

研究指導 石光 真 教授

## 美術館は地域活性化に貢献できるか

伊藤 千恵

### 1. 研究動機・目的

美術館は1980年～1990年に増加し、国民は徐々に美術への関心を持つ機会が増え、積極的に美術活動に参加するようになった。地域作家の掘り起こしなどの地域の美術活動とその歴史に対する知見が充実するようになる。

2013年に福島県立美術館と、2016年に東京都美術館で「伊藤若冲展」が開催された。日本が若冲ブームに包まれる中、美術への関心はますます高まったと考えられる。しかし福島県立美術館の入場者数はかつて開催された伊藤若冲展、フェルメール展の時のみ大きく伸び、それ以外の企画・展示の入場者数は著しくない。本来なら福島県立美術館に限らず、その地に存在する美術館は地元出身の画家を紹介し認知度を高めていく活動をすべきではないだろうか。

本研究では美術がもたらす経済効果や美術が持つ力で周辺住民にどのような恩恵をもたらすかを調査・分析するとともに地域活性化に必要な美術活動とは何かを考察していく。

### 2. 美術館の例

#### 2.1 金沢 21世紀美術館

金沢21世紀美術館は現代美術を取り扱う美術館である。ここにはだれもが知る著名な美術作品があるわけでもなく、ましてや現代美術という難解なテーマであるにもかかわらず、一貫して入場者数を獲得している。公立美術館の赤字問題がある中で建設されたので初期のこの美術館の評価はあまり高くなかった。それにも関わらず、年間入場者数を2016年度に225万人を記録した。(図 1)

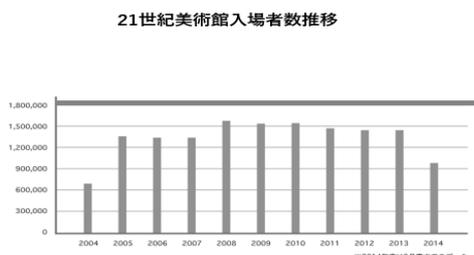


図 1

#### 2.2 福島県立美術館とワークショップ

福島県立美術館は2013年に伊藤若冲展、2016年にはフェルメール・レンブラント展という世界的に有名な作品の展覧会を実施した。特に伊藤若冲展が実施された年の入場者数は24万人を超えた。しかしフェルメール・レンブラント展を除く、ほかの年に実施された展覧会はどれも15万人に到達できていない。(図 2)有名作品の展覧会には多くの入場者数を記録しにぎわったがその効果は一過性だったのだ。

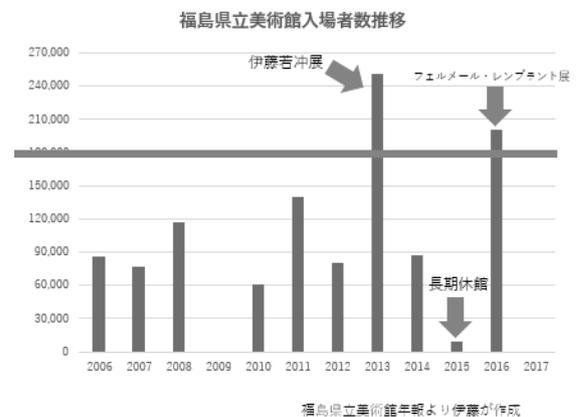


図 2

ワークショップについては2014年7月から福島県立美術館開館30周年を記念し「コレクションクッキング」が開催された。その中で実施されたのが県内の高校生を対象にしたキュレーター体験ができる企画だ。活動内容としては4チームに分かれそれぞれがやりたい・魅せたい企画を考え、そのテーマに沿った作品を作品保管庫から選び配置するというものだ。

#### 2.3 西会津国際芸術村

西会津にある国際芸術村は廃校となった木造校舎をリメイクし、アーティストレジデンスや展示ギャラリーとして活用している。海外から芸術家を招き、住居を兼ねたアトリエとして活用し、芸術を通じた国際交流や、都市と地方を結ぶ交流の拠点を作っている。筆者は西会津国際芸術村の代表である矢部氏に取材した。

ここでのアートの位置づけは、自然・環境の集合Aと美術の集合Bからなる $A \cap B$ ではなく、自然・環境のA、美術の集合B、文化の集合Cからなる $C \subset B \subset A$ が

矢部氏の言う美術の位置づけである。つまり自然と美術が共存し、それらが関わりあう個所に焦点を当てた美術活動をするのではなく、自然ありきの美術という位置づけで作品の背景に自然の移り変わりや歴史、文化を感じることができるものが美術である。もともとその地域に根付く古い文化をアップデートしていくのが美術なのだ。

富裕層を頂点としたピラミッドを形成し、アーティストは「カントリークリエイティブクラス」としてボトム層に存在している。(図 3) 富裕層は同じ性質を持つ者同士が集まりやすく、富裕層に属する少数と接点を持てればカントリークリエイティブクラスに資金や人脈のパイプが作れる。個々の孤立した環境からよりグローバルに活動できる可能性があるのだ。

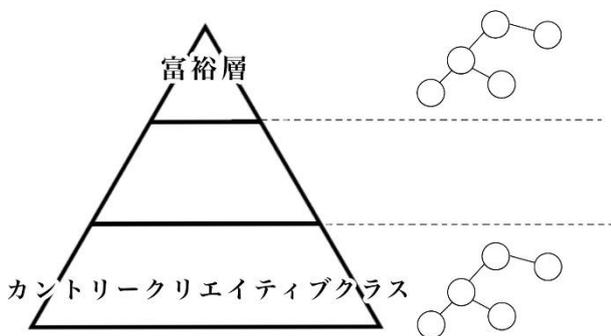


図 3

交通の便が悪いから地方に人が来ないのならば、交通の便をよくしたら人が来るという考えは間違っている。交通の便が良くなればよくなるほど人は都会へと流れていってしまう。西会津は昔に比べて人口が多いはずなのに「人がいない・こない」と決めつけるのは早急であり、不足しているのは人口ではなくもともとある資源を活用していく「頑張る」価値観である。各地域に拠点を作り繋げていくことを目指し国際芸術村は活動している。(図 4)は国際芸術村の経済効果である。

平成27年度～平成29年度 西会津町PR・交流人口・関係人口拡大		
芸術村関係者宿泊数	雑誌・報道・新聞掲載	WEB・SNS掲載広告料換算
819人	105件	199件
4,1180,000円	797,700,000円	95306000円
宿泊滞在クリエイター数	未聴者数	移住定住相談支援センター実績
102人	10,873人	移住者数 21人
1,237人/泊		マッチング数 31組
		相談数 112組

図 4

## 2.4 大塚国際美術館

大塚グループが創設75周年に期して徳島県鳴門市に設立した「陶板名画美術館」である。大塚グループの傘下の大塚オーミ陶業株式会社の技術で陶器の大きな板に原画に忠実な色彩・大きさを作品を再現したものである。紙やキャンバス、土壁に比べ色が経年劣化せず、また大きさも原寸大に再現されているため、実際の名画を見るがごとの迫力や臨場感を味わうことができる。

門外不出の「ゲルニカ」をはじめ戦争で分散していたエル・グレコの大祭壇衝立の復元、システーナ礼拝堂の再現など日本にいながらにして世界の美術館を体験できる。

## 3. 美術館の類型化

地域活性化に有効であると考えられる要素を類型化し、前章で挙げた美術館を当てはめた。

1. リピート型 また来たいと思える、新しい層の顧客を獲得しづらい
2. 話題型 認知度の高い著名な作品の展覧会を実施する、人は来るがその効果は一過性にすぎない
3. コミュニケーション型 新しい事業に発展しやすい、ハコを飛び出した活動が活発

## 4. 美術館の類型化の考察

### 1. 金沢21世紀美術館

金沢21世紀美術館の強みは家族向け・地元住民ファーストの環境を作ったことだろう。実際に触ったり体験したりすることができる展示が多い。例えばスピーカー型のオブジェは電話のようなギミックが搭載されており、家族で楽しめるようになっている。スイミング・プールという作品では、プール型の作品の中に実際に入り、外から見るとまるで水の中に見える不思議な体験ができる。これらのような一風変わった体験ができるということでもまた来たいと思えるのだ。ゆえに21世紀美術館を類型化するとリピート型に該当する。

### 2. 福島県立美術館

2013年に伊藤若冲展、2016年にフェルメール・レンブラント展が開催され、さらに2019年にはもう一度伊藤若冲展を開催する予定である。このように多くの人を知る作家、作品を集めた展覧会を催す福島県立美術館は話題型に該当する。

ワークショップについては高校生同士、様々な情報を交換・共有し、さらにイベント等で地元住民と交流できる機会が豊富にあったのでコミュニケーション型に該当する。

3. 西会津国際芸術村

意欲やビジョンを持つ作家たちが属するカントリークリエイティブクラスの拠点として存在する西会津国際芸術村は、常にアーティストと細やかなコミュニケーションをとる必要がある。さらに富裕層に属する人材とも情報交換をしたい。西会津国際芸術村を類型化するとコミュニケーション型に該当する。

4. 大塚国際美術館

大迫力のシスターナ礼拝堂の再現度の高さ、世界26カ国190余りの美術館が所蔵する現代絵画を鑑賞できる充足感は他の美術館ではなかなか味わえない。入館料が3,240円と高額でも「また来たい」と思える展示内容となっていることから大塚国際美術館を類型化するとリピート型に該当し、また「陶板画」という珍しさや有名絵画を取り扱っているので話題型にも該当する。

5. 意外な結合

上記のように各美術館を類型化したが、はたしてそれだけが人が集まる要素になるのだろうか。どこの美術館も「素材」と「美術」が意外な結合をして、それが地域活性化に貢献している要素ではないかと考えた。

1. 福島県立美術館

福島県立美術館の意外な結合は、伊藤若冲展＋東日本大震災復興である。なぜ復興事業に伊藤若冲展が起用されたかという、それに心痛めたジョー・プライスという美術蒐集家が自身のコレクションである伊藤若冲の作品を岩手県立美術館、仙台市博物館、そして福島県立美術館に巡回させてくれたことによる。テーマは「美」と「生命力」で伊藤若冲の草木の一本までに至るまでの緻密な画風や獣の躍動感がまさにこのテーマに合致している。

2. 西会津国際芸術村、出ヶ原和紙

筆者が国際芸術に取材に行ったとき、出ヶ原和紙という和紙の展示が開催されていた。

出ヶ原和紙とはかつて西会津町下谷地区出ヶ原で生産されていた和紙である。出ヶ原は水源が豊富でブランド紙として生産される

ほど活気に満ちていたが、洋紙の普及や後継者不足の問題があり、産業は衰退してしまった。現在では紙漉きの経験者もごく僅かとなってしまっている。今は「出ヶ原和紙・再生」を試みた住民から紙漉き等の技術を学んだアーティスト、滝澤氏がそのプロジェクトに携わっている。そして彼は現在西会津に移住している。

ギャラリーでは和紙を顕微鏡で拡大した写真が印象的で、それはまるで木が交錯しているような作品だった。出ヶ原和紙の原材料である楮を思わせる。出ヶ原和紙という素材の背景である自然を思わせる作風は国際芸術村代表の矢部氏がいう美術と合致する。出ヶ原和紙＋美術という意外な結合は衝撃的だった。

3. 大塚国際美術館

大塚国際美術館の意外な結合は陶板＋美術である。なぜ陶板が美術と結合したのだろうか。背景には大塚国際美術館を建設した大塚グループの傘下にある大塚オーミ陶業株式会社の働きがある。

オイルショック前に大塚グループの社長である大塚正士に彼の弟の大塚正富（現アース製薬株式会社社長）と技術課長の板垣治正（現大塚オーミ陶業株式会社社長）が鳴門の白浜の砂を用いてタイルに加工し販売したいと許可を得て来た。しかしオイルショック後はタイルが売れなくなり経営危機に陥った。そこで大塚正士が目をつけたのが「肖像陶板」である。転写の正確さや、いつまで色あせない肖像陶板の事業は成功した。次に「美術陶板」を考案し、大塚グループ75周年を記念して地元である徳島県に美術館を建設し現在に至る。

経営危機を救うために発案された「陶板」だったが、美術と意外な結合をすることによって魅力的な美術館が誕生したのだ。

ここで類型化した美術館をマトリック化した。(図 5)

	金沢21世紀美術館	福島県立美術館	西会津国際芸術村	大塚国際美術館
リピート型	○	×	×	○
話題型	△	○	×	○
コミュニケーション型	△	△	○	△

図 5

## 6. 結論

地域らしさとはもともとある地域の素材＋意外性があることでさらに魅力的な地域らしさが生まれることが、以上の考察から明らかになった。むしろ意外性はその地域の新しいアイデンティティになり、地域は活性化する。美術というものは単に入場者数や外部経済などの数字によって効果を測れない、扱いつらいものである。美術の意外性に驚き、個々人の鮮烈な美術体験となって「また見たい」と思わせることができれば、美術館及び美術は地域活性化に貢献できていると考える。

### 参考文献

- [1] 福島県立美術館ホームページ  
<https://art-museum.fcs.ed.jp/>
- [2] 金沢21世紀美術館ホームページ  
<https://www.kanazawa21.jp/>
- [3] 金沢まちゲーション  
<https://kanazawamachigation.com/areanews/12914/>
- [4] 福島県立美術館コレクションクッキング  
<https://www.facebook.com/collectioncooking>
- [5] 西会津国際芸術村ホームページ  
<http://nishiaizu-artvillage.com/>
- [6] 大塚国際美術館ホームページ  
<http://www.o-museum.or.jp/>
- [7] 大型陶板の誕生「一握りの砂」  
[https://www.ohmi.co.jp/report/index.php?c=topics2\\_view&pk=1466391753](https://www.ohmi.co.jp/report/index.php?c=topics2_view&pk=1466391753)
- [8] 伊藤若冲が来てくれました  
[https://www.museum.or.jp/modules/im\\_event/?controller=event\\_dtl&input%5Bid%5D=79928](https://www.museum.or.jp/modules/im_event/?controller=event_dtl&input%5Bid%5D=79928)
- [9] 滝澤徹也×出ヶ原和紙展  
<http://nishiaizu-artvillage.com/takizawa-izugahara/>
- [10] いなかパイプ 出ヶ原和紙再生プロジェクト <http://inaka-pipe.net/20160322/>
- [11] 北川フラム（2015）ひらく美術
- [12] 玉村雅敏（2013）地域を変えるミュージアム
- [13] 藤田直哉（2016）地域アート美学/制度/日本
- [14] 野田邦弘（2014）文化政策の展開
- [15] クレア・ビショップ（2016）人工地獄