

学生が参加しやすい札幌国際芸術祭のあり方 —SWOT 分析と各地の芸術祭の視察から—

Analysis of how students will be more likely to participate
in Sapporo international art festival through SWOT analysis
and tour of the art festival in various places.

早川 渉¹

Wataru Hayakawa²

要 旨

札幌市の文化事業の一つとして2014年度から始まった札幌国際芸術祭は2017年度に2回目の開催があり2020年度に3回目の開催を控えているトリエンナーレ³形式の芸術祭である。2回の開催を経て様々な成果と課題が指摘されているこの芸術祭だが、筆者は大学生を中心とした学生の関心の薄さや関わりの薄さに大きな問題があると考えます。

本稿では、こうした筆者の問題意識をもとに、授業で実施したSWOT分析と筆者が視察した日本各地で開催されている様々な国際芸術祭の状況から、2020年度に3回目を迎える札幌国際芸術祭に対してどのような問題・課題を解消すれば学生が参加しやすくなるかを分析し、具体的な提案についての考察をする。

キーワード: 芸術祭, 実践教育, フィールドワーク

Keywords: Art festival, Practical Education, Fieldwork

1. はじめに

検索エンジンで「札幌国際芸術祭」という言葉を入力すると、検索候補の上位に「札幌国際芸術祭 失敗」と出てくる。札幌に居を構え微力ながらも札幌の文化・芸術活動に携わってきた人間にとっては少々寂しい結果である。札幌国際芸術祭の過去2回が失敗に終わったかどうかは本稿のテーマではないので詳しい言及は避けるが、大学に籍を置く身としては、少なくとも大学生が積極的にこの芸術祭に参加しているイメージは全くない。

本稿では、論を展開していく前提条件として『大学生などの学生が積極的に参加することで札幌国際芸術祭は活性化し成功する。』という仮説を掲げる。これは2014年、2017年の芸術祭に参加した筆者の率直な思いである。北海道というフロンティアの大地、そして、札幌という若さと自由な可能性に満ちた都市で開催される芸術祭は、次代を担う若者たちの積極的な関与無くして成功はしない。これは、芸術祭というイベントだけの話ではなく、人口が減少し厳し

¹ 東海大学国際文化学部デザイン文化学科, 005-8601 札幌市南区南沢5条1丁目1-1

E-mail: w-hayakawa@tsc.u-tokai.ac.jp

² Department of Design and Culture, School of International Cultural Relations, Tokai University, 5-1-1 Minamisawa, Minami-ku, Sapporo 005-8601, Japan; E-mail:w-hayakawa@tsc.u-tokai.ac.jp

³ 3年に一度開催される国際美術展覧会の総称。2年に一度ならビエンナーレとなる。

い都市運営が予想される地域の問題にも通じる。そして、大学生に代表される学生にとっても芸術祭のような文化的なイベントを通し世界や地域の今と未来を考える機会は貴重である。

この前提条件の下、本稿では、まず2014年と2017年に開催された札幌国際芸術祭において学生たちがどのように関わってきたかを論じる。さらに各地で開催されている国際芸術祭の事例を学生参加の視点で分析を試みる。そして本学の授業で試みたSWOT分析とそこから導き出された結果をもとにこれからの展望と2020年度に開催予定の札幌国際芸術祭2020に向けた、芸術祭を成功へと導く学生がより参加しやすい仕組みや施策の提案をまとめていきたいと考える。

2. これまでの札幌国際芸術祭について

2014年に第1回目が開催された札幌国際芸術祭は、当時の上田文雄市長のもと進められていた創造都市さっぽろ⁴の象徴的な事業の一つである。

「創造都市 (Creative City)」とは、文化芸術の多様な表現に代表される創造性を活かし、産業振興や地域の活性化などのまちづくりを進めている都市のことで、ヨーロッパで1985年に始まった「欧州文化都市 (European City of Culture)」⁵事業など「芸術文化の創造性を活かした都市再生の試み」が成功を収めて以来、産業空洞化と地域の荒廃に悩む世界中の都市において行政、芸術家や文化団体、企業、大学、住民などの連携のもとに進められている。

2.1 札幌国際芸術祭 2014

2.1.1 開催概要

- <会期> 2014年7月19日(土)～9月28日(日)まで72日間
- <主な会場> 北海道立近代美術館/札幌芸術の森美術館/札幌駅前通地下歩行空間(チ・カ・ホ) 北海道庁赤れんが庁舎/札幌大通地下ギャラリー500m美術館/モエレ沼公園/札幌市資料館 ほか(全18会場)
- <テーマ> 都市と自然
- <ゲストディレクター> 坂本龍一
- <入場者数> 約48万人

2.1.2 学生の関わり

本学に2014年4月に就任したばかりの筆者は、この年の芸術祭に本校関係者としては参加していない。しかし映像作家として、前年の2013年から準備を始め2014年の5月から10月にかけて実施した芸術祭の連携事業⁶「札幌映像制作若手育成事業『この砂赤い赤い』制作」(主催者:NPO法人 北海道コミュニティシネマ・札幌)に演出家として参加した。この事業は、その名の通り札幌の若手映像制作者を育成する目的で企画されたものであり、対象は中学生～

⁴ 2006年3月、札幌市は「創造性に富む市民が暮らし、外部との交流によって生み出された知恵が新しい産業や文化を育み、新しいコト、モノ、情報を絶えず発信していく街」を目指すという意味を示す「創造都市さっぽろ宣言」を行った

⁵ 1999年に「欧州文化首都 (European Capital of Culture)」に名称変更

⁶ 札幌国際芸術祭2014のテーマと親和性があり、企画や広報で連携を図ることが可能な市内および近郊で実施する事業。

大学生の、将来映像制作に携わる職を希望する生徒と学生たちである。しかし参加資格を映像制作経験者に絞り人数制限も掛けたため、最終的な上映会の観客を含めた総参加者は460名にとどまっている。

その他、学生が関わった連携事業を下記に挙げる。

- 「アンゼラム・キーファー」と「中谷芙二子」の芸術を理解するための入門講座
(主催者：北翔大学芸術学科/会期：5月1日/総参加者数：40名)
- 厚田からの贈り物 (主催者：藤女子大学/会期：6月4日～15日/総参加者数：30名
日/総参加者数：800名)
- 札幌市立大学メディアアートプロジェクト
(主催者：札幌市立大学/会期：7月12日～9月28日/総参加者数：204名)
- 中谷宇吉郎復元研究室のガイドツアー (主催者：北海道大学総合博物館、北海道大学大学院
文学研究科/会期：7月20日～9月28日の土・日曜/総参加者数：349名)
- 「ART ROUTE 276」～峠むこうのふる里づくり
(主催者：札幌市立大学/会期：8月2日～24日の土・日曜/総参加者数：100名)
- 研究者は世界を駆ける ～北大文学研究科のフィールドワーク～ (主催者：北海道大学大学
院文学研究科 北大人文学カフェ実行委員会/会期：8月6日/総参加者数：420名)
- そらち炭鉱の記憶アートプロジェクト2014 (主催者：札幌市立大学/会期：8月23日～
10月13日の土・日曜、祝日/総参加者数：4,850名)
- 北大マルシェ2014
(主催者：北大マルシェ2014実行委員会/会期：8月23日24日/総参加者数：7,000名)
- 東海大学デザイン文化学科プロジェクト展 ～大学生が地域とコラボレーションする創造都
市～ (主催者：東海大学国際文化学部デザイン文化学科/会期：8月29日～9月4日/総
参加者数：540名)
- 北大アーティストカフェ
(主催者：北海道大学 創成研究機構/会期：9月4日～25日の木曜/総参加者数：250名)

連携事業総数90のうち学生が関わりのあるものが10事業(筆者が参加した事業も含む)。この数字が多いか少ないかはともかく、特徴としては10事業のうち北海道大学と札幌市立大学が主催の事業が7つを占めていることがまず挙げられる。因みに、高校以下の参加は市立札幌平岸高等学校デザインアートコースによる「札幌平岸高校・札幌市資料館・サッポロファクトリーレンガ館プロジェクト」のみである。この数字を見る限り札幌市内の幅広い学校や学生が積極的に参加したとは言い難いであろう。

連携事業以外のプログラムに関しては、会期中3回に分けて札幌駅前通地下歩行空間(チ・カ・ホ)で展示された「札幌国際芸術祭2014 チ・カ・ホ学生展」のみが学生主体となっているプログラムである。

2.1.3 ボランティアスタッフと学生

芸術祭のボランティアに登録した人数は1,319名。会期中に参加した延べ人数だと4,344名に及ぶ。ボランティアに登録した1,319名の中で、大学生は449名、全体の34%を占める。この数字から、多くの学生が芸術祭に興味を持ち参加意欲が高かったことがうかがえる。残念な

から学校別のデータは存在していないようだが、本学からも数名の学生が実際に参加しており、連携事業やプログラムとして参加した学校以外にも多くの学生が参加していた可能性は高い。

2.2 札幌国際芸術祭 2017

2.2.1 開催概要

- <会期> 2017年8月6日(日)～10月1日(日)まで57日間
- <主な会場> モエレ沼公園/札幌芸術の森美術館/札幌市立大学/金市館ビル/AGS6・3ビル/北専プラザ佐野ビル/札幌駅前通地下歩行空間(チ・カ・ホ)/札幌市資料館/JRタワープラニスホール/北海道大学総合博物館 ほか常設会場 31箇所
- <テーマ> 芸術祭ってなんだ?
- <ゲストディレクター> 大友良英
- <入場者数> 約38万人

1回目と比べると15日間会期が短縮された。前回のメイン会場の一つであった道立近代美術館が外れ、大通り～すすきの地区に小規模の会場が増え、会場の広域化と点在化が特徴である。入場者数は約10万人減少したが、目標の35万人を3万人超えた。

2.2.2 学生の関わり

2014年の1回目に比べ事業規模が縮小された影響もあってか、前回90に及んだ連携事業が今回は一切なくなった。そのため前回は10事業あった学生関連の企画も今回は見当たらなくなった。その代わりに企画運営の連携として「大学施設を活用した展示」を札幌市立大学、北海道大学、北海道教育大学とともにに行い作品の展示会場として大学の施設が活用された。前回プログラムの一つとして開催された「札幌国際芸術祭2014 チ・カ・ホ学生展」の後継の企画も無く、残念ながら事業全体の中に学生との関わりを感じるものはほとんど無くなってしまった。その一方で、前回は無かった事前の広報活動に学生のアイデアを注入する企画が新たに生まれた。それが「SIAF2017CM映像制作ワークショップ」である。



図 1 ワークショップ募集チラシ

このワークショップは、学生等の若者にもっと芸術祭に興味を持ってもらいたいという芸術祭事務局と、クリエイティブ産業への人材育成事業を手がけている一般財団法人さっぽろ産業振興財団インタークロス・クリエイティブ・センターの共催事業として企画され、2013年7月から募集開始、札幌市内の高校から2グループ、大学から8グループ、専門学校から4グループの応募があった。最終的には実写とアニメーション合わせて5つの企画が採択され2014年3月の完成に向けてワークショップ

が開催された。採択された企画のチーム編成を以下に記す。

1. <実写1>東海大学(2名) + 北海道教育大学(1名) + 北海道札幌東高等学校(3名)
2. <実写2>東海大学(2名)
3. <アニメーション1>札幌市立大学(1名) + 北海道教育大学(1名) 東海大学札幌高等学校(4名)
4. <アニメーション2>東海大学(1名) + 専門学校札幌マンガ・アニメ学院(2名)
5. <アニメーション3>北海道教育大学(1名)

この他に、メイキング担当として北海道大学のチームが加わった。

筆者はこのワークショップに指導ディレクターとして参加したが、様々な学校の学生や生徒たちがチームを組み制作をしていく様子は非常に興味深いものがあった。ほとんどの学生や生徒が最初は芸術祭についての知識が浅いのだが、それでは効果的なCMが制作できないのでワークショップを通じて芸術祭の魅力を考え、どのような表現に落とし込んでいけばその魅力が伝わるのかを全員で考える。そのプロセスは本稿のタイトルでもある「学生が関わりやすい札幌国際芸術祭のあり方」を考察するうえでの大きな示唆に富んだものだった。



図2 ワークショップの様子

完成した5作品は、2014年4月から芸術祭のホームページ上で公開されその一部はその年の映像コンテストに入賞するなどの成果も出た。しかしながら公開がホームページ以外に地下歩行空間など札幌市管轄下のデジタルサイネージなどにとどまり、参加した学生や生徒の芸術祭に対する意識向上につながったものの、一般的な市民へ認知度アップといったCMとしての効果があったかは疑問であった。



図3 各チームが制作したCM(上段左から実写1.2 下段左からアニメーション1.2.3)

2.2.3 ボランティアスタッフと学生

2回目の会期中のボランティアスタッフは202名(前回751名)、延べ人数だと852名(前回4,344名)であった。前回と比べると大幅に減少しているが、これは前回の反省を受けてボランティアに頼っていた会場運営(作品監視、会場案内、入場整理など)の多くを外部委託に変更したこと、及びボランティアによる自発的な活動「SIAFたんけん隊(何かやり隊)」の発足などボランティア活動に対するハードルが高まったせいと考えられる。ボランティアスタッフの年代別構成の中で大学生が多くを占めるであろう10代が9.9%と前回の20.7%から半減、サンプル数が少ない(回答者59名)が、閉幕後のボランティアに行ったアンケート調査によると大学・専門学校生と答えた回答が10.2%であった。前はボランティア登録者全体の34%を占めていたことから、2014年の札幌国際芸術祭のボランティア活動に興味を持ち参加意欲が高かった学生が激減したことがはっきりとわかる。ボランティア活動以外でも、全体の来場者アンケートによれば、10代の来場者は前回の8.2%から5.5%と減少している。このことから2017年の芸術祭は、学生等若者にとって魅力的なものではなかったと推察される。

3. 日本各地で開催されている国際芸術祭との比較

2000年に1回目が開催され大きな成功をおさめた「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)をきっかけに、日本各地で様々な国際芸術祭が開催されている。これらの芸術祭はその主な目的と形態から「地域型」⁷と「都市型」⁸に分けられるが、本稿のテーマである学生と芸術祭の関わりがより明確に出やすいのは、札幌国際芸術祭と同じような、地域に多くの学生を抱える都市型芸術祭である。しかし地域型の芸術祭の中にも学生の関わり方で特徴的な試みが行われている事例もある。

本章では、筆者が実際に視察した芸術祭の中から「都市型」として「あいちトリエンナーレ」と「ヨコハマトリエンナーレ」を、「地域型」から「瀬戸内国際芸術祭」と「奥能登国際芸術祭」の事例を取り上げてみたいと思う。

3.1 瀬戸内国際芸術祭<2016年訪問>

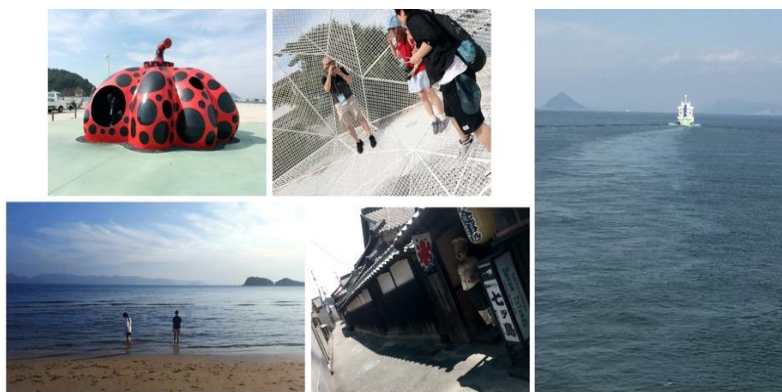


図4 瀬戸内国際芸術祭2016訪問時の画像

瀬戸内国際芸術祭は、香川県の瀬戸内海の島々を主な会場に2010年に始まり2019年に4回目を迎える。総事業約10億円、来場者数100万人を超える国内で最も成功している芸術祭である。

筆者は2016年9月に学生9人とともに訪れた。

⁷ 人口減少などに悩む地域の活性化を主な目的としている芸術祭

⁸ 創造都市計画などと結びつけ、都市間競争に勝ち抜くためのシティプロモーション的な目的を持つ芸術祭

3.1.1 ボランティアサポーターの動き

瀬戸内国際芸術祭の特徴的な取り組みとして「こえび隊」がある。

「こえび隊」は瀬戸内国際芸術祭を支えるボランティア組織として 2010 年の 1 回目開催から活動している。この組織の特徴は「ボランティア」ではなく「ボランティアサポーター」と自称していること。さらに芸術祭の開催年だけではなく通年で活動していることがあげられる。まず 1 点目の「ボランティアサポーター」という部分であるが、多くの識者が指摘しているようにこのネーミングの根底には、この組織が「自発的」な活動で行われていることを表している。「ボランティア」ではなく「サポーター」、上から降りてくる受動的な活動ではなく自発的に下から突き上げる活動。これが「こえび隊」の特徴であり成功した要因であり強みであろう。さらに 2 点目の通年での活動はもはやこの組織が芸術祭のためだけにあるのではなく、芸術祭をきっかけにした地域を応援する組織に成長していることを示している。「こえび隊」は、2010 年から 2017 年までで参加者延べ 30,000 人、そのうち 10 代と 20 代の参加者が合わせて 48% と約半数を占めている。この中に大学生がどれほど含まれているかは定かではないが、かなりの数が含まれているだろう。

大学生がはっきりと関わっている事例は、以下の香川大学のプロジェクトにある。

3.1.2 香川大学直島地域活性化プロジェクト

香川大学の「直島地域活性化プロジェクト」は、大学による地域貢献と地域活性化モデルの開発などを目的に 2005 年から始まっている。活動内容は主に以下の 5 項目である。

1. 「和 cafe ぐう」運営
2. 観光ボランティアガイド
3. 地域活動
4. 情報発信
5. 地元高校との連携

このプロジェクトが始まったのは芸術祭がスタートする 5 年前からである。芸術祭がきっかけで生まれたプロジェクトではなく、2005 年当時すでに観光化が進み直島にカフェや飲食店が不足している実情がある中、大学生が地域貢献を直接学ぶ場としてのカフェ運営を始め、以来 12 年継続している。

こえび隊と香川大学の直島地域活性化プロジェクトに共通するのは、芸術祭のための一過性の活動ではなく継続性のある活動であること。これらの試みは札幌国際芸術祭と学生の関わりを考える上で大いに参考となる部分である。

3.2 あいちトリエンナーレ<2016 年訪問>

あいちトリエンナーレは、愛知県名古屋市中心に 2010 年に始まり 2019 年に 4 回目を迎える。総事業約 13.5 億円、来場者数も 60 万人を超え都市型芸術祭の中に地域型の要素も取り入れた大規模で成功している芸術祭である。筆者は 2016 年 10 月に訪れた。

あいちトリエンナーレでは、児童、生徒向けの普及・教育プログラムが充実しており、多くの小中学校を無償で招待をしている。鑑賞以外でも体験型のワークショップも数多く開催されており芸術祭を通して地域の美術・アート教育に力を入れていることがよくわかる。

<あいちトリエンナーレで実施された主な普及・教育プログラム>

○「デンスタジオ」

子どもたちがいつ来ても創作活動ができる専用の場として愛知芸術文化センターに設置。

○「キッズトリエンナーレ」

デンスタジオで、週末を中心に地元愛知の瓦や布等の素材を取り上げたプログラムやアーティストと子供たちが一緒に創作するプログラムを実施。

○「学校向け教育プログラム」

トリエンナーレの見所や現代アートの楽しみ方のガイダンスを行うとともに、鑑賞に際し、児童・生徒が現代アートに向き合いやすくなるようワークシートを配付。さらに、希望する学校には、ガイドボランティアによる作品ガイドも実施。

○「学校へのアーティスト派遣事業」

トリエンナーレ開幕前から期間中にかけて、トリエンナーレ出品作家を含む6組のアーティストを県内7つの学校に派遣。アーティストがアートとはどんなものかをレクチャーしたり、子どもたちと一緒に作品制作をする授業を行い、出来上がった作品や授業の様子等については、トリエンナーレのメイン会場で展示したり、パネル等で紹介。

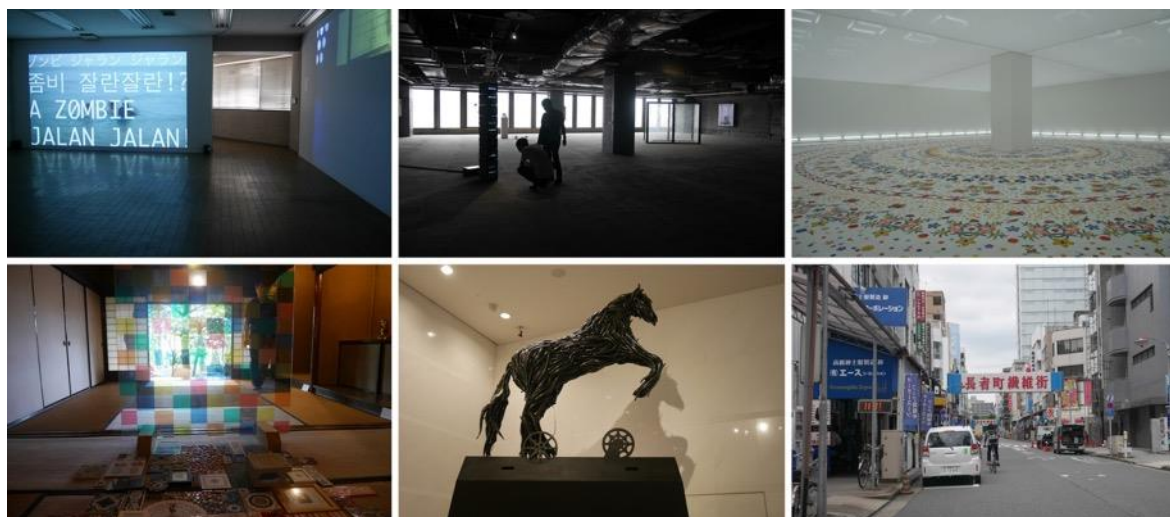


図5 あいちトリエンナーレ2016訪問時の画像

そんなあいちトリエンナーレのプロジェクトの中から、大学生を対象にしたプロジェクトとして「芸術大学連携プロジェクト」を取り上げてみたい。

3.2.1 芸術大学連携プロジェクト

愛知県には「愛知県立芸術大学」「名古屋芸術大学」「名古屋造形大学」という芸術系の大学があるが、この3校が2013年の2回目開催に向けて行った「大学連携プロジェクト」なる合同企画展を開いたことがきっかけとなり、アートラボあいち⁹を会場に2013年の本祭期間中に3校の合同企画展を中心としたプログラムをトリエンナーレの連携事業として行った。これが

⁹ 2011年8月に設立。芸術大学連携プロジェクトの展覧会実施以外にも、あいちトリエンナーレに関する情報の提供やこの地域の若手アーティストを紹介する活動、アーティストの活動サポートなど、まちなかのアートセンターとして機能している。

「芸術大学連携プロジェクト」である。このプロジェクトの特徴は、中核をなす合同企画展がトリエンナーレに向けた3年に1度の開催にとどまらず、2013年の1回目開催から継続的に開催されていること。瀬戸内国際芸術祭における香川大学「直島活性化プロジェクト」と同じような芸術祭の開催期に縛られない自発的な活動が愛知県でも実施されていることは興味深い。



図6 アートラボあいちと芸術大学連携プロジェクトの展覧会

3.3 奥能登国際芸術祭<2017年訪問>

奥能登国際芸術祭は、石川県の能登半島突端にある珠洲市で2017年に始まった地域型の芸術祭である。総事業約4.4億円来場者数約7万人(延べ人数にして約40万人)、地域振興を目的とした地域型芸術祭として1回目にしてはまずまずの成功を収めた芸術祭である。筆者は2017年9月に学生7人とともに訪れた。



図7 奥能登国際芸術祭 2017 訪問時の画像

開催地の珠洲市は2018年10月の統計調査によれば人口は14,000人余りで、本州にある市としては3番目に人口の少ない典型的な過疎のまちである。奥能登国際芸術祭は地域型の国際芸術祭として地域振興や地域活性化という目的のもと開催されている。当地には大学機関は存

在しておらずこの芸術祭と学生の関わりはもともと薄い。しかしながら県内の芸術系大学としてその名を知られている金沢美術工芸大学が「アートプロジェクトチーム[スズプロ]」を結成し作品展示を行っていた。

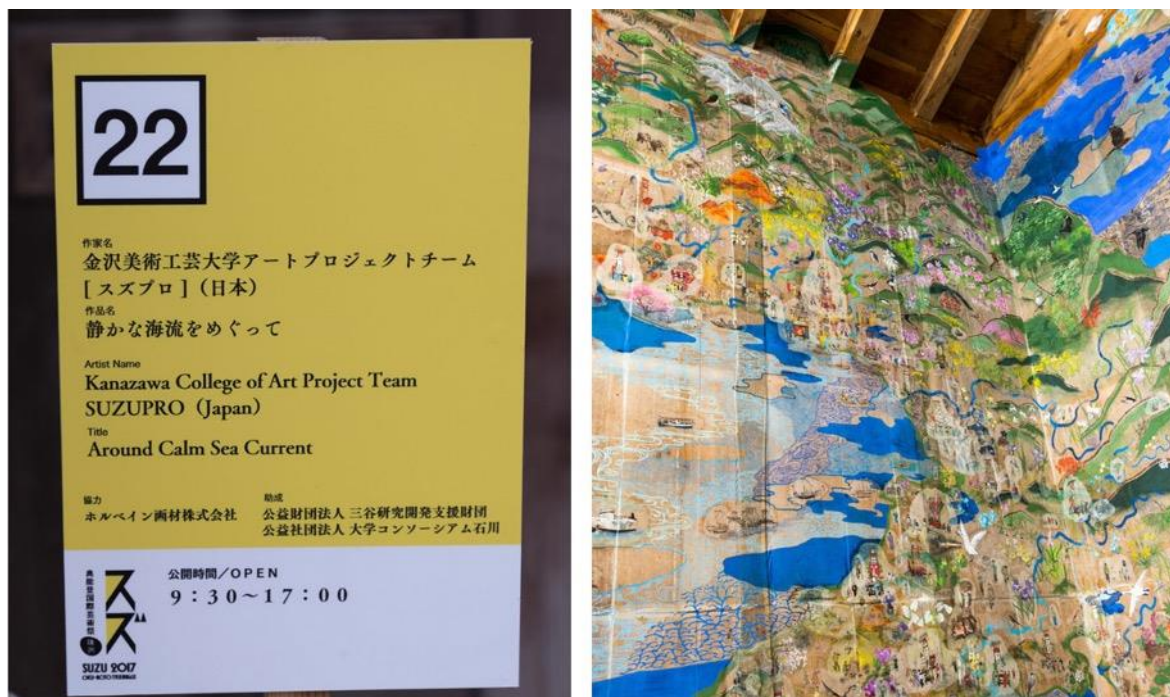


図8 金沢美術工芸大学アートプロジェクトチーム[スズプロ]の展示作品

このプロジェクトには作品の制作に会期前より学生が多数参加し、事前のリサーチから作品制作や会期中の会場での作品紹介など1年以上にわたり参加していた。また、注目したい点としてこの展示作品が芸術祭閉幕後も、他の幾つかの作品とともに常設展示作品として残されたことを挙げておく。これにより金沢美術工芸大学と作品が常設される珠洲市の飯田町商店街の間で継続したプロジェクトが行われることになった。当面は2020年の2回目開催に向けた動きになるものと思われるが、大学や学生にとっても単発ではない継続性のある活動になったことでより深く地域と芸術祭に関わることになるであろう。新潟県の「大地の芸術祭」や瀬戸内の島々で開催される「瀬戸内国際芸術祭」などの地域型の芸術祭では数多く見られる会期後の常設展示だが、アーティストとの契約や保守管理費用の問題で芸術祭期間後の常設作品がほとんどない札幌国際芸術祭と比べると学生はもちろん地域を巻き込みながら芸術祭に対する意識の継続性を持たせると意味では大いに参考にすべき事例であると考えられる。

3.4 ヨコハマトリエンナーレ<2017年訪問>

ヨコハマトリエンナーレ¹⁰は、神奈川県横浜市で2001年に始まり2017年に6回目を迎えた。「大阪トリエンナーレ」(1990~2000年)や「神戸ビエンナーレ」(2007~2015年)など開催が打ち切られる芸術祭がある中、国内で最も長く続いている都市型の芸術祭である。総事業約10億円で来場者数は約30万人。みなとみらい地区にある横浜美術館をメイン会場に

¹⁰ 2008年の3回目までは「横浜トリエンナーレ」、4回目以降すべてカタカナ表記の「ヨコハマトリエンナーレ」と改称。

したコンパクトで現代アートに特化した芸術祭である。筆者は 2017 年 10 月に訪れた。



図9 ヨコハマトリエンナーレ 2017 訪問時の画像

ヨコハマトリエンナーレでは、あいちトリエンナーレと同じように児童、生徒向けの普及・教育プログラムが充実している。プログラムのキーワードは「次世代育成」である。

<ヨコハマトリエンナーレで実施された主な次世代育成プログラム>

○「学校団体の鑑賞受入れ」

2017 年の開催時には 129 団体 5,473 名が参加している。

○「子どもアドベンチャー～親子で現代アート体験!～」

キャリア教育・社会体験を通じた人との交流などを目的としたプログラム。2 日間で 1200 人余りを動員。市内に在住または在学する小中学生と一緒に来場した家族の入場は無料。横浜美術館では、横浜トリエンナーレサポーターが企画した子ども向けワークショップを同時開催し、多数の家族連れが参加。

○「中高生プログラム～ヨコトリを体験しよう!伝えよう!～」

中学生・高校生を対象に実施した全 8 回の長期プログラム。開幕前の作品のない展示室やアーティストの展示制作作業の見学、展覧会のディレクターやアーティストのトーク聴講、ワークショップへの参加など、現代アートの魅力を様々な側面から体験できるプログラムを各回実施した。

○「親子講座 ～美術ってなんじゃもんじゃ?～」

小学生とその保護者を対象に開催した鑑賞プログラム。小学校低学年(1 日コース)と高学年(2 日間コース)の 2 講座を開講した。それぞれ気になった作品を書き留め、お互いに発表しあうなど、親子のふれあいの場にもなった。

小・中学生から高校生を対象にしたプログラムが中心で、美術教育の側面が強いプログラムといえる。あいちや札幌における大学機関との連携プロジェクトのようなものは見当たらない。国内・海外の最新の現代アートの潮流を示すという国際芸術祭の本来の目的を前面に出したプログラムがヨコハマトリエンナーレの特徴ともいえよう。

3.5 各地の国際芸術祭における学生の関わり方のまとめ

以上、4つの国際芸術祭における学生関連の取り組みを見てきたが、紹介しなかった残り2つの国際芸術祭(大地の芸術祭と北アルプス国際芸術祭)の事例も含め明確になってきたことがある。それは「国際芸術祭は学生関連の事業をあまり重視していない」という事実である。もっとも、国際芸術祭という事業の性格上、メインとなる展示プログラムに学生が主体となる作品が選ばれるケースはほとんどないものと予想していた。これに関しては奥能登国際芸術祭の金沢美術工芸大学アートプロジェクトチーム[スズプロ]の作品が唯一の例で、その他、連携プロジェクトとして札幌国際芸術祭やあいちトリエンナーレに若干の事例があるだけで予想していた通りの結果であった。しかし、ボランティアやサポーター組織における大学生を中心とした組織運営に目を向けている芸術祭は皆無。そもそも開催報告書のアンケート調査においてボランティア参加者の属性に大学生の項目があったのは札幌国際芸術祭2014のみであった。これは、入場者調査においても同様で、属性に大学生の項目を取り入れていたのは札幌とあいちのみであり、各芸術祭、特に地域型の芸術祭においてはハナから大学生などの学生は観客としてもボランティアの人員としても重視していないと見て良いのではないだろうか。

本稿のテーマ「学生が関わりやすい国際芸術祭のあり方」の根底には「国際芸術祭に関心のない学生」という問題が間違いなく存在する。本稿の目的は、そんな学生たちをどうすれば芸術祭に関心を向けさせることが出来るのか、という課題を解決するために様々な事例を検証し、学生の視点から新しい提案を生み出そうというところにある。しかし、新たに「学生に関心のない国際芸術祭」という問題が大きく存在することも明らかになったのである。

3.5.1 「国際芸術祭に関心のない学生」と「学生に関心のない国際芸術祭」

「学生に関心がない国際芸術祭」の何が問題なのかは、本稿の冒頭で述べたように、筆者が『北海道というフロンティアの大地、そして、札幌という若さと自由な可能性に満ちた都市で開催される芸術祭は、次代を担う若者たちの積極的な関与無くして成功はしない。これは、芸術祭というイベントだけの話ではなく、人口が減少し厳しい都市運営が予想される地域の問題にも通じる』と考えるからである。次代を担う若者の参加をハナから期待しない公共事業などあってはならない。筆者は芸術祭という文化事業の先に、札幌市や日本各地の都市運営のあり方を見ている。そこには、様々な事象に関心を持つ若者が積極的に都市の、地域の運営に関わる姿が確かにあるのだ。

本稿は次章から、学生の視点でどのような取り組みをしていけば魅力的な芸術祭になっていくかを検証し具体的な提案を示していく。

4. 大学生が参加しやすい札幌国際芸術祭についてのSWOT分析

本章では、2017年と2018年の筆者の講義「観光とデザイン¹¹⁾」で取り上げた「大学生が参加しやすい札幌国際芸術祭」のSWOT分析の結果を示し、学生が導き出した提言をまとめていきたいと思う。

¹¹⁾「観光をデザインするとはどういうことか？」をテーマに90分×30回(2018年からは100分×28回)で展開。LTC(Leaning Through Discussion)の方法を取り入れ、グループでの討論などを重視している。

4.1 2017 年の内容

この年は札幌国際芸術祭 2017 が 8 月 6 日から 10 月 1 日まで開催された。講義は秋学期開講で 1 回目が 9 月 26 日に行われた。札幌キャンパスの 3 年生が対象でこの年の履修者は 29 名である。SWOT 分析の講義は芸術祭閉幕から約 2 週間後の 7 回目から 9 回目まで 3 回行った。講義の流れは以下の通りである。

<1 回目> 履修者を 7 組のグループに分ける。
札幌国際芸術祭に関するレクチャー
SWOT 分析に関するレクチャー

<2 回目> グループで SWOT 分析
発表に向けてのまとめ

<3 回目> 発表、意見交換

*発表は口頭発表 5 分以内。プレゼンテーション用のスライドと配布用のレジュメを用意。

1 回目の芸術祭に関するレクチャーの中で、札幌国際芸術祭の認知度や興味を調べるための簡単なアンケートを行った。質問事項と回答は以下の通りである。

『芸術祭が開催されていることを知っていたか?』 28 名

『今年の芸術祭を見に行ったか?』 6 名

『ボランティアとして参加したか?』 0 名

ほとんどの学生が芸術祭の開催を知っていたにもかかわらず実際に参加した学生は極めて少ないことが分かった。筆者が想定していたよりもかなり低い数字である。理由を聞いてみると以下のような意見が出た。

「見たい作品がない」

「お金がない」

「会場が遠い」

「内容がよく分からない」

次に 7 グループの学生が行った SWOT 分析の結果をまとめてみる。

S (強み) については主に札幌という街の特徴をあげている意見が多く、またアートやデザイン関連の学生が多いという指摘も多く見受けられた。一方で W (弱み) の部分では広告や広報関連の弱さを指摘する声が多く、それによって学生への認知度が上がっていないという意見が見られた。外的要因を示す O (機会) と T (脅威) に関しては、内的要因の 2 項目に比べると意見が少なく、T における「競合イベントが多い」「学生の経済力」という二つの意見にほぼ集約された。これは SWOT 分析を行った学生のほとんどが実際の芸術祭を体験していないことが原因と考えられる。自分たちが興味を持てなかった芸術祭に対してのネガティブな意見 (W や T) は比較的出しやすく、ポジティブな意見も住んでいる地域 (S) や自分たちが置かれている「学生」という立場 (O) から見える意見が出やすくリサーチと分析が必要な項目に対して意見が出づらくなっている。この部分に関しては次年度以降の課題でもあろう。

<p>S (強み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・札幌にはアートやデザインに関わる学生が多い ・作品のジャンルが広い ・札幌の街が魅力的 ・SNS のアカウントがある ・市の主催事業として資金力がある ・開催場所が広域で多彩 ・アートに特化していて興味深い ・ゲストがたくさん来る ・学生の料金が安い 	<p>W (弱み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・認知度が低い ・交通の便が悪い ・魅力を感じない ・やりたいことをやっているだけ ・自分たちがターゲットではないと感じる ・広告がヘタクソ ・体験型の展示が少なくワクワク感がない ・地元で盛り上がっている感じがしない
<p>O (機会)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開催時期が夏休みで訪れやすい ・街中の展示は出かけたついでに行きやすい 	<p>T (脅威)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・競合するイベントが多い ・開催時期の後期にオータムフェストがありそちらに集客を奪われる ・学生はバイトなどが忙しい ・学生はお金がない

図 10 「学生が参加しやすい札幌国際芸術祭」の SWOT 分析(2017 年)

4.1.1 分析から導き出された提案

以上の SWOT 分析から導き出された学生からの具体的提案を幾つかを紹介する。

- ① 『芸術・デザインに関わる学生を対象にコンペを企画し作品を展示する』
 2014 年の 1 回目開催で行われていたが 2 回目では見送られた「チ・カ・ホ学生展」を再度復活させる提案。札幌市内には芸術・デザイン系の学科・専攻を持つ大学・短大・専門学校が多数ある。これは SWOT 分析で明らかになった S (強み) の部分。コンペを実施することで W (弱み) でもある認知度の低さをカバーする。

- ② 『体験型の展示を街中に』
 W (弱み) の分析にある「体験型の展示がなくワクワク感がない」「魅力を感じない」という項目を補完し W (強み) の「SNS アカウントがある」を生かす提案。さらに数少ない O (機会) の意見として上がった「街中の展示は出かけたついでに行きやすい」という部分を生かしたもの。話題性を生かして認知度のアップにもつながる。

- ③ 『大学生によるエリア対抗 PR 合戦』

札幌のエリア（各区）ごとに大学生のグループを配置し、それぞれが芸術祭のPRを行う対抗戦。大学生に参加者意識を持たせ、なおかつ認知度のアップにもつなげる。

④ 『学生によるデザインプロジェクト』

2017年度に行った「CM制作ワークショップ」のデザイン版。学生がワークショップ形式で芸術祭のロゴやポスター案などのデザインをコンペ形式で競い合いその成果を発表する。芸術祭に無関心な大学生に参加を促し関心を持ってもらおうと同時に、広報にも生かしていく提案。

札幌国際芸術祭に興味がない学生をいかに取り込むか？

学生の提案の根底にはこの問題が見受けられる。問題を解決するための広報・広告関連に言及した提案と学生自身が体験していく「体験型」のプロジェクト提案が注目される。

4.2 2018年の内容

この年の講義は前年と同じ秋学期開講で1回目が9月25日に行われた。札幌キャンパスの3年生が対象でこの年の履修者は20名である。

なお、2018年6月に3回目となる「札幌国際芸術祭2020」に関してプレス発表があり以下の大きな変更点が発表された。

- 1、開催時期が今までの夏季から冬季へ。
- 2、ゲストディレクター制から、複数のディレクターチームによる企画の立案・監修に。

このことから、今回は特に「冬季の開催」を念頭に置いた「大学生が、積極的に札幌国際芸術祭に参加する企画！」を立案するためのSWOT分析を行った。SWOT分析の講義は7回目から11回目まで5回行った。前年度は3回だったが時間が足りず分析結果が芳しくなかったため回数を2回増やした。講義の流れは以下の通りである。

<1回目> 履修者を5組のグループに分ける。
国際芸術祭全般や他地域の事例紹介
札幌国際芸術祭に関するレクチャー
SWOT分析に関するレクチャー

<2回目～4回目> グループでSWOT分析
発表に向けてのまとめ

<5回目> 発表、意見交換

1回目の芸術祭に関するレクチャーの中で、前年同様、札幌国際芸術祭の認知度や興味を調べるための簡単なアンケートを行った。質問事項と回答は以下の通りである。

『芸術祭が開催されていることを知っていたか？』 18名

『今までの芸術祭を見に行ったか？』 8名

『ボランティアとして参加したか？』 0名

前年同様ほとんどの学生が芸術祭の開催を知っていた。実際に参加した学生は少ないものの

率としては前年度よりもアップした。ボランティアに参加した学生は今年もいなかった。以下に5グループの学生が行ったSWOT分析の結果をまとめてみた(図11)。

前年度に比べ、事前のレクチャーを充実させリサーチやディスカッションの時間を多く取ったことによりSWOT分析の各項目の意見が増え内容的にも注目に値する意見が多く見られた。

<p>S (強み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自然が豊か ・食べ物美味しい ・地下空間が広い ・都市機能が充実 ・新しいことに挑戦する気風 ・ボランティアの登録数が多い(年齢層は高い) ・土地が広くて場所がある ・学生や若者が多い 	<p>W (弱み)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・芸術祭の知名度が低い ・札幌以外の人は来ない ・芸術祭のテーマがわかりづらい ・市民は冬は外に出たがらない ・サポーターではなくボランティア ・行政が主体で民間企業があまり関わっていない ・ターゲットが明確ではない
<p>O (機会)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外からの観光客が増加 ・雪まつりとの相乗効果 ・札幌市民交流プラザの開設 ・春休み期間なら学生が多く来る ・インスタが流行っていて映える場所が札幌には多い ・冬季に開催される芸術祭は他にはない ・東京オリンピックを控えていて大型イベントに盛り上がり 	<p>T (脅威)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・寒い ・雪まつりと競合して埋没する ・交通手段が不便になる ・天候に左右される ・冬はイベントが多く埋もれそう

図 11 「学生が参加しやすい札幌国際芸術祭」のSWOT分析(2018年)

S(強み)については、自然の豊かさや食べ物の美味しさという主に札幌(北海道)という街の特徴をあげている意見や学生が多いという前年度と同じような指摘に加えて、「新しいことにチャレンジする気風」や「ボランティアの登録数が多い」といった新しい視点の意見があった。W(弱み)の部分では、認知度が低いという意見が多く見られた。また、「行政が主導で民間企業が関心を持っていない」という意見も出た。外的要因を示すO(機会)とT(脅威)に関しては、前年度に比べると多くの意見が出た。O(機会)では2020年の開催が控えている東京オリンピックや札幌でも開催されるラグビーW杯などのイメージもあり「大型イベントに盛り上がり」があるという意見や、「海外からの旅行者の増大」「札幌創成プラザの開設」「冬季に行われる初めての国際芸術祭」など昨年は見られなかった意見も出ている。T(脅威)の面ではやはり冬季に行う初めての芸術祭ということもあり、寒さに代表される天候問題、さらに交通問題を挙げる意見が目立った。また外部要因の2つに共通した意見として「雪まつり」との関係が上がった。O(機会)と見れば「雪まつりとの相乗効果」を期待することになり、T(脅威)では「雪まつりなどの大型イベントに埋没する」という見方になることがわかった。

4.2.1 分析から導き出された提案

以上のSWOT分析から導き出された具体的提案の幾つかを紹介する。



図 12 各チームの発表データからのスライド抜粋

① 『地下歩行空間をアート空間にする』

冬季開催という面を考慮し、W（弱み）である認知度の低さをカバーするためにS（強み）の部分のひとつである地下歩行空間を最大限に利用する企画。ウォールアートを誰でも参加できるような作品にすることで「体験型」の作品ともなる。話題性を集め、若者が振り向きやすいインスタ映えする作品への期待も。

② 『お客さんもアートになってもらおう！』

W（弱み）である「一般的な関心の薄さ」「認知度が低い」部分を改善させるために単に見るだけではない「体験型」の企画で観客を巻き込んでいく。具体的にはアーティストによるボディペイントを様々な会場で実施しインスタ等のSNSで拡散させる。観客を「歩く広告塔」に仕立てる。楽しさと話題性を兼ね備えた幅広い層にアピールする企画。

③ 『体験型+企業提携 衣食住』

本来のS（強み）である「札幌らしさ」を発揮し、W（弱み）で指摘されている「行政主導で民間の関心が薄い」点を改善するために、札幌を代表する企業（例えばニトリ、雪印、サッポロビール、石屋製菓など）とコラボレーションを行い、「冬の重ね着ファッションショー」や「食とアート」「札幌軟石の重要建築での展示」など衣食住にまつわるプログラムを開発する。あくまでも作品ではなく芸術祭に関心を持ってもらう為の入口としての機能。

④ 『大学対抗アートカフェ』

瀬戸内国際芸術祭における香川大学「直島地域活性化プロジェクト」を参考に、アートやデザインを学んでいる大学や専門学校の学生対抗で期間中にアートカフェを開き芸術祭を盛り上げていこうという企画。「学生が多い」「まちなかに拠点（札幌市民交流プラザなど）

がある」S(強み)と「雪まつりの観客を呼び込める」O(機会)を活かしていく。③とおなじように、ただカフェを開くのではなく地元のカフェ店とコラボレーションすることでより一般的な客層を芸術祭に誘導できる。

⑤ 『アート×音楽×ライブ感を楽しめるフェス型イベント』

芸術祭=楽しいもの というイメージづくりをする。

具体的には、アート×映像コンテンツ×ライブといった大型のコンサートのイベントやアートとウィンタースポーツを絡ませた札幌ならではの、また冬季開催ならではのプログラムを開発する。

今回は「冬季開催」という新しいファクターが加わったことで、具体的な提案も屋内を意識したものも多く見られた。また、行政主導ではない民間企業の協力をあおぐコラボ企画が出てきたことにも注目したい。

5. まとめ これからの展望と2020年開催への具体的提案

「札幌国際芸術祭2020」は、2018年6月の「冬季開催発表」に続き同年9月に「ディレクターチーム発表」が行われた。そして映画祭事務局は昨秋から「SIAF部¹²」なる名称で部員を募集し次回開催に向けて様々なミーティングやセミナーを行っている。本稿でこれまで展開してきた各地の国際芸術祭の調査や学生と行ったSWOT分析の結果から「学生が参加しやすい札幌国際芸術祭のありかた」に対するいくつかの具体的提案を示して本稿のまとめとしたい。キーワードは「自主性」「継続性」「祝祭性」「参加型」「民間とのコラボレーション」である。

<提案1> 『学生によるサポーター組織の運営』

成功している国際芸術祭(特に「瀬戸内国際芸術祭」)のいくつかを見ていくと必ず芸術祭を支える「サポーター」の存在がある。ここで重要なのは「サポーター」であって「ボランティア」ではないことだ。「善意で協力する」ボランティアではなく「好きで応援する」サポーターであること。札幌国際芸術祭を一般的な市民のものとして広く浸透させて行くにはこの視点を外すことはできない。さらに学生がもっと参加しやすくするためには学生自身が発信できる仕組みを作るべきだと考える。行政側・芸術祭事務局側は現在活動中の「SIAF部」の別働隊として学生中心のサポーター組織を作り活動させるべきだ。学生サポーター組織には芸術祭開催年だけ活動するのではなく通年で活動する「継続性」も求めたい。活動内容もボランティア的な活動のみではなく学生主導の「広告ビジュアルコンペ」や「CM企画コンペ」など広報に関するプロジェクトや本祭に向けた「学生アートコンペ」など学生がらみの企画をワンストップで扱える組織にしたい。

¹² 「SIAF(Sapporo International Art Festival=札幌国際芸術祭)を支えたい」「コーディネーターを目指したい」と考えている人々が集まり様々なミーティングや実践を通じ、アートプロジェクトを実施するためのスキルを目指す組織。2018年度現在14名が活動中

<提案2> 『インスタ映えのするアートのお祭りへ。分かりやすいシンボルづくり』

札幌国際芸術祭の目的は「札幌の魅力を国内外に発信」することと「市民の創造性の醸成」である。そしてこの2つの目的に対して学生がより積極的に参加しやすくなるためには、アートイベントの敷居を低くし、より「楽しい」「祝祭性のある」祭り(イベント)にしていく必要がある。幸いなことに札幌市はアジア初のメディアアーツ都市¹³であり札幌国際芸術祭2020では映像作品をはじめとしたメディアアーツのプログラムが多くなるものと考えられ、従来の現代アートよりも視覚的なアピールが期待できる。こうしたメディアアート系のプログラム以外にも「インスタ映え」を意識したシンボリックな展示を大通公園・地下歩行空間、札幌駅周辺などの街中に出現させる。シンプルで分かりやすいイメージを打ち出すことが重要である。

<提案3> 『さっぽろ雪まつりとのコラボ+企業とのコラボ』

札幌国際芸術祭2020は冬季の開催が決定し、おそらく2月の雪まつり期間が会期と重なる公算が強い。学生のSWOT分析にあったように雪まつりに埋没しまったく印象に残らない可能性もあるが、ここでは積極的に雪まつりの集客効果を利用するプロジェクトを提案したい。学生のアイデアにあった「大学対抗アートカフェ+企業」のコラボ企画は大変面白い試みになるだろう。北海道の食をマッチングさせることも出来、「食+アート」という新鮮な切り口も打ち出せよう。アートに関心のある学生のみならず、まちづくりや起業などに興味のある学生も取り込むことが可能だ。

6. おわりに

筆者は、2014年に開催された「札幌国際芸術祭2014」に作家として、また観客として参加し、国際芸術祭のあり方に興味を持った。以来「瀬戸内国際芸術祭2016」「あいちトリエンナーレ2016」「北アルプス国際芸術祭2017」「札幌国際芸術祭2017」「奥能登国際芸術祭2017」「ヨコハマトリエンナーレ2017」「大地の芸術祭2018」へと時には学生とともに視察・見学を行った。2019年度は「瀬戸内国際芸術祭」の春開催と9月には学生を連れて「あいちトリエンナーレ2019」に行く予定である。冒頭に記したように札幌国際芸術祭を検索したときに「札幌国際芸術祭 失敗」という文字が検索候補の上位に来ることを筆者は寂しく思う。今回の分析と研究の結果と提案の数々はなお未消化なもの、予算措置など実現可能か不透明なものも多い。また、「学生に関心のない国際芸術祭」という新たな問題も明らかになった。しかしながらこの成果を芸術祭事務局に提示しそのフィードバックを元に新たな研究・調査・検証を行っていく予定である。当然2019年度の「観光とデザイン」の講義で新たなSWOT分析も行う。その結果と「学生に関心のない国際芸術祭」という問題についての新たな考察は稿を改めて示したいと思う。

¹³ 札幌市は2013年11月にユネスコ創造都市ネットワークのメディアアーツ部門で加盟が承認された。

参考文献

- 創造都市さっぽろ・国際芸術祭実行委員会 (2015 年)「札幌国際芸術祭 2014 開催報告書」
- 創造都市ネットワーク日本 (2012 年)「創造都市とは」 <http://ccn-j.net/what/>
- 札幌国際芸術祭実行委員会/札幌市 (2018 年)「札幌国際芸術祭 2017 開催報告書」
- 札幌市 (2018 年)「札幌国際芸術祭」
- <http://www.city.sapporo.jp/shimin/bunka/sapporokokusaigeijutsusai/index.html>
- 吉田隆之 (2015 年)「トリエンナーレはなにをめざすのか 都市型芸術祭の意義と展望」
- 瀬戸内国際芸術祭実行委員会 (2011 年)「瀬戸内国際芸術祭 2010 総括報告」
- 瀬戸内国際芸術祭実行委員会 (2014 年)「瀬戸内国際芸術祭 2013 総括報告」
- 瀬戸内国際芸術祭実行委員会 (2017 年)「瀬戸内国際芸術祭 2016 総括報告」
- 古川尚幸 (2010 年)「素顔の直島～直島の現状と直島プロジェクトの歩み～」
- 室井研二 (2011 年)「瀬戸内国際芸術祭の住民評価とその規定因」
- あいちトリエンナーレ実行委員会 (2011 年)「あいちトリエンナーレ 2010 開催報告書」
- あいちトリエンナーレ実行委員会 (2014 年)「あいちトリエンナーレ 2013 開催報告書」
- あいちトリエンナーレ実行委員会 (2017 年)「あいちトリエンナーレ 2016 開催報告書」
- 奥能登国際芸術祭実行委員会 (2018 年)「奥能登国際芸術祭 2017 総括報告書」
- 真鍋淳朗 (2018 年)「アートを通じた商店街の賑わいの創出(商店街地域の空き家・空き店舗等の調査・研究。有効的な利活用。)」
- 吉田隆之 (2018 年)「過疎地型芸術祭と持続可能な地域づくり-奥能登国際芸術祭を事例に-」
- 横浜トリエンナーレ組織委員会 (2015 年)「ヨコハマトリエンナーレ 2014 記録集」
- 横浜トリエンナーレ組織委員会 (2018 年)「ヨコハマトリエンナーレ 2017 記録集」
- 北アルプス国際芸術祭実行委員会 (2018 年)「北アルプス国際芸術祭 2017 ～信濃大町 食とアートの回廊～最終開催報告書」

(受付 : 2019 年 2 月 18 日, 受理 : 2019 年 3 月 11 日)