

## 第4章 開催記録3 「塩田千春展『巡る記憶』」

### 4-1. 企画概要

#### 1. はじめに

『東アジア文化都市2022大分県』(※)のコア事業として、ベルリンを拠点に国際的に活躍するアーティスト・塩田千春の展覧会を実施。塩田千春は、2015年に国際美術展『ヴェネチア・ビエンナーレ』(イタリア)の日本館代表に選出、2019年には森美術館(東京)にて大規模な個展を開催するなど、現在最も注目されているアーティストの1人。生と死、存在、記憶など人間の根源的な問いをテーマにし、見るものの感情を強く揺さぶる塩田千春の作品を通して、多くの人々にとって生きることの意味に向き合い、未来への希望を見つめる機会となることを願い開催した。展覧会は、塩田が選んだ別府駅周辺の2ヶ所を会場とし、ダイナミックで繊細な作品空間を作りあげた。また、作品の世界観をより深く体験できるよう、サテライト会場での資料展示やブックレットの発行もおこなった。

※東アジア文化都市事業は、日中韓3か国において、文化芸術による発展を目指す都市を各国が選定し、その都市の芸術文化をはじめ、伝統文化、生活文化など多彩な文化芸術イベント等を1年にわたって実施するもの。また、こうした取組により、東アジア域内の相互理解や連帯感の形成を促進するとともに、東アジアの多様な文化の国際発信力の強化を図ることを目指している。さらに、この事業の実施を通じて、文化芸術はもとより、産業や観光の振興にも取り組み、都市の文化的特長を生かしながら、都市の持続的な発展を推進する。大分県では県民総参加で「おおいた」の文化を発信し、東アジアとの交流によって新たな文化を切り拓いていくことをテーマに取り組まれた

#### 2. アーティストについて

##### 塩田千春 (しおたちはる)



Chiharu Shiota Berlin, 2020  
Photo by Sunhi Mang

1972年、大阪府生まれ。ベルリン在住。生と死という人間の根源的な問題に向き合い、「生きることとは何か」「存在とは何か」を探求しつつ、その場所やものに宿る記憶といった不在の中の存在を糸で紡ぐ大規模なインスタレーションを中心に、立体、写真、映像など多様な手法を用いた作品を制作。2008年、芸術選奨文部科学大臣新人賞受賞。2015年には、第56回ヴェネチア・ビエンナーレ国際美術展日本館代表に選ばれる。2019年、森美術館にて過去最大規模の個展『魂がふるえる』を開催。また、エスボーモダン美術館(2021年)、ニュージーランド国立博物館テ・パパ・トンガレワ(2020年)、南オーストラリア美術館(2018年)、ヨークシャー彫刻公園(2018年)、高知県立美術館(2013年)、国立国際美術館(2008年)を含む世界各地の個展のほか、国際展などのグループ展にも多数参加。

#### 3. ロゴおよびメインビジュアルについて

##### ロゴ (日本語表記)

塩田千春展  
巡る記憶

##### ロゴ (英語表記)

CHIHARU SHIOTA  
Circulating Memories

##### メインビジュアル



#### 4. 展覧会コンセプトについて

本展開催にあたり、塩田千春が展覧会全体のコンセプトを作成した。

---

### 巡る記憶

人間中心の生活から離れよう、と大地から湧き出る湯気を見て不意にそう思った。神社や教会など人々の祈りの場所も、戦争が起こる場所も、地球の引力や宇宙の大きなエネルギーによって作らされているだけなのかもしれない。別府の大地は、ものすごい生命力に溢れていた。

卸問屋だった場所では、まるで大地からの湯気が部屋の中まで湧き上がっているかのように白い糸で空間が覆われている。その糸をつたい、ポタポタと水が落ちては波紋ができて、水面は円を描いてだんだん影響されていく。流れる涙も、落ちる水道の水も、肩に降る冷たい雨も、いつも生きている証拠だった。元中華料理屋では、赤い糸が店内を覆う。もう使われていないテーブルや椅子からは当時の店の様子がうかがえる。糸が記憶を紡ぎ、不在となった部屋の記憶を呼び起す。

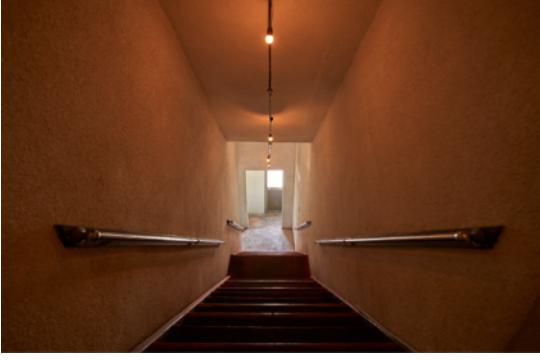
どちらの空間も、誰もいないのについさっきまで誰かがいたかのように不在の中の存在がある。この場所では人々の記憶が生きたまま湯気のように循環し続ける。

塩田千春

---

## 4-2. 作品について

展覧会名	塩田千春展『巡る記憶』
会期	2022年8月5日(金)～2022年10月16日(日)(51日間) 休み：火曜日・水曜日 ※台風接近のため9月18日(日)・19日(月)は臨時休館とした
時間	11:00～18:00 (最終入場17:30) ※10月7日(金)、14日(金)の2日間のみ20:00まで
会場	大分県別府市中心市街地 (BEP.Lab、新中華園ビル1階、platform05)
鑑賞料	無料
概要	別府駅周辺の2つの場所を展覧会会場として、空間全体を作品化した。また、本展をより深く体験できるよう、サテライト会場を設け、塩田千春が過去に参加した展覧会の図録や制作風景を収録した映像を上映した。さらに、本展の写真と塩田によるテキストを掲載したブックレットを発行した。
制作 クレジット	<p><u>アーティスト</u> 塩田千春</p> <p><u>企画・制作</u> NPO法人 BEPPU PROJECT</p> <p><u>制作コーディネーター</u> 佐藤冬果 (株式会社 アトリエ塩田千春)</p> <p><u>制作スタッフ</u> 浦上真奈、藤村知子、湯浅 要 (株式会社 アトリエ塩田千春)</p> <p><u>制作補助スタッフ</u> 足立知宏、大津奈央、大平 由香理、岡 香織、川添彩加、後藤 美妃子、霜田裕子、高橋 潤、花田智浩、東 智恵、平井糸麻、平井 有美子、ピングルトン・マイク、水田雅也、森本凌司、山田睦朗、行橋ちぐさ、行橋智彦</p> <p><u>会場施工</u> 宮田君平 (MIYATA ART CONSTRUCTION)、加藤笑平、熊谷 然、チョン・ユギョン、ボーデ・ランク、山口裕仁</p> <p><u>会場運営補助</u> 五十嵐 三緒人、井上 美智子、大川 愛加里、岡 香織、甲斐 寿紀雄、神田悠月、神鳥伊吹、柴田聰子、長坂樹璃、林 有理、濱田友香、森本凌司、山脇益美</p> <p><u>広報物・グッズデザイン</u> 長門 敦 (デザインマップ)</p>
来場者数	16,274名

展覧会会場	
作品名	巡る記憶 – 草本商店
制作年／素材	2022年／インスタレーション：白い糸、水
展示会場	BEP.Lab (別府市北浜1-2-28 草本ビル2・3階)
内容	食品卸問屋を営む『草本商事(旧草本商店)』の元倉庫だった建物の2階・3階全体を使ったインスタレーション。50年前に降った雨水が地中で温められ、大地から湯として湧き出る。そして湯けむりとなり空へ還り、また雨水となる。この別府の温泉の循環を表現したかのような、白い糸と水を使った作品を建物内の3カ所で展開。また、会場の最後の空間では、水滴の音を使った作品を展開。さらに、本展のために制作したドローイング2点と、本展のために選んだ版画作品3点も展示した。
作品写真	     

塩田千春『巡る記憶 - 草本商店』2022 ©JASPAR, Tokyo, 2022 and Chiharu Shiota 撮影：サニー・マン

展覧会会場	
作品名	巡る記憶－中華園
制作年／素材	2022年／インスタレーション：ミクストメディア
展示会場	新中華園ビル 1 階 (別府市元町5-7)
内容	中華料理屋だった建物の 1 階全体を使ったインスタレーション。赤い糸と、以前この場所で使われていた皿や椅子、円卓、食品サンプル、包装紙、紙袋などを用いて制作した。かつてのこの場所の記憶を紡ぎ出す作品であった。
作品写真	   
<p style="text-align: center;">塩田千春『巡る記憶 - 中華園』2022 ©JASPAR, Tokyo, 2022 and Chiharu Shiota 撮影：サニー・マン</p>	

サテライト会場	
会場	platform05 (別府市中央町9-3)
内容	塩田千春が過去に参加した展覧会(第56回ヴェネチア・ビエンナーレ国際美術展)の制作風景を収めた映像や、図録を閲覧できる場所として開場。また版画作品1点を展示した。
会場写真	 
<p style="text-align: right;">撮影：サニー・マン</p>	

ブックレット	
書籍名	塩田千春 巡る記憶
発行日	2022年9月28日
発行	混浴温泉世界実行委員会
執筆	塩田千春
編集	NPO法人 BEPPU PROJECT
デザイン	長門 敦(デザインマップ)
印刷・製本	株式会社 佐伯コミュニケーションズ
写真	サニー・マン ほか
価格	1,100円(税込)
仕様	サイズ:A5／ページ数:40P／カラー:4c
制作部数	750部
内容	別府での制作過程で感じたことや展示空間の写真に、塩田によるテキストを添えた、本展をより深く体験するためのブックレットを発行し販売した。
表紙写真	

#### 4-3. 関連イベント

イベント名	塩田千春展『巡る記憶』開幕記念トーク
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)
料金	無料
日時	2022年8月5日(金) 18:30~20:00(18:00開場)
登壇者など	塩田千春(招聘アーティスト) 山出淳也(進行/混浴温泉世界実行委員会 総合プロデューサー)
来場者数	142名
内容	本展の開幕を記念し、トークイベントを開催。前半は塩田千春の過去の作品についての紹介、後半は本展の作品コンセプトや別府での制作について話した。
当日の様子	 

#### 4-4. 運営について

アルバイト／ボランティア	<p>受付および作品監視のため、各会場にアルバイトスタッフを配置した。ボランティアについては募集しなかった。</p>
下記の広報物を制作した。	<p>① Webサイト (<a href="https://www.beppuproject.com/shiotachiharu/">https://www.beppuproject.com/shiotachiharu/</a>)          ② ポスター (B2サイズ) : 300部          ③ ポスター (B3サイズ) : 100部          ④ チラシ (A3折り) : 25,000部</p>
広報物の制作	<p>① Webサイト</p>  <p>④ チラシ 表</p>  <p>④ チラシ 裏</p>  <p>②③ ポスター</p> 

告知看板をJR別府駅前と10号線沿いに設置した。また各展覧会会場前および周辺に案内看板を設置。あわせて、別府駅から各会場までの動線上にのぼりを設置した。

JR別府駅前に設置した告知看板



10号線沿いに設置した告知看板



案内看板



展覧会会場前の案内看板



展覧会会場前の案内看板



動線上に設置したのぼり



## 看板の制作

塩田千春が本展のために制作したスケッチやドローイングをもとに、Tシャツ2種類、手ぬぐい、トートバッグ、クリアマリンボトルを制作し、SELECT BEPPU店頭およびオンラインショップにて販売した。また、ブックレットについては、本展開幕時より先行予約を受け付け、10月1日よりSELECT BEPPU店頭にて販売を開始した。



Tシャツ(ホワイト)



Tシャツ(スミ)



手ぬぐい



トートバッグ



クリアマリンボトル

#### オリジナル グッズの制作

制作数および売上額(対象期間:2022年8月4日~2023年2月28日)

品目	制作数	販売額(円/税込)	売上数	売上額(円/税込)
Tシャツ	360	3,300	266	850,630
手ぬぐい	150	1,650	128	210,870
トートバッグ	100	2,200	84	184,140
クリアマリンボトル	50	1,650	48	78,375
ブックレット	750	1,100	269	295,900
売上総額				1,619,915

\*一部のグッズについては、特別価格で販売したため、「販売額×売上数=売上額」の計算式にあてはまらない

## 4-5. 来場者について

### 1. 参加者数

本展の参加者数は、16,274名であった。

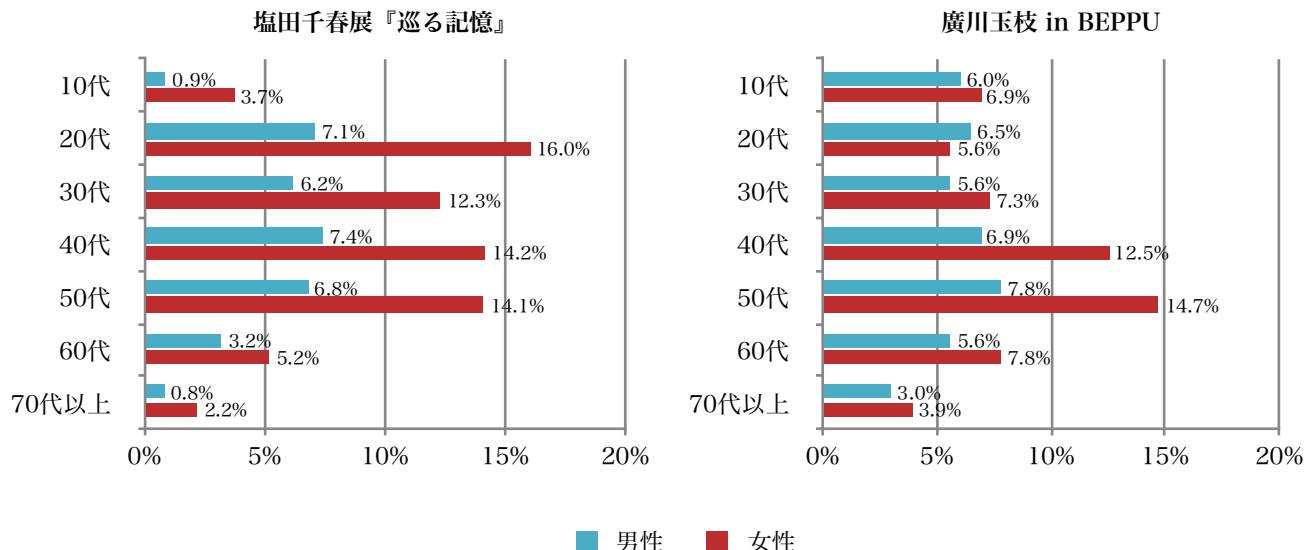
### 2. アンケート結果

会期中、来場者へアンケートを実施した。回収枚数は1,352枚。比較のため昨年度に開催した『廣川玉枝 in BEPPU』の回答も掲載する(比較項目がない回答は掲載しない)。なお、アンケートはサテライト会場である『platform05』にて配布とともに、オンラインでの回答も受け付けた。

1. 年齢、性別、居住地、滞在期間
2. 「塩田千春展『巡る記憶』」の評価
3. 「塩田千春展『巡る記憶』」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. 今後の展覧会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. 今回以前に、別府に来たことがあるか ※別府市在住以外の方への質問
10. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問
11. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

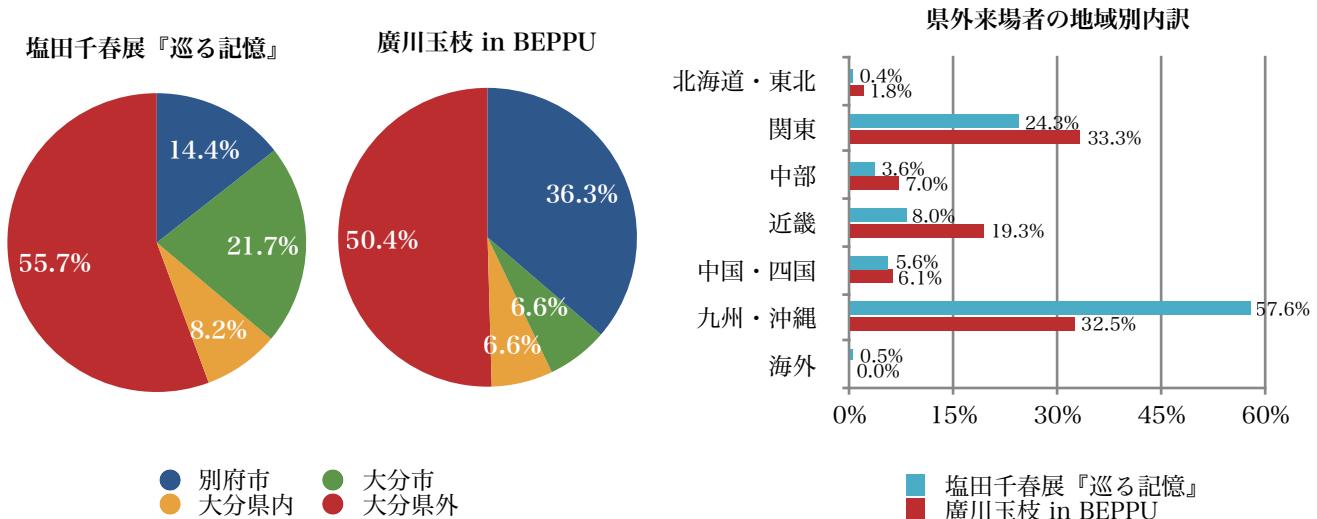
### 1-1. 年齢、性別

昨年度と比較し「女性」の割合が増えた。特に「20代」「30代」の女性が大幅に増えた。



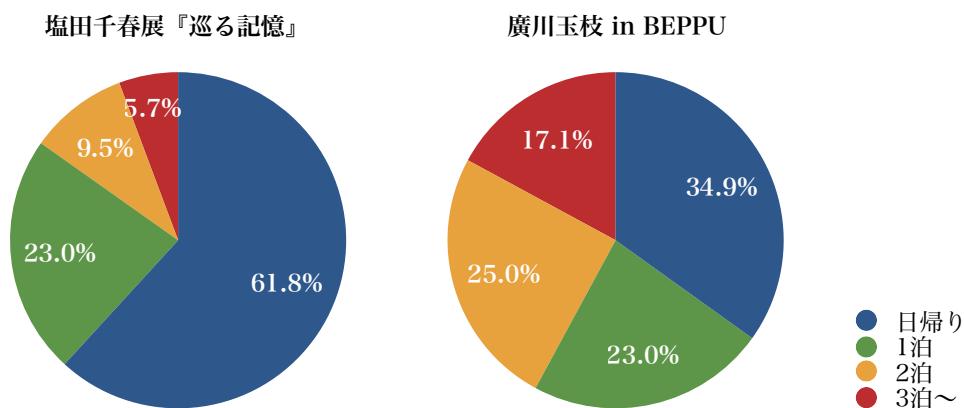
## 1-2. 居住地

昨年度と比較し「大分県外」からの来場者がやや増えた。県内の割合では、「大分市」からの来場者が大幅に増え、「別府市」からの来場者が減った。地域別内訳では、「九州・沖縄」が大幅に増え、「関東」「近畿」が減った。



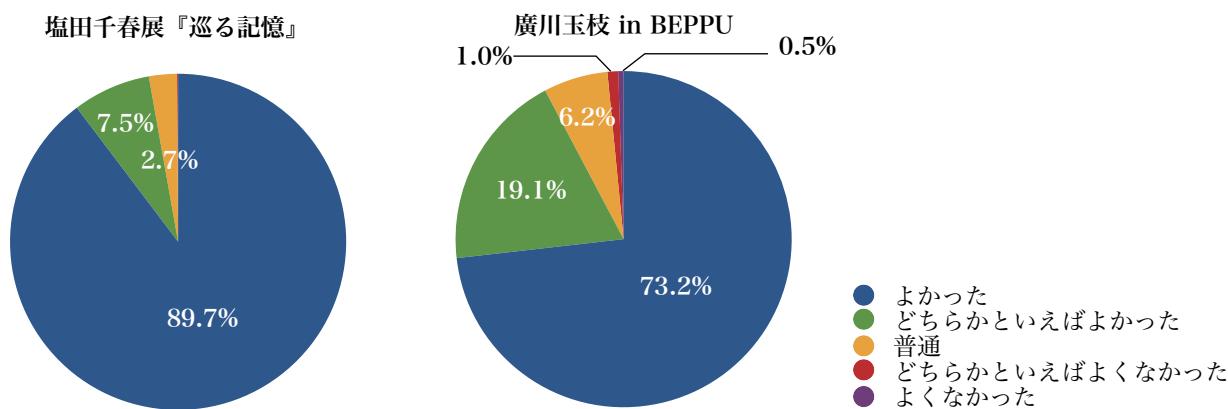
## 1-3. 滞在期間

昨年度と比較し「日帰り」が大幅に増え、2泊以上が大幅に減った。



## 2-1. 塩田千春展『巡る記憶』の評価

昨年度と比較し「よかつた」が大幅に増えた。



※「どちらかといえばよくなかった」: 0.1%

「よくなかった」: 0%

## 2-2. 評価の理由

### 「よかつた」と回答した方の理由

- ・記憶を感じさせる場所による作品展示だけでなく、見開きのチラシの中に塩田さん本人の言葉が載っていたり、動画や書籍が並んでいたり、グッズ販売があったりするなど、来訪者の心を動かす試みが散りばめられており、時間を忘れて参加することができました。何より、別府の街を歩きながら回るというところが楽しかったです。中学1年生の息子と2人で参加しましたが、この街歩きのおかげで、トンカツの店「にしもと」に出会ったり、清島アパートを訪れたりする機会に恵まれました。トンカツの店で出会ったスタッフの方にも大変感謝しております。今回の別府は、私以上に息子が感動しているようです、その後よく別府の話をしています。街の力と人の力、そしてアートのを感じられた素敵な夏の時間になりました。ありがとうございました。
- ・「別府はアートの街」であることを再度確認できる素晴らしい企画でした。会場が複数あるのも、街歩きの楽しさを感じることができて良かった。
- ・2019年に六本木の展覧会で拝見して以来でしたが、別府の、ちょっとなつかしい街並みで見る塩田さんは、又新鮮で、不思議な世界を楽しむことができました。
- ・BEP.Labの白い作品にとにかく度肝を抜かれました。美しすぎる…。ずっとたたずんでいたい。と感じました。
- ・SNSで初めて塩田さんの作品を知つてから、いつか生の作品を見たいと思い、実現できてうれしいです。スタッフさんに作品の解説を聞き、ビデオの作品工程を見て、更に作品の素晴らしさに改めて感動しました。
- ・この場所でしか成立しない作品になつていて記憶にござりました。
- ・ちょっとこわくて、おもしろくて、いろんな感情をゆきぶられる良い経験ができました。
- ・以前、六本木や今年のあいち・岸和田の展示も見てきましたが、今回は特にこの場所ならではの展示と強く感じました。特に草本ビルの水の展示、生命のジュンカン、力と温泉の結びつきに心をつかされました。でかけてきたかいがありました。
- ・塩田千春さん作品展を別府で開催されたことに感激! 巡る記憶のタイトルにぴったりの会場での開催で素晴らしいでした。
- ・九州で塩田さんの作品を観ることができて、大変うれしいです。作品が会期過ぎると失くなるのが残念です。

### 「どちらかといえばよかつた」と回答した方の理由

- ・「生きる」とは何かを考えさせられる作品でした。
- ・アートの街と知ることが出来て良かった。
- ・まだすべてを見たわけではないのでなんとも言えませんが、とある町の一角に会場があつたり、会場を訪れるまでに様々な飲食店やお店を見て、温泉以外の魅力にも気付けました
- ・車椅子の方や足の悪い方には、鑑賞しづらいと感じました。作家性を重視していると思いますが、県主催のメインイベントのあり方として、一部の方にしか開かれていないことが残念でした。
- ・既存の建物を使った展示が良かった。別府らしさも展示の中にあったと思います。
- ・広い場所で行きやすい所にある方が分かりやすい。
- ・混浴温泉世界を初めて鑑賞しました。子供の夏休みのお出掛けの1つとしてえらびました。全く縁の無かった、繁華街の路地を歩いたのは楽しかったです。

### 「普通」と回答した方の理由

- ・意外に規模が小さかった。

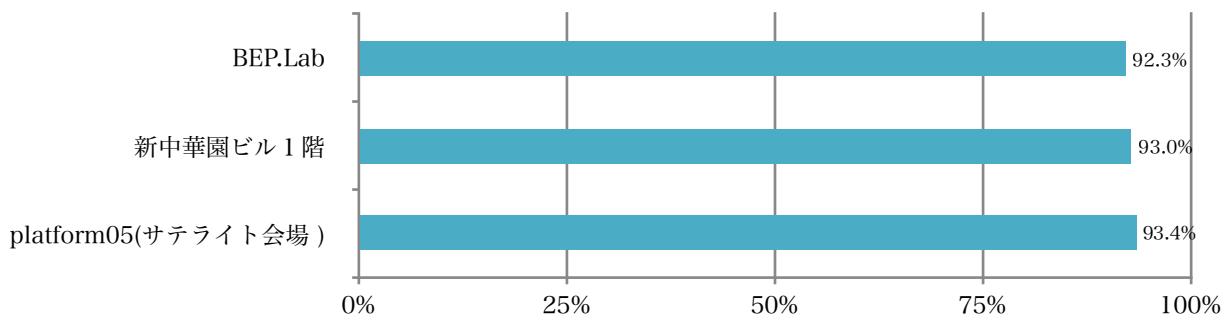
### 「どちらかといえばよくなかった」と回答した方の理由

- ・暑い中散々探し回って会場を探し当てるも、作家の努力の割には伝わるものも少ないインスタレーション。
- ・BEP.Labが急な階段を含むので、会場としては優しくなかった。

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

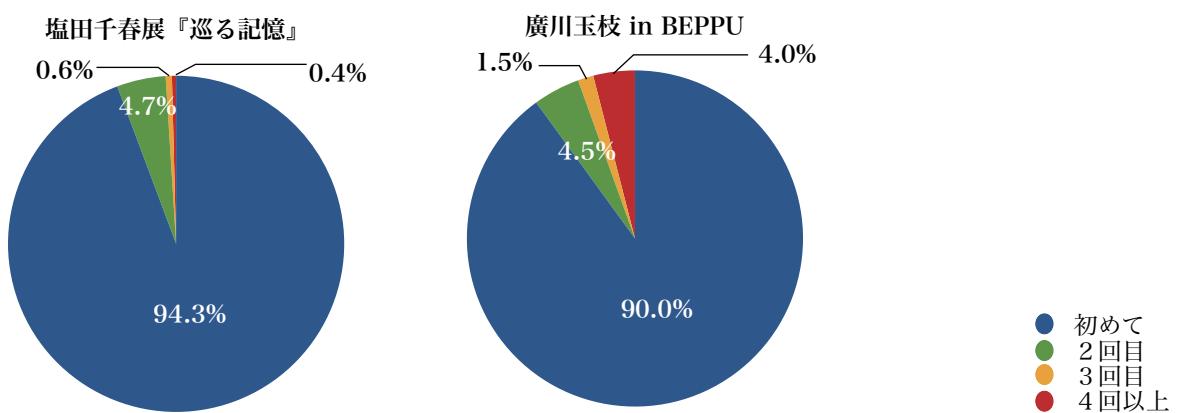
### 3-1. どの会場を鑑賞したか

ほとんどの来場者が全ての会場を鑑賞した。



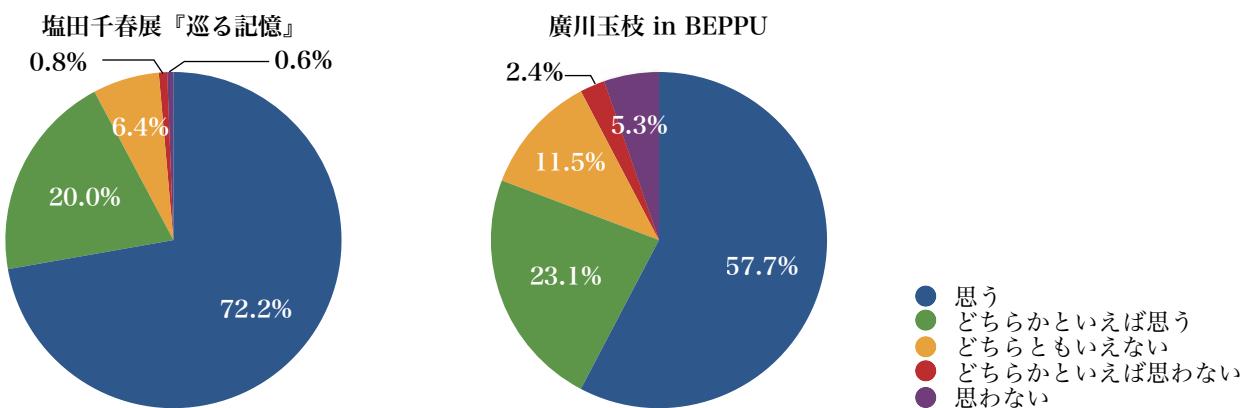
### 3-2. 今回の作品を鑑賞するのは何回目か

リピート客は約 5 %であり、昨年度よりやや減少した。



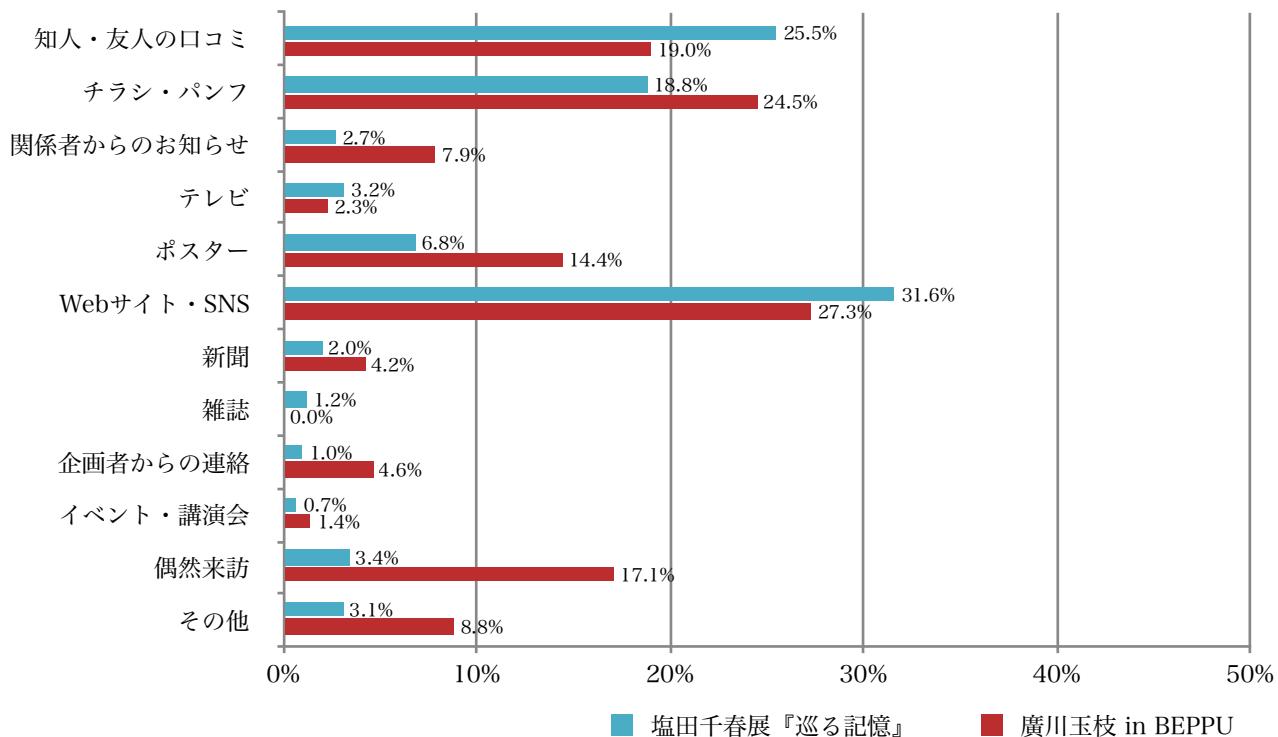
### 4. 今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか

昨年度と比較し、「思う」が増え、「思わない」「どちらかといえば思わない」がわずかであった。



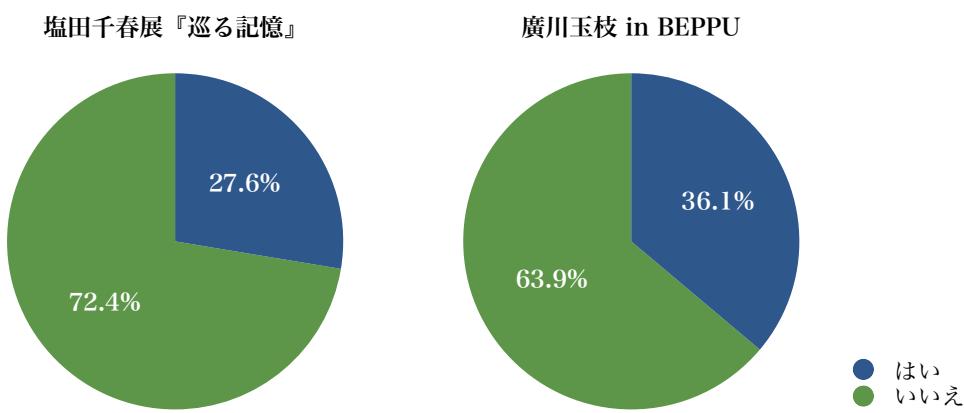
##### 5. どこで知ったか (複数回答可)

昨年度と同様、「Webサイト・SNS」が最も多かった。また、「知人・友人の口コミ」が増え、「偶然来訪」が大幅に減った。



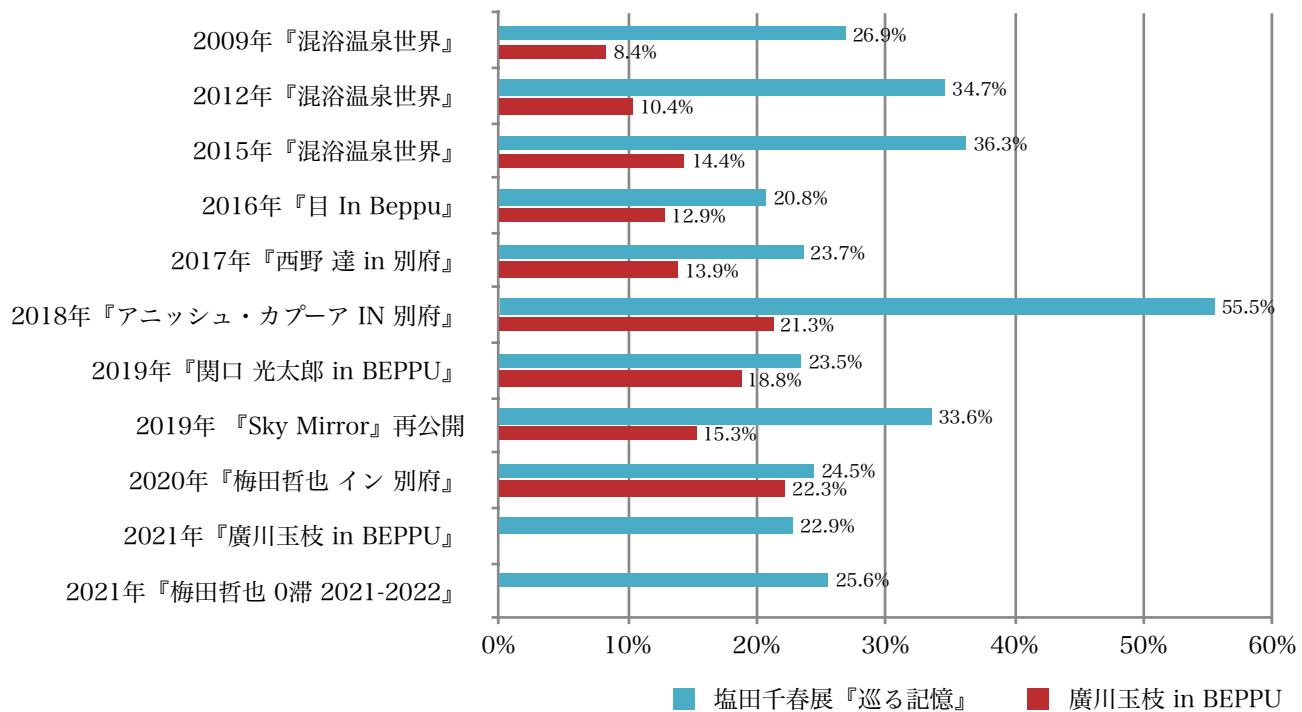
##### 6-1. これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか

昨年度と比較し、「いいえ」が増えた。



## 6-2. どの事業に参加したか (複数回答可)

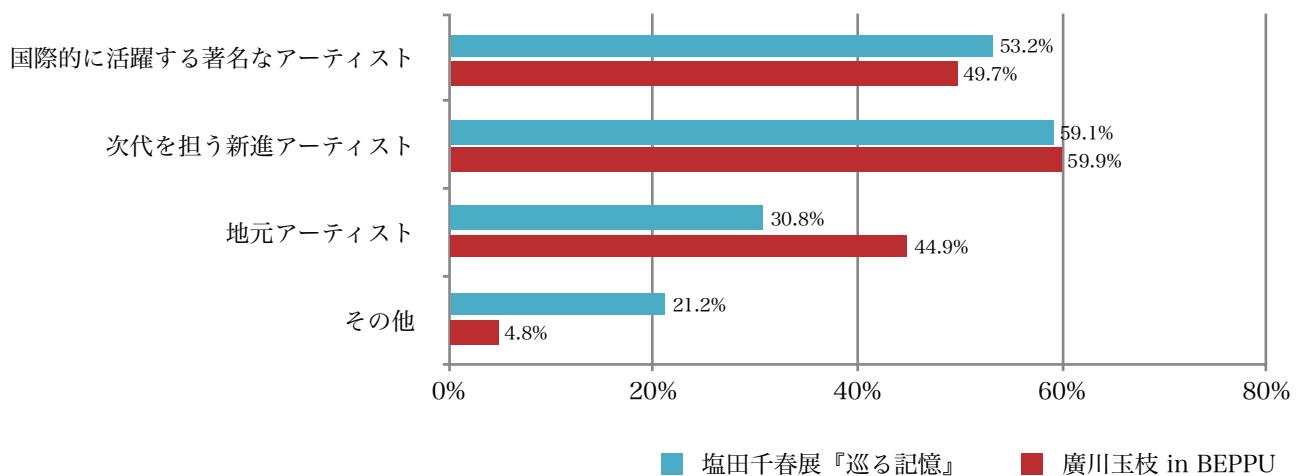
昨年度と比較し、全体的にどの数値も増えている。最も多かったのは、「2018年『アニッシュ・カプア IN 別府』」であった。



## 7. 今後の開催を希望するアーティストや表現ジャンル、場所は何か (複数回答可)

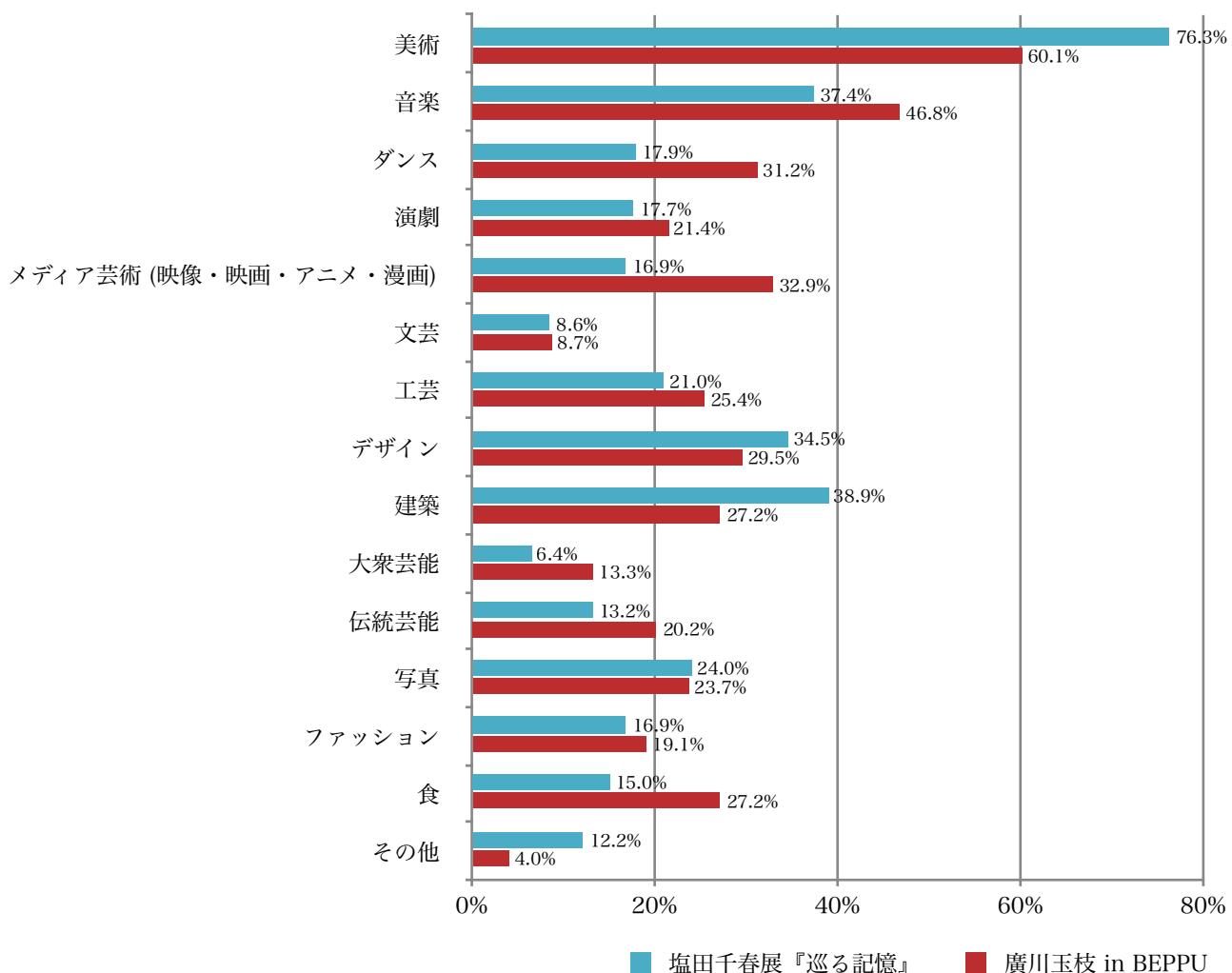
### 〈アーティスト〉の項目

昨年度と比較し「地元アーティスト」が減り、「その他」が増えた。「その他」の回答の中には「住人を巻き込んだプロジェクト」や、具体的なアーティスト名を記載しているものが多かった。



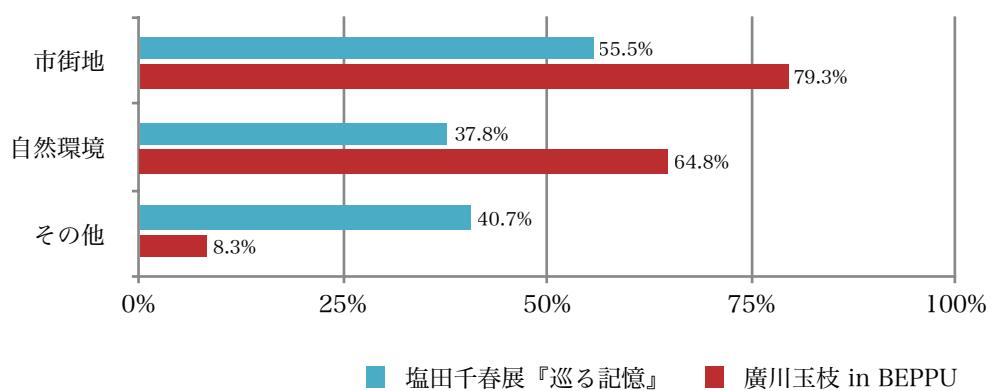
### <ジャンル> の項目

昨年度同様「美術」の割合が最も高かった。また、「デザイン」「建築」の割合が増えた。



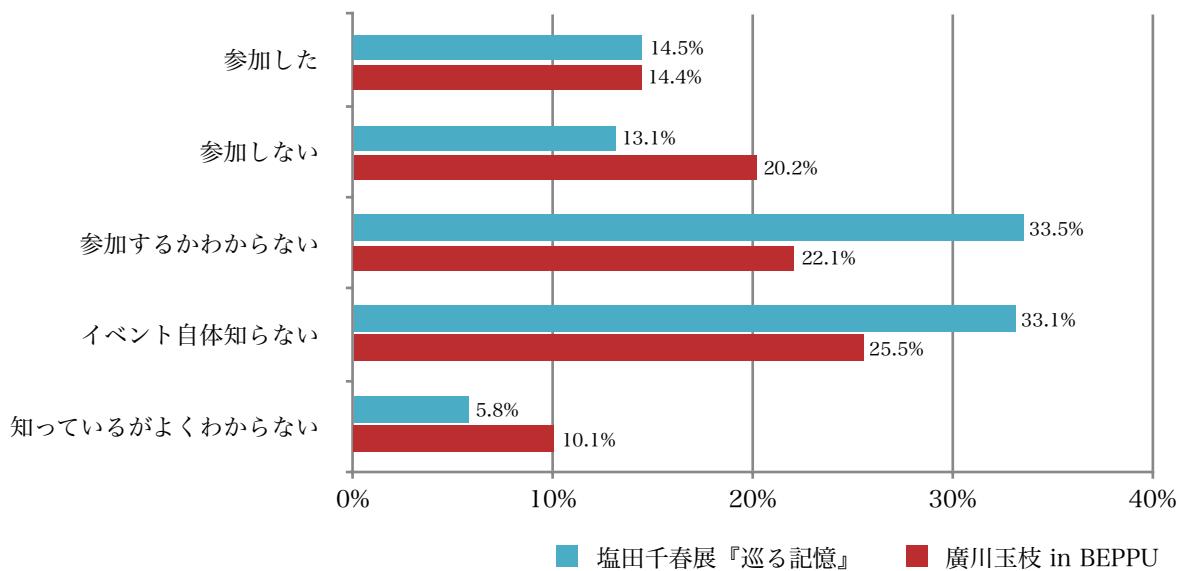
### <場所> の項目

昨年度と比較し、「その他」が大幅に増えた。その他の自由記述的回答には「駅や図書館などの公共スペース」「温泉」「学校など市民に近いところ」「歴史ある建築物」「期間限定だけではなく、ずっと固定品として飾って欲しい」などがあった。



### 8. 『ベップ・アート・マンス』には参加するか

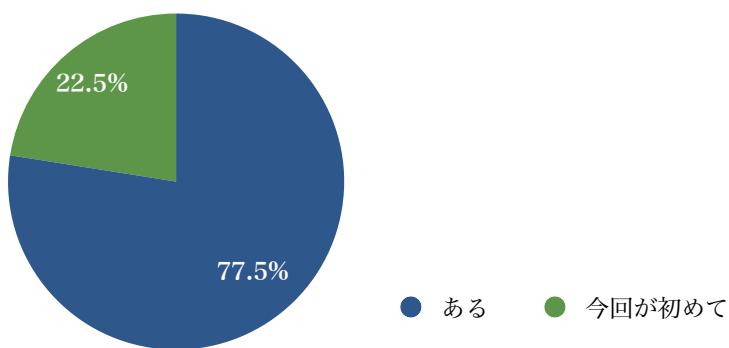
昨年度と比較し、「参加するかわからない」「イベント自体知らない」の割合が増えた。



### 9. 今回以前に、別府に来たことがあるか ※別府市在住以外の方への質問

「ある」の方が約8割であった。

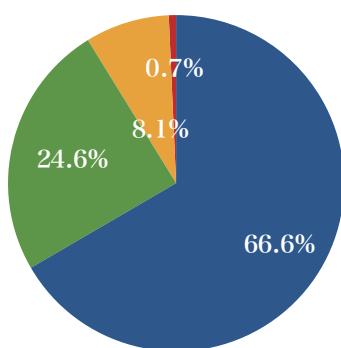
塩田千春展『巡る記憶』



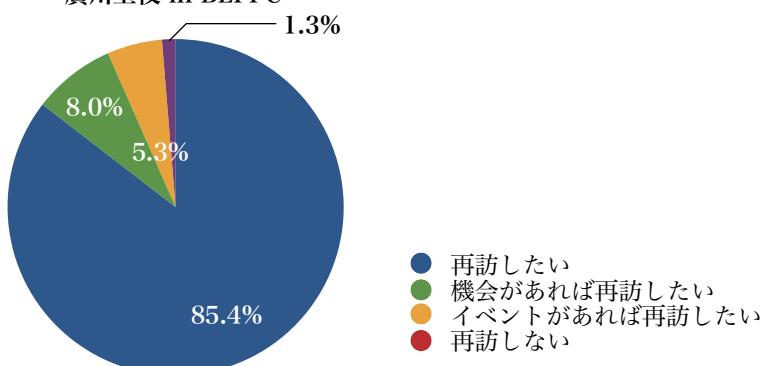
### 10. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問

99%以上の方が別府への再訪を希望する結果となった。

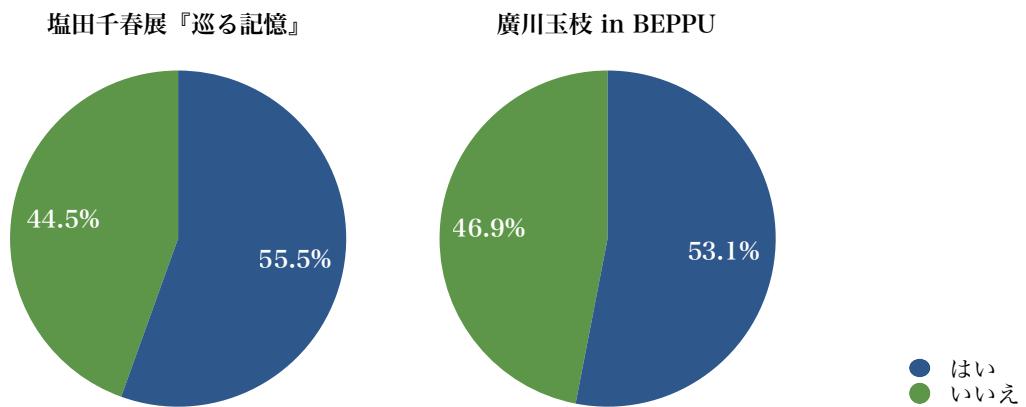
塩田千春展『巡る記憶』



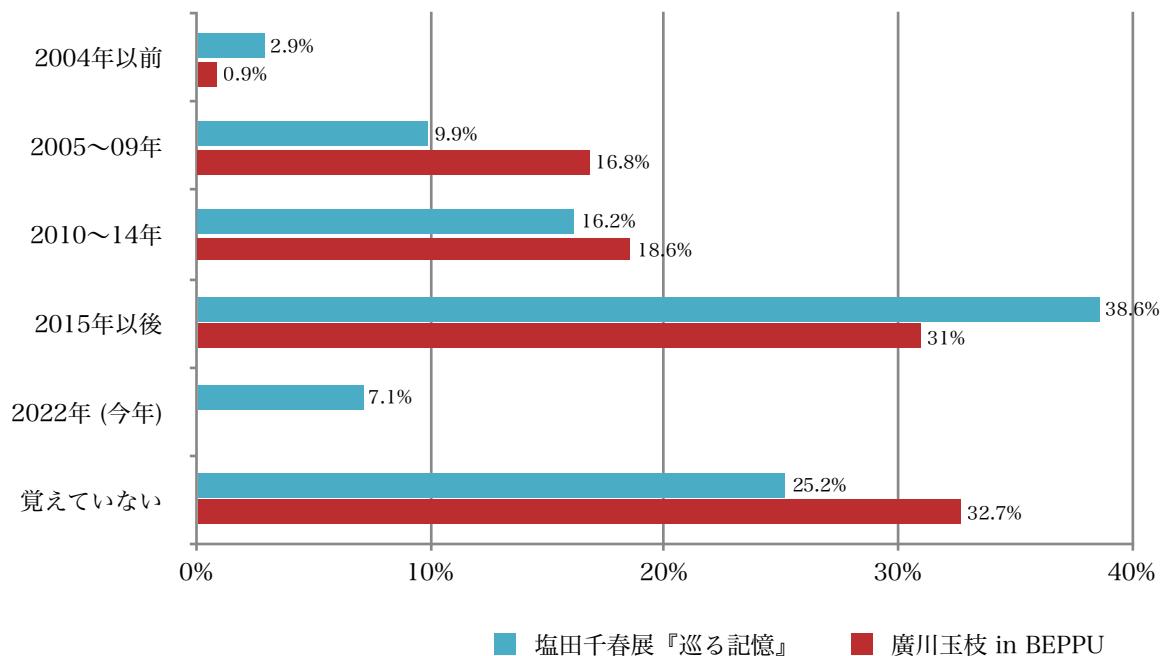
廣川玉枝 in BEPPU



11-1. 「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  
昨年度とほぼ同様の結果となった。



11-2. 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、「2015年以後」が増えた。



## 第5章 開催記録4 『アーティスト・イン・レジデンス事業』

### 5-1. 企画概要

#### 1. はじめに

本事業は東アジア文化都市2022大分県実行委員会より受託し、『東アジア文化都市2022大分県』のコア事業として交流都市である韓国・慶州市、中国・温州市出身のアーティストを別府市にお招きし、約1ヶ月間にわたり創作活動をおこなった。滞在中には、地域住民との交流イベントを開催するなど、芸術を通じた文化交流も実施した。

※アーティスト・イン・レジデンスとは

国内外のアーティストが別府に滞在し、町や地域の人々との交流のなかでさまざまなインスピレーションを受けながら創作活動をおこなうこと

#### 2. 指名アーティストについて

##### KIM KIBUM (キム・キボム)

韓国 慶州市出身／画家

滞在期間：9月8日(木)～10月11日(火)／34日間

制作作品：絵画

略歴：

ユンナム大学美術科 卒業、同大学院美術科 卒業

2006年 大邱(テグ) アートセンター Young Korean Artist Biennial (グループ展)

2008年 大邱『The wind of the basin』(グループ展)

2009年 ソウルアートセンター『Blue Dot Asia』(グループ展)

2013年 大邱ヌオボギャラリー『Kim KI-Bum Exhibition』(個展)

2016年～2021年 大邱『Ash Exhibition』(グループ展)

2020年 慶州アートセンター『Pirate』(個展)



##### CHEN ZHUOYI (チェン・ズュオイー)

中国 温州市出身／彫刻家

滞在期間：10月26日(水)～11月30日(水)／36日間

制作作品：彫刻

略歴：

中国美術学院版画科および彫刻科で学ぶ

2004年 イタリア・フィレンツェ美術アカデミー彫刻科に留学、2008年卒業

2009年 イタリア・フィレンツェ美術アカデミー大学院卒業

2010～2019年 中国美術学院基礎科、および浙江工業大学科学芸術学院にて教職

2010年以降 屋外彫刻、美術装飾の設計・制作に携わる

現在も中国杭州とローマの2拠点で活動中



## 5-2. 滞在中の活動および作品について

### KIM KIBUM の活動について

KIM KIBUMにとって今回が初めての来日であり、また初めての「アーティスト・イン・レジデンス」活動となるため、来日前にオンラインミーティングを重ね、情報を共有した。「東アジア文化都市」の事業概要などを共有するなか、KIM KIBUMが「県民総参加」「異文化交流」という2つの点に着目し、大分県民の参加による作品を制作することとなった。また、大分県内の施設の訪問や、ワークショップなどを通して、以下のとおり文化交流をおこなった。なお、KIM KIBUMのイベント参加者数は、318名であった。

#### リサーチのようす

		
伽藍岳のリサーチ	大分県内のアートについてのリサーチ	別府市の地域文化のリサーチ

#### イベントについて

日時・場所	イベント名	イベントの内容	参加人数	
9月13日(火)～ 20日(火) 終日 蒲江児童館 (佐伯市)	施設利用者による キャンバスへの 制作（お絵描き）	蒲江児童館にキャンバスを設置し、設置期間中は自由に描いてもらった。 このキャンバスがKIM KIBUMの作品の一部となつた。	20名	
9月13日(火)～ 25日(日) 終日 すぐすぐ・いきいき村 (大分市)	施設利用者による キャンバスへの 制作（お絵描き）	すぐすぐ・いきいき村にキャンバスを設置し、設置期間中は自由に描いてもらった。 このキャンバスがKIM KIBUMの作品の一部となつた。	80名	 

9月20日(火) 15:00～16:30 蒲江児童館 (佐伯市)	KIM KIBUMとの 交流・韓国文化紹 介	蒲江児童館へ訪問し、子供たちへ韓国の伝統的な遊びや文化の紹介、韓国語の練習などを実施した。	30名	
9月23日(金・祝) 14:00～15:00 アソビlab (別府市)	KIM KIBUMによ る 『10年前の願 い』ワークショッ プ	KIM KIBUMが考案した参 加者が「願い」や「希望」 を紙に書いて10年後の自 分に届ける、タイムカプセル のようなワークショップを実施した。	22名	
9月23日(金・ 祝)～25日(日) 終日 アソビlab (別府市)	『オープン落書き Days』	会場に用意された大きなキ ャンバスに自由に落書きす るワークショップを実施した。 このキャンバスがKIM KIBUMの作品の一部とな った。	82名	

9月26日(月) 10:00～11:15 すくすく・いき いき村 (大分市)	KIM KIBUMとの 交流・韓国文化紹 介	すくすく・いきいき村へ 訪問し、こども園の園児 へ韓国の伝統的な遊びや 文化を紹介、韓国語の練 習などを実施した。	46名	 
10月8日(土) 9:00～14:00 まつばらマルシ エ (別府市松原 公園)	『流木に絵を描こ う』 ワークショップ	KIM KIBUMが別府湾で集 めた流木に絵を描くワー クショップを実施した。	26名	
10月9日(日)・ 10(月・祝) 11:00～16:00 アソビlab (別府市)	オープンスタジオ	ワークショップ参加者が 表現したキャンバスと KIM KIBUMとのコラボレ ーションによる作品、 『10年後の記憶』を展示 した。	12名	 
イベント参加者 計			318名	

## KIM KIBUMによる作品の説明

### 作品タイトル：「10年後の記憶」

作品のテーマとなった「10年後の記憶」は、未来（10年後）と過去（記憶）という、2つの対義語を組み合わせた言葉です。いつかどこかで、この作品を偶然または必然的に鑑賞したとき、ここに参加した人々はそれを描いたときの記憶や願いを思い出すでしょう。当時をありありと思い出す人もいれば、思い出すのに時間がかかったり、忘れてしまったりしている人もいるかもしれません。時間が経つにつれ、人間の記憶は曖昧になってしまいますが、いろんな「記憶」のかたちがあってもいいのではないかと考えています。きっとまたどこかで、もう一度出会えることを、そしてそのとき記憶が思い出としてよみがえることを願っています。

作品は、訪問施設の利用者やワークショップ参加者とのコラボレーションによって完成した作品です。黄色は溶岩・湯気・温泉、緑色は山、青色は海と、私が別府市や大分県内で感じた色をイメージしながら加えました。また、韓国では見ることのない黒い外壁の家が印象的であったため、2つの作品は黒を基調に制作しました。たくさんの色を混ぜ合わせると黒になる=全てを含むと考え、この『東アジア文化都市2022大分県』事業のように、黒はさまざまな文化を通じた国際交流や相互理解・価値観の共有を進める、東アジアの平和や多様性を象徴する色であるとも感じています。

また、波のような線は私が絵を描くときによく使う手法でもありますが、別府で見た日本の建築や畠、竹やその節とも一致するように感じて取り入れました。

今回の来日による滞在制作や地域住民や子どもたちとの交流を通して制作は、私にとって初めての経験でした。初めてのことばかりで戸惑いもありましたが、貴重な経験となりました。

KIM KIBUM

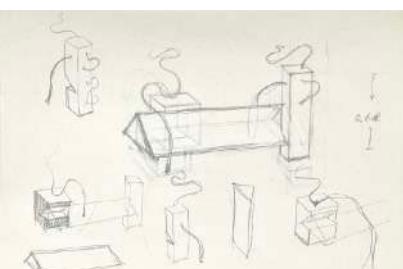


撮影：久保貴史

## CHEN ZHUOYIの活動について

CHEN ZHUOYIは略歴にもあるとおり、イタリアの大学および大学院へ留学、卒業後もイタリアと中国の2拠点で活動しており、異文化環境での滞在制作の経験はあったが、初来日であった。来日前から別府でのリサーチをもとに素材を含め作品の構想を考えたいとの意向があったため、別府到着後、別府の伝統工芸である竹細工の作品を鑑賞するなど、別府でのリサーチをおこなった結果、竹ひごを使用した作品制作に至った。CHEN ZHUOYIはこれまで、さまざまな素材を使った作品を制作しているが、竹を使った作品は、初めての挑戦となった。CHEN ZHUOYIの作品制作は、県民とのコラボレーションを多く取り入れたKIM KIBUMとは対照的に、市内のリサーチや竹製品の鑑賞、竹藝家のこじまちから氏のサポートをもとに竹の皮むき、竹ひご作りなど竹部分の制作作業をおこなうものとなった。なお、CHEN ZHUOYIのイベント参加者数は、48名であった。

### リサーチや制作のようす

		
街歩きのガイドと別府市内をリサーチ	大分県立芸術文化短期大学訪問	別府市竹細工産業会館見学
		
竹の特性についてレクチャー受講	竹の皮むき	竹ひご制作
		
プランドローイング制作	プランドローイング	作品(コンクリート部)制作

## イベントについて

日時・場所	イベント名	イベントの内容	参加人数	
11月27日(日) 12:00～17:00 アソビlabおよび SynergieZ (別府市)	オープンスタジオ	作品を制作のようすの写真とともに展示した。	26名	
11月27日(日) 14:00～15:00	アーティストトーク	CHEN ZHUOYIより、過去の作品や活動の紹介、別府の感想、作品制作についてのトークを実施した。	22名	
イベント参加者 計				48名

## CHEN ZHUOYIによる作品の説明

作品タイトル：『Impressions of Beppu (別府の印象)』

別府の町並みは、幾何学的な造形と豊かな色彩が調和した建物が多く、きれいで落ち着いた印象でした。規則的で少し冷たくも感じますが、その下には無限の熱量が含まれています。地下から湧き出る温泉の熱気は、この町に暮らす人々の心の底から湧き上がるポジティブなエネルギーのように感じました。別府は竹が豊富です。別府の伝統的な竹工芸の技術や作品を見て感銘を受けると同時に、創造力豊かな職人たちとも交流しました。

今回の作品のタイトルは“Impressions of Beppu (別府の印象)”です。この作品の制作にあたり、私は滞在中に特に印象的だった「湯けむり」「竹細工」「都市建築」の3つの要素をめぐる観察と思考を繰り返しました。

竹は加熱することによって、その形状を自在に変えることができます。このことから、私は竹も湯けむりも特定の形を持たず、「動き」と「変化」をイメージさせる要素であると捉えました。そこで、今回は不変的な素材による幾何学的な建築物の形状と、曲がりくねった竹製の造形物を組み合わせることで、別府の町から感じた対比と調和を表現しました。作品作りではバランスについても配慮しました。その他にも多くのメッセージを込めて制作しました。

CHEN ZHUOYI



撮影：久保貴史

## 共通イベント：滞在成果展

滞在成果展では、KIM KIBUM、CHEN ZHUOYIの作品を展示した。両作家の帰国後の実施となったため、滞在中の活動がわかるよう、活動のようすやアーティストの作品に対する思いなどをパネルにして、作品とともに展示会場に設置した。

日時・場所	イベント名	イベントの内容	来場者数	
12月10日 (土)～18日(日) 10:00～19:00 トキハ別府店 西館2階 (別府市)	滞在成果展	KIM KIBUMおよび CHEN ZHUOYIの作品 の展示、さらに滞在中 の活動を紹介したパネ ルを展覧会会場内に掲 示した。	304名	会場全体 



撮影：久保貴史

### 5-3. 運営について

アルバイト／ボランティア	<p>来日前のオンラインミーティング、滞在中のリサーチ、イベント開催時、円滑なコミュニケーションを図るため、適宜通訳を採用した。また、滞在成果展（トキハ別府店／12月10日～18日）では、アルバイト監視員を採用し、必要に応じ、来場者への説明・案内、アンケート回収を促進した。</p>
広報物	<p>下記の広報物を制作した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①『滞在成果展』チラシ（12月10日～18日実施）別府市民、大分県民、活動支援者向け A4サイズ、10,000部</li> <li>②『滞在成果展』会場用ポスター（12月10日～18日実施）トキハ別府店内での案内目的用 B2サイズ、40部</li> </ul>
 <p>①『滞在成果展』チラシ表</p>  <p>②『滞在成果展』会場案内用 ポスター</p>	
	<p>その他のチラシ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KIM KIBUM ワークショップ 簡易チラシ（『10年前の願い』『Open落書きDays』9月23日～9月25日実施）地域住民向け A5サイズ、40部</li> <li>• KIM KIBUM オープンスタジオ 簡易チラシ（10月9日・10日実施）告知 地域住民、まつばらマルシェ来場者向け A5サイズ、40部</li> <li>• CHEN ZHUOYI オープンスタジオおよびアーティストトーク 簡易チラシ（11月27日実施）地域住民向け A4サイズ、50部</li> </ul>

#### 5-4. 来場者について

各イベント終了後、来場者・参加者へアンケートを実施した。

##### I. 『滞在成果展』(12月10日～18日実施)

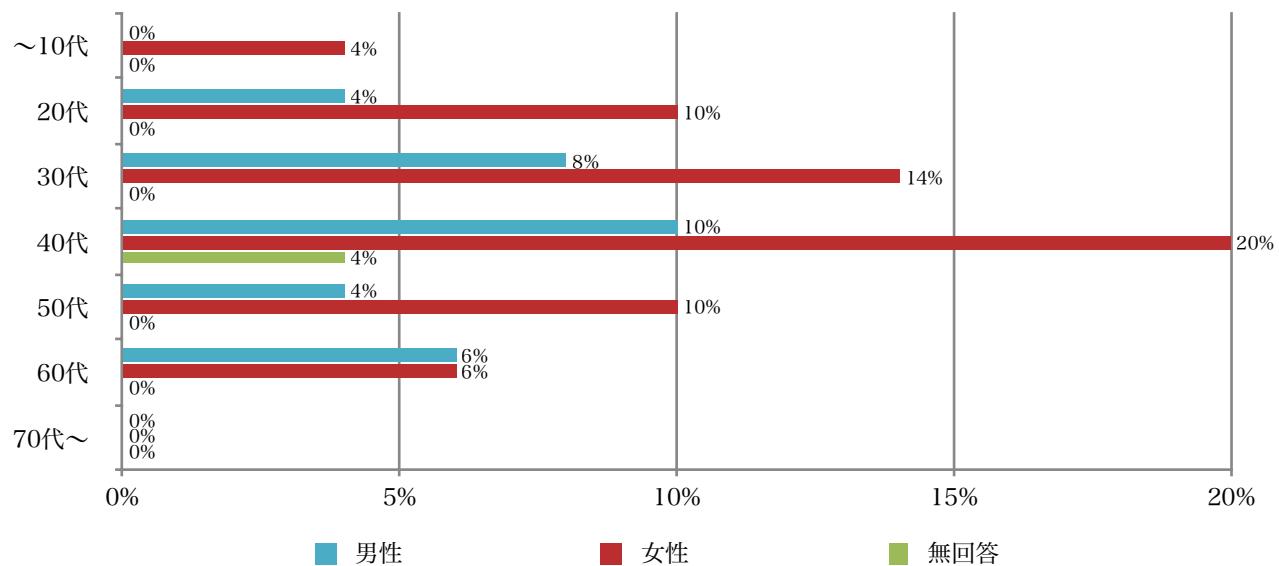
来場者数：303名 アンケート回収枚数は50枚

※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. どこで知ったか
3. 『滞在成果展』の評価
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. 『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したことがあるか
6. 今後、どのようなアーティスト、表現ジャンル、場所を期待するか
7. 『ベップ・アート・マンス』には参加したか
8. 今後、別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問
9. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージをもっているか

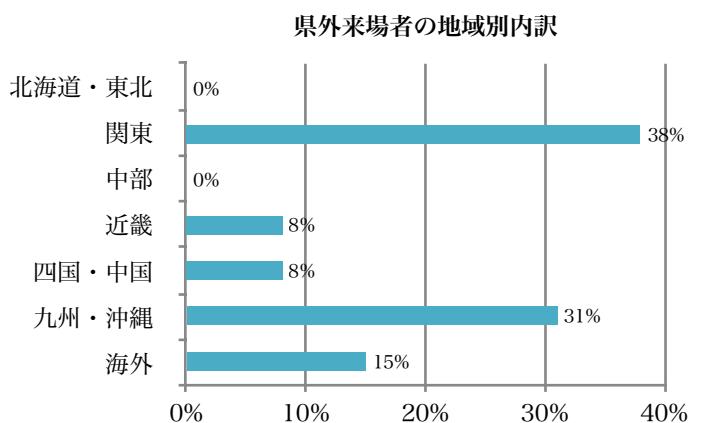
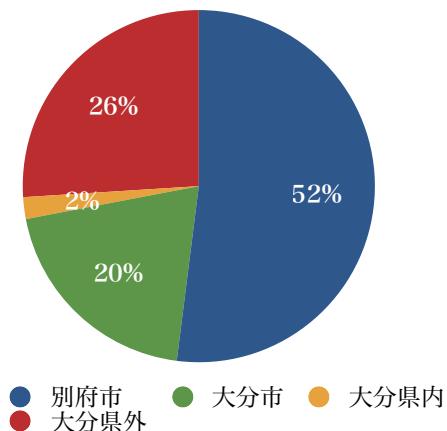
##### 1-1. 年齢、性別

40代女性が全体の20%と最も多かった。



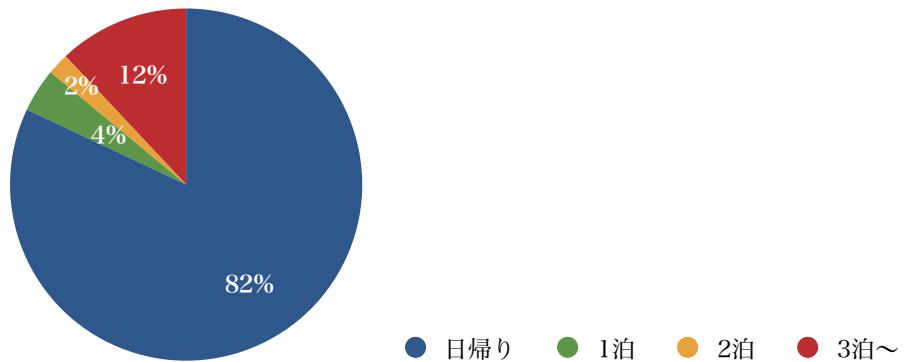
##### 1-2. 居住地

別府市内からの来場者が52%、大分市内からの来場者が20%であった。



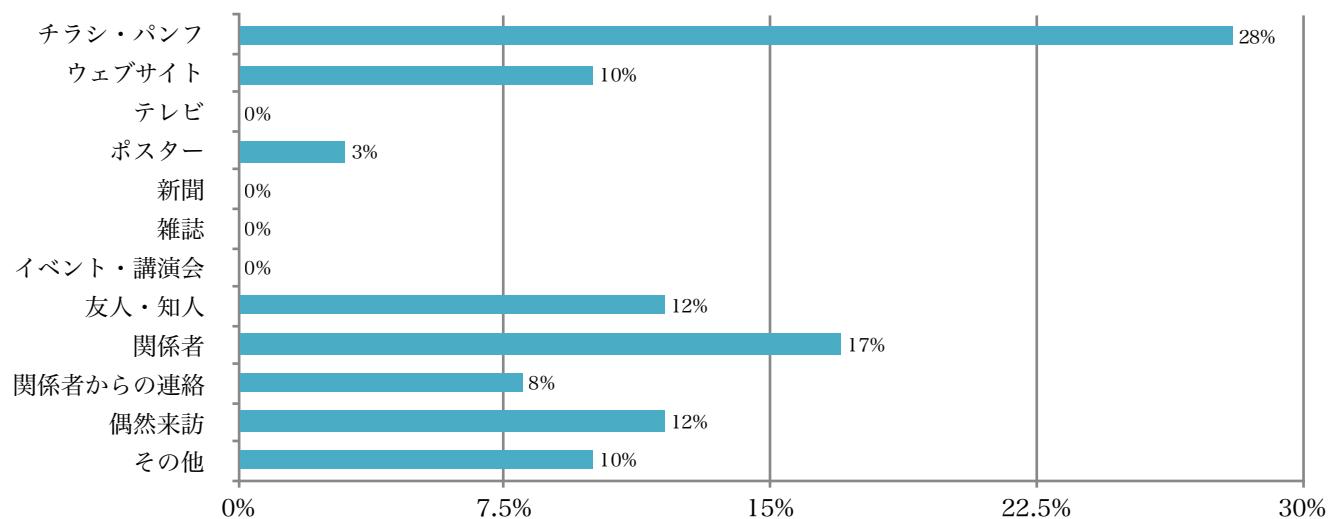
### 1-3. 滞在期間

別府市・大分市からの来場者が多かったことと関連し、日帰りの来場者が全体の82%を占めた。一方、宿泊した中では3泊以上の割合が12%と高かった。



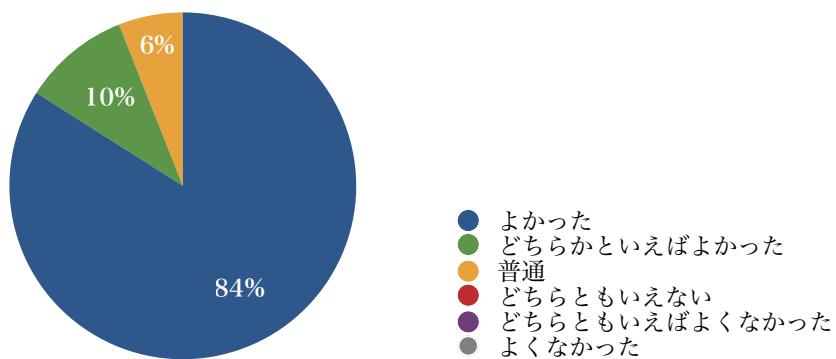
### 2. どこで知ったか (複数回答可)

「チラシ・パンフ」の回答が28%と最も多く、次に「関係者」が17%、そして「友人・知人」「偶然来訪」が12%と続いた。



### 3. 『滞在成果展』の評価

「よかつた」が84%、「どちらかといえばよかつた」が10%の、合わせて94%が『滞在成果展』を評価した。

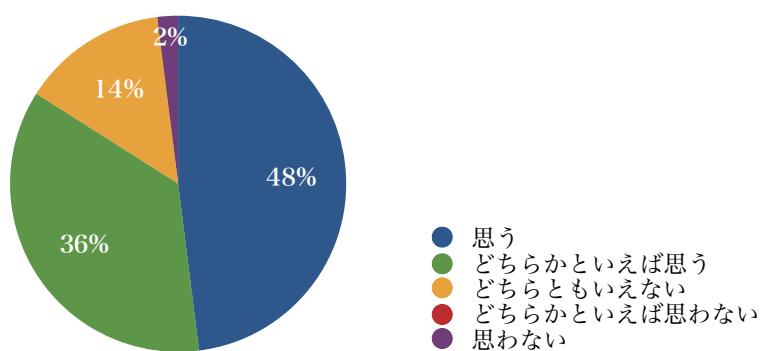


『滞在成果展』の評価(③)についての感想や意見(自由記述／原文のまま一部抜粋)

- ・私含めた子どもたちの描いた絵にどのように手が加えられるのかわからなかつたけど、線が加えられてまとまりが出て、デザイン的になっていておもしろかった。
- ・海外の作家さんがイメージする別府を感じられて面白い。子どもたちのイラストがカラフルで元気をもらった。
- ・トキハでやってくれて、行きやすいし立ちよりやすい。大分・別府ならではの作品でおもしろかった。
- ・異文化交流として、別府を海外の方に知つてもらえる機会になつたと思う。なぜこの作品はこのような構造なのか思考しながら鑑賞できて楽しかつた。
- ・子どもや地域住民の方々との異文化交流ができるのは、素敵だと感じた。多様性を育てるところを感じた。
- ・留学生も多い街なので、英語の説明もあると、なお良いと思いました。
- ・制作の意図とともに鑑賞できたことがおもしろかった。

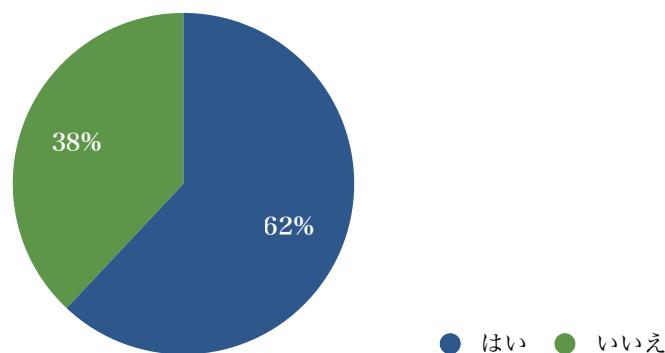
4. 今回の体験を家族や友人に話したり、SNSなどで発信したいと思うか

「思う」が48%、「どちらかといえば思う」が36%で、合わせて84%を占めた。



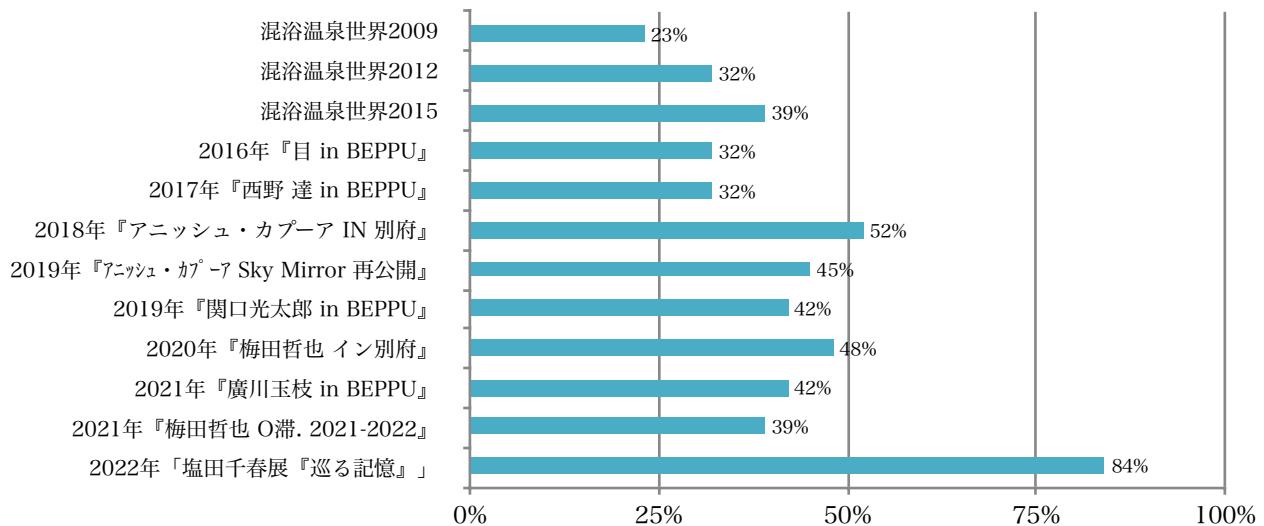
5-1. 『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したことがあるか

「はい」が62%、「いいえ」が38%となった。



## 5-2. 「はい」の内訳(複数回答可)

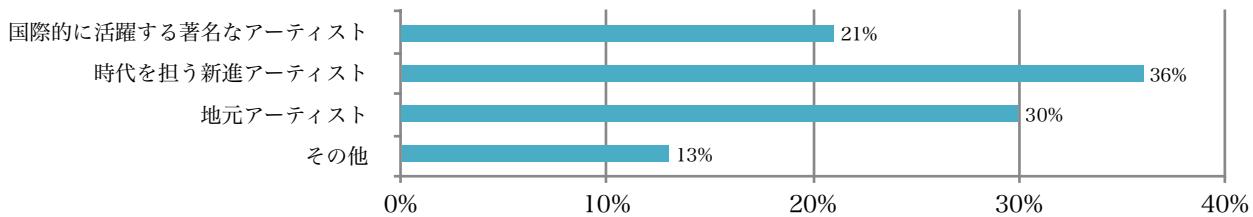
「塩田千春展『巡る記憶』」へ来訪した割合が、84%と高かった。



## 6. 今後、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)

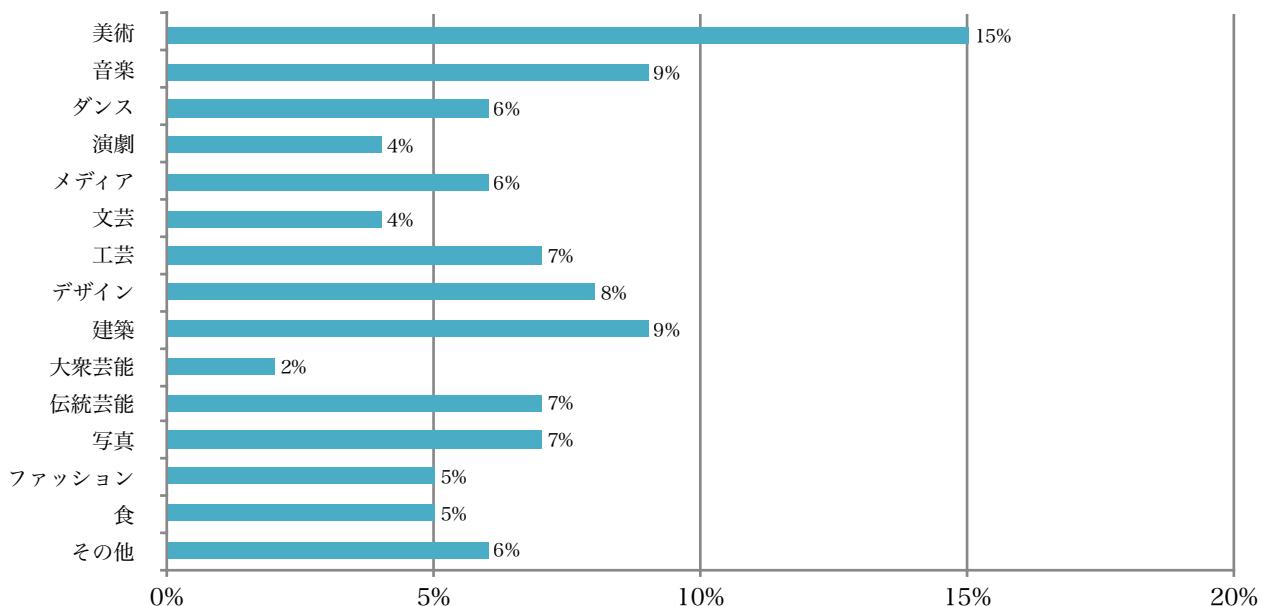
### <アーティスト> の項目

「時代を担う新進アーティスト」が36%と最も高く、次いで「地元アーティスト」が30%を占めた。



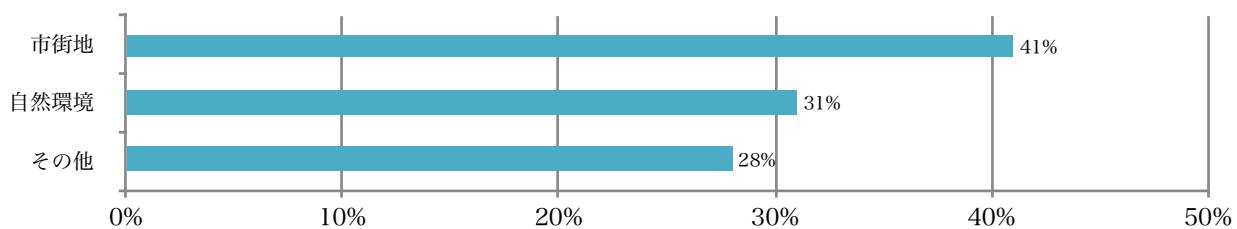
### <ジャンル> の項目

「美術」が15%と最も多く、次いで「音楽」と「建築」が9 %を占めた。



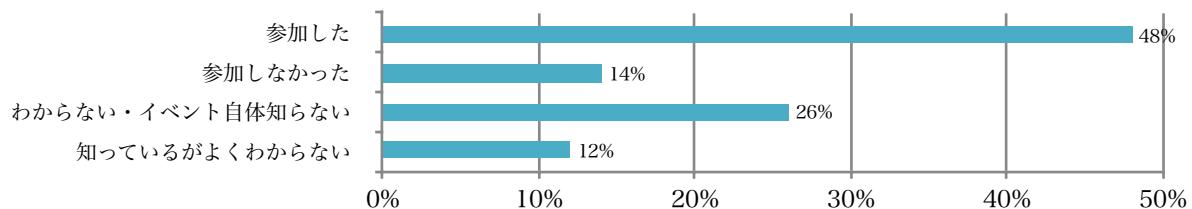
#### ＜場所＞の項目

「市街地」がもっと多く、41%となった。



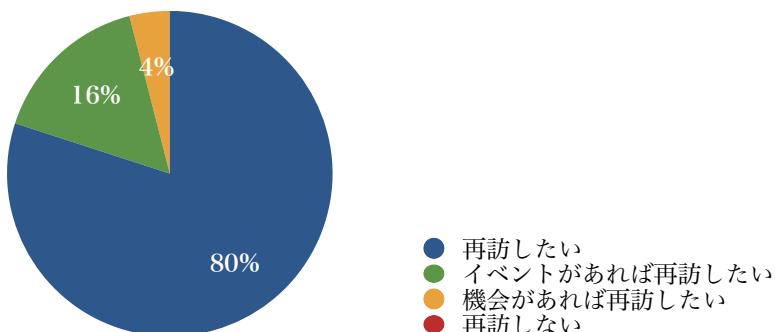
#### 7. 『ベップ・アート・マンス』には参加したか

「参加した」の回答が、全体の48%を占めた。



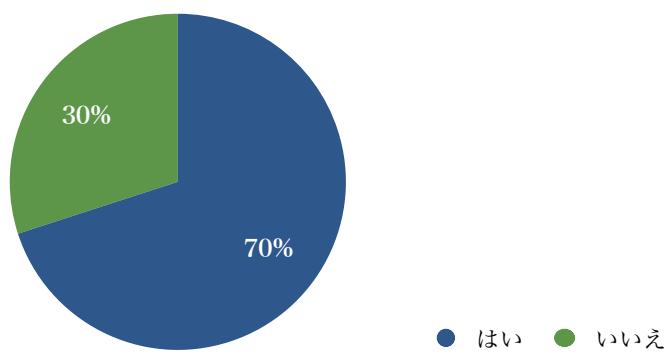
#### 8. 今後別府を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問

「再訪したい」が80%、「イベントがあれば再訪したい」が16%、「機会があれば再訪したい」が4%で、100%の来場者が今後なんらかのかたちで別府に再訪したいと回答した。



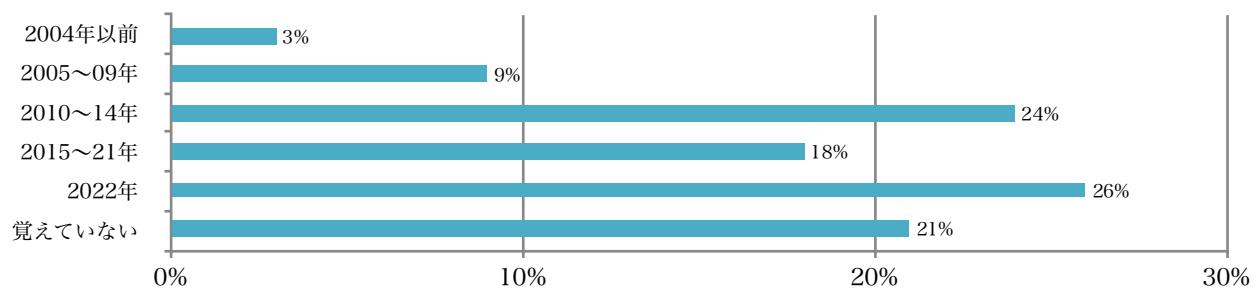
#### 9-1. 「別府は温泉観光地だけでなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

「はい」の回答が70%を占めた。



## 9-2. 「はい」のうち、いつごろからそのイメージを持つようになったか

「2022年」(今年度)からという回答が最も多く26%を占め、次いで「2010年～2014年」が24%となった。



## II. 各イベント・ワークショップでのアンケート結果(自由記述／抜粋)

参加者数：366名

- 初めての交流に興奮気味の子どももいて、交流会終了後はサッカーもして遊んでもらいました。コロナ禍で、行動が制限されている中で、海外からのアーティストとの交流ができたことは本当によかったです。ありがとうございました。
- 大きなキャンバスにも躊躇することなく、釘のあるサイドまで思い切り描く子どもたち。それに、折り鶴や習字で丁寧に仕上げた、いきいき村のおばあちゃん、その作品をYouTubeにアップロードするおじいちゃん。異文化を堪能できる貴重な機会を頂き大変嬉しかったです。
- 紙ではない本当のキャンバスに絵を描くのが初めてだったので、少し緊張しました。自分が描いたものが東アジア文化都市という大きなイベントの作品となるのが、すごくワクワクします。会場では、キムさんに韓国語でいさつを教えてもらったり、トゥホという韓国の遊びができて楽しかったです。コロナがおさまったら韓国に行ってみたいな、と思いました。
- 10年後の事を考える時間になってすごくよかったです。10年後は子供は別府に居るのかとか、どこに住んでるのかなど、今まで考えもしないような時間でした。
- 独自で韓国語を勉強していて、韓国が大好きなので、このワークショップに参加しました。10年後の自分に向けて手紙を書きましたが、もっと韓国語を勉強して、お金を貯めて韓国に行きたいと思っています。
- 新鮮感のあるイベントで、楽しかった。家でできうことなので、挑戦してみたいです。
- 身近なもので、こんな工夫した創作ができるんだと感心しました。子どもたちも流木のお絵描きに没頭していました。
- 制作の場、制作中の作品をトークと同時に見れたことがよかったです。
- チェンさんが別府で感じたことが別府に住んでいる自分と違う景色に見えていて面白かった。完成した作品が楽しみです。

## 6-1. 企画概要

### 1. はじめに

2020年度に開催した『梅田哲也 イン 別府』で発表した作品『O滞』について、再公開をおこなった。

『O滞』は、別府市内全域に点在する会場を音と地図を頼りに巡りながら各会場の特徴や歴史、過去や未来を想像させる周遊型の作品である。これまである一定期間のみの開催であったが、今後は会期を限定せず、いつ訪れてもアートに触れられるよう実施体制を整えた。また、昨年度より継続して、本展に関連するトークイベントの動画の公開や、書籍『O滞』の販売をおこなった。

### 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アート作品や、劇場の機能にフォーカスした舞台作品、中心点をもたない合唱のプロジェクトなどを国内外で発表。また先鋭的な音響のアーティストとしても国際的に知られている。近年のパフォーマンス作品に『Composite: Variations / Circle』(Kunstenfestivaldesarts 2017、ブリュッセル、ベルギー)、『INTERNSHIP』(国立アジア文化殿堂、光州、韓国、2016年／TPAM 2018、KAAT神奈川芸術劇場ホール)など。近年の展覧会に『リボーンアート・フェスティバル』(石巻、2019年)、『東海岸大地藝術節』(台東、台湾、2018年)、個展では『うたの起源』(福岡市美術館、福岡、2019-2020年)、『See, Look at Observed what Watching is』(Portland Institute for Contemporary Art、ポートランド、米国、2016年)がある。

撮影：Bea Borgers

### 3. ロゴマークおよび作品タイトルについて



作品タイトル：『O滞』

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「滞」であるならば、『O滞』はそこにぽつかり空いた穴であり、この穴をO地点とする、新しい秩序の始まりであるのかもしれません。(作家の言葉を引用)

## 6-2. 作品について

展覧会名	梅田哲也 O滞 再公開 ／ Tetsuya UMEDA “O TAI”REOPENING
作品タイトル	O滞 再公開 ／ O TAI REOPENING
会期	2023年2月3日(金)～通年 ラジオ貸出日：毎週月・金・土・日曜日
鑑賞時間	11:00～17:00 ※ただし一部の会場は異なる
参加方法	予約制(電話での予約受付)
受付	別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』(別府市末広町1番3号 レンガホール1階)
鑑賞方法	町を回遊しながらの体験
会場	<p>会場は下記の3つに分類し、地図に記した。</p> <p><b>【音声確認の場所】</b>          ※ラジオが正常に機能するか確認するために鑑賞者が初めに訪れる場所          秋葉神社</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)／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(別府市鉄輪風呂本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ことを推奨した場所          乙原の滝(別府市乙原)</p>
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周遊型の作品『O滞』を日・英の両言語で再公開した。会場は、別府ならではの特徴的な地形や空間など、全9ヶ所。また、作品を読み解くため、さまざまな分野の専門家によるトークイベントをオンラインで配信。別府市内で開催されているアートイベントと『O滞』を巡る町あるきツアーもおこなった。
参加者数	1,491名 来場者数：29名、オンライン参加者数：1,462名
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、2020、2021年度に発表した『O滞』の映画作品内のセリフや波の音など、ラジオからさまざまな音声が自動的に流れる。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体験ができる作品。音声は翻訳されており、ラジオ本体の切り替え次第で英語でも鑑賞できるようになっており、観光インバウンドも体験できる。
定員	5名／日
申込方法	電話にて予約



受付で手渡される地図と特製のラジオ



日英両言語対応のラジオ



ラジオを鑑賞するようす(別府スパビーチ)

イベント名	梅田哲也『O滞』とアートを巡るまちあるきツアー
実施日	2022年10月16日(日)
場所	(出発地) JR 別府駅構内総合インフォメーションセンター
参加費	無料
定員	5名
参加者数	6名
内容	<p>『O滞』を体験しながら別府を散策するまちあるきツアーを実施。ツアーでは、『O滞』のほか、同時期に開催された『塩田千春展』、『ベップ・アート・マンス』のプログラムをガイドの案内で巡る、秋のアート散策ツアーとなった。</p> <p>【ツアールート】別府駅出発→『塩田千春展』鑑賞→『ベップ・アート・マンス』参加プログラム鑑賞→別府スパビーチ→解散</p>
 <span data-bbox="223 983 489 1012">まちあるきのツアーの様子</span>  <span data-bbox="703 983 1070 1012">まちあるきのルート：別府スパビーチ</span>	

### 6-3. 運営について

受付	<p>別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』に受付を設置。ラジオの貸出しや会場の案内をおこなった。</p> <p>開設期間：2月3日(金)～通年 11:00～17:00      場所：別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』(別府市末広町1番3号 レンガホール1階)</p>
	<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>① Webサイト (<a href="https://inbeppu.com/2020">https://inbeppu.com/2020</a>) のお知らせを更新</li> <li>② チラシ (日・英A4サイズ)</li> <li>③ 会場マップ (A3折り) 今年バージョンに更新</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="409 631 541 660" style="text-align: center;">①Webサイト</div> <div data-bbox="917 631 1049 660" style="text-align: center;">③会場マップ</div> </div> <div data-bbox="401 673 1289 950" data-label="Image"> </div>
広報物の制作	<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="409 983 584 1012" style="text-align: center;">②チラシ (日本語)</div> <div data-bbox="790 983 949 1012" style="text-align: center;">②チラシ (英語)</div> </div> <div data-bbox="409 1024 759 1500" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="790 1024 1124 1500" data-label="Image"> </div>
看板の制作	<p>展示会場に案内看板を設置した。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div data-bbox="409 1619 917 1989" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="933 1619 1426 1989" data-label="Image"> </div> <div data-bbox="425 1996 838 2028" data-label="Caption"> <p>展示会場の案内看板① (塚原温泉火口の泉)</p> </div> <div data-bbox="941 1996 1248 2028" data-label="Caption"> <p>展示会場の案内看板② (丸井戸)</p> </div> </div>

## 第7章 開催概要6 『まつばらマルシェ』

### 7-1. 企画概要

#### 1. はじめに

『まつばらマルシェ』とは、「ふれる、ひろがる。明日につながる」をコンセプトに、その土地ならではのこだわりや特色を持つ食とアートを通して、その背景に広がる大分の豊かな土壤、風土、作り手の想いやこだわり、それが培われてきたストーリーに触れ、大分県の文化を再発見するとともに、出店者や来場者が交流し学び合うための場となることをを目指す取組である。大分県を拠点に、「大分県の食文化を担う」「SDGsや健康寿命などの観点を持つ」「商品や素材への深い知識を持つ」などのこだわりや特色を持つ生産者や飲食店を紹介することで大分県内の豊かな食文化を広く紹介するマルシェイベントと、アーティストや竹工芸家などのクリエイターによるクリエイターマーケットで構成される。今年度が初開催となり、10月と11月の2回にわたって開催した。

会期：第1回 2022年10月8日(土)～10日(月・祝)、第2回 2022年11月3日(木・祝)～6日(日)

時間：9:00～15:00

会場：松原公園(別府市松原町8)

入場料：無料

#### 2. ロゴマークについて



鶴見岳と湯けむりをモチーフに、別府の風土をイメージしたロゴ。  
漂う風は、「地域に新しい風を吹き込む」というイメージで使用。

### 7-2. 出店者について

大分県内各所から29のアーティスト・クリエイター、33の飲食店、合計62店舗が出店した。

#### 第1回出店者

10月8日(土)

マルシェイベント出店者(五十音順)
井上酒造(日田市)、カレーやMOMO(別府市)、喫茶・雑貨ハチミツコボシ(別府市)、喫茶ムムム(別府市)、元喜玄氣(別府市)、行厨 蓼屋(別府市)、tiny little deli(別府市)、ベップニュースタンダード(別府市)、ほのぼの茶屋(中津市)
クリエイターズマーケット出店者(五十音順)
U n U n(別府市)、勝 正光(別府市)、KIM KIBUM(韓国)、清島アパート(別府市)、酒井理容店(別府市)、SELECT BEPPU(別府市)、nölcö(別府市)

10月9日(日)

マルシェイベント出店者(五十音順)
R&B(別府市)、あまいろ商店(別府市)、井上酒造(日田市)、元喜玄氣(別府市)、行厨 蓼屋(別府市)、tiny little deli(別府市)、nicoドーナツ(由布市)、ベップニュースタンダード(別府市)、べっぷ優ゆう(別府市)
クリエイターズマーケット出店者(五十音順)
U n U n(別府市)、Kana(大分市)、清島アパート(別府市)、酒井理容店(別府市)、サルキス/SARKIS、絶景書店(別府市)、SELECT BEPPU(別府市)、Semperivivum(別府市)、Nuitrip.(別府市)、nölcö(別府市)

10月10日(月・祝)

マルシェイベント出店者 (五十音順)

井上酒造 (日田市)、喫茶ムムム (別府市)、元喜玄氣 (別府市)、後藤製菓 (臼杵市)、ベップニュースタンダード (別府市)、MINNA food (杵築市)、山香文庫 (杵築市)、蕨原おわて (玖珠郡)

クリエイターズマーケット出店者 (五十音順)

e-eco and organic (宇佐市)、清島アパート (別府市)、こものどうし (別府市)、SELECT BEPPU (別府市)、タブ屋さん (別府市)、ちぐや/旅する服屋さんメイドイン (別府市)、デザイナーズカンパニーユーツー (別府市)、Nuitrip. (別府市)、Muumuu (別府市)

第2回出店者

11月3日(木・祝)

マルシェイベント出店者 (五十音順)

usuki farmer's market ひゃくすた (臼杵市)、喫茶・雑貨ハチミツコボシ (別府市)、喫茶ムムム (別府市)、国産小麦と天然酵母のパン工房 HIBINO (豊後高田市)、ごっち (別府市)、後藤製菓 (臼杵市)、ジェラテリアふくろう (大分市)、しふおん (宇佐市)、野草の里やまうら (杵築市)、蕨原おわて (玖珠郡)

クリエイターズマーケット出店者 (五十音順)

U n U n (別府市)、勝 正光 (別府市)、清島アパート (別府市)、書肆ゲンシシャ (別府市)、MuumuuとANQU (別府市)

11月4日(金)

マルシェイベント出店者 (五十音順)

R&B (別府市)、しふおん (宇佐市)、マシッソヨオイシイヨ (竹田市)、野草の里やまうら (杵築市)

クリエイターズマーケット出店者 (五十音順)

勝 正光 (別府市)、清島アパート (別府市)、湯本プライベートミュージアムショップ (静岡県三島市)

11月5日(土)

マルシェイベント出店者 (五十音順)

喫茶ムムム (別府市)、the HELL (別府市)、しふおん (宇佐市)、tiny little deli (別府市)、Neoベジタリアンキッチン Shalom (別府市)、マシッソヨオイシイヨ (竹田市)、野草の里やまうら (杵築市)、山香文庫 (杵築市)

クリエイターズマーケット出店者 (五十音順)

アソビLAB (別府市)、Olectronica (豊後大野市)、清島アパート (別府市)、nëlcö (別府市)、八木 萌 (別府市)、湯本プライベートミュージアムショップ (静岡県三島市)

11月6日(日)

マルシェイベント出店者 (五十音順)

あまいろ商店 (別府市)、カウスクザー (豊後高田市)、カフェ屋 (大分市)、Create Coffee Lab (大分市)、312 (中津市)、しふおん (宇佐市)、tiny little deli (別府市)、Neoベジタリアンキッチン Shalom (別府市)、フッド (別府市)、マシッソヨオイシイヨ (竹田市)、野草の里やまうら (杵築市)、山香文庫 (杵築市)、やまよし (別府市)

クリエイターズマーケット出店者 (五十音順)

Olectronica (豊後大野市)、清島アパート (別府市)、絶景書店 (別府市)、Semper vivum (別府市)、九十九堂 / RISACAGO (別府市)、nëlcö (別府市)、八木 萌 (別府市)

会場の様子



## 7-3. 運営について

### 1. 広報物

広報物の作成において、コアなアートファン以外の客層の間口を広げること、地域の景観に馴染むことを念頭に制作した。アートに興味のない層にもリーチするよう、また、ショップなどでも気軽に手に取れるよう、広報物の形態はチラシではなくポストカードとし、出店者の店舗や会場周辺を中心に配布をおこなった。さらに、会場周辺の地域にはポスターを掲示することで開催までの告知をおこなった。また、会場周辺以外への情報発信については、InstagramやFacebookといったSNSを中心におこない、情報をシェア・拡散しやすい形式をとった。さらに、会場がJR別府駅から離れた場所にあるため、JR別府駅から会場へ向かう途中の商店街から会場にかけて誘導を兼ねて、のぼりを設置した。

### 2. サポート内容

『まつばらマルシェ』に登録した出店者に対し、事務局より以下のサポートをおこなった。

#### 出店に関する相談およびサポート

出店にあたり、事務局によるヒアリング(面談・電話)を実施し、出店者の意向を確認しながら開催までのプロセスの共有や出店内容の確認をおこなった。

#### テントの設置と備品および倉庫の提供

実行委員会が出店者に提供可能な備品として、テント、長机\*、椅子\*\*(\*と\*\*は有料で任意の申込)を用意し、設置した。また、連続出店者には、商品を置いて帰ることのできる倉庫を提供した。このことにより、出店者にとって準備・出店しやすい状況ができ、重量のある備品を持ち運び設置したり、都度商品を持ち帰る労力や時間や人員を省くことができた。

#### 広報業務の一部代行

- ・ポストカード(7,000部)やポスター(200部)を作成し、別府市内や出店店舗を中心に配布した。
- ・WebサイトおよびSNS(Facebook、Instagram、Twitter)を通じた情報発信をおこなった。
- ・のぼりを会場および会場周辺に設置するとともに、楠銀天街に25本ののぼりを設置した。



ポストカード



当日配布チラシ



ポスター



のぼり



会場内案内用MAP

#### インフォメーションブース

開催当日は会場内にインフォメーションブースを設け、会場内や周辺の案内等をおこなった。

## 7-4. サポートへの評価

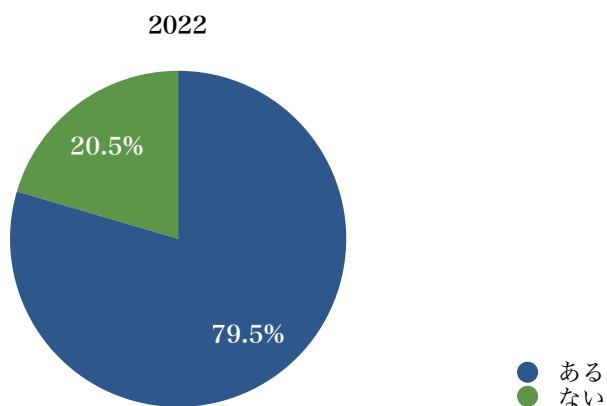
### 1. アンケート結果

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45枚。

1. 今までにマルシェやマーケットなどの販売イベントに出店されたことがあるか
2. 『まつばらマルシェ』という取組への評価
3. 『まつばらマルシェ』に出店してよかったです
4. また『まつばらマルシェ』へ出店したいか
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. 一部備品の用意の取組をどう思うか

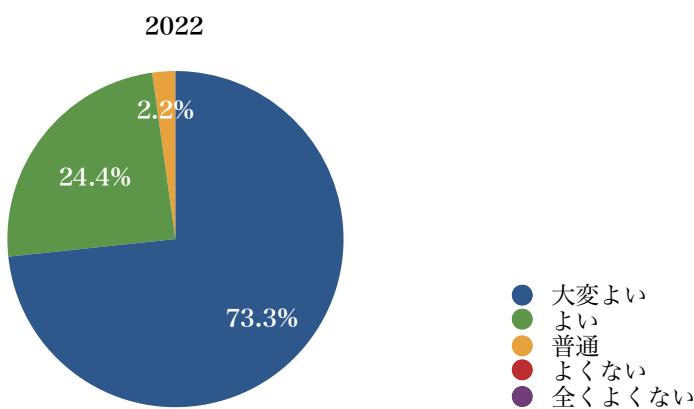
#### 1. 今までにマルシェやマーケットなどの販売イベントに出店されたことがあるか

「ある」が79.5%、「ない」が20.5%となった。



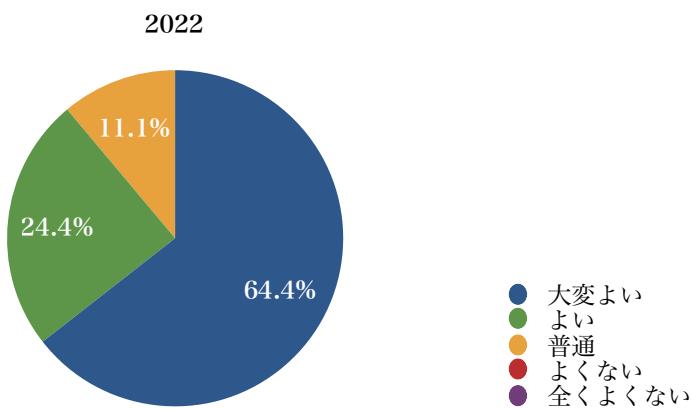
#### 2. 『まつばらマルシェ』という取組への評価

「大変よい」と「よい」が合わせて97.7%となった。



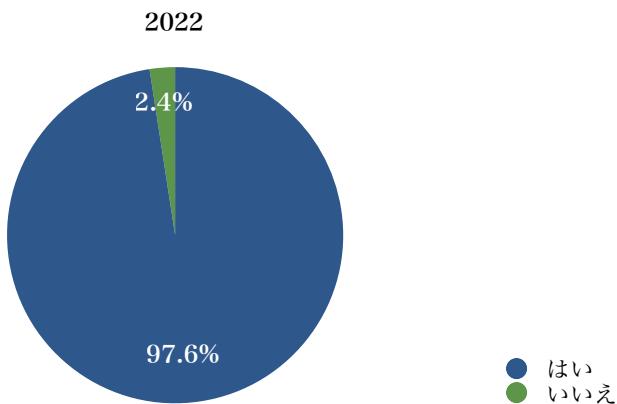
### 3. 『まつばらマルシェ』に出店してよかったです

「大変よい」と「よい」が合わせて88.8%となり、「普通」が11.1%、「よくない」「全くよくない」の回答はなかつた。



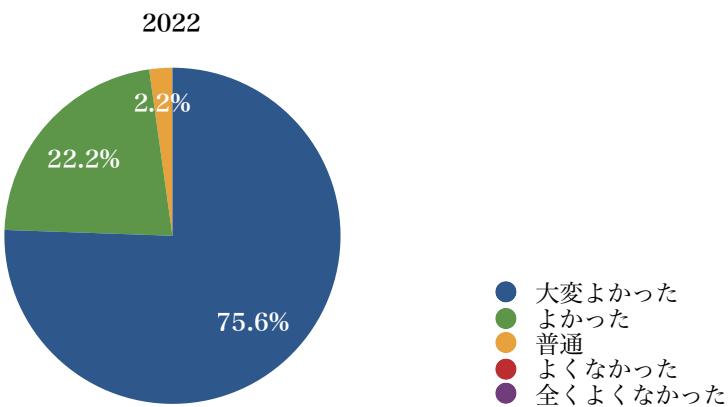
### 4. また『まつばらマルシェ』へ出店したいか

「はい」が97.6%、「いいえ」が2.4%だった。



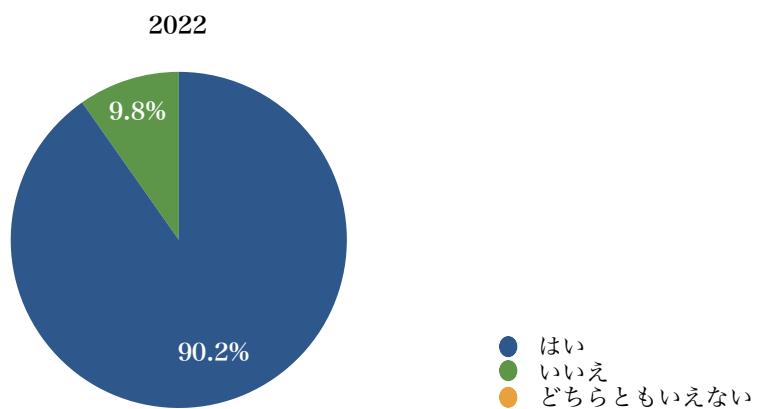
### 5. 事務局の対応に対する評価

「大変よかったです」が75.6%、「よかったです」が22.2%の、合わせて97.8%が事務局の対応を評価した。



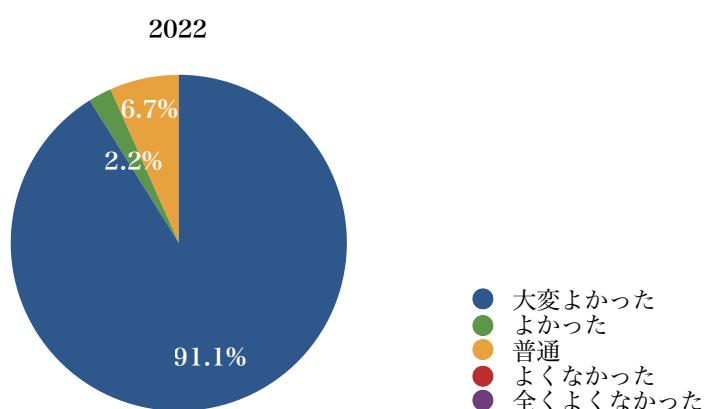
## 6. 広報業務の一部代行による効果があったか

「はい」が90.2%、「いいえ」が9.8%だった。



## 7. 一部備品の用意の取組をどう思うか

テントの手配から設置撤収を事務局が負担した。また、任意で長机や椅子のレンタルをおこなった。「大変よい」と「よい」を合わせて93.3%となつた。



### 『まつばらマルシェ』という取組への評価についての自由意見

- ・アートと食のコラボが新鮮で自分自身が楽しかった。
- ・アート、音楽、食、と私たちが求めているマルシェです。
- ・他のマルシェにはあまりない地域色の強さが良かつと思ひます。
- ・持続可能な事業を応援したいというコンセプトがとても共感できました。
- ・穏やかで和やかな空気があり、出店が楽しくできました。出店者同士を繋いでくれたり、買い物前後での会話が多いなどとても良い雰囲気だと感じました。アーティストの活動に触れられるのも貴重で楽しかったです。
- ・全世代に向けての店舗が充実していたと思う。
- ・地元の方が昔から馴染みの松原公園が賑やかなのをとても喜んでおられました。
- ・地域の人達の日常的な活動の場となるので。
- ・集客もよく、出店者同士の関係もとても快適。
- ・大分県産のものを工夫して作られてる方や販売してる方の発表の場として企画していただけてありがとうございます。大学生がチャレンジしてるお店もこれからの大分や日本を作る若者(笑)に期待できそう。
- ・地元で活動している企業・団体の交流の場となるから。
- ・地域住民と運営団体が協力しながら実施したイベントを感じた。
- ・コンセプトが明確。人と人との繋がりを大切にしているのを感じる。
- ・大々的で具体的な宣伝がもつとなされると良いと思う。

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

## 7-5. 来場者について

### 1. 来場者数

来場者は全7日間で4,046名(目標来場者数:1,750名)を数えた。来場者数は以下のとおり。

回	開催日	来場者数
第1回	2022/10/8(土)	566
	2022/10/9(日)	492
	2022/10/10(月・祝)	634
第2回	2022/11/3(木・祝)	786
	2022/11/4(金)	128
	2022/11/5(土)	412
	2022/11/6(日)	1,028

### 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180枚。

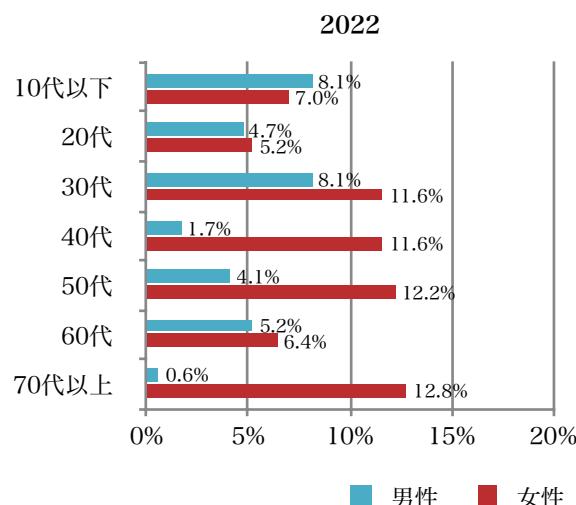
※小数点以下の記載がないものに関しては、四捨五入している

1. 年齢、性別、居住地、滞在期間
2. 『まつばらマルシェ』についての感想(自由回答)、どこで知ったか(複数回答可)、取組への評価、次回は出店者として参加したいと思うか
3. 『ベップ・アート・マンス2022』に参加するか
4. 市内の他の文化芸術のイベントに参加したいか
5. 「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
6. 今後、別府を再訪したいと思うか
7. 今回の別府訪問にあわせて、大分県内の他の市町村(大分市など)も訪れる予定か

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

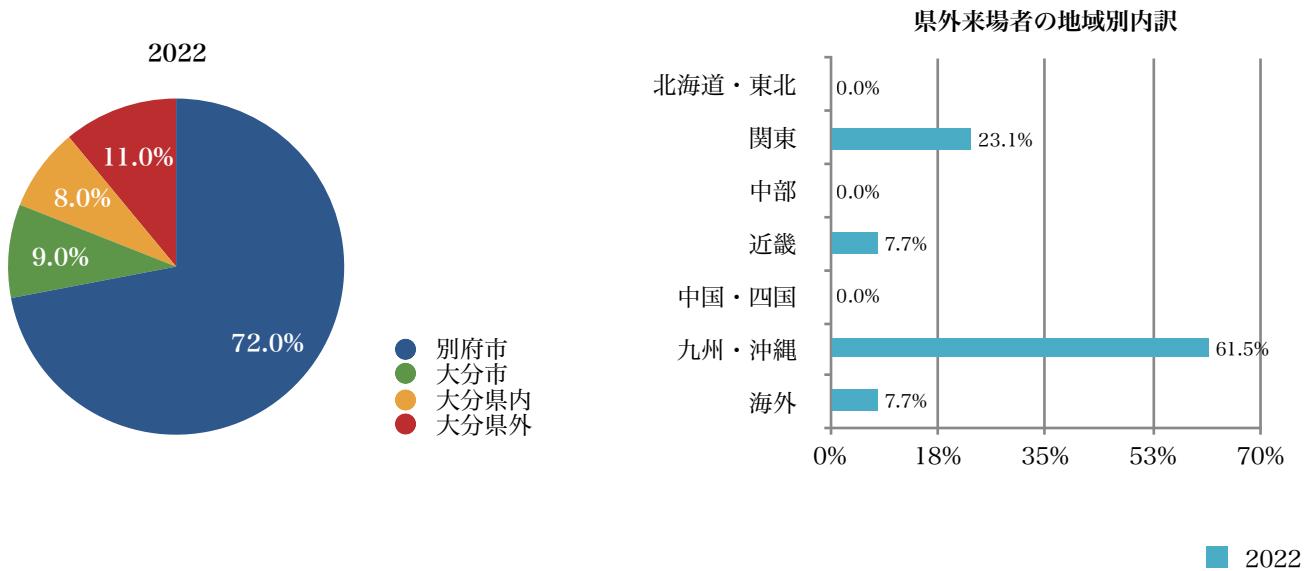
#### 1-1. 年齢、性別

女性の比率の方が高く、男性では10代と30代が最も高く、女性で30~50代と70代以上の割合が最も高かった。



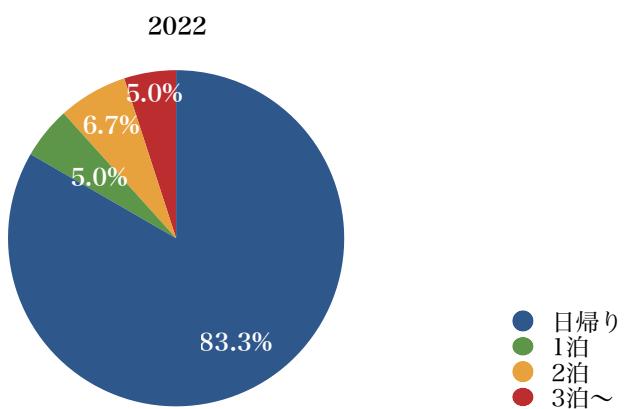
## 1-2. 居住地

別府市内からの来場者が72.0%で、大分県内からの来場者が89%だった。県外来場者の地域別内訳をみると、「九州・沖縄」の割合が最も高く、北海道・東北・中部・中国・四国からは0%だった。



## 1-3. 滞在期間

日帰りは83%以上、宿泊はいずれも5~6%程度だった。



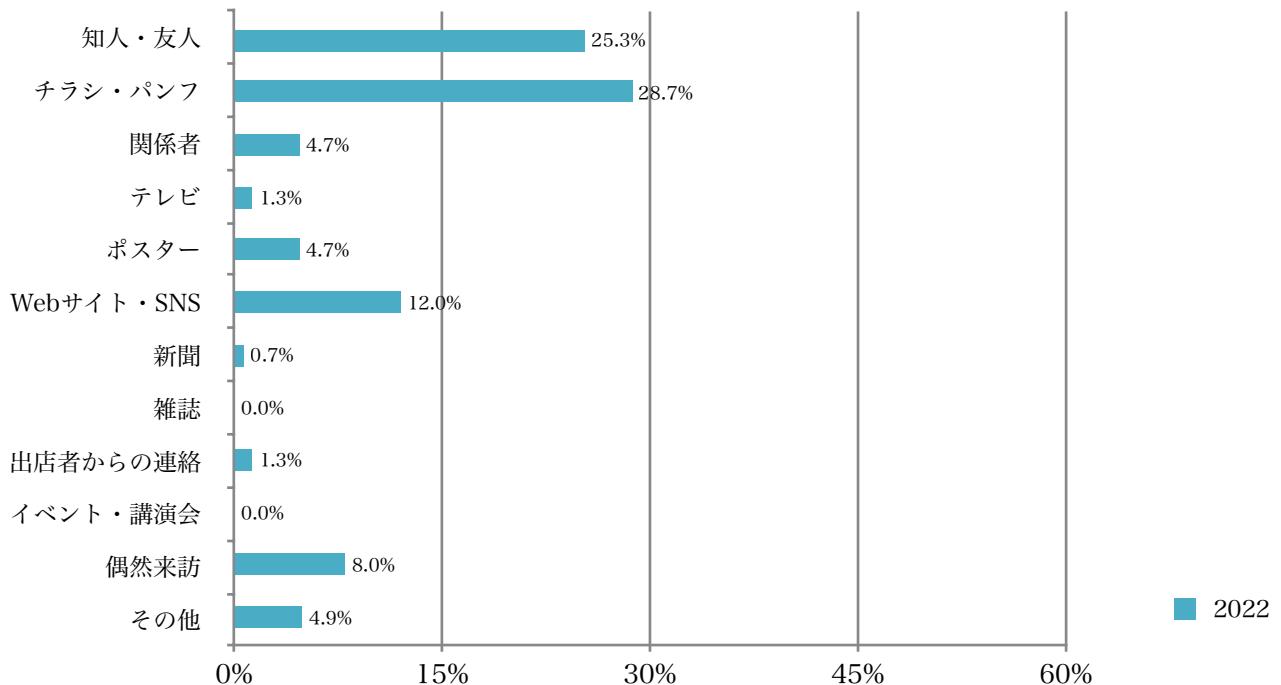
## 2-1. 『まつばらマルシェ』をどう思うか（感想）

- ・この公園に人々が集まるのを見ました。継続的に開催してほしいです。
- ・近所でステキな催しをして頂いて本当にうれしいです。毎月、開催して欲しい（可能な限り）。
- ・穏やかな雰囲気のマルシェでごくりラックスして楽しめました！
- ・家族連れが多くてとても良い感じです。ステージで何かあると良いですね。
- ・売り物（食べ物も含め）価格が高くてびっくり。ほとんど買えなかった。
- ・質の高い商品が多いように思った。
- ・かわいい雑貨や地元野菜が出ており、おもしろかったです。生のうた声もステキでした。
- ・珍しい野菜や料理が買えて楽しい。
- ・目新しいものがあり楽しい雰囲気。野菜、花などが多くあるといいなと思う。
- ・クッキーを作れたり子供も楽しめて良かった。
- ・にぎやかで遊具もあって子どもづれでもたのしめました。
- ・最高。しんげんよかったです。
- ・昔の別府にはなかった新しい動きをしてくださることに感謝です。

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

## 2-2. 『まつばらマルシェ』をどこで知ったか（複数回答可）

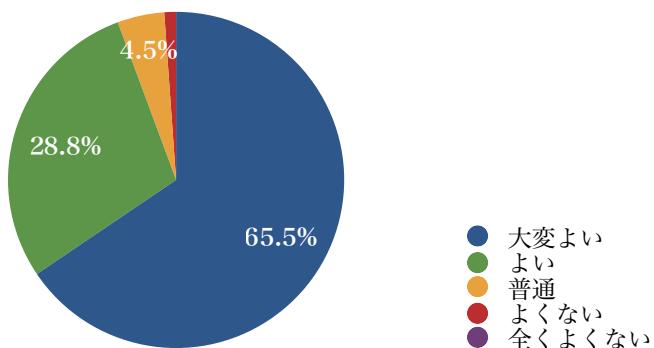
「チラシ・パンフ」の割合が最も高く28.7%、次いで「知人・友人」が25.3%と多かった。



### 2-3. 『まつばらマルシェ』という取組への評価

「大変よい」と「よい」を合わせると94.3%となった。

2022



### 評価の理由

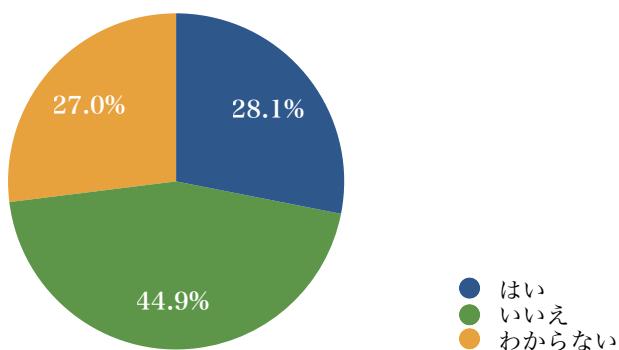
- とても楽しいです！開放的な空間でほっこり過ごせて嬉しいです。
- 毎月、開催してほしいです。
- 日々の生活では知り得なかつた商品がたくさん知れるから。
- 地域の発展につながる可能性があると思う。
- 公園が活きている。
- 地元の人の交流の場になる。
- 地域の人が喜んでたり、たのしみにしてるのがわかつた！！

(アンケートより原文のまま一部抜粋)

### 2-4. 次回は出店者として参加したいと思うか

「はい」と回答した人の割合が28.1%だった。

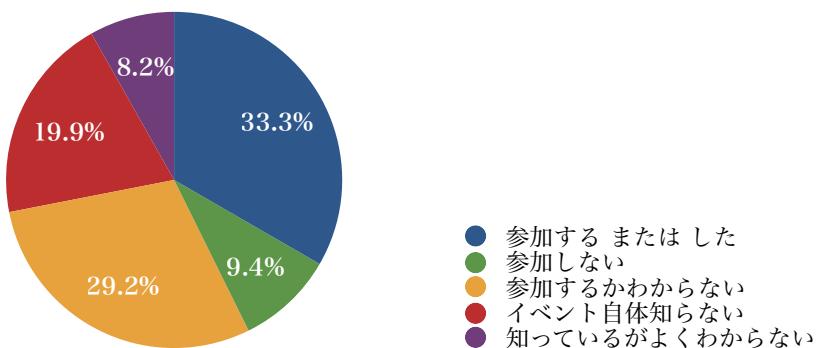
2022



3. 10月8日から11月27日にかけて開催されている「ベップ・アート・マンス 2022」には参加しますか？

「参加する または 参加した」が最も高く33.3%となつたが、「参加しない」「参加するかわからない」「イベント自体知らない」「知っているがよくわからない」の回答が合わせて66.7%あつた。

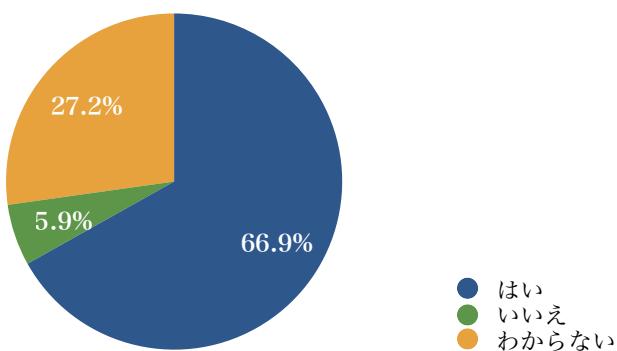
2022



4. 別府市内では「ベップ・アート・マンス」以外にも、さまざまな文化芸術のイベント（例：塩田千春展『巡る記憶』）が開催されています。そうしたプログラムに訪れてみたいか

「はい」が66.9%、「いいえ」が5.9%、「わからない」が27.2%となつた。

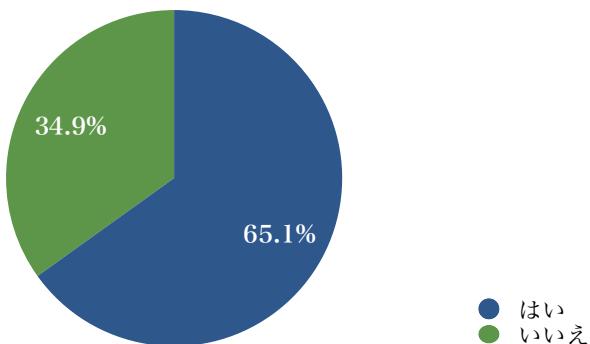
2022



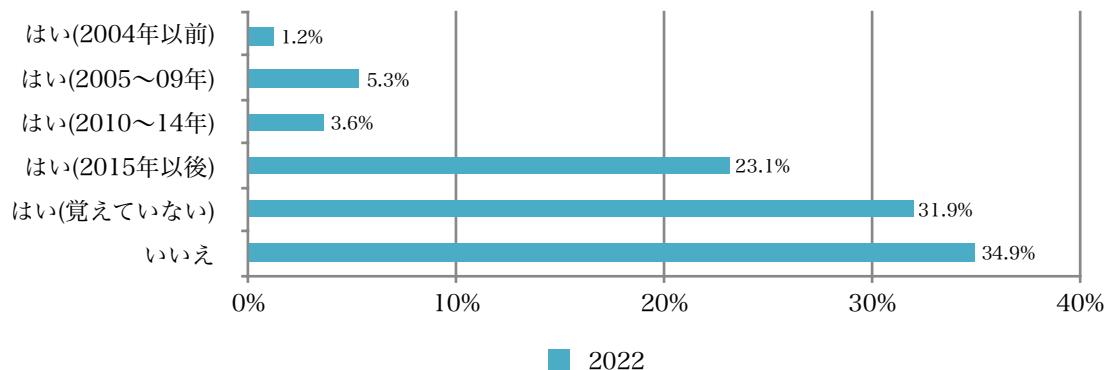
5. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか

「はい」の回答が合わせて65.1%となつた。

2022

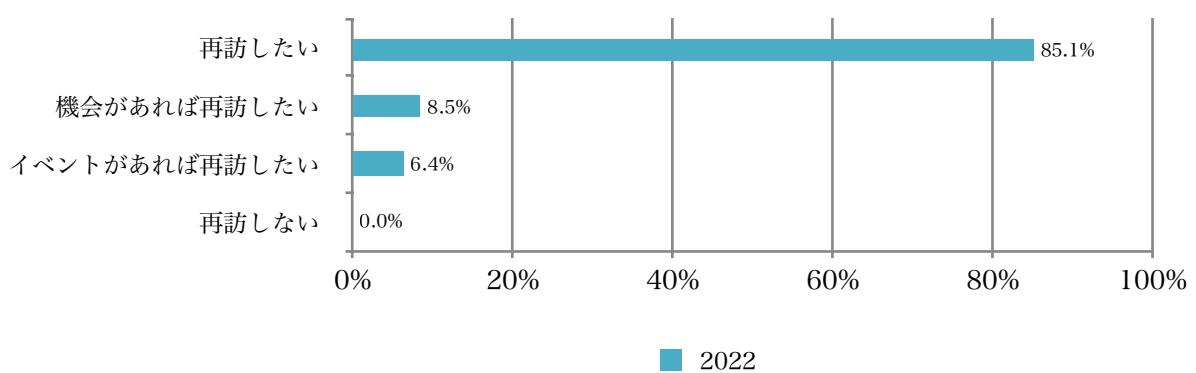


#### いつごろからそのイメージを持つようになったか



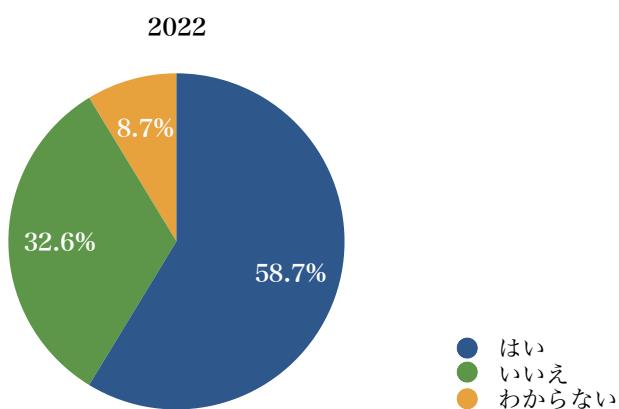
#### 6. 別府市を再訪したいか

「再訪したい」が85.1%、「機会があれば再訪したい」と「イベントがあれば再訪したい」を合わせると100%となった。



#### 7. 今回の別府訪問にあわせて、大分県内の他の市町村（大分市など）も訪れる予定ですか？

「はい」が58.7%、「いいえ」が32.6%となった。



## 第8章 開催記録7 『文化観光ツアー』

### 8-1. 企画概要

文化を目的に別府市および大分県を訪れ滞在する、新しい旅のスタイルを定着させることを目的に『文化観光ツアー』を実施。対象は県内外の芸術文化に関心が高い層および若年層とし、3つのツアーを造成。ツアーの主催を株式会社JTB大分支店、販売支援を株式会社 UNAラボラトリーズに依頼した。ツアーガイドは、若年層向けの2つのツアーを別府市在住のアーティストの勝 正光に依頼、芸術文化に関心が高い層向けのツアーを当実行委員会総合プロデューサーである山出が担当。通常の観光ツアーでは訪れないようなコアなスポットやユニークな文化体験を提供し、満足度の向上を目指した。

### 8-2. ツアー内容などについて

ツアーナンバーノルマ	文化旅行舎『混浴温泉世界』特別編 アートガイドとめぐる別府・国東半島(2月発)
詳細	<p>1日目 12:00 別府駅出発、徒歩にて宿泊ホテルへ 12:30~13:30 地元で人気のカレー店「バサラハウス」にて(昼食) 13:30~15:00 北浜アート巡り・ワークショップ(体験) 15:00~17:30 末広温泉にて「ジモセン」に入浴・鉛筆画体験(体験) 18:00~19:00 夕食。別府市内飲食店にてアーティストとの交流会 19:15 ホテル到着 1日目終了</p> <p>2日目 8:30 チェックアウトを済ませ、ジャンボタクシーにてホテル出発 10:00~12:00 旧千燈寺跡・五辻不動・ゴームリー像(見学) 12:00~12:40 成佛寺&lt;宮島達男氏作品&gt;(見学) 13:00~14:00 国東名物のたこを使った郷土料理「たこちゃんぽん」(昼食) 14:00~14:30 祇園山&lt;島袋道浩氏作品&gt;(見学) 15:30~15:40 大分空港(降車のみ) 16:45 別府駅到着・解散</p>
ガイド	勝 正光(アーティスト)
実施日	2023年2月25日(土)、26日(日)
料金	34,200円(税込) ※1名代金／2名1室利用の場合 35,700円(税込) ※1名代金／2名1室利用の場合
参加者数	6名
当日の様子	 

ツアーナン	文化旅行舎『混浴温泉世界』特別編 アートディレクター山出淳也とめぐる別府・臼杵
詳細	<p>1日目</p> <p>13:00 別府駅集合</p> <p>13:15~15:15 竹工芸ワークショップ &lt;Synergiez竹藝家 こじまちから氏&gt;</p> <p>15:30~17:15 別府北浜にてアート散策 &lt;アートガイド山出淳也氏 案内&gt;</p> <p>17:30~18:20 ホテルにてチェックイン</p> <p>18:30~20:00 別府市内飲食店にて夕食</p> <p>20:10 ホテル到着</p> <p>2日目</p> <p>8:30 チェックアウトを済ませ、貸切バスにてホテル出発</p> <p>9:30~11:15 臼杵石仏公園、usuki farmer's market ひゃくすた (各自散策)、国宝臼杵石仏 (拝観)</p> <p>11:30~12:50 二王座歴史の道 徒歩案内 &lt;ガイド古谷美和氏 案内&gt;</p> <p>13:00~14:30 禅味料理「星月庵」にて精進料理(昼食)</p> <p>15:30~15:35 別府駅到着(降車のみ)</p> <p>16:30 大分空港到着・解散</p>
ガイド	山出淳也 (Yamaide Art Office 株式会社 代表取締役)
実施日	2023年3月4日(土)、5日(日)
料金	36,660円(税込) ※1名代金
参加者数	6名
当日の様子	 

ツアーナンバー	文化旅行舎『混浴温泉世界』特別編 アートガイドとめぐる別府・国東半島(3月発)
詳細	<p>1日目</p> <p>12:00 別府駅出発、徒歩にて宿泊ホテルへ      12:30~13:30 地元で人気のカレー店「バサラハウス」にて(昼食)      13:30~15:00 北浜アート巡り・ワークショップ(体験)      15:00~17:30 末広温泉にて「ジモセン」に入浴・鉛筆画体験(体験)      18:00~19:00 夕食。別府市内飲食店にてアーティストとの交流会      19:15 ホテル到着 1日目終了</p> <p>2日目</p> <p>8:30 チェックアウトを済ませ、ジャンボタクシーにてホテル出発      10:00~12:30 長崎鼻リゾートキャンプ場 &lt;不均質な自然と人の美術館&gt; (見学)      12:30~13:30 豊後高田市内飲食店にて(昼食)      13:30~14:30 馬ノ瀬プロジェクト &lt;島袋道浩氏作品&gt; (見学)      15:30~15:40 大分空港(降車のみ)      16:45 別府駅到着・解散</p>
ガイド	勝 正光(アーティスト)
実施日	2023年3月11日(土)、12日(日)
料金	33,700円(税込) ※1名代金
参加者数	4名
当日の様子	 

### 8-3. 運営について

運営	今回のツアーは宿泊を伴うツアーであり、貸切バスを利用するツアーであったため、旅行業を持っている株式会社 JTB大分支店が主催を担い、販売をおこなった。また、県外の文化的趣向の高い層を顧客に持ち、国東半島・別府へのツアー造成・送客実績を持つ福岡の株式会社 UNAラボラトリーズに販売促進を依頼した。なお各種ツアーの内容については当実行委員会の事務局を務めるNPO法人 BEPPU PROJECTと、ガイドで協議の上、決定した。
広報	簡易チラシを作成し配布するほか、SNSで情報を発信した。また、若年層への周知として、県内外の大学やゼミなどと連携し、告知の機会を設けていただいた。

## 8-4. 参加者について

### 1. 参加者数

本ツアーレポートの参加者数は、16名であった。

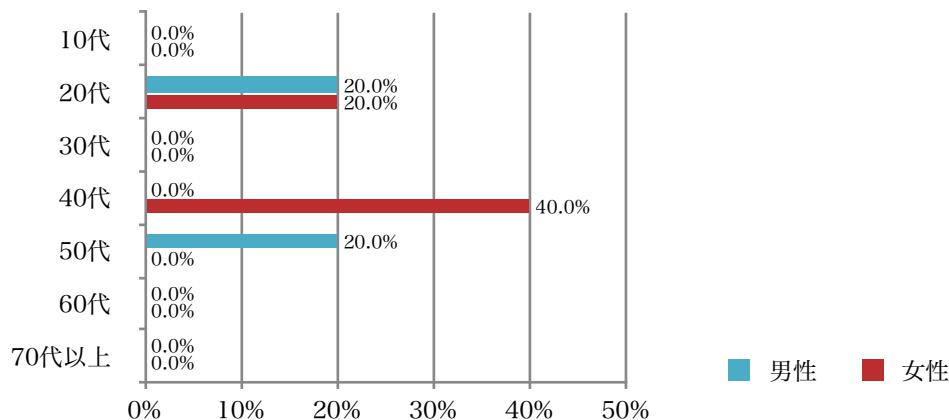
### 2. アンケート結果

ツアーレポート終了後、参加者へアンケートを実施した。回収枚数は10枚。

1. あなたについてお聞かせください。（年齢、性別、お住まい、滞在日数）
2. ツアーレポートについてお聞かせください。（内容、感想、ガイド、食事の満足度など）
3. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの街でもある」というイメージをお持ちですか？
4. 別府市在住以外の方に質問です。今後、別府や国東半島・臼杵市を再訪したいと思いますか？
5. 別府市在住以外の方に質問です。今回の別府や国東半島・臼杵市の訪問にあわせて、大分県内の他の市町村（大分市など）も訪れましたか？
6. 別府市内のさまざまな文化芸術イベントにも訪れてみたいと思いますか？

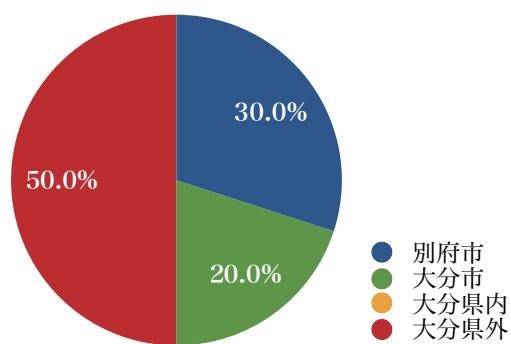
#### 1-1. 性別、年齢

女性の参加者が比較的多かった。参加者の年齢層は、20代と40代が多かった。



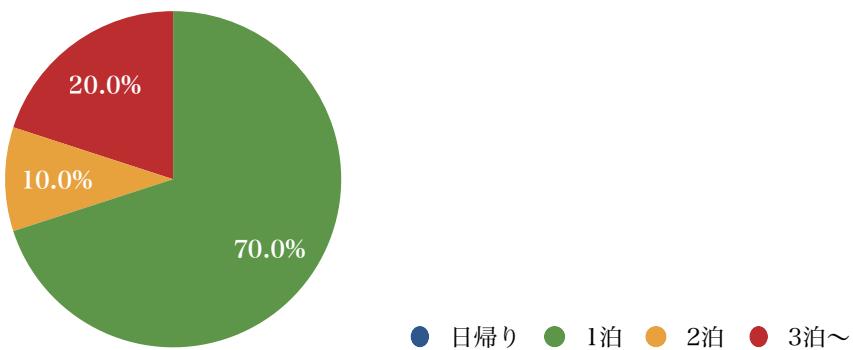
#### 1-2. 居住地

県外居住者が最も多く、なかでも福岡県が最多であった。



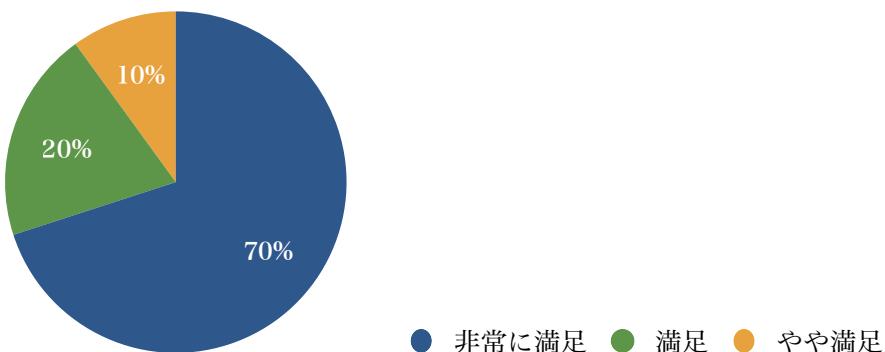
### 1-3. 滞在期間 ※本ツアーでの「1泊」も含む

1泊が最も多かった。



### 2-1. ツアーの内容の評価

非常に満足と回答した割合が70%と、満足度は高かった。

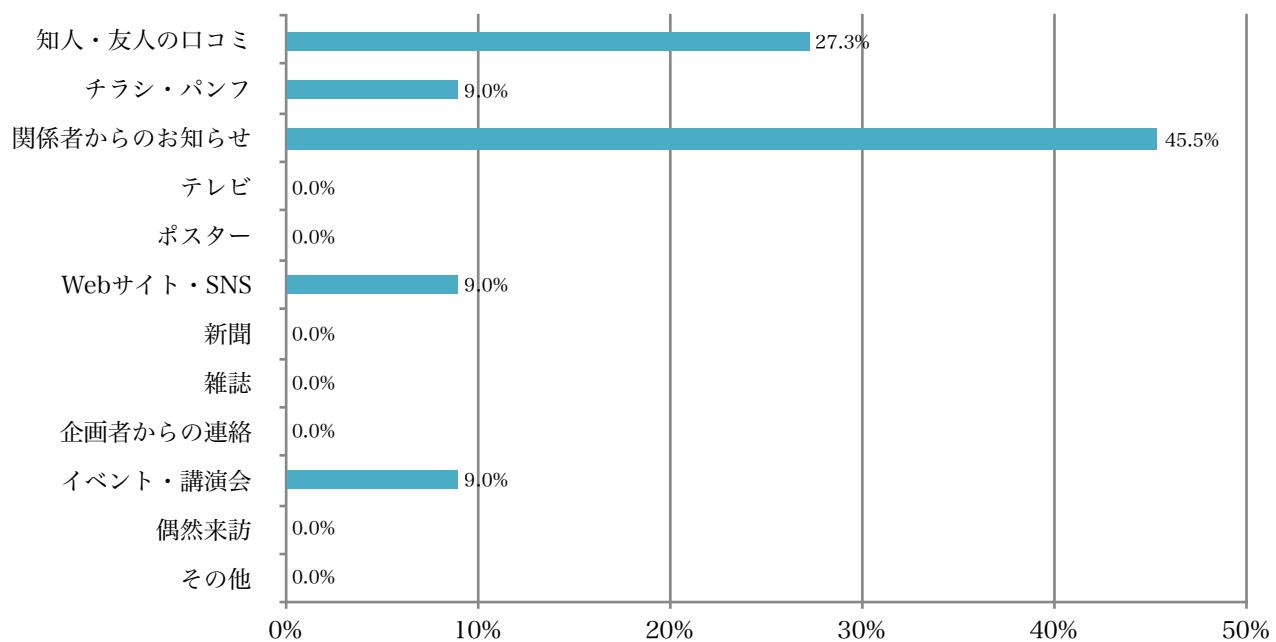


### 2-2. 評価の理由

- ・山出さんから直接、プロジェクトの背景を聞きながら施設を回ったことで理解が深まりました。別府市は温泉ばかりがフューチャーされがちですが、違う一面を知ることができる貴重な機会でした。
- ・普通のツアーでは訪れることができない場所を巡ることができて、とても楽しかったし、別府の魅力をいっそう知ることができました。
- ・大将の心意気が込められた星月庵での昼食が最高でした。
- ・思春期に突入した小6の娘と参加しました。一生忘れない旅行になりました。特に1日目に別府の町歩きや夜の懇親会をした後、『ALTERNATIVE-STATE』のアート作品を見に行ったのが旅のハイライトだと感じました。私は山出さんとBEPPU PROJECTさんのこの10年間の活動は、それ自体がアート作品だと捉えているのですが、まさに新しいアートが生まれる瞬間に立ち会ったような気持ちになり、非常に感動しました。井手さんに教えていただいた田の湯温泉に娘と行ったのも良い思い出です。小6の娘は学校への不満が爆発して、起きている時間の7割ぐらいメソメソしているかムスッとしている時期だったのですが、1日目のアートツアーは「面白かった」と言っていました。帰ってきてから「どうだった?」と聞いたら、「疲れた」と言われてしまふりでしたが、その後小声で「でも、すごいと思った」と言つていて連れて行った甲斐があったと思いました。
- ・あつという間の1泊2日でしたが別府の街並みや歴史、国東、豊後高田の自然などを体験することができました。
- ・大変良かったのですが、自由行動時に1日ではいけない広さだったので次回も来たいなと思ったのですが、ツアーの場合であれば全部行ける広さを考えてもいいのかも知れません。
- ・国東ツアーでは石のワークショップが特に楽しかった。また、その石が作品の一部となるというストーリーがよかったです。
- ・別府・臼杵ツアーは食事もよく、たいへん有意義な時間を過ごせた。

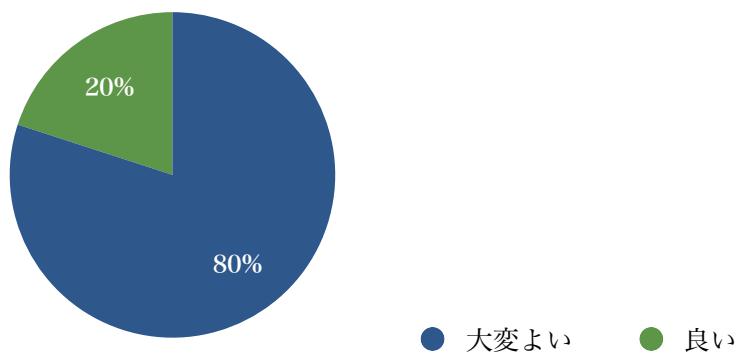
### 2-3. どこで知ったか (複数回答可)

関係者や知人・友人からの周知や口コミを通して、ツアーを知ったという人が多かった。



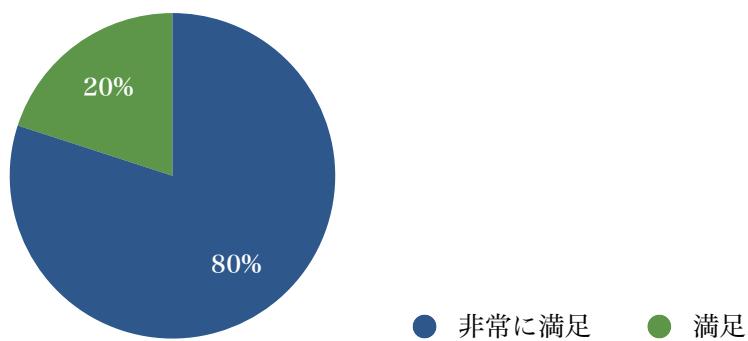
### 2-4. ツアーの取り組みをどう思うか

全員が大変良い、もしくは良いと回答した。



### 2-5. ガイドの案内の評価

全員が非常に満足、もしくは満足と回答した。

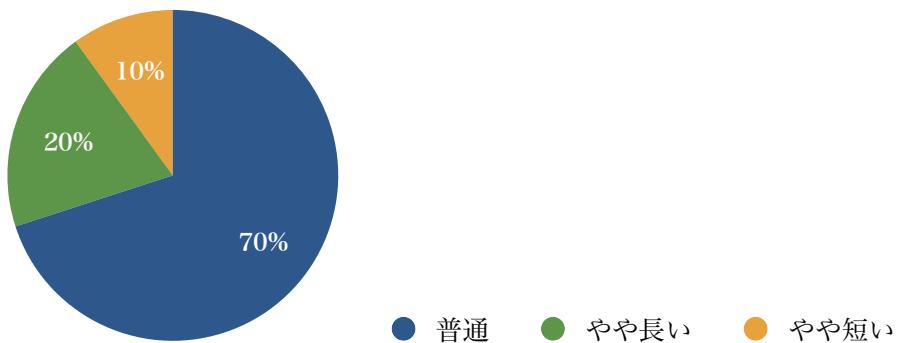


### 理由

- ・1日目、2日目ともに個性の異なるガイドさんにご案内いただき、解像度高く対象と向き合うことができました。ただ「山出さんとめぐる旅」だと思って参加したので、2日目も山出さんガイドで、山出さんの視点でご案内してくれたら、どんなだったかな、、、と思いました。
- ・ツアーの魅力を生み出したのもガイドの方の力量によるものが大きかったと思います。
- ・普段あまり知られていない地名などを詳しく説明してくれているのが良かったです。
- ・ガイドの人が予定がない所も時間が合えば行けるかも知れないと言っていたのですが、結局行けなかったので思わずぶりされたのが心残りでしたがそれ以外は大変良かったです。

### 2-6. まち歩きの時間の長さ

70%の参加者が普通と回答した。

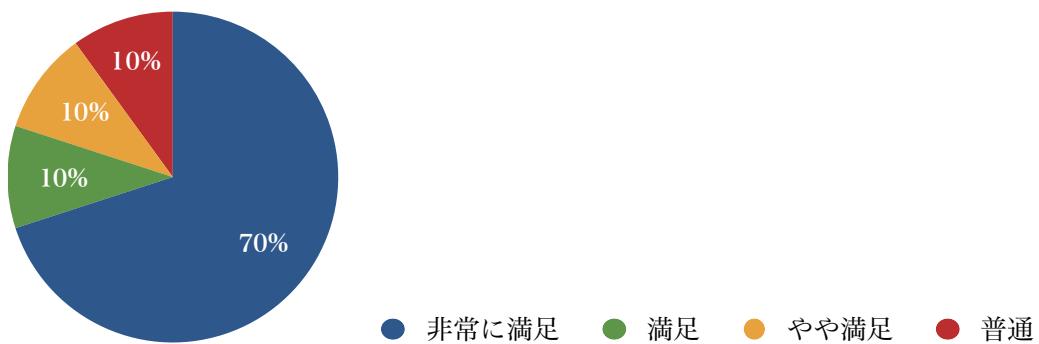


### 理由

- ・手持ちの荷物が多い中、歩いたので少し疲れた。
- ・ちょうどよい。
- ・普段中々歩いていない所を歩いていて興味を持ちました。
- ・レクレーションが長かった気がする。

### 2-7. 食事の評価

全体の80%が、非常に満足もしくは満足と回答した。



### 理由

- ・1日目の夕食、2日目の昼食共に、びっくりするぐらい美味しいで、弊社のお客さまにもお薦めしたいと思いました。町歩きの途中でパンを買ってきてくださいってみんなで食べたのも良い思い出です。
- ・「非常に満足」ではなく「満足」をつけた理由は、夜の店のトイレがもう少しきれいであればという点によるもの。

## 2-8. 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

情報発信をしたいと思う、およびどちらかと言えば思うと回答した参加者は、全体の90%であった。



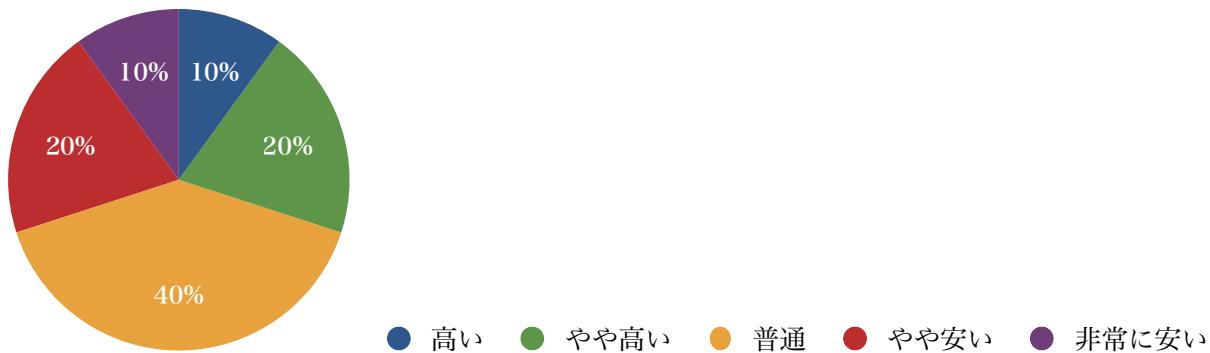
## 2-9. 今回のツアーで印象に残ったコンテンツは何か

食事やまちあるきなどの満足度が高かった。

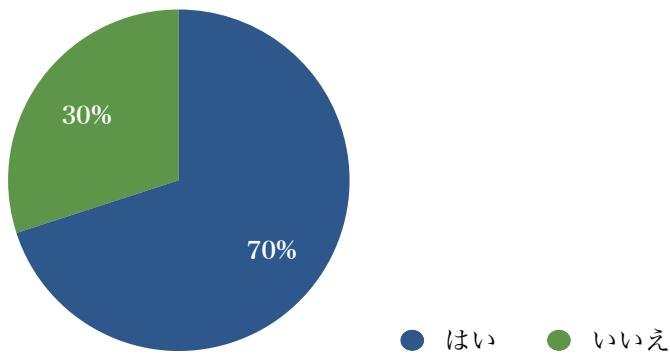
- ・精進料理。
- ・山出さんとの街歩き。
- ・まちあるき。
- ・星月庵での昼食。
- ・夜の『ALTERNATIVE-STATE』のアート作品。マイケル・リンさんが体育館で壁画制作をしているとお聞きしたので、それが見学できたらもっとよかったです。
- ・馬ノ瀬。
- ・長崎鼻リゾートキャンプ場、不均質な自然と人の美術館とそこでの自由行動。
- ・ツアーということで、みんなで一緒に何かをするという一体感もよかったです。ホテルも綺麗で、またツアー中の食事も良く、とてもよかったです。

## 2-10. ツアー料金について

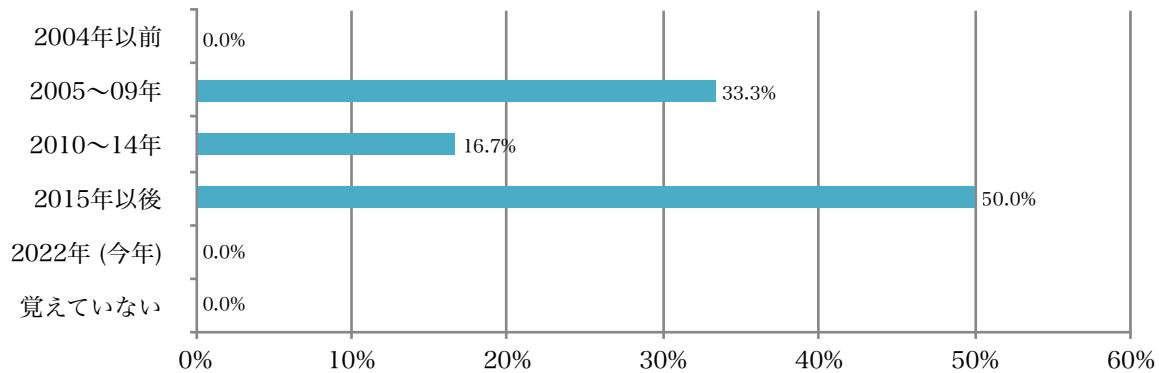
意見がわかれましたが、普通が40%を占めた。



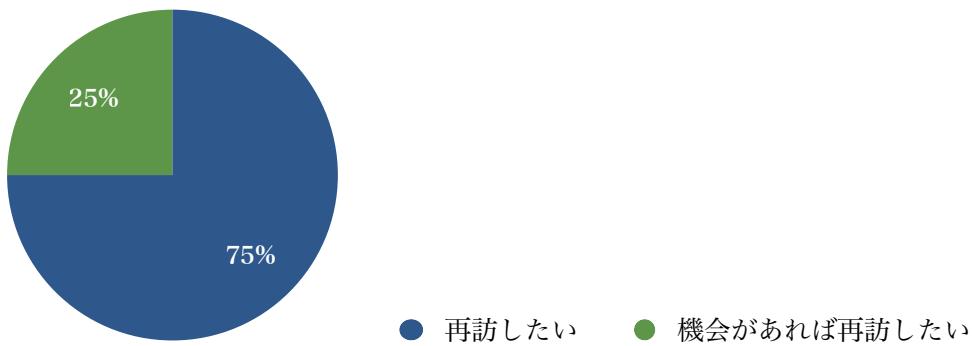
3-1. 「別府は温泉観光地だけではなくアートの町でもある」というイメージを持っているか  
全体の70%が、別府はアートの町であるというイメージがあると回答した。



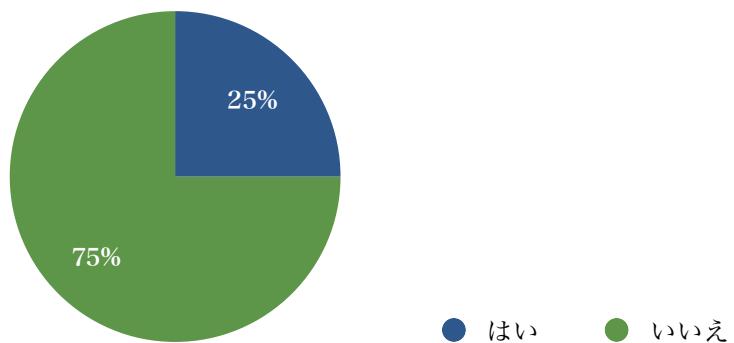
3-2. いつごろからそのイメージを持つようになったか  
2015年以後が全体の半数を占めた。



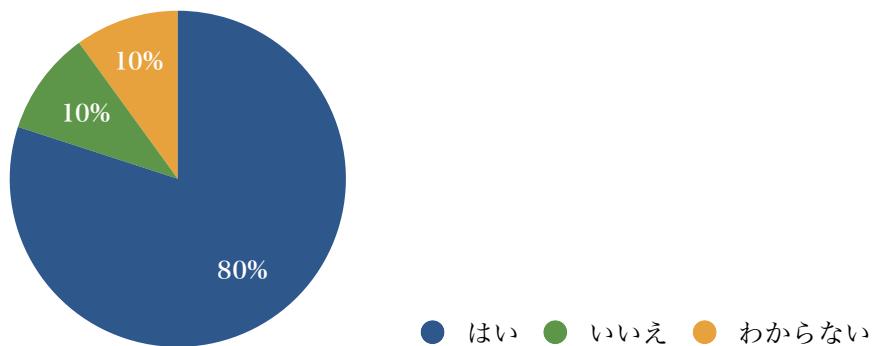
4. 今後、別府や国東半島・白杵市を再訪したいか ※別府市在住以外の方への質問  
別府市在住以外の全員が再訪意欲を持っていた。



5. 別府や国東半島・白杵市の訪問にあわせて、大分県内の他の市町村も訪れたか ※別府市在住以外の方への質問  
大分県内の他の市町村を訪問したのは25%に留まった。



6. 別府市内のさまざまな文化芸術イベントに訪れたいか  
全体の80%の参加者が、別府市内の文化芸術イベントに訪れてみたいと回答した。



## 第9章 共通の取組

### 9-1. 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。

##### 『ベップ・アート・マンス 2022』※詳細は44ページ参照

- ・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 26頁冊子) 10,000部

##### 『ALTERNATIVE-STATE』※詳細は65ページ、71ページ参照

- ・Webサイト (<https://alternative-state.com>)
- ・[ALTERNATIVE-STATE #8] Les Anges de Beppu | 大判カード (200x148mm) 9,000部
- ・[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet | 大判カード (200x148mm) 9,000部

##### 塩田千春展『巡る記憶』※詳細は80ページ参照

- ・Webサイト (<https://www.beppuproject.com/shiotachiharu>)
- ・ポスター (B2サイズ) 300部
- ・ポスター (B3サイズ) 100部
- ・チラシ (A3折り) 25,000部

##### 『アーティスト・イン・レジデンス事業』※詳細は100ページ参照

- ・ポスター (B2サイズ) 40部
- ・チラシ (A4サイズ) 3,000部

##### 『まつばらマルシェ』※詳細は114ページ参照

- ・ポスター (B3サイズ) 200部
- ・ポストカード 7,000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
塩田千春展『巡る記憶』	7月4日(月)	B-Con Plaza 小会議室32	「塩田千春展『巡る記憶』」記者発表会	大分合同新聞社、今日新聞社、大分経済新聞、毎日新聞、読売新聞、CTBメディア
[ALTERNATIVE-STATE #8] Les Anges de Beppu	9月7日(水)	別府市役所2階 記者会見室	[ALTERNATIVE-STATE #8] Les Anges de Beppu 記者説明会	大分合同新聞社、今日新聞社、毎日新聞社、朝日新聞、CTBメディア
『ベップ・アート・マンス 2022』	9月10日(土)	野口ふれあいセンター集会室	『ベップ・アート・マンス 2022』記者発表会	大分合同新聞社、今日新聞社、毎日新聞社、読売新聞、CTBメディア
[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet	2月22日(水)	別府市役所2階 記者会見室	[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet 記者説明会	大分合同新聞、今日新聞、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
塩田千春展『巡る記憶』	8月5日(金)	別府市公式 Facebookページ『Face ベっぷ』	7,514
[ALTERNATIVE-STATE #8] Les Anges de Beppu	10月8日(土)		
塩田千春展『巡る記憶』	10月16日(日)		
[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet	3月24日(金)		
[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet	3月27日(月)		
塩田千春展『巡る記憶』	8月5日(金)	別府市文化国際課 Beppu City Cultural and International Affairs Division	430
『アーティスト・イン・レジデンス事業』	12月14日(水)		

※) 2023年3月31日現在

## ■メディアツアー

下記の日程でメディアツアーをおこなった。

事業	日時	主な参加メディアなど	参加者数
塩田千春展『巡る記憶』	8月4日(木)	読売新聞西部本社、毎日新聞別府通信部、Webマガジン『ガルニア』、Tokyo Art Beat、ウェブ版美術手帖、西日本新聞社、ツーリズムおおいた、大分合同新聞社、毎日新聞西部本社、シティ情報おおいた、OAB 大分朝日放送	21
[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet	3月25日(土)	大分合同新聞、毎日新聞社、西日本新聞社、CTBメディア	9

## ■オープニングセレモニー

下記の日程で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(※)
塩田千春展『巡る記憶』	8月5日(金)	新中華園ビル前	NHK 大分放送局、大分合同新聞社、CTBメディア、OAB 大分朝日放送、OBS大分放送	47
[ALTERNATIVE-STATE #8] Les Anges de Beppu	10月7日(金)	海門寺公園	毎日新聞社、西日本新聞社、大分合同新聞社、今日新聞社、CTBメディア	114
[ALTERNATIVE-STATE #1] Onsenbouquet	3月25日(土)	ブルーバード会館 3階フレックスホール	毎日新聞社、西日本新聞社、大分合同新聞社、CTBメディア	67

※) メディア以外の関係者・参加者を含む

## ■デジタル広告

『まつばらマルシェ』および『文化観光ツアー』への参加を促すために、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
『まつばらマルシェ』	10月5日(水)～10日(月)	『まつばらマルシェ』の告知	大分県内	Facebook、Instagram	14,256	5

『まつばらマルシェ』	10月28日(金)～11月5日(金)	『まつばらマルシェ』の告知	大分県内	Facebook、Instagram	4,542	51
『文化観光ツアーアー』	2月3日(金)～19日(日)	『アートガイドとめぐる別府・国東半島』の告知	全国	Facebook、Instagram	14,104	62
『文化観光ツアーアー』	2月14日(火)～3月3日(金)	『アートディレクター山出淳也とめぐる別府・白杵』の告知	全国	Facebook、Instagram	26,272	170

#### ■メディア招聘

「塩田千春展『巡る記憶』」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
塩田千春展『巡る記憶』	8月3日(水)、4日(木)	Web版美術手帖	1
塩田千春展『巡る記憶』	8月14日(日)、15日(月)	青野尚子	1

#### ■WebサイトおよびSNSでの情報発信

各メディアの主な情報発信の結果は以下の通りである。

#### 公式Webサイト

各事業全般の情報を発信した。

事業	結果
『ベップ・アート・マンス2022』	期間：2022年4月1日～2023年3月31日 364日間 (昨年度 305日間) ユーザー数：11,873 (昨年度7,610) ページビュー数：46,965 (昨年度29,161 ) アクセス元の国：131ヶ国 (昨年度90ヶ国) ・プログラム全体で12,111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  ※参考 『ベップ仮想文化センター』 ( 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：238 ・アメリカ、イギリス、中国、ドイツ、シンガポール、韓国 (計8か国) からもアクセスがあった。
『ALTERNATIVE-STATE』	期間：2022年10月7日(開設日)～2023年3月31日 175日間 ユーザー数：1,726 ページビュー数：5,481 アクセス元の国：24ヶ国 ・アクセス元の国はアメリカ、アイルランド、中国、スウェーデン、フィリピン、韓国、シンガポール、台湾、フランス、オーストラリア、カナダ、香港、タイ、イギリス、ベルギー、モルドバ、オランダ、ベトナム、オーストラリア、ドイツ、インドネシア、イスラ、UAEからアクセスがあった。
塩田千春展『巡る記憶』	期間：2022年7月4日 (開設日)～2022年10月16日 105日間 ユーザー数：29,408 ページビュー数：83,559 アクセス元の国：54ヶ国

※) Webサイトの参考元：グーグルアナリティクス解析

※) 「塩田千春展『巡る記憶』」の特設Webサイトは、「beppuproject.com」のサーバーを使って作成したため、数値は「beppuproject.com」をもとに算出した

## 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した。『ALTERNATIVE-STATE』および『まつばらマルシェ』は、新規にFacebookページを作成した。

事業	結果
『ベップ・アート・マンス2022』	期間：2022年4月1日～2023年3月31日 364日間 (2013年度開設、昨年度305日間) 新規「いいね」数：36 (昨年度18、累計1,083) 新規投稿数：14 (昨年度130、累計1,682) リーチ数：5,822 (昨年度7,258) ／ インプレッション数：7,930 (昨年度32,399)
『ALTERNATIVE-STATE』	期間：2022年10月7日(開設日)～2023年3月31日 175日間 新規「いいね」数：14 新規フォロワー数：33 新規投稿数：72 リーチ数：3,058 ／ インプレッション数：13,383
『まつばらマルシェ』	期間：2022年9月2日(開設日)～2023年3月31日 211日間 新規「いいね」数：115 新規フォロワー数：151 新規投稿数：90 リーチ数：25,056 ／ インプレッション数：4,286

## Twitter

イベントの最新情報を発信した。『ALTERNATIVE-STATE』は新規にアカウントを取得した。

事業	結果
『ベップ・アート・マンス2022』	期間：2022年4月1日～2023年3月31日 364日間 (2011年度開設、昨年度305日間) 新規ツイート数：10 (昨年度8、累計2,046) 新規フォロワー数：6 (昨年度36、累計1212)
『ALTERNATIVE-STATE』	期間：2022年10月7日(開設日)～2023年3月31日 175日間 新規ツイート数：72 新規フォロワー数：22

## Instagram

イベントの最新情報や会期中の会場の様子を発信した。『ALTERNATIVE-STATE』および『まつばらマルシェ』は新規にアカウントを取得した。

事業	結果
『ベップ・アート・マンス2022』	期間：2022年4月1日～2023年3月31日 364日間 (2017年度開設、昨年度305日間) 新規投稿数：236 (昨年度91、累計747) 新規フォロワー数：126 (昨年度170、累計966) ハッシュタグ数：689 (公式143、その他546) ／ (昨年度公式91、その他838、累計949)
『ALTERNATIVE-STATE』	期間：2022年10月7日(開設日)～2023年3月31日 175日間 新規投稿数：73 新規フォロワー数：112 ハッシュタグ数：318 (公式268、その他50) ※ハッシュタグは「#ALTERNATIVESTATE」 「#温泉花束」 「#別府の天使」の合計値
『まつばらマルシェ』	期間：2022年9月5日(開設日)～2023年3月31日 208日間 新規投稿数：87 新規フォロワー数：460 ハッシュタグ数：152 (公式82、その他70)

### ■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、韓国に向けて「塩田千春展『巡る記憶』」のプレスリリースを配信した。また、『ALTERNATIVE-STATE』のプレスリリースをアメリカに向けて配信した。

国	媒体種別	記事掲載件数
韓国	Web	10
アメリカ	Web	386
合計		396

### 2. メディア掲載実績ならびに広告換算

令和4年度混浴温泉世界実行委員会事業は新聞・テレビ・ラジオ・Webなどのメディアで、国内外合計629回の掲載・放送があり、広告換算額は1,054,037,650円となった。2021年の『ベップ・アート・マンス 2021』『廣川玉枝 in BEPPU』と比較すると、掲載件数、換算額ともに増加した。

### ■メディア件数(2022年4月～2023年3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	2/1	65/30	101/0	168/31
テレビ	2/1	16/40	215/0	233/41
ラジオ	0/0	2/1	0/0	2/1
雑誌・その他	5/6	5/3	18/0	28/9
Web※2)	136/40	-	62/3	198/41
エリア合計	145/48	88/74	396/3	629/123

### ■広告換算額

メディア	掲載・放送(回)	換算金額(円)※4
新聞	168	134,132,152
テレビ	233	897,703,027
ラジオ	2	2,310,000
雑誌・その他	28	2,722,778
Web	198	17,169,694
合計	629	1,054,037,651

※) 2023年3月31日現在(集計: 株式会社 ジャパン通信社)

※) 2021年度 広告換算合計額: 272,832,885円

※1) 掲載・放送媒体件数は、令和4年度事業全てを合算した数字

※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

※4) 海外メディアに掲載・放送されたものについては、広告換算額の算出が難しいため、換算金額に含まれていない

■事業別内訳

『ベップ・アート・マンス 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	0	26	0	26	186%	26,580,391	176%
テレビ	0	2	0	2	25%	2,595,200	164%
ラジオ	0	1	0	1	-	1,320,000	-
雑誌・その他	0	2	0	2	200%	70,000	29%
Web	17	0	0	17	57%	1,111,024	11%
合計	17	31	0	48	91%	31,676,615	116%

※2021年度に実施した『ベップ・アート・マンス 2021』と比較

『ALTERNATIVE-STATE』	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	101	115	676%	26,432,545	50%
テレビ	0	3	215	218	661%	94,000	0%
ラジオ	0	0	0	0	0%	0	0%
雑誌・その他	2	0	18	20	250%	1,000,000	11%
Web	21	0	52	73	59%	3,158,688	21%
合計	23	17	386	426	233%	30,685,233	13%

※2021年度に実施した『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滞」』と比較

塩田千春展『巡る記憶』	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	2	15	0	17	100%	65,655,562	124%
テレビ	1	10	0	11	33%	43,612,720	26%
ラジオ	0	0	0	0	0%	0	0%
雑誌・その他	3	2	0	5	63%	1,572,778	17%
Web	91	0	10	101	81%	12,118,626	80%
合計	97	27	10	134	73%	122,959,686	50%

※2021年度に実施した『廣川玉枝 in BEPPU』『梅田哲也「O滞」』と比較

『アーティスト・イン・レジデンス事業』	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	6	0	6	-	10,911,090	-
テレビ	0	1	0	1	-	1,107	-
ラジオ	0	0	0	0	-	0	-
雑誌・その他	0	0	0	0	-	0	-
Web	3	0	0	3	-	33,156	-
合計	3	7	0	10	-	10,945,353	-

※比較対象なし

『国際発信事業』	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	2	0	2	-	1,009,735	-
テレビ	0	0	0	0	-	0	-
ラジオ	0	0	0	0	-	0	-
雑誌・その他	0	0	0	0	-	0	-
Web	0	0	0	0	-	0	-
合計	0	2	0	2	-	1,009,735	-

※比較対象なし

『まつばらマルシェ』	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	2	0	2	-	3,542,829	-
テレビ	0	0	0	0	-	0	-
ラジオ	0	1	0	1	-	990,000	-
雑誌・その他	0	1	0	1	-	80,000	-
Web	1	0	0	1	-	64,347	-
合計	1	4	0	5	-	4,677,176	-

※比較対象なし

『文化観光ツアー』	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	0	0	0	-	0	-
テレビ	0	0	0	0	-	0	-
ラジオ	0	0	0	0	-	0	-
雑誌・その他	0	0	0	0	-	0	-
Web	2	0	0	2	-	476,279	-
合計	2	0	0	2	-	476,279	-

※比較対象なし

その他の事業	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	0	0	0	-	0	-
テレビ	1	0	0	1	-	851,400,000	-
ラジオ	0	0	0	0	-	0	-
雑誌・その他	0	0	0	0	-	0	-
Web	1	0	0	1	-	207,574	-
合計	2	0	0	2	-	851,607,574	-

※比較対象なし

■今年度の主な掲載・放送メディアは以下の通り(順不同)

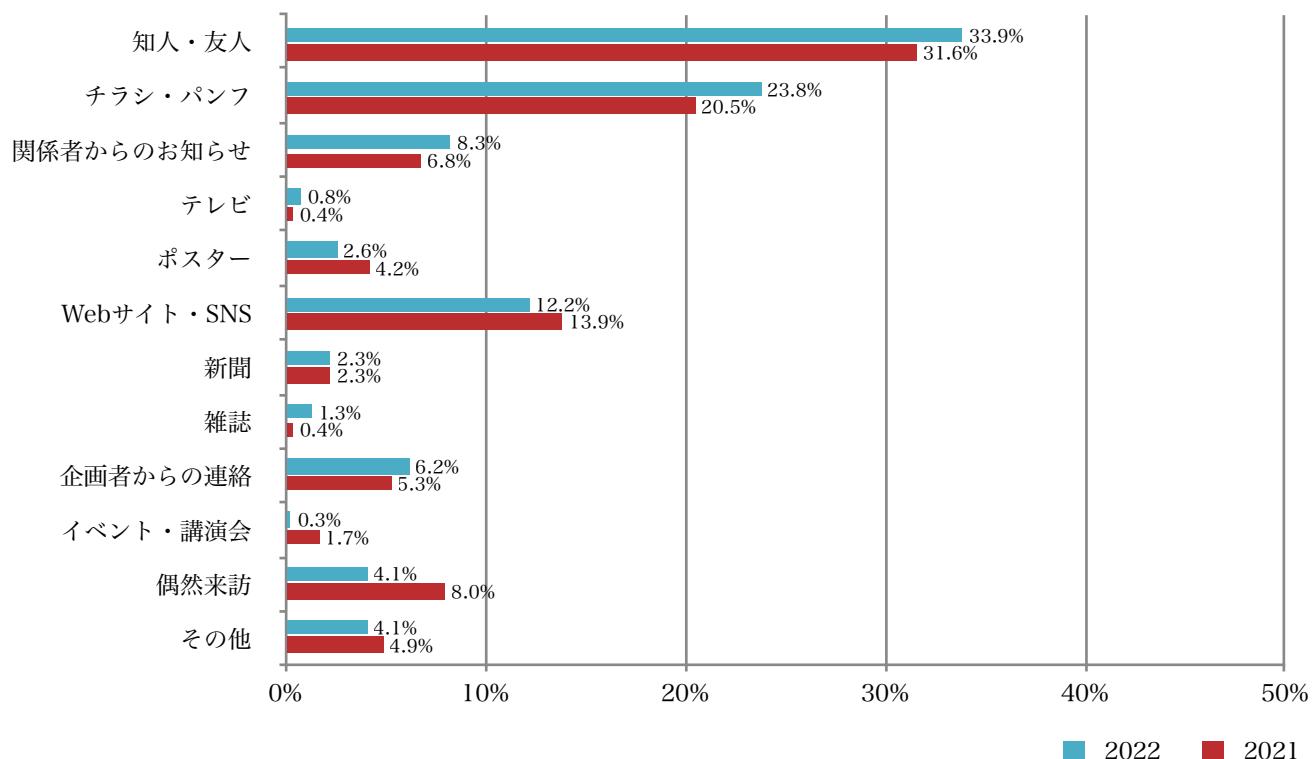
新聞	大分合同新聞社、今日新聞社、毎日新聞社、西日本新聞社、読売新聞社、日本経済新聞社
テレビ	TBS、TOSテレビ大分、OBS大分放送、CTBメディア、NHK
ラジオ	OBSラジオ
雑誌	月刊・シティ情報おおいた、Discover Japan、FIGARO、ELLE、生活情報マガジンモグモグ、美術の窓
Web	交通新聞社 Web『トレたび』、大分県観光情報公式サイト、Little Oita、大分合同新聞Gate、TOSオンライン、フクリパ、美術手帖、毎日新聞、西日本新聞、今日新聞、九州LoveWalker、Hanako、potari、おおいた芸術文化の旅 OITA Art&Culture、TOKYO ART BEAT、Yahoo!ニュース、todayhot.news、antenna、FASHION PRESS、PR TIMES、NHK NEWS WEB、TOKYO FRONT LINE、ニコニコニュース、大分経済新聞、イロハニアート、ガルニア、Casa BRUTUS、おんせん県おおいた! ちゃんねる、オオイタカテ!、地方活性 Regional Revitalization on ASCII

※) 新聞・雑誌は出版社名ではなく媒体名で記載

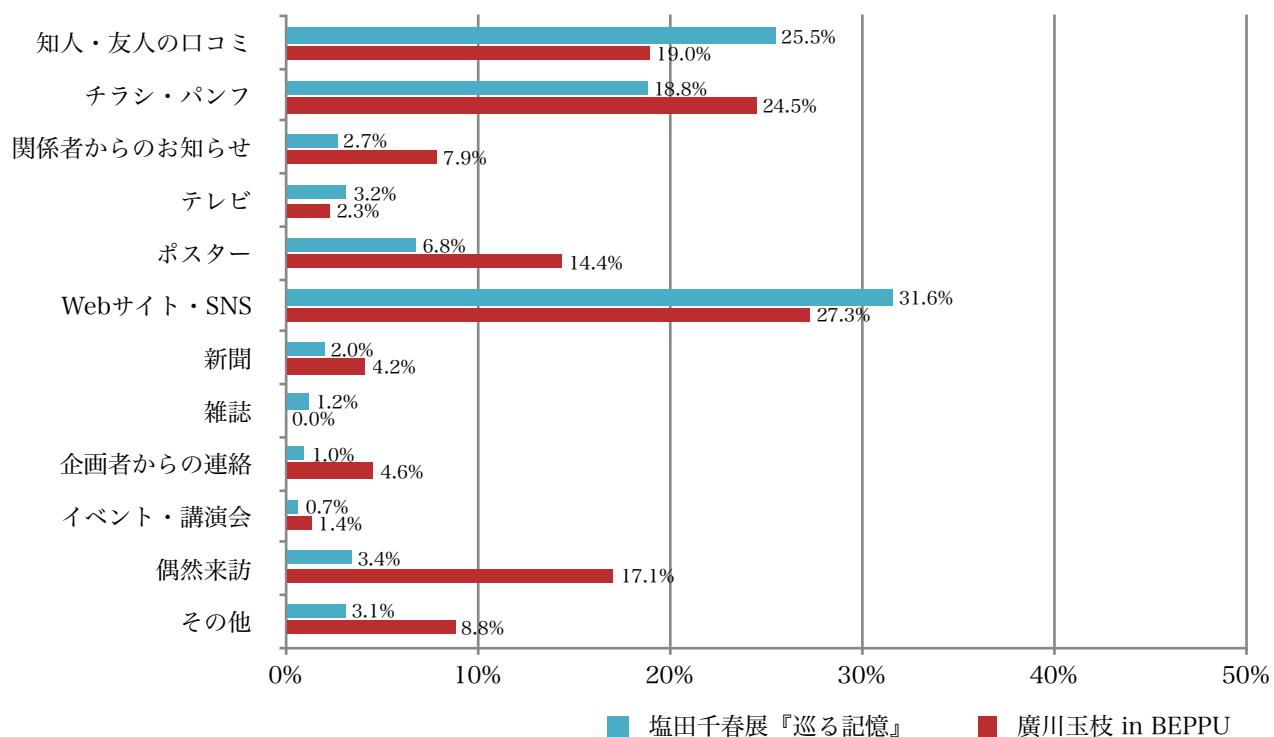
### 3. 来場者認知経路(再掲)

今回の来場者の情報認知媒体は来場者アンケートによると以下の通り。

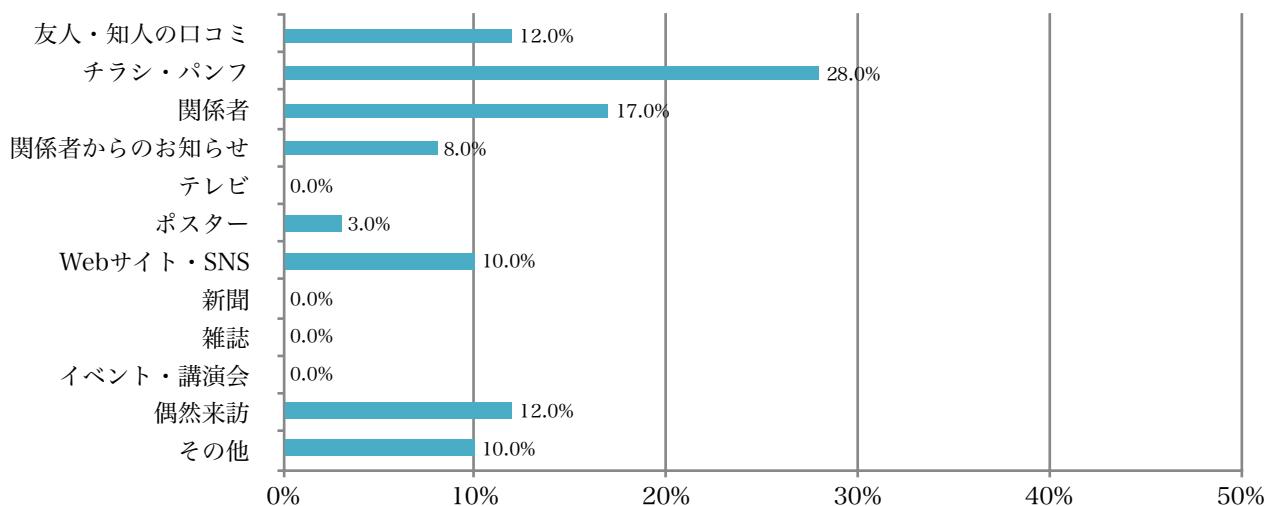
『ベップ・アート・マンス 2022』(『ベップ・アート・マンス』のことをどこで知ったか)



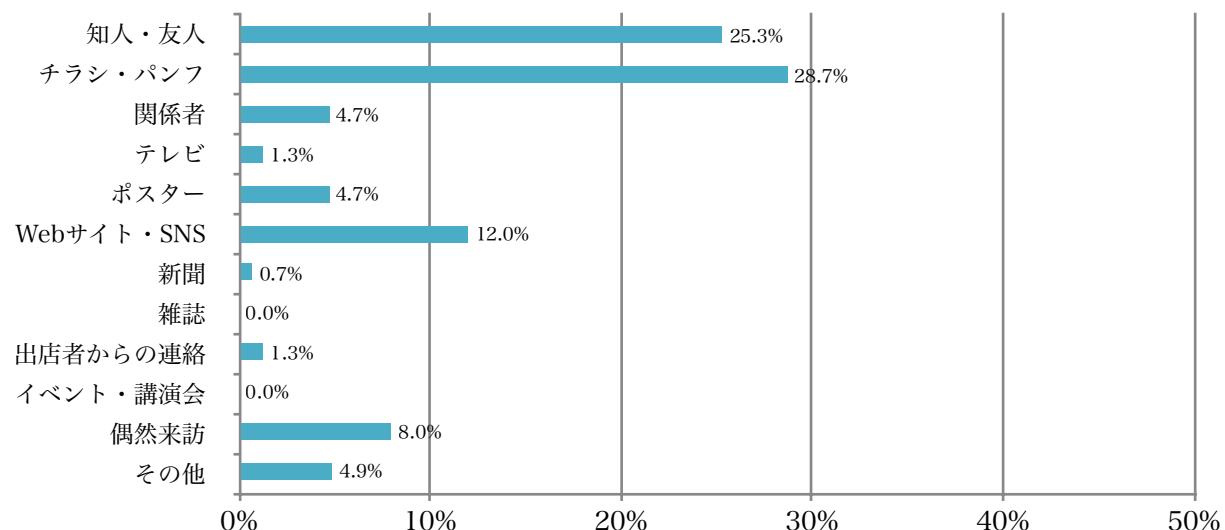
「塩田千春展『巡る記憶』」(「塩田千春展『巡る記憶』」のことをどこで知ったか)



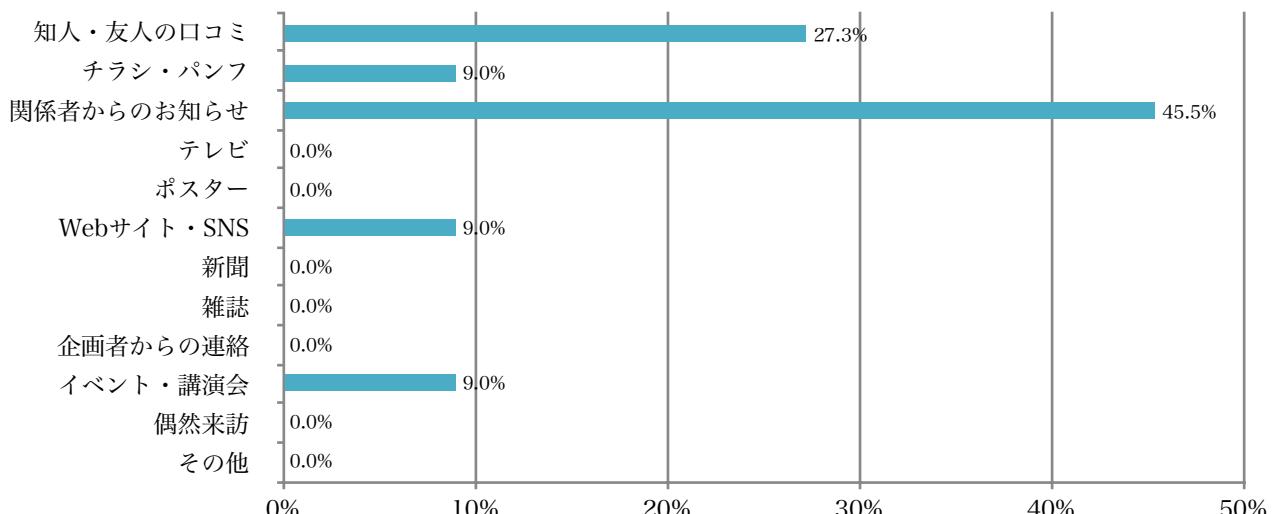
『アーティスト・イン・レジデンス事業』(『アーティスト・イン・レジデンス事業』のことをどこで知ったか)



『まつばらマルシェ』(『まつばらマルシェ』のことをどこで知ったか)



『文化観光ツアー』(『文化観光ツアー』のことをどこで知ったか)



## 9-2. 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『2021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：26,007円、日帰り客：3,764円〉をもとに算出すると、今年度は364,894,166円となった。

客数(人)		1人当たりの消費額(円)	消費額(円)	合計(円)
日帰り客	22,750	3,764	85,631,000	364,894,166
宿泊客	10,738	26,007	279,263,166	

### 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各事業の地域内消費額は、364,877,000円となった。昨年度事業の地域内消費額は264,662,500円であり、今年度は100,214,500円増加した。なお、『アーティスト・イン・レジデンス事業』については、『ベップ・アート・マンス 2022』の来場者数に含まれている。

	客数(人)	1人当たりの消費額(円)	消費額(円)	合計(円)
『ベップ・アート・マンス 2022』 (A)	日帰り	4,590	4,500	20,655,000
	1泊	307	17,000	5,219,000
	2泊	186	29,000	5,394,000
	3泊	400	41,000	16,400,000
				47,668,000
『ALTERNATIVE-STATE』 (B)	日帰り	10,293	4,500	46,318,500
	1泊	3,831	17,000	65,127,000
	2泊	1,582	29,000	45,878,000
	3泊	949	41,000	38,909,000
				196,232,500
「塩田千春展『巡る記憶』」 (C)	日帰り	4,486	4,500	20,187,000
	1泊	1,670	17,000	28,390,000
	2泊	689	29,000	19,981,000
	3泊	414	41,000	16,974,000
				85,532,000
『国際発信事業』 (D)	日帰り	10	4,500	45,000
	1泊	19	17,000	323,000
	2泊	-	29,000	-
	3泊	-	41,000	-
				368,000
『まつばらマルシェ』 (E)	日帰り	3,371	4,500	15,169,500
	1泊	202	17,000	3,434,000
	2泊	271	29,000	7,859,000
	3泊	202	41,000	8,282,000
				34,744,500

『文化観光ツアー』(F)	日帰り	-	4,500	-	332,000
	1泊	13	17,000	221,000	
	2泊	1	29,000	29,000	
	3泊	2	41,000	82,000	
観光消費額合計					364,877,000

【客数の算出方法】

※) 例年であれば各事業の会期が同時期であるため、事業間での来場者の重複を考慮し、消費額を算出するが、今年度の事業は会期、内容ともに事業ごとの独自性が高いため、重複来場者の控除はおこなわなかった。

(A)…『ベップ・アート・マンス 2022』の参加者数15,542名のうち、オンライン参加者数4,576名を除いた、10,966名をもとに算出。

$$10,966 \div 2 \text{ [※1]} = 5,483 \text{名}$$

※1) 『ベップ・アート・マンス 2022』の1名あたりの平均参加プログラム数

(B)…『ALTERNATIVE-STATE』の来場者16,877名のうち、オンライン参加者数222名を除いた、16,655名をもとに、「『塩田千春展『巡る記憶』』のアンケート結果を参照し、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。

(C)…「『塩田千春展『巡る記憶』』の来場者16,274名の内訳は、展覧会来場者数16,064名 (BEP.Lab 6,450名、新中華園ビル 7,049名、platform05 2,565名)、関連イベント来場者数210名 (開幕記念トーク 142名、メディアツアー 21名、オープニング式典 47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。

$$7,049 \text{ [※2]} + 210 \text{ [※3]} = 7,259 \text{名}$$

※2) 展覧会の純粋な来場者数を、新中華園ビルの来場者数とした

※3) 関連イベント来場者数

(D)…『国際発信事業』の参加者数1,491名のうち、オンライン参加者数1,462名を除いた、29名をもとに算出。29名の居住地内訳は、県内10名、県外19名。県内は日帰り、県外は1泊で算出した。

(E)…『まつばらマルシェ』の来場者4,046名をもとに、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。

(F)…『文化観光ツアー』の来場者へのアンケート結果をもとに算出。来場者数16名のうち、アンケート回答者は10名。そのうち2泊と回答したものが1名、3泊以上と回答したものが2名であった。『文化観光ツアー』は1泊2日のツアーであるため、アンケート無回答者については全員1泊とし算出した。

## 第10章 収支状況

収支としては、103,211,623円の収入に対して、103,211,623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	57,500,000
	別府市	30,000,000
	実行委員会参画団体	350,000
業務委託		9,700,000
助成金		250,000
協賛金		2,680,000
グッズ販売費		1,732,858
参加費		782,500
その他		216,265
計		103,211,623

### 2. 支出

ベップ・アート・マンス 2022	9,110,145
ALTERNATIVE-STATE	26,550,928
塙田千春展『巡る記憶』	19,353,949
アーティスト・イン・レジデンス事業	8,966,594
国際発信事業	201,945
マルシェ・クリエイターズマーケット	4,738,933
文化観光ツアー	2,194,444
事務局運営費	23,630,888
広報費	8,463,797
計	103,211,623

### 3. 収支差額

収入	103,211,623
支出	103,211,623
収支差額	0

## 11-1. 『ベップ・アート・マンス 2022』

今年度の『ベップ・アート・マンス (以下、BAM)』は、2022年10月8日(土)～11月27日(日)までの51日間、別府市内のさまざまな会場およびオンラインでプログラムが開催された。107団体／個人、125のプログラム登録があり、15,542名(来場者 10,966名、オンライン参加者 4,576名)の参加があった。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暖かい時期の開催を希望する声が多かったことから10月8日から開始(昨年は11月20日)し、51日間の会期とした。プログラム登録は125件だったが、5プログラムが中止となり、合計120プログラム(オンラインを利用した11プログラム、実会場での開催[オンラインの併用も含む] 115プログラム)が実施された。

会期はじめの3日間は祝日を含む連休だったこともあり多くのイベントが実施されたが、以降は会期を通してプログラムの頻度は一定していた。また、全国的に新型コロナウイルス感染症の対策が緩和されたことによって、実会場でプログラムを実施する数が増えた。

今年度の傾向として、初めて参加する企画者が多かったことが挙げられる。昨年は初参加となる企画者が34個人／団体だったのに対し、今年は43個人／団体が登録した。参加理由の中で最も多かったのは「ベップ・アート・マンスのことは知っていたので、いつか参加したいと思っていた」という意見だった。これは『BAM』の知名度が徐々に広がっていったことと、企画者数の増加による関係人口の拡大によるものと考える。また、今年度は新型コロナウイルス感染症拡大対策が緩和されたことにより、集客を伴うイベントが比較的おこないやすい状況であったことが大きく影響していると考える。しかしながら、中止となつたプログラムの多くがまちあるきやツアー形式で、中止の理由は「募集人数が最小催行人数に至らなかつた」であった。これはまち歩きやツアーのメインターゲットである県外からの旅行客などに訴求できていないのではないか、という課題にも通じる。

参加者・来場者(オンラインでの閲覧者を含む)は、20,290名と想定していたが、結果は15,542名と想定を下回る結果となった。この要因は、オンラインでの企画実施が減ったこと、視聴者が減少したことがあげられる。昨年度のオンライン参加者数が14,606名に対し、今年度は4,576名と約10,000名近く下回る結果となった。

昨年度までは新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み、リアル開催での実施を慎重に考える傾向があり、YouTubeやPotcastなどを利用したオンラインプログラムに挑戦する企画者が多かった。過去2年間におけるオンラインプログラムの実績をみても2020年度：34プログラム、2021年度：20プログラムであったのに対し、今年は11プログラムの実施と約半数にとどまった。また、企画者へおこなつたヒアリングでも今年は実会場で実施したいという思いを持つ企画者が多い傾向にあったことからも昨今は、イベント開催を考える際に「ウィズコロナ」という新型コロナウイルス感染症との併存における意識が強くなったのではないかと推測する。だが、コロナ禍をきっかけに新たにオンラインを利用した表現にチャレンジし、そのスキルを習得した企画者も一定数いる。オンラインを利用することにより、別府市内のみならず県外、遠くは海外からの視聴・参加も可能となることから今後も実会場だけでなく、オンラインでの実施もサポートし『BAM』を広く発信できるよう努めたい。

次に、オンラインを使った活動やプログラムについて詳しく述べたい。まず、『ベップ・アート・マンスをつくろう会(以下、つくろう会)』は新型コロナウイルス感染症の拡大状況に応じて対面とZoomを使い分け、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を使用した配信が多く、なかでも実会場でのイベントの生配信が多かった。感染状況を見越して実会場でもオンラインでも開催できるように計画していたが、実会場での実施が多かったことも注目すべき点である。

総合インフォメーションセンターに関して、昨年度に引き続きJR別府駅構内に設置した。観光客やJR別府駅の利用者など『BAM』を知らない層にも事業を周知し、関心を持っ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4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を貼り付けたボードを設置し、わかりやすくニーズに応えられる案内に努めた。このボードと同じような案内を『まつばらマルシェ』の受付にも設置したことで、マルシェに参加した後にほかのイベントに参加しているようすも見られた。

広報面では、昨年大幅にリニューアルしたWebサイトやパンフレットをさらに改善した。昨年「パンフレットに地図を掲載してほしい」という意見が多かったため、今年は新たにパンフレットにマップを挟み込んだ。マップはエリアごとに分けることで会場間の距離や位置関係が視覚的に伝わるよう努めた。パンフレットは昨年に引き続きA4冊子型で作成

した。「文化観光の推進とアーティスト・クリエイター移住定住計画」に則り、南部エリアを重点エリアとし、このエリアでのパンフレットの全戸配布をおこなった。また、スマートフォンでも会場の位置がわかるようにオンラインマップも作成した。WebサイトとInstagramでは会期が始まるまでカウントダウンが表示されるようにした。Instagramでは毎日実施プログラムの紹介をおこなった。

## 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、特筆すべきはオンライン配信への評価の変化である。昨年度と比較してプログラム数が少なくなっていることや視聴数が低下していることから、オンラインプログラムへの需要は昨年ほど大きくはないと言える。しかし、オンラインを活用することで場所や時間に制限なくプログラムに参加できるため、さまざまな条件に左右されずにより多くの方に作品を鑑賞していただくには有効な手段であり、今後も一定数の需要があると考える。より効果的に活用するためには、オンラインプログラムへのアクセスをより伸ばす広報の仕組みを強化する必要がある。

また、『つくろう会』への参加率が昨年に引き続き2割に留まっていることは懸念すべき点である。『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、来年度以降も引き続き新規の参加者を増やす取組を実践したい。今年1度実践した、企画者が講師となって他の企画者に広報について教える、レクチャー形式の『つくろう会』も、引き続き実践し活性化を図っていきたい。また、スポーツを取り入れた『つくろう会』の開催により、企画者同士の交流を促進できたことも成果と考える。

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。広報業務の一部を事務局がおこなっており、パンフレットなどの広報物に対しては「見やすい」など一定の評価は得ているが、広報効果に対する評価は高いと言えない。事務局の広報方法を再検討する必要があるが、同時に企画者が自身の企画を発信しやすくする手立てがないか、検討したい。

## 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50代女性の割合が最も多かった。10代以下の参加も前年度と比較して多かった。また、今年は全年代の参加率が比較的均等であり、世代間の交流が生まれる機会という意味では大変有意義だったのでないかと考える。

居住地については、別府市以外からの来場者が昨年度54%に対し、今年は49.5%と約半数を維持した。県外からの来場者は昨年度の21%から10.9%に減少した。地域別の内訳を見ると、九州・沖縄からの割合が約35%と、昨年と比較して減少したが、関東からの割合が約50%と大幅に増加した。これは新型コロナウイルス感染症拡大状況の変化による影響と、関東圏からの知名度の高いアーティスト・演劇グループの参加による影響も大きい。

次に、「他に参加した、または参加する予定のプログラムはあるか」の問い合わせに対して、5つ以上と答えた割合が昨年より8%上昇している。これは、南部エリアでのプログラムの充実化を図ったことにより、エリア内で複数のプログラムを巡ることが可能になったためと考えられる。

また、「『BAM』の期間以外にも別府市内のさまざまな文化芸術のイベントに訪れてみたいか」の問い合わせに関して、「はい」がもっとも高く、77%を超えた。これは同時期に開催した塩田千春展をはじめ、東アジア文化都市の各イベントと『BAM』の会期を重ねたことによる影響が大きい。前年度のアンケートでは、昨年度まで開催していた「『in BEPPU』に参加するか」という項目に「いいえ」と答えた方が60%を超えていたため、嬉しい変化である。

「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48%だったのに対し、今年度は66%であった。この結果は、アートの町としての認知度の上昇という意味では大変嬉しい結果である。一方で、『まつばらマルシェ』の来場者アンケートの項目「『ベップ・アート・マанс』には参加しますか?」という問い合わせに関しては「参加するまたは参加した」が33.3%、「参加しない」「参加するかわからない」「イベント自体知らない」「知っているがわからない」の回答が合わせて66.7%と半数以上を占めた。別府の文化芸術イベント自体には興味があり認知もしているが『BAM』の情報がリーチできていないということがうかがえる。これからは市民への認知度だけでなく、他文化芸術イベントを周遊する中で『BAM』への参加も増加させる方法を検討していきたい。

今年度、アーティスト・クリエイターの移住定住の窓口『TRANSIT』がオープンした。この機能をより活性化させるためにも別府がアートの町として認知されることは非常に大切である。『BAM』が移住のきっかけになることも大いにあると考え、下記のような目標を掲げる。

- ・広報物の見やすさや、インフォメーションセンターの設置場所といった、広報の方法を再検討し、これまで以上に参加者を増やす方法を考える。

- ・『まつばらマルシェ』をはじめ、アーティストが主体的に参画するイベントには積極的に『BAM』の企画者も参加できるような仕組みを考え、更なる交流人口の増加を図る。

特に2つ目の目標はアーティストの交流人口の増加を図るためにも力を入れていきたい。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近い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』に観客として参加することで「自分も表現者として何かやってみたい」という意欲が生まれた人を毎年一定数維持することは、『BAM』が目的としている「別府市における文化芸術の振興」や「さまざまな芸術表現の発表機会の提供」を実現するための礎となる。

今年は新たに『BAM』に参加した企画者が増加したことからも、今後もこの動きに拍車をかけ、アートの町としての認知を拡大していくことが求められる。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同時に、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。

---

#### 11-2. 『ALTERNATIVE-STATE』

---

『in BEPPU』の後継として開始した『ALTERNATIVE-STATE』は、大分県別府市がいつ訪れても町とアートを楽しめる場所としてさらに魅力が高まることを目指し、「世界を異なる形で再生させる旅の入口」をコンセプトに、4年間で8組のアーティストによる作品を市内各所に制作・設置する事業である。

初年度である2022年度は、サルキスによる『Les Anges de Beppu』とマイケル・リンによる『温泉花束』の計2作品を2022年10月と2023年3月に制作し、長期間展示を前提として中心市街地に設置した。参加者数は16,877名であった。今回、期間限定のイベント形式から作品を長期間展示に形態を切り替えたことにより、事業の進行や広報戦略、運営面において都度模索が必要であった。ここでは、事業への反響と、実施運営するなかで明確になった課題について述べる。

#### 1. 参加者と反響について

来場者数の合計値は、目標10,000名に対して16,877名と、目標を大幅に達成することができた。この理由として、2作品とも人通りの多い駅前通りから見える場所に設置されたこと、そしてどちらも複数の角度から鑑賞ができるものであることが挙げられる。ただし、設置から半年近く経過したサルキスの『Les Anges de Beppu』と比べると、完成・公開が年度末近くになったマイケル・リンの『温泉花束』の展示期間は10日間程度しかなく、参加者数は少ない結果となった。しかし短期間ではありながら、市民へのポスター無料配布の反響は大きく、初版分では足りず増刷をかける事態となつた。これは、市役所や市立図書館などの公共施設でも配布したこと、アートファンに限らず多くの市民の目に触れ、興味を喚起した結果と考える。

また、今年度の招聘アーティストは両者とも2009年の『混浴温泉世界』の参加アーティストである。当時を知る市民が何度もイベントに参加してくれたり、自分ごととして口コミなどで情報発信する場面が見受けられたことは、10年以上にわたる活動の成果の1つとして非常に喜ばしい事象であった。

イベントとしての芸術祭から長期間展示へと事業の方向性を切り替えたことについては、とりわけ関係者に好意的な意見が多い。これから作品が増えて全体像が明確になっていくにつれ、より「アートの街」のイメージ定着や認知度の向上が期待できるところである。

#### 2. 集客と広報戦略、および運営について

この1年間を通して、集客や広報面に関する課題が見えてきた。当初の狙い通り、常時メディアからの問い合わせに対応できるなどのメリットがある一方で、芸術祭のような期間限定のイベントならではの盛りあがりには欠け、SNSのフォロワー数の伸び悩みやグッズの売上不振を招いた。次年度ではこれをどう克服していくかを検討していく必要があ

る。文化観光ツアーハイライトの行程に組み込むことはもちろん、次年度よりプレ開催が始まるアートフェアと連携し、相乗効果を狙いたい。

広報面では、まだ完成した作品の点数が少なく、プロジェクトの全貌が見えづらいため、各作品ごとのPRに留まっている。次年度も、引き続き個別の作品について認知度を上げるための方策を練る必要がある。

また、別府市民や大分県民の参加関係意識の醸成も本事業の重要な役割の1つである。作品に愛着を持ち、主体的に参画するサポーター人材を育成するための仕組みづくりにも取り組まねばならない。サルキスが考案したワークショップ『水のなかの水彩画』を例に挙げると、これを長期的・定期的なタッチポイントとして継続開催していくために、「エンジェル」が自主的にイベントを運営するサポーターチームに成長することが望ましい。ボランティアスタッフの担う役割や事務局との関わり方を、本事業を通して見直していくのもよいだろう。

### 3. 効果測定について

今回直面したもう1つの課題が、効果測定の方法である。今年度はいずれも屋外設置作品であり、誰でも自由に鑑賞できることから、鑑賞者へのアンケート調査が困難であった。マイケル・リン『温泉花束』の公開時にトークイベント会場とポスター配布場所にて実験的にアンケートを実施したが、参加者数に比して十分な回答数が得られなかつたため、有効な集計結果といえば、報告書に不掲載とした。

『ALTERNATIVE-STATE』では、今後も屋外作品を制作する可能性が大きく、本事業の成果や効果の測定方法を検討することが急務である。Webでの回答や、他事業との連携によって回収機会を増やすなど、従来のアンケート実施方法の改善と同時に、さまざまな可能性を探っていきたい。

---

## 11-3. 「塩田千春展『巡る記憶』」

---

「東アジア文化都市2022大分県」のコア事業の1つとして開催した「塩田千春展『巡る記憶』」は、2022年8月5日(金)～10月16日(日)の火・水を除く51日間、別府市中心市街地の3会場で開催し、参加者は16,274名であった。ここでは、本展の全体的な傾向、来場者アンケートを踏まえた傾向や考察、さらに運営面についての現状と課題について述べる。

### 1. 全体的な傾向

本展は、生と死、存在、記憶など人間の根源的な問いをテーマとした塩田千春の個展を実施することで、多くの人々の感情を強く揺さぶり、新型コロナウイルス感染症蔓延以降の閉鎖的な状況のなかで、未来への希望を見つめる機会となることを目的に開催した。来場者アンケートの自由記述には「美しすぎる」「度肝を抜かれた」「ちょっとこわくて、おもしろくて、いろんな感情をゆさぶられる良い経験ができた」「生きるとは何かを考えさせられる作品だった」などの感想が寄せられた。

また、本展は会場を「別府市中心市街地」とした。これは設置されている作品だけでなく、会場間を移動すること自体も作品体験と捉え、アートとまちを同時に楽しんでもらうためのしかけであった。来場者アンケートの自由記述には「アートの街と知ることが出来て良かった」「会場が複数あるのも、まちあるきの楽しさを感じることができて良かった」という記述があり、一定の成果があったと思われる。

さらに、本展では展示空間の写真に塩田によるテキストを添えた、本展をより深く体験するためのブックレットを発行し、販売した。展覧会が終了してしまうと作品そのものがなくなってしまう本展において、ブックレットという形でその記録を残せたことは、商品であると同時にアーカイブの面においても重要な取組であった。

### 2. 来場者アンケート結果をふまえた今年度の傾向

昨年度実施した『廣川玉枝 in BEPPU』の来場者アンケート結果と比較しながら、今年度の傾向を記述する。

まず、年齢・性別についてだが、昨年度と比較すると、女性の割合が増え、特に20代、30代の若年層が大幅に増えた。これは、実行委員会が交流人口の多様化を目的にメインターゲットと設定している30代以下、女性客の誘客に繋がったといえる。また居住地に関しては、県内外の割合は昨年度とほぼ同様であったが、県内において別府市以外からの来場者の割合が増えた。これは、『東アジア文化都市2022大分県』のコア事業として、大分県がSNSやYouTubeなどで広告を掲載したことの効果が大きいと思われる。しかしながら、来場者のうち、日帰り客が約61%で、昨年と比較すると約2倍増、そして2泊以上が大幅に減ったことは、観光消費額増加と関係人口創出の機会の減少に繋がるため今後改善する必要がある。

「これまで『混浴温泉世界』や『in BEPPU』に参加したか」の問い合わせに対して、昨年度と比較し「いいえ」が増えた。これはリピーターの減少もあるが、新規客の取り込みができたとも言えるだろう。また、「はい」と回答した方に対して「どの事業に参加したか」を聞いた結果、昨年度と比べ「2009年『混浴温泉世界』」以降の全ての事業の数値が大幅に増えた。新型コロナウイルス感染症蔓延以降、今年度はやや移動の制限が緩和されたため、2020年、2021年となかなか別府に来ることが難しかった「別府のアーツファン」が戻ってきたと推測できる。

課題としては、『ベップ・アート・マンス』との連携があげられる。今年度は会期が9日間しか重なっていなかったことが影響しているのかもしれないが、「『ベップ・アート・マンス』には参加するか」の問い合わせに対し「参加するかわからない」やそもそも「イベント自体知らない」の数値が大幅に増えた。現代美術の展覧会である本展のような取り組みと、市民文化祭『ベップ・アート・マンス』がよりよく連携し、相乗効果を得るための手法を考えることが今後の課題である。

### 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10,000名に対し、16,274名であり、目標を大幅に達成することができた。会期初日に実施したアーティストトークは、予約開始後3日で定員の150名に達し、オリジナルグッズの多くが会期中に完売となった。

本展出品作品は多くの糸を使い、会場全体を編み込む制作であることから、多数の制作補助スタッフが必要であった。そのため市内で活動するアーティストを中心に、県内美術系短期大学の学生などが制作を補助した。世界で活躍するアーティストの制作に直に関わることは、地域で活動するアーティストにとって大きな刺激となつたであろう。

来場者アンケートの自由記述で、会場に言及されたものがいくつかあった。会場が狭く、『BEP.Lab』については建物が古いため「急な階段を含み、会場としては優しくなかった」「車椅子の方や足の悪い方には、鑑賞しづらいと感じました」という記述があった。今後の会場選びの参考にしたい。

### 4. まとめ

実行委員会の主催事業において、新型コロナウイルス感染症蔓延以降、屋内での展覧会を実施したのは本展が初めてであった。さまざまな懸念事項が考えられたが、会期を約20日残しての目標来場者数達成やオリジナルグッズのほぼ完売など大変反響の大きい展覧会であった。運営についても、消毒、検温、換気などの基本的な対策を徹底した。多い日で来場者数1,000名を超える日もあったが、入場制限を設けて対応するなど、大きな問題は発生せず、コロナ禍における屋内展覧会の対応の仕組みを作りあげることができた。今後もこのような取り組みを続け、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。

---

#### 11-4. 『アーティスト・イン・レジデンス事業』

---

『東アジア文化都市2022大分県』のコア事業として『アーティスト・イン・レジデンス』を実施し、本事業を通して、東アジアの相互理解、さらに多様な文化の国際発信力の強化を図ることを目指した。当初の計画では、交流都市である韓国の慶州市、中国の温州市と济南市から各1名、計3名の招聘を予定していたが、济南市のアーティストの辞退により、韓国の慶州市のKIM KIBUM、中国の温州市出身のCHEN ZHUOYIの2名を招聘することになった。ここでは、来場者アンケートを踏まえた傾向や考察、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. 来場者アンケート結果をふまえた今年度の傾向

まず、『滞在成果展』の来場者数の居住地は、別府市在住が52%、大分市からが20%となり、近隣からの来場者が72%を占めた。これは、アーティストが別府市に滞在し地域に密着して活動したことや、ワークショップや作品制作の参加者など制作の過程でアーティストと交流した市民・県民らが多く来場したためと考える。「県民総参加で『おおいた』の文化を発信」という開催テーマに基づいた活動ができたと言える。

次に、「どこで知ったか」という質問に対し、「チラシ・パンフ」という回答が28%と最も多く、続いて「関係者」(17%)、そして「知人・友人」および「偶然来訪」という2つの回答が全体の12%を占めた。これは、チラシを別府市の中心市街地に設置したほか、アーティストの滞在中に関わった施設や関係者が知人に周知した効果があったのではないかと考察する。また、「偶然来訪」という回答が一定数あった背景としては、トキハ別府店を会場としたことに起因すると推測する。自由記述の中にも「トキハでやってくれて行きやすいし立ちよりやすい」というコメントがあった。

「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」という質問では、「はい」の回答が70%となつたが、これは、「塩田千春展『巡る記憶』」の来場者が55.5%、『BAM』の来場者が66.1%という回答と比較しても高かつた。これまでの地域を巻き込んだ活動の積み重ねから、別府市民や大分市民など近隣地域在住の方からは、「アーティスト・イン・レジデンス」への理解や共感が深まりつつあるのではないかと推測する。今後も、同様の事業を継続することで、他地域の方へも別府市が文化的目的地としても認知されるよう努力したい。

自由記述に、「留学生も多い街なので、英語の説明もあると、なお良いと思いました」との意見があつたが、「県民総参加」という開催テーマや、「多様な文化の国際発信力の強化」という目標を鑑みると、多言語での情報発信に力を入れることが課題と考える。

## 2. 滞在中の活動・運営面について

「滞在成果展」来場者数は304名、ワークショップなどのイベント参加者数は366名、計670名の参加者となり、目標の300名を上回った。これは、交流を目的としたワークショップやトークイベントを実施した成果だと言える。KIM KIBUMの活動では、大分県内の2つの施設を訪問し、韓国の伝統的な遊び「トゥホ」や韓国文化の紹介、子どもたちと韓国語でじやんけんをするなどの交流も実施した。各イベントのアンケートでも見られるように、訪問施設からは、「異文化を堪能できる貴重な機会を頂き大変嬉しかったです」や「コロナ禍で、行動が制限されているなかで、海外からのアーティストとの交流ができたことは、本当によかったです」などの好意的なフィードバックがあつたほか、各施設のSNSでも発信された。

しかしながら、イベントの広報が直前になってしまったことは反省すべき点である。これは、アーティストが実際に来日し、大分県をリサーチすることでイベントの内容等を決める運びとなつたため、広報のための情報収集が遅れたのが要因である。幸いにも、トークイベントや自由参加型ワークショップの参加者数は目標を上回つたが、余裕のある広報をすることで、より効果的に事業の意図を伝え、参加者増に繋げることができたのではないかと考える。今後は、主催者側が方向性やトークのテーマ設定をある程度設定したうえで、アーティストとともに考えるなど工夫しながら進めることを心がけたい。

## 3. まとめ

新型コロナウイルス感染症蔓延以降、海外からの来日が難しい時期が続いたが、日本入国時の水際対策が徐々に緩和された時期と重なり、KIM KIBUMおよびCHEN ZHUOYIの受け入れが実現した。2名のアーティストの滞在中には、それぞれの国の文化の紹介を含むさまざまなワークショップやトークイベントを開催し、地域住民や県民との交流も実施することができた。これらのイベントが、事務局であるBEPPU PROJECTのWebサイトやSNSだけでなく、滞在中に交流した施設や人々のSNSでも情報の発信があつたことは、この事業の意図が浸透しており、今後も同様の事業を実施することで、情報発信が拡大していくと考える。また、多言語でも情報発信するなどより工夫して、国際発信力の強化に努めたい。

---

### 11-5. 『国際発信事業』

---

『梅田哲也 O滞』を2023年2月3日(金)から再公開した。2020年度に初めて公開された本作は、この年以降、毎年継続して開催しており、今回で3度目となった。今年度は地図と音声を手がかりに数カ所を巡る体験型の作品と、さまざまな分野の専門家が語るトークイベント(オンライン)を引き続き公開した。昨年度までおこなっていた『別府ブルーバード会館』での映画上映は予算の都合上、実施できなかつた。参加者は1,491名(来場者数:29名、オンライン参加者数:1,462名)であった。ここでは、今年度の『梅田哲也 O滞』の全体的な傾向および考察、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

今年度、最も作品の形態が変化したのは、『O滞』が会期を限定せず通年鑑賞できるものへと更新されたことである。これまで『O滞』はある一定期間のみの開催であったが、会期を限定しないことでいつ訪れてもアートに触れられるよう実施体制を整えた。これにより、より多くの方に鑑賞機会を提供するとともに、本作の鑑賞を目的に別府へ複数回訪れるリピーターを獲得することや、観光客やインバウンド客が別府を選ぶ理由の1つとなることを目指している。

特製のラジオを使った回遊型の作品は今年度も日英両言語で鑑賞可能とした。ラジオからは人の声や波の音など会場やその場所によっても違うさまざまな音が流れる。これらの音声をきっかけに、鑑賞者は自身の記憶やそこにかつてあったもの、さらにはこれからの中を思い浮かべる不思議な感覚を体験する。

今年度は事業予算が確保できず、受付会場となる施設を独自に設けることができなかつたため、2023年1月にオープンした別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』を活用することにした。これにより、当初の予定から公開の開始時期が約半年間遅れたが、『TRANSIT』に訪れる、まだ『O滞』を知らないお客様にも作品を告知できるようになるなど、これまでよりも間口を広げることができた。また、『TRANSIT』に常駐するスタッフが『O滞』の受付を兼務することが可能となり人員的にも好条件となつた。

ラジオの貸出は施設の開館日時に合わせ、毎週月・金・土・日曜日の11:00～17:00とした。定員については1日5名までとした。このような無理のない体制により、限られた予算内でも恒常的な作品公開が可能となつた。

音声が流れる会場については、『鶴見園』と『いちのいで会館』が安全面などの都合により、現在は鑑賞不可としている。『鶴見園』についてはスタッフが同行すれば鑑賞可能であるため、今後、ツアーフォーマットのイベントなどを企画し、限定的ではあるが鑑賞機会を作っていくことを目指す。

また、ラジオの動作チェックポイントを、昨年度まではJR別府駅に設定していたが、受付会場の変更に伴い秋葉神社に設定した。

さらに、もっと深く作品を鑑賞していただけるよう、別府の地質的特徴や生活文化などをさまざまな分野の専門家が語るトークイベントをオンラインにて再公開した。この動画は1,400回以上再生され、多くの方に視聴いただくことができた。

## 2. 来場者の今年度の傾向

来場者に対しアンケートを実施したが、回収枚数が少なく集計結果の有効性に乏しいため、本報告書にはその結果を掲載しなかった。回収枚数が少なかった理由としては、鑑賞に要する時間が長く、体験後に受付に戻ってきてても、ゆっくりアンケートに答える時間が取れないというケースが多かった。今後は、このようなお客様にもアンケートに協力いただけるようQRコードを配布し、オンラインでの回答も可能としたい。来場者の居住地を見ると別府市内が最も多く、次に福岡、大阪、東京からの参加者が多かった。特に福岡、東京からの参加者はメディア関係者が多かった。取材やメディアツアーフォーマットに参加した際に、他の作品と併せて『O滞』も鑑賞する方が多くいた。イベント形式とは異なり、いつでも鑑賞できる本作は、別府のアート巡りのシンボル的作品の1つに位置付けることができると思われる。今後も積極的にメディアの力を借りながら作品の認知を広めていきたい。

## 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500名に対し、29名と大幅に下回る結果となつた。理由として当初は「塩田千春展『巡る記憶』」の会期中に公開を開始する予定だったが、スタートが約半年遅くなつたことが挙げられる。加えて、受付会場となった『TRANSIT』の面積や業務量を鑑みて1日の受付人数を5名と少人数に限定したことでも要因となる。だが、その理由だけでは大幅に参加者が減少した理由とは否めない。この打開策として、日英両言語のチラシの制作、SNSでの発信はしたものの思うように集客は見込めなかつた。今後は、SNSに加え、受付窓口においても、積極的に作品を紹介して告知していく。アーティストの梅田哲也氏からは、映画作品の再公開を希望する声もあがつており、いずれまた映画が公開できるよう思案していく。

## 4.まとめ

『O滞』が会期を限定せず、いつ別府に訪れても体験できる作品へと生まれ変わつたことは大変嬉しいことである。『ALTERNATIVE-STATE』はもちろん、『SELECT BEPPU』や『清島アパート』、町に点在する壁画作品などとともに、アートを軸に別府を回遊するための動機の1つとして、より発信を強化し、参加しやすい体制を整えていきたい。今後も町の中にさまざまなアートが点在することにより、町とアートを楽しめる場所としてさらに魅力が高まるることを目指していく。

今年度初開催となった『まつばらマルシェ』は、2022年10月8日(土)～10日(月・祝) および11月3日(木・祝)～6日(日)の7日間、松原公園で開催し、62店舗が出店、4,046名が来場者した。ここでは、今年度の『まつばらマルシェ』の全体的な傾向、2つのアンケート(出店者／来場者)を踏まえた傾向や考察、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

まず、今年度は初開催ということもあり、より多くの方にお越しいただくために、『ベップ・アート・マンス』および「塩田千春展『巡る記憶』」の会期内におこなうこととした。さらに、次年度以降の参考とするため、土日祝だけでなく平日の開催も試みた。

出店者数は、マルシェブースが33店舗、アーティストやクリエイターが29店舗、のべ108店舗だった。10月中の3日間の出店者数はのべ52店舗、11月中の4日間の出店者数はのべ56店舗だった。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る。会場では飲食席も設けて食事を楽しんでいただくことができた。

来場者数は、全7日間の来場者を1,750名と想定していたが、結果は4,046名と大きく上回った。これは、同時期に開催していた『ベップ・アート・マンス』や「塩田千春展『巡る記憶』」の会場との連携だけでなく、会場周辺地域の方が連日リピーターとしてお越しいただいたことに起因すると予想する。

また、会場内インフォメーションブースを設けたが、JR別府駅構内に設置された『ベップ・アート・マンス』の総合インフォメーションセンターとの連携もあり、より多くの方に事業を周知し、関心を持っていただくことができた。

さらに、全7日間の会期中は土日祝だけでなく平日の開催も試みた。しかし、平日は出店者・来場者ともに少なく、今後開催する場合は平日を避けるか、平日に来場できる層を分析し、その層に向けた内容にするなど工夫が必要であろう。土日祝に関しては、第1回、第2回ともに最終日にもっとも来場者数が多い結果となった。これは、おそらく各回ともに複数日開催することで会期中に認知度が高まっていた結果であると言える。

来場者の今年度の傾向としては、男性よりも女性の方が多く、女性では中高年層が多く、男性では10代以下と30代といった若年層が主要な来場者層であった。

出店者の今年度の傾向としては、全体的に別府市からの出店が多かった。一方、津久見市や佐伯市、国東市などの遠方地域の店舗の出店がなく、大分県内の豊かな食文化を広く伝えるには十分な内容とは言い切れない。これは、開始時間の設定や出店料を含む必要経費がかさむことが大きく影響している。遠方から朝の出店に間に合うように準備するには負担が大きく、出店料や移動にかかる費用も踏まると出店を諦めざるを得ない状況であったことがうかがえる。

また、こだわりを持つ生産者や飲食店は小規模で活動しているところが多く、コンセプトに賛同しても人員が確保できないなど、出店交渉に難航した。クリエイターマーケットでは、SDGsの観点を持つ方、別府市在住あるいは別府にゆかりのある方々が多かった。

広報の面では、出店交渉が難航したことが影響し、出店者や出店内容が直前まで固まらず、開催直前まで出店者の全貌をPRできなかった。次年度以降は、出店交渉や広報展開を早くおこなうことで、さらに集客が見込めるのではないかだろうか。新規開設したSNSアカウントでは、Instagramのフォロワー数は徐々に増えたものの、Facebookはフォロワー数が伸び悩んだ。継続することでフォロワーを増やしながら、リーチしたい若年層や観光客に情報発信していきたい。一方、手に取りやすいデザインとサイズにして制作したポストカードは会場周辺の店舗からや出店者からも評判がよく、周辺店舗が積極的に配布してくださったことが地域住民の集客に繋がったのではないかと考えられる。

## 2. 出店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、出店者のうち79.5%がマルシェやマーケットなどの販売イベントの経験者であった。『まつばらマルシェ』の取組の評価は「大変よい」と「よい」をあわせて97.7%と高く、出店して「大変よかったです」「よかったです」との回答が88.8%、「また出店したい」が97.6%となり、高く評価・満足していただけたことがうかがえる。事務局の対応に対する評価も「大変よかったです」「よかったです」をあわせると97.8%となり、評価いただけたことがわかる。事務局への評価としては、広報業務の一部代行や出店用テントや、その他備品を用意したことなどのほか、スタッフの対応に対する評価がアンケート結果から見て取れた。

## 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、来場者層は男性よりも女性が多く、女性のなかでは70代以上の女性の割合が最も多かった。背景として、松原公園が会場となつたことが関係していると推測する。普段は出会うことのない商品や交流を求めて、

松原公園周辺の近隣住民が連日来場してくださったことが大きい。次に多いのが30～50代の女性だった。食文化に対する好奇心と購買意欲がある層であることから、今後も重要な来場者層としたい。また、男女ともに近隣に住む10代以下の来場者も見られた。課題としては、男女ともに20代の来場者層が薄く、今後アートファンになり得る層としてもつとリーチする必要がある。今後は来場者の年齢層を意識して、若年層にもリーチするよう対策を講じていきたい。

居住地については、別府市内からの来場者が72.0%で、大分県内からの来場者が89.0%と、県外からの来場者は11.0%だった。県外来場者の地域別内訳としては、九州・沖縄がもっとも高く、40.0%となった。他は、関東・近畿で、北海道・東北、中部、中国・四国からは0%となった。県外来場者については、県外から別府市内あるいは大分県内に訪れた観光客の誘客をねらっていたが、十分な成果が得られなかった。今後は観光協会や市内の旅館組合などと連携して、効果的な情報発信に努めると同時に、大分県のカルチャーイベントとしてのイメージの浸透を図り、県外からの集客の誘致にのぞみたい。

『まつばらマルシェ』という取組への評価については、「大変よい」と「よい」を合わせると94.3%となり、評価の理由や感想として、普段出会えない商品や人との出会いを喜ぶ声、地域の発展につながるという評価の声、そして継続開催を願う声が届いた。

「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65.1%であり、今後は、大分県内各所から出店しやすい仕組みを作ることで出店内容を充実させるだけでなく、より効果的な広報活動に努めることで、新たなファン層を広げていけるよう取り組んでいきたい。

#### 4. まとめ

実行委員会では、市民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を実施することを目指すべき具体的な姿として掲げている。『まつばらマルシェ』は、アートから食や工芸を含めた幅広い分野を文化として取り扱うことで、市民にとって間口の広い事業となることを目指し今年度初めて開催した事業である。

周辺住民含めた地域の方に喜んでいただき、将来のアートファンになり得る幅広い層に参加いただけたが、出店者の拡充や広報など課題は多い。さらに内容を充実させ、継続していくことがもっとも重要であると言えるだろう。

この事業を通じて、県内の多様な生産者やクリエイター、市民が出会い交流し、新たな活動が生まれる場を創出し、別府市の新たなカルチャーイベントとしての定着を図りたい。

---

### 11-7. 『文化観光ツアー』

---

別府を拠点に、国東半島や臼杵市を巡る1泊2日の『文化観光ツアー』を3回実施し、参加者は合計16名であった。ここでは、本ツアーの全体的な傾向、来場者アンケートを踏まえた傾向や考察、さらに運営面についての現状と課題について述べる。

#### 1. 全体的な傾向

従来はアート・文化観光に興味・関心のある40代以上の参加が主要であったが、今年は参加人数こそ少なかったが若年層を呼び込むことができた。これは、学生をターゲットに大学などで広報したことによる起因と考える。

ツアーの内容に関しても、アーティストの勝 正光による鉛筆画体験や公共温泉体験、山出淳也による作品解説や、地元生産者と交流できるマルシェイベントへの参加など、通常の観光ツアーでは含まれないユニークな体験を盛り込むことによって、ツアーの独自性と付加価値を高めることを意識した。また、各回とも夕食は別府在住の職人やアーティストと交流する時間とし、文化都市別府としての側面を肌で感じてもらえるよう工夫した。

#### 2. 来場者アンケート結果をふまえた今年度の傾向

福岡県からの参加が最も多く、県内在住者の参加も目立った。これはコロナ禍ならではの傾向であると言えよう。コンテンツについては「まちあるき」「ワークショップ」「食事」などの満足度が高かった。まちあるきはガイドによって体験そのものが左右される。今回はアーティストやアートディレクターをガイドに起用することで、より深いアート体験を提供できたと思われる。ガイドを務めた勝 正光が考案した本ツアーオリジナルのワークショップもツアーの文脈のなかで高く評価していただけたようである。また、食事に関しては地元アーティストとの交流や、地元の人が通う飲食店を会場に選んだことが好評となつた。まちあるきの長さに関しては、年齢層によって回答が二分される結果となつたため、ツアー造成の際にターゲットをより明確にするなど工夫したい。

### 3. 運営面を振り返っての反省と課題

SNSなど若年層が使いこなすツールを活用し、積極的に若年層へのアプローチを試みた。しかし結果としては、大学を通したアプローチが最も効果的であった。ツアーの満足度自体は比較的高かったことから、ターゲットの嗜好と提供したコンテンツの内容にズレはなかったと考えられる。ターゲットに認知してもらうために、今後はより効果的なアプローチを模索したい。また、ツアーの参加者募集期間が1ヶ月前後と短くなってしまったことは大きな課題として挙げられる。次年度以降は、もっと早い段階から広報を開始できるよう準備を進め、募集期間を十分に設けることで、より多くの参加者を確保したい。

### 4. まとめ

今年度もコロナ禍に加え、全国旅行支援等の支援策もツアー催行の数日前まで適用が決まらないという状況で集客に苦戦が強いられた。しかし、参加者のフィードバックは概ね良好で「忘れられない思い出になった」というコメントもいただいた。また、別府市や大分県の観光において最大の目的である「温泉」ではなく、芸術文化に特化したツアーを実施したことにより、参加者から「別府市・大分県の新たな一面を知ることができた」というコメントを多数いただけたことは、文化観光の可能性を大いに感じる成果であると言える。今後のツアー実施へ向け、芸術文化関連の大学のゼミや講義などへの働きかけや、メディア・インフルエンサーなどとの協働を通して、潜在的なファン層に向けた発信を強化していきたい。

---

## 11-8. 広報活動

---

### 1. メディア掲載件数と広告換算

広告換算額は1,054,037,651円であった。昨年度の272,832,885円と比較すると約4倍となった。換算金額の大部分は、2021年度招聘アーティストの廣川玉枝が出演した、『廣川玉枝 in BEPPU』を題材に構成された全国放送のテレビ番組で、換算金額は851,400,000円となった。事業ごとにみていくと、『ベップ・アート・マンス 2022』は、地方新聞の掲載件数やテレビ放映などが増えたことにより、昨年度と比べ換算金額は微増した。『ALTERNATIVE-STATE』は、昨年度実施した『廣川玉枝 in BEPPU』および『梅田哲也「O滞」』と比較すると、換算金額は大幅に減少した。しかしながら、共同通信社によるサービス『PR WIRE』を活用してアメリカに情報を発信した結果、海外メディアでの掲載件数が大幅に増えた。海外メディアでの掲載件数は換算金額を算出をしていないため具体的な成果が数値化できていないが、海外への情報発信には一定の効果があったと思われる。「塩田千春展『巡る記憶』」についても昨年度と比較すると減少。テレビ、Webともに掲載件数が減少したこと、また全国メディアでの取り上げが少なかったことが理由として考えられる。そのほかの事業についてはいずれも掲載件数が10件以下と少なかったため、いずれも効果的な情報発信が必要である。特に、別府の新たなカルチャーイベントとしての定着を目指している『まつばらマルシェ』については5件しか掲載がなかったため、情報発信に特に力をいれたい。

### 2. Web/SNS

今年度より開始した『ALTERNATIVE-STATE』は新たに特設Webサイトを作成、各種SNSもアカウントを開設した。また『まつばらマルシェ』についてはFacebookページとInstagramを開設し、情報発信をおこなった。事業別に見ると、『ベップ・アート・マンス 2022』Webサイトのユーザー数、ページビュー数は大幅に増えた。SNSについては、今年度はInstagramでの投稿を大幅に増やした結果、多くの新規フォロワーを獲得できた。しかしFacebookでの投稿が昨年度と比べ大幅に減っており（昨年度130→今年度14）、フォロワー数についてはFacebookの方が多いため、両SNSでバランス良く投稿していきたい。『ALTERNATIVE-STATE』はWebサイトのユーザー数、ページビュー数がともに昨年度の約10分の1しかなかった。新規にアカウントを取得した各種SNSのフォロワー数もまだ少数であるため、継続的に情報発信をしていきたい。『まつばらマルシェ』のFacebookページは新規「いいね」数が100を超え、リーチ数は25,056であった。またInstagramは新規フォロワーが460と大変多かった。両SNSでデジタル広告を出稿したことの影響も考えられるが、出店者やクリエイターなど関わる人々が多く、彼ら／彼女らの発信からリーチした人々も多いと考えられる。そのほかの事業については、独自のWebサイトやSNSを作成せず、NPO法人 BEPPU PROJECTのサーバーやSNSアカウントを使って情報発信をおこなった。

### 3. 認知経路

事業別に見ると、『ベップ・アート・マンス 2022』は昨年度と同様、「知人・友人の口コミ」が最も多かった。そのほかの数値も大きな変化はないが、「偶然来訪」が特に減少した。「塩田千春展『巡る記憶』」は、「Webサイト・SNS」が最も多く、次いで「知人・友人の口コミ」であった。昨年度と比較すると「ポスター」や「偶然来訪」が大幅に減少した。昨年度は屋外からも鑑賞できる作品展示が多かったため、「偶然来訪」が減少したと推測できる。『アーティスト・イン・レジデンス』および『まつばらマルシェ』はいずれも「チラシ・パンフ」が最も多く、「Webサイト・SNS」「関係者からのお知らせ」についても多かったが、「新聞」「雑誌」「テレビ」などのメディア経由で認知した人が非常に少ないと、もしくは0%であった。メディアでの情報発信は、自分たちではリーチできないより広い層に認知してもらうことができるため、次年度以降の反省としたい。これは『文化観光ツアーアイデアコンペティション』についても同様で、今年度の参加者の認知経路は『関係者からのお知らせ』がほぼ半数を占めていたため、メディアとの連携を強化すべきであろう。

### 4.まとめ

今年度、国内外のメディア掲載件数、広告換算額ともに大幅に増加したのは大きな成果であろう。また、海外メディア掲載件数が大幅に増加したことは、当実行委員会が目的の1つとする「国際的な興味喚起の促進」に対して成果があつと思われる。しかしながら事業間でメディア掲載件数の大きな差も見られる。事業により規模感が異なることを踏まえつつも、同時に情報を発信するなど内部で連携を図ることで改善したい。また、今年度はWebサイトやSNSアカウントを新規開設した事業も多く、ますますの認知向上に向けて引き続き情報発信を続け、フォロワー数を増やしていくたい。

---

## 11-9. 事業全体を通してのまとめと課題

---

### 1. 「ウィズコロナ」期の到来

2020年度・2021年度に引き続き、今年度も新型コロナウイルス感染症の影響が続くなでの事業実施となった。感染力の強いオミクロン株による第7波(7~8月)・第8波(11~1月)にも見舞われたが、重症化率や死亡者数の低下により行動制限が緩和。別府市中心市街地で開催した「塩田千春展『巡る記憶』」は、2019年度以来の屋内展示が実現し、目標数を超える多くのアートファンを迎えたことは喜ばしいことであった。また、秋からは海外からの入国制限も徐々に解除され、2019年度以来3年ぶりに外国籍のアーティストを海外から招聘できた。コロナ禍を経て、いよいよ「ウィズコロナ」の時代が到来したことを実感した年であった。これから回復が見込まれる国内外からの観光需要にしっかりと対応できるよう、ますます訴求力のある事業の企画および発信が重要である。

### 2. 継続することの重要性

今年は、事業の継続や積み重ねの重要性を改めて実感する1年でもあった。新たにスタートした『ALTERNATIVE-STATE』において、2009年『混浴温泉世界』参加アーティストのうち、サルキス氏とマイケル・リン氏を再度招聘し新作の制作をおこなったところ、2009年当時を知る市民が積極的に関わり情報発信する場面が見受けられた。『ベップ・アート・マンス 2022』では新規の企画者が増えたが、その主な理由は「以前から知っていて、いつか企画者として参加したいと思っていた」というものだった。これも、2010年度から事業を継続的に開催してきたことの成果の1つであろう。今年始まった『まつばらマルシェ』も、これから継続的に開催することで、地域に根ざすイベントとして、地道に成果を出すことを目指したい。

### 3. 課題は事業間の連携と広報

各事業のアンケートの結果において、ある事業に参加していても、他の事業については「参加しない」「知らない」と答える比率が増加した。

その要因の1つは、「塩田千春展『巡る記憶』」と『ベップ・アート・マンス 2022』の会期が重複する期間が9日間のみだったためと推察される。今後、事業間の連携をより強化するためには、複数の事業を同時開催することが有効であると考える。別府に訪れるべき時期を一定期間に定めることで、来訪の動機をより強くするだけでなく、会場間の回遊を促進することで町なかの賑わいや経済効果にもつながるなど、多くの相乗効果を生むことが期待できる。

また、広報・周知活動における連携の徹底も重要である。同時期開催となる事業においては、それぞれの広報・制作物において互いの開催概要も併せて発信することが必須である。加えて、2023年1月に南部エリアに開設された「別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』」の機能も有効に活用すべきである。この施設を利用する、文化芸術に興味・関心の高い市民や文化観光を目的とする観光客に向けて、ワンストップでの情報の周知が可能になると期待する。

## 12-1. 評価結果のポイント

『ベップ・アート・マンス (BAM) 2022』『ALTERNATIVE-STATE』「塩田千春展『巡る記憶』」『アーティスト・イン・レジデンス事業』『国際発信事業』『まつばらマルシェ』『文化観光ツアー』から構成される2022年度の混浴温泉世界実行委員会事業の実績を踏まえて、事業評価をおこなった。

評価システムとしては、バランス・スコアカード (Balanced Scorecard=BSC。詳細後述) を採用し、①地方創生、②顧客、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い、そこから得た教訓と提言をまとめている。本節ではBSCに基づく評価結果のポイントのみを示し、詳細については次節以降で説明する。

## バランス・スコアカードによる評価結果のポイント

視点	評価結果
地方創生の視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>来場者の別府市再訪意欲はきわめて高い(95%)が、「アートのまち・別府」の認知度は58%であり、前年度水準は上回ったが目標(80%)に届かなかった。</li> <li>実行委員会事業に初参加した人の比率は66%で目標(70%)をやや下回ったが、新たな別府ファンの獲得に一定の貢献をしたといえる。</li> <li>別府市以外の県内自治体も訪れた人の比率は54%となり目標(20%)を大きく上回ったが、総宿泊客数に占める2泊以上の宿泊客の比率は45%で目標(60%)を下回っており、滞在時間延長には十分つながっていない。</li> </ul>
顧客の視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>『ALTERNATIVE-STATE』におけるマイケル・リンのポスタープロジェクトや『まつばらマルシェ』『アーティスト・イン・レジデンス事業』では、青少年をはじめ幅広い層の市民・県民が参加した。こうした取組の結果、『BAM』および『まつばらマルシェ』の来場者満足度は98%(前年度96%、目標90%)と高い水準を維持した。</li> <li>メディア露出広告換算合計額1,054百万円(前年度273百万円、目標180百万円)、海外メディア掲載件数396件(前年度40件、目標44件)は前年度水準、目標とともに大きく上回り、別府の魅力を広域に発信することができた。</li> </ul>
ステークホルダーの視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>今回『BAM』に、新規登録した団体は43団体(前年度44団体、目標45団体)であった。『BAM』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は92%(前年度95%、目標90%)と高水準を維持しており、主体的なまちづくり活動への参画がなされている。</li> <li>今年度は新たに『まつばらマルシェ』を開催することで若手アーティスト・クリエイターに活動・発表の場を提供することができた。</li> <li>南部エリアに別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』が開設したことでの今後ますます地域の住民・団体との日常的な交流・連携が促進されることが期待される。</li> <li>ボランティアとの定期的・効果的なコミュニケーションは不十分であり、今後の課題である。</li> </ul>
財政の視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業収支については、適切な予算を確保できた。</li> <li>協賛金の獲得およびグッズ収入において、目標を上回る金額を獲得できた。</li> </ul>

マネジメントの視点	<ul style="list-style-type: none"> <li>『ALTERNATIVE-STATE』や『まつばらマルシェ』などの新規事業がスタートするなか、情報共有については毎週1回、事務局全員でのミーティングを実施したが、業務繁忙時には全員が集まるのが難しく課題を残した。南部エリアで別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』の運営が始まるなか、マニュアル作成や書類の雛形作成など、随時業務改善を図っている。</li> <li>作品制作のためのリサーチや会場探し、広報・周知などで実行委員会の協力を得ことができ、効率的な事業遂行につながった。</li> <li>外部人材については、制作やマネジメント業務を委託できる県内クリエイター・アーティスト、プロフェッショナル人材、通訳・翻訳が可能な人材計127人（目標114人）とのネットワークを構築・活用して事業に当たっている。</li> </ul>
教訓と提言	<ul style="list-style-type: none"> <li>新型コロナウイルス感染症の5類移行にともなう国内外での観光再生を踏まえ、2024年のデスティネーションキャンペーン、2025年の大阪・関西万博を見据えた準備が必要。</li> <li>新規事業『ALTERNATIVE-STATE』『まつばらマルシェ』、別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』開設に加え、『アートフェア』も今後始まるなかで、相乗効果発揮のための広報戦略が重要。</li> <li>『文化観光ツアー』『アートフェア』『ALTERNATIVE-STATE』において、旅館ホテルをはじめとする観光産業との連携強化が求められる。</li> <li>パブリックアートの色彩が濃い『ALTERNATIVE-STATE』は、来場者アンケートの配布・回収が難しいが、適切な効果検証のために工夫をする。</li> </ul>

## 12-2. 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。2022年度の実行委員会事業は、『ベップ・アート・マンス（BAM）2022』『ALTERNATIVE-STATE』『塩田千春展『巡る記憶』』『アーティスト・イン・レジデンス事業』『国際発信事業』『まつばらマルシェ』『文化観光ツアー』から構成される。

### 2. 評価の位置づけ

今回の事業評価は（1）事前評価、（2）中間評価の2段階から構成される。

#### （1）事前評価：第2期バランス・スコアカードの策定

実行委員会事業の評価システムとして、2022～2025年度を対象期間とするバランス・スコアカード（BSC）を設計する。このBSCは、2017～2021年度を対象期間とする第1期BSCの総括評価を踏まえて作成される第2期のBSCである。この評価は、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。

#### （2）中間評価：バランス・スコアカードに基づく2022年度実績の評価

こうして新たに設計された第2期BSCに基づき、2022～2024年度の各年度終了後に中間評価を、2025年度終了後に事後評価をおこなうことを想定する。今回は、2022年度実行委員会事業の実績を踏まえて、計画初年度の中間評価をおこなうものである。

### 3. 評価の主体

今実行委員会事業に対する評価は、大分県芸術文化スポーツ振興財団 アドバイザー 三浦宏樹による第三者評価として実施する。大分県、大分県立芸術文化短期大学、大分県芸術文化スポーツ振興財団の3者は、コンソーシアム（共同事業体）型組織として、2016年6月にアーツ・コンソーシアム大分を設立した。

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

アーツ・コンソーシアム大分は、こうした問題意識を踏まえて、大分県内で実施されるアートプロジェクトに対する評価手法の検討と試行をおこない、それらの成果をまとめた『評価と文化ハンドブック』を2018年度に公開した。実行委員会事業の評価システムは、アーツ・コンソーシアム大分の研究成果を踏まえて構築されたものであり、その事務局長を務めていた三浦宏樹（日本評価学会認定評価士）が、今年度も評価実務を担当する。

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

※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

---

## 12-3. 評価システムの概要

---

### 1. バランス・スコアカードとは何か

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

### 2. 混浴温泉世界型バランス・スコアカードについて

2016年度の評価に際して、実行委員会ならびに事務局のBEPPU PROJECTからは、従来のBSCに満足することなく、さらなる高度化を図りたいとの問題意識が寄せられた。これまでのBSCは、ステークホルダーに対して実行委員会事業の業績を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」という問い合わせ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）の作成をおこなった。

こうしたビジョンと戦略マップを踏まえて2017年度にBSCの作成をおこなった。BSCは、戦略目的ごとに「目指すべき具体的な姿」を定め、その達成度を測定する業績評価指標（Key Performance Indicator=KPI）を選んで、目標値を設定したものである。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した。なお、戦略目的の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。

このBSCは上記のとおり、2020年度を最終年度として事後評価をおこない、2021年度を初年度とする第2期BSCの策定を予定していた。しかしコロナ禍のなか、次期計画の方向性を見通しがたいため、最終年度を1年間延長して2021年度に事後評価（「混浴温泉世界実行委員会 令和3年度事業報告書」掲載）をおこなったところである。

---

## 12-4. 第2期バランス・スコアカード（2022～2025年度）の策定

---

第1期BSCの事後評価を踏まえて、第2期BSCの策定をおこなう。

### 1. ビジョンの改訂

実行委員会事業のビジョンは、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」の実現

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

#### 【芸術振興】優れた作品の鑑賞機会充実と若手作家の応援

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

#### 【観光推進】観光地別府の新たな魅力発信事業として活用

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

#### 【人材育成】多様な事業の現場を学びの場として活用

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

#### 【地域活性】文化芸術を地域活性化の核として活用

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

こうしたビジョン自体は第1期BSCから変更していない。実行委員会は、市民文化祭や地域特性を活かしたアートプロジェクトの開催を通じ、全国に向けて別府市の魅力を発信してきたことで、メディア露出の増加や来街者の多様化が進み、別府市・大分県のブランド力向上に寄与してきた。

しかし、その効果がイベント開催時に留まるなど限定的、かつ国際的な認知度がまだ高いとは言えない現状や、コロナ禍を経験し疲弊する地域において、実行委員会のビジョン及び実現に向けたプロセスは踏まえつつ、レジリエンスの強化やさらなる発展に繋げるため計画の見直しが求められている。

こうした背景を踏まえて、事業目的を次のとおりに重点化した。

### 事業目的

別府市への「興味喚起の促進」と「参加・関係意識の醸成」を図る取組によって、ブランドロイヤルティ（※）を向上。別府市が世界の文化的目的地へと成長することを目指す。

こうした事業目的を踏まえて、2025年度に向けて次のような将来像を目指す。

#### ①国内外のアート関係者のみならず、来街者へ恒常に訴求し続ける

新たな作品の設置や多様な事業の展開によって、別府の新たな魅力がメディアやSNSを通じて国内外に発信・拡散され、来街者にとって魅力的で有益な情報が常に発信されていることを目指す。

## ②これまで以上に、幅広い層が関わる

アートに限らず、食や工芸、デザインなどさまざまなものづくりに携わる人々、また国内外の富裕層・コアなアートファンなどが参画・交流する場を創出し、クリエイター等の移住の増加を目指す。

## ③別府市を訪れた人が、別府市を拠点に大分県全域を周遊する

別府を訪れた人が、別府を拠点に長く滞在したり、何度も訪れたりしながら、大分県各地を巡る。別府が大分県や九州の文化観光の入り口となることを目指す。

※ブランドロイヤルティとは、そのブランドへの忠誠度や愛着度、信頼度のこと。ブランドロイヤルティが高いほどファンが多くつくことになり、リピーターの割合も高まる。また、ブランドに強い愛着を持つ消費者は、自発的に周囲に宣伝してくれることも多く、新規顧客の獲得にも繋がりやすいといわれる(競合他社へ流れてしまう可能性を低下させる)。独自性による他社・他地域との差別化・継続性が信頼を向上させる

## 2. 戦略マップの改訂

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

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

### 【地方創生の視点】別府における諸課題の解決

戦略目的：別府市への参加・関係意識の醸成／他地域との連携による滞留時間の増加／別府市のブランドロイヤルティの向上

### 【顧客の視点】文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出

戦略目的：市民にとって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／発信強化による興味喚起の促進

### 【ステークホルダーの視点】創造都市プラットフォームの造成

戦略目的：地域内の創造的人材の増加／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／ボランティアの関わりしろの拡大

### 【財政の視点】財政基盤の確立

戦略目的：基礎的財源の獲得／協賛金・助成金の獲得／収入源の多様化

### 【マネジメントの視点】実行体制の確立・強化

戦略目的：実行委員会体制の強化／事務局体制の強化／外部人材の発掘・ネットワーク構築・活用

地方創生の視点における戦略目的は、第1期BSCでは、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の5つであった。

これに対して第2期BSCでは、ビジョンで提示した将来像「これまで以上に、幅広い層が関わる」「別府市を訪れた人が、別府市を拠点に大分県全域を周遊する」「国内外のアート関係者のみならず、来街者へ恒常に訴求し続ける」を踏まえて、別府市への参加・関係意識の醸成／他地域との連携による滞留時間の増加／別府市のブランドロイヤルティの向上の3つに整理した。

また、第1期BSCではボランティアをマネジメントの視点に位置づけていたが、ボランティアは単なる労働力ではなく、互いに共感しあって成長していくパートナーであるとの考え方から、ステークホルダーの視点に組み換えた。

## 3. バランス・スコアカードの改訂

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、2022～2025年度の4年間を対象期間とする。この期間には大分県内で、2022年の『東アジア文化都市2022大分県』、2024年春の『福岡・大分デスティネーションキャンペーン』など文化芸術振興やカルチャーツーリ

ズム推進において重要なイベントが相次ぐほか、最終年度の2025年には大阪・関西万博が開催される。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。

評価者は、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、2023年7~8月にかけて全3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の改訂をおこなった。そうした作業を経て9月の実行委員会において第2期BSC案の報告をおこない、その場で出た指摘を踏まえて若干のブラッシュアップをおこなった。そのうえで、2023年5月の実行委員会に、完成したBSCと、計画期間初年度となる2022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。

第1期BSCではKPIが71指標を数えたが、第2期BSCを策定する過程で、重要な指標の絞り込みをおこない、48指標を選定している。

#### バランス・スコアカード業績評価指標 (KPI) の指標数の変化

視点	戦略目的	第1期BSC	第2期BSC
地方創生の視点	別府市への参加・関係意識の醸成	4	4
	他地域との連携による滞留時間の増加	1	2
	別府市のブランドロイヤルティの向上	7	2
	小計	12	8
顧客の視点	市民にとって間口の広い事業の充実・強化	4	4
	国際的に発信力の高い事業の創出	3	3
	発信強化による興味喚起の促進	9	4
	小計	16	11
ステークホルダーの視点	地域内の創造的人材の増加	9	4
	文化芸術の担い手の育成・支援	2	2
	文化芸術団体との連携	1	1
	海外機関との連携	1	1
	行政機関・企業・団体との連携	5	3
	ボランティアの関わりしろの拡大	3	1
	小計	21	12
財政の視点	基礎的財源の獲得	1	1
	協賛金・助成金の獲得	4	3
	収入源の多様化	3	2
	小計	8	6
マネジメントの視点	実行委員会体制の強化	2	2
	事務局体制の強化	7	6
	外部人材の発掘・ネットワーク構築・活用	5	3
	小計	14	11
合計		71	48

※第1期BSCと第2期BSCでは戦略目的やKPIの構成が一部異なるため、この表は第2期BSCの体系で示したうえで、第1期の戦略目的・KPIを第2期体系で最も近い項目に整理している

#### 4. バランス・スコアカード設計の発展的評価としての特色

さて、BSCの設計を「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つつも、事業者が事業運営・組織経営にその結果を活かせる実用重視の評価を目指す。そのために発展的評価は、大まかに整理して①複雑な現実世界への適応、②事業者に寄り添う伴走評価という2つの特色を持つ。

### ① 複雑な現実世界への適応

従来型の評価では、事業が終わってから初めて、計画どおりの成果が出ているか否かを検証する場合が多い。しかし、現実の世界は複雑で、事業を実施しているあいだにも、周りの経済社会環境は常に変化していくため、こうしたタイプの評価では事業の改善・革新の役に立たない。このため発展的評価では、事業をめぐる変化を適切に捉え、その事実や意味合いをリアルタイムで事業者にフィードバックし、彼らのイノベーションを促進することを目指す。

### ② 事業者に寄り添う伴走評価

発展的評価においては、定型的な評価データの収集だけではなく、事業に生じるさまざまな変化の芽を的確かつタイ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、こうした発展的評価の考え方を十分意識して、BSC設計に取り組んだところである。ビジョン、戦略マップを踏まえつつ、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く。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分かりやすいかもしれない。作家の意向に最大限寄り添い執筆を支援するのが編集者の仕事だが、その挙げ句、雑誌の〆切を破り原稿が落ちてしまっては元も子もない。作家に自由に創作してもらうためにこそ、編集部にマネジメントが必要になるのだ。すなわち、創発性重視の発展的評価と計画性重視のBSCとは、アートプロジェクトの戦略経営を図るうえで車の両輪といえる。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の設計を、発展的評価を用いて支援したのがこの取組ということになる。

## 5. 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(顧客の視点)、関係者(ステークホルダーの視点)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。

2022年度の実行委員会事業の実績を踏まえて、第2期BSC計画期間初年度の中間評価をおこなう。それぞれのKPIについての詳しい計画・実績対比は、本書巻末に掲載している。以下では、BSCの5つの視点に掲げる戦略目的ごとに、評価結果の概要を記していく。

## 1. マネジメントの視点：実行体制の確立・強化

### (1) 実行委員会体制の強化

この項目では、各実行委員が事業の目的や内容を深く理解し、参画するそれぞれの組織へ事業内容を浸透させ、事務局スタッフだけではリーチしにくい業務内容について実行委員が関わり進めていくことを目指している。

各委員に対して、作品制作のためのリサーチの際の情報提供、会場探し、作品制作アルバイト募集、文化観光事業の企画・運営、事業の広報・周知などで相談し、その協力を得た。会議や各展覧会・イベント等への委員の出席率も91%となり、前年度実績(79%)、目標(80%)をともに上回った。

### (2) 事務局体制の強化

この項目では、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こと、事業規模に関わらず自ら考え事業をより効果的・効率的に遂行できるプロジェクトマネジメント組織に成長すること、スタッフ全員がやりがいを持っていきいきと働けることを目指している。

今年度事業は、『ALTERNATIVE-STATE』『まつばらマルシェ』など新規事業がスタートするとともに、『東アジア文化都市2022大分県』の開催にともない「塩田千春展『巡る記憶』」や『アーティスト・イン・レジデンス事業』が開催されるなど、盛りだくさんの内容であった。さらに今後は『アートフェア』にも意欲的に取り組む計画である。こうしたなかでスタッフは、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、実行委員会のスケジュールや予算は決まっており、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、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。

今年度、情報共有については毎週1回、事務局全員でのミーティングを実施したが、情報共有が最も必要とされる業務繁忙時には全員が集まるのが難しく課題を残した。別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』の運営などに際しては、マニュアル作成や書類の雛形作成などを図り、業務の改善を随時おこなっている。

プロジェクトマネジメントについては、事業の統括が担えるリーダーの育成も重要だが、スタッフの退職もあり、かかる役割を担えるリーダーは3人(目標4人)に止まった。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だが、こうしたスキルは全職員のうち88%が獲得済で、前年度水準(65%)、目標(70%)を上回った。研修については、社内公募の視察研修を実施して4名が参加した。

やりがいを持っていきいきと働ける職場づくりについては、全事務局スタッフにおいて、就業時間が前年度より短くなり改善しているが、さらなる業務の効率化と適切な人員配置を目指すことが求められる。

### (3) 外部人材の発掘・ネットワーク構築・活用

この項目では、制作やマネジメント業務を委託できる人材が県内に複数生まれること、マネジメント・設営・記録・広報等プロフェッショナル人材とのネットワーク構築、通訳・翻訳が可能な人材とのネットワーク構築を目指している。こうした人材に仕事を提供することを通じて、彼らを育成していくことが重要である。

現在、制作やマネジメント業務を委託できる県内クリエイター・アーティスト26人、プロフェッショナル人材75人(プロジェクトマネージャー、インストーラー、Web制作者、ライター、カメラマン、映像制作、PRなど)、通訳・翻訳が可能な人材26名とのネットワークが生まれており、目標(それぞれ21人、75人、18人)を達成した。

## 2. 財政の視点：財政基盤の確立

### (1) 基礎的財源の獲得

この項目では、負担金などの適切な予算の確保を目指している。

今年度の事業収支については、適切な予算を確保できた。特に、後述するように協賛金の獲得およびグッズ収入において、目標を上回る金額を獲得できた。

## (2) 協賛金・助成金の獲得

この項目では、企業との信頼関係構築による協賛・助成の獲得を目指している。

協賛金・助成金については、コロナ禍が継続して企業が厳しい環境にあるなか、新規営業は控えめにして目標金額も165万円に抑えたが、最終的な実績は195万円となり目標を達成した。

## (3) 収入源の多様化

この項目では、基礎的財源である負担金以外にも複数の収入の柱をつくることを目指している。

負担金以外の収入の割合は6.43%となり、前年度水準(3.25%)、目標(6.0%)をともに上回った。グッズ販売額173万円も前年度水準(25万円)、目標(150万円)をともに上回っている。

# 3. ステークホルダーの視点：創造都市プラットフォームの造成

## (1) 地域内の創造的人材の増加

この項目では、アーティストや愛好者だけでなく多くの市民が文化活動に携わること、さらにそうした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』に今回、新規に登録した団体は43団体(前年度44団体、目標45団体)となっている。事務局では、こうした新規団体をはじめ『BAM』に登録するプログラム企画者への情報提供、自発的交流の場として『ベップ・アート・マンスをつくろう会』を定期的に開催しており、今年度は44人で目標(40人)を達成したものの、さらに参加率を上げていく必要がある。『BAM』の来場者のうち、次回は企画者側で参加したいと思った人の比率は40%(前年度40%、目標40%)を維持している。また、『BAM』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は92%(前年度95%、目標90%)と高水準を維持しており、主体的なまちづくり活動への参画がなされている。

## (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・クリエイターの発表の場をつくることや、県内外で広域的にアートマネジメント人材が成長することを目指している。

今年度は新たに『まつばらマルシェ』を開催することで若手アーティスト・クリエイターに活動・発表の場を提供することができた。また、清島アパートに居住するアーティストの成果報告展を新たに開催した。

アートマネジメント人材育成については、学生3名、社会人1名のインターンを受け入れたほか、県外から9件の視察を受け入れた。また、新たな取り組みとして、金沢美術工芸大学から約1週間の展示の実践を伴う研修を受け入れた。

## (3) 文化芸術団体との連携

この項目では、県内の既存文化芸術団体・施設との協力体制の構築を目指している。

『ALTERNATIVE-STATE』におけるマイケル・リンのポスタープロジェクトでは、別府市立図書館や『TRANSIT』と連携することができた。『アーティスト・イン・レジデンス事業』も、アソビLABや市内陶芸アトリエなどと連携して実施した。『文化観光ツアー』は、大分県立美術館のガイド研修と連携して実施した。

## (4) 海外機関との連携

この項目では、海外関係者との交流が進み、別府が日本におけるアートの先進地と評価されることを目指している。

今年度は東アジア文化都市が大分県で開催されたことから、別府でのアーティスト・イン・レジデンスで中国・韓国から各1名、中津市の展示で韓国から1名のアーティストを招聘したほか、フォーラムを企画して中国1名・韓国1名の文化関係者にオンラインでの登壇を依頼した。その他にも『ALTERNATIVE-STATE』でサルキス、マイケル・リンに新作制作を依頼するなど、実行委員会事業の展開において海外アーティストとの連携が多かった。レジデンス事業でナント(フランス)、バース(英国)の団体と連携したほか、ラグビーワールドカップを機に関係が構築されたウェールズの政府・団体との交流も続いている。海外のアーティストからのレジデンスの相談も10件あり、海外アーティスト・団体との連携・ネットワークが広がっている。

## (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、別府市制100周年事業で別府市政策企画課との連携が図られた。別府市以外では、クリエイティブ産業振興事業で大分県商工観光労働部、サステナブル・ガストロノミー推進事業で大

分県中部振興局、国東半島カルチャーツーリズム事業で国東市活力創生課、豊後高田市教育総務課と協働して事業展開をおこなった。また、イベント周知のために各自治体の多数の部署の協力を得た。

企業との連携については、マイケル・リンのリサーチにおいて別府市旅館ホテル組合を通じて市内旅館ホテルに協力を得たほか、サルキスの新作の設置場所を市内ホテルから提供してもらった。また、大分経済同友会からは事業周知に協力を得るとともに、視察ツアーの受け入れをおこなった。

各種団体との関係強化については、事業の周知や周辺住民の理解促進に際して、通り会や自治会、ひとまもり・まちまもり協議会等の協力を得た。特に南部エリアでは、『BAM』の新たな提供会場に関する相談や『まつばらマルシェ』の実施に際して多大な協力を得た。南部エリアに『TRANSIT』が開設されたことで、今後ますます日常的な交流・連携が促進されることが期待される。大学においても、授業等を通じて事業周知や理解促進を図ることができた。

#### (6) ボランティアの関わりしろの拡大

この項目では、ボランティアが事業の目的や内容をよく理解し、活動にやりがいを感じながら参加できるように、ボランティアとの定期的な情報共有・コミュニケーションを図ることを目指している。

今年度は、サルキスの新作に関するワークショップのボランティアなど、新たなボランティア活動の周知をメールマガジンでおこなったが、定期的・効果的なコミュニケーションとしては不十分であり、改めて方法の検討・試行をおこなうことが必要である。

### 4. 顧客の視点：文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出

#### (1) 市民にとって間口の広い事業の充実・強化

この項目では、市民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を実施することを目指している。

より多様な市民にとっての関わりしろの造成については、マイケル・リンのポスタープロジェクトにおいて、アートファンだけでなく幅広い層の市民が興味関心を持って参画した。また、新たに開催した『まつばらマルシェ』に幅広い世代の市民が来場したほか、障がい者の出店や来場もあった。『アーティスト・イン・レジデンス事業』においても、児童館や高齢者福祉施設で交流する機会を設けた結果、幅広い県民が参加した。

青少年(小学生～大学生)が関わることができる範囲の拡大については、『まつばらマルシェ』に大学生のグループが出店したほか、『BAM』の清島アパートオープナトリエの受付ボランティアやマイケル・リンの制作アルバイトとして複数の学生が参画した。『文化観光ツアー』ではメインターゲットを大学生に設定し、大学に営業活動をおこなった結果、複数名の学生が参加した。『アーティスト・イン・レジデンス事業』のワークショップにも、多くの子どもたちが参加した。こうした取り組みの結果、『BAM』および『まつばらマルシェ』の来場者満足度は98% (前年度96%、目標90%) と高い水準を維持した。また『BAM』では、プログラム企画者の設定した来場者数目標の達成率は112%となった。

#### (2) 国際的に発信力の高い事業の創出

この項目では、作品展示において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。

国際的発信力のある作品として『ALTERNATIVE-STATE』の2作品を市内に展開することができ、来場数目標の達成率は164%となった。

#### (3) 発信強化による興味喚起の促進

この項目では、アート関係者のみならず、来街者へ恒常に訴求し続けることを目指している。

国内メディア掲載件数は233件で、前年度水準(236件)を維持するとともに、目標(200件)を上回った。一方でメディア露出広告換算合計額は、前年度に開催された『廣川玉枝 in BEPPU』を題材に構成されたTV番組が全国放送されたことで、1,054百万円(前年度273百万円、目標180百万円)となった。海外メディア掲載件数396件は、前年度水準(40件)、目標(44件)をともに大きく上回った。SNS(FB、twitter、instagram)フォロワー数15,248件も前年度水準(約13,000件)、目標(14,000件)を上回った。

### 5. 地方創生の視点：別府における諸課題の解決

#### (1) 別府市への参加・関係意識の醸成

この項目では、これまで以上に幅広い層が関わること、アーティスト・クリエイターの移住者が増加することを目指している。

来場者アンケートにおいて「初めて参加した」と回答した人の比率は66%で目標(70%)をやや下回った。また、別府市内のさまざまな文化プログラムに訪れてみたいと思った人の比率は71%で目標(70%)を達成した。別府市内に移住・定住したアーティスト・クリエイターの人数(累計数)は16人となり、目標(10人)を上回った。

## (2) 他地域との連携による滞留時間の増加

この項目では、別府を訪れた人が、別府を拠点に大分県各地を周遊することを目指している。

来場者アンケートによれば、別府市以外の県内自治体も訪れた人の比率は54%となり目標（20%）を大きく上回った。一方、総宿泊客数に占める2泊以上の宿泊客の比率は45%で前年度水準（65%）、目標（60%）をともに下回っており、滞在時間延長には十分つながっていない。

## (3) 別府市のブランドロイヤルティの向上

この項目では、別府市が文化観光の目的地として認知されることを目指している。

来場者アンケートにおいて「別府市にまた来たい」と回答した人の比率は95%で、目標（60%）を大きく上回った。一方で、「別府は温泉観光地だけではなくアートの街でもある」という認知度は58%で、前年度水準（34%）は上回ったものの、目標（80%）には到達しなかった。

# 6. 教訓と提言

## (1) 新型コロナの5類移行を踏まえた取組

2022年度は、全国的に新型コロナウイルス感染症の対策が緩和され、リアル会場での鑑賞機会が拡大した。さらに2023年度は、新型コロナの5類感染症への移行により国内外で観光が本格的に回復局面にあるが、一方で観光産業の人手不足も深刻化しているところである。今後、2024年春には『福岡・大分デスティネーションキャンペーン』、2025年には『大阪・関西万博』を控えており、これらを見据え、地域と連携協働して準備にあたることが必要である。

『BAM』のオンラインプログラムの減少は、新型コロナ対策緩和の自然な帰結といえるが、将来、新たなパンデミックが発生するリスクも否定できないことから、オンラインプログラムの継続は重要である。リアル開催ができないのでやむなくオンライン配信するプログラムではなく、オンラインであることに意義があるプログラムのあり方を考えることが重要である。

## (2) 複数事業の相乗効果の発揮

2022年度の事業は、「塩田千春展『巡る記憶』」が8～10月（全51日間）、『アーティスト・イン・レジデンス事業』が9～12月（アーティスト滞在期間を含む）、『BAM』が10～11月（全51日間）、『まつばらマルシェ』10～11月（全7日間）、『ALTERNATIVE-STATE』が10～3月（全175日間）、『TRANSIT』開設とともに『国際発信事業』が2～3月（全33日間）、『文化観光ツアーアート』が2～3月（全6日間）という会期であった。「塩田千春展『巡る記憶』」「アーティスト・イン・レジデンス事業」という『東アジア文化都市2022大分県』関連のプログラムが加わったことが一因だが、各事業の会期がそれぞれ異なっていて、どの事業がいつ開催されているかを把握するのが難しかった。

事務局もこの点は認識しており、第11章で「複数の事業を同時開催することが有効である」との方向性を打ち出している。この方針のとおり、複数事業のコア期間を設定して相乗効果を生むことは確かに重要であろう。一方で、ビジョン改訂に際して、実行委員会事業の「効果がイベント開催時に留まるなど限定的である」という問題意識があったことを踏まえれば、コア期間をあまり短期間とするのも不適切である。『O滞（国際発信事業）』が常設展示となり、『ALTERNATIVE-STATE』も従来の『in BEPPU』に比べ長期間にわたる展示が可能になったという鑑賞環境の変化も踏まえるべきである。「アートファンなら、いつ別府を訪れるべきか」という情報発信と同時に、「別府を訪れた観光客は今日、どの作品・イベントを鑑賞・体験できるのか」という視点からの情報発信も求められているのではないか。このような相乗効果を発揮するための広報戦略の立案・遂行が重要である。

## (3) 観光産業との連携

『文化観光ツアーアートフェア』において、旅館ホテルをはじめとする観光産業との連携強化が求められる。『文化観光ツアーアートフェア』で観光産業との連携を図るのは当然であるが、同時に、観光コンテンツと従来認識されていなかった地域資源や地域人材を観光客とつなぐカルチャーソーリズムの視点が重要である。人手不足が観光再生に向けた大きな課題となるなか、新たな地域資源・人材を発掘して彼らに活躍の場を提供することは、大変意義深い。『アートフェア』は福岡市と連携して開催することが想定されるため、参加者の宿泊が想定される。彼らに別府に宿泊してもらい別府市・大分県の魅力を実体験してもらうことが重要である。

また、『ALTERNATIVE-STATE』は、別府を訪れた観光客がまちなかで容易に出会える作品群だが、それらをアート作品として認識してもらうことが重要である。そのためには、旅館ホテルにおける情報発信が効果的ではないか。

#### (4) 効果検証方法の検討

『ALTERNATIVE-STATE』は屋外設置の大型インсталレーションが中心であり、パブリックアートの色彩が濃い。『in BEPPU』の多くでは屋内会場が1ヶ所はあったため、そこで来場者アンケートを配布・回収することが可能であった。これに対して『ALTERNATIVE-STATE』はこうしたアンケート配布・回収ポイントを設営するのが困難である。『BAM』や『まつばらマルシェ』は来場者アンケートを取りやすいが、来場者の中心が別府市民・大分県民のため、アンケート回答者も自然とこうした客層が中心となる。一方で『ALTERNATIVE-STATE』には別府観光の新規コンテンツという役割が期待されており、県外客の意見・反応を把握することが、今後の効果検証やマーケティングのうえでは極めて重要である。このため、来場者アンケートの適切な実施手法を検討する必要がある。

\*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

\*ブランドロイヤルティとは、そのブランドへの忠誠度や愛着度、信頼度のこと。ブランドロイヤルティが高いほどファンが多くなることになり、リピーターの割合も高まる。また、ブランドに強い愛着を持つ消費者は、自発的に周囲に宣伝してくれることも多く、新規顧客の獲得にも繋がりやすいといわれる(競合他社へ流れてしまう可能性を低下させる)。独自性による他社・他地域との差別化・継続性が信頼を向上させる

## 「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[2022-2025]

### ビジョン：「観光地型・文化芸術創造都市としての別府」の実現

全国的な観光地であり、難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みと、地域資源を融合させた事業によって、新たな魅力の造成と市民意識の醸成を図ることとともに、携わる人材が生き生きと活躍し続ける、市民中心都市・別府の実現を目指す。

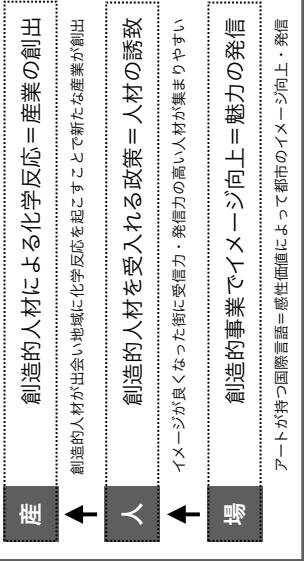
#### 【芸術振興】優れた作品の鑑賞機会充実と若手作家の応援

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

#### 【観光推進】観光地別府の新たな魅力発信事業として活用

- ・アートという国際的な共通語によって全国に魅力を発信
- ・アートによって若年層女性客など交流人口の“多様化”を目指す
- ・新たな魅力発信によって若年層男女など交流人口の“多様化”を目指す

### 文化芸術創造都市の実現に向けたプロセス



### 事業目的

市民文化祭や地域特性を活かしたアートプロジェクトの開催を通じ、全国に向けて別府市の魅力を発信してきたことで、メディア露出の増加や来街者の多様化が進み、別府市・大分県のブランド力向上に寄与してきた。しかしその効果がイベント開催時に留まるなど限定的、かつ国際的な認知度がまだ高いとは言えない現状や、コロナ禍を経験し疲弊する地域において、実行委員会のビジョン及び実現に向けたプロセスは踏まえつつ、レジリエンスの強化やさらなる発展に繋がるため計画の見直しが求められている。

### 事業内容

別府市への「興味喚起の促進」と「参加・関係意識の醸成」を図る取組みによって、ブランドロイヤルティ※1を向上。別府市が世界の文化的目的地へと成長することを目指す

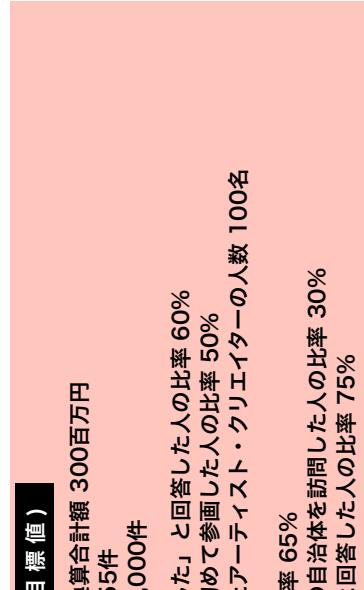
※1 そのブランドへの忠誠度や愛着度、信頼度のこと。ブランドロイヤルティが高いほどファンが多くなることになり、リピーターの割合も高まる。また、ブランドに強い愛着を持つ消費者は、自発的に周囲に宣伝してくれることも多く、新規顧客の獲得にも繋がりやすいといわれている(聯合会社へ流れてしまう可能性を低下させる)。独自性による他社・他地域との差別化・継続性が信頼を向上させる。

### 恒常的に鑑賞可能な作品を市内各所に設置し発信力を強化する

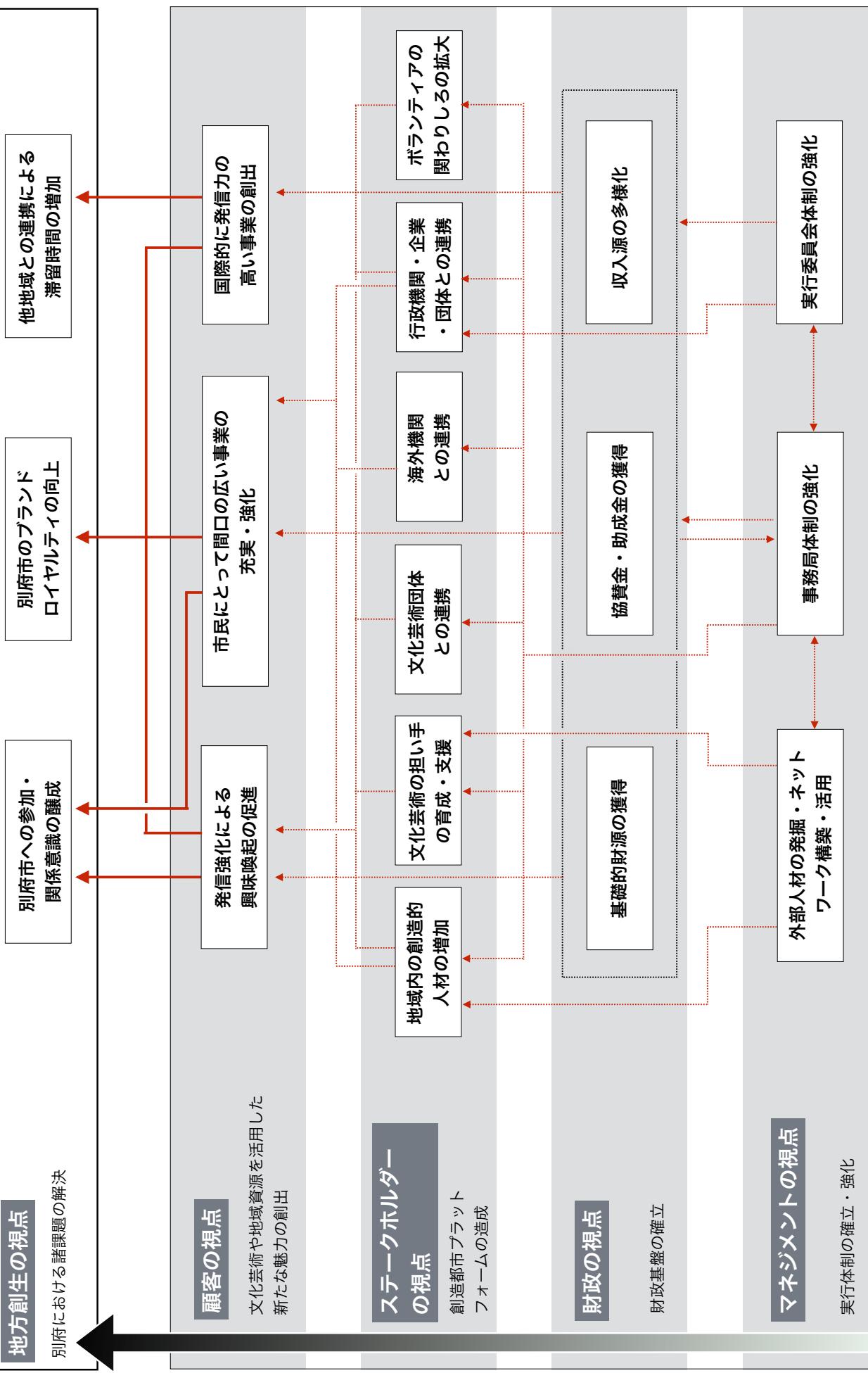
別府市が、恒常にアート体験ができる町となるよう、新たな観光資源・回遊の道標を造成する。「in BEPPU」の後継企画として、2022年から25年にかけ、毎年2作家による合計8つの作品を市内各所に点在させる。それらはキュレーションコンセプトに基づき選ばれた、国際的もしくは将来が期待されるアーティストが手がける作品。別府市制100周年記念事業の一環として位置づけ推進したい。

### 目指す姿

- ① 国内外のアート関係者ののみならず、来街者へ恒常的に訴求し続けるアート作品の設置や多様な事業の展開によって生まれる新たな別府の魅力を、メディアやSNSを通じて恒常に国内外に発信・拡散。来街者にとって有益な情報を適切に届けることを目指す。  
②これまで以上に、幅広い層が関わるアートに限らず、食や工芸、デザインなどさまざまなものづくりに携わるクリエイター、国内外のコレクターやギャラリーが参画・交流する場を創出し、クリエイター等の移住の増加を目指す。  
③別府市を訪れた人が、別府市を拠点に大分県全域を周遊する  
「大分県の文化観光の入口」として別府の認知が広がり、県内各地の文化資源を巡るために拠点となることによって、滞在日数やリピーターの増加を目指す。



## バランス・スコアカード 戰略マップ[2022-2025]



## バランス・スコアカード [2022]

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	2021年度 実績	2022年度目標	2022年度 結果
マネジメントの視点：実行体制の確立・強化	実行委員会体制の強化	各委員が事業の目的や内容を深く理解し、参画するそれぞれの組織へ事業内容を浸透させ、事務局スタッフだけではリーチしにくい業務内容について実行委員が関わり進めていく	1	会議や各展覧会・イベント等への委員の出席率	B	定量	インプット	%	79	80	91
			2	業務内容ごとに関係する各委員が積極的に関わる	B	定性	インプット	-	-	事業内容に合わせて事務局が委員に個別に相談・協議	作品制作のためのリサーチの際の情報提供、会場探し、作品制作アルバイト募集、文化観光事業の企画・運営、事業の広報・周知などで、各委員に相談し、協力いただいた。
	事務局体制の強化	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	3	リアルとオンラインを効果的に活用し、情報共有を進める	B	定性	インプット	-	『サイボウズ』に加え、『Dropbox』や『slack』などのクラウドサービスを活用。月1回の全体会議を実施。	方法の検討・試行	・情報共有の場として、毎週1回事務局全員でのミーティングを実施した。平常時には効果が見込めたものの、事業が多忙な時期には全員が集まることが自体が難しく、課題が残る。 ・別府市と新たに「Backlog」というオンラインツールを活用し、情報共有が効率的になった。
			4	マニュアル・雛形書類の作成による作業の標準化（企画提案や、決定までのプロセスの明確化を含む）	B	定性	インプット	-	内規やマニュアルなどを更新しながら活用している。雛形について事業毎にばらつきが見られ課題が残る。	方法の検討・試行	・『O滞』受付マニュアルの制作、視察やインターネットの受入実績リストなどを作成し事務局で共有した。 ・別府市創造交流発信拠点『TRANSIT』の開設に合わせて、日報や相談事録の雛形等を作成し試用中。随時改善している。 ・今後は制作・受付アルバイト候補者リストや会場候補リスト作成、契約書雛形整理などをおこないたい。
		事業規模に関わらず、自ら考え、事業をより効果的・効率的に遂行できるプロジェクトマネジメント組織に成長する	5	事業の統括が担えるリーダーの育成【累計値】	A	定量	インプット	人	-	4	3
			6	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)	65	70	88
		スタッフ全員がやりがいを持っていきいきと働いている	7	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	-	社内公募型の視察研修を実施しているほか、自己研鑽の機会も積極的に提供している。	新たな機会提供・仕組みの検討	・今年度も社内公募の視察研修を実施、4名が応募し研修した。 ・大分県立美術館『びびの会』制度の展覧会招待券を職員の自己研鑽に活用した。
			8	労働環境の改善	C	定性	インプット	-	-	実態の把握、改善に向けた取組の検討	全事務局スタッフにおいて、就業時間が前年度より短くなり、改善している。さらなる業務の効率化と適切な人員配置を目指す。
外部人材の発掘・ネットワーク構築・活用	制作やマネジメント業務を委託できる人材が県内に複数生れる	県内アーティスト・クリエイターが関わる現場の造成を通して、彼らを育成【累計値】	9	県内アーティスト・クリエイターが関わる現場の造成を通して、彼らを育成【累計値】	B	定量	インプット	人	18	21	26
			10	人材(プロジェクトマネージャー、インストーラー、Web制作、ライター、カメラマン、映像制作、PRなど)の調査・ネットワーク構築・定期的な仕事の提供【累計値】	A	定量	インプット	人	68	75	75
	通訳・翻訳が可能な人材とのネットワーク構築	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【累計値】	11	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【累計値】	B	定量	インプット	人	15	18	26
財政の視点：財政基盤の確立	基礎的財源の獲得	負担金など適切な予算の確保	12	2025年度までの適切な予算の確保	D	定性	インプット	-	確保	予算の確保	適切な予算を確保できた。特に今年度は協賛金の獲得およびグッズ收入において、目標金額を上回った。
	協賛金・助成金の獲得	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	13	県内の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／物的協賛を含む】	B	定量	インプット	万円	219	165	195
			14	県外企業への協賛・助成金等営業活動(目標=1社あたり50万円以上)【物的協賛を含む】	A	定量	インプット	社	2	1	1
			15	新規の申請・営業件数	A	定量	インプット	社	14	2	2
	収入源の多様化	負担金以外にも複数の収入の柱がある	16	負担金以外の収入の割合の上昇	C	定量	インプット	%	3.25	6	6.43
			17	グッズ販売額	C	定量	インプット	万円	25	150	173

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	2021年度 実績	2022年度 目標	2022年度 結果
ステークホルダーの視点：創造都市プラットフォームの造成	地域内の創造的人材の増加	アーティストや愛好者だけでなく、より多くの市民が文化活動に携わる	18	ペップ・アート・マンス新規登録者の增加(新規登録団体数)	D	定量	直接アウトカム	団体	44	45	43
			19	運営者育成に向けた、ペップ・アート・マンスをつくろう会への参加人数の増加	A	定量	直接アウトカム	人	-	40	44
			20	ペップ・アート・マンスの来場者のうち、次回は企画者側で参加したいと思った人の比率	D	定量	直接アウトカム	% (構成比)	40	40	40
		文化活動を行う人材が主体的にまちづくりに参画する	21	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	D	定量	最終アウトカム	% (構成比)	95	90	92
	文化芸術の担い手の育成・支援	若手アーティスト・クリエイターの発表の場をつくる	22	若手アーティスト・クリエイターが発表する企画の実施	B	定性	直接アウトカム	-	『BAM』『KASHIMA』などを実施	新規事業の企画・実施	・『まづらマルシェ』を新たに開催し、若手アーティスト・クリエイターの活動・発表の場を提供することができた。 ・清島アパート居住者の報告展を新たに開催した。
		県内外で広域的にアートマネジメント人材が成長する	23	アートマネジメント人材育成・支援のための企画の実施	B	定性	直接アウトカム	-	インターンや研修の受け入れ	インターンや研修の受け入れ	・大分県立芸術短期大学および福岡女子大学から計3名、社会人(公募)1名のインターンを受け入れた。 ・県外から9件の視察を受け入れた。 ・新たな取組として、金沢美術工芸大学から約1週間の展示の実践を伴う研修を受け入れた。
	文化芸術団体との連携	県内の既存芸術文化団体・施設との協力体制が構築される	24	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、事業の周知など)	B	定性	アウトプット	-	事業実施において地域の文化団体等の協力を得た	団体・文化施設などの情報共有、連携事業の実施を検討する	・マイケル・リン氏のボスター・プロジェクトにおいて別府市立図書館や『TRANSIT』と連携した。 ・アーティスト・イン・レジデンスにおいて『アソビLAB』や市内陶芸アトリエ等と連携して実施した。 ・文化観光ツアーをOPAMのガイド研修と連携して実施した。
	海外機関との連携	海外関係者との交流が進み、別府が日本におけるアートの先進地と評価される	25	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、政府関係者、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	-	『KASHIMA』での連携、ウェールズとの連携、海外アーティストとの事業実施など	中国・韓国を中心、ネットワークを拡大する	・東アジア文化都市に関連して、別府でのレジデンスで中国・韓国から各1名、中津市の展示で韓国から1名のアーティストを招聘したほか、フォーラムを企画し中国1名・韓国1名の文化関係者にオンラインでの登壇を依頼した。 ・そのほかにも、サルキス氏、マイケル・リン氏の新作制作を依頼。レジデンス事業において、ナント、バースの団体と連携したほか、ウェールズの政府や団体との交流も続いている。海外のアーティストからのレジデンスの相談も10件あり、海外アーティスト・団体との連携・ネットワークが広がっている。 ・PR WIREを経由して、韓国やアメリカにプレスリリースを配信した。
	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	26	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	B	定性	アウトプット	-	大分県・別府市・国東市・豊後高田市・臼杵市の各部署と連携	関係性を継続・拡大する	・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・ガストロノミー推進事業) ・別府市政策企画課(別府市制100周年事業) ・国東市活動企画課(国東半島カルチャーツーリズム事業) ・豊後高田市教育総務課(国東半島カルチャーツーリズム事業) などと協働で事業展開した。また、イベントの周知のために各自治体の多数の部署の協力を得た。
		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	27	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	B	定性	アウトプット	-	大分経済同友会、BAM加盟店、旅館ホテル、飲食店などと連携	加盟店や旅館ホテル等と連携事業の開始を検討する	・マイケル・リンのリサーチにおいて、別府市旅館ホテル組合を通じて市内旅館ホテルに協力いただいた。またサルキス氏の新作の設置場所の提供において、市内ホテルに特別協力いただいた。文化観光やアートフェア事業において今後さらに旅館ホテルとの連携を強化したい。 ・そのほかにも、大分経済同友会からの視察ツアーや受け入れたり、事業周知に協力いただいたりした。 ・BAM加盟店については、コロナ禍の影響を鑑み、今年度も募集を実施しなかった。
		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	28	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	A	定性	アウトプット	-	各自治会、大学や高校などと連携	各種団体と日常的に交流し、関係を築く	・事業周知や周辺住民の理解促進において、通り会や自治会、ひとまもり・まちまもり協議会等の協力を得た。 ・特に南部エリアにおいて、BAMの新たな提供会場に関する相談、『まづらマルシェ』実施における協力など、多大な協力をいただいた。『TRANSIT』の開設により、今後ますます日常的な交流・連携が促進されることが期待される。 ・大学においても、授業等を通じて、事業の周知や理解促進をすることができる。

視点	戦略目的	目指すべき具体的な姿	No.	業績評価指標	成長ルート	定量/定性評価	指標の性格	単位	2021年度 実績	2022年度 目標	2022年度 結果
	ボランティアの関わりしろの拡大	ボランティアが事業の目的や内容をよく理解し、活動にやりがいを感じながら参加する	29	ボランティアとの定期的な情報共有・コミュニケーション	A	定性	インプット	-	-	方法の検討・試行	・メールマガジンにて、サルキス氏新作に関するワークショップのボランティアなど、新たなボランティア活動の周知をおこなった。 ・定期的・効果的なコミュニケーションとしてはまだ不十分であり、来年度以降、改めて方法の検討・試行が必要である。
顧客の視点：文化芸術や地域資源を活用した新たな魅力の創出	市民にとって開口の広い事業の充実・強化	市民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を実施する	30	各事業において、より多様な市民にとっての関わりしろを造成	B	定性	直接アウトカム	-	リサーチへの協力、事業への出演などの参画など	より多様な市民が関わる事業を検討・実施	・マイケル・リン氏のポスター項目において、アートファンだけでなく、これまでよりも幅広い市民が興味関心を持ち、参画した。 ・新たに開催した『まつばらマルシェ』に幅広い年代の市民が来場したほか、障がいのある方の出店や来場もあった。 ・『アーティスト・イン・レジデンス事業』においても、児童館や高齢者福祉施設にて交流の機会を設け、幅広い県民が参加した。
			31	各事業において、青少年(小学生～大学生)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	-	-	青少年の関わりしろの造成	・『まつばらマルシェ』に大学生のグループが出店したほか、BAMの清島アパートオープナートリエの受付ボランティアやマイケル・リン氏の制作アルバイトとして複数の学生が参画した。 ・文化観光ソワーのメインターゲットを大学生に設定し、大学に営業活動をおこなった結果、複数名の学生が参加した。 ・『アーティスト・イン・レジデンス事業』のワークショップに多くの子どもたちが参加した。
		国際的に発信力の高い事業の創出	32	ペップ・アート・マンスおよびマルシェの来場者満足度	D	定量	直接アウトカム	% (構成比)	96(BAMのみ)	90	98
			33	プログラム企画者の設定した来場者 【ペップ・アート・マンスの来場者数目標達成率】	D	定量	直接アウトカム	% (達成率)	98	100	112
			34	作品展示における来場者目標達成率	D	定量	直接アウトカム	% (達成率)	-	100	164
	発信強化による興味喚起の促進	アート関係者のみならず、来街者へ恒常に訴求し続ける	35	アートフェアにおける来場者数目標達成率	C	定量	直接アウトカム	% (達成率)	-	-	-
			36	国際的発信力のある作品の市内展開 【累計値】	B	定量	最終アウトカム	点	-	2	2
			37	国内メディア掲載件数の増加	B	定量	直接アウトカム	件	236	200	233
			38	メディア露出広告換算合計額の増加	B	定量	直接アウトカム	百万円	273	180	1,054
			39	海外メディア掲載件数の増加	B	定量	直接アウトカム	件	40	44	396
地方創生の視点：別府における諸課題の解決	別府市への参加・関係意識の醸成	これまで以上に幅広い層が関わる	40	SNS(FB,twitter,instagram)フォロワー数の増加	B	定量	直接アウトカム	件	約13,000	14,000	15,248
			41	来場者アンケートにおいて「初めて参加した」と回答した人の比率	A	定量	中間アウトカム	% (構成比)	-	70	66
			42	マルシェ・アートフェアの企画者・出店者として初めて参画した人の比率	A	定量	中間アウトカム	% (構成比)	-	-	-
			43	来場者アンケートのうち、別府市内の様々な文化プログラムに訪れてみたいと思った人の比率	B	定量	中間アウトカム	% (構成比)	-	70	71
	他地域との連携による滞留時間の増加	アーティスト・クリエイターの移住者が増加している	44	別府市内に移住・定住したアーティスト・クリエイターの人数【累計数】	C	定量	最終アウトカム	人	-	10	16
			45	来場者アンケートのうち2泊以上の宿泊客の比率(2泊以上宿泊客/総宿泊客)の増加	B	定量	最終アウトカム	% (構成比)	65	60	45
		別府市を訪れた人が、別府を拠点に大分県各地を周遊する	46	来場者アンケートのうち、大分県内の別府市以外の自治体を訪問した人の比率の増加(他自治体を訪問した人数/県外からの訪問者数)	B	定量	最終アウトカム	% (構成比)	-	20	54
			47	「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【来場者アンケートの比率】	B	定量	最終アウトカム	% (構成比)	34	80	58
	別府市のブランドロイヤルティの向上	別府市が文化的な目的として認知される	48	来場者アンケートにおいて「別府市にまた来たい」と回答した人の比率	B	定量	最終アウトカム	% (構成比)	-	60	95

【凡例】成長ルート (2025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：2025年まで現状水準を維持



[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@beppuproject.com](mailto:info@beppuproject.com)

営業日：月～金 9:00～18:00