

～ 地方での独自性の発揮 ～

# 6 美しい砂浜が美術館



畦地 和也  
AZECHI Kazuya

黒潮町役場に勤め&ときどき百姓  
社団法人高知県自治研究センター理事

地域資源をそのまま活用し、美術館として有効活用するまちづくりが実現されている。「そこにあるもの全てが作品でいいのではないか」という考え方にいたったプロセスと、文化が地域を豊かにする地域経済への波及効果とは…。

### 建物のない美術館

「私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です」。これが私たちの町唯一の美術館「砂浜美術館」の20年以上変わらないコピーである。

その通り“建物”はない。基本的にあるのは“考え方”だけである。なのに、観光ガイドブックやマップに美術館として紹介される。そのため時々「今、黒潮町にいるんですが美術館はどこにありますか?」という問い合わせがある。その際には相手の気持ちを大事にし、砂浜美術館の意味を説明するようにしている。

砂浜美術館のある黒潮町は、県都の高知市から西へ約100km離れた太平洋に面した人口約14,500人の農業と漁業の町である。西に清流四万十川が太平洋に流れ込む四万十市、東は四万十川の中流域を有する四万十町に接し、2006年に大方町と佐賀町が合併して誕生した。町の海岸線は長く、佐賀地域から大方地域にかけてのほとんどは岩だらけの磯場であるが、大方地域の西部には長さ4kmにわた

る砂浜が続く入野海岸、そして緑鮮やかな入野松原が広がる。この場所と空間が砂浜美術館のメイン会場である。

### 砂浜美術館の作品

住んでいるその場所を美術館に見立てる。想像力で創られる美術館だから建設費はかからない。維持費もいらない。

ものの見方を変えると新しい発想が生まれてくる。今まで見過ごしてきた当たり前の風景や自然がかけがえのないものに見えてくる。そのことによって、地域の資源に新しい価値が生まれ、美術館の作品になった。

砂浜美術館では、美しい松原、沖に見えるクジラ、砂浜に咲くラッキョウ、卵を産みにくるウミガメ、砂浜をはだして走り貝殻を探す子どもたち、流れ着く漂着物、波と風が砂浜にデザインする模様、砂浜に残った小鳥の足跡が作品である。

作品は24時間、365日展示され、時の流れるまま



写真1 長い海岸線



写真2 ラッキョウ畑



写真3 小鳥の足跡



写真4 青空に映えるTシャツアート



写真5 水面に映えるTシャツアート

に変化する。BGMは波の音。夜の照明は月の光。楽しみ方に際限はなく、人それぞれの「作品の楽しみ方」がここにはある。

そしてなによりも砂浜美術館の“数々の作品”は、人が豊かに持続的に生きていくための大切なことを教えてくれ、心の中に無形の作品を創造する。

### 砂浜美術館の誕生

砂浜美術館は偶然の出会いから生まれた。

1989年の春、私と同僚Mは、高知市内のデザイナーU氏と初めて出会う。当時はバブル経済の真ただ中。世の中には金が余り、政府は「ふるさと創生」で全国に金をばらまき、地方自治体は1億円で金塊を買ったり、住民を海外旅行に連れて行く“研修旅行”を行ったりと、「むらおこし」ブームであった。

高知県内の町でも、1億円の金塊でカツオの置物を作ったり、ダム湖で有名歌手のコンサートをやったことが、まちづくりの成功例として報道されている時代だった。

U氏は、このような風潮に並々ならぬ“怒り”を持っていた。「県庁や市町村役場は、くだらないことばかりする。まちづくりのコンセプトなどひとかけらもない」と、役場職員である私たちも最初から切って捨てられた。

しかしなぜか私たちはU氏の言うことに反発も覚えず、思わず同意をしまい、結局初対面にも関わらず、4時間もU氏の事務所で話し込んでしまった。その時にU氏から提案されたのが「Tシャツアート展」の企画である。U氏は言った。「お前たちは、今までの公務員とはどうも違う。これ(Tシャツアート展)をやってみないか」。思わず私たちはその場で「やります」と言って帰ってきたのである。

「やります」と言って帰ってきたものの、実行するには資金がいる。なによりも仲間がいる。そこで仲間を募った。「とにかく面白いことをするから集まってくれ」という誘い文句で、農業、団体職員、銀行員、公務員と9名の仲間が集まった。資金は、イベントをPRするTシャツを2,000枚作成・販売して確保した。

しかし過去、青年団でイベントを繰り返し、数年で燃え尽きる経験をした私たちは、作品をプリントしたTシャツを砂浜に吊るすだけでは、単なる“変わったイベント”に終わってしまう。マスコミ受けをするイベントを単発にやっても継続は難しい。そうならないためには、このイベントの意義や目的をはっきりさせた“しっかりした考え方”がいるのではないかと考えるようになった。

入野海岸の砂浜は、私たちにとっては生まれた時からなじみのある原風景であり、憩いの場であり、遊び場であった。目の前にいつまでも変わらないで存在することが当たり前の風景であった。

そのことを改めて見つめ直した時、「そこにあるもの全てが作品でいいのではないか」という、開き直りともいえる発想が浮かんできたのである。それは、当時バブルで全国の町や村の田んぼの中に、美術館や音楽ホールが建設されていくことへの、ある種のアンチテーゼであった。

このような私たちの会話を横で聞いていたU氏がコンパクトにまとめたのが冒頭のコピーである。ここに砂浜美術館が誕生したのである。

### 地域づくりとしての美術館

一般的に美術館は、「美術(映画を含む)」に関する作品その他の資料を収集し、保管して公衆の閲覧に供するとともに、これに関連する調査及び研究並



写真6 走る人も作品



写真7 潮風のキルト展



写真8 漂流物展



写真9 修学旅行生への説明



写真10 A3サイズの「おおがたはがき」



写真11 ホエールウォッチング

びに教育及び普及の事業等を行うことにより、芸術その他の文化の振興を図ることを目的とする施設」(国立美術館法第3条)である。しかし「Tシャツアート展」に端を発した砂浜美術館の目的は、「私たちの町には美術館がありません。美しい砂浜が美術館です」という、“考え方”をより多くの人々に伝え、共に地域づくりを進めることにある。考え方を人に伝えるためには何かで表現しなければならない。イベントはそのための一手段であると考え、「Tシャツアート展」「シーサイドギャラリー」「潮風のキルト展」「漂流物展」などを集中的に行っていた。またこれら恒例のもの以外に、個人や団体と連携した企画展も実施した。

「Tシャツアート展」を皮切りに始まった砂浜美術館のイベントは年々内容が膨らみ、夏の一時期に集中して開催する一大イベントになり、4日間で5万人以上を集客した。

イベントの規模が大きくなると同時に、当初9人のスタッフは40人以上のグループに膨らみ、スタッフは各自の仕事の合間をやりくりして昼夜、平日休日を問わず、企画会議やイベントの準備に追われた。

そのようなことを数年繰り返すうちに、次第にスタッフの意識が、イベントを消化することが目的になってしまい、本来のコンセプトとのずれを感じるようになってきた。また、砂浜で行うイベントそのものの総称が砂浜美術館であるかのような誤解やイメージが広がるようになったため、1994年を最後に夏の一時

期に集中的に行っていた大規模イベントは規模を縮小した。そして春の「Tシャツアート展」、夏の「シーサイドギャラリー」、秋の「潮風のキルト展」、冬の「漂流物展」といったように、内容を年間に分散させ開催することとしたのである。同時に事務局の業務は専従職員一人を雇用し、年間を通じ業務に当たってもらうこととした。

事務局業務を有償スタッフに任せられるようになり、われわれ無償スタッフの負担は大きく軽減された。それまで「地域の資源を活用した地域づくりが大事」というメッセージを主張しながらも、イベントに追われ、つつい一過性の取り組みに終りがちだったが、徐々に、砂浜美術館のコンセプトを伝えられる取り組みが行なえるようになっていったのである。

その結果、砂浜美術館の考え方は黒潮町の総合振興計画にも反映され、『まちづくりの基本理念』(2008年6月黒潮町策定「第1次黒潮町総合振興計画」第Ⅱ編第3章)として位置付けられるようになった。砂浜美術館のコンセプトは、この20年間で黒潮町の地域づくりの哲学となり、人々に地域への誇りと自信を与えてきたと感じている。

### 広がる活動

その後、砂浜美術館の活動範囲は教育にも広がり、地域の小中学校や高等学校で砂浜美術館の活動やコンセプトの紹介、漂着物などをテーマに環境問題についての授業や、修学旅行生へのガイドなど

の依頼がある。

また、一般的な美術館にあるようなミュージアムグッズも、砂浜美術館のコンセプトを伝える重要な方法である。はがきも当初から各種制作している。旧大方町の地名にひっかけて、A3サイズの「おおがたはがき」はイベント会場から投函できるはがきとして人気を得た。紙だけでなく、海岸に打ち上げられた板状の流木を使った「流木はがき」は話題性十分だった。書籍類も数点制作を行った。Tシャツアート展入賞作品を商品化した「Gallery T」なども販売している。

私たちは、「砂浜美術館の活動(コト)が地域の経済(モノ)と結び付いてこそ本物である。住民一人一人が砂浜美術館の理念を意識して行動すれば、必ず産業や教育、地域づくりに生かされる」と主張してきた。形のない理念を形のある商品で表現する。流通によって住民に利益をもたらす循環ができれば、地域経済への波及が理念の普及をもたらすであろう。

しかし10年継続すれば文化になると言われた砂浜美術館の活動が、地域経済へ十分な波及をもたらしているかと言えば、まだまだ不十分である。

確かに過去には、特産の黒砂糖を使ったアイスクリームや県内最大の産地であるラッキョウの商品化を試みたこともある。これらは砂浜美術館のコンセプトとネーミングの面白さから一時的に注目されたことはあったが、事業として継続するには至らなかった。

砂浜美術館の理念が真に地域の価値を高めるためには、地域の文化を地域経済の発展に生かしていく仕組みを、改めて構築しなければならないと思っている。

### 変わらない理念

砂浜美術館誕生の1989年、日本に欧州からエコミュージアムの概念が紹介され、一部の自治体でまちづくりの手法として導入された。砂浜美術館のコンセプトはこれに通じるものがあるが、その始まりはエコミュージアムを参考にしたものでも、地域活性化の必要性から考え出されたものでもない。その発想はこの地域で生きてきた人々が、発見し育ててきた内発的地域哲学である。地域の新たな価値の創造といっても過言ではない。

発足当初の砂浜美術館は、砂浜を利用したユニークなイベントとして注目されることが多かった。広大な砂浜、海、松原を背景としたイベントは絵にもな



写真12 流木も商品

り、取材対象としては分かりやすいものだったからだろう。それが、1995年頃を境に取材依頼の趣旨が変わってくる。建物のない美術館という発想や考え方に対する取材が徐々に増えてきたのである。1995年は阪神大震災のあった年である。バブル経済も昔のものになり、次第に社会の価値観が変化していった年だったのかもしれない。

その中で砂浜美術館は、都会の価値観に惑わされることなく、独自の感性、価値観で地域の哲学を作ってきたと思う。それができたのは変わるものがない理念があったからだ考える。

砂浜美術館は2003年にNPO法人化を行った。現在では美術館活動のほかに、ホエールウォッチングや観光協会事務局など観光振興に関する受託事業、指定管理者として公園管理業務、情報発信業務なども行っている。常勤有償スタッフ7名のほかに、非常勤スタッフ数十名を抱える県下有数のNPO法人である。

法人の経営は厳しく、次年度の保証はほとんどない。そのような経営状況の中、事務局スタッフのみならず理事、会員関係者一同、砂浜美術館から発信する地域づくりを模索し、常にチャレンジを行っている。

今後も、ここにしかない「文化の物差し」を一人一人が誇りを持ち活用することで、その文化が地域を豊かにする「美しい砂浜が美術館です」という“考え方”を、地域産業や福祉、環境、都市計画などまちづくりの様々な分野に、生かしていきたいと思うのである。

<写真提供>  
写真1、4、5、6、7、8、10、12 筆者  
写真2、3、9、11 NPO法人砂浜美術館