

# **混浴温泉世界実行委員会**

## **令和3年度 事業報告書**

**混浴温泉世界実行委員会**

---

## ■ 目次

---

■ 主催者あいさつ	.....	p2
第1章 はじめに		
1-1. 事業概要	.....	p3
1-2. 運営組織	.....	p5
第2章 開催記録1『ベップ・アート・マンス 2021』		
2-1. 企画概要	.....	p6
2-2. 実施団体・プログラム	.....	p6
2-3. 運営について	.....	p45
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	.....	p47
2-5. サポートへの評価	.....	p49
2-6. 来場者について	.....	p53
第3章 開催記録2『廣川玉枝 in BEPPU』		
3-1. 企画概要	.....	p61
3-2. 作品について	.....	p62
3-3. 関連イベント	.....	p67
3-4. 運営について	.....	p68
3-5. 来場者について	.....	p70
第4章 開催記録3『梅田哲也「O滯」2021-2022』		
4-1. 企画概要	.....	p79
4-2. 作品について	.....	p80
4-3. 関連イベント	.....	p83
4-4. 運営について	.....	p86
4-5. 来場者について	.....	p88
第5章 情報発信事業	.....	p98
第6章 共通の取組		
6-1. 広報活動と開催効果	.....	p99
6-2. 観光消費額	.....	p107
第7章 収支状況	.....	p109
第8章 まとめと課題		
8-1. 『ベップ・アート・マンス 2021』	.....	p110
8-2. 『廣川玉枝 in BEPPU』	.....	p112
8-3. 『梅田哲也「O滯」2021-2022』	.....	p114
8-4. 広報活動	.....	p115
第9章 事業評価		
9-1. 評価結果のポイント	.....	p117
9-2. 評価のフレームワーク	.....	p118
9-3. 評価システムの概要	.....	p120
9-4. バランス・スコアカードの改訂	.....	p122
9-5. バランス・スコアカードに基づく2017～2021年度実績の総括的評価	.....	p123

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(2017～2021年度実績の総括的評価)

---

## ■ 主催者あいさつ

---

2008年に当実行委員会が発足し、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、これらの取り組みを通じて別府はアートの町としても知られるようになりました。また、2018年に開催された『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』によって、大分県内全域に文化活動の波が大きく広がり、2019年の『ラグビーW杯 2019 日本大会』では多くの観光インバウンドが訪れ、2020年度はこれらの動きをますます加速させ、「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」の実現を目指すべく各事業を計画していたところ、新型コロナウィルス感染症が世界中に蔓延しました。さらに拡がる変異株により、世界はいまなおその脅威にさらされ続けています。

新型コロナウィ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続け、全国的に多くの文化芸術に関するイベントが開催直前まで開催を確約できない状況が続き、先行きの見通せない日々が続いています。回復の兆しを見せてはまた落ち込む日々に、多くの人が生きる希望を見出せない今こそ、文化芸術の力で活力をもたらしたいと、『ベップ・アート・マンス』と『in BEPPU』の開催と、さらに、昨年度開催した『梅田哲也 イン 別府』で生まれた作品『O滞』の再公開を決めました。「想像力の源泉を枯れさせない」というメッセージのもとコロナ禍で発表した作品『O滞』は、コロナ禍だからこそ取り組むことのできた作品でした。

いまだ収束の見通しが立たないなかではありますが、今この時代において芸術祭の果たすべき役割を考え、実行委員会では今年の『in BEPPU』に服飾デザイナーの廣川玉枝氏を招聘しました。

廣川氏はこのパンデミックの収束と地域活力の復興を願い、「祭」をテーマに作品を展開しました。多くの市民の参加・協力のもと、今ここでしか生まれ得ない作品の数々が生み出されていました。

また、昨年度に続きコロナ禍にあっても多くの方に文化・芸術の鑑賞機会をご提供できるよう、オンラインでの発信を強化しました。市民文化祭『ベップ・アート・マンス 2021』では、実施された133プログラムのうち、20プログラムがZoomやYouTubeなどを活用し、オンラインでイベントを開催しました。『廣川玉枝 in BEPPU』では、オンラインを活用したイベントや作品の公開を実施しました。

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、多言語での発信に努めました。

新型コロナウィルス感染症に加え国際情勢も激動する昨今、世界はますます複雑で不確実になりつつあります。しかし当実行委員会は歩みを止めず、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 2021』、『廣川玉枝 in BEPPU』および『梅田哲也「O滞」2021-2022』の開催に向けご尽力、ご指導をいただいたみなさま、廣川玉枝氏、梅田哲也氏、そして当事業にご参加いただいたすべてのみなさまに感謝を申しあげ、結びとさせていただきます。

混浴温泉世界実行委員会  
実行委員長 西田陽一

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〈芸術振興事業〉として2つの芸術祭『ベップ・アート・マンス』『in BEPPU』を開催した。また、同時期に昨年度開催した『梅田哲也 イン 別府』において制作した梅田哲也の作品『O滞』を再公開した。

『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。昨年度に引き続き、オンライン上で企画実施を可能とした。その結果、109団体／133企画(65日間)が実現した。

その目玉事業として位置づける個展形式の『in BEPPU』は、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、服飾デザイナーとして世界的に活躍する廣川玉枝を招聘し、「祭」をテーマに地域住民と協働して3つの神事を執りおこなったほか、鉄輪温泉街をメイン会場としたインスタレーション、衣裳や映像作品の展示および、オンライン上で鑑賞可能な作品を発表した。また、『廣川玉枝 in BEPPU』と同会期に実施した『梅田哲也「O滞」2021-2022』は、作品の翻訳をおこないバイリンガル対応できるようにしただけでなく、ラジオの鑑賞ポイントを増やすなどしてバージョンアップし、より深く作品を理解するための書籍も出版した。地域の魅力を全国に発信するための〈情報発信事業〉では、Webサイト『旅手帖 beppu』および『豆知識 beppu』の継続運営をおこなった。

芸術祭 開催クレジット

名称	ベップ・アート・マンス 2021	廣川玉枝 in BEPPU	梅田哲也『O滯』2021-2022
日時	2021年11月20日(土)～ 2022年1月23日(日) (全65日間)	2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日) (全42日間)	
会場	別府市内各所およびオンライン	鉄輪むし湯、火男火賣神社、大谷公園、地獄蒸し工房 鉄輪、洗濯場跡およびオンライン	別府ブルーバード会館3階、別府市内各所およびオンライン
参加団体・個人／プログラム数	登録： 111個人・団体／136プログラム 実施： 109個人・団体／133プログラム ※3プログラムが中止	-	-
参加者数	25,576名 来場者数：10,970名、オンライン参加者数：14,606名 ※目標：10,000名(オンライン参加者含む) ※『廣川玉枝 in BEPPU』および『梅田哲也「O滯」2021-2022』の鑑賞者は含まず	30,130名 来場者数：26,770名、オンライン参加者数：3,360名 ※目標：10,700名(オンライン参加者含む)	4,359名 来場者数：2,149名、オンライン参加者数：2,210名 ※目標：4,380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3年度 日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業)、一般財団法人 大分放送文化振興財団		
協賛	**日本写真印刷コミュニケーションズ 株式会社、株式会社 別大興産、**ケイ・エム企画 株式会社、**株式会社 SHINDO、株式会社 大分銀行、鬼塚電気工事 株式会社、全日本空輸 株式会社、**株式会社 佐伯コミュニケーションズ、株式会社 平和マネキン、JR九州ビルマネジメント 株式会社、大分県立芸術文化短期大学、株式会社 関屋リゾート、株式会社 トキハ 別府店、大分瓦斯 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、**株式会社 ムーンスター、弁護士法人 アゴラ、大分県信用組合 別府支店、志村製材 有限会社、公益社団法人 ツーリズムおおいた、一般社団法人 別府市観光協会、南光物産株式会社、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、ゆふいんラヂオ局、月刊・シティ情報おおいた、ネキスト		

大分県令和3年度芸術文化による地域おこし事業

\*は『ベップ・アート・マンス 2021』のみ

\*\*は『廣川玉枝 in BEPPU』のみ

## 1-2. 運営組織

### 実行委員会

2021年9月27日時点

顧問	広瀬勝貞		大分県 知事
	長野恭紘		別府市 市長
	長野恭紘		一般社団法人 別府市観光協会 会長
	西謙二		別府商工会議所 会頭
委員	西田陽一	実行委員長	別府市旅館ホテル組合連合会 会長
	菅健一	副実行委員長	NPO法人 別府八湯トラスト 理事長
	足立博		大分県企画振興部 芸術文化スポーツ振興課 課長
	高野信一		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
	松川幸路		別府市観光・産業部 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
	河原未絵		別府商工会議所 青年部 会長
	松田志朗		公益社団法人 別府青年会議所 理事長
	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
	照山秀逸		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
監事	緒方保宣		株式会社 JTB 大分支店長
	堀永治		大分合同新聞社 マーケティング統括局付部長
	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
	山出淳也	総合プロデューサー	NPO法人 BEPPU PROJECT 代表理事
	鶴田 浩一郎		ホテルニューツルタ 代表取締役
	富来昌博		別府市旅館ホテル組合連合会 事務局長
調整委員	石田和之		大分県企画振興部 芸術文化スポーツ振興課
	佐藤咲		大分県東部振興局 地域創生部
	森修二郎		別府市観光・産業部 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 2021』

### 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12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。昨年に引き続き、オンラインでの企画も募集し開催した。

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

111団体・個人が136プログラムを登録した。企画者の諸事情により、2団体、3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133プログラムが実施された。うち、実会場でのプログラムは117、オンラインを利用したプログラムは20(オンラインと実会場を併用した4プログラムを含む)であった。別府市内各所の96会場(うち提供会場5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、「閲覧者数」とは、YouTubeやPodcast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・鑑賞者数を全て含んだ数

企画者	やまよし	
プログラム 001	美味しいいたけ! 楽しいいたけ!	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	大分県産しいたけ やまよし	
料金	展示：無料、ワークショップ：500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	50名／8名 (625%)	
実施内容	常設ではしいたけ料理写真を展示。出汁パック作りやアートなちらし寿司を作るワークショップを実施した。	

企画者	ジュンユウ	
プログラム 002	だからアートとか芸術とかわかんないっつーの	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※毎週水・日曜、12/31(金)～1/5(水)休み	
会場	べっぷ駅市場内高田青果	
料金	展示：無料、ワークショップ：1,500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	20名／20名 (100%)	
実施内容	コンピューターミシンを用いたオリジナルの刺繡ワッペン、絵やオブジェ作品を展示した。	

企画者	幻視者の集い	
プログラム 003	驚異の陳列室2021	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	書肆ゲンシシャ	
料金	1,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	208名／100名 (208%)	
実施内容	従来展示している写真集、画集、骨董品に加え、倉俣史朗、吉岡徳仁などがデザインした家具を展示した。3～4時間鑑賞していく参加者もいた。	

企画者	別府八湯語り部の会	
プログラム 004	ガイドが案内する別府ロマン発見ウォーク	
会期	1/15(土)	
会場	別府駅構内出発	
料金	3,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	1名／100名 (1%)	
実施内容	おやつや温泉（入浴）付きで別府駅～大仏温泉までウォーキングツアーを実施した。楽しんで参加していただいた。	

企画者	円城寺 健悠 × 明石文昭堂	
プログラム 005	「紡ぎ 繋ぎ 残す」	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※日曜休み	
会場	明石文昭堂	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)	
実施内容	企画者が独自取材で集めた写真や、地元の方から提供していただいた写真をもとに、別府の歴史を記憶から記録へと視覚化する展示を実施した。	

企画者	将棋処と (ときん) & おにぎりかふえ	
プログラム 006	将棋は純日本文化 (カルチャー) !	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	将棋処と (ときん) & おにぎりかふえ	
料金	2,500円 (教室、席料、ランチ付き)	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	5名／5名 (100%)	
実施内容	将棋の棋力に合わせた個人授業（1時間）にランチセットが付いたプログラム。ランチタイムには将棋のバラエティ番組を鑑賞し、食後も希望者は将棋を指したり質問したり、ゆっくり将棋に親しむ時間を過ごした。子どもの参加者は一生懸命将棋を学ぼうとしていた。	

企画者	NPO法人 マックネットシステム クーナ・フェゴ	
プログラム 007	親子であったか! キャップdeリンクコーデ★	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	Aile en Ciel (エル・アン・シエル)	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	50名／50名 (100%)	
実施内容	現在がん治療を受けている患者さんとボランティアによる、ケアキャップの作品展。今回の展示用にブローチをつけてアレンジした。	

企画者	開世通商 株式会社	
プログラム 008	別府アートミュージアム	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※火曜休み	
会場	別府アートミュージアム	
料金	大人1,000円、高大学生800円、小中学生600円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	20名／100名 (20%)	
実施内容	芸能人や著名人の美術作品の展示。来場者は会話を弾ませながら楽しんでいた。	

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	11/20(土)～1/23(日) ※祝日を除く火・水曜、 12/28(火)～1/5(水)休み	
会場	SELECT BEPPU	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	163名／50名 (326%)	
実施内容	定番商品の展示・販売に加え、今年は企画者が影響を受けた方の作品も展示了。	

企画者	まみえこ	
プログラム 010	母と娘のキルト&ニット vol.4	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※喫茶ムムムの休みに準ずる	
会場	喫茶ムムム	
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	パッチワークや編み物の作品の展示と一部販売。喫茶店利用でたまたま展示していた作品を見たという人が多かった。「ほっこりできた」という感想を多く聞いた。	

企画者	さるよし	
プログラム 011	ベップ・○ート・マンス2021	
会期	11/20(土)、22(月)、12/2(木)、3(金)、12(日)ほか、不定期で開催	
会場	喫茶ムムム、並びにその周辺	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	100名／50名 (200%)	
実施内容	“ア”的ことを忘れて、「イート」の飲食、「ルート」のまち歩きなど、「○ート」の○に入る言葉を探して不思議な体験をしながら、喫茶ムムムとその周辺で遊び回った。	

企画者	永野 環	
プログラム 012	カフェで楽しむワークショップと絵画展	
会期	11/22(月)～1/19(水) ※月～水曜のみ営業	
会場	喫茶雑貨ハチミツコボシ	
料金	絵画展：無料、ワークショップ：2,000円～4,000円	
来場人数／目標来場人数(達成率)	28名／25名 (112%)	
実施内容	イベント *キャンドルナイトグループセッション会 *バイオリンミニコンサート *麻を知る会 ワークショップ *大人の英会話体験 *金継ぎ体験 *心理学講座 (今ここに集中するワーク 心理テストと評価アドバイス) 参加者は皆楽しんでいたようすだった。	

企画者	さかい まなぶ	
プログラム 013	千の眼の仮面店	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	酒井理容店	
料金	200円 or free	
来場人数／目標来場人数(達成率)	20名／100名 (20%)	
実施内容	理容店店内にディスプレイされた創作仮面の鑑賞。来場者は、扉を開けた瞬間一様に驚嘆したり、85歳の作家（店主）の説明や創作のエピソードに感動していた。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 014	町じゅう美術館事業『壁画プロジェクト』	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	HITOTZUKI／べっぷかんこうかい 淺井裕介／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、民家の壁面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人が見られた。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 015	まちのお風呂を地域の宝に!	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	①紙屋温泉 (アーティスト：松尾常巳) ②末広温泉 (アーティスト：大平由香理) ③東町温泉 (アーティスト：網中いづる)	
料金	入湯料金 ①200円 ②200円 ③100円	
来場人数／目標来場人数(達成率)	カウント不能	
実施内容	3組のアーティストが共同温泉に制作した壁画を、温泉に浸かりながらゆっくりと鑑賞してもらった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 016	ラジオジャーニー『音で旅する別府』	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※火・水曜、12/28(火)～1/5(水)休み	
会場	SELECT BEPPU	
料金	500円	
来場人数／目標来場人数(達成率)	5名／10名 (50%)	
実施内容	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MP3プレイヤーで音声を聞きながら別府のなかを散策した。楽しかったという声や、怖かったという感想が寄せられた。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 017	SELECT BEPPU	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※火・水曜、12/28(火)～1/5(水)休み	
会場	SELECT BEPPU	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	1825名／800名 (228%)	
実施内容	築100年を超える長屋を改装した『SELECT BEPPU』。お土産や別府にゆかりのある作家・職人の作品、オリジナル商品などがあり、2階にはマイケル・リンの鮮やかな襖絵がある。日常的にアートに触れることができ、来場者は写真を撮るなどして鑑賞していた。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 018	『ベップ・アート・マンス 2021』ばんだいさんによるまちあるきツアー	
会期	12/3(金)	
会場	別府市内の『ベップ・アート・マンス 2021』の会場	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	6名／20名 (30%)	
実施内容	ボランティアスタッフ・ばんだいさんがガイドを務め、『ベップ・アート・マンス 2021』のプログラムを巡るまちあるきツアーを実施した。米国人による「英語でのまちあるき」が実現した。	

企画者	清島アパート	
プログラム 019	清島オープンアパート 2021 清島横丁	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※12/29(水)～1/3(月)休み	
会場	清島アパート	
料金	100円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	200名／200名 (100%)	
実施内容	清島アパートは戦後すぐに建てられた3棟22室からなる元下宿アパート。今年度は9名のアーティストやクリエーターが居住・制作している。期間中は、オープンアトリエのほかにアパートを「町」に見立て、期間限定の特別ギャラリーを実施した。	

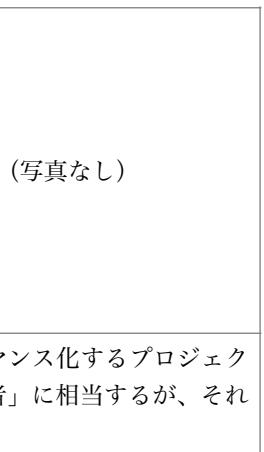
企画者	秦 雅則 (A組織)	
プログラム 020	画廊・目が見えない	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※12/29(水)～1/3(月)休み	
会場	清島アパート	
料金	『清島オープンアパート 2021 清島横丁』に準ずる	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	200名／200名 (100%)	
実施内容	清島アパート内ギャラリーで、秦 雅則がキュレーションする写真展。会期中、写真を主軸とした展覧会を開催した。	

企画者	野口竜平	
プログラム 021	蛸みこし	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※12/29(水)～1/3(月)休み	
会場	清島アパート	
料金	『清島オープンアパート 2021 清島横丁』に準ずる	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	200名／200名 (100%)	
実施内容	脚にそれぞれに独立した知性があるといわれる「蛸」をモチーフに、偶然出会った8人で動かす〈蛸みこし〉を制作し、町に繰り出した。アトリエでは〈蛸みこし〉にまつわる、ドローイングや写真、映像、また大分県の蛸にまつわる伝承などを展示した。	

企画者	森本凌司	
プログラム 022	みんなでなにかをつくる	
会期	12月・1月の土・日曜 ※1/1(土)・2(日)休み	
会場	清島アパート	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	10名／5名 (200%)	
実施内容	紙粘土で制作したものを箱のなかに入れ、次の人はそれを見ずに触ってなにかを作り、また箱のなかに入れる。その行為を繰り返した。参加者は箱のなかにあるものを触ったとき驚き、楽しみながら作ってくれた。清島アパートを訪れた来場者が参加してくれた。	

企画者	SHIN KOYAMA	
プログラム 023	シンの湯けむりアート展	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※12/29(水)～1/3(月)休み	
会場	清島アパート	
料金	200円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	200名／200名 (100%)	
実施内容	別府湯けむりのなかで生まれたアートを展示した。	

企画者	大平由香理	
プログラム 024	末広温泉ギャラリー	
会期	11/20(土)～1/23(日) ※毎月15日休み	
会場	末広温泉	
料金	200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年に壁画制作をおこない、休業を経て復活した末広温泉にて、期間限定の作品展示を実施した。	

企画者	禹歩	
プログラム 025	儀式(仮)	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	別府市内各所	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	カウント不能／50名	
実施内容	「禹歩」のメンバーが別府に集まり、分かれるまでをパフォーマンス化するプロジェクト。そのプロセスを偶然目撲した人が、プロジェクトの「参加者」に相当するが、それをパフォーマンスとして認識した人の数は不明である。	

企画者	神谷紀子	
プログラム 026	家の話をする／爪切りの居場所	
会期	12/2(木)～5(日)	
会場	茶房たかさき 2階	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	18名／18名(100%)	
実施内容	家にある爪切りをもってきて、その爪切りについて話すというワークショップを実施。	

企画者	神谷紀子	
プログラム 027	「風、十二月、映像祭」	
会期	12/11(土)・12(日)	
会場	別府ブルーバード会館 3階 フレックスホール	
料金	1,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	103名／80名(129%)	
実施内容	映像作品集をブルーバード劇場にて上映した。	

企画者	宗久典高	
プログラム 028	宗久典高 新芸術硝子研究発表会	
会期	1/9(日)～11(火)	
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)	200名／100名 (200%)	
実施内容	別府で制作したガラス作品の展示をした。通りすがりで見る人も含め、多くの人が鑑賞してくれた。	

企画者	東 智恵	
プログラム 029	楽園の日々	
会期	1/9(日)～16(日) ※1/11(火)・12(水)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)	101名／100名 (101%)	
実施内容	絵画・インスタレーションの展示。作品を撮影する来場者が多かった。	

企画者	庚申和裁研究所	
プログラム 030	希望を羽織る	
会期	1/10(月)～23(日)	
会場	庚申和裁研究所	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	30名／50名 (60%)	
実施内容	デニム生地を表地に、子どもが描いた絵を元にした生地を裏地に使い羽織を仕立てた。そして裏地側から刺繡を施したものを作成し展示了。口コミで来る人が多かった。着物や和裁に興味がある人が多かった。また作品を通して和裁に興味を持ってくださった人もいた。	

企画者	SHIN KOYAMA	(写真なし)
プログラム 031	清島アパートの作家展	
会期	1/14(金)～16(日)	
会場	赤絵屋 椿	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	中止	
実施内容		

企画者	一般社団法人 DESIGNERS COMPANY Y.H2	
プログラム 032	BEPPU UP in 別府大学	
会期	① 展示：11/4(木)～13(土) ② オンライン配信：12/22(木)～	
会場	展示：別府大学 オンライン	
料金	無料	
①来場人数／目標来場人数 (達成率) ②閲覧人／目標 閲覧人数 (達成率)	①展示：会期外のためカウントしない ②オンライン：385名／500名 (77%)	
実施内容	「観光応援」「災害復興」「スポーツ応援」「withコロナ」、4つのテーマで別府から元気を届けるアート展示。今回は別府大学とのコラボレーション企画。障害者就労施設Y.H2(ユーツー)のメンバーと別府大学の学生とのコラボレーションが実現した。	

企画者	櫛あすみ	
プログラム 033	Cinema Papillon	
会期	11/19(金)～21(日)	
会場	Sempervium	
料金	1,500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	11名／11名 (100%)	
実施内容	コマ撮りアニメーションワークショップ、朗読、ダンス、映像、音楽のパフォーマンス、櫛あすみ映像作品上映、ナチュラルハイ日野ライブをおこなった。ワークショップ参加者は夢中になって制作に取り組み、完成するととても喜んでいた。	

企画者	torinpora	
プログラム 034	My forest	
会期	11/20(土)～30(火)	
会場	別府駅北高架内 kurukuru 個展スペース	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	220名／150名 (147%)	
実施内容	「森」をテーマに、シルクスクリーンや、アクリル画、素描などさまざまな技法を使用して制作した作品の展示。また、ライブペイントや物販もおこなった。今回の展示では、20代の方が多く来場してくれた。同じく作家活動をしている方の来場もあった。	

企画者	アソビLAB	
プログラム 035	野菜絵の具をつくろう～!	
会期	11/20(土)、12/5(日)	
会場	アソビLAB	
料金	500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	5名／25名 (20%)	
実施内容	規格外や廃棄野菜から絵の具を作り、塗り絵をおこなった。	

企画者	アソビLAB	
プログラム 036	野菜染めのエコバッグを染めてみよう～!	
会期	11/21(日)、12/4(土)	
会場	アソビLAB	
料金	1,200円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	5名／25名 (20%)	
実施内容	規格外や廃棄野菜から染料を作り、エコバッグ染めをおこなった。野菜染めのエコバッグを作る際、絞って柄を作ったが、ほどいて図柄を確認するときの参加者のワクワクする表情が印象的だった。	

企画者	ネジ5th-leaf	
プログラム 037	ネジロボが別府にやってきた	
会期	11/20(土)～28(日)	
会場	SynergieZ (シナジーズ)	
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	道端で拾い集めたネジなどの廃材を使ったオブジェなど、自分の作品と息子の作品の展示、販売をおこなった。来場者は作品を熱心に見たり、それぞれに独自の感想をいただいた。『ベップ・アート・マンス』を毎年楽しみにしている来場者も多く、なかには千葉県からアートマンスを観に来た方もいた。	

企画者	現実	
プログラム 038	現実34,35	
会期	11/22(月)、12/27(月)	
会場	別府駅北高架下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	12名／10名 (120%)	
実施内容	美術展示	

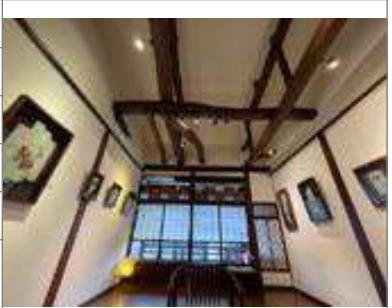
企画者	(公社) 大分県建築士会 別府支部	
プログラム 039	Beppu Origami Architecture	
会期	11/20(土)～12/4(土)	
会場	BASARA HOUSE	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	50名／50名 (100%)	
実施内容	1枚の紙を切り折りし、建築物など立体で表現するペーパークラフト「折り紙建築」の展示と台紙の配布をおこなった。今回はワークショップの開催を見合わせたため、来場者の反応を直接知る機会を設けることができなかつたが、配布用の台紙が早々になくなつたことから、興味をもつて見ていただけたのではないかと感じている。	

企画者	北村忠裕	
プログラム 040	土を焼く？土を焼かない？という陶芸展	
会期	11/20(土)～28(日)	
会場	蔵ギャラリーしばた	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	88名／100名 (88%)	
実施内容	北村忠裕による、さまざまに温度を変えた試みの陶器のオブジェ中心の展示と、よしもりむつこによるMonster (焼かない土の作品)、と陶器 (焼く) の展示。来場者は会場のあたたかい雰囲気にリラックスしていたようだった。また、作者それぞれの意図も伝えることができ、互いに刺激になった展示だった。	

企画者	ココまる (円山 菜穂子)	
プログラム 041	パステルアートでクリスマスカードを作ろう	
会期	11/20(土)・21(日)、12/10(金)・11(土)	
会場	おにぎりかふえ	
料金	1,000円+ワンオーダー	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	11名／30名 (37%)	
実施内容	パステルアートでクリスマスカードを作るワークショップを実施。参加者はとても楽しそうに、それぞれ個性を発揮した作品を作っていた。	

企画者	ギャラリー嶋屋	
プログラム 042	店主の身近な作家展	
会期	11/20(土)～28(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)	150名／150名 (100%)	
実施内容	宮本 修氏の油絵作品20点の展示。コロナ禍でも、多くの方が来場してくださった。	

企画者	炭谷 宇紀子・水島太郎	
プログラム 043	十字架の道ゆき 永遠の宇宙へ☆	
会期	11/20(土)～12/26(日)	
会場	カトリック別府教会	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	400名／300名 (133%)	
実施内容	炭谷 宇紀子による和紙写真、水島太郎による漆作品の展示。参加者はお茶とともに喫したり自分の一番好きな作品にメッセージを置くなどし、展示の最後の瞬間に作品全体が完成した。オープニングから最終日まで多くの来場があった。	

企画者	深町勝幸	
プログラム 044	深町勝幸 絵画展	
会期	11/20(土)～28(日) ※11/22(月)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)	300名／150名 (200%)	
実施内容	身近にある何気ないものを流木板に写実描写した絵画展を実施。知人や前回の来場者がほとんどだったが、パンフレット持参の方や鉄輪温泉観光の方も1割程いた。真剣に見てくれる方が多く、その反応から概ね好評だったと感じられた。	

企画者	大野 由美子	
プログラム 045	Construction	
会期	11/20(土)～1/5(水)	
会場	湯治宿 ひろみや	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	500名／500名 (100%)	
実施内容	湯けむりが上がっている光景を思い浮かばせるような陶芸作品を鉄輪の湯治宿で展示した。	

企画者	鉄輪スケッチ会 春・秋 実行委員会	
プログラム 046	鉄輪スケッチ会・秋	
会期	11/21(日)	
会場	集合場所、受付：熱の湯公民館	
料金	大人：1,000円 子供(大学生以下)：500円 ※蒸シフォンのおやつ付	
来場人数／目標来場人数(達成率)	26名／50名 (52%)	
実施内容	2015年より毎年開催されている鉄輪の町を舞台にしたスケッチ会。大人も子どもも思い思いに座り込んで、思い出の1日を切り取るようにスケッチした。常連参加者と新規の参加者でスケッチを楽しんだ。スケッチ後は講師による講評会も実施した。老若男女問わない幅広い参加者が集まり、穏やかな気候にも恵まれて、鉄輪の町のそこかしこで絵を描く人がいる1日となった。	

企画者	しらす、詠座	(写真なし)
プログラム 047	「望遠鏡」	
会期	11/21(日)・28(日)	
会場	別府駅北高架商店街 OFFICE & SAKABA フッド	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	中止	
実施内容		

企画者	ツイてるキクチ	
プログラム 048	ツイてるキクチによる踊り(?)	
会期	11/21(日)、12/12(日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	30名／5名 (600%)	
実施内容	音楽にあわせ踊った。	

企画者	Mau olioli 小野	
プログラム 049	Enjoy Hula in 別府 VII	
会期	11/21(日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	40名／70名 (57%)	
実施内容	ハワイアンバンド演奏とフラダンス。楽しんで見ていただけたと感じている。	

企画者	吉田ジョアン	
プログラム 050	Let there be Light! ハヌカ ウエルカム(I)	
会期	12/5 (日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	8名／15名 (53%)	
実施内容	イスラエルのお祝い「チャヌカ」や伝統的なダンスのワークショップを実施。参加者全員でダンスを踊り、「ドレイドル」というコマをプレゼントした。参加者はみな踊りを楽しんでいるようすだった。	

企画者	つな	
プログラム 051	つな美デッサン会	
会期	11/23(火・祝)	
会場	KURUKURU 別府駅北高架下	
料金	1,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	2名／10名 (20%)	
実施内容	個々のペースでデッサンとは何かを伝えた。こぢんまりといつもの「つな美」のデッサンができた。	

企画者	おやつ教室 ベっぷうさぎ	
プログラム 052	かんたんガトーショコラ作りませんか?	
会期	11/22(月)、12/3(金)・7(火)・23(木)、1/12(水)	
会場	山の手教室	
料金	3,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	4名／10名 (40%)	
実施内容	ガトーショコラをくまさんにデコレーションしたケーキ作りの実習。参加者はできあがりに満足して持って帰ってくれた。	

企画者	KNIT or DIE! PIRIKA	
プログラム 053	KNIT or DIE! Exhibition	
会期	11/23(火・祝)	
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)	30名／30名 (100%)	
実施内容	コミュニティルームでおこなっている編みものの教室の作品展示。編みものをしている人々は興味深そうに鑑賞していた。	

企画者	徳重麻友・吉田怜桜・川添彩加	
プログラム 054	+展	
会期	11/23(火・祝)～12/8(水) ※11/25(木)・29(月)、12/6(月)休み	
会場	Sempervium 2階	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	200名／150名 (133%)	
実施内容	大分県立芸術文化短期大学で美術を学ぶ3人による作品展を実施。来場者は熱心に鑑賞していた。	

企画者	中野マーク周作	
プログラム 055	鬼と怪獣の日常	
会期	11/23(火・祝)～12/26(日) ※月・火曜休み	
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)	60名／50名 (120%)	
実施内容	国東半島に住む造形作家・中野マーク周作が、一見怖いと思われている鬼や怪獣の幸せで平和な日常生活を展開した展示をおこなった。	

企画者	Rahat Kijjariyapoom	
プログラム 056	O (LD) ITA	
会期	11/25(木)～28(日)	
会場	茶房たかさき	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	60名／40名 (150%)	
実施内容	自分が4年間の学生生活で撮りためた大分県内の建築物や文化の写真展。来場者からコメントが寄せられたり、出身国タイで展示する際にはサポートしたいと申し出があるなど良い出会いがあった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 057	保手濱 拓展	
会期	11/25(木)～12/6(月) ※火・水曜休み	
会場	SELECT BEPPU 2階	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	125名／200名 (63%)	
実施内容	保手濱さんが別府に滞在して描いた絵をSELECT BEPPU店内で展示・販売。保手濱さんの作品を初めて観たという方がほとんどだったが、興味深そうに鑑賞していた。	

企画者	勝 正光	
プログラム 058	末広温泉デッサン教室・体験教室	
会期	11/26(金)～1/23(日) ※12/28(火)～1/3(月)休み	
会場	末広温泉公民館	
料金	1,500円	
①来場人数／目標来場人数 (達成率) ②閲覧人数／目 標閲覧人数 (達成率)	①リアル：3名／10名 (30%) ②オンライン：1名／5名 (20%)	
実施内容	11/26開講デッサン教室の1回体験教室。白い玉子をモチーフに、受講者に合わせたデッサン基礎学習体験を提供した。個人指導であることを活かし時間の限り質問に答え、細やかな指導を実施した。受講者はほぼ初心者だったが、集中して1時間のデッサンを体験し、「絵がみるみる立体的になっていて凄かった」や「影や光を描くことに面白さを見出しました」などの感想が寄せられた。	

企画者	APUINA	
プログラム 059	あちこちのアート展	
会期	11/26(金)～28(日)	
会場	多機能拠点べっぷ未来ワクワクセンター yoiya	
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	土産品や工芸品の展示をはじめ、インドネシアの文化や伝統を紹介する企画を実施。来場者は異文化の世界を楽しんでいたようだった。	

企画者	APUINA	
プログラム 060	あちこちのアートパフォーマンス	
会期	11/27(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)	250名／100名 (250%)	
実施内容	インドネシアの伝統的で美しい音楽や優雅で華やかな舞踊、そしてきらびやかな民族衣装でのファッションショーを実演。予想以上の人数が来場され、楽しんでいただけたようだった。	

企画者	まえだ ゆか	
プログラム 061	闇と光のコラボレーション	
会期	11/27(土)	
会場	楠銀天街 (千代町側)	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	30名／30名 (100%)	
実施内容	夜の暗い商店街にライトを持ち込んで光の装飾をした。商店街の住民も数名見に来てく れて、喜んでもらえたようだった。	

企画者	橋本 佐枝子	
プログラム 062	HOME～カナタのてざわり～	
会期	11/27(土)・28(日)	
会場	BEP.lab	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	100名／50名 (200%)	
実施内容	橋本 佐枝子とコヤマイッセーによる作品を会場内に展示した。知人を中心に、近所に 住んでいる方や『ベップ・アート・マンス』を知っている方が訪れ、常にお客さんがい る状態が続いた。	

企画者	湯本タマ	
プログラム 063	紙屋カオス	
会期	11/27(土)・28(日)	
会場	紙屋温泉2階公民館	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)	
実施内容	参加者各自の作品展示のほか、耶馬溪牛乳を使ったカフェオレ、みかんの生搾りジュー スなどを無料提供した。毎年来る方が多く、合同展示にしたことで各展示者の知人・友 人が来てくれて賑やかになった。	

企画者	りきまる	
プログラム 064	ごむごむのてっぽう	
会期	11/27(土)・28(日)	
会場	紙屋温泉2階公民館	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)	
実施内容	割り箸でゴム鉄砲作りをおこなった。来場者は的当てに挑戦し昭和時代の懐かしい遊びを体験した。	

企画者	Yutori	
プログラム 065	産まれの地	
会期	11/27(土)・28(日)	
会場	紙屋温泉2階公民館	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	100名／100名 (100%)	
実施内容	地元、耶馬渓の写真を展示。加えて地元で生産しているお菓子や牛乳を販売、配布した。写真に興味を持ってもらえ来場者から話しかけていただけた。	

企画者	三宅天心	
プログラム 066	移動式銭湯	
会期	11/27(土)・28(日)	
会場	紙屋温泉2階公民館	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	中止	
実施内容		(写真なし)

企画者	あかしももか	
プログラム 067	あかしももかの大ぶろしきプロジェクト2021	
会期	11/27(土)・28(日)	
会場	別府駅北高架下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	29名／25名 (116%)	
実施内容	大風呂敷をテーマにしたインスタレーション、動画上映、体験コーナーなどを開催。来場者は、それぞれ説明の立て札やしおりをみながら積極的に体験コーナーなどにも参加してくれた。	

企画者	小さな喫茶店むに	
プログラム 068	ハーバリウム体験	
会期	11/27(土)～12/25(土)	
会場	小さな喫茶店むに	
料金	1,000円+ワンドリンクオーダー	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	2名／10名 (20%)	
実施内容	花材を自由に選び、オリジナルのハーバリウムでボールペンまたはボトルを作成するワークショップを実施した。	

企画者	ココまる (円山 菜穂子)	
プログラム 069	本当の自分を知るためのワークショップ	
会期	11/28(日)、12/18(土)、1/16(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)	6名／20名 (30%)	
実施内容	マインドフルネスの考え方を取り入れた自分に向き合うためのワークショップを開催。湯けむりがよく見え癒される空間で実施。参加者はいろいろな気づきが得られ、とてもスッキリしたようすだった。	

企画者	別府市竹細工伝統産業会館	
プログラム 070	冬をたのしむ竹あかり作りワークショップ	
会期	11/28(日)、12/19(日)、1/23(日)	
会場	別府市竹細工伝統産業会館	
料金	4,000円 (コーヒー、お菓子付き)	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	24名／24名 (100%)	
実施内容	竹細工でフットライトのカバーを製作する体験。参加者が楽しんでいたようすが印象的だった。	

企画者	小岩恵美	
プログラム 071	マヤ暦で楽しく子育て♪	
会期	11/28(日)	
会場	コミュニケーションキッチンohana	
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	マヤ暦を使って自分のイロを知り、お子さんとの違いや尊重し合えるポイントをアドバイスした。お1人の参加者でも参加可能にすることで、入口が広がった。	

企画者	大分路上観察学会	
プログラム 072	大分路上観察学会ぶれぜんつトマソン探偵団 in 別府	
会期	11/28(日)	
会場	別府駅周辺	
料金	1,000円+カフェ飲食代 (実費)	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	15名／15名 (100%)	
実施内容	路上観察しながらまちあるきをおこない、参加者同士の撮影作品を見せあうワークショップ。参加者は興味深そうに話を聞き、それぞれ撮影した作品も多様で、講評会と呼んでいる写真の共有時間でも発言が活発にあがった。	

企画者	ALOHAべっぴHula Dreams	
プログラム 073	ALOHAべっぴHula Dreams クリスマスHulaステージ	
会期	11/28(日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	60名／30名 (200%)	
実施内容	出演者20名によるダンスステージとワークショップ。ハワイアンバンドKumiko&Kaiが生演奏でクリスマスにちなんだ楽曲の演奏とダンスを披露した。ワークショップでは参加者も一緒に手を動かして楽しんでいただけた。	

企画者	吉田ジョアン	
プログラム 074	Let there be Light! ハヌカ ウエルカム(2)	
会期	11/28(日)～12/5(日)	
会場	おにぎりかふえ	
料金	展示：無料 ワークショップ：1,500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	13名／10名 (130%)	
実施内容	イスラエル民族に伝わる12月の行事で遊ぶ「ドレイドル」というコマを紙粘土で作るワークショップを実施した。参加者は楽しそうに作っていた。	

企画者	内成棚田 千年紡ぎ家	
プログラム 075	晩秋の内成棚田を歩こう	
会期	12/11(土)	
会場	棚田・里山景観研究所	
料金	3,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	5名／5名 (100%)	
実施内容	日本棚田100選に登録されている『内成棚田』で往復1時間ほどのトレッキングコースを散策、その後は新米を使ったお昼ご飯を共にした。	

企画者	坂之下 峻弥	
プログラム 076	地方促進『映像で街を彩る』	
会期	①リアル：11/29(月)～12/5(日) ②オンライン：11/29(月)～1/23(日)	
会場	多機能拠点べっぷ未来ワクワクセンター yoiya	
料金	無料	
①来場人数／目標来場人数 (達成率)	①リアル：20名／50名 (40%)	
②閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	②オンライン：160名／10,000名 (2%)	
実施内容	別府を知らない大学生の目に映った「別府」を表現した映像の展示を実施。	

企画者	北村成美 (地獄の妖精しげやん)	
プログラム 077	しげやんのダンスウィークin BEPPU 2021	
会期	11/28(日)～12/5(日)	
会場	別府市中心市街地	
料金	投げ銭	
①来場人数／目標来場人数 (達成率) ②閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	①リアル：360名／100名 (360%) ②オンライン：6,651名／100名 (6651%)	
実施内容	しげやんが別府のまちなかを踊り、歩き、友と再会し、新たな友と出会う1週間のダンスドキュメンタリー第4弾!!!! 今年は朝見地区、山田別荘、鉄輪地区、北高架の方々との協働により、「朝見ツアー」「一泊二日でおどりまショウ」「北高架ツアー」を敢行。前夜祭と1週間でパフォーマンス62本開催、動画75本を配信。今回は動画配信との二刀流で開催。多くのお客様を迎えた反面、動画再生数は伸び悩んだ。	

企画者	カモミール・カーム	
プログラム 078	竹花かごのお正月アレンジ	
会期	11/29(月)～12/5(日) ※12/4(土)は休み	
会場	SynergieZ (シナジーズ)	
料金	鑑賞：無料 ワークショップ：3,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	50名／50名 (100%)	
実施内容	竹細工とお花が融合したフラワーアレンジメントの展示およびワークショップを実施。ワークショップも一定数の参加者があった。	

企画者	豊後遊草会	
プログラム 079	豊後絞りに挑戦	
会期	12/1(水)	
会場	別府 鉄輪 神丘温泉 豊山荘	
料金	鑑賞：無料 ワークショップ：[ハンカチ]1,500円、[スカーフ]3,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	16名／30名 (53%)	
実施内容	会員の作品展、藍染めの小物の販売、藍染めのワークショップを実施。参加者は初めての藍染めのワークショップを楽しんだり作品展を興味深そうに鑑賞していた。	

企画者	大塚 小百合	
プログラム 080	すずりと猫墨画	
会期	12/2(木)～5(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)	268名／100名 (268%)	
実施内容	猫の水墨画と硯の展示。水墨画が気になって入って来る方、猫好きな方、硯に興味がある方など、来場の動機はさまざまだったが、結果として全ての展示をご案内することができた。来場者数も伸び、とてもよい展示会になった。	

企画者	パドマ	
プログラム 081	BLOOM 個展	
会期	12/3(金)～6(月)	
会場	KURUKURU 別府駅北高架下	
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	インドネシア出身の学生の個展を実施。絵画、彫刻、インスタレーションなどさまざまな手法のアート作品を展示了。出展者が留学生だったため、留学生の来場も多く見受けられた。	

企画者	NY / ナーイ	
プログラム 082	NY // The Haute Couture	
会期	12/2(木)～5(日)	
会場	赤絵屋 椿	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	30名／30名 (100%)	
実施内容	体の採寸に始まり、パターン・仮縫いとさまざまな工程を経て完成する服を身につける贅沢。そんな服の展示を実施。	

企画者	明石文昭堂	
プログラム 083	組み立て万年筆に別府オリジナルインクを入れて楽しもう!	
会期	12/4(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)	10名／20名 (50%)	
実施内容	透明のパーツを組み合わせてお気に入りの色のインクを詰めて万年筆を作るワークショップ。楽しそうにお気に入りの色を選んでいる姿が印象的だった。	

企画者	(ゆ)	
プログラム 084	(ゆ)( )   yu no ma	
会期	12/4(土)・30(木)、1/14(金)	
会場	(ゆ)( )／ドマコモンズ	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	35名／30名 (117%)	
実施内容	12/4(土)「土間びらき」、12/30(木)「作家がみた別府 家船プロジェクト」、1/14(金)「コモンズって何? コモンズ・デザイナーの陸奥さんと遊びながら考える」の計3回を実施した。基本的に直接声掛けして集客した。	

企画者	&YOU	
プログラム 085	&YOU マガジン	
会期	12/4(土)・5(日)	
会場	立花温泉跡	
料金	展示：無料 タトゥー：500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	21名／20名 (105%)	
実施内容	使用されていない立花温泉で、写真の展示やヘナタトゥー体験を実施した。ヘナタトゥーは初めて体験する方も多く、楽しんでいた。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 086	SELECT BEPPU10周年企画! 温泉染めワークショップ	
会期	12/4(土)・5(日)	
会場	platform05	
料金	3,500円～6,500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	9名／20名 (45%)	
実施内容	てぬぐい、播州織ストールを温泉染めするワークショップ。染物に興味があつた方、講師を以前テレビで見て興味を持ってくださつた方など、参加理由はそれぞれだったが、みなさん体験を楽しんでいたようすだった。	

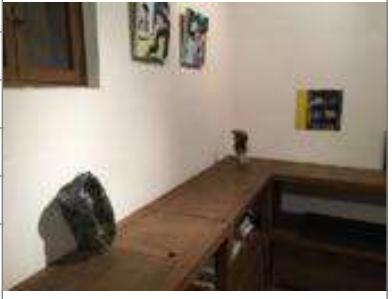
企画者	ArtCreator MAKEY	
プログラム 087	MAKEY個展2021『格好つけたい』	
会期	12/4(土)～10(金)	
会場	ゲストハウス サンライン別府	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	200名／400名 (50%)	
実施内容	未公開作品も含めた個展を実施した。1作品ずつ真剣に見てもらえた。	

企画者	森 奈保美	
プログラム 088	ARiTaアリタアート	
会期	12/10(金)～12(日)・17(金)～19(日)	
会場	赤絵屋 椿	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	50名／50名 (100%)	
実施内容	「ろくろ士・松尾勝也」と「絵付士・森 奈保美」の2人の有田焼伝統工芸士による作品と、SHIN KOYAMAのアートを融合させた展示を開催した。	

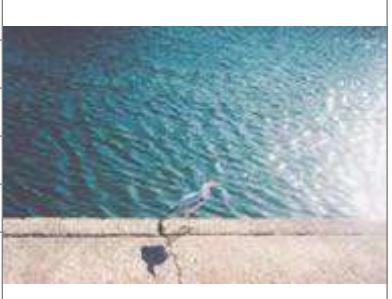
企画者	日本文理大学 美術部	
プログラム 089	日本文理大学美術部作品展	
会期	12/11(土)・12(日)	
会場	えきマチ1丁目別府コミュニティルーム	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	150名／500名 (30%)	
実施内容	日本文理大学美術部の部員たちが、これまでに取り組んできた活動の成果を2日間にわたり展示した。別府駅を利用したついでや買い物ついでに作品展に立ち寄ってくれる方が多かった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 090	別府アートウォーク	
会期	12/11(土)、1/8(土)	
会場	集合場所：別府駅周辺	
料金	一般：1,000円 小学生：500円 幼児：無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	4名／2名 (200%)	
実施内容	別府の中心市街地のあちこちに点在する壁画やふすま絵などアート作品を紹介しながら町の魅力にふれるまちあるき。普段とおらない路地裏などを歩きながら参加者は別府の町を楽しんでいた。	

企画者	AYART 川越彩子	
プログラム 091	街のひとこま	
会期	12/12(日)	
会場	トキハ別府店 大屋根の下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	50名／30名 (167%)	
実施内容	音楽を流しダンスを披露した。立ち止まって見る人、座って見る人、前日のツアーで知り合った人など思ったよりも多くの人に見てもらえた。	

企画者	川窪花野・鈴木希果	
プログラム 092	某ニュータウン	
会期	12/13(月)～19(日)	
会場	蔵ギャラリーしばた	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	60名／100名 (60%)	
実施内容	焼き物とイラストレーションのコラボレーションの展示。熱心に見る来場者が多かった。	

企画者	大分香りの博物館	
プログラム 093	オリジナル匂い袋作り体験と館内ツアー	
会期	12/15(水)、1/9(水)	
会場	大分香りの博物館	
料金	2,200円 (体験・入館料込)	
①来場人数／目標来場人数 (達成率) ②閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	①リアル：6名／10名 (60%) ②オンライン：100名／50名 (200%)	
実施内容	8種類の香料を調合して、好きな香りのオリジナル匂い袋と文香を作る体験を実施したのち、職員が博物館内を案内しながら展示品を解説する館内ツアーをおこなった。香木・香料の香りを実際に感じながら調合して匂い袋を作る体験は初めての方がほとんどで、楽しんでいるようすだった。	

企画者	山脇益美 (絶景書店)	
プログラム 094	個展『絶景』	
会期	12/17(金)～20(月)	
会場	別府駅北高架下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	110名／80名 (138%)	
実施内容	詩とフィルムカメラで撮った写真を中心に空間を構成する個人展示をおこなった。時間をかけてじっくり見る、聴く方が多かった。	

企画者	西松秀祐	
プログラム 095	路上の時計学	
会期	12/17(金)～22(水)	
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)	50名／50名 (100%)	
実施内容	映像作品やスライド写真などさまざまなメディアを用いた展覧会を実施した。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 096	SELECT BEPPU10周年企画! 陶芸家橋本尚美さんによる金継ぎアクセサリーワークショップ	
会期	12/18(土)・19(日)	
会場	platform05	
料金	3,500円	
来場人数／目標来場人数(達成率)	11名／20名 (55%)	
実施内容	大分市の陶芸家・橋本尚美さんを講師に招き、金継ぎのブローチや箸置きを作った。昨年開催のワークショップに参加してくださった方や、昨年は参加できなかったという方が来られ、和気あいあいと楽しみながら作品を作っているようすだった。	

企画者	梅本美術研究所	
プログラム 097	アートDE宇宙へGO!!	
会期	12/18(土)～26(日) ※12/20(月)は休み	
会場	別府市美術館	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	311名／300名 (104%)	
実施内容	「大分が宇宙空港になる」をテーマにした子どもの作品展（絵画造形）。鑑賞者からは「とても楽しかった」や「感動した」などの感想が寄せられた。	

企画者	混浴温泉世界実行委員会	
プログラム 098	梅田哲也『O滞』再公開＆出版イベント	
会期	12/19(日)	
会場	別府ブルーバード会館 3階 フレックスホール	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	101名／80名 (126%)	
実施内容	2020年度『梅田哲也 イン 別府』で公開された作品『O滞』の再公開と書籍の出版を記念して、一夜限りのライブパフォーマンスを実施。『O滞』の映画を上映しながらのパフォーマンスをおこなった。	

企画者	湯さこい舞人	
プログラム 099	よい湯(世)さこい!	
会期	12/19(日)	
会場	別府公園	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数(達成率)	25名／30名 (83%)	
実施内容	大分県内のよさこいの団体が集まり『よさこい』を踊った。温かい観客の手拍子で会場は盛りあがった。	

企画者	いるかひめ	
プログラム 100	いるかひめ小作品展 ちいさな灯 遙かな水平線	
会期	12/23(木)～1/22(土) ※月・火曜、12/27(月)～1/5(水)休み	
会場	おにぎりかふえ	
料金	ワンオーダー	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	95名／100名 (95%)	
実施内容	絵画、イラスト作品の展示。ささやかで小さな展示だったが、店内でかけている音楽について素敵だという感想や、優しい絵に癒されたという言葉をいただいた。	

企画者	みんな表現者	
プログラム 101	アートミックス! 誰でもみんな表現者!	
会期	12/25(土)～27(月)	
会場	ここちカフェむすびの	
料金	展示：無料 ワークショップ、言葉贈り：各500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	70名／100名 (70%)	
実施内容	巨大龍、立体紙切、絵画、筆文字の展示と、立体紙切ワークショップ、言葉贈り、ライブペイント、来場者のみなさんにカードに絵を描いてもらい繋いでいくむすびのアートなど、参加者と一緒にアートを楽しんだ。カフェの利用客や、たまたま観光で通りかかった方、宿泊施設でチラシを見てこられた方など、地元の方よりも観光客の来場が多くなった。展示作品も熱心に見ていただき、ワークショップやむすびのアートも好評だった。	

企画者	辛島早苗	
プログラム 102	にがおえ展	
会期	1/5(水)～14(金) ※1/11(火)休み	
会場	薪窯ピッツア & Gallery 花民	
料金	鑑賞：無料 にがおえ：お1人 2,500円／お2人 4,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	80名／50名 (160%)	
実施内容	赤ちゃんから100歳のおばあちゃんまで、これまでに出会った大切な人たちのにがおえを展示了。会場ではにがおえも描いた。	

企画者	美音異星人／BION (豊島びおん)	
プログラム 103	“MASK GIRL” in BEPPU / マスクガール in 別府	
会期	1/7(金)～9(日)	
会場	べっぷ駅市場内ジャンバル空き店舗、寿温泉、駅前高等温泉、住吉温泉、紙屋温泉	
料金	べっぷ駅市場：無料 温泉：入浴料	
①来場人数／目標来場人数 (達成率) ②閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	①リアル：70名／30名 (233%) ②オンライン：13名／10名 (130%)	
実施内容	べっぷ駅市場と寿温泉、駅前高等温泉、住吉温泉、紙屋温泉での自撮り作品展について、トークとパフォーマンスを実施。予想以上の反響(質問やコメント)があった。	

企画者	詫間あき菜(孫)	
プログラム 104	夢鳳が愛したもふもふ展	
会期	1/8(土)～16(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)	75名／75名 (100%)	
実施内容	水墨画家の祖父・詫間夢鳳の画を25点ほど展示販売した。猫の画を多めに、雀や竹の額も飾った。ギャラリーでの開催は初めてだったが、画の飾りやすさや、来てくださるお客様の画への関心の高さなど、ギャラリーのメリットを強く感じることができた。嶋屋さんの人脉のおかげで祖父のことを知っている方が多く、懐かしげに作品を見ていただいた。	

企画者	宮本博行	
プログラム 105	点界   point boundary B.A.M exhibition vol.10	
会期	1/8(土)～10(月・祝)・15(土)～17(月)	
会場	別府駅北高架下	
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)	50名／100名 (50%)	
実施内容	インスタレーションの展覧会。展示作品数が少ないなか、作品と真摯に向き合って観賞していただいた。	

企画者	michi*iku	
プログラム 106	piro & liina	
会期	1/8(土)・9(日)	
会場	Sempervivum 2階	
料金	展示：無料 ワークショップ：300円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	11名／30名 (37%)	
実施内容	手作りの帽子やかばんなどの展示、ワークショップ（マフラー、コースター作り）、えほんの読み聞かせ、エプロンシアター、パネルシアターを実施。ワークショップに興味を持って参加してくれた。	

企画者	吉川由佳	
プログラム 107	Pastel	
会期	1/8(土)～2/19(土)	
会場	Sempervivum	
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	パステル画の展示を実施	

企画者	Beppu／Photography	
プログラム 108	深別府02	
会期	1/13(木)～16(日)	
会場	別府駅北高架商店街 OFFICE&SAKABA フッド	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	100名／300名 (33%)	
実施内容	写真の展示を主にしたアート展。写真にイラストをのせた作品を展示了。別府駅北高架商店街とあって、通行人がふらっと入って鑑賞するパターンも多かった。	

企画者	久保更生園	
プログラム 109	手～hand～	
会期	1/14(金)～18(火)	
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)	20名／20名 (100%)	
実施内容	手と手が触れ合うことは重要なコミュニケーションの1つと考えているため、みんなで安心して手を取り合い生活できることを祈り、施設利用者が制作した作品展示をした。	

企画者	宮崎孝二	(写真なし)
プログラム 110	モータースポーツ	
会期	1/15(土)・16(日)	
会場	Sempervium 2階	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	中止	
実施内容		

企画者	あずとわかば	
プログラム 111	あずとわかばのドキドキ服飾店	
会期	1/15(土)・16(日)	
会場	KURUKURU 別府駅北高架下	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	82名／20名 (410%)	
実施内容	洋服、服飾雑貨の展示。来場者はパンフレットを見てきた方、観光港のイベントから流れてきた方などさまざまだった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 112	SELECT BEPPU10周年企画! ヒライユミコさんによるフェルトアクセサリーワークショップ	
会期	1/15(土)・16(日)	
会場	platform05	
料金	2,500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	4名／20名 (20%)	
実施内容	手芸家・ヒライユミコさんに、フェルトを使って好きな柄のネコのブローチ作りを指導していただいた。実施直前に新型コロナウイルス感染症拡大が広がったことにより、参加を断念された方がいたことは残念だったが、参加された方はご家庭のネコの写真を見ながらクオリティの高いブローチを作っていた。	

企画者	ゆうちゃん	
プログラム 113	ゆうちゃんのお絵描き展	
会期	1/15(土)~23(日) ※月・火曜休み	
会場	薪窯ピッツア & Gallery 花民	
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	絵やオリジナルグッズの展示販売。パンフレットを見て来てくださる方、カフェに食事に来た方も鑑賞してくださった。「見ていてとても楽しい!」「元気になる!」など、嬉しい感想をいただいた。	

企画者	August／豆塚エリ	
プログラム 114	誰のもとにも星は降るから～星空の写真と詩の展覧会～	
会期	1/17(月)~23(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)	126名／100名 (126%)	
実施内容	星空の写真と詩の展示。豆塚エリさんのファン、ギャラリー嶋屋の顧客、おおいた障害者アート展で本展示を知った方の来場が多かった。	

企画者	naNka × HOOD	
プログラム 115	naNka × HOOD アウトサイダーアート	
会期	1/18(火)~30(日)	
会場	別府駅北高架商店街 OFFICE & SAKABA フッド	
料金	無料	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	260名／500名 (52%)	
実施内容	アート作品の展示。初めて障がい者アートに触れる人が多く、興味深く鑑賞していた。	

企画者	奥部義隆	
プログラム 116	初心者のための『能』スーパーワークショップ	
会期	1/21(金)	
会場	水江舞台	
料金	2,000円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	7名／7名 (100%)	
実施内容	重要無形文化財総合認定保持者、武田文志氏による『能』のワークショップ。初心者向けの『能』にまつわる歴史など興味深い話も交えながらワークショップを実施した。	

企画者	竹・ルネサンス実行委員会	
プログラム 117	第58回 くらしの中の竹工芸展	
会期	1/18(火)~2/20(日) ※月曜休み	
会場	別府市竹細工伝統産業会館	
料金	高校生以上：390円 小・中学生：130円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	681名／681名 (100%)	
実施内容	「竹の器と暮らす心豊かな生活」をテーマに、別府竹細工の伝統技と生活に豊かな潤いを与える豊かな造形美を融合した作品を展示。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 118	KASHIMA 2021 BEPPU ARTIST IN RESIDENCE	
会期	1/22(土)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	22名／15名 (147%)	
実施内容	アーティスト・イン・レジデンスプログラム『KASHIMA』で制作中の国内アーティスト1名と海外アーティスト1名が1組となり、計3組(木皮 成 & KIM Heejin、福西 みゆき & KIM Gemini、古市牧子 & GRIFFAUD Jérémie)の座談会を実施。各アーティストの自己紹介やレジデンス期間中の活動説明、視聴者との意見交換をおこなった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	
プログラム 119	SELECT BEPPU10周年企画! 西本 有さんによる竹細工ワークショップ	
会期	1/22(土)・23(日)	
会場	platform05	
料金	4,500円	
来場人数／目標来場人数 (達成率)	11名／20名 (55%)	
実施内容	かごデザイナー西本 有さんを講師に招き、オブジェや花かごになる竹の球体作りワークショップを実施。参加者は真剣に竹と向き合い製作に取り組んでいた。同じ素材を使ってもそれぞれ個性のある作品ができあがったのが興味深かった。	

企画者	首藤正之	
プログラム 120	BEPPU NEW STANDARD	
会期	2/4(土) ※1/23(日)に予定していたが、地震の影響で急遽延期となった。	
会場	オンライン	
料金	投げ銭制	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	445名／300名 (148%)	
実施内容	音楽ライブの生配信およびYouTubeでアーカイブ配信をおこなった。コロナ禍の時短営業や直前の地震の影響により日程の変更もあったが、無事開催でき、一定数の視聴があった。	

企画者	雑談地獄	
プログラム 121	別府の思い出マップを作ろう！	
会期	11/1(月)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	150名／150名 (100%)	
実施内容	別府を訪れたことのある人たちが思い出についてトークをし、そのトークをPodcastで配信した。	<b>雑談 地獄</b>

企画者	イモコトタダシ	
プログラム 122	こどものためのじやすらいぶ	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	570名／100名 (570%)	
実施内容	子どもが普段親しんでいる童謡をジャズ風にアレンジして演奏する子どものためのジャズライブ。子どもとその保護者がジャズに触れ、理解を深めてもらう演奏会をオンラインで配信。目標視聴者数を遙かに上回る方に視聴していただいた。	

企画者	書道団体無限未来 熊谷雲炎	
プログラム 123	一本の線でつながろう	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	和Dining高家・オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／閲覧目標人数(達成率)	カウント不能／無限	
実施内容	オンラインプログラムで参加。茨城県守谷市にある古民家和食店でおこなったインスタレーション動画作品のオンライン配信と、店内でのワークショップや演奏会、Instagramが1本の線で繋がる内容のプログラムを実施した。	

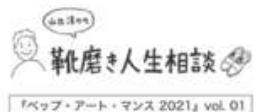
企画者	株式会社 ビームス	
プログラム 124	聴き湯!-浴場的文化混淆トークラジオ-	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	オンライン／Podcast配信	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	800名／1,000名 (80%)	
実施内容	コロナ禍以降における地方文化の発展&交感可能性をテーマに、ビームスが別府大学&APUの学生とのトークをPodcastで配信。	

企画者	時々	
プログラム 125	個展『すずちゃん』	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	290名／50名 (580%)	
実施内容	Instagramでの写真展示を実施。	

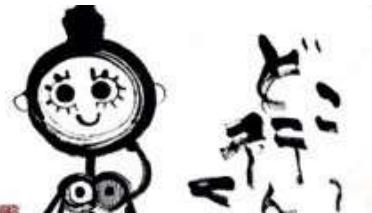
企画者	インクルーシブ+プラス	
プログラム 126	いりぐち⇄でぐち	
会期	11/28(日)、12/12(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	50名／80名 (63%)	
実施内容	オンライン・トークライブ。参加型のトークライブにしたため、参加者に楽しんでもらえた。第2回は学びの要素が多くフィードバックも多くあった。	

企画者	コーニー絵美子	
プログラム 127	北ウェールズから別府へ	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	851名／1000名 (85%)	
実施内容	2021年にウェールズで撮影した動画と写真を使用し、合計22本の動画を作成。別府および日本の方に向けて毎週末YouTubeで配信した。クリスマスマーケットなど、この季に地元でおこなわれたイベントも紹介。モステイン男爵の動画が人気だった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	 <span style="font-size: small;">Beppu Art Mans 2020 LONG VERSION OUT</span>
プログラム 128	別府から北ウェールズへ From Beppu to North Wales	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	498名／1000名 (50%)	
実施内容	『ベップ・アート・マンス 2020』で北ウェールズの生活や文化を別府に向けて紹介する動画を公開した。そのお返しとして今回は別府から北ウェールズへ、別府の観光やおすすめ情報を紹介した。動画は、ボランティアスタッフによって作成された。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	 <span style="font-size: small;">「ベップ・アート・マンス 2021」vol. 01</span>
プログラム 129	山出淳也の靴磨き人生相談	
会期	11/20(土)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	58名／100名 (58%)	
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聞くラジオ風番組。昨年度に引き続き、今年度も新たに2プログラムを録音しYouTubeで公開した。	

企画者	混浴温泉世界実行委員会	
プログラム 130	梅田哲也『O滯』再公開 関連トークイベント	
会期	12/1(水)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	806名／1,000名 (81%)	
実施内容	『O滯』をより深く読み解くため、由佐悠紀氏、松田法子氏、藤田洋三氏が別府の地質的特徴について語るトークイベントを収録し、オンラインで配信した。	

企画者	書道家 かわくぼみちこ	
プログラム 131	かわくぼみちこ おおいた方言de書 ver.7	
会期	12/25(土)～1/23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数(達成率)	300名／100名 (300%)	
実施内容	ほっとするようなかわいらしさや明るく前向きなリズムを放つおおいた方言の魅力を、書と絵で発信する「おおいた方言de書」シリーズver.7のオンライン配信を実施した。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	 BEPPU PROJECT スタッフによる視察報告会
プログラム 132	BEPPU PROJECTスタッフによる視察報告会	
会期	1/15(土)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	32名／20名 (160%)	
実施内容	BEPPU PROJECTスタッフが視察した芸術祭やアートプロジェクトなどの事例を紹介した。	

企画者	橋本次郎	
プログラム 133	beppu note	
会期	1/16(日)～23(日)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	113名／100名 (113%)	
実施内容	別府で出会ったさまざまな「音」と「風景」で構成された作品の発表。視聴した方から「作品を観て、別府を訪れてみたいと思った」という感想があった。	

企画者	NPO法人 BEPPU PROJECT	 <b>山口ゆめ回廊博覧会</b> <small>YAMAGUCHI YUME KAIRO EXPO</small>
プログラム 134	山口ゆめ回廊博覧会	
会期	7/1(木)～12/31(金)	
会場	オンライン	
料金	無料	
閲覧人数／目標閲覧人数 (達成率)	2,232名／2,000名 (112%)	
実施内容	山口県中央連携都市圏域の7市町で実施されたイベント『山口ゆめ回廊博覧会』をコンセプトムービーで紹介した。	

企画者	混浴温泉世界実行委員会	
プログラム 135	梅田哲也『O滯』2021-2022 ※パンフレット掲載時より変更	
会期	12/18(土)～2/13(日)	
会場	別府市内各所・オンライン	
料金	無料	
来場・閲覧人数／目標来場・閲覧人数 (達成率)	4,359名 (来場者数: 2,149名、オンライン閲覧者数: 2,210名) / 4,380名 (99.5%)	
実施内容	昨年度の『梅田哲也 イン 別府』で発表した『O滯』に新たなコンテンツを追加するなど、更新したものを再公開した。さらに、音声や映画などの全ての情報を英語に翻訳し、外国人にも体験していただける作品となった。	

企画者	混浴温泉世界実行委員会	
プログラム 136	廣川玉枝 in BEPPU	
会期	12/18(土)～2/13(日) 休み：毎週火曜、年末年始 (12/28[火]～1/6[木])	
会場	鉄輪むし湯、火男火賣神社、大谷公園、地獄蒸し工房 鉄輪、洗濯場跡およびオンライン	
料金	無料	
来場・閲覧人数／目標来場・閲覧人数(達成率)	30,130名 (来場者数：26,770名、オンライン閲覧者数：3,360名) ／ 10,700名 (282%)	Photo by Takeshi Hirabayashi
実施内容	<p>「祭」をテーマに、廣川が創作した祭＝神事の開催を中心に、映像作品や衣裳の展示および、鉄輪温泉街一帯を「装う」大規模な展覧会を実施した。</p> <p>祭は、温泉の水脈を辿るように、山、町、海で実施した。山=『追儺式神事奉納』、町=『地獄祭神事奉納』、海=『火祭神事奉納』の3つの祭のうち、『地獄祭神事奉納』では、ダンサーの湯浅永麻と大宮大獎のほか、大分県内各所から集まった一般市民も出演し、廣川がデザインした神々の衣裳をまとっての練り歩きやパフォーマンスをおこなった。</p> <p>常設展示では、3つの祭をはじめとする映像作品の展示のほか、鉄輪エリアにて廣川の代表作である「Skin Series」を用いた提灯と暖簾による屋内外のインсталレーションや、祭で着用した衣裳の展示をおこなった。加えて、鉄輪温泉街の商店や旅館に廣川がデザインした暖簾を設置。そこで働く人々も廣川がデザインした半纏や面を着用しておもてなしをし、町一帯を舞台に展開した。</p>	

## 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

2020年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の拡大状況に影響されず、安全に事業を実施できるよう、感染拡大防止に関する対策についての基本方針や具体的な対策を明示したガイドラインを見直し企画者へ周知した。また、オンライン企画も募集し、別府市内での実施からオンラインへの切り替えなどのオプションも考慮した想定で企画者にアドバイスした。

### 2. 広報媒体のリニューアル

Webサイトやパンフレットのデザインなど広報媒体のリニューアルをおこなった。

#### Webサイト

『ベップ・アート・マンス』のWebサイトをリニューアルした。ユーザー目線での利便性の向上を目指し、機能を見直すとともに、検索しやすいデザインを心がけた。<https://beppuartmonth.com>

#### パンフレット

パンフレットのデザインをリニューアルした。以前より企画者や来場者を対象にしたアンケート調査でも判型や掲載情報の見直しを求める声が挙がっていたことから、手に取りやすい冊子型を採用し、より情報が伝わりやすいデザインを目指し、デザイナーと相談しながら制作した。

### 3. サポート内容

『ベップ・アート・マンス 2021』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:6月15日[土]~7月15日[木])、登録相談会を2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6ヶ所を用意した。

- 無料で使用できる会場

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。

#### 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(初版6,000部、増刷2,000部、計8,000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、11組の企画者が自らの企画をPRした。
- 会場目印の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本ののぼりを設置した。



パンフレット 表紙



パンフレット プログラム紹介ページ (見開き)



のぼり



『ベップ・アート・マンス 2021』 Webサイト



記者発表会のようす

#### 総合インフォメーションセンター

11月13日(土)～2月13日(日)の期間、JR別府駅構内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(『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滯」2021-2022』の期間含む)。

#### 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。

予約は電話やWebサイトにて受け付けた。

#### 4. 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『旅手帖 beppu』のWebサイトで紹介した。また、『ベップ・アート・マンス』のパンフレットでは、『旅手帖 beppu』のWebサイトの情報を広報した。



『旅手帖 beppu』のページ

## 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72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2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	日時	参加人数	会場
127	2021/6/24(木)	6	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
128	2021/7/9(金)	4	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
129	2021/8/1(日)	11	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
130	2021/8/17(火)	7	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
131	2021/9/15(水)	6	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
132	2021/10/1(金)	6	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
133	2021/10/17(日)	11	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
134	2021/10/27(水)	5	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
135	2021/11/11(木)	6	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
136	2021/11/24(水)	3	事務局 (BEPPU PROJECT事務所内) およびオンライン
137	2022/2/9(木)	7	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』

回	日時	参加人数	会場
1	2021/6/26(土)	6	えきマチ1丁目別府 コミュニティルーム
2	2021/7/11(日)	12	えきマチ1丁目別府 コミュニティルーム



『ベップ・アート・マンスをつくろう会』のようす

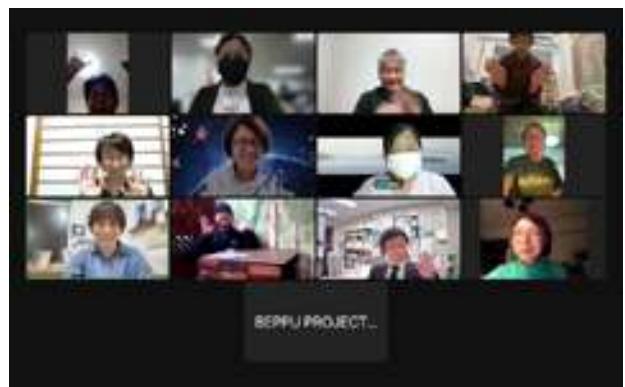


『プログラム登録相談会』のようす

『ベップ・アート・マンス 2021 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や、アンケートの回収率向上など、今後の課題やより良くしていくためのアイデアなど、活発な意見が交わされた。今後も継続して『ベップ・アート・マンスをつくりろう会』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。

#### 『ベップ・アート・マンス 2021 報告会』

日時	参加人数	会場
2022/3/17(木)	10	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 2021 報告会』のようす

## 2-5. サポートへの評価

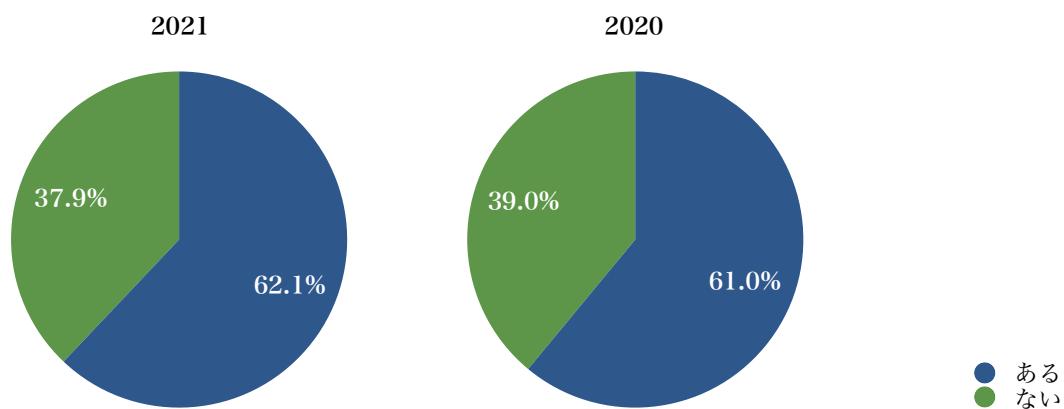
### 1. アンケート結果

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。

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

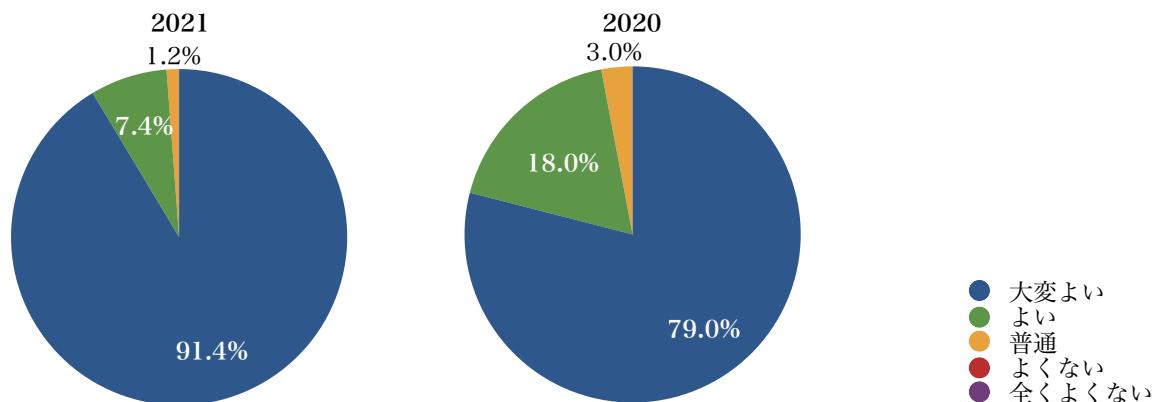
#### 1. これまでにプログラムを登録したことがあるか

昨年度と比較し、ほぼ同じ割合となった。



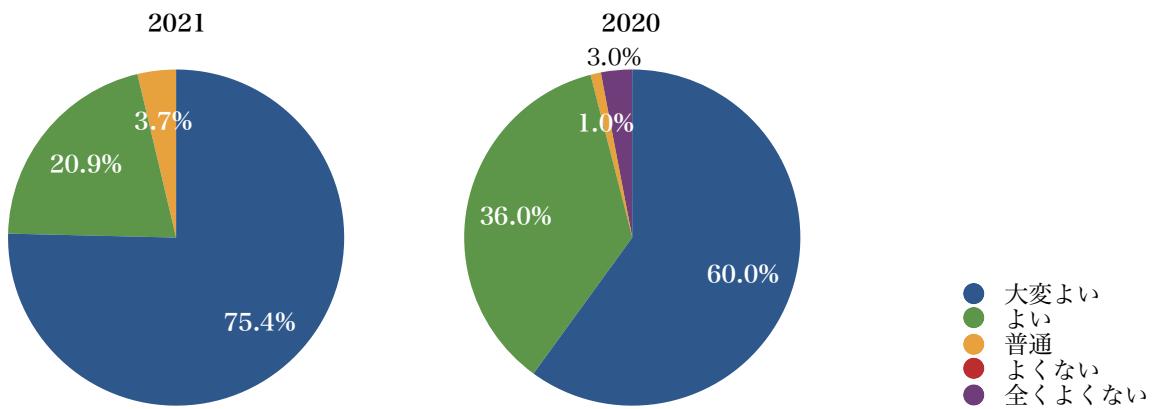
#### 2. 『ベップ・アート・マンス』という取組への評価

昨年度と比較し、「大変よい」の評価が12%増加した。



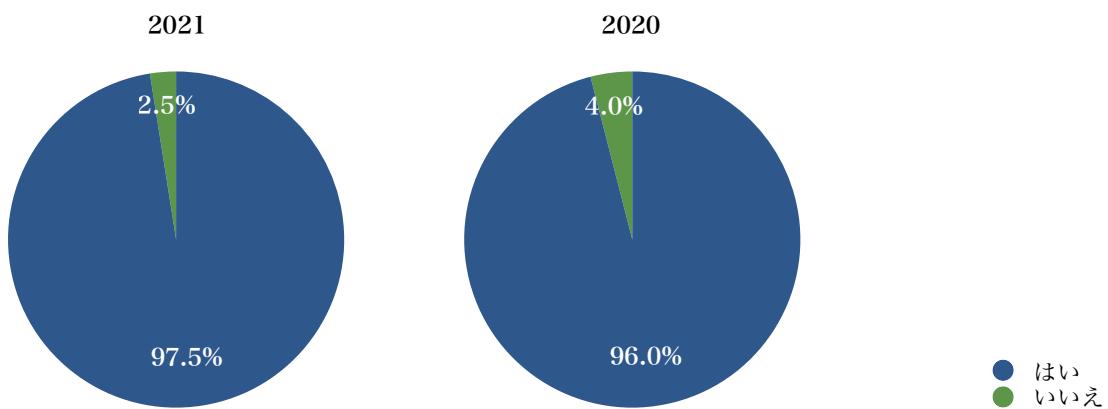
### 3. 『ベップ・アート・マンス』に登録してよかったです

昨年度と比較し、「大変よい」の評価が15%増加したが、「大変よい」と「よい」を合計すると同じ割合となつた。



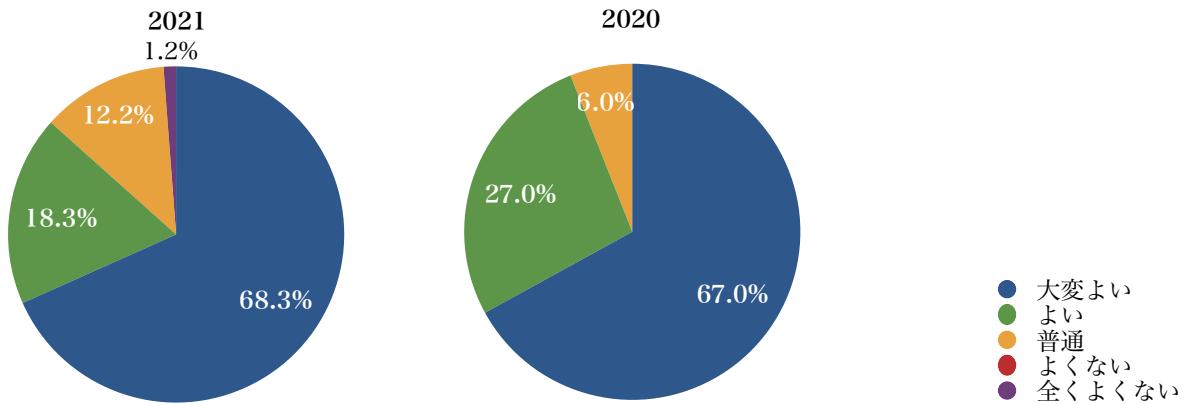
### 4. また『ベップ・アート・マンス』へ登録したいか

「はい」の回答が、1.5%増加した。



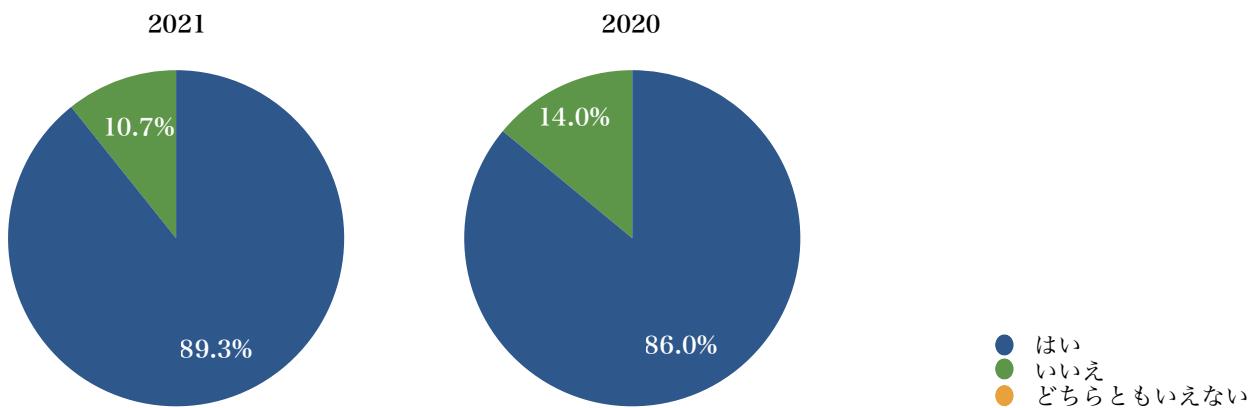
### 5. 事務局の対応に対する評価

昨年度と比較し、「大変よい」はほぼ同じ割合で、「全くよくない」の回答が1.2%あった。



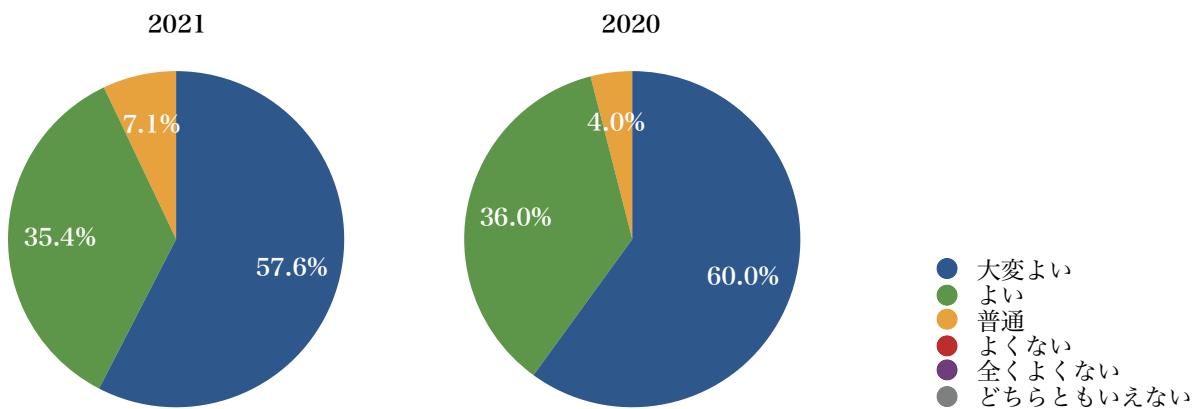
#### 6. 広報業務の一部代行による効果があったか

昨年度と比較し、「はい」が3%増加した。



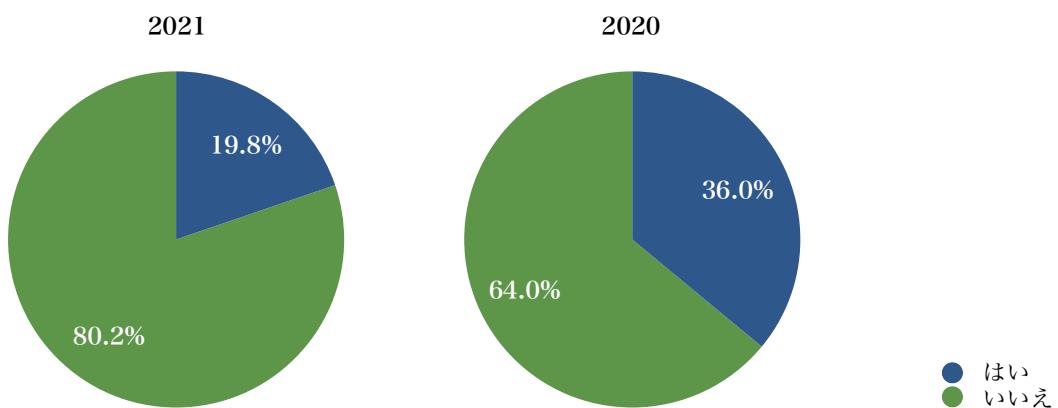
#### 7. 提供会場の取組をどう思うか

5ヶ所の提供会場を使用した。「大変よい」「よい」が合わせて93%となった。



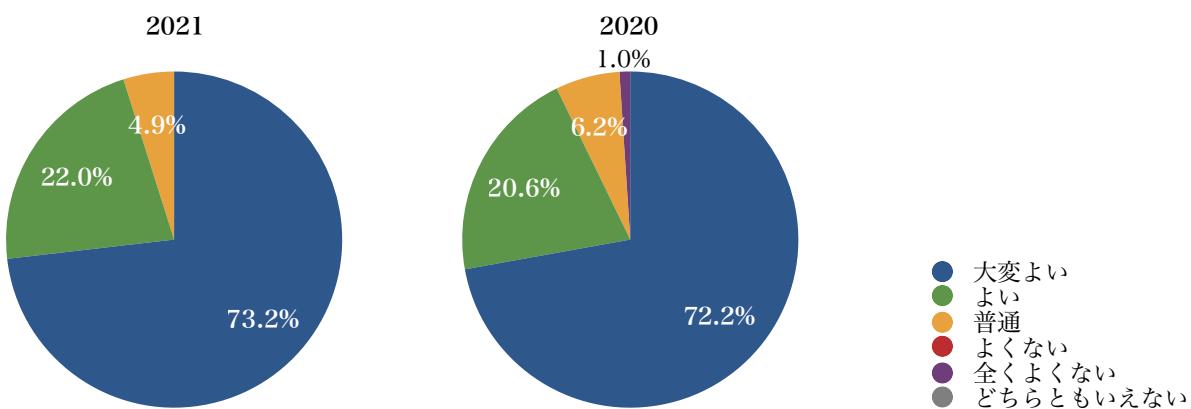
#### 8. 『ベップ・アート・マンスをつくろう会』には参加したか

昨年度と比べ、「参加した」との回答が16%減少した。



## 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95%となった。



## 『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

- ・誰でも気軽にイベントをすることができ、イベントを通じて繋がりを増やせることが良いところだと思います。
- ・普段なかなか行かない場所にも立ち寄るきっかけになるから。
- ・自分のような学生でも参加することができ、作品の発表の場を設けることができたから。
- ・芸術はただ見るだけでなく、誰でも参加できるものだと思わせてくれます。
- ・単独で行うには手間がかかるし、何より実施するタイミングが難しい。毎年決まった時期にアートマンスがあることで、そこに合わせて開催しようと、きっかけになるのでとてもありがとうございます。
- ・自由に参加でき、内容も比較的自由だと思う。
- ・期間を決めて、別府市中でさまざまなアートの催しがあるのは、市民や観光客にアーティストや企画施設を知つてもらう機会となり、ひいては別府市の活力を育てることに繋がると思われる。
- ・色々な場所で、パフォーマンスや作品展をしていますが、別府が一番あたたかいです。古き良き別府の感性か、私のような表現者にとって良い雰囲気を感じます。
- ・例年に比べてメールの返信や連絡が遅くて、どうなっているのかなと思うことがあった。

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

## 2-6. 来場者について

### 1. 来場者数

来場者は25,576名(目標来場者数:10,000名／オンライン閲覧者数含む)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)～30(火) [30日間]	43	27	3,930名
2011年	11/1(火)～30(水) [30日間]	87	57	11,751名
2012年	10/6(土)～12/2(日) [58日間] ※)	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)～30(日) [30日間]	81	72	22,134名
2015年	7/18(土)～9/27(日) [72日間] ※)	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・カプーラ 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・カプーラ『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
2021年	11/20(土)～1/23(日) [65日間] 『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滯」2021-2022』:12/18(土)～2/13(日) [42日間]	136	111	25,576名(来場者数 10,970名、オンライン参加者数 14,606名) 『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滯」2021-2022』の参加者数34,489名を含まず

※) 2012年、2015年は別府現代芸術フェスティバル『混浴温泉世界』の開催にあわせて実施

## 2. アンケート結果

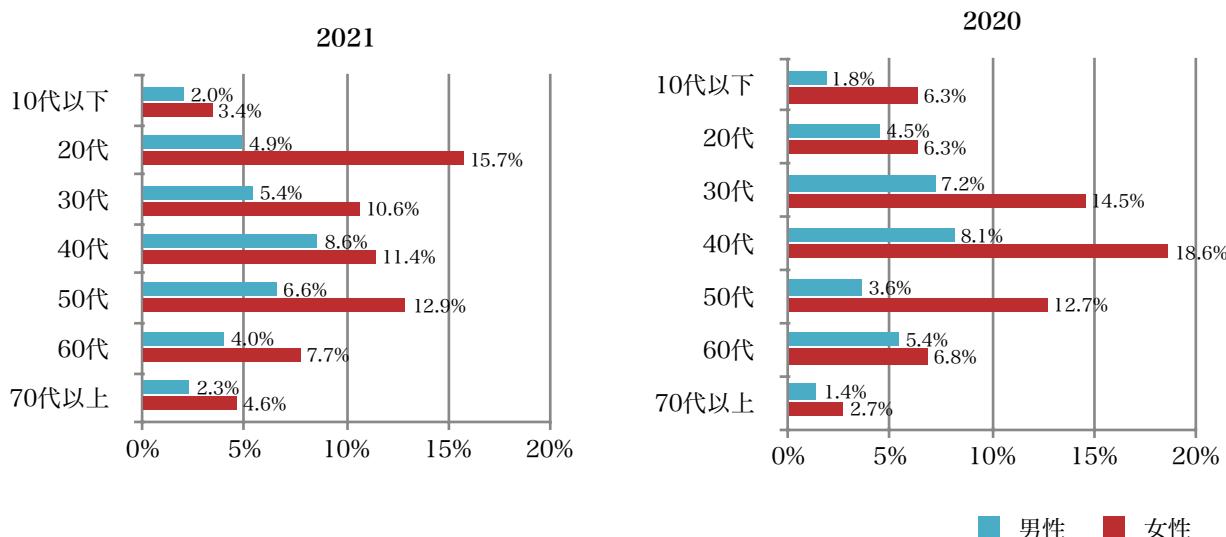
会期中、来場者に下記の質問を記したアンケートを実施した。回収枚数は359枚。

※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. 次回はプログラムの企画者として参加したいと思うか
9. 『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也 「O滞」2021-2022』には参加したか
10. 「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
11. 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

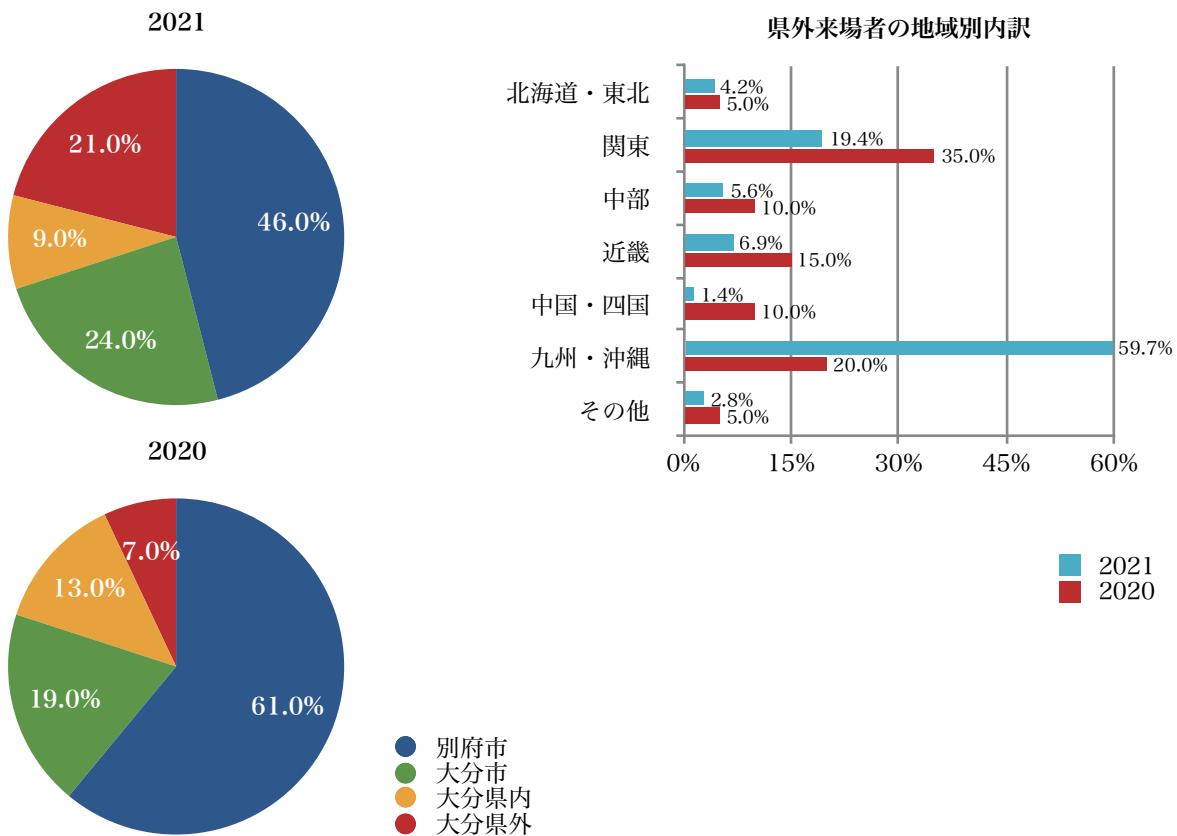
### 1-1. 年齢、性別

昨年と比較し、女性の20代の割合が大幅に増加した。



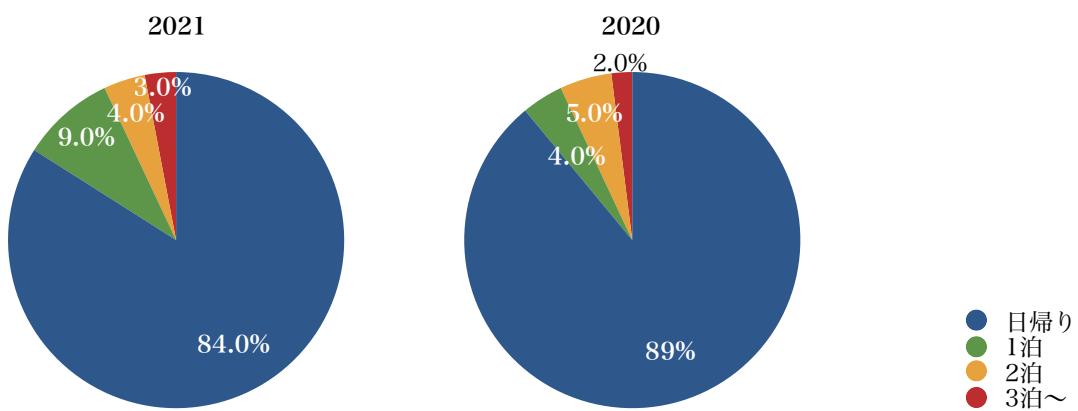
### 1-2. 居住地

昨年度は、県外からの来場者が全体の7%だったのに対し、今年は21%であった。また県外来場者の地域別内訳をみると、「九州・沖縄」の割合が増加した。新型コロナウイルス感染症が落ち着いた時期に近県の旅行先として別府を選択したと推測する。



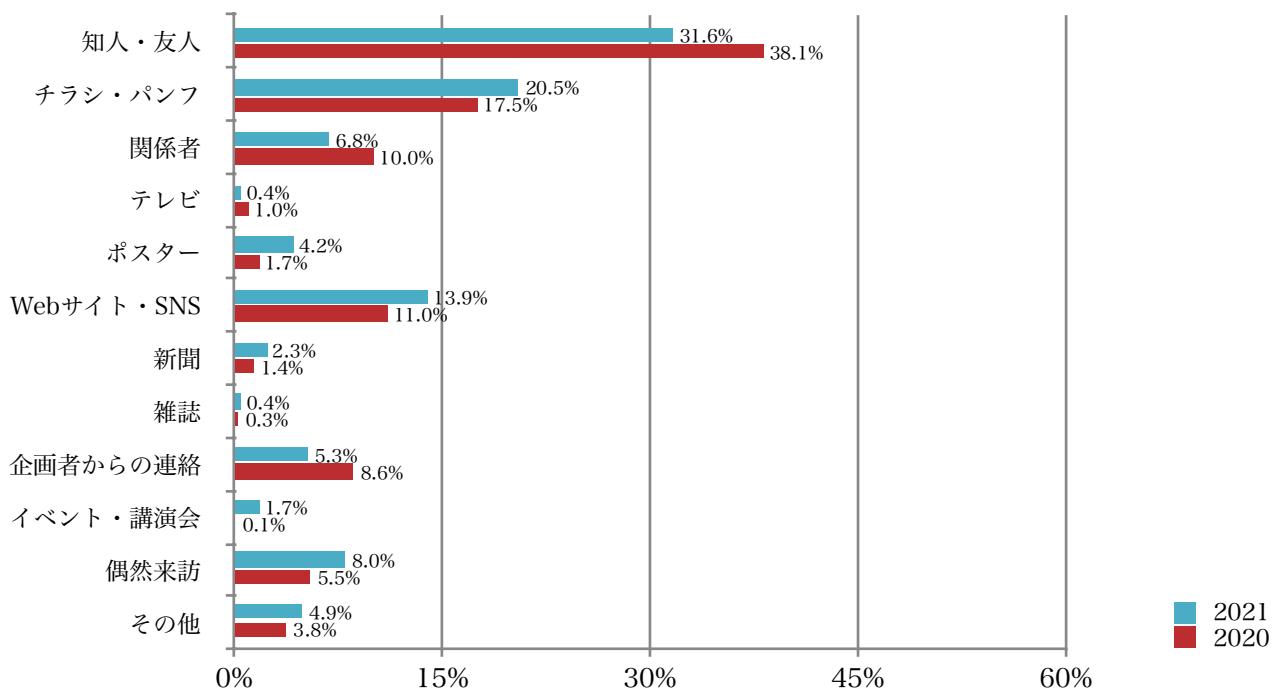
### 1-3. 滞在期間

昨年度と比較し、宿泊した来場者が11%から16%に増加した。なかには、1ヶ月ほど別府に滞在中という回答もあった。



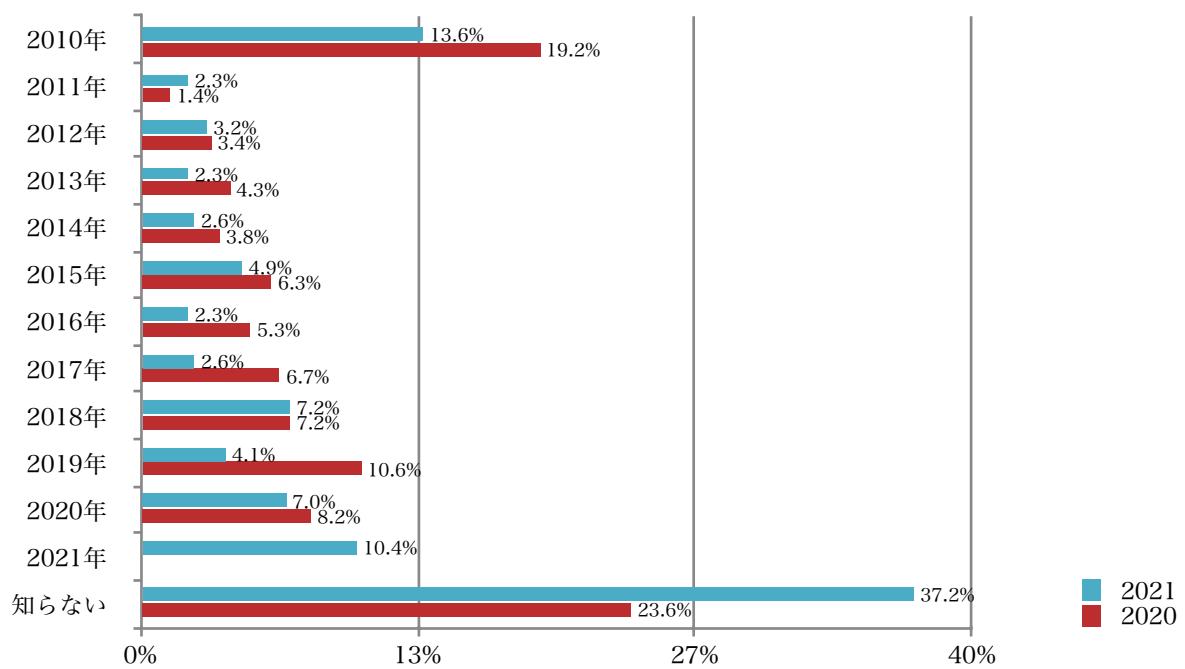
## 2. 今回のプログラムのことをどこで知ったか (複数回答可)

昨年度と比較し、「チラシ・パンフ」、「Webサイト・SNS」、「偶然来訪」が小幅だが増加した。



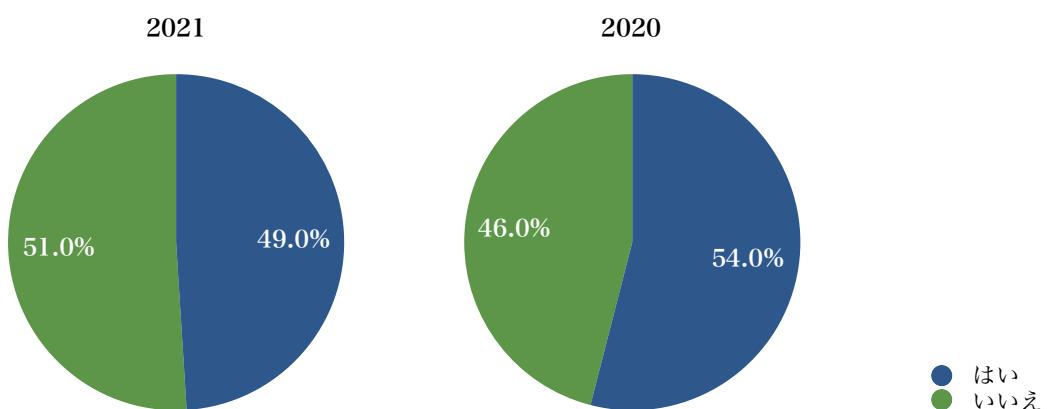
## 3. 『ベップ・アート・マンス』のことをいつから知っていたか

昨年度と比較し、「知らない」の回答が増加した。



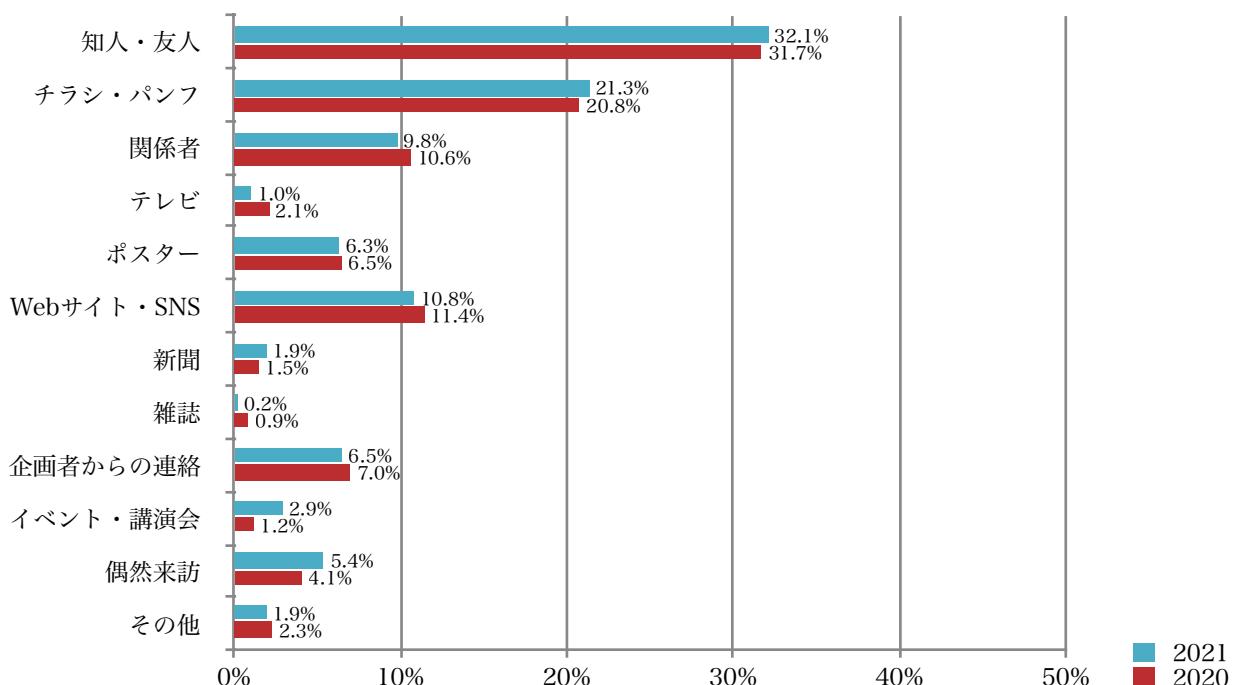
#### 4. 『ベップ・アート・マンス』にこれまで参加したことがあるか

今年度は、『ベップ・アート・マンス』を知っている人と知らない人の割合がほぼ同数だった。



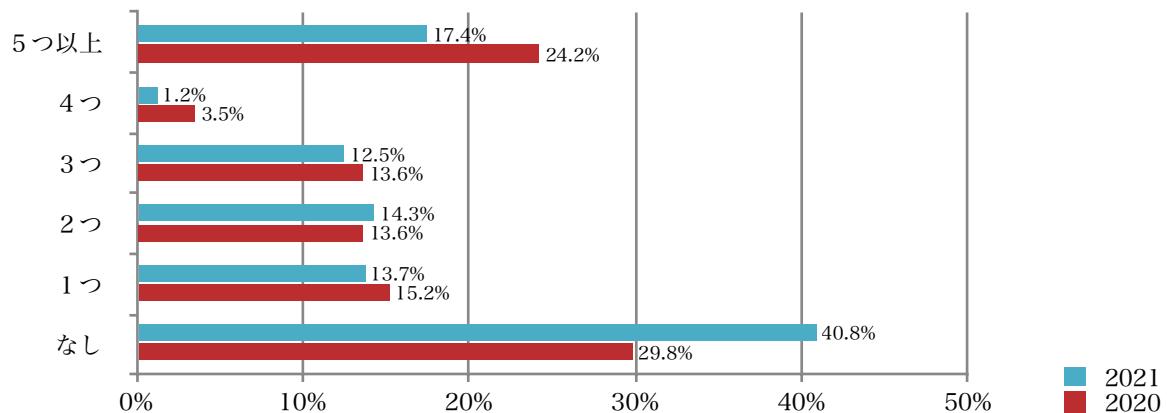
#### 5. 『ベップ・アート・マンス』のことを何で知ったか (複数回答可)

全体的に昨年度と同様の割合となった。



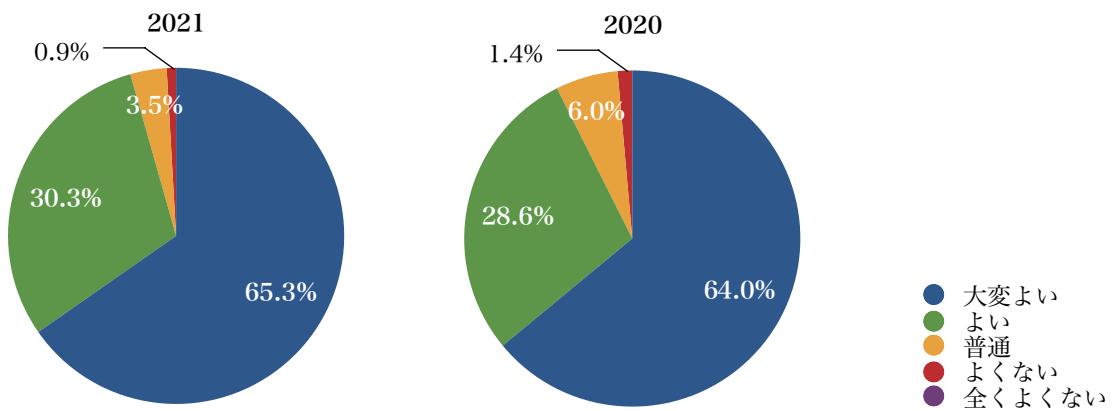
## 6. 他に参加した、または参加する予定のプログラムはあるか

昨年度と比較し、「なし」の回答が11%増加した。



## 7-1. 『ベップ・アート・マンス』という取組への評価

昨年度と比較し、回答の割合に変化は見られなかった。



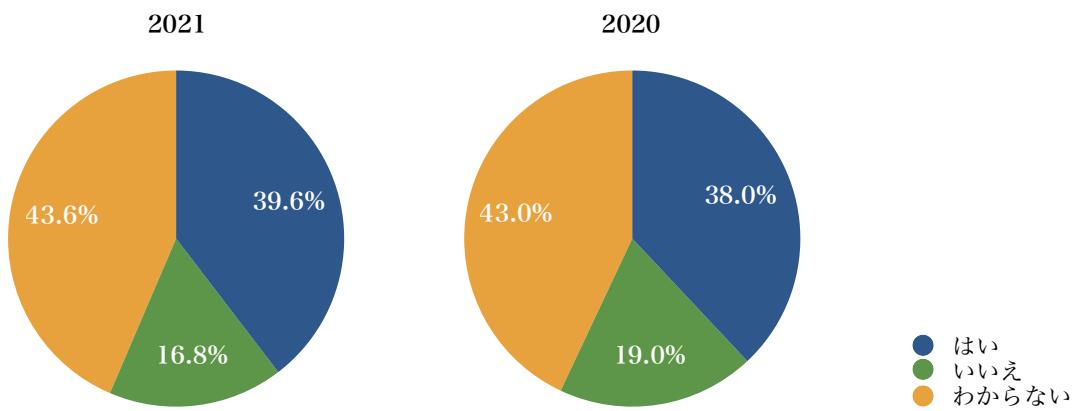
## 7-2. 評価の理由

- ・長期間の開催なので参加できるプログラムが必ず見つかる!
- ・町の活性化、回遊に役立っている
- ・市民をどのように巻き込んでいくか?よく聞こえてくる声です。ムズカシイけど・・・
- ・大分に住んでいますが、観光地以外の別府を知らなかつたのでアートマンスのイベントで色々な別府が見られて楽しい。
- ・誰もが表現することをゆるされて受け入れられていること、とてもポジティブで素晴らしいと思うので
- ・若い人たちの作品を見て、元気が出た
- ・様々なジャンルの企画に気軽に参加できて楽しい
- ・私たちの税金をどう使っているか示してほしい。

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

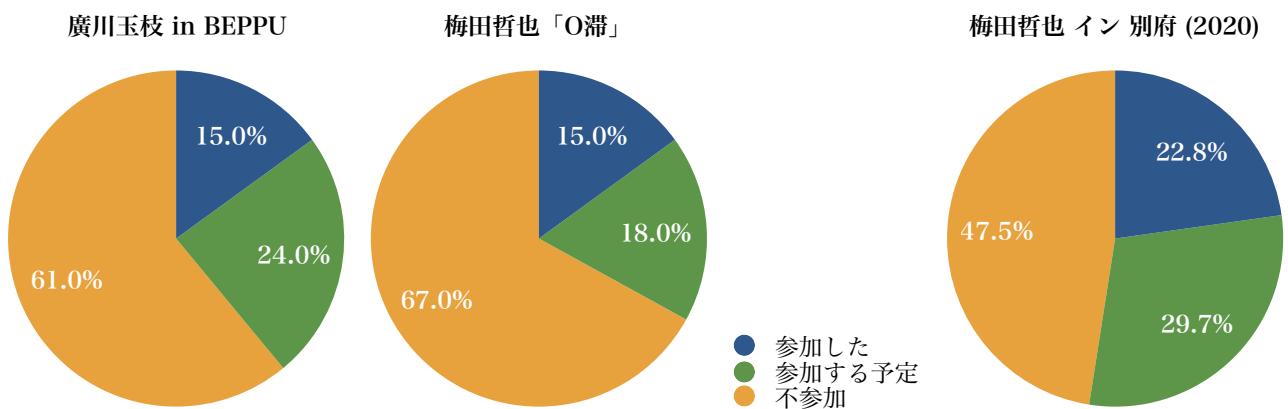
#### 8. 次回はプログラムの企画者として参加したいと思うか

昨年度と比較し、回答の割合はほぼ同様となった。

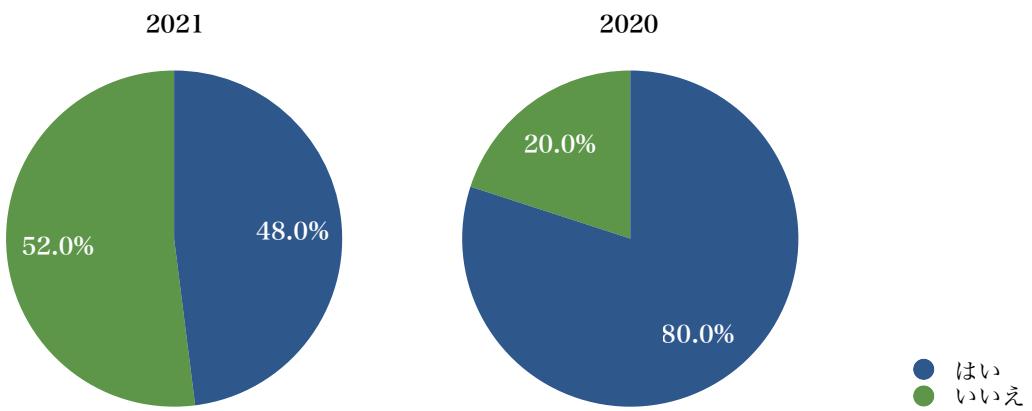


#### 9. 『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滯」2021-2022』には参加したか

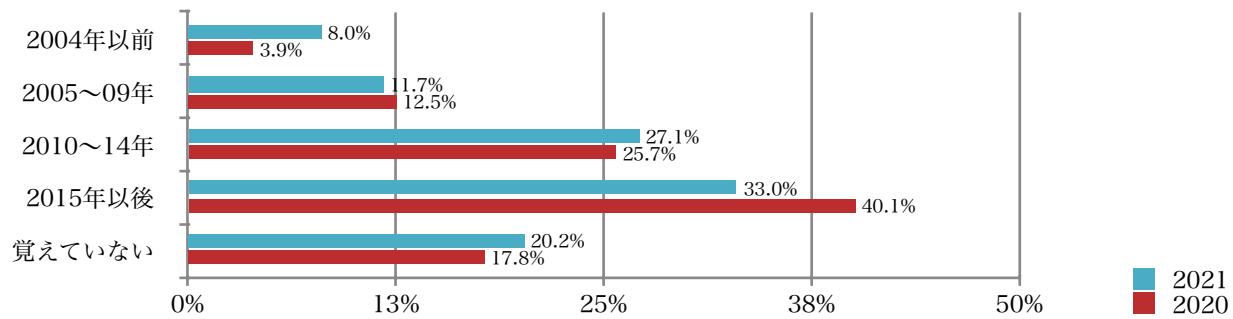
今年度実施された2つのイベントはさほど変わらないが、昨年度と比較すると、「参加した」「参加する予定」の割合が大幅(廣川:約14%、梅田:約20%)に減少した。会期の違いが影響した可能性がある(110ページ「第8章8-1」参照)。



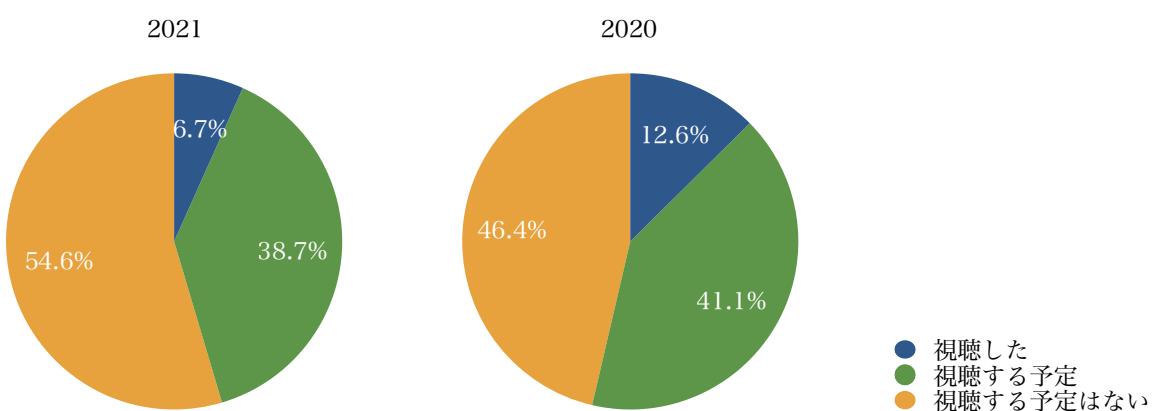
10-1. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか  
昨年度と比較し、「はい」の回答が32%減少した。



10-2. いつごろからそのイメージを持つようになったか  
昨年度同様、「2015年以後」が最も高い結果となった。



11. 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」を合計すると46%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、第5回目は、梅田哲也による『梅田哲也 イン 別府』を別府市内各所で開催した。6回目となる今年度は、服飾デザイナーとして国際的に活躍する廣川玉枝を招聘し、『廣川玉枝 in BEPPU』を開催した。

2. アーティストについて



廣川玉枝 (ひろかわたまえ)

ファッション、グラフィック、サウンド、ビジュアルデザインを手がける『SOMA DESIGN』を設立。同時にブランド『SOMARTA』を立ちあげ『東京コレクション』に参加。第25回毎日ファッション大賞新人賞・資生堂奨励賞受賞。単独個展『廣川玉枝展 身体の系譜』の他Canon『NEOREAL』展、TOYOTA『iQ×SOMARTA MICROCOOSMOS』展、YAMAHA MOTOR DESIGN『02Gen-Taurus』など企業コラボレーション作品を多数手がける。2017年SOMARTAのシグネチャーアイテム『Skin Series』がニューヨーク近代美術館(MoMA)に収蔵され話題を呼ぶ。2018年『WIRED Audi INNOVATION AWARD』を受賞。

3. ロゴおよびメインビジュアルについて



作品テーマ：『祭』

メインビジュアル：今回のプロジェクトを象徴する存在として廣川が考案した「山神」のイメージを起用。別府のエネルギーの象徴とも言える温泉は、山から湧き出て、幾筋もの水脈を張り巡らせて町へと広がり、やがて海へと下って、また山へと還っていく。このビジュアルは、別府を1つの身体に見立て、そのエネルギーが循環する様を温泉の神様「山神」として表現したもの。今回の作品テーマである「祭」がロゴデザインとなり、「山神」の身体に重なり、廣川が別府で新たに創造する「祭」を表現している。

### 3-2. 作品について

展覧会名	廣川玉枝 in BEPPU／TAMAE HIROKAWA in BEPPU
作品テーマ	祭／MATSURI
会期	2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日) (42日間) 休み：毎週火曜日、年末年始 (12月28日[火]～1月6日[木])
参加方法	予約不要
会場	鉄輪むし湯、火男火賣神社、大谷公園、地獄蒸し工房 鉄輪、洗濯場跡およびオンライン
鑑賞料	無料
概要	<p>「祭」をテーマに、廣川が創作した祭=神事の開催を中心に、映像作品や衣裳の展示および、鉄輪温泉街一帯を「装う」大規模な展覧会を実施した。</p> <p>祭は、温泉の水脈を辿るように、山、町、海で実施した。山=『追儺式神事奉納』、町=『地獄祭神事奉納』、海=『火祭神事奉納』の3つの祭のうち、『地獄祭神事奉納』では、ダンサーの湯浅永麻と大宮大漿のほか、大分県内各所から集まった一般市民も出演し、廣川がデザインした神々の衣裳をまとっての練り歩きやパフォーマンスをおこなった。</p> <p>常設展示では、3つの祭をはじめとする映像作品の展示のほか、鉄輪エリアにて廣川の代表作である「Skin Series」を用いた提灯と暖簾による屋内外のインスタレーションや、祭で着用した衣裳の展示をおこなった。加えて、鉄輪温泉街の商店や旅館に廣川がデザインした暖簾を設置。そこで働く人々も廣川がデザインした半纏や面を着用しておもてなしをし、町一帯を舞台に展開した。</p>
協力	当作品の制作にあたり、祭や映像作品への出演や会場・物品の提供など、多くの方々に協力をいただいた。詳細は下記の通り。 秋吉宏記、a side -満寿屋-、アルテノイエ、飯島剛哉、石井みやげ品店、井田自治会、市口朋子、EMOJI KOUBOH、大分太鼓堂、大分みらい信用金庫 鉄輪支店、大平由香理、お好み焼き 桃太郎、ONtheON、温泉山永福寺、勝太郎食堂、鉄輪豚まん本舗、鉄輪旅館組合、ギャラリーまるやす、北中自治会、株式会社 共立エステート、株式会社 共立メンテナンス、清武優子、香蘭ファッショングデザイン専門学校、後藤 美妃子、ことぶき屋、権藤和雄、茶房アリス、茶寮大路、地獄蒸し工房 鉄輪、柴田聰子、霜田裕子、下平千夏、しんきや旅館、大黒屋旅館、DANCE STUDIO BOOGIE PLACE、地熱観光ラボ 縁間、株式会社 血の池地獄、塚原温泉火口乃泉、手作り工房 夢、湯治柳屋、湯治宿 ひろみや、トビラボ ベップ、野中香織、学校法人 日本教育財団 名古屋モード学園、八幡朝見神社、ヒライユミコ、株式会社 ビルネット、ひょうたん温泉、風呂本自治会、別府浜脇子ども太鼓、別府りんご園、火男火賣神社、火壳自治会、本田綾乃、松田洋子、御幸自治会、蒸土茶樓、村田萌菜、矢野勝子、矢野裕子、湯あみ堂本舗、ユキハシ トモヒコ、ゆめ十夜、吉松ちぐさ、よろずや薬局、旅館 入舟荘、旅館 筑新、旅館 みゆき屋、レストラン三ツ星、ほか、ご協力・応援してくださったすべてのみなさま
参加者数	30,130名 来場者数：26,770名、オンライン参加者数：3,360名



【常設示】  
鉄輪むし湯インスタレーション夜景



【祭】の1つである『地獄祭神事奉納』



【町人の装い】の1つである『地獄蒸し工房 鉄輪』の地獄柄文様の制服

Photo by SHINYA KEITA (ROLLUPstudio.)

Photo by SHINYA KEITA (ROLLUPstudio.)

Photo by Takeshi Fukui (SOMA DESIGN)

## パフォーマンス

作品タイトル	地獄祭神事奉納
開催日時	2021年12月18日(土) 12:00~17:00
参加方法	予約不要
練り歩きルート	火男火賣神社～大谷公園～鉄輪むし湯
会場	鉄輪むし湯前広場
鑑賞料	無料
参加者数	920名
内容	昼と夜がアンバランスになり太陽の力が1年でもっとも弱くなる冬至。悪霊や疫鬼が集まりやすいとされるこの時期に、衣裳をまとい神の依り代となったダンサーの湯浅永麻と大宮大漿と一般市民が練り歩きをおこない、鉄輪温泉街で厄祓いのパフォーマンスを披露した。最終目的地である鉄輪むし湯前広場では、疫鬼と場の穢れを祓うパフォーマンスをおこない、多くの観衆とともに新たな春を迎えるため大地にエネルギーを与える盛大な祭を実施した。イベントは撮影・編集し、映像作品として洗濯場跡で展示したほか、オンラインでも世界へ広く発信した。
 <span>まれびとが火男火賣神社を出発する様子</span>  <span>まれびとに泥を振舞われる女性</span>  <span>鉄輪むし湯前でのまれびとのパフォーマンスを見てはしゃぐ子どもたち</span>	
Photo by Takeshi Hirabayashi	

## 常設展示

衣裳展示	
作品タイトル	①火の精霊・火鬼 ②来訪神・まれびと
会期	2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日) (42日間) 休み：毎週火曜日、年末年始(12月28日[火]～1月6日[木]) ※②は12月18日(土) 休み
鑑賞時間	①10:00～16:00 ②10:00～19:00
参加方法	予約不要
会場	①火男火賣神社 ②大谷公園
鑑賞料	無料
内容	別府を形成する自然のエネルギーをイメージして創作された衣裳の展示をおこなった。 ①火の精霊『火鬼』の1体の衣裳。山でおこなわれた『追儺式神事奉納』で着用したもの。 ②来訪神・まれびと12体の衣裳。町でおこなわれた『地獄祭神事奉納』で着用したもの。



①『火鬼』の衣裳展示風景



①『火鬼』の衣裳



②『まれびと』の衣裳展示風景

Photo by SHINYA KEITA (ROLLUPstudio.)

### インスタレーション

会場	①鉄輪むし湯 ②地獄蒸し工房 鉄輪 ③鉄輪温泉街の商店や旅館
会期	2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日) (42日間) 休み：毎週火曜日、年末年始(12月28日[火]～1月6日[木])
鑑賞時間	施設の営業時間に準ずる
参加方法	予約不要
鑑賞料	無料
内容	①②建物の外観・内観を「Skin Series」でできた魔除け提灯や暖簾で大胆に彩り、地獄から訪れた来訪神・まれびとを迎える場とした。会期中は、鉄輪温泉街の地域の方々が地獄文様の絆纏と雑面を着用しておもてなしした。 ③鉄輪温泉街の地域の方々が地獄文様の絆纏と雑面を着用しておもてなしし、協力店舗や旅館の軒先に地獄柄のプリント暖簾を設置した。

①鉄輪むし湯  
屋外インスタレーション風景①鉄輪むし湯  
「Skin Series」による魔除け提灯と暖簾①鉄輪むし湯  
女湯暖簾②地獄蒸し工房 鉄輪  
屋外インスタレーション風景②地獄蒸し工房 鉄輪 屋外インスタレー  
ション風景と衣裳を着用するスタッフ

③鉄輪温泉街に飾られた地獄柄の暖簾 \*

\*以外全て Photo by SHINYA KEITA (ROLLUPstudio.)

映像展示	
作品タイトル	①MATSURI MOVIE ②追儺式神事奉納 ③地獄祭神事奉納 ④火男新春竈舞祭奉納 ⑤火祭神事奉納
会期	<p>以下の通り、順次公開          ①2021年9月6日(月)～2022年2月13日(日)          ②2021年12月11日(土)～2022年2月13日(日)          ③2021年12月29日(水)～2022年2月13日(日)          ④2022年1月15日(土)～2022年2月13日(日)          ⑤2022年2月13日(日)のみ          休み：毎週火曜日、年末年始（12月28日[火]～1月6日[木]）</p> <p>※オンラインでは会期終了後も継続して公開</p>
鑑賞時間	10:00～19:00
参加方法	予約不要
会場	洗濯場跡
鑑賞料	無料
内容	<p>以下の内容の映像作品の展示をおこなった。</p> <p>①芸術祭のコンセプトムービー</p> <p>②芸術祭の始まりを告げる山の神事。火の精霊「火鬼」による疫病祓いの神楽を奉納。          演出・振付・出演：湯浅永麻          演奏：松岡真広、松岡 真羽音 (別府浜脇子ども太鼓)          神事：加藤誠司 (火男火賣神社)          撮影地：伽藍岳</p> <p>③町の神事。地獄祭神事奉納。          演出・振付：湯浅永麻、大宮大獎          出演：大宮大獎、工藤 功太郎、財津光佑、佐藤晴天、高倉昭仁、伊達修二、徳丸昌則、          仁科友恵、野中香織、花田潤也、東 智恵、牧野史和、矢野勝子、湯浅永麻          神事：加藤誠司 (火男火賣神社)          撮影地：火男火賣神社～鉄輪温泉街</p> <p>④竈門の精霊「火男」が新春を祝福し、五穀豊穣と竈門の繁栄、無病息災を祈る神楽を奉納。          演出・振付・出演：大宮大獎          撮影地：地獄蒸し工房 鉄輪</p> <p>⑤海の神事。神聖な火である忌火を熾し、火の精霊「火命」による疫病祓いの神楽を奉納。浄化の力で厄災を焼き尽くし、邪氣を飲み込んで大海へと鎮め、常世の海に消え去り、世界を清浄へ導く。春到来を祝福するとともに芸術祭の終わりを告げる祭。          演出・振付・出演：湯浅永麻          演奏：松岡真広、松岡 真羽音 (別府浜脇子ども太鼓)          神事：八幡朝見神社</p>



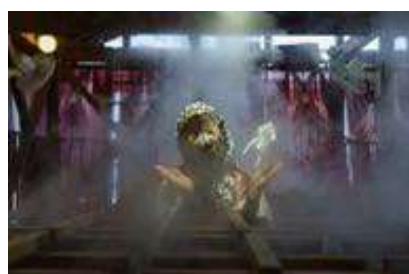
①『MATSURI MOVIE』



②『追儺式神事奉納』\*1



③『地獄祭神事奉納』\*2



④『火男新春竈祭舞奉納』\*1



⑤『火祭神事奉納』\*2



洗濯場跡外観\*3

\*1 Photo by SHINYA KEITA (ROLLUPstudio.)

\*2 Photo by Takeshi Hirabayashi

\*3 Photo by Takeshi Fukui (SOMA DESIGN)

## ONLINE GALLERY

会期	順次公開
参加方法	オンライン
会場	Webサイト内 ( <a href="https://inbeppu.com/gallery">https://inbeppu.com/gallery</a> )
鑑賞料	無料
内容	①映像作品のオンライン配信 ②特設Instagramアカウント@tamaehirokawa_inbeppu ③関連イベントのオンライン配信



特設Instagramアカウント

### 3-3. 関連イベント

イベント名	トークイベント ①第1回「日本の祭におけるまれびとー写真家の視点から」 ②第2回「脳科学でひとく、廣川玉枝による『祭』」
実施場所	①a side -満寿屋- (別府市大字鉄輪738番地4) およびオンライン ②富士屋ギャラリーー也百 2階ホール (別府市鉄輪上1組) およびオンライン
参加費	無料
実施日	①2021年12月19日(日) 11:00~12:00 ②2021年12月19日(日) 15:30~16:30
配信期間	ライブ配信：各回実施日に準ずる アーカイブ配信：2022年1月9日(日) 10:00~3月31日(木) 23:59
登壇者など	①登壇者：廣川玉枝、石川直樹 進行：林信行 ②登壇者：廣川玉枝、中野信子 進行：林信行
参加者数	①来場者：20名／オンライン視聴者：443名 ②来場者：29名／オンライン視聴者：403名
内容	それぞれに異なる分野で活動してきたゲストと廣川玉枝との対談を通じて、本展のテーマである「祭」やアーティストの魅力に多角的に迫るトークイベント。 ①廣川による「祭」において重要な位置を占める「まれびと」について、地域や風土によって異なるこの存在を10年以上にわたって取材しカメラに収めてきた写真家の石川直樹とともに語った。 ②脳科学者でありアートにも造詣が深い中野信子が、本展における「祭」の独自性や効果について、脳科学の知識を紹介しながら分析した。
  	
第1回トークの様子 第2回会場の様子 第2回トークの様子	
Photo by SINYA KEITA (ROLLUPstudio.)	

### 3-4. 運営について

受付	常設展示会場のうち2ヶ所が有人の観光施設だったため、本展専用の受付を別途設置しなかった。市街地から会場へ来る来場者への案内は、JR別府駅構内に設置された『ベップ・アート・マンス』インフォメーションセンターのスタッフがおこなった。また、会場エリア近くの民間の観光案内所とも連携し、本展の案内をしてもらった。
アルバイト／ボランティア	アルバイト：運営にあたっては募集しなかった。 ボランティア：来場者への案内やアンケート配布業務のため、会期中の土日祝日を中心として必要最小限の人数を募集した。感染対策を万全におこなったうえで業務にあたってもらった。
	下記の広報物を制作した。 ①Webサイト ( <a href="https://inbeppu.com">https://inbeppu.com</a> ) ②ポストカード (変形サイズ) 4,000部 ③ポスター (B2サイズ) 200部 ④チラシ (A4巻三つ折りサイズ) 15,000部 ⑤市民向けチラシ (A4サイズ) 4,000部
広報物の制作	<p>①Webサイト</p>  <p>②ポストカード</p>  <p>③ポスター</p>  <p>④チラシ表面</p>  <p>④チラシ裏面</p>  <p>⑤市民向けチラシ</p> 

	<p>告知看板をJR別府駅前、鉄輪温泉街、10号線沿いに設置した。また各展示会場には案内看板、周辺の駐車場などには誘導看板を設置した。</p>
看板の制作	   <p>鉄輪温泉街に設置した告知看板      展示会場（大谷公園）の案内看板      誘導看板</p>
	<p>廣川が町の装いのためにデザインしたオリジナルの柄を用いててぬぐいや長袖Tシャツを制作したほか、大分県の郷土玩具をモチーフにした作品を手がける豊泉堂との協働のもと、『地獄祭神事奉納』に登場したまれびと『天鬼（アマキ）』と『巴（トモエ）』の人形を開発した。てぬぐいとTシャツはSELECT BEPPUの店頭とオンラインショップにて、豊泉堂コラボグッズはSELECT BEPPU店頭限定で販売した。</p>
オリジナルグッズの制作	  <p>てぬぐい</p>  <p>豊泉堂コラボ『天鬼』と『巴』</p>

制作数および売上額（対象期間：2021年12月18日～2022年2月13日）

品目	制作数	販売額（円）	売上数	売上額（円）
てぬぐい	100	1,650	33	54,450
Tシャツ（長袖）	140	3,850	18	69,300
豊泉堂コラボ『天鬼』	21	1,650	21	34,650
豊泉堂コラボ『巴』	21	2,750	18	49,500
売上総額				207,900

### 3-5. 来場者について

#### 1. 参加者数

本展の参加者数は、30,130名(来場者数：26,770名、オンライン参加者数：3,360名)であった。

#### 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235枚。比較のため昨年度に開催した『梅田哲也 イン 別府』の回答も掲載する(『廣川玉枝 in BEPPU』のアンケートとの比較項目がない回答は掲載しない)。

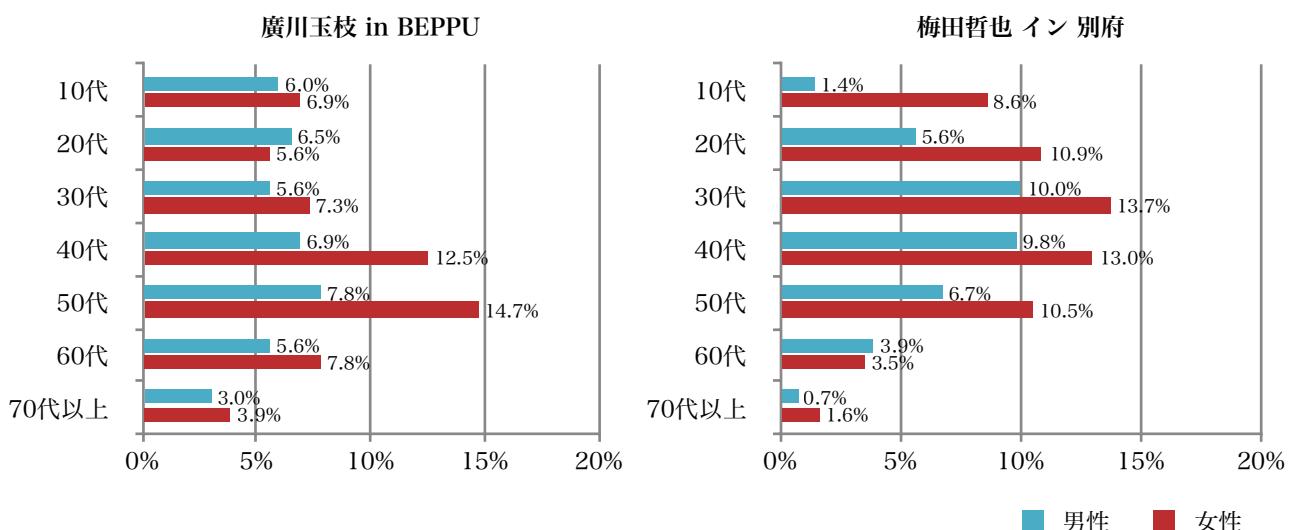
なお、アンケートは下記の方法で収集した。

- ・会期中、通期で展示会場である『鉄輪むし湯』の休憩所と『洗濯場跡』に設置
- ・会期中の任意の日時(土日祝日中心)にスタッフが各会場を巡回して配布
- ・市内の高校の課外学習を受け入れた際に生徒に配布
- ・周辺自治会の回覧板に挟み込み配布
- ・オンラインでも回答可能にし、WebサイトやSNSで周知

1. 年齢、性別、居住地、滞在期間
2. 『廣川玉枝 in BEPPU』の評価
3. 『廣川玉枝 in BEPPU』の鑑賞した会場、回数
4. 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
5. どこで知ったか(複数回答可)
6. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか(複数回答可)
7. 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)
8. 『ベップ・アート・マンス』『梅田哲也「O滌」再公開』には参加するか
9. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問
10. 「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

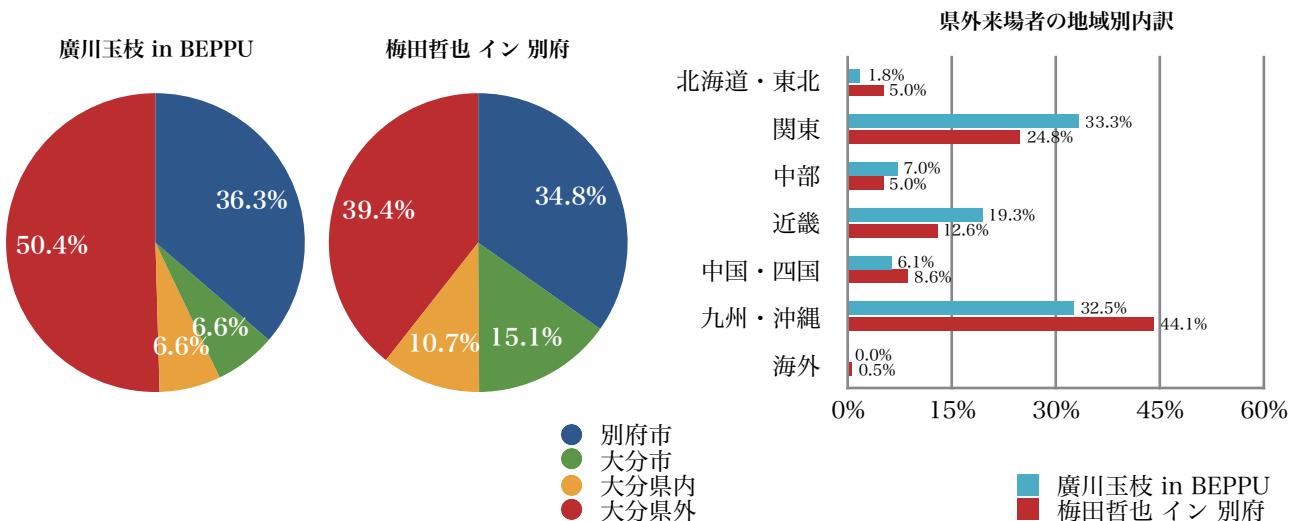
#### 1-1. 年齢、性別

昨年度と比較し、男性は10代から60代までの数値に大きな差がない。女性については20代と30代が減り、50代が増えた。



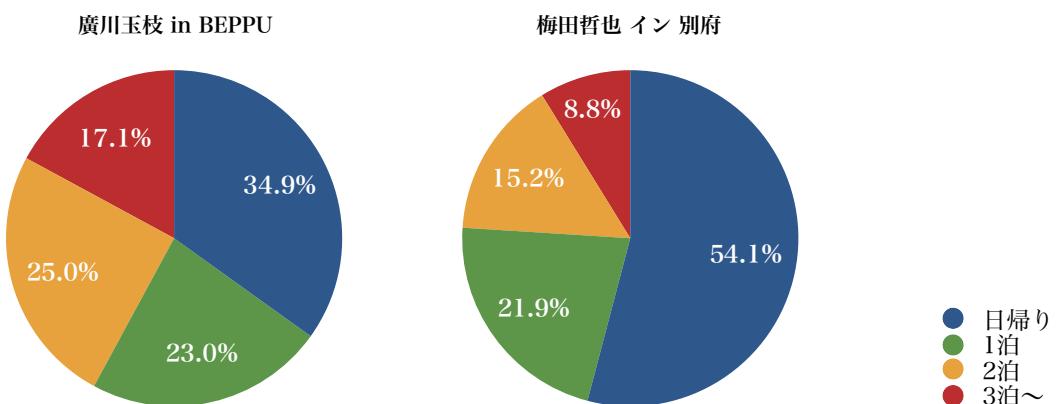
## 1-2. 居住地

昨年度と比較し、大分県外からの来場者が増え、大分県内および大分市からの来場者が減った。県外来場者の地域内訳では関東と近畿が増え、九州・沖縄が減った。



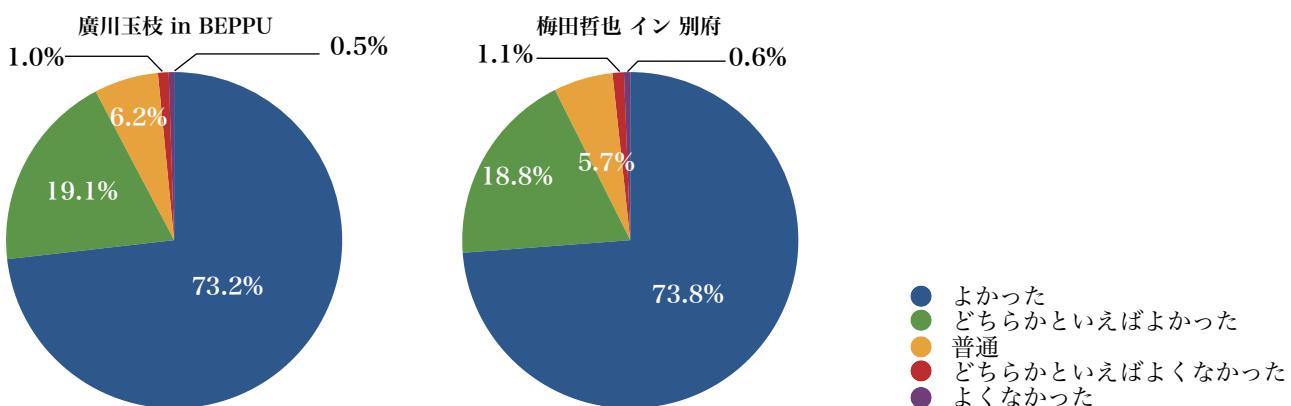
## 1-3. 滞在期間

昨年度と比較し、宿泊者が大幅に増えた。「2泊」が10%増加し、「3泊以上」は8 %増加した。



## 2-1. 『廣川玉枝 in BEPPU』の評価

昨年度とほぼ同様の結果となった。



## 2-2. 評価の理由

### 「よかったです」と回答した方の理由

- ・祭のテーマでこのご時世や情勢ならではの背景があって、ポスターやロゴのインパクトが非常に大きかったです。
- ・祭を起点とするアートの行為のなかに地域性の濃度がとても深くあり、楽しかったです。
- ・祭をデザインし、地域を1つにする取組みが素晴らしかった。
- ・今まで見た事ない感じのアートでした。
- ・プリミティブなダンスとアバンギャルドな衣装、神事のパワーと伝統への敬意を感じ、この時期にさらに感じるエネルギーにパワーをもらいました。
- ・久しぶりのおまつり、踊り、迫力。
- ・実際に火男火賣神社、地獄蒸し工房前で見させていただき、迫力に圧倒されました。子供がとても喜び、イベント後も毎日動画を見ている程です！！！
- ・大変良かった！心の奥底の魂を揺さぶられた！！大感謝です！！！
- ・来訪神が好きで、いつか見てみたいと思っていたら、ちょうど大分に来るときにこのイベントがあったので、良かったです。子どもも大人も色んな人と一体となる地域性のあるもので、とても楽しかったです。
- ・私は火男火賣神社前通りで皆様が一生懸命準備されてるのも拝見しました。夫もビデオを撮ったり孫も大喜びで蒸し場のビデオをみて下まで見に行けばよかったですと思います。市内全体にもっと伝達されてたらもっと盛り上がると思います。今年もやって欲しいです。絶対！！
- ・衣装も素晴らしい、ねり歩きをみて感動しました。素晴らしいものをありがとうございました。感謝しています。
- ・日頃、そんなに芸術に触れていない私のようなものにとって、今まで一番わかりやすく、身近に感じられたイベントでした
- ・祭が1回だけなのはさみしいので、来年以降も継続してほしい！
- ・どこかオセアニアを彷彿とさせる猛々しいデザインは、意外なほど鉄輪の町並みにぴったりで驚きました。異形の者たちによる演舞や練り歩きも、生で見たら迫力あったでしょうね。イベントのある日に、見れなかったのが残念です。初日の巡行を拝見しました。これまでとは趣向を異にし、とても良かったです。ただ、今回はスケジュール的に初日に別府に行けましたが、この日を逃すと、わざわざ遠方から別府に行くには地味な企画であり、その落差が大きすぎると思いました。
- ・鉄輪の街全体で行うイベントなので街に統一感があり雰囲気がとてもよかったです。
- ・別府の持っている奥の部分がまた一つ見れた気がする作品でした。
- ・蒸し湯がとてもかっこよくなっていました。悪霊退散ではないですがコロナが鎮まりそうなかんじでよいです。
- ・鉄輪の雰囲気が良くなかった。
- ・鉄輪中を彩っていた赤い色が炎のようで、別府の街に昇っている湯気と合わさりとても綺麗だった。実際に祭事の様子を見ることが出来なかったのが残念だった。期間中に現地で体験できるイベント等があれば、会場へ何度も足を運びたいなと思った。町の人たちも「終わって欲しくない」と話していて、このお祭りがこの町に根付き何年も続く催しなればいいなと感じた。
- ・街全体で協力しているのがいいと思った。

### 「どちらかといえばよかったです」と回答した方の理由

- ・今回のは見て回るだけでも、鉄輪の魅力にとりつかれるようで、とても楽しいのですが、廣川さんの作品を楽しむとなるとお祭りに参加したり、地元の人にお話を聞いたり、関わっていかないと難しいかなと。お祭り参加したかったなー！
- ・若者や子供たちと違い年配者としては初めてなのでどう楽しむのか戸惑う部分もあった。見るだけでは楽しみかたがよくわからない。
- ・鉄輪の建築様式と赤いぬのがすごく合っていてとてもキレイでした。ただ、私の住んでいる町からは、こんなことが行われているのはまったくしらなかった。色々な街や別府駅にポスターや美術品をかざってみるのもいいかもしれません。

### 「普通」と回答した方の理由

- ・ちょっと激しい感じがします。
- ・はじめての訪問なので、のぞいてみるまで、ただかざっているのだと思っていました。案内をもっとしてもらえると楽しめたかと。

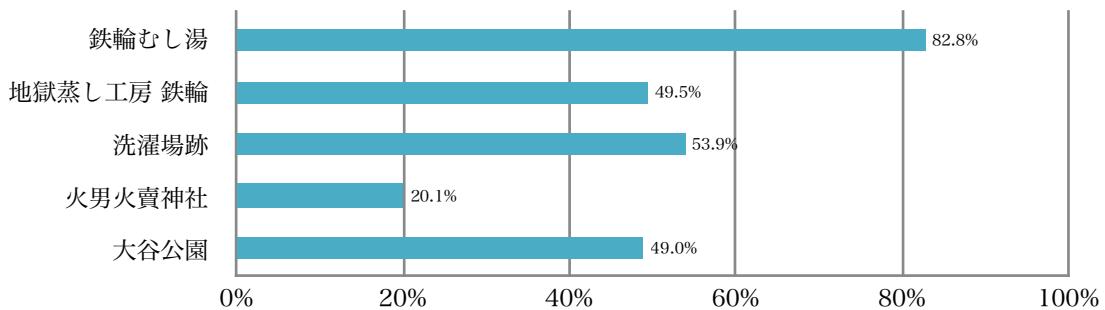
### 「どちらかといえばよくなかった」と回答した方の理由

- ・赤と黒による蒸し湯等の装飾は、あまり好感を持てない。

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

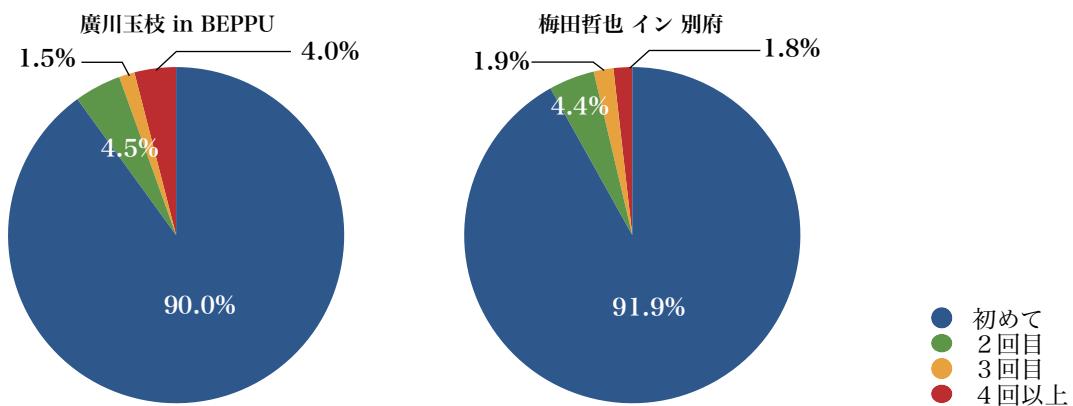
### 3-1. どの会場を鑑賞したか

来場者の8割は『鉄輪むし湯』を鑑賞している。



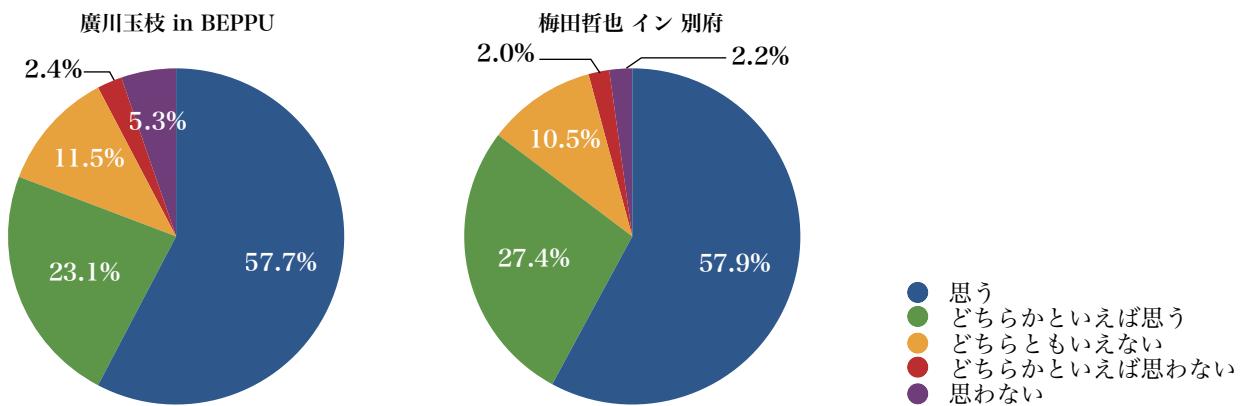
### 3-2. 今回の作品を鑑賞するのは何回目か

昨年度とほぼ同様の結果であるが、4回以上の来場者がやや増えた。



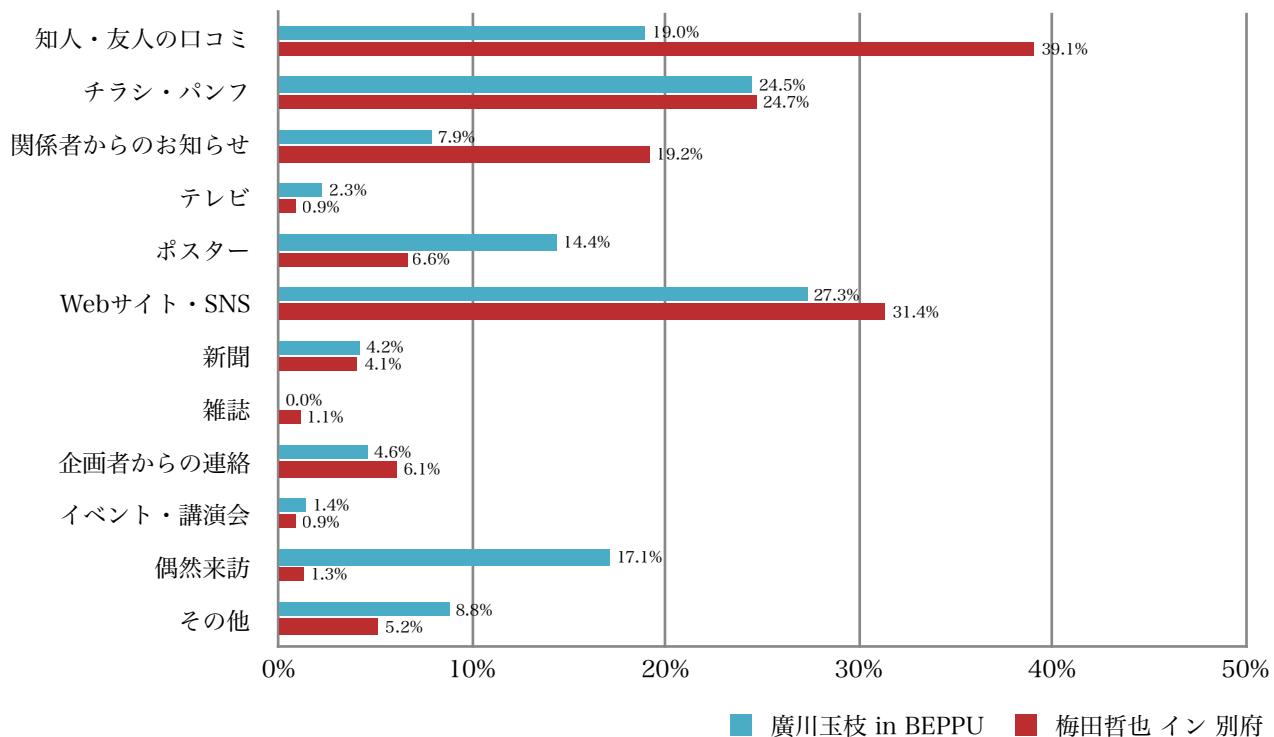
### 4. 今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか

昨年度と同様、約80%の来場者が「思う」「どちらかといえば思う」と答えた。一方で「思わない」がやや増えた。



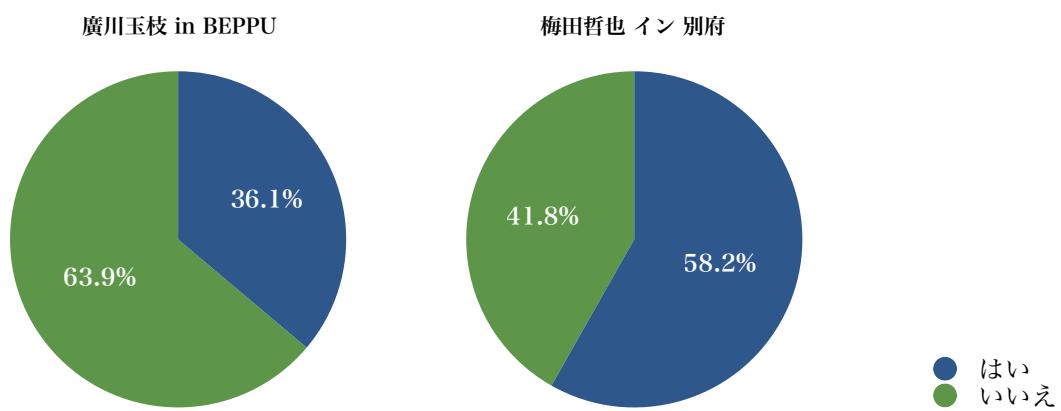
##### 5. どこで知ったか (複数回答可)

昨年度と比較し、「知人・友人の口コミ」「関係者からのお知らせ」が大幅に減り、「偶然来訪」が大幅に増えた。また、「ポスター」が2倍以上に増えた。



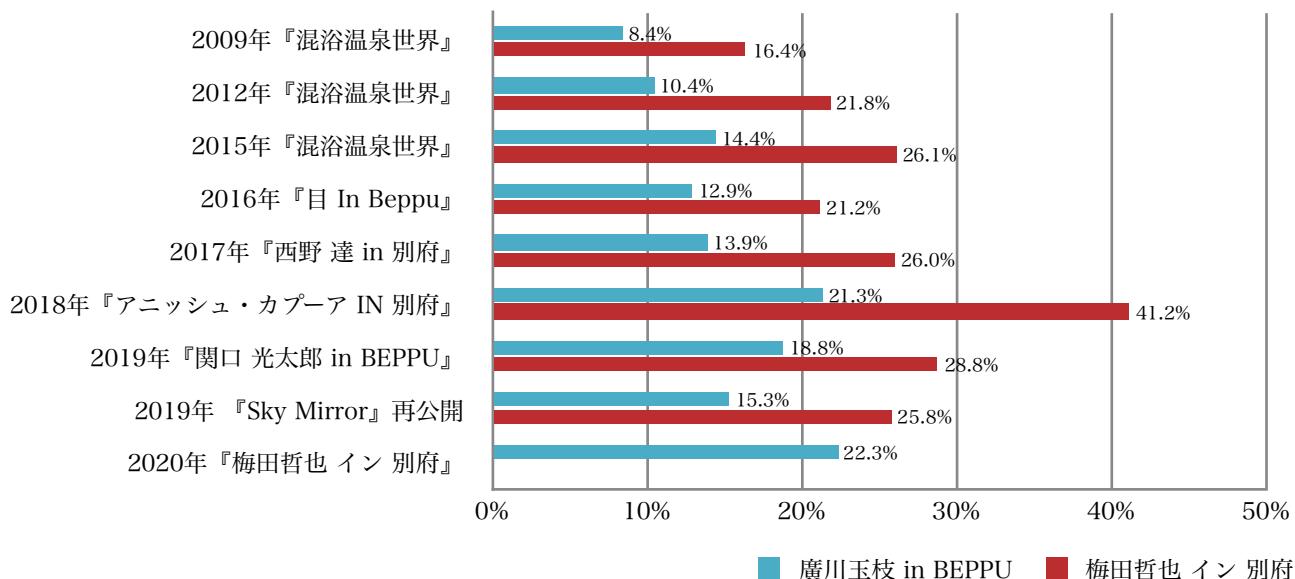
##### 6-1. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか (複数回答可)

昨年度と比較し、「はい」が大幅に減った。



## 6-2. どの事業に参加したか

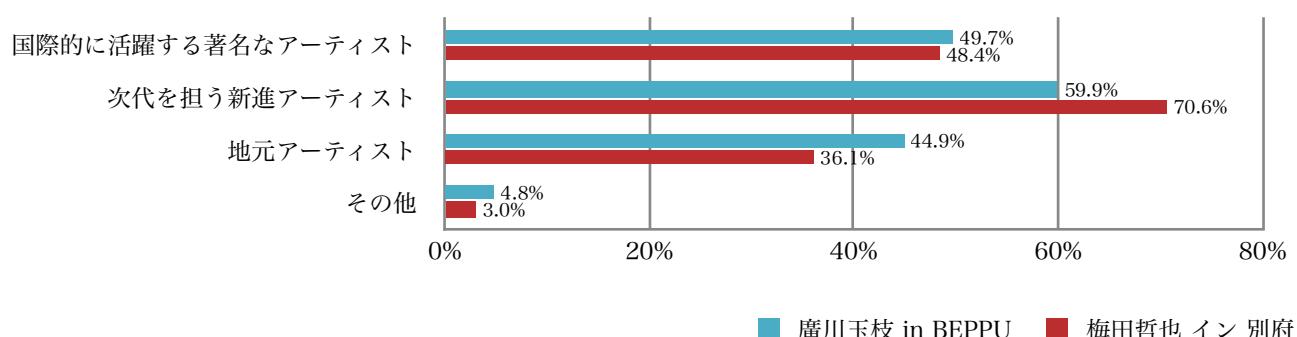
昨年度と比較し、全体的にどの数値も減っている。最も多かったのは、昨年度開催した『梅田哲也 イン 別府』であつた。



## 7. 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)

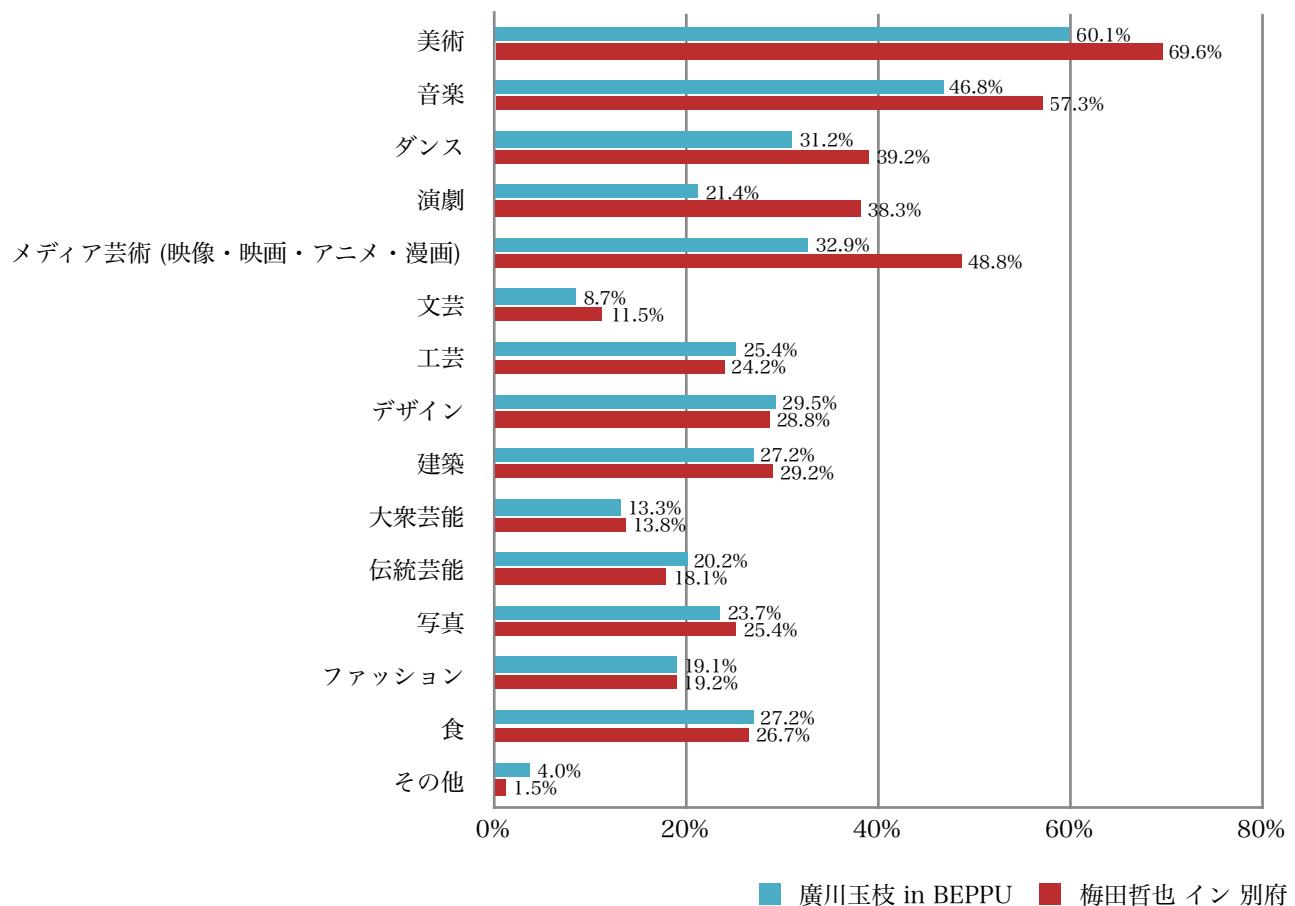
### <アーティスト> の項目

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



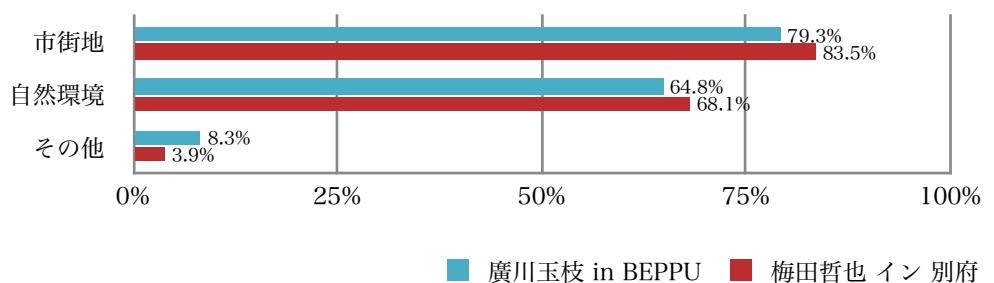
### <ジャンル> の項目

昨年度同様「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」の割合が減った。



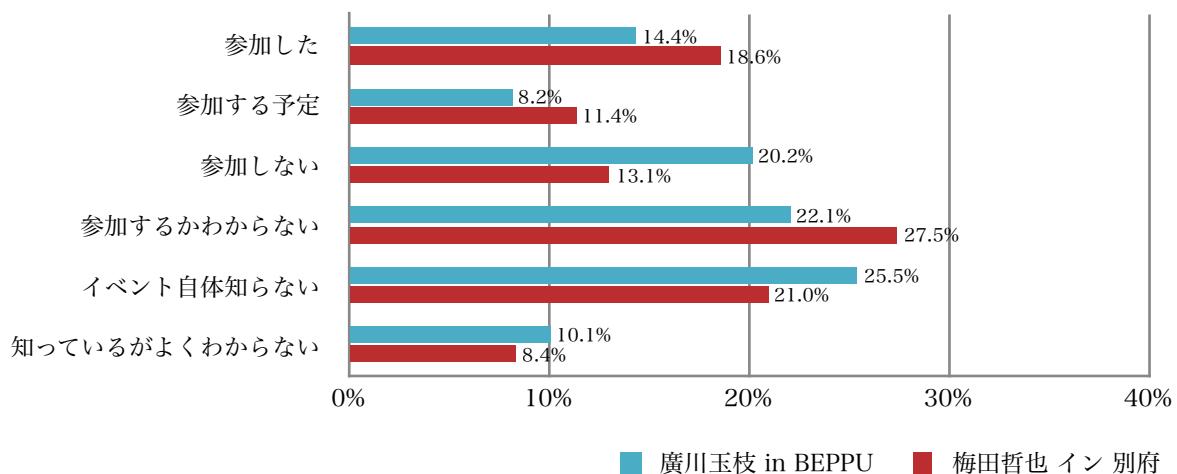
### <場所> の項目

昨年度と比較して「その他」がやや増えた。その他の自由記述の回答には「神社仏閣、古民家、温泉場」「駅、学校」「オンライン」などがあった。



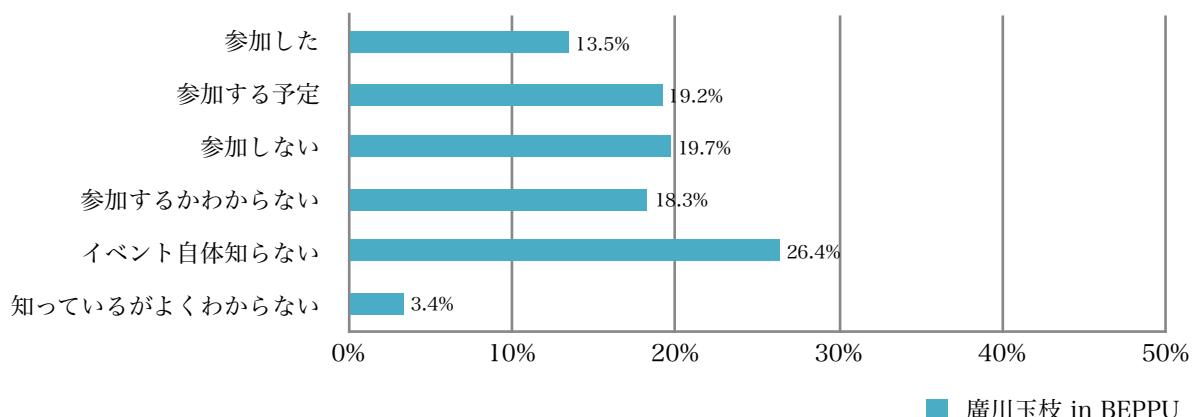
### 8-1. 『ベップ・アート・マンス』には参加するか

昨年度と比較し、「参加しない」「イベント自体知らない」の割合が増えた。



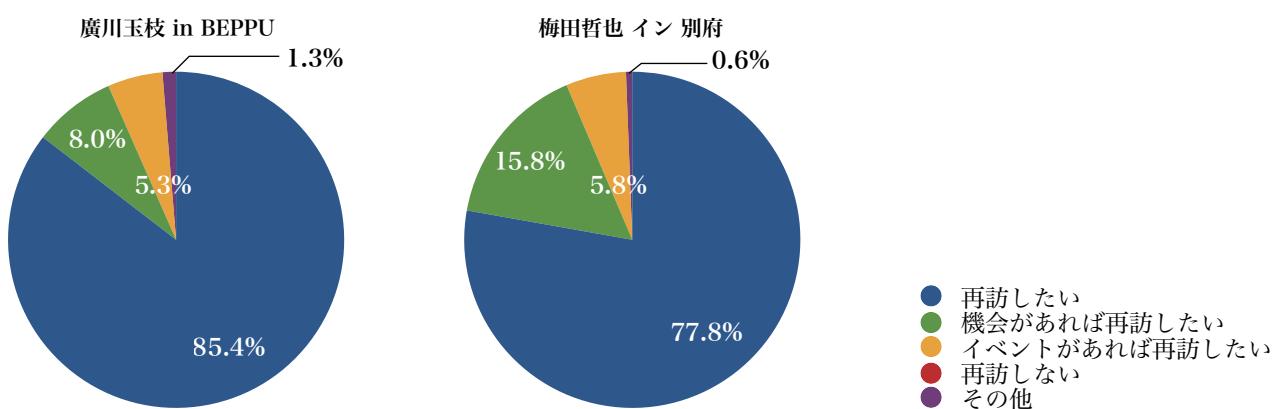
### 8-2. 『梅田哲也「O滝」再公開』には参加するか

約33%の来場者が「参加した」「参加する予定」と回答したが、「イベント自体知らない」の割合が最も高くなつた。

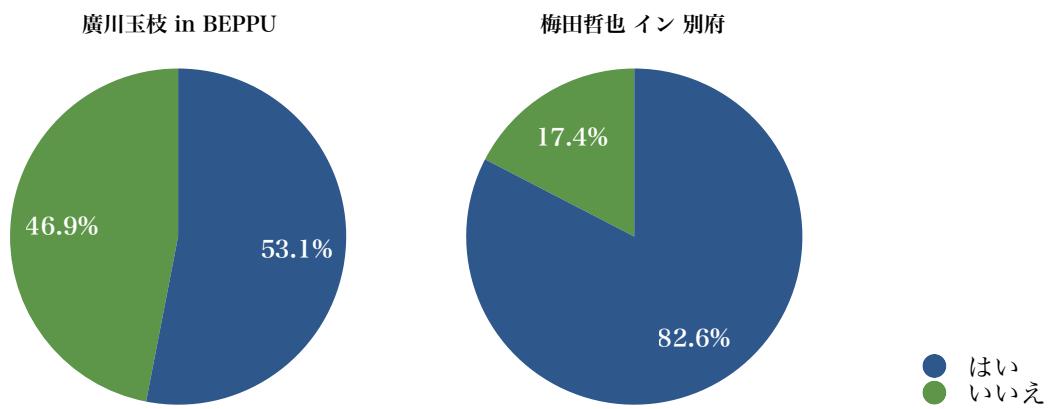


### 9. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問

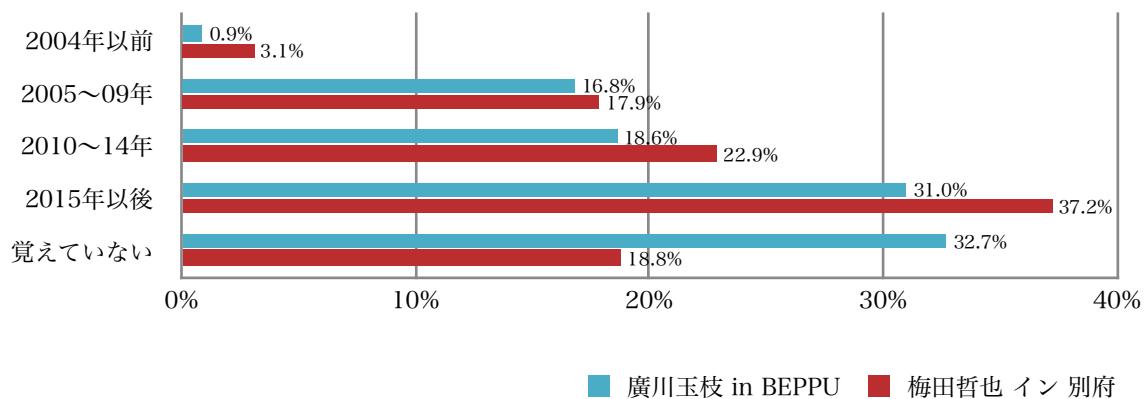
今後、別府を再訪したいという回答が98%を超える高い数値になった。



10-1. 「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  
昨年度と比較し、「はい」の回答が大幅に減った。



10-2. いつごろからそのイメージを持つようになったか  
昨年度と比較し、「覚えていない」が大幅に増えた。



#### 4-1. 企画概要

##### 1. はじめに

『梅田哲也「O滯」2021-2022』では、昨年の『梅田哲也 イン 別府』で発表した作品『O滯』について、音声や映画などの全ての情報を翻訳し、外国人観光客も体験できる作品として更新し再公開した。

##### 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。

Photo by Bea Borgers

##### 3. ロゴマークおよび作品タイトルについて



作品タイトル：『O滯』

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』はそこにぽっ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かもしれません。(作家の言葉を引用)

---

#### 4-2. 作品について

---

展覧会名	梅田哲也『O滯』2021-2022/Tetsuya UMEDA “0 TAI” REOPENING
作品タイトル	O滯／0 TAI
会期	2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日) (42日間) 休み：毎週火曜日、年末年始(12月28日[火]～1月6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。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、期間中に関連イベントとして作品を読み解くためのトークイベントや梅田によるソロライブパフォーマンスなどさまざまなイベントをおこなった。
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
参加者数	4,359名 来場者数：2,149名、オンライン参加者数：2,210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	別府市野口元町2-35 菅建材ビル2階 NPO法人BEPPU PROJECT内 特設受付会場
会場	<p>会場は下記の3つに分類し、地図に記した。 今回、新たに音声が流れる会場として『鉄輪温泉 渋の湯 裏』と『別府国際観光港』が加わった。</p> <p><b>【音声が流れる会場】</b>  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)／いのいでの会館(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)／鉄輪温泉 渋の湯裏(別府市風呂本1組)／明礬池(別府市大字鶴見1190番地の1)／別府国際観光港(別府市汐見町9-1 みなとオアシス別府港)／ブエノスアイレス沖</p> <p><b>【映画ロケ地(推奨)】</b>  ※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  乙原の滝(別府市乙原)</p> <p><b>【映画ロケ地】</b>  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。昨年卵が浮いていた『鉄輪温泉 渋の湯 裏』では、今年は卵のインスタレーションではなく、新たに音声が追加された。また『別府国際観光港』も新たな音声が流れるスポットとなった。さらに、英語版の音声を制作し、観光インバウンドに向けて外国人観光客にも体験してもらえる作品となった。
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



受付で手渡される地図と特製のラジオ



英語の音声が流れるラジオを鑑賞する様子 \*



新たな音が追加された『鶴見園』のプールの中でラジオを鑑賞する様子 \*

\* Photo by Takashi Kubo

鑑賞方法	映画上映
時間	月・水・木・金：18:30～／土：16:30～、18:30～／日・祝：16:30～ 休み：毎週火曜日、12月28日(火)～1月6日(木)
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た、映画作品を老舗映画館『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。作品には俳優の森山未來や満島ひかりをはじめ、市内の高校吹奏楽部や多数の市民が出演。今年は英語字幕をつけることで外国人観光客にも鑑賞していただける作品として更新した。
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



映画のワンシーンで登場する『別府スパビーチ』



英語の字幕付きで上映している様子

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	映画の予告編を制作し、オンラインで配信した。また会期中は、最新映画から懐かしい映画まで幅広く上映している『別府ブルーバード会館』2階にある映画館でも映画上映前にこの予告編を流した。  梅田哲也『O滞』2021-2022～映画館編～ 映画作品の一部を、公式Webサイトにて配信した。 配信期間：2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日)



梅田哲也『O滞』2021-2022～映画館編～ オンライン配信映像のワンシーン



#### 4-3. 関連イベント

イベント名	梅田哲也『O滞』再公開トークイベント
配信期間	12月1日(水)～
実施場所	オンライン
参加費	無料
登壇者など	登壇者：由佐悠紀（地球物理学者）、松田法子（都市史・建築史）、藤田洋三（写真家） 進行：山出淳也
参加者数	843名
内容	<p>『O滞』再公開を記念して、別府の地質的特徴や生活文化などについてさまざまな分野の専門家が語るトークイベントを配信した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・由佐悠紀（地球物理学者）：「自然科学的に見る別府」～土地の成り立ちから～</li> <li>・松田法子（都市史・建築史）：「絵はがきから見る別府の近代史」～明治末期から昭和初期～</li> <li>・藤田洋三（写真家）：「写真家、藤田洋三がこれまでに見てきた別府の記憶」～昭和中期から現代～</li> </ul>
	  
	<p>トークの様子 (由佐悠紀)</p> <p>トークの様子 (松田法子)</p> <p>トークの様子 (藤田洋三)</p>

イベント名	映画『O滞』再公開 & 出版記念イベント
実施日	12月19日(日) 18:30～19:30
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）
参加費	無料
登壇者など	【ライブ】出演：梅田哲也
参加者数	101名
内容	<p>『O滞』再公開と書籍の出版記念イベントとして、梅田が別府ブルーバード会館にて映画館と共に演する60分間のライブパフォーマンスをおこなった。別府では12年ぶりのソロ公演となる特別のライブとなつた。</p>
	 
	<p>ライブパフォーマンスの様子</p>

イベント名	『O滞』ライブ配信イベント映像公開
実施日	12月10日(金)～17日(金) ※ 1週間限定配信
実施場所	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	1,123名
内容	昨年度「梅田哲也 イン 別府」の最終日(2021年3月14日)に、別府ブルーバード会館よりライブ配信したイベントの映像を、期間限定で配信した。映像は最終日の映画上映の様子や『O滞』の「これまでと、これから」と題し、梅田哲也と森山未來が作品や制作についてを語ったトークイベントの様子や、ライブ演奏の記録映像を再配信した。



映画上映の様子



トークの様子



ライブ演奏の様子

イベント名	梅田哲也『O滞』2021-2022 関連トーク～映画としての『O滞』～
実施日	1月10日(月・祝)
実施場所	別府ブルーバード会館3階フレックスホール
参加費	無料
登壇者など	登壇：樋口泰人、梅田哲也
参加者数	49名
内容	映画評論家の樋口泰人を招いて、トークイベントを開催した。映画の視点から『O滞』について自由に語るトークイベントをおこなった。





イベント名	梅田哲也展『余り』オープニングイベント
実施日	1月15日(土)
実施場所	葵荘(別府市西野口町6-24)
参加費	無料
登壇者など	出演：和田晋侍、梅田哲也
参加者数	47名
内容	梅田哲也展『余り』のオープニングイベントとして、バンド『DMBQ』などで活動するドラマーの和田晋侍を招き、ライブパフォーマンスを開催した。梅田と和田による展示作品との共演に会場は盛りあがつた。



イベント名	梅田哲也展『余り』
実施日	1月15日(土)～2月13日(日) 休み：毎週火曜日
実施場所	葵荘(別府市西野口町6-24)
参加費	無料
参加者数	165名
内容	混浴温泉世界実行委員会およびBEPPU PROJECTがこれまでさまざまな企画で拠点として使用してきた葵荘における最後のプロジェクトとして、展覧会を開催した。梅田は2020年から『梅田哲也 イン別府』のために数回にわたって葵荘に滞在し、制作の合間をぬって、葵荘の離れに常設の作品を展示。今回の展示はこれを起点として展開する最新のインсталレーションとして発表し、『O滝』とは違った、梅田独特の世界観を鑑賞できる作品となった。



全て Photo by Takashi Kubo

#### 4-4. 運営について

受付	<p>NPO法人 BEPPU PROJECT内に特設受付会場を設置。ラジオの貸出しや会場の案内、書籍の販売などをおこなった。</p> <p>開設期間：12月18日(土)～2月13日(日) 10:00～18:00</p> <p>場所：別府市野口元町2-35 菅建材ビル2階 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、昨年度同様、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"> <li>①Webサイト (<a href="https://inbeppu.com/2020">https://inbeppu.com/2020</a>)</li> <li>②チラシ (A4巻三つ折りサイズ) 15,000部</li> <li>③会場マップ (A3折) 日本語：2,500部、英語：1,100部</li> </ul> <p>※今年は新たに英語バージョンの地図も制作した。</p>	<p>①Webサイト</p>  <p>②チラシ</p> 
	<p>③会場マップ (日本語)</p>  <p>③会場マップ (英語)</p> 	

	各展示会場には誘導・案内看板を設置した。
看板の制作	  <p>誘導看板</p> <p>展覧会場の案内看板</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1枚1枚制作した。これらのグッズは別府ブルーバード会館とSELECT BEPPU、オンラインショップにて販売した。
オリジナルグッズの制作	  <p>オリジナルグッズの一例</p>

制作数および売上額(販売期間:2021年12月18日~2月13日)

品目	販売額(円)	売上数	売上額(円)
てぬぐい	1,650	3	4,950
Tシャツ(半袖)	3,000	4	12,000
Tシャツ(半袖)	2,500	2	5,000
Tシャツ(長袖)	3,500	3	10,500
スウェット(長袖)	4,000	3	12,000
売上総額			44,450

## 4-5. 来場者について

### 1. 参加者数

会期中の参加者数は4,359名(来場者数:2,149名、オンライン参加者数:2,210名)を数えた。

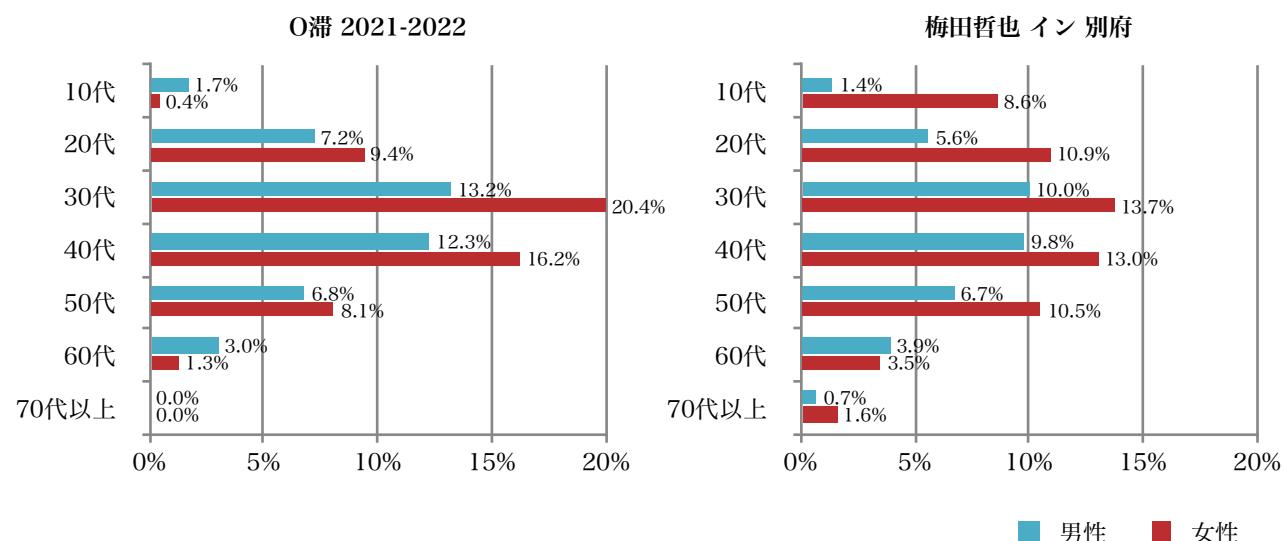
### 2. アンケート結果

会期中、来場者へアンケートを実施した。回収枚数は247枚。比較のため昨年度に開催した『梅田哲也 イン 別府』の回答も掲載する。

1. 年齢、性別、居住地、滞在期間
2. 『梅田哲也「O滞」2021-2022』の評価
3. 『梅田哲也「O滞」2021-2022』の鑑賞した会場、回数
4. 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
5. どこで知ったか(複数回答可)
6. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか(複数回答可)
7. 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)
8. 『ベップ・アート・マンス』には参加するか
9. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問
10. 「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

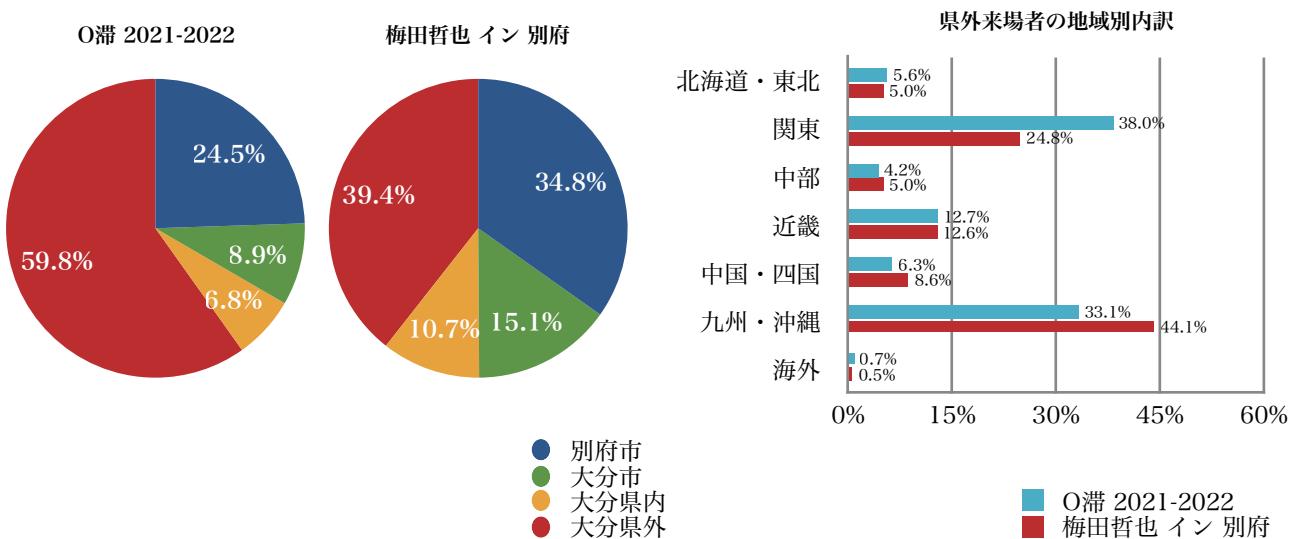
#### 1-1. 年齢、性別

昨年度と比較し、30代の女性が増え、10代の女性が大幅に減った。男性は20代、30代、40代がやや増えた。



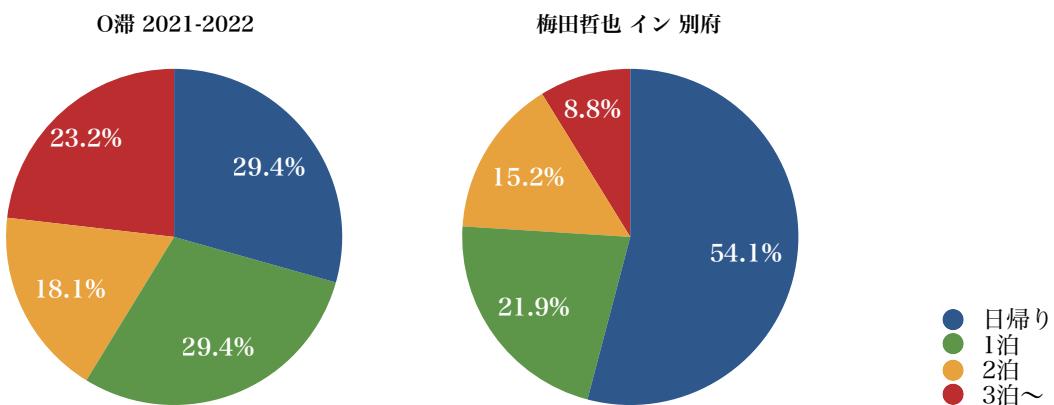
### 1-2. 居住地

昨年度と比較し、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関東からの来場者が増え、九州・沖縄からが減少した。



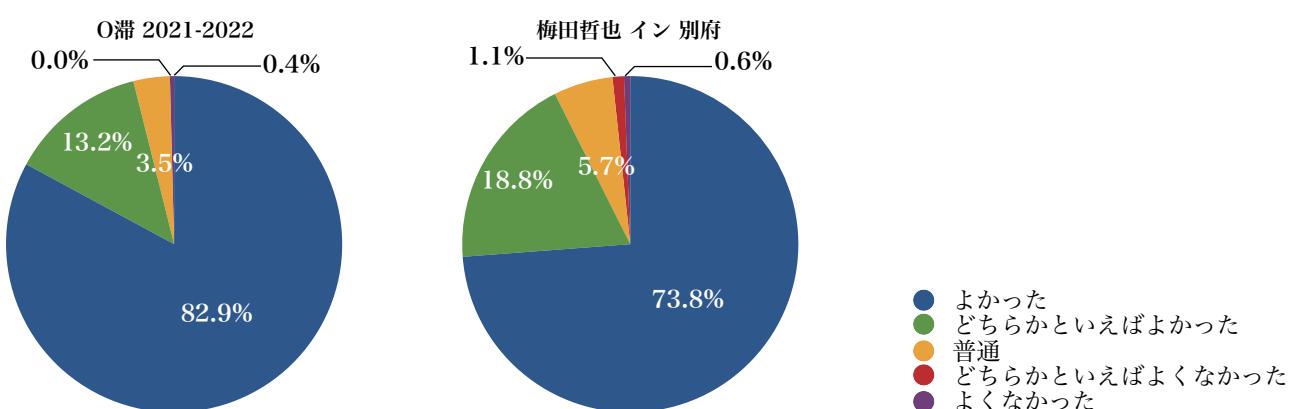
### 1-3. 滞在期間

昨年度と比較し、宿泊者が増えた。「3泊～」が14%増加し、「1泊」以上の宿泊者が70%を占めた。



### 2-1. 『梅田哲也「O滞」2021-2022』の評価

「よかった」「どちらかといえばよかった」の合計が96.1%と非常に高い数値となり、昨年度の92.6%よりも増加した。



## 2-2. 評価の理由

### 「よかつた」と回答した方の理由

- ・別府の雰囲気となじんでいて不思議な感じがよかつた。
- ・いつもと違う風景を感じることができた。
- ・歴史とSF感の交わりが心地よかつた。
- ・同じ場所でも昨年と違う体験ができた。
- ・町との接点の作り方が面白かった。
- ・徒歩だったので全て見られなかつたが、受付の方が鶴見園をオススメしてくれて、バスで行ったのですが、音とみている場所の体験がすごく良かった。梅田さんは別のところから来てすごくよく見ていると感動した。
- ・期間限定オンライン配信でみた映画は良さがわからなかつたが、劇場で見ると音も全然違つて感動した。
- ・昨年も来たが、前回とは違つた発見があつた。
- ・ラジオを聴くと世界が広がり、時空を超えて、景色が奥行きを持って浮かび上がつたように感じた。
- ・街中の景色が違つた視点で見えて面白い。
- ・去年一度参加してたので、なつかしく感じた。自分の中にだけ物語があるようでいい。また体験したい。
- ・昨年気づけなかつたところ、わからなかつた点に今回の再公開で気づけたことが多かつた。成長していく作品だと感じた。
- ・なにげない場所が私視点の映画のようだつた。
- ・昨年観られなかつた場所に行けたし、新しい作品が観られたことがよかつた。
- ・今回初めて経験した。映画もパフォーマンスも展開に予想がつかないので最後までワクワクして見れた。
- ・コロナ禍の中、これだけの規模で作り上げたことに感動した。
- ・場所のみせ方がとても美しかつた。
- ・街を巡る仕組みが面白かつた。またその場ごとに聞けるコンテンツが違うのであきず、1日中楽しめた。
- ・前回まわれなかつた場所もまわれたのでよかつた。
- ・幻想的だつた。

### 「どちらかといえばよかつた」と回答した方の理由

- ・この場所に自分が持つてゐる記憶が多すぎる。
- ・うまく音声が拾えない場所があつた。
- ・亀の井バスの中、満島ひかりさんのガイドはとても面白かつた。映像も好き。
- ・もう一度みて、作品を理解したい。
- ・子供たちに新しい視点が生まれる機会になつたように思つた。
- ・雨で受信がうまくできず聞きそこねて再度受信しようとしたが難しかつた。
- ・作品は素晴らしいのですが、車で行くのがかなりきつい（いちのいで会館）場所もあつた。

### 「普通」と回答した方の理由

- ・あまり会場を回っていないから。
- ・理解を超えた映像。かつてない体験だつた。

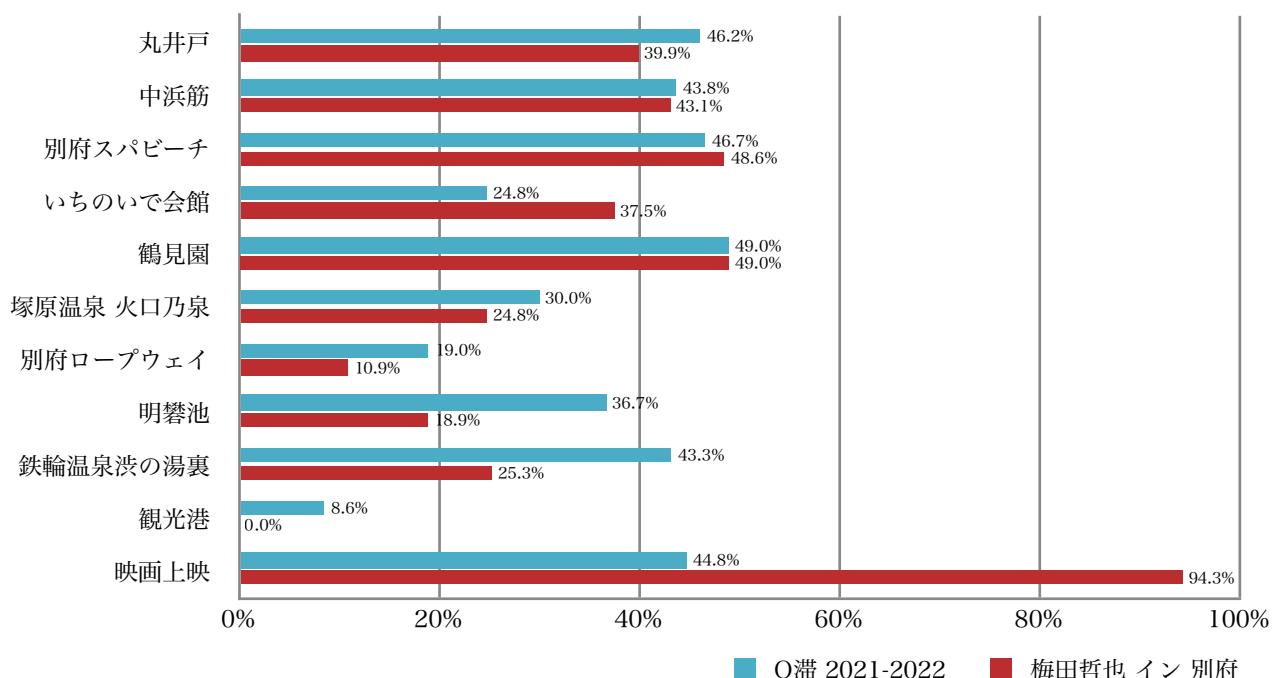
### 「よくなかった」と回答した方の理由

回答なし

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

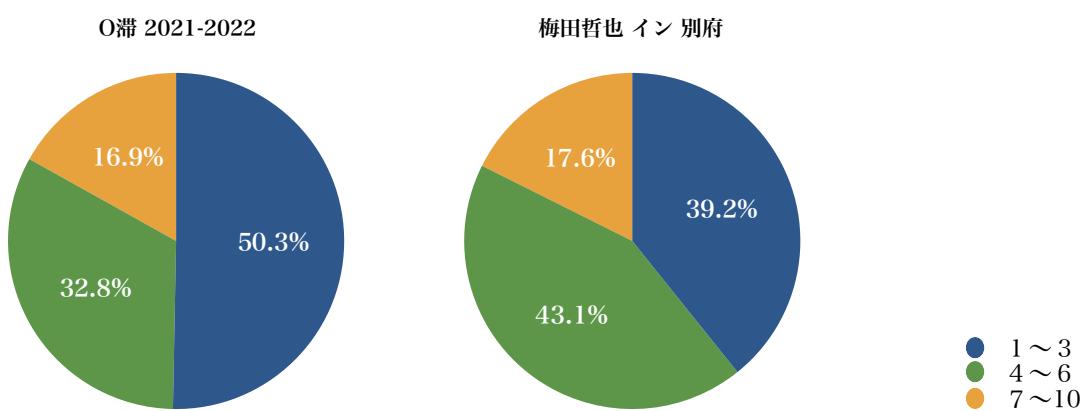
### 3-1. どの会場を鑑賞したか

「映画上映」に訪れた方が大幅に減少した。昨年度と比較し、「別府ロープウェイ」「明礬池」「鉄輪温泉湯の湯裏」に訪れた方が高い数値となった。



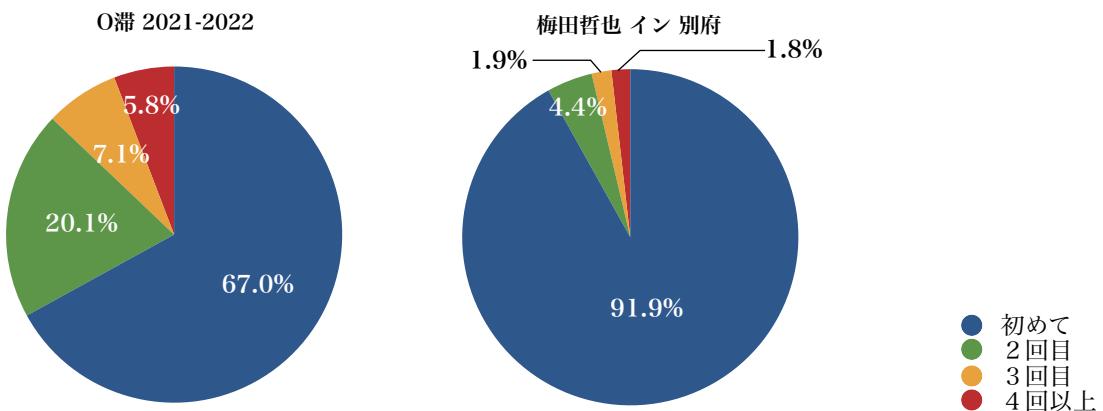
### 3-2. 何会場巡ったか ※映画上映のみの方は除く

1～3会場を巡った方が大幅に増加し、4～6会場を巡った方が減少した。平均は4.0会場となった。



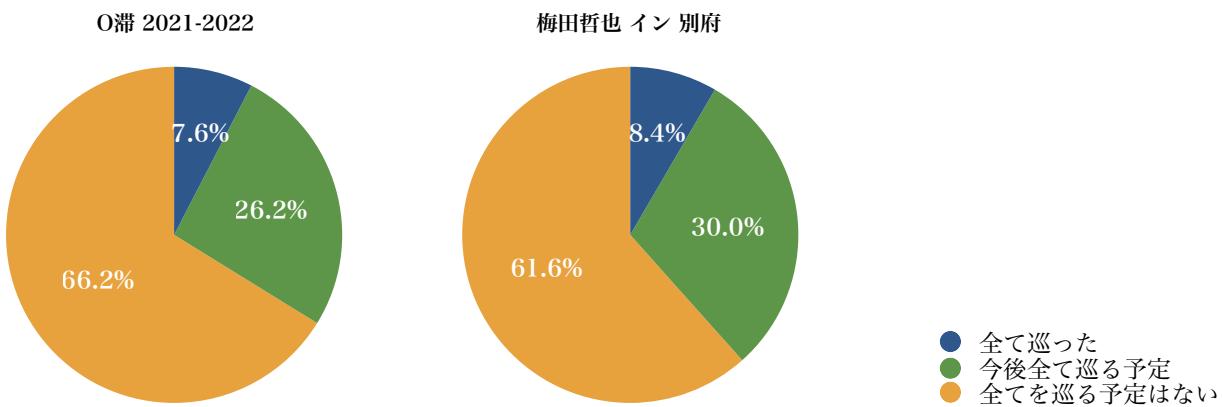
### 3-3. 今回の作品を鑑賞するのは何回目か

「2回目以上」が33%となり、リピーターが大幅に増加した。4回以上来場した方が5.8%いた。



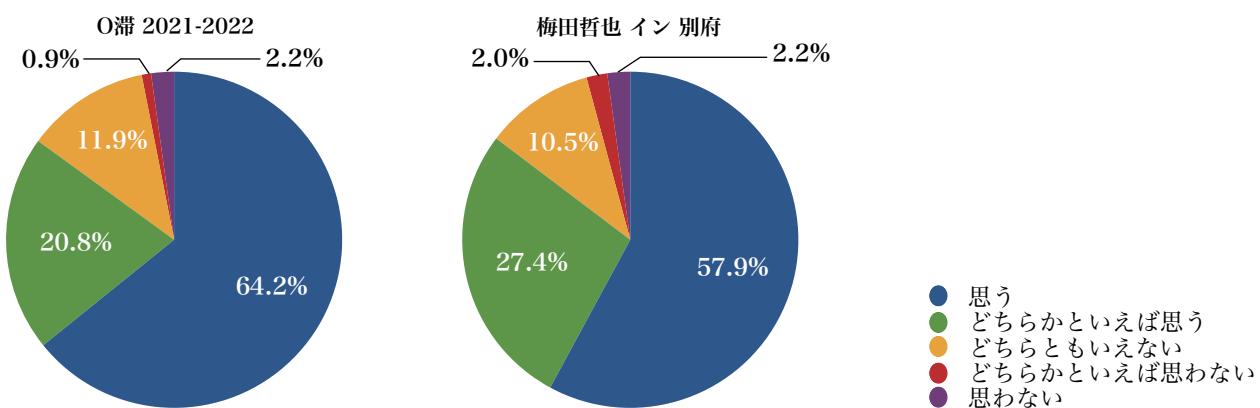
### 3-4. 全ての会場を巡るか

昨年度に比べ、全てを巡る予定はないと答えた方が4.6%増加し、今後全て巡る予定の方が3.8%減少した。



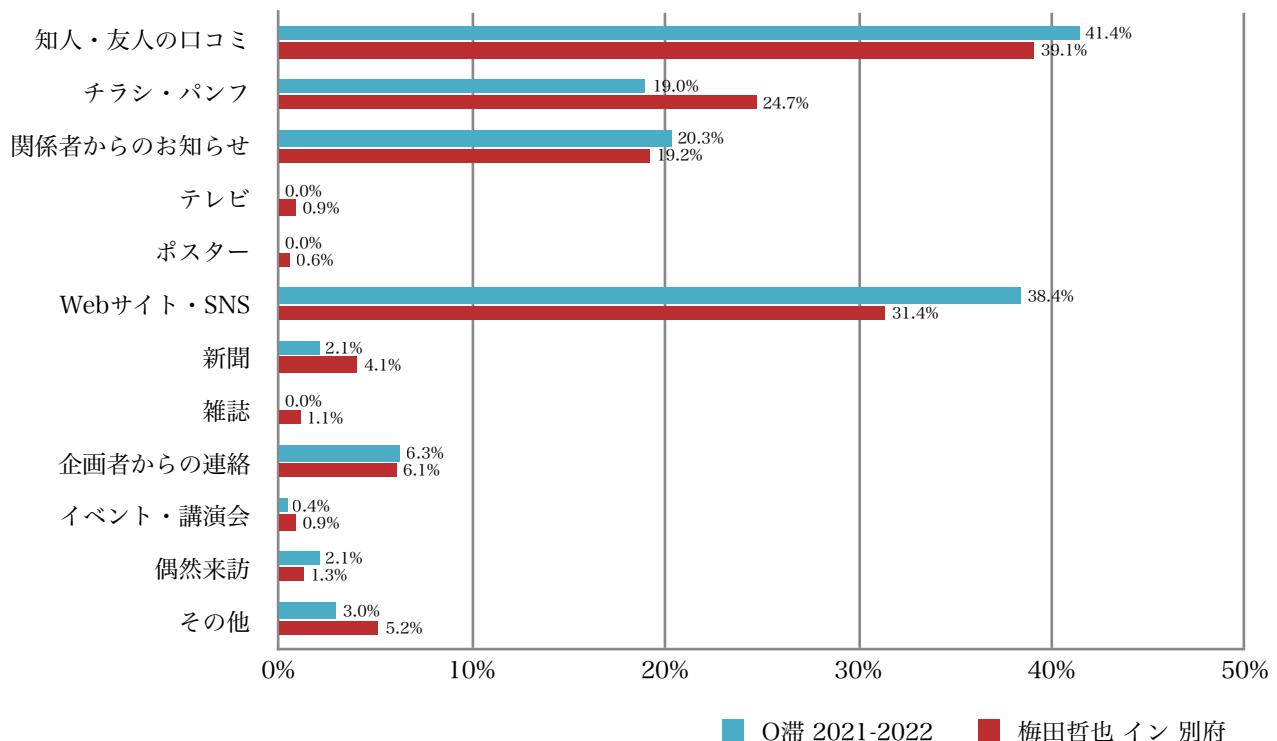
### 4. 今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか

昨年度同様、約85%の来場者が、「思う」「どちらかといえば思う」と答えた。



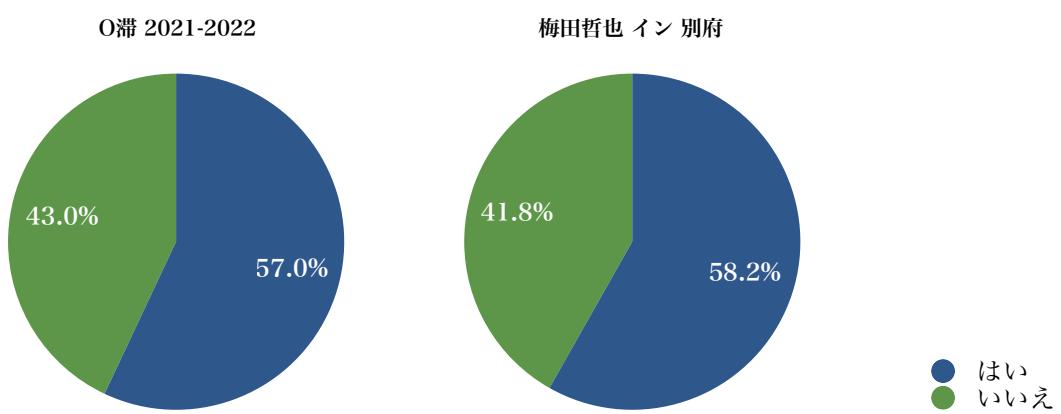
##### 5. どこで知ったか (複数回答可)

昨年度と比較し、「知人・友人の口コミ」「関係者からのお知らせ」「Webサイト・SNS」が増え、「チラシ」「新聞」「雑誌」の紙媒体のツールが減った。



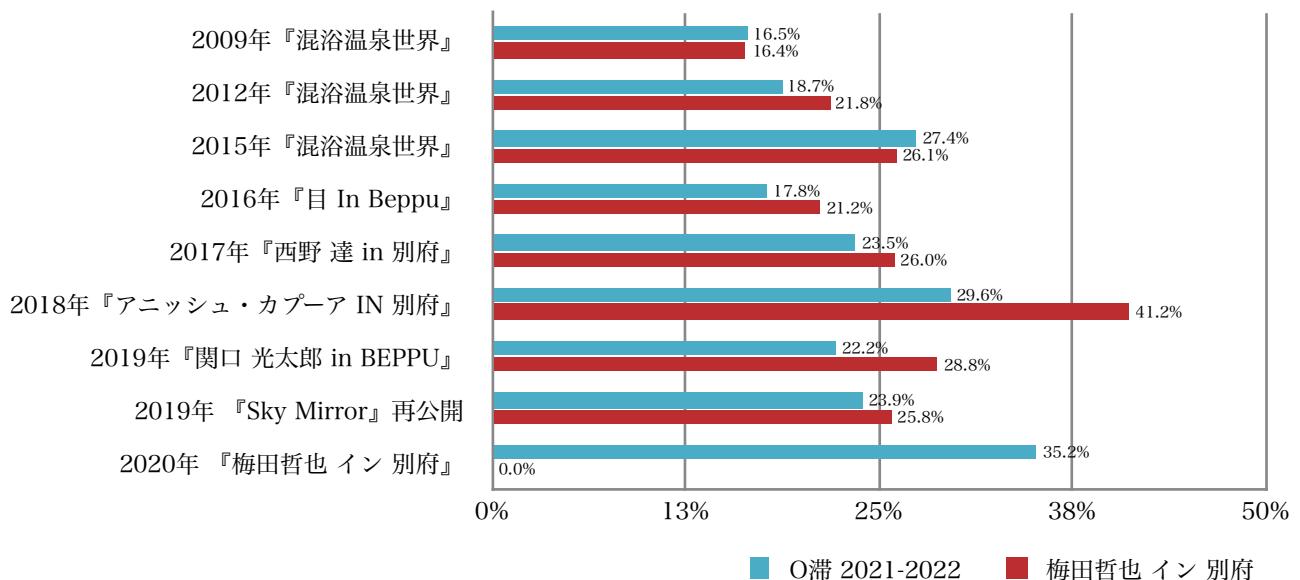
##### 6-1. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか (複数回答可)

昨年度とほぼ同様だった。



## 6-2. どの事業に参加したか

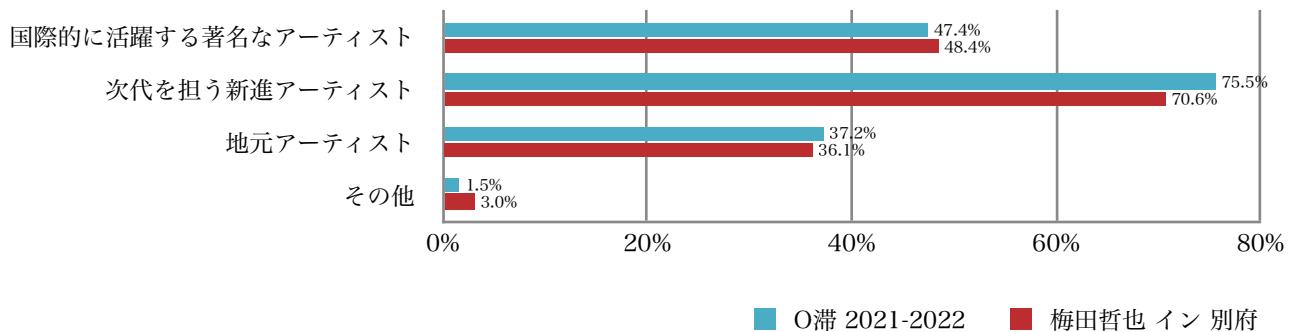
昨年度と比較し、『アニッシュ・カプーア IN 別府』の割合が減少し、『梅田哲也 イン 別府』の割合が全体的に見ても高い数値となった。



## 7. 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)

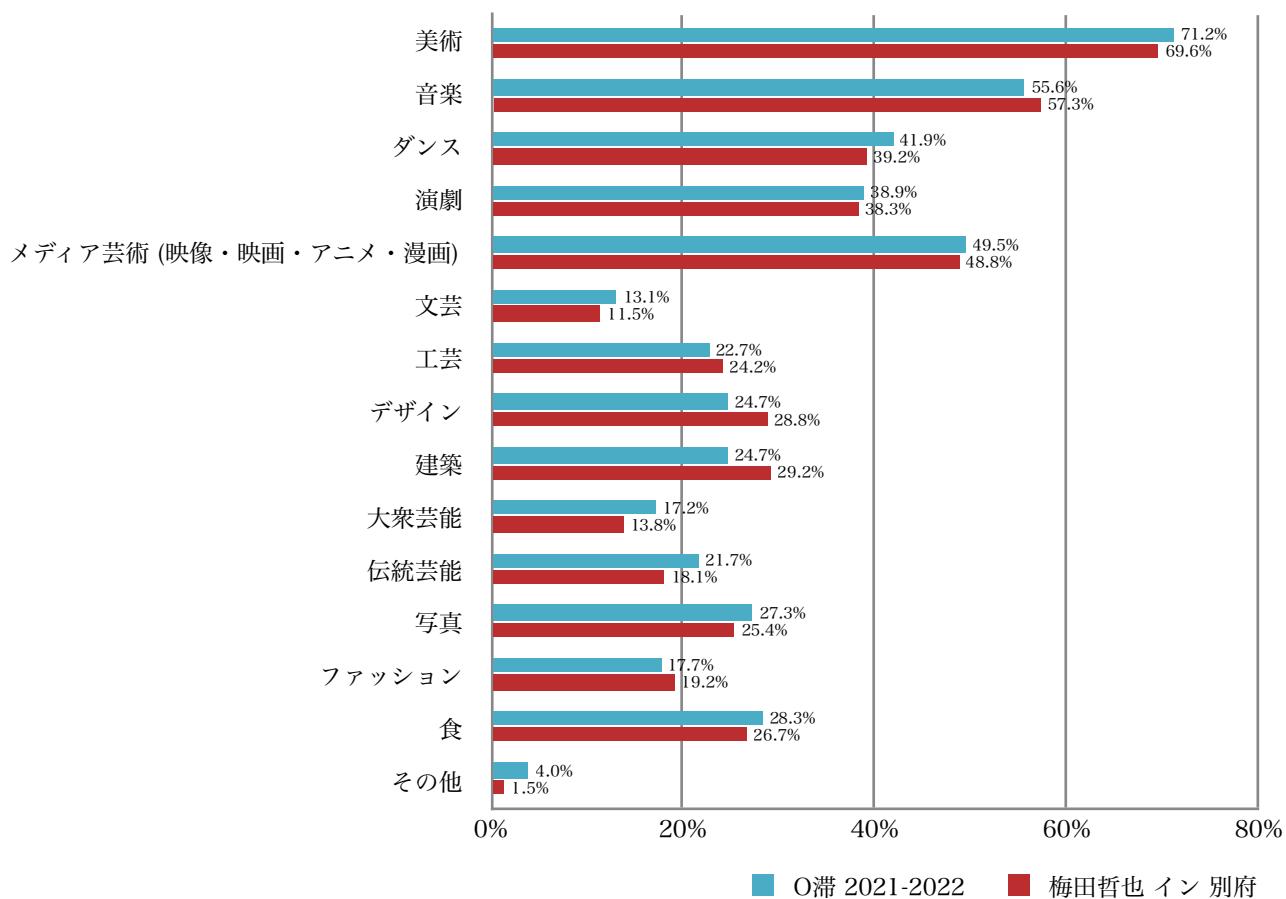
### <アーティスト> の項目

昨年度と比較し、「次代を担う新進アーティスト」が増えた。



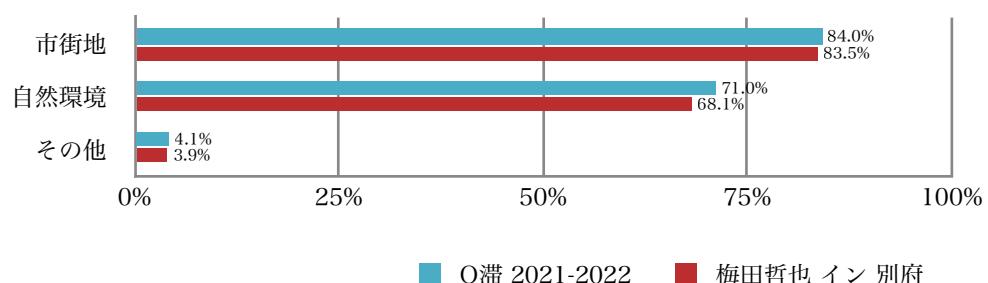
### <ジャンル> の項目

昨年度同様「美術」の割合が最も高かった。また「音楽」「メディア芸術」の割合も比較的高かった。



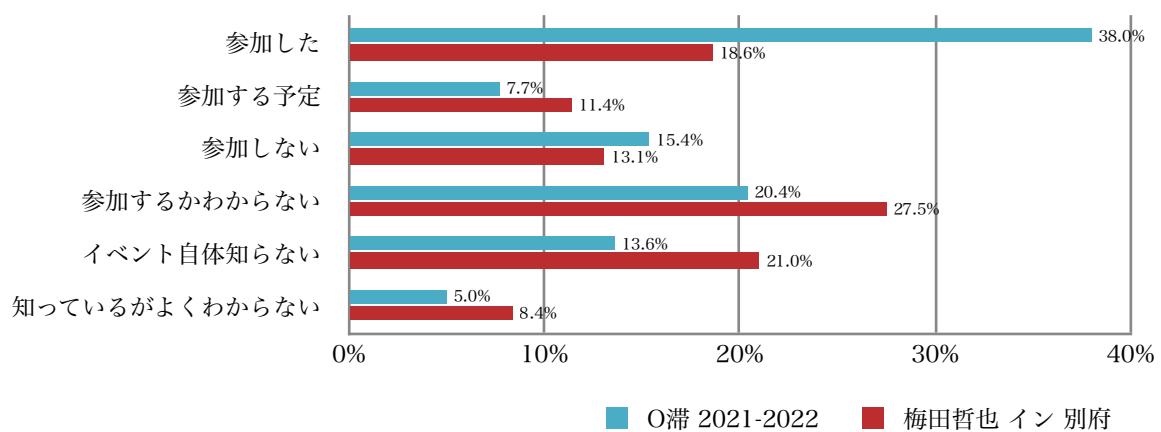
### <場所> の項目

昨年度と比較し、「自然環境」が増えた。



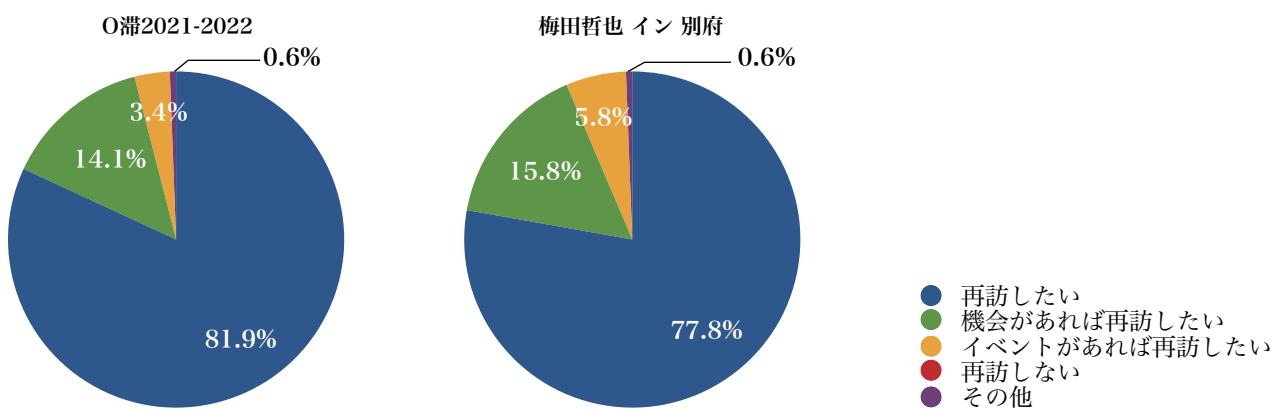
### 8. 『ベップ・アート・マンス』には参加するか

昨年度と比較し、「参加した」の割合が大幅に増え、「イベント自体知らない」の割合が減少した。



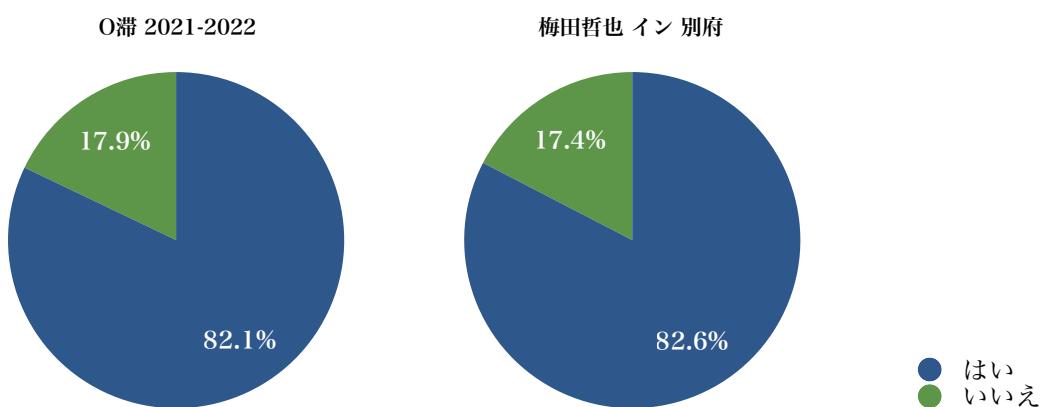
### 9. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問

今後、別府を再訪したいと答えた方が99.4%と高い数値になった。



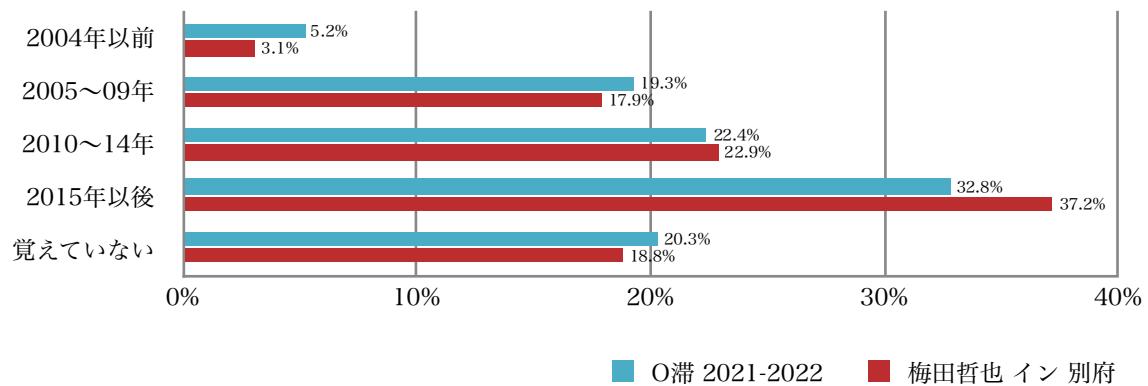
### 10-1. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

昨年度と比較し、「はい」と答えた方が増えた。



## 10-2. いつごろからそのイメージを持つようになったか

昨年度と比較し「2004年以前」が増え、「2015年以後」が減少した。



## 第5章 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7軒を取材し記事を掲載した。今年度は外国人観光客のニーズにも応えられるよう、ハラルやベジタリアンに対応できるメニューを提供する店舗を紹介した。また、昨年に引き続き全ての記事を9ヶ国語で発信し、海外へも別府の魅力を広く発信できるよう努めた。

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、事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTのメールマガジンやSNSも活用し、情報発信に努めた。

(記事数：155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)



### 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、閲覧数合計77,169ビューとなった（期間：2021年4月1日～2022年2月25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が、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、閲覧数も伸び悩んだと思われる。また、公式Instagramのフォロワーは335人であった（2022年2月25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。

## 第6章 共通の取組

### 6-1. 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45,46ページと68ページを参照。

###### 『ベップ・アート・マンス 2021』

- ・Webサイト (<https://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 (A4 30頁冊子) 8,000部

###### 『廣川玉枝 in BEPPU』

- ・Webサイト (<https://inbeppu.com>)
- ・ポストカード (変形サイズ) 4,000部
- ・チラシ (A4巻三つ折り) 15,000部
- ・ポスター (B2サイズ) 200部
- ・市民向けチラシ (A4サイズ) 4,000部

##### 記者発表会

下記の日程で記者発表会を実施した。

事業	日時	会場	名称	主な参加メディア
『廣川玉枝 in BEPPU』 『ベップ・アート・マンス 2021』『梅田哲也「O滞」 2021-2022』	7月7日(水)	別府市役所5階 大会議室	『廣川玉枝 in BEPPU』 『ベップ・アート・マンス 2021』『梅田哲也 「O滞」2021-2022』記 者発表会	大分合同新聞社、今日新聞 社、CTBメディア
『廣川玉枝 in BEPPU』 『梅田哲也「O滞」 2021-2022』	10月4日(月)	別府市役所5階 大会議室	『廣川玉枝 in BEPPU』 『梅田哲也「O滞」 2021-2022』記者発表会	朝日新聞西部本社、大分経 済新聞、大分合同新聞社、 今日新聞社、毎日新聞、 CTBメディア
『ベップ・アート・マンス 2021』	10月24日(日)	野口ふれあいセ ンター集会室	『ベップ・アート・マン ス 2021』記者発表会	大分経済新聞、大分合同新 聞社、今日新聞社、毎日新 聞、CTBメディア

##### 別府市Facebook

別府市民に本事業への来場を促すために、別府市が管理するFacebookアカウントで告知した。

事業	日時	掲載アカウント	フォロワー数
『ベップ・アート・マンス 2021』	6月25日(金)		
『廣川玉枝 in BEPPU』	12月9日(木)	別府市公式 Facebookページ 「Face ベっぷ」	7,346
『廣川玉枝 in BEPPU』	12月9日(木)		
『梅田哲也「O滞」2021-2022』	1月31日(月)	別府市文化国際課 Beppu City Cultural and International Affairs Division	367

※) 2022年3月4日現在

立命館アジア太平洋大学との連携

別府在住の学生へ企画者としての参加を促すために、立命館アジア太平洋大学のFacebookで告知した。

事業	日時	アカウント名	フォロワー数
『ベップ・アート・マンス 2021』	7月6日(火)	立命館アジア太平洋大学 公式 Facebookページ 「Ritsumeikan Asia Pacific University」	68,646

※) 2022年3月7日現在

#### オープニングセレモニー

下記の日程でメディア向けに『廣川玉枝 in BEPPU』のオープニングセレモニーをおこなった。主に県内メディアと関係者が参加した。

事業	日時	会場	主な参加メディア・インフルエンサー	参加者数 ※)
『廣川玉枝 in BEPPU』	12月19日(日)	大谷公園	大分経済新聞、今日新聞、CTBメディア、林信行(コラムニスト)	12

※) メディア以外の関係者を含む

#### PRイベント

下記の日程でPRイベントを対面で実施した。

事業	日時	会場	名称	ブース訪問者数
『梅田哲也「O滞」2021-2022』	10月28日(木) ~31日(日)	東京都現代美術館	TOKYO ART BOOK FAIR	約300

#### オンライン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 ※)
『廣川玉枝 in BEPPU』 『梅田哲也「O滞」2021-2022』	2月4日(木)	twitch.tv	Playing Tokyo TALK Theme "talking about art movement #01"	約2,800

※) 最大同時視聴者数を記載

#### デジタル広告

『廣川玉枝 in BEPPU』への来場を促すために、デジタル広告を配信した。

事業	日時	内容	配信エリア	活用したメディア	表示回数	クリック数
『廣川玉枝 in BEPPU』	12月8日(水)~ 16日(木)	『廣川玉枝 in BEPPU』地獄祭神事奉納開催	別府市	Facebook、Instagram	21,795	489

#### チラシ配布

『廣川玉枝 in BEPPU』への来場を促すために、別府市内・大分県内の保育施設、教育機関に『地獄祭神事奉納』の市民向けチラシを配布した。

事業	日時	対象	枚数
『廣川玉枝 in BEPPU』	①11月2日(火)、12月上旬 ②11月下旬 ③12月上旬 ④2月7日(月)	①市・県内の大学・短大 ②開催エリア近隣の小中学校 ③開催エリア周辺の保育施設 ④市内の高等学校	①390枚 ②1,321枚 ③200枚 ④600枚

## 回覧板

別府市民に『廣川玉枝 in BEPPU』への来場を促すために、『地嶽祭神事奉納』の市民向けチラシや常設展示の案内チラシを開催エリア周辺地域に回覧で回した。

事業	種別	日時	対象	枚数
『廣川玉枝 in BEPPU』	①『地嶽祭神事奉納』市民向けチラシ ②常設展示案内チラシ	①11月下旬 ②1月下旬	①開催エリアとその周辺の自治会 (火壳、御幸、風呂本、井田、北中、新別府、馬場、北鉄輪、鉄輪上) ②開催エリアの自治会 (火壳、御幸、風呂本、井田、北中)	①約500枚 ②約150枚

## メディア招聘

『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滞」2021-2022』の記事掲載のためにメディアを招聘した。

事業	日時	主な参加メディアなど	参加者数
『廣川玉枝 in BEPPU』 『梅田哲也「O滞」 2021-2022』	12月18日(土)、19日(日)	Web版美術手帖、Web版Hanako、AXIS、Tokyo Art Beat、住吉智恵、青野尚子	6

WebサイトおよびSNSでの情報発信

主な情報発信の結果は以下の通り。

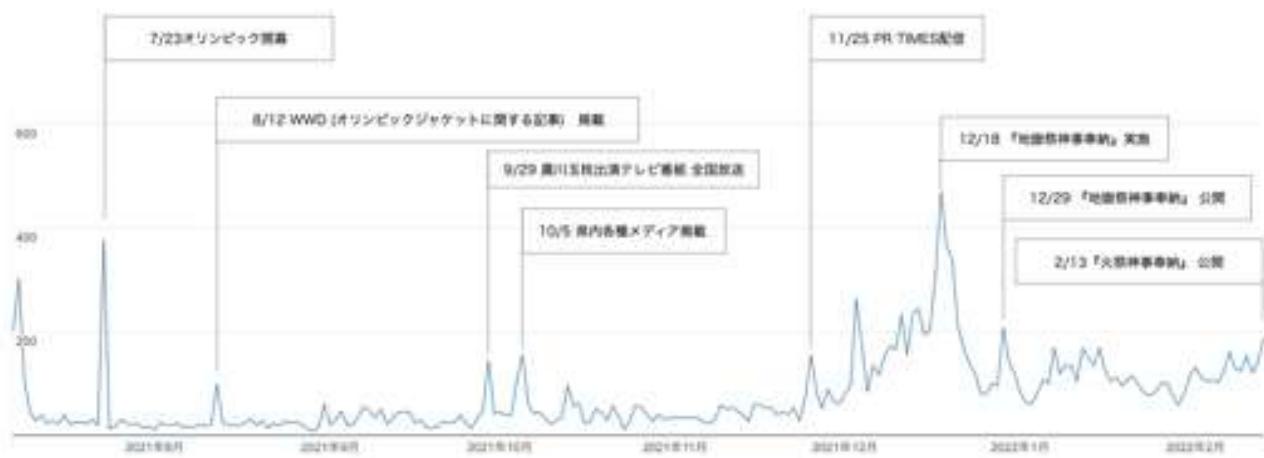
		『ベップ・アート・マンス 2021』	『廣川玉枝 in BEPPU』 『梅田哲也「O滯」2021-2022』
公式 Web サイト	当事業全般の 情報を発信	<p>期間：2021年4月1日～2022年1月31日 305日間 (昨年度 305日間) ※公式Webサイトはリニューアルのため、6月19日から10月24日までクローズしていた ユーザー数：7,610 (昨年度5,046) ページビュー数：29,161 (昨年度40,828) アクセス元の国：90ヶ国 (昨年度61ヶ国) ・プログラム全体で14,606名が視聴した。 ※「オンライン参加者数」とは、YouTubeの再生回数、その他オンライン（ZoomやSNSなど）を利用した体験型作品の参加者数・閲覧者数を全て含んだ数</p> <hr/> <p>※参考 『ベップ仮想文化センター』(NPO法人 BEPPU PROJECTが2020年度オンライン会場としてWebサイト開設) ユーザー数：242 ・Webサイトには日本だけではなく、アメリカ、イギリス、中国、ドイツ、ロシア、ブルネイ、カナダ、オランダ、トルコ(計10か国) からアクセスがあった。</p>	<p>期間：2021年7月7日 (開設日)～2022年2月13日 221日間 (昨年度214日間) ユーザー数：13,052 (昨年度3,006) ページビュー数：50,725 (昨年度61,662) アクセス元の国：95ヶ国 (昨年度36ヶ国)</p>
Facebook	イベント情報 や、来場者などとのコミュニケーション、公式情報以外の町の状況や作品の制作状況などを発信	<p>期間：2021年4月1日～2022年1月31日 305日間 (2013年度開設、昨年度305日間) 新規「いいね」数：18 (昨年度72、累計1,083) 新規投稿数：130 (昨年度197、累計1,668) 〈会期中のリーチ数など〉 リーチ数：7,258 (昨年度24,452) インプレッション数：32,399 (昨年度25,989)</p>	<p>期間：2021年4月1日～2022年2月13日 318日間 (2016年度開設、昨年度347日間) 新規「いいね」数：19 (昨年度74、累計1,164) 新規投稿数：35 (昨年度55、累計235) 〈会期中のリーチ数など〉 リーチ数：56,436 (昨年度13,337) インプレッション数：87,235 (昨年度13,954)</p>
Twitter	イベントの最新情報を発信	<p>期間：2021年4月1日～2022年1月31日 305日間 (2011年度開設、昨年度305日間) 新規ツイート数：8 (昨年度54、累計2,036) 新規フォロワー数：-7 (昨年度7、累計949)</p>	<p>期間：2021年4月1日～2022年2月13日 318日間 (2009年度開設、昨年度347日間) 新規ツイート数：62 (昨年度82、累計1,691) 新規フォロワー数：47 (昨年度141、累計2,668) インプレッション数：41,761</p>
Instagram	イベントの最新情報や会期中の会場の様子を発信	<p>期間：2021年4月1日～2022年1月31日 305日間 (2017年度開設、昨年度305日間) 新規投稿数：91 (昨年度121、累計511) 新規フォロワー数：170 (昨年度225、累計840) ハッシュタグ数：949 (公式91、その他838) (昨年度公式122、その他633、累計754)</p>	<p>【in BEPPU】公式アカウント 期間：2021年4月1日～2022年2月28日 333日間 (2017年度開設、昨年度347日間) 新規投稿数：398 (昨年度58、累計634) 新規フォロワー数：86 (昨年度356、累計1,031) ハッシュタグ数 (#inbeppu) : 720 (公式560、その他165、累計1,546) (昨年度223、公式58、その他165)</p> <p>【廣川玉枝 in BEPPU】特設アカウント 期間：2021年7月7日～2022年2月28日 236日間 (2021年度新規開設) 投稿数：373 フォロワー数：492 ハッシュタグ数 (#廣川玉枝inbeppu) : 740 (公式 560、その他180)</p>

※) Webサイトの参考元：グーグルアナリティクス解析

※) 『廣川玉枝 in BEPPU』および『梅田哲也「O滯」2021-2022』は同じドメインやアカウントを使用しているため、合算した数値として集計した。

※) 2020年度までエンゲージメント数を集計していたが、各種SNSの仕様変更に伴い算出不可になつたため省略した。

参考：『廣川玉枝 in BEPPU』Webサイトのページビュー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
『廣川玉枝 in BEPPU』	石川直樹 (写真家)、榎木野衣 (美術評論家)、志村春海 (リボーンアート・フェスティバル事務局)、中野信子 (脳科学者)、林 信行 (コラムニスト)、松原タニシ (芸人) ほか、アーティスト、キュレーター、音楽家、能声楽家、クリエイティブディレクターなど多分野で活躍する方々

#### 海外への情報発信

共同通信社によるサービス『PR WIRE』を使用し、香港・台湾・韓国に向けて『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滞」2021-2022』のプレスリリースを配信し、記事を出稿した。

国	媒体種別	記事掲載件数
韓国	Web	10
台湾		10
香港		9
マカオ		4
その他		6 (ドイツ、オーストラリア、グローバル、アジア2件、中華圏)

## 2. メディア掲載実績ならびに広告換算

『ベップ・アート・マンス 2021』、『廣川玉枝 in BEPPU』、『梅田哲也「O滯」2021-2022』は新聞・テレビ・ラジオ・Webなどのメディアで、合計123回の掲載・放送があり、広告換算額は272,832,885円となった。2020年の『ベップ・アート・マンス 2020』『梅田哲也 イン 別府』と比較すると、掲載件数は昨年度より減少したが、転載記事数が増えたこと、また、TBS『news23』で廣川玉枝を特集する内容の放映があったことから、換算額は約1.5倍増加となっている。

メディア件数(2021年4月～2022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(回)	媒体合計(回)
新聞	1/0	30/50	0/0	31/50
テレビ	1/0	40/36	0/0	41/36
ラジオ	0/0	1/3	0/0	1/3
雑誌・その他	6/4	3/8	0/0	9/12
Web※2)	40/39	-	1/2	41/41
エリア合計	48/43	74/97	1/2	123/142

### 広告換算額

メディア	掲載・放送(回)	換算金額(円)
新聞	31	69,926,176
テレビ	41	166,749,087
ラジオ	1	830,250
雑誌・その他	9	9,687,619
Web	154	25,639,753
合計	165	272,832,885

※) 2022年3月7日現在(集計: 株式会社 ジャパン通信社)

※) 2020年度 広告換算合計額: 179,326,917円 / 2019年度 広告換算合計額: 88,952,869円

※1) 掲載・放送媒体件数は、『ベップ・アート・マンス 2021』『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滯」2021-2022』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

『ベッップ・アート・マンス 2021』	全国	県内 地方	海外	合計 (掲載件数)	昨年比 (掲載件数)	合計 (換算金額)	昨年比 (換算金額)
新聞	0	14	0	14	56%	15,101,844	58%
テレビ	0	8	0	8	44%	1,586,167	3%
ラジオ	0	0	0	0	0%	0	0%
雑誌・その他	0	1	0	1	25%	240,000	48%
Web	30	0	0	30	429%	10,412,697	2,952%
合計	30	23	0	53	98%	27,340,709	36%

『廣川玉枝 in BEPPU』 『梅田哲也「O滯」 2021-2022』	全国	県内 地方	海外	合計 (掲載件数)	昨年比 (掲載件数)	合計 (換算金額)	昨年比 (換算金額)
新聞	1	16	0	17	68%	52,824,331	66%
テレビ	1	32	0	33	183%	165,162,920	2,906%
ラジオ	0	1	0	1	33%	830,250	16%
雑誌・その他	6	2	0	8	100%	9,447,619	635%
Web	84	0	40	124	365%	15,227,056	168%
合計	92	51	40	183	208%	245,492,177	236%

今年度の主な掲載・放送メディアは以下の通り(順不同)。

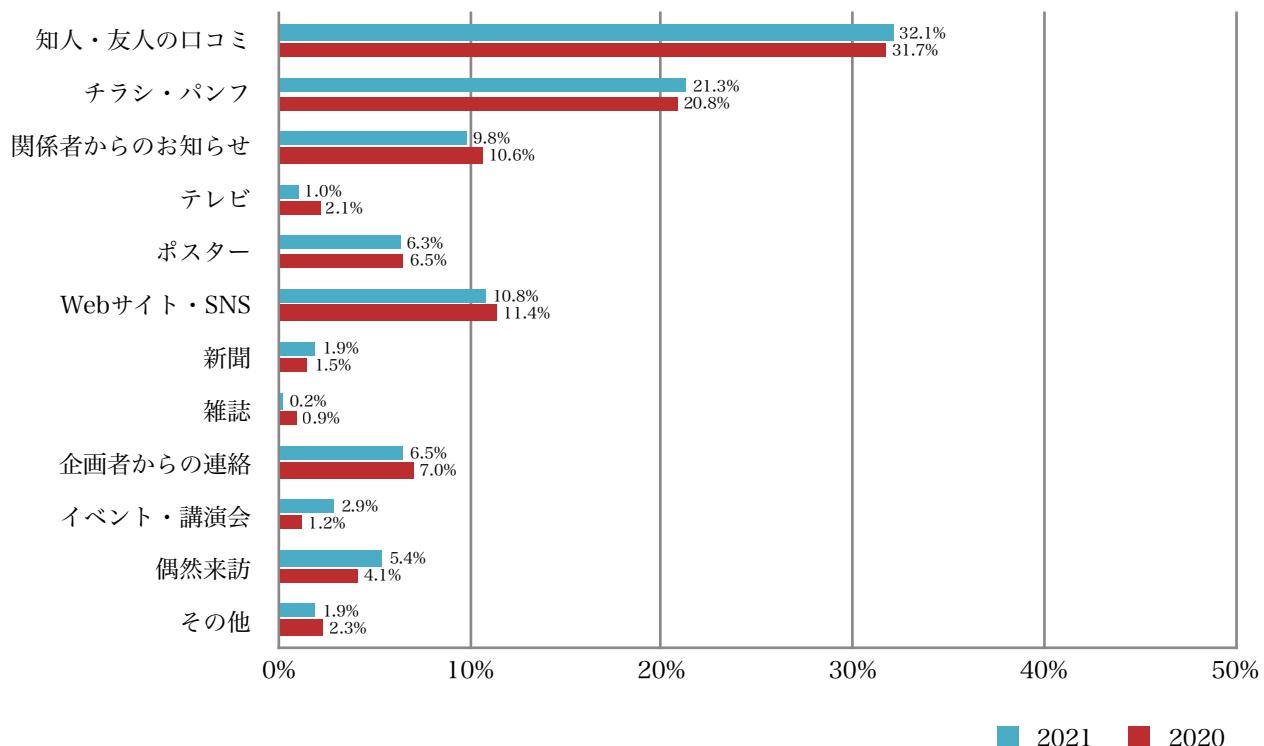
新聞	朝日新聞、西日本新聞、大分合同新聞、毎日新聞、スポーツ報知
テレビ	TBS、TOSテレビ大分、OBS大分放送、CTBメディア
ラジオ	FM大分
雑誌	AXIS、ELLE JAPON、JCB THE PREMIUM (会報誌)、men's FUDGE、月刊・シティ情報おおいた、セーノ!、美術手帖、フィガロジャポン
Web	47NEWS、ArchDogs、antenna、andronavi、ARTNE、Artscape、AXIS Web Magazine、boid.net、Casa BRUTUS、dmnuニュース、e-4628 デンノウヨロズヤ、exciteニュース、ELLE Culture、Hanako、iナビおおいた、JRおでかけガイド、LINE NEWS、madameFIGARO.jp、M3NEWS長崎、NuméroTOKYO、NEWS Collect、Culture NIPPON、OBS、ORICON、OITA Drip、OITA FINE ARTS、PR TIMES、Peachy、Rakuten infoseek、Sumikai、Tokyo Art Beat、TOSオンライン、TOKION、WWD、woman.excite、Yahoo!ニュース、おおいた障がい者芸術文化支援センター、大分経済新聞、大分県芸振、大分合同新聞Gate、温泉ハイスタンダード極楽地獄 別府、今日新聞、コロカルニュース、交通新聞社 Web 『トレたび』、号外NET、時事ドットコムニュース、じやらんnet、ちっくたつく、デザインニュースクリップ、東京総合写真専門学校、西日本新聞、毎日新聞、緑のgoo、美術手帖、わくわくとんぼビデオ

※) 新聞・雑誌は出版社名ではなく媒体名で記載

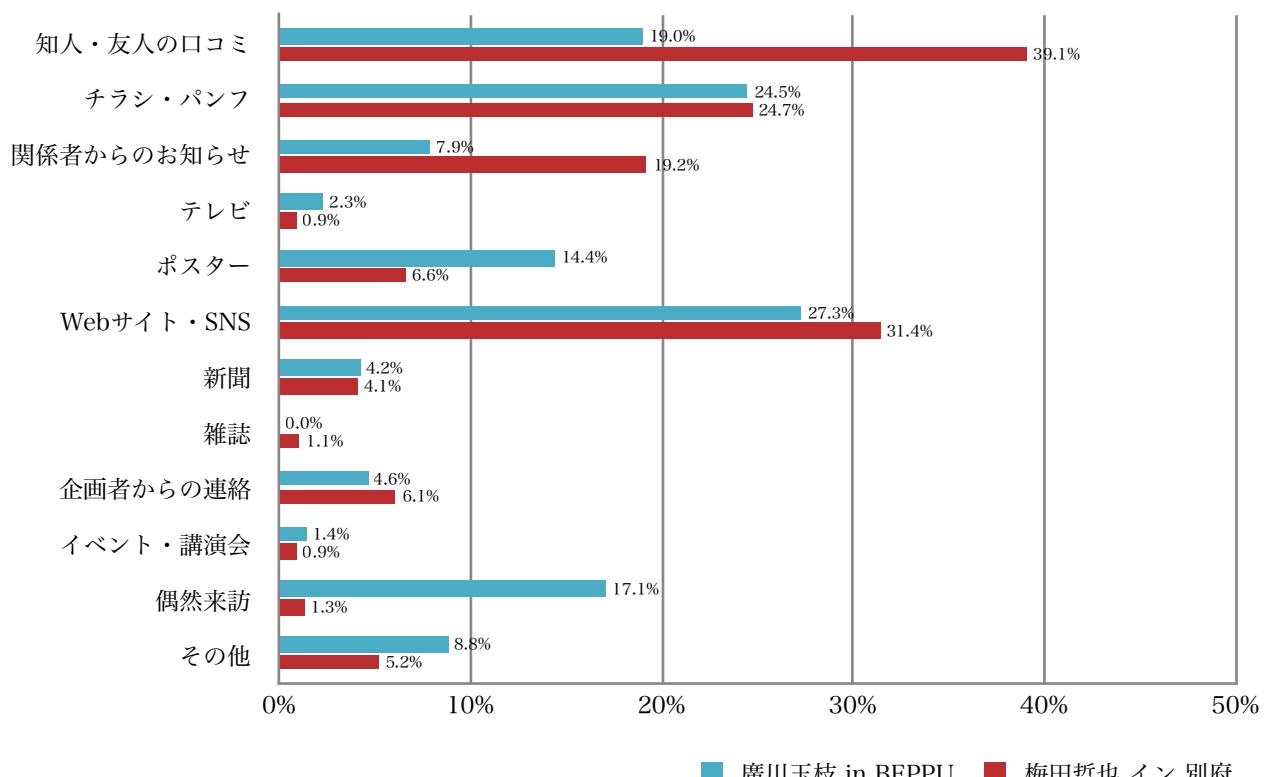
### 3. 来場者認知経路(再掲)

今回の来場者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 2021』(『ベップ・アート・マンス』のことを何で知ったか)



『廣川玉枝 in BEPPU』(『廣川玉枝 in BEPPU』のことをどこで知ったか)



## 6-2. 観光消費額

### 1. 観光消費額

別府市観光・産業部観光課が作成した『2020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：22,864円、日帰り客：4,106円〉をもとに算出すると、今年度は392,349,746円となった。昨年度の72,455,102円※と比較すると319,894,644増加した。

※) 昨年度の観光消費額は『2019年別府市観光動態要覧』〈宿泊客：27,286円、日帰り客：5,146円〉をもとに算出。

### 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

上記の設定をもとに算出した『ベップ・アート・マンス 2021』『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滯」2021-2022』の地域内消費額は、264,662,500円となった。昨年度事業の地域内消費額は44,101,500円であり、今年度は220,561,000円増加した。

	客数(人)		1人当たりの消費額(円)	消費額(円)	合計(円)
	日帰り	3,072	4,500	13,824,000	28,161,000
『ベップ・アート・マンス 2021』(A)	1泊	329	17,000	5,593,000	
	2泊	146	29,000	4,234,000	
	3泊	110	41,000	4,510,000	
『廣川玉枝 in BEPPU』(B)	日帰り	3,801	4,500	17,104,500	215,039,500
	1泊	2,505	17,000	42,585,000	
	2泊	2,723	29,000	78,967,000	
	3泊	1,863	41,000	76,383,000	
『梅田哲也「O滯」2021-2022』(C)	日帰り	300	4,500	1,350,000	21,462,000
	1泊	300	17,000	5,100,000	
	2泊	184	29,000	5,336,000	
	3泊	236	41,000	9,676,000	
観光消費額(A)+(B)+(C)合計					264,662,500

#### 【客数の算出方法】

(A)…『ベップ・アート・マンス 2021』の参加者数25,576名のうち、オンライン参加者数14,606名を除いた、10,970名をもとに算出。

$$10,970 \div 3 [\text{※1}] = 3,657\text{名}$$

※1)『ベップ・アート・マンス 2021』の1名あたりの平均参加プログラム数

(B)…『廣川玉枝 in BEPPU』の参加者30,130名のうち、オンライン参加者数3,360名を除いた、26,770名をもとに算出。26,770名の内訳は、常設展示来場者数25,801名、『地獄祭』来場者数920名、トークイベント参加者数49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。

$$25,801[\text{※2}] \div 2.6 [\text{※3}] = 9,923 \quad 9,923 + 920 [\text{※4}] + 49 [\text{※5}] = 10,892$$

※2) 常設展示来場者数

※3) 常設展示来場者1名あたりの平均鑑賞会場数

※4)『地獄祭』来場者数

※5)トークイベント参加者数

(C)…『梅田哲也「O滯」2021-2022』の参加者数4,359名のうち、オンライン参加者数2,210名を除いた、2,149名をもとに算出。2,149名の内訳は、「町を回遊しながらの体験」1,506名、「映画上映」281名、イベント参加者362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。

$$1,506 \text{ [※ 6]} \div 4.0 \text{ [※ 7]} = 377 \quad 377 + 281 \text{ [※ 8]} + 362 \text{ [※ 9]} = 1,020$$

※ 6) 「町を回遊しながらの体験」 参加者数

※ 7) 「町を回遊しながらの体験」 参加者 1名あたりの平均鑑賞会場数

※ 8) 「映画上映」 参加者数

※ 9) イベント参加者数

※) 『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、諸般の事情で『ベップ・アート・マンス』と『in BEPPU』の会期がずれ、かつ、『廣川玉枝 in BEPPU』と同時期に再公開となった『梅田哲也「O滯」2021-2022』の2つの芸術祭を鑑賞した来場者はごく少数であったと考え、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『廣川玉枝 in BEPPU』と『梅田哲也「O滯」2021-2022』は、『ベップ・アート・マンス 2021』の会期（11～1月）から約1ヶ月遅れて開催され、会期の重複期間が1ヶ月弱しかなかった。

②『廣川玉枝 in BEPPU』の来場者は1回の鑑賞で平均2.6会場を巡っており、『梅田哲也「O滯」2021-2022』の来場者は1回の鑑賞で平均4.0会場を巡っている。鑑賞・移動時間を考慮すると、同じ日に上記2つに加え、『ベップ・アート・マンス 2021』にも参加することは困難である。

## 第7章 収支状況

収支としては、82,866,695円の収入に対して、82,866,695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	65,000,000
	別府市	15,000,000
	実行委員会参画団体	170,000
助成金		250,000
協賛金		1,510,000
ベップ・アート・マンス 加盟店料		0
グッズ販売費		341,980
参加費		346,500
その他		248,200
銀行利息		15
計		82,866,695

### 2. 支出

ベップ・アート・マンス 開催事業	9,749,328
in BEPPU 開催事業	37,476,670
インバウンドコンテンツ造成事業 (梅田哲也 『O滞』 2021-2022)	4,055,822
情報発信事業	559,396
事務局運営費	19,820,485
広報費	11,204,994
計	82,866,695

### 3. 収支差額

収入	82,866,695
支出	82,866,695
収支差額	0

## 8-1. 『ベップ・アート・マンス 2021』

今年度の『ベップ・アート・マンス(以下、BAM)』は、2021年11月20日(土)～2022年1月23日(日)までの65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、111団体／個人、136のプログラムの登録があり、25,576名(来場者10,970名、オンライン参加者14,606名)もの参加者があった。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)をふ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、今年度の開催期間は昨年度より少し早めの11月20日から開始し、例年50日前後であるのに対し、65日間と長めの会期となった。プログラム登録は、136件だったが、3プログラムが中止となり、合計133プログラム(オンラインを利用した20プログラム、実会場での開催[オンラインの併用も含む]117プログラム)が実施された。

11月中の10日間で実施するプログラムが46プログラム(対して12月は25プログラム、1月は22プログラム)と多く、暖かい時期に開催を望んだ企画者が多かった。また、この時期は全国的に新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いていたこともあって、どの会場も昨年と比較して来場者が多い印象であった。

参加者・来場者(オンラインでの閲覧者を含む)を10,000名と想定していたが、結果は25,576名と上回った。これは、オンラインを活用し、各企画者のファンやフォロワーが各地から視聴・参加できたことだけでなく、会期の前半は、新型コロナウイルス感染症の影響が比較的少なかったため、県外含む来場者の数が増えたのではないかと予想する。

総合インフォメーションセンターに関しては、2020年度はSELECT BEPPU内に設置したが、今年度はJR別府駅構内に設置したこと、観光客やJR別府駅の利用者など『ベップ・アート・マンス』を知らない層にも事業を周知し、関心を持つていただくことができた。総合インフォメーションセンターは5名のスタッフが交代制で運営していたが、効果的だった情報発信の手法や問い合わせの事例とその回答例などを、日報を使い共有していたことがサービスの向上に繋がった。具体的には、「当日実施しているイベント」「徒歩で行けるイベント」などイベントをジャンル分けしたボードや、駅周辺の地図を設置するなど、わかりやすくニーズに応えられる案内に努めた。

次に、昨年度から導入したオンラインを使った活動やプログラムについて述べたい。まず、『ベップ・アート・マンスをつくろう会(以下、つくろう会)』は引き続きZoomを導入し、月に2回程度実施した。オンラインでのプログラムは、国内の4都県と海外からは昨年度に続きウェールズからの登録があった。YouTubeやInstagramを使用した配信に加え、今年度はZoomを使った参加型のトークイベントやPodcastを使ったラジオ風プログラムも実施された。

また、今年度の傾向として、学生の企画者が多かったことが挙げられる。昨年度は3団体4プログラムであったのに対し、今年は12団体13プログラムの実施があった。これは、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きなど多言語での発信を試みたことや、大分県立芸術文化短期大学でプログラム募集の告知をしたことで、例年展示を実施している日本文理大学だけでなく、大分県内の大学・短期大学の学生のプログラム実施の増加に繋がったといえる。さらに、上記のうち3団体・4プログラムが留学生であった。入国制限があり混浴温泉事業全体でインバウンドが見込めないなか、世代を超えた多様な文化交流を生み出せたことは大きな成果といえる。

広報の面からいうと、今年度はWebサイトの改修やパンフレットのリニューアルなどを実施した。Webサイトは、開催日はもちろん鑑賞や体験など参加形態やジャンル別でより細かく検索ができるよう検索機能を充実させた。パンフレットについても、Webサイトと同様、参加形態やジャンルをアイコンや色分けによって視覚的にわかりやすいデザインを心がけた。また、従来のタブロイド版から手に取りやすいA4冊子型へ変更した。結果、想定以上に配布することができ、当初6,000部を印刷したが、2,000部を増刷した。これには総合インフォメーションセンターをJR別府駅構内に設置したことも関係していると推察する。



Webサイト プログラム検索画面

## 2. 企画者アンケート結果を踏まえた今年度の傾向

昨年度と比較し、特筆すべき変化は「つくろう会への参加率の減少」である。昨年度参加率36%から今年度は20%となり、16%減少した。参加者の顔ぶれが固定化していることから、仲間意識が醸成できた反面、新しい企画者にとっては

参加しづらい雰囲気になっていることが懸念される。「つくろう会」は企画者同士の繋がりを生み、企画に関する悩みや課題を相談することができる場である。オンラインの活用でどこからでも参加できるという利点を活かし、来年度以降は新規の参加者を増やす取組を実践したい。たとえば企画についてプレゼンできる回や、展示のノウハウを学ぶ回など、各回のテーマや議題を設定することで、参加意義を感じやすくなるのではないかと考えている。企画者アンケートの自由記述にも、「企画者同士の交流を活発化させてほしい」という意見が見られ、企画者と事務局との問題意識も合致していると感じる。企画者へのヒアリングを実施し、引き続き『つくろう会』の活性化を目指したい。

自由記述のなかでも課題として多くの意見が寄せられているのは、広報や周知に関してである。

パンフレットに関して今年は「見やすくなった」「手に取りやすくなった」というポジティブな意見がある一方、地図やオンラインイベントに関してQRコードの掲載を望む声や、「事務局の広報活動が別府市に集中しており、市外には認知されていない。大分県下、せめて近隣市町村に認知してもらえる広報活動を期待したい」などの意見も寄せられた。引き続き広報や周知に関して、企画者と相談・協力しながら改善していきたい。

### 3. 来場者アンケート結果を踏まえた今年度の傾向

アンケート結果を見ると、来場者層は20代女性の割合が最も多かった。背景として、前述した学生企画者の増加が関係していると推測する。実際に学生企画者からも「20代の来場が多かった」とのコメントがあった。2017年度以降、若年層(30代以下)個人客の開拓を目指し事業を実施しており、今年度この課題の解決に繋がったのは企画者の若年化であった。このことから、来場者の年齢層の多様化を目指すには、企画者の年齢層を多様化することが効果的であると考えられる。今後も企画者の傾向から、参加者の年齢層の傾向を予測し、理想的な水準を保つための対策を講じていきたい。居住地については、別府市以外からの来場者が昨年度39%に対し、今年は54%と半数以上にのぼった。さらに、県外からの来場者は昨年度の7%から21%に増加。地域別の内訳を見ると、九州・沖縄からの割合が約60%であった。これは、新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いた時期に近隣県への来訪で別府を選択したためと推測している。

次に、『廣川玉枝 in BEPPU』や『梅田哲也「O滞」2021-2022』に参加したか、の問い合わせに関して、昨年度の「参加した」「参加する予定」の割合が53%だったのに対し、今年度は39% (廣川)・33% (梅田) と不参加の割合が60%を超えた。この結果は、『BAM』の目玉イベントとして実施している『in BEPPU』としては残念な結果だった。しかし、この大きな要因は、約1ヶ月の会期開始のずれであると推測する。『BAM』が11月20日から開始した直後、「今年度の全体的な傾向」でも述べたとおり、会期前半にプログラムが集中しており、別府市内で実施された117プログラムのうち、半数以上の62プログラムが『in BEPPU』『O滞』が開始する12月18日までには終了していた。『in BEPPU』『O滞』会期中に実施されたアンケートのみを対象にすると、約50%の来場者が「参加する予定」「参加した」と回答しており、今年度のアンケート結果で、『BAM』と『in BEPPU』の相乗効果がなかったとは一概には言えない。しかし、同時期開催により、実行委員会事業の開催目的の1つである「別府市における集客交流人口の多様化」において効果的な結果を導くのではないかと考える。

別府は温泉観光地だけでなくアートの町でもあるというイメージを持っているか、の問い合わせに関しては、「はい」と回答した割合が昨年度80%だったのに対し、今年度は48%であった。この結果は、上記に記載した市外・県外からの来訪者が増加したことや、プログラムを知ったきっかけとして、「チラシ・パンフ」および「偶然来訪」(57ページ参照)の割合が増加したことにも結びついており、別府に来訪した際、偶然イベントを知り、来場したという方が一定数いたと考えられる。運営側としては、アートイベントを目的に来訪し、その他の地域資源にも触れる事によって観光振興に寄与したいという思いはあると同時に、偶然来訪した観光客に『BAM』を知ってもらえたことが、文化・芸術に触れるきっかけになることはポジティブに捉えたい。偶然イベントを知った来場者が次回以降も再来訪することで、アートファンの裾野を広げていけるよう、今後の取組を考えたい。

昨年度、別府市民への周知として特に力を入れるべき点として挙げていたのは、以下の3点である。

- ・ボランティアスタッフによる、『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。

上記のうち、上の2つは実施できた。さらにボランティアスタッフとの関わりでいうと、ガイドツアーだけでなく、別府を紹介する動画制作(プログラム番号128「別府から北ウェールズへ」)に、新しいボランティアスタッフも加わり、別府や『BAM』の魅力を英語字幕付きで発信できた。引き続き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、周知を進めていきたい。

### 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近くの団体が多様なイベントを実施する市民文化祭へと成長した。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40%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「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繋がるよう工夫したい。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。

## 8-2. 『廣川玉枝 in BEPPU』

『廣川玉枝 in BEPPU』は2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日)の毎週火曜日および年末年始(12月28日～1月6日)を除く42日間、鉄輪エリアの4会場と火男火賣神社をメイン会場とした鉄輪エリア一帯とオンラインを舞台に開催し、参加者は30,130名(来場者数: 26,770名、オンライン参加者数: 3,360名)であった。今年度は以下の5つの方法で来場者にアンケート調査を実施した。(1) 通期で展示会場である『鉄輪むし湯』の休憩所と『洗濯場跡』でのアンケートの設置、(2) 会期中の任意の日時(土日祝日中心)にスタッフが各会場を巡回して配布、(3) 市内の高校の課外学習での配布、(4) 周辺自治会の回覧板への挟み込み配布、(5) オンラインでのアンケート調査。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

昨年度に引き続き新型コロナウイルス感染症の感染状況に左右されるなかで芸術祭を実施するにあたり、展示会場となった施設での検温や消毒、半屋外での展示、屋内イベントにおいては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、アーティストとコロナ禍における芸術祭のあり方を協議した。まず長引く新型コロナウイルス感染症の影響で疲弊するなかで、町を大胆に「装う」ことで目に見える活力をもたらしたいという希望をアーティストに伝え、作品プランを練っていった。今回の作品は、基本的に半屋外での展示とし、密にならない環境、コロナ禍でも鑑賞可能な展示となること、来場できない人々のためにオンラインでの発信を強化すること前提とした。鉄輪エリア一帯を作品の舞台と捉え、廣川の代表作である「Skin Series」でできた提灯と暖簾による屋外インスタレーションが『鉄輪むし湯』や『地獄蒸し工房 鉄輪』といった観光施設に施されたほか、施設内には廣川がデザインした暖簾を設置し、施設スタッフは廣川がデザインした「地獄柄文様」の制服を着用。人気の観光施設を含む町の景観と、そこで働く人々が一体となるインスタレーションを開設した。また、市の歴史的な文化遺構である『洗濯場跡』での映像作品展示、『大谷公園』と『火男火賣神社』での衣裳展示をおこなった。加えて、鉄輪エリアで働く商店や旅館の人々も廣川デザインの半纏を着用。廣川のデザインによって町全体を「装い」、風景を変える試みとなつた。

また、開幕初日にはメインイベントとなる『地獄祭神事奉納』(通称: 地獄祭)が開催された。エリア内に点在する展示会場を繋ぐように、廣川がデザインした神々の衣裳をまとったダンサーと一般市民が火男火賣神社から鉄輪温泉街へと練り歩き、鉄輪むし湯前広場で厄祓いのパフォーマンスをおこなつた。イベント来場者からは「プリミティブなダンスとアバンギャルドな衣装、神事のパワーと伝統への敬意を感じ、この時期にさらに感じるエネルギーにパワーをもらいました」「祭をデザインし、地域を1つにする取組みが素晴らしい」「子どもも大人も色んな人と一体となる地域性のあるもので、とても楽しかった」といった意見がみられ、来場者の満足度(アンケートで「よかったです」「どちらかといえばよかったです」と答えた割合)は92.3%と昨年から微減したものの、高い数値となつた。

一方で、開幕初日の開催とあって、来場者からは「この日を逃すと、わざわざ遠方から別府に行くには地味な企画であり、その落差が大きすぎる」「イベントのある日に、見れなかったのが残念」「(常設展示を)見るだけでは楽しみかたがよくわからない」などの意見も多々あり、会期2日目に開催されたトークイベント含めて、開幕序盤にすべてのイベントが終わってしまい、会期中に体験できるイベントが少なかったことが反省点として挙げられる。ただ、コロナ禍の不安定な状況でのイベント開催はリスクが高く、会期後半には大分県内でもまん延防止重点措置が適用されたことから、結果としては現実に即した采配であったと捉えられる。

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、別府に訪れることができない人もいるため、Webサイト上でも作品の一部や関連イベントを鑑賞できるようにした。具体的には、特設Instagramアカウントを開設し、廣川が見た別府の歴史、文化、風景を開幕前から発信した。Webサイト内には「ONLINE GALLERY」を設け、3つの神事をはじめとする映像作品の配信をおこなつた。また、廣川が登壇してのトークイベントをライブ配信およびオンラインで配信した。最終的にオンライン参加者数は3,360名となつた。

## 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、50代以上の女性が10.5%から14.9%へと大幅に増え、10代から30代の女性の割合が33.2%から19.8%へと大幅に減った。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、女性客の誘客には及ばなかった。来場者の居住地については、昨年は大分県外が39%だったのに対し、今年度は50%と大幅に増えた。宿泊者の割合も昨年の46%から65%と大幅に増えた。特に「2泊」が10%、「3泊以上」が8%の増加となり、もともと別府を代表する観光地の1つで長期滞在客が多い鉄輪温泉街がメイン会場であったことから、このような結果になったと推測される。

また、昨年度から「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80.8%が「思う」「どちらかといえば思う」と回答しているが、「どちらかといえば思わない」「思わない」が7.7%となり、昨年度の3.5%からやや増えた。これは来場者層と深く関係すると考えられる。50代以上の来場者の割合が増え、10代から30代の来場者の割合が減少したが、SNSなどを発信ツールとして多用する10代から30代に対して、50代以上の層はそもそもSNSの利用者自体が少ないためと考えられる。「別府を再訪したいか※別府市在住以外の方のみ」の問い合わせに対しては、98.7%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、作品を通して鉄輪温泉街という土地を楽しんでもらえたことがうかがえる。

また、今年度の特徴として、「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」が昨年度の39.1%から19.0%へと、「関係者からのお知らせ」が昨年度の19.2%から7.9%へと、昨年と比べ大幅に減り、「ポスター」が昨年度の6.6%から14.4%へ、「偶然来訪」が1.3%から17.1%へと大幅に増えたことが挙げられる。事前の広報活動が弱かつたことが反省点である一方、「ポスター」と回答した割合が昨年度の2倍以上に増えたのは、赤を基調としたインパクトのあるビジュアルが功を奏し、デザイナーでもある廣川の手腕が發揮された結果といえる。また、温泉街への来訪を目的に訪れた層を取り込むことができたのも、誰でもいつでも鑑賞できる半屋外展示が功を奏した結果と考えられる。

## 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10,700名に対し、26,770名であった。大分県内での感染者数が増加し、まん延防止重点措置が適用された会期後半は特に来場者数の減少が見られたが、目標を大幅に達成できた。開幕初日のイベント『地獄祭』には920名の来場者がおり開催エリアは大いに賑わった。ただ、会期中のイベントが序盤に偏ってしまったことから、会期全体を通して市民・県民を誘客できなかつた点は課題である。また、昨年度に続き今年度も新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、会場運営においてはボランティアスタッフは募集せず、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のではなく、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

『廣川玉枝 in BEPPU』は長引くコロナ禍において、アートによっていかに地域活力を復興するか、密を避けなければならない状況でどのように誘客するかなど熟慮し、作品の形態や会期、会場の設定などさまざまに工夫しての開催となった。まず、密になる状況を作り出さないために、鉄輪エリアそのものを作品の舞台と捉え、半屋外での鑑賞が可能な展示方法をとった。また、衣裳には面を取り入れることで感染予防も兼ね備えた作品を展開した。多くの市民と観光客で賑わい、老若男女が一体となって盛りあげた『地獄祭』は、疲弊する人々の心や地域への活力と希望となつたのではないだろうか。これからも地域とともに協働しながら、作品を通して別府の魅力を発信していきたい。

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。今回の作品制作にあたり、別府の祭や温泉の歴史のリサーチには温泉施設や歴史研究家などへのヒアリングや資料提供などの協力をあおいだ。また祭の実施と映像作品の撮影にあたっては、撮影場所の所有者の協力だけでなく、関係自治会や警察の協力を得て滞りなく実施することができた。県内の太鼓演奏団体、地域の神職、鉄輪温泉街で働く人々を含め多くの市民、商店、旅館の方々に出演協力していただいた。芸術祭の重要な要素の1つである衣裳の制作にあたっては、観光施設からは温泉泥を、地元アーティストからは温泉染技術を提供していただいた。さらに、半纏の縫製作業にもボランティアスタッフに関わっていただくなど、別府の資源や市民とともに創りあげたプロジェクトであったと言える。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つて、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。

『梅田哲也「O滞」2021-2022』は2021年12月18日(土)～2022年2月13日(日)の火曜および年末年始(12月28日～1月6日)を除く42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4,359名(来場者数:2,149名、オンライン参加者数:2,210名)であった。受付および『別府ブルーバード会館』、「梅田哲也展『余り』」の会場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『梅田哲也「O滞」2021-2022』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および考察

昨年度に続きコロナ禍での芸術祭の開催であった。新型コロナウイルス感染症の予防対策として、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の対策を講じたことにより期間中、鑑賞者による感染の報告はなかった。会期終盤の1月27日～2月20日までの期間には、まん延防止重点措置が発令されたほか、2月11日～13日の3連休では別府市が「感染対策短期集中期間」として、感染リスクの高い人混みを避け、家族と過ごす時間をお願いするといった感染防止の取組を発表したなかではあったが、最終日まで滞りなく芸術祭を開催することができた。これは昨年開催された『梅田哲也 イン 別府』が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形態であったことが大きな要因となっているのではないだろうか。

今年も芸術祭を中止することなく再公開できたことは大きな喜びである。たとえ今より状況が悪くなっても、アーティストが持つ新しい発想やさまざまな工夫によって、新たな可能性を切り開くことができるという、未来への希望をさまざまに人に与えることができたのではないだろうか。

作品としては、地図と音声を頼りに町を回遊する作品と、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。また、もう1つの作品体験として書籍を制作した。町を回遊する作品体験では、「物としての作品」は存在しない。これは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。

今年は音声を翻訳し、英語でも体験できるラジオを制作した。このことによりインバウンド客の体験も可能となり、より幅広い方々に体験していただける作品となった。ただ残念なことに日本国内でさえ移動が厳しい状況であったため、本事業に限らず、別府市内に外国人観光客はほぼいなかった。だが、一部の日本人のなかでも新たな作品体験として英語でのラジオを体験したいという方も見受けられた。

音声が流れる会場としては『別府国際観光港』『鉄輪温泉 渋の湯 裏』の2ヶ所が追加された。また、今年は来場者にまずJR別府駅に寄ってもらい、ラジオが電波を受信して正常に作動しているかの音声チェックをおこなったうえで出発してもらうようにした。これにより、出発前にラジオの性質や使い方を理解し、ストレスなく作品体験ができるよう改善された。

また、映画上映では、昨年の映像に英語字幕をつけて、日英両言語で鑑賞できる作品となった。書籍については別府に訪れた方も訪れることができない方も、どこにいても『O滞』を体験できる作品として完成した。

このように今年はただ単に昨年の作品を再公開したのではなく、昨年の作品を更新し新たな体験として公開した。

さらに、より深い作品鑑賞を促すため、別府の地質的特徴や生活文化などについてさまざまな分野の専門家が語るトークイベントをおこない、オンラインで配信したほか、会期中はさまざまな関連イベントをおこなった。昨年と比較し、今年は梅田によるパフォーマンスを生で鑑賞できる機会が増え、昨年作品制作に携わった関係者や知人などの来訪も多く見られた。またイベント会場では直接、梅田と会話をしたりサインを求めたり、市民がアーティストと身近に接する姿が見られた。

## 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10代女性が減少し、30代女性が大幅に増えた。また30代、40代の男性の割合も若干増えた。10代の女性が減少した原因として考えられるのは、昨年は映画のキャストとして登場した地元の高校生への積極的な呼びかけをおこなったが、今年は周知が十分でなかったためと推測し、大いに反省すべき点と捉えている。

今年の来場者アンケート結果において顕著に変化が見られたのは、鑑賞者の居住地と地域内訳、それに付随した滞在期間についてである。別府市内、大分市、大分県内といった近距離の来場者の合算値は、昨年61%だったのに対し、今年は40%と減少したが、県外の来場者は30%から60%と大幅に増えた。地域別内訳を見ると関東の来場者が最も多く38%を占めた。それに付随して、滞在期間として日帰りが昨年に比べ25%減少し、1泊以上の宿泊者が24%増加した。

また、昨年度3泊以上の滞在期間が9%だったのに対し、今年は23%と大幅に増加。バランス・スコアカード(事業評価システム)において目標に挙げている滞留時間の増加を顕著に見ることができた。

作品を鑑賞するのは何回目かの問い合わせに対しては、2回目と答えた方が4.4%から20.1%と大幅に増加し、リピーターが多くなったことがわかる。人気のあった会場としては、昨年同様の『鶴見園』『別府スパビーチ』『丸井戸』『中浜筋』に加え、今年は『明礬池』『鉄輪温泉 渋の湯 裏』が増加した。『明礬池』は昨年の会期中盤に、『鉄輪温泉 渋の湯 裏』については今年新たに追加された会場であるという理由から、リピーターは新しい体験を求めての鑑賞に訪れたと推測する。

最後に、巡った会場数については昨年4~6会場が最も多かったのに対し、今年は1~3会場の回答が最多で50.3%を占めた。昨年多くの問い合わせが寄せられた鑑賞所要時間や推奨鑑賞数について、梅田は「限られた時間で全ての会場をまわること自体を目的としないほうが良い、そうそうにあきらめて、無理のない範囲でそれぞれに気になる場所を巡ることが良いということです。あるいは複数日の鑑賞に分ける、外から来られる方は2日間ラジオを予約して別府にご滞在いただき、温泉と合わせて、余裕をもってまわることをおすすめいたします。」とコメントした。今年の傾向として滞在期間の長期化やリピーターの割合が多数であったことから、梅田の意図した通り、別府に長く滞在しながら、無理することなくゆっくり作品鑑賞を楽しんでいただけたのではないかと思う。

### 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4,380名に対し、今年は4,359名であった。今年はインバウンド客にも体験できる作品としてアップグレードしたが、実際には海外からの観光客はほぼ見られず、思うような成果を上げることはできなかつた。JR別府駅にある外国人観光客向けの観光案内所にポスターを掲示し、留学生が多く居住する大分国際交流会館や国際大学である立命館アジア太平洋大学にも参加を呼びかけてはみたが、「コロナの影響で学内にそもそも学生がいなない」「周知ができるが積極的に参加させることはできない」との回答があり、日本に住む外国人でさえ参加が厳しい状況であった。だが、『O滞』はラジオ端末さえあればいつでも体験できる作品であるため、新型コロナウイルス感染症収束後、インバウンド客が戻ってきた際には観光コンテンツの1つとして再び体験の機会を造成したい。

### 4.まとめ

昨年公開した『O滞』を更新し、新たな作品として再公開できたことは大きな喜びである。

昨年の経験があつたため各会場への使用許可など難航することなく、再公開することに理解を得やすかつた。これは作品制作にあたり行政機関、自治会などさまざまな関係者からの理解や信頼関係が深まった証と言えるのではないだろうか。私たちは別府がこれからも想像力で溢れる場所であるために、地域とともに歩み、人々の心に残る活動を続けていきたい。

---

## 8-4. 広報活動

---

### 1. 広告換算

広告換算額 272,832,885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 2021』

27,340,709円。件数は新聞23件、テレビ8件、ラジオ0件、雑誌1件、Web30件であった。昨年と比較すると件数は横ばいだが、換算額は大幅に減少した。これは、昨年度の企画者の1名がNHK関西のテレビ番組に出演したことから、換算額が例年より大きく伸びていたためである。2019年度と比較すると、換算額自体は約15%減少しているが、Web掲載件数は増加していることが見てとれる。

#### 『廣川玉枝 in BEPPU』

245,492,177円。件数は新聞14件、テレビ27件、ラジオ1件、雑誌6件、Web99件であった。昨年度と比較すると、新聞とラジオの件数が減少し、テレビとWebの件数が増加した。

#### 『梅田哲也「O滞」2021-2022』

16,679,999円。件数は新聞3件、テレビ6件、ラジオ0件、雑誌2件、Web25件であった。すべてのメディアにおいて件数、換算値ともに昨年度より減少した。

## 2. Web／SNS

### 『ベップ・アート・マンス 2021』

ユーザー数は増加したが、Webサイトのページビュー（以下、PV）は減少した。アクセス元の国・地域をみると、61か国（2020年）から90か国に増加した。

### 『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滞」2021-2022』

Facebookはリーチおよびインプレッションが昨年度より増加したが、Twitterの新規フォロワー数は減少した。

Instagramに関しては、例年は『in BEPPU』公式アカウントのみを活用してきたが、今年度は『廣川玉枝 in BEPPU』特設アカウントを設けた。そのため、『in BEPPU』公式アカウントの新規フォロワー数は昨年より減少した。

また、WebサイトのPV数とメディア露出の相関図を見ると、東京オリンピックの開幕や、廣川玉枝出演の全国放送テレビ番組の放映など、招聘アーティスト自身の情報発信やメディア露出が大きく影響していることがわかる。

## 3. 認知経路

### 『ベップ・アート・マンス 2021』

昨年度と比較して、大きな変化は見られなかった。

### 『廣川玉枝 in BEPPU』

知人・友人の口コミが大幅に減少し、偶然来訪およびポスターで知ったという割合が大幅に伸びた。昨年度の『梅田哲也 イン別府』は予約制だったこともあり、関係者や知人・友人など人からの伝播が大きく影響した。その一方で『廣川玉枝 in BEPPU』は、観光客に人気の高い鉄輪エリアをメイン会場に、公共の場や観光施設の屋外・半屋外にて『地獄祭神事奉納』や装飾などをおこなったことから、対象施設を利用した観光客などが偶然会場を訪れたり、ポスターを見たりしたことで本展を知って鑑賞したケースが多いと推察する。

また、テレビで知ったという割合も昨年より増加した。これは前述通りアシックスとの共同開発による東京オリンピックの表彰台ジャケットデザインや、全国ネットのテレビ番組への出演など、招聘アーティスト自身の発信力や話題性が大きく影響していると考えられる。

## 4. まとめ

昨年度に引き続きコロナ禍であることを考慮し、デジタルを活用した非対面の広報を重点的におこなった。特に今年度は、広報専門家と連携し、Web媒体への出稿を中心に広報活動をおこない、『Yahoo! ニュース』や『ORICON』といった媒体にも多く転載された。また、アーティスト自身の話題性が大きく影響し、TBS『news23』など全国メディアにも露出できた。

最後に、昨年度の報告書に地域広報の強化を課題としてあげていたが、今年度もコロナ禍にあり、WebやSNSなどを活用した非接触的な広報活動が中心となった。市民を対象にした芸術祭の認知拡大を目指し、今後は地元関係者との関係性の強化や地域のネットワーク拡充に注力したい。

## 第9章 事業評価

### 9-1. 評価結果のポイント

2017～2021年度の5年間にわたる『ベップ・アート・マンス (BAM)』ならびに『in BEPPU』を中心とする混浴温泉世界実行委員会事業の実績を総括的に対象とした事後評価をおこなった。

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っている。

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

視点	戦略目的	戦略目的格付	指標格付(各格付に該当する指標の個数)					
			S	A	B	C	-	計
マネジメントの視点	事務局体制の強化	A		7				7
	実行委員会体制の強化	A		2				2
	広域連携調整能力の強化	A		2				2
	外部マネジメント人材の育成・発掘	S	4	1				5
	ボランティア組織の強化	B			2	1		3
	小計 (構成比)		4 (21%)	12 (63%)	2 (11%)	1 (5%)	0 (0%)	19 (100%)
財政の視点	協賛金・助成金の獲得	B			3	1		4
	チケット・グッズ販売力の強化	-				1	2	3
	負担金など基礎的財源の獲得	A		1				1
	小計 (構成比)		0 (0%)	1 (13%)	3 (38%)	2 (25%)	2 (25%)	8 (100%)
ステークホルダーの視点	地域内の創造的人材の拡大	A		7	2			9
	文化芸術の担い手の育成・支援	A		2				2
	文化芸術団体との連携	A		1				1
	海外機関との連携	B			1			1
	行政機関・企業・団体との連携	A		3				3
	情報発信に関わるステークホルダーとの連携	A		2				2
観客の視点	小計 (構成比)		0 (0%)	15 (83%)	3 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (100%)
	市民にとっても間口の広い事業の充実・強化	A		4				4
	国際的に発信力の高い事業の創出	S	2	1				3
	事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信	A	2	1	3	1		7
地方創生の視点	小計 (構成比)		4 (29%)	6 (43%)	3 (21%)	1 (7%)	0 (0%)	14 (100%)
	地域のまちづくり人材の育成	A		2	1			3
	別府の新たな魅力の創出・発信	A		3				3
	集客交流人口の多様化	A		3	1			4
合計 (構成比)	他地域との連携による滞留時間の増加	A		1				1
	創造的人材の移住促進	A		1				1
	小計 (構成比)		0 (0%)	10 (83%)	2 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (100%)
	合計 (構成比)		8 (11%)	44 (62%)	13 (18%)	4 (6%)	2 (3%)	71 (100%)

【格付の凡例】S：目標値を上回った A：目標値を達成した B：目標値を十分には達成できなかつた C：目標値を達成しなかつた -：評価対象外

「マネジメントの視点」については、おおむね目標を達成した。このうち外部マネジメント人材の育成・発掘は、2020年度以降の『in BEPPU』で美術分野から映像・服飾・ダンスへ芸術表現の幅が広がった結果、多彩な分野の人材と協力関係を築くことができた。ボランティア組織の強化は、コロナ禍でボランティアの安全を考慮してアルバイトに代替したことなどから、当初計画どおりには進まず、今後の関係継続が求められる。

「財政の視点」では、自治体の負担金などの基礎的財源は確保できたが、コロナ禍もあり、協賛金・助成金やチケット販売などの資金調達の多様化には課題を残した。

「ステークホールダーの視点」については、おおむね目標を達成した。地域内の創造的人材を育成する観点からは、『BAM』のプログラム企画者における情報提供・相互交流を促進して、新規登録者の増加に繋げることが今後の課題である。また、海外機関との連携は、ラグビーワールドカップを好機に進展したが、コロナ禍以降はオンラインでのやり取りを余儀なくされており、コロナ後のリアルな交流再開が期待される。

「観客の視点」については、全体的に目標を達成した。特に『in BEPPU』は、国際的に発信力の高い事業として、観客満足度と来場者数において目標を上回った。メディアでの発信については、マスメディアへの露出は目標を大きく上回ったが、自前のメディアである『旅手帖beppu』には不断の見直し・改善が求められる。

「地方創生の視点」については、全体的に目標を達成した。ただし、集客交流人口の多様化に関して、30代以下の観客の比率が目標を下回って推移しており、次期BSCにおけるターゲティングを検討すべきである。また、地域のまちづくり人材の育成に関して、『BAM』の会期外の期間における市民の文化活動の情報発信のあり方についても検討を要する。

---

## 9－2. 評価のフレームワーク

---

### 1. 評価の対象

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

### 2. 評価の位置づけ

実行委員会は2017年度に、2017～2020年度までを対象期間とした実行委員会事業の評価システムを設計した。評価システムは、実行委員会事業が従来から活用してきたバランス・スコアカード（以下、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おこなったうえで、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の策定をおこなうこととした。

このため2021年度の実行委員会に、当該年度の業績評価指標（Key Performance Indicator：KPI）の目標値を諮ったうえで、2021年度までを対象期間としたBSCを再設定した。

#### （1）総括的評価としての実施

コロナ禍は2年を経てまだ収束をみていないが、今回、現行BSCの終期を2022年度までさらに1年延長することはせず、2021年度末をもって5年間の事後評価をおこなうこととした。

ここで、プログラム評価の理論における評価目的に照らした分類方法として、「形成的評価」（Formative Evaluation）と「総括的評価」（Summative Evaluation）に触れておきたい。形成的評価はプログラムの企画から実施までの段階におこなうもので、プログラムをよりよいかたちで企画・遂行できるようにすることを目的とする。プログラムからの学びやその改良を主目的におこなわれる事前・中間評価である。これに対して総括的評価は、プログラムがどのような成果を生んだかを検証するものである。アカウンタビリティ（説明責任）の確保を主目的に、事後評価としておこなわれることが多い。すなわち、2017～2020年度まで各年の実績を対象とした中間評価が、業務改善を目指す形成的評価の要素が強かったのに対して、2017～2021年度を対象とする今回の事後評価は、5年間の対象期間を通じた成果を検証する総括的評価の性格が強い。

## (2) 評価格付の導入

5年間の総括的評価の結果をわかりやすく示すうえで、71個のKPIにおける目標の達成度を、S・A・B・Cの4段階で格付した。それぞれの意味は次のとおりである。

S：目標値を上回った

A：目標値を達成した

B：目標値を十分には達成できなかった

C：目標値を達成しなかった

－：評価対象外（当初想定していた評価の考え方がなじまないケース）

2017～2021年度の5年分のBSCにおいては、主に次の3つの目標・実績の対比が可能である。

「①当初計画・実績対比」（2017～2020年度）：2017年度に最初にBSCを策定した際の4年分の目標と、実績の対比

「②改訂計画・実績対比」（2017～2021年度）：2020年度まで毎年改訂を加えてきた目標ならびに2021年度の1年分を追加した5年分の目標と、実績の対比

「③2021年度計画・実績対比」：2021年度単年度における目標と実績の対比

格付に際しては、「②改訂計画・実績対比」をベースとしつつ、必要に応じて「①当初計画・実績対比」「③2021年度計画・実績対比」も参照して評価をおこなった。

71個のKPIの上位にある、22個の戦略目的の達成度に対しても、S・A・B・Cの4段階で格付をおこなった。それぞれの戦略目的ごとに、そこに含まれる複数のKPIの格付を参照したうえで、戦略目的単位の格付をおこなっている。

こうした評価格付は、2017～2020年度の中間評価でも理屈のうえでは導入可能であった。しかし、単年度でみた実績はブレが大きいと予想されたこと、格付結果はその背景の考察を捨象して独り歩きしがちなことを踏まえて、導入を控えた。一方で今回の評価は、5年間を対象としており各KPIの趨勢を踏まえた判断が可能になり、かつ総括的評価としての性格から成果検証をわかりやすく示すことが求められたため、格付を試行したものである。

### 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、これらの取組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）<sup>1</sup> の考え方を取り入れた。

<sup>1</sup> 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」も併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指向の評価システムの導入に積極的に取り組んできたところである。

#### 2. 混浴温泉世界型バランス・スコアカードについて

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

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

このため実行委員会は、2016年度の『in BEPPU』（目 In Beppu）を実証実験と位置づけ、その実績を踏まえて実行委員会事業のビジョンの再定義と、BSCの基礎となる戦略マップ（Strategy Map）<sup>2</sup>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、携わる人材がいきいきと活躍し続ける、市民中心都市・別府の実現を目指す。

【芸術振興】優れた作品の鑑賞機会充実と若手作家の応援

【観光推進】観光地別府の新たな魅力発信事業として活用

【人材育成】多様な事業の現場を学びの場として活用

【地域活性】文化芸術を地域活性化の核として活用

##### （2）戦略マップの作成（2016年度）

民間企業の場合は中長期的な利益の最大化が重要なため、BSCの4視点の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」「ステークホールダー」「観客」とした。標準的BSCの「学習と成長」「業務プロセス」を「マネジメント」に統合し、「ステークホールダー」を新たに項目立てたかたちである。

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

---

<sup>2</sup> 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<sup>3</sup>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分かった。

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。<sup>4</sup>

## 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クホー

<sup>3</sup> 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。

<sup>4</sup> 『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。

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、こうした取組にはしばしば、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ません。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つな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。

---

#### 9-4. バランス・スコアカードの改訂

---

第1段階として、2020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、2021年度末に事後評価を踏まえていることから、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。そのうえで、1年間の対象期間延長を踏まえて、2021年度の目標値を新たに設定した。具体的には、添付資料2「バランス・スコアカード(2017~2021年度実績の総括的評価)」に掲載したとおりである。

## 9-5. バランス・スコアカードに基づく2017～2021年度実績の総括的評価

2017～2021年度の5年間にわたる『ベップ・アート・マンス (BAM)』ならびに『in BEPPU』を中心とする混浴温泉世界実行委員会事業の実績を総括的に対象とした事後評価をおこなった。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

「マネジメントの視点」については、おおむね目標を達成した。このうち外部マネジメント人材の育成・発掘は、2020年度以降の『in BEPPU』で美術分野から映像・服飾・ダンスへ芸術表現の幅が広がった結果、多彩な分野の人材と協力関係を築くことができた。ボランティア組織の強化は、コロナ禍でボランティアの安全を考慮してアルバイトに代替したことなどから、当初計画どおりには進まず、今後の関係継続が求められる。

視点	戦略目的	戦略目的 格付	指標格付 (各格付に該当する指標の個数)					
			S	A	B	C	-	計
マ ネ ジ メ ン ト の 視 点	事務局体制の強化	A		7				7
	実行委員会体制の強化	A		2				2
	広域連携調整能力の強化	A		2				2
	外部マネジメント人材の育成・発掘	S	4	1				5
	ボランティア組織の強化	B			2	1		3
	小計 (構成比)		4 (21%)	12 (63%)	2 (11%)	1 (5%)	0 (0%)	19 (100%)

【格付の凡例】S：目標値を上回った A：目標値を達成した B：目標値を十分には達成できなかった C：目標値を達成しなかった -：評価対象外

#### (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。

5年間を通じて、進行管理ソフトやグループウェアの導入が進展し、業務運営の効率化に寄与したと認められる。特にコロナ禍以降は、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、5年間で10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。2021年度までに、こうしたスキルは全職員のうち65%が獲得済で、目標(70%)をほぼ達成した。

研修制度を2019年度より導入して、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観察・報告する研修を実施したが、コロナ禍の影響から合宿研修や新人研修は中止している。今後の感染収束状況を見ながら、実施を検討すべきである。

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ア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2019年度より、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、2018年度の国民文化祭／全国障害者芸術・文化祭の大分開催を契機に、県内市町村とのネットワークを広げ、その後も国東市、豊後高田市、中津市、佐伯市など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、視察・研修の受け入れをおこなった。コロナ禍により2020年度は県外視察の受け入れがストップしたが、2021年度には複数の視察を受け入れている。

## (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18人、制作のプロフェッショナル人材14人、プロジェクト・マネジメント人材9人、外国語対応が可能な企画・制作補助スタッフ15人、記録・広報の専門家は25人とのネットワークを構築しており、多くの指標で目標を上回った。特に2020年度の『梅田哲也 イン 別府』、2021年度の『廣川玉枝 in BEPPU』では、美術分野から映像・服飾・ダンスなどへ芸術表現の幅が広がった結果、多彩な分野の人材との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、ボランティアが自らの活動にやりがいを感じながら参加することを目指している。

ボランティアの主な仕事は会場での受付業務や案内業務であるが、2020年度以降はコロナ禍に鑑み、ボランティアの安全を考えて、代わりにアルバイトスタッフが業務にあたった。このため、ボランティア組織の強化は、当初計画したようには進まなかった。業務自体はアルバイトの手を借りて無事遂行されたわけだが、実行委員会事業におけるボランティア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。今後とも、実働ボランティアとの関係の継続に努めることが求められる。

なお、イベント時だけでなく日常的な作業にも積極的に参加するボランティアの人数確保については、目標を下回った。ただし、こうした協力はそもそもボランティア個人の厚意によるところが大きく、事務局側が管理できる性質のものではなかったかもしれない。次期BSCのKPIへの採用の是非について、検討を要しよう。

## 2. 財政の視点：財政基盤の確立

「財政の視点」では、自治体の負担金などの基礎的財源は確保できたが、コロナ禍もあり、協賛金・助成金やチケット販売などの資金調達の多様化には課題を残した。

視点	戦略目的	戦略目的 格付	指標格付 (各格付に該当する指標の個数)					
			S	A	B	C	-	計
財 政 の 視 点	協賛金・助成金の獲得	B			3	1		4
	チケット・グッズ販売力の強化	-				1	2	3
	負担金など基礎的財源の獲得	A		1				1
	小計 (構成比)		0 (0%)	1 (13%)	3 (38%)	2 (25%)	2 (25%)	8 (100%)

【格付の凡例】S：目標値を上回った A：目標値を達成した B：目標値を十分には達成できなかつた C：目標値を達成しなかつた -：評価対象外

### (1) 協賛金・助成金の獲得

この項目では、県内・全国の企業と信頼関係構築による協賛・助成の獲得や、事業に共感した個人の寄付の獲得を目指している。

協賛金・助成金の獲得は、2018年度までは順調であったが、その後減少した。特にコロナ禍以降は、県内企業が厳しい経営環境にあるなか、獲得額の目標を減額するとともに、新規営業も手控えるなどの対応を図らざるをえなかった。寄付窓口については、開設の是非も含めて十分な検討がおこなえなかった。

### (2) チケット・グッズ販売力の強化

この項目では、基礎的なチケット販売数の確保や、チケットを買いたいと思える仕組みづくり、グッズの収益源化を目指している。

『in BEPPU』でチケット販売をおこなったのは5年間のうち、2018年度の『アニッシュ・カプア IN 別府』のみであった。パブリックな空間を舞台とした作品が多く、入場料の徴収が難しい、またはなじまなかつたのが主因である。このため、結果的にチケット販売の「確保方法・仕組み」に関する評価をおこなうことができず、これらの指標は評価対象外とした。

グッズ販売額については、目標を下回って推移している。

### (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、特に2020年度以降はコロナ禍の影響が懸念されたところだが、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

「ステークホールダーの視点」については、おおむね目標を達成した。地域内の創造的人材を育成する観点からは、『BAM』のプログラム企画者における情報提供・相互交流を促進して、新規登録者の増加に繋げることが今後の課題である。また、海外機関との連携は、ラグビーワールドカップを好機に進展したが、コロナ禍以降はオンラインでのやり取りを余儀なくされており、コロナ後のリアルな交流再開が期待される。

視点	戦略目的	戦略目的 格付	指標格付(各格付に該当する指標の個数)					
			S	A	B	C	-	計
ス テ ー ク ホ ー ル ダ ー の 視 点	地域内の創造的人材の拡大	A		7	2			9
	文化芸術の担い手の育成・支援	A		2				2
	文化芸術団体との連携	A		1				1
	海外機関との連携	B			1			1
	行政機関・企業・団体との連携	A		3				3
	情報発信に関わるステークホールダーとの連携	A		2				2
	小計 (構成比)		0 (0%)	15 (83%)	3 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	18 (100%)

【格付の凡例】S：目標値を上回った A：目標値を達成した B：目標値を十分には達成できなかった C：目標値を達成しなかった -：評価対象外

### (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。

『BAM』の新規登録団体数は目標をやや下回って推移している。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いる。コロナ禍を受けて2020年度よりオンライン参加も可能にした。この結果、遠方から参加する企画者も生まれたが、2021年度には参加率が低下した。全般的に顔ぶれが固定化しつつあり、新規の企画者が参加しづらい雰囲気が懸念されている。そこで「つくろう会」への参加者を増やすための対策を講じて、新規登録者の増加に繋げることが重要であろう。

こうした課題はあるものの、プログラム企画者側の『BAM』という取組への満足度（「大変よい」「よい」の合計）、登録してよかったですかの満足度、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はいずれも目標（90%超）を達成して推移した。

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数は目標値を達成した。新規登録団体は、毎年40団体前後と安定して推移しているが、目標達成までは至っていない。

全般的には、コロナ禍にあって、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いえる。

なお、若手アーティストの滞在制作の場である清島アパートは、ほぼ満室で推移している。

## (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、若手アーティストが別府に滞在して作品を制作するアーティスト・イン・レジデンス事業も継続しておこなっている。

アートマネジメント人材の育成については、2018年度の国民文化祭／全国障害者芸術・文化祭に向けて大分県主催のアートマネジメント講座の企画運営をおこなったほか、県内外の大学からインターンシップ生を受け入れてアートプロジェクトの企画立案に関する指導を続けている。

## (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。

大分県立美術館、大分市美術館などの公立美術館との連携のほか、特に2020年度以降は『in BEPPU』の映像作品やパフォーマンスへの出演、場所の提供やリサーチへの協力などで、多くの文化団体・施設との協力関係を構築している。

## (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、コロナ禍以降はリアルな視察の受け入れが困難となり、オンラインでの参加・交流を余儀なくされている。

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ウェールズとは、オンラインでの『BAM』企画参加を含めて、継続的な交流・協議が進んでおり、今後より具体的な取り組みへの発展が期待できる。フランスのナント市のアート団体も別府に関心を示しており、コロナ後における海外機関との交流再開が期待される。

## (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な連携をおこなう下地がつくられることを目指している。

文化芸術担当課以外の行政機関との連携については、『in BEPPU』の実施に際して、別府市の公園緑地課、温泉課、建築指導課、秘書広報課など各課との連携が図られた。別府市以外では、大分県の事業で商工観光労働部、農林水産部、中部振興局と連携したほか、各地のアートプロジェクトのディレクションなどを担当するなかで日田市、国東市、豊後高田市、佐伯市、杵築市、臼杵市との関係構築が図られた。

企業との連携については、大分県のクリエイティブプラットフォーム構築事業の企画運営などを通じて県内企業との繋がりを強化するとともに、大分駅ビル、別府市ホテルなど民間企業との協業も継続的に実施できた。特に2021年度の『廣川玉枝 in BEPPU』では、鉄輪地区の旅館・ホテル・店舗・飲食店・施設などに協力依頼をおこない、作品の一部として廣川がデザインした半纏の着用、会場の提供、イベント情報の周知などで多大な協力を得ることができ、まちぐるみの交流が生まれた。

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での周知、市内小中学校へのチラシ配布などで協力してもらった。

## (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。

『BAM』以外の会期を含むメディアとの連携については、2018年度より広報班を設立して、日常的・系統的な情報提供・関係構築を図っている。2020年度からは、全国誌を専門とするPR会社と連携して全国誌とのネットワークも構築できている。その結果、実行委員会事業のメディア掲載件数は、年度によって目標の達成／未達の状況が異なるが、2016～2021年度平均でみて目標を達成（目標184件、実績192件）している。

#### 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

「観客の視点」については、全体的に目標を達成した。特に『in BEPPU』は、国際的に発信力の高い事業として、観客満足度と来場者数において目標を上回った。メディアでの発信においては、マスメディアへの露出は目標を大きく上回ったが、自前のメディアである『旅手帖beppu』には不断の見直し・改善が求められる。

視点	戦略目的	戦略目的 格付	指標格付 (各格付に該当する指標の個数)					
			S	A	B	C	-	計
観 客 の 視 点	市民にとっても間口の広い事業の充実・強化	A		4				4
	国際的に発信力の高い事業の創出	S	2	1				3
	事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信	A	2	1	3	1		7
	小計 (構成比)		4 (29%)	6 (43%)	3 (21%)	1 (7%)	0 (0%)	14 (100%)

【格付の凡例】S：目標値を上回った A：目標値を達成した B：目標値を十分には達成できなかった C：目標値を達成しなかった -：評価対象外

##### (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は、安定的にほぼ達成されている。観客満足度（「大変よい」「よい」の合計）もほぼ目標（95%前後）を達成して推移している。

『in BEPPU』については、2018年度の国民文化祭／全国障害者芸術・文化祭のレガシー「県民総参加」を踏まえて、市民の関わりしろの拡大・深化がみられた。2019年度の『関口光太郎 in BEPPU』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、県内各地でワークショップをおこない多数の県民・市民が参加した。2020年度の『梅田哲也 イン 別府』、2021年度の『廣川玉枝 in BEPPU』は、構想段階で別府の歴史や地質的特徴に関するヒアリング・資料提供に協力してもらったほか、映像作品やパフォーマンスの制作・実施段階で、市内高校吹奏楽部や、地域のダンサー・太鼓演奏者・神職、地域住民の参加を得た。会場の提供・案内、近隣住民への説明・周知なども不可欠であり、多くの市民の関わり・協力によって制作・運営ができた。とりわけ2021年度は、鉄輪温泉街の商店・旅館などが観光客に向けて『in BEPPU』の案内をしたり、作品を活用した接客サービス（作品の一部である半纏を着用）を生み出したり、主体的なPR協力を得ることができた。

##### (2) 國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。観客数は毎年度、目標値を達成しており、観客満足度（「大変よい」「よい」の合計）も目標（80%）を上回って推移している。こうした成果を踏まえ、事務局は、2022年度の『in BEPPU』に招聘するアーティストの調査と交渉・リサーチを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）や英語化率（100%）こそ目標を達成したが、閲覧数（ビュー数）は頭打ちで目標を下回っている。2020年度よりInstagramを開設するなどの対応をおこなったものの、引き続きネットの閲覧形態・環境の変化を踏まえた不断の見直しが必要であろう。

『豆知識beppu』は将来的に外部機関に運営を委託する構想であったが、その検討は進んでおらず、次期BSCにおける扱いについて検討を要する。

『BAM』『in BEPPU』のメディア露出を廣告換算した結果は、対象期間中2019年度を除いて目標を上回って推移しており、2016～2021年度平均でみれば目標を大きく上回っている（目標121百万円、実績247百万円）。

## 5. 地方創生の視点：別府における諸課題の解決

「地方創生の視点」については、全体的に目標を達成した。ただし、集客交流人口の多様化に関して、30代以下の観客の比率が目標を下回って推移しており、次期BSCにおけるターゲティングを検討すべきである。また、地域のまちづくり人材の育成に関して、『BAM』の会期外の期間における市民の文化活動の情報発信のあり方についても検討を要する。

視点	戦略目的	戦略目的 格付	指標格付 (各格付に該当する指標の個数)					
			S	A	B	C	-	計
地方創生の視点	地域のまちづくり人材の育成	A		2	1			3
	別府の新たな魅力の創出・発信	A		3				3
	集客交流人口の多様化	A		3	1			4
	他地域との連携による滞留時間の増加	A		1				1
	創造的人材の移住促進	A		1				1
	小計 (構成比)		0 (0%)	10 (83%)	2 (17%)	0 (0%)	0 (0%)	12 (100%)

【格付の凡例】S：目標値を上回った A：目標値を達成した B：目標値を十分には達成できなかった C：目標値を達成しなかった -：評価対象外

### (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、安定的に目標（40%前後）を達成している。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、90%前後の高い水準を維持している。

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』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していたが、イベント情報の年間掲載件数は低調であった。当面、『BAM』のWebサイト更新に際してSNSと連動し企画者の活動を紹介したが、『BAM』会期外の文化活動の紹介については引き続き検討を要する。

### (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安定的に目標（50%前後）を達成している。プログラム企画者のリピーター率も同様に目標（50%前後、2021年度より60%前後）を達成して推移している。

また、2016年度からスタートした『in BEPPU』は2021年度で6回目となるが、今回の来場者のうち過去5回のいずれかにも参加したというリピーター率もおおむね目標（10%から40%まで漸増）を達成している。

### (3) 集客交流人口の多様化

この項目では、従来の中高年男性客だけではなく、温泉を第一の目的としない観光客が増加することを目指している。

『in BEPPU』に来場した女性観客の比率は60～70%前後で推移しており、目標（70%前後）をおおむね達成している。一方、30代以下の観客の比率は30～50%前後で推移しており、目標（70%前後で当初設定したが、2020年度は50%、2021年度は55%に下方修正）を下回った。特に低かったのが2019年度の30%、2021年度の38%だが、これはアンケートを回収した主会場（2019：トキハ百貨店、2021：鉄輪むし湯）の客層を反映している可能性が高い。たとえば、同じ梅田哲也『O滝』で比較すれば、2020年度の50%に対して2021年度の再公開は52%となっており、『in BEPPU』全体が想定する客層の年齢が両年度だけ著しく上昇したとは考えにくい。

また、「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているかという認知度を問う設問については、『in BEPPU』来場者は目標（70%から75%まで漸増）をおおむね達成した。『BAM』来場者も同様に目標（66%から75%まで漸増）をおおむね達成した。ただし、2021年度のみ『in BEPPU』『BAM』の双方で実績（各53%、34%）が目標を下回った。前者については、鉄輪むし湯を訪れることで初めて『in BEPPU』を鑑賞した来場者の割合が高く、彼らを除けば認知度は89%に達する。同じ梅田哲也『O滝』で比較すれば、2021年度は82%で、2020年度の83%と変わっていない。後者についても、『BAM』を初めて知った来場者の割合が大きかったことが一因で、以前から知っていた来場者に限れば59%である。したがって「別府はアートの町である」という認知度は実態的には、2021年度もさほど低下していないと考えるのが合理的である。

#### (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、目標値（46%から60%に漸増）を、2019年度以降はおおむね達成している。

#### (5) 創造的人材の移住促進

この項目では、クリエイターなどのニーズに合わせた情報発信を通じて、移住者が増加することを目指している。

実行委員会としての移住促進事業や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28人となり、目標（30人）をほぼクリアした。

### 6. 教訓と提言

「教訓と提言」については、戦略目的の評価に際しても適宜記載をおこなっている。このため以下では、単独の戦略目的単位ではカバーできない視点や、分析をさらに深掘りする視点を踏まえた「教訓と提言」を記載した。

#### (1) VUCAの時代の評価

評価者は、「9-3. 評価システムの概要」で、実行委員会事業に「発展的評価」（Developmental Evaluation）の考え方を取り入れたと述べた。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。特に①の特色に関連しては昨今、現代世界はVUCAであると、しばしばいわれる。VUCAとは「Volatility=不安定」、「Uncertainty=不確実」、「Complexity=複雑」、「Ambiguity=曖昧」の頭文字を繋いだものだ。

こうした発展的評価を導入した背景について、評価者は、アート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であるとしたうえで、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と述べた。しかしながら一方で、アートプロジェクトには会期や予算が決められており、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。このため、創発性重視の発展的評価と計画性重視のBSC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であると判断したところである。

すなわち、評価者は2017年度時点において、主にアートプロジェクト特有の内部環境に着目して発展的評価を導入したといえる。しかしながら、その後の経済社会環境を踏まえるに、コロナ禍や、さらには昨今の国際情勢をはじめ、アートプロジェクトを取り巻く外部環境もまた、予想もつかない荒波に揉まれている。このようなVUCAの時代にあっては、計画性と同時に創発性や柔軟性を備えたBSCの必要性は、より高まっているといえよう。

#### (2) 3つのアートプロジェクトの相乗効果の可能性

今年度の実行委員会事業は、『BAM』『廣川玉枝 in BEPPU』、『梅田哲也「O滞」2021-2022』という性格の異なる3つのアートプロジェクトから構成されていた。

『BAM』の県外來場者の比率をみると、コロナ禍の第3波と重なった2020年度が7%であったのに対して、2021年度は11～12月にかけてコロナ禍が落ち着いていたことから21%となった。2016年度18%、2017年度11%、2018年度16%、2019年度15%であり、近年でも最も県外客の割合が高かった。県外客の居住地は、九州・沖縄地区が過半（県外客の60%）を占め、近県からの来訪が多くなったと考えられる。例年に比べて『BAM』をそれまで知らなかった来場者の割合が37%と高く（近年は20%台で推移）、初見の観客が多かったことが窺える。

一方で『廣川玉枝 in BEPPU』は県外客が半数（50%）を占め、居住地別では関東と九州・沖縄がほぼ同数（県外客の各33%）であった。

『梅田哲也「O滞」2021-2022』では県外客が過半（60%）を占めており、居住地別では、関東（県外客の38%）、九州・沖縄（同33%）の順番であった。

市民文化祭の性格を持つ『BAM』に関しては、そのプログラムを主目的に訪れた県外客は少数であろう。『廣川玉枝 in BEPPU』や『O滞』、または別府の温泉を主目的とした観光にあわせて参加した県外客が多かったと推測される。

『廣川玉枝 in BEPPU』を訪れた県外客の構成は、『BAM』と『O滞』の中間に位置している。廣川の作品を鑑賞した会場として鉄輪むし湯が圧倒的に多かったことも踏まえれば、『廣川玉枝 in BEPPU』は、芸術祭を主目的に訪れた観客とともに、温泉地として名高い鉄輪地区を主目的に訪れた観光客を受け入れたと考えられる。

その一方、『O滞』は音声端末「ラジオ」を特設受付で借りなければ鑑賞できない作品のため、県外客が別府観光に訪れて偶然『O滞』の存在を知って鑑賞したという可能性はかなり低い。前年度は緊急事態宣言などで別府に来ることができなかつたアート・ファン（2020年度の県外客比率は39%と低かった）が、『O滞』再公開にあわせて別府を訪れたと考えられる。

なお、これら3つのアートプロジェクトに同時参加した観客の比率は、例年に比べて低い結果に止まっている。3つが相乗効果を発揮していれば、平均滞在期間もさらに長期化したのではないか。そうした観点からは、それぞれのアートプロジェクトをより一体的に情報発信する仕掛けが必要であったと考えられる。また、『廣川玉枝 in BEPPU』と『O滞』の会期が当初予定より後ろ倒しになった結果、『BAM』と会期が一部ずれてしまった点も残念であり、今後のスケジュール管理に課題を残した。

### (3) 芸術祭観客のターゲティング

実行委員会事業は、従来の別府観光の主流であった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「集客交流人口の多様化」を戦略目的の1つとしている。こうした観点から、『in BEPPU』に来場した女性観客の比率、30代以下の観客の比率について、BSC策定時にはそれぞれ70%前後を目標とした。いずれも、2009年度の第1回混浴温泉世界の実績を踏まえた目標設定であり、他地域の芸術祭でも当時、同様の観客構成であった。このうち、女性観客の比率はおおむね目標どおりで推移しているが、30代以下の観客の比率は30~50%前後で目標を下回っている。そこで、全国各地の芸術祭における、これらの比率の推移を確認した。以下の表では、女性観客、30代以下観客の比率を、来場者アンケートで2回以上にわたって把握できた芸術祭について、当該比率のデータを整理した。

全国の主要な芸術祭における女性観客の比率

(単位：%)

芸術祭	開催年度	比率	開催年度	比率	開催年度	比率	開催年度	比率
ヨコハマトリエンナーレ	2011	61	2014	60	2017	65	2020	63
大地の芸術祭	2009	—	2012	62	2015	65	2018	62
瀬戸内国際芸術祭	2010	69	2013	68	2016	67	2019	65
あいちトリエンナーレ	2010	71	2013	63	2016	63	2019	61
札幌国際芸術祭			2014	62	2017	60	2020	—
いちはらアート×ミックス			2014	61	2017	57	2021	—
岡山芸術交流					2016	60	2019	55
さいたま国際芸術祭					2016	54	2020	50
他地域芸術祭平均		67		63		61		59
混浴温泉世界 ※2)	2009	60	2012	59	2015	62	2018	62

全国の主要な芸術祭における30代以下観客の比率

(単位：%)

芸術祭	開催年度	比率	開催年度	比率	開催年度	比率	開催年度	比率
ヨコハマトリエンナーレ	2011	61	2014	50	2017	49	2020	41
大地の芸術祭	2009	—	2012	62	2015	64	2018	59
瀬戸内国際芸術祭	2010	71	2013	60	2016	55	2019	51
あいちトリエンナーレ	2010	61	2013	65	2016	57	2019	48
札幌国際芸術祭			2014	54	2017	50	2020	—
いちはらアート×ミックス			2014	60	2017	47	2021	—
岡山芸術交流					2016	56	2019	52
さいたま国際芸術祭 ※1)					2016	36	2020	38
他地域芸術祭平均		64		58		52		48
混浴温泉世界 ※2)	2009	72	2012	71	2015	61	2018	42

(出典) 各芸術祭 来場者アンケート

「大地の芸術祭」は2009以前の総括報告書に来場者アンケート非掲載。「札幌国際芸術祭2020」は中止。「いちはらアートミックス2020+」(2021開催)は総括報告書を未確認。

※1) 2016年度は「さいたまトリエンナーレ」

※2) 2018年度のみ『アニッシュ・カプーア IN 別府』

他地域の芸術祭の平均値をみると、女性観客比率は67%から59%まで若干の低下傾向にあり、『混浴温泉世界』『in BEPPU』といった実行委員会事業は60%前後を保っている。これに対して、30代以下観客比率は、平均値で64%から48%まで大きく低下している。実行委員会事業も同様の傾向であり、72%から42%まで大きく低下している。

来場者の平均年齢が上昇した理由としては、次の2つの可能性が考えられよう。

理由① 初期に芸術祭を訪れてファンになった若年世代のリピーターの年齢が、時間の経過とともに上昇した。

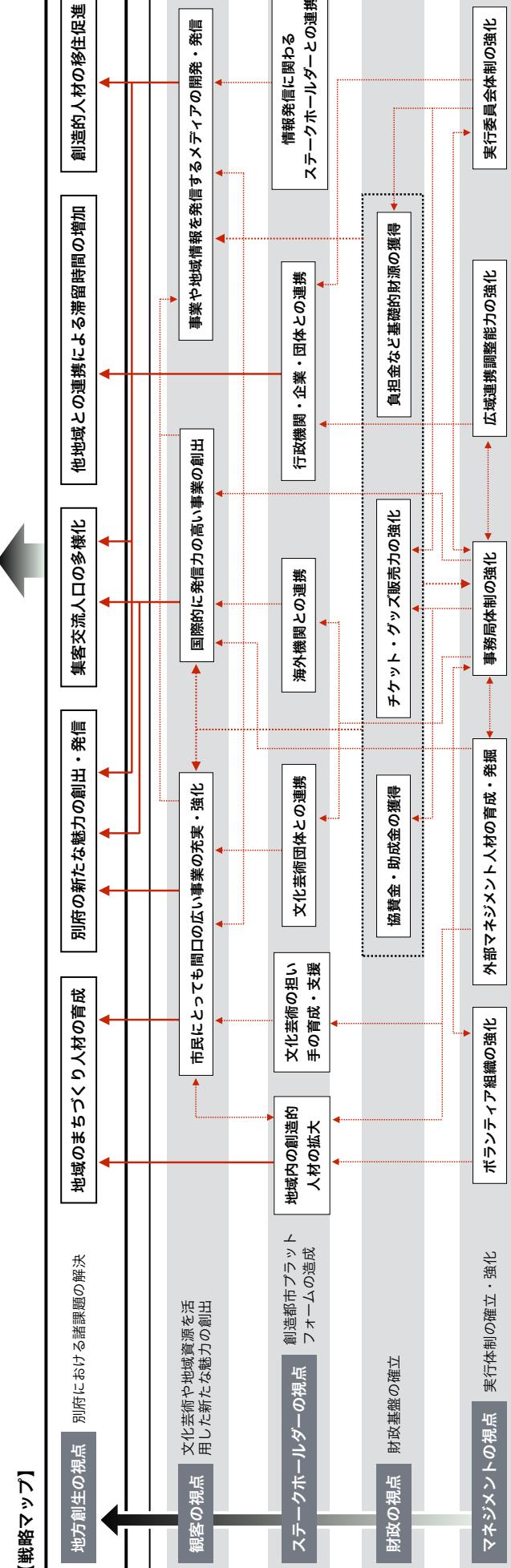
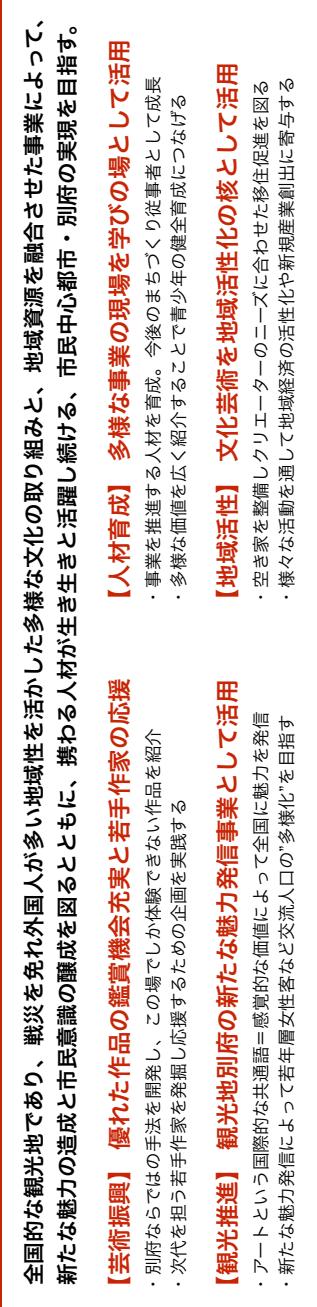
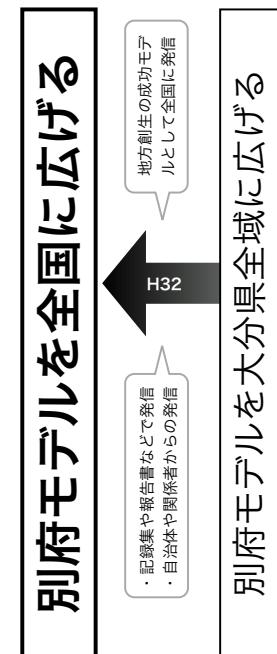
理由② 芸術祭を契機に地域の自然・歴史・食文化を楽しむ観光スタイルが一般化した結果、現代アートのコアなファンだけでなく、ライト層のシニア観客にとっても、カルチャーツーリズムがツアーの選択肢に含まれるようになった。

これらのうち理由②については、アート・ファンの裾野の拡大として肯定的に評価できるが、理由①は、芸術祭が次世代の観客を十分に取り込めていない可能性を示唆する。このため、若い世代にアプローチするための対策が求められるよう。たとえば「第8章 まとめと課題」によれば、今年度の『BAM』の来場者層は20代女性の割合が最多で、その背景として学生のプログラム企画者が多かったとしている。こうしたプログラムの企画者や来場者に対して、『in BEPPU』の情報・魅力を適切に伝え、鑑賞に繋げる取組は重要であろう。

ただし、こうした対応をおこなったとしても、30代以下観客比率の目標値として、『混浴温泉世界2009』当時の70%という水準が現実的か否かについては、次期BSCの策定に際して検討を要すると考える。

## 「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



## 混浴温泉世界実行委員会 バランス・スコアカード (Balanced Scorecard=BSC) 総括的評価 格付結果

視点	戦略目的	戦略目的 格付			指標格付 (各格付に該当する指標の個数)			評価コメント
		S	A	B	C	—	計	
マネジメント視点 (構成比)	事務局体制の強化	A	7				7	「マネジメントの視点」については、おおむね目標を達成した。このうち外部マネジメント人材の育成・発掘は、2020年度以降の『in BEPPU』で美術分野から映像・服飾・ダンスへ芸術表現の幅が広がった結果、多彩な分野の人材と協力関係を築くことができる。ボランティア組織の強化は、コロナ禍でボランティアの安全を考慮してアルバイトに代替したことなどから、当初計画どおりには進まず、今後の関係継続が求められる。
	実行委員会体制の強化	A	2				2	
	広域連携調査能力の強化	A	2				2	
	外部マネジメント人材の育成・発掘	S	4	1			5	
	ボランティア組織の強化	B		2	1		3	
	小 計		4	12	2	0	19	
財政の視点 (構成比)	協賛金・助成金の獲得	B		3	1		4	
	チケット・クレジット販売力の強化	—			1	2	3	
	負担金など基礎的財源の獲得	A	1				1	
	小 計		0	1	3	2	8	
	(構成比)		(0%)	(13%)	(38%)	(25%)	(100%)	
	地域内の創造的人材の拡大	A	7	2			9	
ステークホルダー視点 (構成比)	文化芸術の担い手の育成・支援	A	2				2	
	文化芸術団体との連携	A	1				1	
	海外機関との連携	B		1			1	
	行政機関・企業・団体との連携	A	3				3	
	情報発信に関するステークホールダーとの連携	A	2				2	
	小 計		0	15	3	0	18	
	(構成比)		(0%)	(83%)	(17%)	(0%)	(100%)	
観客の視点 (構成比)	市民にとっても間口の広い事業の充実・強化	A	4				4	
	国際的に発信力の高い事業の創出	S	2	1			3	
	事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信	A	2	1	3	1	7	
	小 計		4	6	3	1	14	
	(構成比)		(29%)	(43%)	(21%)	(7%)	(100%)	
	地域のまちづくり人材の育成	A	2	1			3	
地方創生の視点 (構成比)	別府の新たな魅力の創出・発信	A	3				3	
	集客交流人口の多様化	A	3	1			4	
	他地域との連携による滞留時間の増加	A	1				1	
	創造的人材の移住促進	A	1				1	
	小 計		0	10	2	0	12	
	(構成比)		(0%)	(83%)	(17%)	(0%)	(100%)	
合 計 (構成比)		8	44	13	4	2	71	
		(11%)	(62%)	(18%)	(6%)	(3%)	(100%)	

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

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				
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度	
マネジメントの視点	事務局体制の強化	情報システム・インフラの整備が進み、情報が常に共有され、誰が従事しても安定した質の業務遂行が図られる	1	情報システムにおけるアーカイブの検索性を高め、情報共有を進める	B	定性	インプット	-	当初計画	事業によって共有の手段・状況に違いがある	進行管理ソフト(導入済)の活用の徹底	
										改訂計画	事業によって共有の手段・状況に違いがある	進行管理ソフト(導入済)の活用の徹底
										実績	事業によって共有の手段・状況に違いがある	本年度は進行管理ソフトで各事業担当者が進行表を作成した。しかし、ガントチャートの項目の精度の細かさに個人差が出たり、事業後半の佳境時には作成しづらしく手付かずになる等が見られた。また、情報共有の精度にもスタッフによってばらつきがある。進行管理・情報共有についてともに改善が必要である。
			2	事業推進マニュアル・組織図の作成による作業の標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	-	当初計画	なし	組織図作成済 標準化を図る業務の範囲の確定	
										改訂計画	なし	組織図作成済 標準化を図る業務の範囲の確定
										実績	なし	本年度よりプロジェクトの種類によって担当班を2つに分けた。各班ごとに会議を持ち、指示系統を明確にした。
			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	-	当初計画	書類が事業ごとにバラバラに保管されており、汎用的な書式が体系的に保管されていない	汎用性の高い書式の抽出と体系的保管	
										改訂計画	書類が事業ごとにバラバラに保管されており、汎用的な書式が体系的に保管されていない	汎用性の高い書式の抽出と体系的保管
										実績	書類が事業ごとにバラバラに保管されており、汎用的な書式が体系的に保管されていない	アートプロジェクト班では制作物・提出物作成において「決済伝票」を班内でまわす新ルールが設けられた。内容の質の向上と、班内でのチェック能力の向上に作用するが、ルールがまだ徹底されておらず、チェック精度もスタッフによってばらつきがあるので、より一層の改善が必要である。
		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	当初計画	0	1	
									改訂計画	0	1	
			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)	実績	0	2	
									当初計画	0	20	
									改訂計画	0	20	
									実績	0	33	

自己評価				第三者評価		
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
グループウェア(含むナレッジベース)の導入の検討(可能であれば導入)	グループウェアの導入	活用・プラッシュアップ		①当初計画・実績対比	A	
グループウェアの導入	グループウェアの活用・プラスシュアップ	活用・プラッシュアップ	活用・プラッシュアップ	②改訂計画・実績対比	A	
昨年度に引き続きガントチャートソフトを活用しプロジェクトの進捗管理をおこなった。また、本年度より導入したグループウェア上でスタッフ間のスケジュール調整や確認・連絡などをおこない、情報共有の精度の向上を図った。	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内の各事業の細か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図ったが、タスク管理での活用が主となり十分に活用できたとは言えない。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。	これまでも活用してきたグループウェア『サイボウズ』を引き継ぎ使用。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、事務所内の書籍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。	これまで活用してきた『サイボウズ』を引き継ぎ使用。さらに在宅勤務や外勤にも対応できるよう『Dropbox』『slack』などのクラウドサービスを活用している。また、事務所内の書籍やアーカイブ資料の貸出の仕組みを整え、職員への貸出をスタートした。	③2021年度計画・実績対比	A	A
現行の内部ルールを整理指示系統のルール化	マニュアル類の作成 グループウェアへの登録	活用・プラスシュアップ		①当初計画・実績対比	A	
現行の内部ルールを整理	さらなるマニュアル類の作成およびグループウェアへの登録	活用・プラスシュアップ	活用・プラスシュアップ	②改訂計画・実績対比	A	
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。	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。	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。	内規を一部見直し全員で共有したほか、広報マニュアルを更新した。事業の引き継ぎにあたってマニュアルの不足が見受けられたため、特に実行委員会の運営や協賛関連について今年度の担当者によりマニュアルを整備した。また、イベント毎に組織図を作成することとした。 組織全体での情報共有のために、月1回の全体会議を実施することとした。	③2021年度計画・実績対比	A	A
日常業務を通じて徐々に雑形書類を作成	共通様式集の完成 グループウェアへの登録	活用・プラスシュアップ		①当初計画・実績対比	A	
日常業務を通じて徐々に雑形書類を作成	共通様式集を隨時作成 グループウェアへの登録	活用・プラスシュアップ	活用・プラスシュアップ	②改訂計画・実績対比	A	
事務局内の書類作成精度の向上に、より一層力を入れた。次年度以降、監査対応を見据えたエビデンス書類の残し方・決済の流れについて、明確にルール化し改善につとめる。	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。	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雑形の作成・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。	全体会議・リーダー会議で使用する資料の雑形を作成し、使用した。ただし、議事録の共有方法など事業毎にはらつきがあり、課題が残る。	③2021年度計画・実績対比	A	A
1	1	1		①当初計画・実績対比	A	
1	2	1	3	②改訂計画・実績対比	A	
1	2	2	3	③2021年度計画・実績対比	A	
40	60	80		①当初計画・実績対比	A	
35	50	70	70	②改訂計画・実績対比	A	
33	55	60	65	③2021年度計画・実績対比	A	A

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

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			
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
マネジメントの視点	事務局体制の強化	大規模な事業を実施できる組織の体制に成長する	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	-	当初計画	各自の自由意志	研修制度の導入を検討
									改訂計画	各自の自由意志	研修制度の導入を検討
		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	-	実績	各自の自由意志	次年度内部研修制度を導入
		当初計画							従業員満足度(Employee Satisfaction=ES)は未計測	ES調査の手法を検討	
		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なく一層に深い業務内容を実行委員が関わり進めていく	8	各組織内における実行委員会事業の情報共有・広報活動の強化	A	定性	インプット	-	改訂計画	従業員満足度(Employee Satisfaction=ES)は未計測	ES調査の手法を検討
									実績	従業員満足度(Employee Satisfaction=ES)は未計測	ESの是非も含め検討中
	実行委員会体制の強化	参画するそれぞれの組織へ事業内容が浸透し、事務局スタッフだけではなく一層に深い業務内容を実行委員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	-	当初計画	組織によって濃淡にムラがある	情報共有を密にする
									改訂計画	組織によって濃淡にムラがある	情報共有を密にする
									実績	組織によって濃淡にムラがある	実行委員会開催以外には、事業の進捗報告を一斉メールで送るなどしている。次年度は部会を作るなどして、より一層の情報共有を図る
									当初計画	現状なし(過去には存在)	部会編成の検討
									改訂計画	現状なし(過去には存在)	部会編成の検討
									実績	現状なし(過去には存在)	次年度より検討

添付資料2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価			
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
研修制度の導入	活用・プラスチックアップ	活用・プラスチックアップ		①当初計画・実績対比	A		
研修制度の導入	次年度以降に向けて具体的な内容を検討。	活用・プラスチックアップ	活用・プラスチックアップ	②改訂計画・実績対比	A		
研修制度を導入しようとしたが、多忙な業務に追われ実現することができなかった。	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を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。	・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人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。	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上で実施。4名がエントリーし視察をおこない、公開で報告会を実施した。 カルチャーツーリズム事業において社内で参加者を公募。希望者が自己研鑽の機会として参加した。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
ES調査の導入	活用・プラスチックアップ	活用・プラスチックアップ		①当初計画・実績対比	A		
勤務実態の把握	環境改善に向けた取り組みを検討	環境改善に向けた取り組み	環境改善に向けた取組	②改訂計画・実績対比	A		
9月より勤務実態の把握の為にタイムカードを導入した。特に繁忙期は著しく勤務超過が見られた。次年度以降どのように改善をおこなうか検討をする。	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、芸術祭後のイベントが少ない月に超過出勤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、例年に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。	・超過勤務をなくすためフレックスタイム制(清算期間:3ヶ月)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ヶ月に1回)、事務局長が全スタッフにヒヤリングをおこない、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。	労働環境の改善につなげることを目的に、定期的に(3ヶ月に1回)事務局長が全スタッフよりヒヤリングをおこなった。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
情報共有を密にする	情報共有を密にする	情報共有を密にする		①当初計画・実績対比	A		
情報共有を密にする	部会活動により、情報共有を密にする	部会活動により、情報共有を密にする		②改訂計画・実績対比	A		
実行委員会での説明のみならず、事務局から各委員へより具体的なイメージや言葉を提供すべきだった。委員やボランティアなど関係者に向けた学びの場を用意するなど、次年度以降、委員の意見を聞きながら改善を努めたい。	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。	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。	3つの部会(広報部会、運営部会、イベント部会)を設置し、それぞれの専門性をふんだんに、情報共有や事務局への意見をいただいた。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
部会の設置	部会活動の改善・活性化	部会活動の改善・活性化		①当初計画・実績対比	A		
役割分担の明確化	部会を設置	部会を設置	部会を実施	②改訂計画・実績対比	A		
今年度は部会を設立することはできなかった。より積極的な関わりを促すためにも次年度以降は事業内容にあわせた部会を編成し、部会内で検討されたことを事務局が遂行していくようつとめたい。	部会を設置し、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。	部会を設置し、各部会とも1回の部会会議を実施し、それぞれの専門分野・立場からのご意見をいただいた。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A

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

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	現状 (特記ない場合2016年度現在)		2017年度	
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)		
マネジメントの視点	広域連携調整能力の強化	県内他地域の行政・アート組織と強い信赖関係が生まれる	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	-	当初計画	代表および担当職員のみの関係性	関係性・調整能力の強化	
										改訂計画	代表および担当職員のみの関係性	関係性・調整能力の強化
		全国の行政・アート組織とのネットワークおよび調整能力が向上する	11	各組織との事務局スタッフのネットワーク構築・調整能力の向上、直接的な業務での関係強化	B	定性	インプット	-	当初計画	代表および担当職員のみの関係性	関係性・調整能力の強化	
										改訂計画	代表および担当職員のみの関係性	関係性・調整能力の強化
										実績	代表および担当職員のみの関係性	行政に関しては、他事業で関係した方に実行委員会事業の案内を行った。アート組織に関しては、大分県主催のアートマネジメント講座などを通じて、相互交流をおこない関係性を築くことができた。
	外部マネジメント人材の育成・発掘	簡単な制作業務を委託できる人材が県内に複数生まれる	12	県内アーティスト・クリエイターが関わる現場の造成を通して、彼らを育成	B	定量	インプット	人	当初計画	1	2	
		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	13	専門家の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供	A	定量	インプット	人	改訂計画	1	2	
									実績	1	2	
									当初計画	4	5	
		プロジェクトを推進できるマネジメント人材との密なネットワークが構築される	14	マネジメント人材の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供	A	定量	インプット	人	改訂計画	4	5	
		外国语対応ができる企画・制作補助スタッフが複数生まれる	15	県内のマネジメント人材(留学生含む)の調査・仕事の提供を通じ育成	B	定量	インプット	人	実績	4	5	
					当初計画				5	5		
					改訂計画				5	5		
		記録・広報のためのコンテンツを作製する人材との密なネットワークが構築される	16	専門家(Web制作者、ライター、カメラマン、映像制作者、翻訳者)の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供	B	定量	インプット	人	実績	5	5	

添付資料 2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価			
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化		①当初計画・実績対比	A		
関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	②改訂計画・実績対比	A		
国民文化祭の各市町村の実行委員会に参加し、関係を築くことができた。今年度築いた関係性を今後も継続して保てるよう努力したい。	県内いくつかの他地域行政と連絡を取り、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だいた。	・『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（カルチャーリーズム推進事業）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。	これまでの実績やネットワークを活かし、国東市・豊後高田市において現代アートの新作を設置したほか、ツアーコース事業をおこなった。 ・国民文化祭のレガシー事業として、今年度も中津市教育委員会より事業を受託した。 ・大分県中部振興局や臼杵市とともに食文化に関する新たな取組にも参画することとなった。臼杵市のユネスコ創造都市ネットワーク（食文化分野）認定に伴い、今後の事業展開やネットワーク構築強化が期待される。 ・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。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化		①当初計画・実績対比	A		
関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	関係性・調整能力の強化	②改訂計画・実績対比	A		
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津也の著書の販促イベントにあわせた事業広報機会を、福岡3回／大阪1回／東京1回設けた。また九州大学、九州産業大学の授業内で事業広報をさせていただいたほか、他団体が運営するウェブ媒体に出演するなどした。また、『アニッシュ・カブー IN 別府』では、愛媛経済同友会、宮崎市議会、茨城県庁、奈良県庁、九州地方自治会、横浜美術館、アサヒグループ芸術文化財団などが視察に訪れた。	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の山出津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オーガナイゼーション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された。さらに、アーティスト・イン・レジデンス事業では、ウェルズ在住のアーティストへの公募の際、プリティッシュ・カウンセルからの協力を得て、広報を協力してもらった。課題としては、例年に比べ、『ベップ・アート・マシンス』期間中の、県外アート関係者の視察が少なかった。	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。 ・新型コロナウイ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つた。	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、山出や他の職員がトークイベントなどに登壇した。（年間43件／オンライン含む） ・福武財団のプログラムの一環で、4つのアート団体からの研修を受け入れた。そのうち2つは昨年度からの継続であり、関係性が強化された。今後より具体的な事業での連携などが期待される。 ・県外からの視察を複数受け入れた（年間10件）。行政やアート関係者だけでなく、企業からの視察も複数あった。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
3	4	5		①当初計画・実績対比	S		
3	4	14	16	②改訂計画・実績対比	A		
4	12	14	18	③2021年度計画・実績対比	A		
6	7	8		①当初計画・実績対比	S		
6	7	8	13	②改訂計画・実績対比	A		
7	7	11	14	③2021年度計画・実績対比	A		
6	7	8		①当初計画・実績対比	A		
6	7	8	9	②改訂計画・実績対比	A		
6	7	7	9	③2021年度計画・実績対比	A		
3	4	5		①当初計画・実績対比	S		
3	4	5	12	②改訂計画・実績対比	S		
2	4	9	15	③2021年度計画・実績対比	S		
25	25	25		①当初計画・実績対比	S		
25	25	25	38	②改訂計画・実績対比	S		
25	25	35	45	③2021年度計画・実績対比	S		

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

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	計画/実績		現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
									当初計画	改訂計画		
マネジメントの視点	ボランティア組織の強化	ボランティア活動にやりがいを感じながら参加する	17	ボランティアが参加しやすくなる仕組みづくりや環境改善	A	定性	インプット	-	なし(事務局内部のシフト管理表のみ)	なし(事務局内部のシフト管理表のみ)	クラウドベースのシフト管理表への移行	クラウドベースのシフト管理表への移行
			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	-	なし(事務局内部のシフト管理表のみ)	なし(事務局内部のシフト管理表のみ)	クラウドベースの参加管理ソフト、シフト管理ソフトを導入したが、上手く活用されなかつた(そもそもボランティアの参加数自体が少なかった)	クラウドベースの参加管理ソフト、シフト管理ソフトを導入したが、上手く活用されなかつた(そもそもボランティアの参加数自体が少なかった)
			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	当初計画	5	5	西野達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定
		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	改訂計画	5	6	西野達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定
			21	新規営業件数	A	定量	インプット	社	実績	427	755	西野達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定
			22	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	E	定量	インプット	社	当初計画	0	0	西野達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定
		協賛金・助成金の獲得	23	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)	B	定量	インプット	% (前年比)	改訂計画	0	4	西野達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定
				個人人が事業に共感し寄付する					実績	なし	なし	西野達 in 別府会場スタッフは主にアルバイトで対応予定
				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								次年度の必要性も含めて検討。その検討結果を踏まえて次年度数字を記載する。

自己評価				第三者評価			
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
活用・プラッシュアップ	活用・プラッシュアップ	活用・プラッシュアップ		①当初計画・実績対比	B		
マーリングリスト方式への転換と説明会開催	活用・プラッシュアップ	活用・プラッシュアップ	活用・プラッシュアップ	②改訂計画・実績対比	B		
当事業独自のボランティア説明会を開催するともに、別府市の国民文化祭ボランティア説明会に出向き当事業の説明をおこなうとともに、APUを卒業したばかりのスタッフに事業に関わってもらい、広く学生の参加を促した。	昨年度ボランティア活動をしてくれた方々にメーリングリスト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、ボランティア募集に繋がった。 また、各大学でワークショップを事前におこなった繋がりもあり、別府大学、芸術文化短期大学、大分大学の学生が、制作ボランティアおよび会期中のボランティアに参加してくれた。 課題としては、昨年度実施したような、事前のボランティア説明会を実施できなかったことがあげられる。県内各地でのワークショップなどで、ボランティア集めを早い段階から計画して実施できず、説明会を実施する機会を逃した。	・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。	・『廣川玉枝 in BEPPU』において、ボランティアを募集し、縫製作業9名・会場案内1名が活動をおこなった。また、ファンション系の専門学校から2名のインターンがアーティストの制作を手伝った。 ・『ベッド・アート・マンス』において、まちあらきガイド、映像制作のボランティアを募集し、4名が活動した。 ・年間を通じて大学や他のアート団体よりインターンの受け入れをおこなった。	③2021年度計画・実績対比	B	B	B
円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	円滑な運営に要する実働ボランティアの確保		①当初計画・実績対比	B		
円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	ボランティアとして関わる意義を伝えるための活動・機会の創出	円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	円滑な運営に要する実働ボランティアの確保	②改訂計画・実績対比	B		
円滑に運営をするための実働ボランティア人数の確保にはいたらなかった。次年度以降、関わっていただく方を単なる労力としてではなく、協働するパートナーとして捉え、関わることの意義・価値や我々の目標ビジョンを共有し、協力者を増やすための活動・場作りを計画的におこなう必要がある。	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足りず、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、ほぼ必要な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つたので、今後募集の仕方や関わり方を検討したい。	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。	・昨年度と同様、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、会場での受付業務や案内業務に関しては、ボランティアの代わりにアルバイトスタッフが各業務をおこなった。 ・『廣川玉枝 in BEPPU』において、作品の一部である衣裳の縫製や会期中のアンケート配布業務のためボランティアを募集し、感染対策を万全におこなったうえで業務にあたってもらつた。	③2021年度計画・実績対比	B	B	B
7	8	10		①当初計画・実績対比	C		
6	6	10	4	②改訂計画・実績対比	C		
5	4	4	4	③2021年度計画・実績対比	A		
750	800	800		①当初計画・実績対比	C		
750	800	260	100	②改訂計画・実績対比	A		
1062	567	305	219	③2021年度計画・実績対比	S		
4	3	3		①当初計画・実績対比	B		
4	30	1	5	②改訂計画・実績対比	B		
1	63	1	14	③2021年度計画・実績対比	S		
7	6	7		①当初計画・実績対比	C		
7	6	2	2	②改訂計画・実績対比	B		
4	1	2	2	③2021年度計画・実績対比	A		
必要性も含めて検討	必要性も含めて検討	必要性も含めて検討		①当初計画・実績対比	C		
必要性も含めて検討	必要性も含めて検討	必要性も含めて検討	必要性も含めて検討	②改訂計画・実績対比	C		
他業務に追われ、販売を優先したため、寄付窓口の開設がおこなえなかつた。	寄付窓口の開設をおこなわなかつた。必要性を含めて今後検討したい。 ただ、『闇口 光太郎 in BEPPU』では、市民参加のプロジェクトであつ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入れることが多く、最終的に5,000円ほどとなつた。集まつ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うえでの参考になつた。	新型コロナウイルス感染症拡大の影響も鑑み、今年度の寄付窓口開設の検討は保留としたが、事業の継続における資金獲得の手段として、クラウドファンディングの利用などの検討を始めている。	新型コロナウイルス感染症拡大の影響も鑑み、今年度の寄付窓口開設の検討は保留としたが、事業の継続における資金獲得の手段として、クラウドファンディングの利用などの検討を始めている。	③2021年度計画・実績対比	C	C	B

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

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	2017年度		
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
財政の視点: 財政基盤の確立	チケット・グッズ販売力の強化	チケット販売が行われる場合に基礎的なチケット販売数がクリアされる	24	実行委員会参画組織内や関係団体での販売力強化	C	定性	インプット	-	当初計画	チケット販売なし	チケット販売なし
									改訂計画	チケット販売なし	チケット販売なし
									実績	チケット販売なし	チケット販売なし
		グッズが収益源になれる	25	グッズ販売額	E	定量	インプット	万円	当初計画	グッズ販売なし	300
									改訂計画	グッズ販売なし	300
									実績	グッズ販売なし	111万5,700円(2/27現在)
	チケット・グッズ販売力の強化	チケットを買いたいと思える仕組みが生まれる	26	チケット販売に備えた仕組みの検討	E	定性	インプット	-	当初計画	チケット販売なし	チケット販売なし
									改訂計画	チケット販売なし	チケット販売なし
									実績	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(2021年)までの適切な予算の確保	E	定性	インプット	-	当初計画	予算確保	予算確保
									改訂計画	予算確保	予算確保
									実績	予算確保	予算確保
ステークホーダーの視点:創造都市プラットフォームの造成	地域内の創造的人材の拡大	アーティストや爱好者だけではなく、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	当初計画	100	113
									改訂計画	100	113
									実績	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、プログラム企画者へのアドバイスの効率的・体系的実施	B	定性	アウトプット	-	当初計画	なし	章立て完成
									改訂計画	なし	章立て完成
									実績	なし	安全管理マニュアルの作成を行った。
			30	運営者育成に向けた「ベップ・アート・マンスをつづろう会」の継続実施	D	定量	アウトプット	回	当初計画	12	12
									改訂計画	12	12
									実績	12	18
			31	運営者育成に向けた「ベップ・アート・マンスをつづろう会」への参加率の向上(つづろう会参加団体数/総団体数)	B	定量	直接アウトカム	%構成比	当初計画	27	30
									改訂計画	27	30
									実績	27	30
			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	当初計画	98	90超
									改訂計画	98	90超
									実績	98	96
			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	当初計画	93	90超
									改訂計画	93	90超
									実績	93	94
			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	当初計画	92	90超
									改訂計画	92	90超
									実績	92	95
			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	当初計画	未設定	未設定
									改訂計画	未設定	未設定
									実績	未計測	48
			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	当初計画	40	44
									改訂計画	40	44
									実績	40	45

## 添付資料 2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価			
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
実行委員会の現実的な目標設定	実行委員会の現実的な目標設定	実行委員会の現実的な目標設定		①当初計画・実績対比	-		
実行委員会の現実的な目標設定	チケット販売なし	チケット販売なし	チケット販売なし	②改訂計画・実績対比	-		
実行委員組織の委託販売数のうち83%が販売された。今後より一層、販売力の強化につとめる。	チケット販売なし	チケット販売なし	チケット販売なし	③2021年度計画・実績対比	-		
200	☆	☆		①当初計画・実績対比	C		
300	60	60	130	②改訂計画・実績対比	C		
180	53	24	25	③2021年度計画・実績対比	C		
導入	導入	導入		①当初計画・実績対比	-		
導入	チケット販売なし	チケット販売なし	チケット販売なし	②改訂計画・実績対比	-		
県内小中学生の無料鑑賞券の配布および学校生協での販売や各種プレイガイド（ローソンチケット・セブンチケット・peatix・イープラス）、ミューぽん（東京アートビート運営）の導入をおこなった。無料鑑賞券に関しては、使用率0.4%ではあったが、これまで来場しなかった方がほとんどのように見られたためある一定の効果はあったと考える。また、各種プレイガイドでは372枚の売上があった。販売窓口を広げる意味で今後も利用したい。	チケット販売なし	チケット販売なし	チケット販売なし	③2021年度計画・実績対比	-		
予算確保	予算確保	予算確保		①当初計画・実績対比	A		
予算確保	予算確保	予算確保	予算確保	②改訂計画・実績対比	A		
チケット収入が当初予定の目標額には届かなかつたが、ほかの収入でカバーできため滞りなく事業を遂行することができた。	情報発信事業および定住促進事業の予算を削っ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。	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。協賃金確保について、新型コロナウイルス感染症の影響を懸念したが、目標金額を上回ることができた。また、今年度は物的協賃を多く獲得することができた（約740万円相当）。		③2021年度計画・実績対比	A		
100	100	100		①当初計画・実績対比	A		
113	100	100	100	②改訂計画・実績対比	A		
113	100	88	112	③2021年度計画・実績対比	A		
活用・プラスアップ	活用・プラスアップ	活用・プラスアップ		①当初計画・実績対比	A		
活用・プラスアップ	活用・プラスアップ	活用・プラスアップ	活用・プラスアップ	②改訂計画・実績対比	A		
会場確保の情報提供や企画者への個別具体的なアドバイスをおこなうほか、企画者同士の情報交換の場「ベッピ・アート・マソスをつくろう会」を継続実施し、プログラムの質の向上につとめた。今後さらなる質の向上を目指し、効率的・体系的な仕組みを早急に計画する。	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。	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。		③2021年度計画・実績対比	A		
12	12	12		①当初計画・実績対比	A		
12	12	12	13	②改訂計画・実績対比	A		
15	13	11	11	③2021年度計画・実績対比	A		
33	36	40		①当初計画・実績対比	B		
33	36	40	40	②改訂計画・実績対比	B		
26	29	36	20	③2021年度計画・実績対比	C		
90超	90超	90超		①当初計画・実績対比	A		
90超	90超	90超	90超	②改訂計画・実績対比	A		
98	100	97	99	③2021年度計画・実績対比	A		
90超	90超	90超		①当初計画・実績対比	A		
90超	90超	90超	90超	②改訂計画・実績対比	A		
95	93	96	96	③2021年度計画・実績対比	A		
90超	90超	90超		①当初計画・実績対比	A		
90超	90超	90超	90超	②改訂計画・実績対比	A		
94	96	96	96	③2021年度計画・実績対比	A		
未設定	未設定	未設定		①当初計画・実績対比	-		
51	54	60	60	②改訂計画・実績対比	A		
59	59	53	71	③2021年度計画・実績対比	A		
48	53	58		①当初計画・実績対比	B		
48	53	40	40	②改訂計画・実績対比	B		
36	39	34	44	③2021年度計画・実績対比	A		

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

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	計画/実績	現 状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
									当初計画	KASHIMAにて一組の国内アーティストを海外に派遣。また、海外アーティストを一組別府に招へいし発表を行った。	二組以上の若手アーティストの活躍の場を設ける。
ステークホーダーの視点:創造都市プラットフォームの造成	文化芸術の担い手の育成・支援	若手アーティストの発表の場をつくる	37	若手アーティストが発表する企画の実施	B	定性	直接アウトカム	-	改訂計画	KASHIMAにて一組の国内アーティストを海外に派遣。また、海外アーティストを一組別府に招へいし発表を行った。	二組以上の若手アーティストの活躍の場を設ける。
									実績	KASHIMAにて一組の国内アーティストを海外に派遣。また、海外アーティストを二組別府に招へいし発表を行った。	KASHIMAにて二組の国内アーティストを海外に派遣。また、海外アーティストを二組別府に招へいし発表をおこなった。
		県内外で広域的にアートマネジメント人材が成長する	38	県内外におけるアートマネジメント人材の育成活動	B	定性	直接アウトカム	-	改訂計画	アートマネジメント講座・入門編の開催	アートマネジメント講座・入門編&実践編の開催
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(ペップ・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	-	改訂計画	アートマネジメント講座・入門編の開催	アートマネジメント講座・入門編&実践編の開催
									実績	アートマネジメント講座・入門編の開催	アートマネジメント講座・入門編&実践編の開催
									当初計画	なし	なし
									改訂計画	なし	なし
									実績	なし	今までやりとりのなかった市内の文化施設との連携をおこなった。

## 添付資料2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価		
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
国内・海外若手アーティスト計二組に別府での滞在制作の機会と、発表の場を設ける。	企画の実施	企画の実施		①当初計画・実績対比	A	A
国内・海外若手アーティスト計二組に別府での滞在制作の機会と、発表の場を設ける。	企画の実施	企画の実施	企画の実施	②改訂計画・実績対比	A	
事務局であるBEPPU PROJECT主催事業KASHIMAにてアーティストユニットnerhol、フランスよりサブリナ・ヴィタリを招へいし展示発表をおこなつた。	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プ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。	・『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。 ・『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、展覧会をおこなつた。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了。	・『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等が開催されており、若手アーティストの発表の場として機能している。 ・アーティスト・イン・レジデンス事業『KASHIMA』において3組6名の新進気鋭アーティストによる国際共同制作をおこなつた。 ・『廣川玉枝 in BEPPU』において地元の若手ダンサーが出演した。	③2021年度計画・実績対比	A	A
アートマネジメント講座の開催や、研修の受け入れを検討	育成機会を継続して設ける	育成機会を継続して設ける		①当初計画・実績対比	A	
アートマネジメント講座の開催や、研修の受け入れを検討	育成機会を継続して設ける	育成機会を継続して設ける	育成機会を継続して設ける	②改訂計画・実績対比	A	
大分県主催のアートマネジメント講座実践編の開催するほか関西・中国地方の大学よりインターンシップ生の受け入れをおこなった。また、ベップ・アート・マンス企画者に向けて作成した安全管理マニュアルの活用をおこなつた。次年度以降隨時改定と共に人材の育成につとめたい。	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『闇口 光太郎 in BEPPU』関連での業務に従事してもらった。またベップ・アート・マンス企画者に向けては『ベップ・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のアドバイスなどをおこなつた。	・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つた。 ・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。	・大分大学、京都芸術大学からの学生インターンを受け入れ、現場研修などをおこなつた。 ・福武財団の研修プログラムの一環で、県外の4つのアート団体からの研修を受け入れた。 ・『ベップ・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。	③2021年度計画・実績対比	A	A
さらに新しい文化施設との関係を作る	関係を継続する	関係を継続する		①当初計画・実績対比	A	A
さらに新しい文化施設との関係を作る	既存文化芸術団体や文化施設との関係をつくる	関係を継続する	関係性を継続する	②改訂計画・実績対比	A	
今年度はおこなうことができなかつた。次年度は関係づくりを強化したい。	『闇口光太郎 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つた。	・『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、アールプリユ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。	・『廣川玉枝 in BEPPU』において、『浜脇子ども太鼓』『大分太鼓堂』が映像作品またはパフォーマンスに参加したほか、別府市内のダンス団体よりパフォーマンスへの出演や稽古場の提供などの協力を得た。また、別府市内の『朝見神社』『火男火賣神社』等に映像作品やパフォーマンスへの出演、場所の提供やリサーチへの協力などで多大な尽力をいただいた。	③2021年度計画・実績対比	A	A

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

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	計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
									当初計画	改訂計画	実績
ステークホーラーの視点:創造都市 プラットフォームの造成	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	-	パンプーカーテンスタジオ、チュニアートフェアを視察	パンプーカーテンスタジオ、チュニアートフェアを視察	「エネツィア・ビエンナーレ、ドクメンタ、ミュンスター彫刻プロジェクトの視察、in BEPPU候補アーティストのアトリエ訪問」
	行政機関・企業・団体との連携	自治体における文化芸術の必要性が向上し、果たす役割が担当課以外にも拡大される	41	大分県、別府市などにおける芸術文化担当課以外との連携活動	A	定性	アウトプット	-	パンプーカーテンスタジオ、チュニアートフェアを視察	パンプーカーテンスタジオ、チュニアートフェアを視察	「エネツィア・ビエンナーレ、ドクメンタ、ミュンスター彫刻プロジェクトの視察、in BEPPU候補アーティストのアトリエ訪問。ニュージーランド駐日大使、イギリス前バース市長のin BEPPU視察。」
									in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携
									in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携
									in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	in BEPPU実現のため、別府市各課と連携、クリエイティブ産業振興や障がい者アート支援に際して県各課と連携	大分県 ・クリエイティブ産業振興事業>県商工労働部 ・福祉・障がい者芸術関連事業>国民文化祭・障害者芸術文化祭局 別府市 ・今年度inBEPPU事業>建築指導課、温泉課、秘書広報課 ・次年度inBEPPU事業>公園緑地課 ・4Bi事業>市役所内プロジェクトチーム

## 添付資料 2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価			
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
海外団体へアプローチをおこない、視察を積極的に受け入れる。	関係を継続する	関係性を継続する		①当初計画・実績対比	B	B	B
海外団体へアプローチをおこない、視察を積極的に受け入れる。	既存の関係性を継続しつつ、新たな芸術文化関係者・団体との関係をつくる	関係性を継続する	関係性を継続する	②改訂計画・実績対比	B		
BEPPU PROJECTとして加盟しているIBA (International Biennial Association) 内での広報をおこない、世界中の国際展関係者が登録するメールマガジンにて情報が発信された。またニュージーランド駐日大使が『アニッシュ・カプーハ IN 別府』を視察した。	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、『間口光太郎 in BEPPU』に、ニューヨーク近代美術館のInternational Council会員、イギリスサーベンタイン・ギャラリー役員、テートギャラリー・パトロンなど、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ブ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ポップアップショップをオーブンした。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。	・『アーティスト・イン・レジデンス KASHIMA』において、海外アーティスト3名を招聘したが、新型コロナウィルス感染症の影響でオンライン参加となった。本事業を通じて、特にフランス・ナントのアート団体が別府でのプログラムに強く関心を示しており、次年度以降の交流プログラムの協議がスタートしている。 ・2019年度ラグビーW杯のレガシーとして、ウェールズ政府と継続的な交流・協議が進んでおり、今後より具体的な取り組みへの発展が期待できる。 ・『ベップ・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。	・『アーティスト・イン・レジデンス KASHIMA』において、海外アーティスト3名を招聘したが、新型コロナウィルス感染症の影響でオンライン参加となった。本事業を通じて、特にフランス・ナントのアート団体が別府でのプログラムに強く関心を示しており、次年度以降の交流プログラムの協議がスタートしている。 ・2019年度ラグビーW杯のレガシーとして、ウェールズ政府と継続的な交流・協議が進んでおり、今後より具体的な取り組みへの発展が期待できる。 ・国東半島カルチャーリズム事業において、レイチエル・ホワイトリード氏の新作を設置したほか、ホワイトリー氏およびゴームリー氏とのシンポジウムを実施。ただし、新型コロナウィルス感染症の影響でオンラインでの映像収録となった。 ・PR WIREを活用し、海外(韓国、台湾、香港)へのメディアへもPRをおこなった。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
継続して関係を築く	継続して関係を築く	継続して関係を築く		①当初計画・実績対比	A		
継続して関係を築く	継続して関係を築く	継続して関係を築く	継続して関係性を築く	②改訂計画・実績対比	A	A	A
大分県 ・クリエイティブ産業振興事業>県商工労働部 ・福祉・障がい者芸術推進事業>国民文化祭・障害者芸術文化祭局 ・ラグビーW杯2019関連事業>大分県企画振興部別府市 ・今年度inBEPPU事業>建築指導課、公園緑地課 ・経済活性事業>市役所内プロジェクトチーム 日田市 ・林業振興事業>農林振興部林業振興課	・大分県 商工労働部 (クリエイティブ産業振興事業) ・大分県 企画振興部 (ラグビーW杯2019関連事業) ・別府市 公園緑地課(アーツ・カプーハ スカイミラー再公開) ・別府市 緘書広報課、産業政策課、施設整備課 (4bi) ・日田市 農林振興部林業振興課(林業振興事業) ・國東市 活力創生課 地域支援係(国東半島事業) ・別府市 活力創生課(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)	・大分県 商工労働部 (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) ・國東市 活力創生課 地域支援係(国東半島事業) ・農後高田市 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) 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。	・大分県商工観光労働部(クリエイティブ産業振興事業) ・大分県中部振興局(サステナブル・ガストロノミー研究会) ・別府市観光課(in BEPPU) ・別府市公園緑地課(in BEPPU) ・別府市温泉課(in BEPPU) ・別府市消防本部予防課(in BEPPU) ・國東市活力創生課(国東半島カルチャーリズム事業) ・農後高田市教育総務課(国東半島カルチャーリズム事業) ・杵築市産業促進課(食文化創造都市の推進)	③2021年度計画・実績対比	A		

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

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	計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
									当初計画	改訂計画	実績
ステークホーダーの視点:創造都市プラットフォームの造成	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	-	当初計画	大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業の受託などを通じて、県内企業とのつながりをもつことができた。	県内企業の繋がりを強化
									改訂計画	大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業の受託などを通じて、県内企業とのつながりをもつことができた。	県内企業の繋がりを強化
		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	-	当初計画	特に実施できなかった。	各種団体にむけた説明会などの実施。
									改訂計画	特に実施できなかった。	各種団体にむけた説明会などの実施。
									実績	特に実施できなかった。	目治会 ・自治会長集会(年4回開催)で『西野 達 in 別府』とBAMの事業PRを行った。(本年初) 通り会 ・『西野 達 in 別府』に関して中心市街地の通り会に挨拶回りをおこなった。 教育機関 ・大分県立芸術短期大学ではボランティア活動についての講義をおこなった。 ・溝部学園短期大学では学生向けに『西野 達 in 別府』作品案内ツアーをおこなった。  ほか ・作品制作にあたって重要な地域のステークホルダー向けに事業説明会を2度開催した。
	情報発信に関わるステークホールダーとの連携	メディアなど情報発信に関わる人材との付き合いが日常的にできており、in BEPPUなどを広報する際にしっかり報道してもらえる体制が整っている	44	ペッ普・アート・マンス以外の期間を含む記者(地元メディア、大手メディア地元支局、県外のアート専門メディアなど)との日常的・系統的な連携	A	定性	アウトプット	-	当初計画	随時情報提供をおこなっている。	新しいメディアとの関係をつくる。
									改訂計画	随時情報提供をおこなっている。	新しいメディアとの関係をつくる。
									実績	随時情報提供をおこなっている。	今年度は掲載・放送に至らなかつたが、新規のメディアに営業活動を行い、次年度に向けた関係を構築できた。
		メディア掲載件数の増加	45	E	定量	アウトプット	件	当初計画	111	150	
									改訂計画	111	150
									実績	111	186

自己評価				第三者評価		
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
さらなる県内企業との関係構築。	継続して関係を築く。	継続して関係を築く。		①当初計画・実績対比	A	
さらなる県内企業との関係構築。	既存の関係性を継続しつつ、新たな県内企業との関係を構築する。	継続して関係を築く	継続して関係性を築く	②改訂計画・実績対比	A	
大分空港やパークプレイス大分への情報提供をおこなったことで、別府市と協働の事業の広報イベントの機会をいただくことができた。また、別府市旅館ホテル組合連合会の会員ヘメール広報、定例会場にてPRをさせていただいた。 別府市4B1事業や、大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業などを通じて、県内企業との繋がりがさらに増えた。これを来年度以降の当委員会事業の理解促進や周知活動に繋げる。	昨年度から引き続き、別府市旅館ホテル組合連合会の定例会場および大分経済同友会での定例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、多くの県内企業に事業の説明を行った。また、別府市4B1事業や、大分県クリエイティブプラットフォーム構築事業などを通じて、県内企業との繋がりが増えてきた。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。	・大分経済同友会の定例会議でのPRや、これまで『ベップ・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・チラシの掲示依頼などをおこなった。 ・『廣川玉枝 in BEPPU』において、鉄輪地区的旅館・ホテル・店舗・飲食店・施設などに協力依頼をおこなうことで半端の着用、会場の提供、イベント情報の周知などで多大な協力を得ることができ、交流が生まれた。また、鉄輪旅館組合等の協力を得て、地域説明会も複数回おこなった。 ・『ベップ・アート・マンス』において、宿泊施設や飲食店などが新たに会場として協力してくれた。	③2021年度計画・実績対比	A	A	A
事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。4月に計画を作成し進める。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。4月に計画を作成し進める。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。4月に計画を作成し進める。		①当初計画・実績対比	A	
事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。4月に計画を作成し進める。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。	事業実施直前ではなく、段階的に情報提供の場を作る。	段階的に情報提供の場を作る	②改訂計画・実績対比	A	
これまでと同様に、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チラシを回覧した。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。	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チラシを回覧した。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。	・別府市自治員会理事会において『in BEPPU』や『ベップ・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ッチの協力を得たりした。また、『ベップ・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、市内の小学校全校にチラシの配布したほか、『ベップ・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、新型コロナウィ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つた。	・別府市自治員会理事会において、事業の告知をおこなった。 ・『廣川玉枝 in BEPPU』において、5つの自治会（火赤地区、北中地区、井田地区、御幸地区、風呂本地区）により、説明会の実施や回覧板での情報周知の協力を得た。 ・『鉄輪ゆけむり俱楽部』よりイベント情報周知等の協力を得た。 ・鶴見丘高校が授業の一環で『廣川玉枝 in BEPPU』の会場を回り、事務局スタッフがガイドをおこなった。また、大分県芸術短期大学の授業の一環で『ベップ・アート・マンス』を題材として扱い、実際に受講生が企画者として当事業に参加した。満都短期大学や佐賀大学の授業でも事業について講義をおこなつた。	③2021年度計画・実績対比	A	A
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。	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。	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。		①当初計画・実績対比	A	
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。	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。	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。	関係のあ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。	②改訂計画・実績対比	A	
今年度は広報班を設立し、会期中以外のプログラムについても積極的にメディアへの情報提供をおこなった。各メディアと日常的な関係を築けつつあり、今後さらなる関係性の強化を図りたい。	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連載している。おかげで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きたい。	・全国誌を専門とするPR会社と連携した結果、例年よりも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。	・全国誌を専門とするPR会社と連携し、今年度も多くの全国誌とネットワークを構築できた。 ・県内においても、大分合同新聞に『廣川玉枝 in BEPPU』に関する記事が複数回掲載されたほか、『ベップ・アート・マンス』も開催期間中、週1回以上の関連記事が掲載された。『アーティスト・イン・レジデンス KASHIMA』事業など、その他の事業の情報もこまめにメディアに共有することで、新聞やネットで記事が複数掲載された。	③2021年度計画・実績対比	A	A
230	180	230		①当初計画・実績対比	B	
230	180	180	180	②改訂計画・実績対比	A	
258	138	142	236	③2021年度計画・実績対比	S	

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

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					
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度		
観客の視点: 文化芸術や 地域資源を 活用した新たな魅力の創出	市民にとっても間口の広い事業の充実・強化	「ベップ・アート・マンス」が、鑑賞者にとって参加しやすく、体験してよかった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	-	当初計画	市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった	市民の関わりしきが拡大		
										市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった	市民の関わりしきが拡大		
									改訂計画	市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった	市民の関わりしきが拡大		
										市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった			
									実績	市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった	地域の企業や旅館、商店、団体と連携して事業を進めることができた。また、市内のまちあき団体には、事業にあわせて新しいまちあるきを考案し、実施していただいた。		
										市民参加はボランティアガイドなど限定的だったが、会場となった市役所職員の全面協力などの大きな成果もあった			
					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	当初計画	1	1
										改訂計画	1	1	
										実績	1	0	
			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)	当初計画	97	95前後		
									改訂計画	97	95前後		
										実績	97	91	
			49	プログラム企画者の設定した観客数目標の達成(in BEPPUを除くベップ・アート・マンスの観客数目標達成率)	D	定量	直接アウトカム	% (達成率)	当初計画	100	100		
									改訂計画	100	100		
										実績	100	101	
国際的に発信力の高い事業の創出	in BEPPUが、国際的に評価の高いアートプロジェクトとして位置づけられる	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)	50	A	定性	アウトプット	-	当初計画	混浴温泉世界のin BEPPUへの見直しに時日を要し、調査・交渉の予算・時間確保不十分	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始			
									改訂計画	混浴温泉世界のin BEPPUへの見直しに時日を要し、調査・交渉の予算・時間確保不十分	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始		
										実績	混浴温泉世界のin BEPPUへの見直しに時日を要し、調査・交渉の予算・時間確保不十分	次年度以降のアーティストの調査と交渉をおこなった。	
			51	in BEPPU観客満足度	A	定量	直接アウトカム	% (構成比)	当初計画	73	80		
									改訂計画	73	80		
										実績	73	95	
事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信	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	in BEPPU観客数目標達成率	52	A	定量	直接アウトカム	% (達成率)	店舗	当初計画	75	100		
									改訂計画	75	100		
										実績	75	120	
		紹介店舗数の増加(累計)	53	D	定量	アウトプット	件	店舗	当初計画	86	86		
									改訂計画	86	86		
										実績	86	116	
		特集記事の定期的更新を通じたコンテンツの充実(累計)	54	B	定量	アウトプット	件	件	当初計画	1	9		
									改訂計画	1	9		
										実績	1	2	

## 添付資料2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価		
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
市民が関わりやすい仕組み作りの検討と実施。	市民の関わりしろが拡大	市民の関わりしろが拡大		①当初計画・実績対比	A	A
市民が関わりやすい仕組み作りの検討と実施。	市民の関わりしろを拡大	市民の関わりしろを拡大	市民の関わりしろを拡大	②改訂計画・実績対比	A	
県内の小中学生に無料鑑賞券を配布し576枚の使用があった。全配布枚数に対して、使用枚数が0.4%ではあったがその殆どにチケット購入した大人が同行していた。從来来場しなかった方々が殆どのように感じており、市民が関わるきっかけになったのではないかと考えている。 また、スタッフによるガイドツアーを毎週開催するほか会期終盤にはプロデューサーツアー、キッズガイドツアーを企画した。さらに市役所職員向けに17時以降の特別ツアーを多数開催した。解説が欲しいという市民の声が多く、ツアー以外にも作品の理解を深める企画やツールを設けるべきだった。	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閻口 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、お祭り会場などで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おおいたにてワークショップをおこない、2,005名の県民が参加した。会期中は展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（別事業で実施した閻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。	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・協力があったため、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、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観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。	・リサーチの際に、歴史研究者や地域を代表する複数の神社の神職から多くの助言や資料提供をいただいた。 ・「地獄祭」では周辺自治会や旅館組合、商工会等への説明を重ね、理解と協力を得た。回覧板での周知やチラシ配布をおこなったほか、対象ルート沿いの民家や商店、旅館等が貼り紙や目印となるリボンの設置協力で関わった。 ・地域で活動するダンサーや太鼓演奏者、神職のほか、のべ21人の市民が出演者として参加了。ヘアメイクおよび映像配信・編集も、県内で活動する方に依頼したほか、衣裳の縫製・管理も県内アーティストに依頼した。 ・「地獄祭」では多くの地域住民が練り歩きやお祓いに参加了ほか、のべ99軒の商店・旅館等にお祓いのために訪問した。また、衣裳の着用や暖簾の設置への協力によって作品の一部を構成した。 ・自治会、旅館組合や商工会、教育機関、子ども会等、地域のさまざまな機関と連携して、広報周知の協力を得ることができた。 また鉄輪温泉街の商店・旅館等が観光客に向けて本展の案内をしたり、作品を活用した接客サービスを生み出したり、主体的なPR協力を得ることができた。	③2021年度計画・実績対比	A	A
1	1	1		①当初計画・実績対比	A	A
1	1	1	1	②改訂計画・実績対比	A	
1	1	1	1	③2021年度計画・実績対比	A	
95前後	95前後	95前後		①当初計画・実績対比	A	A
95前後	95前後	95前後	95前後	②改訂計画・実績対比	A	
93	93	93	96	③2021年度計画・実績対比	A	
100	100	100		①当初計画・実績対比	A	A
100	100	100	100	②改訂計画・実績対比	A	
102	99	179	98	③2021年度計画・実績対比	A	
次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	未定		①当初計画・実績対比	A	A
次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	次年度以降の招聘アーティストとの交渉開始	②改訂計画・実績対比	A	
次年度以降のアーティストの調査と交渉をおこなった。	次年度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。	③2021年度計画・実績対比	A	
80	80	80		①当初計画・実績対比	S	S
80	80	80	80	②改訂計画・実績対比	S	
95	99	93	92	③2021年度計画・実績対比	S	
100	100	100		①当初計画・実績対比	S	S
100	100	100	100	②改訂計画・実績対比	S	
137	132	151	282	③2021年度計画・実績対比	S	
86	86	86		①当初計画・実績対比	S	S
126	126	130	155	②改訂計画・実績対比	A	
126	126	148	155	③2021年度計画・実績対比	A	
21	33	45		①当初計画・実績対比	C	B
5	15	Instagramでの発信に注力する。	Instagramでの発信に注力する。	②改訂計画・実績対比	B	
5	5	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。	Instagramでの発信	③2021年度計画・実績対比	A	

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

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	現状 (特記ない場合2016年度現在)			2017年度
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)		
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	事業や地域情報を発信するメディアの開発・発信	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	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	当初計画	5	15	
			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	改訂計画	5	15	
			57	豆知識beppuの充実および活用	A	定性	アウトプット	-	実績	5	4	
			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	当初計画	72	79	
			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	改訂計画	72	79	
									実績	72	53	
									当初計画	85	93	
									改訂計画	85	93	
									実績	85	116	
地方創生の視点: 別府における諸課題の解決(マネジメント・財政・ステークホルダー・観客それぞれの視点での取組によって解決を図る)	地域のまちづくり人材の育成	文化活動を行う人材が主張的にまちづくりに参画する	60	ペップ・アート・マンス(除くin BEPPU)観客のうち次回は企画者側で参加したいと思った人の比率の維持	D	定量	中間アウトカム	%構成比	当初計画	38	40前後	
			61	ペップ・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	改訂計画	38	40前後	
			62	ペップ・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	実績	38	34	
			63	ペップ・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	当初計画	調査実績なし	実績調査、目標設定	
			64	ペップ・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	改訂計画	調査実績なし	実績調査、目標設定	
	別府の新たな魅力の創出・発信	in BEPPUが定着し、エッジの効いた質の高いアート体験ができる街として認知が広がる	65	in BEPPU観客のリピーター率の向上	B	定量	中間アウトカム	%構成比	実績	調査実績なし	来年度より稼働	
			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	当初計画	64	50前後	
			67	若年層個人客の開拓(in BEPPU30代以下観客の比率)	D	定量	中間アウトカム	%構成比	改訂計画	64	50前後	
			68	「別府は温泉観光地だけではなくアートの街でもある」という認知が進む(in BEPPU観客における比率)	B	定量	最終アウトカム	%構成比	実績	64	42	
			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(ペップ・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	当初計画	調査実績なし	実績調査、目標設定	
	集客交流人口の多様化	従来の中高年男性客だけではなく、温泉を第一の目的としない観光客が増加する							改訂計画	調査実績なし	実績調査、目標設定	
									実績	調査実績なし	64	

## 添付資料2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価						
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付			
25	35	45		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	C B A	B	A			
14	30	Instagramでの発信に注力する。	Instagramでの発信に注力する							
14	14	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。	Instagramでの発信	③2021年度計画・実績対比	A					
100	100	100		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A		C		
50	50	100	100							
50	50	100	100	③2021年度計画・実績対比	A					
2020年の外部運営委託を目標に連携先を探すためにも、まずは周知活動をおこなう。	2020年の外部運営委託を目標に連携先を探す	外部運営委託の実現		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比	C C	C			A	
2020年の外部運営委託を目標に連携先を探し相談する	2020年の外部運営委託を目標に連携先を探す	外部運営委託の検討	外部運営委託の検討	②改訂計画・実績対比	C					
次年度早々に他団体へ相談をはじめる	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。	適切な委託先の検討をおこなえなかった。	適切な委託先の検討をおこなえなかった。	③2021年度計画・実績対比	C					
103	111	148		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	B B B	B				B
100	111	148	100							
112	110	88	77	③2021年度計画・実績対比	B					
121	121	157		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	S S S	S	A			
150	121	121	120							
580	88	179	273	③2021年度計画・実績対比	S					
40前後	40前後	40前後		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A		A		
40前後	40前後	40前後	40前後							
42	41	38	40	③2021年度計画・実績対比	A					
業績測定	業績測定	業績測定		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	C B A	B			A	
業績測定	業績測定	業績測定	Webサイト刷新に合わせ手法を再検討する	②改訂計画・実績対比	B					
42	3	1	『ベップ・アート・マンス』のWebサイトを更新にあたり、SNSと連動し企画者の活動を紹介することとした。期間外の文化活動の紹介については引き続き検討中。	③2021年度計画・実績対比	A					
業績測定	業績測定	業績測定		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	- - A	A				A
業績測定	業績測定	業績測定	90	②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	- A					
82	86	87	95	③2021年度計画・実績対比	A					
50前後	50前後	50前後		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A	A			
50前後	50前後	50前後	50前後							
55	53	54	49	③2021年度計画・実績対比	A					
50前後	50前後	50前後		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A		A		
50前後	50前後	50前後	60前後							
50	58	61	62	③2021年度計画・実績対比	A					
20	30	40		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A			A	
15	30	30	40							
22	33	58	36	③2021年度計画・実績対比	A					
70前後	70前後	70前後		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A				A
70前後	70前後	70前後	70前後							
62	72	62	59	③2021年度計画・実績対比	A					
70前後	70前後	70前後		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	B B B	B	A			
70前後	70前後	50前後	55前後							
42	30	50	38	③2021年度計画・実績対比	B					
70	72	74		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A B	A		A		
70	72	74	75							
63	64	83	53	③2021年度計画・実績対比	B					
66	68	70		①当初計画・実績対比 ②改訂計画・実績対比 ③2021年度計画・実績対比	A A A	A			A	
66	68	70	75							
74	71	80	34	③2021年度計画・実績対比	C					

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

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			
									計画/実績	現状 (特記ない場合2016年度現在)	2017年度
地方創生の視点・別府における諸課題の解決(マネジメント・財政・ステークホールダー・観客それぞれの視点での取組によって解決を図る)	他地域との連携による滞留時間の増加	アートとともに地域体験を楽しみ、他地域にも足を延ばすことで2泊以上の滞在を目指す	70	in BEPPU観客のうち2泊以上上の宿泊客の比率(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)	当初計画	42	46
									改訂計画	42	46
									実績	42	39
	創造的人材の移住促進	クリエイターなどのニーズに合わせた情報発信を通じて、移住者が増加している	71	移住促進事業やBEPPU PROJECTの他の事業を通じて別府市内に移住・定住した人数(累計)	C	定量	最終アウトカム	人	当初計画	0	2
									改訂計画	0	2
									実績	0	3

【凡例1】「成長ルート」欄(2020年の目標達成に向けて評価指標がたどるべき成長ルート)

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

【凡例2】「計画/実績」欄

当初計画:2017年度にBSCを策定した際の目標値 改訂計画:実態に応じて各年度に見直した目標値 実績:目標に対する実績値

【凡例3】「第三者評価」欄

S・A・B・Cの4段階で格付けをおこなう。 S:目標値を上回った A:目標値を達成した B:目標値を十分には達成できなかった C:目標値を達成しなかった 一:評価対象外

指標単位の格付けは、「②改訂計画・実績対比」(2017~2021年度)をベースとしつつ、「①当初計画・実績対比」(2017~2020年度)、「③2021年度計画・実績対比」も参照して実施した。

【注】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、BEPPU PROJECTが関わるその他事業については、実行委員会事業との連携の観点から記載する。

## 添付資料 2 バランス・スコアカード

自己評価				第三者評価			
2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		①～③の評価	指標格付	戦略目的格付
55	60	70		①当初計画・実績対比	B	A	A
55	55	55	60	②改訂計画・実績対比	A		
39	54	52	65	③2021年度計画・実績対比	A		
6	12	20		①当初計画・実績対比	A	A	A
6	12	20	30	②改訂計画・実績対比	A		
6	10	21	28	③2021年度計画・実績対比	A		

[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