

氏名（本籍）	<small>はまち たかふみ</small> 濱地 孝史（福岡県）
学位の種類	博士（芸術）
学位記番号	甲第167号
学位授与年月日	2026年3月23日
学位授与の要件	広島市立大学大学院学則第36条第2項及び広島市立大学学位規程第3条第2項の規定による
学位論文題目	神社を会場としたサイトスペシフィックなアートプロジェクトが開催地のプレイス・ブランディングに与える効果について～香椎宮アートプロジェクトを中心事例とした考察～
論文審査委員	主査 教授 中村 圭 委員 教授 納島 正弘 委員 准教授 石松 紀子

論文内容の要旨

本研究は、開催地との関係性が重要であるアートプロジェクトにおいて、その方針には開催地に対してプラスに働き、地域に好意的に受け入れられる視点が必要ではないかという筆者の問いを背景に、アートプロジェクトが開催地の「プレイス・ブランディング」に有効に働く可能性について考察を行った。

また、アートプロジェクトの会場として地域社会と密接に結びついた神社に着目し、神社を会場として開催されるアートプロジェクトが「プレイス・ブランディング」に与える影響について、過去の事例から効果を考察すると共に、実際に神社を会場とするアートプロジェクトを実施し、開催地の「プレイス・ブランディング」に与える影響を具体的に検証した。

第一章では、1970年代以降のアートの歴史を概観し、アートプロジェクトが開催地との結びつきが強い取り組みとして拡大してきた背景について述べた。また、場所がもつブランド価値の向上を目指す「プレイス・ブランディング」の特徴と活動の方法論について整理した。このことからアートプロジェクトと「プレイス・ブランディング」には類似点が多いことがわかり、「プレイス・ブランディング」活動にアートプロジェクトを活用することで、開催地のブランド価値を育むことに効果的な影響を与えることができるのではないかという筆者の視点を提示した。

第二章では、これまでに開催されたアートプロジェクトの中から、開催地の「プレイス・ブランディング」に有益な影響を及ぼしていると考えられる事例として、桐生再演と、みなとメディアミュージアムにおいて制作された作品を取り上げ、アートプロジェクトが「プレイス・ブランディング」に有益な影響を与えるために必要となる要点について考察を行った。

結果として、アートプロジェクトにより地域の歴史や人々の営みと強く結びついた象徴的な施設を活用し地域がもつ物語を浮かび上がらせることや、地域の史跡や特徴的な場所、特産物などの要素を親しみやすいコンテンツとして再構築することが、アートプロジェクトによる「プレイス・ブランディング」活動の要点だと考えられることがわかった。

第三章では、地域の歴史や文化、生活と強く結びついた神社に着目。神社で開催されるアートプロジェクトが開催地の「プレイス・ブランディング」に与える影響について考察することを目的に、太宰府天満宮が実施するアート事業、及び「上賀茂・千年アート展」「社家町めぐる

アート展」の事例を取り上げた。

その結果、神社でアートプロジェクトを開催することに歴史的な文脈からの必然性を確認することができた。また、アートプロジェクトを接点に地域との連携が生まれ、地域理解を深める仕組みとして機能することもわかった。また、境内に人々が集まり、場所が持つ神聖性や長大な歴史を体験することで、地域に対する矜持を育て「プレイス・ブランディング」を育むことにつながっていることがわかった。さらに、伝統と現代の対比と融合により、過去から継承された現在という時を体験する装置として機能するとともに、話題をつくりだし情報が拡散されることによって「プレイス・ブランディング」を育むことに有益な効果があることがわかった。

第四章では、筆者が取り組んだ香椎宮アートプロジェクトを事例として、地域社会への「プレイス・ブランディング」に対する具体的な影響を検証した。

その結果、香椎地域にフォーカスしたアートプロジェクトに興味を持つ人々の割合は多く、地域の歴史や風景、文化に関する作品のニーズが高いことがわかった。また来場者は、香椎地域及び近隣地域の住民が多く、アートプロジェクトに対して満足感を得ることにより口コミで情報が拡散し、より多くの来場者を呼び込むことへとつながっていることがわかった。また、香椎地域の歴史、神聖性、太古の伝説、地名の由来、街の発展による都市機能の充実などの地域がもっている意味や、美しい風景、土地の気配などをアート作品によって再構築し、住民が地域に対する誇りや愛情を再認識する機会となり、「プレイス・ブランディング」を育むことに貢献したことがわかった。

以上のことから、地域の象徴的な施設である神社を会場としたアートプロジェクトは、歴史的な文脈からの必然性やアートを接点として地域との連携を生み出す土壌があり、千年単位の長大な歴史や地域の神聖性、太古から伝えられる伝説、地域の形成過程や風景、土地の生命力など、地域が持つ独自で多様な特徴、そして土地の記憶や気配を再構築する効果があり、来場者が過去から現在、未来へと続く時空間を意識し、誇りや愛情を認識することで、地域に対する矜持を育てる仕組みとして機能することがわかった。以上のことから、神社を会場としたサイトスペシフィックなアートプロジェクトは、開催地の「プレイス・ブランディング」活動に対し、非常に有効な影響を与える取り組みだといえる。

論文審査の結果の要旨

本研究は、神社を会場とするアートプロジェクトが、開催地のプレイス・ブランディングに与える効果を、理論枠組み・先行事例・自らの実践を往還させて検証したものである。審査上の評価点は第一に、研究の問いと方法が実践者の立場に即して整えられ、効果を捉えるための手続き（調査、フィードバック収集、定量・定性の併用）が明示され、客観性を担保しながら成果を説明している点である。第二に、理論と実践の接続が明確である。プレイス・ブランディングにおける「場の感覚」などの概念を整理し、事例研究（桐生再演、みなとメディアミュージアム等）で要点を抽出したうえで、香椎宮プロジェクトの計画と検証に適用している。第三に、研究対象の選定理由が具体的である。香椎地域が歴史・都市機能・自然の三層を併せ持つため、住民の地域像は一つに収斂しにくいという観察を起点に、キーマンインタビューや住民ヒアリングを通じて基本方針を形成している。第四に、実践面においても高い水準が認められる。2022年と2024年に開催された香椎宮アートプロジェクトでは、企画、運営、調整、広報、デザインの全てを一人で担当し、勅使館公開や地元高校生参加を組み込むなど、伝統的空間と現代的表現を統合的に結びつけている。以上のことから、本研究は、論文・作品ともに学位取得のための水準を満たしており合格とした。