GEIBUN 1

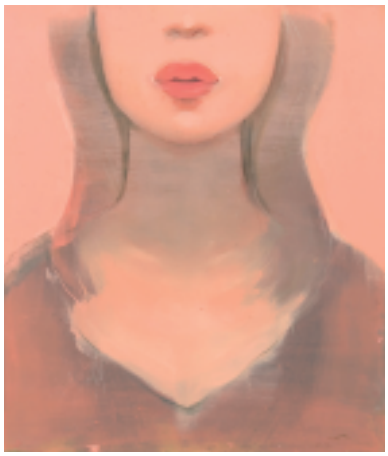
富山大学芸術文化学部 卒業研究・制作集
平成21年度

卒業研究・作品

朝〈ピンク〉
朝〈ブルー〉

キャンバス・油彩
h1620×w1303mm 2

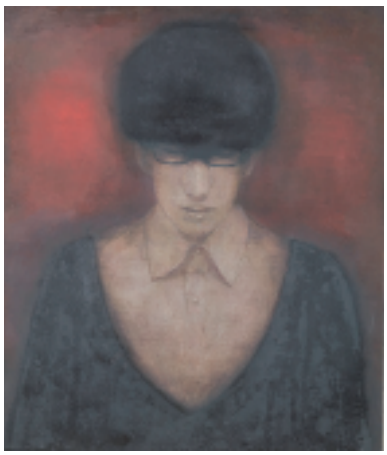
阿部 夏来
Abe Natsuki
造形芸術コース



群

油彩・白亜地・パネル
h1303×w1620mm 2

髙見 基秀
Takami Motohide
造形芸術コース



作品部分

跡

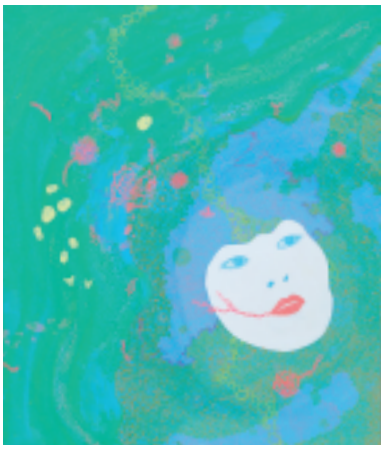
日本画・麻紙・岩絵具・水干絵具
h1454×w2273 mm

土井 美智子
Doi Michiko
造形芸術コース

animal-man

日本画・麻紙・岩絵具・水干絵具
h1940×w1620mm

山本 ひかり
Yamamoto Hikari
造形芸術コース



shelter.

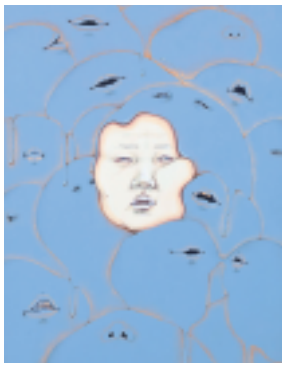
日本画・麻紙・岩絵具・水干絵具・箔
h1454×w2273 mm

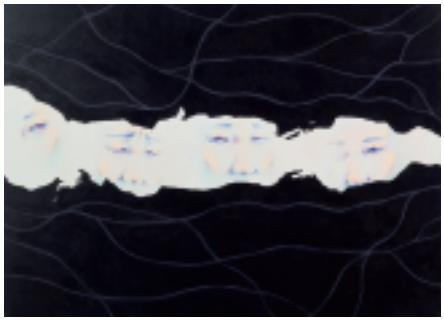
小林 和
Kobayashi Izumi
デザイン工芸コース

私のなんだか不安な日常

水彩・アクリル・鉛筆・パネル・水彩紙
h652×w910mm 9
h910×w652mm 2

池田 藍
Ikeda Ai
造形芸術コース





とりっぷ　わーるど

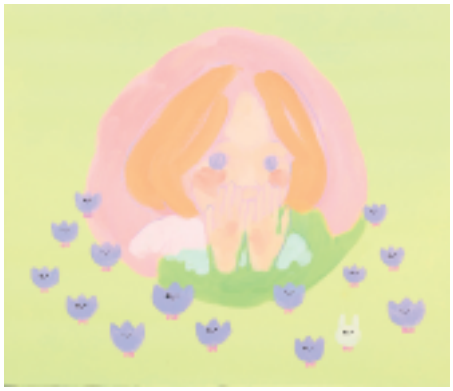
アクリル・キャンバス
h1620×w1300mm 2

光本 幸子
Mitsumoto Sachiko
造形芸術コース

ｗａｒｐ！

油彩・アクリル・キャンバス
h1620×w1940mm

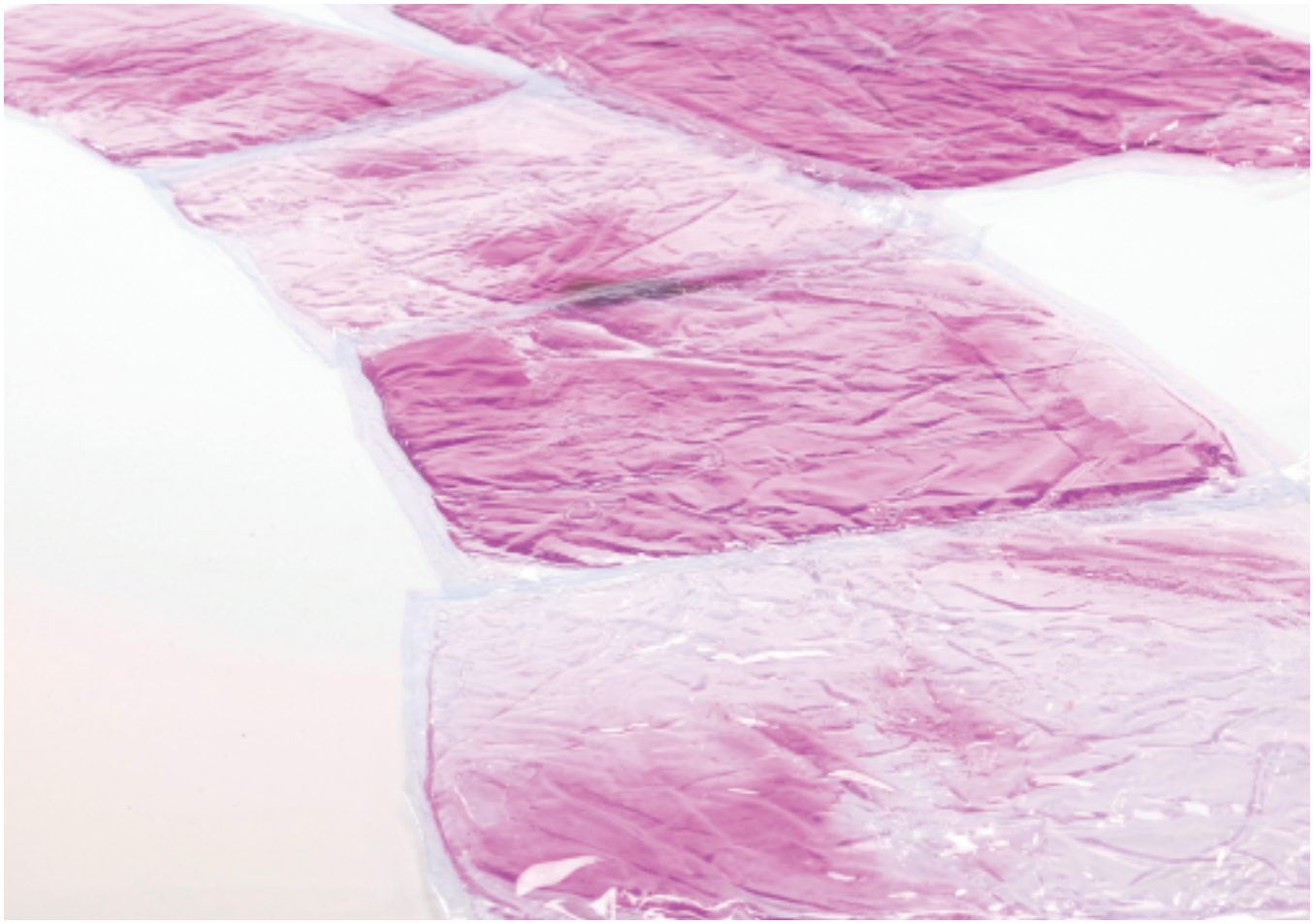
諸角 桃子
Morokado Momoko
デザイン工芸コース

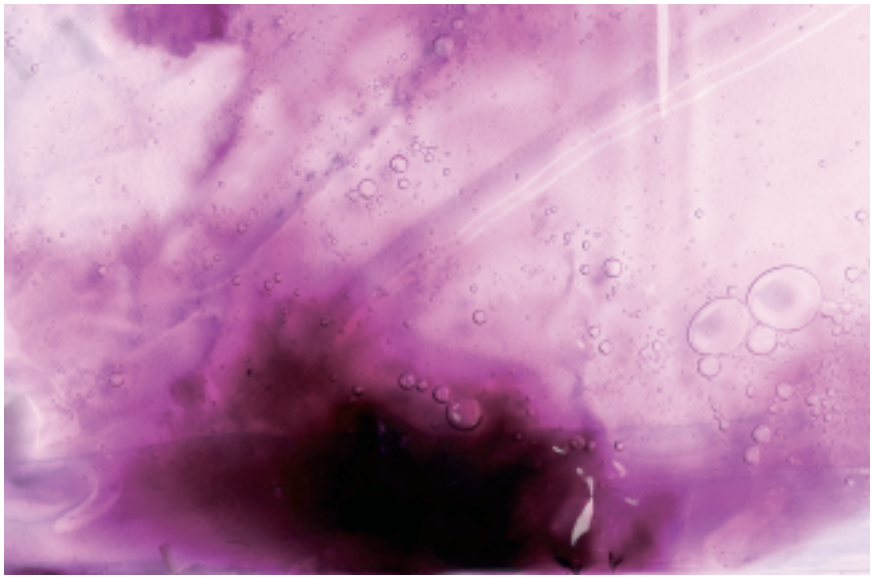


シフト

PVA樹脂・水・染料
φ7500×h20mm

小西 紗希
Konishi Saki
造形芸術コース





山のような

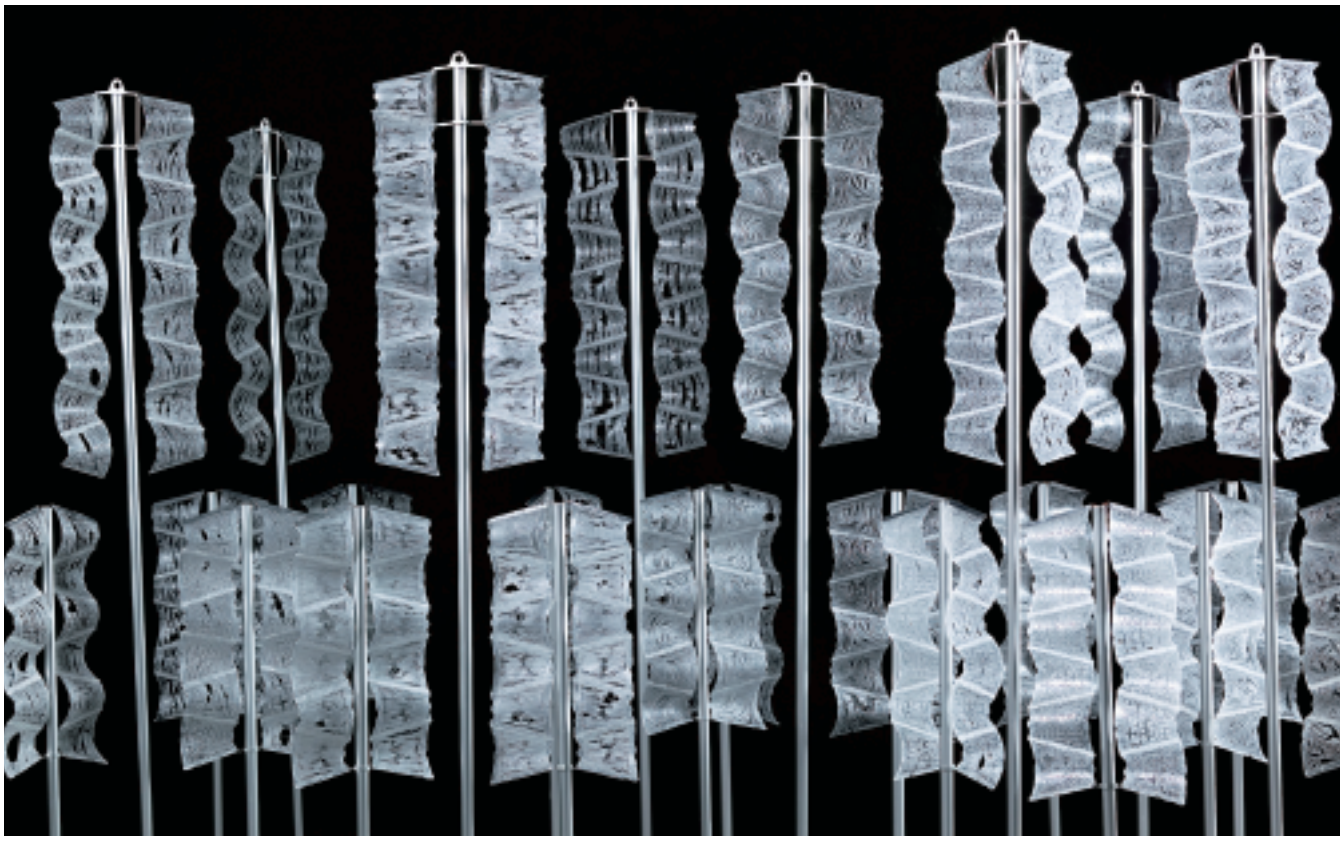
楠・木彫
w2050×d850×h550mm

西川 紗絵子
Nishikawa Saeko
造形芸術コース

うたかた

樹脂・アルミニウム・銅・鉄
w600×d300×h1250mm

松田 小百合
Matsuda Sayuri
造形芸術コース



意図

鉄・鍛金
w470×d210×h980mm

秋田 和良
Akita Kazuyoshi
デザイン工芸コース

生きること、生きるもの

高錫青銅（Cu82% + Sn18%）
陶製鋳型（粘土・木炭粉・籾殻炭粉・籾殻・麻・真土）による蝋型鋳造、焼き入れ
w110×d220×h190mm
w135×d115×h220mm
w100×d85×h150mm
w60×d50×h125mm
w80×d65×h90mm

柴田 早穂
Shibata Saho
デザイン工芸コース

瞬く日

銅・鍛金
w1200×d200×h900mm

白川 愛紗
Shirakawa Aisa
デザイン工芸コース

ちいさな野花のために

ブロンズ　込型鋳造
w55×d50×h35mm 10

白木 美南海
Shiraki Minami
デザイン工芸コース

蝋型鋳銅龍置物

蝋型鋳造・ブロンズ
w280×d320×h140mm

西村 純一
Nishimura Junichi
デザイン工芸コース

プクプクパワー

銅・鉄・鍛金
w1300×d1300×h1000mm

室谷 美乃里
Murotani Minori
デザイン工芸コース

象虫乾漆飾箱

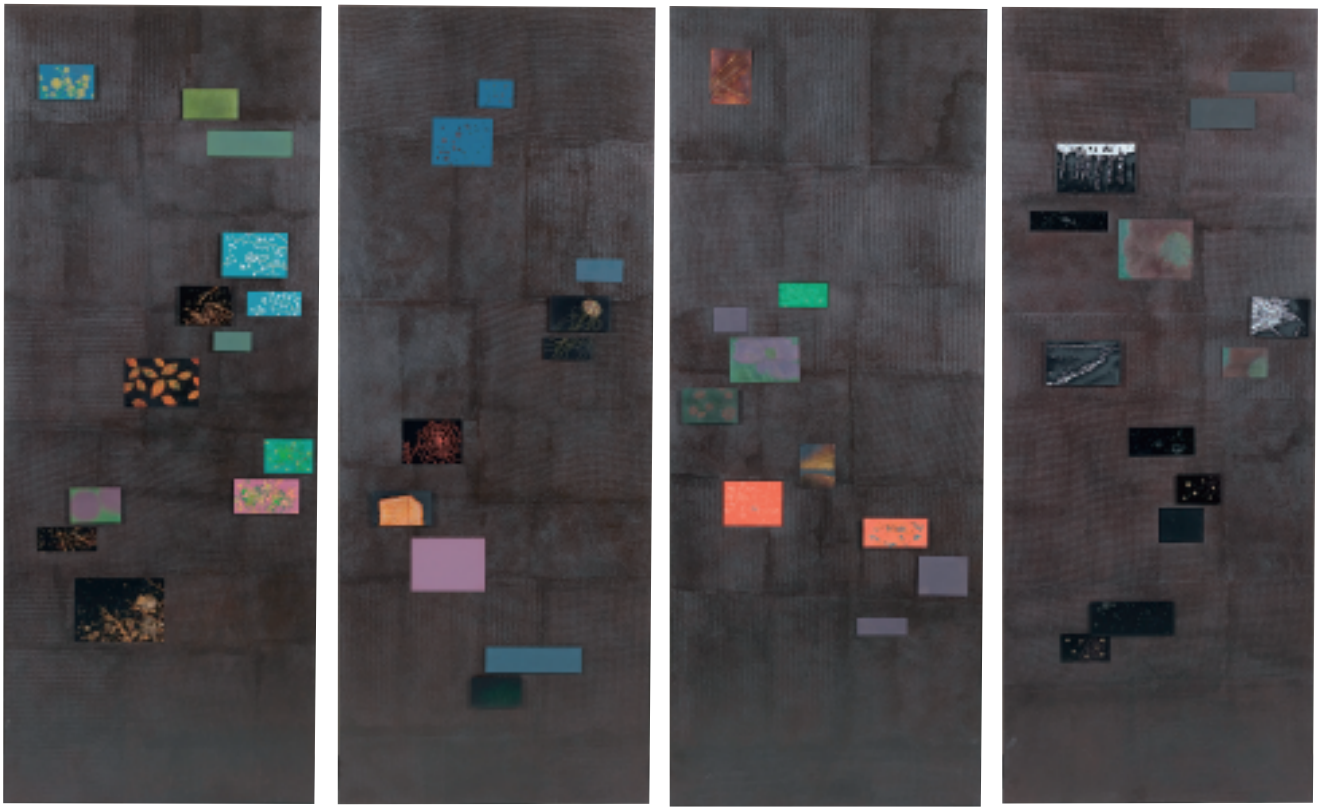
漆・麻布・金箔・銀粉・玉虫貝
w400×d450×h220mm

新谷 仁美
Shintani Hitomi
デザイン工芸コース

追憶

シナ合板・真鍮板・漆・和紙・磁石・変わり塗り・螺鈿
w640×d25×h1620mm 4

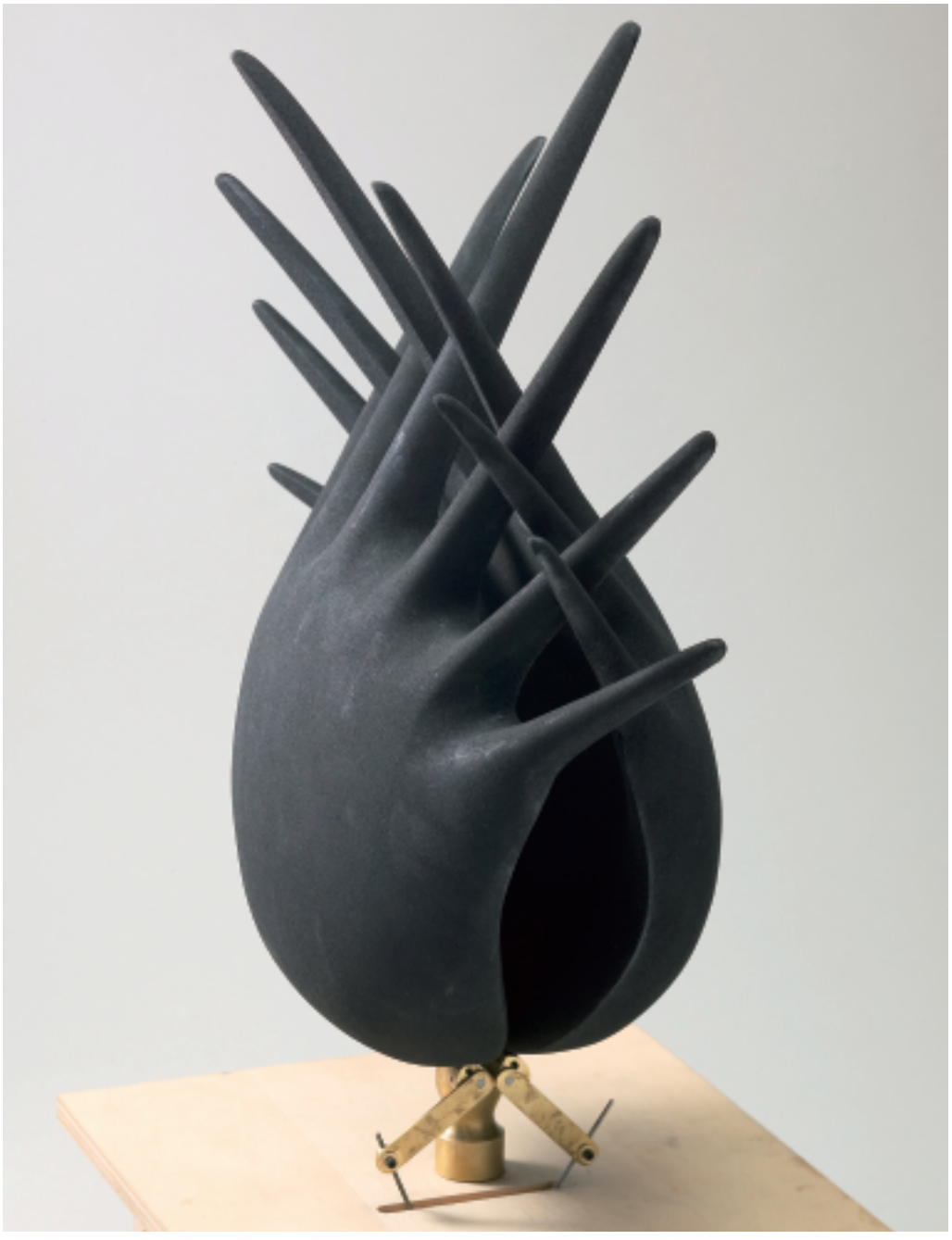
津留 智子
Tsuru Tomoko
デザイン工芸コース



捕虫

乾漆・真鍮・回路部品
w380×d200×h700mm
w420×d460×h600mm
w250×d360×h100mm
w160×d160×h355mm

福永 なお美
Fukunaga Naomi
デザイン工芸コース



OWL
漆塗りスピーカー

ポリエステル樹脂・ガラス繊維・漆
w280×d305×h480mm

矢野 翔子
Yano Shoko
デザイン工芸コース

葛(つづら)蒔絵硯箱

乾漆・蒔絵
漆・麻布・紙・木・金粉
w220×d250×h70mm

山田 佳奈子
Yamada Kanako
デザイン工芸コース

トイレットペーパーのインタラクション

ミクストメディア
w290×d450×h1500mm

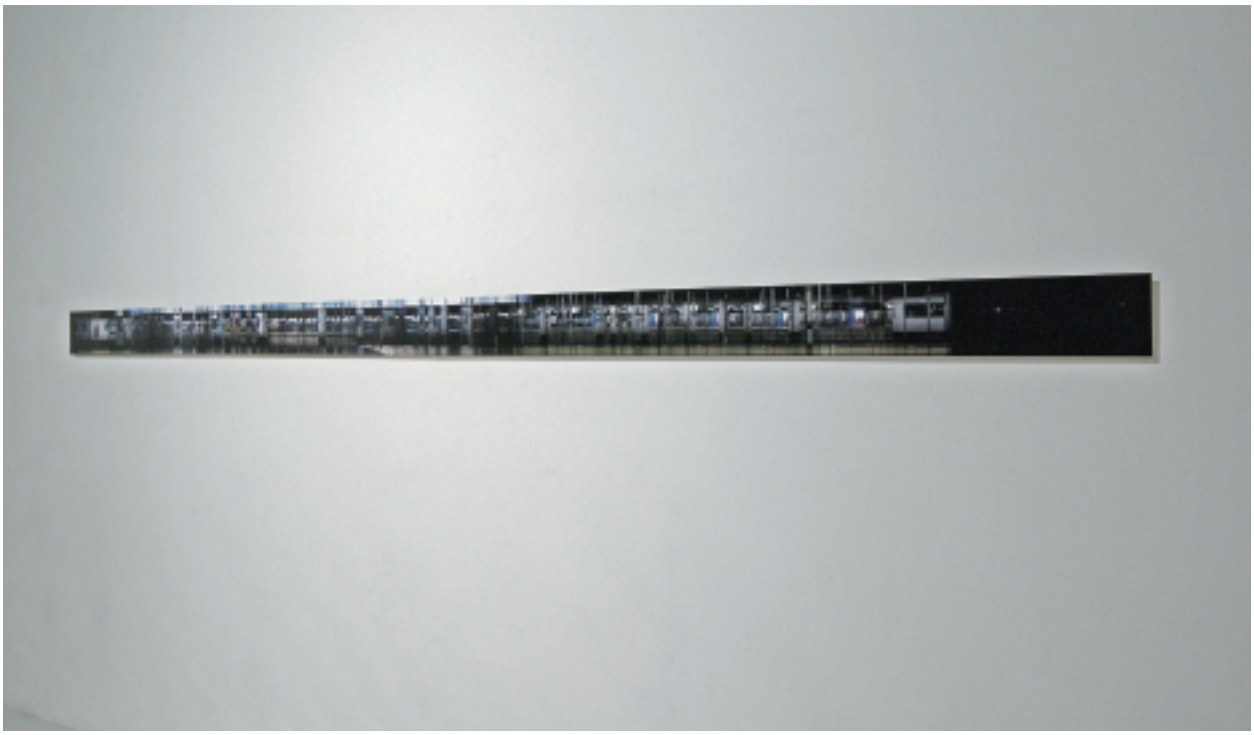
西澤 渚
Nishizawa Nagisa
造形芸術コース

time line

インクジェットプリント・アルミ複合板
h150×w3890mm

上坂 優衣子
Kousaka Yuiko
デザイン工芸コース

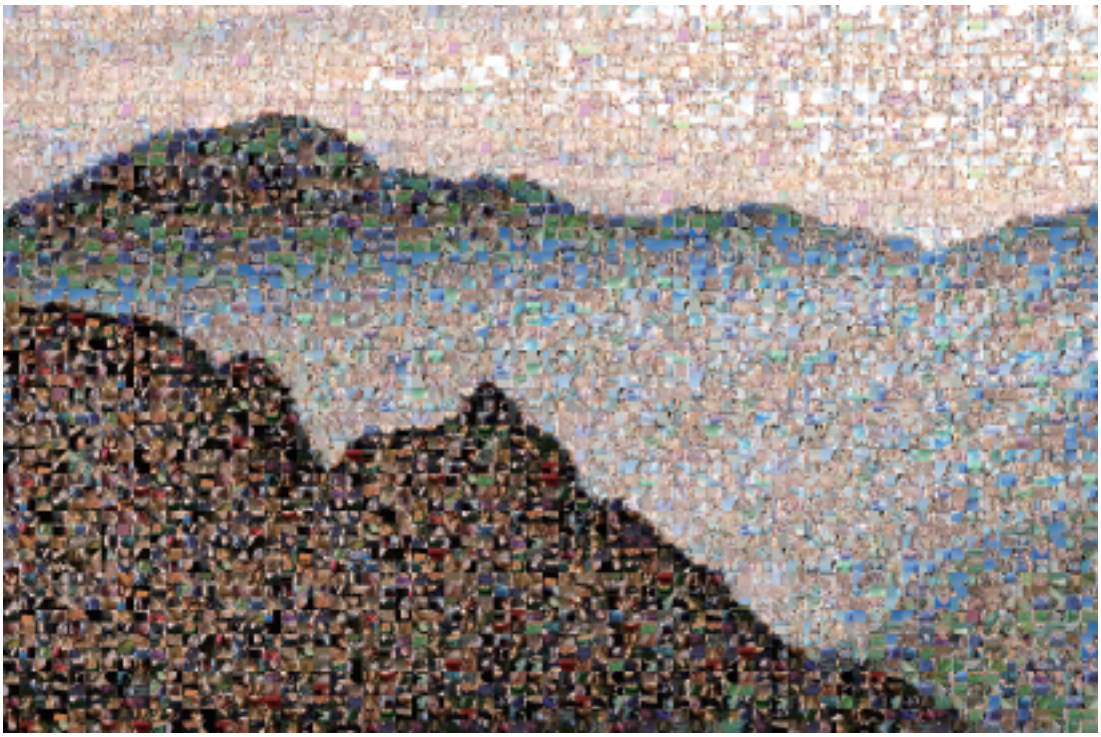
作品部分_17:01-18:00



山あり谷あり
ーフォトモザイクによる 鑑賞距離の楽しみー

木材・おっぱい・双眼鏡
h2000×w1327mm

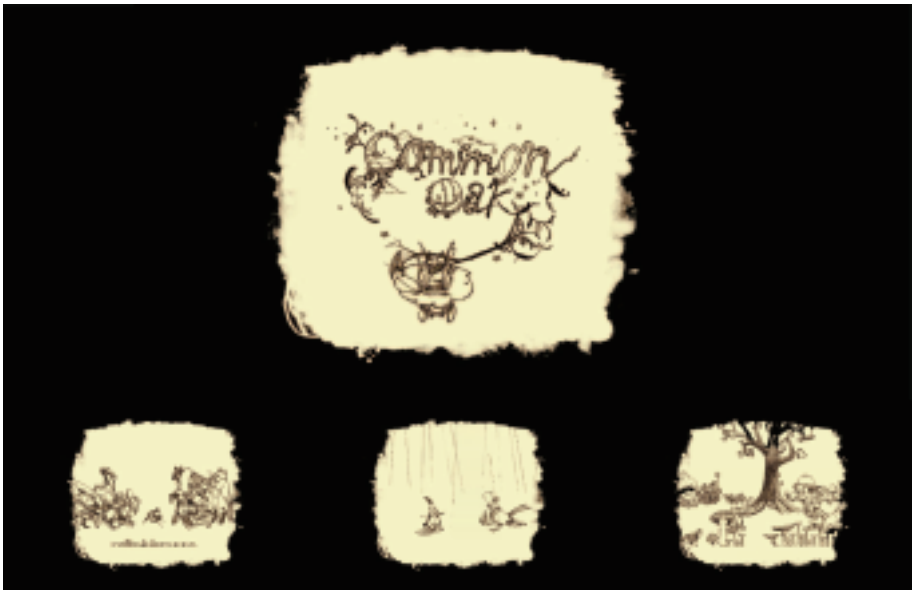
後藤 拓也
Gotoh Takuya
デザイン情報コース



Common Oak

スチロール・漆喰・プロジェクタ映像
w1500×d600×h1820mm

原 真知子
Hara Machiko
デザイン情報コース



npastofuturew

ミクストメディア
サイズ可変

上島 麻里絵
Ueshima Marie
デザイン情報コース

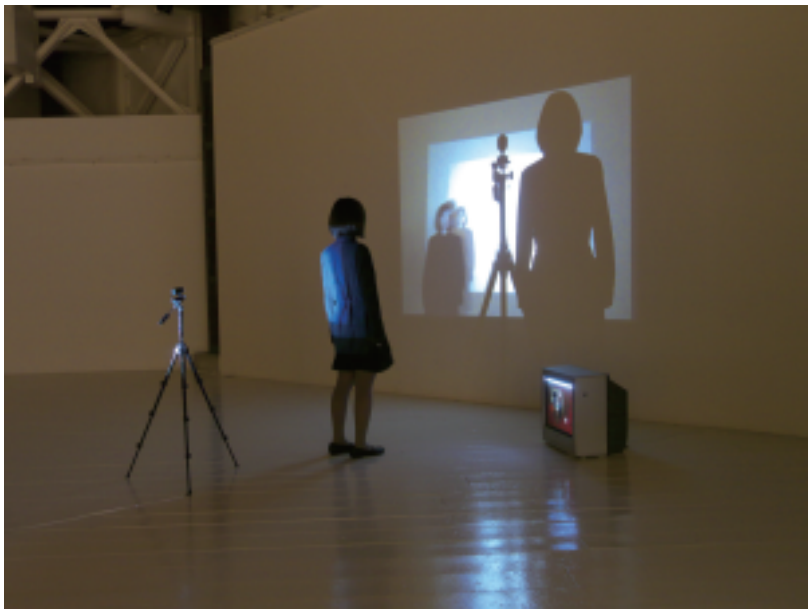
現在は刻一刻と過去になり、未来は刻一刻と現在になる。
すなわち過去は現在であり、現在は未来でもある。
そして固定された過去はいつまでも現在、未来に影響を与えつづける。

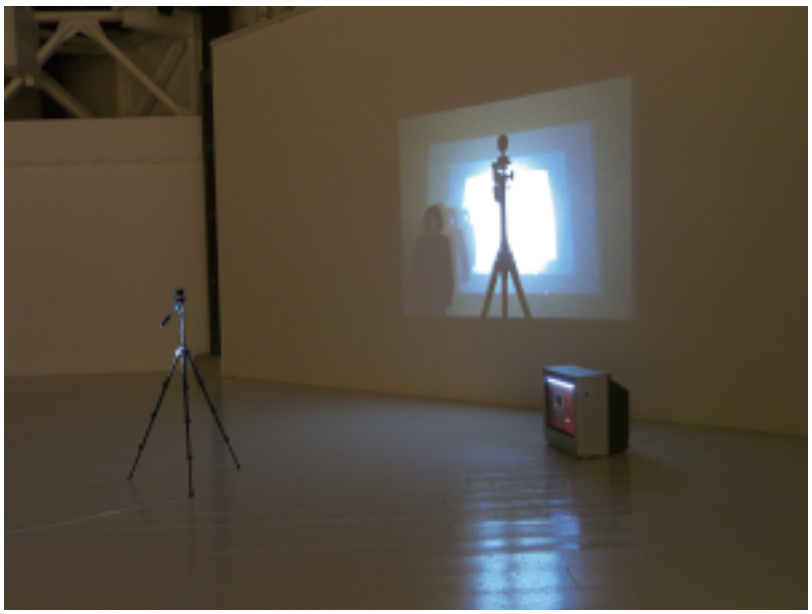
この作品はウェブカメラを使用したリアルタイム映像によるインスタレーションである。

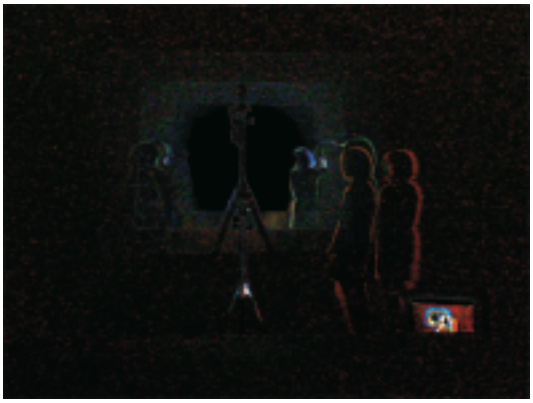
壁には、三秒遅れてあらわれる過去が、まるで亡霊のように痕跡を残しつづける。

足もとのテレビには、過去を内包した現在が虹色の輪郭線として映し出されるが、動くのを止めると自分自身が消えてしまう。

過去・現在（・未来）という時制を入れ子構造として表現しなおすことを通して、現在という時をあらためてとらえなおす。そして、過去となり未来を束縛する現在のおこないを見つめなおすための装置である。







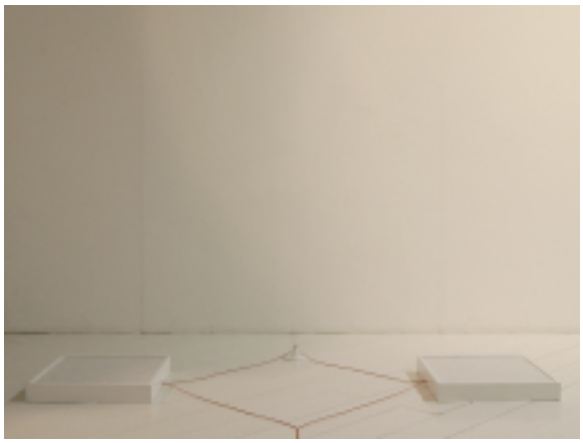
Code

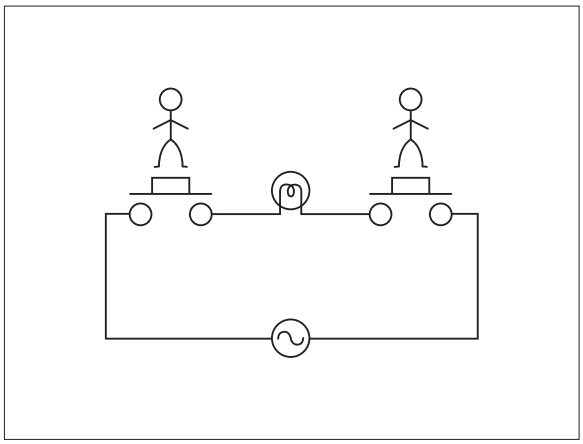
ミクストメディア
サイズ可変

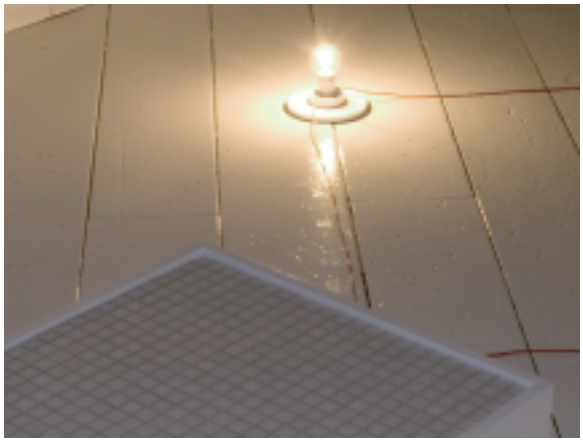
北野 加奈恵
Kitano Kanae
デザイン情報コース

２つの白い箱には無数のスイッチが仕掛けられている。それぞれに人が乗り、定められたただ１つのスイッチを同時に踏みあうことで回路が繋がり、電球が点灯する。観客は電球が点灯しない事に対して歯痒く思ったり、点灯すると喜んだりする。

今日、電力は無くてはならない存在である。私たちは様々な場面で、電力の上でのコミュニケーションを行う。しかし、仕組まれたシステムの上で、マニュアル通りの行動を行い、お互いへのアクセス方法を入手する事ができなければ、繋がる事はできない。







locker

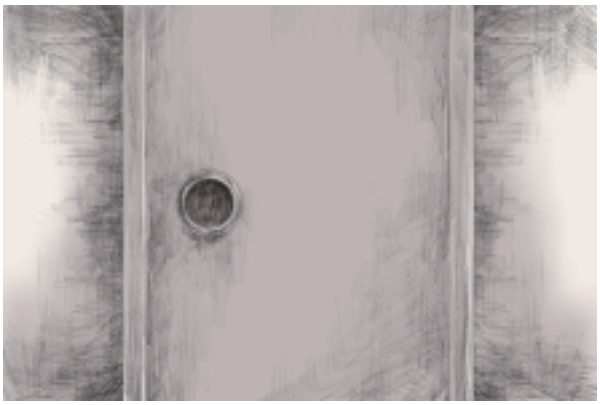
アニメーション
2.55min

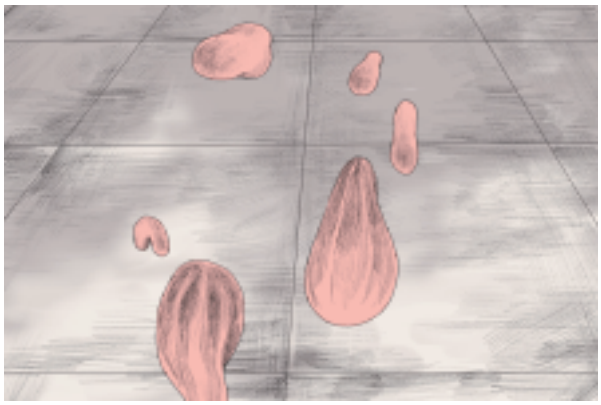
永田 朋美
Nagata Tomomi
造形芸術コース

「非日常の流出」をテーマに制作した短編アニメーション。

普段生活している中であまり注視することのない日常の風景にふと違和感を感じたことはないだろうか。理由はわからないけれどなんだか気味が悪い、怖い、もやもやとすっきりしない。夜中に風呂場で頭を洗っている時なんとなく後ろを振り向けない、寝ている時物音がしたような気がしたけれど確かめずにそのまま無理矢理眠りにつく。

実際に振り向いたり確かめても何か異常があるわけではないのだけれどなんとなく不気味なことは日常の中にたくさん潜んでいる。「目を閉じている間、自分が見ていない瞬間に起こっているかもしれない怪異、日常に流出してくる非日常」を学生には身近な“放課後の教室”を舞台にアニメーションという形で表現した。





ライゼマーレ

アニメーション

原 和奈
Hara Kazuna
造形芸術コース

これは「旅」をテーマとした手描きアニメーション作品である。

詩人ドライデンが人生は旅だと語ったように、私は人の生涯とは旅のようなものであると考える。卒業と人いう生の節目にあたり、様々な人との出会い、出来事、それによる自分に起きた変化、新しいステージへ向かう希望と不安をアニメーションという手法を用いて表現したいと思った。

アニメーションとは、絵だけでなく、映像だけでなく、音だけでなく、言葉だけでなく、見る人の五感を想像的に刺激できる表現手法である。具象的にも抽象的にも、さまざまな表現形態をとることができる。現実にありえない現象さえも表現できる、いろいろな可能性を秘めた手法である。

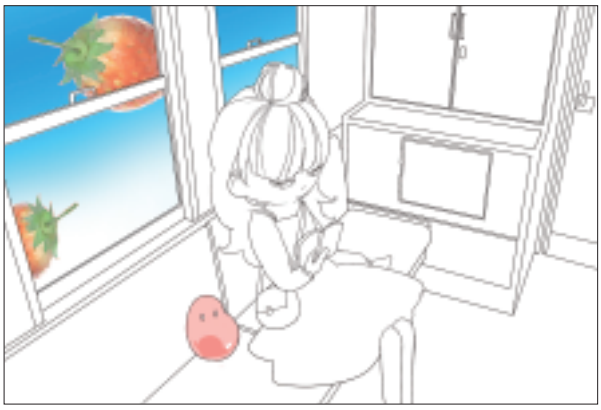
この作品は、アニメーションとしてはまだまだ未完成である。その未完成な部分も含めて、アニメーションの可能性を感じとってもらいたい。なおかつ、この作品を作品として楽しんでもらえたら嬉しい。

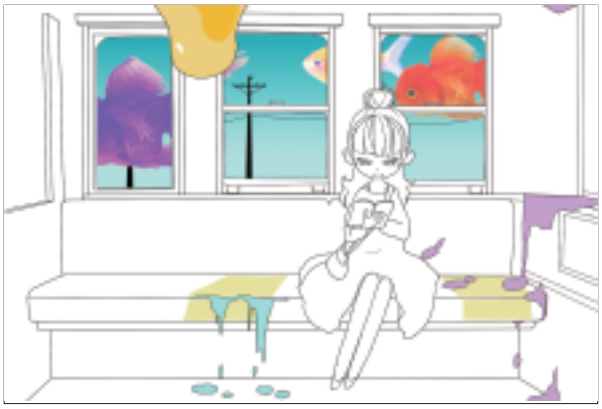
line

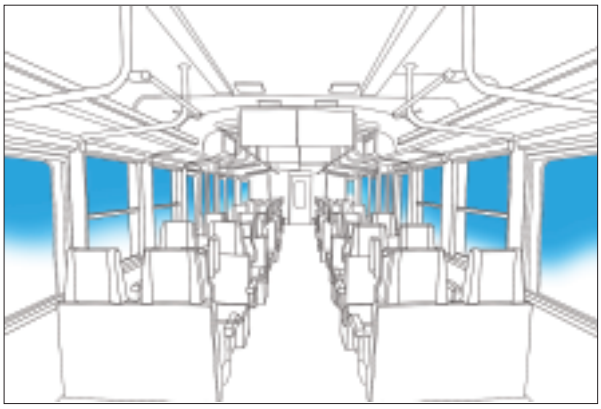
アニメーション
2.40min

水田 綾子
Mizuta Ayako
造形芸術コース

「記憶の曖昧さ」をテーマにしたアニメーションを制作した。記憶とは脳に蓄積される情報の事だ。その情報は時間の経過と共に本来の形を失う。昨日の夕飯を思い出せない。或いは行ったことも無い土地に行ったかのような錯覚をする。忘れられた記憶や、思い込みによってねつ造された記憶を描いた。タイトルである「line」は「境界線」という意味である。真実と嘘、自と他の境界線が曖昧になっていく。







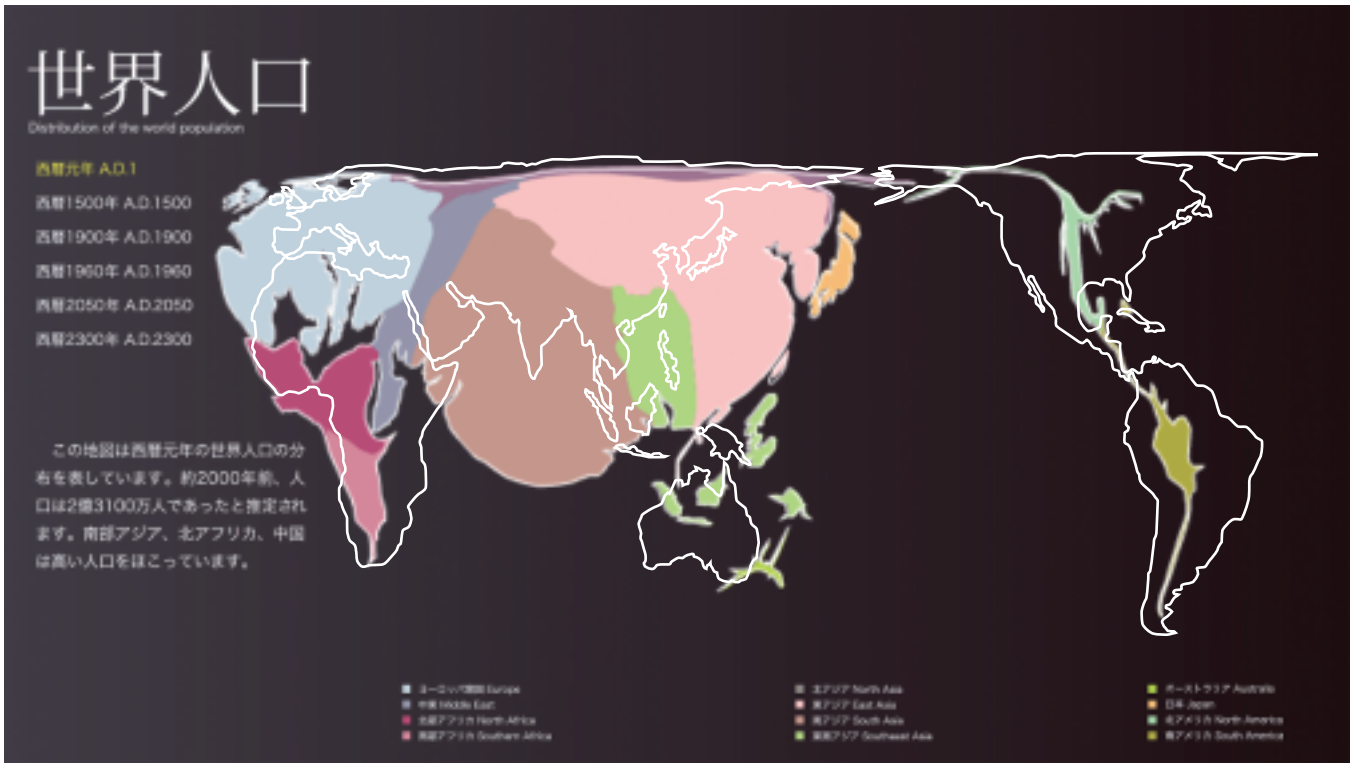
社会事象に対応する
世界地図変化のシミュレーション

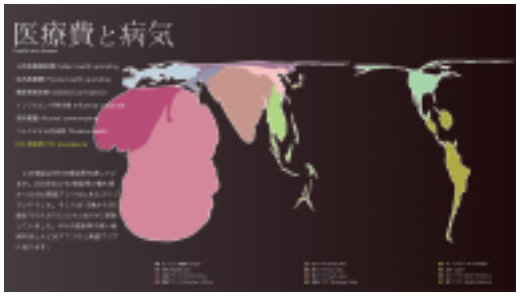
動画作品
約30min

阿部 寛樹
Abe Hiroki
デザイン情報コース

情報メディアを筆頭に様々な科学技術が発展を遂げ、社会のグローバル化が加速している。科学技術の発達により世界と私たちを隔てる空間や時間は無くなり、途方もなく大きく想像すら困難であった世界と密接に繋がるようになった。あたかも世界が収縮したかのようである。こうした収縮運動を起こした現代では、今まで私たちが認識していた投影法による世界地図では世界のカタチを把握できなくなってきている。世界のカタチは目に見える姿だけでなく、その内部にある情報価値が大きな意味を持つようになっていると考えた。

そこで、私はこうした時代背景の中にある世界を様々な情報価値から多角的に捉えることで世界の全体像を新たに把握し、ビジュアルとしてカタチにしてみたいと考えている。また、世界の変化を一枚としてではなく、一連の動画にすることで情報価値により収縮する世界を表現した。





HIV患者数

平均寿命

降雨量

森林資源

木曽路観光のための Flashコンテンツの制作

Flash
1024×576px

梅田 結衣
Umeda Yui
デザイン情報コース

このコンテンツは旧中山道の宿場町である木曽路をテーマとした観光用の Flash コンテンツである。配置されたボタンをクリックすることで視点移動を行い、街道に沿って歩いているような臨場感を与える構成になっている。

既存 Web コンテンツが操作性と情報の提供方法にそれぞれ抱えていた問題点に対応するため、次の特徴を持たせ、制作した。(1) 簡単で直感的な操作ではボタンを視認しやすいデザインにし、また立体的にしたり動きをつけたりすることでクリックできることを明確にしている。(2) 写真を活用した臨場感ある情報の見せ方では写真を大きく表示することで画面に臨場感をもたせ、その観光地の雰囲気をより伝わりやすくした。(3) 最新情報の提供では、テキストおよび画像ファイルを外部から読み込むことで更新作業を容易に行えるようにし、利用者だけではなく情報提供者の両者にとって使いやすいコンテンツであることを目的に制作した。

GEIBUNブランドの提案及びロゴの制作

紙・イラストレーションボード・木
w26×d329×h221mm
w433×d373×h155mm

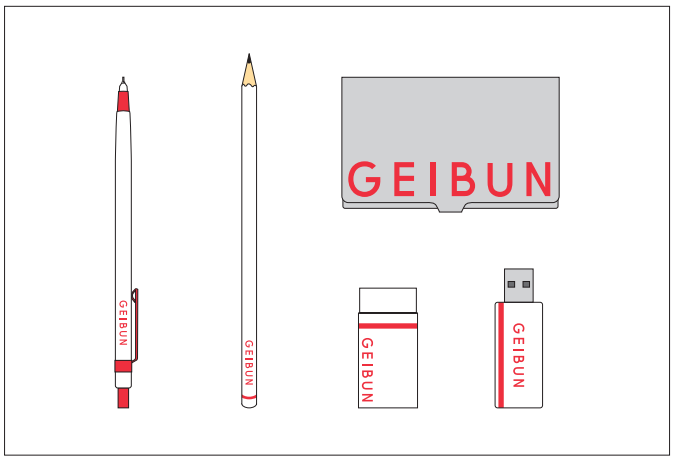
川口 朋恵
Kawaguchi Tomoe
デザイン情報コース

芸術文化学部ができて４年。どれほどの人がGEIBUNのことを知っているでしょうか。どれだけのことを知ってもらえているでしょうか。きっとまだ知られていない個性や価値観、視点があるはずです。

芸術文化学部に通っている人にも、高岡に住んでいる人にも、たまたま高岡に訪れた人にも少しでも芸術文化学部のことを知ってもらえるきっかけとなるようにGEIBUNブランドを提案しました。

この作品のメインとなるのはロゴマークです。印刷物だけでなく、金属や漆など様々な素材を用いた商品で違和感なく使用できるようシンプルなものにしました。そのイメージを伝えるために、実際に木箱にロゴマークを彫った商品モデルを制作しています。また、ロゴマークは統一された印象を与える必要があります。そこで統一されたイメージが保たれるように使用方法をまとめたガイドマニュアルを制作しました。マニュアルには基本のレイアウトや色の指定、名刺や封筒などの展開例などが指定されています。

GEIBUN
Faculty of Art & Design, University of Toyama
Communication Brand



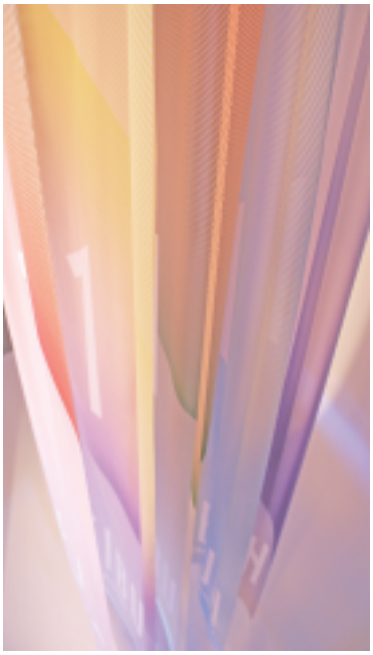
布を用いた
グラフィック表現の提案

ジョーゼット
w700×d1×h2350mm 5

木庭 理恵子
Kiniwa Rieko
デザイン情報コース

本研究は視覚コミュニケーションについて「グラフィックの新たな表現方法」を考察するものである。視覚コミュニケーションで最も身近な印刷物は紙媒体によって一般化しているが、紙という素材である以上グラフィック表現が制限されている。そこで、私はこれまでにはない透明感や動きなどを取り込んだ自由な表現を求めて布という素材を活用する事を考えた。布の特性を言葉から分析する一方、いくつかの素材サンプルを取り寄せて実験した結果、モアレという表現の可能性に辿り着いた。そこで、卒業制作展の作品としてモアレを用いてグラフィック作品を制作することにした。

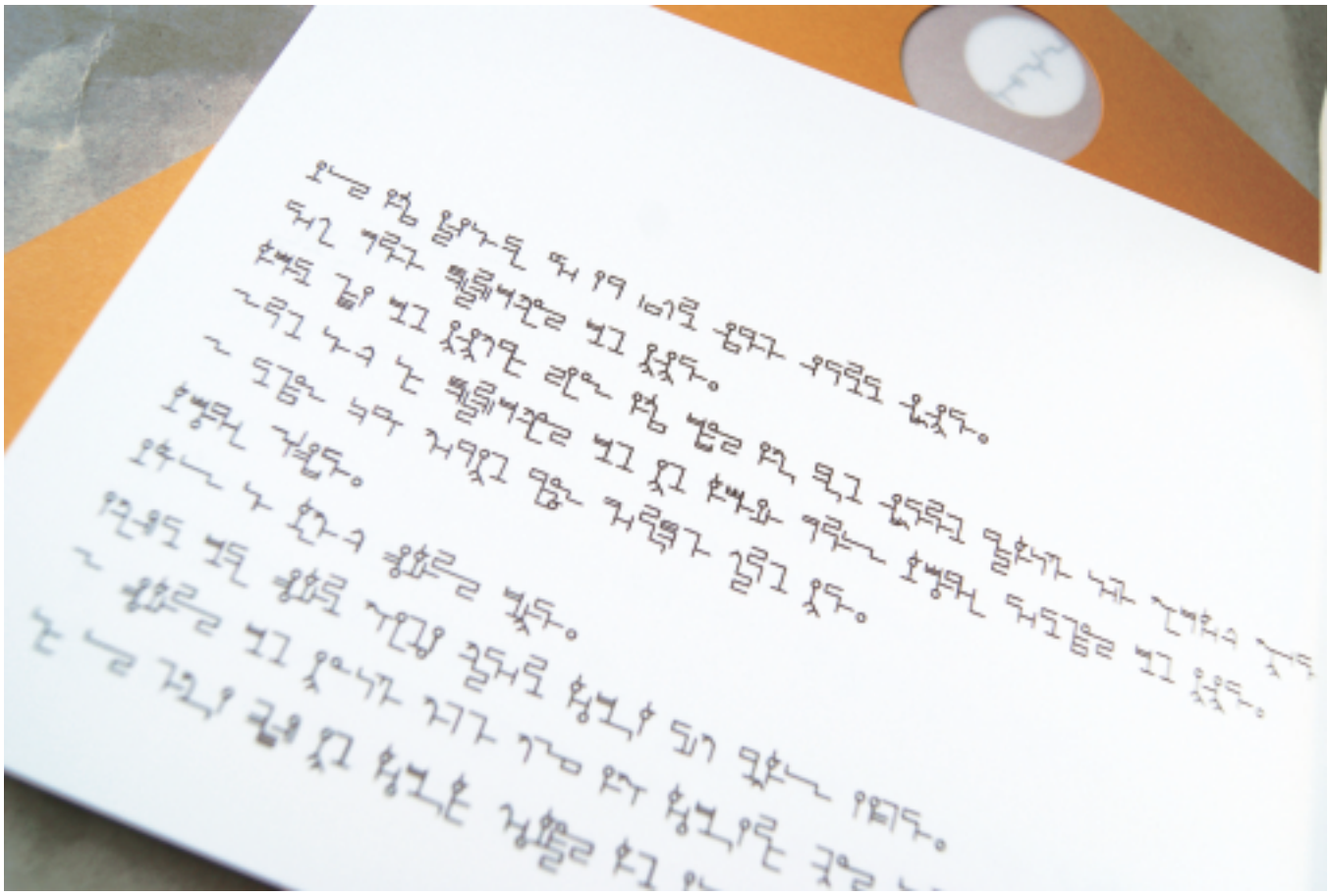
この作品は、波をモチーフに布におけるモアレ、印刷におけるモアレに加え、布の透け感や柔らかい質感を表現している。この作品を通して、布におけるグラフィックの新しい可能性を感じていただきたい。

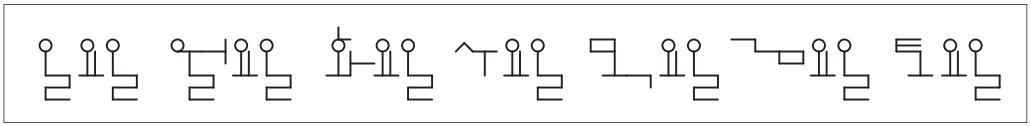


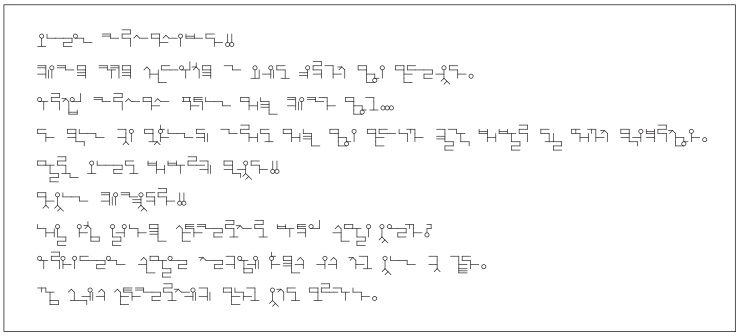
ハングルの記号化

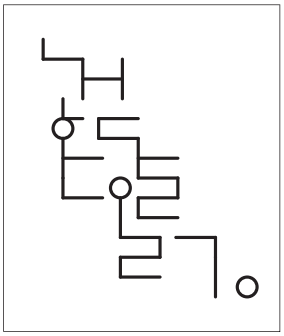
酒井 彩馨
Sakai Ayaka
デザイン情報コース

한글(ハングル) は、主に朝鮮半島において朝鮮語を表記する際に用いられる文字だ。子音を表す形と母音を表す形をパズルのように組み合わせ一文字を構成する。そんなハングルを見ると、日本人の多くは「記号だ！」と感じるようだ。だが、そもそも文字とは人間が作り出した記号である。私たち日本人が漢字・ひらがな・カタカナを文字としてしか認識しないのは、慣用的にそれらが記号とは異なるものだと考えるからだ。この作品は、慣れない文字を記号と捉えてしまう感覚を基に制作したハングルのフォントである。ハングルに感じる記号っぽさをより特化させ、フォントの魅力としている。その過程においては、古代文字である楔形文字やヒエログリフを参考にした。1446 年に誕生したハングルは、本来ならば古代には存在していない。しかし、「古代文字のハングルが存在した」と仮定して、楔形文字の整然とした文字並びやヒエログリフの絵文字的な変化のある表情を要素として取り入れた。日本語のハングル表記や、特に朝鮮語を表記する事によって、よりいっそう均整に綴られた文字の中に動きが感じられるようになる。









ブライダル儀礼を
デザインする

ーブライダルの将来変化考察ー

*金子慶子との共同研究（P86）

コンセプトパネル・紙
w235×d20×h275mm

澤﨑 円
Sawazaki Madoka
デザイン情報コース

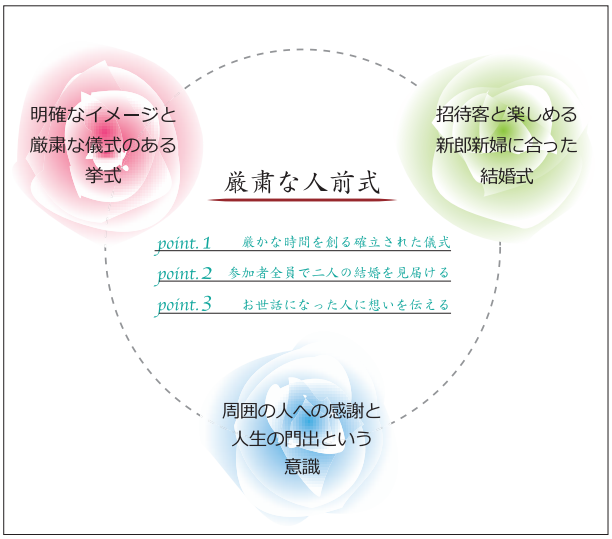
「ブライダル」と聞いてあなたならどんなイメージが浮かびますか？

花嫁だけが着ることのできるドレスや白無垢。それとも誓いの言葉や指輪交換など特別な儀式でしょうか。少し考えるだけでもブライダルには特別なことがたくさんあります。

時代の流れとともに婚礼儀礼も家を離れ、ブライダル産業として確立されるまでに変化しました。そのため新郎新婦のニーズに応えたブライダルはそのファッション性とロマンチックさが注目され、今では新郎新婦のプロデュースする楽しいイベントとなっているように感じます。

しかしブライダルがただのイベントになってもいいのでしょうか。

結婚は家族からの自立、周囲との関係の変化など人生の大きな節目です。招待客数は減少していますが、それは心から二人の結婚を祝福してくれる人達とこの特別な日を共有したいという気持ちの現れだと思います。そこで新郎新婦が結びつき、二人で生きていく始まりの日を参加者が見届ける厳粛な「人前式」をデザインしたいと思いました。



地図情報APIを用いた路線探索コンテンツの制作

Flash
h820×w1120px

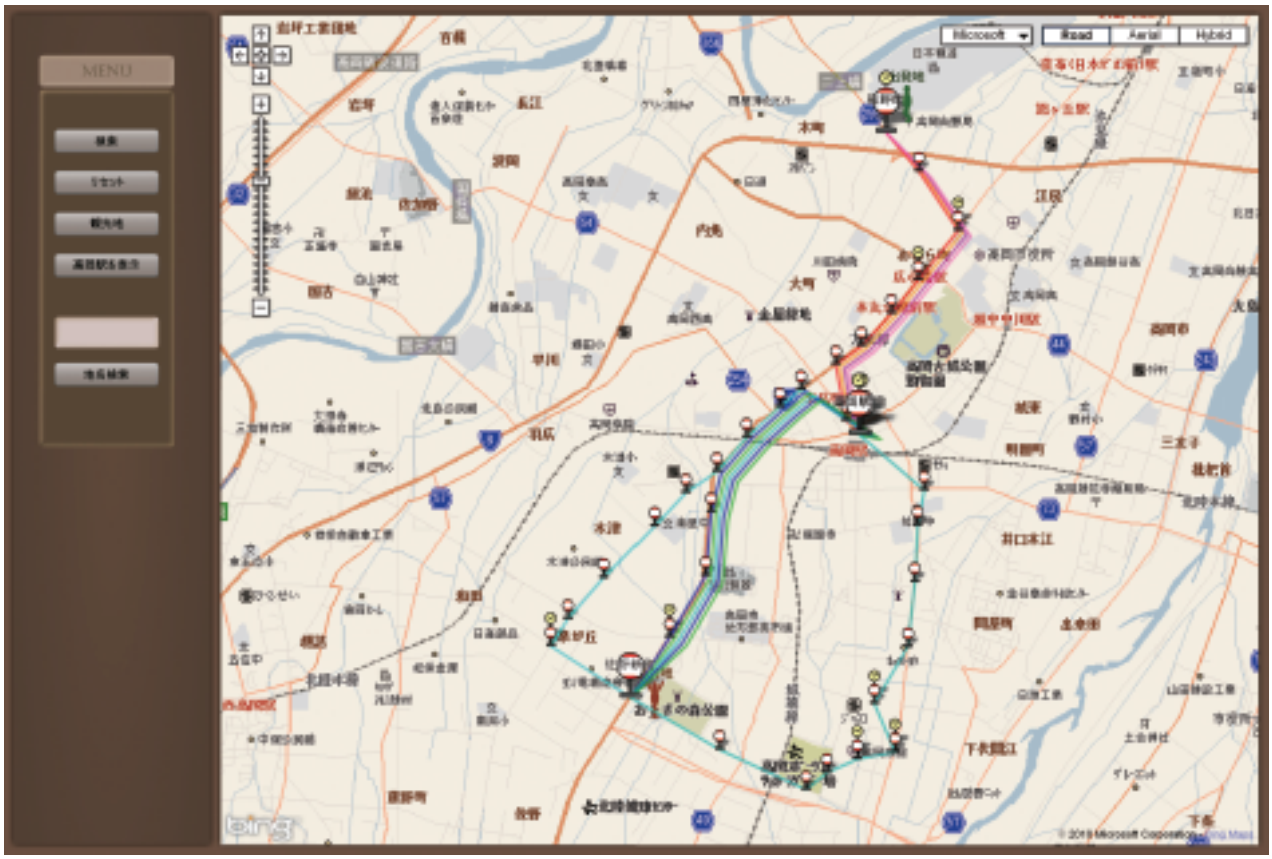
三賀 智恵美
Sanga Chiemi
デザイン情報コース

近年、インターネットにおいては公共交通機関の乗換案内サービスが発展しており、乗換方法や時刻、運賃情報の検索や、周辺施設の案内などが行われている。このようなサービスは都市では充実している一方、地方では充実していない場合が多い。

そこで、地方の公共交通機関の運行情報を提供する観光客向けコンテンツを制作した。事例として取り上げた公共交通機関は富山県高岡市内を走る路線バスである。

本コンテンツでは、地図情報 API を用いてコンテンツ上に地図とバスの情報を表示している。表示される情報は乗車停留所から降車停留所までの路線候補と通過する各停留所、時刻表の一部である。情報の検索は出発地と目的地を指定して行う。

この指定は地図上をマウス操作して行う。また、観光客のために地名検索機能や観光地表示機能を設けている。そして、API を利用して地図データを読み込み、路線バスデータは外部化しているため、他の地域を対象としたコンテンツ制作も可能である。



時刻データの表示画面

コンテンツの使用方法：

①出発および目的地アイコン

画面上の地図をクリックする。一度目のクリックで出発地アイコン、二度目のクリックで目的地アイコンが表示される。アイコンはドラッグでき、検索ボタンがクリックされた時点の緯度経度をもとに処理が行われる。

② 時刻の表示

時計を模したマークのある停留所をクリックすると時刻が表示される。

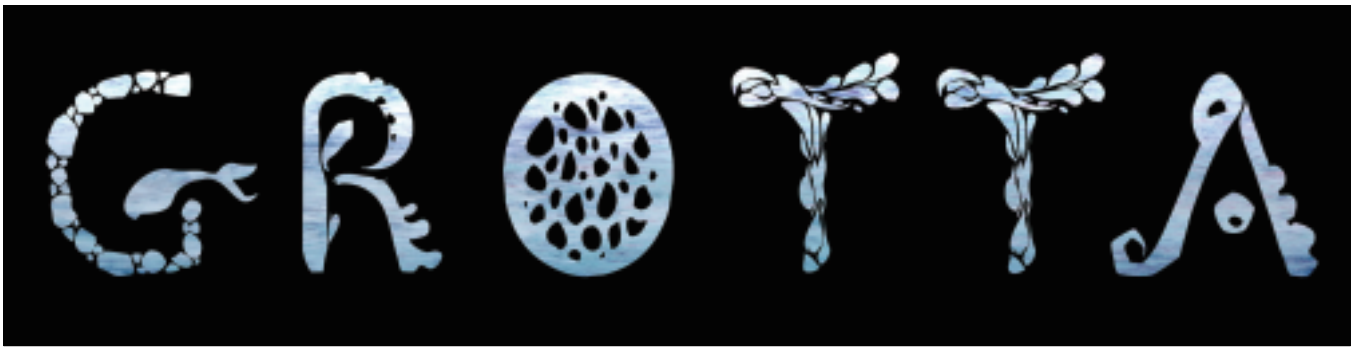
GROTTA

ブックレット2冊組
w220×d230×h20mm

髙橋 加奈
Takahashi Kana
デザイン情報コース

本作品は、オリジナルのフォントデザインを制作するものである。

フォントデザイン、特にロゴタイプやイニシャル等のデザインでは、『美しいデザイン』を行うことが前提にある。しかし、そのような用途で使われるフォントデザインには『人の注意を引くこと』『インパクトを与えること』も求められるため、本制作では美の対極にあるグロテスク表現の観点からフォントの制作を試みた。そもそもグロテスクとは、一般的には、怪奇な、気味悪い、などの意味をもつ形容詞であるが、美術用語としては、西洋の装飾モチーフの一つであり、動植物、鳥や虫や魚などの形象を曲線でつないだ文様を指す。今日では、グロテスクは、不可解な内的世界を顕在化するものとして、芸術の重要な一面となっている。私は、一般的に『美しい』とされるものと『気持ち悪い』とされるものの境界線の部分に、一番人の感情に揺さぶりをかける、また注目を集め記憶に残る要素があるのではないかと考える。本作品では、それらの要素をデザインに落とし込んだ、新しいフォントの制作を目指した。



shaduo（シャデュオ）
ー魅せる譜面台ー

アルミニウム・鉄・塩ビ・透明フィルム
h315×w500mm

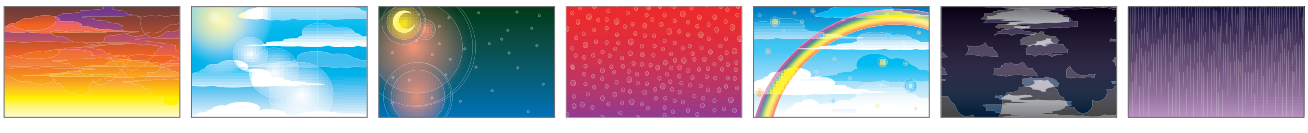
瀧澤 梓
Takizawa Azusa
デザイン情報コース

「路上ミュージシャンの演奏に彩りを」これが本作品のコンセプトである。

今回私が着目したものは「譜面台」。路上での演奏時、特にアコースティックギターでの弾き語りをする場合などは､譜面台を使用する人が少なくない。しかし調査の結果､「楽譜を見るために仕方なく使う」「演奏者が隠れてしまいジャマ」など､譜面台にはネガティブな印象もあることがわかった。そこで逆に、使用することでその演奏をもっと引き立たせる､「魅せる（見せる）」譜面台があってもいいのではないか、と考えた。

私が提案する譜面台「shaduo（シャデュオ）」は、演奏者が、歌う曲や気分に合わせてそのビジュアルを変更できるのが特徴である。影絵のようになった図柄の後ろに、さまざまなイメージの背景を重ねることでたくさんの風景が現れる仕組みだ。

その演出効果によって、演奏者は歌の中の風景や喜怒哀楽の感情をよりいっそう表現でき、そして鑑賞者はよりいっそうその演奏を楽しむことができる。そんな譜面台をめざした。



新しい贈答の形の提案

紙・箸・デジタル出力
w270×d210×h17mm
w210×d135×h17mm

中道 薫
Nakamichi Kaoru
デザイン情報コース

私は親が子どもに貰った贈り物に対する、お返しの機会をデザインしました。七五三、誕生日、入園、入学、卒業。お返しの機会は成長の節目に訪れ、その多くがこれからの子どもの健全な成長を願って贈られるものです。この気持ちに対して「子どもの成長を伝える」ことが一番のお返しとなると考えました。

「子どもの成長を伝える」手段として、実際に「会う」ことは何ものにも代え難い機会です。「会う」という手段の要素を抽出し、その中で成長と健康をより感じられる「一緒に食事をする」ことに着目しました。

ここで提案するのは、お返しの贈り物に子ども用の箸を付けることで「今度会った時、また一緒に食事しようね」というメッセージが伝わるという仕組みです。「会う」という手段をモノに置き換えることで、「子どもの成長を伝える」という目的を達成させました。実際にこれを実現させる場として、ショッピングセンターや百貨店での販促イベントを想定し、箸のパッケージの他に店頭での認知を促すツールを制作しました。

おかえし子箸
OKAESHICHOBASHI

▲キャンペーンロゴマーク

◀ パッケージ
お箸の他に、メッセージカードや写真などを挟むスペースを設けました。のし紙のヴィジュアルを表面に用い、贈り物と一緒に包んでもらう事で内熨斗の役割を果たします。

▼ 便箋のついたフライヤー

ファンデーションと体質の相関関係の表現研究

バインダー　B5判
パッケージ・紙　w40×d40×h140mm

永森 陽子
Nagamori Yoko
デザイン情報コース

ファンデーションは直接地肌全体に塗布することから、肌への影響力が大きい。しかし、現在の市場に出回るファンデーションは、リキッドやパウダーなどのタイプや、仕上がりの質感、価格帯などが多様化しており、とにかく種類が多い。その中で、ユーザーは「自分に適したファンデーション」を選び出せていない。また、調査の結果、現在の化粧品業界は西洋思考が強いことがわかった。

そこで東洋思考を利用し、自分の体質を診断できるカルテを考案した。体質診断結果から、最も適したファンデーションを選び出すことができる。カルテでは、漢方の美容システムをビジュアライズすることで、ユーザーとのコミュニケーションを図っている。さらに、体質に応じたアイコンをつくり、色分けすることで、パッケージとの関連性を持たせ、より商品を選びやすくしている。

Feshu

燥　熱　実　湿　寒　虚

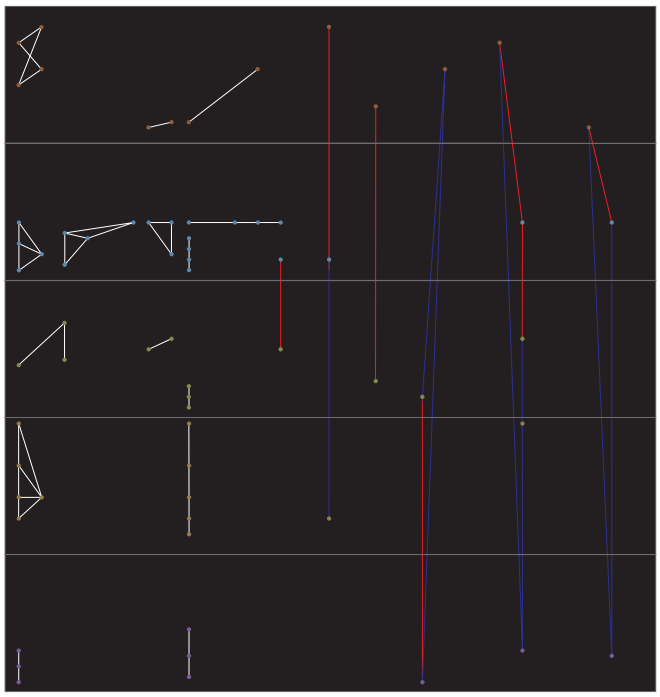
菓子の遊び

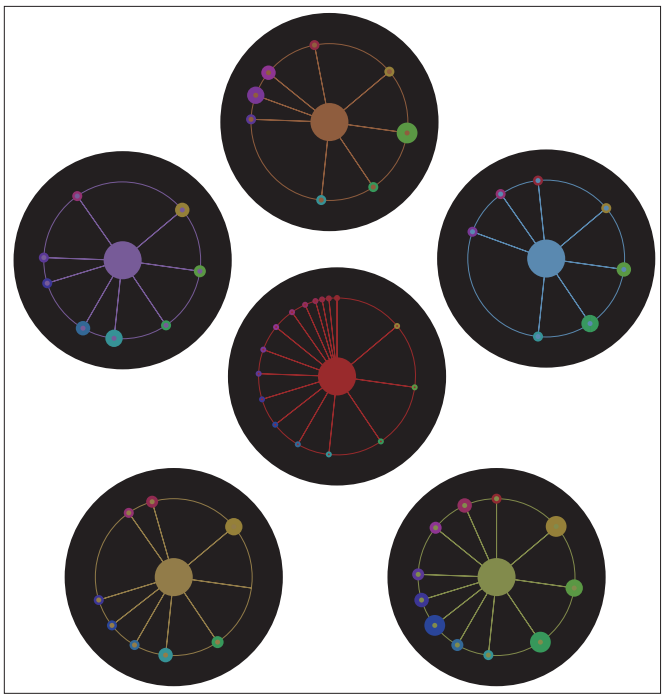
紙・デジタル出力
w150×d220×h35mm

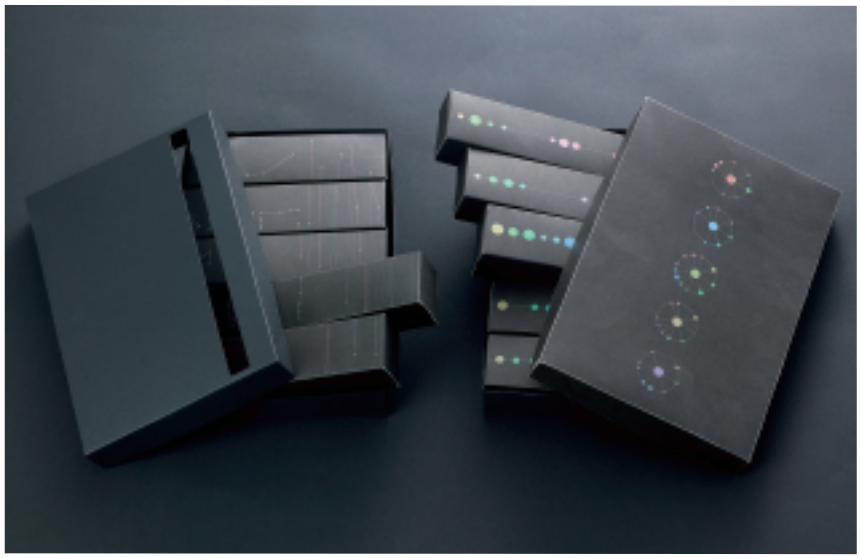
西岡 施海
Nishioka Sekai
デザイン情報コース

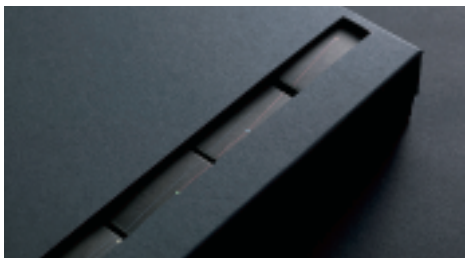
和菓子には、特定の空間、集団における共通認識のテーマを意匠に用いることで、抽象的な表現の中に趣を感じさせる仕組みが存在する。また、遊びには、共通認識を基盤として、集団の連帯感を促進させる役割が存在する。

この和菓子と遊びの二つの点から、ある集団の共通認識を抽出し、それを菓子に関係するデザインとして応用することで、その集団の連帯感を高めるコミュニケーションツールとしての菓子が出来るのではないかと考えた。そこで、特定の集団を芸術文化学部の一期生と設定し、この集団における共通認識とは何かを調査した。そこから得た「星空」「つながり」をモチーフとして、調査で得たキーワードをグラフ化、ダイアグラム化することで生まれるビジュアルを、菓子のパッケージデザインに用いた。









祭・イベントにおける仮設カフェ空間の提案

ー縁日カフェまにゅあるー

B6判・60P

根井 遥
Nei Haruka
デザイン情報コース

本研究は日本の文化である祭に着目した仮設カフェ空間の提案である。

祭の本来の意味、現代における存在価値、その発展性について考察した結果、祭が備えるべき交流空間としてのオープンカフェを提案するに至った。

また、本研究は提案するカフェ空間とその運営をマニュアル化することを目的とした。

研究方法としては、高岡市内のイベント開催時にオープンカフェを提案する実験を実施し、祭、カフェ、運営、交流に関する条件を導きだすことを試みた。その結果をもとに構造や空間、運営における地域性の魅力創出とコミュニケーションの円滑化についての考察を行いマニュアルの制作に取り組んだ。

マニュアルは研究内容を誰もが手にとりやすく、読み進めやすく、まとめるデザインとした。読み終わった読者の日本や祭を思う気持ちに少しでも変化を感じさせることができればと思う。

次世代ブログインターフェースの提案
ー「使いやすい」モブログー

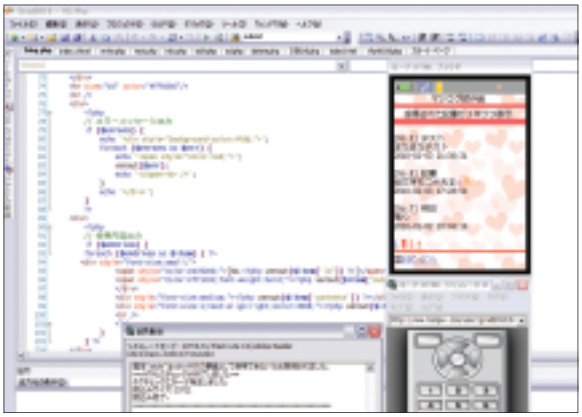
xhtml・PHP・MySQL
108×50×12.9mm

林 春奈
Hayashi Haruna
デザイン情報コース

携帯電話から手軽に投稿できる携帯電話用ブログ、略して「モブログ」が一般に浸透している。しかしながら、インターフェースの改善はほとんどなされておらず、ユーザーが使い勝手の悪さを感じているのが現実である。

モブログは、どこででも手軽に更新できるという手軽さがある一方で、一度に表示できる情報に制限があり、ページが長くなるだけでなく、ユーザーが望んでいる情報が埋没しやすい。加えて、ユーザーが「表示までの待ち時間が長い」と感じた場合、サービスの利用を中断し、本来意図したサービスを受けられなくなることが多く、表示速度の短縮化が要求される。

これらの問題点を解消するモブログを提案するとともに、デモ機を設置し、様々な年代の人に触れてもらい、批評をつのる。卒展開催期間中は批評をもとに、よりよいモバイルブログになるようデザイン・機能の更新を続ける。



製作環境

Adobe Photoshop CS3
Adobe Dreamweaver CS3
Microsoft Visual Studio 2008
EmEditor 6.00.4
Navicat Lite 8.2
i-mode HTML Simulator Ⅱ
FireMobileSimulator 1.1.9
i 絵文字 1.3

動作確認

NTT DoCoMo N905iμ

デモ機

NTT DoCoMo N905iμ

Flash ActionScript3.0による3Dインタフェースの研究

Flash
1280×1024px

福岡 祐子
Fukuoka Yuko
デザイン情報コース

ActionScript3.0 を使い、3D表現を用いたインタフェースを制作した。このインタフェースは Web 上で利用でき、画像を表示・整理することが可能である。表示される画像を外部ファイルに保存する事で、画像を更新できる。サムネイルと画像にはそれぞれ番号で名前を付け、その番号によって、サムネイルと写真を照らし合わせる仕組みになっている。

中央にある球体はサムネイルの集合体であり、このサムネイルをクリックすることで写真が表示される。そして、この球体は上下に回転しており、左右のボタンで左右の動きを加える事ができる(図2参照)。また、下部に位置する2種類のメニューボタンによって、種類ごとに整理することができる (図 3 参照)。画像を種類ごとに限定表示する事で、目的の画像に、より早くたどり着く事が可能となる。

図1

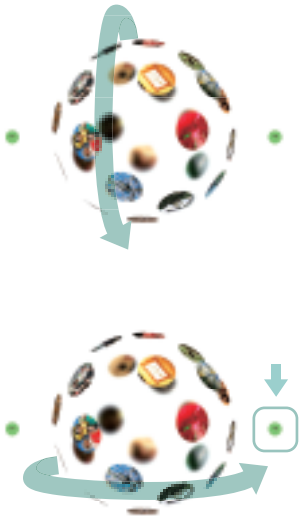


図2

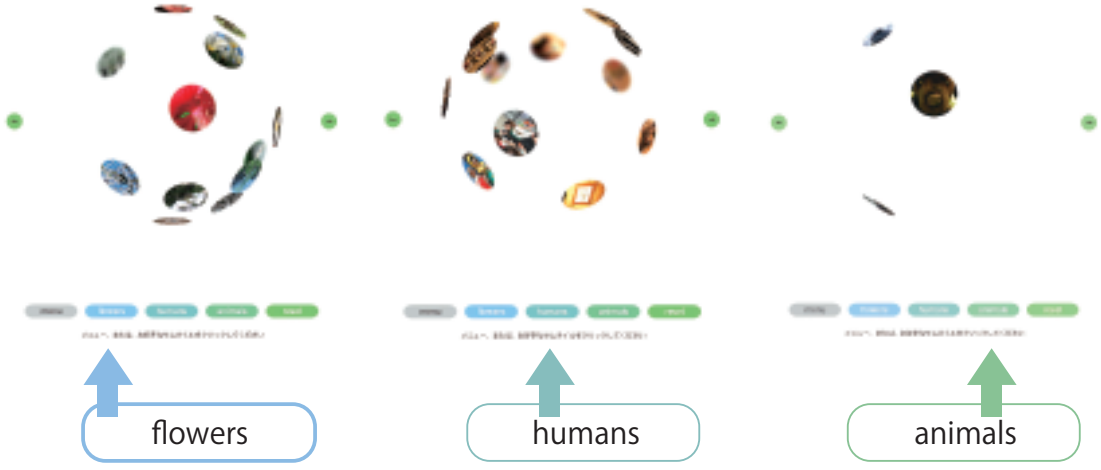


図3

IRIS -アイリス-

ー花と雑貨の複合型ショップの提案ー

舟杉 享子
Funasugi Yukiko
デザイン情報コース

かつては「ギフトショップ」としての位置づけがあった雑貨屋さん。そこではお祝いごとで贈るための商品が並んでいました。しかし贈る相手や機会が少なくなり、年と共に贈るという行為が希薄となりました。

本研究では、ギフトショップとしての雑貨店を企画し、それをもとにショップツールの制作を主旨とします。気持ちのこもったコミュニケーションツールとして、雑貨とグリーンインテリアを組み合わせた複合型ショップを提案しました。

店名の IRIS（＝カキツバタ）は「贈りもの」、「ささやかな幸せ」という花言葉があります。贈る側が商品を受ける瞬間から、受け取った人が包みを開ける瞬間までの気持ちが連鎖する雑貨屋さんであってほしいとの願いを込めました。

コンセプトに基づく店舗イメージの構築にともない、ラッピングアイテムを中心に、花束や鉢植え等のグリーンインテリア商品と、雑貨小物を組み合わせたキットなどによるギフトパッケージを提案しました。

ギフトバッグ

ロゴマーク

IRIS

ショップカード

ギフトボックス

タグ

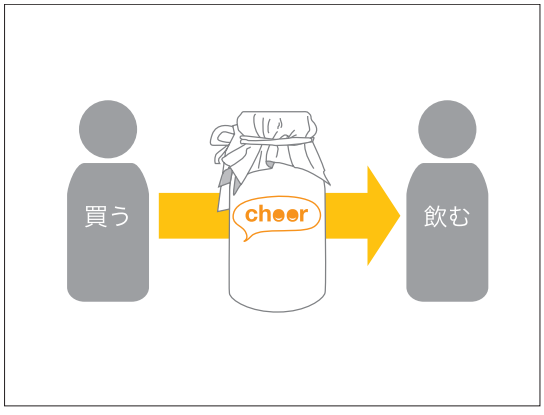
「おいしい」を表現する
ー豆乳野菜ジュース「cheer」の提案ー

丸山 陽子
Maruyama Yoko
デザイン情報コース

人が入れてくれたコーヒーや、勉強の息抜きに食べるお菓子はおいしい。このように、同じ食べものでも特においしいと感じる時がある。そのおいしさを作るのは、そこに込められている激励や慰安の気持ち―cheer の精神―ではないだろうか。そこで、cheer の要素を食べものに取り入れることによって「おいしい」を表現する試みを行う。

cheer を表す媒体として、豆乳野菜ジュース「cheer」を提案する。五色の食材を組み合わせて栄養バランスをとる和食の考え方から、赤・黄・緑・紫の野菜それぞれに白要素である豆乳を加えた４種のジュースを販売する。商品コンセプトは「心と体にチカラを」。色の心理的効果と野菜の身体的効果をふまえ、自分に足りないものを補う栄養補助飲料として提供したい。

ひと仕事終えた自分に心が落ち着く緑の「cheer」を、落ち込んでいる友人には明るい気分になれる黄の「cheer」を。選択動機は様々だが、飲む人の心身状態を考慮して cheer の気持ちを込める。そこに「おいしい」が生まれるのである。



CAFÉ & BAR Obar
ーおばあちゃんちをイメージした カフェバーのSI計画ー

宮島 菜央
Miyajima Nao
デザイン情報コース

祖母の家にはものすごい安心感が漂っている。そのため、たまに顔を出しに行くと長い時間くつろいでしまう。それは身内だからという理由だけではなく、長く生きてきたなかでの伝統や生活の知恵が家に染み付いているからである。そんな「おばあちゃんち」をイメージした架空のカフェバーの SI(Shop Identity) 計画を行った。

台所は「おばあちゃん」の仕事場であり、一番家族を感じる場所でもある。その台所をそのままバーカウンターと見立て、空間作りのモチーフとした。

ロゴマークは祖母の家の長い電気のひもをイメージした。アプリケーションには「おばあちゃんち」を連想させる要素を使用することで、古民家カフェの印象でもない、新しいくつろぎ空間を目指した。

CAFÉ&BAR
Obar
grandmother's kitchen

おみやげ開発　concept「神社」
ーとおくを想うー

紙・デジタル出力・和菓子
w100×d100×h25mm
w200×d100×h25mm

矢木 麻美
Yagi Asami
デザイン情報コース

「とおくを想う」をコンセプトに、デザイナーのみなさんと並走して商品開発を行いました。「土産」のルーツである「宮笥（みやけ）」から日本のおみやげ文化の原点が寺社詣でにあることを発見し、それを高岡で活かそうと考えたのが今回の提案です。名勝地である雨晴海岸を神社に見立て、雨晴神社という架空の空間を想定しました。ご神体は海上の立山連峰です。併せて、北陸地方に伝わる立山信仰を神格化したものとして立山曼荼羅が安置されています。雨晴で先人の信仰を想い、対岸の立山を仰ぎ見ることによって目前の日常から解放され「とおくを想う」ことができる。そして、そこに供物として供えられた和菓子をおみやげとして持ち帰る。これは雨晴での体験、更に文化そのものを持ち帰ってもらうことになるのではないでしょうか。過去から現在にかけておみやげの意味は変容してしまったように見えますが、本質的にはなんら変わっていません。そこには旅による心の安らぎと、体験や文化を持ち帰り分かち合うことによって生まれる、感動の共有があるのです。

日々の感情の変化を量る道具
ープラスとマイナスの記録ー

木・真鍮・ステンレス
w420×d120×h210mm

北野 あゆ美
Kitano Ayumi
造形芸術コース

人は1日を振り返った時に、良い日だったと思えることもあれば、悪い日だったと思うこともある。それらの感情の変化を量り、手軽に記録できる道具を制作した。日々を振り返ることで、過去と未来の自分のあり方を見直すことができる。良いことがあった日などポジティブな気持ちで過ごした場合は、プラスのステージにコインを1枚置く。その逆に、ネガティブな気持ちで過ごした日はマイナスのステージにコインを1枚置く。コインは全部で 31 枚あり、1ヶ月や1週間など目標となる日数を自分で決める。コインは最初の7枚（7日間）左右どちらかを一方のステージに入れ続けると地面に接する。それによって、たとえ平日の5日間ネガティブに過ごしてしまっても、残された休日の2日間を励みにすることができる。プラスとマイナスの比率を量る道具として、天秤の形をイメージした。不安定な土台は日々揺れ動く感情の変化を表している。コインを置いた時に出る金属音が今日1日を乗り切ったという締めの音となる。道具はインテリアとしても使えるので、生活スペースに飾ってみてはどうだろうか。

子どもの五感を刺激する知育玩具の制作

ー音を聴きわけるー

ブナ・ポアーステイン・リボス
w40×d40×h40mm 10

高島 由貴
Takashima Yuki
造形芸術コース

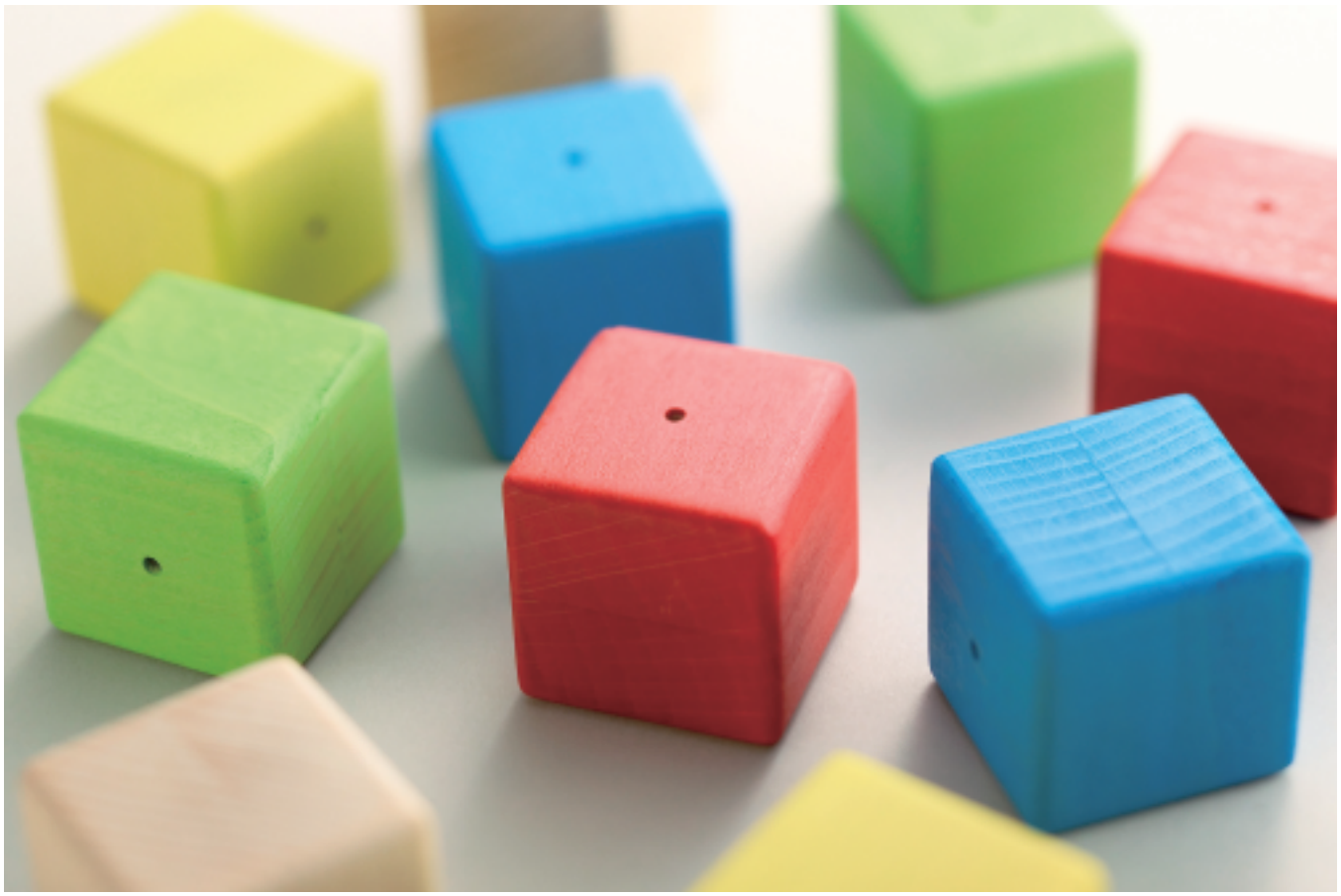
子どもにとって、毎日の日常生活は学習である。

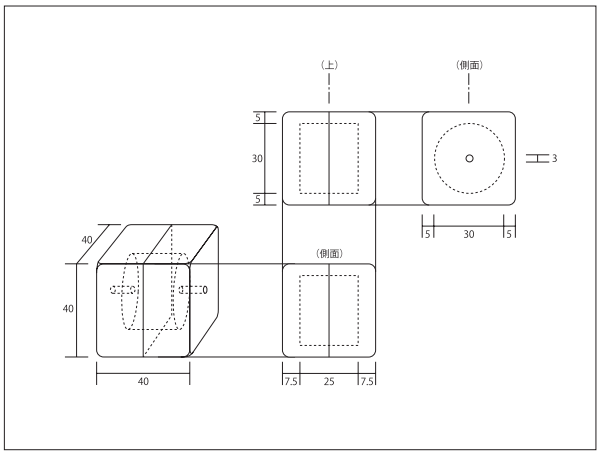
そのような日々の中に、ちょっとした楽しみを与える、様々な音のするマラカスのような、ガラガラのようなおもちゃ。振ると、さらさら・からからと音がする。

ぜひ、耳をすまして聴いてみてほしい。

ささいな音の違いを聴き分けようとすることで、いつもよりも耳をすます。すると、脳の処理回路が増え、聴こえる音程・音色の幅は自然と広がる。また、聴きとろうと一生懸命になることにより、集中力も養われる。対象は1歳以上の子どもである。

同じ色の積み木同士は同じ音色、5種類の音色を聴きわける。同じ色の積み木を見つける楽しい遊びもできる。お友達に積み木を1つ渡して、音を聴いてもらってほしい。自分は積み木を2つ持ち、背中で隠して振る。「左、右、どっちだ!」そう言うと、お友達は考え始める。「右!」お友達が持っている積み木と、自分が持っている積み木が同じ色ならば正解である。





コーヒーと家族のひととき

ー現代の生活空間における　漆工品の役割とその価値の研究ー

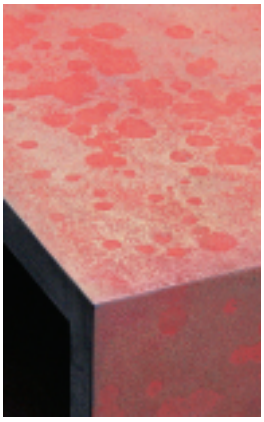
漆・麻布・シナ合板・和紙・乾漆・変わり塗り
w380×d124×h410mm
φ95×h70mm
φ150×h23mm
w75×d40×h65mm
w80×d60×h82mm
w24×d130×h8mm
w32×d105×h22mm

伊藤 智子
Ito Tomoko
デザイン工芸コース

漆工品の魅力は何か。漆は漆の木から採れる樹液で、自然の中から生まれ、人の手によって作られ、最後は人の力を超えた漆の持つ力によって仕上がる。人の手と漆の自然の力が融合して生まれたものであること。ここに、価値、魅力があると思う。しかし、その過程を知らない人にはその価値は伝わりにくい。使うことで口当たりや、さわり心地などを感じてその良さを知り、その奥にある本当の価値に気付いてもらいたい。

インテリアスタイルには、民芸風や和風モダンといった和風スタイルがある。インテリアに漆工芸を取り込むとその歴史や風情により渋いものと認識されがちだ。しかし、和洋折衷の中でも漆の締まった色がアクセントとなり、一つのインテリアスタイルとなると思う。

コーヒー器具はインテリアの一部として楽しまれており、おしゃれなものが多い。そこで、一つのインテリアとして棚付きのコーヒーセットを制作した。このコーヒーセットは、高級感というよりも渋さとカジュアルさを出し、落ち着いた扱いやすいイメージにした。



Relaxをテーマにした プロダクトデザインの提案
ーオフィス用加湿器ー

透明アクリル・ABS樹脂
φ60×h100mm

角舘 あかり
Kakudate Akari
デザイン工芸コース

現在、ビジネスを取り巻く環境は変化している。女性の就業人口は増加し、また女性がオフィスで過ごす時間も増加傾向にある。そのようなオフィスで働く女性に「Relax（リラックス）」という要素を踏まえた加湿器の提案をしたい。そのため、現状調査から得られた以下の２点に着目し、加湿器のデザインに取り組んだ。

①既存のリラックスグッズは家庭で使用するものが大半を占め、オフィスで使用できるものが少ないこと。

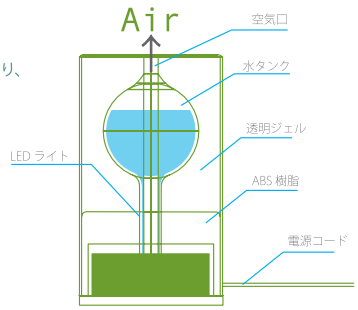
②働く場所を選ばないフリーオフィスという考えが増加していること。

そして、商品コンセプトは「機能の可視化」。中央の水タンクを見せることで、既存製品のような機械的な印象を払拭した。また、超音波で蒸気を発生させるため、本体が熱くなることもなく、どこへでも持ち運びが可能である。

仕事中の「忙しい時間」に少しでも「リラックスした時間」が流れるよう、この加湿器を利用してもらいたい。

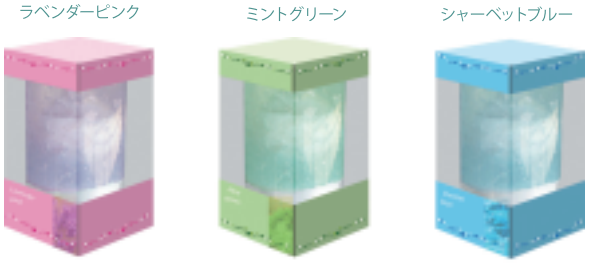
Function

外側の透明なジェルに囲まれた水タンクが淡い光により、
うっすら浮かび上がる構造になっている。
右の写真のように、昼と夜で表情が変化する。



Color variation

リラックスした気持ちになるようなカラーネーミングを採用。



空間分割の提案

布・アルミ
h1800×w600mm

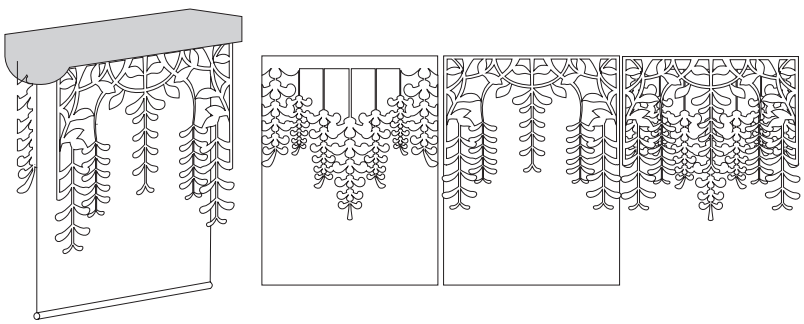
金森 悠
Kanamori Haruka
デザイン工芸コース

公共の場所では、状況や人間関係によって無意識のうちに相手との快適な距離を選んでいる。距離が選択できない場合には、音楽や携帯電話などで境界を保とうとしている。しかし、このような一方的に相手を遮断する行為は周囲から受け入れられているとは限らない。空間を分け合う双方が快適に過ごすために以下の点を考慮し、ロールスクリーンを利用した間仕切りの制作に取り組んだ。

①完全な、壁・個室としないこと　②変化する状況に対応できるものであること

「感じる壁」をコンセプトに、その場の状況によって変化可能なロールスクリーンを提案する。モチーフを障子とし、石や鳥居等から空間を感じる日本人の感覚に着目した。3層のスクリーンが独立して稼働するため、その場にあった調節が可能。3つの重なりにより、柔らかな境界が生まれる。また、仕切りを従来のロールスクリーンや衝立などより遮光が抑えられる。スクリーンのテキスタイルを変更し、様々な場所で利用してもらいたい。

haze



・その場にあった調節が可能。
・スクリーンの重なりで遮る密度が変化する。
・従来のロールスクリーンより遮光が抑えられる。
・スクリーンのテキスタイルを変更し、様々な場所で利用可能。

丁寧な所作をうながす商品の提案

木・プラスティック
w107×d65×h10mm

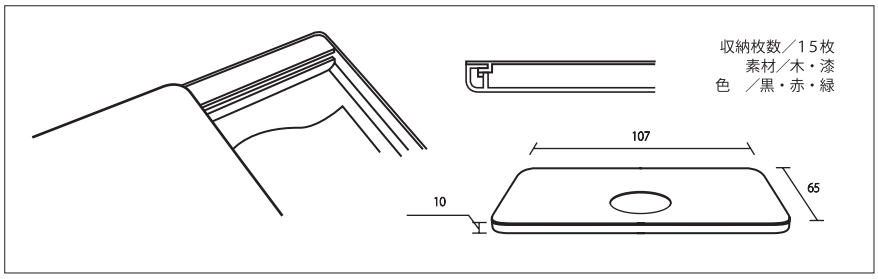
髙橋 佳那
Takahashi Kana
デザイン工芸コース

昨今、マナーが注目されており、関連書籍や教室が人気となっている。そうしたマナーに付随する「丁寧な所作」は、対人関係を円滑にする上で重要な役割を担う要素のひとつである。また、丁寧な所作とは、場に応じて自然に出るものであり、無意識のうちに、相手への敬意を表す手段でもあると考えた。そこで、どのような状況で丁寧な所作が出るのかを検討した結果である以下の2点に着目し、製品のデザインに取り組んだ。

・私物と公物の区別が曖昧なもの（ex. 来客用カップなど）
・日本古来の文化に接するとき（ex. 茶道・華道など）

これらをふまえ、コンセプトモチーフを「ふすま」とし、ふすまの造形そのものと、それに伴う仕種を製品化した。対象には、自分のものであり、相手のものでもあると考えられる最も身近なツールである「名刺」を入れる箱、名刺入れを選択した。

女性は、より女性らしく、男性は、仕種を優しく柔らかく。そのような所作をうながす製品として、この名刺入れを提案する。



子供用自転車の提案
ー補助のあり方を考えるー

w200×d550×h350mm

高間 栄一郎
Takama Eiichiro
デザイン工芸コース

私は母がくれた手袋をずっと使い続けています。それは、格好が良いものでも便利なものでもありません。けれど、人の温もりがあります。その温もりをデザインに込め、誰かに伝えたい。その一心で“親和性”をテーマに制作してきました。

浮かんできたのは〝補助輪〟という言葉です。補助輪は子供をサポートする親と同じ存在であり、補助輪からの卒業はまさに親からの自立の一歩です。その一歩をより着実に、より楽しく踏み出す自転車を贈ります。コンセプトは『積極性を補助する』です。

この自転車は、子供が様々な乗り方に挑戦することで、段階的に自転車に慣れることができます。「次はこれに挑戦してみよう」と親子が話し合いながら、練習方法を組み合わせ、実践していきます。また、軽量かつシンプルなフレームは、転倒などの練習に伴う子供への負担を減らし、様々な乗り方に適応します。

子供の頃の自転車体験は原体験となり、心の中できらきらと輝き続けます。そんな人生の一場面を共に〝活きる〟自転車をデザインしました。

編んだ金属線を叩いて生まれるかたち

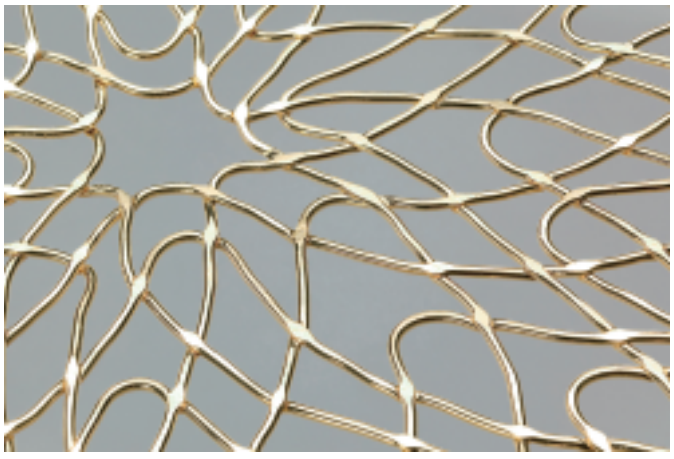
真鍮線・金メッキ・鍛金
φ500×h150mm
φ500×h180mm

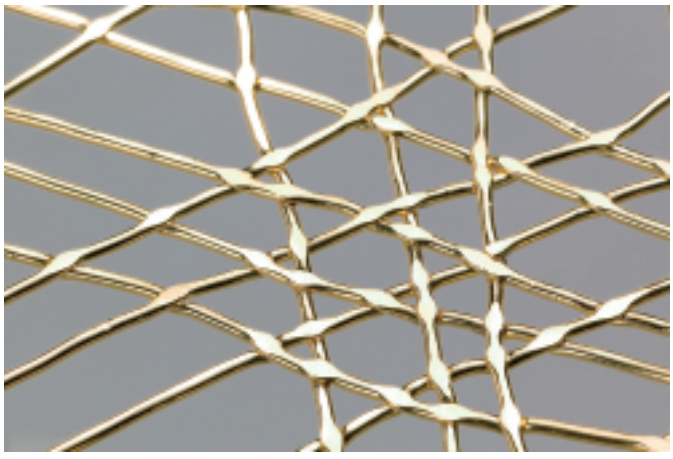
田中 久美子
Tanaka Kumiko
デザイン工芸コース

金属を加工する方法はいくつもありますが、その中でも私は金属を叩いて加工する鍛金という技術に興味を持っています。ただ”叩く”という単純な行為のなかで生まれるかたちや金属の変化はその行為に反し複雑で、その変化を効率よく生かしたデザインと加工方法はないかと思い、これまで制作を行ってきました。

そこで今回は、金属線を編み、その交点を叩くことによって金属が変形・硬化し、溶接などの加工を行うこと無く形が固定されること、さらにその叩いた交点の形自体がデザインとして魅力を持っていることに着目し、その効果を生かせる作品としてテーブルを制作しました。

熱処理を行った後の真鍮線は、手の力で容易に曲げられるほど柔らかいものです。しかし、その線を編んで叩くことで硬化・固定され、複雑で繊細なデザインかつ強度をもった広い平面が作られます。そしてテーブルの天板から線がそのまま側面へ繋がり、編んだ線を叩いただけで必要な構造と強度を保っています。





習性のデザイン

毛糸・合成毛皮・ゴム・プラスティック
w170×d2460×h8mm
w70×d140×h50mm
w3×d600×h3mm

藤田 理貴
Fujita Riki
デザイン工芸コース

動物は進化の過程で様々な習性を持つようになり、その多彩さは自然の叡智ともいえる。動物の習性をデザインとして再構築し、身の回りのものに落とし込むことによって、日常の中でそれらを意識する瞬間が生まれ、私たちの経験に基づいた感覚・感触の記憶と重なりあう。

マフラーは首に巻きつき、カイロカバーは体温を感じさせ、ネックレスはチクチクするような感触を呼び起こす。

日常に潜んだ習性に気づいたとき、見た人、触れた人、着用した人の想像力はかきたてられ、これまでとは違うものの見方をしている自分にも気がつくのである。

1

2

3

1 ヘビ柄のマフラー
2 ハムスターのカイロカバー
3 アリのネックレス

niha

木
w240×d208×h50mm

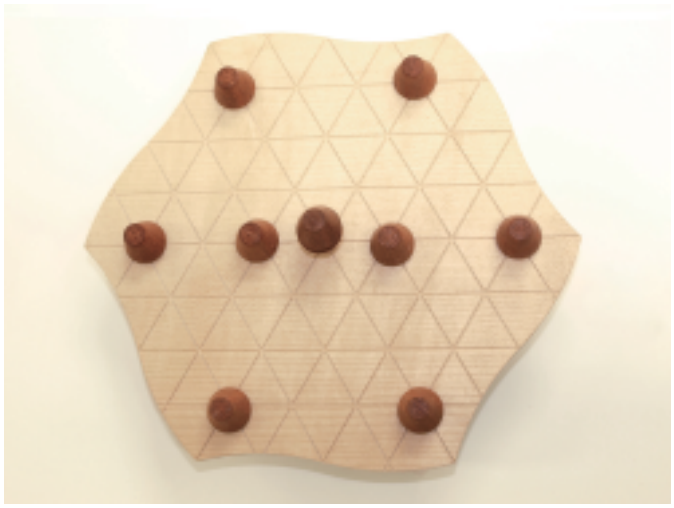
伊地知 裕貴
Ijichi Yuki
デザイン情報コース

庭は古来の日本文化の1つで、日本人と自然との関わりを直接的に表している。それは元々「ニハ」と記述され、何かを行うための場をさしている。そして、それは自然物同士の関係が生まれる場（ストーンサークル、神社など）に築かれ、自然との関係性を示す行為（祭り、神遊びなど）によって自然と一体化することを目的としていた。

ニハの意味を見直すことは文化を見直すことであると思う。なぜなら文化とは自然との関係の中で生まれた知恵を状況に合わせて常に更新し、積み重ねてきたものであるからだ。そして、その知恵を日常へ昇華させることで私たちは文化を築くことができる。

私はその「見直し」を提示できればと思い作品を制作した。この作品ではニハの目的である「関係性からの一体化」を縮図的に体験できるものへデザインした。

各盤の中央を自然の力の集まりとし、それらを日の光・重力・サイコロの目という人の及ばない力を受けながら、参加者同士が協力して駒で繋ぎ、自然の力と一体化することを表している。



Dresser
ーA happy girlie lifeー

タモ・赤樫・欅
w784×d360×h780mm

伊藤 のぞみ
Ito Nozomi
デザイン工芸コース

私は作品制作を通して、使用者にとっての使いやすさや、長く使えるように制作するための技術と知識を具体的に学びたいと思った。そこで、化粧品やアクセサリーなど、形も大きさも様々な、たくさんの小物をすっきりと収納することを求められるドレッサーを、制作テーマとして選んだ。

引き出しは、細かいものを見やすく収納するために底が広く浅いものと、少し高さのあるものを収納するために底が深めのもの、２つのタイプを設計した。また、部屋に置きたくなるような、かわいらしく温かみのあるイメージを表現したいと思い、タモ･赤樫･欅の３色の木材を選び、組み合わせて制作した。

技術的には、長期にわたり使用していけるように、木材の特質である反りや縮みなどの変形を止めることに配慮して加工を行った。また、ひとつの部材が複数の機能を兼ねる合理的な構造を考え、制作工程を効率化し、よりシンプルなデザインを目指した。

これからも、使用者の目線に立った制作姿勢を忘れずに取り組んでいきたい。

そり椅子

ー和をテーマにー

桜・ウォールナット・和紙
w680×d800×h580×sh270mm

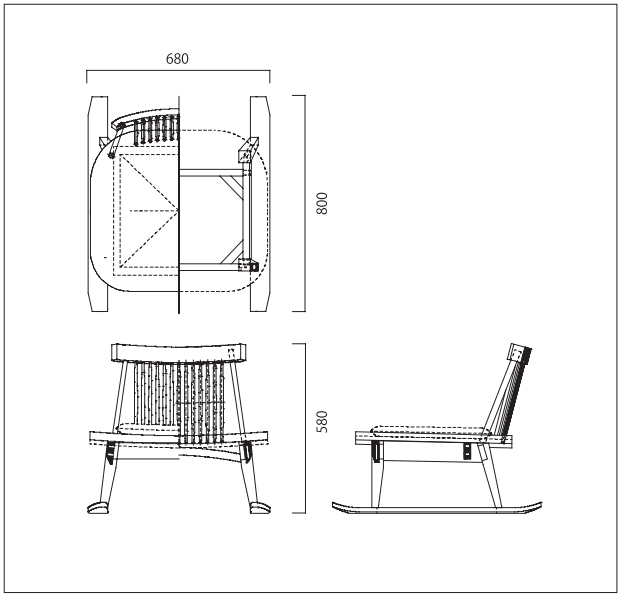
小栗 佳那子
Oguri Kanako
デザイン工芸コース

私にとって大学の四年間は、様々な授業を通して、日本の文化を再認識する為にとても良い機会になった。その気持ちを込めたいと思い、和室でも使えるような椅子のデザインを考えた。

椅子を使っていて不便だと思ったことは、絨毯の上が滑りにくいことだったので、椅子の脚部を工夫しようと思った。脚部にそりを付けることによって、滑りやすく、移動しやすい椅子を作ることにした。

椅子の全体的なデザインは、和室で使うことを考え、あぐらをはじめ様々なポーズで座れるように少し大きめの座面にした。座った時の視線も低めにしたかったので、座面を低めのデザインにした。また、木だけでなく紙などの自然素材は、和の空間に調和するのではないかと思い、八尾の和紙を使った座布団を特製で作っていただいた。

この卒業制作では、いろいろと失敗もしたが、次への良いステップになったと思う。今回だけではなく、日本の文化を表現できるような家具を制作していきたい。



ダイニングテーブルの制作
ー花ー

木材(楢)
w1030×d765×h727mm

國安 沙友里
Kuniyasu Sayuri
デザイン工芸コース

本研究･制作は､住まいの中心的存在である「ダイニングテーブル」についての研究･制作である。家具においては、インテリア設計からみた与条件がデザイン・機能に大きく影響を与えており、その為に家具と使用者と空間の関係を、切り離して考えることはできない。これを一つの概念として念頭に置き、基本生活行為・高次生活行為、または家事労働生活行為の視点からダイニングテーブルの用途を推測し、人間工学の分野から動作寸法を考えデザインを考案した。本作品は一人ないし二人用の家具として設定しており、一人で広く使用する際には、天板を二つのサークルエリアに区切る事ができ、作業と憩いの空間を同時に創り出すことができる。

また、二人で使用する際には、天板の形状を利用して、シーンに合わせて相手との距離を変えることができ、くつろぎの場を多様に活用できる。また材料選定でも作品に懸ける思いを込め、選んだ楢材の保有する魅力と迫力は、本作品に存在感を与えている。使用する者の余暇的・社会的・文化的生活を、より良く充実させたい。

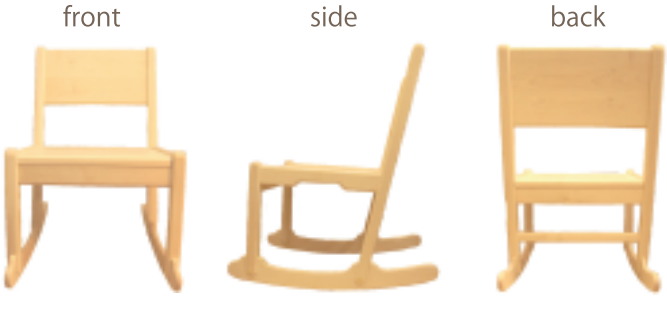
白いロッキングチェア
ー揺れるを楽しむー

メープル・イエローハート
w475×d650×h740×sh350mm

松井 麻里子
Matsui Mariko
デザイン工芸コース

椅子は、家具の中でも人の体に直接触れるという意味でとても身近な存在です。中でもロッキングチェアは、座るという要素に加え、揺れるという要素を持ち合わせていて、心地よさや楽しさをもたらしてくれます。私は、そうした部分に魅力を感じ、入学以前からずっと制作したいと考えていました。

ロッキングチェアは、日本の生活で使うことが一般的ではないので、生活空間に自然となじむような穏やかな存在感、そして主張しすぎないものを目指しました。デザインは直線をベースに大きめの丸みをつけて親しみやすいものにしました。素材にはメープル材（楓）を用い、白く柔らかい印象になるようにと考えました。揺れているときも両足が地面に着き、またサイドに手の握る場所を設けることで、揺れるという要素に重点を置きながらも不安を感じることのないようにも配慮しました。



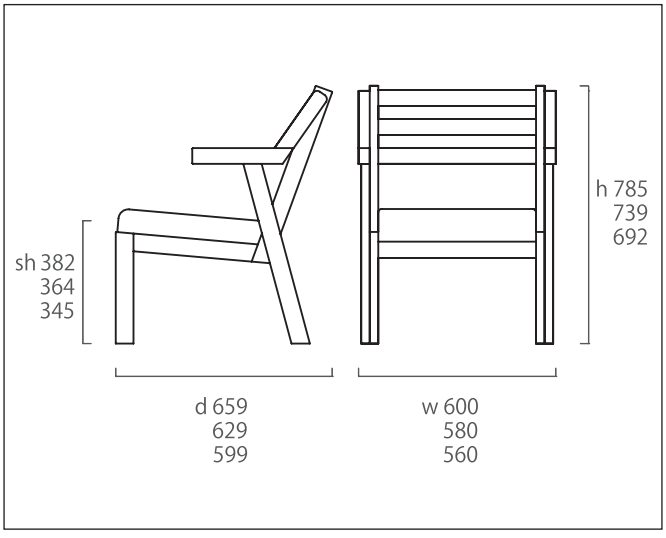
椅子の家族

タモ材・ファブリック・ウレタンフォーム
w600×d659×h785mm
w580×d629×h739mm
w560×d599×h692mm

佐垣 友絵
Sagaki Tomoe
造形建築科学コース

現代の家族のコミュニケーションは以前に比べ希薄になっている。理由として核家族化や共働きなど生活スタイルの変化、多様な娯楽の発達などが挙げられるが、中でも重要な原因の１つといえるのが住宅の変化である。かつての家はふすまで仕切られ開放的な空間で、囲炉裏や茶の間など食事の場所を中心に家族が自然と集まっていた。現代はダイニングキッチンの普及で食事が切り離されたため、茶の間のように自然と人が集まる場所がなくなりまた個室が増えたため家でも別々に過ごすことが多くなった。

現代の家で家族が自然と集まる場所をつくるために、父・母・子それぞれに見立てた椅子を家族の象徴として居間などに置くことを提案したい。椅子には人の気配があり、人の居場所をつくる。家族の人数分の椅子が並ぶさまから家族のこと、また自分がその一員であることを意識させ、その人が座るべき居場所を確保することで自然と家族が集まりコミュニケーションが生まれることを目指す。椅子は肘掛を人の腕を模した形にすることでより人の気配を感じさせ、父・母・子の違いは大きさと丸みを変えて表現した。



ペラ・テラ
Flat Buddhist Temple
ー地域の中での新しい寺と境内のかたちー

図面・模型

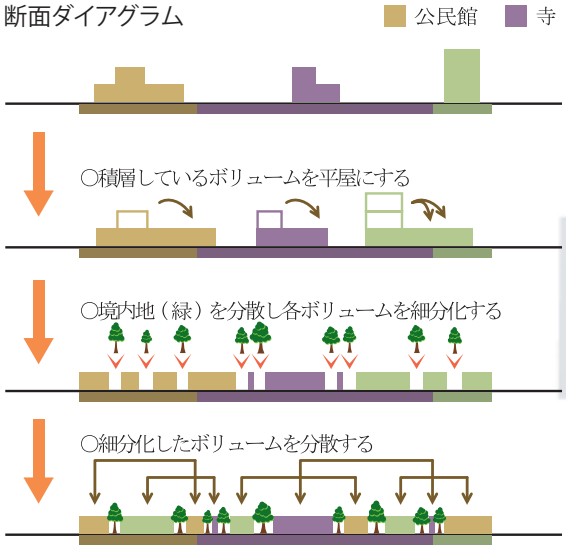
生駒 岳大
Ikoma Takahiro
造形建築科学コース

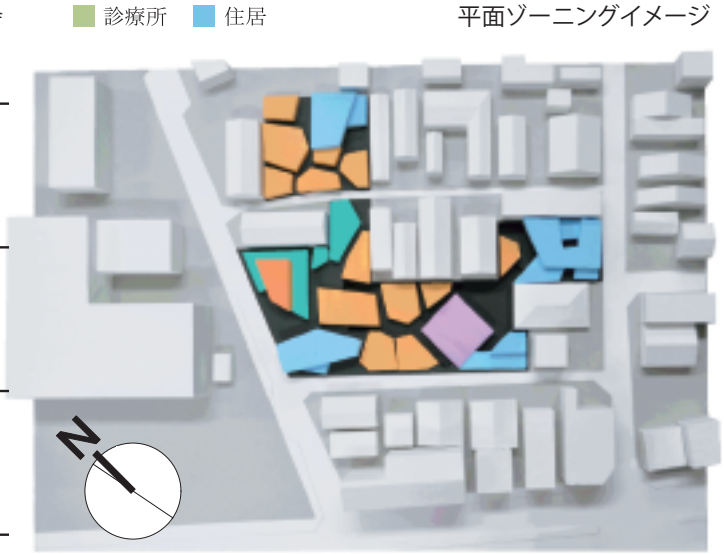
かつて冠婚葬祭をはじめ地域交流の中心にあった寺は、近年の宗教離れや地域住民の結びつきの希薄化などによって、利用されることが少なくなっている。

そこで、私は以下の 3 つの工程によって寺と周辺の公共施設を再構築し、地域の人々と寺が新たな関係を結べるよう設計した。

1 つ目は、寺の敷地の残余空間を利用して、寺と公共施設をほぼ平屋で再構築することで、屋上へのアクセスを容易にすると共に周辺の住環境を向上させる。2 つ目は、各施設を住宅と同スケールの大小のボリュームに分割し、敷地内に分散させることで、周辺街路を引きこんだようなネットワークを敷地内に展開し、住宅地との一体感をもたせる。そして、3 つ目は、再分配した境内の緑地と、高低差のある各ボリュームの屋上庭園を一体的に利用することで、敷地全体が住宅地共有の庭となるようにする。

鳥瞰図





まちなかまちごとコティ

図面・模型

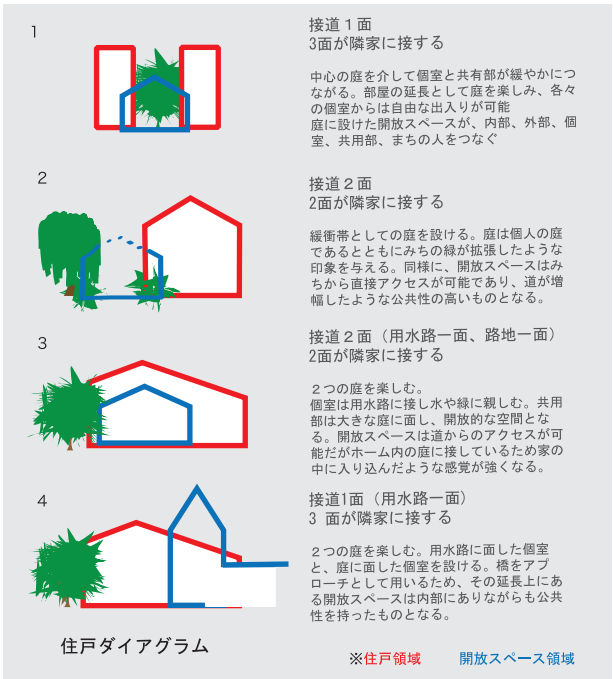
石黒 綾
Ishiguro Aya
造形建築科学コース

現在高齢者の為に設けられたあらゆる施設は、閉鎖的で周囲と関わりを持たず、高齢者は自らが社会の一員であるという意識までも剥奪されている。そこで、まちなかの住宅地に住戸や交流のためのスペースを点在させ、高齢者が必要な手助けを受けながら、まちをいえとして取り込む生活が送れるようにする。

敷地となる住宅地には、美容院や医院・銭湯があり、商店や図書館からもほど近く、その他の機能を補完することで、まち自体が高齢者の生活空間となりうる高岡市白金町とする。コティとはフィンランド語で「いえ」を意味する。この「いえ」は高齢者の豊かでのびやかな生活つくりだす。

住戸２　まちがいえになる

敷地概要



住戸ダイアグラム

接道１面
3面が隣家に接する

中心の庭を介して個室と共有部が緩やかにつながる。部屋の延長として庭を楽しみ、各々の個室からは自由な出入りが可能
庭に設けた開放スペースが、内部、外部、個室、共用部、まちの人をつなぐ

接道２面
2面が隣家に接する

緩衝帯としての庭を設ける。庭は個人の庭であるとともにみちの緑が拡張したような印象を与える。同様に、開放スペースはみちから直接アクセスが可能であり、道が増幅したような公共性の高いものとなる。

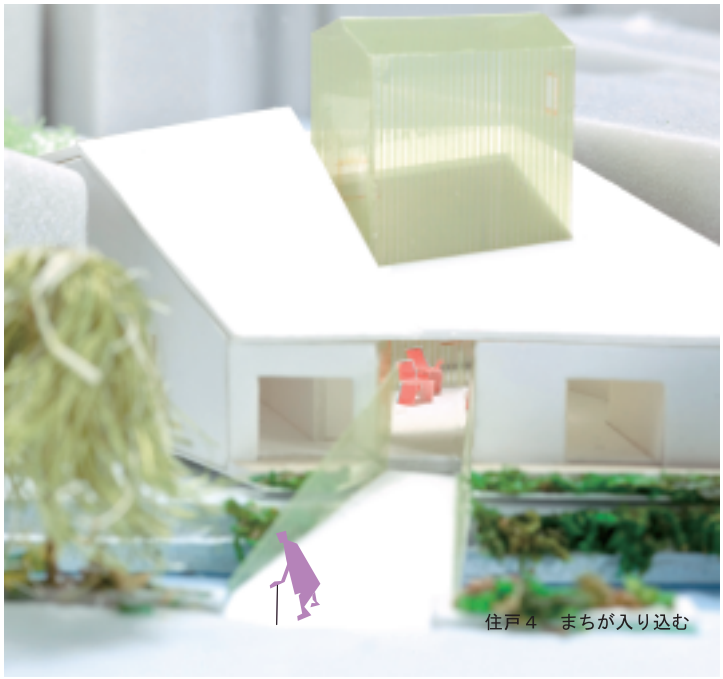
接道２面（用水路一面、路地一面）
2面が隣家に接する

２つの庭を楽しむ。
個室は用水路に接し水や緑に親しむ。共用部は大きな庭に面し、開放的な空間となる。開放スペースは道からのアクセスが可能だがホーム内の庭に接しているため家の中に入り込んだような感覚が強くなる。

接道1面（用水路一面）
3 面が隣家に接する

２つの庭を楽しむ。用水路に面した個室と、庭に面した個室を設ける。橋をアプローチとして用いるため、その延長上にある開放スペースは内部にありながらも公共性を持ったものとなる。

※住戸領域　開放スペース領域



住戸４　まちが入り込む

福岡駅前区画整理事業に伴う再開発

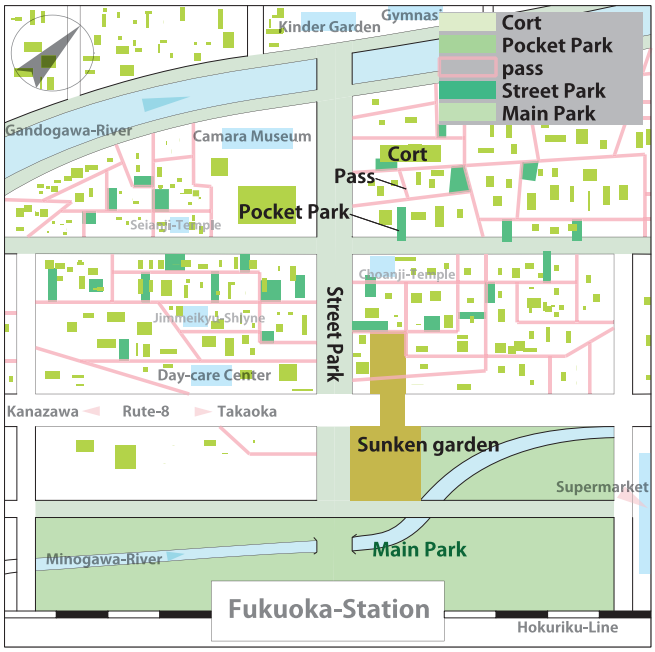
ー家と街のつなぎ目ー

図面・模型

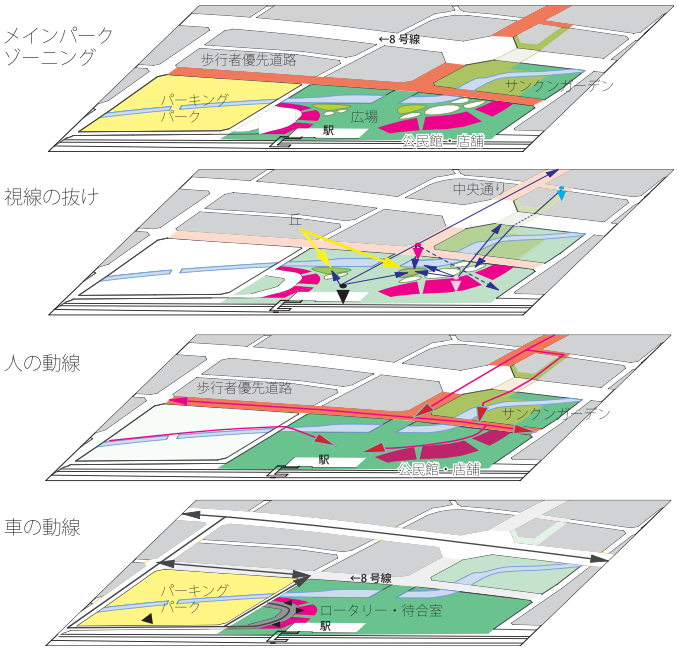
伊藤 あかね
Ito Akane
造形建築科学コース

富山県高岡市福岡町では、旧街道沿いに町家が軒を連ね路地や裏庭の空間が多く残る一方で、国道を越えた駅前地域は閑散としており、活気がない。現状を改善するため予定されている区画整理事業では、町家的なスケールの街区を画一的に作り替えられ、駅前と旧街道沿いは分断されてしまう。

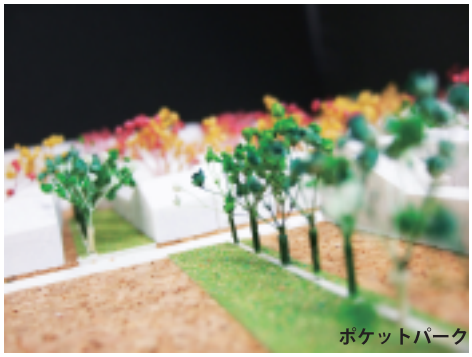
この計画に対し、既存の路地や裏庭といったヒューマンスケールな要素を活かしながら以下の四つを主軸としたまちづくり・再開発の提案を行った。①駅前メインパーク：街に対し大きなパブリックスペースを与える②ポケットパーク：庭と路地のネットワークの先に配置し、生活空間を拡大する③中央通り：駅前地域と旧街道地域を、公園化し歩行者優先の道にする③サンクンガーデン：国道の下を通り、メインパークにアクセスする。この計画により、小さな緑でつくられる庭と路地のネットワークが広がり、住民の生活空間は街中に連続していく。そして活気を失っていた街へ人が再び流れ出し、家と街を行き来しながら人々が生活する風景が生まれる。



配置図

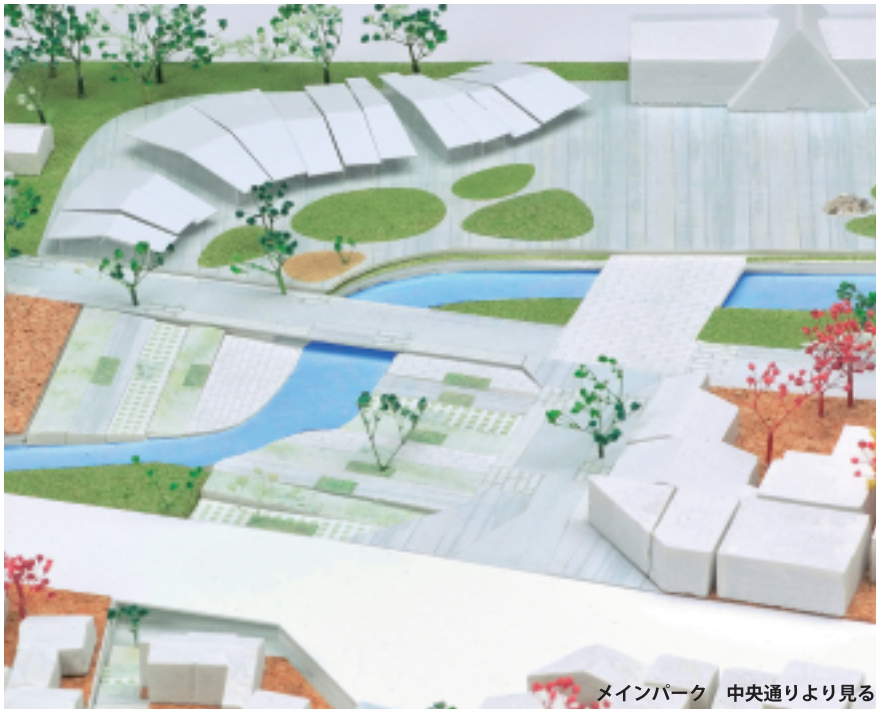


ゾーニングダイアグラム



ポケットパーク

ストリートパーク



メインパーク　中央通りより見る

川の起点の図書館
ー川と共にある街並みー

図面・模型

猪倉 雄飛
Inokura Yuhi
造形建築科学コース

かつて富山市の中心部を蛇行しながら流れていた神通川は、およそ100年前、工事によりその流れを変え、松川を残して残りは廃川地と呼ばれる大きな空き地となった。当時その空き地は、子供の遊び場や屋外映画場といった人々の憩いの場となっていた。しかし、近代化にともない次第にその場には中高層ビルが建ち始め、川沿いは利用されなくなった。

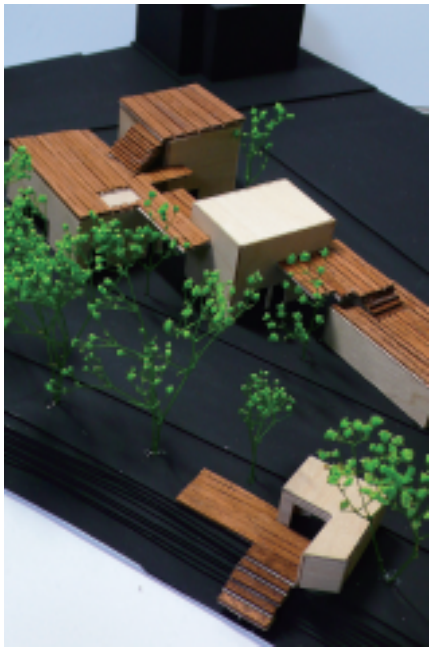
そこで、ここでは取り壊し予定の既存の図書館を、松川沿いの五つの敷地に分散して配置し、人と川との接点とする。そして、このような人の居場所を、街を囲むように流れている松川に段階的に設けることで、再び川は街と密接に関わっていく。また、離れた敷地同士を船でつなぐことで、街の新たな動線とし、路面電車とともに人の流れを活性化させていく。

本を求めて、あるいは休息を求めて、川沿いには少しずつ人々が増え始め、次第にそれは川を介して街中に広がっていく。

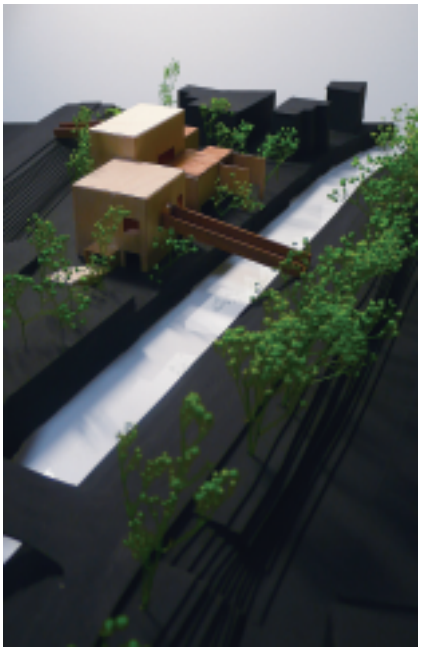
北合流部図書館

オフィス街図書館

環水公園図書館



神社裏図書館



住宅地図書館

敷地図

北陸における町家の住まい方の提案

図面

大井 綾乃
Oi Ayano
造形建築科学コース

伝統的な町家と地域社会のニーズとの共存を考えたい。

町家は独自の地域性や文化的要素など様々な伝統を現在に伝えている。

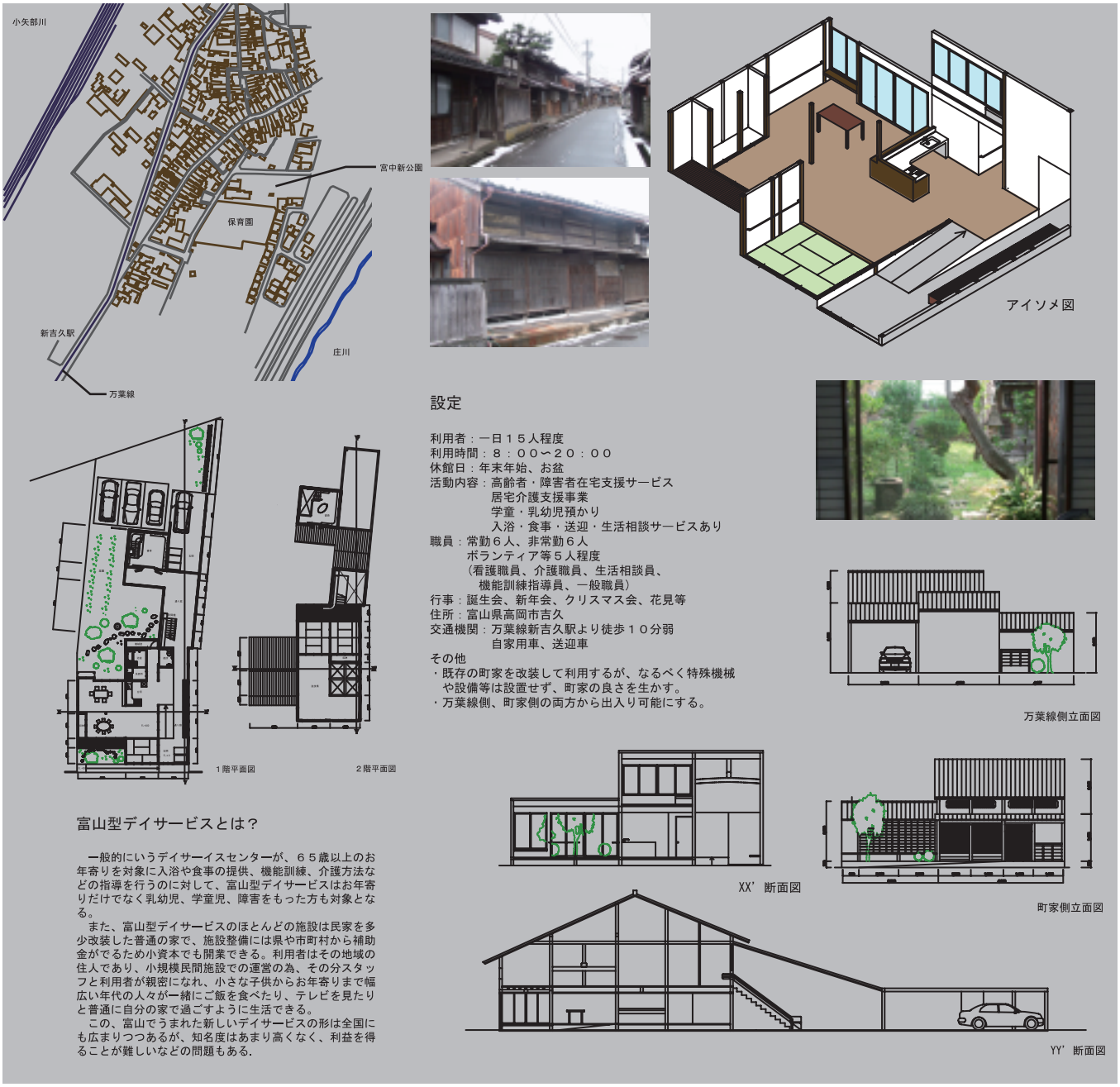
富山県高岡市には金屋町、山町筋、吉久と３つの町に古い町並みが残され観光資源としても保護されている。

しかし、平均寿命約 80 歳の長寿社会となった今、町家に住む人々も高齢化が進んでおり、社会全体にノーマライゼーションの考え方が浸透してきている中、伝統的な町家は段差が多く出入り口も狭いなど誰もが過ごしやすい家とはいえない。

高齢化・人口減少が進み近所や地域のつながりが薄れていく中、高齢者世帯の増加や孤独死などの問題も起こっている。人々の寿命が延びた分、身体機能が低下しつつある中で第二の人生を健康に楽しくすごせる場が必要となる。

また、富山県の ６ 歳未満の未就学児がいる世帯の2軒に1軒は共働きであり、保育所等の子供を安心して預けることのできる施設も求められている。

そこで、吉久という地域にスポットをあて、地域社会のニーズと町家との共存を富山型デイサービスをとりいれて考えたい。



地方都市の中心市街地における集合住宅の提案

図面・模型

加藤 祐衣
Kato Yui
造形建築科学コース

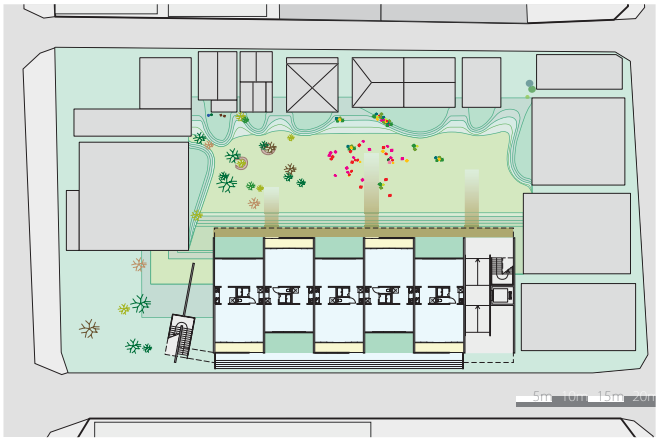
現在、地方においても郊外に暮らす高齢者の中心市街地への住み替えがみられる。家族形態の変化や地域社会のつながりの希薄化によって近隣に頼ることのできる人がいないこと、車なしでは生活を送ることが困難な生活環境であることなどから利便性の高い中心市街地への住み替えが起きている。

しかしながら中心市街地では集合住宅は多くの人を入居させることに重点が置かれ、高密で閉鎖的な生活環境が当たり前のものとなっている。そのため従来の集合住宅では他者とのつながりが希薄でコミュニティが形成されにくく、住み替えをする孤立しがちな高齢者の欲求を満たすことができない。

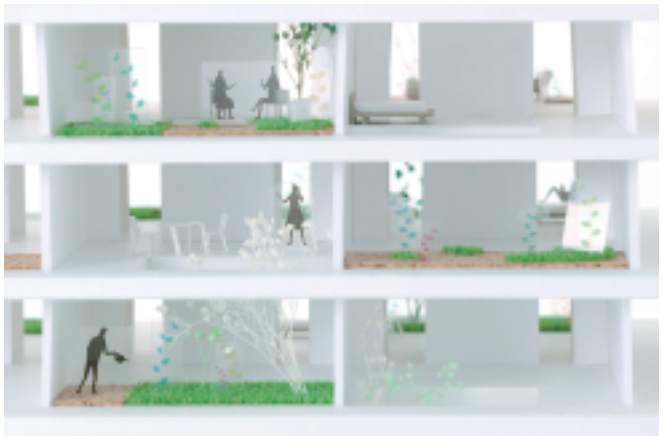
そこでプライベートな空間とパブリックな空間の間に〈ニワ〉や〈ドマ〉といった中間領域を組み込み、住人の空間と共用部分を緩やかに分節する。

住人の生活が両者の性格を持つ中間領域へとにじみだし、その場を介して住人同士の交流を促す集合住宅とする。

模型写真



配置図 / 1 階平面図



庭の使い方の例

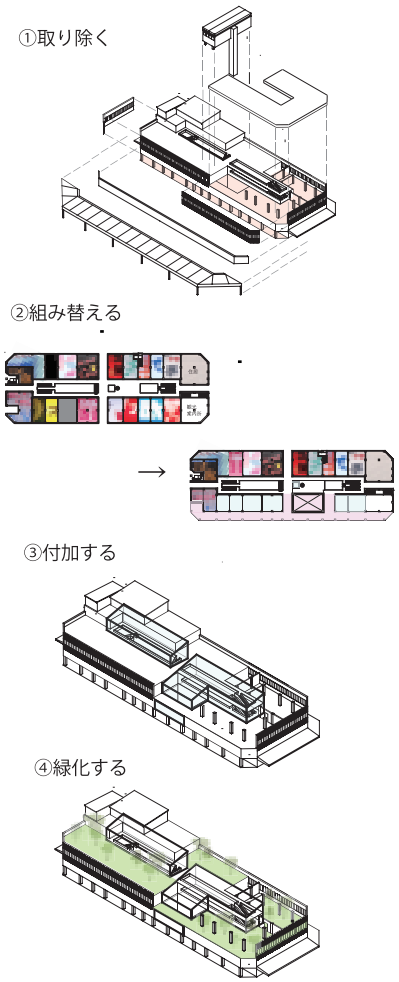
駅前の地層

図面・模型

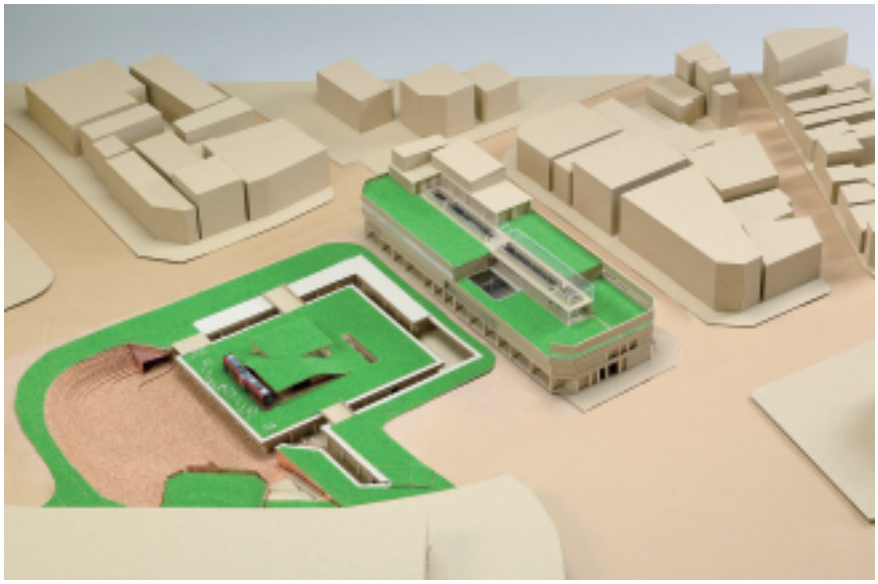
酒井 克弥
Sakai Katsuya
造形建築科学コース

富山県高岡市の駅前では、1961年に建てられた駅前ショッピングセンタービルが建設当初とは姿を変えながらも残っている。また、その駅前ビルは広場の下で、地下街を介して駅舎とつながっている。現在、それらの施設は空き店舗が目立つ状況であるが、2015年の完成に向けて新しい駅舎の建設がはじまり、駅前の再開発が進められようとしている。しかし、市の都市計画では地下街に対する提案はなく、現在の駅舎よりも古い駅前ビルが取り壊されるのも時間の問題である。それらを踏まえて、既存の要素に対して、①取り除く②組み替える③付加する④緑化するという４つの操作を施し、今まで隠れていた空間を開放し、レベル差のあるスラブを連続的に繋ぐことで、駅前広場に再活性化された駅前施設を内包する立体的なランドスケープを提案する。

駅前ビルでの基本的な操作

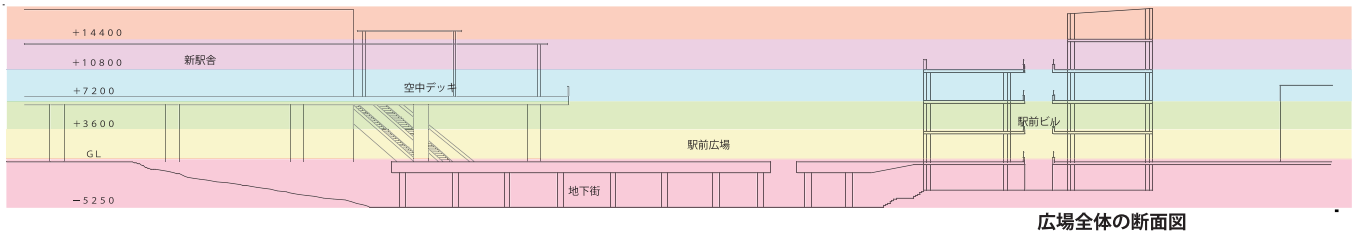


駅前広場の全体像



天井を取り除いた地下街

トラムの待合所



広場全体の断面図

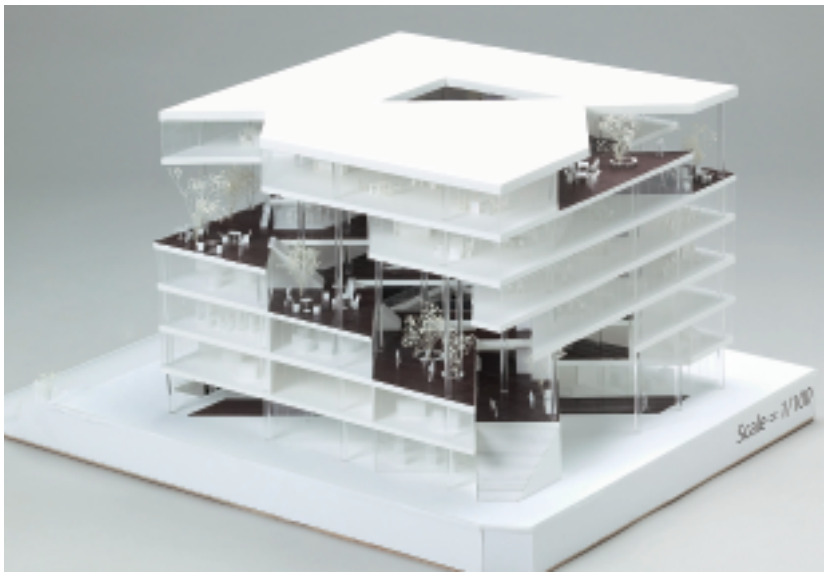
Scape Building
ー新たな都市風景となるビルの提案ー

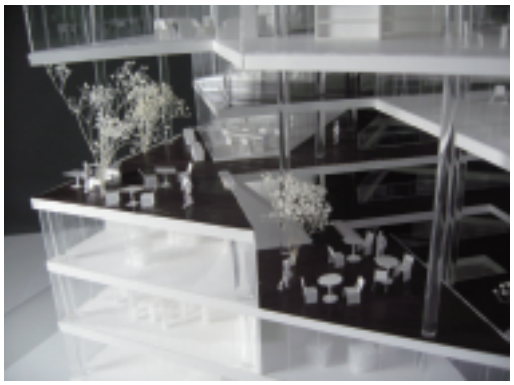
図面・模型

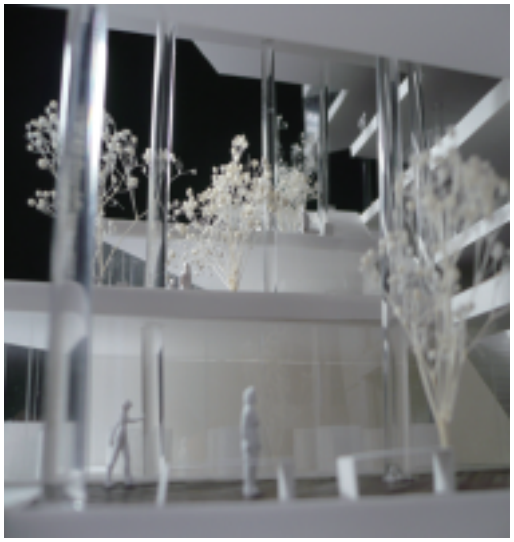
島崎 貴人
Shimasaki Takato
造形建築科学コース

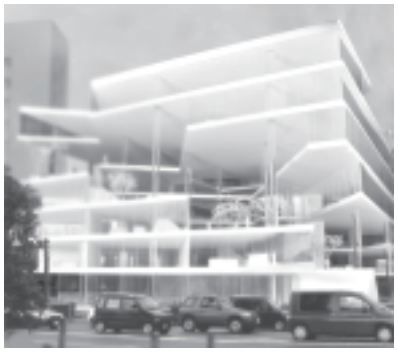
現在の都市の多くは中高層の建物により構成されており、そうした建物の低層部では人々のアクティビティにより賑わいや活気がみられるのに対し、その上層部では効率的にフロアを積層させ、外壁は人工的で無機質なガラスやコンクリートで画一的に覆われているため、都市の風景は私たちに閉鎖的で冷たい印象を与えていると考えられる。

本計画では、建築にパブリックスペースとなるヴォイドを、周辺街路の軸線を取り入れながら立体的に組み込むことで、建物の上層部まで人を導き、人々のアクティビティ、賑わい、活気のようなものを高層部に表出させ、都市の新たな風景となることを提案する。

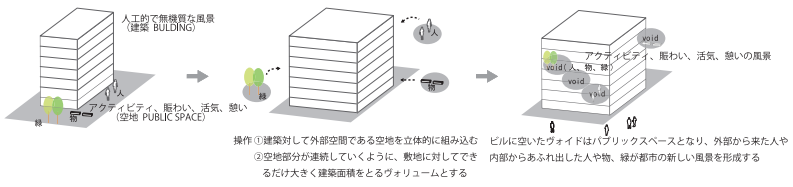








DIAGRAM



操作 ①建築対して外部空間である空地を立体的に組み込む
②空地部分が連続していくように、敷地に対してできるだけ大きく建築面積をとるヴォリュームとする

ビルに空いたヴォイドはパブリックスペースとなり、外部から来た人や内部からあふれ出した人や物、緑が都市の新しい風景を形成する

境界空間
ー郊外に暮らすー

図面・模型

藤本 章子
Fujimoto Akiko
造形建築科学コース

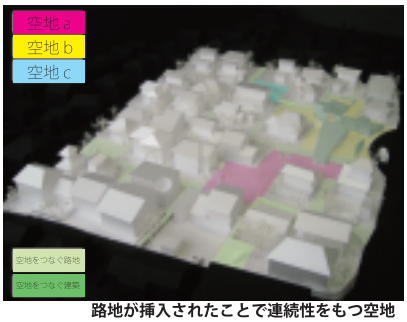
郊外住宅地では核家族を対象として、効率的な宅地化と車移動の生活を基盤とする街区計画が進められてきたため、塀によって閉ざされた住宅が均一に並ぶ風景が見られる。しかし、少子高齢化が進み、家族の単位や関係性は変化しており、このような住宅地の在り方はそぐわなくなっている。

この計画では、既存の住宅は残したまま、住人が自由に行き来できる路地的な空間を隣地境界に設けることによって、従来の街区をヒューマンスケールを有する路地空間のネットワークへと変化させる。

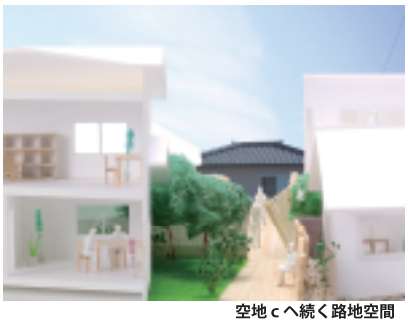
そうした路地空間を隣接する住宅の配置や空間構成、庭の有無により性格づけることで、住宅と住宅、住宅と人間や空地といった隣接するもの同士の新たな関係をつくりだす。

従来の街区

境界によって変化する街区

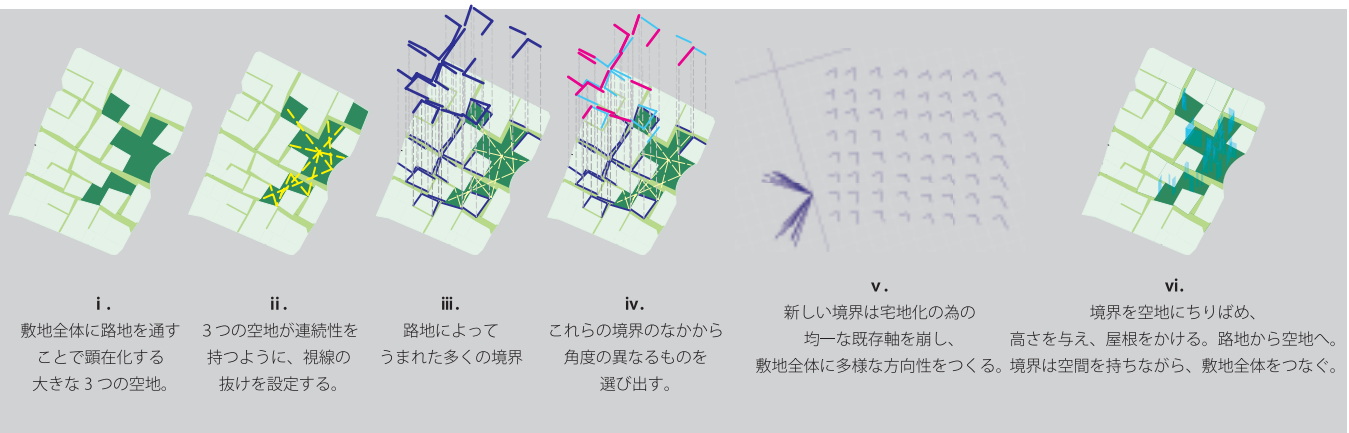


路地が挿入されたことで連続性をもつ空地


空地 c へ続く路地空間

高齢化のすすむ地方都市の郊外住宅地を一例として、隣地境界に路地のような空間を挿入し、境界について考察することが街区の在り方や住宅と人間との関係を変化させ、新たな空間の設計手法となるという提案。

境界を構成するもの



境界からつくられるもの

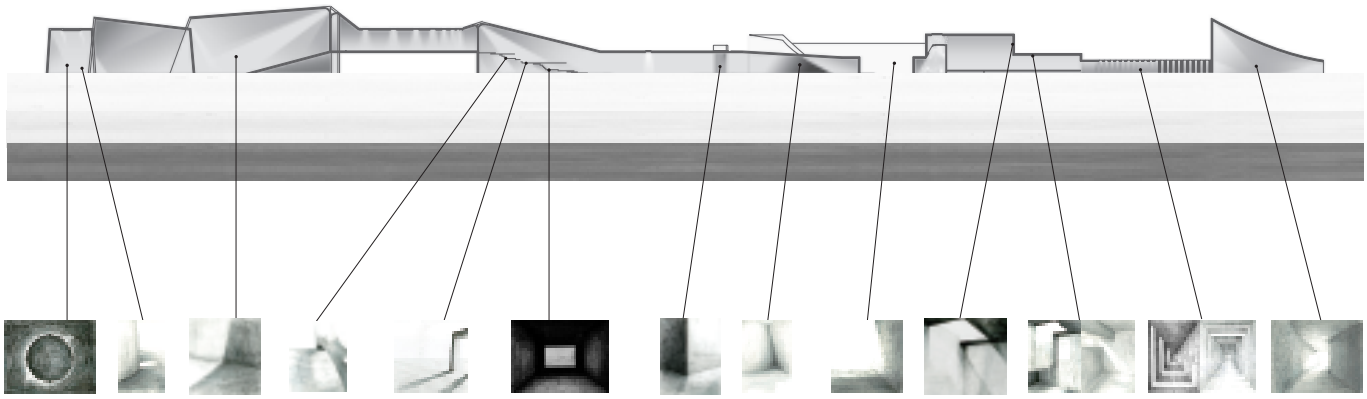
影の様相

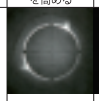
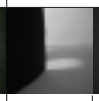
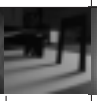
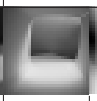
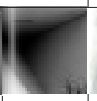
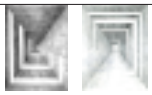
図面・模型

松本 玲子
Matsumoto Reiko
造形建築科学コース

影とは物体や人などが、光の進行を遮る結果、壁や地面にできる暗い領域である。

季節や天候や周辺の環境要素によって刻々と変化する光と影によって、空間は様々に特徴づけられる。こうした影がもたらす空間的効用を顕在化するため、様々な建築物のシーンにおいて見られる特徴的な影を有する空間を切り取り、一つの建築物として再構成することで、時間の経過により多様に変化する空間の様相を体験できる美術館を計画した。場所は水面の反射、風の揺らめき等を強く感じることの出来る水に囲まれた島根県、松江市にある中州区域を敷地とした。



	空間の特別性を高める	人を誘導する				境界線を作る		柔らかな印象を与える		人を感じる	物を映す	モアレ	錯覚を起こす	空間の形を浮き出す
														
	天候によって浮き出す	開口を影で認識する	明るい方へ導く	コントラストで目立たせる	借景	空間を区切る	影の長さで道を作る	境界線をぼかす	角が見えない	他人の動きを影で認識する	反射	2つ以上の影	異なる開口でも影が同じ	影が屈折する
明解	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
幻想			●		●									●
曖昧							●				●		●	

革ふいご送風による 鋳型・坩堝一体型鋳造について

Study on bronze casting technique using a mold-crucible assembly and moc bellows

石井 光子
Ishii Mitsuko
デザイン工芸コース

研究概要

研究目的である、“特別な設備・場所を要せず行える鋳造技術の習得”のためには、古代の技術を復元し、実践することが適していると考えた。革ふいご送風を用い、鋳型と坩堝を一体化する鋳造技法＜図1＞を研究した結果、青銅だけでなく、融点の高い純銅の鋳造にも成功した。着目点は次第に、溶解炉の構造や溶解中の温度変化へと移っていった。この報告書においては、多くの実験の中から重要な内容を、抜粋して記載する。

実験内容

1. 革ふいご製作

革ふいごとは、動物の革を袋状に縫い合わせた部分に空気を溜め、押し出し、送風することにより、溶解炉の温度を上昇させる道具のことである＜図2＞。

①送風管焼成＜野焼き法による焼成＞

革ふいごの風を勢いよく送り出す役目の送風管を、粘土と真土（まね）を練り合わせて作り、野焼きと呼ばれる方法を用いて、焼成した。地面に木材と藁を積み重ねて、中央に送風管を据え、藁で覆い、その上を粘土で塗布して焼成窯とした。今回の実験では、藁の覆い方が異なる2種類の窯を用いた。＜図3･4＞

窯の内部温度の測定には、熱電対を送風管の最上部と最下部の位置に1本ずつ差し込み、合計2本で計測を行った。

2. 革ふいご送風方法と溶解炉の構造

この実験で使用した溶解炉の種類は、送風方法を含め大きく4つに分類される。その4種類と、送風方法を記載する。

①革ふいごの送風方法

内径約25mmの革ふいご送風管の空気排出口を狭め、送風の風量と勢いを増すために、以下の道具を革ふいご送付管の先に取り付けた。

（1）革ふいご＋竹筒（長さ約25㎝×内径約18mm）

（2）革ふいご＋竹筒＋ミニ送風管（長さ7.5㎝×内径7mm）

（3）革ふいご＋ミニ送風管

②溶解炉の構造

A:風室無し溶解炉（革ふいご＋竹筒）＜図5＞

ふいごと竹筒を、下向きに20˚程度傾け地面に置き、竹筒の空気出口が塞がらない様土に埋め、レンガで固定する。竹筒の先に深さ10㎝×径20㎝程の穴を掘り、溶解炉とした。使用回数は1回。

B:風室付き溶解炉（革ふいご＋竹筒）＜図6＞

送風方法はAと同じだが、竹筒の空気出口の先に深さ2㎝、径14㎝の風室（風が溜まる部屋）を設け、上部に複数の鉄棒を約1㎝間隔で並べた。その隙間から風が上部の溶解炉に送られる。使用回数1回。

C:風室付き溶解炉（革ふいご＋竹筒＋ミニ送風管）＜図7＞

風室の構造はBと同じである。鉄棒の使用数を6本に増やした。実験を重ねるにつれ、送風管の角度は下向きに傾き、溶解炉は深さ約10㎝（風室の深さ含む）×径約18㎝の大きさで安定するようになった。

D:風室付き溶解炉（革ふいご＋ミニ送風管）＜図8･9＞

送風管の角度を下向きに大きく傾け、風室底面にまんべんなく風を吹き付けるようにした。風室は、深さ5～6㎝×径7～8㎝の大きさを用いた。

3. 溶解実験＜図10＞

坩堝の中に錫15%、銅85%の青銅を入れて、溶解実験を行った。

溶解炉は上記のDを使用し、内部温度測定のために、熱電対を使用した。坩堝の最下部から3分の1程度にあたる部分に直接触れるように差し込んだ1本と、最上部より上に3～4㎝離れた場所に差し込んだ1本、計2本で計測を行った。青銅の溶解に使う熱源は、2～3㎝の大きさに切ったおがくずを固めて炭にしたさくら炭のみである。熾した炭火の上に坩堝をセットし、炭で周りを覆っていった。炭は坩堝上部の熱電対が隠れるまで、3回に分けて追加したのだが、その度にふいご送風を行い溶解炉の下から順に火がつくようにした。更に、溶解炉の保温を高めるために、レンガ片などで覆うように炭の上に置いた。

実験結果

（1）送風管焼成では窯の作り方の違いで＜図3･4＞、最高到達温度に100度以上の差が表れた＜図11･12＞。

（2）A以外の溶解炉で、溶解量は異なるが青銅の溶解に成功した。

（3）C、Dの溶解炉で300g～400gの錫15%、銅85%青銅の溶解･鋳造に成功した。

（4）Dの溶解炉に改良後、溶解炉全体に風が行き届くようになった。

（5）高い温度で鉱物粒が溶けて出来るノロが、C、Dの炉壁から度々摘出された。

（6）溶解実験では、炭追加終了後、送風し始めて約10分で1200度に到達した＜図13＞。

［主要参考文献・URL］

○下中記念財団 EC 日本アーカイブス『ベーレ族（東サハラ、エネディ高原）管状のふいご作り』 富山大学高岡キャンパス 図書館所蔵

○庄田慎矢 他 『土器野焼きの対照実験』博望、2009

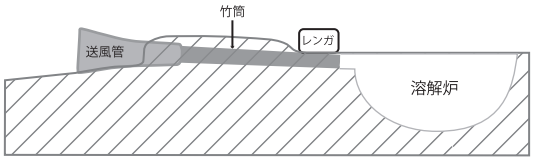
○前田修一 他 『土器焼成実験の記録』1999
＜URL＞http://www.let.ryukoku.ac.jp/koukogaku/doki/doki.html

＜図1＞　鋳型と坩堝を一体化(写真中央　上:鋳型　下:坩堝)

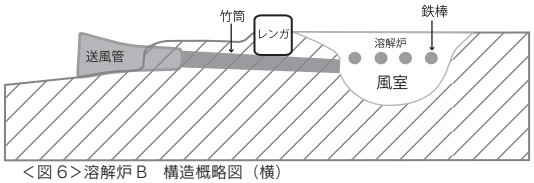
＜図2＞　革ふいご全体図

＜図3＞　台形型焼成窯(粘土塗布前)

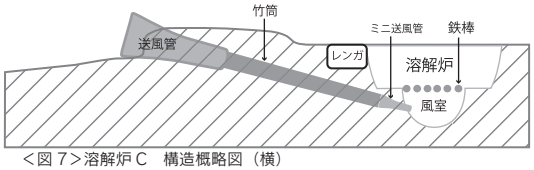
＜図4＞　円錐型焼成窯(粘度塗布前)



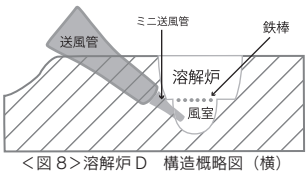
＜図５＞溶解炉Ａ　構造概略図（横）



＜図６＞溶解炉Ｂ　構造概略図（横）



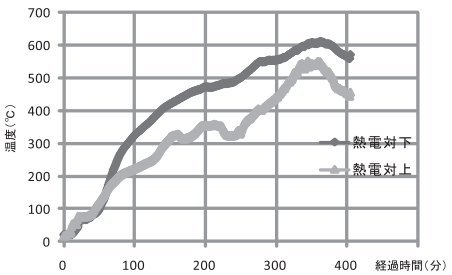
＜図７＞溶解炉Ｃ　構造概略図（横）



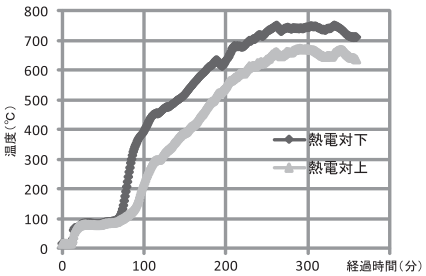
＜図８＞溶解炉Ｄ　構造概略図（横）

＜図9＞　溶解炉D　正面

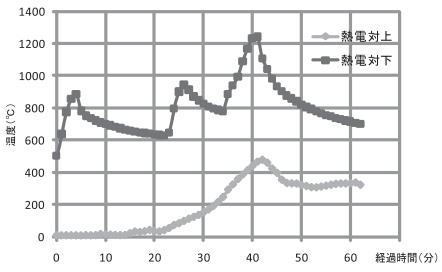
＜図10＞　溶解実験中風景



＜図11＞　円錐型焼成窯　内部温度



＜図12＞　台形型焼成窯　内部温度



＜図13＞　溶解炉　内部温度

正座とあぐらの重心動揺特性

Body sway in *seiza* and *agura* sitting

藤田 みお
Fujita Mio
デザイン工芸コース

要旨

正座とあぐらの姿勢の安定性を比較するため、着座中の身体の揺れ（重心動揺）を計測した。その結果、正座はあぐらに比べ前後方向の揺れの速度が速いことが明らかになった。この理由として、床と接触する面の大きさが安定性に影響したことや、姿勢保持のための筋肉の活動量が異なったこと、姿勢の形により呼吸などによる前後方向の揺れの吸収量が異なったことなどが考えられた。また、正座はあぐらに比べ左右方向の動揺量が大きかったことから、左右方向の安定性が弱いと考えられた。

はじめに

日本では、正座やあぐらなどの床に座る姿勢が日常的に行われてきた（写真1）。近年では食事などの際に椅子に座る生活様式が普及してきているが、室内でくつろぐときなどにはあぐらや投足などの床座位姿勢を取る機会も多い。また、最近では人間工学に基づいて設計された床座位のための座具も提案されている（小山ら、2003）。

西洋では、半世紀以上に渡って椅子や椅座位姿勢の研究が行われてきた。これに対し、床座位姿勢に関する定量的な研究は少ないのが現状である。そこで、本研究では、床座位での姿勢保持についての基礎的な資料を得ることを目的とした。そのために、重心動揺計測により代表的な床座位姿勢である正座とあぐらの安定性を比較した。

重心動揺計測による姿勢の評価

ヒトの身体は、静止しているときでも、細かく姿勢を調節することによってバランスを保っている。そのため、身体の重心もこれに合わせて細かく揺らいでいる。重心動揺計測は、重心の揺れの大きさを測ることによって身体のバランス制御の特徴を調べる方法である。一般的に、片足で立つなどの不安定な状態では動揺が大きくなることから、動揺の大きさは安定性の指標とされることが多い。

床座位姿勢は、床面との接地面積が大きく重心位置も低いので、基本的には安定した姿勢であると考えられる。そのため、通常の計測では正座とあぐらの安定性に差が出ない可能性があった。そこで、硬く安定した床に座るときと、軟らかく不安定な床に座るときのそれぞれの姿勢の重心動揺を計測することによって、安定性の違いを比較しやすくすることにした。

実験の概要

実験に参加したのは、本学の女子学生11名であった。正座・あぐらそれぞれの姿勢で、2種類の材質の床（MDF板、ウレタン：硬さ200±30 N/314cm^2）に座ってもらい、20分間の重心動揺を計測した。計測は1日に2回行った。1日の実験では正座とあぐらを1回ずつ、床の材質を変えてランダムな順序で行った。サンプリング間隔は10.0 Hzとした。

20分間の重心動揺のデータのうち、眠気による大きな動揺が起こった区間のデータを省いた15分までのデータを用いて重心の動揺速度と動揺量（動揺範囲を表す指標：RMS）について検討した。また、各条件での床面との接触面積を計測し、接触面積の大きさと重心動揺との関係についても検討した。

正座とあぐらの重心動揺の特徴

図1は、正座、あぐらのそれぞれの姿勢で板に座ったときの重心動揺の軌跡の例である。図2・aは、15分間の前後方向の動揺速度を表している。図2・bは、15分間の左右方向の動揺量を表している。

正座はあぐらに比べ、板・ウレタンの各条件で前後方向の動揺速度が速かった（図2・a）。座位姿勢での動揺速度には、呼吸や脈拍などによる揺れが大きく影響するとされる。体の揺れは、複数の関節が拮抗的に動くことにより吸収され、弱められる。あぐら姿勢で手を膝に置く場合、肘関節が90度程度に屈曲する。このためあぐらでは、肘関節が身体の揺れに合わせて動きやすく、呼吸などによる揺れを相殺する働きをしたのではないかと思われる。また、接触面積の計測の結果、正座での床との接触面積はあぐらに比べ小さかった。接触面積の大きさは、姿勢の安定

写真1. 正座とあぐら

性にとって重要な要素である。正座は接触面積が小さく、あぐらに比べ不安定な姿勢であるために、姿勢調節のための細かな動揺が多かった可能性が考えられる。正座での動揺速度が速かった要因として、このほかに筋活動の違いや、しびれの影響により姿勢の安定性が低下していた可能性が挙げられる。正座姿勢では、上半身が直立しているので、姿勢保持のための背筋や腹筋の活動があぐらに比べ大きかったのではないかと考えられる。しびれについては、実験後の主観評価から正座では多くの被験者がしびれや痛みを感じていたことがわかっている。しかし、現時点では、しびれと身体の安定性の関係については明らかではない。

左右方向の動揺量は、各条件で正座があぐらに比べ大きかった（図2・b）。正座では脛の前面で床面と接地しており、これはいわば、前後方向に長い2本の軸で身体を支えている状態である。このため、正座は構造的に左右方向に不安定であり、身体が左右に揺れたときに重心位置を元に戻す機能が弱かったのではないかと考えられる。

ウレタンに座ったときの重心動揺の変化

ウレタンを使用した条件では、動揺速度は正座・あぐらの両姿勢で板に比べ速くなった（図2・a）。支持面が不安定となったために、両姿勢で細かな姿勢調節が必要になったと考えられる。一方、重心の動揺量には、床の硬さによる有意な違いはみられなかった。このことから、支持面が不安定となった場合には、動揺速度を変化させて姿勢を調節することで、動揺量が一定に保たれていたのではないかと推測できる。このことは、正座・あぐら姿勢が基本的には安定しており、動揺量の特性は支持面の安定性の影響を受けにくかったことを示していると思われる。

まとめ

正座はあぐらに比べ、前後方向の動揺速度が速かった。床と接する面積の大きさの違いが姿勢の安定性に影響していた可能性が考えられた。これに加えて、姿勢の形によって呼吸などによる前後方向の揺れの吸収量が異なったことや、姿勢保持のための筋肉の活動量が異なった可能性が考えられた。また、正座はあぐらに比べ、左右方向の動揺量が大きかった。正座は構造的に左右方向に不安定な姿勢であるため、身体が左右に揺れたときに重心位置を元に戻す機能が弱かったのではないかと考えられた。支持面が不安定になった場合には、両姿勢で細かな姿勢調節を行うことによって動揺量が一定に保たれていたことが推測された。

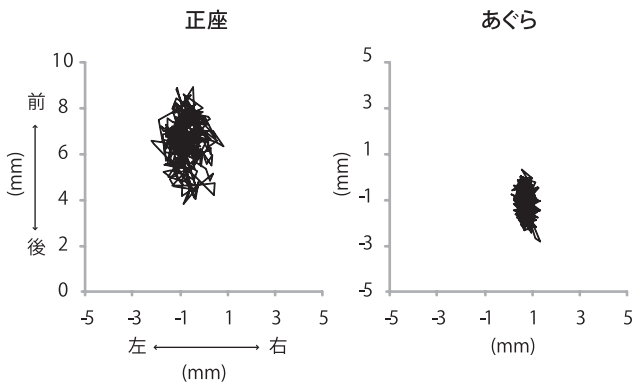


図1. 重心動揺の軌跡（板条件・開始後7-8分）

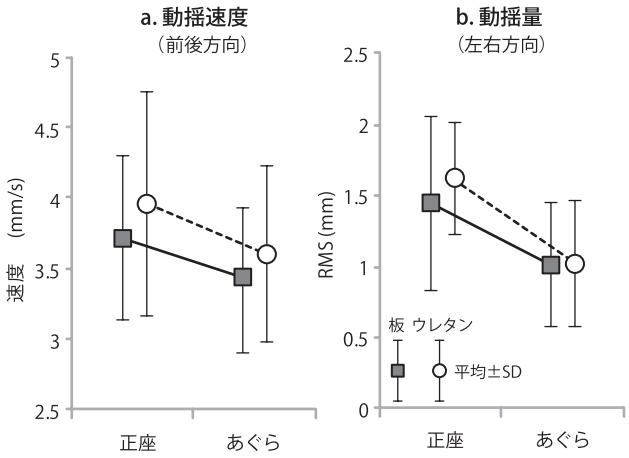


図2. 15分間の重心動揺の結果
a: 動揺速度（前後方向） b: 動揺量（左右方向）

[主要参考文献]

○Ikegami, R （1968） Psychological Study of Zen Posture, Kyushyu Psychological studies/Faculty of Literature of Kyushu University, 5, 105-133.

○小山秀紀，寺岡拓，野呂影勇 （2003） ベルビックサポートを備えた座布団の開発と評価，人とシステム，6 （1），11-18.

ブライダルの将来変化考察
―ブライダル儀礼をデザインする―

Consideration for Future Change of Bridal
:Design Captuer of Bridal Protocol

＊澤﨑 円との共同研究（P42）

金子 慶子
kaneko Keiko
デザイン情報コース

婚礼からブライダルへ

冠婚葬祭と言われるように婚礼は、人間の人生の中の四大祭事の一つであり、太古の昔から存在していた。婚礼とは新たに結ばれる結婚、婚姻関係を表すものである。長い歴史の中で婚礼は人々の意識を反映しながら変化をとげてきた。なぜなら、婚礼とはその時代に生きる人々の結婚を表すものであるからだ。

室町時代に我が国の婚礼文化は整ったといわれているが、基本的に当時の婚礼は足利幕府の礼道教育の影響により厳格な形式を重んじるものであった。明治時代には、近代国家の成立により、伝統的な儀礼や習俗は非合理的なものであって文明開化にふさわしくないと考えられた。そのため、男女の平等を前提とした「契約結婚式」や「キリスト教挙式」が公の場で行われるようになるなど新しい婚礼がいくつか誕生した。しかし、1880 年代後半になるとそれまでの西欧化に反発して国粋主義が台頭し、日本の伝統に基づく挙式として「神前挙式」が登場し､人々に広まった。大正時代の戦時下には､「結婚報国」という名のもとに結婚が国家により統制管理され､「冠婚の新様式」が発表され、このとき初めて挙式と披露宴を分ける考えが生まれた。戦後にはアメリカの自由主義思想により平等が社会正義になった。挙式と披露宴の二部構造である結婚式が浸透しきり、挙式は神聖で荘厳な儀式となり、披露宴は娯楽性の高い宴が求められるようになった。1970 年代には､日本は高度経済成長をへており、それまでは各家庭で行っていた結婚式も一般の人々も家の外である神社やホテルであげるようになった｡1980 年代は景気の良さから｢ハデ婚ブーム｣がおこり、披露宴の演出は過剰なほど盛大に行われていた。1990 年代になると、ハデ婚の反発から「オリジナルウエディング」が流行し始める。挙式形体の中で「キリスト教挙式」の実施率が最も高くなった。これは、純粋な宗教意識の表れでなく、様々な雰囲気のチャペルやドレスといったこの挙式形体が持つ、多様性による支持の結果である。

現代では婚礼を含む「ブライダル」という言葉が誕生し、婚礼が長い歴史の中で変化したようにまた新たな変化をしようとしている過渡期である。人々の多様な結婚に関する意識である「オリジナルウエディング」の流行を受けてブライダルは婚礼に関わるものごとを指すため、実に多くの意味を含んでいる。現代人は、長い歴史を持つ婚礼と自身の結婚観との間で新たなる婚礼であるブライダルを誕生させ、自分たちの意識にあった結婚の表現方法を模索しているのが現状である。

現代人のブライダル意識

本研究では、ブライダルおよび結婚式のことを調べるために独自の調査をした。この調査と共にゼクシィが行っている結婚式の意識調査などをあわせて現代人はなぜブライダルを行っているのかを探った。現代社会では結婚することが、当然の認識ではなくなってきている。そして現代人の多くが結婚に求めることは「個人が愛情により結びつき、これによって精神を満たすこと」（図 1、図 2）である。

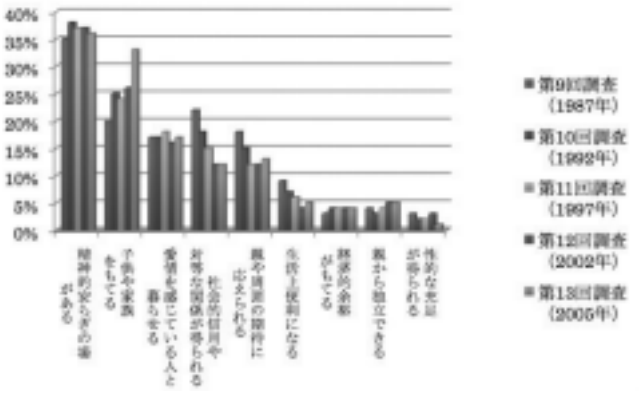


図 1　調査別にみた結婚することの利点（男性）
出所：国立社会保障・人口問題研究所「第 13 回出生動向基本調査」

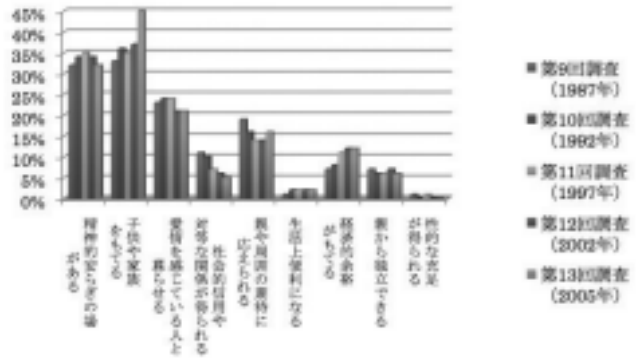


図 2　調査別にみた結婚することの利点（女性）
出所：国立社会保障・人口問題研究所「第 13 回出生動向基本調査」

これが実現できればいつ、どこで、だれと、どのように結婚するのかはあまり問題としておらず、結婚に対する意識は年々自由になっている。また、現代の結婚の表現であるブライダルは依然としてその中心は挙式と披露宴である。（図 3）もちろんこれらが含まれていなくとも人によってはブライダルが成立するが未だに多くの人が挙式や披露宴といった結婚式を重視している。

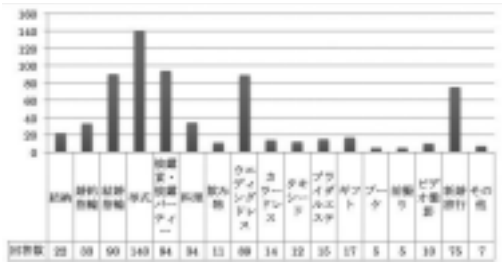


図３　ブライダルに必要不可欠なもの　出所：著者作

現代人は近代化をへて、世俗化が進み合理的な考え方をする傾向にある。そして、「身近な人々を重視する」（図４、図５）という特徴を持つ人が多い。

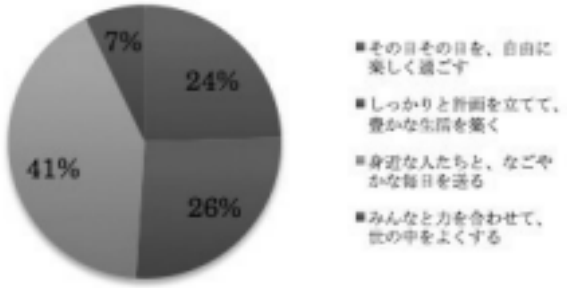


図４　生活目標　出所：「日本人の意識」調査

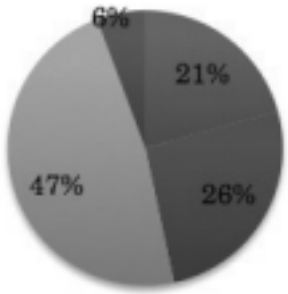


図５　生活目標（オリジナルアンケート）　出所：著者作

披露宴で招待客をもてなそうとするのはこれらの意識に影響されているからだと考えられる。披露宴に対し、挙式は、「厳格な儀式」であるためこういった意識が反映されにくい。しかし、全く影響を受けずにいるわけではなく、今後挙式も現代人の意識に沿ったものに変化していくと推測される。

今後のブライダル

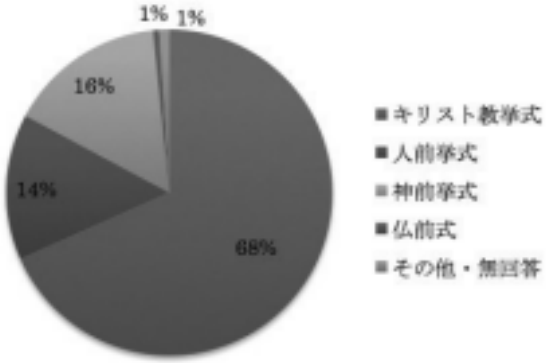


図６　挙式形態実施率　出所：ゼクシィ結婚トレンド調査 2005

現在最も支持されている挙式形態はキリスト教挙式であるが近年この形態の挙式率が下がっている。この原因は、人々がキリスト教信者ではないのにキリスト教挙式を挙げることに違和感を覚え始めたとからだと思われる。近代化がより進み世俗化が進むことによってもともと教義が強く、一神教的な宗教信仰に束縛される必要性を感じていない現代の日本人は、結婚式に宗教が介入することに疑問を感じ始めた。そして、これが反映されるように少しずつではあるが人前挙式の人気が高まっている。人前挙式が支持を高めてきた理由はもう一つある。人前挙式は特定の宗教の神に結婚の誓いをたてるのではなく、新郎新婦が結婚式に招待した人に結婚の誓いをするものである。現代人の多くの人は「身近な人たちを重視する」という特徴を持つため、人前挙式はかれらの意識に最も合った挙式形態であるといえる。しかし、未だにキリスト教挙式や神前挙式が支持されるのはこれまでのブライダルで培われたイメージによる憧れや、「一生を左右する重大な門出」に「厳かな雰囲気」を人々が求めているからだと思われる。人前挙式は参列者や証人といった「人に結婚の誓いを立てる」というスタイルのため、他の宗教と結びつきがある挙式形態に比べ歴史的背景や厳粛さが低くなる。しかし、今後、人前挙式が「厳かな雰囲気」を演出することができれば現代人の意識に最も合った挙式形態になり得るため、多くの人々が、特に「身近な人たちを重視する」といった特徴をもった人々がますます人前挙式を行うであろうと推測される。

[主要参考文献]

○石井研士『結婚式 幸せを創る儀式』日本放送出版協会、2005
○堂上昌幸『よくわかるブライダル業界（業界の最新常識）』
○日本実業出版社 、2006
○NHK 放送文化研究所編『現代日本人の意識構造』NHK ブックス、2003

高齢者が暮らす住まいの玄関の有り方
ー玄関のしつらえとバリアフリーの実現に関する考察ー
Ideal way of door of residence that senior citizen lives

大門 太郎
Daimon Taro
造形建築科学コース

1.はじめに

住宅のバリアフリーとは、市民生活の継続と安定を目的としてこれから求められる住宅設計の考え方である。その始まりは、1970年代の身体障害のある人の環境改善から始まり、今日でもその大半は高齢で障害をもつ多くの人々に対して、有効な展開を示している。こうしたバリアフリー住宅の急速な普及は、誰もが一時的にしても障害をもちうるということ、誰もが老い、やがて身体機能に変化が訪れることの理解と、密接に呼応している。しかし、何もかも段差を無くすことで部屋と部屋との境目がわかりにくくなった。特に家に入る時に最初に入る部屋、「玄関」がそうである。バリアフリーの考えから、段差がなく床の仕様などによって分けられる玄関が増えてきているが、段差がないことで玄関と廊下とがひとくくりとなってきている。しかし、本来玄関の役割は内と外を分ける境界線であり、外から来たお客様を招き入れる場所である。わずか半畳分のスペースしかない玄関は、大きな意味を持った空間なのである。そこで本研究では、玄関アプローチの現状を把握するとともに、居住者の玄関アプローチに対する意識を探り、玄関のしつらえとバリアフリーの実現にむけて今後の玄関アプローチの有り方を探ることを目的とし調査を行った。

2. 敷地調査・実測調査の結果及び考察

調査対象の属性は農業地域では、築20年以上の住宅が75%、新興住宅地では約20%、旧市街地では、築40年以上の比較的古い住宅が37%と他の地域に比べてかなり多いことに加え、築10年以下の新しい住宅が44.4%と多く、2極化している。家族形態については農業地域では、新興住宅地に比べ3世帯家族が多いこと、単身もしくは夫婦のみの世帯が多いことが特徴である。旧市街地では、5地域の中で最も夫婦のみの世帯や単身世帯が多く、最低年齢が50以上の家庭が多いことから、今後近い将来、介護を必要とする家庭が増えることが予測できる。次に玄関アプローチに対する不満をみると、農業地域では、危険負担に感じる点として段が多いという点をあげている人が最も多い。これは、1段の段差が他地域に比べ大きいことが原因として考えられる。また、床材が滑りやすいという回答が多く見られた。旧市街地では、負担に感じる割合が低かった。高齢者が多く長年住み慣れた住宅であるということが要因としてあげられる。将来、玄関アプローチの改造が必要かどうかについて、中高層住宅専用地域では、約80%が手すりを設置したいと考えているのに対し、農業地域や旧市街地では設置を希望しない人が50%以上と他の地域に比べかなり多い。特に農業地域では、玄関は客を迎え入れる場としての機能が大きく、家族は玄関を使用せず勝手口を使用することが多いことから、改造に感じてはあまり積極的ではないと考えられる。手すりの設置については、どの年代も60%前後であり、年齢に関係なく設置要望は高い。スロープの設置については、設置したいが経済的に無理と回答している人が多かった。アプローチを改造するとしたら何を重視するかという質問に対して、ほぼ4分の3の人が安全性を重視すると答えている。実測調査では道路から各住戸の玄関を入った住居内の床面までの距離および高さを推定した。道路から住宅内床面までの距離は平均約8.0m、最小値は1.2mで道路に接して玄関のある住宅がみられ、特に旧市街地では、間口が狭く前庭を設けることなく道路に接して玄関のある住宅が多くみられる。商業地域では、家族用の玄関が店の脇に設けられているため、1階に玄関のある住宅はコンクリートのベタ基礎になっているところが多く、比較的床面までの高低差が小さい。農業地域では敷地に余裕があるため、道路から床面までの距離が比較的長く、また盛り土がされていないため道路面との高低差も比較的小さい。低層住宅地では、敷地が道路よりも高くなっているところが多く、高低差の平均値が約1.2mあった。

3. 玄関ベンチの座面高さ、蹴りこみ、手すり位置に関する実験の結果と考察

「大変動作しやすい」を+2、「やや動作しやすい」を+1、「どちらともいえない」を0、「やや動作しにくい」を-1、「大変動作しにくい」を-2として点数化して検討した。玄関ベンチの座面高さ、蹴りこみに関しては一対比較実験、手すり位置については規定立ち上がり動作と自由立ち上がり動作に分け、官能評価の点数を目的変数とし、手すり位置、座面高さを説明変数として数量化1類による分析を行った。座面高さは官能評価の結果から、靴の脱ぎ履き動作に関しては、座面高さが低くなる方向は許容されるが、座位姿勢から上体を大きく前傾する必要があった。式台の上での立ち座りは、式台高さ100mm分だけ、土間での立ち座りの評価がそのままスライドするわけではなく450cm（式台－座面高さ350mm）がピークとなった。「総合評価」は、「土間での立ち座り」とほぼ同じ傾向となった。このことから、今回の実験結果からは、玄関ベンチの座面高さは、土間での立ち座りの影響が大きいといえる。座面下の蹴り込みについては、ビデオ画像から、主に靴の脱ぎ履きに伴って足を上げ下げした時に踵が進入する場合が多いことがわかった。反対に、座面高さが低くなるほど下腿の動きが制限され、蹴りこみ進入量が小さくなったと考えられる。手すり位置の立ち上がり動作のしやすさについては、手すり位置よりも座面高さの影響のほうが大きくなった。座面高さでは、300mmと400mmの評価が高く、手すり位置は、前方+100mmの評価が最も高くなった。また0mmより後方になるにつれて評価が低くなる傾向がうかがえた。手すり距離（規定）の平均値191mmに対し、手すり距離（自由）の平均値は199mmで若干大きくなった。手すり位置

（自由）は、被験者個々の影響が大きく、座面高さの影響はほとんど見られなかった。また、手すり位置が+200mmの時に手すり距離（規定）、手すり距離（自由）とも、最小となった。最大奥行き寸法（平均値298mm）は、座面高さ400mmで最も大きくなり、500mmでは、最も小さくなった。また、手すり位置が前方にあるほど最大奥行き寸法が小さくなり、後方にあるほど大きくなるといった設置位置との関連性が見られた。

図1　一対比較による官能評価結果

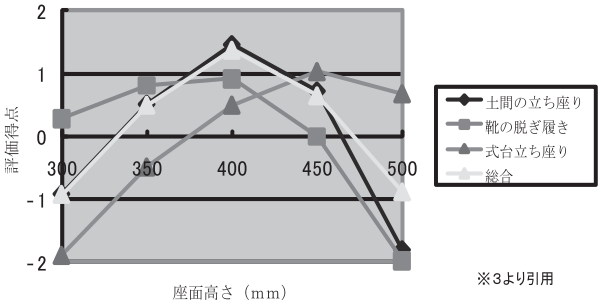
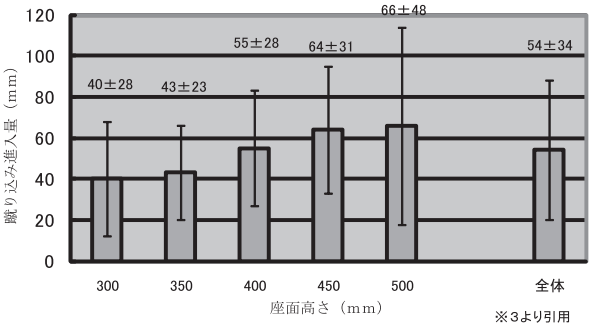


図２　蹴り込み進入量



4. 結論・提案

玄関のドア板一枚を隔てて、家の内と外では二重標準が厳然としてあり、あるいは、上足（素足）と下足（靴履き）とを使い分けることによって、いわゆる「浄・不浄」という意識の区別が生じる。ここでの要点は、靴を脱ぐか脱がないかというところにあり、下足の状態のままで「門」を通過するだけでは、たとえ敷地内であったとしてもあまり「ウチ」という意識が働かないのかもしれない。このわずか厚さ数センチの玄関ドアを隔てて、世界観、あるいは行動基準がまったく変わるというのが、日本文化を理解する上で重要な通過儀礼装置なのである。しかし本研究で、危険・負担に感じている点として「段差」と回答している人が多いことから、段差に対する改造要望が高いという結果となった。よってバリアフリー化して、段差を無くした玄関が最も高齢者に優しいのかもしれない。そこで、手すりや式台といった器具を使わないような方法を求めたい。例えば、靴脱着用椅子の提案をする。玄関において障害となるのが段差であり、その段差で最も恐れるのが転倒事故である。玄関は外出時には靴を履き帰宅すると靴を脱ぐ場所であり、欧米にはない日本特有の玄関での動作を安全かつスムーズに行えることが、日本の住宅の玄関に求められる。しかし、靴の着脱は、前かがみや片足立ちの姿勢をとることから不安定になりやすく、子供や妊婦、高齢者にとっては特に注意すべき場所なのである。2004年全国老人クラブ連合会会員2900人の調査結果では、転倒場所で最も多かったのが「玄関と屋外」（24%）であった。やはり靴の脱着は無意識のうちに立位姿勢の動作で行うため、身体のバランスを崩しやすくとても不安定で危険であることがわかる。高齢者の立位姿勢での靴の脱着動作では、「片足立ち」が最も危険である。特に富山では積雪が多く、積雪地方特有の靴（長靴やブーツ）を履く人が多いが、普通の靴よりも脱ぎにくく立ったまま履くことは困難を極める。そこで椅子の設置を考えた。前述での調査では玄関の改造について、手すりや式台に比べてベンチや椅子を設置したいと考えている人は2割程度しかいなかったが、ベンチや椅子は他の改造に比べて安価で行うことが出来、手すりなどと合わせることで、より玄関での靴の脱着や段差の上り下りがしやすくなると考えた。しかも、それは高齢者だけではなく、若者や子供にも靴を履くのに使用できる。まさに老若男女が求めるしつらえなのではないだろうか。

［主要参考・引用文献］
○宮本雅子：戸建住宅の玄関アプローチの実態と居住者の意識、2005
○内閣府：高齢者住宅と生活環境に関する意識調査、2001
○富山県：富山県高齢者保健福祉計画　第3期富山県介護保険事業支援計画 2006
○三宅善信：玄関扉に見る日本文化論、2002

着脱動作に着目した保温水着の開発

Development of Thermal Swim Wear
Based on Motion Time Study in Putting on and Taking off Swim Wear

徳満 由貴
Tokuman Yuki
造形建築科学コース

1.はじめに

保温水着とは、高い保温性をもつ全身用水着で、リハビリテーションなどの水中運動時に使用される。体温低下を防ぎ、運動への意欲を向上させることが確認されている。保温水着は保温効果を高めるため、身体に密着するという特性をもつ。そのため着脱が困難となる。しかし、高齢者や障害者が意欲的に水中運動に取り組むために、保温水着は着脱しやすいことが望ましい。そこで本研究は従来型の保温水着の着脱に焦点を合わせ、着脱しやすく、また着脱の補助をしやすい保温水着の開発を目指した。その第一段階として、健康な女子大学生を対象とした保温水着の改善を行った。

図1 ビエント社、プロテクサーモ

2.問題抽出

従来型の水着の問題点を明確にするために、着脱の動作時間研究を行った。予備調査をし、着脱動作を要素に分けた。①水着が乾いた状態（Dry条件）で着る動作、脱ぐ動作を各3回、②水着が濡れた状態（Wet条件）で脱ぐ動作のみを3回行った。着替え全体の時間と、それぞれの要素動作にかかった時間を計測し、アンケートに回答してもらった。被験者は健康な女子大学生11名であった。従来型の保温水着として、ビエント社のプロテクサーモ（図1）を用いた。

Wet条件ではDry条件より脱ぐ時間が有意に長かった。水着が濡れた状態では、脱ぐ動作がより困難になることがわかった。得られた問題点は①腕部がつかみにくい、②脚部がつかみにくい、③ファスナーがかけにくい、④ウエスト部分が上げにくい、の4点であった（図2）。

3.解決案の試作と評価

得られた各問題に対する解決案を考えた。それぞれ①袖と袖口に指がかりを付ける、②脚部に指がかりを付ける、③ファスナーの取っ手を大きくする、④ウエスト部分をつかみやすくする、である。

まず①と②を検討するために、アームカバーとレッグカバーを6種類ずつ作製した。作成したサンプルを用いてユーザテストを行い、アンケートに答えてもらった。被験者は健康な女子大学生20名であった。

引張りやすさについては、従来通り指がかりがないaに比べて、他の5種類全ての評価が高かった。このことから指がかりが有用であるとわかる。aでは把持（つまむ・対向握りに相当する）動作が必要であった作業が、指がかりによって鉤握り（指をかけて握る方法）でも行えるようになった。そのため健常者に限らず、拇指対向性がない人にも対応できると考える。総合評価が高かったf（つまみ型）と、引張りやすさの評価が高かったb（円くりぬき型）、c（縦テープ型）を全身版で製作し、従来型と比較することとした。また袖口の手の平側に輪があるサンプルも試した。その結果ほとんどの被験者が「脱ぎやすい」「製品にあった方がよい」と回答したため、全身版の袖口に輪を付けることとした。③ファスナーと④ウエストについては、2の動作時間研究の被験者のうち10人に話を聞いた。ファスナーは、従来型より大きなものに変更し、取っ手部分にテープをつけることとした。ウエスト部分は、健常者であれば脚部の改善で十分補えると考え、特に変更しないこととした。

図2 行いにくい動作の例

4.検証

新型水着b、c、f（図3）を製作してもらい、2の実験と同じ方法で従来型と比較した。被験者は健康な女子大学生9名であった。

着脱しやすさの主観評価は、新型fの評価が最も高く、続いて新型cの評価が高かった（図4）。一方着脱時間に有意差は認められなかった。し

かし個人別に見ると、時間が短縮された被験者と、そうでない被験者が存在した。またほとんどの要素動作の時間も、平均すると短縮されなかった。しかし一部被験者は改善を施した部分に関係する要素動作において、従来型より新型全ての時間が短縮された。

図3　新型水着（左から新型b、c、f）

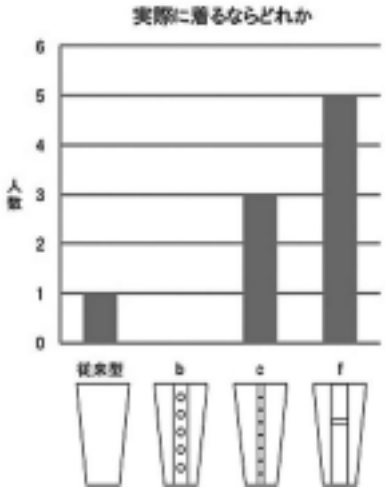


図4　主観申告（n=9）*P<0.05、**P<0.01

この結果について次のように考えた。時間が短縮されなかった被験者は、従来型水着のように使いにくい道具に対し、予備能力を使ったため道具間で差がなかった。反対に時間が短縮された被験者は、予備能力は使わずに、道具に頼ったため道具間に差があった。予備能力とは道具の良し悪しに関わらず、ある程度道具を使いこなせる能力である。予備能力が小さいと道具の良し悪しに影響されやすい。したがって予備能力が小さい高齢者や障害者には、今回の改善は有効であると予想できる。

5.まとめ

今回開発した保温水着の大きな特徴は、腕部と脚部に加えた指がかりである。保温水着は生地が厚く、体に密着する構造であるため、水着をつかんで引張るという着脱に欠かせない動作が難しい。特に腕部や脚部は、つかむ・引張るの動作を多く行う部分である。この改善によって「水着をつかみにくい・引張りにくい」といった不快感を軽減することができた。また、把持動作が鉤握りに変わったことで、着脱をスムーズに行えるようになった。この指がかりは、握力が弱い女性、高齢者、子供や障害者の着脱、さらに介助者の着脱補助における負担を軽減できると考える。ファスナーについては、大きいサイズに変え、取っ手にテープをつけた。指先を細かく使うのが苦手な男性や高齢者でもつかみやすく、つまむ力が弱い人でも引き上げやすくなると考える。

本研究は、高齢者や障害者にとっては着脱しやすく、介助者にとっては着脱の補助をしやすい保温水着開発のための大きな研究の一部である。今後、製品として製造・販売される際には本研究を基にしたスタイリングが必要である。スタイリングは消費者の購買意欲や、運動を継続する意欲を左右する重要なものである。本研究では、動作時間研究に基づいて製品を開発し、効果の検証を行った。本研究で得られたデータを基礎とした場合、外観だけでなくユーザーと製品の関係性にまで踏み込んだスタイリングが可能となる。今後は第二段階として、健康な高齢者を対象とし、第三段階では片麻痺などの障害を持った方や介助者を対象とした調査と改善が予定されている。自立促進を第一に考え、着脱のしやすさと外観の両面で満足を目指すことが重要である。

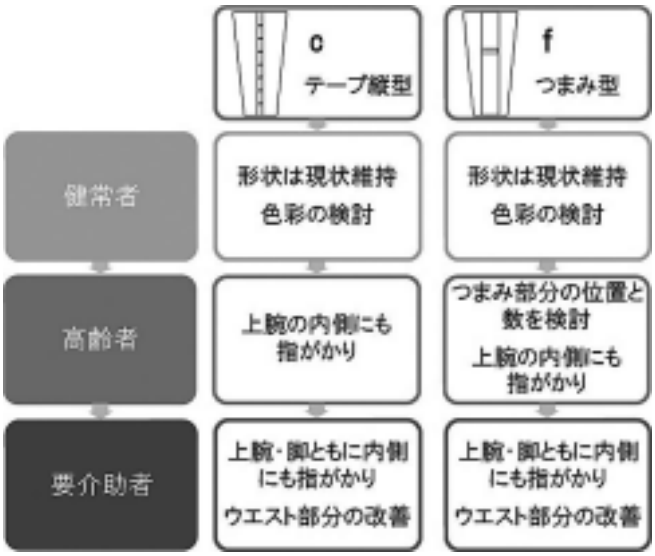


図5　今後の展望

気候を考慮した省エネルギー窓の選定に関する研究
―高岡キャンパスの現状窓と断熱窓の熱負荷シミュレーション評価―
Study on Selection of Energy Conservation Window in Consideration of Climate
―Heat Load Simulation of Insulated Windows and Current Window in Takaoka Campus―

東狐 香央里
Tokko Kaori
造形建築科学コース

1. 研究の目的

現在、地球は様々な環境問題を抱えており、そのひとつに地球温暖化がある。わが国では、この問題を受けて、住宅の省エネルギー法を改正するなど、数多くの対策が推進されている。とりわけ、高気密・高断熱住宅は省エネルギーに効果があるとされ、熱の逃げやすい窓部分の断熱性能を上げて冷暖房熱負荷を減らそうと、高断熱窓の普及が進められている。しかしながら、地域・気候・建物の方位によっては、高断熱窓の熱負荷削減効果に違いが生じる。本研究では富山大学高岡キャンパスの教室を対象とし、省エネルギーの見込まれるサッシ・ガラスの様々な組み合わせが、現状のサッシ・ガラスの仕様と比べてどの程度冷暖房熱負荷に削減可能かを示す。また、省エネルギー性能のみならず、サッシ・ガラスの仕様とコスト面を含めた検討を行い、省エネルギー改修の費用対効果についても明らかにする。

2. 現状窓の熱負荷シミュレーション結果

冷暖房熱負荷計算は高岡キャンパス内の 231 教室と 234 教室を試算対象の室とした。負荷計算用の温湿度推移は、10 月 1 日から一ヶ月間、各教室内に簡易温湿度計を設置し、計測した実測値を用いた。各教室の平面図と温湿度測定場所は図 1 に示す。また、一ヶ月間の平均温湿度と平均の最大値と最小値は表 1 に示す。この数値を基に、住宅用熱負荷計算プログラムによってシミュレーションを行い、年間冷暖房熱負荷量を求めた。また、今回の試算方法は窓側の熱量を主に考えるため、教室床下・廊下・内壁からの熱移動は無いと想定して計算した。室の総窓面積は 231 教室が 16.260 ㎡で、234 教室は 21.948 ㎡である。

シミュレーション期間は、暖房期間を 10 月 20 日～ 5 月 5 日、冷房期間を 5 月 6 日～ 10 月 19 日とした。また、暖房温度を 18℃、冷房温度を 27℃に設定した。1 日の冷暖房使用時間は、授業時間帯である 8 ～ 18 時までの使用設定とし、休日の使用は無いものと想定した。現存の窓仕様は金属製サッシ・単板ガラスで、熱貫流率は熱負荷ソフトのマニュアルの数値を参考に、6.51（W/ ㎡ K）とした。シミュレーション結果は図 2 に示す。231 教室は冷房負荷が 234 教室より大きく、暖房負荷では 234 教室より小さいことが分かった。これは、231 教室の窓面積が 234 教室より小さい分、熱が逃げにくく、日射熱がたまりやすい室環境であることが原因だと考えられる。対して、234 教室窓は南と東面にあり、窓面積も 231 教室に比べて大きいため、熱の移動が大きい。そのため、室内の熱が逃げやすく、暖房負荷が大きくなったといえる。

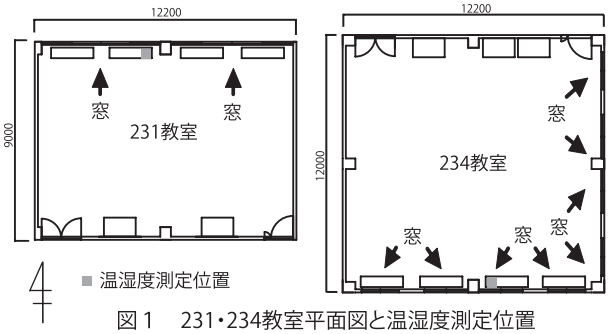


図 1　231・234教室平面図と温湿度測定位置

	平均値	最大値	最小値
231温度(℃)	21.3	23.1	20.2
231湿度(%)	62.5	65.5	57.2
234温度(℃)	22.5	24.6	20.7
234湿度(%)	58.2	64.2	50.4

表 1　1ヶ月間の231・234教室の平均温湿度と最大値と最小値

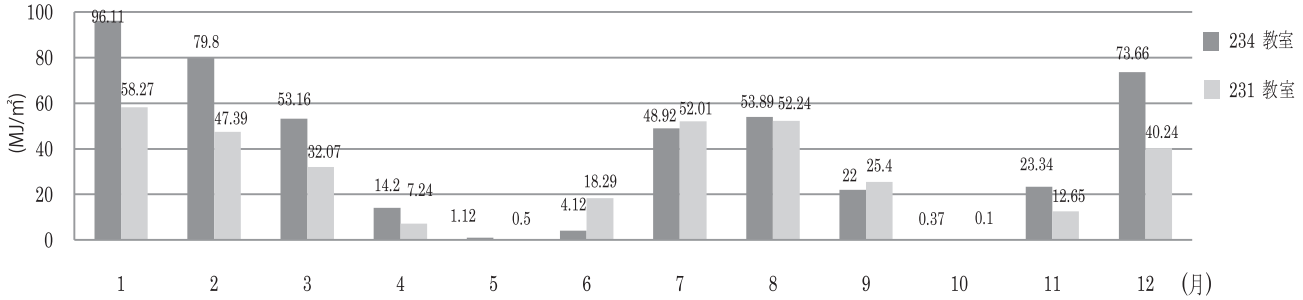


図 2　231・234教室の床面積当たりの月別年間冷暖房熱負荷量(MJ/㎡)

3. 選定窓による熱負荷シミュレーション結果

現状窓から選定窓に変更した場合の 231・234 教室の年間冷暖房熱負荷量を算出した。熱負荷量は、第 2 章と同様の算出方法で求めた。算出結果を図 3、図 4 に示す。231 教室は木製サッシ・遮熱複層ガラスの熱負荷量が最も低かった。231 教室の窓は北面にあるため、日射熱があまり室内に入らず、冬の日射浸入はどの選定窓もさほど変わりない。しかし、遮熱複層ガラスは夏の日射を他のガラスよりも遮熱するため、その分冷房負荷を減らすことが出来たと考えられる。対して、234 教室は樹脂サッシ・低放射複層ガラスの年間冷暖房熱負荷量が最も低かった。しかし、木製サッシ・低放射複層ガラスや、金属樹脂複合サッシ・低放射複層ガラスの値とさほど変化が見られないため、サッシではなくガラスによる影響が大きいことが分かった。

4. 選定窓別冷暖房使用による CO_2 排出量削減率とコスト比

現状窓・選定窓の CO_2 削減量は冷暖房による燃料使用量から算出した。また、この数値を基に、選定窓の CO_2 排出量と現状窓の CO_2 排出量を比較し、選定窓の CO_2 排出量削減率を求めた。コストは現在一般で販売されているサッシ・ガラスの価格を参考にし、教室ごとの窓面積に換算して値を求めた。なお、施工費は含まないものとした。CO_2 排出量削減率とコスト比の散布図は図 5、図 6 に示す。削減率は両散布図とも遮熱複層ガラスが高く、特に木製サッシと金属樹脂複合サッシの組み合わせの値が高かった。しかし、金属樹脂複合サッシに比べて木製サッシは約 3.9 倍のコスト費用がかかるため、金属樹脂複合サッシ・遮熱複層ガラスを使用した方が、低コストである。したがって、231・234 教室に最も費用対効果のある選定窓は、金属樹脂複合サッシ・遮熱複層ガラスであるといえる。

5. まとめ

各教室とも、熱負荷量の値が現状窓・選定窓で異なったが、最終的な改善窓の提案は同じものとなった。やはりコスト面を含めると、比較的安価な金属樹脂サッシを使用することが適しているといえる。また、今回のシミュレーションは二つの教室窓を対象としたが、同じ地域・気候でも建物の方位の違いによって、窓の熱負荷削減量にも差が生じることが分かった。いずれにせよ、どの選定窓も現存の熱負荷量の削減に効果が見られるため、現存の断熱性能より優れたサッシ・ガラスへの変更が、省エネルギーにつながることであるといえる。

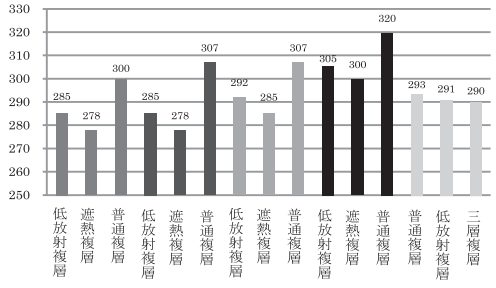


図 3　[231教室]選定窓に変更した場合の床面積当たりの年間冷暖房熱負荷量（MJ/㎡）

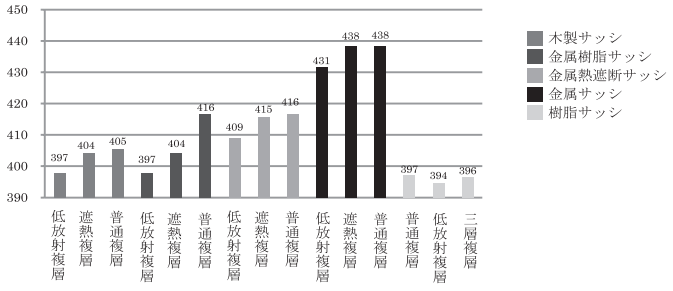


図 4　[234教室]選定窓に変更した場合の床面積当たりの年間冷暖房熱負荷量（MJ/㎡）

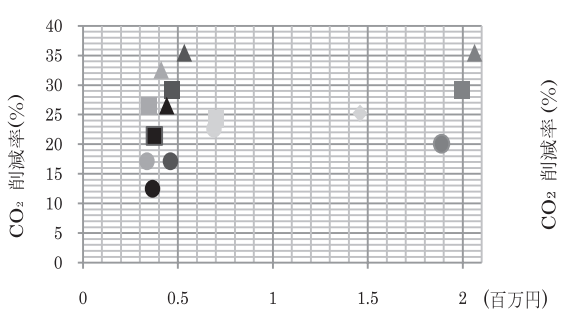


図 5　[231教室]CO_2 削減率とコスト比

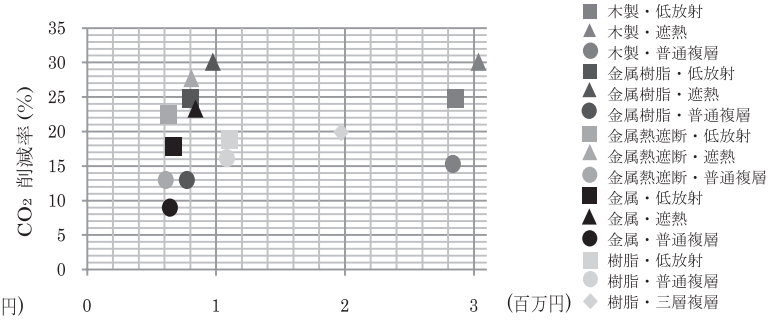


図 6　[234教室]CO_2 削減率とコスト比

富山県を対象とした高効率住宅設備の省エネルギー効果に関する研究
―設備更新によるCO_2発生量削減効果の検証―

The Energy Conservation Effects of High Performance House Equipments in Toyama
Verification of CO_2 Emission Reduction Effects with Reexamine Equipment

西沢 唯
Nishizawa Yui
造形建築科学コース

要旨

地球温暖化が進む現代ではその原因であるCO_2排出量を削減するために様々な取組みが行われている。特に生活の中心である家庭から排出されるCO_2は排出量全体の5分の1を占めており、この状況を解決しようと近年では家庭用省エネルギー設備の開発・販売が進んでいる。しかしながら省エネルギー設備の買い替えによってどれだけ排出量を減少させることが出来るのかは明確になっておらず、購入する際のコストなども考慮すると、二酸化炭素排出量の削減を目的として設備を買い替える家庭はあまり多くはない。

本研究では、家庭からの二酸化炭素排出量の約7割を占める給湯・調理・冷房・暖房のエネルギーについて、富山県で使用されている住宅設備を、普及している設備の中で最もエネルギー消費効率に優れた製品に置き換えた場合、どれほどCO_2排出量を削減できるかを明らかにする。またその結果、CO_2排出量の影響の多寡を明らかにし、よりCO_2排出量の少ない組み合わせの検討を行った。

CO_2排出量の算出

富山県で保有されている住宅設備の効率の現状を求めるため、家庭で使用している給湯・調理・冷房・暖房のエネルギーと購入年に関するアンケート調査を実施した。回答数は114件、無効回答を除いた100件をまとめた。この集計結果から県全体の購入年の推移を求めるため、積み上げグラフを作成し、グラフの近似4次曲線から各年代製品の所有率の予想を行った。その値を図1に示す。この結果から約20年以上前の製品を使用している家庭は殆ど無いと仮定した。

次に各年のエネルギー消費効率値から各年の設備を使用した場合の排出量を算出する。今回、エネルギー消費効率の変化を2008年から1999年の10年間と仮定し、それ以前の製品については10年目の値で一定とした。またガス・灯油の冷房は今日の電気冷房の効率の良さを考慮して除外とした。

算出するにあたって必要な数値である家庭設備を使用した場合の1日あたりの熱量については、家庭での使用条件を仮定して算出した。まず給湯は1日約466ℓの湯を使用すると仮定して熱量計算を行い算出。調理は年間発生熱量約4.4GJを1日分に平均した値を採用。冷暖房条件は熱負荷計算ソフトSMASHを使用し、Ⅳ地域で1日12時間の使用の条件下での期間ごとの熱負荷を1日分に平均した値を採用した。その結果から給湯48.81[MJ/(日・軒)]、調理12.05[MJ/(日・軒)]、冷房26.67[MJ/(日・軒)]、暖房31.24[MJ/(日・軒)]と定めた。また各エネルギーのCO_2発生原単位はプロパンガス0.054[kg/MJ]、都市ガス0.071[kg/MJ]、電力0.128[kg/MJ]、灯油0.073[kg/MJ]を使用して算出した。

各年の設備を使用して排出されるCO_2[kg/(日・軒)]

$$= \frac{\text{1MJあたりの排出量[kg/(MJ・日)]} \times \text{使用熱量[(MJ/(日・軒)]}}{\text{各年の機械のエネルギー消費効率[\%]}} \quad \cdots(1)$$

次に購入年の推移を100台分に換算し、各年の台数を式(1)によって求められた各年の排出量に乗じた。それぞれ年代ごとに計算し、その値を合計し平均した値を富山県の住宅設備からの1日分の排出量とした。算出結果を表1に示す。調理以外の設備で電力を熱源とした場合にCO_2排出量が最も少ないと試算された。

	給湯	調理	冷房	暖房
都市ガス	3.163	1.348		2.071
プロパンガス	4.154	1.770		2.719
電気	2.011	1.711	0.708	0.826
灯油	4.255			2.637

表1　富山県の住宅設備のCO_2排出量[kg/(日・軒)]

この値を使用し、給湯のガス・電気・灯油、調理のガス・電気、冷房の電気、暖房のガス・電気・灯油を組み合わせたCO_2排出量を、都市ガスとプロパンガスに分けて32通り計算した。計算結果を図2富山県の現状の予測に示す。CO_2排出量が最も多くなった組み合わせは、灯油給湯・電気調理・電気冷房・プロパンガス暖房で9.394[kg/(日・軒)]であった。逆に最も少なくなった排出量は電気給湯・都市ガス調理・電気冷房・電気暖房の4.894[kg/(日・軒)]であった。

次に普及している設備の中で最もエネルギー消費効率の優れている設備について調査を行った。図1エネルギー消費効率値の2008年に値を示す。計算はこの値と、富山県のCO_2排出量を予測した際と同じ値の家庭での使用熱量とCO_2発生原単位を使用した。

CO_2排出量[kg/(日・軒)]

$$= \frac{\text{1MJあたりの排出量[kg/(MJ・日)]} \times \text{使用熱量[(MJ/(日・軒)]}}{\text{機械のエネルギー消費効率[\%]}} \quad \cdots(2)$$

式(2)の算出結果を表2に示す。表1と比較してみると、電気調理以外の設備でCO_2排出量が減少した。

	給湯	調理	冷房	暖房
都市ガス	2.886	1.152		2.062
プロパンガス	3.790	1.513		2.708
電気	1.732	1.711	0.516	0.605
灯油	3.739			2.625

表2　省エネルギー設備に置き換えた場合のCO_2排出量[kg/(日・軒)]

この値を使用し、富山県のCO_2排出量を算出した場合と同様に、32通り

の組み合わせのCO_2排出量を計算した。計算結果を図2省エネルギー設備に置き換えた場合に示す。排出量が最も多くなった組み合わせはプロパンガス給湯・電気調理・電気冷房・プロパンガス暖房の8.725[kg/(日・軒)]であった。また最も少なくなった排出量は電気給湯・都市ガス調理・電気冷房・電気暖房の4.006[kg/(日・軒)]であった。

現状より44%のCO_2排出量削減

最も排出量の少なくなった組み合わせは電気給湯・都市ガス調理・電気冷房・電気暖房であったが、省エネルギー設備4.006[kg/(日・軒)]と富山県の設備4.894[kg/(日・軒)]であり、年間に換算すると約330[kg/(年・軒)]の差となった。またどの組み合わせにおいても省エネルギー設備に置き換えた場合、CO_2排出量を現状より約10%削減することができた。次にアンケート調査で得た100軒分のCO_2排出量を計算して富山県の総世帯数約40万世帯に換算した値を、40万世帯全てが、最もCO_2排出量の少なくなった4.006[kg/(日・軒)]の組み合わせである省エネルギー設備に買い替えた場合の排出量と比較した。図3に示す。省エネルギー設備に買い替えることで現状より約1240[t/日]、44%の排出量を削減できることが分かった。しかし本研究はCO_2排出量のみに着目しており、暮らし方や世帯員数などによっても排出量は影響を受けるため、今後解決すべき課題は多い。

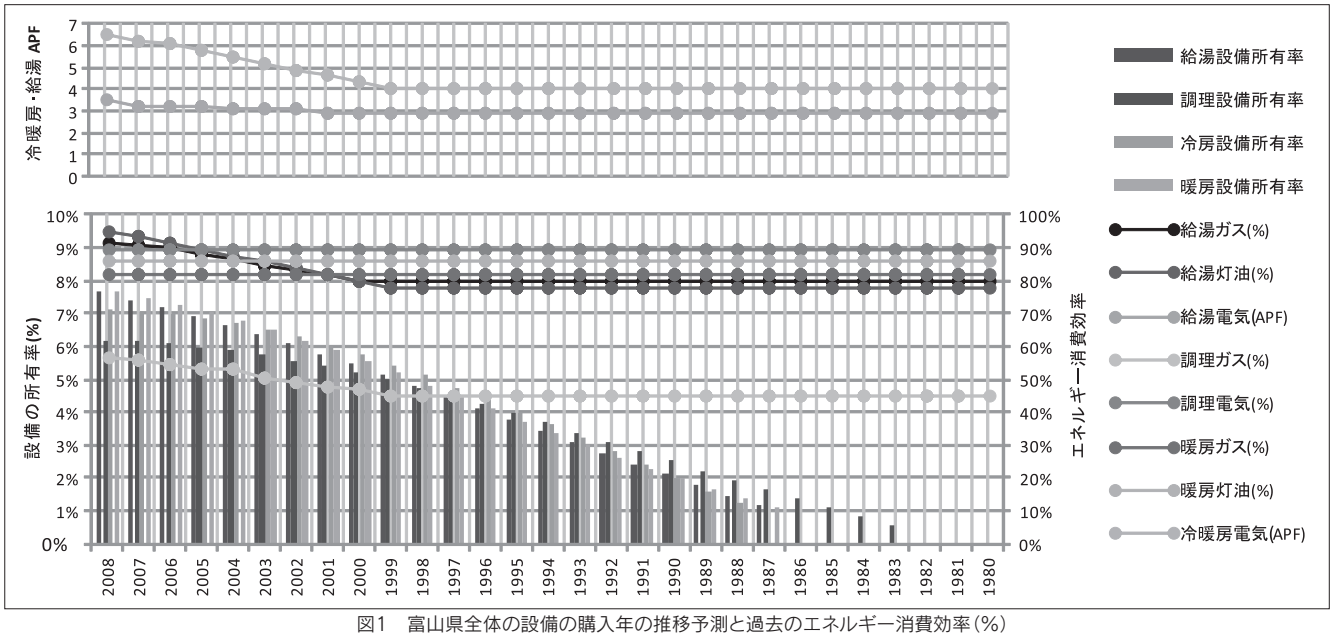


図1　富山県全体の設備の購入年の推移予測と過去のエネルギー消費効率(%)

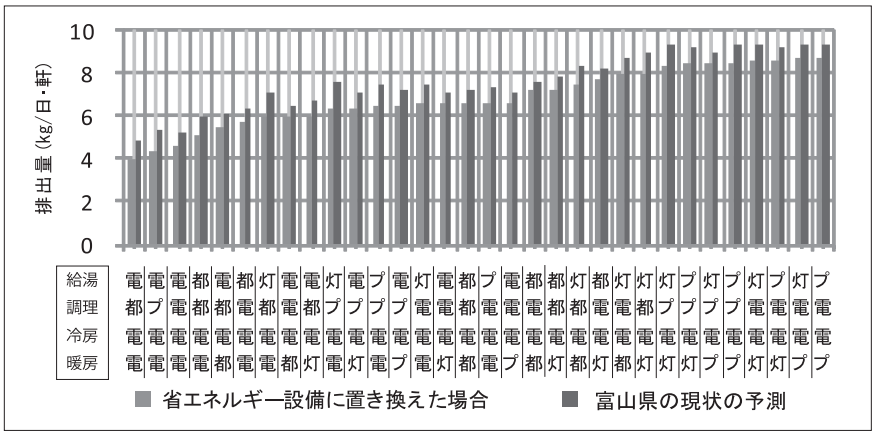


図2　32通りの組み合わせによる富山県の現状の予測と省エネルギー設備に置き換えた場合のCO_2排出量[kg/(日・軒)]

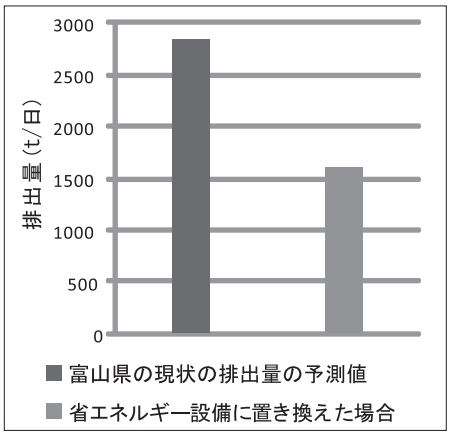


図3　現状と40万世帯が省エネルギー設備に置き換えた場合のCO_2排出量の比較(t/日)

地域振興イベントに関する意識調査
ーイベントの目的と実行体制による住民意識の違いー

Survey on Events for Regional Development
Differences of Local Residential Consciousness caused by Purpose and Executive Committee of events

平澤 悠花
Hirasawa Yuka
造形建築科学コース

1. はじめに

人口減少と過疎化に危機感を持った地域では、経済の活性化と文化の保存が問題になっており、その問題解決の手段として観光という交流形態に関する関心が高まっている。このことは、現在多くの地方自治体において、観光による地域振興が行われているという事実を受けても明らかである。各地で様々な観光による地域振興が行われている中で、重要となってくる事はその地域のアイデンティティを確立し、他の地域との差異化を図ることである。そのためには地域住民が自らの属する地域の歴史的・文化背景を自覚・再確認し、地域に対する帰属意識を高めることが必要である。帰属意識を高めることにより、他の地域との違いを認識し、地域の個性ひいては居住理由を確立することができると思われる。本研究では、同一の地域で行われたイベントの目的と実行体制の異なるイベントを比較することにより、地域振興イベントにおけるふさわしいあり方を探る。

2. 対象地域の概要：富山県高岡市金屋町

金屋町は、高岡駅から北西に約 1.5km のところに位置しており、隣接して千保川が流れている。町屋が多く残されていたため、市の援助を受け昭和 58 年に道路が石畳に舗装された。この町の町屋は「さまのこ」と呼ばれる格子状の引扉が特徴的である。この町は 2 代目加賀藩主・前田利長が 7 人の鋳物師を招き、鋳物工場を開業させた、高岡銅器の発祥の地である。金屋町の 150m×360mの狭い範囲に、観光施設・公園がそれぞれ 2 つずつあり、神社仏閣も複数ある。特徴的な要素がこの地域に密集してある。

金屋町発祥の鋳物産業は様々な金属加工業を生みだし、高岡の産業の基盤を作った。また、「高岡銅器」として昭和 52 年に伝統工芸品に認定された。しかし、認定当初 495 あった（昭和 55 年時）企業数も現在では半分ほどになっている。人口と世帯数に関しては、昭 50 年の時点では人口が 2405 人、世帯数が 450 世帯であったが、平成 19 年の統計では人口が 750 人、世帯数が 227 世帯と人口が 3 分の 1、世帯数は 2 分の 1 にまで減少している。このように産業の衰退と人口減少、世帯数の減少とともに、一世帯あたりの人数の減少が見られる。

図1　金屋町地図

3. 調査対象イベントの基本情報

この研究では、金屋町で行われた 3 つのイベントについて調査した。調査対象となったのは、伝統的に行われて来た「御印祭」（以下 A と表記）という祭りと、金屋町の住民により開催された「さまのこフェスタ」（以下 B と表記）、市と富山大学により開催された「金屋町楽市」（以下 C と表記）である。この 3 つのイベントは開催の目的、継続年数、実行委員の構成、イベントの内容など様々な点において異なっている。同じ金屋町という地域において行われた 3 つのイベントの相違点を明確にし、その違いが住民にどのような意識の違いを生じさせたのかを検証する。

	御印祭	さまのこフェスタ	金屋町楽市
目的	前田利長への感謝祭 高岡鋳物の繁栄を祈念するもの	鋳物産業の復興 弥栄節と御印祭の認知度の向上 町屋の解放	林忠正の再評価 伝統産業の再生による日本文化の再生 空間と時間における歴史的連環の重要性の認識を高める 伝統工芸職人の貢献能力の証明と職の確保
開催までの経緯	前田利長の死後、鋳物師と産業への保護に感謝したことにより始まった。	まちなみアートリレーinとやまの1イベント、町並を考える藤グループの活動を通して観光協会より声がかかる。	林忠正の研究として始まる。
実行委員会の構成	金屋町自治会	町並み保存推進委員会	大学・市・地元企業・自治会
開催時期	6月19日・20日	ゴールデンウィークの土日	10月の第3週の土日
開催期間	1614年～約400年間	2001～2008年　8年間	2008年～ 2年間
内容	19日 18:30～御印太鼓 19:30～前夜祭踊り 21:15奉納踊り 20日 11:00～神事	お茶席 弥栄節の実演と一般体験 町屋の解放と室内展示 飲食・休憩所 演奏・催し・参加企画 石畳どおりにおける屋外展示	お茶席 町屋の解放と室内展示 講演会 石畳どおりにおける屋外展示 ※什器にアルミパネルを使用
来場者数	統計なし	平均1万5千人	平均1万5千人

図2　3つのイベントの比較表

目的とそれに伴う内容

A の目的は鋳物産業に関連が深い。B と C も目的には伝統産業の衰退を受けている点は共通しているが、B では復興の対象を鋳物産業に限定し、C では伝統産業全体を対象にしている。そのため、B のイベントの内容では銅像の展示や鋳物で作られた楽器「おりん」のコンサートを開くなど、鋳物の関連性が高い。C のイベントでは、展示作品を北陸の工芸作家を中心に全国から多種多様の工芸品を展示している。2 つのイベントで共通して行われているお茶会では、鋳物を実際に使っているところを見せるという目的と内容が一致している。B では町屋の解放により、生活の伝達を目的にしている。そのため、住宅として使われている町屋の一部を開放し、日本画のような平面のものから生け花や鉄瓶のような立体のものまで多岐に富んだ展覧内容になっている。その中でも銅器や鋳物は一貫して展示している。C でも町屋の内部での展示を行っているが、町屋の構造や生活感も展示の要素としてとらえられており、この点において大きな違いがある。また C では内部だけでなく、外部にもわたり同じ形態により作品の展示が行わ

れており、まちなみも展示の要素になっている。

実行体制

A では金屋町の各自治体が交代により運営にあたっている。B では自治会や金屋町のボランティアガイド団体を中心に鋳物関連の企業も加わっている。C では大学、高岡市、地域外の企業、金屋町自治会など様々な機関が混合して構成されている。

4. 調査の方法

3 つのイベントの内容が住民の参加者に対してどのような影響を出しているのかどうかを、アンケートにより調査した。

調査内容

まずそれぞれのイベントに対し以下項目を調べた。

1：イベントに参加して良かったと思うか（満足度）

2：イベントに継続して参加したいかどうか（イベントの継続性）

3：住民であることの実感を得たか（帰属意識が強まったのか）

4：見知らぬ来訪者と交流する機会があったのか（交流の機会）

5：金屋町を知ってほしいという思いが生まれたのか（広報意識）

6：イベントにどのような来訪者があり、また話す機会があったのか
（a. 親類 b. 地元の人 c. 地元以外の知人 d. 知らない人 e. その他）

7：イベントに参加したことで金屋町の魅力を再認識することが出来たのか（a. まちなみ b. 文化 c. 歴史 d. 鋳物産業 e. その他）

8：イベントに参加することで、新しい金屋町の魅力を発見したのかどうか、またそのきっかけとなったことはどのようなことか

1 ～ 5 に関しては 5 段階評価をしてもらい、7・8 では括弧内の選択肢を選らんでもらい、8 では自由に筆答してもらった。その後、満足度・帰属意識・広報意識について 3 つのイベントに優劣をつけてもらった。

調査対象の定義

町並みを考える「藤グループ」を対象にアンケートを行った。この団体は金屋町の住民で構成された、ボランティアガイドの団体である。金屋町の住民であり、3 つのイベントに参加し、来訪者と関わる役割をしていた唯一の当事者である。

設問 \ 選択肢		1	2	3	4	5	6	7
1	A	5	4	1	0	0	0	0
	B	3	7	0	0	0	0	0
	C	3	4	1	0	0	0	1
2	A	4	3	3	0	0	0	0
	B	3	7	0	0	0	0	0
	C	2	5	1	0	0	1	1
3	A	8	2	0	0	0	0	0
	B	6	4	0	0	0	0	0
	C	6	3	0	0	0	0	1
4	A	3	7	0	0	0	0	0
	B	5	4	1	0	0	0	0
	C	3	5	0	0	0	0	1
5	A	6	3	0	0	0	0	1
	B	6	4	0	0	0	0	0
	C	5	3	1	0	0	0	1

設問6	a	b	c	d
A	2	5	4	3
B	3	5	4	3
C	2	4	3	2

設問7	a	b	c	d
A	7	3	2	4
B	6	5	3	1
C	5	2	4	0

図3 アンケート結果
設問1～5の選択肢は1:とてもそう思う2:そう思う3:どちらでもない4そ思わない5:全くそ思わない6:わからない7:無回答に対応している

5. 調査結果と考察

満足度・継続性・帰属意識・広報意識に関してCが最も低かった。これはCのイベントでは市と大学から依頼されて開催したイベントであるため、地域住民の参加もAとBのイベントよりも少なく、このような結果に至ったといえる。帰属意識に関してAが最も高い評価であったのは、伝統行事として対象地に馴染んだ文化であるためであるといえる。満足度・継続性・広報意識に関して最もBが高い評価であった。これは地域住民による企画という、自主性と参加率が高いことにより、イベントから得られる達成感が最も強く得られたためであるといえる。設問 7 に関して述べると、まちなみを踊り歩く内容である A のまちなみに対する評価が最も高かった。文化の評価が最も高かった B は目的に生活の伝達を掲げており、これがその評価につながったといえる。歴史の評価が最も高かった C では伝統工芸の展示がされており、町の歴史も引き立たされたといえる。鋳物産業に対する評価が高かった A は、目的と内容すべてに鋳物に関連性がある。アンケートから得られる結果は、総じて 3 つのイベントの目的と内容・実行の体制に大きく関わっているといえる。

6. まとめ

イベントの目的と内容に関しては、住民に対して概ねその意図が伝わっていた。つまり、地域の個性を引き立たせるためには、充分に地域の歴史や文化に対し理解を深める必要がある。また、その時々により、地域の状況が変わり、必要とされるものも変化していくため、その地域の現状を良く把握し、その地域に今何が必要であるのかを見極めなければならい。イベントを実行する体制に関しては、住民により企画されたイベントは、参加することに対する満足度、継続に対する意欲が高く、地域復興の為のイベントを地域住民が行うことの意味はとても大きい。それに対し、市と大学・企業との合同のイベントになると、住民の満足度・継続に対する意欲は薄れる。このことは、地域の復興企画としても、地域固有のアイデンティティの確立という点に置いても、無視してはいけない問題である。しかし、市・大学・企業が参加する事の意味は大きい。専門家の参入により、イベントの目的が明確になる。また、学識的な意味が付加されることにより、イベントの内容が深まり、イベント自体の質の向上につながる。また、企業の参入により、取り扱える物流の量や種類が増え、イベントの実行可能な内容の幅が広がる。地域のアイデンティティの確立のためには、市・専門家・企業の参加を促しながら、いかに地域住民の意識を高めていくかが重要である。そのためには住民が積極的に参加できる体制や企画の内容が必要不可欠である。

【主要参考文献】

○岡本伸之［編］『観光学入門』有甲斐閣アルマ、2001
○佐々木一成『観光振興と魅力あるまちづくり』学芸出版、2008

暮らして気付いた高岡の魅力
―新パンフレットプロデュース―

The Charms of Takaoka I Noticed in Life
New Pamphlet Production

山田 小百合
Yamada Sayuri
造形建築科学コース

大学生活を高岡で送ることが決まり、高岡に来る機会が増え土日になると駅前、国道を何度も通った。その時高岡の印象は、「寂れたまち」だった。なぜなら商店街はシャッターが閉まっているところが多く、建物や道路、歩道橋なども錆ついたままという状態であったからだ。

高岡での生活も３年を越え、はじめは高岡のまちを残念に思っていたにも関わらず、気付くと私は高岡のまちが大好きになっていた。高岡では瑞龍寺や高岡大仏など観光の中心となっている施設や資源にばかり注目が集まっているが、一度来ただけでは分からない住んでみて気付く魅力がたくさんあった。

そして、住んでみて見つけることができたその魅力を、高岡を訪れる人に伝えたいと思ったので、このまちの現状を調査し、隠れた魅力を伝えることのできる媒体を作成することにした。

高岡市のパンフレット調査・分析

人に情報を伝える手段として、どこにでも置いてあり、手軽に手に入れられるパンフレットに着目し、今回の研究では、私が高岡での生活で素敵だと思ったまちの魅力を載せた、新しいパンフレットを提案することで、人に伝えることにした。

まずは高岡市のパンフレットを収集し、それぞれのパンフレットの特徴をまとめてみた。ジャンル、形、大きさ、枚数、場所、表紙の雰囲気、中身の雰囲気、配布対象、気に入った点、気に入らなかった点の 10 項目を自分の感覚で分析した。その結果、私から見た高岡市のパンフレット全体の印象としては、多くがまじめなかたい印象で、文字が多いものや長文の説明が多く、内容をしっかり読む気にはなれなかった。Ａ４サイズが主流で、28 種類中 15 種類のパンフレットがＡ４サイズであり、持ち歩くには少しサイズが大きいように思った。また、内容的にはどのパンフレットも内容が似ていて、一つの資源・観光施設がどのパンフレットにも載っていた。例えば、高岡大仏ならば、小さい紹介も含めると 28 種類中、16 種類のパンフレットに紹介されていた。

また、重々しくまじめな印象のパンフレットからは、歴史のある建物や祭りが多いまちであることは伝わってきたが、ぱっと見て手に取りたくなるようなインパクトのあるものや、家に持って帰った後も記念に大切にとっておきたくなるようなパンフレットは少ないように感じた。

次に、他のまちのパンフレットも調べてみることにした。そこで、高岡同様、歴史ある観光スポットや職人の伝統的な技術が古くから伝わっている隣県の金沢市のパンフレット、トータル 25 種類のパンフレットを収集した。高岡市と同様の項目で、私の目線で金沢市のパンフレットを分析した。見た目の印象として金沢市のパンフレットは、ネーミングにこだわっていてインパクトのあるネーミングのパンフレットが目立っていた。また、表紙が華やかで手に取りたくなるものが多かった。サイズもＡ４サイズは 25 種類中４種類のみで、大半が持ち運びを考えた小さいサイズのものだった。どのパンフレットも内容がかぶることがほとんどなかった。金沢市全体を紹介するパンフレットが１つあり、それ以外のパンフレットはそれぞれの資源・観光施設を個々に紹介するものであった。高岡市と同様に、歴史を大切にしているまちでも垢抜けた感じや華やかさのあるパンフレットを作ることが出来るのだということがわかった。

特に、パンフレットの表紙のデザインが印象に残るものが金沢市のパンフレットには多かった。そこで、次はパンフレットの表紙に着目して研究を進めることにした。パンフレットの内容ももちろん大切だが、まずは、ぱっと見て手にとってもらえるパンフレットでないと、情報の伝達が始まらないからである。また、表紙の印象という点で、パンフレットのサイズやネーミングにも着目してみることにした。

そこで、より多くの形・デザインのパンフレットを収集するため、高岡市、金沢市以外の日本全国の 10 の都市のパンフレットを収集した。

この 10 の都市のパンフレットから特徴のある表紙のパンフレットを探した。そして、一般的にどんな表紙のパンフレットが好まれるのか、客観的に意見を聞くために、簡単なアンケートを実施した。

アンケートは、全国のパンフレット 13 種類を刺激として回答を得た。これらのパンフレットは全国のパンフレットの中から表紙、紙質、大きさ、形、パンフレット名に特徴のあるものを私が選んだ。

アンケートを実施したところ、富山大学芸術文化学部の学生男女 18 名から回答を得ることができた。このアンケートの結果を分析すると以下のことが考えられる。

まず表紙の印象についてはポップな印象でもあるが、レトロで落ち着いた雰囲気もあるもの、レトロなデザインだが写真を使った大人なデザインになっておりしっかりとしたパンフレットである印象を与えられるもの、シンプルだが茶目っ気のある可愛らしいマークがパンフレットの中身を分かりやすく象徴しているものに票が集まった。

大きさについての質問では、全国のパンフレットによく使われている大きさより少し小さいサイズをしているものに票が集まった。メジャーな大きさのものよりも少し小さいだけだが、その少しの小ささが他と比べ持ち運びやすいと感じさせるのだろう。

形についての質問では大きさの質問と同様に少し小さ目なものに票が集まった。また、見出しの見やすさも形において重要なポイントであることが分かった。

ネーミングに関する質問では、ネーミングだけで何のパンフレッ

トなのかすぐ分かるものや遊び心のあるものに票が集まった。

高岡市現地調査

パンフレットの事例調査を行う一方で実際高岡のまちで情報収集を行った。高岡のまちを何度か調査していて、高岡のまちの中には女性が喜ぶような場所が多いように思った。

そこで、実際来店されるお客さんの男女比を聞いてまわった。お店の方に、楽しめそうなおすすめのお店や高岡を体感できるようなお店はありますか。と尋ね紹介してもらった。10 店を訪ねたところ、お客さんの男女比は、10 店中 6 店が大半が女性客。1 店が 6：4 で女性が多い。2 店が 5:5 で半々。1 件が大半が男性だとのこたえだった。特に、実際にものを買っていかれるお客さんは女性が多いようだった。やはり、高岡のまちには女性が好むスポットが多かった。

実際に高岡のまちを調査した結果を踏まえて、パンフレットのターゲットを女性にしぼることにした。そこで、女性が手に取りたくなるようなパンフレットとはどのようなものなのか、富山大学芸術文化学部の女子学生 6 人にインタビューをした。インタビューはパンフレットを刺激として行った。アンケートに用いたパンフレット 13 種類と、全国のパンフレットの中から、女性が好みそうな可愛らしさのあるパンフレットを 7 種類選んだものを見てもらいながら質問に答えてもらった。

6 人中 4 人が一つのパンフレットに興味を示した。手書き風のレトロなパンフレットである。理由としては、「手書きであることで、まず興味をひかれる」「文が短く読みたくなる」「手書きにすることは、高齢の方に読むことを促す効果もあるといわれる」「地図も手書きであることで、端的で分かりやすい」「高岡のパンフレットを作るのであれば、これくらいローカル感のあるデザインが親しみやすいのではないか」という意見があがった。

企画案

これまでの調査・研究により、高岡のパンフレットに欠けているものとはどのようなものか、どのようなパンフレットが新たに必要なのかが明らかになった。それらの結果を考慮してパンフレットの企画案として企画書を作成した。

作成にあたって、第一に新しいパンフレットには、現行のパンフレットには載っていないようなローカルスポットの掲載が必要だと考えた。高岡のパンフレットには、有名な観光スポットがいくつものパンフレットに重複して掲載されている。いくつものパンフレットに載っている場所の紹介はもういらないであろう。そして、有名な観光スポットにいかなくても、高岡にはローカルではあるが魅力的な場所がたくさんある。

第二に現在の高岡のパンフレットは、歴史あるまち高岡を尊重しすぎてか、全体的にどこかかたい印象のパンフレットが多いが、他の地域を見てみるとまち自体が歴史・伝統を重んじているところであっても、遊び心があるパンフレットや垢抜けたパンフレットを出しているところが多くあった。高岡に必要なパンフレットの要素の１つに「かたさのないぱっと見、手に取りたくなるようなパンフレット」があると考えた。

第三に実際に高岡のまちをまちの人の話を聞きながら歩いてみて、女性が喜ぶようなスポットが多いことが分かった。そこでパンフレットのターゲットを女性に絞った。よってパンフレットのデザインも女性の目を引くようなデザインのものにすることにした。

パンフレットの方針を①パンフレットには載らないような、高岡らしいローカルスポットの紹介。②かたさのない手に取りたくなるデザイン。③女性をターゲットとしたパンフレット。とし、パンフレット全体を手書きにすることで、幅広い年齢の女性に見てみようと思わせるデザインにし、全体的にゆるいレトロな雰囲気で、地元感、親近感のあるものを目指した。

高岡の新パンフレットの企画案を出し、企画書を作成した後、企画書に従い、実際に新パンフレットのサンプル制作を試みた。表紙・マップ・裏表紙の絵を学生に依頼し、さらにその絵の取り込みや加工も違った学生に依頼した。そしてサンプルが一つできたのだが、そのサンプルは私の満足のいくパンフレットには仕上がらなかった。

原因はいくつかある。まず、作業を進める学生と私のイメージするパンフレットが一致していなかったこと、できた作品を何度も改良する力・余裕が私になかったことが挙げられる。よって、満足のいくサンプルを作ることはできなかったが、サンプルを実際作成してみて、人が関われば関わるほどしっかりとした企画力・動員力が必要となるということを直に感じた。

今回の研究では現状を調査・分析し問題点を出した上で問題点改善の企画案を制作した。この論文を通して高岡のまちに興味を持ったり、パンフレットの現状を知って私と同じ気持ちになってくれれば嬉しいと思う。

木造建築の長期耐用に関する提案と研究

Proposal and study of regional wooden construction to use for years

山田 幸宏
Yamada Yukihiro
造形建築科学コース

研究の背景

近年の地球環境の悪化に伴い、建築は長期にわたり使用できることが求められている。現在、ソフト・ハード両方の長期耐用化、使用エネルギーの低減に関する様々な提案がなされている。しかし、鉄やコンクリートによる主要構造部の廃棄方法はいまだ理想的とは言い難い。これからの建築は施工中・使用中の消費エネルギーの低減は勿論、廃棄後の影響も考慮したものでなければならないと考える。

伝統軸組構法の特徴

そこで、伝統軸組構法によって建てられる木造建築に注目した。木材は大気中の二酸化炭素を吸収し生長するので、環境保全に大いに貢献できる。また建築部材として利用した後に、インテリアや燃料として二次利用がしやすく、自然素材なので廃棄後の影響もなく、樹木として再生産も可能である。建築の構造部材の中で、生産から廃棄・再生まで理想的な循環が可能なのは木材だけである。

一方伝統軸組構法は、在来工法に比べ太い柱や梁を用い、大工の技術による仕口や継手によって建てられる。接合部に金物を使用しないので、金物の腐食による耐力の低下等の心配がない。また部材の接合部を強化し水平力に抵抗する構造なので、耐力壁や筋交い等の軸組を配置せずに、四方がひらかれた空間をつくることができる。これにより可変性の高い空間が得られ、用途変更にも対応することができる。

このように伝統軸組構法による木造建築は、地球環境に対する負荷の低減だけでなく、長期耐用が可能な空間的特徴も兼ね備えている。しかし構造特性上、法規に従った壁や筋交いを入れた軸組に該当しない。今回は、北陸の伝統軸組構法のひとつである「ワクノウチ架構」の耐力を接合部試験と骨組構造解析により評価し、地震力に対しどれ程の抵抗性能を有するのかを検証する。

ワクノウチ架構の水平耐力に関する研究

今回の研究では、ワクノウチ架構の平面試験体を製作し、接合部強度試験を行い、得られたデータを元に各回転角の接合剛性を求めた。そしてこれらを用いて骨組構造解析を行い復元力を求め、既存の方法で換算壁長と負担面積を算定し、ワクノウチ架構1体が有する耐力を検証した。まず、試験体にオイルジャッキ、ロードセル、変位計を設置し、オイルジャッキにより左右の柱に圧縮と引張の力を交互に加えていく。変位は1/400、1/200、1/120、1/100、1/60、1/30、1/20の7種類とした。以上の工程を部材寸法が異なる3種類をそれぞれ3体ずつ、計9回行った。図1に各試験器具を取り付けた様子を示す。

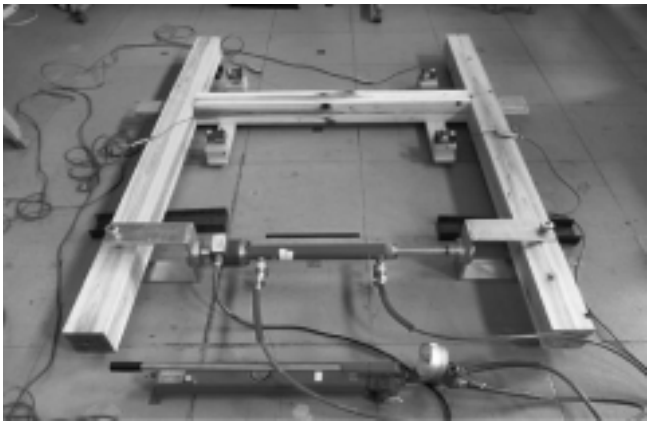


図1　試験体に各試験器具を取り付けた様子

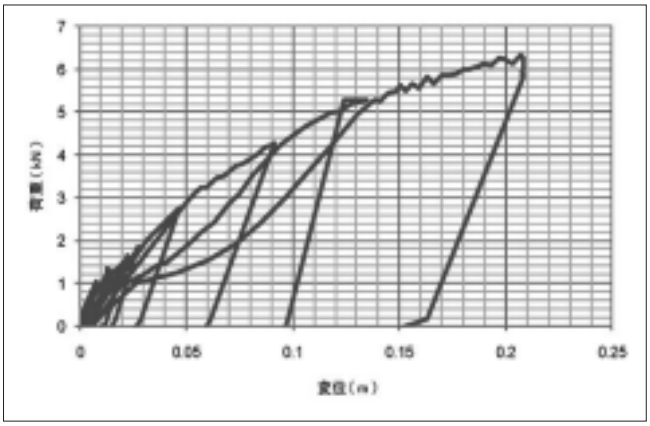


図2　荷重と変位の関係を表したグラフ

$$剛性\ (kN \cdot m / rad) = \frac{モーメント抵抗\ (kN \cdot m)}{回転角\ (rad)}$$

式1　剛性を求める式

$$無次元化剛性\ k_i = \frac{剛性\ K_i \times 荷重距離}{ヤング率\ E \times 断面二次モーメント\ I}$$

式2　単位回転角あたりの剛性を求める式

接合部強度試験により、荷重と変位の関係が分かる。図2に荷重と変位の関係を表したグラフを示す。これらをモーメントと回転角の関係に変換し、各回転角の接合部の剛性を求める。得られた剛性を部材のヤング率と断面二次モーメントで割り、単位回転角あたりの接合剛性を求め

る。式1と式2にそれぞれ求め方を示す。

次に、単位回転角あたりの剛性を各回転角の接合剛性として用い、有限要素法による骨組構造解析を行った。ワクノウチ架構を節点とそれらに囲まれた部材としてモデル化し、水平方向に単位変形を与え強制変位させ、それらに対するワクノウチ架構の復元力を評価する。図3にモデル化したワクノウチ架構を示す。単位変形の値は、柱脚部の回転角が1/400，1/200，1/120 ，1/100，1/60，1/30，1/20となるような値とした。今回、部材のヤング率はすべて同等とみなし、値は含水率とシルバテスタによる測定で得られた値の平均を使用した。また、柱脚のめり込みと柱の復元力特性により、柱脚の拘束条件は完全固定とみなしている。

図4に回転角と復元力の関係を表したグラフを示す。グラフ上の点線で表されている直線は、1/400のときの初期復元力を等価線形化したものである。図4のように、復元力は回転角が大きくなるにつれて低下し、その値は非線形をなすことがわかる。

建築基準法施工令に採用されている壁倍率の算定根拠によると、壁倍率が1.0の壁は「変形が1/120のとき、壁長1mあたり1.96kNの耐力を持つ壁」と定義されている。つまり、任意の耐力壁1mの換算壁長を求めたい場合は、その壁の変形が1/120のときの耐力を1.96で割ることで得ることができる。一方地震力に抵抗するために必要な壁長は、建築基準法施工令第46条に「階の床面積に、屋根材によって決定される値を乗じたもの」と定義されている。つまり存在壁長を床面積に乗ずる値で割ると、その壁が負担できる床面積を求めることができる。

図4より、1/120のときの復元力は、35kN程度である。この値を用い、換算壁長と負担面積を求める。まず換算壁長は、

35.22 ÷ 1.96 = 17.969 (m)

となる。次に負担面積を求める。瓦葺等の重い屋根で平屋建の場合に1階部分に使用する15cm/㎡を床面積に乗ずる値に用いると、

17.969 ÷ 0.15 = 119.796 (㎡)

となり、瓦葺等の重い屋根で2階建の場合に1階部分に使用する33cm/㎡を用いると、

17.969 ÷ 0.33 = 54.453 (㎡)

となる。

考察と今後の展開

以上より、ワクノウチ架構1体あたり、平屋建の場合119㎡、2階建の場合54㎡程度の床面積を負担することができると考えられる。ワクノウチ架構が内包する床面積は5.4×5.4 = 29.16㎡なので、ワクノウチ架構内部は十分安全であり、四方がひらかれた空間を実現することができることが分かった。また、周囲の床面積を負担することも可能であり、これによってよりひらかれた建築を設計することができる。

伝統軸組構法は、部材同士の接合部の強度によって、構造全体の強度が大きく左右される。今回の試験でも結果にばらつきが多く生じ、その後の解析結果にも影響が出たので、接合部の精度は極めて重要である。また部材を増やすことで、各部材が負担する力が分散され、結果構造全体の抵抗力が向上すると考えられる。今回の解析では上部に入れている貫は3段であるが、これを5段程度まで増やすことで復元力の向上が期待できる。他にも、込栓等を入れる、柱・梁の断面を大きくする、等によって、ワクノウチ構法の耐力を上げることできると考えられる。

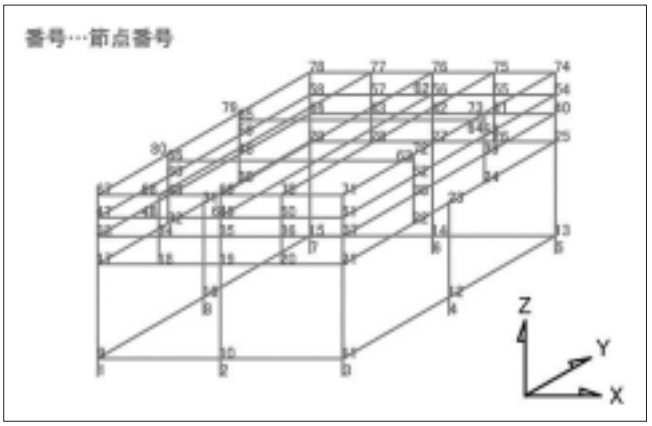


図3　モデル化したワクノウチ架構

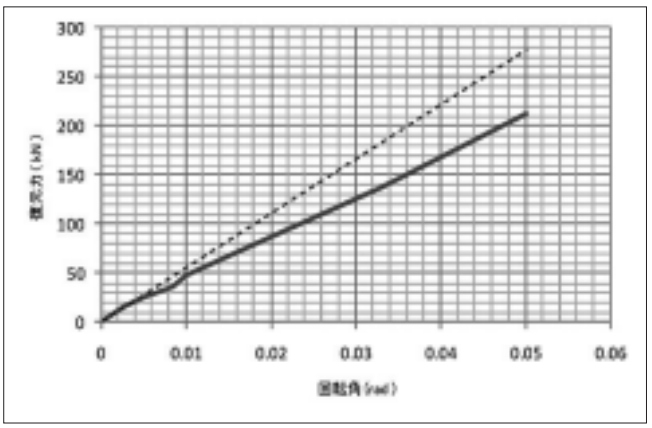


図4　回転角と復元力の関係を表したグラフ

高松塚古墳の現状と今後

The present conditions and the future of the Takamatsuduka burial mound

新屋 早織
Araya Saori
文化マネジメントコース

高松塚古墳の概観

高松塚古墳は奈良県高市郡明日香村に所在する。大きさは直径約18メートル、高さ約5メートルで、形態は円墳である。7世紀末から8世紀初めに築造されたもので、終末期古墳に分類される。大化元（645）年の大化の改新以降、8世紀のはじめに藤原京から平城京に遷都された和銅3（710）年前後までの、およそ60年ほどの間に築造された古墳と考えられている。石室内部の広さは、奥行2.6メートル、幅1.0メートル、高さは1.1メートルであり、天井に星辰図、東壁に日像、西壁に月像、東、西、北壁に青龍、玄武、白虎の四神図、東西両壁に男女各4人ずつの人物群像が描かれた壁画古墳である。

高松塚古墳の価値

高松塚古墳の壁画は、星辰（星宿とも呼ぶ）、日像と月像、四神図（青龍、白虎、玄武の図。朱雀図は確認できない。）、人物群像の4つに分類することができる。星宿、日月、四神と人物群像という題材は、おのおの意味の異なるものが描かれている。星宿、日月、四神は被葬者の地位、身分を象徴するものである。それに対して人物群像は、被葬者の従者として人間の精神的なものを表現しているとされている。

従来装飾古墳と称されてきた古墳には、円形や三角形などを配した幾学的文様や、なにかよくわからない物語的な表現がみられる。このように、古墳の中に壁画を描くことは決して珍しいことではない。

しかし、高松塚古墳の壁画は性格が異なる。高松塚の場合、壁面に直に描かれるのではなく、凝灰岩の切石に薄く塗られた良質の漆喰の上に壁画が描かれている。さらに壁画の内容は、星辰図、日月像、四神図、人物群像といった、中国の思想の影響を受けた象徴性の深いモチーフや、幾学的な文様ではなく人物が描かれており、題材や筆づかい、色づかいなどの観点から見て極めて芸術性が高く、明らかに従来知られてきた装飾古墳とは異なる。

発見されてから今日まで

村史編纂事業の一環として昭和47（1972）年3月1日から高松塚古墳の発掘調査が行われ、発掘作業中の同月21日に我が国初の極彩色の古墳壁画が発見された。その後、昭和48年4月23日に古墳全体が特別史跡に指定され、翌年4月17日に壁画が国宝に指定された。壁画の貴重性と脆弱さを配慮し、高松塚古墳は昭和47年4月6日から今日に至るまで、文化庁によって管理されてきた。

平成15年3月頃から、カビによる壁画汚染が予想以上に広がり、壁画の状態が急激に悪化していることが新聞紙上で伝えられ始めた。平成17年6月27日、現地での保存は困難だと判断した文化庁は、高松塚古墳壁画を解体して保存することを決定した。それまで最良の方法だと考えられていた発掘前の環境を変えずに自然に近い状態を保存施設で作り出し、現地で保存するという方針には、いったいどのような問題があったのだろうか。モノを永久に良好な状態で保存することは絶対に不可能ではある。しかし、1300年以上も保たれてきた状態が、昭和47年から30年程度の間に著しく悪化したのには何らかの原因があったことは確かである（写真1）（写真2）。そして後にその原因のひとつと考えられるような事件が発覚した。

平成18年4月、文化庁のずさんな管理体制が新聞で報道された。第一に、平成14年の石槨内のカビの除去作業中に壁画を傷つけていて、それを4年間も公表しなかったこと。第二に、平成13年2月に墳丘土の崩落防止工事をした際、同庁のマニュアルに反して工事関係者が防護服を着ないで作業をしており、そのことが同年3月に石槨外に大量のカビが確認され、12月には石槨内でカビの大量発生が確認された原因とされていたことなどである。さらに、平成14年の1月に修復作業中に壁画に電気スタンドを接触させて5か所も傷をつけていたことや、カビ落としの薬品を試しに使用して壁画を変色させたこと、平成13年の時点で東壁の青龍部分に除去が困難な黒カビの発生が確認されていたにもかかわらず、公表しなかったことなどが報じられた。これらのどの情報もこの時点まで公表されず、さらに同庁は劣化を認識していたにもかかわらず明日香村にすら事実を伝えていなかった。

防護服の無着用や損傷事故、防カビ剤を試みに使って壁画を変色させる、情報の非公開、報告をしないなどあらゆる面から考えても国宝を扱っているとは思えない行動ばかりである。地球環境の変化も原因のひとつかもしれないが、担当者がしっかりと責任を持って保存修復していたらこんなに悪化することはなかったに違いない。

平成18年10月2日、これ以上の壁画劣化をくい止めるために、石室解体のための発掘作業が始まった。翌年の4月5日から石室解体は着手され、16枚の石材で構築されていた石室が無事に解体された。16枚の石材は明日香村にある保存修理施設に搬入され、修理の様子は一般公開された。解体された壁画は現在もなお明日香村の修理施設で保管されている。

今後の展望

まず、文化財の保護の基本的な理念であるが、世界遺産条約では文化財を守るにあたり、保護、保全、保存という3つの方針が使い分けられている。保護（保護地域）は、人為、自然現象にかかわら

ず保護対象へのマイナス要因を除去して管理すること。保全は、賢明で合理的な利用を目指した積極的で統括的な管理のことである。保存は、保護対象物に対していっさい手を加えずに管理することとされている。

このように、各々の文化財に適した方針がいくつか並立することで、文化財はより長く保存することができたり、良好な状態で保存できる期間は短くなるかもしれないが、公開されることによって社会に貢献することもできる。現状保存が文化財にとって最良であるのか、そうではないのかを見極め、さらに個々の文化財に適した保存の仕方や活用ができるような柔軟性のある政策が文化財保護において重要になると考える。したがって、高松塚古墳も、古墳にとって最良の保存と活用がされなければいけなかったし、現状のあり方では許されないのである。

次に、文化財の管理体制についてだが、近年では、地域に根差した文化遺産は、地域ごとに地方公共団体が中心となって価値を見出していくとともに、地域の財産として継承する取り組みの一層の充実を図る必要があると考えられている。文化財保護の主体は国から地域公共団体へ、さらには民間へ次第に拡大しようとしているのである。

高松塚古墳壁画は文化庁によって管理され、自然的原因だけでなく人為的原因からも劣化した。今後文化財保護は国や地域公共団体だけでなく、民間までもが加わって行われていく傾向にあるが、高松塚はそのような動きの中で、以前のように閉鎖的な管理下ではなく、高松塚を守ろうとする多くの人たちの連携の取れた組織の中で保護される必要があると考える。なぜならば、再び以前のような閉鎖的な管理下に置かれ、一部の担当者のみが文化財の状態を把握しているような状況の中で、私たちが知らない間に文化財が劣化していくことは、もう許されないからである。私たち国民のものでもある文化財が現在どのような状態で、どのように保存されているのかを私たちは知る権利がある。たくさんの人が文化財の状態や保存の状況を把握できるような開かれた管理下の方が、文化財を保護する側も以前よりは緊張感を持って保存できるに違いない。

文化財保護は、価値あるものを凍結保存することから、公開するだけでなく、価値を維持したまま、いかに地域と将来世代に貢献できるように活用するかに重点が移ってきている。それは決して簡単なことではないが、公開、活用されることで文化財自身も活かされ、ただ保存されるよりもはるかに社会に貢献するのである。高松塚古墳の場合、壁画においては修復が終わっても元あった墳丘内には戻さず、これ以上の劣化が進まないような環境で管理し、その施設を一般公開して本物の壁画の迫力をたくさんの人々に見てもらえるようにするのが望ましい。墳丘に関しては、壁画を保護するために石室が取り除かれもぬけの殻状態になり、古墳としての意義は希薄になってしまうかもしれないが、もともと高松塚古墳が有する歴史的意味を把握、理解できるように整備するのが最良の策であろう。

そのような保存方法が実現した時にこそ、壁画も古墳も各々の持つ歴史的価値を伝えながら保存され、活用されていくのではないかと考える。

昭和 47 年の高松塚古墳壁画「西壁女子群像」

平成 18 年の高松塚古墳壁画「西壁女子群像」

［主要参考文献］
○網干善教『高松塚古墳の研究』角川書店、1999
○朝日新聞縮刷版 1972 年 3 月号～ 2009 年 11 月号
○根木昭『文化政策の展開―芸術文化の振興と文化財の保護―』放送大学教育振興会、2007
○川村恒明監修『文化財政策概論―文化遺産保護の新たな展開に向けて―』東海大学出版会、2002

北陸における省エネルギー手法の二酸化炭素排出量効果に関する研究
―太陽熱利用とバイオマス利用の比較検討―

Research on CO_2 Emissions Reduction Effects of Energy Conservation Methods in Hokuriku Climate
Comparison of Solar Housing Effect and Biomass using Effect

安藤 総兵
Ando Sohei
造形建築科学コース

1　研究の目的

今日、地球温暖化が進む中ソーラーハウスや自立循環型住宅など様々な省エネルギー住宅が提案されており、全国で省エネルギー住宅が徐々に定着しつつある。

しかしながら、北陸の冬は太平洋側に比べ日射が少ないことから、日射を必要とする省エネルギー技術の効果はあまり期待できない。そのため、森林及びもみ殻等のバイオマスエネルギーの利用が重要視される。現在、富山県産材の利用は年間で43000㎥である。しかしながら、利用されずに捨てられる残材は3.5倍の151200㎥にも及ぶ。これは、県産材の約8割に当たり、約10億MJのエネルギーが毎年使われずに残っている。

そこで、本研究では二酸化炭素の発生量について、日射熱とバイオマスエネルギーの観点から富山県の現状と比較し、北陸に適した省エネルギー住宅を提案する。

2　日射熱利用に関する検討

北陸の気候でパッシブソーラーハウスを建築した場合、どれだけの効果が得られるか住宅用熱負荷計算ソフトを用いて算出した。算出に用いた平面プランを図1に示す。本計算では、この平面プランの居間における室温の変化を算出した。居間の広さは23.2㎡で、南面の窓の高さを1800mm、それ以外の窓を900mmとする。

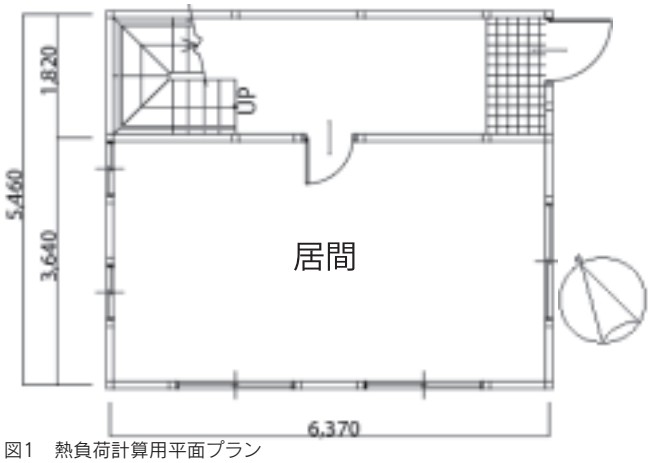


図1　熱負荷計算用平面プラン

富山における住宅の床材を厚さ30mmの杉、100mmのコンクリート、東京における住宅の床材を厚さ100mmのコンクリートにした3種類で、室温の変化を算出したものを図2に示す。また、本計算では暖房は含まないものとし、日射熱だけで室温の変化を算出した。コンクリートは蓄熱効果が高く、パッシブソーラーでもよく用いられる素材であるが、富山県ではほとんど蓄熱効果が見られないことがわかる。暖房負荷はコンクリートのほうが杉よりも年間で約290MJ削減できる。また、東京と富山の外気温の差はほとんど見られず、日射熱だけで室温に大きな差が開いたことが予想される。

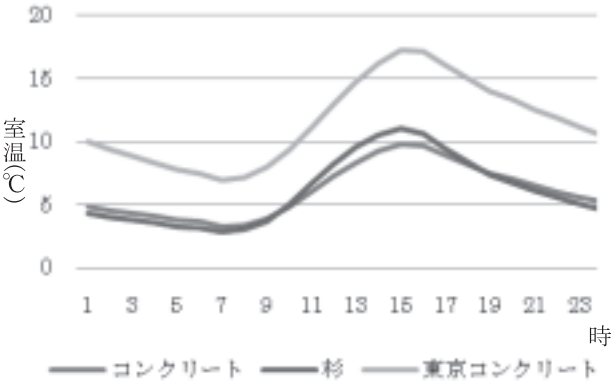


図2　床材の違いによる1月の室温の変化

そこで、日射量を富山と東京で比較した。過去10年分の1，2月の日射時間割合を富山と東京で比較したものを図3に示す。富山は一ヶ月の内、半月以上が日照時間0時間～1時間であるのに対し、東京は半月以上が8時間以上の日照があることが図3でわかる。年間の日射時間は富山に対して東京が約1.13倍であるのに対し、1，2月は約2.5倍にもなる。ゆえに、図2のような室温の差が表れたといえる。

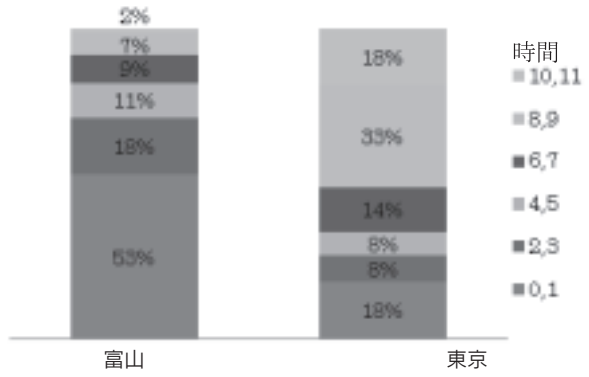


図3　1,2月の日照時間割合

3　バイオマスエネルギー利用に関する検討

カーボンニュートラルの概念により薪の燃焼による二酸化炭素の増加は無いものとする。したがって、薪の伐採・運搬に係る二酸化炭素排出量を仮定し、薪の二酸化炭素排出量とする。表1に伐採と運搬に係る二

酸化炭素排出量を示す。伐採にはチェーンソーを利用し、薪の運搬を20kmとすると合計で19.6kgの二酸化炭素が排出される。

表1　伐採･運搬に係る二酸化炭素排出量

	エネルギー	使用量(ℓ)	二酸化炭素排出量(kg)
伐採	ガソリン	4	9.2
運搬	軽油	4	10.4

次に、1MJ当たりの二酸化炭素排出量を次式で求めた。

1MJ当たりの二酸化炭素排出量

$$= \frac{\text{伐採に係る}CO_2\text{発生量 kg} + \text{運搬に係る}CO_2\text{発生量[kg]}}{\text{年間暖房熱負荷 MJ}}$$

年間暖房熱負荷を25853MJとした場合の1MJ当たりの二酸化炭素排出量は次のようになる。

$$0.00076\text{kg} - CO_2/\text{MJ}$$

また、1MJの熱量を作る時に必要な薪の量を0.065gとした場合、一戸あたり年間で約1.68tの薪が必要となる。

4　暖房エネルギーの削減比較

実際に、パッシブソーラーと薪ストーブがどれだけ二酸化炭素の排出量を削減できるのかを、石油ファンヒーターと比較した。表2に機器の熱効率も踏まえた住宅から排出される二酸化炭素量を示す。また、パッシブソーラーの暖房もファンヒーターとする。

表2　設備の熱効率と住宅から出る二酸化炭素時排出

設備機器	エネルギーの種類	熱効率	1MJ当たりの二酸化炭素排出量
薪ストーブ	薪	70%	0.0011 kg
石油ファンヒーター	灯油	100%	0.0728 kg

各々の二酸化炭素排出割合を図4に示す。

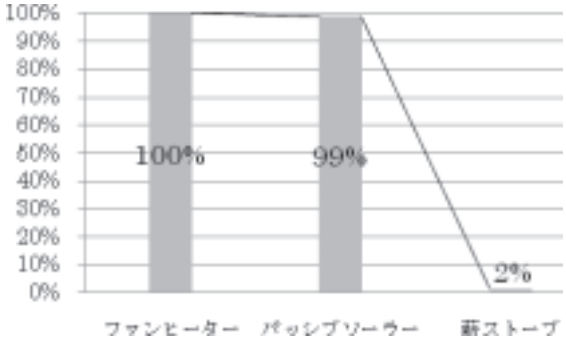


図4　ファンヒーターとの二酸化炭素排出量の比較

ファンヒーターと比較すると、薪ストーブは98%の二酸化炭素排出量を削減できる。対して、パッシブソーラーは1%の削減に留まった。

したがって、北陸では薪ストーブのほうが大幅な効果が期待できることがわかる。

5　比較

冷房･暖房･調理･給湯において、富山県の一戸当たりの平均二酸化炭素排出量を100%とし、一番普及率の高い設備機器を使用した一般的な住宅と、一般的な住宅にパッシブソーラーを利用した住宅、提案した住宅で比較したものが図5である。県平均と提案した住宅を比較すると、全体でおよそ61%の二酸化炭素排出量を削減できる。なお、一般的な住宅と比較しても全体で51%の二酸化炭素排出量を削減することが可能である。また、パッシブソーラーにした場合の暖房負荷は、全体の0.2%にも満たないわずかな二酸化炭素排出量の削減となり、グラフ上での差は見られなかった。

また、使用されていないバイオマスエネルギーを薪ストーブに利用した場合、富山県で31556戸の暖房器具を薪ストーブに変換できる。結果、富山県全体で約7%の二酸化炭素排出量を削減できる。

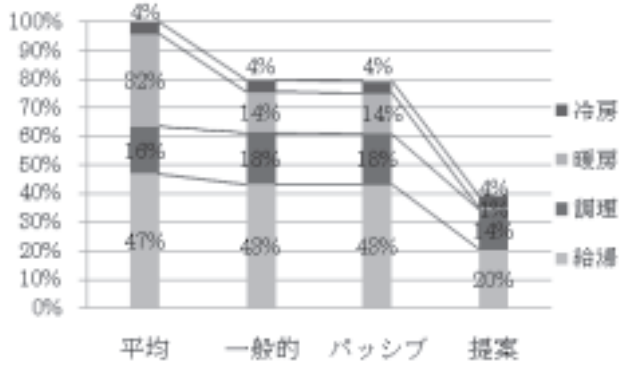


図5　住宅から出る二酸化炭素排出量の割合

6　まとめ

北陸は日射量が少なく暖房にかかる熱負荷が多くなるうえ、日射熱を利用した省エネルギー住宅はほとんど効果が見られない。そこで、それを補うためにバイオマスエネルギーへの転換が求められている。現在、富山県の県産材の利用率は約2割に留まり、年間約10億MJものバイオマスエネルギーを廃棄していた。この間伐材などのバイオマスエネルギーの利用で、暖房での二酸化炭素排出量を大幅に削減することが可能である。しかし、個人で間伐材の伐採･運搬を行うのは大変困難であり、家庭での薪ストーブの利用が限られてしまう。そこで、県の取り組みとして、間伐材の乾燥･保管場所を確保し、積極的に県産材を利用していくことが求められる。

美的経験における陶酔の問題
―観照者の芸術作品の受容体験における陶酔の作用について―

The Question of Intoxication in Aesthetic Experience
On the Function of Intoxication in Appreciators' Experience of Art

石黒 綾
Ishiguro Aya
文化マネジメントコース

要旨

本稿の目的は観照者の美的経験における陶酔という生理現象に焦点をあて、陶酔がどのように観照者に働きかけるのかについて考察し、観照者の美的経験に含まれている要素を明らかにし、それらを定義づけることである。そのために、ドイツの哲学者フリードリヒ・ヴィルヘルム・ニーチェ [Friedrich Wilhelm Nietzsche（1844～1900）] の『悲劇の誕生（Geburt der Tragoedie ）』（1872）で論じられている「ディオニュソス的陶酔」の作用を観客である観照者に注目して考察し、さらに後期のニーチェ哲学の陶酔一元論からなる「芸術の生理学」における陶酔の概念と、「ディオニュソス的陶酔」との共通点を挙げ、観照者の美的経験における陶酔の作用について考察する。

『悲劇の誕生』における「ディオニュソス的陶酔」

『悲劇の誕生』では、自然から沸き起こる二つの相対立する芸術衝動、「アポロン的なもの」と「ディオニュソス的なもの」の奇跡的な結合によって、ギリシア悲劇は誕生したとされ、その論の中ではギリシア悲劇の誕生、衰退、再生の三局面について考察されている。『悲劇の誕生』の骨子となる「芸術の形而上学」とは、「生存と世界は美的現象としてのみ是認される」という概念である。

「芸術の形而上学」における「アポロン的なもの」とは、造形芸術を司り、人間には生理現象である「夢」として立ち現われ、「美しき仮象」によって悲惨なる生を救済するものである。また、それは個々の事物を他のものから区別する「個体化の原理」と結びついている。それに対して、「ディオニュソス的なもの」とは、アポロン的な「個体化の原理」を打ち破る働きを持ち、それによって個体である人間が「自己忘我」の状態に陥り、自然すなわち根源的一者と合一するに至る。「ディオニュソス的なもの」は、音楽芸術を司り、人間には生理現象である「陶酔」として立ち現れてくる。この衝動から沸き起こる「陶酔」が「ディオニュソス的陶酔」である。

アポロン的な救済においては、根源的な矛盾、苦痛を孕む生を「美しき仮象」によって美化し、永遠化することによって、悲惨なる生を生きるに値するものとし、個体の生を救済する。しかしながら、アポロン的な「美しき仮象」は生の持つ醜い部分である根源的な矛盾や恐怖をそのまま肯定するのではなく、それを覆い隠す単なる幻惑のヴェールにすぎない。それゆえに、アポロン的な「美しき仮象」の下には依然と根源的苦悩が渦巻いたままである。

それに対し、ディオニュソス的な救済では、アポロン的な「個体化の原理」を打ち壊し、生存の真実の認識へと人を導き、それによって真の「形而上学的慰め」を達成するにいたる。その際、「個体化の原理」が揺らぐことで「戦慄的恐怖」とともに「ディオニュソス的なもの」として、自然の根底から「歓喜溢れる恍惚感」が立ち上る。その快感とは、個体である人間が、個体の生の下に脈々と流れる根源的一者の生に触れ、歓喜することによって生ずる。「ディオニュソス的なもの」は苦悩と快感を本質的に含むものである。根源的一者の苦悩と快感のもとで、人間は自己の生の根源的矛盾、苦悩そのものを肯定し、真に救済されるに至るのである。

「芸術の形而上学」における芸術創造の「媒体」としての芸術家

「芸術の形而上学」においては、芸術はあくまでも「根源的一者」の自己救済活動であり、人間はそれを達成するための「媒体」にすぎない。「芸術の形而上学」において、人間が救済されるのは、単に根源的一者の自己救済活動の結果なのである。個体である人間が芸術衝動を受容する媒体となって、根源的一者が救済されることで、人間は悲惨なる自己の生を肯定することができるようになる。このことから、「芸術の形而上学」においてニーチェは芸術家を、芸術衝動を受容する「媒体」とみなすことで、本来存在する「芸術家」と「観照者」の枠組みを越えて、芸術論を展開していると解釈することが出来る。

「理想的な観客」としての「合唱団」についての考察

「アポロン的なもの」と「ディオニュソス的なもの」という対照的な性質を持つ芸術衝動は、『悲劇の誕生』においてあくまでも対立する関係で論じられているが、その働きは相補的であり、その存在は互いに必然性を持つものである。それは、『悲劇の誕生』のなかの「理想的観客」としての「合唱団（コロス）」の論述においても認めることが出来る。

悲劇芸術には舞台の上で行われる「対話」と、舞台と観客席との間の「合唱団」に決定的な様式の対立が存するとニーチェは考えており、「対話」はアポロン的であり、「合唱団」はディオニュソス的であるとしている。しかし、この二つの様式の対立を超えて、「合唱団」は「ディオニュソス的なもの」の作用によって、「アポロン的なもの」を高め、舞台の上にディオニュソス的でありながら、アポロン的な「まぼろし」を観衆に見せる働きを持つ。この働きを持つことから、合唱団は「ディオニュソス的興奮」のうちに舞台の上に「ま

ぼろし」として中間世界を見ている「独特な見物人」という意味で、「理想的観客」であるとニーチェは述べている。「ディオニュソス的なもの」が「アポロン的なもの」を高めるという、この相補的な芸術衝動の作用こそ、悲劇芸術の本質であるとニーチェは考えている。

真の「美的聴衆」

『悲劇の誕生』の 22 節、「音楽的悲劇と美的聴衆」のところで、ニーチェは真の美的聴衆について論述している。美的聴衆とは、悲劇芸術を観照する際に「アポロン的であると同時にディオニュソス的でもある感動」を体感する者である。その感動とは、悲劇芸術において、光に満ちた舞台の可視的なアポロン的衝動が、音楽のディオニュソス的な衝動によって最高度に高められながらも、同時にディオニュオス的な衝動によって、舞台上の人物の破滅というアポロン的な光の仮象の崩壊からもたらされる「苦悩」と「快感」である。

ニーチェが考える観客としての真の美的聴衆に必要なものとは、芸術に対する批評的な態度ではなく、悲劇詩人が感じたような芸術衝動を受容する能力である。すなわち、「アポロン的なもの」と「ディオニュソス的なもの」という、二つの芸術衝動を体感する美的な能力である。

二元論の克服、「芸術の生理学」へ

後期のニーチェは、初期の思想である「芸術の形而上学」を否定し、陶酔一元論からなる「芸術の生理学」という芸術論の構想を試みた。しかし、これは構想に留まり、現在は断片のみが残っている。「芸術の生理学」では「陶酔」そのものが芸術創造者、及び観照者に必要不可欠なものであり、芸術現象一般は陶酔によって成り立つと述べられている。この陶酔一元論的な考えは、すでに『悲劇の誕生』において、アポロン的な衝動を高める「ディオニュソス的陶酔」の働きに認めることが出来る。

陶酔と静観の関係

『悲劇の誕生』の中でニーチェは、悲劇芸術における観客の美的経験について「ディオニュソス的陶酔」によって、「アポロン的なもの」が高められ、それによってアポロン的でもあり、ディオニュソス的でもある「まぼろし」を見ることであると論じていた。ゆえに、自己分裂、自己忘我という「個体化の原理」を打ち壊す「ディオニュソス的陶酔」の作用は、節度ある仮象の美によって生を救済する「アポロン的なもの」の作用とは対照的なものであったが、決して対立するものではなかった。このことから、近代の美学において、観照者が芸術を受容する際の静観という概念は、決して美的経験における陶酔と相対立するものではないと言うことができる。確かに静観とは、芸術作品を仮象として観照する態度であり、自己分裂や自己忘我を含む陶酔とは性質を異にしている。しかしながら、静観と陶酔は美的経験において、決して矛盾するものではない。なぜならば、ニーチェによると、芸術衝動である「ディオニュソス的陶酔」は自己忘我、自己分裂という性質を含むものであるが、芸術現象の際、それは真実の認識へと人を導く過程であって、単なる非生産的な狂気の状態ではないからである。むしろ、「ディオニュソス的陶酔」によって初めて人は生存の真実を認識し、節度を持つ「アポロン的なもの」が高められ、生存の真実である「苦悩」と「快感」を併せ持つ「まぼろし」を「仮象」として、悲劇の舞台上に見ることができるのである。ゆえに、「陶酔」の作用によって芸術衝動が高められて初めて、人は芸術作品を「仮象」として観照することが出来る。芸術観照の際、観照者は芸術作品を「批評的」に鑑賞するのではなく、観照者も芸術家と同じように芸術衝動を受容し、芸術作品を芸術作品たらしめるために、「ディオニュソス的陶酔」によって「まぼろし」を見る能力が高められなければならない。静観という美的経験は、芸術作品を単なる仮象として観照するのではなく、生存の真実の現れとしての「まぼろし」を仮象として観照することではないだろうか。「陶酔」は、仮象である「まぼろし」を見る能力を高めるものとして、美的経験の根本に存するものなのである。

[主要参考文献]
○大石昌史「ニーチェにおける芸術の＜形而上学＞と＜生理学＞－－＜ディオニュソス的＞なるものをめぐって」『美學 第 150 号』(13-23 頁)、1987
○ニーチェ著・秋山英夫訳『悲劇の誕生』岩波書店、1966

21 世紀の北陸の美術館の在り方

On the future model of museums in Hokuriku area

石村 悠
Ishimura Haruka
文化マネジメントコース

1877 年に日本で最初の美術館が設立されて以降、日本の美術館はあらゆる形に変化を遂げてきた。明治維新以降は博物館・美術館文化が誕生し、これまで近い関係にあった美術と日本人の関係は切り離されてしまった。そして生活の中で生きていた美術は、箱の中に入れられ遠い存在となっていった。現在の美術館は収蔵すべきコレクションがあっての設立ではなく、まちづくりのためや市制 100 年記念など美術館をつくることを目的としてしまう事例が多いように思う。

また 2003 年に施行された指定管理者制度は、美術館にも経済性が重視され、研究にかける予算が削られるといった研究の軽視が指摘されている。本来、博物館の定義には調査研究がしっかり明記されているにもかかわらず、学芸員の仕事は増え、調査研究がおろそかになっているのが現状といえる。

現代の美術館の在り方は本当にこれでよいのだろうか。今の時代に合った新しい美術館像がつくられるべきではないだろうか。

ではどのような美術館が、今求められる理想的な美術館といえるのか。東京の六本木ヒルズにある森美術館は、入場者が低迷している美術館が多い中で、年間入場者は 130 万人とも言われ、今注目を集める美術館のひとつである。収蔵品を持たず、常設展示もない。ただ集客のためのマーケティングがそのまま運営コンセプトとなっている。そんな新しい美術館のかたちで人気を博している森美術館だが、それではこの森美術館のコンセプトをそのままを真似すれば富山の美術館も成功するのだろうか。私はそうは思わない。
なぜなら東京には東京での美術の楽しみ方があり、来館者も東京の美術館に求めるものと地方、北陸の美術館に求めるものでは違うと考えるからだ。収蔵品がない美術館は、逆にいえば作品を借りなければ展覧会を開くことができない。要するに運営資金がなければ成り立たず、また集客が大きな課題となる。富山という土地で大きな集客を見込む展覧会をするにしても、森美術館のように東京と同じスケールでしたところで同様の集客は見込めないだろう。要するに、地方には地方の、富山には富山の美術館像があるのではないだろうか。

これからの美術館にはネットとの関わりが大変重要になってくると考えられる。それはエレクトロニクス時代である現代の必然である。インターネット通信網の利用については、美術館相互の研究情報や、収蔵・展示・教育・普及など多くのデータをもつ学芸員ネットワーク、管理・財務用回線も有効に利用されてゆきつつある。こうした美術館間の通信網の充実は主として運営者である専門家用であったり、美術館に訪問するような仮想的な手段のひとつとして、または図録を見るようにして展示品の鑑賞を随時させてもらったり、情報の検索を容易にすることがふつうのことになりつつある。

やがてはインターネットをフルに活用したインターネット・ミュージアムが出現したり、家庭用の公共回線を通じて、全ての家庭の空間がミュージアム化される時代がくるだろう。しかし、アート鑑賞の最終的な手段としてインターネットは現状の精度では不十分である。所詮モニターというガラス面に映し出された人工の色彩、かたちであり現実性のない映像というハンディを考えれば、やはり美術館における実物を前にしての具体的な鑑賞の機会が必要である。インターネットへの過剰な期待は避けなければならない。

とはいえ、美術がこれからも人々の目に触れるためにはネットは欠かせないツールだ。もちろんそれが地方の美術館であっても同じことである。高速無線ＬＡＮ技術を活用した観光情報支援システムをご存じだろうか。これは実際に、北陸三県で考えられているシステムの一つなのだが、観光施設はもちろん美術館や博物館も対象となっている。美術館や博物館では、子供や障害者向けに作者や作品についての詳細な説明を日本語及び外国語の映像・音声で行うシステムが考えられている。

このシステムは、ワンセグ映像配信技術を活用して構築したもので、受信端末に凡庸のワンセグ携帯電話を利用することができるという特徴を活かし、微弱電波の特性に限られたエリアの中での観光情報の案内を行うことに適したシステムである。しかし実用化にはまだまだ時間がかかるようで、他とは違う美術鑑賞を提案するにはできるかぎり早期の実用化を期待したいところだ。

そしてこれからの美術館にはネットももちろん大切だがそれに加え、私はポータルサイトの要素を取り込むことが必要だと考えている。ポータルサイトとは無料で、誰でも利用できる巨大なネットの入り口のことである。美術館はポータルサイトのように、見る人の分だけ選択肢がある美術館であるべきだと思う。例えば、ルーヴル美術館では , どこから作品を見てもよいし , ショップやカフェに行ってもよいなど数多くの選択肢が広がっている。これからの美術館は、有料である場所を展覧会会場やカフェ、ショップなど美術館全体の２～３割程度に抑え、その他は無料で誰でも利用できる空間（エントランス、公園、ショップなど）にすることで、多くの人が自由に行きかうことのできる施設にすることが求められていると思う。要するにこれからの美術館では、誰でも芸術や文化に簡単に触れることのできる空間を提案していきたい。

近年の例でこのような美術館を挙げると、金屋町楽市がある。金屋町楽市とは、江戸時代初期以来の町並みと銅器工芸の職を残す、富山県高岡市金屋町全域を使って行う生活空間内展示のことで、2008 年から開催されている。ここでは町自体が美術館であり作品で、誰でも自由に行きかうことができるゾーン美術館とも言える。訪れる人にストリートマーケットやイベント等のさまざまな選択肢を与え

てくれる金屋町楽市は、ポータルサイト的な新しい美術館像である。

では北陸、富山の新しい美術館像とはどのようなものだろうか。まず、富山や北陸の芸術文化における特徴について探ってみたい。最初に挙げられるのは、石川、富山は伝統工芸が盛んであるということだ。石川は金沢箔、輪島塗、九谷焼、富山は高岡漆器、高岡銅器、井波彫刻といったように地域に由来する美術品が多いことが分かる。そのため優秀な作り手が必要であり、高岡と金沢にはかなり早い時期からアートスクールがあった。またそれと同時に、その工芸品を見せる美術館も東京国立博物館ができてわずか数年後には高岡と金沢には誕生していたというから驚きである。

そして次に挙げられるのは、富山は日展の人気が依然と強い土地であるということだ。入場者数から見ても、例年日展の入場者数は東京、名古屋に続いて三番目には富山か石川の入場者数が多い。

その理由として、日展の会長にもなった山崎覚太郎が高岡工芸高校の出身であることが挙げられる。日展は今となっては現代美術の波に押され、国民の興味が薄れてしまっているが、昔はかなりの支持を得た展覧会であった。そのため日展を支持していた時代の方が今なお、年をとってからも日展に足を運んでいるため入場者数が多いと考えられる。逆にいえば、だからこそ現代美術には関心が薄く、現代美術をテーマにした展覧会は入場者数が伸びないのかもしれない。

これらの特徴から導き出されるのは、北陸は古くからある伝統文化が依然と強く残る土地であり、美術ファンの層は高齢者が多いということである。しかし、富山では伝統文化を見ることができる県所有の美術館はない。県所有の美術館は二つあり、一つは富山県立近代美術館でもう一つは富山県水墨美術館である。富山県立近代美術館では 20 世紀の初頭から現在に至る美術の流れを世界、日本、富山の３つの視点で紹介し、富山県水墨美術館では富山県と水墨画のつながりを中心に紹介している。要するに、富山県としては伝統文化を紹介する場はないということだ。実際には高岡市美術館で、高岡漆器や高岡銅器を見ることはできるのだが、富山県として伝統文化を紹介する場をもたないというのは、とても残念なことである。伝統文化を保管していくことや、よその国や県から富山に来る方たちに富山県の伝統文化を紹介することは美術館として大きな仕事の一つではないだろうか。

もちろん、富山に住む方にも自分たちの住む土地の伝統文化を見てもらい、知ってもらうことは大変重要なことである。現在の富山県立近代美術館、富山県水墨美術館は、よそから借りた作品や購入した作品を受信して紹介するバーター的な美術館にしか過ぎないと思う。今一度自分たちの土地の伝統文化を見直し、地元の伝統文化や芸術に自信を持ち、発信することができる美術館を目指してはどうだろうか。

また美術ファンの層を広げるためにもまずは、美術館に来たい人を拒まない環境作りが必要だと思う。美術館に行きたい人は健常者だけではない。身体障害者はもちろん、聴覚障害者や視覚障害者も行きたいと思う人がいるはずだ。来館者数の問題は展覧会の内容、広報の仕方ももちろんあるが、来館者の層を広げるということも必要だと思う。身体障害者も健常者と同様、美術や文化に触れる権利は平等にあるはずである。実際に行われている事例でいえば、視覚障害者や聴覚障害者が触覚を使って鑑賞をすることができる展覧会や、視覚障害者のために作品を解説しながら一緒に鑑賞するイベントが企画されたりしている。これらは一見、身体障害者のためだけの企画に思われるが、健常者にとっても触覚を使った鑑賞は新しい感覚で作品を味わうことができる。また身体障害者の方に作品を解説しながら鑑賞することで、今まで見ることのなかった視点で作品を見ることができるかもしれない。そんな新たな可能性が隠されているのである。

さらに近年は子どもの美術教育も徐々に発展している。週末には必ずと言っていいほど美術館や博物館で子供向けワークショップが開催されている。美術館は、単に美術作品を見せる場所に留まってはならず、その街の社会教育的な役割を果たす機関として、教育には大きな努力を払わなくてはならない。

まずは子供の美術教育により力を入れることで、幼少期から美術ファンにさせる取り組みをするというのもおもしろいかもしれない。子供が美術館の事業に参加すれば、必ず親や親戚家族が美術館に来てくれる。これは美術館に今一度目を向けてもらう大きなチャンスとなりえるのではないだろうか。子供たちが美術館に行くことが少しでも好きになったり、美術館に行くことに対して抵抗がなくなれば、今後来館者が減ることはないだろう。それだけ未来への投資は必要だと思う。

地方の美術館の 21 世紀の美術館像とは、これまでのように街に賑わいを生むだけでなく、その土地に合わせたコンセプトでその土地でしか実現できない美術館を作り上げることではないだろうか。東京には東京にあった美術館像があるように、富山には富山にあった美術館像があるはずである。私は地方の美術館だからこそ、無理してメガスケールの美術館像を真似するのではなく、常設展示が主となるような見世物小屋では終わらない美術館像であるべきだと思う。

富山には伝統文化である高岡銅器や漆器の他にガラスといった新しい芸術も注目されつつある。これらをうまく利用して、以前富山に工芸という美術が身近にあった頃のように、まずは富山の人にとってもっと美術が身近に感じることのできるような美術館像を目指してほしい。

文化施設における
地域や市民との関わりについて

Relationship of Cultural Facilities and the Local People

井家 響子
Inoie Kyoko
文化マネジメントコース

要旨

近年、文化施設やイベント等で市民参加という言葉がよく聞かれる。イベントへの参加や市民が主体となっての企画、また、文化施設の運営そのものへも市民の参加がなされていることも多い。

文化施設での市民参加が地域の文化活動の発展においてどのように生かされていくべきか、本論では文化施設の歴史や市民参加の実例を踏まえながら考えていく。文化施設にはホールや劇場、図書館や博物館など様々な施設があげられるが、中でもコンサートや演劇の公演など発表の場として接することが多く、市民参加の場として取り上げられることも多い劇場やホールをとりあげる。

文化施設と地域づくり

公立の文化施設の増加に伴い、地域文化の振興の役割や機能が多様化してきている。専門的な機能を持つ文化施設への関心の高まりから音楽専門の音楽ホールの建設や演劇専門の劇場、その他の小ホールを併設する総合的な文化施設の建設も進められた。

1980 年代から現在にかけては、地方独自の伝統文化の継承、そして市民の中で新しい文化を創造していく場としての文化ホールが求められてきた。これまでの都市部から来た音楽や演劇を鑑賞するだけでなく、その地域の人々が作り、参加できる文化創造の場としての役割が文化施設に求められるようになってきたのである。現在行われている市民参加の試みは、こういった自らの住まう地域の文化への興味、関心の高まりがあり、その発展の場として文化施設の運営や企画に対する市民の参加が生まれてきたものといえるだろう。

金沢市民芸術村の事例

金沢市民芸術村は、市民ディレクターという形をとり、市民が運営に参加している文化施設として、全国的にも非常に注目されている。この施設の大きな特徴として、1 日 24 時間、365 日が年中無休で利用することができるということがあげられる。これは全国の文化施設の中でも初の試みである。

金沢市民芸術村は、市民が気軽に演劇、音楽などの文化活動の練習、発表を行える場として平成 8 年 10 月にオープンした文化施設である。もとは大和紡績株式会社の倉庫として使用されていた赤レンガの建物を金沢市が買い取り、修復を経て現在のような形となった。施設の再生にあたり､市民から出された｢創作の自由を守ること｣､そして「経済的な負担を軽くしていくこと」という要望にこたえる形で、24 時間年中無休であり、利用者の自主管理による利用という運営方針が決定された。また、経済的な負担という面においても配慮がなされ、利用しやすい設定となっている。

24 時間年中無休の施設利用を可能にするため、施設の利用者は利用後の現状復帰や利用中の防犯や防火など、責任を明確にしながら利用することとなる。利用する際には照明や緞帳、音響機器など設備や施設の使い方について講義を受け、そのうえで利用者自身が工房を管理しながら利用していく。

こうした運営体制が可能になったことの一つの要因として、市長自らが示した「運営方針に対して口は出さない」という方針があったといえるのではないだろうか。これにより、行政側から提示される規範や制約に縛られることなく、運営側が自ら考えだした体制に従って運営できるようになったのである。

金沢市民芸術村では市民ディレクターが中心となった管理運営のもとで新しい作品の創造や一般の人々の文化活動、また憩いの場、交流の場として施設が利用されている。また、その中で伝統的な技術を重要なものとして守り、受け継ぐための学校が運営されている。伝統を守り、自由に表現し、活動するための施設として親しまれている施設だといえるだろう。

金沢市民芸術村

可児市文化創造センターの事例

岐阜県可児市にある可児市文化創造センターは、金沢市民芸術村では市民がディレクター制度を用いた市民参加を行っているのに対し、ボランティアの市民グループの協力のもとでの市民参加を進めている文化施設である。

可児市文化創造センターは、その構想や設計から市民が参画し、市民の意見を取り入れる形で計画を行いながら設立され、平成 14 年 7 月にオープンした。この施設の大きな特徴として、計画の最初の

段階から市民が携わってすすめられてきたということがあげられる。会議やワークショップを行ったうえで意見調整を行いながら計画が進められていき、同時に金沢市民芸術村への視察や可児市文化センター基本構想発表シンポジウムを催すなど、各段階で市民の意見が積極的に聞かれ、取り入れられている。こうした市民参加は施設が開設された現在でも続けられており、ala クルーズと呼ばれる市民活動団体の協力のもとでその運営が進められている。

ala クルーズの運営は可児市文化創造センターと市民との仲立ちをするような形となっており、ala クルーズから可児市文化創造センターに対しては代表の参加とともに事業の参加協力に加え自主事業の実施を、一般市民との間では企画に伴うサービスを提供するとともに、市民参加や情報収集を行っていく形となっている。こうした活動により、可児市文化創造センターでは市民を中心に考えた文化施設づくりが行われ、市民ボランティア団体としての NPO 法人 ala クルーズの活動や公演企画の提供によって地域の文化芸術活動の質が高められている事例といえるのではないだろうか。

石川県立音楽堂の事例

石川県立音楽堂は、オーケストラ・アンサンブル金沢が本拠地として公演活動を行っている他、コンサートホールだけでなく邦楽ホールも備え伝統芸能についても公演を行っている。

石川県立音楽堂の特徴として、専門の楽団を持ちオーケストラ・アンサンブル金沢（以下 OEK と表記）の本拠地として様々な音楽活動が行われているということがあげられる。OEK は 1988 年に設立され、石川県立音楽堂での定期公演を中心に富山や大阪、神戸といった県外での演奏や、石川県学生オーケストラとの合同公演など様々な企画や公演を行っている。また、OEK では地域の小中学生に向けてコンサートやワークショップといった教育普及活動も積極的に行っている。

石川県立音楽堂ではこうしたクラシック音楽だけでなく、邦楽ホールを併設していることを生かして日本の伝統音楽や芸能に関しても講座を開設するなどして継承に努めている。大人だけでなく子供に対しても伝統芸能の教育普及は行われている。県内や中央で活動している芸人を講師に招いた 20 種類の伝統芸能の体験講座が実施され、実際の楽器の演奏や演技について学ぶことができ、地域を通してこうした伝統芸能について継承や発展に力を注いでいる。

石川県立音楽堂では、市民団体等による運営や企画への市民参加は行われていない。しかし、専属のオーケストラによる公演活動や、邦楽ホールといった施設を生かした古典芸能の公演や継承を通じ地域の文化芸術に大きく貢献しているといえるだろう。

石川県立音楽堂

まとめ

現在、地方独自の伝統文化の継承や新しい文化の創造の場として、市民が作り、参加できる文化創造の場としての役割を担う文化施設が求められてきている。自分の住まう地域の文化への興味や関心の高まりが文化施設の運営や企画に対しての市民の参加へと繋がっているのだといえる。こうした流れから、現在では市民が運営に携わったり、市民組織として NPO や地域のボランティアの人々が文化施設の運営や企画を外側から手助けをしたりという動きも広まってきている。

しかし、こうした活動は文化施設に訪れる人や文化芸術に関して興味を抱いている人々に働きかけるものであり、文化施設へ足を運ぶことのない人や文化芸術に対し興味関心の低い人にとっては触れる機会の少ないものなのではないだろうか。

地域の特色のある文化の創造や継承には、そこに生きる人々による活動と共に、活動の場となる文化施設の存在はけして小さなものではないといえるだろう。今後の文化施設にはより密接に地域と関わり、市民が中心となって運営を支える施設や文化施設やそこを拠点とする団体が積極的に公演や教育普及を行う施設など、施設の持つ特徴を生かした運営や文化の継承、普及が求められているのではないだろうか。

［主要参考文献］

○立木定彦『現代の公共ホールと劇場 地域文化の再生から創造へ』蒼人社、1999
○衛紀生・本杉省三『地域に生きる劇場』芸団協出版部、2000
○金沢市民芸術村 HP http://www.artvillage.gr.jp/index.html
○可児市文化創造センター HP http://www.kpac.or.jp/index.html
○石川県立音楽堂 HP http://www.ongakudo.pref.ishikawa.jp/index.html

高岡市広報紙「市民と市政」にみる自治体広報紙のあり方

On the future model of
" Shimin to Shisei",
Takaoka citys public information paper

宇佐美 莉恵
Usami Rie
文化マネジメントコース

昨今の三位一体の改革に見られるように、自治体への国の関与は減るばかりである中、自治体はそれぞれに地域性を基盤とした戦略的政策が求められている。一方、平成の大合併を成し、拡大化する自治体では、住民の自治体への参加意欲の低下や希薄化を招いているといえる。このような現状は、自治体と住民間のコミュニケーションの低下を招かざるを得ない。自治体内のコミュニケーションが低下するということは、よい自治体運営に必要とされる住民の意欲的な政治参加や、住民の協力を得ることは難しいことがわかるだろう。

そこで本論では、自治体広報紙に焦点をあて、自治体広報の改革を提案した。本来、自治体広報紙の目的は、安全安心な暮らしのための情報伝達にある。しかし、自治体広報紙はそれ以外においても様々な面において有効活用できる可能性があると考える。自治体広報紙は自治体が伝えたい、もしくは伝えなければならないものだけ掲載していれば良いわけではなく、市民が情報を摂取するものである以上、市民のニーズに答えること、より広く深く正確に読んでもらえるよう工夫することが最重要だと思う。自治体が今どのような活動をしているかを住民に知らせ、理解と協力を得ることは、自治体にとって最も必要な広報活動と言える。また、社会的基盤ともいえる文化的活動を広める手段としても自治体広報紙は有効だろう。文化を守り、継承していくことは現代において自治体の重要なテーマのひとつである。広報紙は文化マネジメント的要素を担うものである可能性も考え、主張したいと思う。広報の方法次第では自治体の取り組みの成果に関して大きな効果が生じるといえる。地方自治体という立場こそ広報活動の有効活用が重要であると考える。自治体広報紙は全世帯に配布されていることより、確実な広報手段と考えられるべきものではないだろうか。しかし、実際には自治体も読者も自治体広報紙を告知手段としてとらえず、情報伝達能力が期待されていない。情報提供ツールとしての広報紙の価値はあまりにも見逃されていると思う。自治体広報誌には、効果を導き出す潜在的可能性が非常にある。自治体の目的を果たすためにも、まずは市民に好まれる広報紙が理想の形であり、それに加え文化的活動の推進など自治体広報紙の役割についても考える。

自治体広報とは

日本における広報の誕生は第二次世界大戦直後に遡る。日本は第二次大戦の敗戦により GHQ（連合国総司令部）の占領下に入ることとなる。GHQ は日本国民と行政機関との意思疎通の改善を目的とし、不理解にもとづく政治的トラブルを回避しようという意図から、1947 年、日本政府や県など、地方行政機関に対して、PR（public relations）の導入を示唆したことが、日本における広報の始まりである。また､広報は大きく分けると企業広報と行政広報に分けられる。企業広報は、企業の存在理由や企業理念を社会に認知させ、理解と支持を得る活動とされ、行政広報は行政や行政機関についての基本的な理解を促進し、社会との一体感や信頼感を獲得するための活動であるといわれる。そして、地方自治体における行政広報活動を自治体広報と呼ぶ。地方自治体における行政広報活動を自治体広報と呼ぶ。地方自治とは、国とは別の独立した地域的団体として存在し、その地域的利害に関する事務を、地域住民の意思に基づき自主的に処理することである。民主主義国家である日本では国家の形成において地方自治制度は近道である以上、地方自治の形成が重要視され、その為に必要不可欠であるのが広報活動である。

地方自治体の広報活動の目的

本来の自治体広報紙の目的は、安全安心な暮らしのための情報伝達にある。しかし、地方自治体と住民とを結ぶ広報紙の役割は、他にも様々なものが考えられる。まずは、自治体と住民の相互間のコミュニケーションルートの構築や、意思疎通のパイプラインの構築がある。日本では、従来から様々な形で行政への住民参加が進められてきた。住民参加の推進は、住民が自らの地域づくりに積極的に関心と関わりを持つようになると考えられ、良い自治体運営に必要とされている。真の地方自治とは、確実に民意が行政に反映されていることである。これの実現の初歩段階が、今どのような活動をしているのかを的確に伝える活動、つまり広報活動である。住民参加として、民意が行政に反映されるには、自治体側から住民に対して、行政に対する住民の判断材料となるように、情報が提供ないし公開されなければ、民意が発せられることはありえない。つまり、地方自治体が広報活動を目的は、住民へ地方自治に関する情報を発信し、それを住民が得て、的確に把握するためであるとしながらも、そこから発せられる地方自治に対しての意見を取り込むことであるといえる。

一方、文化的活動を広める手段としての役割として、広報紙は文化マネジメント的要素をも担うという可能性を考え、主張する。文化は、地域でうまれ、現在までに継承される中で、その地域に根付き、育まれてきたものである。各地域において育まれてきた多様で特色のある、個々の地域文化の発展は、日本の文化の基盤を形成しているといえる。しかし､地域の文化を守る担い手は地域住民である。そこで、地方自治体は地域文化の形成、発展、継承において住民を支援していく必要がある。地域における文化的活動を広めることは自治体広報紙の目的であると考える。社会的基盤ともいえる文化を守り、継承していくことは現代において自治体の重要なテーマのひ

とつである。地域社会により密着した自治体広報だからこそ、住民意識の変化に自治体行政はもとより、自治体広報も敏感に対応しなければならないと考える。

高岡市広報紙「市民と市政」に対する提案

1. 内容について

自治体から発信される情報は溢れるほどの膨大な量である。それを限られた紙面の中で、いかに読みやすく、分かりやすく伝えるかということは、自治体広報紙を発行する際の重要なテーマのひとつである。高岡市広報紙は紙面のページ数が平均よりも多い。しかし、ページが多いにも関わらず、すっきりとした紙面であるとは言いがたい。特集に割くページも 1 から 2 ページであり、情報を広く浅く掲載している印象を持つ。またお知らせ事項は「お知らせ」というページに所狭し、と書き連ねられていることより、記事数の厳選を主張する。また、これまでの自治体広報紙は、市民に結果をお知らせする、お知らせ型広報であるという概念が一般的であったが、問題提起型広報へと改変することを提案する。つまり、「現在市ではこういうことに取り組んでいます。」とお知らせする広報ではなく、「現在市が抱える問題はこうです。このような改善策があり、市ではこういうことをしようと推進していますが、住民の皆さんはこれに対してどう取り組みますか。」といった問題を提起する広報である。問題提起型の情報発信方法で、自治体は市民と共に考える姿勢で広報活動をしてはどうだろうか。読者は考える機会を与えられ、おのずと市や市政に興味を抱き、各自意見を持つ環境が築かれると考える。

2. デザインについて

紙面の読みやすさは、文字の大きさ、内容のわかりやすさ、漢字とひらがなのバランス、行間のあき方などに左右されると考えられている。「市民と市政」において、特集ページは読みやすい大きさを確保していると言えるが、お知らせページ以降は、文字の大きさは約 9 ポイントで、行間は 2 ミリメートル程度である。これでは全体的な印象が悪く、情報を探している人しか目を通さないと考えられるため、一般的に読みやすいとされる 10.5 から 11 ポイントで、適度な行間も必要と考える。また、視覚に訴える情報は、興味を持ちやすく、内容が理解しやすいとされる。視覚情報の多い紙面は、写真の様子や、図の構成から瞬間的に全体の内容が理解される。それは、詳しく紙面を読もうとする、読者の意欲へつながると言える。「市民と市政」においても写真や図を大胆に扱い、視覚的にも理解しやすいデザインを提案したい。

3. コスト対効果

広報紙の発行にはコストがかかる。予算を確保する以上、効率的な使用を考えることは重要といえる。広報が効果的に遂行されているかどうかを知る材料を効果率測定という。これは広報の効果調査から求めることが出来るとされる。「市民と市政」には広報の効果率を測定したデータは無く、効果が曖昧とされたまま、毎月発行されていることになる。広報効果測定とは、閲読率だけでなく、施策や事業への理解度の調査を通し、様々な広報後の効果を掌握することである。広報活動というのは、効果が立証されにくいものであるが、だからこそ、広報効果測定は随時遂行すべき項目ではないだろうか。

4. 流通について

いくらすばらしい広報紙が完成したとしても、住民の目に触れなければ全く役に立たない。全戸配布を前提とする自治体広報紙は、確実に全住民の手に届けることが必要とされる。一方、広報紙の配布方法については各地方自治体としても大きな問題であり、様々な手段をもって模索されている段階である。「市民と市政」では、自治会を介して配布作業を行っている。しかし、全戸配布を前提とする自治体広報紙にとって、自治会による配布方法では十分とは言えない。よって、全家庭へ確実に配布するための改善策を検討する必要があるといえる。配布に加え、駅などの公共施設への配置を行うことや定期的に配布状況の調査を行うことを提案したいと考える。

〈高岡市広報紙〉

高岡市は富山県西部に位置する都市で、県内人口では県庁所在地富山市に次ぎ、第 2 位である。高岡という市名を前田利長が命名したことに分かるように、古くからの歴史や伝統、文化を持つ都市であり、文化財も多々みられる。現在ではアルミなどの産業が発展する一方、高岡銅器や高岡漆器などの伝統工芸も盛んである。また、開町 400 年を迎え、「誰もが住みたいまち、行きたいまち」をテーマにまちづくりを進めている都市である。その高岡市が発行する広報紙が「市民と市政」である。市民と市政は毎月 1 日発行で年に 24 回発行されている。配布部数は全世帯の 63,156 部と私有施設や公共施設、郵送希望団体。読者数は 1 冊につき 2 人が読む計算上、約 130,000 人と考えられる。配布地域は郵送希望団体を除き、高岡市全域である。配布方法は 616 ある各自治会の担当者が行っている。ページ数は 20 から 30 ページ程度、表紙と背表紙のみフルカラーでその他は 2 色刷り（年に 2 ～ 3 回は 3 色刷り）である。発行は高岡市、編集・制作は広報統計課、印刷は平田印刷株式会社（富山県高岡市野村）が行っている。

「ミュージシャン」になるには
—J-POP ミュージシャンへのシステム化された道程—

The ways to be a“Musician”
The process systematized to be a J-POP musician

江口 光
Eguchi Hikaru
文化マネジメントコース

「ミュージシャン」の定義

ミュージシャンと聞いて、直感的にスポットライトに照らされるステージの上で、様々なパフォーマンスで観客を魅了するプロの楽器演奏者を想像する人は少なくはないだろう。特に、メディアによる誤認で、ミュージシャンは演奏者であるという認識は強いはずである。しかし、本来ミュージシャンという言葉は、大きく分類して楽器の演奏者と音楽の制作者のふたつの意味を持つ。さらに、演奏する音楽のジャンルや、プロとアマチュアの線引きによる境界線が曖昧であるため、ミュージシャンという言葉は極めて広義の意味を有している。本論における「ミュージシャン」とは、直感的に思い描くような、又は一般的に憧れの対象となるミュージシャン像を出来るだけ重視したものである。そのため､本稿での「ミュージシャン」を定義付ける。

ミュージシャンを最も大きな相違で分類した演奏者と制作者の観点から考察してみると、直感的に思い描かれ憧れの対象となるのはほぼ前者で間違いないことが分かる。次に、その演奏者をジャンルという制約で絞ると、クラシック音楽や民俗音楽ではなく、ポピュラー音楽の演奏者であるという枠組みが可能である。その中でも、本稿ではJ-POPというジャンルの音楽の演奏者に限定する。さらに、ここにおいてプロとアマチュアの線引きを図るため、プロダクション等の企業との契約を必須とする。なぜなら、大衆の憧れの対象となるミュージシャン像というのは、楽器の演奏者であり、さらにそれだけで生計が立てられる、つまりミュージシャンを職業として考えていることが前提であるからである。

以上を踏まえた上で、「ミュージシャン」とは、企業との契約を交わし一定の収入を得ているJ-POPの演奏者であると定義する。

音楽業界の現状把握

企業が音楽を売り出すための代表的な宣伝方法に、タイアップ商法というものがある。これはとても頻用されている商法であり、J-POPのヒットチャートと密接な関係を持っている。図1は、年間ヒットチャート上位20位におけるタイアップ率の推移である。

これを見ると、90年代後半より落ち込み気味ではあるが、現在も平均して約7割はタイアップソングが占める状態にある。つまり、商品のプロモーションのために起用された楽曲が、逆に楽曲のプロモーションにも一役買っているというマーケティングの相互作用を見て取ることが出来るのである。この相互作用を有効活用すべく、企業は作り出される楽曲は、悉くタイアップソングへと昇華しようとする傾向が見られる。

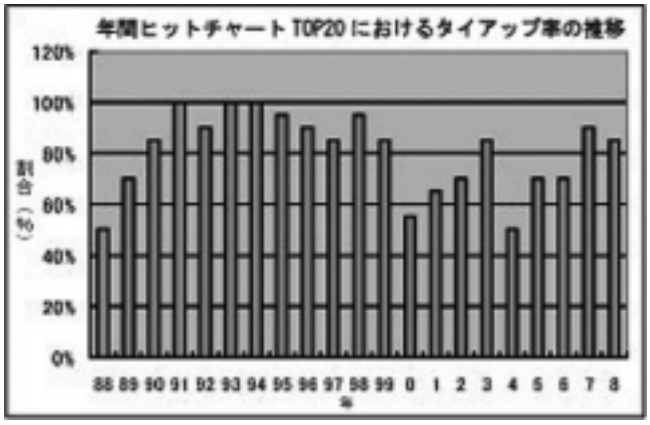


図1 年間ヒットチャートTOP20におけるタイアップ率の推移
（オリコン年間ヒットチャートをもとに筆者作成）

このタイアップと密接な関係のあるヒットチャートに上るミュージシャンは、ある程度定番化してしまっている。宇多田ヒカルやサザンオールスターズといった大物ミュージシャンは必ずと言っていいほどチャートインしており、その他にもチャートに上るようなミュージシャンは限られてくる。つまり、それはミュージシャンがブランド化してしまったことを意味する。特定の商品の味を占めてしまった聴衆は、繰り返しその商品を求めるファンとなったのである。ファンによって神格化にも似た地位を与えられてブランド化されたミュージシャンは、既に生産する楽曲の良し悪しに関係なく、一定水準以上の評価を得ることが可能になったのである。

しかし、近年の消費者は、嗜好の多様化が顕著に見られるようになったため、これも一概には言えなくなってきた。次の図-2はミリオンセラー作品の推移を表したものである。

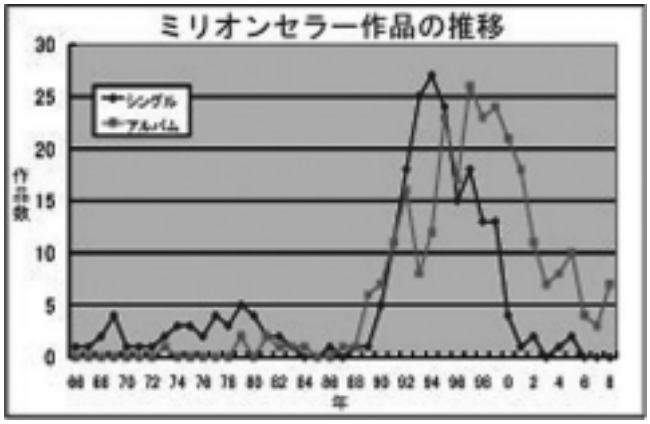


図2 ミリオンセラー作品の推移
（オリコンシングル歴代ミリオンセラー一覧をもとに筆者作成）

80 年代後半から、資本主義に取り込まれたポピュラー音楽は多様であるはずの人間の嗜好を均質化する装置と化してしまった。聴衆はメタルやパンクといったコアな音楽よりも、万人に受け入れられやすい無難な音楽を選択する傾向が多く見られるようになったのだ。それを象徴するように、80 年代後半から 90 年代におけるミリオンセラーの数は爆発的に増大していることが明瞭に見て取れる。しかし、90 年代後半に入るとそれも減少し始め、ここ数年ではシングルにおいては 3 年連続ミリオンセラーが出ていないという事態にまで陥っている。これは紛れもなく消費者の嗜好の多様化を示唆しているのではないかと思う。つまり、かつて人間の嗜好を均質化する装置であったポピュラー音楽の効果が薄れ始めてきた兆候なのである。

これはインディーズ・レーベルの台頭という現象でも証明できる。2002 年には、モンゴル 800 がインディーズ初のミリオンセラーを出し、それを契機としてロードオブメジャーや HY などのミュージシャンがインディーズから名を馳せるようになった。そして、2005 年に HY のアルバム『Street Story』がミリオンセラーになったことが、インディーズが音楽業界の主勢力に加わったことを決定づけたのである。インディーズ・レーベルは、メジャーレーベルが得意としないパンクやヒップホップなどのジャンルの音楽を中心に売り出したことで、大量生産・大量消費に飽きた消費者の好奇心を引き寄せたのである。つまり、これは消費者の嗜好が再び多様化し始めた傾向なのである。現在の聴衆は、自らの嗜好を尊重し、今までに感じたことのない音楽を探しているのだ。

「ミュージシャン」までの道程

「ミュージシャン」たる最大の要素であり、「ミュージシャン」になるための最大の難関は、プロダクションやレコード会社との契約であると言っても過言ではない。その難関を突破し見事契約まで至った者には、CD の制作や販売は勿論のこと、大規模な宣伝等最大限のバックアップが施されるのである。そのために、ミュージシャン志望の者は企業との契約を目標に日々精進しているのである。

その契約まで至るためには、オーディションやデモ・テープ審査といったようなものが有名なきっかけである。そのようなきっかけにおいて、いかに企業の目に留まるかが最も重要なこととなり、実を言うと審査の結果というのはあまり重要視されないことが多い。SONY MUSIC 主催のオーディションに、「閃光ライオット」というライブ型公開オーディションがある。オーディションで優勝すれば賞金と独自レーベルからの CD リリースという褒賞が与えられる。2008 年に開催された同オーディションでは Galileo Galilei というグループが優勝したのだが、どういうことか CD を発売したのは優勝者の他に 4 組も存在している。それらの 4 組が CD デビューをしたという事実は、企業側からの何らかの力が働いたと考えてよいと思う。それは企業によるスカウトという勧誘行為であると考えて間違いはないだろう。このような実態を見る限り、オーディション等の審査は最早優勝者を決めるものではなく、将来性のある新人の確保と宣伝の場に過ぎないのである。

しかし、裏を返せば優勝しなくとも企業の目に留まれば契約まで至る可能性は十分にあるということである。また、きっかけはオーディションやデモ・テープ審査だけではなく、そのような企業が用意したきっかけ以外にも多数存在し、それにおいて企業の注目を集めればよいのである。そのためには、他の「ミュージシャン」を目指す者との極端とも言える差別化を図ることは必須と言えるだろう。それは演奏力や歌唱力といった技術や、独特な衣装やパフォーマンスといった視覚効果によるものなど手段は数多く存在する。どれも他者との差別化を図るには不可欠な要素であることは確かである。差別化の手段は多様且つ不明瞭であるが、それに成功すれば企業はそれを無視することは出来なくなるであろう。

音楽業界の現状に見られるように、音楽は流行に乗って時代に対応し変化しながら発展するものである。近年見られるようになった聴衆の嗜好の多様化で、求められる音楽は変化している。「ミュージシャン」を目指す者は、その聴衆の要求をいち早く察知し、その要求に沿った差別化を図ることが必要である。そのような他者との差別化を試みることが、今後「ミュージシャン」になるための鍵となるはずである。

［主要参考文献］

○加茂啓太郎『ミュージシャンになる方法 増補版』青弓社、2006
○東谷護「戦後日本ポピュラー音楽の構築へむけて」三井徹『ポピュラー音楽とアカデミズム』音楽之友社、2005
○岸本裕一・生明俊雄『J-POP マーケティング―IT 時代の音楽産業―』中央経済社、2001
○毛利嘉孝『ポピュラー音楽と資本主義』せりか書房、2007
○増淵敏之「インディーズ音楽産業の創造現場―国内地域での産業化の可能性―」『文化経済学』第 4 巻第 3 号　文化経済学会＜日本＞　19-29 頁、2005
○金武創「独占的市場としての J-POP」『文化経済学』第 4 巻第 3 号　文化経済学会＜日本＞　31-40 頁、2005

ファッションと芸術の境界を考える
—COSMIC WONDER の芸術活動を中心に—

Across the Border between the Art and the Fashion
—on the Artistic Creation of the COSMIC WONDER—

大和田 遼
Owada Haruka
文化マネジメントコース

要旨

現在、芸術の領域とデザインの領域は共に拡大しており、何が芸術で何がデザインなのかという境界が曖昧になってきている。そもそも何が芸術であるのかという定義そのものが困難になり、「芸術」に含まれるものの領域がとても広がってきていることに伴って、とりわけ芸術と、デザインの一領域であるファッション・デザインの境界も極めて曖昧になってきている。

かつて「ファッション・デザイン」という領域を築き上げたファッション・デザイナーたちは、自らが考えたファッションによって人々を美しく変化させ、ファッションによる魅力的な身体の創造に力を入れてきた。それは、社会の風潮や経済と共に発展し、ファッション・デザインという今の私達には馴染みの分野を作り上げた。時に彼らは芸術作品からインスピレーションを受け、アーティストの芸術作品をファッション・デザインの中に取り込んだ。その様なファッション・デザイナーによる試みや流行のファッションは、時代の経過とともに刻々と変化し、ファッション・デザイナー達はトレンドの創造主として多くの流行を発信した。多くのファッション・ブランドが存在する現代において、誰もが知っている有名なファッション・ブランドは、その成功者なのである。

コム・デ・ギャルソンとマルタン・マルジェラ

しかし、そんなファッションを取り巻く環境やシステムに疑問を抱く、新しいタイプのファッション・デザイナーが登場してきた。ファッション・デザイナーが生み出すデザインに興味を持ってもらうことや、そこから新たなトレンドを発信していくことよりも、コレクションからデザイナーが意図する何かを感じ取ってもらいたいという、昔なかった新しい試みが増えているのだ。造形的な服作りによって衣服と身体の関係を見つめなおしたコム・デ・ギャルソン（COMME des GARÇONS）の川久保玲や、現代芸術よりの発表方法によって、売ることばかりに気をとられているファッションへの異議申し立てをしたメゾン・マルタン・マルジェラ（Maison Martin Margiela）のマルタン・マルジェラがその代表である。コム・デ・ギャルソンが発表した「こぶドレス」は、ファッションと身体の関係を改めて見つめ直し、試行錯誤した結果につくりだされたものであった。このコレクションを通して川久保が試みたのは、身体が服を、服が身体を、両者が互いに束縛しあうような関係を脱出することであった。マルジェラによる「カビドレス」のインスタレーションは、バクテリアやカビなどの真菌類を植えた服が展示されるというものであった。菌類がつくりだす色や形は、土台の服を変化させ、そこで服は完成する。この実験的なインスタレーションは最後に燃やされるが、それまでのプロセス全てが作品を構成する。このインスタレーションからマルジェラは、新しいものにのみ価値を見出す近代の社会に対する批判をした。彼らのようなファッション・デザイナーの試みは、今もなお、鮮烈にファッションの世界に記憶され、色あせることはない。そして、彼ら試みは、今までのファッションの既成概念を覆すものがほとんどであったため、人々はその試みが「ファッション」というより「芸術」行為に近いのではないかと考え始めた。しかし、彼らはあくまでも、「ファッション」によって「ファッション」の問題に取り組んできた。例えその行為が「芸術」や「アート」と評価されても、「アート行為である意識はない」と主張し、今もなお、自身の精神を貫き、新しいファッションを提案し続けている。

コズミックワンダー

そのような流れを持った新しいファッションの世界に登場したのが、コズミックワンダー（COSMIC WONDER）であった。コズミックワンダーは日本のアパレルブランドの１つで、その活動はファッション・デザインに留まらず、印刷物の出版や現代芸術活動などにも及んでいる。どの活動においてもコズミックワンダーという名前が使われ、各分野を明確に区別することはなかった。コズミックワンダーの作品はいつも、ファッションであり芸術である。ファッション・ショーの場で芸術作品を意図的に含んだコレクションを発表し、美術館での展覧会でコズミックワンダーのファッション・デザインを発表する事もあった。

《窓に必要な影（A Shadow Necessary for Windows)》COSMIC WONDER、2002 年秋冬コレクション、インスタレーションとパフォーマンス、パリ
©1995-2001 Shiseido Co.,Ltd

しかし、その感覚的な表現方法は、現代の芸術の概念にはすんなり受け入れられたとしても、ファッションの世界では異質なものであったに違いない。多くのファッション・ブランドが、少しでも多くの人に名前を知ってもらい、服を着て欲しいと考えている中で、コズミックワンダーが発表してきたコレクションは、あまりに着ることが難しいものがあった。しかしそれは川久保のように、着ることが難しい衣服によって、身体の再確認を提案するのではなく、それ自体が

アートとしてコレクションに組み込まれているのである。コズミックワンダーはファッション、芸術の両分野において、繰り返し「ファッションでありアートである」コレクションを発表し続けた。それまで、川久保やマルジェラの試みによって少しずつ「芸術」の領域へと侵犯していた「ファッション」は、コズミックワンダーの試みによって「芸術」への新たなアプローチを見せた。このコズミックワンダーの行為は、芸術とファッションの境界をまたいだものであり、今までに存在しなかった完全に新しい領域を作り上げようとしていた。

しかしコズミックワンダーは、突然その新しい試みを中断してしまったかのようにみえる。「ファッション」と「芸術活動」のレーベルを設け、2つを明確に区別したのである。それまでは、まるで、作品が「ファッション」か「芸術」かの判断を観賞者に任せるようなスタイルで活動をおこなってきた。しかし、レーベルによって制作活動の区別をつけたことによって、私達はそれが「ファッション」なのか「芸術」なのかを考える必要が無くなる。芸術活動を行うのがコズミックワンダー、ファッションのレーベルがコズミックワンダー・ライトソースであると宣言されたからである。これは、コズミックワンダーが新しい領域の創造をやめたことを意味しているのだろうか。

《月食（Eclipse）》COSMIC WONDER、2005年、パフォーマンス、パリ ©1995-2001 Shiseido Co.,Ltd

私はこのように考える。コズミックワンダーの活動をレーベルで区別することによって、私たち観賞者はそれが「ファッション」であること、「芸術作品」であることを区別することができる。以前までのコズミックワンダーの活動では、どちらがどちらか分からなかった二つの共演も、両分野の所属を明確にすることで、私達は二つの分野が混ざり合っていく様子を確認することができる。それは例えるならば、最初から白と黒が混ざった灰色の状態を見せられるのではなく、白と黒の絵の具が混ざり合って灰色になっていく様子を、私達はしっかりと意識することができるのである。

コズミックワンダーの活動は現代において、ファッションと芸術を繋ぐ新たな試みとして注目すべきものである。コズミックワンダーの活動は、共に拡大している「芸術」と「ファッション」両分野の概念を融合し、その活動によって、二つの関係をより近いものにしている。ファッションは時代の流れのなかで刻々と変化してきたが、今、コズミックワンダーのようなファッション・デザイナーの活動によって、また新たな段階へと踏み出したのである。

［主要参考文献］

○スザンナ・フランゲル『ヴィジョナリーズ　ファッション・デザイナーたちの哲学』ブルース・インターアクションズ、2005
○『身体の夢　ファッションOR見えないコルセット』京都服飾文化研究財団、1999
○林央子「コズミックワンダーの軌跡」『装苑3月号』文化出版局、2009
○いこま・よしこ『美術手帖12特集 COMME des GARÇONS』美術出版社、2009
○平山景子「2001-2002年秋冬　花椿パリコレ・エクスプレス、COSMIC WONDER」
○資生堂ウェブサイト ©1995-2001 Shiseido Co.,Ltd. https://www.shiseido.co.jp/s0103exp/html/cosmic.htm

考察：仮面の持つ機能的意義の変化

A study on TRANSITION: Determinants Influencing the MASK Transformation

岡田 裕之
Okada Hiroyuki
文化マネジメントコース

「そのとき、仮面はもはや踊り手の『仮の顔』ではなくなる。そこにあるのは、死者の顔、精霊の顔にほかならない。」

里文出版社『仮面 そのパワーとメッセージ』より抜粋

完全な仮面・仮面の完全

古来、仮面はそれを身につけた者に、神や妖精、死者などを乗り移らせることを目的としていた。世界各地に残る、祈祷・祈願・死者と生者が交歓する儀式のために仮面は用いられた。人々がそうした自分たちには手の届かない高位に位置する存在を信じており、そしてまた仮面が彼らをこの世に呼び出すための道具であると信じていた。そうした深い仮面信仰の上に仮面という道具は在り、仮面を付けることは、自らの存在そのものが、呼び出すものに置き換わることであり、それが仮面による「変身」であった。このとき仮面は、それ単体が「変身」という機能を有している。少なくとも仮面を扱う人々が、そうした仮面信仰を失わない限り、仮面は、その一枚で神秘的ともいえる「変身」の力を有した道具であり続けるのだ。

しかし現代において、「人々」である私たちは普通そういった仮面への信仰を抱いてはいない。それどころか、科学技術の進歩は多くの恩恵と引き換えに、「人々」の信じるものを顕微鏡の奥か、天体望遠鏡の果てに観測できるものに限定してしまった。

結果、私たちという「人々」は、「あやふや」な存在を信じることをやめ、その信仰の上に成り立つ仮面もまた、顔を隠す一枚の板きれへとその存在を変えた。

仮面への信仰が失われると同時に、仮面もまた「変身」という力を単体で保持することが不可能になった。ここに仮面は､既に「変身」が欠落した不完全な道具へと変わってしまっているのである。

不完全な仮面・不完全の補完

たとえ、仮面への信仰が失われようとも今日まで仮面が変身の道具として残っていることは周知である。

さて、それではあなたの知る仮面とはなんだろう。

ヴェネツィアのカーニバルにおける煌びやかな仮面、能面などにあるおぞましいほどの狂気に満ちた幽鬼の面、身近なところでは夏祭りの縁日に並んだ種々の「お面」もまた仮面である。

だがしかし、現代における仮面は、古い時代のそれとは確実に異なる点がある。それが「変身」という本来仮面の持っていた機能なのである。すでに仮面の変身の機能は失われている。けれども私たちは仮面をつけることに、その仮面にかたどられたものへと変身することを期待する。

「変身」という機能が失われてしまった仮面を、しかしまた「変身」するための道具として使おうとすること。それ自体はとても歪なことだ。しかしよくよく考えてみれば、私たちは、仮面にて変身する場面を少なくとも幾度かは目撃しているはずである。それは演劇の世界に。それは文芸の世界に。または地域にのこる風習の中に。

私たちは、仮面にかたどられるようなあやふやな存在を信じているわけではない、また仮面が変身できる道具であるなどと信じてはいない。だから、そうした信仰の喪失によって失われた機能を今度は自分たちの認識を変えることで仮面の機能を補完し、変身を成立させるようになったのだ。

約束事

仮面信仰がなくなった現代においても、仮面は変身する道具として生き続けている。その要因としては、人々が仮面を現実に即してより単なる道具として扱おうとするようになったことが挙げられるだろう。

例えば私たちが劇を観ることに、その作品に感情移入していくことで、目の前の役者を登場人物として捉え、認識し始めることがあるだろう。それは私たちの「ものの見方」に由来する。そしてまた仮面に対しても同じことが言える。

節分の行事として豆撒きを行うことに、鬼の面を付けた父親を鬼として見立てて豆を投げ付けることがあるだろう。中世から近世において貴族の間で人気を博したとされる仮面舞踏会もまた、厳密にはお互いの素性を知りつつも、それをあえて認識を変えることで遊びとして興じるものであった。

仮面の信仰が失われて以来の、仮面における「変身」とは常にこうして仮面の変身が支持される特定の空間内で限定的に発生するものであった。ただし、この空間には真に仮面を信仰している者は必要ない。ただ前提として、「仮面は変身するもので、それを付けたものは変身したとして扱おう」という了解が成り立っていればいい。

そういった約束事が共有される、半ば劇場化した空間で、仮面はその失われた機能を取り戻す。

人々の中で生きる現代の仮面とその意義

仮面が用いられる事象において、約束事は本来仮面を付けるだけでは変身したとして扱われなくなった仮面と、その仮面を付ける者を、変身させるべくして働きかける。仮面への信仰があった場合とは違い、人の思想ではなく明確な意思に基づいて、ある意味では信仰の喪失とともに失われてしまったその仮面の機能を、それを取り巻く人々とで見かけ上であるにせよ蘇らせてみせたのだ。

「仮面」が変身の機能を失おうとも、本質的には「信じられていない」ものにも作用することのできる「約束事」というシステムはそれに関係なく「変身」を許容することができた。

「仮面が信じられていない時代」において仮面を付けること自体には「変身」の機能があるわけではない。それが周囲に観察され、またある一定の約束事をもって仮面による「変身」が行われたという認識が共有されることで初めて仮面は本来の完全な機能を取り戻すのである。よって仮面の意義とは、造形などの美術的なものを除いては観察者の存在なくして語ることはできない。仮面による「変身」について言及するならばそれを見る人々の間で共有される約束事なしには語ることができない。

現代の仮面は人に観られることによって初めて完全となるのである。

[主要参考文献]
○佐原真監修・勝又洋子編『仮面 そのパワーとメッセージ』里文出版、2002
○佐藤泰正『文学における仮面』笠間書院、1993
○吉田憲司『仮面は生きている』岩波書店、1994
○和辻哲郎『偶像再興 面とペルソナ』講談社、2007

ドラマブームが観光地の人々に与える影響

奥村 寿江
Okumura Hisae
文化マネジメントコース

要旨

この論文の目的は、ドラマブームが一時的にも観光客の来訪者数増加の要因であり、それが観光従事者を含む住民にどのような影響を与えているか、そしてドラマが住民にとって良い影響を与えるために観光はどうあるべきかを論じることである。

ドラマブームによる観光の位置づけ

ドラマブームがどのように観光に結び付くのか、AIDMA の法則の消費者を観光者に置き換えて、さらに観光者心理と合わせて順を追って解説したい。まず、AIDMA の法則に当てはめてみると、

Attention（注意）: ドラマの予告等を見て興味を持ち、ドラマを見る。

Interest（興味・関心）: そのドラマの 1 シーンに惹きつけられその場所がどこなのか関心を持つ。

Desire（欲求）: その場所に行って、ドラマ内人物の見たものを実際に見てみたい、共感したいと思う。

Memory（記憶）: 自分にとって印象的だったそのシーンが目に焼き付けられ、今度旅行するならその場所に行きたいと思う。

Action（行動）: 実際にその場所へ行き、目的が達成される。

ただ、観光しようと思う人間の行動は主体側の要因と環境的要因とがうまく合致しなければ行動にはつながらない。どんなにそのドラマの 1 シーンが印象的で行きたいと思っても、交通アクセスが整っていなかったり、全く違う雰囲気に変わってしまっているという情報が入ったりすれば、他の場所との優先順位が変わるかもしれないということが考えられる。

次に観光者心理について、ドラマのロケ地に行きたいと思うことは、緊張解除・社会的存在・自己拡大達成という観光動機に当てはまる。ドラマの 1 シーンを再現したい→ドラマの世界に浸りたい→日常生活からの逃避という心情は緊張解除の動機であると推測できる。また、同じドラマを見ていた友達と同じ感情を持ち、その場所へ行くことで、また同じ感情を共有することで、親睦が深まり、このドラマはここで撮影されたというドラマに関する知識を得ることは社会的存在動機であると推測でき、自分自身の行動範囲や知識が増えたことによる自己拡大達成動機も考えられる。以上がドラマのロケ地を旅行したいと思う観光者心理の流れである。

ドラマブームの傾向

ドラマブームの傾向について、中村哲の「観光におけるマスメディアの影響」によると、ドラマブームがそのロケ地への来訪者数に与える影響の傾向には 3 パターンある。すなわち「通過型」「ベースアップ型」「無関係型」である。

第一に「通過型」は、放映前年頃から来訪者数が増加するが、放映年をピークに減少に転じ、再び放映開始前の水準に戻ってしまうタイプである。これは、次々と新たに放映される作品に世間の注目が集まってしまうことが主な原因だが、ロケ地となった場所自体の魅力や交通アクセスなども多少の原因の一部であると推測される。

第二に「ベースアップ型」は、放映前年頃から来訪者数が増加し、放映年にピークに達し、それ以降は減少するものの放映前よりも高い水準に収束するものである。従来のイメージ＋α効果がみられる場所やドラマのセットなどを保存し再利用する場所、ドラマ関連イベントによるまちづくりを試みた場所などが、ドラマ終了後でも引き続き観光客を集め続けている。

第三に「無関係型」は、ドラマの放映が舞台となった場所への来訪者数に大きな影響を与えたとは考えられないタイプである。このタイプはドラマ放映前から知名度が高く、観光客数が多い地域であることが多い。ほかにも土地の近辺に大きな旅行市場がないこと、直接の舞台となったところへのアクセスがよくないこと、番組そのものがあまり注目を集めず、大きなインパクトを与えなかったことも考えられる。

以上をふまえて、NHK 朝の連続テレビドラマ小説『ちりとてちん』のロケ地である福井県小浜市と民放の連続テレビドラマ『北の国から』のロケ地である北海道富良野市を調査対象とし、両市に対して行った調査等をもとにこれからの観光振興を考える。

観光客入込数からわかるドラマブーム効果

・小浜市（放送期間 2007 年 10 月～ 2008 年 3 月）

『ちりとてちん』放送開始 1 カ月後から急激に伸び、その後順調に伸び続け、放送終了後半年間まで前年より観光客数が増加している。2008 年 10 月、11 月からは少し下がっているが、放送前年と比べると多い。つまり、放送開始 1 カ月間はドラマの影響は見られず、翌月から観光客が一気に増加しており、ブームの傾向が起こり始めたと考えられる。ただ、翌年には減少傾向にあり、12 月には平年並みに戻っていることから、11 月がブームの終わりであると判断でき、同時にブームの期間は放送開始 1 カ月後から数えて 1 年間、放送終了後から数えて 8 カ月間である可能性が高いと考えられる。

・富良野市（放送期間 1982 年～ 2002 年）

『北の国から』は、全 24 話の連続ドラマから 8 編のスペシャルドラマまで約 30 年かけて放送された。連続ドラマや 5 本目までのスペシャルドラマはあまりドラマブーム効果が観光客入込数に反映さ

れていないが、『'95 秘密』あたりから、本格的にドラマが観光客数に影響しはじめる。放送終了後 2 カ月間は、今までよりより多くの観光客が訪れている。7 月は徐々に人数が増え、過去 5 年間 20 万人台の観光客数であったが、ついに 30 万人を大幅に超えた。ドラマが 6 月に放送されたこともあり、夏シーズンに観光するきっかけにつながった可能性が考えられる。

次の『'98 時代』では、今まで下半期の観光客数が上半期より上回っていたのに対し、この年から完全に上半期の観光客数が下半期を上回っている。さらに、上半期の合計が 100 万人の大台を超えた。上半期のみで一気に 25 万人の観光客がプラスされている。ドラマに関して述べると、放送 1 カ月前から観光客が訪れ始め、放送後 6 カ月間今までより増加傾向にあることが読み取れる。

最後に放送された『'02 遺言』も時代と同じように、放送 1 カ月前から観光客が訪れ、放送終了後 5 カ月間は今までにないくらい観光客が訪れている。また、'98 時代から 3 年空いてこの作品が放送されたが、前年度比観光客入込数増加割合を見てみると、'98 は 114%、'02 は 118%でドラマ放送のなかった 3 年間は 100%をきっていた。全体から見ても明らかなようにドラマの影響で観光客が訪れている可能性が高いことが考えられる。

調査について

①質的調査の前に一度現地へ向かい、一人の観光客としてロケ地巡りをし、場所や施設等を確認する。

②質的調査（調査対象の質的な側面に着目し、質的データを作り上げ、質的な分析を行う社会調査）を行い、ドラマのロケ地になった地域の住民の意見を直接聞くことで、ドラマからどんな影響を受けたか住民の生の声を探ることができる。また、「現代人の日本人構造」の中で時系列調査されてきた「生活目標」を測定する質問項目に基づき、小浜市と富良野市のそれぞれで面接調査した市民の「生活目標」を伺い、NHK が実施してきた定量調査の情報を参考とした定性分析を試みる。

ドラマブームが小浜市・富良野市に与えた影響

どちらも知名度向上がドラマブームで得た一番の収穫だろう。市の名前を間違えずに読んでもらえるという身近に感じられる影響から、ドラマ放送前から市の産業であったもの（小浜市なら若狭塗箸、富良野市ならふらのワインなど）を求めて多くの観光客が訪れるという町全体にもたらされる影響まで、これほどまでに全国に低コストで名前を知ってもらえる機会はそう多くはない。改めてメディアの影響力を思い知らされると同時に、この機会を逃さぬよう両市が最大限に町の取り組みに活かすことが必要となると考えられる。

この論文では、民放の連続ドラマと NHK の朝の連続ドラマの舞台となった 2 つの地域を調査したが、それぞれにドラマの良さがあり、地域のアピールポイントが出ている。この 2 つの要素が違和感なくドラマの中で融合しているからその地域へ行ってみたいという衝動が起こる。しかし、目的の場所へたどり着いたときドラマとは違うと違和感を持ってしまうことがある。例えば、古い町並みが連なっていると思えば、実際は現代建築の家が町並みのところどころに見られ、少しイメージとは異なってしまいがっかりする。それがドラマの過剰演出で起こった地域への悪い影響である。それをどのように観光資源や施設、アクセスなどの総合的な満足度で補うかは、地域の演出の見せ所である。

また、ドラマブームを町に定着させるために、①ドラマの雰囲気をいつでも感じられる場所の確保、②地元の人々がドラマを知り、地元の良さを認識すること、③ドラマによる地元産業の相乗効果を狙う、④「るるぶ」の充実＋α を観光振興に活かしていくことが必要と考えられる。

[主要参考文献]
○岡本伸之編『観光学入門』有斐閣、2001
○中村哲・前田勇編『21 世紀の観光学』学文社、2003
○NHK 放送文化研究所編『現代日本人の意識構造［第六版］』日本放送出版協会、2004

立山の文化財
―矢疵阿弥陀如来の造像背景と用途を中心に―

Cultural heritage in Tateyama
Usage and Background of the production of Yakizu Amida-

小田 美紀
Oda Miki
文化マネジメントコース

矢疵阿弥陀如来を取り上げるにあたって

富山県内において全国的に有名な観光地となっている立山は、もともとは信仰の対象であり、宗教的な山であった。時代の宗教的な環境が変われば、立山に対する信仰の形も変わっていく。このような変遷の中で、立山信仰を布教するためにつくられた遺物として注目されるのが、立山曼荼羅と矢疵阿弥陀如来である。本論文は、立山信仰のなかにある矢疵阿弥陀如来の像造背景やその意義などを、文化史的に探ろうと試みたものである。

先行研究として、佐伯幸長『立山信仰の源流と変遷』、高瀬重雄『古代山岳信仰の史的考察』、福江充『立山曼荼羅～絵解きと信仰の世界～』を取り上げ、それぞれの功績と問題点を挙げた。いずれにしろ、文化史的な品々への深い研究というものはまだまだ進んでいない。そこで、本論文では、文化財そのものに焦点を当てその検証と考察をおこなっていき、立山信仰における遺物の大きな意味を探っていきたいと思う。

立山の文化財と開山伝承

まず、立山の文化財にはどのようなものがあるかを考えていく。立山曼荼羅に描かれている思想を基本として、その背景にある思想をさぐると、立山の文化財は、大まかにみて次の五種に分類される。①開山伝承に関わるもの、②地獄に関わるもの、③浄土に関わるもの、④芦峅寺独特のもの、⑤神道に関わるものである。そのなかでも、とくに開山伝承に関わる遺物をみていくこととした。これらは、伝承に基づいて、あるいはそれに関連して作られた文化財のことを指す。代表的なものとしては、矢疵阿弥陀如来、慈興上人坐像、不動明王などがある。

開山縁起の内容は次の通りである。父有若の鷹を連れて立山に入った越中守佐伯有頼が鷹狩りをしていると、突然飛び出してきた熊に驚いて鷹が逃げてしまった。有頼はその熊に矢を放って胸を射た。だが、熊は矢を受けても死なず、血を流しながらそのまま山を駆け上がり山の中に消えていった。有頼はその後を追いかけていくと、とある洞窟に辿り着く。現在、玉殿窟（たまどのくつ）と呼ばれている場所である。そこに入ると、熊が瀕死の状態でいた。とどめを刺そうと有頼が矢を射かけると、熊は阿弥陀如来に姿を変えた。ここに記されている開山伝承は時代を経て変遷してきたものの、最終的に定着した形だと考えられる。

伝承内容の変遷には立山自体の宗教的な環境変化が影響している。開山縁起の成立は仏教的な開山というよりは、古代仏教から平安仏教、浄土教への宗教的変化を示しているものであると考えられる。

江戸時代に固定した形ができた開山縁起は、より魅力的にみえるように布教者に脚色され、後世に立山曼荼羅や矢疵阿弥陀如来といった信者の想像力を助ける品々を生み出していくことになるのである。

矢疵阿弥陀如来の造像背景と用途

次に、矢疵阿弥陀如来の特徴を見ていく。現在確認されている矢疵阿弥陀如来は九体で、うち八体が銅造、一体が木造である。全体の共通点は、伝承の通り胸に矢で射ぬかれた疵があることである。それ以外は一般的な阿弥陀如来と同じで、上品下生印（じょうぼんげしょういん）を結んだ立像である。

全体の作りはきわめて単純で、大まかな布の線が彫られているだけである。螺髪も造られてはおらず、頭に被りものをかぶったようななめらかな頭になっている。顔つきは、ほとんどが童子仏のように、まことに幼い顔つきをしている。丸みを帯びて、とても穏やかな印象である。どちらかというと、道標代わりに道ばたに立てられた地蔵の石仏に近い性格がある。きわめて庶民くささの残る仏像といえる。

大宝寺　矢疵阿弥陀如来像　全体

この仏像は出開帳に使われたと考えられる。出開帳とは、布教者たちが所有する持仏や宝物を公開して信者を集める布教活動のことである。近世になると、本尊を持ち歩いて公開することもあった。つまり、矢疵阿弥陀如来の用途もこの出開帳であり、持ち運ばれていたものと判断される。

さらに、この矢疵阿弥陀如来を運んでいたのは岩峅寺衆徒ではないかと推測される。なぜなら、芦峅寺と岩峅寺の勧進活動には大きな違いがあり、芦峅寺は檀那場廻りによる布教活動を中心とし、岩峅寺は出開帳を中心とした布教活動を行っていたからである。

以上のことから推測すると、矢疵阿弥陀如来は布教活動に必要な

宝物として、立山曼荼羅と同じ役割を与えられ、岩峅寺衆徒によって運ばれながら布教活動の中心的な道具として使用されていたと考えられる。そのため、芦峅寺は立山曼荼羅、岩峅寺は矢疵阿弥陀如来がそれぞれに多く作られていったと推察されるのである。

大宝寺の矢疵阿弥陀如来

さらに、具体的に一体の矢疵阿弥陀如来をとりあげることとする。それは、大宝寺の阿弥陀如来である。

鋳物の技術はそれほど高くはないようで、向かって右腕の部分には、冷めていない金属が飛散したような跡が、細かい突起のようになって残っている。しかも後ろの足元は破損しており、破損部分から内側を確認すると中は空洞になっていた。身体の部分にはこすったような傷が細かく入っており、ところどころ禿げている部分も多い。

矢疵阿弥陀如来であることを証明する疵は、胸というよりも腹筋の下の方、羽織っている布の線すれすれの場所に、丸く一箇所だけ開いている。大きさは直径一センチほどで、他の矢疵阿弥陀如来に比べれば、きれいな円を描いている。

そして、妙に平たい背中には不自然な突起があり、輪状のものが背中に付いている。輪の中央に穴があいており、何かを通していたものと思われる。光背を立てるためのものかとも思われようが、仏像に直接光背を支えるための部位を作るとは考えにくい。しかも、現存する矢疵阿弥陀如来にはすべて光背が見つかっていない。これは、光背が破損したからではなく、もともと作られなかったものと推定される。

大宝寺　矢疵阿弥陀如来像　足元アップ

さらに、脚に掛かる裾の部分には人工的に開けられたと思われる丸い穴があいている。右と左に二箇所。体を支えるために開けられた穴だと思われる。この丸い穴に棒やひもなどを通して、下を支えたのではないだろうか。つまり、この穴や突起は矢疵阿弥陀如来の背中と脚を固定して、背中に背負って持ち運ぶためにつけられたものであると考えられる。

また、この阿弥陀如来は子どものような顔立ちをしている。あくまで推測ではあるが、子どものように愛らしい印象に仕上げることで、庶民に親近感を沸かせ、立山信仰への関心をより強めさせていたのかもしれない。

まとめ

こうしてみていくと、立山信仰には一般庶民の存在が欠かせない。庶民と密接であることが、現存する遺物にも反映されているものと考えられる。立山には、まことに素朴な遺物が多い。矢疵阿弥陀如来にしても、立山道の石仏にしても、細かい装飾や手厚い保護があったわけではないが、信者たちにとっては重要な意味があったように思う。

矢疵阿弥陀如来はそれほど美術的な価値は高くなく、伝承や説話とともに語られなければ、意味がないものとされている。たしかに、矢疵阿弥陀如来には開山説話がつきもので、それとともに語られるべきものである。一般には、こうした「それだけ」ではそのものの価値が分からないものを民俗的と称する傾向がある。その考え方は間違ったものではないのかもしれないが、宗教心の薄れてしまった現代において、それは一種の短所のように聞こえてしまうのかもしれない。これらは、拝む対象でしかなかったものが、信仰を失うことで、今度は美術的な価値でしか関心が向けられなくなったことに要因があるのである。

しかし、文化財のこうした面は短所ではないと考える。庶民くささが残るからこそ、人々から親しまれることもある。特に、立山という特殊な環境においてであれば、その場所にあってこそ価値がある遺物が多いのではないだろうか。だからこそ、矢疵阿弥陀如来にしても立山曼荼羅にしても、廃仏毀釈や戦乱を乗り越えて残ってきたに違いない。

さらに現代人には、こうした遺物を美術的な価値がないからという理由で興味を持たない人々が多いように思える。そこに隠れている背景を見ていけば、この独特のゆるさと甘さの意味もまた、重要であるということを理解してもらいたいと考える。

[主要参考文献]

○佐伯幸長『立山信仰の源流と変遷』北日本出版社、1973
○高瀬重雄『古代山岳信仰の史的考察』角川書店、1969
○福江充『立山曼荼羅―絵解きと信仰の世界―』法藏館、2005

日本におけるピアノの普及と それに伴う経済・文化効果

The Spread of the Piano in Japan and its Economic and Cultural Effects

尾山 奈穂
Oyama Nao
文化マネジメントコース

今日、日本の家庭にピアノがあるという風景は、まったく珍しくないものとなった。また、日本の多くの家庭では子供にピアノを習わせている。実際に幼い頃に兄弟や自分がピアノを習っていた記憶がある人は多いだろう。それは、今となっては当たり前のこととなってしまったが、いったいいつの時代から、ピアノは日本の一般家庭へと普及していったのだろうか。また、ピアノが普及した背景にはどのような出来事があったのだろうか。

日本が現在、世界中でピアノシェアナンバーワンを誇る国であることは、あまりにも有名である。なぜ、日本でこれほどまでにピアノが普及したのだろうか。

現在、鍵盤楽器の代表格とされているピアノであるが、その誕生は今から 300 年も前のことである。ピアノを発明した人物は、バルトメオ・クリストフォリといわれているが、彼が製作したのはピアノのいわば原型であり、当時彼が発明したピアノと、現在使われているピアノとでは、異なる点が多くある。わたしたちがピアノとして知っている楽器、つまり現在の形、構造をしたピアノが確立するのは、19 世紀の半ば、産業革命による技術革新の結果、ピアノが工場で機械によって製造されるようになってからのことである。

ピアノは生まれた当時、今のようにコンサートホールで演奏されていたのではない。バロック時代の代表的な音楽の場といえば､教会、劇場、サロンであった。いずれの場所にも、それぞれ音楽以外の目的が存在している。音楽はいわばそれぞれの場所のＢＧＭとして存在していたのだった。教会ではオルガンが、サロンではチェンバロが用いられた。サロンにおかれたチェンバロは、ただ楽器としての役割だけでなく、見事な装飾が施された家具や調度品という扱いでもあった。

ピアノは、そんなサロンに最新式のチェンバロとして登場した。宮廷のサロンは貴族の集まり。ピアノは今上流階級者の楽器として親しまれていたのであった。

しかし、18 世紀後半に起こった産業革命により、ブルジョアと呼ばれる市民階級が出現し、貴族の象徴でもあったピアノを買い求めるようになった。したがってピアノの需要は急増し、これまで 1 台 1 台手作りされていたピアノは、しだいに工業生産へと移り変わっていった。19 世紀、ピアノの技術革新と需要はますます活気付く。

ピアノのメカニズムと工夫はほぼ完成の域に達し、その後、各ピアノメーカーの努力目標は、専ら質的な向上へと向けられるようになった。かくしてピアノは長い時間をかけ、そのメカニズムに様々な変化を経て、現在の形へと進化を遂げたのだった。

ピアノのメカニズムはやがて、日本にも伝播されていくことになる。日本にはじめてピアノが流入したのは 1823 年、シーボルトが長崎にイギリス製のピアノを持ち込んだ時のことである。日本でピアノが製造されるようになったのは明治に入ってからのことで、当時文明開化が始まったばかりであった日本は西洋の製品の国産化に挑んでいた。そのなかでもオルガンやピアノなどの鍵盤楽器の国産化は、もっとも早かったといわれている。

日本におけるピアノの普及は音楽教育と密接な関連があった。明治の 10 年代も終わり頃になると、全国で学校の建設が進み、唱歌の授業の取り入れに基づく音楽教育も盛んになりだした。唱歌の教育には勿論伴奏するための楽器が必要だ。そのためオルガンを購入する学校が増え始めていた。

じつは、日本ではピアノよりオルガンが先に普及し始めたのだが、その理由は専ら費用にあった。当時発売されたばかりの国産オルガンの価格は 45 円前後、それに対してピアノは約 20 倍の 1,000 円程度が最低価格だった。当時の 1,000 円といえば、家が数件も建つほどの大金で、オルガンですら高価な代物であるのに、ピアノなど一般市民にとっては全く手が届くはずもない高嶺の花であった。

当時の日本には西川や山葉をはじめとする、多くのピアノのパイオニアたちが存在し、技術競争を繰り広げた。それによって、わが国のピアノ製作の水準は、非常に高まっていく。とくに 1920 年代以降にはめざましい成長を遂げた。それに対してヨーロッパの楽器生産は第一次世界大戦を境に、以降は下り坂傾向にあり、1930 年代にはピアノはもはや、新しい技術を駆使した発展産業ではなくなりつつあった。そして第二次世界対戦後には、それに代わって日本のピアノ製造は、世界のトップクラスに躍り出ることになる。

戦前における日本のピアノ普及は、当時の楽器販売商社の販売記録による考察から、景気よりも、むしろ戦争やピアノ製造の技術的革新によって左右されていたといえる。

明治期に文明開化した日本も大正時代になるとやっと市民化が進み、ピアノ文化を受け入れる素地が出来あがる。文明開化の最中、西洋化への羨望はとても強く、多くの市民はピアノを手にすることを夢見た。しかし当時の日本のピアノは、まだ一般市民の手の届くような価格ではなく、ピアノを持つことができたのはごく限られた一部の上流階級の家庭だけであった。このときの一般市民層のピアノへの憧れこそ、戦後のピアノの普及へ影響を及ぼすこととなる。

日本のピアノ製造は太平洋戦争で、他の産業と同様大きな痛手を受けた。敗戦後、メーカーはピアノの製造を再開する。この時期、ピアノの学校用の需要が一巡するなかで、ピアノメーカー各社は次なるターゲットを家庭向きに変えつつあり、競い合うように家庭向けのモデルを発表していた。経営者からすれば、ピアノ需要を拡大させながら競合メーカーとの競争に打ち勝つためには、「低コストで高品質のものを、いかにして大量に作り上げるか」という道に進むよりほかなかった。そこで、日本楽器はピアノ製造の「流れ作業」

化に取り組み、ベルトコンベアーによる楽器生産を世界で最初に確立した。それを皮切りに、日本のピアノ製造は、マニュファクチュアから工場制の近代的な産業形態へと変貌を遂げていく。

戦前の音楽教育は唱歌が大部分を占めていたが、戦後は新しい教育理念が取り入れられ、音楽教育の分野は器楽、鑑賞、創作、理論など音楽全般に拡げられることとなった。全国各地の学校にオルガンだけでなく、ピアノが備えられるようになり、生徒一人ひとりがハーモニカやリコーダーを扱うようになった。それは、楽器業界にとってはまたとないビジネスチャンスであり、この機会を逃すまいと、メーカー各社は急ピッチで増産を進めていった。しかし、合奏用に複数台の購入を見込めるオルガンや、入学してくる新入生がつぎつぎと購入していったハーモニカなどと違い、ピアノの場合は 1 校に 1 台備えられてしまうと、需要が一巡してしまう。このため、昭和 30 年代に入ると、その売れ行きは頭打ちとなり、日本楽器はこの苦境を脱するために、新たな需要を自ら創出するという考えにたどり着く。こうして、のちに国内ばかりか海外にまで普及した「ヤマハ音楽教室」がスタートした。

高度成長の波に乗って人々が「消費」に喜びを見出すようになったこの時代、ピアノは豊かさの象徴だった。大正から昭和初期の時代は庶民にとって高嶺の花であったピアノだったが、この頃になってようやく手が届くようになったのだ。各楽器メーカーは、伸び続けるピアノ需要に応えるべく、大量生産の道を突き進んでいった。

急激な成長を遂げたピアノの普及率であったが、1989 年以降は、飽和期に入り、それからはこれまでの急成長の反動もあってか、急激に落ち込んでいく。もちろんそこにはさまざまな要因があり、それらは複合的に絡み合い、負のスパイラルとなって昭和 50 年代後半からピアノ業界を苦しめていったのである。

ピアノがある程度日本中の家庭に行き渡ったこと。電子オルガンエレクトーンにはじまった電子楽器の世界が、急速な広がりをとげ、シンセサイザーに代表される安価で高性能な電子鍵盤楽器が普及したことで、レジャー楽器としてのピアノの地位が地盤沈下していったこと。3 つ目の要因は、わが国における少子化であった。これまで「子どもの情操教育」に頼る形で普及を進めていたピアノ業界にとって、少子化はそのままパイが収縮することを示していた。

各メーカーはこうした状況から抜け出すため、輸出に力を入れ始める。国内販売が落ち込んだ分を輸出でカバーしようと考えたのだった。しかし、中国産ピアノによる価格破壊などの影響により国産ピアノは行き場を失いつつあった。オイルショック後の不況も相まって、ピアノ需要の減少に正比例するようにつぎつぎとピアノメーカーが姿を消していったのだった。

現在においてもピアノの普及の背景には、教育が絡んでいる。しかし、ピアノが富や豊かさの象徴であるという概念は、なくなってしまったようである。ピアノほどさまざまな付加的なイメージを獲得できたものはないであろう。富と社会的成功の象徴であるばかりか、子女の教育や、しつけの道具となり、お客を楽しませるうってつけの社交用具となり、スターとなって比類なく高い名声を得る手段ともなった。

ピアノは絶えず、社会の要求のなかで変化していった。ピアノは人々の非常に現実的なニーズの端的な表れと見ることができる。ピアノは、その時々の様々な社会の変動を写し取る、鏡のようなものであった。今後全体としての販売台数はいままでとかわりなく減少していくことが予測できるが、現代人のライフスタイルに柔軟に対応できる電子ピアノの販売台の割合は、これからも拡大していくだろう。電子ピアノはまさに、現代人のニーズにこたえるものであり、これからのピアノの在り方として、重要な位置を占めるに違いない。

[主要参考文献]

○西原稔『ピアノの誕生』講談社、1995
○前間孝則・岩野裕一『日本のピアノ 100 年』草思社、2001

ロック・フェスティバルの可能性
Possibility of rock festival

河合 靖葉
Kawai Yasuha
文化マネジメントコース

現在私たちは様々な音楽を手軽に聴くことができる。インターネットが普及した今、誰もがiTunesなどのデジタル配信システムを利用し、自宅に居ながらにして最新の音楽を手に入れることができるようになった。そのような環境にいる現代人にとって、音楽との出会いや接し方は多種多様になっている。そんな我々は、今後どのように音楽と接し、音楽文化を変化、発展させていくことができるのだろうか。

これまでも音楽は時代の移り変わりとともに様々に変化を遂げ、新たなジャンルが生まれ続けている。今回はその中でも20世紀に生まれ、今では地球文化において欠くことのできない要素となっている「ロック・ミュージック」に注目し、さらにその領域を拡張しビジネスマーケットとしても確立した「ロック・フェスティバル」に的を絞ってその可能性を考えていきたい。

ロック・ミュージックは1950年代に生まれてから現在まで様々な変化を遂げた。その最も特徴的なものが今では数十万人規模も少なくないロック・フェスティバルという表現形式ではないだろうか。ロック・フェスティバルというものはロック・ミュージックの歴史を語る上でも重要なもので、「ウッドストック・フェスティバル」の成功以後、ロックは大きな変革の時期を迎えることとなる。ウッドストック･フェスティバルでロック･ミュージックは50万人もの人々を動かす力があるということが全世界に知られた。それまでロックを毛嫌いしていた既存社会がその力に目をつけ自らのビジネスに組み込もうとした。そうしてロックの商業化は進み、それまで若者の文化であったロック・ミュージックは一気に大衆文化の仲間入りを果たしたのである。こうした変革には批判的な意見もあり、「ウッドストック以降ロックは死んだ」と言われることもある。

近年、日本でも実に多くのロック・フェスティバルが開催されている。私自身も過去にいくつかのロック・フェスティバルに参加したことがあるが、そこで味わうことのできる雰囲気は自由で、あらゆる意味で開放的な空間であり、ロック・フェスティバル独特のものであった。現在私たちが音楽と様々な方法で接しているように、ロック・フェスティバルという空間においても人々は様々な接し方をしている。たくさんの音楽で溢れかえるフェスティバルの会場には、3万人の来場者がいれば3万通りの音楽との接し方があるのである。そんな今日の日本のロック・フェスティバルの基盤を創りあげたのは1997年に産声をあげた「フジ・ロック・フェスティバル」であった。我々は毎年、ロック・フェスティバルが開催されるのを当たり前のように思っている。しかし、ロック・フェスティバルが日本で定着し音楽文化として昇格していくには決して平たんではない道のりがあった。

2006年には記念すべき10回目の開催を迎え、今年も7月の最終週末からの開催が決定したフジ・ロック・フェスティバル。新潟県・苗場スキー場に隣接する大自然に囲まれた一角に、大小10以上のステージが設置され、昼夜問わずに国内外から200組以上のアーティストがパフォーマンスを繰り広げる。今では安定し、来場者も安心してこのフェスティバルに参加しているが、初回は目を覆いたくなるような大混乱が生じ、二日目はイベント自体が中止となる散々な幕開けだった。

その後、この第1回目を教訓に様々な試行錯誤が繰り返されたのである。その結果、ロック・フェスティバルは「人気のアーティストを一度にたくさん見ることができるお得なイベント」という枠を超え、ロックの歴史や多様性、その時代、時代の流行を感じ取ることができる文化として、日本でも成長し定着することができたのである。

成長する過程で、ロック・フェスティバルはフォーマット化されていった。まず、ロック・フェスティバルが開催される場所は大きく分けて、都市開催型と、地方開催型に分けることができる。

ステージはメインステージの他に複数設置され、それぞれのステージで同時に複数のアーティストが演奏を行う。食事情も充実しており、世界各国の料理がそろう。その飲食店で使われる食器や箸などには再生紙や再生木材などが使用されており、ここにも「エコ」の波は押し寄せている。それが顕著に表れているのはゴミの分別で、徹底したところでは7分別を実施している会場もある。

このようにフォーマット化され、ビジネスの一つのマーケットとして確立したロック・フェスティバル、また、そこで演奏されるロック・ミュージックは管理されているようだ。ロックはもともと反社会的な音楽であり、その表現方法は少々荒っぽいものである。それらが危険であると禁止され、表現の幅が狭くなっている。

今日、かつてのウッドストック・フェスティバルのように本来のロックの意味から開催されているロック・フェスティバルはないように思う。それはやはりロック・フェスティバルというものがひとつのマーケットとして扱われ、企業が大きく関わるようになってしまったからである。また、観客、アーティストにとってロック・フェスティバルは、毎年の恒例行事でしかなく、興行主にとっても単なる恒例のビジネスでしかないのであろう。

しかし、ウッドストック・フェスティバルに見られた「愛と平和」の思想をもった空間は日本のロック・フェスティバルにも受け継がれているように感じた。これは実際にロック・フェスティバルの会場で感じたことである。

また、ロック・フェスティバルという空間そのものが来場者に何らかのメッセージを発信する力をもっていると考える。

例えば、大自然の中が会場となれば来場者は自ずと自然を意識することとなる。普段の生活からは程遠い所にある自然と触れ合い、その

中で、すごすことでその素晴らしさを再確認できる。主催者側もそれを意識し、来場者にその気持ちを強く印象づけているようだ。来場者と主催者の両方が強く「環境」を意識し、そういった空間づくりがなされている。ロック・フェスティバルのこういった側面は音楽文化という枠を超えて現代文化でも大きな役割を担っているのだ。

近年、日本で行われるロック・フェスティバルは、メディア機能が定着しマーケットとしても広く認知される事で、そこにピンポイントに向けたアーティスト戦略が成功している。

1つのイベントで100組～200組もの膨大な数のアーティストが出演し、期間中の一日だけにしても数十組のアーティストが出演する。全てのステージを見るのは物理上不可能ではあるが、頑張れば10～12、3組は見ることが可能である。アーティストの単独ライブに行くよりもチケット料金は2～3倍ほど必要となるが、多くのアーティストのライブを見たい人にとってはかなり割安なものとなる。また、単独ライブでは進んで見に行かないようなアーティストでもフェスティバルならば見たいアーティストの合間に見に行こうと思うだろう。そこには新たな出会いが生じる。会場のあちこちで様々なアーティストが絶えずライブをしている中で、特にお目当てのアーティストがいなくても音楽が耳に入ってくる。そうした状況や、漫然とステージを見ている中で「これは！」というような自分の好みのアーティストと出会うことも少なくないはずだ。多くのアーティストが出演するフェスティバルであるからこそ、ファンは新たな音楽に興味を持ち､その対象を広げていくことができる。また、その出会いに期待している。

アーティスト側にとってもフェスティバルというのはビジネス的に好機なのである。海外のアーティストにとって、来日しての単独のライブでは会場の設営費や機材費などの経費もかかり、なかなか難しい。しかしフェスティバルとなればそれらの経費を出演者の間で分担でき、来日のハードルが下がるからだ。また、日本は米国に続き、世界第2位の音楽市場でありそこでの成功は海外のアーティストにとっても大きなメリットとなる。その日本で行われ、さらには国際的な知名度も有しているフジ・ロック・フェスティバルやサマー・ソニックなどには、ギャラが低くても出演しようというアーティストも出てくる。このことからフェスティバルはアーティスト側にとっても日本市場の足掛かりとして重要な機会であることがうかがえる。

さらに、まだ知名度の低い若手が出演し、そこでいい反応を得られれば、プロモーターも次回の単独ライブの開催につなげようと考える。プロモーター側にとっても絶好のマーケティングの機会である。

ファンが新たな音楽との出合いの場としてロック・フェスティバルを選ぶことで、そこに冒頭で述べたアーティスト戦略というものが成立する。ロック・フェスティバルがもたらした、このいかにもビジネス的な関係性が日本のロック文化の裾野を広げているのである。

今ではあたり前となり、どこのフェスティバルでもそういった進行でスケジュールが組まれているが、フジ・ロック・フェスティバルが開催されるまで複数のステージでのライブが並行して行われるなんていうことはあり得なかったのである。

当然のように来場者は事前にタイムテーブルをじっくり見ながら自分なりの満足できるプランを立て、自らその日のタイムスケジュールを考えることになる。ロック・フェスティバルの楽しみ方は自分自身で決めるのである。そこで人によってはお目当てのアーティストのどちらかを諦めなければならない状況に陥るかもしれない。自分なりのタイムスケジュールを決めるということは音楽イベントに対して受動的でしかありえなかった観客が能動的に参加するということである。これはどういった意味をもつのであろうか。

これまでの音楽イベントが受動的であったということはつまり、一つのステージでタイムスケジュールが組まれ、そのイベント自体のおもしろさというのは主催者側のブッキングにのみかかっていたということである。しかし現在では、来場者は自分自身でどのステージを見るかを選択し、オリジナルのタイムスケジュールをつくる。言ってみれば、ロック・フェスティバルを楽しむことができるかどうかは来場者の選択によって変わってくるのである。いつものお気に入りのアーティストを見に行くのも、大物アーティストを見に行くのもいいだろう。しかし、新しい発見を求めてまだブレイクしていないようなアーティストを見に行くのもフェスティバルの楽しみである。それはとりもなおさず、来場者＝ロック・ファンを鍛えることにつながる。その相互作用こそが文化であるのだと思う。

今後ロック・フェスティバルはどのような展開を辿っていくこととなるのだろうか。すでに夏場だけで7月末から毎週のように開催されており､大規模なロック･フェスティバルは､ほぼ飽和状態と言ってもいい。新参のロック・フェスティバルには、これまでになかったような開催方式やラインアップ、開催時期も含めて、独自の色を押し出していかないと定着していくのは難しいのではないだろうか。今後、日本のロック・フェスティバル文化がより多層的な展開をみせていくためには、中･小規模でよりカテゴライズされたロック･フェスティバルの開催という道があるだろう。

[主要参考文献]

○西田浩『ロック・フェスティバル』新潮社、2007
○北中正和『ロック－スーパースターの軌跡』講談社、1985

ワークショップの有効性と必要性

Effectiveness and necessity of the workshop

川越 香奈子
Kawagoshi Kanako
文化マネジメントコース

要旨

「ワークショップ」という言葉を一度は聞いたことがある人も多いだろう。ワークショップとは参加型学習、または体験型学習と訳され、簡単に言うと参加者が主体的に意見を出し合いまたは行動しお互いに学びあう創造的学習法である。それまで行われてきた講師の話を一方的に聞く方法とは違い多くの人の意見を聞くことでより多角的なものの見方が出来、また自ら参加するので責任感や連帯感も持つことが出来るよい方法であるといえる。いまやまちづくりや教育、演劇、心理療法など幅広い分野でワークショップが使用されている。しかし、それは本当に本来の意味でのワークショップなのであろうか。

この論文では特にまちづくりに関するワークショップについて考察する。Google でワークショップを検索すれば一番多く出てくるのはこのまちづくり系ワークショップである。それだけ数多く行われており、また人々の関心も高いということなのだろう。まちづくりはその地域に住む人にとっては身近でかつ重要な問題である。それだけにワークショップという方法は住民参加の貴重な機会の一つであるといえる。これまで行政にまかせきりだったまちづくりに住民が関心を持ち、主体的に責任をもって関わる。そうすることで、双方にとって理想的な地域社会のコミュニティが形成されるだろう。しかし、ワークショップが住民参加の免罪符として使われるなど、そううまくいかない現実がある。

定義

ワークショップはさまざまな分野で使用されており、またその歴史的背景も異なる。だからワークショップと一口に言っても一概に定義するのは難しい。そこで、本論ではまちづくりを目的としたワークショップに絞り、「その地域に関係する人々がある目的を持ち、そのために水平的な立場のもと身体を伴う作業を行いながら意見や経験をしていく創造的学習法」と定義することにする。

特徴

ワークショップが一般的な会議などの集会と比較して違う点は一般的に 6 つの点が挙げられる。それは 1．主体性、2．平等性、3．協働性、4．身体性、5．参加者の多様性、6．過程の重要性である。その特徴をひとつずつ見ていく。

① 主体性

従来行われてきた教える側から学ぶ側の一方通行の教育方法とは異なり、双方的な学習であるワークショップにおいて主体性はもっとも特徴的な部分であるといえる。参加することにより、これまで大して関心のなかったことにも積極的にかつ責任感を持って取り組むことが期待される。

② 平等性

ワークショップはそれまでの行政職員と住民の間に出来る上下関係を取り払い、参加者はみな平等な立場で情報や意見を共有化しそれをもとに発言し、行動することを前提としている。だから開催する側は、参加者の誰もが発言しやすいよう配慮しなくてはならない。

③ 協働性

一人では出しえなかったアイディアも複数で話し合いを進めていくうちに出ることもある。そういった協働による集団創造性もワークショップの特徴のひとつと言えるだろう。

木下勇氏は著書の『ワークショップ　住民主体のまちづくりへの方法論』のなかで、「ワークショップは個人の意識化の道具であり、個人の創造性が集団内で相互に作用しあうことから集団の想像力を発揮していく方法」(1)とも書かれている。ワークショップを通し他者と協力して何かを成し遂げることによって一人では得られない結果を得られるだろう。

④ 身体性

体験型学習とも言われるワークショップにおいてよく用いられるのは、実際に課題について、フィールドワークなどを通して体験し実感することで、問題解決につなげるという手段である。しかし体験といってもただフィールドワークや、ゲームをしたらいいというものではなく、そこから何を感じ学んでいくかが大切なのである。

⑤ 参加者の多様性

ワークショップにおいて、特にまちづくり系ワークショップにおいて参加者は多種多様である。なぜなら美術や演劇のワークショップなら参加する人のほとんどがそれに興味があり集まってくるのに対し、まちづくり系ワークショップの対象はその地域に住む人々すべてであるからだ。だからこそ、開催者は多くの人が集まれる日時や場所や回数、また参加したいと思う内容、広報を熟慮することが求められる。

⑥ 過程の重要性

ワークショップは参加者がお互いに意見を出し合い、課題を吟味しながら進められる。つまり参加者の相互理解によってそれまでなかった意見を創造していくので過程そのものもワークショップにとって重要な要素のひとつなのである。

方法

ワークショップは体験・参加、評価・分析、計画・課題設定というサイクルを基本としている。ワークショップのような体験型学習に参加した時、覚えておかなくてはならないのは体験しただけですべてを学べるわけではないということである。その場で体験したことを主観的に分析し、他者と評価を分かち合い、そしてそれをもとに次はなにをすればいいかという課題を定めていくことが必要なのである。

ワークショップを実施する時に忘れてはならないのがファシリテーターの存在である。ファシリテーターの役割は参加者が意欲的にワークショップに参加できるように手助けをすることである。ここで重要なのは、ファシリテーターは、講師や先生とは違い教える立場ではなく、参加者が意見を出しやすいよう縁の下で支える黒子のような存在ということである。しかし、ファシリテーターの力量によってワークショップがうまくいくかそうでないかが左右されるといっても過言ではないだろう。ワークショップは毎回同じように上手く進むわけではないし、目的や参加する人や時間や場所、周りの環境で変わり、ひとつとして同じものはない。だからこそファシリテーターにはその場の状況から瞬時に判断を下していく判断力が求められる。

事例① 亀岡景観ワークショップ

亀岡景観ワークショップの様子　亀岡景観ワークショップ報告書〈http://www.pref.kyoto.jp/nantan/do-kikaku/1240401032527.html〉

亀岡景観ワークショップは「特色ある南丹の景観を守り育て、住民が中心となる景観づくりを進めるため、亀岡市城下町地域をモデル地区として、住民参加によるワークショップやタウンウォッチングを行い、地域の自発的な景観形成の取り組みを促進し、景観づくりの意識啓発や景観を守り育てる担い手の育成を図ること」（2）を目的と定め開催された、目的を結果よりも過程、とりわけ人に置いているワークショップである。亀岡景観ワークショップには一般市民や大学生など 65 名が参加した。全部でワークショップ 4 回とフィールドワークとタウンウォッチをそれぞれ 1 回ずつが行われた。

事例② 富山市シティプロモーション

富山市シティプロモーションは、富山県富山市で大学生を対象にワークショップを通して中心市街地の魅力を再発見するルートを作成し、分散してしまった人々をもう一度中心市街地に呼び戻すことを目的と掲げ開催された。参加者は富山大学の人間発達科学部、人文学部、芸術文化学部の学生合計 17 人である。このほかに学生たちのサポートも兼ねて各学部の教授や講師の方も参加した。最終的に発表されたまちづくりルートでは各学部の特色が出たものとなった。

ではワークショップの成功とはいったい何なのだろうか。これを考えるうえで重要なのは、ワークショップは合意形成の手段ではなく、体験型学習法のひとつにすぎないということである。つまり、参加者がそのワークショップを通して何を学んだか、まちづくりに対する意識にどのような変化があったかを重視すべきだと考える。ワークショップの参加者が今後も積極的にまちづくりに参画し、また周囲の人をも導いていく人材になることが望ましいといえるだろう。

もちろん、課程が重要だからといって結果が軽視されていいわけではない。むしろ、参加者のモチベーションを上げるためには必要だといえる。このようにまちづくりワークショップはそれだけで終わりではなく、ワークショップ後も同じくらいまたはそれ以上に考えていかなければならないということである。

［引用元］
○木下勇『ワークショップ　住民主体のまちづくりへの方法論』（24 頁）学芸出版、2007
○「亀岡景観ワークショップ報告書」（2 頁）
〈http://www.pref.kyoto.jp/nantan/do-kikaku/1240401032527.html〉

［主要参考文献］
○中野民夫『ワークショップ―新しい学びと創造の場―』岩波新書、2001
○木下勇『ワークショップ 住民主体のまちづくりへの方法論』学芸出版社、2007
○廣瀬隆人・澤田実・林義樹・小野三津子『生涯学習支援のための参加型学習のすすめ方「参加」から「参画」へ』ぎょうせい、2000
○ロバート・チェンバース著・野田直人訳『参加型ワークショップ入門』明石書店、2004
○『野外教育指導者読本』野外教育指導者研究会、1999
○「亀岡景観ワークショップ報告書」
〈http://www.pref.kyoto.jp/nantan/do-kikaku/1240401032527.html〉

芸術・文化活動に付加価値を付ける言語表現分析
—nonverbal音楽におけるプロモーション分析—

An Analyze Language-Expression as to Added Value to Activities of Art and Culture
Analysis of Nonverbal Music

川野 美子
Kawano Yoshiko
文化マネジメントコース

1．視点と問題意識

私は富山大学芸術文化学部に学び、芸術的・文化的“ 価値 ”の存在に出会った。文化マネジメントコースを選び、芸術や文化の質を高める役割を担い、マネジメントする多角的な視野を持つことで、芸術的・文化的な“ 価値 ”の見方をさらに深く捉えなおす機会を得た。

私は「見えない価値に付加価値をつけることができるもの、それは言語だ」との考えを軸に研究を展開している。すなわち、「音」は「見えない」けれども純粋に自分の耳で聴き、想像し感じ取ることができるという「価値」をもつ（nonverbal コミュニケーション媒体の）典型例であり、芸術・文化の分野の中から音楽を研究対象に選んだ。

「言語の表現によって音楽にイメージを付け加える事が、聴く側により一層多くの想像を沸きあがらせ、感動を高めるものだと捉え、的確な言語による説明は音楽の付加価値をの高める効果がある」と仮説を立て、実証のためのアンケート調査を行なった。

問題設定の組み立ては以下の通り。

①（歌詞のないピアノ）曲に対して、出版元がどのような言語表現による修飾・プロモーションを実施し、付加価値を付けているのか、

②曲の視聴によって、プロモーション表現がふさわしいものとして聴き手に伝わっているのか、

③聴き手が曲からイメージして再生した言語表現（主に形容語）と、出版元がプロモーションのために用いた表現との差異の有無と程度を測定するために実験を組み立て、質問紙で反応を記録した。音と言語表現の相互関係によって生まれた付加価値の存在を、様々な角度から考察し明らかにした。

2．実験の概要

（1）曲目の選定

アンケート調査で使用する曲は、イージーリスニングを代表するピアニストのリチャードクレイダーマンのオリジナル曲とした。図リチャードクレイダーマンの画像　演奏者本人の監修によって出された“THE ROMANTIC SELECTION”リチャードクレイダーマンの世界全 10 巻の中から 3 曲を選ぶ。

（2）実験材料の特徴

曲名の開示有無：3 曲とも曲名をアンケート用紙に示して、被験者に視聴してもらう場合と、曲名を示さずに視聴してもらう 2 つに分ける。

先入観の有無：被験者がリチャードクレイダーマンを知っていた場合、被験者がもつ演奏者のイメージにっよって、演奏から想起される言葉、プロモーションの言語表現の伝わり方がアンケート結果に影響を与えてくると予想。演奏者の名前を示す場合と示さない場合との2つに分ける。

以上により、3 つの変化要因をアンケートに設定するものとした。

A. 演奏者の名前を示し、曲名も示す。

B. 演奏者の名前を示し、曲名を示さない。

C. 演奏者の名前も、曲名も示さない。

3 パターンのアンケートを作成し、それぞれアンケート対象者の年齢、性別、住所問わず調査を実施した。

（3）設問の概要

①基本属性（性別、年齢、世帯、地域、職業）

②当てはまる好きなもの最大 3 つ

③好きな音楽のジャンルを番号順に記入

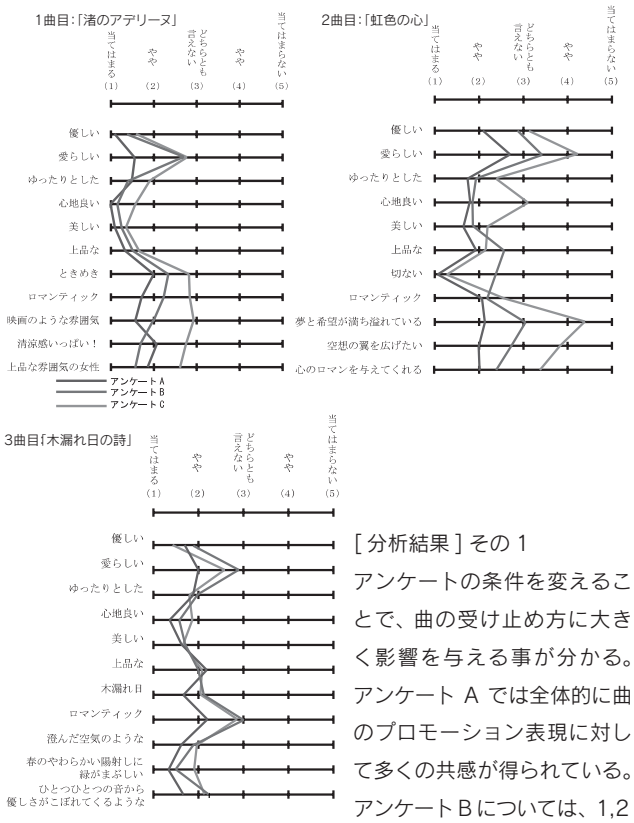
④演奏からイメージ・連想された形容詞を自由回答

⑤曲について表現された言葉（プロモーション表現）について、5 段階評価で当てはまると思う番号を〇で囲む

3．結果

仮説に結び付く主な調査結果を掲載していく。

〈アンケート A,B,C 別々に表したイメージ結果〉



[分析結果] その 1

アンケートの条件を変えることで、曲の受け止め方に大きく影響を与える事が分かる。アンケート A では全体的に曲のプロモーション表現に対して多くの共感が得られている。アンケート B については、1,2 曲目でアンケート A と B の中間に位置している。3 曲目ではアンケー

トCよりも共感の度合いがやや低いか高い位の差が見られる。アンケート C は A,B のアンケートに比べて、全体的に共感の度合いが少ない結果となった。従って種類別アンケートの結果によって、聴き手に、より多くの情報が与えられることで、曲のイメージに対する受け止め方が変わり、多くの共感が得られることが分かった。アンケート C のように、演奏者も曲名も示さない場合だと、聴き手は曲に対する表現に対してシビアな判断を下す傾向があると考えた。

〈自由回答結果〉

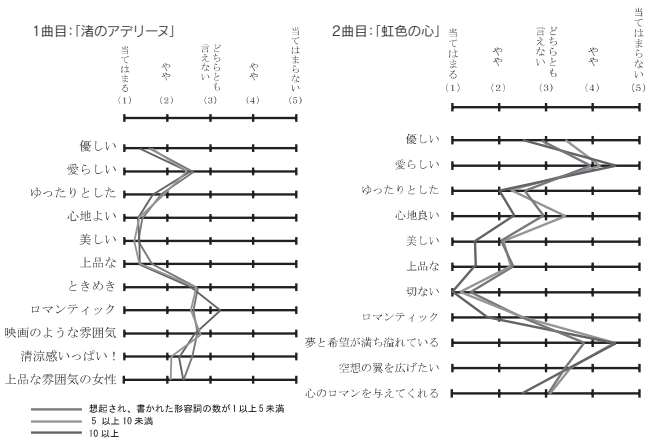
曲を聴いて被験者が感じた自由な発想を、形容詞で表現してもらう。自由回答によって曲のイメージを言語で表現する「想起」を行なう。どのように想起された言語があり、多く見られたのか、プロモーション表現との比較を行う。

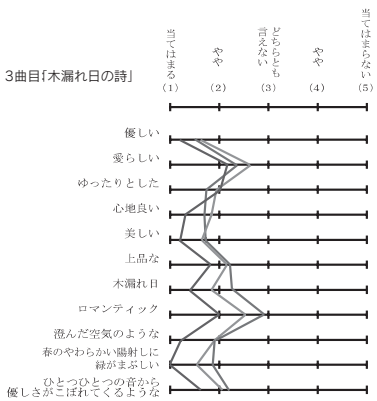
[分析結果] その 3

1 曲目の一番共感が得られたプロモーション表現は「美しい」、自由回答では「綺麗」といった、2 つとも比較的似たような概念の意味として捉えた。自由回答にも、いくつかプロモーション表現と共通する言葉があることから、プロモーション表現が聴き手に共感が得られるものが多かったと判断した。2 曲目では、お互いのグラフで「切ない」のパーセントが大多数を占める結果となった。また、「切ない」以外に自由回答とプロモーション表現に共通する言語表現は見当たらない。2 曲目では聴き手が、曲に対して他のイメージを強く抱き、新しい付加価値を付けたと考えた。3 曲目は、共通言語と、自由回答で 1 番多かった言語表現が一致した。「ゆったりとした」もお互いの順と対応している。イメージ結果図 3 から、3 曲目は聴き手にばらつきが見られなかったように、自由回答においてもプロモーション表現と自由回答のあいだに大きな差異は見られなかった。

〈言語表現の数の違いによるイメージ結果〉

形容詞の数が、1 以上 5 未満、5 以上 10 未満、10 以上　の 3 種類の結果を合わせて表示する。





[分析結果] その 4

表現される言語の数の違いによる曲のイメージ 11 の捉え方の違いは、1 曲目から 3 曲目にかけて、徐々に差が開いている事が分かる。1 曲目については言語表現の数に関係なく 3 つとも比較的まとまりのある線の動きが見られる。2 曲目から、言語を 10 以上かいた聴き手に大きな線の動きが見られる。その中で「切ない」についての平均値は 1.0 であった。3 曲目ではプロモーション表現された言語のうち、長く表現された文章ほど、3 つとも大きく反応が違う結果を表した。1 ～ 5、5 ～ 10 の表現の数だった 2 つの線にはお互い大きな差が見られないが、こちらも 3 曲目になって差が開いていく結果となった。この結果からより多くの言語を書いた聴き手ほど、曲に対して共感しやすい事が分かる。

4. 結果とまとめ

研究では、音を修飾する言語表現によって、より効果的な付加価値が付けられるという仮説を立てた。その仮説は、

①より多くの情報・言語表現が与えられた曲ほど、聴き手が曲に対してイメージがし易く、はっきりとしたものになり、プロモーション言語に対しての共感も多く得られる。

②自由回答の言語表現の数が多ければ多いほど、より曲に対する共感が多い。

③音色やリズムを価値付ける言語表現がふさわしいものでなければ、聴き手に違和感を与え、その曲に対して修飾された言語とは異なる反応になってしまう。音を修飾する言語は聴き手に大きく影響力を与え、曲のイメージを保つ軸となる。

以上の調査結果から得られた分析により、仮説を証明することができた。

[主要参考文献]

○品川恵保、株式会社ユーキャン「リチャード・クレイダーマンの世界
THE ROMANTIC SELECTION OF RICHARD CLAYDERMAN」

ルイス・メレンデスの静物画に見るリアリズムの現代性

神田 悠希
Kanda Yuki
文化マネジメントコース

スペイン人画家ルイス・メレンデス（Luis Melendez 1716-1780）はボデゴン（Bodegon: スペイン語文化圏で「静物画」を意味する）を代表する静物画家のひとりである。彼の作品の多くは暗い背景にいくつかの静物が配置されているもので知られる。「正確な素描とほとんど細部に至る執拗なまでの完璧さをそなえ 」「構成はモニュメンタルで驚くべき正確さ 」を示す、と評価され、今もなお高い賞賛をうける。

1992 年に日本で開催された『スペイン・リアリズムの美：静物画の世界』展では、彼の作品の中から３点《林檎、梨、菓子箱、壺》（Still life with Apples, pears, Honey Pots, and Boxes of Sweets）1759 年、《鯛とオレンジ》（Still Life with Sea Dreames and Oranges）1772 年、《果物》（Still Life）1760 年代末頃、出品された。それらは彼の作風を代表する荘厳で正確に秩序だてられた作品であり、スペイン・リアリズムを浮き彫りにする作品のひとつとして重要な役わりを果たしている。

しかし、彼の作品にみられる、「現実を超越した生々しさ」、そして「リアリズムを追及するが故にグロテスクの域に至った」表現、この画家の特徴のすべてはスペイン・リアリズムの中で述べることができるだろうか。

本稿では「グロテスクなまでに過剰なリアリズム」という見地からメレンデスの作品を捉え、この画家を従来の受容とはまた別に新しい文脈の中に位置づける。18 世紀スペイン周辺の静物画にみられる傾向としてのリアリズムから抜け出し、シュルレアリスム、スーパー・リアリズムなどに代表される近現代のリアリズム表現に至る系譜のなかに改めて位置づけることによって、メレンデスのリアリズム表現が見る者に与える効果を明確にしていく。

現代に生きる私が、18 世紀スペインで描かれた彼の作品から「恐怖にも似た居心地の悪さ」を感じてしまうのはなぜなのか、この感覚はいったいどこからくるのか。われわれが作品をどのように見るのか、何を感じるのか、という享受の面に重点を置いて考察することによりこれを解明し、メレンデスの現代的意義を付加することが本稿の目的である。

これまで評価を受けてきたように、素晴らしい技術でもって描かれたメレンデスの作品からは共通して「美」を感じることができるだろう。しかし「正確な素描」や「完璧な幾何学形態」など技術面でもって作品の美しさを語ることはできるけれども、彼の作品にみる美しく私たちを惹きつけるのは画面の構成やモティーフである静物そのものではなく、メレンデスのそれらモティーフに対する情熱的な眼差しではないだろうか。

初期から晩年までの静物画を順番に眺めていくと、最初のころは自らの腕前を誇示する対象でしかなかった果実などの静物ではあったが、メレンデスがだんだんとそのモティーフの質感、形態の虜になっていった様子を思わせる。人間が扱う食材として、描かれる対象物として静かに佇んでいた果実や野菜、パンは、1770 年以降の作品にみられるものではそれ以上の魅力を備えだす。第二章ではメレンデスの作品の中からいくつか取り上げ、画家のモティーフに対する情熱的な眼差しを提示する。

「すでに知られている彼の作品の中でも最も早い時期のもの」である《林檎、梨、菓子箱、壺》1759 年、やその少し後の作品《林檎、洋梨、チーズ、水差し、壺、ハコ》（Still Life with Apples and Pears, Cheese, Jug, Boxes, and Cask）1760-1765 年 頃（ 図版１）、《カリフラワー、魚、卵、リーキの入った籠》（Still life with Cauliflower and Basket of Fish, Eggs, and Leeks）1770年（図版２）は実に写実的に描かれており、人間が支配することができる食糧そのものである。

図版 1：《林檎、洋梨、チーズ、水差し、壺、ハコ》（Still Life with Apples and Pears, Cheese, Jug, Boxes, and Cask）1760-1765 頃／油彩、カンヴァス／ 35 × 48㎝／プラド美術館、マドリッド

図版 2：《カリフラワー、魚、卵、リーキの入った籠》（Still life with Cauliflower and Basket of Fish, Eggs, and Leeks）1770 年／油彩、カンヴァス／ 49 × 36㎝／個人蔵

しかし 1771 年の「風景の中の静物」の一連の作品《風景の中の西瓜と林檎》(Still life with Watermelons and Apples)1771 年（図

版 3)、《風景の中の柘榴、林檎、アセロラ、葡萄》1771 年、これらは風景と静物の組み合わせの点においてすでに現実世界ではないことはあきらかで他のメレンデスの静物画とは際立ってはいる。それでもそのこととは別に、切り開かれた果物から滴り落ちる水滴は明らかに写実の範囲を超えている。その翌年に描かれた《ボデゴン:鮭、レモン、3 つの道具》(Salmon, Lemon, and Three Vessels) 1772 年（図版 4）では暗い背景に数点の静物という構図にたちもどり、水分が滴り落ちる鮭の、明らかに非写実な描写がより際立っている。

図版 3:《風景の中の西瓜と林檎》(Still Life with Watermelons and Apples) 1771 年／油彩、カンヴァス／62 × 84㎝／プラド美術館、マドリッド

図版 4:《サーモン、レモン、3 つの道具》(Salmon, Lemon, and Three Vessels) 1772 年／油彩、カンヴァス／42 × 64㎝／プラド美術館、マドリッド

そしてその後の作品からは、ぼこぼこと不格好な形態をしたトマトや、ごつごつと膨らんだパン、でこぼこした表面を持つきゅうりなど、複雑に奇形であるモティーフの選択が目立つ。（図版 5）

図版 5:《トマト、ナスとタマネギの入ったボウル》(Still Life with Tomatoes, a bowl of Aubergines, and Onions) 1771-1774 年／油彩、カンヴァス／37 × 49㎝／プラド美術館、マドリッド

執拗なまでの細密描写を追及し続けた結果、対象のもつ形態や質感にとりつかれる。複雑な形の静物は自らの力量を発揮するのに最適なモティーフであったではあろうが、それ以上に、それら奇異なものへの強い興味関心が完成された作品ににじみ出ている。

スペインには 17 世紀に独自の精神からなるリアリズムが確立され、拡張されたリアリズム表現という点からメレンデスもスペイン・リアリズムを継承している。それに加えメレンデスの作品を享受した時に受ける感覚を明らかにするために、第三章では、他のリアリズム表現の中に位置づけることでメレンデスのリアリズムの追求の姿勢、リアリズム表現が生む効果を明らかにしていく。

ここではとりわけ、とりあげられるモティーフはなじみ深く親しみやすいものまたは日常生活であり、現実を細密に再現描写している点を共通点としてシュルレアリスム、フォト・リアリズムを中心とした 20 世紀ニュー・リアリズム、そして現代のロン・ミュエックを取り上げた。これらをヒントに、「グロテスクに至る過剰なリアリズム」の構造を検証していく。

さらに第四章では、これまでの「美」という評価に加えて、彼の作品にみられる「グロテスク」な側面を明らかにしていく。第三章で検証したメレンデスの作品の過剰なリアリズム表現の構造はグロテスクな構造と定義され、その表現の効果は、グロテスクなものから由来するものだろうか、検証する。

[主要参考文献]

○ヴォルフガング・ガイザー著・竹内豊治訳『グロテスクなもの』法政大学出版局、1968
○カーリン・トーマス著・野村太郎訳『20 世紀の美術―後期印象主義から新リアリズムまで―』美術出版社、1972
○スヴェトラーナ・アルバース著・幸福輝訳『描写の芸術―17 世紀のオランダ絵画』ありな書房、1993
○アンドレ・ブルトン著・滝口修造／巌谷國士監修『シュルレアリスムと絵画』人文書院 、1997
○エリカ・ラングミュア著・高橋裕子訳『静物画』八坂書房、2004
○ジョン・バージャー著・沢耕太郎監修・笠原美智子訳『見るということ』筑摩書房、2005
○巌谷國士『シュルレアリスムとは何か』メタローグ、1996
○種村季弘『魔術的リアリズム メランコリーの芸術』PARCO 出版、1988
○松谷彊『現代美術論―リアリズムの探求』新日本出版社、1986
○島本融「さまざまのトロンプルイユ」『美術手帖第 383 号』（74 ～ 85 頁）美術出版社、1974
○浜岡昇「写真に慣らされた眼」『美術手帖第 383 号』(86 ～ 93 頁)美術出版社、1974
○三木多聞「変貌したリアリズムをめぐって」『美術手帖第 383 号』（94 ～ 105 頁）美術出版社、1974
○『スペイン美術は今［図録］』朝日新聞社、1991
○『プラド美術館展［図録］』国立プラド美術館／読売新聞、2006
○『スペイン・リアリズムの美［図録］』国立西洋美術館、1992
○『ロン・ミュエック［図録］』金沢 21 世紀美術館、フォイル、2008
○『よみがえる須磨コレクション―スペイン美術の 500 年［図録］』長崎県美術館、2005

○LUIS MELENDEZ : Spanish Still-Life Painter of the Eighteenth Century Meadows Museum, Southern Methodist University, Dallas, Texas 1985
○Antonio Lopez Garcia Museum of fine Arts, Boston 2008

獅子舞の伝承によって小学校に受け継がれたもの
ー平米小学校の獅子舞、長江の獅子舞、平米町の獅子舞を例にー
What Has Town's *Shishimai*-Japanese Lion Dance-Handed Down to Local Elementary School?

木村 明里
Kimura Akari
文化マネジメントコース

本稿は、獅子舞がどのように伝承されているのかを知るため、富山県高岡市の平米小学校に伝承された獅子舞を中心に、伝承元である平米町の獅子舞、さらに平米町の獅子舞の伝承元である同市長江地区の獅子舞の計3カ所について調査・研究を行う。そしてそれぞれの獅子舞を比較し、伝承によって変わるもの、変わらないものについて明らかにする。

長江の獅子舞

長江の獅子舞は高岡市の獅子舞の中でも歴史があり、1855年頃から続いている。勇壮なけんか獅子で、役者が年を重ねるごとに独自の舞になってゆく。獅子と天狗の迫力と緊張感に息を飲むようだ。

長江地区の獅子舞は、毎年10月体育の日の前日の土曜日に開催される「長江神社の秋期大祭」の際に行われる。伝承組織は長江青年団。高校を卒業してから24歳までが、正式な青年団員である。青年団を引退するとOBとなり、獅子舞の細やかな指導やサポートにあたる。獅子舞は青年団が中心となって行うが、祭自体は自治会が行っている。運営費用は獅子舞の際各家から出される「ハナ」と呼ばれるご祝儀のほか、自治会で集めた資金によってまかなわれている。

祭当日の流れとしては、神社に奉納し、その後に氏子や地区の家々で5分程度舞わす。演目は10種類あり、氏子や地区の家々では2〜3演目行う。新築、改築、結婚など吉事のあった家では40分程度の豪華な舞を舞わす。夜を徹し、2日間行う地域もある。舞わしてもらう家々は、獅子舞団体に「ハナ」と呼ばれるご祝儀や、お酒、お米などを渡す。

練習は祭の約3週間前の9月24日から行われた。青年団長は「獅子舞は長江の人が一致団結できる唯一の道具だと思っている」と話してくださった。これを聞いた自治会副会長は、「昔は獅子舞以外に青年団が行う事は多かった。今ではそのようなことは少なくなってしまったな」と話していた。

長江の獅子舞の調査から、獅子舞の伝承は年齢層に幅のある多くの経験者による指導のもと行われている事がわかった。幅のある年齢層の人と関わる事で、その芸能のかたちのみでなく、芸能とともに伝わる様々な言い伝えや、決まり事も受け継いでいた。年齢を重ねるごとに個人の芸が独自性を帯びて行くことを観察できた。

平米町でのインタビューから

当時獅子舞の担い手であった町の人からお話をうかがった。当時は子供がたくさんいたため、やりたくてもなかなか獅子舞に参加することはできなかった。役につくのは基本的に長男が優先であり、次男は獅子の足をすることすらできなかったという。

この点は昔の長江でも同じであった。当時は基本的に長男しか獅子舞をすることができなかった。獅子舞に参加できることは、当時の人々にとって相当なステータスであったと思われる。次第に青年団の人数が少なくなり、また、町内から時代に合わないという批判があり、昭和38年頃に町の獅子舞は行われなくなった。後に“地域の伝統行事を絶やすことなく受け継いでもらいたい”という話が出て、小学校へ獅子舞が道具も含めて寄付された。

当時、平米町の壮年数名が指導者となり、5年生の担任3名、5年生の代表数十名があつまって平米町公民館で、毎晩約二時間の厳しい練習が一ヶ月あまり行われた。

平米小学校の獅子舞

平米小学校の獅子舞
本丸広場で行われた開町400年記念イベントの様子

平米小学校の獅子舞は、昭和47年〈1972〉の平米小学校創校六十周年記念式典で獅子舞が演じられてから現在まで続いている。教頭先生はこの獅子舞について「学校としては宗教的なものとは切り離し、地域への貢献や郷土を知ることの一環として、また子供たちの成長を期待して行っている」と話してくださった。

4年生の時に5年生の先輩から習う事で伝承し、自分たちが5年生になると本番を迎える。平米小学校の獅子舞はダンスのようにリズムをとりながら一定の動きを繰り返し踊るのが特徴である。獅子舞は、天狗、獅子、囃子で構成されており、5年生全員がいずれかの役につく。練習は児童が自主的に時間を決めて、早朝、長休み、昼休み、放課後等に集まって行う。本番が近くなると、授業時間を使い担任教師が指示を出すが動きをよくみせるものにとどまっており、舞はほぼ生徒によって伝えられている。初期の練習方法は、先輩が手本を見せて下級生が真似して行うというものである。

平米小学校の調査から、地域の獅子舞を受け継ぐ児童は、憧れと責任を持って自主的に獅子舞という伝統に向き合っているように感じられた。芸能を体得することで自身の成長を感じている児童もいた。地域の人達の協力を得ながら、獅子舞を通し地域の目の中で、児童らは平米小学校の5年生として獅子舞を披露していた。

長江の獅子舞と平米小学校の獅子舞を要素別に比較

伝承によって変わったものは、まず神事ではなくなったことである。平米町では伝承されなくなった獅子舞を小学校で受け継いだため、宗教と切り離す事はやむを得なかったのであろう。こうして祭礼に付随した獅子舞の部分が小学校に伝承された。また、長江や平米の地域の獅子舞では男性しかつとめることができなかった天狗や獅子の役を、小学校では女子もつとめることができるようになった。小学校では担い手や指導者でいられる期間は非常に短くなった。演目数も減り、神事ではないので一件ずつ舞う必要がないため、披露する機会も限られる。

それでは、小学校に獅子舞が伝承された事で変わらないものはなんであろうか。それは、実際に先輩の手本を見て、それを真似て行うという伝承方法である。練習期間は短いが、小学校に入学してから、あるいはそれ以前から平米小学校の獅子舞の存在を知り、先輩が行う獅子舞を見て育った子供たちがそれを引き継いで懸命に取り組んでいる。さらにその様子を地域が見守っている。資金面での協力や、獅子舞披露を楽しみにしている地域の目、これも変わらないものであると考える。

この伝承によって変わらないものについて、獅子舞を「つけ祭」としてではなく「郷土芸能」という視点から見ることで、更に考察してみたい。三隅は著書『郷土芸能』の中で「獅子舞と子供」について以下のように記している。

> (前略)部落に生まれた男の子は一定の年令に達したら全員これに参加しなければならぬとする土地も、いまは少なくなってしまいましたが、以前は沢山あつたようです(中略)行事を果たさねば、上の若者組の階級に入ることが許されぬとされたのです。(中略)何週間も前から宿に籠つて毎晩村の大人・先輩から稽古を受け、それも時にはわざと尻をぶたれるというようなきびしい仕打ちを受けます。(中略)しかしそれだけに、無事勤め終えた後の喜びはまた格別で、人からも祝われまた自身もいささか若衆になつたような気持ちになるのです。(後略)

獅子舞などの芸能は辛く厳しい修行を経ることで、その地域の一員としての気持ちを強めていく機能を持っている。平米小学校の獅子舞は、辛い鍛錬や仕打ちを受ける事はないだろうが、責任をもって伝統の獅子舞を受け継ぎ、披露し、次の学年へ伝えていことで、三隅の述べているような、小学生が地域から認められる機会、通過儀礼のような機能を有していると考えられる。平米小学校の獅子舞の担い手と指導者は一年で変わってしまうが、子供たちは平米小学校5年生としての通過儀礼である獅子舞を通じ、責任感と自らの成長を感じている。

平米小学校の獅子舞には祭の神事の要素は失われたが、練習を重ね、地域の人々へ披露することで、地域に住むものとしての責任と認識を強めるような、獅子舞という郷土芸能における通過儀礼的機能の一部分が伝承されていると言えるだろう。

	長江	平米小学校
神社	秋期祭礼に伴い、長江神社で行われる	神事とは離されて行われている。
担い手	小学生、青年団、一部のOBと多様であり、囃子には女子が参加する。	5年生のみであるが、女子でも囃子だけでなく、獅子や天狗役につくことができる。
指導	一度でも獅子舞に参加していれば、自分の知っているものについて教える事が出来るため、担い手と同じく小学生、青年団、OBさらに大OBと非常に多くの人から指導者となっている。	主に一学年上の上級生からである。保護者が平米小学校の出身者であり、自身が平米小学校の獅子舞を経験していた場合、あるいは兄弟が経験している場合はこれらの人々も指導者に該当する。
獅子舞に関わる期間	小中学生の頃から獅子舞を初め、数年～十数年間担い手として獅子舞に関わる。その後もOBとして指導を行う。	4年生の11月から5年生の10月までの1年間である。
演目	10演目が受け継がれている。	平米町に伝わっていた11演目のうち、4つの演目が受け継がれている。
披露する機会	秋期祭礼において約30人で交代しながらではあるが、神社の他、300件以上の家々で行う。	1年に学内で「創校記念式」「学習発表会」「獅子舞伝達式」の3回と、「高岡朝市」の計4回発表の機会が設けられている。
道具	獅子頭、カヤ、ケン(小)、ケン(中)、ナギナタ、刀、毛の房、太鼓。長刀。口上を述べる際に使用する道具(目録と書かれた紙)。太鼓を乗せる荷車。投光器。	獅子頭、カヤ、ヤリ、笛、太鼓。口上を述べる際に使用する道具(それぞれ目録、図書券、ジュースと書かれた手作りの箱上の物)。垂れ幕。
囃子	太鼓、縦笛、鉦。	太鼓、縦笛。
運営費用	自治会費の一部と獅子舞へのご祝儀。	後援会による寄付。

獅子舞を構成する要素別の比較

[主要参考文献]
○三隅治雄『無形文化財全書 第八巻 郷土芸能』大同書院出版、1958
○高岡市平米小学校『記念誌 創校八十周年にはばたく おおとり』平米小学校八十周年記念事業協賛会、1992
○大野孫一郎『長江誌』高岡市長江自治会、1992

髑髏と骸骨が持つ意味の変遷
―古代の美術、工芸から現代日本のアクセサリー・デザインまで―
Short History of the Skull and Skelton Motif: From Old Arts and Crafts To Jewelry Design in Contemporary Japan

小林 愛
Kobayashi Megumi
文化マネジメントコース

はじめに

髑髏や骸骨をモチーフとした美術品や工芸品は、紀元前から世界の各地で作られてきた。また、現代の日本では老若男女問わず、多くの人が髑髏モチーフの品を身につけている。髑髏というと、「死」が連想されるため嫌う人も多いが、若者の中には身につけることに違和感を持っていない者もいる。このような人は年々増え、既に若者に限定されなくなってきている。それは、何故なのだろうか。この問を解き明かすため、先ず本論文では、美術品や工芸品のなかの髑髏や骸骨がどのような意味を持ち、歴史的にどう変遷したのかを検討し、併せて、死生観の変化や社会の出来事についても考察していく。そのうえで、現代日本でのこのモチーフの流行とどうつながるのかを論じていくこととする。

美術品、工芸品の中の髑髏が持つ意味

髑髏や骸骨をモチーフとした最も古い美術品は、古代ローマ時代に見られる。例えば、彫玉や銀製のコップ、模型などが残されている。これらは全て、「死んだ後にはなんの楽しみもないのだから、生きているうちは飲み食い、楽しもう」という「現世快楽主義」の考え方に基づいて生み出されている。宴を、つまり生をより楽しむためには、死がより虚しいものでなければならない。死を深く見つめるために骸骨が用いられたのだと考えられる。死の虚しさを再確認するためには髑髏や骸骨が必要だったのである。

それから十数世紀後、中世ヨーロッパでは 1347 年のペストの流行をきっかけに、多くの「死の美術」が生みだされた。例えば、15 世紀に盛んに描かれた「死の舞踏」（ダンス・マカーブル、Dance Macabre）と呼ばれるものである（図１）。これらの画面には、様々な階級の者が死者と二人一組になって踊り歩く様子が描かれており、年齢、性別、階級に関係なく全ての人が死に襲われる運命にあるのだから、「メメント・モリ」つまり、「死を想え」、「死を忘れるな」という教訓を表している。

図１：≪死の舞踏≫（部分）、1485 ～ 90 頃、北イタリア、クリュゾーネ、サンタ・マリア・アスンタ聖堂、ディシブリーニ礼拝堂、東側外壁

これと同じような教訓を表したものが南宋時代（1127 ～ 1279）の中国にもある。李嵩が描いた≪骷髏幻戯図≫という扇画である。これは、中国版「死の舞踏」とも言われている。乳呑み児を連れた旅芸人の夫婦が五里塚の下で休んでいる。夫婦のうち、男のほうは骸骨の姿で描かれており、骸骨の傀儡を操っている。そして、傀儡に近づこうとする赤ん坊とそれを制するもう一人の女がいる。ヨーロッパの「死の舞踏」と異なる点は、骸骨姿の男は死者ではなく、生きた者として描かれていることである。死に襲われるのではなく、死とは常にそこにあるものだという考えがうかがえる。

同様の教訓は日本で鎌倉時代中期につくられた「九相詩絵巻」にも表れている。「九相詩絵巻」とは「人の屍が土灰に帰するまでに変わっていく九つの姿」を描いたものである。その中の「第七　骨連相」には「かは（皮）にこそ男をんなの色もあれ　骨にはかはる人形もなし」という和歌が添えられている。やはり、どんな者にも死が訪れることを説いており、また、肉体の不浄さと生のはかなさを訴えていることが理解される。

ヨーロッパでは 17 世紀になると「虚栄」（ヴァニタス、vanitas）という図像が盛んに描かれるようになった。多くの場合、「虚栄」を意味する砂時計や蝋燭などと共に、一つの髑髏が描かれている。この図像でもまた、「生のはかなさ」を訴えているが、その対象は社会全体ではなく、あくまでも個人であった。この図像は２世紀近くに渡って描き続けられたが、次第にその意味は失われ、単に様式と化してしまった。

日本では古い時代には、密教図や千手観音像に髑髏が見られる。その意味は宗教的な性格が色濃い。工芸品や副装品の中には髑髏や骸骨の形はほとんど見られないことから、古代の日本ではやはり髑髏、骸骨は嫌悪されていたのだと考えられる。しかし、江戸時代に入ると、浮世絵や日本絵画、根付などにそれらの形象が見られるようになる。それは、蘭学を研究することで、医学や、身体の構造などの自然科学に対する研究が進み、髑髏や骸骨に関する嫌悪感が小さくなったからだと考えられる。

近代に入ると、ジャンルを問わず様々な絵画の中に髑髏、骸骨が描かれ、その意味も変わってくる。世界規模で戦争が起きると髑髏、骸骨には反戦の意味が込められ、ペストに変わりエイズなどの流行病が起きると、その悲しみや防止を政府や人々に訴える作品にもこれらのモチーフが用いられる。しかし、髑髏、骸骨が「死」を意味するときの多くの場合は作家自身、もしくはその近しい人の「死」についてである。「死の舞踏」や「虚栄」のように社会に広く訴えかける力は持っていないのである。

死生観の変遷

以上に見てきたように、近世に入る前の髑髏や骸骨は「死」という意味を色濃く表していた。なぜなら、「死」は常に自分の身近なところに存在したからである。戦争が起き、疫病が流行る度に死は猛威を奮い、人々はそれに抗う術を持たなかった。特にヨーロッパの人々にとって、死は恐ろしいものであり、忌み嫌われていた。しかし、近世に入り、医学や科学が進歩してくると、死の正体が明らかになり、対抗する術も生まれた。また、大規模な戦争が起きる機会は減り、さらに死の存在は希薄になった。それでは、現代の日本ではどうだろうか。死の存在が遠のいたとは言えいつでも死が身近に訪れていることに変わりはない。しかし、そのほとんどが当事者以外には見過ごされてしまっている。なぜなら、訪れた死は手早く、簡単に、機械的に処理されてしまうからである。最近では、死生観について大学や専門学校で教えるべきだという声があがっている。このことからも、現代の若者が確立した死生観を持っていないことがわかる。

現代日本の髑髏、骸骨

先述したように、江戸時代には浮世絵を代表とする様々な美術工芸作品のなかに髑髏や骸骨が登場していた。明治時代に入っても着物や根付に髑髏、骸骨のモチーフが用いられていたことが知られている。しかし、文明開化が進み他国との戦争が始まると、そうした近世的な怪奇趣味も見られなくなってきたと、一般には考えられている。だが、完全になくなったわけではなく、黒岩涙香の小説などに受け継がれていった。そして、1931（昭和 6）年、『黄金バット』という紙芝居が一世を風靡する。1960 年代に入ると、手塚治虫や水木しげるが活躍し始め、また、テレビアニメの放送が一つの契機となって、様々な漫画やアニメの中に髑髏や骸骨が登場することになる。

では、装飾品のなかにそれらが多く現れるようになったのはいつ頃なのだろうか。きっかけは、1990 年代初めにアメリカのマリブを中心にジュエリー・ブームが起こったことだと考えられる。1970 年頃から現在、老舗と言われているシルバーアクセサリーのブランドが立ち上がり始めた。例えば、「レザーズ＆トレジャーズ」などがそうである。これらのブランドが生みだす品を概観してみると、髑髏や骸骨を主のモチーフに入れているブランドが少なくないのである。何れのブランドも最初はミュージシャンやバイカーなど、前衛的な人に注目されるのみだった。しかし、次第にその幅を広げ、多くの人に支持されるようになったことで、特筆すべきジュエリー・ブームが起きたといえる。そして、現代ではシルバーアクセサリーに限らず、様々な副装品の中に髑髏、骸骨が見られるようになった。

それらを身につける者は髑髏や骸骨にどういう印象を持っているのだろうか。いくつかの雑誌を概観してみると、若い男女にとっては、「インパクト大」であり「ハード」で「ロック」なイメージを纏いたいときに用いられていることがわかる。また女子に向けたものの中にはその形状によって「かわいい」と捉えられるものもあるようだ。そして、紳士と言われる年代の男性にとって髑髏、骸骨は「遊び心」であり、「内に秘めたおしゃれ」であると考えられている。

それでは、これらのブランドが生みだす髑髏や骸骨にはどういう意味が込められているのだろうか。実は一概には言えず、ブランドの数だけ、そして、デザイナーの数だけその意味も多様なのである。例えば、「ラットレース」はロックやバイクといった不良的カルチャーをバックボーンに持ちながら、アールヌーヴォーなどの芸術様式を取り入れている（図２、右）。しかし、若手のデザイナーやブランドの中には、髑髏モチーフを扱えば売れるから、などの理由だけで、無自覚に扱っていることもあるだろう。また、大手のメーカー、ブランドで新しく髑髏を扱うことにした場合も、そうである可能性が高い。この場合、髑髏や骸骨は何の意味も持たないか、もしくは後付けされた、空虚な見せかけの意味を付与されているだけなのである。

図 2：右、「ラットレース」
左、ロックンロールを背景としている「クレイジーピッグ」

むすび

髑髏や骸骨が以前色濃く持っていた「死」という意味は、現代では「カッコイイ」といった別種の概念に取って代わられている。または何も意味を持っていない場合もある。しかし、髑髏が死後の姿である以上、そこに「死」を重ねるものが全くいなくなることは無いことも確かであろう。

[主要参考文献]
○小池寿子『死者たちの回廊　よみがえる「死の舞踏」』福武書店、1990
○『美術フォーラム 21 第 8 号』醍醐書房、2003
○飯塚智子編『インデックス MOOK BiDaN 特別編集 ストリートアクセ NEXT FILE 18』インデックス・コミュニケーションズ、2009

演劇における異性装の意味
―シェイクスピア『十二夜』から読み解く舞台の魅力―

The Meaning of Impersonations in Drama:
Analyzing the Charms of the Stage through Shakespeare's Twelfth Night

五郎丸 圭子
Goromaru Keiko
文化マネジメントコース

要旨

異性を演じるため舞台上で異性の衣服を纏うことを「異性装」と呼ぶ。慢性的に男子部員が少ない中高生の演劇部では、女子が男性を演じる異性装は日常的に行われ受け入れられている。しかし、当然のものと扱われているはずの異性装は大会の選考等で不利に働いている。近代のリアリズム演劇にとらわれた感覚がそうさせているのだ。演劇の長い歴史から見れば、男性役は男性俳優が、女性役は女優が、老人役は年配の俳優が、子供役は子役がといった舞台づくりは 18 世紀～ 19 世紀、近代のリアリズムの合理主義的な主張の中で生まれ、100 年 200 年の間に浸透し定着した短い歴史にすぎないのである。中高校演劇の発表会、大会に対する疑問を、演劇史を紐解きつつ、特にシェイクスピアの戯曲『十二夜』の魅力を考察することで、演劇において異性装を可能とする舞台芸術の魅力を解明し、これからの演劇文化のあり方を提起する。

東洋と西洋の異性装の歴史

日本の歌舞伎では、幕府により女性芸能者を禁止された。しかし女役を演じる女方歌舞伎役者のひたむきな努力と芸への追求が、逆に歌舞伎自体の芸の質、魅力を高めることとなった。幕府に規制されざるを得なかった異性装が、抜け道としてではなく揺るがない個性のひとつとして歌舞伎の中に芽生え、歌舞伎役者たちによって芸術性を高められ、その繊細な技術は今日に到るまで 300 年以上続く芸術として発展した。

また、英国のエリザベス朝演劇では女性の代わりに変声期前の少年が舞台に立った。姿かたちから男性俳優と決定的な差異を描き出し、また、少年俳優が醸しだす中性的な雰囲気が、男性俳優には出せない繊細な表現を可能にした。

日本の歌舞伎と英国のエリザベス朝演劇。どちらも共通して言えるのは、理由はどうであれ男性俳優が女性役を演じてきたということである。しかしそれに関して演じる側は「規制されているから、女の代わりに仕方なく女性役を演じていた」わけではない。観客も舞台上にいるのが男性俳優だからといって違和感を持ったり、まして批判したりなどしない。そして舞台上に女性がいないから仕方なく女性に扮した男性俳優をみているわけではない。演じる側はいくら禁止されようとも、観客を楽しませるため手持ちの材料で創意工夫をして舞台を上演し続ける。観客もそれをわかった上で舞台を楽しんでいる。女性が舞台に立つことが禁止、規制されていようがいまいが、観客にとってはどうでもいいことなのだ。劇場のその空間の中で成立する約束事が女装した男性俳優を絶世の美女に見せるのだ。その約束事（表現上の性別）が受け入れられれば、リアルな性別は意味をなくすのである。

鳥居清廣 画／江戸時代の女形の役者を描いた浮世絵（1750 年―1760 年頃）

シェイクスピア『十二夜』から読み解く「性別を越える」演出

英国エリザベス朝時代の演劇で、男性のみが舞台に立つ習慣を逆手に取り、斬新な演出で舞台を作ったのがウイリアム・シェイクスピアである。「少年俳優が女性を演じる」という従来の約束事の上に、「女性が男性を装っている」という新しい約束事を重ねる。更に「その男性と瓜二つの人物が現れる」という、二重三重にも重なる約束事で舞台上に混乱を、観客に興奮と笑いを誘った。その巧みな演出と高いストーリー性で、現在でも国を問わず絶大な人気を博している。

観客の立場になって考えると、当時男性俳優と少年俳優で演じられた『十二夜』を、現在男性俳優のみで上演するとどうしても違和感が生じてしまう。女性オリヴィアを演じる俳優は男であり、女性ヴァイオラが男装した姿であるシザーリオも、演じるのは男だからである。女性のみで上演しても、オーシーノとシザーリオに違和感が生じる。男性オーシーノを実際演じるのは女優で、またシザーリオは女性が男性を装っているという点で設定上正しいはずだが、女優が男装している点ではオーシーノもシザーリオと同じであるからだ。しかし実際に劇場で目にすると、男性のみで演じても女性のみで演じても特別気になることでもない。なぜなら俳優の性別によってテーマやストーリーが左右されることはないからだ。

演じる俳優が男性でも女性でも、作品のテーマやメッセージ、演出の意図が観客に伝われば本質的には何も変わらないのである。重

要なのは役や役者の性別でなく、演出と役者が、テーマとメッセージが、なにを表現するかという軸である。

リアリズムと異性装

様々な制約により舞台上から「女性」を取り上げられ、そのために舞台上で女性を完璧に写実（リアルに表現する）することは不可能となった。しかし、なんとか舞台上に女性を表現するため、舞台に臨む人間のあくなき探求が、実際に女性を起用するよりも効果的で印象的な表現をもたらした。女性が舞台に立つことが最初から許されていたら、表現の進化はある程度の段階で止まっていたのかもしれない。規制され制限されて、そのために知恵を絞り工夫を凝らした結果が今日にいたる豊かな舞台表現の礎となったのだ。

俳優自身の生身の性別を決めるのは内臓のつくりや骨格、皮一枚といった変化のしようのない、いわば素材と呼べるものである。その上で、俳優の舞台上での性別を決定づけるものは、衣装、化粧、舞台上の約束事といった外的要因である。しかしそれ以上に重要となることは、内臓、骨格、衣装、舞台の約束事すべてを包容した状態で舞台上に立ち、その上で筋が通っているかどうか、その状態がリアルなものとして観客に伝わるかどうかである。

表面上のリアルを追求するあまり、表面の姿に縛られて身動きが取れない今日の中高生の舞台づくりは非常に勿体無い。俳優が舞台上で異性を、あるいは自分の生身以外のものを装うことによって表現される。それが舞台の上で現実のもの、リアルとなるとき、生身の存在以上のリアリティをもって観るものの胸に迫る。それを可能にするのが劇場という空間である。

［主要参考文献］
○スティーヴン・オーゲル著･岩崎宗治 / 橋本恵訳『性を装う シェイクスピア･異性装・ジェンダー』名古屋大学出版会、1999
○画像引用：ウィキペディアコモンズ

日本の病院における文化・芸術の取り組み

Japanese hospitals' approach to culture and art

柴田 智里
Shibata Chisato
文化マネジメントコース

超高齢社会に突入した日本では膨大な医療費を抑制しようとする一貫した政策により、病院経営は年々厳しい状況に追いやられている。そうした状況にもかかわらず、いくつかの病院では、文化・芸術への取り組みが盛んに行われている。本論は、赤字経営や人手不足というような状況下でも、これらの病院が予算を組んだり人手をかけたりして文化・芸術に関する取り組みを行う意義を明らかにし、今後の可能性を提案することを目的とする。そのため病院における文化・芸術の意義を、全国の病院へのアンケートと代表的な事例への訪問調査により明らかにした。なお、本論で扱う「文化・芸術」という言葉は、絵画や彫刻などの作品展示はもちろん、手芸や折り紙などのささやかな創作活動、季節の行事、建築のデザインを工夫することなど、病院側が利用者のために行う文化的や芸術的な取り組みという意味で使用する。

アンケート調査

現在日本の病院で、どのような文化・芸術の取り組みが行われているのかを知るためにアンケートを行った。全国の病院リストから無作為に選出した病院にアンケートの協力を依頼し、了承した 44 件にアンケートを送付した。そのうち 36 の病院に回答して頂いた。

作品展示をしているところは 36 の病院全てであり、催し物を行っているところは 26 件であった。事前にアンケートのお願いをしたことから、ある程度文化・芸術に関する取り組みを行っている病院が回答してくれたので、この結果になったと思う。書道の作品、版画、折り紙など日本的な作品がよく取り入れられていることがわかった。催し物としてクラシックのコンサートを開催している病院が 23 件あり、民謡や演歌という日本の音楽コンサートを開催している病院もあった。展示や催し物にかかる 1 年間の予算は 0 ～ 10 万円と低予算で済ませている病院が 18 件で、11 ～ 50 万円のところは 10 件であった。それらの予算はほとんどが運営経費でまかなわれている。問題点を尋ねたところ、予算と回答する病院が多かった。

広い意味での文化的環境における取り組みとしては以下のような結果であった。建築面で工夫（フロアカラーなど）している病院が 14 件、施設を併設（レストランやギャラリーなど）している病院が 12 件、自然環境の整備（庭園や屋上庭園など）をしている病院が 20 件であった。文化・芸術に関する取り組みを行うきっかけは、経営者を含め働く職員の芸術に対する意識が高いことから（6 件）、治療の一環として（6 件）、そして患者から寄贈があって展示をし始めた（4 件）というものであった。取り組みの目的として最も多かったのは、患者を初め見舞い人や職員などに安らげる空間を提供するため（14 件）であった。地域の人の作品を展示するなど地域住民との交流、地域に貢献するためという意見（5 件）もあった。

事例研究

第一に、院内環境の質の向上につながる文化・芸術の事例として、石川県にある 451 床の総合病院を取材した。この病院の玄関には季節感のあるものを飾るスペースが設けられており、お正月には門松、ひな祭りには雛人形を飾ったりしている。この他に院内に展示されている絵画や写真は、地元作家が寄贈したものや、入院していた患者が入院中に制作した作品が多かった。さらに病院近くの呉服店が寄贈したタペストリーがいくつも飾られていた。

この病院からは、病院を利用するすべての人へのおもてなしの心を表す手段として、文化・芸術が使用されているように感じた。有名な人の作品が飾られているわけではないけれども、地域の人々から寄贈された温もりが感じられる多くの作品も、院内環境の向上に一役買っているという印象を強く受けた。診察や見舞いのために病院に行くときの気持ちはよいものではないが、病院があたたかい雰囲気で迎えてくれるならば、利用者の不安な精神状態を少しは和らげることができるかもしれない。

第二に作業療法としての文化・芸術の事例として、大阪府にある 210 床の精神科と神経科を専門とする病院を取材した。この病院では作業療法の一部として、貼り絵や手芸、ダイエット体操教室などが行われている。普段病室にこもりっきりの患者が、それらをすることを楽しみに服を着替えて元気にやってくるという。作業療法は、人の日々のいとなみ（作業）をもちい、心身の機能の障害を軽減し、患者の持てる能力を生かし、まだ生かされていない可能性としての能力を拓き、必要に応じて環境を整えるものである。ここで言う作業とは、歯磨きや仕事、余暇活動など人の生活や一生を構成する全ての行為、行動形態を指している（山根寛　2003,p.32 － 5）。退院が近い患者は園芸療法も行っており、野菜や花を栽培している。何を植えるか、水遣りの当番決めなど患者同士で話し合い計画を立てている。植物が育つ楽しみを感じながら、決められた日の水遣りを通して責任感も持ってもらうようにしている。

この精神科・神経科の病院において、作業療法としての文化・芸術は、病院を日常生活の場とする入院患者の QOL（生活の質）の向上に作用している。文化・芸術は作業療法の一部として使われているが、入院患者にとって、単調な入院生活と治療の日々の中で、趣味や生きがいとして存在していた。さらに、精神の回復はもちろん身体機能の向上、責任感を持たせたりコミュニケーションの機会を創出したりと社会復帰のためにも文化・芸術が役立っていた。

第三の事例、ホスピスにおける文化・芸術として、秋田県にある

ホスピス病床も抱える 241 床の総合病院を取り上げる。アートに関する専門的な助言・実行のサービスを行う専門会社の代表加藤淳の講演と、この病院が発行している冊子から取り組みを紹介する。加藤はこの病院で患者や入居者の方々の施設での日常生活に焦点を当て、その生活が少しでも充実したものとなるようにサポートする「参加型アート・プロジェクト」を実施した。このプロジェクトに、現代美術作家の宮島達男が携わった。彼の「時の浮遊」という CG 作品をホスピスの瞑想室に展示し、鑑賞した患者が作品制作を希望した場合、患者に CG ソフトを開放し実際に自分の作品を制作してもらうというプロジェクトが用意された。

癌を患いこのホスピスに入居していた 39 歳の男性 S が、興味を示し、作品制作をすることになった。S は植物や動物をテーマにした作品や、S の父親が亡くなったときの気持ちを表現したという作品など、亡くなるまでの約半年間で 5 点の作品を制作した。宮島の CG 作品に出会うまでの S の悩みは、暇つぶしのことを考えなければいけないことと、周期的に襲う痛みを忘れることだった。S にとってはおそらく作品制作と自分の作品を鑑賞することは、暇つぶしの域にとどまることなく生きがいとなり精神的な支えになったはずである。S が亡くなった後も瞑想室で作品が展示され、遺族や親しかった人が作品を通して S と再会できるようになっている。

このホスピスでの取り組みにおいて文化・芸術は、患者が残された時間を有意義に過ごすためのツールとして働いている。患者が作品制作に取り組んだことにより、趣味や生きがいを手に入れただけではなく、遺族や残された親しい人達に大切なものを残すこととなった。

まとめ

先行研究として、河原啓子の論文「医療施設内のアートマネジメント―日本における病院内の美術展示、美的環境の提示をめぐって―」を参考にした。その論文の中で河原は、鶴見俊輔が提唱する「限界芸術（芸術と生活の境界に存在する作品）」の意識を持つことが医療施設内のアートマネジメントでは有効だと主張している。私は河原の指摘する「限界芸術」をより発展させて、病院で行われている取り組みを広く捉え、「文化・芸術」として考えてきた。

文化・芸術はまず、病院付近の地域の利用者が安心して利用できる病院作りにおいて、重要な意義がある。地元作家の作品展示や、地域の人にボランティアで演奏に来てもうことなど地域性を出すことは、利用者が安心してそれらを楽しむことができる 1 つの要因となる。さらにどの病院を受診するか選ぶ際も、病院に行く時は不安な気持ちが多少はあると思うが、地域性が出て温もりが感じられる方が、患者は安心してその病院を選ぶだろう。加えて、文化・芸術を取り入れることにより、他の病院と差別化を図ることや、オリジナリティを出すことができると考える。また、院内環境の向上にともない、ソフト面の充実つまり病院職員の心持ちも同様に期待されるはずである。そこで職員に対する文化・芸術の教育に力を入れることも大切になってくる。病院利用者に「この絵はどなたが描かれたの？」と尋ねられた場合、スムーズに答えられるスタッフは少ないと思う。しかし、どの職員に聞いてもしっかりと答えた場合、病気のことだけじゃなく絵についても真摯に対応してくれると、利用者は職員に対し信頼感を持つことになるだろう。以上のような取り組みは結果的に、病院経営においても多くの利用者から選ばれる病院として存在することにつながると考えられる。

文化・芸術に関する予算について、低予算で済ませている病院が多いことがわかった。そこで病院間で連携することが低予算でも質の高い文化・芸術を病院利用者に提供する解決策になるのではと考える。病院がストックしている作品を病院間で交換することで、お金をかけずに様々な作品を利用者に楽しんでもらえるだろう。そして、クラシックのコンサートを開催している病院が多いこともわかったが、近隣の病院と一緒に演奏者を招聘しそれぞれの病院で演奏してもらえば、１つの病院で単独に招聘するよりも、演奏者の交通費や宿泊費を安く抑えることができる。

病院に入院する患者は、社会から切り離された場所で生活している。それゆえ、入院患者が社会とつながりを感じることができるような、地域の人が制作した温もりのある作品や、生活に根付いた年間行事、もしくは CG 作品のような普段の生活では出会わなかったかもしれない文化･芸術を取り入れることは非常に重要である。文化･芸術が入院患者と社会との架け橋になると思うので、病院でそのような取り組みが今後より一層盛んに行われることを期待している。

[主要参考文献]

○河原啓子「医療施設内のアートマネジメント―日本における病院内の美術展示、美的環境の提示をめぐって―」『アートマネジメント研究 第 4 号』、2003

○山根寛『精神障害と作業療法』三輪書店、2003

再現高岡城試論

A historical View of Takaoka Castle

荘加 有紀
Shoka Yuki
文化マネジメントコース

現在の高岡古城公園一帯にあった高岡城は、加賀の二代藩主・前田利長により築城された。利長は三代藩主・利常に家督を譲り、慶長 10 年 (1605) から富山城に隠居していたが、同 14 年に富山で大火が発生。焼失した富山城から移り住むために関野 (高岡の旧地名) と呼ばれていた沼地に囲まれた台地に高岡城を築城した。

城郭の構造は「本丸」の前後に「二の丸」と「小竹藪」を一直線に配し、内堀を挟んで「鍛冶丸」、「明き丸」、「三の丸」を縦列に並べ、その周りに外堀を巡らして、万全の備えを固めたものであった。築城工事は慶長 14 年 4 月に始まり、加越能三国の領民が昼夜を問わず動員され、わずか半年後の 9 月 13 日に利長は家臣 434 名を従えて入城を果たした。もっとも利長は病に侵され在城わずか5年にして 19 年 5 月 20 日に逝去。その翌年の元和元年 (1615) に徳川幕府は大名の本城を除くすべての城を破却する「一国一城令」を発し、高岡城もやむなく廃城となった。しかし、廃城後も高岡町奉行所の管理下で、軍事拠点としての機能は密かに維持され、城内におかれた米蔵等は文政4年 (1821) の高岡大火の際にほぼ全焼したが、その後再建されて明治に射水郡議事堂が建設されるまで残り続けたといわれている。その後、高岡城跡は明治8年 (1875) に県により「高岡公園」として指定された。同 44 年には東京都造園技師の長岡安平に改良設計を依頼し、次第に近代都市公園に向けて各種施設が加えられた。現在、古城公園内には射水神社、動物園、高岡市立博物館、高岡市民会館、高岡市民体育館などが設けられている。

高岡城の遺構は、曲輪 (地形)、水濠、土塁、本丸・二の丸間の土橋の石垣、本丸・三の丸の井戸のみであり、建築遺構は現存していない。利長在城時に存在していたと推定される構築物は、利長入城までの期間にたたき土居、石垣、本丸の塀·土橋、利長の御殿、番所、鷹部屋 (小屋か)、家臣の屋敷と土居や塀、さらに利長逝去までの期間に二の丸の土居脇に門1つと隅櫓2つ、そして、城門であったことが利長の書状から判断することができる。現存する古城図は平面図のみで、城郭の敷地の規模を示す数字と各曲輪の名称、簡略に描かれた門の絵等しか記されず、建築物の姿形がわかるような表記はない。当時の史料が少ないために、高岡市史等においても城の規模や利長の書状について概略が述べられている程度である。そのため、平成 21 年 (2009)9 月 13 日に高岡開町 400 年を迎えたものの、高岡城の構築物をはじめその全貌は未だ明らかにされていない。
そこで本論文では、現存する城絵図と利長の書状から読み取れた情報にもとづき、城郭建築の構造や歴史、時代背景を踏まえたうえで、築城当時の高岡城を考察し、現在の古城公園の在り方を見出していくこととする。

上空から見る高岡古城公園

高岡城構築計画「普請」と「作事」

「普請」とは、石垣や土塁、堀を築く土木工事のことを指し、工事の中心を占めるほど、城づくりにおいて最も重要とされていた。高岡城もかつては曲輪が石垣で構成されていたのではないかと考えられてきたが、近年の地質調査により、石垣を築かなくとも、かなりの上部荷重をもつ建物にも十分耐え得る強固な地盤で、良好な基礎構造であることが確認された。また、石垣を築く際に用いられる裏込とよばれる石や砂利が発見されていないことから、高岡城は石垣ではなく、土塁で構成されていたのではないかと考えられる。現存する本丸・二の丸間の土橋の石垣も、築城当初から積まれていたわけではなく、他の場所で構築物の土台として使用された石材が廃城後に取り壊されて、現在の場所に転用されたと推察する。

普請に対して城門や櫓、御殿などを築く建築工事のことを「作事」という。城郭建築の中で、最も早くから本格的な建築となったのが城門である。城門は天守に次いで格式が高く、江戸時代には「○○御門」というように「御」の字を冠して呼ばれていた。利長在城時の「高岡御城景台之絵図」では、本丸の「大御門」、鍛冶丸の「埋御門」とあるように、格式を示していると考えられる。特に本丸の門は、最も格式が重視されており、どの絵図にも屋根のある門が描かれていることから、城門の規模や形式、年代からみて「薬医門」であったと推察する。薬医門とは、平屋建ての城門のうち、最も高い格式を備えた門である。基本構造の鏡柱と控柱をまとめて一つの切妻造の屋根を載せる形式で、扉が雨に濡れるのを防ぐため、屋根をやや前方にずらして正面側の軒の出を長くするように造られる。室町時代から武家の邸宅に使用されてきた正式な門であるが、大きな屋根が城内からの視界を遮り、門に取り付いた敵に対する射撃を妨げるという欠点がある。そのため、城門としては元来不適当であるが、

防備よりも格式を重視する場所に用いられたため、高岡城でも用いられたと考えられる。

次に高岡城の天守の有無について考察する。天守は近世城郭のみにみられる重層建築であり、本来、櫓と同様に物見と射撃の拠点となる軍事建築であるが、徳川氏が天下を掌握すると天守の防御上の必要性が希薄となり、城の象徴的な役割が主となっていった。そのため、すべての城に天守があったわけではないが、現在では「城」ときくと「天守」がイメージされがちである。天守は本丸の隅に建てられることが多く、高岡城の本丸の曲輪の形状をみると、北端が出隅になっていることから、天守の建物の有無はともかく、その出隅に建てるためにこの形状を構築し、さらに出隅の右側にも角があるため、その場所は櫓を建てるためのスペースであったと考えられる。利長在城時に描かれたとされる「高岡御城景台之絵図」には、天守が建てられるであろう本丸北端の隅に「御材木御蔵」とあり、また、伊東氏旧記には本丸の隅に天守台と櫓の跡があったのだとされると記されていることから、天守台と櫓、材木蔵が存在していたと考えられる。天守台の上に天守が築かれたのかは絵図や書物等から判断することは難しいが、利長入城時には天守台のみつくっておいて、後々、上に載せる天守を建造するつもりであったのではないかと考えられるのである。関ヶ原の戦い後、徳川氏が天下をとったが、豊臣氏がまだ健在していたため、各大名たちは情勢をうかがっている状況であり、とりあえず天守台はつくっておいて、いつでも天守を建てるようにしていた城は多かった。こうした時代背景の中で、利長は豊臣と徳川の板挟みになり、さらには徳川への謀反の疑いをかけられるなどの出来事もあり、権威の象徴と軍事拠点となる天守を建てることは困難であったと考えられるため、高岡城では石垣でできた天守台のみが築かれ、天守は建てられなかったと結論づけられる。

意匠 ― 高岡城で海鼠壁は使用されていたか ―

高岡城の建造物の意匠を推察するにあたって、「海鼠壁」が使用されていたのかという疑問が浮上する。雪深い寒冷地であるこの地方では、城郭建築の材料には耐寒性を考慮する必要があり、城郭研究において「甲信越・北陸地方の特色として、風雪に備えるために海鼠壁が使用されている」と金沢城と新発田城（新潟県）を例に挙げて述べられているが、はたして高岡城にも海鼠壁は使用されていたのであろうか。

海鼠壁とは、建物の外壁の仕上げ方法の一つで、腰壁部分にタイルのような平たい瓦を張り、その目地部分に漆喰を半円形に盛り上げるように施すものである。庶民町家での一般化は延宝２年（1674）以降のことであるが、城郭建築における海鼠壁の使用の起源は未だ明らかにされていない。海鼠壁に使用された形状の瓦は、６世紀頃にすでに中国から日本にもたらされているが、現在のタイルに近い陶板（本業敷瓦）は慶安３年（1650）以降に定光寺（愛知県）にある徳川家廟堂の敷瓦として使用されており、金沢城と新発田城で確認できる使用年代もそれとほぼ同時期であることが判明した。また、北陸地方では燻瓦が凍てに弱いことから、現在に至るまで外壁に瓦を貼った仕様の海鼠壁はほとんど普及せず、気候の面においても、富山で海鼠壁を使用するのは不向きであった。以上のことから、高岡築城当時にはまだ海鼠壁は発生しておらず、高岡城では使用されていなかったと考えられる。したがって、建築物や土塀の壁には、下見板張りが施されたと考えるのが妥当である。

高岡古城公園の今後の在り方

高岡古城公園は史跡と公園が混在しているが、「文化財」としての保護管理と活用よりも、「都市公園」としての機能に重きを置いているのが現状となっている。明治８年に公園となってから、市民の憩いと文化振興の場として大いに利用されてきたが、平成 18 年、富山県と高岡市が共同で世界文化遺産登録に立候補し、同 21 年に高岡開町 400 年を迎えるにあたって、高岡城跡の文化財としての存在価値と今後の活用について、改めて議論されることになった。高岡城跡が史跡に指定されているからには、「文化財保護法」に基づいて整備をし、歴史教育の提供の場として活用されなければならないが、調査研究も未だ途中段階であり、城の全貌や築城当時の歴史や様子を学びとることはできない。近代の文化施設が設けられ、植樹されて様変わりした現状と限られた歴史情報を照らし合わせながら、かつての城内の様子を想像することは困難である。歴史教育の提供の場、文化振興の場、癒しの場にしても、地域住民の利用を優先にした環境づくりをしなければならないが、早い段階で何よりまず城跡全体の正確な調査を実施するべきである。建造物を復元しなくても、情報だけでも人々に提供することは可能であり、その結果から発展できる物事も出てくるに違いない。

[主要参考文献]
○『高岡城』高岡市立博物館、2004
○『高岡市史（上巻）』高岡市、1959

影絵作家・藤城清治の果たした役割
―雑誌『暮しの手帖』の変遷と共に―

Seiji Fujishiro, shadow picture artist,
～ his works and the magazine“kurashi no techo”

野路 小槙
Noji Komaki
文化マネジメントコース

はじめに

藤城清治（1924～ ）は、みずから主催した「木馬座」で、古来からの影絵劇を継承した新作を創作し、上演し続ける一方で、静止画、つまりタブローとしての影絵を同時に探求した近現代日本の代表的影絵作家である。

この自立した一枚の絵画作品としての影絵を創り出すきっかけとなったのが、雑誌『暮しの手帖』での連載であった。雑誌創刊の昭和 23（1948）年から平成 7（1995）年にいたるまで、途中十年ほどの休止期間はあるが、連載は続いた。また一時期影絵ではなく、藤城がアクリル絵の具でもって描いた女性像が表紙を飾ったり、挿画の一部を担当したりと、『暮しの手帖』のイメージの一部分を藤城が担ったことは間違いない。

本論では、このような藤城清治の創作活動の二面性に注目し、従来の単なる影絵作家としての評価とは別個の視点から、藤城の画家としての歩みを評価づけるとともに、『暮しの手帖』との長年にわたる関わりが藤城にどのような影響を与えたのかを考察しようとするものである。

藤城影絵の特色

影絵の起源については様々な説があり、紀元 9 世紀とも 7 世紀とも言われているが、その発生地がアジアであることは間違いないとされている。インドネシアのジャワ島やバリ島、マレーシア、中国、トルコ、インド、タイ、台湾などの各地で影絵劇が発生、展開していった。それらが 17 世紀前後にヨーロッパに伝わり、同地域でも独自の発展を遂げていったと考えられている。いずれにしても観客の前にスクリーンを引き、人形を操作して、その影を映すという手法は、どの国においても古典的なスタイルとして定まっている。つまりは、影絵とは芝居であり、そこでもっとも重要視されているのは、登場人物である人形たちということになる。

藤城も慶應大学在学中には人形劇や影絵劇など、アジアで生まれた伝統的な影絵芝居に影響を受けたものを仲間とともに創作し、活動していたが、『暮しの手帖』初代編集長の花森安治に、制作した影絵を写真に撮り、雑誌に掲載してみないかという提案によって、一枚のタブローとしての影絵制作に乗り出していくこととなる。

この、一枚のタブローとしての影絵に、制作上の技巧的、また外観としても類似して挙げられるのが切り絵である。そもそも切り絵とは友禅染や小紋の型紙に由来するもので、絵柄が全て縁取りで繋がっているのが特色である。これはもともと中国から伝わった技法で、中国では剪紙と呼ばれている。中国での影絵、皮影戯もこの剪紙から発展したもので、人形の顔なども輪郭線を残して白く切り抜いてあるなど、事物の形象を線で表している。

これら切り絵の特徴は現代の日本の影絵作家にも受け継がれている。しかし、線で物体を捉えている他の日本の作家たちに対して、藤城は、物体をかたまりで捉えており、ここに彼の作品の最大の特色がみられるのである。

線によって構成された輪郭線ではなく、その物体のシルエットによる表現によって生み出された藤城の作品は、中国の皮影戯や、切り絵に見られるような線の構築の手法はみられず、18 世紀中ごろからヨーロッパにおいて流行していたシルエットの影響が感じられるものとなっている。

雑誌『暮しの手帖』

雑誌『暮しの手帖』は昭和 23 年に創刊された生活雑誌であり、創刊 60 周年を超えて、今なお多くの読者から多くの支持を得ており、反商業主義、反戦、徹底した消費者目線を掲げる、「自律的なジャーナリズム活動を展開してきた雑誌」である。

この『暮しの手帖』での藤城の仕事は、大きく表紙画、影絵連載、挿画の三分野に分かれる。この三分野の仕事を追っていくうえで、藤城が『暮しの手帖』に関わっていた時期を、（1）初期～モノトーン時代、（2）円熟期～カラー時代と表紙担当期、（3）安定期～影絵連載終了までの三期に分け、検証していくこととする。

まず、（1）初期～モノトーン時代だが、これは雑誌創刊の昭和 23 年から昭和 40 年までにあたる。そして、三分野のうち、藤城が最も長く連載を続けた影絵連載は、この創刊当初から始まっている。この雑誌自体の黎明期は、藤城にとっても自らの影絵の手法を確立するうえで、暗中模索な時期であったことが推測されるが、同時に、自己の個性の確立という意味で、藤城の影絵の作家性が最も色濃く出たものとなっている。モノトーンの時代の藤城の影絵は「線の強さや黒の表現力」に集約されており、描かれている人物たちは、例えるなら歌舞伎でいう、見得をきったような大仰なポーズが目に付く。画面としても人物が前面に出ており、“背景＋人物”というシンプルな構成で、これは自ら主催していた影絵、人形劇団「ジュヌ・パントル（後の「木馬座」）」での活動が反映された結果と考えられる。

次に、（2）円熟期～カラー時代と表紙担当期だが、これは昭和 49 年から昭和 61 年までをさす。また、前期から 9 年間の空白があるのは、藤城が「木馬座」での影絵、ぬいぐるみ劇に専念するため、『暮しの手帖』での影絵連載を休止していた経緯がある。従って、円熟期は藤城が『暮しの手帖』に復帰した時期から、ということになる。

この円熟期がもっとも『暮しの手帖』において、藤城色が出たも

のとなる。復活した影絵連載は、カラーとなり、復帰した４年後には『暮しの手帖』初代編集長であった花森の急逝を受けて、跡を引き継ぐ形で雑誌の表紙を手掛けた。さらに「すばらしき日曜日」という読者の投稿欄において、挿画をも担当することとなった。

カラーになってからの藤城の影絵は、モノトーンの時代とは作風が大きく異なる。モノトーン時代にこだわっていた線の勢いと人物へのこだわりが薄れ、一方で背景への描きこみ（切りこみ）の細かさは増していき、木の葉一枚一枚まで描くことによる繊細さが目立つようになる。また、背景の繊細な描きこみによって、人物を画面のなかの一構成物として捉えるようになり、これまで「背景＋人物」という構成だったのが、「物語の一場面としての画」という性格に落ちついていく。すなわち、それまでは人物が主役であり、彼らがどのような動きをしているかが、藤城の影絵の魅力であったのに対して、カラーとなってからは、画全体の構成での完成度が高いものを求めていると考えられるのである。

モノトーン時代にあった作家性を主張するような画風が消え、誰もが快いと思うような安心感のある構図と、繊細な描きこみが顕著となるのはこの頃からである。この画風の転換は、藤城が『暮しの手帖』での連載という枠で活動してきた結果とも言える。あくまでも、雑誌の表紙、挿画という立場において作品を制作してきた藤城は、芸術家というより、職人的な気質を育てあげたのであろう。

そして最後が（3）安定期～影絵連載終了までで、昭和 61 年から平成 8 年までとなる。表紙はクレール・アステックスというパリ出身の女流画家に引き継がれ、藤城は影絵連載と、「すばらしき日曜日」の挿画のみを手掛けている。この時期の藤城の影絵は、より緻密さと華麗さを増しており、何枚ものフィルタを重ねることで生まれる透過光の美しさの追求にも拍車がかかっている。病院や駅といった公的スペースでの大壁画の制作も多い。

藤城にとっての影絵

藤城は自身の画業を振り返り、「ポピュラーソングのような」、「みんなが楽しいと思えるような絵」を描いてきたし、これからも描いていきたいと語っている。この、大衆から快いと思われる絵を描きたいという立脚点は『暮しの手帖』に自作を連載しているうちに、培われたものと考えられる。初期のモノトーン時代を特徴づける、勢いに任せて切った線の独特のキャラクターは、今の藤城の影絵には見当たらない。それはモノトーンとカラーの違いからくる、表現方法の相違ということもあるかもしれないが、それだけが要因とは考えにくい。円熟期において、雑誌の表紙、挿画を担当し、ひとつの雑誌のイメージを担当した経験は、藤城に多大な影響を与えた。

ひとつの雑誌に連載を続け、その雑誌のイメージを担ったという経験が、藤城独自の新たな作風を創りだし、多くの人々から支持される「影絵作家」としての地位を築いたのである。

クリストとジャンヌ＝クロードの活動
―現代における芸術の普及をめぐって―

Art Projects of Christo&Jeanne-Claude
On the Promotion of Art Today

村上 あすか
Murakami Asuka
文化マネジメントコース

要旨

現代美術は、アートの境界線が曖昧になっている。様々なスタイルが存在し、単なる美しさだけでは説明のつかないものもたくさんある。20 世紀以降、アートの表現方法が同時に広がり、絵画や彫刻といった既存のジャンルから解放された表現が一般的になりつつある。しかし、そのような多様な表現がある中でも、芸術作品は作品自体が持つ秀逸さ、精巧さ、美しさなど一貫した根本的定義を持ち合わせている。だからこそ、流行り廃りが存在するアート界においても、本物のアーティストは評価され続け、注目の的になり続ける。

現代の作家にそのような、世俗に左右されない、自由な表現活動をしている作家がどれだけいるのだろうか。私が取り上げるクリストとジャンヌ＝クロードという 2 人の作家は、芸術家であり続けるために、自由な表現、そして美しさを追及し続けている。

クリストとジャンヌ＝クロードのほとんどの作品は出来上がって数週間でなくなってしまう。しかしその数週間のためにかけた時間、労力、金額のすべてが彼らの作品の一部である。クリストとジャンヌ＝クロードが作品のためにかけた年数の中には様々な問題や障害があり、辛いこと嬉しかったことなどの感情的な側面を含めて、すべてのドラマが混在しているのだ。彼らの作品は完成作品だけでは何を意味し伝えようとしているのか、何のために行ったのかということは、すべては伝わらない。その過程にこそ真実がある。

本論では、クリストとジャンヌ＝クロードの作品にみられる、作品の純粋性と芸術家のあり方について考察していく。それと共に、彼らが最も優れた現代芸術家のひとりであり、彼らの信念と芸術形態が、現代のアート界においてどれだけ必要な要素を含んでいるかを論証する。

クリストとジャンヌ＝クロードの活動

クリストとジャンヌ＝クロードは共に 1935 年 6 月 13 日生まれであり、まさしく出会うべくして出会った 2 人だ。1958 年に運命的な出会いをした２人は、その後の芸術活動を 50 年以上にもわたり、２人で営んでいくことになる。1958 年から現在までの彼らの活動は、公共建築の梱包、あるいは自然を舞台にしたインスタレーションなど、包む、積む、張る、覆う行為が中心である。大規模なプロジェクトを実現するためにクリストは数々の計画のためのドローイングや写真コラージュなどを制作し、妻のジャンヌ＝クロードがマネジメントを仕切り、作品を売ることによって資金を賄っている。彼らは他の誰にも資金援助は頼まない。芸術家として作品を作る上で常に自由でいるために、誰からの束縛も受けずに活動を続けている。

1958 年、クリストの初の梱包作品が発表された。初めは今のような大規模なプロジェクトではなく、塗料の入ったビンや缶をキャンバスで梱包して色彩を施すという簡単なものだった。梱包の対象は徐々に幅を広げイスやテーブル、自転車、人体にまで及んだ。

セントラルパーク内で開かれた記者会見でのクリストとジャンヌ＝クロード。中央は NY 市長ブルームバーグ氏。写真：Wolfgang Volz

そもそも包むというアイディアはクリストが初めてではなく、1920 年にマン・レイが発表した作品『イシドール・デュカスの謎』1920 年、（L'énigme d'Isidore Ducasse ）に見られる。しかしマン・レイとクリストの作品には決定的な違いがある。マン・レイの作品は包まれた中身が何か分からないように制作されているのに対し、クリストの作品では中身が何か明確である。これによってクリストの作品には包まれる前と後との対比が生じ、両者の作品への意図の違いがわかる。1961 年、クリストは「公共建築の梱包の計画」という文書を発表している。このことについてクリスト研究の第一人者である中原佑介は、彼の物体から公共物への梱包の移行は、単なる様々な物体の梱包の延長や拡大として到達したものではないとしている。梱包という点だけでみれば単なる延長のように思える。しかし、公共物の梱包は個人の考えだけでは成しえることはできず、多くの人間が関わっていくことになる。私的行為にとどまることがない点を考えると、公共物の梱包は単なる延長ではなく、クリストの表現が進化したものだといえる。さらに公共物の梱包に関しては完成品だけが作品の意図を伝えるのではなく、社会や他人を巻き込んでの活動の過程こそが作品の意図を最もよく伝える。

1961 年にクリストとジャンヌ＝クロードが発表した作品の中に『積まれたドラム缶』（Stacked Oil Barrels,Cologne Harbar,1961）と『埠頭の梱包』（Dock Side Package, Cologne Harbar,1961）とがある。公共建築ではないが、彼が単なる物体の梱包という枠から抜け出した点では現在の活動に最も近い。中原佑介が「噂と沈黙の伝説―クリストの芸術」の中でも語っているように、私的行為で

は無くなっていること、作品自体が永続的ではなく一時的なものであることの2つの点が、それまでの梱包作品と大きく異なることを物語っている。

ライヒスターク・プロジェクト

『ライヒスタークの梱包』(Wrapped Reichstag,Berlin,1971-1995)は1971年から構想がはじまったプロジェクトである。ライヒスタークはドイツの帝国議会議事堂であり、1871年のドイツ統一を記念してつくられた。ドイツ第二帝国、ヴァイマール共和国、ヒトラーによる第三帝国という時代を経て、いわばドイツの歴史にとって最も重要な政治的意味を持つ国会議事堂であったということができる。とりわけ20世紀の激動の時代を生き抜いたその議事堂は、それ自体がドイツの歴史的シンボルである。そのためドイツ国民にとっては複雑でデリケートな面を多く持ち、常に社会的、政治的にドイツに関わってきた建物である。それゆえにライヒスタークを包むことはクリストのそれまでのどんなプロジェクトの比にもならないほどの大論争を巻き起こすこととなった。

このプロジェクトのもともとの発案者はクリストではなく、当時は画商をしていたベルリン在住のアメリカ人、マイケル・カレンがクリストにあてた一通の絵葉書がきっかけになっている。梱包の対象が議事堂であるため、プロジェクトの実現のためには連邦の許可が必要だった。しかし、当然ながら当時の政治的な状況もあり、プロジェクト実施の許可は下りなかった。プロジェクト実施のために1977年から1987年までに活動した10年間で、クリストとジャンヌ=クロードは3度の否決を言い渡されてしまう。

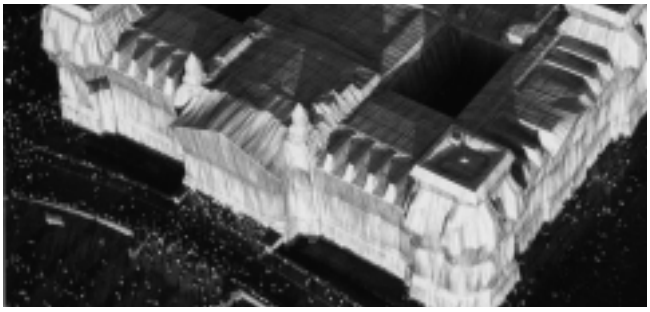
3回の否決という結果からも分かるように、ライヒスターク・プロジェクトは簡単には受け入れられるような問題ではなかった。ドイツの人々にとってライヒスタークは自分達のアイデンティティーに関わる歴史的、政治的な問題を含んでいる。しかしだからこそこのプロジェクトは強い関心を引くものであり、プロジェクトの行く末に国民全体が注目していたのだろう。

ベルリン崩壊から5年を経た1994年、ドイツ連邦議会の様子がテレビ中継され、その中でライヒスターク・プロジェクトの審議が行われた。292の賛成票、223の反対票、9の棄権票、1の無効票の中、ようやく許可の決定が出された。決定が下されるまでにクリストとジャンヌ=クロードはじつに25年を費やした。25年の間にドイツを訪れた回数は54回、説得のために会った国会議員の数は352人であった。

公共建築を包むということはクリストの一存で決定できるものではない。彼がライヒスタークを包むと言い出したことで政治家や一般市民全員がライヒスタークについて考えざるを得なくなったのだ。

『芸術の理論と歴史』の中でも述べられているが、ドイツ国民がライヒスターク、ひいてはドイツという国と真剣に向き合うことがこの作品の主要なテーマの一つになっている。他の芸術作品をみるときも同じで、心に響く作品というのは作品を見たことによって新しい考えが生まれたり、自分自身を見つめるきっかけとなったりする。

ライヒスタークは、ドイツ国民に向けられた「自分と向き合うための装置」の役割を果たしている。しかしながらクリストとジャンヌ=クロードの作品はドイツ人だけでなく、世界中の人を魅了する。このことは作品の純粋性や、作品に人々を巻き込む「普及」の力に深く関わっていくことになる。



包まれた後のライヒスタークに集まる人々　100,000㎡のポリプロピレン布、15,600 mのロープ、14日間の展示　ⓒ Christo & Jeanne-Claude

[主要参考文献]
○中原佑介「噂と沈黙の伝説―クリストの芸術」、『クリスト展』所収軽井沢財団法人高輪美術館、西武美術館、兵庫県立近代美術館、朝日新聞社編、1956
○柳正彦『LIFE=WORKS=PROJECTS』図書新聞、2009
○青山昌文『芸術の理論と歴史』日本放送出版協会、2002
○H.H. アーナスン『現代美術の歴史－ History of Modern Art －』美術出版社、1995
○松井みどり『アート：“芸術”が終わった後の“アート”』朝日出版社、2002
○『西洋美術史』(増補新装版)高階秀爾監修　美術出版社、2003
○西村清和『現代アートの哲学』産業図書、1995
○Torsten Lilja and Per Hovdenakk, *Christo & Jeanne-Claude Projects selected from the Lilja Collection*, Art Books Intl. Ltd., 1996
○Jan Greenberg, Sandra Jordan, *Christo & Jeanne-Claude through the gate and beyond*, Roaring Brook, 2008
○Jacob Baal-Teshuva, *Christo & Jeanne-Claude*, Taschen 1995
○Christo & Jeanne-Claude, *The Gates: Central Park, New York City*, Taschen America Llc., 2005
DVD
○『アイランズ』(Islands)1983
○『パリのクリスト』(Christo in Paris)1990
○『アンブレラ』(umbrellas)1995
全てアルバート・メイズルス、デイビット・メイズルス監督作品
○参考サイト：明後日朝顔プロジェクト
○http://www.asatte.jp/asatteasagaoproject/about.html

Web3.0 への提言

The Suggestion for Web3.0

柳田 和佳奈
Yanagida Wakana
文化マネジメントコース

2005 年 9 月に米国の技術出版社代表のティム・オライリーが『what is web2.0』という論文を発表した。「Web2.0」とは、先人達が半世紀かけてきた歩みと、それによって引き起こされたパラダイムシフトの象徴ともいえるだろう。

しかし、もはや「Web3.0」という言葉が囁かれはじめている。ソフトウェアのバージョンアップになぞらえて名付けられた「Web2.0」。その「2.0」においても補完されないなにかがあるからこそ、人々は「3.0」を待ち望んでいるのではないだろうか。ならば私達に今必要とされているものは何だろうか。よって Web2.0 以降の鍵をさがすことが本論の目的である。

インターネット・コンピュータの理念

世界最初のコンピュータが誕生したのは 1946 年の ENIAC だとされている。これは重量約 30 トン、真空管約 18000 本、床面積 1800 フィートにもおよぶ巨大なコンピュータであった。その後 1960 年代からは IBM がコンピュータ産業をリードしていくが、当時 IBM が製造するコンピュータは ENIAC のような、巨大で高額な「メインフレーム（大型汎用コンピュータ）」であった。メインフレームは中心となるコンピュータ（ホスト機）に多くの端末のコンピュータが繋がっているという「閉鎖型」のコンピュータであった。メインフレームはその大きさ、金額、また操作方法、すべてにおいて一般の人々が持てるようなコンピュータではなかった。

しかし、マイクロプロセッサ（超小型演算機）の発明がコンピュータを「大型」「閉鎖型」から解放した。マイクロプロセッサはわずか数センチ角のシリコンチップに数百万の素子を搭載しており、安価で、消費電力が、少なく、大量生産が可能となった。これによって「マイコン」の時代を迎える。これによってガレージでもコンピュータが組み立てられる時代になり、これがビル･ゲイツやスティーブ･ジョブスらを育んだ土壌ともいえるだろう。

その「マイコン」を「パソコン＝（パーソナル・コンピュータ）」にまで進化させたのは、1945 年にまで遡る先人達の「コンピュータ観」であった。それは「人間の能力を拡張させるもの」としてコンピュータを見つめる視点である。ヴァネヴァー・ブッシュは 1945 年に『人の思考のように』という論文を発表している。そこでは人間の脳の複雑な「連想」に着目し、従来のアカデミックな分類による知識ではなく、人の思考を自由に拡張するものとして、コンピュータを捉えていた。このコンセプトに続くかのように、ダグラス・エンゲルバートやテッド・ネルソンらがマウスやハイパーテキストなど、「人間の拡張としてのパソコン」に大きく貢献した。そしてアラン･ケイがそのコンセプトを「パーソナル･ダイナミック･メディア」という言葉で「増幅装置（アンプ）」「個人の目標や目的に対する能動的な延長戦」としてコンピュータを捉える視線を明確に提示した。このコンセプトをパッケージとして初めて「商品」となったものがマッキントッシュである。

このパソコンを支えた「情報が脳細胞のように相互連連想的に結びつき、人間の知性を拡張してくことを可能にする」というコンセプトを一台の装置の中にとどまらず、世界中のネットワークの上に実現させたもの、それこそがインターネットだといえるのではないだろうか。

インターネットのコンセプトを提出したのは情報処理技術局の初代局長、J.C.R. リックライダーである。彼のコンセプトは「相互作用によって新しいものを生み出す」というものであった。マーシャル・マクルーハンはその未来を予見し「われわれは中枢神経組織を全地球規模に拡大し、あらゆる人間的経験を相互作用させることができるようになっているのである。」と語っている。このような構想で始まったインターネットであったが、長い間「学者や研究者の道具」としてしか見られていなかった。しかし HTTP や URL といった規格をもつウェブの仕組み・基本概念が 1989 年に、ティム・バーナーズ＝リーによって考案される。彼によって WWW（World Wide Web）が開発され、無料開放された。それがインターネットの大衆化を進める最初のきっかけとなった。

その後多くの人々が無償で情報を Web 上に提供していった。

Web2.0 という節目

「Web2.0 とは、新たなウェブの出現ではなく、ウェブのポテンシャルの実現、いわばウェブの再来であると私達は考えた。」と、「Web2.0」の提唱者、ティム・オライリーは語っている。

このように、コンピュータ・インターネットを開発してきた人々の目指していた理念の達成、一つの節目が Web2.0 と言えるのではないだろうか。しかし、その Web2.0 という時代においても、元自民党幹事長の加藤紘一氏の「人間が直接に交流する共同体―家族であれ、地域であれ、勤め先であれ、趣味の世界であれ、その生身の人間が交流する場を復活させないかぎり、この国の混乱は収まらないということでしょうね。」というような言葉が後を絶えない。それは、インターネットの理想と現実との齟齬が生れているからではないだろうか。ここでインターネットに受け継がれている思想背景にあたってみた。

インターネットの思想背景

アメリカはキリスト教国家である。そして革新的なコンピュータ・

インターネットの技術がアメリカから生れているとなれば、その思想にもユダヤ＝キリスト教観が反映されてくるのも当然と言えるであろう。情報学研究者 西垣通氏によれば、ユダヤ＝キリスト教の価値観は唯一絶対を求める「普遍思想」と「論理体系」に象徴されるという。これは。例えば、Google のアルゴリズムによる情報検索や、Amazon の「あなたへのおすすめ」機能などに色濃く表れているのではないだろうか。Google は世界中の情報の体系化を掲げている。それはまさしく「神の視点」から情報を眺めるようなものであり、それは独自のアルゴリズムという名の計算式によって導き出せるというのだ。また Amazon は膨大なユーザーのデータとアルゴリズムを駆使し各人の好みの本や DVD などを進めてくる。それは「私」というものがまるで確固たる存在であり、演算によって導き出すことが可能であるかのようである。

また「アメリカ」という国の風土も Web2.0 に色濃く反映されている。そこにはオープン性、競争社会の実力主義、反権威主義、フロンティア精神、技術への信頼に根ざした楽観主義、行動主義などである。また、拡張の対象となる「個人」という強い概念があること、「明示的なルール」にのっとって共同体を形成することも特徴的である。このように、アメリカにおいて発展したインターネットは「唯一絶対」を求めるプロセスであり、「Web2.0」もひとつのメディアであるのだといえるだろう。

しかし、日本はそのような思想背景や風土がないまま、無自覚的にインターネットを受け入れた。日本人にとってインターネットは「利便性の高い技術」もしくは「人間関係調整ツール」として捉えられている面が強い。その結果、「リアルの外在化」や「壊れた人間関係の隙間を埋めるもの」としてインターネットが使われるような事態が引き起こされているのではないだろうか。

Web2.0 以降の鍵

このような現状を前に、もう一度インターネットの理念に立ち返ってみよう。それは「人間の拡張」であった。日本人には強烈な観念としての「個人」がないとすれば、それは拡張すべきは「個人」が立ち現われる「いま・ここ」ではないだろうか。ここで「東洋的な価値観」がそのカギを握ってくる。

実に興味深い傾向が、60 年代・70 年代というコンピュータが開発されインターネットが生れた時代にみられた。それは 60 年代の麻薬使用（ターン・オン）と 70 年代の東洋志向（ターン・イースト）である。コンピュータの思想に大きな影響を与えたヒッピー文化は、この流れの象徴であるといえよう。この流れの一つには「ニューエイジ運動」や「ネオ・オリエンタル運動」があげられる。「ニューエイジ」とは、近代合理主義に彩られた古い時代が終わり、直観的な理解や快楽、万物を司る宇宙的な意志への信頼といった神秘的要素を基礎とする時代がやってくるとする考えである。また「ネオ・オリエンタル運動」とは 1970 年代にアメリカでみられた東洋宗教のリバイバルを指す。このようにインターネットが胎動し始めていた時代に「直観的」な東洋文化が求められたということは、web2.0 を迎えた私達が、立ち返る原点のようにも思えるのである。

その東洋的な文化としては、「禅」がまず一つあげられる。禅においては「直接的」な「経験」に重きが置かれ、すべては「相対的」に語られる。これは情報の本来の在り方と共鳴する節がある。「情報」とは本来私達が世界に接触することで立ち現われる「関係」であるからだ。

このようにインターネットが胎動し始めた時代に、東洋志向が見られたということは、決して偶然ではないだろう。「人間の拡張」はいいかえれば「わたしのいる　いま・ここ　の拡張」なのである。禅が日常の中に、宇宙を見るように、インターネットという宇宙もまた、わたしたちの「いま・ここ」に他ならないのだ。

［主要参考文献］
○マーシャル・マクルーハン『人間拡張の原理』竹内書店、1967
○西垣通『情報学的転回』春秋社、2005
○坪田知己『2030 年メディアのかたち』講談社、2009

富山の婚礼
―受け継がれる伝統、廃れる伝統―

A study report on wedding in Toyama
Both traditional ceremony still play today and ceremony already missing

山田 真弓
Yamada Mayumi
文化マネジメントコース

私の興味は、結婚式、特に近代以降の形態の変化や、地域特有の伝統的な結婚式にある。現在、結婚式は専門式場を始めとした様々な場所で、それぞれが自由な形式を選択して、盛大に行われている。雑誌に掲載されている情報や、テレビメディアから流れてくる情報をみていると、最近では“自分たちらしい”結婚式が流行しているようで、それぞれのカップルに合った結婚式をつくるために、結婚式をめぐる様々なものが多様化してきている。

昔の結婚式といって思い浮かぶのは、角隠しに白無垢を着た花嫁さんと紋付袴の花婿さんが座敷の上座に座っていて、それぞれ両側に親族が並んで座り、式も披露宴も一緒になった宴会。というような光景。それがいったいいつから純白のドレスを着てバージンロードを歩き、教会で神に愛を誓うようになったのか。また、自宅で行っていた婚礼がどのようにして家の外に出ていったのか。日本全国それぞれの地域に根付いている伝統的な婚礼儀礼は受け継がれているのか、いないのか。受け継がれる伝統と廃れる伝統、その違いはなにか、なぜそうなったのか。

本稿はこれら２つのテーマに基づいて、歴史については先行研究を、地域の伝統的な婚礼については、富山県を題材に、聞き取りを中心とした事例調査を行い、結婚情報誌「ゼクシィ」（リクルート発行）の結婚トレンド調査 2009（全国・首都圏版）と結婚トレンド調査 2009（富山・石川・福井版）、国際大学教授、浜松誠二の「富山を考えるヒント」など既存の統計データから、富山の特徴を考察。事例調査では、富山県の婚礼スタイルを調査するため、様々な年代を対象に 2009 年 10 月から 12 月の期間、富山県で調査を行った。質問の内容としては、出会ったきっかけ、結婚を決めた年齢、式のときの年齢、式までの段取り（結納の有無、・その他の儀式）、挙式の形式と有無、披露宴の形式と有無、婚礼の仕切り人、食、衣裳、招待客、引き出物、予算、婚礼を行った理由、一連の準備の大変さ、その他特徴的な儀式、について調査した。その他、美容師さんや、式場・神社の人にインタビューをし、富山県のしきたりや特徴的な儀式についてインタビューして、どの程度伝統が受け継がれているのか、富山県の伝統的な婚礼儀礼はどのようなものがあるかなどを調査した。

婚礼の歴史

明治以降、日本の結婚式を大きく変化させたのは、明治の新憲法の完成に加え、皇室の婚礼儀礼を規制、成文化した皇室婚嫁令の完成。天皇制が強化されたこの時代、皇室婚嫁令にのっとった皇太子嘉仁親王（大正天皇）の結婚式が行われ、神前結婚式が誕生した。上流階層では神前式を行う人が出始めた。一方、神前結婚式を行わない人びとは江戸時代から続く家と家を繋ぐ結婚式を自宅で行っていた。この婚礼は、近隣への聞き込みによる婚家の身辺調査から始まり、仲人をたてての見合い、結納、婚礼、近所への紹介など、家と家、地域と地域を繋ぐ、家族制度を色濃く表した婚礼であった。

その後、昭和に入り日本国憲法が発布されると、産業の工業化に伴い、合理化思想の浸透、徐々に廃れ始めた家制度の崩壊によって、家と家の結びつきから個人対個人の結びつきへと変わっていった。さらに、核家族化や女性の高学歴化が進み、団塊の世代では３～４歳上の男性との結婚ができないという女性が増え、同年齢婚＝友達婚が出現し、ニューファミリーと呼ばれる家族が出現した。車の普及とあわせて、夫婦と子供二人の４人世帯の核家族のライフスタイルが伝統的な慣習を変革していったことになる。それに伴い、結婚式の主導権が親から新郎新婦に移り、“自分たちらしい”結婚式が可能となったのである。結婚式が自宅で行われなくなった理由は、神社が新しい式、神前結婚式を広めたことが、式を外へと連れ出す一因となり、戦争によって強制的に家を奪われ、婚礼をする場所がなくなったことと、次第に婚礼が行えるような広い座敷を持った家が減少していったことが、自宅での宴会を披露宴としてホテルや専門式場へと導いたのである。そして、披露宴会場として機能し始めた施設（ホテル・料亭・神社・式場など）の元来の個性が、新郎新婦の求める“自分たちらしさ”と合致し、相乗効果的に成長してきたのが現在の結婚式スタイルであると考える。平成に入ると、結婚に対する意識が変化し始め、晩婚化、非婚化が進行。夫婦の年齢差が小さくなり、友達婚が増加するなど今までとは違った現象が起こっている。

富山の特徴と婚礼

富山県は、人口移動が全国的にみて非常に少ない県であるという特徴がある。さらに、世帯規模が大きく、三世代世帯の割合が多い県であるので、小さなときから祖父母の話をきいたりみたりする機会が多く、伝統にふれる機会も多くなっているといえる。これはつまり、富山県出身者は富山県に多くとどまっており、しかも三世代世帯が多いので、富山県独特の伝統が受け継がれやすい状態であるといえるであろう。富山県民の意識の特徴は、しきたりや神仏、先祖へのつながりは重要と考えていないにもかかわらず、結婚式を行うのは当たり前、となっており、実際にはしきたりを重んじている所がある。そして、富山県民はよく稼ぐ世帯主、よく働く妻、高い年金をもらえる退職者という世帯が多いため、全国の中でもお金持ちの県と言えるが、消費傾向は極めて消極的である。しかし、結婚費用は全国でも高く、伝統的な儀礼には、金銭を惜しまない傾向がある。

図 1　花嫁のれん

事例調査の結果、新婦が新郎の家の水と、実家の水を合わせて飲む“水盃”、新婦が嫁入り 1 年以内に新郎の家にブリを贈る“嫁ブリ”、新婦が新郎の家に入るときにくぐる“花嫁のれん”（図 1）、引き出物に鯛のかまぼこや、飾りかまぼこを入れたり、“かごもり”と呼ばれるものを入れたりする。“かごもり”には、大抵かまぼこが入っていて、それ以外は洋菓子、ワイン、果物などを入れる。20 ～ 30 年前には多くの伝統的婚礼儀礼が確認できた。この中でも、引き出物のかまぼこや嫁ぶりは、現在でも多く行われている。県民の意識としては、比較的伝統を重んじないという結果が出ているが、インタビューの結果、結婚式を行う、という伝統意識に関しては、非常に高い割合で受け継がれているという結果がでている。

その他にも、事例調査の結果として特徴的なのが、同じ市内出身の夫婦が 20 件中 10 件、地図上で隣りの市出身が 5 件で、結婚相手を比較的近くの地域内で選ぶ傾向がみられることである。

この伝統儀礼調査を通して、長い間継承されている儀礼の中でも、食べ物に関する儀礼は、その他の儀礼に比べて受け継がれやすいのではないかと感じた。従って、富山県では、引き出物にはかまぼこを入れる、嫁ぶりを贈るという習慣は受け継がれていくと推測する。かまぼこはぶりに比べ安価であるため、より受け継がれやすいと考えられる。

今後の課題

最後に、富山県の結婚式の今後の課題として、調査結果では結婚式をすることは当然で当たり前であると多くの人が回答しているが、現在に近づくにつれて、親のすすめというような回答も混ざってきた。今後、この親のすすめで結婚式を挙げた夫婦が親世代となり、こどもたちが結婚式を挙げないと言ったとき、やはり自分の親と同じ気持ちでこどもに結婚式をすすめるのか。それとも、自分のときは挙げたが、本当はどちらでも良かったのだから、と、自由にさせるのか。その結果、全体として結婚式を挙げる夫婦は減るのか。大変関心があるので、今後も観察を続けたいと思う。

［主要参考文献］
○志田基与師『平成結婚式縁起』日本経済新聞社、1991
○国立社会保障・人口問題研究所 実地調査（社会保障・人口問題基本調「結婚と出産に関する全国調査－出生動向基本調査－ 2005」
○富山国際大学教授 浜松誠二ホームページ「富山を考えるヒント」

ロックビジネスの展開
Rock business of development

山元 葉月
Yamamoto Hazuki
文化マネジメントコース

要旨

1930 年ごろにすでにアメリカに存在していた「ロックン・ロール」という言葉は、当初現在のような音楽のジャンルを表す意味としては使用されていなかった。50 年代、アメリカラジオ番組の DJ が、黒人の音楽であるリズムアンドブルースを「ロックン・ロール」と名付けて流したことがきっかけで、音楽のジャンルを表す言葉として使われるようになった。その後ロックン・ロールの黄金期を築いたといわれるエルヴィス・プレスリー、ビートルズなどの数々なミュージシャンや、社会によってロックミュージックは変化、多様化、発展していく。1960 年後半には、アメリカで大規模な野外音楽フェスティバル、野外ロックフェスティバルが開催されその成功により、商業化へと歩み始めることになる。日本ではロックフェスティバルの定着とともに、音楽市場が大きく変化しそれまでアナログだった音楽がデジタル化され、音楽をより身近で楽しめるようになった。ロックフェスティバルが産業化していくに伴い、日本の音楽市場にどのような影響をもたらしたかについて論じ、ロックフェスティバルが商業的に成功した原因をを解明する。

ロックミュージック、ロックフェスティバルの始まり

Rock and roll（Rock’ n Roll）という言葉の語源については、Rock（揺らす）roll（転がす）躍動感のある音楽という説や、岩をも砕く激しい音楽という意味からその単語が生まれた、など諸説ある。どこで生まれた単語であるかは明らかになっていないが、1930 年頃にはすでに単語として存在していた。それを音楽のジャンルを表すものとして最初に使ったのが「アラン・フリード」である。彼は、アメリカオハイオ州のラジオ局で白人向けラジオ局のディスクジョッキー（DJ）をしており、若者の音楽の流行には敏感であった。1950 年台初頭人種差別が存在していたアメリカでは音楽も区別されていた。ラジオ局すらも、白人用の局と、黒人用の局というものがあり、黒人音楽用のリズムアンドブルース（R & B）チャートと、白人用のカントリーアンドウエスタンチャート、ポップチャートが存在していた。そんななか、黒人用のラジオ局から流れるリズムアンドブルース（R&B）に白人たちが興味を持ち始めていることを知る。彼は、自分の番組を「ムーンドッグ・ロックンロール・パーティ」と改称し、「R & B」を「ロックン・ロール」と名付けて紹介した。次第に白人たちの間で番組の人気は高まり、ロックン・ロールは人種に関係なく、若者たちが好む音楽となっていった。その後、ロックン・ロールは、黒人ブルースや、カントリー、白人音楽など様々な音楽形態の多様性を取り込み、複雑に絡み合って変化を遂げていく。1954 年にはアメリカのロックン・ロールの黄金期を築いたといわれるエルヴィス・プレスリーが登場する。初めはカントリー歌手として活動していたエルヴィス・プレスリーがファーストシングル「ハートブレイク・ホテル」を下半身を激しく揺すりながら、声を震わせて歌ったことで、人々を愕然とさせた。その後大ヒットし、時代を代表するロックンロール歌手となった。エルヴィス・プレスリーによってロックン・ロールを取り巻く状況は一変しブームが起こされる。そのころ、白人シンガー「ビル・ヘイリー」の「ロック・アラウンド・ザ・クロック」が、映画の主題歌となり、一躍脚光を浴びる。不良少年たちと、その教師との学校内での暴力事件をめぐる大人と若者との衝突を描いた映画であり、映画の内容はそのまま、テーマソングである「ロック・アラウンド・ザ・クロック」が大人社会への若者の反抗を象徴する曲いうイメージを持たせることになる。エルヴィス・プレスリー、ビル・ヘイリーらにより基盤が築かれたロックン・ロールはやがて、大規模なイベントとして成立していく。ロックフェスティバルは、ロックミュージックの音楽イベントである。現在は、ロックミュージックのみならず、ポップスやジャズなど様々なジャンルの音楽を扱っているものがほとんどで、複数のアーティストが参加し、生演奏を披露する。現在世界中で開催されているロックフェスティバルのきっかけとなったイベントが、アメリカで開催された。1967 年、野外音楽イベントのきっかけとなった「モンタレー・ポップ・フェスティバル」と、ロックフェスティバルのきっかけとなった「ウッドストック・フェスティバル」である。ロックフェスティバルは、多くの動員を記録し大成功を収めるが、それが商業化への第一歩となる。

日本のロック

1960 年後半、日本ではフォークミュージックが流行していた。そのころ日本へは徐々にロックが伝わり始めていた。ウッド・ストック・フェスティバルを実際に見たザ・フィンガーズのギタリスト成毛滋が、日本で初めてのロックフェスティバルとなる「ニューロック・ジャム・コンサート」を日比谷野外音楽堂で開催した。新宿厚生年金会館では、「第一回日本ロックフェスティバル」を開催し、成長を遂げながら翌年には二回目、翌々年には 3 回目を開催することになる。それまで日本で流行していたフォークミュージックは、ロックミュージックと歩み寄り「フォークからロックへ」という演奏会も行われるようになった。やがて日本でもロックフェスティバルが行われるようになる。特に、大規模で本格的な野外フェスとして毎年開催されている「フジロックフェスティバル」は挫折と失敗を繰

り返しながらも、あきらめずに挑戦し続け、今日日本を代表するロックフェスティバルの一つとしての成功し定着した。そのフジロックフェスティバルの主宰者日高氏が手本としたものが、イギリスのロックフェスティバル「グラストンベリー・フェス」である。1970 年に、イギリス南西部のサマーセット州グラストンベリーで開催されたこのフェスティバルは、牧場主のマイケル・イービス氏が自らの私有地である 900 エーカー（約 3.6 平方メートル）の農園と牧草地を会場として開いた音楽フェスティバルである。数十個の設営されるステージの他にも、ミニステージが設営され、どこでもライブを楽しめる。3 日間の開催の間、各自テントを張りキャップ生活を楽しむことができ、エスニックフードやアルコールなどの飲食物、自然素材の商品などを扱う露店が多く並ぶ。ステージでは、サーカスやキャバレー、演劇や映画上映などロックに限らず様々なものが催され、音楽を聴くということ以外でも観客を楽しませてくれる。2010 年には 34 回目を迎えるが、現在、規模や出演者などのラインアップなどから、ヨーロッパ最大級であり、世界最高のフェスと呼ばれるようなロックフェスティバルへと成長した。これらの特徴は「フジロックフェスティバル」によく反映されている。

音楽市場の変化

高度経済成長を迎えた日本は、各家庭の所得が増え、人々の生活水準が向上したことで、日本のレコード市場は急速に成長する。1960 年代、フォークミュージックやロックミュージックが、ベトナム反戦運動や学生運動と結びつき、とてつもない勢いで広まっている時期でもあった。それに伴い音楽のジャンルも徐々に増え、60 年代後半から 70 年代にはアナログレコードプレイやー、カセットデッキ、ラジオカセットなどのプレイヤーがよく売れるようになった。70 年代後半から 80 年前半になると、買うべき各家庭に再生装置がいきわたり、売れ行きの伸びが止まってしまい、「オーディオ不況」と呼ばれる低迷期が訪れる。そんな中、デジタル記録メディアの CD が発明される。LP やカセットテープとは違い、CD は音質の良いマスターテープのデジタルコピーのため、音質の劣化が少ない。CD は 82 年に売り出されると、86 年には LP の生産金額を追い抜き、音楽の記録メディアはアナログである LP から、デジタルの CD へと移行した。79 年には携帯型ステレオカセットプレイヤー「ウォークマン」が発売され、音楽を携帯するという発想が生まれた。音楽プレイヤーが一家に一台という時代が、90 年には「1 人に 1 個」という時代へと変化していった。同時に、windows95 日本盤の発売開始により、パソコンが売り出されるようになる。インターネットも普及し、90 年代後半には、楽曲をデータへと変換しンターネット上で配信や販売する音楽配信サービスが始まる。当時の音楽配信は、今の販売目的の配信とは違い、CD を売っているレコード会社が、CD のプロモーションとしてのサービス提供をしているというにとどまっていた。97 年には「ミュージック・シーオー・ジェーピー」が音楽配信を始めたが、日本のレコード会社は、音楽配信によって CD が売れなくなってしまうことを心配し、音楽配信サービスに積極的ではなった。しかし、2002 年に携帯電話会社の au が CD の音源を 30 秒程度の長さの楽曲にして提供する「着うた」サービスを開始したことによって、その便利さと手軽さから、音楽配信は一般の消費者へ浸透するようになる。また、2005 年には、アップル社の「iTune Music Store」のサービスが日本へ上陸し、それと同時に、同社の携帯音楽プレイヤー「iPod」が日本でブームとなり、一気に普及した。

まとめ

ロックフェスティバルが商業的に成功できた大きな理由の一つとしてあげられるのはロックミュージックの大衆化である。社会や大人に対して反抗的で攻撃的な音楽だったロックミュージックが、1950 年後半より大衆受けするようなポップスへと再構築されていく。楽曲に表現される歌詞の内容も、感傷的なものへと変化していき、理想的な若者の恋愛が歌われるようになった。自然とロックミュージックは、大衆向けし、より売れる、攻撃性がない音楽へと変化した。日本の音楽市場では、歌手やバンドが大量にいれば、それだけヒットする確率は高くなるという考えのもと、音楽制作の大量生産が音楽のデジタル化によって可能になった。ウォークマンや iPod などの携帯音楽プレイヤーはイヤホンを通して、耳からしか音楽を感じ取ることができない。好みでない曲は、ボタンひとつでスキップ、消去できる。携帯音楽プレイヤーは体で音楽を感じるという、感覚、音楽の大切さ、リアルさを奪い去ってしまった。体でビートを感じ音楽を楽しむということは、ロックミュージックの本来の聴き方であろう。野外ロックフェスティバルは今後、生で音楽を感じる事のできる機会として貴重な存在になる。

[主要参考文献]
○広田寛治『ロック・クロニクル 1952-2002 現代史のなかのロックンロール』河出書房新社、2003
○西田浩『ロック・フェスティバル』新潮社、2007
○中山康樹『ビートルズとアメリカ・ロック史 - フォーク・ロックの時代 -』河出書房新社、2009

企業の海外進出における日米間のアピール力の差

The Difference of the Power of Appealing
between Japanese and American Companies
seen in their Overseas Expansion

米田 彩乃
Yoneda Ayano
文化マネジメントコース

アピール力

アピール力は、人間が自国以外の国に対して何かを訴えることと考えることができるため、当論文では、企業が自分の会社やその製品やサービスを世界中に知らせること、あるいは、その製品やサービスの市場を自国だけでなく、外国にも広げようとすることと定義する。

日米両国企業の経営マネジメントにおけるアピール力の表れ方の違いを調べるために、当論文では日米企業をいくつか抽出し、海外進出をした時期を調べた。なぜ、各企業の海外進出をした時期を調べることにより、アピール力の差を証明できるのか。海外進出をより早期にするということは、それだけ自社の製品、サービスに自信を持ち、それらを世界に広めたいとする意志が強いということの表れと言える。つまりはより強いアピール力を世界に示すということであると考えられる。日米両国企業の海外進出をした時期を調べることにより、双方のアピール力の差を示すことができると考えられる。

日本を代表する企業として、東証一部上場企業を、アメリカを代表する企業として、ニューヨークダウ企業を選出した。その中でも日本を代表する東証一部上場企業は2009年10月27日現在、1,700社ある。1,700 社全てを調べることも可能ではあるが、サンプリング調査により全社調査とほぼ同質の結果を得ることができる。よってここではサンプリングを用いて、調査に必要な母体数を限定した。すると、東証一部上場企業は 807 社を調べれば参考データをとることができると判明した。

東証一部上場企業とニューヨークダウ双方のアピール力における仮説

まずアメリカのニューヨークダウ企業は海外進出をより早期にしていると仮定する。すると、第一章の第三節でも記したとおり海外進出を早期に行うということは、それだけ自社の製品、サービスに自身を持ち、それらを世界に広めたいとする意志が強いということの表れと言える。アメリカのニューヨークダウ企業がより強いアピール力を出しているとするならば、これら企業が創設して、海外進出をするまでの期間が短いと仮定することができる。

逆に日本の東証一部上場企業はアメリカに比べて、海外進出が企業の創設からより遅い時期に行われた、つまり創設してすぐには海外進出をせずに、時期はある程度の年月を経てからなのではないであろうかと仮定する。それはアメリカのニューヨークダウ企業に比べて自社の製品やサービスに自身はなく、特にそれらを世界に広めようとする意志が強くはないということに繋がるのではないかと想定できる。海外進出をするのがアメリカのニューヨークダウに比べて遅ければ日本の東証一部上場企業は、アピール力がアメリカのニューヨークダウと比較して弱いと想定することができる。

また、アメリカのニューヨークダウ企業の海外進出年度をＥａ（Export of American Company）、日本の東証一部上場企業の海外進出年度をEj（Export of Japanese Company）とし、会社創立の年度をS（Start）とすると、アメリカのニューヨークダウ企業のSEa（企業が創設して、海外進出をするまでの期間）は短いはずである。逆に日本の東証一部上場企業のSEjは比較的長いはずである。

調査結果

アメリカのニューヨークダウ企業 30 社と、日本の東証一部上場企業を選出した 807 社の創設年度（S）と、海外進出年度（Ea、Ej）、創設から海外進出までの期間（SEa、SEj）をそれぞれ調べた。

調査結果によると、どの年度も日本の東証一部上場企業がアメリカのニューヨークダウ企業に比べて値が上回っている、つまりは創設してから海外進出までの期間が長いということがわかる。逆に、アメリカのニューヨークダウ企業は日本の東証一部上場企業より値が少なく、1911 年以降に創設した企業以外は値が全て 10 から 20 の間にある。つまりこれは、1911 年以降に創設したアメリカのニューヨークダウ企業は、創設してからだいたい平均 10 年から 20 年の間に海外進出をしているということを示している。これは、アメリカを代表とする大手企業であるニューヨークダウ企業は、第一章第五節で述べた時代の流れ、時代背景、環境に全く影響されることなく、だいたいの目安を 10 年から 20 年として海外進出をしているのではないかという仮説を裏付けるものである。つまりは、そういった時代の流れなど世の状況に左右されることなく、自分たちの会社の製品やサービスなどを提供するなど、アピール力を世界中に発揮していると言えるのではないか。たとえ時代の流れなどに影響を受けて海外進出に踏み出す結果になっていたとしても、比較的早期の決断であったと考えられる。

また次に、アメリカのニューヨークダウ企業、日本に東証一部上場企業の海外進出におけるアピール力を、企業の創設時から海外進出までの期間（SE）以外の視点からも見ていくことにする。上記で述べた、アメリカのニューヨークダウ企業は、時代の流れ、時代背景、環境に全く影響されることなく、だいたいの目安を 10 年から 20 年として海外進出をしているのではないかという仮説について検証するため、ここではアメリカのニューヨークダウ企業と日本の東証一部上場企業が海外進出をした年度、つまりEa、Ejの平均値を第一節同様、企業創設年度別に分けて調べた。

日本の東証一部上場企業は例えその会社がいつ創設されたとしても、海外進出をする時期がだいたい 1980 年代から 1990 年代に集中している。これは、海外進出をするきっかけ、またはせざるを得ないきっかけがこの時代の背景にあったのではないだろうかと考えられる。つまり日本の東証一部上場企業においては、世界へ自社の製品、サービスを展開するための海外進出に、時代の流れ、時代背景、環境といった周りの影響が大いに関連しているということが考えられる。これはアピール力が周囲の環境や状況により、強く現れたりすることもあれば、逆に全く感じられなかったりすることもあるということである。

逆に、アメリカのニューヨークダウ企業は、例えどの年代に創設した企業でも、だいたい創設から 10 年 20 年で海外進出をしているということがわかる。これはつまり、時代の流れや環境、創設した時期が早いとか遅いとかなど一切関係なく、世界へ自社の製品、サービスを展開するために海外進出を躊躇なくしていると考えられる。または、例え時代の流れに影響を受け海外進出をしたとしても、その時代その時代の環境や状況に適応した方向性を見い出し、時代の流れをも飲み込んだ海外進出をしているのではないかと考えられる。

経営における日米企業の現状

まずアメリカの企業は、さまざまな機関、重役と外部や上層部からの厳しい視線や評価のある中、アメリカの企業は常に緊張状態で、間違いが許されない状況下にいる。さらに、経営トップ陣たちに視点を置くと、アメリカでは経営者が自分一人で重要な決断をしなくてはいけないというのが主流である。アメリカという国では、会社、企業のこれからの方向性は、相談や会議などで決定するのではなく、トップの独断で決定されていると言うことである。

日本の企業は、高い技術力や生産力を秘めているにもかかわらず、内向きで無意識のうちに仲間内だけでことを処理しようとしがちで、意識は相変わらず昔のままという傾向が見受けられる。また、日本の企業はトップではなく中堅幹部が会社を動かしている。

企業の海外進出における
日米のアピール力の差についての結論

リーダーとなる者が常に会社にとって重大な決断を行い、いかなる変化の激しい現状であっても社員を引っ張る強い姿勢を示してきた状況というのが、アメリカでは常日頃当たり前のことなのだ。アメリカの企業はつまり、そんなプレッシャーと常に戦い続けてきた意志も信念も強いリーダーが経営する企業であると言える中、自身に自信を持ち、強いアピール力を示すのは当たり前なのではないのかと考えられる。

また、「多くの人がそういうことをされては困る」や、「それはあまりにも厳しすぎる」や、「あまりにも変化が激しすぎる」などと言った理由で危険な賭けというよりは、安全で確実性のある結論が多く出るのが日本の企業である。つまりこれは、成功するかどうかわからない、リスクがあまりにも大きい「海外進出をする」という決定が軽率にできない、日本企業の背景に繋がるのではないのであろうかと推定できる。

これまで記してきたことから、海外進出における日米企業の差にアピール力の差が関連している可能性は否定できない。アメリカのニューヨークダウ企業は、創設から比較的早い時期に海外進出を遂げている。それは創設の年代がいつであろうと、時代背景がどういったものであろうと、変わることなく一貫してだいたい一定の期間で海外進出をしている。逆に日本の東証一部上場企業は、どの時代に創設したとしても、ほぼ全ての企業が一貫して同じ年代に海外進出をしている。時代の変化に動じることなく、一定期間の早い段階で海外進出をしているアメリカのニューヨークダウ企業は、アピール力が強いと言えるし、時代の流れに対応してせざるを得ない状況にまできて初めて海外進出をやっと遂げる日本の東証一部上場企業は、アピール力があまりないためにそのような状況にあると想定できる。このように、企業創設から海外進出までの期間、海外進出をする上での時代背景や周囲の環境に影響を受けるか否かを見ても、日米企業のアピール力の差が出ている可能性は高い。

企業を取り巻く環境が全く異なる中、日米双方の企業はこれまでの歴史を歩んできた。それが要因となり日米企業間の海外進出に対する意識の差は確かに存在し、そしてそれは世界に自社の製品やサービスを提供したいというアピール力の差にも繋がっていると想定できる。

[主要参考文献]
○八城政基『日本の経営 アメリカの経営』日経ビジネス人文庫、2000

ボランタリーなまちづくり
－中心市街地活性化事業とその事業主体に関して－
The New Wave of The City Planning and Its Civil Participacion: A study of The Revitalization Project in Central City and Its Management Body

渡部 智也
Watanabe Tomoya
文化マネジメントコース

中心市街地の衰退が著しい地方都市において街の賑わいを取り戻し、都市機能を再構築する活動が盛んに行われている。高度成長期以降の経済的･効率的な都市計画により無秩序にスプロール化した都市は人間的な性質を喪失し、地域社会は文化アイデンティティを失ってきた。拡大一辺倒の時代が終焉した現在、都市機能を文化的側面から捉え直し、従来の公共事業の概念を転換する新しい主体による、有機的で地域性を有するまちづくり活動が必要である。1998 年に中心市街地における都市機能の増進及び経済活力の向上を目的として「中心市街地の活性化に関する法律」が制定された。その後、事業に対する認定基準のハードルを上げた「改正中心市街地活性化法」が 2006 年に制定され、中心市街地活性化事業の促進が国家的政策として実施されている。中心市街地活性化事業をはじめとするまちづくりイベントには、一般市民がボランティアとして活動に参加する機会も増えている。第三者としての一般市民が参加することによりまちづくりに対して様々な刺激を与えることが可能であり、事業の運営側にとってもボランティアの参加は大きな力である。ところで、まちづくり活動においてボランティアを登用するに際し、ボランティアをサービスの利用者として位置づけ、ボランティアのサービス利用者としての満足を追求するための関係性を構築することも必要である。ボランティア活動の参加者は、自分の資源である時間や労力を投資して活動参加への何らかの見返りを期待している。一方で、運営側はボランティアの登用による組織の活動力の充足としてボランティアを登用し、活動における質の向上につながる。双方の価値交換による相互満足の向上が実現されることがまちづくりイベントの運営に求められる。こうしたまちづくりにおけるボランティア活動への要求が高まる一方で、ボランティア活動の運営が十分になされていない現状も否めず、活動者と運営者の間にたち両者の要求を調整する介在者としてのコーディネーターの存在も必要である。また、まちづくりにおけるボランティア活動は一時的な価値観に基づく評価のみでは成し得ない恒久的な活動であることも踏まえ、先を見据えた価値観に基づいた活動が実践される必要もある。この点においては、活動における明確な理念を設定することが運営側には強く求められる。

まちづくりを目的とした活動を行う NPO 法人組織として、石川県金沢市を拠点とした“ 趣都金澤 ”が存在する。趣都金沢では、活動を通じて地元経済人のネットワークを広げ地元経済の活性化を狙っている。地元経済の発展は NPO メンバーの本業にも結びつく事でもあり、それは同時にまちづくりにも繋がることである。NPO における活動はボランティア的な側面が強いが、活動を通じて街の活性化を促進する事で結局は自分たちの仕事の足場を整えているのだと NPO メンバーは述べる。また、まちづくりの観点からは目先の利益のみを追求するのでなく先の見えるリーダーを中心とした組織が必要で、組織を通じた交流から地元の経済人の絆を深めていく事は、長い目で見た地元経済の結束力が高まることになる。都市で生きるという事は、色々な法則を学び考え方のベースを生む事であり、まちづくりを行うことは人材の育成にも直結する事になる。趣都金沢の特徴は、地元の経済界を中心とした市民で構成された組織であり金沢市の文化や都市事情に精通した人々がメンバーに名を連ねている。こうした人々を中心として、市民によるボトムアップ型の活動を実践しながら金沢市のまちづくりを主導している新しい組織であり、民活によるまちづくりを牽引する組織として、会員であれば誰でも参加出来る協議会を通じて新しいまちづくりを提案する NPO 法人である。今後、市民や民間の意見や考えをいかに金沢の都市計画に反映させていくかという課題もあり、都市政策の枠組みを策定する行政と一般市民や民間セクターとの橋渡し役として機能することが必要である。そしてまちづくり活動のプラットフォームとして経済界や行政とのネットワークを拡充しながら、将来的に市民発信型のまちづくりが実践されていくことが望まれる。NPO という形態をとりながらまちづくりの活性化を実践する趣都金沢の活動は参考になる。

滋賀県長浜市のまちづくりを主導する株式会社黒壁（以下黒壁）は、公共的な側面が強く財政的な自立が難しいまちづくり組織において、株式会社という形態をとりながらその運営を機動にのせている稀有な存在の第三セクターである。長浜市は昭和末期には大型店の郊外進出により、商店街の活気が失われる中で街のシンボルとして市民に親しまれてきた第百三十銀行長浜支店（通称黒壁銀行）が取り壊しの話が持ち上がった。これに際し、長浜市と地元の民間企業が協力し昭和 63 年に黒壁が設立された。こうして黒壁ガラス館をはじめ、美術館、ガラスショップ、工房、ギャラリー、カフェ、レストランなどが長浜のまちに次々と展開されてゆくと同時に、年間 200 万人以上が訪れるまちづくりの成功例として全国から注目をあびている。黒壁は市役所や地元商店街からの出資金を元手に土地や建物を購入し、店舗や美術館として整備し自己運営のもとで利用したり、テナントを募って賃貸として貸し出している。黒壁は安易な建て替えや土地利用になりそうなケースを食い止める形で土地建物の権利を取得してまち全体として統一された活用を行っている。地方の中心市街地を中心に空き家や空き地の増加が目立つが、それは不動産の権利状態を不安定な状況に置き、まち自体が不安定な状況に置かれることになる。黒壁は空き家や空き地を有効活用する第三セクターのデベロッパーとして、まちづくりを主導している。黒壁が成功した要因としては、民間と行政の連携が図られ官民が一体となったまちづくりが推進されていることや、市役所や長浜市商工会議所の協力によるものが大きいとされる。また、株式会社という形態をとることでスムーズな意思決定を可能とし、黒壁がまちづくりの牽引役として強大な力を発揮している。また、非営利団体で

は希薄になりがちな事務組織の充実が経営や収益面での自立に繋がったと思われる。しかし、長浜市のまちづくりでは新たな課題も生まれている。1990 年代以降、日本の都市の多くが来街者を増やすことで都市の経済を活気づけようとまちづくりとしての観光政策を推進してきた。長浜市においても黒壁による積極的な観光客向けのまちづくりが奏功し、年間 220 万人を超える観光客を呼びこむことに成功した。一方で、平日や夜間の長浜市においては観光客が少ない時間帯での活気に欠けるところがある。市民生活の場としての都市空間を十分に形成できておらず、今後のまちづくりとして観光客と地域住民の関係性を再考し、市民生活の為のまちづくりを実践することが求められる。

新しいまちづくりを実現するにあたって、地域文化を創造再生しながら有機的な都市空間を構築していくことが求められている。その為には、中央集権の官僚的な手法に基づく都市計画から、地域主権の市民主導のボランタリーなまちづくり運動が実現していくことが望まれる。2002 年の都市計画法改正で導入された都市計画提案制度では、都市計画の変更決定を行政が発議する従来の手法に加えて、民間セクターが都市計画の決定変更を発議し行政がそれに対する応答義務を負うという手法を決定手続きとして位置づけている。民間が都市計画を提案しそれに対して行政が受けるという関係性であれば、今までと異なる新しいまちづくりが可能になる。都市計画法の法改正に伴い都市計画の提案権を有する対象者を拡大し、住民や民間セクターが都市計画の決定プロセスに関与する制度も徐々に整備されてはいる。同時に、新しいまちづくりの活動を主導していく主体の誕生とさらなる環境の整備が求められる。また、まちづくり事業体は、ボランティアとして一般市民がまちづくりに積極的に関わるきっかけを提供し、ボランティア活動の継続的な運営・管理が行われ、ボランティアが活躍出来る環境を整えることが必要である。同時に、事業体としての収益面での自立を促進することも継続的なまちづくりを実践する上で求められている。

NPO 法人趣都金沢においては、地域経済の若手が中心となる JC の活動を発展させた形での NPO 法人という形態をとってまちづくりに関する事業を実践して、一般市民のボトムアップ型の政策提言を目指した誰でも参加出来る組織形態に特徴がある。また、NPO 法人をプラットフォームとして人的な交流を促進し、まちづくりに繋がるネットワークを構築して地域文化を醸成していく活動を行っている。NPO 法人という形態をとることは、市民主導のコンセンサスの形成という点では有効性が高く、市場原理に基づく開発によって破壊されてきた地域の景観や伝統文化、自然環境などを保護しながら、住民のネットワークを力として発展の可能性を切り開く内発的発展型のまちづくりを遂行することも可能だ。一方の黒壁の場合、歴史の中に新しい側面からのまちづくりを促進するために株式会社という形態の組織がまちづくりの先導役を担っている。株式会社という形態をとることで、迅速な意思決定のもとで合理的な土地建物の有効活用を実践することで、統一感のあるまちづくりを行っている。

イギリスのまちづくり事業では、まちづくり事業体や社会的企業といったボランタリーセクターとされる事業主体が、政府セクターや民間セクターと協働しながら新しい成熟社会におけるまちづくり事業を実践している。イギリスの場合、長期安定的な事業運営のために外付けの民間営利事業部門を運営する方法と、国や自治体から土地・建物を買い取り運用するアセットマネジメントという方法で収益をあげ、利益を組織本体のまちづくり事業に利用する事業内移転費用の手法を利用している。日本の中心市街地活性化事業が、国からの補助金を原資としているのに対して、イギリスのにおけるまちづくり事業体は不動産を所有しその運用益をまちづくりという形で社会的な還元を行っている。まちづくりという社会公共性の高く、必ずしも市場経済原理に合致しない事業内容にとって、事業主体の自立した長期安定的な運営の為にも財政面での運営の確立も求められている。まちづくり事業体は、市場経済に基づく経営努力によって利益をあげる民間企業としての側面と、同時にその収益を社会的目的に還元する“ 社会的企業（Social Enterprise)”の一面も持ち合わせる。収益事業とまちづくり事業をいかに確立していくかが長期的なまちづくりには必要である。これまでのまちづくりが行政などの公的機関が中心となり公的な補助金を頼りに実施されてきたが、今後は住民や民間セクターがまちづくり事業に積極的に関わり有機的な都市空間が構築されることが期待される。同時にボランタリーなまちづくり事業主体の成長と、ボランティアとしての一般市民の参加がこれからのまちづくりには欠かせないものである。

［主要参考文献］
○福川裕一、西郷真理子『民間非営利組織による再開発；その必要性と成立条件』日本建築学会計画系論文 No.467 pp153-162、1995
○野口和雄（2004）『中心市街地活性化法を総括する』季刊まちづくり No.2 pp12-19
○矢部拓也、木下斉『中心市街地活性化法と地区経営会社』徳島大学社会科学研究 Vol.22 pp47-68、2008
○西山康雄、西山八重子『イギリスのガバナンス型まちづくり－社会的企業による都市再生－』学芸出版社、2008
○矢作弘、瀬田史彦編『TMO への期待と現実』学芸出版、2006

日・韓文化交流
―韓流と日流による今後の日韓交流の課題と可能性―
On the challenges and possibilities for future cultural exchanges between Korea wave and Japan wave

成 貞淑
Sung Jung-suk
文化マネジメントコース

要旨

歴史的、社会背景的な様々な問題を抱えてきた日本と韓国が、グロバール化、情報化の発達によって、より多くの文化相互理解の機会を得ている。そして、お互いの国における文化的な受容は、日本では「韓流」と、韓国では「日流」といった現象で新たな日韓関係に貢献している。そこで、この重要な文化的変化を分析することは文化マネジメント的にも意義があると考えられ、日本の中に韓国のドラマが入って来たのはいつからなのか、どうして人気を集めたのか、それによる日本国内の影響は何なのかを日本で最も人気があったドラマを通じて考えてみることにした。さらに、それらを通じて日韓関係の今後の課題と可能性を考察することにする。

日本の中の韓流

戦後の日本は韓国の文化に対する興味や、歴史に対する認識があまりなかった。しかし、「冬のソナタ」をはじめとする韓流と言われる韓国ドラマが日本で紹介され、人々の人気を集めてから韓国の言語や文化に対する認識（興味）が高まった。その中で、韓流は日本国内に急速に広まり人々の関心を集め、日・韓の精神的な文化交流のスタートを切ることとなったのである。そして、日本と韓国のより深い文化交流を可能とした。

日本の中の韓流ブーム

韓流ブームのスタートである「冬のソナタ」と韓国文化を広めるきっかけになった「宮廷女官チャングムの誓い」を取り上げそれぞれの状況を見てみることにする。

―「冬のソナタ」の場合

日本国内でヨン様ブームを起こしたドラマ「冬のソナタ」は韓流の原点であり、日韓交流の立役者である。「冬のソナタ」が日本で人気を集めた理由として、ただ単に「冬のソナタ」が男と女の愛のストーリーを描いた恋愛ドラマであるという理由ではなく、それ以上の純粋な心理を追求するドラマであったことが考えられる。それにより日本の中の韓国に対する関心度も高まったし、両国の親密感増大という結果を生み出した。

―「宮廷女官チャングムの誓い」の場合

「冬のソナタ」から精神的な韓流ブームをドラマ以外の部分（伝統文化、食文化、チマ＆チョゴリ、韓国観光など）に拡げたのが、ドラマ「チャングム」であると考えられる。「宮廷女官チャングムの誓い」が日本で人気を集めた理由は、日本では馴染みのない韓国の歴史を背景に製作されたドラマであることから、人々の好奇心を誘発したと考えられる。

―韓流による影響

韓流ブーム以前の悪い印象、反日だけを持った国、近くて安い観光地、「オジサン」の観光地などといった認識に対し、韓流ブームの後、韓国に対する好感度が高まった。そして、日本における韓国に対する親密感が上昇し、文化交流と観光交流の拡大に繋がったなどの話を聞く事が出来るようになった。観光面においても、韓流ブームが絶頂期を迎えた 2004 年には 243 万人の渡航があり、前年より 36%も上昇したものである。日本人の韓国訪問者の段階を見てみると、現在は第 4 世代の「シルバー層の歴史・文化の旅行」へと変化していくと考えられる。

韓国の中の日流

韓国国内での日本文化は、日本におけるものと全く違う形で韓国の中に広まった。それは韓国には被植民地としての歴史があり、それに対する日本との認識の違いや領土の問題に関しての複雑な感情を背景に持つためである。

―日本文化開放前

韓国の中には戦後からもずっと日本文化が残っていたのである。日本から解放された 1945 年以降から 60 年代までは、日本文化の質が低いものであると見なされ、対外的に公表されなかった。1965 年日韓国交正常化の後、“日本マンガやアニメ”の原作者と製作者の名前を出さずに放送することを韓国側の条件として、韓国のテレビで放映することができた。1970 年代に入り、韓国の中の日本文化はビデオデッキによって一部の上流層の人々に対してのみ解放されていった。しかも、1980 年代から 1990 年代にかけては、日本文化が好きだということを公で口にすることができない環境にあった。1990 年代当時の 10 代～ 20 代の若い世代であった新たな世代が日本文化を受容し始めたが、正式な法律や流通網がなかったため、違法なもの（コピーもの）が偽造制作販売（韓国名‘アムゴレ’）された。

1990 年代半ばには、韓国のインターネット使用が始まり、個人所有の日本製ドラマや音楽 CD がコピーされ、市販の 3 分の 1 から 2 分の 1 の価格で違法に販売される事も増えていった。

―日本文化開放際（日・韓W杯）

1998 年から 2004 年まで４段階に分けられ全面公開され、日・韓関係は新たな関係を築いて行くことになる。しかし、それまでの日本の大衆文化の段階的な開放は、韓国国内のほとんどの人々は実際に体感することができなかった。だが、2002 年６月 30 日の日・韓ワールドカップ共同開催により人々の意見は一層、変わったのである。ワールドカップが終わった１年後の 2003 年６月末に、韓国の民主平和統一諮問会議による青少年（10 代～ 20 代）を対象にした世論調査で、周辺五ヵ国に対する好感度を問うたところ、「親しみを感じる」の割合は対日本が 61.6%でトップだったのである。

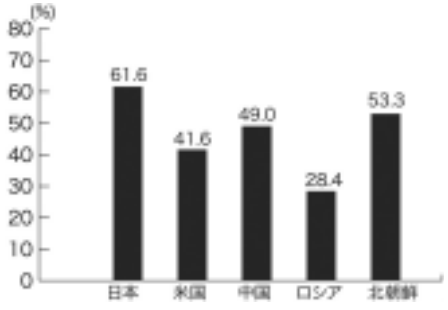


図１　韓国青少年の周辺国に対する親近感の割合（2003 年６月、民主平和統一諮問議員会調査）

―日本文化開放後

最近の韓国では文化解放のことなど、いつのことであるのかすっかり忘れられ、簡単に日本の文化に接することが多くなった。日本の文化とはいえ、まったく違和感を感じなくなってきたのである。また、韓国国内の調査によると「訪問したい国」が 2003 年までは米国が１位であったが、それ以降には日本を選好する人が多くなった。

日・韓ブームの停滞期

韓流ブームがピークに達した 2004 年の後、韓流ブームは停滞期に入ったと思われる。

図２　重要国韓国訪問割合（出所：韓国観光公社、「韓国観光統計」）

上のグラフは、韓国観光公社の「韓国観光統計（主要国訪問割合）」のグラフである。1995 年韓国を訪ねる観光客のうち、日本人観光客が占める割合が 44%を示したのに対し、2005 年には 40%に減少し、2008 年には 34%まで減少しているのが分かる。そして、日本人の韓国観光後のイメージに関する答えも下の表で見られるように 2005 年以降、連続２年間全体平均に達していないことがわかる。

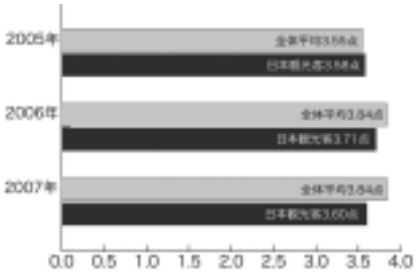


図３　旅行後の韓国イメージ評価

そして、内閣府が毎年秋に実施している世論調査によると、2005 年に約 40％、2006 年に 35％と急激に落ち込んでいる。現在 2009 年、韓流という言葉はその姿をだんだん消している。

今後の日・韓交流の課題と可能性代案

より深い文化交流のため、テレビドラマだけではなく美術、文学、公演などの多様な芸術全般における文化交流が必要とされる。そして、明確なビジネス構造ができれば、日韓文化交流の中の信頼感が高まり、もっと深い交流ができる機会となるはずであると思う。さらに日・韓の文化コンテンツは、自らが持っている特徴を発信して行くことが大事だと考えるし、それによる観光産業を通じ、お互いの文化を知り、第４世代の観光を目指すことが文化交流を一層深めると考える。

おわりに

日本と韓国はお互いの文化を味わうことができ、染み込んでいるので、もう後戻りはできなくなった。これからはお互いに協力し合い、未来志向的な考えを持ち、前に進むことが大事だと考えられる。

そのためにも、上で挙げたことを踏まえ、更なる深い交流ができるようになれば、お互いの文化に関する価値に対して理解度が深まるに違いない。そして、お互いを理解することで自然に両国の緊張を伴う国民感情が緩和していくと思う。さらに現在までの長い期間、抱えて来た問題を見直す人々も、互いに増えるのではないかと思う。

[主要参考文献]

○毛利嘉幸『日式韓流「冬のソナタ」と日韓大衆文化の現在』株式会社せりか書房、2004
○高野悦子・山登義明『冬のソナタから考える「私たちと韓国のあいだ」』岩波ブックレット No.634、2004

Cabinet

ー祈りを納める箱ー

桂・楓・神代楡・黒檀・真鍮・ステンレス
w360×d252×h670mm

小泉 惇
Koizumi Atsushi
研究生

近年、新築の戸建て住宅やマンションにおいて、仏壇や神棚が失われてきているように思われます。しかし、無信仰の人が増えてきているとはいえ、故人を偲ぶ気持ちや祈ることを忘れてしてしまっている訳ではなく、住空間の洋式化・仏壇や神棚を据える広さがとれなくなっていることなども要因として挙げられると思います。

このようなことから、大きなものではなく設置が簡単で、故人を偲ぶものや祈るものを納めることが出来る何かが必要であると考え、今回の制作に至りました。

制作するにあたり大切にした点は、出来るだけ長く手元に置いて、身近に寄り添っていけるよう修繕が出来る構造にし、修繕が困難な箇所は事前に補強することで、出来るだけ長く使い続けられるようにした点です。

このキャビネットが、故人を偲ぶ気持ちや祈る心を受け止める存在であることを望んでいます。

Easy low chair
ー厚板を生かした椅子ー

ホワイトアッシュ・欅
w700×d630×h665mm

中田 裕明
Nakata Hiroaki
研究生

椅子の座刳り、角度のついた仕口の加工、有機的な形同士の接合などを学ぶためにこの椅子を制作した。くつろぎの時間を過ごすための、あぐらのかける低座椅子である。

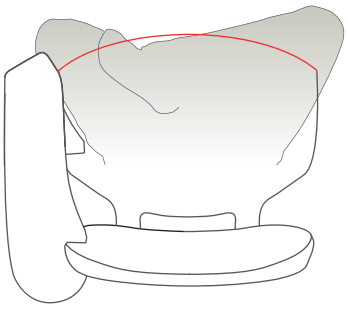
厚板であることを生かしたシンプルで強い構造を考え、削り出した座面から伸びた触手のようなものが後脚を支える構造になった。矧ぎ合わせる時にその部分だけ長くすることで、材の無駄は抑えている。

設計の際に注意したことは、構造の中心になる座面と背もたれの材の伸縮を妨げないことと、組んだ後で削って行く部分に影響が出ないような仕口にすることである。

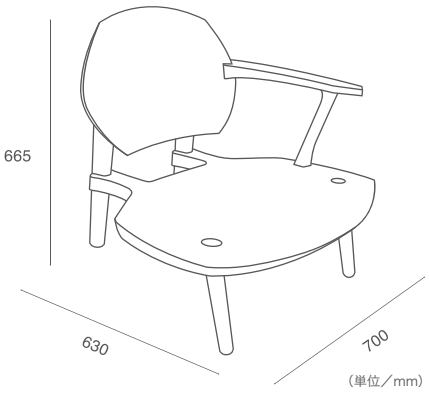
樹種は、有機的な形の座面、背もたれ、肘掛けを強調するため、それらをホワイトアッシュで作り、脚と肘掛けの支えは色の濃い欅で存在感を抑えた。

この椅子の制作を通して、今回の目標としていた技術の修得、今まで学んできた技術が応用できるようになってきたと思う。

使用シーンスケッチ。肘掛けが広く、更に背もたれの後ろまで伸びているため、姿勢の自由度が高い。



あぐらをかきやすく、普通に座る時にも膝の裏につかえない座面の形状。



（単位／mm）

君の背で光るもの

銅・銀・真鍮・金箔・金
打ち出し・線象嵌・布目象嵌・彫り・硫化着色
w900×d1230×h60mm

大舘 佳奈
Ohdachi Kana
研究生

平成21年度 富山大学芸術文化学部 卒業研究・制作集　目録

氏名	作品名	分野	指導教員	副担当教員	掲載頁
造形芸術コース					
阿部 夏来	朝〈ピンク〉 朝〈ブルー〉	絵画	安達 博文		006
池田 藍	私のなんだか不安な日常	絵画	安達 博文		011
北野 あゆ美	日々の感情の変化を量る道具 ―プラスとマイナスの記録―	クラフト	沖　和宏		056
小西 紗希	シフト	クラフトインスタレーション	三船 温尚		014
高島 由貴	子どもの五感を刺激する知育玩具の制作 ―音を聴きわける―	製品デザイン	前田 一樹		057
髙見 基秀	群	絵画	安達 博文		007
土井 美智子	跡	絵画	髙島 圭史		008
永田 朋美	locker	アニメーション	西島 治樹		034
西川 紗絵子	山のような	彫刻	後藤 敏伸		015
西澤 渚	トイレットペーパーのインタラクション	インタラクティブ／メディア・アート	辻合 秀一		028
原　和奈	ライゼマーレ	アニメーション	西島 治樹		035
松田 小百合	うたかた	インタラクティブ要素を含む立体作品	中村 滝雄		016
水田 綾子	line	アニメーション	西島 治樹		036
光本 幸子	とりっぷ　わーるど	絵画	安達 博文		012
山本 ひかり	animal-man	絵画	髙島 圭史		009
デザイン工芸コース					
秋田 和良	意図	金属立体造形	中村 滝雄		017
石井 光子	革ふいご送風による鋳型・坩堝一体型鋳造について	鋳造実験と金属立体造形	三船 温尚	長柄 毅一	082
伊藤 智子	コーヒーと家族のひととき ―現代の生活空間における漆工品の役割とその価値の研究―	工芸	高橋 誠一		058
伊藤 のぞみ	Dresser ―A happy girlie life―	家具	小松 研治		066
小栗 佳那子	そり椅子 ―和をテーマに―	家具	小松 研治		067
角舘 あかり	Relax をテーマにしたプロダクトデザインの提案 ―オフィス用加湿器―	製品デザイン	矢口 忠憲		059
金森 悠	空間分割の提案	製品デザイン	矢口 忠憲		060
國安 沙友里	ダイニングテーブルの制作 ―花―	家具	小松 研治		068
上坂 優衣子	----------	写真	西島 治樹		029
小林 和	shelter.	絵画	髙島 圭史		010
柴田 早穂	生きること、生きるもの	工芸	三船 温尚	長柄 毅一	018
白川 愛紗	瞬く日	工芸	中村 滝雄		019
白木 美南海	ちいさな野花のために	工芸	小堀 孝之		020
新谷 仁美	象虫乾漆飾箱	工芸	林　暁		023
髙橋 佳那	丁寧な所作をうながす商品の提案	製品デザイン	矢口 忠憲		061

氏名	作品名	分野	指導教員	副担当教員	掲載頁
デザイン工芸コース（つづき）					
高間 栄一郎	子供用自転車の提案 ―補助のあり方を考える―	製品デザイン	松原 博		062
田中 久美子	編んだ金属線を叩いて生まれるかたち	工芸	渡邉 雅志	中村 滝雄	063
津留 智子	追憶	工芸	齊藤 晴之		024
西村 純一	蝋型鋳銅龍置物	工芸	清水 克朗		021
福永 なお美	捕虫	インタラクティブ／メディア・アート	林　暁		025
藤田 みお	正座とあぐらの重心動揺特性	論文	河原 雅典		084
藤田 理貴	習性のデザイン	製品デザイン	渡邉 雅志		064
松井 麻里子	白いロッキングチェア ―揺れるを楽しむ―	家具	小松 研治		069
室谷 美乃里	プクプクパワー	工芸	中村 滝雄		022
諸角 桃子	warp！	絵画	安達 博文		013
矢野 翔子	OWL 漆塗りスピーカー	工芸	林　暁		026
山田 佳奈子	葛蒔絵硯箱	工芸	林　暁		027
デザイン情報コース					
阿部 寛樹	社会事象に対応する世界地図変化のシミュレーション	デジタルコンテンツ	松原 博		037
伊地知 裕貴	niha	工芸	西島 治樹		065
上島 麻里絵	npastofuturew	インタラクティブ／メディア・アート	西島 治樹		032
梅田 結衣	木曽路観光のためのFlashコンテンツの制作	デジタルコンテンツ	藤田 徹也		038
＊ 金子 慶子	ブライダルの将来変化考察 ―ブライダル儀礼をデザインする―	論文	吉田 俊六	松原 博	086
川口 朋恵	GEIBUN ブランドの提案及びロゴの制作	視覚デザイン	武山 良三		039
北野 加奈恵	Code	インタラクティブ／メディア・アート	西島 治樹		033
木庭 理恵子	布を用いたグラフィック表現の提案	視覚デザイン	武山 良三		040
後藤 拓也	山あり谷あり ―フォトモザイクによる鑑賞距離の楽しみ―	視覚表現	沖　和宏		030
酒井 彩馨	ハングルの記号化	視覚デザイン	沖　和宏		041
＊ 澤﨑 円	ブライダル儀礼をデザインする ―ブライダルの将来変化考察―	コミュニケーションデザイン	松原 博	吉田 俊六	042
三賀 智恵美	地図情報 API を用いた路線探索コンテンツの制作	デジタルコンテンツ	藤田 徹也		043
髙橋 加奈	GROTTA	視覚デザイン	武山 良三		044
瀧澤 梓	shaduo（シャデュオ） ―魅せる譜面台―	視覚デザイン	沖　和宏		045
中道 薫	新しい贈答の形の提案	コミュニケーションデザイン	前田 一樹		046
永森 陽子	ファンデーションと体質の相関関係の表現研究	コミュニケーションデザイン	前田 一樹		047
西岡 施海	菓子の遊び	視覚デザイン	前田 一樹		048
根井 遥	祭・イベントにおける仮設カフェ空間の提案 ―縁日カフェまにゅある―	視覚デザイン	武山 良三		049

＊は共同研究

氏名	作品名	分野	指導教員	副担当教員	掲載頁
デザイン情報コース（つづき）					
林　春奈	次世代ブログインターフェースの提案 ―「使いやすい」モブログ―	デジタルコンテンツ	武山 良三		050
原　真知子	Common Oak	インタラクティブ／メディア・アート	西島 治樹		031
福岡 祐子	Flash ActionScript3.0 による 3D インタフェースの研究	デジタルコンテンツ	藤田 徹也		051
舟杉 享子	IRIS ―アイリス― ―花と雑貨の複合型ショップの提案―	視覚デザイン	武山 良三		052
丸山 陽子	「おいしい」を表現する ―豆乳野菜ジュース「cheer」の提案―	視覚デザイン	前田 一樹		053
宮島 菜央	CAFÉ＆BAR　Obar ―おばあちゃんちをイメージしたカフェバーの SI 計画―	視覚デザイン	沖　和宏		054
矢木 麻美	おみやげ開発　concept「神社」 ―とおくを想う―	コンセプトプランニング	前田 一樹		055
造形建築科学コース					
安藤 総兵	北陸における省エネルギー手法の二酸化炭素排出量効果に関する研究 ―太陽熱利用とバイオマス利用の比較検討―	論文	堀　祐治		104
生駒 岳大	ベラ・テラ　Flat Buddhist Temple ―地域の中での新しい寺と境内のかたち―	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	071
石黒 綾	まちなかまちごとコティ	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	072
伊藤 あかね	福岡駅前区画整理事業に伴う再開発 ―家と街のつなぎ目―	ランドスケープデザイン	貴志 雅樹	横山 天心	073
猪倉 雄飛	川の起点の図書館 ―川と共にある街並み―	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	074
大井 綾乃	北陸における町家の住まい方の提案	建築デザイン	丸谷 芳正		075
加藤 祐衣	地方都市の中心市街地における集合住宅の提案	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	076
酒井 克弥	駅前の地層	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	077
佐垣 友絵	椅子の家族	家具	丸谷 芳正		070
島崎 貴人	Scape Building ―新たな都市風景となるビルの提案―	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	078
大門 太郎	高齢者が暮らす住まいの玄関の有り方 ―玄関のしつらえとバリアフリーの実現に関する考察―	論文	丸谷 芳正		088
徳満 由貴	着脱動作に着目した保温水着の開発	論文	河原 雅典		090
東狐 香央里	気候を考慮した省エネルギー窓の選定に関する研究 ―高岡キャンパスの現状窓と断熱窓の熱負荷シミュレーション評価―	論文	堀　祐治		092
西沢 唯	富山県を対象とした高効率住宅設備の省エネルギー効果に関する研究 ―設備更新による CO_2 発生量削減効果の検証―	論文	堀　祐治		094
平澤 悠花	地域振興イベントに関する意識調査 ―イベントの目的と実行体制による住民意識の違い―	論文	伊東 順二		096
藤本 章子	境界空間 ―郊外に暮らす―	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	079
松本 玲子	影の様相	建築デザイン	貴志 雅樹	横山 天心	080
山田 小百合	暮らして気付いた高岡の魅力 ―新パンフレットプロデュース―	論文	武山 良三		098
山田 幸宏	木造建築の長期耐用に関する提案と研究	論文	秦　正徳	堀江 秀夫・貴志 雅樹 横山 天心	100
文化マネジメントコース					
新屋 早織	高松塚古墳の現状と今後	論文	大熊 敏之		102
石黒 綾	美的経験における陶酔の問題 ―観照者の芸術作品の受容体験における陶酔の作用について―	論文	伊東 多佳子		106
石村 悠	21 世紀の北陸の美術館の在り方	論文	伊東 順二		108

氏名		分野	指導教員	副担当教員	掲載頁
文化マネジメントコース（つづき）					
井家 響子	文化施設における地域や市民との関わりについて	論文	伊藤 裕夫		110
宇佐美 莉恵	高岡市広報紙「市民と市政」にみる自治体広報紙のあり方	論文	伊東 順二		112
江口 光	「ミュージシャン」になるには ―J-POP ミュージシャンへのシステム化された道程―	論文	島添 貴美子		114
大和田 遼	ファッションと芸術の境界を考える ―COSMIC WONDER の芸術活動を中心に―	論文	伊東 多佳子		116
岡田 裕之	考察：仮面の持つ機能的意義の変化	論文	伊藤 裕夫		118
奥村 寿江	ドラマブームが観光地の人々に与える影響	論文	渡邉 康洋	吉田 俊六	120
小田 美紀	立山の文化財 ―矢疵阿弥陀如来の造像背景と用途を中心に―	論文	松浦 正昭		122
尾山 奈穂	日本におけるピアノの普及とそれに伴う経済・文化効果	論文	吉田 俊六	島添 貴美子	124
河合 靖葉	ロック・フェスティバルの可能性	論文	伊東 順二		126
川越 香奈子	ワークショップの有効性と必要性	論文	伊藤 裕夫		128
川野 美子	芸術・文化活動に付加価値を付ける言語表現分析 ―nonverbal音楽におけるプロモーション分析―	論文	吉田 俊六		130
神田 悠希	ルイス・メレンデスの静物画に見るリアリズムの現代性	論文	伊東 多佳子		132
木村 明里	獅子舞の伝承によって小学校に受け継がれたもの ―平米小学校の獅子舞、長江の獅子舞、平米町の獅子舞を例に―	論文	島添 貴美子		134
小林 愛	髑髏と骸骨が持つ意味の変遷 ―古代の美術、工芸から現代日本のアクセサリー・デザインまで―	論文	大熊 敏之		136
五郎丸 圭子	演劇における異性装の意味 ―シェイクスピア『十二夜』から読み解く舞台の魅力―	論文	伊藤 裕夫		138
柴田 智里	日本の病院における文化・芸術の取り組み	論文	伊藤 裕夫		140
荘加 有紀	再現高岡城試論	論文	松浦 正昭		142
野路 小槙	影絵作家・藤城清治の果たした役割 ―雑誌『暮しの手帖』の変遷と共に―	論文	大熊 敏之		144
村上 あすか	クリストとジャンヌ＝クロードの活動 ―現代における芸術の普及をめぐって―	論文	伊東 多佳子		146
柳田 和佳奈	Web3.0 への提言	論文	伊東 順二	西島 治樹	148
山田 真弓	富山の婚礼 ―受け継がれる伝統、廃れる伝統―	論文	吉田 俊六	島添 貴美子	150
山元 葉月	ロックビジネスの展開	論文	伊東 順二		152
米田 彩乃	企業の海外進出における日米間のアピール力の差	論文	渡邉 康洋		154
渡部 智也	ボランタリーなまちづくり ―中心市街地活性化事業とその事業主体に関して―	論文	伊東 順二		156
成　貞淑	日・韓文化交流 ―韓流と日流による今後の日韓交流の課題と可能性―	論文	伊東 順二		158
研究生					
小泉 惇	Cabinet ―祈りを納める箱―	工芸	小松 研治		162
中田 裕明	Easy low chair ―厚板を生かした椅子―	工芸	小松 研治		163
大舘 佳奈	君の背で光るもの	工芸	三船 温尚		164

GEIBUN 1

富山大学芸術文化学部 卒業研究・制作集　平成 21 年度

発行日：平成 22 年 3 月 5 日 ［700 部印刷］
発行者：富山大学芸術文化学部
〒 933-8588 富山県高岡市二上町 180
TEL 0766-25-9139（芸術文化系研究協力チーム）
企画・編集：富山大学芸術文化学部卒業制作展キュレーター委員会
構成・アートディレクション：
沖 和宏（富山大学芸術文化学部講師）
制　作：シナジー株式会社（能登印刷グループ）
〒 920-0863 石川県金沢市玉川町 6-30
TEL 076-265-6006
印　刷：能登印刷株式会社
〒 920-0855 石川県金沢市武蔵町 7-10
TEL 076-233-2550

© The Faculty of Art & Design
University of Toyama

ISSN 1884-9814

本書の全部または一部を無断で複写複製することは、著作権法上の例外を除き禁じられています。
複写を希望される場合は、必ず発行者までご連絡ください。

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。

本書は高精細なハイファイン印刷
（FMスクリーン方式）を採用しています。

富山大学芸術文化学部
http://www.tad.u-toyama.ac.jp

ISSN 1884-9814