

## アートプロジェクトによる風景認識の変化とまちづくりへの参加意欲に関する事例研究

### A Case Study on Changing Landscape Recognition and Citizen Participation through the Art Project

上田 裕文\* 高橋 友香\*\*

Hirofumi UEDA Tomoka TAKAHASHI

**Abstract:** This case study examined (1) how an art project can change citizens' perception of the local landscape and (2) how it can promote citizen participations. In Suttsu city which is famous for windy area, the windmill art project was held with inhabitants. Using mail-back questionnaire (n = 138), inhabitants' landscape recognition and their willing to participate in this activity were examined. The result comparing the art event participants and non-participant observers showed their different landscape recognition. However, their individual evaluations of the landscape with windmills showed a great variation that were connected with their appreciation for the art project and with motivation to participate in community activities. The research findings suggest the potentiality of art projects, which can be enhanced through discussions with a wide range of people from the planning stage.

**Keywords:** *landscape recognition, art project, citizen participation, Hokkaido, Suttsu*

**キーワード:** 風景認識, アートプロジェクト, 住民参加, 北海道, 寿都町

#### 1. はじめに

近年、瀬戸内国際芸術祭に代表される、国際芸術祭やアートプロジェクトなどを用いた地域振興の取り組みが全国各地で盛んに行われている。芸術祭による集客や経済効果だけでなく、住民や地域内外のボランティア間のできる強いつながりや、コミュニティの活性化もまた地域振興のひとつのあり方として注目されている。さらに、その土地や人と強く結びついた作品には、地域固有の自然や歴史、文化が組み込まれることから、地域の潜在的価値の再発見や誇りの醸成につながるといった側面も地域振興に含まれると考えられている<sup>1)</sup>。

一方で地域社会には、人口減少に伴う過疎化や高齢化といった様々な問題が山積している。こうした疲弊する地域の問題解決を目的として、アートプロジェクトがもたらす地域活性化や地域再生の効果に期待を寄せる取り組みも少なくない。しかし、そうした効果はすぐに目に見えて現れるものではなく、その公益性の評価方法も定まっていない。実際には、住民参加を促す、まちづくりのツールとしてアートが用いられることも多い。パットナムは、「芸術は因習的な社会障壁を乗り越える上で有益である」というアートの特性を指摘している<sup>2)</sup>。日常生活の中では接することのないあらゆる立場の人が、時間と空間を共有するきっかけを与えられることで新たな関係性を生み出すのである。さらに、アート作品が環境を視覚的に変化させる場合には、アートはその活動に関わった人々の環境の見方を変えるだけでなく、風景を通じたコミュニケーションによって、地域全体の様々な人々に影響を与えると考えられる。本研究では、まちづくりにアートを組み込むことで生じる、風景の印象変化とともに、まちづくりへの参加のしやすさに与える影響に焦点を当てる。

地域のアートプロジェクトを風景論の視点からとらえた先行研究としては、展示された作品やツアーリストのまなざしの特徴を論じた西田の研究<sup>3)</sup>や、風景づくりによる市民のコミュニケーションを分析・評価した下村らの事例研究などがある<sup>4)</sup>。このように、ア

ート作品の刺激が、人々の空間の認識に変化を与える点や、風景づくりに関わる人々のコミュニケーションを生み、価値の共有やコミュニティの活性につながる点は先行研究にて論じられてきた。しかし、それらを風景論的な視点から定量的に検証しようとした研究は見られない。例えば、花村らは病院の吹き抜け空間を用いたアートインスタレーションによって、人々の環境へのまなざしに変化する様子を定量的な調査で明らかにしている<sup>5)</sup>。屋内環境にむける意識の異なるグループ間で、アートインスタレーションによる空間の印象変化と情緒的評価の構造の違いを、SD法と因子分析を用いて比較している。こうした研究手法は、地域スケールのアートプロジェクトにも応用可能であると考えられる。また、地域スケールでの、アートプロジェクトの住民評価を定量化した研究としては、勝村らの研究がある<sup>6)</sup>。知名度の高い、大地の芸術祭妻有トリエンナーレにおいても、半数以上の住民は地域の具体的変化を認識しておらず、参加の度合いによって評価が異なる様子が、住民アンケートで明らかにされている。農村運営の一環として住民が協力するアートプロジェクトでは、高齢男性が主な担い手となり、女性よりも参加度や作品理解度、新たな知人獲得度などで高い結果が示されている点は興味深い。親子などの若い世代を対象とした参加型アートによるアートプロジェクトの場合は、異なる結果が予想される。こうした先行研究の知見に基づき、本研究では、アートプロジェクトの事例研究を通して、(1)アートをまちづくりとして取り入れることで、風景変化がどのように認識されるかを明らかにするとともに、(2)風景変化が新たなまちづくりへの参加意欲に与える影響について考察することを目的とした。

#### 2. 調査対象と方法

##### (1) 調査・検証方法

北海道寿都町で町中に1,000個のかざぐるま(以下、風車と表記する)が回る風景をつくるアートプロジェクトを企画し、その効果検証としてアンケート調査を行った。

\*札幌市立大学デザイン学部 \*\* (株) 札幌社



図-1 丘への風車設置の様子



図-2 設置場所から見た国道



図-3 玄関先に飾られた風車

表-1 個人属性

	参加者	鑑賞者	合計
性別			
男	6	46	52
女	14	90	104
無回答	0	2	2
年齢			
10代	2	1	3
20代	0	5	5
30代	3	10	13
40代	1	20	21
50代	5	18	23
60代	6	31	37
70代	2	23	25
80代	1	8	9
無回答	0	2	2
合計(人)	20	118	138

寿都町は積丹半島の南、日本海に面した地域である。全国でも有数の強風が吹く町として知られ、地方自治体としては全国で初めての風力発電施設を建設した町でもある。「風のふるさと寿都町」という町の愛称からも、風は町を特徴づける重要な要素となっていることが分かる。かつては有数のニシン場、北前船の航路として栄え、最盛期には人口2万人と大変な賑わいを見せた。現在の人口は約3,200人で、過疎化の問題を抱えている。

これまで、筆者を中心とした研究グループでは、海を活かした磯遊びのイベントや、鉄道跡を活かしたウォーキングツアーをはじめとする様々な地域づくりの取り組みを寿都町で行ってきた。4年間に渡る活動の中で、固定化されてきた特定の参加メンバーから、より多くの住民に地域づくり活動を認知・理解してもらい、様々な活動への参加者を増やしていきたいという願いから、風を活かしたアートプロジェクトを企画した。本プロジェクトの目的は、「風のふるさと寿都町」に風を視覚化する風車を町民と共に制作し、町の中に設置することで、いつもの風景に新しい気付きを与え、まちづくりへの参加意欲を高めることである。

アートプロジェクトではまず、2013年8月24日(土)に寿都中学校体育館を会場に風車を作成するアートイベントを行った。学生が予め考案し、作成した風車キットを用いて、総勢22名の参加者と5名の学生スタッフで風車を約300個制作した。そして、イベント参加者の意見で、会場近くにある国道沿いの小高い丘の上に作成した風車を設置した(図-1、図-2)。国道は、町の中心部を貫く唯一の幹線道路であるため、外出するほとんどの住民が風車を目にすることができると思われた。

続いて翌8月25日(日)から2週間に渡って、町内の主要な3カ所の施設で風車キット約700個の無料配布を行った。町内で風車が回る風景を見た人たちが、誰でも自由にアートプロジェクトに参加でき、各自で作成した風車を身近な場所に設置することで、風車の風景が町中に広がっていくことを意図した。この取り組みは、地元の新聞でも取り上げられたため、1週間あまりで配布の風車キットはなくなり、各家庭の玄関先や庭などに一本または数本ずつの風車が飾られた(図-3)。また、当初風車を設置した国道沿いの丘では公共施設の建設工事が始まったため、最初に並べられた約300個の風車は10月から除雪が始まる11月末まで、町の商店街や国道沿いの花壇に、花のように並べられた。こうして、人々は、様々な場所で風車が飾られた様子を、各自の生活の中で部分的に目にしたと考えられる。

## (2) アンケート調査

アートプロジェクト後のアンケートでは、寿都町本町約1,000世帯を対象にランダムで500世帯を抽出し、返信封筒と共にポストイン配布した。アンケートの回答は郵送によって回収した。

アンケートの質問項目は、回答者の「個人属性」、「風景認識の変化」、「まちづくりへの参加意欲」の3種類の質問から構成されている。「個人属性」については、性別、年齢の他、実際に風車を目にしたか否かと、イベント参加や無料配布キットの利用によるアートプロジェクトへの参加者か、町の中で風車の風景を見た鑑賞者か別の別を尋ねた。これは、先行研究の知見に基づいて、アート

プロジェクトへの参加者と鑑賞者の間で、風景認識や今後のまちづくりへの参加意欲に違いがあると予想されたからである。

「風景認識の変化」については、実際に風車を目にした人に対して、風車による町の風景の印象変化があったかを「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」「どちらとも言えない」「どちらかと言えばそう思わない」「そう思わない」の5段階評価で回答を求めた。また、上記の印象変化の回答を踏まえて、寿都の町の風景の印象をSD法を用いて尋ねた。つまり、各回答者は、自分が目にした風車の風景(国道沿いの丘や商店街、各家庭の玄関先や庭など、様々な場所で風車が飾られた異なる風景)を想起しながら、風車によって変化した町の風景、もしくは、風車が並んでも変わらない町の風景の印象について回答したことになる。用いた情緒的語句は、「活気がある/さびしい」「親しみやすい/親しみのない」「明るい/暗い」「開放感のある/閉鎖的な」「個性的な/平凡な」「潤いのある/潤いのない」「落ち着き感のある/落ち着き感のない」「温かい/冷たい」「爽やかな/鬱陶しい」「美しい/醜い」の10項目で、5段階評価で回答を求めた。

「まちづくりへの参加意欲」に関連した質問項目は、風車アートによって寿都町の魅力が伝わるか、地域の価値が再発見できたかについて5段階評価で尋ねた。続いて、風車アートの今後の継続について、回答者自身の参加意欲と、イベントに期待する内容をそれぞれ選択式で尋ねた。最後に、自由記述欄を設け、アートプロジェクトに関して改善すべき点や今後の希望に関して自由に回答してもらった。

## 3. 結果

アンケートの回答数は145であったが、その内の有効回答138を分析対象とした。

### (1) 個人属性

回答者の中で、アートプロジェクトへの参加者は20名であった。そのうちイベントに参加した人が5名、無料配布の風車キットを各自で作成した人が16名であった<sup>7)</sup>。風車は作っていないが、町の中で風車が回っている風景を見た鑑賞者は118名であった。参加者と鑑賞者のグループはともに幅広い年代で構成されており、性別に関しては女性の方が多かった(表-1)。

### (2) 風景認識

風車による風景認識に関しては、参加者と鑑賞者のグループ間で、印象変化に違いは見られたものの、町の風景の情緒的評価には差が見られなかった。アートプロジェクト参加者では、町の風景の印象が変わったと感じている人が75%を占めており、鑑賞者の52%よりも高い割合を示した<sup>8)</sup>(図-4)。参加者の方が、鑑賞者よりも、風車によって町の風景が変化したと感じており、実際に風車を作成することで、風景の見方が変わった可能性を示唆している。町の風景の印象が具体的にどのように認識されているの

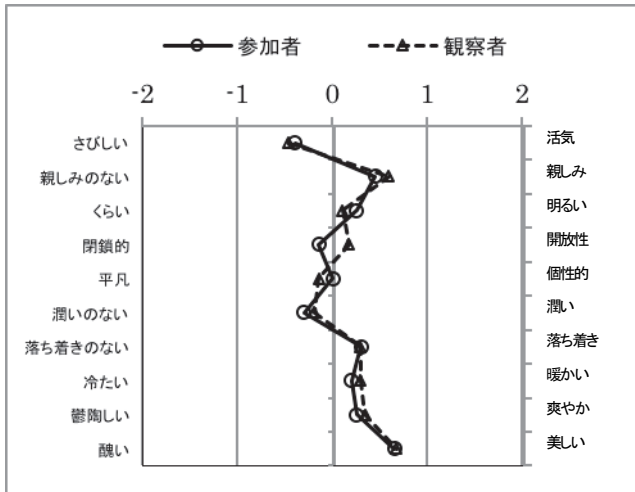


図-5 参加者と鑑賞者の情緒的評価結果

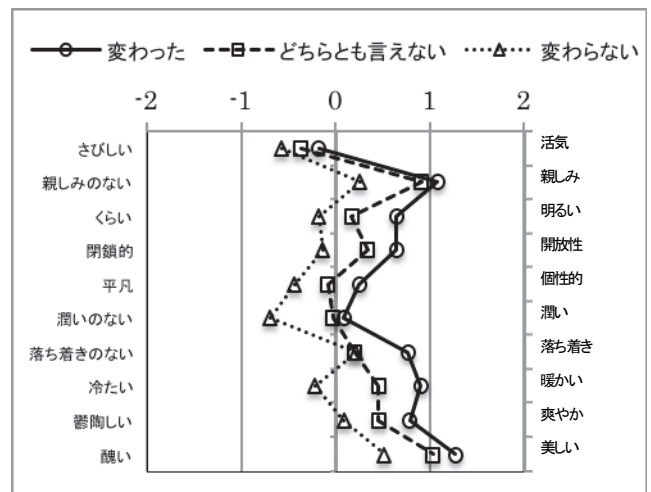


図-6 印象変化ごとの情緒的評価結果

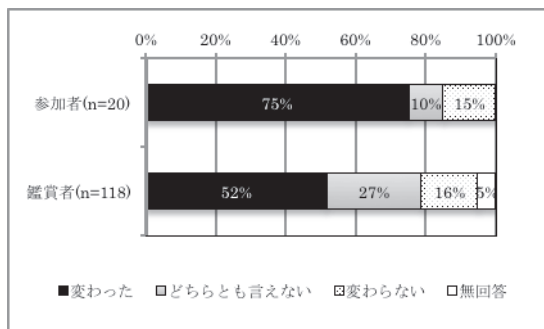


図-4 参加者と鑑賞者の風景の印象変化

かを明らかにするため、SD法を用いた情緒的評価の結果を参加者と鑑賞者の間で比較した。しかし、情緒的評価に関しては、各項目の平均評価点にはほとんど差が見られなかった(図-5)。参考までに、風景の印象変化を感じた人と感じなかった人の間で風景の情緒的評価を比較したところ、印象変化を感じている人の方が、すべての情緒的語句でポジティブな評価をしている様子を見て取ることが出来た(図-6)。特に、印象変化の有無による情緒的評価の差が大きく、t検定で1%水準の有意差を示したのは、「暖かさ」「親しみ」「明るさ」「美しさ」で、5%水準の有意差を示したのは、「開放性」「潤い」「個性的」「落ち着き」の項目であった。

この結果は一見すると、アートプロジェクトへの参加の有無が、風景の情緒的評価とは結びついていないことを示しているように見える。実際に、情緒的評価の結果で因子分析を行い、得られた因子得点を用いてグループ間比較を行ったが、参加者と鑑賞者の間に有意差を見ることはできなかった。

これらの結果を総合すると、アートプロジェクトに参加した人の方が町の風景の印象が変化する傾向はあるが、風車が並ぶ町の風景に対する情緒的評価は、それぞれの見方の中でも多様であることが示されていると言える。別の言い方をすると、町の風景変化が認識されたとしても、このアートプロジェクトの取り組みや、実際に現れた風景を好ましいと感じることができない場合は、風景の印象変化について「変わらない」や「どちらとも言えない」といった選択肢が選ばれた可能性が考えられる。

このことは、アンケートの最後に設けられた、自由記述の回答内容にも示されている。自由記述では、プロジェクトや風車アート作品に対する様々な意見が寄せられた。一番多かったのが、風車の色に関する意見である。赤い風車の色が、彼岸花を連想させ、水子供養や死のイメージと結びつくため、色の変更を求めるもの

であった。また、風車の構造上の強度や、破損した風車の補修、撤去など管理に関する意見、設置場所や並べ方に関する意見なども多数寄せられた。風景変化や取り組みは認めるが、その作品としての審美性や妥当性といった点から賛成しかねるという意見はアンケート全体の回答に反映されていると考えられる。

### (3) まちづくりへの参加意欲

まちづくりに関連する質問項目では、参加者と鑑賞者の間では、参加者の方から比較的前向きな回答が寄せられていた(図-7, 8, 9)。

風車アートによって「寿都町の魅力が伝わるか」の質問において、参加者と鑑賞者の5段階評価での平均評価点はそれぞれ、3.55と2.97ポイントで5%水準での有意差を示した。「地域の価値を再発見できたか」においては3.3と2.85ポイントで有意差は10%水準となった。5段階評価の中間値である3が「どちらとも言えない」であることを考えると、グループ間での回答の平均値が、参加者ではポジティブな値、参加者ではネガティブな値に分かれていることが分かる。また、「今後も風車イベントを継続すべきか」の質問では、参加者の95%、鑑賞者の68%が継続を希望し、その中には、それぞれ50%と25%の常設展示を求める意見も含まれた。しかし、「イベントがあれば参加したいか」という質問に対して実際に参加意欲を示したのは、参加者の50%、鑑賞者の33%であった。5%水準でグループ間に有意差は見られたものの、参加者のリピート意欲は必ずしも高くなかった。「イベントに期待すること」は「地域活性化やまちづくり」の回答がグループごとに60%と47%で最も多く、その次に「人々との交流」が25%、31%で続いた。「知識の取得」や「生きがい」といった個人の興味や楽しみに基づいた回答は5%程度であった。

このように、風車が並ぶ風景には賛否を含めた多様な意見があるものの、アートプロジェクトの取り組み自体は継続を望む声が多かった。しかしながら、個人の興味や楽しみに基づいた参加意欲は、地域の活性化に対する期待ほど高くはなかった。

前節の風景認識の結果を踏まえ、風景の印象変化の有無と、風車が並ぶ風景による町の魅力の発信、再発見および今後の参加意欲に関する回答結果との間にある相関関係を見た。その結果は、いずれも1%水準での有意確率で、相関係数はそれぞれ「印象変化-魅力発信」で0.725、「印象変化-魅力再発見」で0.620、「印象変化-参加意欲」で0.609であった。このことは、今回のアートプロジェクトへの参加に関わらず、町の風景の印象変化に関する認識が、ポジティブなまちづくりの評価や積極的な参加意欲と結びつく可能性を示唆していると言える。

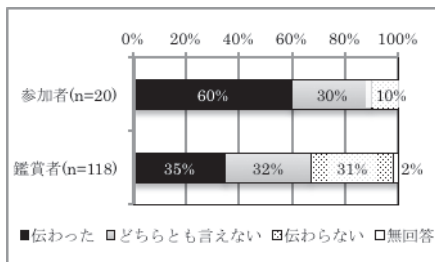


図-7 風車による町の魅力の発信

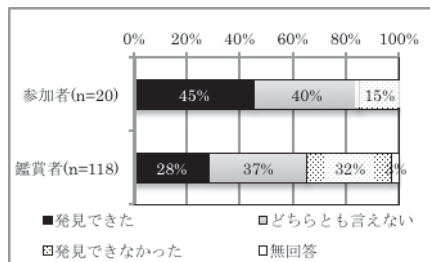


図-8 風車による町の魅力の再発見

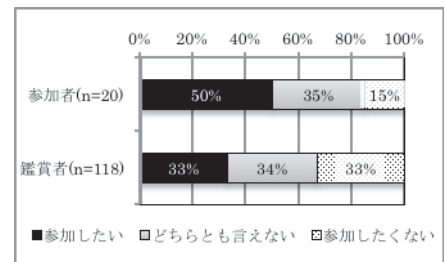


図-9 次回イベントへの参加意欲

表-3 属性ごとの次回イベントへの参加意欲

		性別			年代									
		男性	女性	合計	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	合計	
参加したい	人数(人)	19	30	49	2	1	7	8	5	14	10	2	49	
	割合(%)	37%	36%	36%	67%	20%	54%	38%	22%	38%	40%	22%	36%	
どちらとも言えない	人数(人)	16	30	46	1	3	3	9	6	9	9	7	47	
	割合(%)	31%	36%	34%	33%	60%	23%	43%	26%	24%	36%	78%	35%	
参加したくない	人数(人)	17	24	41	0	1	3	4	12	14	6	0	40	
	割合(%)	33%	29%	25%	0%	20%	23%	19%	52%	38%	24%	0%	29%	
合計	人数(人)	52	84	136	3	5	13	21	23	37	25	9	136	
	割合(%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

最後に、今後のまちづくりの担い手になりうる人々を明らかにするため、参加意欲と個人属性との間でクロス集計を行った<sup>8)</sup>(表-3)。しかし、カイ二乗検定を用いた分析では、性別や年代のいずれにおいても属性による有意な差を見ることはできなかった。このことは、今回のような参加型アートプロジェクトが、性別や年代に関して特定の属性ではなく、あらゆる人々にとって参加が可能なイベントであることを示しているとも見られる。

このように、風車アートを用いたプロジェクトへの実際の参加有無や属性に関わらず、町に風車が並ぶ風景の印象変化がアートプロジェクトの評価、今後のまちづくりへの参加意欲等に影響を与えている様子がアンケート結果から示唆された。

#### 4. まとめと考察

アートをまちづくりとして取り入れることで、風景変化がどのように認識されるかを明らかにするとともに、風景変化が新たなまちづくりへの参加意欲に与える影響について調査を進めた。実際のアンケート結果では、風景の変化に対する多様な評価があり、それらがアートプロジェクトの評価やまちづくりへの参加意欲とも結びついていることが明らかになった。このことは、アートが必ずしも万人に共感を与え、人々をまちづくりに引き込むほどの力を持っているわけではないという、勝村らの先行研究の知見が数値で現れた結果と言える。つまり、生活改善や環境保全といった、誰もが否定できない社会的意義と結びつけられた一般的なまちづくりと、アートプロジェクトによるまちづくりとの間にある、根本的な性格の違いが結果に現れたとも言える。

ある取り組みに対して、社会的な意義を納得することと、感覚的に共感し腑に落ちることには違いがある。そのため、アートプロジェクトに参加しその目的を理解することと、そこに現れた風景を好ましく感じることは別物であると言える。難解な現代アートとは異なり、「風の町」のイメージと結びついた分かりやすさのある風車アートプロジェクトは、誰もが気軽に批評し意見を言えるものであった。例えば、今回の風車に関しては、その色や構造、設置場所や運営方法に関して様々な意見が寄せられた。誰もが理解でき、自分の意見を気軽に表明できる参加型アートならではの特性によって、町の風景に対して議論をはじめめるきっかけを与えることが出来たと考えられる。今後は、企画段階から参加者とともに検討を重ね、住民の納得のいく作品や風景を実現することで、アートを用いて多様な立場の人が時間と空間を共有するきっかけ

をつくるだけでなく、風景を通じたコミュニケーションによって地域全体への広がりが期待される。

今回のアートプロジェクト参加者には、アートイベントへの参加者と、無料配布キットを自宅にて個人で組み立て、玄関先などに飾った参加者とが含まれていた。後者の参加者においては、風車を組み立てることのみが目的となり、アートプロジェクトが意図した、町の風景づくりに参加するというコンセプトが正確に伝わっていたかどうか疑問が残る。このことが、参加者と鑑賞者の回答結果に明確な差異が見られなかった一番の要因であるかもしれない。参加型アートによって町の風景をつくるには、ある程度のまとまりと広がりを持たせつつ、それらを視覚的につなげていくコーディネート工夫が必要であると考えられる。

今回事例研究として取り組んだ、寿都町での参加型アートのプロジェクトは、外部からのアーティストや観光客による地域への刺激を目的とした一般的なアートプロジェクトとは異なる。そのため、先行研究と異なる知見がいくつか得られた。まず、既存の地域づくりの担い手を越えた、多様な主体の参加が可能である点である。このことは、イベントへの参加者の多様性に加え、今後の参加意欲についてアンケート結果に特定の属性への偏りが見られなかったことから示されている。次に、地域という空間の広がりの中で、特定の期間に縛られることなく展開できることから、地域が主体となった無限の発展性がある点である。寿都町の風車アートプロジェクトは、その後、町役場や観光協会に多数の問い合わせがあり、翌年の2014年にも継続して開催されることとなった。2年目は寿都町に2つある小学校で、教育委員会主催、観光協会共催の「子供教室」として実施され、今後も継続的に教育活動として組み込まれる見通しである。また、観光協会でも、風車をお土産として販売するための商品化の動きが進んでいる。こうした動きは、アンケート結果のデータと直接結びつくものではないが、事例研究として、アートプロジェクトが地域にもたらす影響を最も顕著に現していると考えられる。

#### 補注および参考文献

- 1) 井原 緑(2013)：地域振興型アートプロジェクトの要件 - 土地・人・時間：ランドスケープ研究, 77(3), 229-232
- 2) ロバート・パットナム(2000)：孤獨なボウリング - 米国コミュニティの崩壊と再生：柏書房, 510
- 3) 西田正憲(2008)：過疎地域の越後妻有と瀬戸内直島における現代アートの特質に関する風景論的考察：ランドスケープ研究, 71(5), 785-790
- 4) 下村泰史・佐藤 久恵(2012)：風景づくりと流域市民のコミュニケーション 天若湖アートプロジェクト：ランドスケープ研究, 75(5), 655-660
- 5) 花村周寛・加我宏之・増田昇(2013)：アートインスタレーションを契機とするまなざしの変化から捉えた風景異化に関する研究：ランドスケープ研究, 76(5), 571-574
- 6) 勝村(松本)文子・田中鮎夢・吉川郷主・西前出・水野啓・小林慎太郎(2008)：住民によるアートプロジェクトの評価とその社会的要因 - 大地の芸術祭 妻有トリエンナーレを事例として：文化経済学, 6(1), 65-77
- 7) アートイベントと無料配布キット作成の両方に参加した人が1名含まれていた。
- 8) 「そう思う」「どちらかと言えばそう思う」を選択した回答を「変わった」、「そう思わない」「どちらかと言えばそう思わない」の回答を「変わらない」とした。