

# 芸術祭 開催構想 (案)

八尾の日常に「アート」という異物を混ぜ、化学反応を楽しむ  
市民参加型フェスティバル

## 1. 開催の目的・趣旨

日常の中に「余白」と「出会い」を創り出し※、持続可能なまちづくりをめざす。

- **日常の彩りと新発見**：日々の生活にアートの「余白」を創り、新しい自分や価値観に出会うきっかけを提供する。
- **「ごちゃませ」の交流**：世代や国籍を越えた多様な人々が交わり、八尾の魅力を再発見・発信する。
- **持続可能な文化醸成**：「やる・みる・みせる」機会を広げ、地域に根ざした文化的ネットワークを次世代へ継承する。

※「日常の中に余白と出会いを創り出す」という言葉には、芸術祭の構想において以下の2つの重要な意味が込められている。

### 1. 「余白」を創り出す

忙しい日々の生活や、効率・機能性を重視する日常の中に、あえて「何もしない時間」や「無心になれる空間」を生み出すことを指す。

- **心のゆとり**：生活に精一杯な時でも、ふと息をつけるような優しさをまちの中に創ること。
- **創造性の入り込む隙間**：芸術祭を通じて、日常の中にささやかな「非日常」を取り入れ、新しい考えや感性が入り込むための「隙間（余白）」を作る。
- **場所の変容**：通学・通勤路といった見慣れた風景の中にアートが現れることで、いつもの場所を「特別な場所」へと変えていく。

### 2. 「出会い」を創り出す

自分とは異なる価値観や、これまで気づかなかった地域の魅力、そして「新しい自分」に接触する機会を創出すること。

- **新しい自分との出会い**：音楽や作品に触れることで、今まで気づかなかった自分の好きなことや、新しい価値観に気づくきっかけを作る。
- **「異質なもの」との接触**：普段の生活では出会わないような人種・業種・歴史、あるいは「異物」としてのアートと混ざり合うことで、化学反応を楽しむ。
- **まちの再発見**：当たり前だと思っていた八尾の良さ（宝物）を、アートという外からの視点を取り入れることで再発見する。

⇒まとめると、「アートをきっかけに、いつもの生活リズムを少し緩め（余白）、そこから生まれる新しい気づきや繋がり（出会い）を大切にする」という考え方。

## 2. テーマ・コンセプト案

ターゲットや雰囲気に合わせて、複数の方向性を検討。

方向性	キャッチコピー（案）	コンセプトの核心
深掘り・刺激	「八尾、まざれば、宝もの。」	人種・業種・歴史が混ざり合うエネルギーを可視化。
日常・寄り添い	「日常に、アートの余白を。八尾で出会う、新しい自分。」	忙しい日々にふと息をつける「優しさ」を重視。
市民参加・主役	「みんなでつくる、八尾のアート。」	市民一人ひとりが主役となり、固有資源と交わる。
エネルギー	「河内のパワー、爆発。アートでゆさぶる八尾の日常。」	河内のパワーで八尾の日常をゆさぶる。

## 3. ターゲット戦略

「のっぺらぼう（抽象的な誰か）」ではなく、顔の見える「個」へ届ける。

カテゴリ	具体的なターゲット像
メインターゲット	八尾市民、子ども、アートに関心が薄い層（自分事化を狙う）
サブターゲット	市外からの来訪者、アーティストのファン（ファン化と再発見）
波及ターゲット	万博来場者、SNS層（新しいブランドイメージの発信）

内から外へ：まず市民が熱狂し、その熱に惹かれて市外の人がやってくるという流れを意識している。

八尾市民を中心に、八尾に関わるすべての人が「ふと参加したくなる」芸術祭

まずは市民、そこから八尾に興味を持つ人へ広がっていく芸術祭

## 4. 具体的な企画アイデア

八尾の地域資源を最大限に活かした「八尾らしさ」を追求する。

### ■【町工場×現代アート】ファクトリー・ハプニング

⇒八尾の代名詞である「ものづくり」を舞台にした企画。

- ・内容：稼働中の町工場の一角に突如アートが現れる、あるいは工場の廃材（金属くずや端材）を素材にした巨大オブジェを制作・展示。
- ・八尾らしさ：職人の技術とアーティストの感性がぶつかり合い、普段は関係ないと思っていた市民が「自分たちのまちの技術」をアートとして再認識する。

「あの町工場の社長とアーティストが喧嘩しながら何か作ったらしい」といった、まちのあちこちで起こる化学反応のプロセスが八尾らしさにつながる。

### ■【河内音頭×ストリートカルチャー】ネオ・カワチ・セッション

⇒歴史ある河内音頭を「内なる国際（多様性）」の視点でアップデートする。

- ・内容：伝統的な河内音頭に、八尾に住む外国籍の方々の音楽（ベトナム、中国、ブラジルなど）やダンス、現代のDJをミックスした「ごちゃませ盆踊り」を開催。
- ・八尾らしさ：「人種のるつぼ」である八尾だからこそできる、多国籍な文化が混ざり合う新しい郷土芸能の形を見せる。

### ■【まちかど×サプライズ】八尾まちかど「異空間」ギャラリー

⇒特定の美術館ではなく、市民の生活導線にアートを設置する

- ・内容：空き店舗、銭湯、神社の境内、あるいは「都会と田舎の真ん中」を感じさせる田んぼの真ん中に、突如として異質なアート作品を展示。
- ・八尾らしさ：通学・通勤路に「ハプニング」を起こし、「ちょうどいい八尾」の風景がアートによって「特別な場所」に変わる体験を作る。

## ■【市民参加×共創】八尾の「宝もの」交換プロジェクト

⇒「みんなにコミットしてほしい」という想いを形にする。

- ・内容：市民から「自分にとっての八尾の宝もの（物、エピソード、写真）」を募り、それをアーティストが巨大なコラージュ作品やインスタレーションに昇華。
- ・八尾らしさ：自分の提供したものが作品の一部になることで、「我々の芸術祭だ」という当事者意識（コモンズ精神）を強く醸成する。

## ■【エリア別×テーマ】八尾東西南北・周遊パスポート

⇒広大な八尾のエリア特性を活かす。

- ・内容：東（山沿い・歴史）、西（渋川・工業）、南（空港・開放感）、北（商業・活気）でテーマを分け、スタンプラリー形式でまちを巡る。
- ・八尾らしさ：八尾市民でも知らない「隣の地区の魅力」を知るきっかけを作り、地域資源をネットワークでつなぐ。

## ！今回のポイント！

単なる「きれいな絵を飾るイベント」ではなく、「八尾の日常に、異物（アート）を混ぜて、化学反応を楽しむ」という仕掛けを重視している。

## 5. 表現形態

「打ち上げ花火」で終わらせず、プロセスと質を両立させる。

### ■「場所」と「物語」を紡ぐアート（サイト・スペシフィック）

特定の場所に根ざした「サイト・スペシフィック・アート」を重視する。アーティストが空き家に滞在し、八尾の歴史や文化を吸い込んで制作する作品や、まちかどのシャッター、公園の立体作品など、美術館を飛び出し「まちの風景に溶け込む作品」を展開。口コミを生むよう、一定期間じっくり鑑賞できる展示を主軸に据える。

### ■身体性と五感に響く「ハプニング」（パフォーマンス・食）

音楽、舞台芸術、演劇、そして八尾のソウルである「河内音頭」やパレードなど、「お祭りのような高揚感」を演出する。プロのパフォーマンスに市民が制作プロセスから関わったり、食のイベントを掛け合わせたりすることで、アートに詳しくない層も自然に惹きつけ、コミュニケーションが生まれる場を創出する。

### ■本物と市民性が混ざり合う「共創アート」

第一線で活躍するプロの「本物」を誘致しつつ、在留外国人、子ども、障がいのある方など、多様な市民が主役となる表現をミックスする。デジタルアートから伝統芸能、ストリート、さらには子どものお遊戯会まで、「八尾らしい雑多な包容力」で、あらゆる表現を「自己表現 = メディア」として可視化する。

### ！まとめのポイント！

- ・打ち上げ花火で終わらせない：単発のイベントより、期間中いつでも触れられる「場」の創出を意識した。
- ・敷居は低く、質は高く：「お祭り」の親しみやすさと「本物」へのこだわりを両立させている。
- ・過程を共有する：アーティストの滞在制作や市民の参画プロセスを可視化し、開催前から期待感を高める。

## 6. 開催規模・スケジュール

運営の負担と賑わいのバランスを考慮した2つのパターン。

### ■エリア連鎖・分散型（持続性重視）

- ・八尾を東西南北・中央に分け、季節ごとに開催エリアを移動。
- ・各地域の「まち協」や「PTA」と密に連携し、地域ごとの独自色を出す。

### ■ハイブリッド集中型（インパクト重視）

- ・期間は2週間～4週間。平日は常設展示、土日は特定の会場（久宝寺緑地等）で大規模イベントを開催。
- ・「静」の展示と「動」のパフォーマンスを組み合わせ、息の長い盛り上がりを作る。

！戦略！

- ・平日は「まちかど展示」を中心に日常に余白を作り、週末に特定の会場（久宝寺緑地や市役所前など）で「熱量のあるイベント」を集中させる。
- ・運営スタッフの息切れを防ぎつつ、賑わっている景色を確実に作り出す。

または

- ・初回は“成功体験を市民と共有すること”が最優先
- ・他都市の大型芸術祭を目標にしない
- ・来場者数よりも、①市民の関与度 ②八尾らしさの可視化 ③継続意欲を重視

### ■エリア数：3～5エリア程度

全市同時多発は避け、「今年はこちら」という集中感を出す

### ■会場数：10～20会場

- ・徒歩・自転車・公共交通機関で回遊可能
- ・「全部回れた」という達成感を残す

### ■期間とプログラム構成（無理をしない）

#### ・展示 約2週間／音楽・舞台は週末集中型

※平日も“何か見られる”、週末は“八尾がざわつく”⇒このメリハリが重要

### ■コンテンツ規模

「全部すごい」より“これは八尾っぽい”、“これは楽しかった”が数個残る構成

## 7. 初年度の達成目標（KPI）

現実的かつ、次年度へつなげるための指標。

### ■ 定量目標（数字で見る成功）

①延べ来場者数：5万人～7万人（市民の4～5人に1人が触れる規模）

⇒狙い：「八尾市民の4～5人に1人は参加した・見た」という状態を作ること、市民の間で「あの芸術祭、盛り上がっていたね」という共通の話題が生まれる規模をめざす。

または

①延べ来場者数：2万人～3万人（人口の約8～12%）

⇒初開催・地域密着型としては十分に「成功」と言える規模

②市民参加者数 3,000人（コア・ターゲットの満足度）

内容：作品制作に関わる、運営ボランティアをする、ステージに出演するなど。

⇒狙い：単なる観覧者ではなく、「汗をかいて関わった市民」を3,000人規模で生み出す。この「濃いファン」が次年度のリーダー層となり、芸術祭を「自分事」として支える核となる。

または

②市民参加者数：500人～1,000人

⇒まち協、PTA、学校、商店、個人参加を横断。「観る人」より「関わった人」をまず増やす。

その他の指標例⇒ こどもの参加者数：延べ1,000人以上

SNS・口コミ投稿数：〇〇件

## ■ 定性的な達成目標（心で感じる成功）

### ・「自分事化」の種まき：

まちづくり協議会やPTAなど、既存の地域コミュニティが「これなら来年も協力したい」と思える成功体験を作る。

### ・居場所と発見：

参加した市民が「八尾にこんな面白い場所／人がいたんだ」という発見を1つ以上持ち帰る。

### ・愛着の醸成：

「八尾市がおもしろいことを始めた」というポジティブな空気を市内に充満させる。

・「来年もやりたい」「次は参加したい」という声が出たか

・市民が「**自分たちの芸術祭**」と言っているか

・行政・民間・市民が**次回も一緒にやれる空気**が生まれたか

## ※初回芸術祭の位置づけ

本芸術祭は、八尾市における芸術文化の土壌づくりを目的とした第一歩として、市民参加を軸に、無理のない規模で、確かな手ごたえを残すことを目標とする。

## 8. 運営体制 ※事務局機能、会計実務を担う体制については市、事業団で協議していく。

「市民主体」を「行政の安定性」で支える、八尾独自のハイブリッド体制

【戦略・信用（市の公式な会議体）】

やおうえるかむコモンズ進会議  
（幹事会）

【現場・機動力】

実行委員会（全体会）

市の条例・計画に位置づく会議体として、ビジョンの策定と大型助成金・企業協賛の獲得を担う。

任意団体として、アーティストのサポートやSNS発信、小口協賛集めなど現場を動かす。

【実務・会計】

八尾市（事務局） & 八尾市文化振興事業団

行政調整、安全管理、透明性の高い会計処理を担当し、プロジェクトの社会的信用を担保する。

やおうえるかむコモンズ推進会議のメンバーが単なる合議体の委員にとどまらず、現場の最前線で汗をかいている実態は、この芸術祭が行政主導ではなく、真に「市民の力で駆動するプロジェクト」であることを証明している。

【主催】やおうえるかむコモンズ推進会議（芸術祭実行部会を設置）

役割：企画の決定、アーティストの選定、地域との合意形成、市民の巻き込み

【事務局】八尾市

役割：道路・公園等の使用調整、大型助成金の申請、他部署との連携、全体進行管理

【会計】八尾市文化振興事業団

役割：外部資金（助成金、協賛金）の管理、契約実務、保険対応

【現場】実行委員会

アートコーディネーター養成講座 受講生・修了生

役割：アーティストと地域の「通訳」、現場の演出、小規模企画の立案

この芸術祭を支えるのは、一部の専門家ではなく、八尾で活動する

「人」（コモンズ）そのものだ。

「自分たちのまちは自分たちで面白くする」という市民の連帯がコモンズの本質。

この仕組みがあれば、八尾には面白いことが常に生まれる土壌が残り続ける。

## 9. イベント名

- ・中河内（合同）芸術祭
- ・八尾芸術祭
- ・やおうえるかむ芸術祭
- ・（やお）まちかど芸術祭