混浴温泉世界実行委員会

平成30年度 事業報告書

混浴温泉世界実行委員会

■　目次

■ 主催者あいさつ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p2

第１章　はじめに

　1－1．事業概要　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p3

　1－2．運営組織　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p4

第２章　開催記録１『ベップ・アート・マンス 2018』

　2－1．企画概要　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p5

　2－2．実施団体・プログラム　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p5

　2－3．運営について　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p42

　2－4．『ベップ・アート・マンスをつくろう会』や『プログラム登録相談会』の開催・・・・・・・・　p43

　2－5．サポートへの評価　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p44

　2－6．来場者について　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p45

第３章　開催記録２『アニッシュ・カプーア IN 別府』

　3－1．企画概要　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p54

　3－2．作品について　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p55

　3－3．関連イベント　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p57

　3－4．運営について　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p58

　3－5．来場者について　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p61

第４章　その他の取り組み

　4－1．情報発信事業　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p68

　4－2．定住促進事業　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p69

第５章　共通の取り組み

　5－1．広報活動と開催効果　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p74

　5－2．観光消費額　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p80

第６章　収支状況　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p81

第７章　まとめと課題　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p82

第８章　事業評価

　8－1．評価のフレームワーク　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p83

　8－2．評価システムの概要　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p84

　8－3．バランス・スコアカードの改訂　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p87

　8－4．バランス・スコアカードに基づく2018年度実績の評価　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　p88

添付資料１　混浴温泉世界実行委員会事業ビジョン ＆ 戦略マップ

添付資料２　バランス・スコアカード

■　主催者あいさつ

2008年に当委員会が発足し、翌2009年の国際芸術祭『混浴温泉世界』の開催以降おこなってきたさまざまな取り組みを通じて、別府はアートの町としても知られるようになりました。そして今年、10月6日から11月25日までの51日間の間に大分県の全市町村で『第33回国民文化祭・おおいた2018』『第18回全国障害者芸術・文化祭おおいた大会』（以下、『国民文化祭』）が開催されました。年齢や性別、障がいの有無に関係なく県民総参加で文化芸術に親しむことを目的としたこの文化の祭典では160を超える文化プログラムが実施され、参加者数は目標の約100万人を上回る、のべ2,374,206人となりました（2019年3月14日に開催された『国民文化祭』第４回総会での報告による／県・市町村の教育委員会が実施した関連事業や応援事業の参加者数含む）。

『国民文化祭』の核事業として位置づけられたのが今回の『アニッシュ・カプーア IN 別府』です。世界的アーティスト、アニッシュ・カプーアによる日本における過去最大規模の個展を開催した本展は、目標来場者数40,000人に対し54,716人の観客を迎えました。本展は過去の『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に来場していた県外のアートファンや美術関係者のみならず、大分県民、特にファミリー層が多く来場しました。なかには連日会場に訪れ、作品を模した工作や写真、絵画などを披露する中高年も現れるようになりました。さらには、作品を鑑賞した高校生が「将来はアーティストになりたい」と語るなど、少しずつではありますが、受動的な鑑賞者から能動的な創作者への変化がこの地で生まれ始めていることは我々にとって大きな評価だと考えています。このような能動的な創作者の存在は、創造的で活力のある地域の実現において極めて重要な要素です。今後も市民の創作意欲の向上にも繋がる機会を創出し、ますますこの動きを加速させ、世界のモデルとなるような創造的で活力のある地域づくりを目指します。

また、この『in BEPPU』と両輪で文化芸術の振興を推し進めているのが市民文化祭『ベップ・アート・マンス』です。2010年より継続開催し９年目となる今年度は、95組による124プログラムが別府市内各所で開催されました。プログラム企画者の約半数はリピーターで、継続参加することで経験値を上げるほか、企画者同士の交流会『ベップ・アート・マンスをつくろう会』（以下、『つくろう会』）での意見交換などを通して自身のプログラムの質を年々向上させています。『ベップ・アート・マンス』を継続するうえでとても重要な役割を果たしているこの『つくろう会』は、毎年の積み重ねの結果、今年で100回目の開催を迎えることができました。

今年度はこれらの事業とともに、別府市の魅力を発信する事業『旅手帖 beppu』Web版の記事の拡充および英語化、全国のアーティストやクリエイターに向けた移住・定住意識調査の活動報告会をおこないました。

末尾となりましたが、『アニッシュ・カプーア IN 別府』および『ベップ・アート・マンス 2018』の開催に向けご尽力、ご指導をいただいた皆さま、アニッシュ・カプーア氏、そして当事業にご参加いただいた大勢の皆さまに感謝を申しあげ、結びとさせていただきます。

混浴温泉世界実行委員会
実行委員長　西田陽一

第１章　はじめに

１－１．事業概要

事業概要

当実行委員会は、別府市における文化振興事業などを通じて優れた芸術活動を別府市民に紹介し文化芸術振興を図るとともに、地域活性化を担う人材育成に寄与し、別府市の魅力を全国へ発信させることを目的に活動している。今年度は〈芸術振興事業〉として２つの芸術祭『ベップ・アート・マンス』および『in BEPPU』を開催した。『ベップ・アート・マンス』は、文化や地域活動に対する市民の主体的な参画を促進し、別府市における芸術文化の振興、活力あふれる地域の実現を目的にする“水平型”の取り組みとして、企画立案から実現に向けてサポートし、クリエイティビティの高い人材を育成・支援することを目指す市民文化祭である。2010年に27団体／43企画 (30日間) から始まったこの事業は、９年目となる今年度は95団体／124企画 (51日間) が実現した。

その目玉事業として位置づける個展形式の『in BEPPU』は、“垂直型”の事業として、国際的に活躍する１組のアーティストによる、地域性を活かしたアートプロジェクトとして、2016年度より始動した。今年度は、現代美術の分野において最も重要なアーティストの１人として国際的に注目されているアニッシュ・カプーアによる３つのプロジェクトを別府公園を会場に展開し、日本における過去最大規模の個展『アニッシュ・カプーア IN 別府』を開催した。また本展は『国民文化祭』の別府市リーディング事業として位置づけ、国内はもとより国際的に発信する事業として実施した。

地域の魅力を全国に発信するための〈情報発信事業〉では、Webサイト『旅手帖 beppu』および『豆知識 beppu』の継続運営をおこなった。『旅手帖 beppu』に関しては既存記事116件に加えて新規記事10件を公開、合計126件の半数を英語翻訳し公開した。また、アーティストやクリエイターの移住・定住モデルの造成を目的とする〈定住促進事業〉では、2016年度に実施した国内アーティストへのアンケート調査や、2017年度に実施した別府市内の空き家・空き店舗物件所有者へのヒアリング調査の内容とともに、全国の事例も紹介する活動報告会を開催した。報告会には県内在住のアーティストや市内の空き物件所有者、不動産関係者、行政関係者などが参加し、さまざまな意見が交換される場となった。

芸術祭 開催クレジット

名称	ベップ・アート・マンス 2018	アニッシュ・カプーア IN 別府
日時	2018年10月6日(土)～11月25日(日) (51日間)	
会場	別府市内各所	別府公園 (大分県別府市野口原3018-1)
主催	混浴温泉世界実行委員会	
助成	文化庁 (平成30年度 文化芸術創造拠点形成事業) 、損保ジャパン日本興亜「SOMPO アート・ファンド」(企業メセナ協議会 2021 Arts Fund)、 公益財団法人 アサヒグループ芸術文化財団、*公益財団法人 花王芸術・科学財団、一般財団法人 大分放送文化振興財団、公益財団法人 全国税理士共栄会文化財団 (『ベップ・アート・マンス 2018』のみ)	
協賛	全日本空輸 株式会社、*株式会社 後藤工務店、*銘建工業 株式会社、株式会社 大分銀行、株式会社 マリーンパレス、鬼塚電気工事 株式会社、JR九州ビルマネジメント 株式会社、大分県立芸術文化短期大学、株式会社 トキハ 別府店、*フォトビションジャパン 株式会社、*Rotho Blaas、大分ガス 株式会社、大分みらい信用金庫、公益社団法人 ツーリズムおおいた、株式会社 別大興産、ホテルアーサー、べっぷの宿 ホテル白菊、べっぷ 野上本館、別府観光開発 株式会社、一般社団法人 別府市観光協会、別府商工会議所、山口産業 株式会社、*株式会社 オーイーシー、*九州旅客鉄道 株式会社 別府駅、*佐伯印刷 株式会社、*菅建材工業 株式会社、*ホテル三泉閣、*ホテルニューツルタ、*株式会社 フタバ印刷社	
後援	別府市、大分県教育委員会、別府市教育委員会、公益社団法人 ツーリズムおおいた、別府商工会議所、一般社団法人 別府市観光協会、別府市旅館ホテル組合連合会、大分県民芸術文化祭実行委員会、大分県芸術文化振興会議、別府市商店街連合会、別府料飲協同組合、大分合同新聞社、朝日新聞大分総局、毎日新聞社、読売新聞西部本社、西日本新聞社、共同通信社、今日新聞社、NHK 大分放送局 (『ベップ・アート・マンス 2018』のみ)、OBS 大分放送、TOS テレビ大分、OAB 大分朝日放送、エフエム大分、CTBメディア、ゆふいんラヂオ局、月刊・シティ情報おおいた、ネキスト	

*は『アニッシュ・カプーア IN 別府』のみ

『第33回国民文化祭・おおいた2018』『第18回全国障害者芸術・文化祭おおいた大会』別府市リーディング事業

大分県平成30年度創造県おおいた推進事業

１－２．運営組織

実行委員会

2018年11月25日時点

顧問	広瀬勝貞		大分県　知事
	長野恭紘		別府市　市長
	梅野雅子		一般社団法人 別府市観光協会　会長
	西 謙二		別府商工会議所　会頭
委員	西田陽一	実行委員長	別府市旅館ホテル組合連合会　会長
	菅 健一	副実行委員長	NPO法人 別府八湯トラスト　理事長
	高屋 博		大分県 企画振興部 芸術文化スポーツ振興課　参事監兼課長
	大塚 浩		大分県 東部振興局　局長
	三浦宏樹		公益財団法人 大分県芸術文化スポーツ振興財団　参与
	田北浩司		別府市 観光戦略部　部長
	荒川孝二		公益社団法人 ツーリズムおおいた　事務局長
	堤 健一		別府商工会議所　専務理事
	松川大悟		別府商工会議所青年部　会長
	児玉 裕		公益社団法人 別府青年会議所　副理事長
	佐藤隆司		一般社団法人 別府市観光協会　事務局長
	尾野文俊		大分経済同友会　常任幹事
	林 道弘		別府市商店街連合会　会長
	安松みゆき		別府大学　教授
	大蔵開平		別府溝部学園短期大学　教授 兼 広報課長
	田中修二		大分大学　教授
	於保政昭		大分県立芸術文化短期大学　准教授
	甲斐裕明		九州旅客鉄道 株式会社　別府駅長
	渦古 隆		株式会社 JTB　大分支店長
	小野 司		大分合同新聞社 別府支社　支社長
	鶴田 浩一郎		NPO法人 ハットウ・オンパク　代表理事
	甲斐賢一		NPO法人 鉄輪湯けむり倶楽部　代表理事
	山出淳也	総合プロデューサー	NPO法人 BEPPU PROJECT　代表理事
監事	堀 精治		別府市旅館ホテル組合　専務理事
調整委員会	堀 政博		大分県 企画振興部 芸術文化スポーツ振興課
	土谷祐輝		大分県 東部振興局 地域振興部
	江川裕子		別府市 観光戦略部 文化国際課
	松岡 愛		別府市 観光戦略部 文化国際課
	野口一郎		別府商工会議所　観光・事業部

事務局　NPO法人 BEPPU PROJECT

第２章　開催記録１『ベップ・アート・マンス 2018』

２－１．企画概要

『ベップ・アート・マンス』とは、混浴温泉世界実行委員会が主催となり、別府市内で開催されるさまざまな文化事業を紹介し支援する、登録型のプラットフォーム事業である。2010年から毎年市民芸術祭を開催し、今年度で９回目の開催であった。小規模文化団体の育成・支援を目的に、広報協力、事務局業務代行、企画立案から実現に向けたサポートをおこなうことで、市民の主体的な参画を促進し、別府市における芸術文化の振興と活力あふれる地域の実現を目指す取り組みである。

事業の目的は、下記の４つである。

1. 別府市における文化芸術の振興
2. 別府市における文化芸術の鑑賞機会の充実
3. さまざまな芸術表現の発表機会の提供
4. 別府市における集客交流人口の多様化

２－２．実施団体・プログラム

95団体／個人が124プログラムを登録し、別府市内各所で開催された。
62の会場でプログラムが開催された (うち提供会場８ヶ所) 。ただし、開催場所を「別府市内各所」と告知したうえで不特定・複数回開催されたプログラムについては「１ヶ所」とした。

企画者	(有) 明石文昭堂
プログラム名	ペンクリニック
会期	10/5(金)〜6(土)
会場	明石文昭堂１階
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／60名 (83%)
実施内容	手書き文化を支える企画として、文具メーカーのペンドクターが来県して万年筆のメンテナンスを実施。読売新聞で紹介されたこともあり、多くの来客があった。

企画者	(有) 明石文昭堂
プログラム名	色を楽しもう!!
会期	10/20(土)
会場	明石文昭堂１階
料金	500〜2,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	20名／60名 (33%)
実施内容	絵を描いてみたいがどうしたらいいのかわからないという方のために、初心者でも簡単に色を使って楽しむことのできるワークショップを実施した。

企画者	池田ひとみ
プログラム名	ウゴクギャラリー
会期	10/6(土)〜8(月・祝)
会場	JR別府駅周辺
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／30名 (167%)
実施内容	小さな移動式ギャラリーで別府の町を３日間移動しながら展示をおこなった。通りすがりの方が足を止めて、鑑賞を楽しむ姿も多く見られた。

企画者	佐藤晶子
プログラム名	ラテアートの世界
会期	10/7(日)・8(月・祝)・12(金)・13(土)
会場	よいや
料金	400円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	69名／90名 (77%)
実施内容	ラテアートを参加者の目の前で作り、目で見て、味わって楽しむことのできるアートを提供した。

企画者	久保更生園
プログラム名	+アートな活動
会期	10/6(土)〜15(月)
会場	トキハ別府店 専門店棟３階連絡通路そば
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	4名／30名 (13%)
実施内容	久保更生園の日々のアート活動で利用者が制作した貼り絵・絵画などの作品を展示した。施設の取り組みや作品を見てもらう良い機会となった。

企画者	Henna & Art MAKEY
プログラム名	MAKEYのART
会期	ヘナタトゥー教室：10/6(土)・７(日) お絵かき教室：10/20(土)・21(日) 展示：11/9(金)〜11(日)
会場	ヘナタトゥー・お絵かき教室：新善光寺 展示：立花温泉跡
料金	ヘナタトゥー・お絵かき教室：1,500円 展示：無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／40名 (75%)
実施内容	お寺でヘナタトゥーとお絵かきの教室を実施した。作品の展示には温泉跡を使用し、普段は使われていない場所が一時的にアート空間として蘇った。

企画者	別府八湯語り部の会
プログラム名	ガイドと歩くノスタルジックな街歩き
会期	べっぷ街中ミステリーウォーク：10/6(土)〜11/24(土)のうち毎週土、第１・３木曜開催 小さな美術館と別府山の手レトロアートウォーク：10/11(木)〜11/22(木)のうち第２・４木曜開催
会場	JR別府駅観光案内所前出発
料金	べっぷ街中ミステリーウォーク：一般2,000円、小学生：1,500円 小さな美術館と別府山の手レトロアートウォーク：一般2,000円 (温泉券付)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	5名／20名 (25%)
実施内容	ガイドによってコースが異なるミステリーウォークと山の手エリアにあるアート作品を鑑賞する、２つのまちあるきツアーを実施。『小さな美術館と別府山の手レトロアートウォーク』では別府公園でおこなわれた『アニッシュ・カプーア IN 別府』の『Sky Mirror』の鑑賞もでき、参加者は大変喜んでいた。

企画者	小さな喫茶店 むに
プログラム名	ハーバリウム作り
会期	10/6(土)〜11/24(土) ※毎週月•日•祝日定休
会場	小さな喫茶店 むに
料金	1,000円〜3,000円+１ドリンクオーダー必須
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	6名／15名 (40%)
実施内容	2017年2月にオープンした喫茶店でオリジナルのハーバリウム作り体験を実施。参加者は好きな花材を選び、楽しそうに制作に取り組んでいた。

企画者	絵本と珈琲。おにぎりかふぇ	
プログラム名	絵本の読み聞かせ	
会期	10/6(土)〜11/24(土) ※毎週土曜開催	
会場	おにぎりかふぇ	
料金	１オーダー (250円〜)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	35名／30名 (117%)	
実施内容	毎回異なる読み手による、読み聞かせをおこなった。英語と日本語で交互に読んだり、外国の文化やゲームを取り入れるなどバラエティに富んだ内容で実施した。	

企画者	ココまる (円山菜穂子)	
プログラム名	パステルアートを描いてみよう	
会期	10/6(土)・7(日)・11/2(金)・3(土・祝)・22(木)〜24(土)	
会場	おにぎりかふぇ	
料金	1,000円+1オーダー ※11/24(土)のみランチ付：4,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	12名／60名 (20%)	
実施内容	誰でも気軽に楽しめるパステルアート体験を実施。思い思いのモチーフを描いたりミニ曼荼羅を描くなど、初めての方もみんな真剣に取り組んでいた。	

企画者	将棋処と (ときん) &おにぎりかふぇ	(写真なし)
プログラム名	将棋は純日本文化 (カルチャー)！	
会期	10/6(土)〜11/25(日)	
会場	将棋処と (ときん) &おにぎりかふぇ	
料金	2,000円 (教室料、席料、ランチ付)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／10名 (0%)	
実施内容	参加者の棋力に合わせた将棋の体験教室。昨年は14名の参加者があったが、今年は残念ながら参加者が集まらず実施できなかった。	

企画者	別府アートミュージアム
プログラム名	芸能人の作品に出会える美術館
会期	10/6(土)〜11/25(日) ※毎週火曜定休
会場	別府アートミュージアム
料金	一般：700円、大学生・高校生：500円、中学生・小学生：300円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	53名／200名 (27%)
実施内容	芸能人が描いた絵画や古美術品約150点に加えて、昨年実施された『西野 達 in 別府』の写真作品や画家・楊 建華の作品を展示した。

企画者	現実
プログラム名	現実宣言
会期	10/6(土)〜11/25(日) ※毎週土・日・月曜開催
会場	べっぷ駅市場
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	250名／300名 (83%)
実施内容	2018年に結成された男性３名によるアーティスト集団が、空き店舗を会場に映像、写真、ドローイングなど「現実」をテーマにした作品の展示をおこなった。

企画者	きものかふぇ ゑり章
プログラム名	今年も楽しいことが盛りだくさん!
会期	10/6(土)〜11/25(日)
会場	きものかふぇ ゑり章
料金	セパレートきもの体験：無料 (１ドリンクオーダー必須) 、ハーバリウム体験：3,500円、モデル体験撮影会：5,500円、ギターDuoコンサート：1,500円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／60名 (50%)
実施内容	プロのカメラマンが撮影をおこなうモデル体験撮影会や、日本的な楽曲からクラシックまで幅広い音楽を演奏するギターデュオのコンサートなど、さまざまな企画で会場が盛り上がった。

企画者	Gallery SHIMAYA
プログラム名	店主の身近な作家たち展
会期	10/6(土)〜11/25(日)
会場	Gallery SHIMAYA
料金	鑑賞無料、ワークショップ：1,000〜1,500円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	300名／300名 (100%)
実施内容	店主が日頃から交流のある作家４名による作品展。油絵、アクリル画、チョークアートの展示や、ワークショップなどをおこなった。

企画者	中国武術雲水会
プログラム名	ワンコイン カンフー講座
会期	10/7(日)
会場	野口ふれあい交流センター
料金	500円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	5名／10名 (50%)
実施内容	柔軟体操や、突きや蹴りなどの簡単な動作からカンフーの型の指導をおこなった。参加者は熱心に取り組んでいた。

企画者	イクタ ヒロコ
プログラム名	香りで遊ぼう!
会期	10/7(日)・11/4(日)・18(日)
会場	えきマチ１丁目別府 コミュニティールーム
料金	300〜500円 (材料費込)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／25名 (120%)
実施内容	植物の持つ優しい香りを使い、文香や猫じゃらしなどを作るワークショップを実施。観光客や子どもも楽しく参加し、喜んでくれた。

企画者	牧野浩二
プログラム名	大分の四季と名所の散策
会期	えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム： 10/8(月・祝)～11(木) ・15(月)～17(水) トキハ別府店 専門店棟３階連絡通路そば： 10/20(土)～31(水)
会場	えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム、トキハ別府店 専門店棟３階連絡通路そば
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	200名／20名 (1,000%)
実施内容	春の別府公園など四季折々の大分県内の名所を撮影した写真を展示。じっくりと鑑賞する方が多かった。

企画者	Bill Engebretson
プログラム名	Beppu Reflections Ⅲ 別府に想いを巡らせて
会期	10/12(金)～22(月) ※火・水曜定休
会場	スパイス食堂クーポノス
料金	１ドリンクオーダー必須
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	62名／100名 (62%)
実施内容	別府で生活しながら感じた世界をCGやアクリル画、彫刻などで表現した作品を展示した。

企画者	お茶の館 茶華本
プログラム名	異文化との出会い、中国茶プチ体験!
会期	10/12(金)～11/18(日)のうち毎週土・日・祝日のみ開催
会場	お茶の館 茶華本
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	44名／350名 (13%)
実施内容	喫茶店の入口付近のスペースに中国茶体験コーナーを設置し、中国茶に関する写真や代表的な茶器の展示、中国茶 (煎茶) の試飲をおこなった。

企画者	TEAM變幻自在
プログラム名	ひょうげんってなんだ？２
会期	10/13(土)・14(日)
会場	山田別荘 (客室：明礬)
料金	親子向け (１組) ：1,500円、大人向け：2,500円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	10名／30名 (33%)
実施内容	表現教育家の『ゆり』を講師に、身体を使い自由に表現することを楽しむワークショップを実施。親子向けの企画では、身体の輪郭を紙に写して自由に絵を描いたり、人文字を作るなど、参加者の楽しそうな姿が見られた。

企画者	大津奈央
プログラム名	Zoa展 -1st-
会期	10/13(土)〜20(土)
会場	HACHI CAFE home
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／30名 (167%)
実施内容	学校で制作した絵、書道、詩などの展示をおこなった。趣味で集めているフリーペーパーを並べ空間をデザインした、インスタレーションも実施した。

企画者	ひるまちにほんご
プログラム名	別府に広げよう『やさしい日本語』
会期	10/13(土)・11/10(土)
会場	紙屋温泉２階公民館、スパイス食堂クーポノス２階
料金	10/13(土)：200円、11/10(土)： １ドリンクオーダー
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	46名／50名 (92%)
実施内容	写真を撮りながらまちあるきをしたり、クイズなどを通して日本人と外国人が『やさしい日本語』で交流をおこない、会場は大変賑わった。

企画者	劇団絆
プログラム名	劇団絆主催 ミュージカル・ショー!
会期	10/13(土)・11/11(日)
会場	トキハ別府店 大屋根の下
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／50名 (60%)
実施内容	ミュージカルの名曲をコンサート形式で披露した。通りすがりの方も立ち止まって鑑賞していた。

企画者	花岡優平 別府支部 後援会『浜優会』
プログラム名	花岡優平ふるさとLIVE2018
会期	10/14(日)
会場	別府ブルーバード会館３階 フレックスホール
料金	一般：4,000円、会員：3,500円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	200名／180名 (111%)
実施内容	別府市立山の手小学校校歌の作曲者、花岡優平によるライブを実施した。会場は満席になり、多くの来場者が感動していた。

企画者	山脇益美
プログラム名	あなたとわた紙 (し)
会期	10/14(日)〜11/25(日) ※10/20(土)・11/5(月)・20(火)は定休
会場	松原温泉の番台
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	83名／50名 (166%)
実施内容	自作の詩やエッセイを載せたフリーペーパーと来場者が自分を表現する『なにか』を交換するプログラム。

企画者	温泉コンシェルジュ倶楽部
プログラム名	湯楽道のススメ
会期	10/15(月)〜11/16(金)
会場	JR別府駅構内、えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／50名 (200%)
実施内容	別府八湯など別府の温泉を楽しむための情報をわかりやすく紹介するパネル展示を実施。駅構内の展示では、企画者が来場者に解説をおこなった。資料を見て興味を持ち、写真を撮る方もいた。

企画者	まみえこ
プログラム名	母と娘のキルト＆ニット vol.1
会期	10/18(木)〜22(月)
会場	喫茶ムムム
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／30名 (167%)
実施内容	『あかちゃん』をテーマに、編み物やパッチワークで作った赤ちゃんのための手作りおもちゃや衣服の展示をおこなった。

企画者	江崎一子
プログラム名	オリジナル香水作り体験
会期	10/23(火)
会場	えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム
料金	1,100円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	3名／30名 (10%)
実施内容	15種類の香料の中から好きな香りを選びブレンドする、オリジナルの香水作り体験を実施した。

企画者	江崎一子
プログラム名	オリジナル匂い袋作り体験
会期	11/13(火)
会場	えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム
料金	2,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	3名／30名 (10%)
実施内容	京都の老舗香木店から取り寄せた８種類の香料を混ぜ合わせて、オリジナルの匂い袋作り体験を実施した。

企画者	大分県立芸術文化短期大学メディアデザインコース専攻科
プログラム名	あかよろし
会期	10/26(金)〜11/11(日)
会場	べっぷ駅市場
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	304名／200名 (152%)
実施内容	商店街の賑わい創出を目的の１つとし、リトグラフや写真、イラストレーション、漫画などを展示した。偶然立ち寄った地元の方や観光客など、アートへの関心の有無に関わらず広い層の方に見てもらえた。

企画者	Yuka
プログラム名	Yuka作品展『紙の雫』
会期	10/27(土)〜29(月)
会場	きものかふぇ ゑり章
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／100名 (50%)
実施内容	企画者の好きなもの、作りたいもの、表現したいものを切り絵作品にして展示した。他の切り絵作家や『ベップ・アート・マンス』の企画者も興味を持って来場していた。

企画者	奥部義隆
プログラム名	坐禅と和の香りの体験ワークショップ in 山田別荘
会期	10/27(土)・11/3(土)
会場	山田別荘
料金	1,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	15名／30名 (50%)
実施内容	672年の歴史を持つ日出町の禅寺・ぎゃてい寺の河野紹眞 副住職による、坐禅とお香の体験ワークショップを実施した。初めて座禅を体験する方が多かった。

企画者	NPO法人 みどりの森プロジェクト
プログラム名	MMP × BASARAHOUSE
会期	10/28(日)
会場	別府公園東口正門前広場出発
料金	2,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	8名／20名 (40%)
実施内容	別府公園にてノルディック・ウォーキングを実施。『アニッシュ・カプーア IN 別府』の作品鑑賞やJR別府駅周辺でおこなわれていた『ベップ・アート・マンス』のプログラムを楽しんだ後、BASARAHOUSEに移動しランチ交流会をおこなった。

企画者	Mau oli oli 小野
プログラム名	Enjoy Hula in 別府 IX
会期	10/28(日)
会場	トキハ別府店 大屋根の下
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／70名 (71%)
実施内容	子どもから大人まで幅広い年齢のメンバーによる、フラダンスとハワイアンバンドの演奏をおこない、会場を華やかに盛り上げた。

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会	
プログラム名	豊後南画『過去・現在・未来』への誘い	
会期	11/1(木)〜6(火)	
会場	トキハ別府店 大会議室	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	930名／1,000名 (93%)	
実施内容	全国から募集した118点の水墨画や墨彩画が展示され、多くの方が来場した。	

企画者	かわくぼ みちこ	
プログラム名	かわくぼ みちこ　おおいた方言de書 ver. 3 〜書く・縫う・貼る〜	
会期	11/1(木)〜7(水)	
会場	蔵ギャラリーしばた	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／80名 (63%)	
実施内容	『大分方言』をテーマに、大分の方言を書いた書とイラストを組み合わせた作品を展示した。	

企画者	YUKI TANIOKA	(写真なし)
プログラム名	黒い手、赤い目、白い耳	
会期	11/1(木)〜10(土)	
会場	トキハ別府店 専門店棟３階連絡通路そば	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／60名 (0%)	
実施内容	企画者の自己都合により中止した。	

企画者	月亭太遊	
プログラム名	ネオラクゴ・ストラグル２ / ネオラクゴ・パーガトリー	
会期	11/1(木)〜25(日)	
会場	別府市内各所	
料金	投げ銭	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)	
実施内容	別府市内のさまざまな場所を会場に落語を披露した。野外など、初の試みとなる会場でも開催した。	

企画者	アヤカリエチョークアート
プログラム名	アヤカリエチョークアート作品展 vol. 1
会期	11/2(金)〜5(月)
会場	Gallery SHIMAYA
料金	入場無料、ワークショップ：1,000〜1,500円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	40名／60名 (67%)
実施内容	カラフルなチョークアートの作品展示や体験ワークショップを実施した。

企画者	Akari
プログラム名	あにまる。だんす。ひと。
会期	11/3(土・祝)
会場	トキハ別府店 大屋根の下
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／15名 (0%)
実施内容	企画者の自己都合により中止した。

(写真なし)

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会
プログラム名	別府市アール・ブリュットの芽生え展〜障がいをこえて〜
会期	11/3(土・祝)〜9(金)
会場	ゆめタウン別府
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	2,316名／4,000名 (58%)
実施内容	主に別府市内から募集した、障がいのある方の作品を展示した。絵手紙教室などのワークショップも実施し、常に満席で大盛況だった。

企画者	ヨシマツチグサ
プログラム名	ヨシマツチグ祭【ちぐさい】
会期	11/13(火)〜25(日)
会場	べっぷ駅市場、ほか
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	20名／30名 (67%)
実施内容	べっぷ駅市場にて、小さな字で『べっぷ』と書き続け作品を作っていくという公開制作を実施した。通りすがりの方から声をかけてもらったり、商店街の方からも温かく見守られた。

企画者	OKABE
プログラム名	親子作品展
会期	11/10(土)・11(日)
会場	紙屋温泉２階公民館
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／10名 (500%)
実施内容	親子で作品展をおこなった。父は手彫りの神楽面、息子はその神楽面を飾る棚を制作し展示した。

企画者	ネオペッパー
プログラム名	JKが、斡旋。
会期	11/10(土)・11(日)
会場	紙屋温泉２階公民館
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／30名 (167%)
実施内容	現役女子高生による漫才を披露。日常の不満や偏見、楽しい毎日を漫才のネタとして披露した。会場は笑いで包まれ、アットホームな雰囲気だった。

企画者	湯本タマ
プログラム名	第６回 湯本プライベートミュージアム所蔵品展
会期	11/10(土)・11(日)
会場	紙屋温泉２階公民館
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／20名 (250%)
実施内容	100円ショップの商品や空き容器などを使ったジャンクアートを展示し、来場者が持参した品物と物々交換をおこなうというプログラムを実施。他の企画者と同会場で開催したことにより、昨年より多くの方に来てもらうことができた。

企画者	ライスボール山本 山本杏奈
プログラム名	ライスボール山本 in べっぷ 親子展だほい!
会期	11/10(土)・11(日)
会場	紙屋温泉２階公民館
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／110名 (45%)
実施内容	父娘の合同企画展。父は清島アパートのアーティストたちとの交流を通して制作・収集した作品を展示した。娘は自身が制作した絵やグッズを展示した。

企画者	奥部義隆
プログラム名	ダンスと武術のコラボ・ワークショップ –心と身体の使い方–
会期	11/8(木)
会場	山田別荘
料金	1,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	5名／20名 (25%)
実施内容	ダンスと武術から心と身体のさまざまな使い方を学ぶワークショップを実施した。

企画者	北村成美
プログラム名	しげやんのダンス地獄めぐり
会期	風呂上がり体操：11/9(金)、紅茶とダンス：11/10(土)、秘密のダンスショウ：11/9(金)〜11/13(火)
会場	海門寺温泉集会室、Tea Room Cozy Corner、八坂ナイトタウンビルほか
料金	投げ銭、紅茶とダンス：店内での参加者のみ１ドリンクオーダー必須
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	160名／80名 (200%)
実施内容	別府の町じゅうのさまざまな場所でダンスパフォーマンスを実施。企画者の交通費や滞在費を投げ銭のみでまかなうことができるのかを実験するプログラム。

企画者	にわか隊有志メンバー
プログラム名	にわか隊 〜秋の陣〜
会期	11/10(土)
会場	トキハ別府店 大屋根の下
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	80名／50名 (160%)
実施内容	『別府八湯温泉まつり』で結成された『にわか隊』によるダンスパフォーマンスを実施。会場のお客さんを巻き込んで踊る場面もあり、大変盛り上がった。

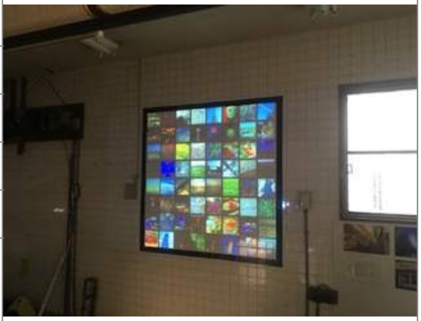
企画者	奥部義隆
プログラム名	特別ワークショップ『踊る山田別荘 -女将、能楽を学ぶ-』
会期	11/11(日)
会場	山田別荘
料金	1,500円
来場人数／目標来場人数 (達成率)	9名／30名 (30%)
実施内容	初心者のための能楽体験ワークショップを実施した。能楽師 武田文志とダンサー 北村成美の特別対談などもおこなった。

企画者	北村成美
プログラム名	足湯でシンポジウム〜いそうろうのススメ〜
会期	11/14(水)
会場	山田別荘
料金	投げ銭
来場人数／目標来場人数 (達成率)	17名／30名 (57%)
実施内容	旅館の足湯に浸かりながらのダンスパフォーマンスに加え、1週間のダンス公演の振り返りを実施。このプログラムを目当てに県外から訪れ、山田別荘に宿泊した参加者もいた。

企画者	大分ウクレレ専門学校
プログラム名	ウクレレ秋の楽しい音楽会♪
会期	11/10(土)
会場	トキハ別府店 大屋根の下
料金	無料
来場人数／目標来場人数 (達成率)	30名／50名 (60%)
実施内容	大分ウクレレ専門学校の生徒によるウクレレの演奏と弾き語りを披露した。通りすがりの方も足を止めてウクレレを聞いていた。

企画者	一般社団法人シンクロニシティ研究会 奥部 美恵子・高野博美
プログラム名	マヤ暦で本当の自分を見つけよう!
会期	11/10(土)
会場	山田別荘
料金	3,000円 (プチ診断+1ドリンク付)
来場人数／目標来場人数 (達成率)	0名／40名 (0%)
実施内容	申込者がなく中止した。

(写真なし)

<table>
<tr><td>企画者</td><td>Mekuruプロジェクト</td><td rowspan="6"></td></tr>
<tr><td>プログラム名</td><td>Mekuruランド</td></tr>
<tr><td>会期</td><td>11/10(土)・11(日)</td></tr>
<tr><td>会場</td><td>べっぷ駅市場</td></tr>
<tr><td>料金</td><td>無料</td></tr>
<tr><td>来場人数
／目標来場人数 (達成率)</td><td>40名／50名 (80%)</td></tr>
<tr><td>実施内容</td><td colspan="2">別府にまつわる単語や画像を学習した人工知能（AI）を搭載したモニターを設置。来場者がボタンを押すと、単語と画像がランダムに表示され、短歌の作品が生まれた。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>企画者</td><td>宮本博行</td><td rowspan="6"> </td></tr>
<tr><td>プログラム名</td><td>雨室｜rain-room</td></tr>
<tr><td>会期</td><td>11/10(土)・11(日)・17(土)・18(日)・23(金・祝)〜25(日)</td></tr>
<tr><td>会場</td><td>BEP.lab</td></tr>
<tr><td>料金</td><td>一般：300円、中学生以下：無料</td></tr>
<tr><td>来場人数
／目標来場人数 (達成率)</td><td>141名／100名 (141%)</td></tr>
<tr><td>実施内容</td><td colspan="2">古いビルの２・３階部分の６部屋を展示空間として、雨を感じるインスタレーション作品をさまざまな形で展示した。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>企画者</td><td>吉森睦子</td><td rowspan="6"> </td></tr>
<tr><td>プログラム名</td><td>この世のモンスターとお寺で会おう!</td></tr>
<tr><td>会期</td><td>11/11(日)〜17(土)</td></tr>
<tr><td>会場</td><td>新善光寺</td></tr>
<tr><td>料金</td><td>無料</td></tr>
<tr><td>来場人数
／目標来場人数 (達成率)</td><td>61名／100名 (61%)</td></tr>
<tr><td>実施内容</td><td colspan="2">モンスターをテーマにした陶芸作品の展示。近所の方や幼稚園の園児も楽しみながら作品を鑑賞していた。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td>企画者</td><td>椚あすみ</td><td rowspan="6"> </td></tr>
<tr><td>プログラム名</td><td>椚あすみ個展</td></tr>
<tr><td>会期</td><td>11/12(月)〜25(日)</td></tr>
<tr><td>会場</td><td>渡邉富商店</td></tr>
<tr><td>料金</td><td>無料</td></tr>
<tr><td>来場人数
／目標来場人数 (達成率)</td><td>104名／500名 (21%)</td></tr>
<tr><td>実施内容</td><td colspan="2">色鉛筆で描いた絵画の展示や、別府で見つけて気になったものを素材にした映像作品を上映した。</td></tr>
</table>

企画者	大塚磊々堂
プログラム名	すずり屋さんの墨絵展 ver. 2
会期	11/16(金)〜25(日)
会場	大塚磊々堂
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	40名／60名 (67%)
実施内容	十二星座をモチーフにした墨絵と硯の展示。硯のすり比べ体験などの体験プログラムも実施し、来場者に楽しんでもらうことができた。

企画者	おか かおり
プログラム名	神さまに会いたいっ
会期	11/17(土)•18(日)
会場	紙屋温泉２階公民館、玉井ビル３階
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	38名／40名 (95%)
実施内容	「あなたの神さまはなんですか?」という問いに答えてもらったインタビュー映像を上映した。47分の映像だったが、最後まで見てくれる方がほとんどだった。

企画者	NPO法人 PandA
プログラム名	だれかとだれか。なにかとだれか。ダンボールハウスをつくろう!
会期	11/17(土)•18(日)
会場	トキハ別府店 専門店棟３階連絡通路そば
料金	900〜1,600円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	35名／600名 (6%)
実施内容	のりもはさみも使わず組み立てられるダンボール製のミニチュアハウス作りを実施。参加者はどんぐりや松ぼっくり、毛糸などを使い装飾し、オリジナルのダンボールハウスを作成した。

企画者	七瀬みずき
プログラム名	11月の展覧会
会期	11/17(土)〜25(日)
会場	喫茶ムムム
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／90名 (111%)
実施内容	風景写真とビーズやリボンなどを使った手芸作品の展示を実施。お茶を飲みながらゆったり過ごす方が多かった。

企画者	ゆうひオレンジ
プログラム名	えほんえいが（絵本 withピアノ）
会期	11/18(日)
会場	野口ふれあい交流センター
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	14名／15名 (93%)
実施内容	「きもち」をテーマに、さまざまな「きもち」を題材にした絵本をスクリーンに映しながら読み聞かせを実施した。ピアノの生演奏をBGMに鑑賞してもらった。

企画者	小山秀輝
プログラム名	Beppu Origami Architecture
会期	11/19(月)〜24(土)
会場	井上電気センター
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	40名／20名 (200%)
実施内容	別府の建築物などを紙で立体的に作り展示した。興味を持ち、写真を撮っていく方が多かった。

企画者	炭谷 宇紀子
プログラム名	宇宙から別府の渚へ．．．銀河のお茶会♡お茶の時間だよ☆十
会期	11/19(月)〜25(日)
会場	トキハ別府店 専門店棟3階連絡通路そば
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	135名／250名 (54%)
実施内容	会場に張り巡らせた和紙に写真を貼って展示した。また、和紙を活かした『瞑想の小部屋』も制作した。来場者は小さな星形の和紙にメッセージを書き、会場内の気に入った場所にメッセージを貼り付けた。

企画者	川窪花野
プログラム名	片思いの古本市 −おおいた編−
会期	11/19(月)〜25(日)
会場	蔵ギャラリーしばた
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	60名／80名 (75%)
実施内容	アーティストブックや絵画作品の展示。お店の常連や企画者の知人などが多く来場し、作品をじっくりと鑑賞した。

企画者	さるよし
プログラム名	ベップ・カメラ・マンス 2018
会期	11/22(木)
会場	喫茶ムムム
料金	無料 (１ドリンクオーダー必須)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	22名／10名 (220%)
実施内容	ドキュメント映像やインタビュー映像など今までに撮影してきたものをまとめ、作品として上映した。アットホームな雰囲気で鑑賞してもらった。

企画者	首藤正之
プログラム名	BEPPU NEW STANDARD
会期	11/22(木)
会場	Beppu Copper Ravens
料金	1,500円 (１ドリンク付)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)
実施内容	３組のグループが音楽ライブを実施したほか、別府の新しい土産物の紹介もおこなった。別府市長のマイクパフォーマンスもあり、大変盛り上がった。

企画者	日本文理大学 美術部
プログラム名	日本文理大学 美術部 作品展
会期	11/23(金・祝)〜24(土)
会場	えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	300名／150名 (200%)
実施内容	書道や絵画など、美術部員の作品を展示した。日頃の活動成果を学外の方にも鑑賞してもらえる機会となった。

企画者	変態パフォーマンス級スーパードリームマッチ実行委員会 (豊島びおん)
プログラム名	変態パフォーマンス級スーパードリームマッチ / Unique Performance Super Dream Match
会期	11/23(金・祝) ・24(土)
会場	べっぷ駅市場
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／100名 (30%)
実施内容	キーホルダーコイルを使って制作した衣装を着たダンスを実施。その他、ライブペインティングや歌謡パフォーマンスなど４人の表現者たちがそれぞれのパフォーマンスを披露した。

企画者	橋本次郎
プログラム名	サウンド・インスタレーション「 別 府 」
会期	11/23(金・祝)〜25(日)
会場	元町・地下街跡（井上電気センター地下）
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	90名／100名 (90%)
実施内容	県外在住の企画者がこれまでの別府滞在で集めたさまざまな音で構成したサウンドインスタレーション作品の展示をおこなった。発表を重ねるたびに、毎年楽しみにしてくれる方が増えている。

企画者	清島アパート入居者
プログラム名	オープンアトリエ開催
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	清島アパートのアーティストたちのアトリエを公開した。さまざまなジャンルの作品や制作現場を見てもらうことができた。

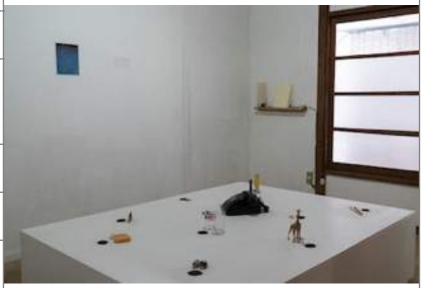
企画者	清島アパート入居者
プログラム名	こんばんは、清島アパートです。
会期	毎週土曜日 ※11/23(金・祝)のみ金曜開催
会場	清島アパートほか
料金	100〜1,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	371名／350名 (106%)
実施内容	清島アパートのアーティストがトークイベントやワークショップなど、週替わりのイベントを実施した。

企画者	泉イネ
プログラム名	絵 (竹細工つくり途中をモチーフに)	刺繍プロジェクト「糸の手」
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	企画者が別府で出会った竹細工職人が作る竹細工のつくり途中をモチーフにした絵画作品など、アトリエでの日頃の制作過程を公開展示した。

企画者	勝 正光
プログラム名	個展（タイトル未定）
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	今後数年をかけて100枚連作で制作する予定の、「別府」を題材にした絵画作品の新作を公開した。

企画者	安河内 彩香
プログラム名	個展『utpian』
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	生命力をテーマにした絵画作品や造形物の展示。黒板に「好きな形を描いてください」など、その時々で文章を添えて鑑賞者が参加可能な空間を用意した。

企画者	西松秀祐
プログラム名	テクテク、ポツポツ、チクタク
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	別府に滞在して感じた時間の感覚をもとにした、サウンドインスタレーションの新作を披露した。



企画者	飯島剛哉
プログラム名	もっていくもの、おいていくもの
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	『コミュニケーション』をテーマに、木の板に絵を描いた立体作品を展示した。

企画者	滝口かりん
プログラム名	よいおふろ、よい展示
会期	10/6(土)〜11/25(日)の毎週金・土・日・祝日のみ開催
会場	清島アパート
料金	100円 (清島アパートの入場料)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	350名／350名 (100%)
実施内容	絵画作品の展示。作品の感想を伝えてくれる方や、質問をする方が多かった。

企画者	大平 由香理
プログラム名	末広温泉ギャラリー
会期	10/6(土)〜11/25(日)
会場	末広温泉
料金	100円 (温泉利用にて鑑賞)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	250名／200名 (125%)
実施内容	末広温泉の脱衣場内に、石鹸に絵を描いた作品を設置。過去に浴室の壁画を鑑賞したことがあり、今回の展示をきっかけに再訪した方もいた。

企画者	駄駄漏太郎
プログラム名	ふぁっしょん ３分メイキング
会期	10/6(土)〜11/25(日)
会場	Galerie・et・Cafe'・PAS・MAL
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	390名／1,000名 (39%)
実施内容	SNSで制作風景を見ることができるというプログラム。アトリエで衣服を制作する工程を生配信した。期間中は300件以上の視聴者数となった。

企画者	福島 麻梨奈 / アイザック イマニュエル
プログラム名	ものの蒸発 – 病気と健康のダンス
会期	11/17(土)・18(日)・24(土)・25(日)
会場	不老泉２階集会室・広場
料金	一般：1,500円、60歳以上・大学生以下：1,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)
実施内容	湯治と一遍上人の旅踊りからインスピレーションを得て、映像を使ったダンスパフォーマンスを実施。来場者の中にはリピーターもいた。

企画者	別府大学
プログラム名	クニトシロウの漫画の世界展　熊八絵本出版記念
会期	9/22(土)〜10/22(月)
会場	学校法人別府大学 佐藤義詮記念館２階ギャラリーホール
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	300名／2,000名 (15%)
実施内容	油屋熊八に関する漫画絵本の出版記念として、別府市と連携し漫画家・クニトシロウの作品展示をおこなった。作家の在廊日は似顔絵を描くイベントを実施し、大変好評だった。

企画者	別府大学
プログラム名	『しんたろう』大分の愉快な仲間たち
会期	11/3(土・祝)〜22(木)
会場	学校法人別府大学 佐藤義詮記念館２階ギャラリーホール
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	300名／2,000名 (15%)
実施内容	漫画家の田代しんたろうによる別府スケッチ『地獄! 極楽! 別府三十六景』を中心に、コピーライターやプロレスラーによるイラスト作品を展示した。

企画者	幻視者の集い
プログラム名	驚異の陳列室2018
会期	10/6(土)〜11/25(日) ※水・木曜定休
会場	書肆ゲンシシャ
料金	300円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	350名／700名 (50%)
実施内容	企画者が所蔵する写真や絵画コレクションの展示。写真集や画集の読書コーナーも設けた。

企画者	ギャラリー別賓
プログラム名	別賓 (べっぴん)
会期	10/6(土)〜14(日)
会場	ギャラリー別賓
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／50名 (100%)
実施内容	企画者の経済記者時代の写真作品を展示。来場者の好意的な感想が多かった。

企画者	山内孝道
プログラム名	イライラ解消! 心と身体をゆるめてみましょう!
会期	10/7(日)〜11/22(木) ※10月：毎週日曜、11月：毎週木曜開催
会場	別府市コミュニティセンター、野口ふれあい交流センター
料金	100円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	31名／20名 (155%)
実施内容	腹式呼吸と逆腹式呼吸の呼吸法レクチャーや、太極拳の指導を実施した。

企画者	別府八湯ウォーク 達人ガイド部会	
プログラム名	別府公園『アート・自然・歴史』体験フットパス	
会期	10/7(日)〜11/24(土)のうち毎週土・日・祝日 ※11/17(土)・18(日)は定休	
会場	別府公園東口正門前広場出発	
料金	1,500円（『アッシュ・カプーア IN 別府』鑑賞チケット込)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	20名／100名 (20%)	
実施内容	別府公園の自然や歴史を感じながらの散策を実施した。「まだ知らなかった別府の魅力を発見することができた」との声があった。	

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会	
プログラム名	国民文化の象徴「将棋」の祭典	
会期	10/12(金)〜14(日)	
会場	別府市公会堂、 JR別府駅構内	
料金	こども将棋トライアスロン：500円 地域交流ふれあい将棋大会 1 チーム：6,000円 (飲み物・昼食付)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	569名／200名 (285%)	
実施内容	初心者でも楽しめる将棋遊び体験や、駒作りの実演会、プロ棋士との指導対局などを実施した。	

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会	
プログラム名	日本の祭り唄・盆おどり全国大会	
会期	10/14(日)	
会場	別府ビーコンプラザ コンベンションホール	
料金	1,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	1,409名／1,000名 (141%)	
実施内容	別府市内の小学生による盆踊りのオープニングステージや、立命館アジア太平洋大学の学生による民族舞踊など、さまざまな踊りが披露され会場は熱気に包まれた。	

企画者	梅本美術研究所	
プログラム名	梅本美術研究所 作品展 vol. 9	
会期	10/20(土)〜28(日)	
会場	別府市美術館	
料金	一般・大学生・高校生：100円 中学生・小学生：50円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	120名／200名 (60%)	
実施内容	絵画教室の子どもたちが制作した絵画や造形物などの作品展示。じっくり鑑賞する方が多かった。	

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会	
プログラム名	湯けむりたなびく温泉地別府 川柳の祭典	
会期	10/21(日)	
会場	別府市公会堂	
料金	入場無料、当日投句：1,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	313名／400名 (78%)	
実施内容	事前投句・当日投句の披講や選評、表彰式を実施。全国から幅広い年齢層の川柳愛好家が集まった。	

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会	
プログラム名	九州マーチングバンドの祭典	
会期	10/27(土)・28(日)	
会場	別府ビーコンプラザ コンベンションホール、JR別府駅	
料金	街角コンサート：無料、九州マーチングバンドの祭典：1,000〜3,000円 (席によって変動)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	3,557名／10,000名 (36%)	
実施内容	JR別府駅での街角コンサートや九州各地から集まったマーチングバンドの演奏を実施した。	

企画者	豊の国被災地激励芸能集団『絆』
プログラム名	手品とトークの笑いヨガ・落語・変面ショー
会期	10/28(日)
会場	竹ノ内公民館
料金	寄付金
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	20名／15名 (133%)
実施内容	落語、ベリーダンス、腹話術、手品、トークなどを実施した。会場は盛り上がり来場者が楽しんでいた。

企画者	いるかひめ
プログラム名	いるかひめ作品展 魔法色の町と透明なボク
会期	10/28(日)〜11/25(日) ※月曜定休
会場	シェ トミタカ
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	60名／90名 (67%)
実施内容	洋菓子店のイートインスペースの壁面にイラストや写真の展示をおこなった。

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会
プログラム名	連句の祭典
会期	11/3(土・祝)・4(日)
会場	別府市公会堂ほか
料金	吟行会：1,000〜4,500円、交流会：8,000円、本大会：4,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	166名／200名 (83%)
実施内容	連句の発展と向上を目的に吟行会、交流会、本大会 (実作会) を実施。全国から連句愛好家が集まり、交流を深めることができた。

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会
プログラム名	新時代を切り開く「邦楽の祭典」
会期	11/18(日)
会場	別府市公会堂
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	524名／400名 (131%)
実施内容	大友宗麟をテーマにしたミニ演劇、琴とヴァイオリンによる演奏などを実施した。

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会
プログラム名	湯にば〜さるファッション in べっぷ♨
会期	11/23(金・祝)
会場	別府ビーコンプラザ レセプションホール
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	363名／200名 (182%)
実施内容	障がいのある方や高齢者、子どもなど、さまざまなモデルによるファッションショーを実施。また、障がいのある方が着用する衣服の制作について全国公募をおこない、８組の作品を披露した。

企画者	toi toi toi
プログラム名	花とチョークとコーヒーと。
会期	11/24(土)
会場	華つねまつ
料金	入場無料、ワークショップ：500円〜
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／50名 (100%)
実施内容	ラテアート、チョークアート、布花作品など３人のアーティストの作品展示とワークショップを実施。お店の開店から閉店まで途切れることなく多くの来場者があった。

企画者	清水麻里
プログラム名	清水麻里　染めもの展
会期	10/12(金)〜14(日)
会場	冨士屋Gallery一也百 ギャラリースペース
料金	手ぬぐい染体験：1,500円〜
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／100名 (50%)
実施内容	着物や布小物の展示と、手ぬぐい染め体験を実施した。手ぬぐい染め体験は子どもにも簡単にでき、楽しそうに参加していた。

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会
プログラム名	能とお茶の祭典
会期	10/17(水)
会場	山荘 神和苑
料金	当日お茶席：500円／1箇所 能の鑑賞：1,000円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	338名／150名 (225%)
実施内容	三流派 (表千家・裏千家・煎茶道東阿部流) の茶会や能の鑑賞についてのワークショップを実施。多くの方が来場した。

企画者	Solarium 立川里奈
プログラム名	メディカルアロマを体感しよう♡
会期	10/26(金)・11/24(土)
会場	ここちカフェむすびの
料金	1,500円 (1ドリンク込)
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	13名／16名 (81%)
実施内容	『数霊開運クリーム』を作る体験教室と、ルージュ作り体験教室を実施した。教室は和やかな雰囲気で参加者に楽しんでもらった。

企画者	第33回国民文化祭、第18回全国障害者芸術・文化祭 別府市実行委員会
プログラム名	鉄輪スケッチ芸術祭
会期	スケッチ大会・フォトコンテスト：11/4(日) 展示：11/10(土)〜18(日)
会場	鉄輪一帯、冨士屋Gallery一也百ほか
料金	スケッチ大会・フォトコンテスト：一般：1,000円、大学生以下：500円 展示：無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	1,157名／300名 (386%)
実施内容	鉄輪地区を会場にスケッチ大会とフォトコンテストを実施。子どもから大人まで好きな場所で思うままにスケッチをしたり、写真撮影に取り組んでいた。

企画者	劇団HallBrothers
プログラム名	劇団HallBrothers公演『あの人、賃貸だから』
会期	11/17(土)
会場	冨士屋Gallery一也百 ホール
料金	前売：1,500円、当日：1,800円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	21名／60名 (35%)
実施内容	『ねたみ・そねみ・ひがみ』をテーマに約70分間の会話劇をおこなった。

企画者	ギャラリー花民+カフェ
プログラム名	渡辺崇博 日本画展
会期	10/24(水)〜11/4(日)
会場	ギャラリー花民+カフェ
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	81名／200名 (41%)
実施内容	日本美術院の院展入選作品を中心に風景や花などを描いた日本画の展示をおこなった。カフェに隣接するギャラリーの雰囲気が良く、企画者の思い通りの展示をおこなうことができた。

企画者	ギャラリー花民+カフェ
プログラム名	リ・エンプロ工房『そらいろ』九堂 藍作品展 & 花と野鳥の写真展 by はるよ
会期	11/7(水)〜11(日)
会場	ギャラリー花民+カフェ
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	33名／100名 (33%)
実施内容	アルミサッシの端材などを再加工して制作したアクセサリーなどの作品展示とカワセミをはじめとした野鳥、庭の花などを撮影した写真展を実施した。

企画者	ギャラリー花民+カフェ
プログラム名	原野彰子 絵手紙展示会
会期	11/15(木)〜25(日)
会場	ギャラリー花民+カフェ
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)
実施内容	企画者が絵手紙を描き始めてからこれまでの20年間に制作したさまざまな作品を展示した。

企画者	薪窯パンとねこと月	
プログラム名	彫刻の庭	
会期	10/6(土)〜11/25(日) ※雨天定休	
会場	薪窯パンとねこと月	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	22名／100名 (22%)	
実施内容	彫刻家・宮岡洋一が制作した抽象彫刻の作品を自宅の庭に展示した。	

企画者	若竹良一	(写真なし)
プログラム名	陶芸体験 〜亀川の白亀伝説〜	
会期	10/7(日)	
会場	若竹陶芸教室	
料金	2,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／5名 (0%)	
実施内容	『吉祥』と言われる白い亀を粘土で作るプログラムを予定していたが、申込者がなく、中止した。	

企画者	若竹良一	
プログラム名	陶芸体験 〜マスキングテープで絵付け〜	
会期	10/20(土)	
会場	若竹陶芸教室	
料金	2,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	3名／5名 (60%)	
実施内容	マスキングテープを使った絵付け体験を実施。参加者は真剣に取り組んでいた。	

企画者	表現集団・万華鏡×語りと即興音楽・侘び助	
プログラム名	語り　舞い　奏でる　小泉八雲の夕べ	
会期	10/7(日)	
会場	長覚寺	
料金	1,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	17名／30名 (57%)	
実施内容	表現集団・万華鏡×語りと即興音楽・侘び助とのコラボ企画を実施。ギターの音色にのせた舞踊で、鮮やかに浮かぶ景色の美しさや人の絆を現した。	

企画者	こども ゆっくり ictルーム かてて代表@阿南英治
プログラム名	マインクラフトで別府をビルドしよう!
会期	10/27(土)・28(日)・11/17(土)
会場	長覚寺、えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム
料金	300円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	7名／30名 (23%)
実施内容	コンピューターゲーム『マインクラフト』で別府にある建造物（長覚寺やグローバルタワーなど）を再現した。子どもたちと楽しくイメージを膨らませながら建物を作った。

企画者	あかし ももか
プログラム名	あかしももかの大ぶろしきプロジェクト
会期	11/13(火)〜17(土)
会場	長覚寺
料金	無料 ※冊子購入の場合は100円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	25名／50名 (50%)
実施内容	「人間はもっと大きな気持ちで大きなことを言っていくべき」というメッセージを込めたPR動画の上映や「大ぶろしきのタネ」と題した言葉を顕微鏡で観察するコーナーも設置した。

企画者	チーム小島@別府市馬場
プログラム名	小島弥恵 (５歳) 講師による独創的創作折り紙教室
会期	11/3(土・祝)
会場	茶房たかさき
料金	無料
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	7名／2名 (350%)
実施内容	『ベップ・アート・マンス』最年少企画者による折り紙教室を実施した。講師と参加者が一緒に折り紙を折ったり、自宅で講師が制作した折り紙を展示した。

企画者	混浴温泉世界実行委員会
プログラム名	アニッシュ・カプーア IN 別府
会期	10/6(土)〜11/25(日)
会場	別府公園
料金	【当日】一般 (高校生以上) ：1,200円、小・中学生：500円、未就学児・障がい者：無料、団体(20名以上) 1,100円
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	54,716名／40,000名 (137%)
実施内容	個展形式の芸術祭を開催。光の９割を吸収する特殊塗料を使用した新作『Void Pavilion V』、彫刻やドローイング作品で構成した企画展『コンセプト・オブ・ハピネス』、直径５mの鏡のように磨き込まれたステンレスの彫刻作品『Sky Mirror』の３つのプロジェクトを実施した。

企画者	混浴温泉世界実行委員会
プログラム名	『アニッシュ・カプーア IN 別府』鑑賞ツアー
会期	10/20(土)〜11/24(土) ※毎週土曜日開催
会場	別府公園東口正門前広場出発
料金	無料 ※但し『アニッシュ・カプーア IN 別府』チケットが必要
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	113名／120名 (94%)
実施内容	『アニッシュ・カプーア IN 別府』の作品を事務局スタッフの解説付きで鑑賞するツアーを実施。このツアーの他に、小学生ガイドが解説する『キッズガイドツアー』や総合プロデューサーによるツアーも実施した。

企画者	混浴温泉世界実行委員会
プログラム名	『アニッシュ・カプーア IN 別府』記念講演会〈日英逐次通訳付〉
会期	10/7(日)
会場	別府市公会堂 大ホール
料金	無料 ※但し『アニッシュ・カプーア IN 別府』チケットが必要
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／300名 (0%)
実施内容	登壇者の都合により中止した。

(写真なし)

企画者	混浴温泉世界実行委員会	
プログラム名	『コンセプト・オブ・ハピネス』キュレータートーク	
会期	10/8(月・祝)	
会場	フレックスB	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	42名／50名 (84%)	
実施内容	企画展『コンセプト・オブ・ハピネス』のキュレーターを務めた飯田高誉を講師に、アニッシュ・カプーアの作品紹介や魅力についてレクチャーをおこなった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム名	アートに泊まる –浜脇の長屋–	
会期	10/6(土)〜11/25(日)	
会場	別府市浜脇地区	
料金	一般 (中学生以上) １名5,480円〜、２名9,960円〜	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	42名／30名 (140%)	
実施内容	別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』で生まれた作品のために作られた、趣の異なる２部屋『天空の庭』『白い箱』を宿泊できるアート作品として公開した。鑑賞は宿泊者のみ。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム名	ラジオジャーニー『音で旅する別府』	
会期	10/6(土)〜11/25(日) ※火曜定休 (祝日は営業)	
会場	SELECT BEPPU出発	
料金	500円 (再生機・ヘッドホンのレンタル込)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	7名／10名 (70%)	
実施内容	2013年度のアーティスト・イン・レジデンス事業『KASHIMA』の滞在作家である、アルテラジオによる音声作品の体験。参加者は地図を片手に、音 (ラジオ) と共に町を散策した。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム名	アートウォーク	
会期	10/13(土)・11/10(日)	
会場	JR別府駅前出発	
料金	一般 (中学生以上) 1,000円、小学生：500円、幼児無料 (保険料・ドリンク込)	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	３名／10名 (30%)	
実施内容	中心市街地に点在する絵画やふすま絵などのアート作品をBEPPU PROJECTスタッフの解説付きで巡るまちあるきツアーを実施した。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム名	BEPPU PROJECT 2005 – 2018	
会期	10/6(土)〜11/26(月) ※火曜定休 (祝日は営業)	
会場	SELECT BEPPU	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	608名／100名 (608%)	
実施内容	BEPPU PROJECTの立ち上げから現在に至るまでの14年間で開催した各種事業を紹介する展示をおこなった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム名	KASHIMA 2018 BEPPU ARTIST IN RESIDENCE	
会期	10/6(土)〜11/25(日)	
会場	葵荘、よいや、platform 05ほか	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	1,694名／1,500名 (113%)	
実施内容	グラフィックデザイナー・田中義久と彫刻家・飯田竜太の２名からなるアーティストデュオ『Nerhol』と、フランスを拠点に活動するアーティストのサブリナ・ヴィタリを招聘し、別府に約１ヶ月間滞在して制作した作品の展示をおこなった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム名	KASHIMA 2018 BEPPU ARTIST IN RESIDENCE　アーティスト・イン・レジデンスに関する意見交換会	
会期	10/23(火)	
会場	別府商工会議所３階	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	12名／10名 (120%)	
実施内容	ゲストに美術評論家・ライターのフィオナ・チェンを招き、大分県内のアーティスト・イン・レジデンスの取り組みの現状と今後の課題について、大分県内の自治体関係者や地域の方を交えて意見交換会を実施した。	

2－3．運営について

1．サポート内容

『ベップ・アート・マンス 2018』に登録をしたプログラム企画者に対し、事務局より以下のサポートをおこなった。

<u>プログラム実施に関わる相談およびサポート</u>

プログラム登録申請書 ＜申請期間：5月1日(火)〜5月31日(木)＞ の提出後、事務局によるヒアリング (面談) をおこない、企画者の意向を確認しながら未確定事項の決定や、実現性、安全性の確認をおこなった。また、登録決定からプログラム開催直前まで企画のブラッシュアップに協力した。

<u>無料およびディスカウント料金で使用できる会場 (提供会場) の紹介</u>

実行委員会が企画者に紹介する会場として８ヶ所を用意した。

- 無料で使用できる会場…長覚寺 (浜脇地区) 、トキハ別府店 専門店棟３階連絡通路そば (中心市街地) 、トキハ別府店 大屋根の下 (中心市街地)
- ディスカウント料金で使用できる会場…茶房たかさき (朝見地区) 、別府ブルーバード会館３階 フレックスホール (中心市街地) 、えきマチ１丁目別府 コミュニティルーム (中心市街地) 、冨士屋Gallery一也百 ギャラリースペース (鉄輪地区) 、冨士屋Gallery一也百 ホール (鉄輪地区) 。また、提供会場以外にも使用できる会場を複数ヶ所紹介をした。

<u>広報業務の一部代行</u>

- 全プログラムが掲載されたパンフレット (17,000部) や事業全体を告知するポスター (500部) を作成し、別府市内や近郊を中心に全国へ配布した。
- Webサイトで、個別のプログラムの情報提供や予約受付をおこなった。
- SNS (Twitter、Facebook、Instagram) を通じた情報発信をおこなった。
- 記者発表を開催し、企画者が記者に対し直接告知できる機会を設けた。
- 会場目印ののぼり (120枚) 、富士見通りの大型看板 (１枚) 、駅前手湯付近の看板 (１枚)、駅前通りの街灯にのぼり (64枚) を設置した。

<u>総合インフォーメーションセンター</u>

９月22日(土)〜11月25日(日)の期間、晴天時はJR別府駅前手湯付近、雨天時は別府駅構内に移動式のインフォメーションセンターを設けPRや問合せ対応をした。

<u>問合せ受付・連絡先窓口などの事務局業務</u>

企画者が希望する場合、プログラムの予約受付や問合せ対応を事務局が代行した。
予約は電話、Fax、Webサイト、総合インフォメーションセンターにて受け付けた。

<総合インフォメーションセンター>

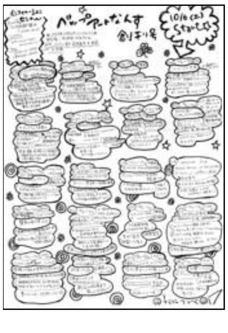
<u>週刊チラシの発行</u>

パンフレットとは別に、１週間分の予定を掲載したチラシ『ベップ・アートなんす』をつくり、総合インフォメーションセンターを中心に配布した (A３サイズ両面モノクロ／全７号／1,200部) 。また、Webサイトよりダウンロードを可能にした。2013年に引き続き６度目の取り組みで、2014年より市民ボランティアに紙面作成を依頼している。

<パンフレット表紙>

<パンフレット プログラム紹介ページ>

<Webサイト>



<週刊チラシ 紙面>

２．加盟店

プログラム実施会場に近い小売店・小規模飲食店を中心に、本事業に賛同してくださる店舗を『ベップ・アート・マンス 2018 加盟店』とし、パンフレットやWebサイトで紹介した。加盟店には、店頭用のポップを配布し掲示していただいた。2018年は41店舗の加盟があった。

<加盟店ポップ>

<パンフレットに掲載した店舗情報>

２−４．『ベップ・アート・マンスをつくろう会』や『プログラム登録相談会』の開催

市民による主体的な運営を目指し、プログラム企画者を中心に、地域の方などを交え、事業についての意見交換、企画者同士の交流を図る『ベップ・アート・マンスをつくろう会』を実施した。この取り組みは2013年より始まり、本年度は計15回実施され、期間中に100回目を迎えた。今年度は118名の参加があった。また、『ベップ・アート・マンス』を広く告知するため、募集開始前にプログラム登録相談会を３度実施し、応募の呼びかけやプログラムのつくり方についてのアドバイスをおこなうほか、『べっぷ火の海まつり』の納涼音頭大会に企画者とともに踊り手として参加し、事業のPRをおこなった。

回	日程	参加人数	会場
88	2018/4/5(木)	11	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
89	2018/4/19(木)	11	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
90	2018/5/16(水)	7	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
91	2018/6/7(木)	10	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
92	2018/6/20(水)	5	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
93	2018/7/5(木)	4	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
94	2018/7/19(木)	2	野口ふれあい交流センター
95	2018/8/2(木)	4	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
96	2018/8/16(木)	3	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
97	2018/9/6(木)	6	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
98	2018/9/20(木)	6	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
99	2018/10/4(木)	5	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)
100	2018/10/18(木)	35	別府公園『Sky Mirror』前
101	2018/11/1(木)	5	JR別府駅周辺
102	2018/11/15(木)	4	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内)

内容	日程	参加人数	会場
相談会１回目	2018/5/11(金)	5	よいや
相談会２回目	2018/5/20(日)	5	えきマチ１丁目別府コミュニティルーム
相談会３回目	2018/5/26(土)	8	JR別府駅北高架商店街
べっぷ火の海まつり	2018/7/29(日)	20	別府スパビーチ

<『ベップ・アート・マンスをつくろう会』の様子>

2－5．サポートへの評価

プログラム終了後、プログラム企画者へアンケートを実施した。回収枚数は110枚。

設問	2018年	2017年
これまでにプログラムを登録したことがあるか	はい (50%) ／ いいえ (50%)	はい (55%) ／ いいえ (45%)
『ベップ・アート・マンス』という取り組みへの評価	大変よい (86%) ／ よい (12%) ／普通 (2%)	大変よい (69%) ／ よい (27%) ／普通 (4%)
『ベップ・アート・マンス』に登録してよかったか	大変よかった (75%) ／ よかった (20%) ／ 普通 (5%)	大変よかった (57%) ／ よかった (37%) ／ 普通 (6%)
また『ベップ・アート・マンス』へ登録したいか	はい (94%) ／ いいえ (6%)	はい (95%) ／ いいえ (5%)
事務局の対応に対する評価	大変よい (79%) ／ よい (16%) ／ 普通 (5%) ／ よくない (0%)	大変よい (64%) ／ よい (25%) ／ 普通 (10%) ／ よくない (1%)
広報業務の一部代行による効果があったか	はい (92%) ／ いいえ (6%) ／ どちらともいえない (2%)	はい (87%) ／ いいえ (13%) ／ どちらともいえない (0%)
提供会場の取り組みをどう思うか	大変よい (58%) ／ よい (21%) ／ 普通 (19%) ／ どちらともいえない (2%)	大変よい (55%) ／ よい (36%) ／ 普通 (9%) ／ どちらともいえない (0%)
『ベップ・アート・マンスをつくろう会』には参加したか	はい (26%) ／ いいえ (74%)	はい (30%) ／ いいえ (70%)

・作品発表の場がない方も多いと思うので、どんな方にも表現の場があることが素敵だと思います。
・プログラム企画者だけでなく、町全体で盛り上げようという雰囲気がとても良いと思いました。
・別府の町を元気にしてくれる取り組みだと思っています。
・アートを生活のなかで身近に感じることができるので、大変良いと思います。
・他のイベントと重なってしまったので、残念だった。もっと事前に調べておく必要があった。
・別府市は文化事業を推進していることから、町をあげてのアートイベントは、観光業にも一躍を担い、観光客にも楽しんでいただけると思います。
・提供会場はもっと多いほうが良いと思う。
・自分たちの日々の活動を知ってもらったり、感想をいただく機会ができた。
・パンフレットを見て、参加をする方が多かった。
・年配の方はSNSが難しい。パンフレットを見る際、プログラム数が多くて目移りする。
・初参加でしたが、とても良い出会いとなりました。
・市民のみなさんが気軽にイベントを企画できる点、参加する人も多くのイベントを楽しめる点で大変良い取り組みだと思います。

(アンケートより原文を抜粋)

2－6．来場者について

１．来場者数

来場者は23,722名を数えた。事業開始以降の来場者数は以下のとおり。

開催年	会期	来場者数
2010年	11/1(月)～11/30(火) [30日間]	3,930名
2011年	11/1(火)～11/30(水) [30日間]	11,751名
2012年	10/6(土)～12/2(日) [58日間] ※1)	53,736名
2013年	11/1(金)～11/30(土) [30日間]	25,147名
2014年	11/1(土)～11/30(日) [30日間]	22,134名
2015年	7/18(土)～９/27(日) [72日間] ※1)	53,474名
2016年	10/29(土)～11/30(水) [33日間]	13,225名 ※2) 『目 In Beppu』の入場者数1,122名を含む
2017年	11/1(水)～12/3(日) [33日間]	10,005名 ※2) 『西野 達 in 別府』の入場者数13,391名を含まず

※1) 2012年、2015年は別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』の開催に合わせて、約２ヶ月間の会期。
※2) 2016年は個展形式の『in BEPPU』の初開催ということもあり、『in BEPPU』も含めた事業全体像を把握するため合算して集計したが、『in BEPPU』の具体的な実施方式・事業規模が毎年様変わりするため2017年以降は『in BEPPU』と『ベップ・アート・マンス』を分けて集計・分析することとした。

２．アンケート結果

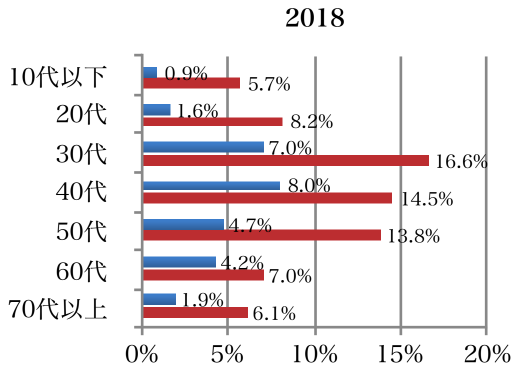
会期中、来場者に下記の質問を記したアンケートを実施した。回収枚数は669枚。

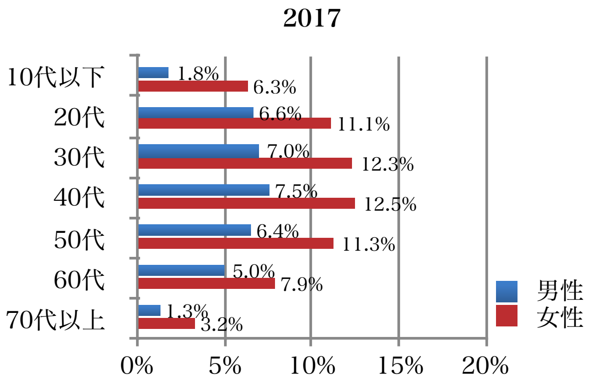
※小数点以下の記載がないものに関しては四捨五入している。

１．年齢、性別、居住地、滞在期間 ２．今回のプログラムのことをどこで知ったか (複数回答可) ３．『ベップ・アート・マンス』のことをいつから知っていたか ４．『ベップ・アート・マンス』にこれまで参加したことがあるか ５．『ベップ・アート・マンス』のことを何で知ったか (複数回答可) ６．他に参加した、または参加する予定のプログラムはあるか ７．『ベップ・アート・マンス』という取り組みへの評価 ８．7の理由 ９．次回はプログラムの企画者として参加したいと思うか 10. 『アニッシュ・カプーア IN 別府』には参加したか 11.「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージはあるか

1－1．年齢、性別

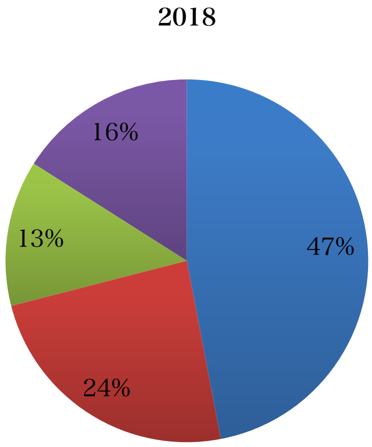
昨年と比較し、女性の30代～50代の割合が伸びている。また、男性の10代以下、20代の若い世代が減少した。

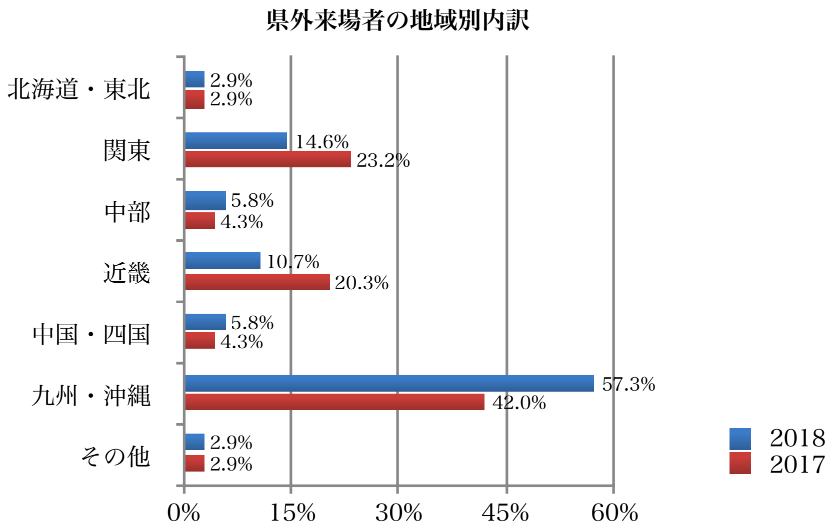


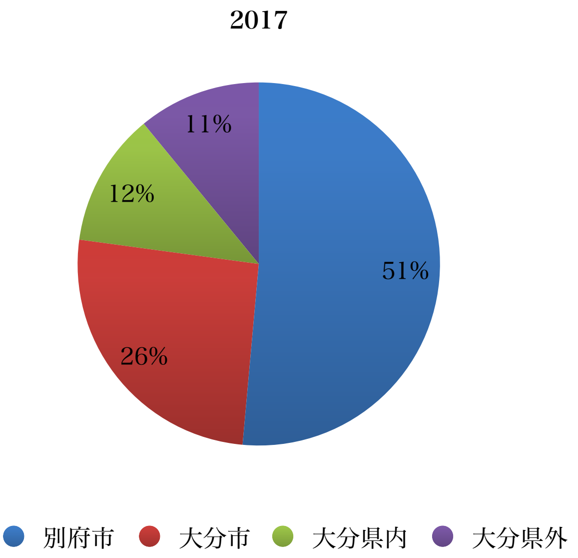


1－2．居住地

昨年と比較し、「別府市」の割合が４％減少し、「大分県外」の割合が５％増加した。県外来場者の地域別内訳をみると、特に九州・沖縄地域からの来場者が大幅に増加した。

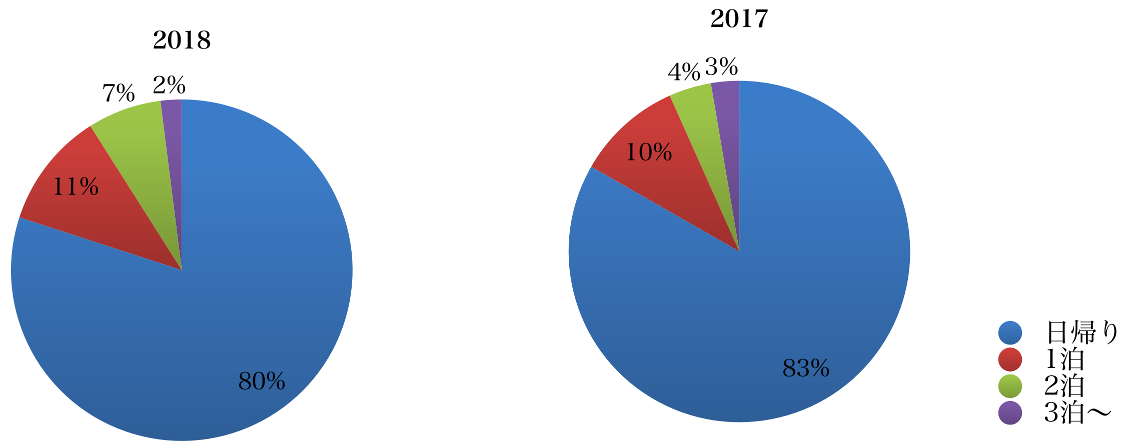






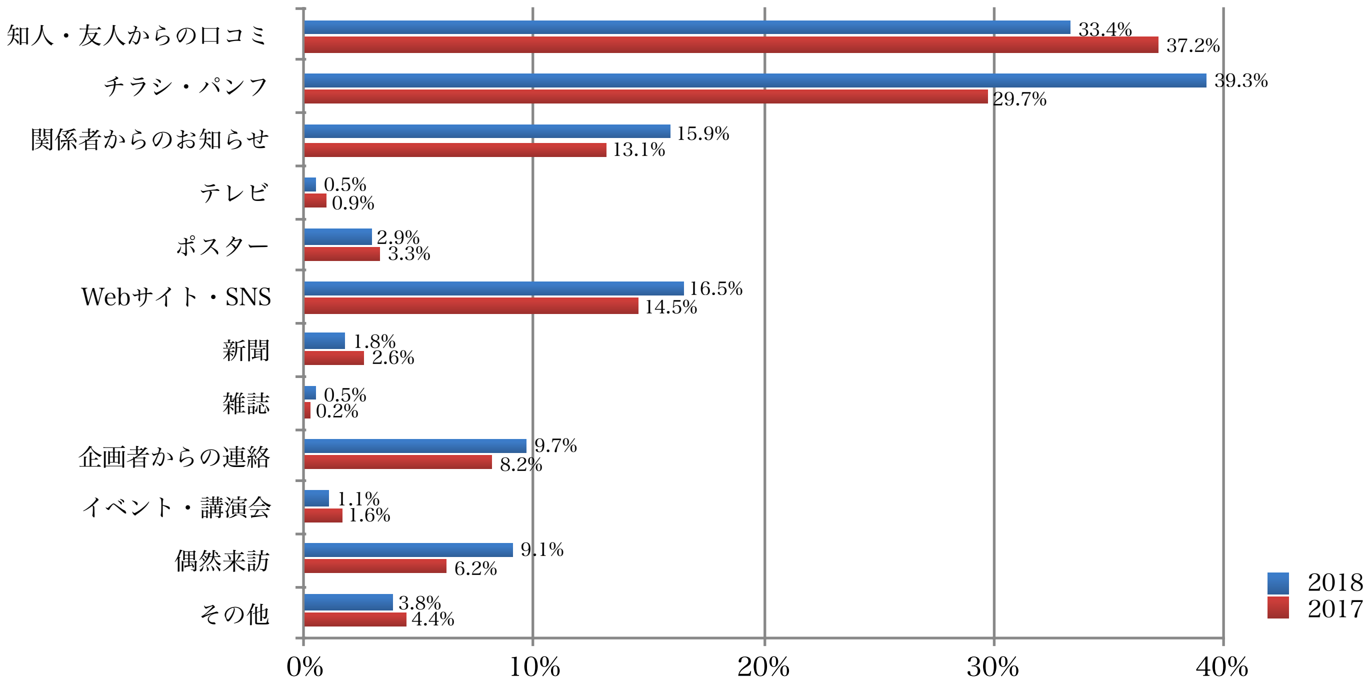
1－3．滞在期間

昨年と比較し、日帰り・宿泊の割合に変化はないが、２泊の割合が微増した。



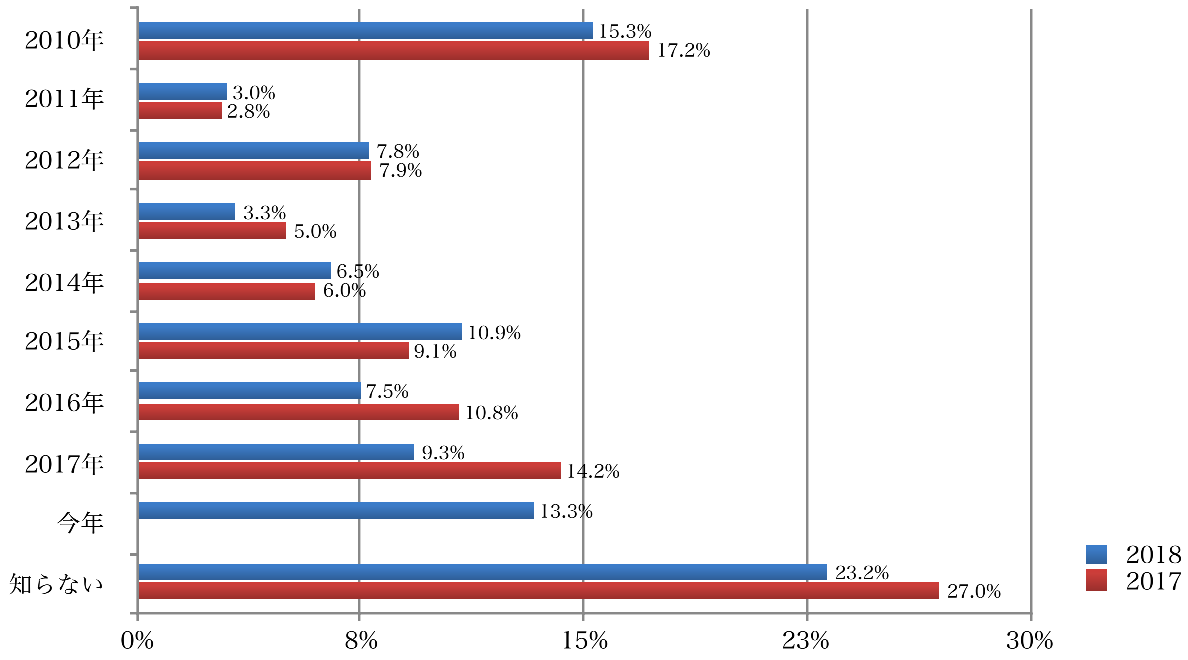
2．今回のプログラムのことをどこで知ったか (複数回答可)

昨年と比較し、「チラシ・パンフ」の割合が９.6%増と大幅に上回る結果となった。「関係者からのお知らせ」「Webサイト・SNS」「企画者からの連絡」「偶然来訪」も増加した。



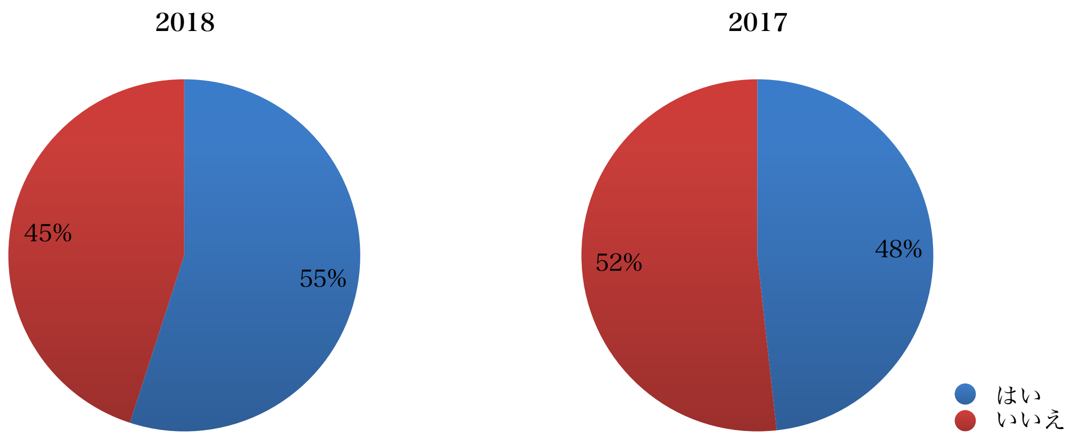
３．『ベップ・アート・マンス』のことをいつから知っていたか

昨年同様、2010年度や開催年に知った方が比較的多いが、「知らない」の回答が減少した。



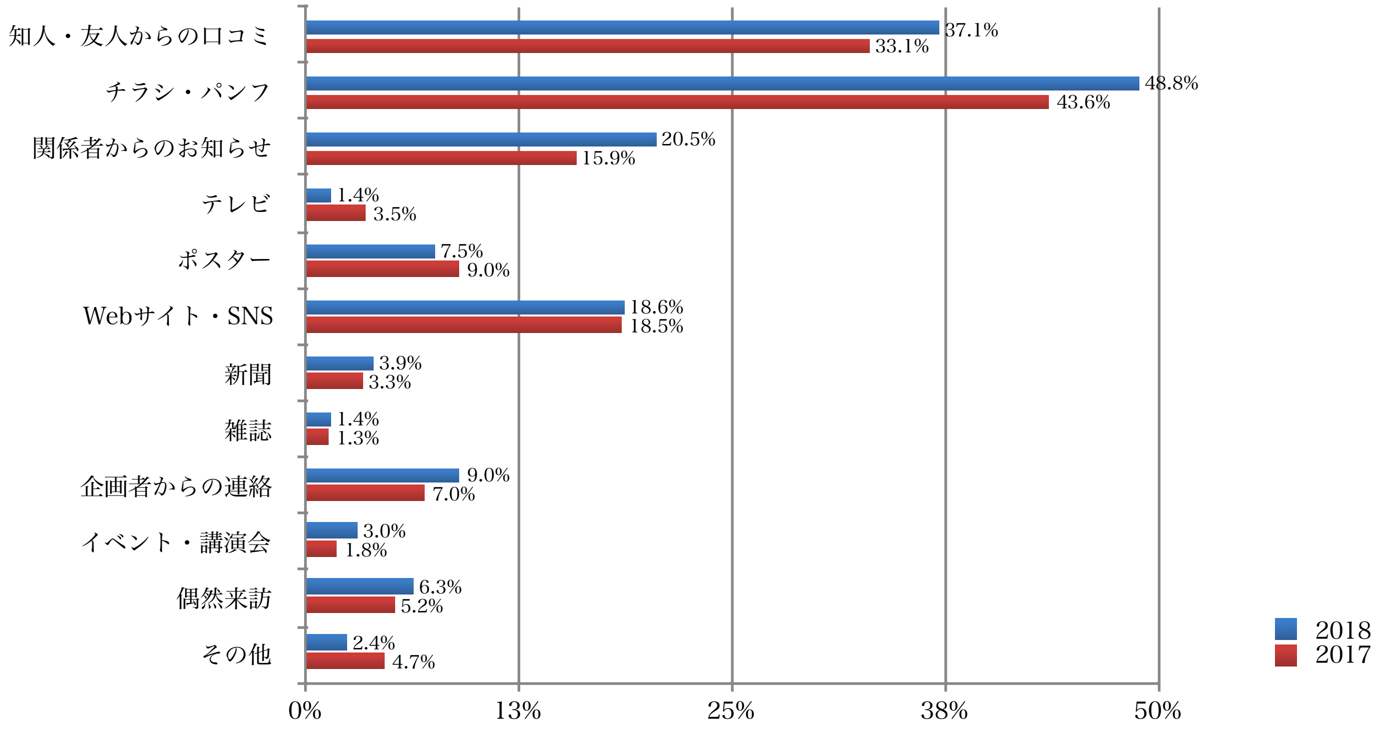
４．『ベップ・アート・マンス』にこれまで参加したことがあるか

昨年と比較して、これまでに参加したことがある方の割合が増えた。



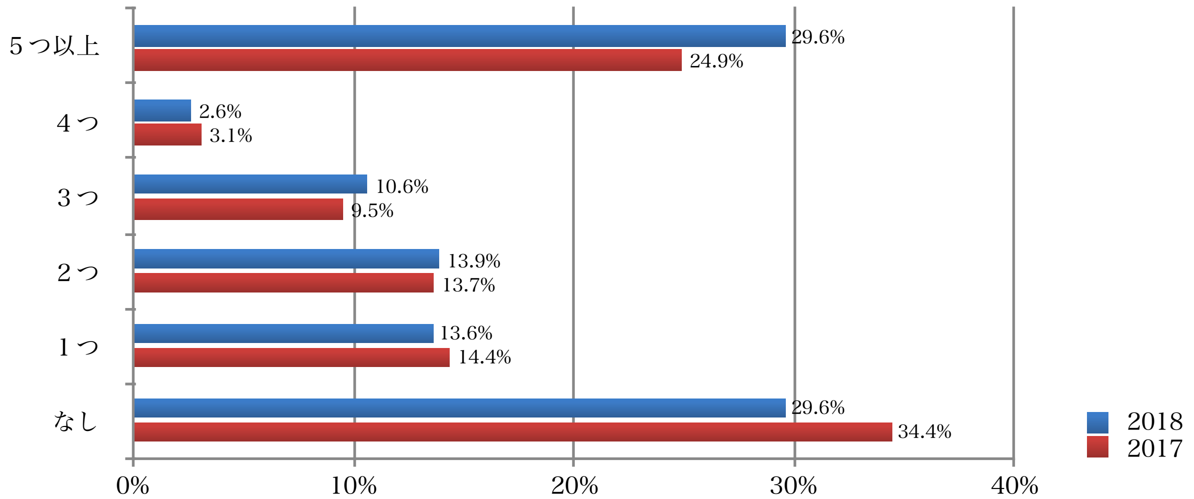
５．『ベップ・アート・マンス』のことを何で知ったか (複数回答可)

回答バランスは昨年とほぼ変化はない。



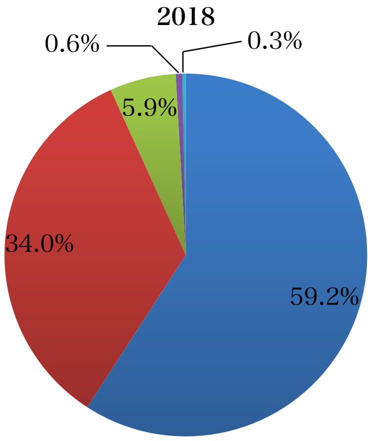
６．他に参加した、または参加する予定のプログラムはあるか

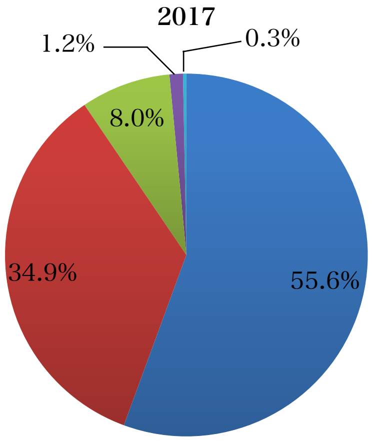
昨年と比較して、「５つ以上」の割合が増加し、「なし」と選択した方が減少している。



7．『ベップ・アート・マンス』という取り組みへの評価

「大変よい」「よい」の回答が合計93.2%と昨年より若干高い評価となった。



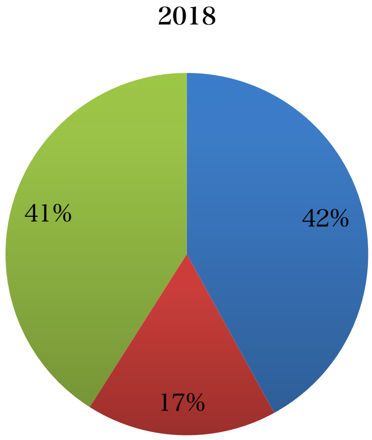


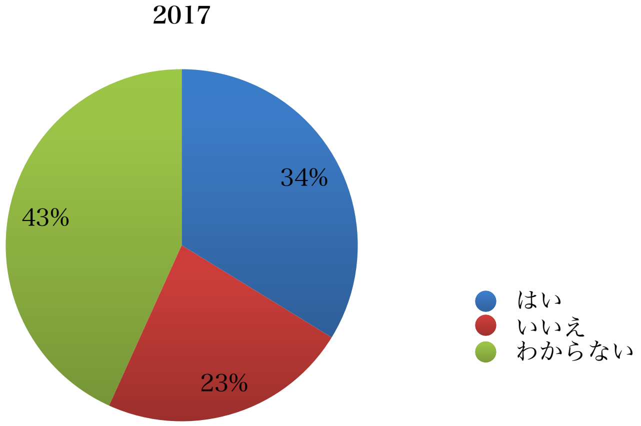
8．７の理由
・地域活性でとても良いと思う。
・温泉以外のイメージを持つことができた。
・街中でアートを身近に感じられるのが良い。
・アートを通して別府のことを深く知ってもらうきっかけになると思うから。
・町全体で盛り上がろうという取り組みはよいと思う。
・市民の文化祭ですが、別府市民が参加しているかわからない。
・参加の仕方がよくわからない。

(アンケートより原文を抜粋)

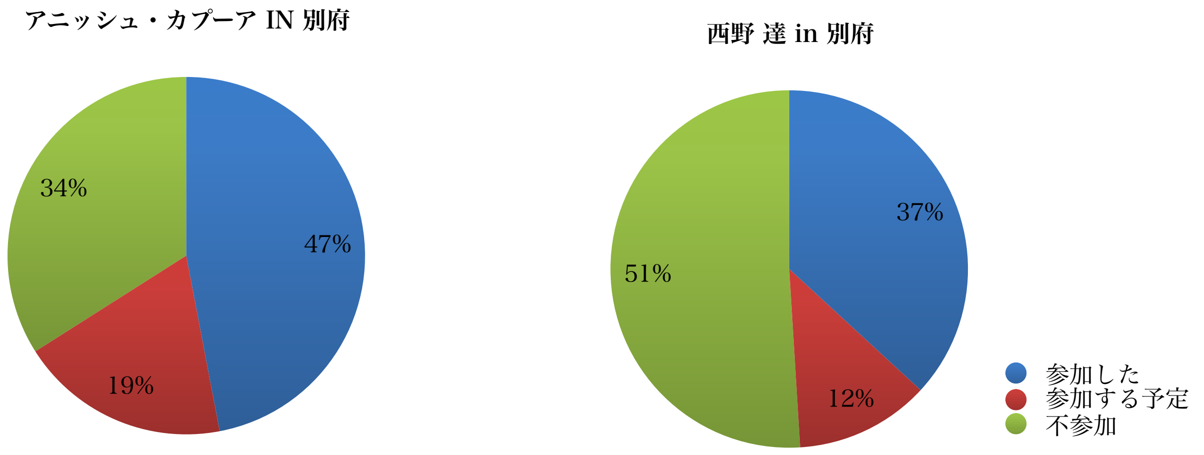
9．次回はプログラムの企画者として参加したいと思うか

昨年と比較して、「はい」の占める割合が８％増加した。

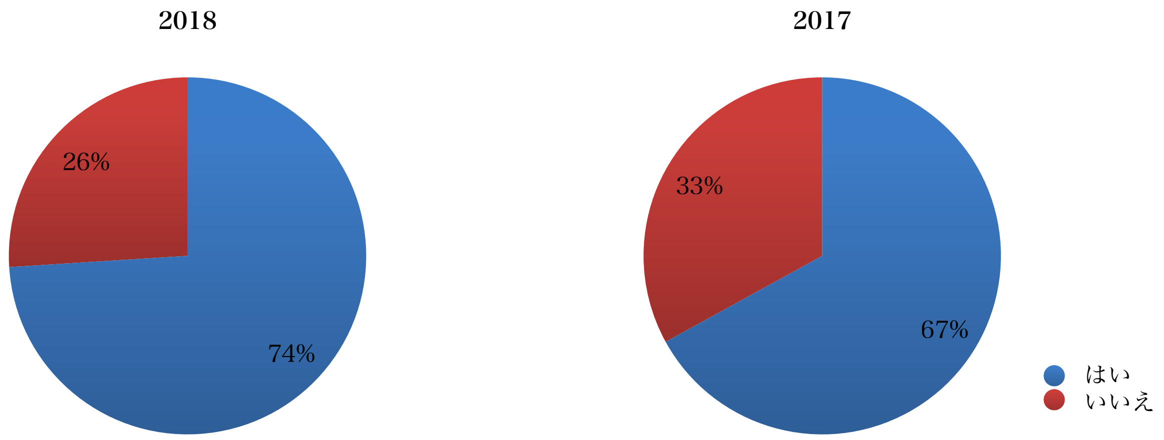


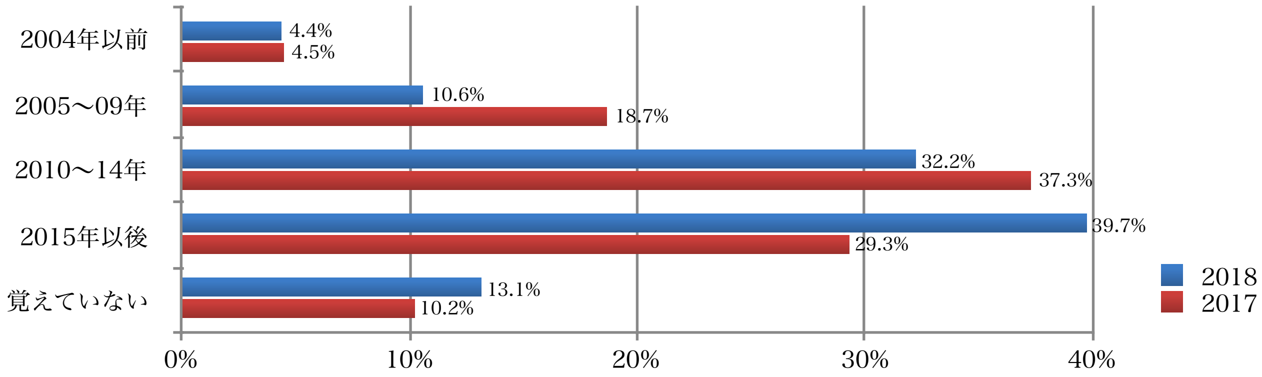


10. 『アニッシュ・カプーア IN 別府』には参加したか
昨年と比較して、「参加した」「参加する予定」の割合が増加した。



11. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか
昨年と比較して、「はい」の回答が7%増加した。「はい」のうち、いつごろからそのイメージを持つようになったかを設問した内訳は以下の通りとなり、「2015年以後」が最も高い結果となった。





3．アンケート結果を踏まえた考察

今年度の『ベップ・アート・マンス』 (以下、BAM) は、大分県で開催された、『国民文化祭』の会期に合わせ、10月６日(土)〜11月25日(日)の51日間開催した。

グラフから見てわかるように、今年度は大分県外の来場者数が増加した。県外来場者の地域別内訳を見ると九州・沖縄が最も多く滞在期間としては日帰りが最も多い結果となった。
BAMは今回『国民文化祭』に応援事業として参加し、『国民文化祭』のWebサイトなどでも紹介された。そのため例年以上に県外に情報が広がり、県外来場者の増加に繋がったのではないかと推測する。また、今年度BAMに登録された全124プログラムの内、11プログラムは『国民文化祭』の別府市事業であった。別府市がおこなったアンケート調査と重複するため、当該事業においてはBAMのアンケートは実施しなかったが、『国民文化祭』の別府市事業とBAMのプログラム双方に参加した人も一定数いたのではと推測する。また、今年度は昨年度に比べ『in BEPPU』に「参加した」「参加する予定」の合計が49%から66%と大幅に増加し、『in　BEPPU』への関心が例年よりも高かったことがわかる。
さらに今年度は「偶然来訪」した参加者も増加した。これは人通りの多いJR別府駅構内やべっぷ駅市場が会場となったプログラムが複数開催されたことが要因ではないかと推測する。このような取り組みは日頃アートに触れる機会のない人が関心を持つきっかけとなり、新たなファン層の獲得にも繋がる。

BAM自体や各プログラムの告知方法については、「チラシ・パンフレット」を見て知ったという方の割合が増加した。これは部数と配布先の見直しをおこない、例年より5,000部多くパンフレットを増刷して別府市内の小中学校、公民館、市営温泉、飲食店などへ幅広く配布したことが要因の１つと考えられる。プログラムの内容に関しては「Webサイト・SNS」で情報を得た方も増加したが、今後、リーチできていない年齢層やまだアートに興味のない市民に対して、どのようにアプローチするかの広報戦略を改めて検討する必要がある。

今年度の変化で注目したいのは、「他に参加した、または参加する予定のプログラムはあるか」の問いに対する回答で「なし」が減少し、「５つ以上」が増加したという点である。今年参加した企画者への設問では、「これまでにプログラムに登録したことがあるか」について「はい」と答えた方が全体のほぼ半数の割合となった。複数年にわたり参加している企画者は企画運営の経験値やプログラムの質が年々向上している。これが参加者の満足度に繋がり、結果として複数のプログラムに参加する方が増えているものと考える。また、「５つ以上」と答えた方については、滞在期間について２泊以上の割合が若干増加したのは、別府にゆっくり滞在しさまざまなプログラムを楽しみたいと目的を持って来た方が増えたためと考えられる。

また企画者について、経験者と新規参加者の割合がおよそ１：１となっているが、これはBAMを継続するうえで適度なバランスであると考える。BAMでは企画者同士の交流の場として『ベップ・アート・マンスをつくろう会』を開催している。この活動は、事務局と企画者、または企画者同士が情報を交換し合う場となっている。新規参加者にとってBAMに参加したことのある経験者の意見や情報はおおいに参考すべきものであり、貴重な情報交換の場として活用されている。これは、2013年に開始され、今年度100回目を超える継続的な取り組みとなっている。
BAMは小規模文化団体の育成・支援を目的としており、実行委員会事務局がサポートをおこなうことで、市民の主体的な参画を促す事を目的としている。よって、市民が積極的に芸術文化活動に参加できるよう、この活動を十分に活用し、プログラム企画者間の交流がより活発になるよう引き続き取り組んでいきたい。

最後に、BAMは来年度で、10周年を迎える。この記念すべき年にふさわしい事業となるよう、別府市における更なる芸術文化の振興と活力あふれる地域の実現を目指していきたい。

第３章　開催記録２　『アニッシュ・カプーア IN 別府』

３－１．企画概要

１．はじめに

『in BEPPU』は別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』の後継企画として2016年より始動したアートプロジェクトである。別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』は2009年から2015年まで３年に１度、計３回開催し、美術やダンス、音楽など、国際色豊かなアーティスト100名以上が別府に滞在して構想した新作を発表した。
これに対して『in BEPPU』では、国際的に活躍する１組のアーティストを別府に招聘し、地域性を活かしたアートプロジェクトを毎年秋に実現する。第１回目は現代芸術活動チーム【目】が『目 In Beppu』と題して別府市役所を舞台に作品を発表し、第２回目は西野 達が『西野 達 in 別府』と題してJR別府駅前や中心市街地の各所で作品を発表した。
第３回目となる今年度は『アニッシュ・カプーア IN 別府』として、現代美術の分野において最も重要なアーティストの１人として国際的に注目されているアニッシュ・カプーアによる３つのプロジェクトを別府公園を会場に展開し、日本における過去最大規模の個展を開催した。また本展は『国民文化祭』の別府市リーディング事業として位置づけ、国内はもとより国際的な発信をおこなう事業として実施した。

２．アーティストについて

Portrait by Gautier Deblonde

ANISH KAPOOR (アニッシュ・カプーア)

1954年インド・ムンバイ生まれ。ロンドン在住。ホーンシー・カレッジ・オブ・アート (1973-77年) の後、ロンドン・チェルシー・スクール・オブ・アート大学院 (1977-78年) で学ぶ。近年の主な個展に、ヴェルサイユ宮殿 (2015年) 、『リヴァイアサン』グラン・パレ (パリ、2011年) 、ロイヤル・アカデミー・オブ・アーツ (ロンドン、2009年) など。恒久設置されたコミッション作品に、シカゴ ミレニアム・パークの 『クラウド・ゲイト』(2004年) 、ロンドン オリンピック・パークの『オービット』(2012年) 、世界初の空気注入による可動式コンサートホール『アーク・ノヴァ』(2013年) など。第44回ヴェネツィア・ビエンナーレ (1990年) ではイギリスを代表し、デュエミラ賞を受賞。1991年、ターナー賞受賞。2011年、高松宮殿下記念世界文化賞受賞。2013年、文化貢献に対してナイトの称号を授与される。2017年にはジェネシス賞を受賞。

３．関係者について

開催にあたっては、アーティストエージェントのSCAI THE BATHHOUSEにアドバイザー業務およびアーティストとの連絡・調整を委託した。作品や展覧会会場の設計、設置に関しては、E.P.A環境変換装置建築研究所の武松幸治に制作コーディネート業務を委託した。またスクールデレック芸術社会学研究所 所長の飯田高誉に企画展『コンセプト・オブ・ハピネス』のキュレーションを依頼した。

４．ロゴマークについて

アニッシュカプーア
IN 別府
ANISH KAPOOR
IN BEPPU

アートディレクション業務をデザイナーの田中義久に依頼し、本展の発表作品に共通する「穴・孔」をテーマにした公式ロゴマークを制作した。

３－２．作品について

展覧会名	アニッシュ・カプーア IN 別府／ANISH KAPOOR IN BEPPU
全体概要	別府公園内に屋外作品『Sky Mirror』『Void Pavilion V』を設営・展示するとともに、特設したギャラリー空間で展覧会『コンセプト・オブ・ハピネス』を開催した。『Sky Mirror』は無料で鑑賞でき、ほか２点の会場は有料で公開した。来場者は別府公園東口に設置したインフォメーションセンターでスタッフから作品鑑賞の手引きとなるオリジナルリーフレットを受け取り、公園内の順路を巡りながら作品鑑賞をおこなった。
会期	2018年10月6日(土)～11月25日(日) (51日間) 開場時間：10月 10:00～18:00 (最終入場 17:30) 、11月 9:30～17:30 (最終入場 17:00) ※日没時間の早まる11月は開場時間と最終入場時間を30分ずつ早めて運営した。
会場	別府公園 (別府市野口原3018-1)
鑑賞料	一般 (高校生以上)：当日1,200円　前売1,000円、小・中学生：500円、未就学児・障がい者：無料 団体 (20名以上)：当日1,100円、前売900円、プレミアムパスポート：5,000円 ＊ チケットは当日のみ有効 (再入場可) ＊ 金額は全て税込 ＊ プレミアムパスポートは会期中何度でも入場可能 ＊ 『Sky Mirror』のみ無料で鑑賞可能 ＊ 障がい者手帳所持者および介助者１名は無料 前売券販売期間：2018年8月6日 (月) ～ 10月5日 (金) 当日券販売期間：2018年10月6日 (土) ～ 11月25日 (日) 販売場所：各種プレイガイド、SELECT BEPPU、総合インフォメーションセンター (9月22日 (土) ～ 11月25日 (日)) 、別府公園内 『アニッシュ・カプーア IN 別府』受付 (会期中のみ)
鑑賞ツアー	会期中には事務局スタッフや総合プロデューサーの解説による鑑賞ツアーを実施した。別府の歴史や特徴などに触れながら、アニッシュ・カプーアの作品の魅力を伝えた。また、小学生がガイドを務めるキッズガイドツアーを開催し、子どもならではの視点で作品を案内した。 ※当日有効の鑑賞チケットの提示により全て参加費無料 **ガイドツアー**　全12回 開催日と参加者人数：10月20日 (土) 20名、27日 (土) 22名、11月3日 (土・祝) 10名、10日 (土) 22名、17日 (土) 20名、19日 (月) 25名、20日 (火) 14名、21日 (水) 11名、23日 (金・祝) １回目 20名、２回目 28名、24日 (土) １回目 17名、２回目 19名　合計 228名 **キッズガイドツアー**　全１回　開催日と参加者人数：11月18日 (日) 15名

チケット購入者へ配布したオリジナルリーフレット

公園内に設置した案内看板

キッズガイドツアーの様子

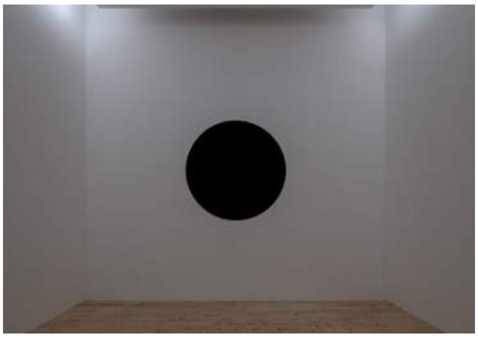
総合プロデューサーツアーの様子

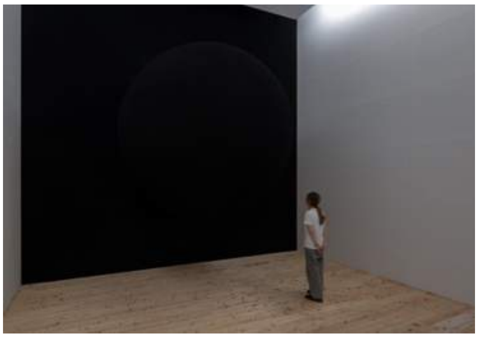
作品名	Sky Mirror 〈日本初公開作品〉
内容	アニッシュ・カプーアの代表作の１つであるステンレス製の彫刻シリーズで、直径５mの作品をイギリスから運搬し設置した。凹面状の表面は空の変化を映し続け、公園内にポッカリと空いた異世界への入り口のようにも感じられた。裏面の凸面には、鑑賞者自身と別府公園の景色が映しだされた。

表面

裏面

作品名	Void Pavilion V 〈世界初公開作品〉
内容	昨今アニッシュ・カプーアが取り組む彫刻と建築が融合する作品シリーズ。幅6m、高さ6m、奥行12mの建物のなかに２つの空間があり、一方の空間は壁に黒い正円がうかび、もう一方の空間は薄暗い室内に漆黒の壁が設置されている。この作品は光の90%を吸収する特殊な塗料を用いた作品で、いずれもそれが平面なのか立体なのかその実態が掴めない、不思議な知覚体験を引き起こした。


１つ目の空間


２つ目の空間

作品名	企画展『コンセプト・オブ・ハピネス__アニッシュ・カプーアの崩壊概論』
内容	公園内に特設したギャラリー空間で、2017年に東京・渋谷のファッション複合ビルGYREのアートギャラリーでおこなわれた同名の展覧会出品作品を中心に本展のために再構成し公開した。近年アニッシュ・カプーアが制作するシリコーン製の彫刻作品５点、ドローイング作品３点の展示に加え、イギリスのBBCが2009年に制作したアニッシュ・カプーアのドキュメンタリー番組を日本語字幕付きで上映した。展覧会キュレーター：飯田高誉 (スクールデレック芸術社会学研究所 所長)

ギャラリー外観

ギャラリー内観

3－3．関連イベント

イベント名	in BEPPUをより深く楽しむための連続講座『in BEPPUカレッジ』(全３回)
実施場所	フレックスB (別府市北浜1-2-12 別府ブルーバード会館地下)
参加費	無料
定員	50名 (要予約)
内容	本展をより深く楽しんでもらうための講座として、本展関係者や有識者がアニッシュ・カプーアや作品の魅力について解説するイベントを開催した。
１：アニッシュ・カプーア IN 別府について	
日時：8月31日(金) 19:00～20:00 (開場18:30) 講師：山出淳也 (総合プロデューサー) 参加者人数：49名 『in BEPPU』の参加アーティストにアニッシュ・カプーアを選定した理由や作家の魅力、本展の見どころなどを総合プロデューサーが語った。	
２：門を開ける ― アニッシュ・カプーアの創造性	
日時：9月1日(土) 14:00～16:00 (開場13:30) 講師：山口洋三 (福岡市美術館 学芸員) 参加者人数：25名 アニッシュ・カプーアの彫刻作品『虚ろなる母』を収蔵する福岡市美術館で学芸員を務める山口洋三を講師に迎え、作家の創造の原点やその背景について、これまでの作品を紹介しながら解説した。また当時、福岡アジア美術館で一般公開されていた『虚ろなる母』を実際に鑑賞し、その場で山口氏から作品解説を受けるという特別企画 (※) を後日無料で開催した。 ※９月８日(土) 実施、参加者８名 (美術館入場料200円のみ各自支払い)	
３：『コンセプト・オブ・ハピネス』キュレータートーク	
日時：10月8日(月・祝) 14:00～16:00 (開場13:30) 講師：飯田高誉 (スクールデレック芸術社会学研究所 所長) 参加者人数：42名 本展のプロジェクトの１つである企画展 『コンセプト・オブ・ハピネス』 のキュレーターを務める飯田高誉を迎え、企画の内容や展示作品について、アニッシュ・カプーアの魅力とともに解説した。	

総合インフォメーションセンター	JR別府駅構内に『アニッシュ・カプーア IN 別府』『ベップ・アート・マンス 2018』『第33回国民文化祭・おおいた2018／第18回全国障害者芸術・文化祭おおいた大会』協働の総合インフォメーションセンターを設置し、鑑賞チケットの販売や展示案内、イベント受付などをおこなった。また、別府公園東口に『アニッシュ・カプーア IN 別府』インフォメーションセンターを設置し、観覧チケットの販売や会場案内、イベント受付などをおこなった。 JR別府駅構内 開設期間：9月22日 (土) ～11月25日 (日) 10月 10:00～18:00、11月 9:30～17:30 場所：別府市駅前町12−13 別府公園東口 開設期間：10月6日 (土) ～11月25日 (日) 10月 10:00～18:00、11月 9:30～17:30 場所：別府市野口原3018-1	 JR別府駅構内 別府公園東口
ボランティアスタッフ	当実行委員会では、2012年よりボランティアスタッフを温泉の管理をする番台さんになぞらい『ばんだいさん』と呼んでいる。ボランティアはのべ288名が参加し、うち今年度の新規登録者は48名となった。作品会場にて受付・案内・監視・清掃をおこなった。 ボランティア説明会 日時：9月29日(土) 14:00～15:00 会場：yoiya 多機能拠点 べっぷ未来わくわくセンター (別府市北浜1-1-16) 参加者人数：18名	 来場者に作品を案内するボランティアスタッフ『ばんだいさん』
県内の小中学校への広報	多くの子どもたちに来場してもらうために、無料鑑賞券をつけたチラシを作成し、県内全域の小学校・中学校・特別支援学校へ配布した。 配布数：137,971枚 使用数：576枚 (総配布枚数の0.4%)	 無料鑑賞券
ケータリングカーの設置	別府公園の滞在をより長く楽しんでもらうために、作品『Sky Mirror』の付近でコーヒーや軽食などを販売するケータリングカーの出店者を公募し、クレープ店１店が出店した。 事業者名：Cafe niko Fika 出店日：11月７日 (水) 、10日 (土)、18日 (日)、21日 (水) 10:00～17:00	 ケータリングカーではクレープやコーヒーなどの販売をおこなった

<table>
<tr>
<td>Instagramキャンペーンの実施</td>
<td>本展のInstagram公式アカウントをフォローし、ハッシュタグに#anishkapoorinbeppuをつけて写真を応募するキャンペーンを実施した。応募作品のなかから『別府市長賞』『総合プロデューサー賞』『PR賞』を各１名選出し、当選者にはオリジナルグッズなどのプレゼントを進呈した。
応募期間：11月17日 (土) ～25日 (日)
応募総数：168件</td>
<td>

『別府市長賞』を受賞した作品</td>
</tr>
<tr>
<td rowspan="2">広報物の制作</td>
<td colspan="2">①Webサイト (http://inbeppu.com)
②見開きパンフレット (A４サイズ３ツ折り)　30,000部
③ポスター (B２サイズ×３種)　シルバー300部、黒・赤 各100部
④無料鑑賞券付き子どもチラシ (A４サイズ両面)　138,000部
⑤別府市内向けチラシ (A４サイズ両面)　25,000部
⑥展覧会リーフレット (A２サイズ４ツ折り、観覧チケット購入者のみに配布)　15,000部</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">

①Webサイト

②見開きパンフレット (A４サイズ３ツ折り)

③ポスター (B２サイズ×３種)

④無料鑑賞券付き子どもチラシ (A４サイズ両面)

⑤別府市内向けチラシ (A４サイズ両面)

⑥展覧会リーフレット (A２サイズ４ツ折り)</td>
</tr>
</table>

オリジナルグッズの制作

本展の作品にちなんだオリジナルグッズを制作し、各インフォメーションセンター、SELECT BEPPUで販売した。

オリジナルグッズの一例

Tシャツ

トートバッグ

手ぬぐい

地元洋菓子店とコラボレーションして作ったオリジナルマドレーヌ

リフレクターバッチ

制作数や売上額など ※1）

品目	制作数	販売額 (円)	売上数	売上額 (円)
Tシャツ (白地に銀プリント)	146	3,000	110	330,000
Tシャツ (白地に黒プリント)	102		71	213,000
Tシャツ (黒地に黒プリント)	155		135	405,000
トートバッグ (白地に銀プリント)	50	2,300	40	92,000
トートバッグ (黒地に銀プリント)	80		73	167,900
手ぬぐい (白地に黒プリント)	60	1,300	46	59,800
手ぬぐい (黒地に黒プリント)	100		89	115,700
リフレクターバッチ (白)	100	800	93	74,400
リフレクターバッチ (黒)	130		126	100,800
リフレクターバッチ (黄)	67		64	51,200
リフレクターバッチ (オレンジ)	80		76	60,800
リフレクターバッチ (ピンク)	70		67	53,600
マドレーヌ	189	700	172	110,600 ※2）
オリジナルギフトBOX	111	300	31	7,500 ※2）
			売上総額	1,842,300

※1）2/28現在
※2）一部値下げ販売をおこなった。

3－5．来場者について

1．来場者数

会期中の総来場者数は、54,716名（目標来場者数：40,000名）を数えた。

会場	来場者数 (名)
Sky Mirror	34,525
Void Pavilion V	10,446
コンセプト・オブ・ハピネス	9,745
合計	54,716

2. アンケート結果

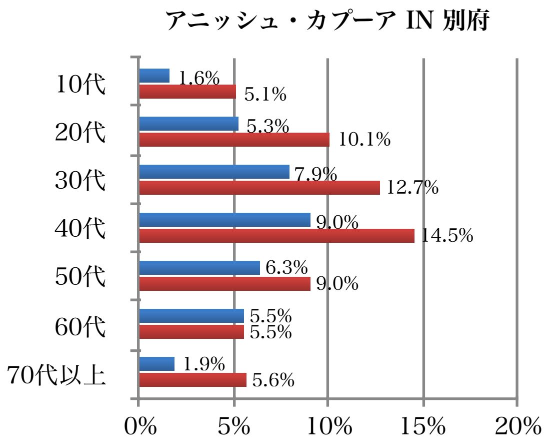
会期中、来場者へアンケートを実施した。回収枚数は664枚。比較のため昨年開催された『西野 達 in 別府』の回答も掲載する (『アニッシュ・カプーア IN 別府』のアンケートとの比較項目がない回答は掲載しない) 。

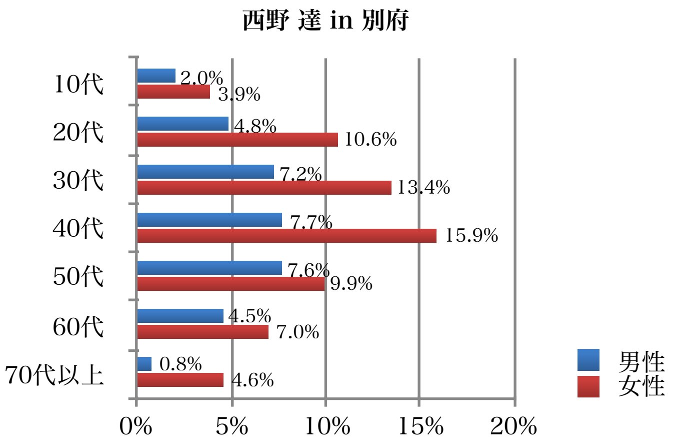
※小数点以下の記載のないものに関しては四捨五入している。

1. 年齢、性別、居住地、滞在期間
2. 『アニッシュ・カプーア IN 別府』の評価
3. ２の理由
4. 感想や気付いた点
5. どこで知ったか (複数回答可)
6. 『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか (複数回答可)
7. 作品会場について、鑑賞予定または鑑賞した会場はどこか (複数回答可)
8. 今後の『in BEPPU』では、どのようなアーティストや表現ジャンル、場所を期待するか (複数回答可)
9. 『ベップ・アート・マンス』には参加するか
10. 『アニッシュ・カプーア IN 別府』以外に参加したまたは参加しようと思っている『第33回国民文化祭・おおいた2018』『第18回全国障害者芸術・文化祭おおいた大会』の事業はあるか (複数回答可)
11. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

1－1．年齢、性別

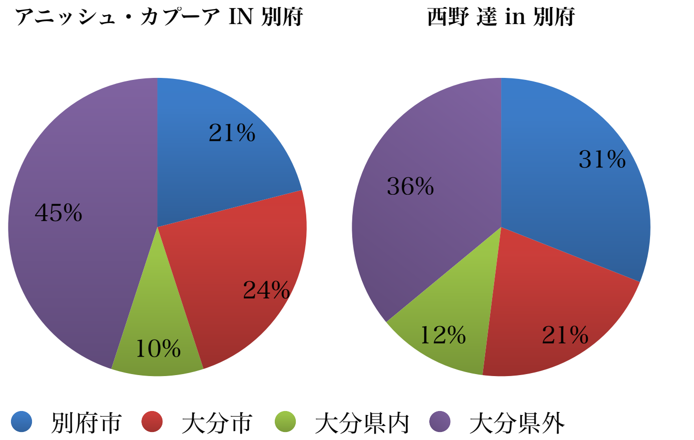
昨年と比較し、男女比や年齢層のバランスはほぼ変わらない。

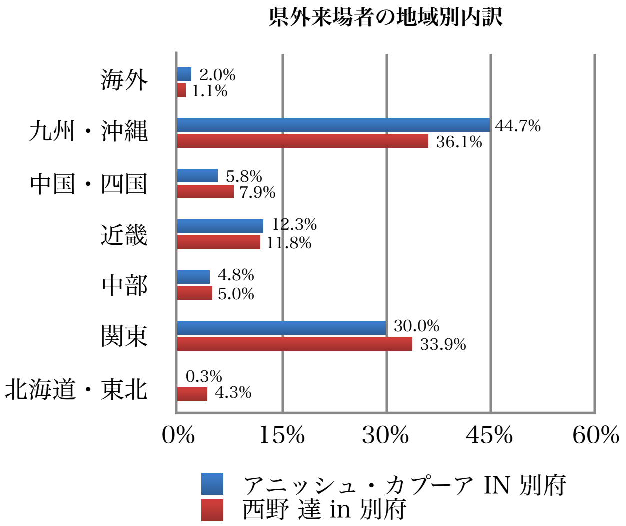




1－2．居住地

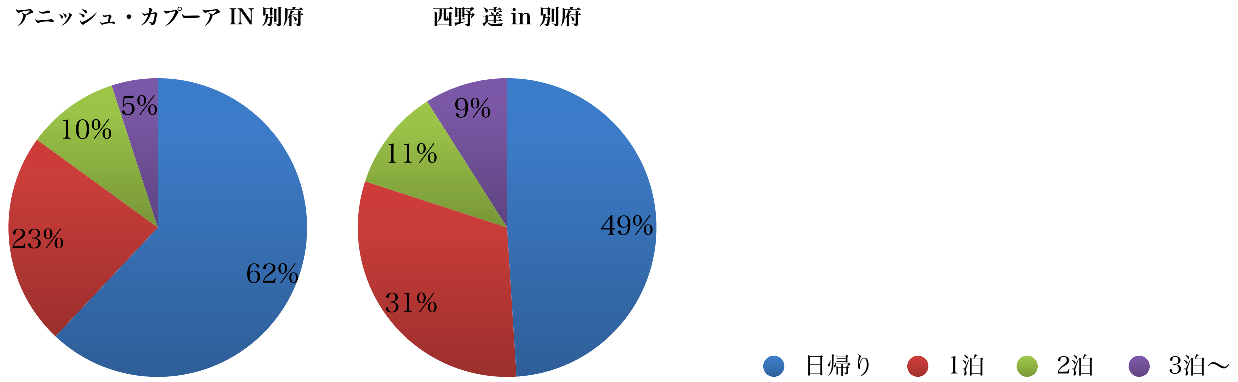
昨年と比較し、「大分県外」の割合が9%増加、「別府市内」の割合が来場者が10%減少した。地域内内訳をみると、「九州・沖縄」が8.6%増加した。





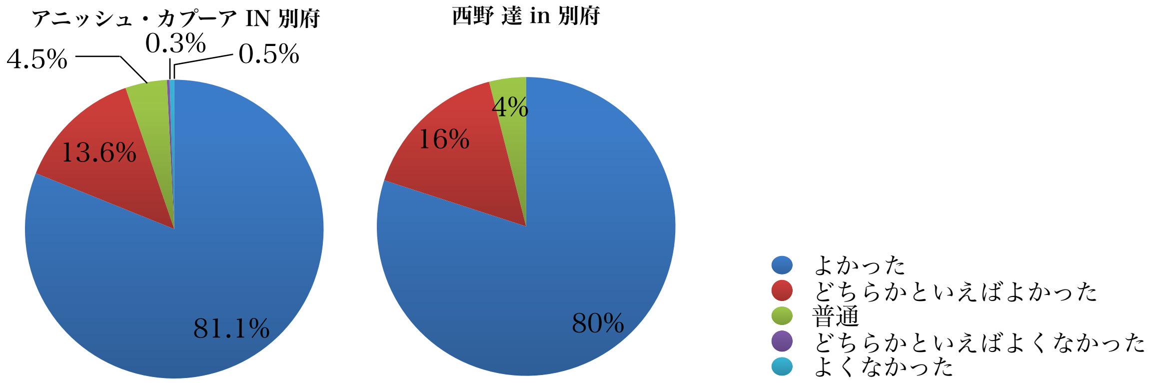
1－3．滞在期間

昨年と比較し、「日帰り」が13％増加し、「１泊」が8％減少した。



2．『アニッシュ・カプーア IN 別府』の評価

「よかった」「どちらかといえばよかった」の合計が昨年同様90%を上回った。



3.　２の理由

・凄く作品の力を感じました。やはり世界的アーティストの代表作は違う。人の輪がこんなにも楽しそうな作品はあまりみない。
・みんなが親しんでいる公園のなかに作品があるというのが良かったです。とても幸せな光景でした。
・Sky Mirrorは今日でみるのは３回目でした。毎日見方が変わるので面白い。
・憧れだったアニッシュ・カプーアの大作をたくさんゆっくり堪能できた。
・世界初公開の作品が鑑賞できた。
・自然を活かした展示で土地の良さが活きていた。
・無料展示 (Sky Mirror) が１番良かった事が残念でした。
・正直よくわからなかったけど、誰かの思想に触れる機会がこうやって簡単に得られるのは良かったです。
・過去２回と趣向が違っていて良かった。もう何ヶ所かの展示がほしかった。
・これまでの作家と違って別府でおこなう必然性がわからなかった。

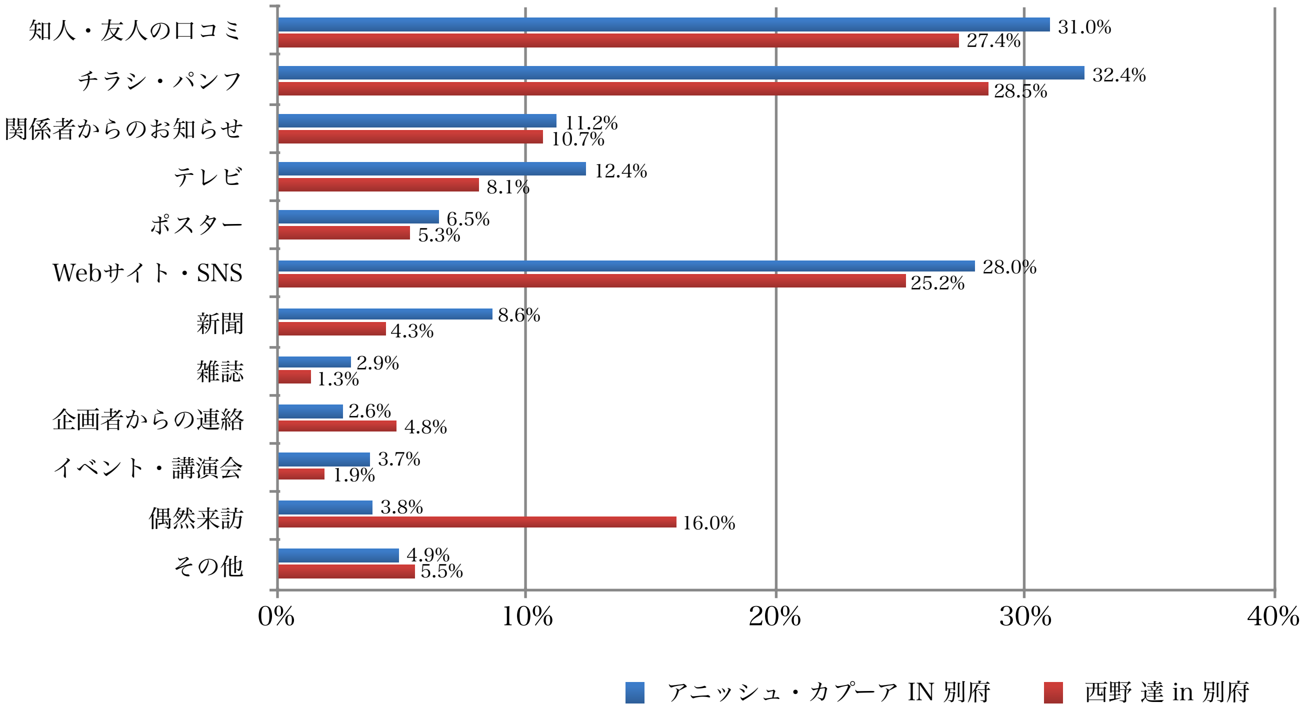
4.　感想や気付いた点

・お客さん同士、その場で会う人と感想を自然と言い合えるのが楽しかったです!
・Sky Mirrorのような公共アートが欲しい。このまま存続を願います!
・障害者には坂が多いかな。
・売店をもう少し充実させてほしい。
・もっと告知や宣伝を頑張った方が良かったのでは?
・1,200円は高いと思う。美術ファンにとっては決して高くない (妥当な) 値段だが一般の別府市民は決して払わない値段だ。500円 (子ども100円) くらいに設定してもっと多くの人を呼び込んだ方が良いのでは。小中学生のうちにこういう質の高い現代アートに触れることは貴重な経験になると思う。
・学生が活躍する場がほしい。
・参加型のイベントが増えると嬉しいです。
・ツアー形式で鑑賞するものをいろいろみてみたいです。
・続けてほしい。「わかりやすく」より「わからない」を大切にしてほしい。
・管理が大変かと思いますが、世界的アートの恒久展示が日本に点在すると素敵だと思います。

(アンケートより原文を抜粋)

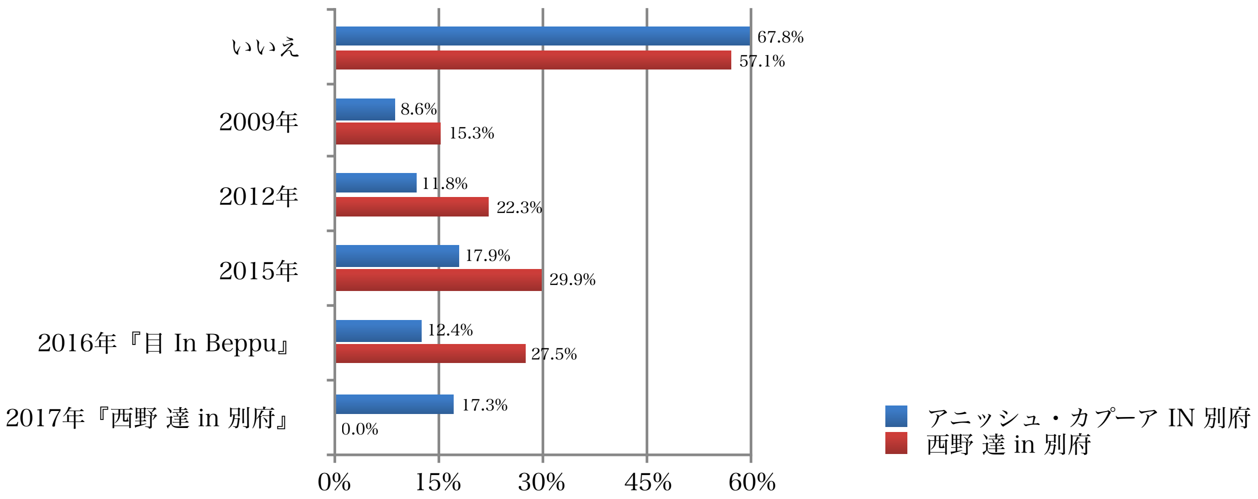
5.　どこで知ったか (複数回答可)

昨年と同様、「チラシ・パンフ」「知人・友人の口コミ」「Webサイト・SNS」が上位を占め、「テレビ」「新聞」が4.3%ずつ増加した。また、昨年はJR別府駅前に設営・展示した西野 達の作品『油屋ホテル』でアンケート調査を実施したため、駅を利用する観光客や市民が作品に立ち寄ることも多く「偶然来訪」の割合が高かったが、今年は減少した。



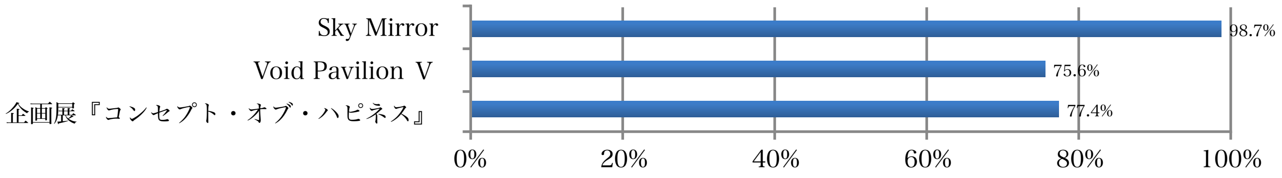
6. 『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか (複数回答可)

昨年と比較し、「いいえ」が10.7%増加した。



7. 作品会場について、鑑賞予定または鑑賞した会場はどこか (複数回答可)

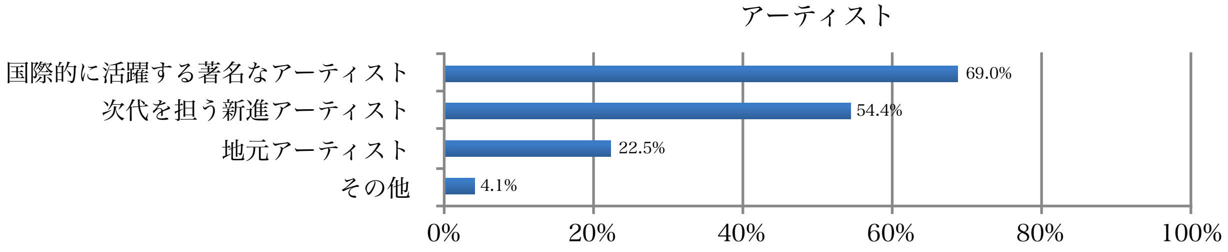
『Sky Mirror』が上位を占めた。



8．今後の『in BEPPU』ではどのようなアーティストや表現ジャンル、場所を期待するか (複数回答可)

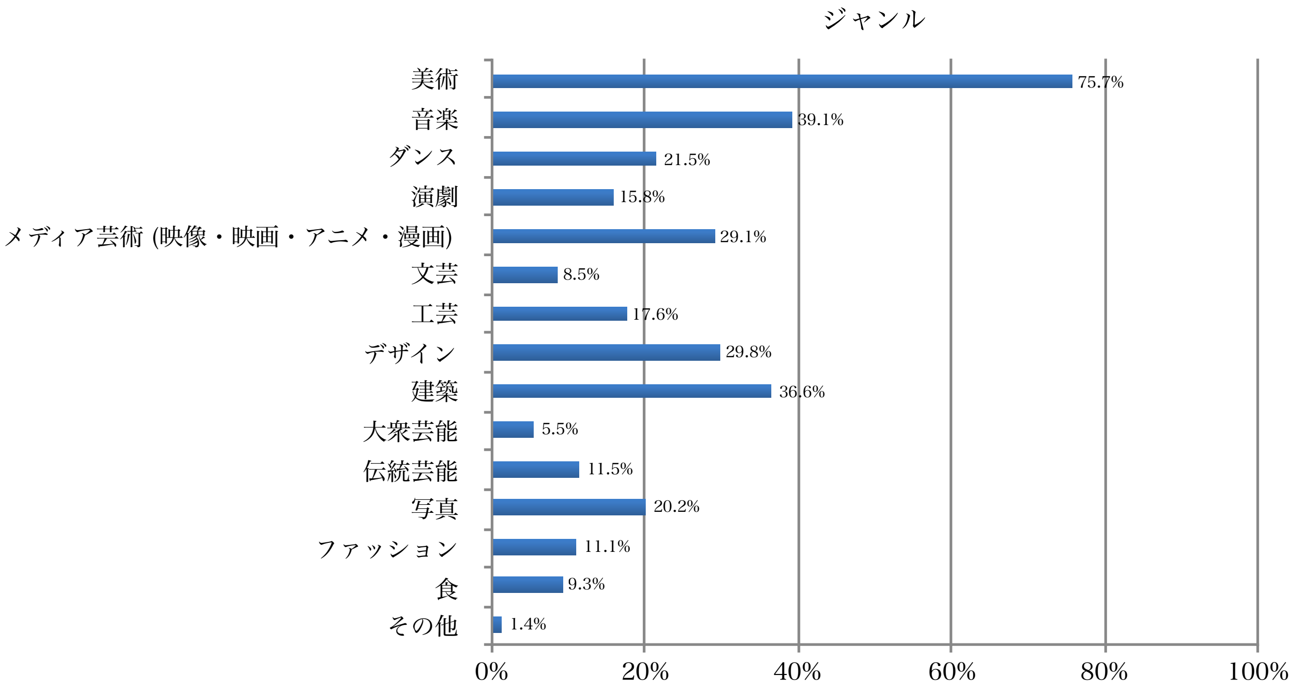
＜アーティスト＞ の項目

回答は高い順に「国際的に活躍する著名なアーティスト」「次代を担う新進アーティスト」「地元アーティスト」となった。「その他」の自由回答では「九州のアーティスト」や「アジアの女性アーティスト」「30代後半から50代の中堅どころのアーティスト」といった回答があった。



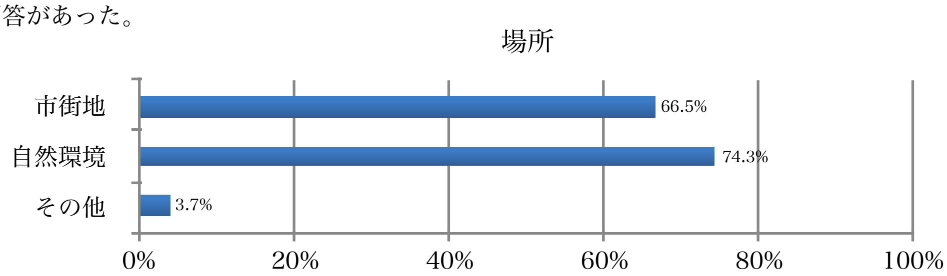
＜ジャンル＞ の項目

「美術」の割合が最も高かった。次に「音楽」「建築」「デザイン」「メディア芸術 (映像・映画・アニメ・漫画) 」の順に回答が続いた。「大衆芸能」や「文芸」が低く、「その他」の自由回答では「とくにジャンルは気にしていない」「いろいろなジャンルで」といった回答があった。



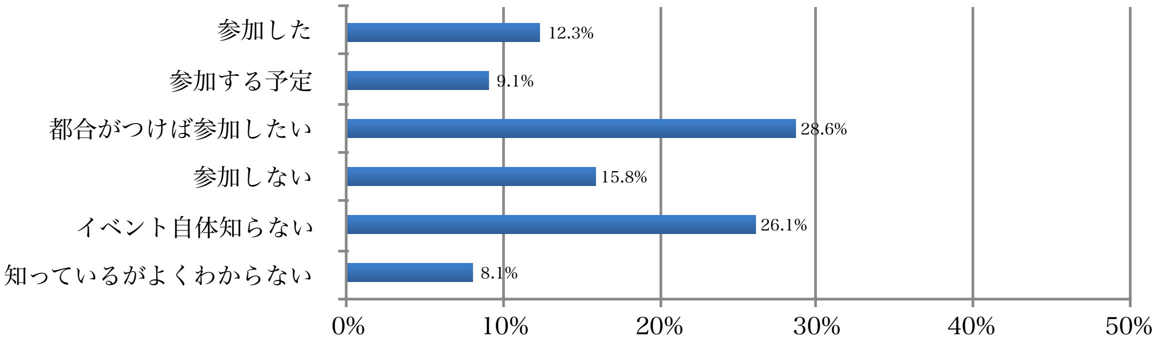
＜場所＞ の項目

回答は高い順に「自然環境」「市街地」「その他」となった。「その他」の自由回答では「海辺」「別府ならどこでも」「町のギャラリー」といった回答があった。



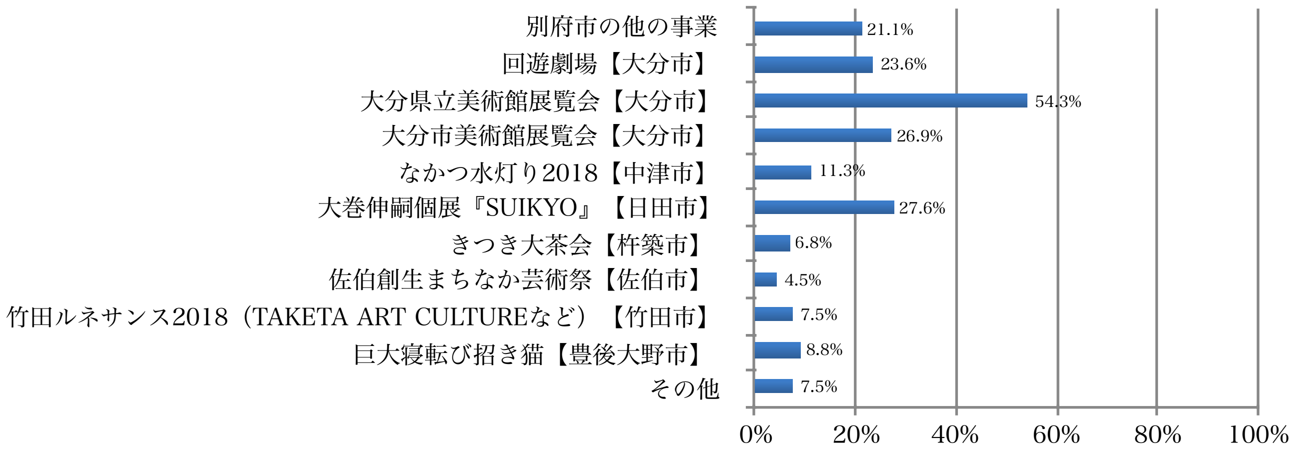
9．『ベップ・アート・マンス』には参加するか

「参加した」「参加する予定」「都合がつけば参加したい」の合計が50%、「参加しない」「イベント自体知らない」「知っているがよくわからない」の合計が50%となった。



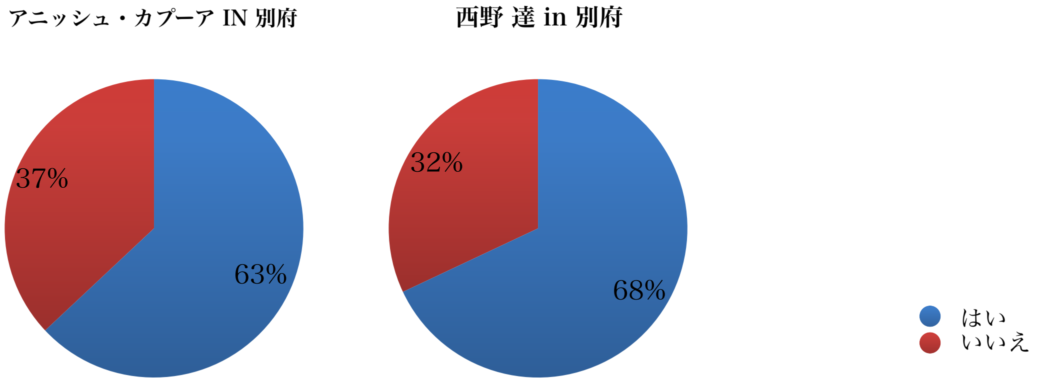
10. 『アニッシュ・カプーア IN 別府』以外に参加したまたは参加しようと思っている『第33回国民文化祭・おおいた2018』『第18回全国障害者芸術・文化祭おおいた大会』の事業はあるか (複数回答可)

「大分県立美術館展覧会【大分市】」の割合が最も高く、その次に「大巻伸嗣個展『SUIKYO』【日田市】」「大分市美術館展覧会【大分市】」「回遊劇場【大分市】」「別府市の他の事業 」が並んだ。

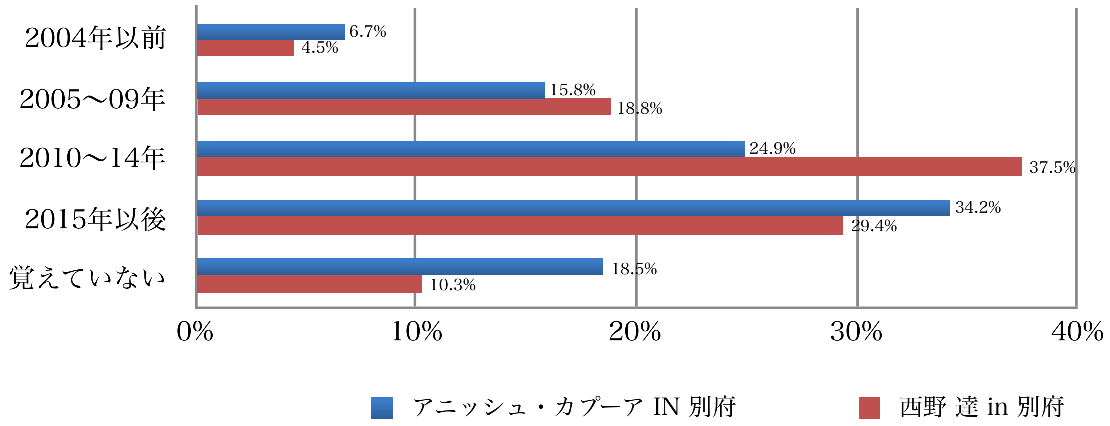


11. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

昨年と比較し、「はい」が5%減少した。



「はい」のうち、いつごろからそのイメージを持つようになったかを設問した内訳は以下の通りとなる。「2010〜14年」が最も高かった昨年と違い、「2015年以後」が最も高かった。



３．アンケートを踏まえた考察

『アニッシュ・カプーア IN 別府』会期中に、『Sky Mirror』前で作品を鑑賞している方を対象に無作為抽出し、アンケート調査を実施した。

今年は大分県外の来場者の割合が増加した。これはアニッシュ・カプーアという国際的に著名なアーティストの展覧会に対して、全国のアートファンの関心が今まで以上に寄せられたことが一因ではないかと考える。県外の地域別内訳は昨年同様「九州・沖縄」「関東」が70％を占めた。今後は、比較的別府へアクセスしやすい距離にある四国や、新幹線・フェリー・飛行機と交通手段が豊富でアートファン人口の多い京都や大阪へ焦点をあてた広報戦略にも注力していきたい。また今回、「どこで知ったか」の問いに対し「テレビ」「新聞」の項目が昨年に比べて増加したのは、本展が『国民文化祭』の目玉イベントとして地元メディアに例年より多く露出したことが要因の１つと考えられる。露出の効果もあってか、会場では県外からの美術関係者だけではなく、大分県民や家族連れといった今までは少なかった層の来場が多く見受けられた。アンケート結果をみると過去の『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したことがない方は全体の67.8%おり、新規参加者が多くいたのは大変喜ばしいことである。また、来場者の約半数が『国民文化祭』の大分市事業『大分県立美術館展覧会』に参加または参加予定と回答しており、今後は大分県立美術館との連携を積極的に進め、来場者の相乗効果を図りたい。展覧会の評価は「よかった」「どちらかといえばよかった」の回答合計が94.7%と非常に高い結果となった。自由回答では特に『Sky Mirror』に対する好意的な意見が多く寄せられた。

『ベップ・アート・マンス』については、「参加した」「参加する予定」「都合がつけば参加したい」の合計が全体の半数となった。設問項目が異なるため本書には掲載していないが、事業認知の点では、昨年は「イベント自体知らない」が42%だったのに対し本年は26.1%となり、事業の認知自体は進んでいると考えられる。今後は『in BEPPU』の来場者が『ベップ・アート・マンス』のプログラムに参加しやすくなる企画や仕組みを考案していきたい。

また、「“別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある”というイメージを持っているか」の問いに対し全体の63%が「はい」と回答した。これは、2009年の『混浴温泉世界』の開催以降、当実行委員会がおこなってきたさまざまな取り組みによる影響が要因の１つだと考えられる。ますますこの認知を広げるために邁進していきたい。

最後に、今年度初めて設けた「今後の『in BEPPU』ではどのようなアーティストや表現ジャンル、場所を期待するか」という設問に対し、アーティストの項目では「国際的に活躍する著名なアーティスト」や「次代を担う新進アーティスト」、場所の項目では「自然環境」や「市街地」、ジャンルの項目では「美術」が多くの割合を占めた。これらの意見を参考にしながら、別府の地域性を活かし、エッジを効かせたアートプロジェクトを実現していきたい。

４－１．情報発信事業

地域の魅力を発信するためにWebサイト『旅手帖 beppu』の記事の拡充と、外国人向けコンテンツ『豆知識 beppu』の継続運営をおこなった。

１.『旅手帖 beppu』

今年度の取り組みとして以下の２点をおこなった。

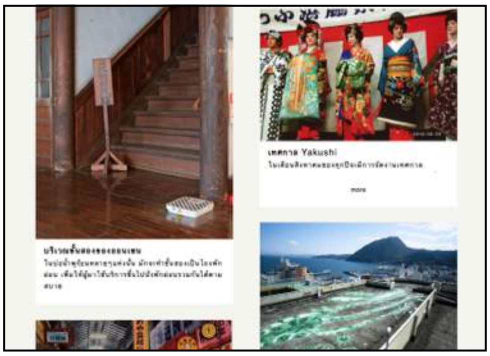
① 新規10件の取材・執筆をおこない、合計記事数は116件＋10件＝126件となった。

② 全体の半数である63件の記事を英語翻訳し、公開した。

旅手帖beppu 英語ページ

２.『豆知識 beppu』

Webサイトを継続運営し、８ヶ国語による情報提供をおこなった。



豆知識beppu

今年度のWebサイトの閲覧数について、目標閲覧数合計100,000ビューに対し、閲覧数合計112,126ビューを達成した。これは、事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTが『旅手帖 beppu』『豆知識 beppu』のURLリンクを貼り付けたメールマガジンを2018年から定期的に配信しはじめたことが理由の１つと考える。今後は『旅手帖 beppu』の英語記事の拡充を進めたい。また、『豆知識　beppu』についてはより実用的なポータルサイトとしての役割を果たすべく、外部団体への運営委託を2020年の目標に置いて連携先のリサーチを進めていく。

4－2． 定住促進事業

別府市が2015年に策定した『まちをまもり、まちをつくる。べっぷ未来共創戦略』で掲げている「芸術があふれるまちづくり」の計画に基づき、当実行委員会では別府発の芸術家育成 (芸術版トキワ荘) の実現に向けた調査研究を2016年よりおこなっている。今年度は、アーティスト・クリエイター移住を推進している他地域への聞き取り調査や現地視察を実施した。また、空き家・空き店舗の所有者や不動産会社などの関係者を募り、具体的な活動や連携体制に関する協議の場として懇談会をおこなった。これらの結果を中間報告書としてまとめ、関係機関へ提出する。今年度の調査研究を以下にまとめる。

１. 自治体へのアンケート調査

全国でも先進的な移住定住事業に取り組んでいる自治体として、大分県竹田市と徳島県名西郡神山町の担当課へアンケート調査をおこなった。

■調査概要

調査期間：2019年2月20日(水)～26日(火)

調査対象：大分県竹田市、徳島県名西郡神山町

調査方法：アンケートによる調査 (２市町村)

	大分県竹田市	徳島県名西郡神山町
移住、定住推進のためにおこなっている代表的な施策	・移住者サポート専門員の配置 ・地域おこし協力隊の採用 ・特設サイトを制作 (空き家情報)	・住宅賃貸、購入、引越しなどに対する補助 ・企業誘致 ・特設サイトを制作 (生活のために必要な情報)
アーティスト・クリエイターの移住推進に特化した施策	アーティスト・クリエイターに特化した地域おこし協力隊の採用	・アーティスト・イン・レジデンスの実施 ・IT、映像、デザインなどの企業誘致
予算措置	地域おこし協力隊制度 (報償費など2,000,000円、その他の経費2,000,000円)	アーティスト・イン・レジデンス事業に対して補助金交付 (金額は未回答)
上記の施策によって移住した人数／そのうちアーティスト・クリエイターの割合	77名／10～19%	70名／30～39%
上記の移住者のうち、定住者 (３年以上住んでいる、または住んでいた人) の割合	79%	40～50%
アーティスト・クリエイターの移住によって地域にもたらされた変化	城下町内の空き店舗が工房などに活用され、地域の活性化に寄与している	挨拶や地域との交流が生まれることで、地域自体が明るくなっていく

２. 兵庫県豊岡市の視察報告

2014年に『城崎国際アートセンター』を開設した兵庫県豊岡市。舞台芸術の発表の場としてだけでなく、城崎の町に暮らすように長期滞在できる制作・発表のための拠点として、世界中のアーティストから人気が高い施設となっている。2020年に豊岡市芸術文化参与を務める平田オリザ氏の劇団『青年団』が東京から移転を予定しているほか、2021年には観光とアートに特化した専門職大学の開校が決まるなど、豊岡市は大きく変化しようとしている。これらの芸術を活用した施策の背景や市の戦略を、現地視察をおこない調査した。

■調査概要

視察期間：2019年3月15日(金)・16日(土)

調査対象者：豊岡市環境経済部大交流課　課長　谷口雄彦

豊岡市環境経済部大交流課　観光文化戦略室　進元亮典

城崎国際アートセンター　館長　田口幹也（敬称略）

豊岡市の概要

人口約80,000人。平成17年に１市５町が合併。主な産業は農林水産業と観光業で、城崎温泉や神鍋高原スキー場などを有し、年間4,200,000人以上の観光客が訪れる。また全国４大産地の１つに数えられる鞄生産は、豊岡市を代表する地場産業である。平成17年にコウノトリが放鳥され、国内の自然界では46年ぶりにひなが巣立つなど、人里で野生復帰を目指す取り組みが進んでいる。市の基本構想戦略は「ちいさな世界都市〜Local & Global city〜」。人口規模は小さくても、ローカルであること、地域固有であることを通じて、世界の人々から尊敬され尊重される町を目指している。

豊岡市人口ビジョン

豊岡市の人口は、今後減少のペースが加速し、2060年には38,044人 (54％減2015年比) に達すると推計されている。大きな要因の１つが15〜19歳の大きな転出超過であり、専門学校・大学卒業後の就職により転入が増加するものの、10代の転出により減った人口を回復することができていない。

『城崎国際アートセンター』(以後『KIAC』) について

年間18,000,000円を超える赤字を抱えていた県の宿泊型の会議・研修施設『城崎大会議館』が、豊岡市に譲渡された。この施設をアーティストの創作・発表の場として活用するという中貝市長のアイデアに、劇作家の平田オリザ氏の「町と連動すると面白くなる」という助言を取り入れ、2014年4月にアーティスト・イン・レジデンス施設『KIAC』としてリニューアルした。当初は豊岡市教育委員会の所管だったが、その後、豊岡市地域コミュニティ振興部生涯学習課へ移管。2015年に、それまで豊岡市のPRやまちづくり活動に関わっていた田口幹也氏が館長に就任すると同時に観光振興や移住促進を担当する環境経済部大交流課の所管となる。
施設は無料でアーティストに貸し出している。つまり、施設使用料によって管理・運営にかかるコストを回収するのではなく、『KIAC』を目当てに町に訪れる観光客がもたらす観光消費額を地域全体の収益として回収するという考え方で運営している。『KIAC』はアーティストにとって世界的にも人気が高い施設で、年に１度おこなう公募には25ヶ国94団体の申込みがあり (2018年度) 、年間の稼働率は８割を超える。市は『KIAC』が国内外に向けた情報発信拠点になることによって、町のブランド力が強化され、UJIターン移住のきっかけとなることを期待している。

『城崎国際アートセンター』外観

城崎温泉の様子

町の反応

2013年に田口氏などが企画した志賀直哉来湯100年記念イベント『本と温泉』は、城崎温泉一帯で開催され、関連書籍として出版した本が35,000部を売り上げるなど大きな成功をおさめた。また、会場となった温泉旅館の１つは、関東からの宿泊者の割合が５％から25％と５倍に増加し、イベント開催による成果を実感したという。
また『KIAC』がオープンした2015年頃から、外国人観光客やメディア露出が増加。これらの結果により町の人々は、文化芸術によって観光客を呼び込めることや経済効果がもたらされる可能性があることを認識しはじめている。さらに、2021年度開校予定の観光とアートに特化した専門職大学が、人材不足や後継者問題の解決の一助となることも期待されている。

移住者について

2016年の移住者は27人 (11組) 、2017年は61人 (29組) 。なかでも30代が28％、10歳以下が25％と子育て世代が多いことが読み取れる。また、城崎町では市営住宅を改修し、おためし居住を受け入れるなどの施策を打っているが、アーティストに特化した制度はない。今後は企業誘致のための予算を劇団誘致など娯楽産業にも適応する予定。大学が開校すると大学関係者だけで約400名が豊岡市へ移住する見込みで、これは人口の５％に該当する。

現在の課題と今後の展望

城崎温泉などの人気観光地を有する城崎町の知名度が突出しており、『KIAC』は豊岡市の施設であるにもかかわらず、その活動は城崎町の文化政策として捉えられている傾向が強い。しかし、あえて知名度が高い城崎ブランドを活用して観光の振興を促進し、その成功事例を市内の他の地域に広げていくことを推進している。
現在、豊岡市では、観光従事者だけでなく市民が観光に関わり、観光の核となるものをモノや食の消費から、豊岡の文化や産業などの体験へシフトさせていく方針を打ち出している。2021年に開学予定の専門職大学も、豊岡市の新たなステークホルダーとして、これらの役割を担うことが期待されている。

３. 移住・定住事業 懇談会

日時：3月13日(水) 18:00〜20:00 (開場17:30) 会場：B-biz Link (別府市末広町1−3 南部児童館 西棟２階) 参加者人数：15名 nelco／平井 有美子 別府オダサク倶楽部／中野 護 別大興産／山田裕貴 茶房たかさき／高崎 富士夫 別府市 文化国際課／松岡 愛 B-biz LINK／末松芳洋・池田 佳乃子 株式会社 プリコグ／中村 茜 大分県建築士会／小山秀輝 アーティスト／安河内 彩香 鬼塚電気工事／賓亀真美 BEPPU PROJECT／山出淳也 混浴温泉世界実行委員会事務局／松田雅代・月田尚子・田島怜子・立花泰香	 会場の様子

第１部
事務局より懇談会の趣旨を紹介したうえで、2016年、2017年の調査結果について報告をおこなった。

第２部
第１部の報告を受け、これから別府市後期基本計画に基づき、別府発の芸術家育成 (芸術版トキワ荘) を実現するために何をすべきか、どのような条件があれば芸術家の移住を促進できるのか、現状の課題は何かなどをさまざまな視点から議論した。参加者による活動紹介の概要と、この場で交わされた主な意見を以下にまとめる。

活動紹介１：チャレンジショップの新形態『PUNTO PRECOG』　株式会社 プリコグ／中村 茜
2012年に中心市街地活性化事業 (間口改良事業) を活用してオープンした『PUNTO PRECOG』とは、起業や別府への出店を検討している人などに店舗を一定期間レンタルするプラットフォーム。利用者には経営へのアドバイスや、地域のキーパーソンやメディアを紹介するなどのサポートもおこなっている。
これまでの利用者のうち、10名が別府で開業した。その実績から、現在は近隣の住人からも、地域に風穴を開ける存在としての可能性に期待されていると実感している。今後は地域の20〜30代のプレイヤーと連携して地域活性に貢献していきたい。
また、チャレンジ出店を促すため家賃を安価に設定しており、維持費を差し引くと収益はない。今後は利益を得るための展開も検討していきたいと考えている。

活動紹介２：別府市産業連携・協働プラットフォーム『B-biz LINK』　B-biz LINK／池田 佳乃子
2017年に別府市の出資によって開設された別府市産業連携・協働プラットフォーム。別府市の地域の振興に関する諸施策と連携し、起業・創業支援や人材育成、企業のサポートや移住定住促進など各種事業を展開している。
現在はリモートワークなど、拠点に関わらず仕事を生むことができる人の移住が多い。移住の大きな要因となるのは、地域に移住者を受け入れる土壌があるか。
移住に伴い就職・転職を考えている人の場合、地元企業とのマッチングが難しい。企業や求人の情報を集めて開示するシステムが必要だと考えている。また、別府にはコワーキングスペースや打ち合わせなどに活用できるラウンジ、フリーWi-Fiスポットなどが少ない。これからの時代の働き方に対応するため、鉄輪でコワーキングスペースの開設準備を進めている。

活動紹介３：朝見地区での物件探しをサポートするボランティア活動　茶房たかさき／高崎 富士夫
定年退職を機に、17年前に別府市朝見地区にある自宅を活用して夫婦でギャラリーと喫茶店を開業。まちづくりにも深く関わり、別府八湯名人会や朝見ウォークなどまちづくり活動を精力的におこなっている。また、地域活性化のための活動の一環として、SNSなどを活用して朝見地区の空き物件の情報を発信するなど、移住や起業のための物件探しのサ

ポートをボランティアで実施している。これまで地域活性に貢献してきた多大な実績から、自治会長や物件所有者から信頼を寄せられているので円滑に交渉・仲介ができる。
また、物件を紹介するのみでなく、創業・起業を検討している人にはB-biz LINKなどの相談窓口も紹介している。さらに、ゲストハウスと飲食店など、起業者同士の連携も促し、拠点を繋ぎ合わせることで面的に地域を活性化させる取り組みも実践している。

<u>不動産業者の視点</u>　別大興産／山田裕貴
一戸建てへのニーズは高いが、一般的には不人気な古い物件が中心で数も少ない。
不動産業者としては改修後の物件でなければ流通に乗せづらいが、物件所有者に改修の意思がないことも多い。ビジネスとして捉えると、新築マンションに比べ、一軒家の管理運営を受託するのは経済効率性が悪い。
近年はDIY可能物件を専門に取り扱う不動産業者も増えているが、現状別大興産では取り扱っていない。

<u>アーティスト移住者の視点１</u>　nelco／平井 有美子
夫婦で音楽活動やものづくりに取り組んでいる。制作のための環境を求め、４年間ほど転居を繰り返して別府に移住。以前は朝見に住んでいたが、老朽化のため所有者が賃貸し続けることに不安を覚え、退去することになった。
子どもの学区内で、音を出しても問題のない、一戸建ての物件を探しているがなかなか見つからない。音楽活動に必須のスタジオや、防音設備が整った制作環境が別府にはないのが喫緊の課題。

<u>アーティスト移住者の視点２</u>　『清島アパート』在住アーティスト／安河内 彩香
以前は熊本県で農業の手伝いをしながら作品制作をしていたが、もっと制作に集中できる環境を求めて『清島アパート』に入居した。
安価で生活と制作のスペースが得られる制度はなかなかない。１年間という利用期間も地域と関わりながら制作をするうえでちょうどいい。１年間で培った人脈が制作にいい効果をもたらしたと実感している。

<u>建築士の視点</u>　大分県建築士会／小山秀輝
古い物件を事前に建築士が診断し、居住のために必要な改修費を見積もりするなど、安心して賃貸できるシステムができると良いのではないか。

<u>空き家活用の課題</u>　B-biz LINK／末松芳洋
現在別府市では改修のための補助金が廃止になっている。古い物件を利活用するにはそれに代わる補助制度が必要。
古く趣のある物件は人気が高いが、実際に借りようとすると水回りの改修など初期費用で数百万円かかることも多い。事前に初期費用を提示したうえで物件を紹介できればマッチングしやすくなる。

<u>物件所有者の視点</u>　別府オダサク倶楽部／中野 護
歴史ある中央市場を残し活用するために物件を所有し賃貸している。
物件を活用するには、所有者から提案することも必要なのではないかと考えている。物件所有者の描くコンセプトや夢に共感する人が活用すれば、もっと面白い反応が起きるのではないか。

<u>行政の視点</u>　別府市 文化国際課／松岡 愛
『PUNTO PRECOG』をはじめ、従来の別府にはなかった民間・個人の活動によって町が変わってきていることを再認識した。
これまでさまざまな移住定住政策を展開してきたが、現状理解までに止まり進展できていなかった。どうやったら進めることができるのか、それ自体が課題であると認識している。

<u>その他の意見</u>
・『清島アパート』の居住アーティストらの全国的な活躍などもあり、アート業界では別府はアートの町というブランディングが確立しつつある。拠点を持つことで別府というブランドが顕在化され、人材を呼び込むための求心力になっていく。第２の『清島アパート』がどのような拠点となるべきかを具体的にイメージして共有したい。

・アートだけに限らず、コワーキングスペースなども備え、異業種間コラボレーションを誘発し、産業イノベーションが起こせるような複合的な場になっていくといいのではないか。

・アーティストが移住するための環境さえ整備できれば、創作者の別府への移住の需要は高い。別府の場合は温泉や地獄蒸しなどの健康的なアクティビティが充実した制作環境としてアピールすべき。ダンサーがヨガを教えるなど、健康に関連する地域貢献活動をしながら創作活動をするというような取り組みも可能なのではないか。

・APUの卒業生など語学の堪能なスタッフがセンターに常駐し、アーティストの世界進出をサポートしてくれるなどの支援があれば魅力的だと思う。

・ただ空き家を埋めるということだけでは課題の解決にならない。民間と行政が連携し、別府の未来を考え、新しい価値を示して現状を変えていかなければならない。

まとめ

３つの活動紹介から、移住や起業の大きな要因となるのは人であり、地域の寛容性であるということがわかった。繋ぎ手やキーパーソンは、地域や人と密接に繋がりを持ちながら活動を継続することが肝要である。また、目的を同じくする複数の活動主体が連携すれば、それぞれの視点やノウハウが集積・感応し、実現に向けてより強固な活動となっていくだろう。今後の移住定住促進事業は、横の繋がりを構築しながら、より多くの意見を取り入れて進めていくことが望ましい。

また、意見交換では第２の『清島アパート』がアートのみならず産業イノベーションを起こせるような複合的な施設になるといいという意見が出たが、このような大きな取り組みを実現するには、官民が連携し、地域から本当に必要とされる施設を目指し、十分な検討を重ねていく必要があるだろう。

今回、さまざまな立場で移住定住促進に携わる人々が一堂に会し、それぞれの活動や理念を知る機会を持てたことは大きな一歩となった。今後も行政と民間が連携し、別府市全体で移住定住促進に取り組んでいくために、このような意見交換や議論の場を設け、ともに考え実践するネットワークを構築していきたい。

５－１．広報活動と開催効果

1．広報活動

記者発表会

大分県と東京都で下記の日程で記者発表会を実施した。

事業	日程	会場	名称	主な参加メディア
『ベップ・アート・マンス2018』	9月9日(日)	野口ふれあい交流センター	『ベップ・アート・マンス2018』記者発表会	読売新聞、毎日新聞、大分合同新聞、大分経済新聞
『アニッシュ・カプーア IN 別府』	5月8日(火)	大分県東京事務所	『おおいた大茶会』東京記者会見	読売新聞、大分合同新聞、The Japan Times、日本テレビ、TBS、NHKエンタープライズ、ラジオ関西、新潮社、白水社、木楽舎、美術出版社、家庭画報、日刊ゲンダイ、定年時代、オズマガジン、美術の窓、芸術新潮、AERA、Casa BRUTUS、CINRA
	8月2日(木)	別府市役所	『アニッシュ・カプーア IN 別府』記者発表会	朝日新聞、毎日新聞、共同通信、大分合同新聞、今日新聞、エフエム大分

メディアキャラバン

下記の日程で各メディア担当者を訪問し情報提供をおこなった。

事業	エリア	日程	訪問先
『アニッシュ・カプーア IN 別府』	東京都	5月9日(水)	NHKエデュケーショナル (日曜美術館) 、美術手帖、スターツ出版 (オズマガジン)、翼の王国
		5月22日(火)	アートライター (２名) 、Numero TOKYO、マガジンハウス (Casa BRUTUS) 、日経BP社 (dazzle)
	福岡県	8月31日(金)	ラブエフエム国際放送、西日本新聞、NHK福岡放送局

PRイベント
福岡県、大阪府、東京都で下記の日程でPRイベントを実施した。イベントには総合プロデューサーの山出淳也が登壇し『アニッシュ・カプーア IN 別府』のみどころを語った。このほか、九州大学、九州産業大学などで講義を実施し、本展のPRをおこなった。

事業	エリア	日時	会場	イベント名・ほかの登壇者	参加者人数
『アニッシュ・カプーア IN 別府』	福岡県	9月13日(木) 19:00〜21:00	The Company 福岡PARCO店	『アートや創造性が生み出す価値とは何か』 登壇者：三好剛平 (ラブエフエム国際放送 株式会社)	72
		10月17日(水) 19:00〜21:00	福岡市スタートアップカフェ	『地域戦略としてのBEPPU PROJECTとは』 登壇者：石丸修平 (福岡地域戦略推進協議会 事務局長)	53
		10月18日(木) 19:00〜21:00	六本松 蔦谷書店	『「BEPPU PROJECT 2005-2018」刊行記念イベント 創造都市別府〜アートによる都市のイノベーション〜』 登壇者：田村 大 (RE:PUBLIC社 共同代表)	28
		10月19日(金) 19:00〜21:00	Tanga Table	『BEPPUに学ぶ、未来を切り開く「アート思考」』 モデレーター：八木田 一世 (SEE°C)	61
	大阪府	11月6日(火) 19:30〜21:30	スタンダードブックストア心斎橋	『「BEPPU PROJECT 2005-2018」刊行記念 山出淳也×服部滋樹×原田祐馬 トークライブ』 登壇者：服部滋樹 (graf代表)、原田祐馬 (UMA/design farm アートディレクター)	31
	東京都	11月14日(水) 19:00〜20:30	ミナガワビレッジ	『「BEPPU PROJECT 2005-2018」刊行記念イベント〜大分に行こうぜ〜』 登壇者：芹沢高志 (P3 art and environment 統括ディレクター) モデレーター：林 曉甫 (NPO法人 inVisible 理事長)	43
	大分県	9月3日(月)〜13日(木)	大分空港２階ラウンジ	大分空港から比較的アクセスしやすい豊後高田市、杵築市、中津市、日田市、別府市の『国民文化祭』プログラム紹介の場としてパネル展示をおこなった。	未計測
		9月23日(日)	パークプレイス大分	『国民文化祭を100倍楽しむためのPRイベント』と題し、別府市文化国際課と協働してPRブースの出展とステージイベントをおこなった。	未計測

内覧会
下記の日程で内覧会を実施した。

事業	日程	会場	内容	参加者数 ※
『アニッシュ・カプーア IN 別府』	10月5日(金)	別府公園	NHK大分放送局、テレビ大分、大分合同新聞、毎日新聞社、朝日新聞社、日本経済新聞社、共同通信社、Casa BRUTUS、PEN、ART in culture（韓国）、MILK（香港）、週刊新潮、美術手帖、株式会社CINRA、ART itなど	60

※) メディア以外の関係者を含む

広告
下記の内容で広告出稿をおこなった。

事業	媒体	媒体名	期間
『アニッシュ・カプーア IN 別府』	SNS	Instagram	11月7日(水) 〜 15日(木)
	新聞	西日本新聞	11月20日(火)

広報物
下記の広報物を作成した。詳細は本報告書の59ページを参照。

・Webサイト (http://inbeppu.com)
・見開きパンフレット (A４サイズ３ツ折り)　30,000部
・ポスター (B２サイズ×３種)　シルバー300部、黒・赤 各100部
・無料鑑賞券付き子どもチラシ (A４サイズ両面)　138,000部
・別府市内向けチラシ (A４サイズ両面)　25,000部
・展覧会リーフレット (A２サイズ４ツ折り、観覧チケット購入者のみに配布)　15,000部

SNSでの情報発信
SNSでの主な情報発信の結果は以下の通り。

		『ベップ・アート・マンス 2018』	『アニッシュ・カプーア IN 別府』
公式Webサイト	当事業全般の情報を発信。	期間：4月1日〜翌年２月14日 319日間 (昨年度340日間) ユーザー数：7,645 (昨年度9,213) ページビュー数：44,293 (昨年度43,467) アクセス元の国：32ヶ国 (昨年度43ヶ国)	期間：5月8日 (開設日) 〜 翌年２月14日 282日間 (昨年度265日間) ユーザー数：19,554 (昨年度15,054) ページビュー数：36,855 (昨年度19,652) アクセス元の国：70ヶ国 (昨年度42ヶ国)
Facebook	イベント情報や、来場者などとのコミュニケーション、公式情報以外の町の状況や作品の制作状況などを発信。	期間：4月1日〜翌年２月14日 319日間 (2013年度開設、昨年度340日間) 新規「いいね」数：68 (昨年度98、累計923) 新規投稿数：330 (昨年度298、累計1405) 〈会期中のリーチ数など〉 リーチ数：36,274 (昨年度28,455) インプレッション数：56,505 (昨年度57,000) エンゲージメントユーザー数：4,367 (昨年度1,869) エンゲージメント率：8.3% (昨年度15.2%)	期間：4月1日〜翌年２月14日 319日間 (2016年度開設、昨年度340日間) 新規「いいね」数：199 (昨年度183、累計936) 新規投稿数：47 (昨年度57、累計138) 〈会期中のリーチ数など〉 リーチ数：36,104 (昨年度30,819) インプレッション数：75,864 (昨年度63,959) エンゲージメントユーザー数：3,198 (昨年度2,628) エンゲージメント率：11.2% (昨年度11.7%)
Twitter	イベントの最新情報を発信。	期間：4月1日〜翌年2月14日 319日間 (2011年度開設、昨年度340日間) 新規ツイート数：205 (昨年度238、累計2,000) 新規フォロワー数：35 (昨年度50、累計965) エンゲージメント数：94 (昨年度99) エンゲージメント率：1.3% (昨年度1.8%)	期間：4月1日〜翌年2月14日 319日間 (2009年度開設、昨年度340日間) 新規ツイート数：42 (昨年度107、累計1,481) 新規フォロワー数：52 (昨年度55、累計2,688) エンゲージメント数：3,835 (昨年度1,237) エンゲージメント率：1.1% (昨年度1.4%)
Instagram	イベントの最新情報や会期中の会場の様子を発信。	期間：4月1日〜翌年2月14日 319日間 (2017年度開設、昨年度340日間) 新規投稿数：157 (昨年度117、累計274) 新規フォロワー数：165 (昨年度不明、累計343) ハッシュタグ数：413 (公式182、一般231) (昨年度公式108、一般257 累計365)	期間：4月1日〜翌年2月14日 319日間 (2017年度開設、昨年度340日間) 新規投稿数：63 (昨年度63、累計126) 新規フォロワー数：401 (昨年度不明、累計568) ハッシュタグ数：395 (公式31、一般364) (昨年度公式54、一般 累計259)

※Webサイトの参考元：グーグルアナリティクス解析
※エンゲージメントユーザー：Facebookや TwitterなどのSNSにおいて、ユーザーが投稿に対して反応を示した数
※エンゲージメント率：Facebookや TwitterなどのSNSにおいて、ユーザーが投稿に対して反応を示した割合を示す値

参考：『アニッシュ・カプーア IN 別府』WebサイトPV数とメディア露出などとの相関図

２. メディア掲載実績ならびに広告換算

2018年４月１日以降、新聞・テレビ・ラジオ・Webなどのメディアで、合計258回の掲載・放送があった。その結果を広告換算すると580,417,918円となった。『西野 達 in 別府』は120,031,176円であり、今年の広告換算は2017年と比べると、460,386,742円上回った。

メディア媒体件数 (2018年４月〜12月)
(今年度事業／前年度事業)※１)

メディア	全国(回)	地方(回) ※３	海外	媒体合計(回)
新聞	8/4	113/96	0/0	121/100
テレビ	2/0	32/69	0/0	34/69
ラジオ	2/0	14/2	0/0	16/2
雑誌	18/12	8/12	4/0	30/24
Web ※２)	57/47	–	0/0	57/47
エリア合計	87/63	167/124	4/0	258/187

メディア	掲載・放送(回)	換算金額(円)
新聞	121	208,120,293
テレビ	34	337,132,070
ラジオ	16	9,604,100
雑誌	30	16,662,815
Web	57	8,898,640
合計	258	580,417,918

(集計：株式会社 ジャパン通信社) ※2/14現在

※1) 掲載・放送媒体件数は、『ベップ・アート・マンス』『in BEPPU』『定住促進事業』を合算した数字。
※2) Web掲載件数は、オリジナル記事のみ集計し、記事を転載したWebサイトは除外している。
※3) 県内で取り上げられたニュースや再放送なども含める。また、掲載・放送実績が確認できているもののみ集計。

事業別内訳

BAM

	全国	県内	海外	合計 (掲載・放送(回))	合計 (換算金額)	昨年比（件数）	昨年比（金額）
新聞	0	70	0	70	73,197,754	121%	275%
TV	0	12	0	12	129,780	27%	5%
ラジオ	0	1	0	1	24,000	100%	200%
雑誌	1	2	0	3	288,936	60%	67%
Web	9	0	0	9	654,895	100%	48%
合計	10	85	0	95	74,295,365	81%	238%

in BEPPU

	全国	県内	海外	合計 (掲載・放送(回))	合計 (換算金額)	昨年比（件数）	昨年比（金額）
新聞	8	43	0	51	134,922,539	121%	257%
TV	2	20	0	22	337,002,290	92%	1791%
ラジオ	2	13	0	15	9,580,100	1500%	710%
雑誌	17	9	1	27	16,373,879	142%	136%
Web	48	0	0	48	8,243,745	126%	203%
合計	77	85	1	163	506,122,553	131%	570%

青：広報予算の上昇率よりも高い効果があったメディア
橙：昨年と比べて効果が低かったメディア

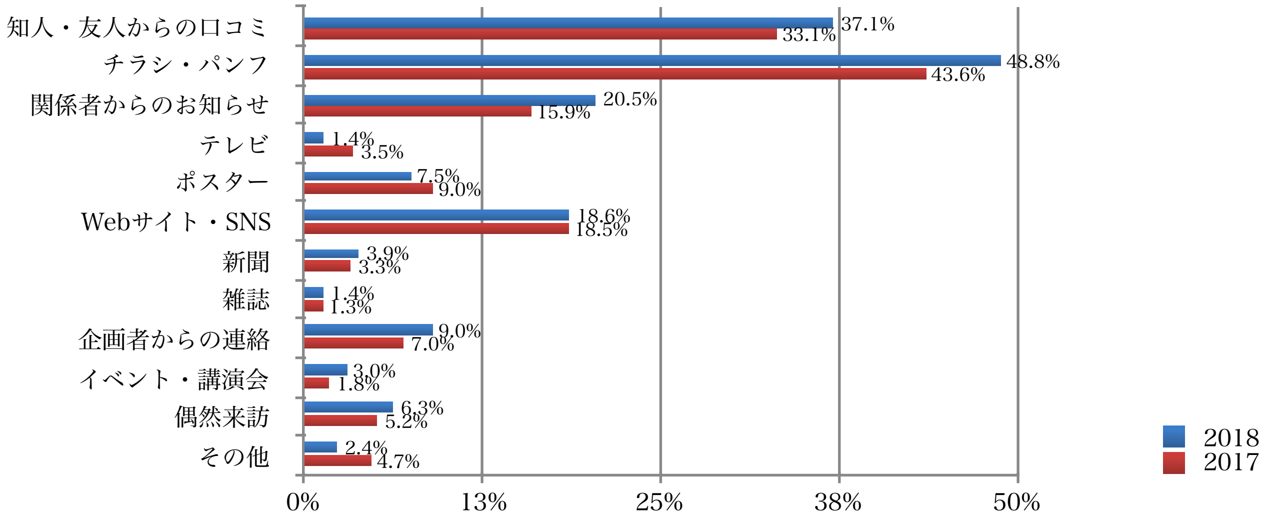
今回の事業での主な情報発信媒体は以下の通り。
主な掲載・放送先実績 (順不同)

新聞	朝日新聞、西日本新聞、日経MJ、宮崎日日新聞、大分合同新聞、今日新聞
テレビ	NHK (Eテレ) 、OBS大分放送、TOSテレビ大分、OAB大分朝日放送、CTBメディア
ラジオ	ニッポン放送、福岡LOVE FM、FM大分
雑誌	アートコレクター、Discover Japan、ことりっぷマガジン、plus81、Harper's BAZAAR、POPEYE、ヌメロ、週刊新潮、Japan Walker、シティ情報おおいた
Web	朝日新聞DIGITAL、大分経済新聞、大分合同新聞、TOKYO ART BEAT、livedoor、美術手帖、@nifty、楽天WOMON、ARTNE、FASHION PRESS、NEWS PICKS、FASHION SNAP.COM、antenna、Lute、ONESTORY、かるふぁん! 、Tastes of JAPAN、週刊女性PRIME、沖縄タイムス+、週刊エコノミスト、PREMIUM JAPAN、AFPBB News、Google ニュース、excite ニュース、47NEWS、九州旅ネット、たびらい、MIRAI、温泉ハイスタンダード! 極楽地獄 別府、iナビおおいた、日本一のおんせん県おおいた

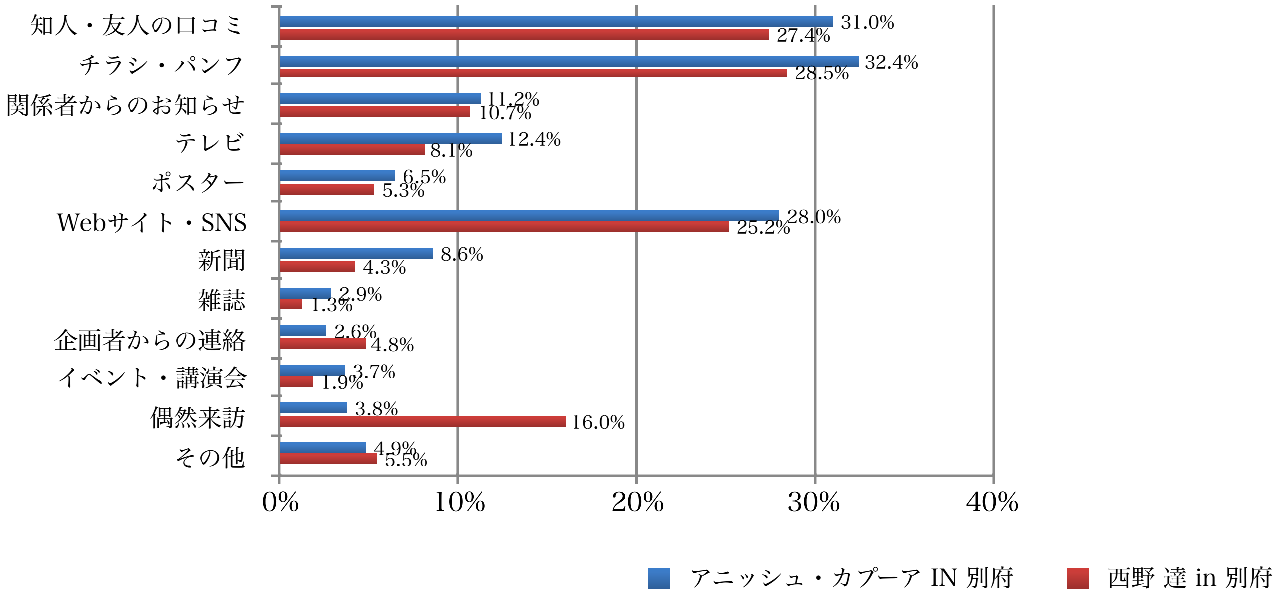
※新聞・雑誌は出版社名ではなく、新聞・雑誌名で記載

３. 来場者認知経路 (再掲)
今回の来場者の情報認知媒体は来場者アンケートによると以下の通り。

『ベップ・アート・マンス』



『in BEPPU』



４. 考察

(１) 広告換算

『アニッシュ・カプーア IN 別府』

当実行委員会事業全体の換算額は480% (昨年度比) 。事業全体の予算に対して広報予算は250% (昨年度比）だったため、高い費用対効果を得ることができた。全体的に昨年を大幅に上回ったのは、『国民文化祭』と連携した広報効果によるものだと想定されるが、特筆すべきはテレビ、新聞の２媒体である。なかでもNHK『日曜美術館』と朝日新聞『フロントランナー』の寄与が大きい。これは東京在住の広報スタッフを採用し、全国広報活動を強化したことや、記者との継続的な関係構築により得た機会だと考える。

『ベップ・アート・マンス 2018』

新聞が伸びたものの、テレビ、雑誌、Webサイトが昨年度を下回った。今年度は県内で『国民文化祭』や『アニッシュ・カプーア IN 別府』などの大規模な文化イベントが多数おこなわれ、露出機会が減少してしまったためだと考えられる。

(２) 認知経路

『アニッシュ・カプーア IN 別府』

偶然来訪が減少した代わりに、チラシ・パンフ、テレビ、新聞、Webサイト、SNSなどのメディアが伸びている。特にテレビ、新聞はそれぞれ4.3%伸びており、上記の広告換算結果の通り、『日曜美術館』や『フロントランナー』、県内メディアに露出したことが要因だと考えられる。

『ベップ・アート・マンス 2018』

チラシ・パンフが5.2%伸びた。これは別府市の協力により、学校や公民館、市営温泉など昨年配布できなかった場所にリーチできたことが大きな要因だと考えられる。

知人・友人からの口コミと関係者によるお知らせも合計で8.6%伸びている。これは参加者数やプログラム企画者数の増加が要因の１つと考えられる。また、定期的に開催している『ベップ・アート・マンスをつくろう会』では参加者同士で協力し合い、チラシやDMを作成する姿が見受けられた。

(３) Web / SNS

『アニッシュ・カプーア IN 別府』

Webサイトについては、ユーザー数は130%となった (昨年度比) 。『日曜美術館』の放映日には、ユーザー数が増加するなど、メディアとの相関も多々みられた。ユーザーの内訳は6.4%が海外となり、+2.2% (昨年度比) にとどまった。しかし、アクセス元の国は、42ヶ国から70ヶ国に拡大し、幅広い国にリーチできたと考えられる。Instagramのハッシュタグは、205件から365件 (公式投稿除く) に増加。これは入場者数の増加とInstagramキャンペーンの効果だと考えられる。

『ベップ・アート・マンス 2018』

Instagramは昨年よりも公式の投稿数を40件増やしたが、ハッシュタグやフォロワー数を大きく伸ばすことができなかった。

(４) 総括

上記の考察によって、テレビ (特に『日曜美術館』) は即効性が高く、放映日にWebアクセスが伸びるなど、人々の行動に大きな影響を与えることがわかった。また、海外への波及効果が期待されるSNSについては、Instagramキャンペーンをおこなったものの、それ以外は効果的に活用することができず、大きな成果を生むことができなかった。

来年度は、メディアを通じた情報発信に加え、SNSを含む広報物の戦略的な活用や、『ベップ・アート・マンス 2019』との連携など、幅広い層へ向けた広報活動を実施していきたい。

５－２．観光消費額

１．観光消費額

別府市観光戦略部観光課が作成した『平成29年別府市観光動態要覧』に掲載されている１人あたりの消費額〈宿泊客：24,446円、日帰り客：5,166円〉を基に算出すると、今年度は586,092,168円となった。昨年度の324,566,551円※１)と比較すると261,525,617円増加した。

※１) 昨年度の観光消費額は『平成28年別府市観光動態要覧』〈宿泊客：25,585円、日帰り客：5,737円〉を基に集計。

２．地域内消費額

来場者の地域内での実質的な消費額を見るために、事務局独自の算出方法を下記の様に設定した。

日帰り	交通費500円+飲食代2,000円+お土産代2,000円=4,500円
１泊２日	宿泊費7,000円+交通費2,000円+飲食費5,000円+お土産代3,000円=17,000円
２泊３日	宿泊費14,000円+交通費2,000円+飲食費10,000円+お土産代3,000円=29,000円
３泊４日	宿泊費21,000円+交通費2,000円+飲食費15,000円+お土産代3,000円=41,000円

上記の設定を基に算出した『ベップ・アート・マンス 2018』ならびに『アニッシュ・カプーア IN 別府』の地域内消費額は、414,544,800円となった。昨年度事業の地域内消費額は200,839,000円であり、今年度は213,705,800円増加した。

		客数 (人)		1人当たりの消費額 (円)	消費額 (円)	合計 (円)
『ベップ・アート・マンス 2018』 (A)		日帰り	4,333	4,500	19,498,500	
		1泊	636	17,000	10,812,000	
		2泊	424	29,000	12,296,000	
		3泊	98	41,000	4,018,000	46,624,500
『アニッシュ・カプーア IN 別府』(B)	有料来場者	日帰り	4,460	4,500	20,070,000	
		1泊	2,054	17,000	34,918,000	
		2泊	946	29,000	27,434,000	
		3泊	403	41,000	16,523,000	98,945,000
	無料来場者	日帰り	18,459	4,500	83,065,500	
		1泊	6,153	17,000	104,601,000	
		2泊	1,026	29,000	29,754,000	
		3泊	1,026	41,000	42,066,000	259,486,500
チケット売上額 実績 (C)						9,488,800
観光消費額 (A)+(B)+(C) 合計						414,544,800

【客数の算出方法】

(A)…『ベップ・アート・マンス 2018』の述べ来場者数23,722名のうち、『アニッシュ・カプーア IN 別府』に参加せず『ベップ・アート・マンス 2018』のみに参加した純粋な客数を次の計算式で算出した。23,722 - (34,525［※２］ × 21%［※３］)=16,472　16,472÷3［※４］=5,491

※２) 『アニッシュ・カプーア IN 別府』総来場者数として『Sky Mirror』来場者数を計上

※３)『アニッシュ・カプーア IN 別府』アンケートで「ベップ・アート・マンス 2018に参加した」と回答した人数のパーセンテージ

※４)『ベップ・アート・マンス 2018』の１名あたりの平均参加プログラム数

(B)…『アニッシュ・カプーア IN 別府』はチケット販売枚数7,862を有料来場者数とし、総来場者数34,525名からチケット販売枚数を引いた数を無料来場者数とした。また、この客数は 『ベップ・アート・マンス 2018』と『アニッシュ・カプーア IN 別府』両方に参加した客数と『ベップ・アート・マンス 2018』に参加せず『アニッシュ・カプーア IN 別府』のみに参加した客数を含んでいる。

アンケート結果の宿泊／日帰りの比率から泊数ごとの客数を算出し、小数点以下は四捨五入した。

【チケット売上額の加算】売上額の実績値を加算した。ほかの収入に『アニッシュ・カプーア IN 別府』オリジナルグッズの売上があるが、消費額が含んでいる「お土産代」と重複すると考え計上していない。

第６章　収支状況

収支としては、201,121,750円の収入に対して、201,121,750円の支出となり、収支差額0円となった。

１．収入

負担金	大分県	¥120,000,000
	別府市	¥30,000,000
	実行委員会参画団体	¥28,710,000
助成金		¥3,750,000
協賛金		¥1,585,000
チケット販売費		¥9,538,800
グッズ販売費		¥1,842,300
参加費		¥322,000
その他		¥5,373,650
計		¥201,121,750

２．支出

旅手帖beppu Web 制作事業	¥1,054,660
ベップ・アート・マンス 2018 開催事業	¥9,938,550
in BEPPU 開催事業	¥136,391,646
定住促進事業	¥158,320
事務局運営費	¥35,553,748
広報費	¥18,024,826
計	¥201,121,750

３．収支差額

収入	¥201,121,750
支出	¥201,121,750
収支差額	¥0

第７章　まとめと課題

2010年から継続開催する『ベップ・アート・マンス』は、今年度で９回目を迎え、企画者同士の交流会『ベップ・アート・マンスをつくろう会』の開催は累計102回となった。アンケートで「他に参加した、または参加する予定のプログラムがあるか」の設問に対する「なし」の回答が昨年度から減少していることなどから、来場者が複数のプログラムに関心を寄せていることがわかった。今後も『ベップ・アート・マンス』でより充実した文化プログラムの開催を推し進め、別府市内の文化芸術におけるさまざまなプレイヤーを育てていきたい。

『アニッシュ・カプーア IN 別府』では、全国から来県する従来のアートファンへの誘客活動とともに、『国民文化祭』との相乗効果を図りながら、県内のアートファン予備軍層を誘客し新たなファンの獲得に努めた。結果的にこれまで来場しなかった層 (大分県民、特にファミリー層) の来場が例年より多く見受けられた。実際に、アンケート集計結果によると当委員会事業に初めて参加するという方が来場者全体の約70% (昨年度は57%) を占め、来場者の約90%が「大変よかった」「よかった」と好評価だった。今回初めて来場した方に向けて、能動的に芸術を体験する機会を提供しファン層の維持に努めるとともに、まだ来場していない方々に向けた、参加意識の向上に繋がる取り組みを開発・実践し、層の拡大を図りたい。

広報面について、今後はSNSをさらに有効活用して情報発信をおこない、本事業の認知を拡大して幅広い層の参加を促すための戦略を立てる必要がある。また、次年度秋にはラグビーワールドカップ2019日本大会が開催され、多くのインバウンド客の来県が見込まれる。大会と連携した広報や国際的な情報発信のあり方を検討し、さらなる集客に繋がるよう実践していきたい。

また、運営面の反省点として、ボランティア説明会をはじめ、さまざまな勧誘活動をおこなったが、目標人数のべ408名に対してのべ288名の参加にとどまり、会場受付の人員が足りない日は事務局スタッフが出動して対応した。そのため、会場運営以外の事務局業務に十分な時間を充てることができず、業務がおそろかになってしまうこともあった。大規模な事業を展開するには、プロジェクトの趣旨に賛同し能動的に運営を協力してくださるボランティアサポーターの存在が不可欠である。関わっていただく方を協働するパートナーとして捉え、関わることの意義・価値や我々の目指すビジョンを共有し、協力者を増やすための活動をより活発におこなう必要があるだろう。事業に関係するワークショップや教育普及・ガイドプログラムを多数実施し、市民参加の機会を多く創出していきたい。

次年度も、別府市民の主体的な参画を促進する『ベップ・アート・マンス』と、国内外の優れた芸術活動を紹介する『in BEPPU』、この２つの事業を当実行委員会の芸術振興事業の両輪として、別府市における文化芸術の振興を引き続き推し進めていきたい。

８－１．評価のフレームワーク

１．評価の対象

混浴温泉世界実行委員会 (以下、実行委員会) が主催者となって実施する事業『混浴温泉世界実行委員会事業 (以下、実行委員会事業)』を評価対象とする。実行委員会事業は、『ベップ・アート・マンス (以下、BAM) 』と『in BEPPU』、ならびに両事業に関連して実施される情報発信事業、定住促進事業から構成される。

２．評価の位置づけ

今回の事業評価は、中間評価である。

実行委員会は2017年度に、2017～2020年度までを対象期間とした実行委員会事業の評価システムを設計した。評価システムは、実行委員会事業が従来から活用してきたバランス・スコアカード (後述) の高度化を図ったものである。この評価システム設計は、実行委員会事業が生み出す成果を年度ごとに評価するための方法論をあらかじめ設定するものであり、事業の事前評価であると位置づけられる。

こうして再構築されたバランス・スコアカード (以下、BSC) に基づき、2017～2019年度の各年度末に中間評価を、2020年度末に事後評価をおこなうことを想定する。

今回は『BAM2018』ならびに『アニッシュ・カプーア IN 別府』という2018年度実行委員会事業の実績を踏まえて、計画期間２年目の中間評価をおこなうものである。

新BSC導入２年目となる今年度の中間評価では、第１段階として、前年度版BSCの改訂の要否を検討する必要がある。個展形式の芸術祭『in BEPPU』は、アーティストの作品プランによって事業の内容・構造が大きく変化する。このため前年度評価でも指摘したように、BSCもその全体的ビジョンは不変としても、それに向けて目指すべき具体的な姿や、その達成度を測定する業績評価指標 (指標自体や目標値の適否など) について、『in BEPPU』の具体的内容や、実行委員会事業を取り巻く環境の変化を踏まえて柔軟に見直すべきである。

このため、第１段階として今年度はまずBSC改訂の検討を進め、その結果について実行委員会の了承を得たうえで、第２段階として年度末に評価結果を報告するという段取りを踏んだ。

３．評価の主体

実行委員会事業に対する評価は、アーツ・コンソーシアム大分による第三者評価として実施する。アーツ・コンソーシアム大分は、大分県、大分県立芸術文化短期大学、大分県芸術文化スポーツ振興財団の３者からなるコンソーシアム (共同事業体) 型の組織として、2016年６月に設立されたものである。

従来から大分県では、民間団体や有識者との協働のもと、彼らの知見・ネットワークを活用し、効果的・効率的な文化施策の推進に努めてきた。一方で、これらの取り組みにおける評価や民間資金獲得の手法などに関する調査研究については、実施ができていなかった。

アーツ・コンソーシアム大分は、こうした問題意識を踏まえて、大分県内で実施されるアートプロジェクトに対する評価手法の検討と試行をおこなうこととしており、今般、実行委員会事業を対象に評価をおこなったものである。評価実務は、アーツ・コンソーシアム大分 事務局長の三浦宏樹 (大分県芸術文化スポーツ振興財団 アーツラボラトリー室 室長、日本評価学会認定評価士) が担い、後藤 麻里恵がアシスタントとして業務のサポートをおこなった (以下、両名を評価者という) 。

評価者は、アカウンタビリティの観点から評価としての厳格さを保ちつつも、評価結果が実行委員会事業に有効に活用され、学び・改善の契機となるよう、事務局スタッフらを評価プロセスに積極的に参画させる参加型評価 (Participatory Evaluation) を実践することとした。特に、実行委員会事業が、アートという新たな価値を創出するイノベーションであることを踏まえて、こうした事業の評価に向くとされる発展的評価 (Developmental Evaluation) ※1) の考え方を採り入れた。

８－２．評価システムの概要

１．バランス・スコアカードとは何か

実行委員会は、2011年度の『BAM』以降、バランス・スコアカード (Balanced Scorecard＝BSC) の考え方を導入した評価を始めている。BSCは、ロバート・S・キャプランとデビッド・P・ノートンが考案した企業の業績評価・戦略経営支援システムである。民間企業の業績評価では伝統的に、損益財政という「財務の視点」が重視されていたのに対して、キャプラン＆ノートンは、この「財務の視点」に加えて「顧客の視点」「業務プロセスの視点」「学習と成長の視点」もあわせて総合的に業績評価をおこなうことが重要だと説いた。そして、組織の業績を総合的にみるこうした手法は、利益追求を目的としない公的組織の経営や評価にも役立つとの考え方から、内外の行政機関や非営利組織でも検討・導入がなされた経緯がある。実行委員会は、こうしたマネジメント志向の評価システムの導入に積極的に取り組んできたところである。

２．混浴温泉世界型バランス・スコアカードについて

2016年度の評価に際して、実行委員会ならびに事務局のBEPPU PROJECTからは、従来のBSCに満足することなく、さらなる高度化を図りたいとの問題意識が寄せられた。これまでのBSCは、ステークホールダーに対して実行委員会事業の業績をわかりやすく伝達する仕組み、すなわちアカウンタビリティ確保を主目的とした業績評価システムとしては、一定の役割を果たしてきたと判断される。しかし、事業の経営基盤を強化し、事務局スタッフや関係人材の成長を促す、戦略経営支援システムとしてはいまだ不十分だというのだ。

来場者数や経済波及効果は、事業の実施年だけで完結するものであり、こうした短期的・定量的な効果だけでなく、中長期的・定性的な効果も重視すべきである。また、経済波及効果の多寡だけでは「文化になぜ投資するのか」という問いに答えることができない。東京オリンピック・パラリンピックが催される2020年以降も、実行委員会事業が自立性、持続可能性を高めてレガシー (未来に継承される財産) となっていくには、BSCの各視点において、人材の成長と経営基盤の強化にフォーカスした目標設定と、定期的なモニタリング、業務改善が求められる。

このため実行委員会は、2016年度の『in BEPPU』 (目 In Beppu) を実証実験と位置づけ、その実績を踏まえて実行委員会事業のビジョンの再定義と、BSCの基礎となる戦略マップ (Strategy Map) ※2) の作成をおこなった。

(1) ビジョンの再定義 (2016年度)

実行委員会事業の新たなビジョンは、次のとおりである。

ビジョン「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」

全国的な観光地であり、戦災を免れ外国人が多い地域性を活かした多様な文化の取り組みと、地域資源を融合させた事業によって、新たな魅力の造成と市民意識の醸成を図るとともに、携わる人材がいきいきと活躍し続ける、市民中心都市・別府の実現を目指す。

【芸術振興】優れた作品の鑑賞機会充実と若手作家の応援

【観光推進】観光地別府の新たな魅力発信事業として活用

【人材育成】多様な事業の現場を学びの場として活用

【地域活性】文化芸術を地域活性化の核として活用

(2) 戦略マップの作成 (2016年度)

民間企業の場合は中長期的な利益の最大化が重要なため、BSCの4視点の中でも財務の視点を最終目標に置く。これに対し、公的機関や非営利組織は、利益追求が目的ではないため、最終目標としてミッションやビジョンに関する視点を新たに加えることが多い。実行委員会事業では、この5番目の視点を「地方創生の視点」としている。また標準的BSCの「学習と成長」「業務プロセス」「財務」「顧客」の4視点についても、より実態にあわせて「マネジメント」「財政」「ステークホールダー」「観客」とした。標準的BSCの「学習と成長」「業務プロセス」を「マネジメント」に統合し、「ステークホールダー」を新たに項目立てしたかたちである。

戦略マップは、BSCの5つの視点ごとに複数個の戦略目的を設定し、目的間の因果関係を矢印で結んだマップである。

【地方創生の視点】別府における諸課題の解決

戦略目的：地域のまちづくり人材の育成／別府の新たな魅力の創出・発信／集客交流人口の多様化／他地域との連携による滞留時間の増加／創造的人材の移住促進

【観客の視点】文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出

戦略目的：市民にとっても間口の広い事業の充実・強化／国際的に発信力の高い事業の創出／事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信

【ステークホールダーの視点】創造都市プラットフォームの造成
戦略目的：地域内の創造的人材の拡大／文化芸術の担い手の育成・支援／文化芸術団体との連携／海外機関との連携／行政機関・企業・団体との連携／情報発信に関わるステークホールダーとの連携
【財政の視点】財政基盤の確立
戦略目的：協賛金・助成金の獲得／チケット・グッズ販売力の強化／負担金など基礎的財源の獲得
【マネジメントの視点】実行体制の確立・強化
戦略目的：ボランティア組織の強化／外部マネジメント人材の育成・発掘／事務局体制の強化／広域連携調整能力の強化／実行委員会体制の強化

(3) バランス・スコカードの作成 (2017年度)
BSCは、以上のビジョンと戦略マップを踏まえ、戦略目的ごとに「目指すべき具体的な姿」を定め、その達成度を測定する業績評価指標 (Key Performance Indicator＝KPI) を選んで、目標値を設定したものである。
BSCの計画期間は、2016年度実績を起点として、東京オリンピック・パラリンピックにともなう国の文化プログラム重点実施期間である2020年度までとして、年度ごとに達成すべき目標値を設定 ※3) する。この期間には大分県内で、『第33回国民文化祭・おおいた2018』『第18回全国障害者芸術・文化祭おおいた大会』 (以下、２つを総称して『国民文化祭』と呼ぶ) 、2019年度の『ラグビーワールドカップ2019日本大会』など、大型の文化スポーツ・イベントが相次ぐため、そうした中で実行委員会事業がどう成長していくかを示すことが重要である。なお、戦略目的１つに対して、目指すべき具体的な姿、KPIは１つとは限らず、複数の指標を設定する場合もある。
評価者は2017年6月、BEPPU PROJECTのアートプロジェクト事業班 (実行委員会事業を担当) の統括担当者らと、BSC策定のためのワークショップの進め方について協議をおこなった。そのとき、スタッフのあいだから、新たなビジョンと戦略マップが十分腑に落ちていないところがある、自らがBSC素案に示された取り組みを実際におこなうイメージが湧かない、現場感覚と齟齬のある指標があるといった意見が出ていることがわかった。
このため、スタッフと丁寧に議論・検討していくことが不可欠と考え、全５回構成のBSCワークショップを開催し、スタッフ参加型でBSCの作成をおこなった。
そうした作業を経て９月の実行委員会においてBSC原案の報告をおこなった。さらに、その場で出た指摘を踏まえてブラッシュアップ作業を進め、2018年３月の実行委員会に、完成したBSCと、計画期間初年度となる2017年度実績の評価結果をあわせて報告し、公表をおこなったところである。※4)

３．バランス・スコアカード再構築の発展的評価としての特色
さて、今回のBSC再構築を「発展的評価」として実施したと申しあげたが、それは具体的にどういうことなのかを説明したい。
発展的評価とは、著名な評価コンサルタントであり、全米評価学会会長をはじめ評価関連の要職を歴任したマイケル・クイン・パットンが提唱した評価の考え方である。この発展的評価が国内外で注目を集めている背景には、世間に溢れる数多くの評価が、評価指標の機械的な収集と大部な評価調書の作成が自己目的化した「評価のための評価」になってしまい、せっかくの評価結果が、評価対象事業者にも資金提供者にも十分活用されていない現状がある。こうした現実への反省を踏まえて発展的評価は、評価としての厳格さは保ちつつも、事業者が事業運営・組織経営にその結果を活かせる実用重視の評価を目指す。そのために発展的評価は、大まかに整理して①複雑な現実世界への適応、②事業者に寄り添う伴走評価という２つの特色を持つ。
①　複雑な現実世界への適応
従来型の評価では、事業が終わってから初めて、計画どおりの成果が出ているか否かを検証する場合が多い。しかし、現実の世界は複雑で、事業を実施しているあいだにも、周りの経済社会環境は常に変化していくため、こうしたタイプの評価では事業の改善・革新の役に立たない。このため発展的評価では、事業をめぐる変化を適切に捉え、その事実や意味合いをリアルタイムで事業者にフィードバックし、彼らのイノベーションを促進することを目指す。
②　事業者に寄り添う伴走評価
発展的評価においては、定型的な評価データの収集だけではなく、事業に生じるさまざまな変化の芽を的確かつタイムリーに把握することが求められる。そのため評価者は、事業が実施される現場に赴き、スタッフをはじめステークホールダーとチームを組んで評価をおこなう「参加型評価」を実践する。このため評価者には、伝統的な評価技法に加えて、ワークショップ運営などのファシリテーション技術が求められる。また、こうした取り組みにはしばしば、事業者と長期的に関係を継続することが必要になる。
評価者は今回、こうした発展的評価の考え方を十分意識して、BSC再構築作業に取り組んだところである。2016年度に作成されたビジョン、戦略マップを踏まえつつも、それらが実行委員会事業の現場でいかなる意味を持つかを事務局スタッフが参加するワークショップで議論していった。さらに、その場での意見や気づきを評価者側で整理して、リアル

タイムでのフィードバックを心がけ、スタッフにとって納得感のあるBSCとなることを目指した。代表理事がトップダウンでBSCを示すのではなく、スタッフ１人ひとりの意識の醸成・改革を大事にして、単にタスクを機械的に消化するための道具ではなく、スタッフにとって「活動の心得」「道しるべ」となるBSCをつくろうとした。

ただ、ここで疑問を持つ方もいるかもしれない。BSCは、多数のKPIを設定して定量的な目標管理をおこなうもので、ある意味、計画経営の権化ともいえる手法である。一方で発展的評価は、事業が置かれた状況が様変わり(develop) し、予想もしないさまざまな問題が勝手気ままに起きる (これを創発性＝Emergenceと呼ぶ) 中で、事業者の意思決定を継続的かつリアルタイムで支援するものである。ならば、BSCと発展的評価は、水と油の関係なのではないか？ 結論から言えば、決してそうではない。そもそも、この事業に限らずアートプロジェクトというものは——ストレートに言えばアーティストという存在は、創発性の塊である。アートとは新たな価値を不断に創出していくプロセスであり、ある種のイノベーションといえる。このため、事前に100％を計画することは困難だし、あえて強行すれば、予定調和なありきたりの成果しか生まない。しかし一方で、アートプロジェクトには会期や予算が決められている。それらを守ったうえで、最終的に実現を図るべきビジョンが存在している。

ここで、アーティストとスタッフの関係を、小説家や漫画家と、担当編集者のそれになぞらえてみるとわかりやすいかもしれない。作家の意向に最大限寄り添い執筆を支援するのが編集者の仕事だが、その挙げ句、雑誌の〆切を破り原稿が落ちてしまっては元も子もない。作家に自由に創作してもらうためにこそ、編集部にマネジメントが必要になるのだ。

すなわち、創発性重視の発展的評価と計画性重視のBSCとは、アートプロジェクトの戦略経営を図るうえで車の両輪といえる。すなわち、アートという創発性・革新性が鍵となる実行委員会事業を支えるBSCのシステム変更を、発展的評価を用いて支援したのが今回の取り組みということになる。

４．別府モデルの普及に向けて

こうした別府の業績評価・戦略経営支援システムがモデルとして県内や全国に広がり、どんどん活用してもらいたいと実行委員会では考えている。さらにこのモデルが、地域住民や自治体はもちろん国に対しても、文化へ投資をおこなう意義・効果を説明し、文化政策を推進するためのアドボカシー (政策提言) ツールとしても機能することを期待している。

もちろん、小規模なアートプロジェクトの場合、実行委員会事業と同じスペックでBSCを導入するのは難しいだろう。しかし、文化による豊かな地域社会を創造するうえでは、アートが本質的に持つ創発性と真摯に向き合う必要がある。そのためには、社会的インパクト評価が軸足を置きがちな成果 (アウトカム) の事前／事後評価にとどまらず、マネジメントのプロセスを継続的かつリアルタイムで評価してイノベーションに繋げていく必要があろう。そうした観点からは、ミッション、ビジョン (地方創生の視点) 、受益者 (観客の視点) 、関係者 (ステークホールダーの視点) を見据えつつ、それと並行してプロセス (マネジメント、財政の視点) の適否や課題をあわせて評価する『混浴温泉世界型BSC』のフレームワークは、アートプロジェクトの評価システムとして広く応用が利くものと考えている。

８－３．バランス・スコアカードの改訂

第１段階として、2017年度に作成したBSCの改訂の要否について、事務局・評価者間で検討をおこなった。その結果として、戦略マップなどのBSCの大枠や、現在71指標を設定しているKPIそのものの変更は不要との結論に至った。現行のKPIの体系は変えずに、そのうちの10の指標（定量指標５、定性指標５）について、今年度の実行委員会事業の計画が具体化したことにともない、2018年度目標値のアップデートをおこなうにとどめた。
具体的には次の表のとおりである。

業績評価指標 2018年度 目標の改訂

№.	業績評価指標	2018年度 目標	
		改訂前	改訂後
1	情報システムにおけるアーカイブの検索性を高め、情報共有を進める	グループウェア（含むナレッジベース）の導入の検討（可能であれば導入）	グループウェアの導入
2	事業推進マニュアル・組織図の作成による作業の平準化と指示系統の明確化(企画提案や、決定までのプロセスの明確化)	現行の内部ルールを整理 指示系統のルール化	現行の内部ルールを整理
5	助成金の申請書を作成できるスタッフの比率	40%	35%
7	勤労意欲の向上、労働環境の改善	ES調査の導入	勤務実態の把握
9	部会を編成し、業務内容ごとに関係する各委員が積極的に関わる	部会の設置	役割分担の明確化
17	ボランティアが参加しやすくなる仕組みづくりや環境改善	クラウドベースのシフト管理表の活用・ブラッシュアップ	メーリングリスト方式への転換と説明会開催
19	イベント時だけではなく、日常的な作業にも積極的に参加	７人	6人
25	グッズ販売額	200万円	300万円
28	清島アパートの継続運営による若手アーティストの支援（清島アパート入居率)	100%	113%
65	in BEPPU観客のリピーター率の向上	20%	15%

変更の詳細はこの表をご覧いただきたいが、ここで１点だけ№65のKPI「in BEPPU観客のリピーター率の向上」を改訂した考え方について触れておきたい。
リピーター率は2017年度にすでに27％という実績が出ているが、それにも関わらず、2018年度目標は20％から15％へむしろ下方修正した。それというのも、2017年度の『西野 達 in 別府』の来場者数実績が13,391名なのに対して、2018年度の『アニッシュ・カプーア IN 別府』は来場者数目標を40,000人に設定したからである。すなわち、前年度の来場者が全員鑑賞するという極端な仮定を置いたとしてもリピーター率は33％にしか達しない。このため、前年度の『in BEPPU』来場者の半数弱が今年度もリピートするという相場観で、リピーター率を15％としたのである。

８－４．バランス・スコアカードに基づく2018年度実績の評価

『BAM2018』ならびに『アニッシュ・カプーア IN 別府』を中心とする2018年度の実行委員会事業の実績を踏まえて、BSC計画期間２年目の中間評価をおこなう。それぞれのKPIについての詳しい計画・実績対比は、本書巻末に掲載している。以下では、BSCの５つの視点に掲げる戦略目的ごとに、評価結果の概要を記していく。

１．マネジメントの視点：実行体制の確立・強化

(１) 事務局体制の強化
この項目では、情報システム・インフラ整備を通じた情報共有と業務遂行の質の安定、大規模な事業を実施できる組織体制への成長、そしてスタッフ全員が心身ともに健康に働くことを目指している。
実行委員会事業のうち特に『in BEPPU』は、混浴温泉世界の全３回の開催を通じて見いだした「身体性を重視すること」「量よりも体験の質を重視すること」「地域性を活かすこと」の３つの方向性を踏襲し、１組のアーティストを招聘してこれまで以上に別府にフォーカスする、エッジの効いたプロジェクトを実施するものである。このためスタッフは、新たな価値を創出しようとするアーティストのチャレンジ、イノベーションにこれまで以上に寄り添い、その実現をサポートすることが求められる。一方で、『in BEPPU』にはスケジュールや予算が決められており、それ以外の実行委員会事業や、BEPPU PROJECTが手がける他事業との調整が求められることも多い。そのために、事業の進行管理と情報共有が必要不可欠である。アートプロジェクトのマネジメントには、非定型で臨機応変な対応を求められるクリエイティブな業務が多いが、そこに投じる時間を捻出するためにも、定型化できる仕事については、マニュアル化・効率化を図ることが望ましい。
このため事務局では、前年度に導入した進行管理ソフトを引き続き活用するとともに、今年度、グループウェアを導入して、スタッフ間のスケジュール調整や確認事項などをおこない、情報共有の精度向上を図った。また、事務局内に暗黙知として蓄えられてきたルールやノウハウを順次マニュアル化し、アップデートしていくこともおこなっている。さまざまなエビデンス (根拠) 書類の保存方法や、決裁の流れについても、今後明確なルール化を図る必要があろう。
大規模な事業を実施できる組織体制へと成長を遂げるうえで、それら事業の統括が担えるリーダーの育成も重要である。そうした観点からは、実行委員会事業を含む国民文化祭への取り組みを通じて、アートプロジェクト事業班で１名のリーダー育成が図られた。
さらに、事業遂行のための資金確保には、助成金の申請書を作成できるスタッフの育成も重要である。こうしたスキルについては、全職員のうち33％が獲得済という前年度水準を維持することができた。
今年度、国民文化祭の準備期間・会期中を中心に事務局業務は繁忙を極めた。こうしたこともあって、９月より勤務実態の把握のためにタイムカードを導入したところであり、適切な勤務管理を通じた勤労意欲の向上、労働環境の改善などに努めることが必要である。同様に、スタッフが自らを成長させるための機会提供やその仕組みづくりもできていないため、研修制度の導入などについて今後の検討を要する。

(２) 実行委員会体制の強化
この項目では、実行委員会に参画する各組織へ事業内容が浸透し、事務局スタッフだけではリーチしにくい業務内容に、実行委員が関わり進めていけるようになることを目指している。
この点については、実行委員が、事業内容についてより具体的なイメージを抱き自らの言葉で作品を説明できるような情報提供が必要であったと認められる。アニッシュ・カプーアの来別が取り止めになったのは残念だが、それだけに委員やボランティアなど多様なチャネルを通じた発信が求められたといえよう。
また、今年度は部会の設立には至らなかったが、委員がそれぞれの専門性を活かして、実行委員会事業により積極的に関わることができるよう、次年度以降の事業における部会編成が望まれる。

(３) 広域連携調整能力の強化
この項目では、県内他地域の行政・アート組織との強い信頼関係の構築や、全国の行政・アート組織とのネットワークおよび調整能力の向上を目指している。
県内ネットワークについては今年度、事務局のBEPPU PROJECTが国民文化祭の各市町村実行委員会に参加したことで、県内広域における関係構築をおこなうことができた。このネットワークを今後も継続していくことが重要である。

全国的には、山出淳也著『BEPPU PROJECT 2005-2018』の販促イベントや大学講義、他団体が運営するWeb媒体への出演を通じて、広報やネットワーク構築をおこなった。また『アニッシュ・カプーア IN 別府』には、県外の自治体・経済団体・芸術文化団体などが視察に訪れた。

(4) 外部マネジメント人材の育成・発掘
この項目では、簡易な制作業務を委託できる人材が県内に複数生まれること、制作のプロフェッショナル人材とのネットワーク構築、プロジェクトを推進できるマネジメント人材とのネットワークの構築、外国語対応が可能な企画・制作補助スタッフが複数生まれること、記録・広報のためのコンテンツを制作する人材とのネットワーク構築を目指している。こうした人材に、仕事を提供することを通じて育成していくことが重要である。
現在、簡易な制作業務を委託できる県内クリエイター・アーティスト４人、制作のプロフェッショナル人材７人、プロジェクト・マネジメント人材６人、外国語対応が可能な企画・制作補助スタッフ２人、記録・広報の専門家25人とのネットワークを構築している。

(5) ボランティア組織の強化
この項目では、ボランティアが自らの活動にやりがいを感じながら参加することを目指している。
ボランティアが参加しやすくなる仕組みづくりとして、独自説明会開催に加え、国民文化祭の別府市の説明会にも出向いて説明をおこなったほか、立命館アジア太平洋大学 (APU) 出身のスタッフを通じて広く学生の参加を促した。ただし、予約ツアー方式を採用した2016年度、JR別府駅前の『油屋ホテル』のみを有人会場とした2017年度と異なり、別府公園に３会場を設けた今回の『in BEPPU』は、より多数の人員が必要となり、円滑に運営をするための実働ボランティア人数の確保には至らず、不足分を事務局職員などで補うことになった。
ボランティアを確保していくには、彼らを協働するパートナーとして捉え、関わることの意義・価値や我々の目指すビジョンを共有し、協力者を増やすための活動・場づくりを計画的におこなっていく必要があろう。

２．財政の視点：財政基盤の確立

(1) 協賛金・助成金の獲得
この項目では、県内・全国の企業と信頼関係構築による協賛・助成の獲得や、事業に共感した個人の寄付の獲得を目指している。
県内新規営業件数 (目標４件、実績１件) 、全国企業の協賛・助成 (目標７社、実績４社) は目標を下回ったが、協賛金・助成金総額としては10,620,000円を獲得し、目標の7,500,000円を達成した。
個人の寄付の獲得については、業務が繁忙ななか、寄付窓口開設の要否の検討は後回しとなった。

(2) チケット・グッズ販売力の強化
この項目では、基礎的なチケット販売数の確保や、チケットを買いたいと思える仕組みづくり、グッズの収益源化を目指している。
基礎的なチケット販売については、実行委員会参画組織に販売委託したチケットのうち、83%が販売された。
チケット購入の仕組みづくりについては、県内小中学生の無料鑑賞券の配布 (総配布枚数の0.4%にあたる576枚が使用)や、学校生協での販売をおこなった。また、各種プレイガイドを導入した結果、372枚の売上があったため、販売窓口を広げる意味で今後も利用すべきであろう。
グッズ販売については、予算上の目標は3,000,000円と設定したが、実績は1,842,300円にとどまっている。

(3) 負担金など基礎的財源の獲得
この項目では、適切な予算の確保を目指している。
事業収支をみると、支出面は当初予算の計画内に収まった。収入面はチケット収入が当初予定の額には届かなかったが、ほかの収入でカバーできたため滞りなく事業を遂行することができた。

３．ステークホルダーの視点：創造都市プラットフォームの造成

(1) 地域内の創造的人材の拡大

この項目では、アーティストや愛好家だけではなく、一般市民も文化活動に携わるようになることを目指している。
事務局では、『BAM』に登録するプログラム企画者への情報提供、自発的交流の場として『ベップ・アート・マンスをつくろう会』を定期的に開催しており、今年度は15回 (前年18回、目標12回) の開催をおこない、参加率は26% (前年30%、目標33%) となった。今後ともこうしたフェイス・トゥ・フェイスの場を継続していくとともに、『BAM』登録プログラムの企画運営に役立つ情報をウェブ上で提供するなど、プログラムの質の向上を図る取り組みを効率的・体系的に進めていくことが重要である。
以上のような活動を踏まえて、プログラム企画者側の『BAM』という取り組みへの満足度 (「大変よい」「よい」の合計) 98%、登録してよかったかの満足度95%、次回も『BAM』に登録したいと答えたプログラム企画者の比率94%はいずれも目標 (90%超) を達成した。特に、前年度と比較して、取り組みへの満足度に「大変よい」と答えた割合 (前年69%→今年86%) 、登録してよかったかの満足度に「大変よい」と答えた割合 (前年57%→今年75%) が大きく伸びた点を評価したい。
また、これまで『BAM』に登録した団体のうち今回継続参加した団体は47団体（前年48団体、目標51団体）、今回新規に登録した団体は48団体 (前年45団体、目標48団体) となっている。
なお、若手アーティストの滞在制作の場である清島アパートは、113%の入居率となっている。

(2) 文化芸術の担い手の育成・支援

この項目では、若手アーティストの発表の場をつくることや、県内外で広域的にアートマネジメント人材が成長することを目指している。
BEPPU PROJECTは今年度、アーティスト・イン・レジデンス事業『KASHIMA』において、国内からアーティストユニットのNerholを、海外 (フランス) からサブリナ・ヴィタリを招聘して発表をおこなった。
また、アートマネジメント人材の育成に向けては、BEPPU PROJECTが県からの委託を受けてアートマネジメント講座の実践編を開講したほか、関西・中国地方の大学よりインターンシップ生の受け入れをおこなった。

(3) 文化芸術団体との連携

この項目では、県内の既存文化芸術団体・施設との協力体制の構築を目指しているが、今年度は新たな関係づくりをおこなうことができなかった。次年度において取り組むべき課題といえる。

(4) 海外機関との連携

この項目では、海外関係者との交流が進み、別府が日本におけるアートの先進地と評価されることを目指している。
今年度は、BEPPU PROJECTが加盟する国際ビエンナーレ協会 (International Biennial Association＝IBA) を通じて、世界中の国際展関係者が登録するメールマガジンに情報が発信された。また、別府市と関係が深いニュージーランド駐日大使 (同国ロトルア市が姉妹都市) が『アニッシュ・カプーア IN 別府』を視察した。

(5) 行政機関・企業・団体との連携

この項目では、自治体における文化芸術の必要性が向上し果たす役割が担当課以外にも拡大されること、企業における文化芸術の価値が向上し具体的な動きが起こること、各種団体における文化芸術の理解が進みそれぞれが創造的な連携をおこなう下地がつくられることを目指している。
文化芸術担当課以外の行政機関との連携については、『アニッシュ・カプーア IN 別府』が別府公園を会場としたことから、別府市の建築指導課、公園緑地課との連携が図られた。また、BEPPU PROJECTとして連携した、県商工労働部 (クリエイティブ産業振興事業) 、県の国民文化祭・障害者芸術文化祭局 (福祉・障がい者芸術関連事業) にも前年と同じく、実行委員会事業の周知をおこなった。今年度はさらに、別府市役所内プロジェクトチーム (経済活性事業) 、日田市農林振興部林業振興課 (林業振興事業) にも事業の周知を図った。民間企業については、大分県から委託を受けたクリエイティブ産業振興事業の企画運営を通じて、多数の企業との連携が引き続き深まりをみせていることに加えて、空港・商業施設における広報イベント開催や、別府市旅館ホテル組合連合会の会員への広報をおこなうことができた。
各種団体との関係強化については、これまでと同様、自治会や通り会、教育機関に実行委員会事業の周知を図ったほか、立命館アジア太平洋大学 (APU) 出身スタッフを通じて学生に向けても広く事業周知をおこなった。
このように各方面に向けて、作品制作に際しての協力関係の構築や、事業への理解の深化に努めている。

(6) 情報発信に関わるステークホルダーとの連携
この項目では、メディアなど情報発信に関わる人材との付き合いが日常的にでき、『in BEPPU』などを広報する際にしっかり報道してもらえる体制が整っていることを目指している。
こうしたメディアなどとの連携を進めるため、今年度は事務局に広報班を設立して会期以外の期間を含めて記者との日常的・系統的な連携を心がけ、随時情報提供に努めてきた。こうした結果、メディア掲載件数は258件 (前年187件、目標230件) にのぼった。

４．観客の視点：文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出

(1) 市民にとっても間口の広い事業の充実・強化
この項目では、『BAM』が、鑑賞者にとって参加しやすく、体験してよかったと思える事業に成長することを目指している。
『BAM』のプログラム企画者の設定した観客数目標の達成率は102%となり、おおむね予定どおりの集客ができたものと判断される。観客満足度 (「大変よい」「よい」の合計) も93% (前年91%、目標95%前後) となった。おおむね目標並といえるが、「大変よい」の割合が2017年度以降低くなっている点 (2016年72%→2017年56%→2018年59%) には、引き続き留意を要しよう。
県内の小中学生に無料鑑賞券を配布したところ、576枚の使用があった。総配布枚数の0.4%だが、子どもたちに世界的アーティストの作品に触れる機会を提供することができた点で、成果があったと評価できよう。また、ほとんどのケースでは、チケットを購入した大人が同行しているため、収支面でも一定の効果があった。また、こうして訪れた親子連れには過去の別府の芸術祭を体験していない人々が多かった模様であり、無料鑑賞券が、新たな客層にアプローチするきっかけになったといえる。
また、スタッフによるガイドツアーを毎週開催したほか、会期終盤にはプロデューサーツアー、キッズガイドツアーを企画した。さらに、市役所職員向けに17時以降の特別ツアーを開催した。しかし、そうしたガイドがつかなかった一般市民からは、作品を十分理解できなかったという声も多く、ツアー以外にも作品の理解を深める企画やツールを設けるべきであった。

(2) 国際的に発信力の高い事業の創出
この項目では、『in BEPPU』が、国際的に評価の高いアートプロジェクトとして位置づけられることを目指している。
今年度の『アニッシュ・カプーア IN 別府』は、世界的な彫刻家であるアニッシュ・カプーアの国内最大規模の個展として大きな話題を呼んだ。観客数目標の達成率は137%となり、観客満足度 (「よかった」「どちらかといえばよかった」の合計) も95% (前年95%、目標80%前後) となった。今年度のこうした成果を踏まえ、事務局は、2019年度の『in BEPPU』に招聘するアーティストの調査・交渉も順次進めているところである。

(3) 事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信
この項目では、『旅手帖 beppu』が、別府における最も充実したポータルサイトとして認知されるようになるとともに、『BAM』、『in BEPPU』などの情報が全国に発信されることを目指している。
『旅手帖 beppu』については、紹介店舗数累計126店、特集記事数累計５件、みんなの旅手帖投稿件数累計14件は目標どおりであった。閲覧数 (ビュー数) は112,126件／年 (前年53,000件、目標100,000件) となり、目標を上回った。今後もコンテンツの充実を図るとともに、ポータルサイトの認知をより高めていく必要がある。
『BAM』、『in BEPPU』のメディア露出を広告換算した結果は580,417,918円となり、前年度実績 (120,031,176円) と目標 (150,000,000円) を大きく上回った。ただし、この数字は全国メディア、特にTVの全国放送で採り上げられるか否かという、最終的には運頼みな要素で大きくぶれるため、そのままでは経営管理目標として扱いにくい。このため、1件100,000,000円以上のフロックを除いたベース金額で目標管理をおこなうこととしている。今回それに該当するのはNHK Eテレの『日曜美術館 アートシーン』だが、その効果を除いても250,000,000円であり、目標を大きく上回る結果を残した。

５．地方創生の視点：別府における諸課題の解決

(1) 地域のまちづくり人材の育成
この項目では、文化活動をおこなう人材が主体的にまちづくりに参画することを目指している。

『BAM』観客のうち次回は企画者側で参加したいと思った人は、全体の42% (前年34%、目標40%前後) となった。また、プログラム企画者に「『BAM』登録者のうち、最近１年間で地域活動に参画したか否か」を尋ねたところ、82% (前年49%) という高い水準になった。
2018年12月からは、別府市内で『BAM』の期間外に開催される文化芸術イベントの情報配信サイト『ベップ・アートナビ』※5) が稼働を始めており、年間を通じて別府でさまざまな地域・文化活動が繰り広げられ、地域のまちづくり人材が成長していくことを期待したい。

(２) 別府の新たな魅力創出・発信
この項目では、『BAM』が別府の秋の恒例行事として位置づけられること、『in BEPPU』の定着により別府市がエッジの効いた質の高いアート体験ができる町として認知が広がることを目指している。

『BAM』の観客のリピーター率は55% (前年48%、目標50%前後) 、プログラム企画者のリピーター率は50% (前年48%、目標50%前後) となり、目標を達成した。
また、2016年度からスタートした『in BEPPU』は今回で３回目となるが、今回の来場者のうち過去２回のいずれかにも参加したというリピーター率は22%となり、目標 (15%) を上回った。『in BEPPU』が別府の新たな魅力としてさらに定着していくことが期待される。

(３) 集客交流人口の多様化
この項目では、従来の中高年男性客だけではなく、温泉を第一の目的としない観光客が増加することを目指している。
『in BEPPU』に来場した女性観客の比率は62% (前年66%、目標70%前後) であったが、30代以下の観客は42% (前年42%、目標70%前後) と前年並で推移し、目標に比べて低い水準となった。30代以下が70%前後という目標値は『混浴温泉世界』や『目 In Beppu』 (2016) の水準を念頭に設定したものである。とはいえ、中高年齢層の比率の高まりは、一概に悪いこととは限らない。前年度の『西野 達 in 別府』の『油屋ホテル』はJR別府駅前、今年度の『アニッシュ・カプーア IN 別府』の『Sky Mirror』が別府公園の広場に設けられ、会期中自由に見学できたことから、来場者の年齢層の幅が広がったと考えられる。ちなみに、会場スタッフの実感を確認したところ、『油屋ホテル』では10代以下の若年層の来場も実際には多かった (世代の傾向としてアンケートに答えたがらない人が多く、集計結果に十分反映されなかった) のに対し、『Sky Mirror』の場合は従来に比べ明らかに高齢者の割合が増加したという。国民文化祭のリーディング事業に位置づけられ、メディア露出も多かったことから、これまでの芸術祭を経験していない多様な年齢層の来場者が『in BEPPU』を訪れたといえる。
また、「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているかという設問については、『in BEPPU』来場者の63% (前年68%、目標70%) 、『BAM』来場者の74% (前年67%、目標66%) が、別府をアートの町として認知していることがわかった。『in BEPPU』来場者の認知率が若干低下しているのは、別府の芸術祭 (『混浴温泉世界』『in BEPPU』) を今回初体験した来場者の割合が、今年度の方が多かった (前年57%→今年68%) ためとみられる。そのイメージを抱いた時期を質問したところ、『in BEPPU』、『BAM』ともにBEPPU PROJECTが創設された2005年以降が圧倒的に多くを占めた。さらに細かくみていくと、前年度は「2010～14年」という回答が最多であったが、今回は「2015年以降」が最多になった。これも同様に、別府の芸術祭初体験者が増えたことから、認知時期が後ろ倒しになったと考えられる。
ただし、このアンケートは実行委員会事業を体験した来場者が対象なので、数字が高く出がちな点には留意すべきである。本来は、無作為抽出の市民アンケートや、観光客全般を対象としたアンケートが望ましいが、現時点では実施が困難なため、来場者アンケートで代替したものである。
しかしここで、アンケートの分析に一工夫を凝らす。『in BEPPU』来場者アンケートに回答した664人のうち、『アニッシュ・カプーア IN 別府』の存在を知らず偶然訪れたと答えた人が25人いる。散策や運動に訪れた市民、観光客などが想定されよう。彼らのみを対象に、別府がアートの町というイメージを持つ人の比率を算出すると24%という結果になった。標本数が少ないという問題はあるが、前年度も同様の手法で試算した結果も同じ24%であり、『in BEPPU』を意識していない市民や観光客も、その1/4程度は別府をアートの町と認識している可能性がある。

(４) 他地域との連携による滞留時間の増加
この項目では、アートとともに地域体験を楽しみ、他地域にも足を延ばすことで２泊以上の滞在を目指している。『in BEPPU』観客のうち、２泊以上の宿泊客の比率 (２泊以上宿泊客／総宿泊客) をみると、39% (前年39%、目標55%) と前年並にとどまった。
また、KPIに設定はしていないが、来場者に占める宿泊客数の比率 (総宿泊客／総来場者) をみると38%であり、前年 (51%) に比べて低下している。県外客の比率が増加 (前年36%→今年45%) していることを踏まえると違和感のある結果

となっている。もっとも、宿泊客数の比率は2016年度も40%であり、3回開催した『in BEPPU』の中では、2017年度のみ比率が高まっている。これは、別府市役所 (2016年度) 、別府公園 (2018年度) と異なり、2017年度の『西野 達 in 別府』がJR別府駅前を会場にしたことが大きいと推察される。別府の温泉宿に泊まりに来た観光客はたいてい一度は駅を訪れ、そのときに作品に出会うというルートが想定される。実際、「偶然来訪した」と答えた来場者の比率は2017年度の方がかなり高い (前年16%→今年4%) 。すなわち、2017年度の宿泊客比率が高かった理由は、温泉目的の観光客による波及効果があったためと考えられる。『in BEPPU』自体の魅力により別府への観光集客を図るうえでは、今年度並の宿泊者比率をベースラインに考えるのが現実的といえる。

(5) 創造的人材の移住促進
この項目では、クリエイターなどのニーズに合わせた情報発信を通じて、移住者が増加することを目指している。実行委員会としての定住促進事業やBEPPU PROJECTの他の事業を通じて、2016年度以降に別府市内に移住・定住した人数は累計6人となり、目標 (6人) をクリアした。

6．教訓と提言

(1) 『アニッシュ・カプーア IN 別府』来場者の動向
大分県では、2018年10～11月にかけて国民文化祭が県内各地で開催され、県内外から大勢の観客が訪れた。
その国民文化祭の別府市リーディング事業であった『アニッシュ・カプーア IN 別府』にも、会期中に54,716人が来場した。会場ごとの内訳は、『Sky Mirror』34,525人、『Void Pavilion V』10,446人、『コンセプト・オブ・ハピネス』9,745人である。ここからわかるのは、チケットを購入して入場する有料会場の『Void Pavilion V』『コンセプト・オブ・ハピネス』に対して、野外に設置された無料会場の『Sky Mirror』に3.5倍もの来場者が訪れた事実である。
ここで、チケットを購入した有料来場者と、『Sky Mirror』だけを鑑賞した無料来場者の属性を、来場者アンケートから比較してみる。来場者の居住地 (①別府市、②大分市、③その他大分県内、④大分県外) は、有料来場者が①16%、②24%、③9%、④51%であったのに対して、無料来場者は①34%、②23%、③11%、④32%となった。無料来場者の居住地は別府市が最多だが、県外客もそれに次いで多かった。また、来場者に宿泊の有無を質問したところ、宿泊客の割合は、有料来場者で43%、無料来場者で31%であった。すなわち無料来場者の中にも、『Sky Mirror』を鑑賞しただけでなく、別府の温泉や食文化を満喫したり、国民文化祭の他のプログラムを鑑賞するなどした観光客が相当数いたと考えられる。こうした結果も踏まえて、『アニッシュ・カプーア IN 別府』と『BAM2018』の来場者による観光消費支出を試算すると、414,544,800円と推計される。これらの観光需要によって恩恵を受けるのは、主に地域の宿泊施設や飲食小売店である。実行委員会事業が得る事業収入はチケットとグッズの売上に限られ、『Sky Mirror』で満足して帰る無料来場者が想定より多かったことから、これらの収入は計画を下回った。たしかに、オープニングに予定していたアニッシュ・カプーアの来別が急遽中止になり、それを話題にスタートダッシュで認知度を向上させる計画が実現しなかったというアクシデントもあった。しかし、世界を代表する彫刻家アニッシュ・カプーアの大規模個展ということもあって、目標設定が野心的にすぎた面は否めないのではないか。過去2回の『in BEPPU』が会場の制約から入場無料であったことも、今回、チケット販売戦略を練るうえで不利に働いたといえよう。
一方で、全国と地方のメディアに大きく取り上げられ (広告換算額580,417,918円) 、初めて別府の芸術祭を訪れた県民も多く (来場者の68%が初めて来場) 、来場者の幅が広がりを見せつつあるのも事実である。こうした層の人々をどう取り込み、アートへの積極的な関心を高めてもらうかが、次年度以降のレガシーとして重要である。

(2) 国民文化祭における広域連携と業務運営上の課題
国民文化祭において、BEPPU PROJECTは実行委員会事業の事務局として別府市リーディング事業の『アニッシュ・カプーア IN 別府』を推進したほか、山出代表理事が市町村実行委員会事業アドバイザーとして各市町村の実行委員会に参画してさまざまな助言をおこなうとともに、『きつき大茶会』 (杵築市) 、『なかつ水灯り2018』 (中津市) 、大巻伸嗣個展『SUIKYO』 (日田市) 、『日田の山と川と光と音』※6) (日田市) 、『1人ひとりのもつ可能性を活かす仕組みを考えるアート展Action! 』 (大分県、会場：大分県立美術館) などの企画運営にもあたってきた。
『アニッシュ・カプーア IN 別府』の来場者アンケートで「ほかに参加したまたは参加しようと思っている国民文化祭の事業はあるか (複数回答可) 」と質問したところ、『大分県立美術館展覧会』54%、大巻伸嗣個展『SUIKYO』28%、『大分市美術館展覧会』27%、『回遊劇場』24% (大分市) 、別府市の他の事業21%、『なかつ水灯り2018』11%という結果になった。大分市内の文化施設が多いものの、日田市や中津市にも回遊する傾向が窺える。

国民文化祭を訪れた観客が『アニッシュ・カプーア IN 別府』だけでなく、県内各地を周遊してアートや歴史・食文化を体験するカルチャーツーリズムを実現したことは、実行委員会事業にも寄与したといえる。
その反面、国民文化祭の準備期間・会期においてBEPPU PROJECTは県内各地のアートプロジェクトの企画運営に携わることになり、業務は繁忙を極めた。それらを大過なく遂行した手腕は評価に値するが、直面する仕事を最優先した結果、事業運営体制の中長期的な基盤固めに向けた作業で幾つか先送りになったものもある。マネジメント面では研修制度導入、実行委員会体制強化、財政面では資金調達手段の多様化 (個人寄付の窓口開設の検討) 、ステークホルダー面では県内芸術文化団体・施設との関係強化などである。
次年度は、国民文化祭で築いたネットワークの継続を図るとともに、今年度に着手できなかった作業を着実に進めて組織基盤の強化に努めることが重要である。

(3) 次年度の『in BEPPU』に向けて
来場者アンケートで、今後の『in BEPPU』にどのようなアーティストを期待するかと訊いたところ、①国際的に活躍する著名なアーティスト69%、②次代を担う新進アーティスト54%、③地元アーティスト23%という結果になった。
著名アーティストを望む声はしごく当然の意見で、さしずめ今年度のアニッシュ・カプーアはその代表格といえるが、一方で新進アーティストへの期待も高いのは、新しいチャレンジや実験性を受け容れる別府らしさの発露といえるかもしれない。多様性を重視するこうした視点を踏まえ、各年度の『in BEPPU』のアーティストを検討していく姿勢が必要である。
また、別府市では『BAM』を契機に、市民が文化芸術活動に積極的に参画する機運が高まってきたし、「県民総参加」を掲げた国民文化祭を通じて県内各地にも同様の動きが芽生えようとしている。こうしたレガシーを発展させていくうえで、『BAM』のみならず『in BEPPU』への市民・県民の関わりしろをどう拡大していけるかが課題といえる。
一方、次年度は『in BEPPU』会期とおそらく重なるかたちでラグビーワールドカップが大分で５試合開催され、国内外から大勢の観戦客が大分県を訪れることが想定される。最初の３試合（プール戦）にはウェールズ、オーストラリア、ニュージーランド、カナダ (以上、キャンプ地別府市) 、フィジー、ウルグアイ (以上、キャンプ地大分市) の６ヶ国が参戦し、後半２試合 (10月19-20日) は準々決勝戦となる。インバウンドの観戦客のうち、最も多いのが英国 (ウェールズ、イングランド) であり、それに次ぐのがオーストラリア、ニュージーランドといわれる。このように、英国や豪州から、今まで大分県が経験したことのない規模の観光客が訪れる中で、別府の魅力を発信していくうえで、アートという世界共通言語は有効であろう (ちなみにアニッシュ・カプーアは英国籍である) 。
このように次年度の『in BEPPU』では、市民・県民総参加の視点とインバウンド促進の視点を両にらみにしながら、アーティストの選定と事業計画の策定、そしてBSC改訂の検討をおこなっていく必要がある。

７．評価結果のポイント

最後に、ここまで記してきた評価結果について、そのポイントを記したい。

バランス・スコアカードによる評価結果のポイント

	評価結果
地方創生の視点	・これまでの実行委員会事業を通して「アートの町・別府」のイメージが浸透（来場者の６～７割が認知）。 ・『BAM』にプログラム企画者として参加した市民は、日常的にも地域活動に熱心（82%が会期外に地域活動に参加）。会期外の文化芸術イベントを登録できる情報配信サイト『ベップ・アートナビ』が稼働したことで、さらなる活性化に期待。 ・『BAM』一般参加者の42%は次回、企画者サイドでの参加を希望。
観客の視点	・『アニッシュ・カプーア　IN　別府』の来場者数は目標を上回り（達成率137%）、観客の評価も高い結果（満足度95%）となった。 ・今回で９回目となる『BAM』は、おおむね予定どおりに実施された（来場者数達成率102%、観客満足度93%）。 ・情報発信事業については、メディア露出を広告換算した結果は580,417,918円（１件100,000,000円以上のフロックを除いても約250,000,000円）となり、前年実績 (120,031,176円) と目標 (150,000,000円) を大きく上回った。『旅手帖　beppu』については、引き続きコンテンツの充実と認知度の向上に努めるべきである。
ステークホールダーの視点	・『BAM』に登録するプログラム企画者とは、「ベップ・アート・マンスをつくろう会」（年間15回開催）などを通じて連携を深め、満足度や次年度参加意向が90%超となった。 ・アーティスト・イン・レジデンス事業や県アートマネジメント講座の運営を通じて、文化芸術の担い手の育成・支援をおこなった。 ・海外機関、行政機関、企業、各種団体、メディアなどとの連携は進んだが、県内文化芸術団体については新たな連携がなかったため、今後の課題。
財政の視点	・収入面において、チケット収入が当初予定の額には届かなかったが、最終的には実行委員会事業の実施に要する財源を確保することができた。
マネジメントの視点	・情報インフラ整備や定型業務のマニュアル化を通じた進行管理・情報共有は一定の進展をみており、引き続き推進を図るべき。 ・広域連携調整能力の強化については、事務局のBEPPU PROJECTが国民文化祭の各市町村実行委員会に参加したことで、県内広域の関係構築をおこなうことができた。このネットワークを今後も継続していくことが重要。 ・ボランティアについては、円滑に運営をするための実働ボランティア人数の確保には至らなかった。彼らを協働するパートナーとして捉え、ビジョンの共有、協力者を増やすための活動・場づくりを計画的におこなうことが必要。
教訓と提言	・『アニッシュ・カプーア IN 別府』には54,716人が来場し、相応の観光消費が誘発された。メディアに大きく取り上げられ、初めて別府の芸術祭を訪れた県民も多く（来場者の68%が初めて来場）、来場者の幅が広がりを見せつつある。反面、野外展示の『Sky Mirror』だけを鑑賞した無料来場者が想定以上に多いため、こうした層の人々をどう取り込み、アートへの積極的な関心を高めてもらうかが、次年度以降のレガシーとして重要。 ・BEPPU　PROJECTは実行委員会事業のみならず、県内各地の国民文化祭事業の企画運営にもあたってきた。県内各地を文化で周遊するカルチャーツーリズムの取り組みは実行委員会事業にも寄与した一方、BEPPU　PROJECTの業務は繁忙を極めた。次年度は、国民文化祭で築いたネットワークの継続を図るとともに、今年度に着手できなかった作業を着実に進めて組織基盤の強化に努めることが重要。 ・『in　BEPPU』のアーティスト選定には、著名作家のみならず、新進作家の登用への期待も高い。こうした視点に加え『BAM』や『国民文化祭』における市民・県民総参加の流れと、ラグビーワールドカップ大分開催を契機としたインバウンド促進を両にらみしながら、次年度のアーティストを選定していくことが必要。

※１) 発展的評価の詳細については『平成30年度アーツ・コンソーシアム大分構築計画実績報告書』第５章を参照。
※２) 2016年度の戦略マップについては『別府現代芸術フェスティバル「混浴温泉世界」実行委員会 平成28年度 事業報告書』(http://www.beppuproject.com/press) 第８章を参照。
※３）実行委員会の場では2020年度までのBSCを協議したが、中長期の事業内容・予算は明確でないため内部管理用の目標とし、事業報告書では当該年度の目標・実績と、次年度の目標を公表。
※４）『混浴温泉世界実行委員会 平成29年度 事業報告書』(http://www.beppuproject.com/press) 第７章を参照。
※５）『ベップ・アートナビ』は『BAM』のWebサイト上に開設されている。『BAM』のプログラム企画者のみ、会期後約１年間、会期外のイベント情報を登録できる (毎年更新) 。
※６）『日田の山と川と光と音』は国民文化祭の事業ではなく、日田市水害復興芸術文化事業として実施。

「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」実現に向けたビジョン[2016〜2020]

文化芸術創造都市の実現に向けたプロセス

産　創造的人材による化学反応＝産業の創出

創造的人材が出会い地域に化学反応を起こすことで新たな産業が創出

↑

人　創造的人材を受入れる政策＝人材の誘致

イメージが良くなった街に受信力・発信力の高い人材が集まりやすい

↑

場　創造的事業でイメージ向上＝魅力の発信

アートが持つ国際言語＝感性価値によって都市のイメージ向上・発信

別府モデルを全国に広げる

・記録集や報告書などで発信
・自治体や関係者からの発信

H32

地方創生の成功モデルとして全国に発信

別府モデルを大分県全域に広げる

H30

国文祭に合わせ仕組みを県下全域に移植

”アート × 地域”を持続的に推進する組織造成

領　域：国民文化祭おおいた2018　市町村実行委員会事業
テーマ：カルチャーツーリズム
内　容：従来の各文化に携わるアマチュア愛好家の発表の場としてだけではなく、大分県を5つの文化圏にゾーニング、それぞれに与えたゾーンテーマを元に、地域性を活かした文化事業(リーディングプロジェクト)を各市町村が新規に造成。それとともに他の文化事業や地域体験および食体験を同時に紹介し、地域の魅力発信事業として位置付ける。　※山出が全体アドバイザーとして関与
条　件：①教育委員会だけではなく、関係する市長部局(文化・商工・観光など)も含む組織体制の構築
②各市町村ごとの魅力の開発とともに、ゾーンを同一とする他の地域と連携を図り、広域的な魅力の開発・発信
③ゾーン「出会いの場」(別府市・大分市・由布市）が集客の核となり、着地型観光と同様の考え方で県内各地に誘客する

ビジョン：「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」

全国的な観光地であり、戦災を免れ外国人が多い地域性を活かした多様な文化の取り組みと、地域資源を融合させた事業によって、新たな魅力の造成と市民意識の醸成を図るとともに、携わる人材が生き生きと活躍し続ける、市民中心都市・別府の実現を目指す。

【芸術振興】 優れた作品の鑑賞機会充実と若手作家の応援

・別府ならではの手法を開発し、この場でしか体験できない作品を紹介
・次代を担う若手作家を発掘し応援するための企画を実践する

【人材育成】 多様な事業の現場を学びの場として活用

・事業を推進する人材を育成。今後のまちづくり従事者として成長
・多様な価値を広く紹介することで青少年の健全育成につなげる

【観光推進】 観光地別府の新たな魅力発信事業として活用

・アートという国際的な共通語＝感覚的な価値によって全国に魅力を発信
・新たな魅力発信によって若年層女性客など交流人口の”多様化”を目指す

【地域活性】 文化芸術を地域活性化の核として活用

・空き家を整備しクリエーターのニーズに合わせた移住促進を図る
・様々な活動を通して地域経済の活性化や新規産業創出に寄与する

別府市の現在と背景

現在　混浴温泉世界やBAMの開催によって、全国でもアートの町・別府市と認識されるようになった。インバウンド4000万人時代を視野に、地方創生の成功モデルとして位置づけ、この動きをますます加速化したい。

↑

背景　大型温泉観光地別府市は、新たな時代の変化のなかで鮮度を失い、この街に定住しようとする若者が減少している。そこで、多様性を受け入れ変化に対応した地域社会を支える文化基盤の創出が求められている。

【戦略マップ】

地方創生の視点　別府における諸課題の解決
- 地域のまちづくり人材の育成
- 別府の新たな魅力の創出・発信
- 集客交流人口の多様化
- 他地域との連携による滞留時間の増加
- 創造的人材の移住促進

観客の視点　文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出
- 市民にとっても間口の広い事業の充実・強化
- 国際的に発信力の高い事業の創出
- 事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信

ステークホルダーの視点　創造都市プラットフォームの造成
- 地域内の創造的人材の拡大
- 文化の担い手の育成・支援
- 文化芸術団体との連携
- 海外機関との連携
- 行政機関・企業・団体との連携
- 情報発信に関わるステークホルダーとの連携

財政の視点　財政基盤の確立
- 協賛金・助成金の獲得
- チケット・グッズ販売力の強化
- 負担金など基礎的財源の獲得

マネジメントの視点　実行体制の確立・強化
- ボランティア組織の強化
- 外部マネジメント人材の育成・発掘
- 事務局体制の強化
- 広域連携調整能力の強化
- 実行委員会体制の強化

添付資料2

混浴温泉世界実行委員会　バランス・スコアカード（Balanced Scorecard＝BSC）

※混浴温泉世界実行委員会のBSCであるため、同委員会主催事業を中心に記載し、事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTが関わるその他事業については同委員会事業との連携の観点から記載する。

視点	戦略目的	目指すべき具体的な姿	№.	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単位	現状（特記ない場合2016年度現在）	2017年度 目標	2017年度 実績	2018年度 目標	2018年度実績	2019年度 目標	備考
マネジメントの視点：実行体制の確立・強化	事務局体制の強化	情報システム・インフラの整備が進み、情報が常に共有され、誰が従事しても安定した質の業務遂行が図られる	1	情報システムにおけるアーカイブの検索性を高め、情報共有を進める	B	定性	インプット	－	事業によって共有の手段・状況に違いがある	進行管理ソフト(導入済)の活用の徹底	本年度は進行管理ソフトで各事業担当者が進行表を作成した。しかし、ガントチャートの項目の精度の細かさに個人差が出たり、事業後半の佳境時には更新が手付かずになる等の状況が見られた。また、情報共有の精度にもスタッフによってばらつきがある。進行管理・情報共有の精度についてともに改善が必要である。	グループウェアの導入	昨年度に引き続きガントチャートソフトを活用しプロジェクトの進捗管理をおこなった。また、本年度より導入したグループウェア上でスタッフ間のスケジュール調整や確認・連絡などをおこない、情報共有の精度の向上を図った。	グループウェアの活用・ブラッシュアップ	現在できていないことの原因が、システムがないせいなのか、時間がないせいなのか（後者の場合、システム導入によって時間が生まれるか）を問い、システム導入の費用対効果を十分考えたうえで、導入是非を判断する
			2	事業推進マニュアル・組織図の作成による作業の平準化と指示系統の明確化(企画提案や、決定までのプロセスの明確化)	B	定性	インプット	－	なし	組織図作成済 標準化を図る業務の範囲の確定	本年度よりプロジェクトの種類によって担当班を二つに分けた。各班ごとに会議を持ち、指示系統を明確にした。	現行の内部ルールを整理	事務局内のルールを日々アップデートし共有を図っている。	さらなるマニュアル類の作成およびグループウェアへの登録	人・時間のリソースは有限であることを認識し、いかに効率的にタスクをこなせるかを検討することが重要。そのために、ルーティンワークと創造的ワークを分け、前者をマニュアル化、自動化していくことで、後者に配分するリソースを確保すべき
			3	雛形書類の作成と活用を段階的に体系化する	B	定性	インプット	－	書類が事業ごとにバラバラに保管されており、汎用的な書式が体系的に保管されていない	汎用性の高い書式の抽出と体系的保管	アートプロジェクト班では制作物・提出物作成において決済伺書を班内でまわす新ルールが設けられた。内容の質の向上と、班内でのチェック能力の向上に作用するが、ルールがまだ徹底されておらず、チェック精度もスタッフによってばらつきがあるので、より一層の改善が必要である。	日常業務を通じて徐々に雛形書類を作成	事務局内の書類作成精度の向上に、より一層力を入れた。次年度以降、監査対応を見据えたエビデンス書類の残し方・決済の流れについて、明確にルール化し改善につとめる。	共通様式集の完成 グループウェアへの登録	4月以降、社内講座を予定
		大規模な事業を実施できる組織の体制に成長する	4	大規模事業の統括が担えるリーダーの育成	B	定量	インプット	人	0	1	**2**	1	1	1	2016年は通常業務の延長として従事
			5	助成金の申請書を作成できるスタッフの比率	B	定量	インプット	%(構成比)	0	20	職員12名のうち4名＝33%	35	職員15名のうち5名=33%	50（申請書を作成するメンバーが固定化されているので、できるだけ多くのスタッフに機会を提供する）	企画をゼロベースから立案する能力を求めているわけではない 他人が構想した企画案を、申請書のレベルに落とし込む能力を、全スタッフが身につけることを目指す
			6	スタッフが自らを成長させるための機会提供・仕組みづくり	B	定性	インプット	－	各自の自由意志	研修制度の導入を検討	次年度内部研修制度を導入	研修制度の導入	研修制度を導入しようとしたが、多忙な業務に追われ実現することができなかった。	年度始めに計画する	事務局が求める人材・能力と、スタッフが目指すそれとのすり合わせが重要 自身が伸ばすべき能力を各スタッフが考え、代表との個人面談を経て、各自の研修計画を策定する
		スタッフ全員が心身ともに健康に働く	7	勤労意欲の向上、労働環境の改善	B	定性	インプット	－	従業員満足度(Employee Satisfaction＝ES)は未計測	勤務実態の把握	ESの是非も含め検討中	勤務実態の把握	9月より勤務実態の把握の為にタイムカードを導入した。特に繁忙期は著しく勤務超過が見られた。次年度以降どのように改善をおこなうか検討をする。	環境改善に向けた取り組みを検討	
	実行委員会体制の強化	参画するそれぞれの組織へ事業内容が浸透し、事務局スタッフだけではリーチしにくい業務内容を実行委員が関わり進めていく	8	各組織内における実行委員会事業の情報共有・広報活動の強化	A	定性	インプット	－	組織によって濃淡にムラがある	情報共有を密にする	実行委員会開催以外には、事業の進捗報告を一斉メールで送るなどしている。次年度は部会を作るなどして、より一層の情報共有を図る	情報共有を密にする	実行委員会上での説明のみならず、事務局から各委員へより具体的なイメージや言葉を提供すべきだった。委員やボランティアなど関係者に向けた学びの場を用意するなど、次年度以降、委員の意見を聞きながら改善に努めたい。	情報共有を密にする	
			9	部会を編成し、業務内容ごとに関係する各委員が積極的に関わる	A	定性	インプット	－	現状なし(過去には存在)	部会編成の検討	次年度より検討	役割分担の明確化	今年度は部会を設立することはできなかった。より積極的な関わりを促すためにも次年度以降は事業内容にあわせた部会を編成し、部会内で検討されたことを事務局が遂行していくようつとめたい。	部会設置の要否を検討	
	広域連携調整能力の強化	県内他地域の行政・アート組織と強い信頼関係が生まれる	10	各組織との事務局スタッフのネットワーク構築・調整能力の向上、直接的な業務での関係強化	A	定性	インプット	－	代表および担当職員のみの関係性	関係性・調整能力の強化	行政に関しては、他事業で関係した方に実行委員会事業の案内を行った。アート組織に関しては、大分県主催のアートマネジメント講座などを通じて、相互交流を行い関係性を築くことができた。	関係性・調整能力の強化	国民文化祭の各市町村の実行委員会に参加し、関係を築くことができた。今年度築いた関係性を今後も継続して保てるよう努力したい。	関係性・調整能力の強化	チラシ設置、ポスター貼りへの協力など具体的なエピソードを定性評価
		全国の行政・アート組織とのネットワークおよび調整能力が向上する	11	各組織との事務局スタッフのネットワーク構築・調整能力の向上、直接的な業務での関係強化	B	定性	インプット	－	代表および担当職員のみの関係性	関係性・調整能力の強化	他エリアの講座にスタッフが参加し広報するなど、相互交流の機会が生まれた。	関係性・調整能力の強化	これまで築いたネットワークを活かし、総合プロデューサー山出淳也の著書の販促イベントにあわせた事業広報機会を、福岡3回/大阪1回/東京1回設けた。また九州大学、九州産業大学の授業内で事業広報をさせていただいたほか、他団体が運営するウェブ媒体に出演するなどした。 また、『アニッシュ・カプーア IN 別府』では、愛媛経済同友会、宮崎市議会、茨城県庁、奈良県庁、九州地方自治会、横浜美術館、アサヒグループ芸術文化財団などが視察に訪れた。	関係性・調整能力の強化	全国各地の芸術祭、アートプロジェクトへの参加などを通じて関係強化を図る
	外部マネジメント人材の育成・発掘	簡易な制作業務を委託できる人材が県内に複数生まれる	12	県内アーティスト・クリエイターが関わる現場の造成を通して、彼らを育成	B	定量	インプット	人	1	2	**2**	3	4	4	当該年度に仕事を依頼した実績件数ではなく、強いネットワークを持つ人の数 狭義の現場設営作業に限らず、制作業務全般が対象
		設営計画を立てることができる制作のプロフェッショル人材とのネットワークが構築される	13	専門家の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供	A	定量	インプット	人	4	5	5	6	7	7	当該年度に仕事を依頼した実績件数ではなく、強いネットワークを持つ人の数
		プロジェクトを推進できるマネジメント人材との密なネットワークが構築される	14	マネジメント人材の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供	A	定量	インプット	人	5	5	5	6	6	7	当該年度に仕事を依頼した実績件数ではなく、強いネットワークを持つ人の数
		外国語対応が可能な企画・制作補助スタッフが複数生まれる	15	県内のマネジメント人材(留学生含む)の調査・仕事の提供を通し育成	B	定量	インプット	人	1	2	2	3	2	4	当該年度に仕事を依頼した実績件数ではなく、強いネットワークを持つ人の数
		記録・広報のためのコンテンツを制作する人材との密なネットワークが構築される	16	専門家（Web制作者、ライター、カメラマン、映像制作者、翻訳者）の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供	B	定量	インプット	人	17	20	23	25	25	25	当該年度に仕事を依頼した実績件数ではなく、強いネットワークを持つ人の数
	ボランティア組織の強化	ボランティア活動にやりがいを感じながら参加する	17	ボランティアが参加しやすくなる仕組みづくりや環境改善	A	定性	インプット	－	なし(事務局内部のシフト管理表のみ)	クラウドベースのシフト管理表への移行	クラウドベースの参加管理ソフト、シフト管理ソフトを導入したが、上手く活用されなかった（そもそもボランティアの参加数自体が少なかった）	メーリングリスト方式への転換と説明会開催	当事業独自のボランティア説明会を開催するとともに、別府市の国民文化祭ボランティア説明会に出向き当事業の説明をおこなった。また、APUを卒業したばかりのスタッフに事業に関わってもらい、広く学生の参加を促した。	活用・ブラッシュアップ	
			18	in BEPPUを中心とする実行委員会事業を円滑に運営するための実働ボランティアの人数の確保	B	定性	インプット	－	目 In Beppuツアーガイドを中心に実働15名	西野 達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定	主にアルバイトで対応	円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	円滑に運営をするための実働ボランティア人数の確保にはいたらなかった。次年度以降、関わっていただく方を単なる労力としてではなく、協働するパートナーとして捉え、関わることの意義・価値や我々の目指すビジョンを共有し、協力者を増やすための活動・場作りを計画的におこなう必要がある。	ボランティアとして関わる意義を伝えるための活動・機会の創出	
			19	イベント時だけではなく、日常的な作業にも積極的に参加	B	定量	インプット	人	5	6	5	6	5	8	
財政の視点：財政基盤の確立	協賛金・助成金の獲得	県内企業と信頼関係が構築され、協賛・助成を得ることができる	20	10万円以上の大口協賛・助成金の企業の増加（協賛・助成金合計額）	E	定量	インプット	万円	427	720	754	750	1062	800	
			21	新規営業件数	A	定量	インプット	社	0	3	4	4	1	3	既往協賛企業（協賛実績が2年前以前）への再度のトライも件数に含める
		全国企業と信頼関係が構築され、協賛・助成を得ることができる	22	メセナ活動に興味を持つ企業への協賛・助成金営業活動(目標＝1社あたり50万円以上)	E	定量	インプット	社	3	5	4（SOMPOアート・ファンド、資生堂、ANA、アサヒグループ芸術文化財団）	7	4（SOMPOアート・ファンド、アサヒグループ芸術文化財団、花王芸術・科学財団、全国税理士共栄会）	6	2016年は資生堂、ANA、アサヒビール
		個人が事業に共感し寄付する	23	寄付窓口の開設とインセンティブの造成、継続的な運営を通じた寄付金の獲得	B	定量	インプット	%(前年比)	なし	寄付窓口開設の検討	次年度の必要性も含めて検討。その検討結果を踏まえて次年度数字を記載する。	必要性も含めて検討	他業務に追われ、販売を優先したため、寄付窓口の開設がおこなえなかった。	必要性も含めて検討	現状、BEPPU PROJECTには賛助会員制度があるが、実行委員会にはない
	チケット・グッズ販売力の強化	チケット販売が行われる場合に基礎的なチケット販売数がクリアされる	24	実行委員会参画組織内や関係団体での販売力強化	C	定性	インプット	－	チケット販売なし	チケット販売なし	チケット販売なし	実行委員会の現実的な目標設定	実行委員組織の委託販売数のうち83%が販売された。今後より一層、販売力の強化につとめる。	実行委員会の現実的な目標設定	組織によって関わり方が様々である（～2015年）
		グッズが収益源になる	25	グッズ販売額	E	定量	インプット	万円	グッズ販売なし	300	114	300	180	50	
		チケットを買いたいと思える仕組みが生まれる	26	チケット販売に備えた仕組みの検討	E	定性	インプット	－	チケット販売なし	チケット販売なし	チケット販売なし	導入	県内小中学生の無料鑑賞券の配布および学校生協での販売や各種プレイガイド（ローソンチケット・セブンチケット・peatix・イープラス）、ミューぽん（東京アートビート運営）の導入をおこなった。無料鑑賞券に関しては、使用率0.4%ではあったが、これまで来場しなかった方がほとんどのように見られたためある一定の効果はあったと考える。また、各種プレイガイドでは372枚の売上があった。販売窓口を広げる意味で今後も利用したい。	導入	
	負担金など基礎的財源の獲得	適切な予算の確保	27	2020年までの適切な予算の確保	E	定性	インプット	－	予算確保	予算確保	予算確保	予算確保	チケット収入が当初予定の目標額には届かなかったが、ほかの収入でカバーできたため滞りなく事業を遂行することができた。	予算確保	

添付資料2

混浴温泉世界実行委員会　バランス・スコアカード（Balanced Scorecard＝BSC）

※混浴温泉世界実行委員会のBSCであるため、同委員会主催事業を中心に記載し、事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTが関わるその他事業については同委員会事業との連携の観点から記載する。

視　点	戦略目的	目指すべき具体的な姿	№.	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単　位	現　状（特記ない場合2016年度現在）	2017年度 目標	2017年度 実績	2018年度 目標	2018年度実績	2019年度 目標	備　考
ステークホルダーの視点：創造都市プラットフォームの造成	地域内の創造的人材の拡大	アーティストや愛好家だけではなく、一般市民も文化活動に携わる	28	清島アパートの継続運営による若手アーティストの支援（清島アパート入居率）	D	定量	アウトプット	%(構成比)	100	113	88	113	113	100	2010年より継続運営。8組定員だが2017年は例外的に9組入居
			29	ベップ・アート・マンスの登録プログラムの質の向上に向けた、プログラム企画者へのアドバイスの効率的・体系的実施	B	定性	アウトプット	－	なし	章立て完成	安全管理マニュアルの作成を行った。	活用・ブラッシュアップ	会場確保の情報提供や企画者への個別具体的なアドバイスをおこなうほか、企画者同士の情報交換の場「ベップ・アート・マンスをつくろう会」を継続実施し、プログラムの質の向上につとめた。今後さらなる質の向上を目指し、効率的・体系的な仕組みを早急に計画する。	活用・ブラッシュアップ	顧客満足度の高い事業やその秘訣・改善方法をインタビューなどを交え紹介し、ベップ・アート・マンス担当スタッフ交代時の引継書としても活用できるよう目指す。
			30	運営者育成に向けた、ベップ・アート・マンスをつくろう会の継続実施	D	定量	アウトプット	回	12	12	18	12	15	12	
			31	運営者育成に向けた、ベップ・アート・マンスをつくろう会への参加率の向上（つくろう会参加団体数/総団体数）	B	定量	直接アウトカム	%(構成比)	27	30	30	33	26	36	参加者が自発的に交流し、意欲や企画を高め合う場として、ベップ・アート・マンスをつくろう会がある。これこそが創造的人材の拡大につながるため、最終的には参加率100%を目指したい。
			32	プログラム企画者による、ベップ・アート・マンスという取り組みへの満足度	D	定量	直接アウトカム	%(構成比)	98	90超	96	90超	98	90超	現状並の高い満足度を維持
			33	プログラム企画者による、ベップ・アート・マンスに登録してよかったかの満足度	D	定量	直接アウトカム	%(構成比)	93	90超	94	90超	95	90超	現状並の高い満足度を維持
			34	次回もベップ・アート・マンスに登録したいと答えたプログラム企画者の比率	D	定量	直接アウトカム	%(構成比)	92	90超	95	90超	94	90超	現状並の高い比率を維持
			35	サービスや業務の質の向上によるベップ・アート・マンスの継続登録団体の増加（過去に参加したことのある団体のうち、今回リピーター参加した団体数）	B	定量	直接アウトカム	団体	45	48	48	51	47	54	
			36	参加したいと思うような営業活動によるベップ・アート・マンス新規登録者の増加（新規登録団体数）	B	定量	直接アウトカム	団体	40	44	45	48	48	53	新規参加者と継続参加者がバランスのとれた状態で増加することが望ましい
	文化芸術の担い手の育成・支援	若手アーティストの発表の場をつくる	37	若手アーティストが発表する企画の実施	B	定性	直接アウトカム	－	KASHIMAにて一組の国内アーティストを海外に派遣。また、海外アーティストを一組別府に招へいし発表を行った。	二組以上の若手アーティストの活躍の場を設ける。	KASHIMAにて二組の国内アーティストを海外に派遣。また、海外アーティストを二組別府に招へいし発表を行った。	国内・海外若手アーティスト計二組に別府での滞在制作の機会と、発表の場を設ける。	事務局であるBEPPU PROJECT主催事業KASHIMAにてアーティストユニットnerhol、フランスよりサブリナ ヴィタリを招へいし展示発表をおこなった。	企画の実施	別府市外の人材であっても、芸術文化の担い手を育成・支援していくことは、実行委員会事業のビジョン実現に不可欠
		県内外で広域的にアートマネジメント人材が成長する	38	県内外におけるアートマネジメント人材の育成活動	B	定性	直接アウトカム	－	アートマネジメント講座・入門編の開催	アートマネジメント講座・入門編＆実践編の開催	アートマネジメント講座・入門編＆実践編の開催	アートマネジメント講座の開催や、研修の受け入れを検討	大分県主催のアートマネジメント講座実践編を開催するほか関西・中国地方の大学よりインターンシップ生の受け入れをおこなった。 また、ベップ・アート・マンス企画者に向けて作成した安全管理マニュアルの活用をおこなった。次年度以降随時改定と共有し人材の育成につとめたい。	育成機会を継続して設ける	同上 アートマネジメント講座や、インターン受け入れなど多様な育成支援を想定
	文化芸術団体との連携	県内の既存芸術文化団体・施設との協力体制が構築される	39	既存文化芸術団体(芸振の加盟団体など)や文化施設との関係性強化（ベップ・アート・マンス登録呼びかけ、in BEPPU周知など）	A	定性	アウトプット	－	なし	なし	今までやりとりのなかった市内の文化施設との連携を行った。	さらに新しい文化施設との関係を作る	今年度はおこなうことができなかった。次年度は関係づくりを強化したい。	既存文化芸術団体や文化施設との関係をつくる	
	海外機関との連携	海外関係者との交流が進み、別府が日本におけるアートの先進地と評価される	40	海外の芸術文化関係者（文化機関、アーティスト、コーディネーター、要人、メディアなど）とのネットワーク構築活動	B	定性	アウトプット	－	バンブーカーテンスタジオ、チェジュアートフェアを視察	ベネチア・ビエンナーレ、ドクメンタ、ミュンスター彫刻プロジェクトの視察	ベネチア・ビエンナーレ、ドクメンタ、ミュンスター彫刻プロジェクトの視察。ニュージランド駐日大使、イギリス前バース市長のin BEPPU視察。	海外団体へアプローチをおこない、視察を積極的に受け入れる。	BEPPU PROJECTとして加盟しているIBA（International Biennial Association）内での広報をおこない、世界中の国際展関係者が登録するメールマガジンにて情報が発信された。またニュージーランド駐日大使が『アニッシュ・カプーア IN 別府』を視察した。	関係を継続する	ネットワーク構築のために行った具体的なアクションや成果などを定性評価
	行政機関・企業・団体との連携	自治体における文化芸術の必要性が向上し、果たす役割が担当課以外にも拡大される	41	大分県、別府市などにおける芸術文化担当課以外との連携活動	A	定性	アウトプット	－	in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	大分県 ・クリエイティブ産業振興事業＞県商工労働部 ・福祉・障がい者芸術関連事業＞国民文化祭・障害者芸術文化祭局 別府市 ・今年度inBEPPU事業＞建築指導課、温泉課、秘書広報課 ・次年度inBEPPU事業＞公園緑地課 ・4Bi事業＞市役所内プロジェクトチーム	継続して関係を築く	大分県 ・クリエイティブ産業振興事業＞県商工労働部 ・福祉・障がい者芸術推進事業＞国民文化祭・障害者芸術文化祭局 ・ラグビーW杯2019関連事業＞　大分県企画振興部 別府市 ・今年度inBEPPU事業＞建築指導課、公園緑地課 ・経済活性事業＞市役所内プロジェクトチーム 日田市 ・林業振興事業＞農林振興部林業振興課	継続して関係を築く	
		企業における文化芸術の価値が向上し、具体的な動きが起こる	42	大分県内・別府市内の経済団体や企業・旅館・店舗などへの理解促進につながる情報提供や交流（周知活動）	E	定性	アウトプット	－	大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業の受託などを通じて、県内企業とのつながりをもつことができた。	県内企業の繋がりを強化	別府市4Bi事業や、大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業などを通じて、県内企業との繋がりが強化された。これを来年度以降の当委員会事業の理解促進や周知活動につなげる。	さらなる県内企業との関係構築。	大分空港やパークプレイス大分への情報提供をおこなったことで、別府市と協働の事業の広報イベントの機会をいただくことができた。また、別府市旅館ホテル組合連合会の会員へメール広報、定例会会場にてPRをさせていただいた。 別府市4Bi事業や、大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業などを通じて、県内企業との繋がりがさらに増えた。これを来年度以降の当委員会事業の理解促進や周知活動につなげる。	継続して関係を築く	
		各種団体における文化芸術の理解が進み、それぞれが創造的な連携を行う下地がつくられる	43	自治会、通り会、NPOなどの地域組織や大学などの教育機関の理解促進につながる情報交換・交流	B	定性	アウトプット	－	特に実施できなかった。	各種団体にむけた説明会などの実施。	自治会 ・自治会長集会(年4回開催)で西野 達 in 別府とベップ・アート・マンスの事業PRを行った。（本年初） 通り会 ・西野 達 in 別府に関して中心市街地の通り会に挨拶回りを行った。 教育機関 ・大分県立芸術短期大学ではボランティア活動についての講義を行った。 ・溝部学園短期大学では学生向けに西野 達 in 別府作品案内ツアーを行った。 ほか ・作品制作にあたって重要な地域のステークホルダー向けに事業説明会を2度開催した。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。4月に計画を作成し進める。	これまでと同様に、自治会や通り会、教育機関に向けた情報提供を設けた。さらに、今年度はAPU卒業生にスタッフとして関わってもらい、学生たちにむけて広く事業周知をおこなった。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。4月に計画を作成し進める。	2016年は事業毎で必要に応じて実施
	情報発信に関わるステークホルダーとの連携	メディアなど情報発信に関わる人材との付き合いが日常的にできており、in BEPPUなどを広報する際にしっかり報道してもらえる体制が整っている	44	ベップ・アート・マンス以外の期間を含む記者（地元メディア、大手メディア地元支局、県外のアート専門メディアなど）との日常的・系統的な連携	A	定性	アウトプット	－	随時情報提供を行っている。	新しいメディアとの関係をつくる。	今年度は掲載・放送に至らなかったが、新規のメディアに営業活動を行い、次年度に向けた関係を構築できた。	関係を持っているメディアとの連携は保ちつつ、新規メディアを開拓し営業。	今年度は広報班を設立し、会期中以外のプログラムについても積極的にメディアへの情報提供をおこなった。各メディアと日常的な関係を築けつつあり、今後さらなる関係性の強化を図りたい。	関係を持っているメディアとの連携は保ちつつ、新規メディアを開拓し営業。	
			45	メディア掲載件数の増加	E	定量	アウトプット	件	111	150	187	230	258	180	

添付資料2

混浴温泉世界実行委員会　バランス・スコアカード（Balanced Scorecard＝BSC）

※混浴温泉世界実行委員会のBSCであるため、同委員会主催事業を中心に記載し、事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTが関わるその他事業については同委員会事業との連携の観点から記載する。

視　点	戦略目的	目指すべき具体的な姿	№.	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単 位	現　状（特記ない場合2016年度現在）	2017年度 目標	2017年度 実績	2018年度 目標	2018年度実績	2019年度 目標	備　考
観客の視点：文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出	市民にとっても間口の広い事業の充実・強化	ベップ・アート・マンスが、鑑賞者にとって参加しやすく、体験してよかったと思える事業に成長する	46	in BEPPUに市民が関わることができる範囲の拡大	B	定性	直接アウトカム	－	市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった	市民の関わりしろが拡大	地域の企業や旅館、商店、団体と連携して事業を進めることができた。また、市内のまちあるき団体には、事業にあわせて新しいまちあるきを考案し、実施していただいた。	市民が関わりやすい仕組み作りの検討と実施。	県内の小中学生に無料鑑賞券を配布し576枚の使用があった。全配布枚数に対して、使用枚数が0.4%ではあったがその殆どにチケット購入した大人が同行していた。従来来場しなかった方々が殆どのように感じており、市民が関わるきっかけになったのではないかと考えている。 また、スタッフによるガイドツアーを毎週開催するほか会期終盤にはプロデューサーツアー、キッズガイドツアーを企画した。さらに市役所職員向けに17時以降の特別ツアーを多数開催した。解説が欲しいという市民の声が多く、ツアー以外にも作品の理解を深める企画やツールを設けるべきだった。	市民の関わりしろが拡大	市民の関わりしろが拡大したことがわかる具体的な地域連携のエピソードを記載して定性評価（ただし、選定されたアーティストや作品によっては、必ずしも直線的に拡大しない場合もある）
			47	ベップ・アート・マンスの魅力向上を目指した、in BEPPU以外の目玉プログラムの造成(年間の該当プログラム件数)	D	定量	アウトプット	件	1	1	0	1	1	1	混浴温泉世界2015のお化け屋敷やダンスツアーをイメージ 2016年はBEPPU PROJECTの主催事業KASHIMA2016を計上
			48	ベップ・アート・マンス観客満足度(除くin BEPPU)	D	定量	直接アウトカム	%(構成比)	97	95前後	91	95前後	93	95前後	現状並の高い満足度を維持
			49	プログラム企画者の設定した観客数目標の達成(in BEPPUを除くベップ・アート・マンスの観客数目標達成率)	D	定量	直接アウトカム	%(達成率)	100	100	101	100	102	100	達成率は、各プログラムの加重平均ではなく、単純平均で計算(集客規模の大小で登録企画の価値を判断すべきではないため)
	国際的に発信力の高い事業の創出	in BEPPUが、国際的に評価の高いアートプロジェクトとして位置づけられる	50	注目されるアーティストをin BEPPUに招くための早期の調査・交渉の実施(キュレーションの精度を高めるための予備的調査を含む)	A	定性	アウトプット	－	混浴温泉世界のin BEPPUへの見直しに時日を要し、調査・交渉の予算・時間確保不十分	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度以降のアーティストの調査と交渉を行った。	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度以降のアーティストの調査と交渉をおこなった。	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	
			51	in BEPPU観客満足度	A	定量	直接アウトカム	%(構成比)	73	80	95	80	95	80	
			52	in BEPPU観客数目標達成率	A	定量	直接アウトカム	%(達成率)	75	100	120	100	137	100	
	事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信	ベップ・アート・マンス、in BEPPUの鑑賞者にとって旅手帖beppuが、別府における最も充実したポータルサイトとして認知されるようになる	53	紹介店舗数の増加(累計)	D	定量	アウトプット	店舗	86	86	116	126	126	86	
			54	特集記事の定期的更新を通したコンテンツの充実(累計)	B	定量	アウトプット	件	1	9	2	5	5	33	
			55	みんなの旅手帖の充実(投稿件数累計)	B	定量	直接アウトカム	件	4	15	4	14	14	35	みんなの旅手帖投稿数は累計ベースで把握
			56	旅手帖beppuの多言語化(旅手帖beppuの英語化率)	A	定量	アウトプット	%(構成比)	0	0	0(システム構築のみ今年度行う)	50	50	0	2019年のラグビーワールドカップまでに全記事が日本語・英語で読めるようにする
			57	豆知識beppuの充実および活用	A	定性	アウトプット	－	事務局が運営	2020年の外部運営委託を目標に連携先を探す	APUの授業で活用してもらった。	2020年の外部運営委託を目標に連携先を探し相談する	次年度早々に他団体への相談をはじめる	2020年の外部運営委託を目標に連携先を探す	
			58	旅手帖beppuビュー数の増加	E	定量	直接アウトカム	千件/年	72	79	53	100	112	111	
		ベップ・アート・マンス、in BEPPUなどの情報が全国に発信されている	59	メディア露出広告換算合計額の増加	E	定量	直接アウトカム	百万円	85	93	120	150	580	121	1件1億円以上のフロックは除いた、ベースとなるメディア露出を目標値に設定2019年は2018年(国民文化祭)レベルの維持を目指す
地方創生の視点：別府における諸課題の解決 マネジメント・財政・ステークホルダー・観客それぞれの視点での取組によって解決を図る	地域のまちづくり人材の育成	文化活動を行う人材が主体的にまちづくりに参画する	60	ベップ・アート・マンス（除くin BEPPU）観客のうち次回は企画者側で参加したいと思った人の比率の維持	D	定量	中間アウトカム	%(構成比)	38	40前後	34	40前後	42	40前後	
			61	ベップ・アート・ナビに登録される文化イベントの年間件数の増加	B	定量	中間アウトカム	件	調査実績なし	実績調査、目標設定	来年度より稼働	業績測定	－	業績測定	
			62	ベップ・アート・マンス登録者のうち、最近1年間で地域活動に参画した人の比率の増加	B	定量	最終アウトカム	%(構成比)	調査実績なし	実績調査、目標設定	49	業績測定	82	業績測定	文化活動だけではなく、多様な地域活動、市民活動を含む
	別府の新たな魅力の創出・発信	ベップ・アート・マンスの充実により、別府の秋の恒例行事として位置づけられる	63	ベップ・アート・マンス（除くin BEPPU）観客のリピーター率の向上	D	定量	中間アウトカム	%(構成比)	51	50前後	48	50前後	55	50前後	現状程度の新陳代謝は望ましいレベルと判断
			64	ベップ・アート・マンス プログラム企画者のリピーター率の維持	D	定量	中間アウトカム	%(構成比)	54	50前後	54	50前後	50	50前後	現状程度の新陳代謝は望ましいレベルと判断
		in BEPPUが定着し、エッジの効いた質の高いアート体験ができる街として認知が広がる	65	in BEPPU観客のリピーター率の向上	B	定量	中間アウトカム	%(構成比)	なし	10	27	15	22	30	混浴温泉世界への参加経験は除いて、in BEPPUのみのリピーター率を算出
	集客交流人口の多様化	従来の中高年男性客だけではなく、温泉を第一の目的としない観光客が増加する	66	女性個人客の開拓(in BEPPU女性観客の比率)	D	定量	中間アウトカム	%(構成比)	64	70前後	66	70前後	62	70前後	
			67	若年層個人客の開拓(in BEPPU30代以下観客の比率)	D	定量	中間アウトカム	%(構成比)	63	70前後	42	70前後	42	70前後	
			68	「別府は温泉観光地だけではなくアートの街でもある」という認知が進む（in BEPPU観客における比率）	B	定量	最終アウトカム	%(構成比)	調査実績なし	実績調査、目標設定	68	70	63	72	ベップ・アート・マンス来場者はもともとアートへの関心が高いと推察されるため、本来なら一般観光客に質問したいところだが、そうした調査は別府市の協力が不可欠なため、当初は来場者アンケートで代用
			69	「別府は温泉観光地だけではなくアートの街でもある」という認知が進む（ベップ・アート・マンス（除くin BEPPU）観客における比率）	B	定量	最終アウトカム	%(構成比)	調査実績なし	実績調査、目標設定	67	66	74	68	－〃－
	他地域との連携による滞留時間の増加	アートとともに地域体験を楽しみ、他地域にも足を延ばすことで2泊以上の滞在を目指す	70	in BEPPU観客のうち2泊以上の宿泊客の比率(2泊以上宿泊客/総宿泊客)の増加	E	定量	最終アウトカム	%(構成比)	42	46	39	55	39	60	2020年には、混浴温泉世界2015並の比率（69%）を目指す想定（2015は夕刻から夜間にかけたツアー方式採用により2泊以上宿泊者の割合が増えており、この水準を目指すのは相当野心的な目標設定である点には留意）
	創造的人材の移住促進	クリエイターなどのニーズに合わせた情報発信を通じて、移住者が増加している	71	移住促進事業やBEPPU PROJECTの他の事業を通じて別府市内に移住・定住した人数(累計)	C	定量	最終アウトカム	人	0	2	3	6	6	12	

【凡例】成長ルート(2020年の目標達成に向けて評価指標がたどるべき成長ルート)

類型A：期間前半に急ピッチで進展、類型B：期間中、直線的に進展、類型C：期間後半に急ピッチで進展、類型D：2020年まで現状水準を維持、類型E：2018年(国民文化祭)、2020年(東京五輪)に重点化

［お問合せ］
混浴温泉世界実行委員会 事務局〈NPO法人 BEPPU PROJECT内〉
〒874-0933 大分県別府市野口元町2-35 菅建材ビル２階
TEL：0977-22-3560　FAX：0977-75-7012　 E-MAIL：info@inbeppu.com
営業日：月〜金 9:00〜18:00