

アートイベントにおける都市部の地区演出の可能性

あいちトリエンナーレ2010長者町会場を事例とする

THE POSSIBILITIES OF AREA DIRECTION BY ART EVENT FOR THE URBAN SPACE

A case study on Choja-Machi district site in Aichi Triennale 2010

春日和俊*, 伊藤孝紀**, 堀越哲美***

Kazutoshi KASUGA, Takanori ITO and Tetsumi HORIKOSHI

The objective of this paper is to clarify the characteristics of the art event in urban space from the viewpoint of the relationship among the appreciators, art works and site environment and to confirm the possibility of an area direction to accelerate the communication and revitalization. Field surveys were carried out to identify the appreciators way finding to reach art works, and their behavior to evaluates and appreciate the art works. The results are as follows.

People chose the street in which many persons gathered and in which has thriving and historic and unique characteristics. They also prefer the extraordinary object and unequivocal art, and gave them high evaluation. First time visitors chose the works with simple mechanism and intimacy work. As for appreciation behaviors, they took a photograph, listen to explanation, read objects and made conversation. However, the following behaviors were observed at the works with thee special mechanism or particular appreciation method riding, touching, seating and so on.

Keywords : Appreciation Route, Art Evaluation, Appreciation Act, Street, Triennale

鑑賞経路, 作品評価, 鑑賞行為, 街路, トリエンナーレ

1. はじめに

1.1. 研究の背景と目的

現在、トリエンナーレやビエンナーレといわれる大規模なアートイベント（以下、アートイベントとする）は、世界各地で開催されており、現在その数は50以上であるといわれている^{1,2)}。日本における事例をみると、横浜市の「横浜トリエンナーレ」³⁾や新潟県の「大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ」⁴⁾が先例としてあげられる。このようななか、愛知県では2010年に「あいちトリエンナーレ2010」（以下、AT2010とする）が開催された。AT2010は建畠哲氏を芸術監督とし、2010年8月21日から10月31日の72日間で愛知県で行われたアートイベントである。作品の設置会場として、愛知芸術文化センターや名古屋市美術館、長者町会場、納屋橋会場、名古屋城、オアシス21、中央広小路ビル、七ツ寺共同スタジオ、その他都市空間において開催された。AT2010の会場地図を図1に示す。「都市の祝祭 Arts and Cities」をテーマに、国内外131組のアーティスト・団体が参加し、作品設置やダンスなどのパフォーマンスを行った^{5,6)}。AT2010は国内の他アートイベントと異なる特徴として、設置会場の一つに長者町地区という都市部の中のある広がりをもつ地区全体を活用していることがあげられる。都市部の中のある一定の地区全体を活用することで、一般市民にアートを身近に感じてもらうとともに、アート作品で演出された地区全体を回遊することは、会場となった地区全体の活性化に

も大きく寄与すると考えられる。よって、今後のアートイベントの意義を捉える上で、都市部の地区全体を会場とすることは重要な視点であるといえる。

本研究では、先行研究（次節参照）より都市部におけるアートイベントにおいて、作品を鑑賞する人々（鑑賞者）とアーティストによる設置作品（作品）、作品が設置されている会場（設置環境）の3者の相互関係と、それに伴って発生する事象が地区全体に与える影響を「地区演出」と位置づける。そして、AT2010における長者町会場を調査対象とし、鑑賞者と作品、設置環境の3つの視点から以下の調査を行うことでそれぞれの相互の関係について明らかにすることを目的とし、都市部におけるアートイベントによる地区演出が今後にもつ意味と効果の広がり可能性として展望を述べる。

(1) 設置環境の特徴と鑑賞者の鑑賞経路の関係を把握するため、鑑賞者が設置環境の特徴からどのような影響を受けて鑑賞経路を選択しているかを明らかにする。

(2) 作品の特徴と鑑賞者の作品に対する評価および鑑賞理由の関係を把握するため、鑑賞者が作品の特徴からどのような影響を受けて鑑賞し、その作品をどのように評価しているかを明らかにする。

(3) 作品の特徴と鑑賞者の鑑賞行為の関係を把握するため、鑑賞者が作品の特徴からどのような影響を受けて鑑賞行為を行っているかを明らかにする。

* 名古屋工業大学大学院工学研究科
博士前期課程・学士(工学)

** 名古屋工業大学大学院工学研究科
准教授・博士(芸術工学)

*** 名古屋工業大学大学院工学研究科 教授・博士(工学)

Master Course Student, Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology, B. Eng.

Assoc. Prof., Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology, Ph. D. (Design)

Prof., Graduate School of Engineering, Nagoya Institute of Technology, Dr. Eng.

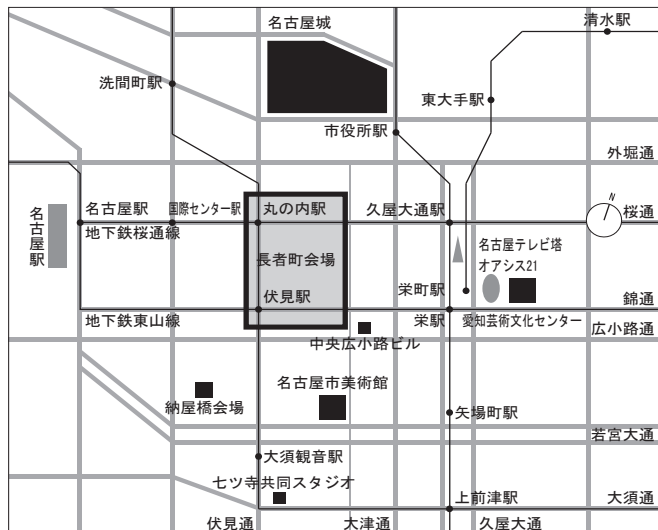


図 1 あいちトリエンナーレ 2010 会場地図

表 1 調査対象作品

No.	作家名	表現手段	設置場所	No.	作家名	表現手段	註釈
No.01	ダヴィデ・リヴァルタ	彫刻	①	No.19	KOSUGE 1-16	空間/彫刻	⑨
No.03	ナウイン・ラワン・チャイクン	絵画	②	No.45	トロロスタジオ+栗本設計所	空間/彫刻	⑨
No.04	ルシア・コッホ	絵画	③	No.20	ルシア・コッホ	絵画	⑩
No.09	メルヴェ・ベルクマン	写真	④	No.21	斉と公平太	絵画	⑩
No.10	石田達郎	彫刻	⑤	No.25	ナリヤ・リボヴィッチ&藤田央	映像/空間/彫刻/絵画	⑪
No.11	山本高之	映像/彫刻	⑤	No.27	川見俊	空間/彫刻/絵画	⑫
No.12	小栗沙弥子	空間	⑤	No.33	ルシア・コッホ	絵画	⑬
No.13	青田真也	空間/彫刻	⑤	No.47	メルヴェ・ベルクマン	写真	⑬
No.14	トーチカ	映像/空間	⑥	No.38	タムラサトル	空間	⑬
No.15	村田峰紀	空間/彫刻	⑥	No.41	長者町デキタテ工房	空間	⑬
No.16	小栗沙弥子	空間/彫刻	⑥	No.36	大山エンリコイサム	絵画	⑭
No.46	アデル・アブデスメッド	映像	⑦内	No.39	大西治・大西雅子	写真/彫刻	⑦外
No.17	ジャユル・アンジャラス	絵画	⑦内	No.42	櫻井裕子	彫刻	⑦外
No.18	斉と公平太	彫刻	⑧	No.43	小野友美	絵画	⑮
				No.44	佐藤健博	絵画	⑯

1.2. 先行研究と本研究の位置づけ

都市部や公共空間でのアートイベントに関する先行の研究をみると、パブリックアートの視点からは八木ら⁵⁾による研究があげられる。これは日本におけるパブリックアートの発生から各地域での事業の変遷を明らかにしている。しかし、鑑賞者や作品、設置環境などの視点からの考察はみられない。また、アートイベントによる地域資源活用の視点からは上段ら⁶⁾による研究があげられる。これは、各作品の特徴や鑑賞行為から既存の地域資源の活用方法について明らかにしている。また、作品と設置環境に対する鑑賞者の認知の視点からは伊藤ら⁷⁾、富田ら⁸⁾による研究があげられる。これは、作品と設置環境に対する鑑賞者の認知における潜在意識に着目し、認知の性質を明らかにし、さらに来訪者と地域住民の意識の違いを明らかにしている。これらの研究はひとつの作品に対する設置された空間や鑑賞者との関係を明らかにしたものであり、設置会場としての地区全体と作品、鑑賞者の関係に着目した研究はみられない。都市部のアートイベントでは、設置環境と作品による地区全体の演出が鑑賞者に与える影響が、美術館などでのアートイベントと比較して最も重要な視点であるといえる。そのため、本研究を行うことは都市部のアートイベントにおける鑑賞者と作品、設置環境の3つの視点から相互の関係を明らかにしようとする点で意義があるといえる。

2. 調査概要

2.1. 調査対象

本研究ではAT2010における長者町会場を調査対象とする。選定理



図 2 あいちトリエンナーレ 2010 長者町会場地図

由は以下の通りである。

長者町会場とは名古屋市長二丁目の16街区を示している。かつては長者町繊維問屋街として日本三大繊維街の一つに数えられ、現在も多く繊維問屋や衣料関係の会社が集積している。さらに、近年では空きビルや空き店舗となった物件を活用し、デザインやアート、ITに関わるベンチャー企業の誘致も積極的に行っている。また、これらの企業の増加にともない飲食店も増加している。しかし、現在でも空きビルや空き店舗、駐車場（以下、余剰空間とする）の増加が深刻な課題となっている地区である。このような都市部での空洞化は全国的にも課題となっている^{注4)}。AT2010ではこれらの余剰空間を作品の設置空間として活用し、長者町地区全体を演出することで地区に新たな価値を見いだそうとする点において、余剰空間の課題に対する一つの解決策となる可能性があるためである。

また、本調査では都市部のアートイベントにおける鑑賞者と作品、設置環境の相互の関係を明らかにするため、AT2010の長者町会場において設置が行われている全45作品のうち、以下の条件を満たす作品を調査対象として選出した。

(1) 鑑賞チケットが不要であり、誰でも無料で鑑賞可能な作品。

地区全体で行われるという意味で、地区の住民および来訪者の誰でもが接することができる点が重要であると考え選出理由とした。

(2) 日中（11:00から17:00の時間帯）において常に鑑賞可能な作品。

長者町地区の特徴として、就労者の業務活動は主に日中に行われること、年代を問わず多くの人々が鑑賞できることが重要と考え選出理由とした。

以上の条件を満たす作品は長者町会場内において17カ所・29作品であった。対象作品を表1に、各作品の設置場所を図2に示す。

2.2. 調査方法

本研究の調査方法を以下に記す。調査被験者は長者町地区のまちづくり活動などに参加し、地区の歴史や風土などを知る者（以下、地区把握者とする）12名（男性11名、女性1名）と長者町地区を初めて訪れる者（以下、地区初来訪者とする）13名（男性11名、女性2名）の計25名とした。各調査において、地区の活性化につながるアートイベントという視点から、地区の活性化を考えるうえで重要と考えられる地区把握者と地区初来訪者の2つの側面から考察を行った。

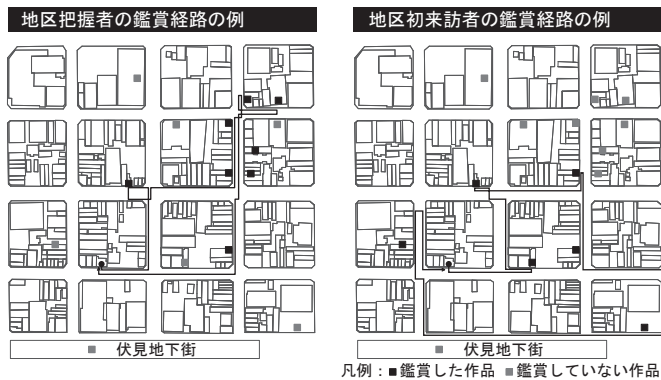


図3 被験者の鑑賞経路の属性毎の事例

(1) 鑑賞経路調査

AT2010の長者町会場における街路の特徴が鑑賞者の鑑賞経路選択に与える影響を明らかにするため、鑑賞経路調査を行った。被験者に作品の位置が確認できる長者町会場の地図^(注5)を配布し、長者町会場内のATカフェ^(注6)を出発点および終着点として1時間自由に長者町会場内の作品を鑑賞してもらった。調査はAT2010会期中の晴天日、11:00から16:00の間で行った。また、注意事項として必ず一人で鑑賞すること、有料の作品を鑑賞する場合には各自でチケットを購入してもらうことを伝えた。各被験者には、配布した地図上に鑑賞の際に自身が辿った鑑賞経路をできるだけ詳細に記入するよう依頼した。

(2) 作品評価調査

鑑賞者がどのような理由で各作品を鑑賞し、それらをどのように評価しているかを明らかにするため、作品評価調査を行った。(1)鑑賞経路調査と同じ被験者に対してアンケート用紙を配布し、1時間の作品鑑賞時に鑑賞した作品についてアンケート用紙への回答を依頼した。回答する内容は作品の内容に対する5.0点満点での満足度と6つの形容詞対に対する5段階評定尺度による印象評価、鑑賞理由や感想などの自由記述を求めた。両属性の被験者ともに鑑賞者数が5名以上かつ満足度が3.0点以上の作品が5作品、地区把握者のみ鑑賞者数が5名以上かつ満足度が3.0点以上の作品が5作品、地区初来訪者のみ鑑賞者数が5名以上かつ満足度が3.0点以上の作品が4作品であり、この計14作品を多くの人に鑑賞された満足度の高い作品と見なして選出した。同様に、鑑賞者の満足度の低い作品を計4作品選出し、これらを合わせた計18作品に関して、鑑賞者の作品に対する印象評価と鑑賞理由を把握した。

(3) 鑑賞行為調査

鑑賞者が作品鑑賞時に作品に対してどのような行為を行うか明らかにするため、鑑賞行為調査を行った。鑑賞行為調査を行う際に一定時間の鑑賞者数が多く、さらに建物外部からの鑑賞が可能である作品を対象とすることにより、作品や設置環境と鑑賞行為の関係について有効なデータを得られると考えられた。そこで、(2)作品評価調査において抽出した14作品のうち、建物外部から鑑賞可能な9作品を対象として予備調査を行った。予備調査では、AT2010会期中の晴天日の15:00から17:00の間^(注7)で全作品において10分間の鑑賞者数を計測し、鑑賞者の多い5作品を対象として選出した。さらに選出された5作品に対して、予備調査と同様の条件で作品毎にビデオカメラによる30分間の定点撮影を行い、撮影時間内に訪れた鑑賞者を対象に鑑賞行為を把握した。定点撮影においてビデオカメラは、

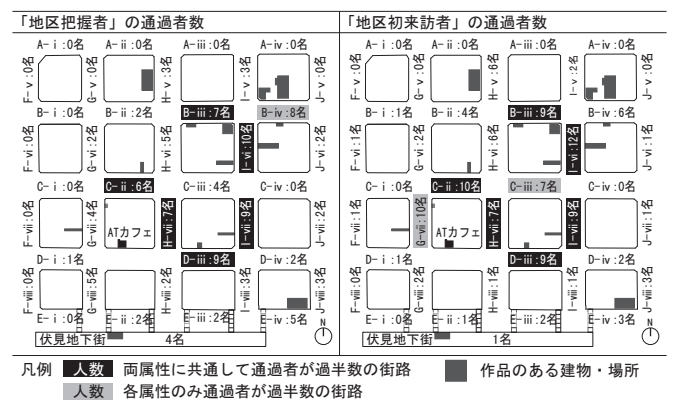


図4 被験者属性別の各街路通過者数

作品を含め設置された建物のファサード全体が把握でき、鑑賞者の鑑賞行為が把握できるアングルより撮影した。

3. 鑑賞経路調査

各被験者の鑑賞経路をみると、被験者の属性に関わらず、被験者毎に様々であった。各属性の被験者における鑑賞経路の事例を図3に示す。被験者の属性間での鑑賞経路の共通性を把握するため、長者町会場の各街路を通過した被験者数をプロットし、図4に示す。^(注8)ATカフェ前面の街路については、必ずすべての被験者が通らなければならない街路であるため考察から除外した。

図4から、地区把握者と地区初来訪者ともに通過者数が、過半数以上の街路は、B- iii、C- ii、D- iii、H- vii、I- vi、I- viiである。これらの街路は、長者町会場における鑑賞経路の主動線を構成していると考えられる。一方で、作品が設置されている建物に面した街路で地区把握者と地区初来訪者ともに通過者数が過半数以下の街路は、H- v、E- ivである。これらの街路の特徴が被験者の鑑賞経路選択に影響を与えていると推察される。そこで、選択理由を明らかにするため、各街路の特徴をみていく。B- iiiは繊維問屋の荷下ろし場が多く存在し、荷下ろしの際には荷物が歩道まではみ出して置かれている場面がみられる街路である。C- iiは、飲食店が多く存在し、昼食の時間帯には多くの就労者が集う街路である。D- iiiは、高層ビルの公開空地が存在し、就労者が休憩の際に集まる場面がみられる街路である。H- viiは長者町会場内で最も幅員が広く、通行量の多い街路である。I- vi、I- viiは現在も多くの繊維問屋が存在し、路面店が多く賑わいがある街路である。一方で、H- vは街路の両側に大規模なオフィスビルが面し、多くの駐輪がみられる街路である。E- viは幹線道路に面し、自転車の通過交通が多くみられる街路である。これらから、人が多く集まり、通行者も多く、飲食店を含む路面店が多く存在するという賑わいの特徴があり、人を誘引しやすい雰囲気となっている街路が鑑賞経路として多く選択され、大規模なビルが面する街路や自転車の通過交通の多い街路は鑑賞経路として選択されにくいと考えられる。

各属性の被験者の通過者数が過半数以上の街路をみていく。地区初来訪者と比較し、地区把握者のみ通過者数が過半数以上の街路は、B- ivである。街路の特徴をみると、B- ivには長者町繊維問屋街の歴史を象徴する地元で長年利用されてきた長者町繊維卸会館が存在する。これより、地区把握者にとってなじみがあると考えられ、多く



図 5 鑑賞者の満足度の高い作品の概要



図 6 鑑賞者の満足度の低い作品の概要

表 3 各作品の鑑賞者数と平均満足度

作品番号	全体(25名)			地区把握者(12人)			地区初来訪者(13人)		
	鑑賞者数	構成比	満足度	鑑賞者数	構成比	満足度	鑑賞者数	構成比	満足度
No.01	8	32.0%	3.80	5	41.7%	3.8	3	23.1%	3.7
No.03	8	32.0%	3.00	4	33.3%	2.5	4	30.8%	3.5
No.04	8	32.0%	3.90	3	25.0%	4.0	5	38.5%	3.8
No.09	9	36.0%	3.20	4	33.3%	3.0	5	38.5%	3.8
No.10	14	56.0%	2.40	5	41.7%	2.8	9	69.2%	3.1
No.11	16	64.0%	3.60	6	50.0%	3.2	10	76.9%	3.8
No.12	13	52.0%	3.50	5	41.7%	4.0	8	61.5%	3.3
No.13	15	60.0%	3.90	5	41.7%	3.4	10	76.9%	4.2
No.14	16	64.0%	4.40	6	50.0%	4.7	10	76.9%	4.2
No.15	13	52.0%	2.80	6	50.0%	2.7	7	53.8%	2.9
No.16	9	36.0%	2.70	3	25.0%	3.0	6	46.2%	2.5
No.17	7	28.0%	3.40	5	41.7%	3.4	2	15.4%	3.5
No.18	6	24.0%	2.70	1	8.3%	2.0	5	38.5%	2.8
No.19	9	36.0%	3.60	6	50.0%	3.5	3	23.1%	3.7
No.20	6	24.0%	4.00	5	41.7%	4.2	1	7.7%	3.0
No.21	5	20.0%	3.40	4	33.3%	3.0	1	7.7%	5.0
No.25	11	44.0%	4.00	4	33.3%	4.0	7	53.8%	4.0
No.27	9	36.0%	3.10	3	25.0%	2.7	6	46.2%	3.3
No.33	1	4.0%	4.00	1	8.3%	4.0	0	0%	0
No.36	6	24.0%	3.30	3	25.0%	3.7	3	23.1%	3.0
No.38	1	4.0%	4.00	1	8.3%	4.0	0	0%	0
No.39	4	16.0%	2.50	4	33.3%	2.5	0	0%	0
No.41	2	8.0%	3.50	1	8.3%	2.0	1	7.7%	5.0
No.42	3	12.0%	4.00	1	8.3%	3.0	2	15.4%	4.5
No.43	10	40.0%	3.30	5	41.7%	2.6	5	38.5%	4.0
No.44	7	28.0%	2.70	2	16.7%	4.0	5	38.5%	2.2
No.45	10	40.0%	3.30	7	58.3%	2.6	3	23.1%	4.0
No.46	7	28.0%	3.00	3	25.0%	3.3	4	30.8%	2.8

の被験者が選択したと考えられる。

地区把握者と比較し、地区初来訪者のみ通過者数が過半数以上の街路は、C- iii と G- vii である。これらの街路の特徴をみると、C- iii は歴史のある繊維問屋と新しく出店した多数の飲食店が混在する街路である。また、G- vii は衣料を販売する路面店が多く存在している。飲食店や衣料を扱う路面店は、地区初来訪者にとって卸問屋に比べて親しみやすいという点で多くの被験者が選択したと考えられる。

よって被験者の鑑賞経路は、全被験者では街路の賑わい、地区把握者には歴史や地区の独自性、そして地区初来訪者には飲食や衣料の路面店が親しみやすい要素として、鑑賞経路の選択に影響を与えたと考えられる。

4. 作品評価調査

4.1. 鑑賞作品の抽出と特徴

鑑賞作品に対する作品評価調査から、多くの人に鑑賞された満足

度の高い作品として抽出された 14 作品の写真と概要を図 5、同様に満足度の低い作品として抽出された 4 作品の写真と概要を図 6、各属性での鑑賞者数と 5.0 点満点での満足度を表 3 に示す。

図 5 より、両属性の被験者ともに鑑賞者数が 5 名以上かつ満足度が 3.0 点以上の作品は No. 11 山本高之、No. 12 小栗沙弥子、No. 13 青田真也、No. 14 トーチカ、No. 43 小野友美の 5 作品である。一方で、図 6 より、両属性の被験者ともに鑑賞者数が 5 名以上でありながら満足度が 3.0 未満の作品は No. 15 村田峰紀である。鑑賞者の評価が高い作品の特徴をみると、No. 11、No. 12、No. 13 の作品はそれぞれ一つの建物内に設置されており、各フロアに 1 アーティストの作品をそれぞれ設置していること、No. 14、No. 43 の作品は屋外の歩道空間から鑑賞可能であることがあげられる。鑑賞者の評価が低い作品の特徴をみると、No. 15 の作品は、No. 16、No. 46 の作品とともに一つの建物内に設置されているが、各フロアに複数のアーティストの展示が入り交じるように設置されていることがあげられる。これらから、一つの建物内で複数のアーティストの作品をそれぞれ独立して鑑賞できること、歩道空間から作品を鑑賞できる利便性がある場合に高い評価が得られていると考えられる。

地区把握者のみ鑑賞者数が 5 名以上かつ満足度が 3.0 点以上の作品は No. 01 ダヴィデ・リヴァルタ、No. 17 ジラユ・ルアンジャラス、No. 19 KOSUGE1-16、No. 20 ルシア・コッホ、No. 45 トロロスタジオ+栗本設計所の 5 作品である。一方で、地区把握者のみ鑑賞者数が 5 名以上でありながら満足度が 3.0 未満の作品は No. 10 石田達郎である。鑑賞者の評価が高い作品の特徴をみると、すべての作品に共通して屋外の歩道空間から鑑賞可能な作品であること、また No. 19、No. 45 の作品は屋外でのパフォーマンスなどが行われていることがあげられる。鑑賞者の評価が低い作品の特徴をみると、No. 10 の作品は、部屋内部の床一面に配置されたオブジェを鑑賞する作品であることがあげられる。これらから、屋外から鑑賞できる作品が、まち歩きの中で鑑賞できるという点で高く評価されていると考えられる。

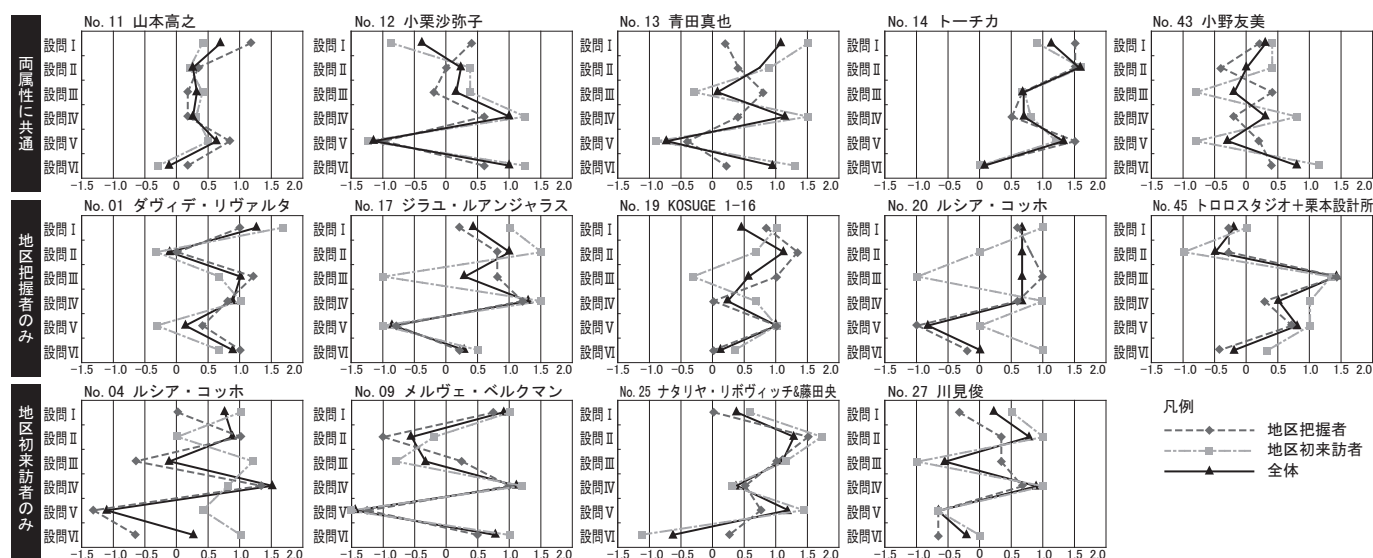


図7 被験者属性別の印象評価（5段階評定尺度）

表4 印象評価に用いた形容詞対

番号	設問項目(5段階評定尺度)	番号	設問項目(5段階評定尺度)
設問Ⅰ	わかりやすい	設問Ⅳ	単純な
設問Ⅱ	陽気な	設問Ⅴ	動的な
設問Ⅲ	非日常的な	設問Ⅵ	なじんでいる
	－		－
	わかりにくい		複雑な
	陰気な		静的な
	日常的な		目立っている

表5 自由記述の主要意見

	No.	記述内容
両属性に共通	No. 11	子供の映像作品が初々しかった。作品がいくつも入っているビルだったの。
	No. 12	作品がまとまっていたから。空間をつくって好き。
	No. 13	サンドペーパーでエッジを取り、柔らかい印象を与えている。
	No. 14	作品がまとまっていたから。みんな覗き込んで色々感想をいっていた。
地区把握者のみ	No. 43	通っている人がよく見ていたので。どこかのショーウィンドウみたいでなじんでいる。
	No. 01	緑の少ない街中の一角にあって緑のある場所に馬がいても自然であるところが面白い。
	No. 17	グラフィックがいつもは目を向けないようなまちの風景を強調していた。
	No. 19	実際に練り歩くのを見に来ようと思った。
地区初来訪者のみ	No. 20	伝統的なのれんのような使い方。白いまちによく目立つ。
	No. 45	長者町の交通規制に目を向けた着眼点が面白い。
	No. 04	中から見るとスタンドグラスのようだった。外は目を引いて良い。
	No. 09	家の形の跡の中に家の中の写真という関係が面白かった。
	No. 25	外とは完全に別空間になっていて入ってみたい。引きつけられた。
	No. 27	業務のビルのエントランスにこういうのがあるのはなんか良い感じがする。

地区初来訪者のみ鑑賞者数が5名以上かつ満足度が3.0点以上の作品はNo. 04 ルシア・コッホ、No. 09 メルヴェ・ベルクマン、No. 25 ナタリヤ・リボヴィッチ & 藤田央、No. 27 川見俊の4作品である。一方で、地区初来訪者のみ鑑賞者数が5名以上でありながら満足度が3.0未満の作品はNo. 16 小栗沙弥子、No. 44 佐藤健博である。鑑賞者の評価が高い作品の特徴をみると、No. 04、No. 09の作品は壁面やシャッター、建物ファサードのガラス面など既存の要素を活用し、大きな布や壁画を展示した作品であること、No. 25、No. 27の作品は一つの空間に複数の作品を設置していることがあげられる。鑑賞者の評価が低い作品の特徴をみると、2つの作品に共通して、建物内部の窓や扉など既存の要素の利用にとどまり、細いテープや小さな包装紙を貼付けた作品であることがあげられる。これらから、建物やファサードを活用し、目につきやすい演出を行っている作品をより高く評価し、作品とともに地区の様子を見ていとと推察される。

これより、被験者全体では同一の建物に複数のアーティストの作品がそれぞれ独立して設置されていたり、歩道空間からの鑑賞可能性を高く評価し、地区把握者は主に屋外から鑑賞できる作品である

こと、地区初来訪者は建物のファサードなど、長者町地区の特徴ある要素を活用し、目につきやすい演出を行っている作品を選択して鑑賞し、高い評価をする傾向があると考えられる。

4.2. 作品に対する印象評価と鑑賞理由

各属性で鑑賞者数の多い作品について、印象評価と自由記述から被験者の鑑賞作品に対する意識をみていく。5段階評定尺度で用いた形容詞対を表4に示す。各作品に対する5段階評定尺度による属性別の平均値プロファイルを図7に、自由記述の主要意見を表5に示す。

両属性の被験者に共通して鑑賞者数が5名以上のNo. 11、No. 12、No. 13、No. 14、No. 43の5作品についてみる。図7より、【設問Ⅲ】ではNo. 43以外の作品において全被験者の平均値が正方向に偏っている。【設問Ⅳ】ではすべての作品において全被験者の平均値が正方向になっており、No. 12、No. 13では1.0以上の結果が得られた。【設問Ⅵ】ではNo. 11以外の作品において全被験者の平均値が正方向になっており、No. 12では1.0という結果が得られた。よって、両属性の被験者に共通して「非日常的な」「単純な」「なじんでいる」といった印象を持った作品を多く鑑賞しているといえる。これは単純でなじんでいるが非日常的な体験を求めていると考えられる。また、これらの作品に対する自由記述をみると、No. 43以外の作品に共通して「一つのビルに作品がまとまって一度に鑑賞することができるため。」といった内容の記述がみられた。

地区把握者のみ鑑賞者数が5名以上のNo. 01、No. 17、No. 19、No. 20、No. 45の5作品についてみる。図7より地区把握者の平均値では【設問Ⅲ】と【設問Ⅳ】においてすべての作品で正方向に偏っている。特に【設問Ⅲ】ではNo. 17以外の作品で1.0以上の値を示しており、すべての作品で地区初来訪者より高い値を示している。【設問Ⅵ】では地区初来訪者はすべての作品において正方向に偏っているのに対して、地区把握者は作品によって正負に差がある。よって、地区把握者は地区初来訪者と比較して特に「非日常的な」「単純な」といった印象を持った作品を選択して鑑賞していたといえる。これは日常の地区を把握しているため、より非日常的な体験を選択していると考えられる。また、これらの作品に対する自由記述をみると、すべての作品に共通して「緑の少ない街中の一角にあって、緑のあ

る場所に馬がいても自然であるところが面白い。」といったように作品と地区全体との対比に関する内容の記述が多くみられた。これは長者町地区に対する知識や思いがあることによる感想であると考えられる。

地区初来訪者のみ鑑賞者数が5名以上のNo. 04、No. 09、No. 25、No. 27の4作品についてみる。図7より地区初来訪者の平均値では【設問Ⅳ】は、すべての作品で正方向に偏っており、No. 09、No. 27の作品では1.0以上の値を示している。【設問Ⅵ】ではNo. 25以外の作品で正方向に偏っており、No. 04、No. 09の作品で1.0以上の値を示している。【設問Ⅲ】では地区把握者はNo. 04以外のすべての作品において正方向に偏っているのに対して、地区初来訪者は作品によって正負に差がある。よって、地区初来訪者は地区把握者と比較して特に「単純な」「なじんでいる」といった印象を持った作品を選択して鑑賞していたといえる。これは、地区への来訪と作品鑑賞自体が非日常的な体験であることが影響していると考えられる。また、これらの作品に対する自由記述をみると、すべての作品に共通して「家の形の跡の中に家の中の写真という関係が面白かった。」のように作品と設置された建物のファサードや屋内空間の要素との対比に関する内容の記述が多くみられ、選択作品と同様の傾向を示している。

よって、被験者は「非日常的な」「単純な」「なじんでいる」といった印象の作品を選択して鑑賞したといえる。また鑑賞時には、地区把握者は作品と地区全体との関係をみており「非日常的な」作品を選択している。これは地区を把握していることが影響していると考えられる。地区初来訪者は作品と設置された建物のファサードや屋内空間との関係をみている傾向が示され、「非日常的な」の評価が高くないことから、この地区を訪れて作品を鑑賞することが非日常的であることが影響していると考えられる。

5. 鑑賞行為調査

5.1. 対象作品の選定

ビデオカメラの定点撮影による鑑賞行為調査の結果を述べる。予備調査として前章の作品評価調査において抽出された作品のうち、建物外部から鑑賞可能な9作品を対象として10分間の鑑賞者数を調

表 6 各作品の10分間の鑑賞者数

作品	No.01	No.04	No.09	No.14	No.19	No.20	No.25	No.27	No.43
鑑賞者数	21名	18名	4名	16名	24名	6名	29名	9名	6名

査し、結果を表6に示す。表6より10分間での鑑賞者数が多かったNo. 01、No. 04、No. 14、No. 19、No. 25の5作品を鑑賞行為調査の対象作品として抽出した。これらの作品に対してビデオカメラによる30分間の定点撮影を行い、鑑賞者の鑑賞行為を把握した。

5.2. 鑑賞エリアの設定

鑑賞者の鑑賞行為の種類が、アート作品と鑑賞者との距離によって異なると考えられたため、アート作品と鑑賞者の距離によって鑑賞エリアを設定した。エリア設定の模式図と定義を図8に示す。エリア設定にあたり、E.T.Hallや西出らによる「対人距離」の概念¹¹⁾¹²⁾を参考に設定した。各アート作品との距離が1.5m未満の場所をXエリア、1.5m以上3.0m未満をYエリアとして設定した。また、作品Eにおいては、屋内をXエリア、屋外の半径3.0m未満をYエリアと定義した。対象作品として抽出した5作品の定点アングル写真および鑑賞エリアを図9に示す。

5.3. 鑑賞行為と作品の特徴の関係

定点撮影の結果より、各作品における鑑賞行為の種類と出現率を図10に示す。図10より、全作品に共通してみられた鑑賞行為はa. 撮影（作品）、b. 撮影（作品＋人）、c. 説明を聞く、d. 掲示物を読む、e. 会話する、g. パンフレットを読む、であった。

各作品の行為をまとめると、No.01ダヴィデ・リヴェルタでは、a. 26.5%、c. 23.5%、e. 22.1%の出現率が高く、またj. 触れる32.4%が最も高い。Xエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、e. 8.8%、j. 32.4%が高い。これは、彫刻に実際に触れることで作家の手による表面の仕上げや凹凸を体験していたためと考えられる。Yエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、a. 23.5%、c. 20.6%が高い。これは、屋外の公開空地に設置された作品であるため、様々なアングルから

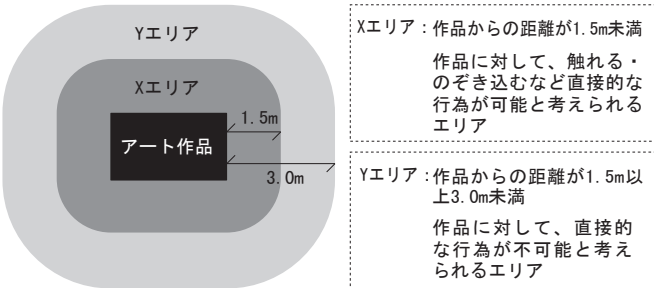


図 8 鑑賞エリアの模式図

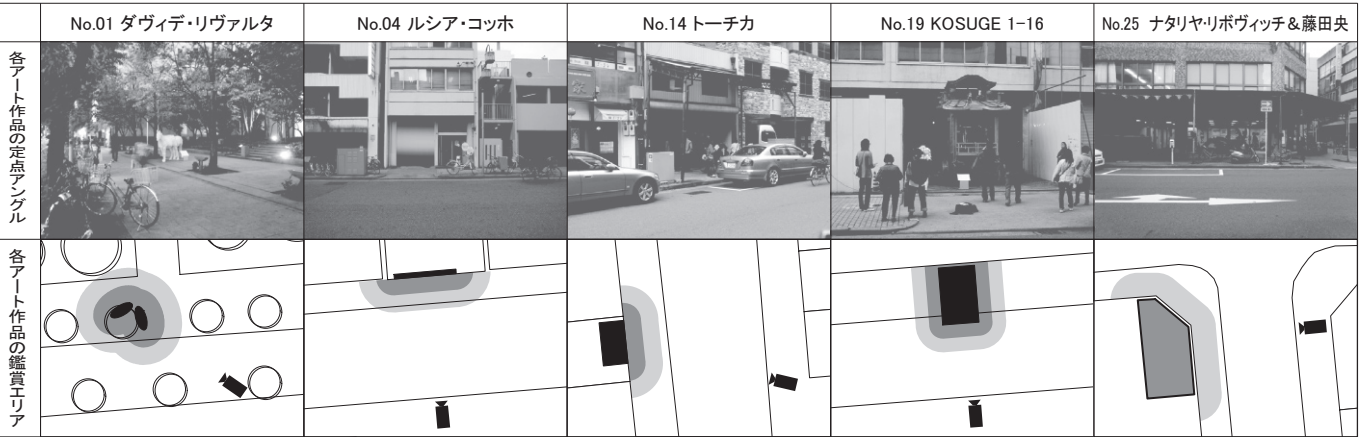


図 9 各作品の鑑賞エリアおよび定点アングル写真

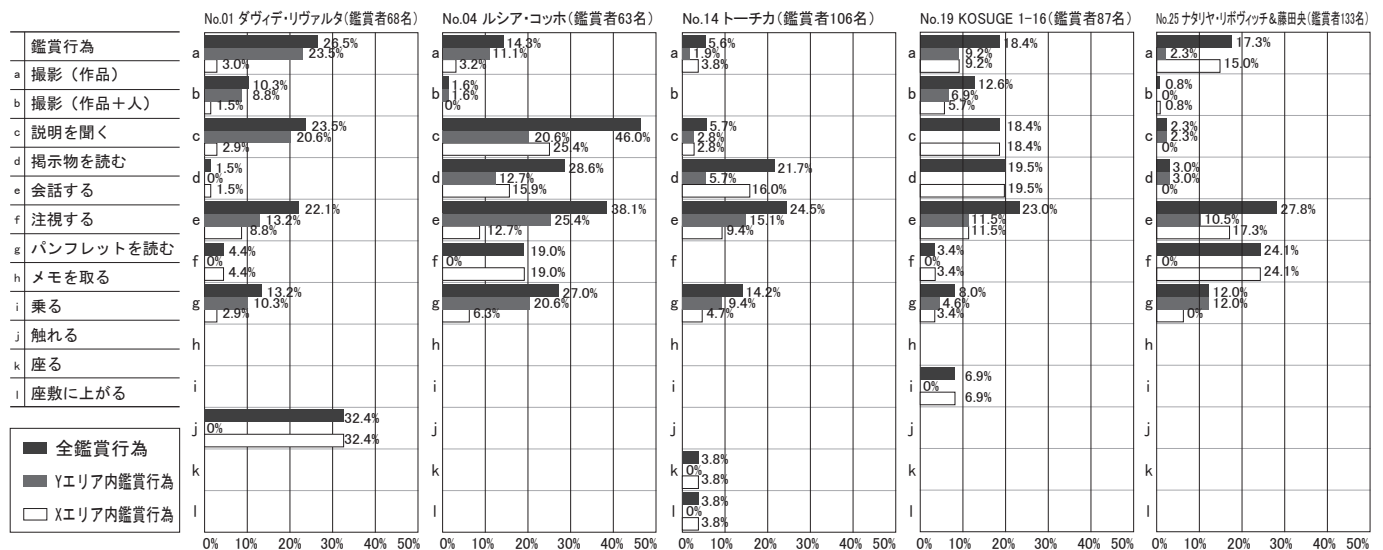


図 10 各作品における鑑賞行為の出現率

の写真撮影が可能であったことや、離れた距離から撮影や鑑賞することで周辺環境を含めたアート作品の意図を把握していたためと考えられる。

No. 04 ルシア・コッホでは、c. 46.0%、d. 28.6%、e. 38.1%、g. 27.0%の出現率が高い。Xエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、c. 25.4%、d. 15.9%、e. 12.7%、f. 19.0%が高い。これは、掲示物を読んだり説明を聞きながらアート作品を注視することで、布の素材やグラフィックの制作方法を把握していたためと考えられる。Yエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、c. 20.6%、e. 25.4%、g. 20.6%が高い。これは、離れた距離からパンフレットを見ながら鑑賞することで、ビルのファサードとアート作品との関係を鑑賞していたためと考えられる。

No. 14 トーチカでは、d. 21.7%、e. 24.5%の出現率が高い。また、この作品のみ k. 座る 3.8%、l. 座敷に上がる 3.8%といった行為がみられた。Xエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、d. 16.0%、e. 9.4%が高く、k. 3.8%、l. 3.8%に特徴がみられる。これは、座敷に上がったたり座ることで、くつろぎながら映像作品を鑑賞していたためと考えられる。Yエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、e. 15.1%、g. 9.4%が高い。これは、離れた距離から会話をしたりパンフレットを見ながら鑑賞することで設置空間を含めたアート作品全体を鑑賞していたためと考えられる。

No. 19 KOSUGE1-16 では、e. 23.0%の出現率が高い。また、この作品のみ i. 乗る 6.9%といった行為がみられる。Xエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、c. 18.4%、d. 19.5%が高く、i. 6.9%に特徴がみられる。これは、説明を聞きながらアート作品を鑑賞し、山車に乗ってからくりを体験することでアート作品の構造を把握していたためと考えられる。Yエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、a. 9.2%、b. 6.9%、e. 11.5%が高い。これは、離れた距離からアート作品全体を撮影しながら鑑賞することで周辺環境を含めたアート作品の意図を把握していたためと考えられる。

No. 25 ナタリヤ・リボヴィッチ & 藤田央をみると、e. 27.8%、f. 24.1%の出現率が高い。Xエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、a. 15.0%、e. 17.3%、f. 24.1%が高い。これは、屋内でアート作品空間を体験しながら撮影・注視することでアート作品のもつストーリー

ーや細部を鑑賞していたためと考えられる。次にYエリアでの鑑賞行為の出現率をみると、e. 10.5%、g. 12.0%が高い。これは、屋外からパンフレットを見たり会話しながら鑑賞することで設置空間を含めたアート作品全体を鑑賞していたと考えられる。

以上より、作品の表面仕上げや素材感、くつろぐことのできる屋内空間の設え、からくりなど作品がもつ仕掛けや独自の鑑賞方法が、鑑賞者に作品毎の特徴的な行為を誘発していることが示された。また、都市部の地区全体を会場とすることで、作品が設置された公共空間や建物、街並を含めアート作品として捉えて鑑賞する行為を誘発していることが示された。

6. まとめと展望

本章では調査から得られた知見のまとめおよび地区演出の展望を述べる。

6-1. まとめ

本調査の結果、都市部のアートイベントを対象に鑑賞者と作品、設置環境における相互の関係について得られた知見を以下にまとめる。

(1) 鑑賞経路調査より、両属性の被験者の鑑賞行為として、共通して日常的に人が多く集まり、賑わいのある街路を鑑賞経路の主動線として選択している。しかし、地区把握者は必ずしも賑わいはなくとも地元の人であれば知り得ている長者町会場内の歴史的な場所の影響を受けた鑑賞経路を選択している。また、地区初来訪者は外来者にとって目につきやすく珍しい繊維問屋や、どこにいても目についたり、たどり着くような飲食店の共存する風景や、衣料の販売を行う路面店の風景などに影響を受けて鑑賞経路を選択していることが抽出できた。したがって、鑑賞行為は設置環境と、作品がどのように設置されているかに影響を受けると考えられる。これらから、作品の認知と作品へのアクセスが行為を規定するという仮説を抽出できた。

(2) 作品の評価では、両属性の被験者に共通して「非日常的な」「単純な」「なじんでいる」印象をもった作品が評価された。さらに、同一の建物内に複数の展示が行われている作品を選択して鑑賞していると考えられる。地区把握者は、屋外から鑑賞でき、「単純な」仕掛けやパフォーマンスなどにより「非日常的な」印象を長者町会場全体で体験で

きる作品を鑑賞している。これは、地区を知っているからこそ非日常的な体験を求めていると推察される。地区初来訪者はこの地区の特徴のある建物壁面やファサードなどの場所に「単純な」仕掛けを用いて設置された建物や屋内空間と「なじんでいる」印象をもった作品を鑑賞しているといえる。これは、わかりやすさへの傾倒と地区への来訪と作品鑑賞自体が非日常的な体験であるためと考えられる。鑑賞行為が地区に対しての馴染みと初来訪という違いに則したものとなって現れており、この事象が地区演出への端緒と判断される。

(3) 鑑賞行為調査の結果、各作品に共通して、鑑賞者は「撮影する」「説明を聞く」「掲示物を読む」「会話する」「パンフレットを読む」という行為を行うことが示された。作品の仕掛けや作品独自の鑑賞方法などの特徴によって「乗る」「触れる」「座る」「座敷に上がる」といった作品に対して直接的な行為が行われることで、作品を体験し、理解していることが明らかになった。また、都市部の地区全体を会場とすることで、作品が設置された公共空間や建物、街並を含めアート作品として捉えて鑑賞する行為を誘発していることが明らかになった。このことは、作品と設置場所に則した行為や行動が行われ、設置環境がそれらを誘発していることを示すものであり、その場に地区演出が生じたものと考えられる。

以上のように、地区演出の端緒が見出され、展開の可能性が示された。

6-2. 展望

都市部の地区全体を会場としたアートイベントにおける地区演出の展望を以下にまとめる。

(1) 設置環境に関して、地区把握者には、地区の人であれば賑わいはなくてもよく知り得ている地区内の歴史的な場所のある街路、地区初来訪者には、どこにいても目についたり、必ずたどり着くような飲食店や衣料を扱う路面店など親しみやすい施設のある街路に作品を設置することで、より多くの鑑賞が促されることが考えられる。また、地区全体を会場とするうえで同一の建物に複数のアーティストの作品をそれぞれ独立して設置し、集客の拠点となる場所を設けることでより多くの鑑賞者を集めることができると考えられる。

(2) 作品に関して、地区になじんだ単純な仕掛けと、非日常性を演出し、異なる環境を併置することで鑑賞をより有効にすると考えられる。こうした作品の設置により鑑賞者は作品単体ではなく、公共空間や建物、街並といった地区全体を含めアート作品として捉えて鑑賞することで、地区に対する新たな発見につながると推察される。

都市部の地区を対象にしたアートイベントは、余剰空間が作品により演出されることで地区のなかになじみ深くかつ非日常的な風景が生まれ、地区全体に新たな価値を創出する可能性があることを展望としたい。

謝辞

本研究にご協力頂いたあいちトリエンナーレ実行委員会事務局、NPO 法人錦二丁目まちの縁側育くみ隊、名古屋大学清水・村山研究室、大ナゴヤ大学長者町ゼミの皆様深く感謝申し上げます。

注

注 1) 横浜トリエンナーレ 2008 は、会場を横浜市の新港ピア、横浜赤レンガ倉庫 1 号館、日本郵船海岸通倉庫として開催され、会期は 2008 年 9 月 13 日から 11 月 30 日の 79 日間であった(参考文献 9 参照)。

注 2) 越後妻有アートトリエンナーレ 2009 大地の芸術祭は、会場を新潟県十日町市周辺の里山や空き家、廃校として開催され、会期は 2009 年 7 月 26 日から 9 月 13 日の 50 日間であった(参考文献 10 参照)。

注 3) あいち国際芸術祭基本構想、愛知県、2008

注 4) 平成 21 年度の中小企業庁の調査によると、全国の商店街での空き店舗率は 10.8% で過去最高となっている。商店街実態調査報告書、中小企業庁、2009

注 5) 鑑賞経路調査では、AT カフェやチケット売り場で配布され、一般の誰もが手にすることのできた、あいちトリエンナーレ・サポーターズクラブが発行する「長者町アートマップ」を用いた。

注 6) AT カフェは、長者町会場内の万勝 S 館 1 階に設けられた、AT2010 会期中のみ運営するカフェである。あいちトリエンナーレ・サポーターズクラブの活動拠点として運営され、来訪者に飲食の提供や、イベント情報の発信、長者町会場の情報が多く掲示され、一般の鑑賞者の拠点となることが考えられたため、この場所を鑑賞調査の出発点・終着点とした。

注 7) AT2010 運営スタッフへのヒアリングの結果、最も鑑賞者数の多い時間帯である 15:00 から 17:00 において鑑賞行為調査を行った。

注 8) 長者町会場の 16 街区に隣接するそれぞれの通りを一つの街路と捉え、各街路を A ~ J、各街路とそれぞれの街区が隣接する部分を i ~ viii とし表記する。

参考文献

- 1) 暮沢剛巳、難波祐子：ビエンナーレの現在 - 美術をめぐるコミュニティの可能性 -, 青弓社, 2008
- 2) 多摩美術大学芸術学科建昌ゼミ：横浜会議 2004 - なぜ、国際展か? -, 精興社, 2005
- 3) 美術手帖：あいちトリエンナーレ 2010 公式ガイドブック「アートの街」の歩き方, 美術出版社, 2010
- 4) あいちトリエンナーレ実行委員会：あいちトリエンナーレ 2010 都市の祝祭, あいちトリエンナーレ実行委員会, 2010
- 5) 八木健太郎、竹田直樹：日本におけるパブリックアートの変化に関する考察, 環境芸術学会論文集, 第 9 号, pp. 65-70, 2010
- 6) 上段貴浩、脇田祥尚：アートイベントによって顕在化する歴史的市街地の地域資源 - 「からほりまちアート」を事例として -, 日本建築学会計画系論文集 第 75 巻 第 658 号, pp. 2873-2880, 2010. 12
- 7) 伊藤孝紀、三上訓顯：参加者の体験からみる環境演出の認知特性に関する研究 - 越後妻有アートトリエンナーレ 2006 のアート作品を対象とする -, 日本デザイン学会研究論文集, 第 54 巻 第 4 号, pp. 1-8, 2007
- 8) 富田有一、伊藤孝紀：アートトリエンナーレにおける住民と来訪者の意識比較に関する研究 - 越後妻有アートトリエンナーレ 2009 を事例とする -, 東海支部研究報告集, 第 48 号, pp. 573-576, 2010
- 9) 横浜トリエンナーレ組織委員会：横浜トリエンナーレ 2008 カタログ, 横浜トリエンナーレ組織委員会, 2008
- 10) 北川フラム、大地の芸術祭実行委員会：大地の芸術祭 越後妻有アートトリエンナーレ 2009, 現代企画室, 2010
- 11) E. T. Hall: The Hidden Dimension, Doubleday & Company, 1966
- 12) 西出和彦：人と人との間の距離 - 人間の心理・生態からの建築計画 (1) -, 建築と実務, 1985

(2012 年 2 月 1 日原稿受理, 2012 年 7 月 30 日採用決定)