

2019年度 社会構築論系 地域・都市論ゼミ
卒業論文

「異質」を乗り越えるコミュニティ
—新潟県十日町市を事例に—

早稲田大学文化構想学部社会構築論系
地域・都市論ゼミナール 浦野正樹教授

1T160717-7

中里 日向子

目次

第1章	はじめに	4
1-1	研究に至った経緯.....	4
1-2	研究で明らかにしたいこと.....	5
1-3	研究方法	6
1-4	研究対象地.....	7
第2章	地域活性化とは.....	8
2-1	地域活性化の多義性.....	8
2-1-1	地域活性化の概要と沿革	8
2-1-2	地域活性化の手段	10
2-1-3	「異質」を乗り越える地域活性化の有効性.....	11
2-2	先行事例：徳島県神山町	12
2-2-1	概要	12
2-2-2	神山が現在に至るまで.....	12
2-2-3	事例①サテライトオフィス.....	14
2-2-4	事例②WEEK 神山	15
2-2-5	事例③神山アーティスト・イン・レジデンス	16
2-3	地域活性化に関わる多様な主体.....	17
第3章	過疎化が進む十日町市	21
3-1	概要.....	21
3-2	過疎化の現状	22
3-3	抱えている課題と行政の施策.....	23
第4章	事例①現代アートの受容－大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナ ーレの事例－	27
4-1	アートと社会の関わり	27

4-2	大地の芸術祭	28
4-2-1	概要	28
4-2-2	沿革	32
4-2-3	当初の課題と対処	33
4-2-4	経済的効果	34
4-2-5	社会的効果	36
4-2-6	それぞれの担い手の立場	37
4-2-7	課題と今後の考察	42
第5章 事例②ドイツ風リノベーションの受容－竹所集落の事例－		46
5-1	竹所集落の概要.....	46
5-2	カール・ベンクス氏の空き家再生事業.....	46
5-3	地域コミュニティへの影響・変化.....	47
5-4	課題と今後の考察.....	49
終章.....		50
終-1	まとめ－相乗効果を狙った施策提案－	50
終-2	謝辞.....	54
終-3	参考文献.....	55

第1章 はじめに

1-1 研究に至った経緯

2018年3月24日に何気なく見ていたテレビ朝日『サタデーニュース』にて、「限界集落 空き家にチャンスが?」という特集が放送されていた。全国的に限界集落も空き家も年々増加していることはすでに知っており、問題意識を持っていた。そんな中で、その特集では、新潟県十日町市竹所集落がリノベーションによって空き家を再生し、若者を集めることに「成功」していると取り上げられていた。近年では東京から地方に若者が移り住むケースは少なくないが、限界集落の空き家問題をリノベーションによって改善している点に関心を持った。さらに、その空き家のリノベーションを手がけているのも、ドイツ人建築デザイナーのカール・ベンクス氏であることにも興味を持った。外国人が日本の過疎地に移住してきて、空き家の再生事業をする、という一連の流れには、必ず課題が存在していたと考えている。それをどのようにコミュニティ全体で乗り越えたのか興味を抱いた。

竹所集落が位置する十日町市のことについて調べてみると、3年ごとに『大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ』(以下、大地の芸術祭)というイベントが開催されていることがわかった。2000(平成12)年7月に第一回が開催され、年々規模を拡大しながら現在まで続いている。この大地の芸術祭が開催される際にも、アートに対する抵抗感などから、地域住民と行政との間で議論が発生していたのではないかと推測する。

大地の芸術祭を開催することで、アートという「異質」を乗り越えた十日町市には、新しいものを許容する土壌が育ち、その後のベンクス氏による竹所集落でのドイツ風古民家再生事業という「異質」を乗り越えることにつながったのではないかと考えている。

大地の芸術祭と空き家再生事業のそのどちらも、「地域活性化」を念頭に実施されている事例であると考えられる。大地の芸術祭は主に「関係人口の増加」「経済波及効果の拡大」を目的とし、空き家再生事業は「新規住民の増加」であると考えている。そのため、比較検討をするのではなく、それぞれの目的に即した地域活性化事業の効果や、コミュニティにもたらした影響や変化を踏まえ、持続可能なコミュニティを形成するために必要な地域活性化の可能性について考察していく。

1-2 研究で明らかにしたいこと

「異質」を取り込んで地域活性化に取り組んだコミュニティにおいて

①プロジェクトの概要、取り組むことになったきっかけとその背景、変遷

②当初の諸問題と、それらに行った対処

↓「異質」の受容（第一の壁）

③コミュニティに起きた経済的・社会的効果

一方で、

④現時点で明らかになった課題

⑤先行研究を踏まえて、今後のさらなる発展のための提案

↓「異質」を生かす（第二の壁）

.....

本論で明らかにしたいことは、「異質」を取り込むことが、地域活性化の手段として有効である、ということである。本論文では、異質を、「特定のコミュニティにとって馴染みがなく目新しいこと」と定義づける。異質を受け入れることは、中山間地域のような過疎地ではなかなか難しいことである。しかし、広く地域活性化が行なわれている近年の日本社会では、様々な地域が、それぞれ異質を取り入れようと努力している。異質をうまく受容でき、コミュニティのアイデンティティとなった暁には、その異質は地域固有の魅力になり、他地域との差別化を図ることができる。さらに、地域の個性を社会的に評価されることは、シビック・プライドの醸成につながるのではないかと考えている。

以上のことを明らかにするために、本論では十日町市の事例を取り上げる。日本には地域活性化を行っている過疎地が数多く存在するが、その中でも、「現代アート」と「ドイツ風古民家再生事業」を取り入れているのは、十日町市が唯一の事例なのではないかと考えている。十日町市はその土地にとって「異質」とも言える施策を取り入れることで、地域活性化の新たな形を社会に示すことになった。

そこで、十日町市が、どのようにして「異質」に適応し、変化して行ったの

か、その過程で生じた課題や現状を踏まえつつ、最終的に、他地域の事例をもとに、更なる発展につながる事業の考察を行う。

1-3 研究方法

まず、十日町市の事例を見る前に、第2章で地域活性化の多義性について考える。地域活性化には様々な手段や方法が存在し、それぞれ効果や影響は異なる。本論で取り上げる事例の見込まれる効果や影響を一般論的に知る。その中で、「異質」を取り込む地域活性化が有効であるということ、地域活性化の成功の法則によって裏付ける。筆者は、地域活性化に絶対的な「成功」は存在しないと考えているため、「どちらかという効果的である」と言えることを示す。

2-2では、十日町市と同じく過疎地で、古民家を用いた地域活性化を行い、一定の効果を上げている事例を先行研究として見る。それらの事例が成功と言われるようになるまでの変遷や、古民家を用いた地域活性化には様々な方法があることを知る。

2-3では、地域活性化に関わる多様な主体について言及する。交流人口・定住人口に加えて、関連人口にフォーカスを当てて、近年の地域活性化における重要性を考察する。

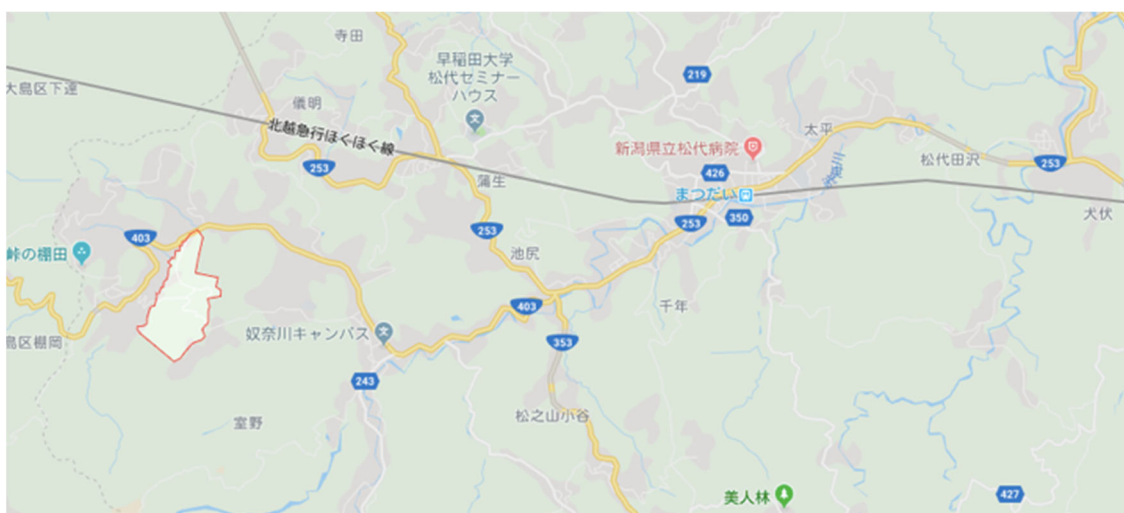
第3章では、舞台となる十日町市を見る。基本的な概要に加えて、日本社会の変遷に伴って過疎地になってしまった変遷を知る。また、現在抱えている課題と行政が出している施策を見て、取り上げる事例二つがどの課題に当たるのか知る。

第4章で、事例の一つ目である「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」を取り上げる。本題に入る前に、アートが地域活性化の手段として用いられるようになった経緯を知るために、アートと社会の関わりを見る。その後、大地の芸術祭の基本的情報に加えて、時間の経過に伴う課題や変化を考察する。

第5章では、事例の二つ目である竹所集落の古民家再生事業を取り上げる。まず、竹所集落の概要を見た後、再生事業がどのような取り組みであるのかを見て、事業が地域や人々に与えた影響について考察する。

1-4 研究対象地

新潟県十日町市を調査対象地に定める。



((Google Map より引用))

新潟県十日町市を研究対象地に定める。日本随一の豪雪地であり、過疎化が進む地域である。十日町市で行なわれている固有の地域活性化事業に注目する。

第2章 地域活性化とは

2-1 地域活性化の多義性

2-1-1 地域活性化の概要と沿革

「地域活性化」という言葉は、「地域おこし」という言葉で言い換えられる。簡単に言うと、「地域の文化や経済を活性化させること」である。他にも、「まちおこし」「まちづくり」などと言われることもあるが、そのどれもが明確な定義を持つことはなく、論じる人や様々な文脈によって変化する。

「まちおこし」という言葉は、町(街)に限定されるため、それよりも一般的に用いられるのが、「地域おこし」である。地域おこしという言葉は、総務省が管轄している「地域おこし協力隊」(後述)でも使われている。

Wikipediaによると、地域おこしとは、「地域(地方)が、経済力や人々の意欲を(再び)向上させたり、人口を維持したり(再び)増やしたりするために行う諸活動」のことである。

「地域活性化」というテーマを取り上げ、詳しく分析している小川は、「地域活性化という言葉が政策上、多義的に使われているきらいがあると指摘した上で、中でも「活性化」という言葉はかなり曖昧に、かつ無分別に使われている観があり、そもそも活性化した状態とはどのような状態を指すのか、活性化とは目的なのか手段のかなど多くの疑念が浮かぶ」としている。地域活性化という言葉は、時代の変化とともに多義的になっていったと考えられる。「地域の経済的活性化」という意味のみで成り立っていたものが、だんだん「地域の社会的活性化」という意味合いも持つようになったのではないかと推測する。

日本における法律で、初めて「活性化」という言葉が登場したのが、1987年に発表された国土計画である『第四次全総』である。第四次全総など同時代の書類の文脈で用いられている「活性化」には、二つの意味があると小川は言う。1つは、戦後復興を目指した高度経済成長期前期の旺盛な国内需要を中心とした経済的拡大、その後の高度経済成長期後期から安定成長期における輸出主導型の経済的拡大、さらにプラザ合意以降の内需拡大策による国内需要を中心とした経済的拡大という、戦後からの一貫した右肩上がりの経済成長の流れの中に、今もあるという意識であり、もう1つは、プラザ合意により円高不況という事態が出来たため、これを早々に克服し再度、本来の成長路線に戻そうという意思である。つまり、この時期の活性化という言葉の背景には、景気の後退場면을短期間に切り抜け、これまでの経済成長路線の継続または再現を目指すという

意味合いが強かったと言えよう。

その後、1995年の兵庫銀行の破綻を皮切りに、その後金融機関の破綻が相次ぎ、山一証券や日本長期信用銀行など、それまで日本の経済成長を金融面で中心的に牽引してきた巨大金融機関の一角さえも破綻に追い込まれ、住宅金融専門会社や、ゼネコンを始めとして大手の事業会社の破綻が続いた。そのような環境の中で発表されたのが、『21世紀の国土のグランドデザイン』である。これまでの一極一軸型の国土構造から多軸型の国土構造への転換の意図があり、掲げられた5つの課題の筆頭には「自立の促進と誇りの持てる地域の創造」が謳われている。これまでの国主導のインフラ整備中心から、国が地域を特定せず個別の中小企業や特定産業の集積、振興を図る政策に舵が切れつつあることがわかるが、この時期においても活性化という言葉は、あくまでも経済的な拡大を合意していたと小川(2013)は指摘している。

バブル崩壊の混乱の時期に発表された法律を確認すると、より一層地域の特徴を重視しようという意図を帯び、地域が主体的に策定した計画を認定し、それに対して必要な支援を行う政策が採られるようになってきている。これは、既に国主導による全国一律的な政策が以前のように簡単に適用できないほど、地域ごとの課題が多様化してきたことや、財政が逼迫する中で配分可能な原資が減少したことなどが原因として考えられる。また、この時期は少子化や高齢化が徐々に深刻に語られるようになり、地域の社会的基盤やコミュニティの崩壊への懸念が広がり始めた時期でもある。

2008年に『国土形成計画』が発表され、その中でも引き続き、活性化という言葉が多用されている。しかしそれは、これまでのような経済的な意味だけではなく、「高齢化」「雇用」「支援」「安心」「安全」など、地域社会の新たな課題を示す言葉と一緒に使われているのが少なからず見られることから、社会的な意味においても使われ始めていると、小川(2013)は指摘している。また、一般的にも広く活性化という言葉が使われるようになったが、そこでも経済的な活性化の意味と、社会基盤の維持や確保など、社会的な活性化の意味が混在するようになってきている。

本論文では、地域の経済的活性化と、地域の社会的活性化、両方に目を向け、総括的に検討していく。

2-1-2 地域活性化の手段

地域おこしの主な手段は以下の通りである。

①産業の振興

- ・企業・工場の誘致
- ・漁業・農業の振興
- ・(農業地域において)地域の農作物の品質向上・基準策定・地域ブランド化・新たな有望な品種への挑戦と成功した品種の地域内の農家への普及
- ・道の駅の設置(地域の農産物や特産物を直売)
- ・観光資源の発掘・創出・再検討

②人口の維持・増加策

- ・移住（Uターン・Jターン・Iターン）の推進・支援
- ・インターネット・CM・キャラクターなどを使った自治体PR
- ・空き家・公営住宅の提供、家賃補助など居住支援
- ・企業誘致・新産業創出・6次産業化など雇用の確保
- ・若者の出会い、仲人サービスなど結婚支援
- ・出産一時金の上乗せなど育児世帯への経済支援
- ・保育所整備など子育て環境の充実
- ・学校施設、教育環境の充実
- ・道路・公共交通・下水道などインフラストラクチャー整備
- ・施設・住居を集約するコンパクトシティの推進

③箱物行政

- ・都市開発・再開発
- ・美術館・博物館・スポーツ公園などの目玉施設の整備
- ・姉妹都市、同名地域との交流
- ・情報インフラの整備(情報格差の減少)
- ・交通インフラの整備

④観光

- ・山、水、星空、田園風景、海、雪などの自然環境を売り出す
- ・農業体験や職人体験などの体験コースの設置

- ・郷土料理やB級グルメの開発
- ・ご当地キャラクターを作る

今回取り扱う事例で特に注目したいのが、②人口維持・増加策、④観光である。②は竹所集落における古民家再生事業、④は大地の芸術祭にそれぞれ適応していると考えている。

③箱物行政に関しては、後述している通り、箱物行政に対する批判が高まってきた時期にパブリックアートが盛んになってきたという経緯がある。近年では、あまり有効な手段であるとは考え難い。

②と④が盛んになることで、①産業の振興につながることも考えられる。しかし、④観光が、常時効果を見込める安定した手段であることが前提条件であると考ええる。

なお、先行研究として取り上げる事例では、①企業の誘致と②人口の増加策、④観光について触れる。

2-1-3 「異質」を乗り越える地域活性化の有効性

地域活性化の手法は上記のように様々であり、加えて地域活性化の主体(当事者)も、民間の団体や特定非営利活動法人、企業や地方自治体などの行政、産官民に学を加えた共同のものなど、様々である。地域おこしの事例は数多く存在するが、どこにでも適応できる決定的な策があるわけではない。地域ごとに特色や立地、人口や地場産業などは異なり、さらに当事者によって出来ることも変わってくる。そのため、それらを考慮して、独自性のある地域おこしの計画と実行が理想的である。

しかし、成功事例と言われている事例には、ほぼ例外なく共通に見られる点が3つあるという(小長谷、2012)。それが、①地元がしっかりしていること(自己組織内)、②隣町と違うことをやっていること(対ライバル関係)、③顧客志向で、独りよがりでないこと(対顧客関係)の三点である。

この中で注目したいのが、②隣町と違うことをやっていること(対ライバル関係)である。まちづくりや地域活性化におけるライバルとは、同一集客圏の中の近隣の都市・地域のことである。都市間・地域間競争がますます激化している現代で、最も避けるべき手段は、「隣町と同じことをやる」ことであると言える。

近年、全国的に町屋・町家の再生、近代の歴史建物も含む歴史的建造物活

用のまちづくりなどがブームになっているが、なぜこうしたまちづくりが盛んになったのか。その理由は、アメリカ合衆国の経営学者・ポーターの成功法則から読み取ることができるという(小長谷 2005)。町屋活用・歴史的まちづくりは、建築骨組は古いものを残し(古いコンテンツ)、その中に新しいものを入れる(新しいコンテンツ)というプランであるから、コストを抑えて差別化を実現できる。町屋活用戦略や歴史的まちづくりは、ビジネス成功の法則に忠実に従っていることがわかり、まちづくりの王道であると言える。

以上のことから、「異質」を取り入れることで他地域との差別化を図り、加えて、古民家活用は、地域活性化の成功法則に当てはまる事業であることがわかった。

2-2 先行事例：徳島県神山町

ここでは、地域活性化の事例として、徳島県神山町を取り上げ、それぞれの特徴と効果を見る。

2-2-1 概要

神山町は徳島市内から 40～50 分のところに位置する中山間地域である。全面積の約 83%が山地である。

人口約 5,000 人で、高齢化率 46%に達する過疎地だが、町内全域に整備された高速ブロードバンド網があり、近年はサテライトオフィスを開設する企業やデザイナー、お店を開く人、起業する人、農業を営む人など、さまざまな人が移住してきている。スダチの生産量は全国一位である。

また、15 年続くアーティスト・イン・レジデンスにより国内外のアーティストが滞在するアートの町でもある。四国霊場のお遍路道があり、古くから住還する旅人も多く、多様な人が入り交じる町である。

2-2-2 神山が現在に至るまで

徳島県は人口減が急速に進み、65 歳以上の人口が 30%を越える「限界集落」の割合は 35.5%と、全国平均の 15.5%を大きく越える。過疎化によって中山間地域では空き家や遊休施設の増加も深刻化している。神山町は 1955 年に周辺の 5 つの村が合併し、人口 2 万人の町としてスタートした。しかし年を追うごとに人口が減り続け、当初の約 4 分の 1 にまでなってしまった。

1997年、徳島県は神山町に「国際文化村」を設ける構想を発表した。実現には至らなかったが、町内の実業家らにより、1999年より芸術家を招聘する「神山アーティスト・イン・レジデンス(KAIR)」事業を開始した。国際文化村委員会は2004年にNPO法人グリーンバレーに名を改め、町から受託した移住支援事業や緊急人材育成支援を行うようになった。

2011年の地上波デジタル放送移行を前に、2004年に神山町・佐那河内村が連携して、山間部の情報格差、難視聴対策としてケーブルテレビ兼用の光ファイバー網を整備した。それを契機として、2010年10月に、クラウド名刺管理サービスのベンチャー企業 Sansan が同町で初めて古民家をオフィスとしたのをはじめ、IT企業計10社のサテライトオフィス進出が相次ぐ。場所を選ばない働き方を出来る人たちが働く企業を誘致することで、結果的に神山で生まれ育った子たちがサテライトオフィスで働けるような状況を作っていくことで、地域における世代循環を少しずつ取り戻していこうという狙いもあると、グリーンバレー理事長の大南信也氏は述べている。

それに伴ってビストロや弁当屋など、新規の第3次産業も生まれた。また、神山塾という半年間の職業訓練も行っている。県外から来た人々が大半を占め、独身女性20代後半から30代前半、東京周辺の出身の人々が圧倒的に多く、さらにデザインや編集が出来るクリエイターが多いという。2010年の12月にスタートし、6期で77名が巣立っていった。そのうち、約50%がそのまま移住者として神山に残る。さらに、10名くらいがサテライトオフィスや関連の事業で雇用されている出口を持った職業訓練である。加えて、カップルが9組誕生して婚活にもなっているという。

これらのことから、2011年には、神山町が誕生した1955年以来初めて社会動態人口が増加に転じた。以降、まちづくりの取り組みに対し全国から注目が集まっており、2019年には Sansan 社長らが私立高等専門学校を町内で2023年開学をめざす計画を発表した。

2015年には、49歳以下の若手町職員および住民等約30名からなるワーキンググループの協働を通じて創生戦略を策定した。同年12月25日には、神山町の創生戦略・人口ビジョン「まちを将来世代につなぐプロジェクト」を公開した。これは、民間に一般社団法人の地域公社を、役場内に課長級の戦略会議体を立ち上げる方針を策定し、この両輪を回しながら、連続的で、拡張性があり、継続性の高い施策群の推進を目的としている。

2016年4月に創生戦略を実行する一般社団法人神山つなぐ公社が設立される。また、同じタイミングで同創生戦略から生まれた「Food Hub Project Inc. 株式会社フードハブ・プロジェクト」を、町役場、一般社団法人神山つなぐ公社、モノサスが共同設立した。

神山町は現在、様々な地方活性化の取り組みを行っているが、その中でも特筆すべき、サテライトオフィス、WEEK 神山、神山アーティスト・イン・レジデンスの事例を見ていく。

2-2-3 事例①サテライトオフィス

地上デジタル放送への切り替えのタイミングで、徳島県が打ち出した「全県CATV 網構想」を受けて、山間部の町である神山町の全家庭にも届く、全国屈指の光ファイバー網が整備され、CATV とブロードバンドが構築されることになった。

無事にテレビの視聴ができる環境が整備されたころ、「ビジネスの出会いを資産に変え、働き方を革新する」というミッションを持って新しい働き方を模索する株式会社 Sansan が、その高速インターネット回線と自然豊かな環境に魅せられ、神山町初のサテライトオフィスである神山ラボを開設する。それから現在まで、およそ 20 の企業が神山町に本社やサテライトオフィスを置くまでになった。

Sansan のサテライトオフィスは、ハンモックや牛小屋が特徴的な古民家である。Sansan は、この神山の取り組みによって、多様化する新しい働き方が大きく報道され、2012年に日本テレワーク協会主催の「第12回テレワーク推進賞優秀賞」も受賞している。

Sansan の他にも、神山にやってきた企業で、全国の視察者が必ず訪れる名物のようなサテライトオフィスがある。それが株式会社プラットイーズの古民家サテライトオフィス「えんがわ」である。2013年に同社は、築90年の古民家を改修したオフィスを本社として開設した。その外観は漆黒に塗られ、一見するとオフィスには見えない瀟洒なつくりだ。1階は全面ガラス張りになっており、その四方には縁側が飛び出しているため「えんがわオフィス」と呼ばれているようだ。さらに、神山町で人材採用を始め、地元雇用の受け皿にもなっている。現在、両社で23名が働いているが、町内の在住者は13人もいるという。

東日本大震災のあと、リスク分散のためのクラウド活用などが注目を集めたが、事業柄、放送局ともやり取りが多い同社は「本社機能の分散」によるリスク分散を求められることになった。そこで、「新しい拠点を探すのであれば、社員の選択肢を増やし自分たちが生産性を高く働ける環境を、自ら探そう」と新しい場所探しを始めたという。

同社取締役会長の隅田氏は、神山町に決めた理由を3つ挙げている。①良好なインターネット環境、②民間主導、③多様性の尊重である。

まず、①良好なインターネット環境であるが、同社は映像関連の事業であるため、大容量のデータを取り扱う。クラウドシステムなども活用し、本社や顧客とスムーズに情報共有できるインターネット環境は、欠かせない条件であったという。

次に、②民間が主導であることだが、企業誘致を進める多くの地方を視察した中で、神山町が異なっていた点が、あくまで民間が移住者やサテライトオフィスを検討する企業へのサポートを主導し、そこを行政がフォローをするというあり方であった。そのバランスがうまく取れていたのが神山町であったという。

最後に、③多様性の尊重である。中山間地域などの地方は、閉鎖的なコミュニティというイメージを持たれてしまいがちであるが、神山町では、無理に一つのものに統一せず、階層だったコミュニティも求められないため、型にはめられることなく、同時多発的に物事が展開できるという。神山町で活動しているNPOや企業、メディアや自治体が緩やかにつながりつつ、共存している理由がここにあると考えられる。

2-2-4 事例②WEEK 神山

えんがわを設立したプラットイーズは、さらなる試みとして、サテライトオフィスやテレワークに興味のある企業向けに、新しい働き方を体験できる滞在拠点になる宿もつくることにした。それが2015年7月にオープンした

「WEEK 神山」である。このWEEK 神山を運営する別会社の「神山神領」は、発起人のプラットイーズだけでなく、神山の住人や町、団体なども出資していることが重要なポイントだ。つまり神山町に拠点を置いた企業が、地元住民と共に町の将来につながる施設を作りあげたのだ。

WEEK 神山は、古民家を利用した母屋のフロント・食堂棟と、2階建ての宿

泊棟で構成される。清流のせせらぎや里山の四季を身体で感じながら、全国から神山に視察や研修に来た人々がリラックスして寛げる宿泊施設になっている。

さらにもう一つ重要な施設がある。WEEK 神山の道を隔てた向かい側にある「神山バレー・サテライトオフィス・コンプレックス」(以下、コンプレックス)だ。ここは、以前は縫製工場だったが、IT スタートアップの誘致を加速させる目的で、2013年にグリーンバレーが音頭をとり、コワーキングが可能なインキュベーション施設に改修したものだ。サテライトオフィスに興味があるが、なかなか踏み出せない企業に、この施設をお試しで使ってもらい手応えを感じてもらおうことが狙いである。現在、コンプレックスには多くの企業・団体が常駐している。たとえば、高齢者向け配食サポートサービスを行う代官山ワークス(本社・東京)、スマホアプリの開発も行うPR/広告代理店のナンバーエイト(徳島市)、徳島大学などのオフィスがある。

2-2-5 事例③神山アーティスト・イン・レジデンス

神山アーティスト・イン・レジデンス(以下、KAIR)は、1999年からスタートした国際的なアート・プロジェクトである。毎年冬に参加者を募り、毎年8月末から約2ヶ月余りの期間、日本国内および海外から3名~5名のアーティストが神山町に滞在。作品を制作し、毎年10月下旬から作品展覧会を開く。

KAIRの特色は、地元住民による手作りのプログラムであること。アーティスト・イン・レジデンスを実施している自治体は日本国内にも多数ある中で、神山町では、制作期間を通じた住民とアーティストの交流や神山町での滞在制作に重点を置いている。

歴史的背景を見ると、神山町には人形浄瑠璃の文化が残っており、町内には江戸後期から明治、大正時代にかけて制作された1,459枚の、舞台の背景画「襖絵(屏風絵)」が現存している。これらは、招待作家として招かれた絵師たちが、庄屋や富豪の屋敷に滞在しながら、地域住民の協力のもと制作したものである。つまり19世紀半ばにはすでにこの地で、アーティスト・イン・レジデンスが盛んに行われていたという。

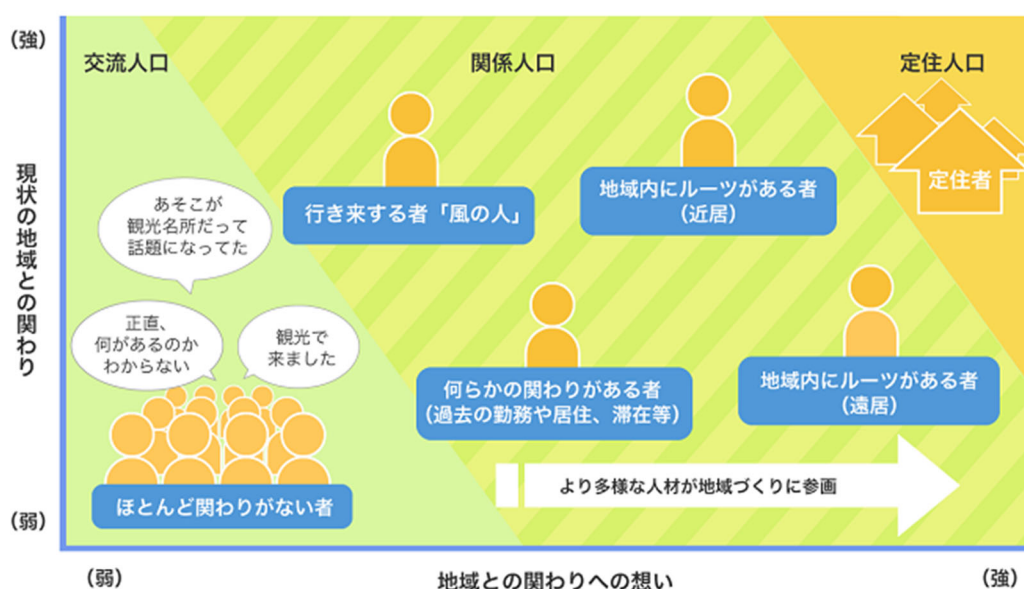
NPO法人グリーンバレーがこの事業を7、8年続けるなかで、自費で滞在するアーティストを対象としたビジネス展開を考えることになり、「In 神山」と

いう web サイトを作った。アートをビジネス化することが前提であったため、アート関連のページを一生懸命作ったものの、一番よく読まれたのがアートの記事ではなく、神山の古民家情報が記載された「神山で暮らす」というコーナーであった。しかも他のコンテンツよりも 5~10 倍ほど読まれていることがわかった。これまで神山には I ターン者が全然いなかったが、この出来事が神山への移住需要を顕在化した。

KAIR を始める前は、I ターン者は 2 組しかいなかったという。ところが、アートのプログラムを始めたことによって、神山に滞在したアーティスト達が 2, 3 年後からポツリポツリと移住をし始める。彼らのための空き家探し、大家との交渉や引っ越しの手伝いをやっていくうちに、グリーンバレーに移住支援のノウハウが少しずつ蓄積されていったという。ここから、移住事業にも力を入れるようになった。

2-3 地域活性化に関わる多様な主体

様々なバックグラウンドを持つ人々が関わって、一つのコミュニティが成り立っている。それらは、その土地に住む人々である「定住人口」、その土地を訪れる人々である「交流人口」、そして、地域や地域の人々と多様に関わる人々を指す「関係人口」に分類できる(図 1)。



(図 3: 総務省『関係人口』ポータルサイトより引用)

2014年11月に、「まち・ひと・しごと創生法」が成立した。少子高齢化の進展に的確に対応し、人口の減少に歯止めをかけるとともに、東京圏への人口の過度の集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保して、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために制定された。この法律により、政府は、まち・ひと・しごと創生総合戦略を定めた。地方自治体においても、まち・ひと・しごと創生総合戦略の制定に努力する義務、政府から地方創生交付金が交付される条件を考えれば、事実上の必須義務とされている。これに取り組んだ地方自治体の多くが、どのように定住人口を増やすか、あるいは人口減少のスピードを下げるのかに注力した。まち・ひと・しごと創生総合戦略の前提として、今後の人口動向を推計する人口ビジョンを明らかにすることが求められていることから、定住人口に焦点を当てた政策になることは不可欠であったと推測する。

地域への移住者を募り「定住人口」の獲得を目的とする取り組みとして、自治体は生活環境の整備やシティプロモーションなど移住促進のための施策を行っているが、“このまちに骨を埋める覚悟はあるか”という地域側の強い思いが、いずれ地域で暮らしてみたい、地域で自分を活かしてみたいと考えている人にとって非常に高いハードルになっている(吉口,2019)。

さらに、日本創成会議・人口減少問題検討分科会が2014年5月に出したレポートによると、定住人口の増加は現実的に難しい問題であることがわかる。このレポートでは、人口の「再生産力」として、若年女性(20~39歳の女性人口)の状況に着目しており、2010~2040年の間に20~39歳女性が半分以下になる自治体比率を見て、「若年女性が高い割合で流出し急激に減少するような地域では、いくら出生率が上がっても将来的には消滅するおそれが高い」と述べている。

そのため、定住人口ではなく、交流人口を増やすことによって、地域の活力を高めていこうという意識が一般化していくこととなった。しかし、昨今の観光政策において使われている「交流人口」というワードは、観光入込数×観光消費による直接的な経済効果を求める、すなわち旅行者をたんに消費の単位として考える狭い意味合いとして扱われている節があるという(吉口,2019)。

ここで「関係人口」という概念が注目されるようになる。総務省の「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会」の報告書によると、近年、若者を中心に、ライフスタイルや働き方の多様化が進んでおり、多くの若者の間で従来の都市志向から地方志向が広がっており、特に東日本大震災以降、人の役に立ちたいというソーシャルな価値を重視するトレンドが生まれているという。また、

ICT化の進展等により、時や場所を選ばず仕事ができる状況も確実に現実のものとなっている。実際、地域によっては若者を中心とした「田園回帰」といわれる都市部から農山漁村等への移住の潮流が生まれており、地域おこし協力隊員をはじめ、新しい仕組みを生み出し、変化を引き起こすことができる人材（ソーシャルイノベーター）が地域に入り始めていることも指摘している。また、国民各層が居住地以外の地域と関わる機会が多様化しているという。例えば、都市部で生活しながらも、ルーツがある地域のコミュニティ活動を担っている人、ルーツはないが頻繁にその地域に行き来し、まちづくりイベントに参画しながらローカルライフを楽しむ人、過去にその地域で居住や勤務、滞在した経験から、頻繁には行き来しないが、何らかの形で地域を応援する人等、様々な動きが出てきている。

つまり、関連人口の取り組みは、定住人口と交流人口の間で、地域外の人々と地域の多様で継続的な関わり方を考える取り組みとして語られている。

総務省では、地域外の者が関係人口となる機会・きっかけの提供に取り組む地方公共団体を支援するモデル事業を「関係人口創出・拡大事業」として実施している。今年度は、関係人口として主にターゲットとする方の属性により、団体の取組を以下の5つのパターンに分けている。

- ① 関係深化型（ゆかり型）： その地域にルーツがある者等を対象に関係人口を募る仕組みを設け、地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取組を実施
- ② 関係深化型（ふるさと納税型）： ふるさと納税の寄附者を対象に地域と継続的なつながりを持つ機会を提供する取組を実施
- ③ 関係創出型： これから地域との関わりを持とうとする者を対象に地域と継続的な繋がりを持つ機会・きっかけを提供し、地域の課題やニーズと、関係人口となる者の想いやスキル・知見等をマッチングするための中間支援機能を形成する取組を実施
- ④ 裾野拡大型： 都市部等に所在するNPO・大学のゼミなどと連携し、都市住民等の地域への関心を高めるための取組を実施
- ⑤ 裾野拡大（外国人）型： 地域住民や地域団体と連携し、外国人との交流を促進し地域（地域住民や地場産業）との継続的な繋がりを創出するために行う取組を実施

2014年の内閣府による農山漁村に関する世論調査の結果を見ると、農山漁村地域への定住願望がある都市居住者は全体で31.6%おり、2009年度の調査結果(20.6%)を大きく上回っている。女性と比べ男性で意向者は多く見られ、特に20代男性では47.4%と多くが意向を示している。

田中輝美氏(2017)は、都市の若い世代を中心に関わりたい場所としての地方への関心が高まっており、「ソーシャル」な志向性が若者の特徴となっているとしている。また、指出一正氏(2016)は、バブル崩壊後に育った世代の価値観について、小さなコミュニティの属性や多様な嗜好性、仲間との共感性などに価値を置き行動する「ソーシャルネイティブ世代」と表現し、このような価値観がリーマンショック以降に顕著に表れたとしている。

本論文で取り上げる大地の芸術祭と空き家再生事業は、第1章で述べた通り、それぞれ目的が異なっていると考えている。大地の芸術祭は、観光事業の側面が主であり、3年に1度という開催頻度を考えると、交流人口と関係人口増加が見込まれ、空き家再生事業は、住環境を整備し、また、竹所集落と古民家の魅力を、空き家リノベーションを通して若者に伝えるための体験プランなどを提供していることを考えると、こちらは関係人口と定住人口の増加が望まれていると考える。つまり、どちらの事業でも関係人口は重要な役割を担っており、それがそのまま地域への未来につながるのではないかと推測する。

ここから現状を分析し、関係人口を増やし、持続可能性のあるコミュニティを形成するための考察をしていく。

第3章 過疎化が進む十日町市

3-1 概要

①地理

十日町市は、新潟県南部に位置する市である。十日町市は、平成17年4月1日に旧十日町市、川西町、中里村、松代町及び松之山町の5市町村が新設合併して誕生した。

長野県との県境、千曲川が信濃川と名前を変えて間もないところに位置している。東は南魚沼市、北は小千谷市、西は上越市、南は湯沢町、津南町などと接している。東京からは約200キロメートル、新潟市からは約100キロメートルの地点にある。市域の東西は31.4キロメートル、南北は41.1キロメートルの広がりを持ち、面積は590.39平方キロメートルとなっている。

市の東側には魚沼丘陵、西側には東頸城丘陵の山々が連なっており、中央部には日本一の大河信濃川が南北に流れ、十日町盆地とともに雄大な河岸段丘が形成されている。また、西部中山間地域には渋海川が南北に流れ、流域には集落が点在し、棚田などにより美しい農山村の景観を呈している。最南部は上信越高原国立公園の一角を占め、標高2,000メートル級の山岳地帯となっている。

②気候

気候は日本海型気象区分に属しており、毎年の平均積雪は2メートルを超え、特別豪雪地帯に指定されるほどの、全国有数の豪雪地帯となっている。1年の3分の1以上が降積雪期間となり、この気象条件が、独特の生活文化の形成や経済活動などに大きく影響しているという。

③経済

産業面では、旧十日町市の地域は昭和30年代の高度経済成長期からきもの産業が大きく成長を始主産業として栄えてきたが、昭和50年代に入り生活様式の変化等の波に洗われ、現在に至るまで出荷額や従業者数が減少している。川西地域、中里地域、松代地域及び松之山地域は、稲作を主体とする農業を主産業としてきたが、新規学卒者の市外流出や昭和45年からの減反政策などもあり、農業離れや後継者不足が問題となっている。

一方、日本三大薬湯といわれる松之山温泉、柱状節理の溪谷美を誇る清津峡、豊かな環境に包まれた当間高原リゾート、大地の芸術祭の開催をきっかけとするアートのあるまちづくりなどを資源としながら交流人口の拡大を進めて

いる。また、情報化社会の進展を基盤とするソフト産業の拡大や、特用林産物であるきのこの栽培、農山村であることを活かしたグリーンツーリズムへの対応、構造改革特区の制度を活用したどぶろくの製造など多様な活動を展開している。

観光業にも力を入れており、その代表が後述する大地の芸術祭である。その他、名所旧跡や社寺、スキーなどのレジャー、温泉や雪祭りなどがある。

3-2 過疎化の現状

川西地域、中里地域、松代地域及び松之山地域は、従来から過疎地域として指定され、国・県の支援を受けながら地域の活性化や自立に向けての取組みを行ってきた。十日町地域は、合併を機に初めて過疎地域に指定されることとなった。

令和元年10月31日現在、人口52,169人(男性25,491人、女性26,678人)、世帯数19,679である。1950(昭和25)年までは右肩上がり人口増加していたが、その後は減少の一途をたどっている。年齢別割合では、平成27年度の統計によると、15歳未満が11.4%、15-64歳が55.7%、65歳以上が35.9%であり、65歳以上の人口は増加している一方で、64歳以下は減少している。国立社会保障・人口問題研究所による将来人口推計では、出生数の減少と新規学卒者の市外流出等により、2040(令和22)年には39,284人まで減少すると推計されている。

国道117号が走る十日町盆地には十日町地域の中心部に市街地が形成され比較的人口が集中しているが、その周辺地域は過疎化が進み、集落の維持に困難をきたしているところもあるのが現状である。平成27年3月31日時点で市内の全集落数は433集落であり、このうち高齢化率が市の平均を上回っている集落は232集落、うち人口が10人未満は13集落となっている。また、高齢化率が50%を超える集落は65集落となっている。

人口の減少や高齢化の進行など、本市を取り巻く社会経済情勢は厳しさを増している。基幹産業のひとつである農業は、従事者の高齢化や後継者不足、販売単価の低迷などにより、農家数、経営耕地面積ともに著しく減少している。また、昭和30年代から50年代初めにかけて隆盛を極めていたきもの産業も、その後販売額、事業所数とも減少が続き、地域経済に大きな影響を与えている。一方で、近年のゆとりや豊かさ志向への国民のライフスタイルの変化、二

地域居住の普及等により、観光や交流、定住の場として里山への関心が高まっている。十日町市過疎地域自立促進計画(平成28年3月)によると、豊かな自然、豊富な農林畜産物、温泉や四季折々のイベントなどの観光資源、きもの産業を代表とした伝統産業などの様々な地域資源を最大限に生かし、発展していくための施策を展開していくことが求められているとしている。担い手の育成・確保や農林畜産物の高付加価値化などにより農業経営を育成・強化し、持続可能な農業を推進するほか、きもの産業を中心とした地場産業の振興を図るとともに、近年はじめられた温泉を活用したトラフグの養殖のように、豊富な地域資源を生かした新たな産業を創出していくことが必要である。また、大地の芸術祭、雪まつりなど地域資源を生かしたイベントや松之山温泉などの観光資源、地域の交流拠点施設を有効に活用するとともに、上越魚沼地域振興快速道路の整備を促進し、更なる交流の拡大を図り、地域の活性化につなげていくことが重要であるとしている。

3-3 抱えている課題と行政の施策

十日町市のこれまでの過疎対策では、道路整備、水道・下水処理施設の整備など生活環境の整備、基盤整備を始めとした産業振興、少子高齢化に対応した福祉施策、教育施設の整備など教育の振興のほか、地域活性化のため、観光レクリエーション施設の整備を推進してきた。十日町市過疎地域自立促進計画では、これらの対策事業により、地域の基盤整備が進み、生活や経済活動の利便性が向上するとともに、都市との交流が拡大するなど地域の活性化が図られたと述べている。財政状況も厳しい中において、引き続き産業基盤や生活環境の維持、向上を図る必要があるとともに、時代の変化に対応した地域振興策が必要であることから、ハード・ソフト両面において過疎対策を推進していく必要があるとしている。

十日町市まちづくり基本条例(平成26年9月)の第8章では、「十日町市が持つ長所や特徴、まちづくりの課題も踏まえたうえで、将来にわたり子や孫に住み継がれる十日町市の実現のために必要となるまちづくりの考え方」を多角的な視点から明記している。第5節「豊かさや活力あるまちづくり」には、十日町市ならではの産業振興、観光交流を推進すること及びその重要なキーワードとして芸術文化、スポーツを取り上げ、この活用を掲げている。定住促進や交流人口を増やしていくために、地域の魅力をさらに高めていくという決意が述べら

れており、大地の芸術祭と空き家再生事業がそれぞれ目指している地域おこしに適応していると考える。

第5節 豊かさと活力あるまちづくり

(産業振興及び定住促進)

第28条 市民、市議会及び行政は、地域の特性を生かした産業振興を図り、働く場の確保及び定住の促進に努めるものとする。

(観光交流)

第29条 市民、市議会及び行政は、まつり、イベント等の振興を図り、交流人口の増加に努めるものとする。

2 市民、市議会及び行政は、多様な交流を推進し、前項の取組と合わせて広く地域の魅力を情報発信するよう努めるものとする。

(芸術文化及びスポーツの振興)

第30条 市民、市議会及び行政は、芸術文化及びスポーツの振興を図り、心身の豊かさを育むとともに、まちの活性化に生かすよう努めるものとする。

十日町市まちづくり基本条例(平成26年9月)の第8章第5節

過疎地域自立促進特別措置法に基づき、過疎地域(本市は全域指定)の自立促進施策をまとめた計画である、十日町市過疎地域自立促進計画を見ると、「観光・レクリエーションの振興」「定住の促進」という項目があり、それぞれ、大地の芸術祭と空き家再生事業に対応していると考えている。

まず、観光・レクリエーションの振興の項目にある大地の芸術祭の現況と問題点は以下の通りである。

平成12年から開催している「大地の芸術祭」は、世界的レベルをもつ現代アートの国際展として、国内外で高い評価を得ています。今後も同様の評価を得るために、芸術祭の質の向上が必要です。また、通年での観光誘客を図るため、越後妻有の里山に蓄積されたアート作品を大地の芸術祭の会期中だけでなく幅広く活用し、他の観光資源と連携していく必要があります。

また、その対策として、以下の三点を挙げている。

・拠点施設の充実・強化など、大地の芸術祭の質の向上を図るとともに、周遊バス・タクシーやレンタサイクルなど、二次交通システムの確立や通信端

末による情報提供の充実により、作品鑑賞の利便性の向上を図ります。

- ・大地の芸術祭サポーターやファンの拡大を図るとともに、そのネットワークを生かした交流イベントの開催や、ふるさと納税による寄附金など持続的な支援体制の構築を目指します。

- ・地域全体を一つの里山美術館と見立て、越後妻有雪花火や季節ごとの企画展の開催など、多彩なプログラムを通して大地の芸術祭の里のブランド化を図ります。また、地域産品や伝統技術を活用した新たなグッズの開発や特徴あるサービスの提供などを検討していきます。

次に、定住の促進の現況と問題点は以下の3点となっている。

- ・市町村合併以降、人口は減少傾向にあるものの、自然と共生する暮らしに共感し、移住する人が増加しています。また、暮らしのゆとりや豊かさを求め、国民のライフスタイルが変化する中、移住・定住の地として里山への関心が高まっており、他の自治体との差別化が重要となっています。

- ・移住者も、安心して定住できるよう支援体制の拡充を図るとともに、Iターン者のネットワークづくり・組織化を進める必要があります。

- ・人口減少の大きな要因である転出人口を抑制するため、市内での就学、就業を支援する施策とともに、住み替えを支援する仕組みづくりが求められています。

また、その対策として、以下の取組みを挙げている。

- ・新潟県、認定NPOふるさと回帰支援センター等関係機関と連携し、本市の魅力をはじめ移住者のライフスタイルや各種支援制度など、移住希望者のニーズに合致した情報を発信し、他自治体との差別化を図ります。

- ・移住相談会の継続、田舎暮らし体験ツアーの実施等を通じて、本市のファンをつくり移住につなげるとともに、トレンドとなっている「二地域居住」の受入れを促進し、里山での暮らしや住民との触れ合いを通じて定住へと結び付けます。

- ・地域おこし協力隊やインターン研修生の受入を通して、移住者を受け入れる地域態勢を整え、地域内での受入人材の育成に取り組めます。

・お試し移住の場として整備した「シェアハウス」を活用し、スローライフを実現したい若年層 を呼び込み、里山での農作業やさまざまな職業体験を通じて、市内での就農や起業、地域企業への就業等による移住に結び付けます。

・本市を選び、定住できるよう、移住者や地域おこし協力隊退任者への定住助成を行い、主体的な地域づくりを促進します。

・移住や市内での住み替えの受け皿となる空き家バンク制度を充実させるとともに、制度を活用した移住者の住宅改修等に対する助成を行い、定住につなげます。

・移住・定住の促進に向けて、Iターン者の実態把握とともに、Iターン者のネットワークにより移住者が次の移住者を呼び込むような仕組みづくりを促進します。

【計画】

自立促進施策区分	事業名 (施設名)	事業内容	事業主体	備考
8 集落の整備	(2) 過疎地域自立促進 特別事業	高齢化集落支援（地域おこし協力隊設置）事業 内容：地域おこし協力隊、集落支援員の配置により集落の生活支援から地域活性化まで幅広く対応する 必要性：外部人材の活用による集落の存続・機能維持	十日町市	
		定住促進助成事業 内容：Iターン・Uターン者等への定住支援・助成 必要性：定住促進による集落の維持	十日町市	
		空き家バンク事業 内容：空き家物件の情報提供とU・I・Jターン者への定住支援・助成 必要性：定住促進による集落の維持	十日町市	
		移住促進基盤整備事業（ふるさと回帰促進事業） 内容：移住交流・定住の情報発信と移住相談（移住支援員の設置含む）の実施等 必要性：移住交流人口の増加による地域活性化	十日町市	
		インターンシップ事業 内容：移住の多様な入り口のひとつとして、一定期間の田舎暮らし・職業体験を通じたインターン研修生の受入支援 必要性：移住交流人口の増加による地域活性化と移住者受入態勢の整備	十日町市	
	(3) その他	ふるさと集落生活圏形成推進事業 （冬期高齢者シェルター兼夏期インターン生等受入拠点建設、高齢者買い物・見守り支援、地区生活交通確保など）	十日町市	
		ふるさと同窓会支援事業 （若年層（20代）のふるさと回帰を刺激するため、同窓会開催を支援）	十日町市	

以上の行政が考えている課題とその対策を踏まえて、大地の芸術祭と空き家再生事業の課題と展望を考察していく。

第4章 事例①現代アートの受容－大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレの事例－

4-1 アートと社会の関わり

‘90年代初頭のバブル崩壊後から、徐々にハコモノ行政に対する批判が起きたことで、ハード(建物)ではなくソフトとしての文化を工夫する意識が生まれた。また、1995年の阪神・淡路大震災が、アーティストやアート関係者たちにとってアートが社会に何ができるのかを考えさせられる契機になったことで、アートと社会の接点をつくる動きが見られた。そこで、注目を浴びるようになったのが、「アートマネジメント」という概念である。こうした価値観の変化の中で、芸術を芸術としてのみ考えるのではなく、まちづくりなど他分野と結びつき、社会への仕組みへ働きかけるアートプロジェクトが生まれ始める。そのあり方の一つを確立したのが、後述する「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」である。これを契機として、アートプロジェクトが地域社会に働きかけた結果、経済波及効果のみならず、地域コミュニティの活性化に寄与するという指摘が急増する。

芸術を支える文化振興にとどまらず、芸術活動を人々の生活や社会全体に関わるものとして位置付けるのが2000年以降の文化政策の傾向だが、昨今のアートプロジェクトに対する社会的期待は、「ふるさと再生」や、過疎化の振興に対する「地域活性化」が叫ばれる社会情勢と表裏一体である。熊倉(2014)は、社会の側からアートプロジェクトに投影される様々な視点を分類し概観した。

①経済・産業振興としての視点

経済的な観点では、自然や人材、場所、企業、産業などまちの既存の資源を活用し、活性化させることでまちに新たな経済の動きを生み出すことへの期待があげられるとしている。過疎化で農業の後継者不足に悩む地域で、アートプロジェクトが新たな観光資源としてまちに根付き、地域雇用や地域活性化につながるという事例もある。先述の大型プロジェクトのように、数十億円規模の経済波及効果が算出されている事例もある。こうした成功を受け全国各地で、産業振興などの経済的な視点のもと、アートプロジェクト開催への要望の声が社会の側から挙がるようになってきているという。

また、プロジェクトが契機となり、そのまちならではの観光資源に市民が気

づき、資源を活用したコミュニティビジネスなどを展開する可能性もある(これは、大地の芸術祭で、古民家を改装したレストランを地元の人たちが経営したり、陶芸体験や職人体験などのビジネスも、当事者ではない人々によって始まっていることから)。また、IT やファッションなど、クリエイティブビジネスとして展開するプロジェクトもある。商店街活性化の事例、都市部の老朽化したビルをクリエイティブ産業のインキュベーション施設として活用する事例などが出てきているという。

②まちづくり・コミュニティ形成としての視点

まちづくりには、経済的観点以外の指標もあるとしている。例えば、作品やプロジェクトの拠点がまちの新たな観光資源となって観光客を呼び込むことで交流人口が増え、また、外部からの注目を浴びることでシビック・プライド(市民としての誇り)が高まることも考えられる。まちの風景や人や活動といった見慣れたものに新たな価値観が付与され、住民たちがまちの魅力を再発見し、まちへの愛着を抱くきっかけになることもある。暮らす人々にとってのまちの魅力が高まる事で、若者が地域外へと流出する事を防ぐだけでなく、居住人口の増加にアートプロジェクトが寄与する可能性もある。事実、Uターン者やIターン者を生み出しているプロジェクトも生まれている(徳島県神山町で行われている「神山アーティスト・イン・レジデンス」という事例)。

一方、コミュニティ形成の側面からは、プロジェクトが新たな集いの場をもたらず効果が期待されるとしている。さらに、アーティストが地域に外からの「異物」として入り込む事で、新たなコミュニティが生まれたり、既存のコミュニティに刺激を与え活性化するという効果も見られる。また市民参加という観点からは、プロジェクトのボランティアとして携わる人びとをはじめとして、まちで活動しようという市民の意識を高め、実際に人びとが地域活動を始め始める契機ともなり得る。

4-2 大地の芸術祭

4-2-1 概要

「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」(以下「大地の芸術祭」)は、新潟県の十日町市と津南町で開催される、世界最大規模の国際芸術祭である。2000年に初めて開催されてから、3年に1度開催されている。主催は大地

の芸術祭実行委員会、共催はNPO法人越後妻有里山協働機構、協賛はベネッセコーポレーション、運営は大地の芸術祭実行委員会・ベネッセコーポレーションが行っている。プロデューサーはベネッセホールディングス名誉顧問であり、慈善活動家の福武総一郎氏が務め、総合ディレクターを様々な芸術祭や文化活動に取り組んでいるアートディレクターである北川フラム氏が務めている。

基本理念の「人間は自然に内包される」をもとに、アーティストと地域住民とが協働し地域に根ざした作品を制作する。来場者は約762km²の広域に点在するそれらのアートを巡ることになる。この芸術祭は、大地の芸術祭は「交流人口の増加」「地域の情報発信」「地域の活性化」を主要目的としたアートプロジェクトであり、継続的な地域展望を拓く活動を目的とする芸術祭である。大地の芸術祭はアートによる地域づくりの先進事例・「妻有方式」として海外メディアでも多数紹介されるなど、国内外で美術の枠を越えた評価を得ている。国内では、文化芸術による創造都市（クリエイティブ・シティ）が関心と呼ぶ中、徳島、茨城、新潟市、大阪、瀬戸内など全国のさまざまな地域づくりに影響を与えている。また海外でも、欧米、アジアのキュレーターや美術関係者、自治体の視察、国際会議、シンポジウムなどで取り上げられてきた。また、過去に数多くの賞を受賞している。

開催地となる十日町市と津南町は、過疎高齢化が進む日本有数の豪雪地であり、農業を通して大地と関わってきた里山の暮らしが今も残っている地域である。越後妻有という地名は地図上に存在する名称ではなく、古くからこの地域が「妻有郷」と呼ばれたことに由来する。ここでは、3年に1度の大地の芸術祭のみならず、常設展示や季節ごとのプログラムを開催することで、1年を通して、地域に内在するさまざまな価値を、アートを媒介として掘り起こし、その魅力を高め、世界に発信し、地域再生の道筋を築くことを目指している。

大地の芸術祭ではコンセプトが7つ設定され、それに伴った地域づくりが進められている。（以下大地の芸術祭公式ホームページより抜粋）

1.人間は自然に内包される

越後妻有は、縄文期からの豪雪や河岸段丘といった厳しい条件のなかで、米づくりをしてきた土地です。人々は、切り離すことができない人間と自然の関わり方を探りながら、濃密な集落を営んできました。そこから

「人間は自然に内包される」という基本理念が生まれ、すべてのプログラムに貫かれています。人間と自然がどう関わっていくか——。その可能性を示すモデルになろうと、越後妻有の地域づくりは進められています。

2. アートを道しるべに里山を巡る旅

大地の芸術祭では、およそ 200 の集落を手がかりに作品を散在させ、現代の合理化・効率化の対極として徹底的な非効率化を試みています。世界のアーティストが手がけた約 200 の常設作品に加え、会期中には新作を公開します。里山の美しさ豊かさを際立たせ、そこに積層した人間の時間を浮きあがらせるアートを道しるべに、人々は五感を開放し、生の素晴らしさや記憶を全身に蘇らせるのです。

3. 世代、地域、ジャンルを超えた協働

アーティストは他者の土地にもものをつくらねばならず、地域とのコミュニケーションが欠かせません。やがてアーティストの熱意が伝わり、住民は協働者として作品に関わり始めました。また、都会から多くの若者がボランティアに参加し、「過疎地の・農業をやってきた・お年寄り」と「都市で・何をやっているかわからない・学生」との出会いは、衝突・困惑から理解・協働へと変化していきました。

4. あるものを活かし、新しい価値をつくる

大地の芸術祭の代名詞ともいえる、空家・廃校プロジェクト。越後妻有に残る膨大な空家を作品として再生し、地域の記憶や知恵を継承しようとして、100 件ものプロジェクトが行われてきました。かつては地域を結ぶ場であった廃校にも、たくさんの作品が展示され、学校は再び集落のキーステーションとなりました。これらはアートという枠を超え、コミュニティの一部となって活用され続けています。

5. ユニークな拠点施設

豪雪、集落、棚田、マブ、縄文土器、近代的土木構造物…。これら越後妻有の要素を凝縮した施設が、世界的建築家やアーティストの手でつくられ、集落をつないでいます。それは越後妻有の縮図であり、その特殊性や魅力を存分に感じることができます。公共事業としての作品制作も進められ、トイレや宿泊施設などのアートプロジェクト化により、体感できる恒久作品が数多く生まれました。

6. 生活芸術

人間がつくってきたものはすべて「美術」であり、その原初的な部分が「生活芸術」です。なかでも重要な要素となるのが「食」です。大地の芸術祭では、文化・芸術の最も初歩的で基本的な現れは「食」であるという理念に基づき、力を注いでいます。「食」は、地元の人たちが芸術祭の主人公となれる、大切な要素なのです。

7. グローバル/ローカル

越後妻有には、アジアから嫁いだ女性たちがいます。過疎・高齢化の進む里山と世界をつなぐ場所が、この地域にはあるのです。そこに海外アーティストが入ることで、新しい交流が生まれ、さらに世界中の文化芸術機関が参加し、国境を越えた協働がなされています。集落を通じて世界とつながる。このヒューマンスケールによるつながりで、地球を包むことこそがあらゆることへの可能性なのです。

大地の芸術祭はアート以外の取り組みにも影響を与えている。「FC 越後妻有」は、女子サッカー選手が棚田の担い手として移住・就農し、プレーする農業実業団チームである。大地の芸術祭から派生した本プロジェクトは、プロとしてサッカーをしながら、里山で暮らすライフスタイルの提案であり、過疎高齢化で担い手不足の棚田を「まつだい棚田バンク」を通して維持する、日本全国見渡しても類を見ない、先駆的なプロジェクトである。

大地の芸術祭を運営するにあたり、公式サポーターとして「こへび隊」という組織が存在する。『「世代・ジャンル・地域を越えた」自主的な組織』と名乗り、随時メンバーを募集し、これまで約 2000 名を超える中高生から 80 代まで幅広い世代の人々が首都圏を中心に全国および海外から集まっている。美術や建築に限らず、経済、福祉、社会学、語学などを学ぶ学生や、主婦や仕事を持つ人から、作家やスタッフの家族まで多様な人々が参加している。こへび隊として活動する間は宿舎で生活をし、日中の仕事は、主にキナーレやまつだい「農舞台」など、大地の芸術祭拠点施設にて行われる。

こへび隊の活動は、大地の芸術祭会期中の仕事と通年の仕事の 2 つに分かれる。まず、会期中の仕事は主に、①アート管理・作品受付、②ツアーガイド・ガイドサポート、③こへびインフォメーションセンター(会期前・会期中に、東京・代官山のアートフロントギャラリーにてオープンされる。妻有や「大地の芸術祭」について詳しく知りたい方への案内・対応や、関連資料作りを行

う)、④作品制作サポートの4つである。次に通年では、①恒久作品のメンテナンス、②様々なイベント企画・運営サポートの2つを行っている。他にも、地域活動として、田植え・稲刈りのサポートや、雪掘りのサポートも行っている。

大地の芸術祭や地域全体として、こへび隊のみならず様々な団体・人々によって、応援・運営される仕組みが成り立っている。

4-2-2 沿革

アートを活用するきっかけは、新潟県が平成6(1994)年に出した施策「ニューにいがた里創プラン」であった。これは、新潟県内の広域行政圏で実施する地域活性化施策に対して新潟県が支援するというものであった。広域行政圏とは、新潟県総務部地方課(1970)によると、「就業、買い物、医療、教育、教養娯楽などの住民の日常的な生活需要がほぼ一日の生活行動によって充足することができるような生活上の圏域を空間的に一体化させながら、それに必要な公的サービスを提供するための仕組み」である。広域行政圏施策が導入されたのは1969(昭和44)年である。この「ニューにいがた里創プラン」のもと、当時の十日町広域行政圏(十日町市・川西町・中里村・松代町・松之山町・津南町)は第1号認定を受ける。

その後、様々な検討を経て、1996(平成8)年にアートを活用した地域活性化施策をまとめた「越後妻有アートネックレス整備構想」を策定した。これにより、里山や自然などの地域資源・文化などをアートによって発信し、地域の元気を取り戻すという壮大なプロジェクトが始まることとなった。

越後妻有アートネックレス整備構想は、当時6市町村に分けていた十日町広域行政圏を「アートでつなぐ」という意味を込めて名付けられた。この構想のもとで、①越後妻有8万人のステキ発見事業、②花の道事業、③ステージ整備事業が行われた。①越後妻有8万人のステキ発見事業は、地域の自然や文化が元々持っている魅力を再発見するための写真と言葉のコンテストであり、住民や旅行者等からの応募総数は3,114点にもなった。②花の道事業は、道路や民家の庭先などに花を植えて広域行政圏をつなぐ事業であり、道路整備や公園づくり(ポケットパーク事業)などを含めた総合的なインフラ整備の推進が並行して考えられた。③ステージ整備事業は、有名なアーティストや建築家の参画により、地域の交流拠点施設を整備する事業である。整備された越後妻有交

流キナーレ、光の館、まつだい農舞台、森の学校キョロロは、現在も大地の芸術祭の拠点施設として多くの人を訪れている。

これらの事業とともに、越後妻有アートネックレス整備構想の成果を3年に1回発表する場として「大地の芸術祭」が企画された。大地の芸術祭は、里創プランの中で現在まで継続している数少ない事業の1つである。

以下、過去の開催実績である。

表を見るとわかるように、回を重ねるごとにその規模は順調に拡大している。初回にはいなかったアートアドバイザーやディレクターなども近年では設置されており、年々クオリティが向上していることも推測される。

表1 大地の芸術祭各種規模の推移

	作品数	参加アーティスト	作品展示 集落数	来場者数	こへび隊 登録人数	地元サ ポーター 登録 人数
2000	153点	32の国と地域 148組	28集落	162,000人	約800人	
2003	220点(うち恒久 設置作品67点)	23か国 157組	38集落	205,100人	711人	
2006	334点(うち恒久 設置作品131点)	40の国と地域 225組	67集落	348,997人	930人	
2009	365点(うち恒久 設置作品149点)	40の国と地域 約350 組	92集落	375,311人	350人	
2012	367点(うち恒久 設置作品189点)	44の国と地域 310組	102集落	488,848人	1,246人	
2015	378点(うち恒久 設置作品182点)	35の国と地域 363組	110集落	510,690人	2,270人	152人

4-2-3 当初の課題と対処

「越後妻有アートネックレス整備構想」の話し合いは最初から難航したとい

う。各市町村の思惑が違う上に、「とりあえずやるだけ」と思われていた節もあった。最終的に「越後妻有」と名付けられた広域圏の名称も大いにもめた。大地の芸術祭の構想についても、役所、住民、地元既得権益者、文化団体など、あらゆる方面から反対された。まず、「現代アート」という得体の知れないものへのアレルギー反応があり、加えて、現代アートを用いたまちづくりに関する海外の取り組みが知られておらず、アートにかけるお金があるのなら、田畑の再生や病院、学校に使って欲しいという意見があったという。さらに、既存の地元美術団体、演劇や音楽などの他ジャンルの人々が足を引っ張ることもあったという。加えて、北川氏が外部の人間で、「商売人(北川氏ご自身の表現)」であることも、各方面からの信頼獲得を難しくした(北川・2010)。

地元の支持がなかなか得られず、1999年開催予定であった芸術祭は延期されることになる。途方にくれる中、こへび隊が手分けをして全戸回るという取り組みを行った。当時こへび隊のメンバーは100人強おり、初めての越後妻有に期待を寄せていた都会の若者たちは、門前払いをされたり、胸ぐらをつかまれたりと、現地住民の冷たい反応に大変なショックを受けたという。そのような中、こへび隊は徐々に地元住民と対話をするスキルを学習していった。またその過程で、親切な住民がまた別の住民を紹介してくれたりしたことで、次第に接点が増えていった。

北川氏は、新潟市での講演会で次のように語っている。

「異質なものをぶつける。北川や(県庁の)渡辺がやってもダメ。最初は住民は全然動かない。だが、若者、しかも都会の何も知らない若者を前面に出すとものが動き出した。結局は、人間の好奇心だと思う」

このような紆余曲折を経て、2000年に第一回目の開催を迎える事になる。

4-2-4 経済的効果

単位：百	第一回	第二回	第三回	第四回	第五回
万円					

経済波及 効果	12,758	14,036	5,681	3,560	4,650
うち建設 投資	10,054	12,810	1,327	190	382
消費支出	2,704	1,225	4,354	3,370	4,268

表 2：大地の芸術祭の経済波及効果

(出所：第 3-5 回、越後妻有アートトリエンナーレ大地の芸術祭総括報告書)

大地の芸術祭の経済波及効果は、表 2 のような数値が公表されている。これらの経済効果を受けて、現地の実感はどうだろうか。古川(2011)は、経済効果を最も実感しているのは、宿泊・飲食業界、交通業界などに限定されていると指摘している。前回の開催機関が終わって三日目に次回開催の要望が届いたこともあるそうだが、そういった効果は一時的で限定的であるという。大地の芸術祭の開催地では、飲食店や宿泊業者が目に見えて増えることはなかった。

雇用面に関しては、越後妻有では現在、様々な形で通年 100 人ほどを採用している。芸術祭開催の年には、400 人ほどの雇用が生まれる。地元の住民は、作品管理や説明など、自分たちの生活を表現して、それが収入になる。

古川(2011)は、芸術祭の経済効果の推定値と実感が乖離していることを指摘している。この理由として主にあげられているのが、開催地としての地域の特徴、及び芸術祭の運営方法の特徴である。

まず、開催地となった地域にはそもそも観光客が消費するような飲食店や売店が少ない。食べ物や飲み物は事前に用意する、ゴミは必ず持ち帰る、などが芸術祭に訪れる心得となっている。さらに、3年に1度、大勢来る人々のために新しく店を作ることは難しいという。3年に一度で、かつ数ヶ月間限定の開催であるため、ビジネスとして考えることは難しく、また、そこで働く従業員

の確保も問題になる。現地はもともと過疎地であるため、人手が足りないためである。加えて、芸術祭に訪れる人々の多くは、現代アートを目的としているため、周辺の観光には興味関心がない場合が多いのだという。そもそも広大な土地に点在している作品を回るだけで時間がかかるため、他に費やす時間の余裕がない。そして、来訪客の大半を占めている若い層は金銭面の理由から、現地での消費を控えようとする傾向があるようだ。

大地の芸術祭 2009 の実行委員(約 80 人)へのアンケートで、「継続すべきでない」と答えた人が 3%といたという。それは、地域振興の観点から、「一過性、または一時的なイベントとなっており、地域住民の日常的な環境改善や恒常性があるイベントになっていないと考える。例えば、経済効果では、来客数が増加したことは良いと考えるが、雇用の創出には至っていない。都会の人の一時的な楽しみにボランティアという都合の良い言葉に利用されている」という、厳しい指摘であった。

行政の面でも難しい現実が明らかになっている。古川(2011)の調べによると、過去 10 年間の開催を振り返って、十日町市は財政収入につながった実感はないという。そのため、「全体的に 1 億円の投資の割には効果は如何なものか」という声が上記実行委員向けのアンケートでも挙がっている。

このように、実際には経済的なメリットは限られていることがわかる。一方で、社会的な効果については肯定的な意見が散見される。次の項目で見えていく。

4-2-5 社会的効果

経済的效果が注目されがちであるが、大地の芸術祭が目標として交流人口の増大、地元住民の生きがい創出を掲げているように、芸術祭の開催意義は経済的效果に留まらず、社会的効果を抜きにして語ることはできないと考える。

大地の芸術祭への参加集落数は、回を重ねるごとに増えている。参加集落すべてが自らの意思で参加を決めたわけではなく、運営側や行政、アーティストの要請がきっかけとなっている場合もあるが、全体的に芸術祭に関わっていく過程を通して、その効果を実感しているようである。

2009 年の第四回最後に作品設置集落・町内を対象に実施されたアンケートでは、作品の制作・設置を自ら希望したのは、全体の 58%で、それらの活動に協力するきっかけに関しては、運営者側・行政・作家本人の要請と答えたのが

73%にのぼり、自発的に協力したのは25%にとどまる。しかし、結果的に関わってよかったと感じている人の割合は84%にのぼる。その理由で圧倒的に多いのは、「作品制作作業などを通して、作家やこへび隊など外部の人との交流が生まれた」(64.7%)、「作品鑑賞者が多く訪れ、地域に賑わいが生まれた」(62.7%)、というものであり、続いて「作品制作作業などを通して、地域内の人間関係が深まった」(35.3%)、「作品制作作業などを通して、地域内の活動が活発になった」(29.4%)となっている。

先述のNPO法人越後妻有里山協働機構事務局長の関口正洋氏は、地域住民が芸術祭に手を挙げる理由について、次のように語った。

「一番の理由は『元気になりたい』から。儲けたいと思っている人もいると思うが、交流を通して元気になりたいという気持ちの方がずっと大きいと思う。最初に関わった人たちが、こへび隊や観光客との交流をしながらだんだん明るくなっていくのを目の当たりにしたから。」

ここまで見てきたように、現代アートを媒介にした地域活性化活動は、一定の経済効果と社会的効果を生むが、後者の方がより効果的なものとして認識されており、それらが大地の芸術祭への支持、あるいは黙認の風土を作り上げているのではないかと考えている。

4-2-6 それぞれの担い手の立場

大地の芸術祭には、地元住民、アーティスト、ボランティア、行政、地元企業、観光客など、多様なアクターが関わり、支えられている。

古川(2012)は、彼らの思惑は異なるとしながら、大きく二つに分けている。

- (1)アーティスト、アート関係者や団体、(初期の)ボランティア隊…アート作品の制作、あるいは展示や運営に直接的、あるいは間接的に関わりたい。
- (2)行政、地域住民、宿泊・飲食業界…地域の発信力を高め、地域を活性化させたい。

これらの思惑は初期のものであり、芸術祭が進展していくとともに徐々に変化していく。例えば、表現の場を求めて地域に入り、アート作品の制作過程で地

域を知り、住民と触れ合う過程を通して、一部のアーティストは地域により深く、長く関わるようになっていく。

ボランティア隊に関しても、初期は美術関係の学生が多く、アート作品の制作現場に関わりたいという思いが強かったが、現在は社会人やシニア世代にまでと、登録者の裾野も広がっている。特に、社会問題に関心の高い人々が多数加わることによって、全体的に過疎地の活性化の意義がより顕著に意識されるようになった。

一方で、行政や地域住民は、現代アートそのものや地域活性化の効果に疑問を抱いていたが、アート作品の制作・運営の過程に加わり、芸術祭の振興に連れて多くの来訪客との交流を楽しみ、その効果を肌で実感することで、現代アートをより身近に感じ、芸術祭の存続を望むようになっていく。

このように、異なる思惑を持つアクターたちが歩み寄り、協働しながら地域を活性化していく過程をバックアップする機関として、越後妻有では2008年にNPO法人越後妻有里山協働機構が発足した。事業の目的は、大地の芸術祭及びその周辺事業を通して、妻有のファンやサポーターを増やし、それによって徐々に交流人口を拡大させ、地域・世代・ジャンルを超えたプラットフォームを形成し、多様な文化の共存を実現することである。そのことによって、コミュニティ・経済を活性化させ、それによってまた大地の芸術祭を盛り上げていくことにある。

このように、良い点もある一方で、本来の意味での「関係人口」を増加させるには、未だ多くの問題点が残っていると考えた。

ここで注目したいのが、①地元住民、②アーティスト、③アートを見に来る人々である。

まず、①地元住民である。多くの場合は、十日町市の元来の風土やバックグラウンドを加味してアート制作されるが、時にはアート側の表現が優先されてしまうことがある。一方的にアートが優先されてしまえば、地域がアートの表現の道具として利用される、というリスクが生まれる。すべての作品が、それぞれの場所を解釈して作られていることは確かなのだが、アーティストによる場所の解釈と、住民の場所への意味づけ・住民がこれまでその場所に対して行ってきた働きかけとは、無条件で一致するわけではない。宮本(2018)は、アートプロジェクトの実践にあたっては、異なる立場に置かれたアクターの意味づけが、作品の存在する場所を巡って交錯することになり、それゆえ、アートプロジェクトの現

場においては、外部者の眼差しによって一方的に場所が消費される危険性が常に存在すると指摘している。地域に生活する地元住民にとっての場所の機能や文脈と作品との間にズレが生じ、従来その場所が持っていた機能や意味が失われてしまえば、作品が地域にとって逆の機能を果たしてしまうとも言っている。

これまでも、多くの住民が生活し、利用する場所にサイトスペシフィック・アートが設置される際、住民が置き去りにされることを疑問視する声が上がってきた。多くの住民にとって、作品は自分たちの生活空間に突然出現し、しかもずっとそれと暮らさなければならなくなるもの（川田,1999）であるのだ。

万が一、アートプロジェクトで不祥事が起きてしまったら、その土地に対する社会的な評判は下がり、加えて馴染み深い地元の名が汚されたように思われ、憤りを感じるのではないか。2009年に新潟市で開催され、北川フラム氏が総合ディレクターを務めた「水と土の芸術祭」では、新潟市美術館で展示された作品が原因で美術館内にカビや蜘蛛が発生し大きな問題となった。北川は同館の館長を務めていたが、一時休館に追い込まれると共に、同館で予定されていた「奈良の古寺と仏像一會津八一のうたにのせて」展は中止になり、会場を長岡市の新潟県立近代美術館に変更して、開催することになった。この問題は同美術館の元の館長らが「新潟市美術館を考える会」を立ち上げ、北川と北川を指名した篠田昭新潟市長は批判され、結局北川は館長職の解任に追い込まれた(橋本,2012)。地域アートの主催・運営は多くの場合、地域外の人が務めており、地域住民は不祥事に対する不名誉を介して、地域への尊厳（シビック・プライド）を損なわれるのではないかと推測する。

次に、②アーティストである。近年、アートを制作する側にとっても、地域と関わるアートプロジェクトへの参画はメリットだけではなくデメリットも伴うことが指摘されている。アートを制作する人々がプロジェクトに携わるメリットについて、熊倉らは次の三点を挙げている(熊倉,2014)。

第一に、ホワイトキューブが失った現代社会との接点を再発見し、そこに表現者として関与することの挑戦がある。オフ・ミュージアムの流れによって、場所に固有な作品制作が希求され、その中で社会との接点が再発見されていくことになる。第二に、発表の場の確保というキャリア形成の側面がある。熊倉らは、90年代初頭に至るまで、美術館などではほとんど現代美術が取り扱われておらず、その中で作家たちが野外や街中に発表の場を求めてキャリアを積み重ねてきたことを指摘している。また、現代芸術が広く受け入れられた現在において

も、不景気の影響で若手の発表の機会は失われつつあり、芸大・美大がアートプロジェクトにおいて学生に発表の場を与えているという状況がある（会田・藤田,2016）。第三に、制作拠点の確保が挙げられる。場所の提供、住み込みによる作品の制作などがこれにあたる。美術館を飛び出し、社会との関わりを希求する作家達にとって、アートプロジェクトへの参加は上記の点で大きな魅力があることがわかる。

一方、プロジェクトの隆興に伴って、近年「アートが地域と関わること」が抱える問題点が指定されるようになってきている(宮本,2018)。それらはプロジェクトが展開していく中でアートが地域振興の道具としての役割を担わされることから派生してきた。プロジェクトが全国各地に広がるにつれ、浮かび上がってきた問題点とは一体何だろうか。ここでは、その問題点を大きく三つに分けて見ていく。

第一に、地域振興・まちづくりの機能が期待されるのに比例して調和的な作品が増え、アートの持つ社会批判機能が薄れるという問題がある。共創の場を重視する傾向にある日本のアートプロジェクトは、政治性や鋭い社会批評性をあらわにしないのが大きな特徴である(熊倉,2014)。小泉(2010)は、大地の芸術祭の調査を通じ、社会と関わる芸術を用いたアートプロジェクトが、社会の諸主体による特定の目的のために利用されることにより、芸術の重要な機能とも言える「反秩序的」な活動や、人々の期待を意図的に裏切るような表現の枠組みを損ない得る危惧を指摘している。同様に、神野(2016)も迎合的に人々の求めるものを提供するだけでは、アート固有の特性が失われること、敵対性・ある種の緊張関係が存在しなければアートである必要性が減じていくことを示している。

一方で、地域を舞台とするアートプロジェクトにおいて、批判性、敵対性を全面に押し出す表現を行うことは、地域の人々を傷つけるリスクを伴う。美術館など閉鎖的な空間ではなく公共空間に設置されたアート作品は、自発的に訪れて、見終わればその場を立ち去ることができる鑑賞者とは異なり、好むか否かにかかわらず地域住民の生活に否応なく介入してくる。それに対して不快感を感じている住民も少なからず存在している可能性は否めないと考える。宮本(2018)は、地域で展開するプロジェクトにおいて、アートの批判機能がどのような語りで成立可能なのかという点については検討が必要であるとしている。

第二に、地域振興のツールとしての役割に比重が置かれた結果、作品の質が問われなくなってしまうという問題である。アートプロジェクトが日本全国に拡

大するに伴い、地元と溶け合うこと、産業を活性化させること、観光客を呼び込むことが重視され、芸術の中身、あるいは作品の質が問題にならなくなることを危惧している（藤田,2016）。近年のアートプロジェクトは、まちづくりや地域創生的手段として用いられていることが多く、それにより地元住民の積極的な参加を促すことが増えている。そのため、住民の意見により傾倒した作品作りを行ってしまうことがあり、陳腐化しやすいのではないかと考えている。

第三に、地域に人を呼び込み、まちを活性化させるという目的のためならば、その手段はアートでなくてもいいのではないかという疑問の声が上がっていることである。これは、言い換えれば、アートだからこそできることは何なのか、ということでもある。

地域アートの先駆者である川俣は、「人が大勢来ました」「地元の人たちもこうなりました」と言われるものの、短いスパンでしか語られず、目的性だけでアートプロジェクトが見られるところもあって、あまりにも早くて安っぽいと述べ、その現状を批判している（熊倉監,2014）。宮本(2018)は、アートプロジェクトが興隆する今だからこそ、「アートという方法が他の機能的等価物によって入れ替え不可能なものであるかを評価すること」、つまり地域社会においてアートであるから可能なこと、アートでなければできないことがあるのかどうかを検討していくことが求められていると指摘する。

最後に、③アートを見に来る人々である。大地の芸術祭は、いわゆるパブリックアートであり、美術館などの箱にアートのみを鑑賞しに行く時とは、求められる鑑賞の姿勢が異なると考えている。川俣(2014)は、大地の芸術祭は基本的にアートのクオリティを問う展覧会ではなく、地域住民とお祭りを起こすことがメインになっていると言ひ、観客にとってはアート作品がメインではなく、風景や見たこともない場所を体験しながらそこに置かれた作品を見ていると述べている。つまり、アートの付加価値を見たくて来ているのだという。アートの付加価値とは、すなわち地域本来の魅力であると考え、アート作品だけでなくその場所の固有性にも関心を持って鑑賞しているその姿勢は、コミュニティに対するリスペクトである。さらに、鑑賞者が地域そのものに目を向けることで、アートを見ることだけを目的にして鑑賞をするよりも、より地域について知ってもらう機会になる。それが関係人口を増やす有効な契機になることは、確かであると考える。

地元住民というもともとその地域にいる人々と、アーティストという外から

新たにやってきた人々との関わり方次第で、関係人口の増減は大きく変化するのではないか。地元住民は、生活環境を無条件に提供する最も弱い立場にいる。アーティストが自身のスタンスを守りたい気持ちも理解できる。両者の間に立つ運営側や行政は、まちづくりという名を模したビジネスとして、大地の芸術祭を開催している点があるのではないかと考える。この三者の中で、最も優先すべきは、コミュニティに住まう地元住民の生活であるため、行政が運営に肩入れしすぎず、住民に寄り添い行動することが必須になってくるのではないか。大地の芸術祭が三者にとって最良のものになり、関係人口の増加のための有効な手段となるまでは、数多くの対話と長い時間が必要になるのだと推測する。

4-2-7 課題と今後の考察

現代アートを巡る観光が世間的に知られてきた昨今では、アートを用いた地域活性化は、その持続とさらなる拡大に向けて幾つかの課題に直面していると考えられる。一つ目が、持続性を前提としての財源確保の問題、二つ目が地域ブランドの維持と向上である。

まず、持続性を前提としての財源確保の問題を考える。大地の芸術祭は地域づくりのモデルとしても国内外で高い評価を受けているが、その持続性の前提として財源確保の問題があると考えている。その原因は、活動資金の不足である。

古川(2011)は、この問題を3点に分けて分析している。

①行政への過度な依存

大地の芸術祭は、新潟県が打ち出した地域活性化政策をきっかけに指導したものであるため、第一回と第二回に関しては県から多額の補助金を受けているが、三回目では補助金ではなく、負担金という形で減額され、四回目は負担金を受けてすらいない。

これを受けて、越後妻有では、より持続性のある資金収集の仕組みづくりに向けた試みがなされている。主な資金源として、芸術祭の事業収入のほか、寄付・協賛金、助成金・委託料、使用特定のふるさと納税などがあげられる。十日町市と津南町は3年で1億円を拠出する計画である。

十日町市では、ふるさと納税の使用特定メニューの一つに大地の芸術祭を設けているが、ふるさと納税自体の普及がそれほど進んでいないこともあり、思うほど集まっていない。

協賛金はこれまでのネットワークを中心に広げるとともに、同人会・県人会・

企業・各国大使館などにも働きかけ、さらに芸術祭と農業・観光とのつながりで各種補助金や助成金も積極的に申請するなど、様々な努力がなされている。

大地の芸術祭は地域づくりのモデルとして、国内外に大きな影響を与えているが、資金面を含めた行政との連携体制の構築に関しても、他の地域からまだまだ注目され続けることになるだろうと述べている。

②芸術祭の収益力を高める

芸術祭の収益は、飲食・宿泊施設、観光事業、物産、地域の応援団の運営などがあるが、すでに述べた通り、過疎地では飲食・宿泊施設が少なく、新規でつくることも難しい状況である。観光事業に関しても、新規の作品を作ることも、既存のアート作品の魅力を引き出し、特に集落に設置したアートの集客力を高める必要があると考えている。

物産に関しては、2009年の大地の芸術祭での取り組みが国内外の賞を受賞し、大きな話題になったが、大きな販売増までにはつながっていない。東京都心での出店やインターネット通販サイトの立ち上げなど、外商部門の強化が予定されている。

③社会全体でバックアップする仕組みづくり

短期的な資金問題を別にして、そもそも、過疎地に外から人を呼ぶことによって交流を促進し、地域を活気づける取り組みは、その理念上、そして過疎地の地理的特徴により、すべての活動資金を芸術祭の事業収入でまかなうことはおおよそ不可能であると考えられる。したがってその公益効果を適切に評価し、行政を含む社会全体で支える仕組みづくりが急務である。

現在の民間による公益活動の評価の仕方は必ずしも完全でないと指摘している。文化の向上、心の豊かさを謳いながら、最終的な評価は来訪客数、パブリシティ効果、経済波及効果といった経済的指標のみで行われているのが現状である。しかし、「お年寄りの笑顔」「理想郷」が行政や社会全体に対してもつ価値を、なるべく正当に評価しなければならない。

本当は行政がやるべきところをこへび隊などが無償でやっているという意味でも、行政の役割が問われている。

実際問題として、こういった公益活動の評価手法は日本でまだ確立されていない。実際、行政には、住民のこのような肉声を政策面に生かす方法がない。地

域でもっと、広く肌で感じられているものをどう表現して適切な評価を与えるか、これは日本社会全体で取り組んで解決していくべき課題であると考ええる。

次に、地域ブランドの維持と向上について考える。

近年、現代アートを媒介とした地域活性化事業は日本全国で活発に展開されている。アートで人が集まること、とくにそれまで地域にとって縁遠かった若年層の女性が多く足を運ぶ、という事実は多くの地域を勇気づけている。しかしながら、アートはきっかけでしかないと考える。いろいろなコミュニティで多様な文化や場が生まれ、地域の特殊性、固有性が掘り起こされることこそが重要であり、それを実現可能にするのは一回限りの観光客ではない。その地域に特殊な感情をもち、つながりを求めるコアなファンとの協働がカギであると古川は指摘する。

大地の芸術祭では、地域のファンをつくる仕組みとして、まつだい棚田バンク(松代を中心に、担い手のいなくなった棚田を維持するために、里親(棚田オーナー)を募って田んぼの耕作を行う活動)と妻有ファンクラブを運営しているが、顕著な結果は出ていない。

この問題を解決するためには、(潜在的)来訪者の心理や行動に対する緻密な観察と分析に基づいたきめ細かな対応が望まれるとしている。たとえば、地域へのコミットメントの程度に従って、来訪者の態度について、現地を(再度)訪れたい、地域の特産品を買いたい、地域と交流したい、地域の発展に貢献したい、地域に住みたい、などと分類できるとする。まずは、それぞれの態度は、どういった文脈で、何をきっかけに形成されるのかなどということを詳しく分析する必要がある。地域のこういった点がどのように評価されているのか。再来訪の意向の形成にはおもにどのような要因が働くのか。地域の交流にはどのような潜在的なニーズがあるのか。地域に貢献したい人々はどんな思いでどの程度、どういう形を望むのか。これらのことを検討することによって、来訪客への適切なアプローチの仕方が浮かんでくる。また、その態度を実際の行動に表し、地域とのつながりを具現化する方法を考案し、適切な形で提示することも重要である。現地を訪れて原風景や伝統文化に触れる中で深い感動や共鳴を覚え、一時的とはいえ、地域に関わりたいと望む(あるいは、これほど明確でなくても潜在的にそういう心の状態になる)来訪者も少なからずいるはずだが、その思いを具現化する機会が少なく、売店での産品購入にとどまる場合が多いと思われる。来訪者の多種多様

な思いを現実につなげる仕掛けを用意し、適切なタイミング、身近なチャンネルで提示する必要がある。その際、できる限りわかりやすく簡潔に、しかも十分なインパクトのある伝え方がきわめて大事である。都会で日々仕事や日常に追われ、リフレッシュや癒しを求めて訪れてくる人々に、どのような形にしる、「勉強」を強いるのは酷だし、望ましい結果に導くのがますます難しくなる。

さらに、せっかく形成された望ましい態度や行動も、当然、一度形成されれば自動的に続くというものではなく、それを維持してもらうためには、常に新しい驚きや感動を提供する必要がある。マーケティングでは、消費者満足度 (consumer satisfaction) はブランド・マネジメントにおいてきわめて重要な意味合いをもつ。現在の妻有ファンクラブの低迷も、既存ファンへのアフターケアが十分施されていないことによる可能性が指摘されている。もっとファンを増やすためには、既存のファンの満足度を高めることから始めるべきである。この作業を着実に進めていくとともに、地域へのコミットメントをより高いレベルに引き上げるための仕掛けも考案し実現していく過程を通して、地域全体が活性化され、地域のブランド力が底上げされることが期待される。

第5章 事例②ドイツ風リノベーションの受容－竹所集落の事例－

5-1 竹所集落の概要

竹所集落は、十日町市の松代地域にある。

緑豊かな田んぼや里山、生き物など、美しい自然と景観が受け継がれていることから、「日本の里100選」にも選ばれた。

十日町市の公式ホームページによると、竹所集落は一時存続の危機にあったが、ベックス氏の移住をきっかけに多くの移住者が住んでおり、今では若者や子供が増えて高齢化集落を脱したとされている。

5-2 カール・ベックス氏の空き家再生事業

〈カール・ベックス氏プロフィール〉

1942年 ドイツ・ベルリン生まれ。

絵画修復師の父の影響を受け、日本文化に関心を持つ。

ベルリン・パリで建築デザインオフィスに勤務しながら、建造物・家具の復元修復を学ぶ。

1966年 空手を学ぶために日本大学に留学。以降建築デザイナーとしてヨーロッパや日本で活動。

特に日本の民家に強く惹かれ、ドイツに移築する仕事に携わる。

1994年 新潟県十日町市竹所で現在の自宅（双鶴庵）となる古民家を購入、再生に着手する。

1999年 カールベックスアンドアソシエイト(有)を設立。

2010年 歴史ある旅館を買い取り再生。『まつだいカールベックスハウス』と名付け、事務所を移す。

2016年 日本での古民家再生数が50軒に

竹所集落には、1959年には39世帯237人が暮らしていたが、1990年代に入り9世帯まで減少してしまい、消滅が危惧されていた。ベックス氏は、1994年、自身の住まいとなる古民家を再生し「双鶴庵」と名付け、妻とともに消滅寸前だった竹所に移住する。その後、竹所を拠点に本格的に古民家再生に取り組むようになった。

古民家は、ベックス氏自ら購入したり、安く譲り受けたりして再生後に住民を探すこともあれば、持ち主から再生を依頼されることもある。元の建物に使

用されていた柱や梁などの材料をできるだけ活用しつつ、日本各地から集めたドアや階段、欄間などの部材を組み合わせながら再生させるのがベックス氏の持ち味である。再生には約1年、費用は3000万円ほどかかることが多いが、再生期間や費用は、坪数と建物の内容や状態次第だという。

ベックス氏が手掛けるのは、主に一般の個人住宅の再生が中心である。リノベーションが施された古民家は、元の持ち主だけでなく、自然豊かな場所での暮らしを求めて移住する人や、都会と田舎の2拠点生活をする人に引き継がれることも多いという。

このほかに、レストランやショップとして生まれ変わる例もある。たとえば、新潟県新潟市西蒲区にあるワイナリー「カーブドッチ」のレストランもベックス氏の手によるもので、ここは県内屈指の人気観光スポットとしてにぎわうようになっている。

ベックス氏の手で再生された古民家には大きな特徴がある。外観は柱や梁を格子状に組み合わせた骨格をあえてむき出しにして見せ、外壁は赤褐色のべんがら、ピンク、イエロー、グリーンなど色鮮やかに塗られる。屋根は手入れが大変な茅葺きに代わり、鉄片石と呼ばれるドイツの石の瓦が採用されることもある。横に縦に伸びる太い柱や梁は室内でもむき出しで、これは空間を広く感じさせ、家そのものが持つ力強さを印象づける効果があるという。

寒さ対策や使いやすさも考慮されている。壁には断熱材を入れているほか、ヨーロッパ製の薪ストーブで部屋全体を暖める。キッチンやバス、トイレなど水回りは、デザイン性と機能性を兼ね備えたドイツ製のものも活用する。柱や梁、欄間など純日本的な古民家の部材と、カラフルな外壁、キッチン、ストーブなどドイツのものが違和感なく融和しているのは、ドイツと日本の建築を両方熟知したベックス氏だからできることではないか。

5-3 地域コミュニティへの影響・変化

竹所集落は「古民家村」として有名になり、同氏が村で手掛けた再生古民家は、里山に色鮮やかな景観をもたらしているだけでなく、この村に移住者を呼び込む役割も果たしている。

竹所集落の人口は、一時期9世帯19人まで落ち込んだが、現在は11世帯34人に伸びており、地元の住人よりも移住者の数が多い希有な村となった。8歳以下の子供が5人もいる。昨年4月には、ベックスが手がけたシェアハウス

も竣工し、農業をはじめとする地域おこしを手伝う若者など6人が入居しており、満室である。

人口流入によってコミュニティを維持するには、高齢者ではなく若年層や壮年層の人口増加が必要であるが、竹所集落は若年層の移住者が増加しており、うまくいっているように思われる。

国からも、「日本の伝統的建築文化の維持や、過疎で衰退した村を復活させた」ことが評価され、ベックス夫妻は、2016年度の「ふるさとづくり大賞（内閣総理大臣賞）」を受賞した。

このようにベックス氏が集落にもたらした変革は非常に大きなものであり、ベックス氏の取り組みがさらに次の新たな取り組みを誘発することで、コミュニティを運営する上でも、そこに住まう人々の感情的な部分でも、良い連鎖が生まれているのではないかと推測する。

ベックス氏は、古民家再生事業以外にも幾つか活動に取り組んでいる。

竹所を「古民家再生の里」とするため、休耕田を利用してミズバショウを植え、古民家との統一感を出すため牛小屋の外壁を修復する活動を行った。「村全体を美しくデザインすることで、住む人も訪れる人も楽しい場所にできる。人が生き生きと住むことができれば、家や村は次の世代に受け継がれ、存続することができる」と考えているからだという。

また、ベックス氏の活動は竹所の活性化にとどまらない。同集落を擁する十日町市とは、移住促進の一環としてシェアハウスによる「お試し移住」を実施している。1973年に建てられた木造家屋を修復し、シェアハウスとして貸し出しており、入居者は最長3年間住むことができる。現在、定員6人のところ、20～40代、男女合計5人が共に暮らしている。ベックス氏の建築に引かれたり、就職のために県外から来たりと移住理由はさまざまだ。

1人で一軒家に住むのは容易ではないが、シェアハウスであれば比較的安価に里山暮らしを始めることができる。また、夕食などを一緒に作って食べたり、掃除を分担したり、お互いに助け合いながら生活できるメリットもある。

十日町市役所によると、同市の人口は市町村合併した2005年に6万2000人いたのが、現在は5万4000人にまで落ち込んでいる。過疎化の食い止めは市としても切実な課題で、今後は5万人台をキープするのが目標だという。「移住者を増やすためにも、まずはお試しの場が必要だと考えた。ここを拠点に移住定住が促進され、将来的には就農にも結びつけていきたい」という（十日町市

役所総務部の小林秀幸氏)。

さらに、十日町市では農業以外のビジネスチャンス拡大に向けて、ビジネスプランコンテスト「トオコン」を開催している。学生向けのビジネスプランコンテストを2015年より一般向けに拡大したもので、最大300万円の事業化支援が受けられる。この「トオコン」からは、実際に若手起業家が誕生している。

「2016年度は59プランのエントリーがあり、10件が実際に事業化された。最優秀賞を受賞した山岸裕一氏は、東京から十日町市に戻り、父親が経営する「松之山温泉 玉城屋(たまきや)旅館」を継いだ。現在は、小さな旅館の再生ビジネスをテーマに活動の幅を広げている。十日町市側は、今後は「就農支援だけでなく、起業しやすくビジネスチャンスがある場所としても認知を広めていきたい」(産業観光部の高橋洋一氏)としている。

ベックス氏の活動や思いに触発された地元住民も行動に乗り出した。地元で生まれ育った五十嵐富夫氏は、昨年まで集落区長を務めており、現在はベックスが村で手掛けた2棟目の再生民家(通称:イエローハウス)で、週末にカフェを手伝い、ベックス作品を見に来る人たちに彼の哲学を伝えている。さらに、ベックス氏が長年提案してきた「竹所夢プラン」の実現に奔走している。例えば、ハウジングアンドコミュニティ財団から助成金を得て、ボロボロだった牛小屋の外装を落ち着いたオレンジ色の外壁に付柱を貼ることで「ベックススタイル」に生まれ変わらせた。毎年冬の到来前には、ベックス邸の茅葺き屋根に防雪シートをかけたり、村ぐるみの伝統行事や小旅行の企画、インターンを受け入れたりもしている。

5-4 課題と今後の考察

定住人口の増加という目的は順調に達成しているように思われる。そのため、関係人口をどのように増やしていくかが今後の鍵となると考える。

先行事例として見た徳島県神山町の事例では、サテライトオフィスやアーティスト・イン・レジデンスという手法が用いられていたが、竹所集落でも応用できると考える。サテライトオフィスとして機能するためには、ネット環境などの整備が必要になるが、行政の協力が必須になり、すぐに取り組める施策ではないと考える。(アーティスト・イン・レジデンスについては終章で言及)

終章

終-1 まとめ－相乗効果を狙った施策提案－

第1章

①『「異質」を取り込んだ地域活性化は有効なのか?』という疑問の提示

→異質の定義付け

②本論の進め方…十日町市を事例に考察する

第2章

先行研究：地域活性化について

①地域活性化とは

②地域活性化の手段と特徴

③異質を乗り越える地域活性化が有効であることを示す先行研究

④徳島県神山町の地域活性化の事例

…十日町市の課題解決と今後の発展のための提案に繋がる

⑤多様な主体の役割、関連人口が地域活性化のキーでは?

第3章

十日町市について

事業が成功した（と言われている）土壌＝十日町市の現状とは？

→過疎地になるまでの歴史・行政の施策

第4章

事例(1)大地の芸術祭

…異質＝「現代アート、パブリックアート」

…キーワード「交流人口・関係人口」

＝地域住民・アーティスト・行政・運営・鑑賞客

①大地の芸術祭以前；アートと社会の関わり方の変遷

②大地の芸術祭の沿革と特徴

③多様なアクターの異なる関わり方とスタンス

第5章

事例(2)空き家再生事業

異質＝「ドイツ風リノベーション」

キーワード「関係人口・定住人口」＝地元住民・新規住民・行政・作り手

①カール・ベックス氏のプロフィール

② 竹所集落やそこに住まう人々に与えた変化と影響

終章

①総括

②相互作用を想定した施策の提案

第1章では、竹所集落における空き家再生事業がなぜ地域活性化の成功事例と言われているのか興味を示し、大地の芸術祭に、空き家再生事業の成功のヒントがあると推測した。空き家再生事業と大地の芸術祭の特色の違いを指摘し、本論文では別々で考察するとともに、「異質」を取り込んだ地域活性化の有効性について考察することを提示した。

第2章では、先行研究として、地域活性化にまつわる様々な事柄を見てきた。そもそも地域活性化とは何なのか、地域活性化の様々な手段と違い、また、「異質」を取り入れて他地域との差別化を図ることが、地域活性化の成功させることに有効であることを先行研究で示した。

そして、取り上げる十日町市の事例二つを見た後、現在明らかになっている課題の解決策としての施策の糸口として、徳島県神山町の事例を取り上げ、古民家やアートを用いた地域活性化の幅広さを掴んだ。

さらに、主に大地の芸術祭で顕著になる、様々なアクターの存在感を知るために、地域活性化を成功させるために重要になってくる多様なアクター（交流人口・関係人口・定住人口）の役割の違いを見た。

第3章では、舞台となる新潟県十日町市について見てきた。過疎地としての

沿革や現状、また、課題に対する行政の施策を見た。

第4章では、事例の一つ目として、「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」を取り上げた。基本的な情報や開催状況を知るとともに、地域活性化の装置としての効果を、経済的側面と社会的側面の両方から調べた。特に、交流人口と関連人口を増加させるにあたり、関わっている多様な担い手への影響やそれに伴う今後の課題を考察した。

第5章では、事例の二つ目として、竹所集落における空き家再生事業を取り上げた。事業の沿革など基本情報や、事業を受けての地域の変化を知るとともに、関係人口を増加させるための考察も行った。

大地の芸術祭と空き家再生事業は、それぞれの課題を抱えており、それらを乗り越えることが喫緊の課題となるが、先行研究として取り上げた徳島県神山町の事例をもとに、大地の芸術祭と空き家再生事業の課題を相互作用によって両者をさらに発展させることができる施策を提案したい。

それが、竹所集落のドイツ風リノベーションを施した古民家を民泊施設、アーティスト・イン・レジデンスにすることである。大前提として、大地の芸術祭が常設展示などを強化し、シーズンなどに関係なく常に観光客を誘致できる状態になることが必須条件であると考えている。

想定しているターゲットは、十日町市のアートを見に来る来場客、大地の芸術祭のボランティアであるこへび隊、そして十日町市でアート製作を行うアーティストである。竹所集落の空き家再生事業の本来の目的である、「新規住民の増加」ではないけれど、関係人口の創出に効果をもたらすことが期待できる。

次に、それぞれのメリットを考察した。まず、十日町市のアートを見に来る来場客であるが、来場客の多くは若年層であり、金銭的にシビアな世代である。民泊であれば、ホテルなどに比べて安価に気楽に滞在でき、ドイツ風リノベーションが施された古民家を楽しむこともできる。むしろ、古民家に滞在することを目的にさせることも可能であると考えている。外部からの滞在者が増加をすれば、飲食店などの周辺施設にも経済効果が波及していくという利点も考えられる。

こへび隊は、約7割を外国人が占めている。そのため、宿泊施設が必要になることが推測できるが、彼らは来場客と異なり長期滞在者である。こへび隊の

ためのお得なプランを設けることで、滞在先を探しているこへび隊にとって好都合であり、民泊としても、他の宿泊施設と比較した際に選んでもらいやすくなると思う。

十日町市でアート製作を行うアーティストには、常設展示のためのアートを制作してもらうことを想定している。その際に、アーティスト・イン・レジデンスの形をとって、アトリエやコミュニケーションの場所としての機能も兼ねて古民家に滞在してもらう。アーティストが現地に滞在して、地元の人々や外部から来た来場客と密接に交流をすることで、アーティストは地域への理解が深まり、より良いアート作品へと昇華できると考えている。地元住民も、アーティストの制作現場や生活そのものを目にしたり、意見を交えることで、大地の芸術祭や現代アートへの理解が深まり、シビック・プライドの醸成にもつながるのではないかと推測している。

竹所集落が「アートが育つ場」として、知名度や評価が上がれば、現代アートを目的として訪れた来場客へのアピールポイントにもなり、ますます呼び込みやすくなると思う。

以上の施策は、民間の力で実現可能であると思う。

終-2 謝辞

本論文を作成するにあたり、ご指導を頂いた卒業論文指導教員の浦野正樹教授に心より感謝致します。

また、日常の議論を通じて多くの知識や示唆を頂戴いたしました浦野ゼミナールの同期の皆様に深く感謝致します。

本当にありがとうございました。

終-3 参考文献

《書籍》

- 小川長「地方活性化と地方創生」(2017)
- 北川フラム『大地の芸術祭』(株式会社角川学芸出版・2010)
- 北田暁大・神野真吾・竹田恵子編『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, 2016)
- 久保秀幸「歴史的町並みを活かしたまちづくりの持続性とその価値について—奈良県橿原市今井町を事例に—」『創造都市研究』3号(2008)
- 熊倉純子監修『アートプロジェクト—芸術と共創する社会』(水曜社, 2014)
- 小泉元宏「誰が芸術を作るのか—『大地の芸術祭・越後妻有トリエンナーレ』における成果物を前提としない芸術活動からの考察」『年報社会学論集』(2010)
- 小長谷一之・福山直寿・五嶋俊彦・本松豊太『地域活性化戦略』(晃洋書房・2012)
- 小長谷一之『都市経済再生のまちづくり』(古今書院・2005)
- 指出一正『ぼくらは地方で幸せを見つける ソトコト流ローカル再生論』(ポプラ新書, 2016)
- 橋本啓子『水と土の新潟 泥に沈んだ美術館』(アミックス, 2012)
- 樋口一清・白井信雄『サステイナブル地域論—地域産業・社会のイノベーションをめざして』(中央経済社・2015)
- 田中輝美『関係人口をつくる—一定住でも交流でもないローカルイノベーション』(木楽舎, 2017)
- 十日町市過疎地域自立促進計画(2016年3月)
- 十日町市まちづくり基本条例(2014年9月)
- 藤井直哉編・著『地域アート 美学/制度/日本』(株式会社堀之内出版, 2016)
- 古川一郎『地域活性化のマーケティング』(株式会社有斐閣・2011)
- 宮本結佳『アートと地域づくりの社会学 直島・大島・越後妻有にみる記憶と創造』(昭和堂, 2018)
- ロバート・D・パットナム著作・柴内康文訳『孤独なボウリング：米国コミュニティの崩壊と再生』(柏書房・2006)

《URL》

- JTB 総合研究所・吉口克利「『関係人口』とは？」(2019年7月10日)
- (<https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2019/07/related-population/>)

Huffingtonpost「『神山プロジェクト』の 20 年の軌跡から学ぶ、まちづくりに重要な 4 つの視点」(2014 年 12 月 30 日)(https://www.huffingtonpost.jp/shoji-tomoaki/community-development_b_6065030.html)

nippon.com「伝統美のモダニズム“Cool Traditions”カール・ベンクス: 古民家や集落をよみがえらせる建築デザイナー」(<https://www.nippon.com/ja/views/b02339/>)

Wikipedia「地域おこし」

(https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%9C%B0%E5%9F%9F%E3%81%8A%E3%81%93%E3%81%97#cite_note-ichikawa2001-2)

WirelessWireNews「徳島県神山町はいかにして『地方創生の聖地』になったのか(神山町サテライトオフィスレポート)」(2019 年 10 月 1 日)(<https://wirelesswire.jp/2019/10/72412/>)

Work Style Labo「なぜ徳島県神山町に注目の IT 企業のサテライトオフィスは集まるのか」(2017 年 3 月 24 日)(https://street-smart.co.jp/workstylelabo/why_itcompany_choose_kamiyama)

カールベンクスアンドアソシエイト有限会社/カールベンクス建築設計事務所公式ホームページ(<http://www.k-bengs.com>)

総務省「これからの移住・交流施策のあり方に関する検討会 報告書—『関係人口』の創出に向けて—」(2019 年 1 月)(https://www.soumu.go.jp/main_content/000529409.pdf)

総務省「地域への新しい入り口『関係人口』ポータルサイト」

(<https://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/discription.html>)

大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ公式ホームページ(<http://www.echigo-tsumari.jp/>)

十日町市公式ホームページ

(http://www.city.tokamachi.lg.jp/shisei_machidukuri/F068/F069/1454068593055.html)

東洋経済オンライン「『人口 32 人』の集落に移住したドイツ人の気概」(2017 年 12 月 26 日)(<https://toyokeizai.net/articles/-/202484?page=4>)

日本創成会議・人口減少問題検討分科会「成長を続ける 21 世紀のために『ストップ少子化・地方元気戦略』」(2014 年 5 月 8 日)

(<http://www.policycouncil.jp/pdf/prop03/prop03.pdf>)

農林水産省「農山漁村に関する世論調査」(2014 年 9 月)

(https://www.maff.go.jp/j/nousin/nouson/bi21/pdf/sanko1_140926.pdf)