

講義 5

地域の視点で「滞在化」を考える BEPPU PROJECTの活動について



講師：NPO法人 BEPPU PROJECT 代表

山出 淳也 氏

◎Profile

1970年大分生まれ。PS1インターナショナルスタジオプログラム（現 MoMA PS1、ニューヨーク）の後、文化庁在外研修員としてパリに滞在。『台北ビエンナーレ』（台北市立美術館）、『GIFT OF HOPE』（東京都現代美術館）など多数の展覧会に出展。その後、大分・別府にて、地域や多様な団体との連携による国際展を目指し、2005年に「NPO法人 BEPPU PROJECT」を立ち上げる。別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」総合プロデューサー、「国東半島アートプロジェクト」総合ディレクター。2008年度芸術選奨文部科学大臣新人賞（芸術振興部門）受賞、文化庁第14期文化政策部会 文化審議会委員。

古くは療養目的の「湯治」という滞在スタイルが主流であった温泉地において、現代アーティストに滞在してもらいながら創作活動を行うなどの新たな価値観により、まち全体の魅力を高め、今一度、宿泊客の滞在化への取り組みを進める別府。本講座では、アートを核とした様々なイベントでまちとつながるBEPPU PROJECTの活動を中心に、お話いただきました。

「よそもの」によって発展し、 団体旅行で栄えた別府

僕自身は観光の専門家ではないので、ここにいる皆さんからいろいろ教えていただきたいくらいなのですが、僕はもともと、皆さんがあまり出会わないような人種である「アーティスト」として、これまで作品を作ったり販売したりすることに関わって生活してきました。

2003～2004年（平成15～16年）に文化庁の事業の一環でパリに派遣され、現地に滞在している時にインターネットで「別府が今面白い」という記事を見ました。僕の記憶によれば、執筆されていたのは元観光庁長官の本保さんではなかったかと思います。別府のまち歩きの話を書かれていて、地域の方々が自分たちの住むまちについてしっかり学び、観光客をお迎えしているという内容でした。

僕は隣の大分市の出身で、別府に住んだことはありません。大分市に住んでいた40年くらい前の幼い頃の記憶をたどると、お盆や正月に家族や親戚が集まると、別府の温泉宿に滞在していました。町の中では笑い声や怒鳴り声が聞こえ、ものすごく賑やかで、歩いたらおばあちゃんが僕の胸ポケットに花を挿してくれた記憶があるのですが、それはもはや自分の記憶なのか、映画のワンシーンなのかわかりません。

そういう記憶がある僕や同時代の別府を知る人にとっては、別府はあくまでも団体観光客のまちです。しかし、僕がパリで見たインターネットの記事には、一人でもお客様がいれば必ず路地裏散策を実施すると書かれており、僕はそのことをとても奇妙に感じました。僕が知っている別府は、例えば女性が一人で宿泊すると「何かワケアリの違和感」とみんなが思うような所でした。そういう所で一人旅のお客様に向けたサービスを提供するというのはどういうことなのかと思い、少し意地悪な気持ちもあり、パリから別府市役所に国際電話をかけました。

「この記事は本当ですか」と聞いたところ、「本当です」という答えが返ってきました。その対応がすがすがしいというか、自分たちの活動に誇りを持っていることが伝わってきました。「日本に帰って、別府のこの人たちに会いたい」と思った僕は、その約1年後の

2004年（平成16年）の秋に帰国し、半年間の準備を経て別府でNPOを組織し、アートイベントを展開し始めました。

我々の活動について紹介する前に、別府について紹介したいと思います。今から100年近く前、別府観光の父と呼ばれる油屋熊八さんがこの町にやってきました。愛媛出身の彼は大阪で財を成しましたが、一夜にして無一文になってアメリカに渡り、キリスト教と出会い、そこで「旅人を懇ろにせよ」つまり「おもてなしをなさい」という言葉に感銘を受けて、別府で旅館を始めました。

この方が地獄めぐりやバスガイドなど、独創的なアイデアを次々と実現し、別府の観光地としての基礎を築きました。アイデアマンであるこの人も「よそもの」なのです。僕が重要なことと思うのは、別府は「よそもの」がとても多い町であるということです。別府は人口約12万人で、近年は外国人の居住率が高い町としても有名です。立命館アジア太平洋大学（APU）ができたこともあり、外国人居住者は約4,000人に上ります。また、この数とほぼ同数の障がい者もいます。別府には、「日本パラリンピックの父」と言われる中村裕博士が開いた障がい者の自立のための福祉施設「太陽の家」があり、そこで皆さん仕事をしています。つまり、多文化が共生しています。

また戦災を免れたため、路地が多く昔ながらの入り組んだ構造が残っているのも特徴です。このため、まち並みはよく言えばレトロ、悪く言えばボロボロです。幼い時分に来た時は、まちなかは人ばかりで歩けないくらいだったのですが、僕がNPOを立ち上げた2005年（平成17年）頃、ゴールデンウィークにまちなかへ行ったのですが、一度も人とすれ違いませんでした。

別府に関するデータをいくつか紹介します。別府市の第三次産業従事者の割合は、就業人口全体の81.8%となっています。大分県全体の宿泊客のうち、48.0%が別府市に宿泊しています（図1）。少し古いデータですが、2005年度（平成17年度）の調査によると、別府市の宿泊客は男性が多く、女性の1.5倍でした。国全体の宿泊客を見ると、女性が6割を超えているので、別府は逆転している状況です。現在は少し変わってきていますが、その当時は団体客をターゲッ

トにしている宿が多く、約7割が団体客でした(図2)。

今後も別府に観光に来てもらうことを考えた場合、5年後もしくは10年後に向けて、これまで中高年男性をメインとしてきたターゲットの考え方をシフトする必要があります、これが我々NPOの活動のベースになっています。

2010年度(平成22年度)のデータですが、年齢層別に宿泊を伴う観光に参加した回数を見ると、60代が年に1.45回で最多です(図2)。ただし、この世代が70代になる2017年(平成29年)以降、旅行回数は激減することが予想されます。一方、20代前半(20~24歳)の若年層は1.41回です。シニア世代とは消費額が全然違うと思いますが、僕はこの世代の発信力は強いと感じていて、この層が重要なターゲットであり、インフルエンサーとして見込まれると考えています。

ちなみに、2013年(平成25年)に実施したアンケート

ト調査において、「今後5年間でお金をかけたいことは何か」と聞いたところ、「旅行」という回答が全世代で1位になりました(図3)。また、別の調査ですが、商品購入時に子供に相談することが多い項目の1位が「国内旅行」になっています。

観光地や品物の価値を伝えるうえで効果があるのは、やはり信頼の置ける人からの口コミです。CMを大々的に打つより、子供たちが「お母さん、別府いいから絶対行ってよ」と言うほうが効果は高いと僕らは考えています。若年層は情報の二次拡散が大いに期待できるので、若い人にどんどん来てもらって別府のことを知ってもらい、この世代がお父さん、お母さん世代に発信してくれることに期待しながら、僕らは活動を行っています。

つまり、僕らがやっていることはファンづくりです。イベントによって集客数の増加を狙うのではなく、来訪者の多様化を狙い、さらに彼らがファンになることで強い持続力を作っていきたいという考えが我々の活動の核となっています。

図1



10年間で大小1,000以上のプロジェクトを実現

「BEPPU PROJECT」というNPOは、2005年(平成17年)4月に任意団体として設立しました。別府でいろいろなことをマネジメントしながら、アートを通じて観光や移住関係の事業を行っています、そもそも僕らはもともと作り手なので、マネジメントすることにより何

図2

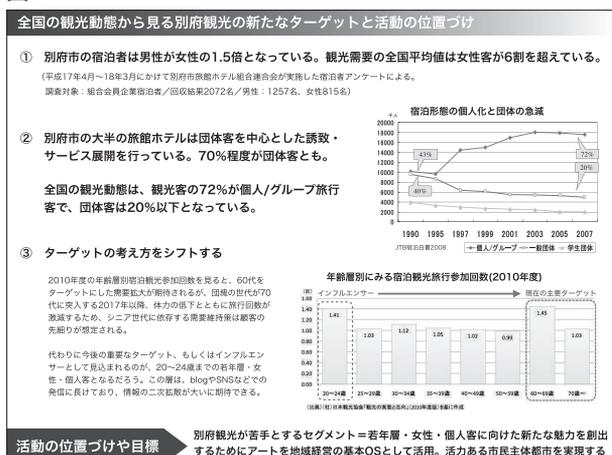
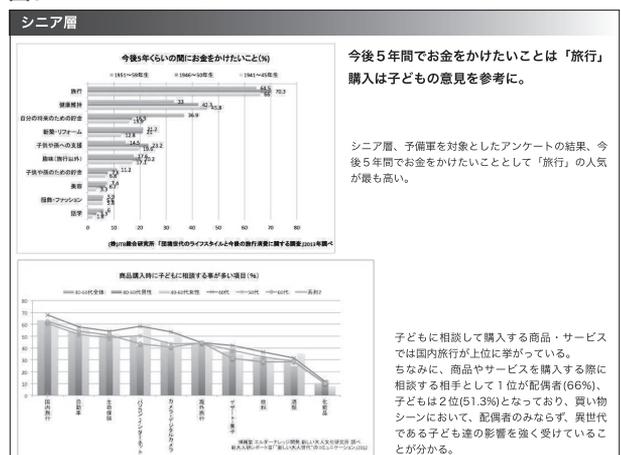


図3



かを伝えていくというやり方自体、それまで経験ありませんでした。右も左もわからない中、資金力も全くなく、どうやって進めていったらいいのかと思いつつ、多くの人にボランティアで関わってもらいながらプロジェクトを進めてきました。

設立から10年が過ぎ、現在の職員は14~15人です。この期間に実現したプロジェクトは1,000を超えています。小さなものも含まれますが、毎日のようにいろいろなワークショップやセミナー、時には20万人が来るような大きなイベントを実施することもあります。アートだけではなく食や観光、福祉、六次化など、様々なことに取り組んできました。我々は特に若年層の女性個人客をターゲットとしているので、この層をコアに据えた観光情報の発信やプロジェクト展開を中心に行っています。

僕たちはソーシャルキャピタル、つまりネットワークや関係性をすごく大切にしているチームですが、その中心には「アートとは何か」ということが常にあります。我々は、アートの定義として、これまでにない見方を提供し気づかせてくれる触媒のようなものではないかと考えています。誰かと同じ作品を作ることは許されない、アーティストは人とは違う発想をし、異なる作品を生み出そうとします。それらが認め合い、共存することがアートの価値であると思います。僕らとしては、そのように誰もが創造性を発揮できる環境づくりを行うことにより、豊かな地域の形成につながるのではないかと考えています。

我々の活動の中心となっているのは、文化芸術振興事業です。アートイベントの開催もありますが、学校でのワークショップも積極的に行っています。大分県内には約390の小学校があり、その約10分の1の小学校にアーティストを派遣し授業を行うという取り組みを進めています。僕らは、大分県内の全ての人が、子供の時分にアーティストというちょっと不思議な人たちと出会ってほしいという願望があります。「そうか、こういう人たちもいるんだ、もっと自由に発想していいんだ」ということに気づいてほしいと思っています。

また、アーティストが滞在する施設や環境づくりも行っています。最近では、障がい者福祉施設や高齢者施設にアーティストを派遣して一緒にダンスをしたり、

ものを作ったりしています。さらには、障がい者アートのイベント開催や商品企画などにも関わっています。

前知事が一村一品運動を推進したように、大分県には豊かな資源があります。地域ごとに特色があり、その中で育まれる産品がある。自分が暮らす土地の風土と向き合いながら、^{しんじ}真摯にもものづくりに取り組む生産者の方々に応援することで、生産者や生産活動を守り、その風景を残すことが可能になると考え、これをコンセプトとする「Oita Made」という地域ブランドの創出を行いました。今後はレストランも作る予定で、その後も2号店、3号店と拡大していきたいと考えています。

今年から大分県と一緒にになって取り組んでいるのは、創造性を企業の課題解決や新規事業の開拓につなげていくという「産業振興事業」です。5年計画の事業で、基本的には今ある施設を活用しながら、創造センターのようなものを作っていくというものです。大分県はもともものづくりの県なので、今ある技術を活用することが可能で、例えば製造技術の医療への転用、防災や観光、商品開発への応用など、いろいろなジャンルや分野を横断し創造性が波及することを目指しています。これは経産省の事業であり、経産省は「日本のGDPの100%を創造産業に」と言っています。これはレトリックな考え方ではなく、そもそも創造力は技術に及ぶとイノベーションにつながるため、我々の能力の一部だと考えています。

僕らが行っている事業の連携先は、省庁で言えば文科省、厚労省、観光庁など多岐にわたりますが、一つの事業を一つのパッケージの中だけで完結させるのではなく、各事業を横串でつなげる考え方で企画を立てたいと考えています。そうすることで、横のつながりを広げることができますし、スピニングアウトさせて新たな事業に取り組むことも可能になります。

アーティストが滞在することで、 まちに新たな変化が生まれる

我々の取り組みの具体例をいくつか紹介します。左上は築100年の建物ですが、リノベーションして重心を移動させるという耐震補強の工法を新たに考案して

再生しました(図4)。屋根がかなり重い上に、旧国道の角地に建っているのです、ここに入居する人は今まで間口をどんどん広くしていました。そのため、「震度3~4でも倒壊するのではないか」と言われていたのですが、外観はあまり変えずに再生する方法を実験的に取り入れたことにより、今は新築物件と同じくらいの耐震強度があると言われていています。実際、先日の熊本地震でも、ひび一つ入りませんでした。

この他、アーティストが作った作品や地域の工芸品のプロデュース、ターゲットに対してきちんと届くような商品開発、さらに無料の情報誌の作成およびそこの商品紹介なども行っています。

情報誌『旅手帖beppu』は200ページほどのB5判フリーマガジンですが、広告は一切入っていません。僕は、出張でビジネスホテルなどに泊まった時にフリーペーパーを見る機会が多いのですが、申し訳ありませんが、載っている店に行って「おいしかった」と感じたことは今までありませんでした。「友達が来たらあそこに連れていきたい」と地元の人が言うようなお店に出会うにはどうしたらいいか、常に考えていました。僕はフリーペーパーで一番重要なのは情報の信頼度だと思っています。『旅手帖beppu』は、僕やうちのスタッフの視点で、自分自身の友人や大切な人に教えたい、とっておきの情報だけを選んで紹介するということを徹底しています。

最初の1年間は税金を活用しましたが、2年目からは自主財源で行っています。7万部配布するのに700万円くらいかかるので結構大変なのですが、配布と同時

期に1枚100円のクーポン型金券を発行しました。冊子に掲載したアートイベントやお店や温泉など、130カ所で金券を利用できるようにし、手数料を10%いただくことで、経費の7割以上を回収することができました。この冊子は結構人気があるため、大手の出版社に広告を出すよりもよほど効果的だと思います。

こうした取り組みもありますが、我々の活動の中心は別府にアーティストに来てもらうことです。いろんなジャンルのアーティストが滞在しており、海外からのアーティストも多いです。

ちょうど1週間前から1カ月間滞在しているのが、オランダ人アーティストの2人組です。建築家と生物学研究者のユニットで、研究・制作しながら滞在しています。こうした滞在制作では、古い物件を工房として活用したり、滞在场所としてホテルの社員寮を借りたり、閑散期に宿泊施設を利用させてもらったりしています。

写真の左下は築100年の長屋で、1泊5,000円で貸しています。海外アーティストを中心に稼働率は約8割です(図5)。

この他、国内の若手アーティスト向けに、戦後すぐに建てられた木造の古い「清島アパート」を貸しています。炊事場やお手洗いが共同で、1階がアトリエ、2階が居住スペースとして1人2部屋ずつ、毎年8組のアーティストが住んでいます。インターネットの接続料や光熱費なども含め、月々1万円だけいただいています。当然赤字ですが、このアパートは大家さんが亡くなる際に「BEPPU PROJECTに託す」と遺言を残し、ほぼ無料で借りているようなものなので、赤字額はそれほど

図4



図5



大きくはないです。毎回、銀行などに入ってもらって経営診断をしていただきますが、これは評判が良くて優良案件です。

10年で1,000のプロジェクトというと、平均して年に100件くらいやっていることとなりますが、毎回来る人は大体同じで、なかなか来場者の幅は広がりません。一方で、まちなかにアーティストが居住・滞在することで、交流の幅が広がり、展開しやすくなりました。

例えば、外のアーティストに講師をお願いすると交通費などいろいろな経費がかかりますが、彼らが町にいて気軽にワークショップをお願いすることもできます。また、アーティストが住む古いアパートが不思議で珍しいということで、近隣の住民も興味を持ってくれるようになりました。そこで、清島アパートを月1回オープンアトリエとして開放し、作品を見てもらいながらみんなでバーベキューをしています。200人くらいの人々が出入りしているということですが、その半分くらいは僕の知らない方々です。一度来てみたかったという人や、孫と一緒に来たという人が多く、僕らがこれまでいろんなイベントをやっても出会えなかった人たちが来ていると言えます。

アーティストが滞在し、我々のイベントに参加してくれたことで、別府にはいろいろな作品が残されています(図6)。ふすま絵を描いてもらったり、デパートの屋上にも巨大な絵を描いてもらったりしています。共同温泉に壁画を描いてもらうプロジェクトも始まっていて、2016年度(平成28年度)中にあと2軒行う予定です。

築100年を超える長屋をアーティストと建築家が再

生した「アート旅館」も運営しています。1階の6畳間に一面ブルーのガラスを敷き詰め、2階にはガラスの床を張ることにより、まるで天空に浮かんでいるような感覚で寝てもらおうというものです。これまで週末は埋まっていたのですが、熊本地震以降は残念ながら稼働率が落ちています。テコ入れしようということで、今年11月のオープンを目指し、隣の長屋を2軒目の「アート旅館」にする準備を進めています。

集客目標を絞り、来訪者と「出会う」ことで延びた滞在期間

別府では、2つの特徴的なイベントが行われています。一つは、毎年11月に行う「ベップ・アート・マンス」というアートイベントです。「11月は別府の文化月間」と僕らNPOが勝手に宣言して始めたもので、これはいわば市民参加型の文化祭と位置づけて2010年(平成22年)から毎年開催しています。

もう一つが、3年に一度開催している「混浴温泉世界」という、2カ月間にわたる芸術祭です(図7)。2009年(平成21年)に開始し、2012年(平成24年)、2015年(平成27年)とこれまでに3回開催してきました。昨年は、大分のJRデスティネーションキャンペーンが夏に開催されたので、それに合わせて「混浴温泉世界」と「ベップ・アート・マンス」を開催しました。昨年の「混浴温泉世界」の予算規模は約1億円でした。このような芸術祭は他の地域でも行われており、予算は10億円くらいで、多くは自治体主導です。継続性を考えると、

図6



図7

国際芸術祭 「混浴温泉世界」

交流人口の多様化を目的にアートプロジェクトを市民が主体となり2009年より3年毎に開催。今年から別事業として継続

主催：別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」実行委員会
 組織：総合プロデューサー 山出洋也
 総合ディレクター 岸沢高志
 会期：2015年7月18日～9月27日(72日間)
 会場：別府市 全府
 作家：長 天祐、大友友美、クワホリヨウタ、0920061 藤田航太、北村成美、ゆず、The NOBEDO、奥田貴志、MuDA、Monochrome Circus ほか

メインビジュアル発表

混浴温泉世界	混浴温泉世界	混浴温泉世界
2009年7月18日～9月27日(72日間)	2012年7月18日～9月27日(72日間)	2015年7月18日～9月27日(72日間)
参加者：2,992,000人	参加者：1,177,348人	参加者：533,825人

【2015年事業の特徴】

- ①メイン事業は夕方開催されるツアー型(一般的な美術館は行かない)。職災を免れた跡地を歩き、階段を登ることができない場所で作品体験
- ②プラットフォームとして考え、会期中に生まれるイベントを誘発させる
- ③混浴温泉世界を中心としたインフォメーション機能や入口としての役割を重視。街の紹介や、同時期に開催される他地域での多様な事業と連携

【別府市】混浴温泉世界に学び知見を構築
 【別府市】大規模の露天風呂に人気
 【別府市】地域の活性化策として
 【別府市】観光客に足を伸ばし、作品を体験

行政が参画しないとなかなか難しいのですが、別府では市民主体をコンセプトとしています。プロデューサーである僕の主な仕事はお金集めで、予算1億円のうち9,800万円くらいを集めています。

3回目の2015年が最終回となりましたが、3回で終了することは最初から計画していました。10年間を一つのタームと考え、そこで一度見直して、あるべき形をもう一度作り直すべきだと思っていました。最初の年は集客数が約9万2,000人、2回目は11万7,348人と少し増えました。3回目ははいよいよ20万人を目指そうというのが通常の見方ですが、僕は3回目の目標設定を3万人にしました。これはかなりのチャレンジで、あまりに少ないというクレームもありました。途中でチケットを増刷し、最終的な実績は5万3,825人になりました。

なぜ集客人数を少なく設定したのでしょうか。こういう芸術祭の多くは作品がいろいろな所に点在し、マップを片手に巡るといった形が一般的です。まちなかでアートを巡る企画を先駆けて実施した一人である僕としては、「混浴温泉世界」の最終回を迎えるにあたり、絶対に実現したいことがありました。それは、先ほどお伝えした「旅人を懇ろにせよ」という言葉に象徴されるように、お客様と出会い、きちんと向き合える「顔が見える芸術祭」を作りたいということです。

集客のためのメイン事業は、ガイドさんとまちなかのアートを巡るツアーにしました。定員15人の設定で、所要時間は2時間くらいです。夕方から始まるこのツアーは、だんだん日が暮れて夜になり音や香りが変化する町の中を、ガイドさんの案内で歩きます。これは2時間の演劇体験にとっても近いです。1軒目に紹介されるのが、元ポルノ映画館です。ガイドさんがシャッターを上げ、鍵を開けると、中に作品が展示されています。こうして次々と不思議な空間に案内されるのですが、公民館にも立ち寄ります。別府は共同温泉の上に公民館があり、地域のコミュニティの場となっています。そこには「あまちゃん」の音楽を担当した大友良英さんの作品「バラ色の人生」が設置されています。別府で集められた古い昭和時代の家電がいっぱい並んでいて、それを黒子が「演奏」という作品です。大友さんの書いた楽譜に従い、家電のスイッチをオンオフし

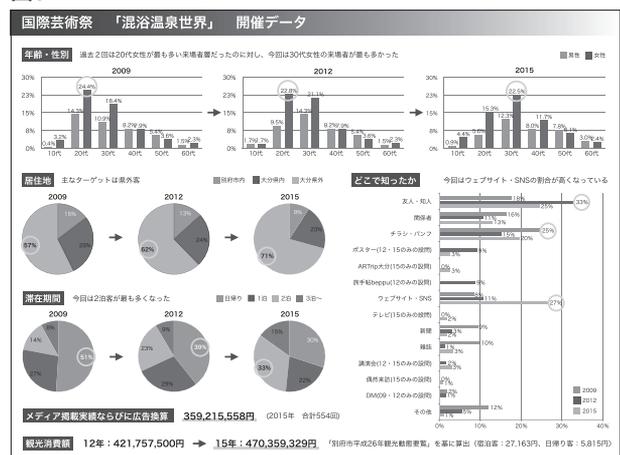
ながら、様々なノイズを重ね合わせてオーケストラに見立てているのです。13分間の演奏の間、ノイズがだんだん音楽に変わり、最後は「バラ色の人生」という曲になるわけです。大友さんのお父さんは電気屋さんということもあり、いろいろな想いが込められた作品を作ってくれました。

これはツアーに参加しないと見ることはできません。15人のためだけの演奏会なのです。そういう形でちゃんと僕らの意図を伝えたかったという想いがそこにはあります。最初のツアー設定は1日1便だけでしたが、イベントが始まる前に早々に完売したため、1日2便に増便しました。

では、この「混浴温泉世界」に来ていた人について、データでご紹介します。これまで3回の開催に参加した方を年齢別、性別、居住地別、滞在期間別にグラフにしました(図8)。2009年に一番多かったのは20代女性で、24.4%です。2012年は22.8%と少し減り、若干30代女性が増えています。2015年は20代と30代が逆転しています。これらのグラフを見ると、20代・30代がコアなターゲットであることは間違いないのですが、この逆転現象は最初に訪れた人たちが高年齢化してきているのではという懸念があります。このため、より若い世代を呼び込まないといけないというのが課題です。

居住地を見ると、2009年は57%が県外からで、2012年は62%、2015年は71%と回を重ねるごとに県外客が増えています。逆に、別府市民は15%、13%、9%と減っています。僕は5%くらいでもいいと思っています。

図8



す。別府市民は、チケットを買ってお客様として参加するのではなく、ホストとして来る人を受け入れもてなす側になってほしいと考えているからです。

滞在期間ですが、2009年で一番多いのが日帰りの51%、1泊が27%でした。2012年になると、日帰りは39%に減り、1泊が29%と増えています。2015年は日帰りより滞在客のほうが多くなっており、一番多いのが2泊で33%を占めました。2015年は集客数の目標を少なくし、ツアーをメインに開催規模をかなりコンパクトにしたのですが、滞在期間が延びるかどうかみんな心配していただけない、大変うれしい結果になりました。

各地域の多彩な取り組みを 「星座型」につなぎ、滞在を促す

「混浴温泉世界」に来る人たちの情報仕入れ先を見ると、2009年（平成21年）で一番多いのはチラシやパンフレットでした。チラシやパンフレットは、3回とも10万部くらい作成しました。2012年（平成24年）になると、圧倒的に多いのが友人知人の口コミになります。2009年に来た人から情報を入手したと思われませんが、反面、県外への広報が弱かったようにも思います。そして2015年（平成27年）で一番多かったのは、ウェブサイト、SNSです。2009年もTwitterなどはありましたが、今のように日常的に活用されていませんでした。今はいろいろなSNSがありますので、特にSNSの力が大きいように思います。2015年のメディア掲載実績および広告換算の金額は3億5,900万円くらいになりました。

こういうイベントでは、市民主体の良いところが一つあります。それは融通が利くことです。行政主体の企画は予算ありきなので、最初に計画した以上のアイデアや企画が現場で生まれても、実現することはほとんどありません。しかし、市民主体のイベントなら融通が利きます。例えば、アーティストが予定より滞在を延ばし、出会った子供たちと一緒に作品を作ったり、違う企画で来ていたファッション関係の人と洋服を作ったりするなど、新たに生まれた企画を実現してどんどん紹介していくことができます。そういうわけで、最終的な企画数は当初僕らが想定していた数の倍くらいに

増えました。

「混浴温泉世界」を開催する中で、僕らもいろいろな人と出会いました。最初の回に来てくれた男性4人ほどのグループは、「湯道」という会を作ってくれました。2012年の2回目には、グループのメンバーが友達を連れて15人くらいでツアーを組んで来てくれました。2015年の3回目は、さらに多くの友達を連れてきて、全部で60人くらいの参加になりました。この時はツアーを増便し、そのグループのみでチャーターしました。彼らは3回目で、別府のいろいろな穴場を知っている、みんなで温泉に行ったり、夜は地域で知り合った方々と一緒に宴会を開いたりしました。さらにバスをチャーターして、大分の他の地域で開かれているアートイベントにも行きました。

このようなツアーを僕らが企画するのは結構大変ですが、来た人が自分たちで自発的に企画して動いてくれるというのはとてもいいことだと思います。本講座のテーマである“滞在化”にも関係しますが、僕らはこの3回目の開催で、日帰りではなく1~2泊の滞在を目指しました。その際、アート以外の情報提供や広域連携も重視していたので、そういう流れにも合っていたと思います。

「混浴温泉世界」によって発生した観光消費額を、別府市の『平成26年観光動態要覧』や大分県の同様のデータをもとに推計すると、2012年は約11万7,000人の来場者に対して消費額は4億2,175万円、2015年は5万3,000人の来場者に対して消費額は4億7,036万円となります。2015年は来場者数は減りましたが、滞在日数が延びたために消費額は増えています。

このような実績からも、僕らはやはり2~3泊の滞在を目指していきたいと考えています。そのためには、別府だけで完結するのではなく、他の地域との連携も検討する必要があります。

大分県内では、地域性を活かした様々な文化事業が行われています。2015年4月には大分県立美術館がオープンし、また同じタイミングで大分マリンパレス水族館「うみたまご」がリニューアル、ビーチ型のアトラクションがオープンしました。僕はここのプロデューサーを一部行っています。

大分市では、2015年の「混浴温泉世界」の開催に

合わせて、夏に「おおいとトレイナーレ」というイベントを開催しました。3年に一度の美術展をトリエンナーレと言いますが、それにちなんだ駄じゃれです。市役所の人が僕のところに「トイレでアートをやりたい」と相談に来たのがきっかけとなり、市がアーティストにお願いし、市内の公園や店舗のトイレがいろいろなアート作品になりました。

いろいろなイベントが各地で行われる中で、車がないと県外から来た人は移動に困ります。そこで、DC（デスティネーションキャンペーン）の期間中、JR九州が一肌脱いで企画を作りました。それが、県内各地を絵本列車で巡る「おおいとトレイナーレ」というものです。これも駄じゃれで、僕がディレクションしました。「トレイナーレ」という名前だけが決まっていた、後は考えてくれという話でした。

このように、別府の中だけで拡大・肥大化させるのではなく、特徴的なものを横につなげていくのもソーシャルキャピタルだと思います。僕はよく「星座型の取り組み」と言っており、地域間でそういう関係性をしっかり作っていくことが重要だと思います。

アーティストが作る演劇的なバスツアーが大人気に

2014年（平成26年）10～11月の2カ月間にわたって開催された、僕がプロデューサーを務めた「国東半島芸術祭」についてご紹介します（図9）。国東半島は昔、ディスカバージャパンキャンペーンの時に有名になった場所で、当時はたくさんの旅館ができましたが、そ

図9

自然環境型アートプロジェクト「国東半島芸術祭」

地域資源とアートが融合する、歩いて旅する芸術祭

期間：2014年10月4日(土)～11月30日(日) 毎々曜日休み
会場：大分県豊後高田市、国東市、杵築市
料金：無料 ※当日バスツアー参加費のみ別途必要
主催：国東半島芸術祭実行委員会 会長 日中 眞正(大分県知事)
組織：総合ディレクター 山出由也
作家：オノ・ヨーコ、チェ・ジョンファン、アントニー・ゴームリー、川原正、豊島隆夫、チームラボ、藤原ヒロシ、松屋信子、ビジュアル・ランダム、千原しのぶ、西宮隆介、小島信雄、鈴木セラフ、豊橋 祐、岩川 美友(大分)、和田誠志、石川直樹 他

参加イメージ = アートを求めて訪れた方々に国東半島の魅力を同時に体験していただく持続的なファンを育成

公式ガイドブックや石川直樹写真集を全国で販売

石川直樹 国東半島 Nooki Ishikawa Kunisaki Peninsula

JAGDA賞2015受賞

共生型パーラーなどのアートディレクター 柳田正美氏がデザインを行った。

JR・自家用車

飛行機

オリジナルシューズを販売

ターゲットに届ける

多彩なツアーを販売

Amazonでベストセラー(amazon)

魅力の発信

独自の体験による持続的なファン

国東半島ならではのおもてなしで地域の魅力も満喫

一歩引いた観光バスでなく、国東半島特有の場所に作品を設置。地域を歩き回ってアート体験

の後ほとんどがつぶれてしまいました。

放射状に伸びる谷が特徴的な半島で、半島の根元には宇佐神宮という全国の八幡信仰の総本宮があります。半島の中に多くの神社が設置され、同じ場所にお寺も設けて布教を行った「神仏習合発祥の地」と呼ばれている場所でもあります。全国の石造磨崖仏の8割弱が大分県にあり、そのほとんどが国東半島に集中していると言われています。

しかし、そもそも「国東」という字を若い人が読めないくらい、あまり知られていません。そのため、この土地の魅力を伝えるための様々な取り組みを行いました。具体的には、資生堂パーラーなどを手がけた仲條正義さんというアートディレクターのデザインによる、写真家・石川直樹さんの写真集を作り、デザイン賞をいただきました。また、公式ガイドブックは2014年7～8月のAmazonアート部門で最も売れました。そういうものを通じてターゲットにしっかり伝えた結果、多くの人来ていただくことができました。

半島の中には、オノ・ヨーコさんをはじめ様々なアーティストの作品が点在しています。しかしながら、町からすぐ行けるような場所ではなく、車で巡るのもなかなか難しいので、多彩なバスツアーを設定しました。崖の上など足場が悪い場所に設置された作品も多く、山の中を1時間歩かなければならないなどこの芸術祭のアート巡りはほとんど登山に近いため、シューズメーカーとコラボしてオリジナルシューズのデザインもしました。また、アート鑑賞だけでなく地域の人がおもてなしをすることで、地域の魅力を知ってもらい、持続的なファンづくりにつなげたいと考えました。

作品を巡るバスツアーだけでなく、アーティストによる「作品としてのバスツアー」も作りました。演出と美術は演出家の飴屋法水さんが、文は芥川賞を受賞した小説家の朝吹真理子さんがそれぞれ担当し、飴屋さんには「時間が長くてもいい、観光地には行かなくていい、飴屋さんが捉えた国東半島を表現してもらえばいい」という依頼をしました（図10）。

このツアーは別府から出発し、途中で地元の高校生とバスの乗客が会います。高校生は「高校を卒業したらこうします」という形で自分自身のことをスピーチするのですが、みんな「国東半島を出て都会に行きま

す」という話ばかりで、現実が見えてきます。

続いて、480mくらいの廃トンネルに連れていかれます。真っ暗な中、館屋さんの指示で歩いていきます。懐中電灯は館屋さんだけが持って、明かりをふっと上にかざすと、天井に黒い物体がたくさん見えます。そこで館屋さんが「コウモリです」と伝えます。その後、懐中電灯の光を再び下ろして暗い中を歩き出すのですが、その様子は黄泉の行進のようです。その中で、いろいろなことに気づき、みんなザワザワし始めます。我々が認識できていないだけで、この自然環境の中にはいろいろな生命体、あるいは霊もいるのではという気さえしてくるのです。

このツアーでは、家をスクラップしてチップにする工場を訪れ、「ここで木を一本拾いなさい」と言われたり、弥生時代の竪穴式住居や、集落の奥の廃村みたいな所にも行きます。そこにはお墓だけが残っており、しかも3分の1くらいが倒れているので、誰も来ていないということがわかります。女性の名前の書かれたお墓の前で、館屋さんの娘が「おばあちゃんへ」という手紙を読みます。そして地域の人々が夕食を提供し、もてなしてくれた後、館屋さんが自分の顔に火をつけて海に入り、ツアーは終わりになります。

こうやって言葉だけで説明しても、何のことかわからないと思いますが、一貫したテーマとして根底にあるのは「命」の問題です。ツアーのタイトルも「いりくちでくち」といい、この場所に入ってきたり出ていたりするというので、ツアーを通じていろいろなことを感じさせます。2012年（平成24年）にプレツアーを

行った時は、9回全て完売しました。徐々に人気が高まり、最後はキャンセル待ちが300人を超えました。著名人も多く訪れましたが、作家の吉本ばななさんはツアー参加後、ブログに長文で感想を書いてくださいました。

2015年（平成27年）は200人くらいの枠でしたが、発売後3分以内で完売しました。その時も400人近くのキャンセル待ちが出て、いまだにこの企画を再演してほしいとお客様からは言われます。ただ、実際にツアーを運営した行政の人にとって、これ以上大変なことはなかったのではないかと思います。

アートは課題解決ではなく、気づきを与えてくれる存在

最後のまとめになりますが、アートは僕らにとって自由なもの見方、考え方を促し、気づきを与えてくれる「触媒」ではないかと思います。優れた技術、洞察力、感性というのは、観客である我々に委ねられます。アートに正解はありません。おのおのが自由に感じ、気づきを得るための触媒になればいいと思います。

ただ、アートが地域のいろいろな課題を解決するわけではなく、むしろ問題提起をするものと捉えるものであるという認識は必要です。今まで「こういうものが美しい」と考えられてきたものに対し、もっと違う視点があるという問題提起を行うものではないかと思います。

観光についても、過去の事例を勉強することももちろん大切ですが、ただ他の地域の成功事例を自分の地域に当てはめるだけではうまくいかないと思います。「こういうものだ」という考えとは少し違う観点から捉えていくと、全く別の風景が見えてくるのではないかと思います。量より質、心が大切にされるようになってきた今の世の中において、アートや文化・芸術は、質を高めていく上で非常に大切な営みだと僕は考えています。

僕はアートが素晴らしいと言っているわけではありません。アート自体に価値があるというより、それによって心が動かされ、社会や地域への向き合い方を改めて見直すことが大事なのだと思います。「新たな価値

図10



値とは何だろう」と考える心の活性化が非常に重要だと思います。

また僕らは最近、アイコンとしてのアートやアート活動を意識するようになりました。例えば、きれいな海を背景に、草間彌生^{やよい}さんの黄色い水玉模様のカボチャのオブジェが置かれている写真を見たら、ここは直島だということがわかります。若い人は「かわいい」と言ってカボチャの写真を撮り、それをSNSなどでどんどん流通させるのですが、その時に瀬戸内の海の風景も一緒に流通します。こういうことがきっかけとなり、地域の豊かさにも気づいてくれるといいなと思います。このように、理屈ではなく感覚的価値によって発信していくことをとても意識しています。

そして、重要なのは多様性だと思っています。10人いれば10通りの違う作品があっていいと思います。学校では「空をこの色に塗ってはいけません」と教えられたけれど、アーティストは自由に好きな色を塗っている。そして筆で描くのではなく、手で色を塗っている人もいます。子供たちがアーティストの不思議な作品や活動を見て、「表現ってもっと自由でいいんだな」ということに気づいてくれればいいと思います。多様性と

は豊かな心を育むことでもあります。結末のわかっているホラーなんて面白くなかったりするわけで、社会や人生にはわからないものがたくさんあるということが理解されていけばいいと思います。

以上で、僕のお話を終わりにしたいと思います。ご清聴、ありがとうございました。

コメント

牧野 お話を聞いていると、山出さんは単にアートを見せるだけでなく、しっかりと地域のことを考えていらっしゃるように感じました。観光客数ではなく観光客の中身（属性）や滞在泊数が重要であるとか、広域で連携していかなければ滞在につながらないという発想のもとで取り組まれ、気がついたらツアーづくりまで行い、結果として滞在日数も延びるなど、ちゃんと地域に貢献しているというところが素晴らしいと思います。特に、単に「やりました」というだけでなく、それをデータとして集めて分析し、切り口を見い出して次に活かすということをしっかりされている点については、他の地域も見習うべきだと思います。

