Living with the Earth

# 土祭 2015

土祭 2015 総括報告書

土祭事務局

2016.3

……目次……


Ⅰ 土祭 2015 概要［P3］

1.実施概要

2.事業規模［会場・企画・人員］

3.事業規模［予算・決算］

4.今回の特色

Ⅱ 来場者の状況［P8］

1.来場者数

2.パスポート・ガイドブック販売と配布実績

3.来場者の満足度

Ⅲ 企画運営参加者の状況［P11］

1.企画運営参加者の満足度

Ⅳ 個別企画における報告［P12］

1.風土・風景を読み解くプロジェクト

⑴地域ごとに風土・風景を読み解く

⑵展示「益子の風土・風景を読み解く」

⑶土祭風景遠足

⑷別添　廣瀬ディレクター報告書

⑸風土・風景を読み解くプロジェクトの成果と考察

2.展示

⑴作家展示　⑵益子の原土を継ぐ

3.イベント

⑴益子手仕事村　⑵益子風土学セミナー

⑶まちなか映画館、太平座　⑷月待ち演奏会

⑸演劇「花音」　⑹ゲストハウスプロジェクト

4.飲食関連

⑴夕焼けバー　⑵土祭食堂　⑶まかない食堂

5.関連企画

⑴榎本新吉流　光る泥団子　⑵ほか関連企画

⑶地域企画｜上大羽、城内

Ⅴ 広報・メディア制作における報告［P34］

1.時系列で整理する実施概要

2.ビジュアルアイデンティティという視点で整理する実施概要

3.広報活動やメディア制作での成果

4.考察

Ⅵ 準備・運営・サービスにおける報告［P42］

1.準備

⑴会場の検討選定　⑵会場設営

2.会期中の運営　受付と会場管理

3.来場者サービス

⑴駐車場・巡回バス・テントサイト

⑵パスポート・マップ・ヒジサイシンブン

⑶会場サイン・のぼり

⑷情報伝達についての考察

Ⅶ 企画・運営の体制についての報告［P48］

1.企画運営における体制と進め方

2.評価と考察

Ⅷ 土祭 2015 の総括［P51］

1.「土祭 2015」の企画方針について

⑴来場者および外部評価

⑵土祭が果たした/果たす役割

2.今後の展開について

⑴地域振興策としての土祭の意義を再考する

⑵第４回土祭に向けて

巻末資料

１　各展示会場の来場者数

２　パスポート・ガイドブック販売・配布実績

３　ガイドブック通信販売実績

# Ⅰ　土祭 2015 概要

## 1. 実施概要

### ⑴ 実施概要

名称｜土祭 2015 Living with the Earth

コンセプトコピー「この土地で生きることの祭り」キーワード「継ぐ」「識る」「澄ます」「照らす」「結ぶ」

会期｜2015 年 9 月 13 日［日/新月］から 28 日［月/満月］まで

会場｜益子町内各所　　基本開場時間｜10:00～17:00

主催｜土祭実行委員会　　共催｜益子町　　実行委員長｜益子町長　大塚朋之

企画制作・運営｜土祭事務局＋土祭企画運営委員会

内容｜展示、演奏会、市場、セミナー・演劇・映画・ワークショップほか

パスポート｜500 円（中学生以下無料）　益子町民無料

ガイドブック｜別売り　8 月 20 日発行 800 円（税込み）

### ⑵ 組織

**土祭実行委員会**

実行委員長｜大塚朋之　副委員長｜外池茂樹（観光協会）　法師人弘（副町長）廣田茂十郎（議長）

岡良一郎（教育長）塚本裕昭（商工会会長）小島富子（農畜産物振興協議会）高松勝則（自治会長連絡協議会）

船坂公男（文化協会）大塚恵子（女性団体連絡協議会）林香君（文星芸術大美術学部教授）

**土祭企画運営委員会**

ワーキンググループ｜小玉貴浩　大塚一弘　塚本ゆ美子　仲野信吾　髙山英樹　町田泰彦　高田英明

地域リーダー｜法師人和哉　豊田英雄　植田光司　大塚ゆかり　神谷耕司　山崎喜生　黒子善久

土祭風土形成ディレクター｜廣瀬俊介　　土祭表現ディレクター｜川崎義博

**土祭事務局**

局長｜産業建設部長　高野貞夫　　次長｜観光商工課長　高濱文夫　　係長｜加藤優子

プロジェクトマネージャー｜簑田理香　　制作・運営・進行リーダー｜増田興二

制作・運営・進行｜萩原潤、今井知弘（地域おこし協力隊）

**委託先・協力スタッフ**

□土舞台　月待ち演奏会　演出・進行｜押久保欣久　高松泰

□アートディレクションとデザイン：ガイドブックほか｜Takuu Tuore　須田将仁

□ウェブサイトデザイン・制作｜TRUNK 笹目亮太郎・小池隆夫　モノダム 吉原包敏

□サイン・マップ＆パスポートデザイン・制作｜TRUNK 笹目亮太郎・助川智美・小池隆夫

□空間構成ほか協力｜東北芸術工科大　建築・環境デザイン学科　田賀陽介准教授

□ワークショップほか協力｜アイシオール　多田君枝・豊永郁代

## 2. 事業規模［会場・企画・人員］

### ⑴ 会場規模

以下のような会場構成で各種プログラムを実施し、初めて「町内全域」をカバーした。

・地域ごとに風土・風景を読み解くプロジェクト｜町内全域 13 地区で「つどい」実施（会期前）
・展示およびイベントのメイン会場｜本通り・城内・道祖土・下大羽・西明寺・山本
・土祭風景遠足コース｜＊ぐみ川水系（田野・山本）　＊小宅川水系（小宅・芦沼・七井）
＊大羽川水系～小貝川右岸（栗生・上大羽・下大羽・大沢・星の宮・塙）

### ⑵ 企画数と出演者数

**プログラム数**　総企画数 56
内訳①会期中 35（展示企画 22 会場、イベント系 9 企画、　物販、飲食 4 企画）
②会期前実施ワークショップなど 6　③自主企画 15

**出演者数** 出展・登壇・公演者として 609 名、出店者として 95 団体 263 名が参加
内訳①展示およびイベント等参加作家　計 51 名　作品制作参加児童　計 34 名
②セミナー・トーク系企画の登壇者・スピーカー　計 32 名
③土舞台「月待ち演奏会」の出演者　31 団体　計 491 名
④益子手仕事村　出店者　63 団体　103 名
⑤夕焼けバー　　出店者　30 団体　121 名
⑥土祭食堂　　出店者　3 団体　58 名

### ⑶ 運営スタッフ数

**体制**　企画制作・準備については、事務局員 5 名と 2 名のディレクター、住民ワーキンググループ、地域リーダー計 14 名からなる企画運営委員会で行った。企画によっては職員や民間で企画制作チームを組んだものもある。　＊体制づくりの経緯などについては、Ⅶで後述する

**スタッフ数**　企画・準備から運営まで:事務局 5 名に加えて職員計 28 名＋民間個人、協力団体や会社。
内訳①各プログラム企画チーム 職員計 33 名・民間 8 ＋協力団体や会社　②受付準備チーム職員 3 名③竹チーム 14 名（職員 12 民間 2）④サイン・のぼり設置約 17 名（職員 15 名＋民間）
⑤交通チーム職員 3 名 ⑥会場準備・設営 職員約 35 名＋民間 22：各会場の地域の方々

**スタッフ数**　会場受付・駐車場係　合計のべ 718 名
職員のべ 419 名 地域住民のべ 299 名

## 3. 事業規模［予算・決算］

予算執行に当たっては、予算額 23,000,000 円に対し、決算額は 22,793,014 円で、執行率 99%での決算となった。
前回に増して企画が増えた為、担当それぞれ、予算執行には細心の注意を払った。予算項目間での流用もやりくりしながら行い、限られた予算を最大限活用できたと考える。

**《考察》**
予算については、1 つ 1 つの企画について、内容と予算を極力精査した予算枠を作成することが重要。多くの関わりの中で企画を進めていく為、流動的なこともあるが、予算があっての企画であることを共有し、限られた予算の範囲で、最大の効果が得られるよう努めることが大切である。

収入、支出の内訳を以下にまとめる。
収入、支出ともに、2016 年 3 月 1 日現在における実績額で記載している。

（収入の部）23,525,300 円

| | 項目 | 当初予算額 | 補正額 | 収入額 | 概要 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 町交付金 | 22,000,000 | 0 | 22,000,000 | |
| 2 | ガイドブック等販売収入 | 1,000,000 | 443,204 | 1,443,204 | ガイドブック･パスポート オリジナルグッズ |
| 3 | 雑入 | 0 | 111,472 | 111,472 | 利息・御祝・協賛金 |
| | 合計 | 23,000,000 | 554,676 | 23,554,676 | |

（支出の部）22,793,014 円

| | 項目 | 当初予算額 | 補正額 | 支出額 | 概要 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ディレクション・プランニング等 | 3,300,000 | ▲299,136 | 3,000,864 | 専門家委託料、地域企画報償費 |
| 2 | ガイドブック・ポスター他広報関係 | 4,046,000 | 288,300 | 4,334,300 | ガイドブックデザイン委託、印刷、執筆報償、マップ・パスポート制作委託、ウェブ制作等 |
| 3 | 作家展示関係 | 4,800,000 | ▲129,505 | 4,670,495 | 作家制作展示委託（20 名）ワークショップ材料等 |
| 4 | 風土・風景プロジェクト展示 | 60,000 | ▲54,633 | 5,367 | 展示用消耗品 |
| 5 | 原土プロジェクト | 150,000 | ▲31,872 | 118,128 | 原土、展示会場什器制作、ワークショップ消耗品等 |
| 6 | 手仕事村 | 40,000 | 41,296 | 81,296 | 運営サポート報償費等 |
| 7 | セミナー・映画館 | 1,110,000 | 50,761 | 1,160,761 | 講師・コーディネート謝金、映画レンタル料、監督トーク・企画謝礼、消耗品 |
| 8 | 演劇（花音） | 1,000,000 | ▲4,858 | 995,142 | 演劇委託料、フライヤーデザイン・印刷、消耗品等 |
| 9 | ゲストハウスプロジェクト | 1,100,000 | 282,318 | 1,382,318 | 建物解体工事、左官ワークショップ企画運営委託等 |
| 10 | 西明寺プロジェクト | 160,000 | 79,920 | 239,920 | ワークショップ謝礼、消耗品 |
| 11 | 土祭食堂・夕焼けバー | 100,000 | ▲83,546 | 16,454 | 駄菓子コーナー消耗品等 |
| 12 | 演奏会 | 720,000 | 220,605 | 940,605 | 出演謝金（町民・朝崎）音響委託、消耗品等 |
| 13 | 会場設営 | 1,250,000 | ▲139,900 | 1,110,100 | 竹テント材料、広場設営工事、展示場所工事、消耗品 |
| 14 | サイン等 | 1,100,000 | ▲128,917 | 971,083 | デザイン・制作委託、のぼり制作委託、消耗品 |
| 15 | 事務局経費 | 4,064,000 | ▲297,819 | 3,766,181 | 会議・踏査謝金（専門家・町民）旅費、地域通貨、土地建物使用謝金、ボランティア賄材料、巡回バス使用料、オリジナルグッズ制作費、広場水道工事、パネル設置・撤去、開幕の儀経費、会期中撮影委託、通信費、消耗品費 |
| | 合計 | 23,000,000 | ▲206,986 | 22,793,014 | |

## 4. 今回の特色

「できるかぎり多くの町民の手で」
次回４回目からは「町民主導で土祭を行う」という町の方針を受け、
また、これまでの「まだまだ町全体の祭りとなりえていない」という総括から
今回は、総合プロデューサーを置かない中で、できるかぎり多くの町民の手で作り上げる
祭りとするために、いくつかの仕組みや企画を用意し、企画から運営にあたった。

①企画の基礎は住民と掘り起こし共有する「益子の風土」とし、
新しい仕組み「益子の風土・風景を読み解くプロジェクト」を企画、実施した。

②展示やイベントの会場となる地域を中心に、町民代表 14 名が参加する
「企画運営委員会」の立ち上げと事務局との協働。

③幼児・児童・生徒…、バトンを渡す「次世代」が企画や制作から参加できる
プログラムを用意した。
「ピンホールカメラ」「シネカリグラフィー」のワークショップによる作品作りと展示
「益子風土学セミナー」にて「中学生特別企画」の実施
「月待ち演奏会・夕焼けバー」にて「子どもの日」の設定、など

④作家展示や市場「益子手仕事村」「月待ち演奏会」「益子風土学セミナー」など
益子在住の作家や作り手や、さまざまな活動をしている地域の方達の
出演者側としての参加企画を増やした。

⑤会期中の受付スタッフを各地域自治会や老人会などに委託。
前回までは役場職員とヒジサポによる受付スタッフ編成であったが、
今回は、会場によっては地域の自治会へスタッフ編成を依頼した。

# Ⅱ 来場者の状況

## 1. 来場者数

○総計　　会期中（9/13-9/28）の来場者数は延べ５８，６２４人の来場があった。

| | 来場者数（人） |
|---|---|
| 常設展示 | ５２，０８９ |
| イベント | ６，５３５ |
| 小計 | ５８，６２４ |
| （参考）関連企画等 | ２，９６０ |

※来場者カウントについて
常設展示及びイベントへの来場者は、各会場の入口や会場内でのカウント、聞き取りによるものの合計とした。関連企画等への来場者数は会期終了後主催者に聞き取り確認したものの合計とした。

**《考察》**

・前回よりも約６，０００人多い来場者が訪れた。これには「会期が１日多い」「土日祝日が前回の６日より８日に増えた」「晴天の日が１６日間のうち１１日であった」といった要因が挙げられる。
・上記要因が寄与して来場者増に結び付いたが、ただ単に来場者「数」を追うのではなく、この土祭が来場者の印象に深く、残るよう実施していくことが今後継続していく上での課題のひとつと言える。

○各展示会場来場者数　　＊各展示会場の来場者数は巻末別紙１の通りである。

**《考察》**

・今まで会場としてきた地区に加える形で、西明寺地区、山本地区（「花音」開催時のみ）を広げた。また、風景遠足において、益子全域を巡るような構成のコースを作成するなど、広範囲に渡り、展示だけでなく益子の原風景を体感してもらうことができるような会場構成であった。
・来場者アンケートによると、廻ることができたスタンプラリー箇所数が半分以下の来場者の割合が半数を超えた。会場が広範囲にわたることで、全ての展示等を見ることができない来場者（遠方から来町し長く滞在できない等）が多くいたように感じた。会場拡大に伴うリスク（来場者減、満足度低下）を考慮した会場選定が必要と感じた。

## 2. パスポート・ガイドブック販売と配布実績　　＊詳細は巻末別紙２を参照

| 区分 | パスポート | | ガイドブック | | 合計（円） |
|---|---|---|---|---|---|
| | 冊数（冊） | 金額（円） | 冊数（冊） | 金額（円） | |
| 販売 | 1,865 | 932,500 | 626 | 487,704 | 1,420,204 |
| 配布（無料） | 6,825 | － | 6,387 | － | － |
| 合計（冊） | 8,690 | － | 7,013 | － | － |

**《考察》**

・前回はパスポートを購入した方にガイドブックを配布した。今回は、パスポートとガイドブックを分けて販売した。パスポート販売数は前回比約５２％減と大きく減少した。

・町民へはパスポート・ガイドブック・ヒジサイシンブン等を事前配布した。

・前回より販売数が減少したパスポートについては、販売場所を前回より大幅に減らし、パスポートが来場者の目に触れる機会が減ってしまったことが原因として挙げられる。前回はほとんどすべての展示やイベント会場となる 22 箇所で販売したが、今回は会場受付の 7 箇所（＋西明寺協力店２箇所、二日間のみ山本１箇所）に止まった。販売箇所を 1/3 に減らして、販売数は約 1/2 の減となった。会期中の受付スタッフからは「パスポートを購入しないで、今回増えた野外展示と夕焼けバーや手仕事村を楽しんでいる来場者も多かったと感じた」との報告もあり、今回はパスポート売り上げと来場者の数に、それほどの相関はなかったと考えられる。ふりかえりアンケートでは「パスポート制は廃止しても良いのでは」という意見も見られた。

・今回は、会期前にも予め会期中の内容を見ていただき、来町する動機づけになるようガイドブックの通信販売を実施（通信販売実績については巻末別紙３参照）し、北海道・東北、九州・沖縄といった遠方の購入者が見受けられた。

## 3. 来場者の満足度

前回と同様に、パスポートにスタンプラリー・アンケートを設け、会場パスポート販売所・受付にて回収した。町内・県内・県外在住者に分けて集計およびフリーアンサーの書き出しを行った。

集計有効枚数　合計４１１枚（町内６２枚　県内１１６枚　県外２３３枚）

【属性データ】

・年　齢　３０歳代２３．６％　　２０歳代１７．５％　　４０歳代１４．４％

・性　別　女性６２．５％　　男性３７．５％

・居住地　町内　①益子３８．７％　　②塙１６．１％　　③七井９．７％

県内　①宇都宮市　４７．４％　　②真岡市１１．２％

③那須塩原市５．２％・鹿沼市５．２％

県外　①東京都２７．５％　　②茨城県２５．３％　　③神奈川県１４．２％

（参考：２０１２　①東京都　　②茨城県　　③埼玉県）

（参考：２００９　①茨城県　　②東京都　　③群馬県）

・職　業　①会社員 44.5%　　②パートアルバイト 8.8%　　③公務員 8.3%

【満足度データ（%）】

| | | とても満足した | まあまあ満足した | あまり満足しなかった | 満足しなかった |
|---|---|---|---|---|---|
| 町内 | 2015 | 41.9 | 51.6 | 3.2 | 1.6 |
| | 2012 | 37.3 | 44.8 | 10.4 | — |
| | 2009 | 40.5 | 53.4 | — | — |
| 県内 | 2015 | 59.5 | 36.2 | 1.7 | 0 |
| | 2012 | 64.6 | 28.3 | 4.9 | — |
| | 2009 | 48.1 | 45.4 | — | — |
| 県外 | 2015 | 54.9 | 40.3 | 2.1 | 0.4 |
| | 2012 | 58.7 | 38.2 | 0.9 | — |
| | 2009 | 47.7 | 46.4 | — | — |

来場者アンケートで尋ねた「土祭への感想や要望」などは、後述の報告の中で適宜引用していく。

**《考察》**

・男女とも３０歳代の来場者が高い割合を占めた。特定の年齢層に偏ることなく、幅広い年齢層の来場者が見受けられた。

・関東圏内からの来場者が高い割合を占めた。アンケート回収数は少数だが、兵庫県・徳島県といった遠方からの来場者も見受けられた。

・「まあまあ～とても満足した」来場者の割合をトータルで見ると、
町内 93.5%（2012 年は 82.1%）、県内 95.7%（2012 年 92.9%）、県外 95.2%（2012 年 96.9%）となり、町内来場者については、満足度があがり、「あまり満足していない」も 8.2%減少しており、地元のみなさんへも町外からの来場者にも満足していただけたと考える。

## Ⅲ 企画運営参加者の状況

### 1. 企画運営参加者の満足度

企画運営参加者とは、Ⅱで述べてきた「来場者」を迎える側である。「出展作家」「出店者」「登壇者」「公演者」などの出演者側や、企画チーム、会期中の受付担当などが含まれ、土祭終了後 10 月に「土祭 2015 ふりかえりアンケート」を実施した。アンケート回答全文掲載の集計結果は、別途資料として添付し、ここでは、「満足度」についての集計結果を紹介し考察を加える。

・有効回答数 108 枚　内訳｜民間（出店者や企画チーム）38 名、出展作家や登壇者 26 名、職員 44 名

準備中および会期中の満足度について / (　)内は、2012 年の同質問での割合

| | 準備中 | | | | | 会期中 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 作家 | 民間 | 職員 | 合計 | 合計% | 作家 | 民間 | 職員 | 合計 | 合計% |
| 1. とても楽しかった | 9 | 11 | 2 | 22 | | 10 | 14 | 4 | 28 | |
| 2. 楽しかった | 7 | 15 | 9 | 31 | 82.4% | 7 | 14 | 10 | 31 | 82.2% |
| 3. まあまあ楽しかった | 6 | 7 | 18 | 31 | (83.2) | 4 | 5 | 15 | 24 | (87.6) |
| 4. 少しつらかった | 2 | 3 | 6 | 11 | | 2 | 4 | 5 | 11 | |
| 5. つらかった | 【1】 | 1 | 3 | 5 | 17.3% | 1 | 1 | 1 | 3 | 17.8% |
| 6. とてもつらかった | 0 | 0 | 2 | 2 | (16.8) | 0 | 0 | 4 | 4 | (12.3) |

無回答　準備中６名　会期中７名 複数の企画に関わり、一部について異なる回答があったものを【　】で示した。

**《考察》**

作家や登壇者、民間関係者、職員の合計で「とても～まあまあ楽しかった」と回答した人で８割超を占めており、前回 2012 年のデータとほぼ変わらない。

「楽しい」理由を回答していただいたフリーアンサーで顕著なのは、「人との交流や新しい繋がりを構築できた」満足感である。たとえば、民間スタッフ「人との出会いが一番嬉しかったです。準備も楽しめました」、作家「会場近くの住民のみなさんとの交流」、職員「会場設営の準備中、町民の方々と協力でき、嬉しさを感じた」など。会期中になると、そこに来場者との交流が加わり、民間スタッフ「来場者から労いの言葉をいただいたこと、土祭をほめていただいたこと」、作家「ご来場いただいた方々と自分の作品を通して益子について語り合うことができたことが嬉しかった」、職員「みなさん笑顔で見学に入り、笑顔でお礼を行っていかれました」などの声がある。

# Ⅳ 個別企画における報告

## 1. 風土・風景を読み解くプロジェクト

### ⑴ 地域ごとに風土・風景を読み解く

**《実施の経緯と概要》**

土祭の企画や表現の基礎とし、土祭以降の町づくりにもその成果を繋げることを目標に、風土調査の専門家（廣瀬ディレクター）と事務局で各地域の住民の協力を得ながら町全体(2014/6-9)および町内全 13 地域ごとに風土調査を行い、その共有の場「地区ごとの風土・風景を読み解くつどい」を各地区公民館で開催し(2014/10-2015/6)、その成果をさまざまな形で公開・活用した。

◎踏査全 80 日、聞き取り計 72 回・83 名、つどい及び報告会参加者合計 644 名*

*内訳：13 地区ごとに公民館で開催した「つどい」は民間 428 名・役場職員 111 名、「報告会」は計 105 名

**目的**

目的は、冒頭でも確認してきた「地域ごとの細やかな風土の掘り起こし・共有を図り、土祭の基礎とする」ことであったが、周知という側面からは、「土祭とは？　土祭を行う町にとっての意味」を、できるかぎり多くの住民に伝えていくことであった。そのために、各地区でのつどいの実施にあたっては「土祭とは？」の説明も記載した「つどい」告知チラシを地区ごとに全戸配布し、つどい上映のスライドでも、廣瀬ディレクターから「風土とからめての土祭の意義」を説明している。

**つどいの様子**

各地区のつどいの様子としては、シニア世代の参加が多いが、子育て世代や益子出身で首都圏で働く方が帰省をかねて参加されていたり、笠間エリアの陶芸家や、宇都宮からの自治体職員の参加もあった。スライドでの講話は一方的な話ではなく、地元の方に「ご存知の方はいらっしゃいますか」などと問いかける場面も多いこともあり、参加者からの発言も多かった。町内で居住地外のつどいへ参加される方もいて、祭りや風習のことなど、地域間での情報交換なども行われた。

**《成果と考察》**

**成果物の制作と公開**

3 地区ごとに「土祭基礎資料」として以下の 4 項目についての記録をまとめた

①廣瀬ディレクター作成の「つどい」で上映したスライド　②「つどい」での談話録

③聞き取り記録の書き起こし　④文献や写真などの資料

以下の方法で公開を行っている（継続中）

①簡易製本を行い、土祭会期中に元むらた民芸店にて展示・閲覧の場を設けた。

②公式ウェブサイトにて全基礎資料を PDF にて公開している。

③今後、地域づくりの参考基礎資料として関係各所に配布や設置を検討中。

**土祭の会場選定･企画･表現への反映**

展示：①参加作家全員へ、展示会場がある地区の基礎資料を配布

②西明寺のテーマ設定「ドウメキのコウホネ」（西明寺地区や城内地区での聞き取りから）

会場：③展示会場として円道寺池や益子稲荷神社の選定（城内地区での踏査や聞き取りから）

④演劇「花音」山本八幡神社の選定（当地区での農村歌舞伎舞台の歴史や気風の聞き取りから）

企画：⑤土祭風景遠足の企画と３コースの選定

⑥益子風土学セミナーのテーマ設定と益子スピーカーの人選

「土と農業」（西明寺や田野地区の農家の方の聞き取りから）

「民藝・作ることと売ること」（道祖土や城内、小宅・芦沼などの陶芸関係の聞き取りから）

「音楽と伝承」（山本や田野など伝統芸能の継承に関する聞き取りから）

「表現と宗教」（星の宮や山本などでの北陸からの入り百姓についての聞き取りなどから）

⑦益子手仕事村のコンセプトと企画名（城内・日下田正氏などの聞き取りから）や、
地域の方の「藁を使った、ほたる籠作りワークショップ」開催にも繋がった。

⑧夕焼けバーでの駄菓子企画（田野の行事食・風土食の聞き取りや七井幼稚園長の話から）や、
下大羽や塙地区の出店にも繋がった。

⑨地域の自主企画の実施にも反映（上大羽・西明寺・城内）

⑩土祭公式ガイドブック企画内容に反映（前半の「人」「風景」から風土性を伝える記事）

**各種アンケートにみる評価**

①効果について　「ふりかえりアンケート」（別添資料）より

Q7 このプロジェクトを基礎としたことの土祭への評価をどう考えますか？（５段階評価）

- 効果があった　77.8%　(とても良い効果 13.9%　効果あり 30.6%　まあまあ 33.3%)
- 効果はなかった　6.4%　(あまり効果なし 4.6%　ほとんど効果なし 1.8%)
- 無回答　15.8%

効果の根拠を尋ねた質問への自由記述では 59 名もの方が丁寧に感想や評価を述べており、内容を分類し意見として多い順に「町民の土祭への理解と参加意識が高まった」「益子ならではの企画や、ふだんの地域づくりに繋がった」「地元への理解が深まり魅力や資産を見直す契機となった」という内容となっている。

②今後の展開について　「ふりかえりアンケート」（別添資料）より

Q8 土祭 2015 の企画内容で今後も続け次の土祭へ繋いだ方がよいもの（13 項目から 3 項目を選択）

1 位「古い建物や屋外での作品展示」44 票　　2 位「夕焼けバー」40 票

3 位「風土・風景を読み解くプロジェクト」35 票

4 位「土や左官系ワークショップ」34 票　　5 位「土舞台　月待ち演奏会」

効果の根拠を尋ねた質問への自由記述では、1 位 2 位より多くの方が理由を述べており「長く続けることで醸成されるものがある」「風土という切り口が土祭の大きな可能性を予感させる」「益子の土地がもっているポテンシャルを発見することに繋がる」「益子の各地区の子どもたちが中心となって…このプロジェクトをやってほしい」などの声がある。

そのほか詳しい考察については、章全体の考察として、後述する。

⑵ 展示「益子の風土・風景を読み解く」

**《実施の経緯と概要》**

土祭会期中、土祭本部と総合案内所に併設する形で、田町の元むらた民芸店で以下の内容を展示し、自由に閲覧できるものとした。

①13 地区の基礎資料を各 2 冊ずつ　②廣瀬ディレクターのスケッチ画

③益子踏査時のフィールドノート　④益子の風土の読み解きに参考となった文献や書籍

基礎資料については会期初日に事務局側の制作が間に合わず、田野地区までの展示となり、

その後、完成次第順次の設置となった。

**《成果と考察》**

①満足度について　「来場者アンケート」より（別添資料）

Q よかった企画の番号をお書きください。（全 34 企画より複数回答可で選択）

来場者合計での評価で 56 票・8 位 / 全 34 企画中。県内での評価が特に高く 5 位。

②展示スペースには自由に感想を書けるノートを設置し 17 名の書き込みがあった。

⑶ 土祭風景遠足

**《実施の経緯と概要》**

展示やイベントのメイン会場にならないエリアを中心にコースを設定し、廣瀬土祭風土形成ディレクターと地域の方々（各コース 2〜3 組、現地にて合流）のガイドにより希望者を案内するツアーを、会期中に 3 回実施した。

◎訪問地：町内各地区での「風土・風景を読み解くプロジェクト」の聞き取りや「風土・風景を読み解くつどい」の場で話題になったポイントを中心とし、参加者が風土形成の基礎となる「水の流れ」を意識しながら風景の中へと歩みを進められるよう、「水系」を基に 3 つのコースを設定した。また、一部のコースでは地域のガイドが散策ルートの選定に参加した。

◎時間設定：各コースの所要時間は 3 時間（昼食を挟む「ぐみ川水系コース」のみ 3 時間半）を予定していたが、いずれも訪問地での滞在時間が想定よりも長くなり、訪問地の予定変更や解散時刻の遅延が生じた。なお、「ぐみ川水系コース」については、山本八幡神社における演劇「花音」通常公演の集客の一助とすべく、コースの最後に同神社に立ち寄り、希望者はそのまま同公演を鑑賞できる時間設定とし、同コース以外は昼食時間帯に「土祭食堂」にて解散する時間設定とした。

◎参加者：コース中の狭い道や駐車場所を考慮して町のワゴン車 2 台を移動手段としたため、定員は各コース 10 名に限定され、事前に予約を受け付けたところ、全コースで申込みが定員に達した。町内や県内だけでなく、首都圏や東北からの参加者もあり、結果的に風土・風景のあり方や「風土・風景を読み解くプロジェクト」に高い関心をもつ方々が広域から集まる場となった。

**《成果と考察》**

参加者が事前に予約した少数に限られるため、「来場者アンケート」とは別にメールでのアンケートを行い、満足度を 5 段階評価で尋ねたところ、回答者平均値は 4.6 となった。フリーアンサーでは、学びの機会としての評価が顕著であり、継続を望む声も複数寄せられている。

例）「とても学びのある良いイベント」「風景を見る意識が変わった」「新たな視点を持てたので、とてもためになった」「益子の風土を知り、結果として良いものを残していくことにつながっていくであろう今回のような活動が継続していたらいいなと願う」

⑷ 廣瀬ディレクター報告書（別添）

⑸ 風土・風景を読み解くプロジェクトの成果と考察

１回目から「風土に根ざした」コンセプトを掲げてきた土祭であるが、３回目にして初めて「益子の風土」をテーマに地域住民を巻き込みながら時間をかけて丁寧に取り組んだ成果は大きい。具体的な成果として以下の３つを挙げる。

① 町民の土祭への理解と参加意識が高まり、実際にさまざまな企画への参加者が増えた

根拠の１つは、ふりかえりアンケートでの高評価であり、また、市場や夕焼けバーなどへの事務局からの参加の呼びかけへの反応も、出足は遅かったものの「つどい」が進むにつれ前回にも増して参加者が増え、またさまざまな場面での自発的な動きが増えていったことである。例として町民のフリーアンサーを挙げる。

「このプロジェクトのおかげで、町民の『やらされる側から、やる側へ』という意識と、わからなかった土祭とは？の町民の理解度が増した。町の良さを町民みんなで考えたことにより、協力してくれる方がすごく増えたように感じました」（ふりかえりアンケートより原文まま、町民スタッフ女性）

「今回３回目で、町民が参加して満足感がある。益子の地に足がついてきた祭になってきたと感じた」（来場者アンケートより原文まま、益子 48 歳女性）

2009 年からの土祭事業を通して事務局に寄せられてきた、さまざまな声から考察されることは、住民の意識がマイナスに働くのは、「一過性のイベントばかりで、町民に還元されるものが少ない」という意識が働くときと、他のアートイベントのように「町のことや町民の意識などとは縁遠い、外部の著名人がプロデューサーに迎えられる」場合だと考えられる。
今回の土祭で、馬場氏に代わる新しいプロデューサーを置かず、住民と協働で掘り起こしを進める自分たちの町の風土を基礎としたことは、土祭への理解や参加意欲だけではなく、土祭への「信頼感・安心感」をも醸成できたと考える。一例として、町民のフリーアンサーを挙げる。

「単なる一過性のイベントとしてではなく、益子町の風土や風景に根ざした祭りとして育んでいく、そのために遠回りであっても、地域住民とコツコツと積み上げていくという強い意志を感じることができたからです。」（原文一部抜粋、町内男性）」

参加意識の向上は、今回、町民参加企画を増やしたこととあいまって、満足度にも繋がったと考える。Ⅱ 3.に掲載した来場者アンケートの満足度では、居住地域によって町内・県内・県外でデータをまとめたが、町内回答者の満足度が、前回より顕著に上がっていることがわかる。
とても満足 41.9％（前回 37.3％）　まあまあ満足 51.6％（前回 44.8％）であり、
「あまり満足しなかった」は、3.2％（前回 10.4％）と減少している。

② 町民のそれぞれの地域に向き合う意識が高まり、地域づくりの新しい動きが生まれている。

13 地区で「つどい」を実施し、土祭風景遠足で、これまで展示やイベントの会場とならなかった七井や田野地区、そして塙・星の宮も会場としたことから３回目にして初めて「町内各所」が会場となった。その効果もあってか、これまで土祭の会場となっていなかった小宅地区や塙地区では「つどい」の際に今後の地域の取り組みについての発言が参加者からあり、土祭終了後に、七井地区では「このプロジェクトを参考にしながら今後の地域づくりを進めたい」という有志の取り組みが始まり、11 月 2 日の地区有志の会合には事務局から３名が参加した。議事録から、七井地区参加者の発言を抜粋する。

「今回の土祭の経験を基にした取り組みを担う人材は役場の生産性を上げるためにも必要であり、今後もその経験を町に還元する活動を継続できるようにすることが必要だと思う」（七井　佐藤氏）

③ 町外からの土祭に寄せられる注目・関心の幅が広がり、ブランド力アップへ貢献した。

2009、2012 から「土祭」でのクリエイティブ全般は、独自の益子ならではの世界観をつくるものとして益子町が獲得すべきファン層からの一定の評価は得てきていると考えるが、今回は、このプロジェクトを基礎としたことを早い段階からウェブサイトやリリースなどで明確に打ち出してきたことで、さらに、あらたな関心と評価（地元に還元できる「しくみ」をもった地に足がついた芸術祭として。地方創生の独自モデルとして）を得ることができたと考える。以下の根拠としての事例をあげる。

**他市町村の自治体職員や大学教員**

県庁や他市の職員、宇都宮大学新学部（地域デザイン科学部）や地域連携センターの教員の方々なども「つどい」に参加され、当プロジェクトの地域振興策としての意義や発展的な汎用性への評価・助言をいただいている

**他県のアートプロジェクト関係者**

今後あらたな芸術祭を予定している地域からは２件、視察としての来町があった。事前８月には金沢大学地域連携推進センターを拠点とした「能登里山里海マイスター育成プログラム」のみなさんで、平成 29 年に開催予定の「奥能登国際芸術祭」の会場となる珠洲市職員の方からは当プロジェクトへの質問・感想などが続いた。会期中には、平成 29 年に石巻市とその周辺で開催予定の「リボーンアートフェスティバル」（石巻市と ap bank の共催）事務局の方が来場、「風景遠足」にも参加され廣瀬ディレクターを交えて情報交換などを行った。また、土祭終了後、廣瀬ディレクターへは青森県立美術館から来年度の「大地に根ざしたアートの可能性を探求するプログラム」（予定）への参画についての相談があった。土祭における風土研究担当者としての環境デザイナーの招聘を評価してとのこと。

**大学での学びの場に**

大学生個人やゼミ単位での来場もあり、事務局メール宛への問い合わせなどもあった。会期中、展示会場では大学生のグループが時間をかけて資料などを読み、在廊の廣瀬ディレクターに熱心に質問する様子も多く見られた。そのひとつ、早稲田大学文学部教育学コース 3 年細金ゼミ地域活性化班からは、その時の学びをもとに報告書を作成中であるとの連絡が事務局に入っている。（1 月 7 日来庁）

**来場者の評価**

作家の展示や演奏会などのイベントと並んでの満足度調査（来場者アンケート）では、「風土・風景を読み解く展示」への評価は、予想より高く（8 位/34 企画中）、「地味」だと見られがちなものでも、住民や来場者がその意義を理解できれば満足度は高められることの表れだと推察する。来場者アンケートでは「土祭の感想」を尋ねたフリーアンサーで、前回と明らかに大きな傾向の違いが見られる。前回は「土祭の世界観」に共感したり満足したことの表現として、「古いものと新しいものがまざった魅力」「豊かな自然」という言葉が多用されていたが、それは益子ではなくても、他の地域でも語られる。今回は、「益子ならでは」「益子の風土」「その土地に沿った」「地域」という言葉が、会場での体験に即して多く使われている。「町民と風土を掘り起こし共有し、企画や表現に生かす」という「丁寧な積み重ね」は有形無形の成果となり、訪れる人に一歩踏み込んだ感動を与えることが可能となるのではないか。「来場者アンケート」「ふりかえりアンケート」から数例を抜粋する。

「その土地を読み解きながら、その土地に暮らすみなさんが多く関わっていて、益子ならではの部分に触れられて嬉しく思いました。土地に息づいてきたものや、これから生まれるものを迎え入れることについて考えていました」（山形 26 女性）

「とても素晴らしい企画だと思います。益子の風土にほれぼれしました。自分の町の風土も知りたいと思いました」（宇都宮　女性）

「風土を生かした地域づくりへ、土祭をこれからも生かしてください」（神奈川 62 男性）

「風土が良く伝わる内容で面白く見られました」（那須塩原 40 男性）

「効果があった。風土・風景のつどいや報告会で聞いて感じたことが、実際の土祭で体感できていたから。」（ふりかえりアンケート、当プロジェクトの効果を問うフリーアンサーでの回答、役場職員）

**最後に**

土祭基礎資料を展示会場やウェブで読み、あるいはそこから生まれた風土と人の記事をガイドブックで読み、その上で、実際に会場を歩いたことで得られる「益子・土祭」への体感的感想こそが、益子ならではのブランディングの基礎となるはずである。

当プロジェクトは、前例のないしくみ作りから始まったが、その「ねらい」と「意義」については、事務局側の予想以上に、町民や来場者、出展した作家や出店者のみなさんに、伝わっていたとの手応えを感じている。このことについては最終章Ⅷでも述べる。

## 2. 展示

⑴ 作家展示　個人作家の展示やパフォーマンス、ワークショップは以下の通り。

| | | 作家 | 履歴 | 今回のジャンル | 会場 | 居住地 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 「照らす」 | 屋外 | 1 髙山英樹 | 2012～ | 小屋 | 新町　虚空蔵さまの丘 | 益子 |
| | | 2 仲田智 | 2009～ | 小屋 | 同上 | 常陸大宮 |
| | | 3KINTA | 2009～ | 彫刻（土） | 新町　空き地 | 益子 |
| | | 4 川崎義博 | 2009～ | 音 | 田町　太平神社 | 京都 |
| | | 5 栗山斉 | 初 | インスタレーション | 田町　太平神社先人の丘 | 取手 |
| | | 6 浅田恵美子 | 初 | インスタレーション | 城内　益子稲荷神社 | 益子 |
| | | 7 川崎義博 | 2009～ | 音 | 城内　円道寺池 | 京都 |
| | | 8 大田高充 | 2009～ | インスタレーション | 城内　円道寺池 | 京都 |
| | | 9douglas black | 初 | インスタレーション | 道祖土　planet home | 茂木 |
| | | 10 古川潤 | 2012～ | 彫刻（木） | 上大羽　綱神社 | 益子 |
| | 屋外/室内 | 11ProjectRECON | 初（3名 | オブジェ | 田町　元平野 GS | 取手 |
| | | 12 藤原彩人 | 2012～ | 彫刻ほか | 道祖土　PANEM 跡地 | 益子 |
| | 室内 | 13 生井亮司 | 2009～ | 乾漆彫刻 | 新町　岡田酒店奥座敷 | 小山 |
| | | 14 川本直人<br>児童生徒 18 名 | 初 | WS / 映像上映<br>シネカリグラフィー | 新町　飯塚邸板倉<br>特別上映　土舞台　9/26 | 東京都<br>益子 |
| | | 15 佐野陽一<br>児童生徒 16 名 | 初 | WS / 写真展示<br>ピンホールカメラ | 国際交流館アトリエ | 東京都<br>益子 |
| | | 17 村田昇 | 初 | 写真 | 道祖土　starnet zone | 東京都 |
| | | 18 川村忠晴 | 2012～ | 植物の明かり | 道祖土　SPACE 石の蔵 | 東京都 |
| | | 19 小春丸 | 初 | 花 | 道祖土　つかもと | 土浦 |
| | 屋外 | | | 生け花 LIVE 9/19 | 内町　屋台パーク | |
| 「澄ます」<br>西明寺<br>ドウメキの<br>コウホネ | 屋外 | 20 橋本雅也 | 2012～ | 彫刻（木） | 赤目薬師堂の林 | 相模原 |
| | | 21 澤村木綿子 | 2012～ | 造形（布ほか） | ドウメキのコウホネ田んぼ | 茂木 |
| | | 22 町田泰彦<br>岡安圭子 | 2012～<br>初 | 創作<br>朗読 9/20,22 | ドウメキのコウホネ田んぼ | 益子<br>東京都 |
| | | 23 ウエヤマトモコ | 2009～ | WS　9/20,21 | 西明寺百目鬼川周辺 | 岐阜県 |
| | | 24 杉謙太郎 | 初 | WS　9/20 | ドウメキのコウホネ田んぼ | 山口県 |

・会場数は、21 会場　・企画数は、展示 19 ワークショップ 4 パフォーマンス 2 上映 1 特別上映 1

・作家数は、26（うち益子在住者は 8 名）＋（益子の児童生徒 34 名）

・作家の履歴として 2009 年からの参加作家 7 名。2012 年からの参加作家 7 名。初参加 12 名。

**《実施の経緯と概要》**

・人選：前回までは総合プロデューサーに一任していたが、今回は、2014 年 10 月より検討を始め、これまでの実績をもとに原案を事務局が作成し、土祭表現ディレクター・川崎義博氏を中心に企画運営委員会のワーキングメンバーも交えて合議を行った。一部、益子の作家に「公募」枠を設ける案もあったが、条件や選考基準などの設定が難しく今回は見合わせている。益子在住者の関わりを増やすために川崎ディレクターより「川本・佐野両氏による児童生徒向けのワークショップを事前に行い、その作品を展示する」提案があり実施した。また、前回３名の作家で行った「益子の土」を用いた企画は、できるだけ多くの益子在住の作家に参加してもらうプロジェクトとして展開することとした。

・企画：今回は屋外での展示が前回より増えたこともあり、これまで以上に、展示会場がある地域の風土性を踏まえての企画・表現を依頼した。基礎資料を渡す、「つどい」参加の案内をする、地域の方への聞き取りをコーディネートする、などを実施。また屋外展示の作家数名は、廣瀬ディレクターと現地を歩くなどの協力を得ている。

・川崎ディレクターからは 2015 年１月ごろの段階で「アーティストトーク」の提案があり、ガイドブックなどでも予告はしていたが、「誰が」進めるのか宙に浮いたまま時間がすぎ、会期開始直後に作家に打診。４名が実施したが告知や段取りも十分ではなかった。

・会場選定についてはⅥ章で。

**《成果と考察》**

フリーアンサーでの作家展示についてのコメントで顕著なのは、「土地や自然との関わりの中で見る」展示作品への満足感である。

> 「山道を登って行ったり、思いがけない所でも展示がとてもよかったです」（茨城 30 女性）「その土地に沿ったテーマ設定と、作品展開で、とても良いコミュニケーションアートプロジェクトの一例だと思いました」（埼玉 30 男性）「各展示をめぐる過程、道程が最も見た甲斐があったと思う」（壬生 34 男性）

また、これまでの土祭になかった動きとして、作家や町民が、会期中に「土祭」という舞台の中で「自主的な楽しみ方」を実行していたことも挙げられる。来場していたミュージシャンなどによる西明寺赤目薬師堂の林でのパフォーマンスを行い、居合わせた人たちとともに楽しんだり、町内の育児の会が、コウホネ田んぼにピクニックとして親子グループで出かける、などの動きがみられた。

そのような自発的な楽しみ方を誘うのもまた、今回の「土地や自然との関わり」の中で生まれる表現であったと推察する。３回目を終えて、来場者が土祭の展示作品に求めるもの、期待するものの方向性が見えてきたと考える。そこから考えられる土祭でのアートのあり方については、Ⅷ2.においても後述する。

⑵ 益子の原土を継ぐ

**《実施の経緯と概要》**

第１回、第２回と「益子の土を用いた表現」の展示企画を行い、今回は「できるかぎり益子在住の作り手の参加枠を増やす」という事務局の方針と、これまでにも土祭に参加してきた陶芸家や原土会代表の「２０名くらいの作り手を集めて益子の土を用いた表現を模索しながら展示を行うチャレンジ企画」として土祭での参加を考えたいという意向が一致し、陶芸、染織、左官、絵画、日本画を生業とする 24 名でグループ展示を行うこととなった。

前年の秋より、参加作家で原土を掘りに行く機会を設け、その後、月一度のペースで打ち合わせや情報交換の会議を重ねながら制作と準備を進めた。会議の中で「展示構成を決めるディレクターが必要」との意見があり、東北芸術工科大学の田賀陽介准教授に依頼、学生チームとともに会場の展示構成と会場設営に協力を得た。

会場は旧濱田邸の園内。構成は、旧濱田邸と登り窯は作家の展示として、作業棟は益子の土と精土について説明する展示に、長屋門には土を使用した作品の販売も兼ねる作家の商談スペースとした。来場者はまず作業棟にて、益子の土に触れ知った上で作家の作品が展示されている展示会場へと向かう構成とし、展示期間中は作家が在廊し作品の説明を行った。会期中の 9 月 23 日には、展示をした作家が自らの作品について語る講評会と、中村曙生氏による益子の土で布を染めるワークショップを行った。

**《成果と考察》**

・来場者のアンケートの集計結果では、よかった企画として 82 票(全体で 4 番目)、来場者数は 4,782 人(全体で 1 番目)となった。これは「益子の土」という訴求が強くシンプルなテーマで２４名のさまざまな表現が一会場で鑑賞できるという魅力と、それぞれが客を呼ぶ力をもった作家のグループ展であったこと、美術館の敷地内という立地の良さなどが要因であると考える。

また、参加作家の「ふりかえりアンケート」や来場者の声から「益子の土を介して、さまざまな考えや表現に触れ、他の作家とも交流ができたこと」への満足感が高いことが読み取れる。展示するだけではなく会期中に講評会を行ったことで、参加作家のみならず今回行った試みを多くの方と益子について土を介して共有できたことは、「産地としての今後」を考えていくひとつの契機にもなったと考える。

参加者が多いグループ展を形にしていく過程では、企画趣旨などの共有や意思の疎通などが円滑に行かないことや段取りの難しさなど、反省点も多々あるが、参加者が多いだけの意義はあり、次回に向けては改善を図り、より充実したものとして育てたいと考える。

## 3. イベント

### ⑴ 益子手仕事村

**《実施の経緯と概要》**

・経緯と出店内容：前回までの土祭市場は農産物主体であったが、今回は濱田庄司の工芸村構想をヒントに、木、植物、革、布、竹、藁など様々な素材を用いた手仕事品を増やすとともに、「風土・風景を読み解くプロジェクト」をきっかけとした地域の方による出店やワークショップ、そして環境や自然エネルギーを考える団体の紹介ブースを取り入れた。また、益子を拠点に国内外と交流を持ちながら活動した庄司にちなみ、笠間など益子と繋がりのある地域の作家チームや農業者、益子で育ち町外で独立した方などをゲスト出店として迎え、62 組の出店と 19 種のワークショップを会期中日替わりで展開した。

・会場：来場者がゆったりとくつろぎながら楽しめるよう、前回までの市街地内から「陶芸メッセ・益子」内の芝生広場に会場を移し、益子や近隣地域の竹林から間伐を兼ねて切り出し製作した竹テントを設置した。竹テントの設営は町民と役場職員による竹チームで行った。

・運営：手仕事村運営メンバーとして、一部の出店者や町民に出店者の取りまとめなどを依頼し、会場の管理を含め協力を得た。また、会期中は雨天時を除く毎日開催したが、出店者が少ない平日を中心に運営メンバー主体で集客促進に取り組むとともに、イベントの企画などにより出店者間の交流を図った。

**《成果と考察》**

来場者数は 3,063 名（全企画中 2 位）、来場者アンケートにおいて「よかった企画」として本企画を挙げたのは 108 名（同 1 位）で、特に町外からの評価が高かった。フリーアンサーでも会場の環境や雰囲気を評価する声が寄せられ、ゆったりとくつろぎながら楽しめる場づくりが好評であったと考える。

また、出店者へのふりかえりアンケートにおいては、来場者とともに他の出店者との交流を評価する声も多く、普段接する機会の少ない異なる業種の方々が目に見える形で交流する場となったことは「手仕事の町」としての底上げに繋がり、今後の様々な事業に活かしていくことが期待される。

その一方で、出店者からは平日の来場者や売上が少なかったことを課題とする意見が多く出された。来場者にとっても平日は出店数が少なく物足りない日もあったと思われ、連日の出店となった出店者や運営メンバーの負担とともに、次回以降の企画に当たっては考慮を要する。

さらに、今回も土祭オリジナルの商品開発や益子の木材を使用した木箱の貸出・販売など、手仕事に携わる方々からの日常の暮らしに活かせる提案もあったが、会場の設営については更に作り手の力を発揮できる余地があると考えられ、出店者などにどの時点から主体的に関わっていただくか、今後検討する必要がある。

⑵ 益子風土学セミナー

**《実施の経緯と概要》**

風土・風景の読み解きの中で課題として浮かび上がってきたことから設定した 5 つのテーマごとに町外の専門家や研究者・実践者（ゲストスピーカー）と町内での実践者（益子スピーカー）を組み合わせたトークセッションと、特別編として中学生有志による移住者へのインタビューの成果発表を行った。

◎ランチタイムトークとフィールドワーク：特別編を除く各回では、登壇者とともに昼食（地元・田町の商店による「田町定食」）をとりながらのフリートークの時間を設け、少人数（定員 12 名）で交流を深める場となった。また、第 1 回では、講師の提案で昼食後にフィールドワークを実施した。

◎特別編：生涯学習課との連携の下、町内 3 中学校の有志 9 名が集まり、ファシリテーターとして益子出身の大学生の協力を得ながら、中学生自ら「益子をもっと知りたい」という思いからテーマを設定して移住者へのインタビューを行い、その報告と分析・考察の結果、そして各自の感想を発表した。

**《成果と考察》**

来場者数は第 5 回の 61 名を筆頭に、延べ 232 名となったが、来場者アンケートにおいて「よかった企画」として本企画を挙げたのは 16 名にとどまり、フリーアンサーでの言及もなかった。アンケートを見る限り、開催日時が限定的であることを考慮しても来場者の幅広い関心を集めるには至らなかったといえる。一方、本企画は町内での実践者が登壇者となったことも踏まえ、ふりかえりアンケートを参照すると、登壇者や出展作家を中心に継続を望む意見が多く、特に「風土・風景を読み解くプロジェクト」と並んで地域づくりに繋がることを期待する声が目立った。

> 「地域づくりの根幹をなす取り組み」「土祭がないときにも続けるとまだ知らない益子の土地がもっているポテンシャルを発見することに繋がりそう」

今後については、こうした期待を受けて同プロジェクトの展開と関連付けた継続を検討するとともに、継続に際して必要となる町民を中心とする幅広い関心を喚起する取り組みを模索すべきと考えられる。また、特別編に関しては、ふりかえりアンケートに中学生が主役となること自体の評価とともに、移住者へのインタビューという企画内容も含めて教育的見地からの評価が寄せられた一方、準備不足等の課題を指摘する声もあった。

> 「中学生が益子の魅力を真剣に考え、自分の言葉で発表できた」「好評だったことで、益子町の将来への展望が開けた思いだった」「中学生たちもインタビューを行うことによって、客観的な視点から益子を見つめ直すことができ、風土への理解がより深まったように思います」「準備期間が少なく、十分な教育効果をあげるための計画が立てられなかった。また、保護者や学校へ十分な説明ができず誤解が生じていた」

更なる展開のためには、教育行政との連携を深め、時間をかけて計画的に進めること等により保護者を含めた理解を得る努力が求められる。

⑶ まちなか映画館、太平座

**《実施の経緯と概要》**

会場は、2009 年の土祭後、有志で結成した任意の団体「ヒジノワ」が「地域コミュニティのカフェ＆ギャラリースペース」として運営している場所。「土祭」が、いかに町に開かれ、その後の町づくりに繋がっていくか、という命題にとって、大切な場所でもある。2012 年の土祭でも再び作家作品の展示会場として活用したが、今回、この場所でどんな企画を展開するかを、１つの鍵と考えていた。方針としては、ふたたび、旧市街地に「活力」をもたらすために、展示ではなく、もっと人が動き交わることのできる「交流」の企画をあげ、「風土・風景を読み解くつどい」を通して掘り起こした、昭和初期の山本（農村歌舞伎舞台で芝居を掛ける日の地域の様子）や上大羽（個人宅での映画上映）、七井（仮設映画館）などの話をもとに、かつて田町にあり町の社交場でもあった映画館「太平座」の名を借りて、「まちなか映画館」という交流の場作りを行うことにした。

・企画運営チーム：町内外で自主上映などの実績がある方々、地元新町有志など５団体で企画運営チームを組み、まず太平座で映写技師をしていた方や経営者のご親族に聞き取りなどを一緒に行い、会場内の演出（ご親族保管の昔のポスターなどを掲示）や上映映画企画に活かした。
・上映作品は、町内在住者の新規自主制作２本（新町☆組「益子祇園祭」町田氏「ハトを、飛ばす」）、映像作家作品２名３本、ほか映画作品９本。
・上映後のトーク企画実施：「交流」テーマを深めるために観た後の「感想や意見をわかちあう場」として、各団体の企画で監督や関係者とのトークセッションや座談の場を計６本設けた。
・まちなか本棚：町内から２店舗、町外から２店舗の参加で、映画に関する新刊や古本を展示販売する「まちなか本棚」を上映室の手前のラウンジスペースに設けた。
・カフェとの連動：３つの企画では、ヒジノワカフェとの連動（テーマにあった食を提供する出店者とのコラボなど）も実施した

**《成果と考察》**

・来場者アンケートでの「よかった企画」を聞いた結果では 10 位（34 企画中）。来場数も祝日は 300 人を超える日もありトータルで 2,208 名の入場者。
・スタッフノートの記録から「お客様に言われて嬉しかったこと」を抜粋する。「映画館を作ってしまう発想がすごい」同様２件、「のれんとポスターがいい！」「楽しみにしてました、と町内の年配のご夫婦がご来場」などがあった。告知については「初日の『聖者たちの食卓』すごく見たかったが上映時間などの情報がわからず見ることができなかった。ネットをやらない人にも情報を流してほしい」という告知の行き渡らなさへのご指摘もいただいた。一方で、ネットで知り、まちなか映画館の映画を目当てに土祭に初めて来たという福島在住の母娘もいた。

今回のこの取り組みで、評価できることとしては、まず、以前より「益子の祇園祭の映像をまとめたい」と考えていた新町有志を中心に映像『益子祇園祭』がまとまり、ヒジノワならびに 26 日の土舞台でも上映ができ、多くの町民と楽しむことができたことがあげられる。次に、多くの企画のうちの１つの企画であるが、「映画」を柱に「本」「食」「トーク」を織り交ぜた重層的な内容となったことで、来場者の満足度も高かったのではないか。

トークだけをとっても、『ASAHIZA 人間はどこへ行く』の藤井監督（代表作に『プロジェクト FUKUSHIMA!』、益子出身のアーティスト田中功起氏のベネツィアビエンナーレ出展時の映像担当）や、『jo joko』の文化人類学者の分藤大翼氏、また、みやぎ民話の会小野和子氏、一般社団法人コミュニテイシネマセンター事務局長の岩崎ゆう子氏、本を通して日本各地の地域振興にも深く関わる編集者・南陀楼綾繁氏など多彩な顔ぶれが並び、それぞれの分野で関心をもつ方々が町内外から来館され、益子や土祭に関心を寄せてくれる新たな層の開拓に繋がったと考える。

町民来場者では会期中のリピーターも多く、終了後の SNS では町民の「まちなか映画館がなくなって寂しい」という声も見られた。伝統芸能や音楽とともに楽しむ「夕焼けバー」と同様、映画や本とともに集うことができる空間の創出は町民福祉にも繋がると感じる。

⑷ 月待ち演奏会

**《実施の経緯と概要》**

16 日間の会期中、土日祝日の 6 日間開催した。6 日間のうち 1 日のみ、突然の雨で途中からの中止を余儀なくされたが、夕焼けバーとの相乗効果で、開催期間中多くの来場者で賑わった。今回は、地域の伝統芸能の奉納のみでなく、つけ祭りと位置づけし町内外から幅広いジャンルの参加者を募り開催した。子供たちの出演、屋台運行や土舞台で初の試みとなった映像上映まで含むと合計 31 組の参加を数えた。

今回の大きな特色は２点あった。１つが、26 日を「こどもの日」と位置づけし、夕焼けバーとも連動させ実施した点だった。演奏会・夕焼けバーとも、午後 3 時からの開催とし、子供たちの演奏や子供みこしの登場、また、それに合わせて夕焼けバーでは、お母さんたちが中心となり駄菓子コーナーを設けるなどして、日中から大勢の親子連れで賑わった。

もう１つが、土壁で初の映像上映を実施したことだった。地元の祭りの映像と作家の映像の「まちなか映画館」の企画とリンクした「益子祇園祭」と町内の中学生が制作に参加し飯塚邸板蔵で上映したシネカリグラフィーの 2 本立ての構成で、想像以上の鮮明さに、皆驚嘆した。

企画・運営面では、ディレクター2 名（町内 1 名・町外 1 名）を依頼し、スタッフ 5 名（町民 1 名・役場職員 4 名）を加え 7 名でチームを立ち上げ運営までを行った。

内容については、WG メンバーなどの意見も聞きながら、土祭のテーマとリンクするものを選び構成した。

**《成果と考察》**

アンケートの中に、「合唱の練習がきつかった」との回答があった。この回答は、「土祭合唱団」に参加した町民の言葉であるが、土祭のために、土を謳うことを目的に、組織を横断して設立された「土祭合唱団」は、短期間の立ち上げ、ハードな練習で本番に臨んだ。しかし、見事に 84 名の声が一つになり、聞くものに感動を与えた。多くの来場者から「とても感動した。」との声が上がった。合唱団メンバーからは、「大きな達成感があった。」との声が聞かれた。この達成感こそが、土祭をつなげて行く原動力となる。

「こどもの日」の設定については、子供たちはもちろん、多くのお母さんたちから、大変好評を博した。土祭に関わりにくいと考えていた子育て世代のお母さんたちが関わることにもつながる企画の１つとなった。

今回の演奏会は、伝統芸能と朝崎さんのみの構成ではなく、奉納とつけ祭りという形式で開催し、人数的にもエリア的にも町民参加を増やしたことで、より多くの町民に楽しんでいただける演奏会になったと思われる。そして、今回初の 2 つの取り組みは、演奏会の幅を大きく広げ、今後への可能性を感じさせるものとなった。又、プロの出演には予算面での厳しさもあるが、メリハリある演奏会にするためには必要と考える。

今後も、町内で開催される他の音楽祭との差別化を図りながら、伝統と未来、人と人を結ぶ場となる土祭演奏会の開催が望まれる。企画・運営面では、役場中心の運営スタッフから、町民メンバーが中心となったチームをどのように組織するかが課題となる。

⑸ 演劇「花音」

**《実施の経緯と概要》**

９月１３日、１４日の２日間に渡り、山本八幡神社において女優・鶴田真由と俳優・井上幸太郎による二人芝居「花音」を実施した。特に、１３日は八幡神社例大祭の中での奉納公演で、山本地区の方々のご理解とご協力をもとに実施できた公演であった。

**《成果と考察》**

関係者からの声として、「地域の方々がとても親切に協力して下さったことが嬉しかった。そのことがただ「作品を持ってくる」ことではなく共につくること、益子ならではのものをつくることにつながっていると思います。」、「お世話になった地域の皆様から「よかったよ」と言って頂けたことが嬉しかった。」等、地域の方々とスタッフの関係性が、良好であったことが窺える前向きな感想をいただいた。

来場者、スタッフより八幡神社までのアクセスの周知不足の指摘があった。会場を拡大する際の様々な留意点に注意しなければならなかった。ただ、両日ともに来場者は多数で、山本地区の方々をはじめ、

町内の方々にもたくさん来場いただいた。
当日に至るまで、地域リーダーをはじめ氏子役員、自治会長の方々の様々なアドバイスをいただき、運営段階から地域の方々とコミュニケーションを深く図ることができた。このことが、上記感想にもあるように「「作品を持ってくる」ことではなく共につくること」ができ、それが意識の共有につながり、引いては土祭への理解が深まることに繋がるといえる。

### ⑹ ゲストハウスプロジェクト

**《実施の経緯と概要》**

普段は空き家になっている歴史ある建物を改修し、地域の方々とゲストハウスとして再出発させるプロジェクトの足掛かりとして、会期前に建物の一部を改修するワークショップを開催するとともに、会期中は複数のワークショップの会場や子ども連れの来場者等の休憩場所として活用した。
◎経緯：当初は土祭会期中に利用できる宿泊施設をつくる構想もあったが、改修等にかけられる費用と時間に限りがあることから対象となる建物の選定が難航し、最終的には前回「土祭食堂」として活用された城内地区の建物を対象に、将来的な宿泊施設としての利用も視野に入れた部分的改修を行うこととした。改修に先立ち、城内地区の集まりの場で説明を行った上で、関心を持つ方々を集めてプロジェクトへの参画の呼び掛ける「ゲストハウスプロジェクト立ち上げ作戦会議」を実施し、16 名の参加を得た。
◎改修ワークショップ：アイシオールの協力を得て左官を招き、益子町内で採取された 3 種類の土を使って三和土・土壁をつくるワークショップを延べ 5 日間開催し、関東・東北一円から計 22 名の参加を得た。
◎会期中：左官を招いて「モバイルかまど」をつくるワークショップを延べ 4 回開催したほか、関連自主企画の「光る泥団子」ワークショップへの会場提供や、農政課地域おこし協力隊による益子の動植物に関する子ども向けの展示も実施した。また、城内地区の自主企画としてマップの作成等に取り組んだ散策ルートの情報提供や、町民有志による陶芸家を訪問する企画の受付を行う拠点にもなった。

**《成果と考察》**

参加者・来場者へのアンケートの結果を以下①～③に示す。
①「ゲストハウスプロジェクト立ち上げ作戦会議」：参加者へのアンケートで「おもてなし・サービス内容の検討」や「地域の小売店・飲食店・農家との連携」に関わる意向を有する方は一定数あったものの、ゲストハウスとしての営業に向けて必要な追加改修や事業運営への参画意向はわずかであった。
②改修ワークショップ：参加者に満足度を選択式で尋ねたところ、回答した 17 名中 15 名が「大変満足」と答え、フリーアンサーでは「自分で体験できるのがとても貴重」「（左官の）美しい仕事を直近で拝見でき、それも土祭の魅力」といったワークショップならではの価値を挙げる声が多く寄せられた。
③会期中：来場者数は延べ 2,063 名となったが、来場者アンケートにおいて「よかった企画」として本企画

を挙げたのは 22 名にとどまり、フリーアンサーでの言及もなかった。
改修ワークショップは好評を博し、会期中のワークショップ会場等としての活用という目的も達せられたが、本企画の将来的な目標として掲げた「宿泊施設としてのゲストハウスづくり」については、地域での担い手の形成といった成果を得るには至らず、人材も資金も確保できていないことから、これらの資源を地域外から調達することや、宿泊施設に限らない建物の活用方法を含めた検討が求められる。
なお、宿泊については、来場者アンケートに「思い立ってきたので、宿泊場所が確保できず日帰りになってしまい残念」「もよりにもっと宿泊先があるとよかった」「宿を増やしてほしい」といった声が寄せられており、関係者アンケートにも改善すべきこととして「期間中の宿」との意見があった。土祭だけでの取り組みには限界もあるため、観光施策の一環で民泊等を含む宿泊客受入体制の整備が望まれる。

## 4. 飲食関連

### ⑴ 夕焼けバー

**《実施の経緯と概要》**

土祭 2015 の夕焼けバーは、この土地の風土から生まれた「食」を今につなぎ、これからこの土地の風土から生まれる「食」を分かちあう機会と捉え実施した。「益子の風土・風景を読み解くプロジェクト」の中で、町民の方々から伺った「祭事の食」「古くからの地域の作物と土地の繋がり」「現在の作物と暮らし」などを、今回の夕焼けバーの主旨を形作る基礎とし、そのことが新規参加者の理解を促した。また、聞き取りの中で、町民の方から伺った、「お焼き」「さつまいものパン」などを再現し、駄菓子のメニューとしてこどもの日に提供した。「添加物のない、土地の風土に合ったお菓子を子供たちに食べさせたい。」と、町民の協力者 11 名で試作を重ね、調理と販売を行い、当日は、広場に行列ができるほどのにぎわいとなった。
今回、出店店舗は町内より 22 店舗、町外より 6 店舗、計 28 店舗の出店となった。
町内は、地域グループでの出店、陶芸や手仕事に携わる方、益子の飲食店などが出店した。町外からの出店は、益子で修行し独立した方など益子と深い関わりがある方に声かけをした。出店者には益子の生産物を使ったレシピとその由来を提出していただき、夕焼けバー当日に来場者にレシピを配布した。
企画運営は、町民と職員で構成する夕焼けバーチームを中心に行った。今回、出店料として、1 店舗 1 日 3,000 円を頂き、トイレの設置費、その他経費を支出した。会場のしつらえについても、出店者含め協力して行うことが出来た。

**《成果と考察》**

来場者アンケートでは、良かった企画として合計 84 票と、企画の中でも 4 番目に評価が高かった。来場者からの声は、「自然の物(捨てないもの)を使った備品で統一されているところがよく、楽しかった。」「運営の方も明るく接してくれて、益子焼を使用していることがうれしい。」「夕焼けバーで新たな縁がたくさん出来た。」「ゆったりした時間を得られた」等、嬉しい感想を多数頂いた。
一方、「夕焼けバーの席数が少ない。」「郷土料理があるとよい。」「何を売っているのかメニューがもっと詳しくわかるとよい。」など、細かい点も含め課題点のご指摘も頂いている。特に、座席数の増加を希望する声が多く寄せられた。
ふりかえりアンケートでは、次の土祭に繋いだほうが良い企画として、合計 40 票と、全体で 2 番目に継続の希望が高い結果となった。「塙・七井等からも新規出店者があってよかった。」出店者からは「パースチーなど益子に由来がある食べ物を多くの人達に知ってもらえる良い機会だと思います。」「自分の手、誰かの手で作ることの温かみを感じられた。」「多くの方々と知り合えた。」「お客さんが喜んでくれて嬉しかった。」など、感想を頂いた。
夕焼けバーは、「食と人」とのつながりだけでなく、心地良い屋外の空間で、子供からお年寄りまでが、そして町民と町外からの来場者が一緒になって楽しめる「人と人」の交流、つながりの場として支持を得ていることを感じる。ただのグルメ祭りではない夕焼けバーの核の部分を継承しながら、改善とチャレンジを重ね、新たな「益子の食」へと、どのようにして普及・発展させていけるかを課題としたい。

⑵ 土祭食堂

**《実施の経緯と概要》**

食を通して益子の風土を体感していただくことを目的に、道祖土地区にある元 KENMOKUcafe を会場に、田野地区、益子地区、七井地区から、それぞれ 1 グループずつが出店し、土祭会期中の 16 日間毎日営業した。9/13～17 までは、益子町商工会女性部が、五目おこわをメインとしたメニューを提供、18～23 までが七井台町の萩原さんを中心の萩そばが、益子産そば粉を使ったそばメニューを、そして 24～28 までを田野地区小泉・梅ヶ内の女性グループが、山菜おこわをメインとしたメニューで、来場者をもてなした。期間中、合計 1,084 食を売り上げる盛況ぶりであった。

**《成果と考察》**

運営メンバーからは、嬉しかったこととして、「仲間が協力してくれて嬉しかった。」「いろいろな方との出会いが楽しかった。」「若い方で前回のリピーターの方があり、土祭の魅力を垣間見ることができた。」などの声があった。不安面では、「食数が読めず、食材の準備が大変だった。」「平日、お客様がどれくらい来るか不安だった。」また、「閉店まえに完売してしまい、他の飲食店までお客様を送迎した。」との、ほっこりする話もあった。

お客様からは、「ベテラン主婦の安心できる料理がよかった。」「年輩の方たちの持っている素晴らしいものを披露する場として土祭食堂はよい企画。」「年輩の方がイキイキしていて元気をもらった。」「土祭食堂のような食堂がもう少しあるとよい。」「１３時頃に来店したのに食事が完売で残念だった。食数を増やしてほしい。」など嬉しいご意見を多数いただいた。チーム独自で行ったアンケート調査でも、今後に向けての建設的なご意見がほとんどだった。

「益子のお母さんたちが作る素朴なおふくろの味を、土祭を訪れる方に食べてもらいたい。」という考えから、土祭 2012 から始まった 2 週間だけ営業の「土祭食堂」。特別な名物や郷土食が無い益子でも、季節の恵みを使った、肩ひじ張らない優しい味でのおもてなしは、おしゃれなカフェとは違う趣で支持を得ている。土祭の会期が端境期に当たるため、「もう少し遅れて開催になれば、野菜の煮物などが出せるのにね。」とお母さんたちが毎回口にする。

土祭は 3 年に 1 度のチャレンジの場で、日常につなげていくことが重要なこと。土祭が終わり、豊かな実りの時期を迎えたころには、益子焼に盛られた野菜たっぷりの家庭料理を食べながら、大地の恵みとともにおばちゃんたちから元気をいただける場所があるとよいと感じる。

### ⑶ まかない食堂

**《実施の経緯と概要》**

土祭会期中の土・日・祝日の 8 日間、内町公民館を会場に、ボランティアスタッフのために無料で昼食を提供する食堂として開設。食堂の運営もボランティアで、8 チーム、のべ 52 名のスタッフが関わった。食材については、お米は全部、一部野菜を町民や関係者の方から寄付いただいた。

**《成果と考察》**

スタッフから「食べに来る方が少なかった。」との声が多く聞かれた。2012 年は、会期中全日実施したが、今回は負担軽減を考慮し休日のみの実施としたが、休日にもかかわらず利用者が少なかった。もちろん、毎回やりがいを感じて参加しているボランティアの方も多く、利用したボランティアや作家の方からは、「こういう場があり嬉しい」「機会が減ってしまい残念。」の声を、いただいた。しかし、連絡調整を依頼した運営メンバーからは、「利用者が少ないため次回は必要ない。」との声が上がった。

まかない食堂は、2009 土祭から数え 3 回実施している。内部向けながら、忙しい時間のひと時、心のこもったごはんで疲れを癒し、「ごちそうさま」「美味しかったよ」「ありがとう」の声が飛び交い、ボランティアスタッフから作家までが集い・つながる、土祭ならではの貴重な取り組みとして実施してきた。食堂の利用者の減少は、「会場エリアが広がり、遠い場所から食事会場までわざわざ移動しない」ことや、「地域のボランティアスタッフ（高齢者を含めて）が、会場から近い家で食べてしまう」「１人では行きにくい」「移動手段が、徒歩や自転車で面倒」など、考えられる。今後、会場が拡大・拡散、

組織でなく町民個々人の参加が増えていけば、食堂利用の数は減少傾向になると思われる。
しかし、会期中の実施は難しくとも、町民、作家、行政職員を含んだ土祭チームの一体感を創出する貴重な場として、事前準備時の昼食など、形を変えて実施することも可能と考える。

## 5. 関連企画

### ⑴ 榎本新吉流　光る泥団子

**《実施の経緯と概要》**

左官の技術を応用した光る泥団子を作るうえで、最終工程となる化粧土を塗って磨き、光らせる工程を体験できるワークショップを会期中実施した。ワークショップ講師には泥団子先生養成講座を受講した町内外の方々（12 名）を中心にお願いした。
会期中のワークショップは４種類の化粧土を用意し、6 日間各日午前・午後１回ずつで全１２回を実施した。

**《成果と考察》**

参加者の声として、体験できた方々からは満足した感想をいただいた。一方で、予約枠が定員に達し、体験できなかった方々からは不満の声があった。
関係者の声としては、「先生方の交流が深まり土祭を盛り上げようという意識が共有できた。」、「お客様が作って大切に持って帰る姿を見たとき、とても嬉しかったです。」、「大変だけど、遣り甲斐があった。」、「準備期間が短かった。」等があった。
上記の参加者感想にあるように体験したくともできなかった方々の声も多数あった為、次回以降は予約枠を増やすなどの改善の余地は残ると思われる。しかし、その参加者を増やす対応をするためには、仕組み、体制づくりを更に充実させるといったことも必要といえる。

### ⑵ ほか関連企画

前述の光る泥団子ワークショップ以外にも、町内外の土祭関係者や団体から自主企画として事務局に持ち込まれ、土祭のテーマに合致したものを「土祭 2015 関連企画」として、告知などの面でサポートしながら実施した。テーマごとの一覧と来場者・参加者数は以下の通り。

［継ぐ］

1 ワークショップ「榎本新吉流 光る泥団子」（前述）

2 ワークショップ「益子の土人形」（9/19-23　60 名｜見目陶苑）

3 「成井恒雄展」（9/12-30 推定 700｜新町 pejite）

4 ファッションショー「AISOME」（9/26 昼夜２回　計 800 人｜益子焼協同組合奥 原土置き場）

5 益子陶芸美術館企画　展示「ディッチリング工芸村から益子工芸村構想」

6 TRAVELING fennica shop 「濱田庄司とメキシコの民藝」（9/19-23 推定 500）

［識る］

7 益子参考館企画展示セミナー＆トーク「濱田庄司と中南米の民藝」（9/20　60 名）

8 内田輝「月追いコンサート」（全 13 日間　計 80 名｜つかもと SPACE 石の蔵）

9 杉謙太郎「花会」（9/16,17,22 計 47 名｜益子参考館）

⑶ 地域企画

①上大羽地区

**《実施の経緯と概要》**

地域リーダーを中心に、以下の 4 つの催しを行い、これらの情報をまとめたチラシを制作・配布した。

1)「上大羽太々神楽体験会」綱神社境内：綱神社太々神楽保存会主導の下、継ぎ手が減ってきている太々神楽に触れてもらうため、子どもたちと大人に向けて体験会を行った。

2)「神輿の復活と、上大羽土祭前夜祭」：50 年以上も眠っていた神輿を復活させた喜びをわかちあうとともに、小学校の統合により地域との関わりが薄くなってきた子どもたちも参加できる催しを行うことで地域に出る機会をつくるために、土祭という場を活用して地域独自で前夜祭を企画した。神輿の復活をきっかけに、昔行われていた子どもたちが参加できる上大羽納涼祭も復活させる予定となっている。

3)「尾羽の里市場」と「お食事処」：会期中限定で生産者直売の市場を開催した。地元生産者による新鮮な野菜・果物や葡萄ジュース等の加工品を販売するとともに、地元産食材を使った食事を提供した。

4)「上大羽、歴史と自然を巡る散歩」：町民の観光ボランティア団体（遊楽塾）の方々が、地域の史跡などについて解説しながら歩くガイドツアーを実施し、里山の散策マップを町民有志が制作した。

**《成果と考察》**

ふりかえりアンケートにおいて、地域の価値を見直す機会となったことを評価する声があり、土祭全体として目指していたことを地域企画という形で自主的に実施できたといえる。これは会期前に地域住民の理解を促すためにトレッキングと里山清掃を開催するなど、主導した地域リーダーの熱意、地域理解と行動力に負う部分が大きく、事務局にとっても関わる地区について模索できる貴重な機会となった。

一方、来場者アンケート・ふりかえりアンケートともに、シャトルバスの運行形態を始めとする交通面についての意見が多く寄せられた。中心部以外における地域企画の実施に当たっては、自家用車以外での来場者の視点に立った会場全体の交通計画の検討も、地域へのサポートとして重視すべきと考えられる。
また、来場者アンケートにおける「あるとよかった企画」として、「歴史を知る企画」「里山歩き」「子どもの参加できる企画」といった本企画の中で実施した内容を含む回答もあった。こうした来場者のニーズを確実につかめるよう、企画内容や広報戦略の磨き上げが望まれる。

②城内地区

**《実施の経緯と概要》**

6 月に、土祭青年部が発足し、土祭会期中の城内坂でのおもてなし企画について検討・準備を開始した。企画内容は、①城内トレッキング②伝統工芸士の紹介と窯元・仕事風景の見学③土に還る「茶室」の 3 企画。協力者は、竹で作る土瓶の茶室の設計施工を担当する真岡工業高校建設科の先生と生徒 13 名、城内自治会の有志・通り会・育成会・スマイルクラブ・山車組。茶会では、育成会の子供たち・蒼の会・益子茶華道協会・益子芳星高校・煎茶会織田流有志などが参加した。
①トレッキングは、おすすめコースを設定し、サイン等を設置し来場者に歩いていただき新たな城内の魅力の魅力を体感いただいた。②窯元見学は、～匂いが記憶になる散策～と称して、城内に点在する陶芸家や染色家を訪ね、人・作品・空気を感じていただいた。そして③、土に還る茶室は、暑い夏の期間、学と民協働で作り上げ、会期中茶会を催し、来場者をもてなした。

**《成果と考察》**

来場者アンケートで、「関連企画・地域企画で、参加してよかった企画は？」の質問に対して、「土に還る茶室」に対する支持が一番多かった。「城内坂トレッキングマップ」の回答もあった。全体的な感想の中でも、「土に還る茶室が印象に残った。」「お茶がよかった。」との回答があった。
地域企画取り組みの中心的メンバーの１人、塚本さんが、新聞のインタビューに、「住民の横のつながりを広げる素晴らしい企画だった。」と答えていた。今回の城内の取り組みは、地元では普段は当たり前で気づかない城内の資源（風景・伝統・ひとなど）を見つめなおすきっかけにもなったと思われる。特に、子供たちは、地元への誇りや愛着を持つことにつながり、お年寄りは、人や社会とのつながりを体感し、全体的には、目標に向かい協力することが地域の結束力を高める。すぐに収入に結び付くものではないが、小さな発見や、小さな達成感の積み重ねが地域づくりでは重要となる。負担のかかりすぎない範囲で、日常につなげて行けるとよい。

# V 広報・メディア制作における報告

## 1. 時系列で整理する実施概要

以下の７つの要素を効果的に組み合わせ、７月のウェブ公開を大きな山場とし、会期に向けて広報の流れを組み立てた。 ①リリース ②ポスター・フライヤー ③パブリシティ営業活動 ④Facebook ⑤ウェブサイト ⑥Twitter ⑦公式ガイドブック

**前年度｜開催日時決定と基礎企画の紹介**

6/11 土祭 Facebook ページにて「土祭 2015 開催日時決定のお知らせ」

7/末 「前・土祭」ウェブサイト公開、トップに土祭 2015 会期を掲載

↓ 10/2 「風土・風景を読み解くプロジェクト」紹介掲載開始

**４月期｜開催概要とコンセプトコピーの発表**

4/7 ４月リリースの作成、ウェブサイトにてリリース PDF を公開

4/21 ウェブサイトを一部リニューアルして概要情報の公開
メインビジュアルとコピー「この土地で生きることの祭り」と
５つのキーワード掲載

4/25 春フライヤーの作成、設置協力店に配布。

↓ リリースとともにメディア各社へ発送

**６月期｜メディア各社へ個別営業活動**

6/17 ６月リリースを作成し県内メディア各社訪問

↓ 雑誌やウェブマガジンへ、パブリシティ営業開始

＊土祭 Facebook ページとウェブブログで更新の頻度を上げ始めた

**７月期｜新ウェブサイト公開:プログラム詳細の発表**

7/16 新・公式ウェブサイトの公開（会期から２ヶ月前の新月）

7/20 ポスター・夏フライヤー作成、設置店に配布。

↓ ７月リリース作成しフライヤーとともにメディア各社へ。

7/16 県庁記者クラブにて、7/21 都内にて記者発表会

**８/20｜公式ガイドブック発売**

9/5 県内メディア各社へ内覧説明会の告知、前記事・初日記事の依頼

＊9/11 に設定した内覧説明会は豪雨災害のためキャンセルが相次ぎ１社のみの取材に。

■2012 から踏襲した変わらない土祭の世界観の提示と
■土祭の本質を、住民で掘り起こし共有する「風土」と、そこで「生きること」の祭りとする、という姿勢を提示。
■メディア向けには、土祭は、その作り方も含め「益子流の地方創生」であると提示した

▼

メディア、ネットユーザへ土祭のテーマの「浸透」を図る

▼

■リリースとウェブ｜（浸透後に）掘り起こした風土を企画にどう活かしたかを提示した

▼

■ポスター・フライヤー｜（浸透後に）「この土地で生きる人」としてポートレイトを。
■ブック｜読物として風土と関係性が強い人の紹介。

## 2. ビジュアルアイデンティティ（VI）という視点で整理する実施概要

2012 年の土祭での好意的な評価の中では、「土祭の世界観を表すクリエイティブの高さ」が顕著であった。（ごく一部で「わかりにくい」という声もあったが。）土祭のメディア制作では、単にデザインだけを整えるのではなく、ビジュアルを「何と」アイデンティファイ（同一化）させるか？を大切にしている。「何と」とは、まずテーマやコンセプトを、その背景も含め、しっかりとした文章で関係者が共有し、それを表現して伝えるものとしての「写真・デザイン・文章」を、「土祭テーマ」および「益子ならでは（土祭が考える益子の特性）」と「同一化」させるように努めてきた。
ここでは、⑴文章　⑵デザインや写真　⑶各実施項目について、どのように「統一された世界観」を伝える試みをしてきたかと整理する。

### ⑴ 文章

**①コンセプトコピー**　「この土地で生きることの祭り」とした。
生まれた経緯は、7月リリース P６で記述したように「風土・風景を読み解くプロジェクト」で聞き取りを重ねて再確認した「この土地で生きる人のひとりひとりの暮らしの重さと切実さ」である。
ここから派生させる企画・表現の５つのキーワードを「継ぐ」「識る」「照らす」「澄ます」「結ぶ」とした。これらの言葉は、新しいものではなく初回から「風土に根ざした人の暮らし」を考えてきた土祭の本質に基づき、「風土とともに生き、未来に向けて風土を健全に進展させていく」ための祭りであることを再確認したものと考えている。

**②英語コピー**　従来の「Earth Art」は野外アートの１ジャンルとして欧米で認知されることと、今回のコンセプトコピーをより明確するために「Living with the Earth」とした（廣瀬ディレクター提案）

**③土祭が考える、益子の特性**（「益子ならでは」の明文化）
「風土・風景を読み解くプロジェクト」から掘り起こしたことをもとに、益子の特質を４項目で整理し、７月リリース、公式ウェブサイト、および公式ガイドブック P12 で文章として伝えた。

**④益子の特性をしっかり伝えた上で、「土祭の考え」を伝える。**
ほかのイベントとの差別化を図り、土祭の本質的な魅力を伝えるために、「土祭の考え」を、特に、春と夏のリリースおよびウェブサイトで明快にしっかりと文章で伝えることを試みた。
「土祭が生まれた経緯」「土祭の世界観（なぜ土か月か）」「なぜ、この土地で生きることか」「ここはどういう土地か」「なぜ土祭で風土を大切に考えるのか」を、文脈（ストーリー）を重視しながら伝えた。

⑵ デザインと写真

**①基本設計の踏襲と新しい試み**　土祭 2009 より馬場氏とアートディレクター須田氏とが組み立ててきた VI の基本設計を踏襲した上で、須田氏のディレクションにより、今回のコンセプトワードを益子で暮らす住民のポートレイトで表現した（詳細後述）。

**②ビジュアル決定の判断基準**　上記のような文章での共有に基づき、ウェブサイトのメインビジュアルとして使用するテーマごとの写真、フライヤーの写真、公式ガイドブックの表紙絵、巻頭写真などを選定し、トータルで「土祭の世界観」に「同一化」させるよう試みてきた。

⑶ 各実施項目についての実施の経緯と概要

**①リリース**

春４月と夏７月ともに、それぞれフライヤーも添え、都内マスコミ 29 社、県内および近隣 23 社、関係者などに送付した。６月に県内メディアまわりの際には、簡潔に「今回の特色」と「今後、７月８月の前準備や、つどい報告会、ワークショップ情報」をまとめたリリースを作成、説明しながら手渡した。

**②ポスター・フライヤー**

前回は４月にメインビジュアルのポスターと予告フライヤー、７月に詳細フライヤーを制作していたが、今回のポスターは「この土地に生きること」を伝える住民複数名のポートレイトとし、須田氏の提案により７月に移動した。理由を以下に整理する。

・春フライヤー|3000 枚。都内設置６店、町内設置 36 店。
　ビジュアルは、土舞台と月の写真とし、土祭ファンへ変わらない世界観を伝え信頼感を醸成しながらも、そこに新しい日本語と新しい英語のコピーが入ることで「新しい予感」も感じさせた。
・夏ポスター・フライヤー｜ポスター100 枚、フライヤー30000 枚。町内設置 36 店。県外設置は、岩手・宮城から新潟・長野まで 94 店の協力を得た。
　４月から７月までにウェブや Facebook、春のフライヤーなどで「この土地で生きることの祭り」を浸透させ伝えた後に「この土地で生きる人」をポートレイトとして露出し、テーマやコンセプトワードの訴求を強めていこう、という考えである。「普通に暮らす人のリアルなポートレイト」を起用した。農家、陶芸家、養鶏場経営、主婦、住職、大工など 20 代から 70 代までの 15 名ほどに協力を依頼し、それぞれの生活と生業の場で撮影を行った。

**③パブリシティ営業活動**

４月にリリースを送付し、６月にある程度企画詳細も固まってきてから、雑誌やウェブマガジン各社に、媒体・読者層にあった記事内容を提案し、掲載の依頼をかけた。成果は、後述。

④Facebook

2012 年２月に開設して継続。双方性コミュニケーションツールであることを生かしながら良質の写真と文で益子ファン土祭ファンを醸成し、公式ウェブサイトへ繋ぐものと位置付け、2014 年秋から土祭 2015 の情報を（ウェブサイトを整えるのに先駆けて）発信を始めた。

ページ読者（いいね！の数）は、土祭 2015 終了時（9/30）で、4001 人であった。

その後、土祭が終了してからも増えており、12/16 時点で、4025 人である。

参考｜土祭 2012 終了時は 1789 人、2014 年前土祭終了時は 2400 人。この１年で約 1600 人の読者増。

参考｜12/16 時点の他のアートイベントいいね！数

群馬「中之条ビエンナーレ」2007 年～ 4007 人、大分「国東半島芸術祭」2013 年～ 2346 人、

別府「混浴温泉世界」2009 年～ 3130 人、新潟「越後妻有大地の芸術祭の里」2012 年～12476 人

⑤公式ウェブサイト

・4/21 前土祭のウェブを一部リニューアル、概要発表

・7/16 会期約２ヶ月前の新月の日に設定し、土祭 2015 の新・公式ウェブサイトを公開

土祭のビジュアルアイデンティティの要として世界観を作り、コンセプトから詳細情報までを掲載・更新し「土祭に行く」ことを決定していただくメディアとして位置付けた。

アクセス解析より、閲覧者のデータを前回と同じ期間（6/15-9/30）で比較する。

・訪問者数は、前回より 3,424 人の増加。　60,572 人　（2012）57,148 人

・ページビュー数は、前回より 100,757 件の減。　220,355 件　（2012）321,112 件

＊前回とはウェブサイトの構造が異なっているので単純に比較できないが、今回はテーマごとに長く下にスクロールできるようにまとめたので、１回のページで多くの情報を閲覧できることが影響したと考える。

・市町村別上位 10　①宇都宮市②新宿区③港区④横浜市**⑤大阪市**⑥渋谷区⑦不明**⑧名古屋市**⑨千代田⑩中央区

（2012）①宇都宮市②渋谷区③新宿区④千代田区⑤港区⑥横浜市⑦中央区⑧さいたま市⑨つくば市

⑥Twitter

公式ウェブサイトで更新情報があった際のリンク情報や、イベントごとの詳細情報をループで流し、行く際に役立つ情報を発信するメディアとしての位置付け、おもに８月から投稿を増やした。

フォロワー数は 12/17 現在 1053 人で前回より約 300 人の増加。（2012 12/10 756 人）

⑦公式ガイドブック「土祭という旅へ」

変形 B5 版、112 ページ、１２０００部。８００円　8/20 発売開始

・販売について

会期前販売は、公式サイトでのネット通販ならびに都内協力店３店・町内５店舗

前回までは、会場で販売するパスポートに無料で付随するものとして来場者に渡していたが、今回は「事前販売」をとり、来場の予定がない遠方の方にも通信販売で購入できる仕組みを整えた。

・内容について

今回のテーマや方針を受け、前半に「益子の風土性と、その風土性と密に関わり合いながら暮らす人の生を伝える読み物的記事」を組み込み（過去２回の土祭でもイベント情報だけではなく、土地のことについてはコラムなどで伝えてきたが）、後半をイベント情報とした。

・２つのねらいについて

①来場を考える方に事前に益子の風土性をできるかぎり伝えた上で土祭を体感していただきたいということ。②来場しない方向けにも「この土地で生きることの祭り」の「この土地」は「あなたの土地でもある」として普遍性を持たせながら益子や土祭のことを知っていただくこと。

販売実績については、Ⅱ 2.で記載。ウェブサイトの通信販売では、北海道・東北７件、中国９件、九州沖縄７件など遠方からの注文もあった（上記ねらい②にあたる）。

**《成果と考察》**

①公式ウェブサイト

「公式ウェブサイトを見て行きたいという感じがでました。…」（千葉 25 女性）「以前より見やすくなり、イベントごとに詳細に飛べるのがいいと」（民間スタッフ）などの評価もある反面、「コンセプトはよく伝わり綺麗だけど、どこで何をしているか見えにくい」（作家・登壇者）「スマホで何回かアクセスしたが、見たいイベントになかなかたどりつけず使いにくい」（職員）など利便性ではまだまだ改善の余地がある。

②公式ガイドブック

来場者アンケートでも関係者のふりかえりアンケートでも多い感想は、以下の２点に集約される。

・読み応えに満足｜「『土祭という旅へ』がとても良かったです。次回もこうした読み物があると嬉しいです（神奈川 29 女性）」「とても丁寧に作られていて、この祭りの根底に流れているものが伝わってきました」（ふりかえりアンケート民間協力者）「加守田昌子さんや濱田篤哉さんの話など興味ふかいものがたくさんあり非常に面白かった」（職員）「内容、質ともに満足できるものでした。町としての美意識を育てる事は長い目で見た場合のかけがえのない財産」（作家・登壇者）

・情報がわかりにくい｜「公式ガイドブックとパスポートのリンクがあるともっと調べやすい」（益子 40 女性）「見る読む分にはとてもよいガイドブックですが足を運ぶにはわかりにくい」（作家・登壇者）

## 3. 広報活動やメディア制作での成果

### ⑴ 掲載されたメディアの報告（＊はパブリシティ営業の成果として）

**《新聞》**

①下野新聞　9/3「益子の風土　次代につなぐ　子ども主動の企画も充実」9/9 城内自主企画「真岡工高生が竹製茶室」9/15「益子土祭　庄司に思いはせ　手仕事村など多彩に」9/25「上大羽自主企画みこし復活」9/26 暮らし文化記事「原土を継ぐ　土に向き合い原点回帰」9/28 「演奏会千秋楽レポート」10/1「おもてなし大成功」城内企画関係者コメント

②毎日新聞 9/25「住民参加型の企画多彩に」グレイズハウス三和土や手仕事村のワークショップ紹介

③朝日新聞 9/10「益子の芸術イベント 13 日から　土地への畏敬の念込め作品展示」

④産経新聞 9/29 「藍染　身近に」関連企画 AISOME のレポート

⑤読売新聞 9/13「益子土祭きょうから」9/23「藍染め魅力　若者に紹介」

⑥真岡新聞 9/11 土祭特集　城内地域企画や上大羽の神輿復活記事も

⑦栃木南部よみうりタイムス 9/11「土祭 13 日から」9/18「益子ファンが続々来場 土祭 2015 始まる」

⑧とちぎ朝日 9/11　「土祭 13 日に開幕」

⑨共同通信社編集局文化部より地方紙に記事配信（8/30）

**《業界紙》**

⑩陶業時報 8/5 号

⑪出版業界紙「新文化」南陀楼綾繁氏の連載「本のイベント街のイベント」第 15 回
「町内企画と出版の結びつき」として、「まちなか映画館」での企画「まちの本棚」や、
町やイベントの理念と出版が結びついた好例として「土祭という旅へ」「ミチカケ」を紹介

**《雑誌･前記事》**

①人、暮らし、地域をつなぐ『ターンズ』秋号「地域おこし隊員から土祭へのお誘い」　＊

②『nid』民芸が好き！特集号　作り手が多数参加するイベント情報として　＊

③ソーシャル&エコマガジン『ソトコト』９月号「風土・風景…」を中心に 1/2 ページ掲載　＊

④建築とデザイン『コンフォルト』No146 「丁寧に風土を読み解きながら」１ページ掲載

⑤県内誌　月刊 Twin９月号 イベント情報

⑥東海地区地域誌『REAR』No34「益子・瀬戸・民芸「土的なもの」の広がり」濱田琢司

**《雑誌･後記事》**

⑦リクルート観光レジャーのプロデューサー応援誌「じゃらん　とーりまかし」12 月号
「風土を再確認し、次世代に繋ぐために、益子町が「土祭」で取り組んだ、新しい祭りの作り方」として、「風土・風景を読み解くプロジェクト」と「風景遠足」参加での取材記事を１ページ掲載

**《ウェブマガジン・前記事》**

①マガジンハウス「colocal」8/7 ローカルニュース
「益子の風土を受け継ぎ、新たな祭りをつくる」として前後編の掲載　＊
②マガジンハウス「colocal」9/5 マグギャラリーにて公式ガイドブック紹介
③Pen オンライン　9/8「益子の風土を分かち合い、生きることの深みを増す」（本文より）として風土学セミナー、BEAMS の土祭特設ショップを紹介。
④BEAMS 公式サイト　土祭特設ショップの案内と合わせて、土祭開催概要とテーマを紹介
⑤美大生向けのウェブマガジン Partner 9/8 「人々が地域の風土に向き合いつくる祭り」として紹介
⑥地方と都市をつなぐ「ココロココ」　2回取材記事掲載　9/15 土祭とは　9/24 訪問レポート

**《ウェブマガジン・後記事》**

⑦無印良品　地域の取り組みを紹介するサイト「ローカルニッポン」　12 月末掲載予定

**《ほか》**

①ことりっぷ公式 Twitter　写真提供にて開催概要発信投稿
②一般社団法人日本建築プロデュース協会ウェブサイト「住育.COM」にて開催概要掲載し、イベント「土祭写真撮影ツアー」の実施
③廣瀬俊介ディレクター　9/18 日本地理学会秋季学術大会にて発表「地理学を生かした地域文化振興 栃木県益子町「土祭」における住民との風土研究を例として」

⑵ 自治体・大学・アート関係者から寄せられた関心

Ⅳ 1.風土・風景を読み解くプロジェクトの項でも述べたが、芸術祭関係者、他の自治体職員、大学関係者・大学生などからのコンタクトや問い合わせ、事前の視察や、会期中の来場が多くみられた。

**《事前視察や参加》**

①金沢大学地域連携推進センター「能登里山里海マイスター育成プログラム」メンバー、「奥能登国際芸術祭(H29 開催予定)」の会場となる珠洲市職員も。
②宇都宮大学地域デザイン科学部、地域連携センター教員
③東北芸術工科大学コミュニティデザイン学科学生

**《来場》**

おもな方々を挙げると
①ap bank「リボーンアートフェスティバル(H29 開催予定)」専任事務局員
②横浜美術館や静岡県クレマチスの丘美術館などの学芸員や広報担当者

③明治大学理工学部総合文化教室准教授、早稲田大学文学学術院教授と共生社会論のゼミ生、地域活性ゼミの学生グループ、東京農工大大学院客員教授（地域生存支援研究）など
④ほか自治体職員の方々多数

**《その他、終了後の動きとして》**

①廣瀬ディレクターに青森県立美術館から来年度の「大地に根ざしたアートの可能性を探求するプログラム」（予定）への参画についての相談があった。
②土祭代表メールへ、専修大学人間科学部社会学科４年生より卒論に関する相談
③和歌山県の（一社）田辺市熊野ツーリズムビューロー会長より土祭代表メールへ問い合わせ。サスティナブルツーリズムのフォーラムにて、土祭の公式ガイドブックと「風土・風景を読み解くプロジェクト」の話題が出たとのこと。メールの一部を抜粋する。「サスティナブル（あるいは持続可能性）という外来語では、日本の状況にそぐわないような気がするということで、考えが一致しました。「風土」という日本語がその謎をとく鍵になるかもしれない。そして、「益子の土祭」を聞き及んだという経緯です。恥ずかしながら、「益子の土祭」は初めて聞く情報でした。HP を拝見して、考え方の素晴らしさに感動しています。そして【益子の風土・風景を読み解く】という言葉にノックアウトされた感じです」
④栃木出身者の企画「とちぎユアターンコミュニティ　とちぎ DAY」（会場・総務省の移住定住促進センター）にて「土祭とヒジノワ」についてトークの依頼が簑田に（11/14 実施）
⑤栃木県コミュニティ協会より土祭とヒジノワについての視察ツアーの申し入れ（2/3 実施）
⑥兵庫県陶芸美術館でのイベントにて土祭についてのトークの打診が簑田に（2/7 実施）

## 4. 考察

メディアを制作し、広報活動をして「伝える」ことへの考察においては、以下の２つに分けて考えたい。
①土祭とはなにか？（コンセプトやテーマ、土祭の意義など）を伝えること。
②イベントとしての具体的な情報を伝えること。
①については、Ⅷ 1.総括の章で後述し、②については、Ⅵ 3.来場者サービスの項で後述する。

# Ⅵ 準備・運営・サービスにおける報告

## 1. 準備

### ⑴ 会場の検討選定

**《実施の経緯と概要》**

2014 年 6 月に、会場選定・サイン計画を、岡井健氏に業務委託し、会場選定に向けての作業を開始した。検討メンバーには、ワーキンググループから高山氏に入っていただき、事務局や地域リーダーを中心とした町民の方を巻き込んでの、現地踏査やワークショップを行った。普段、町民でも気づかないような益子の風景・空間を求め、丘の上、裏道、水の流れなど地形を体感しながら候補地選定作業を進めた。同年 12 月に報告書作成業務が完了し、そのデータをもとに、12 月下旬から作家表現ディレクションを依頼した川崎氏と、作家への依頼とともに展示場所の検討・すりあわせを開始した。

アート展示に関しては、条件の違いからどうしてもエリアごとの展示数のバラつきがでてしまうが、屋外・建物ともに候補となる会場が見出せなかった内町エリアへの配慮として、当初、道祖土のつかもと益子焼工房内で行う予定であった小春丸氏の「生け花 LIVE」を内町屋台パークに組み入れ実施した。

また、今回の土祭は、作家の希望により大幅に野外での展示が増えた。作家の方数名は、会場エリアを自ら踏査し展示場所を選定した。

当初、スケジュールでは、2 月末までには全員に会場となるエリア・建物等をご案内することを予定していたが、大幅に遅れ 4 月以降までずれ込んでしまった。

**《成果と考察》**

今回、すべての企画の土台とすることで実施した「風土・風景を読み解くプロジェクト」。地域での「風土・風景を読み解くつどい」への参加や土祭基礎資料の存在が、より作家の方がその土地と向き合うきっかけになったと考える。作家の会場選定作業については、参加作家の数も多く、遠方から参加の方もいらっしゃる中で、アートディレクションを依頼した川崎氏含め多忙な中でのスケジュール調整が難しく、遅くなってしまった作家の方にはご迷惑をかけてしまった。今後も、今回のように、エリアを自ら歩き展示場所を決定する作家の方がいることも想定すると、関連作業も含め、もっと早い時期から準備を始める必要があった。

⑵ 会場設営

**《実施の経緯と概要》**

会場で使用する竹テント用の竹の伐採作業について、27 年 2 月から開始した。今回も竹浦さんの協力をいただき、5 月に役場内にチームを立ち上げた。試作を重ねながら、8 月後半から設営を開始し、作家さんの展示会場に設置したドーム型テントも合わせると 28 張のテントを会期までに設営した。
展示やイベント会場として使用する場所・建物については、作家のみならず、所有者、自治会の方々、花の会、あじさい会、役場職員など、多くの協力をいただきながら草刈りや清掃等行った。

**《成果と考察》**

作家の方により、会場準備への関わり方に格差があると感じた。それには、事務局の進め方にも問題があった。作家の方からのアンケートで、「作家がすべき範囲、事務局がしてくれることが明確でなくやり辛かった。」との感想を頂いた。作家展示会場が決定した段階で、作業スケジュールの組み立てとともに、作家がすべきこと、事務局がすべきこと、協力して行うことを明確にしておく必要があったと考える。
職員からのアンケートの回答に、「準備中、町民と協力し嬉しく思った。」とあったが、以前、「役場の人たちと接する機会となり、役場の人が身近な存在に感じられるようになった。役場も頑張ってるんだな。」と言われたことがあった。それぞれの立場を理解、尊重しながらの協働作業が、他のアートイベントとは違う会場の空気感を醸し出すと感じる。

## 2. 会期中の運営

⑴ 受付と会場管理

**《実施の経緯と概要》**

今回の土祭では、受付スタッフについて、役場職員を減らし、出来る限り地域の住民の皆さんにお願いする方向性を打ち出していたので、6 月から、地域リーダーや自治会長を訪問、事前説明を行った。地域ごとの基礎資料を作成し、地域企画についての相談と合わせて受付や案内についても趣旨を説明、協力をお願いした。
受付スタッフについての自治会での割り当て作業については、具体的に動き出すのが、ほとんどの地域で祇園祭あとの 8 月以降であるため、リーダー・役員さんには大変ご苦労をおかけした。自治会全体に話を持ちかけることが出来なかった地域では、リーダーが個別に連絡をしボランティア依頼をした地区もあり、負担をかけてしまった。老人クラブやグループが存在する地域では、組織力を駆使し、スタッ

フを配置していただいた。
しかし、自治会からの報告とりまとめが 9 月になってしまい、不足のスタッフを依頼することとしていた役場職員への依頼が直前となってしまった。その結果、町民にも職員にも、十分な説明もできないままイベントをスタートさせることになってしまった。最終的に、ボランティアの人数は、役場職員が町民を大きく上回った。

**《成果と考察》**

町民の参加を促すことは、容易なことではない。特に、平日のボランティアを町民に依頼することは難しいと感じた。「町民主体で行う土祭に移行していくための第 3 回土祭」に捉われすぎて、結果、スタッフにも来場者にも、しわ寄せが行ってしまった。「問い合わせに対する情報が伝わっていなかった。」「運営側の説明会が必要。」「受付をしているボランティアへの説明がされていない。」など、多数、問題点を指摘する意見を頂いた。町民の巻き込みが厳しいと感じた段階で、土日・祝日の受付を町民に依頼し、平日を役場職員に依頼するなど、早い判断が必要だったと考える。
来場者の方からは、地域の皆さん、老人クラブの方たちの受付や案内に対して、多くの嬉しい感想を頂いた。「地域の方が受付をしているのが良かった。」「案内係のおじさんたちが親切だった。」「おじちゃん、おばちゃん達との触れ合いが楽しかった。」など。
今後、地域の実情など考慮し、無理のない形で、より良い運営態勢を作って行けると良い。

## 3. 来場者サービス

### ⑴ 駐車場・巡回バス・テントサイト

**《実施の経緯と概要》**

駐車場については、町営駐車場の他、つかもとや共販センター、里山リゾートホテル益子舘や展示会場付近の公民館、個人所有の駐車場などをお借りした。会場が分散したこともあり、数の面では問題なかったと思われる。土舞台での夜のイベント開催時には、広場西側に新たな駐車場が完成したため、十分な駐車が可能となった。
巡回バスは、前回と同じく中型バスを土日・祝日の 8 日間、益子駅から綱神社までの会場を 1 時間に 1 便程度で運行した。益子駅発で、綱神社までの会場を巡回した。前回行ったバスガイドの添乗は、今回は実施しなかった。
今回、宿泊場所の不足に対応する試みとして、シルバーウィークの 5 日間限定で、フォレスト益子の芝生広場にテントサイトを開設した。9/20.21.22 の 3 日間で、宮城と東京から 7 組の利用があった。

**《成果と考察》**

駐車場に関しては、陶器市の混雑をイメージしていた来場者もいたようだった。アンケートの回答では、「駐車場を心配したが、心配なかった。」「駐車場が多く表示が見やすかった。」「あちこちにあり便利。」などの感想を頂いた。「駐輪場の場所が指定されていると良い。」とのご意見は、前回の土祭のアンケートでもいただいたが、今回改善が出来ていなかった。次回は、駐輪場スペースの確保とともに、身障者用スペースの指定など、満足度アップを図る必要がある。

巡回バスについては、バスを含め交通にまつわるご意見を多数頂戴した。「宇都宮からの臨時バスがあると良い。」「バスを小型にして増便してほしい。」「テーマ別のバスツアーがあると良い。」「バスガイドがいると良かった。」「貸切タクシーがあると良い。」「上大羽までバスに乗ってくる人はいなかった。」「携帯用の時刻表があると便利。」など。今回の土祭は、前回に増して会場の範囲が広がり、「どこに行ってよいかわからなかった。」「効率の良い廻り方は？」などの感想も多くいただいている。コース設定とセットでの交通計画の作成が必要と感じた。

テントサイトの取り組みに関しては、土祭でチャレンジした形だが、県の許可条件は、あくまでも土祭のためでなく、フォレストにおける益子の森の利用促進の取り組みの１つと実施するものであった。今後は、フォレストのイベントなどと絡めた取り組みとして実施し、土祭の期間は連動してサイトを開設することが望ましい。

サービス部分に関しては、企画の準備が先行し後回しになりがちだが、満足度を左右する重要な部分であるので、時間をかけて検討していける余裕がある体制を作る必要がある。

⑵ パスポート・マップ・ヒジサイシンブン

**《実施の経緯と概要》**

・マップ

土祭 2012 では、ガイドブック付きのパスポートとして会期中に会場で販売した。マップはパスポートには組み入れず、予算の関係からタイアップ先の民間が制作した別刷りの「益子散策マップ」を代用した。結果「土祭」としての情報に絞り込めなかったことと別刷りであることから「使えない」として評価が低かった。この反省から、今回は、パスポートとマップを一体化しての制作とした。15000 部制作したが、販売実績が伸びなかったことと理由については、Ⅱ 2.で述べた。

・スタンプラリーと景品

展示会場を中心に 22 箇所で実施。スタンプは前回作成した山本在住の田村香織さん手作りのものを用いた。会期終了後、スタンプ数に応じて事務局で抽選を行い、５名に「益子焼きフリーカップ・ミチカケ・土祭オリジナルポストカードとうちわ」、20 名に「ミチカケ・土祭オリジナルポストカードとうちわ」を進呈した。（11 月末発送）

・ヒジサイシンブン

前回は会期中の制作となってしまった日程ごとのイベンタリーな情報（まちなか映画館の上映スケジュールや日ごとに変わる市場や夕焼けバーの出店者情報など）を役場内印刷室で（コピー用紙ではなく「藁半紙」で温かみを出す工夫）印刷し、パスポートと一緒に配布。

**《成果と考察》**

・マップについては「もっと細かい案内を」望む意見が来場者アンケートで多く見られた。「土地勘がないので余計わかりにくく感じた」という声もある反面、「会場には目印の旗が立っていたのでわかりやすかった」「会場が離れているけど案内がされていてわかりやすかった」などの声も見られ、白地に毛筆の「のぼり」や大きな「会場サイン」の幕が道案内の助けになっていたことがうかがえる。

・ヒジサイシンブンについては主に「日程ごとの詳細情報で重宝した」との声と「ジャンルごとに色分けするなど、もっと見やすくしてほしい」という声があった。

⑶ 会場サイン・のぼり

**《実施の経緯と概要》**

・のぼり旗

白綿布に毛筆で土祭と書いたのぼりは、会場域が広がったことを受け、前回の約 100 枚から 150 枚に増やした。前回まで使用したものを点検し半数を廃棄。あらたに 100 枚を中高生含む町民と職員有志で手書き制作。竹チーム制作の竿に取り付け、設置チームによって会期の約 5 日前に設置した。

・展示やイベント会場であることを示すサイン

前回は、ガイドブックなどと連動した「数字」のみをシルクスクリーン印刷した布のぼりを会場前に設置した。ブックを開かないと「ここで誰が何をいつやっているのか」わかりにくいという反省があり、今年は展示の場合は「タイトル・作者名・会場名」、イベントの場合は「イベントタイトル・日程・会場名」を印刷したサインとした。屋外会場は、竹に幕をオダ掛けし設置。建物の場合は、のれんスタイルで建物外壁に吊るした。野外の作品展示の場合は、オダが大きいため、鑑賞の妨げにならないよう、作家と打ち合わせをして設置場所を確定した。

・誘導サイン

土祭駐車場としてウェブやガイドブックに記載したすべての駐車場に「立て看板」、西明寺、山本、大羽地区への主要交差点や分岐路に誘導の「立て看板」を設置。また、マップではわかりにくい細かい路地や分岐があるルートには、歩行者向けに、細竹に案内紙を挟んだ「歩行者誘導サイン」を設置した。

**《成果と考察》**

来場者アンケートでは、マップの欄で述べたように「白いのぼりがとてもきれいで目印になった」「道案内のために矢印があってとてもわかりやすかった」という声がある反面、「わかりにくい」「もっと案内が必要」という声や「会場内に何箇所か道案内の看板を」「駐車場にまず案内看板を」という提案も。

### ⑷ 情報伝達についての考察

伝えられる情報の受け取り方や活用の仕方には、個人差があり、アンケートでの評価も分かれるが、各媒体で掲載する情報の種類と載せ方、リンクのさせ方については修正をかけ、来場者にストレスを感じさせない改善が必要。
今回は、一部の企画内容の詳細決定の遅れなどが影響したことから、ガイドブックに掲載する情報は、制作のスケジュール上、早めの企画確定が望まれる。パスポートのマップについても、まだ改善の余地はあったことは理解できていながら、人的パワーと時間不足から実現できなかったこともあり、ウェブサイトについても予算不足から割愛したコンテンツもある。そのような経緯から「行きたい情報にすぐにたどりつけない」という感想を生んでしまったことも否めない。今後は、企画運営と同じくらい、伝えることにも余裕をもって取り組める体制づくりが望ましい。

# Ⅶ 企画・運営の体制についての報告

## 1. 企画運営における体制と進め方

**《実施の経緯と概要》**

土祭 2015 の方針・体制・概要については、2014 年４月より「前・土祭 2014 土祭 2015 事業計画案」として検討を始め「馬場氏に代わるプロデューサーを置かず、外部専門家の協力を得ながら事務局と民間協働で進めていく」こととし、企画や表現の基礎は「風土・風景を読み解くプロジェクト」とした。その背景には「４回目からは町民主導の祭りに」という方針があった。

①企画運営委員会について

2014 年６月「前土祭・土祭 2015 事業計画書」にて、

風土形成ディレクター、ほか外部専門家、ワーキンググループ、地域リーダーの決定

2014 年 10 月「土祭 2015 事業計画書」にて、

上記に土祭表現ディレクターを加え「企画運営委員会」を発足させた。

ワーキンググループと事務局で原案を作り、企画運営委員会で意見交換、原案の修正やとりまとめを行い、実行委員会で承認・決定、というしくみに。

・風土形成ディレクター　風土調査と並行して、それをどう企画に反映させるか？という視点で「識る」「澄ます」などの企画制作へのサポートも依頼。

・土祭表現ディレクター　作家の人選と展示企画・作家対応について、馬場氏に代わる存在としてのとりまとめを依頼した。

・町民ワーキンググループ７名　2009 年土祭から関わりが深い方を中心に依頼。会場選定、展示企画や作家の人選、会場設営の演出などを中心に依頼した。

・町民地域リーダー７名　展示やイベント会場の中心となる７つの自治会から若手に依頼し、自治会長にも協力をあおぎながら、会場整備、受付スタッフのシフト編成などを中心に活動、３地区では自主企画も生まれ企画運営にあたった。

②役場内での協力体制について

土祭 2012 では、春に全課職員から「企画チーム/ヒジサポ」のどちらで関わるかの希望をとり、

6 月に企画チーム希望者職員と事務局・町民有志で、各プログラムを企画運営していく企画チームを発足させた。企画チームの役場職員は 63 名であった。

今回は、「４回目からは町民主導の祭りに」「できるかぎり地域の力で」という方針から、役場職員の企画チーム参加の依頼は最低限にとどめた（企画チーム役場職員 28 名）経緯がある。

2. 評価と考察

**《運営体制への感想・評価》**

①事業規模と運営側の人員について

「ふりかえりアンケート」では、民間スタッフ、役場職員、作家から「事業規模に対する運営側のスタッフの手薄さ、事務局の負担が大きい」という指摘が多数寄せられた。数例を以下にあげる。

「運営体制は今回は（も？）夜中遅くまでとても大変そうでした。体制の確立と明瞭化が必要だと思う。細かいところまでチェックできる体制と余裕をもった運営ができないと長く続かないかな？と思ってしまいます。企画自体は、良いと思うから」（民間スタッフ）「運営スタッフの数と祭の規模のバランスの見直しが必要だと思う。事務局や地域のリーダー、スタッフに掛かる負担が大きすぎたのではないか？その負荷に対する町側からのリターンは取れていたのでしょうか？」（作家）

「少ない人数でのイベントは難しい。企画が多すぎる、益子町のイベントすべてに言えますが、イベント期間も長すぎる」（職員）

事務局の反省は次頁にも述べるが、人的規模にあわせて企画内容をコンパクトにする意識や工夫も、もう少し必要であったと考える。

②役場職員の参加について

会期中の受付スタッフなど時間外での土祭業務を負担に感じる声や、余裕のない土祭事務局からの情報共有の遅れへの指摘があった。また、職員の関わり方については 2012 年度のように「企画の段階から関わりたかった」という意見も複数あった。関連した意見の一例を以下にあげる。

「今回より役場の他課の協力体制が減少し地域リーダーが加入した形となりました。しかし数はあってもなかなか動くに至らなかった気がします。引き継ぎの意味でも他課の協力は必要だった気がします。実際、事務局だけでは手が不足してしまっていました」（職員）

**《成果と考察》**

①プロデューサー不在の体制についての総括

・成果：「やらされる祭りから、町民の祭り」に近づいた。

Ⅳ 1.でも述べたように、「自分たちの地域の風土を公民館につどい、共有する」ことを基礎とするしくみをもったことで、土祭への町民の意識や理解、参加意欲は前回の比ではなく高まった。つどい報告会のあと、事務局員へ直接告げられた感想に「３回目にして初めて、やっと土祭が私たちのところに降りてきた」というものがあるが、前回まで直接的な不満として伝えられていた「土祭は一部の人が勝手に

やっているイベント」というマイナスの評価は（まだ完全に払拭されていないとしても）ずいぶんと減っている。町民と土祭の距離、町民と事務局の距離も縮まったと考える。

・対応に苦慮したこと：展示への計画や準備が始まってからの作家展示への対応と、地域への対応やサポート対応はかなりの時間も要し対応に苦慮することも少なくはなかった。作家展示についてはディレクターを依頼していたが、2015 年明けより多忙となられたことで、また事務局も連携をうまく取れず、結果として、作家や関係者へ丁寧な対応ができずストレスを感じさせてしまったことも多くあったと考える。また、前回までは馬場氏の存在があって表面化せず、あるいは丸くおさまっていたことも、今回はすべて事務局が引き受けることになり対応に苦慮することも少なくはなかった。ふりかえりアンケートに、以下の意見があったが、事務局としても、早い段階でなんらかの策をとるべきであった。

「運営陣が楽しくできるよう配慮してほしい。休みもなく、作家の難しい要望にも応えなければならず、大変そうにしか見えませんでした。」（職員）

②行政から町民主導への過渡期としての総括

「規模に対する人員不足」となった理由の１つとして、今回は早い段階から職員企画チームを発足させなかったことも挙げられるが、その代わりに考えられていた地域住民のまきこみも現実的には簡単なことではなく、自主的あるいは好意的に関わってくださる方が増えたとはいえ、初めからお任せできるものでもなく、常に事務局員の地域への対応やサポートが必要であった。また、町民関係者側は、アンケートにあるように「満足・充実感」を抱く反面、事務局に直接とどく声としては「それぞれが仕事をもっていて、その中での時間をさいてのやりくりでは、できることは限られる」というものもある。
事務局の反省としては、そのような状況が見えてきた時点での早めの軌道修正などが不足したことと考える。実際に企画準備が進み始めると、当初予定にはないアイディアなどが盛り込まれ「やること」が増えた企画もあり、地域拡大（西明寺など）という方針の中で、実際の企画内容をスタッフ数に見合う形で、どうコンパクトにするか、という工夫やコントロールを考えるべきことも必要であった。

最後に、この項に関連して。今回お世話になったアートと映画業界の関係者から
「プロデューサーもディレクターも作家も、日本各地の芸術祭に何人かの「同じ方々」が関わる状況は健全とは言えず、益子のように小さい町で、この独自のしくみを作り、土祭をこのように実施していることは、感動に価する」というコメントをいただいている。

# Ⅷ 土祭 2015 の総括

## 1. 土祭 2015 の企画方針について

益子の風土・風景を読み解き、それを基礎として組み立て、「この土地で生きることの祭り」「継ぐ」「識る」「澄ます」「照らす」「結ぶ」というキーワードを掲げて展開した土祭は、
どのように受け取られ、どのような役割を果たし、今後にどのような可能性を残したのか、考察する。

### ⑴ 来場者および外部評価

①来場者アンケート「土祭のテーマや内容、会場のことなどへのご感想、ご意見を」という問いには、具体的な感想と並んで、「土祭のコンセプト全体」への感想も多くあった。

・テーマへの感想の増加

「今まで知らなかった益子の魅力を知ることができた」という前回と同じような感想も多い中、今回は特にテーマそのものへの言及が目立った。

「風土に根ざす、素敵です。すばらしいです。頑張ってください」（宇都宮 52 男性）「このテーマを続けて欲しい」（東京 53 男性）「素晴らしいテーマにおおいに賛同しました。まちづくり、コミュニティづくりにもっと興味が湧きました」（東京 24 女性）「ローカルかつアクティブなテーマで、ほかの土地では感じられないにおいや音、触り心地があった」（埼玉 30 女性）などである。

・コンセプトと内容の統一感への評価

「コンセプトを変えることなく、最初から最後まで、美しい流れがあること」（静岡 31 女性）「全体の統一感がよかった。こんなにたくさん町の良さを引き出すことができていることに驚きと感動があった」（福島 22 男性）「私たちの想像する祭りとは全く違って、広範囲で行われ、ゆったりとした時間が流れ、統一感のある優しい空間だと思いました」（東京 20 女性）…などとの感想も今回は顕著であった。

②外部評価

アートイベントや自治体、大学関係者などからの関心や評価については、Ⅳ1.風土・風景を読み解くプロジェクトでの総括、および、Ⅴ広報・メディア制作における成果と総括でも述べているが、ここでは、１つ補足を行う。

Ⅴの成果で述べたウェブマガジンや雑誌などからの取材で、こちらからのパブリシティ営業での掲載以外の場合、ほとんどが「ウェブサイトを見て読んで、芯の部分からしっかりと考えられ、コンセプトが細部に行き届いているイベントだと感銘を受け、ほかに類をみないので、ぜひ」という依頼をいただくことが多かった。

**《考察》**

こういった評価の理由として、Ⅴ2.「ビジュアルアイデンティティという視点で整理する実施概要」で述べたような「2009 年からの積み重ね」と、芯（軸）をしっかりと作った上での、表現やデザインの同一化を続けていることが挙げられる。

また、前年度の後半から、これまでの土祭を踏襲した上での、風土・風景の読み解きの成果を基礎とした「コンセプトメイキング」を進め、４月のリリースやウェブの一部リニューアルで、しっかりと伝えることができたことと、参加作家や出店者、町民協力者の方々の理解によるものだと考える。

## ⑵ 土祭が果たした/果たす役割

土祭が果たしている役割につては、来場者アンケートのフリーアンサーや、ふりかえりアンケートでの風土・風景を読み解くプロジェトへの評価の声から、さまざまに掬い上げることができるが、集約すると以下の２つとして考えることができる。

①益子のブランド力アップ、日本各地へ波及への貢献

2009 年の第１回開催時から「益子焼きだけしか知らなかった」益子の「新しい魅力」を、回を重ねるごとに「益子の風土性に根ざした本質的な魅力」として、さまざまな形にして、伝えることができているのが、土祭だと考える。また、実際に益子に来ることができない人たちへ向けても、公式ウェブサイトで、その世界観は伝えることができていると考える。

次に、Ⅴ章で述べた、ガイドブックの販売実績と公式ウェブサイトの閲覧者居住地の変化から、益子・土祭への日本各地からの関心の広がりについても、述べておきたい。

ガイドブックの販売が北海道から沖縄まで広がっていることと同様に、公式ウェブサイトの閲覧も前回は関東からのアクセスが上位を占めていたが、今回は、５位・大阪、８位・名古屋という結果となっている。11 位以下にも 15 位・札幌、18 位・仙台、19 位・福岡、20 位・京都が登場する。後述の、⑶前回よりは日本各地から関心各地に益子・土祭への関心が各地に広がっていることの表れではないか。また、Ⅴ章成果の項で述べたように、青森、能登地方、和歌山など、土祭に関心を寄せる団体などが地方に広がっている。

これらの１つの要因として、土祭 2012 での総括を受けて、タウンプロモーション策として提案創刊した『ミチカケ』が益子という土地への関心を醸成し、知名度アップ・ブランド力アップに貢献しているとも、事務局では考えている。『ミチカケ』の設置協力店は、北海道から鹿児島まで 114 の店舗や施設。現在も日本各地から設置希望のメールが届くが部数と送料の関係でお断りしている状況である。2015/3 号 9 号では編集後記で土祭の告知を掲載している。

ふりかえりアンケートから、展覧会やワークショップで北海道から鹿児島まで飛び回っているという参加作家のフリーアンサーを掲載する。

「土祭は、規模の大きさ、話題性、集客数、経済波及効果など、従来の評価基準で判断するのではなく、長い時間軸で益子の財産となる土祭のあり方を考えて欲しい。県外に出かける機会が多く、たくさんの人と会うが、意外なほど益子や土祭は注目されています。宣伝効果やイメージアップという点では、土祭の対費用効果は相当高いと思います。来場者の満足度もたいへん高い。今後も町民と人と人との交流が深まる企画やサービスに期待します」（町内　作家）

②住民の、自分たちの地域への関心、地域づくりへの意識を醸成する

Ⅳ 1.の項でも述べてきたが、このことも土祭の役割として評価ができると考える。
今回は特に、風土・風景を読み解くプロジェクトを基礎としたことで、町の他のイベントにはない「住民の参加意識を高め、住民が自分のこととして取り組む」ための仕組みを内包したイベントとなったと考える。また、それが「地域を大切に考えている祭り」として伝わっていると考える。来場者アンケートから一例を掲載する。

「地域を第一に、本当に大切に考えられたコンセプトに惹かれて伺いました。それが実際に表れていると感じられて本当に良かったです。舞台のイベントも食堂も展示も地元の方が観客としても多く参加されていて、地域のものになっている感じがとても良かったです。観光のために身を削ってしまうような地域イベントが多い中で、本当に地域のものとして成立していて素敵な取組でした。また来ます。」（神奈川 29 女性）

## 2. 今後の展開について

### ⑴ 地域振興策としての土祭の意義を再考する

「土祭のための土祭ではなく、ふだんの町づくりの活性化に繋ぐ仕組みをつくる」
2014 年 6 月に作成した「土祭 2014→2015 事業計画書」に課題として盛り込んだ一文である。
この課題は、土祭は「未来へのチャレンジ」（2009 年実行委員長のメッセージより）であり、「未来づくり」「未来への提案」（2012 年実行委員長のメッセージより）であるという方針を受けたものである。
また、土祭は「暮らしのこれから」を考える祭りであり（2009 年馬場浩史氏メッセージ）、「益子ならではの理想の暮らし」（2012 年実行委員長メッセージ）を実現していくための祭りとして、
つまり、「これからの暮らしの施策を考える地域振興策」の 1 つとして位置づけられてきた。
ここでは、このことについて、「今回の土祭で可能性が見えてきたこと」と「今後の課題」について言

及する。

①可能性が見えたこと

前回までは、「一部の人たちがやっている土祭」という認識しか持たれてこなかった取り組みが、これまで報告してきたように、今回は「風土・風景を読み解くプロジェクト」を基礎としたことで、益子で暮らす方達の土祭や地域に向ける意識や理解が大きく変わり始めていると言える。

先に述べたように、13 地区で行った「風土・風景を読み解くプロジェクト」の成果として、

「やらされる側からやる側へ、という意識の変化があった」という町民の声があった。

イベントも祭りも地域づくりの施策も、町民のものとして根付かせるためには、町側で固めた企画を伝えるのではなく、企画以前の段階から、いかに、その土地で暮らす人たちを巻き込むか、そして「形の上で、一応、参加してもらった」ということだけではなく、いかに「生の声を真摯に聞き、受け止めるか、そして、そこからどう形として紡いでいくかを考えること」が肝要である。その仕組みとして、今回の「地域ごとに風土・風景を読み解くプロジェクト」は一定の成果を果たしたと考えられる。ふりかえりアンケートの一例をあげる。

> 「私の知り合いに土祭に対して懐疑的な方（七井地区）がいた。その方は風土風景を読み解く集いを通して集いや土祭の企画に参加するなど、土祭に積極的に取り組んでいた。土祭の意図することが地域の掘り起しを通じて伝わり、参画（行動）に繋がった事例であると思う。また、集いを通して、地域の方が昔話の昔話（おじいさんが自分のおじいさんから聞いた話など）に饒舌になり会場に和が生まれる瞬間は開催地区にとっても良い効果があったと思う。集いをきっかけに加工品開発（小宅の菜種油）をしよう、農産物を売ろうという地域のまとまりも生まれつつあることを考えれば、地域情報の集約作業を通じてコミュニティ支援にもつながる、また土祭が益子の町民の祭りとして受け入れられる素地を整える事業として、継続的に実施することが望ましいと思う」（職員）

外部評価の一例として、早稲田大学文学部文学学術院の山西優二教授（共生社会論・開発教育）からいただいたコメントを紹介する。

> 「土祭を軸に、まちづくりのいろいろなものがまとまっている。その中心に、みんなで考える風土というコアがあることで、全体がぐっと一本化する。強くなる。そして、これまで以上に、そこに、学びの循環ができると良い」

「ましこ再生計画」から生まれた土祭であるが、今後、「新ましこ未来計画」の実行の過程で「13 地区の基礎資料」および、来場者アンケートなどを含む「土祭 2015 総括報告書」一式からの「活用」を具体的に検討し実行していくことで、住民に還元する「循環」を作ることが、健全な地域づくりの 1 つのモデルともなると考える。

②課題として考えること　1「行政の場での横断的な取り組み」

「未来の暮らしづくり」のためのチャレンジが「土祭」であるとして、その事業を担う「担当」について、考察を加えたい。2009 年から「観光商工」の部門が土祭担当であり、回によって多少の違いはあるが、各課の有志職員の協力を得て連携を取りながら企画運営を進めてきた。しかし、本来の土祭の主旨に立ち帰れば、各課との連携はもっと必要であったと考える。

次回の土祭については、その実施の有無や体制など、すべて検討はこれからであるが、実行の主体を民間とする際においても、役場内での窓口あるいは協働の体制づくりにおいては、町の関わり方としては、「未来の暮らしづくり」に関わるすべての部署の「横断的な関わり」があってこそ、住民に還元できることも確実に増えてくると考える。

③課題として考えること　2「土祭にアートを組み込む意義」

Ⅳ2.の項でも、来場者アンケートで顕著な例をあげたが、土祭の展示に来場者が期待するもの、また、満足感を得るものとしては、「益子の風土（自然や歴史）を体感できる環境を散策しながら、その中で出会える、風土に根ざした表現として存在する作品」という方向性が見えてくる。

また、土祭が「未来の暮らしづくり」のチャレンジの場としての方針を継承するのであれば、土祭でのアートには、作家が表現活動を行うことで、ここに暮らす人々の未来を、どう「照らす」ことができるのか、と問われ続けることになるとも言える。次回に向けては、「土祭でのアートとはなにか」は検討を続け、たとえば、町外の作家が長期滞在でフィールドワークと制作を行うことや、出展作家の人数を絞って、単に作品発表だけではなく、町内の大人や子どもとのワークショップやシンポジウムと連動させるなど「土祭でのアートの意義」がより明確化される方向での企画の検討を続けることが望ましい。

## ⑵ 第４回土祭に向けて

３年後に第４回土祭を実施するという前提で、以下の２つを事務局から提案したい。

①土祭検討委員会を組織する。

「土祭」継続の意義や「継続する場合の体制」や「企画内容のアウトライン」「土祭におけるアートの意義」などを継続して検討する場をつくること。

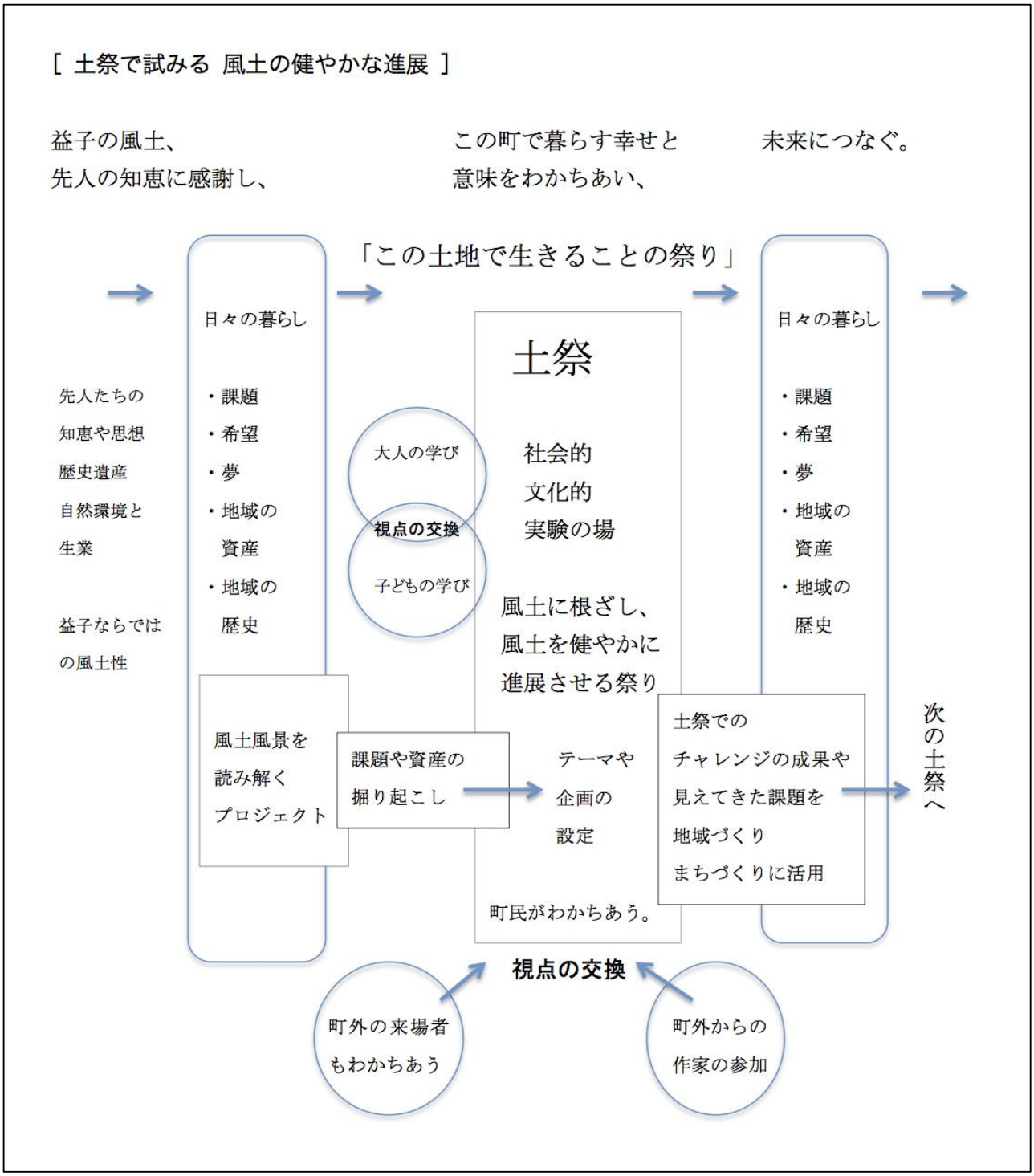
②「未来の暮らしづくり」のために「土祭」を活用していくしくみをつくる。

13 地区の基礎資料はもちろん、2009 からの土祭事業での「報告書」「各種アンケートの統計」「土祭で培っているブランド感醸成や VI の流れ」など、土祭での積み重ね一式を、関係各部門や関連事業で活用していきながら、町づくりと次の土祭へと繋いでいくことが望まれる。

最後に

３年に一度の「土祭」を軸とした、「積み重ね」と「循環」と「学び」による

地域振興方法論の１つとして概要図を提示する。



巻末資料１　各展示会場の来場者数

| | No | 場所 | 展示等内容 | 小計 |
|---|---|---|---|---|
| 展示 | 01 | 虚空蔵さまの丘（新町） | 小屋プロジェクト　髙山秀樹 | 2,383 |
| | 02 | 虚空蔵さまの丘（新町） | 小屋プロジェクト　仲田智 | 2,383 |
| | 03 | 岡田酒店奥座敷（新町） | 展示　生井亮司 | 2,287 |
| | 04 | ヒジノワスペース（新町） | 「まちなか映画館『太平座』」 | 2,208 |
| | 06 | 新町空き地（新町） | 展示　KINTA | 2,088 |
| | 07 | 太平神社（田町） | 展示　川崎義博 | 1,803 |
| | 08 | 太平神社先人の丘（田町） | 展示　栗山斉 | 1,803 |
| | 10 | 元平野スタンド（田町） | 展示　田中一平、田村洋介、伯耆田卓助 | 2,032 |
| | 11 | 元むらた民芸店（田町） | 展示「益子の風土・風景を読み解く」 | 2,024 |
| | 15 | グレイズハウス（城内） | ゲストハウスプロジェクト「結び目をつくる」 | 2,063 |
| | 16 | 陶芸メッセ・益子内　芝生広場（城内） | 土祭市場「益子手仕事村」 | 3,063 |
| | 17 | 陶芸メッセ・益子内　旧濱田庄司邸（城内） | 展示「益子の原土を継ぐ」 | 4,782 |
| | 18 | 陶芸メッセ・益子内　益子国際工芸交流館アトリエ（城内） | 展示　佐野陽一と益子の子どもたち | 1,933 |
| | 19 | 円道寺池（城内） | 展示　川崎義博 | 2,091 |
| | 20 | 円道寺池周辺（城内） | 展示　大田高充 | 2,091 |
| | 21 | 益子稲荷神社（城内） | 展示　浅田恵美子 | 2,091 |
| | 23 | 元PANEM石蔵とその周辺（道祖土） | 展示　藤原彩人 | 1,250 |
| | 24 | Planet Home（道祖土） | 展示　Douglas Black | 1,250 |
| | 25 | starnet zone（道祖土） | 展示 村田昇 | 1,471 |
| | 26 | つかもとSPACE石の蔵（道祖土） | 展示 川村忠晴 | 1,671 |
| | 27 | つかもと益子焼工房（道祖土） | 展示 小春丸 | 1,671 |
| | 29 | ドウメキのコウホネ田んぼ（西明寺） | 展示　澤村木綿子 | 2,091 |
| | 30 | 赤目薬師堂奥の林（西明寺） | 展示　橋本雅也 | 2,091 |
| | 33 | 綱神社とその周辺（上大羽） | 展示　古川潤 | 2,091 |
| | | 土祭食堂 | 食堂 | 1,378 |
| | | | 小計 | 52,089 |
| | 05 | 飯塚邸板蔵（新町） | 映像上映「光のある風景」川本直人と益子の子どもたち | 53 |
| | 09 | 元松原飯店（田町） | トークセッション「益子風土学セミナー」 | 232 |
| | 34 | 八幡神社（山本） | 演劇「花音」（八幡神社例大祭での奉納公演） | 350 |
| | | 土祭広場 | 夕焼けバー | 5,900 |
| | | | 合計 | 58,624 |

# 巻末資料２　パスポート・ガイドブック販売・配布実績

| | No | 場所 | 9/13 | 9/14 | 9/15 | 9/16 | 9/17 | 9/18 | 9/19 | 9/20 | 9/21 | 9/22 | 9/23 | 9/24 | 9/25 | 9/26 | 9/27 | 9/28 | 冊数 | 金額 | 場所 | 冊数 | 金額 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| パスポート | 04 | ヒジノワスペース（新町） | 22 | 7 | 0 | 4 | 1 | 5 | 7 | 19 | 3 | 8 | 14 | 0 | 5 | 8 | 6 | 4 | 113 | 56,500 | 真岡鐵道 | 200 | 100,000 |
| | 11 | 元むらた民芸店（田町） | 16 | 5 | 1 | 2 | 0 | 6 | 10 | 10 | 42 | 15 | 8 | 7 | 4 | 7 | 12 | 2 | 147 | 73,500 | 町内7か所 | 18 | 9,000 |
| | i1 | 駅前石蔵 | 44 | 21 | 15 | 9 | 9 | 2 | 41 | 22 | 61 | 74 | 20 | 10 | 6 | 45 | 29 | 19 | 427 | 213,500 | | | |
| | 16 | 陶芸メッセ・益子内　芝生広場 | 38 | 7 | 7 | 7 | − | − | 23 | 17 | 35 | 53 | 18 | 5 | − | 10 | 10 | 19 | 249 | 124,500 | | | |
| | i5 | 城内坂交差点 | 50 | 8 | 7 | 8 | 3 | 3 | 38 | 44 | 61 | 57 | 17 | 6 | 3 | 27 | 35 | 8 | 375 | 187,500 | | | |
| | 25 | starnet zone（道祖土） | 11 | 4 | 9 | 1 | 7 | 4 | 17 | − | − | 5 | 5 | 5 | 2 | 11 | 19 | 5 | 105 | 52,500 | | | |
| | 26 | つかもとSPACE石の蔵（道祖土） | − | − | − | − | − | − | 2 | 7 | 11 | 8 | 0 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | 34 | 17,000 | | | |
| | 26 | 見目陶苑 | 15 | 9 | 19 | 13 | 3 | 0 | 9 | 31 | 19 | 11 | 9 | 4 | 3 | 13 | 15 | 10 | 183 | 91,500 | | | |
| | | 松原飯店 | − | − | − | − | − | − | − | − | 5 | 0 | − | − | − | − | − | − | 5 | 2,500 | | | |
| | | 花音 | − | 9 | | | | | | | | | | | | | | | 9 | 4,500 | | | |
| | | 冊　数 | 196 | 70 | 58 | 44 | 23 | 20 | 147 | 150 | 237 | 231 | 91 | 40 | 24 | 123 | 126 | 67 | 1,647 | 823,500 | | 218 | |
| | | 金　額 | 98000 | 35,000 | 29,000 | 22,000 | 11,500 | 10,000 | 73,500 | 75,000 | 118,500 | 115,500 | 45,500 | 20,000 | 12,000 | 61,500 | 63,000 | 33,500 | 823,500 | | | | 109,000 |

| | No | 場所 | 9/13 | 9/14 | 9/15 | 9/16 | 9/17 | 9/18 | 9/19 | 9/20 | 9/21 | 9/22 | 9/23 | 9/24 | 9/25 | 9/26 | 9/27 | 9/28 | 冊数 | 金額 | 場所 | 冊数 | 金額 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ガイドブック | 04 | ヒジノワスペース（新町） | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 6 | 0 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 24 | 19,200 | 通販（見込み） | 101 | 95,121 |
| | 11 | 元むらた民芸店（田町） | 4 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 7 | 6 | 2 | 2 | 3 | 6 | 0 | 0 | 6 | 1 | 39 | 31,200 | D＆デパートメント | 40 | 20,699 |
| | i1 | 駅前石蔵 | 9 | 7 | 3 | 3 | 3 | 1 | 7 | 4 | 14 | 12 | 7 | 2 | 1 | 7 | 4 | 5 | 89 | 71,200 | (株)ビームス | 40 | 21,880 |
| | 16 | 陶芸メッセ・益子内　芝生広場 | 10 | 4 | 1 | 0 | − | − | 6 | 4 | 9 | 9 | 5 | 1 | − | 9 | 6 | 2 | 66 | 52,800 | スターネット東京 | 20 | 16,000 |
| | i5 | 城内坂交差点 | 12 | 5 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 8 | 6 | 3 | 6 | 2 | 0 | 1 | 2 | 4 | 53 | 42,400 | スターネット | 20 | 16,000 |
| | 25 | starnet zone（道祖土） | − | 2 | 1 | − | − | − | − | − | − | − | 1 | 0 | 2 | 1 | 2 | 1 | 10 | 8,000 | 町内8か所 | 65 | 45,200 |
| | 26 | つかもとSPACE石の蔵（道祖土） | − | − | − | − | − | − | − | − | 1 | − | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 800 | | | |
| | 26 | 見目陶苑 | 3 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 7 | 2 | 3 | 1 | 3 | 0 | 2 | 3 | 5 | 34 | 27,200 | | | |
| | | 花音 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | 2 | 1,600 | | | |
| | | 冊　数 | 41 | 23 | 7 | 5 | 3 | 3 | 24 | 29 | 34 | 35 | 23 | 17 | 5 | 22 | 26 | 19 | 316 | 252,800 | | 286 | |
| | | 金　額 | 32,800 | 18,400 | 5,600 | 4,000 | 2,400 | 2,400 | 19,200 | 23,200 | 27,200 | 28,000 | 18,400 | 13,600 | 4,000 | 17,600 | 20,800 | 15,200 | 252,800 | | | | 214,900 |

| | | 合計金額 | 130,800 | 53,400 | 34,600 | 26,000 | 13,900 | 12,400 | 92,700 | 98,200 | 145,700 | 143,500 | 63,900 | 33,600 | 16,000 | 79,100 | 83,800 | 48,700 | 1,076,300 | 1,076,300 | | 504 | 323,900 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

巻末資料３

土祭2015公式ガイドブック通信販売実績（2015/11/10まで）

| 売上月 | 入金月 | 1冊単品<br>a | 2冊セット<br>b | 3冊一括<br>c | 5冊一括<br>d | 売上件数<br>e=a+b+c+d | 売上冊数<br>f | 売上総額<br>g=f*800 | 送料相当額<br>h | 決済総額<br>i=g+h | 決済手数料<br>j=i*0.05 | 振込手数料<br>k=250／月 | 入金総額<br>l=i−j−k |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8 | 9 | 29 | 5 | 0 | 0 | 34 | 39 | 31,200 | 7,735 | 38,935 | 1,947 | 250 | 36,738 |
| 9 | 10 | 34 | 6 | 1 | 0 | 41 | 49 | 39,200 | 9,866 | 49,066 | 2,454 | 250 | 46,362 |
| 10 | 11 | 3 | 0 | 1 | 1 | 5 | 11 | 8,800 | 2,481 | 11,281 | 565 | 250 | 10,466 |
| 11 | 12 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 | 1,600 | 300 | 1,900 | 95 | 250 | 1,555 |
| 計 | | 66 | 12 | 2 | 1 | 81 | 101 | 80,800 | 20,382 | 101,182 | 5,061 | 1,000 | 95,121 |

【参考1】地域別・性別売上冊数

| | 男性 | 女性 | 計 |
|---|---|---|---|
| 北海道・東北 | 3 | 4 | 7 |
| 北関東 | 9 | 8 | 17 |
| 南関東 | 17 | 16 | 33 |
| 甲信越・北陸 | 8 | 0 | 8 |
| 東海 | 3 | 1 | 4 |
| 近畿 | 3 | 10 | 13 |
| 中国 | 5 | 4 | 9 |
| 四国 | 1 | 2 | 3 |
| 九州・沖縄 | 4 | 3 | 7 |
| 全国計 | 53 | 48 | 101 |

【参考2】売上冊数上位都道府県（5冊以上）

| | 男性 | 女性 | 計 |
|---|---|---|---|
| 東京都 | 10 | 9 | 19 |
| 栃木県 | 5 | 3 | 8 |
| 茨城県 | 4 | 3 | 7 |
| 埼玉県 | 2 | 4 | 6 |
| 神奈川県 | 4 | 2 | 6 |
| 京都府 | 3 | 3 | 6 |
| 岡山県 | 5 | 1 | 6 |