いずれの作品においても、子どもの創作を中心に据える代わりに、土地や地域社会に対する理解を深めたり、無意識のうちになされる関わりを暴くような契機が見出されたわけではないからだ。参加した人々はワークショップを楽しみ、当日、来場した人々は子どもたちの作ったあんどんと共にアーティストあんどんの鑑賞も楽しんだ。つまり、あんどん祭りにおいてアート作品とアーティストの果たした功績は、一つのエンターテインメントの提供であったと言える。

一方で、新しい形のエンターテインメントが提供され得たことを過小評価すべきでもない。何よりも大事なことは、それまでアートを「使う」ことが想定されていなかったイベントに、アートの位置する場を獲得できたことである。今回のイベントにおいて、作品がエンターテインメントとして提供されたという結果は、アーティストの資質に還元されるべきことではない。また、実行委員会の立場からしても、アーティストあんどんは、共同研究プロジェクトの一環として提案されたもので、ある意味では外部から突然降ってきた「場違い」な企画だったのだ。それでも2年間の継続を経ることで、アーティストあんどんがイベントの一角を占めるようになれば、これからは実行委員会のなかでアーティストワークの位置付けについて議論をしていくことが可能になる。あんどん祭りが目指す賑わいや景観の創出とアーティストあんどんという企画の関係をどのようなものとするか、今後は実行委員会の定例会にアーティストを招くなどの試みも求められるだろう。

アートそのものを集客メディアとして利用しようとするれば、そこには予算という大きな

壁が立ちほだかる。アートを目当てに人を呼ぶためには、そもそも人々が知っているような有名なアーティストに依頼をしなければならぬからだ。それは、予算に制約のある小規模イベントでは現実的ではない。ましてや、あんどん祭りのようにアート展示を目的としていないイベントであれば尚更だ。だが、それは単年で見た場合の話であり、また集めたい人々が広範なエリアに広がっている場合の話でもある。

一口に集客といっても、その目的はイベントによって様々だ。例えば、成功事例とされる「大地の芸術祭」や「瀬戸内国際芸術祭」は、過疎地域となりつつある越後妻有や瀬戸内海の小島といった場所に、日本全国あるいは海外からも人を呼び集めることが目的となっている。また、都市型芸術祭の「横浜トリエンナーレ」では、横浜がもともと観光地として集客能力のある土地であったことがその成功に大きく影響している。これに対して、あんどん祭りにおける集客の意味合いは、地域の人々、それも普段商店街を利用したり、日常生活のなかでお寺に集うことができるエリアに暮らす人々が対象となっており、極端な話をすれば、あんどん祭りは数十万人を超える集客を初めから想定していない。そうなると、集客メディアとしてのアートの意味合いや位置付けも異なってくる。そこでは、誰もが知っている有名アーティストの作品が1年だけ展示されるよりも、無名でも年をまたいであんどん祭りに関わり続けてくれるような作家の存在が求められている。

小規模アートイベントが短い継続年数しか持てない理由は様々だろう。集客ができていても運営体制がうまくいかず空中分解してしまうこともあるだろう。だが、吉澤や田島らの先行研究が示唆していることの一つは、集客がうまくいくにせよ、イベント実施に投入される運営側の膨大な労働コストが根本的な問題であるということだ。予算が潤沢にあれば、人に任せることのできる仕事も、限られた予算のなかでは結局のところ運営側の余暇を削ることで対応するしかない。だからこそ予算の獲得は至上命題であり、予算に直結する集客も至上命題化していく。そして、ここに集客を前景化とする作品や作家のありように対する批判も生まれるのだ。

あんどん祭りのようなイベントでは、小規模アートイベントが抱えている以上のような問題を小さくすることができる。つまり、ここではイベントの目的がアートの展示ではない、ということが、ローカルな文脈を作品づくりに必要とする作家にとっての利点として機能する可能性があるのだ。当然、アートを目的とするイベントではないということが、障壁となる事態も十分に考えることはできる。例えば、現代アートは必ずしも明るく、楽しい、ポジティブなイメージだけを提供するものではなく、そこには衰退や崩壊、死といったネガティブなイメージが提示されることもある。こうした企画が提示されたとき、エンターテインメント性が求められるようなイベントの運営側が果たしてそれを許容してくれる

地域活性化に対するアートの役割について

のか、というのは予想される課題ではある。とはいえ、あんどん祭りがそうであるように、こうしたイベントを主催する人々もまたプロのイベンターであるわけではない。商店街、市役所、大学、弘法寺、PTA、京成電鉄といった実行委員会を構成するメンバーは、このイベントにそれぞれ独自の目的を持って臨んでいる。全体として一つのイベントを実施する以上、意志の統一を図っていくことは必要になるが、目的を一つに限定する必要はないのだ。その意味で、アートというこれまでとは異質な目的をもってイベントに関わる余地が生まれたことは、あんどん祭りという地域活性化の試みを、単なる賑わいや景観の創出以上のものに変化させていく可能性を秘めたと言える。

最後に、今後の課題と展望を簡潔にまとめたい。本稿は、あんどん祭りという一つの事例における分析・考察が中心となったが、以上まで展開してきた議論は、もちろん、他事例との比較を通じて検討されなければならない。筆者は、アート展示を主目的としないイベントにおけるアート利用の可能性を一つの結論として提示したわけだから、同様の事例を探して比較していくことが必要になる。加えて、あんどん祭りの今後の展開についても継続的に観察していく必要があるだろう。先述したように、2020年度開催にあたっては、実行委員会の定例会にアーティストが参加することをひとつの契機として、イベントにおけるアートの位置付けについての議論が起こるかに注目したい。

本稿において十分に接近することができなかつた内容としては、あんどん祭り参加者・来場者におけるアーティストあんどんの受け止められ方と、アーティスト側への詳細なヒヤリングがある。前者については、調査方法等を検討した上で、定量・定性両側面からアプローチを検討する必要がある。後者については、白田・藤代への追加のヒヤリングを行った上で、それを参考に地域系のアートを志向する若手の作家へと調査対象を拡大させることが求められる。

加えて、こうして集められた事例から導かれる知見を、社会学的ないし政策論的な観点での理論化へ接合していくことも課題であろう。地域おこしの成果は、時に象徴的なリーダーの存在に還元されがちだ。だが、イベントの成否や持続性が、それを率いる人物の個性や資質に還元されてしまうのでは、再現の条件を探っていくことは難しくなってしまう。成功に向けた唯一の公式を導くまでは望めないまでも、なんらかの形で集積された経験を一般化していく試みは必要だろう。以上の点を今後の課題として本稿の結びとしたい。

参考文献

藤田直哉 2016 『地域アート 美学／制度／日本』堀之内出版

M. ガブリエル、M. ハート、P. メイソン、斎藤幸平 2019 『資本主義の終わりか、人間の終焉か？ 未来への大分岐』 集英社

権永詞 2012 『再帰的近代における生の様式 「自立の強制」の批判的検討を通じて』 慶應義塾大学博士論文

井上俊 1992 「芸術社会学の形成」『悪夢の選択 文明の社会学』 筑摩書房

北田暁大・神野真吾 2016 『社会の芸術／芸術という社会 社会とアートの関係、その再創造に向けて』 フィルムアート社

北川フラム 2015 『ひらく美術 地域と人間のつながりを取り戻す』 筑摩書房

國分功一郎 2015 『暇と退屈の倫理学 増補新版』 太田出版

増田寛也 2014 『地方消滅 東京一極集中が招く人口急減』 中央公論社

岡本有佳・アライ・ヒロユキ 2019 『あいちトリエンナーレ「展示中止」事件 表現の不自由と日本』 岩波書店

田島悠史 2014 『小規模地域アートイベントの有用性と持続性に関する研究 みなとメディアミュージアムを事例として』 慶應義塾大学博士論文

山下祐介 2014 『地方消滅の罨 「増田レポート」と人口減少社会の正体』 筑摩書房

吉見俊哉 2019 『平成時代』 岩波書店

吉澤弥生 2011 『芸術は社会を変えるか？ 文化生産の社会学からの接近』 青弓社

鷺田清一 2016 『素手のふるまい アートがさぐる〈未知の社会性〉』 朝日新聞出版社

渡辺靖 2015 『〈文化〉を捉え直す カルチュラル・セキュリティの発想』 岩波書店