

混浴温泉世界実行委員会

令和2年度 事業報告書(案)

2021年5月13日現在

混浴温泉世界実行委員会

■ 目次

■ 主催者あいさつ	2
第1章 はじめに	
1-1. 事業概要	4
1-2. 運営組織	5
第2章 開催記録1 『ベップ・アート・マンス 2020』	
2-1. 企画概要	6
2-2. 実施団体・プログラム	6
2-3. 運営について	39
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』、『報告会 & 交流会』の開催	41
2-5. サポートへの評価	42
2-6. 来場者について	46
第3章 開催記録2 『梅田哲也 イン 別府』	
3-1. 企画概要	54
3-2. 作品について	55
3-3. 関連イベント	59
3-4. 運営について	60
3-5. 来場者について	62
第4章 その他の取り組み	
4-1. 情報発信事業	70
4-2. 定住促進事業	71
第5章 共通の取組	
5-1. 広報活動と開催効果	75
5-2. 観光消費額	82
第6章 収支状況	83
第7章 まとめと課題	
7-1. 『ベップ・アート・マンス 2020』	84
7-2. 『梅田哲也 イン 別府』	85
7-3. 広報活動	87
第8章 事業評価	
8-1. 評価結果のポイント	89
8-2. 評価のフレームワーク	90
8-3. 評価システムの概要	91
8-4. バランス・スコアカードの改訂	94
8-5. バランス・スコアカードに基づく2020年度実績の評価	95

添付資料1 混浴温泉世界実行委員会事業ビジョン & 戰略マップ

添付資料2 バランス・スコアカード

■ 主催者あいさつ

弊団体は2008年に発足し、2009年より3年ごとに国際芸術祭『混浴温泉世界』を開催、2010年より市民文化祭『ベップ・アート・マンス』、2016年からは個展形式の芸術祭『in BEPPU』を毎年開催し、これらの取組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。また、2018年には『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』が開催され、文化活動の波が大分県内全域に広がり、2019年の『ラグビーワールドカップ2019 日本大会』によって多くの観光インバウンドが訪れました。2020年度はこれらの動きをますます加速させ、弊団体が掲げるビジョン「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」の実現を目指し各事業を計画していたところ、新型コロナウイルス感染症が世界中に蔓延しました。

新型コロナウイルス感染症は観光業を主とするここ別府にも多大な影響を与え、私たちの日常は一変しました。全国的に多くの文化芸術に関するイベントが中止や延期を余儀なくされている中、先行きの見通せない今こそ文化芸術の力の必要性を信じ、2つの芸術祭『ベップ・アート・マンス』と『in BEPPU』の開催を決め、開催するにあたり大切にしたい「想い」を作成、これを広く発信しました。「想い」の全文は次のページでご覧いただけますが、この困難な状況を乗り越えるには、明るい未来を信じ、そこに向かって一步踏み出すための「想像力」こそが必要だと私たちは考えました。「想像力の源泉を枯れさせない」というメッセージには、人々の内側にある想いや活力を失わないようにという願いと、この場所にアートを絶えさせないという思いがあります。この「想い」を胸に我々が実施する事業が、多くの市民・県民に希望を与え、別府がこれから先もずっと想像力で溢れる場所であるために、地域とともに歩み、活動を続けていきたいと改めて強く願いました。

この「想い」を今年度の活動の中心に据え、『in BEPPU』の招聘アーティストである梅田哲也氏や地域で活動する市民の皆さんと協議を重ねながら、「今だからこそできる形の芸術祭」を模索しました。消毒・検温、密を避けるなどの基本的な感染対策を講じるのは当然ですが、今までのやり方に捉われず新しいチャレンジをすることと、自由に行き来ができるようになった時に一番に選んでもらえる地域となるよう、本年度は広くこの取組や別府の魅力を発信することを重視して事業を組み立てました。

新しいチャレンジとしては、両芸術祭ともオンラインを活用しました。市民文化祭『ベップ・アート・マンス 2020』では、オンラインで発表する企画も募集。実施された99プログラムのうち、34プログラムがZoomやYouTubeを活用し、オンラインでイベントを開催しました。個展形式の芸術祭『梅田哲也 イン 別府』では、会期や会場を限定せずに実施できる展覧会のあり方の開発を目指し、別府市内を回遊する鑑賞体験とオンラインを活用した作品公開やイベントを実施しました。

また、情報発信としては、弊団体が運営するWebサイト『旅手帖beppu』の内容の充実を図るとともに、世界に広く発信するため多言語化を進め、9ヶ国語で閲覧できるようになりました。さらに、アーティスト・クリエイターの移住定住を促進し、より魅力的な地域を創出するため、別府市特定地域における移住定住計画書を策定。計画書をもとに、事務局を務めているNPO法人 BEPPU PROJECTが中心となり、次年度より具体的に実行に移していきます。

新型コロナウイルス感染症が今後どのような影響を及ぼすか、まだまだ不透明な部分が多いです。しかし弊団体は歩みを止めず、さまざまなチャレンジや工夫をしながらこれからも事業を実施し、「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」の実現を目指して活動をしていきたいと思っております。

末尾となりましたが、『ベップ・アート・マンス 2020』および『梅田哲也 イン 別府』の開催に向けご尽力、ご指導をいただいた皆さま、梅田哲也氏、そして当事業にご参加いただいた大勢の皆さんに感謝を申しあげ、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

開催するにあたり、弊団体が大切にしたい「想い」

想像力の源泉を枯れさせない

かつての日常が覆された今、
あらためて自分自身と向き合う時間が増えているのではないでしょうか？

「本当に大切なことってなんだろう」

その答えは人それぞれに違っても
それを形にするための行動や態度は、きっと誰かを勇気づけます

たとえわずかであったとしても、明かりが灯る未来を想像すれば
一歩を踏み出す力が湧いてきます

想像力の源泉を枯れさせてはいけない

誰もが自分の価値観や自由な視点を持つことが許される世界であるために
ここがいつでも想像力で溢れる場所であるために
本当に大切だと信じられることを形にしていくために

今日も別府には湯が湧き、分け隔てなくすべての人を優しく温めています
近い将来、これを読んでいるあなたと再会することを想像し
今年も、私たちは活動を続けます

2020年12月12日(土)より同時開催！ _____

ベップ・アート・マンス 2020

ダンス・音楽・展覧会など、
多彩なアートイベントが集まる市民文化祭。
町じゅうに点在する会場を巡ってアートを体験するだけでなく、
今年はオンラインでもお楽しみいただけます。

<http://www.beppuartmonth.com>

梅田哲也 イン 別府

別府を舞台にした個展形式の芸術祭。
今年はアーティストの梅田哲也を招聘。
市内さまざまな場所に設置された作品を、
地図などを頼りに巡る展覧会を開催します。

<https://inbeppu.com>

新型コロナウイルス感染症への対策を十分に施したうえで実施いたします

主催：混浴温泉世界実行委員会 事務局：NPO法人 BEPPU PROJECT 電話：0977-22-3560 営業日：月～金 9:00～18:00

みなさまと共に歩み10年が経ちました。
これまでさまざまな形で関わってくださった全ての方々に感謝申しあげます。

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。今年度は新型コロナウイルス感染症の感染対策を講じたうえで、オンラインも活用しながら2つの芸術祭『ベップ・アート・マンス』と『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。今年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響も鑑み、新たな取組として、オンライン上でも企画実施を可能とした。その結果、79団体・個人による99プログラムが開催され、その内34プログラムはオンラインで実施された。その目玉事業として位置づける個展形式の芸術祭『in BEPPU』は、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、音楽・美術・舞台芸術など分野を横断しながら国内外で活躍する梅田哲也を招聘した。梅田は、別府市内全域に点在する会場を地図と音声を頼りに巡りながら体験する回遊型の作品と、それらの会場を舞台にした映画作品、またオンライン上で体験できる作品の主に3つで構成される『O滞』を発表した。

〈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』では、より内容の充実を図り、地域の魅力を世界に広く発信するため、全記事の多言語化をおこなうとともに公式Instagramを開設し情報を発信した。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、これまでの調査を踏まえ、別府市の特定地域におけるアーティストやクリエイターの移住定住促進のための事業計画を策定した。

芸術祭 開催クレジット

名称	ベップ・アート・マンス 2020	梅田哲也 イン 別府
日時	2020年12月12日(土)～2021年1月31日(日) (51日間)	2020年12月12日(土)～2021年3月14日(日)の金・土・日・月・祝日のみ (52日間)
会場	別府市内各所、オンライン	別府ブルーバード会館3階、別府市内各所、オンライン
参加団体・個人／プログラム数	登録：87個人・団体／107プログラム 実施：79個人・団体／99プログラム ※8プログラムが中止 実施されたプログラムのうち、実会場で実施されたプログラムが73、オンラインプログラムが34 ※1プログラムで、実会場とオンラインどちらも実施したもののは両方に加算している	—
参加者数	27,265名 来場者数：4,924名、オンライン参加者数：22,341名 ※目標：10,000名（オンライン参加者含む） ※『梅田哲也 イン 別府』の鑑賞者は含まず	49,672名 来場者数：6,024名、オンライン参加者数：43,648名 ※目標：4,000名（オンライン参加者含まず）
主催	混浴温泉世界実行委員会	
助成	文化庁（令和2年度 日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業）、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 花王芸術・科学財団、*公益財団法人 セゾン文化財団、一般財団法人 大分放送文化振興財団	
協賛	株式会社 別大興産、株式会社 大分銀行、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、別府ロープウェイ 株式会社、大分ガス 株式会社、社会福祉法人 大分県福祉会、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 平和マネキン、一般社団法人 別府市観光協会、株式会社 幸建設、すえつぐ動物病院、一般社団法人 別府市薬剤師会、別府大学	

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、NPO法人 大分県芸振、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、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、月刊・シティ情報おおいた、ゆふいんラヂオ局、ネキスト
----	--

大分県令和2年度芸術文化による地域おこし事業

*は『梅田哲也 イン 別府』のみ **は『ベップ・アート・マンス 2020』のみ

1-2. 運営組織

実行委員会

2020年11月13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	NPO法人 別府八湯トラスト 理事長
	柳井孝則	大分県企画振興部 芸術文化スポーツ振興課 課長
	後藤 豊	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 アドバイザー
	田北浩司	別府市観光戦略部 部長
	土谷晴美	公益社団法人 ツーリズムおおいた 専務理事
	倉原浩志	別府商工会議所 専務理事
	荒金大介	別府商工会議所青年部 会長
	加納英明	公益社団法人 別府青年会議所 委員長
	佐藤大輔	一般社団法人 別府市観光協会 業務部 業務部長
	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 ライフデザイン総合学科 学長補佐 学科長 教授
	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
	船越稔幸	九州旅客鉄道株式会社 別府駅 駅長
	緒方保宣	株式会社 JTB 大分支店長
監事	甲斐浩司	大分合同新聞社 マーケティング統括局 ディレクター
	野上泰生	NPO法人 ハットウ・オンパク 代表理事
	安波秀男	NPO法人 鉄輪湯けむり俱楽部 代表理事
	安波治子	鉄輪ツーリズム 代表
調整委員会	山出淳也	NPO法人 BEPPU PROJECT 代表理事
	堀 精治	別府市旅館ホテル組合 専務理事
	鶴田 浩一郎	ホテルニューツルタ 代表取締役
	石田和之	大分県企画振興部 芸術文化スポーツ振興課
	高橋 祐	大分県東部振興局 地域創生部
	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 2020』

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11回目となった。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組である。今年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を鑑み、オンラインでの企画も新たに取り入れて開催した。

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

87団体・個人が107プログラムが登録した。会期中に緊急事態宣言が発令されたことなどから8プログラムが中止となり、別府市内各所およびオンラインで99プログラムが実施された。うち、実会場でのプログラムは73、オンラインを利用したプログラムは34(オンライン・実会場の併用あり)であった。別府市内各所の46会場(うち提供会場4ヶ所)が使用された。なお、オンラインプログラムは別途作成した専用サイト『ベップ仮想文化センター』でも紹介した。

※以下の一覧のうち、「オンライン参加者数」とは、YouTubeの再生回数、その他オンライン(ZoomやSNSなど)を利用した体験型作品の参加者数・閲覧者数を全て含んだ数

企画者	開世通商 株式会社	
プログラム 001	別府アートミュージアム	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	別府アートミュージアム	
料金	一般: 1,000円、大学・高校生: 800円、小・中学生: 600円、未就学児無料	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	2名／30名(7%)	
実施内容	芸能人の絵画作品や古美術品など、昨年より出点数を約100点増加させた約300点以上を展示。展示数や作者を見て、大変見応えがあると言つていただけ、2時間ほどじっくり見られる方もいた。	

企画者	ギャラリー嶋屋	
プログラム 002	店主の身近な作家たち展	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	ギャラリー嶋屋	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	260名／200名(130%)	

実施内容	『糸長義治 写真展』『店主の身近な作家たち展』『ちぐはぐなウツクシサストレリチアの花たち』『江上靖 作品展』『よしもりむつこ あいだにある風景』の5企画を実施。作家のファンの来場も多く、歓談しながら楽しんでいた。
------	--

企画者	近未来	
プログラム 003	記憶プロジェクト ～AR(拡張現実)の世界で人形とあなたの旅を記録する～	
会期	12/12(土)～1/31(日) 毎週火曜と年末年始休み	
会場	QRコード入手場所：SELECT BEPPU	
料金	800円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	8名／30名 (27%)	
実施内容	3Dデータ化された『トン子ちゃん』という人形を、AR(拡張現実)上に出現させ、スマートフォンをかざすと、そこにいるかのような楽しむことができるプログラムを実施した。	

企画者	幻視者の集い	
プログラム 004	驚異の陳列室	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	書肆ゲンシシャ	
料金	500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	93名／300名 (31%)	
実施内容	エログロナンセンス／珍奇な作品や現代美術を展示。参加者は店主と談笑しながら、驚いたり、盛りあがったりしていた。	

企画者	さかい まなぶ	
プログラム 005	千の眼の仮面屋&ギャラリー・バー	
会期	12/12(土)～1/31(日)(不定休)	
会場	酒井理容店／トラリズム	
料金	200円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／200名 (15%)	
実施内容	昭和レトロな理容店店内に流木など浜辺の漂着物で製作した約500点もの仮面や仏像を展示した。	

企画者	炭谷 宇紀子・康司・早紀	
プログラム 006	☆*+☆*+☆2020ルネサンス 音の宇宙☆*+☆*+☆	
会期	①12/12(土)～1/30(土) ②12/12(土)～1/31(日)	
会場	①坐来大分 ②オンライン	
料金	①一般15,000円、学生5,000円(お食事代として) ②無料	
①来場人数 ／目標来場人数 (達成率) ②オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数 (達成率)	①30名／30名 (100%) ②300回／300回 (100%)	
実施内容	坐来大分 (東京・銀座に位置する大分県公式アンテナショップ) にて、食事の提供とともに和紙に印刷した花や建築などの写真を公開するインスタレーション作品を展開した。オンラインでプログラムの様子も配信した。	

企画者	まみえこ	
プログラム 007	母と娘のキルト&ニット vol.3	
会期	12/12(土)～1/31(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)	159名／100名 (159%)	
実施内容	子ども向けのセーターやニット帽、ベビーミトンやパッチワークのおもちゃなどを展示。「編む」ことを通じた交流や幼少期の思い出を語り合う場もあった。	

企画者	別府大学写真部／円城寺 健悠	
プログラム 008	大別府"比"ストーリー／展示会	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	笑time ～笑顔が生まれる時間～	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	320名／200名 (160%)	
実施内容	明治後期から昭和初期にかけて土産物として多く発行された「絵葉書」に写る別府のようすと現在の別府の様子を比較する展覧会を開催。来場者はとても熱心に見ていた。	

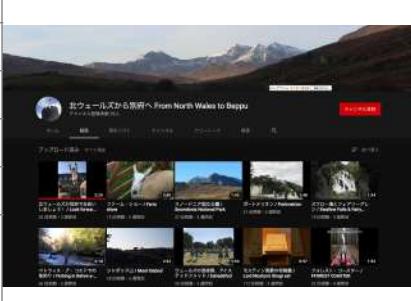
企画者	郷土玩具民芸土鈴制作販売 豊泉堂	
プログラム 009	大分県郷土玩具 だるま展示	
会期	12/12(土)～1/31(日) ①木曜定休、②毎週火曜と年末年始[12/29(火)～1/5(火)]休み	
会場	①喫茶アップル ②SELECT BEPPU	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	①100名／100名(100%) ②343名／200名(172%)	
実施内容	大分県郷土玩具である『だるま鈴』や『鳩笛』などを月替りで展示した。『ベップ・アート・マンス』の他のプログラムを見てまわるなかで、立ち寄る人が多かった。	

企画者	庚申和裁研究所	
プログラム 010	浴衣を纏って別府を見る	
会期	オンライン：12/12(土)～1/31(日) 実会場：1/11(月・祝)～31(日)	
会場	庚申和裁研究所およびオンライン	
料金	無料	
①来場人数 ／目標来場人数(達成率) ②オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数(達成率)	①30名／50名(60%) ②130回／50回(260%)	
実施内容	自閉症を持ちながらも和裁士を目指す浅野凪砂とアーティストの森本凌司がコラボレーションし、浴衣を製作。オンラインでは、浴衣のパターンをダウンロードすることができ、塗り絵を楽しむことができた。完成した塗り絵は展示した。	

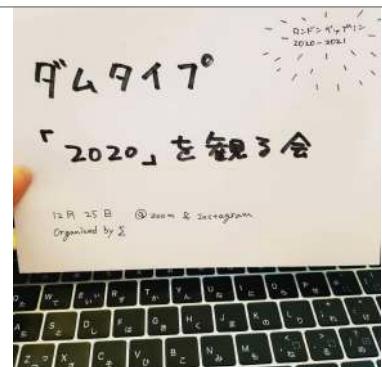
企画者	二和カラー(株) の流木王子	
プログラム 011	映える壁と別府湾の流木アート 2	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	二和カラー(株) 本社別府店 社屋外壁(北面)	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	20名／100名(20%)	
実施内容	古い社屋の外壁をペイントし、インスタ映えする壁に変身させた。また、別府湾の砂浜でみつけた流木で作った作品を設置した。会社に来るお客様やメーカーの方にも興味を持っていただけた。	

企画者	江崎健司	
プログラム 012	Mekuruランド2020	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	50回／150回 (33%)	
実施内容	オンライン上に画像と詩を投稿する、交換日記のようなプロジェクト。Webサイトに訪れた人も気軽に投稿することができた。	

企画者	きむらゆき	
プログラム 013	あなたとつくる別府の妖怪づかん	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	400名／2000名 (20%)	
実施内容	Instagramのストーリー機能の1つである投票機能を使い、観光名所と名物グルメ、どちらの妖怪が見たいかを投票し、票が多かったものを妖怪化する企画をオンラインで実施した。気軽に参加できるということもあり、盛りあがった。	

企画者	コーニー絵美子	
プログラム 014	北ウェールズから別府へ	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	3220回／5000回 (64%)	
実施内容	北ウェールズの風土や文化を紹介する動画を毎日投稿した。自然あふれる様子や食の魅力を発信することができた。	

企画者	Σ
プログラム 015	ロンドンベップリンク2020-21
会期	12/12(土)～1/31(日)
会場	オンライン
料金	無料
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	2名／5名 (40%)
実施内容	12/25(金)～27(日)に限定公開されたダムタイプ新作パフォーマンス『2020』をオンライン上で鑑賞し、感想を述べあつた。



企画者	tomsuma alternative
プログラム 016	自由の次元 The Dimensions of Freedom
会期	12/12(土)～1/31(日)
会場	Art Museum RIGA BOURSE (ラトビア)およびオンライン
料金	無料
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	1500回／1000回 (150%)
実施内容	新型コロナウイルス感染症によりラトビアで残留生活を続けるtomsuma alternativeがArt Museum RIGA BOURSE (ラトビア)にて開催された《Voice of Glass Collaborative》展に参加し、その展覧会の様子や出会った人々、出来事からインスピレーションを受けた作品をオンラインにて配信した。



企画者	清島アパート入居者
プログラム 017	オープンアトリエ
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ
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)	44名／150名 (29%)
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	近藤雅代×大平 由香理	
プログラム 018	たけいろ	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
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)	44名／150名 (29%)	
実施内容	竹細工職人の近藤雅代と日本画家の大平 由香理が共同制作をおこない、モビール作品等を展示した。ゆらゆら揺れる作品たちに、参加者はとても関心を持って鑑賞していた。	

企画者	勝 正光	
プログラム 019	別府町方美術館	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
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)	44名／150名 (29%)	
実施内容	石をモチーフにしたものや画家・藤田嗣治が別府滞在時にモデルとなった女性の素描などを展示した。	

企画者	SHIN KOYAMA	
プログラム 020	別府 de 有田焼	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
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)	44名／150名 (29%)	
実施内容	別府をモチーフに描かれたドローイングや有田焼作品などを展示した。	

企画者	ズッキュンゴリラ 安武 萌	
プログラム 021	Die Welt dreht sich um mich	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
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)	44名／150名 (29%)	
実施内容	ZINE『ズッキュンゴリラ』やZINE制作時に参考にした雑誌、ポラロイド写真などを展示した。	

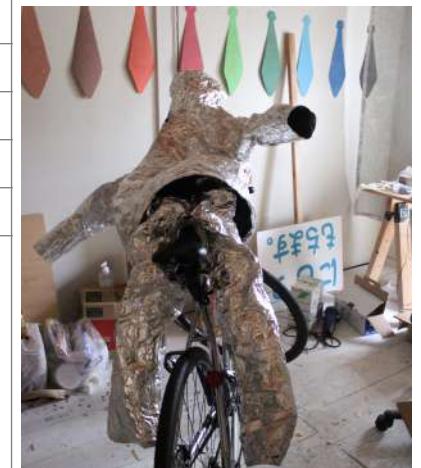
企画者	Chuck Open	
プログラム 022	茶室・かたつむり庵	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
会場	清島アパート	
料金	100円 (清島アパートの入場料)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	44名／150名 (29%)	
実施内容	訪れた鑑賞者 (希望者のみ) にお茶とお菓子を出し、歓談する。耳を澄ますと環境音が聞こえてくるようなインスタレーション作品を展開した。	



企画者	野口竜平	
プログラム 023	蛸はこび	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
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)	44名／150名 (29%)	
実施内容	「蛸にはそれぞれの足に独立した知能を持っている」というリサーチをもとにしたドローイングやリサーチの断片などを展示した。	



企画者	弁弾萬 最強 (ベンダマン グレート)	
プログラム 024	10万円の給付金で買った自転車の展示・即売会	
会期	12/12(土)～1/31(日) 土・日・祝日のみ	
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)	44名／150名 (29%)	
実施内容	作家が政府より支給された特別定額給付金 (10万円) で購入した自転車を展示した。	



企画者	清島アパート入居者	
プログラム 025	こんばんは、清島アパートです。	
会期	12/12(土)～1/31(日) 期間中の土曜開催	
会場	清島アパートおよびオンライン	
料金	各イベントに準ずる	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	40名／80名 (50%)	
実施内容	オープンアトリエ開催期間中の毎週土曜日、トークイベントやワークショップなどの週替わりイベントを開催した。	



企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 026	山出淳也の靴磨き人生相談	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	174回／500回 (35%)	
実施内容	BEPPU PROJECT代表理事 山出淳也が、趣味である靴磨きをしながら、相談者のお悩みをお聞きするラジオ風番組を作成し、YouTubeで公開した。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 027	芹沢高志『別府』出版記念トーク	
会期	12/24(木)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	233回／50回 (466%)	
実施内容	2012年、『混浴温泉世界』のコンセプトブックとして上梓した『別府』。その新装出版を記念して、著者であり『混浴温泉世界』総合ディレクターを務めた芹沢高志と総合プロデューサー山出淳也がオンラインでトークした。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 028	『ベップ・アート・マンス』オンラインプログラム上映会	
会期	12/12(土)～1/31(日) 毎週火曜と年末年始 [12/29(火)～1/5(火)]休み	
会場	SELECT BEPPU	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	171名／20名 (855%)	
実施内容	インターネットの環境がない方や操作が不慣れな方など、オンラインプログラムの鑑賞が難しい方に、SELECT BEPPU 2階を開放し、マイケル・リンの襖絵に囲まれながらオンラインプログラムを鑑賞できるようにした。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 029	町じゅう美術館事業『壁画プロジェクト』	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	HITOTZUKI／べっぷかんこうかい アイリ・ザング／アクテムビル妙見川通り側壁面 浅井裕介／トキハ別府店立体駐車場屋上 国本泰英／ホテルニューツルタ北浜横丁側壁面	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	カウント不能	
実施内容	2014年と2015年に、別府市の公共施設や商店、民家の壁画をキャンバスに見立て、アーティストと地域住民が協力し、壁画を制作。町に点在する作品を地図を片手に巡りながら鑑賞する方が見られた。なお、アイリ・ザング《The Waves and the city》は12/30(水)の強風により破損し、撤去された。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 030	まちのお風呂を地域の宝に!	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	①松尾常巳／紙屋温泉 ②網中いづる／東町温泉	
料金	①入浴料150円、洗髪料50円(小学生以下無料) ②入浴料100円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	カウント不能	
実施内容	2015年と2016年に、2組のアーティストが共同温泉に壁画を制作。入浴者は温泉に浸かりながらゆっくりと作品を鑑賞した。	

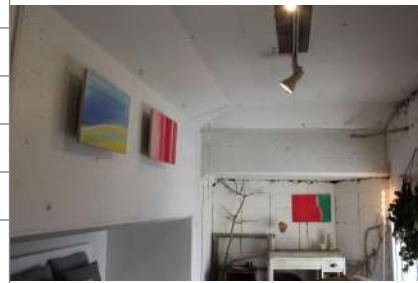
企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 031	ラジオジャーニー『音で旅する別府』	
会期	12/12(土)～1/31(日) 毎週火曜と年末年始 [12/29(火)～1/5(火)]休み	
会場	出発地：SELECT BEPPU	
料金	500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／10名 (0%)	
実施内容	2013年度のアーティスト・イン・レジデンス事業『KASHIMA』の滞在作家である、アルテラジオによる音声作品の体験ができるプログラム。参加者は地図を片手に、音(ラジオ)とともに町を散策するという企画。今回は残念ながら参加者がいなかった。	

企画者	Biiin	
プログラム 032	別府と僕とフォトショップ	
会期	①12/12(土)～19(土) ②1/10(日)～17(日)	
会場	①SynergieZ (シナジーズ) ②喜可久旅館	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	70名／100名 (70%)	
実施内容	別府で撮影された写真を合成し、異空間なデジタル写真作品を展示した。大分合同新聞などにも取りあげられ、新聞を見て来場した人などと交流があった。	

企画者	ツナ瓶	
プログラム 033	僕動 物様	
会期	①12/12(土)～19(土) ②1/10(日)～24(日)	
会場	① the HELL Record & Sour ② タピオカ&カフェ kaju	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	89名／100名 (89%)	
実施内容	ラッパーであるBiiinが書いた動物の世界の詩をもとに、ツナちゃんが絵本にした作品を展示した。絵本の見返しにはQRコードをつけたラップのオリジナル音源が楽しめる。参加者は飲み物を飲みながら、作家との談笑や絵本が生まれた背景などを聞き、楽しんでいた。	

企画者	草本利枝	
プログラム 034	Another Water	
会期	12/12(土)～20(日)	
会場	BEP.lab	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	80名／100名 (80%)	
実施内容	鉄輪地区で撮影された湯けむりの写真や、地獄の写真などを展示した。幅広い年齢の方にご来場いただき、作品だけでなく展示空間にも興味を持っていただいた。	

企画者	吉川由佳	
プログラム 035	colors	
会期	12/12(土)～20(日)	
会場	Sempervivum (センペルビウム)	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	10名／20名 (50%)	
実施内容	パステル画材で描いた花や抽象画を展示了。会場と作品の雰囲気がマッチしていた。	



企画者	いいじ ゃん人生隊	
プログラム 036	AriTa3 アリタ 3人展	
会期	12/12(土)～18 (金) ※月・火休み	
会場	富士屋Gallery一也百 ギャラリースペース	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	120名／100名 (120%)	
実施内容	佐賀県・有田で活動する山口文彦、松尾勝也、森 奈保美、SHIN KOYAMAの陶磁器作品を展示了。作品を見て、喜んでいる様子が印象的だった。	



企画者	ココまる(円山 菜穂子)	
プログラム 037	本当の私に出会う★湯ったりお茶会	
会期	12/12(土)・20(日)	
会場	湯治宿 ひろみや	
料金	2,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	5名／16名 (31%)	
実施内容	アートセラピーの要素を取り入れた、自分と向き合うワークショップを実施。ワークには真剣に取り組んでいたが、お茶を飲むときはみんな打ち解けた様子だった。	



企画者	ArtCreatorMAKEY	
プログラム 038	MAKEYのアート教室	
会期	12/12(土)・13(日)	
会場	茶房たかさき	
料金	1,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	4名／10名 (40%)	
実施内容	紙とペンを使用し、簡単なパターンを繰り返し描いてゆくゼンタングルアートのワークショップをおこなった。年齢やアートの知識・経験を問わないことから、誰でも気軽に参加することができた。	



企画者	朝見参道の会	
プログラム 039	着物着付け教室と煎茶体験	
会期	12/12(土)・19(土)	
会場	ゲストハウス茶吉	
料金	3,500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	2名／10名 (20%)	
実施内容	呉服店を営んでいたご夫婦が、昔ながらの日本家屋をリノベーションしたゲストハウスで着付け体験を実施した。日本文化を楽しむことができるプログラムだったこともあり、参加者は着付け方法に戸惑いながらも楽しんでいた。	

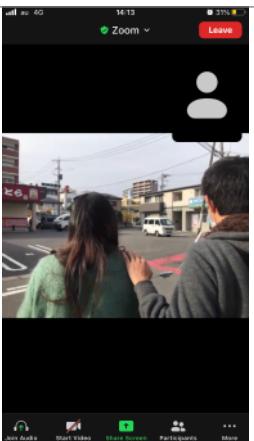
企画者	朝見参道の会	
プログラム 040	一足早いクリスマスライブ2020	
会期	①12/12(土)・②19(土)	
会場	Guesthouse&Venue となり木	
料金	1,500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	30名／30名 (100%)	
実施内容	①SWING CARAVAN & 宗野和枝、②甲斐田 柳子・CHIKARA・KAYO・まさきを迎え、それぞれのアーティストの特性を活かしたライブを実施した。	

企画者	薪窯ピッツア & Gallery 花民	
プログラム 041	押し花アート展・キャンドル作り	
会期	①押し花アート展 12/12(土)～12/27(日) 月・火定休 ②押し花キャンドル作り 12/12(土)～25(金)	
会場	薪窯ピッツア & Gallery花民	
料金	①無料 ②押し花キャンドル1つにつき500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	70名／50名 (140%)	
実施内容	押し花を使用し額装した作品と、押し花を使用したキャンドル作りワークショップをおこなった。	

企画者	薪窯ピッタ & Gallery 花民	
プログラム 042	atelier703 陶芸教室作品展	
会期	12/12(土)～12/27(日) 月・火定休	
会場	薪窯ピッタ & Gallery 花民	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	70名／50名 (140%)	
実施内容	『atelier703』という陶芸教室の生徒さんが制作された食器や花器、干支など200点あまりの作品を展示了。	

企画者	イモコトタダシ	
プログラム 043	こどものためのじやずらいぶ	
会期	12/12(土)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	1645回／30回 (5,483%)	
実施内容	子どもたちが親しみやすいクリスマスソングやお正月の童謡を、ジャズ風にアレンジし、3つのプログラムとNG集をYouTubeにて投稿した。	

企画者	吉田ジョアン	
プログラム 044	ドレイデルと光! Workshop&展示	
会期	①展示: 12/13(日)～12/20(日) ②ワークショップ: 12/13(日)	
会場	おにぎりかふえ	
料金	1,500円 (1ドリンクとデザートもしくはおにぎり付き)	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	5名／14名 (36%)	
実施内容	「ハヌカ」と呼ばれるユダヤ教のお祭りで使用される「ドレイドル」というイスラエルのこまの歴史を絵本で読み聞かせし、こまを実際に粘土で制作した。参加者はおにぎりを食べながら、楽しく制作していた。	

企画者	(い)けむり テレさんぽDX	
プログラム 045		
会期	12/13(日)・1/17(日)	
会場	別府市内およびオンライン	
料金	無料	
①来場人数 ／目標来場人数 (達成率) ②オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数 (達成率)	①10名／20名 (50%) ②20名／80名 (25%)	
実施内容	『ベップ・アート・マンス』が開催されている別府のまちを散歩しながら、その様子をオンラインにてライブ配信した。大分から関東まで幅広い人が参加し、遠方にいながらにして別府の町を眺めることができて嬉しいという声もあった。	

企画者	北村成美 (地獄の妖精しげやん)	
プログラム 046	しげやんの Go To BEPPU!!	
会期	12/14(月)～20(日)	
会場	別府市中心市街地およびオンライン	
料金	投げ銭	
①来場人数 ／目標来場人数 (達成率) ②オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数 (達成率)	①別府市内：192名／70名 (274%) ②オンライン：13,814回／1,000回 (1,381%)	
実施内容	いつどこで踊るかを事前に告知せず、BEP.Lab、バサラハウス、竹瓦小路を含む全38箇所で、そこで出会った人たちと踊り、その様子をFacebookにて投稿および生配信した。参加者も、思い思いに踊り、楽しんでいたようだった。	

企画者	大分県建築士会 別府支部	
プログラム 047	Beppu Origami Architecture	
会期	12/14(月)～26(土)	
会場	明石文昭堂	
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	1枚の紙を切り折りし、別府の建築物などを立体で表現し展示した。お客さまは興味深く鑑賞してくれた。	

企画者	かわくぼみちこ	
プログラム 048	かわくぼみちこ おおいた方言de書 ver.5	
会期	12/15(火)～1/31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	50回／100回 (50%)	
実施内容	東京のとあるギャラリーにて『おおいた方言de書シリーズ』という書とイラストを組み合わせて大分の方言を表現した作品を展示し、オンラインでその様子を配信した。	

企画者	H.R.D.ハートリクリエイトデザイン	
プログラム 049	心の保健室&zoom de カタリバ	
会期	12/16・23・1/6・13・20・27(会期中毎週水曜日)	
会場	春木川ふれあい交流センター・オンライン	
料金	無料	
参加人数 ／目標参加人数(達成率)	4名／10名 (40%)	
実施内容	日頃抱えている生きづらさや悩み、不安、疑問、苛立ちなどを手放すことを目的にオンラインでカウンセリングができる場を開催した。皆ほがらかにお話ししている印象だった。	

企画者	吉田ジョアン	
プログラム 050	Community Dance! 光と奇跡	
会期	12/17(木)	
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)	15名／15名 (100%)	
実施内容	「ハヌカ」というイスラエル民族に伝わる12月のお祝い行事で踊られるダンスのワークショップ。マイムマイムのような簡単な動きで、参加者は楽しく踊っていた。	

企画者	詫間あき菜	
プログラム 051	水墨画家 詫間夢鳳 展	
会期	①12/18(金)～21(月) ②1/4(月)～31(日)	
会場	①えきマチ一丁目コミュニティルーム ②スクランブルベップ	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	370名／250名 (148%)	
実施内容	企画者の祖父である水墨画家・詫間夢鳳のポストカード・色紙・掛け軸などを展示了。来場者はお散歩中にふらっと立ち寄る方や作者の知人が知り合いを誘いあわせて訪れることが多く、地元の方々にとても支えられた展覧会となった。	

企画者	(有)明石文昭堂	
プログラム 052	組み立てペン教室	
会期	12/19(土)	
会場	明石文昭堂	
料金	1,500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	20名／16名 (125%)	
実施内容	万年筆を組み立てて、インクを詰めて、ペンを持ち帰ることができるワークショップを実施した。参加者から、持ち帰った万年筆でクリスマスカードや年賀状などの一筆を楽しみたい、などの感想が寄せられた。	

企画者	アソビLAB	
プログラム 053	野菜で絵の具をつくろうー!	
会期	12/19(土)・20(日)・1/9(土)・10(日)	
会場	アソビLAB	
料金	500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	24名／40名 (60%)	
実施内容	人参や玉ねぎ、ピーマンなどの野菜を煮出したり、すりおろしたりすることで、万が一口に入れても安全な絵の具をつくり、塗り絵をした。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 054	陶芸家 橋本尚美ワークショップ	
会期	①12/19(土)『ブローチづくり』 ②12/20(日)『金継ぎワークショップ』	
会場	SELECT BEPPU (受付)	
料金	3,500円(お茶・お菓子付)	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	8名／24名(33%)	
実施内容	陶芸家 橋本尚美による陶器のブローチと金継ぎを体験できるワークショップを実施した。終始和やかな雰囲気だった。	

企画者	H.R.D.ハートクリエイトデザイン	
プログラム 055	カタリバ(心と身体)コラボ企画	
会期	12/19(土)・27(日)・1/10(日)・17(日)	
会場	春木川ふれあい交流センター	
料金	1,000円	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	12名／40名(30%)	
実施内容	古式太極拳の教えにのっとりながら、呼吸を整え身体の巡りを良くするワークショップと、塗り絵を使用し色やモチーフから深層心理を解き明かしていくワークショップをそれぞれ2回ずつ実施した。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 056	別府アートウォーク	
会期	12/19(土)、1/16(土)	
会場	集合場所: JR別府駅前(油屋熊八翁像前)	
料金	一般(中学生以上)1,000円、小学生500円、幼児無料(保険料・ドリンク込み)	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	2名／4名(50%)	
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。	

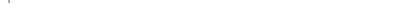
企画者	フラワーズ&わきみち堂	
プログラム 057	宮沢賢治を感じる	
会期	①12/19(土)・20(日)	
会場	富士屋Gallery一也百 ギャラリースペース ※わきみち堂による朗読会は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、オンラインで実施	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	50名／100名 (50%)	
実施内容	宮沢賢治『銀河鉄道の夜』にインスピアされて制作された食器や、はりこでつくられた猫のお面をかぶり、鉄輪で撮影された写真などを展示した。	



企画者	アリトアリデ	
プログラム 058	知らない絵について語り合おうよ!	
会期	12/20(日)・27(日)・1/10(日)・17(日)	
会場	オンライン	(参加者がいなかったため写真なし)
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／20名 (0%)	
実施内容	企画者が描いた絵について、参加者の皆で本音で語り合おうという企画。今回は残念ながら参加者がいなかった。	



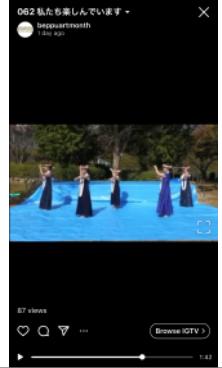
企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 059	ヒスロム『シティII』上映会・トークin別府	
会期	12/21(月)	
会場	別府ブルーバード会館B1階 フレックスホールB	
料金	一般1,000円、学生500円、未就学児無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	44名／40名 (110%)	
実施内容	劇作家カゲヤマ気象台による3部作の戯曲『シティI・II・III』のうち、『シティII』の戯曲をヒスロムが演出・出演。その映画撮影の模様を10月に3日間、パフォーマンス的にオンラインライブ配信し、後に映像化した作品。立ち見が出るほどの人気だった。上映後にはトークも開催した。	



企画者	現実	
プログラム 060	現実24,25	
会期	12/21(月)・1/18(月)	
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)	15名／10名 (150%)	
実施内容	商店街の空き店舗を会場とし、「現実」をテーマにした写真や音声などを使用したインスタレーション作品を展示了。	



企画者	いるかひめ	
プログラム 061	いるかひめ小作品展2020-繕う-	
会期	12/23 (水)～27(日)	
会場	おにぎりかふえ	
料金	1オーダー	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	35名／100名 (35%)	
実施内容	淡く温かみが溢れるイラストの展示をおこなった。湯けむりのかたちをしたしおりをプレゼントし、好評だった。	

企画者	Hui o Mauolioli o Hula nanis	
プログラム 062	私たち楽しんでいます	
会期	12/24 (木)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	87回／60回 (145%)	
実施内容	11年連続で『ベップ・アート・マンス』に参加。毎年は対面でフラダンス公演を実施していたが、今年は事前に撮影・編集した動画を1日限定で公開した。	

企画者	永野 環	
プログラム 063	家族4代アート展とワークショップ	
会期	12/28(月)～1/27(水) 月～水のみ営業	
会場	喫茶・雑貨ハチミツコボシ	
料金	1オーダー	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	40名／30名 (133%)	
実施内容	企画者を含む4世代5人の絵画や木工家具、手芸作品など家族の作品を展示了。参加者はお茶を飲みながら、くつろいで鑑賞していた。	

企画者	おおかわあかり	
プログラム 064	あしたの夢のはなしをしよう。	
会期	12/30(水)・31(木)	
会場	Galerie・et・Cafe・PAS・MAL	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	140名／50名 (280%)	
実施内容	商店街にある店舗のシャッターに絵を描いた。通りがかりで足を止めてくれた方や差し入れを持ってきた方もいた。町になじむ温かい作品となった。	

企画者	まちほし	
プログラム 065	まちほしin別府	
会期	12/13(日)	
会場	竹瓦小路	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	20名／20名 (100%)	
実施内容	日本最古の木造アーケードの下に椅子とテーブルを並べ、集った人たちが語らう場づくりをした。常連さんや温泉帰りに気になって寄った方など、新しい出会いに富んだプログラムとなった。	

企画者	とんつーレコード (小山冴子)	
プログラム 066	さいきんどうかい	
会期	12/30(水)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	252回／50回 (504%)	
実施内容	オンライン配信イベント情報をまとめ、カレンダーにして共有する『現代美術オンラインイベントJP』というカレンダーを更新しているメンバーと対談する様子を配信した。	

企画者	盲目の嘶屋 ザトー	
プログラム 067	作品鑑賞WS～見方のみかた～	
会期	12/13(日)・1/11(月)・1/17(日)	
会場	カレーやmomo、清島アパートなど	
料金	500円 (入場料・観覧料は別途)	
①来場人数 ／目標来場人数 (達成率) ②オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	①リアル：5名／5名 (100%) ②オンライン：13名／10名 (130%)	
実施内容	目の見えない人と見える人が対話を通じて、言葉で作品を楽しむ美術鑑賞ワークショップを実施した。参加者は自分自身の言葉を選びながら、同じ作品を見ても、見方・感じ方は千差万別であることを体感し、他人との感覚の違いを楽しみながら対話をしていた。	

企画者	驚きの学校	
プログラム 068	驚きの学校TV	
会期	1/1(金・祝)～31(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数(達成率)	40回／50回(80%)	
実施内容	日本とアメリカを繋いでおこなわれた、9ヶ月間に渡る『驚きの学校』のオンライン授業を経て、制作されたアニメーションを公開した。 木、鳥、雨、波などをテーマに身の回りの世界にある不思議について観察を経て、「いろいろな木」という生命の母なる木の物語を軸に、自分たちで考えた鳥とその鳥が食べた不思議な実、その実を携えてたどり着いた新たな島を創造した。	

企画者	薪窯ピツツア & Gallery 花民	
プログラム 069	Joycraft & chicchi コラボ作品展	
会期	①1/2(土)～31(日) 月・火定休 ②1/15(金)・24(日)	
会場	薪窯ピツツア & Gallery花民	
料金	①無料 ②500円	
来場人数 ／目標来場人数(達成率)	100名／50名(200%)	
実施内容	電動糸ノコ盤を使用して制作した木製品に、花の絵を描いたカトラリーやアクセサリーなどを展示した。参加者は木目の美しさや繊細な原画をじっくり見て楽しんでいたようだった。	

企画者	湯本タマ	
プログラム 070	紙屋カオス	
会期	1/2(土)～4(月)	
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)	60名／50名(120%)	
実施内容	紙屋公民館を会場に、企画者が合同で開催する『紙屋カオス』。来場者の持ち物と物々交換をするプログラムや、ライスボール山本によるお面作品などを展示了。	

企画者	りきまる	
プログラム 071	青空に上がる希望の凧	
会期	1/2(土)～1/4(月)	
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)	8名／8名 (100%)	
実施内容	ビニール袋や竹ひごで制作された凧に、自由に絵を描くことができるワークショップを実施した。初日には用意していた凧がなくなってしまうほどの盛況だった。	

企画者	豚星なつみ	
プログラム 072	101松尾常巳さんへ愛を語る♡	
会期	1/3(日)	
会場	紙屋温泉 2 階公民館およびオンライン	
料金	無料	
閲覧人数 ／目標閲覧人数 (達成率)	33名／15名 (220%)	
実施内容	別府で映画看板絵師や会場である紙屋温泉の番台としてたくさんの人と関わり、101歳まで長生きし、天寿を全うした松尾常巳さんとの思い出をオンラインで語り合った。初めて松尾さんを知る人も「会ってみたかった」と思える、とても温かい会になった。	

企画者	みんな表現者	
プログラム 073	語り、奏で、描き、切り出す! ライブ・アート・セッション	
会期	1/9(土)・1/10(日)	
会場	オンライン ※緊急事態宣言発出に伴い来県できなくなったため、会場を八幡竈門神社からオンラインに変更した。	
料金	無料、投げ銭	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	379回／200回 (190%)	
実施内容	巨大なロール紙にペイントをしたのち、巨大な龍を切り出し、作品にした。夜にはキャンドルを焚きながら篠笛の生演奏をした。本来、別府の八幡竈門神社で実施する予定であったがオンラインでの実施に変更したため、その場所にまつわる鬼が作った九十九段の石段のお話をモチーフに、ライブペイント、語り、切り絵、歌のパフォーマンスする盛り沢山な内容を配信した。	

企画者	宮本博行	
プログラム 074	事場 thing-place B.A.M exhibition vol.9	
会期	1/9(土)～11(月・祝) 1/16(土)～18(月)	
会場	元町・地下街跡（井上電気センター地下）	
料金	一般 200円、中学生以下 無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	67名／100名 (67%)	
実施内容	町の歴史を感じさせる地下空間を会場に、モノクロームの写真やスポットライトに照らされた1枚の白い羽、白い花々などを展示するインスタレーション作品を発表した。静謐な空間で、じっくりと鑑賞しているのが印象的だった。	

企画者	ネジ5th-leaf	
プログラム 075	ネジのネジ	
会期	①展示：1/9(土)～29(金) 火・水休み ②ミニライブ：1/14(木)・23(土)	
会場	カレーやmomo	
料金	1オーダー	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	70名／50名 (140%)	
実施内容	道端に落ちていたネジや部品などの廃材を拾い集め、『ネジロボ』という作品や絵画などを展示した。会期中はChuck Openとのライブも実施され、企画者の表現に真摯に向き合う場となった。	

企画者	深町勝幸	
プログラム 076	深町勝幸 絵画展	
会期	1/9(土)～17(日) ※1/12(火)は休み	
会場	富士屋Gallery一也百 ギャラリースペース	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	150名／100名 (150%)	
実施内容	流木にザクロやレモンなどを写実的に描いた絵画作品を展示了。企画者の知人・友人だけでなく、カフェの利用者など多くの人に見ていただくことができた。	

企画者	是永克也	
プログラム 077	BUNGO新喜劇with不二野座	
会期	1/10(日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料、投げ銭	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	80名／60名 (133%)	
実施内容	ともに大分市で活動する不二野座『愛の三角形』、BUNGO新喜劇『吉四六の鬼退治』の演劇2作品を発表した。屋外のステージで防寒問題が懸念されたが、最後まではほとんど人が退席することなく、観覧していた。	

企画者	書道団体 無限未来	
プログラム 078	心を表現する楽書	
会期	①1/10(日)『I LOVE 別府』皆で別府への愛を書で叫ぼう! ②1/17(日)『自分らしい字を書く為のヨガ呼吸ワークショップ』 ③1/24(日)『リクエスト即興パフォーマンス＆トーク書家が思う美しい字とは？』	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数 ／目標閲覧人数 (達成率)	40名／40名 (100%)	
実施内容	古典文字をベースに文字の成り立ちを知り、身体を動かすエクササイズや呼吸法のレッスンを交えながら、自分の思いを表現する『楽書®』を楽しむ書道ワークショップを3回実施した。参加者はオンラインを通じて、思い思いの作品を制作し、「改めて書道の楽しさに気づけた」といった感想があった。	

企画者	スタジオイマイチ	
プログラム 079	つくろう! あなたの地獄世界!	
会期	①1/10(日)・②17(日)・③31(日)	
会場	オンライン (Zoomを使用)	
料金	1,000円	
閲覧人数 ／目標閲覧人数 (達成率)	6名／8名 (75%)	
実施内容	オンラインで「地獄を考える」をテーマに参加者が「地獄クリエイター」となって新しい地獄を考え、それを「超短パフォーマンス」としてオンラインで発表した。	

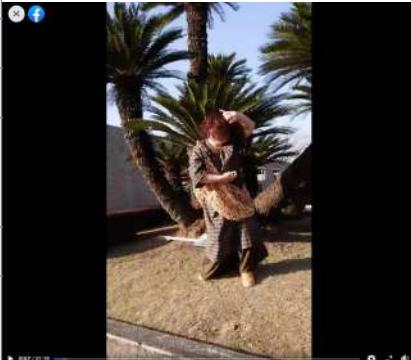
企画者	Beppu／Photography	
プログラム 080	深別府	
会期	1/14(木)～17(日)	
会場	Sempervivum (センペルビウム)	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	85名／200名 (43%)	
実施内容	別府市内のあちこちで撮影された1500枚以上のモノクロの写真を、会場半分にびっしりと展示した。来場者はたくさんの別府の風景の写真を食い入るように見ていた。	

企画者	(有)明石文昭堂	(参加者がいなかったため写真なし)
プログラム 081	防災食・災害用テントを体験しよう	
会期	1/15(金)	
会場	明石文昭堂	
料金	500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／4名 (0%)	
実施内容	毎月15日は「防災の日」ということで、防災食の試食会、災害用テントの体験会の企画。今回は残念ながら参加者がいなかった。	

企画者	日本文理大学 美術部	
プログラム 082	日本文理大学 美術部 作品展	
会期	1/15(金)～17(日)	
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)	100名／100名 (100%)	
実施内容	昨年度に引き続き、美術部の作品を展示了。会場の場所が良く、通りがかった方々に気軽に見ていただけた。	

企画者	蝶々魚食堂	
プログラム 083	蝶々魚食堂	
会期	① 料理教室 1/15(金) ② ランチ・ディナー 1/16(土)	
会場	トキドキエンゼル	
料金	作品見学無料／ランチ・ディナー ¥3,000	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	11名／20名 (55%)	
実施内容	映像作家がおこなう切り絵作品を楽しみながら、「お魚大臣」として活動する料理人がコウイカの刺身や一夜干しなどを提供した。参加者はお魚の解体や料理とともに、企画者との会話を楽しんでいた。	

企画者	小村朋代	
プログラム 084	大分弁と楽しむオペラ『愛の妙薬』	
会期	1/16(土)	
会場	別府ブルーバード会館3階 フレックスホール	(中止：写真なし)
料金	一般 2,000円／学生 1,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／0名 (0%)	
実施内容	緊急事態宣言発令により出演者の移動の自粛が求められたため、中止した。	

企画者	AYART 川越彩子	
プログラム 085	街のかけら	
会期	1/16(土)	
会場	オンライン ※緊急事態宣言発出に伴い来県できなくなったため、会場をトキハ別府店 大屋根の下からオンラインに変更した。	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者 数 (達成率)	120回／50回 (240%)	
実施内容	来県してプログラムを実施する予定だったが、直前に発令した緊急事態宣言により来県が難しくなったため、オンラインでダンスパフォーマンスを配信した。配信パフォーマンスにコメントをしながら楽しむ参加者もいた。	

企画者	akari.iwamura	
プログラム 086	踊りはちからだ!	
会期	1/16(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)	0名／0名 (0%)	
実施内容	緊急事態宣言発令により企画者の移動の自粛が求められたため、中止した。	

企画者	金平糖企画	
プログラム 087	続続 駅は見つかりましたか？	
会期	1/17(日)	
会場	オンライン	
料金	各回500円、3回 1,200円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／0名 (0%)	
実施内容	出演者の体調不良により、中止した。	

企画者	臼杵焼研究所	
プログラム 088	臼杵焼初窯展	
会期	1/21(木)～28(木) ※月・火休み	
会場	富士屋Gallery一也百 ギャラリースペース	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	100名／30名 (300%)	
実施内容	江戸期のわずかな期間にだけ焼かれていた臼杵焼を現代版臼杵焼として復興させるプロジェクト。今回は初窯(新年初めて火を入れて焼成されたもの)の作品を展示した。	

企画者	NPO法人BEPPU PROJECT	
プログラム 089	『ガレリア御堂原』バーチャルツアー	
会期	1/21(木)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数 ／目標閲覧人数 (達成率)	19名／15名 (127%)	
実施内容	Zoomを使用し、別府にオープンしたホテル『GALLERIA MIDOBARU (ガレリア御堂原)』に点在するアート作品や館内の様子をツアー形式で紹介した。	

企画者	APUINA	
プログラム 090	Cerita Kita ~インドネシアの伝説のお話~	
会期	1/22(金)～24(日)	
会場	yoiya (多機能拠点 べっぷ未来わくわくセンター)	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	109名／50名 (218%)	
実施内容	インドネシアの絵画、写真、ボードゲームなどを扱った展覧会を実施した。立命館アジア太平洋大学に在籍する留学生の来場が多かった。	

企画者	橋本次郎	(中止：写真なし)
プログラム 091	beppu note	
会期	1/22(金)～24(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)	0名／0名 (0%)	
実施内容	緊急事態宣言発令により企画者の移動の自粛が求められたため、中止した。	

企画者	橋本 佐枝子	
プログラム 092	HOME	
会期	1/22(金)～24(日)	
会場	BEP.lab	(中止：写真なし)
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／0名 (0%)	
実施内容	緊急事態宣言発令により企画者の移動の自粛が求められたため、中止した。	

企画者	工藤明美	
プログラム 093	アートセラピー入門	
会期	1/22(金)～25(月)	
会場	えきマチ 1丁目別府 コミュニティルーム	(中止：写真なし)
料金	500円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	0名／0名 (0%)	
実施内容	新型コロナウイルス感染症拡大の影響を鑑み、中止した。	

企画者	よしもり むつこ	
プログラム 094	あいだにある風景	
会期	1/22(金)～28(木)	
会場	ギャラリー嶋屋	
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	身の回りの素材を使った立体造形物や陶器などを展示した。	

企画者	APUINA	
プログラム 095	Cerita Kita ～インドネシアの伝説のお話～	
会期	1/23(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)	60名／50名 (120%)	
実施内容	立命館アジア太平洋大学に所属するインドネシアの学生団体が母国のダンスを披露した。最初から最後までたくさん的人が見学し、会場はあたたかい雰囲気だった。	

企画者	カモミール・カーム	
プログラム 096	癒し・ストレス解消セミナー	
会期	1/23(土)	
会場	あかがね青山治療院	
料金	3,000円	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	1名／5名 (20%)	
実施内容	押し花を使用した、可愛らしい壁かけ飾りをつくるワークショップを実施した。参加者はゆったりした時間を楽しむだけでなく、会場に併設されたギャラリーにある、歌人の柳原白蓮の作品も楽しんでいた。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 097	BEPPU PROJECTスタッフによる視察報告会	
会期	1/23(土)	
会場	BEPPU PROJECT事務所およびオンライン	
料金	無料	
閲覧人数 ／目標閲覧人数 (達成率)	14名／10名 (140%)	
実施内容	BEPPU PROJECTスタッフが視察をした、京都・横浜・金沢の芸術祭等の事例を紹介した。参加者からの質問や情報共有などもあり、有意義な会となった。	

企画者	劇団「かくたす」	
プログラム 098	星空舞台	
会期	1/23(土)・24(日)	
会場	オンライン ※緊急事態宣言発出に伴い集客して実施に不安があり、会場を別府公園からオンラインに変更した。	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	71名／10名 (710%)	
実施内容	久野那美作『たとえば零れたミルクのように』をオンラインにて上映した。台詞がメインの穏やかでゆったりとした劇で、参加者はコメントをしながら楽しんでいた。	

企画者	安河内 彩香	
プログラム 099	ayakart 個展	
会期	1/23(土)～31(日) ※1/25(月)は休み	
会場	Sempervivum (センペルビウム)	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	102名／80名 (128%)	
実施内容	絵描きの安河内 彩香による展覧会を開催した。最終日にはおもちゃ楽器演奏家Keipyānによる演奏とライブペインティングのパフォーマンスも実施した。	

企画者	STRACT by LIT.	
プログラム 100	アートファッションショー	
会期	1/24(日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料	
①来場人数 ／目標来場人数 (達成率) ②オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	①50名／40名 (125%) ②20回／15回 (133%)	
実施内容	ペイントを施した洋服を着て、ファッションショーをおこなった。ショーの幕間には音楽ライブも実施した。	

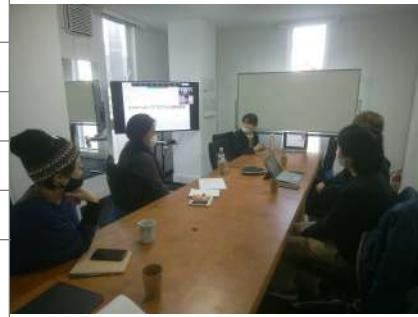
企画者	Pickles Pictures	
プログラム 101	#beppu夜想曲	
会期	1/30(土)・31(日)	
会場	富士屋Gallery一也百 ギャラリースペース	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	81名／20名 (405%)	
実施内容	別府の夜をテーマにした写真展を実施した。企画者ご家族や友人だけでなく、多くの人が集まり盛況だった。	

企画者	身体企画ユニット ヨハク	
プログラム 102	リモート温泉	
会期	1/30(土)・31(日)	
会場	オンライン ※緊急事態宣言発出に伴い来県できなくなったため、会場をえきマチ1丁目別府 コミュニティルームからオンラインに変更した	
料金	無料	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	67回／100回 (67%)	
実施内容	温泉に入る時の身体感覚を身体企画ユニット ヨハクの2人それぞれの言葉で記述し、音声として閉じ込めた作品を、YouTube上に投稿した。	

企画者	スタジオイマイチ	
プログラム 103	みよう! 地獄世界パフォーマンス!	
会期	1/31(日)	
会場	オンライン (Zoomを使用)	
料金	1,000円	
閲覧人数 ／目標閲覧人数 (達成率)	21名／30名 (70%)	
実施内容	『つくろう! あなたの地獄世界!』で制作された短編パフォーマンスを発表した。ゲストに美術家・深澤孝史氏を迎え、地獄の闇魔様としてそれぞれの地獄にコメントした。	

企画者	首藤正之	
プログラム 104	BEPPU NEW STANDARD	
会期	1/31(日)	
会場	オンライン ※緊急事態宣言発出に伴い集客して実施に不安があり、ライブをオンラインで配信する形に変更した	
料金	無料・投げ銭	
オンライン参加者数 ／目標オンライン参加者数 (達成率)	60回／30回 (200%)	
実施内容	別府ばやしのアレンジなどを含んだバンド演奏をオンラインで配信した。配信後は「今度は会場で観たい」といった感想があった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 105	インターンシッププログラム成果発表会	
会期	1/31(日)	
会場	BEPPU PROJECT事務所およびオンライン	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	3名／5名 (60%)	
実施内容	BEPPU PROJECTでインターン生として活動してもらった3名の学生によるプレゼンテーションとそのフィードバックを実施した。	



企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 106	『ベップ・アート・マンス』をつくろう会	
会期	12/20(日)・1/31(日)	
会場	別府市内各所／BEPPU PROJECT事務所およびオンライン	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	13名／20名 (65%)	
実施内容	当日開催しているプログラムをお散歩する会と、通常の会を実施した。お散歩には子どもが7名、大人3名が集まり、その日に実施されたさまざまなプログラムを巡った。	



企画者	混浴温泉世界実行委員会	
プログラム 107	梅田哲也 イン 別府 『O滞』	
会期	12/12(土)～3/14(日)	
会場	別府市内各所ほか	
料金	無料	
来場人数 ／目標来場人数 (達成率)	49,672名 来場者数：6,024名、オンライン参加者数：43,648名	
実施内容	地図と音声を手掛かりに数カ所を回遊する体験型の作品。会場は別府ならではの特徴的な地形や空間ばかりではなく、普段人が立ち入らないような場所も含んでいた。また、同会場を舞台にした映画作品も劇場公開した。	

2-3. 運営について

1. 新型コロナウイルス感染症拡大による影響を鑑みての準備

新型コロナウイルス感染症拡大により緊急事態宣言が出されるなどの事態になったとしても開催できるよう、準備をおこなった。

ガイドラインの策定

新型コロナウイルス感染症拡大防止に関する対策について、基本方針や具体的な対策を明示したガイドラインを作成し、企画者に周知した。

オンライン企画の導入

実際の会場で実施する企画だけでなく、オンライン上で実施する企画も募集した。また、企画者がオンラインを活用した新たな表現・発表方法に挑戦する際のアドバイスがおこなえるよう、事務局スタッフの知識向上に努めた。

2. サポート内容

『ベップ・アート・マンス 2020』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。

プログラム実施に関わる相談およびサポート

プログラム登録申請期間中(申請期間:9月1日[火]~30日[水])、登録相談会を3回実施し、プログラムを登録するにあたり、気軽に立ち寄り質問できる機会を提供した。また、申請書を提出後、事務局によるヒアリング(面談)を実施し、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。さらに、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。

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

実行委員会が企画者に紹介する会場として7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 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)、富士屋Gallery一也百 ギャラリースペース(鉄輪地区)、富士屋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した。

オンラインプログラムの実施に向けたサポート

『ベップ・アート・マンスをつくろう会』をオンラインでも参加可能にしたほか、弁護士の水野祐氏による『著作権レクチャー』、Chuck Open氏による『オンライン配信レクチャー』を実施した。また、オンラインプログラムを掲載するためのWebサイト、『ベップ仮想文化センター』を活用し、オンラインイベントをここに集約した。



『オンライン配信レクチャー』の様子

広報業務の一部代行

- ・全プログラムが掲載されたパンフレット(7,000部)や事業全体を告知するポスター(400部)を作成し、別府市内や近郊を中心に配布した。
- ・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(Facebook、Instagram、Twitter)を通じた情報発信をおこなった。
- ・記者発表会を開催し、12組の企画者が自らの企画をPRした。
- ・会場目印のぼりを各会場に設置するとともに、駅前通り商店街に32本のぼりを設置した。

総合インフォメーションセンター

SELECT BEPPUに総合インフォメーションセンターを設けPRや問い合わせ対応をした。



パンフレット 表紙



パンフレット プログラム紹介ページ



プログラムページ Webサイト



のぼり

問い合わせ対応・連絡先窓口などの事務局業務

企画者が希望する場合、プログラムの予約受付や問い合わせ対応を事務局が代行した。

予約は電話、Fax、Webサイトにて受け付けた。

3. 加盟店

今年度は新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、今まで応援してくださった加盟店の店舗情報を無料でWebサイトに掲載した。



加盟店ページ Webサイト

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』、『報告会 & 交流会』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。この取組は2013年より始まり、今年度は計11回実施され、オンラインでの参加を含め約110名の参加があった。また、登録を検討している人を後押しするため、募集期間中にプログラム登録相談会を3度実施し、登録の呼びかけやプログラムの企画・立案についてのアドバイスをおこなった。

『ベップ・アート・マンスをつくろう会』

回	日程	参加人数	会場
116	2020/5/21(木)	18	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
117	2020/8/21(金)	15	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
118	2020/9/5(土)	10	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
119	2020/9/20(日)	8	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
120	2020/9/27(日)	12	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
121	2020/10/20(火)	12	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
122	2020/11/5(木)	5	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
123	2020/11/18(水)	9	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
124	2020/12/1(火)	5	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
125	2020/12/20(日)	12	JR別府駅周辺の『ベップ・アート・マンス2020』会場
126	2020/1/31(日)	4	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン

『プログラム登録相談会』

内容	日程	参加人数	会場
相談会1回目	2020/9/11(金)	3	えきマチ1丁目別府 コミュニティルーム
相談会2回目	2020/9/19(土)	9	べっぷ駅市場内
相談会3回目	2020/9/27(日)	16	えきマチ1丁目別府 コミュニティルーム (『第120回 ベップ・アート・マンスをつくろう会』と同時開催)



左から『ベップ・アート・マンスをつくろう会』『プログラム登録相談会』の様子

『ベップ・アート・マンス 2020 報告会』を開催し、事務局から企画者アンケートと来場者アンケートの集計結果を報告、事務局の考察も共有した。また、意見交換の場ではパンフレットの改善など、広報面についてのアイデアやオンライン視聴者や参加者からアンケートを記入してもらうための今後の工夫をどうするかなど、今後の課題や意見が交わされた。今後も継続して『ベップ・アート・マンスをつくろう会』などの場で意見交換をおこない、企画者の意見を積極的に取り入れていきたい。

『報告会』

内容	日程	参加人数	会場
報告会	2021/3/25(木)		事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン



『ベップ・アート・マンス 2020 報告会』の様子

2-5. サポートへの評価

1. アンケート結果

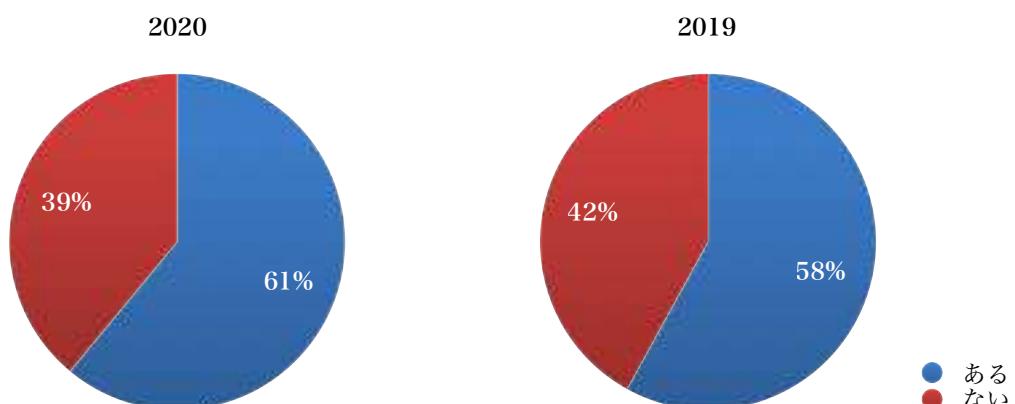
プログラム終了後、プログラム企画者へアンケートを実施した。回収枚数は77枚。

※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. これまでにプログラムを登録したことがあるか
2. 『ベップ・アート・マンス』という取組への評価
3. 『ベップ・アート・マンス』に登録してよかったですか
4. また『ベップ・アート・マンス』へ登録したいか
5. 事務局の対応に対する評価
6. 広報業務の一部代行による効果があったか
7. 提供会場の取組をどう思うか
8. 『ベップ・アート・マンスをつくろう会』には参加したか
9. オンライン配信についてどう思うか

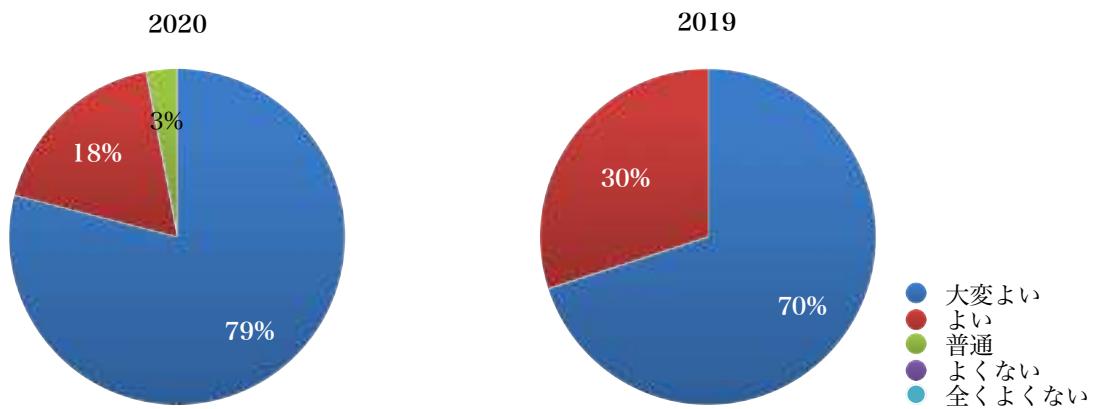
1. これまでにプログラムを登録したことがあるか

昨年と比較し、「ある」が3%増加した。



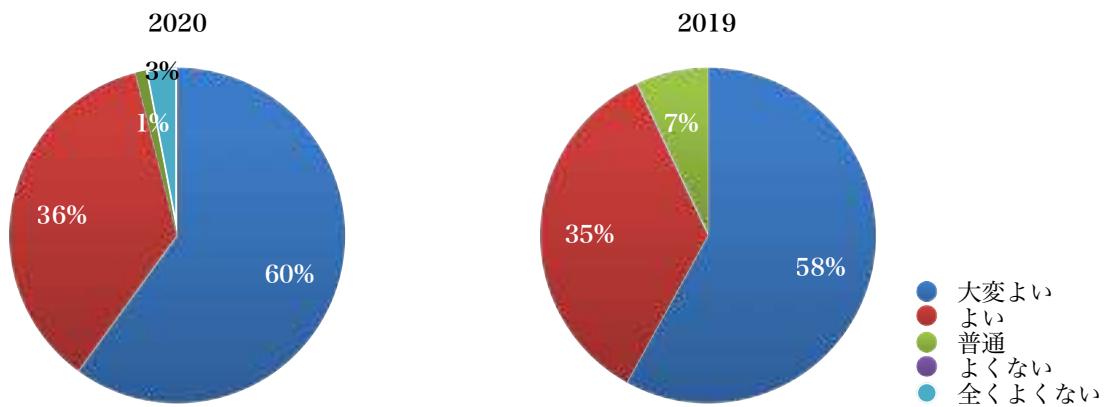
2. 『ベップ・アート・マンス』という取組への評価

昨年と比較し、「大変よい」の評価が9%増加した。



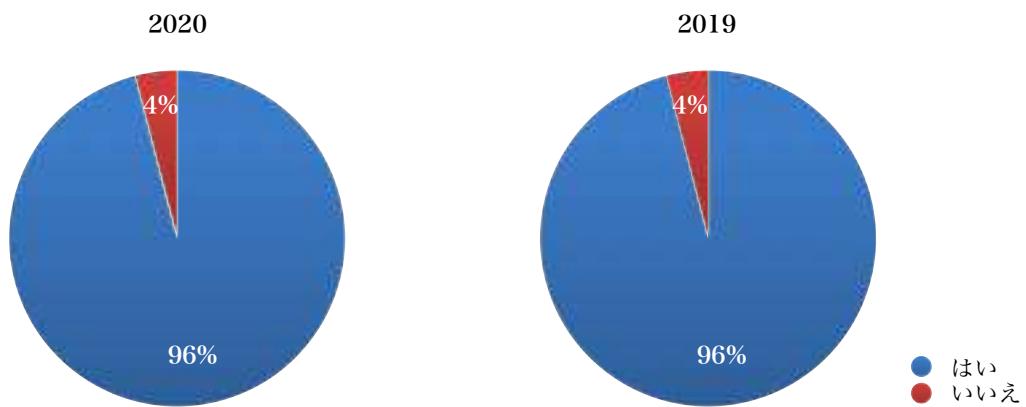
3. 『ベップ・アート・マンス』に登録してよかったです

昨年と比較し、「大変よい」「よい」の評価が合計3%増加した。「全くよくない」の評価が3%あった。



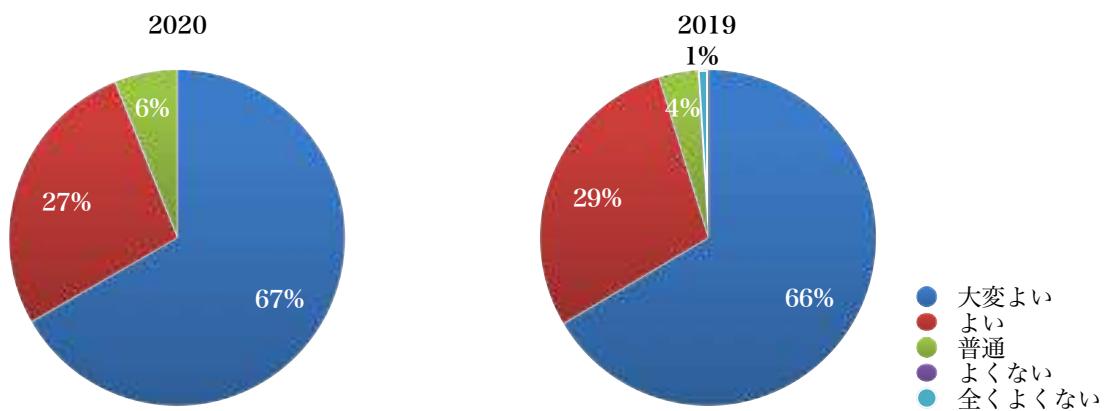
4. また『ベップ・アート・マンス』へ登録したいか

昨年と変化はない。



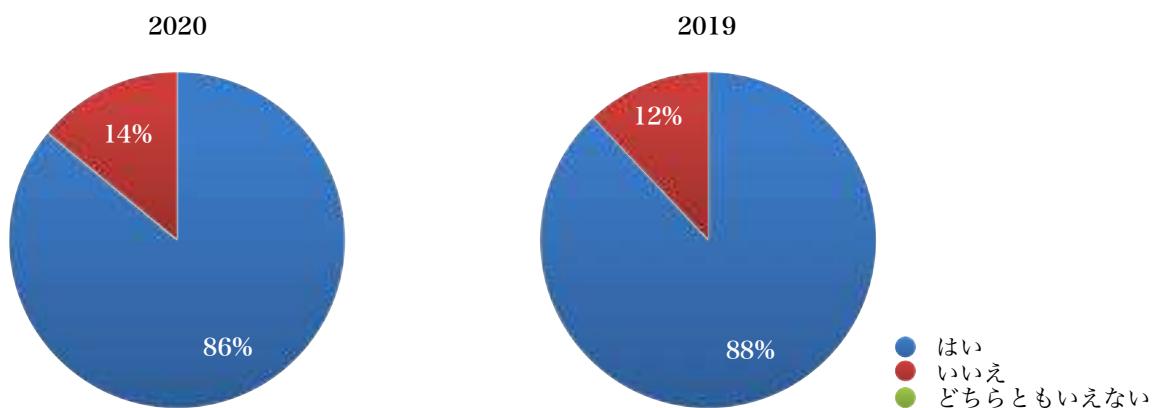
5. 事務局の対応に対する評価

昨年と比較し、「大変よい」との回答が66.7%となり、「よい」との回答が27.3%となった。



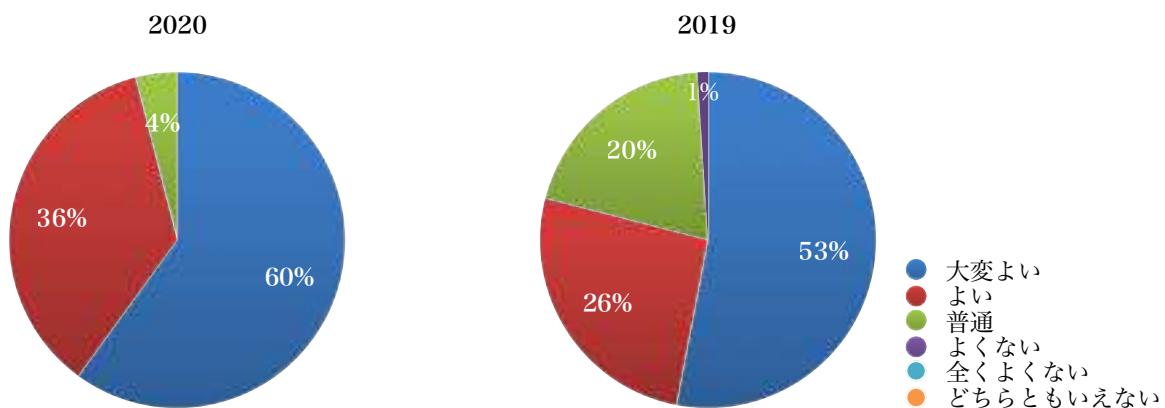
6. 広報業務の一部代行による効果があったか

昨年と比較し、「はい」が2%減少した。



7. 提供会場の取組をどう思うか

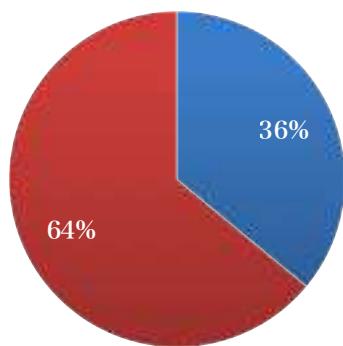
4ヶ所の提供会場を使用した。「大変よい」「よい」が合わせて96%となった。



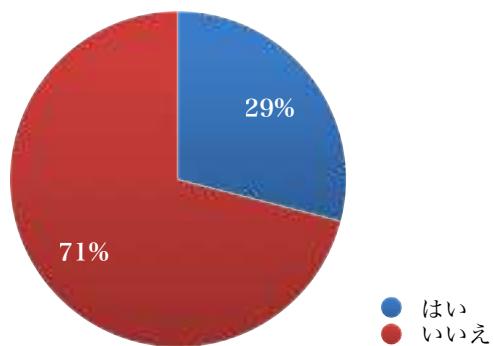
8. 『ベップ・アート・マンスをつくろう会』には参加したか

昨年と比べ、「参加した」との回答が7%増加した。

2020



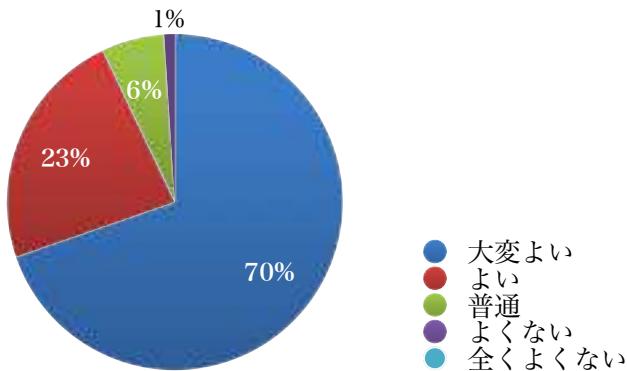
2019



9. オンライン配信についてどう思うか

「大変よい」と「よい」の回答が合わせて93%となった。

2020



『ベップ・アート・マンス』という取組への評価についての自由意見

- 来場者の方と繋がることができ、自分がやりたいことを別府という素晴らしい街を通して表現することができる。
- アートを通して地域の人と触れ合ういい機会だと思います。また別府について考えるいい機会になりました。
- 地域活性、人々の交流、文化継承などにとても貢献している。
- 今年もアートマンス来たー!と思える。コロナ禍でも期待通り行ってくれてさらに別府を好きになった。
- 企画者の別府への愛情。別府で暮らす魅力的な人々。アートマンスは驚きや発見を提供してくれ、知らなかつた「別府」と出会うことができる。
- 別府市での文化芸術の振興・鑑賞機会の充実や芸術表現の発表機会の提供に大きく寄与していると思います。
- 何かを発表することができる機会が広く市民に開かれていることで、地域への愛着が生まれたり、日々の生活を楽しくできる動機につながるため。
- コロナ禍で客が少ないなか、売上の助けになった(プログラムを企画した飲食店の経営者の声)。
- 別府の町の人々のあたたかさや人情味にふれることができた。幅広い年齢層の方がアートへの関心を強く持ち、幅広い受け入れ幅を持ち、イキイキと暮らす町だと分かった。訪れた観光客ともアートをきっかけに会話が生まれ、コミュニケーションがとれて楽しかった。
- オンラインの大きな利点かと思いますが、遠方からの参加が気軽に出来たことは嬉しく思っております。
- それぞれの人が得意を披露するのがとてもいいと思います。今回はコロナ禍で身動きが取れませんでしたが別府は確実に元気になってると思います。
- 経済効果、市民との一体感。まだまだアイデア次第で化ける可能性あり。マンネリにならないように。

(アンケートより原文のまま抜粋)

2-6. 来場者について

1. 来場者数

来場者は27,265名(目標来場者数:10,000名／オンライン参加者含む)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	プログラム数	参加団体数	来場者数
2010年	11/1(月)～11/30(火) [30日間]	43	27	3,930名
2011年	11/1(火)～11/30(水) [30日間]	87	57	11,751名
2012年	10/6(土)～12/2(日) [58日間] ※1)	148	122	53,736名
2013年	11/1(金)～12/1(日) [31日間]	86	74	25,147名
2014年	11/1(土)～11/30(日) [30日間]	81	72	22,134名
2015年	7/18(土)～9/27(日) [72日間] ※1)	88	71	53,474名
2016年	10/29(土)～11/30(水) [33日間]	97	87	12,103名 『目 In Beppu』の来場者数1,122名を含まず
2017年	11/1(水)～12/3(日) [33日間]	107	93	10,005名 『西野 達 in 別府』の来場者数13,391名を含まず
2018年	10/6(土)～11/25(日) [51日間]	124	95	23,722名 『アニッシュ・カプーア IN 別府』の来場者数54,716名を含まず
2019年	9/21(土)～11/10(日) [51日間]	123	98	14,590名 『関口 光太郎 in BEPPU』の来場者数11,840名とアニッシュ・カプーア『Sky Mirror』再公開の来場者数43,842名を含まず
2020年	12/12(土)～1/31(日) [51日間]	107	87	27,265名(来場者数4,924名、オンライン参加者数22,341名) ※『梅田哲也 イン 別府』の参加者数43,648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. アンケート結果

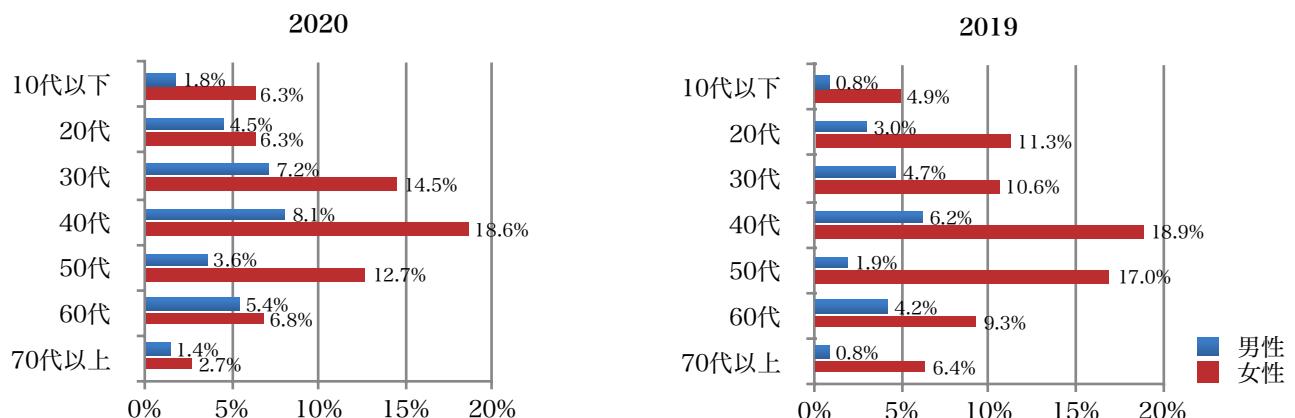
会期中、来場者に下記の質問を記したアンケートを実施した。回収枚数は225枚。

※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』という取組への評価
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. 『梅田哲也 イン 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
12. 一部プログラムのオンライン配信もおこなっているが、オンライン配信を視聴するか

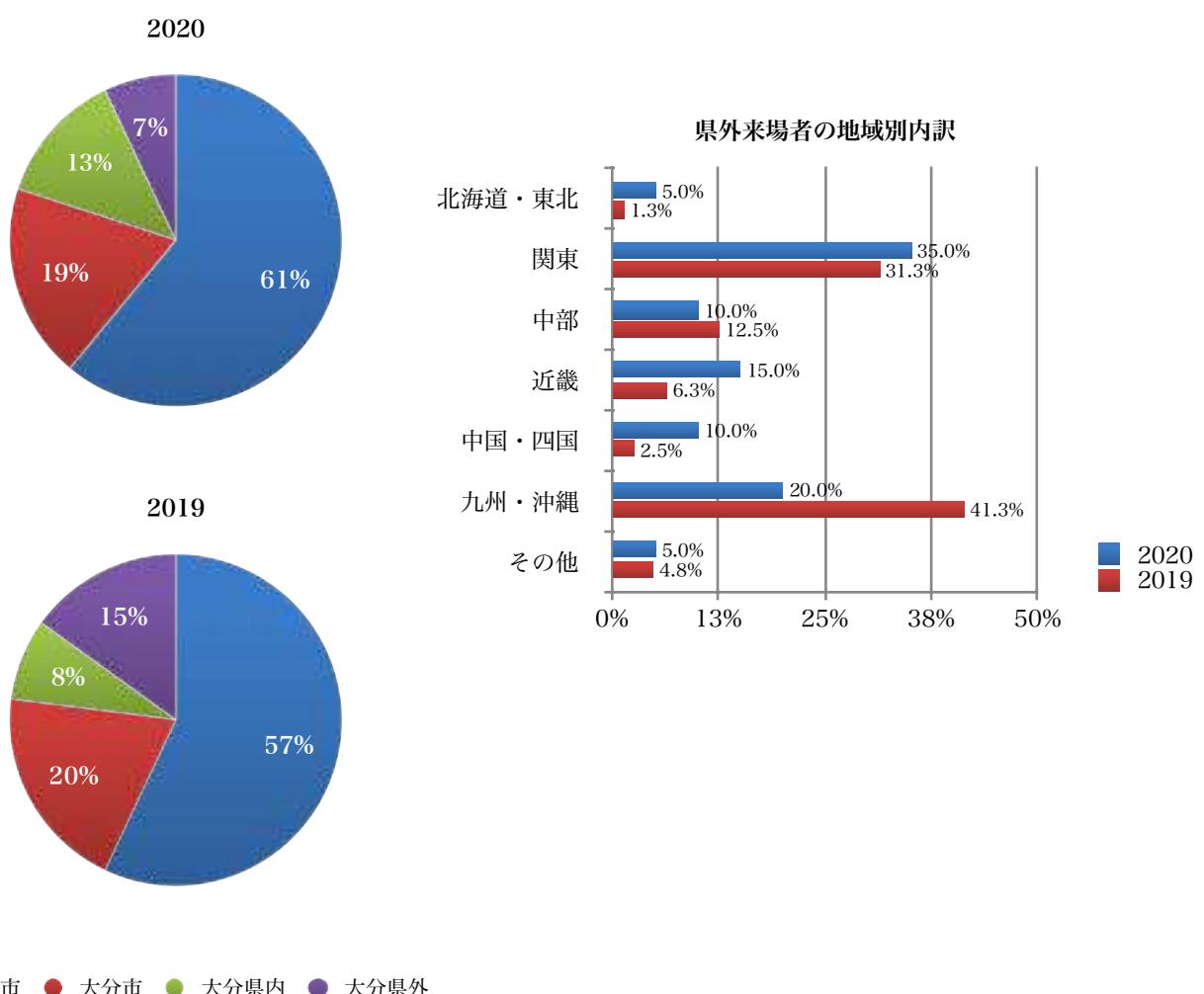
1-1. 年齢、性別

昨年と比較し、女性の20代の割合が減少した。



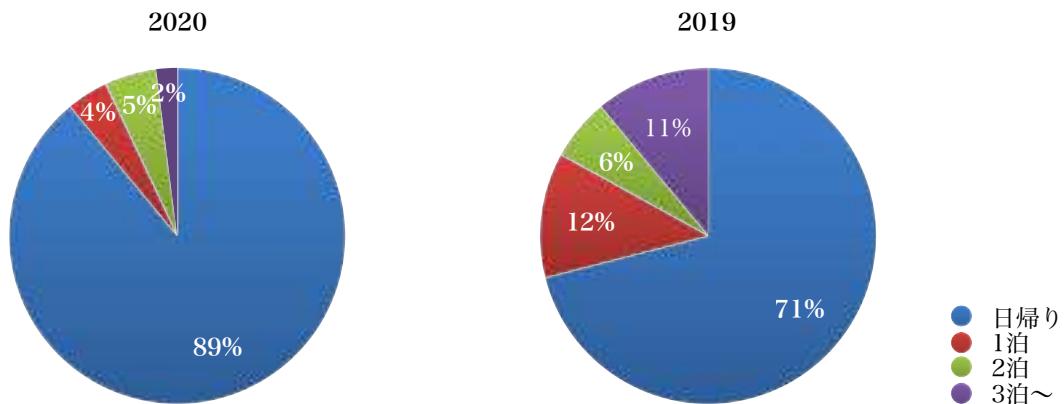
1-2. 居住地

昨年と比較し、「別府市」の割合にあまり変化はないが、今年は県内来場者が全体の93%で昨年の85%より伸びている。県外來場者の地域別内訳をみると、「関東」「近畿」の割合が増加した。



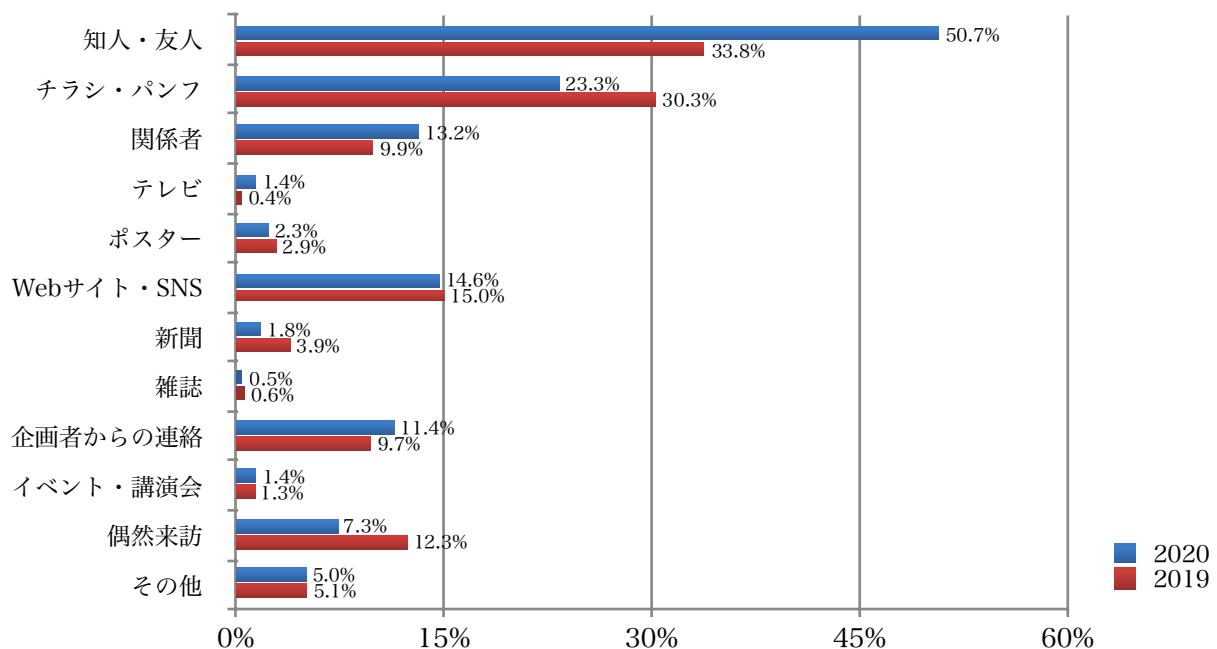
1-3. 滞在期間

昨年と比較し、「日帰り」の割合が18%増加した。これは、「1-2. 居住地」の結果と比例しており、県内からの来場者の割合が高かったためと推測する。



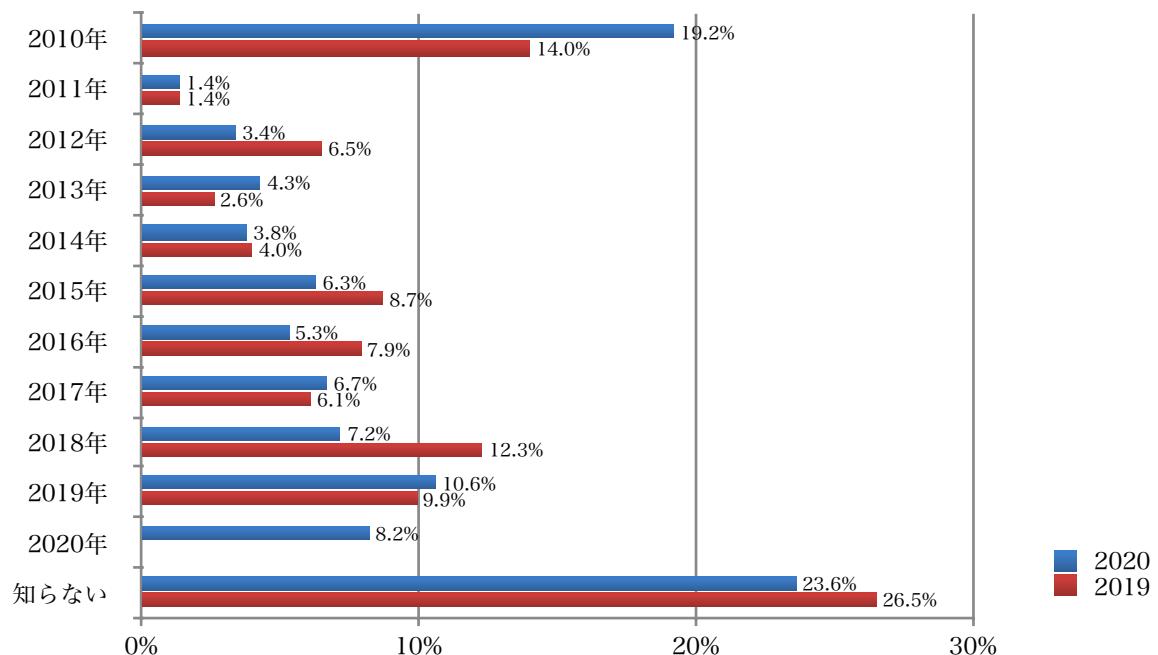
2. 今回のプログラムのことをどこで知ったか (複数回答可)

昨年と比較し、「チラシ・パンフ」が減少した。一方「知人・友人」「企画者からの連絡」が増加した。



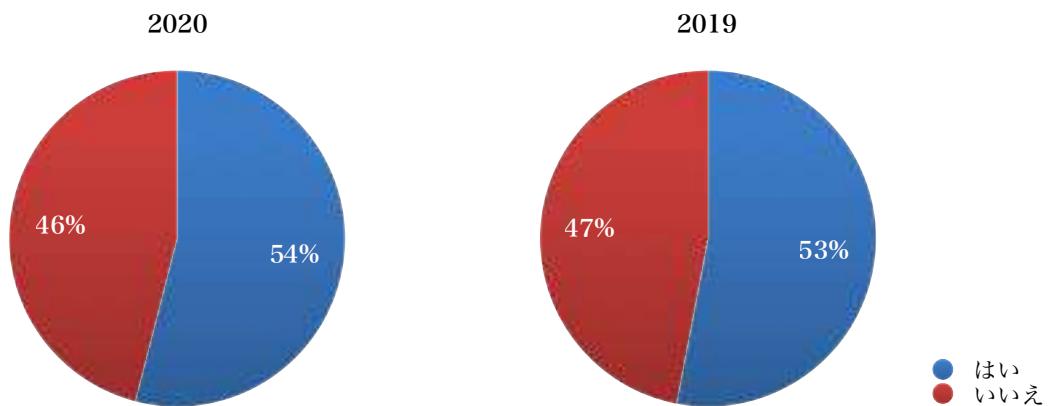
3. 『ベップ・アート・マンス』のことをいつから知っていたか

昨年と同様、2010年度から知っている方が多い。



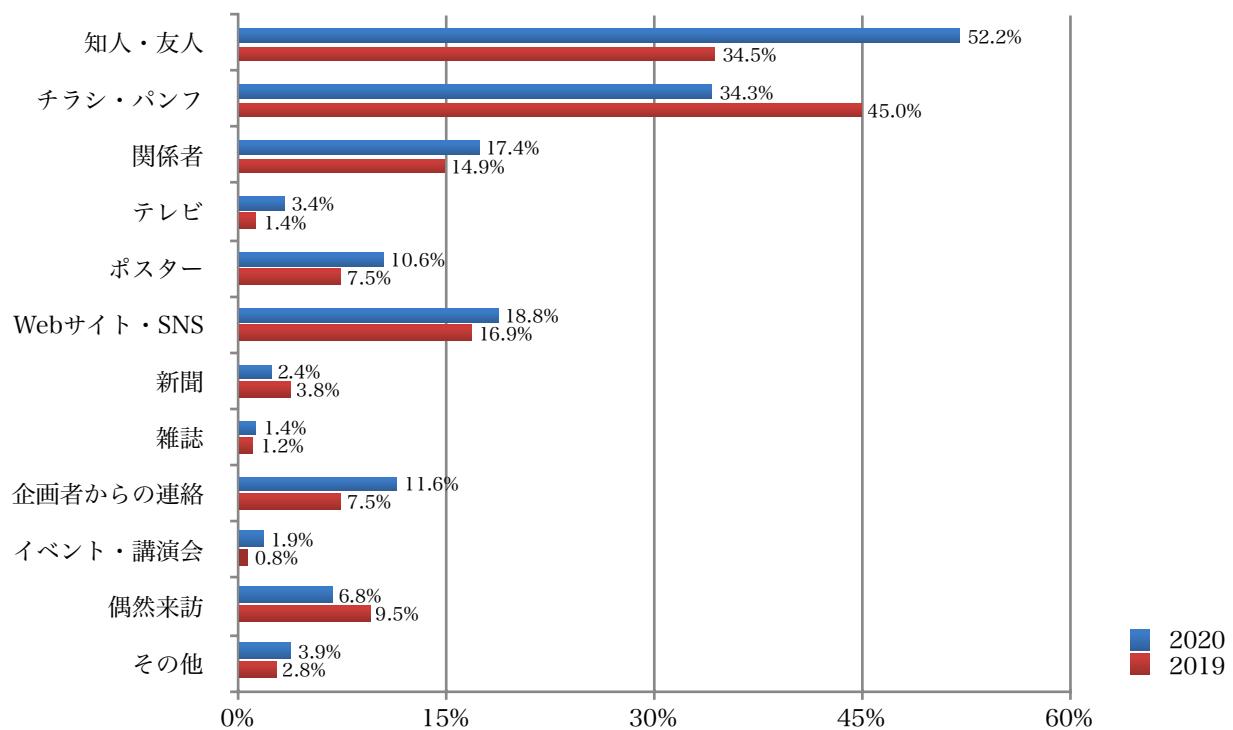
4. 『ベップ・アート・マンス』にこれまで参加したことがあるか

昨年と比較し、回答の割合はほぼ変化はない。



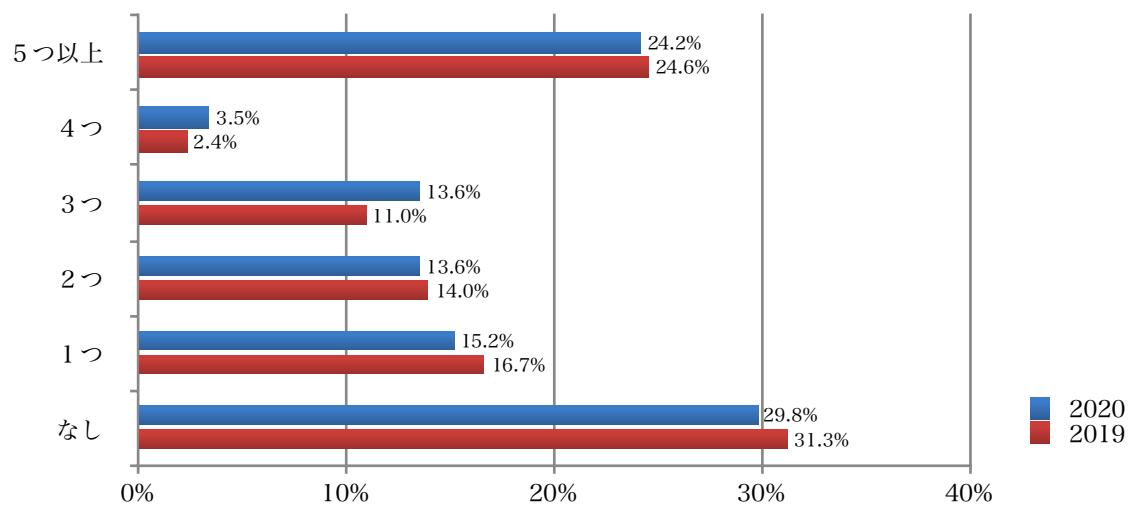
5. 『ベップ・アート・マンス』のことを何で知ったか (複数回答可)

昨年と比較し、「知人・友人」の割合が17.7%、「企画者から連絡」が5.6%増加した。



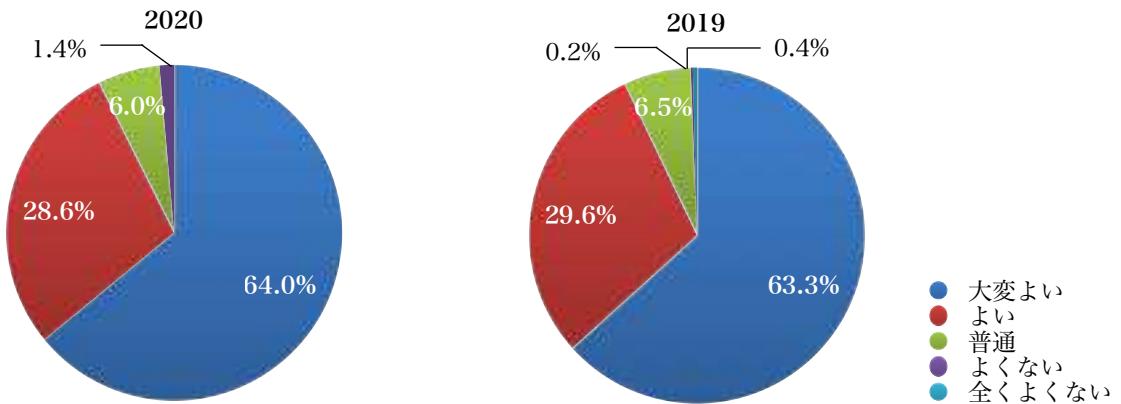
6. 他に参加した、または参加する予定のプログラムはあるか

昨年と同様の傾向にある。



7. 『ベップ・アート・マンス』という取組への評価

昨年と比較し、回答の割合に変化は見られなかった。



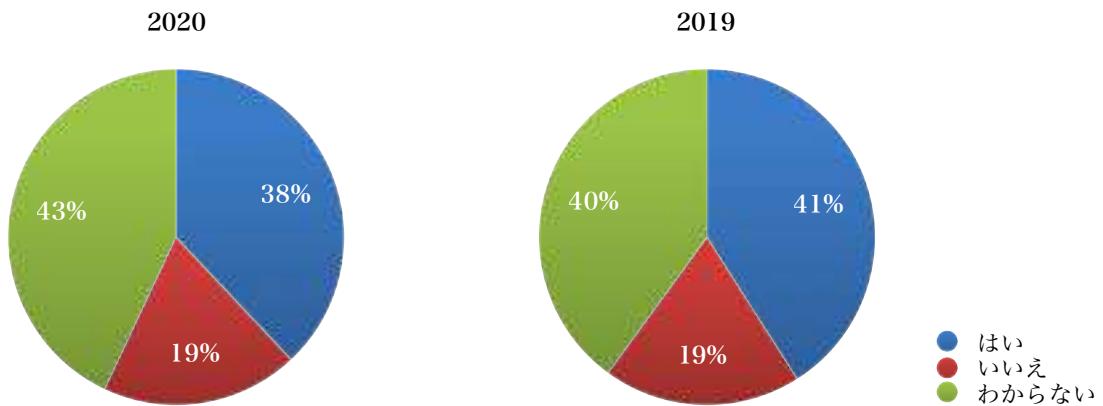
8. 7の理由

- この災禍、いろいろと難しいこともあるだろうけれど、開催なされたことは素晴らしいと思います。
- 別府のまち全体(場所、ひと、ものいろんなもの)を使ったイベントであり、内外のアーティストが参加してたり、東京に行かなくても芸術に触れる事のできる、しかも別府らしさもある、貴重な機会だと思っている。
- まちの人々をよいまきこみ方をしている。まちの文化祭としての機能をすばらしく潤滑にしている
- コロナで楽しみが減ってきてる中で、このような楽しみをつくっていただけてすごく嬉しかったです。
- 別府全体が美術館になるような感覚ですべきだと思う
- 発表の場が気軽にできてだれでも参加できるのが良い
- 今回初めて知りました。様々な催しがあるとかがい、楽しそうだなと思っています。
- 今回は特にさびしい
- よいとりくみですが、今回のパンフからは具体的なイベント内容がわからなかつたので参加、興味につながりにくかつた。

(アンケートより原文のまま抜粋)

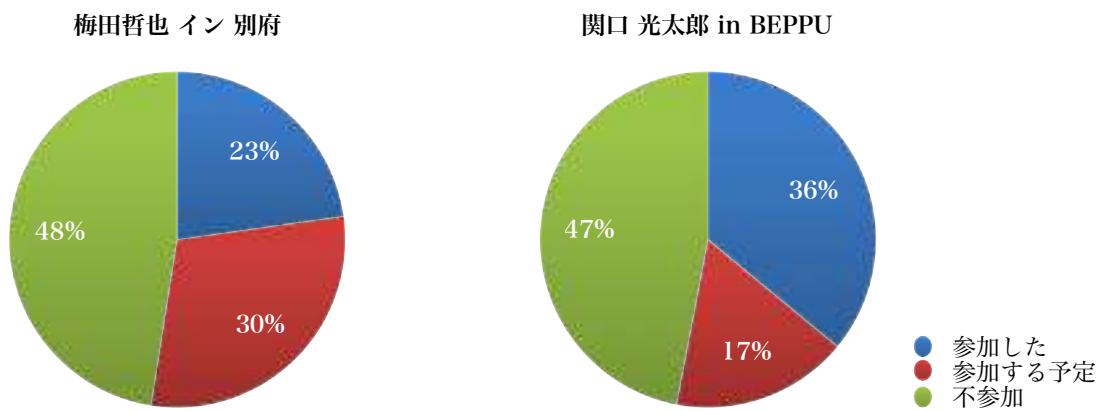
9. 次回はプログラムの企画者として参加したいと思うか

昨年と比較し、回答の割合に変化は見られなかった。



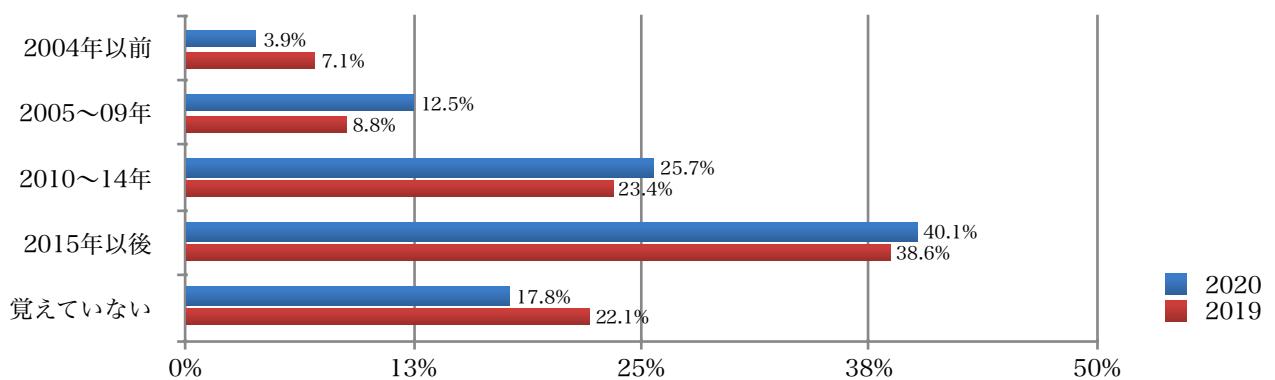
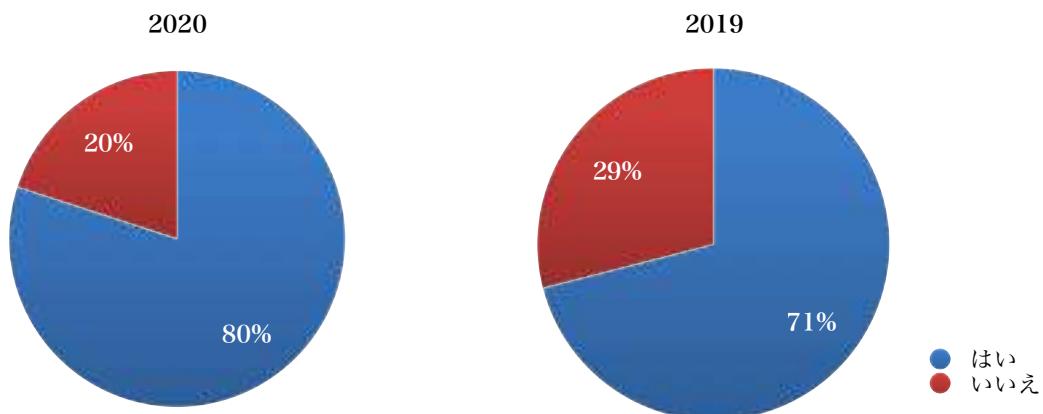
10. 『梅田哲也 イン 別府』には参加したか

昨年と比較し、「参加した」の割合が減少し、「不参加」の割合はほとんど変化がなかった。



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、「はい」の回答が9%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、昨年同様、「2015年以後」が最も高い結果となった。



12. 一部プログラムのオンライン配信もおこなっているが、オンライン配信を視聴するか

「視聴した」 「視聴する予定」を合計し、54%となった。



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実現する。第1回目は現代芸術活動チーム【目】による『目 In Beppu』を別府市役所で、第2回目は西野 達による『西野 達 in 別府』をJR別府駅前を中心とした市街地で、第3回目はアニッシュ・カプーアによる『アニッシュ・カプーア IN 別府』を別府公園で、第4回目は関口 光太郎による『関口 光太郎 in BEPPU』をトキハ別府店で開催した。5回目となる今年度は、音楽、美術、舞台芸術など多様な分野を横断しながら国内外で活躍する梅田哲也を招聘し、『梅田哲也 イン 別府』を開催した。

2. アーティストについて



梅田哲也 (うめだてつや)

建物の構造や周囲の環境から着想を得たインスタレーションを制作し、美術館や博物館における展覧会のほかに、オルタナティブな空間や屋外において、サイトスペシフィックに作品を展開する。パフォーマンスでは、普段行き慣れない場所へ観客を招待するツアー作品や、劇場の機能にフォーカスした舞台作品、中心点をもたない合唱のプロジェクトなどを国内外で発表。また先鋭的な音響のアーティストとしても国際的に知られている。近年のパフォーマンス作品に『Composite: Variations / Circle』(Kunstenfestivaldesarts 2017、ブリュッセル、ベルギー)、『INTERNSHIP』(国立アジア文化殿堂、光州、韓国、2016年／TPAM 2018、KAAT神奈川芸術劇場ホール)など。近年の展覧会に『リボーンアート・フェスティバル』(石巻、2019年)、『東海岸大地藝術節』(台東、台湾、2018年)、個展では『うたの起源』(福岡市美術館、福岡、2019-2020年)、『See, Look at Observed what Watching is』(Portland Institute for Contemporary Art、ポートランド、米国、2016年)がある。

撮影：Bea Borgers

3. ロゴマークおよび作品タイトルについて

梅田哲也 イン 別府
Tetsuya UMEDA in BEPPU

O ZERO-TAI 滞

O ZERO-TAI
滯
Tetsuya UMEDA in BEPPU
イ
ン
梅
田
哲
也
別
府

作品タイトル：『O滯』(ぜろたい)

作品タイトルの意味：「O」は穴を、あるいは文字通りカウント・ゼロ、ものごとの起源以前の状態を示している。ものごとが動かなくなった状態が「滯」であるならば、『O滯』はそこにぽつかり空いた穴であり、この穴をO地点とする、新しい秩序の始まりであるのかもしれません。(作家の言葉を引用)

3-2. 作品について

展覧会名	梅田哲也 イン 別府／Tetsuya UMEDA in BEPPU
作品タイトル	O滞／ZERO-TAI
会期	2020年12月12日(土)～2021年3月14日(日)(52日間) 休み：火・水・木曜(祝日は除く)、年末年始(12月29日(火)～1月7日(木))
参加方法	予約制(公式Webサイトの予約フォームまたは電話にて)
会場	別府ブルーバード会館3階フレックスホール、別府市内各所、オンライン
鑑賞料	無料
概要	別府市内全域に点在する会場を、音と地図を頼りに巡る回遊型の作品を発表。会場となったのは、別府ならではの特徴的な地形や空間ばかりではなく、普段は人が立ち入らないような場所も会場とした。また、同会場を舞台にした映画作品を『別府ブルーバード会館』にて上映した。さらに、Webサイトで鑑賞できる映像作品も公開した。
キャスト	当作品の制作に関わった、さまざまな技能を持つ人々をキャストと呼ぶ。キャストは以下の通り。 動画：渡邊寿岳 録音・整音：中原 楽 写真：天野祐子 役者：森山未來、満島ひかり 照明・操演：ヒスロム カチンコ・操演：深野 元太郎 編曲：角銅真実 演奏：大分県立別府翔青高等学校吹奏楽部 衣装・メイク：エッチ美容室 技工：新美太基、時里 充 デザイン：カラマリ・インク 出版：T&M Projects
協力	当作品の制作にあたり、映画作品への出演や会場・物品の提供など、下記の多くの方々に協力をいただいた。 安東美知子、安藤康夫、池邊健太郎、石田和之、板村賢一、いちのいで会館、伊良部峰子、上野美千代、エッチ美容室(荒巻多美恵、林妙子、林昌治、矢野円香)、株式会社おおいた観光サービス、大分県立別府翔青高等学校吹奏楽部のみなさん(顧問：山本泰久)、有限会社大畑工務店、大平由香理、鬼塚電気工事株式会社、小野弘、御宿温泉閣、カイト・ピングルトン、勝正光、加藤デビッドホプキンス、神薗瑞姫、亀の井バス株式会社、カレーやMOMO、川田康、鉄輪ツーリズム、キース・オングリア、後藤幸彦、有限会社サンエスメンテナンス、ジェシカ・コウ、渋の湯温泉組合、生嶋光生、菅健一、株式会社関屋リゾート、曾根圭子、園田亮、高橋弘、田川市石炭・歴史博物館、千代町自治会、千代町地区のみなさん、塙原温泉火口乃泉、鶴見園町自治会、鶴見園町地区のみなさん、株式会社テイクファイブ、トキハインダストリー鶴見園店、富羽一成、中村信、中村光、西松秀祐、西脇充留、野口竜平、橋爪亜衣子、花田潤也、浜脇1丁目1区・2区自治会、B-Con Plaza、平林慎、株式会社フェリーさんふらわあ、藤田洋三、別府駅、別府地獄組合、一般財団法人別府市綜合振興センター、別府八湯語り部の会、別府ブルーバード会館、別府ロープウェイ株式会社、ホテルニューツルタ、堀政博、マイク・ピングルトン、松尾美里、株式会社みぞえ、ムジカシラサワ、村屋慶治、森本凌司、安河内彩香、安波武弘、山本善之、山脇益美、行橋ちぐさ、行橋智彦、ルイズ・フィエロ・ウェンディー、レザー・エドワード・ガイほか
参加者数	49,672名 来場者数：6,024名、オンライン参加者数：43,648名

鑑賞方法	町を回遊しながらの体験
鑑賞時間	10:00～18:00 ※ただし一部の会場は異なる
受付	大分県別府市駅前本町9番20号 北高架商店街内特設受付会場
会場	<p>会場は下記の4つに分類し、地図に記した。</p> <p>【音声が流れる会場】 丸井戸 (別府市浜脇1-14-6付近)／中浜筋 (別府市千代町8番付近)／別府スパビーチ (別府市北的ヶ浜町)／いちのいで会館 (別府市上原14-2)／鶴見園 (別府市大字南立石字中津留道北)／塚原温泉火口乃泉 (由布市湯布院町塚原1235番地)／別府ロープウェイ (別府市大字南立石字寒原10-7)／明礬池 (別府市大字鶴見1190番地の1)／ブエノスアイレス沖</p> <p>【卵が浮いているところ】 鉄輪温泉 渋の湯 裏 (別府市鉄輪風呂本1組)</p> <p>【映画ロケ地 (推奨)】 ※映画ロケ地の内、アーティストが訪れるなどを推奨した場所 別府国際観光港 みなとオアシス別府港 フェリーさんふらわあ乗り場2階 (別府市汐見町9-1 みなとオアシス別府港 フェリーさんふらわあ乗り場2階)／乙原の滝 (別府市乙原)</p> <p>【映画ロケ地】 別府国際コンベンションセンター (別府市山の手町12-1)／別府市営温水プール (別府市大字別府3088番地の9)／芝居の湯 (別府市コミュニティーセンター) (別府市上野口町29番13号)／GALLERIA MIDOBARU (別府市堀田5組)／海地獄 (別府市大字鉄輪559-1)／鬼石坊主地獄 (別府市鉄輪559-1)／鬼山地獄 (別府市鉄輪625)／血の池地獄 (別府市野田778)／龍巻地獄 (別府市野田778)</p>
内容	受付で地図と特製のラジオを受け取り、各会場を巡る回遊型の作品。各会場ではラジオから自動的に映画作品内のセリフやその場で採取した音声が流れる。目の前に広がる風景とともに音声を聞くことで、各会場の特徴や歴史、過去や未来を鑑賞者に想像させるような作品であった。【音声が流れる会場】は映画作品のロケ地にもなっており、鑑賞者自身が実際に歩いた体験と、映画作品内に出てくる風景や出来事が交わり、より想像の幅が広がるような作品となった。【卵が浮いているところ】については、『鉄輪温泉 渋の湯 裏』にある温泉の噴射口から出る蒸気の力をを利用して、卵を浮かせる作品を展示了。
定員	50名／日
申込方法	公式Webサイトの予約フォームまたは電話にて ※10:00～14:30まで30分毎に5名まで受付
  	
<p>今回の展覧会のために制作した、特製のラジオ。</p> <p>【音声が流れる会場】の1つである、『丸井戸』。</p> <p>【音声が流れる会場】の1つである、『いちのいで会館』の金鉱跡。</p>	



【音声が流れる会場】の1つである、『鶴見園』。



【音声が流れる会場】の1つである、『塚原温泉火口乃泉』。



温泉の蒸気の力を利用して、卵を浮かせる作品。



全てphoto by Yuko AMANO

鑑賞方法	映画上映
時間	月・金：18:30～／土：16:30～、18:30～／日・祝：16:30～ ※1月16日(土)・22日(金)・23日(土)は上映なし
会場	別府ブルーバード会館3階 フレックスホール(別府市北浜1-2-12)
内容	別府市内各所をロケ地とし、映画作品を制作した。作品には俳優の森山未來氏や満島ひかり氏をはじめ、市内の高校吹奏楽部や多数の市民が出演した。完成した映画作品は老舗映画館『別府ブルーバード会館3階 フレックスホール』にて上映した。映画作品を鑑賞するだけでなく、最後には客席がリアルタイムでスクリーンに投影されるなど、老舗映画館で映画を鑑賞すること自体を1つの作品体験として提供した。
定員	80名／回
申込方法	公式Webサイトの予約フォームまたは電話にて



『別府スパビーチ』での撮影の様子。多くの市民が出演し撮影した。



バス内の撮影の様子。



『芝居の湯』(別府市コミュニティーセンター)での撮影の様子。



大分県立別府翔青高等学校吹奏楽部も出演した。



『別府ブルーバード会館』での上映の様子。

全てphoto by Yuko AMANO

鑑賞方法	Webサイトで鑑賞
会場	オンライン (公式Webサイト内)
内容	<p>別府に来て体験ができない方でも、作品の世界観を体験できるよう、下記の通りオンラインで作品の一部を配信した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『O滞 ～たまご編～ Zero-Tai Trailer #1 “Egg Edition”』 『鉄輪温泉 渋の湯 裏』での展示作品を映像で撮影し、公式Webサイトにて配信した。 配信開始日：2020年11月16日(月)～ ・『O滞 ～映画館編～ Zero-Tai Trailer #2 “Movie Theater Edition”』 映画作品の一部を、公式Webサイトにて配信した。 配信開始日：2021年1月20日(水)～2021年3月12日(金) ・『渋の湯裏』 『鉄輪温泉 渋の湯 裏』での展示作品を、公式Webサイトにて24時間中継した。 中継開始日：2021年2月17日(水)～2021年3月14日(日)



『O滞 ～たまご編～
Zero-Tai Trailer #1 “Egg Edition”』



『O滞 ～映画館編～
Zero-Tai Trailer #2 “Movie Theater Edition”』



『鉄輪温泉 渋の湯 裏』の中継の様子。



『鉄輪温泉 渋の湯 裏』の中継の様子。

3-3. 関連イベント

イベント名	オンライントークイベント『場所の声に耳を澄ます』芹沢高志+港 千尋 対談
配信期間	3月2日(火)～3月14日(日)
実施場所	オンライン
参加費	無料
登壇者など	登壇者：芹沢高志、港千尋 進行：山出淳也
参加者数	オンライン参加者数：476名
内容	別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』(2009～2015)のディレクターを務めた芹沢高志と、写真家や著述家としての活動の傍らで『あいちトリエンナーレ2016』芸術監督を務めるなど広範な活動を展開する港 千尋によるオンライントークイベント。『梅田哲也 イン 別府』を鑑賞しての感想を交えながら、そこから感じた別府の過去・現在・未来の姿について話した。



イベント名	映画『O滯』ライブ配信イベント
実施日	3月14日(日) 16:20～18:30
実施場所	別府ブルーバード会館3階フレックスホール(別府市北浜1-2-12)、オンライン
参加費	無料
登壇者など	【トーク】登壇：梅田哲也 ゲスト：森山未來(中継) 進行：三好剛平 【ライブ演奏】出演：角銅真実、梅田哲也、時里 充、芸妓と別府のモダンガールズ
参加者数	来場者数：101名／オンライン参加者数：1,553名
内容	最終日の映画上映の様子をオンラインで配信した。映画上映後は、トークとライブ演奏をおこない、それらも配信した。 トークは「『O滯』のこれまでと、これから」と題し、梅田哲也が登壇。キャストの1人である森山未來と中継で繋ぎ、作品や制作について話した。また、ライブでは梅田哲也とキャストの角銅真実、時里充、映画作品に出演したエキストラで編成されたスペシャルバンドが演奏した。



映画上映の様子。



トークの様子。



ライブ演奏の様子。

全てphoto by Yuko AMANO

3-4. 運営について

受付	<p>別府駅北高架商店街内に特設受付会場を設置。ラジオの貸出しや会場の案内、オリジナルグッズの販売などをおこなった。</p> <p>開設期間：12月12日(土)～3月14日(日) 10:00～18:00</p> <p>場所：大分県別府市駅前本町9番20号 北高架商店街内特設受付会場</p>	
アルバイトスタッフ	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響を鑑み、今年度はボランティアスタッフを募集せず、アルバイトスタッフが各会場にて作品案内や監視をおこなった。</p>	
広報物の制作	<p>下記の通り、広報物の制作をおこなった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ①Webサイト (http://inbeppu.com) ②チラシ (A4巻三つ折りサイズ) 20,000部 ③ポスター (B2サイズ) 250部 ④会場マップ (A3折) 1,500部 ⑤市民向けチラシ (A4サイズ) 11,000部 <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> ①Webサイト ②チラシ </div> <div data-bbox="311 1118 759 1410" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="774 1118 986 1410" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1197 1118 1406 1410" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="311 1450 578 1859" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="593 1450 1121 1859" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="1144 1450 1406 1859" data-label="Image"> </div>	

	<p>告知看板を別府駅前に設置した。また各展示会場には誘導・案内看板を設置した。</p>																														
看板の制作	 <p>別府駅前に設置した看板</p> <p>展示会場の案内看板</p>																														
	<p>梅田哲也が本展のために描いたドローイングをもとに、オリジナルグッズを制作した。各グッズはシルクスクリーンでスタッフが1枚1枚制作した。これらのグッズは受付とSELECT BEPPU、オンラインショッピングにて販売した。</p> <p>オリジナルグッズの一例</p> 																														
オリジナルグッズの制作	<p>制作数や売上額 (販売期間：2021年2月18日～3月14日)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>品目</th> <th>制作数</th> <th>販売額(円)</th> <th>売上数</th> <th>売上額(円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tシャツ(半袖)</td> <td>26</td> <td>2,500</td> <td>13</td> <td>32,500</td> </tr> <tr> <td>Tシャツ(長袖)</td> <td>26</td> <td>3,500</td> <td>14</td> <td>49,000</td> </tr> <tr> <td>長袖スウェット</td> <td>12</td> <td>4,000</td> <td>6</td> <td>24,000</td> </tr> <tr> <td>てぬぐい</td> <td>20</td> <td>1,650</td> <td>20</td> <td>33,000</td> </tr> <tr> <td colspan="4">売上総額</td><td>138,500</td></tr> </tbody> </table>	品目	制作数	販売額(円)	売上数	売上額(円)	Tシャツ(半袖)	26	2,500	13	32,500	Tシャツ(長袖)	26	3,500	14	49,000	長袖スウェット	12	4,000	6	24,000	てぬぐい	20	1,650	20	33,000	売上総額				138,500
品目	制作数	販売額(円)	売上数	売上額(円)																											
Tシャツ(半袖)	26	2,500	13	32,500																											
Tシャツ(長袖)	26	3,500	14	49,000																											
長袖スウェット	12	4,000	6	24,000																											
てぬぐい	20	1,650	20	33,000																											
売上総額				138,500																											

3-5. 来場者について

1. 参加者数

会期中の参加者数は、49,672名(来場者数：6,024名、オンライン参加者数：43,648名)を数えた。

2. アンケート結果

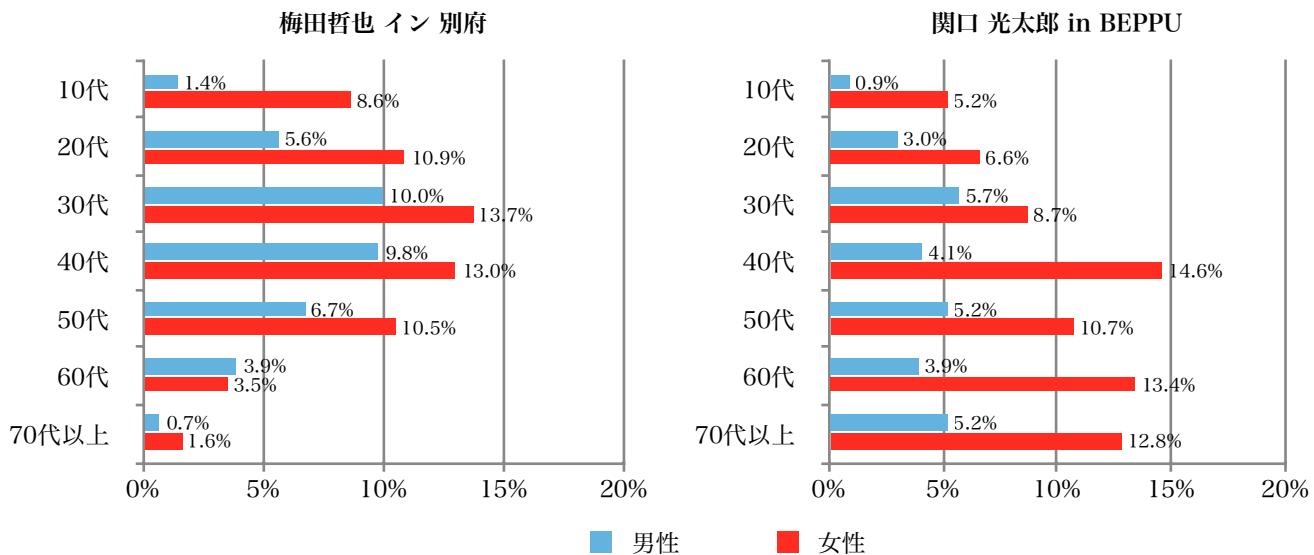
会期中、来場者へアンケートを実施した。回収枚数は577枚。比較のため昨年度に開催した『関口 光太郎 in BEPPU』の回答も掲載する(『梅田哲也 イン 別府』のアンケートとの比較項目がない回答は掲載しない)。

※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. 『梅田哲也 イン 別府』の評価
3. 2の理由
4. 『梅田哲也 イン 別府』の鑑賞した会場、回数
5. 今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか
6. どこで知ったか(複数回答可)
7. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか(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. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問
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

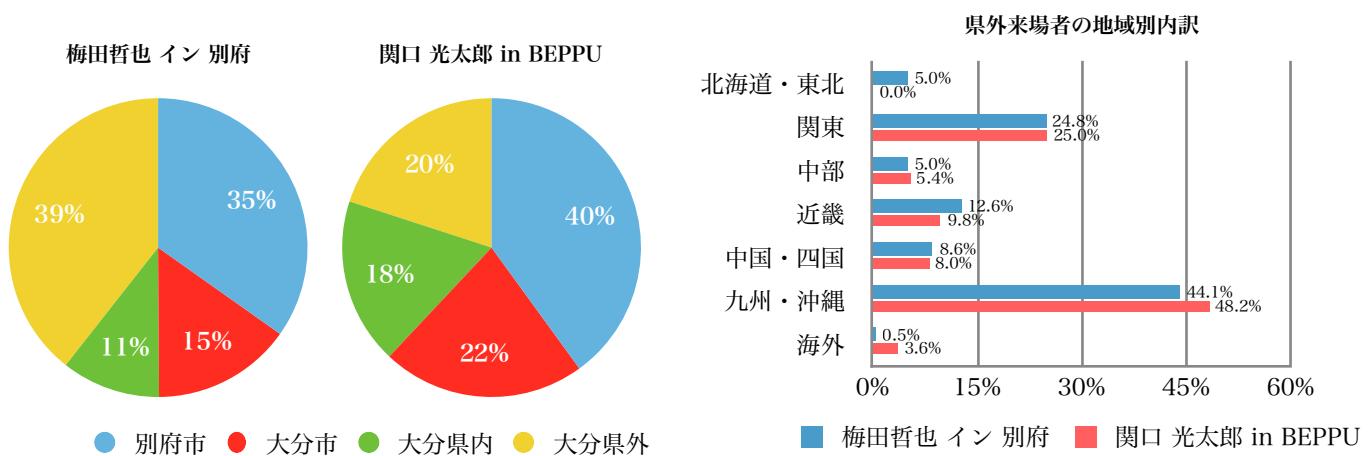
1-1. 年齢、性別

昨年と比較し、30代・40代の男性が増えた。また、60代以上の女性が大幅に減り、20代・30代の女性が増えた。



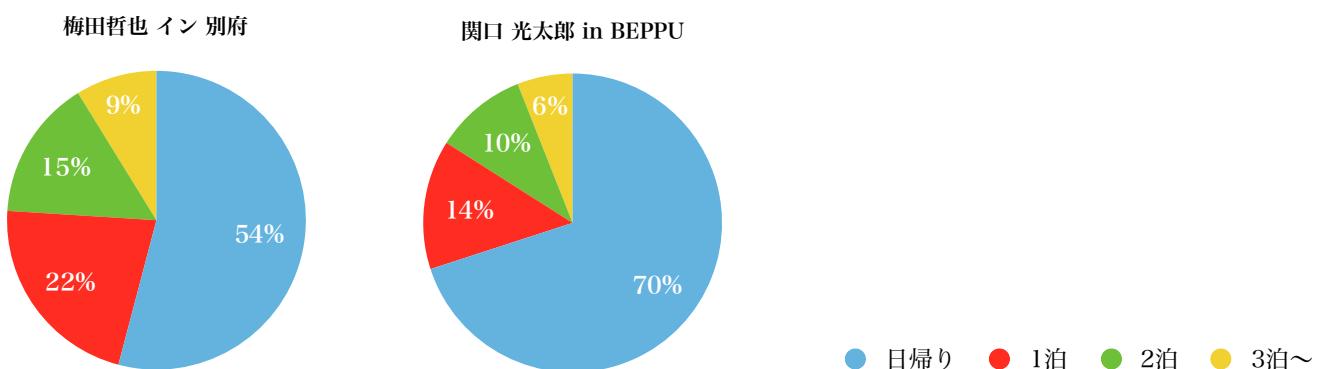
1-2. 居住地

昨年と比較し、大分県外からの来場者が大幅に増えた。県外来場者の地域内訳では近畿と北海道・東北がやや増え、海外からが減少した。



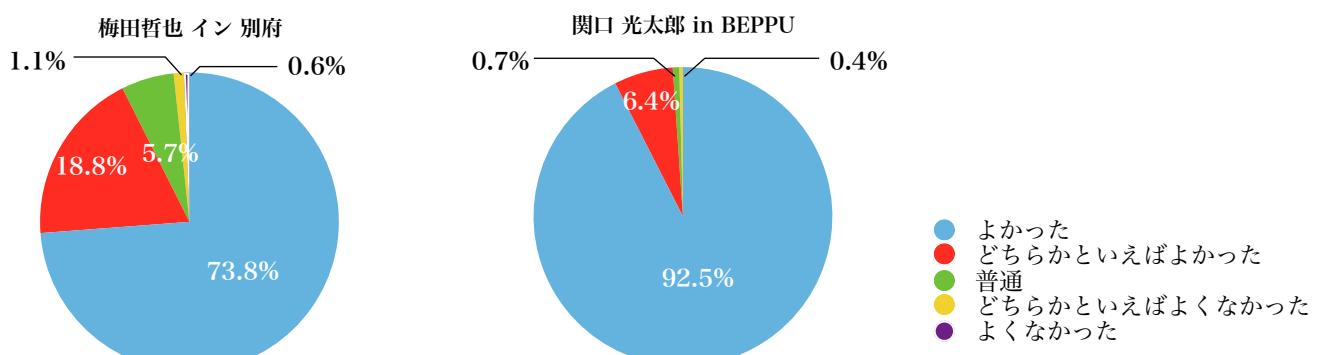
1-3. 滞在期間

昨年と比較し、宿泊者が増えた。「1泊」が8%増加し、「2泊」は5%増加した。



2. 『梅田哲也 イン 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92.7%と非常に高い数値となったが、昨年(99%)と比較するとやや減少した。



3. 2の理由

※アンケートより原文のまま一部抜粋

「よかったです」と回答した方の理由

- ・別府在住ながら、はじめて足を踏み入れた場所も多く、その日の風やにおいと作品と土地の歴史が呼応してすごく感じるものがありました。とくに鶴見園はかつて(過去)の「まぶしい未来」と現在のその跡、という時間のながれる感覚がびしひしと伝わってきました。コロナ禍でも作品体験としても真摯で、工夫された開催をありがとうございます。
- ・いつもの別府に新しい世界観をもたらしてくれた。
- ・くり返し、何度も見たくなる気がします。
- ・その土地にしかないもの、歴史とアートを組み合わせる発想に惹かれた。
- ・ここ近年で一番おもしろい体験だった。
- ・まちを舞台にした芸術祭。梅田作品の新たな可能性をひらいています。映像を通して感じるまち、まちを歩きながら想像力をふくらませる仕掛けが秀逸だったと思います。不思議なライブ感があるのもよいです。
- ・これまで行かなかった場所を知ることは言うまでもなく、知っている場所だとしてもラジオの音声があると、また違った感覚で見れておもしろかった。
- ・隣である別府がすきになった。温泉が大地の恵であると再認識した。
- ・近年の芸術祭はSNS投稿のために作品をみることより撮影する人が多く、ノイズが多いなか、じっくり作品と場と向き合う豊かな体験ができた。
- ・コロナに配慮した形の開催のため、よかったです。
- ・別府の芸術性の高さと混浴にイメージされるような多様性の価値を感じた。
- ・ただの観光PRではない感じがよかったです。
- ・何か大きな装置や作品を配置したわけではなく、別府の地形や歴史を重層的に感じることができた。
- ・小学1年生に理解できるか心配でしたが「想像できて楽しかった!」とニコニコでした!!
- ・今はもうない鶴見園や、今につながる別府を思い出しました、、、子どもの頃に聞いた親の話や本などでしか知らないかった風景を体験した感じです。
- ・天候・気温・そこにいた人を含め、その瞬間に造られた状況を美しいと思える展示だった。

「どちらかといえばよかったです」と回答した方の理由

- ・場所がわかりづらいところもあったが、ラジオを持って音を探すのは面白かった、あまり行かない場所にも行く機会になり、貴重な体験になった。
- ・別府は障害者の多い町なので障害者でも楽しめる企画だったら最高でした。
- ・作品というより、どれくらいの所用時間か交通機関は何が必要かが、事前に分からなかつたので予定を立てられないのが困る。
- ・各場所が離れているため、車のない方や地元の人以外は全ての会場を巡るのは難しいかと思います。
- ・各場所に音声がいくつあるか表示があると良かった。
- ・車で巡ることが難しかった。駐車場、土地勘のなきなど。

「普通」と回答した方の理由

- ・2カ所巡っただけですが、パッとなかったです。
- ・音がききとりにくい場所があった。もう少し説明がほしい。
- ・Webやチラシでは、何があるのか、内容が、全くわからなかつた。もう少しあかりやすくしてもよいのでは。

「どちらかといえばよくなかった」と回答した方の理由

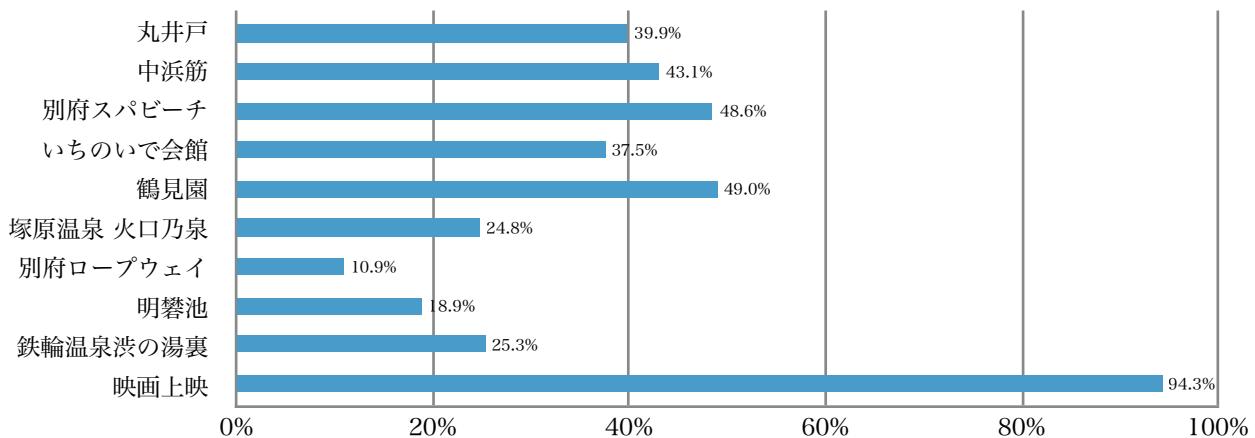
- ・広報が出来ていない。この映画も映画イベントも詳しい知人から聞いた。
- ・大変わかりにくかったです。よく理解できなかつた。
- ・何を伝えたいかがよく分からなかつた。映像は美しかつたが。

「よくなかった」と回答した方の理由

- ・シュールすぎるなとかんじました。何を感じるものか分からないなというのが正直な感想。

4-1. どの会場を鑑賞したか

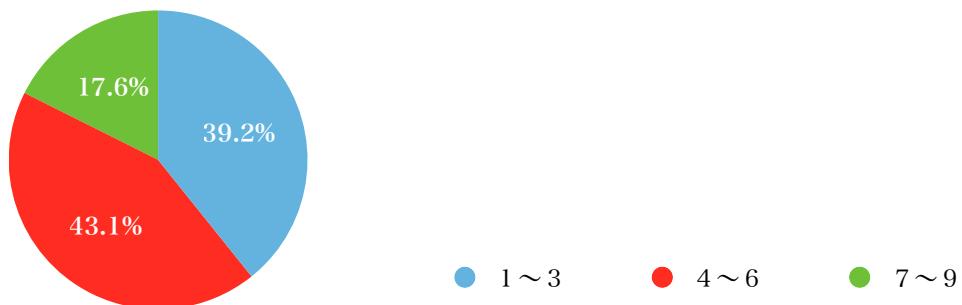
来場者のほとんどが「映画上映」を鑑賞している。「別府スパビーチ」「鶴見園」に訪れた方が特に多く、会期途中から追加した「別府ロープウェイ」「明礬池」が低い数値となった。



4-4. 何会場巡ったか ※映画上映のみの方は除く

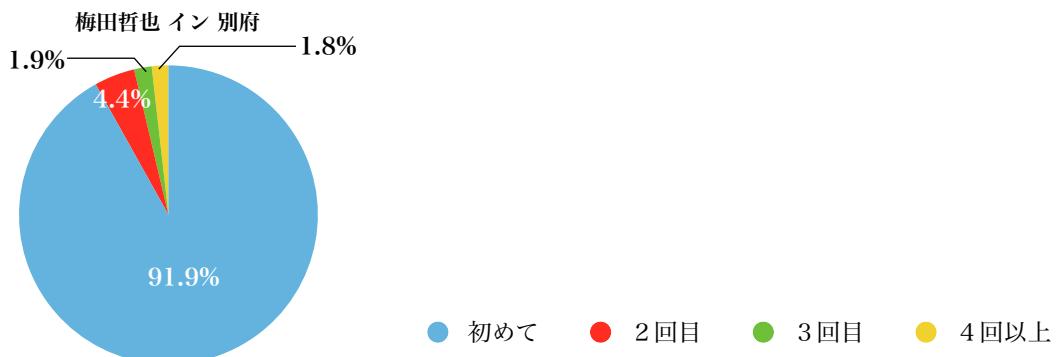
4から6会場を巡った方が最も多く、平均は4.4会場となった。

梅田哲也 イン 別府



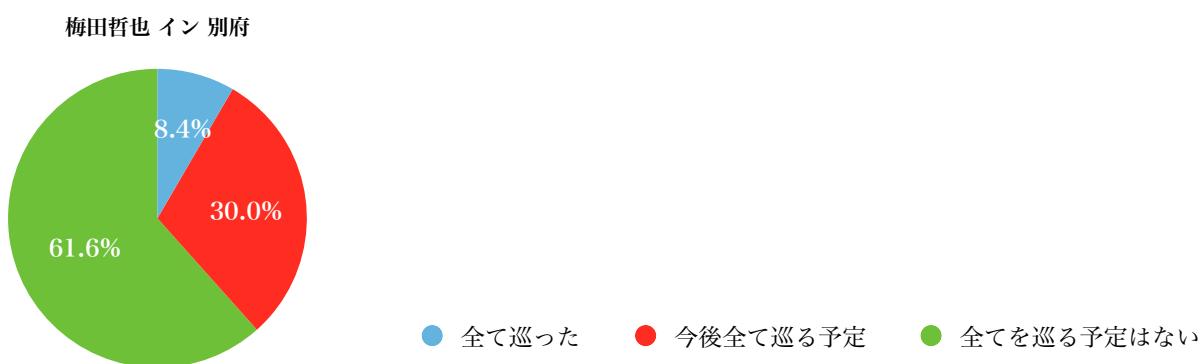
4-3. 今回の作品を鑑賞するのは何回目か

8%の来場者がリピーターであった。4回以上来場した方が1.8%いた。



4-4. 全ての会場を巡るか

全ての会場を巡った、または巡る予定である来場者が約40%いた。



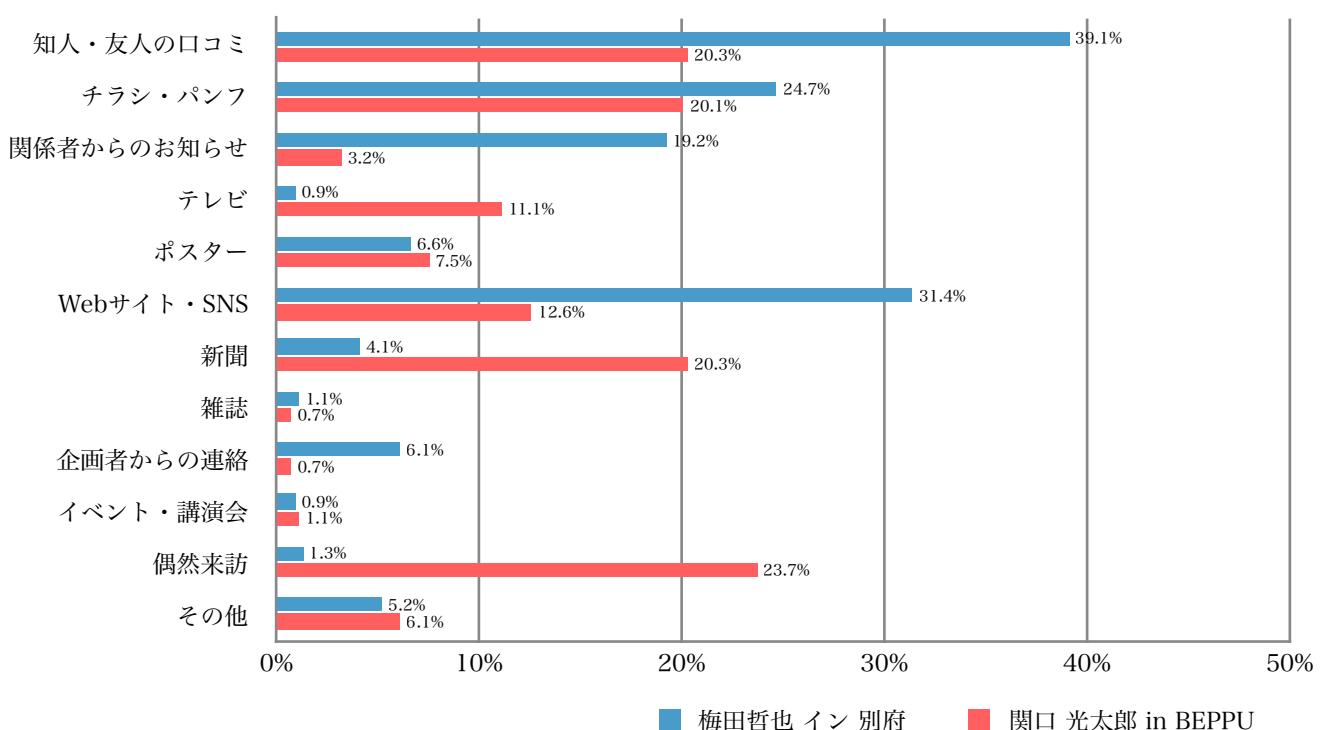
5. 今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか

約85%の来場者が、「思う」「どちらかといえば思う」と答えた。



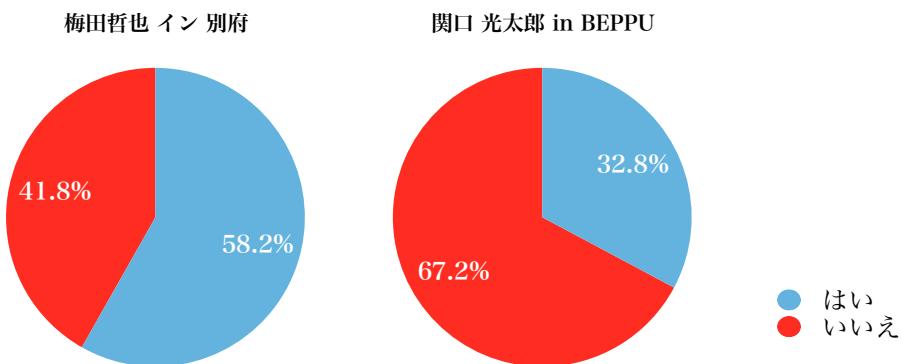
6. どこで知ったか (複数回答可)

昨年と比較し、「知人・友人の口コミ」「関係者からのお知らせ」「Webサイト・SNS」が大幅に増え、「テレビ」「新聞」「偶然来訪」が大幅に減った。

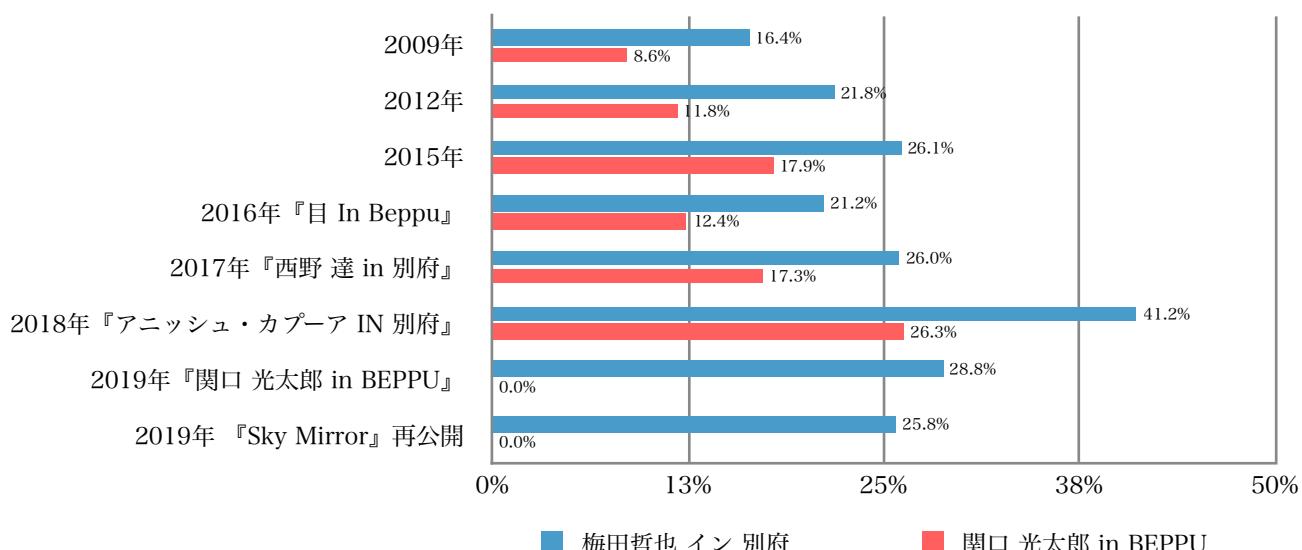


7. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか(複数回答可)

「はい」が大幅に増えた。



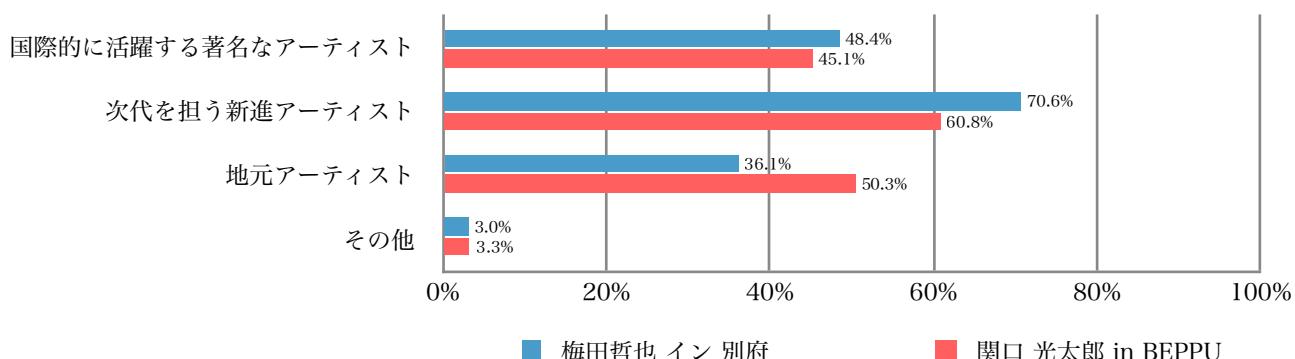
「はい」のうち、どの事業に参加したかを設問した内訳は以下の通りとなる。昨年と比較し、全体的にどの数値も増えているが、特に「2018年『アニッシュ・カプーア IN 別府』」に参加した方の割合が多かった。



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)

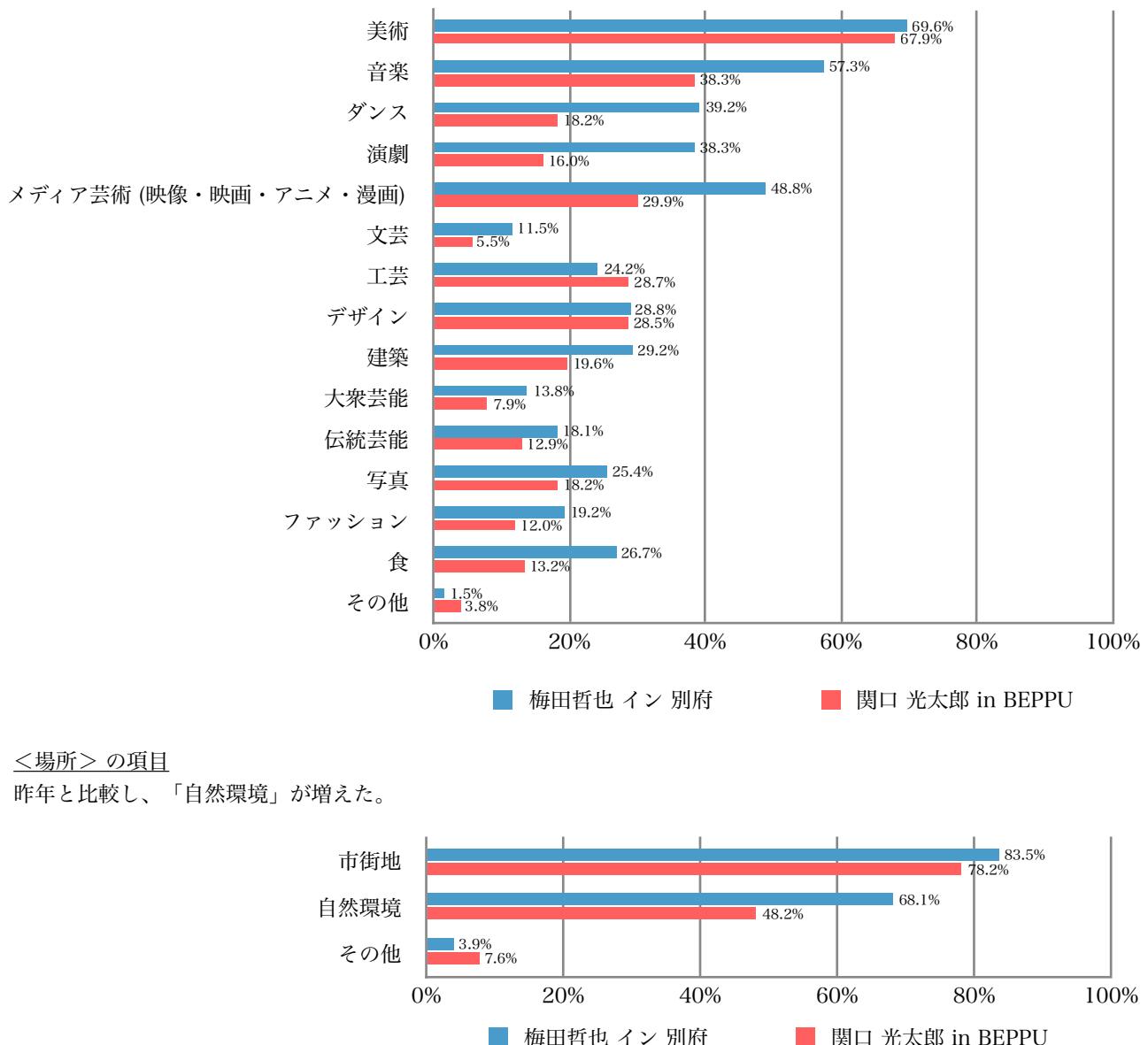
＜アーティスト＞の項目

昨年と比較し、「次代を担う新進アーティスト」が増え、「地元アーティスト」が減った。



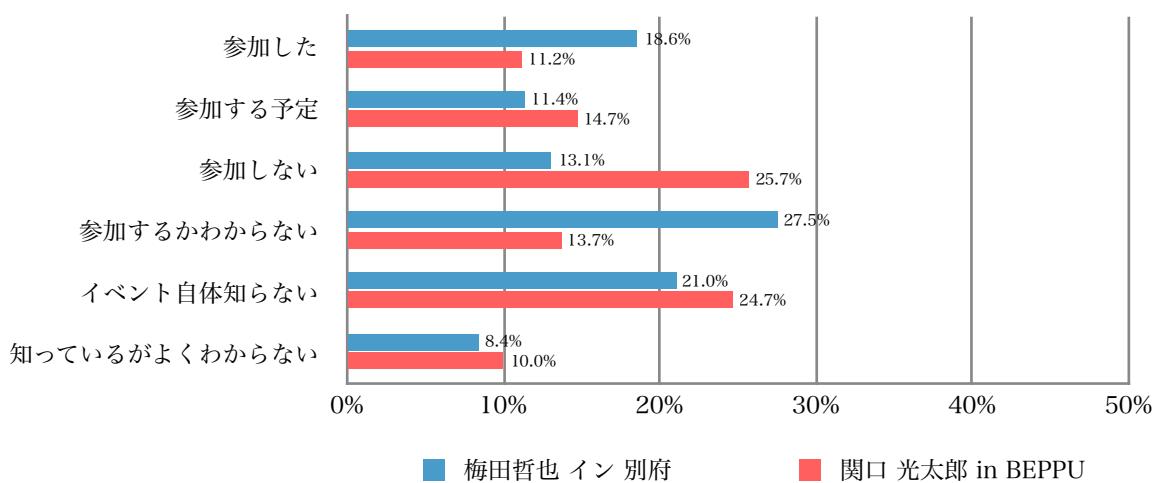
<ジャンル> の項目

昨年同様「美術」の割合が最も高かった。また「音楽」「ダンス」「演劇」「メディア芸術」「食」の割合が増えた。



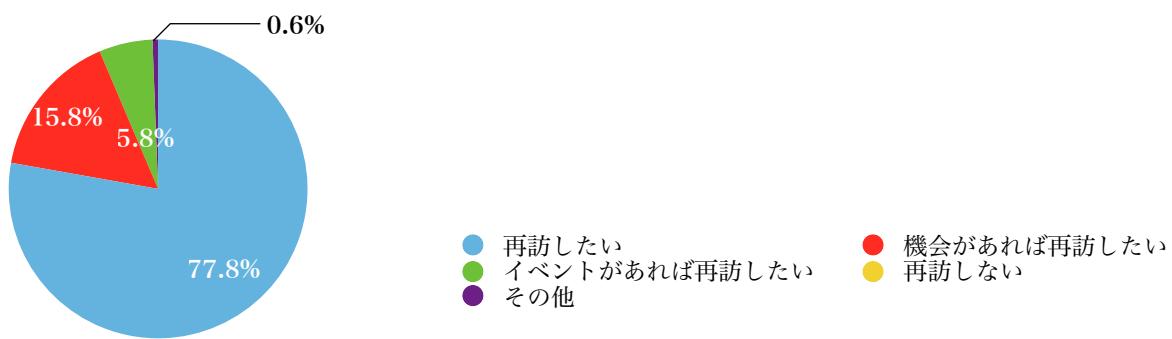
9. 『ベップ・アート・マンス』には参加するか

昨年と比較し、「参加した」「参加するかわからない」の割合が増えた。



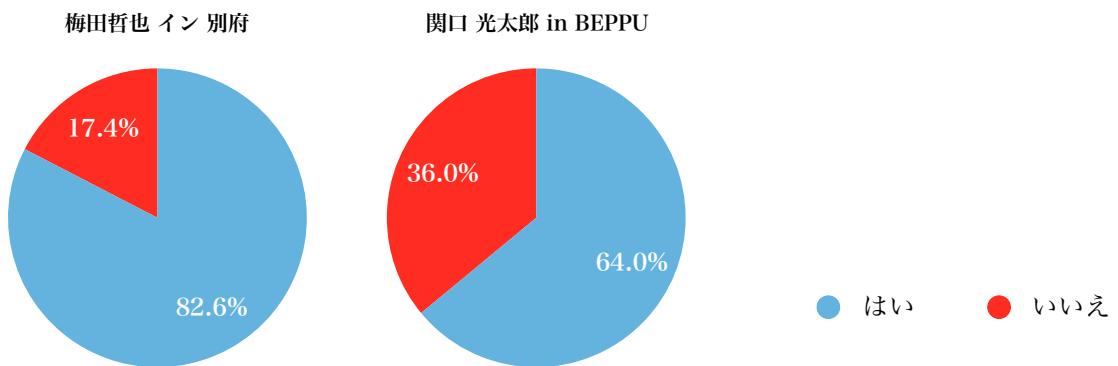
10. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問

今後、別府を再訪したいと答えた方が99%と高い数値になった。

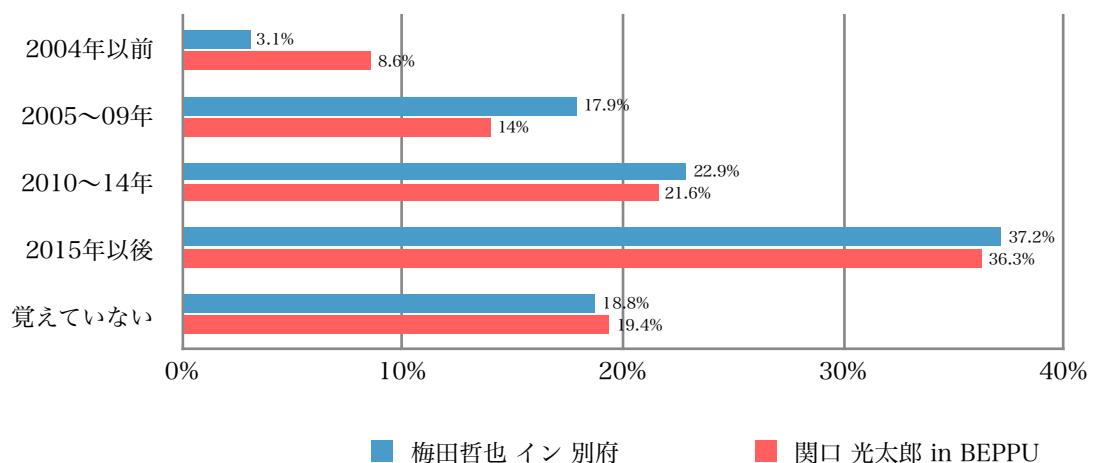


11. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

昨年と比較し、「はい」と答えた方が増えた。



「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。昨年と比較し、「2004年以前」が減り、「2005～09年」が増えた。



第4章 その他の取り組み

4-1. 情報発信事業

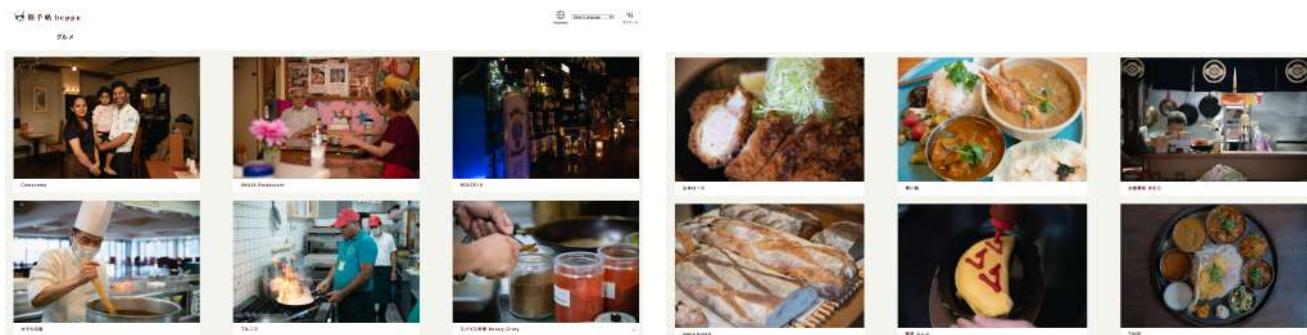
地域の魅力を発信するためにWebサイト『旅手帖 beppu』と、外国人向けコンテンツ『豆知識 beppu』の継続運営をおこなった。

1.『旅手帖 beppu』

内容の充実を図るため、新たに22軒を取材し記事を掲載した。また、海外へも別府の魅力を広く発信するために、全ての記事を9ヶ国語(日本語含む)で閲覧できるようWebサイトを改修した。

さらに、当実行委員会事業のメインターゲットでもある若年層女性により情報を届けるために、公式Instagramを開設し情報発信に努めた。

(記事数:148件/言語:日本語、英語、韓国語、中国語(簡体字/繁体字)、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、フィリピン語)



旅手帖 beppu

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。

(記事数:110件/言語:日本語、英語、韓国語、中国語、タイ語、インドネシア語、ベトナム語、フィリピン語)

今年度のWebサイトの閲覧数について、目標閲覧数合計148,000ビューに対し、閲覧数合計87,616ビューとなり、目標には達しなかった(期間:2020年4月1日~2021年3月21日)。事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTが『旅手帖 beppu』のURLリンクを貼り付けたメールマガジンを定期的に配信しているため、一定のビュー数を得ている。しかし、今年度は新型コロナウイルス感染症の影響で年間を通して観光客が減少したため、目標ビュー数に達しなかったと思われる。また、新たに開設した公式Instagramのフォロワーは226人であった(2021年3月21日現在)。今後も情報発信に努め、フォロワーを増やしていきたい。

4-2. 定住促進事業

当実行委員会は、アーティストやクリエイターの移住定住を促進するため、2016年度より調査研究をおこなってきた。今年度は国内の先進地への視察を実施するとともに、今までの調査研究結果を踏まえ、別府市の特定地域における移住定住促進計画書を策定した。計画に沿って2021年度より具体的に事業を展開していく。

参考：2016年度から2019年度までの調査研究内容

年度	調査内容
2016年度	<ul style="list-style-type: none">・全国のアーティスト、クリエイターを対象に、移住定住に関するアンケート調査を実施。・国内先進地への視察 視察地：千葉県松戸市
2017年度	<ul style="list-style-type: none">・別府市内にある空き物件所有者へ、郵送にて意識調査を実施。・国外先進地への視察 視察地：ポートランド（アメリカ）
2018年度	<ul style="list-style-type: none">・国内で先進的な移住定住事業に取り組んでいる自治体を対象に、アンケート調査を実施。 調査対象：大分県竹田市、徳島県名西郡神山町・国内先進地への視察 視察地：兵庫県豊岡市・県内不動産会社や市内在住アーティスト、まちづくり団体、行政など、移住定住に関連ある機関を募り、意見交換会を実施。・これまでの調査結果をもとに、中間報告書を作成。
2019年度	<ul style="list-style-type: none">・中間報告書を別府市長に提出。

1. 国内先進地への視察報告：金沢21世紀美術館におけるキッズスタジオと託児室の視察報告

2004年に石川県金沢市に開館した金沢21世紀美術館。市立の美術館ながら、最新の美術潮流を反映した収蔵品や展覧会によって現代美術を気軽に楽しめる美術館として国内外から多くの観光客が訪れる。一方で、まちに開かれた美術館として、ワークショップや教育普及活動などおこなっており、美術館内にキッズスタジオと託児室があることも特徴的である。今回の視察ではキッズスタジオと託児室についての現状を調査した。

■調査概要

視察期間：2020年8月21日(金)～23日(日)

調査対象者：金沢21世紀美術館 交流課 エデュケーター 木村 健

NPO法人 子育て支援さくらっこ 理事代表 布施安子（敬称略）

金沢21世紀美術館の概要
<p>2004年開館。金沢市中心部に位置し、「新しい文化の創造」と「新たなまちの賑わいの創出」を目的に開設。近現代美術に特化しながらも、「まちに開かれた公園のような美術館」を目指して、多彩なプログラムを展開。三方が道路に囲まれた敷地に、正面や裏側といった区別のない円形の建築によって、誰にでも開かれた美術館を具現化している。</p> <p>【美術館が掲げるビジョン】</p> <ol style="list-style-type: none">1.世界の「現在（いま）」とともに生きる美術館2.まちに生き、市民とつくる、参画交流型の美術館3.地域の伝統を未来につなげ、世界に開く美術館4.子どもたちとともに、成長する美術館

キッズスタジオ及び託児室について

金沢21世紀美術館は現代美術に特化しながらも、展示室と同じフロアにキッズスタジオと託児室が設けられ、子どもや子連れで楽しめる美術館としての一面を持つ日本でも稀有な美術館である。

キッズスタジオは、子どもを対象としたワークショップや講座といったキッズプログラム開催時の開室となっているものの、開館時はほぼ稼働しており、平日も休日も楽しめる仕組みとなっている。託児室は乳幼児の預かりや親子での滞在先として開室する、国内の美術館で唯一の常設の託児室である。

開館から15年以上、親子や子ども同士で気軽に立ち寄ったり遊ぶことのできる空間と環境を提供し続けている。

【キッズスタジオ】

美術館が掲げるコンセプトの1つである「子どもたちとともに、成長する美術館」を実現するため、展覧会にひもづいたワークショップなどを実施。展覧会への理解を深め、子ども自身が楽しみながら表現活動することを目的に開設している。プログラムの考案は教育普及課が担当。平日は未就学児とその保護者を対象とし、運営は託児室のスタッフが担う。土日は年少から小学校5年生までをメインターゲットとし、運営は県内大学生のアルバイトスタッフが担う。



「キッズスタジオ」の様子

【託児室】

託児対象年齢は3ヶ月以上から未就学児とされ、美術館の休館時以外は常に開室している。美術館利用の有無、居住地などにかかわらず、対象者であれば誰でも利用できる。日本国内の美術館・博物館でも託児制度は広まりつつあるものの、常設かつ美術館利用の有無にかかわらずに利用できるのは、日本でも唯一と言える。また、託児室は館内の展示室と同じフロアに位置し、室内には地元アーティストの壁画やモビールなどの作品が展示され、開放的で親しみやすい空間となっている。



「託児室」の様子

現在の課題と今後の展望

キッズスタジオ、託児室ともに開館以降、利用者の怪我やトラブルはなく、開館当初から継続して開室ができている。ただ、開館当初は子ども連れで美術館に行きづらい地元の保護者のために、という意味合いが強かったが、2015年の北陸新幹線開通以後は国内外からの観光客が激増し、それによって地元の人の足が遠のいてしまった。今後は、本来の目的に立ち戻り、地元の人にもう一度足を運んでもらえるような努力が必要とされている。

視察しての所感

キッズスタジオと託児室は、美術館が掲げるコンセプトの1つである「子どもたちと共に、成長する美術館」を実現するとともに、石川県庁の移転によって空洞化が懸念された町なかの賑わい創出のために開室した。開館当初から誰でも気軽に立ち寄ることのできる敷居の低い美術館を目指しており、キッズスタジオ・託児室ともに開館時は開室し、市民以外も利用できるようにすることで幅広い利用者のニーズに応えている。

国内外からの観光客や仕事で美術館を訪れるアーティスト、周辺施設を利用する地域住民など、幅広い層にとって子連れでの滞在が可能となることで、美術館を起点とした町全体への回遊を促進する存在となっている。

より大きな視点で捉えることで、町全体が活性化するための重要な拠点となっており、地域住民にも観光客にも開かれた場所として、別府市においても非常に参考になりうると感じた。

2. 国内先進地への視察報告：KUMU金沢 -THE SHARE HOTELS- の視察報告

2017年に石川県金沢市にオープンしたリノベーションホテル。1階から6階までの各フロアに、金沢にゆかりのあるアーティスト9名の作品が常設展示されている。また「北陸ツーリズムの発地」としても機能しており、アートホテルとしてだけでなく情報発信施設の面からも視察調査した。

■調査概要

視察期間：2020年8月21日(金)～23日(日)

調査対象者：施設運営スタッフ

KUMU金沢 -THE SHARE HOTELS- の概要

築44年のオフィスビルをリノベーションし、2017年にオープン。ホテルの1階のフロントにはティーサロンが併設され、町に開かれたシェアスペースとしても機能していることが特徴である。

【施設が掲げるビジョン】

禅や茶の湯といった武家文化が色濃く残る金沢で、その文化を未来に繋ぐ文化サロンとなることを目指している。

「金沢の伝統を“汲む”場所」をコンセプトとしたホテルで、地域の人たちとチームを“組む”場所、茶湯を“酌む”場所など、さまざまな意味が込められている。

シェアスペースでは、工芸作家や茶人、僧侶、アーティストなど地域の文化を担う人々とともに多様なコンテンツを展開し、地域の文化をアップデートしていく。

KUMU金沢 -THE SHARE HOTELS- プロジェクトメンバーについて

企画・トータルプロデュース：株式会社 リビタ

グラフィックデザイン：田中義久

アート・工芸作品制作：華雪／木谷 洋／高本敦基／Nerhol／橋本雅也／湯川洋康・中安恵一

アート・工芸監修：高山 健太郎（株式会社 ノエチカ）

ほかにも飲食監修、茶道具選定・制作、器の選定、ユニフォームデザイン・制作など各分野のプレイヤーが携わっている。

視察しての所感

金沢市中心部のオフィス街に位置し、金沢駅からバスで5分、観光名所の近江町市場などからも近い立地にあり、滞在の拠点として非常に利用しやすい立地にある。金沢で活躍する気鋭の地域プレイヤーらと協働し、金沢という土地にこだわりながら、伝統文化を未来に繋ぐ場としての機能も有するホテルであった。

エントランス、フロント、ティーサロンがガラス張りで1階の道路に面しており、町に開かれた場であることを印象づける。ティーサロンについては、朝は宿泊客の朝食会場、昼間はカフェ、夜はトークイベントや講演会の会場として機能し、時間帯によってターゲットと利用方法を変えて提供している。昼夜問わずさまざまな人々が交流する様子が外からも見えるため、町の活気に一役買っていると感じた。

また、情報発信拠点としての機能はホテルの随所で体感できる。1つは石川県産食材にこだわった朝食。こだわりの理由がメニューに記載され、かつそれぞれの食材の取り扱い先などが記載された公式Webサイトに誘導するQRコードがついており、ホテルを起点とした旅に繋がる仕組みが施されている。もう1つにはスタッフの存在が挙げられる。スタッフは20～30代の若者で構成され、宿泊客に併せた飲食店やおすすめスポットを紹介するなど、この場所でしか得られない情報を提供する。

客層は20代前半とみられる若年層カップルや女性グループ、あるいは乳幼児連れのファミリー層が多く、ホテルのサービスとコンセプトがそうした客層の誘客に繋がっていることが感じられた。



1階「シェアスペース」の様子



館内各所にアート作品が設置されている

3. 国内先進地への視察報告：『ててて商談会 2021.3』の視察報告

渋谷ストリームホールにて開催された『ててて商談会 2021.3』を調査した。

■調査概要

視察期間：2021年3月17日(木)

調査対象者：出展者

『ててて商談会 2021.3』の概要

『ててて商談会』とは、ててて協同組合が主催する、「作り手」と「伝え手」を繋ぐ場。2012年から前身となる『ててて見本市』を8回開催し、2020年より『ててて商談会』に名称変更し、実施している。生活や歴史を読み解きながら「つなぐ・つむぐ」という関係性の構築を目指すものづくりを『Linkage Product』と名付け、その作り手とものを紹介し繋げる場として機能している。今回の商談会では全国から集まった100組以上の「作り手」を「伝え手」と繋ぐ場として企画・開催され、来場者は「伝え手」のみを対象とした。

ててて協同組合は、今の時代にしかるべきものづくりを軸に、「作り手」「使い手」「伝え手」の3つの手が共鳴し合えることを目標に掲げ、商談会では中量生産・手工業品などのものづくりが持つ繊細さや具体的な品質や質感、そして作り手の熱意を直接伝える“対面の場”であることが重視されている。

『ててて商談会 2021.3』の様子

全国各地から応募のあった100組以上が出展していた。会場となった渋谷駅直結の複合文化施設渋谷ストリームホールの4階から6階の各フロアにそれぞれ30前後の店舗がブースを構えて出展するスタイルを取る。出展者は地域や素材の魅力をバックボーンに国内外で作られる「中量生産・手工業」のアイテムを作る「作り手」を基本とし、来場者はバイヤーやインテリアデザイナーなどのプロ目線を持った生活者を対象とし、作り手の思いや、使い手との橋渡しをしっかりと意識しているショップやメディアといった「伝え手」が集まる。具体的には、国内の有名セレクトショップや百貨店、各地でものづくりを伝えようと真摯に活動するショップ、あるいは協働先を探すデザイナーや建築会社までと多様な「伝え手」が集う。

会場ではバイヤーなどの「伝え手」が「作り手」に対して仕入れ方法だけでなく生産方法や背景についても質問しながらコミュニケーションをとる場面が多く見られた。出展者はそれぞれのブースを訪れる「伝え手」に、なぜ、どのようにして、どのような思いでものづくりを行っているかを商品を手に取りながら直接説明していた。商品の素材、取り込んだ技術、デザインに込めた思いといった商品の背景にあるストーリーを重視する来場者が多いとのことで、1人ひとりとの対話は時間をかけておこなわれ、来場者あたりのブースの滞在時間も通常のマーケットよりも長かったように思う。



会場の様子



「作り手」と「伝え手」の交流の様子

視察しての所感

『ててて商談会 2021.3』を視察し、単なる商品の発表や売買の場としての機能だけでなく、商品の背景となるストーリーや制作技術に重きを置いた対面での交流をおこなうことで、伝え手がしっかりと作り手と向き合い、パートナーとしての関係性を築いていくことで、ものづくりを長い目で支えるという機能を持っていることがわかった。

出展者の参加募集について、事業規模や取引金額の大小は関係なく、商品を通した対話による価値の共有が為される場であるという目的に共感できることが応募できる前提条件である。そのため、商談会当日は長い時間をかけて伝え手と対話をする様子が多く見られたのであろう。また、出展者同士の交流も促すことで、商談会を出展者全員で作りあげるという意識を高め、商談会全体の質の向上はもちろん、各出展者のブランド力アップといった効果も生み出していると感じた。弊団体が2010年から毎年実施している『ベップ・アート・マンス』もプログラム実施者を募集して、実施者全員で作り上げるイベントである。『ててて商談会 2021.3』の出展者同士の交流のあり方や、みんなで作り上げるという意識の醸成の仕方は、今後の『ベップ・アート・マンス』の運営にも大いに参考にしたい。

4. 移住定住促進計画書の策定

これまでの調査結果を踏まえ、別府市の特定地域における、アーティスト・クリエイターによる移住定住を促進するための計画書を策定した。計画に沿って2021年度より具体的に事業を展開していく。

第5章 共通の取組

5-1. 広報活動と開催効果

1. 広報活動

広報物

下記の広報物を作成した。詳細は本報告書の39ページと60ページを参照。

『ベップ・アート・マンス 2020』

- ・Webサイト (<http://beppuartmonth.com>)
- ・募集チラシ (A4サイズ両面) 3,000部
- ・ポスター (B2サイズ) 400部
- ・パンフレット (A1折) 7,000部

『梅田哲也 イン 別府』

- ・Webサイト (<https://inbeppu.com>)
- ・チラシ (A4巻三つ折り) 20,000部
- ・ポスター (B2サイズ) 250部
- ・会場マップ (A3折) 1,500部
- ・市民向けチラシ (A4サイズ両面) 11,000部

記者発表会

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 2020』 『梅田哲也 イン 別府』	8月12日(水)	別府市商工会議所 大会議室	『ベップ・アート・マンス 2020』『梅田哲也 イン 別 府』記者発表会	大分合同新聞社、今日新聞 社、大分経済新聞、CTBメ ディア
『ベップ・アート・マンス 2020』	11月3日(火)	別府市役所5階 大会議室	『ベップ・アート・マンス 2020』記者発表会&決起集 会	今日新聞社、大分合同新聞 社、毎日新聞、大分経済新 聞、CTBメディア
『梅田哲也 イン 別府』	11月16日(月)	別府市役所1階 レセプションホール	『梅田哲也 イン 別府』 記者発表会	大分合同新聞社、今日新聞 社、朝日新聞西部本社、 CTBメディア、OBS大分放 送、大分経済新聞

新聞広告

- 混浴温泉世界実行委員会が何を大切にしているかを地域の方々に伝えるとともに、この状況においても活動を続けるための指針として「想像力の源泉を枯れさせない」というキャッチコピーを大きく掲げた広告を出稿した。本広告は大分合同新聞広告賞奨励賞を受賞。
- 県民に『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために新聞広告を掲載した。

	事業	掲載日	掲載紙	サイズ
1	『ベップ・アート・マンス 2020』『梅田哲也 イン 別府』	8月15日(土)	大分合同新聞	15段
2	『梅田哲也 イン 別府』	2月26日(金)	大分合同新聞	テレビ面番組下 (65 mm×65mm)

YouTube動画

事業	内容	公開日	再生回数
『梅田哲也 イン 別府』	『O滞～たまご編～』	11月16日(月)	551
	『O滞～映画館編～』	1月20日(水)	35,758

別府市LINE

別府市民に『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために、別府市のLINEで告知した。

事業	実施日	別府市LINEお友達数 (※)
『梅田哲也 イン 別府』	12月10日(木)	7,891

※3月17日現在

内覧会

『梅田哲也 イン 別府』のオープン前日に関係者およびメディア向けの内覧会をおこなった。実行委員会関係者や助成・協賛企業、メディアなどが参加した。

事業	日程	会場	主な参加メディア・インフルエンサー	参加者数 ※
『梅田哲也 イン 別府』	12月11日 (金)	別府市内各所、別府ブルーバード会館3階	Casa BRUTUS、VOGUE、美術手帖、六本木未来会議、林信行(インフルエンサー)	29

※メディア以外の関係者を含む

オープニングセレモニー&上映会

『梅田哲也 イン 別府』の初日に、主に県内メディア向けにオープニングセレモニーおよび上映会をおこなった。

事業	日程	会場	主な参加メディア	参加者数 ※
『梅田哲也 イン 別府』	12月12日 (土)	別府ブルーバード会館 3階	大分合同新聞社、今日新聞社、毎日新聞社、読売新聞西部本社、西日本新聞、NHK大分、大分経済新聞、CTBメディア、men's FUDGE、東京ミッドタウン	20

※メディア以外の関係者を含む

予告動画の上映

『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために、映画作品の一部をもとに制作した予告動画を各所に設置したモニターなどで流した。

事業	期間	会場
『梅田哲也 イン 別府』	1月26日(火)～3月14日(日)	別府ブルーバード劇場 劇場内
	1月27日(水)～3月14日(日)	別府市役所 1階ロビー
	2月21日(日)～3月14日(日)	別府ブルーバード会館 1階 エントランス
	2月21日(日)～3月14日(日)	エッチ美容室
	3月7日(日)～3月14日(日)	ホテルニューツルタ 受付

FMおおいた

別府市民に『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために、FMおおいたで告知した。

事業	実施日時	番組名
『梅田哲也 イン 別府』	2月2日(火) 07:45 2月10日(水) 12:55 2月10日(水) 20:55 2月17日(水) 07:45	FMおおいたホットタウンインフォメーション

PRイベント

下記の日程でPRイベントを実施し、オンラインで配信した。

事業	日時	配信メディア	名称	視聴者数 (※)
『梅田哲也 イン 別府』	2月4日(木)	Clubhouse	Clubhouseトークイベント『山出淳也：別府や国東などでヤバいアートの仕掛けをつくるアーティスト』林曉甫、山出淳也 対談	30
	3月2日(火)～14日(日) ※収録は3月1日(月)	YouTube ※収録は『別府ブルーバード会館3階』	オンライントークイベント『場所の声に耳を澄ます』芹沢高志+港千尋 対談	476

※YouTubeは視聴回数(3月14日現在)、Clubhouseは最大参加人数を記載

折込広告

別府市民に『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために、ファミリー層が多く住む石垣・山の手エリアに配達される大分合同新聞にチラシを折り込んだ。

事業	実施日	配布エリア	枚数
『梅田哲也 イン 別府』	2月14日(日)	別府市石垣・山の手エリア	2,240枚

デジタル広告

『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために、デジタル広告を配信した。

事業	実施日	内容	配信エリア	活用したメディア	表示回数	クリック数
『梅田哲也 イン 別府』	2月22日(月)～3月7日(日)	『梅田哲也 イン 別府』告知	大分市、別府市	位置情報連動型スマホ広告サービス	301,991	-
	2月22日(月)～3月7日(日)	『梅田哲也 イン 別府』告知		Youtube	89,592	83
	3月12日(金)～13日(土)	『梅田哲也 イン 別府』関連イベント参加誘致	全国	Twitter	254,304	348
			全国	Facebook	18,595 (※)	

※数値はリーチ数

別府市内小中学校への配布

別府市内の小・中学生に『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために学校経由でチラシを配布した。

事業	実施日	対象学年	枚数
『梅田哲也 イン 別府』	3月2日(火)～	小学生1～6年、中学生1・2年	6,800枚

ポスティング

別府市民に『梅田哲也 イン 別府』への来場を促すために、学生が多く住む亀川エリアにチラシをポスティングした。

事業	実施日	配布エリア	枚数
『梅田哲也 イン 別府』	3月8日(月)～10日(水)	別府市亀川エリア	3,030枚

メディア招聘

『梅田哲也 イン 別府』の記事掲載のためにメディアを招聘した。

事業	日程	参加メディアなど	参加者数
『梅田哲也 イン 別府』	3月8日(月)～9日(火)	AXIS、Tokyo Art beat	2

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。

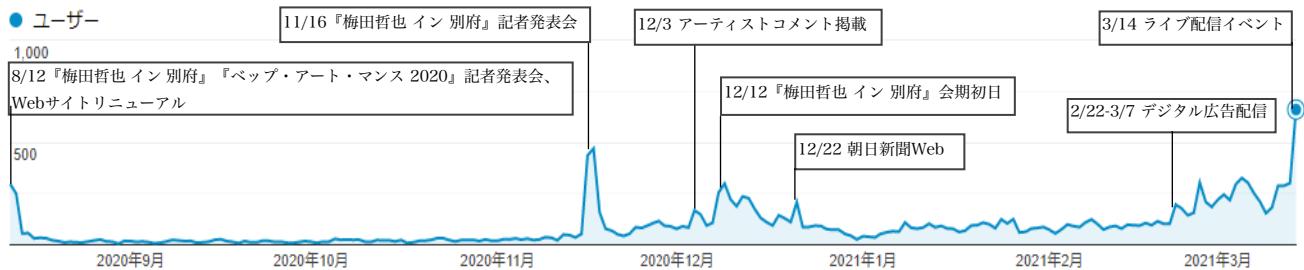
		『ベップ・アート・マンス 2020』	『梅田哲也 イン 別府』
公式 Web サイ ト	当事業全般の 情報を発信。	期間：4月1日～翌年1月31日 305日間 (昨年度306日間) ユーザー数 7,610 (昨年度8,087) ページビュー数：40,828 (昨年度45,696) アクセス元の国：61ヶ国 (昨年度34ヶ国) ※参考『ベップ仮想文化センター』(NPO法人 BEPPU PROJECTが制作) ・掲載プログラム全体で22,341名が視聴した。 ・Webサイトには日本だけではなく、アメリカ、イギリス、フィンランド、フランス、ドイツ、ラトビア、パキスタン、アラブ首長国連邦、ベトナム(計10か国)からアクセスがあった。 ※「オンライン参加者数」とは、YouTubeの再生回数、その他オンライン (ZoomやSNSなど) を利用した体验型作品の参加者数・閲覧者数を全て含んだ数	期間：8月12日(開設日)～ 翌年3月14日 214日間 (昨年度154日間) ユーザー数：12,721 (昨年度3,006) ページビュー数：61,662 (昨年度5,835) アクセス元の国：36ヶ国 (昨年度26ヶ国)
Face book	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1月31日 305日間 (2013年度開設、昨年度306日間) 新規「いいね」数：72 (昨年度55、累計1,040) 新規投稿数：197 (昨年度66、累計1,668) 〈会期中のリーチ数など〉 リーチ数：24,452 (昨年度6,180) インプレッション数：25,989 (昨年度8,619) エンゲージメントユーザー数：1,704 (昨年度511) エンゲージメント率：14.3% (昨年度12.1%)	期間：4月1日～翌年3月14日 347日間 (2016年度開設、昨年度306日間) 新規「いいね」数：74 (昨年度92、累計1,102) 新規投稿数：55 (昨年度62、累計200) 〈会期中のリーチ数など〉 リーチ数：13,337 (昨年度21,570) インプレッション数：13,945 (昨年度32,201) エンゲージメントユーザー数：1,031 (昨年度2,394) エンゲージメント率：7.7% (昨年度9.01%)
Twitt er	イベントの最 新情報を発 信。	期間：4月1日～翌年1月31日 305日間 (2011年度開設、昨年度306日間) 新規ツイート数：54 (昨年度54、累計2,036) 新規フォロワー数：8 (昨年度7、累計956) エンゲージメント数：326 (昨年度419) エンゲージメント率：1.7% (昨年度1.2%)	期間：4月1日～翌年3月14日 347日間 (2009年度開設、昨年度306日間) 新規ツイート数：82 (昨年度73、累計1,629) 新規フォロワー数：141 (昨年度67、累計2,621) エンゲージメント数：8,091 (昨年度2,929) エンゲージメント率：2.4% (昨年度0.7%)
Insta gram	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1月31日 305日間 (2017年度開設、昨年度306日間) 新規投稿数：121 (昨年度116、累計511) 新規フォロワー数：225 (昨年度102、累計670) ハッシュタグ数：754 (公式121、一般633) (昨年度公式122、一般550 累計672)	期間：4月1日～翌年3月14日 347日間 (2017年度開設、昨年度306日間) 新規投稿数：58 (昨年度52、累計236) 新規フォロワー数：356 (昨年度188、累計945) ハッシュタグ数(#inbeppu)：223 (公式 58 その他165累計826) (※昨年度 136公式71、一般65)

※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：『梅田哲也イン別府』WebサイトPV数とメディア露出などとの相関図



会期中に来場した主なインフルエンサーヤアート関係者

事業	会期中に来場した主なアート関係者
『梅田哲也 イン 別府』	石川直樹 (写真家)、大巻伸嗣 (現代美術家)、榎木野衣 (美術評論家)、鈴木ヒラク (アーティスト)、芹沢高志 (都市・地域計画家)、中山晃子 (画家)、西野壯平 (写真家)、廣川玉枝 (ファッショングループデザイナー)、港千尋 (写真家)、和多利浩一 (ワタリウム美術館 CEO)

2. メディア掲載実績ならびに広告換算

『梅田哲也 イン 別府』と『ベップ・アート・マンス 2020』は新聞・テレビ・ラジオ・Webなどのメディアで、合計142回の掲載・放送があり、広告換算額は179,326,917円となった。2019年の『関口 光太郎 in BEPPU』『ベップ・アート・マンス 2019』「アニッシュ・カプーア『Sky Mirror』再公開」と比較すると、掲載件数は減少したものの、換算額は約2倍の結果となった。なお、2017年の『西野 達 in 別府』『ベップ・アート・マンス 2017』と比較しても換算額は約1.5倍となっている。

メディア媒体件数 (2020年4月～2021年2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	0/1	50/62	0/0	50/63
テレビ	0/0	36/23	0/0	36/23
ラジオ	0/0	3/3	0/0	3/3
雑誌	4/5	8/10	0/1	12/16
Web ※2)	39/46	-	2/0	41/46
エリア合計	43/52	97/98	2/1	142/151

メディア	掲載・放送 (回)	換算金額 (円)
新聞	50	109,174,833
テレビ	36	53,722,027
ラジオ	3	5,040,000
雑誌	12	1,988,732
Web	64	9,401,326
合計	165	¥179,326,917

※2019年度 広告換算合計額 88,952,869円、2017年度 広告換算合計額 120,031,176円

(集計：株式会社 ジャパン通信社) ※2/28現在

※1) 掲載・放送媒体件数は、『ベップ・アート・マンス』『in BEPPU』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) 県内で取りあ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 地方	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	25	0	25	26,240,079	89%	99%
TV	0	18	0	18	48,038,640	90%	1339%
ラジオ	0	0	0	0	0	0%	0%
雑誌・その他	0	4	0	4	500,732	100%	284%
Web	7	0	0	7	352,703	54%	28%
合計	7	47	0	54	75,132,155	82%	238%
in BEPPU	全国	県内 地方	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	25	0	25	82,934,753	104%	201%
TV	0	18	0	18	5,683,387	600%	2748%
ラジオ	0	3	0	3	5,040,000	150%	732%
雑誌・その他	4	4	0	8	1,488,000	100%	269%
Web	32	0	2	34	9,048,623	126%	217%
合計	36	50	2	88	104,194,763	138%	223%

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)

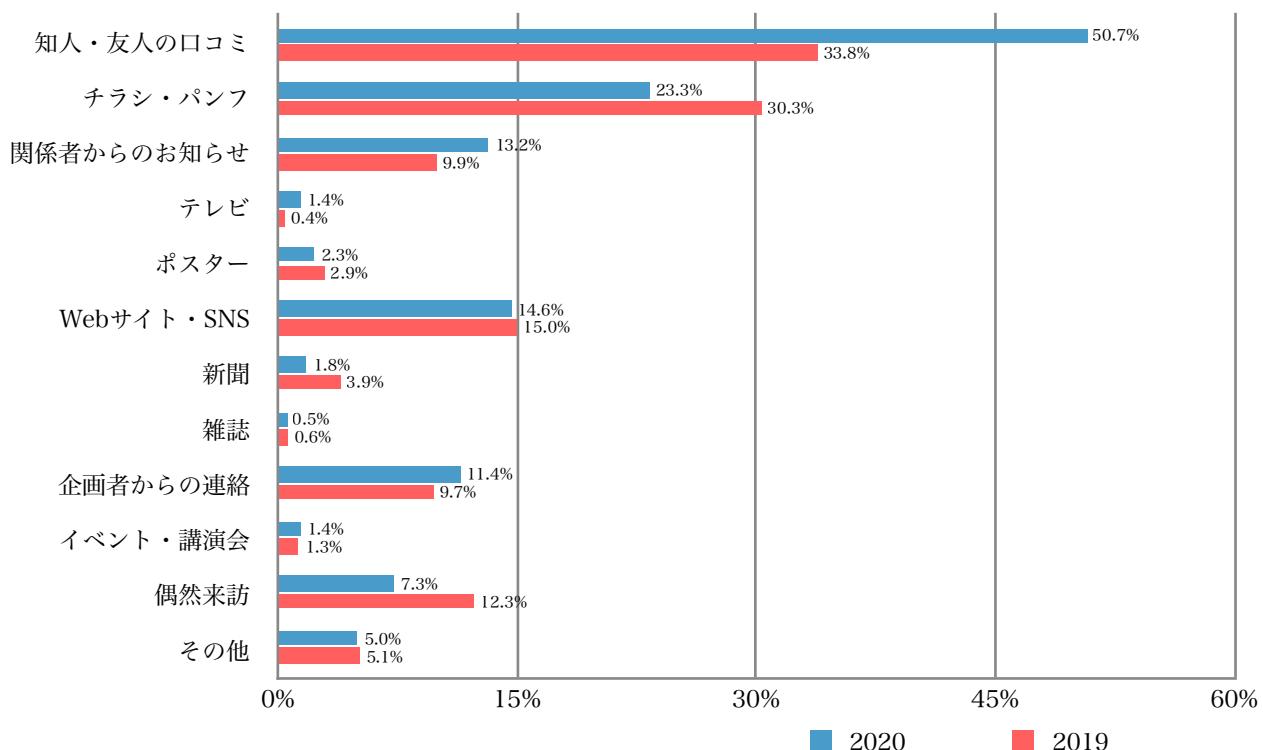
新聞	朝日新聞、西日本新聞、大分合同新聞、読売新聞社
テレビ	NHK関西、NHK大分放送、OBS大分放送、CTBメディア
ラジオ	FM大分、ゆふいんラヂオ局、Love FM
雑誌	文藝春秋、月刊・シティ情報おおいた、Discover Japan、men's FUDGE、Hanako
Web	大分合同新聞、Yahoo、Oricon、47news、Newscollect、今日新聞、大分経済新聞、dmenu、美術手帖、antenna、OBS News、朝日新聞、オオイタドリップ、CultureNIPPON、VOGUE、FINDERS、OITA FINE ARTS、エフエム大分Timeout、日光新聞、TOKYO ART BEAT、Love FM、大分合同新聞Gate、毎日新聞、WONDER、NPO法人 大分県芸振、FindGlocal、ARTNE、Casa BRUTUS

※新聞・雑誌は出版社名ではなく、新聞・雑誌名で記載

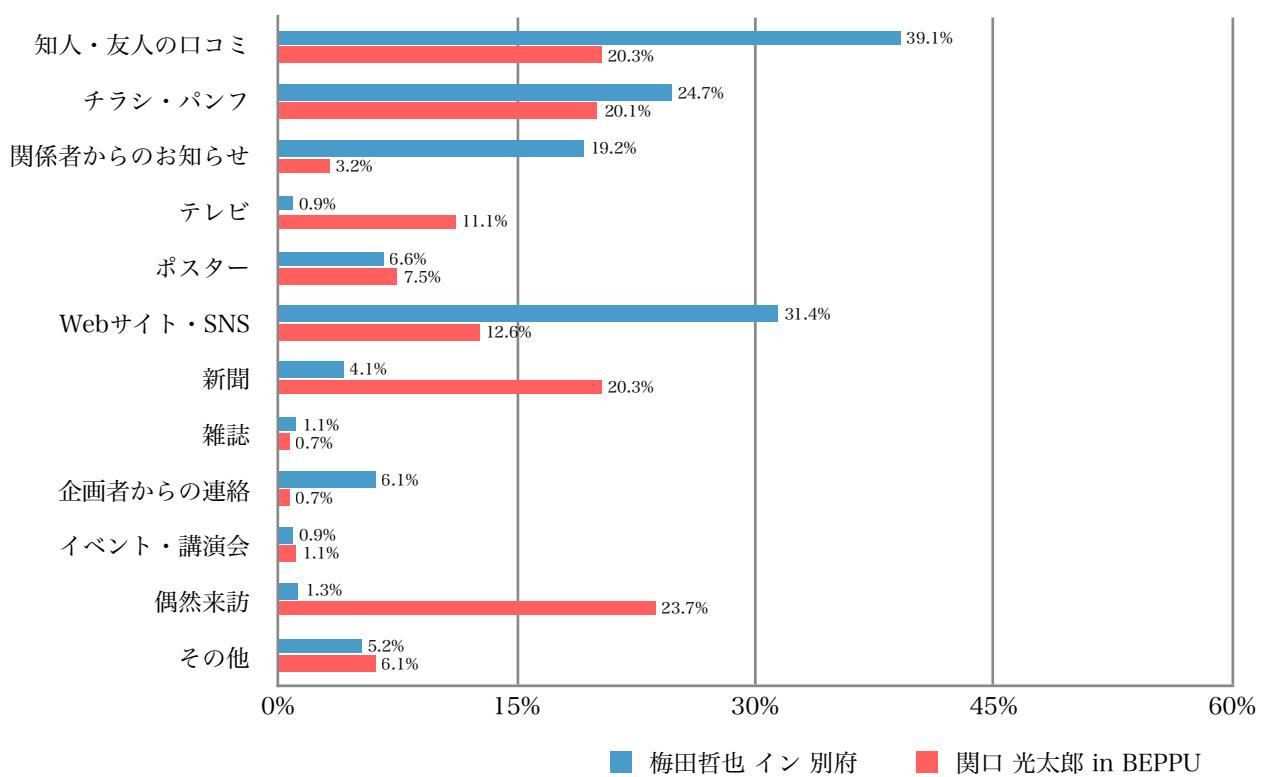
3. 来場者認知経路(再掲)

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 2020』(『ベップ・アート・マンス』のことを何で知ったか)



『梅田哲也 イン 別府』(『梅田哲也 イン 別府』のことを何で知ったか)



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『2019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：27,286円、日帰り客：5,146円〉をもとに算出すると、今年度は72,455,102円となった。昨年度の344,569,764円※1)と比較すると272,114,662円減少した。

※1) 昨年度の観光消費額は『平成30年別府市観光動態要覧』〈宿泊客：23,250円、日帰り客：4,683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ように設定した。

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 2020』『梅田哲也 イン 別府』の地域内消費額は、44,101,500円となった。昨年度事業の地域内消費額は240,291,000円であり、今年度は196,189,500円減少した。

	客数(人)		1人当たりの消費額(円)	消費額(円)	合計(円)
	日帰り	1,460	4,500	6,570,000	11,423,000
『ベップ・アート・マンス 2020』(A)	1泊	66	17,000	1,122,000	
	2泊	82	29,000	2,378,000	
	3泊	33	41,000	1,353,000	
	日帰り	1,241	4,500	5,584,500	
『梅田哲也 イン 別府』(B)	1泊	506	17,000	8,602,000	
	2泊	345	29,000	10,005,000	
	3泊	207	41,000	8,487,000	
観光消費額(A)+(B)合計					44,101,500

【客数の算出方法】

(A)…『ベップ・アート・マンス 2020』の参加者数27,265名のうち、オンライン参加者数22,341名を除いた、4,924名をもとに算出。

$$4,924 \div 3 \text{ [※1]} = 1,641 \text{名}$$

※1)『ベップ・アート・マンス 2020』の1名あたりの平均参加プログラム数

(B)…『梅田哲也 イン 別府』の参加者数49,669名のうち、オンライン参加者数43,648名の除いた、6,021名をもとに算出。6,021名の内訳は、「町を回遊しながらの体験」4,818名、「映画上映」1,118名、イベント参加者85名である。それらの数値をもとに実際に別府を訪れた純粋な客数を次の計算式で算出し、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計算。小数点以下は四捨五入した。

$$4,818 \text{ [※5]} \div 4.4 \text{ [※6]} = 1,095 \quad 1,095 + 1,118 \text{ [※7]} + 85 \text{ [※8]} = 2,298$$

※5)「町を回遊しながらの体験」の参加者数

※6)「町を回遊しながらの体験」の参加者の1名あたりの平均鑑賞会場数

※7)「映画上映」の参加者数

※8)イベントの参加者数

※『ベップ・アート・マンス』と『in BEPPU』は例年同時期に開催しているため、2つの芸術祭を1日で鑑賞する来場者が存在すると想定し、来場者アンケートの結果から、重複来場者数を推計・控除したネット来場者をベースに観光消費額を計算している。しかし今年度は、1日で2つの芸術祭を鑑賞した来場者はごく少數であったと考え、重複来場者の控除をおこなわなかった。その理由は以下のとおりである。

①『梅田哲也 イン 別府』は、『ベップ・アート・マンス 2020』の会期(12~1月)終了後も3月まで継続し、特に2月下旬~3月にかけて来場者数が多かった。

②『梅田哲也 イン 別府』の来場者は1回の鑑賞で平均4.4会場を巡っており、鑑賞・移動時間を考慮すると、同じ日に『ベップ・アート・マンス 2020』にも参加するのは困難である。

第6章 収支状況

収支としては、67,700,243円の収入に対して、67,700,243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	48,500,000
	別府市	15,000,000
	実行委員会参画団体	370,000
助成金		1,750,000
協賛金		1,430,000
ベップ・アート・マンス 加盟店料		0
グッズ販売費		244,844
参加費		405,140
その他		259
計		67,700,243

2. 支出

ベップ・アート・マンス 開催事業	8,710,927
in BEPPU 開催事業	27,264,076
情報発信事業	1,200,848
定住促進事業	2,116,594
事務局運営費	17,904,551
広報費	10,503,247
計	67,700,243

3. 収支差額

収入	67,700,243
支出	67,700,243
収支差額	0

7-1. 『ベップ・アート・マンス 2020』

今年度の『ベップ・アート・マンス (以下、BAM)』は、2020年12月12日(土)～2021年1月31日(日)までの51日間、別府市内のさまざまな会場およびオンラインでプログラムが開催され、87団体／個人、107のプログラムの登録があり、27,265名 (来場者 4,924名、オンライン参加者 22,341名) の参加者があった。ここでは、今年度の『BAM』の全体的な傾向、2つのアンケート (プログラム企画者／参加者) を踏まえた今年度の傾向や考察、さらに運営面についての現状と取組について述べたい。

1. 今年度の全体的な傾向

まず、今年度は新型コロナウイルス感染症拡大による影響を鑑みて、ガイドラインの策定やオンライン企画の導入などの体制を整えるため、準備期間を長めに取った。例年はプログラム企画を5月に募集、10月ごろの開催であったが、今年度は9月に募集し12月～1月に開催することになった。

また、プログラム登録は107件だったが、会期中に緊急事態宣言が発令されたことなどから8プログラムが中止となり、オンラインを利用した34プログラム、実会場は73プログラム (オンラインの併用も含む) 合計99プログラムが実施された。また、新型コロナウイルス感染症拡の影響を鑑み、企画者が自発的にオンラインへ切り替えた企画が7プログラムあった。

次に、今年度からオンラインを導入した活動やプログラムについて述べたい。今回、企画者がオンラインを活用した表現や発表方法に挑戦するサポートとして、『著作権レクチャー』や『オンライン配信レクチャー』を実施し、オンラインに関する知識や手法などの理解を深めた。レクチャー後、企画者からは「大変参考になった」などの声が寄せられた。また、『ベップ・アート・マンスをつくろう会 (以下、つくろう会)』もZoomを導入し実施したところ、県外や海外からも参加があった。前年度まで毎月第1・3木曜日に時間帯を固定し実施していたが、今年度は、土・日も含めさまざまな曜日や時間帯で開催したところ、『つくろう会』への参加率が昨年度の29%から7%上昇し、36%となった。企画者アンケートでは、「Zoomで『つくろう会』に参加できて便利だったので、コロナが収束してもZoom参加を継続してほしい」などの意見もあった。オンラインでのプログラムは、遠方からも参加可能となつたため、国内の16都道府県からの参加だけでなく、海外5カ国 (アメリカ、イギリス、ウェールズ、フランス、ラトビア) から登録があった。YouTubeやInstagramを使用した配信はもちろん、AR (拡張現実) を使ったプログラムなど、開催にあたり企画者が現地に足を運ぶ必要がないプログラムも実施されるなど、新しい表現への挑戦の第一歩であったと言える。

参加者 (オンラインでの参加者を含む) を10,000名と想定していたが、結果は27,265名と大幅に上回った。これは、オンラインを活用したことにより、各企画者のファンやフォロワーが世界中から視聴・参加できたことが大きな要因である。さらに、絵文字などを用いた親しみやすい情報発信を心がけたことや、立命館アジア太平洋大学の公式Facebookページで日・英の両言語での情報発信を協力いただくなど、多言語での発信を試みた結果、新規フォロワー数の獲得に繋がった。たとえば、Instagramでの新規投稿数は121 (昨年度 116) で、昨年度とほぼ同様の数であったにも関わらず、新規フォロワー数が225 (昨年度 102) と大幅に伸びた。また、『BAM』公式Webサイトへ61ヶ国 (昨年度 34カ国) からアクセスがあるなど、オンラインでの情報発信は一定の効果があったと言える。 (78ページ参照)

2. 企画者アンケート結果を踏まえた今年度の傾向

今年度初めて『BAM』に登録したプログラム企画者 (以下、新規企画者) は、全体の39%となり、例年と同様の傾向となった。県外・海外からの新規企画者も一定数おり、『BAM』への参加意志のある方がは各地にいることがわかった。今後は、県外の各地域の『BAM』のファン層を広げることも視野に入れたい。

「広報業務の一部代行による効果があったか」の問い合わせに対し「いいえ」の割合が全体の14%で、昨年度よりあまり変化はなかったものの、「宣伝になるかと思い登録しましたが、全く効果がなく、自分で別のチラシを作つて独自に集客した」(原文) などの意見もあった。この要因の1つとして、例年はプログラム企画の募集締切後、会期まで約4ヶ月間の準備期間があるが、今年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、募集締切から会期まで2ヶ月という短期間での準備となり、パンフレットの配布時期が会期の2週間前からとなってしまったことが挙げられる。来年度は、パンフレット作成のスケジュールに余裕を持たせ、1ヶ月前までには配布を開始したい。また、企画者が独自で広報物を作成した例は29プログラムと増加傾向にある。これは、企画者の自発性が高まっていることの表れであると考える。来年度も、企画者へ主体的に広報物を作成するなどのアドバイスなども引き続きおこないたい。

自由記述の中で注目すべき意見として、「オンラインプログラムがどこから見られるのかが分かりにくい」などが挙げられた。来年度以降はWebサイトのデザインの改善や情報発信を工夫していきたい。

3. 来場者アンケート結果を踏まえた今年度の傾向

来場者アンケートの中で注目したいのは、「今回のプログラムのことをどこで知ったか」という問い合わせに対して、「知人・友人」「企画者からの連絡」が昨年と比較し増え、「チラシ・パンフ」という回答が減った。「チラシ・パンフ」の減少の要因については、上記の企画者アンケートと同様、パンフレット配布開始時期の遅れによるものであると推察するが、アンケートの結果からは、口コミが一番効果が大きいことがわかる。

次に、「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」の問い合わせに対して、昨年度と同様の傾向で「5つ以上」という回答が24%あったものの、「なし」の回答は29.8%と高い。同じく、「オンライン配信を視聴する予定はあるか」という問い合わせに対して、「視聴する予定はない」という回答が半数近くを占める46%であった。今後は特に、企画者同士の相互協力での広報を強化したいと考える。また、事務局も複数プログラムを巡りたくなるための効果的な情報発信に努めていきたい。

会期中、大分合同新聞の文化面に9プログラム、元旦の今日新聞1面にプログラムの1つが大きく掲載されたほか、2月号の別府市報の表紙にプログラムの1つが取りあげられた。アンケートでも「ネットや新聞を見て来られた方が何人かいた」「新聞にもテレビにも出させてくれました」(原文)という回答があった

上記、2種類のアンケートの結果から、総合的に広報に関する課題が大きいと感じる。事務局として来年度特に力を入れたいのは、別府市民への周知と考える。例えば、

- ・ボランティアスタッフにより、『BAM』の複数のプログラムを巡るガイドツアーを週末に開催する。
- ・市内の幼稚園や小学校への周知を強化し、ファミリー層の誘客をはかる。
- ・誰でも来場・参加しやすい取組として、クラフトや食も含めたマルシェイベントを開催する。

など、多様なアイデアを出しながら、企画者や別府市民と協力して、進めていきたい。

4.まとめ

2010年に27団体による43企画から始まった『BAM』は、毎年100近い団体が多様なイベントを実施する市民文化祭となった。来場者へのアンケートで「次回はプログラムの企画者として参加したいと思うか」の問い合わせに対し、「はい」の回答が38%であった。実行委員会では、この数値を毎年維持することを評価基準の1つとしている。『BAM』に観客として参加したことで「自分も表現者として何かやってみたい」という意欲が生まれた人を毎年一定数維持することは、『BAM』が目的としている「別府市における文化芸術の振興」や「さまざまな芸術表現の発表機会の提供」を実現するための礎となる。

この事業を通じて、これからも地域とより密接に連携しながら、別府市における芸術文化の振興と活力あふれるまちづくりに取り組むとともに、これまで以上に地域内外の方との交流促進につながるように工夫したい。とくに交流人口の増加、アフターコロナを見据えた別府のファンづくりに繋がるようなイベントとして位置付けたい。

7-2. 『梅田哲也 イン 別府』

『梅田哲也 イン 別府』は2020年12月12日(土)～2021年3月14日(日)の火・水・木および年末年始を除く52日間、市内全域に点在する会場とオンラインを舞台に開催し、参加者は49,672名(来場者数:6,024名、オンライン参加者数:43,648名)であった。受付および会場の1つである『別府ブルーバード会館』にて来場者にアンケート調査を実施した。ここでは、今年度の『in BEPPU』の全体的な傾向、来場者アンケートをふまえた傾向や考察、さらに運営面についての現状と課題について述べたい。

1. 今年度の全体的な傾向

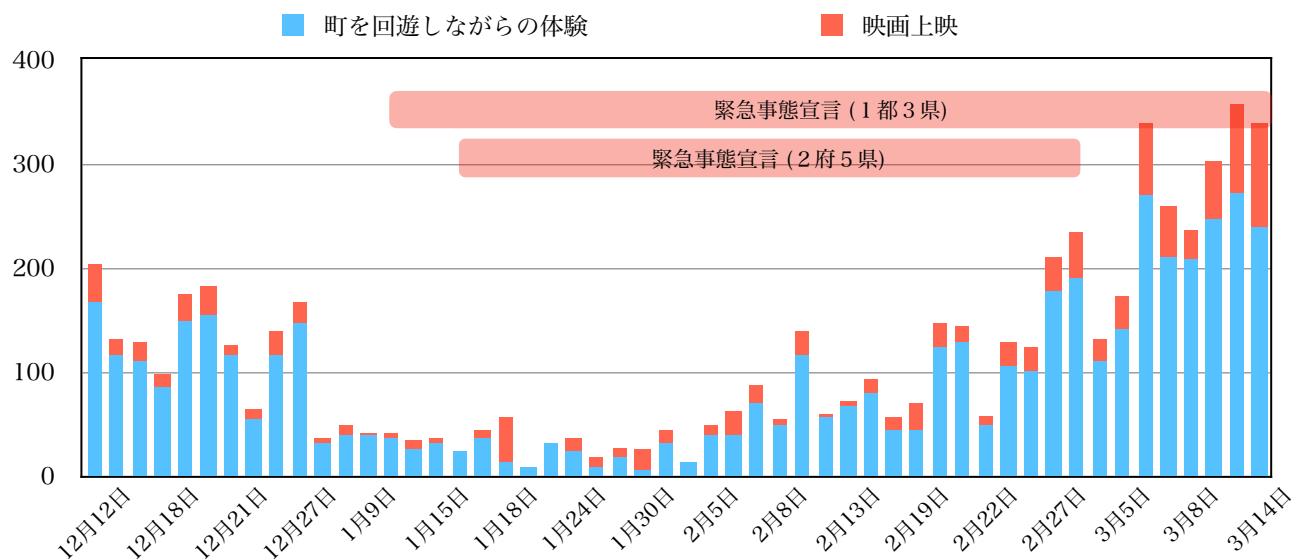
コロナの収束が見通せない状況の中で芸術祭を実施するにあたり、受付での検温や消毒、作品体験の予約制、定員を会場収容人数の半数にするなど対策を講じた。それらの基本的な対策だけでなく、アーティストと協議しながらコロナ禍における芸術祭のあり方を模索した。まず本報告書の「主催者あいさつ(2ページ)」に記載した通り、コロナ禍で芸術祭を開催するうえで大切にした「想像力の源泉を枯れさせない」という「想い」をアーティストと共有しながら作品プランを作っていました。今回の作品は、基本的に「物としての作品」ではなく、地図を頼りに各会場を訪れ、目の前に広がる風景を見ながら、ラジオ(音声端末)から自動的に流れる音声を聴く作品である。各場所で聴こえる音声をきっかけに、自身の記憶や体験を交えながらそこにかつてあったものやこれからの未来を思い浮かべ、来場者それぞれが物語を紡ぎ出す、まさに想像力を強く刺激するような作品であった。このような作品の性質からか、来場者からは「理解できない」「何を伝えたいのかよくわからない」という意見もあったが、「想像できて楽しい」「まちを歩きながら想像力

をふくらませる仕掛けが秀逸だった」などの意見も多々あり、来場者の満足度（アンケートで「よかった」「どちらかといえばよかった」と答えた割合）は92.7%と高い数値となった。

また、「物としての作品」がないため会場選定の制約からもある程度解放された。ラジオさえあれば観光施設から住宅街、自然の中などどこでも会場として設定でき、密を避けるため会場を屋外とし、市内全域に分散させることも可能となつた。これについては「あまり行かない場所にも行く機会になった」という好意的な意見もあったが、「各会場が離れているため、全てを巡れない」「場所がわかりにくい」などの意見も少なからずあった。

さらに、工夫した点として、会期の設定が挙げられる。例年の『in BEPPU』では、連続する30日から50日を会期とし、会期中は無休で開催してきた。しかし、今年度はいつ新型コロナウイルス感染症の感染が拡大し、それに伴い緊急事態宣言が発令され移動や外出に制限がでてもおかしくない状況であったため、それを前提として会期を設定する必要があった。なので会期を例年より長く設定し、休みを設け、結果的には例年と同様の会期日数となるよう設定した。そうすることで、仮に緊急事態宣言が発令され、移動や外出が制限されたとしても、会期の全てがそれと被らないこととなると想定した。各日の来場者数を表したグラフは下記となる。

※日別来場者のグラフ



会期中に1都3県（2021年1月9日～3月21日）および2府5県（2021年1月14日～2月28日）に緊急事態宣言が発令された。それに伴い、1月初旬から2月中旬にかけての来場者数が顕著に減少したが、2月下旬ごろから徐々に来場者が増え始め、2府5県の緊急事態宣言が解除された3月に入りから著しく増加した。そのため会期を長く設けたことは一定の効果があったと言えるだろう。

オンラインでの取組についても述べておきたい。県をまたいで移動が制限され実際に別府に来て作品を体験できない人もいるため、Webサイト上でも作品の一部を体験できるようにした。具体的には会場の1つである『鉄輪温泉 渋の湯裏』に設置された作品のライブ中継や、映画作品の一部の配信をおこなった。また、最終日には配信イベントを実施した。映画上映の様子や、上映後に実施した梅田が登壇してのトークイベントやライブ演奏をおこない、それらをオンラインで配信した。最終的にオンライン参加者数は43,648名となった。

2. 来場者アンケート結果をふまえた今年度の傾向

まず来場者の性別・年齢についてだが、昨年と比較し、60代以上の女性が大幅に減り、10代から30代の女性の割合が増えた。交流人口の多様化を目的に『in BEPPU』のメインターゲットと設定している30代以下、女性客の誘客に成功したと言えるだろう。また、来場者の居住地について、昨年は大分県外が20%だったのに対し、今年度は39%と大幅に増えた。そのため宿泊者の割合も昨年の30%から46%に増えた。

また、今年度から「今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか」「別府を再訪したいか」※別府市在住以外の方のみの2つの問い合わせ新たに追加した。「今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか」の問い合わせには85.3%が「思う」「どちらかといえば思う」と回答しており、実際に来場者が別府での体験を発信したケースも多かったと推察する。そのためか、「どこで知ったか」の問い合わせに対する回答で「知人・友人の口コミ」「関係者からのお知らせ」「Webサイト・SNS」が昨年と比べ大幅に増えた。「別府を再訪したいか」※別府市在住以外の方のみの問い合わせに対する回答には、99.4%の方が「再訪したい」「機会があれば再訪したい」「イベントがあれば

再訪したい」と答えた。今回別府を訪れた方の多くが別府のファンになり、それぞれがSNSなどで別府の魅力を発信してくれたことは大きな成果と言えるだろう。

3. 運営面を振り返っての反省と課題

集客面については、来場者目標4,000名に対し、6,024名であった。会期中に緊急事態宣言が発令された中で目標を達成できた。しかし、上記の日別来場者のグラフでもわかる通り、来場者数が減少した緊急事態宣言が発令された1月から2月中旬は県外からの誘客は難しかったが、市民・県民を誘客できなかつた点は課題である。また、会場の受付や作品監視として例年ボランティアスタッフを募集しており、その多くは県内大学生や市内主婦層であったが、今年度は新型コロナウイルス感染症の影響を鑑みボランティアスタッフの募集はせず、アルバイトスタッフで対応した。今まで築いてきたボランティアとの関係性をこのまま途切れさせることではなく、新型コロナウイルス感染症収束後は積極的に協働を図りたい。

4. まとめ

『梅田哲也 イン 別府』はコロナ禍において制約を課しながらの開催ではなく、むしろこの状況を活かした作品の形態や会期、会場の設定の仕方などさまざまに工夫し、チャレンジしながらの開催であった。多くのイベントが中止・延期となるなか開催できたことは、全国の文化芸術関係者にとって希望となったのではないだろうか。

最後に作品制作に関わっていただいた協力者について述べたい。今回の作品は別府の歴史的・地質的特徴を深く掘り下げた作品であったため、制作にあたりまちづくり関係者や歴史研究家などへのインタビューや資料提供などの協力をあおいだ。また映画作品の撮影にあたっては、撮影場所の所有者の協力や市内高校吹奏楽部をはじめ多くの市民がエキストラとして出演してくれた。アーティストの制作や考えに触ることは、人々の想像力を刺激し、創造的で活力のある地域の実現において重要な要素である。コロナ禍で人々との協働が難しいなかでも、多くの市民が制作に関われる機会を創出できたことは成果の1つであり、今後もこのような機会を提供し続けることによって、別府ならではの創造的で活力ある地域づくりを目指したい。

7-3. 広報活動

1. 広告換算

広告換算額179,326,917円を事業ごとに分けると下記のとおりである。

『ベップ・アート・マンス 2020』

75,132,155円。件数は新聞25件、テレビ18件、ラジオ0件、雑誌4件、Web7件であった。昨年と比較すると件数は減少したが、関西からの企画者が出演したNHK関西の番組の換算値が高く合計では昨年の2倍以上の換算値となった。

『梅田哲也 イン 別府』

104,194,763円。件数は新聞25件、テレビ18件、ラジオ3件、雑誌8件、Web34件であった。すべてのメディアが件数、換算値ともに昨年の同等以上の結果であった。

2. Web／SNS

『ベップ・アート・マンス 2020』

Webサイトのユーザー数、ページビュー(以下、PV)は若干減少したが、今年開設したオンラインでのプログラム発表の場であるWebサイト『ベップ仮想文化センター』では、オンライン参加者数22,000人以上となり、アクセス元の国・地域も34か国(2019年)から61か国に増加した。

『梅田哲也 イン 別府』

Facebookはリーチ、インプレッション、エンゲージメントとともに昨年より下降したが、Twitter、Instagramは新規フォローやエンゲージメントなどすべての数値が大きく上昇した。特にInstagramは森山未来の公式アカウント(フォロワー1.5万人)、満島ひかりの公式アカウント(フォロワー13.6万人)が『in BEPPU』の公式アカウントをタグ付け投稿したこと、新規フォロワーが225増加した。

また、2月22日よりロカド、TwitterとYouTubeで『O滞～映画館編～』の動画広告を配信したことによりWebサイトの訪問者数は配信前の約2.2倍、ユーザー数は約2.4倍、PV数は約2.2倍となり、YouTube上の『O滞～映画館編～』の再生回数は35,758回となった。WebサイトのPVで最も高かったのはオンラインイベント開催日(3月14日)。Web記事掲載やTV放映日とPVの連動はあまり見られなかった。

3. 認知経路

『ペップ・アート・マンス 2020』

知人・友人、企画者からが増加。代わりにチラシ・パンフや偶然来訪は減少した。コロナ禍で広報物の発行時期を遅らせて数量を減らしたことと観光客が大幅に減少したことに起因すると考えられる。

『梅田哲也 イン 別府』

予約制だったこともあり偶然来訪は大幅に減少。代わりに、知人友人の口コミが約4割、関係者からのお知らせが約2割となり、関係者や知人友人など人からの伝播が大きく影響している。WebサイトとSNSが約3割を占めたのは、通常の広報活動に加えてデジタル広告の影響も大きいと考えられる。

来訪者からの情報拡散は概ねうまくいったように見えるが、アンケート結果でも見受けられるように、広報物（チラシやWebサイト）に掲載されている本展覧会の概要や参加方法などがわかりにくかったという反省は大きい。作品性に固執せず、ターゲットを見据え、適切な情報発信の方法を考える必要があったと思われる。

4. まとめ

今年度はコロナ禍により、イベントなどの対面の広報ではなく、デジタルを活用した非対面の広報へ変更を余儀なくされたが、広告換算額は約2倍の結果となった。コロナ禍でイベントの中止や延期が相次ぎ、メディアがニュースを探していたことやアーティストへの注目度の高さも大きな要因だと推察する。また今年度初めて実施したデジタル広告は、Webサイトへの誘導や『O滞～映画館編～』の動画閲覧を促し、結果として2月下旬からの来場者増加の一助になったと考えられる。今後もコロナ禍は続くことが想定されるため、WebやSNSなどを活用した広報は継続しながら、移動制限が発令された場合を見越して県内の広報先を今まで以上に開拓していく必要があると考える。

8-1. 評価結果のポイント

『ベップ・アート・マンス (BAM) 2020』ならびに『梅田哲也 イン 別府』を中心とする2020年度の実行委員会事業の実績を踏まえて、事業評価をおこなった。

評価システムとしては、バランス・スコアカード (Balanced Scorecard=BSC 詳細後述) を採用し、①地方創生、②観客、③ステークホールダー、④財政、⑤マネジメントの5つの視点から評価をおこない、そこから得た教訓と提言をまとめている。本節ではBSCに基づく評価結果のポイントのみを示し、詳細については次節以降で説明する。

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
BSC最終年度の変更	<ul style="list-style-type: none"> 現行のBSCは当初、2020年度が最終年度であり、2021年度を初年度とする次期BSCの策定を予定していた。しかしコロナ禍のなか、次期計画の方向性を見通しがいたため、最終年度を1年間延長して2021年度とした。コロナ禍の収束後に次期BSCの策定をおこなう。
地方創生の視点	<ul style="list-style-type: none"> 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8割が認知)。 『BAM』にプログラム企画者として参加した市民は、日常的に地域活動に熱心(87%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』については、利活用・周知のあり方について検討が必要。 『BAM』一般参加者の38%は次回、企画者として参加を希望。
観客の視点	<ul style="list-style-type: none"> 『梅田哲也 イン 別府』の来場者数は目標を上回り(達成率151%)、観客の評価も高い結果(満足度93%)となった。 『BAM』は、オンライン開催も可能とした結果、来場者数は目標を上回り(達成率179%)、観客の評価も高かった(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179,326,917円となり、目標(121,000,000円)を上回った。『旅手帖 beppu』の認知度は伸び悩んでおり、今後の形態についての検討が必要。
ステークホールダーの視点	<ul style="list-style-type: none"> 『BAM』は『BAMをつくろう会』(年間11回開催)などを通じてプログラム企画者と連携を深め、満足度や次年度参加意向が90%超となった。 『梅田哲也 イン 別府』の制作では、別府市内の多くの文化団体・施設の協力を受けた。 コロナ禍により海外機関の視察受け入れはなかったが、『BAM』のオンライン企画で海外5か国から企画者(北ウェールズ観光協会など)が参加するなど、新たな展開がみられた。
財政の視点	<ul style="list-style-type: none"> 事業収支については、コロナ禍の影響が懸念されたところであるが、当初予算の計画内に收まり、滞りなく事業を遂行することができた。
マネジメントの視点	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍のなかにあって、リモートワークに対応した情報インフラ整備や、労務・経理管理のIT化が進展した。 外部マネジメント人材の育成・発掘については、『梅田哲也 イン 別府』の映画制作を契機に多くの専門家と協力関係を築くことができた。 コロナ禍における安全を考えてボランティアスタッフの募集はおこなわず、アルバイトスタッフが業務にあたった。今後に向けて実働ボランティアスタッフとの関係継続に努めることが重要である。
教訓と提言	<ul style="list-style-type: none"> 今年度の実行委員会事業は、あらゆる側面でコロナ禍の大きな影響を被るなか、適切な企画運営をおこなった。 『BAM』アンケート結果をみると、オンライン配信は相応に評価されており、今後も継続すべきである。『i梅田哲也 イン 別府』アンケート結果は、来場者が旅行後も別府への関心を保ち続けることを示唆。 次年度の実行委員会事業では、『梅田哲也 イン 別府』を再公開し、鑑賞できていない市民・県民、観光客に広く体験してもらうことが重要。あわせて、コロナ禍が継続するなか、SNSなどで別府を国内外に情報発信・拡散してもらううえで、2021年度の『in BEPPU』にはフォトジェニックな作品が求められている。

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、移住促進事業から構成される。

2. 評価の位置づけ

今回の事業評価は事後評価を想定していたが、新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえて中間評価に変更する。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BSC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行ったうえで、2021年度を初年度とする次期BSCを策定することを予定していた。しかしながら、今般のコロナ禍によって実行委員会事業は大きな影響を被り、当初計画どおりに事業を進めることができ困難かつ不適切なものとなる可能性が生じた。コロナ禍は2021年度も継続しており、こうしたなかでは次期の中期計画の方向性も見通しがたい。このため、BSCの最終年度を1年間延長して2021年度として、コロナ禍の収束後に次期BSCの策定をおこなうものとする。2021年度の業績評価指標（Key Performance Indicator=KPI）の目標値については、コロナ禍の状況を踏まえながら今後の実行委員会に諮りたい。

このため今回は『BAM 2020』と『梅田哲也 イン 別府』を中心とする2020年度実行委員会事業の実績を踏まえて、計画期間4年目の中間評価として実施することとした。

新BSC導入4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、BSCもその全体的ビジョンは不变としても、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KPI（指標自体や目標値の適否など）について、『in BEPPU』の具体的な内容や、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取りまとめ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、大分県芸術文化スポーツ振興財団 アドバイザー 三浦宏樹による第三者評価として実施する。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者は、コンソーシアム（共同事業体）型組織として、2016年6月にアーツ・コンソーシアム大分を設立した。

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い、それらの成果をまとめた『評価と文化ハンドブック』を2018年度に公開した。実行委員会事業の評価システムは、アーツ・コンソーシアム大分の研究成果を踏まえて構築されたものであり、その事務局長を務めていた三浦宏樹（日本評価学会認定評価士）が、今年度も評価実務を担当する。

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效地に活用され、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の考え方を取り入れた。

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「文化と評価ハンドブック」（<http://www.pref.oita.jp/soshiki/10940/artconsortium1.html>）第5章を参照。

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、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」という問い合わせることができない。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組と、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

【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視点のなか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、「ステークホルダー」を新たに項目立てたかたちである。

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

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。

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・スコアカードの作成(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した。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、そうしたなか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素案に示された取組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。

こうした作業を経て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ミング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

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。

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)なかで、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斷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組ということになる。

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。こうした観点からは、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。

8-4. バランス・スコアカードの改訂

第1段階として、2019年度に改訂したBSCのさらなる改訂の要否について、コロナ禍の影響も考慮しつつ、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14の指標について、今年度の実行委員会事業の計画が具体化したことにもない、2020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。

業評価指標 (KPI) 2020年度 目標の改訂

No.	業績評価指標 (KPI)	2020年度 目標	
		改訂前	改訂後
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(累計値)	5人	14人
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)	800万円	260万円
21	新規営業数	3社	1社
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)(実績数)	7社	2社
24	実行委員会参画組織内や関係団体での販売力強化	実行委員会の現実的な目標設定	チケット販売なし
25	グッズ販売額	未定	60万円
26	チケット販売に備えた仕組みの検討	導入	チケット販売なし
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)	58団体	40団体
45	メディア掲載件数の増加	230件	180件
53	紹介店舗数の増加(累計)	126店舗	130店舗
54	特集記事の定期的更新を通じたコンテンツの充実(累計)	25件	Instagramでの発信に注力する。
55	特集記事の定期的更新を通じたコンテンツの充実(累計)	40件	Instagramでの発信に注力する。
59	メディア露出広告換算合計額の増加	157百万円	121百万円
65	in BEPPU観客のリピーター率の向上	40%	30%

『BAM 2020』ならびに『梅田哲也 イン 別府』を中心とする2020年度の実行委員会事業の実績を踏まえて、BSC計画期間4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。

特に今年度は、新型コロナウイルス感染症対策が求められたため、事務局ではリモートワークに対応したグループウェアを導入して、情報・スケジュールの共有をおこなった。また、内規の作成、労務・経理管理のIT化など、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る。

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、実行委員会事業を担うアートプロジェクト事業班2人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。こうしたスキルは全職員のうち60%が獲得済で、前年度水準(55%)を上回ったが、目標(70%)にはやや届かなかった。

研修については、他地域で実施された芸術祭やアートプロジェクトをスタッフが視察したが、コロナ禍の影響から、計画していた合宿研修や新人研修は中止となった。状況を見ながら、2021年度の実施を検討する。

スタッフの勤務管理については、職員の勤務時間の柔軟な調整を可能にするためフレックスタイム制を導入するとともに、事務局長が全スタッフに定期的にヒヤリングをおこなうことで労働環境改善を図っている。

(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。

実行委員会は、前年度に引き続き、広報部会、運営部会、イベント部会の3つの部会を設置し、それぞれの実行委員の役割を明確化し、情報共有の効率化を図るとともに、委員の専門性を活かした的確な助言をもらえる体制を敷いた。

(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、国東市、豊後高田市、中津市、佐伯市でアートプロジェクトを実施したほか、大分県職員の研修を受け入れるなど、新たなネットワーク構築に繋がった。県外ネットワークについても、講師派遣や研修受け入れをおこなったが、コロナ禍により県外からの視察はほとんどなかった。

(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。こうした人材を、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14人、制作のプロフェッショナル人材11人、プロジェクト・マネジメント人材7人、外国語対応が可能な企画・制作補助スタッフ9人とのネットワークを構築している。記録・広報の専門家は25人を目指していたが、今年度の『in BEPPU』で映像作品を制作したことから映像関係者やカメラマンとのネットワークが生まれ、35人の専門家と協力関係を築くことができた。

(5) ボランティア組織の強化

この項目では、ボランティアスタッフ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。

例年は、ボランティアスタッフに会場での受付業務や案内業務を依頼しているが、今年度はコロナ禍に鑑み、安全を考えてボランティアスタッフの募集はおこなわず、代わりにアルバイトスタッフが業務にあたった。『梅田哲也 イン 別府』が会場へのスタッフ配置が少人数で済む作品であったことも奏功したといえる。ただし、実行委員会事業においてボランティアスタッフは単なる労働力ではなく、ともに芸術祭をつくりあげるパートナーである。実働ボランティアスタッフとの関係の継続に努めることが重要である。

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・全国の企業との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。

協賛金・助成金については、コロナ禍で県内企業が厳しい環境にあるなか、新規営業は控えて10万円以上の協賛金・助成金の目標金額も260万円（前年実績567万円）に抑えたが、最終的な実績は305万円となり目標を達成した。

(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。

今年度は、『in BEPPU』を無料鑑賞としたため、チケット販売はなかった。

グッズについては、『梅田哲也 イン 別府』のTシャツ、手ぬぐいなどを販売した。予算上の目標設定は60万円であったが、実績は24万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。

事業収支については、コロナ禍の影響が懸念されたところであるが、当初予算の計画内に収まり、滞りなく事業を遂行することができた。

3. 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

(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11回（前年実績13回、目標12回）の開催をおこない、参加率は36%（前年実績29%、目標40%）となった。参加率は目標をやや下回ったが、今年度よりオンライン参加も可能にしたことから、遠方から参加する企画者も生まれた。また今年度から、リアル会場でのプログラム実施以外にオンライン配信も可能にしたため、オンライン活用レクチャーや、弁護士による著作権セミナーもおこなった。

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）97%、登録してよかったですの満足度96%、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96%はいずれも目標（90%超）を達成した。

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53団体（前年実績59団体、目標60団体）、今回新規に登録した団体は34団体（前年実績39団体、目標40団体）となっている。いずれも目標値はやや下回ったが、コロナ禍のなかにあっても、市民・団体が文化芸術活動に積極的に取り組む姿が窺える結果となった。

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、88%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作ることや、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。

『BAM』では、県内外の若手アーティストや学生の展覧会なども開催され、若手アーティストの発表の場として機能している。この他に、BEPPU PROJECTがアートプロデュースを担当した別府市内の新設ホテルや、佐伯市、杵築市で開催されたアートプロジェクトでも県内外の若手アーティストを多数起用している。

また、県内外の大学からインターンシップ生を受け入れ、アートプロジェクトの企画立案に関する指導をおこなった。

(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。

『in BEPPU』の映画については、ビーコンプラザ、別府市コミュニティセンター、別府ブルーバード会館（以上、会場提供）、大分県立別府翔青高等学校吹奏楽部（出演）など、市内の団体・施設の協力を得て制作をおこなった。その他に、絵画教室や児童館などに広報協力を呼びかけたほか、アルブリュットに関する事業で、おおいた障がい者芸術文化支援センターの協力を得ている。

(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。

例年の『in BEPPU』は、海外の芸術文化関係者の視察を受け入れてきたが、今年度はコロナ禍により視察がなかった。その代わりに『BAM』においてオンライン企画で海外（5か国）の企画者が参加した。2019年度ラグビーワールドカップを契機に交流が生まれた北ウェールズ観光協会も『BAM』に企画者として参加し、継続的な交流が実現した。

(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が創造的に連携する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、『梅田哲也 イン 別府』の会場使用に際して、別府市の公園緑地課、温泉課との連携が図られた。別府市以外では、クリエイティブ産業振興事業で大分県の商工観光労働部、農林水産部、各地のアートプロジェクトのディレクションを担当するなかで国東市 活力創生課、豊後高田市 教育総務課、佐伯市 こども福祉課・観光課・鶴見振興局・観光協会、杵築市観光協会との関係構築が図られた。

企業との連携については、引き続き大分経済同友会の定例会での広報や、『BAM』加盟店として交流のある店舗にポスター・チラシ掲示依頼などをおこなったほか、大分駅ビル、別府市内のホテルなど民間企業との協業も継続的に実施できたが、全体としてはコロナ禍を考慮して、限定的な交流・周知にとどめざるを得なかった。

各種団体との関係強化については、別府市自治員会理事会での告知、自治会単位で回覧板による周知、市内小中学校全校へのチラシ配布などで協力してもらった。また『梅田哲也 イン 別府』の構想・制作に際しては、市内まちづくり団体からリサーチ面で協力を得るなど、さまざまな地域団体と連携して事業をおこなった。ただし、企業連携と同様、全体としてはコロナ禍を考慮して限定的な交流・周知にとどめざるを得なかった。

(6) 情報発信に関わるステークホールダーとの連携

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と報道してもらえる体制が整っていることをを目指している。

実行委員会事業のメディア掲載件数は142件（前年実績138件、目標180件）となり、件数ベースでは前年度並で目標を下回った。しかしながらその内容を詳しくみると、全国誌を専門とするPR会社と連携した結果、例年より多くの全国誌とのネットワークを構築できた。県内でも、大分合同新聞と連携し、紙面だけでなくデジタル広告にチャレンジできた。また、ラジオやケーブルテレビに出演するなど、日常的に連携して広報活動をおこなった。西日本新聞で山出プロデューサーが50回の連載記事を執筆した結果、活動内容・意義を知ってもらい、ネットワークが広がる機会となった。その全てが事前に計画した成果とはいえないが、結果的にメディアとの連携は深まったと考えられる。

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、体験してよかったです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179%となった。観客満足度（「大変よい」「よい」の合計）も93%（前年実績93%、目標95%前後）となり、おおむね目標並といえる。「大変よい」の割合が2017年度に低下した点については、持ち直し傾向（2016年72%→2017年56%→2018年59%→2019年63%→2020年64%）にある。

『in BEPPU』についても、今年度は作品の性質上、別府の歴史や地質的特徴に関するヒヤリング・資料提供、映画への出演・協力、会場の提供・案内、近隣住民への説明・周知などが必要であり、多くの市民の関わり・協力によって制作・運営ができた。

（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。観客数目標の達成率は151%（目標4,000人、実績6,024人：リアル会場のみで目標・実績を設定）となり、観客満足度（「大変よい」「よい」の合計）も93%（前年実績99%、目標80%）となった。今年度のこうした成果を踏まえ、事務局は、2021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）148店（前年実績126店、目標130店）、英語化率100%（前年実績50%、目標100%）を達成したものの、閲覧数（ビュー数）は88千件（前年実績88千件、目標148千件）と伸び悩んでいる。引き続きポータルサイトの認知を高めていく必要があるが、一方でネットの閲覧形態・環境が日進月歩である点にも留意すべきである。事務局でも、Instagramでの発信をおこなっているが、『旅手帖 beppu』の形態が現状のままでよいか否かについて、検討が必要であろう。

『BAM』、『in BEPPU』のメディア露出を広告換算した結果は179,326,917円（前年実績88,952,868円、目標121,000,000円）になった。

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38%（前年実績41%、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、87%（前年実績86%）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が稼働を始めた。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することを目的とするが、イベント情報の年間掲載件数は1件と低水準（前年実績3件）にとどまった。サイトの利活用・周知のあり方について検討が必要である。

（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54%（前年実績53%、目標50%前後）、プログラム企画者のリピーター率は61%（前年実績58%、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5回目となるが、今回の来場者のうち過去4回のいずれかにも参加したというリピーター率は58%となり、目標（30%）を上回った。

（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30代以下の観客の比率は50%（前年実績30%、目標50%前後）であったが、女性観客の比率は62%（前年実績72%、目標70%前後）となり、目標に比べてやや低い水準となった。

⁵ 『ベップ・アートナビ』は『BAM』のウェブ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）。

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83% (前年実績64%、目標74%)、『BAM』来場者の80% (前年実績71%、目標70%) 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。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。

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。

(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、52% (前年実績54%、目標55%) となり、目標を達成した。

(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移住促進事業や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21人となり、おおむね目標(20人)をクリアした。

6. 教訓と提言

(1) BSCの5つの視点からみたコロナ禍の影響

今年度の実行委員会事業は、あらゆる側面でコロナ禍の大きな影響を被るなか、適切な企画運営をおこなったと評価できる。BSCを構成する71指標のKPIのうち、特に影響が大きかったKPIは以下の20指標である。

	KPI 総数	コロナ禍の影響が 大きかったKPIの数	コロナ禍の影響が 大きかったKPIのNo.	影響の主な内容
マネジメントの 視点	19	5	6, 7, 11, 17, 18	・リモートワークに対応可能な情報インフラ整備や勤務形態の導入
財政の視点	8	4	20, 21, 22, 23	・民間企業からの協賛金・助成金獲得が困難に
ステークホル ダーの視点	18	5	29, 38, 40, 42, 43	・リアル会場への誘客が困難に ・オンライン配信による新たな関係構築
観客の視点	14	2	49, 52	・リアル会場への来場者数の減少 ・オンライン視聴者の増加
地方創生の視点	12	4	65, 68, 69, 70	・KPIをいかに解釈するかが課題に
計	71	20		

マネジメントの視点においては、コロナ禍によって実行委員会事業の企画運営に大きな制約が加わった。そうしたなかで事務局は、リモートワークに対応可能な情報インフラ整備や勤務形態の導入を進めることで、事業を遂行した。とはいえ、アートプロジェクトのすべてをオンラインでおこなえるものではない。今後ともコロナの状況には十分配慮しつつ、リアルとオンラインの適切なバランスを図ることが重要である。

財政の視点では、民間企業からの協賛金・助成金の確保の面での影響が大きかった。コロナ禍で県内企業が厳しい環境にあるなか、10万円以上の協賛金・助成金の目標金額を当初の800万円から期中に260万円に見直した。最終的には、実行委員会事業に対する企業側の理解・応援をいただき実績は305万円となり、資金計画に問題は生じなかった。

ステークホルダーの視点からは、『BAM』の企画団体数は87団体となり、前年度(98団体)に比べて減少したものの、コロナ禍にあっても市民・団体が文化芸術活動に積極的に取り組む姿が窺える結果となった。また『梅田哲也 イン 別府』の制作にも多くの市民や文化団体・施設が関わるなど、地域内におけるステークホルダーとの連携・協力はおおむね進展した。一方で、実行委員会事業の会期(2020年12月～2021年3月)が、不幸にもコロナ禍の第3波と重なったため、県外・海外の機関については、視察受け入れが困難となるなど、限定期的な交流にとどまらざるを得なかつた。その分、『BAM』『梅田哲也 イン 別府』のオンライン配信を開始することで、新たな関係構築にも繋がつた。オンライン

ンで遠方からプログラムの企画者や鑑賞者として参加してもらった人々に、コロナ後にはぜひ別府を実際に訪れてもらうべく、情報発信を継続することが重要である。

観客の視点では、リアル会場の来場者数は『梅田哲也 イン 別府』6,021人、『BAM』4,924人の計10,945人にとどまった。前者は目標(4,000人)を達成したが、後者は例年のベースラインである10,000人の半分程度(前年実績14,590人)であった。会期がコロナ禍の第3波と重なったことが主な要因⁶といえる。この間、緊急事態宣言が発出された地域だけでなく大分県内においても、外出・観光に対する自粛ムードが強く、実行委員会事業についても積極的な誘客PRが憚られる環境にあった。そうしたなかでも、オンラインでコンテンツ配信を進めることで、別府の取り組みに対する関心をつなぎとめ、コロナ後の観光再生につなげることを企図した。このため、リアル会場とオンライン配信をあわせた来場者総数は76,937人となった。

地方創生の視点に関しては、ややテクニカルな論点だが、KPIの実績をいかに解釈するかが悩ましい以下のケースがあった。

- No.65 『in BEPPU』のリピーター率の向上
- No.68 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」という認知が進む(『in BEPPU』観客における比率)
- No.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)
- No.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

来場者アンケートで調査した以上のKPIの実績は、目標を大きく上回った。しかし、これらのKPIは、コロナ禍で積極的PRができなかつたこともあいまって、実行委員会事業を初めて体験する市民・県民や観光客の割合が少なかったため高水準となった可能性があり、必ずしも肯定的に捉えるべきではない。また、KPIには採用していないが、『in BEPPU』来場者に占める宿泊客数の比率(総宿泊客/総来場者)も46%と前年度を大きく上回ったが、これも同様である。次年度目標を設定する場合は、今回の実績をベースラインにすることのはずを検討する必要があろう。

(2) アンケートにおける新たな設問の追加

実行委員会事業については、『BAM』でプログラム企画者アンケートと来場者アンケート、『in BEPPU』で来場者アンケートをそれぞれ実施しているが、そのなかに今回、新たな設問を追加した。

『BAM』のプログラム企画者アンケートで、今回初の試みとなったオンライン配信についてどう思うかを質問したところ、企画者の92%が評価(「大変よい」+「よい」)していることがわかった。企画者のうち、県外居住者の割合が前年度の10%から31%(国内25%、海外6%)と多様化したこと、オンライン配信の効果といえる。

『BAM』リアル会場で実施した来場者アンケートで、オンライン配信も視聴するかを訊ねたところ、「視聴した」13%、「視聴する予定」41%となり、約半数は視聴の意向を持つことが明らかになった。

以上のように、『BAM』のオンライン配信は相応に評価されており、今後の継続が望まれる。とはいえ、初の試みであったことから、『BAM』公式サイトで、全プログラム中からオンライン配信プログラムを検索するのが難しいなどの課題もあった。できるだけストレスなく、オンライン・コンテンツを視聴するための改良が必要である。

『in BEPPU』来場者アンケートで、別府市民以外を対象に「今後、別府を再訪したいと思うか」を訊ねたところ、「再訪したい」78%、「機会があれば再訪したい」16%、「イベントがあれば再訪したい」6%となり、ほぼすべての来場者が別府への再訪意欲を示しており、将来的なリピーターブル率に貢献したといえる。

同じく『in BEPPU』の来場者アンケートで「今回の体験を、家族や友人に話したり、ネット(SNSなど)で発信したいと思うか」を訊ねたところ、発信したい(「思う」+「どちらかといえば思う」)という回答者が85%を占めた。『梅田哲也 イン 別府』が、別府の歴史的、地質学的な特徴や地域特性をアーティストの感性から捉えた“もう1つの別府観光”的ルートを創案したこと、旅行後も来場者が別府への関心を保ち続けることを示唆する結果となった。

以上のような諸指標を、次期BSCでKPIに採用すべきかどうかについて検討が必要である。

6 別府市の観光統計「GW・お盆・年末年始」調査によれば、ゴールデンウイーク(第1波:緊急事態宣言で市内全観光施設が休業)、お盆(第2波:GoToトラベル継続)、年末・年始(第3波:GoToトラベル中断、緊急事態宣言)の期間における2021年度の市内観光施設入込客数はそれぞれ、前年同期比で0%、75%、33%の水準である。このように第1~3波のあいでも観光収縮の状況はかなり異なっており、コロナ禍が実行委員会事業に及ぼす影響をあらかじめ事業計画に組み込むことは不可能であった。こうした観点からは、『BAM』のオンライン配信や『梅田哲也 イン 別府』におけるさまざまな工夫は、会期中のコロナ禍の状況如何に関わらず人々が文化芸術を享受できる環境を堅持するうえで、有効な取組であったと認められる。

(3) 次年度の実行委員会事業に向けて

まず、実行委員会が2020年8月15日に大分合同新聞に掲載した広告「想像力の源泉を枯れさせない」を特記しておきたい。

「(前略) 誰もが自分の価値観や自由な視点を持つことが許される世界であるために／ここがいつでも想像力で溢れる場所であるために／本当に大切だと信じられることを形にしていくために／今日も別府には湯が湧き、分け隔てなくすべての人を優しく温めています／近い将来、これを読んでいるあなたと再会することを想像し／今年も、私たちは活動を続けます」

コロナ禍において実行委員会事業が目指すべき活動指針を、実行委員や事務局スタッフのあいだで共有するとともに、別府市民・大分県民に広く伝えていく試みであり、2020年10月に第5回「大分合同新聞広告賞」の奨励賞を受賞した。2021年度もコロナ禍が収束をみていないなか、この活動指針を堅持しつつ、『BAM』と『in BEPPU』に取り組んでいくことが求められている。

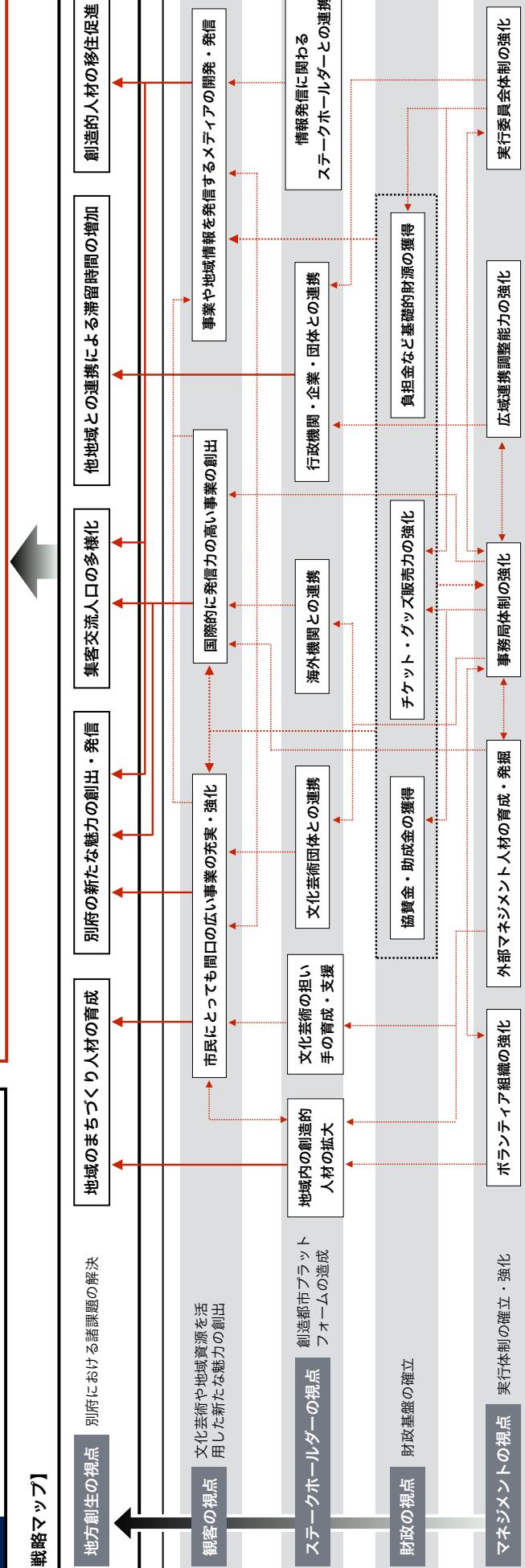
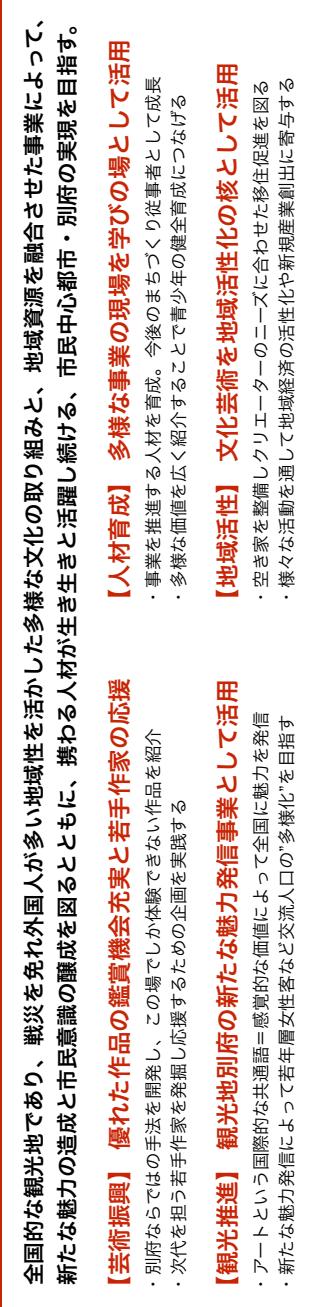
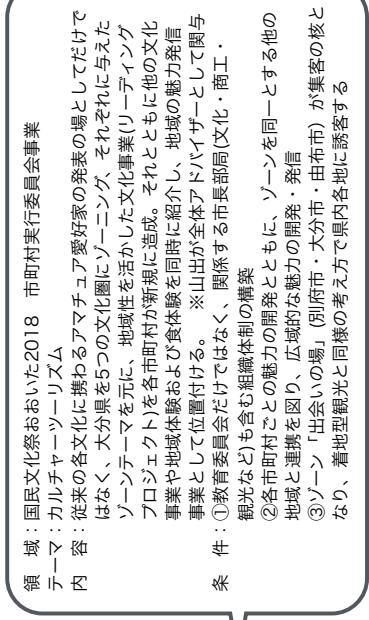
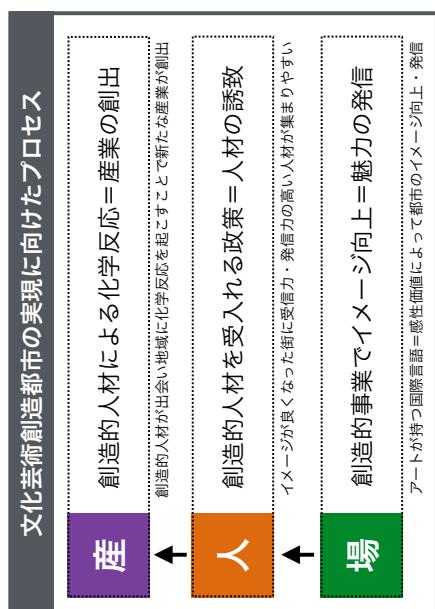
この指針のもとでまず取り組むべきは、次年度における「梅田哲也 イン 別府『O滞』」の再公開であろう。会場に物質的なアートワークを設置しない『O滞』は、「ラジオ」と名づけられた音声端末を携えて会場を訪れればいつでも再体験できる、「場所や時間の概念から自由になる」作品である。今年度はコロナ禍で、市民・県民、観光客とも十分に鑑賞できなかった『O滞』を、多くの人々に実体験してもらうことがきわめて重要といえよう。

ただし、『O滞』は「目にみえない作品」(正確には「元からある場所・風景の見方を変える作品」)であるため、ネットではその魅力が十分伝わりにくい。コロナ禍で引き続き直接、県外から別府を訪問しにくい環境が続く懸念があるなか、温泉観光都市・別府の魅力をSNSなどを通じて国内外に情報発信・拡散してもらううえで、2021年度の『in BEPPU』にはフォトジェニックな(=映える)作品が求められている。

すでに述べたように『in BEPPU』は、「身体性」「体験の質」「地域性」という『混浴温泉世界』のレガシーを継承し、アーティスト1組によるエッジの効いたプロジェクトを実施するものである。2020・2021年度の2つの『in BEPPU』が別府市内に同時展開することで、聴覚や視覚はもとより身体全体の想像力を用いて別府の魅力を体感できる新たなカルチャーツーリズム(文化観光)が創造されることを期待したい。

「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]

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

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	No	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単位	2019年度 結果	2020年度 目標	2020年度 結果
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 実行委員会体制の強化 広域連携調整能力の強化	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、誰が從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	-	社内全体で共通のグループウェア『サイボウズ』を活用しており、社内の情報共有・スケジュール共有に活用できた。来年度も引き続き活用していきたい。また、アートプロジェクト事業班での各事業の使いスケジュールおよびタスク管理のために、グループウェア『Asana』を導入し、各事業におけるガントチャートによるスケジュール管理やタスク管理を行ったが、タスク管理での活用が主となり十分に活用できることは言えない。来年度引き続き活用するかどうか検討中である。また、クリエイティブ事業班でも情報共有のグループウェア『Slack』を導入しており、必要に応じて外部の関係者も含めた情報共有をおこなっている。	活用・プラスアップ	これまで活用してきたグループウェア『サイボウズ』を引き続き使用。さらに、『dropbox』『slack』を導入し、主にリモート勤務の際に活用、より効果的な情報共有の在り方を引き続き模索している。また、事務所内の書類やアーカイブ資料をリスト化し、全スタッフで共有できるよう整備した。
			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	-	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。	活用・プラスアップ	内規を新たに作成し全員で共有し、既存のマニュアルやルールも日々アップデートし共有している。また、労務や経理に関する申請・報告を『サイボウズ』内のアプリを使ってできるように整備し、決裁系統の明確化・手続きの平準化をおこなった。
			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	-	今年度に関しては、必要があると思われる共通様式がなかったため、作成しなかった。	活用・プラスアップ	会議の議事録や予算管理シートなど、一部事業では試験的に雛形の作成・活用をおこなっているが、組織全体ではまだ共通のものを作れていないため、来年度に整備を進めたい。
		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	2	1	2
			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)	55	70	60
			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	-	他地域で実施された芸術祭やアートプロジェクト5箇所の視察をスタッフがおこない、報告書としてまとめた。今年度は芸術祭などアートを中心とした活動を視察したが、来年度は、各スタッフが自身の業務内容に則り視察先を決め、研修にいけるような取り組みにしていくことを検討している。 また、スタッフ1名が、語学習得のために7ヶ月間休職し語学留学をおこなった。それぞれのスタッフが今後の自身のキャリアのために長期で不在とする場合に、休職という選択肢も提供できるような仕組みを、今後も継続したい。	活用・プラスアップ	・他地域の芸術祭やアートプロジェクト等への視察研修を社内公募したうえで実施。3名がエントリーし視察をおこなった。 ・スタッフが講師となり社内研修（著作権について、写真撮影のスキルアップ）をおこなった。 ・全スタッフでの合宿研修や新入社員研修も計画していたが、新型コロナウィルス感染症の影響を鑑み中止となった。状況を見ながら、来年度の実施を検討する。
		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	-	タイムカードをもとに、各職員の労働時間の把握をおこなっている。今年度は職員の配置移動や入れ替わりなどがあり、それぞれ慣れない業務の中、特に繁忙期には超過勤務時間が増えた。一部のスタッフは、芸術祭などのイベントが少ない月に超過勤務分の代休を積極的に消化するよう努めた。また有給に関しても積極的な取得を促進しており、例年と比べ有給取得率は高かった。さらに、労働状況や改善してほしい点などを全スタッフにヒヤリングしており、それらを分析し、労働環境の改善のための取り組みを積極的に実施していく予定である。	環境改善に向けた取り組み	・超過勤務をなくすためフレックスタイム制（清算期間：3ヵ月）を導入し、各自で勤務時間の調整が柔軟にできるようになった。 ・定期的に（前期は毎月、後期は3ヵ月に1回）、事務局長が全スタッフにヒアリングをおこない、機器の整備など労働環境の改善をおこなった。 ・新型コロナウィルス感染症対策の基本方針やルールをすみやかに整備し共有した。また、職員の健康を留意し、4-5月には全職員を対象にリモートワークを導入した。
			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	-	3つの部会（広報部会、運営部会、イベント部会）を設置し、情報共有や事務局へ意見をいただいた。	部会活動により、情報共有を密にする	3つの部会（広報部会、運営部会、イベント部会）を設置し、情報共有や事務局へ意見をいただいた。
		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会が関わり進めていく	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	-	部会を設置し、各部会とも1～2回の部会会議をおこない、各委員より意見をいただいた。いただいた意見は概ね事務局が遂行した。	部会を設置	部会を設置し、各部会とも1回の部会会議をおこない、各委員より意見をいただいた。いただいた意見は概ね事務局が遂行した。
		県内地域の行政・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	-	県内いくつかの他地域行政と連絡をとり、事業への協力や調整を求めた。具体的には、イベントの実施会場の確保や広報物の配布協力、次年度以降実施する事業の調整などである。また、県内のアート関係者にも、イベントの会場についての相談や、広報物配布に関して協力をしていた。	関係性・調整能力の強化	・『国東半島芸術祭』からのネットワークを活かし、国東市・豊後高田市と新たな事業（カルチャーツーリズム推進事業）が始まった。 ・国民文化祭のレガシー事業として、中津市教育委員会より事業を受託した。この事業は今後も継続的に実施される予定で、今後ますますの関係強化を目指す。 ・複数の事業を佐伯市にて実施したことで、関係部署とのネットワークを新たに構築することができた。 ・大分県『飛び出せ公務員』事業において、県職員2名の研修を受け入れ、新たなネットワークを構築できた。
			11	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	B	定性	インプット	-	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が各地でトークイベントをおこなった（福岡、高知、宮崎など）。また、今年度より山出がグッドデザイン賞のフォーカスイシューディレクターを務め、全国のアートやクリエイティブ関係者との新たなネットワークが構築できた。さらに、アーティスト・イン・レジデンス事業では、ウェールズ在住のアーティストへの公募の際、ブリティッシュ・カウンシルからの協力を得て、広報を協力してもらえた。課題としては、例年と比べ、「ベッパ・アート・マンス」期間中の、県外アート関係者の視察が少なかった。	関係性・調整能力の強化	・これまで築いた全国各地の行政やアート関連組織とのネットワークを活かし、山出が主にオンラインでトークイベントなどに登壇した。（年間17件） ・福武財団のプログラムの一環で2つのアート団体からの研修を受け入れた。来年度以降もこのプログラムは継続される予定で、全国各地のアート団体との関係強化が期待される。 ・新型コロナウィルス感染症拡大の影響で、県外からの視察が相次いでキャンセルとなり、今年度視察はほとんどなかった。
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（累計値）	B	定量	インプット	人	12	14	14	
		13	設営計画を立てることができる制作のプロフェッショナル人材とのネットワークが構築される	A	定量	インプット	人	7	8	11	
		14	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	A	定量	インプット	人	7	8	7	
		15	外国语応対が可能な企画・制作補助スタッフが複数生まれる	B	定量	インプット	人	4	5	9	
		16	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	B	定量	インプット	人	25	25	35	

添付資料

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	No	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単位	2019年度 結果	2020年度 目標	2020年度 結果			
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	-	昨年度ボランティア活動をしてくれた方にメールや電話にて連絡をとり、業務の説明、ボランティア活動への参加のお願いをおこなうとともに、別府市ボランティア連絡会に協力をしてもらいつつ、ボランティア募集につながった。	活用・プラスアップ	・新型コロナウイルス感染症拡大の影響を鑑み、新たなボランティアの募集は実施しなかった。 ・新たな取組として、学生インターンを募集したところ、別府大学およびAPUから計5名の応募があり4か月間受け入れた。					
		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	-	例年と比較し、実働ボランティアの確保はそこそこできた。ボランティアスタッフが不足り、事務局スタッフが代わりに対応した割合は13%であった。これは、作品についての説明が比較的しやすい作品だったことや、屋内での対応だったことなどが理由として考えられる。毎年関わってくれるボランティアや別府市ボランティア連絡会の協力もあり、主婦の方々の参加が多く、午前中(10:00～14:00)のボランティアに関しては、ほぼ必要人数を確保することができた。ただし午後(14:00～18:00)に活動できるボランティア(学生など)がなかなか集まらなかったので、今後募集の仕方や関わる方を検討したい。	円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	例年、ボランティアに会場での受付業務や案内業務を依頼しているが、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、ボランティアの安全を考え、今年度は募集せず、代わりにアルバイトスタッフが各業務をおこなった。					
		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	4	10	4					
財政の視点：財政基盤の確立	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	567	260	305					
		21 新規営業件数	A	定量	インプット	社	63	1	1					
	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)(実績数)	E	定量	インプット	社	1 (SOMPOアート・ファンド)	2	2					
		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)	寄付窓口の開設をおこなわなかった。必要性を含めて今後検討したい。ただ、「閉口 光太郎 in BEPPU」では、市民参加のプロジェクトであったことや作品のテーマの1つが「薬師如来」だったことから、市民がワークショップで賽銭箱を作り、会場内に設置した。その結果、作品を見て感銘を受けた来場者が賽銭箱にお金をいれることができ、最終的に5,000円ほどとなった。集まったお金は事業終了後、NPO法人別府八湯温泉道に寄付をしたが、今後の窓口開設を検討する上の参考になった。	必要性も含めて検討	新型コロナウイルス感染症拡大の影響も鑑み、寄付窓口開設の検討は保留とした。					
	チケット・グッズ販売力の強化	24 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	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					
		25 グッズ販売額	E	定量	インプット	万円	51	60	24					
		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					
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	-	情報発信事業および定住促進事業の予算を削ての実施であったが、芸術振興事業に関しては滞りなく事業を遂行することができた。	予算確保	芸術振興事業、情報発信事業、定住促進事業のいずれも滞りなく事業を遂行することができた。協賛金確保について、新型コロナウイルス感染症の影響を懸念したが、ほぼ例年通りの協賛金を確保できた。					
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	100	88					
		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	-	会場の情報提供、企画者への具体的なアドバイスのほか、プログラムの共同開催の案内などをおこない企画者同士がつながるように案内した。	活用・プラスアップ	会場の情報提供、企画者へのアドバイスのほか、著作権に関するレクチャーやオンライン配信レクチャーなども提供し、知識を高めた。					
		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	13	12	11					
		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)	29	40	36					
		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)	100	90超	97					
		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ですの満足度	D	定量	直接アウトカム	% (構成比)	93	90超	96					
		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)	96	90超	96					
		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	59	60	53					
文化芸術の担い手の育成	若手アーティストの発表の場をつくる	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	39	40	34					
	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	-	BEPPU PROJECTが管理運営しているアーティストのための居住・制作スペース『清島アパート』のアーティストによるオーブンスタジオや中心市街地の空き店舗での展示などが実施された。またベップ・アート・マンスでは、県内外のアーティストとの展覧会や大学生で表現活動をおこなっている方の展覧会なども開催された。毎年ベップ・アート・マンスの時期に展覧会を実施しているアーティストもあり、若手アーティストの発表の場として機能していると言える。また、『ベップ・アート・マンス』の時期とはずれるが、例年実施している若手アーティストによるアーティスト・イン・レジデンス事業も実施。今年はラグビーワールドカップにて別府でキャンプをおこなったウェールズ政府の協力を得て、ウェールズ在住のアーティストを公募し、決定したフレイヤ・ドゥリーーと中山見子を招聘し、展示発表をおこなった。	企画の実施	・『ベップ・アート・マンス』では、県内外の若手アーティストや学生の展覧会なども開催され、若手アーティストの発表の場として機能していると言える。 ・『Regain! Oita Art Series』において、県内の若手アーティスト4名を起用し、展覧会をおこなった。また、『ガレリア御堂原』でのアート作品設置においても、県内外の若手アーティストを起用した。					

添付資料

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	No	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単位	2019年度 結果	2020年度 目標	2020年度 結果
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	「いのちの育成・支援	県内外で地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	-	福岡の大学よりインターンシップ生の受け入れをおこない、主に『岡口光太郎 in BEPPU』関連での業務に従事してもらった。またベッップ・アート・マンス企画者に向けては『ベッップ・アート・マンスをつくろう会』を定期的に開催し、プログラムを実施する上でのアドバイスなどをおこなった。	育成機会を継続して設ける	・別府大学およびAPUからの学生インターン5名が『in beppu』『ベッップ・アート・マンス』『旅手帖beppu』の広報に関する企画立案をおこない、指導した。 ・福岡女子大学から学生インターン1名を受け入れ、企画立案等の指導をおこなった。 ・福武財団のプログラムの一環で、県外の2つのアート団体からの研修を受け入れた。 ・『ベッップ・アート・マンスをつくろう会』をオンラインでも実施し、県内外の企画者が参加した。また、弁護士による著作権セミナーやオンライン活用レクチャーを開催し、企画者のスキルアップを促進した。
	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	-	『岡口光太郎 in BEPPU』の関連ワークショップとして、大分県立美術館や大分市美術館などでワークショップをおこなった。	関係を継続する	・『in BEPPU』映画作品製作において、ビーコンプラザ、別府市コミュニティセンター、ブルーバード劇場、別府翔青高等学校吹奏楽部など市内の団体・施設の協力を得た。 ・その他の事業においても、絵画教室や児童館などに広報協力を呼びかけた。また、アールプリュットに関する事業において、おおいた障がい者芸術文化支援センターの協力を得た。
	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	-	弊団体とつながりのある、海外要人向けの旅行をコーディネートしているエージェントが、『岡口光太郎 in BEPPU』に、ニューヨーク近代美術館のInternational Council名譽会員、イギリスサーベンタイン・ギャラリー役員、ティートギャラリーパートナーなど、アート業界で大きな影響をもつ方々を連れてきてくれ、視察受け入れをおこなった。また、別府市がラグビーワールドカップ2019においてウェールズのキャンプ地だったこともあり、ウェールズ政府ともつながりができ、会期中にはウェールズのボッチャップショップをオープンした。さらに、会期終了後も継続してウェールズのアーツカウンシルなどと繋がりをつくり、アーティスト・イン・レジデンス事業にて、ウェールズよりアーティストを1名招聘した。	関係性を継続する	・『ベッップ・アート・マンス』においてオンライン企画で海外（5か国）の企画者が参加した。2019年度ラグビーワールドカップを契機に交流が生まれた北ウェールズ観光協会も『ベッップ・アート・マンス』に企画者として参加し、継続的な交流が実現した。 ・海外のアーティストとのやりとりは、オンラインを活用しておこなった。
	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	-	・大分県 商工観光労働部（クリエイティブ産業振興事業） ・大分県 農林水産部（クリエイティブ産業振興事業） ・別府市 公園緑地課（in BEPPU） ・別府市 温泉課（in BEPPU） ・国東市 活力創生課 地域支援係（国東半島事業） ・豊後高田市 教育総務課（国東半島事業） ・佐伯市 こども福祉課（みんなのアーツ体験事業） ・佐伯市 観光課・鶴見振興局・観光協会（Regain! Oita Art Series） ・杵築市観光協会（Regain! Oita Art Series）	継続して関係を築く	上記のほか、トークイベントへの登壇依頼やコンペなどの審査員依頼も多数受けた。また、今年度は大分県の各部署が実施するオンラインイベントへの登壇やPR映像撮影への協力も複数おこなった。	
	行政機関・企業・団体との連携	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	-	昨年から引き続き、別府市旅館ホテル組合連合会の定期会議および大分経同友会での定期会議にて広報をさせていただいた。 新たな関係の構築として、今年度は、新規の協賛依頼を大幅に増やしたことでの、多くの県内企業に事業の説明を同行った。また、別府市4BI事業や、大分県クリエイティブ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増えた。さらに、今年度は株式会社JRおおいたシティより事業を受託し、7月から8月にかけて、アミュプラザおおいたにて『アミュプラザおおいた芸術祭』を実施。株式会社JRおおいたシティがアートに対し強い理解を示してくれたことにより、このような初の試みが生まれた。	継続して関係を築く	・大分経同友会の定期会議でのPRや、これまで『ベッップ・アート・マンス』の加盟店として交流のあった店舗にポスター・チラシ掲示依頼などをおこなったが、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、限定的な交流・周知にとどめざるを得なかった。 ・アミュプラザおおいた、閑居リゾートなど民間企業との協業も継続的に実施でき、地元企業のアートに対する理解が広まっている表れと言える。
	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	-	今年度は自治会や通り会への周知活動は行わなかったが、別府市内の全世帯へin BEPPUラシを回覧した。特に今年度は、地域の児童館や、県内大学機関（大分大学、大分県立芸術文化短期大学、別府大学）でアーティストによるワークショップを実施するなど、広く体験の場を提供することができた。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。	・別府市自治員会理事会において『in BEPPU』や『ベッップ・アート・マンス』の告知をおこなった。 ・『in BEPPU』について、自治会単位で回覧板での周知の協力を得たり、市内まちづくり団体にリサーチの協力を得たりした。また、『ベッップ・アート・マンス』について、『朝見参道の会』に協力を呼びかけた結果、会場を紹介してもらうなど、さまざまな地域団体と連携して事業をおこなった。 ・『in BEPPU』について、市内の小中学校全校にチラシの配布したほか、『ベッップ・アート・マンス』のチラシを県立高校に配布するなど、教育機関とも連携した。 ・ただし、全体としては、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、限定的な交流・周知にとどめざるを得なかった。	
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と報道してもらえる体制が整っている	44	ベッップ・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	-	広報班が中心となり、会期中以外の事業についても積極的にメディアへの情報提供、プレスリリースの送付をおこない、関係づくりに努めた。また今年度より、「クリエイティブ・ビジネス」をテーマにしたウェブメディア『FINDERS』にてBEPPU PROJECTの立ち上げから現在実施しているさまざまな事業の紹介などを載せている。あわせて来年度からは西日本新聞での山出の連載が決まっており、今後も積極的にメディアへの投げかけをしていくたい。	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。	・全国誌を専門とするPR会社と連携した結果、例年より多くの全国誌とのネットワークを構築できた。 ・県内においても、大分合同新聞と連携し、紙面だけでなくデジタル広告にチャレンジしてきた。また、ラジオやケーブルテレビに出演するなど、日常的に連携して広報活動を実施できた。 ・西日本新聞で山出が執筆した50回の連載記事が掲載され、活動の内容や意義を広く知ってもらう機会となった。その影響もあり、全国賃貸住宅新聞などの業界専門メディアからの執筆依頼もあり、ネットワークが広がった。	
	メディア掲載件数の増加	45	メディア掲載件数の増加	E	定量	アウトプット	件	138	180	142	

添付資料

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	No	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単位	2019年度 結果	2020年度 目標	2020年度 結果
顧客の視点：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、体験してよかったです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	-	今年度は多くの市民に制作段階で関わってもらい、それらを統合して1つの作品を作る構想だったため、5月末よりアーティストの間口光太郎が度々来県し、県内各地でワークショップをおこなった。 会期前は県内の美術館、企業、児童館、小学校、お祭り会場などに24回のワークショップを実施し、合計1,023名の県民が参加した。また、広報の一環として7月25日から8月4日にかけてアミュプラザにおいてワークショップをおこない、2,005名の県民が参加した。 会期中は屋覧会会場にワークショップブースを設け、作品制作に関わる機会を作るとともに、県内4市（別府市、大分市、臼杵市、中津市）にて出張ワークショップをおこなった。会期前、会期中を含め、合計2,829名（別事業で実施した間口光太郎のワークショップ2,005名は除く）の県民が参加した。	市民の関わりしょを拡大	今年度は作品の性質上、下記のように多くの市民の関わり・協力があつたため、無事制作・運営することができた。 ・ヒヤリング、資料提供 作品が別府の歴史や地質的特徴と深く関わる内容だったため、地域のまちづくり団体や歴史研究者、商店街関係者などへのヒヤリングをおこなうとともに資料を提供していただいた。 ・映画作品への出演、協力 映像作品のエキストラとして、市内高校吹奏楽部など、のべ約50名の市民が出演した。また、役者のメイク、衣装は、地元美容室の協力を得ることができた。 ・近隣住民への説明 映画作品の撮影や展覧会の開催について、住宅街も会場の一部となっていたことから、該当する自治会長の協力のもと回覧板やチラシ配布などを実施できた。 ・会場提供や案内 映画作品の撮影時や展覧会会期中について、会場の安価での提供や、来場者への案内などの協力を得ることができた。
			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	1
			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)	93	95前後	93
			49	プログラム企画者の設定した観客目標の達成(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)	99	100	179
	国際的に発信する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	-	次年度招聘予定アーティストの調査と交渉、リサーチをおこなった。	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度招聘予定アーティストの調査と交渉、リサーチをおこなった。
			51	in BEPPU観客満足度	A	定量	直接アウトカム	% (構成比)	99	80	93
			52	in BEPPU観客数目標達成率	A	定量	直接アウトカム	% (達成率)	132	100	151
	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ボ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	126	130	148
			54	特集記事の定期的更新を通じたコンテンツの充実(累計)	B	定量	アウトプット	件	5	Instagramでの発信に注力する。	Instagramを開設し、情報を発信した。フォロワーは226名(3月21日時点)であった。
			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	14	Instagramでの発信に注力する。	Instagramを開設し、情報を発信した。フォロワーは226名(3月21日時点)であった。
			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)	50	100	100
			57	豆知識beppuの充実および活用	A	定性	アウトプット	-	適切な委託先の検討をおこなっている。またこのWebシステムごと委託をするのが適切なのか、もしくは掲載されているコンテンツのみ提供するのが適切なのかなど、このWebサイトもしくはそこに掲載されている情報のより良い活用の仕方も、あわせて検討している。	外部運営委託の検討	適切な委託先の検討をおこなえなかった。
			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	88	148	88
			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	88	121	179
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	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) 観客のうち回次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)	41	40前後	38
			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	3	業績測定	1
			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)	86	業績測定	87
	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)	53	50前後	54
			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)	58	50前後	61
	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た観光客が増加する	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)	33	30	58
			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)	72	70前後	62
			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)	30	50前後	50
			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)	64	74	83
	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の滞在を目指す	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)	71	70	80
			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)	54	55	52
	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・定住了した人数(累計)	C	定量	最終アウトカム	人	10	20	21

【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：期間後方に急ピッチで進展、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